

幼児教育の「職」の魅力向上と
人材確保の好循環を生み出すモデル創出事業

大学現場の"実録"ヒント集

～幼児教育の魅力発信からキャリア形成までの「コツ」と「工夫」～



文部科学省

令和7年度 大学等を通じたキャリア形成支援による
幼児教育の「職」の魅力向上・発信事業

目次

第一章 はじめに

目次	01
本事業の概要	02
本資料の見方	03
本事業の成果について	04

第二章 取組を始める前に

取組を始める前に	06
----------	----

第三章 魅力発信

養成校生とともにを行う魅力発信	08
幅広い層を対象とした魅力発信	09
メディアミックスによる魅力発信	11
小中学生向け出前授業	13
小中学生向け職場体験等	15
高校生向け出前授業	17
高校生向け職場体験等	19
複合体験型オープンキャンパス	21
【コラム】保護者へのアプローチの重要性	23

第四章 キャリア形成

OB/OGとの交流会	24
幼稚園比較による最適な園選び	26
養成校生向け就職マッチング	28
現職者向けキャリアアップ研修	30
ホームカミングデー	32
復職支援研修	34
離職者向け就職マッチング	37
【コラム】養成校同士での連携	39

第五章 おわりに

おわりに	40
------	----

事業概要

本事業の概要

幼児期及び幼保小接続期における教育の質を支える幼稚園教諭・保育士(以下「幼稚園教諭等」という)の確保・定着は喫緊の課題です。より多くの人材が幼児教育の道を志し、就職後も継続的にキャリアを高めていくために、幼稚園教諭等の養成課程を有する大学等においては、これまで蓄積してきたノウハウも活用しつつ、入学前から就職後まで総合的なキャリア形成支援に取り組む役割が期待されています。

本事業では、令和5年度から令和7年度までの3年間にわたり、幼児教育の「職」の魅力向上と人材確保の好循環を生み出すモデル創出を目的とし、公募により、効果的な事業を提案する大学等の事業を23件採択(※)しました。具体的には、大学入学前からの幼児教育

の魅力発信や、養成校生・卒業生のキャリア支援、一度現場を離れた幼稚園教諭免許状の保有者が現場復帰しやすくするための支援等について、先進的なモデルを創出し、効果的なキャリア支援の在り方や、幼児教育の魅力発信のアプローチ方法に関する調査研究を行いました。

本資料では、本事業を通じて蓄積された各校の取組事例とともに、得られた知見や留意点等を集約しました。養成校で実施する魅力発信事業やキャリア支援を考える際の参考として、実際の事例や実施にあたって気を付けておきたいポイント等を掲載しています。

(※)令和5年度採択数:8、令和6年度採択数:8、令和7年度採択数:7の計23件

● 事業内容

採択大学は、下記4テーマにわたって、地域や大学の実情に応じて、それぞれのもつ強みや特色等もいかして取組を実施しました。特に、令和7年度は、養成校が中心となり、自治体や地域の職業紹介等を担う団体との連携を通じて、地域一体となった人材確保についての在り方を検証しました。

1 小中高生や保護者を対象とした職の魅力発信

幼児教育に携わる人材の将来的な裾野を広げるため、小中高生やその保護者を対象に幼児教育の現場の魅力を発信するとともに、幼稚園教諭等の職業イメージの形成を図る。

2 養成校生を対象としたキャリア形成支援

自治体が実施する人材確保施策とも連携しつつ、幼稚園教諭等の養成課程に在籍する養成校生が、近い将来現場で活躍できるイメージをもてるよう、なりたい幼稚園教諭像やキャリア観を形成するとともに、就職にあたっての不安感の軽減に資する取組を行う。

3 現職者・離職者等を対象としたキャリア形成支援

自治体等と連携しつつ、現職者に対する現場への定着や離職者に対する円滑な現場復帰のための体系的な支援を行うにあたり、研修機会の提供や専門的な知見に基づいた相談対応等のキャリア支援を行う。

4 その他

①～③のほか、幼児教育の「職」の魅力向上と人材確保の好循環を生み出す観点から、幼稚園教諭等を指す人材の確保のために特に効果が見込まれる先導的な取組。

本資料の見方

本資料では、先にご紹介した4つのテーマを「魅力発信」と「キャリア形成」の2つの軸で整理し、それぞれの対象や目的を一覧表にまとめました。各項目では、採択大学による代表的な取組事例とともに、企画立案から運営・実施に至るまで、実際に動く中で見えてきた「等身大のポイント」を掲載しています。

本事業から生まれた新たな挑戦や工夫のヒントを、ぜひ皆さまの現場に合わせた形で取り入れていただき、今後の活動の一助としていただければ幸いです。

● 魅力発信・キャリア形成の取組分類

	小学生	中学生	高校生	保護者	養成校生	現職者	離職者／潜在資格者※
魅力発信	認知向上 興味・関心向上				キャリア形成促進		
小中学生向け出前授業							
小中学生向け職場体験等	入学促進				就職促進		
高校生向け出前授業							
高校生向け職場体験等	複合体験型OC OB/OGとの交流会				キャリア形成促進		
幼稚園比較による最適な園選び							
養成校生向け就職マッチング	ホームカミングデー 復職支援研修				勤務継続意欲の向上		
現職者向けキャリアアップ研修							
離職者向け就職マッチング	キャリア形成促進				勤務継続意欲の向上		

※潜在資格者とは、離職、育児休業、他職種への転職等によって現場を離れている幼稚園免許等の保有者を指します。

● 事例・ポイント集ページの見方

取組分類名・概要

それぞれの取組分類についての説明です。

取組事例の紹介

実際の取組事例について、課題・背景の説明と得られた成果、準備にかかった期間や費用を記載しています。

企画立案・準備のポイント

取組事例から抽出した、実際に取組の企画立案・準備に臨む際のポイントについてまとめています。

実施のポイント

取組事例から抽出した、実際に取組の運営・実施に臨む際のポイントについてまとめています。

本事業の成果について

● 「点」の活動から「線」の成果へ

本事業は単年度の取組ではありましたが、一時的なイベントにとどまらない具体的な成果が数多く生まれました。実際に、本事業を通じて職業への不安を払拭し、養成校への入学を決意した学生が誕生する等、直接的な人材確保につながっています。また、養成校の認知度が向上した結果、遠隔地でのイベント開催を呼び込むといった波及効果や、自治体・学内組織との強固な連携体制の構築等、地域一体となって担い手を支える土台も整いました。本ページでは、この三年間で創出されたあらゆる成果を、関係者の声を交えてご紹介します。

採択大学が実施した取組に参加して、実際に入学した養成校生からの声



國學院大学の
出前授業に
参加された2年生のはさん

将来は幼稚園教諭を志しつつも「一人でクラスをまとめ、担任の責任を果たせるか」と不安でした。しかし出前授業で、幼児期から小学校へ学びをつなぐ「幼小の架け橋」という視点を学べたのは大きな収穫です。成長を見据えた関わり奥深さを知ることができました。この学びで不安は自信に変わり、現在は目標に向かって前向きに励んでいます。



千葉大学の
OC「幼児教育☆サマーセミナー」に
参加された2年生のSさん

「子供の心理」への興味から千葉大学への進学を検討し、サマーセミナーに参加しました。そこでの在校生の方の「保育に正解はない」という言葉に、試行錯誤しながら子供を理解する学問と実践の奥深さを感じ、幼児教育を学びたい気持ちがより強くなりました。現在は、実習等で培った専門性をいかせる多様な未来の可能性を感じながら、学びを深めています。



鳴門教育大学の
OC模擬保育「遊びのワークショップ」に
参加された2年生のYさん

小さい頃から幼稚園教諭等を目指していましたが、進路選択の際は「保育士は子供の命を預かる重い責任がある」という不安を抱えていました。参加したワークショップで養成校の先生から「責任を抱えながら子供を後ろから支え、一緒に成長していく」と教わり、心が軽くなり、進学を決意しました。現在は実技が豊富な授業を楽しみながら、子供と共に成長できる未来にワクワクしています。



鳴門教育大学の
OC模擬保育「遊びのワークショップ」に
参加された2年生のMさん

中学の職場体験をきっかけに幼稚園教諭に憧れましたが、現場での臨機応変な対応が必要という点に不安がありました。参加したワークショップで「先生自身が楽しむことが一番」という養成校の先生と、その先生が実際に楽しみながら取り組まれていた姿を見て、私もそうありたいと思うようになりました。現在は、実習等でその臨機応変さの壁に当たりながらも、楽しく学んでいます。

採択大学が実施した復職支援研修に参加した離職者の声



大阪総合保育大学の
復職支援研修(リアル・オンライン)に
参加された育休中のCさん

以前の職場での人間関係や負担の重さから自信を失い、復職への恐怖心がありました。参加した研修で「人を大切にする働き方」や多様な選択肢があることを知り、心が前向きになりました。子供と過ごす楽しさを思い出し、いきなり長時間ではなく、自分らしく仕事に関わる方法を知ったことで、一歩踏み出す勇気もてました。



滋賀大学の
復職支援研修に
参加されたNさん

公立幼稚園で長年勤務していましたが、家庭の都合で退職。「子供に関わるのが好き」という思いは変わらず、家庭に影響のない範囲で、少しでも現場に貢献したいと考え、本研修に参加しました。研修での現場見学や預かり保育への参加を通じ、子供たちと触れ合うワクワク感を再確認できました。今後は、短時間勤務等の柔軟な働き方も模索しながら、少しずつでも幼児教育に関わり続けていきたいです。

● メタバースからリアルな場へ、全国へ広がる魅力発信の連鎖

採択大学である鳴門教育大学は、メタバースをはじめとした情報発信にとどまらず、養成校の所在地を越えた「想定外の波及効果」を生み出しました。その象徴的な事例が、埼玉県さいたま市で開催された「幼稚園・認定こども園フェア」です。

事業が呼び込んだ「新たな依頼」と地域連携の広がり

当初の計画にはなかったものの、本事業を通じた認知度の向上がきっかけとなり、さいたま市私立幼稚園協会から「小中高生および保護者向けの魅力発信」に関する協力依頼が届きました。これは、本事業が自治体や現場の団体を動かす「起点」となり、養成校の専門知を地域社会へと引き出す役割を果たした結果であると考えます。

「リアルな場」での直接的な反応と成果

イオンモール与野(さいたま市)で実施された「幼稚園・認定こども園フェア」では、買い物客等の一般層に向け、本事業で制作したハンドブック(p.09参照)の配布や、積み木・折り紙・紙芝居等の「幼稚園ミニミニ体験コーナー」と就職相談を実施しました。

イベントには、イオンモール与野に来ていた多くの親子連れが参加し、幼児教育の専門性に触れる機会を提供することができました。また、就職相談では、保護者より「今からでも幼稚園教諭になれるか」という具体的な相談が複数件寄せられる等、潜在的な人材の掘り起こしにつながりました。



● 地域・組織の垣根を越えた連携体制の構築

もう一つの成果として、養成校が自治体や学内組織等のステークホルダーと「新たな協力関係」を築いた点が挙げられます。地域の担い手不足という共通課題に対し、組織の枠を超えて強みを掛け合わせることで、実効性の高い支援スキームが実現しました。事例で紹介している養成校以外でも地域連携が定着し、事業終了後もその連携体制が継続されています。また、高校の進路指導担当者への認知が広がったことで、養成校への理解が深まり、受験者数が増加したという成果につながっている大学もありました。

事例1

【名古屋市立大学】

学内『高大連携』担当部署との組織的連携

高校生向けイベントの周知において、学内の高大連携担当部署と初めて連携。これにより名古屋市教育委員会を通じて各高校にチラシデータをメールで送ってもらう等、高校現場への強力なルートを確認できました。

また、専門部署を介することで高校側の行事日程を事前に把握できるようになり、現場の状況に即した戦略的な広報体制の構築につながりました。

事例2

【滋賀大学】

自治体との「伴走型」復職支援の確立

大津市・草津市と連携し、行政と共同で復職支援研修を実施。自治体との実務的な協働を通じて、日頃の情報交換を超えた強固な協力体制を構築しました。

少人数制ワークショップ等で潜在資格者層の悩みに直接応える場を創出したことで、自治体からも「幼児教育・保育の魅力を直接PRできる貴重な機会」として高く評価されました。

事例3

【大阪総合保育大学】

広域自治体ネットワークの構築

復職支援研修の周知に際し、大阪府内外の多数の自治体や保育士支援センターとの協力体制を構築。初連携の自治体も多数ありましたが、事業の重要性を伝えることで大規模な周知協力を実現しました。

各自治体からは「人材バンク事業を充実させる上で有難い取組」「講習会のテーマ設定が参考になった」といった、今後の発展を期待する声が寄せられました。

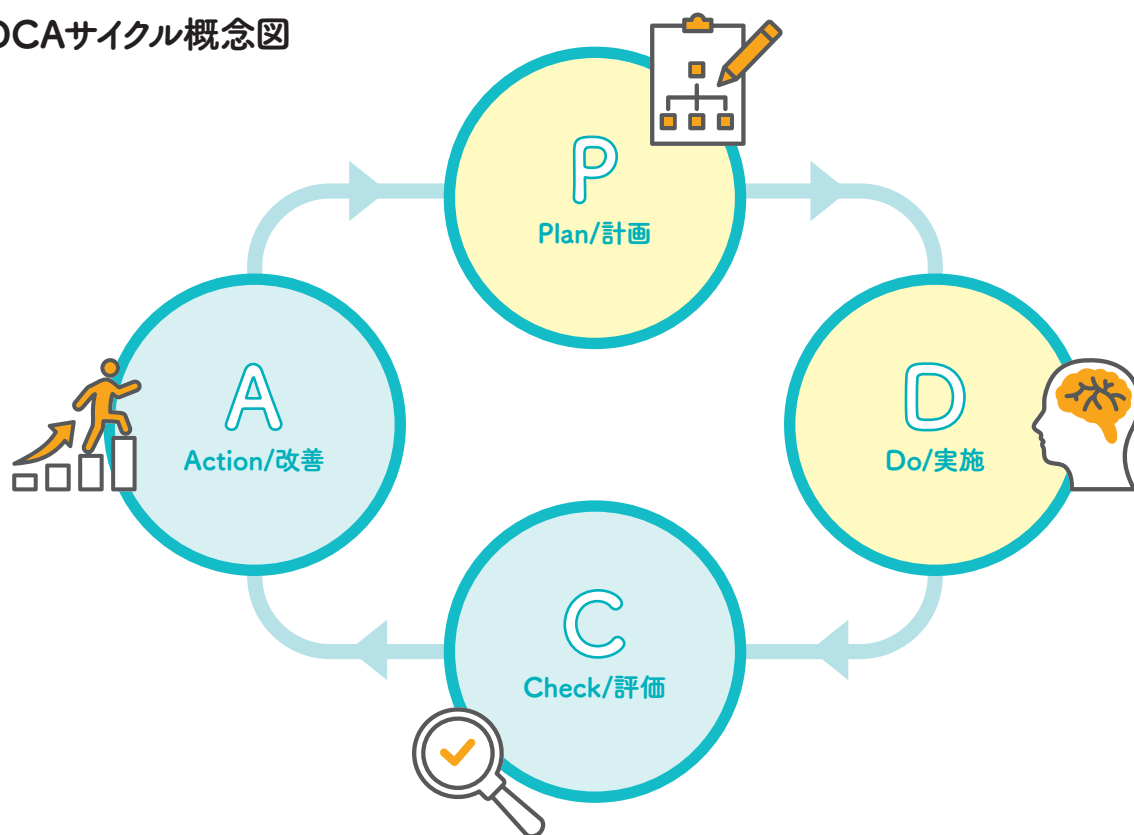
取組を始める前に

試行錯誤を「自校のノウハウ」に変える —取組を洗練させるPDCAサイクルの重要性—

大学現場における幼児教育の魅力発信やキャリア形成までの取組において、限られた経営資源で最大限の成果を創出するためには、PDCAサイクルによる継続的な改善プロセスが不可欠です。多くの取組は「実施」に注力しがちですが、その後の客観的な検証が不足すると、取組が形骸化し、期待される効果を得ることが難しくなります。

