



事例 2 品川女子学院

DATA	
■学 科	普通科
■創 立	1925年
■生徒数	1262人 (女子中高一貫校：中等部 626人 高等部 636人)
■進路状況 (2007年度実績)	大学 83% 短大 2% 専門学校 5% 留学 1% その他 9%

28歳のときに社会で活躍する女性を育てる

品川女子学院は東京都品川区にある私立の中高一貫校だ。1925年の創立以来、社会に貢献する健全な女性を育てるという理念のもと一貫して女子教育に携わってきた。

一時期、中学の入学者が激減するなど「学校存亡の危機」に陥るが、「生徒が主役の学校に」という合言葉のもとで1989年より総合的な学校改革に着手。進学コースの設置、広報の充実、制服の刷新、校則の見直し、校名変更(それまでは品川中学・高等学校)、校舎の改築、完全中高一貫化などを次々行うことで、偏差値、入学希望者数ともに急上昇。都内でも有数の人気校になった。

近年は、企業との積極的な連携や金融経済教育を取り入れるなどの先進的なキャリア教育も展開。受験指導に特化した進学校とは一線を画しながらも、大学進学実績を向上させている。

そうした多年にわたる改革の立役者であり、2006年度から校長を務める漆 紫穂子校長に、同校の進路指導に対する考え方と具体的な実践内容について伺った。

教育活動の根幹を成す 28 プロジェクト

同校では「28プロジェクト」という教育スローガンを掲げている。これは28歳になったとき、社会で自立し活躍で



漆 紫穂子校長

きる女性を育てるために同校が取り組んでいる様々な実践の総称だ。教育活動のゴールを18歳前後の大学入試に置くのではなく、28歳という年齢に設定し、そこから逆算した教育を6年間で行おうとする考え方である。大学合格ではなく、その後の職業人生あるいは生活全般を視野に入れるという意味で、同校ではこれをライフデザイン教育と呼んでいる。

なぜ28歳なのか。それは、仕事では様々な経験を積み、プライベートでは結婚や出産を考えるターニングポイントになる時期と捉えているからだ。出産可能な年齢には限りがあるなど、女性は人生のライフ・ワークバランスを早いうちから自覚する必要がある。また、育児を終えるなどして職場に復帰する場合、資格や語学などの高い専門性が武器になる。そのためには専門職大学院などへの進学を視野に入れる必要もあり、28歳はそうした学びを社会に還元できる年齢でもあると考えているのだ。

世界を知る前にまず地域や日本を知る

28プロジェクトはおおよそ次のような段階を経る。す

なわち、中学1年次で「地域を知る」、中学2年次で「日本を知る」、中学3年次以降で「世界を知る」という流れだ。これらのテーマに沿った内容を、道徳および総合的な学習の時間の週2コマを中心に放課後や休日なども活用しながら取り組んでいく。

例えば中学1年次の「地域を知る」では、旧東海道の宿場町という立地を生かし、地元の商店主にインタビューを行う。対話を通じて社会との接点を体感し、視野を広げる狙いだ。また、国土交通省の協力のもと校舎前の国道沿いに花壇を作るなどのボランティア活動も実施する。

中学2年次の「日本を知る」では、田植え体験のほか、茶道、華道、着付けなどの日本文化を学びながら、相手をもてなす気持ちや周囲に気を配る気持ちなどを感じてもらう。国際舞台を含めた社会で活躍する女性を育てるためには、まず自分がよって立つ場のことを理解する必要があると考えているからだ。「インターナショナルの前にナショナルのない教育は疑問。真の国際人とは自国のアイデンティティを持った人。英語の前に日本語、外国文化の前に日本文化をまず学ぶ必要がある」と漆校長は言う。

そうしたベースを築いたうえで「世界を知る」の段階に入る。この場合の世界とは、文字通り世界(国際)という意味と、自分を取り巻く世界(社会)という意味がある。

前者は長期の海外修学旅行でありTOEIC®対策などの語学教育である。また、留学制度の充実や積極的な留学生の受け入れもその一環だ。一方、後者の代表的な実践が次に述べる「企業とのコラボレーション授業」だろう。

企業とのコラボレーション授業

ポッカコーポレーションとの共同開発による「桃恋茶」(桃の香りの烏龍茶)。サンリオとのコラボレーションによる「品女キティ」(同校の制服を着たキティちゃんの根付け)。常盤薬品と共同開発した「眠眠打破「起きずいじゃん」(オリジナルパッケージの眠気覚ましグミ)……。

これらは産学連携によって同校の生徒が企画し、実際に製品化された商品の一部だ。例えば「桃恋茶」は理系出身の女性社員を招いて実際の商品開発を学ぶという趣旨のもと2005年度に実施された「ポッカ特別講座」を通じて2年をかけて実現したものの。



