



学生団体がFacebook  
イベントページを利用して  
集客を成功させる方法

学生団体EF Nagoya  
Ambassadorを例にとって

堤 建拓

## はじめに

---

### はじめに

私、堤は当時大学3年生を終えた段階であり、2013年9月に6か月間に及ぶバンクーバー語学留学から帰国し、その後11月より留学経験者の集まる学生団体「EF Ambassador」に所属するようになりました。「EF」？「Ambassador」って何？と思われる方も多いかもしれませんが、「EF」という英語を始めとする言語を教える語学学校が世界中にあり、EF AmbassadorはそのEFで留学を終えた帰国者のことを指します。EFについて詳しくはこちらをご覧ください

。( <http://www.efjapan.co.jp/fp/home/0414/> ) EF Nagoya Ambassadorのメンバーは全部で現在35名程度。すべてのEF留学帰国者になるわけではなく、有志による団体なので、個人の活動度には差がありますが、名古屋だけではなく、全国(札幌・東京・横浜・京都・大阪・福岡)にも同じような組織があります。時には全国のアンバサダー同士で交流をすることもあり、各支局のアンバサダーは共通して「留学をもっと多くの人にしてもらおう！」という想いで学生団体を運営しています。私たち名古屋のアンバサダーは全国の中でも特に顕著な活躍を見せており、これまで数々の国際的なイベントを企画・運営してきました。例えば、2014年5月に行われた「EFピクニック」。これは私が初めて単独で集客を行い、成功させたイベントです。そして私を含め複数人で協力し集客を行った2014年6月の「EF PUBNIGHT」。約170人の参加者が集まったイベントでした。さらに何と言っても2014年10月に行われた「EFハロウィンパーティーFlash Mob」。これは約700人もの参加者を集め、集客に成功しました。これは閉鎖的な名古屋という土地柄を考えれば大成功と言えるでしょう。今回は主にこの3イベントについて、その集客方法を論じていきたいと思いますが、その集客の中心には「SNS」が常に存在しました。集客を効果的に行うためにSNSをどのように活用したのか、なぜ成功したのかを中心に見ていくことにします。資金もない、人脈もない、ノウハウもない、そんなないないづくしの私たちでもできた方法です。おそらく一部の方にとってはそのような集客方法をとることは当たり前と思われるかもしれませんが、私は当たり前のことを当たり前に行うことこそが大切だと考えており、そうすればイベントの成功も自ずと導かれるものだと確信しています。

2015年1月

堤 建拓

## 第1章 当初の大反対をプラスの意味で裏切った「EFピクニック」はなぜ集客において成功したのか

---

### 第1章

当初の大反対をプラスの意味で裏切った「EFピクニック」はなぜ集客において成功したのか

2014年3月、EF Ambassadorを始めて約5か月経過し、体裁がわかってきた私は初めて単独でイベントを立ち上げることにしました。それが「EFピクニック」でした。EFピクニックの内容は後に見ていきますが、当時の名古屋アンバサダー主要メンバーは10名以下。その中でも毎回ミーティングに参加するいわゆるコアメンバーというものはおよそ5名でした。しかも、当日の私はアンバサダー組織の中でも全く実績も何もないメンバーにすぎません。イベントを開くには経費もかかり、何より失敗したら今後の活動にも支障が出てきます。他のメンバーやEF名古屋の社員さんからは猛反対を受けました。そんな逆風の吹く中、私はFacebookページを中心に集客を始めました。紆余曲折ありましたが、結果的には当初の定員35名から増枠し、途中で50名に変更。最終的に定員を70名とし、参加予定者79名、当日参加者もおおよそ70名となりました。ではいくつか成功のポイントを見ていくことにしましょう。

ポイント① イベント当日5週間前までにはFacebookページをたてる

イベントの集客に最も力を発揮するのは何と言ってもFacebookイベントページを作成することでしょう。Facebookイベントページについてご存じない方はこちらを参考にしてください。イベントページの作り方なども掲載されています。

(<https://www.facebook.com/help/131325477007622/>)

このイベントを具現化したのは、3月中旬だったと思いますが、実際にFacebookページを作ったのは4月8日でした。イベントが5月10日だったので、ちょうど1か月前にFacebookページを作成したということになります。しかし、このタイミングであると「もう既に1か月先の予定は決まっているから、参加したかったけど今回はできません(>\_<)」ということがよくあります。大学生であればバイトのシフトも1か月前に出すことが通例です。したがって、「イベント当日5週間前までにはFacebookページをたてる」という上の原則から行けば、このイベントは失敗する可能性も秘めていたことになります。これ以降、私の運営するイベントは、イベント当日の2か月前～遅くとも5週間前までにはFacebookページを作成するようにしています。こうすることで参加したかったけど、できないという参加者を未然に減らすことができます。

