

教職員・児童・保護者による 全校的學校ホームページ運用体制の構築

Forming Whole School Operation Plan of School Website
by School Staff, Students and Parents

鷲尾 健仁* 豊福 晋平**
Takehito Washio* Shimpei Toyofuku**

新潟市立亀田東小学校* 国際大学**
Kamedahigashi elementary school in Niigata city*
International University of Japan**

<あらまし> 現在公立小学校の7割以上が学校ホームページを公開しているが、その公開内容や更新頻度には大きな差が見られ、高い更新頻度を誇る学校でも、一部担当者への依存が多く見られる。本校は、関係者との良好な関係構築を目標とし、学校ホームページを中心とした継続的な広報を行ってきた。本稿では、700人超の児童、約40名超の教職員を擁する大規模校で構築された全校体制の広報活動について、その経緯を記述考察するものである。

<キーワード> 情報教育 学校ホームページ 学校運営 学校広報

1. はじめに

現在新潟県内の公立小学校で、学校ホームページを公開している小学校は、実に9割以上にも及ぶ。それぞれの学校が独自の教育活動を多様に展開し、子ども・保護者そして地域社会から活動に対する理解と支持を獲得し続けるために、学校は広く社会に対して開かれることが求められており、情報発信手段としてのホームページの位置付けは、今後一段と重要になるものと予想される。

しかしながら、ホームページを開設していても、実質的に学校ホームページを介した広報活動を推進している小学校はまだ少ない。学校ホームページの更新状況を観測している i-learn.jp(2009)によれば、週に1回以上の頻度で何らかの情報発信を行っている小学校は全体の20%にすぎない。それどころか、全体の約40%にあたる小学校が、この3カ月の間、全く更新していないといった状況下にある。

当校のホームページは、2005年の10月にリニューアルして以来、この3年間で急速に変貌を遂げた。現在では、1ヶ月に20日以上の更新頻度で情報を発信している。一般的にホームページは、情報提示が一方向的になりやすいため、利用者側からのフィードバッ

クを得るのが難しいと言われている。事実、これまで本来の利用者である保護者や地域住民には、きちんとした形で評価を受けたことはない。

そこで、主たる利用者である保護者からデータを収集しつつ、利用状況・ニーズ・満足度・課題点を探り、学校ホームページの方向性を明らかにしていく必要があると考え、本研究に臨んだ。



図1 新潟市立亀田東小学校ホームページ

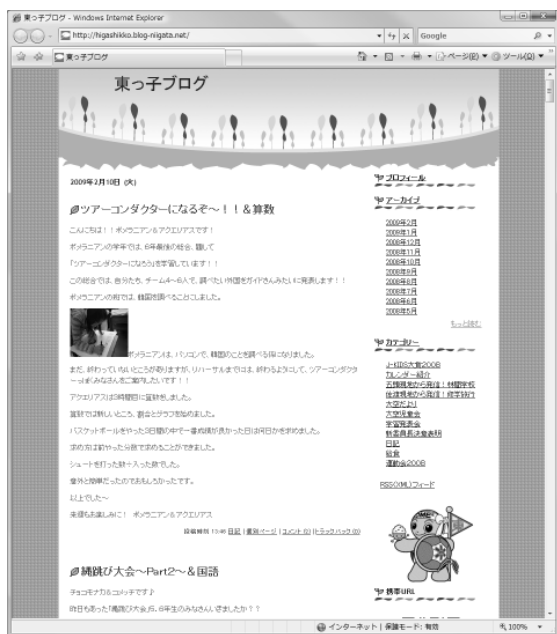


図2 児童が作成する東っ子ブログ

2. これまでの経緯

本校ホームページは、2001年に開設された。担当者を中心に学校の概要や学年の活動の様子を、学期1回程度を目安に紹介してきた。

2.1. 校長主導で始まったリニューアル

筆者は、本校に2005年赴任、それと同時に本校ホームページを引き継ぐこととなった。当時はhtml文書を作成した経験がなく、ホームページも半年以上未更新で、放置された状態であった。

しかし、校長から「学校運営方針、教育活動を広く公開したい。学校ホームページは、保護者や地域の信頼を獲得する有効な手段となり得る。」「一緒に地域一番の学校を作ろう。」と諭された。パソコンを所有していない校長の言葉に共感し、本校ホームページのリニューアルに着手した。

