



# 大洲高校PTA月報

平成29年5月号

会員寄稿 「この度、宇和島東高校から赴任いたしました。よろしくお願いいたします。」

教頭 田中 繁則

保護者の皆様は、通称「もしドラ」という、数年前にベストセラーになった小説をご存じでしょうか。「もし高校野球の女子マネージャーがドラッカーの『マネジメント』を読んだら」というかなり長いタイトルで、ある高校の弱小野球部の女子マネージャーが、ピーター＝ドラッカーという経営学者のマネジメント理論に共感し、それを部活動に取り入れることでチームを強化して甲子園出場に導くというストーリーです。

ドラッカーのマネジメント理論は現代マーケティングの基本とも言われ、「作った商品売り込む」のではなく「売れる商品を作る」こと、また「顧客は誰か」の問いこそ組織の使命を定義する上で最も重要であると述べています。これを学校に置き換えてみると、「売れる商品を作る」は「豊かな人間性・学力を身に付けた生徒を育成する」と捉えることができます。では、学校の顧客とはいったい誰なのでしょう。ドラッカーはこの問いに「**答えが分かりきった問いではないが、この答えによって組織が自らをどう定義するかが決まる。**」と自答しています。学校の顧客を生徒と保護者に限定すれば、組織の方向性は容易に定まります。しかし、現在の学校を取り巻く情勢においては、県や市の行政機関はもちろん、卒業後に生徒が進む大学等の学校や企業、将来の担い手となる地域社会、本校入学まで子どもたちを育成する小・中学校等も視野に入れねばなりません。こう考えると、学校は組織の目的や顧客の定義が広範囲で、抽象的で、概念的で、感覚的で、的が絞りにくく、いかに難しいマネジメントを求められているかが分かります。

さて、今年度、本校は学校重点努力目標として「**～チャレンジ～ 世界を担い、地域と繋ぐ人となれ**」を掲げています。世界を顧客の定義に含めているわけですから、教職員だけで目標達成することは大変困難です。保護者の皆様や同窓会、小・中学校、地域住民、関係諸機関等、多くの顧客の支えが必要なのは言うまでもありません。結局、ドラッカーの意図する顧客とは「お客様」ではなく、組織とともに発展し、共により豊かになっていこうとする共同体のようなものを示しているのではないのでしょうか。私たち教職員は、教育活動を通じて生徒の成長と豊かな地域社会を創造することに努めますので、更なる御協力、御支援をお願いいたします。

最後に「もしドラ」の結末を。マネジメント理論によってチームは成長し、地区大会を勝ち抜いて甲子園出場を決めます。そして甲子園開会式の直前にTVキャスターが主将に質問します。「ここではどんな野球をしたいですか。」と。主将は答えます。「あなたはどんな野球をしてもらいたいですか。僕たちはそれをマーケティングしたい。みんながしてもらいたいと思う野球をしたい。顧客が価値を認め、必要とし、求めているものから野球をスタートしたいのです。」。

## 新学年・新ホームルーム スタート!

## ～集団宿泊研修 / 遠足・カヌー大会～

4月20日(1年生)及び21日(全学年)、1年生は集団宿泊研修(国立大洲青少年交流の家)、2・3年生は遠足(2年生如法寺、3年生大洲城)・カヌー大会を行い、新しいクラスメートや学年団の先生方との親睦を深めることができました。