## ポイント② 誰が見てもわかりやすくワクワクするイベント詳細文を書く

ここまでEFピクニックについて述べてきましたが、そもそもEFピクニックってどんなことをするのか疑問に持たれた方も多いかと思います。

詳細はこちらのイベントページを参考にお願いします

。 <https://www.facebook.com/events/388582507951697/>

要約すると、「国際交流好きな日本人と外国人がゲームやランチをして楽しむ」に集約されると思います。ではここでFacebookページのイベント紹介文を見ていきましょう。



以下はFacebookページからの抜粋です。

### EFスペシャルイベント

#### 「EF インターナショナル ピクニック」

今回はオフィスを飛び出して外でイベントやっちゃいます！

- ①外国人や留学経験者と気軽にトーク！
- ②チーム対抗でわらしべ長者！&ドッジボール大会
- ③留学2週間が当たる抽選会実施！

英語や留学に興味のある方、そうでなくても何か刺激あることを始めたいと思っている方！とにかくワイワイ楽しみたい方！

色々な人と交流して自分のやりたいことを見つけに来ませんか？

【当日のスケジュール】

第1部と第3部は希望者のみの参加です。

第2部のインターナショナルピクニック(14:00～17:00)がメインイベントとなります。

第1部：12:30～「インターナショナルランチ会」

\*希望者のみの参加にします。

イギリス、アメリカ、カナダ、オーストラリア…各国の留学経験者と共に気軽にランチをしましょう。

\*こんな人も来ます\*

✓生粋の名古屋人で英語力ゼロから2年間でTOEIC960点を達成した勉強の鬼

✓バイト、部活、留学、インターンシップなど1人ですべてをこなしてしまう大学生

✓イギリスに1か月の短期留学した美人大学生コンビ

✓高校2年生でアメリカに留学し、1年後には海外の大学進学を考えているスーパー高校生

すみません、少し盛りました笑 みんな普通の人です笑

第2部：14:00～「EF インターナショナルピクニック」

外国人も交えた交流の場を設けます。

●大学1,2年生→大学生活をよりよくするためのヒントが見つかります。

●これから英語や留学を始めたい方→いろいろな先輩の話が聞けます。

●留学を既に終えられた方→国際交流、英語を使う機会を提供します。

●何か新しいことに挑戦したい方→このイベントに参加することが第1歩です。

●外国人の方→日本人の友達がたくさんできます。

各自でおやつを持ち寄り、食べながら自由にトークしましょう。

トークで仲良くなった後はゲームです。日本人・外国人混合のチーム対抗で「わらしべ長者」をします。

たった1つの文房具がチームの結束力・交渉力次第で素晴らしいものになるかも…?!

わらしべ長者の後はドッジボールをチーム対抗でします！ドッジボールは小学校以来という方もいるのでは？童心に返って楽しみましょう(^0^)(ボールが怖い人は応援してください笑)

そしてゲームを終えた後は「2週間の留学が当たる抽選会」をします。

2週間の留学が無料で行けるかもしれない！空くじなしのビッグ抽選会！

「留学」以外にも主催者タケがオーストラリア、カナダ、アメリカの現地から買ってきたお土産セットが当たるチャンス！！

最後は皆で楽しく記念撮影。

第3部：17:00～「インターナショナル飲み会」

\*希望者のみの参加にします。

イベント参加だけではもったいない！

イベントで仲良くなった外国人や気の合う仲間と自由に飲み会するなり、カラオケに行くなりしよう！

【日時】

5月10日（土） 雨天の場合は5月17日（土）に延期

12:30~13:30 インターナショナルランチ会(希望者は参加)

14:00~17:00 EF インターナショナルピクニック

17:00~ インターナショナル飲み会(希望者は参加)

※ランチ会の開催場所は詳細が決定次第、連絡致します。

ピクニック参加者は14:00までにJR鶴舞駅 改札前集合

### 【場所】

ランチ会—12:30 JR鶴舞駅 改札前集合、鶴舞公園で実施  
ピクニック—14:00 JR鶴舞駅 改札前集合、鶴舞公園で実施  
飲み会—各自、気の合う仲間と自由に

### 【申し込み方法】

参加を希望される方はFacebookで参加ボタンを押してください。

### 【定員】

70名（当初の定員35名から増枠しました）

\*さすがにこれ以上は定員増やさないかも(-\_-;) )

定員になり次第、受付終了

### 【参加費】

無料

### 【その他】

ご不明な点、お問い合わせは[takehiro.tsutsumi.ef@gmail.com](mailto:takehiro.tsutsumi.ef@gmail.com)まで

