

# 価格を通して社会を見る目を育てる社会科学習

—複式中学年 値段のひみつをさぐれⅡ「マック、どうなるの」の実践から—

佐藤 健

## 1 はじめに

本実践は、中学年社会科における「地域の人々の生産や販売」を対象にしている。ここでは、主に、地域の人々の生産や販売について理解し、地域社会の一員としての自覚をもつことが大きなねらいである。

これまでの実践の多くは、販売側の工夫として、消費者ニーズに応えた品揃え、駐車場の確保、環境を守るためのリサイクルの実施等が中心に取り上げられてきた。販売側の工夫が最も顕著に表れている一つに、「価格設定」がある。しかし、この「価格設定」における販売者側の工夫を取り上げている実践はほとんど見られない。そこで、本実践では、地域における販売活動として児童になじみ深いハンバーガーを取り上げる。一連の学習の中で、児童が価格を通して、様々な人やものとかかわり、社会を見る目が広がるようにしたいと考え、単元を構想した。

## 2 研究仮説と分析の視点

大きな反響を呼んだアメリカの経済学入門の絵本「レモンをお金にかえる法」の訳者、佐和隆光氏は、その「かいせつ」の中で「生きた経済のしくみ」を教える重要性を次のように指摘している<sup>2)</sup>。

「さて、日本の小学校低学年の社会科の教科書をみますと、会社や工場のしくみ、郵便局のしごとなど、“制度”にかんする知識が中心となっています。また、子どもむけにかかれた消費者教育用の絵本をみてみますと、『コマーシャルにまどわされてはいけません』という説教や、節儉をたつとぶ昔ながらの道徳教育という側面がめだち、経済という生きもののしくみをわからせようという意図は、かりにあるとしても、はなはだ弱いようです。」

日々の暮らしの中で、価格は児童にとっても身近で切実なものである。しかし、佐和氏の指摘にもあるように、教科書記述や授業実践の多くからは、販売側の顕著な工夫や努力の現れである価格設定という、経済の仕組みが見えてこない。そこで、本実践では、特に低価格設定に焦点を当てることとする。研究仮説は、以下の通りである。

児童にとって身近なハンバーガーが59円で売られている秘密を検証し合う場を設けるならば、児童は、意欲的に追究活動を行い、価格を通して社会を多面的に捉えようとするであろう。

また、研究仮説にかかわる分析の視点を次のように設定した。

分析の視点①；ハンバーガーという、児童にとって身近な販売活動を取り上げたことは、児童の追究意欲を喚起したか。

分析の視点②；ハンバーガーが59円で売られている秘密を理解することは、児童の社会を見る目を広げることができたか。

## 3 実践事例 複式中学年「値段のひみつをさぐれⅡ～マック、どうなるの～」

### (1) 単元の概要

#### ① 単元について

本単元は、学習指導要領解説社会編第3・4学年内容(2)の発展として位置づけたものである。そこでは、消費者ニーズに応える品揃え等、販売に携わっている人々の工夫や努力を考えることが求められている。販売者の工夫が顕著に表れている一つに、価格設定がある。しかし、教科書記述や多くの実践には、その視点がほとんど見られない。価格は主に原材料費、人件費、利益、高熱費等を勘案して決定されている。昨今の価格破壊、激安商品に代表される低価格路線は、販売者の弛まない工夫や努力によって実現している。日本マクドナルドは昨年8月、業界最低価格の59円バーガーの販売を開始した。その後の1週間で3,010万人が来店したという。この事実は、他の外食産業にも大きな影響を与えている。低価格路線の背景には、薄利多売、集客効果、原材料費の圧縮等の企業戦略が見られる。中学年の児童が価格を通して社会を見ていくことで、資本主義経済に支えられた現実社会をより多面的に捉えていけるようになっていくと考える。