校長は、週1回「校長室だより」というコラムを発信し続けた。学校経営方針に始まり、現在行われている教育活動のねらいや意義、達成状況等をこと細かく説明した。

運用担当者は、教育活動の様子を「トピックス」として週に1、2回、写真3枚に簡単なキャプションをつけて紹介した。

大きく二つの取組を通し、年間で78日の更新を記録した。

2.2. 広がる・繋がる学校ホームページ

2006年度は、前年度の取組を継続するとともに、更なる広がりを見せる。

児童の情報委員会（13ある委員会の一つ、5、6年生20名で組織）が直接記事を投稿するブログ「東っ子ブログ」がスタートする。6月には、愛知県一宮市立瀬部小学校から記事に対してコメントを受けたことを機に、ブログを通じた交流も始まった。

前出した「校長室だより」は、週1回以上の発信を継続するとともに、その内容は多岐にわたった。各教科の指導法、教職員一人一人の授業研究の成果と課題、家庭教育の在り方にまで言及し、保護者を始めとする閲覧者に感想や意見を求めた。学校に寄せられた保護者の感想や意見も掲載することで、双方向のやり取りが時になされるようになった。

運用担当者は、学校行事のたびに特集ページを作成し、公開した。行事に参加していない保護者が閲覧しても様子やねらい、成果が伝わるよう、管理責任者である校長が何度もキャプションを推敲した後で公開を行った。

これらの取組の結果、年間280日の更新を行うに至った。

2.3. 新校長による取組の継続・広がり

校長の異動に伴い、本校ホームページは、より大きな変化を遂げる。

新校長は、教育活動や子どもたちの様子を約3カ月間、じっくり観察した後、「本校の児童会活動は、保護者はもちろん、地域や他校に誇るものである。大規模校でありながら縦の繋がりがしっかりと育っている縦割り活動、そして高学年、特に最高学年の6年生が自主的に活動する委員会活動は、まさに特色ある活動である。」と職員に述べた。

そこで、運用担当者は各学年の教育活動を伝えるのはもちろんのこと、児童会活動、とりわけ校長が当校の特色ある活動と定義した縦割り活動と委員会活動の様子を中心に、ホームページに詳細に伝えるよう心がけた。

「校長室だより」のコーナーに変わるものとして「全校朝会の講話」ページ、そして、保護者の声は、保護者ブログ「Webしのため」という形での運用が始まった。

児童情報委員会のブログ「東っ子ブログ」は、さらに交流校が増え、県外の複数の小学校とブログを介してコメントのやり取りをするようになった。また、保護者からのリクエストで、児童会で発行している広報紙「大空だより」も紹介した。時折ゲストとして他の委員会児童もブログに記事を投稿することがあり、活動はさらに広がりを見せた。

これらの取組は、月平均 20 日以上での更新を可能とし、休日を除く実質的な更新がなされるようになった。

3. 保護者アンケートの実施

3.1. 実施の背景

高頻度の更新を継続すればするほど、「ここまで大きくなった学校ホームページを今後どのように維持していけばいいのか。」「担当者の異動後はどうなるのか。」「そもそも保護者はどのように考えているのか。」という声が、職員間で語られるようになり、学校評価の中間評価会議でも取り上げられたほどであった。

「学校ホームページは、保護者や地域の信頼を獲得する有効な手段」と位置付け、高頻度の更新を継続してきた本校ホームページゆえに、まずは、情報の主たる受け手である保護者の声に耳を傾けるため、アンケートを実施することが決定された。

3.2. アンケートの概要

本調査で用いたアンケートは、国際大学 GLOCOM の全面的な協力を得て実施した。

「学校からの情報提供に関するアンケート（保護者版）」として当時開発中のものであり、回答事例を収集するため全国的な試行調査を行っていたためである（豊福 2008）。

調査項目は 46 項目から構成され、学校ホームページに対する意識、ホームページに求める要素、満足度のほか、学校から提供される各情報手段への依存度等について尋ねる項目から成り立っており、マークシート形式で回答する質問紙となっている。

