【コロナ対策実施セミナー P10記載】

人口減少・多様性の時代に「縮小」ではなく「適正」を目指し、進化する幼稚園

新戦略発見セミナー

「変化の経営」×「不変の経営」

2020年 9月 30日（水）

時間： 13:00～17:00　場所： AP市ヶ谷 or オンライン

時代の流れを掴み、変化すると同時に、変化をしても
共通認識を持った組織運営を実現し進化を続ける学園

Guest Speaker
学校法人柏芳学園
理事長 **吉田 和正**氏

本セミナーはこのような方にぴったりのセミナーです。

- □ 人口減少に加え、未知の感染症、災害など先の見えない世の中だ…社会情勢に振り回されず自園らしい経営を実現したい
- □ 幼稚園・認定こども園など、施設形態の選択が複雑で難しい…改めて施設形態ごとの特徴やメリット・デメリットを知りたい
- □ ワカモノの価値観が分からない…人々の価値観がますます多様化令和時代に一体感を持った園経営を実現したい
- □ 未就園児教室が集まらない…成果につながるイマドキの募集戦略(園児募集・採用)の事例を知りたい

また、以下のような内容について具体的手法を得ることができるセミナーです。

- □ 私学助成の選択と施設型給付の選択について判断材料が欲しい…
- □ 外国人採用に興味があるものの、採用する手立てを知らないので、具体的方法を知りたい…
- □ “今からできる” 今年の募集の具体的方法を知りたい…
- □ 来年の募集に向けて、何をどう準備していくべきか？具体的に知りたい…
- □ 令和時代の組織運営の要諦と一体化した組織づくりのヒントを知りたい…

Planned by GCLIP Corporation 03-5579-2356 03-5579-2357 〒162-0844 新宿区市谷八幡12-1 2F

学校法人柏芳学園　理事長　吉田和正氏をゲストとしてお招きし、開催します！

学校法人柏芳学園。豊四季幼稚園、柏の葉こども園、豊四季もりの保育園、豊四季みんなの保育園、はぐはぐひろば若柴という様々な施設を運営しています。その施設形態は、幼稚園、認定こども園、小規模保育所、企業主導型保育所、柏市子育て支援事業と多種多様です。**時代に合わせた施設形態**を取り入れながら、その施設形態の強みを生かし、**進化**し続けています。

時代は人口が著しく減少する時を迎え、幼児の教育保育は無償化となりました。理事長の吉田和正先生は、これからの学園の方向性として**「園児数の適正化」**を掲げています。この適正化には、**「教育の質を高めていくための適正化」、「募集活動のための適正化」、「人材育成のための適正化」、「リスク回避のための適正化」**という4つの目的があります。また多様性への適正化として、幼稚園教諭免許や保育士資格がない人材の新卒採用から、外国人採用まで、幅広い人材の採用を行っています。

本セミナーでは、多様性の時代において、多種多様な施設形態の運営と、多種多様な人材採用の実現、そしてそれらを一体化させる組織運営によって、進化を遂げてきた学校法人柏芳学園の理事長、吉田和正先生にご登壇いただき、**時代に合わせた変化という「進化」**と、**時の流れに左右されない不変という「進化」**という経営の両軸に焦点を当て、具体的事例をお話いただきます。

豊四季幼稚園

柏の葉こども園

豊四季もりの保育園・みんなの保育園

2020年、時代は大きく変化した

2020年は本来ならばオリンピックが開催されていました。日本は大いに盛り上がり、今頃は余韻に浸っている時期であったことでしょう。しかし、2020年はオリンピック開催以上に、世界に大きな変化を与えた年であり、生活のみならず、働き方にまで改革を迫られることとなりました。

例を挙げますと・・・、

- **オンラインでのコミュニケーションが発達**
- **オンラインでモノを購入する人の増加**
- **飲食店や観光業を中心とした様々な企業の業績不振による失業者の増加**

