

# 「高校生コンサルタント」の実践で育む「課題発見力」と「スキル活用力」

～＜主体的＝能動的＝体験的学び＞の実現に向けて～

群馬県立高崎商業高等学校 教諭 高柳昌史

## 1 はじめに

近年、生徒の主体性を育む学習の必要性があらためて取り上げられている。かねてより日本の生徒たちの学習が受動的になりがちであることは指摘されてきたものの、文部科学省による「第2期教育振興基本計画」（2013）では、「グローバル化の進展」や「雇用環境の変容」といった背景を踏まえ、主体的な学習に関わる次のような「基本的方向性」が打ち出されている。「1. 社会を生き抜く力の養成～多様で変化の激しい社会の中で個人の自立と協働を図るための主体的・能動的な力～」 「2. 未来への飛躍を実現する人材の養成～変化や新たな価値を主導・創造し、社会の各分野を牽引していく人材～」などである。後者については具体的方策の一つとして多様な体験・切磋琢磨の機会の増大が掲げられている。

中山（2013）も次のように述べて、「社会で求められる学び」において主体的に学ぶ、能動的な学習過程の重要性を指摘する。「教育の場を離れて社会生活が始まると、教育の場で求められてきた（主には、試験に合格するために求められてきた）よりも、高度な学びの力を要求される。社会で求められる学びには、明確な課題設定や教材が存在しないことが多い。そのため、問題（困窮し、解決を迫られる事態）や課題（仕事や生活を発展・向上させる契機となる事態）を自らの学習課題として捉え、それらに取り組む方策を自ら考え、解決までの過程を自らコントロールしながら遂行することが大いに求められることになる。」。こうした認識に立ち中山は、例えば「PBL教育（problem-based/project-based learning）」等の推進が効果的であると主張している。

そこで本稿では、生徒の主体性・能動性を育むような学習活動を＜主体的＝能動的＝体験的学び＞として捉え、その実現の可能性を、高崎商業高校での「高校生コンサルタント」の取り組みの検証を通して喚起することを目的とする。ここでいう＜主体的＝能動的＝体験的学び＞とは、①生徒が（誰かからの指示を待ってではなく）自ら学びに取り組み、②（誰かの教えを受動的に受け取るのではなく）能動的な発見や気づきを通し、③体験として学習内容を身に付けていく、という学習プロセスとして定義づける。いうまでもなく、主体的・能動的・体験的という3つのキーワードは三位一体的に結びついている。主体的に取り組むことが能動的な気づきの前提であるし、そのような主体的学び・能動的気づきは（詰め込みや暗記と異なり）必然的に生徒にとって意味深い、人生の体験という形をとるからである。

こうした＜主体的＝能動的＝体験的学び＞の実現に向けた試みとして「高校生コンサルタント」が有効であることを論じるにあたり、本稿は以下のような構成を持つ。まず第2節では、本校生徒が3学年の科目「課題研究」において直面する困難を取りあげ、その対応策として＜主体的＝能動的＝体験的学び＞が求められる旨を述べる。そのうえで第3節にて＜主体的＝能動的＝体験的学び＞に向けた取り組みとしての「高校生コンサルタント」の具体的展開を記述する。第4節ではその取り組みの有効性について省察・分析を行う。結びの第5節では総括と展望を述べる。

## 2 本校における「課題研究」の実態と問題点

商業高校においては、伝統的に地域のビジネス社会を担う職業人の育成を使命としており、科目「課題研究」を原則履修科目として位置付けている。その目標は「商業に関する

課題を設定し、その課題の解決を図る学習を通して、専門的な知識と技術の深化、総合化を図るとともに、問題解決の能力や自発的、創造的な学習態度を育てる。」とあり、内容は(1)調査、研究、実験(2)作品制作(3)産業現場等における実習(4)職業資格の取得の4項目から構成されている(学習指導要領, 2009)。いわば、理念としては、ビジネス社会で活躍する将来のスペシャリストの育成に、以前から<主体的=能動的=体験的学び>が必要不可欠であると考えられていたことが窺える。

