

# グローバル社会に対応した国家・社会の構造を認識する社会科授業開発

—附属小学校3校の共同研究の成果として—

新谷 和幸 中丸 敏至 松岡 靖 沖西 啓子  
伊藤 公一 木村 博一 永田 忠道

## 1. はじめに

情報やモノのグローバル化は、私たちの社会をとらえる見方を広げ、我が国の社会構造に変革をもたらしている。しかし、それに伴う競争の激化によって、これまでの産業の在り方が見直され、国レベルの社会発展に大きな影響を与えている。このように、今日のグローバル化した社会をとらえるには、ローカルな視点も踏まえた社会の見方を育むことが必要不可欠となっている。

しかしながら、過去のグローバル化を踏まえた初等社会科授業の多くは、国際社会との繋がりを認識させるもので、各国の社会構造や影響に踏み込んだ実践は少ない。

そこで、附属3校の叡智を結集し、グローバル化をとらえる新たな社会科単元を中・高学年で構成し、授業開発・実践を行った。本研究の研究方法を以下に示す。

- (1) グローバル化に関する過去の実践の分析
  - ・各国のグローバル化に関する対応の調査。
- (2) グローバル化する社会の構造に関する検討
  - ・グローバル化する社会の構造化
  - ・単元開発における手段の共有化
- (3) グローバル化する社会の要因を踏まえた授業開発・実践
  - ・複数の単元における授業開発・実践
- (4) 実践で得た情報や児童の変容の検討
  - ・教材開発内容の違いにおける児童の変容
  - ・発達段階の違いにおける児童の変容
- (5) 本研究の成果や意義の検討
  - ・新社会科教材としての意義
  - ・附属間連携における研究の意義

本稿では、研究方法で示す「(2) グローバル化する社会の構造に関する検討」、並びに「(3) グローバル化する社会の構造を踏まえた授業開発・実践」につい

ての本年度(第1年次)の成果と課題を中心に述べる。

では、最初に現代のグローバル化に関する社会の仕組みや構造について検討しておこう。

## 2. グローバル社会の概念的枠組み

### (1) グローバル化とは

グローバル化の様相に関して、これまでに様々な論考が示されている<sup>1)</sup>。これらの先行文献を整理すると次のようになる。

グローバル化とは、「情報通信技術の進展, 交通手段の発展, 国際的市場開放」を起因として、「人, 物資, 情報の国際的移動, 相互依存性」が活性化していき、経済面では「自由貿易の進展, 競争主義, 民営化, 規制緩和の進展, 資本の国際的流動化, 多国籍企業の支配, 物流ネットワークの発達, インターネット, 通信衛星などによるデータ量の増大, 地球的規模に適用される標準・基準の増加, 経済格差の増大」, また、文化面では、「異文化交流機会の増大, 文化的差異の減少, 移住者の増加」, そして、環境面では、「地球的環境問題の増加, 多国間環境問題の進展」といった、経済・文化・環境の3面に対する課題を生じさせる現象である。

グローバル化自体は、今に始まった現象ではない。これまでの歴史的過程の中で、植民地支配に伴う物資流通のグローバル化等、様々な現象が存在してきた。

しかし、現代のグローバル化は、単に物流といった面だけでなく、文化面、環境面等、様々な場面において影響を与え社会問題化していることが大きな特徴と言える。

本研究では、このような特徴を踏まえた現代のグローバル化した社会を「グローバル社会」とした。その上で、グローバル社会の構造や我々への影響、その要因をとらえ、これからの未来社会について考えていく学習を、「グローバル社会学習」と定義して研究を進めた。

Kazuyuki Niiya, Satoshi Nakamaru, Yasushi Matsuoka, Keiko Okinishi, Kouichi Ito, Hirokazu Kimura, and Tadamichi Nagata: Development of social studies lessons to make students recognize the structure of a nation and a society adapting to globalization: In three attached elementary schools

それでは、我々の生活における経済面、環境面、文化面等の影響が顕在化するグローバル社会とは、一体どのような構造になっているのだろうか。グローバル社会の構造を示した図1を基に示した。

## (2) グローバル社会の構造

図1では、既存の社会が、情報通信技術の進展等に伴い、人、物資、情報の国際移動が増加することでグローバル化し、経済面、文化面、環境面において様々な問題が表出する様を表している。

既存の社会とは、私たちが所属する国レベルの範疇の社会を想定している。そこでは、当然のことながら、自国の社会の維持・発展のために、経済面や文化面、環境面において様々な取り組みが行われている。問題が発生した場合でも、各領域の取り組みを調整しながら自国の範疇で対策を行い、解決がなされてきた。

例えば、経済面では、自国の産業を中心とした国内市場を守るために、外国の資本や輸入の影響に左右されないよう、外国との貿易に関する規制を強める対策が行われてきた。

文化面では、各国の人々が長い歴史を通して培ってきた自国文化を今後も継承していくために、伝統的な産業や文化財などが保護されたり、独自に育んだ生活習慣や行事を大切にしたりするなど、自国の文化様式を守る対策が行われてきた。

環境面では、人々が生活していくための自然環境や社会環境が守られるように、国内の開発によって起こる様々な環境問題に対し開発規制を行ったり、法令が整備されたりする対策がなされてきた。