調査は、平成 20 年 1 月 17 日～1 月 22 日にかけて、本校に子どもを持つ全世帯の保護者（560 世帯）を対象に実施した。得られた

有効回答は計 481 件である。

集計は、同時期に同じアンケートを行った Y 小学校との比較という形で行われている。Y 小学校は、東京都内に位置する全児童数 870 名の小学校であり、その規模は本校に近い。小中連携による地域運営学校の実践校であり、保護者・地域との連携についても力を入れている。ただし、アンケート当時の学校ホームページ更新頻度は、月 1 回程度と低い。Y 小学校との比較を通し、地域間による特性、更新頻度による意識の差等も明らかになると考えた。

3.3. アンケートの結果

以下に、アンケートの集計結果の抜粋と考察を示す。

3.3.1 ホームページの閲覧手段

ホームページの閲覧手段には大きく分けてパソコンと携帯電話があり、携帯電話利用者が多い場合は学校ウェブサイトの構成自体にも配慮が必要である。

図 3 には回答の分布を示した。パソコンと携帯電話両方を利用するケースを勘案すると、パソコン利用者は 6～7 割、携帯電話は 0.5～1 割である。

注目すべきは、ホームページを利用しない保護者の割合が 3 割以上にのぼることである。性別による統計的有意差は検出されなかった。このことから、ホームページを利用しない保護者層に対しても、学校側がケアを行う必要があることを示している。

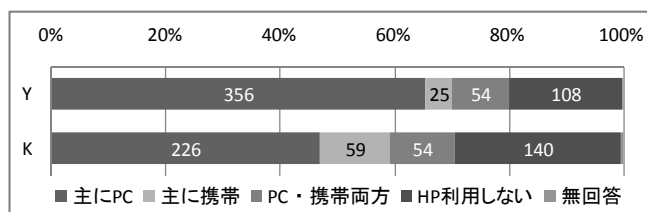


図 3 ホームページの閲覧手段

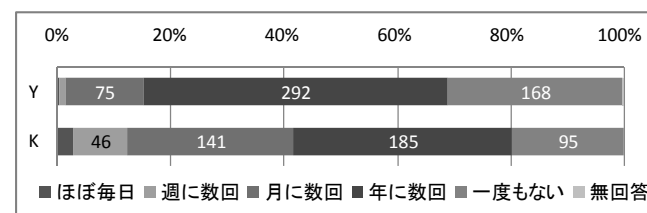


図 4 学校ウェブサイトの閲覧機会

3.3.2 学校ホームページの閲覧機会

学校ホームページの閲覧機会は、学校ホームページが日常どの程度注目されているかを知るバロメータと言える。

図4に結果を示す。ウェブサイトがほぼ月1回ペースであったY校と毎日更新ペースの本校とを比較すると、更新頻度の高い本校の閲覧機会が多い。ただし、更新頻度と同程度の閲覧頻度と回答したのは全体の1.2割程度であり、月数回の保護者を含めても全体の半分には及んでいない。

仮にこれを一般的傾向とすれば、約半数の低閲覧頻度層に対するアピールやケアの方策が課題である。

3.3.3 学校ホームページに対する意識

これらの項目は、学校ホームページに対するやや抽象的レベルの意識を尋ねたもので、反転項目（ネガティブ質問）が含まれる。結果グラフは図5に示した。

まず、このセクションの項目はいずれも「6:わからない」の回答率が多く、1~3割に及んでいることに注目したい。ホームページの閲覧機会が少なく、編集制作体制の情報開示も十分でないことが、回答保留を増やしていると推測できる。

無回答と「6:わからない」を除いた回答に関して、項目ごとの平均を取ると、賛成傾向順に、身近に感じる(2.16)、多く関わるべき(2.22)、学校を良く表す(2.36)、評判に影響(2.52)、負担が大きい(2.72)、ウェブ必要なし(3.61)となった。

3が中立なので、学校ホームページは必要であると判断されていることが分かる。

このうち、「負担が大きい」項目についてはY校と本校の平均値に統計的有意差がないが、残りの項目はいずれも有意差が認められた。いずれも、本校の学校ホームページ活動によるものと推測できる。特に「学校を良く表す」項目では両校の平均差は0.6に及び、学校ホームページの主要な目的の一つである学校の外部透明化は達成できていると判断できる。

