

保育の質の向上のための体制整備スーパー講座  
第4講座

# 地域オンリー1 & 地域ナンバー1の 園を目指して

利用者本位・満足への取組みから考える



あおもい保育みらいサポート  
福祉サービス第三者評価機関



# 保育園への入園を めぐる現状

# 保育園選択と決定要因

保育所制度と保育サービスに関する  
調査研究報告書 (日保協 1998)

保育所選択の理由としては、(i)立地条件、(ii)人的結合、(iii)特別保育の実施、(iv)社会的信頼感、があげられる。

## i. 立地条件

自宅に近い74.7%、勤務先に近い21.9%

## ii. 人的結合、親近感

上の子が通っている27.6%、スタッフの印象が良かった26.0%

## iii. 特別保育の実施

延長保育22.0%、乳児保育17.9%

## iv. 社会的信頼感

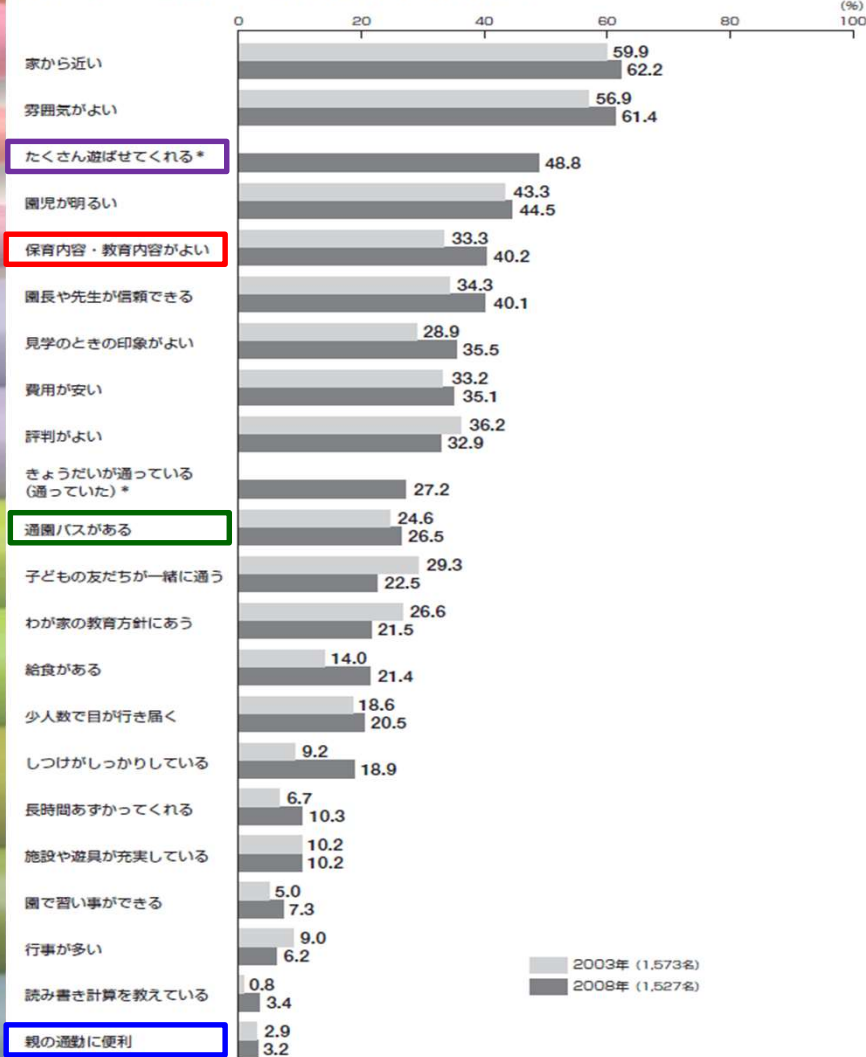
保育方針20.1%、地域の評判17.7%、子ども達の雰囲気17.0%  
(以上、複数回答)

新旧制度の利用者間では、旧制度利用者は勤務先に近い、特別保育の実施、上の子が通っている、方針が合っている事をあげ、新制度利用者は、スタッフの印象、子ども達の雰囲気、地域の評判を決定要因としている。旧制度では利用条件、新制度が内容に、それぞれウエイトがかかっている。

