

Q 「コンセプトやベクトル合わせ」という言葉がよく使われていますが、学校経営に関係ありますか。

A よく耳にする言葉ですね。勤務校の進むべき方向をどのようにして考えていますか。4月当初の職員会議で進むべき方向を学校経営方針という形で全教職員に説明されたのではないのでしょうか。教職員はそれを踏まえて自己申告評価シートに目標設定をします。当然、学校の進むべき方向を、あるいは学校のコンセプトを踏まえて決めているはずです。また、学校のコンセプトを十分認識できていれば、自ずとベクトルも合わせやすくなります。

時代を振り返ってみますと、船の時代から鉄道の時代、そして自動車の時代へと変化してきています。看板としてきた事業展開に執着し続けてきた企業に繁栄しているところはないという事実に気付くと思います。それは、造船会社は「船」、鉄道会社は「鉄道」、自動車会社は「自動車」という製品中心の事業を展開していたからだと思います。もし、それぞれの会社が、製品を中心に考えるのではなく、「人を快適に安全に運ぶ」というコンセプトを中心に考えて事業を展開していれば、環境がどんなに変わっても環境に合わせた製品開発と事業を展開し、成長し続ける会社になっていたと思います。

時代の流れを敏感に捉え、コンセプトを「人間尊重」「三つの喜び（買う喜び、売る喜び、創る喜び）」と定めた日本企業があります。この企業は、戦後まもなく二輪車の製造を始め、自動車、ロボット、飛行機へと環境の変化に応じて展開し、現在も成長を続ける企業として、めざましい躍進ぶりを示しています。

勤務校のコンセプトが明文化されているか否かは別として、一度、御自身の手で勤務校のコンセプトを文字化して点検してみてもはどうでしょうか。勤務校の存在意義や存続の道筋が明らかになると思います。

次に、ある自動車メーカーの新車開発責任者が編み出したベクトル合わせの方法を紹介します。自動車開発は、エンジンや駆動系、車体設計やデザインなど、様々な部署や技術者に分かれて行われています。しかし、全員が同じ方向を向いて仕事をしないと、本当にいい自動車は生まれません。新車開発責任者は、単語を並べて開発中のモデルのコンセプトを周知しようとしたのですが、ことばに抱くイメージが人によってバラバラで、うまく伝わりませんでした。そこで、彼は伝えたいメッセージを小説にするという手法で技術者のベクトルを合わせることにしました。それは、これから創り出そうというモデルの哲学や設計思想を、A4用紙7～8枚の物語の中で浮かび上がらせるというものでした。それを読むことで一定のイメージをもった技術者は、作業の間に「これだとモデルっぽくないな、小説に出てくるにしては。」「こっちのデザインが合っているだろう。」という具合に意見を重ねました。そして、ついに目指す理想の新車像を共有することができたそうです。ここにベクトルを合わせる具体的な手法の一つを見いだすことができます。

今、二つの企業の例を挙げましたが、いずれの企業（職場）の管理職も、コンセプトとベクトルを合わせるために苦労されていることを感じ取っていただけだと思います。

教職員は、ベクトル合わせができて初めてチームになり、ベクトルを合わせられなければ単なるグループです。このコンセプトとベクトル合わせは、地位や権力にものをいわせて無理やり強制しても、長続きしません。教職員がコンセプトやベクトルを合わせやすくするために、校長は高い理想と教育理念の下に、あるべき姿は何なのか、どこに向かって進むのかといった方向性を示すとともに情報の共有を図り、ゴールの一致をみるように働き掛ける必要があります。

校種

全校種

