

令和6年度
「未来の教室」実証事業

最終報告書



【事業名】

教育の地産地'生'を実現する！
グローバル次世代リーダー
育成プログラム

【事業者名】

瀬戸内サニー株式会社

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実証内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細



瀬戸内サニー株式会社 / Setouchi Sunny, Inc.

所在地 香川県高松市鍛冶屋町7番地1乃一ビル 4F

設立日 2018年1月11日

資本金 10,500,000円

スタッフ 9名（インターン&業務委託含む）

執行体制： 代表取締役 大崎龍史

社外取締役 真鍋康正

執行役員 小池香苗

事業内容： メディア事業
教育事業

会社概要：

2018年香川県高松市に創業。「瀬戸内から世の中を面白く照らす」を経営理念にメディア事業を展開する教育スタートアップ企業。

代表大崎は2021年Google社による日本を代表する社会的YouTubeクリエイター101人に選出。2024年には文科省任命のアントレプレナーシップ推進大使（起業家教育推進大使）に就任。

同社の戦略性・ブランド力・マーケティング力を生かし、企業や自治体、教育機関へのデジタルマーケティング支援を展開。代表、営業メンバーは教員免許を活かし教育事業を推進している。海外事業として瀬戸内の高校生を海外留学派遣するサニー留学事業を展開中。



- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実証内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

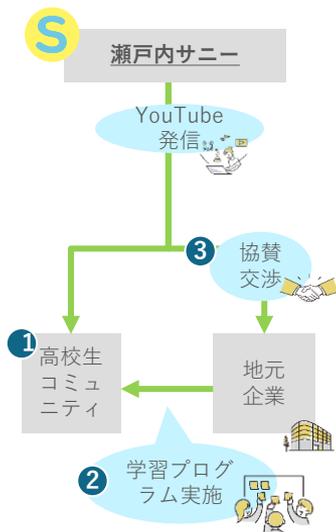
Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

実証テーマ

教育プログラムの開発と地域コミュニティの形成、企業による出資/協賛の「型」の発見

学びのサード・プレイスとして、高校生に**広域的な教育コミュニティ**を提供し、学外での学びや自己実現の場を創出。地域を超えた交流とキャリア探究を通じて、多様な学びの選択肢を提供し、生徒の成長を促進。教育活動資金確保の観点では、**企業との連携により学外の学びの場としてテーマ/学科別プロジェクトを形成し、地方の教育活動に必要な資金を確保し、持続可能な資金調達モデルを構築**。長期では「地方・瀬戸内モデル」として次世代のイノベーター育成学校の設立を目指す。

実証スキーム図・実施内容



① 高校生コミュニティ設計・運営

- ・参加高校生へのインタビュー調査
- ・プレイヤーの可視化と連携する仕組みの検討

② 学習テーマ/学科プログラムの開発方針検討

- ・参加高校生へのインタビュー調査
- ・高校生および地元企業経営者へのヒアリング調査

③ 協賛交渉の整備

- ・企業の出資/協賛パターン設計
- ・企業への資金調達交渉および交渉結果を踏まえた出資/協賛パターンの最終化

実証成果

① 広域地域共同体だからこそその越境性&グローバル志向獲得に成功

- ・「瀬戸内」という広域地域共同体が親近感を持ちつつも越境性を確保し、学校・地域・家庭を超えた新たなサードプレイス成立に起因。
- ・本コミュニティが転機となり、地元岡山の国際学部系の大学への進学者を1名輩出。グローバル志向だけでなく、ローカル志向を育むことに成功。

② 将来のキャリア設計を促進する専門的探究の需要

- ・社会人との交流機会に加えて、場所時間問わずに学べる地域独自の動画教材ニーズが顕在化。両側面の機会が不足していることが判明。
- ・プログラム開発に興味がある学校法人とのマッチング。すでに教育に関心のある企業へのアプローチが重要だという気づきを得た。

③ 地域金融機関や公的機関からの紹介&取り組みの応援者として連携

- ・地域金融機関、および公的機関（中間事業会社）からの紹介がアポ成約確度に寄与。
- ・仲介紹介営業を務めてくれた経済界から教育業界への資金循環を推奨するキーマンとの関係構築がアポ成約確度の向上に好影響。

本実証成果から目指すのは次世代イノベーター教育学校という教育機関ではなく、**産官学金が連携するグローバルリーダー育成のエコシステム形成**であると考察。そのためには「時代にあったグローバル教育の拡充」と「エコシステム形成に必要な中長期的な資金調達方法」が今後必要だと本実証の方向性を位置付ける実証となった。

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実証内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

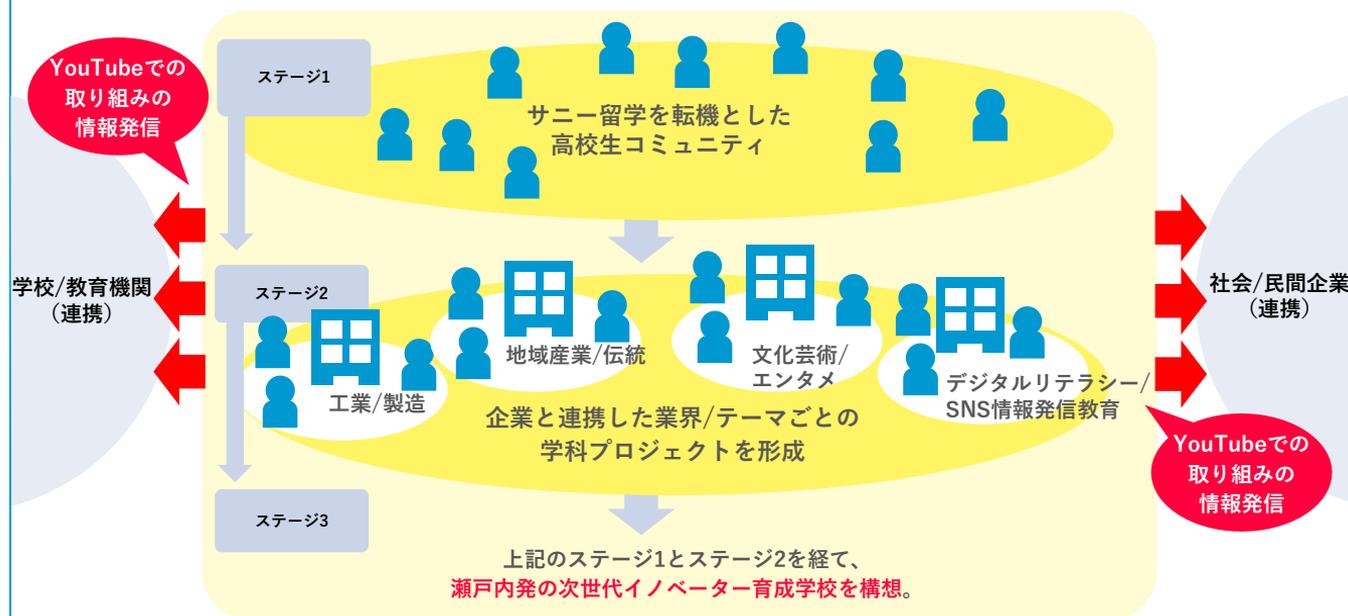
Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

3-① 実証の背景と目指す姿

(学びのサード・プレイス) 高校生に広域的な教育コミュニティを提供し、学外での学びや自己実現の場を創出。地域を超えた交流とキャリア探究を通じて、多様な学びの選択肢を提供し、生徒の成長を促進。

(教育活動資金確保のためのファンドレイジング) 企業との連携によりテーマ/学科別プロジェクトを形成し、地方の教育活動に必要な資金を確保し、持続可能な資金調達モデルを構築。長期では「地方・瀬戸内モデル」として次世代のイノベーター育成学校を設立。

社会実装のあるべき姿



サンデー留学のご紹介

※すでに取り組んでいる内容※

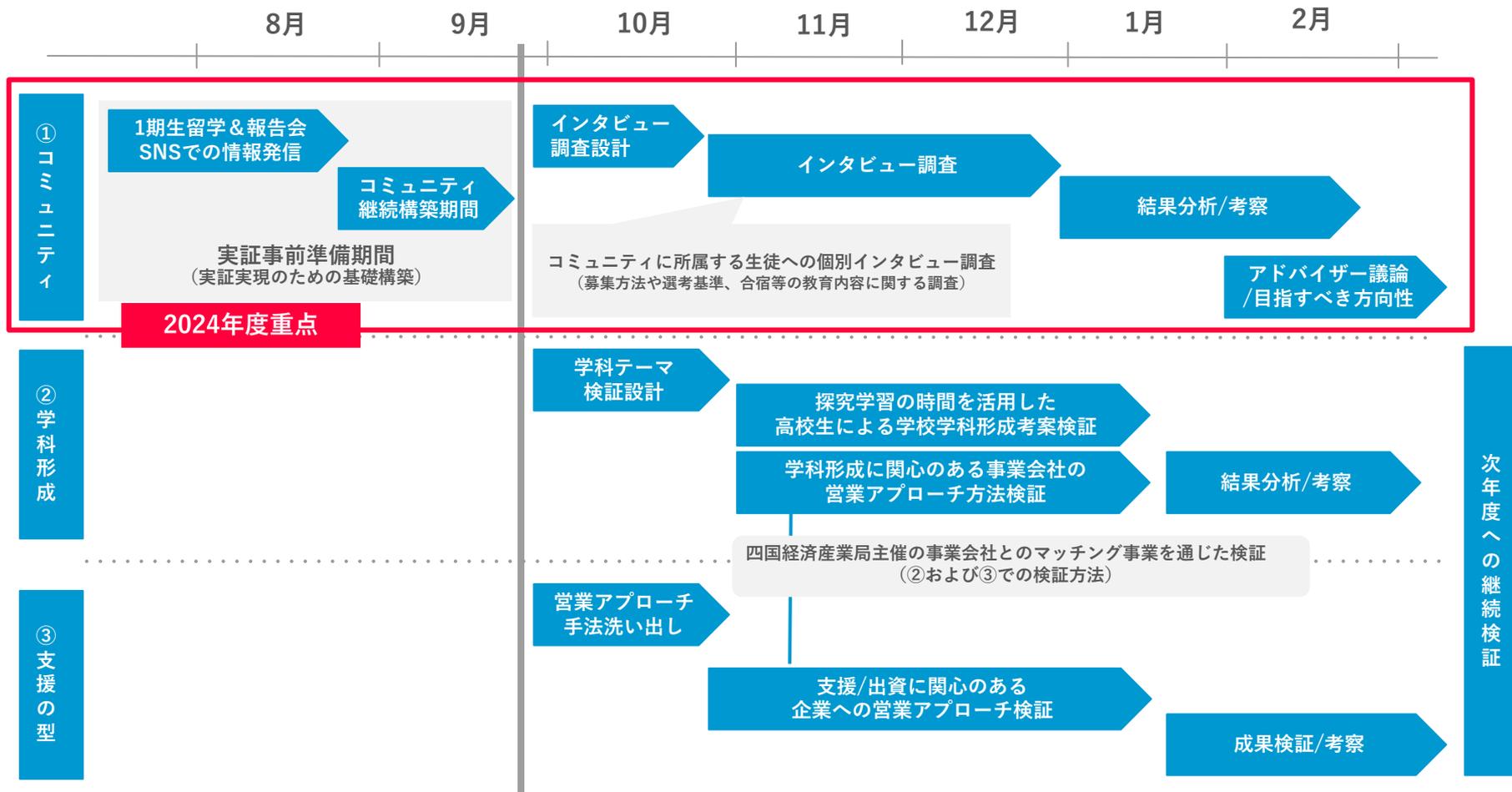
毎年、瀬戸内の高校生を海外短期留学へ派遣する弊社主催の教育事業。募集から選考、留学までの過程全てを自社YouTubeにて配信し、留学を含めたグローバル探究教育の啓蒙啓発。2023年度は応募47名から1期生10名が選ばれ、うち2名が今夏に留学。



岡山本社の世界でもトップシェアを誇るオペラメーカー企業ナカシマプロペラ様からはご協賛を、文科省トビタテ!留学JAPAN事務局もプログラム組成のサポートを行なった。

