

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

長浜高校PR 4コマ漫画 長浜すく〜るらいふ製作委員会

愛媛県立長浜高校にあるのは、国内初の**高校内水族館**！
そんな水族館高校では、日常が非日常！
長高生 女子5人組が描く 完全オリジナルストーリーの4コマ漫画



＼私たち長高生が描いてます！



石丸 夏実(いしまる なつみ)
愛媛県立長浜高等学校 1年

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

石丸 夏実



活動概要

活動の内容

本校への入学者を増やすために、オリジナルの4コマ漫画を製作し、在校生目線の学校の魅力を発信した。9月末からこれまでに、プロローグ～第6話をinstagramの学校公式アカウントから投稿した。10月からは、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表に漫画、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作し、長高水族館の来館者や近隣の中学生への配布、協力店舗への設置を行った。また、街頭アンケートやポスターの制作、英語版の作成なども行った。プレスリリースなどの広報活動も実施した。

活動の特徴(新規性・発展性)

この活動の特徴は以下の4点である。

- ・漫画の制作は、ネタ作りから作画まで全て高校生の手で行い、ストーリーやキャラクターも全てオリジナルのものにしているため、話題性がある。
- ・4コマ漫画にすることで、1話だけでも楽しめる手軽さがある。
- ・在校生だからこそ描ける魅力を扱い、既存の学校案内などと差別化している。
- ・絵を描くという班員に共通する特技を生かしているため、モチベーションも高く、制作効率も高い。

活動の成果

アンケートでは、「漫画を読んで長浜高校に入学したくなる」と答えた人が122人中8割を超え、「漫画を通じて初めて知ったこと」は99人で合計290個となった。また、中学生からは「おもしろかった」「早く入学したい」という感想があった。加えて、新聞への掲載で様々な年齢層から大きな反響があった。これらの結果から、在校生だからこそ伝えられる魅力を、私たちならではの方法で伝えることができたと感じている。

課題の設定と意図

最初に地域の方々に行った、長浜が抱える課題についての聞き取りの際、若者の減少による後継者不足や町の活気の低下を問題視する声が多数上がった。しかし、若い世代を地域に根付かせることは簡単な課題ではない。そこで、私たち高校生にもできることは何か考えた。

私たちが通う長浜高校は、生徒数の減少による分校化の危機に直面していたが、学校を挙げてのPRや地域の方々のご支援のお陰で入学生が倍増し、その危機を免れた。地域の方からは、入学生が増え、長浜の町に若者が増えたことで、経済的にも潤い、ボランティア活動などで「若者の力」の地域への還元されることで町が活気づいているというお声をいただいた。また、私たちが高校生活を送る中で、この町に「第2の故郷」のような親近感や愛着を抱くようになってきた。

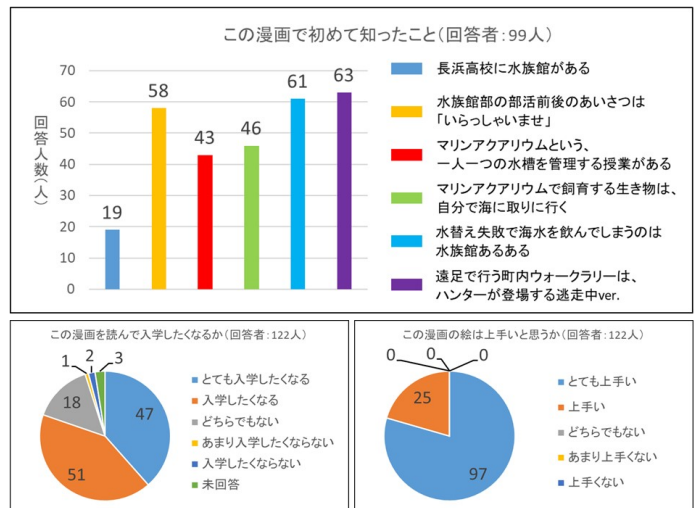
そこで、絵が得意なメンバーがそろった私たちは、4コマ漫画で学校PRを行い、長浜高校の入学生を増やすことで、この町で過ごし、この地域に愛着を持つ若者を増やすことができるのではないかと考えた。そして、これが、若者不足という大きな課題に対して、高校生でも取り組み、私たちだからこそできる取組だと思い、この課題を取り上げた。

課題解決のための仮説と計画

まず、学校PRのような広報活動には、より多くの人の目に留まるための「手軽さ」と「話題性」が必要であると考え、学校の魅力を4コマ漫画で発信することにした。4コマにすることで、1話でも楽しむことができ、読む時間も短縮されるので手軽なコンテンツになると考えた。また、ネタ作りから作画まで全て高校生が行い、キャラクターもストーリーもオリジナルのものにすることで、話題性を高めた。取り上げるネタについては、在校生だからこそ伝えられる魅力を取り上げるように意識し、既存の学校案内などの差別化を図った。制作した漫画の発信については、Instagramの学校公式アカウントから発信し、県内外問わず見てもらえるようにした。また、制作した漫画が新入生確保に寄与できているかを検証する客観的なデータを得るためにアンケートを実施し、より多くの人に答えてもらえるようにWebアンケートとした。

当初はこのような形での発信とアンケートを実施したが、フォロワー数が少ないことや対面でないことで、漫画の閲覧者とアンケートの回答者が思うように増えなかった。そこで、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表には漫画を1話ずつ印刷し、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作した。そして、それを長高水族館の来館者や近隣の中学生に配布、協力店舗への設置を行った。また、市内のファストフード店やスーパー、直売所で、漫画の配布と街頭アンケートを実施した。加えて、店内に設置した漫画カードを手にとってもらえるようにPR用のポスターも制作し、協力店舗内に掲示していただいた。さらに、認知度を高めるためにメディアへのプレスリリースも作成し、送付した。

班員の中に英語が得意なメンバーがおり、SNSの特徴であるグローバルなつながりを生かすために英語版の漫画の作成も行った。



活動で工夫できたこと

実践活動で工夫できたことは主に二つある。一つ目は、自分がすでに取得している知識や能力をこの活動と結び付け、生かすことができたということ。二つ目は、自分だけではなく周りのメンバーと協力できたということである。

私は中学生のときに生徒会長を務めた経験がある。部活動では、外部からたくさん来校されるお客さんと話す機会がある。つまり、コミュニケーション能力や積極性をすでに少しは取得しているということになる。実際に、活動する中で緊張しなかったり、慣れを感じるが多かったのが何よりの証拠である。また、技術面でも昔から絵を描くことが好きであったり、パワーポイントを日常的に使ったりするなど、すでに身につけているようなものがあった。このような、すでに自分が身につけていたコミュニケーション能力や積極性、特技をうまく生かして活動することができたので、楽しんで取り組むことができた。

ただ、グループのメンバー全員が同じようにできるわけではなく、それぞれ得意なことが違うので、全員の個性を生かせるような活動になるように工夫した。例えば、絵を描くのが得意ではないが、英語は得意という人は、他のメンバーが描いた漫画のセリフを英語で翻訳して、英語版を配信しようと考えたり、アイデアを出すのが得意な人にはたくさん出るだけ出してもらい、後でみんなで絞って一つの案にしたりなどした。

また、私たちのグループは他に類を見ないくらい活動を「楽しんで」いる。やはり、自分たちの得意を生かした活動内容であるため、楽しくなるのは当然なのだが、それ以外にもやらなければいけないことは多くある。そのようなやらなければいけないことでも、私たちのグループはポジティブに捉え、全ての活動において楽しんでいる。楽しむことが、活動を続ける上でのモチベーション維持にもつながったのではないかと私は考える。

第1話



第5話



活動で得た学び・気づき

まず、「自分たちにはできないこと」を考えた。みんなで案を出しているときに、グループのメンバーの多くが絵を描くことが得意だということに気づき、「長浜をPRする四コマ漫画を描こう」ということになった。四コマ漫画の題名を「長浜すく〜るらいふ」に決定した際、長浜高校のみのPRになるのはどうなのかという意見もあったが、長浜高校への県外からの入学者数が増えることで、長浜町内のお店やアパートへの経済効果があることや、地域ボランティアへの参加者が増加し、地域活性化の大きな力になったりするということがら、問題はないということになった。

学んだこととして、活動の中で、「継続して何かを成し遂げる」ということの大変さを知った。四コマ漫画は毎週金曜日に投稿する予定だったが、なかなか絵を描く時間がとれなかったり、学校行事が忙しかったり、計画通りに進めることが難しかった。また、グループ内での情報も、全員に共有できていないことがあり効率よく進めることができないことがあった。

しかし、そのように計画が狂ってしまっても、毎回集まれるときに立て直し、話し合い、結果的にはメディアに取り上げてもらえるほどの成果を出すことができた。一人では難しいようなことはメンバーと協力し、助け合えたことでここまで頑張れたと私は考えている。

また、グループ全体の成長を実感することもあった。街頭アンケートやチラシ配りの際にはどうしても自分から人に話しかけるということが必要になるため、始めたばかりのころはほとんどのメンバーが遠慮がちにしていた。しかし、活動をすすめる中でだんだん慣れはじめ、終わりのころにはみんなが積極的に人に話しかけ、笑顔で接することができていた。このように、メンバー全員が一緒に成長できた場面がこのほかにたくさんあったと感じられた。

四コマ漫画を描き、色々な人に見てもらおうと、自分たちからは見えていなかったり気付かなかったりしたことにたくさん気付くことができた。例えば、四コマ漫画のレイアウトや内容についてのアドバイス、まだまだ知られていない長高の魅力など、今後の活動に役立つような貴重な意見をいただくことができた。また、「がんばれ!」これからも楽しみにしています! という声を直接かけていただいたり、アンケートに書いてくださったったりしたことがあり、とても活動の支えになった。忙しい中でアンケートに答えていただいたにも関わらず、アドバイスをくださった、声をかけてくださった人たちの心の広さやあたたかさ本当に感謝したいと感じた。

