

令和元年8月20日

第69次 印旛地区教育研究集会

進路指導部会 提案資料

研究主題

「地域社会との関わりを通して、生きる力を育む指導の工夫」
～自己の生き方について、言語活動を通して考えさせる探究的な学習～



第二部会 栄町立栄中学校 鹿野谷 毅

1 研究主題

「地域社会との関わりを通して、生きる力を育む指導の工夫」

—自己の生き方について、言語活動を通して考えさせる探求的な学習—

2 研究主題について

(1)学校教育目標

『確かな学力を身につけ、心豊かで、たくましく生きる生徒の育成』

～新しい学校づくりの中で～

- ①自ら学ぶ意欲を持ち、進んで学習する生徒
- ②思いやりの心を持ち、自他の生命を大切にする生徒
- ③幅広い知識や技能を身につけ、社会の変化に対応できる生徒

(2)本校の概要

本校の在籍生徒数は1学年104人、2学年125人、3学年121人の計350名で、学級数は11クラスである。学区は純農村地域とニュータウン地域、昔からの商業地域から成り立っている。生徒数の減少傾向が顕著に見られ、5年前には栄東中学校と統合し1町1校の中学校となった。保護者の教育に対する関心は高く、学校教育に極めて協力的である。本校ではこうした地域性を活かし、地域・家庭との連携を強めていくことが生きる力を育む上で重要であると考えており、地域理解学習、職場体験学習、日本食研プロジェクト(企業における様々な活動の疑似体験学習)を通して、地域に密着した「総合的な学習の時間」の展開を進めている。こうした学習を系統的に積み重ねていくことにより、①郷土への愛情や誇りを持てる生徒の育成、②働くことの意義や喜びなど適切な勤労観、職業観を持てる生徒の育成、③自らの将来に関心を持ち、目標を持って意欲的に学校生活を送ることのできる生徒の育成を図ることができると思う。

3 研究の目標

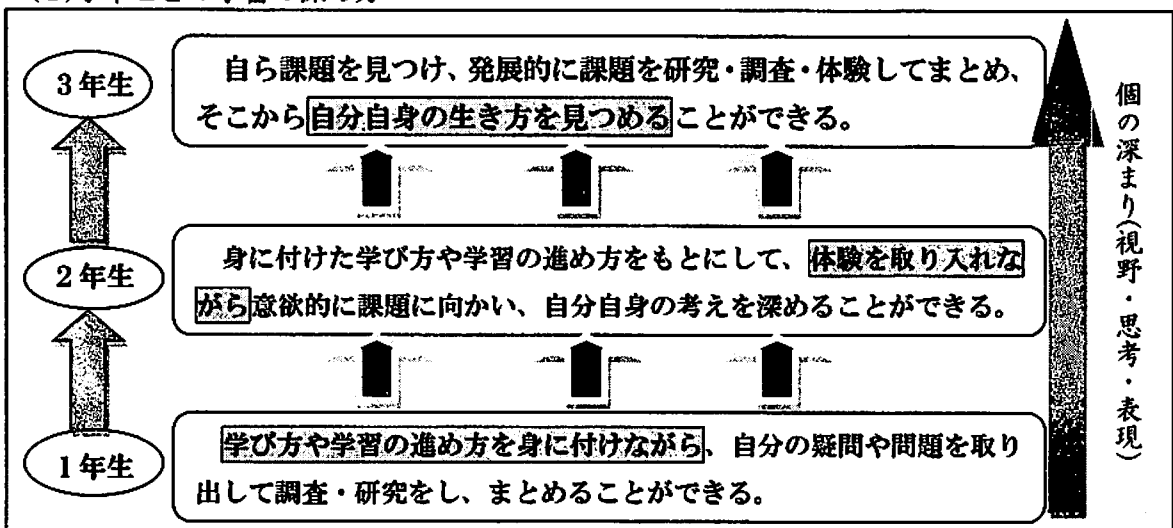
地域に土台を置いた歴史や環境、社会に関する課題への探求的な学習を通して、個人のキャリア形成を促すとともに、他人を思いやり、地域社会を形成する一員としての自覚を持ち、主体的に判断し行動できる生徒を育てる。

