

保育所・認定こども園 園児募集セミナー 講座内容のご案内

◆セミナー講演内容

スケジュール	講座内容
第1講座	成熟期を迎える保育市場で今こそ求められる「園児募集」 株式会社 船井総合研究所 保育教育福祉支援部 永田屋 悠人 神戸大学経営学部卒業。飲食や歯科、住宅事業などのコンサルティングに従事したのち、保育・教育支援部への配属となる。現在は企業主導型保育事業への新規参入のサポートや、開園後の運営の安定化支援を中心に行う。またそれ以外に認可保育園の公募プロポーザル支援や受託運営事業のコンサルティングなど、携わる領域は多岐に渡る。
第2講座 ゲスト講座	人口減少地域での園児募集の手法 社会福祉法人 小浜会 法人本部長 亀井 大樹氏 大学卒業後、IT企業に勤めたのちに親族が経営する社会福祉法人小浜会へ入職。高齢者施設の担当を経て、幼保連携型認定こども園小浜こども園の事務長に就任。その後、企業主導型保育園の新規開園を手掛け、保育園の運営を担当。現在は企業主導型保育園こどもの丘ナーサリーの園長業務を行いながら、園長代理として同法人の幼保連携型認定こども園小浜こども園の運営・企画に携わる。また、高齢者施設も含めた法人全体の経営にも携わる。
第3講座	園児募集の考え方と実践ノウハウ 株式会社 船井総合研究所 保育教育福祉支援部 塚本 実和子 早稲田大学教育学部を卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。入社後は士業分野にてWEBマーケティングの知見を深めた後、保育教育福祉支援部へ配属。現在は各施設の特色を生かしたHPやInstagramでの情報発信を行う、最新の園児募集・ブランディング支援を中心に従事している。
第4講座	明日から実践してほしいこと 株式会社 船井総合研究所 保育教育福祉支援部 リーダー 児玉 梨沙 東京大学教育学部で保育と教育に関する行政の諸対応を研究。卒業後、船井総合研究所に入社。保育園の採用・定着・園児募集・ブランディングに加え、企業主導型保育事業や児童発達支援事業等の開設・運営支援等、幅広いテーマでコンサルティングを行っている。

◆セミナー開催日時 **オンライン開催** ご都合の良い開催日を選択して、WEB受講が可能です。

2022年 **4月20日(水)**・**4月26日(火)**・**5月9日(月)**・**5月17日(火)**
申込期限 4月16日(土) 申込期限 4月22日(金) 申込期限 5月5日(木) 申込期限 5月13日(金)
全日程 13:00~15:30 (ログイン開始12:30~)

受講料 一般価格 税抜15,000円(税込16,500円)/1名様 会員価格 税抜12,000円(税込13,200円)/1名様



WEBからお申し込みいただけます!

右記のQRコードを読み取りいただき
WEBページのお申込みフォームよりお申込みくださいませ。

※お申込みに関してのよくあるご質問は「船井総研 FAQ」と検索してご確認ください。TEL:0120-964-000(平日9:30~17:30)
※オンラインミーティングツール「Zoom」を使用いたします。Zoomご参加方法の詳細は「船井総研 web参加」で検索

セミナー情報は下記WEBページからもご覧いただけます!

<https://www.funaisoken.co.jp/seminar/084660>



少子化時代の**園児募集**
保護者に**選ばれ続ける**ための方法を徹底解説

保育所・認定こども園 園児募集セミナー

なぜ当園は過疎地域でも
定員充足率**90%以上**を
達成できるのか

過疎地域
(長崎県雲仙市)