公民営の利用者間では、民営利用者にとっては、当該保育所のもつ社会的信頼感、特別保育の実施が選択の決め手になっている。

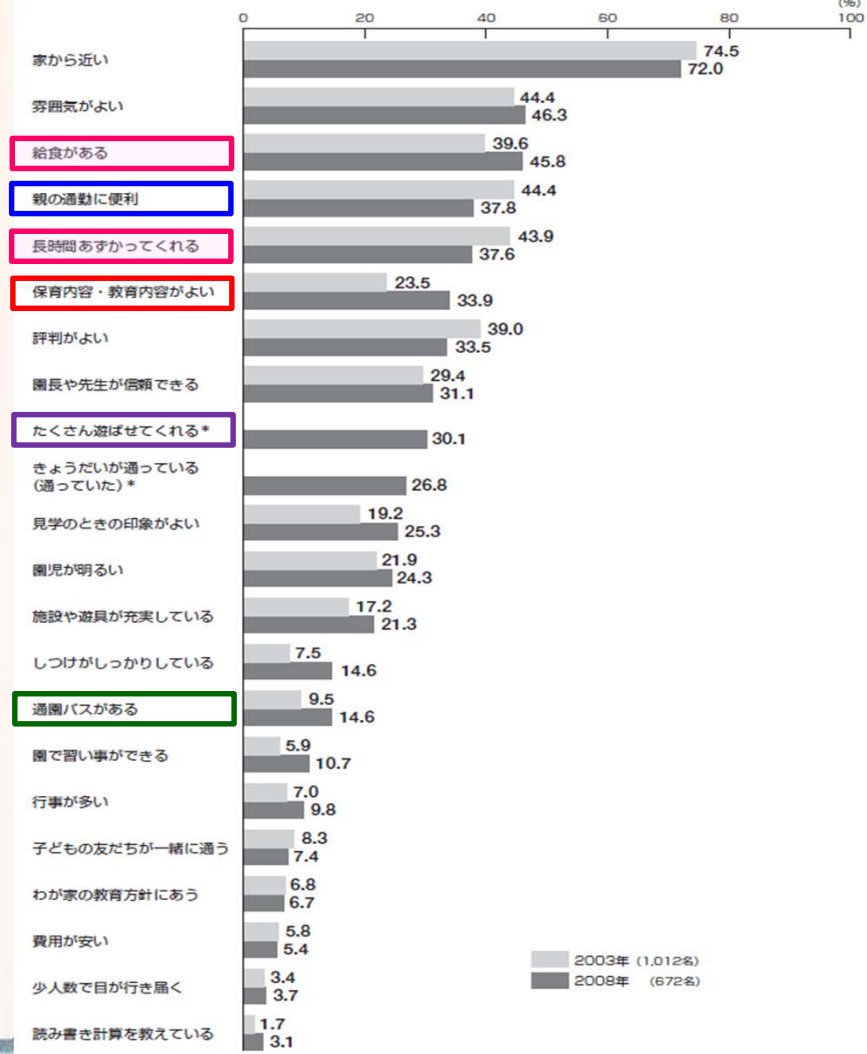
# 幼稚園・保育園選びで重視したこと

図1-5-2 幼稚園選びで重視したこと（経年比較）



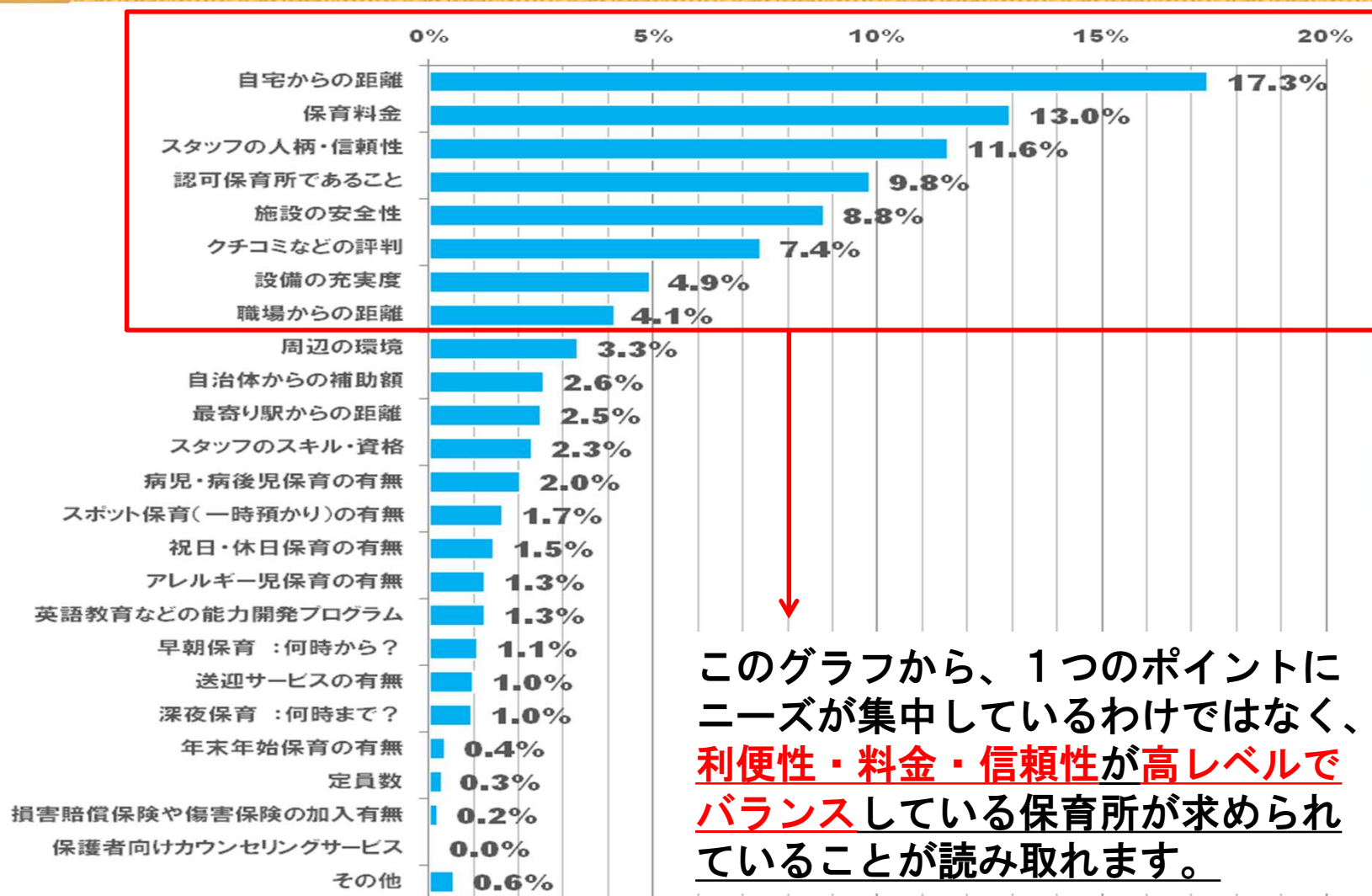
注1) 複数回答。「その他」を除く22項目を提示した。

図1-5-3 保育園選びで重視したこと（経年比較）



