

理論・知識・あり方<実践・体験・やり方

# 夏の短期集中実践講座

## 2022

定員10名  
6月末まで早割あり!!






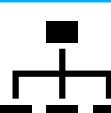



7月29日(金)13:00~、30日(土)10:00~の二日間

講義	5%
読書	10%
視聴覚	20%
デモンストレーション	30%
グループ討論	50%
体験	75%
他者に教える	90%

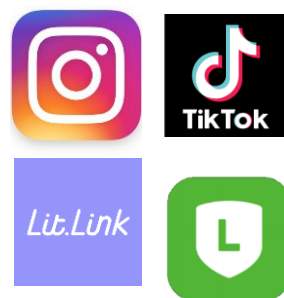
## ラーニングピラミッド

左の図は学習の方法と定着率を表した図です。  
実践的に取り組むことによって、定着率は飛躍的に向上します。  
本講座は座学では理解が難しい内容も体験を通して学ぶことができ、実践的に身に付けていただくことを目的としている講座です。  
短期講座の内容を園内で共有することでさらに定着率が高まります。

## 本講座で身につく10の実践力と取り上げる媒体例

 業界動向理解	 調査・分析力	 仕組構築力	 企画力	 紙媒体作成力
 SNS運用力	 導線設計力	 広告設定力	 ランディングページ作成力	 動画作成力

本講座で取り上げる媒体例



本講座はデジタル媒体の活用が前提であり、以下の条件の方を対象とさせていただきます。

- デジタル媒体に苦手意識がない方
  - Windows10以上のパソコンをお持ちの方
  - Instagramを行っている、もしくはこれから行うことが決定している方
- ※Macでのご参加はできませんので、ご了承ください。

本講座は会場受講です。感染症対策として以下の取り組みを行ってまいります。

- 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する手袋着用
- ⑦ 講師・スタッフの1講座ごとの消毒の徹底
- ⑧ 講師・スタッフの検温・体調確認の徹底
- ⑨ 少人数での開催



本講座は理論やあり方ではなく、実践、やり方をお伝えする講座です

- ①少人数開催
- ②手厚いフォロー
- ③パソコン・モバイルを活用した体験・実践講座
- ④作成したツールがそのまま手に入る
- ⑤2日間の短期集中

という特徴があります。

この2日間を通して、園内でこれからの募集活動を担う人材の育成を目指すことが目的です。

以下に当てはまる皆様はぜひこの講座にお申し込みください

- 園児募集・採用の担当者を育成したい
- 広報の担当者を育成したい
- 自分自身で成果の出るチラシを作れるようになりたい
- デジタル媒体(ホームページやSNS、インターネット広告)の実践力を飛躍的に高めたい

本講座は実践的な力を身に付けることを目的とした講座です

本講座は知識やヒントではなく、実践できる力を身に付けることを目的としています。そのため、講座中は実際にパソコンを用いながら、紙媒体の作成やデジタル媒体の操作などを行っていきます。園内の園児募集・採用のマーケティングマスターとしてご活躍いただく人材を育成する2日間の集中講座です。講座内では実際にチラシやSNSの運用体験を行いますので、自園で活用できるチラシやSNSの実践力がそのまま手に入ります。本講座で身に付く10個の力を持ち帰り、園内のマーケティングマスターとしてご活躍いただくことが目的です。

## なぜ園内マーケッターが必要なのか

### ● 業務範囲の拡大

子ども子育て支援新制度の開始、幼児教育無償化の開始、一時預かり事業の幼稚園型への切り替え、保育士幼稚園教諭等処遇改善臨時特例事業の申請などにより、園が行わなければならない業務が2015年以前に比べ、飛躍的に増加しています。また、これらのことだけではなく、園児募集や採用、マネジメントについても並行して進めていかなければなりません。業務は多岐にわたり、複雑化しています。もはやトップがそのすべてを担うということは不可能です。

一方で本来トップは経営の舵取りをしなければなりません。少子化による園児数の減少、保育施設の増加による採用難、施設型給付への移行など、園の経営を取り巻く課題も複雑かつ多岐にわたっています。

