

令和6年度 「未来の教室」実証事業

最終報告書



【事業名】

未来を創る当事者を育むための教育へ、
スポーツクラブが紡ぐ教育と地域と企業との連繋

【事業者名】

FC今治高等学校里山校

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

Appendix：実施体制、効果検証方法

1.事業者紹介

1. 事業者紹介

FC今治高等学校 里山校

正式名称	学校法人今治明德学園 FC今治高等学校 里山校
所在地	愛媛県今治市阿方甲287番地
開校日	2024年4月
生徒数	1期生34人
学園長	岡田 武史
理事長	村上 康
校長	辻 正太

J2リーグ所属のサッカークラブ「FC今治」が目指す、里山スタジアムを拠点にした共助のコミュニティづくりのど真ん中に、FC今治高校里山校（FCI）が誕生。

地域全体をキャンパスととらえた、FCIの里山未来創造探究（教育プログラム）では、これまで10年かけてFC今治が地域と作ってきた関係性を存分にいかしながら、高校生が多面的に地域の皆さんと関わり、企業の課題と地域の課題を同時に解決することを目指す。

FCIだけでなく、近隣の高校生も巻き込みながら、このムーブメントを拡げること、住民の皆さんや企業同士の関係性が編み直され、共助のコミュニティが強化されるとともに、未来を創る当事者がこの街からどんどん育っていくことを期待している。



1. 事業者紹介

FC今治

商号	株式会社今治、夢スポーツ
所在地	愛媛県今治市高橋ふれあいの丘1番地3 今治里山スタジアム
設立日	平成14年5月29日
資本金	5,000万円(2024年2月1日現在)
主な事業	スポーツクラブ・スポーツ施設・ 文化施設の運営事業、 スポーツ指導のノウハウの 販売事業・教育関連事業等
事業年度	毎年2月1日から翌年1月31日まで
関連会社	株式会社今治、夢ビレッジ



FC IMABARI



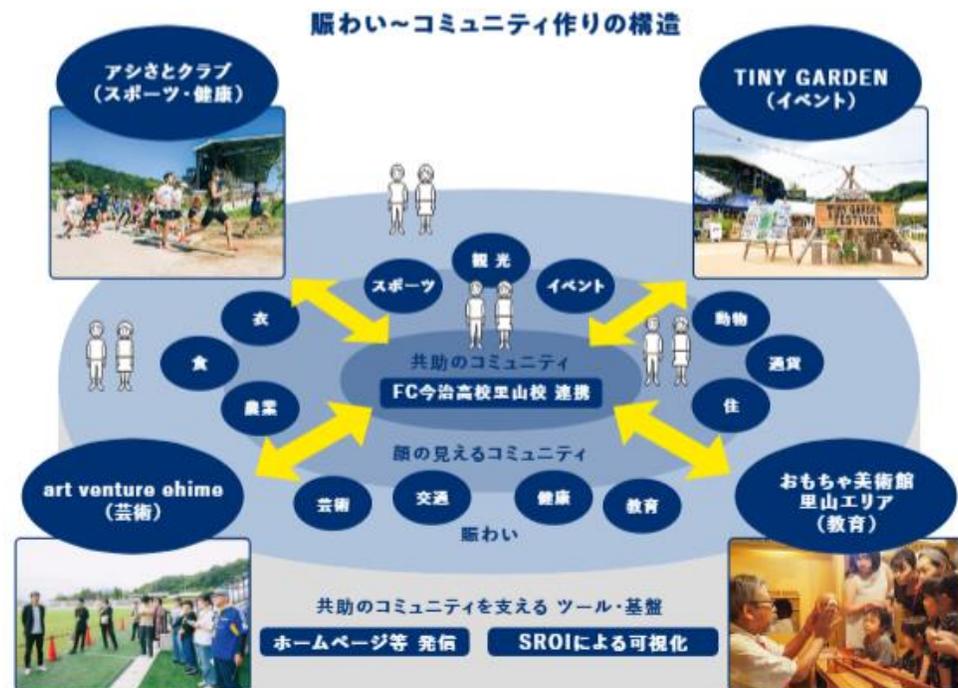
サッカークラブとしての歩み

- FC今治は、愛媛県今治市を拠点とするプロサッカークラブです。2014年、岡田武史氏がクラブ経営に参画し、「今治から世界へ」のビジョンの下でリスタート
- 2016年には四国リーグを制し、JFL昇格を果たす。その後も戦力を整え、2020年からJ3リーグに参戦。2023年には「里山スタジアム」を竣工し、地域と一体となったクラブ運営が加速。2024年にはJ2昇格を果たした

企業理念・2030年に目指す姿

- FC今治は、『次世代のため、物の豊かさより心の豊かさを大切にする社会創りに貢献する。』を企業理念として、フットボールに留まらない様々な事業を展開
- 2024年10月には、企業理念の実現に向けた取り組みとして、「FC今治コミュニティ」づくりを進めるコンソーシアムを立ち上げ、地球温暖化・食料問題・貧困・孤独・大規模災害等の社会課題に対応する環境づくりを進めている
- 2030年に目指す姿として、「里山スタジアムを拠点とした共助のコミュニティを創る」等を掲げており、コミュニティの中核を担うFC今治高校とも積極的に連携している

