

農業科・商業科・国語科による科目の連携

－総合学科の特性を活かして－

農業科 黒岩 健一 洪木 陽介
商業科 對崎 加奈子 中井 毅
国語科 初谷 和行

本実践は、総合学科高校である本校の特徴を活かして、複数の教科・科目が相互に連携することで、総合学科高校にふさわしいそれぞれの目標を、より良く実現することを目指して行われた。3年前に農業科と商業科で始まったこの取り組みは、本年度から国語科も加えてより広がりのある内容になり、それぞれが一定の成果をあげる事ができた。しかし、実際の授業場面では大小様々な問題に直面して、今後の展開への課題が明らかになってきている。

【キーワード】 教科間連携 体験学習 農業 商業 国語

1.1 系列の概要と本校のカリキュラムの特質

1.1.1 系列の概要

総合学科である本校には、次の4つの系列がある。

(1) 生物資源・環境科学系列

植物の栽培や家畜の飼育とその加工や販売について学ぶ生物資源分野の学習と、自然や環境について学ぶ環境科学系列分野の学習により構成されている系列。この系列の科目は、理科（化学・生物）・農業科により構成されている。

(2) 工学システム・情報科学系列

機械技術やそれを修得するために必要な数学や理科を中心に学ぶ工学システム分野と、プログラミングやそれを修得するために必要な数学や理科を中心に学ぶ情報科学分野の学習により構成されている系列。この系列の科目は、数学科・理科（物理）・工業科により構成されている。

(3) 生活人間科学系列

被服製作を通じて感性を磨くアパレル分野と、調理実験や調理実習等を中心に食に関して学ぶクッキング分野、福祉や幼児教育について学ぶ福祉・保育分野の学習により構成されている系列。この系列の科目は、国語・家庭科・福祉科により構成されている。

(4) 人文社会・コミュニケーション系列

言語・文化・歴史等の分野について学ぶ人文社会分野と、法律・経済・商業等の分野について学ぶビジネス関係分野の学習により構成されている系列。この系列の科目は、英語科・国語科・数学科・商業科により構成されている。

生徒は1年次の間に「産業社会と人間」「産業理解」等の科目を学びながら、自分の将来についてのライフプランを考え、それに基づいて2年次以降どの系列のどの分野の学習を行うかの選択を行う。そして2年次・3年次でこれらの系列のうちのいずれかに属し、その系列の専門分野の学習を行う。

1.1.2 本校のカリキュラムの特質

次に科目の種類について述べる。本校の科目には大きく分けて次の4つの性質を持つ科目が存在する。

(1) 必履修科目

すべての生徒が履修しなければならない科目

(2) 系列指定科目

各系列ごとに設定されている、必ず履修しなければならない科目

(3) 系列選択科目

各系列ごとに設定されている、同時間帯内の選択科目。

(4) 自由選択科目

系列による指定がない選択科目。

この分類で述べれば、1年次では必修科目のみ学習する。2年次・3年次では、各系列ごとに系列指定科目および系列選択科目を履修し、さらに系列指定ではない自由選択科目を履修する。

今回の農・商・国連携授業のそれぞれの科目について述べれば、農業科の「生物資源実習Ⅱ」は3年次の系列選択科目、商業科の「販売実践」は3年次の自由選択科目、国語科の「日本語表現」は2年次の自由選択科目である。（文責：初谷和行）

1.2 これまでの連携に向けた取り組み

3科連携の取り組みは、以前から商業科と農業科で行ってきたものの発展型である。朝顔プロジェクトは平成15年度に第1回目の連携を行った後継続して実施、今年度が3回目である。当時、各教科の教員が総合学科の特徴を活かし教科を越えた連携はできないか模索していたところ、農業科で作った朝顔を商業科目で販売してみるのはどうか、という提案があり朝顔プロジェクトがスタートした。初めての取り組みということもあり、第1回目は農業科目「栽培技術」で栽培した朝顔を商業科目「ビジネス実践」（旧教育課程・詳細は本稿Ⅱ-2）が仕入れ、坂戸市役所で販売するという形で実施した。坂戸市役所は農業科が以前から昼休みを利用して卵や野菜の販売を行っていたことに加え、本校から徒歩で行ける場所にあるため販売場所に選んだが、宣伝活動を一切行わずに販売を実施したため、大きな鉢植えを衝動買いする人も少なく売れ残りが多数であるという結果に終わった。

翌年の平成16年度は、昨年の反省を活かし2回目の朝顔プロジェクトに取り組んだ。今回はある程度見通しを持って取り組むことが出来たため、各科目で一工夫を加えての実施となった。農業科では商品のレベルアップを図り、1回目は一鉢に3種類の色を植えていたところを4種類に増やした。商業科では少し早めに取り組み販促活動を行う授業時間を確保、4つある会社ごとに商品を選んで仕入れ販売を行うこととした。再び坂戸市役所で販売を行ったが、昨年の様子を覚えていてくださった方もいて、完売とはいかないまでも筑坂朝顔市が定着しつつあることを実感出来た。

そして今年度が3年目の朝顔プロジェクトである。連携を行ってきた商業科目が「ビジネス実践」から「販売実践」に変わったことから、より朝顔プロジェクトに重点を置いた授業展開が可能となり枠組みが拡大、普通教科である国語科との連携が実現した。また、農

業科では入谷の朝顔市で販売されている朝顔、いわゆる「入谷スタイル」の栽培に取り組み、さらなる商品のレベルアップを図った。これらのことを踏まえ、3年目の節目の今年度は一步前進した朝顔プロジェクトを目指し、販売場所に新たにサイボクハム本店を加えることとした。

サイボクハム本店は、株式会社埼玉種畜牧場が運営する総合レジャー施設で、埼玉県日高市の広大な敷地にハム工場や直営店、地元の農産物の販売スペースにゴルフ場や日帰り湯も併設する人気スポットである。本校卒業生が勤務している関係から農業科教員が朝顔販売の打診をしたところ、店長の快諾を頂き今回の販売が実現した。これまで以上の規模で朝顔プロジェクトを実施出来る環境を得たが、地域の顔として定着しつつある坂戸市役所での筑坂朝顔市を無くすべきではないという考えから、2箇所での販売となった。

パンプロジェクトは平成16年度に始まり、今年で2回目の取り組みとなった。朝顔プロジェクトが軌道に乗りつつある中、別のものでの連携を検討したところ、農業科目「食品製造」と「ビジネス実践」の連携が実現した。授業時間帯の異なる2つの科目であるが、朝顔プロジェクトに比べそれぞれの生徒同士が生産者と販売者として直接やりとりする機会を増やした。その際生じるタイムラグを埋める役割として校内メールを使用、その取り組みは文部科学省の「IT授業実践ナビ ITを活用した授業実践事例」として取り上げられ、インターネットで紹介された。

両プロジェクトとも、今年度の概要については、本稿Ⅲ各教科の実践報告を参照されたい。

(文責：対崎加奈子)

年度		農業科	商業科	国語科
平成15年度 (旧教育課程)	科目名	「栽培技術Ⅱ」	「ビジネス実践」	
	連携内容	第1回目 市役所での朝顔販売を実施		
平成16年度 (旧教育課程)	科目名	「農場実習」	「ビジネス実践」	
	連携内容	第2回目 市役所での朝顔販売を実施(前期) 第1回目 パンプロジェクトを実施		
平成17年度 (新教育課程)	科目名	「生物資源実習Ⅱ」	「販売実践」	「日本語表現」
	連携内容	朝顔プロジェクト(前期)販促活動で連携 第3回目 市役所及びサイボクハム本店での朝顔販売を実施 第2回目 パンプロジェクトを実施		

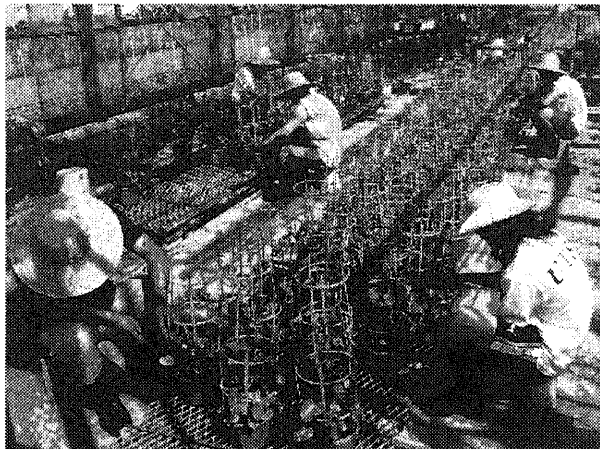
これまでの連携の取り組み

2. 科目の実践報告

本実践では、総合学科の特色を生かして、教科(科目)においてどのような連携を図ることができるのかを探ることを目的とする。今回の授業実践で生徒にどんな学習効果があったのかを明らかにし、教科間での連携の可能性と現状の問題点について考えたい。

2.0 生物資源環境科学系列におけるこれまでの教科間連携の取り組み

平成15年度に最初の連携を実施している。これは農業科目「農場実習」で栽培した『朝顔行灯づくり』を、商業科目「ビジネス実践」で一般に販売するというものである。以降同様の形態で昨年度、今年度と3回の連携を行って実績を重ねてきた(詳細は【1.2これまでの連携に向けた取り組み】を参照)。



農業科目を指導するものの視点として、総合学科にふさわしい新しい取り組みとなることを期待して、3点の目標を設定し連携に取り組んできた。しかし、昨年度まで2回の取り組みの中で、幾つかの問題点を見出すに至った。以下の表にまとめてみる。

目 標	問題点
より高度な知識と技術の獲得機会を模索する	一般への販売を意識することや、仕入れ者である商業科目からの注文に対応することで、品質の向上を意識させることが出来た。目標は達成された。
職業観と社会観の醸成機会の模索	商業科目側とのコミュニケーションの中で、流通や販売の手続きや形態に囚われ過ぎる傾向が強くなり、職業や社会の全体像を見渡す視点を獲得できない。
主体的な学習活動機会の模索	品質向上の要求や、商業科目との複雑なやり取りの中で、生徒は教員の指導や支持を期待する傾向が強くなり、学習活動が受動的で消極的になる。

農一表-1

このような観点から、今年度の朝顔栽培では農業科目側生徒が連携に係わる機会を設けず、担当教員が商業科目側生徒とのやり取りを全て行った。栽培を行った農業科目側生徒は、商業科目での販売見学のみを行って、朝顔栽培学習を完結させた。そして、前出の未完の目標は、連携ではなく農業側科目内で独自に取り組み補完した。

