

課題解決に向けて主体的・協働的に学ぶ授業をつくる

— 自己の消費生活を振り返り、多様な視点で小売店の現状を捉える授業（第3学年） —



スーパーマーケットやショッピングモール、百貨店、ドラッグストア、コンビニエンスストアなど、業務形態が多様化している現在の小売業界。より多くの消費者に利用してもらうため、それぞれの店ではどのような工夫をしているのか？本実践は、地域に見られる「販売」の仕事について学習する単元を、「お客さんがたくさん来るひみつは何だろう？」という学習課題のもと、子供たち個々の調査活動とグループによる話し合い活動を中心に再構成したものである。グループごとにお客さんがたくさん来そうな店をプロデュースすることで、消費者の願いに日々応えようと努力している「販売」の仕事について理解を深め、普段直接関わる機会が少ない経済活動を自分事として捉え考えていく授業。

1 学びの構想

(1) 生活科から社会科へ～「学び」の広がり～

子供たちは1・2年時の生活科の授業（社会創生プロジェクト）において、幸福の象徴である「笑顔」の広がりや「笑顔によるつながり」について探究する学習活動に取り組んできた。

しかし、昨年以降、新型コロナウイルス感染拡大による新しい生活様式（活動制限）により、子供たちが従来のように、気軽に地域に出て行くことが非常に困難な状況となってしまった。もちろん生活科においても例外ではなく、例年当たり前のように行ってきた「町探検」が実施できなかったため、今の3年生の子供たちは、自分たちが通う学校周辺の町の様子もじっくりと観察することなく、現在に至っている。

こうした厳しい状況の下、子供たちは新しく社会科の授業をスタートさせた。社会科、特に「販売」の仕事を取り扱った本単元では、子供の目が自身の生活だけに向けられるのではなく、子供の目を社会的事象に向けさせることで（事実認識）、今後自分はどんな時に、どの商品を、どの店で購入するのが適当なのかを考えさせる（価値判断）ことを大切にしている。

したがって、生活科での実体験が不足している今の3年生の子供たちに、今年度初めて取り組む

社会科で、「地域における社会的事象との関わりの中で課題を見つけ解決する」という新たな学びへと繋げていくのはそう容易いことではないように思われた。そこで今回、現在も続くコロナ禍にあって不足している子供たちの実体験を補うため、夏休みといった長期休業期間を利用し、保護者の協力も得ながら個々に自分たちの地域の店を調査し、その結果を持ち寄ってグループ内で共有、深め合うことで課題の解決を目指していくように授業展開を構想し直した。

自分たちが住んでいる地域のお店、あるいは、普段保護者がよく買い物に行くお店を中心に調べることで、愛着ある身近な地域に向けられた子供たちの目が、やがて市から県へ（第4学年）、日本全体へ（第5学年）、そして世界や過去の事象へと（第6学年）徐々に広がっていくことを期待している。

(2) 消費者の多様な願いをもとに販売の仕事の工夫を見つける

本単元で子供たちに培いたい資質・能力は次の2点である。

- ・ 地域のお店を多面的・多角的に見つめ、それらを比較・分類したり、関連付けたりするこ

とを通して、主体的かつ合理的に価値判断し、主題に対する自分の考えをまとめる。

- ・消費者の願いとお店の販売方法の工夫などを関連付けて、自分の考えをまとめる。

これらの資質・能力を身に付けさせるために、本単元では次のように展開を構想した。

①「買い物調べ」を通して小売店を多様な視点で見つめ、それぞれの小売店の特徴（よさ）を比較することで主題に迫る

まず、学習の始めに「買い物調べ」に取り組みせ、自分の家ではどのようなお店によく買い物に行くのか実態を把握させた。その結果を発表していると、子供たちの中には、一概に「お店」と言っても様々な業務形態の小売店が存在しているということに気付く児童も当然出てくる。本単元では、その気付きを「学び」の出発点とした。

次に、それらをスーパーマーケットやショッピングモール、百貨店、ドラッグストア、コンビニエンスストアなどの業務形態ごとに分類・比較していくことで、地域の店を多面的・多角的に捉え、各小売店の特徴（よさ）に気付かせた。