本校では「課題研究(3単位)」を第3学年で設置しており、筆者が(1)調査、研究、実験(2)作品制作を担当するようになって2年が経過する。しかし、必ずしも理想的なく主体的=能動的=体験的学び>として機能していないのではないかと感じている。理由は以下の2点である。

1点目は、主体的に課題設定をすることができずに困惑する(もしくは課題設定に必要以上に時間を浪費する)生徒の姿が多数認められるからである。「商業に関するならどのようなものでも構わない。自由に課題を設定しなさい。」と指示をしても、ほとんどの生徒はそこで途方に暮れてしまう。中には「何を課題にしたらいいのですか。」と聞いてくる生徒もいる。結局、課題を設定するだけで最初の1か月が経過してしまうことも珍しくない。

2点目は、まず自分たちがやりたいアクションプラン(商品開発、アプリ開発、ツアー・イベント企画、フリーペーパー作成等)を先に決めてしまい、課題設定の理由を後回しにしている生徒が非常に多く見受けられるからである。本来は、まずは目に見える事象からその裏側にある課題を探ることから始めるべきである。そのうえで課題の解決のために全体の方針と具体的なアクションプランを考える、という順番が望ましい。ところが、多くの生徒が現状の分析や課題の探求、課題に適したアプローチの選択といった作業を飛ばしてしまっている。その結果、実践内容が課題の解決と結びつかず、ただ何かを行っただけで完結してしまっている生徒が見受けられる。

ただし、このような現状になってしまっている理由は、決して生徒の学習意欲が低いからではない。本校の生徒は資格取得などには非常に熱心に取り組み、平成25年度は全商検定3種目以上1級取得者数が全国第5位という成果を収めている。「課題研究」においても手を抜いているわけではなく、精一杯考えるものの、どうしていいかわからず、戸惑っている様子が窺える。

それでは、なぜ学習意欲もあり、かつ各種の資格取得をとおしてスキルも身に付けている生徒が「課題研究」の段になると途端に戸惑いを見せるのか。私は、その原因は「課題の発見方法を知らない」とこと、課題解決のために「自らが持つスキルをどのように活用したらいいかわからない」とことにあるのではないかと考えている。生徒は、入学後の2年間でビジネスに必要な基礎的・基本的スキルを身に付けている。「簿記」「情報処理」「プログラミング」などは、まさしく社会に出て「役に立つスキル」であるといえる。しかし一方で、そのスキルを「役立たせる」とことについては経験をしていない。自らが置かれた状況(環境)において、どのような課題(問題)が存在しているのかを把握する力が弱いために、自らの持つスキルを何に役立てればよいのか、また、そのスキルをどう組み合わせればよいのかについての理解が不十分であると考えられる。いわば「役に立つスキル」だけを身に付けた生徒が、「スキルを役立たせる」経験もなしに、いきなり実践的な学習活動の場面に立たされることにより、混乱が生じているといえる。

このような見立ては、先に述べたPBL教育における3段階モデルとも符合する。金田ら(2009)はジョナッセンによる知識習得理論を応用し「講義・課題形式による、初期レベルの(予備的)知識獲得」「テュートリアル型PBLによる、アドバンス・レベルの知識習得」「実践体験型PBLによる、エキスパート・レベルの知識習得」という3段階

モデルを提示している。つまり、初期レベルの知識・スキルを習得する段階と、実社会において課題を発見し、スキルを活用する段階との間に、その 2 つの段階を結びつける活動を挟んでいるのである。この中間段階がないために、生徒の「課題発見力」「スキル活用力」が身に付いていないことが本校の課題であるといえる。

### 3 ビジネス研究部（マーケティング）における「高校生コンサルタント」の取り組み

役に立つスキルを習得した商業高校の生徒が、そのスキルを十分に活用させる段階へと進む橋渡しをする学びの支援、すなわち「課題発見力」「スキル活用力」を育成する教育実践の実現に向け、筆者は今年度ビジネス研究部（マーケティング）<sup>1</sup>において実践している「高校生コンサルタント」に取り組ませることが一つの有効な手立てとなると考えている。それは、コンサルティングという業務がそもそも「課題発見」「スキル活用」を前提としているからである。中小企業診断士でコンサルタントとして活動している綿貫有二氏はコンサルタントについて「会社にとっての医者のような存在である。いわば、会社を診察することで課題を発見し、課題解決のために必要なスキルを活用して薬を処方し、完治する（もしくは完治が見込まれる）まで援助することを一連の業務としている」と述べている。