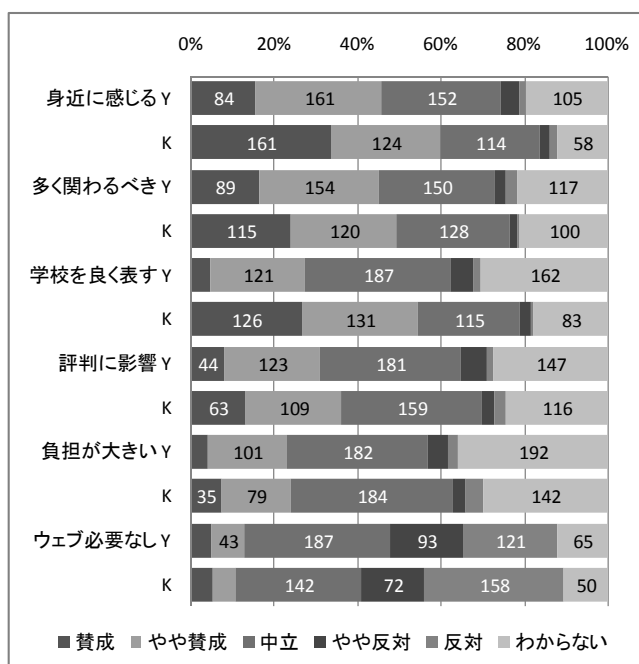


図5 学校ホームページに対する意識

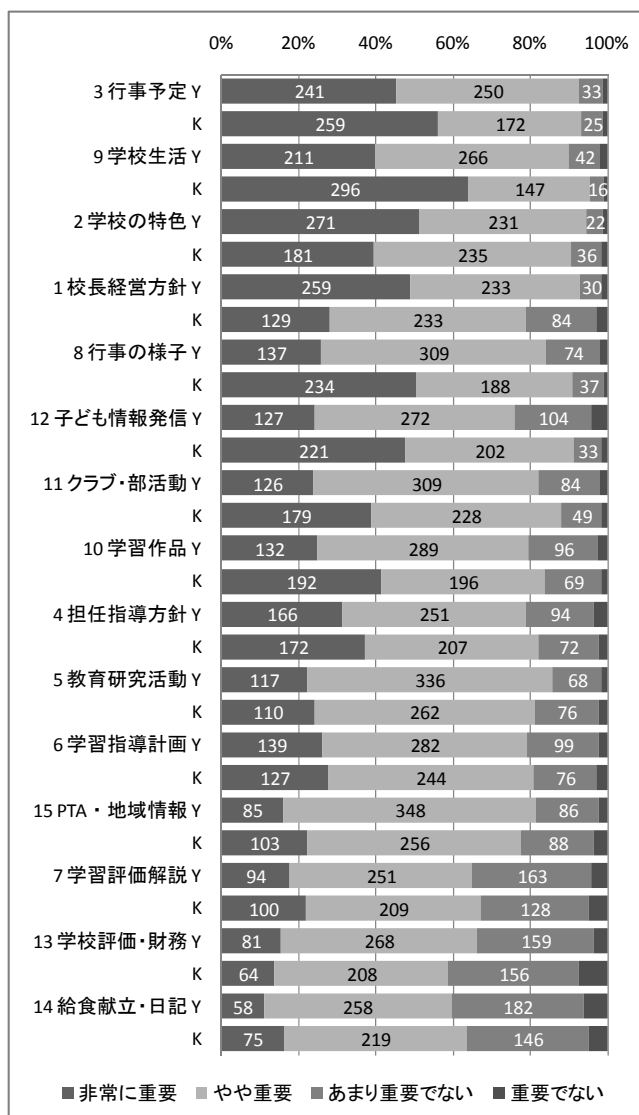


図6 学校ホームページの詳細要素（重要度）

3.3.4 学校サイトの詳細要素：重要度

図6に示した項目は、利用者側から見た学校ホームページの詳細内容についての意識（重要度）を尋ねたものである。

無回答を除いた回答に関して、項目ごとの平均を取り、重要度の高い順にグラフを作成した。これによると、大雑把にⅠ高群（行事予定・学校生活・学校の特色）Ⅲ低群（学習評価解説・学校評価財務・給食献立日記）Ⅱ中間群（それ以外）に分類できる。特に「学校評価・財務」については、保護者の側にも、その意義が十分浸透していないことをうかがわせる結果といえる。

Y校と本校との統計的有意差は、4項目（教育研究活動、学習指導計画、学習評価解説、PTA・地域情報）以外でみられた。Y校の重要度が高いケースは、校長の学校経営方針、学校の特色、学校評価・財務であった。これらは、いずれも地域運営学校としての運用実績を元にした評価であると考えられる。

