

いま、
どう正解を導き出せばいいか
わからないので…、
聞いてみることにしました。

出生児数811,604人で対前年比で29,231人減少した2021年度…
令和4年、待機児童数2,944人となり“ポスト待機児童”と呼ばれる時代に突入…
新型コロナウイルス流行による世界的パンデミックや戦争によって不安定化する世界情勢…

園児募集難や採用難など“減”の理由を外部に求めれば枚挙にいとまがありません。

成熟社会はマーケティングのアプローチと成果に著しい変化が生じているようです。

もちろん、幼児教育・保育業界における、
“園児募集”と“職員採用”の重要性に変化はありませんが、
“ポスト待機児童時代”と呼ばれ、保育園においても園児募集の重要性が囁かれる今、
これらマーケティングにおいて集めるもの（マーケティングの目標）が
これまでの“共感”から“共体験”へと変わってきたと言われています。

正直、何が正解なのか私たちもわからないので、
卓越した“共体験”価値の創出で幼稚園・保育園のマーケティングにおいて
圧倒的な成果を出しているお二方にお話しいただくことにしました。

またとない機会となりますので、是非ご都合つけてご参加下さい。

東京開催

@TKP市ヶ谷カンファレンスセンター

2022年

10月27日 木

| 13:00-17:30 | 12:30～受付

- 取組をお話しいただく二人のゲスト講師 -

学校法人宮城明泉学園

社会福祉法人ChaCha Children & Co.



理事・副園長 武浪 忠 氏



理事長 迫田 健太郎 氏

本セミナーの要点 # 天才成田助教授の発言 # 変化へのアシスト

己の信ずる所を追求し、その「共同体験」を企画せよ！

2022年8月21日 10時50分、東大安田講堂。イェール大助教授の天才成田悠輔博士は幼児教育の効果とエビデンス(証明となる根拠的データ)についてこう言及した。「プロジェクトが壮大過ぎて、エビデンスを示せない」「仮にエビデンスが証明されても50年後なので前進したトキの現代社会では実用性に乏しい…」と。

「〇〇をすると、将来●●になる」といった論証を、科学的に証明された根拠に基づいた理論(エビデンス ベースド)と呼びます。こと幼児教育に関しては、この**エビデンスに基づいたカリキュラムの組み立てが極めて困難**だと成田氏は言います。目の前のマシュマロを我慢することで後にマシュマロ2つを手に入れることができた子どもが成功する傾向があると結論付けられた、かの有名な「マシュマロテスト」も、後の実験では**我慢強さよりも経済的にゆとりのある家庭の子どもの方が成功する要因として影響が大きい**という説が今では主流となっています。つまり、長い時間軸の中で考えると、多くのことには絶対的な正解など存在しえないのではないか？という考えにいったん落ち着きます。もし成田博士が主張する通り、幼児教育に有効なエビデンスの証明が困難であるのならば、私学は特に**学園の理念やビジョンに沿って目的を遂行することで反響を得るのが唯一の正解**なのだと思います。成田博士の話は、幼児教育はつまり、「こんな大人に育てほしい！」「よりよい社会を創りたい！」「グローバルに活躍してほしい」等、経営者のミッションやビジョンを実現するために、どんな教育をするか？これを分かり易く伝え相手が正しく理解できるようにすることです。そして記憶の深くて広いところにいつまでも残るような**「共同体験」**が生まれた時、そこに**価値を見出せる人同士が繋がり、理解者の輪を拡げることが、正解のない時代の“納得解”へのアプローチ**になるはずだ！という思いに至りました。この「共同体験」で“地域社会”と価値共有を実践している二人のゲスト講師に教えてもらおうと企画したのが本セミナーです。

