

# 「スクールパーカス」による 他校との差別化

～保護者意識調査から見えてきた教育に対する価値観とは～

保護者の価値観は社会とともに変化している。今後の学校経営戦略を考えていく上でも顧客の価値観を知ることは重要であるが、それをそのまま鵜呑みにして戦略を考えるのではなく、大切なことは、それを理解したうえで自校が存在する意味を考えながら保護者に「自校の教育の答え」を導き出し、保護者により理解してもらう方法で伝えていくことではないか。本稿では2021年8月末に実施したアンケートから明らかになった保護者の価値観をお伝えしたうえで、「自校の教育の答え=『自校の解（スクールパーカス）』」をどのように導き出すかを考えていく。

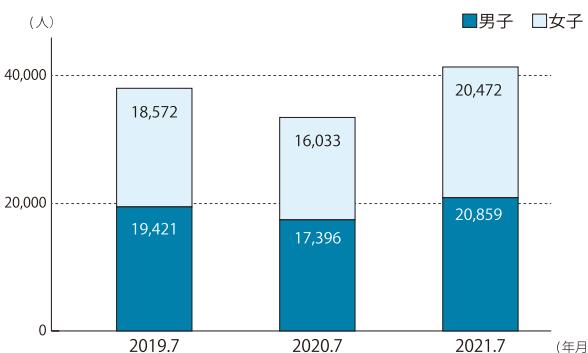
コアネット教育総合研究所 横浜研究室 有馬 菜々子

## 1. はじめに

高大接続改革や新学習指導要領のスタート、またGIGAスクール構想や新型コロナウイルスの拡大によって進んだICTを活用した授業展開など、2020年以降子どもの教育環境は大きく変化しつつある。

首都圏私立中学を取り巻く環境も年々変化し、コロナ禍の中で行われた2021年中学受験において受験率は上昇傾向にあった。2022年についても各模試の結果を見ると、受験者数が増えることが見込まれる（グラフ1）。

〈グラフ1〉  
2021年7月  
首都圏3模試（四谷大塚・首都模試・日能研）の受験者数の推移



しかし、「中学受験者数が増える」という状況は決して長く続くわけではない。子どもの数が年々減っていくことが予想されている中、多くの保護者の目が私学に向いている今こそ、自校の経営戦略を見直し今後に備えておく必要がある。

本稿では、中学受験を考える保護者を対象に行った意識調査の結果を読み解きながら、自校の教育の答え=『自校の解（スクールパーカス）』をどのように導き出すかを考えていく。

## 2. 受験生保護者の教育に対する 価値観やニーズとは

ここからは2021年8月に弊社が行った保護者の意識調査の結果についてお伝えしていく。

今回の調査では、私立中学受験を考える保護者（私立中学受験希望者）と地元の公立中学への進学を考えている保護者（私立中学受験非希望者）の2者に調査を行った（国公立中高一貫校へ進学検討者は除外した）。概要は次の通り。

回答者の属性を見てみると、私立中学受験希望の回答者は男性：女性=6:4、子供の性別については半々となった。

次からは、各質問項目に対する保護者の考え方や価値観を取り上げていく。

アンケート実施概要	
調査期間	2021年8月24日～26日
調査対象	● 小学校4～6年の子どもを持ち私立中学受験を希望する保護者 ● 公立中学のみを希望する保護者
対象エリア	一都三県
回収数	634件 ● 私立中学校受験希望者：414 ● 公立中学校希望者：220
実施方法	インターネット調査 (PC・タブレット・スマートフォン)

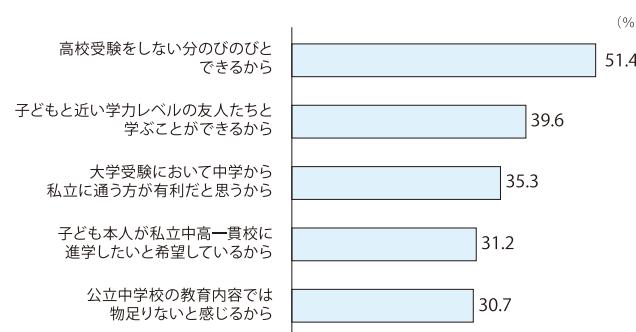
### (1) 私学に何を求めるのか

まず私立中学校への進学を希望する理由について、最も多かった回答は「高校受験をしない分のびのびとできる」であった。次いで「子どもと近い学力レベルの友人たちと学ぶことができる」「大学受験において中学から私立に通う方が有利」という回答が続く（グラフ2）。