また、当該のプロジェクトは基礎的なスキルを習得する段階（初期段階）、課題の発見方法やスキルの活用方法を学ぶ段階（中間段階）、実際にスキルを活用する段階（最終段階）という 3 段階を含んでおり、生徒に「課題発見力」「スキル活用力」を身に付けさせながら「主体的＝能動的＝体験的学び」を通して生徒の生き抜く力を育むための実践の一例であると考えている。以下、この仮説を実践の具体的な展開の記載をもとに検証する。

#### （1）活動のきっかけ

活動のきっかけは 2014 年 3 月、高崎市内でパン屋を営む「ぱん屋航路」（代表：中條孝二）から「やまといもを用いたパンを作れないか」という問い合わせがあったことに起因する。本校ビジネス研究部では、2012 年から地域活性化の一環としてやまといもを用いた商品開発に取り組んでおり、これまで「やまといもチーズケーキ」（松田製菓、2012）、「やまといも入り爽ジュース」（スズラン高崎店・三栄青果、2013）、「やまといもジェラート」（みるく工房タンポポ、2013）を企業と共同で企画・開発してきた。その活動を知



図 1：クライアント

ったクライアントからの依頼であったが、筆者は「やまといものパンを作ることはたやすいが、果たしてそれがクライアントにとって本当に必要なことだろうか。また、それが生徒にとって真の学びの場となりうるものであろうか。」という疑問を感じずにはいられなかった。現状分析による課題把握もなしにアクションプランのみを決定・実行することは、問題を抱える課題研究の現状となんら変わりがないのではないかと感じたからである。

そこで、＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を念頭におき、初期段階、中間段階、最終段階という学習過程を経て生徒にコンサルティングを経験させることに決定した。活動を通してクライアントが抱える真の課題を探求させ、その課題解決のためにスキルを活用させることでクライアントに利益を与え、また、生徒にとっても＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を経験させることができるのではないかと考えたことが、今回の活動に取り組ませるに至った経緯である。

## (2) 基礎的なスキルを習得する段階（初期段階）

本校ビジネス研究部には現在、1学年9名、2学年7名、3学年1名の計17名が所属している（2014年10月現在）。1学年は授業の中でビジネス基礎、簿記、情報処理について学習しており、さらに部活動の中でマーケティングに関する基礎的な内容を一通り学習している。2、3学年は会計、原価計算、プログラミングについても授業の中で学習している。

ただし、コンサルティングを実践するためにはまだ十分とはいえないため、プロのコンサルタントによる後述の勉強会も開催している。ここでは主に、マーケティング環境分析手法（マイクロ環境分析・マクロ環境分析）、チラシの訴求行程、カラーイメージ、書体、戦略立案のためのフローとツール、顧客満足と顧客対応、購買心理などについて取り扱っている。

## (3) スキルの活用方法を学ぶ段階（中間段階）

プロのコンサルタントである綿貫有二氏を招き、コンサルティングに関する勉強会を開催した（2014年4月26日9:00～16:00）。勉強会の狙いは、マーケティングとコンサルティングに関する基礎的な知識やスキルを学ばせること

（初期段階）、及び事例研究を通して課題発見方法とスキルの活用方法について経験させること（中間段階）の2点である。綿貫氏は、初期段階にあたる午前中は一斉講義の教授者として、中間段階にあたる午後についてはディスカッションによる生徒の議論を見守り、適宜アドバイスを行うファシリテーターやアドバイザーとしての役割を果たしている。

なお、事例研究ではクライアントであるパン業界については一切取り扱わず、ペットショップや釣具店などを取り扱っていただいた。これは、パン業界を事例にしまうと、その方法にばかり囚われてしまい、生徒自らの思考力、課題発見力、スキル活用力を妨げてしまうのではないかと考えたからである。

