



中学生向け教材「誰もが自分らしく美しくいられる世界へ」 好評につき本教材の提供先を1万名以上の生徒に拡大

～受講生徒の92%が「授業で学んだことを友達や家族にも知ってほしい」と回答～



*授業の様子: 上段左から森村学園中等部、千代田区立九段中等教育学校

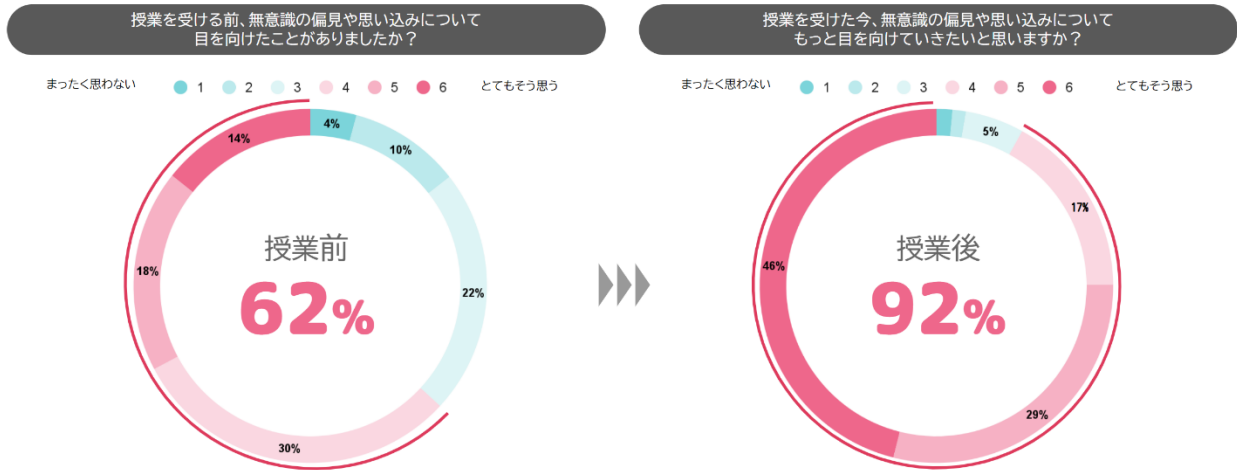
下段左から埼玉県立新座総合技術高等学校、ドルトン東京学園高等部

資生堂が世界 88 の国と地域で展開しているブランド「SHISEIDO」は、全国の先生が情報共有できる国内最大級のオンラインプラットフォーム「SENSEI ノート」を開発運営する ARROWS Inc.とともに、自分らしい美しさを制限する無意識の偏見や思い込みについて考えることを目的とした中学生向け教材を開発・提供しています。

本教材は道徳の授業用教材として全国の中学校の先生向けに告知し、2023年4月から提供を開始しました。年度末までに、全国 7,000 名以上の生徒に提供予定でしたが、予想を上回る数の応募がありました。今後は、教材の提供規模を延べ1万名以上に拡大し、高校生も含めより多くの生徒の方に「自分らしい美しさ」について学びと気づきを深める機会を提供します。

授業後の「無意識の偏見や思い込み」に対する生徒の意識変化

授業を受けた生徒のアンケート※1によると、授業前の無意識の偏見や思い込みについて「目を向けたことがある」と回答した生徒は62%でしたが、授業後は92%が「もっと目を向けていきたい」と回答し、30%の意識変化がありました。

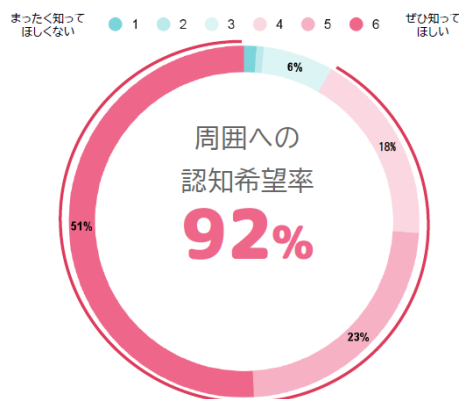


*1 調査期間:2023年4月1日~6月30日、全国の中学・高校の授業を受けた生徒1,142名を対象

生徒からは、「自分も無意識に偏見を持っていて、それで他人を傷つけたりすることや過ごしづらくさせていたことがあったと思い、視点を変えたほうが良いと気づいた」など、前向きな回答が多数ありました。

さらに、授業を受けた生徒の92%が、「無意識の偏見や思い込み」に対して得られた学びや気づきを、家族や友人などの周囲にも認知してもらいたいと回答しました。本教材を活用した授業を通じて、身近なところからでも、一人ひとりが主体的に考え、取り組んでいくことの大切さを伝えることができました。