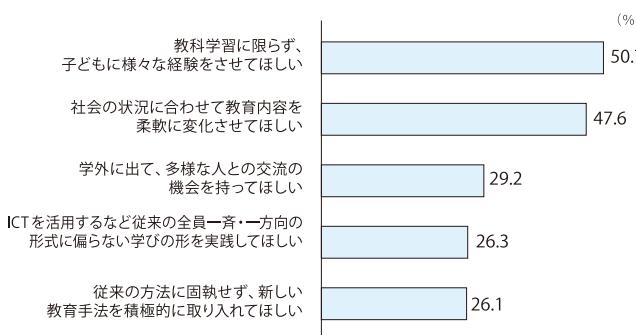
また「子どもが進学する私立中高一貫校に対して求めること」について、最も多かった回答は「教科学習に限らず、子どもに様々な経験をさせてほしい」であり、次いで「社会の状況に合わせて教育内容を柔軟に変化させてほしい」となった（グラフ3）。

私立中学校への進学については学力向上や進学実績ももちろん大事だが、それ以上に6年間という中でのびのびといろいろな経験をしてほしいという保護者のニーズがあることがこの結果からわかる。

〈グラフ2〉 私立中学校への進学を希望する理由（複数回答可）



〈グラフ3〉 子どもが進学する私立中高一貫校に対して求めること



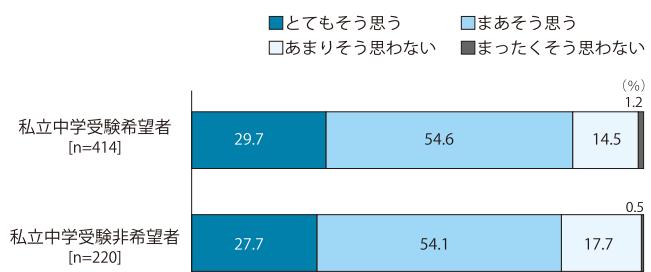
続いて教育・社会に対する価値観について、意識調査から見えてきた点を4つ紹介していきたい。

### (2) 教育・社会に対する保護者の価値観

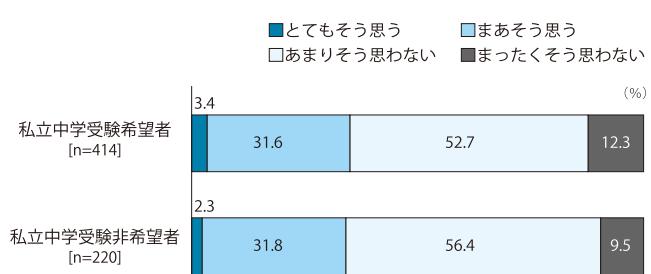
#### Topic 1 保護者は日本の教育について不安を感じている

「日本の教育に、不安を感じることがある」という質問について、私立中学受験希望者の保護者の約84%が「そう思う」と回答している（グラフ4）。子どもたちを取り巻く環境やこれからの社会変化を想像すると、今の教育が子どもたちの将来につながっているのだろうかと不安を感じている保護者が多数存在していることがわかる。公立中学のみを希望する保護者（私立中学受験非希望者）も同割合で「不安」に感じているようだ。また残念ながら、日本の教育は社会の変化に対応していないと思っている保護者も多く（グラフ5）、そういった点から教育に対する不安が芽生えていることが推察できる。

〈グラフ4〉 日本の教育に、不安を感じることがある



〈グラフ5〉 日本の教育は社会の変化に適切に対応していると思う



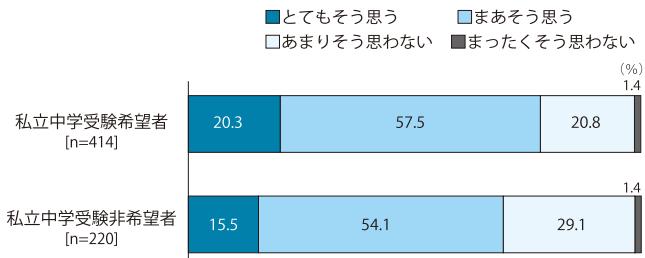
#### Topic 2 企業の採用制度や大学入試が変わらない限り

#### 日本の教育は変わっていかないと思っている

約8割の私立中学受験希望者が「企業の採用制度（新卒一括、学歴重視等）や大学入試が変わらない限り、日本の教育は変わっていかない」と思っていることが分かった（グラフ6）。また、現在高大接続改革により大学入試も大きく変化しているが、この改革が「これからの教育が変わる」という期待感の醸成につながっているかどうかでいうと、意見が分かれる結果になった（グラフ7）。