実証内容	実証目的	実証内容
<p>実証①多様な学びを生み出す地産地生'コミュニティ設計</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 瀬戸内広域の高校生のためのコミュニティ形成 ・ 夢や目標がまだ明確に定まっていない高校生を受け入れ、学校や地域を超えた出会いと多様な学びの場を形成する 	<p>瀬戸内広域でのコミュニティ形成およびインタビュー調査</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 高校生が学校や地域を超えて多様な学びを得る場（コミュニティ）を地方につくる（コミュニティのあり方を検討する） ・ 特に学校や地域では自己実現ができないと思っている生徒に向けたアントレプレナー・キャリア教育の提供 ・ 留学選考過程の段階から活動全てにおいて自社のYouTubeとSNSを横断し情報発信を展開
<p>実証②企業を巻き込んだ地域産業と連携したテーマ/学科プログラム形成の精査</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地元で活躍する先輩に刺激を受け、主体的に行動することで道が開ける体験でその後のグローバル人材への行動スイッチを入れる ・ 企業として将来のグローバル人材育成に寄与し、若者に早期に地元企業を認知してもらい、将来の採用や協業を視野に入れた長期的な関係構築のきっかけを提供する 	<p>地域の高校生×地元企業の交流を通じた世代を越境した関係構築</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 地域を代表する企業のトップの講話や学外での企業訪問、少人数だからこそできる企業と高校生の双方向のコミュニケーション機会を創出し、地元ならではのリアルな交流を通じた長期的な関係構築に繋げる ・ 高校生時代に地元企業について深く知り学ぶ体験をすることで、シビックプライド醸成に加えて、将来的に地元の企業就職や起業後の出資等のきっかけに繋がる関係を構築できるなど、教育業界と経済/産業界との地続きな取り組みを促進
<p>実証③企業が出資/協賛する明確な「型」を見つける（瀬戸内モデル）</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 地方の教育に企業の資金が継続的に流れる仕組みをつくり、教育投資の循環する社会を目指す ・ 本年度は企業への営業アプローチ方法の検証を行い、経年では企業が経年で出資するwin-winな「型」を見つける 	<p>企業が出資/協賛をするパターン検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 企業選定、企業ごとの出資/協賛検討時の交渉パターンの検証を実施。実施時に、協賛費の金額感について需要と供給の観点からもwin-winな設計を模索したパターン検証とする ・ 特に企業への営業アプローチ方法として、金融機関、公的機関経由での営業アプローチ方法を検証する

3 - ③ 実証実施経過



サニー留学の1期生募集では動画での1次選考応募者は瀬戸内地域の8県から47名の応募が集まる結果となった。徳島県 神山まるごと高専や島根県 隠岐島前高校、通信制 S高等学校など注目されている学校のみならず、学力的な偏差値帯は37から69、理系文系やスポーツ層など幅広い学生からの応募が集まった。



応募学校

神山まるごと高専（徳島）、隠岐島前高等学校（島根）、S高等学校（通信）、穴吹学園高等学校（通信）、大手前高松中学高等学校（香川）、銀河学院高等学校（広島）、岡山大安寺中等教育学校（岡山）、操山高等学校（岡山）、高松北中学校（香川）、城西高等学校（徳島）、三崎中学校（愛媛）、三木高等学校（香川）、清水高等学校（香川）、津田高等学校（香川）、徳島市立高等学校（徳島）、佐川高等学校（徳島）、高松商業高等学校（香川）、国府中学校（徳島）、山陽学園高等学校（岡山）、高松第一高等学校（通信）、大阪女学院高等学校（大阪）、高松中央高等学校（通信）、海部高等学校（徳島）、松山東高等学校（愛媛）、高松高等学校（通信）、三野中学校（徳島）、第一学院高等学校 岡山キャンパス（通信）、丸亀高等学校（香川）、坂出商業高等学校（香川）、塩江中学校（香川）、千種高等学校（兵庫）、今治西高等学校（愛媛）

2泊3日での最終選考合宿では、将来やりたいことや目標を見つけ、ともに切磋琢磨する仲間と出会うことを目的に開催。大学生や社会人メンターたちのサポートのもと、一人一人の感情に寄り添った教育合宿を開催し、最終的には涙を流しながら自らの辛い過去や夢や目標に関する最終プレゼンをする学生がいた。

過去

Day.1
過去を知り共有する

過去に焦点を当て、動画選考を通過した1期生たちの人生を言語化。赤裸々に伝え合うことで過去と現在の自分を知るワークを実施しました。



瀬戸内という広域から集まった選抜生10名が参加する合宿。実際に留学する生徒を選抜する合宿であるが、お互いの家庭環境や挫折経験を語り合うことで心理的距離感が近くなり、合宿中に競争し合うのではなくお互いに切磋琢磨し合うきっかけをDay1で形成。

現在

Day.2
今を見つめ留学を通じた将来プランを考える

社会人メンターからの講座を開催。自分と社会の未来を想像することを目的に、留学プランを考案。



Day2では、アドバイザー3名による特別授業を開催。教育改革を行っている教育センター長、トビタテ留学！JAPANのプロジェクトディレクター、留学進学支援を行っているNPO代表によるキャリア探究講座を実施。その上で、3日目の最終プレゼンに向けて自らの留学プランを考案した。

未来

Day.3
将来プラン考え、提言する

留学で実現したいことを各自プレゼン。選考合宿そのものが将来のキャリアプランを磨く機会として機能。



Day3では、留学プランを通じた将来プランを発表。個性、好奇心、初挑戦の3つを選考基準に実際に留学できる2名を審査員評価のもと選出。全ての選考過程をドキュメンタリー動画化し、YouTubeにて配信した。



留学では、世界を広げ、行動し、失敗から学ぶの3つのステップに2週間の留学設計を行った。また、留学経験をコミュニティに還元することで、コミュニティ内でのキャリア意識形成に繋げた。

世界を広げる

Step1
外の世界を知る

- 語学学校/ホームステイ
- 留学支援会社による現地オリエン
- IT企業社員による会社ツアー
- 現地高校生交流/インターン先訪問



行動する

Step2
フィールドワークで実践する

- 探究テーマの街頭調査 (Stanford UniversityとUCLAのキャンパス内調査)



失敗から学ぶ

Day.3
失敗から学び将来に繋げる

- 上記同様に街頭調査や語学学校先でプレゼンでの失敗をもとに改善。将来の学びや将来的な長期留学等の挑戦意欲の向上に繋げる。



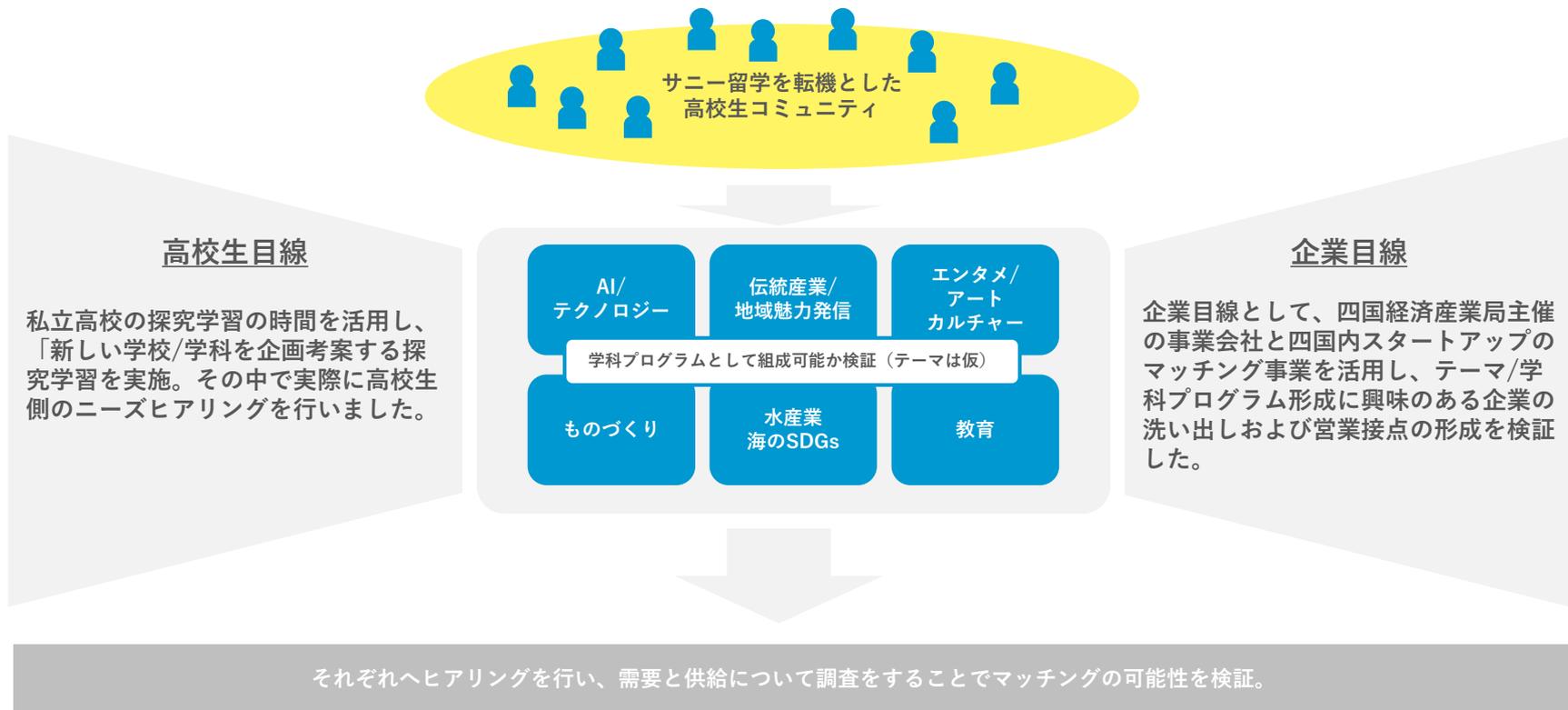
※YouTubeチャンネル「瀬戸内サニー」にて配信しているドキュメンタリー動画よりスクリーンショット

コミュニティに還元する

- 帰国後にサニー留学選抜生対象に報告会を開催。留学先で学んだことをコミュニティに還元した。

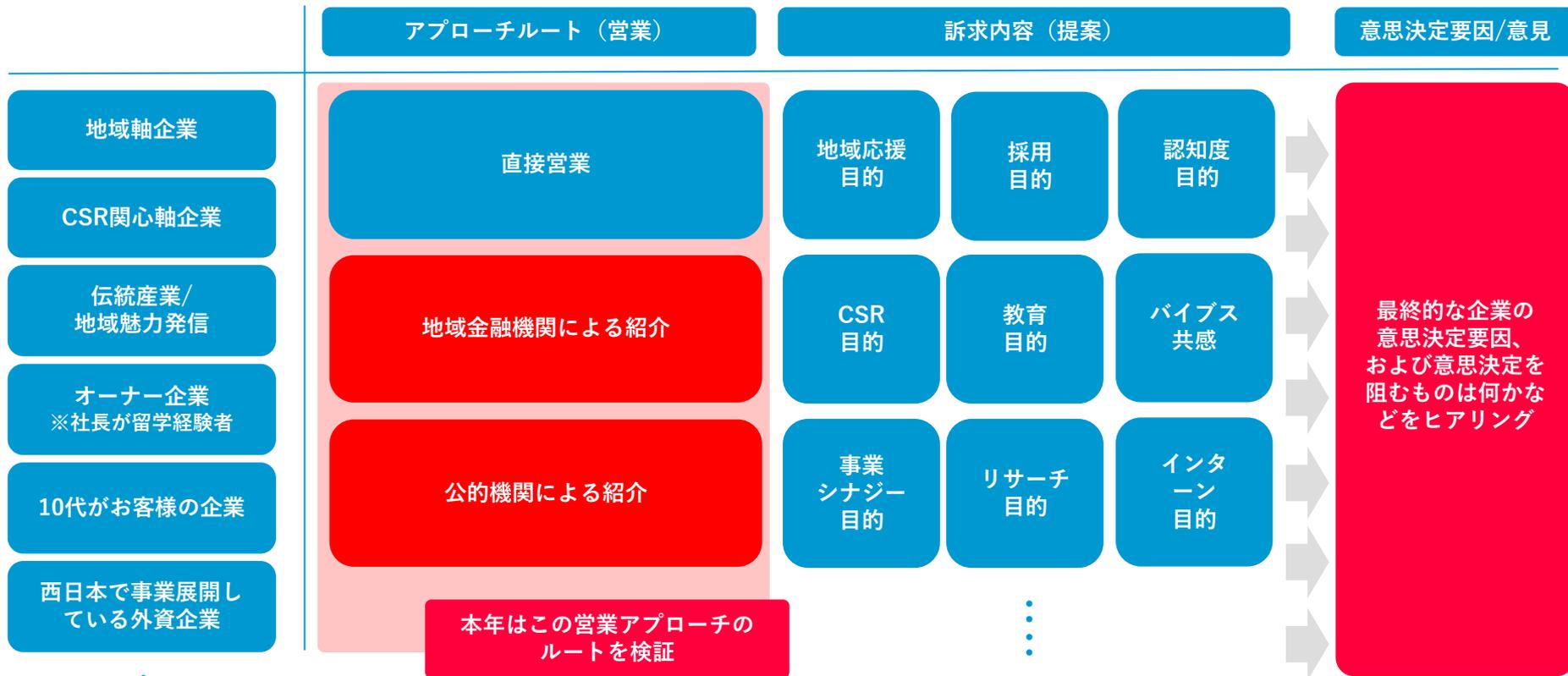


「実証①コミュニティ形成」における教育拡充を目的として企業と連携したテーマ別学科プログラム形成を実証。特に、生徒と企業両方のニーズをそれぞれヒアリング調査を実施。



