

ジオ・ケイパビリティ論に基づく教材開発

「新商品の企画－あなたはどの市場をねらう？」

秋本 弘章

1. はじめに

2022（令和4）年4月、2018（平成30）年告示の高等学校学習指導要領に基づく必修教科目「地理総合」の授業が始まった。「地理総合」に限らず、今回の学習指導要領では「学び」の変革が求められている。従来の学力観においては「知識・技能」を身につけることが重視されてきた。しかし変化の激しい現代社会では「知識・技能」の陳腐化は早い。人生100年時代において、学校教育で身につけた「知識・技能」がそのまま社会で通用するとは考えにくい。つまり「知識・技能」は常にアップデートしなければならないのである。一方で、グローバル化・情報化の進展は、学校で学ぶべき内容を増加させている。しかし、教育にかかる時間は限られており、いつ、どのように学ぶべきなのかも十分に考えていかなければならない。こうした中で、学習指導要領の改訂の柱としてコンピテンシーの重視、主体的・対話的で深い学び、いわゆるアクティブラーニングとカリキュラムマネジメントが示されたのである。

コンピテンシーの重視とは、「何を知っているか」ということよりも「知っていることをどう使うか」といったことを、つまり「使う」ことを前提とした「学び」にシフトすることであり、汎用的な知識や技能の習得が重視される。

さらに、主体的・対話的で深い学びとは、学ぼうとする意欲やコミュニケーションと各学問によって蓄積されてきた概念に基づいて思考・判断・表現することとされる。また、限られた時間の中で学力の向上を図ろうとするならば、各学校間の学びの連続性や他教科・科目との関係を考慮する必要がある。つまりカリキュラムマネジメントが重要となる。

ところで、こうした教育改革の動きは、日本に限ったことではない。コンピテンシー重視の教育は欧米諸

国で先行して進められてきたが、汎用的な知識や技能を基盤とする教育に対して教科の本質を重視する立場からの批判もなされるようになってきた。

地理教育に関して言えば、ジオ・ケイパビリティという動きがある。ジオ・ケイパビリティは、経済学者A. センが提唱し、倫理・哲学者M. ヌスバウムとともに理論化が図られてきた“ケイパビリティ（capability 潜在能力）”を地理教育に導入したものである（志村2021）。ケイパビリティとは、「ある人が選択することのできる「機能（functioning）」の集合、すなわち、社会の枠組みの中で、その人が持っている所得や資産で何ができるかという可能性を表すもの。」と定義される。地理教育では、D. ランバートとJ. モーガンがジオ・ケイパビリティを提唱し、ジオ・ケイパビリティプロジェクトを展開している。ランバートは、知的な機能集合としてみたケイパビリティは、個人の自由を高めること（自律と権利）、どのように生きるか選択すること（市民性と責任）、知識社会で創造的生産的であること（経済・文化）、という3つの枠組みから構成されると指摘している。そしてこれらケイパビリティを拡大させることが教育の意義であるとする。もちろんケイパビリティを拡大させることにかかわる教科は地理だけではないが、現代世界の理解を主な内容とする地理教育は親和性が高いという。すなわち、①世界の深い知識、②世界における人と場所についての理論的に裏打ちされた関係的理解、③社会・経済・環境の未来を考えようとする態度、の3つを通してケイパビリティの拡大に高く寄与することができるという。

日本の学習指導要領では、こうした考え方も含んでおり、それが「深い学び」と表現されている。そして、各教科に関して、構成主義学習論で重視されている普遍的方法だけではなく、学習内容（知識・理解という「学問＝教科の本質」に根ざした教科内容）並びに教

育の目標までを包摂して示している。

こうした考え方の具現化を目指すならば、そこで使われる教材に関して、教授・学習方法に加えて、教科特有の内容面から検討を加えていく必要がある。

ランバートらによるジオ・ケイパビリティプロジェクトでは、二酸化炭素の国別排出量を示したグラフを使ったヴィネット（小作品）が提示された。これは、一つのグラフの読解＝汎用的技能の育成から、その根底にある地理学的考え方に気づかせようとするものである。わが国においても志村を中心とするジオ・ケイパビリティの研究会が開催され、新たなヴィネットの開発が行われた（志村他 2017）。筆者も「防災」をテーマとしたヴィネットを提示した（秋本他 2017）。そのほか、エネルギー問題や生活文化に関する教材などが研究会のメンバーにより発表された（井田他 2017, 大西他 2017, 永田他 2017, 柴田他 2017）。その後、筆者はTシャツに関するヴィネットを発表した（秋本 2022）。

