

第5回  
(最終回)

## 公民で作る社会体験学習

# 個を生かす自律協生社会 実現へ「しくみ～な」活用

日本総合研究所 教育事業開発プロジェクト 時吉 康範



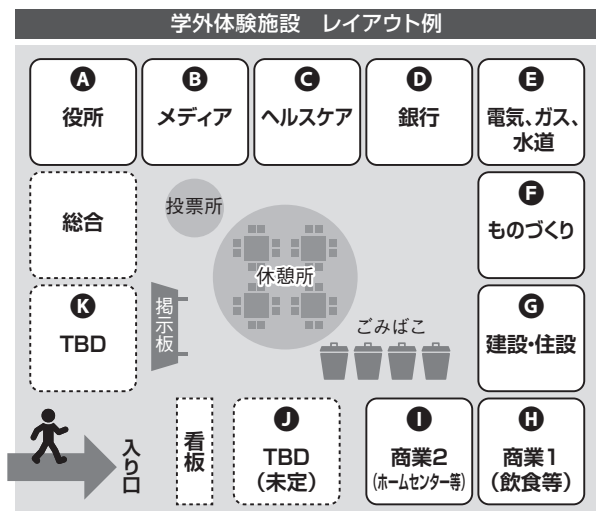
日本総研はフィンランドのユリティスキュラにヒントを得て、小中学生を対象とした「子ども社会体験科『しくみ～な』」を開発している。子どもたちがしなやかに生きる資質・能力を学童期に身につけるための社会体験学習カリキュラムだ。

主な特徴は①学校での級友との議論を伴う例題と体験施設での異なる役割を持つ児童・生徒同士との交わりを伴うロールプレイを通して、社会・経済・仕事の仕組みを主体的対話的に学ぶこと、②主に総合的な学習の時間で公立小中学校の教員に活用してもらい公教育と連動することで児童・生徒が体験格差なく公平に学ぶこと——の2つだ。名称は世の中のしくみとminä（フィンランド語で「わたし」を意味するミーナ）を組み合わせた造語で、「社会のなかの自分」への意識・気づきを得てほしいという思いを反映した。

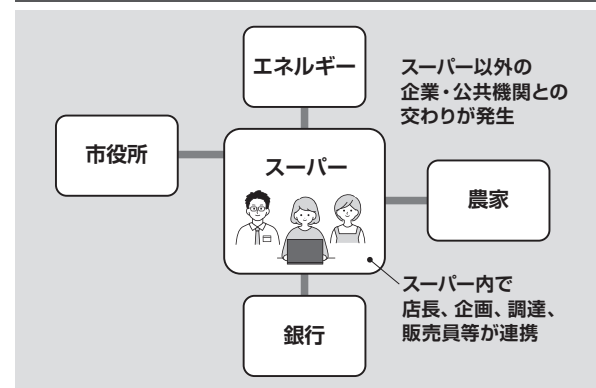
対話を通じて社会・経済・仕事の仕組みを学ぶパイロットテスト段階の学外体験施設のレイアウトと児童・生徒の体験内容を例示した(図)。

事前準備は次の通りだ。①社会を構成する企業・機関のブースを並べる。ブースは簡素なもので、簡単に設営・移動ができるようになっている。②各企業・機関の実際の業務に沿ってブースが目指すゴール、ゴール達成に必要な3～5つの役割(職種)を設定する。業務は本業に限らず、今後目指す取り組みでもよい。③約30人(1学級程度)の児童・生徒それぞれの役割の他者との交わりが発生するタスク(課題)を設計し、個人の時間割とその集合体である全体の時間割を設計する。

