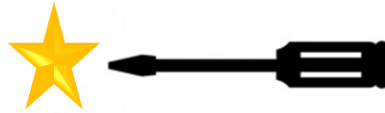


# EVENT TOOL BOX



岡星印イベントDO工具箱

482789527



「3密」にしない

「密閉」しない

- 搬入・搬出・開催時は出入口・非常扉等を適宜開放し、会場の換気を図る。  
※会場の換気システム要確認
- 換気が不十分な会場では、送風機・空間除菌脱臭機の導入を検討する。
- スタッフの休憩スペースは、常時換気することに努める。また、一度に休憩する人数を減らし、対面で食事や会話をしないようにする。



「密集」しない

- 搬入・搬出時のスタッフの密集を避けるため、主催者・協力会社と連携し、役割ごとのシフト制を設ける。
- 来場者の入場時間を分けるオンラインでの事前予約・入場制限を行い、混雑を緩和する工夫を行う。
- 受付付近での滞留時間を減らすため、非接触人体検温ツールや非接触型体温計等の適切な配置を心がける。
- 入場待機スペースでは、人との間隔(できるだけ2m(最低1m))を確保するための案内サインやバーテーションで人の流れを区切るなど対策を取る。
- ホワイエ・トイレ・喫煙室など人が密集する場所での案内誘導スタッフの負担を減らすため、分散化を図る(タイムスケジュールの工夫・分散仕様を求めるサイン看板の設置)



「密接」しない

- 参加者との接触感染リスクの高い場所(受付・誘導等)では、透明ビニールシートによる間仕切りの設置。フェイスシールド・手袋の着用など対策を取り対応する。
- 参加者同士が会話する際の距離は、2m(最低1m)を確保するよう注意喚起する。
- スタッフ間の伝達事項は、トランシーバー・インカム・スマートフォン等を利用して対面を極力避ける。



主催者

- ☑ **運営マニュアル作成**: 感染症対策の責任者・組織図・フローチャートを明記する。
- ☑ **個人情報取得**: 感染者が確認された場合を考慮し、イベント来場者・関係者の個人情報を把握することが求められる。また、感染者が発生した際の相談窓口(保健所・医療機関)と会期前に入念な打ち合わせを行う。
- ☑ **スタッフの衛生**: マスクやフェイスシールドの着用、手洗いや手指消毒の徹底を図る。スタッフが着用する衣服はこまめに洗濯、運営備品の消毒は適宜行う。
- ☑ **ゴミの廃棄**: 鼻水、唾液などが付いたゴミは、ビニール袋に入れて密閉して縛る。ゴミを回収するスタッフは、マスクや手袋を着用する。マスクや手袋を脱いだ後は、必ず石鹸と流水で手を洗う。
- ☑ **医療体制**: イベントの収容人数、スタッフ数を考慮し、医師・看護師の派遣を検討する。
- ☑ **隔離スペース**: イベント開催中に来場者・スタッフ・関係者が体調不良を訴え感染が疑われる際は、隔離スペースを設置し誘導。保健所・医療機関に連絡し、指示を仰ぐ。

来場者

- ☑ **安全な来場**: 公共交通機関利用者向けに、混雑時を避けての来場を事前にHP・SNS等で周知する。
- ☑ **マスクの着用**: 来場者には、基本的にマスク着用を依頼する。
- ☑ **体温検査**: 入場時にサーモグラフィ等のセンサーを設置し、来場者の体温検査を実施、37.5度以上の人を入場を断ることを検討する。
- ☑ **連絡先登録**: 入場で連絡先を記入していただき、14日間個人情報を保持する。記入の際は使い捨て鉛筆を使用する。保管期限を過ぎた個人情報は、責任を持って消去する。
- ☑ **手の消毒**: 非接触型アルコール消毒器や除菌ペーパーを要所に設置する。ゴミ箱をエリアごとに設置する。
- ☑ **マナー喚起**: 咳エチケットや顔に触れないようにするなど、マナーについて、サイン看板やスタッフより注意喚起を行う。

スタッフ  
健康管理

- ☑ スタッフは出勤前に、体温測定、自覚症状の確認を行い、運営担当者に報告する。新型コロナウイルス感染症に関する正しい情報を常に把握する。  
・内閣府 <https://corona.go.jp/> / 厚生労働省 <https://www.mhlw.go.jp/index.html>
- ☑ 毎朝の体温測定と記録を徹底。発熱又は風邪の症状がある場合は無理せず自宅で療養。家に帰ったらまず手や顔を洗う。できるだけすぐに着替える、シャワーを浴びる。
- ☑ 手洗いは、30秒程度かけて水と石けんで丁寧に洗う(手指消毒薬の使用も可)。
- ☑ 6~7時間の睡眠、食事はできるだけ決まった時間に食べる等、規則正しい生活を心がける。

