

### 6月 行事予定

1	木		16	金	期末考査発表	四国総体
2	金	県総体 壮行会 清掃美化活動①	17	土	県学力テスト(3年)	
3	土		18	日	↓ 全商ビジネス計算実務検定	
4	日		19	月		↓
5	月	↓ 進路説明会(午後) PTA理事会②	20	火	交通安全登校指導	
6	火	人権啓発ムービー出前授業(津島中へ)	21	水	漢字テスト⑤	
7	水	漢字テスト④	22	木		
8	木		23	金	期末考査	
9	金	全校集会 歯科検診(9:00~) 第1回日本語検定 進学希望者保護者説明会(18:00) 家庭学習時間調査(~6/28)	24	土		
10	土	実力診断テスト(2・3年) 基礎学力診断テスト(1~3年)	25	日		
11	日		26	月		
12	月		27	火		
13	火	第1回人権・同和教育HR活動(午後公開) ①~④(45分授業)⑤⑥(50分授業)	28	水		
14	水	ボランティア活動(5・6限 雨天時:6/21実施)	29	木	↓ 身だしなみ指導	
15	木	壮行会	30	金		

### 防災退避訓練を実施しました!

5月19日(金)中間考査終了直後に、予告なしで火災を想定した防災退避訓練を行いました。特に今回は、避難経路の一部が充満した煙のために使用できないとの想定を取り入れました。また、生徒へは「自分で考えて行動しなさい」とだけ伝え、あえて具体的な指示を出さずに実施してみました。更に退避完了後には、自分たちの選択した避難経路の是非についても振り返りを行いました。今回の訓練を通して、「自分の命は自分自身で守る」との意識を高めるとともに、冷静な判断力と行動力が必要であることを改めて学ぶことができました。



日本を代表するメーカー・森岡毅氏は、経営が苦しくなった多くの企業(USJ、丸亀製麺、西武園ゆうえんち、ネスタリゾート神戸など)を独自のマーケティング理論でV字回復させていったことで有名です。

皆さんもよく知っているユニバーサル・スタジオ・ジャパン(USJ)は、ハリウッド映画のテーマパークとしてスタートしましたが、経営が悪化し、その再建を託された森岡氏は、もともとのコンセプトを捨てて、人気のキャラクターを次々と導入し、幅広い客層をつかむことに成功しました。

さらに、再建の予算が限られ、あまりお金をかけられない状況の中、斬新なアイデアを次々と生み出しました。その一つとして、元々あったジェットコースターを「後ろ向き」に走らせたのです。森岡氏はそのままレールを活用すれば、最小のコストで最大の集客効果が取れるのではないかと考えたのです。お金をかけずにスリルは倍増し、大人気アトラクションとなりました。そして、ハリー・ポッターという大型アトラクションに450億円という巨額を一点投入し、5年間で集客数を600万人増やし、見事V字回復に導きました。

森岡氏は著書「USJを劇的に変えた、たった1つの考え方」において、「USJを消費者視点の会社に変えた」と述べています。また、「客が本当に喜ぶもの」と「客が喜ぶだろうと作る側が思っているもの」は必ずしも一致しないと述べています。

テーマパークの様々な仕掛けを考案したり、製作したりしている人々は業界のプロであり、プロの作り手は、この業界で経験を積むほどに作り手としての専門的な知識を獲得していきます。しかし、それは素人である消費者とは真逆の感覚に進むことを意味しているのです。このギャップを抱えたままの企業が日本には多く、ここから脱却するためにはマーケティングが必要不可欠だ、と森岡氏は述べています。

日本企業でマーケティングの導入が進まない大きな理由は、「技術に頼りすぎるという点」があげられています。例えば、日本のメーカーとAppleの間には、本質的な「考え方の違い」があります。皆さんが知っているとおりApple製品には説明書がありません。これはどうしてなのか。それは、Apple製品には「説明書がなくても誰でも使える機械を作りたい」というコンセプトが根底にあるからです。「技術でタッチパネルができたから、消費者の利便性を考えてタッチパネルを使った携帯端末を導入する」という日本メーカーとは逆理論です。

森岡氏は2025年に沖縄で新たなテーマパークを開業させる準備をしています。沖縄まで飛行機で4時間圏内の距離には、アジア20億人の市場が眠っており、沖縄の観光業は今後さらなる成長が期待されています。現在は沖縄旅行の滞在は、3泊目が難しいといわれており、沖縄県北部にテーマパークをつくれれば滞在時間が5～6時間長くなり、もう1泊する人が増えると考えたのです。テーマパークでは1000人規模の雇用創出を見込んでおり、県内だけでなく本土や海外からも募るため、沖縄県の人口も増えるでしょう。結果として、地域の消費の拡大や、税収の増加などが期待でき、テーマパークを通じて沖縄北部地域の振興、そして沖縄県全体の活性化につながっていくことでしょう。

このように、マーケティングは企業だけでなく、地域の活性化を図る力を持っており、その考え方を学んだり身に付けたりしていくことは、ますます重要となるでしょう。