

「セロリ・テスト」

2025・4・16 重枝 一郎

私たちは「生徒のために」と思い、「あれもこれもやらなくては」「どれも大事だから」と考える。この場合、「本当に、本校の理念や必要性からそうなのか」に重きを置いて、方法論を考える。つまり、**最上位の目標から“筋”を通す**ということである。その際、「生徒のために」ではなく、「生徒の**“成長”**のために」という意識である。

各教科の限られた単位数の中に盛り込まれる素材の量は限られている。その際、「どれも大事」の考えでいくと、ただの教え込みになる。そうではなく、「大事なものはめったにない」と考えることも大切である。「あれもこれも全部できる」と思っても、「何でもできるが、全部はやらない」と置きかえることで、本当に大事なものを見極める意識をもてる。その方が、教師としていいパフォーマンスを発揮できる。素材を精選することに不安を感じるだろうが、もう少し生徒の力を信じなければ**“自律的学習者”**にはならない。

この**「選ぶ力」**は重要である。

話は少しそれるかもしれないが、私もサッカーの指導をしていた際、このことを意識していた。例えば、試合のハーフタイムで指示を出す。私は、前半の選手を見てハーフタイムで言いたいことはたくさんあるのだが、「言わないこと」を頭で整理して、言葉を選んで本当に大事なことを言うようにしていた。おそらくこのことは、サッカーの指導者から離れても、生徒指導力として活かせていたと思う。

話を戻すが、「選ぶ力」において、他校の事例から学ぼうとすることはよくあると思う。その際、本校の理念や必要性に重きを置かずに、方法論に関心が偏ることはよくある。私たちの学校の存在意義は何か、自校は何を目指すのかを意識した上で、手法を選ばなくてはならない。

ゴールデン・サークル理論を提唱するサイモン・シネックの著書「WHY から始めよう！」（校長研修だより190参照）の中に**「セロリ・テスト」**と呼ばれるものがある。この「セロリ・テスト」とはどんな手法が自分に向いているかを考えることを促すための隠喩である。要約して紹介する。

『ある日パーティーに出かけた。あなたは参加している何人かの人に「会社に必要なモノ」についてアドバイスを求めた。その人たちは、それぞれの自社の実績や成功体験から、それぞれ「チョコレート」「豆乳」「クッキー」「セロリ」といった商品の購入を勧めた。とりあえずあなたはスーパーマーケットに行き、推薦してもらった商品を全部購入することにした。自分の会社に少しは役立つものがあるかもしれないし、全くないかもしれない。でも予算も限られているので、どれかを削らなければならないが、どれを削ればよいかわからない。ただ1つだけ確かなのは、これらの商品のすべてをカゴに積み上げ、レジに行った時、周囲に人は、あなたが何を考えているのかが全くわからないということだ。しかし、自分の理念をよく理解してからスーパーに出かけたらどうなるか。例えば、あなたの理念が「ダイエット」なら、間違いなく豆乳とセロリだけを買うだろう。豆乳とセロリがカゴに入っていれば、「健康に気をつけているのですね」と、あなたが考えていることが周りの人にも理解される。アドバイスが悪いわけではない。アドバイスがあなたの理念がそぐわないだけなのだ』

ざっくりこんな話だったと思う。

つまり、自分の理念は何かを理解していないと、「セロリ・テスト」は合格しない。学校で言えば、自校の最上位の目標を理解していないと、様々な改革も合格しない。