

ネットワークの拡張による学校存続戦略

所属コース リーダーシップ開発コース
氏 名 中島健二
指導教員 露口健司 池田哲也

【概要】

本研究では、近年の急速な少子化や中山間部の過疎化に伴い、生徒数の減少が続いている県立高校 A 分校（以下、A 分校とする）の学校存続を目指すことを目的とする。現状としては、令和 2 年度に B 高校（以下、B 本校とする）の分校として新たなスタートを切ったものの、2 年連続して入学生が募集定員（60 名）を大幅に下回り、来年度（令和 4 年度）の入学生が 30 名以下となった場合は、県立学校再編計画に従い、令和 5 年度以降募集停止となる。そのような危機的状況において、A 分校の存続が地域住民の願いであることを考慮し、生徒募集につながる魅力ある学校づくりを推進するとともに、既存のネットワークの更なる充実を図る。また、積極的な広報活動や他地域への中学校訪問等を通して、新規のネットワークの開拓を図り、来年度以降の入学生増加につなげる。さらに、将来的には、高校普通科の再編事業を踏まえて、地域探究学科への移行や学校運営協議会の設置によるコミュニティスクールの導入など、地域とともにある学校づくりに励み、地域の活性化を図りながら、中・長期的な学校存続につなげていきたい。

キーワード ネットワーク 高校魅力化 県立学校再編

1 はじめに

(1) 研究の背景

A 分校は、全日制・普通科、全校生徒 59 名（令和 3 年 4 月 1 日現在）の小規模校で、県のほぼ中央の中山間部に位置し、豊かな自然に囲まれた地域に根差した学校である。なお、同町内には全日制・普通科の B 高校（本校）がある。近年、町内の急速な少子化により、令和 2 年度から B 高校の分校として新たな一步を踏み出したところである。図 1 は、A 分校の地域別入学生徒数（過去 10 年間）をグラフで示したものである。平成 29 年度から令和元年度まで、3 年連続入学生徒数が 41 名を下回ったことにより、県立学校再編計画の対象となり、令和 2 年度より分校化が決定した。令和 2 年度の入学生徒数は 16 名と、これまでで最も少ない入学者数であった。なお、この年から全国募集を開始し、県外からの生徒が 2 名入学している。続く令和 3 年度の入学生は 26 名と、4 年ぶりに前年度を上回る結果となった。特に県外からの入学者が 7 名に増加したことが要因の一つである。しかしながら、地元中学校からの入学者が 1 名（卒業生 6 名中）と、極端に少なかったこともあり、分校存続の基準である 31 名以上の確保には至らなかった。このまま来年度（令和 4 年度）の入学生が 30 名以下であれば、3 年連続して分校としての基準を下回ることになり、令和 5 年度からの生徒募集停止が決定する。

