

令和8年度_地域みらい留学 事業準備説明会

令和7年12月18日（木）

一般財団法人 地域・教育魅力化プラットフォーム

令和8年度のイベントや施策

- 予約数は前年比153%(5313組)、来場者数は前年比169%(12238名)と大幅増。
- イベントに依存せず、生徒・保護者が自律的に学校を選べる仕組みを構築。
- 検討段階に応じたイベントや動画配信等、中学生・保護者へのサポート体制を強化。
- 学校側の負荷軽減のため、ガイドブックでの学校紹介ページ廃止・事務局主体のテーマ別特集イベントへ形式を変更。
- 学校詳細ページの充実や早期イベント設定により、自発的なイベント予約を促進。

募集活動におけるポイント

- 募集成功の鍵は、自校のターゲットと訴求ポイントを明確に言語化すること。
- 強みや差別化ポイントを明確にし、他校との具体的な違いのPRが必要。
- 募集活動は学校や自治体で役割を分担し、チームで推進することが不可欠。
- 適切な時期に個別説明会や現地訪問を設定し、検討者の動機形成を促す。

活動計画書について

- 活動計画書により高校、自治体、事務局が共通の目的や目標、課題を共有する。
- 募集目標や体制、注力ポイントを整理し、戦略的な募集活動の土台を作る。
- 事務局への提出締切は2月末。

本説明会

令和8年度地域みらい留学 事業準備説明会

12月18日(木) 16:00～

- 令和8年度の全体スケジュールをもとに、実施計画・広報活動・役割分担の検討がスタートできる。
- 生徒・保護者視点など募集活動に向けて意識したいポイントを理解し、必要な接点、イベントの設計を進めることができる。

高校進学フェス・ WEBサイトなどの説明会

3月12日(木) 16:00～

- 令和8年度地域みらい高校進学フェス(対面会場/オンライン)の詳細・内容をご説明
- 地域みらい留学公式サイトの情報入力方法や機能改修ポイント


その他説明会

・「契約に関する説明会」: 1月29日(木) 16:00～

01	令和8年度のイベントや施策	05
02	募集活動におけるポイント	20
03	活動計画書について	39
04	補足資料	50

01 令和8年度のイベントや施策

今年度の施策詳細については12月9日配信済みの開催報告書をご確認ください

 対前年188%(+2,490組)の増加


2024年

2,823組

2025年

5,313組

今年度の施策詳細については12月9日配信済みの開催報告書をご確認ください

 来場者約1.7倍(+5,034名)

2024年

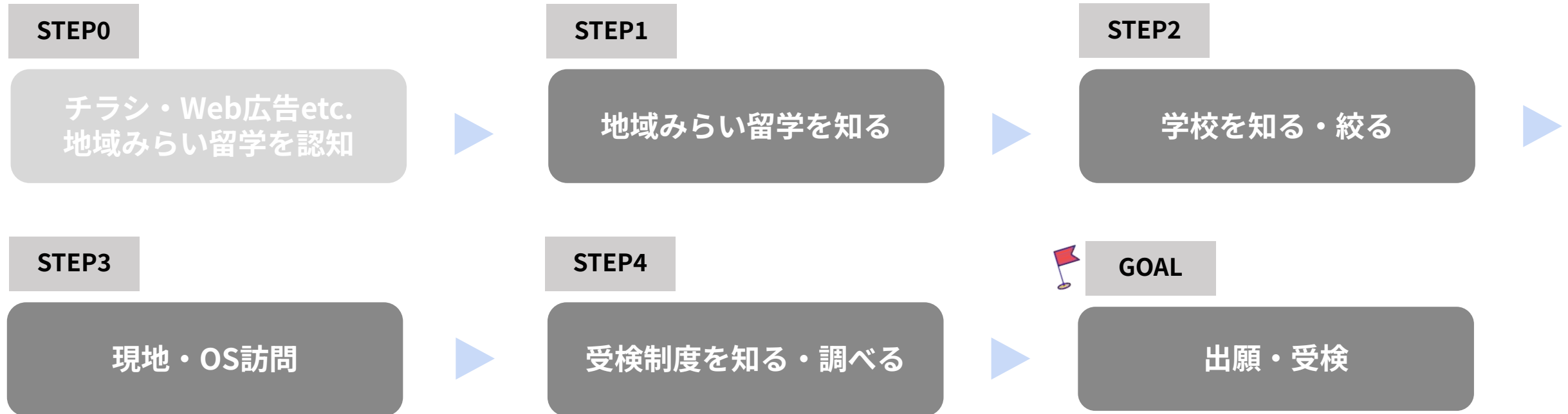
7,204名

2025年

12,238名

令和7年度までの中学生の検討の流れ

今年度まで中学生の検討の流れを以下のように想定し、各フェーズごとの施策を実施



令和7年度までの中学生の検討の流れに沿った施策

赤枠のイベントを起点とした施策を過去実施

事務局施策

学校施策

STEP1

地域みらい留学を知る

地域みらい留学進め方
イベント

STEP2

学校を知る・絞る

平日テーマ別学校説明会

STEP3

現地・OS訪問

オープンスクール

おためし地域留学

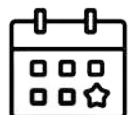
STEP4

受検制度を
知る・調べる

受検制度説明会・
個別相談会

高校進学フェス

地域みらい留学ガイドブック



その他

お気に入り診断

学校詳細ページ閲覧



Point 1

学校関係者の負荷を極力削減する

- ✓ 明らかに費用対効果がないイベントや施策を積極的に廃止
- ✓ 特に事務局から学校関係者へ協力をご依頼する施策を重点的に全面見直し



Point 2

イベントに依らない、中学生・保護者が学校選択ができる仕組み作り

- ✓ リアルタイムのイベントに依存せずに、中学生・保護者が学校検討を自分たちで進めることができる仕組みづくり

令和8年度の中学生の検討の流れ (1/3)

中学生の検討の流れ（カスタマージャーニー）を全面見直し。特に中学生が「学校を絞る」過程を細分化し、その流れに沿う施策を検討



令和8年度の中学生の検討の流れに沿った施策 (2/3)

STEP1～3までの想定施策は以下の通り



新施策



施策見直し

事務局施策

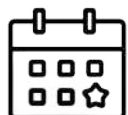
学校施策

STEP1

地域みらい留学を知る
検討の進め方を知る



地域みらい留学進め方動画



地域みらい留学進め方イベント

その他



地域みらい留学ガイドブック



STEP2

学校群を絞る
(軸を見つける)



学校の絞り方動画



学校の絞り方イベント
学校テーマ特集イベント

お気に入り診断

高校進学フェス

STEP3

学校を深く知る
5校まで絞る



各校説明動画視聴

学校個別説明会



各校パンフレット・資料ダウンロード
学校詳細ページ閲覧

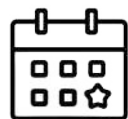
STEP5～7までの想定施策は以下の通り

STEP5

本命の学校を絞る



本命の学校絞り方動画



本命の学校絞り方イベント

その他

STEP6

現地・オープンスクール訪問

オープンスクール

おためし地域留学

STEP7

受検制度を知る・調べる



受検制度解説動画視聴

受検制度説明会・個別相談会



受検制度相談窓口
(LINEチャット)



事務局主催イベントラインナップ拡充

✓ 中学生がつまずくポイントを解消

「検討の進め方」「学校の絞り方」「本命の決め方」など、検討を進める上での具体的な悩み寄り添うイベントを充実



資料ダウンロード時の個人情報取得促進

✓ 学校個別説明会にいたる手前の接点強化

学校資料・パンフレットダウンロード時に個人情報取得できるように改修予定



動画コンテンツ強化

✓ 自発的なアクションの促進

事務局主催イベントのコンテンツを短尺動画化し、イベントに参加せずとも手軽に見られるように

✓ 学校個別説明会・オープンスクール予約導線

イベント不参加でも動画視聴のみで、学校個別説明会・オープンスクール予約へ

✓ 学校プレゼン・紹介動画の常設

都度登壇が必要だった学校プレゼンを1動画として学校詳細ページへ常設し、中学生がいつでも学校を深く知れる状態に





ガイドブック（冊子）の役割の見直し

✓ 検討の進め方がわかるツールへ

5月頃に郵送配布する冊子を「学校を絞る」ためのツールではなく、「**地域みらい留学の検討を進めるためのhow to本**」として役割変更

✓ 掲載内容の見直し

学校関係者にとって忙しい時期を締め切りとして入力依頼せざるを得なかった「**学校一覧・学校紹介ページ**」を削除



平日テーマ別学校説明会の実施見直し

✓ 事務局による「テーマ別学校特集イベント」へ 特定テーマごとの学校特集イベントを事務局主体で 実施。イベント終了後、特集記事を作成の上、メル マガ・LINEにて配信予定