今後の展望・新たな取組み

この活動によって、来年度の入学者数が今年度と同じくらいに維持され、来年度以降も入学者数を確保できれば、魅力を伝えられたということになると考えられる。目的は「長浜に若者を増やす」こと。私は、まだまだ知られていない長浜の良さを、たくさんの人に知ってもらい、興味を持ってもらいたいと思う。そうすれば自然と長浜に人が集まってくるから考えるからだ。今回のアンケートから、まだ知ってもらえていない魅力が多くあることが分かった。長浜での暮らしが私たちの「当たり前」になっていて、来てみないとわからない魅力をどう伝えていけるかが今後の課題であると私は考えている。

まずは、読者の方がアンケートや口頭でくださったアドバイスを踏まえて、最終話まで四コマ漫画を描き終えたいと考えている。今でも投稿期間がまばらになっており、楽しみにしてくださっている人に不満を持たせてしまっているかもしれない。そのため、毎週投稿をできるように時間の使い方を工夫したいと思う。

現在は、長浜高校での行事を中心とした漫画を描いているが、これからは長浜地域の魅力に触れるような内容の漫画も描いていきたいと考えている。そうすることによって、年齢に縛られず長浜に興味をもってくれる人が増えると思うからである。内容は、長高生としての視点は変えずに、地域のお店や施設、長浜の自然等を取り上げて四コマ漫画を描こうと考えている。例えば、PRする際によく海が取り上げられるが、山には展望台があり、町中を見渡することができることや、SNSで話題になった看板が設置されているスーパーがあり、そこが単身生活の生計を支えているということなどである。初めて長浜に来たときに衝撃を受けたり、関心したりしたときのことを思い出し、当たり前になっている日常からネタを見つけていきたいと私は考えている。

また、今後の新たな取り組みとして、長浜高校を舞台とした漫画「熱帯魚は雪に焦がれる」の漫画の作者である、萩莪まこと様とコラボさせていただきたいと考えている。そうすれば、今よりもさらに規模が大きくなり、より多くの人に魅力を伝えることができると思ったからである。

最後に、自分たちの足で行ける場所はどうしても長浜近辺になってしまい、近辺の人たちには詳しく長浜の良さを伝えることができるが、県外の人にはSNSしか手段がなく、あまり詳細に良さを伝えられていないように思う。そのため、例えば長浜高校について「高校内に水族館がある」という情報は知っていても、いまいちイメージができず、そんなに興味を持ってくれる人が少ないのではないかと考える。そこで、私たちが持っている「画力」と「想像力」を生かし、わかりやすく、イメージしやすい四コマ漫画を描き続け、これからも興味を持ってくれる人を少しでも増やしていきたいと思っている。メンバーと切磋琢磨し、よりよい作品作りに励んでいきたい。

1. 地域探究アワードエントリー情報

エントリー希望	有	エントリー単位	グループ	ブロック	四国
グループメンバー	氏名①	竹内奏杷		氏名③	久保夢七
	氏名②	太田樹奈		氏名④	津田七羽

2. オリエンテーション合宿及び実践活動の基本情報

合宿実施先	国立大洲青少年交流の家		修了日	2022/7/29	カリキュラムのタイプ	B
フィールドワークの内容						
実践活動期間	2022/7/30 ~ 2022/11/30					
活動のタイプ	新たな活動					
協力者	主な協力者			協力内容		
	所属	マクドナルド大洲店、伊予銀行長浜支店、まことや		漫画の設置、ポスターの掲示、店内アンケートの実施		
	氏名	大洲市内核店舗				
	所属	長浜中学校様、大洲北中学校様、大洲南中学校様		生徒さんへの漫画の配布、Webアンケートへの回答		
	氏名	大洲市内の中学校の先生方				
	所属	オズメッセ、マクドナルド大洲店		街頭アンケートの協力、場所の提供		
氏名	大洲市内各店舗					
協力者総数	20名					

3. 実践活動の記録

(1)総活動日数 全 42 日

事前:準備・打合せ	5日	本番:メインの活動	30日	事後:ふりかえり・報告	7日
-----------	----	-----------	-----	-------------	----

(2)活動成果の発信等

媒体	方法	回数	概要・備考
SNS	自ら発信	3回以上	作成した四コマ漫画を学校の公式Instagramアカウントに投稿した
新聞	取材された	3回以上	愛媛新聞(2回)と大洲市広報で本取り組みを取り上げていただいた。
Webニュース	取材された	3回以上	愛媛新聞のオンライン記事がWeb上で各種ニュースサイトにアップされた。

(3)主な活動記録

活動日時	区分	活動場所	活動内容
9/6 ~ 9/30	①事前学習・打合せ等	自宅、長浜高校	漫画投稿のためのイラスト制作(表紙、第1話、アカウントのアイコン等)
9/22 ~ 11/22	②実践活動本番	長浜高校	制作した四コマ漫画を投稿した。(プロローグから第6話、英語版第1話まで)
11/13 ~ 11/13	②実践活動本番	マクドナルド様、オズメッセ様	街頭アンケートの実施、Webアンケート付きのカードの配布
11/13 ~ 11/25	②実践活動本番	各店舗様	制作したポスターの掲示、Webアンケート付きのカードの設置
11/16 ~ 11/17	②実践活動本番	各中学校様	WEBアンケート付きのカードの配布依頼

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

長浜高校PR 4コマ漫画 長浜すく〜るらいふ製作委員会

愛媛県立長浜高校にあるのは、国内初の**高校内水族館**！
そんな水族館高校では、日常が非日常？
長高生 女子5人組が描く 完全オリジナルストーリーの4コマ漫画



太田 樹菜(おおた じゆな)
愛媛県立長浜高等学校 1年

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

太田 樹菜



活動概要

活動の内容

本校への入学者を増やすために、オリジナルの4コマ漫画を製作し、在校生目線の学校の魅力を発信した。9月末からこれまでに、プロlogue～第6話をinstagramの学校公式アカウントから投稿した。10月からは、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表に漫画、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作し、長高水族館の来館者や近隣の中学生への配布、協力店舗への設置を行った。また、街頭アンケートやポスターの制作、英語版の作成なども行った。プレスリリースなどの広報活動も実施した。

活動の特徴(新規性・発展性)

- この活動の特徴は以下の4点である。
- 漫画の制作は、ネタ作りから作画まで全て高校生の手で行い、ストーリーやキャラクターも全てオリジナルのものにしているため、話題性がある。
- 4コマ漫画にすることで、1話だけでも楽しめる手軽さがある。
- 在校生だからこそ描ける魅力を扱い、既存の学校案内などと差別化している。
- 絵を描くという班員に共通する特技を生かしているため、モチベーションも高く、制作効率も高い。

活動の成果

アンケートでは、「漫画を読んで長浜高校に入学したくなる」と答えた人が122人中8割を超え、「漫画を通じて初めて知ったこと」は99人で合計290個となった。また、中学生からは「おもしろかった」「早く入学したい」という感想があった。加えて、新聞への掲載で様々な年齢層から大きな反響があった。これらの結果から、在校生だからこそ伝えられる魅力を、私たちならではの方法で伝えることができたと感じている。

課題の設定と意図

最初に地域の方々に行った、長浜が抱える課題についての聞き取りの際、若者の減少による後継者不足や町の活気の低下を問題視する声が多数上がった。しかし、若い世代を地域に根付かせることは簡単な課題ではない。そこで、私たち高校生にもできることは何か考えた。

私たちが通う長浜高校は、生徒数の減少による分校化の危機に直面していたが、学校を挙げてのPRや地域の方々のご支援のおかげで入学生が倍増し、その危機を免れた。地域の方からは、入学生が増え、長浜の町に若者が増えたことで、経済的にも潤い、ボランティア活動などで「若者の力」が地域への還元されることで町が活気づいているというお声をいただいた。また、私たちが高校生活を送る中で、この町に「第2の故郷」のような親近感や愛着を抱くようになってきた。

そこで、絵が得意なメンバーがそろった私たちは、4コマ漫画で学校PRを行い、長浜高校の入学生を増やすことで、この町で過ごし、この地域に愛着を持つ若者を増やすことができるのではないかと考えた。そして、これが、若者不足という大きな課題に対して、高校生でも取り組み、私たちだからこそできる取組だと思い、この課題を取り上げた。

課題解決のための仮説と計画

まず、学校PRのような広報活動には、より多くの人の目に留まるための「手軽さ」と「話題性」が必要であると考え、学校の魅力を4コマ漫画で発信することにした。4コマにすることで、1話でも楽しむことができ、読む時間も短縮されるので手軽なコンテンツになると考えた。また、ネタ作りから作画まで全て高校生が行い、キャラクターもストーリーもオリジナルのものにすることで、話題性を高めた。取り上げるネタについては、在校生だからこそ伝えられる魅力を取り上げるように意識し、既存の学校案内などの差別化を図った。制作した漫画の発信については、Instagramの学校公式アカウントから発信し、県内外問わず見てもらえるようにした。また、制作した漫画が新入生確保に寄与できているかを検証する客観的なデータを得るためにアンケートを実施し、より多くの人に答えてもらえるようにWebアンケートとした。

当初はこのような形での発信とアンケートを実施したが、フォロー数が少ないことや対面でないことで、漫画の閲覧者とアンケートの回答者が思うように増えなかった。そこで、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表には漫画を1話ずつ印刷し、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作した。そして、それを長高水族館の来館者や近隣の中学生に配布、協力店舗への設置を行った。また、市内のファストフード店やスーパー、直売所で、漫画の配布と街頭アンケートを実施した。加えて、店内に設置した漫画カードを手にとってもらえるようにPR用のポスターも制作し、協力店舗内に掲示していただいた。さらに、認知度を高めるためにメディアへのプレスリリースも作成し、送付した。