などの変化が見られました。

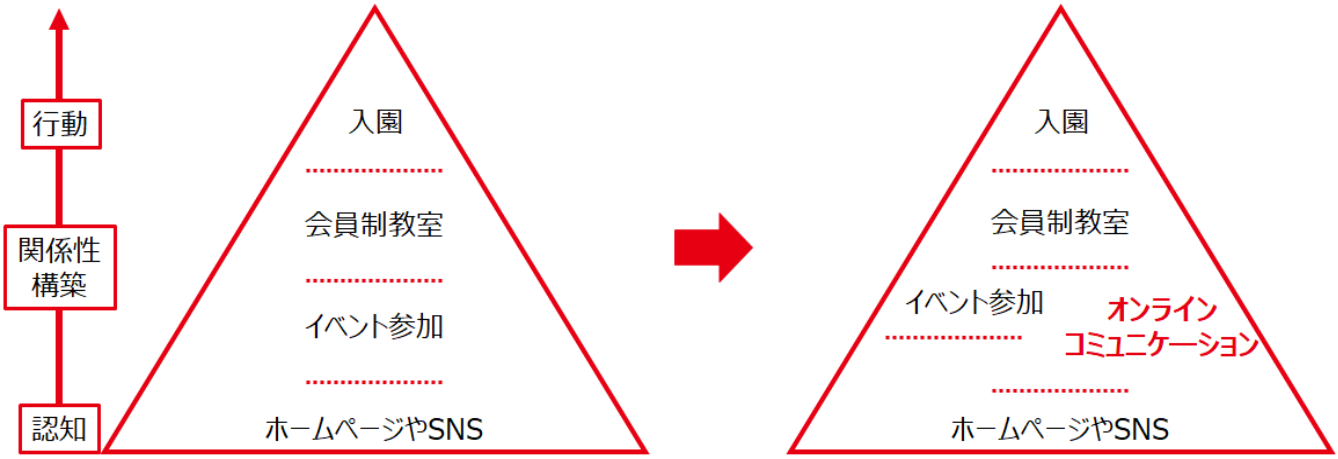
これらの変化は業界にどのような影響を及ぼすのでしょうか？

オンラインでのコミュニケーションが発達

マスクの着用が当たり前になったように、もはやオンラインでのコミュニケーションも私たちの生活の中にごく自然に入り込んでいます。多くの人が場所や時間に縛られず相手とコミュニケーションを取ることができる方法を体験した今、今後も継続的にオンラインでのコミュニケーションが発展していくでしょう。幼稚園業界では、オンラインコミュニケーションの発達によって、今までホームページやSNSだけでは伝えることが出来なかった内容も、Zoomを筆頭にSNSツールを使うことで、**実際にオンラインでもコミュニケーションを交えて伝えることができる**ようになりました。もはや園見学や入園説明会さえもオンラインで開催することができる時代です。(もちろん実際にきてリアルに触れることが最良なのは間違いありませんが。。。)

オンラインコミュニケーションの発達は、**入園を検討する保護者にとっての選択肢を一気に広げ**ました。オンラインで気軽に園見学ができれば、物理的に見学できる園数は劇的に増えることになります。

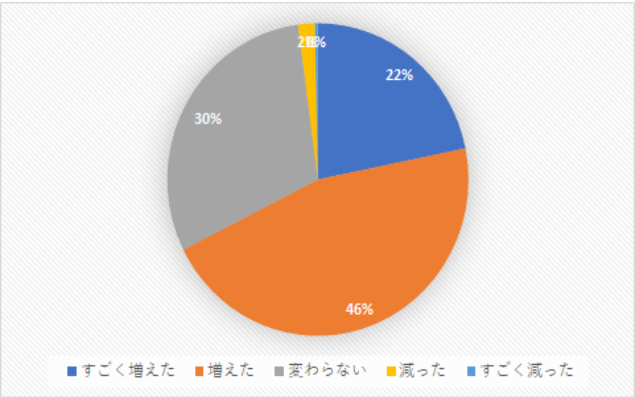
これからは以下の図のように、まず入り口としてオンラインでのコミュニケーションを用意することによって、**今までアプローチすることが出来なかった家庭に対して門戸を開くだけでなく、フロントエンド(園との接点を持つための入口)としての役割を担うことができるのです。**



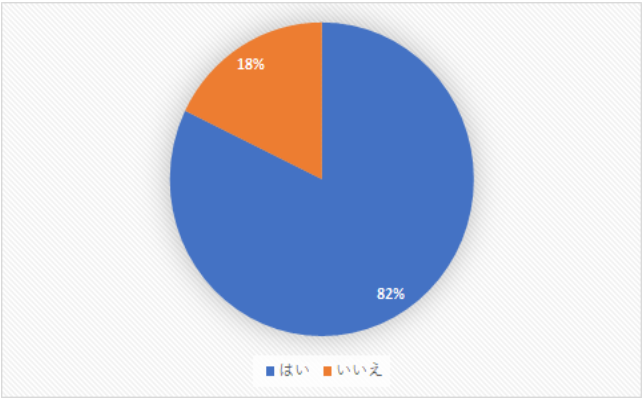
オンラインでモノを購入する人の増加

まずは左下のグラフをご覧ください。コロナ禍で外出が自粛される中、多くの家庭でインターネットを通じてモノを購入するというケースが増えています。**約70%が外出自粛期間中のインターネットでの商品購入が増えた**という回答をしています。また右下のグラフでは、そのうちの80%を超える回答者が自粛期間解除後もインターネットでの商品購入機会が増える、と実に興味深い回答をしているのです。

