

# 社会科学習指導案（地理的分野）

日 時 11月16日1校時  
学 級 1年A組  
授業者 川島 政美

## 1. 単元名 「都道府県の学習」～千葉を拓く‘千産千消’プロジェクト～

### 2. 単元について

「未来の『食と農の案内人』を育成したい」。これが、本単元「千葉を拓く‘千産千消’プロジェクト」のねらいである。千葉県は、全国有数の農業県であり、次世代を担う子どもたちに食に関する知識や地元農業への理解を深めさせることが急務であると感じる場面が多い。まさに明日、買い物に行き食材を手にしたときに、生産地に目を向けることができる生徒。なぜ、わざわざ千葉県外から農産物が運ばれてきているのかを考えようとする生徒。千葉県の農業の特色を「地産地消」と「地域ブランド確立」の両面からとらえた上で、千葉県産の農産物を、見て、知って、食べようとする意思と行動力に富んだ生徒。そのような生徒を、未来の「食と農の案内人」と想定している。

千葉県の農業産出額は、平成6年以降11年間全国第2位となっていた。平成17年はBSE問題にともなう豚肉価格の上昇等を要因として2県に抜かれ全国第4位へ後退したが、上位に位置することには変わりはない（「千葉県生産農業所得統計」）。豊かな土地資源と温暖な気候に恵まれ、大都市に近いという立地を活かした農業関係者のたゆみない努力によるのものである。600万県民を中心に、首都圏4100万人の生活に欠かすことのできない食料供給地といえよう。事実、東京の中央卸売市場に集まる野菜の15.2%、24万トンが千葉県産であり、北海道の13.3%をおさえ、第1位である（「東京都中央卸売市場年報」）。ほうれん草やねぎ、キャベツや大根、小松菜などの野菜とともに、千葉県が全国生産量日本一を誇る落花生や日本梨なども見られる。

また、昨今の食を取り巻く状況は目まぐるしく、食品の偽装表示問題、平成18年度の食料自給率が13年ぶりに40%を下回った現状など、問題には枚挙にいとまがない。その一方で、生徒を含め我々消費者の食に対する安全・安心志向の高まりから、改めて「消費者と生産者の顔の見える関係」の構築が求められ、「地産地消」の取り組みが全国で活発化している。国においては、平成17年3月に見直された「食料・農業・農村基本計画」（農林水産省）で、地産地消を重点的に取り組む事項として位置づけた。千葉県では、早くから販売拠点モデル事業を実施し、エコ農産物の認定や地産全消の発想など、消費者の視点に立った農業への質的な転換を推進していくための施策にも取り組んでいる。地元千葉市では、平成19年3月に千葉市地産地消推進指針（千葉市経済農政局農政部）を策定している。

なお、「地産地消」は、一般的には「地域生産・地域消費」の略で、その地域で生産したものを、その地域で消費するという体系である。全国で進められている地元産品の確認運動であり、国産品へ目を向けることにより自給率の向上を図る目的もある。千葉県では「地」の部分で、同音で千葉を意味する「千」を使い、千葉県としての独自の取り組みを表現するために「千産千消」と示している。平成14年度の県内野菜の流通実態調査をもとに、県民の「食」に対するニーズに応え、新鮮さと美味しさに、安全・安心を付加した県産農産物の安定供給を推進するものである。また、全国農業協同組合連合会千葉県本部（JA全農ちば）との連携で、「千葉県ブランド」を確立し、新たな販路拡大にも積極的に取り組んでいる。

本単元では、「地産地消」を「千産千消」とあえて示すことで、千葉県の農業をとりまく現状をもとに、一つの範例学習のヒントとなるものを提案したいと考えた。全国生産の75%を占め

る落花生は、「地産地消」には当該しない「千葉県ブランド」である。青森県のふじりんご、鳥取県の二十世紀梨など全国各地に確立された地域ブランドは数多くあり、農業から都道府県の特徴をつかむ際には、「地産地消」と「地域ブランドづくり」の両面に注目することは不可欠であろう。気候等の諸条件によって変容する地方的特殊性と一般的共通性を考える一助ともなる。

「千葉県は農業のさかんな県ですか」と生徒に問うと、大半の生徒が「はい」と答える。事実、私が勤務する千葉市立磯辺第一中学校第1学年の生徒67名では、52名が「はい」と即答した。およそ80%の割合である。小学校で身につけた学習の成果といえよう。しかし、ほとんど田畑を目にすることのない生徒、集合住宅が建ち並ぶ地区の生徒たちは、実感あるものとして「はい」と答えているのであろうか。消費者の視点を大切にしながらも、学び方を重視した現行学習指導要領に鑑みて、千葉県の農業の特徴をつかませることで、どのように全国各地の農業の特徴に目を向けさせるのかを考え、本単元を設定した。

