

[社 会]

社会的思考力を育成する小学校社会科指導の展開

-社会事象を調べ、事象や情報を検討、比較することにより、社会の特色や関連を考え気付く児童を目指して-

池田 岳康*

1 研究の目的

学習指導要領では、小学校社会科の目標として、公民的資質の基礎を養うことを掲げている。また、指導要領解説社会編で、公民的資質の基礎を、社会生活の様々な場面で多面的に考えたり公正に判断したりする態度や能力と解釈している¹⁾。このことから、地域における社会的事象を観察・調査しそれらの特色や相互の関連などについて考える力や、社会的な判断力・思考力を育てることが公民的資質の育成にとっては重要であると考えられる。

社会的思考力の獲得について、吉川はその著書で、様々な社会事象の対比の重要性を述べている。また、北は子どもなりの社会に対する見方や関わり方を育てることを重視している²⁾。社会的な思考力は対比を通して習熟されるものであり、複数の様々な情報が対比され初めて働き身に付くものである。そして、様々な類似した社会事象同士の交流、整理、検討、比較などを通して特性や固有性、関連を見出す場面で社会的な思考力が働き、その子なりの社会に対する見方、新たな発見、社会的判断力へと発展する³⁾。このことから公民的資質の基礎と密接に関わる社会的思考力や判断力は社会事象に関わる児童一人一人が得た情報を、整理、比較、検討、交流という学習の過程を培われなければならないと考えられる。社会に対する多面的な考え方は、単に見学や体験を通し多くの情報を得ただけでは身に付かない。また、児童一人だけの情報では社会生活全体に対する特性や固有性を見出すための公正な判断は下せない。

これまでの社会科学習を考えると、資料の読み取り、見学活動の視点のとらえ方等児童一人一人の社会事象との接し方を中心に進められることが多かった。その結果たくさんの事象を見出せるようになった。例えば1枚の写真を場所、時間、量の多少などいろんな面から観察できるし、見学活動では話の中から多くの自分なりの発見をできるようになってきている。しかし、個々の社会事象との接し方を指導し情報を得ることばかりが強調されすぎるあまり、たくさんの事象は見いだせても、そこから事象同士の全体の特色や傾向、関連（どんな工夫がそこから考えられるか、どの事象がどの工夫に当てはまるのか、私達の暮らしとどのように関わっているのかなど）を考えることを苦手とする児童が多くなってきている。児童が見つけた事象や情報を、多くの観点で整理し関連づけられず、授業では教師が社会事象の特色や関連をまとめて終わりということが多い。児童が見つけた様々な事象を整理したり、比較検討したり、児童同士で共有したりせずに、いきなり1つの特色や関連（例えば、そこで働く人の工夫、私達の暮らしと関わり）に結びつけようとするあまり、思考が停止してしまったと考えられる。児童自らが考えた社会の特性や固有性という意識が低くなり、社会科は暗記の教科という意識が生まれ、思考力が育たない学習になってきている。

そこで、本実践では小学校3年生「スーパーではたらく人のくふう」という単元において、調べた多くの事象をもとに児童自らが主体的に考え、社会的思考力を身に付けていく学習活動や学習の流れを組織し、試みる。そして、社会事象の特色や関連に自ら気付き、社会的思考力を獲得するための学習活動のあり方や手だてを、調べた事象や情報をもとに考える児童の姿に着目し明らかにする。

2 研究の内容・方法

(1) 本単元の構成と位置づけ

①単元名 スーパーではたらく人のくふう～店を調べに行こう～（3年生社会）

②目標 地域のスーパーを見学し、買い物の様子を調べ、それらの活動で得た事象を比較し合ったり、買い物地図やグラフなどの資料を効果的に活用したりしながら、調べた事象を関連付け、お客のニーズに応えたスーパーのいろいろな販売の工夫を考える。