園内マーケッターは広報の責任者の役割を担う人材です。園児募集・採用において重要なことは園の魅力を最大限発信し、それを理解したご家庭や人材とのマッチングを図ることです。

### ● 組織規模の拡大による社会的惰性の解消

今、幼稚園業界は以下のような理由から組織規模が拡大しています。

#### ① 施設型給付への移行が進んでいる

私学助成から施設型給付へ移行する園が増加しています。施設型給付は園児数だけではなく、職員数によって給付費が大きく変動する仕組みになっています。そのため、施設型給付への移行が進むことによって、業界全体の一園あたりの職員数が増加しています。

#### ② 採用強化のため複数担任を前提とした編制を組む園が増加している

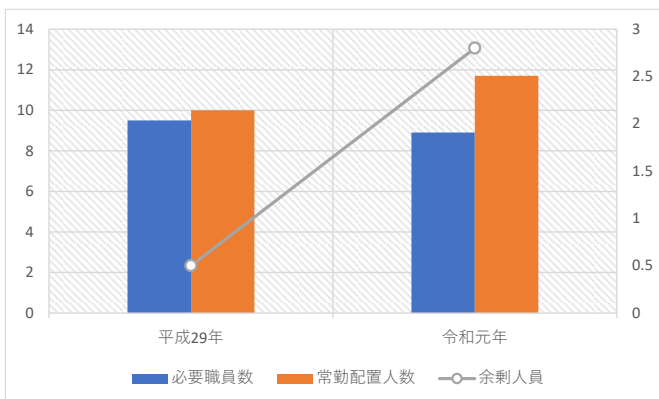
施設型給付は職員数が必要になります。そのため、採用の強化が必要です。採用強化の方法として広報活動に力を入れるだけではなく、学生から見た場合の現場での負担軽減を目指し、複数担任を導入しているケースが増加しています。その結果、職員数が増加しています。

#### ③ 園児の変化

いわゆる手のかかる子どもが増加しているということをよくお伺いします。これは園児数の規模が小さい園でも大きい園でも同じようにお伺いするようにな

りました。そのような状況の中で、現状の職員数で対応をしていくということは難しいため、職員を配置することになり、職員数が増加しています。実際に内閣府が発表している幼稚園・保育所等の経営実態調査を確認すると**先生の数は平成29年では必要な職員数9.5人に対して10人の常勤職員を配置していたのに対し、令和元年度では必要な職員数8.9人に対し、11.7人の常勤職員を配置している**という調査データがあります。**必要な職員数+0.5人から+2.8人に増加している**のです。

### 【人員配置の変化】



※幼稚園・保育所等の経営実態調査 内閣府から作成

組織規模が拡大することで、マネジメントが困難になっているということをよくお伺いします。**職員数が拡大すればするほどトップと職員との距離ができ、コミュニケーション不足が生まれ、組織全体にトップの考えが浸透しきらない可能性が高くなります。**

また、組織規模が拡大することで最も問題となるのが、**社会的惰性**と呼ばれる現象です。人間は複数人で物事を進めるよりも一人で物事を進めたほうが力を発揮するということが科学的に証明されています。人数が増えれば増えるほど、責任が分散され、「社会的惰性」が生まれてしまうのです。だからこそ、組織規模が拡大する際には、役割分担をはっきりとさせ、適材適所で配置をしていく必要があります。役割分担がはっきりとしていなければ、業務の分散が起き、保育の質や広報力は変化して