【新型コロナウイルスの影響によりネット上での商品購入は増えましたか？】



【自粛期間解除後もネット上で商品を購入する機会は増えると思いますか？】

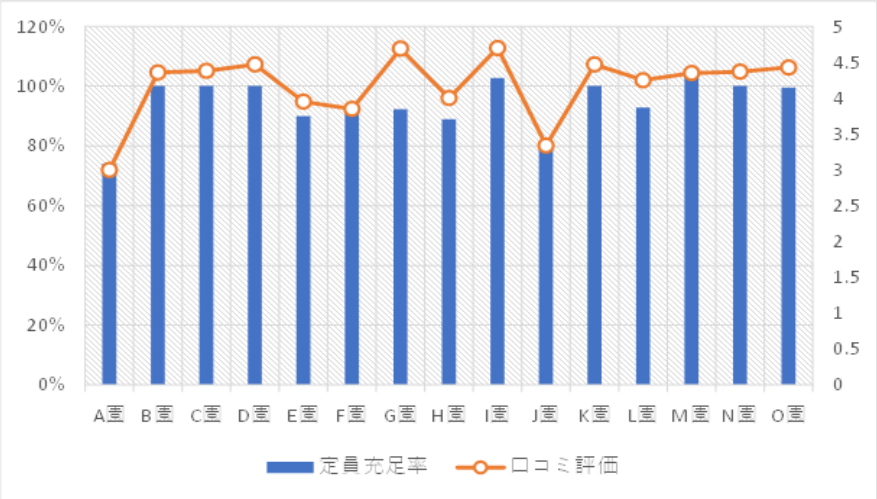


これまでインターネットでの商品購入を控えていた人でも、今回の自粛期間を通してインターネットでの商品購入体験をしたというケースが増加していませんか？この購買経験によって、多くの人がその利便性の高さを実感したはずです。特に生活必需品など、生活になくてはならないものは、購買経験が高く、同じ商品をリピート購入するケースが多いため、インターネットでの購入に移行するケースが増えています。

インターネットでの購買経験が増えるほど、人々の商品購入の為のインターネット“リテラシー”は上がっていきます。インターネットを通しての商品購入では、例えば「この販売元から送られてくる商品は故障している場合がある」、「梱包が丁寧でない」、「サイズが異なっている」など、様々な問題が生じることがあります。こういった経験をすることで、失敗を回避するための策を事前に考えるようになります。そこで、**商品購入の際に特に重要視されるのが「口コミ」となるのです。**多くの場合、口コミ評価を確認しながら安心できる商品や販売元だということを感じ取っていくのです。これが“リテラシー（知識）”の向上に繋がります。

実は幼稚園業界でも同じようなことが起こっています。Gクリップが最近行ったある調査で驚きの結果が発見されました。それは**「定員充足率と口コミサイトの口コミ評価の相関性が高い」**という調査結果です。下のグラフをご覧ください。

【定員充足率と口コミサイトの口コミ評価の相関性】



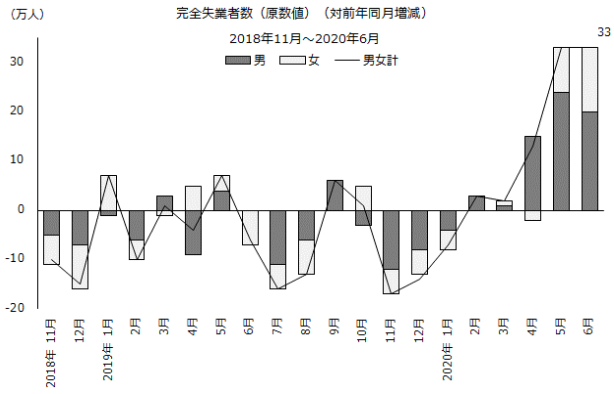
	定員充足率	口コミ評価	相関係数
A園	74%	3	0.89371995
B園	100%	4.36	
C園	100%	4.38	
D園	100%	4.47	
E園	90%	3.95	
F園	93%	3.85	
G園	92%	4.69	
H園	89%	4	
I園	103%	4.7	
J園	80%	3.34	
K園	100%	4.47	
L園	93%	4.25	
M園	103%	4.35	
N園	100%	4.37	
O園	99%	4.43	

これは、コロナウイルスの影響が出る前の園児募集結果と口コミサイトの評価の関係性ですので、コロナ禍による自粛期間以前の傾向として出始めた結果です。前述の通り、現在は人々のインターネットリテラシーが上がっていますので、今後は、**口コミサイトの評価が園児募集に与える影響はより増大する**ことが示唆されます。

