

3年2組

 ミロ家族といっしょ
 ～山羊を見つめる中で出会う もう一人のわたし～


「本当に欲しいもの」を売れてよかった

10月28日(土)に信州ラウンドテーブルがありました。その中で、2組では、山羊乳を使用したお菓子や山羊グッズを販売する「ミロファミリーショップ」を開店しました。子どもたちのふりかえりを頼りに、その様子をお伝えしたいと思います。

僕は、最初の時に意見が出た「本当に買う人が欲しくなる物を売りたい」ということができたと思います。なぜなら買ってくれる人が全員うれしそうに買って行って来て最後は完売したからです。本当に欲しい物じゃなきゃ完売はしないと思います。だから本当に欲しいものを売れてよかったと思いました。(Rさん)

Rさんの言う通り、販売にあたり、クラスの中で出ていたのは、気を遣ってもらうのではなく、「本当に買う人が欲しくなるものを売りたい」ということでした。私は、この言葉が好きです。「子どもが作るものだから」という甘えを許さない強い言葉だからです。Rさんは、買ってくれた人の表情や完売したという事実から、その目標が達成されたのではないかと考えています。私も同感です。では、どうして「本当に欲しいもの」となったのでしょうか。

もう一回やってみたい。理由は、すごく楽しかったし、今度はみんながもっと喜ぶようなものを作りたいから。あと、すぐ完売しちゃったから、今度はもっと多い量を作って後から来た人も買えるようにしたい。(Yさん)

Yさんは、ボールペンを販売しました。透明の本体の中に山羊のイラストが描かれた紙を巻いたボールペンです。「先生、これうまくハマらないよ」と制作当初は、本体に絵を描いた紙をうまく巻き付けることができず、何度も試すうちにせっかく描いたイラストが台無しになってしまうこともありましたが、それでも両面テープで貼り付けることで綺麗に巻きつけられることに気がつくのと、黙々と制作を進めました。Yさんの作るボールペンの絵によれやズレはほとんど見られません。それだけYさんが丁寧に制作しているからです。「間に合わないよ」と休み時間も一人残り、制作を続けるYさんの姿を見かけることもありましたが、その姿にYさんの責任感を私は感じたのですが、「喜ぶようなものを作りたい」というYさんの振り返りから買い手のことを考えながら作っていたのだと、もう少し奥のYさんの気持ちを知ることができました。



プラ板が全部売れてよかったです。それはなぜかというと買ってくれる人が多かったのと、参観日に来て、プラ板を見たお母さんたちの意見でプラ板の角を丸くすることと、絵を自作で描くというアドバイスがあったので売れました。販売は、難しく勉強になりました。(Kさん)



信州ラウンドテーブルの2日前の参観日に、本番を見据えてお家の方へ向けて販売を行いました。その際、買っていただいた商品について、よかったところやアドバイスをいただきました。Kさんのプラ板グループに届いたアドバイスには、「角を丸くすること」、写真をなぞるのではなく「自作で描く」とよいことが寄せられました。購入者から届いた言葉に「確かに」と納得していったKさん。早速、プラ板を今まで作ってきた四角形ではなく丸い形に切り取ります。そして、今までのように写真の上に透明のプラ板をのせて写真の線をなぞるのではなく、自分の描ける精一杯の山羊のイラストを描いていきました。

オーブントースターにプラ板を入れ、できあがりをじっと待つKさんの姿から、その完成を心待ちにする様子がとてもよく伝わり、こちらまでワクワクしました。

このような「本当に欲しいもの」を目指した子どもたちの姿は、ここで紹介しきれないほどたくさんのものでありました。そのような子どもたちの積み重ねがこのような成果を生んだように思います。ただ、当日の様子を見てみるとそのような成果につながったのは、商品作り以外にもあったように思うのです。それは、販売の姿です。「いらっしゃいませ」と大きく響く声、「ありがとうございました」というはっきりとした声がたくさん聞かれました。信州ラウンドテーブル当日のアンケートに寄せられたお客様の声には、「いらっしゃいませやありがとうございますの音が大きくて良かったです。お客さんの目を見て接客している姿が印象的でした」というものがありました。商品に加え子どもたちの接客にも「本当に欲しい」と感じさせられるものがあつたのかもしれない。

さて、Hさんは次のように振り返っています。

がんばって声かけをしたらいっぱいの方が聞いてくれてうれしかったです。販売の時はたくさんの方がお店に来て、買った後にありがとうと言って笑顔で帰っていくので心が温かくなりました。(Hさん)