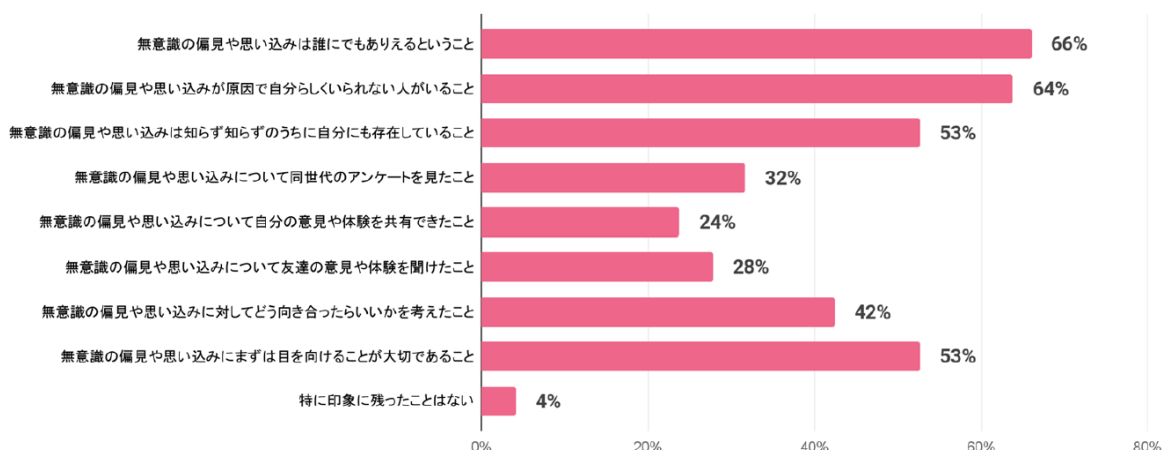
無意識の偏見や思い込みは私たちの身近なところに存在しています。今日の授業で気づいたこと、学んだことを、家族や授業を受けていない友達などにも知ってほしいと思いませんか？



授業で印象に残ったこと

本教材の特徴として、まずは「無意識の偏見や思い込み」を知り(SEE)、そして議論し(SAY)、これからアクションを起こす(DO)取り組みについて、中高生に学びと気づきを深めてもらえるような内容となっています。今回、印象に残ったことで最も多く挙げられたのは、「無意識の偏見や思い込みは誰にでもありえるということ」66%、次いで「無意識の偏見や思い込みが原因で自分らしくいられない人がいること」64%でした。また、「無意識の偏見や思い込みにはまずは目を向けることが大切であること」、「無意識の思い込みは知らず知らずのうちに自分にも存在していること」は53%、「無意識の思い込みに対してどう向き合ったらいいかを考えたこと」が42%でした。

今日の授業で印象に残ったことを教えてください(いくつでも)



生徒の声には、「意見を言いやすい環境を作ることが大切」、「自分と違うからという理由で、決めつけないようにしたい」、「他人の印象を決めつけていたけど、相手を知って半歩ずつでも歩み寄りたい」など、相手を尊重することの大切さと同時に、生き生きと美しい「ありたい自分」に向かって一歩踏み出すことを考える機会になったというコメントがありました。

教材を活用した先生の声

実際に教材を活用した先生向けのアンケート※2では、授業後の満足度は6点満点中5.11ptと高い評価でした。また満足度の理由として、「生徒が自分自身の体験をもとに活発に意見を出し合い、真剣に考えることができた」、などと回答がありました。

先生からは、「外見を気にする子が多いが、この授業をきっかけに内面の美しさも意識してもらえたらと思う」、「他者に対する想像力を豊かにして欲しいと思うので、それを考えてもらう良いきっかけになった」など、先生の生徒に対する想いも込められていました。

*2 調査期間:2023年4月1日～6月30日、全国の中学・高校の授業を行った先生11名を対象

教材提供の背景と今後の展開について

SHISEIDOは、持続可能な開発目標(SDGs)に取り組む独自のグローバルプロジェクト「Sustainable Beauty Actions」の一環として、2022年9月より、「SEE, SAY, DO.」プロジェクトを展開しています。グローバルに事業を展開するSHISEIDOが目指す、性別・年齢・国籍などにとらわれず、誰もが自分らしく人生を楽しみ、個々の美しさに共鳴しあえる世界の実現のために、「Unconscious Beauty Bias(UBB)」に注目し、まずはUBBを知り(SEE)、UBBを議論し(SAY)、UBBについてアクションを起こす(DO)取り組みとなっています。

多感な時期を迎える中高生に向けた本教材は、日常に潜む無意識の偏見に目を向け、「自分らしい美しさ」について学びと気づきを深めるきっかけになればという想いを込めて開発されました。SHISEIDO は、年度末までに教材の提供規模を延べ1万名以上と拡大し、今後も本プロジェクトの取り組みを広めていく予定です。そして、一人ひとりの学びや気づきがありたい姿に向かって一歩踏み出すきっかけとなり、やがてそれが美しい社会の実現につながっていくことを伝えていきます。

UBB 体験サイト URL: <https://www.sbas-empathy.shiseido.com/seesaydo/ja/seeubb/>

ブランド SHISEIDO について

世界 88 の国と地域で、スキンケア、メイクアップ、サンケア、フレグランス製品を展開している、資生堂を代表するグローバルプレステージブランドです。最新技術を搭載したスキンケアやメイクアップで、お客さま一人ひとりの美しくなる力を最大限に引き出し、心身共に生命力溢れる美しさを実現します。

【SHISEIDO オフィシャルサイト】<https://brand.shiseido.co.jp/>

ARROWS Inc. について

全国の先生が情報共有できる国内最大級のオンラインプラットフォーム「SENSEI ノート」を開発運営する企業です。企業の知見を活かして、先生向けの教材を開発・提供し、先生をサポートすることで、社会と教育を結び付け、教育領域での課題解決を目指します。

<https://arrowsinc.com>

<参考情報>

ニュースリリース「中学生向け教材「誰もが自分らしく美しくいられる世界へ」を開発・提供」はこちら >

<https://corp.shiseido.com/jp/news/detail.html?n=0000000003593>