班員の中に英語が得意なメンバーがおり、SNSの特徴であるグローバルなつながりを生かすために英語版の漫画の作成も行った。



長浜高ってこんなところ

生徒5人、4コママンガでPR

大洲市にある長浜高校の1年生5人が、学校生かつかをテーマにした4コママンガ「長浜すく〜るらいふ」をつくり、学校のよさを伝えるために、9月まつからこうりゅうサイト(SNS)などではしっている。マンガは5人でつくって、ちいさかんがえるじゅぎょうの中で5人グループができた。絵がとく2022年11月19日発行記事は手直ししています

いなメンバーも多く、学校のよさをもち高めるかつかをしている。マンガには3人の子どもと、学校のアイドルキャラクターがどうしよう。水ぞくかんふのかつかどうや、海でつかまたたきものをそれぞれの家ぞうでぞだてる。長浜高校だけのとくべつなじゅぎょう「マリニアクアリウム」をしようかいている。マンガはタブレットたんまつアプリでつくっている。アプリ「インスタグラム」で、毎しゅうまつう日にはいしん、ちいさのパンのおみやげ、まきゅうきかんにおくほか、大洲市内の中学校にもくばる。

2022年11月28日発行★第173号★ 作成: ニュース学習部作成ワーキンググループ 監修: 愛媛大学大学院教育学研究科 山内 孔 教授

年 組 _____ 名前 _____

1. きじの中のせんの①長浜高校は、愛媛県(えひめけん)のなに市にありますか? **大 洲 市**

2. きじの中の水ぞくかんを中心としたとくべつなじゅぎょうについて、次の(1)～(3)の間に答えましょう。

(1) ②はなんとしよう名前のじゅぎょうでしょう? **マリニアクアリウム**

(2) ②は、どのようなことをするじゅぎょうでしょう?

海でつかまたたきものをそれぞれの家ぞうでぞだてる **じゅぎょう**

(3) あなたが海でつかまたたきものをぞだてるなら、どのような生きものになりますか。1つかんがえてみましょう。ただし、自分の力でつかまえるので、サメやクジラなどはいけません。

(例)ヤドカリ、魚、タコ など

3. 4コママンガは、4つのかまをマンガにして、テーマを分かりやすく伝えるほうほうです。2つのテーマ、ストーリーに合うように、4コママンガのさいこの4コマ目をかんがえてみましょう。

テーマ **びっくろから出てきたのはー??** **うまけけかたかな?**

ストーリー

1. さま目 海に生きものをつかまえてきいぬす。

2. さま目 つかまえた生きものをいぬす。

3. さま目 そのこ、つかまえてみる。

4. さま目 ついたおたづねがたのものは一体なんぞい?

※4コマ目を、みぎの口かこう1

【ついでに】

- このまじみかひしく、書きあえよう。●つたものは生きものになていしんじい。
- つたものはたのたのこいしんじい。●うまけけかに書きあえよう。

掲載された 愛媛新聞記事②(小中学生向けの記事を使った学習教材)

活動で工夫できたこと

この活動では、グループみんなの得意分野である「絵を描くこと」を土台とし、そこに個々の強みを加え、「四コマ漫画」の制作した。私の強みは「絵を描くこと」以外に「想像を膨らませること」である。そのため、私は、主に四コマ漫画の制作はもちろん、漫画のストーリーやキャラクター設定を考える活動をした。

私が活動をする上で工夫したことは、長浜高校の魅力を短い漫画の中で分かりやすく伝えたり、起承転結を意識して面白いストーリーを考えることだ。ただ長浜高校の魅力を伝えるだけでは面白くない。四コマ漫画の基本といわれる起承転結を意識して、「四コマ漫画」としても成り立つようにした。

またキャラを作る際には、オリジナル感を出すために、細部までしっかりこだわった。第1話の漫画を上げる前にキャラの紹介をしたものを投稿したのだが、そこに載せきれない細部まで考え、私たちのオリジナルキャラを確立させた。特に作中での愛されキャラクター「なべまる」は、四コマ漫画の重要な突込みキャラとして多くの話に登場させた。

この活動での課題は、SNSでの投稿は私たちが思うよりも見てもえられないということだ。在校生の多くは見てくれているが、中学生はほとんど見てくれない。この課題を解決させるために、第7話以降はInstagramに投稿する際に興味を引く表紙をつけたり、題名の工夫をしていきたい。SNSのおすすめに流れてきて「なんだこれ！」と興味を持って開いてもらえるように改善していきたい。

また、水族館公開日でのチラシ配りのとき、快く受け取ってもらえるように、笑顔での接客を心掛けた。私が笑顔で話すと、お客さんも笑顔を返してくれた。私はこのときに笑顔と話し方の大切さを改めて実感した。次の12月の水族館公開日のときにも、笑顔と話し方に気を付けて、そしてもっと快く受け取ってもらえるようにさらに工夫をしていきたいと思う。

活動で得た学び・気づき

私がこの活動を通して得た学びや気づきは、まず「漫画家」という職業の過酷さを知った。締め切りの中で自分が納得でき、そして読者の期待に応えるように漫画を描くのがとても大変だった。締め切りを守り、後々後悔しないようにスケジュール管理もしっかりすることは大切だと思った。

そして、漫画を描くうえで読者の目線になって考えてみることも重要だと気付いた。自分たち目線だと何を伝えたいか分かることも、全く長浜高校を知らない人にとっては何を伝えたいかわからない可能性がある。一つ一つ、読む人の気持ちになって再確認をした。それでも私たち目線になってしまうことがあるため、別のグループの友達に意見を聞いた。家族にアドバイスをもらった。活動していくうちにどんどん視野が狭くなっていくことが多いため、定期的にアドバイスをもらったり、確認をしてもらったりすることが必要だと気付いた。これからの学校活動にも生かしていきたい。

また、漫画を作る上で、目を引くようなキャラクターのデザインにしたり、かわいくてかつ見やすい漫画になるように工夫を凝らした。この工夫をしてデザインの勉強になった。どうすれば人の目につくものになるか、どうすれば見やすくなるか、試行錯誤して一つの漫画を描き上げるのに何日もかかった。ただ上手な絵を描くだけでは、人には見てもえられないことに気がつくことができた。人に見てもらおうということは難しいことだと知った。

どの活動をするにしても、自分視点ではなく受け手の気持ちになって考え、試行錯誤を繰り返すことが大事だと思った。視野が狭くならないように、常に「人様に見てもらおう」ということを頭に入れて活動をした。

そして、SNSよりも新聞などのほうが見てもらいやすい層もいるということに気づいた。私たちがターゲットとしている中学生などが使うInstagramに投稿することで、漫画を見てもえらと思ったが、現実には甘くなかった。意外と見てもえないうえに第1話、第2話と徐々にいいねの数も減っていった。そんなとき、地元のマクドナルド様やオズメッセ様で街頭アンケートをさせて頂いたときに、愛媛新聞様に取り上げて頂いた。すると親戚や家族から声をかけてもらったり、伊予銀行様に漫画を小さめのカードにしたものを持って行ったときに、「愛媛新聞に載っているのを見たよ」と声をかけて頂いた。やはり、インターネットが普及しているといっても全員が使っているわけではない。そこに気づき、この活動をもっと多くの人に見てもらうために地元の中学校やお店にポスターを貼っていただいたりして、SNSだけではなく様々な活動をした。

この活動を通してやってみないとわからないことがたくさんあり、大変だったが、大きく成長できた。たくさん学びと気づきがあり、やってみてよかった。これから学んだことを生かして、もっともっと長浜高校の魅力を伝えていきたい。

今後の展望・新たな取組み

今後の展望としては、まずSNSを上手く活用して、より多くの中学生や若い子たちに見てもらうために、第7話以降を投稿する際には、題名やサムネイルになる1枚目の画像を工夫して、興味を惹き、何を目的としているのかを分かりやすいものにしていきたいと思う。そして来年の入学希望者が増えるように、さらに工夫しながら活動ができたらいいと思う。

そして、今回得た学びを2・3年のときの就職活動や面接練習に生かしていきたいと思う。人と話すときに気を付けた、明るく笑顔で話し、言葉遣いなどに気を配ることは面接のときや将来必要となっていこう。人の目を引くデザイン性のあるイラストを描くことも、将来の広報活動をしていくうえで重要になっていく。楽しくわかりやすく魅力を伝えていくことが、広報活動、また人に見てもらうために大切だ。将来のため、授業の一環として広報活動の仕事を体験できたのはよかった。

そして、水族館だけではなく長浜高校の魅力をもっとたくさんの人に知ってもらいたい。新たな取り組みとして、長浜高校のホームページに記載されてあることを、四コマ漫画にして分かりやすく伝えれば、長浜高校に興味を持った人が、もっと長浜高校のことを知ることができるのではないかと考えた。実際、私が中学生のとき、様々な高校のホームページを見たが、どの学校も同じようなことしか書いてないように見え、一番肝心な「どんな学校なのか」がよく分からなかった。そのため、四コマ漫画にして分かりやすく面白く伝えられれば、内容は同じでも長浜高校の魅力に気づく人が増えていくのではないと思う。また、番外編として長浜町の商店街やおなじみのお店のPR漫画も描くことで、長浜の町についても知ってもらえ、高校周辺の町の様子が分かるので、寮生活をする県外生徒や列車通学生が知りたい情報を伝えることができ、入学希望者も増えていくのではないと思う。