注1) 複数回答。「その他」を除く20項目を提示した。

# 現代のママが保育園を選ぶ理由



# よい保育施設の選び方10か条

厚生省児童家庭局保育課  
2000

1 まずは情報収集を

→ まずは、情報提供  
から

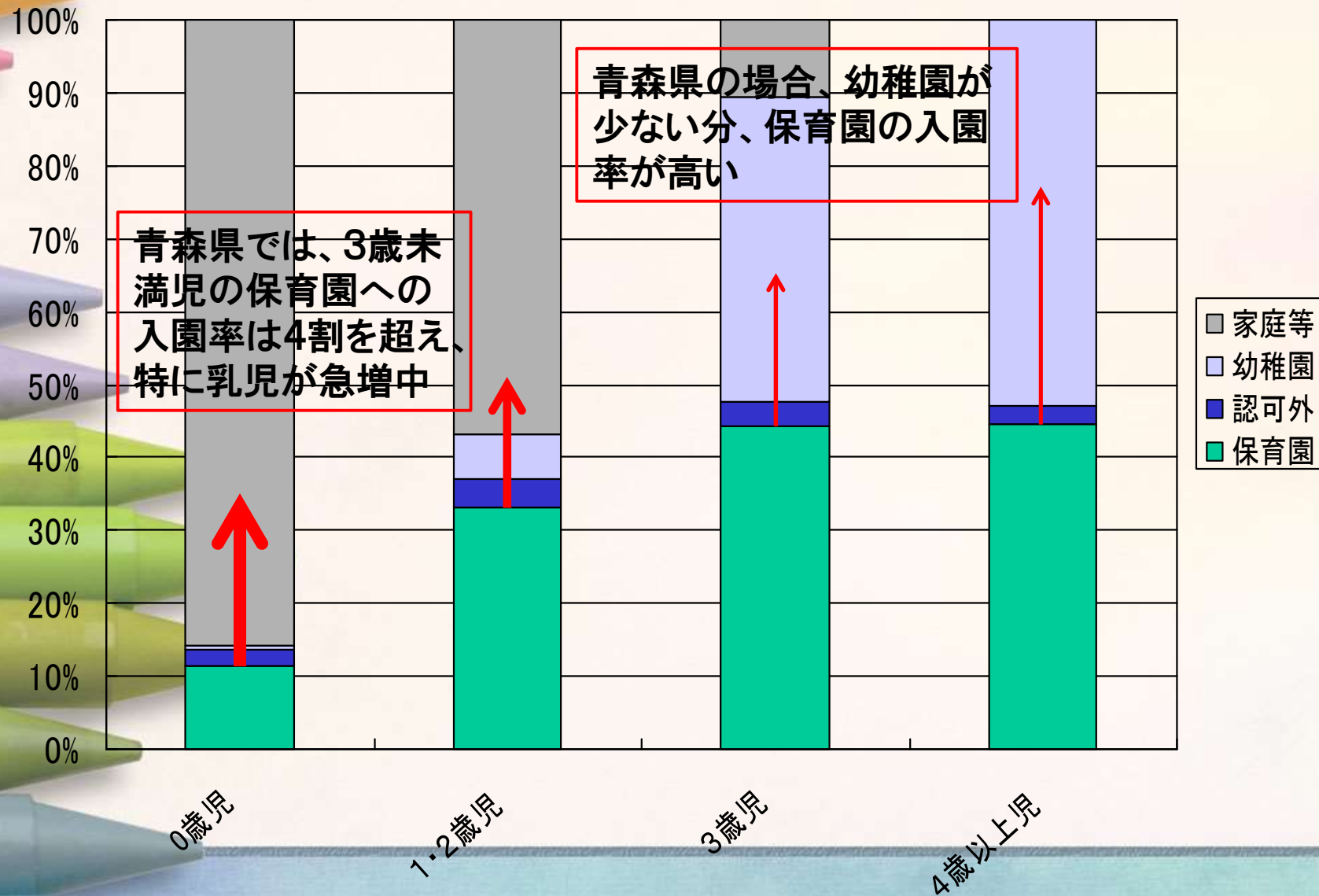
- 2 事前に見学を
- 3 見た目だけで決めないで
- 4 部屋の中まで入って見て
- 5 子どもたちの様子を見て
- 6 保育する人の様子を
- 7 施設の様子を見て
- 8 保育の方針を聞いて

→ 施設・設備、  
職員(姿勢)、  
説明の  
4Sが試されている

- 9 預けはじめてからもチェックを
- 10 不満や疑問は率直に

→ 次の利用者の  
獲得にも影響

# 就学前児童の保育状況



# 保育所倒産時代の到来

## 現在、5年後、10年後、20年後の出生予測

五所川原市 320人(20年前の半分)→⑤290人→⑩260人→⑳220人?  
つがる市 180人(20年前の半分)→⑤150人→⑩120人→⑳100人?  
深浦町 25人(20年前の3分の1)→⑤20人→⑩15人→⑳10人?