単元の展開においては、まず、生徒のイメージをもとに千葉県の基礎調査を進める。さまざまな統計や資料をもとに地図化するなどの処理を経て、その特徴をつかませ、地域的特色をとらえる視点や方法を身につけさせる。次に、「『千産千消』プロジェクト」として、「今、なぜ地産地消が叫ばれているのか」を考えさせることで「地産地消」のメリットを確認させる。その上で、課題「『地産地消』で千葉の農業は拓かれるのか」では、千葉県の農業の将来においては「地産地消」と「地域ブランドづくり」の両立の必要性を考察させる。さまざまな立場の農業関係者から話を聞くことで、共通する思いや販売方法の違いなどを整理させていきたい。さらに、行動宣言につながるような、提言性のあるチラシ広告や店内放送原稿を作成させ、発信させていきたい。

現行学習指導要領〔地理的分野〕では、大項目「(1) 地域の規模に応じた調査」中項目「イ 都道府県」に相当する。内容には「……地理的事象を見いだして追究し、地域的特色をとらえさせるとともに、都道府県規模の地域的特色をとらえる視点や方法を身につけさせる」とあり、環境条件や人の営みなどと関連づけて考察することが求められている。電話やインターネットでの取材、直接関係者から生の声を聞く場面を設定することで、千葉県の農業の実際を考察する力を培いたい。他の都道府県と比較し関連づけて追究する学習活動を経ることで、ここで身につけたことが、中項目「ウ 世界の国々」でも活かされよう。さらに、大項目「(3) 世界と比べて見た日本」、とりわけ、産業や地域間の結びつきから見た日本の地域的特色をとらえることにも、つながる学習内容となる。

### 3. 研究との関連

本学会「社会への関わり」では、「よりよい社会を作り上げようとする意思と行動力を育てる授業」、「生徒と社会生活との関わりの中で課題を見つけ、主体的に追究する授業」を模索した。授業実践に際しての「授業の基本コンセプト」は、以下の四つである。

- 基本コンセプト① 社会科の中で「生徒と社会生活との関わり」を重視すること。
- 基本コンセプト② 教師主導の講義型の授業だけでなく、生徒の主体性を育てる活動場面をつくること。
- 基本コンセプト③ 現実の社会との活動・交渉・話し合い等を経験させることによって実践的態度・行動しようとする力を育てること。
- 基本コンセプト④ 社会科にとどまらず、積極的に他教科・時間等と連携をとること。

#### (1) 本単元と基本コンセプトとの関連

##### ア、基本コンセプト①について

昨今の食を取り巻くさまざまな問題の発生は、生徒の生活に直結するものであり、「地産地消(千産千消)」を手がかりとした学習課題を設定するに十分である。「地産地消」をさまざまな立場から吟味することで、農業の実際を考察する力を高めさせたい。また、年間の総広告費

6兆円という「情報消費社会」の現状から、チラシ広告を支援材料の一つとする。地元幕張に本社を置く日本有数の企業のチラシ広告を活用し、広告に示された産地に注目させることで、食の国際化や「地産地消」「地域ブランドづくり」などを考えさせることが可能である。

#### イ、基本コンセプト②について

主体性を育てるために、学習形態として参加型の学習を行う。ここでいう参加型とは、社会参加であり、最終的には地域への発信を考えるが、単元の中段階では話し合いなど疑似体験的な活動によって、社会への関わりを実感させるものである。学習活動を通して生徒が問題点に気づき、学習内容と自分との関わりをとらえることが肝要である。具体的には、実社会で働く人への取材や、これをもとにした意見交換の場の設定によって、社会を見る目や意思を培い、表現する力を育てていきたい。本時7時間目では、さまざまな立場の農業関係者の生の声に耳を傾け、相手に失礼のないようマナーを意識して質疑や意見交換をする姿に注目してもらいたい。「地域ブランドづくり」の必要性に気づく姿も、主体性が育まれた場面であると考えられる。

#### ウ、基本コンセプト③について

「地産地消」について、電話やインターネットでの取材活動を進めること、直接関係者にインタビューするなどして、問題解決能力・コミュニケーション能力を育む。2・3時間目の調査活動などでもそれらの活動を経験させるが、本時7時間目で質疑や意見交換をくり返す中で、行政関係者、JA職員、農家など、関係者それぞれの立場を超えて共通すること（農産物に対する思い入れ）や、直面する現実（農業就業者の高齢化や不安定な価格）にどう向き合っているのかに気づかせたい。さらに、本単元のまとめとして、チラシ広告や店内放送原稿の中に、千葉県農業のこれからを意識した自分たちなりの行動宣言を盛り込ませる。JA千葉みらい「しょいかーご」のご協力を得て、目に見えるかたちで発信し、社会への提言とする。