私たちの活動はイラストがメインなので、ポスターやチラシなどで上手く宣伝していきたい。しかし、水族館公開日で宣伝しても、長浜高校の魅力をある程度知っている人を対象とすることになる。そのため、地元のお店や中学校に直接私たちが足を運び、宣伝、またはお願いをして地道に活動を続けることは、長高と接点がなかった人たちのつながりを生むことになると感じている。また、そのように直接お会いして、私たちの気持ちや姿勢を地域の方々に伝えることは、長高サポーターを増やすことにつながると感じている。他のグループにはできない、私たちだけの活動を見出し、長浜高校の発展に貢献したい。

1から自分たちで考えて町のPRをするのはとても大変だったが、その中で得たものも大きかった。今回の活動で得たものを、社会に出たときにうまく活用していきたいと思う。そして、私たちの活動が長高や長浜に人が増えるきっかけとなれば、これ以上に嬉しいことはない。

第4話



キャラクターデザイン

しまなみ かい
嶋波 海

・高校2年生
・研究班
・身長176cm
・生き物が好き(特にクラゲ)
・長浜出身

将来は、大学に行って研究すること。

なべまる

好きな食べ物は
おとひめ(配合飼料)
体長 10cm
・メス
語尾は「まる」



1. 地域探究アワードエントリー情報

エントリー希望	有	エントリー単位	グループ	ブロック	
グループメンバー	氏名①	石丸夏実		氏名③	久保夢七
	氏名②	津田七羽		氏名④	竹内奏杷

2. オリエンテーション合宿及び実践活動の基本情報

合宿実施先	国立大洲青少年交流の家		修了日	2022/7/29	カリキュラムのタイプ	B
フィールドワークの内容						
実践活動期間	2022/7/30 ~ 2022/11/30					
活動のタイプ	新たな活動					
協力者	主な協力者			協力内容		
	所属	マクドナルド大洲店、伊予銀行長浜支店、まことや		店内アンケートの実施、漫画の設置、ポスターの掲示		
	氏名	大洲市内各店舗				
	所属	長浜中学校、大洲北中学校、大洲南中学校		生徒さんへの漫画の配布、Webアンケートへの回答		
	氏名	大洲市内の中学校の先生方				
	所属	オズメッセ、マクドナルド56号大洲店		街頭アンケートの協力、場所の提供		
氏名	大洲市内各店舗					
協力者総数	20名					

3. 実践活動の記録

(1)総活動日数 全 40 日

事前:準備・打合せ	5日	本番:メインの活動	28日	事後:ふりかえり・報告	7日
-----------	----	-----------	-----	-------------	----

(2)活動成果の発信等

媒体	方法	回数	概要・備考
SNS	自ら発信	3回以上	作成した四コマ漫画を学校の公式Instagramアカウントに投稿した。
新聞	取材された	3回以上	愛媛新聞、大洲市広報などへの本活動の記事を掲載していただいた。
その他	自ら発信	3回以上	各店舗、各大洲市内の学校で漫画カードの配布、設置、PRポスターの掲示を行った。

(3)主な活動記録

活動日時	区分	活動場所	活動内容
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	各家庭、長浜高校	漫画とポスターの作成
10/15 ~ 11/13	②実践活動本番	大洲市各店舗、長浜高校など	店頭及び長高水族館一般公開日での街頭アンケート、漫画の配布
11/13 ~ 11/25	②実践活動本番	マクドナルド、伊予銀行、まことや	店舗内への漫画の配置、ポスターの掲示依頼
11/16 ~ 11/17	②実践活動本番	各中学校の先生方	漫画の配布依頼
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	長浜高校、自宅	アンケートの作成、集計

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

長浜高校PR 4コマ漫画 長浜すく〜るらいふ製作委員会

愛媛県立長浜高校にあるのは、国内初の**高校内水族館**！
そんな水族館高校では、日常が非日常！
長高生 女子5人組が描く 完全オリジナルストーリーの4コマ漫画



＼私たち長高生が描いてます！



久保 夢七(くぼ みいな)
愛媛県立長浜高等学校 1年

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

久保 夢七



活動概要

活動の内容

本校への入学者を増やすために、オリジナルの4コマ漫画を製作し、在校生目線の学校の魅力を発信した。9月末からこれまでに、プロローグ～第6話をinstagramの学校公式アカウントから投稿した。10月からは、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表に漫画、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作し、長高水族館の来館者や近隣の中学生への配布、協力店舗への設置を行った。また、街頭アンケートやポスターの制作、英語版の作成なども行った。プレスリリースなどの広報活動も実施した。

活動の特徴(新規性・発展性)

- この活動の特徴は以下の4点である。
- ・漫画の制作は、ネタ作りから作画まで全て高校生の手で行い、ストーリーやキャラクターも全てオリジナルのものにしているため、話題性がある。
- ・4コマ漫画にすることで、1話だけでも楽しめる手軽さがある。
- ・在校生だからこそ描ける魅力を扱い、既存の学校案内などと差別化している。
- ・絵を描くという班員に共通する特技を生かしているため、モチベーションも高く、制作効率も高い。

活動の成果

アンケートでは、「漫画を読んで長浜高校に入学したくなる」と答え人が122人中8割を超え、「漫画を通じて初めて知ったこと」は99人で合計290個となった。また、中学生からは「おもしろかった」「早く入学したい」という感想があった。加えて、新聞への掲載で様々な年齢層から大きな反響があった。これらの結果から、在校生だからこそ伝えられる魅力を、私たちならではの方法で伝えることができたと感じている。

課題の設定と意図

最初に地域の方々に行った、長浜が抱える課題についての聞き取りの際、若者の減少による後継者不足や町の活気の低下を問題視する声が多数上がった。しかし、若い世代を地域に根付かせることは簡単な課題ではない。そこで、私たち高校生にもできることは何か考えた。

私たちが通う長浜高校は、生徒数の減少による分校化の危機に直面していたが、学校を挙げてのPRや地域の方々のご支援のお陰で入学生が倍増し、その危機を免れた。地域の方からは、入学生が増え、長浜の町に若者が増えたことで、経済的にも潤い、ボランティア活動などで「若者の力」が地域への還元されることで町が活気づいているというお声をいただいた。また、私たちが高校生活を送る中で、この町に「第2の故郷」のような親近感や愛着を抱くようになってきた。

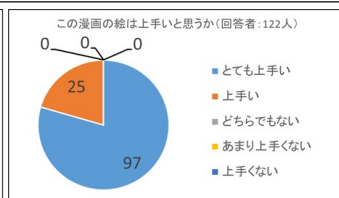
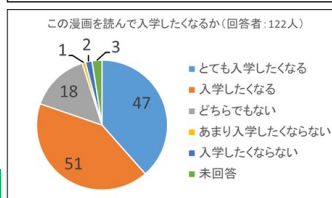
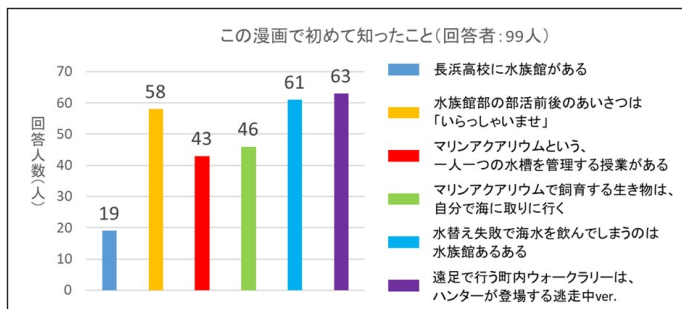
そこで、絵が得意なメンバーがそろった私たちは、4コマ漫画で学校PRを行い、長浜高校の入学生を増やすことで、この町で過ごし、この地域に愛着を持つ若者を増やすことができるのではないかと考えた。そして、これが、若者不足という大きな課題に対して、高校生でも取り組み、私たちだからこそできる取組だと思い、この課題を取り上げた。

課題解決のための仮説と計画

まず、学校PRのような広報活動には、より多くの人の目に留まるための「手軽さ」と「話題性」が必要であると考え、学校の魅力を4コマ漫画で発信することにした。4コマにすることで、1話でも楽しむことができ、読む時間も短縮されるので手軽なコンテンツになると考えた。また、ネタ作りから作画まで全て高校生が行い、キャラクターもストーリーもオリジナルのものにすることで、話題性を高めた。取り上げるネタについては、在校生だからこそ伝えられる魅力を取り上げるように意識し、既存の学校案内などの差別化を図った。制作した漫画の発信については、Instagramの学校公式アカウントから発信し、県内外問わず見てもらえるようにした。また、制作した漫画が新入生確保に寄与できているかを検証する客観的なデータを得るためにアンケートを実施し、より多くの人に答えてもらえるようにWebアンケートとした。

当初はこのような形での発信とアンケートを実施したが、フォロー数が少ないことや対面でないことで、漫画の閲覧者とアンケートの回答者が思うように増えなかった。そこで、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表には漫画を1話ずつ印刷し、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作した。そして、それを長高水族館の来館者や近隣の中学生に配布、協力店舗への設置を行った。また、市内のファストフード店やスーパー、直売所で、漫画の配布と街頭アンケートを実施した。加えて、店内に設置した漫画カードを手にとってもらえるようにPR用のポスターも制作し、協力店舗内に掲示していただいた。さらに、認知度を高めるためにメディアへのプレスリリースも作成し、送付した。