中学2年生が行う着付けの授業

また、「品女キティ」はバーチャルな株式体験・ポートフォリオ学習で知られる日経STOCKリーグに参加していた2004年当時の高校1年生がサンリオと関わりを持ったことがきっかけで始まったものだ。以降、「S&Sプロジェクト」の名で生徒会が引き継ぎ、完成させた商品を文化祭などで販売。その利益でカンボジアに学校を建てるという趣旨のもと現在も続けられている。さらに今年度は「角川特別講座」と題して、映画「DIVE!」のプロモーション活動に中高あわせて42人の生徒が参加している。

上記はいずれも有志による取り組みだが、教育効果が高いことから、2006年度以降は中学3年生全員を対象にした正課の授業として行われている。1年間を通じた授業には企業担当者も参加し、商品企画や店舗提案など具体的な目的に向かって、グループ討議やリサーチ、プレゼンテーションなどが重ねられていく。

2006年度は常盤薬品とアスクル、2007年度は森永製菓とTSUTAYA。2008年度は「牛乳に相談だ」のコピーでおなじみの中央酪農会議・電通が同授業に参加している。

「教育活動の一環という趣旨を十分理解していただいたうえで社会貢献意識の高い企業の協力を得ている」と漆校長は語る。

同校ではそれまでも生徒に様々な世界を見てもらおうと、外部講師による特別講座や体験学習に力を入れてきた。大学の出前授業や著名人に講話を依頼する機会も多く、そうした活動が現在の活動のベースにあるという。

大学や企業関係者を積極的に招き入れる理由はいくつもある。一つには、大学で行われている学問やリアルな企業活動を肌で感じるにより、今、自分たちがしている勉強が将来にどうつながるのかを強く意識してもらい、学

習の動機付けとしてもらうためだ。

また、将来のロールモデルともいえる大人を身近に見せることで、職業についての理解を深め、自分の適性や好き嫌いも感じてほしいと考えているからだ。実際、この年代の生徒は職業に対して漠然とした理解しかない。例えば、製薬会社の女性社員が文系出身で法務の仕事をしていると聞くと、「薬品会社って薬剤師ばかりがいる理系の会社だと思っていた」と目を丸くする生徒がいる。また、締め切り直後の徹夜明けで講演に来てくれたファッション誌の編集長の話を聞いて、「好きな仕事をしている人はどんなに忙しくても輝いていられるのだ」という感想がある一方、「そんな忙しい仕事は私には向いていない」と感じる生徒もいるという。漆校長はこうも語る。

「学校という場所は、とかく学業成績という狭い軸で評価されがちだが、こうした授業は、プレゼンテーション力に優れた子や、発想力のある子、リーダーシップを発揮する子など、生徒の持ついろいろな能力に光を当てることになる」

起業体験プログラム

「企業とのコラボレーション授業」に並ぶ同校の目玉がベンチャーキャピタル会社の協力のもとで2006年度より行われている「起業体験プログラム」だ。これは文化祭に出店する模擬店を株式会社の起業に見立てることで、リアルな経済活動を学ぶというプログラムである。

4月の事業計画の立案から始まり9月の株主総会で終わるプログラム(図表1)は、対象となる高校1,2年生にとって一大イベントとなる。出資を募る際のプレゼンテーションにはベンチャーキャピタリストとして同校のOGなどが出席するほか、本物の会計士や税理士なども参加し、利益



プレゼンテーションの機会を多く作る

図表1 起業体験プログラムの流れ

4月	<事業計画の立案・企画書作成> クラス単位で企画書を作成。仕入れ先企業などを検討し順次アポイントメントをとって交渉開始。
5月	<事業計画書作成・飲食希望クラスコンペ実施> 企画書をもとに事業計画書作成。飲食店の出店数は制限されているため希望クラスがコンペを実施。
6月	<ベンチャーキャピタリストへのプレゼン> VCとなる大学生OGらに高1,2年の全クラスが一堂に会してプレゼンを実施。
7・8月	<具体的な準備開始> 株券発行、定款、登記簿作成を経て準備開始。協力企業との打合せ、資材調達、広告・資料作成など。
9月	<文化祭本番・株主総会開催> 文化祭当日は販売、翌日は株主総会を開催、決算発表を行う。

に応じた配当も出るなど本格的だ。

ただ、こうした先進的な活動に注目が集まる同校だが、「企業とのコラボレーション授業」も「起業体験プログラム」もあくまで28プロジェクトの理念を具現化する取組みの一つでしかないと漆校長は強調する。インパクトがあるため、どうしてもそこばかりにスポットライトがあたりますが、「地域を知る」「日本を知る」活動や語学教育など、地に足がついた地道な取組みがあってこそ成り立つのだという。

28プロジェクトは学力向上の布石に

さて、こうした取組みは生徒にどのような影響をもたらしているのだろうか。漆校長は生徒の進路選択に変化が見られるようになったと語る。大学を偏差値や世間的なイメージ、あるいは試験科目などではなく、自分の将来を見越したうえで学部・学科などから選ぶようになったのだという。