*三条市立飯田小学校

③ 単元と目指す児童の姿

本単元の学習内容は、「学習指導要領 第3学年及び第4学年の内容(2)のア、イ」に関連した小単元である。

ア 地域には生産や販売に関する仕事があり、それらは自分たちの生活を支えていること。

イ 地域の人々の生産や販売に見られる仕事の特色及び国内の他地域などのかかわり

内容ア・イについて、見学したり調査したりして調べ、販売に関する仕事の特色や携わっている人々の工夫などについて考えることができるようにする。

どの児童も買い物の経験をしておりスーパーマーケットやデパート、商店を利用している。だから地域のスーパーマーケットや商店を扱うことによって、児童は地域の販売活動に進んで関わり意欲的に調べ活動を進めていけるだろうと考える。「販売に関する仕事があり、それらは自分たちの生活を支えていること(内容ア)」については、買い物調べや買い物地図の検討を通してとらえさせる。この活動によりスーパーマーケットの利用度の高さに気づかせ、スーパーマーケットが自分たちの生活に欠かせないことを理解させる。また「なぜスーパーマーケットをよく利用するのか。」「スーパーマーケットの秘密はなんだろう。」という利用度の高いスーパーマーケットに対する問題意識を高めさせることができる。「販売に見られる仕事の特色」について考えさせるために次のような手順をとる。まずスーパーの見学、利用している家族へのインタビューを通し、売り手の工夫に結びつく様々な事象を見つけさせる。こうすることで、今までなんとなく考えていたことを確かな情報として獲得させる。次に子供同士で調べた事象を交換、意見交流する場面を設け、多くの事象の中から考えなければならない事象を整理する。そして大型スーパーと小型スーパーの事象を比較し検討する活動を通して、スーパーにおける様々な事象から販売の特色や工夫、大型スーパーや小型スーパーのよさに気付けるようにさせたい。

いろいろな調査活動から得られた事象をもとに、児童自らが販売の特色を考え、気付くことができるような指導の手だてを考えていきたい。

(2) 指導の手だて

① 体験に基づいた学習活動や課題の設定

児童が主体的に社会事象に関わり追求できるようにするために買い物調べを実施する。これにより、よく利用する店、利用しない店の存在に気付くであろう。また比較する必要性を感じるであろう。よく利用するという事象を示すことにより、多くの人を集める販売の工夫に自然と児童の目がいきやすくなる。買い物調べを実施することにより、児童のこれまでの買い物体験に基づく学習課題が設定でき、その後の見学によって何が明らかになるのかをつかみやすく、自ら地域の販売活動に関わり、進んで考え課題解決に取り組めるのではないかと。

② 視点を明確にした調査活動の実施

見学で様々な事象を得るために、教科書に描かれる1枚の絵を観察する活動をする。観察を通してその絵に示されている事象や予想される事柄を書かせる。この活動により、実際のスーパーマーケットの見学で、課題を解決するために、どんなところを見てくればいいのか、という視点到に気付かせたい。また聞き取り調査に取り組む前に、インタビュー内容を記録できるカードを用意する。何を聞いて何を知りたいのかという調査の視点、目的を明確にさせたい。そして思考力を働かせるもとなる様々な情報を得ることができるようにさせたい。

③ 獲得した事象の共有、交流、検討、整理

見学によって得た様々な事象を、課題解決やその後の考える活動のために、まとめたり整理したりする必要がある。そのために見学後「確実に工夫と考えられる事象」「工夫と考えるといいか自信のない事象」「工夫ではないと考える事象」を個々に出させる⁴⁾。それらをグループで検討し、グループ内でも自信のない事象を全体で考えるものとして整理していく。こうすることで調査で得られた多くの事象の中から、いくつかの事象を焦点付けさせ考えやすくさせたい。

④ 思考を生む比較場面の設定

調べた事象を考えるために、校区内の2つのスーパーを扱う。1つは校区外側に位置する大型スーパーA社、もう1つは校区中心にある小型スーパーB社である。利用の頻度は大型スーパーが高いが、2店とも同じような販売の工夫をしている。似ているけれど事情が少し異なる店を比較する場面を設定することで「なぜ同じことをしているのに利用する人が多いのか(少ないのか)」「小型店のよさとは何だろう。」ということが考えやすくなり、規模に応じたスーパー独自の販売の工夫や特色に自然と目がいきやすくなる。