✓ 学校関係者の負荷軽減

従来の学校関係者にご登壇いただく形式は廃止、
事務局側で学校を紹介する仕組みへ

令和8年度 高校進学フェス実施スケジュール（会場開催）



- 高校進学フェス（会場開催）は5回（東京3回・大阪1回・札幌1回）を実施予定。
- 夏休み期間中のオープンスクール・現地訪問なども加味し、夏休み開始直後の日程として東京会場を1日程追加。
- 仮申込書での現状出展校数は以下の通り（12/12時点）。

日程	場所	出展校数
6/6(土)～6/7(日)	DO-BOX EAST（北海道）	17（締切）
6/20(土)～6/21(日)	東京流通センター（東京）	120（締切）
7/11(土)～7/12(日)	OMM展示ホール（大阪）	89（締切）
7/25(土)～7/26(日)	東京流通センター（東京）	60
8/22(土)～8/23(日)	東京流通センター（東京）	90

高校進学フェス（オンライン開催）は以下計4日間で開催

日程
5/23(土)
5/24(日)
9/12(土)
9/13(日)



オンライン開催の役割

✓ オンラインでしか接点を持ってない層への 認知機会

高校進学フェス開催時に毎年一定層、オンラインでの接点のみで留学決定まで至る層が存在。その層のための地域みらい留学認知機会としての位置付け



会場開催での接点取得

✓ 会場開催での接点確保

イベントを経由しない接点が取得できる施策は実行するものの、依然として**対面で取得できる接点は重要**

以下2点を意識していただきながら、生徒募集活動を実施いただくようお願いいたします（詳細は3月12日実施の説明会にてご案内）



学校詳細ページの充実化

- ✓ これまで以上に学校詳細情報ページの情報の充実化が重要に。最新かつ詳細情報の更新を
- ✓ パンフレット・学校プレゼン・紹介動画アップロードをお願いいたします



最適なタイミングかつ早期のイベント設定を

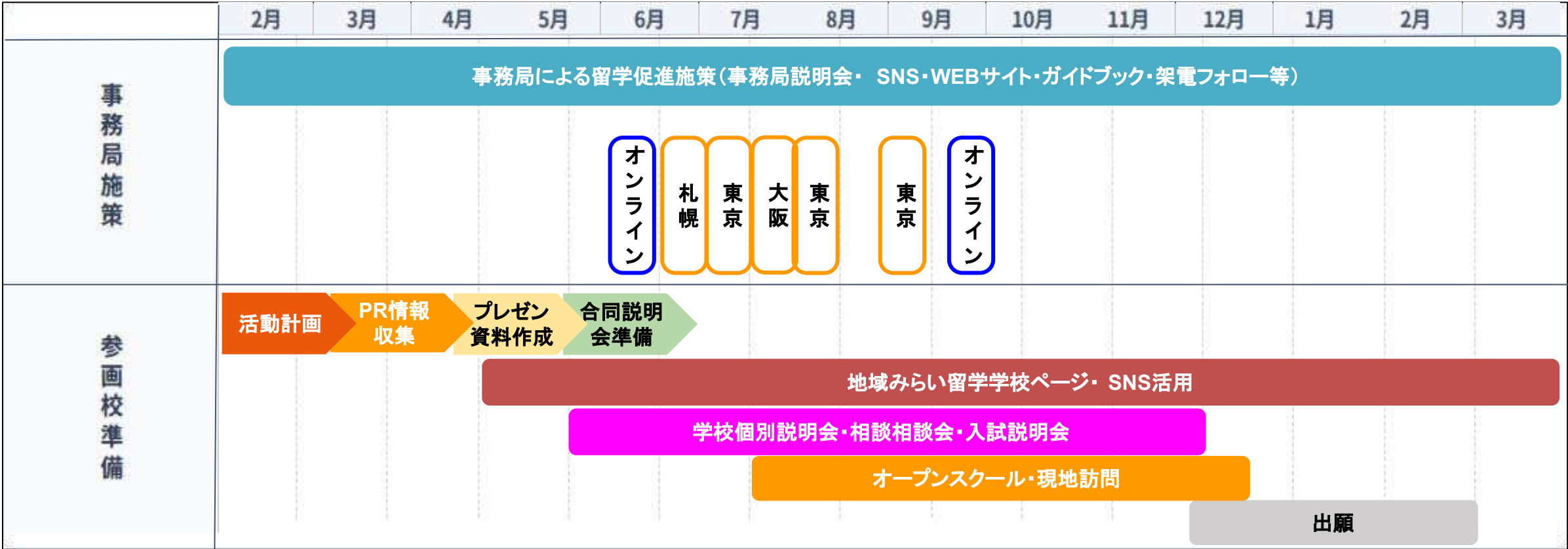
- ✓ 学校詳細ページ閲覧経由でイベント予約が増えることが想定されるため、スケジュールが決定している場合は早めに学校個別説明会・オープンスクールのイベント設定を
- ✓ 事務局主催でのテーマ別学校特集イベントなど、集客効率が最大化できるタイミングでのイベント設定を

02 募集活動におけるポイント

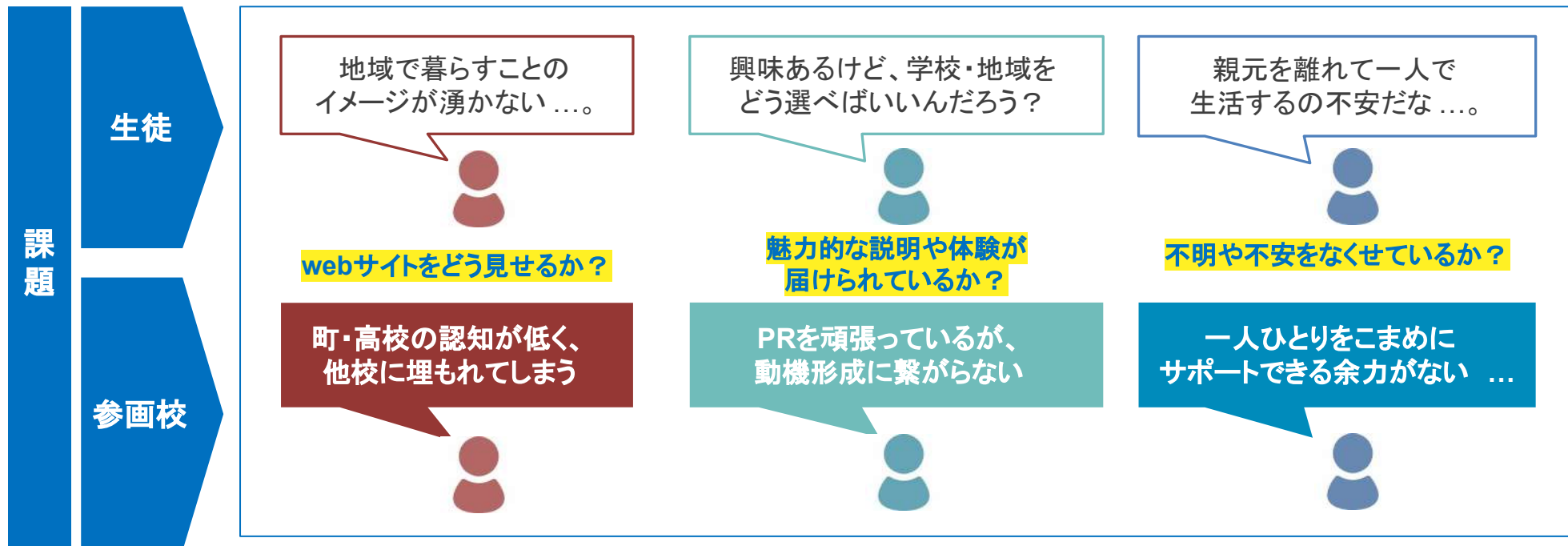
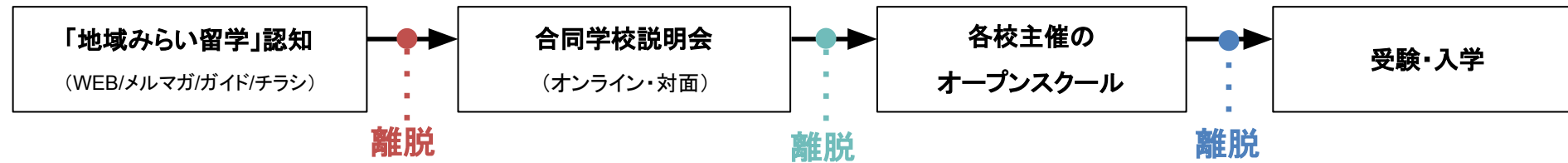
- 認知・発見してから出願までの各接点において、次のステップにスムーズに進んでいただくための活動が必要。



