

## 地域貢献を通じた自己肯定感の育成

焼中に誇りを持ち、焼津を愛する生徒を育てるために

焼津市立焼津中学校 校長 市川 克明

### 1 はじめに

新型コロナウイルスによるパンデミックの発生、デジタル技術の急速な進化など、これからの生徒は今まで以上に予測不能な社会を生きてかなければならない状況である。そんな中、本校では学校教育目標「自立する焼中生」、重点目標「たくましくしなやかに」を掲げて行ってきた教育活動の重要性を改めて全職員で共通理解を図った。そこで、改めて確認したのが、①自ら考え、自ら判断し、自ら行動を起こすことができる自立する焼中生の育成が必要である。②失敗しても壁にぶつかっても粘り強く立ち向かえるたくましさ。③集団の中で他者を認め、他者の考えを受け入れ、他者に頼ることができるしなやかさ。この3つの重要性である。

本校生徒の実態として、全国学力・学習状況調査の結果では、自己肯定感に関わる「自分にはよいところがあると思いますか」に対して「当てはまる」と答えた割合は、全国に対して低かった。また、自己肯定感に関連する「将来の夢や目標をもっている」でも同様であった。自己肯定感を高めることが本校の課題となっていた。

### 2 研究目的

生徒の自己肯定感を高める一環として、総合的な学習の時間では「地域貢献」を大きなテーマとして、地元焼津について知り、自分にできることを考え、社会に働きかける学習活動を設定した。そして、焼津中に誇りを持ち、焼津を愛する生徒を育てることを目指した。コロナ禍において制限が加えられた教育活動も多かったが、本校では教育課程において「地域貢献」の必要性について学校教育目標と関連付けながら全職員で共通理解をして地域人材を活用した総合的な学習の時間を学習の重点の一つとした。

「地域貢献」を通して、中学校の段階から社会への参画意識を高め、社会のために何かできることはないかを考え、実際に行動を起こすことで、さらにその活動を地域の人々に認められることで自己肯定感が高ま

り「自立する焼中生」の育成につながると考えた。

### 3 研究概要

本研究の取組は、令和3年度から実施して本年度で3年目である。3年間の取組で本校では「地域貢献」を柱とした総合的な学習の時間の内容を次のように整理して実施した。

学年	内容
1年	ジュニア防災士として地域貢献
2年	魚・魚・魚で地域貢献
3年	商店街へのプランニングで地域貢献

### 4 研究実践

#### (1) 1年生の実践

テーマを「焼津の町を守ろう！目指せ防災マスター」として、取り組んだ。主な活動は以下のとおりである。

- ・ふじのくにジュニア防災士の取得
- ・電力会社による防災講話（災害時判断ゲーム）
- ・焼津市防災局によるD I G
- ・赤十字によるB L S（一時救命処置）
- ・個人テーマ設定による探究活動

外部講師による防災講話を通して、生徒に「災害時には、私たち中学生の力が必要だ。」「私たちが、地域のためにやらなければならないことがある。」という意識を持たせることができた。

#### (2) 2年生の実践（令和4年度）

テーマを「焼津の魅力を輝かせよう！私たちの手で！」、副題を「魚・魚・魚で地域貢献」として取り組んだ。

##### ① 鯉節の魅力再発見の仕掛け

鯉節組合の方々に依頼して出前授業を実施した。授業内容は、A「鯉節づくりの工程」、B「鯉節を削る体験」、C「だしの飲み比べ」である。1本のカツオが目の前で三枚におろ



模擬授業の様子

される様子を見ていた生徒から「あ、鰹節の形になってきた」という声が上がった。自分で削った鰹節を食べながらその美味しさを再認識し、かつおだし・昆布だし・合わせだしを飲み比べる体験では「すごい、こんなに味が変わるのか?」と、生徒は授業での体験と鰹節組合の方々の鰹節にかける情熱や商品開発への思いから、焼津の魅力再認識する機会となるとともに、今後の活動への期待が高まった。