#### エ、基本コンセプト④について

「地産地消」をキーワードに、各所で時間をつくり、さまざまな連携を試みる。調査活動における電話取材やインタビューにおいては、先方の都合を優先するなかで、社会科の授業時間のみならず、特別活動や総合的な学習の時間などでの援助も必要となる。また、8・9時間目で予定するチラシ広告の制作や店内放送用の原稿作成においては、美術や国語との連携も可能であろう。さらに、食自体の予備知識は、家庭科で得る部分も大きい。

### (2) 「知の構造化」部会との関連

おもに前半の「千葉を拓く(千葉県の基礎調査)」において、個々の社会的事象を科学的・合理的に関連づける場面を設定する。もちろん、土台となるのは、実態調査アンケートをもとに1時間目で確認した千葉県のイメージや知っていること、経験などである。2・3時間目では、自然、産業などの項目から千葉県の特色を調査していくが、その際、農業では「千葉県内の『道の駅』における名産品(売上げ上位品目)」「地元企業のチラシ広告にみる農産物と生産地」「地図帳で明示された特産品」などを比較・検討させ、他の項目と関連づけることで認識を高めさせる。また、後半「『千産千消』プロジェクト」で、関係者それぞれと意見交換をする場面では、事実に認識の高まりも見られるはずである。さらに、同企業が同日別店舗で配布した複数のチラシ広告を比較・分析させることは、全国各地の農業の特色をつかむ際の範例として、「地産地消」と「地域ブランドづくり」の必要性を補完する役割も果たすであろう。

### (3) 「価値の模索」部会との関連

おもに後半の「『千産千消』プロジェクト」において、社会的事象を多面的・多角的に考察する場面を設定する。具体的には「地産地消」の分析がそれである。5・6時間目では、「地域」を同心円の拡大で考えるなどして、「地産地消」のメリットを、行政関係者、JA職員、農家、消費者、地球人などさまざまな立場でとらえていく。また、本時7時間目の展開においても、社会的事象に対して公正に判断する必要がある。「地産地消」「地域ブランドづくり」いずれも一方だけを良しとするものではない。

4. 生徒の実態

千葉県に関するアンケート調査集計結果(知識・体験編)

対象：磯辺第一中学校 第1学年生徒67名

<p>1、「千葉県」についてのあなたのイメージは…？(「千葉県」といって思い出すものをあげなさい)</p> <p>・落花生 ・にんじん ・農業がさかん ・豊か ・自然がいっぱい ・東京に近い          ・マリスタジアム ・ディズニーリゾート ・交通事故が多い ・銚子漁港 等</p>	
<p>2、「千葉県」について小学校で学習したことは…？(印象に残っていることをあげなさい)</p> <p>・千葉県の形 ・千葉県の地形 ・落花生や牛乳の生産が多い ・ニンジン (・忘れた)          ・オオガハス ・伊能忠敬 ・埋立地 ・千葉のマーク ・県庁へ行ったこと 等</p>	
<p>3、「地産地消」について教えて下さい。</p> <p>(1) あなたは「地産地消」の意味を知っていましたか。次のア～エの中から適当なものを一つ選び、その記号を書きなさい。／○を付けてください</p> <p>ア、理解しており説明できる 2 イ、簡単に説明できる 8          ウ、言葉を聞いたことはある 18 エ、知らなかった 39</p> <p>【磯辺一中第1学年】</p> <div style="text-align: center;"> <p>「地産地消」の理解度</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>■ よく理解 3%</li> <li>■ 簡単理解 24%</li> <li>□ 言葉のみ 32%</li> <li>□ 知らない 41%</li> </ul> </div> <p>※見方として…          ◎：およそ半数が記述          ○：10名程度が記述          ・：複数名が記述</p>	
<p>(2)「地産地消(農産物などで、その地域で生産したものは、その地域で消費する)」のメリット(良い点)を挙げなさい。</p> <p>◎新鮮なまま食べられる ・おいしい物が食べられる          ○安心して食べられる ・輸送しなくていい(コスト削減)          (その他の意見) ・千葉ではこんなものを作っていることを県民に伝えられる          ・地域の味を知ることができる ・千葉県が有名になる？</p>	
4、あなたは、農業体験をしたことがありますか？	はい・いいえ 未回答 3 5 3 1 1
5、あなたは、落花生がどのように作られるのかを知っていますか？	はい・いいえ 未回答 1 2 5 4 1
6、あなたは、野菜などの食材を買いに行くことがありますか？	はい・いいえ 4 9 1 8
<p>7、あなたは、何を基準にして野菜など食材を買いいますか？</p> <p>○値段(安い)か ・見た目でおもしろそうか(色や形、傷んでいないか)          ・新鮮か(季節のもの) ・産地(千葉県産か、国産か) ・栄養</p>	
8、あなたは、チラシ広告を見ますか？	はい・いいえ 4 4 2 3
9、あなたは、ネット広告を見ますか？	はい・いいえ 5 6 2
10、あなたは、千葉県が「農業のさかんな県」だと思いますか？	はい・いいえ 未回答 5 2 1 3 2