会場  
衛生管理

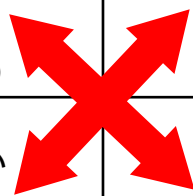
- ☑ 他人と共用する物品や手が頻りに触れる箇所を工夫して、最低限にする。
- ☑ 特に、高頻度で手が接触する場所=ハンドポイントに注意する。(テーブル、椅子の背もたれ、ドアノブ、電気のスイッチ、電話、キーボード、タブレット、タッチパネル、レジ、蛇口、手すり、エレベーターのボタンなど)
- ☑ ITやロボット技術を活用して、非接触でできることを検討する。
- ☑ 衛生専任のスタッフを配し、定期的に除菌・洗浄を実施する。
- ☑ 手や口が触れるようなもの(コップ、箸など)は、適切に洗浄消毒する等、特段の対応を図る。

# ON-OFFラインイベントのメリット/デメリット

	ONラインイベント: ネット	OFFラインイベント: リアル
メリット	<p>◆主催者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・準備(手間・時間・人・コスト)が少なく気軽にできる</li> <li>・制作コスト(会場・造作・運営等)が下げられる</li> <li>・開催時間が自由に設定できる(朝や夜もOK)</li> <li>・オンラインに集めるので比較的集客が楽</li> <li>・定員制限が無い</li> <li>・ライト層を取り込める</li> <li>・資料のDL数などで反応・反響がわかる</li> </ul> <p>◆双方</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・チャットでライトにコミュニケーションできる</li> <li>・簡単に録画・記録できる</li> <li>・アーカイブされいつでも視聴できる</li> </ul> <p>◆参加者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物理的、時間的、精神的な障壁が無い</li> <li>・遠方から参加OK、移動コスト無し(交通・宿泊)</li> <li>・カジュアルに参加できる(自宅から、顔出し無しで)</li> </ul>	<p>◆主催者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者のダイレクトな反応を感じられる</li> <li>・時間をつくり現地へ足を運ぶヘビー層が集まる</li> <li>・現実的に収益が発生する</li> </ul> <p>◆双方</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・五感を刺激するホットなコミュニケーション</li> <li>・直接的インタラクティブにできる</li> <li>・配線トラブルのリスクは無し</li> </ul> <p>◆参加者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・生身でリアルな体験ができ、ワクワクする</li> <li>・反応がすぐ、ダイレクトに伝えられる</li> <li>・参加者の熱量と集中力が高まる</li> <li>・参加者同士の出会い、つながりが作りやすい</li> <li>・顔の見える信頼性の高い関係が構築できる</li> </ul>
デメリット	<p>◆主催者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・参加者のダイレクトな反応が薄いため満足度も薄い</li> <li>・自宅から気楽に参加できるためライト層が集まる</li> <li>・マネタイズがしにくい</li> </ul> <p>◆双方</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・画面越しの冷たいコミュニケーション</li> <li>・チャット越しの間接的なやりとり</li> <li>・配信トラブルのリスク有り</li> </ul> <p>◆参加者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・リアル感が低く、プレミアム感・ワクワク感が少ない</li> <li>・反応が伝えにくく、一方通行になりがち</li> <li>・参加者の熱量と集中力が続かない</li> <li>・参加者同士の出会い、つながりが作りにくい</li> <li>・顔の見える信頼性の高い関係が構築しにくい</li> </ul>	<p>◆主催者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・準備(手間・時間・人・コスト)が大変</li> <li>・制作コスト(会場・造作・運営等)がかなりかかる</li> <li>・開催時期、時間が限定的</li> <li>・リアル会場に集めるので集客が大変</li> <li>・定員制限がある</li> <li>・ライト層はなかなか来ない</li> <li>・参加者属性の把握(アンケートやヒアリング)が大変</li> </ul> <p>◆双方</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ライトにコミュニケーションできない</li> <li>・簡単に録画・記録できない</li> <li>・アーカイブは無くいつでも視聴できない</li> </ul> <p>◆参加者</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・物理的、時間的、精神的な障壁がある</li> <li>・移動コスト無し(交通・宿泊)</li> <li>・フォーマルに参加で堅苦しい</li> </ul>