## 終わりの始まり・・・2025年には約3割の保育園が消滅？

地域によっては、保育園「全入」となっても、保育園が余る時代に

## 選択肢はそう多くはない

- ① 選ばれるために努力し続けるか(とことん闘い続けるか)
- ② 小規模事業化か・・・現状では、1法人1施設ではかなり条件が厳しい・・・
- ③ 潔い撤退準備か・・・廃業・事業転換にも金が必要！

▶ 出発点 ▶▶

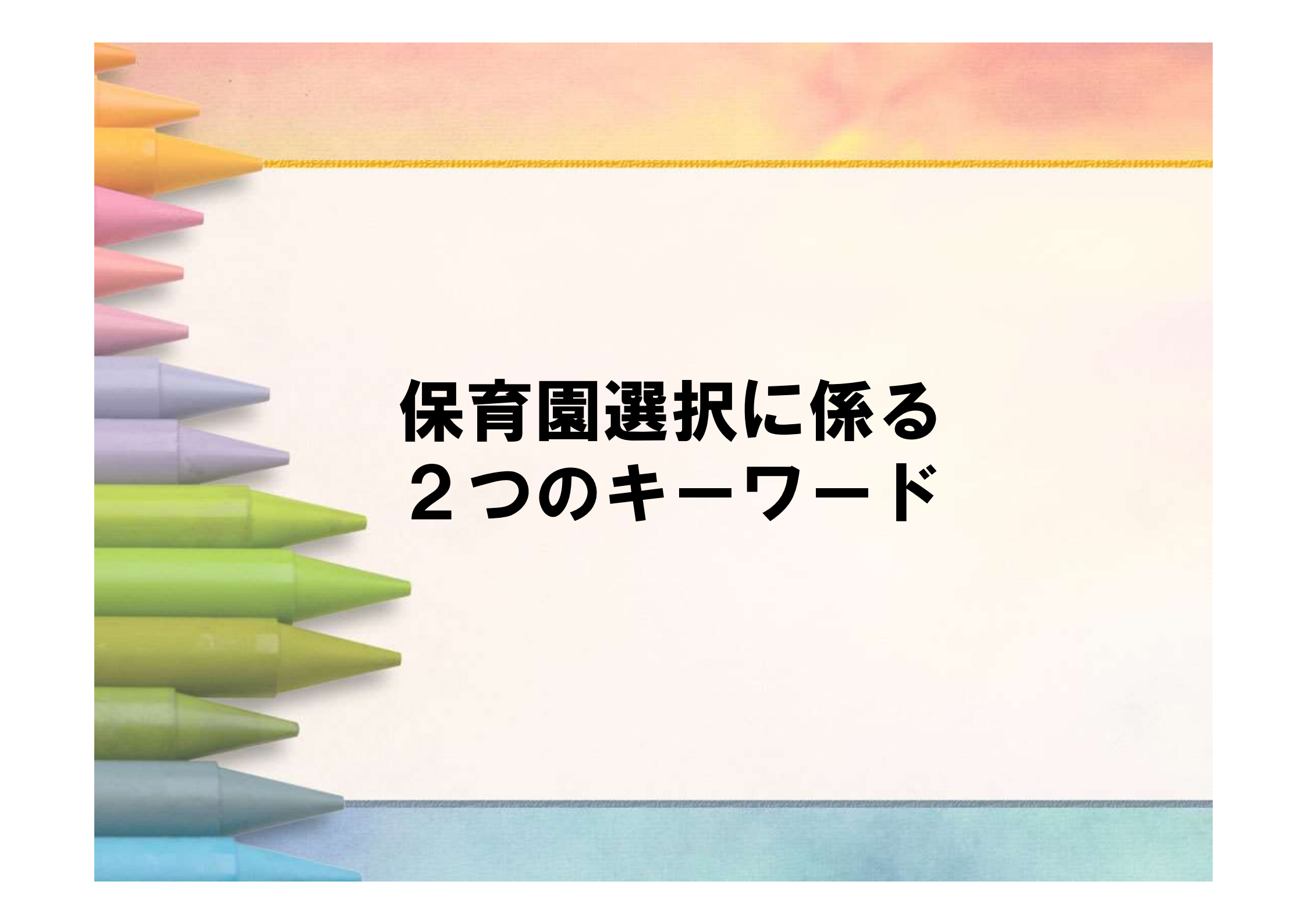
保育園は子どもたちの幸せのためにある。

わが園は、この子たちにとって**幸せ**を約束しているだろうか？

保育園は働く親のため(親が働くことで子どもたちが幸せに育つために)ある。

わが園は、親のために**何を**約束しているだろうか？





**保育園選択に係る  
2つのキーワード**

# 利用者本位

## 利用者本位とは

【広辞苑】

本位:基本とする標準、中心となるもの

【介護保険・介護施設用語辞典】

利用者主体ともいい、援助者の価値観・価値基準の基で援助するのではなく、**利用者の立場・視点に立って**援助観を決定していくこと。



Ⅲ-1-(1)-① 子どもを**尊重**した保育について共通の理解を持つための取組を行っている。→「みんな違ってそれでいい」「あなたらしく」

Ⅲ-1-(1)-② 子どもの**プライバシー保護**等の**権利擁護**に配慮した保育が行われている。→「心配しないで」「私たちが守ってあげる」

Ⅲ-1-(2)-① 利用希望者に対して保育所選択に**必要な情報**を積極的に提供している。→「ホワイト・ボックス」(事実・誠実の発信)

Ⅲ-1-(2)-② 保育の開始・変更にあたり、保護者等に**わかりやすく**説明している。→「やさしく丁寧に」「同意・納得を基本」

常に3つの「利用者」意識を

①子ども ②保護者・家族  
そして、③は…?

# 利用者満足(1)

利用者満足の難しさ

子どもの満足 ≠ 保護者の満足



親が求めているものが、子どもには？なことがよくある

例：長時間保育、休日保育、過度な早期教育、発熱時の保育 等

(どうする?)

子どもの満足 < 保護者の満足

子どもの満足 > 保護者の満足

???



## 利用者満足(2)

Ⅲ-1-(3)-① 利用者満足の向上を目的とする仕組みを整備し、取組を行っている。


- 1)利用者満足に関する調査の定期的な実施
- 2)利用者満足を把握する目的での、個別の相談面接や聴取、保護者懇談会の定期的な実施
- 3)利用者満足を把握する目的での、保護者会等への出席
