7月5日(金)正午12時まで早割！

夏の短期集中実践講座

7/26-27

(金) 13:00～ (土) 10:00～

理論より実践、知識より体験、あり方よりやり方

自園に人が集うための広報を実現し
マーケッターを育成する超実践型講座。

園内マーケッターに必要な全スキルをたった二日間で網羅！

このような方にピッタリの講座です

- **最新のトレンド**をおさえた園児募集・採用活動を進めていきたい
- 園児募集・採用の**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
- あらゆる広報媒体を**園内で手掛けて運用**していきたい
- **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

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

本講座は実践的な力を身につ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。
園児募集・採用の園内マーケッ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。
本講座で身につく力を持ち帰り、園内マーケッターとしてご活躍いただくことが目的です。

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
□ Windows11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。

園内マーケッターがいることによって、園にもたらされるメリットとは？

01. 激動の幼保業界に対応できる園の体制が作られる

この数カ月間だけでも、幼保業界には様々な変化が訪れています。親が就労していなくても時間単位などで子どもを預けられるようにする新たな通園制度**「こども誰でも通園制度」の試験的導入**、東京都をはじめ、大阪市や栃木県各市などの地域で動き出している**保育所等利用多子世帯負担軽減事業の拡充等に伴う「0～2歳児までの第二子無償化」**、人員配置の改善による**3歳児15：1、4歳以上児25：1への変更**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。

このような業界の変化を捉えてトップは経営の舵取りをしなければならない中、園に人を集めるための広報業務のすべてをトップが担うということは不可能です。**経営の舵取りをするトップの近くで、園内に人を集める仕掛けを実践していく「園内マーケッター」の役割を担う人材が一層重要な時代**なのです。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。

02. すぐに仕掛けていく即効力・機動力が身に付く

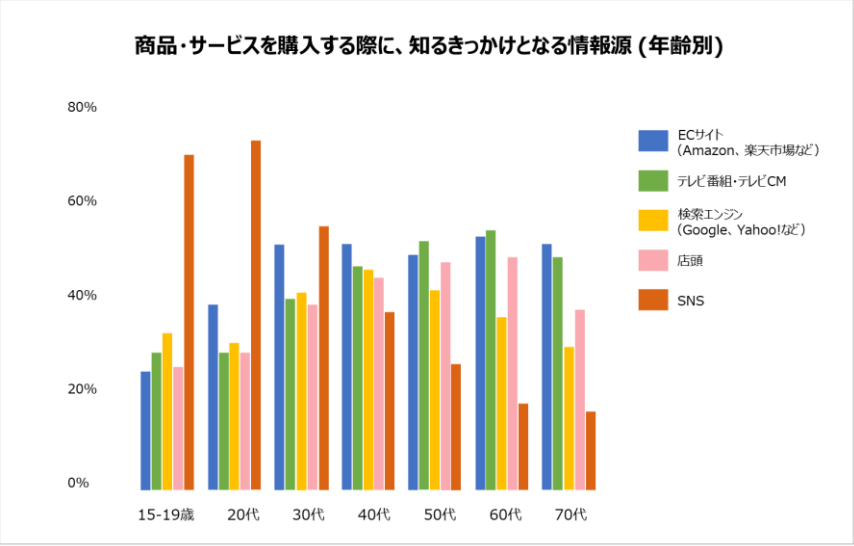
前述したような業界の動きがある中で安定した園児募集活動を実現するために、必要な時に必要なタイミングで集客していく力が園に求められています。入園者を最大化させていくためには、まずは未就園児の名簿状況から自園の課題を分析し、獲得すべき対象を明確にすることから始めます。例えば、低年齢児の獲得が必要であれば、0～1歳児の集客に有効な企画を理解し、集客に向けた広報活動を行っていくことで、ピンチな状況であっても集客するチャンスを作り出し結果に繋げることができます。このように**必要なタイミングで自力で仕掛けられる園こそが、どのような時代であっても園児募集活動を優位に進められる**のです。園内マーケッターのように広報の責任者がいることで、自園の課題やトレンドに合ったマーケティングを実現しやすくなります。