これらのヴィネットは、教員の研修材として、ジオ・ケイパビリティとは何か、つまり、地理的な思考法と地理教育の意義を再確認させるものとしてつくられたものである。しかし、実際の中学校高等学校の教材にも活用可能であると考え、文部科学省検定済教科書（井田他 2022）にもTシャツに関するヴィネットを教材として再編して掲載した。また同教科書にはこれ以外にもジオ・ケイパビリティにかかわる教材を掲載しているが、本稿では「新商品の企画－あなたはどの市場をねらう？」を取り上げ、その内容、意義について解説を加える。

2. 「新商品の企画－あなたはどの市場をねらう？」の視点

2-1. 教材「新商品の企画－あなたはどの市場をねらう？」

ジオ・ケイパビリティに関する本教材は、アクティビティとして紹介されている。したがって、「調べる」「発表する」といった汎用的な技能の育成が中心課題となっているように見えるが、「地理的概念」の獲得に深くかかわるテーマを選択している。

今回の課題の問いかけはつぎのようなものである。

あなたが世界にインスタント麺を売り出すとしたら、どのようなセールスポイントで企画するだろうか。売り出す国の具材や味の好み、食事のスタイルを合わせると、どのようなラーメンが売れるだろうか。対象となる国を想定して、商品企画書を作ってプレゼンテーションしてみよう。

対象とする国（例）インド ロシア エジプト

タイ イタリア オーストラリア

2-2. 学習指導要領との関連

新しい学習指導要領においては、学力観の変化に伴って、教授・学習方法の変革も求められている。いわゆるアクティブラーニングの導入である。アクティブラーニングは「教員による一方向的な講義形式の教育とは異なり、学修者の能動的な学修への参加を取り入れた教授・学習法の総称」とされ、具体的な教授・学習方法も「発見学習や問題解決学習、体験学習、調査学習から、グループディスカッション、ディベート、グループワーク等」と多様である。もともと大学教育の質的転換を目指す動きの中で、大教室での一方的な講義に対する授業の在り方として提示されたものであり、特定の教授・学習方法を指しているわけではなかった。ただ、大学教育である以上、その内容は学問に根差したものであることは前提条件と考えられてきた。しかし、これが初等中等教育に導入されると、活動のみに焦点化され、学習内容の追及が十分でないという状況がみられるようになった。そこで、アクティブラーニングという言葉の代わりに「主体的・対話的で深い学び」を用いるようになったのである。すなわち、「深い学び」とは事象の表面的な理解ではなく、その背後に隠れている「本質」に向けて考察していくことであり、そのために一定の学問的知識は不可欠となる。つまり、学問的知識の獲得もあわせて考えられなければならない。

ところで、実際の高等学校の教育現場の状況みると、生徒の知識・技能は多様である。中学校レベルの知識・技能が十分に定着していない生徒がいる一方、かなり高度な知識・技能を持ち合わせているものがある。「地理」という科目の特性から特定の地域に関しては、

教員よりも多くの個別知識を持ち合わせている生徒もいる。また、論理的に物事を追及していく能力がある生徒がいる一方、直観力には優れているが、論理的考察が苦手な学生も少なくない。つまり、高等学校の教材では、対象とする生徒の特性によって様々な対応が可能であることが求められている。

一連の教授・学習過程の中で、調査やディスカッションや発表などの諸活動を複合的に実践し、「汎用的なスキル」を身につけさせることはもちろんだが、同時に教科内容にかかる個別知識の習得や教科の本質に根ざした概念的な知識の獲得可能な教材でなければならない。

本教材は、調査と分析、発表という汎用的な技能にかかわる活動が中心のように見えるが、調査に際して、教員側で適切な示唆を与えることにより、地理的知識の獲得が可能になる。さらに、調査から企画の過程では、「自然と人間との関係」あるいは「地域」といった地理的見方や考え方にもとづいた判断が必要となるという点で学習指導要領の趣旨に沿うものといえる。