コロナリスク無し

コロナリスク有り



# 実施可能イベントのキーワード

家族/カップルで

個別/個移動で

表/屋外で

か・こ・お  
はなれて

離れて参加

# イベント企画の流れ

なぜやるか？



何をやるか？

蝶ネクタイ型

テーマ

開いて → むすんで → また開いて…

イベントのタイトル

なぜやるか？



何をやるか？



蝶ネクタイ型

テーマ



# イベントと**目的**

- どんな旅行にも、“目的”がある  
どんなイベントにも、“目的”がある



## ■ イベントの定義 (経済産業省のイベント研究会)

「イベントはなんらかの **目的** を達成するために、  
**手段** として行われる行・催事である」



- イベントを“手段”として実施することで、“目的”を目指す

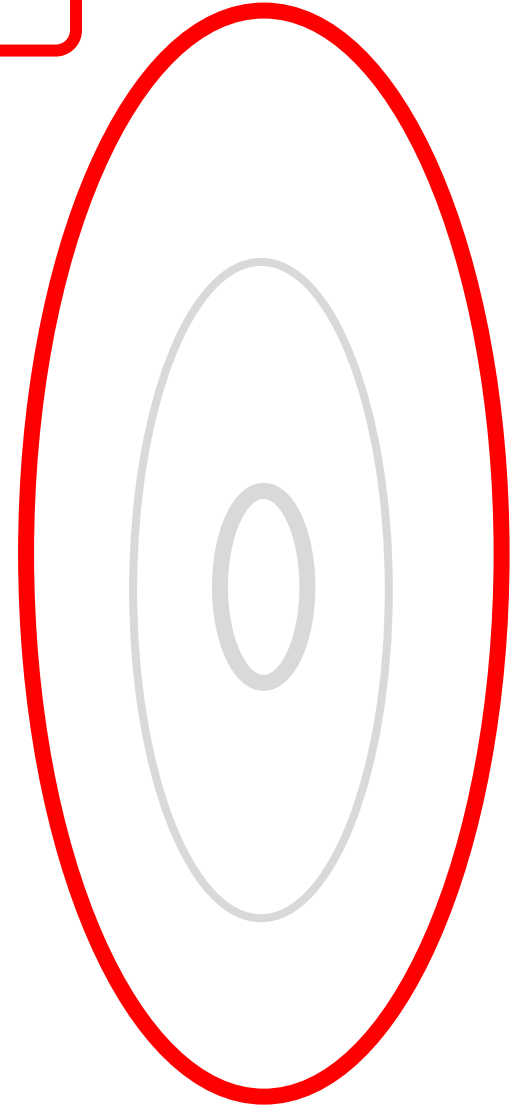
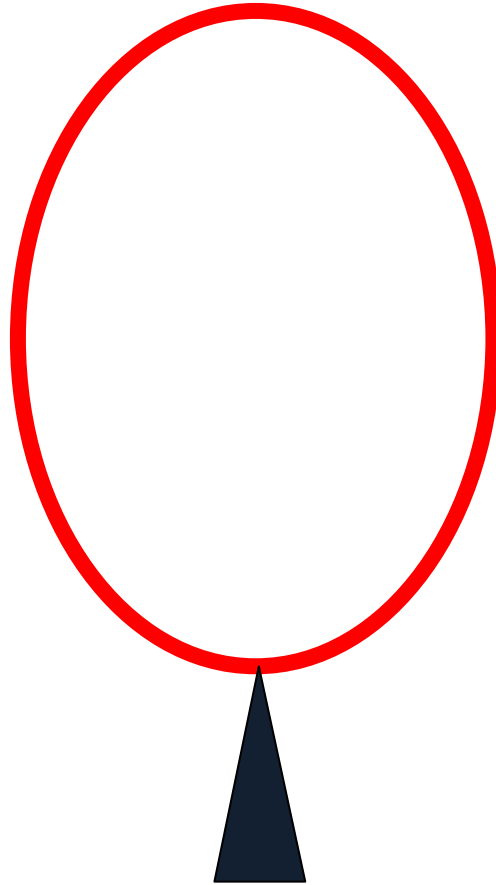
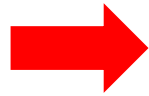
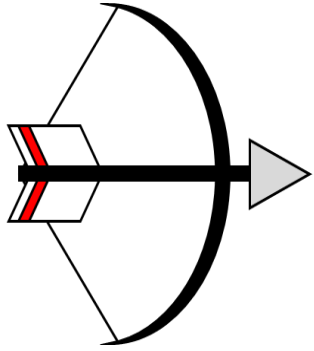
# イベントの目的「アローモデル」