直近5年間で人口
約**3,000人**減少

待機児童数

直近5年間
0人

そんな中でも...
定員充足状況

令和4年4月予定充足状況
約**92%** 雲仙市内 認可保育園
平均充足率 約76%

社会福祉法人 小浜会
法人本部長 **亀井 大樹氏**

新型コロナウイルス感染症に罹患された皆さま、および関係者の皆さまに心よりお見舞い申し上げます。

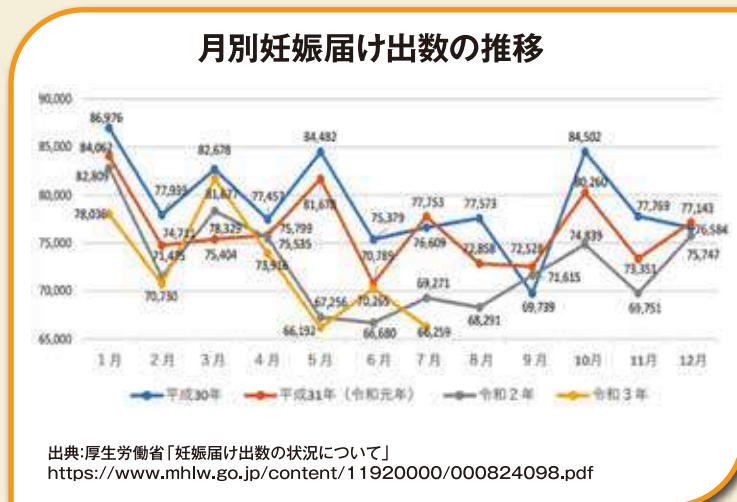
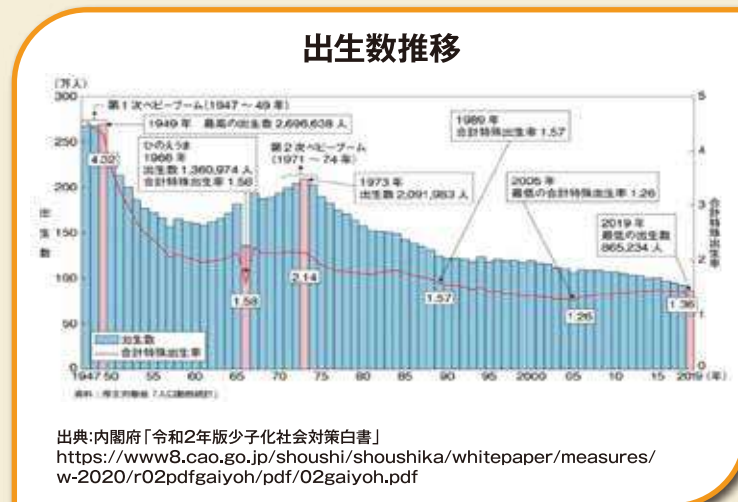
主催 **Funai Soken** 明日のグレートカンパニーを創る 保育所・認定こども園 園児募集セミナー お問い合わせNo.S084660
 株式会社 船井総合研究所 〒541-0041大阪市中央区北浜4-4-10 船井総研大阪本社ビル E-mail: seminar271@funaisoken.co.jp
※お問い合わせの際は「セミナータイトル・お問い合わせNo.・お客様氏名」を明記の上、ご連絡ください。

WEBからお申し込みいただけます。(船井総研ホームページ[www.funaisoken.co.jp]右上検索窓に「お問い合わせNo.」を入力ください。) → **084660**

保育業界の時流を知る！今な ぜ園児募集が必要なのか？

① 少子化とコロナによる保育所利用者の減少

厚生労働省から発表の「人口動態統計」によると、2020年の出生数は確定値で84万835人であり、過去最少を記録しました。さらに、2021年上半期の出生数は40万5,029人と、昨年の上半期出生数よりも約2万5千人減少しています。また、今年及び来年の出生数に影響する月別妊娠届け出数は、2021年7月時点で約50万7千件であり、昨年よりも約4,200件減少しています。このことから**2022年以降は、年間出生数が80万人台を割り込む**ことが予測されます。厚生労働省が発表した「保育所関連状況とりまとめ」によると、2021年4月時点で**0歳児**の保育所等利用数は、昨年対比で**約5,000人減少**しています。これは単純な少子化による人口減少のみではなく、感染対策としての預け控えや、保護者の働き控えの影響もあると考えられます。



③ 過疎地域での保育所運営

「人口の著しい減少に伴って地域社会における活力が低下し、生産機能及び生活環境の整備等が他の地域に比較して低位にある地域」、通称「**過疎地域**」を含む多くの自治体が、定員割れによって保育所の運営が困難な状況になっていると回答しています。当然人口が増加傾向になる見込みは薄いため、今後はより多くの保育所において定員割れによる運営の困難化が進んでいくことになります。ともなると、自治体内では利用調整だけでは賄うことができず、保育所の統廃合が進み、「**淘汰の時代**」が訪れ、**保護者・保育者に「選ばれ続ける園」が「勝ち残る」時代**となっています。つまり、「今まで通り」ではいけないのです。下記の表の通り、この状況はまだ、主に過疎地域含む人口減少の影響が大きい地域で起こっているにとどまっていますが、その他の地域においても対岸の火事というわけではなく、人口減少が進んでいけば**どの地域でもいずれ同じような状況が起こっていく**ことになります。

