

令和5年度

明保中学校

地域とともにある学校づくり

2年生

コミュニティ・スクールの充実

# 西東京ふるさと探究学習

単元名： **かりんとう販売促進プロジェクト**  
(活動名)

ねらい： 地域の職場や仕事、専門家の方々との関わりを通して、地域の方々の仕事に対する姿勢や願いを理解し、働くことの意味や価値について自分の将来と関連付けて考えられるようにする。また、地元の特産品である「かりんとう」の販売促進活動を通して、市場を分析し、問題を発見・解決する力や、新たな価値を見出す創造力・発信力を身に付ける。



【4月14日】

- ① 探究ガイダンス開始。大学入試の改革に伴い「思考力・判断力・表現力」がより重視されるようになり、高校でも「総合的な探究の学習」が始まってはや一年。明保中でも「ふるさと探究学習」が始まりました。「探究学習をしましょう」と言っても、いきなり始められません。生徒たちが「探究学習の進め方」を体験することからスタートします。

② そのための解決策を挙げよう

- |    |                     |
|----|---------------------|
| 案1 | 制服を良くする             |
| 案2 | 校舎をもうちょっときれいにする     |
| 案3 | 部活を増やす              |
| 案4 | 生徒の自主性を上げる          |
| 案5 | 部活の休みを増やす           |
| 案6 | 大きめの行事をやる（文化祭など...） |
| 案7 |                     |

③ 上記の解決策の中から、グループでの解決策を1つに絞ろう

**大きめの行事をやる（文化祭など...）**

【4月28日】

- ② まずは身近なテーマである「5学級の維持」という問題について考えます。「行事や部活動を活性化させるためにはどうすればいいか」という自分たちの生活に直結する”切実性”を持った問いについて、班ごとで話し合いを進めます。課題解決のための改善策や実行する上でのさらなる課題を掘り下げていきました。



【5月26日】

- ③ 明保中の良さや問題についての見方を広げるために、保護者の視点から明保中を実際に選択した理由を探ることにしました。（情報の収集）各家庭でのインタビュー調査の結果をスプレッドシートなどで整理・分析し、クラス内でアイデアの共有を行いました。発表後の意見交換から、さらにアイデアは練られていきます。



【7月6日】

- ④ 明保中学校の5学級維持のために、各班から1つずつ、合計で24の企画書が作成されました。企画書は生徒会本部役員へ提出されました。これからどんな取組が行われるか楽しみです。

【7月14日】

⑤(株)旭製菓様より、これから始まる「かりんとう販売プロジェクト」に向けて、講話をしていただきました。最後に学年主任の先生から、希望の部署に分かれて活動を展開していくことを聞き、さらにやる気をみなぎらせる2年生です。



【9月15日】

⑥各クラス、かりんとう販売に向けたコンセプト決めに入りました。「3世帯向けの商品が、誰でも買いやすいんじゃない?」という意見が多く挙がりました。「でも、家庭科でやったけど、今3世帯って少ないんじゃないの?」「3世帯のお家、手挙げて!」・・・32人中2人。さて、この現状を踏まえて、コンセプトがどう練られていくのでしょうか。



Where? どこで行う取り組みなのか	人が集まる場所(スガゼン、駅、明保、かりんとう本店、市役所、こもれび、地域の小学校(中学校、高校など) マーケティング部が決めるところ
Who? 誰に向けた取り組みなのか	家族に向けて、「マーケティング部がなぜ家族向けを調べてくれる?」
When? いつ行うのか	12月くらい
How? どうやって行うのか(手段)	お家さんと連携会って、「訪問販売」 声を自分からかけて積極的にがんばる 週で行っていき声で客を呼ぶ(集客)
What? どういう結果が得られるのか	利益が得られる 社会に出たあとにどのようにお家さんと接するのか、売値とほどのようなものなのか知ることができる 地域を盛り上げることができる
Why? なぜ取り組むのか(目的)	社会にでたときのため 地域を盛り上げるため

【10月3日】

⑦アンケートの結果、自分が所属する部署が決まりました。マーケティング部、動画広報部、デザイン部、中広告部、販売部。各クラス、部署ごとに活動が始まりました。探究を進める上で大事な「探究課題」の設定に取り組む部署、他の部署からの情報を待つので、先に動画の作り方やデザインのポイントを調べる部署。担当の先生方もプロではありません。こうなったら、外部の「プロ」にアドバイスを求めるのが早いですね。