班員の中に英語が得意なメンバーがおり、SNSの特徴であるグローバルなつながりを生かすために英語版の漫画の作成も行った。



活動で工夫できたこと

実践活動で工夫できたことは三つある。一つ目は、きちんと『起承転結』になるように書くことだ。『起』に、ストーリーの舞台や状況の説明・主人公、登場人物の紹介・物語の展開イメージなどを描き、『承』で、「起」で述べた内容の発展・「転」への伏線設定・「転」で起きる事態の理由付けを描く。『転』で、盛り上がりどころ・注目をさせるための変化を描き、最後に、『結』で、変化が起こったあとの締めくくりをする。バランスよくすることが難しかった。これをするにより、見ている人にやさしく、わかりやすい四コマ漫画になる。二つ目は、一回目に描いた第二話の反省と、同じ班の人を見習い、背景が寂しくないようにしたことだ。第二話では、背景が白いままで、何か物足りないなどと思い、二回目に描いた、第六話で背景をつけた。反省として、様々な色がありすぎて、登場キャラクターがあまり目立たなくなった。反省を生かし、今後担当予定の第十話で、これまでの学びをもとに、ベストを尽くす。三つ目は、二つ目と同じく、一回目書いた第二話の反省を生かし、文字数を少なくして全体的に見やすくすることだ。第二話では、詳しく知ってもらおうと必死で、文字数が多くなってしまい、文字の大きさも小さくなり、見る人が読みにくい四コマ漫画になっていた。その反省を生かし第六話では、文字を少なくし、かつ、物語の流れがわかりやすくなるように工夫した。

自分の知識や能力を生かせたこととしては、知識こそ未熟だったもの、イラストを描くのが得意という能力は、班に少しでも貢献することができたと思う。自分の周りにはイラストを上手に描ける人が多く、足手まといになっていないかと初めのうちは不安でしたが、そんなことでくじけていては、伝えたいことも伝えられないと思い、心を切り替えて、自分なりに頑張った。



活動で得た学び・気づき

活動で学んだこと、気づいたことは四つある。

一つ目は、ほんの少し変えただけで見栄えが良くなることだ。先述したように、第二話の反省を生かし、背景を付け足してみたり、文字数を少なくしたりして、かつ、物語の流れがわかりやすいように工夫したりすることにより、第二話より、第六話の方が色鮮やかに、見栄えが良くなった。さらに、今後の課題が見つかり、より良いものになっていく。そして、それをたくさんの人に見てもらい、良い評価を得られることができれば、自分が少しでも長浜に貢献できていると知ることができ、モチベーションアップにつながり、今後の活力になる。

二つ目は、描画アプリ「アイビスペイント」のいろいろな機能の使い方だ。自分は、デジタルで描くことがあまり得意ではないので、最小限の機能しか使うことができなかった。同じ班の人たちは、アイビスペイントを使いこなしていて、レイヤーの質を変えたり、描いた線の色を一部だけ変えたりなどして、きれいに四コマ漫画を仕上げている。同じ班の人たちから、学ぶことが多く、描いている最中を見ていると飽きることはなく、新しい知識が付き、助かっていることが多い。自分は良い班員を持ったと思った。

三つ目は、コミュニケーションの難しさだ。自分はもともとそんなにコミュニケーションがあまり得意ではないこともあり、マクドナルドでのアンケート調査の際、緊張で、あまり積極的に声をかけることができなかった。オズメッセでのアンケート調査では、話を聞いてくれる人が少なく、心を決めて話かけても断られることが多く、心が折れそうになった時もあった。しかし、実践を通して少しずつではあるが、声をかけるタイミングや説明の仕方のコツを掴むことができ、良い経験になった。Web上でも、アンケート調査をしており、そこでのコメントに、「絵がすごく上手!!」や、「第六話の遠足でまさか遠足でハンターが出てくるとは…驚きです!!」など、うれしいコメントをたくさん中学生から届いた。見てくれた人からのコメントは、参考になり、心の支えにもなることを初めて実感した。

四つ目は、InstagramやSNSなどのフォロワーを増やす難しさだ。はじめは、「アカウントを作れば、自然にフォロワーは増えるだろう。」と思っており、あまり気にしていなかった。はじめは少しずつ増えていたが、数日たつと、フォロワーが増えなくなった。その後、長高水族館の公開日や、大洲の各店舗で、裏面にアカウントのQRコードを印刷した四コマ漫画の配布なども行ったが、フォロワーは50人前後ほどしか増えず、その難しさを実感した。

この活動で、足手まといにならないか、うまくやっていけるのか不安でしたが、同じ班の人や、家族も相談に乗ってくれて、結果として自分の活動に自信を持つことができた。本活動を通じて、長浜高校の魅力が伝わってほしい。

今後の展望・新たな取組み

今後も私は、いろいろな人に長浜高校の良さを知ってもらうため、四コマ漫画を描いていきたい。それを通じて、自身を成長させていくとともに、長浜高校への入学生や、長浜に愛着を持つ人を増やすため、今回得た学びを基にさらなる工夫を加え、活動していきたいと思う。そして、私の将来にも生かしていきたいと思う。

今後行っていく新たな活動として、四コマ漫画を全十三話完成させたら冊子にし、中学校や小学校に配布する予定だ。私は地元長浜の人間だが、自分が小学生の時も中学生の時も、長浜高校とあまり交流がなく、親などから聞いた、悪い印象があった。しかし、入学してみるとその印象は大きく変わり、ここにしかない魅力がたくさんあることに気づいた。この四コマ漫画を通じて、長浜高校の日常や魅力を紹介していくことで、私と同じように長浜高校の実態を知らない人に、本当の長高を伝えていきたい。そして、「長浜高校に行ってみよう!!」と、思ってくれる人が増え、地元からの入学希望者も増えることを期待したい。

この活動を続けていくうえで、絵を描くこと以外で自分に大切なことは二つある。

一つ目は、しおりサイズの四コマ漫画カードを配る際に必要な、コミュニケーション能力だ。上でも書いたように、自分はコミュニケーションがあまり得意ではない。班の中で一番苦手という自覚がある。その原因として、自分に話しかけられて迷惑ではないかということへの不安と、もし、話を聞いてくれた際に、頭が真っ白になり、焦ってあたふたし、相手に気を遣わしてしまうことへの不安の二点があげられる。これを解消していくには、ネガティブ思考からポジティブ思考に変換することが大前提と考える。よって今後、コミュニケーションが必要な活動があれば、苦手解消を頑張っていきたい。

二つ目は、四コマ漫画を発信する日までに、四コマ漫画を完成させ、訂正も加えたいうえで、提出期限を守り、発信することだ。これは、今までも、そしてこれからの将来にも、とても大切なことだ。入試に必要な書類の提出期限を一秒でも過ぎれば、その人がどれだけ仕事ができても、どれだけ得意でも、どれだけ優秀でも、そこを受けることができない。これは、中学校の時の、進路担当の先生が何度も言っていたことだ。提出期限を守らなければ、だれも信用してくれなくなり、やりたいこともできなくなる。この活動を通じて身につけ始めている「締め切りから逆算して、スケジュールリングをする力」をさらに伸ばしていきたい。

この活動が成功すれば、今年の長浜高校への入学希望者数の増加や、来年の体験入学や体験入部の人数の増加で、成果が明確に出てくる。できれば、この活動を二年生まで続け、もっと発展させていくことができればいいと思う。そのためにも、今この瞬間、この時間を大切に使い、長浜高校に貢献していきたい。

1. 地域探究アワードエントリー情報

エントリー希望	有	エントリー単位	グループ	ブロック	四国
グループメンバー	氏名①	石丸夏実		氏名③	津田七羽
	氏名②	太田樹菜		氏名④	竹内奏杷

2. オリエンテーション合宿及び実践活動の基本情報

合宿実施先	国立大洲青少年交流の家	修了日	2022/7/29	カリキュラムのタイプ	B
フィールドワークの内容					
実践活動期間	2022/7/30 ~ 2022/11/30				
活動のタイプ	新たな活動				
協力者	主な協力者			協力内容	
	所属	マクドナルド大洲店、伊予銀行長浜支店、まことや		漫画の設置、ポスターの掲示、店内アンケートの実施	
	氏名	大洲市内各店舗			
	所属	オズメッセ、マクドナルド56号大洲店		街頭アンケートの協力、場所の提供	
	氏名	大洲市内各店舗			
	所属	長浜中学校、大洲北中学校、大洲南中学校		生徒さんへの漫画の配布、Webアンケートへの回答	
氏名	大洲市内の中学校の先生方				
協力者総数	20名				

3. 実践活動の記録

(1)総活動日数 全 37 日

事前:準備・打合せ	5日	本番:メインの活動	25日	事後:ふりかえり・報告	7日
-----------	----	-----------	-----	-------------	----

(2)活動成果の発信等

媒体	方法	回数	概要・備考
SNS	自ら発信	3回以上	作成した四コマ漫画を学校の公式Instagramアカウントに投稿
その他	自ら発信	3回以上	各店舗、各大洲市内の学校への配布
新聞	取材された	3回以上	愛媛新聞、大洲市広報などへの記載

(3)主な活動記録

活動日時	区分	活動場所	活動内容
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	各家庭、長浜高校	漫画とポスターの作成
10/15 ~ 11/13	②実践活動本番	大洲市各店舗、長浜高校	店頭及び長浜高校水族館一般公開日での街頭アンケート、漫画の配布
11/13 ~ 11/25	②実践活動本番	マクドナルド、伊予銀行、まことや	店舗内への漫画の配置、ポスターの掲示依頼
11/16 ~ 11/17	②実践活動本番	各中学校の先生方	漫画の配布依頼
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	長浜高校	Webアンケートの作成、集計

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

長浜高校PR 4コマ漫画 長浜すく〜るらいふ製作委員会

愛媛県立長浜高校にあるのは、国内初の**高校内水族館**！
そんな水族館高校では、日常が非日常！
長高生 女子5人組が描く 完全オリジナルストーリーの4コマ漫画



津田 七羽(つだ ななは)
愛媛県立長浜高等学校 1年

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～



津田 七羽

活動概要

活動の内容

本校への入学者を増やすために、オリジナルの4コマ漫画を製作し、在校生目線の学校の魅力を発信した。9月末からこれまでに、プロローグ～第6話をinstagramの学校公式アカウントから投稿した。10月からは、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表に漫画、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作し、長高水族館の来館者や近隣の中学生への配布、協力店舗への設置を行った。また、街頭アンケートやポスターの制作、英語版の作成なども行った。プレスリリースなどの広報活動も実施した。