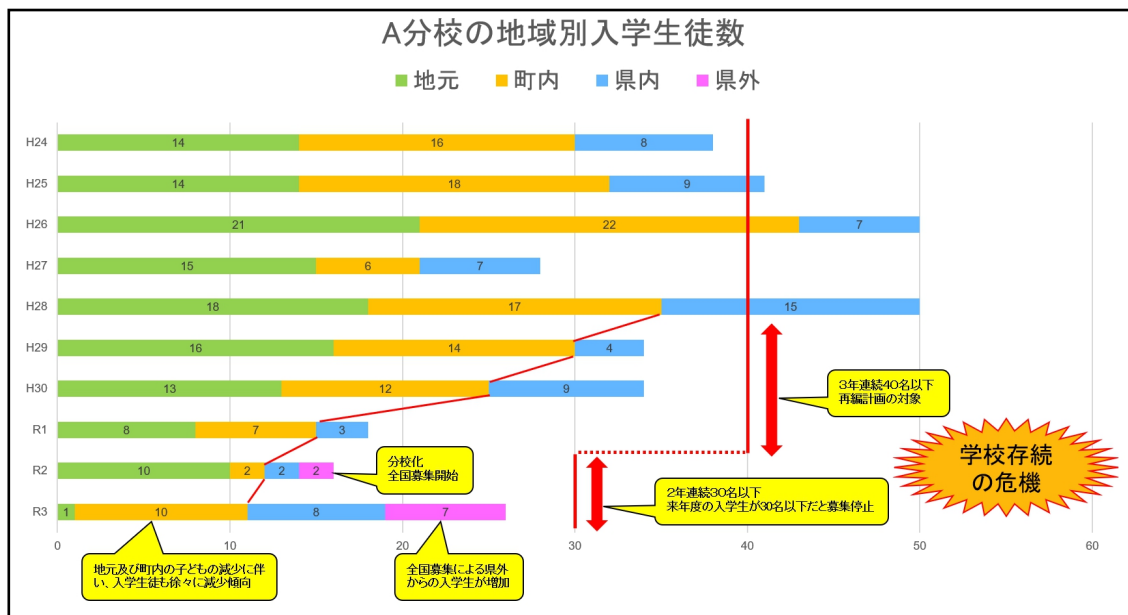


図1 A分校の地域別入学生徒数（過去10年間）

(2) 研究の目的

本研究の目的は、A分校の存続である。地域から高校がなくなることが、地域の衰退につながることを地域住民は大いに心配しており、学校存続のために、学校・地域・行政（町役場）が協力し、生徒確保のために、できる限りの対策を講じることが急務であるとの共通認識を持っている。今後更なる少子化の進行が予想される中、学校の魅力を町内だけでなく、県内外に広めることが生徒募集につながるものと考え。なお、A分校の学校魅力化の素地はすでにできつつある。平成29年度に「魅力化推進室」を新設し、地域社会を担う人材を育成するために、教職員と生徒、地域、行政等が対話・連携を図りながら、学校の魅力向上につながる様々な教育活動を企画・実践しているところである。A分校の教育活動は、県立学校の取組として一定の評価を得ているものの、残念ながら入学生の大幅な増加にはつながっていない。そのため、地元及び町内の既存のネットワークを拡張するとともに、県内及び県外に対して新規ネットワークを開拓し、生徒募集につなげたいと考え、本研究を行うこととした。

(3) 研究課題

入学生の増加を見据えた学校存続戦略として、以下①～③の研究課題を設定した。

①町内戦略（1次ネットワーク）

町内の小・中学生を巻き込んだ「地域連携活動」を企画・実践し、地域とのネットワークをさらに強化することによって、地元中学校からの入学占有率を高めることができるか。

②県内戦略（2次ネットワーク）

県内広範囲の地域へ生徒募集のための中学校訪問を行うことにより、新たなネットワークを開拓し、県内からの入学生増加につなげることができるか。

③県外戦略（3次ネットワーク）

全国募集において、「地域みらい留学」による学校PRや「学校&地域見学バスツアー」の企画・実践を通して、県外からの入学生増加につなげることができるか。

上記の戦略を立てて実践することにより、来年度入学生の増員（31名以上）につなげる
ことができるかを検証する。

2 調査と分析

(1) 調査方法、及び対象と項目

本研究を実践するにあたり、A分校の現状と魅力を把握するため、全校生徒59名を対象とし、GoogleフォームによるWEB調査を実施した（2021年6月実施）。調査項目は、進学理由、進学を勧めた人、学校の魅力、学校満足度、生活満足度について、選択形式（一部記述）で行った。なお、今後の生徒募集に役立てるため、出身地域別（町内・県内・県外）に分析できるようにした。また、WEB調査実施後に、学校生活が最も長い3年生の生徒を中心に、回答内容に関する聞き取り調査を行った。さらに、本年度初の試みである、B本校との部活動合同チームに関する実態について、体育主任からの聞き取り調査を行った。これらの調査を通して、魅力化推進室長と相談しながら、生徒募集につながるA分校の魅力やアピール・ポイントを探り、今後の方策を考えるきっかけとし、具体的な実践につなげていくこととした。

(2) 調査結果と分析

生徒対象のWEB調査及び聞き取り調査の結果と分析は、以下のとおりである。

進学理由のトップ3は、1位：少人数の学校、2位：自分の学力と合っている、3位：自然豊かな場所にある、という結果であった。第1位の「少人数の学校」については、約7割の生徒が進学理由として挙げている。人数が少ない分、友人、先輩後輩、教員と生徒の距離が近く、アットホームな雰囲気です学校生活を送ることができる点が評価されているようである。また、学校行事や地域と連携したイベントも、生徒一人一人が主役となり、全員が活躍できる場があることも少人数ならではの魅力となっている。第3位の「自然豊かな場所にある」については、特に県外の生徒にとって、四季折々の大自然の中で、学習できる環境や体験学習などに魅力を感じているようである。

進学を勧めた人のトップ3は、1位：自分の意志、2位：家族のすすめ、3位：中学校の先生のすすめ、という結果であった。第2位の「家族のすすめ」により進学を決めた生徒は、県外生徒に多く、保護者同伴のもと、個別の学校見学に来校し、保護者の意見が反映されたものと考えられる。第3位の「中学校の先生のすすめ」は、それほど数は多くはないが、県内からの生徒が比較的多かった。地元を離れて寮生活を送るうえで、過去に入学した生徒がいる中学校の先生がA分校の情報を提供したケースが多かった。