「FC今治コミュニティ」イメージ



2.実証サマリ

2. 実証サマリ

実証テーマ

未来を創る当事者を育むための教育へ、スポーツクラブが紡ぐ教育と地域と企業の連繫

実現したい姿

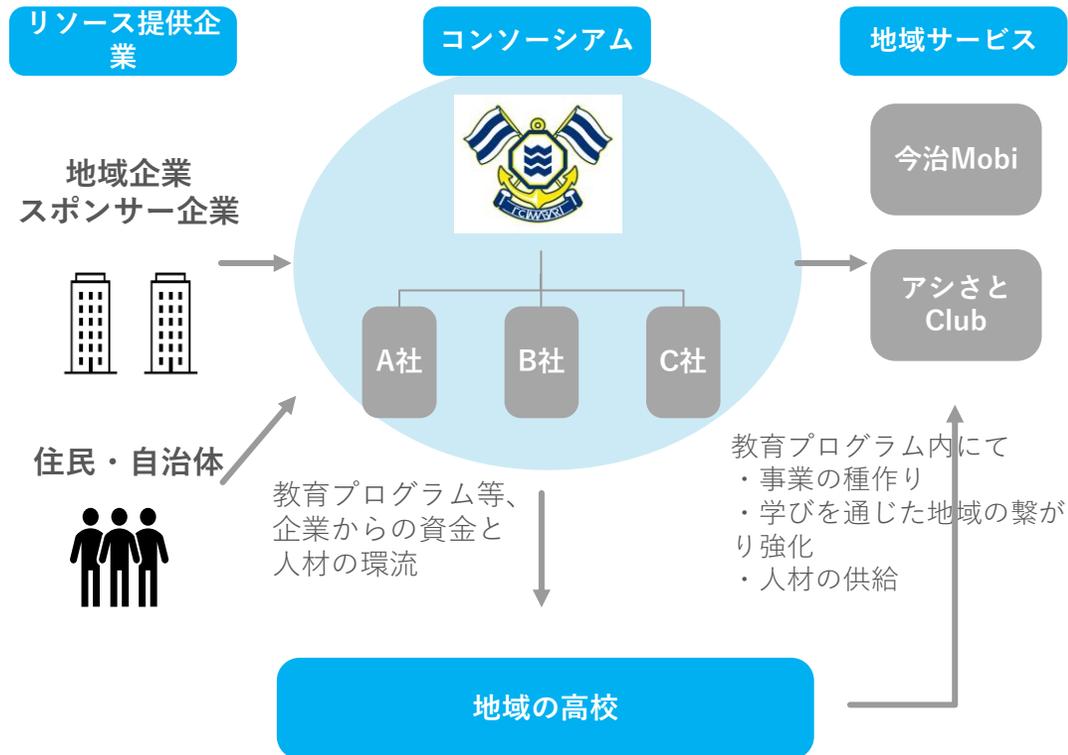
プロスポーツクラブを起点とした、地域活性化人材を生み出すための学びの場の創出

実証項目		実施内容	成果・判明したこと・今後の取り組み				
実証①	プロスポーツクラブの求心力を活かした教育プログラムの実施	<ul style="list-style-type: none"> FC今治及びFC今治と繋がりのある企業によるゼミ(プロジェクトベースドラーニング)の実施 	<ul style="list-style-type: none"> プロスポーツクラブの求心力を活かすことで、地域の企業・住民を巻き込んだ、裾野の広い教育プログラムの実施が可能となる SROI(社会的投資収益率)を測定したところ結果は良好で、地域を巻き込むことによる社会的意義・生徒の成長への効果が認められた 今後の普及に向けてプログラムを体系化した他、課題を特定した 				
実証②	プロスポーツクラブの求心力を活かした中間支援組織による企業と教育の接続	<ul style="list-style-type: none"> FC今治を中心としたコンソーシアム内に、学校と企業の連携を促進する機能として「共助研究会」を組成 FC今治高校・FC今治・コンソーシアム参画企業・専門家の週次打合せにて、企業と教育の接続の在り方について議論 企業と教育の接続の在り方についてヒアリング調査を実施 実際にコンソーシアム参画企業と学生が連携(ゼミの発表会をコンソ企業のショッピングモールで実施、コンソ企業が運営するランニングクラブに学生が参加、等) 	<ul style="list-style-type: none"> プロスポーツクラブを核とした中間支援組織が企業と学校の間に入ることによるメリットを特定・整理した <table border="1"> <tr> <td>企業側</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ✓ スポンサーとしての関係を背景に、自分たちのニーズを理解しているクラブが間に入ることで教育に参画しやすくなる ✓ 多様なパートナーとの繋がりを活かした効果的な地域プロモーションが可能となり、参画の事業貢献度が大きくなる </td> </tr> <tr> <td>学校側</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> ✓ クラブを応援する地域企業から協力・支援を得やすくなる ✓ 中長期的に学校と連携する中間支援組織ならではの深みのある関与を得られる </td> </tr> </table>	企業側	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スポンサーとしての関係を背景に、自分たちのニーズを理解しているクラブが間に入ることで教育に参画しやすくなる ✓ 多様なパートナーとの繋がりを活かした効果的な地域プロモーションが可能となり、参画の事業貢献度が大きくなる 	学校側	<ul style="list-style-type: none"> ✓ クラブを応援する地域企業から協力・支援を得やすくなる ✓ 中長期的に学校と連携する中間支援組織ならではの深みのある関与を得られる
企業側	<ul style="list-style-type: none"> ✓ スポンサーとしての関係を背景に、自分たちのニーズを理解しているクラブが間に入ることで教育に参画しやすくなる ✓ 多様なパートナーとの繋がりを活かした効果的な地域プロモーションが可能となり、参画の事業貢献度が大きくなる 						
学校側	<ul style="list-style-type: none"> ✓ クラブを応援する地域企業から協力・支援を得やすくなる ✓ 中長期的に学校と連携する中間支援組織ならではの深みのある関与を得られる 						
実証③	企業・中間支援組織・学校が連携した教育プログラムのコーディネート自走化・横展開	<ul style="list-style-type: none"> プログラムに対する教師の体系的な理解と、それを促す研修の確立に向けて、FC今治高校・他校の教職員向けに研修を実施 HPによる対外発信 	<ul style="list-style-type: none"> 研修を通じて、教員は教育プログラムの概要を概ね理解。ただし、コーディネート自走化に向けては企業との連携の経験が必要 横展開の第一歩として、各校で情熱を持った教師を巻き込むことが必要。成功経験が蓄積されることでその後の普及に繋がる 				

3.実施内容

地域に根付き、地域に応援されている“プロスポーツクラブ”が、
地域・企業・学校を繋ぎ、地域コミュニティを活性化

プロスポーツクラブを中心とした コミュニティ（コンソ）



今後目指す姿

- プロスポーツクラブ(FC今治)を核とするコンソーシアムの拡大
- コンソーシアムが受け皿となり、プロスポーツクラブのスポンサーをはじめ、多領域からの資金・人材の環流を生む
 - 還流先の一つとして教育・学校が対象となる
 - スポーツクラブ・地域との連携により、通常の授業では提供できない教育を提供
- 教育の強化を通じてコミュニティを拡大・発展させる
 - 学生がハブとなり地域住民とコミュニティの繋がりを強化
 - 中長期的にコミュニティを支える地域活性化人材を学校が輩出

実証内容

実証目的

実証①

プロスポーツクラブの求心力を活かした教育プログラムの実施

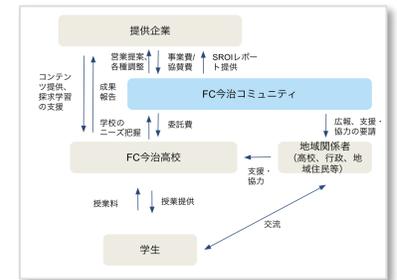
- プロスポーツクラブの求心力を活かした教育プログラムの在り方を明らかにする



実証②

プロスポーツクラブの求心力を活かした中間支援組織による、企業と教育の接続

- プロスポーツクラブの求心力を活かした「中間支援組織」が地域内外のステークホルダーと連携するため、学校・企業双方のメリットと、「中間支援組織」の果たすべき機能を明らかにする



実証③

企業・中間支援組織・学校が連携した教育プログラムのコーディネート自走化・横展開

- 地域内外の高校に教育プログラムを普及するために必要なことを明らかにする



3.実施内容 | 実証①の概要

里山未来創造探究ゼミ(教育プログラム=企業ゼミ)の実施

今治で活躍する企業にご協力いただき、地域で何が起きているのかを肌で感じながら学ぶ、少人数のゼミ形式のプログラム
教室を飛び出し、これからの社会の中で、産業や文化活動がどうあればよいのかを共に考え、アクションプランを実践

全体スケジュール (全15回・のべ45時間)

10/22 |火、10/29 |火、11/8 |金、11/19 |火、11/22 |金、11/26 |火、12/6 |金、12/10 |火、1/14 |火、1/22 |水、2/4 |火、2/18 |火、2/25 |火、3/4 |火、3/7 |金
※3/1 学びの祭典で発表あり

プログラム一覧

えひめ食農デザイン株式会社



今治市における有機農業の振興をテーマに、大西町の生産者グループ「優樹の里」が手がける有機かんきつや有機レモンの価値を広めるゼミ

株式会社 丹後



今治市の産業と経済を軸に持続可能なモデルを探り、地域課題の解決を目指すゼミ

FC今治 (株式会社今治、夢スポーツ)

ちいこら



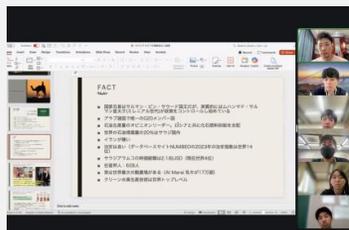
FC今治が目指す「FC今治コミュニティ」をテーマに、地域住民の"お困りごと"を発掘し、行政や市場経済では解決できない課題の仕組みづくりを探るゼミ

社会福祉法人来島会



地域の多様性と居場所づくりをテーマに、今治市の社会資源を可視化するゼミ

株式会社hakken



「考える」ことの重要性と奥深さを学びながら、社会課題、とりわけ食と農についての知見を深めるゼミ

FC今治 (株式会社今治、夢スポーツ)

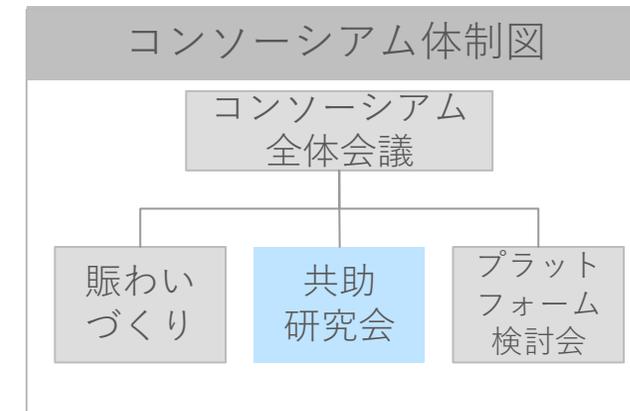
里山サロン



FC今治が運営する「里山サロン」を活用して、"新たな人の繋がりを生み出す"企画と実践を行うゼミ

コンソ内に 「共助研究会」組成

- コンソーシアム内に「共助研究会」を組成
 - 目的：コンソと学校連携を促進する
 - 役割：学校・コンソ運営団体による定例会議の実施、全体会議での情報連携



教育プログラム提供

- FC今治の提供する教育プログラム2コマについての開発支援を実施
- 教育実践による企業や地域への効果を検証※1

※1：4章を参照

「企業と学校との連携の 在り方」の調査

- 企業担当者/学校/FC今治へのインタビューを実施（対象企業数10社）

地域コーディネーター（まちなかキャンパス）による教職員向け研修の実施 （全4回）

- プログラムの自走化を目指し、FC今治高校里山校の教員に向けて、地域と協働して教育プログラムをつくるための研修を実施
- 地域で学ばせていただくことの意義、地域にとっての価値、受入先企業との関係性の作り方、プロジェクトの具体的な組成方法についての理解
- 実際の地域企業をお招きしたプロジェクト組成の実践と次年度に向けた関係性構築
- 地域の公立校への教育プログラムの横展開を見据えた導入障壁の可視化、ボトルネックを見極め