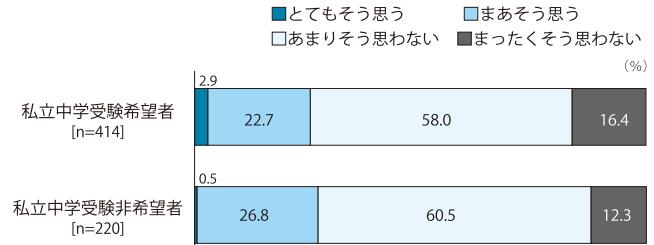
〈グラフ6〉

企業の採用制度（新卒一括、学歴重視等）や  
大学入試が変わらない限り、日本の教育は変わらないかと思う



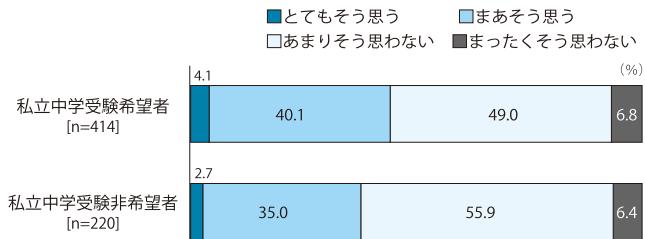
〈グラフ9〉

日本の教育は、世界各国と比べて先進的な  
取り組みを行っていると思う



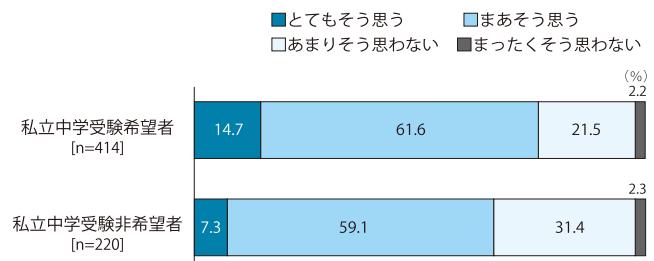
〈グラフ7〉

大学入試改革などによって、日本の教育は  
より良い方向へ変わっていくと期待できる



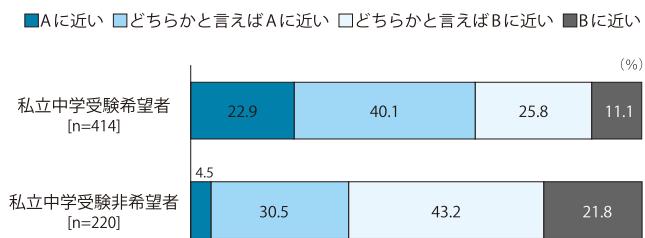
〈グラフ10〉

日本にはない新しい教育メソッドを取り入れた  
カリキュラムについて魅力に感じる



〈グラフ8〉

【A】子どもには名の知れている有名な大学に進学してほしい  
【B】子どもが進学する大学が有名かどうかは気にしない



企業の採用の在り方や大学入試は変化しているものの、その現状は保護者に伝わっておらず、意識調査の結果として私立中学受験希望者の約6割が「子どもには名の知れている有名な大学に進学してほしい」と考えていることがわかった〈グラフ8〉。

### Topic 3 日本の教育は先進的ではないと思っている

世界各国と比較すると日本の教育の取り組みは先進的ではないと思っている保護者が多い〈グラフ9〉。また、「日本にはない新しい教育メソッドを取り入れたカリキュラム」について魅力的であると感じている私立中学受験希望者が約76%いることがわかった〈グラフ10〉。

### Topic 4 「学力重視」か「個性重視」か

大学進学について、「偏差値の高い大学・学部に進学してほしい」か「偏差値よりも学びたい内容で選んでほしい」か聞いたところ、私立中学受験希望者の約48%が「偏差値」、約52%が「学びたい内容」という結果になった〈グラフ11〉。

また、子どもが通う学校では「主要教科（国数社理英など）の授業時間を出来るだけ多く確保してほしい」か「探究的な学びや行事など教科外の時間を出来るだけ多く確保してほしい」かという質問では、こちらも回答の割合は半々という結果になった〈グラフ12〉。さらに「学力を伸ばすことに注力してほしい」か「子どもの個性を見つけて伸ばすことに注力してほしい」かという質問については、約64%が「個性を見つけて伸ばしてほしい」と回答していることがわかる〈グラフ13〉。

子どもの幸せや将来を考えると、「どちらが正しい選択なのか」と迷っている保護者が多いのだろう。

これまで「有名な大学に行くこと」「学力を伸ばすために主要5教科の授業をたくさん行うこと」を望んでいた保護者が多かったように思うが、そういった考えはここ数年で半々になってきていることがこのデータからわかる。