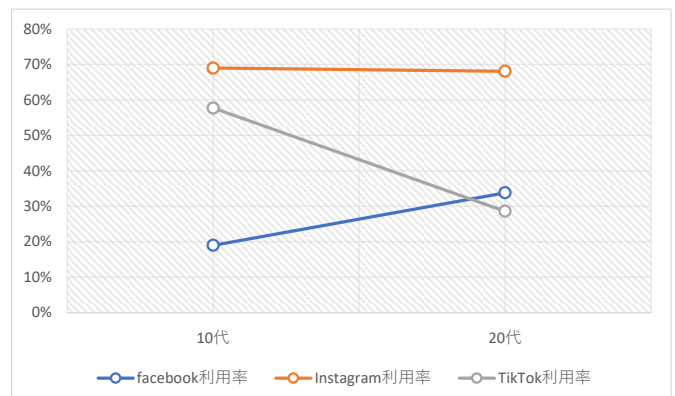
いないのに、一人あたりの仕事量だけが減少することに繋がりがねません。

園内マーケッターは広報の責任者としての役割を担います。ぜひこの講座を機会に園内に広報の責任者としての役割を創り出していただければと思います。

### ● 時代の変化とギャップ

時代は常に変化しています。例えばインターネットがない時代に生まれた世代とインターネットがある時代に生まれた世代では情報収集の方法が大きく異なります。多くの園で新卒1年目から3年目の先生方にインタビューをさせていただきますが、仕事をしていく上での不安や悩みについて、「先にある程度の答えを教えてほしい。あとから指摘や指導をしてもらうことが多く、効率が悪いと感じる」という声がよく挙がります。今の新卒1年目から3年目の先生方はインターネットがある時代に生まれた世代です。この世代は、**自分の調べたいことはインターネットを使用すればおおよその答えや参考になるものが見つかるという中で生活してきた世代**です。逆を言えば、**物事を進めていく上で、先に参考になるものを見つけ、効率よく物事を進めるという経験をたくさんしてきた世代**です。そのため、情報収集力が高く、効率を求める世代なのです。生きてきた時代が異なれば仕事の進め方はもちろん、価値観は大きく異なります。年齢が離れれば離れるほど価値観の違いは大きくなります。

### 【10代・20代のSNS利用率】



※総務省「令和2年度情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査報告書」



この価値観の違いは園児募集や採用活動において、大きなズレを生むこととなります。

**園児募集の対象となる保護者は30歳代、新卒採用の対象となるのは20歳前後です。残念ながら私たちは毎年年齢を重ねますが、園児募集の対象となる保護者の年齢や新卒採用の対象となる学生の年齢は大きく変化しません。**差は年を重ねるごとに大きくなっていき、価値観のズレも同時に大きくなっていきます。価値観のズレを出来る限り少なくしていくためには、その世代に近く、さらにマーケティングの知識を有する人材の育成が重要です。園内マーケッターは価値観のズレをなくし、それぞれの世代に合ったマーケティングを行っていくことが求められます。各世代の特徴を捉え、その時代に有効な広報媒体などを適切に選択し、適切なマーケティングを行います。

## 講座で身に着けることができること、手に入るもの

### 業界動向の理解

業界動向の把握は、マーケティング担当者にとっても重要であるとともに、常に業界動向への意識を持ち、時流の変化に敏感に対応できる力が求められます。

特に近年では業界の変化は目まぐるしく、子ども子育て支援新制度の開始、幼児教育の無償化、満3歳児への対応など、園児募集・採用活動に大きな影響がある出来事が立て続けに起こっています。また、業界動向だけではなく、新しいメディア媒体や新しい技術への興味・関心も重要です。

**マーケティング担当者には常に変化に敏感な姿勢を持ち、その時代に必要なものを取り入れ、活用していくことが求められます。**

本講座では業界動向の理解はもちろん、新しい情報を収集していくことへの意識をつけていただきます。

### 調査・分析力

例えば皆さんは以下のようなことをどのくらい把握されていますか？

- 自園の周辺地域の子どもの数
  - 在園児の通園範囲
  - 周辺の競合園の数
  - 競合園の利用者負担額
  - 競合園の給食頻度
  - 競合園の未就園児教室の取り組み
  - 競合園が取り組んでいるWEB媒体
- 自園周辺地域のことを知ることはとても重要なことです。

