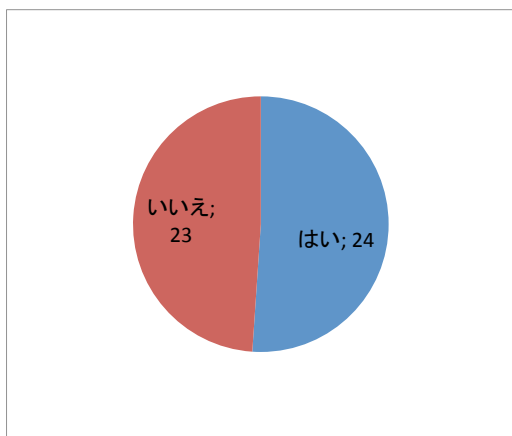


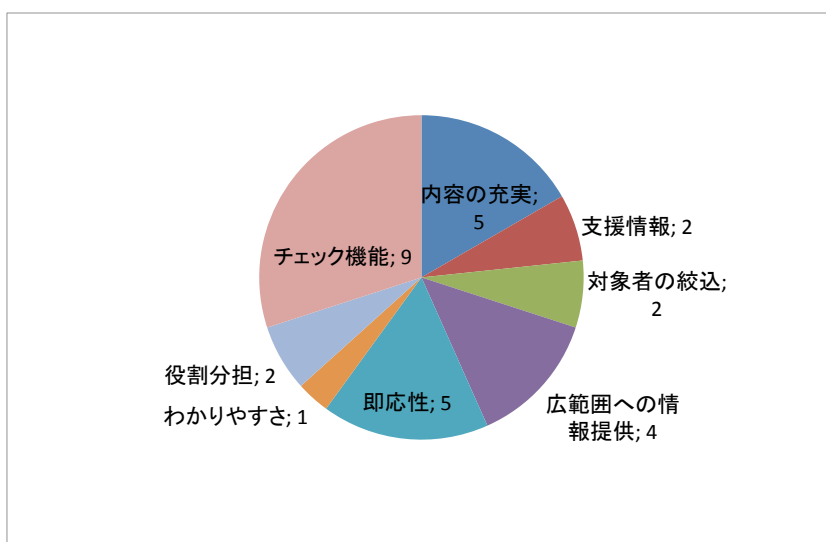
学校ホームページを広報戦略アイテムとして活用するための工夫について

設問1 ホームページ作成における方針を策定していますか。

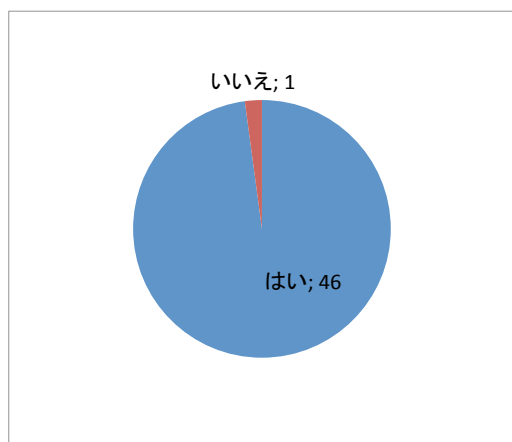


【分析】
方針の策定有無は均衡。
内容の充実を図るものの、委員会等によるコンテンツ内容のチェック機能は無視できない。
対象者を広く想定しているものが比較的多いが、逆に高専に対する認知度アップや志願者確保の観点からは、対象者を中学生に絞り込む意義も見受けられる。