これまで「本当に欲しいもの」を目指してきた販売活動、それはどちらかというとな購入者に「どう提供するのか」を大きな視点として工夫をしてきた活動でした。しかしながら、Hさんは、実際に販売してみると、来店していただいた方からたくさんのもを受け取っていることを感じ取っていました。そのようなことを感じ取り、言葉にできるHさんのすごさを感じながら、そのいただいた温かな気持ちもこの子どもたちの充実感につながっているのだと知り、訪れた方、またアンケートに答えてくださった方のありがたさを感じずにはいられませんでした。

一生けんめい作っていたから、次から味わって食べる

スーパーマーケットの見学へ行ってきました。スーパーマーケットには、どうしてたくさんのお客さんが来るのか調べるのが目的でした。

まず店長さんに案内していただき、店内そしてお店の裏のバックヤードと呼ばれる部分を見て回りました。売り場では、お店に入ってすぐの売り場に果物を置き、お客さんが季節感を感じられるようにしていること、肉や魚は種類ごとに分けて陳列していることなどを教えていただきました。また、バックヤードでは、野菜やお肉、魚をお客さんが買い求めやすい大きさにカットしたり、170℃の高熱でたくさん揚げ物を揚げたりしているところを見学することもできました。

その後の自由見学では、店内を班ごとに調べて回りました。Kさんは、店長さんに「調味料の工夫って何

かありますか。期限が古いものから売ってというのはわかるんですが」とインタビューしていました。それを聞いた店長さんは、「特別な秘密ですよ」とおもむろに調味料の陳列棚に手を伸ばすと、その棚が引き出しのようにスライドして出てきました。「新しいものを出すときにこうやって後ろに置いていきます。お客さんに期限切れのものを売ることがないようにしているんです」。びっくりしたようにその様子を見ていたKさん。店長さんと同じように棚をスライドさせていただきながら、「思っていなかったからびっくりした」と呟いていました。

Tさんは、見学の前からものの値段について調べようとこの見学に臨んでいました。「値段はどうやって決めるんですか」との質問に、「実は、店では決めていないんです。本部が決めています。それぞれの店で値段が違うとお客さんが困ってしまうのでそうなっているんです」と答えていただきました。Tさんは、その日の振り返りで「値段がスーパーで決めてないということがわかった。それからバックヤードがあんなふうだとは思わなかった。一生けんめい作っていたから、次から味わって食べる」と記していました。



この日、見学やインタビューをさせていただく中で、店長さんをはじめとする従業員の方からさまざまなお店の工夫を教えていただきました。その中で、皆さんが共通して口にされていたのは、「お客さんのために」という言葉でした。そのような言葉や姿を感じたからこそTさんは「一生けんめい作っていたから、次から味わって食べる」と言ったのだと思います。見学する前はなんとなく食べていたお惣菜が、見学後はそのお惣菜一つに、従業員さんの懸命な姿やお店の工夫を感じずにはいられなくなったのです。これってすごいことだなあと

感じました。ただ、このような思いに辿りついたのは、見学したことはもちろんなのですが、自分たちのミロファミリーショップでの経験も大きく関係しているのではないかと感じています。Tさんは、缶バッジを制作し、販売を行っていました。最初の販売では、なんとか完売させることができたものの、お客さんから「缶バッジの端がうまく巻き込めてないのが残念」とアドバイスをいただきました。そこからどうしたら綺麗に仕上げることができるのかと考え、たくさんの切れ込みを入れながら裏蓋に巻き込んでいく工夫に辿り着きました。たくさんの切れ込みを入れ、押し込みながら巻き込んでいく作業は、時間がかかります。この時の自分の姿とスーパーの従業員さんの姿にきっと重なる部分があったのではないのでしょうか。

調味料の陳列棚の秘密を知ったKさんも同じです。Kさんは、販売を知らせるポスター作りを行っていました。たくさんのお客さんに来てもらいたいと考えたKさんは、おすすめランキングを掲載し、何を売っていて、おすすめはどれなのか分かりやすく掲載しました。また、ポスターの掲示位置についても、昇降口から入ってくるお家の人たちの視線を意識した位置を考えて掲示をしていました。お客さんのことを考えたポスター作りは、スーパーマーケットの陳列棚の工夫とも重なり、その素晴らしさを実感していったのではないのでしょうか。