このように既存社会では、自国が維持・発展してい

くためのシステムが、社会の中に構成されているといえる。

しかし、近年、情報化等の社会変化によって、このシステムがうまく機能できない状態が生じている。

これまで自国で発生した問題の多くは、自国の取り組みを起因とするものが大半であったが、グローバル化によって自国の範疇を超えたところから要因がもたらされるようになった。これにより、自国で発生した問題を自国で解決することができなくなってきた。

例えば、日本社会における経済面に関する問題として、第一次産業や伝統工芸といった国内産業の維持に関する問題がある。これまで、消費者ニーズの多様化や価格の安い輸入品による需要の落ち込みや後継者不足などから問題視されてきたが、その都度政府の補助金などによってこれらの産業を保護する対策が行われ、既存社会を維持してきた経緯がある。

ところが、近年のグローバル化によって、国際政治における各国間の相互依存関係が深化し、世界の国々が互いに連携する機会が増大した。これにより、経済面では、互いの国々が経済発展できるよう、貿易の自由化に関わる経済連携が盛んに行われたり、諸外国と定めた国際ルールに伴って、既存社会の規制緩和による外国資本の国内市場参入が進んだりしたことで、この問題が顕在化した。こういった問題は、経済面に限ったことではない。

文化面では食の多様化による米離れや魚食離れといった和食文化の衰退、環境面では日本国内のPM2.5による大気汚染問題もしかりである。

つまり、グローバル化によって生じた国内問題の多くは、情報化などによって国同士の距離が縮まったこ

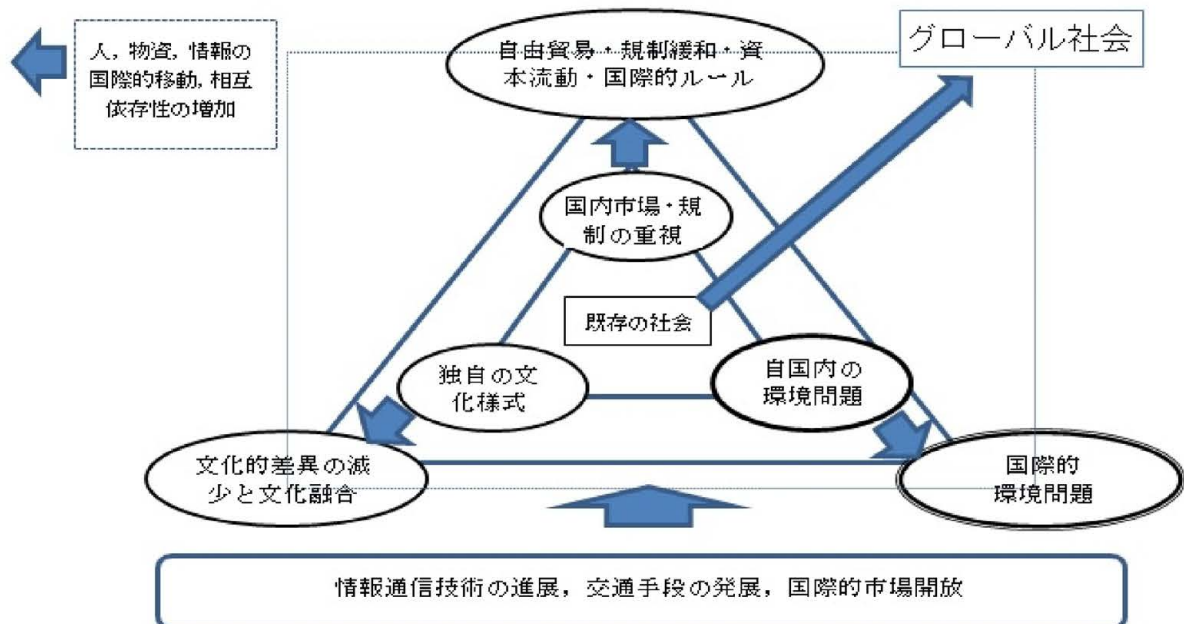


図1 グローバル社会の構造

とで、それまで日本で行われていなかったり、日本に入ってこれなかったり、人々が気にしていなかったりしたことが、人や物、情報を通して日本に伝わったことで生じた問題と言える。それ故に、国内問題といっても、日本だけで解決することができない社会構造となっている。

他方、それらの問題が生まれるもう1つの背景としては、自国の経済や文化、環境を中心に、社会をとらえていた人々の見方・考え方（社会をとらえるローカルな見方・考え方）も大きいと考える。

例えば、経済面では、日本が世界の貿易黒字国である一方、関税やセーフガードなどの輸入規制をかけたたり、補助金を出したりしてまで国内市場や自国の経済的發展を重視する見方・考え方、文化面では自国の文化様式の維持へこだわりながらも異文化に対して排他的にとらえる見方・考え方、環境面では自国の環境問題が及ぼす他国への影響を考慮しない見方・考え方などがある。

今後、グローバル化が増々加速していくことを考えると、私たちは既存社会をとらえる見方・考え方だけでなく、世界経済の動向や多文化の共生、地球環境の保護など、世界規模の範疇で社会をとらえる見方・考え方（社会をとらえるグローバルな見方・考え方）も重要となってくるであろう。