飲食店や観光業を中心とした様々な企業の業績不振による失業者の増加

今の社会情勢では、経営状況が厳しくなる企業が増加します。その結果、失業者数も増加しています。右のグラフは独立行政法人労働政策研究・研修機構が発表している完全失業者数の推移です。コロナウイルスの影響が出始めた4月から急激に完全失業者数が増加していることが分かります。幼稚園業界では、2019年10月に始まった幼児教育の無償化の恩恵があり、基本分単価収入の確保ができているため、多くは通常通

【完全失業者数の推移】



り給与支払いができているという状況にあると思います。これは、**幼児教育業界が安定した業種であるという印象を社会に与え、幼児教育業界で働きたいという方が増えていく一縷の望み**となりそうです。また、都心部のコロナウイルスの感染状況によって、地方で職を探すという若い世代が増加している傾向があると言われています。**一方で、失業者が増えることによって、家庭の収入が下がり、ますます共働きをしなければならない家庭が増加することも予想されます。**その結果、2号認定や3号認定での入園需要が増加する可能性も大いにあるわけです。

また、人口減少、2015年の子ども子育て支援新制度開始、そして2019年の幼児教育の無償化などの影響よって、業界もまた大きく変化してきています。

募集年齢の低年齢化

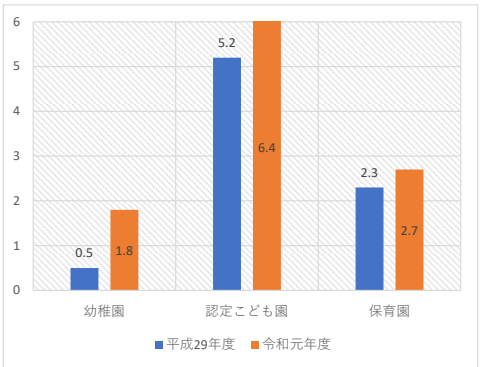
幼児教育の無償化によって満3歳児クラスを開設する園が多くなりました。この動きにで地域によっては2歳児の未就園児教室の会員数が減少となる園が増加しました。実は子ども子育て支援新制度開始以降、0歳から2歳で保育園に入園している比率は増加傾向にあります。また、皆様もご存知の通り、出生数は著しく減少しています。**「満3歳児クラスの開設」、「2歳児までにいずれかの園に所属する比率の増加」、「出生数の減少」という三つの要因によって、3年保育の対象児数は大きく減少**しているのです。

3年保育の園児募集を考えた場合、2歳児の未就園児教室が重要であったことは間違いありませんが、今後、**4年保育が主流となった場合、1歳児以下のご家庭の関係性構築がさらに重要性を増していきます。**かつて主流だった2年保育が、3年保育へととって変わったように、4年保育が主流になる時代もすぐそこまできているのです。

組織の規模拡大と職員一人当たりの子どもの数の変化

認定こども園や保育所が増加したことによって、保護者が園を検討する際に、「職員一人当たりの子どもの数」という視点を持つ保護者が増加しています。実は子ども子育て支援新制度開始以降、幼稚園の一園当たりの職員数は増加傾向にあります。内閣府の幼稚園・保育園・認定こども園経営実態調査を確認すると、**平成29年度の施設型給付幼稚園では、基準となる人員配置に対して＋0.5人しか人員を配置していなかったところに対して、令和元年度では基準となる人員配置に対して＋1.8名の人員を配置しています。**要するに、平成29年から令和元年度の間に人員配置が＋1.5名増加したのです。同じように認定こども園と保育園を確認すると、認定こども園では＋1.2名、保育園では＋0.4名という結果となり、すべての施設形態において人員が増加している傾向にあることが分かります。右のグラフは各施設形態の人員増加を表したグラフです。**施設型給付の配置改善やチーム保育加算の影響は大きく、人員が増加していることが主たる要因と考えられます。配置人員が増加することによって、職員一人当たりの子どもの数は減少し、“手厚い保育”という印象が生まれます。しかし、組織が拡大することは、組織マネジメントが行き届かなることや人件費の増加など、経営的な課題も増える**こととなります。