## 千葉県に関するアンケート調査集計結果(生徒実態編)

対象：磯辺第一中学校 第1学年生徒67名

11、あなたは、千葉県に何年住んでいますか？	5年未満 5人 5年以上～10年未満 16人 10年以上 46人
12、あなたは、千葉県が好きですか？	(はい) ・さまざまな産業がさかんだから。 ・気候も丁度いいし、自然も豊かだから。 ・安全で地域の人も優しいから ※注1 ・TDLやTDS等楽しい施設があるから。 ・都会もあり、田舎もあるから。 (いいえ) ・何だかインパクトがないから。 ・海が汚いから。 ・埋立地で地震が怖いから。 ※注1
13、あなたは将来も千葉県に住みたいですか？	(はい) ・地元だし、友達もたくさんいるから。 ・便利で、住みやすいと思うから。 ・自然が多いので。 ・親しみがあるから。 ・引っ越すのがめんどくさいから。 (いいえ) ・都会に住みたいから。 ※注2 ・別の場所にも住んでみたいから。 ・なんとなく。

はい ・ いいえ その理由は…  
58人 9人

※注1：中学1年生では、県レベルの話をして地元地域の印象が優先されることがわかる

はい ・ いいえ その理由は…  
30人 34人  
未回答3人

※注2：(いいえ)の理由は、特筆すべき理由が見あたらないので、〇〇(他の地域)に住んでみたいと判断しているよう

### 【考察として】

本単元の中心となる「地産地消」の認知度（「アンケート3」）については、予想以上に低い結果であった。給食等では「千葉県産」という言葉は多用されているが、「地産地消」という言葉については、今一つ定着していないと思われる。

また、「アンケート10」によると、およそ80%の生徒が、千葉県は「農業のさかんな県」と認識している。小学校での学習の成果であり、これまでの生活経験で培った知識からの判断であろう。本校の立地が、埋め立て地に造成された住宅地であること考えれば、学校園などを活用した農作業程度の経験はあるものの（「アンケート4」）、落花生栽培に関する理解も低く本格的な農業経験は実質的に低いものと考えられる（「アンケート5」）。消費者という立場で、身近な生活の中から、農業に関わるきっかけを与え、少しでも実感のあるものとして千葉県の農業の姿をとらえさせていく必要がある。

よって、下記の3点に留意した展開を考えた。

- ・「地産地消」という言葉を手がかりに、生活とは遊離した千葉県の農業の姿をとらえさせる。千葉県や磯辺地域の特色をつかむための見方や考え方の違いに留意しつつも、自分の立場を同心円的にとらえさせる場面を意図的にくり返すことで思考を深めさせていきたい。
- ・「アンケート6」より、買い物に行った経験をもとに、話し合いなどの疑似体験を視野に入れた参加型の授業を検討したい。
- ・「アンケート8」より、およそ88%の生徒が食材の買い物に出かけており、「アンケート9」より、およそ66%の生徒が「チラシ広告」を手に行っていることが分かった。実際には、個々の生徒へのインタビューによると「チラシ広告」ではゲームソフトの価格などに目がいくようであるが、食料品欄にも目を向けさせることは十分可能であり、活用したい。

最後に、生徒実態編のデータを分析すると、磯辺第一中学校の第1学年の生徒の多くは、磯辺地区に長期に渡って居住していることが分かる。千葉県に対して地元意識も高く、「千葉県を好きだ」と回答した生徒は87%に達しており、好感度は高い。その一方で、本質的な千葉県の特色（良さ）についての実感が少なく、「将来も千葉県に住みたい」と回答した生徒は40%台に留まっている。