このような経緯から、本年度は新たな展開として、パン製造を通した科目間連携を実践することとした。パン製造は、朝顔栽培と異なり、短時間で複数回試行できること、また、随時バリエーションを変更できることなど、進捗状況に応じた軌道修正が可能になる点をメリットとして期待した。

2.1 科目「生物資源実習Ⅱ」における教科間連携の取り組み

～パンプロジェクトの活動報告～

2.1.1 科目の概要

「生物資源実習Ⅱ」は、園芸、環境、畜産、農産物加工の4分野から生徒が興味関心のある専攻分野を選択し、主体的に学習を行う科目である。少人数展開により高度な技術と教養を身につけ、さらに自ら考え、仲間と考え、積極的に行動できる力を養うことを目的としている。

農産物加工専攻班ではパンの製造実習を一年間通して行い、高度な製パン技術を身に付け、自然科学、社会科学、人文科学といった様々な視点からパンを科学し、幅広く知識を深める活動を行っている。これにより、自分

の興味関心をさらに伸ばし専門性を深め、自分で問題を発見し、自ら進んで行動する力の育成を目的としている。一学期にはパンの製造原理やパンの歴史、文化について学び、教員が製造工程を計画し製造技術を指導しパン製造販売を繰り返し行って来た。技術や知識が定着し、9月の文化祭では良い品質のものを大量に製造し販売することにより、大きな達成感を得ることができた。しかし、すべて教員の指示の下で製造しているため、自分たちで考える場面が少なく、指示待ちであり、「教員が作っているパンに自分たちがお手伝いをしている。」という姿勢が感じられた。

2.1.2 連携に向けた姿勢

本実践は、平成17年10月～12月に生物資源環境科学系系列選択科目「生物資源実習Ⅱ」の農産物加工専攻班（3年次生9名受講）に対して行った。

人文科学コミュニケーション科学系列の科目「販売実践」と『パン製造販売』という共通のテーマを持ち、教員の支援の下、生徒が主体的に製造、販売といった流通の一連の流れを各科目間で違った立場で実践するものである。主体的な姿勢が生まれ、農産物加工の興味関心の伸長し、販売に特化した「販売実践」の活動で自分たちの製造したパンに付加価値がつけられ消費者に喜んでもらえている姿を見ることができているのではないかと。これらの活動により、主体的に行動できる力が生まれ、製造者としての誇りと自信が得られ、望ましい職業観の育成への一助となる活動であると考えた。この考えに基づき、本活動の目標を以下の3点とした。

i) より高度な技術・知識が育まれる。

- ii) 自ら進んで問題を見つけ解決する力を育む
- iii) 自分たちに自信と誇りを持ち職業観を育む

2.1.3 活動の内容

円滑に活動を行うため、以下のように組織化して活動をすすめた。

総務部：業務の監督と決定権を持つ

販売部：カタログ作りや外商を行う

製造部：製造工程表の作成や事前準備、パン製造の指示を行う

経理部：原価計算や販売価格の決定、経理上の書類を作成する

授業内容は農一表-2に示した通りである。

第1回目の授業ではオリエンテーションを行い、授業の概要説明と授業に臨む姿勢について講義を行った。これまで、自分たちでパンを製造し、自分たちで販売していた楽しさがなくなると不満の声も多かった。「販売実践」と共同開発品を作り、自分たちにはできない充実した販売が「販売実践」によって行われることにより、自分たちの作るパンが消費者に理解して買われ、今まで以上に喜ばれる姿を見ることができているのではないかと期待を提示したことで、活動への前向きな姿勢を得ることができた。

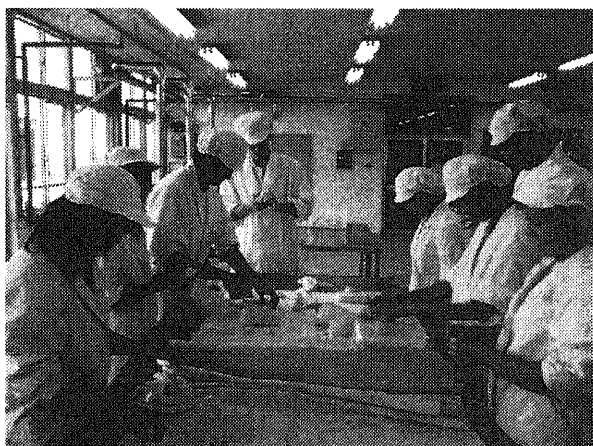
第2、3回目の授業ではこれまでの製造したパンを振り返り、小麦の栽培から学校のパンができるまでの説明や、製造可能なパンについてまとめた商品カタログを作成し、「販売実践」に提出した。これまで自分たちの行って来た活動が一つにまとめられることにより自分たちの技術の成長や食の安全と高品質なパンを目指す学校の

	日付	授業活動	販売実践との打ち合わせ（放課後）
1	10/4	オリエンテーション	
2	10/11	カタログ作成、原価算出	
3	10/18	カタログ作成、価格決定	「販売実践」にカタログ提出
4	10/25	パン試作	共同開発品について、発注商品について 販売コンセプトについて
5	11/1	パン試作	試作品について 共同開発品について
6	11/8	パン試作	プレ販売について 試作品について
7	11/15	パン試作	プレ販売について 試作品について
8	11/22	プレ販売用パン製造 プレ販売見学	
9	12/6	パン試作	販売方法について
10	12/13	パン試作	販売当日について パン発注
11	12/20	販売用パン製造 販売見学、レポート作成	

農一表-2 授業の実践内容

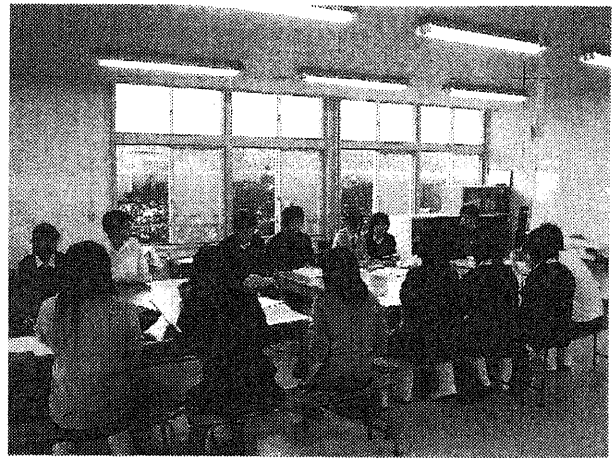
パンの意義を再確認することができた。

第4回目から第10回目の授業で「販売実践」からのパン発注品の試作とその検討を7回ほど行い、放課後に「販売実践」の生徒と「生物資源実習Ⅱ」の生徒間で試作品や発注商品、販売日の動き方など打ち合わせを6回行った。生徒は自分たちの役割に責任を感じ、授業の前日の放課後から製パン準備を行い、それぞれの作業を確認しながら活動を行う姿が見られた。最初の頃、教員は多くの場面で支援を行わなくてはならなかったが、後半になると、「渋谷先生はイスに座っててください」と教員が寂しくなるくらい自分たちだけの力でパンを完成させることができるようになった。



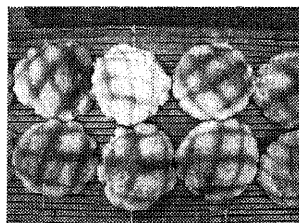
放課後の打ち合わせでは、「販売実践」の要求や商品カタログに載っていないパンを注文してくることに對して「一生懸命つくったカタログを無視された。」「本当に販売実践の人たちは我々のパンのコンセプトを理解しているのか不安だ。信頼できない」「無理な要求ばかりして、パンについて少しでも理解しているのか。」という声が多くでた。さらに第8回目のプレ販売では、自分たちの作ったパンが粗末に扱われ、あまり工夫もなく販売されているように生徒の目には映ったようであった。「何故、販売実践の為にパンを作らなくてはいけないのか、自分たちで売った方が楽しいし、卸値よりも高く売れるのに」「販売実践の値段の付け方がおかしい。高すぎる。買う人がかわいそう」という声が多かった。授業に対して影響が出るのではと思ったが、一生懸命、自分たちでパンを作りつづける姿勢には変わりなかった。打ち合わせでは、「販売実践」に対してなんとか自分たちの作っているパンについて理解してもらい、製造者の顔が見える販売をしてもらおうと努力している姿が見られた。

11回目の授業が本番の製パン実習である。実際に注文数を製造し、パンを「販売実践」に納め、販売を見学



した。本番は、メロンパン50個、メンチカツバーガー20個、チョコパン40個、クリームパン20個、リングパン40個、ココア揚げパン30個を製造した。本番に限って自分たちのパン作りがあまりうまくいかず、外観が悪いパンになってしまい、かなり悔しい様子だった。また、「販売実践」の販売している姿を見学したが、それに対する反応が少なく、自分たちの写真とコメントが示してあるポスターにたいして「小さくてお客さんは見てない。」「製造者の顔が見える販売ではない」という感想のみだった。

第11回目授業後、生徒に実習レポートを記述させた。



2.1.4 実践した授業の分析方法

授業後、生徒が記述したレポートは「私にとってこの授業は——」と空欄に自分で言葉を入れて文章を完成させる文章完成法の形式をとった。その後で、授業で学んだこと・授業を受けて感じたことを自由に記述させた。農一図-1に実際に生徒が提出したレポートを示す。分析については、①私にとってこの授業は——の文章完成法であがったキーワードから授業をどのようにうけとめたのか、②授業を受けて学んだことや感想を箇条書きに整理し授業について分析を行った。また授業の様子について担当教員で振り返りを行い、考察を行った。尚、この分析方法は『小清水貴子 渋谷陽介：農業科と家庭科で連携した授業の取組み—「食品製造」と「過程調理」—、筑波大学附属坂戸高等学校研究紀要第42集、p69、2004年』と同様の方法を用いた。

