横浜市小学校社会科研究会

５学年部会

研修会記録

第　　号

令和　年　　月　　日
横浜市小学校教育研究会
会長　　後藤　俊哉
横浜市小学校社会科研究会
会長　　梅田　比奈子
同　学年部長　　田村　拓之

【提案日時】
１２月　１日（水）

【会　場】
横浜市立鶴見小学校

提案　　北沢　宏　　先生（鶴見小）
司会　　能登　清仁　先生（阿久和小）
記録　　佐藤　安世　先生（大綱小）

１　**提案内容　単元名**

単元名「　情報を生かして発展するネット通販　～ビッグデータを活用するネット通販A社～　」

２　授業者より

・Ａ社は子どもたちに身近で、単元の導入は入りやすかった。単元が進むと本時の問いなど一人の子どもが疑問に思ったことを広げていった感じとなり、全員の「どうして？」と思う問いにはなっていかなかった。

・何をどれくらい送らなければいけないのかという「在庫管理の調整」に子どもが目が向くように子どもの声を拾っていったが、どの子どものどの言葉をどう問い返せばよかったのか、全員が理解していくのは難しかった。

・他にも用意していた資料があったのだが、どのタイミングでどのように出せばよいのか迷い、子どもの声を拾いながら板書を書き、次のことを考えるということは、改めて難しいと思った。

３　検討会

視点②　【本気の学習問題を追究し、社会的事象の意味等に迫る授業づくり】

本気の学習問題…『どうしてちがう倉庫に商品を送っているのかな。』

・「在庫がなくならないようにしている」を本時の中心することで、情報活用の内容が深まっていくのではないか、または前時までにおさえておくことで、本時の学習問題も変わっていったのではないか。

・具体的な数値が分からないことで本時目標に迫る話し合いの難しさがあった。前時までの学習で、情報を集め、データ活用しているさまざまな事例等が子どもたちの知識としてあることで、Ａ社でも早く配達できるようにデータを集めているのではないか、どんな情報を集めているのかなと、早く配達できるようにしている情報活用の仕方に目が向けられたのではないか。

・「売れ残る」「在庫がなくならない」「売れ残らないようにする」など消費者、販売者どちらの視点なのか変わってくる。子どもは導入では買う視点、体験活動では売る視点でいたが、本時では「買う視点」で話が進んでいた。「売れ残る」という「売る側の視点」が出てくると深まっていけるのではないか。

・子どもの言葉を拾い、教師が黒板に図を書いていった場面は、日頃から子どもの学びを大事にしながら学習を進めている授業者の姿を感じることができた。

＜講師の先生より＞

帝京大学　鎌田　和宏先生よりご講評

・子どもの「直接、届けた方が早いんじゃないの。」という発言。日本では法的な問題があるからできないが、面白い場面だった。また「ぱっと見て欲しくなる。長時間見ていなかったら、どうなるのかなあ。」という発言。A社が消費者の購買行動を分析して仕事に生かしているのかというところのカギになる内容。コンビニエンスストアを事例にすると分かりやすい。

・「横持ち」するにはそれなりのコストが必要だが、本時で話題に出なかった。便利な暮らしの実現と同時に我々が失っているものを考えるのが社会科だと思っている。「工夫と努力」だけの扱いにならないようにしたい。

- 子どもの発言「近いところか届けた方が早い。」に対し、教師の「フルフィルメントセンターから配送センターに行かないと混乱するからだ。」は、子どもは納得できていたか。
- A社は関東地区に強いが沖ノ島では特別配送料金が１０００円かかる。指導案に「全国にいる人に～」とあるが、実際はそうなっていない。A社の利益のある場所に新しいサービスを行っているという実態から、横浜に住んでいるからいいが、これでいいかどうかを問い直す内容の考えられる面白い教材を取り上げている。今の社会のいいところと失くしかけているところが見える教材に挑戦したことが素晴らしい。今日の子どもたちは、そういうところに気付くつぶやきはたくさんあったが、我々がそういう目で子どもたちを見ていないとそれを拾えない。
- ノートで気になったこと、学習問題と最後のまとめは書かれているが、途中で考えたことや迷ったことなど、また授業と授業の間で気になったことを聞きに行くこと、調べに行くことなどそのようなことを書くノートになったときに子どもたちはもう一皮むけるのではないか。

早稲田大学　小林　宏己先生よりご講評

- 「批判的思考」は、社会科の大事な柱の一つにしなければならない。通販の問題は、利便性という意味で私たちを便利にしてくれているという「光」の部分と同時に「陰」の部分もある。「ビッグデータ」により、もしかしたら私たちは本当はそんなに買わなくてもよかったものを買わされているかもしれないという視点。今日扱った内容は、企業としてはどんどん買ってほしい、どんどん売りたい、そのためには在庫をかかえない方がいい、コストをかけない方がいいという経済の論理で「ビッグデータ」を活用しながらつくり上げてきたもの。でも、その陰で必要以上の消費行動にあおられているかもしれない、それだけのものをスピーディーに配送していくというエネルギー負荷、こんな小さなものを買っているのに，何で大きな段ボールに入れてくるのか、品物を取った後に残るゴミに出す量、あのような梱包にしておかないとA社のシステムの中で合理的にコストをかけずに輸送、在庫管理、横持ちのシステムにできない。逆にあのシステムを維持しているからこそ、あれだけの環境負荷が出てくる。
  SDGｓの時代の中でＡ社のやり方は持続可能なのか、欧米社会など国際的にこのような商法を批判している。今の大人も含め、社会の中で通販の果たす役割は大きいし、私たちは利便性も受けているが、同時に環境負荷等々の問題を考えたときに持続可能かを問われなければならない。それは社会科教師の教材開発の視点として持たなければならない。まさに光と影のバランスも含めて単元の構想をどう立てるのか。
- 子どもたちは「すごい、すごい。」の一面的な見方で終わっていいのか。こんなにたくさんの品物を日本中で通販で買うようになったときに、輸送の自動車の面など大丈夫かなという心配をする子はいないのか。そういう視点が出ない学びでいいのか。
- 社会科は、社会の現実とか子どもの生活経験を踏まえた中にある種の社会的なジレンマがあるそのジレンマにきちっと正対していく。そこに子どもの本気度が出てくる。私たち教師自身が社会的な事象に対してどう本気にその問題の光も陰も含めて分析して両面にわたってしっかりと対処していけるか、そういうことを通してある種の対立やジレンマに対処していく力を付けていくのがこれからの近未来の教育に一番大切なことである。
- 本時の冒頭「近いところに送っておいた方がすくに届く」という物理的な遠近感で子どもは捉えていた。その後「売れているところという実績によって、そちらに持っていく、売れているから、そっちに持っていく」という話になっていったが、今日の結論は「ビッグデータを利用して予測して、そこに先に持っていく」というもの。「みんなどうして、これ７０００枚に決めたの？」と、今日の一番大事なところに先生が質問をし、その質問にこたえるかたちで子どもが思考していったが、子どもが主体的に問題解決的に学ぼうとするならば、教師の出が待てたかどうか。私たちのゴールは子どもたちが本気になって学ぶことを大事に支える、ならば私たち教師も本気になって子どもを待つべきだということ。