

6 年 1 組

木の魅力や現状を伝えたい
 ～2回のびんずる市参加を通して～


伝えたい 木の魅力や現状を



「びんずる市に出て、木の魅力や現状を伝えたい」という声から、びんずる市へ向けての1組の活動が始まりました。子ども達は、何を商品として売り出せば、自分達の目的を達成できるのか考え始めていきました。

5年生の時の寄木造りの経験を生かしてアクセサリーやコースターづくりに取り組んでいる人達がいます。今までとの違いは、自分のためではなく手に取っていただいた方のことを考えているという点です。さらに、お金を払って買っていたくも

のであるということです。

コースターづくりでは、その出来を見て、「これじゃ商品にならない」というAさん。しかし、材料を無駄にしないように、失敗に終わったコースターを分解して、次のコースターの部品へと作り変えていました。寄木でイヤリングやピアスを作っているBさんやCさんは、そのラッピングにもこだわっていました。木の色や金色のパーツが映えるように、ラッピングする際には黒色の画用紙を入れていました。キノハナのグループは、想像以上に商品にする難しさに四苦八苦していました。しかしDさんは、作業をしながら誰がどんな作業に適してるか考え、分担してものづくりをする提案をしていました。寄木からキーホルダーをつくっているグループでは、その仕上がりを見て「削り方が足りないから、もう1回ここ削って」と指示を出すEさんがいました。アクセサリー作りに取り組むFさんは、社会で学んだ自動車づくりの工夫を生かし、友だちと分業制にして作ることで生産性を高めていました。細部にまでこだわる様子から、買い手のことを考えながら、ものづくりの大変さとやりがいを感じている子ども達がありました。

放竹林の竹から作った竹炭。こちらも消臭剤として売り出していこうと考えました。そのために、竹炭を洗って、1つずつティーバッグに入れていきました。見た目も美しくするために、Gさんはミシンを使い、端切れから炭入れの袋もつくっていきました。できるだけ1枚の端切れからたくさんの袋が作れるように算数で培った知識を総動員して考えていました。炭の消臭効果を実感してもらうための実験装置も製作しています。

この「びんずる市」出店の目的である、「木の魅力や森林の現状を知ってもらう」という目的達成のため、クイズやポスターづくりに取り組んでいる人達もいます。今までの学びを活かして、自分達の伝えたいことが伝わるように工夫しながら制作していました。

学級懇談会の後にお家の方々に書いてもらった商品に対する意見にも目を通す子ども達。「もう少し値段を高くした方がいいかな」「商品として売れるか不安だったけど自信がついた」などお家の方々の意見もとても参考になったようでした。

それぞれが自分のやるべきことを考え動いている姿は、1つの会社のように。時には意見がぶつかったり、思うように進まなかったりすることもありますが、こうした経験も含めて、子ども達の学びになっていました。

いよいよびんずる市へ

この日を迎えるためにたくさんの準備をしてきた子ども達。寄木アクセサリーを担当したHさんは、当日参加できないため、私に「先生、この商品は400円でこっちが300円。値段の違いは最後に磨いてあるか磨いてないかでお客さんに説明してください。担当の人にも伝えておいてください」と自分がいなくても、スムーズに商品が売れるように前日のぎり

ぎりまで活動に携わっていました。またIさんは午後からのシフトのため、自分が準備した寄木ワークショップを担当する人たちが戸惑わないように、「お客さんには初めに寄木ブロックを何個使うか聞いてください」「金具を入れる時はけがの危険があるので、お客さんではなく私達が入れるようにしてください」など自分がいなくてもしっかりお店が回るように考えてそれを説明カードにまとめていました。このように先を見通して考える姿がたくさん見られた準備期間でした。

当日は心配された天気も良くなり、たくさんのお客さんが来ました。朝から最後までいたJさんは、大きな声で「竹炭買いませんか」と呼びかけていました。その声が次第に「竹炭は消臭効果があります。実験もできますよ。ぜひお立ち寄りください」とアピールの仕方にも工夫が生まれ、最後は喉がかわるほど一生懸命に呼びかけていました。Kさんは、売れ残っている商品を見て、どう呼びかければいいのか考え、七五三でできているお客さんに向けて、「木の写真立てはいかがですか。今日



の記念の日の一枚を飾っておけますよ」とその場に応じて声のかけ方を考えていました。

翌週振り返りを行うと、「確かに商品は売れたけど、木の現状は本当に伝わったのかな」「まだまだたくさん課題があった。木のポスターなどもっと見てもらえるように工夫したかった」「俺らの目的は商品売ってお金を手に入れることじゃなくて、木の魅力や現状を伝えることだから、その目的が達成できたとは言えない」とその売り上げに喜ぶのではなく、自分達の目的を達成できたかという視点で考える子ども達がありました。そんな中、Lさんは、この活動を通じて「木ってつながりを生んでくれるからあったかい」と振り返っていました。びんずる市には、先生方やキノハナでお世話になった坂本さんのご家族などもいらっしやり、たくさんの方と交流もできました。木から見えることは日本や世界の現状、未来の地球のために働く人々、そして木をきっかけに出会った人達とのつながりです。改めて自分達にできることは何か思いを巡らせ始めた子ども達を感じました。