- 各種イベント等で認知、興味喚起、行動を促進し、出願までつなげます。



- 留学を検討する中学生は、留学するまでに複数校から取捨選択をしているため、検討の離脱をさせないための設計が必要。



- 募集を成功させるためには以下を抑える必要がある。

**自校のターゲットと訴求ポイントを
理解し、言語化する**

必要なイベントを設定する

**広報における役割分担を
整理し、チームとして推進する**

- 募集を成功させるためには以下を抑える必要がある。

**自校のターゲットと訴求ポイントを
理解し、言語化する**

必要なイベントを設定する

**広報における役割分担を
整理し、チームとして推進する**

ターゲット(生徒像)を設定する

- 自校や地域のことを知ることで、自校に合う生徒をイメージする。

STEP 01

Story

誇れる物語

その高校の最も誇れるエピソードは何か？

Before/Afterの 「変容」を語る

学校や地域での経験を通じて、生徒がどう変わり、成長したかの物語

STEP 02

Strength

最大の強み

物語から言える
自校の強みは何か？

どんな特徴があり、 他とどう違うのか

自校ならではの特徴や、他と比較したときの具体化の違い

STEP 03

Region

地域ならではの

強みを支える
地域の特性は何か？

ナナメの関係と リアルなフィールド

親・先生以外の地域の「応援者」や、生徒の探究や部活、地域活動など活躍の舞台

STEP 04

Value

提供価値

これらを生かして
何を提供できるか？

3年間を通じて、何を提供 できるのか

どのような思いを持つ生徒に対して、どんな体験ができ、どんな成長ができるのか

- ターゲットに対して、行きたくなるような経験(シーン)や訴求ポイントを言語化する。

ターゲット	例：自然が大好きで動物と触れ合う生活がしてみたい中学生
ターゲットとなる中学生の興味を引くシーン	<ul style="list-style-type: none">①畜産科があり、動物にかかわる仕事につけるようなカリキュラムが組まれている。②動物の探究をしていた実績がある生徒が、〇〇大学に総合型選抜で進学した。③地域で山羊を飼育している方がいて、生徒が仲良くなり毎週お世話を楽しんでいた。④休みの日に〇〇という鳥やリスが歩いていて良く写真を撮って来てたのが印象的。
訴求できるポイント	<ul style="list-style-type: none">・ 畜産にかかわる将来がイメージできる。・ 暮らしの中で動物に触れ合える環境。・ 動物の話ができる人が学校や地域に多い。

- その地域・学校だけの『他にはない特徴』を明確にして PRすることが大切。

Bad...

#抽象的 #汎用的

うちには工業科があります！実践的な技術と知識を身につけ、社会で即戦力として活躍できる力を育てます。機械・電気・情報など多様な分野を学び、進学も就職も視野に入れた将来設計が可能です！

Good!

#具体的 #地域性 #実績

うちには工業科があります！〇〇町には、世界でも珍しい〇〇ロボット開発をする企業があり、協働した学びを展開しています。ロボット競技大会やものづくりコンテストで全国出場・受賞の実績あり。実習中心のカリキュラムで、確かなスキルと自信を育てます。これまでの取組を評価いただいていて、〇〇工業大や〇〇工科大の指定校推薦校も保有しています。

その学校・その地域でしか得られない学びを具体例を示し、ここで学ぶイメージを持ってもらいましょう。工業・農業・商業・水産などの学科は、東京にも大阪にもあります。何が違うのかをしっかりと伝えましょう！部活動や探究活動のテーマも同様です。