生物資源実習Ⅱ
 プランジェAKIKO（販売実践との活動）の授業を受けて

総合学科3年D組 番号 名前

私にとって、この授業は

授業で学んだこと、授業を受けて感じたこと

パンを焼く時に並べた生地が預金庫のように自分達で行動出来るように
 なったと思う。同時にパン作りの技術や知識も全体向上した
 ように見える。そしてパン焼後の授業でメインは販売実践という
 プロジェクトになった。加工班という会社と仮定し、活動していく。
 私は、無理難題だらけで会社の会計もよくわかんない。体験して
 みるうちに色々わかってきた。また、パン作りでは均一に焼けるの
 が、工作も大変で、焼くにはよく焼くように生かすという気持ち
 持った。でもそれは、大変な点だと思ってる。
 しかも、販売実践というプロジェクト不足が、あと加工班
 (プランジェAKIKO)を理解していかないと印象を受けた。
 特に私達が作成した商品紹介のパンフレットを思いついた
 には、びっくりした。
 書いて

農一図-1 生徒レポート

2.1.5 結果及び考察

2.1.5.1 授業の受け止め方

レポート「私にとってこの授業は——」の文章完成法
 であがった文章を農一表-3にまとめた。生徒がどのよ
 うに授業を受け止めていたかを見ると、肯定的な回答と
 否定的な回答が半々であった。肯定的な回答を見ると自
 分たちでパンの製造を自分たちで考えて行うことに対す
 る活動に対する回答である。基礎的な技術と知識を基に
 主体的な活動ができたのではないだろうか。

一方、否定的な回答をした3名の生徒は「販売実践」
 との打ち合わせを行う際を中心となった総務部の生徒で
 あることから、「販売実践」との打ち合わせから影響を
 受けた回答であると考えられる。これは、「販売実践」
 との打ち合わせでなかなか自分らの考えが伝わらないジ
 レンマからくるものでないだろうか。打ち合わせの内容
 や生徒の発言に対して教員が事前にもっと支援すべきで
 あった。

	空欄に埋められた文章
肯定的な 受け止め	<ul style="list-style-type: none"> ・学校内のひとつの新しい活動の場 ・すべて自分たちでやらなくてはいい ・新しいことを知れた授業 ・製造者の立場が少し理解できた ・それぞれの役割をこなす場所
中間	<ul style="list-style-type: none"> ・楽しかったけど微妙だった
否定的な 受け止め	<ul style="list-style-type: none"> ・よくわからなかった ・嫌でした ・メリハリのないまま終わってしまった気がする

農一表-3 生徒の授業の受け止め方(抜粋)

2.1.5.2 授業で学んだこと・感想

生徒が授業で学んだこと・授業を受けて感じたことを
 箇条書きに抜粋し以下の項目に分類し、農一表-4にま
 とめた。

- ・職業観の育成
- ・知識・技術の深化
- ・授業への動機付け
- ・「生物資源実習Ⅱ」に対する感想・意見
- ・「販売実践」に対する感想・意見

さらに、農一表-4(章末を参照)に「2.2.2連携に
 向けた姿勢」で挙げたi)からiii)の授業目標を考察す
 る際、どのコメントをリソースにしたのか。また、各生
 徒のコメントをどのように教員が判断したか示す。以下、
 目標が達成されたかどうか考察を述べる。

i) より高度な技術・知識が育まれる

自分たちで考えて製造していたことから、これまで指
 導していた内容を振り返り、技術や知識の定着がみられ
 た。また、「販売実践」の要望に応えようとこれまでに
 ない技術にも積極的に挑戦し、成功はしなかったが、失
 敗から多くのことを考えることができた。本活動で、技
 術や知識が育まれたといえる。

ii) 自ら進んで問題を見つけ解決する力を育む

自分たちで計画から製造まで行う活動によって、主体
 的な姿勢が育まれた。しかし、「販売実践」にパンを卸
 し、パン販売を成功させるということについて生徒に具
 体的な目標を与えることができなかったが、生徒たちは
 高品質なパンをつくることに対して、自分で問題点を発
 見し失敗を反省し改善してく姿から目標に向かった積極
 的な行動を育むことができたと考えている。

iii) 自分たちに自信と誇りを持ち職業観を育む

製造者と販売者の2つの違った立場同士の係わり合い
 から、コミュニケーションの難しさや重要さ、自分たち
 の意欲と信頼関係の大切さの気づきがあった。また、自
 分たちが作ったパンに対する愛着やこだわりを得ること
 はできた。「販売実践」に対して否定的な感想・意見が
 多いが、これらは自分たちに誇りがあることからではな
 いか。当初予想していた「販売実践」の活動で自分たち
 の製造したパンに付加価値がつけられ消費者に喜んで
 もらえている姿を見ることができなかったが、本活動から
 製造者の自信と誇りをもつ機会となったと考えている。

2.1.6 まとめ・今後の課題

本実践では主体的に行動する力やパン製造技術の技術や知識の定着が図ることができ、また生徒自身の反省から、他者と関わる重要さの気づきなど効果があった。しかし、より高い効果を挙げるために以下の課題が明らかになった。

①「販売実践」「生物資源実習Ⅱ」の未熟さ

当初予測していた、『販売に特化した「販売実践」の活動で自分たちの製造したパンに付加価値がつけられ消費者に喜んでもらえている姿を見る』ということができなかったのは「販売実践」の販売方法が未熟だからである。現在、消費者と生産者の距離が離れ、食の安全が問われている中、スーパーマーケットの中で見られるトレースアビリティに配慮した販売や、道の駅などの農産物直売など、消費者と生産者の距離を縮める工夫や活動が多くある。これらからヒントを得た活動を「販売実践」には期待していた。これが実現していれば、生徒は自分たちの製造物によって、一層の自信や誇りを得ることができたと考えている。また、このような思いが伝わらなかったのは、「生物資源実習Ⅱ」の作るパンの品質や生徒の食の安全に関する問題への理解が浅かったことが原因の一つである。今後、より充実した授業内容と基礎基本の定着を図らなくてはいけない。

②各科目間で具体的な目標の設置

本実践で全体を通した具体的な実践目標を共有できていなかった。望ましい職業観やキャリア教育、科目間の連携といった抽象的な言葉や実践活動事態に酔ってしまった。授業の目標が曖昧になってしまい担当教員同士で具体的な目標や指導上の留意点、評価の方法を共有していなかったのは致命的なミスであった。目標達成へ向けた方法を共有していれば、教員の生徒の活動に対する支援の仕方も適切なものとなり、生徒同士の打ち合わせがもう少し円滑に進み、より良い活動となったのではないかと。

③時間外の負担の大きさ

「生物資源実習Ⅱ」と「販売実践」は違う時間帯に開講されているため、生徒を入れ替えた授業や両教員が時間的に各授業に関わるといった連携ができなかった。また、生徒同士の打ち合わせも時間外で行うことから、雑談などが多く、充実した話し合いができなかった。生徒同士でお互いの立場を理解し、『パン製造販売』がより一層主体的な活動となれば、より効果のある活動となったのではないかと。時間割調整などハード面の課題を解決しなければならない。

2.1.7 最後に

本実践は生徒にとって、主体的な取り組みを進める良い機会となった。しかし、より高い効果を挙げるためにも、先に挙げた反省点、特にハード面ではない①と②を真摯に受け止め、今後、より充実した授業実践を行っていききたい。

分類	生徒の感想（抜粋）	※ 授業目標達成へのリソース		
		i	ii	iii
職業観の育成	<ul style="list-style-type: none"> 会社のお金の扱いについて少しだけイメージできるようになった。 物の原価について考えるようになった。商品それぞれに生産者の苦勞があることを考えるようになった。 相手との接し方とか少しでも学べたものはあった。 製造側と販売側の意思を合わせるのとはとても大変なことだった。 ひとりひとりが仕事をもちそれぞれの仕事をこなしていくということ。仕事にはみんなメリハリをもってテキパキと動くことができた。また、別々の仕事をしても意思疎通は大切であることを学んだ。 製造者は大変だと言うことを知れた。販売側の人たちは製造者のことをもっと考えてほしい。しかし、私たち販売側のことをよくわかっていない。 本当の会社のやり取りも相手側を傷じたりとかそういうことから始まったり、成り立っているのかなと思った。 	○ ○		○ ○ ○ ○ ○ ○
知識・技術の深化	<ul style="list-style-type: none"> パン製造の過程を自分たちで考えることで楽しさ、難しさを知った。 先生の指示なしで自分たちでパンを作ることができるようになった。 均一に数多くのパンをつくる大変さを知った 自分たちで行動できるようになった。 パンへのこだわりがもてるようになった。 	○ ○ ○ ○ ○ ○		
授業への動機付け	<ul style="list-style-type: none"> 美味しいパンをつくる目標ができてこれまでよりもやる気が出た。 遊びでなく商品を生産しているという気持ちを持つことができた。 あんなに練習したのに最後販売するときに100%のパンを出すことができなくてとても嬉しかった。 ×初歩的な失敗が多く各自が「良いパンをつくるぞ」という意識をもってすることができればもっといい結果が出た。 ×なんでも目標なく販売側の言われるまま製造していた。 ×自分たちが何を目標してパンを作っているのか分からなくなりものすごくだれてしまった。 	○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○
「生物資源実習Ⅱ」に対する感想・意見	<ul style="list-style-type: none"> 充実した時間をすごせた。 自分たちで考えながら作ったのは楽しかった。自分たちでやるようになってからは私はパンの作り方をあまり知らなかったのだなと思った。 ×共同開発品ではもっと面白いパンができて新しいものができると思ったけどそうでもなかった。 ×最後まで努力がやめなかったので自己満足で終わらなかつたので良かった。 ×「販売実践」と共同で活動を行った意味がわからない。 	○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○
「販売実践」に対する感想・意見	<ul style="list-style-type: none"> ×製造側の良さが販売にあまり生かされてなかった。 ×販売側に気持ちが伝わらなかつた。 ×「販売実践」の希望を受け入れるのは大変だったが、我々は受け入れ、これまで作ったことのないパンにも挑戦した。しかし、「販売実践」の販売の仕方は我々の希望を受け入れてくれなかつた。我々が行っていた販売方法と大して違いはなかつた。 ×製造者は作ったものをこんなふうに売って欲しいと思ったりするけど販売者の売り方はこっちで考えるからただ作ってくれればいいと思っているような気がした。 ×「販売実践」とのコミュニケーション不足から製造者を理解されてないような印象を受けた。特に私たちが作成したカタログがほとんどシカト風味だったのには腹が立った。 	○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○	○ ○ ○ ○ ○ ○

表一表一4 授業で学んだこと・授業を受けて感じたこと（抜粋）

※ 授業目標達成へのリソースにある i ii iii は「1-2」連携に向けた姿勢で挙げた i) ii) iii) を示す。目標達成したと考えたコメントには○どちらともいえないコメントには△達成されてないコメントには×