もっと木の現状を伝えたい！！

一方で「物を売ることがメインになってしまった。木の魅力は伝えられたけど、木の現状を十分に伝えられなかった」という反省も残りました。そこで、1回目の経験を踏まえて出店することを決めた14日の第2回目の参加になるびんずる市。この2週間その準備に取り組む子ども達がありました。

Mさんは、端材を使った積み木やおもちゃ作りに取り組んでいました。前回出店した際に、「子どもが遊べるような積み木みたいな商品はありますか？」とお客さんから聞かれたからです。子どもが危なくないように角をやすりで削ったり、口に入れても危険がないようにオリーブオイルでコーティングしたり、お客さんの声を今回の商品づくりに生かす姿がありました。

Nさんは自然体験園の枝を拾ってきてリースづくりをしていました。途中で「ぶら下げられるようにしたほうがいい」と気づき、ものに引っ掛けられるような部分を取り付けていました。季節に合わせて身近な木から素敵なものを生み出せることとともに、買い手の立場に立って、よりよい商品にするにはどう工夫すればいいのか、考えながら商品開発をしていました。

前回のびんずる市で出会った廃材業を営むHさんという方がいます。その方から「余っている木を分けてあげるよ」と言われ、サルスベリの枝の輪切りをいただきました。それをOさんは家に持ち帰ってサンダーでやすりがけをしてきてくれました。手で触ると本当にツルツルで木とは思えないほどの触り心地に驚く子ども達。そのサルスベリの輪切りにストラップの金具を付けアクセサリーにしていく子ども達。私が「ラッピングしないの？」と聞くと、「この手触りの感触を味わってみたいから、このまま売ります」と言い、ディスプレイ用のボードを釘と金槌で作り始めました。商品の持ち味の良さを生かした売り方を考えている子ども達がありました。

端材を使った商品、竹炭、寄木風アクセサリーやペンダント、キーホルダー、リースやキノハナに加えてワークショップとして寄木アクセサリー作りやカブラコーナーも計画しました。どれも、1回目の経験を生かして、さらによりよいものをつくろうと子ども達が工夫している姿があります。

当日に向けてどうやって商品売っていかればよいか話し合った時は「もっと国産材を使ってもらえるように木の現状を伝えていかなくてはいけない」「『安いよ』っていう声かけではなくて、木の現状を知ってもらえるような呼びかけをした方がいい」という意見も上がりました。前回なかなかアピールできなかった木のポスターや6年1組の活動をまとめた名刺に加え、国語の時間に作成したパンフレットもあります。これらを生かして、反省にあった「木の現状」をどう伝え、「木や森林について考えてもらう」という目的をどう達成していくかが鍵です。当日参加できない方もいますが、そうした人の想いも引き継ぎながら、2回目のびんずる市に臨んでいきました。

12月14日の2回目のびんずる市。この日は、あいにくの今シーズン初の本格的な雪。朝から雪かきが必要なくらい城山公園には雪が積もっていました。荷物を運ぶにも一苦労。準備しているうちに次から次に降り積もる雪。そんな中でもシフトAの人達や当日手伝っていただいた保護者の方々の協力により、オープンできるまでに準備を進めることができました。

しかし、その後もこの悪天候との戦いが続きます。雪によって浸水してくる屋根の雪解け水。想定以上の寒さ。おかげで最初はなかなか人の数も増えず苦労しました。そんな中でも、自分達にできることを考えて呼び込みを始める子ども達。同時にだんだんと天候も回復してきて、人の動きも増えてきました。

今回の目標は、木の魅力と現状を伝えることです。子ども達の呼び込みの声も「木の魅力を感じていきませんか」「少しでも木を考えるきっかけを体験していきませんか」「木は実際に触れてみることで魅力を感じられますよ」と、1回目に参加した時と比べ、目標を意識した声かけが変わっていました。こうした働きかけ方も、1回ではなく2回目のびんずる市だからこそ工夫できる姿だと感じました。

会場中に響き渡る声で呼びかけたり寒い中、必死にお客さんに声をかけ続けたりした子ども達のおかげで、多くのお客さんに足を運んでもらい、木の魅力や現状を伝えることができました。Pさんは、「前回よりもなんだか達成感があつた」と語っていました。理由を聞くと、「前は売ることに意識が向いていたけど、今回は木の現状を知ってもらおうと意識して、活動に取り組めた。売り上げは前回よりも少なかったけど、目標を達成できた感じがしたから達成感がある」と教えてくれました。

子ども達は売り上げを、木の活動や今まで自分達の学びを支えてくれた、お世話になった方々へのお礼として活用したいと考えています。冬休み明けは、今年度の活動のまとめとしてどうしていくか、子ども達と考えていきたいです。木の魅力探しから始まった探究活動も、子ども達の想いの中には伝えたい「相手」がいます。探究の先にある伝えたいという思いをどう形にしていくのか。2025年の子ども達との追究も楽しみです。