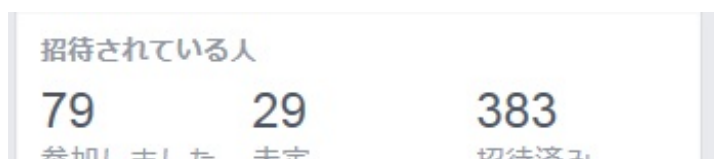
当日雨天の場合は当日12時までに順延のお知らせをします。延期の場合は5月17日(土)の同時時間帯で行います。

以上ここまで抜粋でした。

イベント詳細は長ければよいというものではありませんが、ポイントとしてこのイベントを初めて見る参加者でも具体的でイメージしやすい文になっているかということが大切になってくるかと思えます。そして当たり前ですが、開催場所、日程、参加費、参加方法はわかりやすく明示しておくことも必須です。私はこのイベント詳細を作る際に、かなりの数のFacebookイベントページの告知文を参考にして作りました。また、どう詳細文を書いたらよいかという専門の書籍も発行されているのでそちらをご覧になってもよいかと思えます。Facebookページを作り、詳細文を書いたらいよいよ参加者を招待することになります。

ポイント③ 招待を送っただけでは何もやっていないことと同義

改めてイベントの招待数を見ていきましょう。



ちなみに総招待数は532人です。この中には「不参加」を表明した人も含まれます。つまり、532人招待して79人の参加、参加率は約14.8%です。この数字をどう見るかは個人の判断ですが、私が考えるにこの14.8%という数字はかなり高い参加率です。通例、イベントをたててそのまま放置しておくで7~8%の参加があればいいほうです。ポイント③に「招待を送っただけでは何もやっていないことと同義」と書きましたが、では一体何をすれば参加者数は増えるのでしょうか。

参加者数を増やすには大きく分けて2つの捉え方があります。1つは、「全体の招待数を増やす」こと。もう1つは「キャンセルを未然に防ぐ」ことです。まずは「全体の招待数を増やす」ことについて見ていきましょう。

今回の場合、メインターゲットは「国際交流してみたい人」と「外国人」です。メインターゲットはどのような人かを考え、オフラインでアプローチしていくとよいかと思います。例えば、外国人であれば、学校の国際交流センターに行ってみて外国人と喋り、仲良くなり、誘ってみる。国際交流してみたい人であれば各大学にそういったサークルや部活はあると思いますので、そこに対してアプローチします。地道な活動ですが、これが意外とボディブローのように効いてきます。そういった意味ではオフライン上で気軽に誘えるようにイベント告知用のチラシは絶対に必要でしょう。そこにイベントのQRコードを載せておけばFacebookを交換しなくてもイベントに参加してもらうことができます。オフライン上で交流を増やし、どんどん全体の招待数を増やしていきましょう。

そしてここからが大事です。招待してそれで終わりでは招待していないことと同じです。では何をすればいいのか。それはFacebookで個別にメッセージを送ってください。いつも一緒にいるような親しい人から最近疎遠なあの人まで。「素晴らしいイベントの招待をしてあげているんだ、参加しないなんてもったいない」という気持ちを持って疎遠な人にまでアプローチしてください。文章の中身は、もちろん人によって様々でしょうが、大切なのはテンプレ感を出さないことです。せっかくのメッセージ、テンプレ感を出してしまうと相手側にこのメッセージみんなに対して同じものが送られているんだな…と気づかれあまりいいイメージは持てません。少し大変ですが、必ず個々人に合わせたメッセージを送ることをお勧めします。このメッセージ送信の意義として①招待されても気付かなかった人に気付かせることができる②参加を迷っている人に対して肩を押してあげられるというものがあります。どうしても時間のない場合はテンプレでも仕方ないですが、1日に100人、500人の招待であれば5日間あれば終わります。経験上、このメッセージを個別に送信することはどんな宣伝よりも効果があります。ぜひ試してみてください。

ポイント④ ハリウッド映画予告CMのようなワクワク感を演出

さて招待をしたらあとは参加者数が増えるのを待つだけ…ではありません！さらに追い込みを



かけるように定期的にFacebookイベントページに文章や写真をアップしましょう。以下はこのイベントの抜粋文ですが、例えば、

みなさん、こんにちは！このイベント主催者のTakeと申します！おかげさまで定員の35名を超えましたが、まだまだ参加人数増えそうなので、50名まで増枠したいと思います^^  
お友達、お知り合い、外国人、どなたでもどんどん誘って遊びに来てくださいね！  
Hi guys! It's Take, a host of this event. I want lots of ppl to join us so I changed the limit of attendees from 35 to 50^^  
Bring your friends (but in such case just let me know in advance), have so much fun together!