#なぜ“共感”ではなく“共体験”なのか？

“共感”よりも“共同体験”が求められる社会

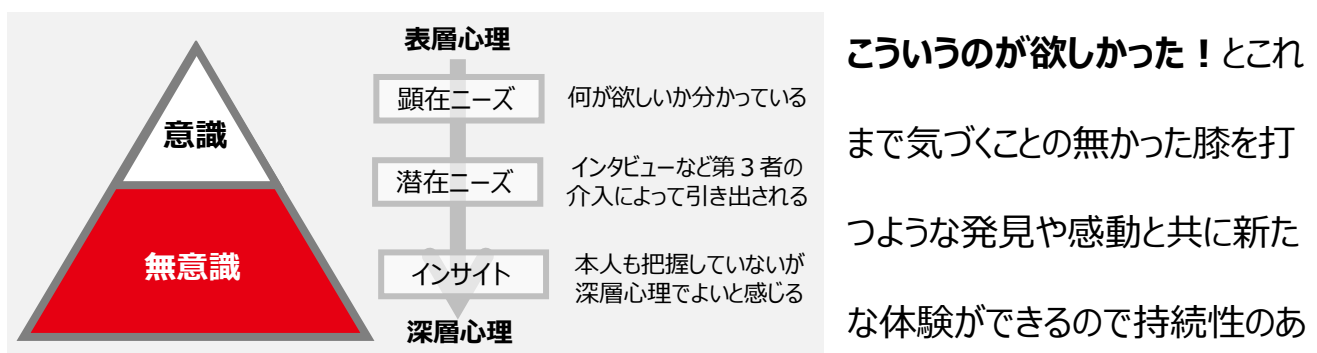
「どちらもさして変わらないじゃないか！というご指摘はごもっともですし、

文面で説明すると、ひどく誤解を生みやすいので……………、

“一過性(共感)と持続性(共体験)の違い”とだけ覚えておいてください。」

音楽やスポーツをライブで観ると臨場感あふれる“体験価値”が伴います。この体験があると、その価値は“体験記憶”として脳内に刻み込まれ、持続性のある“共同体験”となります。一方、共感とは、「なんかわかるなあ〜」や「なるほど〜」みたいに、合点がいく状態だと言われます。共感と共同体験のどちらが優れているということではありません。共感も必要ですし、共同体験も必要です。ただ、モノやコトに溢れた今の日本のような成熟社会では、**効果的なマーケティングを実現するうえで、共同体験の創造は比較的有效打となり得る**と言われます。

モノやコトに溢れた社会では、消費者ニーズ（認識のある欲求）よりもインサイト（無認識の欲求）を重要視します。ニーズも顕在化しているものと潜在的なものに二分されますが、成熟したモノ余り社会においては、たとえそこに「共感」があっても、期待を超えるサービスの体験を得ることは出来ず、いずれのニーズを満たしていても“想定内”の体験にとどまり、消費者の心を熱くするのは難しいのです。対してインサイトは深層心理でよいと感じるものなので、



る記憶として心に残り、その後の良好な関係性発展に大きく寄与することとなるのです。

“ポスト待機児童時代”は園児募集や職員採用など、マーケティングにより一層のドライブをかける必要があります、そのドライブのヒントが“共体験”にあると考えています。

#地域社会 #社会課題の解決

社会課題の解決は共同体験価値と一体化価値の関係が生まれる！

「地域社会の子育て世帯を定義し、募集の為ではなく、

その世帯が抱える課題(インサイト)の解決案となっている子育て広場(親子広場)や
体験教室に圧倒的に人が集まる。」

子ども子育て支援新制度下では、類型ごとの補助金メニューに微妙な違いがあります。その為か、補助金の獲得効率を高めることが園経営の要であるかのような錯覚に陥る事も時折あります。補助金の獲得が重要なのは言うまでもありませんが、やはり、**地域社会の支持を得て、子どもや職員が集まる園**に基本的にお金も集まるようになっています。この構造は私学助成園ではより顕著に表れやすいと思います。

入園が低年齢化する幼児教育施設では、**入園意志を決定する接点づくりが年々難しく**なっています。先ほどの“**共同体験**”価値が共有されていない相手に対する募集活動は相手にとって望まない情報、もしくは営業のための一方的な情報となる可能性を孕んでいます。

関東のある園では、生後2年未満の子を持つ母親の居場所づくりに地域の課題があると仮説を立て、それまでの低年齢児向け親子広場を、“母親のための”子育て広場にリニューアルし仮説検証をした結果、登録者数が150%に増加し、利用率はほぼ毎回100%を達成するなど見事に活性化しました。民間の事業者が実施する“子どものための広場”がどこか“入園のための営業の場”となりつつある空気を感じていた親の認識を、“母親のための居場所”へと認識の変換（パーセプションチェンジ）を行い、無償で利用できる“居心地の良い第3の居場所”のプロモーションを行い、実際に「体験」してもらうことで、次第に口コミが広がり利用者が増えていった好事例です。この広場では**園を体験しながら信頼関係を構築していった結果**、1歳児登録者の90%が翌年満3歳児として入園しています。