学校の魅力に関しては、図2のワードマップで示した。進学理由でも上位であった「少人数」や「自然」に関する魅力が高い傾向にあることが分かった。また、「先生」や「先輩後輩」との「距離」の近さや「優しさ」を魅力に感じている生徒が多く、

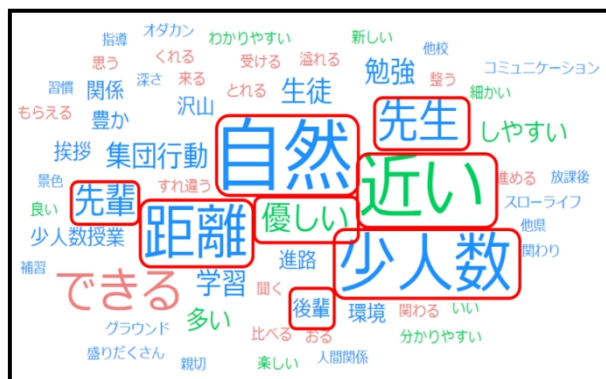


図2 学校の魅力に関するワードクラウド

このことも中学生に対する大きなアピール・ポイントと考える。

A分校の学校満足度に関しては、「あなたはA分校に来てよかったと思いますか」という質問に対し、「とてもよかった」「よかった」を合わせた割合（肯定率）が85.5%と、非常に高い回答が得られた。また、生活満足度に関しては、「あなたは最近の生活にどのくらい満足していますか」という質問に対し、0-10の11段階中、平均7.5という数値であった。OECD調査（2017）では、日本の生徒（15歳児）の生活満足度の平均値が6.8であることを考慮すれば、こちらも高い満足度であることが確認された。A分校の生徒たちの学校満足度と生活満足度の高さは、いったい何から来るのか、3年生の生徒を中心に聞き取り調査を行ったところ、信頼できる友人関係、先生方の手厚く熱心な指導、特色ある授業、全員が活躍できる部活動、自律した寮生活など、その理由は様々であったが、A分校のこれまでの教育活動が、生徒たちにとって充実した生活につながっていることが分かった。

次に、本年度より開始されたB本校との部活動合同チームに関する実態について、体育主任からの聞き取り調査を行った。本分校合同チームを編成することで、以下のようなメリットとデメリットが指摘できる。

〈メリット〉

- 人数不足の運動部が、同チームを編成することにより大会に参加できる。
- 本校と分校のどちらかにしかない運動部にも所属できる。
- 本分校の運動場や体育館などの施設を有効に活用できる。
- 指導者は本校または分校のどちらかに専門の顧問（実質的な指導者）がいればよい。

〈デメリット〉

- 本校または分校単独で大会に出場できる人数がいたとしても、必ず合同チームを編成しなければならず、出場選手枠から漏れる部員が出てくる。
- 合同練習の際、バス移動に時間がかかるため、練習時間が短くなる。
- バス代の予算に制限があるため、合同練習の回数が限られる。
- バスでの移動の際、毎回引率教員が同乗する必要がある。
- 本校と分校の指導方針や部員の意識の違いが大きい場合、指導が困難な面がある。

本分校ともに生徒数の減少に伴い、運動部活動の部員不足が顕在化している今、合同チームによる大会出場資格の獲得は大きい。また、部活動の選択の幅も増え、生徒たちにとっては、デメリットよりもメリットの方が大きく、来年度以降も継続して実施するのがよいと考える。

3 研究実践と考察

(1) 総合戦略

ア) 学校案内パンフレットの内容充実

A分校ならではの魅力をPRし、他の高校との違いを明確にするための工夫を行った。具体的には、生徒アンケートや教員への聞き取り調査から判明したA分校の魅力について、魅力化推進室で検討した15項目を立てることで、アピール・ポイントとした。以下は、「学校案内パンフレット」でA分校の魅力として挙げた15項目である。

- ①少人数の学校生活 ②自然豊かなキャンパス ③全員が活躍できる部活動 ④特色ある授業 ⑤新しくなった制服 ⑥きれいな体育館と広い野球場 ⑦盛り上がる学校行事 ⑧幅広い進路に対応したコース ⑨将来役立つ資格の取得 ⑩進路実現率 100% ⑪A 分校ならではの充実した体験 ⑫地域とのかかわり ⑬意外といい!?アクセス ⑭自律した生活ができる寮 ⑮日本全国から集まる生徒

