

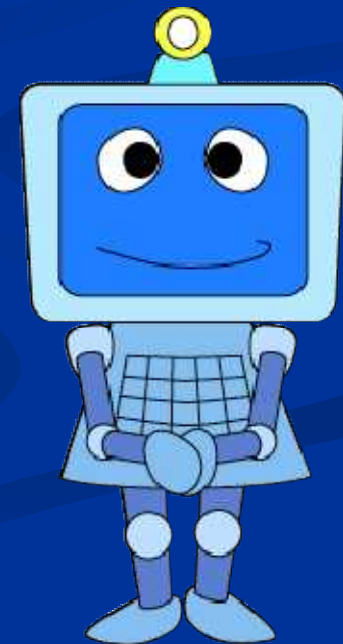


2枚目(例)

大項目	その他
小項目	テレビや広告(テレビショッピング)
タイトル	みんなは、どうおもう?「テレビショッピングはべんりだけど」
主な対象	小学校 低学年(1~3年)
ねらい	テレビショッピングは手軽な反面、商品の質を手にとって確かめられないことや、思い付きで買ってしまうことがあるということを知らせる。
作成の意図	<p>通信販売は、家にいながらにして商品を選ぶことができ、配達までしてくれるという便利さがあり、確実に売り上げを伸ばしてきている。中でも、テレビショッピングは消費者の購買意欲をかき立てるような宣伝が目立つ。また、深夜だけでなく、小学生が目にする時間帯でも頻繁に放送されているため、玩具やスポーツ用品等、子どもをターゲットにした商品も扱われている。</p> <p>そこで、このコンテンツを利用して、将来、賢い消費者となるためにも、小学生のうちから宣伝文句に惑わされないように気を付けることを学ばせたい。</p>
指導内容	<ul style="list-style-type: none"> ・買い物をする時には、本当に今すぐ必要な商品なのかを考えることが大切だということ ・通信販売では、実際に商品を手にとってみるできないので、思ったものとは違う場合があるということ
説明の方法	<p>(1) 紙芝居をする前に、テレビショッピングを見たことがあるかを聞き、意識付ける。</p> <p>(2) 紙芝居を始める。</p> <p>1枚目を提示し、『「みんなは、どう思う?テレビショッピングの話。」です』と紹介する。</p> <p>2枚目を提示し、テレビショッピング独特の言い回し(誇張してやや早口で)で、いかにも素晴らしい商品という印象を持たせるように「だれでもホームランが打てる」というせりふを読む。</p> <p>3枚目を提示し、リビングで家族と一緒に番組を見ているただし君がおねだりをする様子を読んで聞かせる。</p> <p>4枚目を提示し、届いた商品は思うようなものでなかったため、すぐに使わなくなってしまいました、と状況を説明する。そのことについて児童に感想を発表させる。</p> <p>衝動買いや不要なものを購入しないように気を付けよう、ということを確認して紙芝居を終わる。</p>

みんなは、どうおもう？

テレビショッピングは
べんりだけど...



わくわくテレビショッピング



ホームランバット

商品番号17

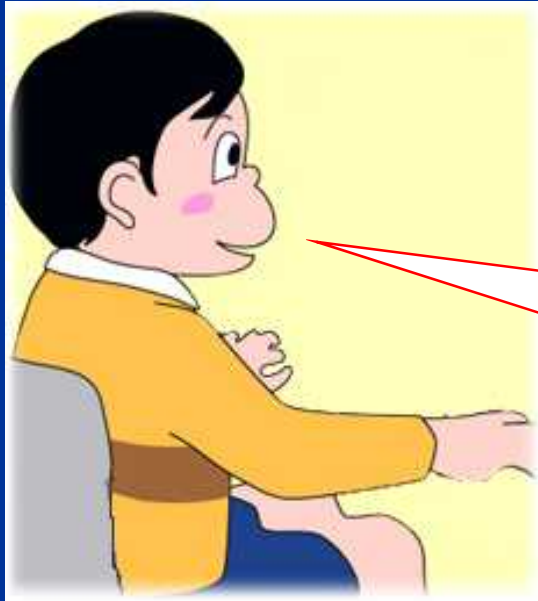
だれでもホームランがうてる！

わくわくテレビショッピング



ホームランバット

商品番号17



とうさん! このバットぜったい
ほしいよ、かってよー。



よごれてるし、
ちっちゃいし、
こんなはずじゃ
なかったんだけ
ど…