「この広報で受験生は動いたのか」「この研修は養成校生の将来に寄与したのか」を定量・定性の両面から分析し、明確な根拠に基づいて次期計画へ反映させる。この一連のプロセスを形骸化させず、小さな試行錯誤を繰り返しながら自校に最適な形へとアップデートし続けることこそが、養成校としての選ばれる力と教育の質の向上に直結します。

● PDCAサイクル概念図



本資料では、過去の採択大学における具体的な取組を踏まえ、主に「Plan(計画)」と「Do(実施)」の段階における気を付けておきたいポイント等を中心にまとめています。一方で、「Check(評価)」と「Action(改善)」については、各校の置かれた状況や目指すべき方向性によって最適解が異なるため、本資料の視点を参考に、それぞれの現場に即して主体的に分析し、改善を積み重ねていくことが重要です。

● PDCAサイクルの考え方

計画 PLAN

現状分析に基づき、達成すべき目標と具体的な実施計画を策定する段階です。単に「パンフレットを作る」「研修を行う」といった活動予定の立案にとどまらず、「誰に、何を届け、どのような変化を促すか」という到達点を明確にします。効果測定が可能な評価指標をあらかじめ設定しておくことが、次へのステップをスムーズにする重要なポイントとなります。



実施 DO

策定された計画に基づき、組織的に取組を推進する段階です。計画通りの遂行はもちろんですが、実施過程で得られた参加者の反応や現場の課題等、数値化できない「生きた情報」を正確に記録しておくことが求められます。完璧主義に陥って停滞するのではなく、まずは計画に沿って一歩踏み出し、次段階の分析に資するデータを収集することが肝要です。



評価 CHECK

実施した取組の結果を、計画段階の目標と照らし合わせ、多角的に検証する段階です。「参加人数」や「満足度」といった数値を確認するだけでなく、その背景にある要因を構造的に分析することが欠かせません。

定量的なアンケートでは高評価を得て満足しがちですが、重要なのは、その背景にある要因を深掘りすることです。「なぜ満足したのか(あるいは不満だったのか)」という理由まで踏み込んで構造的に分析する必要があります。さらに、単に取組そのものへの評価を問うだけでなく、対象者が次に何を求めているのかという「潜在的なニーズ」を汲み取る工夫も必要です。

例えば、キャリア研修後に「次に知りたいテーマ」や「現在抱えている悩み」を把握できれば、それは次回のPlan(計画)に直結する貴重なデータとなります。主観や慣例に頼らず、収集した事実と参加者のリアルなニーズに基づいて客観的な振り返りを行うことで、取組の有効性を継続的に高めていくことが可能になります。



改善 ACTION

評価結果を総括し、次期サイクルに向けた具体的な是正・調整を行う段階です。全ての課題を一度に解決しようとするのではなく、限られた予算や人員という制約の中で、「何を、どこまで改善すべきか」の優先順位を見極めることが求められます。

Check(評価)のステップで得られた分析結果や参加者のニーズに基づき、既存の取組のブラッシュアップだけでなく、より効率的な代替案を検討することも重要です。大幅な刷新が難しい場合でも、告知文の表現を少し変える、研修のワーク時間を5分増やすといった「小さな変化」を加えながら実施し、その反応を確かめることが、大きな成果への足がかりとなります。

一度で完璧な形を目指すのではなく、改善と検証を前提とした継続的な調整を行うことで、組織としてのノウハウが蓄積され、一過性ではない自律的な改善メカニズムが確立されます。

養成校生とともに行う魅力発信

幼児教育の職の魅力を幅広い層に届けるため、養成校生と連携して取り組むプロモーション活動です。本事業では、養成校生ならではの視点をいかし、SNSを通じた発信事例を創出しました。

事例

養成校生を中心としたSNSでの幼児教育魅力発信

札幌国際大学・札幌国際大学短期大学部 | 令和6年度事例

取組概要

養成校生が主体となり、養成校生自身の視点で抱く疑問等を現職者にインタビューを行い、幼児教育の魅力をSNSで発信する取組を実施した。実習以外で現職者と交流し、身近なロールモデルに触れることで、養成校生の志望度向上を図りつつ、中高生への期待醸成を目的とした。半年間で14園30人を訪問し、18人の養成校生が83本の動画をYouTubeやTikTok上で公開した。

成果

養成校生視点のコンテンツは高い関心を集め、TikTokでは再生回数が1,000回を超える等、養成校生自身の将来への不安解消や幼児教育・保育への期待感が高まった。また、その再生回数の多さや、期間中のフォロワーが増加したこと等を踏まえ、SNSを通じて中高生等へも現場のリアルな魅力を広く伝えるという大きな成果が得られた。

期間

企画・園の選定・調整1か月、実施は5か月間で14園30人を訪問
1コンテンツの撮影～公開までにかかった日数は平均10日程度

費用

- ・養成校生へのアルバイト料:920円/時間/人+旅費
- ・幼稚園への謝金:約7,000円/園
- ・動画編集費:約120万円



配信したTikTok

PLAN

企画立案・準備のポイント

①コンセプトとターゲットの決定

- 見てもらいたい層(中高生、保護者、受験生等)を明確にする。
- ターゲットが日常的に利用しているSNS(TikTok、Instagram、YouTube等)を選定する。
- 選定したSNSのアルゴリズムや流行(短尺動画、縦長動画等)に合わせた構成案を作成する。

②運営体制の構築

- 投稿頻度を維持するため、養成校生と教職員で負荷が偏らない体制を組む。
- 定期更新を前提とした投稿カレンダーを作成し、更新の仕組みをマニュアル化する。
- 複数人で管理する場合でもアカウントの統一感(トーン&マナー)を保つため、フォント・色・言葉遣いのルールを設定する。
- 双方向のコミュニケーションというSNSの利点をいかすため、コメントや質問が届いた際の対応方針(返信するのか、いいねでとどめるか等)を決め、複数人で運用できるようマニュアル化する。

③権利調整とリスク管理

- 養成校生や現職者等の出演者に対し、公開範囲や編集方針を丁寧に説明する。
- 個人情報保護や肖像権、倫理面に関する「出演同意書」を必ず作成し、署名を得る。
- 動画に使用するBGMやフォント、画像素材について、著作権を侵害していないかを確認の上で選定する。

DO

実施のポイント

①取材・撮影の進行

- 訪問先(幼稚園・保育園等)や現職者との日程調整は、余裕を持って(最低1か月前～)着手する。
- 園児の映り込み防止等、撮影現場でのプライバシー配慮を徹底する。

②投稿・ハッシュタグ戦略

- 固定タグ: ブランド認知のための共通タグ(例: #〇〇大学保育通信)を必ず含める。
変動タグ: 投稿内容やトレンドに合わせ、検索されやすいワードをその都度追加する。
- ターゲット層のスマホ利用が活発な時間帯(高校生向けなら夜間や休日)を狙って公開する。

幅広い層を対象とした魅力発信

幼児教育の魅力を全世代へ届けるため、ターゲットごとに最適化された媒体(ハンドブック等)を制作・展開する手法です。小中高生、大学生から現職者まで、それぞれのニーズに合わせた内容を段階的に提供することで、職業への憧れから専門性の向上までを網羅的に支援します。

事例

小中高生から現職者まで幅広い層に響く広報実践

鳴門教育大学 | 令和5~7年度事例

取組概要

3か年で3冊のハンドブックをシリーズ展開し、幼児教育の魅力を多角的に発信。専門職としての1日の流れを漫画でわかりやすく解説した「入門書:ようちえんで待ってるよ!」から、現職者の葛藤と成長を実話を基に描く「応援書:ようちえんでがんばってるよ!」、子供が主体的に学ぶための「環境構成」を説く「実践書:ようちえんってたのしいよ!」へと段階的に内容を深化。全世代を対象とした継続的な啓発を実施した。

成果

最終年度の効果検証では、高校生の幼稚園教諭等に対する尊敬の念ややりがいがあると感じた等、確かな魅力向上に寄与した。また、現職者からも「遊びが学びであることへの確信」や「自身の専門性への誇り」を再確認できたとの回答が得られ、志望者の背中を押し、現職者の離職防止や意欲向上にもつながる極めて高い成果を収めた。

期間

企画1か月、調整・原稿作成4か月、制作2か月
※1冊子の制作における平均

費用

【R5年度】

ハンドブック「ようちえんで待ってるよ!」
・デザイン制作・印刷製本費(3,000部):約115万円
・デジタルブック作成費:約1.5万円

【R6年度】

ハンドブック「ようちえんでがんばってるよ!」
・デザイン制作・印刷製本費(5,000部):約122万円
・デジタルブック作成費:約6.5万円

【R7年度】

ハンドブック「ようちえんってたのしいよ!」
・デザイン制作・印刷製本費(8,000部):約135万円
・デジタルブック作成費:約8.2万円



ハンドブック
「ようちえんで
待ってるよ!」
表紙



ハンドブック
「ようちえんで
がんばってるよ!」
表紙



ハンドブック
「ようちえんって
たのしいよ!」
表紙



企画立案・準備のポイント

①ターゲットの明確化と意識変容の設計

- まず「誰に見てもらいたいか」を決定し、読後、ターゲットにどのような意識変容(例:興味をもつ、誇りを取り戻す等)を起こしてほしいかを明確に定義する。
- さっと読みたい層には見出しだけで伝わる構成に、深く知りたい層には読み応えのあるコラムを配置する等、読者特性に合わせた文章量を検討する。

②配布・活用ルートの逆算

- 制作物の「用途」と「配布・周知ルート」をあらかじめ決めておく。オープンキャンパスでの配布、学校への郵送、Web公開等、出口に合わせた仕様を決定する。

③最適な制作会社の選定

- イラストや漫画を多用したい、あるいは学術的にしっかり見せたい等、目的に応じて得意分野をもつ制作会社を選定する。

④デジタル連携と動画活用

- 紙面だけでは伝わりにくい「現場の躍動感」を補完するため、遊びの場面等の動画を二次元コード経由で視聴できる仕掛けを作る。

次頁へ続く

PLAN

企画立案・準備のポイント

⑤ 情報収集の効率化(DX化)

- パンフレットに掲載する事例やアンケート結果については、オンラインフォームを積極的に活用し、収集・整理の工数を削減する。

⑥ 倫理面と著作権の管理

- 養成校生や現職者等の個人情報・肖像を扱う場合は、事前に「使用目的・公開範囲・期間」を明記した合意文書を締結し、各制作工程での確認フローを確立しておく。
- 外部のイラスト、写真、楽曲、既存の図表等を引用・使用する場合は、必ず権利者から許諾を得る。また、制作会社に新たに作成を依頼する場合は、納品後のデータの「著作権の帰属先(譲渡の有無)」や、増刷・Web転用が自由にできるかを契約段階で確認しておく。
- 完成した冊子をデジタルブックやPDFとしてWeb公開する場合、第三者による無断転載を防ぐための権利表記(©マーク等)を適切に行う。

DO

実施のポイント

① ユニバーサルデザインの意識

- 幅広い層を対象とする場合、フォントの大きさや色のコントラストに配慮し、誰にとっても読みやすいデザイン(メディアのユニバーサルデザイン)を意識することも重要。

② マルチデバイス展開の準備

- 印刷用の高解像度データだけでなく、WebサイトやSNSでストレスなく閲覧・ダウンロードできる「軽量化したPDFデータ」や「デジタルブック形式」を同時に展開すると、活用の幅が広がる。

③ シリーズ化による持続的発信

- 年度ごとにテーマを段階化することで、既存読者の興味を維持しつつ、新たな層へのアプローチを継続することができる。

④ 二次活用の推奨

- 制作したハンドブックを「出前授業の副読本」や「実習前の事前学習資料」として活用することで、広報物から教育リソースへと価値を高めることができる。

⑤ 効果検証と次年度への反映

- アンケート等を通じて、冊子がターゲットの意識にどう影響したかを検証し、次号の構成や配布方法の改善につなげる。

もっとこうすればよかった! 現場からの声



取材先の幼稚園等において個人情報の扱いが各園で異なったため、それに配慮しながら制作を進めたので、想定よりかなり時間を要してしまいました。取材を依頼する時にこちらより個人情報の扱いを提示する等しておけばよかったです。



事業を進めていく中で、「ここに配るならこういう内容も入れればよかった」という点がありました。やはり、手に取ってもらって初めて魅力を伝えられるものなので、事前に「誰に対してどう配るか」というものを設計してから制作を進めるべきだと感じました。

メディアミックスによる魅力発信

幼児教育の魅力ターゲット層へ効果的に届けるため、Webサイト、動画、SNS、印刷物等複数の媒体や手段を連動(メディアミックス)させる手法です。認知獲得から理解促進、意欲形成までを段階的に設計し、広報効果の最大化を狙います。

事例
01

ニーズに基づくデジタル広報の最適化

和洋女子大学 | 令和6~7年度事例

取組概要

幼児教育の魅力発信と職業理解の促進を図るため、事業の調査成果を基に特設ランディングページ(LP)を開設した。LP内には現職者のインタビューやインフォグラフィック動画を効果的に配置し、現場の「リアルな魅力」と「社会的役割」を可視化した。フライヤーやSNS等と連動させ、小中高生と保護者層を戦略的にLPへ誘導する一体的な動線を構築。さらに、アクセス状況や視聴動向を継続的に分析し、結果を基にコンテンツを段階的に改善した。動画の再編集や更新を継続的に行い、ターゲットニーズに合致した発信内容へと最適化し、データの蓄積と改善を繰り返す、動的な広報モデルを確立した。