7月7日(金)に行われた「働く大人の話を聞く会」では、対面・オンライン 総勢43名の地域の方々や先輩にお話を聞くことができました。あのおときお世話になった方々もプロ中のプロ。再度、お会いするチャンスが来るかもしれません。

【10月16日】

⑧「かりんとう販売」に向けた味の選定のため、本日は(株)旭製菓様よりご提供いただいた10種類のかりんとうの試食を行いました。「子どもが好きそう!」「これはおじいちゃんおばあちゃん向けかな?」「本当にきんぴらごぼうの味がする!」などの感想から、各クラスのコンセプトに見合う3種類を選びました。マーケティング部の集計結果を楽しみに待ちます。





【10月19日】

⑨校外学習で都内巡りに行ってきました。歴史や観光地の工夫を学びながらも、「かりんとう販売につながる情報収集」を行いました。全国各地のアンテナショップや東京の銘菓のお店を訪ねながら、各お店の工夫を教えてください、自分たちが考えている活動を聞いていただいたりしました。



【10月25日】

⑩自分たちが作ろうとしているポスターやPR動画は本当に地域の方（消費者）の心に響くものになっているのか、独りよがりの単なる作品制作に終わっていないか、かりんとうの売り上げにつながるのか……。直接聞いてみるしかない！この日は、人の流れの確認にとどまりましたがマーケティング部が本格的に動き出しました。

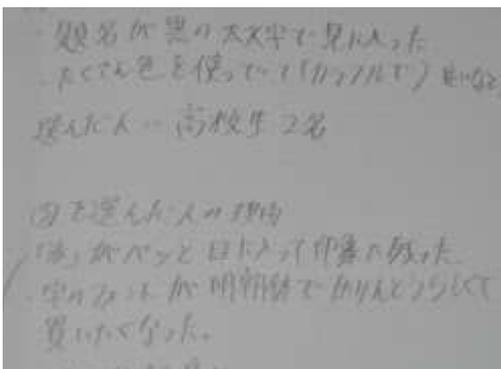


【10月27日】

⑪（左）ポスター部は購買層を考えながらデザインを進めています。

（中）動画広報部は、それぞれの特技（ラップ、歌唱など）も活かそうと奮闘しています。

（右）部署ごとの活動ですが、クラスの枠を超えて情報交換が行われています。話し合う姿もあちらこちらで見られます。



【10月30日】

⑫「この週末、習い事の場所で8人ですけど、大人や高校生にアンケートをしてみたんです。」

マーケティング部の一人が持ってきてくれました。

「ポスター部が作ってくれた作品を、一般の方にはどう伝わるのかわりたくなくなっちゃって……」

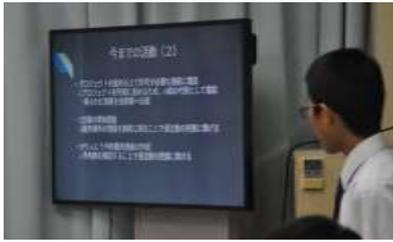
さらに、それらを選んだ理由や改善点など詳細にインタビューもしてくれました。

「8人だけ」とは言っていますが、この一歩はかなり大きな一歩になることは間違いなしです。

※11月10日（金）には、（株）旭製菓様よりお二人をお招きして、これまでの成果物の発表を各クラスで行い、アドバイスをいただきます。また、地域の方や保護者の方々にもご来校いただき、途中経過の報告を見ていただきます。

【11月10日】

⑬かりんとう販売プロジェクトの中間発表を行いました。当初、(株)旭製菓様よりお二方をお招きして行う予定でしたが、地域協働活動コーディネーターの小野様のお力添えにより、地域の方々や保護者の方もお招きしました。各クラスで部署ごとの取組の紹介、探究課題、アンケート結果や科学的な裏付けをもとにした成果物、今後の活動などを発表しました。

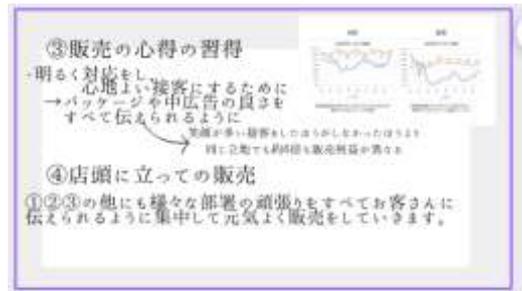


**いただいたご意見、アドバイスなど**

- アンケートを作り、さまざまなリサーチをしてよかった。
- 年齢層に分けたポスター作りは、買う人のことをしっかりと考えてよかった。
- 安心する色を使っていると聞いて感心した。
- 他部署の頑張りを伝えたいという気持ちが良かった。