【各施設形態の基準人員配置に対する人員配置状況】

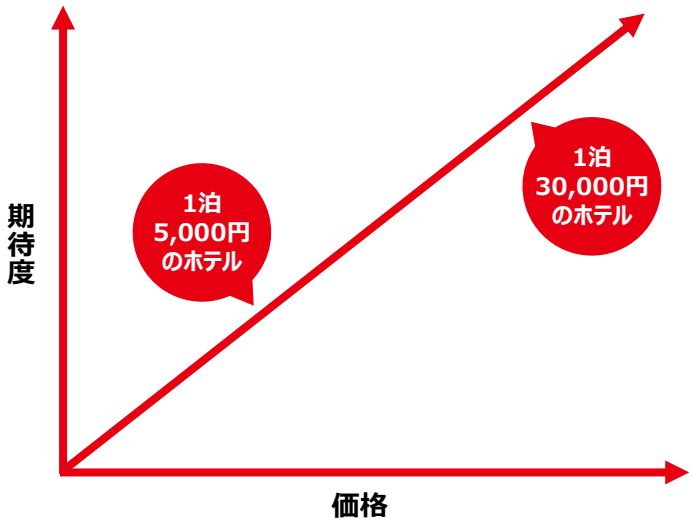


発信の重要性

無償化によって、保育料の概念が希薄化しています。2019年現在では、今まで保育料を支払っていたご家庭が無償化の恩恵を受けることになりましたので、無償化の恩恵を受けるその瞬間のインパクトはそれなりにありました。しかし、**これから入園する家庭は無償化が当たり前**になります。**「価格は最大のメッセージ」**と言われます。例えば5,000円のホテルと30,000円のホテルがあれば、多くの人が30,000円のホテルのほうが良いホテルだとイメージします。仮に宿泊経験がなかったとしても30,000円のホテルのほうが良いホテルだと思い込むのです。人間は価格によって良し悪しを決定する側面があります。**人が初めてものを購入するとき“何となく”良いいなぁ～と感じてものを購入する**ことが実に多いのですが、「良い」か「悪い」かということは購入後、実際に使用体験してからでなければ分かりません。幼稚園でも保育料（価格）は保護者の選択に影響を与えてきました。しかし、無償化によって保育料の違いが分かりづらくなりました。つまり、最大のメッセージ発信がしにくくなったことに他なりません。

だからこそ**自園の発信は重要**です。保護者側は実質的に支払う金額が下がったことで、これまで以上に選択の幅が拡大します。このような環境で、自園を十分に理解して入園してもらうためには、やはり発信が重要なのです。発信の内容は、教育、利便性、環境、人材など、多岐に渡りますが、**自園を理解してもらうためには、保護者に何を見て入園してほしいのかを明確化し、整理したうえで、しっかりと発信していくことが重要**になるのです。

【価格と期待度の関係性】



リアリティ・ショックを作らないデジタルマーケティングの重要性

今、世の中でデジタルマーケティングが発展、浸透していることは間違いありません。その中でもよりリアリティのある発信の重要性が増しています。“写真映え”という言葉がありますが、その言葉も少しずつ古めかしいものになりつつあります。例えば“写真映え”という言葉はInstagramというSNSによって大きく流行した言葉ですが、**現在では“写真映え”よりも、“リアリティの高い情報”の反応が良い**と言われています。背景には**“リアリティ・ショック”が大きな影響を与えている**と言われます。

“リアリティ・ショック”とは、イメージと現実との間にある“ギャップ”によって起こる失望体験のことです。例えば「写真映えしているものを実際に見たら、それほどでもなかった」、「写真映えしているものを実際に食べたら、まったく美味しくなかった」という経験をしている人が増えてきていると言うのです。

デジタル上では**見せ方を工夫すれば理想の姿を演出することはできる**かもしれません。その理想の姿を見せ、発信することで、組織の一体化を促し、現実もその理想の姿に近づけていくという発想も一つの手段です。しかし、理想の姿を表現しすぎることで、**実際に足を運んで訪れた方が理想と現実のギャップを経験し、失望体験をしてしまうことはNG**です。デジタル上こそ、変化のスピードが速く、流行が変わります。その時代に合わせた**適切な発信が重要**なのです。

今こそ「変化の経営」と「不変の経営」の両輪を目指す

このような社会的な変化・業界的な変化のほかにも、それぞれの園を単体で考えた場合、2020年度は今まで行ってきた日常や行事が大きく変化し、イレギュラーなことがとても多い年となりました。

変化に富んだ情勢だからこそ、**最も重要なことは「変化の経営」と「不変の経営」の両輪での進化を目指すこと**です。今回の社会情勢に適合するため、オンラインでのコミュニケーション強化や、イベント・行事の企画変更、日常の生活での変更など、様々な変化が生じています。また、業界もまさに激変の時代であり、その変化に対して園全体が一体となって取り組むことができる園経営の実現が、今後の不安定な世の中を突破していくことに繋がると考えられます。また、その一方で、変化をしていくからこそ、変化してはならないところを見極め、自園における共通の理解を深めていかなければ組織のまとまりがなくなってしまいます。