イ) 学校ホームページのリニューアル

本年度夏季休業中（7，8月）に、学校ホームページを大幅リニューアルした。改善点は以下の3点である。

- ①A 分校のホームページをはじめて閲覧する方に向けて、「はじめての方向けの A 分校」専用ページ（「A 分校って？」）を作成し、A 分校の特徴についての概要を掲載した。
- ②文字情報よりも、写真掲載を増やすことで、学校の魅力や生徒の活動の様子を視覚的に把握できるようにした。
- ③YouTube とリンクさせ、動画をアップロードできるようにした。

以上の改善の結果、リニューアル前後で1日の閲覧者数の変化が見られた。リニューアル前（8月まで）は閲覧者数 1,000～2,000 で推移していたが、リニューアル直後（9月,10月）は 2,000～3,000 と、大幅な増加が見られた。

ウ) A 分校 PR グッズの作成

学校説明会や学校訪問時に、学校案内パンフレットの他に、中学生向けの手づくりチラシ（高校生からのメッセージあり），うちわ（夏限定），クリアファイル等を作成して配布した。PR グッズには、学校ホームページにつながる URL や QR コードを明示しており、本人だけでなく、同級生等周囲の人にも A 分校に興味を持ってもらえるよう工夫した。

エ) メディアを活用した広報活動

A 分校の特色ある授業（起業家教育プログラム，地域連携活動等）の取組について，新聞社や広報機関に情報を提供し，記事にしてもらうことで，学校の PR を行った。本年度は，下記の新聞や広報誌に記事が掲載された。

- 「スカパー衛星劇場シアター」（2021年春号・夏号） 学校紹介
- 「毎日新聞」（2021年5月29日付） 生徒数アップへユニーク授業
- 「広報うちこ」（2021年9月号） 高校生が灯した温かな光
- 「読売新聞」（2022年1月11日付） 伝統の灯籠祭り「復活」

また，10月にFM愛媛主催の「カモ☆れでい★Night!」学校CMコンテストに応募し，最優秀賞を受賞した。これにより，1月にFM愛媛の番組内で学校紹介のCMが放送されることになった。愛媛の中学生リスナーに，A 分校の存在を広く知ってもらうよい機会となった。

オ) オープンスクールと中学生体験入学

毎年8月に実施していた「中学生体験入学」を、本年度も8月20日に実施を予定していたが，新型コロナウイルス感染症の拡大により，10月に延期となった。しかし，県内外の遠方から参加予定であった中学生に対しては，長期休業中の方が移動しやすいこともあり，体験入学とは別に，初のオープンスクールを開催することとなった。参加者は多くはなかったが，できる限り密状態を避け，少人数のグループに分けて，学校見学，寮見学，個別説明及び質問をローテーションで行うことにした。また，高校生との座談会をオンラインで実施することにより，現役高校生の生の声を聴いてもらうことができた。

中学生体験入学は、コロナが比較的落ち着いた10月16日に実施した。原則管内の中学3年生と保護者を対象に実施した。当日は貸切バスを運行し、事前申込により参加者は無料（学校負担）で利用できるようにした。内容は、全体説明、質疑応答、起業家教育プログラム体験、授業体験（各教科）、校内見学、部活動見学、先輩と語る会、寮見学（希望者のみ）と、ほぼ例年通り実施した。本年度初の試みとしては、全体説明の中に、生徒会による学校行事紹介を入れたことである。学校行事を柱として高校生活1年間の流れを確認することができたと好評であった。

体験入学の最後に、参加者（中学生・保護者）を対象としたアンケート調査を実施した。特筆すべき項目は、「A分校に期待することは何か」という質問である。中学生・保護者ともに最も多かったのは、「友人や先輩、後輩との交流」を期待しているとの回答であった。小規模校であるA分校にとっては、生徒一人一人の関係性は深くなる傾向にある。全学年合同の学校行事や起業家教育プログラム（総合的な探究の時間）の機会も多く、先輩後輩との協働活動も頻繁に行われている。中学生からは「部活動の充実」を期待する回答も多かった。少人数であることによる利点として、施設・設備を全員が利用できること、ほぼ全員が1年生から試合に出場できることなどが挙げられる。一方、団体種目において、チーム人数が揃わないことによる少人数の欠点は、先述のB本校との合同チームを実現することにより、試合への参加ができるようになった。保護者からは「進路指導の充実」に期待するとの回答が多かった。地元には学習塾がないが、その分、放課後の時間帯を活用して、生徒たちは教室で自主学習に励むことができる。事前に先生方に依頼しておけば、個別学習指導を実施することも可能である。特に受験を控えた3年生にとっては、先生方による個別指導を積極的に受けることで、学習効果を高めることが期待できる。