事例研究に取り組む生徒たちからは、初めは戸惑う様子が窺えた。特に、事例が抱える課題や問題点がどこにあるのか、発見することが困難そうであった。しかし、綿貫氏が着眼点のヒントを適宜与えることにより、生徒は自ら気づき、時にはこちらがはっとするような視点から課題を指摘する生徒も見受けられた。また、これまで学習したスキルを用いて模擬的なチラシ作製や戦略の立案などを体験することによって、生徒は自分たちのスキルをどのように活用していくことがコンサルティングにおいて有用であるかを学ぶことができた。



図2：勉強会（中間段階）

## (4) 実際にスキルを活用する段階（最終段階）

ここでは、以下の手順で実践を行わせる。

- ① 現状分析と課題探求
- ② 戦略の立案と戦術の決定
- ③ 戦術の実践
- ④ 検証
- ⑤ 課題と今後の展望

この手順は、綿貫氏が提唱する「診察（①）－処方（②③）－援助（④⑤）」を意識したものだが、「Plan（①②）－Do（③）－Check（④）－Act（⑤）」というPDCAサイクルであるともいえる。

### ①現状分析と課題探求

現状分析を行うにあたり、生徒にはマクロ環境とミクロ環境のそれぞれの視点から分析を行わせている。マクロ環境分析を行わなければ「木を見て森を見ず」という状況になり、ミクロ環境分析を行わなければ一般論のみに終始し、クライアント特有の課題に気づくことができないからである。今回のケースでは、生徒は以下のような分析をそれぞれ実施している。

(マクロ環境分析)

- 事業所数と年間商品販売額の推移（経済産業省「商業統計確報」より）
- 小麦の政府売渡価格の推移（農林水産省「輸入小麦の政府売渡価格について」より）
- バター（原料物）価格の推移（農林水産省「主要乳製品の価格動向」より）
- 食品関連業者の製品別倒産件数（帝国データバンク「特別企画 食品関連業者の倒産動向調査」より）

(ミクロ環境分析)

- 店主への取材
- 店頭での市場調査
- 他店との比較（高崎市内・東京）

その結果、クライアントの課題は「やまといもの新商品がないこと」ではなく「競合店の増加や原価の高騰、顧客の嗜好の変化などの厳しい状況に対し、今のところ有効な手立が見つからないこと」であることが判明した。この課題は、当初の依頼通りやまといもの新商品開発に取り組んでいたならば、まず気づくことはなかったと思われる。また、中間段階を省いて実践しても、生徒はどの観点から課題を探求すればいいかわからず、困惑していたのではないかと推察される。「新商品の開発」ではなくコンサルティングに取り組んだこと、そして初期段階－中間段階－最終段階と段階を踏んだことが、課題の探求に結び付いたと思われる。