本講座では時流を見極め、変化をすると同時に、変化してはならない共通の理解を深めていくためのマーケティングを徹底している経営を実践している学校法人柏芳学園の理事長である吉田和正先生をゲストにお招きし、その取り組みをご紹介いただきます。

変化に強く、共通理解を深める園経営実現のための5つのポイント

その① 多種多様な施設形態の運営

学校法人柏芳学園豊四季幼稚園は実に480名の園児が在籍し、多様性に溢れた子どもたちや保護者が存在します。また、幼稚園だけではなく、認定こども園、小規模保育所、企業主導型保育事業など、あらゆる業態で運営展開しており、施設形態も多様性にあふれています。柏芳学園が時代の流れに柔軟に、そして変化を続けてきた大きな要因は、この多種多様な施設形態の運営が一つの要因です。多様性のある組織の中には様々なアイディアや発想のほか、様々な問題も生まれます。それらのアイディアや発想、問題が新しい変化を創り出すことに繋がっているのです。今回の講座では、多種多様な施設形態を運営しているその目的、そしてそれらの強みを生かした経営についてお話いただくとともに、拡大していく組織に対して、どのような組織づくりを行っているのかをお話いただきます。

その② 「拡大」から「適正」へ　※注！）縮小ではありません

学校法人柏芳学園豊四季幼稚園は園児数が3学年で480名の大規模幼稚園です。園児数が最も多かった年は522名の園児がいました。柏芳学園ではこの規模を今後は適正な園児数にしていく方向性を打ち出しています。**「教育の質」「園児募集」「採用活動」「人材育成」「リスク管理」という5つの視点が理由となり、適正化を目指しています。**では適正な園児数とはどのくらいの数でしょうか。信頼できる教職員の数に合わせて園児数を決めていくということも一つだと考えられますが、この考え方は大げさに言ってしまえば、信頼できる教職員が一人もいなければ園児数は0になってしまうということになります。そこで、**柏芳学園では、自園の教育活動にとって最も良い園児数と、最も業務効率を上げることができる園児数・人員配置の研究、そしてブランド指数という指数を活用し、適正な園児数を算出しています。**

ブランド指数を活用することによって、地域での影響力を保つことができる園児数を算出し、その算出結果から適正な園児数を想定していきます。**決して園児数の縮小ではなく、地域での影響力を保ちつつ、教育価値を追求**した進化の経営戦略です。また、豊四季幼稚園では、**3学年の募集ではなく、4学年での募集に大きく舵を切る予定です。3学年での最大化ではなく、4学年にすることによって一学年の園児数を適正化**するとともに、今後のマーケットの縮小を見据えた募集体制を整えています。

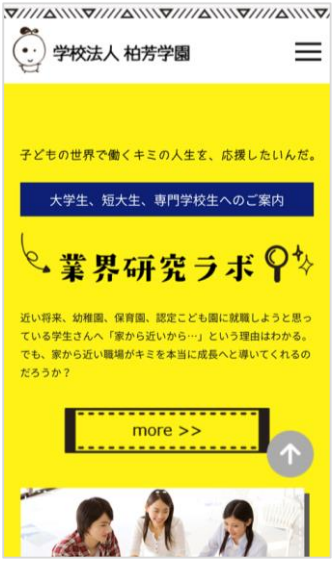
その③　広報・発信の強化　職員を巻き込み、オンラインや新しいデジタル媒体を制する、受け入れる

オンライン上での広報コミュニケーションは常に変化しています。昨年有効だった媒体も、今年は効果がないということも起こります。最も注意しなくてはならないことは、**経営者は年齢を重ねる一方で、新卒者や新入園の保護者は一定で、年齢が毎年離れていく**ということです。そのため、どうしても“新しい媒体にチャレンジ”していくことが億劫になりがちです。**しかし逆を言えば、新卒者や若い世代は自分たちが使用してきた媒体しか知りません。**例えば今の学生にFacebookの操作方法を聞いたとしても、ほとんど知りません。逆にFacebookの操作方法であれば40代から50代の方々のほうが詳しいのです。

一方でInstagramやLINE、YouTube、TikTokなど、新しい媒体については若い世代のほうが操作方法を熟知しています。これは情報発信媒体に限らず、動画を作成するソフトや写真を加工するアプリなど、デジタル媒体全般に言えることです。デジタルの世界は**常に進化**し、「便利」を向上させています。だからこそ若い世代は新しい媒体を活用します。**オンラインや新しいデジタル媒体を受入れ、制する**ことで、広報はもちろん、園内の業務効率化のほか、**若い世代の活躍の場を与えていく**ためにも重要なことです。中堅層から上の世代にとっては、今までの**固定概念に対し変化に強い園経営を実現していくための条件であると言えます。**

