

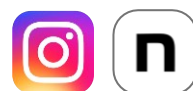
諦めてた・悩んでた広報活動の正解が分かる

自園の魅力が伝わる 広報力向上のための集中講座

選りすぐりの20選

8/26 (水) 16:00 - 18:00
@オンライン

使用する主なSNS



20の事例を通して手に入る4つのスキル



01. 撮影スキル

スマートフォンで撮影できる
魅力的な写真・動画の撮影術



02. 動画編集スキル

思わず惹きこまれる
動画の仕掛け作成術



03. 分析・運用スキル

より多くの人に投稿を届ける
Instagramの分析・運用術



04. ライティングスキル

文章型広報媒体で役立つ
心情・エピソードの表現方法

今、抱えているこんなモヤモヤ

ト ド ケ ヲ イ

Instagram始めました。
他の園がやってるから。

何が正解か分からない。

私、文才ないから…。

園児顔出しできないし

ネタ探しに必死です



解消して広報力アップ!

ト ド い て る

Instagram始めました。
園児募集・採用を成功させたいから。

分析で正解が分かる。

私、文才ないけど、
テクニックあるから。

園児顔出しできなくてもOK

今はこのネタ、次はあのネタ



GCLIP



03-5579-2356



03-5579-2357

〒102-0073

東京都千代田区九段北1丁目2-1 九段北一丁目ビル 5F

本誌の目次

①. 今、広報力が重要視されている理由

p.2 - p.3

②. 広報施策20選の一部、先行公開！

p.4 - p.7

③. セミナーのスケジュール・費用等

p.8

①. 今、広報力が重要視されている理由

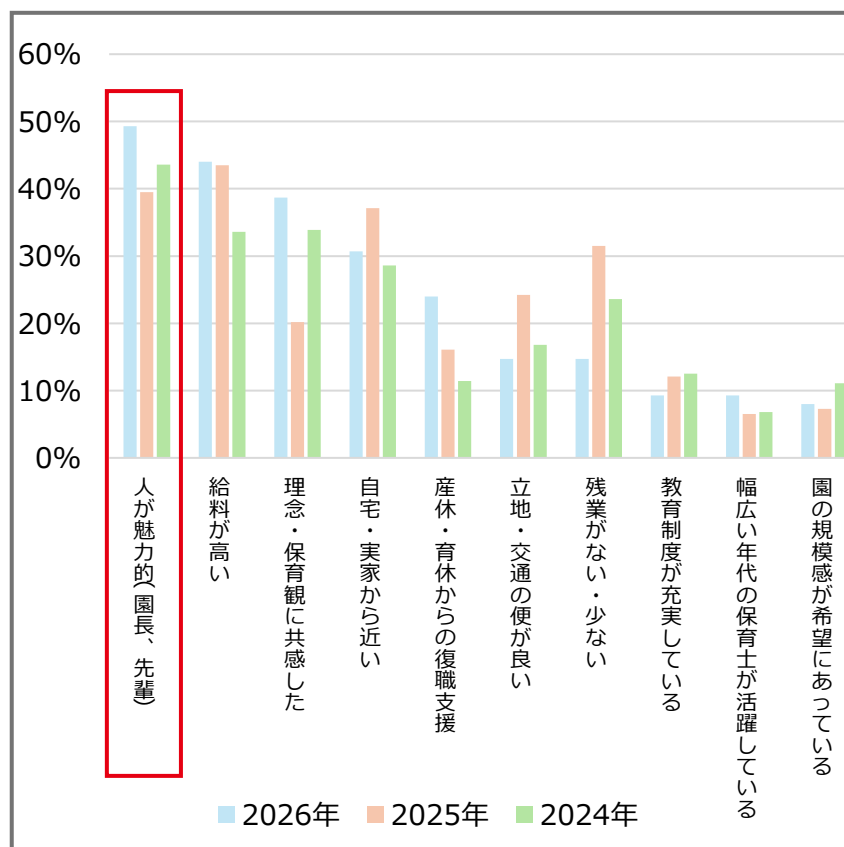
経営情報の見える化が義務化→減算対象に 給与や離職率ではない！選ばれる「きっかけ」を広報でつくる