2-3. 「地理総合」における食の扱いの検討

食にかかわる事象は、従前から「地理」において重要な内容の一つであった。系統地理学習では農産物がどのような自然環境の下でどのような社会システムで生産されているのかを学んできた。特定の地域の理解を目指す地誌学習では、地域を特徴つける文化として取り上げられ、自然環境や宗教などとの関係が分析される。さらに、主題的アプローチで現代世界の諸課題として食料問題が取り上げられるという具合である。

「地理総合」においても「食」は重要な内容として取り上げられることとなる。特に、B国際理解と国際協力(1)の生活文化の多様性と国際理解においては、食文化といった明示はないものの「[地理的環境から影響を受けたり、影響を与えたりして多様性をもつこと]や、[地理的環境の変化によって変容すること]などを理解するために、世界の人々の多様な生活文化の中から地理的環境との関わりが深い、ふさわしい特色ある事例を選んで設定すること。」とあり、「食」は文化事象として適切な題材であることは明らかであろう。さらに、(2)地球的課題と国際協力では、その

内容として人口・食料問題が明示されている。

ところで、2022年告示の学習指導要領では、内容に加えて教授・学習の方法が明示されていることが大きな特徴である。すなわち(1)では「場所や人間と自然環境との相互依存関係などに着目して、課題を追究したり解決したりする活動を通して、次の事項を身に付けることができるよう指導する」(2)では、「空間的相互依存作用や地域などに着目して、課題を追究したり解決したりする活動を通して、次の事項を身に付けることができるよう指導する」と記されている。「場所」、「人間と自然環境の相互依存関係」、「空間的相互依存作用」、そして「地域」はいずれも「地理的な見方・考え方」として示されている。「食」を扱う場合のこれらの視点について確認しておく必要がある。

① 場所(その場所の自然的・人文的特性)

「食」には地域差がある。今回の課題では「麺」に着目しているが、「地名」を関した「麺」料理がある。例えば、「信州そば」。そば料理は日本だけでなく世界各地でみられるが、「信州そば」といった場合、「信州」の自然的特性や人文的特性とかかわっている。稲作や小麦作が難しい高冷地という自然環境が重要だが、ソバのたんぱく質はグルテンを生成しないのでつながりにくい性質のため、つなぎの工夫やソバ打ちの技術といった人文的要素も関わっている。パスタでも「ナポリタン」はイタリアのナポリとは直接関係はないといわれるが「ボロネーゼ」や「アマトリチャーナ」などは、発祥の地が名前となっている。いずれにしても、各地の「食」はその場所の自然的特性や人文的特性を反映している。

② 人間と自然との相互関係

「食」は例えば、麺の原料である小麦やコメ、ソバなどについて、人間と自然とのかかわりを検討する。そもそも、小麦やコメ、ソバなどを生産する農業という生産活動そのものが、人間と自然との相互関係によって成り立っている。小麦は広範囲で生産されるが、自然環境によって、栽培システムは地域によって大きく異なっている。乾燥地域では乾燥農法が採用されてきた。冬雨型の地中海性気候の地域は小麦栽培と休閑を繰り返す二圃式農業がおこなわれてきた。また、稲

作が中心の地域でも小麦作を裏作として栽培することもあった。自然環境に対応しながら人間の技術によって多様な生産システムを生み出してきたのである。すなわち、農業を行う空間は、人間が自然環境を改変して作り出してきた。しかし、人間が自然を根本的に変えることを意味していない。人間と自然の相互関係のなかで築き上げた空間である。

③ 空間的相互作用

場所ごとに独自性を持った「麺文化」がある。麺を使った料理には多様性、可変性があり、それぞれの場所で得やすい食材などを使って調理することが可能だからである。しかし、初めからその場で生まれたかといえばそうではない。例えば、札幌ラーメンや盛岡冷麺、長崎ちゃんぽんなどご当地麺といわれるものがある。しかしそれらには、それぞれのルーツが存在する。例えば、札幌ラーメンは大正期に中国からやってきた料理人が作った味が起源とされる。盛岡冷麺は朝鮮半島北部生まれの在日朝鮮人が第2次世界大戦後に開店した焼肉店で供せられたのが最初。長崎ちゃんぽんは、明治期に日本にやってきた中国人料理人が福建料理を基に作り出したという。すなわち、人間が空間的に移動して「味」を伝え、その地の諸条件が加わって変化し新たな名物になったのである。また、イタリアの Pasta で使われるトマトソース。トマト自体が中央アメリカからもたらされたものであり、それらがイタリアの風土に溶け込むことによってつくられた。つまり、麺文化に多様性をもたらしたのが、空間的移動である。