3-④ 実証内容 詳細 <実証③企業が出資/協賛する明確な「型」を見つける（瀬戸内モデル）>

弊社とすでに関わりのある企業と今後新たにアプローチをしたい企業を選定、および複数設定した訴求方法の仮説をもとにヒアリングを実施し、連携の再現性を高める。



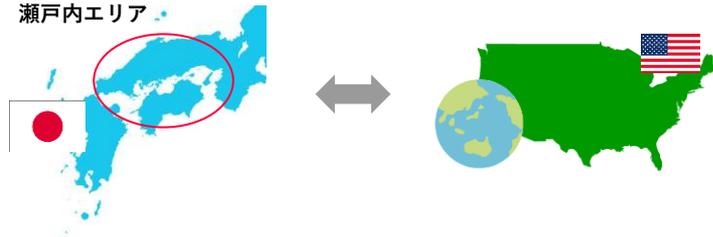
- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実証内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

2024年度実証成果

瀬戸内という広域地域共同体での留学コミュニティの
サードプレイス化の成果と、グローバルな探究ニーズが顕在化

瀬戸内エリア

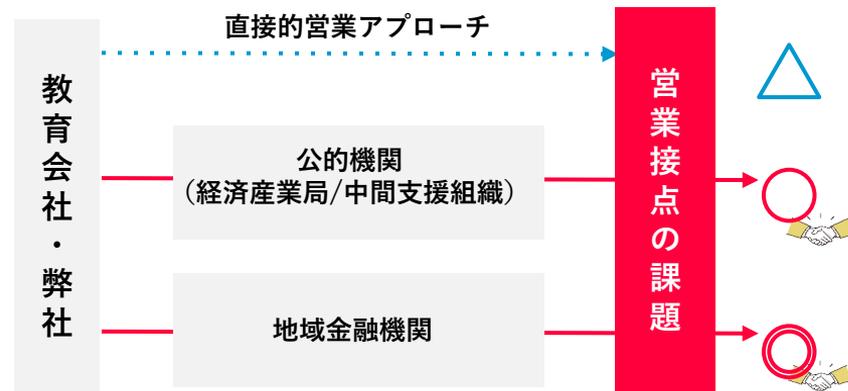


広域だからこそ、家庭・学校・地域を超えて本音を言えて応援し合える
留学コミュニティが形成。海外グローバル志向が強まるだけでなく、地
域ローカル志向も芽生え、グローバル探究の興味意欲化に成功。

課題

不登校生増加や学校統廃合による教育のあり方の変化、人口
減少による国内産業の縮小に対して、時代にあった教育教材
の不足。（地方発でグローバルを見据えた教育内容の不足）

地域金融機関および公的機関からの紹介による
営業アプローチの有効性



課題

営業タッチポイントの実証には成功した一方で、具体的な協
賛/出資となるメリット精査、および継続性のある出資/協賛
の「型」づくりまでは初年度だけでは実証できていない。

今後の展望

2024年度の実証ではグローバルリーダーを育成するプログラム形成、および資金調達にあたっての営業アプローチの型の検証に成功。
今後の方向性として、グローバルリーダー育成を多面的に実施するために、地域視点でのキャリア教育機会の提供、グローバル視点でのグローバル教育の提供が求められる。さらに継続的な資金調達の型発見、そしてグローバルリーダーを育成するエコシステムづくりが考えられる。

実証内容	実証成果	実証成果に対する考察
実証① 多様な学びを生み出す地産地'生'コミュニティ設計	<p>地域を超えた教育的な学外コミュニティの提供</p> <ul style="list-style-type: none"> 選抜を経て地域を超えて集まった生徒10名の学外教育コミュニティにより、学びやキャリアの選択肢が増加 地方発留学コミュニティをきっかけに海外志向が強くなるだけでなく地元企業/地元進学にも目を向ける地域志向の育成に成功 ドキュメンタリー動画を公開後、動画視聴層は10代に加え40-50代の教員や中高生を親に持つ世代の反響も観測 <p>国内向けと海外向け2種類の出口の確保が有効</p> <ul style="list-style-type: none"> コミュニティの活動を通して、地元企業による受け皿のキャリア形成機会を用意することで、企業と生徒の間でwin-winな関係性を築くことが可能。一方、グローバルな学習機会の提供ニーズもあり、海外に目線が向いた参加者に対して、教育機関と連携をしたグローバル人材育成のための学習コンテンツの提供等の出口設計が有効 	<ul style="list-style-type: none"> 高校生に対し、学校や地域を超えた多様な学びの場を提供することで、自己実現の機会が増加。競争型偏差値教育ではなくお互いを高め合う共創型探究教育が重要 SNSを活用した情報発信が、若者にとって身近な情報源となり、参加者数の増加に貢献するため今後もYouTubeプラットフォームの影響力を活用したコミュニティ形成を加速 国内向けと海外向け2種類の出口の確保が有効であることから、国内でのキャリア経験を提供し、海外でのグローバル学習を促進する教材等の開発が必要
実証② 企業を巻き込んだ地域産業と連携したテーマ/学科プログラム形成の精査	<p>地元企業による見学や体験等が地域の生徒のキャリア選択肢を拡大</p> <ul style="list-style-type: none"> 地元私立高校の2年生約30名を対象に企業に関するアンケートを実施。大手企業に限らず、地元企業が主催するイベントやキャリア見学などの体験プログラムにより、地元企業は認知獲得が可能。生徒は、ローカルな体験によりその後の地域でのキャリア選択肢を広げている。 	<ul style="list-style-type: none"> 企業を巻き込んだ学科形成/テーマ形成において、ローカルにおいてイベントや見学等の体験的関わりが有効であると推察 地元の中高生などが早期から地元企業が接点をもつことで、就職先としての想起に繋がる可能性の示唆
実証③ 企業が出資/協賛する明確な「型」を見つける	<p>営業アプローチにおいて地域金融機関&公的機関からの紹介が肝</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域金融機関および四国経済産業局といった公的機関からの紹介により、アポ取りや提案後の協賛確度が飛躍的に向上することが判明 企業への営業展開時に決定権を持つ経営層に直接アプローチする機会を地域金融機関の協力により拡充を実現 	<ul style="list-style-type: none"> 1社出資だけでなく、地域金融機関や公的機関だけでなく、産官学金が連携したエコシステムを形成することで、持続可能なグローバル人材輩出が可能になると推察

目次	掲載ページ
1.グローバル企業を巻き込んだ留学コミュニティの形成方法の検討	
1.留学コミュニティのあるべき姿 <ol style="list-style-type: none"> 1. コミュニティの活動内容 2. 留学プログラムの内容 	P.20～P.22
2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討 <ol style="list-style-type: none"> 1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果 <ol style="list-style-type: none"> 1.生徒の巻き込み方法 <ul style="list-style-type: none"> - 人材の確保、活動内容、活動後の設計 2.YouTubeを活用した持続的なコミュニティの運営方法 	P.23～P.41
2.地元企業等と連携するグローバル次世代リーダー輩出のための教育プログラムの検討	
1.グローバルリーダーに必要なスキル	P.42～P.43
2.教育プログラムに関する学生へのニーズ調査の結果	P.44～P.46
3.教育プログラムに対する企業による出資/協賛の「型」	
1.協賛の型 <ol style="list-style-type: none"> 1.公的機関を介した協賛方法 2.地域の金融機関を介した協賛方法 	P.47～P.50

目次

1.留学コミュニティのあるべき姿

1. コミュニティの活動内容

2. 留学プログラムの内容

2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討

1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果

1.生徒の巻き込み方法

- 人材の確保

- 活動内容

- 活動後の設計

2.対外的発信を通じた持続的なコミュニティの運営方法

1.YouTubeによる集客方法

2.探究学習/PBLの対外発信に関する議論結果

サニー留学コミュニティは、「瀬戸内」という広域のコミュニティである。広域から高校生が集まる地域共同体であることで、「学校、地域、家庭」の枠を超えたコミュニケーションが生まれている。また、以下4つのコミュニティによって今後も拡張されていく予定。

1 瀬戸内地域の中高校生：

まだコミュニティに入っていないが、海外留学に関心のある中高生層

2 留学生コミュニティ：

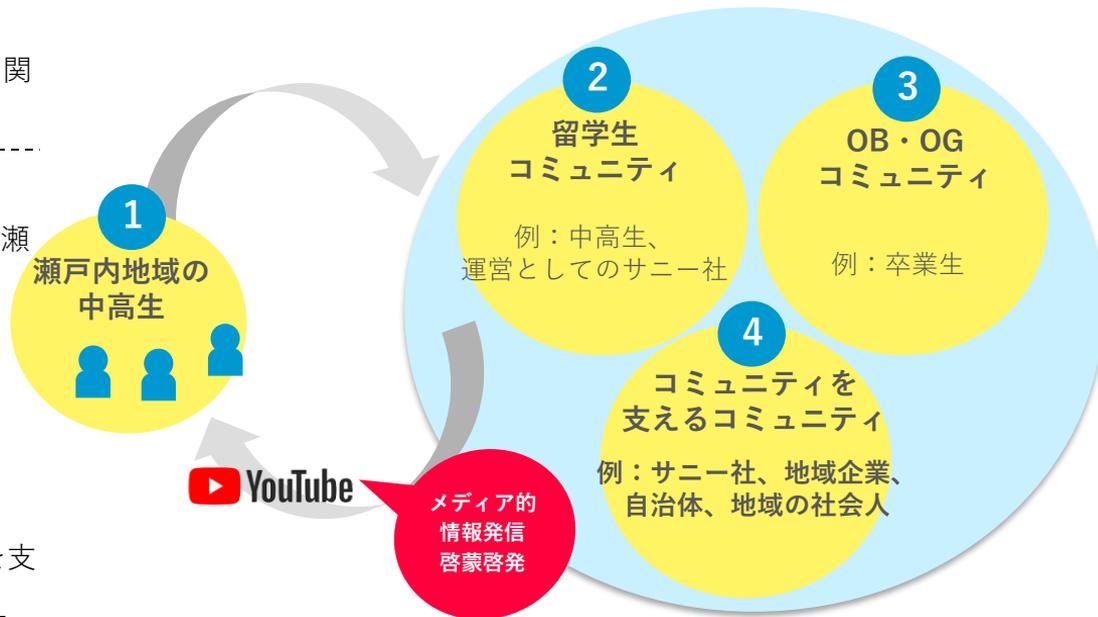
選考に合格し、合宿に参加できる、留学を目指す瀬戸内の中高生層（運営としてサニー社が存在）

3 OB・OGコミュニティ：

留学が終了した中高生、および大学生や社会人

4 コミュニティを支えるコミュニティ：

留学生コミュニティ及びOB・OGコミュニティを支えるサニー社や地域の企業、自治体、社会人



サニー留学1期生の募集を実施した結果、瀬戸内広域の合計47名の中高校生から応募があった。香川県をはじめ、8県の広域な地域からの募集があったことが大きな集客面での成果と考察している。

サニー留学募集プログラム募集展開（集客ルート）

YouTube動画

LP
(募集Webページ)