- 4)利用者満足に関する調査の担当者等の設置、検討会議等



子どもの満足  $\doteq$  保護者の満足



子どもの満足  $=$  保護者の満足



# 第三者評価 利用者アンケート

# 情報の提供について

1. 保育園の理念や保育方針について、ご存じですか。

十分知っている 知っている あまり知らない 知りません

2. 入園時に保育内容の説明や保育料以外の経費について、分かりやすい説明がありましたか。

十分あった ある程度あった あまり無かった 無かった

3. 年間の行事予定や保育の取り組み・計画等についてのお知らせはありますか。

十分ある ある程度ある あまり無い ほとんど無い



## 園の取り組みについて

4. 園全体や先生方は研修等に取り組み、保育の質の向上を目指していると感じますか。

十分感じる    ある程度感じる    分からない    感じない

5. 園では、地域交流に積極的だと思えますか。

十分思う    ある程度思う    思わない    分からない

6. お子さんや家庭のことについてなど、プライバシーの保護に配慮していますか。

十分配慮している    ある程度配慮している    配慮していない    分からない

7. 園では、皆さんの意見や要望について、迅速に対応していますか。

迅速に対応している    ある程度対応している    対応していない    分からない

8. 相談や要望・苦情に対する受付体制や第三者委員に対する説明は十分ありますか。

十分ある    ある程度ある    説明はほとんどない    分からない

## 職員の対応について

9. お子さんの状況などについてコミュニケーション(送迎時の会話や連絡帳など)が、よくなされていますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

10. 職員全体(保育士や調理員等)の連携・連絡体制(申し送り等)が、良くなっていると感じますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

11. 園では、職員全体(保育士や調理員等)が、全てのお子さんや保護者に対し同じように接してくれていますか。

十分接している ある程度接している 接していない 分からない





## 保育内容・環境について（１）

11. 日常の保育や行事などについて意見や要望を聞かれたり、アンケートを取るなど配慮がなされていますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