しかしあくまでも、私たちが暮らし生活する基盤は、既存社会である。当然私たちが育む社会の見方・考え方として、既存社会をとらえる見方・考え方も重要である。むしろ、社会をとらえる2つの見方を区別し、グローバルな見方・考え方に傾斜して社会をとらえようとしたことが、かえってTPP問題や二酸化炭素排出問題など各領域における個別の社会問題を長期化させ複雑化させたのではないであろうか。

今日のグローバル社会の構造をとらえるには、近年の社会変化に伴う各領域における既存社会や世界での影響や問題といった内容だけでなく、私たちのグローバル社会をとらえる見方・考え方が大切となる。

今日世界の国々との関わりは、グローバル化によって深化している。だからこそ、それらの見方を区別して考えるのではなく、他国との関係を考えながら既存社会をとらえたり、既存社会の状況を考えながら世界経済や地球環境をとらえらる見方・考え方（社会をとらえるグローバルな見方・考え方）が必要となる。

まず小学生においては、発達段階を考慮して、他国との関係を考えながら既存社会をとらえることに重点を置き、これを小学校社会科におけるグローバル社会学習で育む社会の見方・考え方と規定する。

### 3. グローバル社会学習の目標・内容・方法

#### (1) グローバル社会学習の教育目標

グローバル社会は、既存の社会がグローバル化し、社会構造が変容する中で、経済・文化・環境面の様々な問題が生じる社会である。

このような社会では、児童の認識すべき内容は、「グローバル化」の進展とともに、大きく変化することが予想される。したがって、単に現象面の認識に留まるのではなく、既存の社会からグローバル社会へ変化する状況を児童自身が比較し、主体的にその意味を解釈できる資質を育成することが求められる。

そのためには、これらの解釈したことに基づき、今後のグローバル社会に対して、民主社会の主権者としてどうすべきか、社会をとらえるグローバルな見方を育みながら自律して判断できる資質を育成することも重要である。

そこで、次のようにグローバル社会学習の教育目標を設定する。

グローバル社会について、既存の社会と比較し、社会をとらえるグローバルな見方を用いながら、多面的に解釈することを通して、今後のグローバル社会について自律して判断できる資質を育成する。

#### (2) グローバル社会学習の教育内容

グローバル社会を学習対象にした教育内容は、グローバル社会の構造で示された、経済・文化・環境面の「グローバル化」の進展に伴う課題が、学習すべき内容となる。

具体的には、経済面では、自由貿易の進展、資本の国際的流動化、国際的ルールへの順守等に引き起こされる「グローバル化する経済問題」、また、異文化交流機会の増大、移住者の増加等によって起こる文化摩擦による「グローバル化する文化問題」、そして、地球規模の産業構造の変化、多国間環境問題の表出等による「グローバル化する環境問題」が学習すべき内容として設定できるであろう。

これらに対応する事例を取り上げ、教材化を図り、指導すべき内容として位置づけるのである。

#### (3) グローバル社会学習の教育方法

グローバル社会を学習対象にした教育方法は、既存の社会からグローバル社会へ社会構造が変化する過程を読み解き、その価値を解釈する過程と今後のグローバル社会に対して児童自らが判断した意見を形成する過程に分かれる。

前者の過程では、既存の社会とグローバル社会の構

造を多面的に認識する場面と両者の社会構造を比較し、対立する価値内容を解釈する場面が位置づく。

後者の過程では、児童が価値判断したことに基づき、今後のグローバル社会に対して意見を形成する場面と形成した意見を吟味する場面が位置づく。

以上の検討から、グローバル社会を読み解く学習展開は、次のように設定した。

#### ①問題設定場面

- ・グローバル社会の問題と学習者が認識している問題の差異を明らかにした上で、学習者の認知的不協和から学習問題を成立させる。

#### ②構造分析場面

- ・既存の社会構造とグローバル社会の構造を比較させ、各々の要素と要素間の関係を多面的に認識させる。
- ・グローバル社会の問題に関する対立する価値内容をグローバルな視点を基に多面的に解釈させる。

#### ③解釈構築場面

- ・グローバル社会の問題に関する選択した価値内容に基づき、学習者自身の意見を形成する。

#### ④解釈吟味場面

- ・形成した意見について討論や話し合いを行い、学習者自身が再解釈し、自律した意見を形成する。

以上の教育目標・内容・方法をもとに、今年度はグローバル化の進展に伴う経済・文化・環境の3つの学習内容の内、経済に着目して授業開発を行うこととした。

### 4. 経済面からグローバル社会を読み解く授業開発

現代における経済面のグローバル化は、ソ連崩壊の後、アメリカの単独覇権が確立され、グローバル資本主義としてアメリカの市場原理主義・新自由主義が、世界各国へ導入され広まったことによるものである。グローバル資本主義経済では、その利点として自由貿易圏の拡大に伴う国際的分業の進展や最適国での生産活動により、効率的且つ低コストの生産が可能となり、各国の経済的発展や協力関係が強化できる点が挙げられる。

他方、それによって、産業における世界規模での競争や多国籍企業による搾取、それに伴う国内産業の衰退、不安定雇用や非正規雇用者及び失業者の世界的増大を招く可能性が欠点として挙げられる。