④ 地域

地域とは一定の広がりを持った空間範囲を言い、隣接する空間とは空間的相互作用によってご当地麺が生み出されることはすでに述べた。しかし、ご当地麺として成立するのは、特定の地域で受け入れられる素地があることが重要である。例えば盛岡冷麺を考えてみよう。盛岡冷麺のもととなった麺が作られていた朝鮮半島北部と盛岡はほぼ同じ緯度になる。盛岡を中心とする「地域」は、気候など環境条件からは「コメ」の生産が安定せず、ソバなどの雑穀が食文化に取り入れられていた。すなわち「地域生態系」の中ではぐくまれたものなのである。

3. 単元計画

・単元の目的

本単元は、「生活文化の多様性と国際理解」のまとめとして位置づける活動である。「インスタント麺の商品企画」を通じて、食文化の多様性を知り、自然環境や産業・経済、文化との関わりを考察することで異文化理解をはかる。また、食文化を通じて、ローカリゼーションとグローバル化の意味を考える。また、異文化理解においては地理的な見方考え方が有用であることを認識する。文献調査から地理的知識と地理的視点で諸事象を分析することが必要であることを理解する。

文献調査から発表までの一連の汎用的なスキルを身につける。

・単元計画

	学習活動	学習内容
第1時	麺の多様性（導入）	身近なインスタント麺の特徴
第2時	世界の麺文化について調べる	世界の特徴的な麺文化（麺の材料、かやく（具材）、調理法など） 世界の農業（小麦生産など）
第3時	対象地域の調査	対象地域の自然環境と農業、社会文化環境 対象地域の代表的な料理
第4時	企画書の作成	商品名やパッケージデザイン（環境や宗教などへの配慮）
第5時	プレゼンテーション	世界の生活文化の多様性 グローバル化による文化の変容

・各時の学習内容

第1時 麺の多様性

○ 身近な麺

スーパーやコンビニで売られているインスタント麺を取り上げそれらの特徴について検討する。

【グループワーク】

インスタント麺は数多くあるので、誰でも何らかの回答ができよう。いくつかを取り上げてその特徴を自由に発言させることが大切である。そのうえで、なぜこれほどの麺があるのかを考えさせる。その理由の一つに、麺自体の多様性がある。例えば麺の材料でも、小麦のほかにソバやコメなどがある。また、麺の中にトウガラシなど様々添加物を練りこむことができるので様々な麺を作ることができる。さらに、具材や調理法などを考慮に入るとすれば、実に多様な麺が存在

するのである。

無数の麺を考えることができるものの、その中で実際に販売され、多く売り上げている麺はどのような特徴があるのかを考えてみる。



写真1 カップ麺の例

○ 「麺」とは何か。

【講義】

「麺」は小麦を中心に様々な穀物等が利用されている。穀物の生産は自然環境と強くかかわっており、そのことが「麺」の多様性を生み出していることを理解させる。また、主として使われる小麦の特性から食料とするために「加工」が必要であるという特性が、多様な形態をもたらすことになったことを理解させる。

第1表 様々な麺とその原料, 地域

麺の名称	原料	地域
うどん	小麦粉	日本
中華麺		中国
ロングパスタ		イタリア
ショートパスタ		地中海地域
ラグマン		中央アジア
シュベツツレ		ドイツ
ビーフン	米粉	東アジア
フォー		ベトナム
パッタイ		タイ
蕎麦	そば粉	日本
冷麺		韓国
ピッツォッケリ		イタリア
パインカンクア	タピオカ	ベトナム
はるさめ	片栗粉 (ジャガイモ)	東アジア
緑豆はるさめ	緑豆	東アジア