## ② 4つのミッション

鰹節組合の方々から4つのミッションをいただき、ミッションに班で協力して取り組んだ。

### ○焼津鰹節のPRカーのデザイン（ミッション1）

焼津鰹節PRのために組合が業務で使用する軽自動車のラッピングデザインを考えるミッションをいただいた。生徒は、焼津鰹節のブランド価値を高



作成したラッピングカー

め、鰹節の消費拡大に結びつけるために、見た目にも優れたデザインであることを念頭に置いて考えることを求められた。デザインが選ばれた生徒は「あれが、焼津の街を走ると考えるとすごい気持ちになります。こういう形で焼津に貢献できてよかったです。」と喜んでいました。地域貢献を通して自己肯定感を高めた姿を見ることができた。選ばれたデザインの車は現在焼津市内を走行している。

### ○M（みそ）-1グランプリ（ミッション2）

「M-1グランプリ」と称し、焼津の鰹節を使った究極に美味しい味噌汁を考えるミッションをいただいた。だし素材には焼津鰹節を必ず



HPに掲載された味噌汁

使用するが、それ以外の素材を合わせて使用してもよいという条件である。生徒は、味噌汁に合う具材は何かを考え、試行錯誤しながらレシピを完成させた。最後まで、焼津のものだけにこだわって「カツオ、しらす、桜エビ、トマト」を使用したレシピが採用され、鰹節組合のHPで紹介していただいている。生徒は、味噌汁のレシピづくりを通して焼津の地場産業を学ぶことができた。

### ○だしの取り方動画作成（ミッション3）

美味しいだしの取り方を研究するというミッション

をいただいた。条件は、焼津鰹節は必ず使うこと。その他、昆布等のだし素材を合わせて使ってもよい。生徒からは、「焼津のだしの歴史や、他の地域との違いを調べると、焼津のだしに深い歴史があることを知った。今回の学習で知った焼津のだし文化をずっと伝えていきたいと思った。」という感想があった。このように生徒に焼津の伝統を引き継いでいきたいという思いを持たせることができたのはうれしいあらわれである。

### ○新製品「だしパック」のパッケージデザイン作成（ミッション4）

トマル水産の新製品「だしパック」のパッケージデザインを考えるミッションをいただいた。ミッションをいただいたときに、この「だしパック」の成分（焼津産鰹節をベースに、国産そうだかつお節、国産椎茸、北海道産真昆布だけでできている）や工夫（人工的に作られたうまみ成分は未使用である）など、開発者の新商品にかける思いを聞いた。生徒は、パッケージデザインの作成において「表現する言葉、絵柄、色彩、文字のフォント等」で、どのように開発者の思いや焼津の良さをPRするのかを考えた。



生徒が作成したパッケージ

パッケージデザインを作成する学習を通して、生徒は、焼津や焼津の商品に対する愛着を高めるだけでなく、世の中にあるパッケージデザインには開発者の様々な思いが込められているという視点を得ることができた。

### (3) 2年生の実践（令和5年度）

本年度も鰹節組合と連携しながら実践を進めている。本年度いただいたミッションは次の4つである。

- ・M（みそ）-1グランプリ
- ・「だしパック」のパッケージデザイン
- ・鰹節を使った新メニュー開発
- ・1124（いい節の日）PRポスター作成

鰹節を使ったメニュー開発では、給食センターとも連携をして鰹節を使ったメニューが採用されれば、焼津市の給食メニューとして採用されることとなった。

また、ポスター作成では、11月24日を「いい節の日」として鰹節をPRする活動で、鰹節組合が行うPR活動で町内やお店に掲示したり地域住民に配付したりするポスターを作成している。

### (4) 3年生の実践（令和4年度）

「たくましく しなやかな 大人になるために」

～地域貢献 Part2 目指せ★プレゼンマスター～をテーマとして取り組んだ。

3年生は、近隣のA中学校とプレゼン対決をするという設定で、地域の企業からいただいた5つのミッションの解決に班ごと取り組んだ。11月に、依頼を受けた企業の前でプレゼンテーション対決を行い、採用されれば自分たち班が考えたアイデアが商品化されることとなる。