TPPなど、自由貿易に向けて各国の連携が高まる中、アメリカ主導のグローバル化に私たちはどのように対応してビジネスを展開していけばよいのだろうか。本

稿では企業のマーケティングに焦点化して経済のグローバル化に対応するグローバル社会学習の授業開発を行った。

経済のグローバル化における企業マーケティング（以下、グローバルマーケティング）には、「標準化・適合化理論」がある<sup>2)</sup>。この標準化と適合化は、経済学においてははじめ二律背反するものととらえられており、1950年ごろから国際マーケティングにおけるそれらの論争が繰り返されてきた。その中でも1983年に出されたレビットの「市場のグローバル化」理論の影響により、今日までは「標準化」による合理的・効率的なグローバル戦略が重視されてきた傾向がある。しかし、実際には標準化で成功した具体例としては、コカコーラぐらいであり、コカコーラも実質的には、現地適応している要素も併せ持っていた。それ故、現在のグローバル戦略においては、「標準化」・「適応化」の両方をバランスよく保つことが、グローバル化社会における企業戦略の1つとされている。

このグローバルマーケティングにおける「標準化・適合化理論」を生かすビジネス戦略として、「イノベーション」という概念がある。「イノベーション」とは、シュンペーターが提唱した経済理論で用いられた概念で、「従来のものや仕組み、組織などを改革して、社会的に意義ある新たな価値を創造し、社会に大きな変化をもたらす活動」を指し示す。

シュンペーターは、著書『経済発展の理論』（1912）において、経済発展に大きな役割を果たすのは、人口増加や気候変動などの外的要因よりもイノベーションのような内的要因であるとし、その具体として企業が発展するには、①新商品を開発し消費者に提供する点、②新たな生産方式を導入する点、③新たな販売先を開拓する点、④新たな原料の供給先を確保する点、⑤新しい組織を作り上げる点、の5つの条件が必要であると提示した<sup>3)</sup>。

また、シュンペーターは、それらを生み出し（新結合し）、経済成長を起動させるのは、企業家（アントレプレナー）であるとし、彼らによる既存価値の破壊と新たな価値の創造（創造的破壊）が経済成長の源泉とした。

このように、シュンペーターが説く経済発展におけるイノベーションの重要性は、グローバル化の進む今日の国際社会において色濃く表れている。

そこで、経済のグローバル化を読み解くグローバル社会学習では、グローバルマーケティングにおける「標準化・適合化理論」をもとに企業のイノベーションに着目した授業開発を行うこととした。

開発した単元については、紙面の関係上、商品の標

準化や現地適合化を中心として本稿に取り上げた。それが、以下に示す自由貿易の進展に対する日本企業のグローバルマーケティングのあり方について考える第5学年工業学習の単元「グローバル社会に対応する日本企業」(附属東雲小)と、コラボレーションによって生み出されるイノベーションに着目し、国家戦略として打ち出した日本のキャラクタービジネスの将来性について考える第4学年地域学習の単元「グローバル社会に対応したキャラクタービジネス」(附属三原小)である。

## 5. グローバル社会学習に対応した開発単元 I

### (1) 単元名

「グローバル社会に対応する日本企業～世界で戦う3社のモノづくりから～」(5学年)

### (2) 単元目標

- 日本経済を取り巻く国際的な経済事情や日本や世界の経済について関心をもつことができるようにする。
- 資料を基に、事例に挙げた日本企業が重視するグローバルマーケティングのポイントや戦略を読み取ることができるようにする。
- グローバル化によるメリットやデメリットについて多角的にとらえ、これからのグローバル社会に生きる自分たちがどのように暮らしていけばよいか考えることができるようにする。
- 外国に進出した企業は、現地で生産することで収益を上げる工夫をしていることを知るとともに国内の向上でも人件費の節約や人手不足などにより、外国人の労働力に依存しつつあることを理解できるようにする。

### (3) 単元計画 (全7時間)

- 第一次 グローバル社会って何!? (1)
- 第二次 グローバル社会とTPP (1)
- 第三次 グローバル社会で戦う日本企業 (4)
  - ・日本を代表するグローバル企業ソニー
  - ・メダルが取れる辻谷砲丸
  - ・ワールドカップ公式球を作るモルテン
  - ・V字回復!? ソニー
- 第四次 3社が世界に認められ、活躍できたのは… (1)
- 第五次 日本が生きる道とは? (1)

### (4) 授業設計の視点

辻谷砲丸、モルテン、ソニーの3社を学習材として取り上げ、経済のグローバル化に対する各社の企業戦略の違いをとらえながら、3社に共通する「モノづくりを徹底し、製品に妥協を許さないことで、グローバル化に対応してきている点」を、グローバルマーケティングにおける「標準化・適合化」理論を活用しながらとらえさせたい。

辻谷工業は、富士見市の商店街の一角に位置する家族経営の小さな町工場で、陸上競技で使用する砲丸、ハードル、スターティングブロック、バトンなどを製造している。特に同社が鋳物の塊から汎用旋盤の削りだし、加工のみで製造する砲丸は、国際競技規格を満たし、世界で唯一完全に真ん中に重心がある砲丸と言われている。オリンピック競技用として提供されており、事前の規格審査を無審査で通過する精度と信頼を持っている。辻谷砲丸は、誰もまねできない製品を作り続けることで、世界市場の中に生き残り続けている。企業の存在意義、存在価値として徹底した商品を作り続けることで、企業の個性を際立たせて、グローバル化を果たしている。