2.2 実践報告と成果と課題（商業科の視点から）

2.2.1 「販売実践」科目概要

科目「販売実践」の目的は「模擬的な会社の経営を通して、商業に関する知識と技術を実践的に学習する。ビジネスの諸活動を主体的・合理的に行う基礎的な能力・態度を育てるとともに、ビジネスに於ける自己能力及び自己適性を発見し、それを涵養する」とした。

また、科目の目標は「①ビジネスに関わるうえで必要な商業的知識と技術の習得②自己適性の発見と涵養③ニュービジネス（「頭脳」中心）の企業体験」とした。具体的には、①については、経済・流通のしくみおよびビジネスマナーの理解、さらに会計、情報処理技術の習得を目標とした。また②については、自己分析に基づき把握した自己能力をビジネスの場に転化、社会の中で活かす方法を学ぶこととした。また実践的活動を通して、その適性を育成することとした。③については、ニーズが充足された現代社会に必要な「+α」「changeX」の視点から企業経営を学び、将来どの職業分野でも生きる基礎的なビジネス遂行力を身につけるとした。授業時間は月曜1・2限、金曜1・2限の週4時間とし、1学期44時間、2学期36時間、3学期20時間、年間計100時間に課外活動を加えたものとなった。

1学期の授業は、農業科が育てた朝顔を校外で販売することをメインイベントとし、その成功に向かって会社組織を運営していく形で進められた。STEP1「ビジネスを知る」ではガイダンスを行い、その中では商品の模擬取引体験を含むビジネスゲームも行った。STEP2「自分を知る」では、STEP1で行ったビジネスゲームを振り返り、自分の適性を再度確認した。また、自己分析シートをもとに自分を様々な観点から見つめた。STEP3「決断する」では、自己適性を表現するため、エントリーシートを作成した。また、教員が生徒に対して人事希望面接を行い、会社内の部署を立ち上げた。STEP4「ビジネスを知る2」では、主に教員が講師となって、ビジネスマナー、流通経済、会計および朝顔について最低限知っておくべき知識を講義した。STEP5「体験する」では、各部署ごとに今後の活動計画を立てさせた後、イベント成功に向かって作業を行った。そして、朝顔の販売日をむかえることとなった。

2学期の授業は農業科が製作したパンを校内で販売することをメインイベントとした。STEP6「活動のまとめ」で1学期の活動を振り返った後、STEP7「可能性を試す」では、生徒主導による配置転換を行った。各生徒は部署単位で部署長と面談を行い、配置換えにつ

いての自己希望を説明した。それを元に部署長が集まってミーティングを開催し、各部署構成員のマッチングを行った。STEP8「？」で、旧部署で納会を行った後、STEP9「体験する2」ではパン販売に向けて新たな部署で活動した。パン販売は「プレ販売」と「本販売」の2回に分けて実施された。プレ販売で露呈した問題点を反省し、その反省点を本販売に活かすことを企図してのことである。3学期の授業はパン販売及び全体の反省、第2回の納会を行った。

2.2.2 科目開発の経緯

もともと商業科目には、簿記や経済など座学で学んだ内容を模擬会社の運営を通して実践的に学ぶ「総合実践」という科目がある。それを踏まえて、本校でも旧課程で「ビジネス実践」という科目を設定、3年次選択科目として開講し、受講に当たっては2年次に「簿記」と「流通経済」を履修していることという条件を付けていた。従って内容は、流通経済の知識を活かして、商社・物産・銀行・運送といった諸会社を運営し、簿記の知識を活かして会社間で行われる架空の取引にまつわる帳簿処理を体験的に行う展開であった。

しかし新課程になるに伴い、商業科目数が大幅に削減されたことから、一つの科目に選択上の厳しい縛りを付けることが難しくなった。そこで「販売実践」は3年次自由選択科目・履修条件無しの科目となり、全く商業的な基礎知識の無い生徒でも受講可能な科目となった。そのため、従来の「ビジネス実践」でやっていた帳簿作成中心の展開が不可能となり、「ビジネス実践」の内容に大幅な変更を加え、次の4つのポイントを意識して改めて「販売実践」の内容を検討することとした。

[4つのポイント]

- ①実践的活動を通して、商業的知識と技術を学ぶ科目であること
- ②全く商業的学習の経験が無くても取り組める内容であること
- ③キャリア発達支援の要素を盛り込むこと
- ④総合学科の利点を生かすこと

①のポイントは、土台となっている商業科目「総合実践」本来の内容に基づくものである。②のポイントは、先に述べた通り履修条件の関係からやむを得なく配慮が必要となった。③のポイントは、「ビジネス実践」に加えた新しい観点の一つである。他の商業高校でも働くこ

とを知るための「体験」に重点をおいた「総合実践」の展開はよく見られるが、本当に必要なのは「体験」以上に「自分のしたいこと」と「自分ができること」をすりあわせる機会だと考える。幸い本校ではキャリア教育に力を入れおり、教科「産業」や専門科目の学習を通して「自分のしたいこと」を知るチャンスは多い。しかし、それをビジネスの場に置き換えたとき「自分ができること」は何かを知る機会は無く、それを提供することが商業科目の役割であると考え、今回「販売実践」の内容に自分と向き合い適性を見極め、それを伸ばす展開を加えることとした。④のポイントは、本校ならではの部分を活かすということである。総合学科では様々な教科・設備があり、それぞれが特色ある授業を行っている。それらが必要に応じて連携すれば、より学習効果を上げられるのではないかと、また総合学科の理想は、各科目で学んだ知識が生徒の中で何らかの基準で一本につながるのだと考える。その筋を見つめる元として「販売実践」を開講したいと考えた。以上のことを踏まえて検討を重ね、「販売実践」は開発された。

2.2.3 実践報告

授業計画は科目概要の項に示す通りである。ここでは「販売実践」の中でも、連携を行った朝顔プロジェクト及びパンプロジェクトに絞って実践報告をする。

2.2.3.1 朝顔プロジェクト活動内容

朝顔プロジェクトは、農業科目「栽培技術」で育てた朝顔を「販売実践」筑坂株式会社が入荷、坂戸市役所とサイボクハム本店の2箇所で販売するというプロジェクトであり、授業計画のステップ4及び5に当たる。

まず、このプロジェクトは会社組織を作って初めての業務であるため、予め各部署の動きを目安として提示するとともに、ミニ講座制度を設け業務に必要な知識・技術を適宜修得できる環境を整えて取り組んだ。（商一資料1「部署スケジュール一覧」参照）

しかし毎授業時間の具体的な作業内容は全て各部署ごとに決定され、生徒の判断により適宜他部署とのミーティングや全体でのプレゼンが実施される形式をとった。先に販売実践のポイントとして、キャリア発達支援の側面から「自分が出来ること」を知る機会の提供を挙げたが、そのためにはビジネスで発生する様々なコミュニケーションや意思決定パターンの積み重ねが不可欠である。当然、生徒に主導権を渡したところ何をしたいかわからないという部署がでるなど弊害もあったが、部署長がリーダーシップを発揮し活発に業務を行う部署の影響を

受け次第に役割を認識、コミュニケーションを土台に組織としてまとまりを持つことが出来た。

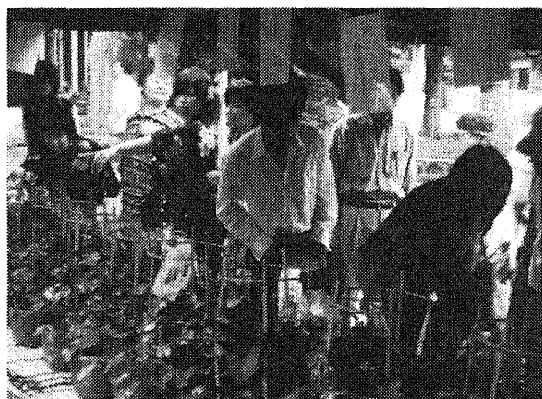
次にこのプロジェクトにおける農業科との連携であるが、これは大きく分けて2つの形で実現した。まず第一は取引である。これまでも旧科目「ビジネス実践」で朝顔の仕入は行っていたが、時期的な問題もあり帳簿処理を実際の売買で行う点に重きが置かれ、商品に深く関わるのが難しかった。しかし「販売実践」では取引以上に販売に至るまでの一連の企業活動に重点を置き、且つ5月という早い段階から朝顔プロジェクトを開始できるようになったため、商品企画にも関わるのが可能になった。そこで、今回は一鉢に4種植えるという入谷スタイルの商品に対して、組み合わせを商品企画部が検討して依頼・商品化・仕入という過程を加えた。

第二は、農業科教員による出張授業である。「販売実践」受講者の中には初めて農業科目と関わる生徒が多数いること、また商品企画及び販売に当たりきちんとした商品理解が不可欠であることから、農業科教員による朝顔についての講義及び実習をプロジェクトの初めに研修という形で導入した。これには単に朝顔を知るだけでなく、普段と違う学習環境を取り入れることで、朝顔プロジェクトに対する生徒の期待を高める狙いもあった。しかし、研修の時間を一回しか確保できなかったため、その後業務が開始されてからもミニ講座として数回朝顔についての講座を開講してもらった。

また、このプロジェクトでは国語科との連携にも取り組んだ。朝顔プロジェクトの宣伝活動は販売促進部の仕事であるが、広告に欠かせないキャッチコピーを国語科目「日本語表現」選択者に依頼、制作してもらうという連携を行った。たまたま授業時間帯が同じであったため、発注・納品等にかかる打ち合わせは直接会って行うことができ、コミュニケーションを学ぶ恰好の機会となった。

そして迎えた販売日は、坂戸市役所とサイボクハム本店の2箇所で行った。どちらも生憎の雨天であったが、合わせて250鉢を完売することが出来た。I-3に記した通り、坂戸市役所での販売は今年で3年目になる。これまでの実施状況からサイボクハム本店と同じ高めの価格設定での販売が難しかったため、販促用品等それぞれの販売場所にあわせた準備が必要となり、生徒の負担はかなりのものであった。しかし、市役所販売の経験から得られた反省や改善点をサイボクハム本店での販売に生かすことができたため、結果として2回の販売は有効であったといえる。特に今回初めて販売をさせて頂いたサイボクハム本店は、埼玉県下でも集客数が大変多い商