写真2 様々な形態の麺 (パスタ)

第2時 世界の麺文化

○ 「麺」の地域性

文化の多様性について理解するための具体例として「麺」を取り上げる。地域色豊かな「麺」を取り上げ、自然環境や社会環境とのかかわりについて考察し、「地域性」について考える。具体的には、世界の代表的な麺について生徒たちに調べさせ、それを発表させる。

【グループワーク】

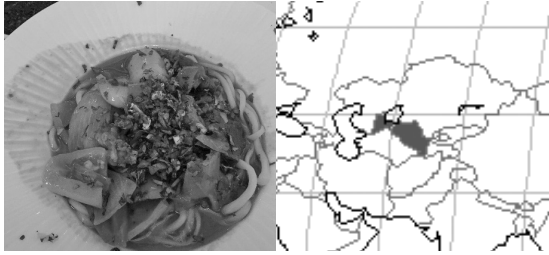
世界の代表的な麺として、パスタとクスクス、フォー、ラグマン、冷麺、中国麺を分担して以下の内容について調べ、発表させる。

- ① 場所 (国・地域)
- ② 主な麺の材料
- ③ スープのあるなし
- ④ 主な料理 (メニュー)
- ⑤ 調理法
- ⑥ 味など (調味料)

同じ麺料理であっても、様々なバリエーションが存在していることを確認する。そのことが地域の味、家庭の味を作り出していることを理解し、食に関する共通性を見出すことも重要である。

世界の麺料理 回答例

ラグマン



場 所 ウズベキスタン (中央アジア)

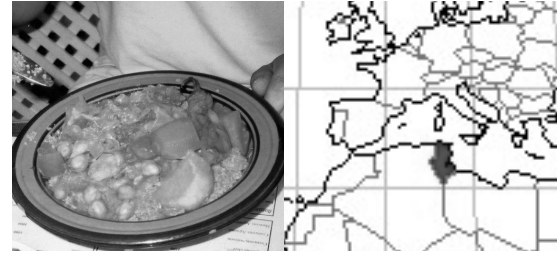
麺の特徴 小麦粉で作られている。日本のうどんによく似ている。

ス ー プ 牛肉と玉ねぎ、にんじんなどの野菜を油でいため、トマトなどととも煮込む。

トッピング コネギ 香草

注 玉ねぎ、にんじんなどは中央アジア原産と考えられている。ウズベキスタンは基本的に乾燥気候であるが、アムダリア周辺に農地が広がっており、野菜類などの栽培も豊富。また、古くからの東西を結ぶシルクロードに位置しており、中国やヨーロッパの文化が交わる地域でもあった。アメリカ大陸原産のトマトは、ヨーロッパを経てこの地に伝わってきたと考えられている。

クスクス



場 所 チュニジア (北アフリカ)

麺の特徴 小麦粉で作られている。いわゆる「麺」というイメージではなく「粒」。「粒」はゆでるのではなく「蒸す」。

ス ー プ 羊肉、レンズマメ、玉ねぎ、にんじん、青唐辛子などをオリーブオイルでいため、水とトマト等を加えてなべで煮る。

トッピング ここではレモンが添えてあった。

注 クスクスは世界最小の Pasta といわれる。リゾットと似たような感じである。なお、かかっているスープには羊肉だけでなく、魚なども使われるという。乾燥地域で水が貴重なことから。スープを煮込む鍋の上で蒸している。

第2表 世界の麺料理

	パスタ	クスクス	フォー	ラグマン	冷麺	中国麺
場所	イタリア	モロッコなど	ベトナム	中央アジア	韓国	中国
麺の材料	小麦	小麦	米	小麦	ソバ	小麦
汁	無	無	あり	あり/無	あり	あり
主な料理	ボロネーゼ ペスカトーレ カルボナーラ アマトリチャーナ ペペロンチーノ	クスクス	牛肉のフォー 鶏肉のフォー	汁ラグマン かけラグマン 焼ラグマン	平壤冷麺 咸興冷麺	蘭州拉麺 山西刀削麺 四川担担麺 北京炸醬麺 炒麺
調理法	ゆでる	蒸す	ゆでる	ゆでる	ゆでる	ゆでる/炒める
味など	オリーブオイル トマトソース クリーム	トマト	ナンブラー	羊肉/牛肉 トマト	キムチ	甜面醬 豆板醬 花椒