こんな感じですよ。短い文章ですが、これを掲載するのとそのまま放置しておくのでは全然違います。Facebookページをそのまま放置しておくとう参加者は本当に当日イベントが開かれるのかな？と不安になってしまいます。EFピクニックではこのようなPostが4月8日のイベント化を皮切りに4月20日、24日、30日、5月6日、9日、当日と定期的に行われていました。詳しくは既出のURLから確認してみてください。文章を書くときのポイントはズバリ「ハリウッド映画予告CMのようなワクワク感を演出」です。ハリウッド映画のCMを見ているとワクワクしませんか？当日まで待ちきれない！という気分になると思います。参加者をそう思えるような文章、工夫をしてみましょう。ちなみに5月9日のPostに関しては動画で当日どんなことをするのか載せてあります。

#### ポイント⑤ リマインドメールでキャンセルを未然に防ぐ

全体の招待数を増やすことも大切ですが、既に招待を送り、参加表明してくれた参加者への配慮も必要です。私はイベント1週間前になったら必ず参加者に簡単なリマインドメールを送るようにしています。リマインドメールがなければ、通常参加者はFacebookに記載されている参加予定者のおよそ80%しか来ません、つまり2割はドタキャンなわけです。せっかく苦労した集めた参加者をここで失っては非常にもったいないと思います。例えば、イベント当日少し眠くてだるい、、そんなふうであれば今日はイベント行くのやめようかなと考える参加者も多いかもしれません。しかし、リマインドメールをしておけば、メールで行くというふうに返信してしまったし、休むわけにはいかない。となる可能性もあります。ですので、およそ1週間前にリマインドメールを送るようにしましょう。そうすることでドタキャンをある程度最小限にとどめることができます。

一補論 ポイント⑥ ありがとうは4回、「あなた」だからイベントに参加すると参加者に思わせるー

EFピクニック集客論の最後になりますが、ここで私が常に意識していることをご紹介します。

それは上述の通り、「あなた」だからイベントに参加すると参加者に思わせるようにするという事です。堤が主催するイベントなら間違いなく楽しい、この堤っていう人面白そうな人だな、そう参加者に感じさせられるよう、Facebookイベントページ立ち上げからリマインドメッセージを送るに至るまでぜひ自分なりの工夫をしてみてください。例えば、私のキャラクター・人となりを示すものとして、私はありがとうを4回言うことを常に心がけています。参加者が参加表明してくれたことにありがとう(1回目)。直前のリマインドメールを送る際にありがとう(2回目)。当日イベントにて直接ありがとう(3回目)。イベント終了後、その日のうちもしくは翌日に参加してくれてありがとう(4回目)。感謝されて嫌な気持ちになる人などまずいません。積極的にありがとうを言い、参加者に参加してよかったな、次もまた参加しよう！と思わせるようにしています。

## 第2章 場所に入りきらないほどの参加者数！名古屋アンバサダーがPUBNIGHTで起こしたブレイクスルー

### 第2章 場所に入りきらないほどの参加者数！名古屋アンバサダーがPUBNIGHTで起こしたブレイクスルー

さてここからは2014年6月20日(金)に実施されたPUBNIGHTの集客について見ていきましょう。まだ第1章をご覧になっていない方は先にそちらをご覧ください。第2章では第1章であげた6つのポイントに加えてこのイベントで成功の要因となった新たなポイントいくつかをご紹介します。



まず分析をしてみましょう。総招待数853名に対し、参加者数は171名ですので、参加率は20.0%を誇ります。これはかなり高い参加率の部類に入ります。これはもちろん第1章であげた①～⑥のポイントを実行していることも理由にあげられます。

#### ポイント⑦ Q&Aで参加者の不安を解消

PUBNIGHTのFacebookページ( <https://www.facebook.com/events/277095925801737/> )にはQ&Aの固定されたポストを設置していました。以下はその抜粋です。

#### EF PUB NIGHT NAGOYA についてご案内詳細です

##### ■日時

6月20日(金)18:00～(終了時間は定めず自由解散)

##### ■場所

Elephant Nest (EF名古屋オフィスから徒歩1分)。入店後、ピンクのEFシャツを着た係がおりますので、受付けをお願いします。

##### ■内容

留学経験者/予定者、海外生活にご興味ある方が集まり、お互いの交流を通し、情報交換等の機会となればと思います。また、ブリティッシュPUBで開催しますので、異国の雰囲気も味わえま

すよ。

### ■参加費

各自精算(お客様にもよりますが、平均2,000円ほど)

