

# すももの郷通信

落合小  
学校通信  
No. 15  
2022,12,9  
発行 宮崎

## 聞き上手 ほめ上手

子どもたちは、学校で毎日新しい学習や体験をしています。新しい文章に接し、未知の問題に取り組み、友だちとの交流を深め、時にはトラブルに巻き込まれ、喜びや充実感や達成感を感じ、時には悔しい・嫌だなあという思いを感じて生活しています。これらのことを家庭に帰って家族に伝えたい、共感して欲しいという強い欲求を子どもたちは持っています。この欲求が満たされると次の日もがんばろうという意欲が起きたり、嫌な気持ちがりセットされたりして、前向きな健全な人格が形成されるのです。家庭では、ぜひ夕食時などに子どもたちの話を聞いてあげてほしいと思います。聞くときは、話をさえぎらず相づちを打ち共感を示し、最後まで聞き、「跳び箱をよく頑張ったね。」「そうか、算数をねばり強く頑張ったんだね。」「なるほど、頑張りがまんしたんだね。」などと肯定的にほめたり・認めたりしていただきたいものです。そのことが子どもが伸びていく原動力になります。1度や2度の聞き上手・ほめ上手では効果はありません。何度も繰り返してあげることで子どもは大きな安心感・親への信頼感を手に入れます。大人だって話を聞いてもらえたり、ほめられたりするだけでモチベーションがあがるものです。ぜひ、聞き上手、ほめ上手になって子どもたちの前向きな心を伸ばしていきましょう。

## 児童会役員選挙に向けて動き出す！！



令和5年度の児童会役員を選出する児童会役員選挙が動き出しました。選挙管理委員会が発足され、選挙の告示が発表されました。6年生を中心に、スムーズな選管の運営を行っていきましょう。

5年生は、立候補者を選考し準備を始めています。来週の月曜日からは、選挙活動も始まります。そして、12月16日(金)が立会演説会・投開票日です。

いよいよ、満を持して5年生が動き出します。

**明日の落合小をつくるのは、きみたちだ！**



## ききみみずきん おはなしの会



年間を通して、各学年1回ずつ、『ききみみずきん』（榎原さんと倉本さん）にお越しいただき、今年度もおはなし会を開催してきました。11月29日(火)の5年生・6年生のおはなし会で、今年度の最終回となりました。学年の発達段階に応じたおはなしを選んで聞かせてくれました。どの学年もおはなしの世界にどっぷりつかると、素敵な時間を過ごすことができました。

榎原さん、倉本さん、どうもありがとうございました。



# 校外学習に出かけてきました！！



2年生（生活科見学）11月29日  
～甲西図書館～

甲西図書館の様子や使い方を知るために甲西図書館へ行ってきました。

決まりを決まりを守って見学して、しっかりと話を聞いてきました。



4・5年生（校外学習）12月1日  
～株式会社茂呂製作所～

山梨県のものづくり魅力発見事業として、韮崎市にある（株）茂呂製作所に見学に行ってきました。山梨県の産業により関心やものづくりへの興味を持つことができました。また、ものづくりを行う人たちの熱意を知りました。



## ゴルディロックス効果

## 無難な真ん中を選んでしまう心理

ゴルディロックス効果とは、欧米では当たり前のように使われている販売心理学です。

ゴルディロックス効果とは、選択肢が3つあったときに、つい真ん中を選んでしまう心理なのです。例えば、ファーストフードでメニューにS/M/Lがあったときどれを注文しますか？ 寿司屋で、並、上にぎり、特上にぎりがあったり、鰻屋で松・竹・梅があったりします。どれを選びますか？ 3つの選択肢から1つを選ぶ実験をしたところ、2：5：3の割合で真ん中が選ばれることが多いのです。この真ん中をつい選んでしまう心理をマーケティングの世界では当然応用されています。人は、選択肢が2つの場合、7割の人が安い方を選び、選択肢が3つだと真ん中のものを選ぶことが多いことが心理学の実験で明らかになっています。

これを応用すると、売りたい価格を中くらいに持ってきて、安いものと高いもの同時に展示するのです。そうすると、5割の人は中くらいのものを選んでくれます。残りの3割が高いものを選んでくれるので、売り上げを伸ばすことができるのです。

具体的に数字をあげると、400円の弁当と500円の弁当があるとします。この場合多くの人は400円の弁当を選ぶ傾向にあります。しかし、店は500円の弁当を主力で売りたいと考え、一つ選択肢を増やすのです。400円、500円の弁当とともに、600円の弁当を用意します。そうすると、多くの人は、中間の値段である500円の弁当を選ぶようになります。500円の弁当を多く売りたい店側の思惑（2：5：3）に当てはまってくるのです。

理論上はこうなる可能性が高いのですが、その通りになるかどうかは、やってみなくてはわかりません。売る物、立地条件、価格設定、商品に関する情報提供、購買年齢、販売戦略などもっともっと深い知識と経験が必要になるでしょう。マーケティングの基本から応用編まで頭にいれて商売を考えていかないとうまくいかないことも事実のようです。ただ、はっきりしていることは、このゴルディロックス効果にわたしたち消費者は、かなりやられているということです。



© 株式会社 茂呂

つい真ん中の値段を選んでしまうこと、よくあります。自分で選んでいるように見えて選ばれていることがあるのかもしれない。