過疎地域での保育所運営の困難状況

○人口減少の影響下にある市町村では、定員割れにより保育所の運営が困難な状況が相対的に顕著。

Q 自治体において、人口減少の影響により、域内の保育所等の多くが定員割れを起こし運営の継続が困難となっている事態は生じていますか。

	全体(n=897)		A-1 (n=307)		A-2(n=119)		B-1(n=225)		B-2(n=246)	
	数	%	数	%	数	%	数	%	数	%
自治体全域において生じている	29	3.2%	21	6.8%	1	0.8%	6	2.7%	1	0.4%
自治体内の一部地区において生じている	119	13.3%	48	15.6%	37	31.1%	23	10.2%	11	4.5%
生じていない	738	82.3%	235	76.5%	79	66.4%	192	85.3%	232	94.3%
把握していない	11	1.2%	3	1.0%	2	1.7%	4	1.8%	2	0.8%

オレンジ：p<0.05,全体の割合と比べて割合が高い ブルー：p<0.05,全体の割合と比べて割合が低い

(参考)自治体の分類の考え方

○分類Aの考え方…過疎地域・離島含む人口減少の影響下にある市町村を、過疎地域や離島を基に以下のとおり分類

・分類A-1…市町村全体が過疎地域又は市町村全体が離島

・分類A-2…市町村の中に一部過疎地域を含む又は市町村の中に離島を含む

○分類Bの考え方…分類Aに該当しない地域を、将来的に人口減少の可能性のある市町村とし、以下のとおり、より急速に人口減少が起こる地域と緩やかに人口減少が起こる地域とに分類

・分類B-1…0～4歳人口の将来推計人口の2010～2030年の増減率について中央値より減少率が高い市町村

・分類B-2…0～4歳人口の将来推計人口の2010～2030年の増減率について中央値より減少率が低い市町村

厚生労働省「保育を取り巻く状況について」 <https://www.mhlw.go.jp/content/11907000/000784219.pdf>

② 保育所整備の完了

令和3年度4月時点では、**待機児童は全国で5,634名**まで減少しました。待機児童0人の自治体は全体の77%までに上り、全国的に待機児童数0の兆しも見えてきている状況です。それを受けて、2022年1月28日、令和4年度の企業主導型保育事業の募集は行わないことが発表されました。このことから、人口減少と保育所整備の影響によって、保育の需給バランスが近々崩れる、もしくは既に崩れたと国が判断したことがわかります。ここまでの内容は全国的な数値からわかる内容ですので、“ついに”といったところですが、当然地域によってはすでに需給バランスが崩れていた地域もあるかと思えます。

保育所等利用状況の推移

厚生労働省
「保育所等関連情報取りまとめ」
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_20600.html
より船井総研作成

利用児童数(人)	H20年4月	H21年4月	H22年4月	H23年4月	H24年4月	H25年4月	H26年4月	H27年4月	H28年4月	H29年4月	H30年4月	H31年4月	R2年4月	R3年4月
3歳未満児	676,590	709,399	742,085	773,311	798,625	827,773	859,957	920,840	975,056	1,031,486	1,071,261	1,096,250	1,109,650	1,105,335
うち0歳児	88,189	92,606	99,223	105,366	108,950	112,373	119,264	127,562	137,107	146,972	149,948	152,780	151,362	146,361
うち1・2歳児	588,401	616,793	642,862	667,945	689,675	715,400	739,693	793,278	837,949	884,514	921,313	943,470	958,228	958,974
3歳以上児	1,345,583	1,331,575	1,338,029	1,349,640	1,378,177	1,391,808	1,407,856	1,452,774	1,483,551	1,515,183	1,543,144	1,583,401	1,627,709	1,636,736
全年齢児計	2,022,173	2,040,974	2,080,114	2,122,951	2,176,802	2,219,581	2,266,813	2,373,614	2,458,607	2,546,669	2,614,405	2,679,651	2,737,359	2,742,071