## 5. 指導目標

- (1) 千葉県の特色を、さまざまな統計や資料を基に地図化するなどの処理を経て、理解させる。  
とりわけ、千葉県の農業については、「千葉県内の『道の駅』における名産品」、「地元企業のチラシ広告にみる農産物と生産地」などを比較検討させることで、その特色をつかませる。
- (2) 千葉県の特色をつかむ調査活動では多様な手法を模索させ、地域的特色をとらえる視点や方法を身につけさせる。
- (3) 「地産地消」をさまざまな立場から吟味すること、電話やインターネットでの取材活動を進めること、直接関係者にインタビューするなどして、千葉県の農業の実際について考察する力を高めさせる。
- (4) 各地の農業の特色をつかむための範例として、千葉県の農業の特色を「地産地消」「地域ブランドづくり」の両面からとらえさせる。
- (5) チラシ広告や店内放送用原稿に自分たちの行動宣言を盛り込ませ、発信させる。

## 6. 指導計画 単元名「千葉を拓く‘千産千消’プロジェクト」 9時間扱い

項目	学習内容	時配	留意点
事前調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・おもに第1学年の生徒を対象に、実態調査アンケートを実施する。</li> <li>・動機付けとして地産地消シンボルマークを制作する。</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>・現状を正確につかむため、必要に応じて生徒個々にインタビューも実施する。</li> <li>・一般的な評価を得るため、制作作品を農政センターに提出。</li> </ul> <p style="text-align: center;">※【基本コンセプト①】</p>
千葉を拓く (Ⅰ)	<p>《学習課題》 千葉県の特色をつかむために、まず身に付けるべきことは何だろうか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・千葉県のイメージを挙げる。</li> <li>・「千葉県を素早く描くには？」として略地図を確認する。</li> <li>・「統計データをどう活用する？」として、見方などを確認する。</li> </ul>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・関心を高めるため、実態調査での結果を活用する。</li> <li>・調査活動および地図化処理での有用性を説明する。</li> <li>・少しでも実感あるものとして統計データをつかませるため、千葉県と類似する数値をマークさせながら、単位などを補足する。</li> </ul> <p style="text-align: center;">※【基本コンセプト①】</p>
千葉を拓く (Ⅱ)	<p>《学習課題》 千葉県の特色をさまざまな面から調べてみよう。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・例えば産業/農業では下記を行う。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・県内「道の駅」の名産調査</li> <li>・地元企業のチラシ広告分析</li> <li>・「JA千葉みらい」への取材</li> </ul> </li> </ul>	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>・調査項目としては、「自然」「産業」「人の営み」「地域間の結びつき」を提示する。</li> <li>・農産物等の分布図を作成させ、比較分析させる。</li> <li>・必要に応じて、校外活動や電話取材をさせる(含む各種交渉)。</li> </ul> <p style="text-align: center;">※【基本コンセプト②③】</p>
千葉を拓く (Ⅲ)	<p>《学習課題》 千葉県の特色をまとめよう。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ワークシートをもとに、千葉県の特色を整理する。</li> </ul>	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>・統計データの調査結果、分布図の比較分析結果、取材内容などをもとに整理させる。</li> <li>・まとめとして、さまざまな項目から千葉県の特色を文章化させる。 例：○や○などの多い、□のさかんな県</li> </ul> <p style="text-align: center;">※【基本コンセプト①②】</p>