イベント名称

目的

手段

企画

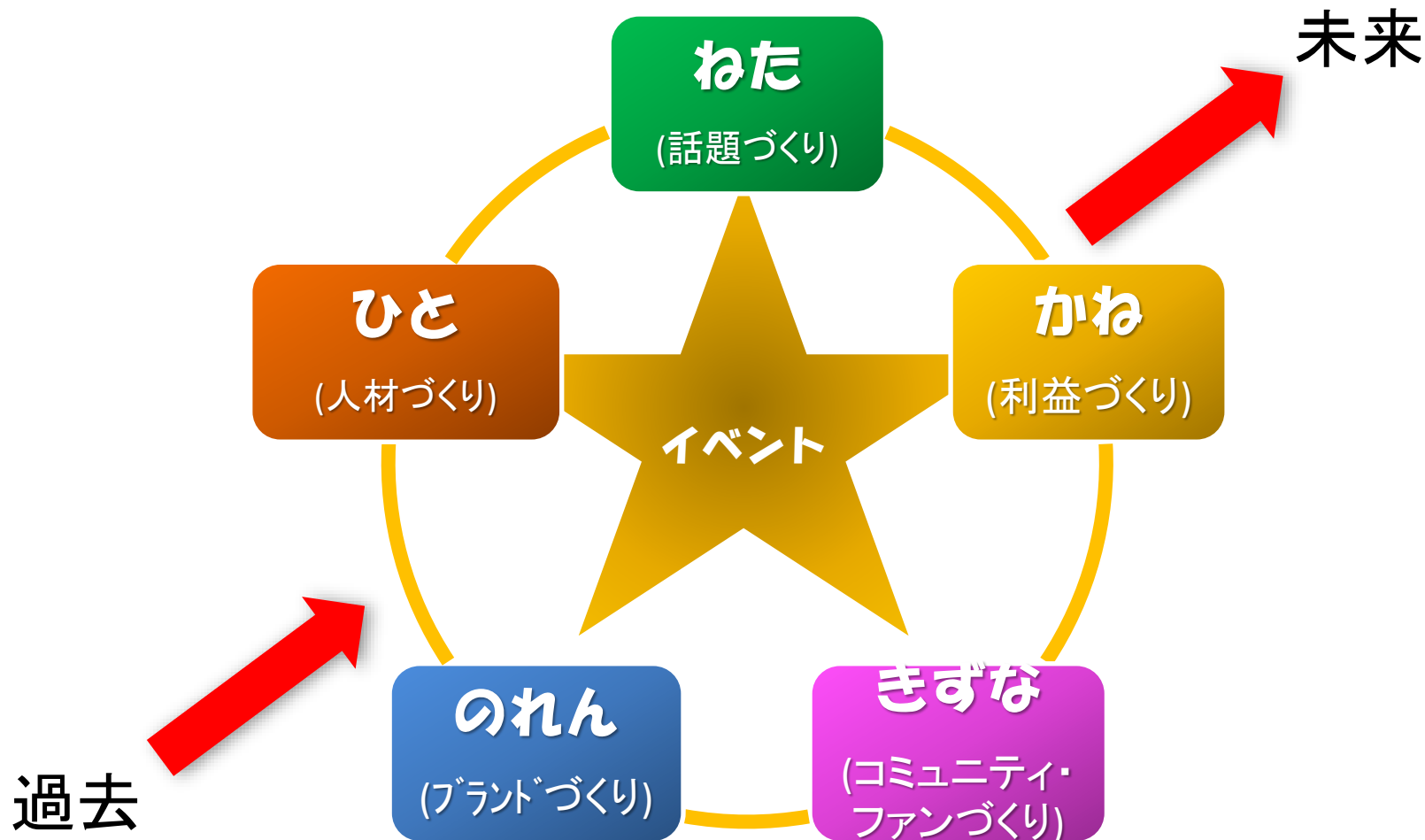




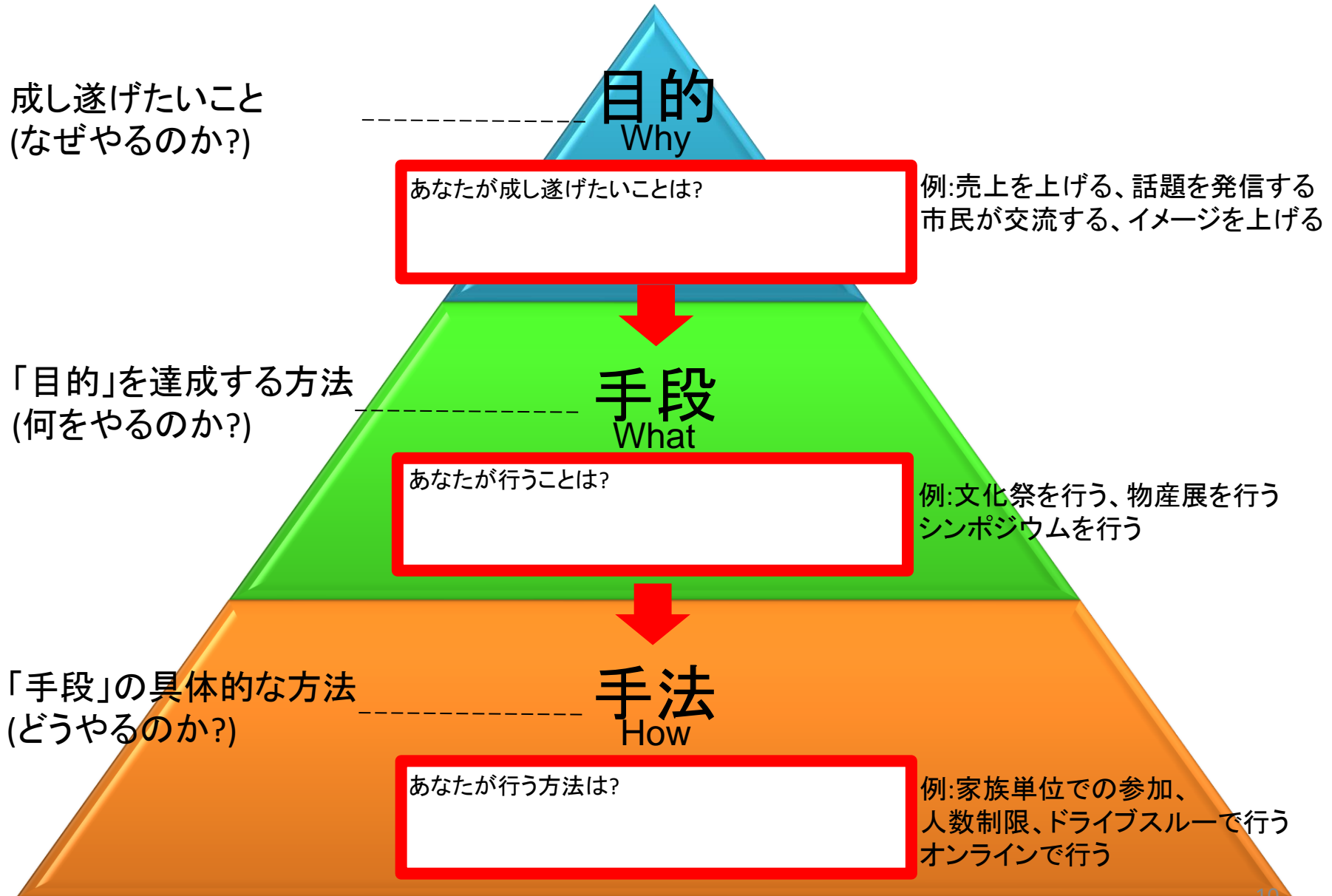
# イベントがつくる「目的」

イベントの定義(経済産業省のイベント研究会)

「イベントはなんらかの **目的** を達成するために、  
**手段** として行われる行・催事である」



# イベントの「目的・手段・手法」



# イベントの分類

## ■形態

- ① 博覧会 系
- ② 展示会・見本市 系
- ③ 祭り(フェスティバル) 系
- ④ 会議・集会 系
- ⑤ 文化・芸能 系
- ⑥ スポーツ 系

# イベントの構成要素

## 6 W 2 H

- Who (だれが) → 主催者、主催者組織・スタッフ
- Whom (だれに) → 対象・主たる来場者
- Why (なぜ) → 開催趣旨・意図・目的
- What (なにを) → テーマと実施内容・プログラム内容
- When (いつ) → 開催時期・期間(時間)
- Where (どこで) → 開催場所・会場
- How much (いくらで) → 予算・収支計画
- How (どうやって) → 実施方法・演出方法・準備手順

**だだ なな いど いど**

# イベント企画「ゾウモデル」 (6W2H)

テーマタイトル
[サブ]

Why?
[理由・目的]
・
・
・

What?
[実施内容]
・
・
・

Whom?
[対象]
(主)
・
(副)
・
・
・

Who?
[主催者]

When?
[時期]

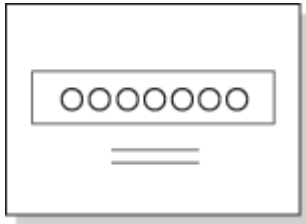
Where?
[会場]

How?
[手法・演出]
・
・
・

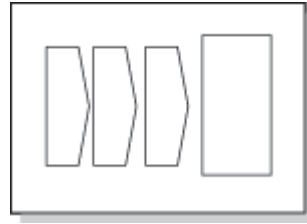
How much?
[概算]