業施設であると同時に、休日の販売ということもあって、非常に沢山のお客様を相手に活動することができた。また、従業員の方々には当初予定していた販売場所以外での販売活動を許可いただいたり、全館放送での宣伝を流して下さるなど細部に渡り多大なご協力を頂き、生徒は消費者だけでなく従業員の方々とのふれ合いからも売ることの大変さと熱意の必要性を実感できたと感じる。



〔市役所・サイボクハム本店での販売の様子〕

2.2.3.2 パンププロジェクト活動内容

パンププロジェクトは後期の柱として取り組んだもので、農業科目「生物資源実習Ⅱ」の会社で製造したパンを仕入れ、校内で販売するという内容である。朝顔プロジェクトが終了してから配属替えを実施、組織を刷新した後のプロジェクトである。配属替えに当たって新規部署の

立ち上げも可能としたところ、生徒の中からマーケティング部の設置希望がでた。そのためパンププロジェクトは、新たにマーケティング部を加えた6部署で取り組むこととなった。

このプロジェクトは、授業計画のステップ9に当たり、実践的活動の第2弾である。前配属先を決めた際の自己分析は商業的な実践活動を踏まえたものではなかったため、活動をするにつれて自己イメージと実際のギャップを感じた生徒も少数いた。そのずれを修正し、再度商業的な実践活動を行う中で自分のコンピテシーを発見する機会としてパンププロジェクトを実施した。従って、より「働く自分」を見つめ直した上での業務ということを踏まえ、前回以上に生徒の能動的な授業参加を促す形で実施し、スケジュールは農業科との連携の都合上決めておくべきポイントのみを示し、それ以外の日常業務は部署ごとの意思決定によるものとした。

このプロジェクトの大きな特徴は、農業科目の側でも同じく会社組織を立ち上げて取引を行うこと、そしてその会社と筑坂株式会社が協同で商品開発を行う点である。各科目の生徒同志が接する機会が多い内容となり、朝顔プロジェクトとはまた違った連携が実現した。ただし開講曜日が異なっていたため、予め共同開発のための合同打合会を授業時間外に複数回設定するなどの配慮が必要であった。また、協同開発品として新しいパンを作るという目的があったため、活動期間の真ん中にプレ販売の日を定めた。

今回もプロジェクトを始めるにあたって、まず農業科教員による研修を導入した。昨年の連携時の反省を踏まえての実施であるが、生徒にとって自己の立場で作業を行いながら相手の視点を取り入れることは難しい。殊に金銭の絡む内容である場合、安直な損得勘定が先に立ち視野が余計に狭くなる傾向がある。その点を解消するために生産者の視点を知ると同時に、これから扱う商品に対する知識を深める目的で行った。

仕入商品は、農業の会社が作成した商品カタログとマーケティング部が校内で行った市場調査の結果をもとに商品企画部が選定、合同打合会で製造可能かどうかの確認を取るという作業を何度か繰り返して決定した。同時に共同開発品についてもアンケート結果と他商品とのバランスを考慮しながら検討した結果、フルーツを使用した菓子パンが人気ということで、リンゴパンに決定した。これらを検討する合同打合会は計4回行われ、筑坂株式会社からは作業内容の進捗度により必要な部署が参加する形で実施した。プロジェクト開始時に研修を行ったも

の、始めの方では予想通りあらゆる場面で立場の相違が際立ち円滑に進まないこともあったが、その都度発言の仕方や会議に出席する際の心得などビジネスマナーを研修として取り入れた結果、生徒は徐々にコミュニケーション能力を高めていた。

今回も朝顔の時同様、本販売として設定した日の前に小規模なプレ販売を体験する機会を設けることが出来た。当初は協同開発品の試作販売を目的に設定していたが、開発に取り組んでからの授業時間数が少なかったためできず、急遽目的を店舗レイアウト等販売方法の実地確認に置き換え取り組んだ。生徒の多くは、アルバイトで接客経験があり、朝顔プロジェクト時は特別な指導をしなくても、所作や言葉遣いも問題なくこなしていた。しかし、今回は学校という慣れた環境のため接客態度がおざなりになってしまった場面がみられた。そこで本販売までの間は仕入・販売部主導による接客のロールプレイング・声だし等が継続して行われた。

こうして迎えた本販売は、農業科目「生物資源実習Ⅱ」授業日の放課後に行われ、実習室の並ぶB館一階の飲食スペース及び出入口部分の2箇所販売、200個のパンを完売することが出来た。

2.2.4 販売実践における連携の意義

「販売実践」において連携することの意義は3つある。まず第一は、同じ立場の者同士で実践的活動に取り組める点である。同じ立場とは即ち学生ということだ。相手が企業の場合、学ぶことが多い反面、圧倒的に企業が上の立場にある。そのため、生徒自身が積極的にコミュニケーションを図ろうとしても巧く対応されてしまい、販売実践で重きを置いている「自分がしたいこと」と「自分が出来ること」をすり合わせる機会が余りとれない。しかし、相手が学校という同じフィールドで活動する組織であれば、互いが同じ目線で活動を進めることができ、且つ身近に存在しているため相手の立場に立って活動を眺めることも可能だ。その結果、企業を相手にするよりも多くの有益なコミュニケーションが捻出されると考える。今回農業科や国語科と連携をする中で、生徒同時に仮想企業としてミーティングを行う場面が何度かあった。その都度、生徒は自分たちの思い通りに話が進まないことに四苦八苦していた。それはまさにコミュニケーション能力の不足に起因するのだが、立場が違いすぎるとそれが明確に浮き彫りにならない。販売実践はプロジェクトの成功以上にこうした体験の積み重ねを求めていることから、連携の意義がここにあると考える。

第二に、広い視野にたった学習の機会を提供できる点である。生徒にとって重要なのは、自己の立場だけでなく様々な観点から事象を捉えることである。当然、商業科教員が全ての部分に対応できるわけではない。販売業者としての筑坂株式会社を指導することはできても、取引相手である生産者のものをつくることに込める思いやその大変さは説明しがたい。また、キャッチコピーの制作という販売促進において、その必要性を指導することはできても、表現の工夫等キャッチコピーそのものに対する指導はやはり難しいものである。そうした点を踏まえ、専門家である各教科に関連のある部分を担当してもらうことは総合的に見て学習効果を高めるものであり、必要であると考えられる。



【校内でのパン販売の様子】

2.2.5 今後の課題

連携の取り組みは農業科との間では3年が経過しているものの、国語科との取り組みは今年が初めてである。科目「販売実践」も未だ開発途上であり、課題も多い。

農業科との間には、仕入価格の交渉、商品開発、販売時の商品の搬入のやりとり等、さまざまな場面でコミュニケーションを取る機会があった。しかし、生徒相互の交渉では、どうしても「友人同士」という気安さから、なれ合いになってしまったり、逆に我を張りすぎて互い

の主張が衝突するなどの弊害も起こった。生徒同士の交渉とはいえ、あくまでも農業科との交渉はビジネスであるという指導をもっと徹底すべきであった。相手と円滑に関係を結びながら、同時に自分の意見を主張する「したたかさ・しなやかさ」といった能力をはぐくむことは、将来生徒が社会に出た中でも役に立とう。

また、「生産者の顔の見える製品」あるいは「トレーサビリティ」という視点もまだ足りなかったようである。現在、生鮮食品の原産地表示が一般的になるなど、消費者のトレーサビリティに対する意識は高まっている。今回の連携では、パン販売の本販売で、生産者の写真を店内に掲示するなどの試みはみられたものの、いっそうの改善の余地はあるように思われる。

商業科の「販売実践」を受講する生徒は、アンケート調査をするなど、お客様の立場を考えて行動することはある程度できた。しかし、生産者と消費者の距離を縮める視点には欠けていたようである。

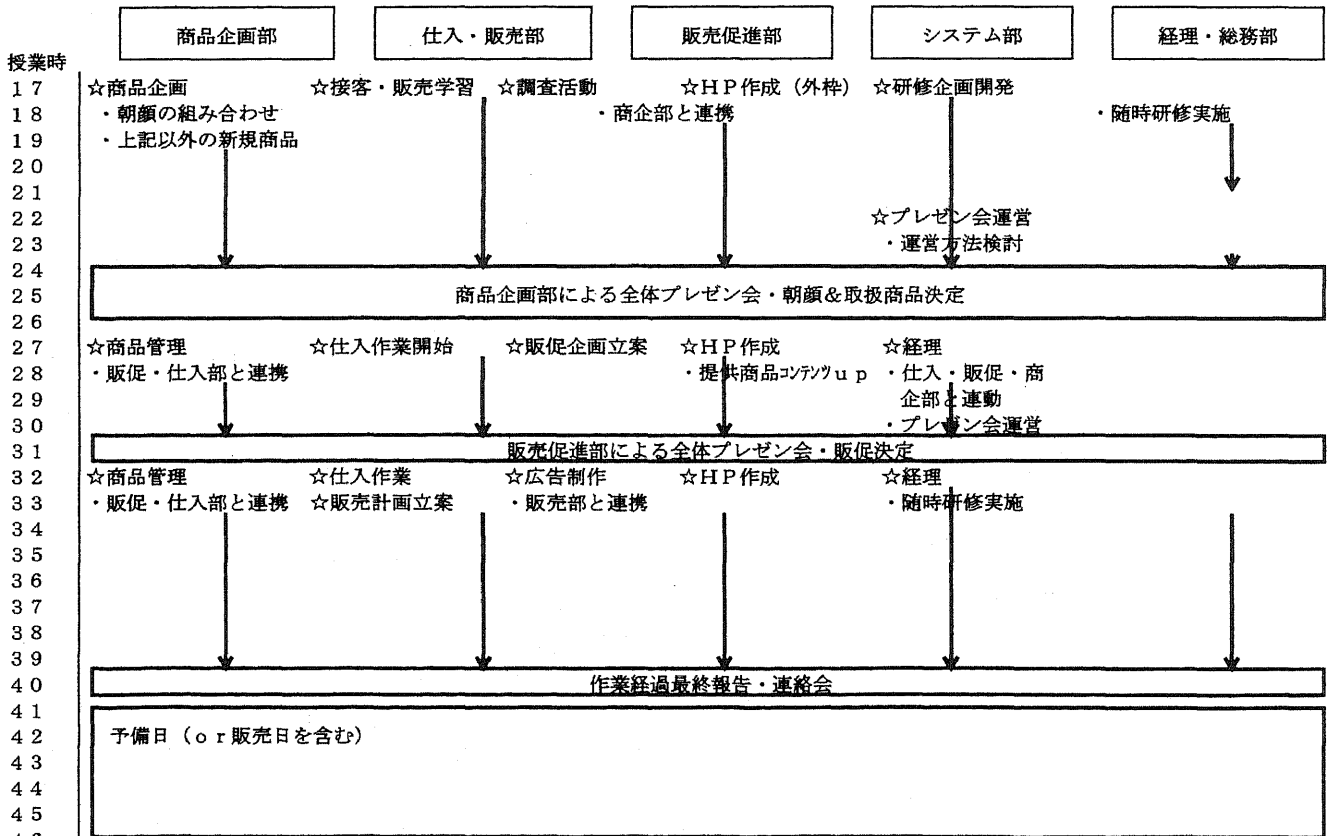
国語科との間には、より多くの連携の機会が可能だったのではないかと考える。キャッチコピーをつけてくれた国語表現受講の生徒達は実際の朝顔販売の様子を見ていない。実際の販売の姿を見てさらに、文言などがうまくいったかもしれない。2学期以降、パン販売の際にも何らかの連携ができたであろう。

