

図の上部にある①～⑬の行事は、中学1年の入学から中学3年の卒業に至るまでの時系列の順番になっている。ちなみに、私が校長として赴任する以前から行われていたのは、⑬の「模擬裁判」のみで、その他は問題解決型のカリキュラムとなるように新たに作り上げたものだ。すべてを生徒たちが社会で必要とする問題解決型の行事や取り組みなどで配列した。

これら一連の過程を通じて学んだコンピテンシーを言語化し、「メタ認知」として生徒が考え方を理解し、自分のものとして使えるようにすることが大切だ。

旅行会社とのタイアップによる企画型の取材旅行

修学旅行に何か真の「目的」を持たせることはできないだろうか。旅行会社とも相談して、生徒たちに旅行の「参加者」ではなく、「企画者」になってもらうというアイデアがまとまった。生徒が旅行会社の社員になったと想定して、京都・奈良への「ツアープラン」を企画・考案し、2泊3日の修学旅行をその「取材旅行」と位置づけて実施するというものだ。

取り組みにあたっては、旅行会社に全面的に協力してもらい、まずは出前授業を通じて内容と趣旨を、さらには、ツアー企画の立て方や現地取材の方法などを説明してもらった。そうした事前学習の後、生徒たちは4～5人のグループ単位でツアー企画を検討する。

2泊3日の取材旅行では、生徒が自分たちで考案したツアー企画の内容に基づき、京都・奈良の目的地を精力的に回る。お店の人や町の人への聞き取り取材を行い、パンフレットに掲載するための写真を撮影する。

取材旅行後は、旅行会社のデザイン・編集担当者による出前授業を受け、パンフレットの具体的な作成方法を学ぶ。その後、グループ単位でパンフレットの制作を進め、最終的には、旅行会社の社員の前でプレゼンテーションを行う。

パンフレットの作成を通じて、生徒たちが強く意識し

たのは、「誰かを楽しませるためには、どうすればよいか」ということだ。こうした他者意識は、生徒たちにとって将来の社会を生きていく上で必須の力になるだろうし、仕事に就いてからも、たとえば商品やサービスを開発していく上で不可欠な視点となる。このように、行事は目的を明確にした上で、実施する必要があると私は考える。

答えのない課題に取り組む「クエストエデュケーション」

現在、日本全国のどの中学校でも「職場体験」が実施されている。生徒たちが店舗や事業所に出向き、店員や職員に交じって仕事を体験するもので、いわゆる「キャリア教育」の一環として行われている。生徒と実社会をつなぐ取り組みとして意義深いものだ。

一方で、職場体験には課題もある。まず、生徒たちが赴く職場によって、得られる成果の格差が大きい。職場体験の趣旨を十分に理解してくれていない職場に行けば、仕事や働くことについて、失望感を抱くことにもなりかねない。

加えて、学校は職場体験の前に、礼儀やマナーの事前指導に重きを置きすぎる傾向がある。働くことの喜びや大変さよりも、そのための規律・礼儀・忍耐がクローズアップされるなど、優先順位が少しずれてしまっているように思う。

そんな折、縁あって、教育と探求社が主催する「クエストエデュケーション」を見学する機会を得た。これは、生徒が実在する企業の社員になったという想定の下、与えられたミッションを順番にクリアしていきながら、ビジネス上の課題にグループで取り組むものだ。企業への模擬インターンシップといってもよいもので、全国で2万人近い中高校生が参加している。2017年度は、表3の6社が参画し、表にあるような最終ミッションが提示された。

生徒たちはグループごとに、6社のいずれかに模擬入

表3 「クエストエデュケーション」における各企業の最終ミッション

企業名	最終ミッション
NTTドコモ	1人1人を見つめ、「本物のつながり」を形にした社会課題解決プロジェクトを提案せよ！
クレディセゾン	人類を一步進化させる新しい技術と考え方を活用したクレディセゾンらしいプロジェクトを提案せよ！
大和ハウス工業	人々が生きる土台を育む大和ハウスの世界進出プロジェクトを提案せよ！
テレビ東京	人間の勇気を掘り起こすテレビとネットの枠を超えたありえへん∞メディアを提案せよ！
パナソニック	これからの家族の幸せを作り出すパナソニックの新商品を提案せよ！
富士通	未来のデジタル社会で人間が人間らしく生きるために欠かせない富士通の新サービスを提案せよ！

(出所) 工藤 (2018) p.123に基づく。

社した上で、提示されたさまざまな段階別のミッションに向き合う。活動期間はほぼ1年間にわたり、活動授業時数は麹町中では25コマ以上に及ぶ。どのミッションも、企業のことを深く理解しなければ、スタート地点に立つことはできないものだ。

生徒に最初に提示されるミッションは、街頭でのアンケートだ。歩いている人に声を掛けて、「この企業を知っていますか」とアンケートを取りながら、その企業の社会的位置づけ、事業内容などを掘り下げていく。その後も、次々と出されるミッションに応えながら、学びを深めていき、最後に表3のミッションが提示される。大人でも難しいミッションに取り組み、グループごとに企画提案内容をまとめ、最終的にはプレゼンテーションを行った。

この過程では、中学2年の「スキルアップ宿泊」で学んだ「KJ法」などの討議手法、「マインドマップ」などの思考ツール、プレゼンテーションの技術が役立つ。クエストエデュケーションは、中学2年の5月頃に始まり、翌年1月頃まで続くのだが、その途中、7月に行われるスキルアップ宿泊は、クエストエデュケーションを進める際の間トレーニング的な役割も担っている。

自己開示を促す「ヤングアメリカンズ」

小学6年までに身につけてしまった「失敗を恐れてしまう」ことを何とか、安心・安全な環境のなかで、チャレンジするものに変えたいと考え、2018年度から新たに取り組んだのが「ヤングアメリカンズ」だ。計3日間を使って生徒たちがミュージカルの上演に取り組む教育ワークショップである。

主催するのはアメリカの非営利活動団体で、17～25歳の若者がいくつかのキャラバンに分かれて世界各国を回り、各地の子どもたちを指導・支援している。日本においても、これまでにいくつかの自治体や私立学校が開催しているが、公立中学校単独での開催はおそらく麹町中が初めてではないだろうか。

ごく普通の中学生在が、なかには、歌やダンスが決して得意ではないように見える生徒も、臆せず、全身を使いながら楽しそうに歌い、全力で体を動かす。そして、稽古がうまくいくたびに、指導してくれる外国の若者とハイタッチをする。わずか3日間のプログラムで生徒たちは大きく変わり、言葉の壁を越えてコミュニケーションを取りながら、実に堂々と楽しそうに自己表現をする。

麹町中初めての「ヤングアメリカンズ」は、2019年1