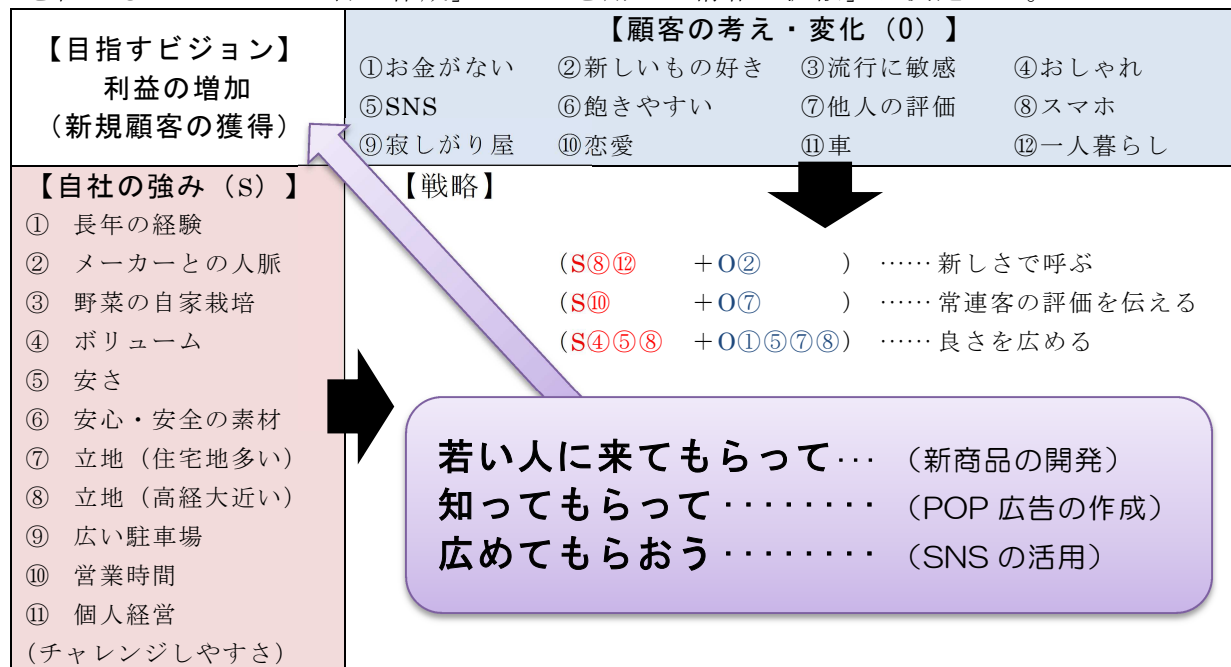
図 3：取材活動及び市場調査

### ②戦略の立案と戦術の決定

綿貫氏は戦略と戦術について以下のように述べ、戦術ありきの実践を否定している。「戦略とは、戦いの方向性を決めるものであり、いわば将軍のようなものである。一方戦術とは、戦いで使われる武器にあたる。武器が優秀なら勝てるわけではなく、戦略によって必要な戦術は変わるのだが、多く人は戦略を考えず戦術ばかりを重視してしまう。」くしくもこの言葉は、本校の課題研究の現状を見事に表している。課題探究を行わず、ただやみくもにアクションプランのみを決定・実行することは、まさしくこの「戦術ありき」であるといえる。

なお、戦略立案ツールとしては、SWOTマトリクスSO型を用いている。これは「目指すビジョン」を確認し、そこへ導くために「自社の強み」と「顧客の考えや変化」を結び付けて戦略を立案するというものである。その結果、「若い人に来てもらって、知っても

らって、広めてもらおう」という全体戦略で取り組むことを決定した（図4）。あわせて、戦略を実現するための具体的なアクションプランについては「新しいお客様を引き付ける目玉となる、若者向けの新商品の開発」「お客様に愛されている理由や、お店のこだわりを伝えるためのPOP広告の作成」「SNSを用いた情報の拡散」に決定した。



（図4：SWOTマトリクスSO型）

### ③戦術の実践

立案した戦術に基づき、新商品の開発、POP広告の作成、SNSの活用を行った。ここでは主にブレインストーミングを用いてアイディアを創出させ、クライアントと共同で準備を行った（図5）

戦術	内容	詳細
新商品の開発	・「ピリ辛サンド〜一つくわえりゃ幸せに〜」	・手巻き寿司風の形状をしたサンドイッチ。 ・3段階の辛さと6種類の具材を用いる。 ・価格は200円と250円の2種類とする。 ・250円のはトマト食パンを用いてプレミアム感を演出する。
POP広告の作成	・おすすめカード ・口コミ掲示板 ・店主こだわりの食べ方 ・黒板広告	・部員のキャラクターを用いた口コミを載せる。 ・常連客の口コミを掲示する。 ・店主のこだわりや考え方を載せる。 ・手書きで作成し、通行人にアピールする。
S N S の 活 用	・Facebook ・Twitter	・QRコードを載せたチラシ1,500枚を配布する。 ・店頭でSNSの開設を知らせるカードを置く。

