

幼稚園が多機能化し、保育志向が強まり、
制度変更への対応に意識が向く今だからこそ、
教育の価値を最大化せよ！

主力教育 徹底育成オリエンテーション

Question

園児募集の成功は、デジタル媒体を整備することだと思いませんか？

- ▶いくら便利さを追求しても、教育の魅力がない、伝わっていない園に保護者は足を運びません！

誇れる教育の魅力を最大化しましょう！



株式会社S・Yワークス
取締役 篠田 大輔



株式会社S・Yワークス
教育業支援チーム
リーダー 堀 春菜

教育への愛情の伝え方で、園児募集の成果に大きな差が出ます！

Point 1

主力教育の プロモーション

「あそこの園の、あの教育！」
と地域内で認知される魅力を
明確にし、磨いていく！

Point 2

未就園児企画 集客成功の5原則

主力教育の魅力が伝わる
未就園児企画で再来園
し続けるファンを創造する！

Point 3

主力教育に徹底 集中する組織

いかに教育力を高められるか。
その信念と実行力は組織の
一体化から生まれる！

2026年

東京

8月3日(月)

【会場】TKP東京駅カンファレンスセンター
2階 ミーティングルーム2E
(東京都中央区八重洲1-8-16 新槇町ビル2階)

仙台

8月6日(木)

【会場】S・Yワークス
(宮城県仙台市青葉区一番町1丁目2-25 仙台NSビル 8階)

【時間】両日ともに 14:00～16:30(受付 13:45～) 【録画配信期間】8/17(月)～8/24(月)

■はじめに

なぜ今、幼稚園は主力教育の育成を徹底すべきなのか？

幼稚園業界は少子化や制度変更を受け、時代の波に合わせて変態していく園と、旧態化していく園が二極化する時代になりました。後者は、園児数の減少に伴う人件費過多により、園が存続できない状況に陥っています。その突破口として、幼稚園業界の時流では「多機能化」により地域へのお役立ちを拡大する動きが見られています。一方で、幼稚園が本来強みとする「教育の価値」が薄れ、魅力が尖りきれない中間系の幼稚園が続出する恐れがあります。少子化時代をどのように乗り越えていくか、戦略を明確にしていきましょう。

【A戦略】財務基盤強化

■教育の魅力

- 主力教育の魅力
- カリキュラム当たり単価の管理
- 主力教育の付加価値力の経時進化

教育の魅力を最大化し、共感性のある入園者を獲得する

各戦略における取組み事項を明確にする

幼稚園

【B戦略】ファン化促進

■強い現場

- 滞留時間の価値
- 体験・記憶
- その瞬間の感動
- 個別対応力

人財の力で、子どもや保護者との接点を強化する

■今回のオリエンテーションの柱①

誇れる主力教育プロモーションの極意！とことん教育に特化する！

主力教育を磨くことをサボっていませんか？伝えることに飽きていませんか？

旧態化する幼稚園は、自分達が誇れる教育の魅力を最大化できていないことにあります。

極意 1

主力教育の明確化

PRしたい教育 ≠ 本当にPRすべき教育

- まず把握すべきは、教育内容に対する保護者の満足度。
- 強い財務基盤をつくる始まりとして、教育を数値で把握する。

極意 2

主力教育を伝える

教育を深化させ、伝える努力をする

- 教育の手法(どうやるか)だけではなく、教育の目的(何のために)を明確に言語化し、理事長・園長先生と現場の先生方が共有する。

極意 3

最大化するタイミング

主力教育の成果は行事で最大化する

- 主力教育による子どもの成長と保護者の感動を最大化する年間計画を組み立てる(主力教育でピークをつくっているか)。

極意 4

カリキュラム当たり単価

主力教育のカリキュラム当たり単価を高める

- 主力教育にどのくらい時間をかけているか。
- 高付加価値型の教育を展開できることが幼稚園の強みとなる。

極意 5

プロセスの付加価値化

主力教育の品質 = プロセスの深化

- 子どもの成長度合いは個人差がある。主力教育の品質が高い状態とは、教育実践のプロセスが明確かつ伝わるものであること。

主力教育で一体化し、成果を上げる組織の取組み

自園の強みとなる「主力教育」に対する現場の先生方の理解を深め、一人ひとりが主力教育の価値をコトバで伝えられるよう、園内で思考し、共有する機会を設けていきましょう。