03. 業務の内製化によるコスト削減

広報ツール作成は、外部のデザイナーに委託して準備することでコストが発生します。フリーランスのデザイナーが業務受注するサイト「ランサーズ」によると、チラシ作成をデザイン会社に依頼する場合は15,000円～100,000円の費用が発生し、個人のデザイナーに依頼する場合は10,000円～30,000円が発生します。専門的な分野の業務を外部の専門家に依頼することで、コストが嵩んでしまいます。**チラシ等の広報物の作成を園内で完結させることで、このようなコストを抑える**ことができます。

04. 世代に合ったマーケティングが実現できる

時代は常に変化しており、生きてきた時代が異なれば価値観は大きく異なります。例えば、商品やサービスを知るきっかけとなった情報源について、10代・20代はSNSが圧倒的に多く、年齢が上がるにつれてテレビや店頭という回答が増えています。**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**ことになります。自園を認知してもらうきっかけとして活用すべき広報媒体を見極めていく必要があるのです。



Glossom株式会社「ソーシャルコマースに関する定点調査」

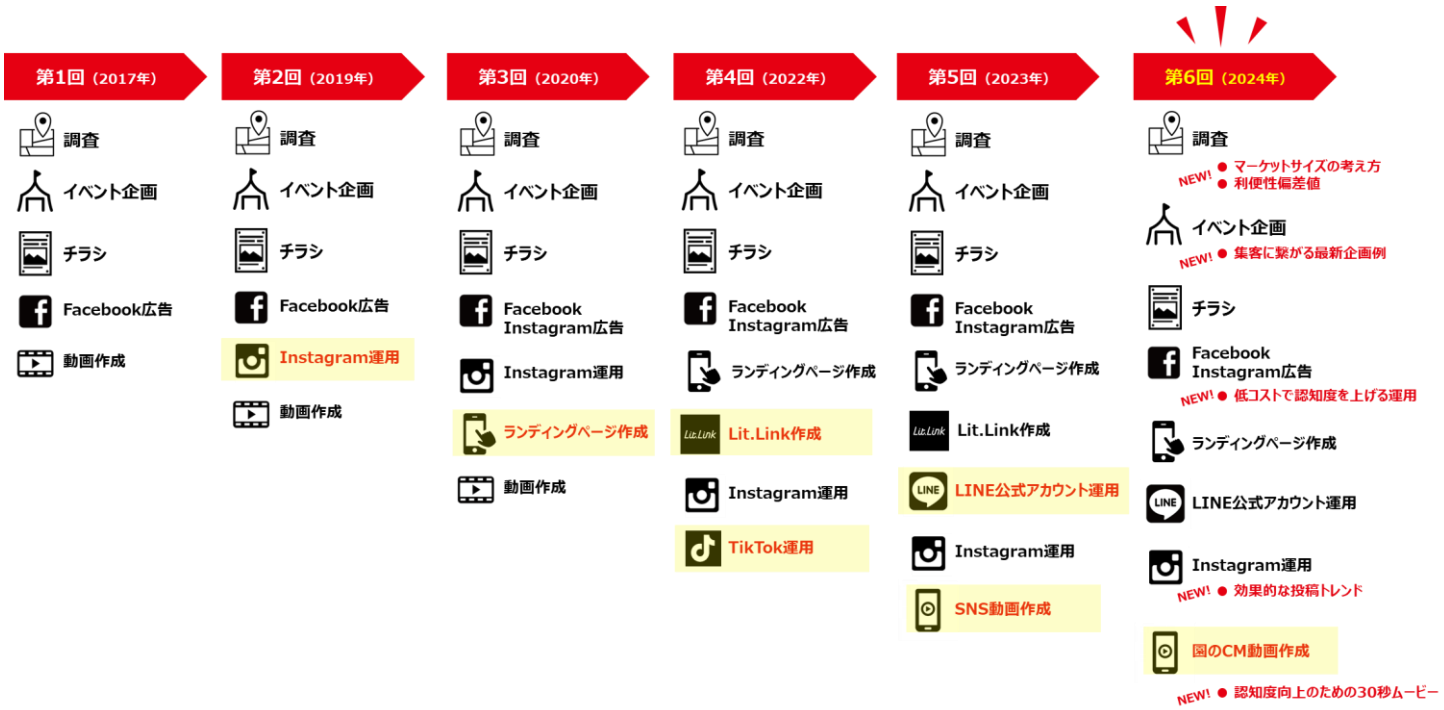
園児募集の対象となる保護者は30歳代、新卒採用の対象となるのは20歳前後です。残念ながら私たちは毎年年齢を重ねますが、園児募集の対象となる保護者の年齢や新卒採用の対象となる学生の年齢は大きく変化しません。差は年を重ねるごとに大きくなっていき、価値観のズレも同時に大きくなっていきます。**価値観のズレを出来る限り少なくしていくためには、その世代に近く、さらにマーケティングの知識を持つ人材の育成が重要**です。園内マーケッターは価値観のズレをなくし、それぞれの世代に合ったマーケティングを行っていくことが求められます。各世代の特徴を捉え、その時代に有効な広報媒体などを適切に選択し、適切なマーケティン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