12. 保育園では、子どもが心地よく安心して過ごすことのできる環境を整備していますか。

十分している ある程度している 整備していない 分からない

13. 子ども一人ひとりの個性を理解し、尊重して保育に取り組んでいると感じますか。

十分感じる ある程度感じる 感じない 分からない

14. 子どもの成長過程に合わせた基本的な生活習慣（食事、トイレ、着替え等）によく対応していますか。

十分対応している ある程度対応している 対応していない 分からない

## 保育内容・環境について（２）

15. 保育参観・参加、懇談会の開催などの機会が積極的に設けられていますか。

十分設けている ある程度なっている 設けられていない 分からない

16. 感染症(インフルエンザ等)が発生した場合や感染症に関する情報について、良く伝えられていますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

17. 体調の変化やケガなどがあった場合には、良く伝えられていますか。また、それらの対応はきちんとされていますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

18. 事故や災害、不審者対応など、安全対策が十分であると感じますか。

十分感じる ある程度感じる 感じない 分からない

## 保育内容・環境について（3）

19. 健康診断や歯科健診の結果や予防対応について、良く伝えられていますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

20. 子どもが楽しんで食事をとる配慮や工夫がよくされていると感じますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない

21. アレルギー疾患への対応など、個別の配慮や工夫がされていますか。

十分なっている ある程度なっている なっていない 分からない





**地域オンリー1 & 地域ナンバー1  
を目指して**

# マーケティング

*Marketing*

## マーケティングとは

お客様に価値を提供してお金をいただくこと

## マーケティングの第一歩

…お客様の「期待」「欲求」「利益」を考えぬくこと

例えば、工具のドリルを買いたい人は？ コーヒーが飲みたい人は？  
最新のゴルフクラブが欲しい人は？

## 保育のマーケティング

保護者は朝から夕方まで預かって欲しいだけなのか？  
おむつが濡れたら取り替えて欲しいだけなのか？  
昼にご飯を食べさせてくれればよいと思っているのか？  
整列して外を歩くだけの散歩で満足してくれるのか？

# ターゲット・セグメンテーション

*Target Segmentation*

## 自園の対象者を絞り込む

### 1) 対象者の特徴は

- ・・・家族構成、職業、所得、生活・文化、教育度、意識、学歴、倫理・道徳観、規則遵守性、品位、地域・自然環境 等

私たちはどんな人たちを対象とするのか？

### 2) 対象者の要望・必要は

- ・・・安全、保健、食事、自然・文化体験、外国語教育、文字・数教育、体育(プールやサッカー等)、絵画造形、音楽、長時間・休日保育、友だち体験(同年齢・異年齢)、自由保育 等

私たちの対象者は何を望んでいるのだろうか？

# TSとは言うけれど… (1)

対象を絞り込む余裕などない(なくなってきた)場合

## 1)子どもがいない(いなくなってしまった)

…**事業使命・事業寿命**が尽きた(尽きかけている)だけのこと

## 2)万能な対応力・パフォーマンス性能はあるか

…使命感・責任感から、事業の目的を見出せるならば「継続」を、  
でなければ、潔い・勇気ある「撤退」「事業転換」をすべき  
(早いに越したことはない！)

…実は「なくてもよい存在」なのでは？(他でも足りるのでは？)

## 3)事業継続の基本

…「子どもにとって」(安全性・安定性が保たれ、教育性・社会性等が  
育まれているか。単なる託児に化してはいないか？)

…いずれにしても、何年もつか？

# TSとは言うけれど…（１）

## 4)どこまでも、とことんこだわるなら

- …乳児を受け入れる・新卒者を採用するということは、とてつもなく大きな「社会的責任」を負うということ。
- …将来ある乳児の安定的・継続的な育ちの保障や、新卒保育者の可能性を摘んでしまっていないか？
- …保護者・職員への説明責任をしっかりと果す【大原則】
- …誰も「園と心中しようと思っていない」ことだけは自覚すべき





# コーポレート・アイデンティティ

*Corporate Identity*

何をもって勝負するか(=他と差別化していくか)

## 1) 自園の強みは

- …園舎・設備、園庭・環境、立地・アクセス性、保育内容(教育内容)、職員(数・専門性(質)・若さ・熟練さ・チームワーク・明るさ)、給食、安全、開園時間・日、サービスの価格性(コスト)、法人経営力、要望等への柔軟性・融通性 等

