

五感で体験。環境教育

京都大学環境科学センター 矢野 順也

スマートフォンやタブレットといった新たな情報通信機器の普及、TwitterやFacebookをはじめとするソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）の活用など、大学や学生をとりまく情報環境は急速にさまがわりしています。環境教育のあり方も柔軟な変化を求められているのかもしれませんが。

京都大学では大学構成員への省エネや環境配慮行動を促進・啓発することを目的に、「京都大学環境エネルギー管理情報サイト（通称エコ宣言ウェブサイト）」¹⁾を2009年から公開しています。その

ウェブサイト中に、構成員一人ひとりに、エアコンの温度設定など20の省エネ・環境配慮行動のなかから自分でできる省エネ行動を宣言してもらう「エコ宣言」というコンテンツがあります。宣言を実行した際の省エネ、CO₂削減効果が計算され、個人ランキングや部局別、全学単位で集計した削減効果を計算してくれる仕組みです。2014年3月現在のべ2,900人の宣言により、年間約180ton-CO₂の削減効果が期待されています。このエコ宣言ウェブサイトで宣言者数をのばすための工夫として考案、2012年より開始されたのが「携帯版エコ宣言」ページの 신설でした。スマートフォンの普及により学生が気軽に閲覧・参加できることを狙ったわけです。この携帯版エコ宣言を公開する際に、従来のPC用のエコ宣言ウェブサイトも見やすくコンテンツをリニューアルし、さらにTwitterも開始することで、サイト更新情報を広く広報できる新しいツールを得ました。

しかし一方で、環境教育はケータイに頼ってばかりもいられません。環境教育の基本は「実践と経験」だと思うからです。そのため、京都大学の持続可能なサステナブルキャンパス構築のための次の一手として、「京都大学サステナブルウィーク エコ〜るど・京大」と題した体験型の啓発イベントを2013年6月に



図1 京都大学エコ宣言ウェブサイトのトップページ



図2「京都大学サステナブルウィーク エコ〜と・京大」開催の様子

初開催しました。本イベントでは学内の教員・職員・学生団体が知恵と互いのノウハウを出し合い、グリーンフィルム上映会やこだわりマルシェ、物々交換市「ブツ市」や情熱トークバトルなど、さまざまな企画が立案されました。

このイベントの広報で活躍したのもケータイでした。入学時に新入生向けに配布した、本イベント紹介ハンドブックの中に、ケータイのARアプリを使って動画をダウンロードできる仕掛けを作り、京都大学総長などからのメッセージ動画を配信しました。さらに、イベント前後にFacebookを活用した広報も新たに展開することで、大学構成員が気軽にイベントを見聞きできる環境を整えました。こうした広報の効果もあってか、イベントは大変賑わい、盛況のうちに幕を

閉じることができました。

人を巻き込む仕掛け作りには工夫が必要です。ケータイの普及により広報の幅が広がったのは事実でしょう。また、携帯版エコ宣言のように、環境教育のツールとしても有用かもしれません。一方で、環境教育は五感で体験することが重要です。現場の熱気、採れたて野菜の香りや味わいは現実に肌で感じなければ味わうことができない感覚ですから。イベントでは参加者の皆さんが市場に出回らない不揃い野菜を使ったスイーツにほっこりする場面もみられました。これぞ直接触れることで得られる満足感！情報化社会ともいわれる今だからこそ、身を以て得た経験の深みと豊かさが問われているのではないのでしょうか。

参考文献

- 1) 京都大学環境エネルギー管理情報サイトワーキンググループ、京都大学環境エネルギー管理情報サイト、<http://eco.kyoto-u.ac.jp/>