第1回

地域と連携して実践する 教育プログラムの意義

- 地域と連携することの意義
- 地域企業と連携した教育プログラムの先行事例紹介
- 地域企業との関係性の作り方

第2回

地域企業と連携したPBLの 組成方法

- 地域企業（受入先）へのヒアリング
- プロジェクトテーマの提案（課題の設定方法）
- プロジェクトの具体的な工程の検討方法

第3回

地域企業と連携したPBLの 実施手順と伴走方法について

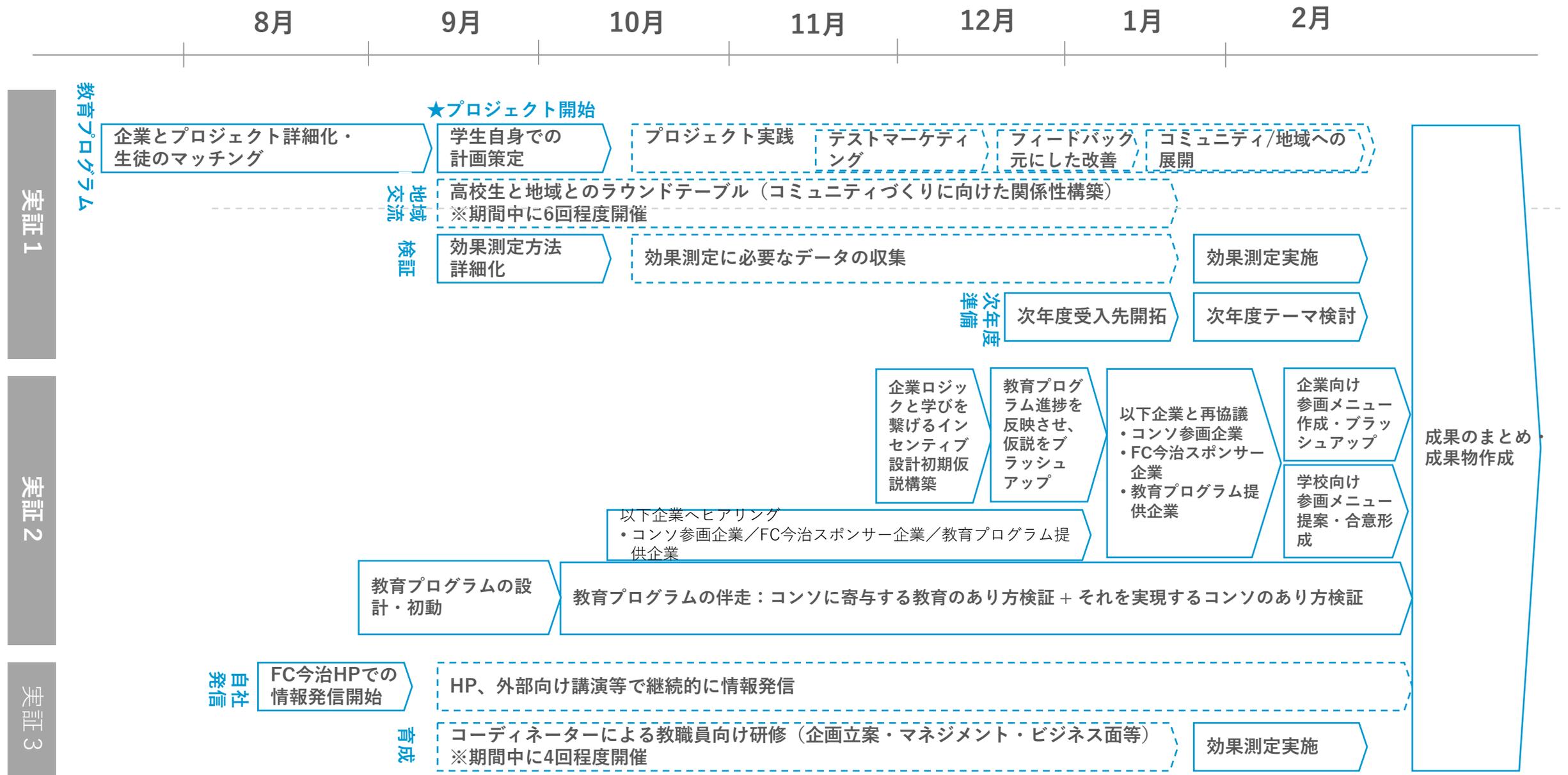
- PBLプロジェクトの実施手順（事前学習/顔合わせ/実施）
- プロジェクトへの伴走方法
- 成果報告と継続に向けた支援

第4回

地域企業と連携したPBLの 組成実践

- 実際の地域企業との顔合わせ
- PBL実施に向けた意見交換
- プロジェクト組成ワーク

3.実施内容 | 実施計画



4.実証結果

4-1.実証①： プロスポーツクラブの求心力を活かした教育プログラムの実施

プロスポーツクラブの求心力を活かし独自の教育プログラム（企業ゼミ）を開発・実施。教育プログラム内容や、教育プログラム企画・実施プロセスにおいて、プロスポーツクラブとの連携効果が見られた

a

プログラム内容における プロスポーツクラブ連携の 効果と課題

- 【効果】 FC今治の繋がりにより、生徒が地域に受け入れられ、販売・イベント等のマーケティング効果が拡大
- 【効果】 FC今治の繋がりにより、教育プログラム内のフィールドワーク先（イベントやヒアリング等）を確保できた
- 【課題】 想定よりも企業側の負担が増えた

p.17～

b

企画・実施業務 におけるプロスポーツクラブ連携の 効果と課題

- 【効果】 プロスポーツクラブの人的リソースにより、企業募集や企画等の支援が可能に
- 【効果】 幅広い地域ネットワークによる企業の募集が容易になる・プログラムの報告機会の確保ができた
- 【効果】 プロスポーツクラブのスタジアムを活用したプログラムの企画や実施が可能に
- 【課題】 企業側のリソースや教育能力を考慮できていなかった
- 【課題】 学校側が、FC今治ネットワークを通じた引き合いに対応するリソースが不足

p.19～

c

教育プログラムの 効果と課題

- 【効果】 SROIによる評価によれば、社会的意義が約1,000万円と算出
- 【効果】 生徒は、社会関係資本関連のアウトカムの成長（出会った人や住民への共感能力の向上や、共助の仕組への理解向上）が確認された
- 【効果】 企業側は、教育プログラム連携を契機に「若者世代の価値観や嗜好性の理解」が向上し、若者の新規採用増を検討している企業もあった

p.34

えひめ食農デザイン株式会社

株式会社丹後

FC今治 ちいこら

学習の様子



ステップ

1. 生産者を訪ねて素材への理解を深める
2. マーケティングについて学ぶ
3. 商品の企画・試作
4. PDP制作・売り場づくりを行う
5. 振り返りの実施

1. 課題の本質を理解する
2. 現場での課題発見と調査
3. プレゼン/ディスカッション
4. 自己理解とビジネス視点の確立

1. ゼミの目的理解と基礎スキル習得
2. リサーチ/情報収集
3. 事業企画の検討
4. 事業企画のブラッシュアップ

成果

- 地域企業と連携した商品開発から販売まで完遂することができた
- 生徒の地域特産品についての理解を深めることができた
- チーム単位でのプロジェクト推進を体験することができ、遂行することができた

- 「街」にフォーカスした事業化アイデアを形にできた
- 生徒の地域産業・社会への理解を深めることができた

- FC今治の有するネットワークを活用したフィールドワーク実施し、課題の可視化ができた
- 地域課題解決に向け、アンケートを基にした2施策の立案ができた

クラブ連携のポイント

- FC今治経由での繋がり
- クラブ協力による販路獲得
- FC今治を応援する気持ちにより、地域に生徒が受け入れられた

- FC今治の発信力を活用したイベントへの集客が可能に

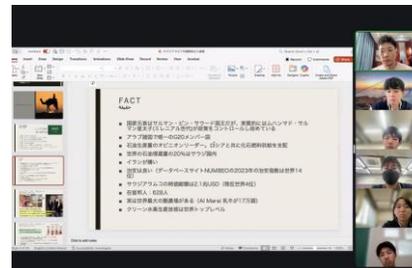
- FC今治の有するネットワークを活用し、フィールドワークが可能に

FC今治 里山サロン

社会福祉法人来島会

株式会社hakken

学習の様子



ステップ

1. ゼミの目的理解と基礎スキル習得
2. 課題発見と改善アイデアの創出
3. 調査と実践準備

1. 地域課題の理解を深める
2. 社会的包摂と多様性について考える
3. 現場の声を聴き、課題を整理する
4. 支援の実践と新たなアプローチの検討
5. 社会資源マップの作成

1. 思考の基礎を築く
2. 視点を養う
3. 多角的な視野を持つ
4. 実践的なアウトプット
5. 振り返り/未来に向けての行動

成果

- FC今治 里山サロンと連携した、交流機会の創出に向けた実践準備が行えた

- 社会資源マップ作成に向け、実際の体験を通じて理解が深まった

- 多様なインプットを通じた事業化に向けた学びを得られた
- オンラインゼミの実施によって企業との協働経験が得られた

クラブ連携のポイント

- FC今治の運営するカフェをフィールドにした学習機会の創出

- FC今治経由でのつながり

- 協業なし

教育プログラムを実施して明らかになった問題点（一部）

企業募集 フェーズ

- （学校）学校が依頼したい教育コンテンツを有する企業からの共感が得られない場合もあった
- （学校・企業）受入判断をした経営者と実務担当者の温度差
- （学校）プロスポーツクラブからの企業の引き合いに対応する学校のリソースが不足