しかし、私立中学（公立進学希望者であれば私立高校）への進学について偏差値が与える影響は大きいのも事実である〈グラフ14〉。

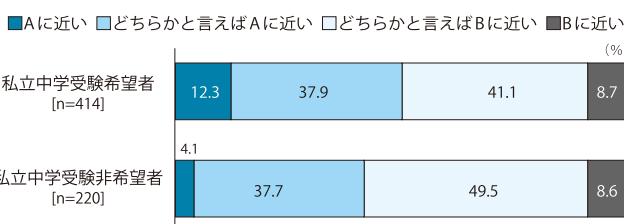
〈グラフ11〉

- 【A】子どもには偏差値の高い大学・学部に進学してほしい
- 【B】子どもが進学する大学・学部は、偏差値よりも学びたい内容で選んでほしい



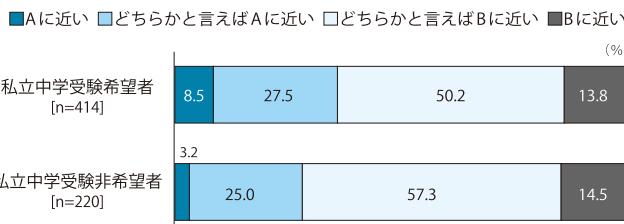
〈グラフ12〉

- 【A】子どもが通う学校では、主要教科（国数社理英など）の授業時間を出来るだけ多く確保してほしい
- 【B】子どもが通う学校では、探究的な学びや行事など教科外の時間を出来るだけ多く確保してほしい



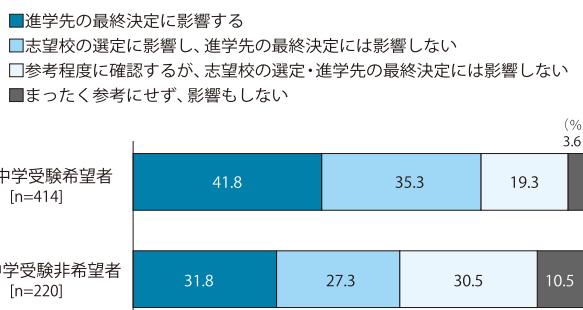
〈グラフ13〉

- 【A】子どもが通う学校では、とにかく学力を伸ばすことに注力してほしい
- 【B】子どもが通う学校では、とにかく子どもの個性を見つけて伸ばすことに注力してほしい



〈グラフ14〉

私立中高一貫校／高校を複数から選ぶ際に「学校の偏差値」が選択に及ぼす影響



### 3. 今回の意識調査の結果からわかる保護者の価値観とは

この調査は「時代が変化しこれから子どもたちに求められる力は変わっているので、保護者の価値観も変わっているのではないか」という仮説からスタートした。そのため、調査項目については、より保護者の価値観が浮き彫りになるよう具体的・かつ「どちらの思考に近いか」という聞き方で質問項目を設定した。

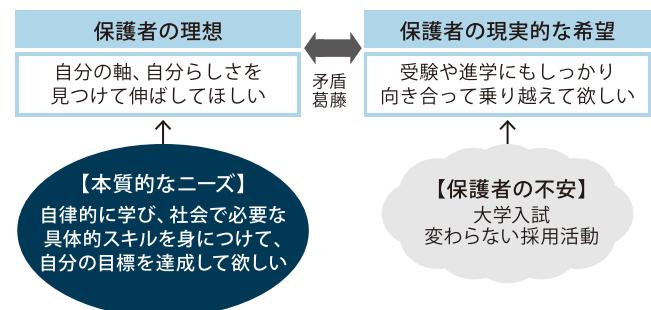
アンケートの結果より見えてきたのは、「Topic4」でも書いた通り、「保護者も子どもの幸せのためにどのような教育が必要か迷っている」ということだ。

残念ながら、アンケート上では保護者は日本の教育を悲観的な目で見ている。それは今の日本の教育が「社会の変化に対応していない」と感じていることが、少なからず影響しているだろう。これから社会で求められる力を考えたときに、「学力」だけでなく「個性」といった“その子らしさ”を求めており、だからこそ今までの教育ではなく「これまでにない新たな教育メソッド」に興味を持つ保護者が存在している。

その一方で、「就職のための採用」の形式が変わらなければ「どこの大学を卒業したか」が結局のところ重要になり、より有名な大学に入るためには「より高い偏差値の私立中学」に行くことが重要であると考えているのだ。そういったことからも、学力をつけるために「これまで自分が受けたような教育」がよいと思う保護者もいれば、「探究的な学び」に期待する保護者も一定数いるのだろう。

保護者の本質的な願いは「どのような時代になったとしても子どもたちが自分で自分の道を見つけ、自分らしく生きる力を身につけてほしい」というところに尽きるだろう。そのためには「自分軸」や「自分らしさ」を6年間の教育の中で身につけてほしいと思いつつも、「就職」や「大学」を考えると「一定の学力もきちんと身につけて大学受験を乗り切ってほしい」という現実的な願いも持っているのだ（図1）。この理想と現実の矛盾に対して、保護者自身も葛藤しながら保護者なりの「答え」を探しているのだろう。