例えば人口が少ない場合、通園範囲を拡大する必要があるかもしれません。もしくは対象年齢を拡大する必要があるかもしれません。

周辺の競合園の利用者負担額を大きく上回って

いた場合、その上回っている理由が保護者に伝わらなければ園児募集はうまくはいきません。

調査をすることによって、自分たちの“今”を把握する事ができ、“未来”に向けてどうしていくのかを検討していくことができます。

本講座では以下のことができるようになります。

- ✓ **自園周辺の人口を把握し、自園の得意エリアや今後の有望なエリアを特定する**
- ✓ **自園周辺の他園の調査を行い、自園の独自性や強み、逆に今後行うべきことを把握する**
- ✓ **内部アンケートを通して自園の強みや保護者に求められていることを把握し、強みの明確化や発信内容の検討を行う**

私たちは感覚でものごとを進めてしまいがちですが、数字に落とし込み、実際に分析をしてみることで、今まで見えてこなかったことまで見える可能性があります。より現実に基づいた戦略の実現を行っていくためには調査が必要であり、園内マーケッターに求められる重要な仕事の一つです。

## 募集の仕組み構築力

調査によって現状把握が出来れば、その状況に基づいた戦略を立てることができます。未就園児教室は現在の形でよいのか、給食や預かり保育などの利便性は現在の設定でよいのか、採用活動への取り組みは他園と比較して足りないところはないか、などなど、調査を行うことで見えたことは、その後の戦略を練るために生かされていきます。その中でも**園児募集も採用活動も重要なことは「人が集まる仕組み」を作ることができるかどうか重要**です。そのためには、自園周辺地域の調査に限らず、地域を超えた他園の先進的な取り組みやその他の業種で行われている有効な戦略などにも注目し、自園に落とし込んでいくことが重要となります。本講座では、全国の事例をもとに、人が集まるための仕組みをご紹介しますことで、実際に自園の戦略・仕組みづくりの検討を行っていただきます。

## イベントの企画力

**人が集まる仕組みを作ったとしても、「きっかけ」がなければ人は集まりません。**園児募集や採用活動において、人が集まるきっかけの代表例がイベントです。そのため足を運びたいと思うイベントや教室等を企画することができるかどうかは園内マーケッターの重要な役割です。入園説明会や見学会、0歳から1歳を対象としたイベント、2歳児に向けたイベント、学生に向けたイベントなど、様々なイベントが考えられます。園児募集や採用活動で重要なポイントは「如何に名簿を集めるか」です。人が集まるイベントを企画することが出来れば、来園者が増えると同時に、名簿が増えていきます。ここで得た名簿が将来の園児募集や採用活動を成功させることに繋がります。本講座では様々な事例を通して見えてきた人が集まるイベントのポイントの解説や、他園で行われているイベントの紹介のほか、実際にイベントの検討を行っていきます。



ワークを通して実際に計画や企画を行います



## 紙媒体作成力

イベントを企画したらそのイベントに人を集めるための広報が必要になります。広報は「アナログ媒体」と「デジタル媒体」を組み合わせるメディアミックスの考え方を持つことが重要です。保護者や学生が園を知るきっかけは実に様々です。チラシやポスター、ホームページはもちろんですが、それだけではなく、園バスや各行政においてある冊子や案内、友人からの口コミなどそのきっかけは多様化しています。そのため、**チラシだけ、ホームページだけなど、一つの広報媒体に絞ってはい十分な広報にはなりません。**マーケティング担当者は**アナログ媒体からデジタル媒体まで、そのそれぞれの作成から運用まで行うことが求められます。**

Gクリップコーポレーションでは年間を通して多くの紙媒体の作成を行っています。その中から導き出された成果の出る紙媒体を作成する際のポイントをお伝えさせていただきます。また本講座ではすぐにでも使用できる自園オリジナルのチラシづくりを行い、紙媒体の作成方法を実践的に見に付けていきます。



様々なチラシサンプルがダウンロードできる「ツールBOX」を利用し、実際にチラシ作成を行います。



## SNSの運用力

デジタル媒体の重要性は言うまでもありませんが、その中でもSNSは気軽に使用できるとともに、利用者も多く、園児募集・採用でもその重要性は増えています。しかし、SNSは世代によって使用しているものが異なり、世代に合ったSNSを運用しなければなかなか成果に結びつくことはありません。例えば一昔前ではfacebookの利用率が高い傾向にありましたが、前出の図のように現在では幅広い年齢層でInstagramのほうが利用率が高い傾向にあります。また、年齢別にみると10代でTikTokの利用率が高まっていることがわかります。