リアル説明会

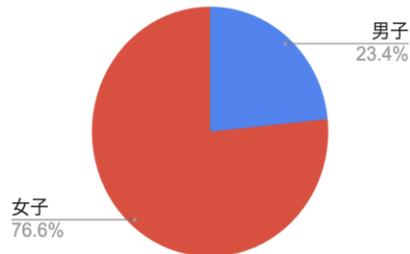
キャリア教育
NPO

SNS
IG/X/FB

※サニー留学募集期間（2024年2月1日～2024年3月31日）

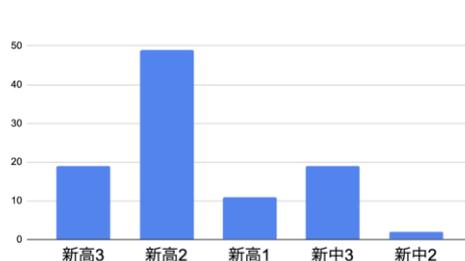
男女比について

応募者47名中、女子が36名、男子が11名。
女性の方が男性よりも3倍多い
応募結果となった。



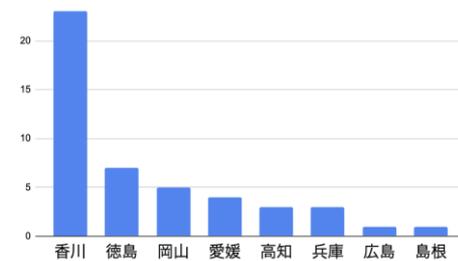
学年について

新高2年生が一番申し込みが多い結果になりました。次いで新高校3年生と新中学3年生
が同数となった。



居住地について

香川県からの申し込みが最多となりました。
次いで、徳島、岡山、愛媛、高知、兵庫等、
広域地域からの応募があった。



目次

1.留学コミュニティのあるべき姿

1. コミュニティの活動内容
2. 留学プログラムの内容

2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討

1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果

1.生徒の巻き込み方法

- 人材の確保
- 活動内容
- 活動後の設計

2.対外的発信を通じた持続的なコミュニティの運営方法

1.YouTubeによる集客方法

2.探究学習/PBLの対外発信に関する議論結果

以下条件でコミュニティに所属する生徒10名にインタビュー調査を実施。

インタビュー実施概要

実施
時期

2024年11月1日～2024年11月8日
※オンライン形式で実施

実施
目的

あるべき留学コミュニティの姿と
その実現方法を具体化する

インタビュー
対象者の情報

コミュニティ所属の生徒10名
(留学経験者はうち2名)

高校1年生 香川・男子	大手前高松高等学校	高校2年生 愛媛・男子	ドワンゴS高等学校
高校1年生 香川・女子	大手前高松高等学校	高校2年生 兵庫・女子	千種高等学校 (留学)
高校2年生 徳島・女子	神山まるごと高専	高校2年生 香川・女子	高松第一高等学校
高校2年生 高知・女子	佐川高等学校	高校3年生 岡山・女子	山陽学園高等学校
高校2年生 香川・女子	穴吹学園高等学校	高校3年生 岡山・女子	第一学院高等学校 (留学)

インタビュー項目概要

論点			項目		頁
持続的なコミュニティの運営方法とは	人材の確保	募集	アンケート項目	内容/場所/訴求	P.24
		選抜	アンケート結果	目的/期間/方法	
			示唆		
	活動内容	合宿	アンケート項目	目的/対象/期間/場所/方法	P.28
		留学	アンケート結果	目的/対象/期間/方法	
			示唆		
	活動後の取組		アンケート項目	目的/期間/場所/方法	P.33
		アンケート結果	理由/目的/方法		
		示唆			
留学コミュニティのあるべき姿・展望			アンケート結果を踏まえた留学コミュニティのあるべき姿 (※今後の展望に集約して掲載)		P.50

目次

1.留学コミュニティのあるべき姿

1. コミュニティの活動内容
2. 留学プログラムの内容

2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討

1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果

1.生徒の巻き込み方法

- 人材の確保
- 活動内容
- 活動後の設計

2.対外的発信を通じた持続的なコミュニティの運営方法

1.YouTubeによる集客方法

2.探究学習/PBLの対外発信に関する議論結果

募集

選抜

コミュニティの人材確保において、コミュニティに集客するにあたっての募集、コミュニティの選抜についての2点を軸に以下インタビュー項目で調査を実施。

論点	インタビュー項目	
持続的な コミュニティの運 営方法と は	人材の 確保	募集
		選抜
内容		
<ul style="list-style-type: none"> サニー留学のどこに惹かれて応募を決意したか？ サニー留学コミュニティの何を一番アピールすれば多くの応募に繋がると思うか？ 		
場所		
<ul style="list-style-type: none"> 何を見て応募したか？ 学校でのチラシ等、リアルでの接点が必要だと考えられるが、いかがか？ 		
訴求		
<ul style="list-style-type: none"> 親や学校にはどのような訴求方法が考えられるか？ SNSではどんな内容の発信が、効果的か？ 		
目的/手段		
<ul style="list-style-type: none"> 選考プロセスは、納得のいく設計になっていたか？ 価値を感じたプロセス、不必要だと思う選考プロセス、難しかったプロセスはあるか？ 		
期間		
<ul style="list-style-type: none"> 応募期間は適切だったか？ 		

「地域限定であること」「すでに関係性のある人物からの推薦」「YouTubeで動機づけ、ホームページで検討」が募集意欲に寄与。他留学プログラムと比較して、**動画応募も書類選考型の心理的ハードルを下げ**、肯定的な意見が多かった。

論点		アンケート項目	アンケート結果
人材の確保	募集	内容 <ul style="list-style-type: none"> サニー留学のどこに一番魅力を感じて応募したか？ サニー留学コミュニティの何を一番アピールすれば多くの応募に繋がると思うか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 元々「留学」や「海外」への興味あり（9人） 合宿に惹かれた、合宿をアピールすべき（3人） 瀬戸内地域限定である点に惹かれた（6人） 他類似プログラムは十分でプランを決める一方、サニーは自由にやりたいことができる点が良いという意見も
		場所 <ul style="list-style-type: none"> 何を見て応募したか？ 学校でのチラシ等、リアルでの接点が必要だと考えられるが、いかがか？ 	<ul style="list-style-type: none"> リアル：親の紹介、学校の先生、サニーと関係のある人物の紹介（5人） オンライン：YouTube（5人）、HPよく見た（6人） チラシは不要、堅苦しい（2人）
		訴求 <ul style="list-style-type: none"> 親や学校にはどのような訴求方法が考えられるか？ SNSではどんな内容の発信が、効果的か？ 	<ul style="list-style-type: none"> 事前に親に相談（5人）（心配していた親も一定数存在） 「熱意のある先生への訴求すべき」 SNSでは留学経験についての発信が効果的という意見
	目的/手段/期間 <ul style="list-style-type: none"> 選考プロセスは、納得のいく設計になっていたか？ 価値を感じたプロセス、不必要だと思う選考プロセス、難しかったプロセスはあるか？ 応募期間は適切だったか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 動画選考には半数が肯定的（理由：他類似プログラムは応募書類が大変な一方、動画は手軽かつ個性が出せる） 一方で、動画の応募手順や編集スキルを問わない点について、より詳細な説明があるべきという意見も 応募期間は十分だった（6人） 	
選抜			

探究教育NPO
留学支援NPO

今後さらに親や学校とも関係値を構築するための多様な応募ルートや広報施策を展開することが有効な訴求手段として考えられる。加えて、「**自由度の高さ**」「**修羅場経験**」「**地域特化**」の3つのプログラム内容訴求が学生の応募動機に寄与すると示唆。

論点

示唆

□ 訴求先は本人以外にも親や学校にも届けることが有効

- 本人：もともと留学に興味があった生徒にいかに関係を届けるかが重要であり、留学に興味のある層の関心が高い「英語」や「留学経験談」等のコンテンツをYouTubeやInstagramで発信すべき
- 親：親経由で知るケースも一定見られたことと、**応募前に親に相談する参加者が多い**ため、親にも届くような訴求ルートを確認すべき。さらに、親が安心できるようなコンテンツの作成を行うことで、コミュニティへの参加希望者の幅を広げることが可能
- 学校：学校の先生経由や学校でのサニーに関係のある人物による講演会で知って応募するケースも一定数見られたため、学校への訴求も効果的であると史料

□ より多くの生徒を惹きつけるために、以下を重点的に対外的にアピールすることが有効

- ①**自由にやりたいことができる**
 - ・ 他類似留学プログラムでは、綿密な留学プランを自分で立てる必要があることが多いが、留学を「転機」として、まだやりたいことがわからない層が新しい自分のために挑戦できる場を提供
- ②**自身の殻を破る、修羅場経験**
 - ・ 自分の過去～現在～未来を徹底的に考え、自分自身を理解し、それをコミュニティの仲間と共有することで、自己理解と人との結びつきから成長できる場を提供
- ③**「瀬戸内発」に特化**
 - ・ 全国型と比べ、応募の心理的ハードルが下がる。加えて、瀬戸内という広域地域単位で各県選抜生として参加する意識が芽生え、県単位での地元シビックプライド向上にも寄与する副次効果が期待

人材の確保

募集

選抜

- 選ばれなかった応募者への救済施策の必要性
- コミュニティの質の維持のため、メンバーに選ばれなかった応募者への適切なフィードバックや次回募集時の優遇など検討の余地あり

目次

1.留学コミュニティのあるべき姿

1. コミュニティの活動内容
2. 留学プログラムの内容

2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討

1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果

1.生徒の巻き込み方法

- 人材の確保
- 活動内容
- 活動後の設計

2.対外的発信を通じた持続的なコミュニティの運営方法

1.YouTubeによる集客方法

2.探究学習/PBLの対外発信に関する議論結果

合宿

留学

コミュニティにおいて、合宿および留学の2つの活動についてインタビューを実施。

論点			インタビュー項目
持続的な コミュニティの運 営方法と は	活動 内容	合 宿	目的
			<ul style="list-style-type: none"> 合宿の中で、有益だったこと、不必要だった活動はあるか？ OB・OGコミュニティと関わることにニーズはあるか？どんなシステムやイベントがあると良いか？
			対象
			<ul style="list-style-type: none"> 選抜に合格して合宿に参加した学生に、偏りはないか？心地の良い環境だったか？（例.男女比、出身等）
			期間
			場所
			<ul style="list-style-type: none"> 合宿の実施期間は適切だったか？
			方法
			<ul style="list-style-type: none"> 合宿と一緒に参加する社会人や運営等の、サポート体制は十分だったか？

論点			インタビュー項目
持続的な コミュニティの運 営方法と は	活動 内容	留 学	場所
			<ul style="list-style-type: none"> 留学先で有益だった活動と不必要だった活動はあるか？ 留学前後でどんな活動があるとより深い学びに繋がると思うか？
			期間
			<ul style="list-style-type: none"> 留学期間は適切だったか？
			場所
			<ul style="list-style-type: none"> アメリカ以外にも選択肢があった方が良いと思うか？（例.アジアやヨーロッパなど）
			方法
			<ul style="list-style-type: none"> 留学の前後、および留学中の運営等の、サポート体制は十分だったか？ 留学後、どんな変化があったか？

離島合宿で非日常感が学習効果を高める結果になったという意見も。またメンターの存在が有効であったことも伺える。一方、男女比や撮影配慮、個別へのフィードバックの課題も顕在化。

論点	アンケート項目	アンケート結果
活動内容 合宿	目的	
	<ul style="list-style-type: none"> 合宿の中で、有益だったこと、不必要だった活動はあるか？ OB・OGコミュニティと関わることにニーズはあるか？どんなシステムやイベントがあると良いか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 過去・現在・未来の自分を振り返ることができ、メンターや他の参加者のアドバイスから多くの学びを得られた（6人） 「同世代のメンターが凄く、刺激を受けた」 一方で「個別フィードバックがもっと欲しかった」
	対象	
	<ul style="list-style-type: none"> 選抜に合格して合宿に参加した学生に、偏りはないか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 男女比は改善の余地ありという意見あり 「男子は、部活動など目の前のことに集中していたり、精神年齢の違いなどが考えられる」
	期間/場所	
	<ul style="list-style-type: none"> 合宿の実施期間は適切だったか？ 合宿の開催場所は適切だったのか？ 	<ul style="list-style-type: none"> GW前半という時期は参加しやすい（5人） 島での開催が良かった（6人）
	方法	
	<ul style="list-style-type: none"> 合宿と一緒に参加する社会人や運営等の、サポート体制は十分だったか？ 	<ul style="list-style-type: none"> メンターの存在に助けられた（4人） メンターからそれぞれ違う角度からアドバイスをもらえてよかった（2人） 一方で「大人がどういう期待をしているか知りたい」 その他、合宿の様子のドキュメンタリー撮影で顔出しをすることがハードルが高かったという意見も（3人）