図3は、近年の「A分校の入学者数と中学生体験入学参加者の推移」である。なお、体験入学参加人数（折れ線グラフ）は、前年度の結果を示しており、該当年度の入学者数と比較しやすいようにしている。本年度の中学生体験入学参加者数は、オープンスクール（県外・県内対象/22名）を追加実施したことにより、合計人数が48名と、大幅な増加が見られた。来年度の入学者数の増加が期待される結果となった。

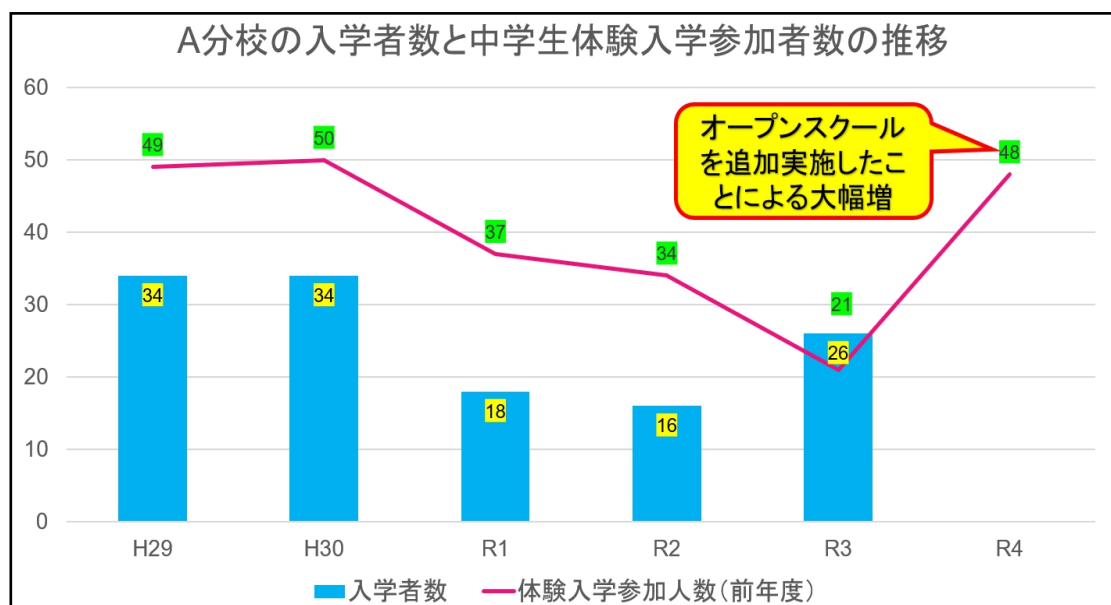


図3 A分校の入学者数と中学生体験入学参加者の推移

(2) 町内戦略（1次ネットワーク）

ア) 地元の小中学生を巻き込んだ地域連携活動の実践

「総合的な探究の時間」では、A分校独自の「起業家教育プログラム」を実践している。本プログラムは、地元地域をフィールドとし、外部講師・地域人講師を積極的に活用しながら、地域の魅力や課題の発見、地域の豊かな森林資源に関する学習、地域デザイン等に取り組む。起業家精神や起業家的資質・能力を備えた「地域創生に貢献できる人材」「グローバルな視点を持った人材」の育成を目指した教育活動である。本年度6月17日に高校1年生を対象として実施した「STUDY KISSA」では、地元で活躍する地域人をファシリテーター（協働促進者）としてA分校に招き、地域活性化アイデア会議を行った。その際、地元中学校3年生もオンライン（Zoom）による授業参加とし、地域の魅力発見の話し合いを通して、A分校の教育活動の一端を体験してもらった。以下は、授業後の高校生の感想である。

【高校生の感想】

- 地域の大人を講師に迎え、地元中学生とA分校生の交流ができたことはとてもよかったです。発表・質疑応答・ディスカッションの活動を通して、コミュニケーション能力を高めることができました。また、中学生にA分校の魅力化の取組を知ってもらうことにもつながりました。
- 外国の方たちの話が聞けたことは、新鮮で新たな発見がありました。自転車での旅の話聞いて、いつか僕も自転車で世界を巡ってみたいと思いました。
- それぞれ違う立場や視点から見た地元の魅力についての話聞き、今まで意識してこなかった地元の良さを改めて自覚することができました。
- 自分は地元出身なので、かえって地元の魅力を客観的に判断し伝えることは難しかったです。県外から来た人の意見を聞いて、自然の豊かさや地域住民のつながりの深さなど、住みやすく魅力ある地域なのだと改めて認識することができました。
- 自分は県外から来たので、地元の魅力について中学生の発表から教わるのが多くありました。もっと多くの人に地元の魅力を知ってもらうことができれば、町の活性化につながると思いました。

