

キャリア指導の現場から

(7)

児童・生徒は学校にとってお客様か?

東京都立晴海総合高等学校 相談部教諭・キャリアカウンセラー

千葉吉裕

「お客様は神様です」。三波春夫の有名な言葉です。しかし、三波春夫の真意を離れて、客の立場を祭り上げて、サービスを提供する側を見下すクレーマーを作り出す言葉になってしましました。

ビジネスの世界で顧客第一主義を理念に掲げる企業はたくさんあります。では、学校にとって、児童・生徒、その保護者はお客様でしょうか。仮にお客様だとしても、顧客第一主義を貫けるのかと言えば、これは無理です。学校の存在意義は、良き社会人を育てることと、児童・生徒・学生の成長を支援することです。ですから、子供たちや保護者が、欲求のままにやりたいことや、やりたくないことを要求してもすべてを認めるわけにはいきません。子どもたちの行動によっては、叱ったり、注意したりしなくてはいけない場面だってたくさんあります。子供たちをお客様だとして、「お客様に対し、指導するとは何様だ!」と逆にお叱りを受けてしまいます。教員の役割は教育ですから、もちろん叱ることだってあります。このように、その機関の事業、その従事者の任務を考えて行動しなければならないし、勘違いしている人は説明をしなければなりません。

学校への期待の一つに、予備校や塾のような「受験対策」が上げられます。しかし、学校は、予備校や塾ではありません。予備校や塾と同じことをやればいいのであれば、広いグラウンド、体育館も、芸術関係の諸設備も必要ありませんから、土地も売り、校舎も縮り出す言葉になってしまいました。

このような誤解が生まれたのは、最近のことではありません。すでに半世紀前から、日本の教育問題として取り上げられるほど根が深く、解決に時間が要しています。昭和29年11月15日に、文部省中央教育審議会から発せられた「大学入学者選考およびこれに関連する事項についての答申」の中で、「大学によっては収容人員に対し、10倍・20倍の入学志願者が殺到しているばかりでなく、その入学者のうち前年以前の高等学校卒業者がその6割を占めるという憂慮すべき事例もある。かような状態にあるので、いきおい一部の高等学校が受験準備学校となる傾向を生じ、特に第3学年の教育は、はなはだしく攪乱される実状にある場合も少なくない。高等学校卒業者の年齢はだいたい18歳であるが、いかに学力が優秀であつても、この年輩の者が、いわゆる有名

校を志願するため中央に集中し、そのため、受験予備校の増加となり(例えば、東京都認可のものは24校ある)、さらに削減できるでしょう。教育行政を司る人々が、教育の本質を理解していない、「受験対策」に偏向した施策を断じておるはずがありません。入試にして一人歩きし、入試に合わせて学ぶという手段と方法が逆転してしまった現象が生じてしまったのです。

現在、大学受験は著しく緩和されました。多様な人材を育成するよう制度が変わってしまった今日、一部の大学に受験生が集中していたものが、カリキュラムやスタッフなどを総合的にみて、学校を選ぶ時代になり、分散現象が進んだのです。過熱した入試を経ずして入学できるようになり、学びたい人が、学べるようになります。このような中で、受験対策としての学びは過去の物にならうとしています。学校は、良き社会の形成者を育成するという理念に基づいて、社会で求められる知恵や技能を身につけさせること、それが学校に求められた使命です。したがって、児童・生徒、その保護者は、学校のお客様ではありません。言うなれば、児童・生徒は学校に研磨のため預けられたダイヤモンドの原石です。すると、預けた主がお客様で、お客様は社会といつてことになります。