本講座は、2017年より開始し、今年で6回目の開催となります。

第1回目からの本講座での実践内容を振り返ると、
園児募集や採用活動における広報手段は変化しており、
園内マーケッターに必要なスキルが
トレンドに応じて変化していることが分かります。

本講座は理論やあり方ではなく「**実践・やり方**」をお伝えしますので、
2日間の短期集中講座を通して
自園で活かせる「実践力」を身につけることができます。

スタッフによる手厚い個別フォロー体制を整えながら
パソコン・スマホを活用した体験・実践を行います。



2日間の講座を通して
このようなスキルが手に入ります！

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と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、さらには、こども誰でも通園制度の試験的導入、0～2歳児までの第二子無償化、人員配置の変化など、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？

❶自園の周辺地域の子どもの数　❷在園児の通園範囲　❸周辺の競合園の数　❹競合園の利用者負担額 ❺競合園の給食頻度 ❻競合園の未就園児教室の取り組み　❼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。

また、GCLIP独自の調査より、自園で募集達成するためには下記の指標が重要になっています。本講座では、自園の指標を確認することができます。

■ **対象人口10倍の法則**
自園エリアにおいて、募集目標の10倍の対象人口がある場合、募集達成しやすいという法則

■ **ブランド指数**
自園のポジションを把握し、今後の戦略を立てていくための指標となる数字

■ **利便性偏差値**
偏差値55以上を目指すことで自園エリアにおいて“幼稚園としての抵抗”が解消され、選ばれやすい園となる

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を実現し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。

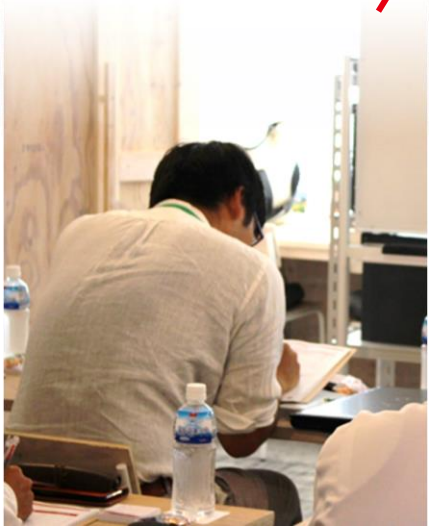
募集の仕組み構築力

調査によって現状把握ができれば、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、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**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することで、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「いかに名簿を集めるか」です。人が集まるイベントを企画することができれば、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、園バスや各行政に置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いては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、それぞれの作成から運用まで行うこと**が求められます。 GCLIP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身につけていきます。

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しています。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。**例えば写真・動画投稿型のSNSでは、一昔前ではFacebookの利用率が高い傾向にありましたが、現在では「Facebook離れ」と言われるほど利用率が減少し、幅広い年齢においてInstagramの利用率が高まっています。年齢別の利用データによると、10代でTikTokの利用率が高まっています。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。LINEに関しては、高い利用率であり日常的な連絡ツールとなっています。

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とLINE公式アカウントを中心に運用のポイントを学びます。まだ園でのInstagramやLINE公式アカウントを運用していない園については開設から運用まで、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。**