成果

特設LPを起点とした情報発信は極めて高い波及効果を示した。特に、調査で明らかになった「待遇面への関心」を軸に制作したインフォグラフィック動画(ショート版)は、5か月で80万回再生を達成した。イメージ訴求にとどまらず、データに基づき「社会的イメージと実態の乖離」を埋める構成としたことで、幼稚園教諭職へのポジティブな関心を強力に喚起した。短期間の検証ながら、ターゲットのニーズを突いたデジタル媒体による視覚的アプローチは、将来の人材確保に向けた極めて有力な啓発手段となることを実証した。この成功は、エビデンスに基づくコンテンツ制作が、広報の到達力に効果的に作用することを示している。

期間

企画2か月、制作約5か月
発信開始後定期的にアクセス解析等を踏まえて更新を実施

費用

【R6年度】

- ・特設ランディングページ(LP)制作:約90万円
- ・動画(3本)を含むデジタルコンテンツ制作一式:約320万円
- ・アクセス解析・効果検証:数万円規模
- ・紹介リーフレット制作:約50万円

【R7年度】

- ・特設ランディングページ(LP)改修・運用:約50万円
- ・動画(4本)を含むデジタルコンテンツ制作一式:約380万円
- ・アクセス解析・効果検証:数万円規模
- ・紹介リーフレット修正・増刷:約25万円



特設ランディングページ(ファーストビュー)



特設ランディングページ

事例
02

映像が生み出す共感を核としたメディアミックス展開と魅力発信の相乗効果

滋賀大学 | 令和7年度事例

取組概要

幼児教育の本質的な魅力を可視化するため、「つながり」と「共に子どもを育てる喜び」をテーマとした映像資料を制作。附属幼稚園や公立幼稚園等での継続的な密着取材を通じ、子供同士の絆が深まるプロセスや、幼稚園教諭等、保護者、地域が一体となって育む姿を記録。用途に合わせ、SNS等で拡散しやすい「5分版」と、深い学びに適した「40分版」等複数制作した。これらの映像を、小中高生との交流事業や復職支援研修、地域子育て支援事業等で戦略的に活用。単なる広報にとどまらず、各世代のキャリア教育や研修の核心を担う「教育リソース」として多角的に展開するメディアミックス展開を実践した。

成果

映像視聴と専門的講義を組み合わせたプログラムにより、参加者の意識に変化が見られた。高校生を対象とした事後調査では、幼児教育に感じる魅力度が向上した参加者は97%、幼稚園教諭職への就職意欲の向上が生じた参加者は75%であった。言葉だけでは伝わりにくい幼児教育の本質を映像で具体化したことで、生徒が将来像を鮮明にイメージできた結果といえる。また、復職支援研修等の専門的な場においても、映像が共通言語となり、参加者間の対話を促進した。視覚的アプローチと対面での指導を融合させたメディアミックス展開は、情報の到達範囲を広げるだけでなく理解の深度を劇的に高め、将来の就職へ向けた意欲度や復職希望者の意欲度の向上に大きく寄与した。



制作した映像の1カット

期間

企画2か月、準備1か月、撮影4か月の内20日間程度、編集3か月

費用

- ・撮影・編集補助アルバイト謝金:約10万円
- ・動画撮影・編集費:約300万円



「遊びと暮らしに寄り添う仕事」滋賀大学教育学部附属幼稚園版



「遊びと暮らしに寄り添う仕事」大津市立志賀北幼稚園版

PLAN

企画立案・準備のポイント

①ターゲットの明確化

- 「誰に見てもらいたいか」というターゲットを具体的に決定する。中高生、保護者、あるいは潜在的な社会人層等、対象に合わせて訴求内容をカスタマイズする。

②エビデンスに基づく戦略設計

- 過去の調査結果や定量データ（ターゲットが何に不安を感じ、何を求めているか）を分析し、制作物のコンセプトや訴求内容を決定する。
- 「感覚的な理解」にとどまらず、研究エビデンスや社会的意義、職業としての魅力が伝わる訴求を行うことも、深みのある魅力発信につながる。

③一体的な動線（メディアミックス）の計画

- 「チラシ・SNS（認知）」→「動画（共感）」→「特設LP（詳細理解）」のように、各ツールの役割を明確にし、一体的に運用するための動線をあらかじめ設計すると、その後の展開やクリエイティブの統一がスムーズになる。
- オンライン交流として、ツール内に視聴者同士の交流の場を設ける場合は、あらかじめ「登録者数の確保」や「話題提供（問いかけ）」等の仕掛け作りを検討し、場を盛り上げるための運用体制を整えておく。

④専門性の高い制作体制の構築

- 幼児教育の現場特性を理解している撮影業者を選定し、適切な機材や画角（子供目線等）での記録を可能にする。
- ターゲット層が高校生や大学生等の若年層である場合、同世代の養成校生が撮影・インタビュー・動画編集に関わる手法が極めて有効である。ターゲットに響く言葉や感覚を取り入れつつ、養成校生自身が専門知識を深める機会としても位置づける。その際、養成校生が事前に専門知識を学ぶ時間を確保し、内容の質を高める。

⑤倫理面と権利関係の整理

- 動画出演者（園児、保護者、現職者）への説明・同意手続きを丁寧に言い、公開範囲や期間を明確にした文書を作成する。

⑥撮影スケジュールの最適化

- 園の行事や季節感を反映できるよう、年間の行事予定を細かく確認し、撮影日を設定する。

⑦予算の段階的配分

- 一度に全て作り切るのではなく、まずは大元となるものを立ち上げ、展開・運用しながら改修・改編を行うことで、情報の鮮度を保ち、長期的な成果につなげることもできるので、それを見越した予算の段階的配分も有効。

DOO

実施のポイント

①対面プログラムとの相乗効果（ハイブリッド活用）

- 動画はネット上での単体視聴にとどめず、出前授業やオープンキャンパス、研修等の「対面プログラム」の中で補助教材として活用する。
- 映像で「視覚的な共感」を呼び起こした直後に、講師や養成校生が「対面で補足解説」を行うことで、情報の訴求力と理解の深度を劇的に高めることができる。設計段階から、どのような対面シーンで動画を流すかを想定しておくことが望ましい。

②データ解析と動的なコンテンツ改善

- 公開後もアクセス数や再生数、視聴者の反応を継続的に分析（KPI分析）し、動画の再編集やLPの改修を段階的に行う「動的な広報モデル」を実践する。

③制作中のトラブルへの備え

- 制作したツールを、複数の関係者（団体）にまたがって確認を行う場合、想定していなかった修正事項等が入る場合があるので、余裕を持った制作スケジュールを設定し、あらかじめ予備日（バッファ）を設けておくことも重要。
- 例えば、SNS用の動画等、養成校生主体で制作・編集を行う場合、データの破損や技術的なトラブルが発生しやすいことについても留意する。

④アクセシビリティへの配慮

- 制作する動画には字幕（テロップ）を付けることで、音声を出せない環境での視聴や、聴覚障害のある方への理解を助けることができる。

⑤動画の尺（長さ）の最適化

- 設計した動線に基づき、特に動画等については、SNS広告用（15～60秒）、興味喚起用（3～5分）、深い理解・研修用（15分～）等、活用場面に応じた「切り出し」を行うことで、1つの素材から複数の価値を生み出すことができる。

小中学生向け出前授業

将来の幼稚園教諭職を目指す層の裾野を広げることを目的に、小中学生を対象として実施する出前授業。
本事業では、家庭科等の授業と連携し、幼児の発達や幼児教育の意義への理解を深めることで、職業としての魅力を伝えました。

事例
01

家庭科単元を活用した幼児教育出前授業

東京学芸大学 | 令和6年度事例

取組概要

家庭科の授業で幼児の発達を学んだ中学生を対象に、幼稚園教諭がゲストティーチャーとして出前授業を実施。実際の園児の動画やエピソードを通じて理解を深めた後、附属園にて段階的な交流を実施した。1回目は自由な関わり、2回目は生徒が遊びを企画して関わる構成とし、中学生が自分たちの成長を再確認できるよう、園児の衣服や手の大きさを比較する工夫も取り入れた。

成果

事前授業の効果により、幼児への理解だけでなく幼稚園教諭の仕事に対する気付きも得られた。自由記述では、56%の生徒が自身の幼少期を肯定的に振り返る等、幼稚園教諭職へのプラスのイメージが醸成された。また、一斉授業として実施したことで、当初関心のなかった層へも興味の裾野を広げることができ、キャリア教育として大きな成果を収めた。

期間

企画1か月、授業の実施は7月、交流は9月と1月に1回ずつ、実施までの間は全て準備・調整期間

費用

教材費：約3,000円



出前授業の様子

事例
02

ハンドブックを活用した小学生への幼児教育出前授業

鳴門教育大学 | 令和5~7年度事例

取組概要

小学6年生18名を対象に出前授業を実施した。授業では、ハンドブック『ようちえんで待ってるよ!』を活用。幼児教育における「遊び」がもつ意義や面白さをはじめ、幼稚園教諭等が子供と関わる際の指導のコツや具体的なポイントについて、児童が親しみやすく学べるプログラムを展開した。

成果

幼稚園の仕事内容について、90%以上の児童が具体的な理解を示した。また、専門的な「環境を通した教育」の理解には課題が見られたものの、「遊びを通した総合的な指導」については、ハンドブックの漫画等の効果もあり、65%以上が明確なイメージをもつに至った。本授業は、児童が幼児教育を改めて「仕事」として捉える貴重な契機となった。

期間

企画1か月、調整2か月、実施1日

費用

0円(ハンドブックを人数分配付)



小学校への出前授業の様子

PLAN

企画立案・準備のポイント

①学校教育課程との連携

- 家庭科の単元「幼児の生活と家族」等の学習進度に合わせて実施できるよう、小中学校側の担当教員と密に連携し、授業計画を策定する。
- 授業として実施することで、幼児や幼稚園教諭職に対する興味関心の芽生えを醸成することができる。

②対象学年に合わせたプログラム設計

- 学年により発達段階や習熟度が異なるため、対象を明確にした上で、発達段階に合わせた教材(動画、乳児の服等)を選定する。

③実施枠の早期確保

- 小中学校の授業時間が短いことを踏まえ、単発での実施よりは、複数回の訪問や、2限続きとする等の調整をしたほうが、結果的に有意義な出前授業となる。
- 小中学校の授業時間数には規定があるため、幼稚園の活動時間と合わせた授業枠(2時限連続等)の確保について、早期に調整を開始する。

④持ち込み備品の確認

- 授業で使用する道具やおもちゃ、教材等が、小中学校側の施設(アレルギー対応や安全基準等)で問題なく使用できるか事前に確認する。

⑤「関心がない層」へのアプローチ

- 職場体験(希望者のみ)ではなく「授業」として実施する利点をいかし、幼児教育に興味がない生徒でも引き込まれるよう、身近な自分自身の成長と結びつけた内容(手の大きさの比較等)を盛り込むことも有効。

DOO

実施のポイント

①体験を通じた導入

- 授業の導入として、幼稚園で実際に使われる「集団遊び」等を体験させる。遊びを通じた指導が幼児の発達を促すことを実感させ、学習意欲を高める。

②段階的な交流プログラムの実施

- 単に映像等で幼児の様子を見せるだけでなく、直接的な交流があったほうがより幼児教育の魅力を経験することができる。
- 幼児との交流は、以下の2段階で構成すると、より幼稚園教諭職の魅力が伝わりやすい。
 - ーステップ1(観察・自由交流): 幼児の姿をありのままに捉える。
 - ーステップ2(実践・企画交流): 生徒が自ら遊びを企画し、幼児と関わることで、指導者の視点を体験する。

③比較を通じた「実感」の醸成

- 幼児の服のサイズや手の大きさを小中学生自身のものと比較させる。幼児の「小ささ・愛おしさ」を感じさせるとともに、数年前まで同じ姿だった自分自身の成長に気づかせる。

④養成校生の関わり

- 補助として養成校生を参加させることも、中学生にとってより年齢の近い「先輩」として、進路選択のリアルな相談相手になるため有効。

⑤体験の言語化と共有

- 授業後すぐに振り返りシート等、感想を書く時間を設けることで、自分の感情や職業への興味を言語化させ、キャリア教育としての効果を定着させることができる。
- 出前授業の様子を小中学校側の学年便りや大学側のWebサイトで紹介することで、保護者に対しても幼児教育の意義を啓発する機会につなげることができる。

小中学生向け職場体験等

将来の幼稚園教諭職を目指す層の裾野を広げることを目的に、小中学生へ幼児教育・保育の現場体験を提供する参加者募集型の取組です。本事業では、大学の公開講座や地域のイベントと連動し、遊びを通じた学びの意義を伝えることで、職業への関心を高めました。

事例

公開講座を活用した幼児・小学生への幼児教育体験

大阪青山学園 大阪青山大学 | 令和6年度事例

取組概要

夏休みの公開講座を活用し、予期的社会化の観点から「遊びを通じた学び」としての幼児教育の魅力発信する「かけっこ教室」を実施した。本学科教員と養成校生が、かけっこ、サーキット遊び、しっぽとり等の運動遊びを通じて幼児・小学生と直接触れ合う場を設けた。最大の特徴は、実際の園環境に近い本学リズム室を会場とし、実習前の養成校生が主体となって子供と関わることで、幼児教育の専門性を可視化した点にある。

成果

アンケートでは保護者の90%以上から高い評価を得ており、「養成校生が子供目線で接しており安心した」等の声が寄せられた。この交流は、保護者と幼児・小学生双方に幼児教育の魅力を伝えるだけでなく、養成校生にとっても自身の適性を再確認し、職業へのモチベーションを高める貴重な機会となった。

期間

企画1か月、準備・調整1か月、イベント実施1日

費用

講師料・学生アルバイト料:約5万円



「かけっこ教室」の様子

PLAN

企画立案・準備のポイント

①ターゲット設定と内容の検討

- 幼児教育に興味がある層以外も惹きつけるため、「運動」「ダンス」「ピアノ」等、身近で専門性の高いテーマを設定したり、著名な人を招聘することも有効。
- 対象学年の発達段階や習熟度を考慮し、安全かつ楽しめるプログラムを検討する。特に、小中学生は学年によって年間行事等が異なるので、メインターゲットの学年を定めておく。
- 大学主催のイベントではなく、地元の自治体イベントと一緒に開催できると、確実な集客が見込める。

②日程設定の工夫

- 小中学生の年間行事(テスト期間・部活動等)を把握し、参加しやすい時期を選ぶ。
- 中学生になると、長期休みは部活動で多忙となるため、土日の開催や予備日の設定も有効である。
- 日頃より関係性のある小中学校からの参加者に配慮し、その学校に合わせた日程で組むことも有効。

③周知における学内・地域連携の強化

- 広報センターや地域連携センターと協力し、公式SNSやプレスリリース等を活用して広く周知する。
- 実証事業の中から得られたアンケート結果より、幼児や小学生の保護者のイベント情報取得方法は、「大学のホームページ」や「公民館設置のチラシ」といった回答が多かったため、デジタルとアナログな掲示・配布を組み合わせることで、無関心層へのリーチにつながる。
- 参加者募集のツール(フライヤー等)は、日ごろより広く周知することを得意としている広報室等と連携しながら制作することも有効。
- 日頃から付き合いのある提携校への直接訪問による案内や、メディアへのプレスリリース等も効果的。

