

少子化時代でも高い定員充足率を保つための園児募集セミナー

■ 開催日時などについて Web開催になります! ※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

開催日時 2026年2月24日(火)・25日(水)・26日(木)・27日(金)
開催時間:13:00~15:00 (ログイン開始:開始時間30分前~)

申込期限 ・銀行振込み:開催日6日前まで ・クレジットカード:開催日4日前まで ※祝日や連休により変動する場合もございます

金額 ■ 一般価格(1名様) ■ 会員価格(1名様)
税込 **11,000** 円(税抜 10,000 円) 税込 **8,800** 円(税抜 8,000 円)

※会員価格は、各種経営研究会・経営フォーラム、および社長onlineプレミアムプラン(旧:FUNAIメンバーズPlus)へ ご入会中のお客様のお申込みに適用となります。

■ 講演内容について

第1講座	2026年の保育業界の最新動向を踏まえて 保育業界の現状を読み解く 2025年から2026年にかけて、こども誰でも通園制度の給付化や、継続的な見える化の公開が開始となる等、制度上も様々な変更点がございます。本講座では、そのような保育業界の最新動向を踏まえた、園児募集のトレンドについてお伝えいたします。	株式会社船井総合研究所 教育支援部 マネージャー 吉田 健人
第2講座	少子化時代でも高い充足率を保ち続ける園児募集戦略とは? 少子化時代に地域の利用児童が減少する中でも高い定員充足率を保ち続ける園の事例をもとに、保護者の心を掴む訴求ポイントの設定方法、費用対効果の高いオンライン施策、そして競合に差をつける園児学説明会でのクロージング術など、明日から実践できる具体的なノウハウをお伝えします。	株式会社船井総合研究所 教育支援部 小島 悠慎
第3講座	まとめ講座 本セミナーを通して、これから選ばれ続ける園になるために明日から実践できることをお伝えします。	株式会社船井総合研究所 教育支援部 マネージャー 吉田 健人

コンサルタントのご紹介

株式会社船井総合研究所 教育支援部
マネージャー 吉田 健人

和歌山大学経済学部卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。保育事業新規参入・評価制度構築・働き方改革等を中心にコンサルティングを行い、業務削減・効率化による働き方改革の実施やキャリアパスの構築から賃金制度への紐づけまで組織体制に応じた評価制度設計に携わる。保育園向けの勉強会では運営の統括並びに、講座講師を担当している。



株式会社船井総合研究所 教育支援部
小島 悠慎

大学を卒業後、株式会社船井総合研究所に入社。在学中は教職課程を履修し、教育現場における働き方改革や人材育成の在り方について研究を重ねてきた。入社後は、保育園・認定こども園の収支改善の支援から評価制度の構築や採用定着、処遇改善等加算の適切な運用まで幅広いテーマを扱う。また、近年の時流であるSNSなどのWebマーケティングや保育園における生成AIの活用支援も担当。経営課題から職員の定着、日々の運営業務に至るまで、具体的な解決策を共に考え、実行までサポートする。



お申込みはこちらからお願いいたします

スマホ・タブレットの方は右記の QRコードを読み込んでいただきWeb ページにある申込みフォームよりお申込みいただけます。

※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

お申込み HP URL <https://www.funaisoken.co.jp/seminar/137414>

※お電話・メールでのセミナーお申込みは承っておりません。
TEL : 0120-964-000 (平日 9:30 ~ 17:30)

船井総研セミナー事務局 E-mail : seminar271@funaisoken.co.jp

お問い合わせNo. S137414



保育園の理事長・園長先生のみなさま

保護者の動きが
早期化!

9月からの募集では**完全に手遅れ!?**

「定員割れ」は外的要因だけではありません。
最大の要因は、園の「募集スケジュールの遅れ」にあります。

少子化時代でも高い定員充足率を保つための園児募集セミナー

この
セミナーの
ポイント

- ▶ 2026年の最新トレンドを完全網羅
- ▶ 少子化時代でも園児募集ができている園の事例大公開
- ▶ 効果的な募集施策、スケジュール感をレクチャー

【診断】「募集力」をチェック

- ☑ 秋の説明会・見学会の参加人数が昨年より減った
- ☑ 0歳児・1歳児の定員が年度初めに埋まらない
- ☑ 未就園児向けのイベントを年間3回以下しか行っていない
- ☑ ホームページのブログ・SNSが1か月以上更新されていない
- ☑ 近隣に新しい保育園・こども園ができ、競合している
- ☑ 在園児・卒園児からの「紹介入園」が減っている

