【2016 年 4 月号】地方都市でも 1314 名を集めた！ イベント集客で成功する方法（9 回）

斎藤靖之氏

＜解説編＞

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

◆　著作権について

当レポートは、著作権法で保護されている著作物です。使用に関しましては、以下の点にご注意ください。

◇　レポートの著作権は、「稼ぐ社長のインターネット集客実践会」にあります。作者の書面による事前許可なく、本レポートの一部、または全部をインターネット上に公開すること、およびオークションサイトなどで転売することを禁じます。

◇　本レポートの一部、または全部をあらゆるデータ蓄積手段（印刷物、電子ファイル、ビデオ、DVD、およびその他電子メディアなど）により複製、流用および転載することを禁じます。

◆　使用許諾契約書

本契約は、レポートダウンロードした法人・個人（以下、甲とする）と稼ぐ社長のインターネット集客実践会（以下、乙とする）との間で合意した契約です。本レポートを甲が受けとることにより、甲はこの契約は成立します。

第 1 条（目的）本契約は、本レポートに含まれる情報を、本契約に基づき、甲が非独占的に使用する権利を承諾するものです。

第 2 条（第三者への公開の禁止）本レポートに含まれる情報は、著作権法によって保護されています。また、本レポートの内容は、秘匿性の高い内容であり、甲はその情報を乙との書面による事前許可を得ずにいかなる第三者にも公開することを禁じます。

第 3 条（損害賠償）甲が本契約の第 2 条の規定に違反した場合、本契約の解除に関わらず、甲は乙に対し、違約金として、違反件数と金壱萬円を乗じた価格の 10 倍の金額を支払うものとします。

第 4 条（その他）当レポートに沿って実行し、期待通りの効果を得ることができず、万一如何なる損益が生じた場合でも、乙は甲に対して責任を負わないものとする。

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

はい、こんにちは、坂本憲彦です。
今日は、地方都市でも 1,314 名を集めたイベント集客で成功する方法ということで、イベント集客プロデューサーの斎藤靖之さんにお話しいただいた内容を、また私のほうで解説をしていきたいなと思います。よろしくお願いいたします。

で、斎藤さん、これまでにいろいろなイベント成功されてこられました。堀江貴文さんのイベントの講演会であるとか、またジェームス・スキナー氏の講演会であるとか、それ以外にも自主開催のイベントであるとか、あとはドローンの集会なんていう、そういったイベントも企画されたりとかして。

本当に多種多様なイベント、本当に数名規模、数十名規模のイベントから、本当に大きいものなど千名規模のイベントまで各種多様なイベント企画されてこられたんですけれども、なにせそういうふうないろんなイベントを企画することができたのか、そしてそれをどうやって、成功していったのか、させたいったのかと、いうことですね。これを解説いただきました。それをまた私のほうでも解説していきたいなというふうに思います。

斎藤さんのイベント集客の秘訣というところなんですけれども、斎藤さんがお話しされてた中でも、何より１番お話しされてたのが、企画がまず１番大事であるというところですね。これを非常にお話しされておりました。集客っていうところになると、どうしても技術的な部分、チラシをどうするんだとか、あとはFacebook、どう使うんだとかっていうところの、そのスキルのところにどうしても皆さん目が行きがちなんですけれども。

やはりそういうスキルっていうのは、これは木で言うと枝葉の部分になると。その幹の部分、そこがやっぱり１番大事だというところで、イベント集客における１番の幹の部分は何かと言うと、やはり企画が大事というとこですね。これがやっぱり１番非常に大きな力を持ってるというところですね。

やはり企画自体がいいものになっていないと、お客さんそもそも呼ぶと、集めるということが難しいというかたちですね。逆にこの企画がしっかりしていると、いろんな手段を取ったときに、集客が非常にやりやすくなってくるということ。これ非常に重要じゃないでしょうか。

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

斎藤さんもいろんな失敗も重ねてこられました。やはり大きな失敗を重ねてこられた中でも１番大きかったのが、有名人だから集まるわけではないというとこですね。ここ非常に大きなポイントでしたね。

斎藤さんもいろんな堀江さんであるとか、ジェームス・スキナーさんとかっていう方のイベントを企画したんですけれども、こういった著名な方、有名な方を連れてくれば、それだけでイベントというのが人が集まるだろうというふうに、どうしても思いがちなんですけれども、実態はそうではなかったと。なかなかこういった方々集めてきても、講演いただいてもなかなかそれだけで集客するっていうのはなかなか難しいというところですね。

だからこそ、やはりこういった方に、集まっていただくにも企画、どういう企画なのかということが非常に大事になってくるというとこですね。じゃ、企画でイベントの集客の、イベントでの企画で１番大切な２つのポイントは何かというとこなんですが、まずは誰を集めるのかというところですね。誰を集めるのか。どういう人を集めていきたいのかというとこ。2 つ目が何を提供するのかということですね。そのイベントじゃどんな価値、提供するのかと、この２つが大事だということですね。

それをもう少し詳しくお話していきたいんですが、まず誰を集めるのかというところですけれども、対象となる人を細かく書き出してみるということ。これ非常に大事だというふうにおっしゃってました。まずはいろんな方が対象になるんですけれども、まず自分の中で描いてる対象者はどんなふうな方が対象者がいるのかっていうのを書き出していきますし、あとその方の属性、性別はもちろん年齢とか収入とか趣味とか趣向とか、どういった状態なのか、そしてどういった目的でそこに参加したいかと思っているのかというとこですね。