取組み 1

園内環境、発信ツールの見直し

主力教育の魅力が伝わる園内環境、発信ツールになっているか？

取組み 2

利害損得ではなく心映えからの伝え方

どうしたら主力教育を通じて喜んでいただけるか。伝えるコトバを磨いていく。

取組み 3

成果の確認と振り返り

主力教育の魅力はどのくらい保護者に伝わったのか、成果を数値化し、振り返りを行う。

■今回のオリエンテーションの柱②

0～1歳を中心とした未就園児企画における**集客成功の5原則！**

デジタル媒体

SNS

の整備だけが園児募集ではない！

【1】戦略的集客企画の投入を強化している

「てまひま・費用をかける
×今しかない子どもの成長」
を徹底的に訴求する。

【2】主力教育の魅力を体験・体感できる

単なるお楽しみイベントではなく、入園後の教育活動の様子が想像できる企画を構築する。

【3】企画を3つに分類して組み立てている

- ①年間3回:ビッグイベント
- ②季節・歳時記:ミドルイベント
(子育ての時流要素×定番プログラム)
- ③園限定(複数園の場合):スモールイベント

【4】年10回以上園に足を運ぶファン(保護者)がいる

- ①階層化:各層に分けた企画の構築
- ②促進:広く大勢の子育て家庭が参加する
- ③親密化:継続的に通う会員になる

【5】また来たい、会いたい！ と思う園創りと先生の姿

また来たい、会いたい！と思われるのは、現場品質の高さ(人財力)が欠かせません。保護者が真に何を求めているかを引き出し、叶えられる人財を育てていく。

◇入園決定の決め手◇

我が子を託せる園・先生であるか？

相手を察し、気遣うことができる
“心映えの良い先生”との接点
づくりを企画として強化して
いきましょう！



■当日スケジュール

第一講座 14:00～14:40	主力教育プロモーションの極意 ▶ 誇れる教育を徹底的にPRしているか？ ▶ 教育の付加価値力を経時進化させる ▶ 主力教育で一体化し、成果を上げる組織の 取組み	株式会社S・Yワークス 教育業支援チーム リーダー 堀 春菜
第二講座 14:50～15:30	教育への共感者を最大化する具体策 ▶ 0～1歳を中心とした未就園児企画における 集客成功の5原則 ▶ 再来園から入園に繋がるファンの創造	
第三講座 15:40～16:30	本日のまとめ講座 ▶ 幼稚園の財務基盤強化に向けた戦略の策定 ▶ 財務基盤強化における3つのキーワード	株式会社S・Yワークス 取締役 篠田 大輔

■開催日時・会場

【東京会場】2026年8月3日(月) 14:00～16:30(受付 13:45～)
会場:TKP東京駅カンファレンスセンター2階 ミーティングルーム2E
(東京都中央区八重洲1-8-16 新槇町ビル 1～3階・8階・10～12階【事務所:11階】)

【仙台会場】2026年8月6日(木) 14:00～16:30(受付 13:45～)
会場:S・Yワークス(宮城県仙台市青葉区一番町1丁目2-25 仙台NSビル 8階)

※録画配信の場合、8/17(月)～8/24(月)が配信期間となります。

■費用(税込) ※録画配信の場合も同様です。

19,800円(お一人様) / 33,000円(二人様パック)

■講師



取締役 篠田 大輔

2008年の入社以来、幼稚園・保育園のコンサルティングに従事。
少子化・新制度・無償化という変化の渦中においても、園の目指す在り方を見失わずに、発展・永続を果たすことを主眼に置いたコンサルティングを実践。



教育業支援チーム
リーダー 堀 春菜

幼稚園・保育園業界のコンサルティングに携わる。
女性が働き続けられる職場、そして女性が応募したくなる職場を理念・プロモーション・制度等、多角的な視点からアプローチを行い、女性の強い組織づくりに力を入れている。

■注意事項■

- ①お申込み用紙に記載されたお客様の情報は、セミナーのご案内といった当社の営業活動やアンケート等に使用することがあります。法令で定める場合のほか、お客様の承諾なしに他の目的に使用いたしません。
- ②セミナー申込み後のキャンセルのお申し出がある場合、7営業日前17時30分以降のお取消しは、ご参加費用の50%、当日の欠席の場合には参加費用の100%をキャンセル料として申し受けますのでご了承下さい。
- ③最少催行人数に到達しない場合には、中止とさせて頂く場合がございます。その際には、開催日2週間前までに中止の旨を連絡させていただきます。