それ以外の項目では、いずれも本校の重要度が高く、特に重要度の平均差が著しいのは、子どもたちによる情報発信、子どもの学校生活の様子、修学旅行や運動会等の行事の様子であった。これらの項目は、本校の学校ホームページの活動実績が影響しているものと考えられる。

3.4. 考察と展望

3.4.1. 未接続家庭への対応

インターネットが生活にも浸透しつつある現在、パソコンでホームページを利用しない回答者が4割近く存在することがわかった。公平な情報の伝達を考えると、今後、情報の格差を埋める何らかの方策を講ずる必要がある。

3.4.2. 保護者の求める情報

学校の経営方針や教育方針、教育活動の意義よりも、日々子どもたちの様子や行事への取組、子どもたちの手による情報発信を求めている回答者が多かった。

このことから、より子どもたちの日々の学習活動の様子を可能な限り伝えていくこと、

より多くの子どもたちの手で情報発信していくことが大切であることを認識した。

3.4.3. 「分からない」回答の割合が大きい

充足度や満足度の項目で大量の「分からない・関心がない」という回答が見られる。閲覧機会の少なさとホームページへの関心がそれほど広がっていない現状では、保護者が学校ホームページの細かな評価を行うこと自体やや難しいかもしれない。

3.4.4. 学校評価・財務に対する認識の低さ

学校ホームページの詳細内容における「学校評価・学校財務に関する報告」は、15項目中重要度は下から2番目、満足度も下位に位置しており、「分からない・関心がない」の回答も4割を超えている。学校評価の結果をホームページで公表することは奨励事項とされているが、保護者の側としては、「これら情報をどのように扱ったらよいのか分からない」という戸惑いがあるように思われる。

このまま意義や目的が十分に理解されないようでは、情報提供や文書掲載は形だけのものになりかねない。学校関係者評価との関連性や評価の意義を明確に示すとともに、報告文書の提示・解説の方法についても、保護者側の理解と支持を高めるための工夫が必要とされるだろう。

3.4.5. 学校ホームページの意義や効果に対する認識の高まり

情報を得るための手段と重要度の項目では、学校ホームページの重要度が最も低く、印刷配布物への重要度と比較すると、一部の保護者しかその意義や効果を実感していないことになる。

しかしながら、Y校との比較において、学校ホームページに対する考えの項目でより明確にその認識の違いが示されている。すなわち、学校ホームページによって「学校の存在がより身近に感じられ」「現実の学校の姿をよく表している」ことに対して本校では、より肯定的な反応が得られている。

4. 全校体制への挑戦

2007年度末の学校評価会議において、本校ホームページの次年度のあり方が議論された。予想以上に閲覧されていない集計結果に驚くとともに、閲覧機会を増やし、より多くの保護者から信頼を獲得するには、どうすべきか、また、学校の日常を知りたがっている実態にどう継続的に応えていくかという点を中心に話し合われた。

その結果、次の2点が確認されるとともに、全校体制で学校の外部透明化を図ることが承認された。

① 一部の職員のみでの発信では、学校の日常を知りたがっている保護者の期待に応えることはできない。伝えられるのは、職員一人一人であり、より多くの目、手で、教育活動に携わっていかなければならない。

② 職員の異動に伴いホームページの質が著しく低下することこそ、信頼を失う大きな要因となり得る。学校として維持していく努力を怠ってはならない。

こうして、職員一人一人がそれぞれの分掌を通して、様々な取組を展開することとなった。

4.1. 全職員が作成する職員ブログ

前年度まで複数の担当者で作成していた「トピックス」のコーナーを一新、ブログ「職員日記」を通して、全職員が記事を作成、文責を明示して公開した。

表1 ブログ導入前後の記事数・閲覧数

	運用担当者 07年度4～1月	全職員体制 08年度4～1月
作成記事数	104件	526件
1日平均閲覧数	138件	198件

各学年の担任という立場のみならず、教務主任、研究主任、特別活動主任、体育主任等、校務分掌の責任者という立場でも作成、それぞれの教育活動に対する意義や成果等、担当者ならではの質の高い記事を丁寧に発信するよう心がけた。