2025年度、施設型給付制度へ移行している就学前教育保育施設については、人員配置の状況や、有給取得率や離職率、時間外労働、福利厚生の状況、モデル給与などの情報を報告する「**経営情報の見える化**」の報告が義務化されました。本年度からは、報告を行っていない

場合に減算対象となります。これにより、保護者や求職者は**定量的なデータを一覧で比較**できるようになりました。

しかし、定量的な情報だけで判断することは、入園・就職後のミスマッチにつながる可能性をはらんでいます。実際に、マイナビ保育学生調査によると、2024年～2026年までの3年間、幼保学生の多くが「**人(=先生)の魅力**」に惹かれて就職する園を選択しています。これは、定量的な情報で量れるものではありません。

そのため、**園選択の判断基準となる情報は、独自の広報で伝えていく必要があるのです。**



▲ 2024年～2026年卒の幼保学生を対象としたマイナビ保育学生調査より

保育所の付加的保育・サービス開始 で幼保の競争激化

正しく魅力が伝わる広報づくりの重要性

2015年のこども子育て支援新制度以降、幼保の垣根がどんどん低くなっています。最近になり、その垣根がますます低くなる可能性がある内容がこども家庭庁から発信されました。それは「保育所における付加的保育・付加的サービスの取り扱い」についてです。付加的保育・サービスとは、それぞれ次のような内容を指します。

付加的保育	保育所の保育時間内において実施される、体操や英語、リトミックなどの付加的な保育のこと。幼稚園という正課保育における上乗せ徴収分の教育に近い内容
付加的サービス	原則として保育時間外において実施される体操や英語、リトミックなどの付加的なサービスのこと。幼稚園という課外教室に近い内容

今まで保育所では付加的保育や付加的サービスの実施は、福祉の観点から不平等が生じるため、実施を認めないという自治体が多い傾向にありました。しかし、令和8年3月のこども子育て支援等分科会において、保育所における付加的保育・付加的サービスの取り扱いについて、定義や詳細について今後通知で示される内容を確認すると、付加的保育における上乗せ徴収、さらに、付加的サービスの実施を認める方向になっています。

この方向性が進むと、**幼保の垣根はますます低くなり、保護者の選択の仕方にも大きな影響があると考えられます。**その結果、幼保間において競争がさらに激しくなることも予想されます。

■ 予想される変化

● 保育所の教育的なコンテンツの強化

保育所でも教育的なコンテンツを導入する園が増加することが考えられます。

認可保育所として、**英語や体操、その他付加的な内容をメインにし、それを強みとして打ち出す保育所が出てくる可能性**があります。

● 保育所利用者も働きながら習い事ができることが強みに

今まで幼稚園は課外教室を行ってきており、共働きの保護者からの**課外教室のニーズは高い傾向がありました。**共働きの世帯にとって、働きながら習い事が習えるということは大きな魅力です。

これらの変化に伴い、幼稚園の役割も教育だけではなく、子育て支援や共働きへの対応など、多岐に渡ってきています。すでに、子育て支援教室や預かり保育に取り組み、利便性の整備を進めている園も多くあります。しかし、**それらの活動は保護者の方に届いているでしょうか？**

幼保の垣根がさらに低くなることが予想される今、これまで以上に重要視されるものが、**広報力**です。幼稚園・保育所に関わらず、もはや教育性の高い園、利便性の高い園は存在しています。しかし、その**魅力が地域・保護者・求職者に伝わっていない**ということはよくあることであり、**幼保の垣根が低くなることで、今後はさらに伝わりづらくなる可能性があります。**本セミナーでは、**より多くの人に、より魅力的な情報を伝える広報施策20選**をお伝えします。