そして、子供たち一人一人が販売の仕事の工夫について、消費者の願いや販売方法、他地域や外国との関わりなどに着目して調査を行い、グループで調べた内容を持ち寄り、「わたしたちが考える、お客さんがたくさん来そうなお店」として発表することで、本単元のまとめとした。

② 対話と振り返りを軸に自己を問い直す

子供たちの発意から生まれた学習課題を、子供一人一人が自律し、協働で探究・解決していくためには、対話と振り返り（省察）が重要であると考える。したがって、本単元においても対話と振り返りの場面を大切に授業をデザインしていった。

その柱となったのが、グループによる話し合い活動「わたしたちが考える、お客さんがたくさん来そうなお店」を、敢えて調査活動の前後に二度入れたことで、子供たちの理解度や「販売」に対する考え方の変容を見取ることができるように配慮した点である。また、子供たちにその都度自らの考えを振り返らせることで、より深い学びを得、今後自分が消費者となったときには、家庭の状況やライフスタイル、購入目的等に応じて利用する店舗を選択する力となったり、将来販売者となった際には、店の利益を上げるためにどんな商品を扱い、どんな客層をターゲットにするかなどを考えたりする「未来創造の種」が少しでも芽生えてくれたのではないかと期待している。

2 学びのストーリー

本実践において、設定した主題を話し合う場面では、子供たちは、消費者の願いに応えるため各店舗が様々な工夫をして客を集め、店の利益を上げようと努力していることを理解していった。さらには、自分たちで考えたお店にもそのよさを取り入れようと議論し合うことで、販売の仕事に対する考えをより練り上げていった。本稿では、他のグループにはない視点で自分たちの店を企画した冬彦たち4班の発言を中心に、子供たちの学びのストーリーを追っていく。

(1)「どのお店で買ったでしょう？」(第1時)

子供たちが本単元に意欲的に取り組むための動機付けを行うため、次のような教材を用意した。

- ・ジンジャーエール4種類

(ドラッグストアにて500ml 88円、スーパーマーケットにて700ml 88円、百貨店にて270円、コンビニエンスストアにて150円)

- ・レトルトカレー4種類

(ドラッグストアにて88円、スーパーマーケットにて78円、百貨店にて400円、コンビニエンスストアにて131円)

以上8点を価格のみ表示して前のテーブルに並べ、スクリーンには購入した4店舗の写真を投影しながら、「これらの商品を、先生はどのお店で買ったでしょう？」とクイズを出し、全員に予想させた。「近くで見比べたい。」との声も上がったため、順番に前に出てこさせた。



写真1 商品を見比べて売られていた店を予想する

おおかた、価格が最も高い商品を「百貨店」、最も安い商品を「スーパーかドラッグストア」と予想する子供が多い中、冬彦が立ち上がって叫んだ。「一番高いのは△△△△△△△△（コンビニエンスストア）だよ！」どうしてそう思うのか聞いてみたところ、彼は「コンビニは24時間営業がほとんどでしょ。長く店を開けているから、それほど安くはしないと思うんだよな。」と答えた。

「なるほど…。」しかし、これは正解ではない。正解は、他の子供たちが予想したとおり「百貨店」である。だが、その根拠は百貨店〇〇が持つ「高級」というイメージによるもの。中には、「〇〇はいつも客が多い。元々多いところは値段を高くしても売れる。逆に客が少ないところは、いっぱい来てほしいから値段を安くしている。」といった意見も上がったが、実はこれも週末の百貨店のイメージであり、平日も同様に賑わっているかどうかは分からない、とのことだった。

一方、一番安いのは「スーパーマーケット」か「ドラッグストア」か？この議論もはっきり言って子供たちの「勘」であり、子供たち全員が納得のいく説明はなかなか出てこない。ここで改めて

問う。「ジュースもカレーも見た感じ同じような商品なのに、なぜ店によって値段がこうも違うんだろう？」すると、知識が豊富でいつも鋭い視点で発言する海斗が手を挙げた。「ドラッグストアの食料品は安いと思う。ドラッグストアっていうのは元々薬品で儲けようとしているから、安い食品や日用品でお客さんを誘っておいて、ついでに薬を買ってもらいたいんだよ。」果たして、そのような話題が家庭で持ち上がっているのかわからないが、子供とは思えない販売戦略を有している。