その結果、表1に示すように、作成記事数

は大幅に増加し、それに伴い、1日あたりの平均閲覧数も198件と、前年度より60件増加している。

4.2. 職員室から外に広がる運営体制

全職員体制の情報発信は職員室の外にも広まりを見せている。

本校の給食は、校区外の共同調理場で作られ、運搬される。そのため、栄養士や調理員が、安全や健康に留意しながら心を込めて給食を作っていることが伝わりにくい。これまでは、栄養士が撮影した調理場の様子を送ってもらい、季節ごとに紹介する程度であった。

しかし、職員が作成するブログ「職員日記」を閲覧した栄養士が、「これなら自分もできる」と「食育」の 카테고리を立ち上げ、担当することになった。給食がある日は、その日のメニューの意図や旬の食材、食に関する豆知識等を必ず紹介、年輪のように記事を積み重ね、1日も休むことなく現在に至っている。

一方、図書室では、図書館司書が子どもたちに人気のある本と、読み応えのある推薦図書とが、必ずしも一致しないということに頭を悩ませていた。お勧めの本を一覧にして貼り出したり、読み聞かせを行ったりしているものの、なかなか思うように子どもたちが読む本の質が高まらないのである。

そこで始めたのがブログ「ブックラビットの読書日記」である。子どもたちだけでなく、その保護者にも良書を知ってもらうことで、読書の質を高めようと考えたわけである。一覧にして掲示したお勧めの本の中から1冊ずつ取り上げ、その良さを紹介している。

自らがじっくりと読み、その良さを味わった後紹介するため、半月に1回程度の更新であるものの、着実に記事数を増やしている。

4.3. 特別活動主任のマネジメント

「縦割り活動や委員会活動こそ本校の特色ある活動」と校長に評価された特別活動主任は、2007年度本校ホームページ内の児童会コーナーより2点のヒントを得た。

一つ目は、各委員会が分担して発行している「大空だより」である。年間50号ほど発

行されているにもかかわらず、期間内に1回も発行していない委員会があるということ。つまり、全校に告知する魅力ある活動を展開していないということを示すものである。

二つ目は、給食委員会が存在しながら、給食日記の内容の記事は情報委員会が作成、発信しているということである。

どの委員会も「大空だより」を発行できるような魅力ある企画を考えるよう、また、給食委員会が給食日記のコーナーを担当するよう子どもたちに働きかけることとした。

この結果、ある委員会が競うように「大空だより」を発行、その都度その内容をブログにも掲載し、紹介した。また、給食日記を作成、公開している給食委員会の様子を見て、他にも保健、国際など、複数の委員会が定期的に自分たちの委員会の活動をブログ上で紹介し続け、今日に至っている。

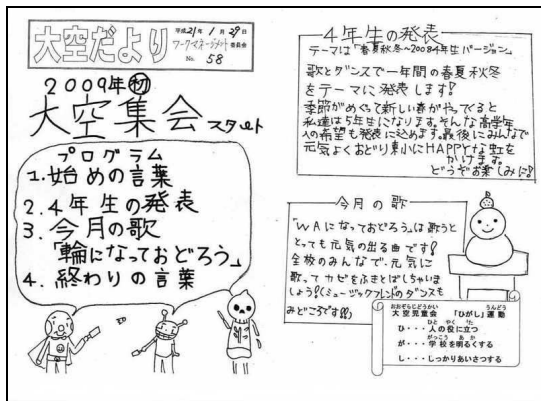


図7 各委員会が発行する「大空だより」

5. 継続した取組がもたらしたもの

5.1. 教育活動の意義・意図の浸透

本校では、毎年12月、保護者を対象に「学校教育に関するアンケート」を実施している。11項目からなる設問に、4段階で評価する形式をとっている。

アンケートの最後に自由記述欄を設けてあり、今年度は285件の意見が寄せられた。そのうち縦割り活動について高く評価する声が、98件寄せられた。通常であれば、空欄がほとんどという自由記述欄で、一つの取組に対してこれだけの数の声が寄せられたことは、なかった。このことは、幅広い学年の保護者が本校の教育活動の意義を理解し、積極的に

支持しているものと捉えることができる。

これに関連する事項として特記すべき事は、学校活動全体についてのとらえ方の変化である。

これまで本校では、縦割り活動の様子を主に学級・学年だよりから捉えていたが、そこに掲載されるものは、自学級、自学年の様子が中心で、視点も限られがちであった。

しかしながら、活発な学校ホームページを媒介することで、「下級生とよりよい関係を築いていこう」という上級生の思いや、「この活動で子どもたちをどう育てたいか」という職員の思いまで、多面的・複眼的に情報を伝えることが可能となった。この結果、ともすれば我が子のみに向きがちな保護者の視野を大きく広げ、学校の教育活動全体を見つめ、関わろうとする姿勢を生み出すことが可能となったと言える。