- ターゲットなる生徒が『行きたい理由』だけでなく、『行かない理由』をつぶすことが大切。

行きたい理由

自分に合った学び
やりたい〇〇がある
先輩・先生がいい。
寮がきれい など



行かない理由

どんな進路？
病気になったら？
食事の提供はある？
先輩はどんな人？
問い合わせの返事が遅い。

- 募集を成功させるためには以下を抑える必要がある。

自校のターゲットと訴求ポイントを
理解し、言語化する

必要なイベントを設定する

広報における役割分担を
整理し、チームとして推進する

- 学校を知るためのイベントは大きく分けて「事務局主催」と「学校主催」の2つに分けられ、その目的も異なる。

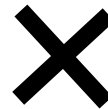
事務局主催の合同学校説明会

地域みらい留学
【高校進学】フェス

東京・大阪・札幌

オンライン

参画校が一堂に会して開催



学校主催の説明会・相談会

個別説明会・相談会・
座談会

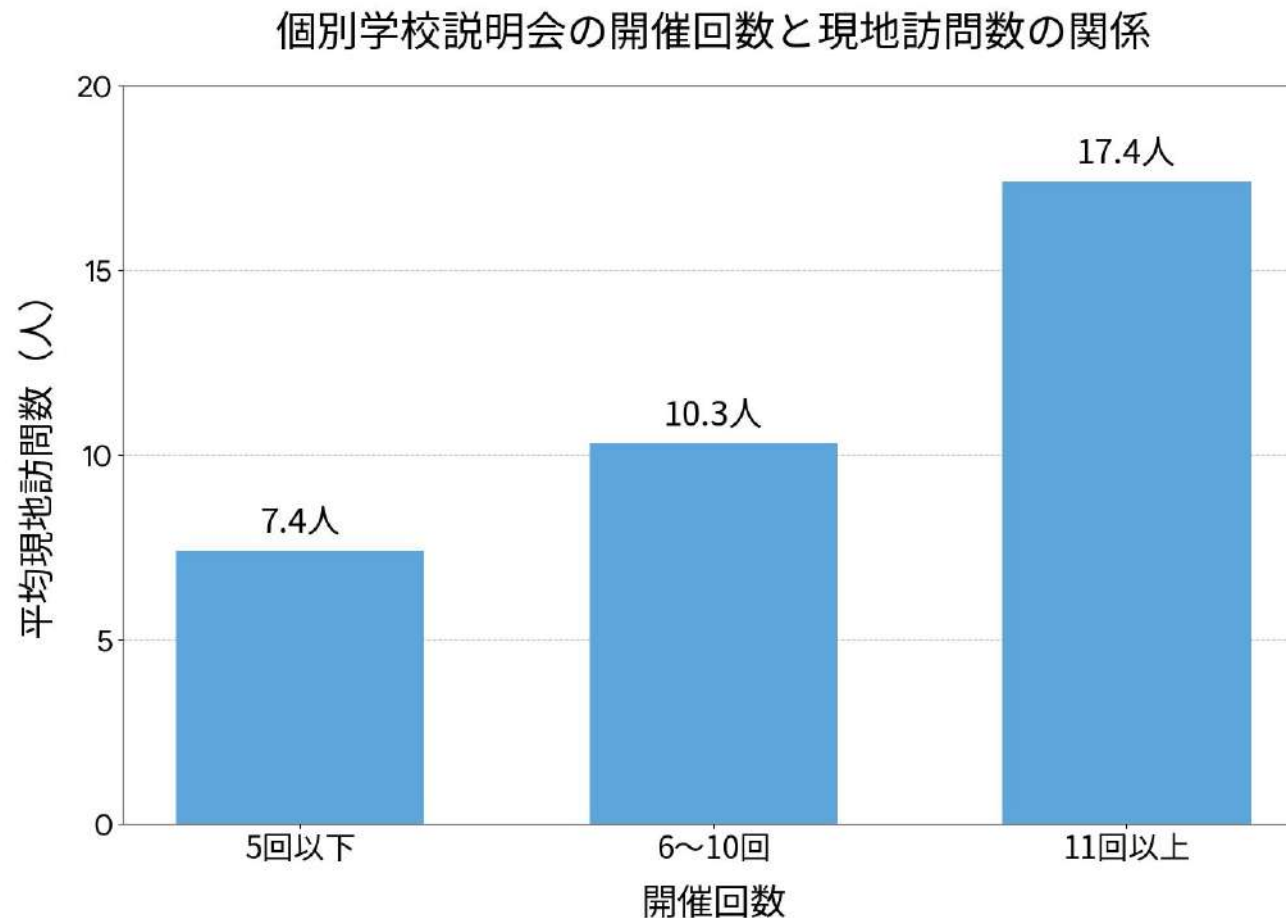
オープンスクール・現地訪問

入試説明会

広く出会える
—たくさんの学校を知る—

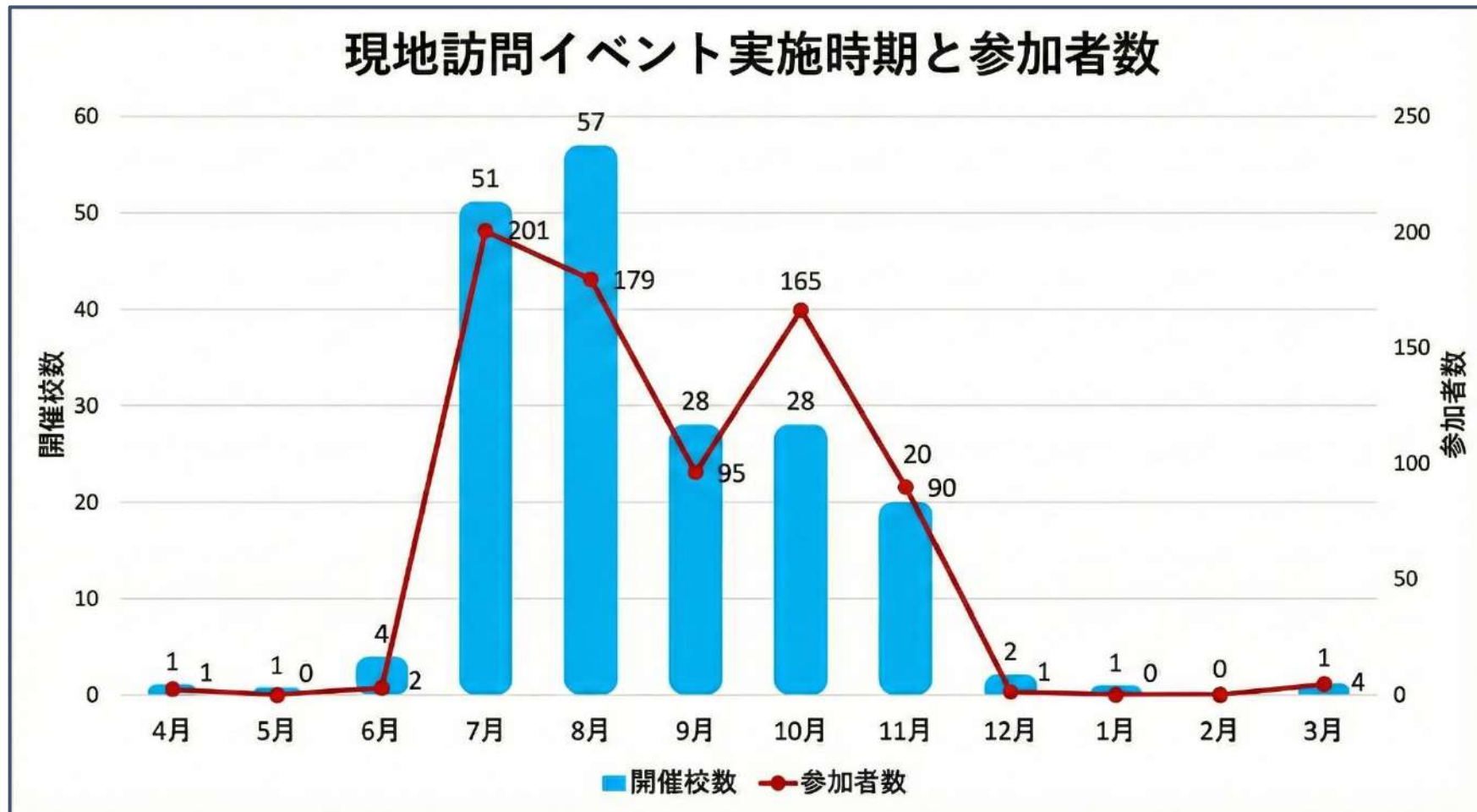
深くつながる
—個別の学校を詳しく知る—

- 学校のことを知り、興味を持った留学検討者が参加する、情報収集のための重要な場となる。『詳しく知りたい』と思ったタイミングで参加できる場があることが大切。
- フェスinオンラインの登壇当日を含め、最低 6回以上の開催が成果を出すうえでの目安。



オープンスクール・現地訪問イベントの実施時期

- 開催時期は7～8月にピークが来て、11月ごろまで多くの学校で開催されている。
 - 参加者数は7～8月、10月の2回ピークがあり、それに合わせた現地訪問イベントが必要。
- ※現地訪問イベントはオープンスクールに限らない



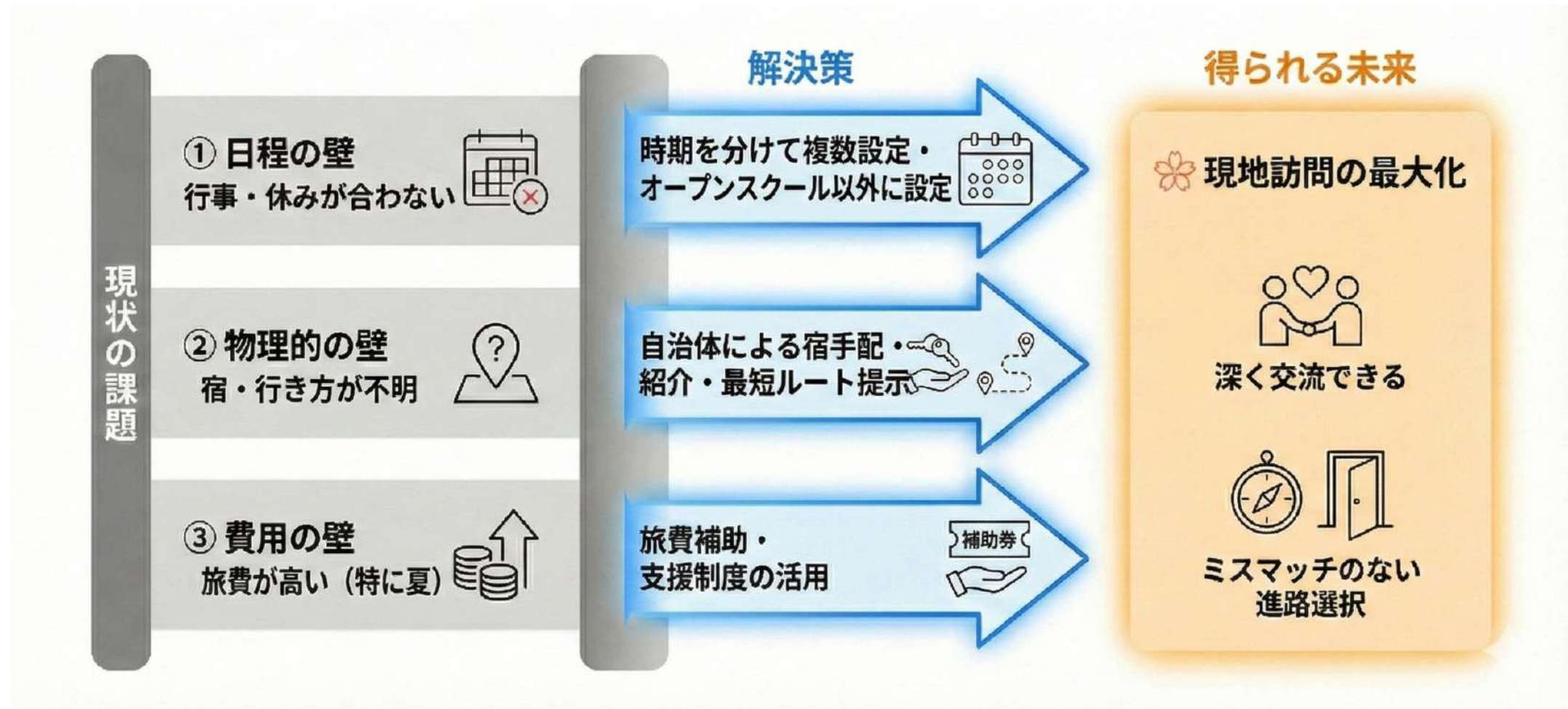
※地域みらい留学WEBページ上で設定された日時指定されているイベントとその予約者を抽出