Instagramは園児募集・採用活動に、TikTokは採用活動において有効性が高まっているということです。

SNSにはそれぞれに特徴があり、運用していくポイントがあります。**本講座では、Instagramを中心にInstagramの特徴や運用のポイントを学び、まだInstagramを始めていない園についてはInstagramの開設から運用まで、すでに始めている園にはより良い成果を出していくためのポイント解説のほか、実際に写真の撮影や写真の編集などを行います。**また、最終講座では**TikTokにも触れますので、今、学ぶべきSNSについて網羅的に学ぶことができます。**



## 導線設計力

ホームページ、Instagram、YouTube、LINE、ブログなど、近年では幼稚園においても実に多くのインターネット媒体を活用しています。インターネット媒体は閲覧者側に好みがありますので、多種多様な媒体を運用することによって、何かしらのアプローチができる可能性がありますので、出来ることなら多くの媒体を運用したいところです。

一方で、インターネット媒体が多様化し、閲覧者側がせっかく運用している媒体を探ることができず、閲覧されないということも起こっています。今一度、自園のインターネット媒体を見直し、整理をしていくことも重要です。整理をしていく上で有効な媒体としてLit.linkというものがあります。簡単に説明すると自園のインターネット媒体を一つのサイトに集めたリンク集です。インターネット媒体を一つの場所に集めることによって閲覧者は何を運用しているのかを理解し、閲覧しやすくなります。また、InstagramのプロフィールにはURLを一つしかリンクさせることができませんが、Lit.linkを活用することによって、一つのURLでも自園の運用しているインターネット媒体を網羅して伝えることができます。本講座ではLit.linkの作成から活用方法までお伝えさせていただきますので、講座終了後すぐに使用できるLit.linkを手に入れることができます。

## 広告設定力

イベントを企画し、SNSを運用したとしても、それだけでは地域の多くの保護者や学生に認知してもらうためには不十分です。なぜならばホームページやSNSの多くが園のことを知っている方を対象としているからです。例えばホームページであれば、園名を知っているからこそ、そのホームページと出会うことができますし、SNSについても園名を知っているからSNSと出会うことができます。根本的に園名を知ってもらうための取り組みを行う必要があります。

## 【lit.linkサンプル】



lit.linkは自園のインターネット媒体を一つにまとめることができる

昔であれば折込チラシやポスティングなど、アナログ媒体を活用した広告が良く行われてきましたが、現在ではその効果は下がり続けています。今、新聞の代わりに情報収集するメディアとして利用されているのはインターネットニュースやSNSです。これからの広告は、**デジタル媒体における広告を設定できるかどうか**が重要となるのです。本講座では学生から保護者世帯に対してアプローチすることができる有効な広告であるSNS広告、とりわけInstagramへの広告設定方法を身に付けるほか、Google広告の設定方法も学ぶことができます。



## WEBページ作成力

広告運用を行っていく上で重要になるのがランディングページです。**ランディングページとはインターネット上で初めて閲覧者が見るページのことを呼びます。**ランディングページを作成するということはHPのページを1ページ作成するというイメージです。インターネットの広告を運用する際には、広告をクリックした後にどんなページに移動するのかということがとても重要です。広告の内容とページの内容が異なればよい反応を得ることはできませんし、ページの内容が魅力的なものでなければ良い反応を得ることはできません。**今回の講座では、インターネット上に設置することができる1ページを作成する方法からページ構成のポイントまで学び、ランディングページを作成する力を身に付けます。**