# フル・イベント企画書づくり

表紙



→考え方



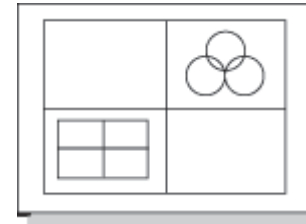
Why

→テーマ



Why

→対象



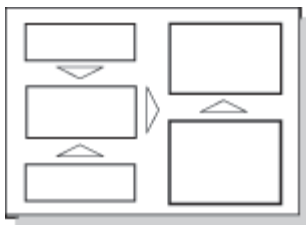
Whom

→会場



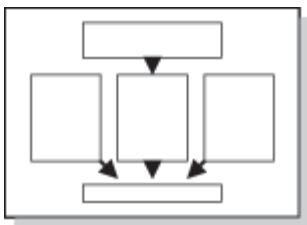
Where

実施内容



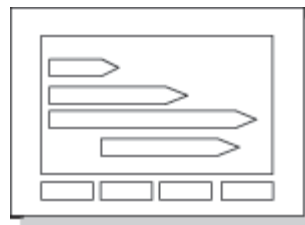
What

→演出内容



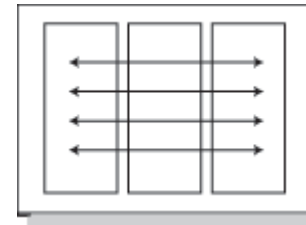
How

→スケジュール



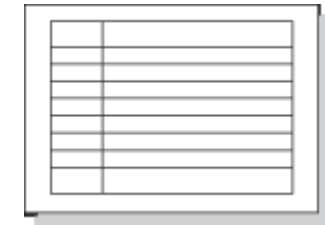
When

→実施体制



Who

→予算



How much

**6W2H**を1ページずつ書いていけば企画書ができる

# フル・イベント企画書づくり

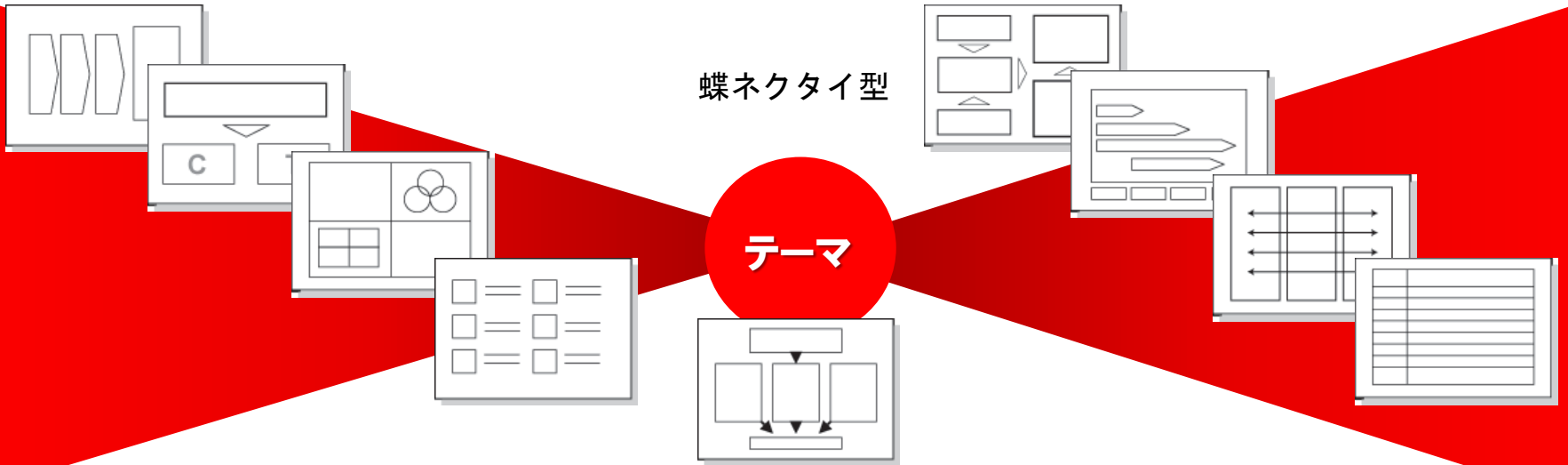
なぜやるか?



何をやるか?