学校法人柏芳学園では若手職員が積極的にデジタル媒体を活用する環境を整えており、何よりも中堅層よりも上の世代がそれらを受け入れつつ、自分たちも「新たな媒体を掌握していく」ことを大切にしています。

【柏芳学園のHP・リクルートサイトとモバイル対応】



【ブランディング強化を目的とした各施設形態のロードマップ】

【Instagramの運用】

その④　採用に心血を注ぐ　多様な人財の採用

吉田和正先生は、**1年中採用活動**を行っています。採用活動は夏から秋にかけて行う法人が多いと思いますが、多様な人材を登用することで、組織を活性化するという目的のもとに、学校法人柏芳学園では常に採用活動を行っています。幼稚園教諭免許や保育士の資格を持たない人材の採用にもいち早く取り組み、免許・資格なしから、免許・資格を取得し、現在では幼稚園教諭・保育士として活躍している職員も数多くいます。さらに、これからのグローバル化の時代を見据え、外国人採用にも積極的に取り組み、組織全体が多様性にあふれる組織になっています。**変化に強い経営を実現する**ためには、この多様性のある園づくりは欠かすことの出来ない重要なポイントです。なぜならば変化をするときというのは、言い換えれば**「異なる価値観を受け入れるとき」だからです。**

また、学校法人柏芳学園では**採用活動を「園長先生の想いを伝える場」、そして「先生方の育成の場」**という二つの視点で行います。学生にヒアリングを行うと、園長先生がどのような人なのか気になるという話を耳にします。一般の会社でもそうですが、やはりこれから働く組織のトップの存在は気になるものです。トップの考えや方針は、その園の方向性を決め、園の雰囲気を決めます。学生も自然とそれを理解しており、園長先生に対しての興味関心は高いと言えます。逆に、園としても、園長先生と合わない人材を採用したとしても長く続かないことは明白です。吉田和正先生は採用説明会を積極的に行い、自分の育ちから考え方までをお話し、自己開示することを大切にし、学生とのコミュニケーションを積極的に取っています。この自己開示から始まるコミュニケーションが、学生の安心感と信頼に繋がり、その後のコミュニケーションに繋がっていきます。

共通理解を深めていくという視点では、園長先生とコミュニケーションを取ることは最も重要です。さらに**採用活動には実際に働く先生方を巻き込み、自園の教育や魅力を伝えることのできる場を作ること**によって、インターナルマーケティング(内部からの魅力発信)を強化しています。

その⑤　人材を育てるマーケティング

学校法人柏芳学園では、教職員に対しての研修を積極的に行っていますが、その中でも、特に教職員自らが受講したいという気持ちを大切にしています。もちろん、学園全体として必ず行う研修もありますが、さらなる成長を目指す教職員には積極的に外部研修に参加させています。重要なポイントは、**これら外部研修については、費用の一部で自己負担分を必ず作っている**ことです。人は与えられた本よりも、自分で購入した本を読むように、研修も受動的ではなく、能動的に受講することによって、大きな効果を発揮します。Gクリップではマーケティングを「相手を気持ちよく次の行動に移すこと」と定義していますが、研修自体を実り多きものにしていくためにも、自らが気持ちよく能動的に研修に参加する必要があります。自己負担分を作ることは決してマイナスになることはなく、**自己負担した分を回収しようとする意欲となる**とともに、そのほかの研修も**「受講できることは当たり前ではないんだ」**という感情を生み、大きなプラスの効果を発揮します。人材育成の視点にもマーケティング発想を上手に活用しています。

今回の講座では、研修内容についてはもちろん、**教職員が気持ちよく次の行動に移るためのポイント**である**モチベーションを高めていくための取り組み**についてお話いただきます。

Gクリップからも最新の業界動向と事例をご紹介します！オンライン受講も可能です！

セミナー当日はGクリップから学校法人柏芳学園様の取り組みの解説はもちろん、最新の業界動向や事例をご紹介します。主にお伝えする内容は以下です。

- ✓ **適正規模を抽出するブランド指数の考え方**
- ✓ **多様性を実現していく外国人採用の方法と事例**
- ✓ **今からまだ間に合う募集マーケティング戦術**
- ✓ **自園でできる！デジタル媒体の活用法**
- ✓ **来年度の募集は始まっている！4年保育時代を見据えた取り組み**

園児募集や採用活動が本格化していく秋口だからこそ、戦略や考え方だけではなく、具体的戦術をお伝えし、**セミナー受講後からすぐに取り組める内容**を豊富にご用意させていただきます。ぜひご参加いただき、すぐに実践をしていただければと思います。