④講師・スタッフの選定

- 小中学生への指導経験が豊富な教職員を講師に選定する。
- 養成校生をメインスタッフとして配置し、養成校生自身の「学修成果をいかす場」として位置づける。

⑤リスク管理の徹底

- 感染症や天候による中止・変更に対応し、申込者と即座に連絡が取れる体制を整え、緊急連絡先を事前に周知する。



①会場設営と案内

- 開催場所がわかりづらい場合、各所に案内看板を設置したり、誘導者を立たせる等して、スムーズな誘導を行う。

②安心感を醸成するサポート体制

- 幼児と接する機会が少ない小中学生が、安心して関わられるよう養成校生が常に隣でサポートできると、その「安心感」が、職業に対するポジティブな印象につながる。
- 養成校生にとっては、実習や学内関係者以外の前で、自分たちの学習の成果を発揮できる場になるため、養成校生自身の魅力の再認識や学びにもつながる。

③交流を深めるアイスブレイク

- 開始前にスタッフから積極的に声掛けを行い、緊張をほぐす。プログラム内にアイスブレイクやファシリテーターを配置し、交流の質を高める。

④体験の言語化と保護者への啓発

- 終了後にアンケート等で感想を書く時間を設けることで、自分の感情や職業への興味を言語化させ、キャリア教育としての効果を定着させることができる。
- アンケートの項目に、「学生(養成校生)への感謝の声」を設け、その回答を参加した養成校生にフィードバックすることで、養成校生の自己肯定感と職業継続意欲を高めることにつながる。
- 保護者も参加・見学できる構成にし、養成校生の質の高い関わりを見せることで、家庭内での進路選択を後押しする。

もっとこうすればよかった! 現場からの声



事業の契約期間の関係で、実施日を真冬にしたところ、感染症の流行や、積雪による交通遅延等もあり、当日欠席者が多く発生してしまいました。やむを得ない事情とはいえ、もう少し実施日程を検討すればよかったです。



定員を設けず集客を始めたら、思った以上に参加者が集まってしまい、当日に向けた準備がパタパタになってしまいました。定員を設けるなり、準備期間をもう少し長く取る等、対策を取っておけばよかったです。

高校生向け出前授業

幼稚園教諭職を目指す層の裾野を広げるだけでなく、具体的な進路として養成校への入学を促すことを目的とします。養成校周辺の高校だけに限らず、養成校のない地域と連携しながら、高校生に対し、幼児教育の専門職としてのキャリア、幼児教育の本質、社会的意義等に関する授業を提供します。

事例
01

高大連携による『探究型』進路支援の実践

和洋女子大学 | 令和6~7年度事例

取組概要

高大連携による探究的な学びの視点を取り入れた出前授業を実施した。本取組は、高大接続教育の一環として「高校生の主体的な進路選択」を支援することに重きを置き、高大連携室を通じて協定等を結ぶ地元の公立・私立高校で展開した。授業では、幼児教育が子供の発達にもたらす効果と社会的意義を説明。社会的イメージ(ネガティブな印象)と調査結果を対比し、処遇改善ややりがいに関するデータも示す構成にしたことにより、幼稚園教諭職の価値を再認識できるよう工夫した。高校と大学の学びをつなぐ窓口である高大連携支援室が主導することで、単なる大学紹介・職業紹介を超えた、高校生に対する出前授業を実現した。

成果

出前授業は満足度約9割と高い評価を得て、受講者の8割以上で幼児教育の重要性に対する理解向上が確認できた。R7年度の調査では、同職を進路の選択肢として認識する割合が前年より上昇し、高校生では37.6%から43.6%へと数値が伸長した。中学生においても、処遇改善を前提とした再志向の意識や、大学で幼児教育・保育分野を学びたいとする回答割合が増加した。一方で、OECD等の研究による教育の有効性の認知は半数未満にとどまり、エビデンスに基づく訴求の余地も明確になった。本取組は、中高生の心理的ハードルを払拭し、将来の担い手不足解消に向けた「根拠あるキャリア教育」として、着実な行動変容を実現した。

期間

企画・調整・準備:約2か月、授業設計・資料作成:約1か月、
出前授業実施:各校1日(45~50分/90分×1~2クラス)

費用

講師交通費実費



講義資料(抜粋)

事例
02

養成校不在地域における『出前型』包括的キャリア教育

名古屋市立大学 | 令和7年度事例

取組概要

近隣に養成校がない岐阜県高山市・下呂市の高校生を対象に、平日の放課後や長期休暇を活用した包括的キャリア教育講座を実施した。本取組は、現在の関心を起点に将来を考えるワークショップから、養成校生・学科教員との直接交流までを網羅している。特筆すべきは多層的な連携体制である。下呂市の高校では、名古屋文理大学短期大学部と共同で「子供と食」のワークショップを行うほか、地元のNPO法人が運営する認定こども園や支援施設から養成校生へ向けた講話も実施。大阪教育大学の知見も取り入れ、地域資源と都市部の専門性を融合させた。大学へ「招く」のではなく、地域へ「赴く」ことで、潜在的な関心層へ直接アプローチするアウトリーチ型の支援体制を構築した。

成果

事後アンケートの結果、参加した高校生の幼稚園教諭・保育士への興味関心および職の魅力度が向上した。大学でのオープンキャンパス等と異なり、学校現場へ赴く本プログラムは、まだ進路が定まっていない層のモチベーションを高める効果があることが数値から立証された。また、近隣に養成校のない高校生と都市部の養成校生の交流は、日常では接点のない両者に大きな刺激を与えた。高校生には進学後の学生生活を具体化させ、養成校生には異なる地域の園の取組を知ること、視野の広い幼稚園教諭像を形成する機会となった。地域・大学・NPO等が連携し、地理的ハンデを克服して幼児教育の意義を伝えた本取組は、広域的な人材確保の有効なモデルケースとなった。

期間

企画2か月、準備・調整3か月、実施1日×複数回

費用

講師交通費実費



出前授業の様子

PLAN

企画立案・準備のポイント

①授業設計と内容の検討

- 単なる資格取得方法の解説にとどめず、「幼児教育・保育の本質」や「地域における子育て支援の重要性」等、現代社会の課題解決という視点を取り入れる等、キャリア教育の視点を入れると効果的。これにより、高校生が自らの将来を「自分事化」しやすくなる。
- 単発の実施よりも、複数年の継続的な連携や、複数回構成のプログラムとすることで、より深い魅力促進が可能となる。
- 養成校がない地域の高校での実施の場合、高校側としても機会の最大活用を狙うべく、様々な要望を持っていることがあるため、事前にニーズヒアリングを行ったほうが、より効果的な内容を検討できる。

②実施高校・ターゲットの設定

- 養成校周辺の高校だけでなく、養成校がない地域も積極的に対象とすることで、高校生に対する情報格差を是正するとともに、より広いエリアからの学生募集を可能とすることができる。移動等のコストが課題となる場合は、オンラインツールを併用し、遠隔地の高校生との交流機会を確保する。
- 授業として実施する場合、幼児教育に興味が無い生徒も参加するため、他テーマ（「食」や「心理」等）と組み合わせたクロスジャンルな企画とすることで、潜在的な関心層を掘り起こす。

③学内の実施体制の構築

- 高大連携支援室等と協力し、実施校を拡大する。企画段階で高校側のニーズ（生徒に何を学んでほしいか）を丁寧にヒアリングし、授業内容に反映させる。
- ターゲットに近い目線をもつ養成校生を企画・運営に巻き込む。特に男性保育士へのニーズがある場合、男子学生に同行してもらう等の工夫が有効である。
- 模擬授業を担当できる学科教員（現場経験者等）の負担が偏らないよう、組織的な役割分担の整備等を進める。

④事務的調整と配慮事項

- 座学と体験を両立させるには時間が不足しやすいため、2コマ連続の枠確保や放課後の活用等、高校側と緻密に調整を行う。
- 出前授業で使用しようと思っているツールや教材が、学校側で持ち込みが禁止されている物品に該当しないか等、事前に確認を徹底する。
- オンラインで交流を行う場合、未成年者を対象とすることになるため、学校含めて、実施時間帯や保護者の同意取得について適切な配慮を行う。

DO

実施のポイント

①体験型授業の運営

- 導入に具体的な保育活動や幼児との触れ合い等の体験型プログラムを取り入れることで、遊びを通じた発達支援の実態を直感的に理解させる。
- 養成校生（特に実施校の卒業生が有効）から直接話を聞く時間を設けられると、学科教員には聞きにくい学生生活のリアルを共有することで、進路選択に強い影響を与える。
- 事前に高校生から質問を収集しておき、当日講師が回答する形式を取ることで、限られた時間内での交流密度を最大化させる。

②次段階への接続

- 出前授業をオープンキャンパスや夏季講座への「入り口」として位置づける。授業終了時に次回の学内イベントを紹介する等、興味を持った生徒を次の行動へつなげる動線を設計する。

高校生向け職場体験等

将来の幼稚園教諭職を目指す層の裾野を広げるだけでなく、具体的な進路としての養成校進学を後押しすることを目的に、高校生に対し、参加者募集型の幼児教育・保育体験等の現場体験の機会や、幼児教育の重要性に関する講演を行う取組です。本事業では、教育・保育の現場体験や現職者によるシンポジウム等を実施し、幼児教育の重要性とキャリア形成への理解を深めました。

事例
01

養成校生がサポートする中高生のための幼稚園教諭職理解促進

札幌国際大学・札幌国際大学短期大学部 | 令和6年度事例

取組概要

中高生の夏季休暇(8月上旬)を活用し、幼稚園教諭職への理解と意欲を深める「子どもたちと一緒にあそぼう」保育職フェスを、3日間にわたり開催。会場には大学キャンパスだけでなく、実際の幼児教育・保育現場である附属認定こども園を使用し、より実践的な体験環境を整えた。本取組の柱である「幼児教育・保育体験」では、中高生が園児や養成校生と直接関わる場を設けた。養成校生が常にサポート役として寄り添うことで、子供との関わりに不安がある中高生も安心して活動でき、幼児教育・保育の仕事へポジティブな印象をもてるよう設計した。また、養成校生や現職者と昼食を共にする「仲良しランチ」を通じ、学生生活や現場のリアルを語り合う場を創出した。

成果

3日間で51名が参加し、事後アンケートでは参加者の91%が「以前より興味・関心が増した」と回答した。特筆すべきは、当初「将来の志望が未定・志望していない」としていた層(計33%)においても、本イベントを通じて関心が高まった点であり、幼稚園教諭職への裾野を広げる重要な機会となった。体験の満足度が高い要因として、在校生のサポートにより不安なく子供と関わることが挙げられる。参加した高校3年生からは実際に入学に至るケースも確認され、高校生人口が減少する中で入学者数の横ばい維持に寄与する一定の成果が得られた。また、現職者からも「中高生や養成校生の様子を知ることができ有意義だった」と好評を得ており、実際に園児と関わるができる体験イベントを継続的に提供することが、幼稚園教諭職を目指す動機付けの強化に有効であることが明らかになった。

期間

企画1か月、準備2か月、実施3日間

費用

養成校生のアルバイト:960円/時間/人+旅費
仲良しランチ代:500円/人

「保育職フェス」告知チラシ

事例
02

卒業生教諭との交流が生む疑似職場体験プログラム

大阪青山学園 大阪青山大学 | 令和6年度事例

取組概要

大学祭において、中高生、保護者、および養成校生を対象としたシンポジウムを実施した。本取組は、同窓生で現役の幼稚園教諭として活躍する卒業生4名をシンポジストとして招き、講話(約40分)と参加者間の交流(約35分)を組み合わせることで、リアルな現場の様子を学ぶ機会とした。交流時には、養成校生が主体的に参加できるよう、養成校生自身が各グループのファシリテーション役を担った。また、賃金や子供の成長に伴う達成感、さらには育休制度の活用といった長期的なキャリア形成等、多岐にわたるテーマについて対話を行う場を創出した。

成果

アンケートでは、約90%の参加者が「良かった」と回答し、極めて高い満足度が得られた。特筆すべきは、約8割の参加者が、参加前後で幼児教育の魅力に対するイメージが「ポジティブ」に変化した点である。「人手不足」等のマイナスイメージをもっていた高校生や養成校生が、卒業生の「子供の成長を何年経っても喜べる」という実体験に触れることで、将来のキャリアパスを前向きに捉え直す姿が見られた。また、参加者の70%が幼稚園教諭職への憧れが高まったと回答した。中高生からは「生の声を聞いて夢がさらに強くなった」、養成校生からは「未来が見えた」といった声が寄せられた。この結果から、実習以外の場で現職者と交流することは、職業への不安を解消し、長期的なキャリアの見通しを立てるための強力な動機付けになることが明らかになった。

期間

企画1か月、準備・調整1.5か月、周知3か月、イベント実施1日

費用

・お弁当・飲料代:約3,000円
・卒業生謝金:約2,000円~5,000円/時間/人 ※卒年次別に傾斜

シンポジウムにて現職幼稚園教諭のOB・OGが体験談を講演

PLAN

企画立案・準備のポイント

①目的に応じた企画とプログラム構成

- 興味喚起:実際の園児と関わる体験型プログラムを主軸にする。
- 不安解消:現役の幼稚園教諭等(卒業生等)による講話や交流等により、幼児教育の魅力がポジティブに変化することが多いため、シンポジウム等で「生の声」を届ける。特に、賃金や労働環境といった進路選択において、高校生が抱く懸念点についても、現職者の成功体験や制度活用例(育休等)を交えて誠実に伝えることで、安心感につなげる。
- 大学主催のイベントではなく、地元の自治体イベントと一緒に開催できると、確実な集客が見込める。
- 大学主催とする場合、オープンキャンパス等と同時開催にすると、拘束時間が長くなることを懸念され参加を控える傾向が強い場合もあるので注意が必要

②ロールモデル(登壇者)の選定

- 内容に応じた登壇者を選定する。
 - 若手教諭:自身の近い将来を重ね合わせやすく、キャリア形成の参考になる。
 - 園長・ベテラン教諭:幼児教育の本質や奥深さを伝え、職業への理解と尊敬を促す。

③実施方法の検討

- シンポジウム等、オンラインでも提供できるものはオンラインで実施すると、養成校のない地域等、より広い層にアプローチすることができる。
- オンラインとリアルハイブリッド開催は、運営方法が煩雑になるため、オンラインであればオンラインで完結する形で検討したほうが良い。
- オンラインツールを活用する場合は、大学の個人情報保護方針等に基づき、高校生等の未成年に対する配慮(時間帯や、保護者の同意等)が必要。