教育プロ グラム 実施 フェーズ

- （企業）想定以上の企業側の負担の増大（平日の業務時間での教育プログラム開催、自授業時間外の工数増大）
- （学校）企業ごとのプログラム企画・実施能力のばらつき
- （学校）実現性に関する企業-学校間でのすり合わせ不足
- （学校）プログラムへの期待値との実際のプログラム内容との乖離による生徒の意欲低下

評価 フェーズ

- （学校）企業側の期待していた授業を通じた生徒の成長が得られなかったため、次年度以降の継続的協力が獲得できず
- （企業）単年度のみでの評価に起因する不透明な中長期的成果

次年度以降の解決策（案）

コンソ

- 実務担当者への事前説明・動機付け機会の設定
- 教育プログラムの企画・実施支援（例：プログラム推進ガイドラインの策定）
- 各教育プログラム間や他企業の横連携を促す機会の創出
- 各教育プログラムで期待される成果・志向（向き・不向き等）の棚卸と生徒への提示の支援
- “共助のコミュニティ形成”に対する経年での評価方法の構築

スポーツ クラブ

- 企業側の対応リソースに関する情報の共有
- プログラムサポーターとしての地域住民の巻き込み

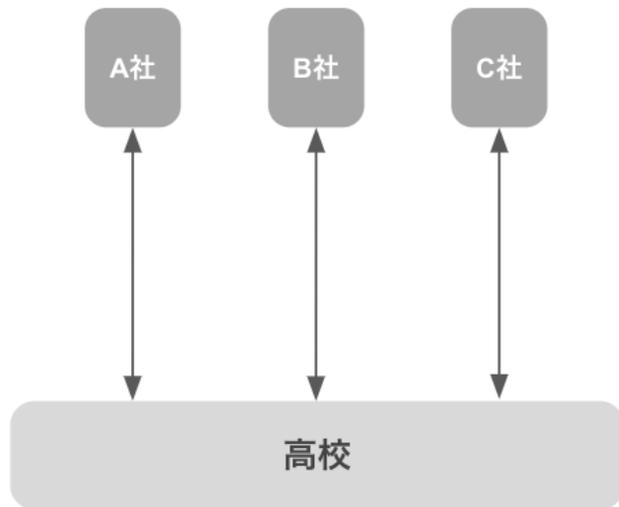
学校

- 参加生徒の感想や進路などをとりまとめた発信
- プログラム推進に係る基礎スキル・マナーの企業への伝授
- 企業対応を行う人員の確保

4-2.実証②： プロスポーツクラブの求心力を活かした中間支援組織による 企業と教育の接続

これまで

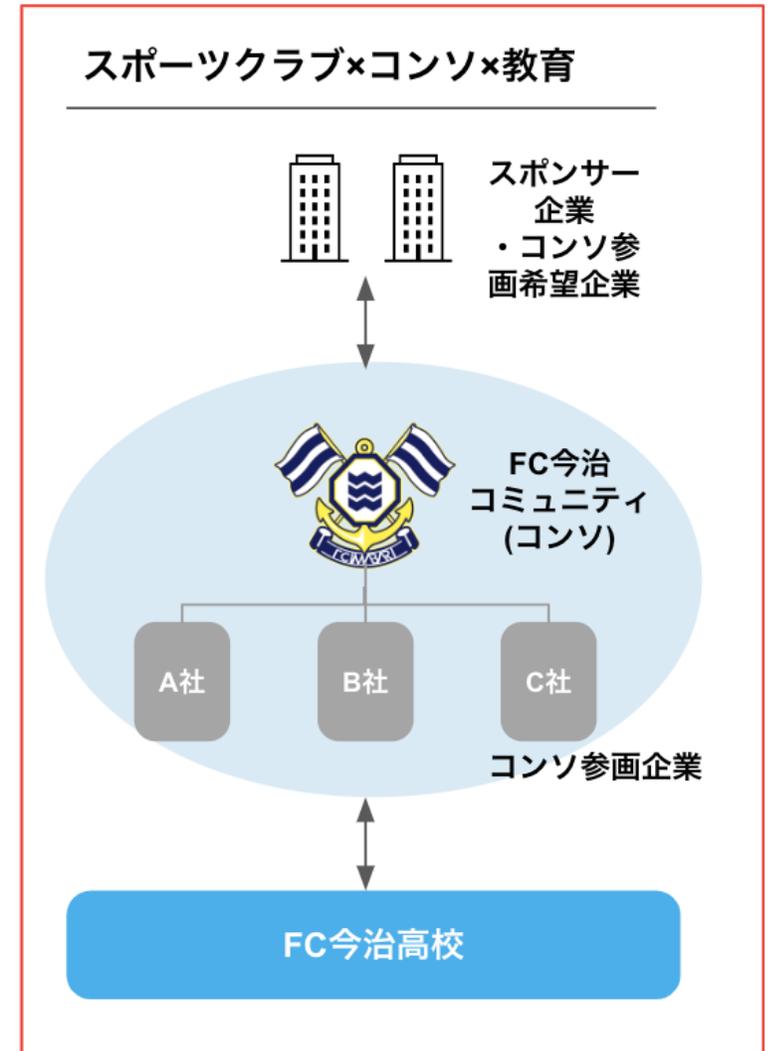
学校が単独で
外部企業の巻き込みを推進

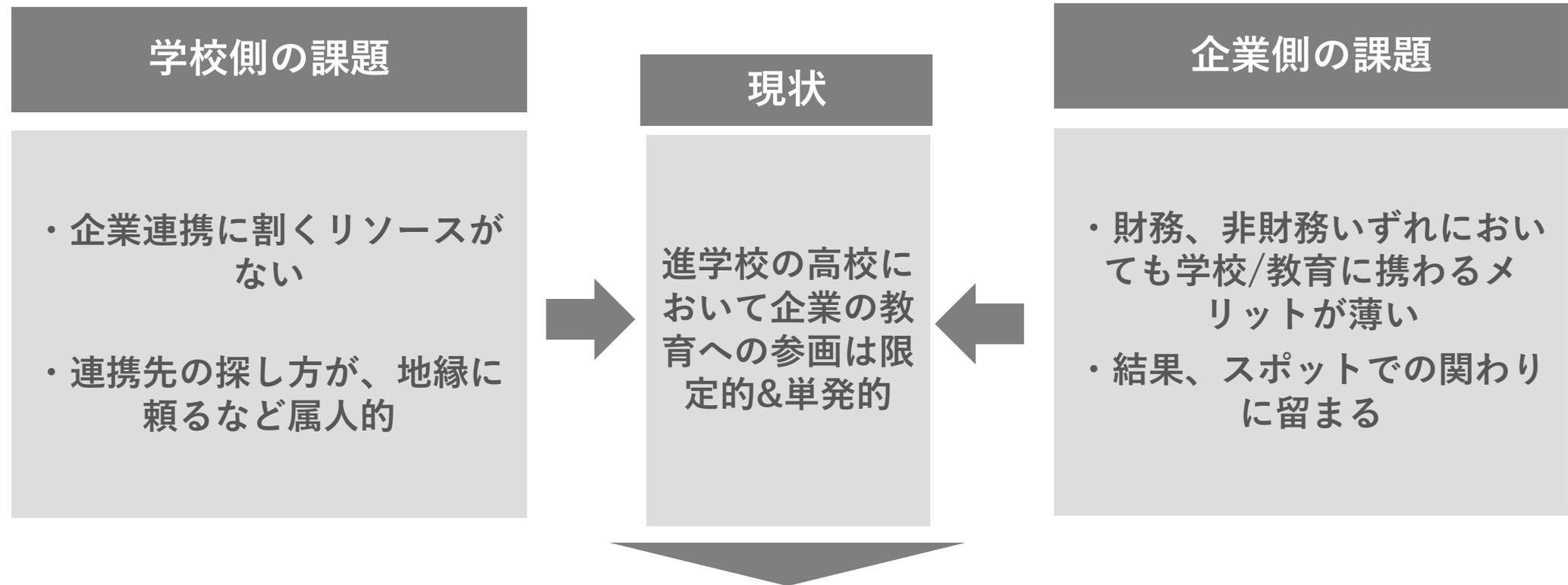


課題	学校	<ul style="list-style-type: none"> ・企業連携に割くリソースがない ・連携先の探し方が、地縁に頼るなど属人的
	企業	<ul style="list-style-type: none"> ・財務、非財務いずれにおいても学校/教育に携わるメリットが弱い

本実証

学校と社会の連携を「プロスポーツクラブ」と「コンソ」が担う





- | | | |
|---|--|-----|
| d | プロスポーツクラブ×コンソによって <u>学校</u> にとってどんなメリットがあるか | P26 |
| e | プロスポーツクラブ×コンソによって <u>企業</u> にとって学校に関わるインセンティブがどう変わるか | P27 |
| f | プロスポーツクラブ×コンソは、どのような <u>役割・機能</u> を有すべきか | P29 |