本セミナーは**2020年9月30日(水)AP市ヶ谷とオンラインにて受講可能**です。
当日の会場では感染症対策を十分に行うことはもちろん、スタッフ一同、日常から感染症対策を十分に行い、万全の体制で皆様を受入られるよう整えてまいります。
不安定な時代だからこそ、新しい発想を受け入れる受容力を持ち、積極的に取り組んでいくことが望まれます。ぜひ本セミナーを受講し、新しい戦略を発見し、園経営にお役立ていただければと思います。皆様のお申込みを心よりお待ちしております。

講座構成

講座	担当	内容	時間
はじめに	設楽　竜也	**本講座の概要**	13:00～13:10(10分)
第1講座	林　勇希	**業界動向と柏芳学園のご紹介**	13:10～13:40(30分)
第2講座	吉田和正氏	**不安定・不透明な時代に 進化する幼稚園経営**	13:40～15:00(80分) 休憩15分
第3講座	林　勇希	**まだ間に合う！募集マーケティング戦術**	15:15～16:10(55分) 休憩10分
まとめ講座	設楽　竜也	**Withコロナ時代の園経営戦略**	16:20～17:00(40分) アンケート記入をお願い致します。

早割について

本講座は会場受講に限り、**9月4日(金)までにお申込みいただくことで早割**が適用されます。
通常講座料金38,500円(税込)→33,000円(税込)です。
ぜひお早めにお申込みいただければと思います。

オンライン受講について

本講座は新型コロナウイルス感染症に伴い、会場受講を控えたいとお考えの皆様向けにオンライン受講をご用意しています。

オンライン受講料金は**55,000円(税込)**となります。オンライン講座をご利用の皆様には当日の参加方法等別途ご連絡させていただきます。

会場受講に伴う新型コロナウイルス感染症対策について

本講座は会場開催を行う予定で準備して参ります。会場開催の際には以下の新型コロナウイルス感染症対策を実施致します。

① ご参加者の皆様、講師・スタッフのマスク着用　② 会場入り口での検温・消毒
③ 定期的な換気　④ 向かい合わせの席を作らない　⑤ 座席の消毒作業
⑥ スタッフのお茶出し等に関しての手袋着用　⑦ 講師・スタッフの1講座ごとの消毒の徹底
⑨ 講師・スタッフの検温・体調確認の徹底　⑩ ソーシャルディスタンスを前提とした座席間隔の確保

講師紹介

学校法人柏芳学園　理事長　吉田和正氏

学校法人柏芳学園は千葉県柏市にある豊四季幼稚園、柏の葉こども園、豊四季もりの保育園、豊四季みんなの保育園、はぐはぐひろば若柴という5施設を運営している。2014年からは業界に先駆け、コンバート型採用(幼稚園免許・保育士資格なしの学生採用)に力を入れ、実際に幼稚園教諭・保育士を育成している。コンバート型採用は2020年現在でも行っているが、2014年以降に採用したすべての人材が定着し、幼稚園教諭として活躍している。2015年の子ども子育て支援新制度開始後も時代の変化を的確に捉えながら、進化を続け、2016年に小規模保育事業「豊四季もりの保育園」の立ち上げ、2017年に子育て支援事業「はぐはぐひろば若柴」の立ち上げ、2018年に企業主導型保育事業「豊四季みんなの保育園」、幼保連携型認定こども園「柏の葉こども園」の立ち上げを行った。多種多様な施設形態を運営することによって、制度理解、行政対応など、それぞれの施設形態の強みと弱みを把握し、強みを掛け合わせながら「変化の経営」を実現している。一方で、拡大する組織体制に対して、法人としての共通理解を深め、変わらないものの重要性を伝え、「不変の経営」を実行している。2020年以降、「教育の質」、「園児募集」、「採用活動」「人材育成」、「リスク回避」の視点を軸に園児数の「適正化」を目指し、豊四季幼稚園の施設型給付への移行を予定している。

株式会社Gクリップコーポレーションとは、あなたが気づいていない園の魅力をカタチにし、あなたがこれから大切に育んでいきたい子どもたちの家族へあなたの園の魅力を伝えることをロジックでサポートする企業です。

代表取締役　設楽　竜也(しだら たつや)

園経営のマーケティングを極めるGCLIPの代表。戦略よりも戦術、スマートさよりも泥臭さを大切にし、数多の園経営における課題をお客様に圧倒的に寄り添い、マーケティングと斬新なアイディアで解決してきた。社外・社内から絶大な信頼を集める最強の黒衣。

取締役　林　勇希　(はやし ゆうき)

「経営コンサルタントは黒衣である」という設楽の考え方に共感し、最強の黒衣を目指して奮闘中。新卒から一貫して園経営のコンサルティングに携わっており、データ分析からマーケティング戦術、新制度移行、業態付加、採用など幅広い業務を経験している。