あとはどういう悩みを持たれてるのかということ。こういったこと、事細かに書いていくということ。このターゲットがどんな人かっていうのを知る、っていうのがすごく大事ですね。

例えば職業とかでも大きく変わってきます。例えば主婦なのか、サラリーマンなのか、あと独身の OL の方なのか、ということではやり生活時間が変わってく

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

るというお話もされてました。

例えば主婦の方であれば平日の 10 時半から 12 時半ぐらいの 2 時間ぐらいのイベントだと、子供も学校に送り出したりして、人が集まりやすいというふうに斎藤さんはお話しされてましたけれども、そういったかたちでどういうかたちの対象者を集めるかによって、そのセミナーの開催日時とか場所も決まってくるということですね。

実際に誰を集めるかということを知るためにも、大事なのはまず実際に対象となる人に 4～5 人で構わないので、まずそういった人に実際に会ってみるということですね。これがすごく大事だというふうにお話しされてましたね。実際に会ってみてどういう人なのか、どういう人が自分のイベントに興味を持ってくれるのか、そしてこういった人たちは、何に興味があるのかということですね。これを実際に直接会って話を聞いてみるということ、これが非常に大事だというふうにおっしゃてました。

まずは小さくてもいいんで、まずは少人数の方、電話で話すだけでも構わないかもしれないですね。そういった方にお話を聞いて集めていくと、状況を聞いてどういう人が、どういうものに興味をもってんのかっていうのをしっかりリサーチをしていくっていうこと、これ非常に大事だっていうふうにお話しされてました。

そして次は何を提供するのかというとこなんですけども、イベント自体はどういう価値、提供していくかというところをお話し、これも非常に大事なんですけれども、そもそも大事になってくるのはまずイベントの目的ですね。これを明確にしましょうというとこ。イベントを何のためにするのかというところですね。

目的自体は 3 つあるというふうに斎藤さんはおっしゃられていましたが、自分のためと他人のためと社会のためと、この 3 つですね。この 3 つ、誰のためにやるのかという、何のためにやるのか、それぞれ自分にはどういうメリットがあって、人にはどういうメリット、提供できるのか、そういう社会にはどういう影響が与えられるのかという、この 3 つの目的を明確にすることによって、何を提供するのかということも、これも非常に明確になってくるというお話しもされてましたね。目的をぜひ明確にしてみてください。

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

そしてイベントを提供するものはやはり基本的には参加者がほしいものを提供するということですね。これも一見当たり前のことなんですけれども、やはりここをわからずに、主催するほうっていうのは必死になってきたりもしますので、最初の都合でこれがいいだろう、というかたちで提供しがちになってしまうんですけれども、もちろん主催者側が提供したものを提供するっていうのはもちろんあるんですが、その前にまず参加者、対象になる人がどういったものがほしいのかっていうのを、しっかりこれをヒヤリングしてニーズを把握していくと。

先ほどもお話ししましたように、誰がどういう人がここに来るのかということをしっかりヒヤリングしていくことですね。その中でニーズを明確にしてその方たちがほしいものを提供していくということですね。ここがイベント集客でも大きなポイントになってくると。対象となる方がほしくないものを、無理やり買ってもらうっていうことは、これはなかなか難しいので、やはりそういった人がほしいものを提供していくということですね。これが非常に大事になってくるというお話でした。

イベントからのお金の生み出し方ということで、イベントではいろんなお金の収益の上げ方があるというお話しもされていました。そして大きなものとして 3 つお金の上げ方があるというふうにお話しされてましたが、前と中と後ということで表現されておりましたが、中というのがイベントそのものですね。イベントの参加費とかでそもそも収益を上げるという方法ですね。

後というのはイベントに来た人への何か商品の販売であるとか、サービスの販売っていったものですね。こういったもので収益を上げていく。
そして前っていうのが、イベントに行く前に買うものが何かあるかどうかというところですね。ここが非常にポイントになってくるというかたちですね。イベントに参加するのに何かサービスなり商品を利用して、そしてそれを利用したことによって参加できるというようなかたちですね。

こういった流れになってきますと、イベントっていうものが単なる 1 つのものだけではなくて、そこの前後で収益性も生まれてくるということですね。これが非常に大事な要素になってくるというところです。

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

このイベントの集客っていうのは、一見大きく人数を集めると、集めたいとかってなってくるかもしれないんですけれども、まずは少ない人数を集めること、ここからしっかりやっていきましょうということをお話しされてました。人数というよりもどういう人が来てるかということのほうが非常に大事だというお話しもされておりましたね。

まずは 5 人集めれば立派なイベントになってくるということですので、5 人をまずしっかりまず集めるイベント、そこで自分の価値観に合う人を集めて、そして自分のビジネスとかサービスにつなげていくということですね。

これが非常に大事だよというお話しされてましたんで、ぜひまずはいきなり大きな人数を集めるというよりも、まずは少ない人数、そして自分の価値観にあった人を集めるということ、これをしっかりしていただければ、あなたのビジネスっていうのも大きな飛躍につながってくるんじゃないかなというふうに思います。

ぜひ今回の斎藤さんのインタビューを活かしていただいて、そしてあなたのビジネスをもっとより大きく発展させていただきたいなと思います。
それじゃ、どうもありがとうございました。

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]

Copyright (C) 2016 稼ぐ社長のインターネット集客実践会 All Rights Reserved.
※当サイトのテキスト・画像等すべての転載転用、商用販売を固く禁じます]