

にいがた

北から南から



教材が豊富で、

恵まれたいい時代ですね

牧野 秀樹

高校の商業科目の中に、「マーケティング」があります。多くの商業高校では、選択教科の扱いです。

…マーケティング (marketing) とは、平たく言えば、企業が行うあらゆる活動のうち「顧客が真に求める商品 (サービスを含む) を作り、その情報を届け、顧客がその商品を得られるようにする活動」全てを表す概念である (出典: フリー百科事典『ウィキペディア (Wikipedia)』)。… 現代経営学の、関連諸分野の多くがそうであるように、この分野もまた60年代のアメリカ発の経営学分野の一つでした。

新卒で定時制勤務の4年後、全日制で週に3時間この教科に出会いました。70年代の

前半です。高校生相手に、社内教育の位置づけ内容にはなりませんので。わたし (及びわたしたち) は消費者教育に位置づけていたと思います。

とりわけ私はそうでした。内容は、現実の具体的な、商品経済です。テレビのコマーシャル、新聞広告なども教材になります。ところが、文部省検定の教科書には、具体的な企業・商品名は載りません。少ない掲載写真にも、デパートのブランドマークはぼかされています。学校の印刷機は謄写版転写機、その後、リソグラフ印刷機で、コピーもブルーで高価なものでした。

ところが現在はどうでしょうか、インターネットにパソコン、DVD、プロジェクト、カラーコピー、薄型テレビもあふれています。これらの機器を使い、教室で教材を具体的に再現できます。いい時代の到来ですね。

いまからすると、ないないづくしの時代に、私が取り入れたのは、生徒に、新聞の切り抜きを課すことでした。新聞を切り抜いてレポート用紙に貼り付けて、見出しと2〜3行の要



約を記録させる。それを、コクヨのB5ファイル(50円程度)にとじさせ、毎時間、点検・検印していました。年間で、40枚以上になったでしょうか？

冬休みに補充の資料集めを課し、3学期にこの資料を使って、自由なテーマで10枚以上のレポートを課しました。友達同士の資料の貸し借りも自由としました。試験も評価も、担当クラス別で教師の自己責任でした。

また、クラスを班別に分けて、市場調査の実習を大洋紙3枚で、発表させることもしました。かなりの負担だったと思いますが、生徒も本当にまじめでした。(今にして考えると、自由で積極的な雰囲気職場だったのですね)

大学院で、論文指導や自主研究で鍛えられた教師ならばともかく、学部卒でしたので学力も資料解説も、素人レベルだったですね。今から考えると汗顔の至りですが、主観的には一人よがり回避したいと、一生懸命でした。当時、全国の商業教育研究会に属していて、夏の研究会にはよくレポート持参で参加しま

した。生の新聞資料を、教科で多用する実践例はほとんどなかったように記憶していますが、全国の商業教育の実践の中に、自分を位置づけようとする努力は、意識的にしていました。しかし、ゼミでの集団討論やレポート・論文発表、一定レベルでの指導がなかったわけですので、自己流と学力不足の限界をずっと引きずっていたわけです。

定年後、大学院で学んでみて、自分の学力は確かに低かったが、①生徒に、自分で考えて自分の意見をまとめる作業を1年かけて課題とした、②対象は、資本主義経済・経営分野として、一方的な座学に終始せず、生徒に資料を集めさせ、自分で考えをまとめる課題を、年間を通じてテーマとさせることができたと、と考えています。

かなうことなら、現役の教師達に自主的に研究し学力を高める機会を、少なくとも2年程度は持つてもらいたい。そのための、ささやかなお手伝いもしてみたいと考えています。

(まきの ひでき・新潟市)