〈図1〉 意識調査から見える保護者の価値観



※コアネット作成

また、一定の学力を身につけるという点においても、「これまで自分が受けたような教育」に信頼を置いている保護者もいれば、「自分が受けたかった、自ら考えるような探究的な教育」に期待をしている保護者もあり、この点でも迷いが生じているということが言える。

## 4. これから求められる自校の「存在意義」

本章では、保護者の意識調査の結果から、今後私学がどのようなことを検討すべきかを論じていきたい。

第3章でも記したように、保護者は「自分たちの教育の答え」を探し求めている。また、何を力点に教育を行うかだけでなく、「どのような教育の在り方が良いのか」ということについても迷っている。これらのことから考えると、「学校として何をするのか」をまず考えるのではなく、「学校として生徒の成長にどう関わるか」という答えを保護者に伝えていくことではないだろうか。

この答えを出すために必要なのが「学校の存在意義=スクールパーサス」であり、それを学内で共有することが大切なのではないか。

### (1) パーサスとは

パーサスとは「社会的存在意義」のことを指す。つまり「何のために存在するのか」を考えることである。近年この言葉は、ビジネス業界で注目を浴びている。それは、これからの経済活動の中心を担っていくのが「ミレニアル世代」と呼ばれる人たちになるからである。諸説あるがミレニアル世代とはアメリカでは1981～1996年に生まれた人たちを指し、日本では「ゆとり世代」の特徴に似ているといわれている。このミレニアル世代は前世代よりも情報リテラシーが高く、消費する際には様々な情報源から情報を得て意思決定を行う傾向にある。また就職については、「金銭面」より「ワークライフバランス」に重きを置く傾向にあり、転職活動も活発に行うのが特徴である。このような特徴をもつミレニアル世代は、金銭的なインセンティブ以上に「その組織で何を達成できるか」を重視する傾向にあると言われている。だからこそ就職先としても、また価値を生み出す企業としても、「魅力的」であるためには、「何をしているか」ではなく、「何のために存在するのか」を考え、それを軸にして企業の戦略・コンセプト・社員の行動様式を統一していくことが求められるのだ。

スイスの国際経営開発研究所の教授であるトマス W・マルナイトは、高成長企業に関する調査を行う中でパーサスが重要なドライバーであったと述べている。その中で、パーサスは「活動領域の再定義を助ける」「提供価値の再形成を可能にする」としている。つまり、パーサスを考え明文化することはその企業の価値を高めるだけでなく、イノベーションを起こすきっかけにもつな

がるのだ。

### (2)「パーサス」「ビジョン」「ミッション」の違い

ここで問題になってくるのは「ビジョン」や「ミッション」との違いである。パーサス・プランディングを日本に取り入れたエヌエムオーブル株式会社代表取締役の齊藤氏は、「パーサス」「ビジョン」「ミッション」を下記のように規定している。

#### パーサス

現在形で「今この瞬間」の存在理由について強く訴えられていること。その意味を突き詰めると「なぜそれをやっているのか」という明確かつシンプルな本質に行きつく。判断、行動のよりどころにするための概念。

#### ビジョン

未来形で表現される。企業が「なりたい姿」または「成し遂げたい世界や未来」の宣言となっているもの。

#### ミッション

パーサスとビジョンを実現するために果たすべきこと。

例えば高級ホテルとして有名なハイアット ホテルズ コーポレーションはパーサス・ビジョン・ミッションを下記のように定義している。

パーサス	私たちは思いやりの心で、相手の「最高」を導き出します
ビジョン (組織がなりたい姿)	理解し思いやる世界に
ミッション	ゲストに特異な体験をお届けする

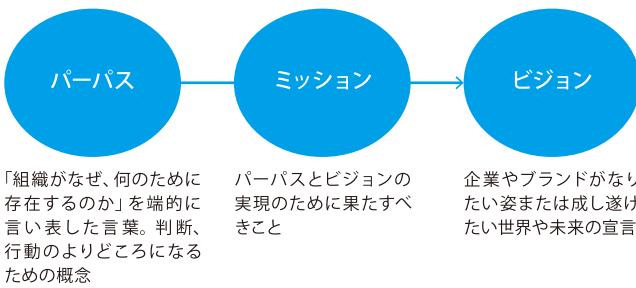
齊藤三希子著『パーサス・プランディング』(宣伝会議、2021年)より抜粋

企業によっては、ビジョンやミッションの中に「社会的意義」を含んで表現しているところもあり、区別するのが難しいこともあるが、パーサスには下記の要素が含まれていることがポイントである。

1. 社会的課題を解決するものか
2. 自社の利益につながっているものか
3. 自社が行うことに対して合理性があり関連性があるか
4. 自社が実現可能なものであるか
5. 従業員のモチベーションを高めるものか