モルテンは、広島に本社を置く企業である。昭和30年代、茶色一色だったサッカーボールを白と黒のまだらのサッカーボールを売り出した。それは地面との色の違いが分かりやすいこと、ボールが目立って観戦しやすい等の理由から、日本中に浸透した。その後、モルテンは世界的なスポーツ用品メーカーとなった。特にボールは、バレーボールやバスケットボール、サッカーなどの国際大会などで公式球として使用され、有名である。2006年のFIFAワールドカップ・ドイツ大会の公式球「チームガイスト」や南アフリカ大会の公式球「ジャブラニ」などは、モルテンからアディダスへ、OEM供給されている。ワールドカップ・ドイツ大会で採用された「プラスチームガイスト」は、ひょうたんとスクリュウのような形をした2種類のパネル14枚を特殊な技術で熱接合した。縫い目がないため、ボールの表面はなめらかで硬さも均一となった。その結果、ボールが球体に限りなく近づき、サッカー選手の技術が生かせやすいボールとなり、ボールのコントロール性だけでなくスピードもアップし、「サッカーを変える」とまで言われた。

辻谷砲丸とモルテンについては、企業規模も本社の場所も異なるが、地域に軸足を置きながら企業利点を追究し伸ばすことによって、これまで世界に認められ活躍していた企業である。しかし、モルテンと辻谷砲丸には、次のような大きな違いがある。

辻谷砲丸は、誰にもまねできない磨き上げた匠の技

術力に支えられた世界最高品質の砲丸を供給することで、砲丸における「標準化」を勝ち取り、グローバル社会に対応している。

他方、モルテンは世界水準の精緻なボールづくりはさることながら、スポーツ製品の世界企業であるアディダスにボールをOEM供給し、グローバルマーケティングの「適合化」もねらって展開することで、グローバル社会に対応している。

ソニーは、独特の発想と技術力を武器にトランジスタラジオや、ウォークマンなどの製品を開発、販売し、海外に大量に輸出したことで、トップレベルのブランドイメージを作ることに成功した企業である。しかしながら、近年そのブランドが仇となり、特に薄型テレビでは低価格競争について行けなかったり、ブランド力のある商品に固執してしまったりしたことで開発競争に出遅れ、薄型テレビの「標準化」を得ることに失敗した。しかし現在、自社独特の技術を磨き製品化したり、他社にないものを開発したりすることで再び注目され始めている。ソニーの原点である「技術のソニー」に立ち返り、技術力を押し出し業績回復を図っている。

ソニーを取り上げる理由としては、グローバル社会で生き残っていくための標準化と適合化をとらえやすい点があげられる。20年前くらい前まで日本の家電企業は、安さと性能から標準化を勝ち取り、いいものを作れば売れるという考えが主流であった。グローバル化が進み適合化の重要度が高まった結果、近年「適合化」に重点を置いた韓国企業のマーケティング戦略に押され、ソニーをはじめとする日本の家電企業は、赤字に転落した。しかし、その中でもソニーは、業績を少しずつではあるが回復しつつある。それは、自社の強みである独自性を生かした技術によって、適合化を意識しつつも、新たな標準化の形成に力を入れた戦略を展開し始めたからである。今現在のソニーの取り組みの一端を学習することで、企業がグローバル社会で生き残っていく方法として、標準化と適合化のバランスを考えながら、自社の強みを生かした戦略を行う必要性を見習うことができる。

3社に共通して言えることは、たゆまぬイノベーション

がグローバル社会では必要であるということ、自社の強みを徹底的に磨き、妥協を許さないモノづくりを行うこと、この2点が日本企業でグローバル社会で生き残るポイントだと気付かせたい。

そこで、経済面でのグローバル化の様子や既存社会への影響、その対応策等を基に、グローバル化という「流行」(社会変化)だけでなく、経済活動の「不易」(標準化、適合化)を通して、児童がグローバル社会の中でその一員として生きぬくための資質を育む授業を形成していく。

まず、子どものグローバル化に関する児童の素朴概念を、児童の経験や既習知識などから表出させることが必要であると考え。その出てきた素朴概念を基にグローバル化社会の構造について知った後に、グローバル化社会の利点、欠点を既習知識や資料を基に、調べ考える活動を入れる。さらには、産業学習(農林水産業、工業、情報産業)の学習経験を活かしたうえで、グローバル化が進んだ歴史的背景も踏まえていく。

その後、具体的にグローバル化社会を考えていくために日本の中心産業を担うグローバル企業の事例を複数提示する。それらの企業について、「標準化」「適合化」の2つの視点から企業のグローバル対策を見えるようにするとともに、複数企業の共通点を見出すことでそれをとらえられるような場を設ける。そして、企業のグローバル対策を成功例だけでなく、失敗例も踏まえて提示する。その過程の中で、「標準化」「適合化」は、グローバル社会だけにあてはまることなのか、と問う場を設定することで、それらが経済活動を行う基盤であることを認識できるようにする。