02. 広報施策20選の一部、先行公開！



分析・運用スキル

Instagramで リールを投稿 して 今まで 園を知らなかったユーザー にアプローチ

現在、多くの就学前教育保育施設ではSNSを活用し、求職者や保護者に向けて、園の理念や雰囲気、魅力を伝える取り組みをしています。数あるSNS媒体の中でも、今まで園との関わりがなかった新規ユーザーとつながりやすく、操作も比較的簡単なInstagramは、多くの園で採用されている広報媒体です。

■ Instagramでリールを投稿することによる効果

Instagramを運営しているMeta社によると、短い縦型の動画投稿「リール」は、フォロワー以外のユーザーに配信されやすいという特徴を持っています。

実際、2025年10月までリールの投稿をしていなかったGCLIP運用のアカウントでも次のような変化がありました。同アカウントでは、2025年11月にリールを2件投稿したところ、アカウントの投稿を見たユーザー数を示す「リーチアカウント数」が2.7倍の974名に増加しました。さらに、アカウント全体の閲覧数は1.6倍に増加、それまでGCLIPのことを知らなかったフォロワー以外からの閲覧数は10%増加しました。

	2025年10月 〈リール投稿なし〉			2025年11月 〈リール投稿あり〉		
リーチ アカウント数	356			974		
	全体	フォロワー	フォロワー 以外	全体	フォロワー	フォロワー 以外
閲覧回数	18924	12622	6302	29595	16721	12874
割合	100%	66.7%	33.3%	100%	56.5%	43.5%

▲ それまでリールを投稿していなかったアカウントでリールを投稿したことにより変化した閲覧数とリーチアカウント数の数値

■ リールの注目度はフィード投稿の1.7倍

また、同アカウントの2026年1月～5月に投稿した、フィード投稿(写真の投稿)とリールの、フォロワー以外からの閲覧数を比べると、右図のような結果になりました。フィード投稿の閲覧数のうち、フォロワー以外からの閲覧数が41%だったのに対し、リールは71%がフォロワー以外からの閲覧でした。これを、フォロワー以外のユーザーからの注目度とすると、リールはフィード投稿の、1.7倍注目されているということになります。このようにSNSにはそのSNSの目的によって最適な運用方法があり、投稿の方法を変更させるだけでも大きな効果があります。

本セミナーでは、この他にも、**インスタグラム上で配信されやすくするためのルール**について、解説いたします。

	フォロワー以外	
	1投稿の 平均閲覧数	割合
フィード投稿	423	41%
リール投稿	664	71%

▲ 2026年1月～5月までに投稿したフィード投稿とリールのフォロワー以外からの平均閲覧数の差



分析・運用スキル

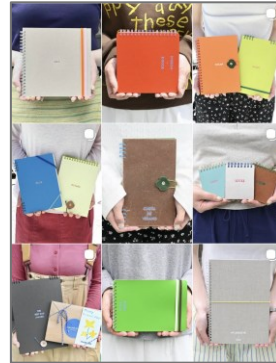
「この投稿も見たい！」と思わせる

トーンマナー を合わせたプロフィールページの作り方

フィード投稿の1枚目や、リールのカバー画像(サムネイル)のデザインを統一することで、プロフィールページを訪れたユーザーは、興味のある投稿を簡単にみつけることができます。

デザインの統一方法には、加工のフォーマットを作成することや、写真の画角を合わせる方法などがあります。

本セミナーでは、**デザインの中に掲載すべき項目など、具体的な作成方法**をお伝えします。



▲ 写真の画角を合わせた例
【@hininenote】



▲ 加工のフォーマットを作成した例
【@em.musubi】



撮影スキル

園児の顔が映せなくても大丈夫！

「アップの画角」×「手元」で自園の魅力が伝わる写真に



NG例



改善例

近年、行政や保護者からの要望により、園児の顔が映っている写真や映像をSNSに投稿できない場合があります。子どもの表情はユーザーの注目を集め、園内の雰囲気伝えるためにも良い被写体となります。