留学期間は概ね2週間が適切との意見があった。加えて、アメリカだけにとどまらず、他国への留学希望もあり今後留学先の国の選択肢拡充も検討していく。日本文化の再発見にも繋がるとともに、さらに長期留学への挑戦意欲の醸成にも繋がった。

論点	アンケート項目	アンケート結果
活動内容 留学	目的	
	<ul style="list-style-type: none"> 留学先で有益だった活動と不必要だった活動はあるか？ 留学前後でどんな活動があるとより深い学びに繋がると思うか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 不必要な活動はなく、充実した2週間になった（2人） 語学学校で多国籍で多様な方に出会えたので、長く通いたかったという意見も
	期間	
	<ul style="list-style-type: none"> 留学期間は適切だったか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 2週間という期間は丁度良かった（2人） （1か月となると体力がきついという意見も）
	場所	
	<ul style="list-style-type: none"> アメリカ以外にも選択肢があった方が良く思うか？（例.アジアやヨーロッパなど） 	<ul style="list-style-type: none"> まずはアメリカで良いという意見がある一方、フィリピン、ブラジル、ヨーロッパ、韓国、オーストラリア、英国等が挙げられた
	方法	
	<ul style="list-style-type: none"> 留学の前後、および留学中の運営等のサポート体制は十分だったか 留学後、どんな変化があったか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 海外の方にうまく説明できなかつたり、海外の方から知らなかった日本文化を教わり、日本の文化を改めて学びたくなった 英語を学ぶモチベーションが上がった、大学では長期留学に挑戦したいというマインド面での変化あり 留学前は「失敗したら終わり」と感じていたが留学先で得た「失敗してもいい、ベイベーステップでいい」の言葉に価値観と行動が変容した

「島」の非日常感が内省学習の効果を高めることが明らかに。短期留学で日本文化再発見や挑戦意欲の向上が確認され、有益性が示唆された。一方で男女比には課題があり、男性生徒を惹きつける募集形式の必要性が顕在化。

論点	示唆
活動内容 合宿	<ul style="list-style-type: none"> □ 「島」というロケーションが効果的 <ul style="list-style-type: none"> ■ 離島という非日常の環境での困難な経験と内省を経て、参加者は自身の成長を実感し、満足度が高まったと思われる □ 動画撮影における参加者の心理的配慮の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ■ 合宿の様子のドキュメンタリー撮影で顔出しをすることがハードルが高かったという意見も少なくないことから、撮影しない時間を設ける、参加者による配信前の確認等、検討の余地あり □ 男女比のギャップ是正のために慎重な検討は必要であるが、男子生徒を惹きつける募集形態の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ■ 応募が少ない傾向がある男子生徒に向けた訴求方法を検討することで、多様なコミュニティを形成 ■ 協賛企業の立場では、男子生徒に採用のニーズがあることも考えられるため、企業のニーズに沿ったデモグラフィックを検討することも持続的なコミュニティの運営という観点では有効
留学	<ul style="list-style-type: none"> □ 留学中の様子や留学後の変化を対外的に発信することが有効 <ul style="list-style-type: none"> ■ 留学後、コミュニティ側が促さなくても参加者自らが学校などで発信を行う様子がうかがえ、参加者によってコミュニティが拡大していく □ 今後アメリカ以外にも選択肢を検討する必要性 <ul style="list-style-type: none"> ■ アメリカ以外にもアジアやヨーロッパ等、多様な留学先候補が参加者から挙がったため、今後応募者の幅を拡大していくという観点でも検討すべき

目次

1.留学コミュニティのあるべき姿

1. コミュニティの活動内容
2. 留学プログラムの内容

2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討

1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果

1.生徒の巻き込み方法

- 人材の確保
- 活動内容
- 活動後の設計

2.対外的発信を通じた持続的なコミュニティの運営方法

1.YouTubeによる集客方法

2.探究学習/PBLの対外発信に関する議論結果

活動後の取り組みについて、以下項目のインタビューを実施。

論点	アンケート項目
持続的な コミュニティの運 営方法と は 活動後 の取り 組み	<p data-bbox="455 361 678 399">理由</p> <ul data-bbox="471 405 1812 478" style="list-style-type: none">• 合宿/留学が終わっても同じ志を持つ同世代と関わりを持ち続けることのできる環境があることで、今後の人生に役に立つと考えられるが、ニーズはあるか？ <p data-bbox="455 552 678 590">目的</p> <ul data-bbox="471 596 1532 669" style="list-style-type: none">• コミュニティにおいて、どんなイベントがあるとより魅力を感じるか？ (例.定期的なキャッチアップ会等) <p data-bbox="455 743 678 781">方法</p> <ul data-bbox="471 787 1595 825" style="list-style-type: none">• サニー留学コミュニティでの経験が今までの生活でどんな影響があったか？

合宿/留学後も定期的な交流を望む声が多く、オンライン・対面双方での継続支援が有効。コミュニティ体験を通じた自己理解の深化や将来設計への好影響がさらに明確に示唆された。

論点	アンケート項目	アンケート結果
活動後の取り組み	<p>理由/目的</p> <ul style="list-style-type: none"> 合宿/留学が終わっても同じ志を持つ同世代と関わりを持ち続けることのできる環境にニーズはあるか？ コミュニティにおいて、どんなイベントがあるとより魅力を感じるか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 近況報告を定期的実施したい（10人全員）※オンライン希望者と対面希望者の両方が存在 学校は競争社会で常にアピールをする必要がある一方で広域で越境したコミュニティでは弱みを見せられ挑戦を応援し合える環境。この瀬戸内広域のサードプレイスを今後も継続してほしい（2名） 皆で新たなプロジェクトをしたい（交通費全額出してもらって短時間では勿体なさを感じる）という意見がある一方、短時間でオンラインで情報交換が良いという意見も
	<p>方法</p> <ul style="list-style-type: none"> サニー留学コミュニティでの経験が今までの生活でどんな影響があったか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 地元の企業見学をしたい、香川県や四国に貢献したい、島が好きになった等、地元への愛着アップ（3人） やりたいこと、行きたい大学や学部が見つかった等自身の将来観が変化（3人） 大学で留学に行きたい、トビタテ留学に挑戦したい等、留学への関心が向上し挑戦意欲が高まった（3人） その他、自分を知ることができた、挑戦意欲が高まった、人からどう見られるか気にしなくなった、次回の募集時に再チャレンジしたい等、マインド面の変化あり 留学前は「失敗したら終わり」と感じていたが留学先で得た「失敗してもいい、ベイベーステップでいい」の言葉に価値観と行動が変容したことを大学の総合型選抜でプレゼンし合格。以来、地域の高校生に向けて留学の啓蒙啓発、失敗しても挑戦し続けることの大切さの講演を実施

コミュニティではオンライン・オフライン両面の定期的キャッチアップが求められる。留学経験の還元や地元企業連携を通じてグローバルな学びとキャリア意識を高める仕組みが重要。留学経験が進路選択に大きく影響し、国際学部系大学への進学実績にも繋がった。

論点	示唆
活動後の取り組み	<ul style="list-style-type: none"> □ オンライン/オフラインで定期的なキャッチアップの機会へのニーズあり <ul style="list-style-type: none"> ■ 参加者の希望に合わせたオンライン/オフラインの両方の仕掛けを用意すべき ■ 自身の活動やメンバー同士のナレッジシェアの機会を提供することで、コミュニティとして知見の積み上げと実績を残すことができ、今後企業やその他ステークホルダーを惹きつけることにも有効 □ 国内向けと海外の2種類の出口の確保が有効 <ul style="list-style-type: none"> ■ ①地元企業による受け皿：活動を通して日本や自分の地域に愛着が生まれた/向上した参加者は約1/3であり、そういった参加者には地元企業の紹介、インターンシップやアルバイト等の機会を用意することが有効 なお、企業にとっても生徒にとってもwin-winな関係性を築くことが可能 ■ ②グローバルな学習機会の提供：活動後、長期留学に行きたい、トビタテなど他留学プログラムにチャレンジしたいという、海外に目線が向いた参加者に対して、教育機関と連携したグローバル人材育成のための学習コンテンツの提供等の出口の設計が有効 □ 地域におけるグローバル人材の循環システムの構築の必要性 <ul style="list-style-type: none"> ■ 合宿での経験を通して、自分の進路や学びたいこと、やりたいことが明確になったという効果が検知されたことから、次期生のために自己内省のノウハウを持つメンバー自身がOB・OGの立場となって自己分析や受験のサポートを行う仕組みが有効であると思料 ■ 活動体験をもとに留学体験を持った生徒が主体となり説明会を開いてもらうことが循環的な有効的募集手段に ■ また、コミュニティメンバーの進路等の情報を把握することで、教育効果を継続的に計測し、教育効果を明らかにすることで、企業からの協賛や寄附を今後募りやすくなるのではないかと

目次

1.留学コミュニティのあるべき姿

1. コミュニティの活動内容
2. 留学プログラムの内容

2.留学コミュニティの持続可能な運営方法の検討

1.コミュニティ参加生徒へのヒアリング調査結果

1.生徒の巻き込み方法

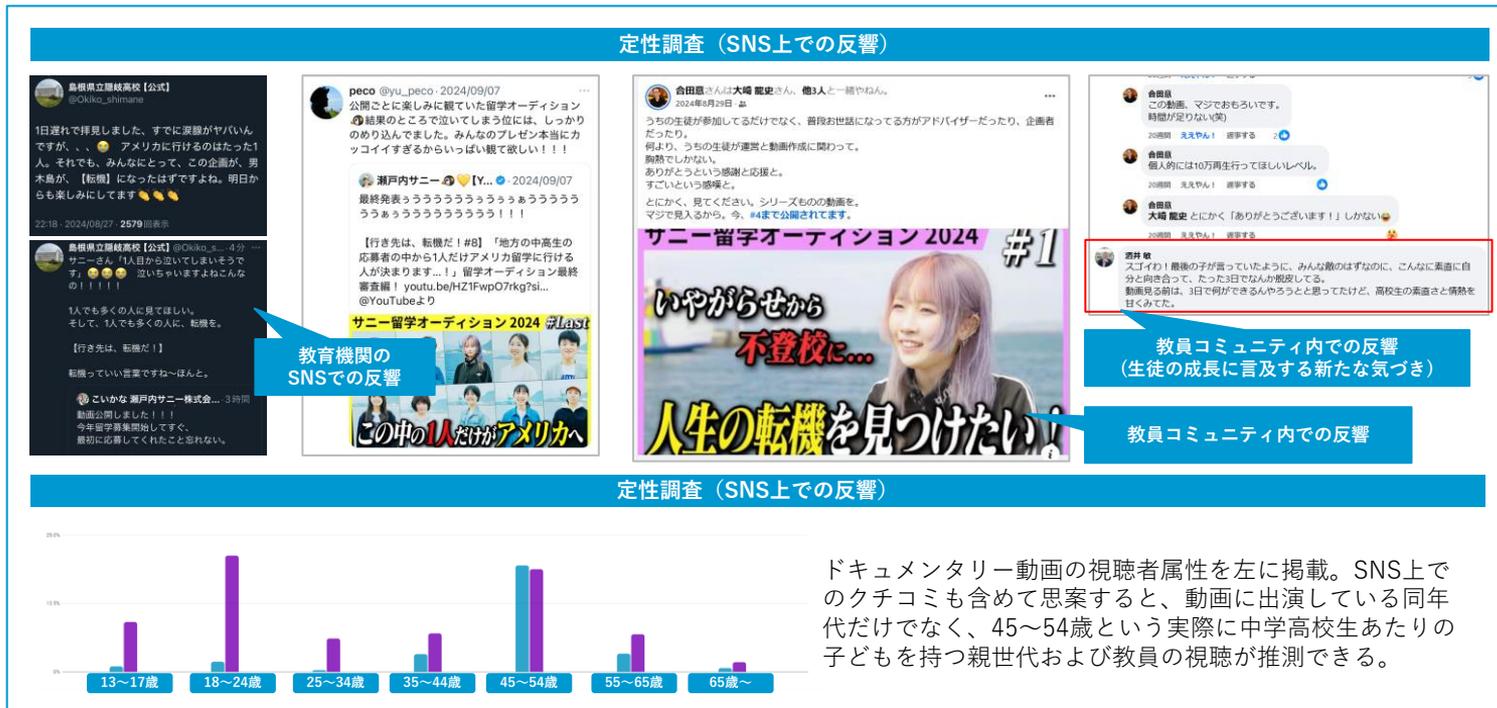
- 人材の確保
- 活動内容
- 活動後の設計

2.対外的発信を通じた持続的なコミュニティの運営方法

1.YouTubeによる集客方法

2.探究学習/PBLの対外発信に関する議論結果

集客面でYouTubeを活用するだけでなく、選考過程から留学過程まで全てのYouTubeにてドキュメンタリーシリーズ動画として公開。留学に興味がなかった地元香川県の中高校生や高校生からもシリーズ動画を視聴したという反響が生まれただけでなく、生徒が通っている高校の教員や保護者世代の動画視聴も観測。学校とは異なる個性を見せる場面に教育的関心が高まる教員の反響もあった。