本学級の児童は、今年度、「値段のひみつをさぐれI～水から見える世界～」を学習している<sup>3)</sup>。そこでは、レモネードづくりを契機に、値段がどのように設定されているかの概要をつかめるようにした。また、ガソリンより高価なミネラルウォーターに着目し、「需要と供給」の関係で価格が設定されていることを学んでいる。この学習では、身近な事例から値段の秘密に迫ることができるようにした。児童は、「その他の値段のひみつについても調べてみたい」と意欲をもつようになってきている。

## ② 指導目標

- 低価格商品の広がりに関心をもつとともに、身近な地域で販売に携わっている人々の価格設定にかかわる工夫や努力を意欲的に調べようとするができる。
- 価格設定に関する資料を収集したり、効果的な聞き取り調査を行ったりするとともに、価格設定における販売者側の工夫を考えることができる。
- 低価格戦略は、薄利多売、集客効果、原材料費の圧縮等、販売者の工夫のもとに行われていることを理解することができる。

## ③ 指導内容と計画…………… 6 時間

第一次 マクドナルドの見学に行こう…………… 2 時間

第二次 59円バーガーのひみつをさぐれ…………… 3 時間  
 ・ハンバーガー業界の様子 ・59円バーガーのひみつ

第三次 これからのマクドナルド…………… 1 時間  
 ・商品の二極化 (59円バーガーVSマックトーキョー)

## (2) 「人やものとのかわり」について

59円ハンバーガーを取り上げた場合の「人やものとのかわり」を見ていく。この点を整理すると次のようになる。

人	ハンバーガーの販売に携わる人、消費者としての自分たち
もの	もの：59円ハンバーガー、ハンバーガー店舗 出来事：低価格競争・価格破壊

まず、「人」では、ハンバーガー店に従事する人々が挙げられる。実際にマクドナルドで働いている人々は、2万を越えるといわれる「マニュアル」をもとに、全世界で同じ味・同じ品質の商品を提供しているという。また、消費者としての家族等からの聞き取り調査も期待できる。

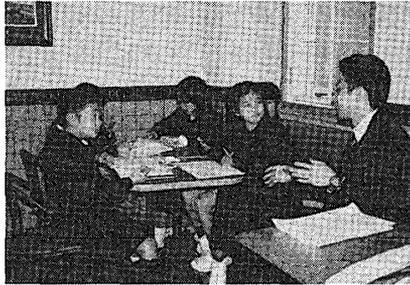
次に、「もの」について見ていく。まず、商品としての59円ハンバーガー、それを販売している店舗そのものに目を向けることができる。次に、「出来事」としていわゆる価格破壊、低価格競争が挙げられる。身近な59円ハンバーガーを通して、児童が、「生きた経済の

しくみ」の概要を捉えることができるようになると思う。

### (3) 実践の概要

#### ① 第一次の概要

第一次では、「マクドナルド東雲店を見学しよう」と題し、導入段階で見学に行くこととした。3グループを作り、「店舗内外の様子」「ハンバーガーづくり」「店長さんへのインタビュー」のローテーションを組むこととした。事前調査から児童の大半が、マクドナルドでハンバーガーを食べた経験があることが分かった。そのため、多くの児童は価格についてもある程度の知識をもっている、と判断した。そこで、導入で見学を取り入れることとした。児童には、当日まで見学に行くことを知らせていなかったため、店長さんへのインタビューの際は、自由質問に加え、グループ毎に必ず質問してくる事項を伝えた。質問例として、「仕事をしていて嬉しいことはどんなことですか」、「どんな材料があって、どこから来るのですか」などである。また、マクドナルドでは、「QSC=V」が合い言葉となっている。Q=クオリティ、S=サービス、C=クリーンネスの3つの条件が揃って初めて、顧客にV=バリューを届けることができるという、企業理念である。ハンバーガーを作っている店員は、最低1時間に30秒、食材や機械以外の何かを触ったときには、30秒の手洗いを励行されていた。実際に児童がハンバーガーを作らせていただいた際にも、その手洗いを体験した。食品を扱うハンバーガー店の努力の一端をつかむことができたようである。



