

ブランド SHISEIDO が中学生向け教材
「誰もが自分らしく美しくいられる世界へ」を提供継続
～これまで延べ 192 校、1 万 6 千人以上の生徒に教材を配布～



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」を開発運営する株式会社 ARROWS とともに、中学生向けの無料教材「誰もが自分らしく美しくいられる世界へ」を、2023 年 4 月より全国の希望する先生へ提供しています。現在まで、既に延べ 192 校、1 万 6 千人以上の生徒に学びの機会を届けています。

SHISEIDO は、多感な時期を迎えるより多くの中学生に対して、それぞれのありたい姿に向かって一步踏み出すための学びと気づきを深めてもらうこと目指し、本教材「誰もが自分らしく美しくいられる世界へ」の提供を継続します。2 年目となる 2024 年は、4 月から随時授業が開始され、全国 1 万人以上の生徒受講を予定しています。

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。プロジェクトの一環として、本教材は、ブランドが目指す、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)」に注目して、中学生向けに開発しました。多感な時期を迎える中学生に、まず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、知る (SEE)、議論する (SAY)、アクションを起こす (DO) の 3 ステップに繋がるよう、前半「気づく」、後半「考える」の 2 パートで教材を構成しています。

SHISEIDO は、本プロジェクトの取り組みを通じて、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。

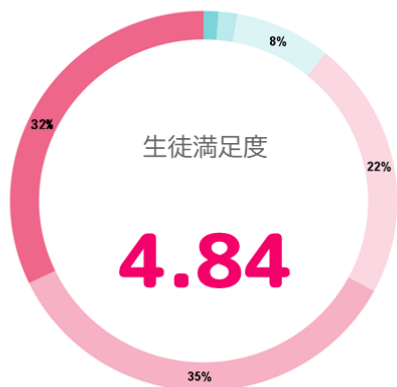
UBB 体験サイト URL: <https://www.sbas-empathy.shiseido.com/seesaydo/ja/seeubb/>

実際に受講した生徒の声

- 生徒の教材に対する満足度: 4.84 pt
- 無意識の偏見や思い込みへの意識: 授業前 62% → 授業後 90%

今回の授業教材の満足度を教えてください

とても不満 1 2 3 4 5 6 とても満足



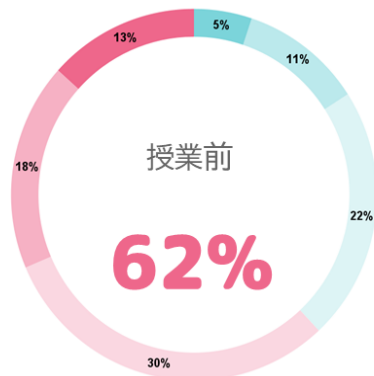
満足度の理由を教えてください

自分に当てはまることがあり「私だけじゃないんだ」と安心することができたから
普段思っていることがちょっと違うのかなって不安になったけど面白かった
自分らしく生きていくことは難しいこともあると思っていたけど、視野を広げる事が大切ということがわかったから。
自分が気づかなかっただけで、偏見などから差別されたり生きづらくなっている人がいるとわかったから。
偏見や固定概念のデメリットや世の中には色々な人がいることを改めて知ったから。
最後の認識テストでは以下にとらわれているかがわかり面白かったから
偏見や差別を受けた人の気持ちをしれて考えが広がったから。
自分では気づかないことを班で共有して気がつけたから。
実際に偏見を受けた人の話を聞いて良かったです

授業後の生徒アンケート※1によると、「自分に当てはまることがあり、私だけじゃないんだ、と安心することができた」、「自分が気づかなかっただけで、偏見などから差別されたり、生きづらくなっている人がいるとわかった」、「自分では気づかないことを班で共有して気がつけた」等、前向きなコメントもあり、授業の満足度は、6 点満点中 4.84pt と高い評価でした。また、授業前と後の意識変化では、90%が「無意識の偏見や思い込みについてもっと目を向けていきたい」と回答がありました。