○ 世界の穀物生産について

【講義】

麺の主材料である、小麦、コメおよびソバについて世界的な生産について理解させ、食文化と自然環境について考察する。なお、小麦とコメについては、教科書等の記述及び第3表を使ってまとめさせる。

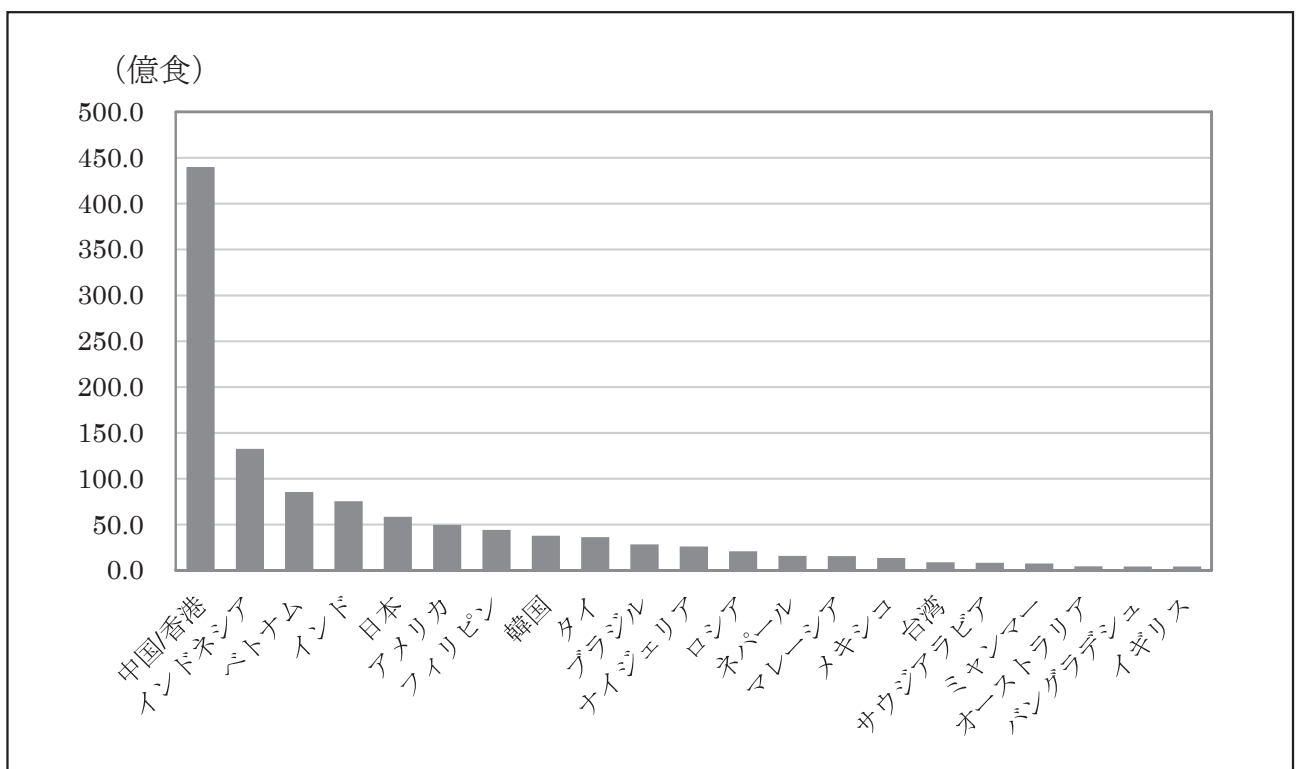
第3時 対象地域の調査

○ 対象地域を選ぶ。

インスタント麺の消費国のランキング（第1図）を見る。ここからインスタント麺の消費が多い国の特徴を検討して、どの国の市場が期待できるのかを考える。

第3表 小麦・米・ソバの比較

		小麦			米			ソバ			
栽培条件	気候	冷涼少雨			高温多雨			冷涼乾燥			
	地形	平原			沖積低地			高冷地（低湿地は不可）			
	土壌	肥沃な半乾燥土壌			沖積土壌			土壌順応力が強い			
栽培上の特色		もともとは冬作物 寒冷地では春小麦			水田に適応			生育日数が短い（55～90日） 病害虫が少ない			
栽培地域		熱帯と寒帯を除く世界各地			モンスーンアジアに集中			高冷地／冷帯			
主要生産国／輸出国／輸入国	1位	中国	ロシア	インドネシア	中国	インド	中国	ロシア	ロシア	タンザニア	
	2位	インド	アメリカ	トルコ	インド	ベトナム	フィリピン	中国	アメリカ	エチオピア	
	3位	ロシア	カナダ	エジプト	インドネシア	タイ	サウジアラビア	ウクライナ	中国	ウクライナ	
	4位	アメリカ	フランス	中国	バングラデシュ	パキスタン	エチオピア	フランス	ポーランド	日本	
	5位	フランス	ウクライナ	イタリア	ベトナム	アメリカ	バングラデシュ	ポーランド	リトアニア	ポーランド	
総量	2020 FAOSTAT	千t	760926	198527	191783	756744	45595	45264	1806	257	164



第1図 インスタント麺の消費国（2021年）

出典 世界ラーメン協会

中国／香港が最も多く、インドネシアが2番目ということだけでなく、例えば人口当たりの消費量など考えてみる。パスタなどは世界中にあるのに、インスタント麺はアジアに集中していることを読み解き、その理由も併せて考えてみる。今までの学習を念頭に入れて、対象とする国を選択する。

○ 対象地域の調査

物珍しい商品は、一回は売れるかもしれないが、中長期的に考えるとコストに合わない場合が多い。商品企画の前提として、ある程度持続的に販売できる商品を考える必要がある。そのために、対象国の自然環境や社会・経済状況など総合的に考察しなければならない。一般にインスタント麺は、一般庶民を対象にする