**Web
開催!!
開催日時**

2026年2月24日(火)・25日(水)・26日(木)・27日(金)
開催時間:全日13:00~15:00(ログイン開始:開始時刻30分前~) ※各回、同じ内容です。ご都合のよい日時をお選びください。

少子化時代でも高い定員充足率を保つための園児募集セミナー

お問い合わせNo.
S137414

主催



サステナブルグロースカンパニーをもっと。
Funai Soken

株式会社船井総合研究所
〒104-0028 東京都中央区八重洲二丁目2番1号
東京ミッドタウン八重洲 八重洲セントラルタワー 35 階

当社ホームページからお申込みいただけます。

(船井総研ホームページ [www.funaisoken.co.jp] 右上検索マークに [お問い合わせNo.] を入力してください)

137414



保育業界の現状と、園児募集が難化している原因

なぜ、「今までのやり方」では通用しなくなったのか？

「秋に見学会をすれば園児は集まる」「いい保育をしていれば自然と口コミが広がる…」。

少子化と保護者の行動変化により、これまでのやり方が通用しなくなっています。

多くの園長先生が「少子化だから」「競合園が増えたから」と嘆かれますが、**「定員割れ」はこれら外的要因だけが理由ではありません**。最大の問題は、園側の**「募集スケジュールの遅れ」**にあります。

保護者の動きはここまで早い！

情報収集の開始	情報収集の手段	園選びの基準
妊娠中 保護者の中には産前からweb検索を開始している方もいらっしゃいます。保活は、出産前から始まっているのです。	マルチチャネル 保護者は、公式HPやSNSといった「web」での情報収集に加え、実際に園に足を運ぶ「リアル」な体験を重視しています。	体験 HPを見るだけでなく「イベントや説明会に参加したか」が園選びの重要な基準になりつつあります。

「9月からの募集」では手遅れ？放置すれば「負のスパイラル」へ

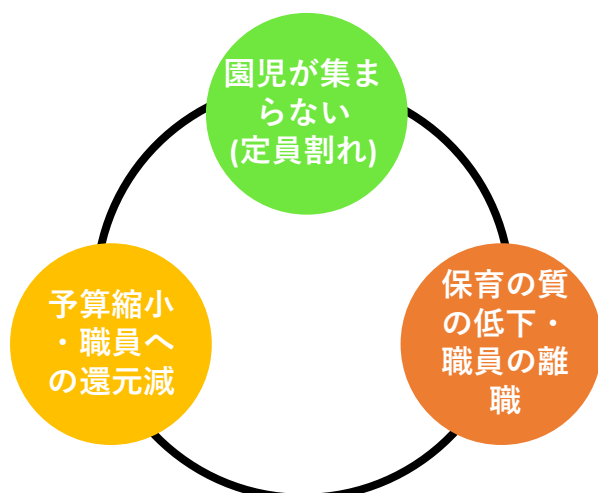
園が本格的に動き出す「9月」には、多くの保護者がすでに情報収集を始めています。9月からの募集では情報戦で後れを取ってしまう恐れがあります。

現状のまま「待ちの募集」を続けると、貴園は「園児募集の負のスパイラル」に陥る危険性があります。

園児募集の負のスパイラル

このまま「9月」を待ってはいけません。今こそ、抜本的な改革が必要です。

本セミナーでは、この危機を脱し、**「選ばれ続ける園」**になるための具体的な戦略をお伝えします。



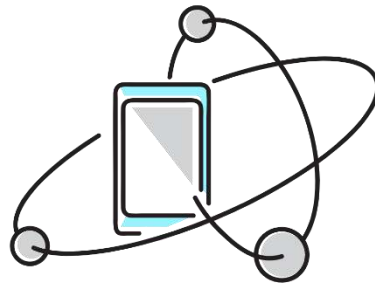
「選ばれる園」と「選ばれない園」の二極化が加速する

2025年から2026年にかけて、保育業界は大きな転換点を迎えます。「こども誰でも通園制度」の給付化や、園の情報の継続的な「見える化」が予定されており、制度面でも様々な変更が生じます。また、保活情報連携基盤も全国で運用開始される予定となっております。これらは、保護者にとっては選択肢が増え、比較検討がしやすくなることを意味します。