（図5：戦術と具体的実践内容）

クライアントと打ち合わせの結果、新商品の販売とPOP広告の掲示は7月25日から、SNSはその前日から運用を開始することに決定した。

また、お客様の反応を生徒自身の目で確認させるため、7月25日から31日まで（7月

27日は定休日のため除く)は、毎日11時から13時までの2時間、店頭にて販売員活動及びアンケート調査を実施した。炎天下の活動であったが、計140枚のアンケートを取ることができた。



(図6：実践の様子)

#### ④ 検証

実践したコンサルティングがクライアントにどのような影響を与えたか、売上結果やアンケート結果を用いて検証させる。実際には多岐にわたるデータを収集・分析しているが、本稿では売上高の前年同時期との比較(図7)、ポイントカード新規発行数(図8)、顧客の利用回数(図9,10)を掲載する。

##### 売上高の前年同時期との比較

月	週	前年同期比	備考	月	週	前年同期比	備考
8月	第1週	-¥55,294	3営業日(2013) 2営業日(2014)	9月	第1週	-¥7,748	
	第2週	+¥10,076			第2週	+¥3,792	
	第3週	+¥74,159			第3週	+¥43,590	
	第4週	+¥14,096			第4週	+¥18,392	
	第5週	+¥20,449			第5週	+¥43,355	1営業日(2013) 2営業日(2014)
	8月計	+¥63,486	27営業日(2013) 26営業日(2014)		9月計	+¥101,381	25営業日(2013) 26営業日(2014)
2か月累計						+¥164,867	52営業日(2013) 52営業日(2014)

(図7：売上高の前年同時期との比較)

##### ポイントカード新規発行数

月	週	新規発行枚数	月	週	新規発行枚数
8月	第1週	2枚	9月	第1週	18枚
	第2週	7枚		第2週	16枚
	第3週	3枚		第3週	13枚
	第4週	5枚		第4週	8枚
	第5週	13枚		第5週	3枚
	8月計	30枚		9月計	58枚
2か月累計					88枚

(図8：ポイントカード新規発行数)

※更新による新規発行を除く

「新規顧客の増加により利益の増加を目指す」というビジョンに対し、どのような効果が表れたのかを検証させる。まず、図8~10により、今回のプロジェクトが新規顧客の獲



(図9：利用回数)

(調査期間：7月25日~31日)



(図10：利用回数)

(調査期間：10月4日)

(アンケート総数：80枚)

得に対し、一定の効果を上げていることが窺える。次に、図 7 からは、その結果が売上高の増加につながり、利益を押し上げていることが推察される。ただし、実際には戦術ごとの詳細なデータを収集・分析し、それぞれの効果と課題について検討する必要がある。

#### ⑤課題と今後の展望

実際の活動では、「ピリ辛サンド」と「SNS」についてはそれぞれ新たな課題が発見されたため、改善が必要と判断し、現在その対応策を協議・準備している（2014 年 10 月現在）。また、生徒のこれまでの取り組みがクライアントに評価され、11 月から行う開店 3 周年記念セールの内容を、ビジネス研究部が企画・検討することが決まっている。

### 4 取り組みへの省察と分析

前節において、「課題発見力」と「スキル活用力」を育む＜主体的＝能動的＝体験的学び＞実現のための具体的プロジェクトとして、「高校生コンサルタント」の取り組みを論じた。本節においては、同プロジェクトが＜主体的＝能動的＝体験的学び＞の実現に有効なものであったのかどうか、また、あったとしたらどのような点においてか、省察・分析を行う。

まず、プロジェクトそのものの有効性であるが、＜主体的＝能動的＝体験的学び＞の実践として一定の意義を持つものであったと考えられる。詳細は以下第 1 項から第 3 項で述べる通りである。また、全体としては、本取り組みを通じた研究活動自体が、平成 26 年度高等学校生徒商業研究発表大会において高い評価を受けていることから裏付けられる。群馬県大会で最優秀賞、関東地区大会で同じく最高賞にあたる優秀賞を獲得し、2014 年 11 月開催の全国大会出場を果たした（同年 10 月現在）。審査員からの講評の中で＜主体的＝能動的＝体験的学び＞につながる観点として、次のようなコメントが含まれていたことを付記しておく。「生徒がコンサルタントとして頑張っている姿が非常に良かった」「商業の学びが生かされた活動であり、これからの商業生に学んで欲しい内容である」。