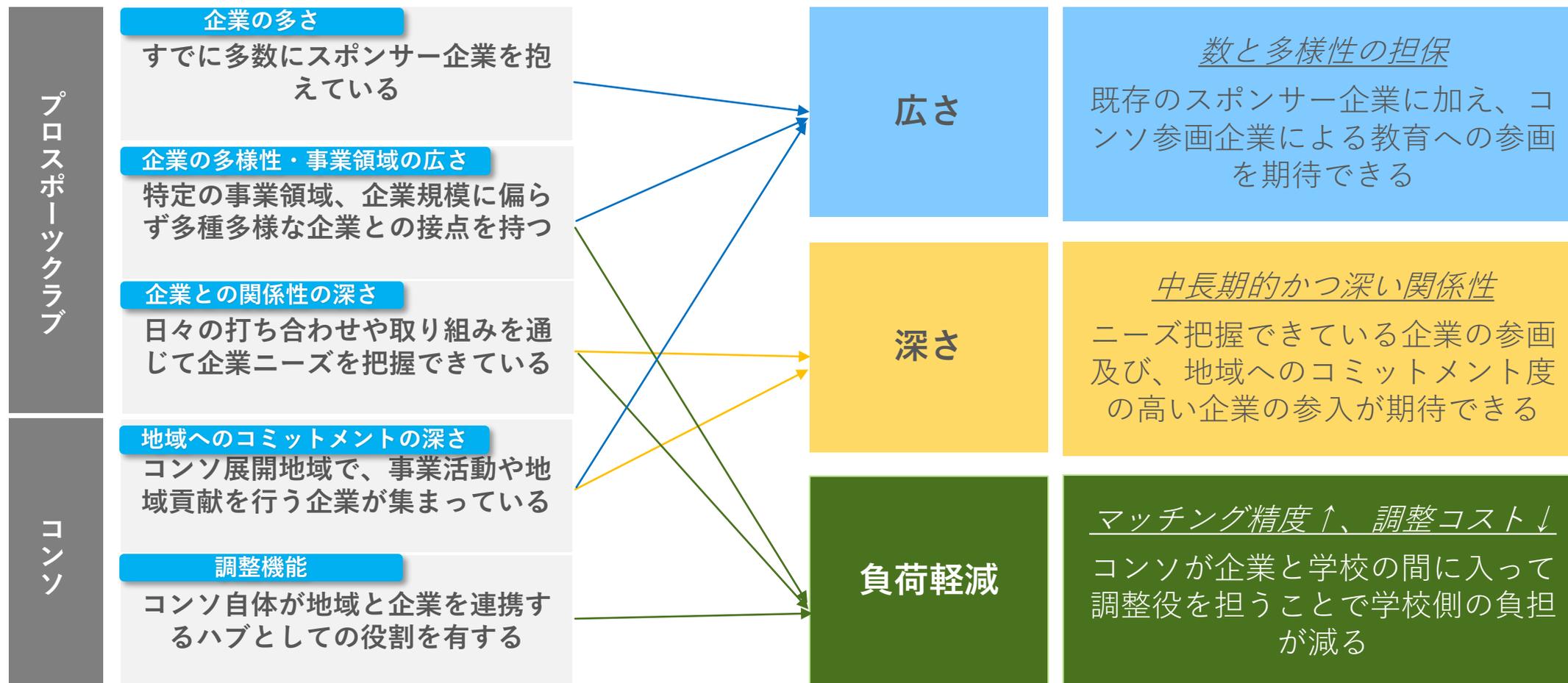
プロスポーツクラブ×コンソが教育に関わることの意義とは？

d 学校にとっての メリット	関わる企業の広さ	<ul style="list-style-type: none"> 学校側は地域企業からの協力・支援を得やすくなる（事業貢献の観点で、スポーツが入ることで商品価値が上がる・買う側の心にもプラス）。
	企業の関わり の深さ	<ul style="list-style-type: none"> 中長期的な関わりをしてくれる企業が増える
	負荷軽減	<ul style="list-style-type: none"> 企業をより理解してくれているプロスポーツクラブが間にいることで、コミュニケーションコストが下がる
e 企業にとっての インセンティブ	参画 しやすさ	<ul style="list-style-type: none"> 企業側は、スポンサーとして長い付き合いがあるため、より自分たちのことやニーズを理解してくれているクラブがいることで安心して教育側へ参画しやすくなる 企業側は、より自分たちのニーズにあった参画の選択が可能（教育以外の選択肢）
	事業貢献	<ul style="list-style-type: none"> 企業側は、通常の学校に支援するよりも、より質の高い“地域プロモーション”が期待できる
f 担うべき 役割・機能	ニーズ調整	<ul style="list-style-type: none"> 中間組織であるコンソが企業と学校双方のニーズを把握し、調整及び教育プログラム提供の伴走役を担う
	提案 メニュー化	<ul style="list-style-type: none"> 企業の教育への参画を提案メニューの一つとすることで、機会損失の減少や有償化を図る
	地域連携	<ul style="list-style-type: none"> 地域の協力者の連携や、取り組みの広報機能を持つ

学校単独ではなし得ない、企業接点の「広さ」、関係性の「深さ」、「負荷軽減」が実現

特徴

得られるメリット



地域との繋がりをPRできる、地域コミュニティを通じたプロモーション等のインセンティブが明らかになった

1

IR・ブランディング

一般的なインセンティブ

- 現状はサステナビリティ、ESG観点でIRに資するというよりも、CSR的なものに留まる



プロスポーツクラブ×コンソの強み

- 地域との関係性の深さ
- 定量的なインパクト評価 (SROI) の仕組みやノウハウ



プロスポーツクラブ×コンソだからこそそのインセンティブ (インタビュー)

- **地域との繋がりのPR**
 - "教育プログラム受け入れによる学校連携を通じて、ビジネスを超えた地域社会とのつながりが強化できた"といったポジティブな意見は聞かれたものの、n数が少なく定量的な結果は得られなかった (次年度以降も継続的に計測)

2

事業貢献

- 学校向けのサービス提供、若者のニーズ把握や事業の共同開発、若者向けのマーケティング・プロモーション等 (※但し、名目としては上記が存在するものの、実態としての効果は限定的)

- ファンを中心としたコミュニティ基盤
- スタジアム周辺及び地域においてサービス実証が可能なアセット

• 地域コミュニティを通じたプロモーション

- プロスポーツクラブは地域に愛され、ファンがいるからこそ、对学校に留まらず、対地域に対する事業展開が可能
- FC今治界限の一員であると同時に、地域住民でもある学生と共に販促することで、事業パートナーを巻き込みやすくなったり、学生を通じた地域への周知を図りやすくなる

企業の事業の担い手の獲得や、事業性が高いプログラムだからこそその社員育成機会の獲得がインセンティブとして明らかになった

3

人材獲得

一般的なインセンティブ

- 企業の認知度向上や卒業後の進路（※但し、高専、商業・工業高校がメイン）



プロスポーツクラブ×コンソの強み

- プロスポーツクラブのスポンサーに留まらず、地域をフィールドとした事業/サービスを展開



プロスポーツクラブ×コンソだからこそそのインセンティブ (インタビュー)

- **企業の事業/サービスの担い手として貢献**
 - 例えば、教育プログラムを通じて、企業の事業/サービスの地域への浸透、運営の担い手、学校向け（含部活動）サービスの実証実施へ貢献
- **将来的なコンソ及び、コンソ参画企業の事業の担い手獲得(中長期)**
 - コンソ及びコンソ参画企業が、高校卒業後の進路となる
 - ※コンソ参画企業に限定したインセンティブ

4

社員育成

- 若手社員の育成
- 学生視点でのアウトプットを通じた学びの機会創出

- ③と同様

- **より事業性の高い社員育成機会**
 - 教育のためのプログラムを1から検討するのではなく、事業推進の一環として教育に携わるため、一般的な教育参入事例と比較してより事業性×地域貢献性の高い環境で社員を育成できる
- **コンソ及び、コンソ参画企業の担い手育成(中長期)**
 - コンソ参画企業が自社の社員を育成
 - ※コンソ参画企業に限定したインセンティブ

学校と企業の関係性における課題を解決するため、コンソは下記3つの役割を担う

現状：学校と企業の関係性における課題

- 企業と学校間のコミュニケーションが不足している
 - FC今治のパートナー企業であるため、学校側とのやりとりは後段になりがち
 - 年間の授業計画が決まっている中で、期中に出前授業の依頼をされても調整が大変
- ニーズのミスマッチが起きている
 - 企業がかかわりたいと思っても、学校にとってはきちんと生徒の学びに資するものでなければ困る
 - 企業はライトにやりたいが、学校側はしっかりコミットしてほしい
 - 教育プログラム提供企業には企業担当者の現地でのコミットメントが不可欠だが、域外企業がどこまでリソース提供できるかは不透明
- 資金の出し手と受け手が定まっていない
 - 学校の運営費確保の観点では企業から資金提供を受けたい一方、企業の意向で学校・生徒が振り回されないようにすべき(意に沿わない授業を提供される)