このように、店舗による商品価格の違いについていろいろと意見が交わされる中、風花の口から自然と次なる課題が発せられた。「他にどんな違いがあるのかとか知りたいから、いろんなお店を調べてみたい。」と…。この提案に他の子供たちも意欲を示し、まず自分たちの家では、普段どのお店によく買い物に出かけているのかを調査し、その結果を踏まえた上で、これから調べていくお店について整理していくことにした。

(2)お客さんがたくさん来そうなお店を考えよう Part 1 (第2～4時)

前時に決まった「買い物調べ(よく行くお店アンケート)」を行う前に、子供たちが現段階で抱えている「商品がよく売れている店」のイメージをつかむため、お客さんがたくさん買い物に来そうなお店をグループで検討し合う活動を行った。



写真2 お客さんがたくさん来そうなお店について検討し合う
8つの班から出された主なアイディアは次の通り。

- ・食料品以外に日用品や衣服なども扱う。
- ・24時間営業、年中無休 ・低価格
- ・広い駐車場（雨天時に備えアーケードや立体駐車場も設置） ・リサイクルBOXの設置
- ・（新幹線開業を見越して）駅の近く。
- ・高齢者のためのベンチ ・キッズスペース
- ・体の不自由な人のための車椅子レンタル。
- ・レジ袋無料 ・無農薬の体にいい野菜を販売。
- ・鮮魚コーナーでは生魚を捌いてくれる。
- ・ポイントやスタンプによる現金還元 等

意外にも、家の人の買い物と一緒にいく子供が多いのか、自らの経験に基づいた、実際の店でも行われているような取り組みやサービスを紹介する班が多かった。

(3) よく行くお店を調査しよう (第5～7時)

第5時では、子供たちが保護者に対して行った「買い物調べ」の結果を集計し、店の特徴をもとに7つの業務形態に分類することができた。ちなみに保護者には、買い物でよく利用する店（3店舗）とその理由について答えていただいている。

非常にたくさんの店の名前が黒板に並んだが、子供たち自身の手によって、店のタイプを次の7つに分類することができた。その7つとは、①スーパーマーケット、②ドラッグストア（薬が売っている店）、③ショッピングモール（ショッピングセンター）、④コンビニエンスストア、⑤百貨店（デパート）、⑥ディスカウントストア（倉庫みたいに大きくて安い店）、⑦個人商店（専門店など）の7つである。特にスーパーマーケットが54票と圧倒的に人気を集め、いかに普段からスーパーマーケットを利用している家庭が多いか、スーパーマーケットという店の存在が、私たち消費者にとって身近な存在であるという事実が浮き彫りとなった。

次に、保護者が答えてくれた「その店をよく利用する理由」について確認し合った。多いのは、「家や学校、習い事の場所、仕事場に近くて便利だから。(29)」、「いろいろな食品が売っている（品

揃えが豊富だ)から。(14)」、「安くて品質がよい（新鮮な旬の野菜や魚など地元の食材が買える)から。(13)」といった立地における利便性や品揃えのよさ、鮮度や価格など商品の質を重視する意見であった。子供たちには、こうした身近な消費者である保護者の声を、再度「お客さんがたくさん来そうなお店」について考える際にぜひ参考にするように伝えた。

さて次は、夏休みを利用して、子供たち一人一人が、各小売店の販売における工夫などを探ってくる調査活動に出かけることにした。子供たちの方から、「いくつかお店を調べてみて、その違いを比べてみたい。」という積極的な声も上がり、最終的に子供の判断に任せることにした。

調査に行く際には、お菓子売り場だけといった子供目線ではなく、きちんと「販売」という仕事について学んでこられるように、子供たちと共に「調べてくるポイント（視点）」について確認、検討し合った。以下に示すのがその視点である。

- ・店の外の様子（立地、駐車場）
- ・店の中の様子（商品の陳列方法、総菜コーナーの充実度、店員の人数と仕事内容）
- ・商品（品揃え、国産か外国産か、価格、賞味期限、野菜や魚の鮮度）
- ・営業時間

