

四国初のインバウンド保育園留学の実現！教育×観光モデルとして、台湾・東アジアからの中期滞在を創出し、地域経済と事業者の基盤強化へ。



採択事業者名 **株式会社キッチンハイク**
 コンソーシアム構成員 **ゆめの森こども園 | Como's House Dogo | Guest House Denchi**

県内拠点設置 **ない**
 所在・役割 **所在/役割**

事業概要

1. 事業の狙い

- 「観光×教育」でインバウンド向け保育園留学を展開し、1~3週間の滞在を促進。
- 宿泊・保育・観光を連携し、地域経済を活性化。
- 台湾・東アジアを中心に愛媛を滞在型観光の拠点へ。

2. 県内のターゲット事業者

宿泊施設：一棟貸し・中長期滞在向け施設（Como House Dogo など）
 保育施設：こども園・保育園（ゆめの森こども園）、自治体（松山・西予・今治）

3. 紐づく課題

宿泊日数の短さ、保育園活性化、インバウンド需要の取りこぼし。保育園留学（一時預かり）手続きが煩雑で、デジタル化が進んでいない。



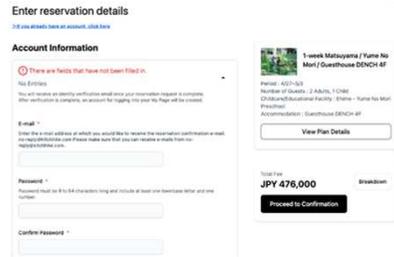
4. 実施内容

- 8月：園と宿泊施設の整備、滞在プログラムの企画、先行Webページの公開。検索フィルタ改善
- 9月：現地訪問、試泊。撮影及びWebページ公開。SNS広告マーケティング開始。一時預かり保育の手続き関連書類の作成自動化システム開発を開始。
- 10月：顧客への本格提案開始。横展開を狙い松前町へ訪問、個別提案。
- 11月：初受注。西予市・大洲市の保育事業者提案。予約ログイン機能実装。
- 12月：初家族受け入れ。現地サポート提供。TVメディア取材実施。レビュー機能実装



解決策(サービス/プロダクト)

一時預かり保育の手続き関連書類の作成自動化（既往症など含め、関連書類が多く、予約後の手続きが煩雑かつ園ごとに書面バラバラ。かつ紙とWebが混在）。予約導線からの離脱を防ぐ、webで完結できる予約最適化のトータルパッケージ提供機能の実装。



デジタル活用の要素

取得データ

問い合わせ（LP閲覧数・問い合わせ数・関心傾向）提案・予約（提案数・予約数・転換率）国別傾向（問い合わせ比率・滞在希望・リピーター動向）予約率・課題（予約率・宿泊費・スケジュール影響）広告価値（施策効果・問い合わせ単価・流入反応）

データ活用による考察・示唆

台湾・シンガポールは有望市場、韓国市場はターゲット再検討が必要。長期滞在×教育ニーズ層は拡大傾向。宿泊費・園スケジュールの柔軟性向上が転換率改善の鍵。Web予約導線の最適化（AIチャット提案）で、LP離脱率の改善が必要。広告・提案精度の向上で、予約率を高める余地あり。

成果と今後

成果(含む想定)

| | 実装前 | | 実装後(～今年度末) | | 今後3年の見込み(～2028年3月末時点) | |
|---------------------------------|--|--------------|--|----|----------------------------|-----|
| | | | | | | |
| 経済効果 | 売上・予約数・PV数:0(愛媛受け入れなし) マーケティング価値・PR価値・SNS波及:なし 現地消費:地域経済への直接的な影響なし | | 売上・業務効率化、マーケティング価値、PR価値、SNS波及、現地消費などあらゆる観点から計算 | | ERIA拡大、ERIA内での家族受入れの増設を見込む | |
| KPI進捗 | 【KPI ①】 予約数 | 12,000千円/15組 | 結果サマリ | △ | | |
| | 【KPI ②】 愛媛個別提案数 | 40 | 結果サマリ | ○ | | |
| | 【KPI ③】 問い合わせ数 | 1,000 | 結果サマリ | ◎ | | |
| デジタル人材輩出 | 輩出内訳の見立て アクティブ:園・宿責任者 ポテンシャル:園・宿担当 関心:勉強会参加者 | | 【アクティブ】 3社×1名 | 3 | 【アクティブ】 18社×1名 | 18 |
| | | | 【ポテンシャル】 1園×5名、2宿×2名 | 9 | 【ポテンシャル】 6園×5名、12宿×2名 | 54 |
| | | | 【関心層】 30社×2名 | 60 | 【関心層】 90社×2名 | 180 |
| 定性的/非連続な価値 (具体的な行動変容/組織変容など) | | | 具体例 地域・事業者が一体となり、持続可能な「共創」モデルへ！ 宿泊事業者が特別価格で部屋を確保、園の先生も飲食店を紹介。地域ぐるみの受入が進行。問い合わせ急増で市場拡大を実現、受け入れ体制の強化が加速。 | | | |

新規実装・協業に至った事例※県内

| | | |
|------|-------------|---------------|
| 新規実装 | ゆめの森こども園 | 上記補助金による実装先拡大 |
| 新規実装 | Comos House | 上記補助金による実装先拡大 |
| 新規実装 | Denchi | 上記補助金による実装先拡大 |
| 協業 | hacomono | 実装候補先の紹介 |
| 協業 | | |

その他の“for 愛媛”要素

多様な魅力を持つ愛媛だからこそ活用できる独自マーケティング。保育園留学の選定基準は「地域」ではなく「体験や環境」。温暖な気候から積雪エリア、海・山・お城・路面電車まで揃う愛媛は多様な体験が可能。今回取得分析したデータからの独自フローを活用し、的確なターゲットと広告施策を展開。西予市の設置もこの分析を基に決定し、今後の地域展開の指標としても活用できる。