学校設定科目「プロジェクト学習Ⅱ」（3年生・グローバル類型）は、学校や地域の課題を発見し、テーマ設定から調査・提案・実践に至る課題解決型学習である。過去のテーマでは、「全校生徒による屋上ランチ」や「学校のゆるキャラづくり」など、学校生活の充実を中心とした取組や、「地元食材を使った商品開発」や「道の駅の移動販売」など、大人を中心とした地域住民との地域連携活動が大半あったが、本年度は、地元の小中学生を巻き込んだ取組を積極的に実践し、A分校の魅力を体感してもらうことで、生徒募集にもつなげたいと考えた。その中でも、大変好評であった「ミニ燈籠まつり」の実践を紹介する。「ミニ燈籠まつり」は、もともと地元の夏祭りである「燈籠まつり」が元となっている。新型コロナの影響で昨年と今年の2年連続中止が決まり、このまま地域の祭りが衰退していくことを憂いた生徒2名が中心となって、祭りのクライマックスとなる「燈籠流し」だけでも実施したいとの熱い思いから実現した取組である。燈籠まつり実行委員長をはじめ、地域住民の協力を得ながら、開催に向けて取り組む中、燈籠の絵を地元の小中学生にも描いてもらい、当日流すように計画した。事前に地元の小中学校を訪問し、企画の説明

と絵燈籠の協力依頼を行ったところ、大勢の小中学生からの協力が得られ、当日も地域住民とともに、積極的な参加が見られた。以下は、「ミニ燈籠まつり」に参加した地域住民と、中心となって企画した高校生2名の感想である。

【参加した地域住民の感想】

地域住民の高齢化が進み、今では80代も祭りの担い手。しんどいから祭りをやめたいという声があるのも事実です。そんな中、高校生の頑張りから大きな力をもらいました。高校生の思いが多くの人を気持ち動かしたのを見て、前向きな気持ちになりました。大人たちも頑張れば、現状を変えられるかもしれません。みんなで力を出し合い、来年の燈籠祭りにつなげたいです。（男性）

息子の描いた絵燈籠を一緒に流しました。先祖の魂を弔うという祭りの原点に立ち返ったような気がします。高校生のすてきな企画に温かい気持ちになれました。（女性）

高校生の思いを知り、自分も何かしたいと河川の草刈りや流れた後の燈籠の片付けなどを手伝いました。今年も燈籠祭りの中止が決まり、このまま途絶えてしまうのかと心配していたので、大変感謝しています。（男性）

【企画者の感想】

小さい頃から見えてきた「燈籠まつり」には、踊ったり山車を引いたり、楽しい思い出が詰まっています。地域のみんで盛り上がる一体感が大好きだから、祭りの継続を願って「ミニ燈籠まつり」を企画しました。地域のみなさんから感謝の言葉をいただき、胸がいっぱいになり、涙が出ました。自分たちの力だけでは実現できなかったと思います。みなさんのおかげと感謝しています。（3年生女子）

これからも地元の伝統行事である「燈籠まつり」を続けてほしいという一心で企画しました。例年なら大きな山車を運び、道に燈籠を飾るなど、もっと準備が大変だったはず。毎年実施していたと思うと、すごいと感じました。これからは私たち高校生も力になりたいし、できることを地域住民みんなで協力していけばいいと思います。卒業しても私たちの地域への思いはきっと変わりません。（3年生女子）

(3) 県内戦略（2次ネットワーク）

地元及び町内の中学生が減少傾向にあるため、A分校の中長期的な存続のためには、他の地域からの入学生を増やす必要がある。そこで、県内の中学生を対象とした生徒募集のための中学校訪問を行うことにより、新たなネットワークを開拓し、入学生増加につなげることにした。本年度は、教頭及び魅力化推進室の教職員（2名）、それに私を含めた4名でチームをつくり、9月から11月にかけて、できるだけ多くの中学校訪問を行うことにした。人口減少が著しい南予地域をはずし、一定数の入学者が見込める松山市内とその周辺地域、及び東予地域の中学校をメインに訪問し、管理職や進路指導担当教員等と対面による学校説明を行うことにした。ターゲットとする生徒は、少人数での学校生活を希望する生徒、地元から離れた生活を希望する生徒、自然豊かな場所で心穏やかに学校生活を送りたい生徒、不登校傾向の生徒、学力に不安がある生徒等である。訪問時には、学校案内パンフレットや中学生向けの手づくりチラシ、学校PRクリアファイル等を持参し、3年生の生徒への配布を依頼することにした。

