

コーセー環境活動を「探究学習」へ ベネッセと教材共同開発、 企業の知見を教育現場で活用

コーセーはベネッセコーポレーションと共同で、サンゴの白化現象など海の環境課題と企業の保全活動を題材にした小学生向けの探究学習教材を開発した。9月24日からベネッセの小中学校向けICT学習ソフト「ミライシード」で配信を開始した。2009年から続けてきたサンゴ保全活動を教育コンテンツに転換し、長年の活動で蓄積した知見を学校教育に活用する。

教材は小学高学年の理科での活用を想定した全2時間構成となっている。1時間目は、水と海、環境課題の解決に向けて自分たちができる行動を、生き物、人の暮らしのつながりやサンゴの役割、海水温の上昇による白化現象を学ぶ。そのうえで、コーセーが取り組む「SAVE the BLUE Ocean Project」や、高温耐性を持つサンゴの研究事例などを紹介し、児童が自ら調べたいテーマを見つける。2時間目は、1時間目で生まれた疑問をもとに児童が問いを設定し、ICTを活用して調べ学習

企業活動を知識として伝えるだけでなく、そこから児童自身の問いを生み出し、調査や意見交換を通じて考えを深め、自分たちができる行動を考える授業設計となっている。

17年間のサンゴ育成活動で蓄積した環境知を教材化

今回の取り組みでは、コーセーが長年の保全活動を通じて蓄積してきた知識や研究成果を、学校の授業で活用できる形に変えた点が特徴となっている。「SAVE the BLUE Ocean Project」は2009年に始まり、「雪肌精」の対象商品の売上の一部を活用して沖縄県読谷村の海にサンゴを育成・移植してきた。植え付け面積は約1万3000㎡に

記者の窓

原材料費の高騰に終わりが見えない。幅広い分野で値上げが進んでいる。

化粧品業界でもサプライヤー各社が価格改定に動いているが、最終製品への価格転嫁は限定的だ。直近で取材したサプライヤー企業は、「全体的にコストが上がっている以上、業界全体である程

価格の探り合い

念から、単独で値上げがある。ある企業では、過去に長期間価格を据え置いた後で値上げし、たところ、「なぜ今のタイミングで値上げするのか」と指摘された

達し、高温耐性を持つサンゴの研究・育成にも取り組んでいる。こうした17年間にわたる活動で得た知識や研究成果が、今回の教材に生かされている。

活動では、サンゴの保全に加え、社員や取引先を対象にサンゴや海洋環境について学ぶ「サンゴ留学」も実施してきた。環境戦略では「水」を軸



の価格競争力を維持したい。双方の事情が交錯し、価格交渉は難しい局面にある。一方、価格を据え置き続けることにも問題

価格高騰がいつまで続くかの見極めは難しい。サプライヤーにとっては値上げを切り出す

時期、発注元にとっては受け入れる時期の見極めが必要になる。コスト

上昇が続く中、どの段階で価格に反映するかを巡る「探り合い」は、

今後も続くだろう。(上)

に据え、海洋環境を含む水に関わる課題への取り組みを進めている。今回の教材は、こうした継続的な活動で得た研究や現場の情報を授業の題材に組み込んだものだ。

環境活動では、保全そ

教育プラットフォームとの協業で企業の環境知を学校現場へ

今回のもう一つのポイントが、ベネッセとの役割分担だ。コーセーが環境保全活動で培ったテーマや素材を提供する一方、ベネッセは教材としての学習設計と「ミライシード」を通じた学校現場への配信を担う。「ミライシード」は2026年4月時点で全国約1万2000校、410万人以上の児童・生徒に活用されている。

9月15日には、沖縄県豊見城市立とよみ小学校の4年生50人を対象に公開授業を実施した。児童はサンゴの白化や保全活動について学んだ後、タブレット端末を使って意

企業が学校向け教材を単独で開発する場合、学習内容だけでなく、授業時間への組み込み方や教師による運用、学校への導入方法まで考える必要がある。今回の協業では、コーセーが環境分野の専門性を持ち込み、ベネッセが教育現場との接点とICT基盤を担うことで、それぞれの専門領域を組み合わせた。

この構図は、化粧品・日用品企業が自社の専門知を社会へ届ける方法を考えるうえでも参考になる。水、森林、生物多様性、容器包装、資源循環など、各社が商品開発や研究、環境活動を通じて扱ってきたテーマは多岐

今回の取り組みは、コーセーが17年間続けてきたサンゴ保全活動を、学校での「学び」という新たな用途に展開した事例だ。企業が研究や環境活動を通じて蓄積した専門知を、商品や啓発以外の領域でどう生かしていくか。コーセーとベネッセの協業は、その選択肢の1つを示している。