しかし、表情を映し出せないことは「いい写真・映像が撮れないこと」には直結しません。以下は、園児の顔が写せない場合に撮影することができる写真のNG例と改善例です。

■ NG例「引きの画角」×「背中」

園児の顔を写せない写真の中で、好ましくない画角の一つに上左図のようなものがあります。この写真は顔が写らないよう、引きの画角で、教室全体を写し出しています。もちろん、被写体となる子どもの姿も背中しか写っていません。

このような写真では、園児の表情だけでなく、子どもたちが取り組んでいる活動内容も伝えることもできません。写真の中の余白も多くなり、全体的に寂しい印象を与えてしまいます。

■ 改善例「アップの画角」×「手元」

改善例の一つに、アップの画角で手元を写した写真があります。

この写真であれば、園で行っている活動の内容を伝えることができます。何の道具を使い、どんなものを作っているのか、机の上にある物から想像することもできます。力が入る、小さな子どもの手からは、園児が真剣に製作活動に取り組んでいることがわかります。

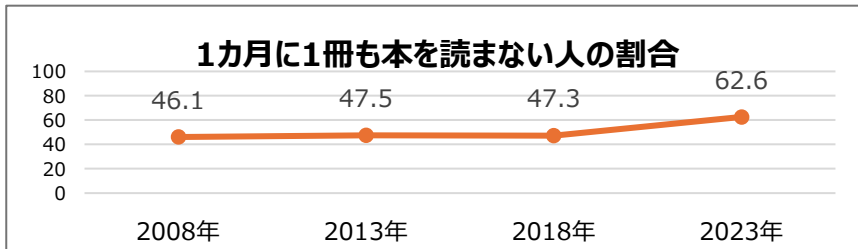
本セミナーでは、写真だけでなく、顔を映すことができない場合の動画の撮影術もお伝えします。