中学校訪問の計画・準備を進めていた8月下旬以降、愛媛県内のコロナウイルス感染が

急速に拡大し、実際に訪問できたのは、10校であった。オープンスクール等に参加した生徒の在籍中学校を優先して訪問した結果、新規ネットワークの開拓にはほど遠い実践となってしまう。来年度以降、コロナの終息を願いつつ、継続して実践していきたい。

中学校訪問時の質問から、中学校側の関心事項について、分かったことがある。最も多かった質問は、不登校傾向にある（欠席日数が多い）生徒の受け入れに関する内容であった。地元を離れ、心機一転して高校生活を始めたいという県内の中学生にとって、A分校は選択肢の一つとして認知されている。実際に毎年のように不登校傾向の生徒が入学しており、受け入れ体制は整っているが、寮生活を含めて大きな環境の変化に対し、学校や教職員の支援はあるものの、それ以上に本人の努力と保護者の協力が必要不可欠である旨を伝えた。次に多かった質問は、寮生活に関する内容であった。学校ホームページに寮に関する情報を掲載しているが、十分な情報量とは言えないことが分かった。そこで「寮に関するQ&A」を作成し、学校ホームページに追加掲載を検討してもらえるよう、担当者（舎監長）に依頼した。また、実際に寮見学に来てもらえれば、いつでも対応する旨を伝えた。その他、A分校を受験した場合の合格ライン（入試の点数）についての質問もあったが、点数よりも本人の意欲を重視した上で、総合的に判断する旨を伝えた。

中学校訪問の実践を通し、県内の中学校に幅広く「A分校への進学の実践」を周知してもらうことが効果的であると感じた。その際に、「A分校に進学させることが可能な層」を伝えられると、中学校側には安心してもらえることが分かった。来年度以降、さらに多くの中学校訪問を行い、新規の生徒獲得につなげていきたい。

(4) 県外戦略（3次ネットワーク）

ア) 「地域みらい留学」による学校PR

A分校では平成30年度より全国募集を開始し、令和元年度より地域・教育魅力化プラットフォームが主催する「地域みらい留学制度」に加入している。この事業は、都道府県の枠を越えて、社会課題の先進地である地域の高校に入学し、魅力ある教育活動を通して、充実した3年間を過ごすことを目的としている。毎年3回程度「地域みらい留学フェスタ」が開催され、「地域みらい留学」に関心のある全国の中学生（3年生中心）及びその保護者を対象とした学校説明会が行われる。例年であれば、全国各地の開催地（都市部中心）に担当者が訪問し、対面による学校説明を実施しているが、本年度は新型コロナウイルス感染症の影響により、オンラインでの開催となった。実施月は6月、8月、10月の計3回行われた。オンライン開催により、高校生（県外出身の生徒中心）も参加することができ、生徒の生の声による学校の魅力や充実した生活についてアピールすることができた。また、学校説明後の個別の質疑応答の時間においても、高校生が直接回答することで、学生の立場から魅力ある教育活動の様子を発信することができた。以下は、県外から来たA分校生徒の感想である。

【県外から来た A 分校生徒の感想】

豊かな自然環境や少人数による授業のもと、僕は今、夢に向かって努力しています。僕が A 分校に入学を決めた理由は、この環境の中でなら将来の目標が決まるのではないかと思ったからです。都会の喧騒の中、目標もなくただ過ごすことは僕にとって辛いことでした。A 分校は、僕のように何かしらのきっかけが欲しい人にとって、とても良い場所だと思います。寮での生活では自律の精神が求められ、家事と勉強との両立はなかなか慣れません。しかし、その分充実感に溢れ、とても楽しいです。心に余裕を持って、自分を少しずつ見直す高校生活も良いのではないのでしょうか。（1 年男子）

僕が A 分校に入学を決めた理由は、一人部屋の寮があったからです。寮では基本的には一人で過ごすことができますが、食事や自習等、みんなで過ごす時間も多いため、寮生の同級生と仲良くなれました。寮で過ごしてみて、今までできなかった早起きや自習、料理や洗濯等の家事もできるようになりました。A 分校の人はとても優しく、少人数の学校生活も楽しめています。部活動も少人数なので、先輩や顧問の先生から丁寧に教えてもらえて、初心者でもだんだん上達できて嬉しいです。A 分校がもっと盛り上がるために、県外生にももっと来てほしいと思っています。（2 年男子）