④高校側のニーズに合わせた周知

- 高校生への周知は「学校の先生からの紹介」が圧倒的に強いいため、高大連携室等を通じて、進路指導の先生へ直接アプローチすることが最重要。実証事業で行ったアンケート結果では、どのようにイベントを知ったかという質問に対し、学校配布チラシ95%、先生の勧め62%という結果もあった。
- 参加者募集のツール(フライヤー等)は、日ごろより広く周知することを得意としている広報室等と連携しながら制作することも有効。
- 大学公式SNS、プレスリリースに加え、地域のFM出演やサイネージ広告等、大学一体となった多角的な広報を展開する。

⑤養成校生の積極的な関与

- ターゲット(高校生)に最も近い目線をもつ養成校生を企画段階から関わらせると、ターゲットに即した内容になるだけでなく、養成校生自身の魅力の再認識や学びにもつながる。
- 養成校生にファシリテーターやサポート役を任せることで、高校生の緊張をほぐすと同時に、養成校生自身の自己肯定感向上にもつながる。

⑥リスク管理の徹底

- 感染症や天候による中止・変更に加え、申込者と即座に連絡が取れる体制を整え、緊急連絡先を事前に周知する。

DO

実施のポイント

①交流を活性化させる仕掛け

- 開始前のアイスブレイクや、養成校生による積極的な声掛けを行い、話しやすい雰囲気を作る。
- 養成校生との交流時間を設ける場合、自由な交流時間を十分に確保することで、より養成校での学生生活をイメージすることができる。

②「養成校生の日常」を可視化する展示

- 養成校生が普段使用している「実習ノート」や制作物を展示し、養成校での学びやキャンパスライフを具体的にイメージさせるような展示を会場に設置しておくことも有効。

③入試センターとの連携

- 職場体験は単なるイベントではなく、入学者確保の貴重な接点となるため、当日に入学相談ブースを設置したり、募集要項を配布したりする等、入試部門との連携した運営を行うことも効果的。

複合体験型オープンキャンパス

個々の興味関心に応じた幼児教育に関する理解の醸成を図るため、模擬授業・園見学・個別相談等、様々な取組を組み合わせた「複合体験型」のオープンキャンパス。本事業では、実際の幼稚園を会場にする等、地域や附属園と密接に連携した事例を紹介します。

事例
01

オープンキャンパスを活用した『現場体験型』多層交流

千葉大学 | 令和5年度事例

取組概要

千葉大学教育学部附属幼稚園を会場に、高校生や養成校生を対象とした交流型オープンキャンパス「幼児教育☆サマーセミナー」を開催した。本取組の最大の特徴は、実際の「幼稚園」を実施場所とした点にある。現職の幼稚園教諭による園紹介や施設見学に加え、学科教員による研究紹介、さらに高校生と養成校生が直接対話する交流会を組み込んだ。園庭の大型遊具を共に体験する等、実際の教育現場の環境を最大限に活用し、高校生・養成校生・現職者・学科教員が立場の垣根を越えて交流する多層的なプログラムを展開した。

成果

実際の園舎で附属幼稚園教諭から直接話を聞く機会を設けたことで、高校生は幼児教育の専門的な話に熱心に耳を傾け、具体的な職業イメージを構築することができた。園見学では、園庭の挑戦的な大型遊具に登る等、高校生・養成校生・大学教員が共に身体を動かす中で、幼児教育の特質や面白さを肌で感じる姿が見られた。養成校生との交流も打ち解けた雰囲気で行われ、大学での学びや就職に関する質問を通じて相互理解が深まった。アンケートでは、高校生の約70%が「職への憧れ」を、養成校生の約80%が「専門職を目指す自覚」を強く抱く結果となった。高校生にとっては養成校生の解説が学びの深化につながり、養成校生にとっては対話を通じて自身の教育観を再確認する機会となる等、幼稚園を舞台とした多層交流は双方の意欲形成に極めて有効に機能した。

期間

企画・準備3か月、実施1日、
振返り・アンケート分析1か月

費用

- ・チラシ印刷代:約1万円
- ・チラシ郵送代:約7万円
- ・養成校生への謝礼:
図書カード2,000円×人数分
- ・当日飲料水(ペットボトル):
約1.5万円(120名分)



オープンキャンパスの様子

事例
02

オープンキャンパスを活用した大学・幼稚園の多層型交流

東京学芸大学 | 令和6年度事例

取組概要

オープンキャンパスにて、中学生や高校生、その保護者を対象に、大学での学びと附属幼稚園での実践を地続きで体験できる多層的なプログラムを実施。まず大学教室にて、養成校生によるプレゼンテーションを交えた「幼児教育セッション」を行い、学生生活や学びのリアルを提示した。その後、養成校生の誘導で附属幼稚園へと移動し、実際の園環境を見学する機会を設けた。園内では、現職の附属幼稚園教諭がやりがいを語る「幼稚園教諭の魅力語る」企画を実施したほか、実際に遊具に触れるコーナー設定やパネル展示を行い、五感を通じて幼児教育の魅力を実感できるよう工夫した。また、大学と幼稚園の両会場に個別相談ブースを設置し学科教員・附属教諭・養成校生が来場者の疑問や不安に直接応じる体制を整えた。

成果

アンケートの結果、高校生・保護者ともに満足度が100%に達し、極めて高い評価を得た。自由記述からは「志望動機が高まった」「先生の話でやりがいを感じた」といった声が多く寄せられ、実際の園環境に触れ、現職者や養成校生と直接対話したことが、職業に対する肯定的なイメージ形成に大きく寄与したことが伺える。また、これらの取組は受験志願者数の増加という数値的な結果にもつながった。さらに、養成校生にとっても、自身の学びを高校生に伝えるプロセスが自らの職業観を再確認する機会となり、幼児教育を学ぶモチベーションが向上するという波及効果も見られた。実地見学を組み込んだ本取組は、将来の幼稚園教諭職に向けた極めて有効なアプローチとなった。

期間

企画・準備2か月、実施1日

費用

- ・チラシ印刷:約5千円
- ・養成校生への謝礼:1,120円/時間/人
- ・成果物の作成(動画編集等):約2万円



オープンキャンパス告知チラシ

PLAN

企画立案・準備のポイント

①ターゲット別の内容設計

- 出前授業等の機会をいかし、ターゲットとなる高校生がどのような授業や体験を望んでいるかを事前に調査することで、プログラムの満足度を高める。
- 意欲層向けには、施設ツアー、個別相談、現職者による講話等、専門性を深めるプログラムを用意する。
- 関心層(高1・2年生等)向けには、友人の付き添いや進路研究目的の参加者も多いため、遊具体験やワークショップ等「まずは楽しさを知る」企画を組み込む。特に、8月・9月は進路研究や友人の付き添いで参加する高校生が多い傾向にある。

②会場・日程の早期調整

- 幼稚園等の現場を会場にする場合、通常の学内行事より調整に時間を要するため、早期に現場(園)との合意形成を図る。
- 大学の教室等で実施する場合は、教室の設備に応じて、使える設備が異なるため、プログラムの内容に最適な教室等を手配する(例:大教室では赤ちゃん人形が使えないため、赤ちゃん人形を使える教室を手配する等)。

③戦略的な周知活動

- 高大連携室や高校の進路指導教諭を通じた直接周知が有効。
- 大学内の広報部門と連携し、大学公式SNS等から発信することで、より広い層へのリーチを狙う。

DOO

実施のポイント

①体験を通じた遊びの可視化

- 園庭の大型遊具等を実際に体験してもらい、単に「遊ぶ」だけでなく、その遊びの中にどのような「教育的な意図や学び」があるかを学科教員や養成校生が解説すると、体験を通じた知識につながり、興味関心向上につながりやすい。

②多層的なアドバイザーの配置

- 現役の養成校生だけでなく、卒業を控えた4年生やOB・OGを配置すると、高校生にとって「学生生活を送っている自分」を具体的にイメージしやすくする。

③移動時間の有効活用

- 実施場所間での移動が必要な場合、養成校生等に誘導を担当してもらい、歩きながらフランクに会話することで、移動時間を「学生生活のリアルを聞ける貴重な交流時間」として有効に活用することができる。

④五感を活用した展示・ブース

- 実際に使用する教材や遊具に触れるコーナー、写真パネル展示等を設置し、視覚・触覚を通じて幼児教育の魅力を多角的に伝えることも有効。

【コラム】保護者へのアプローチの重要性

将来の幼稚園教諭等を育てる鍵は「保護者」にあり

— 意識調査から見た、養成校が今取り組むべき広報戦略 —

本事業において、中学生から大学生の職業や進路選択において、「保護者」の助言や意向が極めて大きな影響を与えることが明らかになりつつあります。「関心層の親子」へのアプローチだけでなく、中学生以前の、まだ進路を固定していない時期の親子も含めて、幼

児教育の専門的な価値や、処遇改善の実態を事実やエビデンスに基づいて正しく伝える「保護者への啓発」こそが、将来の人材育成の成否を分けるポイントとなるかもしれません。

● Point 1 幼児教育が担う「社会的な重要性」への認知不足

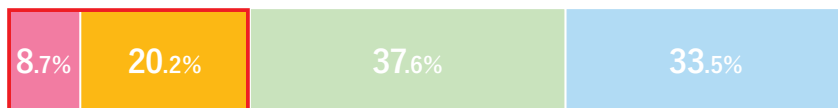
幼児期は脳の神経回路が急速に発達し、心と体の成長を支える土台が形成される極めて重要な時期といわれています。しかし、この時期の幼児教育が子供の人生に中長期的に与える影響について、以下の通り、保護者の認知は十分とは言えないと云えます。

科学的根拠や非認知能力への理解不足

「質の高い幼児教育を受けた子供は、将来の学力や経済状況が良好になる」(注1)といわれていますが、それを認知している保護者は3割以下にとどまっています。また、将来の学力等に好影響を与える「非認知能力(社会情緒的スキル)」の重要性についても、半数以上の保護者が「ほとんど知らない」と回答しており、専門的な知見が十分に浸透していない実態が浮き彫りとなりました。

■よく知っている ■ある程度知っている ■ほとんど知らない ■全く知らない

質の高い幼児教育・保育を受けた子供は、そうでない子供に比べ、中等教育段階の基礎学力や40歳時点での経済状況が良好であることが実証されている(Heckman et al., 2010)。



質の高い幼児教育・保育(ECEC)は、子供の認知・社会・情緒の側面に良い影響を与える(OECD, 2021)。



※調査結果に基づいて作成された社会的な重要性の啓発動画はこちらより視聴できます
和洋女子大学
「幼児教育・保育って実はこんなにすごい!」

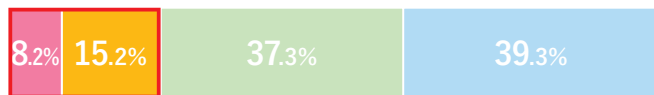
● Point 2 浮き彫りになった「制度への認知不足」と「収入への懸念」

低い制度認知度

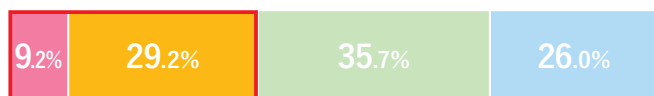
キャリアアップ制度や処遇改善等の政策についての認知度は、わずか30%前後にとどまっています。

■よく知っている ■ある程度知っている ■ほとんど知らない ■全く知らない

幼稚園・保育の職には、専門性の向上を支援するキャリアアップ制度(研修や手当等)がある。

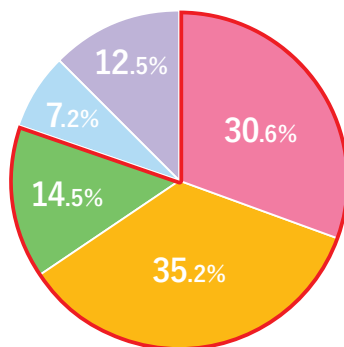


幼児教育・保育分野では、給与水準や処遇改善のための手当が近年引き上げられている。



収入・安定性への根強い不安

自身の子供が「子供に関わる仕事に就きたい」と希望した場合、30.6%が応援する意向を示す一方で、半数近くが「収入への不安(35.2%)」や「将来の安定性(14.5%)」を理由に懸念を示しています。



- とても応援したい。子供に関わる仕事は社会的に意義があり、専門性を高めながら長く働ける分野だと思う。
- 応援したい気持ちはあるが、働く環境や収入等に少し不安もある。
- やりがいはあると思うが、将来の安定性を考えると別の分野も検討してほしい。
- 教育・保育の仕事にはあまり関心がなく、他の道を勧めたい。
- まだ進路を考える段階ではないので、何とも言えない。

※調査結果は令和7年度 和洋女子大学「地元で「学ぶ・続ける」幼児教育—人材の成長と復帰を支える関係づくり」の調査結果(N=中高生の子供を持つ保護者415人)より抜粋
(注1) 出典:Heckman et al.,2010

OB/OGとの交流会

養成校生が身近なロールモデルを見つけ、幼稚園教諭等への志望度を高められるよう、現場で働く卒業生との対話の場を提供。就職後の具体的なイメージをもたせることで、入職後のミスマッチ防止や早期離職の抑制を目指します。

事例

卒業生の歩みに学ぶ現場のリアル

大阪青山学園 大阪青山大学 | 令和5年度事例

取組概要

就職を控えた4年次生を対象に、卒業後の幼稚園教諭生活への見通しをもてるように同窓生との交流会を実施した。卒後1・2・6年目と、経験年数の異なる現職者を講師として招き、在学中に準備しておくことや卒業後のライフプラン、キャリア形成の講話を基に、グループディスカッションを行った。近い将来の自分を重ね合わせることで、就職への不安解消と持続可能な働き方を考える場とした。

成果

アンケートでは、講話の満足度が90%、交流の満足度も86%と高く、「不安が軽減された」「年次別の具体的なアドバイスが参考になった」との声が寄せられた。就職直前の養成校生にとって、身近な先輩の実体験は将来の具体的なイメージに直結し、次年度も開催すべきとの回答が8割を超えた。

期間

企画1か月、準備・調整2か月、実施1日

費用

卒業生謝金 1,600～2,600円/時間/人



交流会の様子

企画立案・準備のポイント PLAN

① 時期と対象の選定

- 養成校生の実習前や就職内定後等、養成校生の不安が高まるタイミングに合わせて実施すると、より自身のキャリアや進路に向けて有意義な時間となる。
- 在学年次ごとに複数回計画することも有効。

② 授業内容への組み込み

- 自由参加ではなく、可能な範囲で授業内容に組み込むことで、体系的なキャリア形成へとつなげることができる。

③ ロールモデルの多様性の確保と参加価値の提供

- 養成校生の性別比や志望先に合わせ、私立・公立、認定こども園等異なる環境で働く卒業生を選定する。
- 経験年数の異なる卒業生を複数呼ぶことで、見通しをもったキャリアパスを多層的に示すことが可能。
- 卒業生にとっても、「大学での学び直し」や「後輩支援を通じた自身の振り返り」になるよう、プログラムの構成を工夫する。特に「大学での学び直し」については、現場に出たからこそ得られる新たな学びもあるため有効。