利用児童数昨年対比	H20年4月	H21年4月	H22年4月	H23年4月	H24年4月	H25年4月	H26年4月	H27年4月	H28年4月	H29年4月	H30年4月	H31年4月	R2年4月	R3年4月
3歳未満児	—	32,809	32,686	31,226	25,314	29,148	32,184	60,883	54,216	56,430	39,775	24,989	13,400	-4,315
うち0歳児	—	4,417	6,617	6,143	3,584	3,423	6,891	8,298	9,545	9,865	2,976	2,832	-1,418	-5,001
うち1・2歳児	—	28,392	26,069	25,083	21,730	25,725	24,293	53,585	44,671	46,565	36,799	22,157	14,758	746
3歳以上児	—	-14,008	6,454	11,611	28,537	13,631	16,048	44,918	30,777	31,632	27,961	40,257	44,308	9,027
全年齢児計	—	18,801	39,140	42,837	53,851	42,779	47,232	106,801	84,993	88,062	67,736	65,246	57,708	4,712

④ 認可保育園が行う園児募集

では、一体どのようにして「選ばれ続け」て「勝ち残る」のか。保護者に園を選んでもらうことを、「**マーケティング**」として考えてみます。

選ばれる園になるための大切な**保育園の4つの「P」**

Place = 立地

- ・駅から近いか？通いやすい、預けやすい場所か？
- ・競合関係は？周辺環境は？

既に変えることはできない領域

Price = 料金

- ・保育料
- ・実費徴収
- ・保育の無償化

保育業界では差別化しづらい領域

Promotion = 園児募集

- ・全体の園児募集戦略
- ・園児募集施策の実施、改善
- ・園児募集をやり切るための体制づくり

まだ誰も手を付けていない領域、且つ今すぐに取り組めて差別化しやすい領域

Product = 保育内容

- ・保育内容、カリキュラム
- ・保育士の質、人財育成
- ・保育理念、保育方針

**育の根幹となる部分
長期的な視点で確立するべき領域**

このように、「マーケティング」と考えてみると、**Promotion=園児募集**が今すぐ取り組むべきことだと言えます。前述の通り、多くの保育園で定員割れを起こすようになったとき、保護者がどの園でも希望した園に入れる状況になったとき、そんな状況下でも園児を充足させている、保護者に入園第一希望されている園とはどんな園だと思いますか？それは保護者に、大切な我が子を預けたいと感じさせるような魅力を、**多くの保護者**に届くように発信できている園です。Product=保育内容という園の魅力に重きを置いて運営されている方も多いかと存じますが、それだけだと「口コミ」という非常に狭い範囲での魅力の拡散に留まってしまいます。皆さまの園がどれだけ魅力的であっても、**多くの保護者に届かなければ「もったいない」**のです。だから今こそ、今まで保育業界ではそこまで盛んではなかった園児募集に取り組む必要があります。

認可外保育園や幼稚園とは違い、直接園児の入園を受け付けるわけではない認可保育園が行うべき園児募集施策とは何か、どのようにより多くの保護者に魅力を伝えていくのか、そのヒントとなる法人様に本セミナーでは講演していただきます。