導線設計力

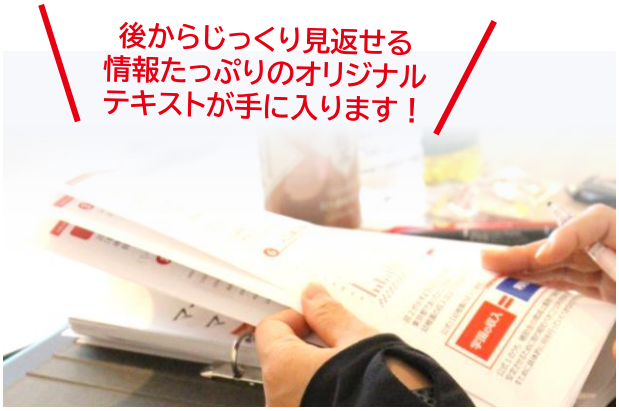
ホームページ、Instagram、YouTube、LINE、ブログなど、近年では幼稚園においても実に多くのインターネット媒体を活用しています。インターネット媒体は閲覧者側に好みがありますので、多種多様な媒体を運用することによって、何かしらのアプローチができる可能性がありますので、できることなら多くの媒体を運用したいところです。
一方で、**インターネット媒体が多様化し、閲覧者側がせっかく運用している媒体を探すことができず、閲覧されない**ということも起こっています。今一度、**自園のインターネット媒体を見直し、整理をしていくことも重要**です。数々のページを運用している場合、それぞれのページから移動できるように導線を設計して、ページに訪れた保護者や学生が迷わないようにしていくことが必要です。本講座では、インターネット上の情報を整理して情報を届ける具体的な方法をお伝えいたします。

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。
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よ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。一方、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

前述したInstagramには動画投稿ができ、近年**動画投稿は写真投稿よりも閲覧者が得られやすい**傾向があります。これは、投稿の閲覧者が伸びるアルゴリズム（Instagramの画面に表示される投稿の法則性・ルール）のひとつに、１つの投稿に対する閲覧時間が長いことが挙げられるためです。動画閲覧により画面に留まる時間が必然的に長くなり、その投稿の評価が上がるのです。

また、Instagram・Facebook広告に動画を用いることで、他の投稿に自然に紛れて広告への嫌悪感を失くすことができ、動画により園の雰囲気も伝わりやすくなります。動画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おさえ、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。

本講座では動画作成アプリを用いて、園のCM動画編集を実際に行う実践講座をご用意いたします。作成したCM動画は、Instagram・Facebook広告で用いることにより自園の認知度を高めることが可能となります。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26日・27日の2日間、定員10名の集中講座　早割ありです！

本講座は市ケ谷にて開催し、7月26日13時～19時、7月27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フォロー体制を整えるため、やむを得ず定員10名まで**とさせていただいております。少人数制の講座にて、**たっ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着け、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。

本講座は早割がございます。**7月5日（金）正午12時までにお申込みいただいた場合、通常110,000円(税込)/名のところ、99,000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。皆様からのお申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、緊張はありましたが、気がつけば、これも、あれもやってみたいという自分になっていて驚きました!! できないことが恥ずかしいんじゃなくて、知りたい、やってみたいという気持ちが大切なんだと思いました。
2日間、本当にありがとうございました。参加できて良かったです。

○広報がどれだけ重要か、又園児募集の方に中々手が回らず、手遅れかも…と不安になったが、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施していくようにしたいと思った。
○研修の雰囲気も大変よく、細かな所やできていない所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。

・"知る"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さえ、知らないものが正直とても多くありました。業界の動向だけでなく、競合園や子どもの人数など、知っていなければ判断できないこと、考えても軸がずれてしまうことなど、何をするにしても何を考えるにしても、どうありたいかに加えて、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、こんなことができるんだ！ということが本当にたくさんあるのだと思い、学ぶことの大切さ、明日も下only心に持って臨みたいです。

・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、お世話が[illegible]があってこそで、相手の視点をどれだけ深く考えられるか、の視座を考え尽くすことの必要性を感じ、気づくことができました。

園経営やマーケティングは、園長に任せてしまっていて、主幹保育教諭となり、協力していかなければならない部分だと思っていてもなかなか参加出来なかったり、そもそも自分に出来る事はあるのか？という所もわからなかったのが今日学んだことで、自分が頑張れる部分が少しわかった気がした。
現在、未就園児教室をもう1人の主幹保育教諭と共に任されているが、そのあり方をもっと重要に考え充実させたい。
また、今は園庭開放で0～2才児の親子が月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。
今日はたくさんのことを学んだので、しっかりと整理し、これから自園のマーケティングに積極的に参加していけるようになりたいです。