## Googleフォーム作成

ランディングページを作成できたとしても、**申し込み方法が電話での申し込みや園まで足を運んでもらわなければならないという場合、その反応率は大きく低下します。**逆にそのままインターネット上で申し込みができる場合、反応率は高まります。申し込みのハードルを極力下げ、申し込みしやすい形にすることで、イベントへの集客も変化してくるのです。本講座ではGoogleフォームを活用した申し込みフォームの作成を実際に行いますので、すぐに自園でもご活用いただける内容となっております。

## 動画作成力

前述の通り、**近年ではTikTokの重要性が増しています。**特に10代の利用率が高まっており、採用活動において活用する園が増加傾向にあります。TikTokは簡単に言うと動画を共有するSNSです。幼稚園業界では今までは写真での情報発信が主体でしたが、最近では動画での情報発信に力を入れる園が増加しました。特に新型コロナウイルス感染症が拡大したことによって、オンラインでの打ち合わせや園見学など、動画や映像を通しての発信が急激に進んで、動画や映像への整備が急激に進んでいます。動画や映像は写真以上にリアルな姿が伝わっていきますので、もはや情報収集がインターネット主流になっている現代では、**リアルな姿を隠しながら情報発信することは、不信感につながってしまう可能性**があります。リアルで等身大の情報発信は閲覧者からの信頼性を高めます。マーケティング活動全般に言えることですが、**重要なことは近年のトレンドをしっかりと抑え、必要になったときに対応できる体制になっているかどうか**です。TikTokについてもいつでも対応できる状態にしていることが理想です。本講座ではTikTokを中心に動画の編集を実際に行う実践講座をご用意いたします。一昔前と比べると動画編集を行うためのツールは大きく変化しており、初心者でも動画編集できるツールが登場しています。ぜひ楽しみにお越しください。



## 7月29日、30日の2日間、定員10名の少人数制集中講座 早割ありです！

本講座はGクラブスタジオにて開催し、7月29日13時～19時、7月30日10時～17時、合計12時間(途中休憩あり)の集中講座です。また一人ずつ実践的に学んでいただくために定員を10名までとし、少人数制での開催となります。感染症対策を実施しながらつぷりと、みっちりとお伝えさせていただきます。夏から秋はまさしく園児募集・採用活動のメインの時期です。本講座では実際に作成を行い、すぐに活用できるツールもございます。ぜひ本講座を通して、園内マーケッターとしての知識と技術を身に付け、今年度の園児募集・採用活動から活かしていただければと思います。

本講座を早割がございませう。6月中にお申込みいただいた場合、通常88,000円(税込)/名のところ、77,000円(税込)/名にてご案内させていただきますので、ぜひお早めにお申し込みください。皆様からの申し込みを心よりお待ちしております。

### 過去の短期集中実践講座にご参加いただいた皆様の声

昨日に続き、緊張はありませうが、気がつけば、これもあてやめてみたいという自分になっていて驚きました!! できないことが、肩すかしにいんじやなくて、笑ひたい、やめてみたいという気持ちがか大切なんだと思ひました。

2日間、本当にありがたうございませう。参加できて良かったです。

〇広報がどれだけ重要か、又園児募集の方に中々手が回らぬ、手遅れがもたらぬ不安になったが、今からでもまだ詰められることをよく考えて、しっかり実行していくようにしたいと思ひた。

〇石井先生の雰囲気も大変よく、細かな質問やできていない部分をしっかりと見つけて頂いて、嬉しかったです。ありがとうございました。

・“未知”ことがどれだけ大切であるか。

幼稚園運営に関する単語でも、知らないものが正直とても多かったです。業界の動向だけでなく、委員会や子どもの人数など、知っていたけれど判断できないこと、考えや理由が分からぬことなど、何をすればいいのかを考えたとしても、どうありたいかにかえて、知識を身につけることの大切さを痛感しました。e-statなど初めて知ること、こんなことができた! ということが本当にたくさんあるのだと思ひ、学ぶことの大切さ、明日もさらに手を挙げて参りたいです。