4 研究の視点

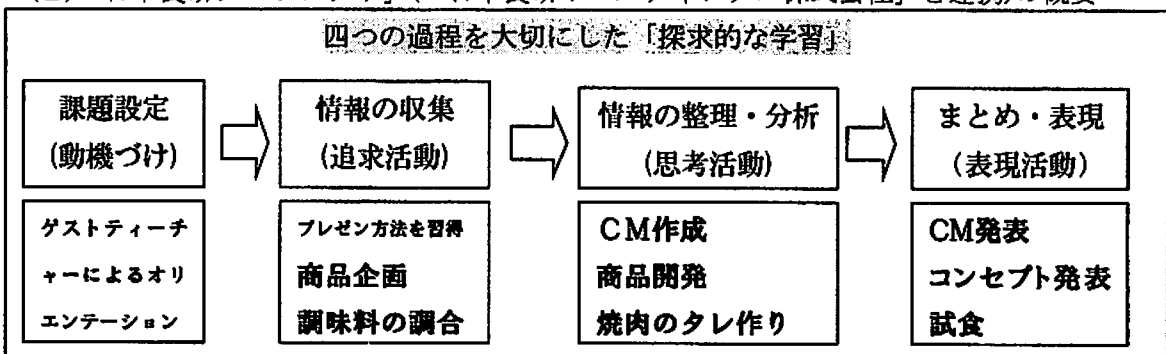
- (1) 3年間継続して地元企業との連携を図ることで生徒のキャリア形成を育み、地域社会を形成する一員としての自覚を持たせる。
- (2) 地域社会から課題を見つけ、それを基に研究・調査、体験、まとめる学習を意図的・計画的に繰り返し実践することで、主体的に判断し行動できる生徒を育む。

5 研究の方法と内容

(1) 学年ごとの学習の深め方



(2) 「日本食研プロジェクト」(「日本食研ホールディングス株式会社」と連携)の概要

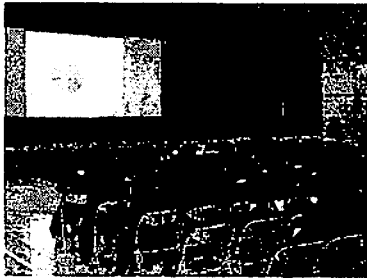


日本食研が売り出すと想定した新商品を開発。各組班単位で、「コンセプト部門」「テイスト部門」「コマーシャル部門」の3つの部門に分け、基礎調査、新商品開発、プレゼンテーションの段階にしたがって活動を行う。プレゼンテーションでは「コンセプト部門」が商品イメージの発表、「テイスト部門」では、開発した商品と、地域素材を生かした商品を使った新メニューの試食会、「コマーシャル部門」ではそれらを売り込むパフォーマンスを行う。企業側等は審査を行い、優秀作品を表彰する。

(3)実践例

時数	学校側の活動	企業側のサポート
1 課題 設定	オリエンテーション ・全体の説明 ・日本食研の企業概要の説明	日本食研より、講師が来校し、企業概要説明を行う。
7 情報の 収集 ↓ 情報の 整理・ 分析	新商品開発 （クラス、調理室） ○コンセプト部門（教室） アンケートを基にジャンルごとに班で新商品開発のシミュレーション活動 ・味覚、原材料、環境への配慮、容器の形、パッケージの工夫等 ○テイスト部門（調理室） 調理室で味やメニューの研究、開発 ○コマーシャル部門（教室） 昨年度入賞賞品をどう売り込んでいくかを研究 ・媒体を何にするか ・新たなキャラクターの作成 ・特徴ある宣伝	テイスト部門日本食研研究開発部より来校し授業「たれづくりの基本」 可能であればそれ以外でもスタッフ派遣 コマーシャル部門は可能であればクルート社からスタッフ派遣
2 まとめ ・表現	日本食研プロジェクト発表会 ○前半はテイスト部門の屋台村方式での発表 ○後半にコンセプト部門とコマーシャル部門の発表	仮想新商品が現場の感覚で製品化に適しているか企業が審査。スタッフの派遣

<p>新商品のプレゼンテーション。(実物 投影機使用)</p> <ul style="list-style-type: none"> ・新商品の特徴 ・特に配慮した点 ・新製品のイラスト <p>○最後に審査結果発表</p>	
--	--



【オリエンテーション】



【試食会】

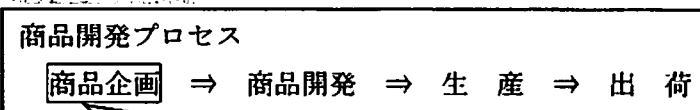


【コンセプト発表】

(4)言語活動への取り組み

①「情報を分析・評価し、論述する」ことへのアプローチとして

コンセプト部門



- ①市場調査、マーケティング
- ②ターゲット選定、コンセプト立案
- ③商品設計

コンセプトとは、商品を使ってもらうお客様(ターゲット)に対し、どんな価値(魅力)があるか分かりやすくまとめたもの。

→『コト発想』という考えでコンセプトシートを作成する。【別紙資料参照】

『コト発想』とは「お客様」に対する「価値あること」を明確にし、それらを解決するための商品設計を発想する考え方である。生徒がお客様(ターゲット)に対し、どんな価値(魅力)があるのか、実際に使う場面までイメージして考えることが大事。