#### ② 第二次の概要

《てきぱき答えてくださった店長さん》

《手洗いは基本です》

第1時では、「見学を通して、値段のひみつにせまる学習問題をつくろう！」のめあてで、課題作りを行った。本時で活用した資料は、次の通りである。

- (ア) 中国新聞2002.8.13付朝刊「マック 1週間で来店3010万人 -59円効果過去最高-
- (イ) ハンバーガー店のシェア比較とマクドナルドのハンバーガー単価の推移のグラフ
- (ウ) 主要3業者におけるハンバーガーの単価

新聞記事からは、1週間で三千万人強-1ヶ月で日本の総人口に匹敵-がマクドナルドに来店した事実をつかめるようにした。また、1971年の創業以来、マクドナルドのハンバーガーは、同じ材料で同じ味を提供し続けている。それにもかかわらず、単価は時代の影響を受け、推移している。創業当時は80円、1985年の210円をピークに、徐々に低価格化が進められてきた。さらに、競合するロッテリアの130円、モスバーガーの210円という他業者のハンバーガーの単価を提示し、学習課題を設定できるようにした。以上の支援から、児童は、

なぜ、マクドナルドは、59円でハンバーガーを売ることができるのだろうか？

という、単元を中心とする学習課題を設定することができた。

第2時は、前時に設定した学習課題に対して予想を考え合う場とした。同単元同内容異程度の学習を展開している中学年社会科学学習では、常に、3・4年生がペアを作り、学習を進めている。異学年でペアを組むことにより、3年生が4年生の学びを参考にしたり、逆に、4年生が3年生の発想の豊かさに学んだりすることが期待できるからである。

まず、学習課題に対して、個々で予想を立てる場を設けた。その次に、ペア毎に予想を出し合い、予想を高め合うこととした。児童の予想は次の通りである。

【薄利多売に目を向けたもの】

- そんなので、安くしないと人が来ないから。
- もうけを少なくする。(結果は、もうけが多くなる)
- 高かったら人が来なくてトラック代などがはらえないから安くして人をよぶ。
- 同じ味だから高いより安い方がたくさん来るという作戦 など

【集客効果に目を向けたもの】

- 一つのを目的に来るとほかの物も売れる。
- いろいろなしゅ類ができたからハンバーガーの値段を安くして、人気を上げた。

【原材料費圧縮に目を向けたもの】

- 材料を一度にたくさん買って、わり引きしてもらっているから。
- 国と仲よくなってわり引きしてもらっているから。
- 値段が高かった時期は、材料が少なかったけど、今は、材料がたくさんある。

【その他】

- 材料を買っていて、店で材料を作っていないから。 ○むだなく作るから。
- 材料は、安全に作られているから。 ●牛肉などもいっしょの味だから、安心だから。 など

第3時は、前時の子どもたちの予想を検証し合う場とした。短冊に予め書いておいた予想をできるだけ具体的な例を挙げながら説明するように助言した。発表毎に上記の視点から子どもたちの予想を黒板に分類しながら構造的な板書を心がけた。児童の発表が終わった時点で、質問や意見交流の場をもった。これまでの生活経験に裏打ちされた予想、ユニークな発想に基づく予想がたくさん出された。互いの予想を吟味した後、最終的に仮説として生き残るかどうかが、問いかけた。

本時の最終段階では、子どもたちの仮説を検証するために、学習プリントを用意した。児童からは、「早く見たい」などの反応が見られた。この学習プリントをもとに、マクドナルドが59円でハンバーガーを販売している秘密に迫ることができるようにした。

③ 第三次の概要

第三次では、「こらからのマクドナルド」と題し、商品(価格)の二極化現象を児童なりに捉えられるようにした。低価格の商品が売れるのと同時に、高級品の消費も見られるようになってきている。いわゆる、二極化現象である。この現象は、食品を扱う企業でも同様である。販売側にとっては、多様な顧客ニーズに応えうる商品の提供が求められているのである。マクドナルドでも、低価格路線に加え、消費者が求める健康志向、おいしさの追求に応えるべく、新商品の研究・開発を絶えず行っている。その代表が「マックトーキョー」の展開である。本単元の終了に当たり、身近なハンバーガー以外も事例に挙げながら、マクドナルドの企業戦略を子どもたちなりにつかめるようにした。