コンソが担うべき役割（案）

1

企業側のニーズと学校側の
ニーズの調整

2

教育への参画プランの
メニュー化・営業

3

地域連携

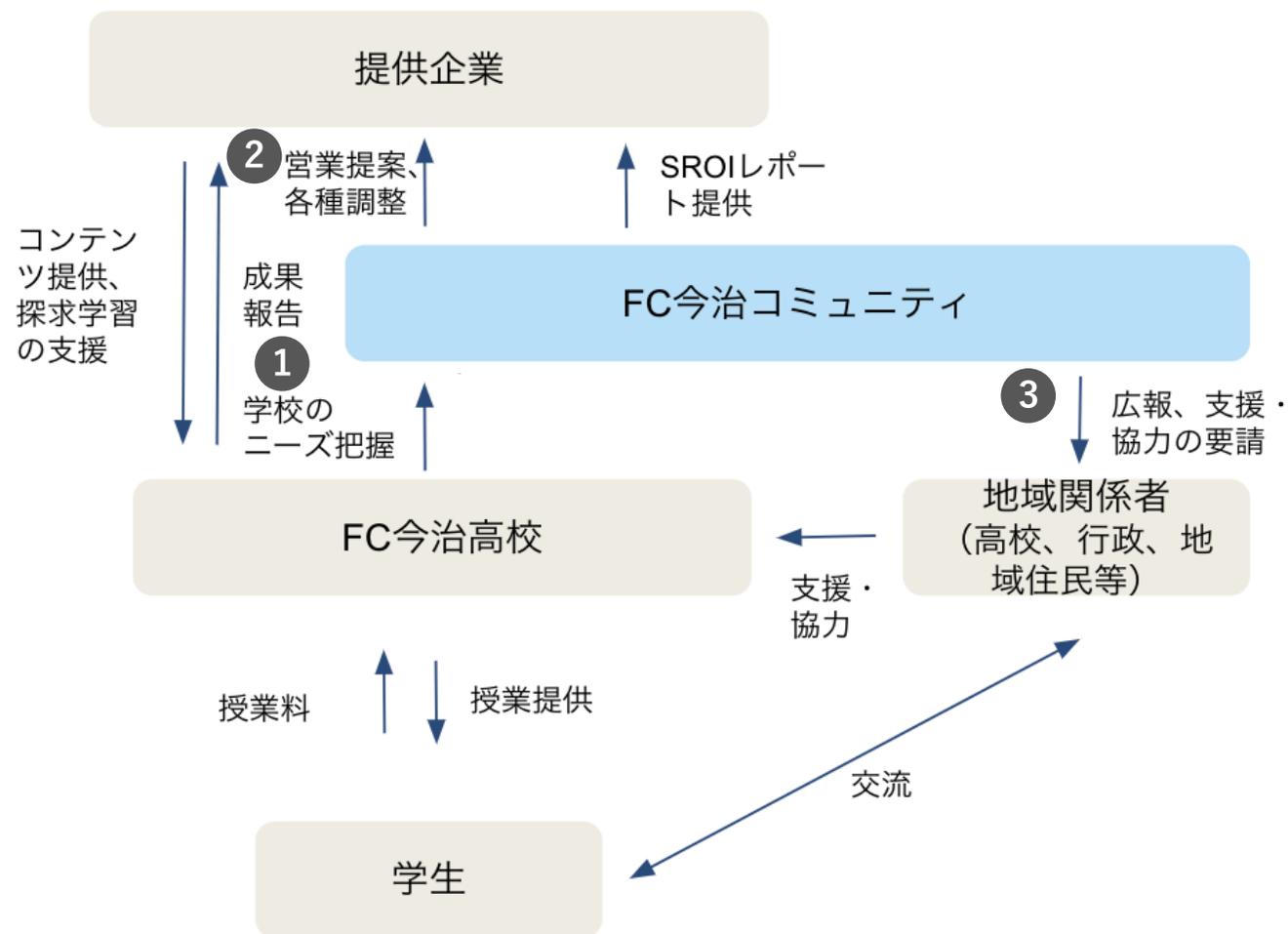
事前のマッチング・調整はもちろん、実施中の後方支援を担う

担うべき主な役割

1 ニーズ調整	<ul style="list-style-type: none"> 中間組織であるコンソが企業と学校双方のニーズを把握し、調整及び教育プログラム提供の伴走を担う
2 提案メニュー化	<ul style="list-style-type: none"> 企業の教育への参画を提案メニューの一つとすることで、機会損失の減少を図る
3 地域連携	<ul style="list-style-type: none"> 地域の協力者の連携や、取り組みの広報機能を持つ

※役割は、今後実証1で抽出されたコンソが実施すべきこと（p20）も含めて要精査

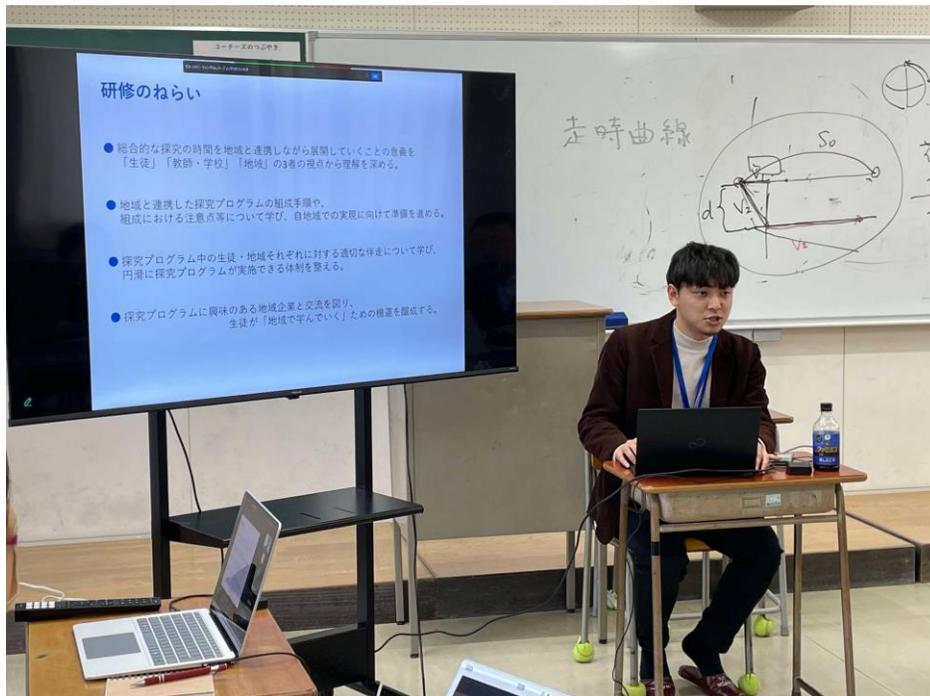
民間企業と学校をつなぐスキーム



4-3.実証③：
企業・中間支援組織・学校が連携した教育プログラムの
コーディネート自走化・横展開

コーディネーターによる教職員向け研修、参加者アンケートから得られた成果

- **教育プログラムコーディネートの自走化に向けた教職員の育成**
 - 教職員の地域との連携に対する意識の向上
 - 企業PBLのコーディネートに対するモチベーションの喚起
- **公立高校へ展開する上でのハードルの可視化**
 - 学校また教員がどういったポイントに難しさを感じるのか、横展開のボトルネックになることは何かを特定（例えば異動による取り組みの断絶など）
 - 学校単位ではなく、地域内の意欲の高い教職員の巻き込み（学内に仲間がいない現状）



自走化は可能だが、リソース懸念の解消・具体的な経験蓄積により更に自走しやすくなると考える。
公立高校への展開は現段階ではハードルがあるが、FC今治高校での成功体験を積み、公立高校の教員・教育委員会への説得できる材料を整える必要があると考える

実証観点

自走化

教育プログラムコーディネートの自走化に向けた教職員の育成

実証結果

教職員向け研修・プログラムの実施で、概ね取り組み理解度が向上し自走可能だが、以下2点は主な課題と考える

- プログラム推進方法の具体化が必要
 - ・ 企業とのプログラム組成・伴走支援等は、具体的に進め企業連携の経験を積む必要がある
- 教員のリソース確保が必要
 - ・ 授業・校務にプラスでの活動は、教員の熱量や能力も違うためリソースの難しさがある

今後の取り組み方針

以下を行うことで推進方法の具体化やリソース課題の解消を目指す

- プログラムの体系化
 - ・ プログラムの進め方を体系化しリソース懸念を解消する
- FC今治の企業連携サポート
 - ・ FC今治が受け皿となって学校と企業とを繋ぎ、教職員が企業と関係性を構築のサポートをする