結果として、園間の競争はこれまで以上に激化し、「**選ばれる園**」と**そうでない園の二極化**が急速に進むことは避けられません。これまでの延長線上の経営では、生き残りが難しくなるのです。

保護者の行動変化①:「保活」は、貴園が考えるよりもずっと早く始まっている

保護者の動きは劇的に早期化しています。0歳児クラスを検討する保護者には、**出産前からwebでの情報収集を開始**している方もいます。多くの園が本格的な募集活動始める「秋」の時点では、感度の高い保護者はすでに動き始めています。「秋に見学会をやれば間に合う」という従来の感覚と、保護者の実際のスケジュールには、決定的なズレが生じています。



保護者の行動変化②:webは当たり前。「リアルな体験」で保護者の心を掴む



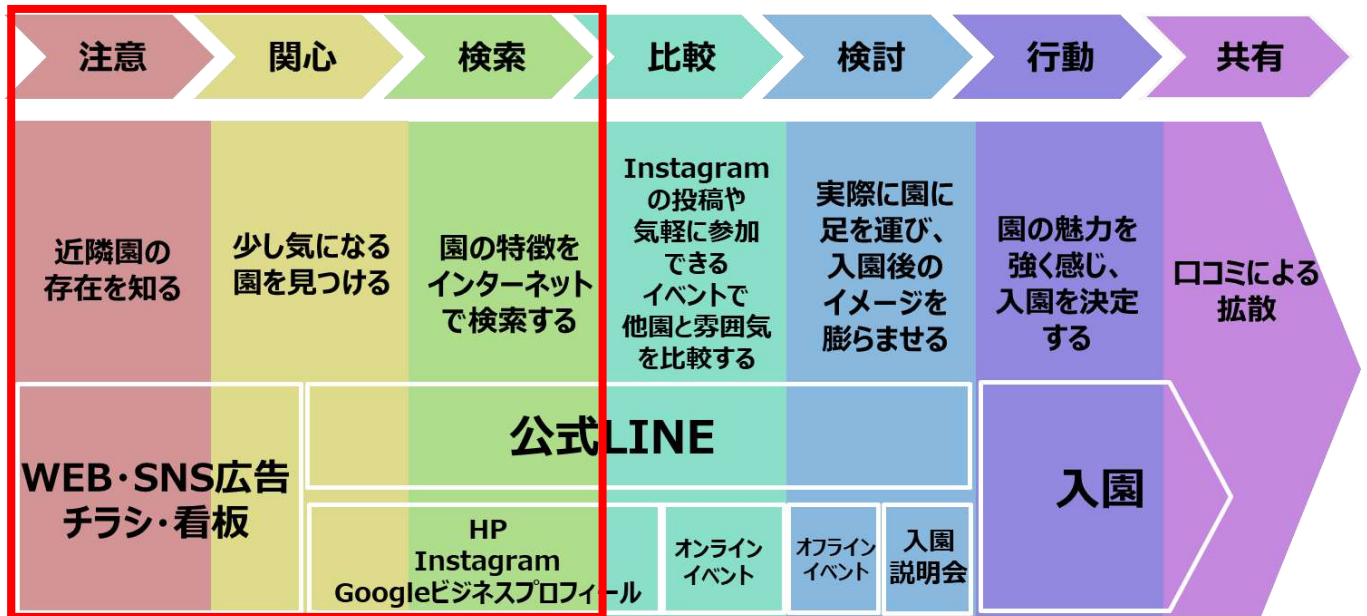
情報収集の手段も変化しています。かつては口コミが中心でしたが、現在はweb検索が必須となりました。しかし、ホームページやブログ、SNSの情報だけで入園を決める保護者は少数派です。**多くの保護者が「園見学やイベントに参加した」上で第1希望園を決定しています**。単に情報を発信するだけでなく、実際に園に足を運んでもらい、園の雰囲気や保育の様子を肌で感じてもらう「**リアルな接点**」を作れるかどうか、入園決定を左右する決定打となっています。

このように、市場環境も保護者の行動も大きく変わりました。従来の「待ちの姿勢」を続けていては、園児が集まりづらくなっています。

次ページでは、この変化に対応し、確実に園児を獲得するための新しい戦略の全体像について解説します。

保護者の心理プロセスを攻略する「戦略的・年間ロードマップ」

保護者は突然「入園」を決めるわけではありません。図のような心理プロセスを経て、徐々に志望度を高めていきます。「待ちの募集」が通用しないのは、このプロセスの後半(行動)しか見ていないからです。勝負は、もっと早い段階から始まっています。