同時に進学実績も向上した。2004年度には東京大学に浪人生を含む2人が合格。2006年度は国公立大学に14人が現役合格している(1学年は200人ほど)。「ムラはある」ものの、ここ数年、数字は安定している(図表2)。

その点で、28プロジェクトは教科指導、受験勉強の動機付けにもなっているようだ。

「これらの活動は労力もかかるし、試験科目とは直接関係ないことが多いため、大学受験だけを目的にするのであれば確かに回り道。受験指導だけをしていれば、もっと進

学実績はあがるかもしれない。しかし、それでは子供たちの未来がないと私たちは考えている。大学合格は、人生の一次試験としては大切だがあくまで通過点。ゴールはその先にあり、そこで勝負できる確信はある」

漆校長がそう自信を持って話すのは、卒業生の活躍ぶりをよく見聞きするからのようだ。こんな例もあがる。

「うちの卒業生は進学先の学校案内などに登場することが多い。在学中、様々なことに取り組むなかで、リーダーシップやコミュニケーション能力などを磨いているため、卒業後も何かと目立ち、白羽の矢が立つのだろう」

進路指導現場から大学への提言

最後に、生徒を送り出す立場から見た大学への要望や提言について聞いた。

「卒業生を話を総合すると、必ずしも大学入試の難易度と満足度は比例していないようだ。一般的な評価は低くても、例えば少人数のゼミ教育に力を入れていたり、熱心な学生が多かったり、卒業後の再就職の支援までしてくれる面倒見のいい学校などは評判がいい」

そうした学校の独自色がもっと高校の現場に伝わってくればいいと漆校長は語る。オープンキャンパスはそれができる絶好の機会だろう。同校も、オープンキャンパスへの参加を積極的に奨励している。

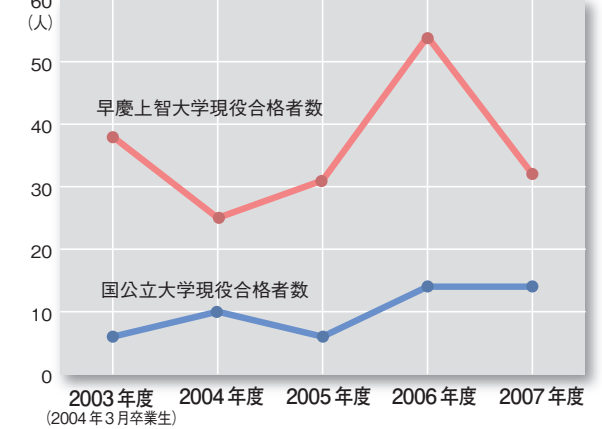
「生徒は、教育内容はもちろん、校風、特に学生の様子をよく見ている。某国立大学と某私立大学の両方に合格した場合、不思議と圧倒的に後者を選ぶ生徒が多いのだが、オープンキャンパスでの印象によるものだと思う。特徴がうまくアピールできている大学は当然強く印象に残るようだ」

では、大学はどのようにアピールすれば、高校生の心をつかむことができるのだろうか。大学の立場にいたらという仮定の話で質問をした。

「私だったら、外部(高校生)にアピールする前に、まず内部の学生に対して母校愛を高めるような活動に力を入れると思う。母校愛が高まれば、未来の後輩にアピールしたいという気持ちになるからだ。高校生にしても、先輩から母校愛がにじみ出ていると心を動かされるだろう」

母校愛を高める方法の一つが、大学の広報活動に学生を積極的に関与させることだとも言う。

図表2 過去5年間の進学実績



「本校で、小学生向けにオープンキャンパスを実施すると3分の2以上の生徒がボランティアとして参加してくれる。なかには自分の意志ではなく友達に誘われてという子もいるが、参加することで帰属意識が高まっていくようだ。行動することで視点は変わるものだからだ。大学でも同じ。広報活動に参加することで母校愛が深まることもあると思う。そうやって、学生をオール広報スタッフと捉えてみてはどうだろう」

広報活動に学生の考えを取り入れることは高校生のニーズを拾うことにもなる。最後に、進学先で大学のパンフレット作成に携わったある卒業生の話をしてくれた。

「彼女がパンフレット作成に携わったきっかけは、高校在学中、本校に来て学校説明してくれた大学職員に偶然キャンパスで出会い、『あのときの説明を聞いたことで、この大学を選んだんです』と話したからとのこと。パンフレット作成にあたり、当初の案は、教授紹介に多くのページを割かれていたものを、彼女が『高校生にとってあまり必要な情報ではない』と主張したことで圧縮され、その分キャンパスライフの紹介ページが増えたのだとか」

このエピソードからは同校の生徒らしさにもにじみ出ているようだ。

ところで、2004年以来、代々後輩に引き継がれてきたS&Sプロジェクト(品女キティ)の利益の合計額が400万円を超え、この3月、晴れてカンボジアに学校が開校することが決まった。「どうしたら社会貢献できるか」と生徒自らが必死で考え、実践してきたことが、時を重ねて本当に実現したことを漆校長は誇りに感じている。

(堀水潤一 ライター)