「パーサス」「ビジョン」「ミッション」の位置づけについて、共通した定義が存在しないのが現状だが、前述の齊藤氏は著書『パーサス・プランディング』のなかで次のように位置付けている(図2)。

〈図2〉 「パーカス」「ビジョン」「ミッション」の位置づけ



### (3) 学校における「パーカス」とは

2021年に文部科学省から出された「各高等学校の特色化・魅力化に関する制度改革」の中でも、「スクール・ミッションの再定義」として「学校の社会的役割等の見直し」が答申されている。つまり「社会的意義」を指すパーカスは学校におけるスクールミッションと同じ意味を持つ言葉と言ってよいだろう。パーカスという概念は決して学校にとって遠い存在ではないのだ。

また学校には「教育理念」「教育方針」「教育ビジョン」という学校の目指す方向性を示したもののが存在する。これらの文言がパーカスの代わりになるのかを考えていきたい。

学校がホームページや学校案内に掲載している「教育理念」「教育方針」「教育ビジョン」を見ると「グローバル社会で活躍する人材を育成する」「○○な力を身につける」といった表現をしている学校が多い。「何のために存在するのか」の答えとして、「△△な人材を育成するため」という文言は一見「パーカス」としての役割を果たしているように見える。

しかし、各校の「教育理念」「教育方針」「教育ビジョン」を書き出し並べてみると、似た言葉が多く出現してくる。各校が使っている言葉で多かったのは次の通りである。

社会	心	精神	国際社会
豊か	世界	自主	自立
自ら	貢献	個性	活躍

ここからわかる通り、今多くの学校が出している「教育理念」「教育方針」「教育ビジョン」は、各校が出た「これから社会で必要な力」に対する解であり、「未来に求められる力」を重点的に考えているためか、なぜ自校がそれをやるのかという想いや意味が見えなくなってしまっており、結果として他校と違いがない言葉が並ぶ文言になってしまっているのだ。

### (4) パーカスをどのように作るか

学校が掲げている「教育理念」「教育方針」「教育ビジョン」から考えても、やはり「自校の社会的存在意義」を改めて考えその答えを出す必要があるといえる。

では、「自校の社会的存在意義=スクールパーカス」をどのように作るか。

『パーカス「意義化」する経済とその先』(NewsPicksパブリッシング、2021年)で書かれているステップを、学校で考えるために置き換えると次のようになる。

#### ■スクールパーカス作成のステップ

##### ①自校の探索

自校の設立の経緯や創立者の想い、これまで大事にしてきた価値観、どのような情熱をもって教育活動に取り組んできたかを洗い出す。何かを決断するときに「何を大事にしながら決断をしてきたか」ということも非常に重要な自校の探索のための要素となる。

##### ②社会の探索

「未来洞察」をし、これから起こり得る可能性が高い顕在化した未来と「まだ見えていない」潜在的な未来を考えた上で、自校の独自の「未来像」を考える。

※「未来洞察」とは、生活者視点からのアプローチを通じて未来を洞察し、イノベーションの起点となる新しい機会を抽出する方法。未来予測は「現在の延長線上での未来」を考えるが、未来洞察では、不確実性をはらむ未来を考え自分たちで未来を創りだす方法。「シナリオプランニング」も未来洞察の手法の一つ。未来が予測できない現在では、この「未来洞察」が注目されている。

##### ③キーワードの抽出

自校と独自の「未来像」から、自校がどのような教育を行いたいかを考え、キーワードを抽出する。ここで出てくるキーワードは「自校の価値観」や子どもたちの成長にどのように関わっていきたいかということを中心に検討するとよい。

##### ④スクールパーカスを明文化する

③で出てきたキーワードをもとにスクールパーカスを明文化する。ポイントは学校に関わるステークホルダー（教職員、在校生、在校生保護者、卒業生、これから入学してくる未来の生徒、塾関係者等）が共感できるような文言になっていることである。多くの言葉をつなげるのではなく、シンプルに誰もが覚えられる長さで作ることがポイントである。