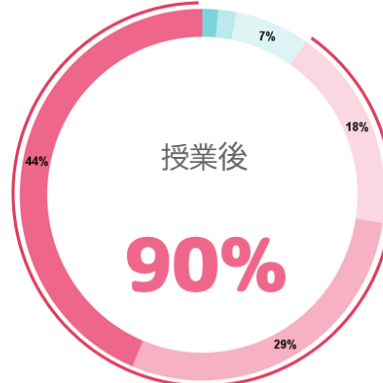
授業を受ける前、無意識の偏見や思い込みについて目を向けたことがありますか？

まったく思わない 1 2 3 4 5 6 とてもそう思う



授業を受けた今、無意識の偏見や思い込みについてもっと目を向けていきたいと思いませんか？

まったく思わない 1 2 3 4 5 6 とてもそう思う



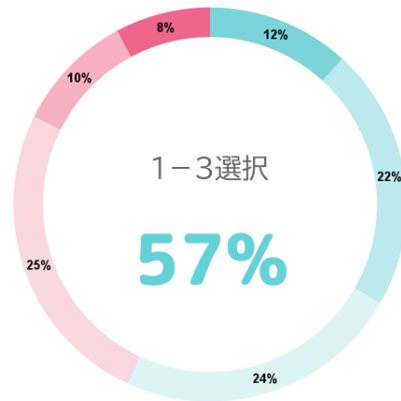
※1 調査期間: 2023 年 4 月 1 日~2024 年 3 月 4 日、授業後のアンケートに回答した全国の中学・高校の生徒 3,732 名を対象

UBB を教材として活用した先生の声

本教材を活用した先生のアンケート※2では、57%が UBB に関して馴染みがないという結果でした。また「これまで同様の授業はやっていない」と回答した先生 22%も含め、先生と生徒が共に、新たな気づきを共有し、学びを深めていただくきっかけとなる教材として、前向きな評価を頂きました。

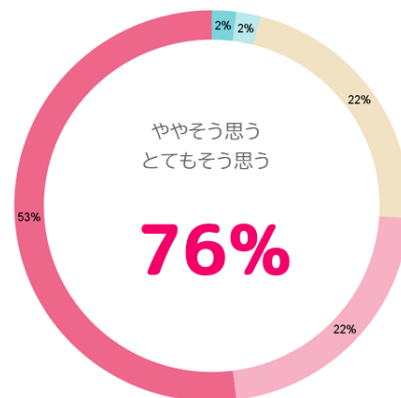
今回の教材で取り上げている、「自分らしい美しさ」を制限する無意識の偏見や思い込み(=アンコンシャス・ビューティー・バイアス)に関する内容について、どの程度ご存じでしたか？

まったく知らない内容だった 1 2 3 4 5 6 よく知っている内容だった



今回の授業は、これまで先生がご自身で行ってきた授業と比べて、無意識の偏見や思い込みについて生徒の気づきや学びを深める内容だったと思いますか？

まったくそう思わない 2% 2%
あまりそう思わない 22%
これまで同様の授業はやっていない 22%
ややそう思う 53%
とてもそう思う



*2 調査期間：2023年4月1日～2024年3月4日、全国の中学・高校の授業を行った先生約50名を対象

先生のコメント（授業後アンケートより）

- 今の時代に必要なテーマだと思います。教科書を用いた道德の授業ではなかなか指導しにくい内容ですが、冒頭と中盤で動画で、身近な事例を知ることができ、生徒らは非常に意欲的に議論をしていました。グループでの話し合いでも自分の体験談などを積極的に話している様子も見られ、深く考えられたのではないかと感じました。
- 中高生の体験を読んで「他の人もこういう体験をしているんだ、自分だけじゃないんだ」という、言ってみれば逆の安心感が生まれた。授業中に発言が少ないのは「無意識の偏見」を持っているからなんだと自然に気づいていた。

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/>

株式会社 ARROWS について

日本や世界をリードする多くの企業と連携し、最新の知見を活かした教材を開発・全国の先生向けに無料提供する「SENSEI よのなか学」を展開する企業です。ビジョン「先生から、教育を変えていく。」を掲げ、先生・子どもファーストの思想にこだわった取り組みにより、持続可能でインパクトのあるアプローチを続けています。

<https://arrowsinc.com>