イ) 「学校&地域見学バスツアー」の実践

本年度初の試みとして、愛媛県教育委員会主催の「全国募集推進事業」の一環として、「学校&地域見学バスツアー」を企画・実践した。県外の中学生で、A 分校への進学を考えている、あるいは関心がある生徒・保護者を対象に、3 回実施した。実施日は第 1 回：8 月 8, 9 日、第 2 回：8 月 20, 21 日（オープンスクールを兼ねる）、第 3 回：10 月 30, 31 日である。県の補助費による参加者の経済的負担の減少もあり、3 回合計の参加者数は 14 組（34 名）であった。学校説明の後、校内見学と寮見学を行い、商店街等学校周辺の散策を行った。その際、担当教員に加え、地域おこし協力隊や地域住民有志の協力を得て、地域の魅力や生活する上で知っておいた方がよい情報を伝えていただいた。さらに、町内の名所巡りを行い、自然と伝統を大切にされた地域であることを理解していただいた。参加者からは、実際に学校と地域のことを知った上で進学を検討することができ、このツアーに参加してよかったという声をいただいた。

4 今後の課題

(1) 町内中学生の減少

現在 A 分校の町内には中学校が 4 校あるが、今後、生徒数が年々減少傾向にある。また、同町内には本校の B 高校（普通科・120 名定員）もあるが、近隣市内への交通アクセスが良いこともあり、近年定員割れが続く（本年度の 3 年生 87 名、2 年生 85 名、1 年生 73 名）、町内在住の中学生による同町内高校への進学率が低迷していることが課題となっている。

(2) 入寮者の定員問題

県外からの入学者をはじめとした入寮希望者が増加傾向にあるため、1 人 1 部屋とする場合の定員（29 名）に達しようとしている。制度上は 2 人 1 部屋（相部屋）とすることも可能だが、全国募集する際の魅力として個人に部屋が提供できることを発信しているため、入寮希望者が急増した場合の対策を考える必要がある。

(3) 魅力化推進室の業務の引継ぎ

前年度まで魅力化推進室長として、学校魅力化を牽引してきた教員が異動となり、魅力化推進室の今後の方向性や引継ぎ等が議論となった。また現在、町職員でもある教育魅力化コーディネーター（地域おこし協力隊）が任期3年中の2年目となっている。他の学校にはない独自のノウハウが必要な魅力化推進室の業務を、様々な教職員で運用できるシステムづくりを考えていかなければならない。

5 結語

本研究を通して、様々な実践を行ったことによる令和4年度入学生徒数の検証は、現段階（1月19日現在）では不明である。3月末の合格者発表（正式には4月入学式の入学許可宣言時）まで、待たなければならない。ただし、中高連絡協議会等での情報や、県内外からオープンスクール、学校見学に参加してくださった保護者や中学生本人からの希望を聞く限り、来年度31名以上のA分校進学希望者が期待できそうである。明るい展望を持って結果を待ちたい。来年度の研究としては、令和4年度入学生を対象に調査を実施し、本年度の実践に関する検証を行う。また、県内戦略として実施した中学校訪問が十分にできなかったので、コロナの収束を願いつつ、継続的に実施し、新規ネットワークを開拓することで、生徒募集につなげていきたい。さらに、将来的には、高校普通科の再編事業を踏まえて、地域探究学科への移行や学校運営協議会の設置によるコミュニティースクールの導入など、地域とともにある学校づくりに励み、地域の活性化を図りながら、中・長期的な学校存続につなげたいと考えている。

引用・参考文献

- 尾田洋平(2019).「越境」で広がる学びの可能性 地域・教育魅力化プラットフォーム 地域協働による高校魅力化ガイド 岩波書店.
- 国立教育政策研究所「OECD 生徒の学習到達度調査 PISA2015 年調査国際結果報告書 生徒の well-being (生徒の「健やかさ・幸福度」)」(2017年)
- 露口健司(2016). ソーシャル・キャピタルと教育 ミネルヴァ書房.
- 露口健司(2019). ソーシャル・キャピタルで解く教育問題 ジダイ社.
- ナン・リン(2008). 筒井淳也・石田光規・桜井政成・三輪哲・土岐智賀子(訳) ソーシャル・キャピタル 社会構造と行為の理論 ミネルヴァ書房.
- ニコラス・A・クリスタキス・, ジェイムズ・H・ファウラー(2010). 鬼澤忍(訳) つながり 社会的ネットワークの驚くべき力 講談社.
- 安田雪(1997). ネットワーク分析 何が行為を決定するか 新曜社.