(参考) 策定における特徴

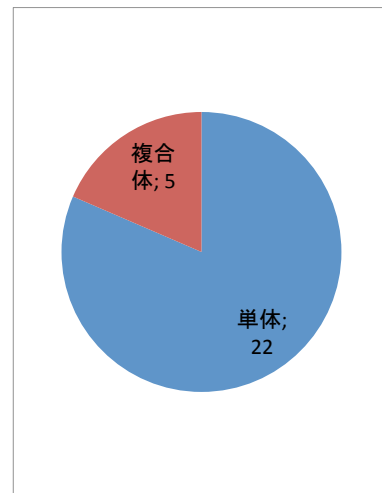
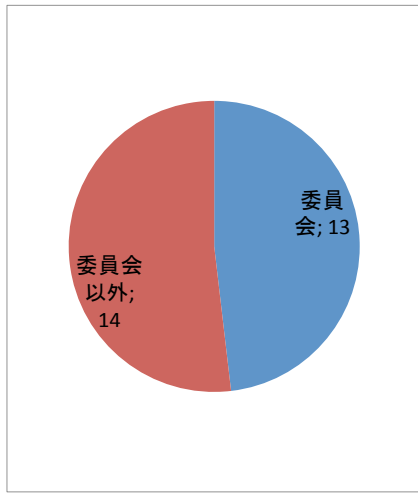


設問2 ホームページの管理運営を委員会等で組織的に行っていますか。

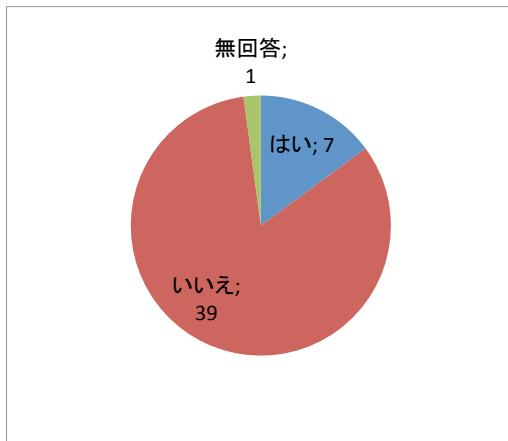


【分析】
管理組織はほぼあり。
単体の委員会だけに頼っていない例もあり。

(参考) 組織体制の特徴

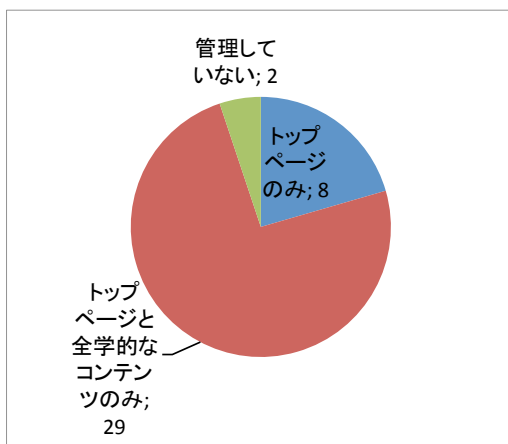


設問3 設問2における委員会では全てのコンテンツを管理していますか。

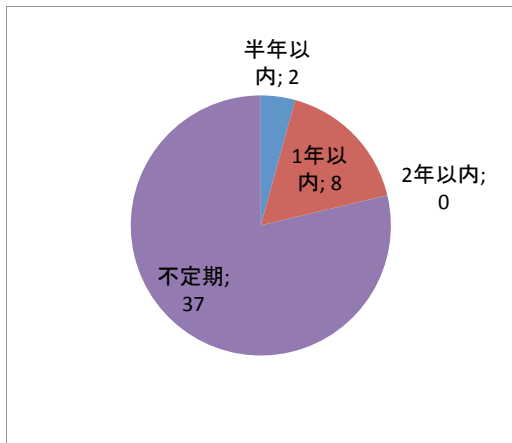


【分析】
 全てのコンテンツの管理は難しく、トップページと全学的なコンテンツに限られている例が多い。ただし、運用に当たって実際の管理のレベルは様々であると推測される。