- 留学検討者にあわせて『情報取得する場』を適切に設定することが理想。

イベント設定の一例

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月
事務局主催		オンライン	東京	大阪	東京	オンライン		
事務局施策		個別説明会	個別説明会	個別説明会	個別説明会	個別説明会	入試説明会	個別説明会
				現地訪問		現地訪問		現地訪問

- 気になった学校の現地訪問イベントに行く際には、主に3つのハードルがあり、その解消をすることで現地訪問数を最大化できる。



- 募集を成功させるためには以下を抑える必要がある。

自校のターゲットと訴求ポイントを
理解し、言語化する

必要なイベントを設定する

広報における役割分担を
整理し、チームとして推進する

- 募集活動の成否において、チーム組成・役割分担は非常に重要。
- 現在の体制が不安定な場合は、組織内外含め、協力者を集うことが必要。

業務の停滞

一人や少人数に業務が集中することで、他業務の繁忙期と重なると活動が円滑に進まなくなる。

活動の質の低下

資料内容やプレゼン力など各メンバーの専門性が活かされず、プロジェクト全体の質や参加者の満足度が下がる可能性。

責任所在の不明

「誰が何をすべきか」が曖昧になり、作業の抜け漏れが発生する。

対応の遅れ

問題発生時に迅速な対応ができず、参加者(中学生・保護者)や関係者からの信頼を損なう可能性がある。

士気の低下

役割が不明瞭なため責任感や協力意識が生まれず、目的達成に向けたモチベーションが上がらない。

生徒募集活動に関する研修について

- 生徒募集活動に必要となる『具体的なノウハウ』を学べる研修をご用意。

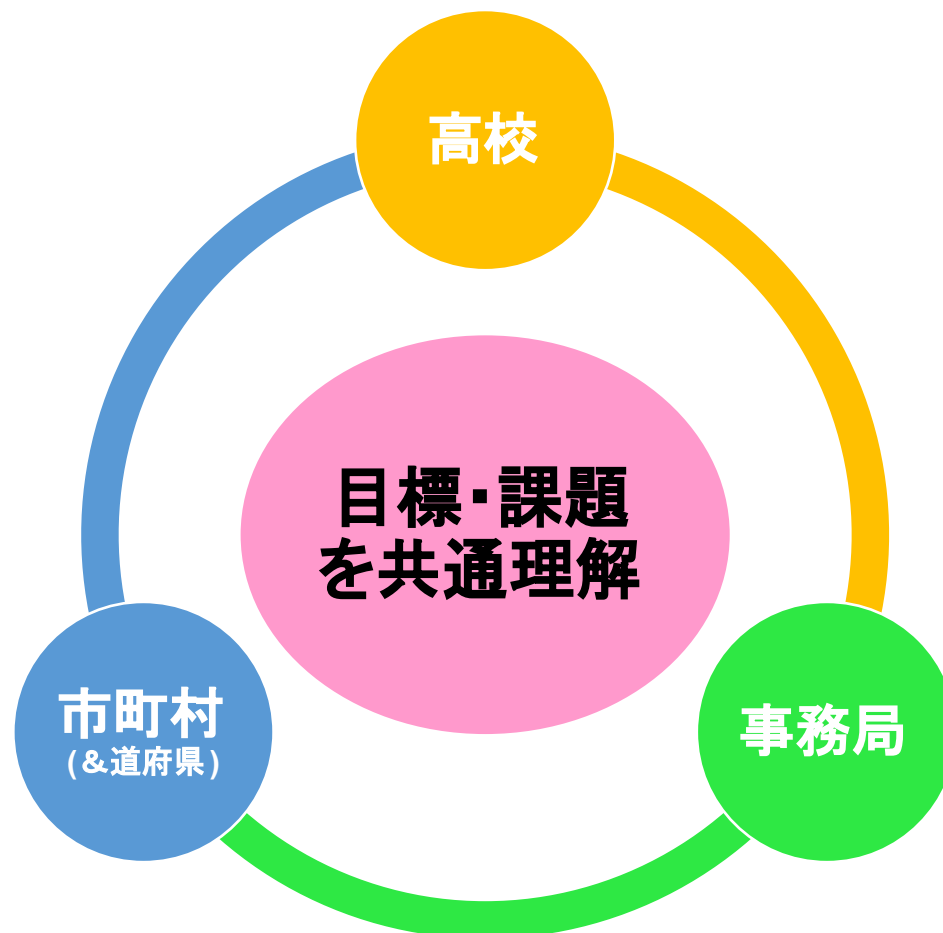
※日程は予定のため、メールでの正式な案内をご確認ください

内容	内容	開催予定日 ※時間は16:00～
学校・地域の 魅力言語化研修 (全2回)	独自のフレームワークを用い、地域や学校の強みを構造的に整理・言語化できます。また、共通言語で魅力を語り、自力で効果的な発信やコンテンツ制作を行う実践力も習得可能。	2月26日(木) 3月5日(木)
生徒募集の全体像	自校のターゲットを明確し、魅力を伝えるのノウハウが学べます。また、生徒の不安を解消しつつ次の検討段階に進めるための考え方などを知ることができます。	4月21日(火)
対面イベント準備・ 現地訪問	生徒個々に合わせた説明や理想の高校生活をすり合わせるための対話法を学べます。。また、地域や学校への興味喚起するための現地訪問の具体的プログラム設計が学べます。	5月12日(火)
イベント設定・ 事後フォロー	中学生との「親密度」を高め志望度を上げるためのノウハウを解説しますまた、御礼や個別の提案など、生徒に寄り添い次の行動へ繋げる効果的な事後フォロー手法も習得できます。	6月29日(月)
出願に向けたフォロー	地域みらい留学の受検の全体像や保護者が抱える不安を理解し、自校の情報発信や対応を客観的に見直すことができます。生徒が安心して挑戦できる受検環境を作るための、対策を学べます。	9月29日(火)

※そのほか、参画校向けの説明会などの年間日程は 12月中に展開を予定しています。

03 活動計画書について

- 高校、自治体、事務局が共通の目的・目標、および課題を理解する。
- 活動計画をもとに、戦略立案、募集活動等を行う。

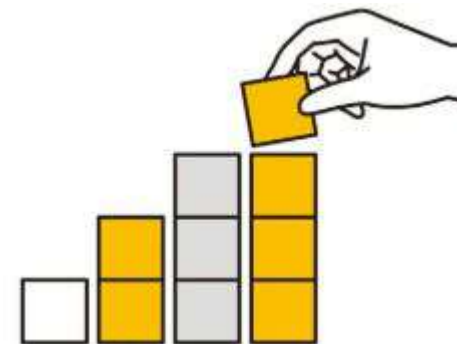


- 募集目標、担当毎の役割、次年度の注力ポイントなどを計画する。
- 募集活動が本格化する前に活動計画を完了することが大切。

活動計画における要素

要素	計画する内容
募集目標	・募集目的と募集目標の設定
募集における活動計画	・どの時期にどのような募集活動を行うか ・今年度実績などふまえ、次年度に注力するポイント
体制や役割分担	・生徒募集活動における役割と担当者
実態の整理と課題	・住まい環境、オープンスクールの実態などを整理 ・募集活動、受入れに向けての解決すべき課題の把握

