第3316号

教育新聞

週2回 月・木発行
発行所 教育新聞社
〒101-0051
東京都千代田区神田神保町 1-40
代表 ☎ 03(3295)7051
〔購読申し込み・お問い合わせ〕
http://www.kyobun.co.jp/
〔購読料・月額〕2,500円＋税
©教育新聞社 2014

子どもの多様な見方を生かす社会科授業

第7回

玉川大学教育博物館研究員・玉川大学講師
多賀 譲治

「足で調べる」実体験の大切さ

廊下という廊下一面に貼られた模造紙には、生徒の字でハンバーガー、お花、シュウマイ、牛乳、雑誌、納豆、鉛筆、レコード、石けん、自動車等々、日本で売られているモノが百種類以上、その価格構成が書かれている。

中学校3年生の公民には、市場経済の単元で「原価」「光熱費」「設備費」「人件費」「広告費」などの生産者価格を学ぶ場面がある。私は基本事項を一斉授業で行った後、思いきって生徒の一人ひとりに自分で調べたいモノを決めさせた。その上で値段の内訳を徹底的に調べさせ、それらを模造紙にまとめて発表させたのである。

花を調べた生徒は「花の値段は朝と夕方で変わります」「花屋は駅の近くや病院のそばに多くあります」。そして、市場のセリで落札されること、花が咲かないように抑制していること。クーラーの購入価格、家賃、人件費と事細かく調べた内訳を発表した。

雑誌を調べた生徒は、出版社と印刷にかかる経費のおよそ全ての項目を調べ上げ、その上で「販売実績にかかわらず価格は変わりません」と結んだ。私鉄やバスなどの公共料金を調べてきた生徒もいる。

それらの全ては事前の下調べをしたうえでお店や会社に交渉し、直接伺って調べてきたものである。断られることもあったが、快く受け入れてくれるところもあって、これはこれで子どもたちのよい勉強になった。もちろん私の役割も重要で負担も大きい。下調べの方法やおよその筋道が見えるところまで、個々の生徒についての指導が必要だからだ。

こうして予測が立った段階で訪問先での質問事項をまとめさせ、あいさつやマナーなどを指導した。これもよい勉強である。余談だが、お土産をもらってくる子もいて、授業の終わりにみんなで食べたのもよい思い出である。

商品の価格構成は複雑で、一見するとそれぞれが異なるように思えるが、発表が進んでくるにしたがい生徒たちは「一定の事柄」が共通していることに気付きはじめた。前述の「原価」云々はもちろんだが「売り手と買い手の関係で価格の変わるもの」「価格が決められて変動しない商品の共通点」や、会社、工場、問屋、商店それぞれの立地条件や交通との関係である。学習の最後には、商品経済の成り立ちを多くの子どもが実感として受け止めることができた。

もし私が教科書やテキストだけに頼って授業を進めていたら、果たしてそのようになっただろうか。生徒一人ひとりが頭と足を使って調べ、仲間の調べてきた商品と比較することができたからこそ「自由競争」や「需要と供給」などの用語を言葉としてではなく、実感として理解できたのである。

受け身だった生徒は他の生徒の発表を一所懸命聞くようになった。質問も活発に飛び交った。実体験することの効果と大切さをしみじみと味わった学習であった。こうした時間と手間のかかる授業はなかなかできないことは百も承知だが、工夫次第で補いをつけることはいくらでも可能である。

受け身で覚えたことは忘れるが、自ら体得したことは生涯残る。