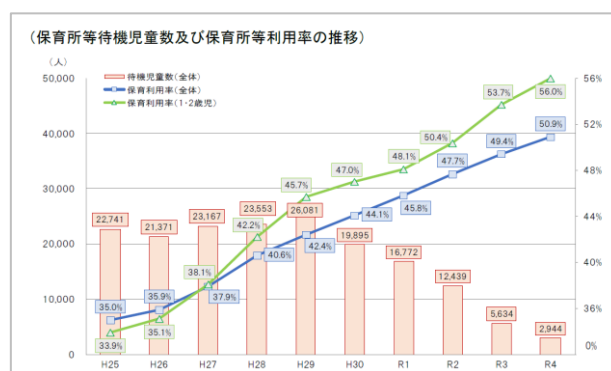
ChaChaChildren&Co. # Education is Empathy
迫田健太郎氏

採用、募集難はよりよく理解し合うことで本質的に解消する

ChaChaChildren & Co.は都内を中心に関東で16の保育園を“ChaCha”ブランドで展開する社会福祉法人です。保育園への入園は、入園希望者が利用申込書に第一希望から順に園名を記入して役所に提出し、役所側で利用調整をはかり入園が決定します。

つまり、“待機児童”が社会問題として過熱報道されていた2016年当初は園児募集などは全く考える必要のない状況にありました。しかし、迫田氏はこの当時から**園児募集という概念をもって募集対象者や採用対象者と“伝わる”コミュニケーション**を実践してきました。

令和4年の待機児童数は全国で2944名、
今定員充足率が100%に満たない保育園
の不足分で十分賄えるレベルまで待機児童
問題は解消しています。



出典：厚生労働省「保育所等関連状況取りまとめ(令和4年4月1日)」

保育園はこれまで“待機児童解消”というビジョンと共にその社会的役割を果たしてきましたが、「ポスト待機児童時代」と言われる今、各園が掲げるビジョンはより所在する地域の実情に合ったものにするか、もしくは次なる社会課題を解決するためのものである必要があります。これは、幼稚園にも同じことが言える筈です。ChaChaChildren & Co.は2022年より「**Education is Empathy-よりよく理解し合うことで世界は変わる-**」をコンセプトに、保育の本質＝「**伝えること**」と定義し、子どもたちの暮らしの中にある「教育的価値」に視点を定め、ChaChaの保育が“**より伝わるように伝えることを強化**”しています。その旗艦的役割を果たすのが、**教育的ドキュメンテーション**です。ライブ感溢れる子どもたちの毎日の暮らしの中にある存在感や育ちの豊かさを“伝わるように伝える”ことで保護者との「**共同体験価値の共有**」を強化することでEMPATHYが広がり学生や自園所在地域の子育て世帯の圧倒的支援を集めているのです。

**# 明泉幼稚園 # MeySen # 主眼を置くのは寄付よりも心躍るツナガリ
武浪忠氏**

目標は“寄付”ではなく心躍るツナガリで広がるファンづくり

宮城明泉学園(MeySen)は仙台市泉区に丸山キャンパス(定員650名)・高森キャンパス(定員700名)の2つの幼稚園を運営する私立幼稚園です。英語教育が有名で1967年の開園当初から英語教育が開始され、翌68年には小学生向けにフレンドクラブを、更に1999年からは中高生向けのハイスクールを開設し、長年に渡り教育に関わるライフタイムバリュー(LTV)を高め、英語を修得してグローバルに活躍できる人材育成を実現しています。グローバルに活躍できる人材育成の根幹をなす明泉学園の英語教育は、GrapeSeedというブランドで全国的に展開され有名ですが、実は英語教育以前に圧倒的な支持を集めるナラティブ(社会課題解決物語)が存在します。ミッション、ビジョン、バリューの“MVV経営”や“パーパス経営”が注目されている昨今ですが、明泉学園は設立当初から、「**MeySenは何のために存在するのか？**」と向き合ってきました。そしてその答えを「**地域とのツナガリを深め、協力してもらいグローバルに活躍できる人材を育成して地域に還す**」という循環システムの構築に見出すことで発展してきたのです。“地域とのツナガリ”は卓越したプレゼンテーションや広報媒体の活用によって徐々にその輪を広げ、地域から全県、全国へと広がった結果として、多額の寄付が職員、在園、卒園児、さらには地域住民や企業から集まるようになりました。MeySenが目指したのは**寄付ではなく、地域の人や企業との良好な絆(ツナガリ)**なのです。寄付は最終的な絆の結果ですが、“MeySenに関わること”が“ワクワク感”と強く結びついているのは、**継続的な繋がりを見える化し敬意を表し続けている**からなのです。汎用性の高いマーケティングや確固たるエビデンスに基づいた安定した経営地盤を築くのではなく、人や地域に寄り添いながら“今”のニーズを捉えてすぐにアクションに移す経営姿勢を広報することによって「共同体験価値」となり、“**法人の内側**”から**外側に広がっていく**からなのです。

