

※文字の大きさは MSゴシック /12ポイント以上とし、行間・文字間、上下左右の余白は変更しないでください。  
 ※具体的に示したい図、写真、表、グラフなどは、適宜文章中に挿入してください。各項目の枠の上下幅は変更可能です。  
 ※いずれの場合も、必ず A 3 片面 1 枚におさまるように作成してください。ファイルサイズは 5 MB 以下としてください。

**エントリー名：愛知県立愛知商業高等学校**

**学校名：愛知県立愛知商業高等学校**

**活動名：ワクワクドキドキが止まらない！  
～ビジネスの視点×生き残りをかけた学校経営～**

**解決すべき課題：今までの教育活動は本当に魅力的？県内で 2674 人の定員割れをおこして。**  
 ①中学生が学びたいと思える学校づくりができていないか？・・・愛知県の商業科在籍生徒数は全国 1 位 (16,453 人令和 4 年度) にもかかわらず、なぜ定員割れをする商業高校が増加しているか。  
 ②生徒が主体的に学べる学校づくりができていないか？・・・絶対解のないこの時代に、おとなしく従順な指示待ち生徒の育成にこだわっていないか。  
 ③時代の変化に対応した、新しいタイプの学校づくりができていないか？・・・生徒のニーズの多様化や生徒のやる気を後押ししているか。

**目標・方針：愛商にしかできない！愛商だからできる活動を！**  
 ①全ての教育活動にビジネスの視点を取り入れる！  
 ②全ての生徒が主人公となる働きかけを行う！  
 ③コネクト 5 プロジェクトとして、「社会」につなげる、「就職」につなげる、「進学」につなげる、「資格取得」につなげる、「ビジネスマナーの習得」につなげることを共通理解。

**活動内容：**  
 ①**全ての教育活動にビジネスの視点をとる！**  
**オフィスカジュアルデー** ビジネスシーンで求められるオフィスカジュアルを学校教育に取り入れ実践することで、主体的に考え、判断し行動できる生徒を育成する。  
**インターンシップ・アルバイト** 商業高校で学んだビジネス教育を実践する場として提供  
**スクールグリコ** 生徒会を中心に、健康で生徒の嗜好に合った商品をリサーチし販売する。  
**キッチンカーの招聘** 生徒がキッチンカー店主と量・価格・味・メニューなどの交渉をすることで、マーケティング活動の一環として招聘する。  
 ②**全ての生徒が主人公！**  
**リボン・ネクタイ選択制** 生徒参画型でリボン、ネクタイを決定した。毎日のシーンや気分に合わせて生徒自身が主体的に考え着用できる。  
**制服フルリニューアル** 生徒参画型で数種類から選択できるスカートやリボンなどのデザインを決定した。  
**スクールランチ LINE** から出前感覚で 4 種類のランチから選択し、注文できるシステムの導入。明るい雰囲気のある昼食タイムを創出した。  
 ③**高度資格取得や入試対策を中心に個別対策を行う** **アカデミアプロジェクト** の立ち上げを行う。

**取組の過程：PDCA サイクルはもう古い！？OODA サイクルで実践！**  
 従来の PDCA サイクルでは、どうしても「P (計画)」を立てることに注力し、現在求められる **スピード感あふれる学校経営** においてはプレーキとなる。もちろん、綿密で用意周到な計画は必要であるが、それにこだわりすぎるとタイミングがずれる可能性がある。これからの時代にふさわしいサイクルは、**トライ&エラー** を繰り返しながら前に進んでいく取り組みが重要ではないだろうか。以下はオフィスカジュアルデーに **OODA サイクル** で取り組んだ例を挙げる。  
 ○オフィスカジュアルデー実施まで  
 令和 3 年 4 月～5 月 **「Observe (観察)」** …生徒観察 (真面目だが主体性がない)  
 5 月 GW 後 ミドルリーダーに投げかける…授業、授業

以外で何か方策はないか

5 月下旬 **「Orient (方向)」** …運営委員会、学年会、分掌会、生徒会にて議論

6 月中旬 **「Decide (決定)」** …職員会議 (最終決定)

6 月下旬 教科横断的な取組推進 (家庭科・商業科) 外部講演 (専門学校・ユニクロ)

7 月 **「Act (行動)」** …試行実施 学年での振り返り

9 月 本格実施

令和 4 年 継続実施 (～現在に至る)



**活動の成果：何よりも数字が物語る！**  
 下表は、中学生対象の体験入学、学校説明会、進路希望調査、入学志願者数の過去 3 年間の数字である。**ビジネスの視点で取り組んだ教育活動の成果が顕著に現れている。** 様々な行事で今まで以上に、中学生およびその保護者の“熱”を感じる。

(単位：人 (生徒))	令和元年度	令和 2 年度	令和 3 年度	令和 4 年度
体験入学 (8 月、10 月)	3 5 8	4 5 7	6 1 4	7 4 4
学校説明会 (12 月)	1 3 4	8 6	1 6 3	???
中学生進路希望調査 (第 1 回 10 月)	2 2 8	1 6 4	2 5 1	2 8 6
中学生進路希望調査 (第 2 回 12 月)	2 1 4	1 9 6	2 7 4	???
入学志願者 (推薦)	1 5 8	1 2 5	1 7 0	???
入学志願者志望 (一般第 1 志望)	9 9	9 2	1 2 0	???

また、マスメディアに取り上げられた回数は、令和 3 年 7 月から令和 4 年 8 月の間に全国放送も含みテレビで 13 回、新聞 20 回となった。内容は、オフィスカジュアル、スクールランチ、課題研究などの授業内容、部活動である。このような対外的な PR も大切であるが、何よりも目の前の生徒の満足度を上げることが最重要である。  
 下表は、年 2 回全校生徒アンケートにおいて、「愛知商業高校を 100 点満点で評価してください」の項目の結果である。タブレット 1 人 1 台の導入、空調設備の早期の稼働、リボン・ネクタイの選択制、キッチンカーの招聘、オフィスカジュアルデーなどが平均点を上げた要因であると感じる。学年によってばらつきはあるが、1 年間で全体平均点 4 点アップをどう分析するかは様々ではあるが、今後も生徒満足度を上げ 100 点を目指したい。

(単位：点)	令和 3 年度		令和 4 年度
	7 月	10 月	7 月
第 1 学年	6 4 . 8 4	5 6 . 6 9	6 8 . 6 6
第 2 学年	6 5 . 3 2	6 9 . 8 5	6 2 . 0 0
第 3 学年	6 4 . 2 4	6 9 . 7 6	7 5 . 1 4
	6 4 . 8 2	6 6 . 3 5	6 8 . 0 7



**追伸 もちろん ワクワクドキドキ現在進行中！今後の取り組みにも乞うご期待を！**