さらに発展として、グローバル化社会において、企業はどのように経済活動を行っていけばよいのか、学習した「標準化」や「適合化」や、3社の取り組みを参考にしながら考える。

**(5) 本時の目標**

学習した3社の共通点と相違点についてまとめる学習を通して、日本企業がグローバル社会で生き残るためにしている工夫について理解するとともにこれからの日本企業の生きる道について考えることができる。

**(6) 本時の展開 (第五次第1時)**

学習活動と内容	教師の働きかけ
1. グローバル社会での企業戦略について想起する。 《標準化に特化して生き残る企業》 ・徹底した商品の磨き上げを行う辻谷工業 《標準化と適合化を併せ持つことで生き残る企業》	1. 学習内容を想起しやすいように、学習内容に関する資料を提示したり、言葉がけをしたりする。 ・それぞれの企業の特徴について捉えることができるようにする。

・他社が真似出来ない商品を開発しながらもOEM供給を行うモルテン。

《グローバル企業としての地位を築き、それを維持しようとする企業》。

・近年の世界市場での苦戦からV字回復をねらうグローバル企業ソニー。

・標準化と適合化について具体的な企業を学習材にして、学習してきた内容について整理できるようにする。

なぜこれらの企業は、グローバル社会で生き残ることができるのだろうか？

- 3社のグローバル化への対策の共通点を探る。
  - ・品質にこだわり、妥協のない製品づくり。
  - ・世界の人とその品質に一目おいている。
  - ・企業の独自性を出して、個性を伸長することで自社製品を売り出していること。
  - ・ほかの会社が真似できない技術がある。
  - ・世界的な舞台での活躍がある。
- 変えている部分、変えていない部分で集約する。

《変えている部分》

  - ・現地ニーズへの対応。・世界企業との協力。

《変えてない部分》

  - ・妥協のない製品づくり
- 変えていない部分とは一体何か、なぜ変えないのかを考える。
  - ・最先端技術が盛り込まれた製品を売り出す為。
  - ・他社では真似できない技術で世界で勝負する。
- 共通点がグローバル企業だけに言えることなのか考え、他の産業、企業での具体例を確認する。
  - ・マツダや、カルビーなどの地元企業
- グローバル化という社会変化の中で、日本の産業を維持していく上で大事なことは何を考える。

- これまで学習したことや、資料を基に考えることができるように、以下の手立てを行う。
  - ・班の活動を行い、考えにくい児童にも思考を促す。
  - ・各企業が、世界の人に認められる品質であり、他社がまねできない製品を製造している点を押える。
  - ・たゆまないイノベーションと企業の個性の大切さを併せ持って考えることができるようにする。
- 企業が経済活動を維持していくために世界や現地の要求にあった弾力的な製品づくりをしているとともに、その裏で妥協のない製品づくりをすることで世界の企業を相手に生き残ってきていることが分かるようにする。
- 標準化と適合化について、具体的な事例を基に考えることができるようにする。
- 標準化と適合化について、工業学習で学んだマツダなどの事例を基に一般化して考え、他の企業や産業にもあてはめて考えることができるようにする。
- グローバル化社会で企業が生きていくために大切にすべきことを考えることができるようにする。

## 6. グローバル社会学習に対応した開発単元Ⅱ

### (1) 単元名

「グローバル社会に対応したキャラクタービジネス」  
(4学年)

### (2) 単元目標

- 各都道府県及び熊本県の広報活動、各キャラクターの特徴や戦略等について、関心をもてるようにする。
- 「くまモン」がキャラクタービジネスとして日本で成功している要因について考えることができるようにする。
- 資料を通して、熊本県の「くまモン」を用いたキャラクタービジネスを、グローバル化に対応したマーケティング戦略としてとらえ、その将来性について読み取ることができる。

○ 熊本県のキャラクターである「くまモン」は、キャラクターそのもののもつ魅力に加え、キャラクター使用料が無料であり、地域の特色が全面に出ていないデザインであることによって、日本でのキャラクタービジネスにおいて成功をおさめている点を理解できるようにする。

### (3) 単元計画 (全7時間)

第一次 地方文化を担う「ゆるキャラ」たち

- ・広島県の広報活動 (1)
- ・47都道府県のゆるキャラたち (2)

第二次 熊本県の「くまモン」のひみつ

- ・「くまモン」の特徴 (1)
- ・熊本県庁の広報戦略 (2)

第三次 グローバル化に対応したキャラクタービジネス

- ・これからのキャラクタービジネス (1)

#### (4) 授業設計の視点

本単元では、キャラクターのもつ文化的・経済的側面のうち、経済面に焦点を当て、都道府県や企業で行われている日本のキャラクタービジネスの取り組みを取り上げる。このキャラクタービジネスは一般的に、キャラクターを使用した商品化や広告販促などのライセンスによる売り上げで収益をあげるものであるが、近年「ゆるキャラ」のようにキャラクターによって地域活性化を目的とした使われ方をしているものもある。

まず第一次では、近年各都道府県の広報活動の一つに「ゆるキャラ」があることを確認させる。

一般的に、「ゆるキャラ」とは、体の一部に名産品が入っていたり、着ている服がその県の特産品であったりすることが多く、各都道府県が宣伝しようとしていることが一見して分かるようになっている。2013年の新語・流行語では、「ゆるキャラ」と関連した「ご当地キャラ」がノミネートされている。