## 4 授業実践の分析と考察

### (1) 分析の視点①について

分析の視点①は、次の通りであった。

分析の視点①；ハンバーガーという、児童にとって身近な販売活動を取り上げたことは、児童の追究意欲を喚起したか。

事後アンケート結果は、次頁の通りである。(有効回答15件、【 】内は%)

集計結果から児童にとって身近なハンバーガーを取り上げたことは、追究意欲の喚起を促した、と読み取ることができる。実際の児童の感想には、「世界でたった一つしかない自分で作ったハンバーガー作りが思い出に残った」「マクドナルドに行って、店長さんに分からなかったことを教えてもらってよかった」などが見られた。また、ハンバーガー作りの手際よさに感心したり、学習中に家族で店舗を訪れたりする姿が見られた。

質問項目	5 (はい)	4	3	2	1 (いいえ)
学習に進んで取り組みましたか？	9 【60】	5 【33】	1 【7】	0	0
進んで発表したり調べたり することができましたか？	4 【27】	7 【46】	4 【27】	0	0

しかし、「進んで発表したり調べたりすることができましたか」については、数値が低くなっている。実際に価格に関する資料は少なく、児童の調べ活動が十分に展開されなかったため、と推測される。

## (2) 分析の視点②について

分析の視点②は、次の通りであった。

分析の視点②；ハンバーガーが59円で売られている秘密を理解することは、児童の社会を見る目を広げることができたか。

単元展開中のノート記述に、次のようなものが見られた。

○ー前略ーこんどの社会の時は、もっともつとがんばりたいです。サービスをいろいろしてねだんをひみつにして、いろんなねだんについてがんばりたいです。こんどの社会の時は、もっともつとねだんのことを知りたいです。(3年女子)

○たくさん材料を一度に買って安くなるのはすごいと思った。でも3分の1位の安さで売ったら今度は、日本にゆ入してくれた国の店のもうけがへるのではないかな？ー中略ーマクドナルドでは、59円の安さで売れる理由が4つもあってすごいと思った。他の食べ物の店でも、この4つの理由があれば59円位でも売れるのかな？売れるとしたら、なぜ、「モスバーガー」や「ロッテリア」は、4つの理由を使って値下げをしないのかな？(4年男子)

児童の学習課題に対する予想に、「材料を買っていて、店で材料を作らないから」というものがあった。この予想は、「分業」に視点を当てたものであり、児童の社会を見る目が広がっていることを表している。また、これまでの2回にわたる価格の学習で、児童は、確実に価格に興味・関心を抱くようになった。そのことが、児童の社会を見る目を広げることにつながっていく、と考える。

## 5 おわりに

本稿は、身近な販売活動を事例に、児童が価格を通して様々な人やものとかかわり、社会を見る目を広げていくことをねらったものである。ハンバーガーという児童にとって身近な題材を取り上げることで、ある程度ねらいを達成することができたと捉える。しかし、価格は、児童にとって身近でありながら、調べ学習の対象として一定の限界があることも実感した。教材研究をしていく中で、企業にとってデリケートな部分である価格設定の壁に突き当たってしまうこともあった。今後も、価格を通して児童が社会を多面的に捉えられるような教材開発を進めていきたい。

〈引用・参考文献および注〉

- 1) 文部省、「小学校学習指導要領解説社会編」, 日本文教出版, p. 28, 1999.
  - 2) ルイズ・アームストロング作・佐和隆光訳, 「レモンをお金にかえる法」, 河出書房新社, 1999.
  - 3) 「値段のひみつをさぐれⅠ～水から見える世界～」については拙著, 池野範男編, 「社会科教材の論点・争点と授業づくり8巻“資本主義経済”をめぐる論点・争点と授業づくり」, 明治図書, 近刊. を参照されたい.
- ・中山新一郎, 「マクドナルド市場独占戦略」, ぱる出版, 2001.
  - ・インタービジョン21編, 「[儲け]のカラクリ」, 三笠書房, 2002.