Step1:認知・検索フェーズ(妊娠中～0・1歳児)

誰よりも早く「検索の受け皿」を用意する

図の通り、保護者の行動は「認知」と「検索」から始まります。

✓ 保護者の動き

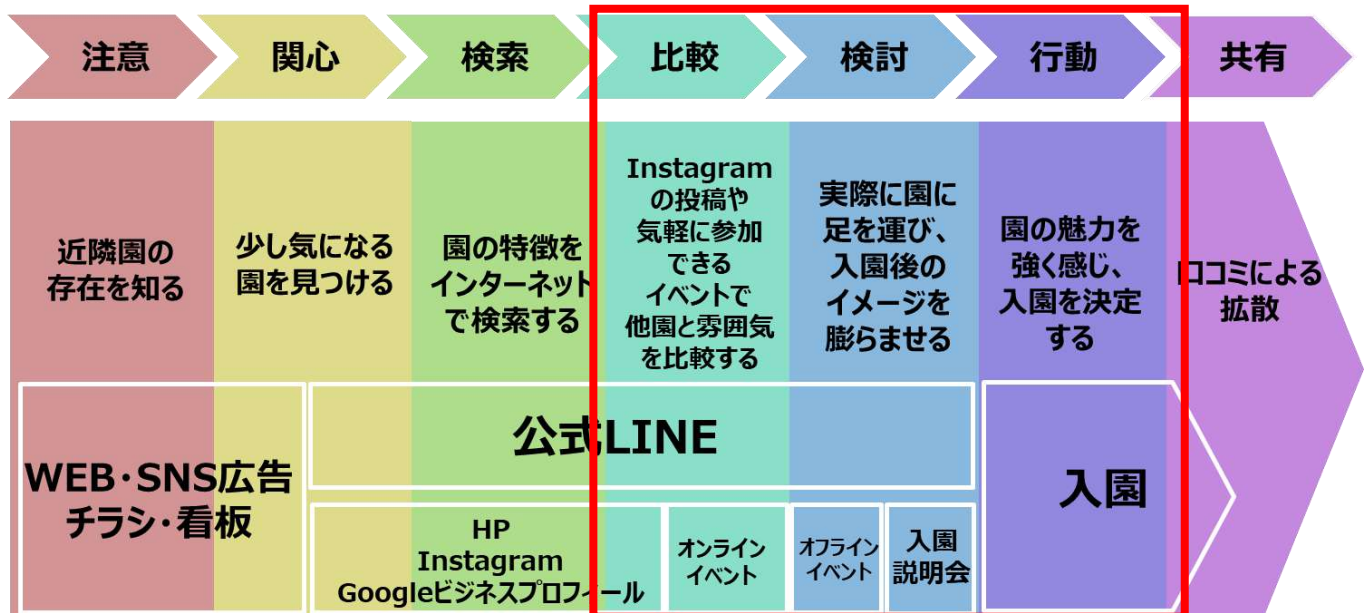
- 近隣園の存在を知り、少し気になる園を見つけたら、すぐにインターネットで特徴を検索します。
- 重要なのは、この行動が「**妊娠中**」や「**出産直後**」から始まっているという事実です。

✓ 園が打つべき施策

この段階で検索の受け皿(HP、Googleビジネスプロフィール、SNS広告など)が整備されていなければ、認知すらされていない状態になる恐れがあります。

4月から「0・1・2歳児マーケティング」を開始し、早期に認知を獲得することが全てのスタートラインです。

「0・1・2歳児マーケティング」では、月1回など定期的なイベントの開催などで早期から保活を行う保護者様へアプローチしていきましょう。



検索で「良さそう」と思っても、それだけで入園は決まりません。他園と「比較」し、実際に「体験」して兼用するフェーズへどう誘導するかが鍵となります。ここで強力な武器となるのが、図の中央に位置する「公式LINE」と「イベント体験」です。

Step2:比較・検討フェーズ(夏～秋) webから「リアルな体験」へ。

「検索」までの行動をしたのち、保護者様は他の入園候補先との「**比較**」と「**検討**」に移ります。

✓ 保護者の動き

- Instagramなどで他園と比較しつつ、最終的には「実際に園に足を運び、入園後のイメージを膨らませる」ことで意思決定します。「イベントに参加したか」が最終決定の最大の要因となります。