小浜会様の事例ご紹介 ～「過疎地域」でも園児を充足させるために～

ゲスト法人 事例紹介

社会福祉法人 小浜会
法人本部長 亀井 大樹氏

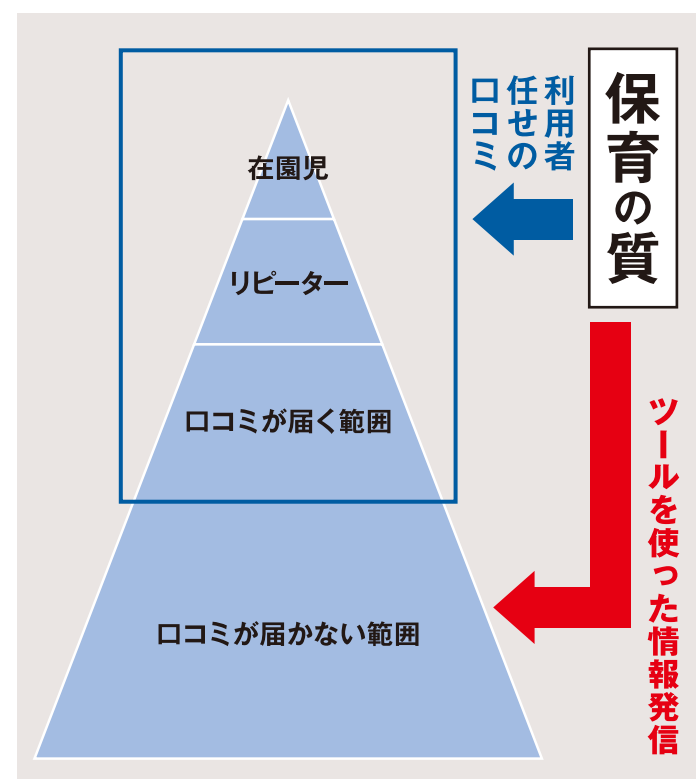
大学卒業後、IT企業に勤めたのちに親族が経営する社会福祉法人小浜会へ入職。
高齢者施設の担当を経て、幼保連携型認定こども園小浜こども園の事務長に就任。その後、企業主導型保育園の新規開園を手掛け、保育園の運営を担当。
現在は企業主導型保育園こどもの丘ナーサリーの園長業務を行いながら、園長代理として同法人の幼保連携型認定こども園小浜こども園の運営・企画に携わる。また、高齢者施設も含めた法人全体の経営にも携わる。

法人紹介

私たち社会福祉法人小浜会は、長崎県雲仙市を拠点としています。
長崎県雲仙市は「人口の著しい減少に伴って地域社会における活力が低下し、生産機能及び生活環境の整備等が他の地域に比較して低位にある地域」、通称「**過疎地域**」に該当します。
具体的な数値としては2021年4月時点の人口が42,529人であり、**2016年4月時点での人口に比べ、約3,000人減少**しています。当然**待機児童はこの5年間0名**です。
保育所等利用児童数も同様に減少しており、雲仙市の認可保育園の平均充足状況は76%程度です。
そんな雲仙市において、私たちは認定こども園である「小浜こども園」と企業主導型保育園である「こどもの丘ナーサリー」の2園を運営しており、「小浜こども園」の定員は240名ですが、現在(2022年1月)時点で、ありがたいことに来年度(2022年4月)の予定在園児数は220名、**充足率は約92%**となっております。

園児募集を始めたきっかけ

現在、全国的に待機児童が解消され、保育の需給バランスの逆転が叫ばれていますが、雲仙市は上記のような地域ですので、**数年前から需給バランスが崩れはじめてきている**兆候を感じていました。そのため、比較的早い段階から「**園児募集**」に取り組んできました。
おそらくこのDMをお読みの多くの法人さんも同様のお考えなのではないかと思いますが、入園希望者の主な入園のきっかけは「**口コミ**」です。
ですので、私たちは、この「**口コミ**」はどのように生まれ、**広まっていくのか**という部分に注目して取り組みを考えていました。
「**口コミ**」を作るために、私たちは「**保育の質**」の担保・向上に取り組みました。特に幼児期の楽しい体験は大きくなって記憶に残るので、「**保育の質**」を突き詰めたことによって、地域の方々から一定の支持を得て、**リピーター**(弟妹の確保、第二世代、第三世代)の確保ができるようになりました。
しかし、こういった取り組みは実際に園に通ってくれた利用者には伝わりますが、当然その数は限られており、利用者任せの**口コミ**で広がる範囲も限られてくるため、いずれ来る保育の需給バランスの逆転後、園を存続させることは難しいと思い、**いかに園での取り組みをより多くの人に発信するか**といったことの検討を始めました。



HPという園児募集のプラットフォーム

まず思いついたのはインターネットの活用です。
私が小浜会に入職した当初、園のHPはありませんでした。
そこでHP制作を開始したのですが、確かに当時インターネットを使って保育園を比較しようとしていた保護者は、地域的な特徴としても少ないとは思いました。
しかし、いずれは必要になるであろうこと、「HPで初めて小浜会の園を知る人」が増え、その人達の第一印象となると考え、**法人・園の“顔”**としての役割を持たせるために、プロの写真家、WEBデザイナーに依頼し初のHPを立ち上げました。
今では、あらゆる**施策・ツールのプラットフォーム**としての役割を持ち、とにかくHPへ誘導すれば見に来た誰もが園の魅力を知ることができる、そして実際に見学に行きたいと思わせることのできる、まさに園の“顔”となっています。