図 しくみ～なによる児童・生徒の体験内容例



しくみ～なでの体験



他の企業や公共機関と交わる  
企業/機関内の他者と交わる

出所：日本総研

④希望する企業・機関の職種に応募し、面談を経た後、いずれかの役割に任命される。

体験当日はそれぞれの時間割に沿って自分のタスクに取り組む。他者と交わるタスクに焦点を当

てることです。実社会により近い活動を再現し、タスクをまずやってみることで、子どもたちは対話しながら社会・経済・仕事の仕組みを主体的に学ぶ。

日本総研がこだわりを持つ公教育との連動とは、学外での体験をより深い主体的・対話的な学びにする。学内での事前学習と事後の振り返りを教員がしっかり行うことで、一貫したカリキュラムが必要だ。社会、経済、産業、経営・事業の仕組みや海外の教育手法の事例に精通する日本総研の知見と地域ごとに取り巻く環境が違う小中学校の教育現場の教員の考えを融合させ、有用なカリキュラムを作り上げる。そこで、自治体ごとに教育関係者の協力を得て日本総研がカリキュラムやワークの素案を作って教員に素案を示し、率直な意見を交換して磨き上げる勉強会を始めることにした。

### 教育分野での自律協生社会のモデルに

日本総研は「自律協生社会」をスローガンとして掲げ、環境・エネルギーや交通、健康・医療・介護分野などで取り組んでいる。自律協生社会とは、従来の提供と享受の一方通行の関係ではなく、市民や民間企業、自治体、国など自律した「個」が、サービスの受け手としてだけでなく主体性を持つ担い手としても関わり、協力し合う社会だ。

個がさらに注目され、それぞれの幸福度、人生の満足度、ウェルビーイング（心身の健康や幸福）が重視されるようになると、個の思いや特徴を生かし、地域の特性に合わせて様々な個が共創する自律協生型の地域活性化が、社会のサステナブル（持続可能）な発展につながると考える。

しくみ～なは教育カリキュラムであると同時に、教育分野での自律協生社会の一つのモデルだ。運営や財源を学校や自治体任せにせず、地域にゆかりのある地域外の企業や個人、財団など多様なステークホルダー（利害関係者）が協力関係を築きながら地域の教育を支える今後の社会のあり方を提案するものだ。経営・事業の知見や運営資金を提供する企業、公共施設の手配や所内調整をする自治体、教員や地域企業とすり合わせる地域NPO、取り組みに賛同して寄付をする個人・財団、実証

事業として補助する中央官庁など、様々な担い手と交わりながら具現化を進めているところだ。

### 企業の思考様式の変化の兆し

筆者は大企業の長期経営・事業戦略にコンサルタントとして携わり、短期的利益至上の思考様式を打開しようとしてきた。しくみ～なの開発に着手する前は「B Corp」（Bコープ）に注目していた。株主だけでなく従業員や顧客などの全てのステークホルダーに対して包括的な利益を目指す企業のことだ。B Corp認証は、米国の非営利団体が運営する社会的企業に対する民間の認証制度で、日本総研も認証取得に挑んでいる。

B Corpの考え方に触れ、日本の大企業の社会貢献活動の意識が変わり社会的企業が増加するかもしれない、という思いを抱きながら、しくみ～なへの協力をお願いに企業を1社1社回ってみると、企業の興味・関心のポイントは3つだと感じた。

1つ目は、自社にゆかりのある地域だ。本社（や企業発祥地）、事業所、工場、商業施設などの自社拠点がある地域の子どもの教育への企業の関心は高い。2つ目は、世の中の仕組みにおける自社や業界の大事な役割を知ってもらう意義だ。自社を一生懸命紹介しても伝わりづらいBtoB（企業間取引）の企業や知る人ぞ知る優良企業ほど社会における位置づけを理解してもらうことが重要だ。「地域と公教育」「仕組みと認知度」はしくみ～なの特徴にひも付いている。

3つ目は既に自社独自で児童・生徒に体験型学習を提供している企業の自社の取り組みとの連携だ。公教育で社会における自社の役割を知ってもらったのち、具体的な取り組みを体験してもらうもので、自社の取り組みに誘導しうる公教育のチャンネルや知識の間口を広げる利点がある。

少子化のなかで子どもたちの生きる力の育成は社会的課題だ。しくみ～なは企業や自治体、地域住民と協働し、1組織では成しえない社会的価値を共創する取り組みだ。こうした試みが、未来のステークホルダーに対する自社の社会的企業としてのブランディングにつながることを期待する。G