



2019

付中通信第8号

私学の命運

2019.10.27

高水高等学校附属中学校長 宮本 剛

あるマーケティング理論によれば、「必要」と「便利」の使い分けが肝心だという。つまり、大衆というものは「必要」だからものを買うのではなく、「便利」なものだと知らされて初めてものを買うのだという商売の核心にふれる認識です。

少し言い方を変えると、そのものの必要性に気付くのは、便利なものを与えられた後だということです。これを逆に言い換えると、与えられたものの便利さに気づくと、それが必要なものに見えてくるということです。

私たちは便利だというだけでは買わないものでも、それが必要だと思えば手に入れずにはいられない、そういう生き物ではありませんか？ しかし、直接必要性を認識するに至るには多くのハードルが存在します。例えばそれがあると、家族が幸せになる、生活が豊かになる、社会のためになる、など善や正義を建前にしなければ、それを必要とはなかなか認識できません。それに対して便利の認識はいかにもたやすいのです。例えばそれが体に少し良くない成分を含んでいても、料理をしなくて済むなら今夜だけならと買ってしまってもいいかもしれませんね。

本日、来年度入試に向けての今年最後の入試説明会が終了しました。今年度説明会を営みながらこの「あるマーケティング理論」がずっと私の頭について離れませんでした。



教育には本来「便利」という言葉自体がなじまないかもしれません。それをあえてこじつけて教育の世界に見るとしたら、たとえば数学の成績が上がる、クラブの試合で優勝できる、希望する大学に合格できるなどで、こういう謳い文句で購買意欲を煽るなら、これはよい学校ということになって、わが子を進学させるに足る必要な学校ということになるわけです。

ですが、本当に必要な教育とは何か、それを真っ向から説明し新たな認識を勝ち取ることのなんと難しいことか！

畢竟、学校も「あるマーケティング理論」を応用できる理屈なのですが、教育にだけはそれをあてはめてほしくないと思います。なぜならそれは善と正義を建前に成り立っているものだからです。

「たかちゅう」の必要性が今年、説明会を通じてより多くの来場者の方々に伝わったことを祈ります。