⑤ 社会事象に対する自己の判断の確認

単元の最後に再度、同じスーパーで見学を行い、その結果をレポートで表す。そうすることにより、児童自らが考え判断したスーパーの販売の工夫や特性を確認することができ、社会事象に対する思考力や判断力を自覚し確実に身に付けられるのではないかと考える。また、新たな視点を生じさせ、より多面的にスーパーの販売の工夫をとらえることができるようにさせたい。

(3) 指導計画 (全22時間)

次	主な学習活動・内容	時
1次	○家の人はどこで、どんな買い物をしているか考える。○買い物調べをする。 ○調べた結果をもとに、クラス全体の様子を表や地図にまとめる。 ○買い物地図や買い物調べの結果から、買い物の仕方の類似点、自分の生活との関わり、利用する店の傾向について考える。	3
2次	○2つのスーパーマーケット (A社, B社) の見学の計画をたてる。 ○教科書の絵を観察し、スーパーマーケット見学の視点に気付く。 ○2つのスーパーマーケットを見学・調査し、販売の工夫に関わる事象を見つける。 ○見学で得た事象を店ごとに整理する。	9
3次	○クラス全体で検討する。 ○A社, B社 2つの店を比べての相違点, 類似点から販売の工夫や特色を考える。	5
4次	○自分が考えた販売の工夫が、本当にスーパーで見られるか店員に確かめ、写真に記録する。 ○地域のスーパーマーケットに見られる販売の工夫を、写真入りのレポートにまとめる。 ○地域の販売活動の特色や工夫について理解を深める。	5

3 実践と考察

(1) 体験に基づいた学習活動や課題の設定 (1次)

1次では、まず週末に買い物調べを個々に実施し、その結果をグラフに表した。また、買い物した店とその店を利用した人数を地図上に表した。その結果、校区内にある2つのスーパーの利用者数が多いことが読みとれた。1つは、大型スーパーである「A社」(利用者数第1位)、もう一つは学校のすぐそばにある地域に昔から密着している小型スーパー「B社」であった。(利用者数第2位)次にグラフや地図から「気付いたことや思ったこと」を自由に書かせた。郊外のデパートよりもスーパーマーケットの利用者が多いことに驚く児童が多かった。また身近なB社より少し遠いA社を利用する人の多さにも驚いていた。そこから「どうしてA社やB社などのスーパーマーケットを利用する人が多いのか。」「同じスーパーマーケットばかり利用して飽きないのか。」「A社とB社では利用者の数になぜ差があるのか。」という疑問が出された。飽きるか飽きないかという疑問について話し合いをしたところ、「食べ物しか売っていないから飽きる。」という意見が出た反面、「品物がすぐ分かるようにしてるから飽きない。」「100円ショップもあるから飽きない。」というスーパーの販売の工夫に着目しようとする見方が出てきた。また実際に利用している人に聞いてみないと分からない、という意見も出され見学やインタビューなどの調べ活動の必要性を感じる児童も出てきた。

そしてこれらの学習から、「スーパーマーケットが多くの人を集め、たくさん売るためにどんな工夫をしているのだろうか?」という共通の課題を設定した。それにA社とB社を調べ、違いも見えていくという比較の観点を確認した。

(2) 視点を明確にした調査活動の実施 (2次)

① 見学の視点を獲得する場面

教科書にあるスーパーマーケットの絵を提示し、「この絵に見られる、スーパーマーケットの工夫について、気づき、考え、思ったことを調べよう。」と発問した。児童は今までの買い物経験をもとに様々な工夫を読みとりノートに書いた。児童はノート記録の後、クラス全体に発表した。