④ 早期の日程調整

- 現職者は行事等で多忙なため、開催の3か月前には打診を開始し、園側の協力が得やすい土曜日や祝日、長期休暇期間等を活用して日程を調整する。

実施のポイント DOO

① プログラムの二部構成化

- いきなり交流するのではなく、「第1部：先輩による講話・体験談」「第2部：少人数グループでの座談会(ワークショップ)」の二部構成にすると、共通の話題(ワーク)を通じて対話の密度が濃くなる。

② 交流会の運営

- 少人数のグループ替えを複数回行い、多くの卒業生と話せる機会を作る。
- グループ分けについては、自身のキャリア志向に基づいたOB/OGを養成校生が選んで話を聞きにいけるような形式も有効。
- 活発な討議になるよう、各グループに教職員や養成校生リーダーをファシリテーターとして配置し、円滑な進行をサポートする。

[次頁へ続く](#)



③ハイブリッド形式の回避

- 「対面」と「オンライン」を同時に進行させると機材トラブルや現場の疎外感が生じやすいため、日程を分けるか、どちらかに絞って実施する。
- 遠方の卒業生のみをオンラインでつなぐ場合は、専用のブースを設ける等の工夫が必要。

④継続的なつながりの構築

- 当日限りのイベントにせず、共有ツール(掲示板やスプレッドシート等)を介して、事後もQ&Aができる場を設ける。ただし、個人間の連絡先交換については、トラブル防止のため、大学側は関与せず、個人の自由とする旨を事前に周知しておく。

もっとこうすればよかった! 現場からの声



遠方から参加してくれる卒業生の話も参考になるかなと思い、慣れないながらもハイブリッド形式で開催。その結果、当日の接続トラブル等、予期せぬトラブルに見舞われて現場はあたふた…。オンラインとリアルで開催日や時間を分ける等すればよかったです。



養成校生と、他校の養成校OBOGで、近隣幼稚園等で働いている現職者の交流を試みようと思い、現職者を集めるのに必死になっていたら、当日の養成校生の参加が少ない事態に。学年の特色もあると思いますが、もう少し積極的な参加を促すような工夫をすればよかったです。

幼稚園比較による最適な園選び

養成校生が複数園での教育実習を検討する際、選択の幅を広げ、園ごとの多様性を深く理解するための仕組みです。各園の基本情報だけでなく、先輩からのフィードバックや具体的な成果物を比較検討することで、実習への意欲向上とミスマッチ防止を図ります。

事例
01

先輩の『生の声』を可視化した実習・就職支援アプリの開発と実践

東京家政学院大学 | 令和5年度事例

取組概要

実習における園とのミスマッチは、養成校生の資格取得に対する意欲低下や、将来の離職につながる大きな課題である。これを解消するため、「参考園一覧アプリ」(本資料p.28)で示したアプリ内に、直近10年間に及ぶ実習実績データと、実際に実習を終えた養成校生によるフィードバックを融合させたデータベースも掲載。アプリ上では、各園の基本情報に加え、過去10年間の3年次・4年次別の実習生受け入れ延べ人数等を閲覧できるようにした。開発にあたっては、まずは試作版を導入し、定期的なアンケートにより養成校生のニーズを拾い上げ、試作版に反映。アンケート結果では、「園の保育内容」や「先輩のコメント」といった、Web等の情報だけでは見えにくいソフト面の情報の充実を求める声が多かったため、直近5年間の実習振り返り資料から、先輩が記述した「園の特徴」や「実習時のアドバイス」も掲載した。

成果

実習に対して不安を抱える養成校生にとって、過去の経験者が残した「園のリアルな雰囲気」や「事前の準備ポイント」等の情報は、「先輩の具体的なコメントが最も役立つ」といった声が多く寄せられたことから有効であることがわかる。この取組により、養成校生は自分の性格や志向に合った実習先を自ら選ぶことが可能となり、実習への主体性と責任感の向上につながった。個人の感想の取り扱いについては、バイアスを考慮した慎重な運用が求められるものの、DXを活用して「先輩の知見」を共有する仕組みは、実習園のマッチングや、幼稚園教諭職への継続的な動機付けを支える極めて有効なインフラとなった。



開発した専用アプリ画面

期間

企画1か月、準備(データ整理等)1か月、
アプリ試作1か月、試行運用5か月

費用

Google AppSheet利用料:約7,500円/月×6か月分

事例
02

多様な『現場のリアル』をつなぐ実習報告会を通じた複数園の比較分析

和洋女子大学 | 令和6~7年度事例

取組概要

実習先ごとの教育方針や現場ルールの違いを「多様な学び」として捉え、養成校生がそれぞれの実習先で得た知見を相互に還元し合う実習報告会を開催した。本取組の核心は、自身が直接赴いていない園や施設の経験も、報告会での対話や資料閲覧を通じて追体験し、自らの実習先と比較できる点にある。3年生が主体となり、グループごとに下級生へ向けて実際の教材や資料を見せながら説明し、質問に答える形式で実施。実習日誌や指導方針の差異を具体的に提示することで、一つのやり方を正解と思わず、多様な現場の在り方を多角的に理解する機会とした。

成果

事後アンケートでは94.1%が「実習のイメージが明確になった」と回答し、劇的な意識変化が確認された。先輩の「自己流の仕掛け」が詰まった教材を直接目にすることで、後輩の不安が「自分も作りたい」という前向きな目標へと変容。また、園ごとのルールの違いを比較検討する過程で、一つの正解に固執しない柔軟な適応力の重要性が深く浸透した。3年生にとっても、自身の経験を内省し言語化するプロセスは、専門的知見の深化と自己効力感の向上に直結した。学科教員には聞きにくい些細な懸念を先輩に相談できる場は、実習への恐怖心を「未知へのワクワク感」へと塗り替え、同じ道を志す仲間としての連帯感と専門職への強い意欲を醸成するに至った。



実習報告会の様子

期間

年度当初に日程確定&周知、実習後に発表グループ割り振り、
準備(養成校生が主体)3か月、実施1日

費用

なし

PLAN

企画立案・準備のポイント

①【共通】全体設計と意識変容の設計

- 公私の別、施設種別(幼稚園、保育園、こども園等)による役割の違いを実感できるよう、比較の視点(教育方針、園の雰囲気、指導体制等)を整理する。
- 比較検討の際、養成校生が「給与や立地」等の条件面だけでなく、「自分の保育観に合うか」「自分が目指す成長ができる環境か」といったキャリア的な視点で評価できるような項目を設定する。

②【デジタル活用】知見のデータベース化

- 定型的な基本情報だけでなく、実習後に養成校生が感じた「園の特徴」や「後輩へのアドバイス」を収集し、検索可能な形で蓄積する。
- 試作版から運用を開始し、定期的な養成校生アンケートを踏まえながら「本当に欲しい情報(実習時のリアルな雰囲気等)」を優先的に実装していくと、ミニマムスタートとなるため、予算や開発スケジュール的にも余裕をもった推進ができる。
- 「ピアノの頻度」「子供との関わり方」等、特定の項目でタグ付けを行い、養成校生が自分の得意・不得意に合わせて検索しやすいように設計することも有効。

③【リアル開催】実地経験の共有スキーム

- 実習は、「実習体験が個人の体験の共有にとどまりやすい」「特定の園のやり方のみを正解と思い込んでしまう」傾向があるため、単なる実習体験の発表ではなく、「実体験の共有」をコンセプトの軸に据え、多様な現場の在り方を多角的に理解できるプログラムとして企画することが重要。
- 報告会等の実施やアプリの活用を、あらかじめ学科の年間スケジュールや授業の一部として位置づけ、全養成校生が参加しやすい体制を整える。
- 現場の実際を後輩へ伝えるために自分の体験を「可視化(資料作成・展示)」し、「言語化」する。この準備過程そのものを、3年生自身が自己の学びを客観的に振り返り、専門職としての成長を再確認する機会として位置づけることができる。また、下級生も交えることで、全学年を通じたキャリア形成の機会とすることもできる。
- 報告会に限らず、実習レポートや振り返り資料をいつでも閲覧できるアーカイブスペースを学内に設けることも有効である。

DOO

実施のポイント

①【共通】マッチングの最適化

- 養成校生の志向と園側の受け入れ状況のマッチングには時間を要するため、早期に意思確認と調整を開始する。
- 比較検討した結果、自分の希望と異なる園への実習が決まった場合でも、その園でしか学べない多様な視点があることを教職員がフォローし、学びを前向きに捉えさせる指導を行う。

②【デジタル活用】インフラとしての運用

- アプリ等を活用し、場所を問わず先輩の知見(事前準備のポイント等)にアクセスできる環境を提供することで、養成校生自身の「納得感のある園選び」を支えることができる。
- 実習に対する養成校生個人の感想は主観的な内容が含まれるため、大学側での適切なフィルタリングや、あくまで個人の感想である旨の免責事項を明記する等、慎重な運用体制を敷く。

③【リアル開催】具体物による理解の深化

- 報告会では、実際に実習園で使用した教材や実習日誌を展示する。具体的な「物」を見ることで、後輩は「自分も作りたい」という具体的な目標を抱きやすくなる。
- 学科教員には聞きにくい些細な懸念(持ち物や服装、昼食の様子等)を先輩に直接相談できる対話時間を設け、実習への恐怖心を期待感へと塗り替える。
- 報告会に出席できなかった養成校生のために、当日出された質問と回答をまとめ、後日配付・提示することで、情報の公平性を保つ。また、参加した下級生にとっても、振り返り資料として有効に活用することができる。

養成校生向け就職マッチング

養成校生が自身の幼児教育に対する考え方やライフスタイルに合った職場を選択できるよう、養成校が保有する求人情報や卒業生の実績データを活用し、最適なマッチングの場と情報を提供する取組です。デジタルツールによる情報公開や、教職員による個別支援等を通じて、入職後のミスマッチを未然に防ぎます。

事例
01

先輩の『生の声』を可視化した実習・就職支援アプリの開発と実践

東京家政学院大学 | 令和5年度事例

取組概要

養成校生が就職活動を行う際、自身の保育観やライフスタイルに合致した職場を選択し、入職後のミスマッチを未然に防ぐことを目的として、卒業生の就職実績と求人情報を統合した独自のデータベースを構築し、養成校生がスマートフォンから手軽に閲覧できるよう、Google AppSheetを活用して専用アプリ「参考園一覧アプリ」を開発・提供した。本取組では、単に最新の求人票を提示するだけでなく、直近数年間の卒業生が実際にどの園に採用されたかという「実績データ」を紐づけた。アプリ内には、園の基本情報や採用条件に加え、勤務時間、社会保険といった多角的な項目を実装。養成校生が「自分たちの先輩が実際に選んだ園」という確かな安心感に基づき、自分に適した実習・就職先を絞り込める検索環境を整備した。

成果

アプリの導入により、情報収集の利便性が向上し、養成校生の就職活動に対する主体的かつ積極的な姿勢が見られた。アンケート結果からは、特に「採用情報」や「勤務時間」等の条件面を詳細に把握できる点が高い評価を得た。求人票という「公的な情報」に、卒業生の実績という「信頼できる情報」を付加したことで、養成校生の心理的なハードルが下がり、より納得感のある就職先選定が可能となった。

期間

企画1か月、準備（データ整理等）1か月、
アプリ試作1か月、試行運用5か月

費用

Google AppSheet利用料：約7,500円/月×6か月分



開発した専用アプリ画面

事例
02

進路支援センターを中心とした個人に合わせた最適なマッチングと意欲醸成

和洋女子大学 | 令和6～7年度事例

取組概要

進路支援センター（学科担当職員）と学科教員が緊密に連携し、3年次の全員面談から、卒業まで1回～15回、平均5回以上の個別相談や履歴書添削、面接練習を実施。さらに希望者には、人事経験豊富な現職園長による模擬面接指導を行った。また、養成校生の特性に応じたボランティア・アルバイト紹介体制を強化。事前のニーズ調査や、養成校生の特性に応じたボランティア・アルバイト紹介の試験的運用の結果、想定以上の養成校生の参加につながり、将来的なマッチング体制構築のための検証の一助となった。大学独自の幼保データベースと地域ネットワークをいかし、実習等では出会えない多様な現場のリアルな情報を提供することで、在学中から卒業後までを見据えた持続的なキャリア支援体制を構築した。

成果

学科発足以来、就職希望者の入職率は100%を継続。R7年度の調査では、現職園長による指導を受けた4年生全員が「理想の幼稚園教諭・保育士像が明確になった」と回答し、就職報告会に参加した3年生の満足度も97.8%に達した。ボランティア経験者が採用試験合格に至る好事例も生まれ、実習等の限られた機会を大学の広範なネットワークが補完したことで、養成校生の進路選択の幅は大きく拡大した。先輩との直接交流も奏功し、8割以上の養成校生が「職の選択肢が広がった」、6割強が「幼稚園教諭職の魅力が高まった」と回答。個々の適性に合う園を納得感をもって選べる「判断力」の養成に成功した。

期間

学科と進路支援センター間でこまめな情報交換・打ち合わせを実施しながら通年を通して実施

費用

必要に応じて講師謝金等を支払い

PLAN

企画立案・準備のポイント

①【共通】全体設計とターゲット選定

- 養成校生がどのような支援を求めているのか、入職後のミスマッチの傾向等を分析し、支援の方向性を決定する。
- 養成校生が真に必要なとしている情報(勤務条件だけでなく、先輩の実績や園の雰囲気等)を整理し、支援のゴールを明確にする。
- 就職直前だけでなく、1年次や実習前等、年次に応じたステップ別情報を準備し、早期から自身の適性を考えられるような設計も有効。例えば、夏季ボランティアや実習先の選定から養成校生に活用させることで、自身の適切に合わせたキャリアを長期的に描けるように設計する。

②【共通】ターゲット視点での情報整理と内容の検討

- 収集した情報は、支援方法に合わせ、統一フォーマット等で再整理する。
- 特に「勤務時間」「社会保険」「実際の雰囲気」等、養成校生が重視する項目を優先的に配置し、直感的に比較できるような工夫も必要。
- 近隣園や外部講師等を招いたイベント等を行う場合は、養成校生が本格的に動き出す夏頃を目安に実施すると効果的。

③【共通】情報管理スキームの構築

- 継続的に鮮度の高い情報を実現するため、学内での「求人情報」と「卒業生の進路実績」を集約・管理するスキームを構築する。
- 養成校生への参考情報として、卒業生から職場の実態や意見を集める仕組みを作る。ただし、個人の感想に偏りすぎないよう、掲載内容の信ぴょう性の確保やプライバシーに配慮した掲載基準を設ける必要がある。