<p>‘千産千消’プロジェクト (Ⅰ)</p>	<p>《学習課題》 今、なぜ‘地産地消’が叫ばれているのか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・消費者はもとより、農家や企業、自治体などの思いを考える。</li> <li>・関係者の話を聞く(事前取材ビデオ等の活用の可能性も有)。</li> <li>・「地産地消」に関する考え、わかったことや意見、疑問などを整理する。</li> <li>・農産物の流通について確認する。</li> </ul>	<p>2</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・必要に応じて、「地産地消は誰のためか」と補足し、さまざまな立場からメリットを考えさせ、地球環境問題(フードマイレージ)にも言及する。</li> <li>・取材時のマナーを確認する。</li> <li>・行政関係者に、動機付けで制作したシンボルマークの評価や審査状況の報告などをお願いする。</li> <li>・次時の予定に触れながら、JAの働きなどを説明する。</li> </ul> <p>※【基本コンセプト①③】</p>
<p>‘千産千消’プロジェクト (Ⅱ)</p>	<p>《学習課題》 ‘地産地消’で千葉の農業は拓かれるのか。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・復習を兼ねて「地産地消」のメリットを確認する。</li> <li>・実際に農業関係者それぞれの話を聞く。</li> <li>・「地産地消」に関する意見交換をもとに、千葉県の農業の特色をつかみ直す。</li> <li>・今後の千葉県の農業の方向性までを模索し、店内放送の一次原稿の原案を検討する。</li> <li>・チラシ広告の比較分析を進める。(同企業別店舗同日チラシを活用)</li> <li>・他県の農政局等へ電話取材を行い現状を比較する。</li> <li>・チラシ広告の制作または放送原稿の作成を進める。</li> </ul>	<p>2 ( 本 時 1 / 2 )</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・昨今の現状を踏まえ、さまざまな立場から「地産地消」のメリットを発表させる。</li> <li>・農業関係者の生の声を聞く中で、共通点や相違点などを整理させる(共通の思い、販路の違いなど)</li> <li>・千葉県や企業等の地産全消の発想に触れながら、「地産地消」と「千葉ブランドづくり」の両立の必要性をつかませる。</li> <li>・千葉県の農業の現状、「地産地消」と「地域ブランドづくり」の両立を、各地の農業の特色をつかむ上での範例として扱えるように整理する。</li> <li>・意見交換を促すため、原則として活動は協同作業で進めさせる。</li> </ul> <p>※【基本コンセプト①②③】</p>
<p>‘千産千消’プロジェクト (Ⅲ)</p>	<p>《学習課題》 行動宣言を考え、発信しよう。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・JA店内掲示用のチラシ広告を完成させる。</li> <li>・JA店内放送用原稿を完成させる</li> <li>・磯辺一中学校第1学年の行動宣言のまとめを行う。</li> </ul>	<p>1</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・社会の実情を確認させ、生徒と社会のつながりをきちんとつかませるため、行動宣言につながるような提言性のあるチラシ広告や放送原稿かどうかを確認させる。</li> <li>・放送原稿は録音させる。</li> </ul> <p>※【基本コンセプト②③④】</p>

## 7. 単元の構造

### 都道府県の学習・千葉県を事例として ～千葉を拓く「千産千消」プロジェクト～

#### 【生徒の実態把握】

事前調査

##### 環境条件

- 磯辺第一中学校の所在地は…
- ・集合住宅が建ち並ぶ埋立地である。
- ・田畑を目にすることは無い。
- ・商店街もなく、駅前スーパーが買い物  
の中心である。

##### アンケート結果

- およそ70%の生徒が…
- ・野菜などの食材を買いに行く。
- ・チラシ広告を手にする。
- ・千葉県は「農業のさかんな県である」  
という認識がある。



#### 【生徒の実態分析と授業の方向性】

単元立案

##### 環境条件から

消費者という立場で、身近な生活の中  
から、農業に関わるきっかけを与え、少  
しでも実感のあるものとして千葉県の農  
業の姿をとらえさせていく必要がある。

##### アンケート結果から

生徒の消費者としての視点を重視し、  
チラシ広告などを活用。「地域」の同心  
円の拡大にも目を向けさせ、さまざまな  
立場から「地産地消」をとらえさせる。

都道府県の学習では、千葉県の特色のみならず、学び方を習得させることが重視されて  
いる。よって、「地産地消」をキーワードに、生徒と「地域」との関わりを見出させ、電話  
取材や直接関係者にインタビューするなどして現実の社会と向き合わせる中で、千葉県の農  
業の実際を考察する力を高めさせていきたい。



#### 【千葉県の特色をつかむ学習「千葉を拓く」】

1～4 時間目

##### 1 時間目

- ・千葉県のイメージを挙げる。
- ・「千葉県を素早く描こう！」として略  
地図の確認。
- ・「統計データをチェックすると」とし  
て、統計データの見方などを確認。  
※授業基本コンセプト①

##### 2・3 時間目

- ・千葉県の調査を進める（視点や調査方  
法習得）。
- 「自然」「人の営み」「地域間の結び付き」  
「産業（農業、水産業、工業、商業他）」  
※授業基本コンセプト②③

農業調査では・県内「道の駅」の名産調査  
(分布図作成)・地元企業のチラシ広告分析  
・「JA千葉みらい」への取材

##### 4 時間目

- ・ワークシートをもとに千葉県の特色を  
整理する。※授業基本コンセプト①②

※フィードバック

#### 【参加型の学習を意識した「千産千消」プロジェクト】

5～9 時間目

##### 5・6 時間目

- ・課題「今、なぜ「地産地消」が叫ばれ  
ているのか」をさまざまな立場で考え  
させる。
- ・農家 ・消費者 ・企業  
・自治体 ・地球人(環境)等  
※授業基本コンセプト①③

##### 7・8 時間目

- ・課題「「地産地消」で千葉の農業は拓  
かれるのか？」を検証するため、農業  
関係者それぞれの話を聞き、「千産千  
消」に関する意見交換を行う。  
※授業基本コンセプト①②③