パーセプションチェンジ（認識変化）して再活性化する時代の幕開けに！

保育認定児童の「利用調整」とは、利用者の希望を行政に提出し、担当者が“保育の必要性に応じて”点数化し入園可否や入園先を割り振るのですが、待機児童がいなくなれば事実上“この”利用調整は不必要ということになります。しかし利用調整はなくなりません。昨年、待機児童がゼロになったエリアの保育課にて2号認定児の定員設定の打ち合わせでは「定員は各学年10名にして下さい。」と伝えられました。理由は、自園が10名以上に設定すると他園で定員割れが出るためだと言うのです。既に共働き家庭は100以上あるので、もし2号認定移行希望者が30名以上出た場合どうするのですか？と尋ねると、役所で利用調整をして他園への転園を実施すると言うのです。つまり、2号認定希望する在園児が“利用調整によって空きのある他施設へ移動”になるということです。利用調整が“入口の調整”から“途中の調整”へと変化するということです。※このエリアでは実際にそうはなりませんでした…

これまでの常識はこれからの非常識になるひとつの事例です。

パーセプションチェンジの事例をもう1つ。

先月21日にあたらしい保育イニシアチブというイベントが開催されました。1400人もの関係者が現地とオンラインで参加した大きなカンファレンスでした。内容としては



「幼保認可園が地域のインサイトと向合い輪をもって少子化の海原と対峙しましょう！」

という提案でした。幼稚園は保育機能を、保育園は教育機能をそれぞれ強化し、「園選び」に幼稚園、保育園、認定こども園を並列で検討するのが主となたのが新制度以降の保護者の動きです。このパーセプションと正しく向き合うために、迫田先生、武浪先生にお話を伺う機会を頂戴しましたので、**10月27日(木)** TKP市ヶ谷でお待ちしております！

いま私たちが取組むべき 寄付立ち上げ“ワークショップ” 武浪 忠先生と共に学ぶ 3時間の特別セッション

翌日同会場別室にて開催！

@TKP市ヶ谷カンファレンスセンター

2022年

10月28日 **金**

| 9:00-12:00 | 8:45~受付

明泉学園では法人HPに掲載ある通り、これまで数多くの「寄付プロジェクト」を立ち上げ、多数の協賛者と多額寄付獲得に成功しています。このプロジェクトの趣旨はホームページ上で当事者に語り掛けるように、簡潔にこう表現されています。

地域で子供たちの未来を育み、分かち合いのコミュニティを築く。

明泉らしい教育を子供たちに与えられるのは
明泉の先生だけとは限りません。
皆さんの寄付は、明泉ならではの学びや成長になり、
やがて子供たちの未来になっていきます。
子供たちの未来は地域の未来。
あなたの善意と希望はいつか偉業として後世に記憶されるでしょう。

明泉の先生だけで子どもを育てるのではなく、地域の人々の善意と希望で子どもたちを育み、やがて地域に豊かさをもたらす存在となる子どもたちを共に育てていきましょう！というメッセージです。このメッセージが起点となり、これまで多くの賛同と多額の寄付が集まっているのです。

これほど多くの賛同者が集まる理由についてプロジェクト担当の武浪先生は語ります。

「“自分が育てる子どもたち”という強い主体性をもって寄付に賛同してくれるのです」

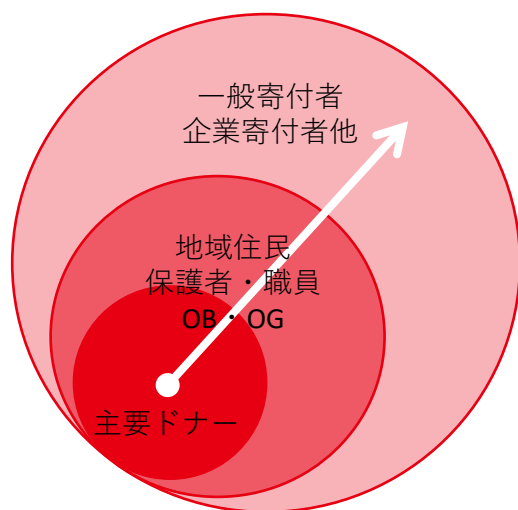
まさにこれこそが“共同体験”価値がシェアされている状況です。

この「共同体験価値」を皆さんの園で実現すべく、28日は本ワークショップにご参加いただく法人様の規模に応じた寄付プロジェクト立上ためのワークショップを行いますので、是非ご参加ください。