SNSの活用による手軽な情報発信

近年力を入れているのは**SNS**です。Instagram、Facebook、公式LINEなどのSNSは“園の魅力”を発信しやすいツールです。
日々の保育や、特別な行事を実際に行っている保育士の目線で撮影した、保育園の日常を切り取ったものを発信できるため、**在園児の保護者にとっても、これから入園を検討する保護者にとっても、求職者にとっても手軽**に園の全体的な雰囲気を感じてもらうことができます。また、下記にも記載している子育て支援イベントの情報発信をする役割を持っています。



実際に園の雰囲気を体験してもらうために

こういったツールを活用して、園のことをより多くの人へ発信していますが、やはり最後**入園の決め手**になるのは、実際に園を見て、職員と話して、保護者の方が**実体験した園の雰囲気**だと思います。なので、**園見学**や**子育て支援イベント**を開催し、実体験してもらう機会を作っています。
小浜こども園には子育て支援センターが隣接しているので、気軽に遊びに来てもらいながら園の様子を覗いてもらうことができますし、企業主導型保育園であるこどもの丘ナーサリーでも子育て支援イベントを実施しています。
また、園見学は希望者がいらっしゃれば随時実施していますが、その際には朝の最も活気がある時間に合わせて実施する、見学コースは毎回事前に決定してある順序で回る、そして話す内容もパンフレットにリンクした内容を毎回同じようにしゃべるなど、**見学に来てくださった方全員が同じように園の魅力を隅々まで感じてもらえるよう工夫**しています。



まとめ

ここまでお話したように、「**保育の質**」という利用者の方が絶対に満足できる“**商品**”を担保した上で、各種「ツールを活用した情報発信」でより多くの保護者を“**集客**”し、「園見学や、子育て支援イベント」を通じた“**営業**”によって入園を決定していただくという**流れを意識して、“園児募集”**を行っています。
私たち小浜会は、「**関わる全ての人々が幸せに**」を理念に園を運営しています。園児、保護者、職員全ての人が幸せになるためには、園の継続が必要であり、存続するためには園児が必要であり、そのためには能動的に園児募集を実施していく必要があると私たちは考えています。
今回のセミナーでは、私たちと同じ想いをお持ちの方々の力に少しでもなれればと思い、私たちの取り組みを詳しくお伝えさせていただきます。

園児募集施策の例と成功ポイントをご紹介します

園児募集のための各ツール・施策の成功ポイント

小浜会様の成功ポイントとしては、**園児募集の“流れ”**を意識して取り組んだという部分です。

園の良さを知ってもらえれば入園を決定してもらえる自信がある、だから園の様子・良さを実際に体験してもらう必要がある、だから園に気軽に訪れる機会・イベントを実施する、だからそのイベントの参加者を集めるために様々な媒体を駆使して情報発信を行うといった“流れ”です。

このように園児募集と一口に言っても、様々なツール、施策を活用していかに入園までの“流れ”を作るかが重要となってきます。ですので、弊社からはその“流れ”を作るためのツール・施策の活用事例を**他法人様の事例も交えて**お伝えさせていただきます。

① ポスティングの活用事例

販促のための施策という点、ポスティングがパツとでてくる方も多いかと存じますが、チラシ一枚作るにも抑えておくべきポイントがいくつもあります。今回は**ポスティングチラシからのイベントへの誘導**の事例をご紹介します。



事例提供：ひまわり保育園

左のチラシは子育て支援イベントを実施するにあたり、ポスティングを行ったチラシです。主なポイントは下記3つです。

ポイント①

今回は「気軽に園に遊びにきてもらう」ことが一番の目的なので、イベント概要（いつ、どこで、なにをする）が最も目立つように明記します。

ポイント②

園の概要・特色など、保護者が保育園を探す上で知りたいであろう基本情報もチラシには盛り込みます。

ポイント③

このチラシを見て興味をもった方は、次になにをすればいいのか（今回は公式LINEに登録して連絡してください）を記載することで、保護者を次の行動に誘導します。

このようにチラシは、園の基本的な情報を知ってもらいながら、興味があれば園に足を運んでもらう、もし日程が合わなくても連絡先を登録してもらうことで簡単に今後のイベントを案内することができるように、といった役割を持っています。