### (5) 自校の解を導き出すために

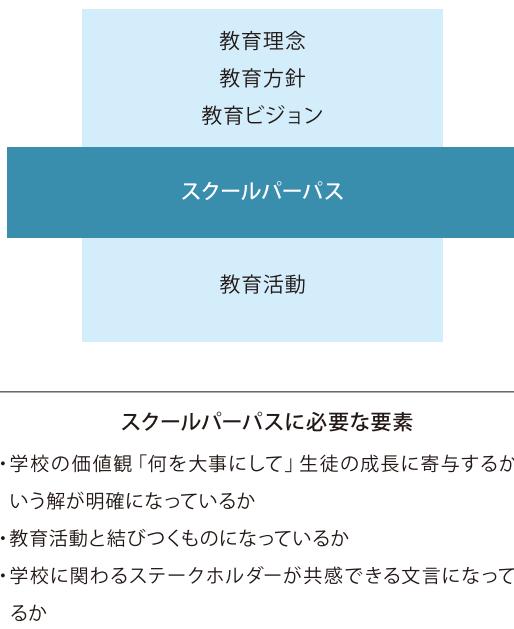
スクールパーカスを考える際に重要になってくるのは、学校として「どのような価値観」で「何を大事にして」その教育活動を行っていくかを考え、それを表す言葉を入れることにあると筆者は考える。例えば、近年パーカスを策定し注目を浴びている日本の総合電機メーカーソニーグループ株式会社は「クリエイティビティとテクノロジーの力で、世界を感動で満たす」というパーカスを創りあげた。「感動」という言葉は自分たちが提供しているものが「どうなっているかどうか」の判断基準になっている。またそれを「クリエイティビティ」と「テクノロジー」で感動を満たすことがソ

ニーグループ株式会社の社会的存在意義なのだ。

前述の中で「教育理念」や「教育ビジョン」などが差別化できていないと述べたが、この要因はそこに向けて各校「どのような価値観」や「どのようにして価値を提供するか」というところを各校が描けていなかったからであると考える。

つまりスクールパーパスの役割は、「ありたい姿」と「具体的な教育活動」を結び付ける、“橋”になるのではないだろうかと筆者は考える（図3）。この「どのような価値観で」「何を大事にして」という学校としての共通見解があることにより、差別化しにくい教育活動が「自校ならでは」の意味付けによって他校と違ったものに見えてくるのである。

〈図3〉 筆者が考えるスクールパーパスの位置づけ



「気づきの教育が叡知の包みをひらく」これは東京都豊島区にある共学校、淑徳巣鴨中学高等学校の学校案内に書かれている文言である。この文言は筆者の考えるスクールパーパスに非常に近い。

淑徳巣鴨中学高等学校では、「感恩奉仕」という校訓や創設者である長谷川良信氏の想いから、不確実な世の中こそ「他者と繋がる」ということを大切にし、教育の柱を「気づき」としている。

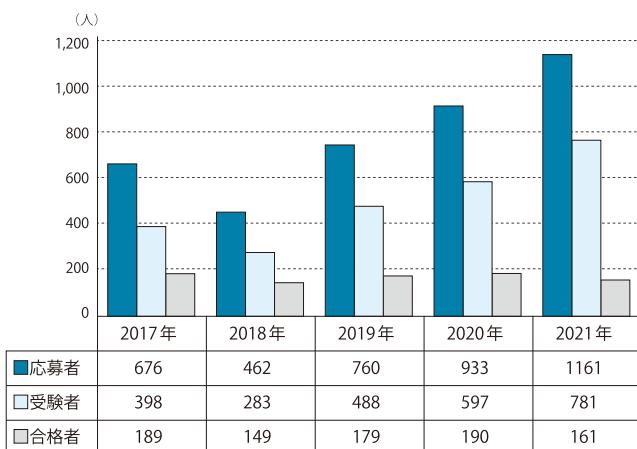
この「気づき」という言葉は、すべての教育活動に通じており、様々な場面で生徒に「気づき」を与える関わりをしている。

学校案内に書かれている取り組みは「理数教育」「探究教育」「グローバル教育」「サポート体制」であり、決して特別なものとはいいがたい。しかし、「気づき」をプラスしてこれらの取り組みが説明されると、他校とは違う“淑徳巣鴨中学高等学校”ならではの取り組みに聞こえてくるのだ。先生方もこの「気づき」とい

う言葉を大事にしており、常にこの「気づき」を大事にしながら生徒に関わっている。これらの強いメッセージは保護者にも届き、ここ数年応募者・受験者数を伸ばしているのだ（グラフ15）。

上記の学校事例からもわかるように、決して新しい取り組みを考えることが、保護者の不安に応えることではないと考える。「何をするか」ではなく、「なぜ自校が存在するのか」という存在意義から考え、そのうえで「どのように生徒の成長に学校としてかかわっていくのか」という価値観やスタンスを持つことが、子どもの幸せについて強く考える保護者に響いていくのではないかと筆者は考える。

〈グラフ15〉 淑徳巣鴨中学校 入試結果5年間の推移



弊社入試データベースより筆者作成

## 5. 自校の解をどのように伝えるか

第4章では自校の教育の答えを導き出し方を論じたが、ここではどのように伝えるかについて考えていただきたい。

前述した通り、これから時代は「ミレニアル世代」という世代が学校のターゲット層になってくる。このミレニアル世代で構成される「ミレニアル家族」は一体どのような家族意識を持っているのかという点からお話ししたい。

