

第 70 回国際理解・国際協力のための高校生の主張コンクール東京都大会 特賞

田園調布雙葉高等学校 1 年

丹野 花萌

課題①

本年は SDGs の中間年。あなたが、ユースリーダーとして SDGs 達成に向けた若者の取組を提案するとしたら、どのような提案をするか。

副題

「バイデンティティ」と私達

私達は、常に流行そのものです。現在 15 歳の私のスマートフォンは、数秒ごとに更新される情報で溢れています。

流行に遅れまいと、大量の情報に惑わされてよく検討もせずにモノを購入。その情報を SNS を通じて拡散。流行が過ぎればすぐに廃棄。

このような若者にありがちな消費行動は、国連が掲げる持続可能な開発目標 SDGs に沿っているでしょうか？ 皆さんにどうしてもお話ししたいことがあります。

さて、この 1 本のペン。スタイリッシュなペンは、いつの時代も若者の必需品です。私の学校では筆記用具としてだけでなく、自己表現のツールとしても使います。彼らにとっては「欲しいものを買う」という選択すら自分を定義し他者とも関わり合うもの、つまりアイデンティティの一部なのです。

そんな中、私がそこで目撃したのは信じ難い光景でした。私の友人が学校のゴミ箱に、まだ使えるであろうペンを捨てていたのです。理由を尋ねたところ、返答は「流行りが過ぎたから捨てるの。どうせ安物だし、損は無いでしょ」というものでした。私はこの発言に対して怒りと悲しみ、何よりやるせなさを覚えました。今捨てられたものはペンだけでは無く友人のアイデンティティなのだと感じたからです。

SDGs 12「つくる責任つかう責任」。モノの生産から廃棄までのプロセスに一貫して責任を持つ、そのための目標です。若者が「買う」という行為への責任を持ち、それをアイデンティティとして誇るならば、自ずと若者の消費行動も変化すると私は主張します。そして、社会的経験は浅いですが、私達若者の消費行動が変われば、全世代の意識や行動もより良いものに出来ると考えました。

そこで、SDGs 中間年である今年、ユースリーダーとして皆さんに提案したいことがあります。

それは、「バイデンティティ」という価値観を共有することです。これは“buy”と“identity”を掛けた私の造語です。私はこれを、モノを購入する際に「商品が環境や社会に及ぼす影響」「自分らしさを表現できるか」「自分主体の選択か」について意識することとして使っています。ペンから車まで、購入の際に簡単に実践可能な取組です。

しかし、それだけでは不十分でしょう。若者ならではの方法でこの取組を広げていく為に、更なる

提案があります。

それは、私達の日常の消費行動に“#BUYidentity”を付けて SNS で積極的に発信することです。購入した商品を撮影・投稿して「環境や社会に配慮したか」「個性を表現しているか」「どのような選択だったか」について拡散する。2010 年の国連の調査による 15 歳から 24 歳の若者の人口は、約 12 億人。実に、世界人口の 5 分の 1 を占めているからこそ可能な取組です。

あらゆる人の為の価値観であるバイデンティティは、SDGs の特徴の一つ「誰一人取り残さない」と一致します。一般的に、世界をリードするのは先進国と言われていますが、大量生産・廃棄を進める彼らは、バイデンティティについては「発展途上」と言えるでしょう。物資に乏しくてもモノに対して誇りを持てる。そんな発展途上国の姿勢から学び、互いに刺激し合える点もあるはずです。これは、世界のあるべき姿を強調しつつ模索するという国連の理念とも通じる関係性です。

SDGs の達成期限は、2030 年 12 月 31 日、残り 7 年あまり。それまでに、私達が発信していくのはどのような流行なのでしょう？「買う」という行為が全ての人にとって誇りとなる、そんな新しい流行でありますように。

ペン！本ですら、誰かのアイデンティティなのですから。

ご清聴ありがとうございました。