- 募集目標を設定するためには、以下のような数値を参考とする
- 自治体と高校、それぞれにとって目指すべき適切な目標を設定する

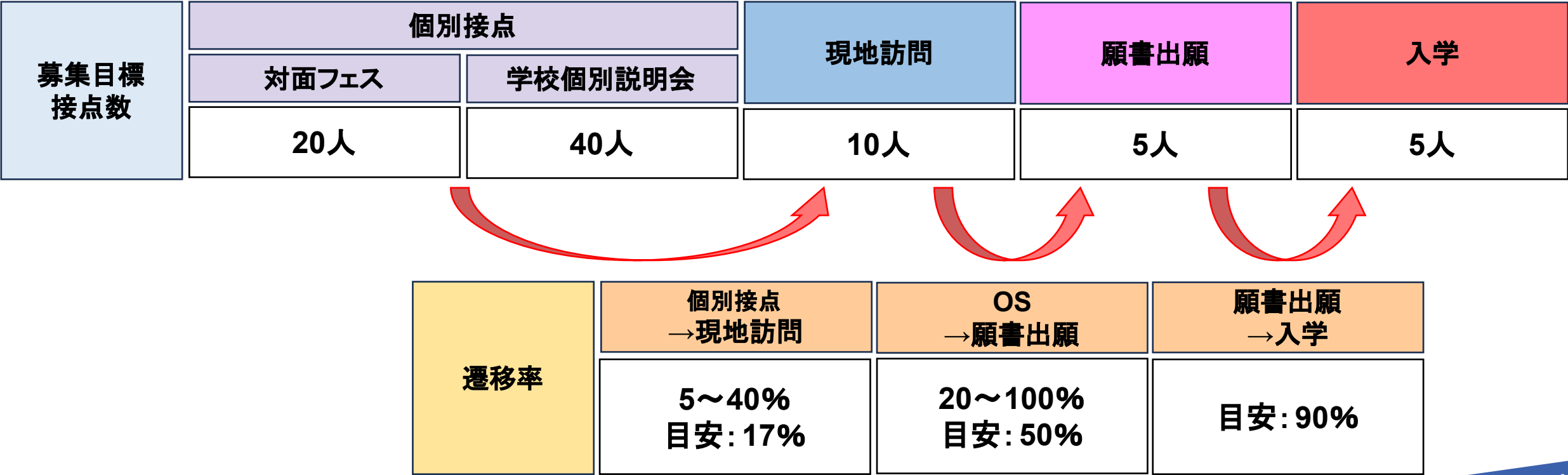


活動計画における要素

参考とする数値	詳細
今年度自校実績	今年度の生徒募集における自校の入学生実績
道府県外生徒募集枠	高校として設定している道府県外生徒募集枠
住まいの受入れ上限枠	次年度募集における住まいの受入枠(令和 9年4月入学者)
クラスの適正規模	クラスにおける適正人数規模から、道府県外生、地元生のそれぞれの人数を計画

- 募集目標(入学生数)を設定し、そのために必要な接点数を算出する。
- 接点数の設定にはイベント毎の遷移率を考慮する必要がある。(活動計画書に参考値を記載)

目標設定の考え方 ※数値は一例



- 活動計画書を活用することで活動計画を円滑に実施し、高校、自治体、地域みらい留学事務局それぞれが共通の目的や目標を共有できる。
- 関係者内の情報連携や、異動・体制変更などが生じた場合の引継ぎなどにもご活用ください。

※提出期日：2月末

原本については別途送付させていただきます。

令和6年度 全国生徒募集に係る活動計画書

提出日 令和 年 月 日

学校名 記入者 (所属・名義)

作成の目的 令和6年度の全国生徒募集の推進に向けて、高校・自治体そして地域から留学事務局を含め、共通の目的・目標を持ったうえで中学生や保護者に向けた広報に力を取り組むため。

A. 地域みらい留学を導入する目的について、あてはまるものに【 】 (複数回答可) をつけてください。

【 】 入学による国際感覚 【 】 全国生徒募集資料の届達化
 【 】 若年層の国際人口創出 【 】 意欲のある全県からの入学による地元生への影響を期待

※上記回答について、高校・地域の現状の確保や事業へ求める効果等あれば記述ください。

B. 令和7年度 (令和6年4月入学) の生徒募集状況について ※令和7年度や最終年度のみ
(1) 今年度の地域みらい留学のイベントやウェブサイト等を経由した申込人数や登録、入学見込人数についてご記入ください。

申込者	申込数	申込状況	登録	入学
対面フェス	学校個別説明会・相談会	合計	現地訪問 (オープンスクール等)	入学 (見込)

(2) 令和7年度の生徒募集活動を通して感じている課題について教えてください。(複数選択可)

【 】 募集活動の役割分担・関係者のきめこみ
 【 】 中堅や関係者とのコミュニケーションの方法 (電話・メール・SNS等)
 【 】 自校・地域の魅力の可視化・プレゼン力
 【 】 効果的な現地訪問の企画・運営
 【 】 住まい環境 (住まいのキヤパ・通学費)
 【 】 その他

C. 令和6年度 (令和5年度入学生) の全国生徒募集の実施計画 (目標、イベント実施、体制) について

(1) 令和6年度入学生募集目標

入学定数 (予定)	入学予定校数
同一道府県内からの入学生定数	内 地域みらい留学校数
他道府県内からの入学生定数	内 地域みらい留学校数
合計入学生募集目標	名

先定数 名

※地域みらい留学校数は、地域みらい留学のイベントやウェブサイトを経由した人数を指します

(2) 住まい環境の確保・整備について (移住点での見込み)

	住まい①	住まい②	住まい③	住まい④	合計
運営形態	▼	▼	▼	▼	
食事提供	▼	▼	▼	▼	
収容可能人数					名
令和5年度生数					名
令和6年度生数					名
令和7年度生数					名

※収容可能人数は(名)以下の最大受け入れ可能人数。令和6年度生数、1年度生数、令和6年度生数、令和7年度生数、令和8年度生数を記入してください。

(3) 地域みらい留学イベント等を通じた道府県外生との接点創出等目標設定について

接点創出	個別接点 ※中3以外を含む	接点からの現地訪問 ※中3のみ
対面フェス	学校個別説明会	合計
接点創出目標	0	6
達成率		
※想定値 20%以上 (※目標)	1回/1校/1週間 (※目標)	5~40% ※目標47%
※個別接点は、個人情報 (氏名や連絡先) を取得できている人を指します。		
※その他→現地訪問: は地域みらい留学ACEサポーター等を見て現地訪問に来る人、おためし地域留学で現地訪問した人を指します。		
※入学→出席→現地訪問→個別接点の順番に入力すると、ゴールから逆算して必要な個別接点数を算出できやすくなります。		

(4) 現地訪問の実施概要について

実施年度	実施年度	実施年度	実施年度	実施年度	実施年度	実施年度	実施年度	実施年度	実施年度
1回目	2回目	3回目	4回目	5回目	6回目	7回目	8回目	9回目	10回目
実施主体	実施主体	実施主体	実施主体	実施主体	実施主体	実施主体	実施主体	実施主体	実施主体
実施形式	実施形式	実施形式	実施形式	実施形式	実施形式	実施形式	実施形式	実施形式	実施形式
住まい見学	現地訪問	右左式交流	体験プログラム	保護者向け1日の開催					

※体験プログラムは、地域外の生徒を対象とした宿泊型プログラムなど、実際に生活などを体験することができると期待されるプログラムを指します。

(5) 全国生徒募集活動に向けた主な役割分担と人数について

※学校と自治体、コーディネーターで役割分担をすることで、効果的な広報活動を実施することができると期待されます。

役割分担	※担当を○、補助者を△に記入ください	高校責任者	担当担当	コーディネーター等	自治体管理担当	自治体協力	その他
リーダー	全国生徒募集における推進リーダー (主体育)						
計画	全体計画 (予算策定含む)						
	WEBサイトの学校情報への入力 (受取要項含む)						
	WEBサイトや資料用の写真撮影・動画作成						
	オンラインイベントの準備・運営						
	対面イベントの準備・運営						
フォロー	接点者へのフォロー (メール・LINE・電話など)						
	オープンハイスクールの計画・運営						
	個別の学校見学の対応						
	警・下宿等の確保・個別対応						
	入学後のフォロー、個別対応						