農業関係者と意見交換することで実践的態  
度を養いたい。関係者共通の思いや、販路の  
相違などを理解させ、「地産地消」と「地域  
ブランド」を、各地の農業の特色をつかませ  
る上での一つの範例として身に付けさせる。

##### 9 時間目

- ・JA店内掲示用のチラシ広告や店内放  
送原稿を完成させ、磯辺第一中学校第  
1学年の行動宣言を整理・発信する。  
※授業基本コンセプト②③④



#### 【望ましい生徒の姿】

- ・まさに明日買い物に行き食材を手にした時に、生産地に目を向けるなど積極的に情報を得ようと  
する生徒。
- ・なぜわざわざ千葉県外から農産物が運ばれてきているのかを、旬の食材や地域ブランドを意識し  
つつ考えようとする生徒。
- ・千葉県の農業の特色を「地産地消」と「地域ブランドづくり」の両面からとらえた上で、千葉県  
産の農産物を、見て、知って、食べようとする意思と行動力に富んだ生徒。
- ・チラシ広告や店内放送原稿などを行動宣言にまで高められる生徒。



## 8. 本時の指導

### (1) 内容

「千産千消」の実際をつかもう

### (2) 目標

- ①「地産地消」のメリットについて、さまざまな立場から説明できる。
- ②農業関係者の生の声を聞きながら、農業の実際を整理し、「地産地消」と「地域ブランドづくり」の必要性を考察しようとする。

### (3) 展開

●学習内容 ○一般的な留意点 ★研究テーマに即した留意点

時配	学習活動と内容	指導上の留意点																
始業前に	1. 事前に農業関係者がゲストとして参加することを知らせる。 ①行政関係者(県生産振興課職員) ②JA職員(しょいかーご職員) ③農家A(「地産地消」推進農家) ④農家B(「地域ブランド」栽培農家)	○時間の有効活用を考え、授業者がゲストを始業前に紹介する。 ○紹介は、職業と名前程度とし、日常の仕事内容や栽培作物などには触れない。																
7	2. 「地産地消」のメリットについて確認する。 ●輸送コストの低減 ●鮮度の保持 ●農業の担い手の育成 ●地域経済への貢献 ●生産者と消費者との信頼関係の構築 など	★昨今の現状(偽装問題など)を踏まえ、さまざまな立場から「地産地消」のメリットを発表させる。 ★必要に応じて、生徒が制作したシンボルのマークのデザインなども紹介する。 ※【基本コンセプト①】																
25	3. 本時の学習課題を知る。 <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">これから「地産地消」で千葉の農業は拓かれるのか。 ～農業関係者それぞれとの話から「千産千消」の実際をつかもう～</div>																	
	4. 農業関係者それぞれの話聞き、質疑を行う。 [生徒のワークシート記述例] <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th></th> <th>JA職員</th> <th>農家A</th> <th>農家B</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>メモ等</td> <td>・直売所 ・■が喜び ・▽が悩み ・～が夢 ・◎に意見</td> <td>・○栽培 ・■が喜び ・◇が悩み ・□を工夫 ・★で販売</td> <td>・△栽培 ・■が喜び ・◇が悩み ・☆で販売 ・×が疑問</td> </tr> <tr> <td>共通点</td> <td colspan="3">・■が喜び (新鮮な農産物を消費者に提供したい。おいしいと聞いたときには…)</td> </tr> <tr> <td>相違点</td> <td></td> <td>・★で販売 (地元出荷)</td> <td>・☆で販売 (契約 発送)</td> </tr> </tbody> </table> [分かったこと] <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;">私は○○さんから「地産地消」について聞いたときには……だと感じた。あらためて……だということがわかった。でも……。また、千葉の農業活性化のためには、「地産地消」とともに「ブランドづくり」も……</div>		JA職員	農家A	農家B	メモ等	・直売所 ・■が喜び ・▽が悩み ・～が夢 ・◎に意見	・○栽培 ・■が喜び ・◇が悩み ・□を工夫 ・★で販売	・△栽培 ・■が喜び ・◇が悩み ・☆で販売 ・×が疑問	共通点	・■が喜び (新鮮な農産物を消費者に提供したい。おいしいと聞いたときには…)			相違点		・★で販売 (地元出荷)	・☆で販売 (契約 発送)	○学習の効率化を考え、学習形態は、初期段階では一斉講義方式とするが、農業関係者それぞれの話は簡潔になるよう授業者が司る。その後は、生徒が必要に応じて足を運ぶ形式をとる。 ★おもに「地産地消」に関連して、農業関係者の生の声を聞く中で、共通点や相違点などを整理させる。 (共通の思い、販路の違いなど) ★これまでの取材内容なども農家の方などにも改めて質問させ、立場による違いを理解させる。 ※【基本コンセプト②】 ※【基本コンセプト③】 ○十分な時間を確保して意見交換を行う。 ○思考が滞っている生徒には「消費するあなたは……」と投げかけたり、事前取材ビデオ(農家B/八街市でスイカ等栽培)を視聴させる。
	JA職員	農家A	農家B															
メモ等	・直売所 ・■が喜び ・▽が悩み ・～が夢 ・◎に意見	・○栽培 ・■が喜び ・◇が悩み ・□を工夫 ・★で販売	・△栽培 ・■が喜び ・◇が悩み ・☆で販売 ・×が疑問															
共通点	・■が喜び (新鮮な農産物を消費者に提供したい。おいしいと聞いたときには…)																	
相違点		・★で販売 (地元出荷)	・☆で販売 (契約 発送)															