**課題**

- BGMが大きすぎたので、ナレーションが聞き取りにくかった。
- 「牛乳と合う」のところは、「✖」ではなく「+」のほうが良いのでは？
- 台紙の色が文字の色と似ているので見にくい。



中には、聞いていただく方の目線に立ち、ゆっくり聞いてもらえるように座席の工夫をしたクラスや、アンケートの取り方も工夫して行ったクラスもありました。

**地域・保護者の方々からの感想**

- 席が用意されていてよかった。
- 消しゴムやペンなどがあって、気遣いが素晴らしかった。
- アンケート用紙が短時間で書くには最適で良かった。
- 全部署、声が大きくて聞きやすく、一生懸命で「見たい！」「聞きたい！」という気持ちになった。(本当に素晴らしかったです！)

【11月13日】

⑭ 前日の中間発表でいただいた(株)旭製菓様からのアドバイス、地域の方々や保護者の方々からいただいたアンケートの結果をもとに、各部署が改善のための話し合いを行いました。より一層自主的に活動に向かう姿勢が見られました。

次は、11月19日(日)に行われる「ほくっとまつり」、12月2日(土)に行われる「東小冬まつり」での展示、予約販売の受付へと展開していきます。



ところで、あるクラスのアンケートの結果です。  
「Q. 1袋50g×3種類で1,000円のかりんとう、買いたかったですか？」

はい・・・10人    どちらでもない・・・5人  
いいえ・・・1人」

このリアルな反応、生徒たちはどう受け止めたでしょうか。そして、今後の展開にどう生かされていくのでしょうか。楽しみです。



【11月17日】

⑮19日の『ほくっとまつり』での予約販売に向けて、中広告やパッケージの調査に出掛けています。はじめは、なかなか声をかけるのに抵抗があった生徒も、町のみみなさまの優しい対応のおかげで積極的に活動できるようになっていきました。結果を分析し、各クラスのデザインが決定されていきます。

【11月19日】

北東部地域協力ネットワーク主催『ほくっとまつり』に「かりんとう販売プロジェクト」のブースを出展させていただきました。この日は、朝早くから販売部の精鋭が集い、ホワイトボードの運び出しやチラシ、予約票の準備などを行いました。各部署の作成した動画やポスターもお披露目とあって、販売部の生徒たちが念入りに掲示など進めてくれました。先行予約、何件集まるのでしょうか。



多くの方々に予約をしていただくことができました。延べ102件。中には全クラスの商品の予約をしていただいた方も。先日の中間発表で来ていただいた方も「発表のときの気遣いが素晴らしくてO組のかりんとうを絶対買おうと思ってきたのよ」とお話をしてくれました。妖精やラジオの取材と、さまざまなお客様に来ていただきました。ありがとうございました。さらに商品のPRを進めていきます。



こちらは、ボランティアでおまつりに参加した生徒たちです。コミュニティスクールとして、地域の方々との協働が確実に増えていることを実感します。地域の皆様、今後ともよろしく願いいたします。



【12月2日】

東小冬まつりにて、かりんとう販売プロジェクトPRブースを出展させていただきました。PR活動がメインではありましたが、小学生とカードゲームを通して交流を深めることもできました。販売部の生徒だけでなく、準備の段階ではバドミントン部のみなさんもシート敷きや物品の運び出しなどで活躍しました。



【12月8日】

⑩ 2月9日（火）の販売会に向け、各クラスで話し合いや確認が行われました。「何かおまけをつけるのはいかが」「おみくじなんかいいかも」。いろいろなアイデアが出る中で、水飲み場にはバケツをのぞき込むメンバーがいました。「ひまわりの種を付けるのもいいんじゃないかと思って」。自分たちで調べ、水への浮き沈みで種子を選別しているところでした。2月9日（火）は新入生保護者説明会の日でもあります。そこを生徒たちはどう考えていくか。次の探究のスパイラルが回り始めたようです。

【12月18日】

⑰ 今学期の活動の振り返りを行いました。自分の部署の探究課題にどのように取組んだのか。3学期はいよいよ販売日を迎えます。冬休み期間も、やれることを積極的に行っていきましょう。