活動の特徴(新規性・発展性)

- この活動の特徴は以下の4点である。
- ・漫画の制作は、ネタ作りから作画まで全て高校生の手で行い、ストーリーやキャラクターも全てオリジナルのものにしているため、話題性がある。
- ・4コマ漫画にすることで、1話だけでも楽しめる手軽さがある。
- ・在校生だからこそ描ける魅力を扱い、既存の学校案内などと差別化している。
- ・絵を描くという班員に共通する特技を生かしているため、モチベーションも高く、制作効率も高い。

活動の成果

アンケートでは、「漫画を読んで長浜高校に入学したくなる」と答えの人が122人中8割を超え、「漫画を通じて初めて知ったこと」は99人で合計290個となった。また、中学生からは「おもしろかった」「早く入学したい」という感想があった。加えて、新聞への掲載で様々な年齢層から大きな反響があった。これらの結果から、在校生だからこそ伝えられる魅力を、私たちならではの方法で伝えることができたと感じている。

課題の設定と意図

最初に地域の方々に行った、長浜が抱える課題についての聞き取りの際、若者の減少による後継者不足や町の活気の低下を問題視する声が多数上がった。しかし、若い世代を地域に根付かせることは簡単な課題ではない。そこで、私たち高校生にもできることは何か考えた。

私たちが通う長浜高校は、生徒数の減少による分校化の危機に直面していたが、学校を挙げてのPRや地域の方々のご支援のお陰で入学生が倍増し、その危機を免れた。地域の方からは、入学生が増え、長浜の町に若者が増えたことで、経済的にも潤い、ボランティア活動などで「若者の力」が地域への還元されることで町が活気づいているというお声をいただいた。また、私たちが高校生活を送る中で、この町に「第2の故郷」のような親近感や愛着を抱くようになってきた。

そこで、絵が得意なメンバーがそろった私たちは、4コマ漫画で学校PRを行い、長浜高校の入学生を増やすことで、この町で過ごし、この地域に愛着を持つ若者を増やすことができるのではないかと考えた。そして、これが、若者不足という大きな課題に対して、高校生でも取り組み、私たちだからこそできる取組だと思い、この課題を取り上げた。

課題解決のための仮説と計画

まず、学校PRのような広報活動には、より多くの人の目に留まるための「手軽さ」と「話題性」が必要であると考え、学校の魅力を4コマ漫画で発信することにした。4コマにすることで、1話でも楽しむことができ、読む時間も短縮されるので手軽なコンテンツになると考えた。また、ネタ作りから作画まで全て高校生が行い、キャラクターもストーリーもオリジナルのものにすることで、話題性を高めた。取り上げるネタについては、在校生だからこそ伝えられる魅力を取り上げるように意識し、既存の学校案内などの差別化を図った。制作した漫画の発信については、Instagramの学校公式アカウントから発信し、県内外問わず見てもらえるようにした。また、制作した漫画が新入生確保に寄与できているかを検証する客観的なデータを得るためにアンケートを実施し、より多くの人に答えてもらえるようにWebアンケートとした。

当初はこのような形の発信とアンケートを実施したが、フォロワー数が少ないことや対面でないことで、漫画の閲覧者とアンケートの回答者が思うように増えなかった。そこで、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表には漫画を1話ずつ印刷し、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作した。そして、それを長高水族館の来館者や近隣の中学生に配布、協力店舗への設置を行った。また、市内のファストフード店やスーパー、直売所で、漫画の配布と街頭アンケートを実施した。加えて、店内に設置した漫画カードを手にとってもらえるようにPR用のポスターも制作し、協力店舗内に掲示していただいた。さらに、認知度を高めるためにメディアへのプレスリリースも作成し、送付した。

班員の中に英語が得意なメンバーがおり、SNSの特徴であるグローバルなつながりを生かすために英語版の漫画の作成も行った。



長浜高くてこんなこと
1年生50人4コマ漫画制作

独自授業や部活 SNS 発信

【地方】長浜高漫画で魅力発信 9面
長浜高校（大洲市）の魅力地元中学生らに知ってもらおうと、同校1年生が4コマ漫画を制作し、交流サイト（SNS）で発信している。水族館部などを題材に、独自キャラクターを設定。県内郡になっている。タイトルは「長浜すく〜るらいふ」。

掲載された
愛媛新聞記事①

活動で工夫できたこと

本活動ではコンテンツの質に加え、広報活動が重要となる。そのため、私たちは、Instagramでの投稿や愛媛新聞などのメディアへのプレスリリースの作成、市内のマクドナルド様や伊予銀行長浜支店長様、パン屋さんへの漫画カードの設置など、広報活動にも力を入れた。メインターゲットとなる中学生年代は、SNSによる情報収集が主流となっており、SNSでの発信は必須である。一方で、新聞に掲載していただいたことで、SNSを利用していない人にも、活動を知ってもらうことができ、大きな反響を得た。また、学校近くのパン屋「まことや」は、市外や県外からも多くのお客様が来店される人気店であるため、店舗に私たちの漫画やポスターを設置していただくことで、地域内外問わず、様々な人にこの活動と長高の魅力を知ってもらうことができると考えた。他にも市内の中学生が集まるマクドナルドや、利用頻度が高く、待ち時間があり、漫画を手に取りやすい銀行など、意図を持った場所に設置を依頼するように心がけた。

また私たちは班員それぞれが得意なことを活かして活動している。私以外の班員はみんな絵をかくことが得意で、そこから四コマ漫画を描くことになった。だが、私は絵が描けないため、何をしたら課題解決に貢献できるか考えた。その際、先生から「私が得意としている英語でセリフを書いてみるか」と提案していただいた。最初は海外の人に伝わるような英訳ができるか不安があったが、英語の先生にアドバイスをもらい、完成させることができた。投稿する前には毎回先生にチェックをしてもらっている。最初のころに比べ、最近はそのチェックで直すところが少なくなってきた。また、SNSの特徴の一つとして、海外の人と手軽に繋がれることが挙げられる。英語版の四コマ漫画の投稿は、こうしたSNSの特徴との相性もよく、海外の人や在日外国人にも、魅力を知ってもらうきっかけになっていると思う。

第1話(英語版)



製作した
長高公式アカウント
アイコン用画像



活動で得た学び・気づき

SNSで発信することによって、遠方の方も含めて様々な方に見ていただけるため、多くのコメントなどが寄せられると思っていた。しかし、実際はコメントは少なく、見ている人が私たちの活動に対してどう思っているかわからない状況が続いた。また、フォロー数が少なく、漫画を読んでもらっている人が少ないという課題も生じた。そこで、10月の本校の水族館一般公開日にQRコードを読み込んで回答してもらったWebアンケートを配布した。しかし、解答してくださった人は、たったの二名だった。何がよくなかったのかを考えたところ、ウェブでのアンケートは端末機器を出したりしければいけなく、手間がかかるためではないかと考えた。また、公開日に来ている人は魚などを見に来ているため、アンケートに答える余裕がなかったのではないかと考えた。そこで、次は紙媒体のアンケートにし、休日に市内の商業施設と近郊のマクドナルド様に行き、アンケートに答えてもらった。また、マクドナルド様には、漫画を一話ずつしおりサイズのカードにしたものを設置していただいた。お客さんや店側に迷惑にならないように気をつけながら声をかけたが、断られることも多々あり、街頭アンケートは簡単なものではないことに気づかされた。しかし、実際に自分たちで足を運び、読者の声を聴くことで、活動の知名度やどう思っているかなどを知ることができたため、直接声を聴くことの大切さを学んだ。

また、広報活動を始めた当初は、完成した漫画を一覧にして掲示したり、チラシとして配布したりしていた。しかし、Webアンケートでの「セリフの字が小さくて老眼鏡を付けても見えなかった」という意見や街頭アンケートの際にも同様の意見をいただいた。そこで、見やすさを意識して、漫画を一話ずつしおりサイズのカードに印刷したものを作成した。裏には、アカウント情報とWebアンケートのQRコードを印刷し、この「漫画カード」を設置したり配布したりした。

漫画であれ文章であれ、長浜高校についての知識が全くない人に、学校の魅力を伝える際、私たちの当たり前が、当たり前でないことを意識することの重要性を実感した。私たちの視点ではなく、読者の視点になって作成しなければならない。今後も、その視点を忘れず試行錯誤を重ね、改善していく必要がある。

また、Instagramでの投稿だけでなく新聞への掲載やお店に設置してもらうことで、情報が届く層が広がることがよく分かった。一方で、私たちがメインターゲットとしている中学生を含めた若者に対しては、Instagramを利用して発信することが良いと考えた。そのため、両方の方法の良さを生かしながら発信を行い、中学生の親世代も含めた、より多くの人に私たちの活動やメッセージが届くと思う。

今後の展望・新たな取組み

自分たちで四コマ漫画の設定から考え、投稿することは想像以上に大変で、寝る間を惜しんで四コマ漫画を描く班員もいた。しかし、アンケートでは「とても面白くて長浜高校に入学したくなった」「学校の魅力がよくわかっていいですね。絵も上手で驚きました。最後まで楽しみにしています!」というコメントもあり、私たちの活動は、長浜高校に興味を持ってもらう効果があったんだと実感し、次への活力となった。そして、それは個々の得意なことを活かして、楽しみながら活動ができているからだと思う。加えて、私たちの活動を取り上げてくださるメディアの方や、ポスターの掲示や漫画の設置に協力いただいたお店の方など、様々なご支援があったからこそその成果だと感じている。今後は、活動の質を上げるとともに、さらに協力の輪を広げて、長浜や大洲市だけでなく、愛媛県、県外の人にも知ってもらうための活動をしていきたい。