・全てに相手が存在すること

何を考えるにしても、子どもや保護者の方、お世帯があつてこそで、相手の視点をぜひ受け入れて考えられるか、の視座を考えたこと必要かを感じ、気づくことができました。

園経営やマーケティングは、園長に任せられていて、主幹保育教諭となり、協力していかなくてはならない部分だと思ひていてもなかなか参加出来なかつたり、そもそも自分にも出来る事はあるのか? という所も分からなかつたのが、今日学んだことで、自分も頑張れる部分がかわかってきた気がした。

現在、未就園児教室をもう1人の主幹保育教諭と共に任せてあるが、そのあり方を、とても重要に考え充実にしたい。また、今は園庭開放で0~2歳児の親が毎月2回あり開催しているが、本当にただ開放しているだけなので、あり方を考えていきたい。

今日はたくさんのごことを学んだので、しっかりと整理し、これから自営のマーケティングに積極的に参加していけるようにしたいです。

・2日間 ありがとうございます。

実際にすぐに使、できるアイデアが盛りだくさんでした。

・ス々にワクワクするセミナーを受講

させて頂き、ありがとうございます。

・設楽さんのリーダーとしての「チームづくり」にも興味がかわきました。

・素晴らしいスタッフ達(仲間ですね!)がですね。

これまで何よりも考えていた数字(定員など)をしっかりと考えて出せる数字に出来る様になったと思ひます。

保育士という職種ではなかなか得られる機会がなかったマーケティングの知識を丁寧に実践も含めてご指導頂けた事が良かったと思ひます。

本日はありがとうございます。明日もよろしくお原儀致します。

2日間、本当にありがとうございます。

学ぶこと、知らないことを知っていくことがすごく楽しいことだと改めて感じながら2日間を過ごせていたことができました。こんなこともできますよ、とお声かけしていただくこと、とても嬉しく全てが学びでした。

## 講座構成と講師紹介

### 【第一日目 講座構成 7月29日(金)】

講座	担当	内容	時間
第1講座	設楽 竜也	マーケティングマスターの必要性と業界動向	13:00~14:00(60分) 休憩10分
第2講座	野中 彩乃	調査の方法と考え方	14:10~15:30(80分) 休憩10分
第3講座	林 勇希	園児募集の仕組みづくりと考え方 イベントの重要性と考え方	15:40~16:30(50分) 休憩10分
第4講座	林 勇希 野中 彩乃	広報媒体の知識とチラシ作成	16:40~17:40(60分) 休憩15分・軽食
第5講座	野中 彩乃	SNSの重要性と運用実践	17:55~19:00(65分) アンケート記入をお願い致します。

### 【第二日目 講座構成 7月30日(土)】

講座	担当	内容	時間
第1講座	野中 彩乃	Lit.linkの概要と運用	10:00~11:00(60分) 休憩10分
第2講座	林 勇希	インターネット広告の考え方とランディングページ	11:10~11:50(40分) 昼食休憩60分 ※お弁当をご用意いたします
第3講座	野中 彩乃	ランディングページの作成とGoogleフォームの作成	12:50~14:00(70分) 休憩10分
第4講座	林 勇希 野中 彩乃	動画の活用とTikTok実践講座	14:10~16:10(120分) 休憩10分
まとめ講座	設楽 竜也	これからの園経営とマーケティングマスターの重要性	16:20~17:00(40分) アンケート記入をお願い致します。



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かたちにし、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、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。



ジュニア  
コンサルタント  
野中 彩乃  
(のなか あやの)

超相手本位の姿勢から、社外・社内から可愛がられ、応援される期待の若手コンサルタント。デジタル媒体におけるマーケティング戦術に精通しており、SNSの運用から業務効率向上のためのデジタル媒体活用、デジタル媒体を活用した映像配信まで、幅広く精通している。

実践的な講座のため、少人数での開催(定員10名)です。  
6月末までのお申し込みで早割が適用されます！



インターネットからの  
お申し込みはこちらから



株式会社Gクリップコーポレーション

住所：162-0844 東京都新宿区市谷八幡町12-1 GardenTerrace 2F

電話：03-5579-2356

本講座内容に関するお問い合わせは野中(ノナカ)まで

お申込みに関するお問い合わせは三浦(ミウラ)まで