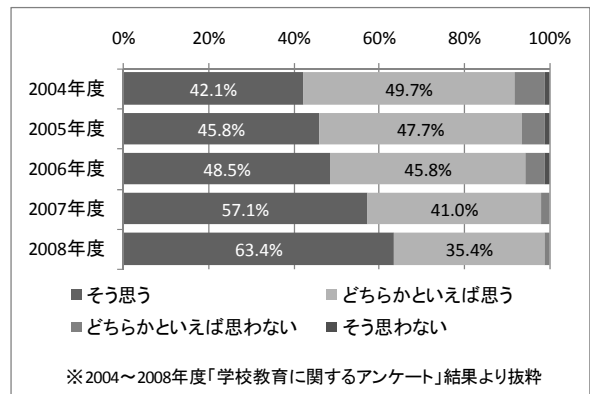


図8 「開かれた学校：学校・学年の取組がわかる」の数値の推移

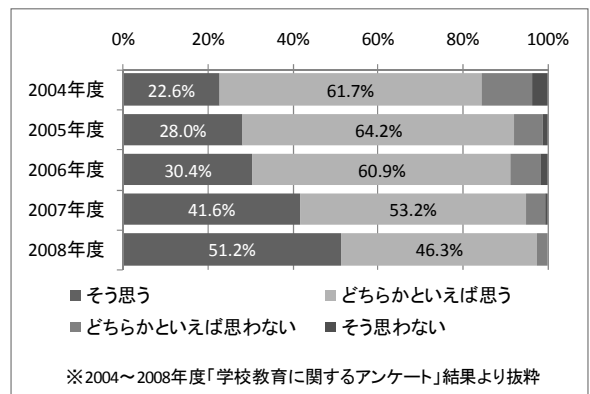


図9 「全体の様子：学校づくりに工夫が見られ、子どもや保護者に信頼できる学校である」の数値の推移

5.2. 保護者評価の数値が大幅に向上

この傾向を裏付けるデータが、前出の「学校教育に関するアンケート」において得られた。学校ホームページに関連する項目をはじめ、全ての評価項目において、数値が大幅に向上したのである。

たとえば、「開かれた学校：学校・学年の取組がわかる」という項目（図 8）については、2004 年度「そう思う」と答えていた回答が 42.1% だったのに対し、2008 年度は 63.4% に上昇している。

また、「全体的様子：学校づくりに工夫が見られ、子どもや保護者に信頼できる学校である」という項目（図 9）についても同様に、22.6% から 51.2% に上昇した。

5.3. 教職員の意識の向上、活動の活性化

自分たちが行ってきた教育活動が正当に評価されることは、教職員のさらなる動機付けを引き起こすこととなった。ホームページには過年度の活動が掲載されていることから、「前年度よりよい活動をしよう」という意識が働き、これまでの実績を参照しながら、さらに活動が活性化されることとなった。

6. 今後に向けて

本校の広報活動について課題を述べるとすれば、ホームページの構造上の問題に伴い、運用負荷をどのように軽減するかという点である。

本校のホームページは、トップページを中心に従来型の Web オーサリングツールを用いて作成しているページ部分と、ブログ・システムを用いて作成している部分とが混在している。全校的に記事を作成し、情報を発信するようになった今、運用担当者にかかる負担は以前にも増して大きなものとなっている。

たとえば、トップページが従来型であるため、たとえブログで記事を投稿した場合でも、その都度ハイパーリンクを設定する等の作業を行う必要があり、サイト全体を効率的に管理することを困難にしている。

CMS(Content Management System)等を導入し、効率的にサイトを管理・構築できるような体制を整えていく必要があると考えている。

参考文献

新潟市立亀田東小学校ホームページ

<http://www.niigata-inet.or.jp/kamedahigashi-e/> (参照日 09.02.07)

i-learn.jp (2009) 日本の学校

<http://www.i-learn.jp/> (参照日 09.02.07)

豊福晋平 (2008) 学校ウェブサイトの利用者意識調査. 日本教育工学会研究報告会, JSET08-2, pp.35-40