#### ○「おいもチーズケーキ」と「おいもプリン」の紹介

A社から新規事業のカフェで提供する「おいもチーズケーキ」と「おいもプリン」のブランディングを依頼された。A社は6つの保育園を経営している企



依頼を受けた「おいもプリン」

業である。A社がカフェをオープンするにあたり、子供とその親をターゲットとしていること。食べる人の健康に配慮し、訪れた人が笑顔になるカフェを経営したいという思いを聞き、商品のプロデュースに取り組んだ。生徒は、会社名にちなんだ商品名を考えたり、商品開発のストーリーを作成したりするなどを班で協力して考えプレゼンを作成した。活動を通して、一つの商品が世の中に売りに出されるまでの様々な苦労を感じると共に、商品開発には人々の情熱が不可欠であることを実感していた。

#### ○焼津黒はんぺフライあげあげ隊

焼津市観光協会から焼津黒はんぺフライ（黒はんぺんの焼津弁）をB-1グランプリにするために「焼津黒はんぺフライあげあげ隊」を作成し隊員



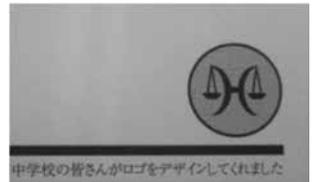
生徒のプレゼンの様子

やチラシを募集している。今回はミッションとして、チラシの作成を依頼された。生徒は、焼津黒はんぺの歴史や白はんぺとの違いを学んだり、実際に黒はんぺフライを作ってレシピを紹介したりするなど、焼津の食文化について学んだ。生徒から「黒はんぺを通して焼津を世界に発信したい」という声が聞こえるなど、焼津への誇りを感じさせる活動へと発展させることができた。作成されたチラシには、イメージキャラクターが描かれるものがあるなど中学生らしい焼津への愛着を感じられるものとなった。

#### ○法律事務所のロゴデザイン作成

C法律事務所から事務所のロゴデザイン作成の依頼

を受けた。ロゴデザインの依頼を受けるにあたり、C弁護士から「気軽に相談できる事務所になりたい」というお話をいただいた。中学生にとって弁護士と話をす



封筒に印刷されたロゴ

ることは殆どなく、法律事務所に対しても「敷居が高い。相談しにくい。」という印象を持っていた。しかし、C弁護士との話の中で、「過ちを犯した人が再び生き生きとした日常を取り戻せるようにしたい。弱気を助け強気を挫く。」という考え方に触れるなかで、自由・正義・公正をキーワードとしたデザインを作成した。

#### ○夏に売るおはぎの新メニュー

D米屋から、夏と冬に売るおはぎの新メニュー開発の依頼を受けた。D米屋では、夏と冬に販売するおはぎのメニューが少なく、



アドバイスをもらう生徒

夏はおはぎの売り上げが伸びないという課題があった。商品開発に向けて生徒は、店舗に足を運び店舗の立地や客層を考えたり、すでにどのようなおはぎが販売されているのかを調べたりして商品開発の参考とした。更に、家庭科で学んだ食品の成分や栄養のバランスを考える班も見られた。夏のメニューでは、酒粕を入れた夏バテ対策や美容効果を訴えたおはぎ、冬のメニューでは、ゆずを取り入れた季節感の色合いの良いおはぎなどの提案がされた。生徒からは、「一人ではなかなか新しいアイデアは出てこないが、仲間と相談することで面白いアイデアが生まれた。ひとつの商品を生み出すには、情熱を持って取り組むチームワークが必要であると感じた。」という感想があった。採用されたアイデアは、現在商品として販売されている。

#### ○コンビニエンスストアからPOPの作成

4商品の中から1つ選び商品の魅力を紹介するオリジナルのPOPを作るという依頼を受けた。コンビニエンスストアの職員からいただいた「一般的にコンビニ滞在時間は5分程度である。お客様の目を引く、衝動買いしたくなるのがよいPOPだ。」というアドバイスをもとにPOPの作成に取り組んだ。生徒は、POPを作成するために、対象とする商品



生徒が作成したPOP

についての印象やその商品にまつわるエピソードについてインタビューやアンケートで調査をし、POPのデザイン作成に取り組んだ。また、店舗を訪れ実際にどのようなPOPが掲載されているのかを調査し、そのPOPについて話し合うなど、消費者の視点で考える大切さを学んだ。