蝶ネクタイ型

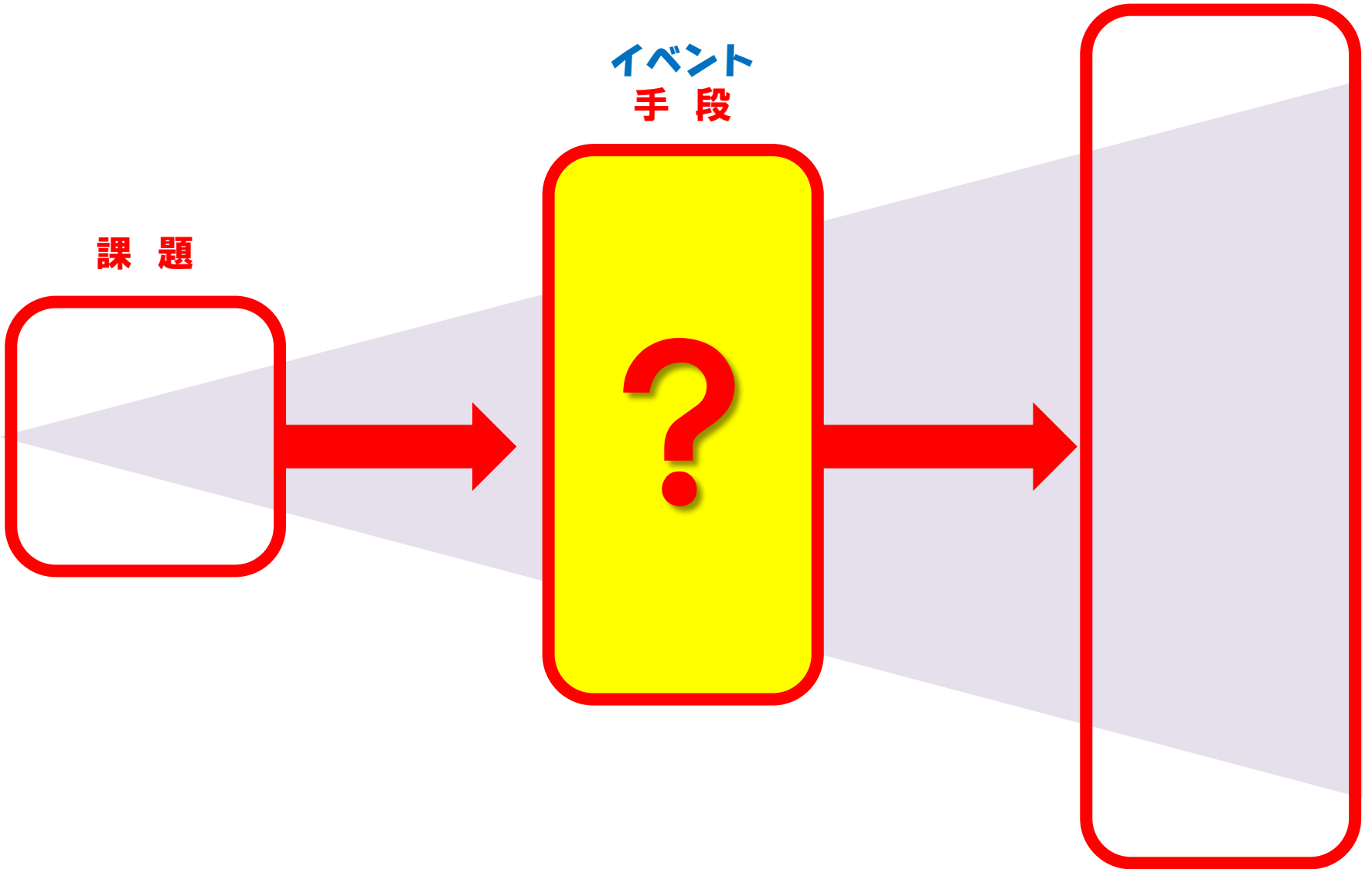
テーマ



目的

イベント  
手段

課題





# UD:ユニバーサルデザインの7原則

- ① **公平性**:誰にでも公平に使用できること
- ② **自由度**:使う上での自由度が高いこと
- ③ **簡単さ**:簡単で直感的にわかる使用方法になっていること
- ④ **明確さ**:必要な情報がすぐに理解できること
- ⑤ **安全性**:うっかりエラーや危険につながらないデザインであること
- ⑥ **持続性**:無理な姿勢や強い力なしに楽に使用できること
- ⑦ **空間性**:接近して使えるような寸法・空間となっていること

# ユニバーサルイベント基本構成要素

## ①ユニバーサル・ターゲット

- 来場・参加対象の普遍性  
(来場・参加を希望する全ての人々への対応を前提)

## ②ユニバーサル・アクセシビリティ

- 誰もが容易で快適な来場・参加行動ができる会場構造と施設機能の充実

## ③ユニバーサル・コミュニケーション

- 誰もが容易で充実したコミュニケーション体験・情報体験が得られる
- 展示演出表現や上演プログラム演出表現

## ④ユニバーサル・オペレーション

- 誰もが快適に、スムーズにイベント体験ができる、ホスピタリティに富んだ運営

# 「スポーツ文化ツーリズム」アイデア

地域名=

スポーツ

テーマ/ネーミング

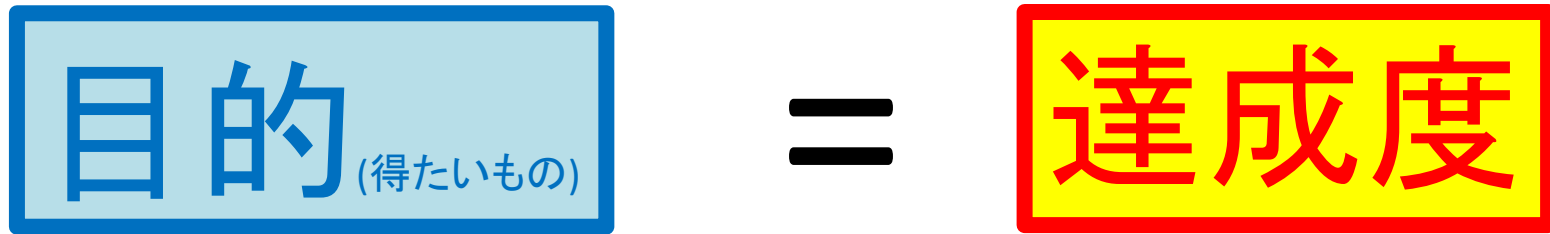
文化

観光

対象=\_\_\_\_\_.