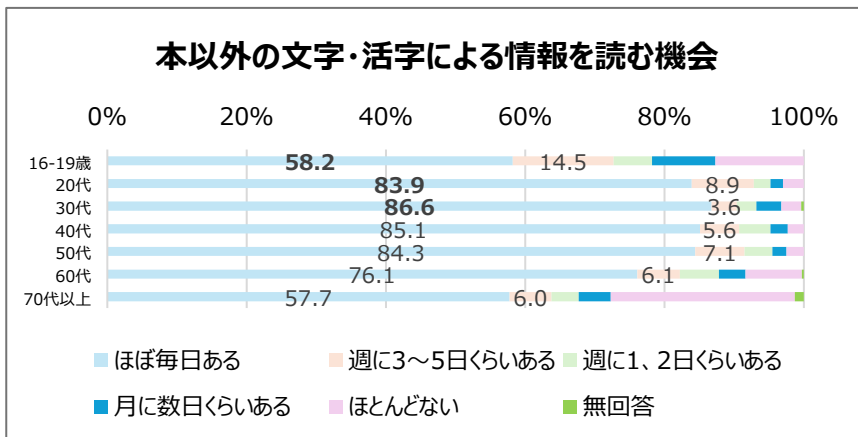
ライティングスキル

活字離れの本質を解説！

実は、注目度が高まっている 文章型広報 の運用術



▲ 文化庁が令和5年に、16歳以上を対象として実施した「国語に関する世論調査」より

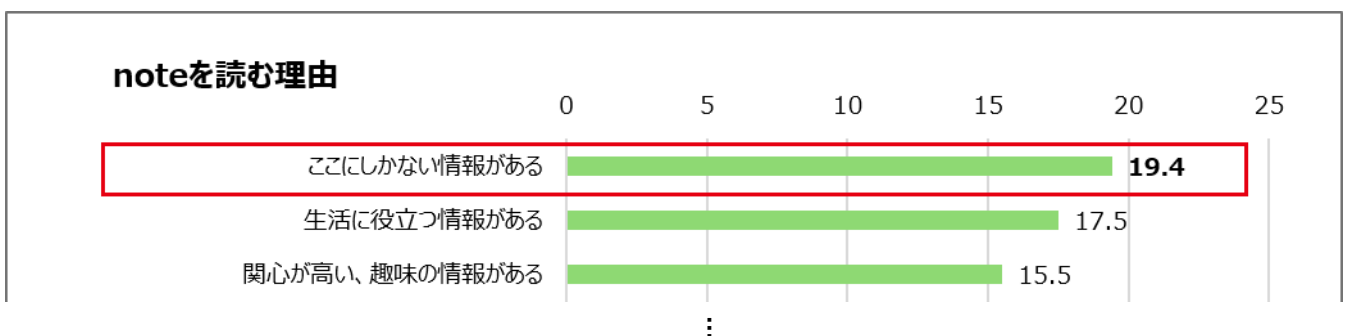


▲ 文化庁が令和5年に、16歳以上を対象として実施した「国語に関する世論調査」より

■ 文章型広報の利用率拡大中！

上記の結果を裏打ちするように、ブログのような文章を投稿するSNS媒体「note(ノート)」の利用率が拡大しています。教育機関のアカウントも増加しており、2025年度の新規アカウント開設数は前年比6.4倍となりました。

また、noteが2024年に実施した調査によると、noteを読む理由の第1位は「ここにしかない情報がある(19.4%)」でした。つまり、noteのユーザーはより詳細な独自性を求めているのです。noteでは、ストーリー性のある記事が好まれる傾向にあるため、「自園の教育内容」や「教育への想い」、先生のやりがいとして「園児とのエピソード」などを発信することがオススメです。



▲ note株式会社が2024年に実施したアンケート結果の一部抜粋



ライティングスキル

インターネット記事の基本構成は

結論→詳細の 逆三角形型

インターネット記事を執筆する際には、「逆三角形」の構造を意識することが重要です。この構造は、新聞記事でも採用されており、読み進めるほど内容が詳細になっていきます。

まずは、**その記事のテーマとなる「結論」を記載します**。「結論」はできるだけ簡潔に説明することがポイントとなります。例えば、自園で取り組んでいる教育の内容や、園で開催したイベントの内容などです。

次に、その「**結論**」に**込められた「先生の想い」**を執筆します。テーマであげた「結論」を始めたきっかけや、その取り組みで園児に何を伝えたいか・なぜ伝えたいかを詳細に語りましょう。

最後に「**具体的なエピソード**」を入れることで、**独自性のある記事にすることができます**。誰が読んでもその時の様子を想像することができるよう、風景や表情の描写は特に具体的に執筆しましょう。**園児のセリフを入れることで、臨場感をもたせることもできます**。本セミナーでは、**魅力的な記事を書くためのライティングポイント**を解説します。

■ 逆三角形で執筆する記事の例

【結論】

〇〇幼稚園では、独自の教育として△△に取り組んでいます！

【先生の想い】

子どもたちに、いろいろな体験機会を与えることにより、興味の幅を広げ、学ぶことの楽しさを知ってほしいからです。

【具体的なエピソード】

ある日、△△の活動をしている際、園児がこんなことを言っていました。
...