ここまでの取り組みからの感想を紹介します。

- 思っていたよりも考えることが多く、どの観点を重要視するべきかを考えるのが難しく、大変でした。しかし、その考えが思惑通りにいったときに大きな達成感があって、前向きに取り組むことができたと思います。
- 部署ごとに分かれて、自分の得意なことに一生懸命取り組めてよかったです。楽しかったです。
- 同じ部署のメンバーで協力して進めることが出来た。はじめから決まっている情報も少なく、情報共有があまりない状態でのスタートだったが、そんな中でもなんとか進めることが出来てよかった。授業の合計回数や締切などが最初は分からなかったので見通しをもった作業が出来なかった。
- 販売するには狙いを決めるなど、たくさんの事をしなければならなかったから、ものを売る上での大切さや大変さが知れた。
- クラスのみんなで協力してかりんとうを販売することで、一体感が高まったと思った。
- 実際に学校の外に出て活動すると、話を聞いてもらえなかったりするし大変なこともあったけど、小学生と関わったり積極的に行けるようになったりできるようになったことも多かったなと思います。

### 【1月末】

いよいよ来週は、各クラスでかりんとうの袋詰め作業が行われます。

販売に向けたポスターや、商品につける特典の準備も急ピッチで進みます。

総合的な学習の時間では、進路についての取り組みなども同時進行で行っているため、クラスごとに放課後の時間などを使って準備をしています。(左：メッセージカード、中：種子の袋詰め、右：ポスター)



### 【2月2日】

来週の一般販売本番に向けて、かりんとうの袋詰め作業を行いました。商品はもちろんですが、自分たちでデザインしたパッケージに大興奮です。中広告や特典も入れて、紐で縛る作業まで丁寧に行いました。

どんな順で手分けをしたら、清潔な状態でミスなく袋詰めができるのか、これも各クラスで準備が行われていました。職場体験の経験を思い出して生かしたクラスや「食品衛生責任者」のテキストを読んできた生徒もいました。生徒たちが自主的に動いています。



### 【2月7日】

明後日の一般販売本番に向けて、放課後、販売部の練習を兼ねた事前販売が行われていました。

商品の受け渡しやお金の扱いなど、本番を想定して行うことができました。その結果から、動線の工夫や係の生徒の配置などの反省が出てきました。これをもとに、よりより形で販売を行います。



- お客様がどうしていいかわからない接客になっている。⇒言葉にして伝える。
- 商品の受け渡しが遅い。⇒生徒の役割分担をもう一度明確にし、連携をする。

【2月9日】

一般販売当日を迎えました。ここまで、各部署で仕事を進め、地域の方々からのご意見を伺いながらやってきました。ご予約いただいた方々に間違いなく商品をお渡しすることができるのか、一般販売で商品売り切ることができるのか。

特に、店頭立つ販売部のメンバーは、各部署の想いを背負って呼び込みにも力が入ります。



#### 【一般販売を終えて】

- 今回の販売に合わせて、ご購入いただいたお客様にアンケートにご協力いただきました。（以下、感想抜粋）
- ものを作る、売る、買う、使う。消費者側ではなく生産者側の気持ちを知ることができたからこそ、わが子含め、かりんとうを通じて、物を大切にできる気持ちが少しでも持てたのであればよかったと思います。
- わが子の様子を見ていると準備時間が足りないようでした。とても良い企画だと思うので、じっくり時間をかけてさらに良い経験ができればよいと思います。
- 社会勉強の一環としても、地域おこしとしても、とても良い取り組みだと思います。
- とても良い企画だと思います。地元の中学生と企業が一緒になって一つのことをやる、というのはとても面白いし、もっと広がってほしいなあと思います。そのスタートとしてこの企画を行ったのは、地域や教育にとって大きな意味があると思います。また、クラスごとに異なった内容をつくれたのが良かったと思います。
- 子どもたちが実際に自分たちで企画販売する経験は、机上では学べないことをたくさん経験できて良かったと思います。また、今回の経験が何か自分の将来、進路にプラスになってくれればよいなと思います。

この他にも、各クラスで作成したポスターや動画による広報活動や販売方法などについても貴重なご意見をいただいております。いただいたデータを分析することで、各部署で作成した探究課題にどれだけ迫ることができたのか、しっかりと振り返りたいと考えています。