・2日間ありがとうございました。
実際にすぐに使ってみたいアイデアが盛りだくさんでした。
・久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した。
・設楽さんのリーダーとしての「チームづくり」にも興味がわきました。
すばらしいスタッフ達（仲間ですね！）ですね。

これまで何となく"考えていた数字（定員など）をしっかりと考えて"出す数字に出来る様になったと思います。
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います。
本日はありがとうございました。明日もよろしくお願い致します。

2日間、本当にありがとうございました。
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日間を過ごさせていただくことができました。こんなこともできますよ、とお声掛けいただいたこと、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26日(金) 13:00～19:00】

講座	担当	内容	時間
第1講座	林 勇希	**園内マーケッ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**	14:10～15:40(90分) 休憩15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**	15:55～17:05(70分) 休憩10分
第4講座	野中　彩乃	**広報媒体の知識とチラシ作成**	17:15～18:25(70分) 休憩10分
第5講座	野中　彩乃	**SNSの重要性**	18:35～19:00(25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27日(土) 10:00～17:00】

講座	担当	内容	時間
第1講座	野中　彩乃	**SNSの運用実践**	10:00～11:10(70分) 休憩10分
第2講座	野中　彩乃	**CM動画の実践講座**	11:20～12:50(90分) ※昼食休憩60分含む お弁当をご用意いたします
第3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**	13:50～14:50(60分) 休憩10分
第4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**	15:00～16:10(70分) 休憩10分
まとめ講座	設楽　竜也	**これからの園経営と** **園内マーケッターの重要性**	16:20～17:00(40分) アンケート記入をお願い致します。

GCLIP

株式会社GCLIP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。

株式会社GCLIP
代表取締役　設楽 竜也

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、数多く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。

株式会社GCLIP
取締役副社長　林 勇希

「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実績を残している。

株式会社GCLIP
取締役　野中 彩乃

幼児教育・保育無償化開始後２年間で徹底的にオンラインマーケティングで成果の出るモデルを研究し続けたオンラインマーケッター。“1人10色時代”に相応しい利用特性を読み解き、数値的根拠に基づきネット戦略を構築する、オンラインマーケティングのファンタジスタ。

実践的な講座のため定員10名とさせていただきます。
7月5日（金）正午12時までのお申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GCLIP

住所：162−0844 東京都新宿区市谷八幡町12-1-2F
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
お申込み関するお問い合わせは渡辺(ワタナベ)まで

GCLIP

03-5579-2357

お申込みはFAXで
今すぐ左記番号まで！

実践力を高めたいと
考えているすべての園へ

夏の短期集中実践講座2024

《早期案内DM》

受講料

GCLIP会員の方	88，000円（税込）/名
7月5日（金）正午12時までにお申込みの方	99，000円（税込）/名
上記以外の期間でお申し込みの方	110，000円（税込）/名

※上記金額には１日目の軽食、２日目の昼食が含まれます。
※ 割引はインターネット／FAX共に弊社が受信した日時を適用させていただきます。
※ GCLIP会員とは、申込受付時に当社とコンサルティング契約を締結している法人様、または当社が開催している勉強会に本会員として入会されている法人様です。

開催日時

1日目：7月26日（金）13:00～19:00
2日目：7月27日（土）10:00～17:00

開催場所

GCLIPスタジオ（各線市ヶ谷駅徒歩3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。

WEB申込み
はコチラから

団体受講をご希望の方（※団体受講とは貴園にて開催する出張型研修を指します）

受講料 10名まで 330，000円（税込） ※10名以上の場合 33，000円/名（税込）追加
※交通費・宿泊費等が別途発生いたしますので、予めご了承ください。

お申込み情報 下記から該当するものを☑してください。

【受講形態について】□会場受講を希望する □団体受講を希望する（ ）人

【参加人数について】□1名で参加する □2名以上で参加する（ ）人

【Gポイントについて】□Gポイントを使用する（ ）ポイント

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はない ◆Windows11以上のパソコンを持参できる
◆ 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 ※Macでのご参加はできません。

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（5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、お電話にてご連絡をいたします。
※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、ご不明な点等がございましたら株式会社ＧＣＬＩＰ（TEL03-5579-2356 担当：渡辺）までご連絡ください。

《早期案内DM》