✓ 園が打つべき施策

● 公式LINEの活用

図の通り、比較～検討フェーズをつなぐ重要な架け橋です。HPを見た人をLINE登録へ誘導し、定期的に園の情報を届けることで、関係性を維持します。

● イベントへの誘導

LINEを通じて、オンライン・オフラインのイベントや説明会へ案内します。「日常保育開放型」など参加ハードルの低いイベントを用意し、リアルな体験の場へ確実に足を運んでもらいます。

Step3:行動(入園)フェーズ(秋～冬)

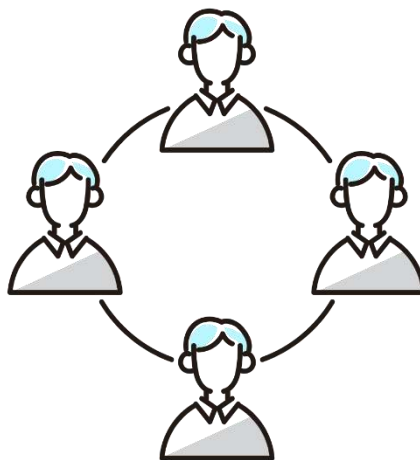
関係構築ができていれば、「9月」はクロージングの場になる！

Step1、Step2を経て、園の魅力を感じてファンになった保護者だけが、最終的な「入園」という行動に至ります。**早期から計画的に関係を築いていれば**、多くの園が募集を開始する9月～10月は、新規に集客する場ではなく、すでにファンになっている層の入園を確定させる「**クロージングの場**」となります。これこそが定員充足率を高める理想的な形です。

現場の負担を最小限に抑え、最大の効果を出す「仕組みづくり」

年間計画の重要性は理解できても、「新しいことを始めると、現場の保育士が疲弊してしまうのではないか」「職員不足でイベントどころではない」と不安に思われる園長先生は少なくありません。

本セミナーでお伝えするのは、職員の献身的な頑張りに頼る方法ではなく、負担を減らしながら集客を続けるための「仕組み」です。



定期的なイベント開催による接点づくり



近年では、保護者の情報収集は「web」と「リアル」の2軸で行われています。そのため、定期的にリアルでのイベントを開催することで保護者との接点をつくり、保護者の心を掴むことが園児募集の戦略として重要視されます。

問合せや年1回の見学会を実施すればいいのではなく、攻めの園児募集戦略と構築していきましょう。

属人的な頑張りからの脱却。職員を巻き込むためのマネジメント手法

集客活動が特定の職員だけに偏ってしまうと、その職員の負担が増し、離職のリスクにもつながりかねません。**大切なのは、園全体で募集に取り組む体制作りです。**本セミナーでは、園児募集を一部の担当者任せにせず、職員全員を巻き込みながら組織的に進めるためのマネジメント手法についても解説します。仕組み化することで、誰が担当しても一定の成果が出せる体制を目指しましょう。



本セミナーでお伝えする「選ばれる園」になるための3つのアクション

Action1:「募集スケジュール」を根本から書き換える

もはや「秋からの募集」は手遅れです。例えば、4月から始まる「0・1・2歳児マーケティング」では、**認知→比較・検討→行動**といった段階的なアプローチが必要です。

本セミナーでは、保護者が「本当に見ているポイント」を押さえ、貴園が「いつ、何を発信すべきか」という年間スケジュールの作成方法をお伝えします。

Action2:職員を疲弊させず、参加率も高まる「持続可能な集客の仕組み」を導入

新しいことをやると現場が疲弊する…。そんなお悩みの解決方法の1つとして、参加型イベントのフォーマット化があります。これは、単にその年を乗り切るためにイベントを計画するのではなく、計画的に継続して定員が埋まる園児募集のイベントを月ごとに設定するものです。職員の負担を最小限に抑えつつ、保護者には「普段の様子が見られて安心」と高い満足度を提供できます。セミナーでも、こうした負担軽減の仕組みのノウハウなども具体的にお伝えします。

Action3:V字回復した成功事例の「鉄板パターン」をそのまま自園に取り入れる

ゼロから園児募集の施策を考える必要はありません。厳しい環境下でも成果を出し続けている成功事例の「勝ちパターン」を参考にしていきましょう。

このような皆様におすすめのセミナーです

急に園児募集が厳しくなってきたと感じている

定員割れが起きてしまっている

現状、園児は集まっているが募集施策を行えていない

園児募集施策の成功事例を知りたい

これから園児募集がうまくいくか不安