横展開

公立高校へ展開する上でのハードルの可視化

公立高校への横展開のためには以下3点の主な課題を解消が必要と考える

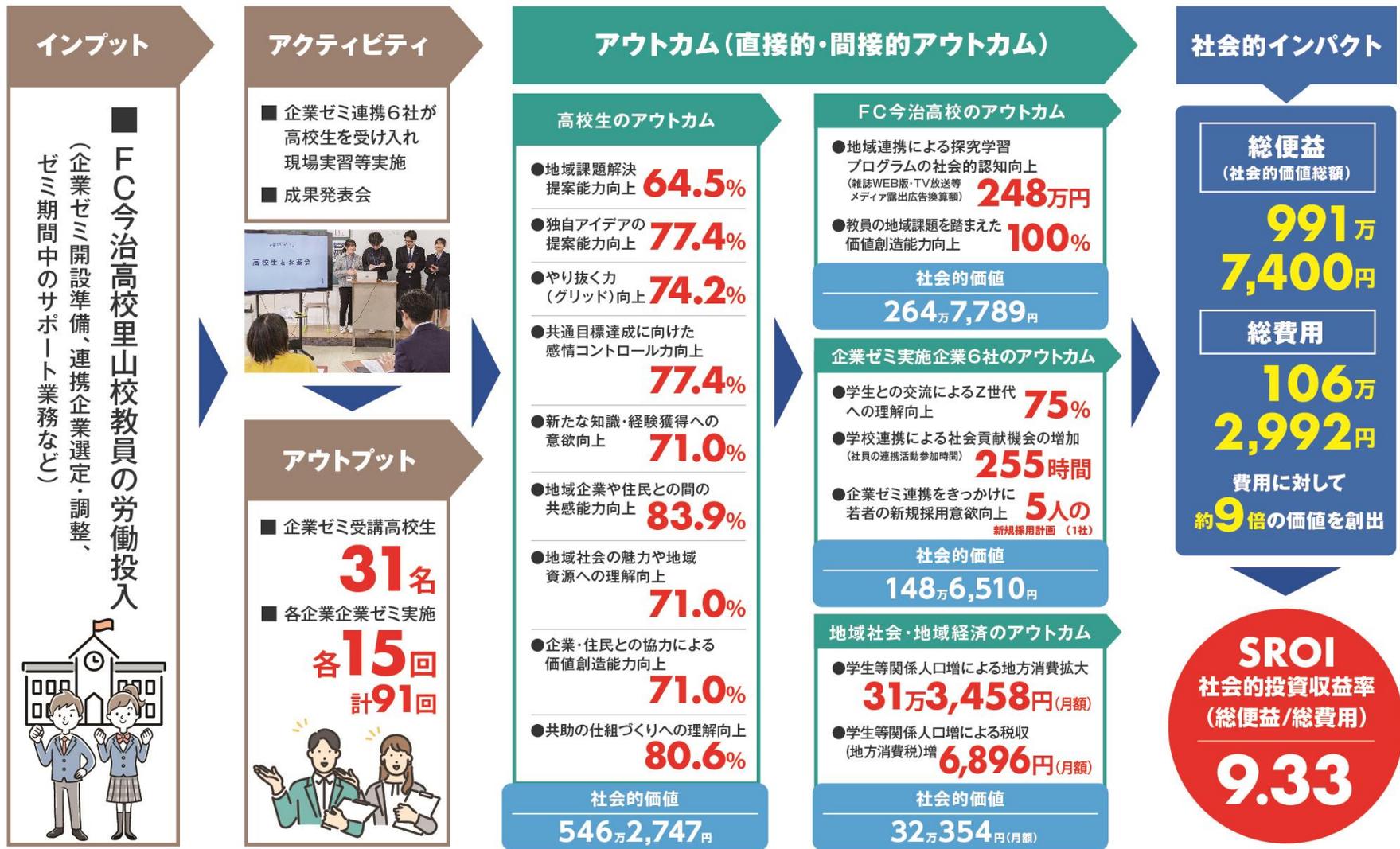
- 教員・教育委員会への説得が懸念
 - ・ FC今治高校で実施でも企業連携・リソース確保の難しさがある中、公立高校の教員・教育委員会への説得のハードルは高い
- 授業時間の確保が懸念
 - ・ 授業時間数がそもそもFC今治高校ほど確保されておらず、十分なゼミ活動が実施できない
- 教員と企業の関係構築が困難
 - ・ 公立高校は、教員異動もあり地域企業との継続的な関係構築が難しい

以下を行うことで関係者説得をはじめとする横展開に向けたハードルの解消を目指す

- プログラムの体系化・知見も蓄積
 - ・ プログラム実行のリソースや関係構築の懸念を解消するため、FC今治高校での成功体験を積み重ねフレーム化することで、公立高校への展開ハードルを下げる
- プログラムの魅力発信・関係者の巻き込み
 - ・ 学校単位での普及ではなく、地域と協働した教育プログラムに興味を持つ感度の高い各校の教職員から巻き込み、理解・熱意の醸成を図る

4-4.効果検証

FC今治高等学校里山校「企業ゼミ」(探究学習)のインパクトをSROI(社会的投資収益分析)による経済評価で可視化



※上記アウトカムは全アウトカムを網羅したものではなく、一部抜粋・例示

1. 実証①

● 教育プログラムの継続・改善

- 地域企業が提供できる教育プログラム（企業PBL）のメニュー化に向けた普及活動
- FC今治コンソーシアムを介した、教育機関と企業のマッチングシステムの構築
- 地域コーディネーター活用費など、プログラム実施に係る予算を確保するスキームの構築

2. 実証②

● 他のプロスポーツクラブへの普及・展開に向けた、今治でのコンソモデルの確立

- FC今治コミュニティ法人化の検討
- 教育への参画プランの有償メニュー化、営業フロー及び、学校側のニーズ把握&引き渡しフロー構築
- プロスポーツクラブへのパートナー企業とFC今治コミュニティを支援する企業の切り分け定義

3. 実証③

● 他校への横展開に向けた取り組み

- 学校内にコーディネーター人材を増やしていくための研修範囲の拡大
- 企業PBLの取り組みのさらなる発信と、公立高校を巻き込んだプロジェクトの実施
- 熱量の高い教職員、また地域企業の経営者が集う機会の創出（多種多様なイベントの開催）

実施体制

事業受託者：FC今治高等学校里山校

- 統括責任者：辻 正太 (校長)
- 執行責任者：宮谷 拓也 (理数探究)
- 渉外担当：田中 あゆみ (探究担当職員)

再委託先：(株)今治 夢スポーツ
(コンソーシアムの運営主体)

- 責任者：飛田 隆之 (執行役員)
- サポート：駒田 啓人 (経営企画室)

再委託先：(株)paramita
(プロスポーツクラブの求心力を活用した学びと社会連携を促す中間支援組織の組成を担当)

- 責任者：林 篤志 (代表取締役)
- 主担当：前田 陽太

再委託先：(株)まちなかキャンパス
(企業での実証プログラムのコーディネートを担当)

- 統括責任者：佐藤 綾哉 (支店長)

実証フィールド

① FC今治高校里山校

- 所在地：愛媛県今治市阿方甲287
- 対象生徒：33名
- 特徴：まち全体をキャンパスにする実学実践の学び

② アシックス里山スタジアム

- 所在地：愛媛県今治市高橋ふれあいの丘1-3
- 対象生徒：33名
- 特徴：自然と調和したサッカー専用スタジアム

③ 里山サロン/社会福祉施設きとなる

- 所在地：愛媛県今治市高橋ふれあいの丘1-3
- 対象生徒：33名
- 特徴：アシックス里山スタジアム内のカフェと福祉事業所

④ 株式会社丹後 (タオル工場)