④【デジタル活用】導入準備

- スマホで手軽に閲覧できることを重視し、既存のアプリ作成ツール(Google AppSheet等)やデータベースから最適なものを選定する。どのような機能をもたせたいかや、情報の更新方法等、必要な機能を棚卸ししてから各ツールを比較検討すると、最適なものを選定しやすくなる。
- 単なる求人票の転載ではなく、「どの園に、いつ、誰が就職したか」という卒業生の実績データを紐づけることで、情報の信頼性を高める。
- Google AppSheet等のノーコードツールは導入が容易である一方、提供元の仕様変更や、学内異動に伴う担当者変更に対応できるように、引き継ぎ可能な運用マニュアルを作成しておくことも重要。
- 特に外部ツールを導入する場合は、中長期的な運用を見越した予算の確保が必要。単なるランニングコストだけでなく、運用した結果得られた改善点等に対する改修費用も確保できると効果的。

⑤【ネットワーク支援】導入準備

- 養成校生は担任、学科教員、支援職員等、各自が信頼する相手に相談に行く。誰が相談を受けても適切な情報提供ができるよう、学内での情報共有スキームを構築する。
- 大学がもつ自治体や園との強固なつながりをいかし、現職園長による模擬面接等、通常の就職活動では得られない「現場のリアルな視点」を取り入れる体制を作る。

DOO

実施のポイント

①【共通】情報の可視化とアクセシビリティ

- 収集した情報は、養成校生の視点で比較しやすいよう統一フォーマットで提供する。
- 相談窓口は対面だけでなく、オンラインも選択肢に入れることで、実習中や多忙な時期でも相談しやすい環境を整え、相談の心理的ハードルを下げる。

②【デジタル活用】データの利便性と活用

- アプリ等を活用し、場所を選ばず「実習先選び」や「就職先検討」ができる環境を提供。養成校生が主体的に情報を深掘りできるようサポートする。
- 実際に就職した養成校生からのフィードバックを定期的に収集し、データベースの鮮度を保つ。
- アプリ等で園情報を公開する場合、個人情報保護の観点から、個人が特定される記述や園の詳細な住所等の扱いに注意が必要。

③【ネットワーク支援】対面による深化と調整

- 例えば就職支援センター等、教職員関係者間の連携が重要となるため、日頃より情報共有・相談をし合える関係性や環境を構築することが重要。
- 全員面談や履歴書添削を繰り返し行い、養成校生個々の適性に合った園を丁寧にマッチングする。
- 近隣園を招いたPRイベントでは、事前に「卒業生の声」を交えた園紹介を行い、当日は養成校生がまんべんなく各園のブースに足を運べるよう、教職員がファシリテーション(橋渡し)を行う。
- 模擬面接や就職セミナーに現職の園長等を招く。教職員とは異なる「採用側の視点」を取り入れることで、養成校生が理想の保育者像をより鮮明に描き、意欲を高めるきっかけとする。

現職者向けキャリアアップ研修

現職者がキャリアを確立するために必要な専門知識・技能を体系的に習得できる機会です。
大学単体での実施にとどまらず、自治体主催研修等へ参画・協力することで、より高度で継続的な研修スキームの構築を目指します。

事例

自治体連携で実現する幼稚園教諭・保育士の学び直しプログラム

和洋女子大学 | 令和6～7年度事例

取組概要

市川市及び大学コンソーシアム市川が主催し、現職者・潜在資格者の専門性向上と復職支援を目的とした無料の遠隔講座を実施。大学持ち回り制の運営体制のもと、各大学から講師を出す形式で全3回を開講した。Zoomを活用し、虐待対応や保育環境等の現代的課題をテーマに、地域や経験年数を問わず幅広い層へ学びの機会を提供した。

成果

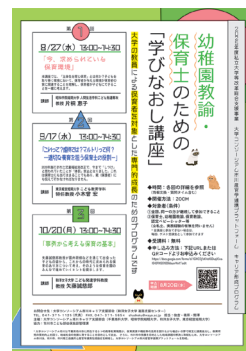
令和6・7年度とも延べ200名前後が受講し、満足度は最大90%を記録(R7年度)。虐待予防等関心の高いテーマや事例を通じ、深い理解と就業意欲の向上が確認された。産官学連携による継続的な研修スキームを確立したことで、専門分野を補完し合う高度なプログラム提供が可能となり、地域の幼児教育人材育成に寄与する大学の支援体制を整備した。

期間

講師依頼～実施までの準備約5か月、実施3日

費用

主催の大学コンソーシアム市川及び自治体が費用負担



「学びなおし講座」告知チラシ

PLAN

企画立案・準備のポイント

①【共通】研修テーマの検討

- 卒業生アンケート等を通じて、現職者がどのような研修内容を求めているかを把握する。
- 養成課程ではカバーしきれない「保護者対応」「加配児童のフォロー」「園マネジメント」等、現場の即戦力となる実践的テーマを選定する。
- テーマ内容に応じて、養成校単体だけでなく関連団体との協業等も視野に入れる(例:幼少接続の意義等の観点から学童運営団体と協業等)。

②【ライブ型研修(対面・オンライン共通)】時期の選定

- 年次によって休みやすい時期が異なるため、ターゲットとなる年次を絞った上で、日程を決めると集客に効果的。
- 現場が比較的休みを取りやすい夏季休暇(7～8月)を主軸とする。シフト調整に配慮し、GW前には年間スケジュールを提示して早期募集を開始する。
- 平日(勤務内研修用)と土日、あるいは日中と夜間等、同一内容を別日時で展開し、参加率の向上を図る。

③【学習ツール(e-learning等)】構築のポイント

- 1講座を15分～30分程度の短尺に分割する。多忙な現職者が隙間時間で完結できる構成にすることが継続の鍵となる。
- 知識の解説にとどまらず、「現場での活用シーン」に焦点を当てた動画構成とする。特に現場で使用ICTツールの解説等は、実際の操作画面と現場での運用例をセットで提示するほうが実用的な内容となる。
- LMS(学習管理システム)の保守費用やコンテンツ更新費用等、中長期的な予算と担当者を明確にしておく必要がある。

DOO

実施のポイント

①【ライブ型研修(対面・オンライン共通)】心理的ハードルを下げる運営

- 一方的な講義にせず、悩み相談や情報交換の時間を必ず設ける。附属園の現役の教員がアドバイザーとして介入し、共に考える姿勢を示すことで学びを深化させる。
- オンライン開催時には、操作に不慣れな受講者のために接続サポート体制を整える。遠隔地や家庭の事情がある層に配慮し、対面とオンラインの併用も検討する。

次頁へ続く



②【学習ツール(e-learning等)】運用と継続的な検証

- 学習者の進捗状況や学習スピードを分析し、離脱者が多い箇所の特定制やコンテンツの改善につなげる。
- 端末操作に不安がある層のためにマニュアルを充実させる。初回のみ操作説明を兼ねたリアル研修を開催することも有効である。
- 修了証の発行や段階的なカリキュラム提示により、一度の受講で終わらせないキャリアアップの仕組みを構築する。

もっとこうすればよかった! 現場からの声



実施主体(自治体)の実施方針と、大学の取組を十分にすり合わせる時間がなかったのが悔やまれました。今後は、もう少し時間をかけて対話を重ねて、実施主体の実施方針に寄り添いながら、現職者に求められている内容を提案できるようにしたいです。



現職者である卒業生は、少ない時間をやりくりしながら参加してくれるので、よりニーズを把握した上で、研修内容を企画すれば良かったと思いました。特に、勤務年数が長くなるほど、マネジメント系の研修が増えてしまうので、より幼児教育に根差した学び直しをしたいという声もありました。

ホームカミングデー

卒業した若手教諭の資質・能力向上や、現場での悩み解消を目的とした継続支援プログラムです。
ホームカミングデー等の機会を活用し、母校の教職員や同級生と交流する場を提供することで、離職防止とキャリア形成をサポートします。

事例

ホームカミングデーを活用した現職者への定着支援

國學院大學 | 令和6年度事例

取組概要

現職者となったOB・OGを対象に、キャリア形成支援と離職防止を目的に、ホームカミングデーに併せて「茶話会」と「専門研修」を同時に開催。茶話会では、学科教員が交じり、リラックスした雰囲気の中で現場の悩み等を話せるような場とし、専門研修は集団づくりや保護者支援といった実践的なテーマとすることで、現場での経験を学術的に言語化・整理できるような内容とした。

成果

茶話会では、業務過多や人手不足、配慮が必要な子への対応等、職場で抱える孤立した悩みを同級生や学科教員と共有することで、深い共感と心理的な充足が得られた。学科教員からの助言により、自身の働き方を客観的に見直す機会となり、幼児教育・保育のやりがいや再確認できた参加者が多かった。専門研修は、卒業後だからこそ得られる新たな気づきがあり、時代のニーズに合わせた知識のアップデートと、研修で得られた知識の実践に向けて高い意欲が引き出された。

期間

企画1か月、準備・参加者募集2か月、実施1日

費用

・お弁当・飲料:約5万円
・講演謝金:1万円～2万円/人 ※年次別に傾斜

企画立案・準備のポイント

①ターゲット別の内容設計

- 卒業年数により、直面する課題は異なるため、参加者をどの層にするかあらかじめターゲットを選定の上、内容を設計する。
- 若手層:現場の悩み相談や、心理的ハードルを下げた「茶話会」をメインとする。
- 中堅・子育て世代:専門性の高い研修や、ライフステージに合わせた小規模な交流会等、ニーズに合わせたプログラムを検討する。

②時期の選定

- 幼稚園・保育園の年間行事(運動会、発表会等)が集中する11月・12月等は避け、卒業生が参加しやすい時期を慎重に検討する。
- 大学祭と同時開催にすることで、卒業生だけでなく在校生や高校生も交えた多世代交流が可能となり、双方にとって有益な刺激となる。

③大学全体・学科全体での体制構築

- 卒業生は特定のゼミ教員だけでなく、様々な教職員との再会を望んでいることがあるため、学科全体、あるいは大学全体の行事として位置づけ、多様な相談に対応できるよう教職員のシフトや協力体制を整える。

④効果的な周知ルートの活用と維持

- 同窓会組織を通じた公式案内が有効に機能する。
- 定期的に母校を訪れる卒業生を通じたSNSやグループチャットでの草の根的な広報も有効。
- 卒業時の連絡先リストの鮮度維持と、個人情報保護に配慮した連絡体制の構築があると、継続的な周知につながる。

実施のポイント

①心理的ハードルを下げる運営

- 若手教諭は「こんなことでいいのかわからない」という不安を抱きやすいため、明るく温かい雰囲気作りを徹底する。
- 教職員が積極的に傾聴し、否定せず受け入れる姿勢を示すことで、相談しやすい環境を整える。

次頁へ続く



②理論と実践の橋渡し(研修の実施)

- 現場での「なんとなくの困りごと」を学術的な視点で整理できるよう、専門研修を組み合わせると、参加者としては、卒業後の現場経験があるからこそ「深い気づき」を得ることができ、キャリアアップや不安解消につながる。
- 研修として提供する以外にも、例えば在学中に使用するテキストや講義資料等を用いた交流をするだけでも有効。

③遠隔地等からの参加促進

- 遠方で勤務する卒業生や、育児中で外出が難しい卒業生のために、教職員との個別相談や、専門研修部分だけでもオンライン配信やオンデマンド受講を可能にすると、より支援の裾野を広げることができる。

④相談内容のプライバシー遵守

- 職場での具体的なトラブル相談等は、他の参加者に聞こえない個別スペースを確保する等、配慮が必要となる。

⑤在校生等への波及効果

- 卒業生が生き生きと語り合う姿を見せることで、在校生等にとっては「将来のモデル」となり、「卒業後も支えてくれる大学」という信頼感につながる。

もっとこうすればよかった! 現場からの声



思ったより卒業生の参加が少なかったです。特に、卒後年次が経つと、他県への就職や結婚等で地元を離れる学生も多いため、同窓会からの案内だけでなく、SNS等や、よく顔を出してくれる卒業生をハブとした参加呼びかけも検討していきたいです。



ホームカミングデーと併せて、学び直しの機会を、と思い絵本作家を招いた講演会を実施したところ、年代によって、関心度が大きく違う結果となってしまいました。実施する際は、卒後の年次をある程度絞る等、ターゲットとニーズを定めるべきだと思いました。

復職支援研修

離職、育児休業、他職種への転職等によって現場を離れている「潜在資格者」に対し、最新の幼児教育に関する知識を補完し、復職に向けた心理的ハードルを軽減するための研修機会を提供します。

事例
01

映像・現場・個別相談をつなぐ地域一体の復職支援モデル

滋賀大学 | 令和7年度事例

取組概要

大津市の人材バンクと連携し、潜在資格者を対象とした復職支援研修を実施した。本取組は、大津市や草津市をモデルに、就職への心理的ハードルを解消するネットワーク構築を目的としている。園見学等の現場体験に加え、本事業で制作した映像資料を通じて幼児教育・保育の喜びを再確認するプログラムを構成。さらに自治体担当者による個別相談枠を設け、映像による感情への訴求と対面での具体的支援を組み合わせた重層的な支援を展開した。

成果

研修後の意欲向上は100%を記録し、映像と現場体験の組み合わせにより復職へのイメージ具体化に成功した。自治体担当者と直接対話できる仕組みが奏功し、個別のニーズに応じた求人提供や応募への後押しが可能となった。共催した自治体側も潜在資格者の生のニーズを把握でき、満足度の高いマッチング機会となった。映像が生む共感を起点に、自治体と養成校が連携して復職を伴走支援する本モデルの有効性が示された。

期間

企画2か月、準備・調整3か月、実施1日

費用

- ・幼児教育コーディネーター人件費:約150万円
- ・フライヤー制作、印刷費:約4万円
- ・交通費:実費



復職支援研修の様子

事例
02

最新動向のオンデマンド学習と実践体験による就業不安の解消

大阪総合保育大学 | 令和7年度事例

取組概要

幼稚園教諭・保育士人材バンク登録者等を対象に、幼児教育の基本から最新動向までを網羅した復職支援プログラムを実施した。大阪総合保育大学の講師ネットワークを活用し、中堅層をターゲットとしたオンデマンド受講体制を整備。学術的知見を10分程度で解説した動画8本を制作・活用しつつ、対面とオンラインで講習会を開催した。最新の働き方の紹介や制作活動を通じ、幼児教育・保育の魅力を再発見し実践にいかせる内容を重視した構成とした。

成果

ブランクから復職を躊躇していた層に対し、心理的ハードルを下げる成果が得られた。アンケートでは「不安が解消された」「働き方のイメージが明確になった」との声が多く、具体的な就業意欲の向上に直結した。短時間の動画と実践的な体験学習の組み合わせにより、最新理論へのアップデートと現場感覚の回復を同時に実現。大学の専門性と人材バンクのニーズを融合させた本モデルは、復職への自信を後押しする有効な支援となった。