(4) お客さんがたくさん来るひみつを探ろう

(第8時)

夏休み明けの第8時では、これまでの8つの生活班ではなく、子供たち一人一人が自ら調べてきた店の種類ごとにグループを編成した。そして、多くの客を集める店側の工夫や特徴について互いに発表し合い、調べてきた内容や持っている知識、情報などの共有を図った。私が注目していた冬彦（全商品を国産にすると主張）は、当初の予定通り「百貨店」のグループに参加していた。

市内の百貨店を調査した冬彦は、その食品売り場で当然の如く、多くの外国産の食料品を目の当

たりにしたようである。そのせいか、彼のノートには「国産7割以上、外国産3割まで」というメモが記されてあった。以前は「全て国産！」と主張していたので、これは一体どういうことか尋ねてみると、冬彦は「確かに、外国産に頼らないといけない物もあった。果物とかね。でも、国産の方が値段は高いかもしれないけれど、安心しておいしいものが食べられるから、お客さんは増えると思うんだよなあ。」と、同じグループの他の二人にも訴えるように答えた。果たしてこの後、元の生活班に戻ったとき、彼は同じように「国産の重要性」を主張し、班の他の子たちにも納得してもらい、それを店の特徴に加えていくのか、引き続き様子を見守っていくことにした。

(5) お客さんがたくさん来そうなお店を考えよう Part 2 (第9～13時)

第9時では、再度元の生活班に戻り、各自が集めてきたたくさんの情報を整理・精選した。そして、以前自分たちが考えた「お客さんがたくさん来そうなお店」を今一度見直し、さらに客が増え、店が繁盛するように工夫・修正していく作業に取り組んだ。以下に、各班から出された店のコンセプト（集客の一番のポイント）を紹介する。

- < 1班 > 品揃え豊富な2階建てコンビニ
- < 2班 > 移動する屋台型スーパー
- < 3班 > ストリートピアノのあるディスカウントストア
- < 4班 > 録音再生機を活用したスーパー
- < 5班 > ポイントが貯まるショッピングモール
- < 6班 > リクエスト曲が流れるショッピングモール
- < 7班 > 屋上テラスのあるショッピングモール
- < 8班 > 国産品を多く取り扱うスーパー

これを見ると、子供たちの家庭が最も多く利用している「スーパーマーケット」と同じ数だけ「ショッピングモール」という業務形態を選択した班があることに気付く。その理由は、食料品に限らず衣料品や日用品などを扱ったり、子供の遊び場やフードコートなどを備えたりした店舗の方がよ

り多くの客の多様なニーズに応えられると判断したためだと考えられる。それ故、子供ならではの独創的なアイデアには乏しく、どちらかと言うと、実際にあるショッピングモールの形やサービスをそのまま紹介している班がほとんどであった。しかし、それはそれで、子供たちが調査活動を通じてしっかりと客の多い店の現状を把握し、集客の工夫や店の特徴を理解しているという点で評価することができた。

冬彦：僕は、コンビニみたいに「24時間営業」っていうのがいいと思うな。買い忘れがあっても、夜遅くまで店が開いてるから助かると思うんだよ。

まさみ：私が調べたスーパーの入り口にはリサイクルボックスがあったんだけど、リサイクルすると、さらにポイントが多くもらえたらいいのにね。

結衣：スーパーって、だいたい野菜が入り口近くにあって、奥の方に肉や魚のコーナーがあるんだけど、魚はその場で捌いてもらえるんだって。国産の魚がほとんどだったけど、結構外国産の魚も売られていたよ。

冬彦：魚に関しては、9割、いや99%国産がいいな。外国産の魚は1割以下。だって、日本は島国で周りを海に囲まれているんだから、魚は獲れたての新鮮な方が美味いに決まってる！（以下、国産品のアピールが続く。）

寛：じゃあ8班は、「スーパー」ということにして、商品は国産がほとんど、という店にしようか。



写真3 付箋に記された店の特徴をもとに話し合う



写真4 8班が作成した発表資料

それでは、冬彦たち8班が出した結論はどうか。資料4にあるように、8班が完成させた発表資料には、魚コーナーの欄に「ほとんど国産」と書かれてあった。「食の安全」を重視し、国産の魚こそが新鮮で美味しいと強く訴えた冬彦の主張が、班の他の子供たちにも受け入れられたようである。