- 所在地：愛媛県今治市喜田村8丁目3-10
- 対象生徒：33名
- 特徴：販売店舗を併設したタオル製造工場

①ロジックモデルの作成

活動が生み出す具体的な効果を洗い出します

②分析対象アウトカムの選定

特定できた効果の中から、重要なアウトカムを特定します

③社会的価値の計算

アウトカムの可視化に必要なデータを集め、社会的価値を試算します

④SROIの導出

社会的価値を投資費用で除すことで、SROIを導出します

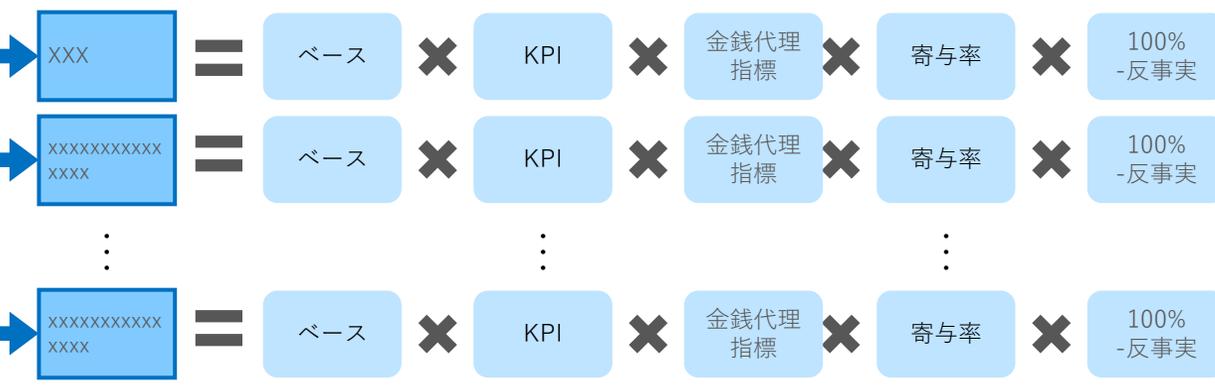
①ロジックモデルの作成



Illustrative

②可視化するアウトカムの選定

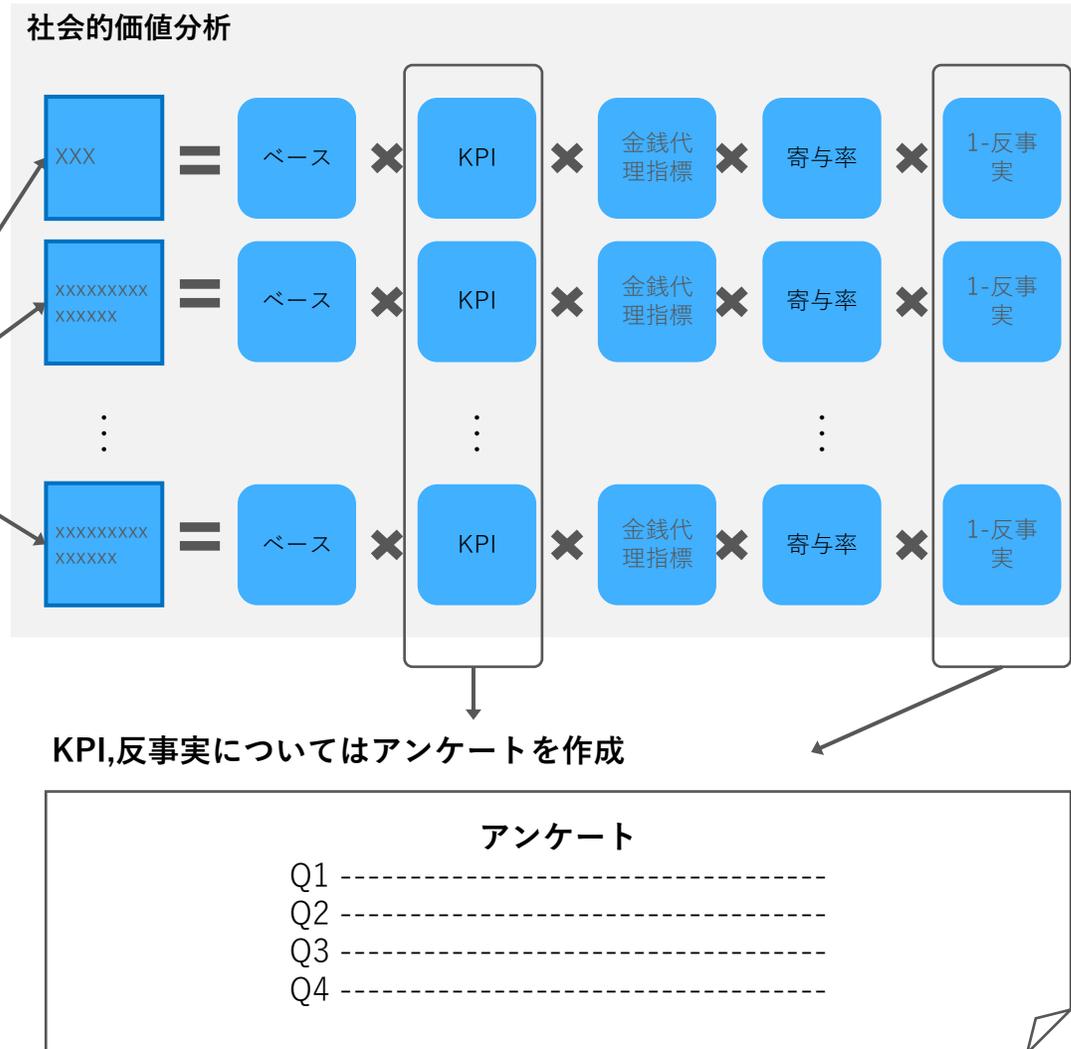
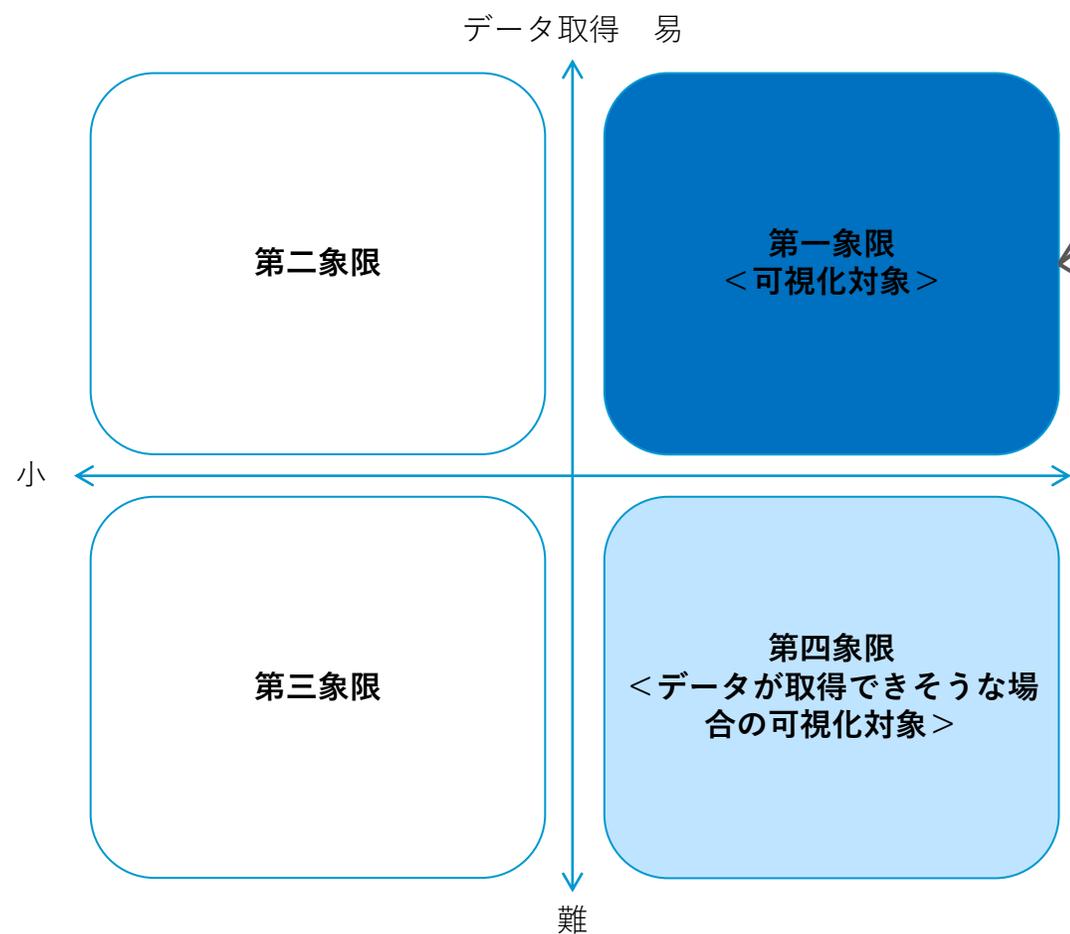
③社会的価値の計算

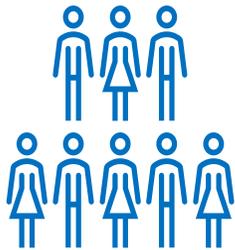
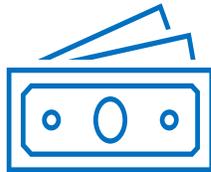
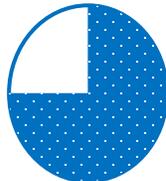
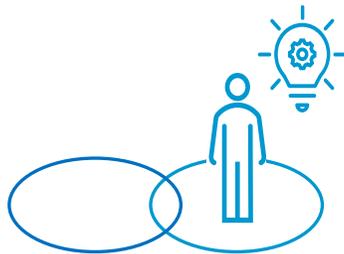


④SROIの導出



インパクトが大きく、データ取得がしやすいと考えられるアウトカムを対象に社会的価値分析のための指標の検討を行い、アンケートの作成を行います。



指標名	ベース	KPI	金銭代理指標	寄与率	反事実
指標の説明	 <p>分析対象の取り組みを評価する際のベースとなる数値</p>	 <p>ベースの数のうち、アウトカムが生じる割合</p>	 <p>分析対象のアウトカムを1単位生じさせるために必要な費用</p>	<p>※「KPI」や「反事実」はアンケート及び統計データ等から設定するのが一般的</p>  <p>成果の総便益に対して分析対象の取り組みが寄与する割合（=他の組織や要因が影響する割合を控除した指標）</p>	 <p>分析対象の取り組みがなくてもアウトカムが生じる割合（反事実が100%の場合、取り組みがなくても変化が生じる）</p>

計算例（健康に関するセミナーを行った場合）

あてはめる指標 (例)	セミナーの受講者数		「セミナーを通して健康に対する理解が深まった」と感じる場合		一般的な健康に対するセミナーの参加費用		セミナーにより生み出された価値の割合		セミナーがなくても、健康に対する理解が深まったと思う人の割合
実際の数値 (例)	150人	×	80%	×	3,000円	×	100%	×	(1-60%)
社会的価値	= 144,000円								

図表 3-3 FC 今治高校里山校「企業ゼミ」のロジックモデル (簡易版)