ここでは、「ゆるキャラ」を通して、児童の学習に対する興味・関心を喚起していく。

第二次では、「ゆるキャラ」の中でも「PRキャラクター・ブランド調査2013」（株式会社RJCリサーチ）において、PRキャラクター総合力1位となっている熊本県の「くまモン」に着目し、グローバル化を見据えた熊本県の「くまモン」による広報戦略を追究させる。

「くまモン」がキャラクターブランドの1位になった背景には、キャラクター利用料が、無料化されている点がある。利用料を有料にすれば、その分「くまモン」を生み出した熊本県には収入が増えるにもかかわらず、なぜ熊本県は利用料を無料化したのだろうか。

これは、熊本の西瓜や馬刺しのような特産物などをもとに、直接熊本をPRすることよりも、「くまモン」というキャラクターを通して、間接的に熊本県をPRするほうが有効だとした発想からである。たとえキャラクターの知名度が低くても、企業にとっては利用料が無料であり、熊本県のキャラクターという信用から、

利用する企業は現れる。実際に企業の売り上げあがれば、企業と熊本県の両者に利が得られ、さらに活用する企業を増やすことも可能となる。実際に「くまモン」の関連商品は、現在1万件以上になっている。

また、「くまモン」のデザインは、他の「ゆるキャラ」と違い、地域の特徴が全面に出ていない点が大きな特徴である。黒一色のデザインである点は、企業にとってコラボ商品を作りやすい要因となっている。先に述べたように、通常、他県のゆるキャラでは体の一部に名産品が入っていたり、着ている服がその県の特産品であったりすることが多い。しかし「くまモン」は、キャラクターのもつかかわらしさはもちろんのことながら、そのような縛りがなく自由度が高いことも、広く活用される要因となっている。

このように、第2次では「くまモン」がキャラクタービジネスとして日本で成功している要因について追究していきたい。

第三次では、熊本県の「くまモン」のキャラクタービジネスを、グローバル化に対応したマーケティング戦略としての将来性について考えさせていきたい。

今年度から「くまモン」は、日本だけでなく海外にも進出し、自動車会社とコラボをしたり、海外メディアに取り上げられたりするなどしている。現段階では十分にグローバル化社会へ対応するまでには至っていないが、今後グローバル化に対応できる日本のビジネスとして、大きな可能性がある点に気づかせたい。そして、熊本県のキャラクタービジネスが、熊本県だけでなく日本のPRにもつながる、クールジャパン戦略のさきがけとして期待されている点にも気づかせたい<sup>4)</sup>。

#### (5) 本時の目標

「くまモン」を用いたキャラクタービジネスが、グローバル化に対応したマーケティング戦略となるよう、その将来性について考えることができる。

#### (6) 本時の展開（第三次第1時）

学習活動と内容	教師の働きかけ
1. 熊本県のキャラクタービジネス戦略について確認する。 ・「くまモン」の使用料を無料化にすることで、多く企業が「くまモン」を使用した関連商品を作り、熊本のことをPRにつながっている。 2. 提示資料（フランスジャパンエキスポでの様子）から、「くまモン」が海外に進出している様子について知る。	1. 多くの企業が熊本をPRしていることやキャラクターの人気、経済効果の秘密について、熊本県庁の戦略を確認させる。 2. 「くまモン」が日本国内で知名度が高いだけでなく、近年海外へとビジネスを広げていることに着目させ、どのように海外へ進出しているかについて興味を持たせる。



海外でも「くまモン」が有名になる方法について考えよう。

<p>3. 「くまモン」が日本国内で成功している現状から海外でも有名になるための方法を考える。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・海外でも使用料を無料にすればいい。</li> <li>・日本国内と同じように海外のいろいろな商品とのコラボ商品を作ってもらおう。</li> <li>・海外で熊本県産のものを使ってもらうことは難しい。</li> </ul> <p>4. 資料（蒲島知事のインタビュー・くまモンの海外関連商品等）から、海外進出に向けた取り組みについて読み取り、海外で「くまモン」が有名になるための方法について話し合う。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・「くまモン」のことをもっと知ってもらうために記事になるような宣伝をする。</li> <li>・使用料が無料であることをアピールし、それぞれの国に合わせた使い方ができるようにする。</li> <li>・デザインや動きの日本らしい可愛らしさを強調する。</li> </ul> <p>5. 「くまモン」が海外進出するためのキャラクタービジネスの将来性について考える。</p>	<p>3. 既習内容から、海外でも有名になる方法について考えさせる。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・熊本県の戦略についてまとめたものを板書し、日本国内での戦略について再度おさえる。</li> <li>・日本での戦略を、そのまま海外で行うことの難しさにも着目させる。</li> </ul> <p>4. 蒲島知事の海外進出に向けて、将来を見据えた戦略を資料から読み取らせる。</p> <p>また、海外でのコラボ商品（BMWミニ、バカラ、ティファニー等）や海外での広報活動（ジャパンエキスポ、ハーバード大での宣伝等）など、势力的に海外での売り込みをし、海外の記事に取り上げられるほどになり、徐々に有名になってきていることを理解させる。</p> <p>5. クールジャパンの取り組みについて紹介し、「くまモン」がそのさきがけとして期待されていることに気付かせる。</p> <p>※「くまモン」が海外進出するためのキャラクタービジネスの将来性について考えることができたか。</p>
---	--