商業科内での課題として、本科目の成績の評価があげられる。本科目の成績は、生徒が受講日に記述し教員の検印を受ける「業務日誌」の出来に重きを置いた。生徒にもその旨を伝えていたのだが、日誌を記述しないものもあり、業務活動や販売活動は人一倍行うのに成績がつかない者もいた。業務活動を客観的に評価するのは非常に難しいことだが今後改善の余地はあると思われる。

先にも述べたように、科目「販売実践」はまだ開発途上のものであり、今後も検討を加えて、よりよきものにしなければならない。

(文責：對崎加奈子 中井毅)

★部署別業務スケジュール表



【商一資料1】部署別業務スケジュール表

2.3 実践報告と成果と課題（国語科の視点から）

2.3.1 本校における普通科（国語科）の位相

総合学科である本校の普通科には大きく分けて次の3点の役割が求められると私は考えている。

- (1) 専門科目のレディネスとしての役割
- (2) 専門科目の補完的な役割
- (3) その科目独自の役割

本校では1年次において多くの普通科必修科目の学習を行う。そして2年次以降では系列に別れての専門科目の学習が始まる。そのような状況であることを考慮すると、1年次における普通科の授業では2年次以降にすむ各系列の授業内容を踏まえ専門科目の授業にスムーズに移行できるような授業内容が求められる。それが(1)のような役割と言える。

(2)(3)は2年次以降、専門科目と同時並行して行われる授業における役割である。(2)に関して述べれば、本校の場合、2年次の授業は必修科目の他に系列必修、系列選択、自由選択と3つの種類の科目が存在するため（それぞれの科目の種類については、前述「系列の紹介」を参照）、連携を図る授業がどの種類（の組み合わせ）かによって、それぞれの役割が変化すると考えられる。

最後に(3)に関しては、その科目だけが担えるような学習内容をさす。

国語科も以上のような役割の一端を担っていると考えられるが、「ことばの教育」という国語科の教科の性質を考え合わせると、(1)～(3)の「専門科目」を「他の普通科科目」と置き換えることもできる。このことは、国語科は教科間連携を図りやすい科目であることと共に、何らかの形で教科間連携を念頭に置きながら進めなければならない教科であることを示していると言える。

2.3.2 教科間連携のねらい

今回の連携授業において国語科が授業の目標として設定したのは大きく分けると以下の3点である。

ア 自分の考えを効果的に相手に伝えられるように工夫する。

イ 相手の意見を尊重しながら、目的の達成に向けた効果的な話し合い活動を行う。

ウ キャッチコピーの表現について、その効果を考え、自分の表現に役立てる。

先に述べた普通科の役割に則せば、アは、主に上記(1)(2)にあたる。本単元（や他の単元）において行われる話し合いの活動を通じて培われた力は、専門科目や他の普通科目にも生かされると考えられる。イヤウに関しては、主に(3)にあたる。もちろん他の科目でも担うことは可能であるため(2)にもあてはまるが、ことばの表現に特化して学習する機会は国語科だから保証され得ることを考えると、国語科独自の役割と言える。

では、このような目標を持った学習を教科間連携によって行うことの意義とは何であろうか。国語科としての視点で考えると、それを一言で言えば、実践的な「場」の設定が可能になるということである。具体的には今回の連携で実践的な「場」が設定することができることによって、以下のような効果を期待することができる。

(1) 生徒の意欲の喚起

通常授業では、生徒は指導者の採点や添削を直接の目的として課題に取り組むことが多い。連携授業を通じて生徒が取り組む課題が、実際に生かされるため、生徒の意欲が喚起されることが期待できる。

(2) 目的意識の明確化

(1)とも関連するが、連携授業で実践的な「場」を設定することにより学習活動に明確な目的ができ、生徒それぞれが学習活動を行う際に目標を設定しやすくなることが期待できる。

(3) 異集団との交流による効果

話し合い活動等におけるコミュニケーション能力の向上を考えた場合、対人距離が離れている活動の「場」を設定することが重要である。対人距離が離れている場合、敬意表現への意識の向上が期待できるほか、自分が知らない人間に理解してもらえよう、表現を丁寧にした工夫することが期待できるからである。連携授業では対人距離が離れた集団との交流が可能になり、上記のようなコミュニケーションの質の向上が期待できる。

2.3.3 実践報告

国語科では「日本語表現」（本校の学校設定科目であり「国語表現Ⅰ」に相当する）という科目の一単元「広告表現に学ぼう」において連携授業を行った。以下に「日本語表現」の概要の紹介、及び単元「広告表現に学ぼう」の実践報告を行う。

2.3.3.1 「日本語表現」の概要

「日本語表現」は2年次の自由選択科目にあたり、本年度は毎週金曜日の1・2限に開講されている。また、本年度の受講生は23名であり、選択している系列は様々である。

授業を計画するにあたっては、以下の点について配慮している。
(年間指導計画については【国一資料1】を参照)

(1) 実用的、実践的な「場」の提供

生徒がそれぞれの系列の授業を行うにあたりまず必要な事はコミュニケーション力であると私は考えている。

私たちは普段、「話す・聞く」「読む」「書く」といった言語活動を組み合わせながらコミュニケーションを図っている。このことを考えると、コミュニケーションの力を育てるためには、様々な言語活動が有機的に組み合わせられた、実用的、実践的で生徒が主体的になれる言語活動の「場」を提供することが必要である。「日本語表現」では、今回紹介する農・商・国をはじめ、2年次必修科目「起業基礎」などとの連携を行うことによって、実用的、実践的なコミュニケーションの「場」を作るように配慮している。

(2) 即時的な対応力・思考力の育成を目指した学習方法・学習内容づくり

コミュニケーション力を高めるために必要な力とは、即時的な「場」において対応することができるだけの思考力であると私は考えている。

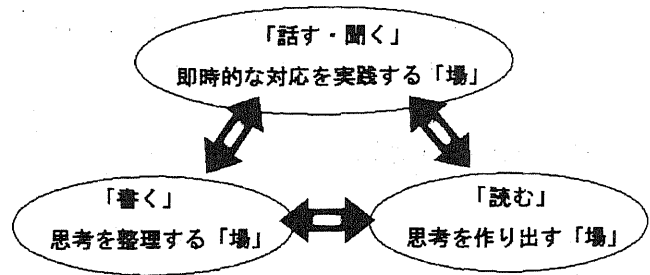
そこでそのような力をつけるために、「話す・聞く」「書く」「読む」といった領域を右図のように位置づけ、有機的に組み合わせた学習ができるように配慮している。

(3) 表現の分類とレベルに応じた単元の系統性

コミュニケーション力を考えるにあたっては、表現の種類を以下のように分類している。

【国一資料1】
H17年度 日本語表現 年間学習計画 (2年次自由選択科目 金1・2限)

学期	月	日	時	単元名	学習内容		
1 学期	4	15	1	ガイダンス	年間計画と評価方法など		
			2		スピーチに必要な技術について考える		
		22	1	スピーチをしよう		構成メモ等スピーチの準備をする	
			2			構成メモ等のスピーチ準備およびリハーサルをする	
	5	13	1			スピーチ本番・相互評価	
			2			新聞広告に関する様々なことを知る	
		20	1	広告表現を学ぼう		新聞の広告表現の分析を行う	
			2			広告表現のレトリックについて考える	
		27	1			キャッチコピー作りをするための観点を整理する	
			2			朝顔販売のキャッチコピー作りの依頼を受ける	
	6	3	1			朝顔販売コピー決定	
			2			朝顔販売コピーの提案を行う	
		10	1		朝顔販売コピーまとめ(採択通知と採択理由の分析)		
			2		インタビューに必要な技術について考える		
7	17	1	インタビューをしよう	インタビューの計画を立てる(実施は時間外に行う)			
		2		インタビューのまとめ(記事作り)			
	24	1			インタビューのまとめ(記事作り)		
		2			プレゼンテーションに必要な技術について考える		
2 学期	9	2	パンフレットを作ろう	1	プレゼンテーションの準備を行う		
				2	期末考査(プレゼンテーションの実施)		
		9		1		パンフレットに必要な技術について考える	
				2		既存のパンフレットを分析する	
	10	16	嘘をついてみよう		パンフレットを作成するための準備をする(情報の収集、レイアウトの考案等)		
				1		パンフレットを作成する	
		30		1		辞書の表現の特徴を分析する	
				2		嘘の意味が書かれた辞書を作成する	
		11		7	文献を調べて発表しよう		文献調査の方法について学ぶ
						1	
	14		1			文献調査をする	
			2			文献調査をする	
	12	21	敬意表現を学ぼう		文献調査のまとめと発表準備をする		
				1		文献調査のまとめと発表準備をする	
28		1			文献調査の発表をする・相互評価をする		
		2					
3 学期	1	9	報告文を書こう	1	敬意表現について学ぶ		
				2	ケーススタディーを行う		
		16		1		報告文作成の手順を知る	
				2		報告文作成の準備をする(作成は時間外)	
	2	13	討論会をしよう		期末考査(報告文の提出)		
				1		討論の方法について学ぶ	
		20		1		課題の設定を行い、討論の準備を行う	
				2		討論会の準備を行う(論拠を固める)	
		27		1		討論会の準備を行う(反論の予想)	
				2		討論会を実施する	
	3	3	意見文を書こう		討論会を振り返る(自己評価・相互評価)		
				1		発想の持ち方や構成の仕方について学ぶ	
		10		1		課題の選択をする・発想をふくらませる	
				2		構成を考える	
4	24	意見文を書こう		意見文を書く			
			1		意見文を交流する(自己評価・相互評価)		
	1		1		学年末考査(1年間のまとめ・レポートの提出)		
			2				