次に、2時間かけて、各班で考えた「お客さんがたくさん来そうなお店」の発表会 (Part 2) を行った。発表練習の時間を十分に取ることができなかったため、話し方が辿々しかったり説明が不十分だったりしたので、一班発表が終わる度に、その都度質疑応答の時間を設けた。子供たちの様子としては、各班の発表を真剣に聞き、気になった点に関しては質問も積極的に行われていたが、案の定、陸人の口から「どうして国産品を多く扱っているのですか？」という質問が出された。これには、即座に冬彦が対応する。「国内の食料自給率を上げることに協力したいこと」「石油の消費を減らすために、外国からの輸送を制限したいこと」そして、「どうしても外国産に頼らざるを得ない食品もあり、味も国産品とそれほど変わらない物があること」などが説明された。また、冬彦と同じ百貨店グループだった誠太郎からは、「最近では日本に住んでいる外国人も増えてきているから、その人たちの口に合うように、もう少し外国産の物を売ったらどうですか？」という提案も出されたが、それに対しては寛が「日本の物でも、外国人が美味しいと感じる物はあるはず。」と反論した。こう

した発言から、冬彦に感化された8班の子供たちは、自分たちのアピールポイントである「国産」にこだわっているだけで、国産品が持つ良さを消費者の購買意欲につなげるような発言ではなかった、と感じた。

(6) まちの人たちとともに～地域に根差したお店～ (第14・15時)

前時の終わりに、教師から少し意地悪な質問を子供たちに投げかけたところ、何人かの児童がさっと手を挙げた。

教師：クラスの約半数が、2班の「移動スーパー」をお客さんがたくさん来そうな店だと判断しました。

でも、実際にそうした移動販売を行っているお店は多くありません。なぜやらないのでしょうか？

海斗：本店とは別に、移動するトラックが必要になるってことでしょ？そうすると、ドライバーや屋台用の店員も必要になって、経費がかかるからだよ。店の売り上げとどっちが大きいかが計算しないと。

風花：トラックだと、お店ほど多くの商品を置けないんじゃないの？

他にも考え得る様々な疑問や矛盾をぶつけていけば、子供たちの探究心はさらに刺激され、まだまだ議論できる余地はありそうだったが、むしろ多くの班から「店の地域貢献」というキーワードが提示されたため、第14・15時では、教科書や副読本の写真資料を参考にして、企業の地域貢献について考えた。

スーパーマーケットやドラッグストアといったお店は、単に商品を売って利潤を上げること以外に、どのような取り組みをしているのか。また、その活動の裏には、働く人のどういった思いが込められているのかを探った。子供たちの発言からは、「客である地域住民の信頼を得ることが、そのまま店の集客につながる」と捉えている子が多い、ということが読み取れた。例えば、「リサイクルボ

ックスを設置したりエコバッグを推奨したりして、地球環境の保護に協力する」とか、「地産地消のコーナーを設けて、地元の農家が生産した物を安心して購入できるようにする」とか、「入り口近くに障がい者優先の駐車スペースを設けて、障がい者や高齢者が利用しやすいようにする」といった意見が出された。

今回の学習を通じて、子供たちは、スーパーマーケットを始めとする身近な小売店が自分たちの暮らしを支えていること、集客を増やし店の利益を上げるために、地域とのつながりを大切にしていることを実感することができた。

3 省察

(1) 子供と共に学びをつくる

本単元を学習するにあたり、私が事前に考えた授業展開は次のようなものであった。

- ① 子供の声（学習課題）を拾う。
- ② 課題解決のためまずは個人で調査活動を行う。
- ③ グループで協働することでより学びを深める。
- ④ 社会に向け、学びで得た考えを提案する。

特に、終末において「社会への提案」を入れたかったのは、子供たちが本単元の学習を通じて、自分たちの学びが少しでも社会のために活かされた、という実感を味わってほしかったからである。そして、その達成感こそが学習後の省察へと反映され、また次の単元での学習に生きてくるのではないかと期待したからである。