### ■参加者

留学経験者/留学予定者、海外生活にご興味ある方、そのお友達などどなたでもご参加出来ます。

### ■よくある質問と回答

Q.一人で参加しても大丈夫？

A.はい、もちろんです。参加者のほとんどはお一人様でご参加です。

Q.お友達と参加出来ますか？

A.もちろんです。外国文化や海外生活にご興味あれば、誰でもご参加頂けます。その場合は、お友達の名前を事前にスタッフにご連絡下さいね。

Q.当日は何かゲームなどイベントはありますか？

A今のところ、ご用意しておりません。留学/海外生活を控える方や、ご興味がある方同士で、異国の雰囲気を経験出来るブリティッシュPUBで交流をお楽しみ下さい。尚、店内には無料でダーツも楽しめますよ。

Q.どれくらいの予算ですか？

A.各自精算の為、お客様次第です。平均2,000円ほどでしょう。

Q.途中参加は出来ますか？

A.もちろんです。事前に、その旨をスタッフまでお伝え下さい。

Q.終了時間は何時ですか？

A.特に決めておりません。自由解散となります。

Q.外国人と話す機会はありますか？

A.はい、EF英会話講師ポールや、名古屋在住の外国人も多く参加します。

Q.参加予約/キャンセルはいつまでですか？

A.定員120名に達し次第予約終了です。キャンセルは当日17時までに、Facebookまたはメールかお電話でご連絡下さい。

このQ&Aで「一人でも参加してもお友達と参加しても大丈夫」と謳っているようにQ&Aがあることによって①参加者の不安な気持ちを取り除く宣伝効果と②事前に考えられる懸念事項を上げることでクレーム防止という大きく分けてこの2つの効果があると考えています。ですのでQ&Aを単なるQ&Aと捉えずに①や②の観点で質問と答えを作ってみると効果的かもしれません。

ポイント⑧ 主催者で協力して集客を行う

第1章であげたEFピクニックにおいては参加者も70名程度となんとか1人で管理できる数でした。しかし、このPUNIGHTは参加者170名、そして招待数は853名。とても1人で853人対して招待メッセ

ージを送ることはできません。大規模なイベントを実施する際には必ず複数の主催者がいると思うのでそこで協力して集客を行いましょ。例えば、このPUBNIGHTであれば15名程度のアンバサダーが核となって動いていましたので、853人÷15= 約57人。それでも1人当たり57人にメッセージを送らなければいけません。またメッセージの重複送信も防がないといけないので、これが意外と面倒くさいのです。ですので、集客リーダー(←決めた方がいいと思います)がExcelに招待者の名前と主催者のうち誰とつながっているかを確認し、どの主催者がどの招待者にメッセージ送信をするか決めた方がいいかと思ひます。各主催者がメッセージ送信をした後、どのような反応が返ってきたか(参加、不参加、保留など)を整理しなければいけませんので、その報告を集客リーダーに伝えます。本番当日までリーダーは各主催者とコンタクトをとり、集客について管理しなければなりません。かなり手間のかかる作業ですが、参加の質、つまり参加率を上げるために私たちはこの方法をとってきました。

次は私が実際に作ったExcelを利用した参加者のまとめです。A行は名前、B行はメッセージを送る担当者、C行は返信が来たかどうか(参加かどうか)、D行は運営者との関係、そしてE行はFacebook上で「参加予定」だったか「未定」だったかを表しています。ちなみにD列の「AMB = アンバサダー」、「PAX = 留学前渡航者」、「EXPAX = 留学帰国者」、「ENQ = 今後EFのお客様となり得る人(AMB/PAX/EXPAX以外)」を表しています。