より詳細な内容に

魅力的な文章は文才ではなく

詳細を書くテクニック でつくれる

Before

先日、発表会がありました。発表会では、子どもたちが**一生懸命、**頑張っていました。

具体的なエピソードで独自性を+

After

先日、園のホールで発表会を行いました。

本番間近のステージ裏では、お友だち同士、静かに振り付けの確認をしていました。「ここはこうだね？」「そう！ 」とアイコンタクトで会話しているようでした。

手を繋いで励まし合い、スポットライトで照らされたステージに走り出しました。その背中を押すのは、今までの練習で積み重ねてきた自信…だったのかな。

▲ 先生しか見ることのできない場面のエピソードは、保護者や求職者から求められる独自性となります

表情の描写で心情を+

After

子どもたちの口元はきゅっと結ばれ、力が入っているようでした。幕があがると、客席にいるお母さん、お父さんをみつけて、少しほっとしたようです。

しかし、すぐに真剣な表情にもどりました。いつもより大人っぽい顔つきの子どもたちは、立派に演技をやり遂げました。

▲ 心情の描写は、「嬉しそう」や「悲しそう」という言葉ではなく、表情の細かな描写をすることで表現します

③. セミナーのスケジュール・費用等

セミナースケジュールについて

第1講座 16:00～16:15	園経営における広報活動の役割と重要性 取締役副社長 林 勇希
第2講座 16:15～17:15	自園の魅力が伝わる広報施策20選 アソシエイトコンサルタント 森山 花音
まとめ 17:15～17:30	本日の講座の振り返りと広報力アップのポイント 取締役副社長 林 勇希

講師企業・講師紹介



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“クロコ”企業です。



取締役副社長 林 勇希

「経営コンサルタントは黒衣である」という代表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。

アソシエイトコンサルタント 森山 花音

地方新聞社の記者からGCLIPに転職し、日々勉強中。社内で運用しているInstagramやnoteの運用も担当している。Instagramでは、リールの企画、撮影、編集に力を入れ、noteでは「弊社オタク」と名乗り、社内の様子を発信している。



セミナー受講料について

本セミナーは早割価格が用意されています。

早割は8月7日(金)
正午12:00まで！

通常価格

27,500円(税込)

早割価格
GCLIP会員価格

22,000円(税込)

追加アカウント

11,000円(税込)

オンデマンド

49,500円(税込)

※ひとつのアカウントで複数名の参加が可能です。

※追加アカウントは視聴アカウントを増やす場合の料金です。一般・早割同料金です。

※早割は8月7日(金)の正午12:00までにお申し込みの方が対象です。

※GCLIP会員とは、現在弊社とコンサルティング契約をしている法人様です。

※オンデマンド後日配信は、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けます。

WEBまたはFAXからお申込みください。
WEBからのお申込みで合計金額より500円オフとなります！

GCLIP

受講料	◆早割価格・GCLIP会員価格	22,000円(税込)/アカウント
	◆一般価格	27,500円(税込)/アカウント
	◆オンデマンド後日配信	49,500円(税込)/アカウント

※ アカウント追加は、11,000円(税込)で承ることが可能です。
※ 早割価格は8月7日(金)正午12:00までにお申し込みの方が対象です。
※ GCLIP会員とは、現在弊社とコンサルティング契約をしている法人様です。
※ ひとつのアカウントで複数名の参加が可能です。
※ オンデマンド後日配信は、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けます。

開催日時 2026年8月26日(水)16:00~18:00 @オンライン

※ 本セミナーはZoomを使用したオンラインセミナーです。現地開催ではございませんので、ご注意ください。

セミナーお申込み方法 (①②いずれかを選択してください)

①WEB申込み方法

＼WEBからのお申込みで合計金額より500円OFF!／



<https://www.gclip.net/seminar/6968/>

右記のQRコードからお申込みください。

GCLIP セミナー

検索



【GCLIPセミナーページはコチラ】 <https://www.gclip.net/seminar/>

②FAX申込み方法

下記をチェックの上、必要事項を記載してFAXして下さい。

- 【申込内容】
- ☐ 2026年8月26日(水)オンライン参加を希望する
 - ☐ オンデマンド後日配信を希望する
 - ☐ アカウント追加を希望する ()アカウント追加
 - ☐ Gポイントを使用する ()ポイント

上記にチェックし、以下の項目に記載した上で ☎ 03-5579-2357 へ送信下さい。

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。

お問合せ先: 株式会社GCLIP ☎ info@gclip.net ☎:03-5579-2356 (平日10-15時) FAX:03-5579-2357

※最少催行人数(5名)に達しない場合は勉強会開催を中止する場合がございます。中止の場合は開催日1週間前までに、お電話にてご連絡をいたします。

※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GCLIP (TEL03-5579-2356 担当:渡辺)までご連絡ください。