しかしながら、結局「お客さんがたくさん来そうなお店」の発表会後は、子供たちの相互評価で終わってしまった。相互評価だと、確かに子供たち同士の議論は盛んに行われるが、肝心の学習課題に対する正解ははっきりと示されないまま、何となくぼんやりとした結末を迎えてしまった。子供たちが自らの学びを振り返り、これからの学習に活かすためには、やはり発表後の評価者は、スーパーマーケットの店長など「専門家」であるべきだったと反省している。実は、この点に関して

は教科会でも話題となり、教師は再度、子供たちに「みんなが考えたお店を、誰か物売る仕事の専門家に見てもらわない？」と投げかけた。ところが、予想に反し、子供たちの反応は非常に薄かった。話し合いをして、発表会をして、振り返りを行ったことで、子供たちは満足してしまったのだろうか。「ぜひ専門家の人に話を聞いてみたい！」という雰囲気を作れなかったことに、自分自身の力量不足を痛感させられた。今以上に、子供と共に授業をデザインしていく力が必要である。単元のゴール、目指す子供の姿をどう捉え、そのための授業をどのように展開していくか…。今回は、授業者自身に、その確固たるイメージが描けていなかったことを反省している。

(2) 多様な視点で課題と向き合う

小売店の業務形態が多様化する中で、子供たちが調査する店舗を身近なスーパーマーケットだけに限定せず、各家庭の実態や自分の興味・関心に合った店を選んで調査するという今回の単元の進め方は、子供たちの多様なものの見方・考え方を広げるという意味では有効であったと考える。

ただ、授業者の伝え方が不十分だったために、子供たちにとって調査の視点（何のための調査活動なのか？店のどこに着目して見てくるのか？等）が、やや分かりづらかったようである。実際に子供たちが調べてきた内容というのは、商品の産地に関するものやサービス面における工夫、「地域貢献」など売ること以外の工夫に関するものがほとんどで、店内の様子（具体的には、商品の配置や陳列方法など）について調べてきた児童は非常に少なかった。やはりこのコロナ禍で、授業の一環として全員で店を見学することが叶わなかった影響が大きいと感じている。公式に店を訪問し、店長や従業員の説明・案内を受けながら、そこで働く人に直接インタビューができるというのは、子供たちが「本物に触れる」絶好の機会であり、仕事に思いをもって働く人の「生」の声を聞くこと

は、何物にも代え難い貴重な経験であると思う。時節柄致し方なかったとは言え、その大事な部分が抜けたために、どちらかという売り手側ではなく消費者側、すなわち、本来「客」であるはずの子供自身や保護者の意向や願望が色濃く反映された調査活動になってしまったのではないだろうか。

今後は、授業の中で社会科見学を行ったり、ゲストティーチャーを招聘したりして、子供たちの学びをさらに高めていけるような社会的経験を充実させていきたい。

(西村 智裕)

(3)実践で培ったものの見方・考え方で、社会的事象を多面的・多角的に捉える

最後に、冬彦を始め、何人かの子供たちの省察の一部を紹介する。

- 店で働く人は苦勞しているなと思いました。わけは、店で働く人には様々な役目があり、いろいろな仕事を分担して任されているからです。
- 店で働く人は、いろんな細かい工夫をして、お客さんを丁寧に扱っていることが分かりました。
- この授業を通して、お店の人はいろいろ考えた結果、最終的にあのスーパーにしたんだと思います。お店の人ってすごい。
- 最初にお店を考えた時はあり得ないアイデアばかりだったけれど、後から考えたお店は実際に行われているやり方を取り入れていて、学習の成果が出ました。
- 将来、親の店を継ぐかもしれないので、今回の授業はその時に役立つと思いました。

これらの省察から、今回の実践を通じて、子供たちに多面的・多角的なもの見方や考え方が培われたということ。具体的には、消費者としての立場だけでなく、「店で働く人」の立場に寄り添って、お店側の苦勞や努力に共感している子供の学びを見取ることができた。

また、学習を進めるうちに自分たちの考えが変わり、それを今回の学びの成果と位置付けていること。そして、将来の自分の就業にも生かせるかもしれないと、「販売」の仕事を自分事として受け止めていることも一つの成果であると感じている。