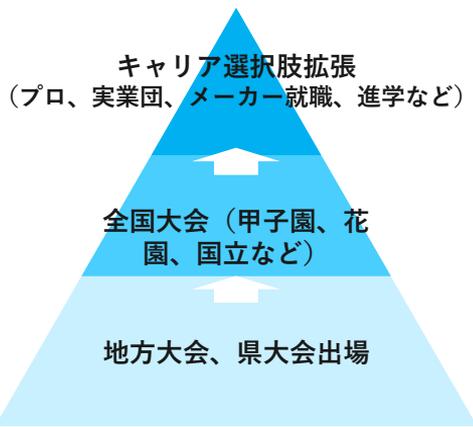
横展開

- 教育事業の合宿やキャンプ、ワークショップ等はクローズドなことが多いが、動画等デジタルコンテンツ化をしてオープンにすることでその過程自体を啓蒙・啓発に活用。
- デジタルコンテンツ化をすることで若者世代の啓蒙・啓発に繋げるだけでなく、保護者や教員への理解を促すコミュニケーションツールにも位置付けることができる。

本事業アドバイザーである三豊市教育委員会センター長の小玉氏との議論を通じて探究学習/PBLに関して議論。探究学習やPBLもメディアとして対外的に発信していくことが、コミュニティの持続的な運営において重要な事がわかった。

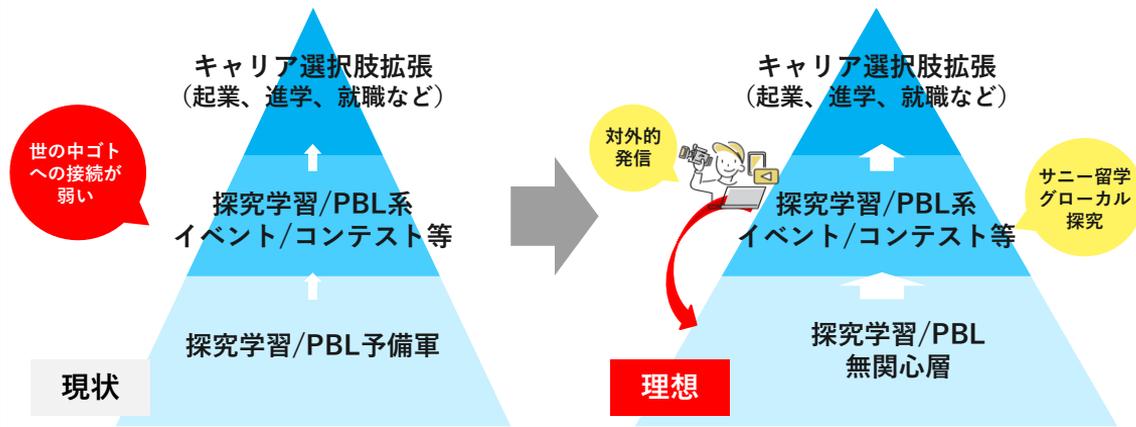
甲子園等スポーツ教育業界

同年代対象で分野を変えれば、高校野球の甲子園、ラグビー部の花園、高校サッカーの国立などスポーツ系では外発的にスポーツの必要性・魅力が伝わっている。また、高校生クイズや鳥人間コンテスト、高専ロボコン等もメディアコンテンツ化されており、進路選択にも繋がっている。



探究学習/PBL教育業界

探究的な教育がスポーツ教育業界のように中高生、社会の当たり前になっていくには、**外発的に「大事だよな・必要なことだよな」と感じてもらうだけではなく、「おもしろそう・楽しい」と思ってもらうことが大事だ**と考えている。そして何より取り組んでいる同世代や先輩が「カッコいい・素敵だな」という憧れをつくっていき目指したい場所にしていくことも重要。そのためには、既に地方テレビ局と組んでPBLを発信されている取り組みもあるが、**広くサイエンス系/ソーシャル系の探究/PBLを時代に合った手法でメディアコンテンツしていくことが必要だと考察。**



横展開

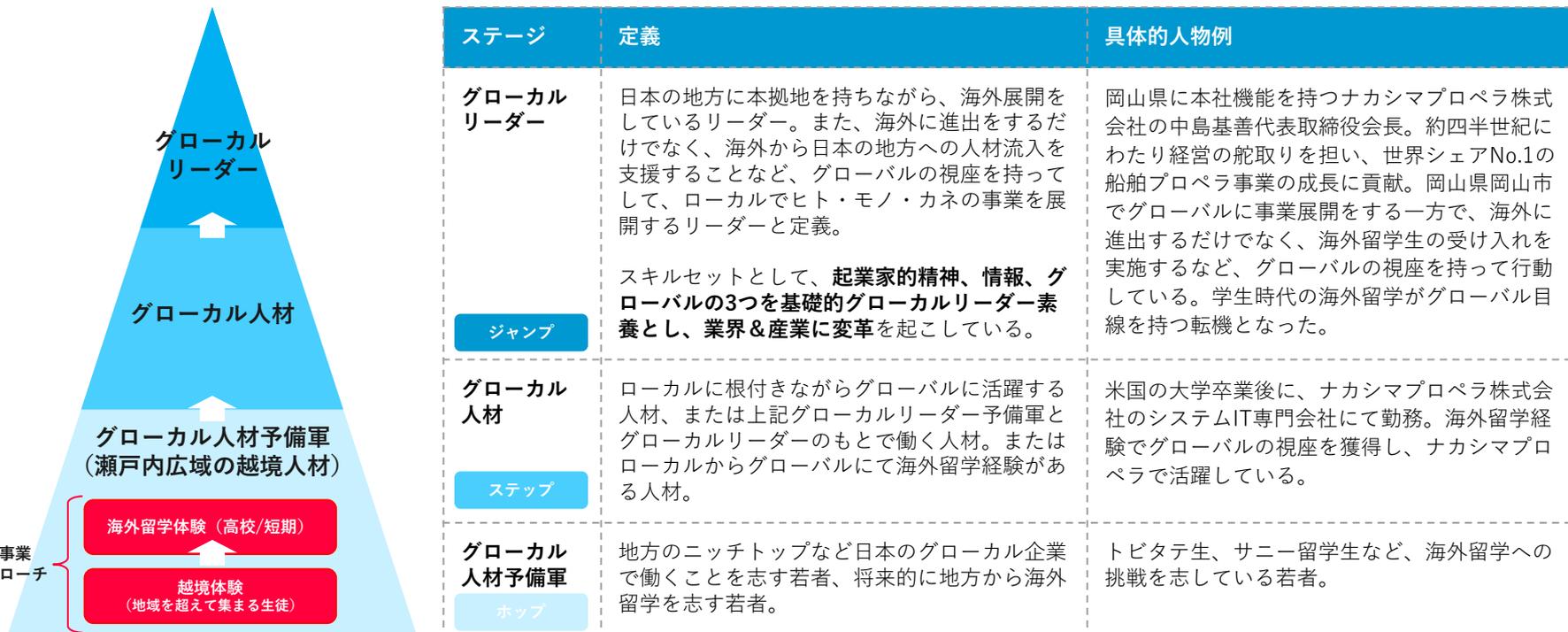
- 教育事業の宿泊やキャンプ、ワークショップ等はクローズドなことが多いが、動画等デジタルコンテンツ化をしてオープンにすることでその過程自体を啓蒙啓発に活用。
- デジタルコンテンツ化をすることで若者世代の啓蒙啓発に繋げるだけでなく、保護者や教員への理解促進を促すコミュニケーションツールにも位置付けることができる。
- ただ関係者以外が観ても面白いと思えるコンテンツをつくる子にはプロデュース力や編集能力があるメディア事業を持つ企業との連携が必須。

目次

1. グローカルリーダーに必要なスキル

2. 教育プログラムに関する学生へのニーズ調査の結果

本事業のテーマであるグローバルリーダー育成にあたって、岡山県に拠点をもち世界シェア1位のナカシマプロペラ株式会社の代表取締役会長にインタビューを実施し、その情報をもとにグローバルリーダーへのホップ・ステップ・ジャンプを整理。



本事業を応援する意思決定に至った背景

ナカシマプロペラ会長も学生時代に海外経験を積み、留学奨学金等で大人に応援を頂いた背景があり教育の重要性を理解している。また、将来的に自社採用に繋がらなくとも、岡山県にナカシマプロペラのような業界&会社があることを認知してくれるだけで価値があると判断した上でご出資。

目次

1. グローカルリーダーに必要なスキル

2. 教育プログラムに関する学生へのニーズ調査の結果

地元私立高校の探究学習プロジェクトを活用して、「企業を巻き込みながら新しい教育機関や学び場を形成する」というテーマで探究プロジェクト学習を高校2年生の生徒約30名に対して実施。企業調査、企画考案、企画提案&プレゼンテーションの3部構成で12回の授業にて本「未来の教室」事業の実証をもとにした学習を展開し、**学生目線での企業想起および企業接点ニーズを調査するアンケート調査**を行った。

①企業リサーチ期間 -企業アンケート調査-

新たな学び場形成にあたって、連携できそうな企業に関する調査を行う。弊社への企業訪問体験を通じて企業に関する解像度を上げる体験をした。



②新たな学び場企画構成期間 -グループワーク-

ワークシートをもとに現状分析および巻き込みたい民間企業、学校/新たな学び場の方向性等を生徒が検討した。



提案プレゼン期間 -プレゼンテーション-

プレゼンテーションでの発表を行い、民間企業からフィードバックを得る提案プレゼンの授業を実施。



学生目線での企業想起および企業接点ニーズを調査するアンケート調査の結果、**全国系企業以外にも地元企業の想起が伺えた。**
見学や体験等で接点のある地元企業の認知形成にも繋がっていることがアンケート調査より読み取れた。また、地元商店なども連携企業候補に上がっており、高校生段階では大企業と中小企業が並列に扱われており、認知格差が少ないことが明らかになった。

論点	アンケート項目	アンケート結果
企業接点	あなたが面白いと思う企業を挙げてください。その理由も掲載してください。	<ul style="list-style-type: none"> ・ 全国飲食チェーン会社：キャラもののドーナツなど遊び心にあふれているから ・ 香川本社の加工メーカー会社：CSR活動の一環としてゴミ拾いイベントに参加したことがある ・ 全国飲食チェーン会社：安心感のある牛丼、豚丼。歯ごたえが優しい「常に変化している」 ・ 東京IT系会社：フルリモートで（業務を）行うことができるから ・ 全国雑貨チェーン会社：企業理念を調べたときの自由な発想によりお客様に感動を与えるというものが刺さった ・ 東京タレント事務所系会社：有名なユーチューバーやアイドルがいるから ・ 地域商社系会社：瀬戸内やうどんをキーワードに地域内外に価値を創造していくというビジョンが面白い。 ・ 香川本社の人材派遣会社：株式会社クリアナブキ：以前見学に行ったときに雰囲気もよく、楽しそうだったから。ママ友ワーキングラボなど様々な取り組みを行っているから。 ・ 寝具メーカー会社：雰囲気がいい。経済ゲームを他の社員と遊んだり、カフェが中にある。社員の意見が貼られてある ・ 名古屋本社の世界的自動車メーカー：燃費の良いエンジン車、ロマン。もっといいクルマ。という社長のメッセージ ・ 香川拠点の地元商店：世界でも有名な金毘羅さんの提灯を作っているから ・ 東京拠点のデザイン会社：疑うことで価値を見出そうとするところ。11ヶ月働いて1ヶ月休む制度があること ・ 東京拠点のWeb制作会社：猫手当・猫同伴出勤など猫と猫を飼っている社員に優しい制度があるから