最終的には13話まで完結させたら、冊子にして中学校や小学校に配布する予定である。現時点でのアンケート結果によると、「この漫画を読んで入学したくなるか」という質問に対して、8割以上の方が、とても入学したくなる、入学したくなると回答した。今後、さらにそう思っていたら漫画にするためには、私たちが在校生にしかわからない面白いことや意外だと思うことなどを発信していくことが大切だと考える。加えて、Instagramの投稿の1枚目の画像を見ただけで、何が書かれているのか分かり、同時に興味を引くような内容にするなど、SNSお運用の面でも工夫が必要である。また、オリエンテーション合宿での前田教授のアドバイスにもあったように私たちが長浜高校で成長できたことや今までと変わったことなどを四コマ漫画の内容にし、それに共感を呼ぶ人が増えればいいと思っている。

また、私は班員の中で唯一英語版での投稿をしており、そこについてのアンケートや感想をもらったりすることをまだしていないため、ALTの先生や外国人観光客の方に市内の大型商業施設で行ったこと同様のことをし、今後の活動に活かしていきたいと考えている。街頭でのアンケートは勇気のいることで簡単にできるようなことではないが、実際にほかの人から意見を聞くことで自分では気づけなかったことに気づかされたりする部分がある。

私は他の班員と違って絵が描けないため四コマ漫画を描く決まった時はできることがないため、つまらないと思っていたが、自分が得意なことを活かしてほかの人にはできないことをすることができることに気づかされた。このような前向きな気持ちがあったからこそ、今の活動ができている。また、今回の活動は様々な方の協力があったからできていた部分もあった。将来働くときなどは、今回の経験を活かして、目的を達成することだけでなく、物事を前向きにとらえて、積極的に取り組んでいきたい。

1. 地域探究アワードエントリー情報

エントリー希望	有	エントリー単位	グループ	ブロック	四国
グループメンバー	氏名①	石丸夏実		氏名③	久保夢七
	氏名②	太田樹菜		氏名④	竹内奏把

2. オリエンテーション合宿及び実践活動の基本情報

合宿実施先	国立大洲青少年交流の家		修了日	2022/7/29	カリキュラムのタイプ	B
フィールドワークの内容						
実践活動期間	2022/7/30 ~ 2022/11/30					
活動のタイプ	新たな活動					
協力者	主な協力者			協力内容		
	所属	マクドナルド大洲店、伊予銀行長浜支店、まことや		店内アンケートの実施、漫画の設置、ポスターの掲示		
	氏名	大洲市各店舗				
	所属	長浜中学校、大洲市北中学校、大洲市南中学校		生徒さんへの漫画の配布、Webアンケートへの回答		
	氏名	大洲市内の中学校の先生				
	所属	オズメッセ、マクドナルド56号大洲店		街頭アンケートの協力、場所の提供		
氏名	大洲市各店舗					
協力者総数	20名					

3. 実践活動の記録

(1)総活動日数 全 32 日

事前:準備・打合せ	5日	本番:メインの活動	20日	事後:ふりかえり・報告	7日
-----------	----	-----------	-----	-------------	----

(2)活動成果の発信等

媒体	方法	回数	概要・備考
SNS	自ら発信	3回以上	作成した四コマ漫画を学校の公式Instagramアカウントに投稿
新聞	取材された	3回以上	愛媛新聞、大洲市広報などへの本活動の記事の掲載
その他	自ら発信	3回以上	各店舗、各大洲市内の学校への漫画の配布

(3)主な活動記録

活動日時	区分	活動場所	活動内容
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	各家庭、長浜高校	漫画とポスターの作成
11/13 ~ 11/13	②実践活動本番	大洲市各店舗、長浜高校など	店頭及び長高水族館一般公開日での街頭アンケート、漫画の配布
11/13 ~ 11/25	②実践活動本番	マクドナルド様、伊予銀行様、まことや様	店舗内への漫画の配置、ポスターの掲示依頼
11/16 ~ 11/17	②実践活動本番	各中学校の先生方	漫画の配布依頼
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	長浜高校	ウェブアンケートの作成、集計

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～

長浜高校PR 4コマ漫画 長浜すく〜るらいふ製作委員会

愛媛県立長浜高校にあるのは、国内初の**高校内水族館**！
そんな水族館高校では、日常が非日常！
長高生 女子5人組が描く 完全オリジナルストーリーの4コマ漫画



＼私たち長高生が描いてます！



竹内 奏杞(たけうち そわ)
愛媛県立長浜高等学校 1年

長浜高校PR漫画「長浜すく〜るらいふ」製作委員会

～海と漫画とJKと～



竹内 奏杞

活動概要

活動の内容

本校への入学者を増やすために、オリジナルの4コマ漫画を製作し、在校生目線の学校の魅力を発信した。9月末からこれまでに、プロローグ～第6話をinstagramの学校公式アカウントから投稿した。10月からは、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表に漫画、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作し、長高水族館の来館者や近隣の中学生への配布、協力店舗への設置を行った。また、街頭アンケートやポスターの制作、英語版の作成なども行った。プレスリリースなどの広報活動も実施した。

活動の特徴(新規性・発展性)

- この活動の特徴は以下の4点である。
- ・漫画の制作は、ネタ作りから作画まで全て高校生の手で行い、ストーリーやキャラクターも全てオリジナルのものにしているため、話題性がある。
- ・4コマ漫画にすることで、1話だけでも楽しめる手軽さがある。
- ・在校生だからこそ描ける魅力を扱い、既存の学校案内などと差別化している。
- ・絵を描くという班員に共通する特技を生かしているため、モチベーションも高く、制作効率も高い。

活動の成果

アンケートでは、「漫画を読んで長浜高校に入学したくなる」と答えの人が122人中8割を超え、「漫画を通じて初めて知ったこと」は99人で合計290個となった。また、中学生からは「おもしろかった」「早く入学したい」という感想があった。加えて、新聞への掲載で様々な年齢層から大きな反響があった。これらの結果から、在校生だからこそ伝えられる魅力を、私たちならではの方法で伝えることができたと感じている。

課題の設定と意図

最初に地域の方々に行った、長浜が抱える課題についての聞き取りの際、若者の減少による後継者不足や町の活気の低下を問題視する声が多数上がった。しかし、若い世代を地域に根付かせることは簡単な課題ではない。そこで、私たち高校生にもできることは何か考えた。

私たちが通う長浜高校は、生徒数の減少による分校化の危機に直面していたが、学校を挙げてのPRや地域の方々のご支援のお陰で入学生が倍増し、その危機を免れた。地域の方からは、入学生が増え、長浜の町に若者が増えたことで、経済的にも潤い、ボランティア活動などによる「若者の力」の地域への還元されることで町が活気づいているというお声をいただいた。また、私たちが高校生活を送る中で、この町に「第2の故郷」のような親近感や愛着を抱くようになってきた。

そこで、絵が得意なメンバーがそろった私たちは、4コマ漫画で学校PRを行い、長浜高校の入学生を増やすことで、この町で過ごし、この地域に愛着を持つ若者を増やすことができるのではないかと考えた。そして、これが若者不足という大きな課題に対して、高校生でも取り組み、私たちがだからこそできる取組だと思い、この課題を取り上げた。

課題解決のための仮説と計画

まず、学校PRのような広報活動には、より多くの人の目に留まるための「手軽さ」と「話題性」が必要であると考え、学校の魅力を4コマ漫画で発信することにした。4コマにすることで、1話でも楽しむことができ、読む時間も短縮されるので手軽なコンテンツになると考えた。また、ネタ作りから作画まで全て高校生が行い、キャラクターもストーリーもオリジナルのものにすることで、話題性を高めた。取り上げるネタについては、在校生だからこそ伝えられる魅力を取り上げるように意識し、既存の学校案内などの差別化を図った。制作した漫画の発信については、Instagramの学校公式アカウントから発信し、県内外問わず見てもらえるようにした。また、制作した漫画が新入生確保に寄与できているかを検証する客観的なデータを得るためにアンケートを実施し、より多くの人に答えてもらえるようにWebアンケートとした。

当初はこのような形での発信とアンケートを実施したが、フォロー数が少ないことや対面でないことで、漫画の閲覧者とアンケートの回答者が思うように増えなかった。そこで、Web上以外でも漫画を読んでもらうために表には漫画を1話ずつ印刷し、裏はSNSアカウントとWebアンケートのQRコードを印刷した「漫画カード」を製作した。そして、それを長高水族館の来館者や近隣の中学生に配布、協力店舗への設置を行った。また、市内のファストフード店やスーパー、直売所で、漫画の配布と街頭アンケートを実施した。加えて、店内に設置した漫画カードを手にとってもらえるようにPR用のポスターも制作し、協力店舗内に掲示していただいた。さらに、認知度を高めるためにメディアへのプレスリリースも作成し、送付した。

班員の中に英語が得意なメンバーがおり、SNSの特徴であるグローバルなつながりを生かすために英語版の漫画の作成も行った。



【地方】長浜高漫画で魅力発信 9面
長浜高校（大洲市）の魅力地元中学生らに知ってもらおうと、同校1年生が4コマ漫画を制作し、交流サイト（SNS）で発信している。水族館部などを題材に、独自キャラクターを設定。県内各所に設置している。タイトルは「長浜すく〜るらいふ」。