# イベントの“成功”評価とは？

## “成功”？



- “目的”が達成しているか？ (※目標)
- どんなイベントにも“目的”があり、これらが明確に設定されていないと、「評価」もできない
- 「評価」とは、事前に設定された“目的”に対して、達成されたか/されていないかで下される

# 目標と目的

## 目 標 Goal/Objective

- 対象や数値など「**客観的要素**」から設定される
- **固定的 定量的**
- **効率、達成度、アウトプット (量的成果)**などが問われる
- 未達や失敗は評価されない、むしろマイナス評価の対象

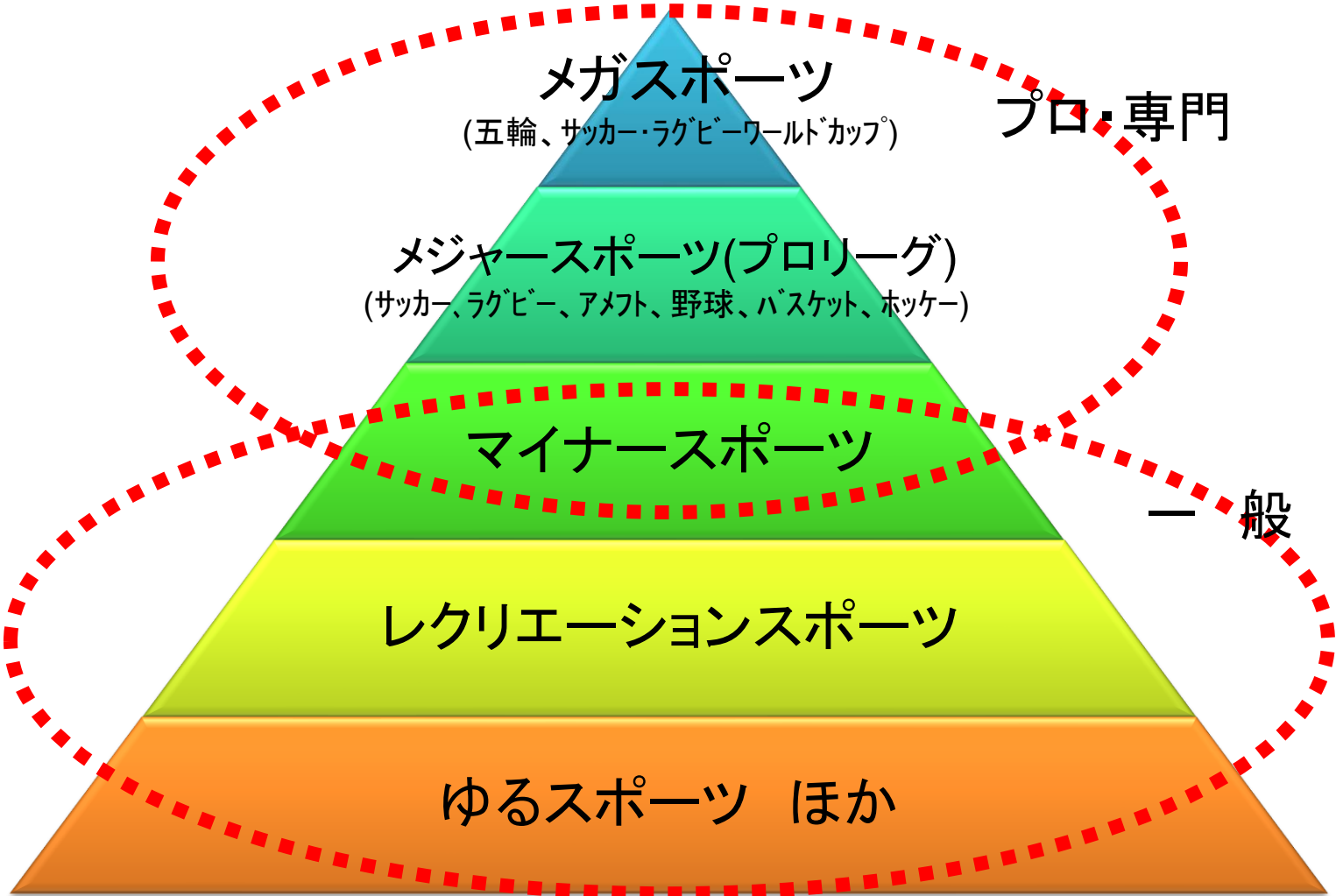
## 目 的 Purpose

- 意義や価値観など「**主観的要素**」からつむぎ出される
- **柔軟的 定性的**
- **効果、影響度、アウトカム (質的成果)**などが問われる
- 試行錯誤が奨励あるいは要求される

# 世界のスポーツ

規模  
大きい

数  
少ない



小さい

多い