

校長つうしん No.30

Sapporo
Odori

2017.11.10

鈴木 恵一

風をうけて

昨年の今頃は結構な量の雪が降っていました。ここ数日は、寒かったり暖かかったりで、まだ本格的な冬の到来には至っていませんが、徐々に寒さが厳しくなり雪が降り、そして嫌なインフルエンザが流行する季節を迎えます。健康に気を付けて生活しましょう！

まなびの視点

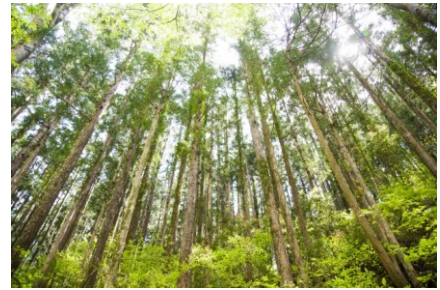
大通高校開校準備室で仕事をしていた頃（平成 18～19 年）、取材を受けたときの記事を見つけたので、その一部に手を加え以下に掲載します。

私が担当する商業という教科を例に、大通高校でどんな勉強ができるか紹介しましょう。「よくわかる商業と経済」という科目は、マーケティングを^{きばん}基盤にしながら生徒の「ものの見方や考え方」を^{はぐく}育むことに重点を置きます。教科書に縛られない「学校設定科目」です。“マーケティング”をキーワードにしてネット検索すると 7000 万件くらいはヒットするはず。しかし、これだけのことでマーケティングを理解できるなら、わざわざ学校で学ぶ必要なんてないですよ。マーケティングは「考える技術」です。その技術とセンスを^{みが}磨くために、時には外へ出て実際の街やお店を見て肌で感じる学び方も必要です。企業の方からリアルな話を聞く学び方もあります。日頃、何気なく使っている割り箸を^{ばし}例に考えてみます。



「そもそも割り箸を考えたのは誰？」 「割り箸を使う日本の文化とは？」 「割り箸づくりで生計を立てている人はいるの？」 「原料費はいくら？」 「人件費・工賃はいくら？」 「仕入れ値は？ 卸値は？」 など、多くのことが頭の中に浮かんでいきます。

「使用済みの割り箸に再生の道はないのか？」 「森林が伐採され環境保護や緑化運動が叫ばれているけど、割り箸はやめたほうがいいの？」 と、環境問題として議論されることもあります。「割り箸は資源の無駄づかい」と「割り箸は世の中のためになっている」という対立する二つの考えを、マーケティングでは科学的に分析し、より最適な解を求めようと努力します。



「割り箸は資源の無駄づかいではない」と考える根拠は？ 森林を健全に保つには植林した木の80%近くを間伐します（木を間引くこと）。間伐しないと木同士が競合し、根が十分に張らず幹も成長できません。また、一方では伐採し過ぎると、河川の増水、土砂災害を防止



する森林の保水調整機能が損なわれます。間伐することで、労働とお金を生み出し経済が動いているのは事実です。割り箸や爪楊枝の製造もそうでしょう。つまり、環境と経済の両面からみて「割り箸は無駄遣いではない」という考えも一理あります。しかし、実際のところ、環境問題に関わっては実に多くの見解があり、調べてみて初めて議論の難しさを感じる事がわかります。「結局、割り箸は使い終わったら廃棄され焼却され灰になるじゃないか。そもそもエコ（ecology）ってなんだ？」

割り箸ひとつとっても多様な見解が出てくるのですから、世の中にあるすべてのモノやコトを対象にするマーケティングは、無限の広がりがあるといえるでしょう。

私たちはいつもモノやコトに対して何かを感じ何かを働きかけています。「これ、好き！」「おいしい！」「もっとこうだったらいいのに」と、さまざまなモノやコト（サービス）に対してお金を支払い、評価し感想を述べています。

マーケティングはそうした「人の心」に関わることも研究対象にします。授業では消費者心理や購買心理を学び、人が心に刺激を受けたとき、どのように行動するのかを考えます。こんな視点で勉強すると楽しみが倍増しますよね。

大通高校の「ミツバチプロジェクト」もすっかり有名になり、市内・道内ばかりか全国的にもその名が知られるようになりました。これは、単に“養蜂業ごっこ”をしているわけではありません。教科横断型学習といって、複数の教科が連携して、あらゆる角度から多くのことを学ぼうという壮大な取り組みなのです。

大通高校ミツバチプロジェクト
高校生が養蜂！？

私たち大通生は様々な講座の中でバトンタッチをしながらミツバチの飼育・はちみつを生産・商品開発・加工・販売までの営みを通して学ぶ体験型学習をしています！

シナ蜜
銀座のはちみつフェスタでも大人気だったシナ蜜はくせがありますが、食べやすく大人の方に大好評！！