活動で工夫できたこと

この活動は、自分の得意としていることを十分に活かしながらか取り組むことができている。昔から絵が大好きな私にとっては、とにかく楽しい活動であり、「この物語を私の絵柄でどう表現しよう・・・」「この展開はこのコマに入れたらもっと良さそう！」など、四コマを制作していく中で工夫する点が多く、私自身もこの活動にとてもやりがいを感じている。私は、普段の活動でストーリー設定を主に担当しているのだが、長浜高校を全く知らない人に1から伝えるためにはどうすればいいのか、班員全員で話し合いながら内容を詰めて設定している。オリジナリティーを大事にし、ターゲットである中学生の目に留まるような漫画を目指して、日々長浜高校の魅力について追求し続けていきたいと思う。

一方で、私の一番の難関となっていたのが、漫画の配布と街頭アンケートだ。マクドナルドさんやオズメッセさんにプライベートで来ていて一般の方に、声をかけ、わざわざ足を止めさせるのは、コミュニケーション能力が欠けている私にとって、なかなかハードルの高いものだった。そもそも、この活動を始めた理由は、班員のほとんどが絵を得意としているからであって、初対面の人との対応には、まだまだ至らない点がたくさんあった。話しかける際には「常に低い姿勢を忘れない」「無理に引き止めない」「視線を合わせる」など、基本的なことを何度も確認しながら慎重に活動を行っていた。水族館部員である私にとって、こうした活動は稀なことではないのだが、水族館の一般公開日とは違い、長浜高校を全く知らない人達に説明することになるため、工程に不慣れな点が多く、かなり時間を取らせてしまい、お相手に迷惑をかけてしまうことが多々あった。しかし、その経験は非常に貴重なものであり、私にとってとても良い経験となった。これからの日常生活に上手く活用していきたいと思う。

キャラクターデザイン



たかせ うみ
高瀬 海
-高校1年生
-東京出身
-身長156cm
-生き物が好き
(特にクマノミ)
-繁雑班
将来の夢は、
水族館職員になること

PR用ポスター



第3話



活動で得た学び・気づき

この活動を通して得た学びは、自分達だけで考えるのではなく、読者や視聴者側の気持ちになって考えることの重要性だ。授業やテストのことも考えながらこの活動をして、正直かなりハードなスケジュールだったと思う。そんな中、時間を割いて漫画を描き、いざ宣伝しようとする、なかなか話を聞いてくれなかったり、5分程度のものにかなり時間を使ってしまったり、上手くいかないことの連続だった。だが、そんな状態だったからこそ、自分の欠点に気付くことができ、少しずつ改善することができた。失敗しながらもやってみることが大事なのだ、改めて実感した。このPR活動は、基本的にSNSを使っての活動になるため、顔が見えない相手にもしっかり伝わるよう、これからの言葉遣いや表現の仕方を工夫していきたいと思う。

私は水族館部に所属しているが、コミュニケーション能力にはあまり自信がない。しかし、いかに自分の言葉で相手に伝えられるか、どう表現したらいいのか、私なりにしっかり考え、それが一部の人には良い方向で評価して頂けた。「自分が努力した分だけ良い結果が返ってくる」とはこういうことなんだと感じた。今、長浜高校の公式Instagramで漫画を投稿しているが、思っていたより反応がなく、知名度が上がったと言われればそうでもないように感じる。今の中学生がInstagramに夢中になっているところを上手く宣伝できたらと思っているが、私が中学生だったら、内容は良くても、わざわざフォローしてまで見に行くとは思わないだろう。長浜高校にあって他の高校にはないもの、長浜高校に行きたいと思える要素、それはきっとたくさんあるはずなのに、私たちの宣伝によって勘違いや上手く伝わらないことがあるということがとても悔しい。だからこそ、改善を繰り返して、絶対来年の入学希望者数を増やすんだと決心している。

班の中で、Instagramの投稿が伸びないのは、私たちのInstagramの使い方に問題があると話した。まず、最初の「第一話 いらっしゃいませ」の表紙は、今まで見てくれる人には何も問題ないのだが、第三話あたりで初めて見た人だったら、この漫画は一体どの学校のことなのか、何でこの活動をしているのかなどが、全くわからない。表紙の時点でタイトルを入れたり、ちょっとした説明を入れたりして、初めての人にもわかりやすくなるようにしていきたい。あと、漫画の吹き出しや文字のサイズも問題として出た。ターゲットにしているのは受験を控えている中学生が主だが、中学生の息子・娘がいる親世代にも見てもらい、知名度をさらに広げようとしている。だが、アンケートのコメントで「文字が小さくて残念」「親世代にも見てほしいなら検討してほしい」というコメントが複数届いた。説明を詳しくすればするほど、確かに文字が小さくなっていった。これらのこともしっかり検討し、今後改善していきたい。

今後の展望・新たな取組み

この班の一人として、自分の役割を見つけ徹底していくことは、今回限りでなく、これからの学校生活や就職活動にも重なる部分があると思う。集団行動は社会に出ても必ずあるものであり、そこでの振る舞い方も大事になってくる。成果を出すことも大事だが、職場の人とのコミュニケーションによって、その中でのポジションや他の人との接し方も変わってくると思う。高校一年生で、そういったコミュニケーションの取り方や場の雰囲気を感じる能力が身につけているということはかなり有力な武器になると思っている。今しかできないことにどんどんチャレンジして、色々な経験をしていきたいと、改めて実感した。

水族館部に入部してから、前よりさらに人との接し方に気を遣うようになった。一般公開日では本当に色々な場所から沢山の来客が来てくださって、ありがたいことに解説や対応を好評して下さる方もいた。長浜高校に入学していなかったら、水族館部に入部していなかったら、絶対出会えなかった人達と毎日交流するたび、「この学校に来てよかった」と、しみじみ感じる。顧問の先生にも「水族館部での活動は将来必ず有利になるよ」と、おっしゃっている。自分が活動している中で、初めて学ぶことが多く、自分の中の経験値がだんだん上がっていることを実感する毎日。高校三年生になった頃には、どんな自分になっているだろうと、未来の自分が少し楽しみでもある。そして、長浜高校に入って変わっていく自分をいつも見届けてくれる家族には、感謝してもきれない。

そんな思い入れのある長浜高校だからこそ、自分たちの力で変えていきたいと思っている。こんなに魅力ある長浜高校が、なぜこんなにも知名度が低いのか、ただただ不思議で仕方がない。

私は将来、デザイン関係の仕事に就きたいと思っている。絵が好きだからというもあるが、自分の絵にお金を払ってでも欲しいと依頼してくださった方の期待に少しでも応えたい、そんな思いで仕事である絵に全力を尽くすことも素敵なことだと思う。だが、こういった仕事はネットでのやり取りが多いため、トラブルも起きやすい。お金も絡んでくると、余計ややこしくなって問題になる。だから、今回の活動のように、言葉遣いや文の構成・分りやすさを工夫する必要がある。

今回学んだコミュニケーションの取り方、相手を思う言葉や行動、そういったことをこれからの学校生活から意識していきたい。「これくらいなら大丈夫だろう」と、いつもなら省略する部分も、少し工夫して相手に伝えてみたり、「これをやったらお節介りになるかもしれない」と、控えていた部分も、自分なりに考えてやってみたり、それでも失敗したとしても、何でもチャレンジするべきだと思える、そんなポジティブな心を持って生きていきたいと思った。人と向き合うだけでなく、自分とも向き合う、認め合う、これを大事にしていきたい。

1. 地域探究アワードエントリー情報

エントリー希望	有	エントリー単位	グループ	ブロック	四国
グループメンバー	氏名①	石丸夏実		氏名③	久保夢七
	氏名②	津田七羽		氏名④	太田樹菜

2. オリエンテーション合宿及び実践活動の基本情報

合宿実施先	国立大洲青少年交流の家		修了日	2022/7/29	カリキュラムのタイプ	B
フィールドワークの内容						
実践活動期間	2022/7/30 ~ 2022/11/30					
活動のタイプ	新たな活動					
協力者	主な協力者			協力内容		
	所属	マクドナルド大洲店、伊予銀行長浜支店、まことや		漫画の設置、ポスターの掲示、店内アンケートの実施		
	氏名	大洲市内核店舗				
	所属	長浜中学校、大洲北中学校、大洲南中学校		生徒さんへの漫画の配布、Webアンケートへの回答		
	氏名	大洲市内の中学校の先生方				
	所属	オズメッセ、マクドナルド大洲店		街頭アンケートの協力、場所の提供		
氏名	大洲市内核店舗					
協力者総数	20名					

3. 実践活動の記録

(1)総活動日数 全 42 日

事前:準備・打合せ	5日	本番:メインの活動	30日	事後:ふりかえり・報告	7日
-----------	----	-----------	-----	-------------	----

(2)活動成果の発信等

媒体	方法	回数	概要・備考
SNS	自ら発信	3回以上	作成した四コマ漫画を学校の公式Instagramアカウントに投稿した。
新聞	取材された	3回以上	愛媛新聞(2回)、大洲市広報などに本活動の記事が掲載された。
その他	自ら発信	3回以上	作成した漫画を各種店舗や大洲市内の中学校へ配布した。

(3)主な活動記録

活動日時	区分	活動場所	活動内容
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	各家庭、長浜高校	漫画やポスター等の作成
10/15 ~ 11/13	②実践活動本番	大洲市内各種店舗、長浜高校等	店頭及び長高水族館一般公開日での街頭アンケートや漫画の配布
11/13 ~ 11/25	②実践活動本番	マクドナルド、伊予銀行、まことや	店舗内への漫画の設置やポスターの掲示の依頼
11/16 ~ 11/17	②実践活動本番	大洲市内の中学校	生徒さんへの漫画の配布の依頼
7/30 ~ 11/30	②実践活動本番	長浜高校	アンケートの作成と結果の集計