そして分類ごとの小見出しをクラス全体で考え、それを見学の視点として以下のように定めた。

絵から見つけた工夫	小見出し(見学の視点)
コーナーを書いている、一つ一つ何を売るか書いてある、大きな看板をつける等	★看板、目につく物
車いすの人が取りやすいように並べている、種類別に食べ物が置いてある、たくさんのレジがある、道が広い、棚の間が空いている等	★店の中の様子や品物の並び方

車いす専用のかごがある, 赤ちゃんが乗れるカートがある, 切った物を出している等	★客へのサービス
野菜に物がついていないか確かめる人がいる, なくなった品物を出す人がいる等	★働く人の様子
値段が安い, グラムで値段を決めている	★値段

この段階では、誰のための工夫か、その工夫がどうして人を集めたり物を多く売ったりすることと関係するのかということまで考えが及んでいない。しかし、工夫に関わる事象発見の視点を獲得できたと考えられる。

② 見学やインタビューを通して情報を蓄積していく場面

A社, B社の2店を見学する。また2店で買い物体験し、店員と関わる場面も設定する。この見学で見つけた工夫の数は、2店合わせて、多い児童で80個以上あった。最も少ない児童でも30個の工夫を見つけることができた。買い物を通しレジで働く人の様子についての工夫(袋詰めをしてくれる, 袋が自由にもらえるなど)を見つけたり店員や買い物客にインタビューし話の中から工夫(値段が安いからA社を選んだ, 家の近くにあるからA社に来たなど)を見つけ出したりする児童もいた。



写真1 A社 見学の様子

発見した工夫の数の多さから、児童が見学やインタビューという活動を通し工夫に関わる様々な情報を獲得していったことが分かる。目的を明確にし視点を定めた上での活動がこのような成果を上げたと考えられる。

(3) 獲得した事象の共有, 交流, 検討, 整理(2次, 3次)

① 得られた情報を整理する場面

児童が自分で見学カードに書いた工夫を次の3つに分類した。ア「売するための工夫と確信できるもの」イ「売するための工夫ではないもの」ウ「売するための工夫と確信できないもの」の3つである。アと思うものには○, イと思うものには×, ウと思うものには△の印を見学カードに付けた。またウについては短冊に改めて書き出し, グループの話し合いにかけることにした。グループの話し合いで判断の付かない事象は△をつけ短冊に書き出し, クラス全体で考えた。

見学では「ペットフードが売っている」「靴下が売っている」等, 商品の一つ一つを記録し, 工夫と考えている児童が多かったが, この学習を通しそれらの事象にはほとんど×がついた。そのため多くの事象が整理され考えやすくなった。また「同じ品物をまとめている」「値段が大きく書いている」などの意見に△をつけている児童が見られた。普通とは違うことは目で見て分かるが, 工夫の目的や工夫の対象がよく分からないため確信できないらしい。グループの話し合いでは, ○に対して反対意見を述べたり, △に対して○の意見を述べたりするグループ(「値段が大きく書いてあれば, お客様が値段が見やすくなるから絶対にそれは工夫だよ。」というような意見)が多く, △の意見が増えた。

これらのことから, 情報を見直すことにより, 販売の工夫として注目しなければならない事象を明らかにできた。また販売の工夫をしなければならない理由や, 工夫の対象とその目的(誰のための工夫か, 何のための工夫か)など考える必要のある事象を児童が明らかにすることができた。見学だけで終わらせるのではなく, 事象を見直し整理することは, 考える必要のある事象を焦点付けていく上で重要である。

② 調べた事象を交流, 検討し共有する場面

グループで確信できない販売の工夫(△)を, クラス全体で話し合っていくことにした。確信できると判断できる事象は板書し, 確信できない事象は話し合いで確信できたら短冊を貼り付けるという方法をとった。また, 児童が発見できなかった重要な事象は教師が提示し, 工夫がどうか考えていくことにした。話し合いはA社編, B社編と分けた。