## 2) 真の強み…他と圧倒する「ブランド」性…

- …他に負けないものは、「自他ともに」、すなわち「評判通り」か

私たちが「強み」と思っていることは、本当に「強み」であるか？

## 3) 「強み」が「弱み」となっていないか

- …私たちの「対象者」の「期待」に沿うものか、無理をしていないか、職員が心一つに納得しているものか、長続きできるものか

# 事業の差別化＝ブランド化

*Brandning*

## ブランド化の3つの視点

### 1) **価格**のブランド化

- ・・・効率的なコスト管理に裏付けられた価格(利用料)の差別化
- ・・・**ムダの廃止**

### 2) **品質**のブランド化

- ・・・本物の提供・実施、専門性(高い教育・安全性等)
- ・・・**ムリの否定**

### 3) **サービス**のブランド化

- ・・・スタッフの資質・接遇・身だしなみ
- ・・・**ムラの追放**



# 顧客満足（CS）の方程式

*Corporate Identity Equation*

顧客が感じた価値観 - 期待値 = 顧客満足度

## 1) A園の場合

保護者の様々な要望(100)に真摯かつ柔軟に対応することを園でなすべきことの全てとして保育(100)を実践・提供した

顧客の感じた価値観(提供した保育の質量)100 - 期待値100 = 0

## 2) B園の場合

保護者の要望のうち園としてできるもの(50)を実践・提供し、残りの余力でB園が大切に思うことに取り組んだ

顧客の感じた価値観(提供した保育の質・量) 50 - 期待値50 = 0

顧客の感じた価値観(提供した保育の質・量) 70 - 期待値50 = 20

顧客の感じた価値観(提供した保育の質・量) 100 - 期待値50 = 50

このことから、「提供する保育の質量=私たちが創造し提供する価値観」を「見定める」ことがいかに大事かがわかる！

この「見定め」こそ「TS」であり「CI」。ここが今、問われている！！

# 真の顧客・サティスファクション

*Real Customer Satisfaction*

私たちの願いと対象者の願いが重なったとき・・・

1) 私たちの願いとは

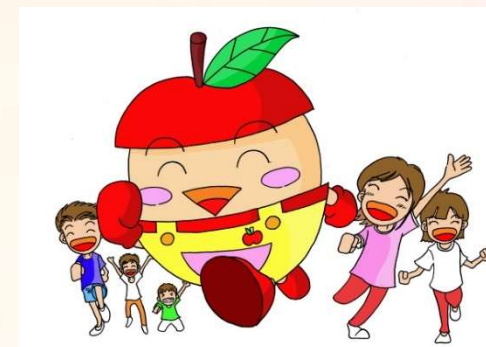
・・・理念に込められた「想い」

2) 対象者の願いとは

・・・基本方針に込められた「メッセージ」

3) 2つの対象者

・・・子どもと保護者



真の利用者満足(顧客満足)が実現する

第三の利用者(未来の利用者)の獲得が実現する

# バリュー・プロポジション

Value Proposition

## 街の電器屋さんがターゲットとすべき客層とは？

家電量販店ができない地元密着型の**手厚いサービス**

- 《シニア層(中高年層)の期待するサービス》
- アフターサービス、利便性(身近な場所)、適正価格
- Connectサービス(ふれあい、つながり、絆)

## 私たちが利用者(顧客)に、提案すべき**価値**とは？

バリュープロポジション value proposition

- ① 顧客が**本当に**望んでいて
- ② **ライバル**が提供できない
- ③ 自社が**提供できる**価値

→ 顧客のニーズを徹底的に絞り込み、ターゲットとなる顧客が本当に必要としていないなら、他社がやっていることでも「切り捨てていい」



# 【おわりに】つまるどころ・・・・・・・・・・である。

理念  
基本方針

保育園が**事業**を実施する上での  
対象を見定め、目的や方針を明らかにする

実践

中長期計画  
事業計画

3～5年後のビジョンを明確にし、  
事業を展開するための計画を立てる

実践

人材確保  
人材育成

事業を進める原動力となる職員を  
確保し、育てる（＝組織をなす）

実践

マニュアル  
仕組み化

ルールや決まりを定め、  
業務の標準化を図る

喜ばれ、選ばれ、生き残る  
園となりえる

実践

利用者本位  
利用者満足