

21世紀の理科学習のすがた

-CSからCDへ-

佐々木 洋, ○徳永寛隆

SASAKI hirosi, ○TOKUNAGA hirotaka

鹿児島大学・教育, 鹿児島大学・学生

理科学習, 顧客志向, CS, CD, 生涯学習時代, 生活科

1. はじめに

臨教審第2次答申で「生涯学習体系への移行」が提言され, 学校教育が生涯教育の基礎をなすものとしてとらえられるようになってきた。

当然, 新しい学習指導要領や生活科新設の背景にも上記のねらいがあるものと考えられる。今, まさに生涯教育をキーワードにして学校教育が動き始めているといえる。これからの理科学習においても, 生涯教育との関係を特に重視していく必要がある。21世紀は生涯学習システム社会である。そのような時代における理科学習のすがたとはいったいどのようなものであろうか。

本研究では21世紀の理科学習のすがたを考察するために, 生活科とビジネス社会の動きに着眼した。

着眼理由は, 小学校の生活科が生涯教育の入門となること, 学校教育の将来像は日本の社会との関係を抜きに考えられないこと, ビジネス社会が時流を最も鮮明に反映していると考えられること, などである。

2. 研究の方法

- (1) 生活科の動向について知るために, 生活科について詳しい先生方にインタビュー調査を行った。

鹿児島県教育委員会生活科指導主事

園田善孝先生

鹿児島市立西条原小学校(文部省生活科研究指定校)教諭

有馬恭朗先生

鹿児島大学教育学部附属小学校教諭生活科研究員

山口幸彦先生

- (2) ビジネス社会の動向を知るために, 以下の著書を参考にした。

・見えざる顧客 カール・アルブレヒト(著)

仁科 肇(訳) 日本能率学会マネジメントセンター 1991

・コーディネイト発想の時代 市川 肇(著) 実教出版 1992

・コンサルティングマインド 野口吉昭(著) PHP研究所 1993

3. 結果

- (1) 現在, 先進的企業は従来までの工業的な発想を捨て, サービス業的な発想を取り入れている。つまり, 顧客志向型で, 顧客の価値観, イメージやニーズを出発点とした, コーディネーション追究を基本理念として企業活動を構築していこうとしている。
- (2) 生活科の授業では, 子供一人一人の主体的な問題解決の活動の成立をめざして, 教師は環境の構成や支援など, 子供の立場に立った学習活動の展開を追究している。
- (3) ビジネス社会では顧客志向が強調され, 学校教育では子供志向が強調されている。
- (4) よい物をより安くという発想から, 顧客にとってふさわしい物をという発想へ, さらに, これからは“CS (Customer Satisfaction)=顧客が満足する”というレベルから“CD (Customer Delight)=顧客が大喜びする”というレベルをめざした企業活動が展開されようとしている。

4. 結論

ビジネス社会と生活科の動向は21世紀の理科学習のすがたについて重要なヒントを示している。

今までの理科学習は, 教材を大人の都合によって子供たちに押し売りしていた傾向がある。理科を教えて, 多くの理科嫌いをつくっていた。

生涯学習時代の21世紀には, 顧客志向のコーディネイト発想によりカリキュラムや授業が企画され, CSからCDのレベルをめざした理科学習が展開されていることを期待したい。