#### (5) 活動内容の見直し「3年生の実践（令和5年度）」

令和4年度の3年生の活動には、A中学校とプレゼン対決をするというよさはあった。しかし、ミッションをもらって解決するという方法は2年生と同じであるという課題があった。そこで、3年生には自ら地域の課題を焦点化して、それを解決するアイデアを提案する学習活動を設定した。

本年度は、テーマ「焼津駅前商店街の未来を輝かせよう」副題を～商店街のプランニングで地域貢献～として取り組んでいる。コミュニティ・スクールのディレクターと相談して、商店街の方々とやり取りをして商店街の発展に向けて中学生が、焼津駅前商店街の未来を輝かせるためのプレゼンをして、中学生にも未来の焼津を考える参画意識を育てることを意識した活動を設定した。現在、3年生は商店街に赴き商店街の現状や課題について取材をしている最中である。

### 5 研究の成果と課題

#### (1) 焼津が好き！焼津を発信したい！

生徒が企業等から与えられた課題を解決するためには、焼津について改めて知る必要があった。更に、焼津の産業に携わる人々と関わることで、地元企業で働く大人が持っている「焼津への愛着」や「焼津を世の中に発信したいという情熱」「商品開発にかける熱意」に直接触れることができた。この体験を通して生徒は、郷土焼津に誇りをもち、焼津の発展のために貢献できる人になりたいという焼津に対する愛着を深めることにつながった。以下は、生徒の感想である。「正直、焼津には、あまり魅力がないと思っていた。しかし、今回の地域貢献で鰹節は焼津の守らなくてはいけないものだと感じた。」「焼津のだしの歴史や他の地域の立ちとの違いを調べると、他の地域とは違う作り方や焼津だけの深い歴史があることを知った。総合で学ばなければ知りたいとも思わなかったことに興味が湧いた。今回の学習で知った文化がずっと続けはいいなと思った。そして、伝えていきたいと思った。」

#### (2) 私たちも地域の役に立っている

企業からミッションをいただく活動は、生徒に地域を身近に感じさせると共に、私たちも地域の役に立ちたいという意欲を引き出すことにつながった。そして、

アイデアが採用されるなどの体験は、生徒と地域企業をつなぐだけでなく、私たちの考えた商品が世の中で販売されている、役に立っているという自己肯定感の向上につながった。

更に、生徒が発信したアイデアに対して地元企業の方々から「なるほど、面白いね。」「その発想、すごいね。」などと多くの肯定的な評価をいただいた。生徒にとっては、会話の中にある一つ一つの評価が、社会とのつながりを感じるきっかけとなると共に、社会に認められているという自己肯定感の向上につながった。以下は、生徒の感想である。「自分達のアイデアは採用されなかったけど、企業の方がほめてくれるとうれしかったし、少しは役に立ったのかもしれないと思った。」「みんなが焼津のことを思って行動することができたら中学生でも地域に貢献することができることを知り、全力で何かに取り組むことが大切だと思った。」「社会の人と関係することはあまりないけど、今回トマル水産の方々と会って、社会で働くことは大変なのだと思います。でも、社会の人が、今の自分達と同じようなことをやっていると思うと楽しいな・面白いなと思いき将来が楽しみにになりました。」

また、地域企業の方からは「中学生の柔軟な発想がヒントになることがある。」「中学生に、焼津の産業について説明することで、私たちも若手従業員に自分の仕事について考えさせる機会となった。」と前向きな声をいただいた。

### 6 おわりに

本研究は、コロナ禍において社会が大きく変化する中で、改めて今後の学校教育で生徒にどのような力をつけることが必要なのかを考えるとところからスタートをした。働き方改革の流れもあり、ここ数年で教育活動が大きく見直されている中で、本校では「自立する焼津生」を育てるために総合的な学習の時間での「地域貢献」が大切であると職員で共通理解をして進めてきた。生徒の様子や感想から一定の成果を得ることができたと実感している。そして、地域の方々からの「今度は、〇〇な工夫をしてやりたいのですがどうですか。」と来年度以降の活動について建設的な提案をいただくこともあった。今後は、本年度導入したコミュニティ・スクールを活用して、中学生の活動についてより地域の方々に知ってもらい連携できる体制を整えていきたい。