【ワークショップの詳細は裏面をご確認ください】

<寄付プロジェクトを成功に導く6つのステップ>

熱量の高い順に6つのステップを踏む！



【インターナルマーケティングイメージ図】

インターナルマーケティングという言葉があります。自法人を最もよく知る、近しい人たちから自法人のファンになることで、その熱が外部に伝播し、新しいファンが生まれていくというマーケティングをこう呼びます。

本ワークショップで皆さんが立ち上げる「寄付プロジェクト」で目標を達成させるには次の6つのステップを踏みます。各ステップ下にある矢印の色の濃淡は、左図「インターナルマーケティング」の熱量の広がりと同動させたものです。熱量の高い人をどれだけ巻き込んでプロジェクトをスタートさせるか？が鍵となります。6つのステップをマスターしてプロジェクトを成功に導きましょう！

STEP 1 事前調査と企画案策定

ヒアリング調査ニーズ調査を実施
寄付キャンペーン案作成
実現性評価(Feasibility Assessment)

STEP 2 企画及び開始準備

発起人への打診
キックオフミーティング
ドナーレンジチャート作成
ドナー顕彰プラン
スケジュールと方針策定
募集要項作成
HP作成・掲載

STEP 3 主要企業・個人へのアプローチ

主要企業・個人へのアプローチ
主要ドナーへの要請

(また次のプロジェクトへとツナガリは循環する)

STEP 4 関係者へ告知開始

現・元保護者への告知
現・元職員への告知
同窓会への告知
企業への告知

STEP 5 一般告知と行動促進

一般寄付金募集開始
個人寄付者年末アプローチ
企業寄付者年度末アプローチ
途中経過報告及び二次・三次募集
支援イベント企画
既存支援者へのフォロー
企業・個人最終お願い行脚

STEP 6 フォロー活動

寄付銘板作成
ドナー感謝イベント
寄付事業の最終報告
ドナーインパクトイベント
未来への支援要請

広報活動とフォロー活動でプロジェクトはさらに熱を帯びて伝播する！



03-5579-2357

お申込みはFAXで
今すぐ左記番号まで！

不透明な時代の脱“マーケティング”実践セミナー& 寄付プロジェクト立ち上げ“ワークショップ”

受講料	10月27日(木) セミナー会場参加	38,500円(税込)/名
	10月27日(木) オンデマンド配信	38,500円(税込)/名
	10月27日・28日両日参加	66,000円(税込)/名

※10月28日(金)のワークショップは、27日セミナー参加の方が対象となります。10月27日(木)をオンデマンドでご受講の方も、28日の会場参加が可能です。
※オンデマンド配信は10月27日(木)の動画のみ配信となります。開催後1週間以内に配信となり、2週間の公開期間内にご視聴いただくプランです。公開日時とURLは、準備が整い次第お申込者様にメールにてお知らせいたします。

開催日時	10月27日(木) 13:00~17:30 【不透明な時代の脱“マーケティング”実践セミナー】
	10月28日(金) 9:00~12:00 【武浪忠先生と共に学ぶ 寄付プロジェクト立ち上げ“ワークショップ”】

開催場所	TKP市ヶ谷カンファレンスセンター(各線市ヶ谷駅徒歩2分) ※会場は変更になる場合がございますが、その場合は事前にご連絡させていただきます。
------	---

お申込み情報 下記から該当するものを☑してください。

- 【受講形態】 ☐ 10月27日(木) セミナーのみ 会場受講を希望する
☐ 10月27日(木) セミナーのみ オンデマンド配信を希望する
☐ 10月27日・28日 両日申込を希望する ※どちらかに○をつけてください
(両日会場参加を希望 ・ 27日(木)のみオンデマンド配信希望)
- 【参加人数】 ☐ 1名で参加する ☐ 2名以上で参加する()人
- 【Gポイント】 ☐ Gポイントを使用する ()ポイント