ため、高級な素材を使うことはできない。その国で得られる身近な材料を使うことが望ましい。また、油脂にしても地方的な違いがある。ドイツなどではラードが多く利用されるが、地中海諸国はオリーブ油が多く、中央アジアなどではヒマワリ油が一般的である。

気候なども重要である。寒い国ではあったかいスープ入りの麺が好まれる傾向にある。

第4時 企画書の作成

○ 企画書の作成

以下のようなフォームを用意し、これを埋めていく。そのうえで、発表用にPPを作成するものとする。

商品企画書A		
売出す国	国名	
	位置	
	気候	
	地形	
	人口	
	民族	
	農業	
	商業（流通）	
	宗教	
	その他	
ターゲット層		
商品名		
商品内容	食材 麺	
	食材 具	
	味付け等	
セールスポイント		
パッケージデザイン		

第5時 発表

○ 各グループ10分程度で発表する。

発表の結果は相互評価とする。評価のポイントは大きく発表内容及びプレゼンテーションの2つに分ける。まず発表内容に関しては、対象国の概要の説明、商品内容（食べたい商品であるか。対象国の風土を踏まえた商品であるか。パッケージデザインが適切か）の2つがポイントとなる。プレゼンテーション等（発表資料（PP）は見やすいか、そのほかの配布・提示資料は適切か。声は十分に聞こえたか。ボディーアクションは適切か）などである。

なお発表者以外には世界地図を配布し、地図中に発表内容等についてメモを取らせるものとする。

4. まとめ

本教材は、「新商品の企画－あなたはどの市場をねらう？」という題材で、「調べる」「発表する」という活動を通じて汎用的な技能の向上と、地理的な知識の獲得を目指したものである。

2018年告示の高等学校学習指導要領では、学び方改革が目指され、いわゆるコンピテンシー重視に転換した。そうした中で、様々な学習法が提案されてきた（例えば山本他 2018）。しかしながら、これらの学習法と「教科の概念」のかかわり方は必ずしも十分検討されているわけではない。

コンピテンシー重視の教育はイギリスや香港、シンガポール、ニュージーランドそしてアメリカなど世界各地の地理教育の主流になっているという（井田 2018）。しかしこれらの国々では「地理」が教科あるいは学習領域として確立しており、小学校から系統的に学ばれている。一方、日本では、小学校は「社会」という枠組みが強調され、「地理」「歴史」といった「学問」にかかわる知識・技能は必ずしも重視されていなかった。特に世界地理に関する内容は小学校ではほとんど学ばれていない。中学校では、地理や歴史の知識・技能が学ばれているものの、限られた時間数で必ずしも十分定着しているものとは言えない。