	A	B	C	D	E
1	名前	担当	返信結果欄	備考	Going/Maybe
2	Takehiro Teutsumi	なし	不要	主催者	Going
3	Mai Miyazaki	なし	不要	主催者	Going
4	Takaharu katsu	なし	不要	主催者	Going
5	Hirokazu Hasegawa	なし	不参加	主催者	Going
6	Masanari Migita	TAK	参加	AMB	Going
7	Ayaka Sakuragi	TAK	参加	AMB	Going
8	Maho Hayashi	TAK	参加	AMB	Going
9	Natsuki Sato	TAK	参加	AMB	Going
10	Rumi Nagai	TAK	参加	AMB	Going
11	Mio Kojima	TAK	参加	AMB	Going
12	Miwa Terido	TAK	参加	AMB	Going
13	Naraka Merita	TAK	参加	AMB	Going
14	Yu Tsuda	TAK	参加	AMB	Going
15	Arisa Masuda	TAK	参加	AMB	Going
16	Yu Katayama	KAT	参加	AMB/PAX	Going
17	Ohtsuka Jun	KAT	参加	AMB/PAX	Going
18	Suzuka Matsumoto	KAT	参加	AMB/PAX	Going
19	Daiki Wada	KAT	参加	AMB/PAX	Going
20	Ryo Yonekawa	KAT	参加	AMB/PAX	Going
21	Yuki Katayama	KAT	参加	AMB/PAX	Going
22	Kensuke Ogawa	KAT	参加	PAX	Going
23	Takato Nakano	KAT	参加	PAX	Going
24	Hiroyoshi Kato	KAT	参加	PAX/社会人	Going
25	Sae Nishimura	KAT	参加	PAX	Going
26	Kousuke Sasaki	KAT	参加	PAX	Going
27	Mayuko Kobayashi	KAT	参加	PAX	Going
28	Angelina Momo	KAT	返信なし	EXPAX	Going
29	Takuya Ishihara	TAK	参加	ENQ/たけ友達	Going
30	Kousuke Yamashita	TAK	参加	ENQ/たけ友達	Going
31	Tomohiro Yoshikawa	TAK	返信なし	ENQ/たけ友達	Going
32	Mayuki Watanabe	MAI	参加	ENQ/まい友達	Going
33	Fuga Seki	MAI	返信なし	ENQ? PAX?	Going
34	Tatsuya Mori	TAK	返信なし	ENQ/たけ後輩	Going
35	Takashi Hamamoto	MAI	参加	ENQ/社会人たけ・まい知り合い	Going
36	Maki Yamaguchi	MAI	参加	ENQ/みわちゃんの友達	Going
37	Takushi Akiyama	MAI	返信なし	ENQ/社会人・舞氏友達	Going

ここまで第1章、第2章合わせて8つのポイントについて解説してきました。思えば、EF Nagoya Ambassadorが第1回に行った同PUBNIGHTはわずか18人の集客でした。それが第2回目、約40人。第3,4回目70人程度。そして第5回目はなんと倍以上増の170名。まさにブレイクスルーを起こしま

した。8つのポイント、それからアンバサダーが同士の協力関係プレイ、PUBNIGHTの定期イベントとしての認知度も集客の成功に手伝いました。そして次の第3章ではいよいよ700名超の集客を誇ったEFハロウィンパーティー、Flash Mobについて見ていこうと思います。

### 第3章 綿密な計画のもとオンラインを利用した集客・マーケティングが参加者を急増させたハロウィン

#### 第3章 綿密な計画のもとオンラインを利用した集客・マーケティングが参加者を急増させたハロウィン



まず、この画像を見てお気づきになる点がいくつかあると思うのですが、どうでしょうか？招待者数をご覧ください。学生団体としては異例の2,461人です。この2,000人を超える招待者数は1人の努力では絶対にできません。およそ30数名の協力してくれたアンバサダーがそれぞれ気持ちを込めて招待した数です。そして参加者数——375名？当日は700人来たんじゃないの？そう思われる方もいるでしょうが、当日はしっかり700名いらしています。そのからくりは後ほど触れていきたいと思います。

参考URL (<https://www.facebook.com/events/1522360524649215/>)

#### ポイント⑨ 圧倒的なリーダーシップとアンバサダーの協力

この集客論では、当日どのように700名をまとめたかなどについては集客の観点から逸れるので省きますが、それでも語らずにはいられないのが、この大規模イベントをまとめる圧倒的なリーダーの存在が必要でした。このイベントはそんな圧倒的なリーダー宮崎舞を中心に、勝崇晴、長谷川寛和そして私堤の4人が中心に集客をとりまとめ行いました。ではどのようにしてリーダーを擁立し成功まで進んだのか見ていくことにします。

まずこの規模のイベントを成功させるには企画者の並々なる想いが必要です。中途半端な気持ちでは到底不可能です。しかし、宮崎には何があっても最後までやり抜く決意と実行力がありませんでした。集客ノウハウ以前に気持ちが大切だということを忘れないでください。次にですが、リ

リーダーの圧倒的な気持ちがあってもリーダー1人だけではこの規模のイベントを成功させることはできません。したがってどうしたら他のメンバーがついてきてくれるのかを考える必要があります。そこで私たち主要メンバー勝、長谷川、堤は当時荒削りであったリーダー宮崎のマネジメント能力やリーダーシップといったところにメスを入れてサポートしていきました。その中でも特に頑張ったのは「プレゼンテーション」です。どういったイベントをするのか、何が目標なのか、なぜそのイベントをする必要があるのか、協力してくれるアンバサダーのメリットは何か。4人で徹底的に考え、何度も何度もプレゼンの練習をしました。内容的な面はもちろん、話し方や伝え方、細部に至るまで練習した回数は数十回にのぼったと思います。このようにイベントを成功させるためにはリーダーとそれについていこう！と思う協力者が必要不可欠でした。文章にするとほんの数行で終わってしまいますが、ここは数百人規模のイベントを行うためには絶対に必要な部分です。このリーダーについていこう！みんなをまとめる力がある、だからといって決して驕っているわけではない。そんなリーダーの資質が求められるのではないのでしょうか。