②「概念・法則・意図などを解釈し、説明したりしている」ことへのアプローチとして

商業部門

3年間を通して、各教科や総合的な学習の時間において紙媒体や実物投影機、屋台村形式の発表、ポスターセッションなど多様な発表活動を行っており、それらの経験やノウハウを活かした発表(プレゼン)を行う。 ※昨年度のDVDを参照

テスト部門

開発した商品の特性や特徴を説明しながら、試食会でプレゼンテーションを行う。

他の生徒や職員、企業の開発担当者が試食をし、評価を行う。

6 研究の成果と課題

(1)日本食研プロジェクトの生徒アンケートより

【今回のプロジェクトを通して学んだこと】

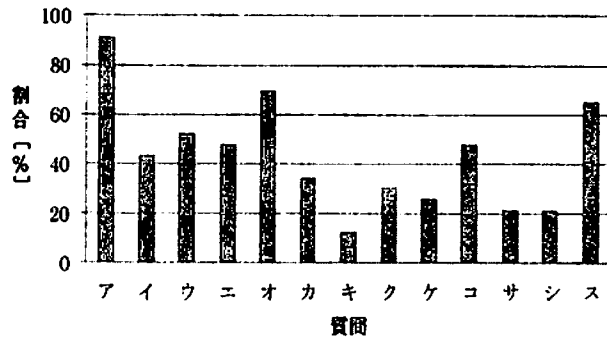
質問項目

- ア：協力することの大切さ
- イ：相手の話を聞くこと大切さ
- ウ：自分の考えを伝えること大切さ
- エ：働くこと意義
- オ：何かを生み出すこと喜び
- カ：自分の役割を果たすこと大切さ
- キ：分かりやすく簡潔なプレゼンテーション大切さ
- ク：自分の個性をいかすこと大切さ
- ケ：遊び心
- コ：計画性大切さ
- サ：司令塔大切さ
- シ：自分に足りないところに気が付けた
- ス：広い視野を持つこと大切さ

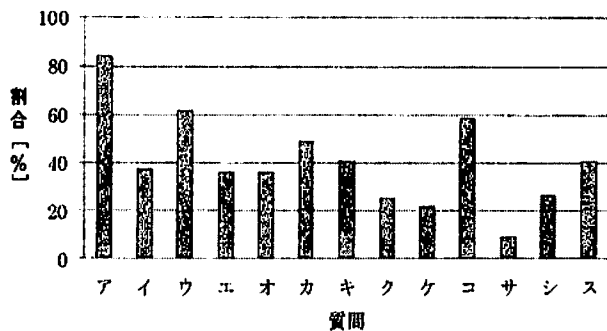
アンケート結果からの考察

すべての部門に共通することは働く上で「協力すること大切さ」を感じたことであった。それと共に「自分の役割を果たすこと大切さ」を感じた生徒も多く、企業の一員として働くことイメージを持つことができた。またコンセプト部門や商業部門においては、企業で働く上でプレゼンテーション能力が必要だと感じる生徒が多かった。

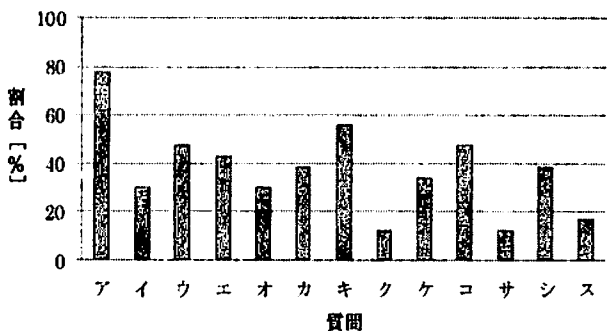
テイスト部門



コンセプト部門



商業部門



(2)成果

- ① 異学年交流の中で相互評価を行いながら発表会(ポスターセッション等)を行うことで、より良い発表(提案)のあり方について考えることができた。
- ② 上級生の課題追求の仕方や工夫を凝らした発表の仕方を見ることで、下級生は目指す姿に対し明確なイメージを持つことができた。それとともに、上級生は下級生の模範となるポスター制作、発表を行うことで、表現力が向上した。
- ③ 3年間を通して、探求的な学習(課題設定→情報の収集→情報の整理・分析→まとめ・表現)を繰り返すことで、生徒が課題追求の見通しを持って主体的に取り組むことができるようになった。

(3)課題

- ① 「日本食研プロジェクト」は、3年生の2学期に行われているため、例年卒業に向けた進路学習の時間が確保できないという課題がある。進路学習・指導に影響が出ないよう計画の見直しが必要である。
- ② 企業との提携が満期を迎えたものがあり(リクルート社)、CSR事業を推進している新たな企業を探す必要がある。