次に、いかなる点において本取り組みが＜主体的＝能動的＝体験的学び＞として有効性を持つと考えられるか、以下の 3 点から分析を行う。

#### (1) 「課題発見力」「スキル活用力」とコンサルティング業との重なり

今回のプロジェクトは特に 2 つの力を意識しながら実践を行った。それは、目に見える事象からその裏側にある課題を探ることができる「課題発見力」と、課題解決のための戦略を考え、アクションプランを立案し、実行することができる「スキル活用力」である。そして、この 2 つの力を身に付けさせるためには、本稿第 3 節で取り上げたような実践的な活動体験が必要不可欠である。初見の患者に対し診察による原因追究もなしに薬を処方する医師が存在しないように、また、治療のための必要な薬を処方することができない医師が存在しないように、課題を探ることなしにアクションプランを立案するコンサルタントや、スキルを活用することなしに課題を解決できるコンサルタントは存在しない。いわば、これまで商業高校の課題研究や商業系部活動で取り上げられてきた「商品開発」「イベント企画」「アプリ開発」ではおろそかにされがちな内容が、コンサルタント業では必要不可欠な内容として含まれているといえる。そうであるならば「高校生コンサルタント」の経験を積むことは、「課題発見力」「スキル活用力」の育成を核とする＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を経験することと重なるものであると考えられるだろう。



## (2) 中間段階の介在

「高校生コンサルタント」のプロジェクトでは、段階を踏んだ学習過程を構築することが意識されている。特に、本稿第3節第2項「基礎的なスキルを習得する段階（初期段階）」と、同節第4項「実際にスキルを活用する段階（最終段階）」との間に、同節第3項「スキルの活用方法を学ぶ段階（中間段階）」を介在させた。この点が＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を円滑に生起させるうえで有効であったと考えられる。

実際、この中間段階に対して、生徒からは以下のような感想が聞かれた。「部活に入っただけで、コンサルティングという言葉の意味も知らなかったが、今回の話を聞いてスッキリした。（1 学年女）」「顧客の考え・変化と自社の強み・弱みを組み合わせることができることを書き出していくSWOTマトリクスは、本当に良いものだった。また、お客様の立場になって考えることの難しさや大切さを実感した。（1 学年女）」「以前はマーケティングやコンサルティングと聞くと難しいイメージばかりであったが、先生の講習を聞いて、普段私が買い物のときにふと思ったことこそが一番大切で、見落としている点だと気づいた。（2 学年女）」「簡単なようで難しい、難しいようで簡単、この何とも言いえない感じが面白いと思った。（2 学年女）」「自分の家に帰りチラシを見ると『あれ？この健康食品、言っていることが矛盾しているな』と思うところがあった。（2 学年女）」「マーケティングとは難しいイメージがあったが、結局は人と人との繋がりだと気づかされた。（3 学年女）」このように、生徒の感想は概ねこの中間段階に対して好意的であり、むしろ初期段階でマーケティングを学んだときよりも、この中間段階で学んだときの方が簡単で楽しかったと答えている生徒の方が圧倒的に多い。これは、講師の力量によるどころも大きいだろうが、机上の空論ではなく、実際の事例を通して自ら考え、主体的・能動的に取り組んだことによる達成感も大きいのではないかと推察される。そしてその成功体験が、より生徒を主体的・能動的にさせているところも見受けられる。帰宅後に自宅のチラシをコンサルタントの視点で見つめ直し、そこに潜む課題を発見した生徒がいることは、まさに主体的・能動的な学習の成果であると考えられる。

こうした中間段階を経たことにより、最終段階である実際にスキルを活用する段階では、さまざまな取材活動や市場調査を有効に実践に結び付ける生徒の姿が観察された。課題研究で見られるような、何を行ったらいいか困惑している様子は見受けられなかった。これは中間段階を大事にした同プロジェクトが＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を誘発させた成果であるといえる。