「日本語表現」における3領域の関係

1) 自己表現

自分のことを相手に知らせることを目的とした表現活動。

2) 情報の提示、説明

自分が得た情報を相手に正確に伝えることを目的とした表現活動。

3) 意見の提示、説得

自分の考えを相手に伝え、相手に納得してもらうことを目的とした表現活動。

それぞれの単元の中には、1)～3)の活動のいずれかまたは全部が含まれていくが、年間の大きな流れとしては、1)～3)と学習内容が進んでいく。さらにその中で1)～3)それぞれの活動のレベルを高めていくように配慮している。

2.3.3.2 単元「広告表現に学ぼう」実践報告

本単元は「販売実践」という本校商業科の科目と連携を図った授業である。農業科や商業科からの実践報告に

あるように、「販売実践」では模擬会社を設立した上で本校農業科の生徒が育てた朝顔を販売するという授業が展開される。その会社の中に販売促進部という部署があり、その部署から広告のキャッチコピーの作成を依頼されるという形で本単元は展開された。

具体的には【国－資料2】のように展開されたが、大きく分けるとそれは四つの展開に分けられる。

(1) まず効果的な広告表現をするための観点について学習を行った。具体的には【国－資料2】の1・2時間目にあるような学習活動を行った。(授業の際の学習プ

【国－資料2】

日本語表現 単元「広告表現に学ぼう」授業計画

時	学習内容	評価の観点
1	1. ワークシートをもとに、新聞や新聞広告に関する以下の点について知り、新聞広告に興味を持つ。 ・新聞の購読率、発行部数等の新聞販売をめぐる状況を知る。 ・新聞や他のメディアの広告料や紙面、曜日別の広告の種類など、新聞広告をめぐる状況を知る。 2. 効果的な新聞広告表現を制作するための観点について知る。 ・AIDMAの法則について知る。 ・広告のターゲット分類について知る。	・新聞や新聞広告、広告をめぐる状況について関心を持って考え、知ることができたか。
2	1. 実際の新聞広告表現の分析を行う。 ・それぞれの広告の対象や目的をもとに、キャッチコピーや広告全体の表現の工夫を分析する。 (6名×4グループに分かれての分析) 2. 新聞広告表現の中からキャッチコピーを取り出し、その表現上の工夫について考える。 ・キャッチコピーのレトリックについて考える。 3. 効果的な広告表現を考えるために必要な観点をまとめる。 ・商品情報、ターゲット、キャッチコピーのレトリック、レイアウト等々	・広告の目的や、前時に行ったAIDMAの法則やターゲット分類を意識しながら広告表現の工夫について分析することができたか。 ・分析に関する話し合いの活動に積極的に参加することができたか。 ・キャッチコピーのレトリックについて理解することができたか。 ・効果的な広告表現のための観点について理解することができたか。
3	1. 朝顔販売のキャッチコピーを作るにあたり、知って必要がある情報を整理する。(6名×4グループでのグループ学習) ・前時に行った学習活動をもとに、キャッチコピーを考えるために必要な原形情報について整理する。	・情報の整理のための話し合いに積極的に参加することができたか。
4	2. 商業科授業「販売実践」で販売促進部を担当する生徒から、朝顔販売キャッチコピー等の作成依頼を受ける。 (6名×4グループでのグループ学習) ・朝顔販売のポスター作成のためのキャッチコピー作成および複数の種類の朝顔が植えられた鉢の名前の作成についての依頼と商品情報についての説明を受ける。 ・不足している原形情報があれば質問する。 3. キャッチコピー作りのためのブレインストーミングを行う。 ・朝顔に関するイメージを膨らませる。 (6名×4グループでのグループ学習)	・販売促進部の生徒の依頼から、キャッチコピー作りに必要な情報を的確に取り出すことができたか。 ・ブレインストーミングの際に、自らのアイデアを積極的に発表することができたか。
5	1. グループ毎にキャッチコピー等の作成を行う。 ・宿題として考えたキャッチコピーを持ち寄り、グループで話し合いを行う。 ・グループで提案するキャッチコピーや鉢の名前をまとめる。 (6名×4グループでのグループ学習)	・与えられた条件を把握し、効果的なキャッチコピーを考えることができたか。 ・自ら考えたキャッチコピーを積極的に提案することができたか。 ・グループで考えをまとめる際に、積極的、効果的な意見を出すことができたか。
6	1. 「販売実践」販売促進部の生徒へ、グループ毎にキャッチコピーと鉢の名前の提案を行う。	・販売促進部の生徒に、グループのアイデアを分かりやすく説明することができたか。
7	1. 朝顔販売のキャッチコピーと鉢の名前の採用について、「販売実践」販売促進部の生徒から採用作品とその理由の説明を受ける。	・自分たちのキャッチコピーの採用理由や不採用理由について分析することができたか。

リントに関しては【国－資料3－1】【国－資料3－2】を参照)

(2) 次に資料2の3・4時間目にあるように、朝顔のキャッチコピーを考えるにあたって知らなければならない情報を整理した上で、実際に「販売実践」販売促進部の生徒からキャッチコピーと朝顔の鉢の名前作成についての説明を受けた。またキャッチコピーを作るためのブレインストーミングを行った。

(3) 次に実際にキャッチコピー作りを行った。キャッチコピー作りは、まず最初に各個人で下案を作り、その



ヘッドコピー

伝統だと思ふ。未来だと思ふ。

サブヘッド

人生に、もっと輝きを。メルセデス・ベンツ

表現上の工夫

シンプルな表現で高級なアピール。字の大きさも高級的。2つのメア
言葉を用いてる。

広告全体の解説（広告の目的などから、広告の表現や広告のデザインを解説する）

目的：会社のイメージをイ作子ため
表現：全体的におちついた感じを出し、高級車の高い
イメージを出す。新しい車は止まっていて、古い車の方
は動かして出している。→新しいの中に伝統を止す。伝
統の中に新しい。ベンツは合着者も時代に通用していく。
自社は変わらなということ。

【国一資料3-1】広告のデザインに関する学習プリント

下案を5名～6名からなるグループに持ち寄って、グループ毎にキャッチコピー案を完成させた。

(4)最後に作成したキャッチコピーを販売促進部の生徒に提案した。(授業の際の学習プリントに関しては【国一資料4】を参照)

(1)～(4)までの学習過程については主に商業科の教員と打ち合わせながら計画したが、生徒が実際に「販売実践」の生徒と交流しながら進めたのは、(2)と(4)の学習過程である。

2.3.3.3 授業の考察

次にこのように行われた学習について、先に挙げた連携の観点という点からその成果と課題について考察する。

(1) 生徒の意欲の喚起

授業者による主観的評価となってしまうが、その他の通常授業との比較して、この点に関しては、成果を上げることができたと考える。後の(2)や(3)とも関連するが、「販売実践」という同じ授業選択者ではない3年次生からの依頼ということで、「販売実践」の3年次生が満足するようなキャッチコピーを作ろうという意欲や責任感が見られた。

(2) 目的意識の明確化

「販売実践」の生徒から朝顔販売に関する概要や販売対象者やキャッチコピー作りへの要望等の細かいレクチャーを受けることができたため、目的意識は強く持つことができた。各自で考えたキャッチコピーをグループで持ち寄って話し合いを進めている場面では、「販売実践」の生徒からの要望内容を踏まえながら表現の工夫について議論をする様子が見られた。しかし多少の混乱も見られた。それは指導者が事前に話した学習の流れ（「販売実践」の生徒からの依頼内容の概要を指導者は事前に「日本語表現」の生徒に伝えていた）と実際の依頼内容が異なってしまったからである。

(3) 異集団との交流による効果

相手意識に関しては、(1)でも述べたが3年次生の先輩が相手ということで普段の友達同士のコミュニケーションの様子からは少し異なるものになっていた。具体的には、敬語・敬意表現の使用についてである。しかし時間等の都合から、「販売実践」の生徒と十分にやりとりをするような機会が十分持てなかった。したがって、学習の目標である、表現の工夫しながら効果的に話すという点においては十分な効果が見られなかった。

次に教科間連携を図る際の観点を整理しながら、それ

それぞれの観点で本実践の考察を行うことを通じて、教科間連携の課題について指摘する。

教科連携を図る際、その連携の図り方は様々であるが(詳細は「3.まとめ」を参照)、今回の連携授業の場合、学習材は共通であるが、学習目標は教科(科目)ごとに異なる(もしくは一部分で共通する)形での連携であると言える。(キャッチコピーを作るという面を言語という観点で捉えれば国語科独自の目標になるが、広告という観点で捉えれば商業科「販売実践」の授業にも適用できるため、学習目標に関しては教科(科目)ごとに異なる(もしくは一部分で共通する)形での連携となる。)

さらに概念図における学習材、学習方法・学習過程、目標を今回の連携授業に適用させると、まず朝顔販売という「場」が学習材にあたる。そして国語科の視点に立てば、その「場」において、キャ

ッチコピーを作成するということが学習方法・学習過程となり、それを通じてコミュニケーション力や表現力を養うことが最終的な目標となる。

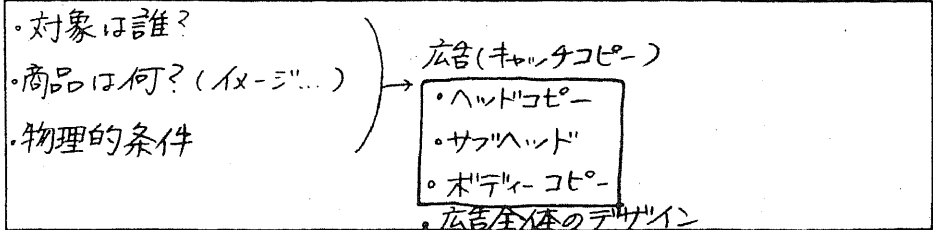
事前の打ち合わせとことなる内容の依頼が「販売実践」の生徒からあったことを前述したが、今回の連携授業の場合は「日本語表現」「販売実践」それぞれの科目の学習目標・学習方法・学習過程の認識に関して十分な把握ができていなかった点に課題が見られた。今回の連携授