ふりがな				ふりがな			
法人名				施設名			
所在地	〒			電話			
				FAX			
ふりがな		役職		連絡 ご担当者	役職： ご氏名：		
代表者							
ふりがな		役職		ふりがな		役職	
ご参加者 1				ご参加者 2			
メールアドレス @							

※受講票や御請求書は、メールにてお送りいたします。必ずご記入ください。

※最少催行人数（10名）に達しない場合はセミナーを中止する場合がございます。中止の場合はセミナー開催1週間前までに、お電話にてご連絡いたします。
※申込後、受講形態（現地参加またはオンライン参加）の切り替えはご遠慮ください。なお新型コロナウイルス感染拡大の状況によって、セミナーの開催方法が変更となる場合がございます。
※セミナー開催日から起算して1週間以内のキャンセルの場合、キャンセル料として受講料の100%を申し受けますので、予めご了承ください。
※今後ダイレクトメールの発送を希望されない場合、大変お手数ではございますが下記に☑を入れてFAXにてお送り下さい。

今後はダイレクトメールの発送を希望しない ☐

【個人情報に関する取り扱いについて】
申込用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーや勉強会の案内等に使用することがあります。法令で定める場合を除いては、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
必要となる情報（会社名・氏名・電話番号）をご提供いただけない場合は、お申込のご連絡や受講票の発送等ができない等、お手続きができない場合がございますので予めご了承ください。
その他、ご不明な点等ございましたら株式会社Gクリップコーポレーション（TEL03-5579-2356 担当：渡辺）までご連絡ください。



不透明な時代の脱“マーケティング”実践セミナー& 寄付プロジェクト立ち上げ“ワークショップ” 講師紹介・講座構成

武浪 忠先生 学校法人宮城明泉学園 理事・副園長

理事・副園長兼総務部担当として学園の発展に大きく貢献する。2001年より学園に携わり、初めて手掛けた仕事が園地整備に伴う道路拡張工事のための近隣住民との友好的交渉及び道路整備費用の寄付プロジェクトの立上げを行い多くの共感と寄付が集まり目標を達成。その後、教育活動充実のための「教育振興・環境整備資金」、留学生のための奨学金に充てる「A Way We Learn」、ホールを備えた新たな明泉の拠点「FRIENDS SQUARE」、時代に応じた教育提供、子育て支援拠点「タドラーハウス」の建築費など、次々と寄付プロジェクトを立ち上げては目標達成に導いている。



迫田 健太郎先生 社会福祉法人ChaChaChildren&Co. 理事長

社会福祉法人ChaChaChildren&Co. 理事長「Education is Empathy～よりよく理解しあうことで、世界は変わる～」をコンセプトに関東近県に16園を展開。1979年に埼玉県入間市の茶畑の真ん中に第1号園を設立して以来、子どもをひとりの人間として尊重し、丁寧に寄り添う保育・教育の実践者。「20年後を創る」を法人のミッションとし、子どもたちや社会の20年後を見据え事業展開を実践し、「あたらしい保育イニシアチブ」の立上げなど業界を変える新たな取組みを積極的に行なうなど、常に保育業界をリードするパイオニア。

講座構成 10.27 木曜日

講 座	担 当	内 容	時 間
第1講座	林 勇希	「新たな園経営のヒント！ “共体験”で集まる特選企業事例5選」	13:00～13:45 (45分) 休憩5分
第2講座	迫田 健太郎 先生	「“共体験”を生むChaChaの取組全集」	13:50～14:50 (60分) 休憩10分
第3講座	武浪 忠 先生	「“共体験”を生むMeySenプロジェクト」	15:00～16:00 (60分) 休憩5分
対談セッション		武浪先生×迫田先生に聞く経営のポイント	16:05～16:50 (45分) 休憩10分
第4講座	設楽 竜也	「脱“マーケティング”実践に向けて」	17:00～17:30 (30分) アンケート記入をお願いします

※17:40 終了予定

講座構成 10.28 金曜日

講 座	担 当	内 容	時 間
体験講座	武浪 忠 先生	「寄付プロジェクトを成功に導く 6つのステップ実践型ワークショップ」	9:00～12:00 (180分) 適宜休憩を挟みます

※12:00 終了予定

GCLIP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と実装でサポートする企業です。