## (3) 「高校生コンサルタント」が手に入れた表現力（伝える力）

最終段階ならではの成果もある。それは、発見した課題や立案したアクションプランを、依頼主であるクライアントのプライドを傷つけずに伝え、理解してもらうために、生徒が意識的に表現方法を工夫するようになったことである。綿貫氏もコンサルタントに必要な力として「自分で答えを見つける力」に加え、「相手の誇りを大切にしつつ、自分の意見を伝える力」を挙げていた。課題とはいわばクライアントの問題点である。高校生がその道のプロフェッショナルに対して問題点を指摘するということはどれだけ難しいことか、想像することは決して難くない。クライアントに教えを乞いながらもこちらの意見を伝え、議論を深める中でお互いに新しい気づきを得て前進する、この経験は高校生コンサルタントの最終段階ならではの学びといえる。

このように「高校生コンサルタント」のプロジェクトを通して、生徒は自らの意見を相手に伝え、理解してもらうために、クライアントとの打ち合わせを重ねる中で必然的にその表現方法を身に付けることになった。逆にいうと「伝える力」の発現は、同プロジェ

クトが＜主体的＝能動的＝体験的学び＞に有効であったことの証左であると受け取れよう。

## 5 終わりに

これまで、未来を生き抜く生徒に求められる＜主体的＝能動的＝体験的学び＞の実践として「高校生コンサルタント」のプロジェクトが一定の意義を持つ旨を論じてきた。特に「課題発見力」「スキル活用力」という2つの力を身に付けさせるために、3段階の学習過程を経て「高校生コンサルタント」に取り組みさせることにより、生徒自らに課題を発見させ、主体的・能動的に課題解決に取り組み、成功体験を積ませることが出来る活動であることを確認してきた。

コンサルティングの成果を売上高や新規顧客の増加という、目に見える形で確認することができることも生徒にとっては貴重な成功体験である。活動の最後には「自分たちの頑張りが誰かを励まし、役に立つことができていることがとても嬉しかった。(3 学年女)」「厳しい仕事こそ、乗り越えた先には素晴らしい達成感が待っていることを知ることができた。(2 学年女)」という感想を聞くことができた。これは今回のプロジェクトが、望ましい勤労観を育成するキャリア教育の側面も有しているともいえる。

こうして本稿で論じてきた諸観点において、本取り組みは中山のいう「明確な課題設定や教材が存在しない」社会の中で自ら課題を設定し、＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を生涯にわたって継続し続けていく人間を育成することにつながるものであると感じている。そして、そのような人間こそが、多様で変化の激しい社会の中で、しっかりと自らの力で課題を見つけ、乗り越えていくことができる人間であり、いわば生き抜く力を持った人材であると筆者は考える。そして、もしそうであるならばこの活動は部活動だけにとどまらず、より広い形で教育活動に取り入れられていくべき可能性と有用性を持ったものであるといえるのではあるまいか。例えば筆者は「高校生コンサルタント」への取り組みと、初期段階－中間段階－最終段階という学習課程を科目「課題研究」の中に取り入れることにより、多くの生徒に「課題発見力」「スキル活用力」を身に付けさせ、＜主体的＝能動的＝体験的学び＞を通して生徒に生き抜く力を育ていきたい、との思いを持っている。本稿で報告した実践は、中長期的にはこうした挑戦にも結び付くものであると筆者は考えている。

### (参考文献)

- 金田重郎・井上明 (2008) 「実システム開発を通じた社会連携型PBLの提案と実践」『情報処理学会論文誌』49 卷 2 号, pp. 930-943.
- 中山留美子 (2013) 「アクティブ・ラーナーを育てる能動的学修の推進におけるPBL教育の意義と導入の工夫」『21世紀教育フォーラム』第8号, pp. 13-21.
- 日本商業教育学会 (2011) 『教職必修 最新商業科教育法 新訂版』(実教出版).
- 文部科学省 (2009) 『高等学校学習指導要領』.
- 文部科学省 (2010) 『高等学校学習指導要領解説 商業編』.
- 文部科学省 (2013) 「第2期教育振興基本計画」.

---

<sup>1</sup> 以降「ビジネス研究部」とのみ表記