

令和7年12月8日

全体朝礼 挨拶 (T P Oがもたらすもの)

皆さん、おはようございます。

いよいよ今年、2学期も3週間ほどとなりました。2学年の皆さんには、楽しみにしている修学旅行も明日からとなります。1, 3年生の皆さんも振り返ってみると早かったことと思います。今年最後を迎えるに当たり、ここまでこれを周りの皆さんに感謝しつつ締めくくりの大晦日まで頭と心の整理整頓を行って、来年への備えにしてもらいたいと思います。

話は変わりますが、皆さんはT P Oという言葉を知っていますか。

Time, Place, Occasion の略で、ファッション業界から「時と場所と場合に応じた、方法・態度・服装などの使い分け」で使われ始めたことが、今や価値観の多様化に伴いマーケティングにも用いられるようになっています。

その背景は、社会状況、地域事情、ライフスタイルを考慮した多品種少量生産が商品開発分野のマーケティング施策において重要なからです。

もちろん皆さんの身なりも大切です。制服一つ整然と着こなせないで将来の夢を語っても、社会の人々は受け入れてはくれないからです。

心理学では、人が他者へ持つ印象の70%はファーストインプレッション（第一印象）で決まると言います。これはハロー効果というもので、「整然と着こなしていると、出来る人。」「乱れていれば、だらしない人。」と、最初に印象付けられ、それからの名誉挽回は大変です。

逆に他者の期待に添うように期待された通りの結果を出そうとすることをピグマリオン効果といい、整然とスーツや制服、作業着を着こなしている人は、他人からの期待も高く自分の内面にも「それに応えようとする良い変化」をもたらします。

さて、生活や価値観が多様化する中、人は何を求めているかをマーケティングなどで知ることが、独りよがりなものづくりにならないためには必要なことです。

その時の社会状況、地域の事情、生活様式をリサーチして商品開発に役立てて、プレゼンテーションを行うかが企業では重要で、これからの中では、個人、企業ともにT.P.O.に気を配り行動するなど、自らが状況判断できる主体性を、発揮できるかがカギとなるようです。

終わりに、皆さんのが段差無くスムーズに社会へ立つことを期待して、本日の挨拶いたします。