目次

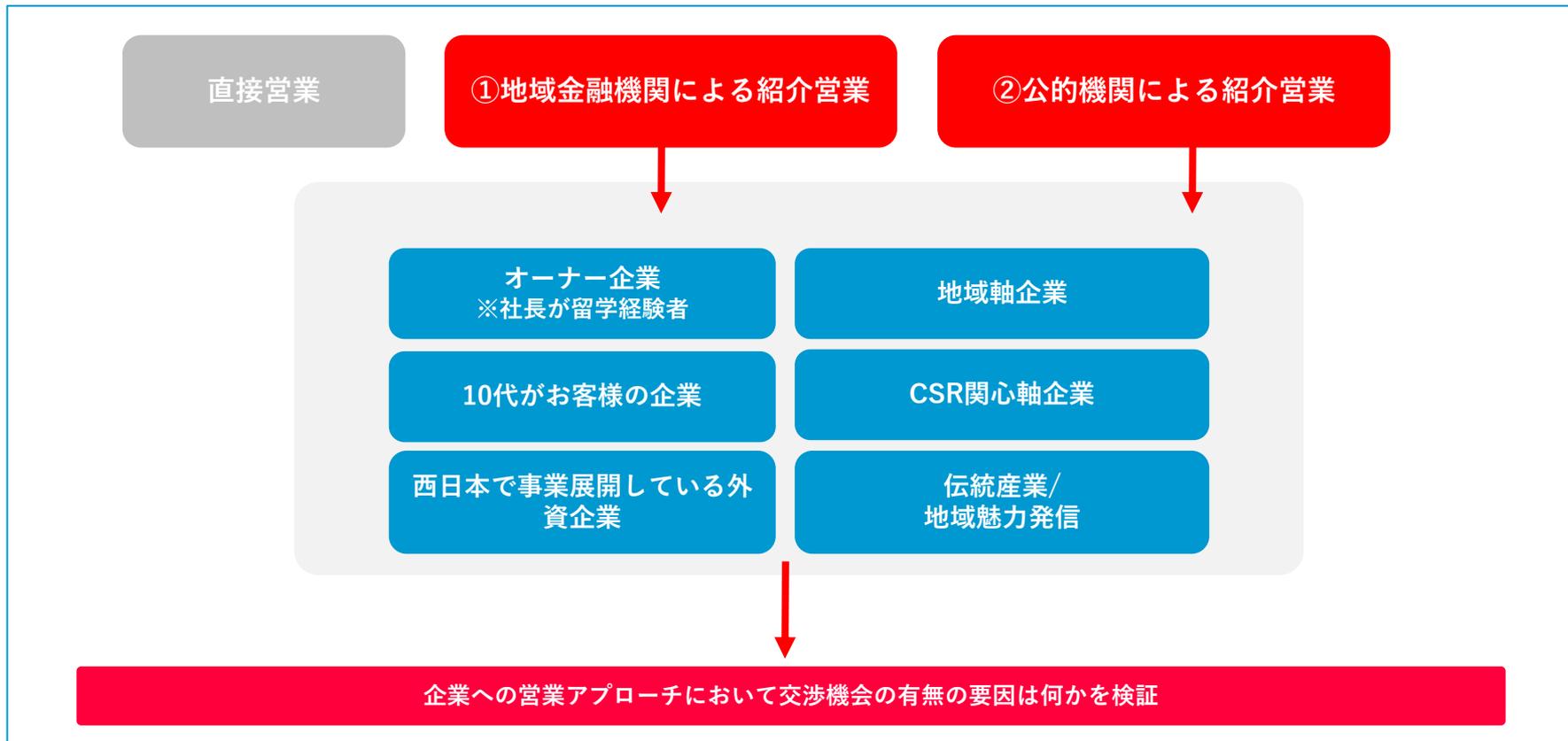
1.協賛の型

1.公的機関を介した協賛方法

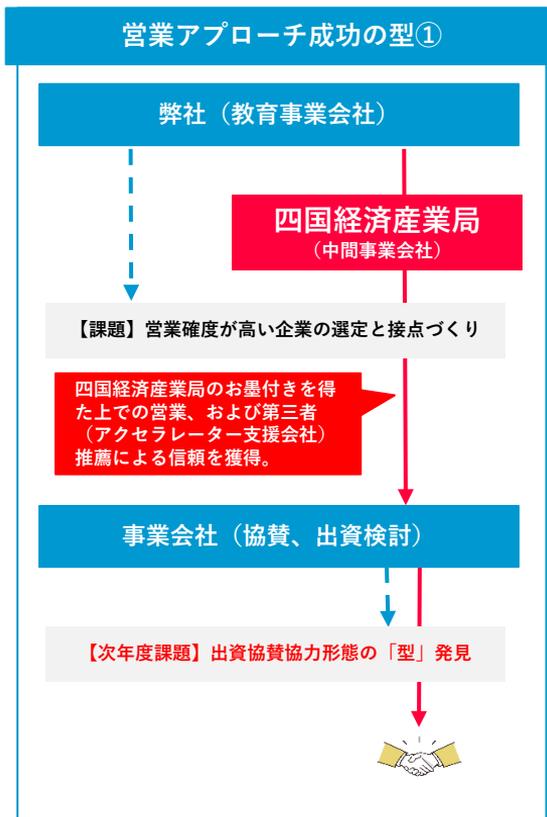
2.地域の金融機関を介した協賛方法

3-④ 実証内容 詳細 <実証③企業が出資/協賛する明確な「型」を見つける（瀬戸内モデル）>

弊社の直営業アプローチ実績と比較し、①地域金融機関経由および②公的機関経由の営業アプローチ体制を構築。その上で、本事業の資金調達においてそれぞれの紹介ルートがどう営業に影響があるのかを検証。



民間企業への教育事業への資金調達を目的とした営業アプローチという観点で、信用力が高い公的機関（四国経済産業局）の事業に採択されたというお墨付きが営業成否に寄与。加えて、公的機関が主催している共創事業等を受託している中間事業会社自体が持つネットワークとの相性、および中間事業会社の担当者の教育事業への共感性が営業アプローチの確度に寄与していると推察。

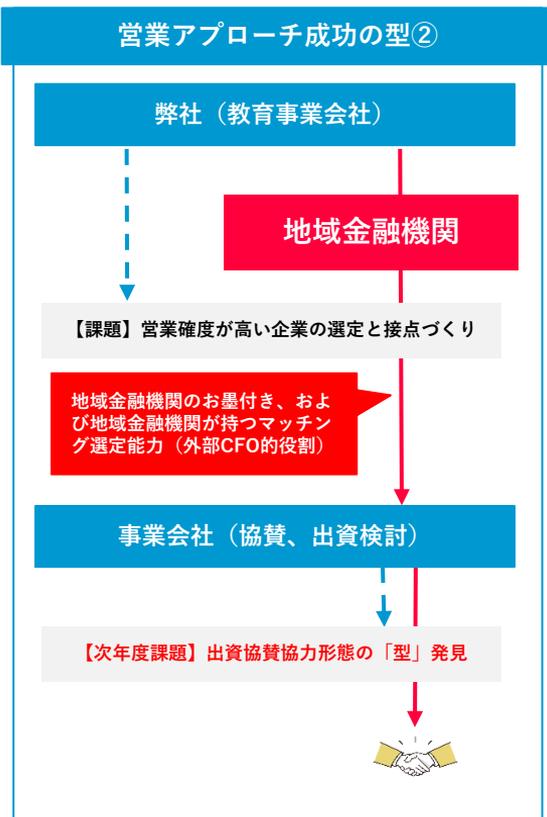


事業会社	結果	結果詳細	営業状況/実証成果/課題等
教育事業会社 中四国に教育機関を展開する学校法人企業	◎	共創プログラムにてプレゼン後に、副校長に直接訪問。今年度中に来年度の連携を含めて相談予定。	事業展開地域が中四国という共通点もあること、また高校から専門学校まで教育事業を展開しており教育へのアンテナが高い。
建設会社 四国に拠点のある建設会社。	○	今年度中に一度訪問をして、具体的にお互い連携できそうな内容を模索予定。	若手の後継経営者が教育に関心があり、すでに教育機関と連携をして講座などを実施。
保険会社 (全国)	×	マッチング時は関心ありと意思表示されていたが具体的な話は進まず。	スタートアップへの関心はあるが、具体的な協業イメージが掴めない可能性あり。
メガバンク (支店) 東京本社とした大手銀行の高松支店	×	同上	スタートアップへの関心はあるが、具体的な協業イメージが掴めない可能性あり。

四国経済産業局が実施する四国内地域発スタートアップ×事業会社の共創プログラム概要

経済産業省出先機関である四国経済産業局が本年度より開始した四国内地域発スタートアップ×事業会社の共創プログラム。プログラムでは、事業会社へのプレゼン、プレゼン後のマッチングまでを新規事業マッチング&アクセラレータープログラム運営会社の株式会社アルファドライブが担当。**担当者の方も四国高知出身ということもあり、地方発の教育事業への共感性が高く、積極的にマッチングを図って頂き合計8社から興味を持ったという応募があった。**またプログラム終了後も個別に担当者の方からは積極的な紹介をいただいている。

前ページに掲載した公的機関を通じた営業に加えて、地域の金融機関の紹介のもと連携企業をご紹介いただき、地域銀行の地域における絶大な信用力をお借りしてまずは企業との接点づくりに成功し、アポイント成約確度が飛躍的に向上。一方で、出資の「型」発見およびその出資の継続性の検証課題が明らかに。



事業会社	結果	結果詳細	営業状況/実証成果/課題等
不動産会社 中四国に拠点を持つ不動産を中心とした事業会社	◎	弊社主催の学生向けのアントレプレナーシップ育成イベントに協賛確定。留学事業にも関心を持っていただき、子会社である学校法人との連携などの可能性もあり、ポジティブな反応を得ている。	以前から新規事業担当者とのコネクションはあったが、今回地域金融機関同行にて改めて協賛の営業機会をいただくことで話がスムーズに進み協賛に繋がった。
保険会社 中四国に拠点を持つリスクマネジメント会社	◎	弊社主催の学生向けアントレプレナーシップ育成イベントに協賛確定。留学事業にも関心を持っていただき、新卒採用強化に繋げる取り組みにて協業の打診をいただいている。	以前から社長とのコネクションはあったが、今回地域金融機関同行にて改めて協賛の営業機会をいただくことで話がスムーズに進み協賛に繋がった。
インフラ関連機器会社 海外にも事業展開をする水道インフラの会社 (グローバル企業)	◎	新卒採用強化に繋がる取り組みをしたいとの背景で、弊社サービスをご利用いただけることに。海外留学事業にも興味を示していただいている。	地域金融機関主催の取引先向け勉強会にて講師を務めた経緯で、弊社と弊社のメディア事業に興味を持って頂き受注に繋がった。
化学メーカー会社 四国に本社機能を持つ化学メーカー	△	弊社主催の学生向けアントレプレナーシップ育成イベントに協賛確定。ただ、会社として留学への関心度は低い印象。	地域金融機関のご紹介で営業することができたが、会社として教育や留学事業に関心が高くない反応だった。関心が高くなっても地域貢献としての出資の可能性は検証していないため、別途検証の余地あり。

- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実証内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