クラス討議にかけた結果, △から○に変わった工夫に関わる主な事象は次の通りである。

店	○になった事象	その理由
A社	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物をする時500円の券がある。 ・値段の上に説明を書いている。 ・サービスカウンターは会計もできる。 ・電子レンジが置いてある。 ・スーパーだけではなく, いろんな店がある。 	<ul style="list-style-type: none"> ○券があれば, お客様が何回もきてくれるから。 ○どんな栄養があるかなどがお客様に分かるから。 ○客がたくさん来たとき待たせないでいいから。 ○客に温かくして食べてもらえるから。 ○他の店に来た客もA社に来て, 多く人を集められるから。

B 社	<ul style="list-style-type: none"> ・食べ物が多い。 ・9時から7時までやっている。 ・荷物を自転車につける紐がある。 ・その場で切って刺身を売っている。 ・時計が大きい。 	<ul style="list-style-type: none"> ○多く売ることができるし、客もたくさん買えるから。 ○早くからやっているの近くの人が来やすい。 ○近所の人が自転車で来てもたくさん買えるから。 ○新鮮だし、客がほしただけ買えるから。 ○お年寄りの客も時間が見やすいから。
--------	--	--

事象を検討することにより、工夫と確信するために、誰のための工夫なのか、何のために工夫が必要なのかを考えている姿が見られる。工夫の対象、目的、関連など事象を多面的にとらえ考えている。学習後、児童は次の感想を持った。

- A サービスカウンターでは、たくさんお客が集まったときのために、会計ができることを初めて分かりました。
- B A社の工夫は、いろいろなお客のためだということが分かった。
- C 客は少なくとも、B社には、A社にはない工夫がたくさんあることが分かった。
- D 私のお母さんは、「今日は何にしようか」と悩むときがあります。そんなときレシピがあるから決めやすいのだなあと思いました。

A, Bには工夫の理由や対象について考える姿が、Cにはスーパー同士を比較して考える姿が、そしてDには販売の工夫を自分の経験と結びつけ確信する姿が見られる。事象を共有することは、新たな事象を理解するだけでなく、多面的な事象の見方や思考も獲得できると考えられる。

(4) 思考を生む比較場面の設定（3次）

利用者の数が異なる原因を予想する活動を通し、スーパーマーケットに見られる販売の工夫を事象と関連付けて理解したり、A社のような大型店やB社のような小型店独自の販売の工夫を考えたりすることを目指す。そこで「A社とB社では利用する人の数に差があるが、どうしてA社を利用する人が多いのだろうか。」という発問をし、A社とB社を比較する場面を設定した。利用者の違いの原因として次のような意見が出された。

- A A社は子どものために、お菓子を手の届くところに置いてあるけど、B社は違った。だからA社を利用する人が多い。
- B A社はお客の家にゴミがたまらないようにするために、リサイクルボックスを設置しているけどB社にはない。だからA社を利用する人が多い。
- C A社は困った人のためにサービスカウンターがあるけど、B社はない。だからA社を利用する人が多い。

次に、自分たちの買い物調べでも利用者数第2位になった事実に戻り、「それでもB社を利用する人がいるわけは何だろう。」と発問し小型店のB社の特色に目を向けさせた。すると次のような意見が出された。

- D B社は一人暮らしの客のために、バイキングをしている。だから利用する人がいる。
- E B社は狭いところでもたくさん売るために、外にも商品を置いている。だから利用する人がいる。
- F B社はお客のために、魚をさばく人が新鮮な魚やおすすめの魚を教えている。だから利用する人がいる。
- G B社はお客のために、グラムで売っておまけをしてくれる。だから利用する人が多い。

A, B, Cでは品物の配置、リサイクルボックスやサービスカウンターの設置という販売の工夫の特色を、子ども、ゴミを減らす、困った人など利用者や目的と関連づけて考えている。D, E, F, Gでは、バイキング販売、狭いスペースでの商品レイアウト、気軽に声をかける店員の存在、量り売りなど地域に密着した小型店ならではの特色ある販売の工夫を考えることができるようになっている。

