

## C-2 活動の足跡

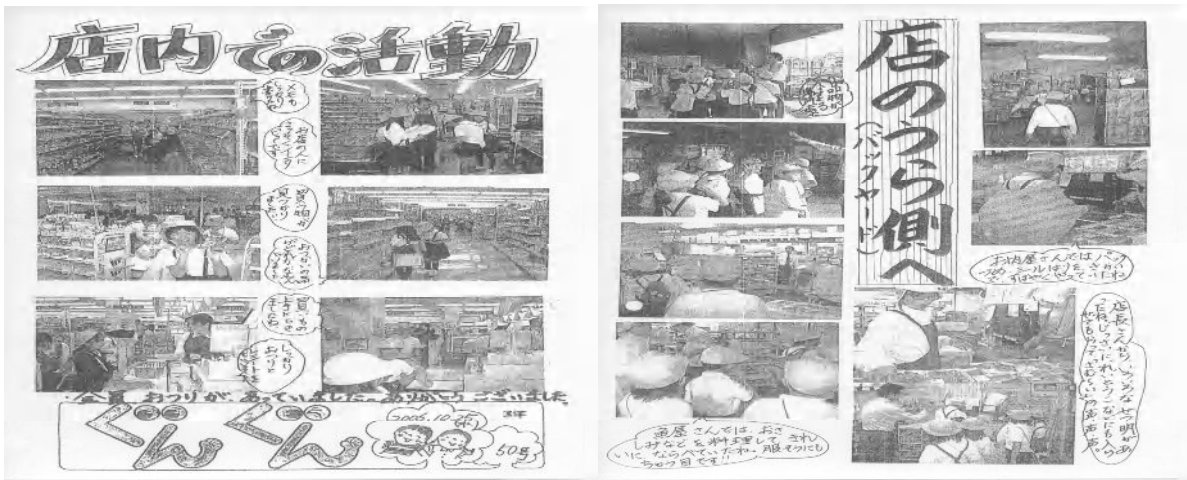
### 第1次より

家の人がどこで何を買っているのか、1週間の調べ活動をもとに話し合うことで、食べ物では、M店によく（109回）行っていることが確認できた。その後、消費者の立場から店側の立場へと思考を移していきながら、「人が集まるひみつや工夫」について考えさせていった。そして「M店のひみつ(?)」を見つける作戦」を多く出させるために、グループ活動を大切にした。その中で、グループで話し合った見る視点・聞く視点などを確認し、問い返ししながら、学習問題を明確にしていった。また、消費者の視点からも、M店の工夫見てくるため『おつかい』をすることも、この時確認した。

月日	買ったしなもの	お店の名前
9/26 (火)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	買い牛物 おとし
9/27 (水)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	サーブルク
9/28 (木)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	おとし おとし
9/29 (金)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	ジャスコ アミエール
9/30 (土)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	ヒサヤデンワ アミエール アミエール
10/1 (日)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	しんが アミエール
10/2 (月)	食べ物・日用品・電気せいひん・よう服・家具・スポーツ用品・その他	くたくし アミエール

### 第2次より

自分なりのひみつや工夫を見つける作戦を立てて見学に行ったため、いろいろな視点（品物・店内、店外の様子・サービス・働く人等）から調べ活動ができていた。その様子は見学後の話し合いやふりかえりの様子からも十分見とることができた。また、自分だけが見つけてきたM店のひみつ新聞を自分のアイデアを駆使してまとめる活動は、どの子ども夢中になって取り組んでいた。休み時間も使って行う子どもいた。（↓見学活動より）



(↓「ひみつ新聞」より)



### 第3次より

導入の調べ学習では、54種類のお店にクラスの家の方が、買い物に出かけていることがわかった。その店は、自分の地域にこだわらず、いろいろな範囲に及んでいた。「なぜ、近くに大きなお店があるのに、わざわざこだわってその店に行くのか。」このことも考えさせる必要があると考えた。そこで発展学習として、いろいろなお店を学習した後、スーパーマーケットともう1つの店を比べ合う活動を取り入れた。そこで、自分が店長さんになって、今までみんなで出し合ったお店の中から、1つ調べてみたい店を選んで取材に行き、宣伝パンフレットをつくっていく活動を進めていった。子ども達の中には、自分1人の特別な学習という意識が高く、予想以上に課題をしっかりと据えて、精力的かつ意欲的に取り組んでいた。出来上がった作品をみんなで紹介し合ったことも、満足感につながったようだ。

自分で決めたお店に取材に行き、どうしてお客さんがこだわりをもってよく買いに来るのか調べてきました。

出来上がった宣伝パンフレット