期間

企画2か月、調整・準備2か月、周知1か月、実施1日×2回

費用

- ・フライヤー制作:約5万円
- ・講師の先生への動画講座出演費等:約45万円
- ・動画撮影費や編集等:約130万円



対面講習会の様子



大阪総合保育大学
特設サイト

多職種で支える「チーム保育」の魅力発信と復職支援オンデマンド

名古屋市立大学 | 令和7年度事例

取組概要

幼稚園教諭職が多様な専門家に支えられた「チーム」であることを伝えるべく、多角的な啓発事業を展開した。中高生や保護者向けの講演に加え、多職種の専門家が幼稚園教諭職との協働の意義を説く講演会をオンデマンド化し、特設サイトで公開。名古屋市立大学等と連携し、現職者や復職希望者へ向けて広く情報を発信した。多職種のメッセージを凝縮した動画も制作・公開し、時間や場所を問わず視聴可能な発信基盤を整備した。

成果

本取組は、幼児教育を「社会全体で支え合う専門職」と再定義する視点を提供した。参加した高校生へのアンケートでは職業への興味関心が向上し、早期キャリア教育として手応えを得た。また、講義のオンデマンド化により、学生から復職希望者まで幅広い層へのアプローチを実現。「味方の存在」を意識させる内容は現職者の負担軽減や復職への安心感に寄与した。多職種の専門知を結集した発信は、職の地位向上と人材確保を支える強力なツールとなった。



オンデマンド講演会の様子

期間

企画2か月、準備・調整3か月、講演1日×複数回、オンデマンド教材制作1か月

費用

- ・講演料:約2万円/回/人
- ・オンデマンド講座配信HP制作・運用:約80万円
- ・オンデマンド講座撮影・編集費:約100万円



名古屋市立大学
特設サイト

PLAN
企画立案・準備のポイント

① ニーズ調査

- 復職希望者が抱える不安(「最新のICTについていけない」「今の保護者対応が不安」等)や、現職復帰にあたりどのようなサポートが欲しいか等を調査し、それに応える研修内容を設計する。
- 自治体等との外部機関と連携して行う場合は、外部機関にて有している復職希望者リストに対して、アンケート調査等を実施することも有効。

② 自治体・外部機関との連携を含めた実施体制の構築

- 潜在資格者が集まる自治体窓口、幼稚園連合会の人材バンク等と企画段階から協働する。単なる「情報共有」にとどめず、人材バンク担当者が「個別に声をかけるべき対象者」を選定できるような情報共有体制を構築する。
- 研修の実施において、自治体研修の経験豊富な「幼児教育コーディネーター」等を起用する場合、大学側の委嘱手続きに時間を要することが多いため、開催の数か月前から準備に着手する。

③【オンデマンド型】研修内容の検討

- 育児・家事の合間に視聴できるよう、1本10分程度の短尺動画を複数提供する。動画タイトルは、視聴者の興味を引くキャッチーな表現を採用する。
- 講演をオンデマンド化する場合、資料内の子供の写真や引用物の著作権について、永続的な配信を見据えた許諾確認を徹底する。

④【リアル開催型】研修内容の検討

- 実際に園児と触れ合える時間を設置するために、幼稚園等の施設にて研修を行うことも有効。復職希望者にとって、園児と触れ合う機会を設けることが、復職に向けたリハビリにもつながり、復職に向けた自信の醸成につながる。
- 研修プログラム内に、自治体担当者や学科教員との「個別相談時間」を組み込み、研修受講が具体的な求人応募へつながる動線を作ると、参加者にとっては気軽に質問できる場の提供につながり、求人応募関係者にとっては、個別のマッチングにつながる機会の場になる。

⑤ 日程設定

- 幼稚園等において園児との触れ合いを重視する場合は平日日中となるが、子育て中の潜在資格者は土日や夜間のほうが参加しやすい場合も多い。ターゲット層のライフスタイルに合わせた設定が不可欠である。

次頁へ続く

PLAN

企画立案・準備のポイント

⑥周知

- 連携する人材バンク等がある場合、人材バンク経由の個別アプローチが最も効果的である一方、園長会や研究会グループを通じた「元教え子・元同僚」への呼びかけも有効な手段となる。
- 復職希望者や潜在資格者へのアプローチが難しいため、養成校のホームカミングデー・OBOG会等での周知や、近隣自治体に幅広く声をかけてもらう等、面的な周知広報が必要。
- 幼稚園や保育園等の保護者の中にも、子育てをする中で幼児教育に興味をもつ層がいるため、地域の幼稚園等を通じた周知(フライヤーの設置等)も有効。

DOO

実施のポイント

①心理的障壁の除去と自信の回復

- 制作活動や最新の指導法紹介等、手を動かすワークを取り入れると、理論のアップデートだけでなく、「自分にもまだできる」という現場感覚を取り戻させることができる。
- 情報が入りづらい復職希望者に対し、自治体や専門職チームという「味方」がいることを可視化し、精神的なセーフティネットを提示する。

②就業への直接的な接続

- 研修会場に最新の求人票や、自治体の就職支援金制度のパンフレット等を常備する。「学んで終わり」にせず、その場でマッチングのステップに進める環境を整える。
- 研修後の個別相談では、コーディネーターや人材バンク担当者が、ブランクへの不安や勤務条件の希望を丁寧に聞き取り、園への見学調整をその場で代行する等の「攻め」の支援を行う。

③デジタルデータの活用

- オンデマンド教材の視聴数や離脱箇所を分析し、潜在資格者が特に関心をもつテーマ(例:保護者対応、ICT活用等)を抽出し、次の研修のテーマに反映させる。

PLAN

企画立案・準備のポイント

①【共通】法規確認と体制構築

- 人材紹介（マッチング）を行う際、職業安定法上の「職業紹介事業」の許可または届出が必要となるケースが多い。企画段階で必ず厚生労働省（労働局）の指針を確認し、適切な法的枠組みを確保する。
- 潜在資格者の詳細な職歴や連絡先を取り扱うため、厳格な個人情報保護方針の策定と、セキュリティ性の高い管理システムの選定が不可欠である。

②【共通】ニーズの調査

- 既存のバンク登録者や加盟園に対し、アンケートやヒアリングを実施する。「なぜ復職を躊躇しているのか」「園側はどのような人材を求めているのか」を定量的に把握し、システム要件や研修内容に反映させる。

③【共通】UI / UXの最適化

- 潜在資格者はスマートフォンでの操作が中心となるため、PC向けサイトの流用ではなく、モバイル端末でストレスなく検索・応募できるインターフェースを最優先する。

④【他団体連携型】ネットワークの活用

- 連盟・自治体等と協業する場合、「大学＝研修・専門知」「自治体・連盟＝周知・フィールド」という強みをいかす。人材バンクを単なる求人サイトにせず、研修情報や地域の子育て支援情報が得られる「保育者のポータルサイト」として位置づける。
- 採用決定で終了とせず、入職後の定期的なフォローアップ研修や相談窓口の提供をパッケージ化し、園と保育者双方の安心感を醸成する。

⑤【養成校主体型】自走・循環モデルの設計

- 広告運用費、マッチングに関わる人件費、システム維持費を精査し、自走できる収益モデル（手数料設定や寄付金スキーム）を策定する。
- 特定の養成校の色が強すぎると他園の賛同を得にくい場合があるため、業界全体の課題解決を目指す「中立的なプラットフォーム」としてのブランディングを意識する。

DOO

実施のポイント

①動的な魅力発信とコミュニケーション

- システムに求人載せるだけではマッチングは発生しないため、SNS広告による個人向けリーチを強化するとともに、他の民間人材紹介会社との違い（養成校ならではの専門支援、安価な手数料等）を明確に打ち出す。
- 登録者に対し、定期的なメールマガジンでのコラム配信、最新の保育動向を伝える短尺動画、小規模な茶話会（オフ会）や研修会等を実施し、復職へのモチベーションを維持・向上させる。

②顔のみえるマッチング

- 条件面（給与・時間）の合致だけでなく、園の教育方針や実際の雰囲気や伝わる動画・写真を豊富に掲載する等して、顔のみえるマッチングを心がけると、連携団体や養成校が主体と意義を出すことができ、有意性につながる。

③現場復帰への伴走

- 復職支援研修の会場に連携団体担当者に同席してもらい、研修で自信を取り戻した直後に具体的な案件に触れさせることで、応募への心理的ハードルを下げる。

④受入側の意識改革

- 復職希望者のリスキリングと並行し、園長・経営者層向けのマネジメント研修やDX研修を実施し、復職者が働きやすい「受入環境」を整えることで、職場定着率の向上を図る。

⑤運営基盤の透明性の担保

- 運営基盤が、どのように実際のマッチングや次世代育成に活用されたかを可視化し、協力園や登録者の満足度と社会的な信頼を高める。

【コラム】養成校同士での連携

「競合」から「共創」へ：養成校連携が拓く幼児教育の未来

— ライバルの垣根を越えた、地域一体の人材確保戦略 —

全国的に少子化が進み、養成校の閉校も相次ぐ今、幼児教育・保育の人材確保は一大学の努力だけで解決できる課題ではなくなっています。普段は学生を募るライバルとなることもある養成校同士ですが、互いに連携することで、単独では成し得なかった広域への魅力発信や、学生の志向に合わせた重層的な支援が可能になります。

幼稚園等が地域における「公共財」であるのと同様に、養成校もまた地域の幼児教育を支える共通の基盤です。すべての分野で競うのではなく、広報やリカレント教育、情報インフラの構築等では取り合う「共創」の形が、幼児教育の職を守り、地域全体で幼児教育・保育の未来を支えてくれるという安心感を次世代へ提示する力強い一歩となるのではないのでしょうか。

● 事例1 大阪総合保育大学：多層型ワークショップによる「学びの相互還元」

大阪総合保育大学では、大阪教育大学、大阪常磐会大学/大阪常磐会大学短期大学部、大阪キリスト教短期大学と連携し、養成校生主体による多層型交流ワークショップを実施しました。

取組の核心

裾野を広げるためには1大学の活動には限界があるという認識のもと、大学間の壁を取り払い、幼児教育・保育を目指す「先輩(大学生)」と「後輩(高校生)」が所属大学を問わずに交流できる場を構築しました。

連携のメリット

学生にとっては他大学の仲間と切磋琢磨する機会となり、高校生にとっては特定の大学の宣伝ではなく「幼児教育・保育の仕事そのもの」の魅力が多角的に知る機会となりました。

成果

担当者間の「昔からのつながり」を公式な連携へと発展させたこのモデルは、地域全体で幼稚園教諭等を育てていくという強いメッセージとなっています。



● 事例2 鳴門教育大学：メタバースを活用した「場所を問わない教育リソースの共有」

鳴門教育大学が構築した幼児教育メタバースは、養成校が近隣にない地域の高校生や現職者へ、専門的な知見を届けるプラットフォームとなっています。

取組の核心

学内限定だったメタバースを全国展開し、「養成校がない地域」の学生でもデジタル冊子や動画を通じて幼児教育の魅力に触れられる環境を整えました。

連携のメリット

メタバース上では、実際に他の採択大学が作成した映像コンテンツ等を「教育リソース」として集約し、来場者は地域や大学の枠にとらわれず、多様な大学の特色や実践事例を横断的に知ることが可能となりました。

成果

地理的制約を克服したことで、これまでリーチできなかった層へのアプローチに成功しています。



© 2011-2022 ARTORY INC. ALL RIGHTS RESERVED



鳴門教育大学
「なるきょうめたばーす! 森のようちえん」
特設サイト

おわりに

本事業主査からのコメント



内田千春教授
東洋大学
福祉社会デザイン学部/大学院
ライフデザイン学研究科

乳幼児期の少子化の波は、12年後に養成校にやってくる。幼児教育の「職」の魅力向上・発信という本事業の名称をご覧になった方の中には、そこまで幼児教育の魅力は理解されていないと考えられているのかと驚かれた方もいらっしゃるだろう。しかし、実際に幼児教育の良さや面白さを、子供を通わせている親の世代にも充分伝わっている

か疑問である。本事業の採択大学では、様々な時期やメディアで、キャリア教育を通じた早くからの働きかけや、既に実施してきたプロモーションイベントを拡張し、『時空を超えて』アプローチできる工夫が、様々なメディアで示されている。実施のノウハウや様々な資料が提供されているので、ぜひご活用いただきたい。

ここに書かれている知見は、養成校同士で協力していくことを前提としている。こうした事業でなければ一大学でできないような取組も、複数の大学で協力することでより効果をもたらすものも少なくない。他方で、保育者になりたいという意欲を持つ若者や、もう一度現場に戻りたいという思いをもつ元保育者たちが、自分たちがいかされる職場にどうつながるか、という点はまだ課題として残っている。このヒント集を足掛かりに、様々な取組が展開されることを願っている。

● 本資料の監修者

文部科学省

令和7年度「大学等を通じたキャリア形成支援による
幼児教育の「職」の魅力向上・発信事業
(幼児教育の「職」魅力発信・向上事業)」

有識者委員

内田 千春	東洋大学大学院ライフデザイン学研究科 教授
大澤 洋美	東京成徳短期大学 幼児教育科 教授
大西 啓嗣	大阪市保育・幼児教育センター 所長
亀山 秀郎	認定こども園七松幼稚園 理事長・園長
森島 弘道	学校法人森島学園 理事長



採択大学の成果報告書や成果物は、
文部科学省のWebサイトに掲載されていますので、
詳細は是非そちらをご覧ください。

https://www.mext.go.jp/a_menu/shotou/youchien/mext_02344.html

問い合わせ先

文部科学省初等中等教育局幼児教育課
〒100-8959 東京都千代田区霞が関3-2-2
☎ 03-5253-4111(代表)
✉ youji-jinzai@mext.go.jp

● 採択大学一覧

令和5年度

学校法人札幌国際大学・札幌国際大学短期大学部
国立大学法人千葉大学
学校法人國學院大學
学校法人東京家政学院大学
学校法人大阪青山学園 大阪青山大学
学校法人大阪キリスト教学院
国立大学法人奈良国立大学機構
国立大学法人鳴門教育大学

令和6年度

学校法人札幌国際大学・札幌国際大学短期大学部
学校法人和洋学園 和洋女子大学
学校法人國學院大學
国立大学法人東京学芸大学
学校法人大阪青山学園 大阪青山大学
国立大学法人大阪教育大学
学校法人OCC
国立大学法人鳴門教育大学

令和7年度

学校法人和洋学園 和洋女子大学
公立大学法人名古屋市立大学
国立大学法人滋賀大学
学校法人城南学園 大阪総合保育大学
学校法人OCC
国立大学法人奈良国立大学機構
国立大学法人鳴門教育大学



令和7年度 文部科学省
「大学等を通じたキャリア形成支援による幼児教育の「職」の魅力向上・発信事業(幼児教育の「職」魅力発信・向上事業)」

本資料は、文部科学省の委託事業として、TOPPAN株式会社が実施した
令和7年度「大学等を通じたキャリア形成支援による幼児教育の「職」の魅力向上・発信事業(幼児教育の「職」魅力発信・向上事業)」
の成果を取りまとめたものです。

2026年3月
TOPPAN株式会社