15	<p>5. これまでの「地産地消」に関する意見交換をもとに、千葉県の実業の実際をあらためて考える。</p> <p>〔行政関係者〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「千産千消」で、県産品の消費拡大を図る。</li> <li>●安全性重視のエコブランドづくりも推進。</li> </ul> <p>〔JA「しょいかーご」〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●「地産地消」などで直売を推進。不足分は地域間提携で用意する。</li> <li>●「地域」を広くとらえれば国内産で安全。</li> <li>●規格もなく、農家は自分で値をつけ、自分のペースで販売できるはず(高齢化対策も)。</li> </ul> <p>〔農家〕</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●市場へ出したり、直売に出したりという複数の販路は生活の安定のため。</li> <li>●スーパーや市場へは規格をそろえて出すので大変だが収入安定(直売は売れないことも…)。</li> </ul>	<p>★共通点や相違点、感じたことや考えていることなどを発表させながら、「地産地消」や「千葉のブランドづくり」の両立の必要性をつかませる。</p> <p>★必要に応じて、地元企業等の地産全消の発想や農家B(前出)の取材ビデオに触れながら、「地産地消」と「千葉ブランドづくり」の必要性を補足する。</p> <p>★時間にゆとりがある場合には、店内放送原稿作成の話を示し、キーワードとなる言葉を生徒に考えさせ、関係者から助言をしてもらう。</p> <p>※【基本コンセプト①】</p> <p>※【基本コンセプト②】</p> <p>※【基本コンセプト③】</p>
3	<p>6. 今後の学習の方向性を知る。</p> <p>【本時ここまで】</p>	<p>○写真等を活用して、他県の「地産地消」推進の様子などを簡単につかませ、今後の予告(行動宣言に向けて)をする。</p>
今後 の 主 な 流 れ	<p>◎情報消費社会の現状を知り、チラシ広告の比較分析を進める。</p> <p>◎他県の農政局等へ電話取材を行い、現状を千葉県の農業と比較する。</p> <p>◎「地産地消」の実際を踏まえたうえで、「千産千消(千葉で生産したものは千葉で消費する)」や「千葉ブランド推進」を啓発する方法を検討する。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>●JA店内掲示用チラシ広告の制作</li> <li>●JA店内放送用の原稿の作成</li> </ul>	<p>★同企業の別店舗同日チラシを活用し、比較対象となる部分を示す。</p> <p>※【基本コンセプト①】</p> <p>★取材マナーや質問事項を確認する。</p> <p>※【基本コンセプト③】</p> <p>○「地産地消」と「地域ブランドづくり」の両立を範例として扱えるようにする。</p> <p>○千葉県の農業について、振り返らせる。</p> <p>★知ってもらうことにもこだわらせる。</p> <p>★千葉県の農業のこれからを意識し、行動宣言につながるような提言性のある内容かどうかを確認して、発表させる。</p> <p>※【基本コンセプト②③④】</p>

#### (4) 評価

- ①農家、消費者、企業(売り手)、自治体(行政)など、さまざまな立場から「地産地消」のメリットについて、ノートに記述したものをもとに説明できたか。  
→授業後にノートを回収し、立場を明らかにした記述内容であるかどうかを確認。  
(複数の立場から適切な記述がなされていればよい)
- ②農業関係者の生の声を聞きながら、それぞれの共通点や相違点に気づき、その内容を簡潔にワークシートに記述することができたか。また、意見交換を進める中で「地産地消」と「地域ブランドづくり」の必要性を考察することができたか。  
→授業後にワークシートを回収し、「共通点」「相違点」「分かったこと」の記述内容を確認。  
(今後制作および作成する行動宣言との関連も加味する)