大型店と小型店を比較する活動は、工夫に関わる事象の関連性や特殊性を考えるために有効であった。比較場面を設定したことにより、利用者の数や頻度に差がでる原因となる事象は何か、どうしてその事象が関係があるのかという思考（調べた事象をもとに考える活動）が生じた。そのために、様々な販売の工夫の特色や利用者との関連をも考えることができたと言える。しかし、販売の工夫の関連性を「客のため」の一言で表現する児童も多く、特殊性ばかりが強調され、特殊な工夫と客との関連、特殊な工夫はどんなお客に有効かが言及されていない姿もあった。

(5) 社会事象に対する自己の判断の確認（4次）

学習のまとめとして、スーパーマーケットの工夫をレポートにまとめ、再度2つのスーパーを見学した。児童が考えた工夫を店員に確認し、工夫に関わる事象をカメラに記録、レポートに表した。再度の見学では、新たな工夫を発見し、店員に確かめている児童もいた。写真2はその時の1枚である。レジの店員が仕事をしやすいように商品を置く台の高さを調節するペダルである。販売の工夫をスーパーで働く人との関連でとらえた発見である。また、ある児童はレポートの最後に次のような感想を書いた。



写真2 レジのペダル

ぼくはB社とA社に行って分かったことがありました。それはたとえスーパーマーケットが小さくてもお客さんのためにがんばっていることが分かりました。

スーパーマーケットを見学してたくさんの工夫が分かりました。お客さんや子どものためにたくさんの工夫がありました。スーパーマーケットは小さいところでも大きいところでも役に立つことがあります。小さいところでもこんなにいろんな工夫をしているんだなあと思いました。

販売活動を店舗の大小だけでなく、工夫という観点で積極的にとらえる態度がうかがえる。また目に見えない部分も見ていこうとする新たな視点の獲得が感じられる。これまでの学習活動が有効に働き、社会事象に対する思考力が身に付いた結果である。

4 成果

公民的資質の基礎を支える社会的思考力を獲得するための学習活動や手だてが確認できた。特に下記のような点が成果として明らかになった。

- 児童が社会事象に主体的に関わり、積極的に思考を働かせるためには、体験に基づいた学習課題を設定することが有効である。
- 視点を明確にした調査活動は、思考や判断のもととなる社会事象に関する様々な情報を数多く得る上で有効である。
- 調べた事象や情報を共有したり、検討・整理したりする活動は、思考力を働かせる対象を焦点付ける上で有効である。また、他の情報と交流しあうことにより、より多面的なとらえ方、考え方ができるようになる。
- 整理された情報や事象を比較する活動を設定することにより、社会事象の特性や固有性、事実同士の関連などを様々な角度から積極的に考えることができるようになる。児童が社会的思考力を身に付けるためには、事象を比較し差異やその原因を追究する活動が有効である。
- 分かったことをまとめたり確かめたりする活動により、自己の社会事象に対する思考力の獲得が自覚され、積極的に発揮されるようになる。そして、新たな視点が生まれ、多面的な考え方が獲得される。

5 今後の課題

上記の成果が得られた一方で、課題も明らかになった。販売の工夫について思考を働かせるために、今回はスーパーマーケットという同じ業種を取り上げた。その結果、販売の工夫と客などとの関連や店の規模の違いによる特殊性について児童が自分なりに考え判断できた。しかし、業種の違う店を比較対象とすれば、商品や環境に応じた販売の工夫など、より多くの販売の工夫や特性に考えが及んだであろう。比較する対象を検討していくことが課題である。

参考文献

- 1) 文部省 「小学校学習指導要領解説 社会編」 平成11年5月
- 2) 北 俊夫 『社会科改革のマスターキー』 明治図書, 1998年
- 3) 吉川幸男 『差異の思考で変わる社会科の授業』 明治図書, 2002年
- 4) 吉田高志 『知的追求 向山型社会の展開 小学3年』 明治図書, 2003年