広告代理店の博報堂の調査では、下記のような特性があるとしている。その特徴をいくつか挙げていきたい。

### ①かたよらない

ミレニアル家族は「共働き」が基本となる。総務省が出している「平成30年 労働力調査」では、配偶者がいる30～39歳の女性の就業率は約69%と10年前の56.5%から大幅に増えている。このように共働きが基本となる家族では、両親の教育の関わりはよりフラットになってくる。近年、学校説明会に父親の姿が多くなってきたように感じる。こういった現状からも、「子育て

や教育は母親の役割」から、男女関係なく子育てや教育に関わるというのがスタンダードな考え方になっているのだ。

今回実施した意識調査の回答者の割合が男女半々になっているのも、こういった家族観の変化が関わっているのかもしれない。

## ②デジタルを活用して「効率的」に行動する

PCやスマートフォンを難なく使いこなせるのが、このミレニアル世代である。だからこそ情報収集には非常にたけており、効率的に自身に必要な情報をを集めているのだ。特にミレニアル世代は「Google」や「Yahoo!」といった検索エンジンではなく、「SNS」を使い実際の口コミを見て自身の購買の決断等をしていると言われている。特に共働き世帯は買い物の時間を多く確保することは難しい。だからこそ、効率的に情報を得て判断をすることが求められるのだ。

## ③「家族」を大事にする

博報堂の調査では、ミレニアル世代の幸福感について、既婚で子どもがいる回答者が未婚の回答者よりも「幸せを感じている」という回答が多くいたとしている。「経済的余裕・時間的ゆとりがない」という意識を持っているミレニアル世代が多いが、それでも「家族」がいることでより幸せを感じていることからも、「自分」ではなく家族を大事にしているという家族観が見えてくる。

これらの家族観を踏まえた上で、「自校の教育の答え」をどのように伝え方れば効果的であるのか。1つの事例として次のような伝え方はどうだろうか。

### ■効果的な伝え方

#### ①家族で「共感」できるストーリーを作り上げる

コロナ禍において家族全員が来校して説明会に参加し、学校を見学することは難しい状況になった。家族の誰が説明会に来たとしても、帰宅後に家族で「共感」できるストーリーを作り、印象付ける必要がある。だからこそ「スクールパーパス」を使い、この言葉を中心に広報活動を行うことで、ステークホルダーの共感性を高めることができる。また、このスクールパーパスを具体的にイメージできる取り組みについて、説明会で話せるようにしておくと、より共感を得ることができる。その時は子どもだけではなく「家族」の幸せが見えるようなストーリーや体験を提供することがポイントとなる。

#### ②SNSを有効に活用する

ホームページを有効に活用することも大事だが、SNSをどう活用するかということともポイントになる。特に30代はFacebookよりもInstagramやLINEを使用している(表1)。LINEはコミュニケーション手段として、Instagramは特定の情報を検索する

ために使用しているということは、NTTモバイル研究所の「データで読み解くモバイル利用トレンド 2020-2021」からもわかっている。

一方的に情報を流すのではなく、各ツールの特性を活かして自校の想いを伝えていくことも求められる。例えばLINEはコミュニケーションツールとして個々とのやり取りを親密にするために、Instagramは写真を中心に自校の取り組みや生徒の様子、先生たちの想い等を掲載しながら距離を縮めていくことで、自校の魅力やスクールパーパスに基づく自校の「答え」を伝えられるのではないだろうか。

〈表1〉 各年代のSNS利用者数

	LINE	Instagram	Facebook
20代	11,318	7,338	4,412
30代	11,808	5,187	4,630
40代	14,425	5,008	4,981
50代	11,537	3,801	4,433

(千人)

※株式会社ガイアックスのデータより筆者作成

## 6. さいごに

今回は保護者の意識調査の結果から、「『自校の解』=スクールパーパス」をどのように導き出し、どう伝えるかということについて考察してきた。先が読めない時代だからこそ、「何をするか」ではなく「なぜ自校が存在するのか」という存在意義を考え、どのように子どもの成長に寄与するのかという自校の答えを伝えることが、保護者が求めているものであると考える。

「教育理念」「教育方針」「教育ビジョン」など、教育の軸となる概念やその位置づけは学校によってさまざまはあるが、それらの概念を定めた経緯や想いがあるはずである。一からすべてを作り直すということではなく、どのような想いでそれらの言葉を考え、定義したかということを共有するだけでも、「自校の存在意義」の再認識につながるのではないかだろうか。

本稿でお伝えした意識調査の結果や「スクールパーパス」の作り方を参考にしていただき、『自校の解』を導き出していただけたら幸いである。



コアネット教育総合研究所 横浜研究室

(ありま ななこ)

有馬 菜々子

2008年にコアネットに入所。主に生徒募集支援業務に携わる。

2回目の育児休業時に、同世代の子育て世代と関わる活動を通して、教育に対する価値観の変化を実感。復帰後は保護者の教育に対する意識について研究を進めている。