

教員長期社会体験研修 4～6月期 研修報告

研修先：株式会社アドバコム エコチル編集部/札幌
研修者：札幌市立平岡公園小学校 宇賀神 智哉

【株式会社アドバコム】

株式会社アドバコムは、子ども環境情報紙「エコチル」の発行や、広告代理業を行っている会社である。「エコチル」は学校で無料配布され、子どもたちに環境についての情報を伝えている。年々エリアと発行部数（北海道版 30 万部／東京版 31 万部／横浜版 20 万部）を拡大している。

「コミュニケーションビジネスで社会課題解決に貢献できる企業」を企業理念としている。



席は決まっておらず、好きな場所で作業をする。

【エコチル編集作業】

○各種記事の校正

エコチル編集部に所属し、最初の仕事は校正・色校正作業。「校正」とは、誤字・脱字の確認、「色校正」とは、色みを確認・調整する作業。新聞は正確な情報を見やすい状態で伝えなければならないため、校正作業は複数人で何度も行う。

学校でも学校・学年・学級により、時間割、通知表など、家庭に向けて発行しているものがたくさんある。正確な情報を確実に伝えるためには、校正作業の徹底が必要だと改めて感じた。

○レットトライエコライフ

「レットトライエコライフ」の記事は、校長先生に学校でのエコ活動を紹介していただく記事。規定字数内で校長先生の思いが伝わるように、電話やメールで何度もやり取りをし、質を高めるように心掛けた。北海道版、中高生版、横浜版とそれぞれ取材先が異なり、同時進行するため、情報が混同しやすい。PC内でファイル整理をしたり、ccを付けて編集部で情報を共有して確認し合ったりという工夫をしてきた。ccを使って部内の方々にも確認していただくことで、ミスが減らすことができるということを学んだ。

○編集記事「なぞチル！」

編集記事を任せられ、「なぞチル」という謎解き問題を作った。問題を考え、記事の完成イメージをデザイナーに伝え、記事を制作していただいたのだが、その完成度に驚いた。プロに任せることで、仕事の質が高まり、効率も良くなることを学んだ。

小学校では、担任一人が全教科の授業をすべてやらなければならないという意識が強い。専科を増やし、授業をしていただくことで授業の質も上がり、担任の負担も軽減される。また、情報教育、環境教育、キャリア教育など、その分野のプロを積極的に招くことで、子どもたちも深く学べるのではないかと感じた。



【エコチル オンラインスクール】

エコチル編集作業と同時に、教育現場のために何かできないかと考え、Web上に「エコチル オンラインスクール」というページを作った。各学校が休校中に行っている活動（動画や課題）を紹介することで、役立てることができないかと考えた。伏見小や米里小で作成された動画を共有したり、札幌市教育委員会HPで公開された動画を紹介したりした。さらに、オリジナルの課題「エンジョイ 100」、新しい学校様子を啓蒙する「あいてますか」のポスターなどを公開していった。

○休校中の課題「エンジョイ 100」

「エンジョイ 100」というお手伝い系、運動系などのミッションが 100 個書かれたワークシートを作成した。エコチル HP からダウンロードでき、学校の課題としても家庭で行うこともできるようにした。教員仲間に伝えたり、SNS 等で拡散したりしたところ、全国から反響が届いた。FM ノースウェーブでも取り上げていただき、電話で生出演し、告知を行った。自分の発信したことにたくさんの方が興味をもってくれたことは、とても嬉しく、やりがいを感じた。一方で、情報は拡散し始めると止めることができなくなるので、情報の扱いは慎重に行う必要があると感じた。



○新しい学校生活様式を広める「あいてますか」ポスター

新しい学校生活様式を子どもたちに定着させるために、「**あいだをあげよう**」「**てをあらおう**」「**マスクをつけよう**」「**かんきをしよう**」の頭文字をとって、「**あいてますか**」というポスターを作った。教員仲間に勧めるととても好評で、たくさんの学校で掲示していただいた。さらに広めるためにプレスリリースを行ったところ、北海道新聞社、テレビ北海道などから取材を受けた。札幌市役所、札幌市教育委員会から後援をいただき、札幌市内の小学校と児童会館へ無料配布も行うこととなり、さらにエコチル7月号にも見開き2ページで掲載して家庭でポスターとして使えるようにした。

学校では普段、何かアイデアを出しても採用されるのは校内までで、このように広がることはあまりない。札幌市内には面白いアイデアを実践している先生がたくさんいるので、そのアイデアを自校のみに留めずに、たくさんの学校で共有できるような仕組みがあるとよいのではないかと感じた。



6月10日(水)北海道新聞に掲載されました。

【営業への同行】

「あいてますか」をポスターにして約 1000 枚印刷、配布するとなると経費がかかる。そのため、ポスターの協賛集めを行うことになり、プロモーション支援部の方と一緒に営業に行くことになった。プロモーション支援部の方は、常日頃から顧客と連絡を取り合い、事務所に顔を出すということを繰り返しているため、信頼関係が出来上がっていた。顧客とはにこやかに会話し、協賛をいただくこともできた。営業で一番意識していることは「しゃべっていて、楽しいと思ってもらうこと」だそうだ。契約の話ばかりでなく、相手が興味を持ちそうな話題でその場を盛り上げ、気兼ねなく話せるような関係になる。そうすることで信頼関係が築き上げられ、契約につながる。困っていたら助けようとしてくれるようになるそうだ。

学校現場でいうと、保護者との関係に近いように感じた。保護者と話すときには、学校での子どもの様子を伝えるだけでなく、世間で流行していること、子どもの趣味（可能なら保護者の趣味も）など、楽しく会話できる関係になることで、保護者も安心し、良好な関係を築くことができるのではないかと感じた。

<3 か月間のまとめ>

コロナウィルスの影響で、様々なイベントが中止となったり、記事を減らすことになってしまったり、通常通りとはいかない状況の中での勤務となった。新しいアイデアを出し合い、この状況を乗り越えなければならないという厳しい現実を目の当たりにした。民間企業は「収益を確保しなければ、社員の生活が保証できない」という面で公務員とは異なる危機感があった。現状維持ではなく、常に進化していこう、チャレンジしていこうという強い意志を感じた。学校では、「去年までやっていたから…」と不必要なことを残したり、「一度始めたら来年以降もやらなければならないから…」と変化を恐れたりする傾向がある。不必要なことは廃止し、必要なことは積極的に取り入れ、時代に応じて変化していく必要があると感じた。