#### ポイント⑩ 「こくちーず」参加者を倍増させた強力なアイテム

先ほども述べたとおり、Facebook上では375人の参加。ではどうして700名超の参加者が得られたのでしょうか。その秘密は「こくちーず」というサイトにあります。詳しくはこちらのURLから見てください。

( <http://kokucheese.com/> )

こくちーずは簡単に言うと、「勉強会やイベント、セミナーなどの告知ページ・申し込みフォームの作成サービスであり、誰でも簡単に参加者を無料で集客できるツール」です。資金のない私たち学生団体にとっては願ってもないサービスですし、今回のハロウィンパーティーではこのサービスの利用が見事に功を奏しました。さらにこくちーずのメリットは個人情報を得られることにあります。個人情報を扱う際には細心の注意が必要ではあることは言うまでもありませんが、こくちーずは例えば、名前とメールアドレスのみを取得できたり、設定によっては住所・電話番号などの情報や簡単なアンケートも申し込みフォームで設定したりすることができます。メールアドレスを取得できれば今後同様のイベントを実施する際にまたそのメールを使って告知することもできます。

今回はこのこくちーず単独でおよそ400近くの参加者を集めることができました。Facebookページと同等の集客力があつたことは明確です。こくちーずを使用すれば必ずこの数の集客ができるわけではありませんが、集客の一助となることは間違いのないようです。参考までにハロウィン時に使用したこくちーずのURLも載せておきます。( <http://kokucheese.com/event/index/214923/> )

また、はやくから(2か月以上前から)行っていた戦略的な集客によって予想もしなかった偶然の



幸運がおこったことも成功の一因です。例えば、



The screenshot shows a NAVER summary page for a Halloween event. At the top, there is a search bar and the text 'NAVER まとめ' and 'まとめ作'. Below this is a navigation bar with categories: 'まとめトップ >', 'ハロウィン (1798)', '名古屋 (1099)', 'イベント (5890)', 'エンタメニュー... (37703)', and 'エンタメ/カ...'. The main content area features a large title: '2014年名古屋のハロウィンパーティー・イベントまとめ (随時更新)'. Below the title is a small image of a jack-o'-lantern and a text box: '【2014.10/3更新】今年名古屋で行われるハロウィンイベントをまとめてみました。(クラブのハロウィンは掲載していません。)随時イベント情報は更新していきますので、ぜひお気に入り登録をお願いします。'. Below this is another title: '【名古屋★ハロウィン★300人】HAPPY HALLOWEEN PARTY'. Underneath is a URL: 'http://kokucheese.com/event/index/214923/'. The main text of the post reads: '10月31日 【名古屋★ハロウィン★300人】HAPPY HALLOWEEN PARTY。ハロウィンスペシャルイベント@名古屋【参加しないといたずらするぞ！HAPPY HALLOWEEN PARTY】ハロウィンの予定はコレで決まり！大規模人数でハロウィンのコスプレをし、海外好き・イベント好きの人達と繋がり、名古屋の街を盛り...'. Below the text is a photograph of a large group of people in costumes at a party. Under the photo is more text: '学生団体AMBASSADORによるフラッシュモブイベントinオアシス21！！大人数によるフラッシュモブ企画で名古屋をハロウィン色に染めようっていうテーマ。いいね！フラッシュモブからの英国風パブに移動して参加者同士の交流会を開催予定。'. At the bottom left, there is a location pin icon and the text: 'オアシス21 愛知県名古屋市東区東桜1-10-24'.

画像のようにNAVERまとめに掲載されたこと。

そして地元のテレビ局「メーテレ」に取材され、朝の情報番組に5分間ほど出演したこと。その他、名古屋の複合商業移設オアシス21の協力を得て行ったイベントだったなど多くの協力があったことも成功の要因でしょう。多くの人を巻き込むことも重要です。当日のハロウィンパーティーFlash Mobの様子をご覧になりたい方は以下のURLから確認してみてください。(YouTube上の動画です)

( <https://www.youtube.com/watch?v=QYnQYTc8cdw> )