【国一資料3-2】

新聞広告表現を学ぼう まとめ

- ①よい広告の法則……
- | | | |
|---|-----------|----|
| A | attention | 注意 |
| I | interest | 興味 |
| D | desire | 欲望 |
| M | memory | 記憶 |
| A | action | 行動 |

②そのために考えなければならないこと



③キャッチコピーの諸条件

- 配置・サイズ・文字の種類・書体・色

(例)文字の種類と書体

筑坂	筑坂	筑坂	筑坂	筑坂
つくさか	つくさか	つくさか	つくさか	つくさか
ツクサカ	ツクサカ	ツクサカ	ツクサカ	ツクサカ
TSUKUSAKA	TSUKUSAKA	TSUKUSAKA	TSUKUSAKA	TSUKUSAKA
文ゴシック	筆書体	明朝体	ゴシック体	ポップ体

- キャッチコピーのレトリック

(例)ママのちょっこー一杯は、ボクの何杯になると思う?(サントリー)

主婦の飲酒への警告をしている。サントリーはお酒の会社である。

→問題提起の手法 イメージアップのために行っている。

私たちの製品は、公害と、騒音と、廃棄物を生み出しています。(VOLVO) → 自動車安全

環境を考えている。マナーを守って。

環境を考えて製品を考えている。→ 逆説表現の手法。

高麗参。薬だけでは効果はできない。が、三共の考えです。(三共)

逆説的表現の手法

生きることはスポーツだ。(Phison)

比喩を使った手法。普段の発想+言い切り

花粉なんか... (徳和興業)

余韻 ← を残すことによって次の内容が気にならざることによって、

細かい事を知ってもらう。

業の場合、「販売実践」の生徒が「日本語表現」の生徒に教える、つまり「販売実践」の生徒が授業者になるような立場に立った。このような場合、教員同士が互いの学習目標や学習方法・学習過程を理解した上で生徒も一定程度お互いの学習目標や学習方法・学習過程を知っておく必要があると感じた。

もう1点、課題を挙げるのであれば、「日本語表現」の年間学習計画に関する課題である。

具体的には今回連携授業は5月下旬から6月上旬にかけて実施された。「日本語表現」の立場から述べれば、朝顔販売という「場」という学習材には、話し合いの力やプレゼンテーション能力、レトリックを用いた表現力など様々な学習目標の可能性が広がっている。しかし実施までの4月の授業開始から5月下旬までの時間数ではこの「場」を生かすための十分な準備学習を行うことは難しい。「販売実践」にも系統性を持った年間指導計画が存在する以上、その折り合いをどのように付けていくかは課題大きなのである。

2.3.4 まとめと今後の課題

国語科「日本語表現」の立場で述べれば、今回の連携授業の学習材である朝顔販売という「場」は、生徒の意欲の喚起や目的意識の明確化、異集団との交流による効果といった連携ならではのメリットを生み出す学習材であることが確認できた。また、この学習材には話し合いの力やプレゼンテーション能力、レトリックを用いた表現力など様々な学習目標を達成できる可能性があることも確認できた。この学習材をより有効に活用するためには、学習材である朝顔販売という「場」が持つ潜在的な学習内容をもう一度整理し直した上で、学習の系統性を踏まえた「日本語表現」年間指導計画の見直しを図る必要がある。具体的には、「日本語表現」という科目で目指す「即時的な対応力・思考力」の初期の段階としての単元であることを意識した学習内容を組めるように見直して来年度に向けていきたいと考えている。

(文責：初谷和行)

【国一資料4】

新聞広告表現を学ぼう キャッチコピーを考えよう

グループ氏名(7枚中、最初の1枚のみ記入する)

1	セット			

●キャッチコピー

鮮涼に咲く夏の思い出、暁の筆

●セットの名前

暁の筆

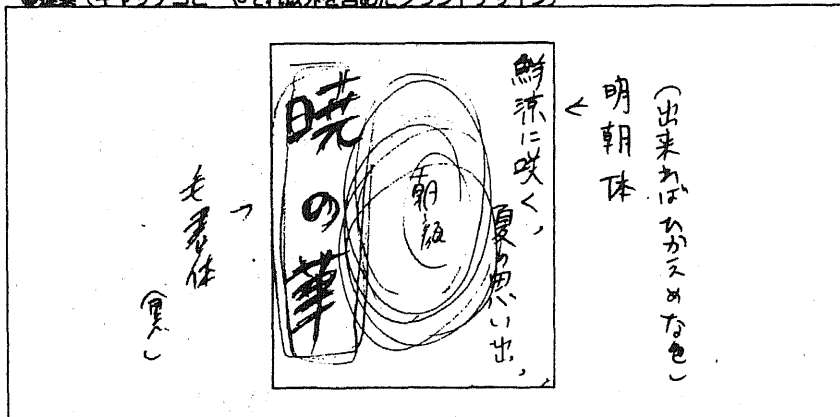
●キャッチコピーのコンセプト(表現上の工夫とその目的等)

朝顔の夏というイメージを出す。(赤い、鮮やか)
文字は朝顔。鮮やかをイメージを出したことで
控えめな色で。
中高年向けという事で「夏の思い出」を題し、
昔のイメージ(夏)を出す

●セット名のコンセプト(表現上の工夫とその目的等)

花の種類全てに暁がはいてる点。
そして飾った言葉をつかえばシンプルに。

●提案(キャッチコピーやそれ以外を含めたグランドデザイン)



●参考文献

- (1) 全国大学国語教育学会編 1997年11月 『国語教育の建設1 国語科教師教育の課題』 明治図書
- (2) 横須賀薫編 1992年 『授業研究用語辞典』 教育出版
- (3) 金子守著 1999年 『総合学習に生きる広告の読み方・生かし方』 東洋館出版社

3. まとめと今後の課題

本実践では総合学科である本校の特徴を生かし、複数の教科・科目が相互に連携することで、職業観の育成、コミュニケーション能力の向上など総合学科高校にふさわしい目標を設定して、各実践がそれぞれ一定の成果をあげることができた。実際の授業の場面で様々な問題点に直面し、課題も明らかにすることができた。今後、慎重に先にあげた課題を解決していけば、教科間での連携の意義は、ますます幅を広げ、深まることは確かである。

最後に、総合学科において教科間で連携した授業をどのように構築すればよいか、各実践の今後の課題を明らかにする。

3.1. 授業計画作成にあたって留意すべきこと

連携を図る際の各教科（科目）には、その目標に準じた年間指導計画が立てられている。年間指導計画によってその科目の学習は系統的に組織されているので、連携を図る上では、各科目間が相互に年間計画における系統性を理解しておく必要がある。

また、連携のための共通の学習材（今回の場合は、朝顔製造販売、パン製造販売）について考えるとき、どのような学習目標を達成できるかについて、個別に各教科（科目）が学習材の研究を行なう必要がある。また共通の学習材が設定された後には、十分な効果が得られるよう、学習材に関する生徒の準備学習を深めなければならない。

3.2 教科（科目）担当者間の共通認識を深める

教科間連携を図る場合、『学習目標』『学習材』『学習方法・学習過程』の要素をもとに相互の関係を明らかにすることができる。この教科間連携のとらえかたは、大きく分けると以下の3パターンが考えられる。また、これらの概略図を図-1に示す。

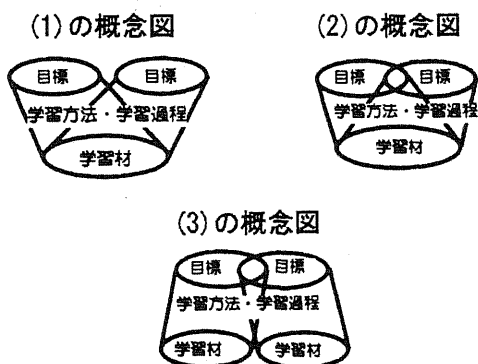


図-1 教科連携の概念図

(1) 学習材は共通であるが、学習目標は教科（科目）ごとに異なるパターン

(2) 学習材は共通で、学習目標に一部共通する部分が見られるパターン

(3) 学習材は教科（科目）ごとに異なるが、それぞれの学習目標に共通する部分が見られるパターン

これらの概念図をもとに今回の実践を捉えると、朝顔プロジェクトとパンプロジェクトのパターンは図-2のように示すことができる。

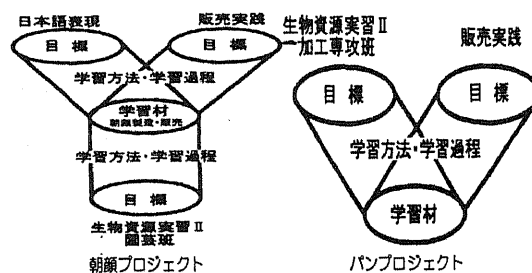


図-2 本実践の概念図

さらに概念図における『学習材』『学習方法・学習過程』『目標』を、表にまとめて整理すると次頁の表のようになる。

各実践でこれらの概念に関する共通認識が不十分で、各教員間の理解にキャップあったため、各教科での指導や、教科間における生徒同士のやり取りの中に混乱を生じた。

連携による十分な効果を得るためには、担当教員は『学習材』『学習方法・学習過程』『学習目標』の共通理解はもちろん、その時々の子供の実態や指導上の留意点等、きめ細かく、相互に情報の共有を図らなければならない。

科目	学習材	学習方法・学習過程	学習目標
「日本語表現」	朝顔販売 という場	キャッチコピー 作成	<ul style="list-style-type: none"> ・表現力の向上 ・コミュニケーション能力の向上
「販売実践」		朝顔やキャッチ コピーの説明	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的な知識・技術 ・コミュニケーション能力の向上 ・自己適正の発見・涵養
「生物資源実習Ⅱ 園芸専攻班」		朝顔を校外で販 売する	<ul style="list-style-type: none"> ・知識・技術の向上 ・職業観育成 ・主体的な学習姿勢
	朝顔の栽培 生育の観察	朝顔を栽培する 植物の生理生態 を学ぶ	

表 朝顔プロジェクトの連携授業の形態

科目	学習材	学習方法・学習過程	学習目標
「販売実践」	パン製造販売 という場	パンを校内で販 売する	<ul style="list-style-type: none"> ・基本的な知識・技術 ・コミュニケーション能力の向上 ・自己適正の発見・涵養
		合同打ち合わせ	
「生物資源実習Ⅱ 加工専攻班」		パンを製造する	<ul style="list-style-type: none"> ・高度な技術・知識 ・問題解決能力 ・職業観の育成

表 パンプロジェクトの連携授業の形態