設問4 管理しているのはどのレベルまでですか。

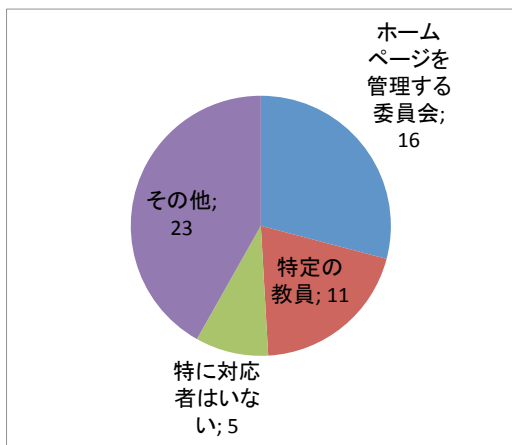


設問5 コンテンツの見直しはどのくらいのサイクルで行っていますか。



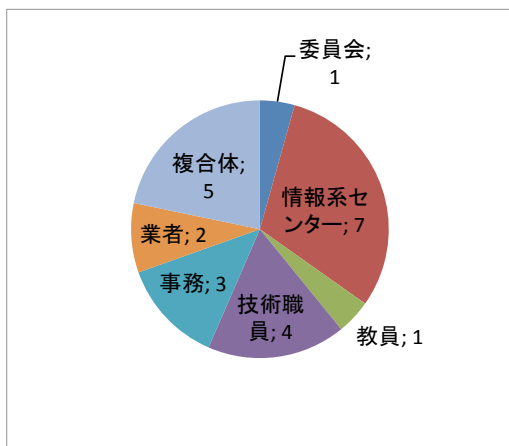
【分析】
コンテンツの内容により、定期的に更新できるもの、できないものの分類が当然ながらあると思われるが、定期的なコンテンツ更新はほとんどされていないといえる。

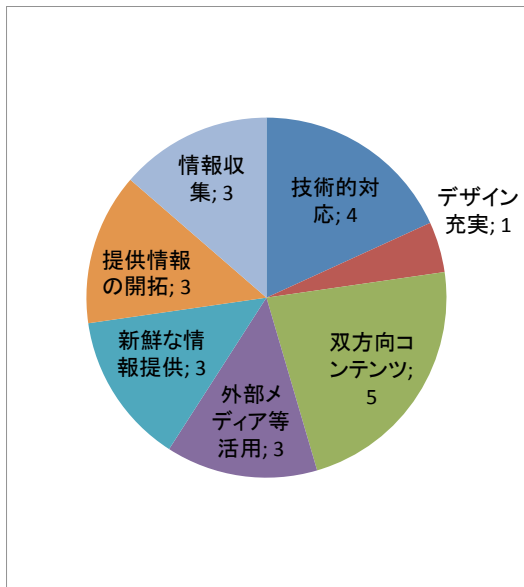
設問6 ホームページの技術的な相談はどこで対応していますか。(複数回答あり)



【分析】
その他も含めると、技術スキルを持つ教職員等による技術相談に頼っているのが圧倒的。外部業者が加わる場合、全面的な委託は少ないが、委託のための予算確保の問題だけとは言い切れない。

(参考) その他の内訳(複数集計あり)





【分析】

リデザイン化したコンテンツ、動画やWebカメラの導入は外部から興味をもって閲覧してもらうのに大変有効と思われる。

閲覧者の意見を受け入れるコンテンツの双方向化が顕著であり、コンテンツの充実にも有効。

ホームページを見る時間がない多忙な保護者へ定期的に情報を渡す方法(メール配信等)も新たな取り組みとして検討の余地あり。

【総論】

キーワード:「双方向」、「チェック機能」、「新鮮な情報」、「新技術対応」、「役割分担」

これまでの学校ホームページは、情報提供に固執するあまり、閲覧者の意見が反映されるのが困難な環境にあったが、近年、閲覧者からの意見を取り込んだ双方向性のあるコンテンツの整備により、外部から学校ホームページへの関心を導く効果が期待できる。

整備したコンテンツの公開にあたっては、運用規則や委員会組織等によるチェック機能は不可欠であるが、かつ、迅速に情報提供ができる体制整備も必須といえる。

また、モバイル端末による閲覧や、WebCMS等の活用による新技術によるコンテンツの充実も求められ、学校ホームページに求められる要件は多種多様化している。教職員だけによる技術的対応は困難であることから、外部業者と協働し役割分担を明確にした管理体制の確立が必要と思料される。

学校ホームページにおける工夫以外にも、地元新聞等のマスメディアとの連携による広報活動も決して無視できない。

(参考) 提案校(都城高専)はWordPressを導入しブログの要素を取り入れたHPデザインに変更することし業者委託する予定(平成23年度~24年度)。ただし、主たるページのみ。また、今後はWordPressを使うにあたっての全学的な講習会を行いスキルアップの向上を目指す。