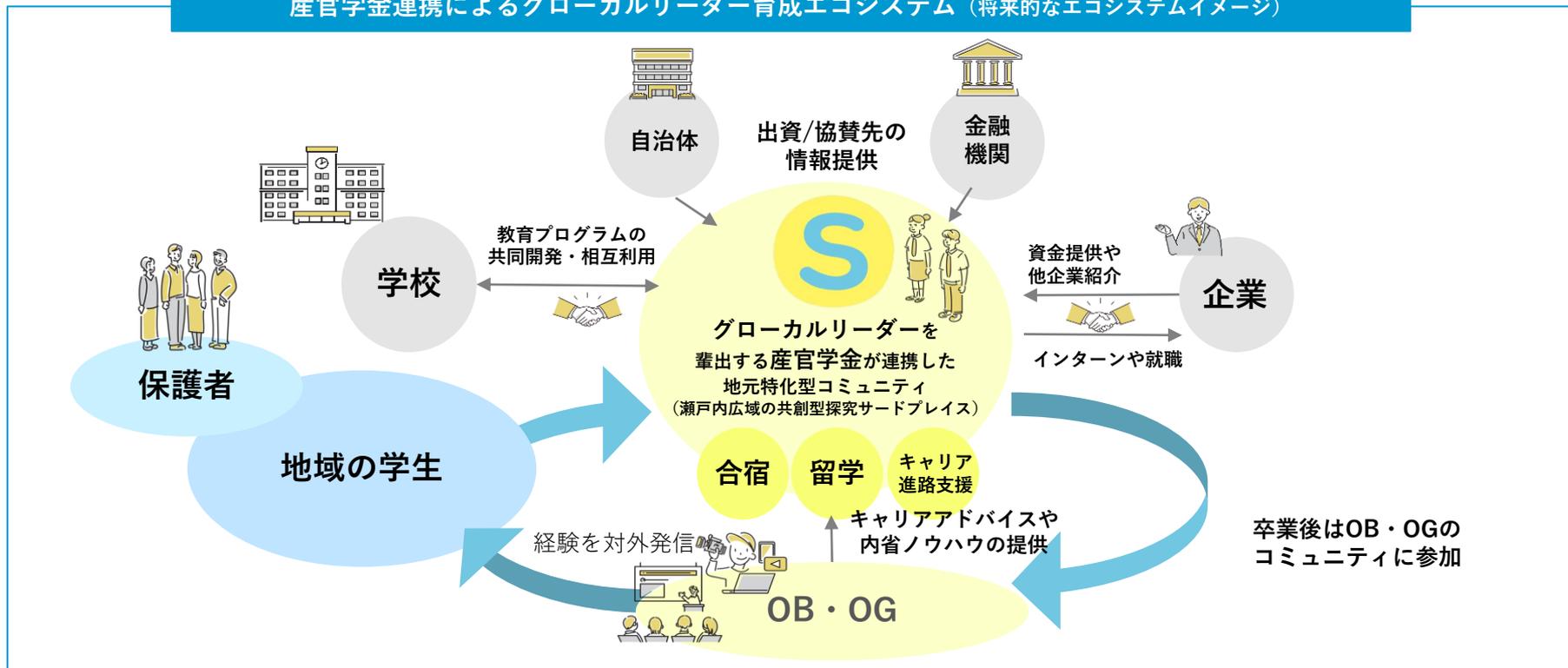
産官学金が連携し、多様な学びと資金を確保した「広域地域特化型サードプレイス」を軸に留学コミュニティを拡大していく。また、OB・OGを巻き込みながらYouTubeプラットフォーム活用し、グローバル人材育成を推進。

論点	示唆
あるべきコミュニティの姿とは	<ul style="list-style-type: none"> □ サニー留学コミュニティは、地域に特化したサードプレイスとして、合宿と留学プログラムで活動内容の充実を図り、終了後の「出口」の確保が肝要 <ul style="list-style-type: none"> ■ 学校教育における偏差値型競争ではなく、挑戦を応援し合い、互いのキャリアを高め合う共創型探究が肝要 ■ 活動後に国内や地元が目が向いた参加者と、海外に目が向いた参加者の2つの傾向から、①サニー独自のコンテンツのみならず、学校等の教育機関と連携した「グローバル」教育プログラムの用意と②企業を巻き込み、「ローカル」でのキャリアや学びの機会を提供すべき ■ さらに、卒業したOB・OGを巻き込みながらコミュニティの拡大をしていき、同時にYouTubeというプラットフォームを持つ強みを活かしてコミュニティメンバーを獲得に繋げる □ 持続的なコミュニティの運営には瀬戸内サニーだけでは困難であり、産官学金が連携し、包括的な学びを提供するグローバルリーダー育成エコシステムの構築が有効。特に各団体組織において教育軸や地域軸にて熱量あるキーマンとの関係値づくりが重要である（次ページ展開図掲載） <ul style="list-style-type: none"> ■ 企業：ヒト・モノ・カネによる協賛・寄附や、企業のネットワークを活用し、コミュニティメンバーの学びやキャリア志向に合わせた企業の紹介を行う ■ 学校：グローバルリーダー育成のための教育コンテンツの作成、ノウハウ共有を行い、互いの生徒が両リソースを使用可能にすることで地域において幅広い学びの機会を提供する ■ 自治体：経済産業局等の公的機関を通じて出資/協賛先を探索する（ドアノックのハードルが下がり地縁企業以外との連携しやすくなる） ■ 金融機関：地域金融機関を通じて出資/協賛先を探索する（財務状況を相互に把握したうえで、地縁企業と現実的な連携がしやすくなる）

コミュニティ1期生へのアンケート結果を踏まえた留学コミュニティのあるべき姿

最終的には以下に図式化したイメージのように、産官学金が連携するグローバルリーダー育成のエコシステムを形成。
ローカルとグローバル両方の視点で教育プログラム開発でき、公教育に組み込むことができることが理想。

産官学金連携によるグローバルリーダー育成エコシステム（将来的なエコシステムイメージ）



今後の展望：グローバルキャリア探究教材開発

サニー留学をコミュニティ形成のきっかけとしながら、学校等の教育機関と連携した「グローバル」教育プログラムの用意と、企業を巻き込んだ「ローカル」でのキャリアや学びの機会を提供が今後の展望であり、これまで実現したことがないLocal to Globalを実現する。

教育界の潮流

既存の教育システムとは異なる学びの場のニーズ



不登校児の急増

学校統廃合

経済界の潮流

海外市場を目指した経営 県単位以外での広域連携/M&A



Go Global



広域地域連携

グローバルキャリア探究教材開発

以下の座組で地方発でのリアルとデジタルを掛け合わせた教育教材の開発を実施し、通信制や放課後学習コンテンツとして導入を進めていきます。

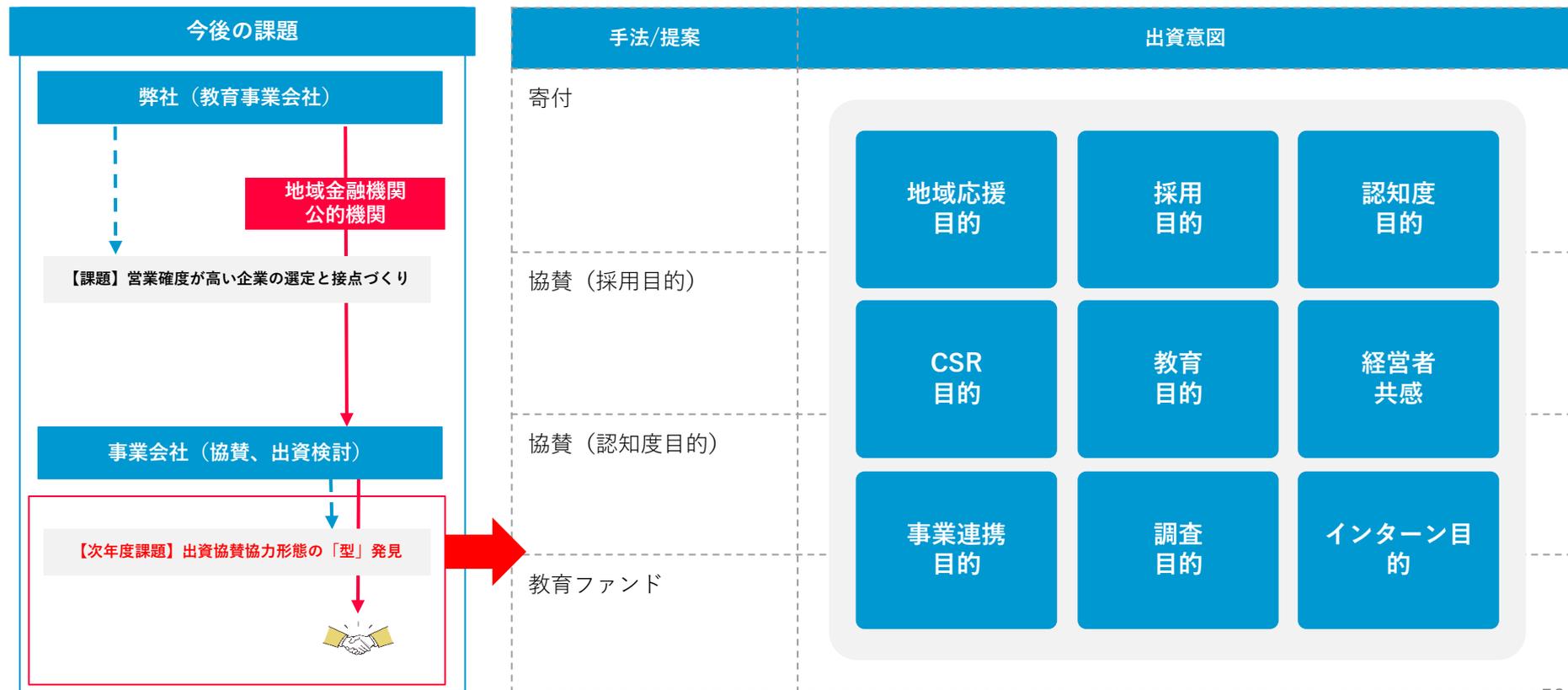


狙い

今後学校の統廃合がこの10年で大きく起こる中で、カリキュラムや教材内容も時代に合わせたアップデートをする必要がある。また通信制学校もさらに普及をし、自宅でも学べる動画コンテンツのニーズがさらに高まると考える。東京発、指導要領発の教材コンテンツではなく、将来の進路選択肢に通ずる産学並行教育を目的としたキャリア探究教材をローカルとグローバルな2つの目線から学ぶ教育プログラム事業を開発する。また、グローバル教材でも地方への普及の実現に至ってるケースは少なく、グローバルで活躍する大学教授や教育起業家にとってもローカルと関わる意義を感じてくれている。

今後の展望：中長期的な資金調達型の発見

営業アプローチ方法としての「型」の発見には成功した一方で、最終的なプログラムへの出資に繋がるほどの型を見つけられていないこと、加えて出資の継続意思決定まで至っていないため引き続き継続して3年間で出資の型を見つける実証を行いたい。また中四国中心に企業へのアプローチを図ったが、今後グローバル展開をしている企業にもアプローチをしていきたい。



- 1 事業者紹介
- 2 実証サマリ
- 3 実証内容
- 4 実証成果
- 5 今後の展望

Appendix：実施体制・実証フィールド 詳細

実施体制

事業受託者：瀬戸内サニー株式会社

- 統括執行責任者：大崎 龍史（代表取締役/YouTuber）
- 企画渉外担当：小池 香苗（営業/PRディレクター）

再委託先：

- 株式会社人生は上々だ（制作担当）

監修：

- 文部科学省トビタテ！留学JAPAN
プロジェクトディレクター 荒畦 悟
（留学プログラム組成を担当）
- 三豊市教育センター長 小玉 祥平
（教育事業化を担当）
- 留学ワールド（株式会社DEOW）代表取締役 真鍋 将晃
（海外留学支援を担当）

実証フィールド

弊社が連携をしている瀬戸内広域の教育機関を中心に実証を展開。
具体的な実証フィールドは以下を想定。

- 瀬戸内地域の学外の学びを求めている高校および高校生
 - 所在地：瀬戸内広域（香川/徳島/高知/愛媛/兵庫/岡山/広島/山口/鳥取/島根）
 - 対象生徒：50名程度（2024年実績）
 - 特徴：より広域の学びを求め弊社の募集に共感し応募または自立的にコンタクトアクションを起こしてくれる学校、生徒とのコミュニティ育成の検証
- 大手前高松中学高校・大手前丸亀中学高校
 - 所在地：香川県
 - 対象生徒：80名程度（2024年実績）
 - 特徴：課題解決を生徒と一緒に考えるキャリア教育プログラムにて本事業の事業化を学生とともに検討検証する
- 中四国にゆかりある企業、団体（グローバル企業）
 - 所在地：瀬戸内広域（香川/徳島/高知/愛媛/兵庫/岡山/広島/山口/鳥取/島根）
 - 対象：数十社程度（2024年実績）
 - 特徴：留学コミュニティへの支援・協力、学外の学び場、学科形成/出資調達にあたってのヒアリング、営業を実施