② 公式LINEの活用事例

上記にて**公式LINE**が出てきましたが、公式LINEは保護者との連絡ツールです。園への連絡手段は電話かメールとされている法人様も多いかと思いますがご紹介いたします。**電話やメールとの最も大きな違いは“手軽さ”**です。最近の保護者世代では電話をかけるのが苦手であったり、メールは仕事以外で使用しないといった方も増えています。なぜなら日常的な連絡ツールがLINEに置き換わってきているからです。ですので保護者にとって使いやすいLINEでの連絡ができるように園の公式LINEを作成することをお勧めします。

これは現場の先生にとっても、電話対応によって他業務が強制的にストップしてしまうという状況が回避できるというメリットがあります。また、公式LINEに登録した保護者に対しては、「**リッチメニュー**」という機能を活用してその他の施策に誘導することができます。



左の画像の下半分の部分が「リッチメニュー」という機能です。園とのチャット画面では常にこのリッチメニューが表示され、任意のリンク等を設置できます。

「事前に設定しておくことで、園見学を希望する保護者がこの場所をタップすると、事前に設定した案内メッセージが自動送信されます。

ホームページや、各種SNSへのリンクを設定しておくことで、より詳細な情報が知りたい保護者を誘導することができます。

園児募集だけでなく、求職者向けのツールとしても活用できます。

このように保護者が知りたい情報への誘導を事前に設定しておくことができるので、電話やメール以上に“流れ”を作ることに向いています。

③ オンラインイベントの活用事例

実際に園に足を運んでいただき、園の様子を体験していただくことの重要性をお伝えしてきましたが、とはいえ、コロナ禍ではなかなか実施できないといったお悩みもあるかと思いますが、そこで保護者の方が、ご自宅からでも参加ができる**オンラインイベントの実施事例**をご紹介します。

本セミナーもZOOMでのオンライン開催ですが、こちらの保育園さんでもZOOMを活用したオンラインイベントを開催しています。

ポイント①

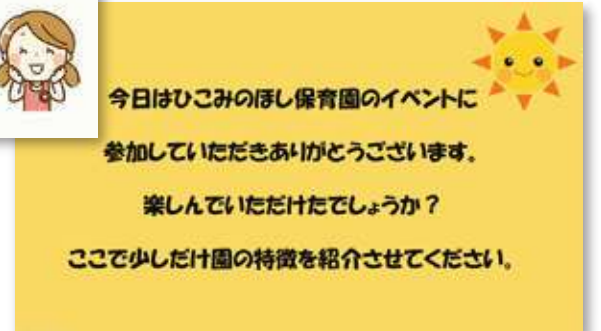
画面越しでも一緒に楽しめるイベント例）
・リトミック、ベビーヨガ、読み聞かせなど

ポイント②

・休憩時間中に、普段の保育園の様子などの動画を流すことで、普段の保育の様子も感じてもらうことができます。

ポイント③

・公式LINEへの登録を促すことで、次回以降のイベントへ誘導しやすくなります。



事例提供：ひこみのほし保育園様

最後に

本DMでは、保育業界全体の時流から、なぜ園児募集を実施する必要があるのかをお伝えし、実際に園児募集に取り組んで、結果を出してらっしゃる小浜会様の事例をご紹介させていただきました。また、弊社、株式会社 船井総合研究所からは各種取り組みの具体例やポイントについてお伝えさせていただきました。今回ご案内するセミナーでは、実際に園児募集を実施していく中で感じる現場レベルでの課題や、その課題解決のための取り組み、また本DMでは取り上げきれなかった様々な施策について社会福祉法人 小浜会 法人本部長 亀井 大樹氏よりご講演いただきます。弊社の講座では小浜会様の成功ポイントをルール化し、他の法人様の様々な事例も混ぜながら、皆様の園で実践する際に意識すべきポイントをお伝えさせていただきます。

「**人口減少によって以前に比べて園児が集まらなくなってきた、既に定員割れしてしまっている**」といった法人様には即時に実施できる取り組みとして、また「**園児募集を実施していきたいが何をしたらいいかわからない、実施しているが効果がでない**」といった法人様には他法人での取り組みをチェックしていただく場として、ご活用いただけますと幸いです。

セミナー申込は裏面から！