このパートの最後としてお伝えしたいこと

- これまでと違う環境に『越境』しようとする生徒とともに応援したい。



事務局

【広める】認知拡大

全国への発信
プラットフォーム運営
出会いの場の創出



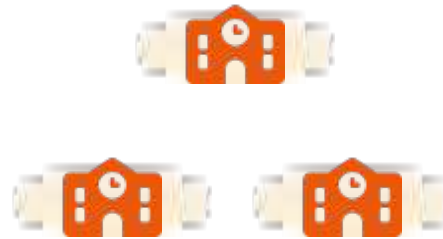
参画校

【深める】動機付け

独自の魅力発信
現地訪問・個別対話
生徒の受け入れ

生徒ひとりひとりの可能性を広げる選択、『地域みらい留学』が実現

- 参画校同士は、『競争』ではなく『共創』し、ともに高めあう関係。



参画校



奪い合わない

その生徒にとって最良の選択は何か、を最優先に。



ノウハウ共有

成功事例や課題を共有し、お互いに学び合う。



高め合う関係

競争ではなく、未来を共創する仲間です。

ともに『みらい』を作っていきましょう！

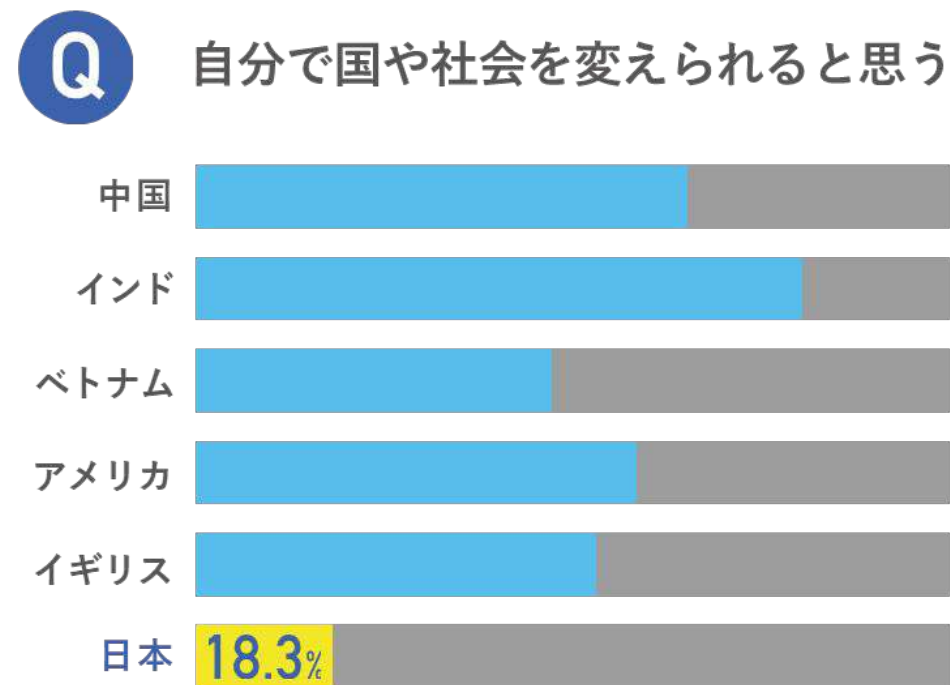
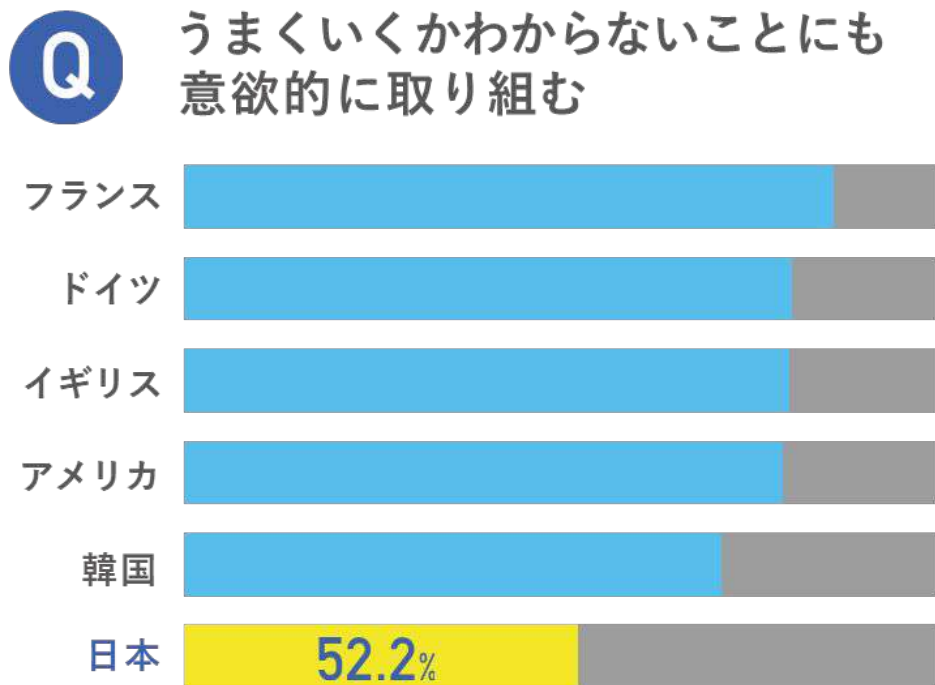
補足資料



意志ある若者にあふれる、
持続可能な地域・社会を創る

- 日本の子どもたちは他先進国と比べて一歩踏み出す力が弱く、「社会は変えられない」という意識が強い傾向がある。

(各国n=1,000)