そのため高等学校においては、コンピテンシー重視といえども、個別の地理的知識、概念的知識の獲得も

保証する必要がある。

ケイパビリティ論という考え方にもとづけば、人間が自由を獲得するためには選択可能性を増やすことが重要であるという。つまり、「知識」は選択の可能性を増加させることにつながる。したがって、「知識」を身につけさせることを否定すべきではない。しかしながら、「知識」を活用されることで意味を持つというのもまた事実である。ジオ・ケイパビリティという考え方では、表層に現れた地理的事実を「地理的な知識・概念」を用いることでより深く考察できるようになり、人間の可能性を拡大することになると考える。

しばしば、教科に関する基礎的な知識・技能の取得に時間がかかってしまいアクティブラーニングの実施は難しいといわれる。しかしながら本教材に示しているように、教科に関する基礎的な知識・技能の取得と汎用的な技能の獲得を同時に目指すことはできる。つまり、コンテンツベースとコンピテンシーベースの学習は二項対立的に考える必要はなく、教材の工夫がより重要になると考える。そういう意味でも優れた教材が多く開発されていくことが必要であろう。

追記

本研究は科学研究費基盤研究(B)「力強いペダゴギーを組み込んだケイパビリティ論の拡張による教科教員養成国際共同研究」の成果の一部である。

参考文献

- 秋本弘章（2021）地理的な見方・考え方にもとづく教材開発－グローバル化をとらえるヴィネット－. 志村喬編著『社会科教育へのケイパビリティ・アプローチ』. 風間書房. 81-96.
- 秋本弘章・中村文宣・武者賢一・西川昌宏（2017）地理的な見方・考え方にもとづく防災についての一考察. 地理62(10). 94-99.
- 井田仁康・秋本弘章・長谷川直子・林敦子・河合豊明・後藤泰彦・今野良祐・高井寿文・株式会社二宮書店（2022）『私たちの地理総合 世界から日本へ』. 二宮書店. 211p.
- 井田仁康・伊藤直之・佐々木拓也・吉田裕幸・清水さ

- くら (2017) 地理的見方・考え方にもとづく生活文化の多様性. 地理62(8). 96-101.
- 大西宏治・山本隆太・高木優 (2017) 地図・GISを活用した地理的見方・考え方. 地理62(7). 108-113.
- 柴田祥彦・麻生慶彦・広瀬悠三・志村喬 (2017) NIMBY施設の立地を地理的見方・考え方で検証する. 地理62(11). 92-97.
- 志村喬 (2022) 国際共同研究プロジェクト「ジオ・ケイパビリティズ」の展開と日本. 志村喬編著『社会科教育へのケイパビリティ・アプローチ』. 風間書房. 1-20.
- 志村喬・山本隆太・広瀬悠三・金玟辰 (2017) イギリス発「地理的見方・考え方」に気づく1枚の図. 地理62(6). 96-101.
- 永田成文・金玟辰・泉貴久・福井朋美・藤澤誉文 (2017) エネルギーをテーマにした地理ESD授業. 地理62(9). 100-105.

Teaching material development based on geo-capability theory

“New product planning – which market are you aiming for?”

AKIMOTO, Hiroaki

The author attempted to develop teaching materials for geo-capability theory in high school geography education. Geo-capability theory emphasizes the stance of emphasizing the essence of subjects, as opposed to competency-emphasizing education, which tends to lead to a tendency toward general-purpose skills. However, there is no need to view content-focused versus competency-focused as a dichotomy.

This teaching material aims to achieve both the acquisition of geographical knowledge and skills and the acquisition of general skills. formally. It incorporates an active learning method of researching and presenting. In the process, the goal is to improve general skills. On the other hand, the task itself requires geographical knowledge and thinking ability. This is because, in fact, when planning new products, it is necessary to understand the regional characteristics of the target area. Acquisition of geographical knowledge and skills will lead to effective pursuit of issues.