## 6. おわりに

本研究では、グローバル社会に対応した国家・社会の構造を認識する授業を構成するに当たり、第1年次の本年度は①グローバル化する社会を構造的にとらえること、②グローバル化の要因について考えること、③規定したグローバル社会の構造をもとに、各附属で授業開発し実践すること、に焦点を当てて行った。その成果と課題を以下に示す。

第1に、グローバル社会の構造に関しては、これまでの先行研究やグローバル化によって生じた今日の社会問題やその要因を整理・分析して考察した。

その結果、今日のグローバル化は、既存の社会がグローバル化に伴って、社会構造が変容する中で、主に経済面、文化面、環境面においてその影響が顕在化し社会問題にまで発展していることがわかった。

本研究では、既存の社会が、近年の情報通信技術の進展等に伴い、人、物資、情報の国際移動が増加することでグローバル化し、経済面、文化面、環境面において様々な課題が表出する社会を「グローバル社会」とした。その上で、グローバル社会の構造や我々への影響、その要因をとらえ、未来社会について考えていく学習を、「グローバル社会学習」と定義した。

第2に、グローバル化の要因に関しては、国際的な

移動やそれによる各国の相互依存性の増大といった社会変化だけでなく、これまで各国が自国における既存の経済や文化、環境の発展や維持といった既存社会の範疇に限定した各領域における既存社会のローカルな要因があることがわかった。

また、情報化等により、世界各国の人々が容易に他国の状況を知ることが可能となったことで、貿易の自由化や地球環境の保全など、各領域における人々がとらえるグローバルな社会の見方は広がったが、既存社会をとらえるローカルな社会の見方もこれまで同様に存在した。

このような、急速な社会変化に伴って生じた人々の社会をとらえる2つの見方が、TPP問題や二酸化炭素排出問題など各領域における個別の社会問題を引き起こしており、グローバル社会の構造をとらえるには、近年の社会変化に伴う各領域における既存社会や世界での影響や問題といった内容、社会をとらえる私たちのローカルな見方とグローバルな見方が重要となることがわかった。

他方、今日のグローバル化をとらえる上で挙げた「経済」、「文化」、「環境」といった領域は、我々の社会を構成する上で複雑に関連し合う一方、グローバル化の影響としては、それぞれ異なる形で社会問題を生

じさせている。既存社会における「経済」や「文化」、「環境」に影響を与えている内容は、各領域で異なるのではないかという見解も得ることができた。

第3に、授業開発に関しては、先の見解を踏まえ、規定したグローバル社会の構造を基に、本年度は経済面に焦点を当て取り組むことにした。またグローバル化によって生じる経済問題には、グローバル化に伴う市場の拡大による日本企業や日本社会の影響を取り上げ、グローバルマーケティングにおける「標準化・適合化理論」をもとに、企業のイノベーションに着目した授業を開発することにした。

今回、日本企業のグローバルマーケティング戦略やキャラクタービジネスの戦略を通して、グローバル化が与える既存社会への影響や今後のグローバル社会で生き抜くための活路について考え、グローバル社会において児童の自律性や判断力の育成を目指す授業開発をめざした。

その結果、経済面のグローバル化においては、いかにしてアメリカによって構成された新自由主義に基づく資本主義経済の枠の中に適合し、標準化を勝ち得ることができるかが大きなカギとなり、そのためには、製品開発や企業間連携による新たなビジネスの創出など、飽くなき追究が必要だということが分かった。

また、グローバル化に関する新社会科単元を構成する点に関しては、小学校段階の児童の場合、「経済」、「文化」、「環境」に関連する既存の単元の発展として用いる方が、発達段階的に有効ではないかという見解

も得ることができた。

しかしながら、今回開発したどちらの授業に関しても、企業の見方に執着しすぎるため、既存の社会の変容として、日本社会の影響について考える過程が乏しい。この点は、グローバル化する社会を児童が理解し、目指す資質を児童に育む上で重要な過程であるので、今後の課題として挙げたい。

他方、今回は、私たちが規定したグローバル社会の構造の「経済面」による授業化にとどまっている。今後は「文化面」、「環境面」の授業化に取り組みながら、規定したグローバル社会の構造を見直していく一方、それらの領域に与えるグローバル化の要因について追究していきたい。

#### 【註】

- 1) 例えば、次のようなものがある。
  - ・マンフレッド・B・スティーガー (2005) 『グローバルゼーション』岩波書店
  - ・トーマス・フリードマン (2008) 『フラット化する世界』日本経済新聞出版社
- 2) 「標準化・適合化」理論については以下を参照した。
  - ・グローバルマーケティング研究会 (2009) 『日本企業のグローバルマーケティング』白桃書房
- 3) シュンペーター (1977) 『経済発展の理論 (上・下)』岩波書店
- 4) 熊本県庁チームくまモン (2013) 『くまモンの秘密～地方公務員が起こしたサプライズ～』幻冬舎新書