「平成26年度 子ども・若者白書」内閣府

はい いいえ

- なりゆきの未来は、東京一極集中・地方衰退による日本の衰退である。

地方衰退による日本衰退

財政破綻

一次産業の衰退

食料自給率の低下

医療・介護制度の崩壊

貧困・格差の拡大

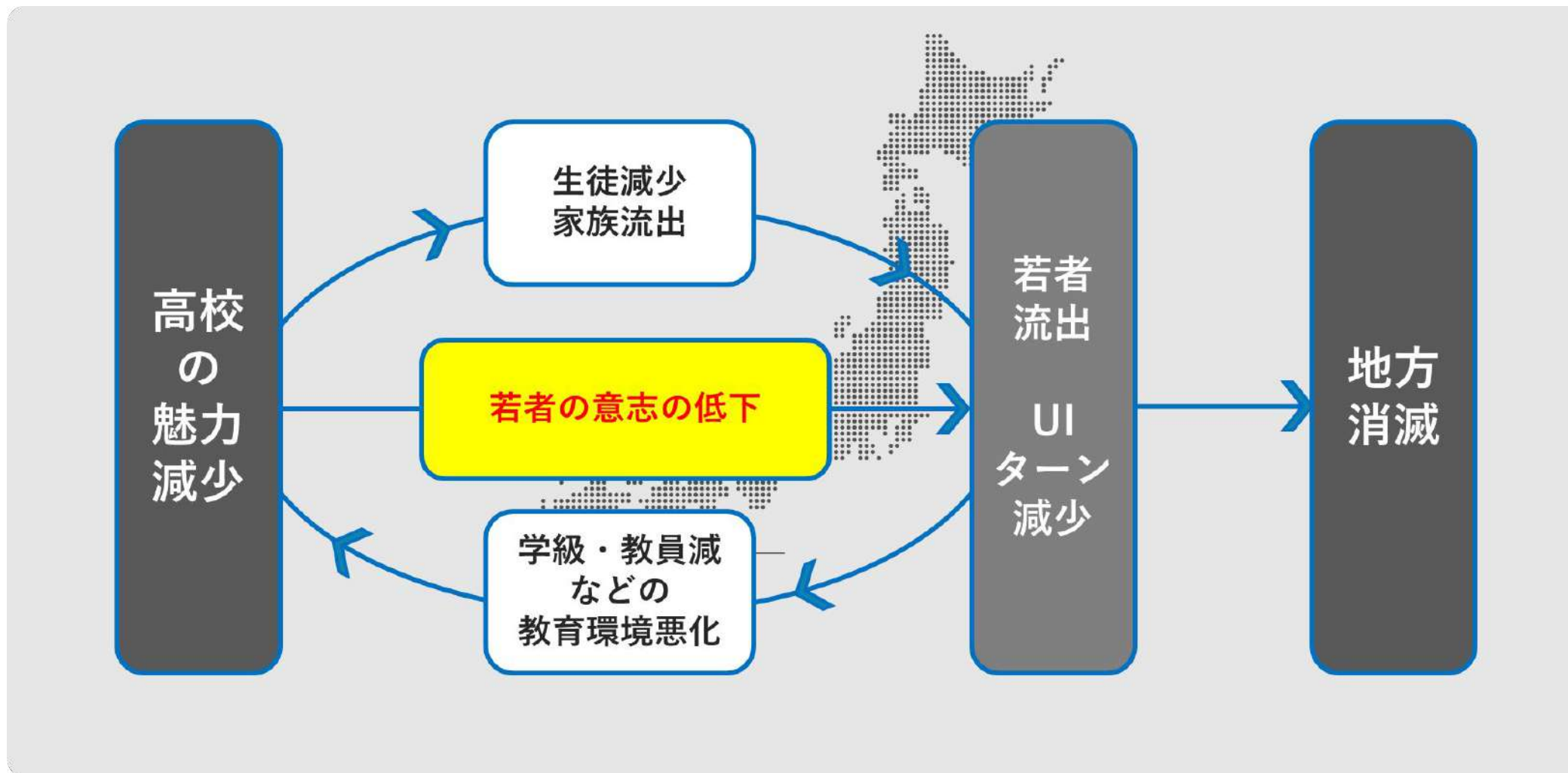
倒産や自殺の増加

40年後

65歳以上の人口率：23.0%→42.4%

18歳以下の人口：1,684万人→557万人

- 高校の魅力減少と地域の消滅は大きく関係している。



キーワードは

「越境」

越えて、行こう。

地域みらい留学

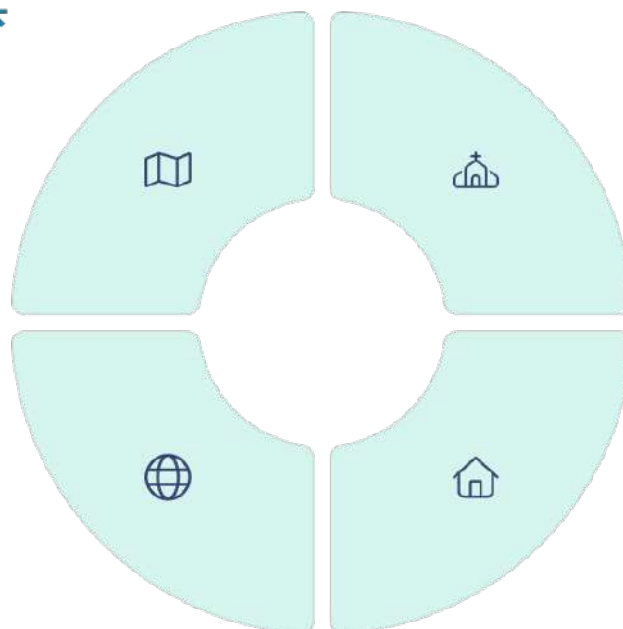
都道府県の枠を越えて、地方の特色ある高校に入学し、 充実した3年間を過ごすこと

地域の魅力を活かした教育

地域特有の自然、産業、文化を
生かした独自のカリキュラムで学ぶ

多様な出会い

異なる背景を持つ仲間や
地域の人々との交流による視野拡大



地域コミュニティとの連携

地域住民との関わりを通じて社会性
と当事者意識を育む

寮生活での成長

共同生活を通じて自立心と協調性を養う

従来の内向きの教育環境を**越境**（圏域を越える×学校を地域に開く）する

従来型

圏内で
偏差値軸で
学校選別

教室内で
教師と
教科書から
教わる

越境

未来型

圏域を越え
自分軸で
環境選択

地域に出て
地域の大人との
体験・探究から
学ぶ

「地域みらい留学」の広がり

- 地方で学ぶという選択をする生徒の数が年々増加
- 全国各地に地域みらい留学生に共感いただく地域・高校が拡大中



意志ある若者の育成

関心を持ち、解決したいと考える
社会課題がある

全国平均 28.7%

該当高校生徒 54.0%

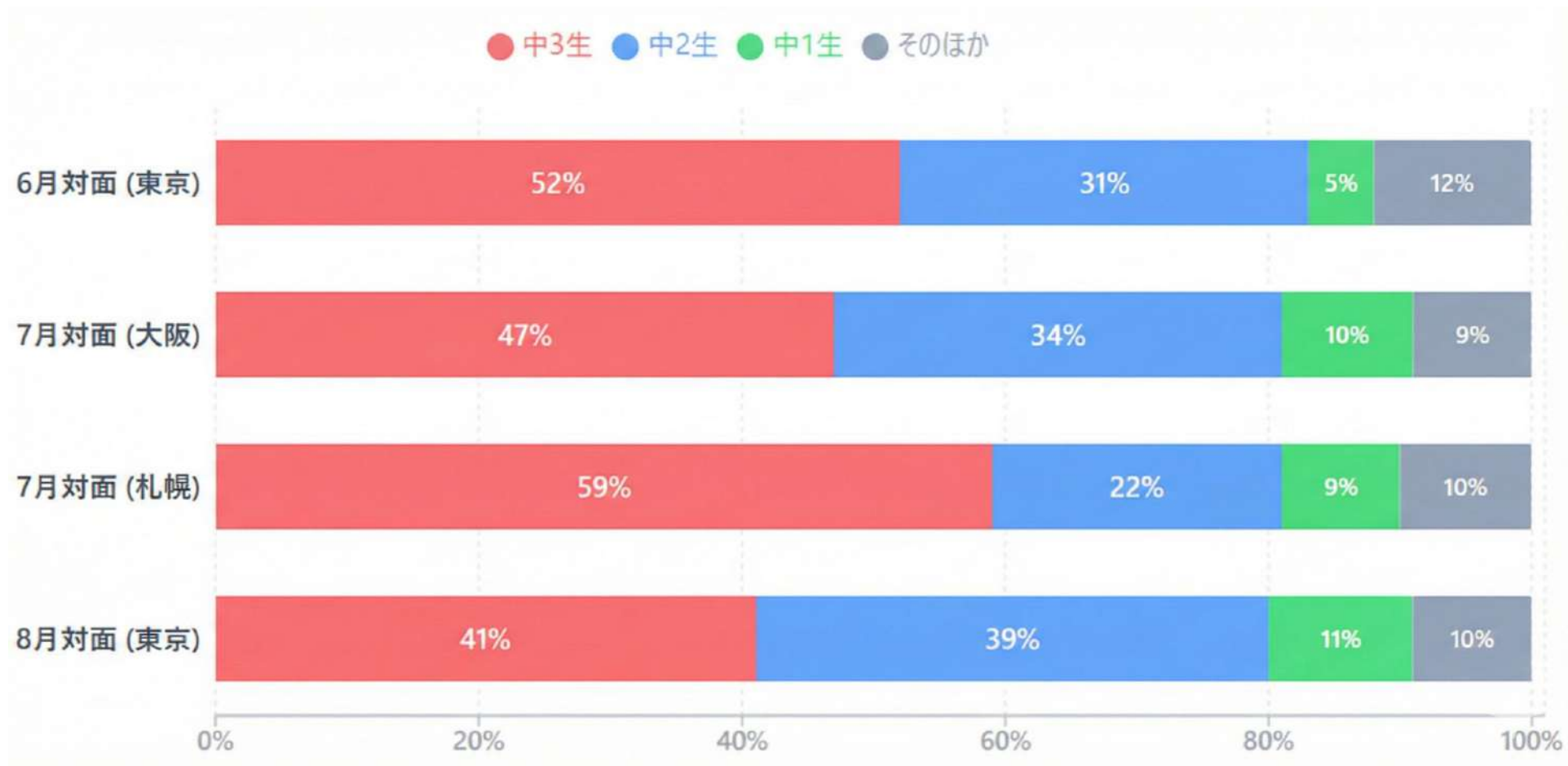
うまくいくかわからないことにも
意欲的に取り組む

全国平均 37.7%

該当高校生徒 66.3%

出所) 三菱UFJリサーチ & コンサルティング「高校生と地域社会との関わりに係る実態調査」、
島根県「令和元年度 高校や地域の学習環境に関するアンケート」

- 6月が最も中3生の比率が高く、8月に向けて中2・中1生の比率が増加（東京・大阪の傾向）。
- 中学3年生だけでなく、早い段階から情報収集を始める中学 1・2年生と早期に接点を持ち、継続的なコミュニケーションで関係性を深めていくことが重要。



- 学校を選びやすくするため、WEB/オンライン面談 /フェス会場でのサポートを実施。

【課題】多くの学校から選びにくい

【WEB】おすすめ高校診断

4つの質問で気軽に学校選び



【個別相談】高校選びサポート窓口

オンライン面談で選び方を相談



【対面フェス】学校探し お助け隊

フェス会場でまわり方をサポート



- 「留学検討者にとって最大の障壁となっている『受験方法の複雑さ』を解消するサポートを強化。

【課題】受験の進め方や制度が分からない

留学ガイドラインの作成

留学する上での重要ポイントを紹介



受験制度説明会(集合/個別)

受験制度や2次募集の仕組みを案内



受験フローの紹介

受験までに実施することを記事化



- 中学校の先生の認知・理解を促進するための取り組みも実施。

【課題】中学校の先生の認知・理解が不足

「都内中学校への訪問」「中学校教員向け冊子の紹介」

中学校の先生・塾講師向け説明会

学校を訪問し県外進学やみらい留学への理解を促す



- 経済的な理由で地域みらい留学をすることが困難な家庭を後押しする『奨学金』をスタート。

越えて、行こう。
地域みらい留学

2026 年度新入生対象

「地域みらい留学」奨学生募集

高校 3 年間で 100 万円を給付

"やりたいこと"と"自分らしさ"を見つけたいを応援！

全国の中学生在が、家庭の経済状況にかかわらず、自らの意志で地域で学ぶ道を選び、将来の可能性を拓いていけるように ——

偏差値以外のものさしで「自分らしさ」「やりたいこと」を求めて地域の学校で学ぶという選択肢を後押しし、この新しい進学のかたちをもっと多くの子どもたちの当たり前として届けたい。取組みに共感いただいた方からの寄付を原資とし、**3年間で100万円、返済不要の奨学金**を給付します