ここまで見てきたように①～⑩のポイントどれか1つが欠けていてもハロウィンの成功・集客の成功はなかったと振り返ります。

## 第4章 2014年名古屋アンバサダーを成功に導いた決定的な勝因

---

### 第4章 2014年名古屋アンバサダーを成功に導いた決定的な勝因

改めて申し上げますが、私たち学生団体EF Ambassadorの使命は一人でも多くの方に留学の魅力を伝え、留学してもらうことです。この根底があり、各種イベント行っています。2014年EF Nagoya Ambassadorはそれまでの年とは決定的に異なるあるものが発足しました。それは「アンバサダーによる英会話レッスン」です。集客の話とはずれるのでここでは大きく取り上げませんが、簡単に説明すると、アンバサダー(留学帰国者)が留学先の情報や体験を踏まえながらそれまでにない英会話のレッスンをする、というものです。このそれまでにない英会話というのがポイントで、従来学校では受験のための英語、文法や読解を中心に私たちは英語を学んできました。それから巷にあふれる英会話学校。少人数で自分の弱点を補強してくれることをうたい文句に運営している学校も少なくありません。しかし私たちの英会話レッスンはこういったものとは一味もふた味も違います。まず、レッスン中机は一切撤去します。ノートもありません。あるのは輪状になった机のみ。そしてレッスンのコンセプトは「間違ってもいいからとにかく楽しく、ミスを恐れずに英語を話そう！」というものです。このコンセプトと大人数(通例20名程度)で楽しく英会話を行うというアイデアが功を奏し、2014年の名古屋アンバサダーに大きな革新をもたらしました。というのも2013年までは私たちアンバサダーと留学渡航前の方や一般の方が触れ合える機会というのは月に1回のイベントでしかありませんでした。しかし、毎週火曜日に定期的にアンバサダーによる英会話レッスンが開催されることによってそれまでの4倍も渡航前の方や一般の方とお話しできる機会が増えたのです。毎週火曜日はEFアンバサダーの日、と多くの人に認知され、これによって月1回のイベント告知もスムーズなものになりました。この定期的な関わりがあったからこそPUBNIGHTやハロウィンの成功があったと言えるでしょう。

つまり、ポイント⑪ 定期的なイベントが参加者に認知されるきっかけとなる

です。このことはEF Ambassadorに限らず、一般の学生団体についても言えることかと思えます。定期的なイベント、ぜひ心がけてみてください。

下の画像は2014年12月23日(祝)に行われたそのアンバサダーによる英会話レッスンのFacebookイベントです。通常はEF名古屋オフィスのセミナールームを使用して20名程度で行われますが、この日は特別に名古屋の少し大きなセミナールームを貸し切って2時間強の英会話レッスンを行いました。参加者は55名ですが、英会話レッスンで55名という数字は驚異的だと思いませんか？

12月  
23

# 【EF TAKの大規模英会話レッスン！これで英語は話せるようになります！～英会話・留学・TOEIC～】

公開 主催者: Takehiro Tsutsumiさん、他3人

主催者

招待

編集

...

2014年12月23日 13:30 - 17:00  
約1週間前

ウインクあいち 愛知県産業労働センター 会議室1107

【EF TAKの大規模英会話レッスン！これで英語は話せるようになります！～英会話・留学・TOEIC～】

学校で机に座って文法や読解の講義、ひたすら正しい英語を話そうとしてしまい、かえって英語が出てこない英会話、従来のそんな英語・英会話の授業とは全く異なったスタイルの英会話レッスンをお届けします。また、



MizunoTomoyukiさん、Chiemiさん、他友達48人が参加しました。

招待されている人

55

参加了

16

未定

699

招待済み

## 第5章 集客の現状課題と大きな可能性を秘める新ツールのこれから

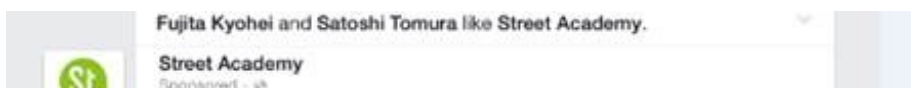
### 第5章 集客の現状課題と大きな可能性を秘める新ツールのこれから

たかがFacebook。されどFacebook。Facebookには他にも色々な可能性を秘めたものがあります。例えば、2014年12月23日(祝)に行った大規模英会話レッスンではある実験を行いました。それが下の画像です。



Facebookで右側によく見かける広告。あれを私たちのイベントでも出してみました。とは言ってもかなり小規模、実験的に。事前の設定で(これはかなり詳細まで設定できる)、1日500円の予算で5日分、愛知県内の16歳~25歳に対して広告掲載を行うよう設定しました。事前の予想リーチ数は700人程度であり、少し期待はしたのですが、結果は上の通り。消化金額139円で82人にリーチしました。しかし、この広告からイベントに参加した方はゼロという結果です。このFacebook広告もコストはかかりますが、使い方によってはかなり使える集客ツールになり得ます。専門の書籍も店頭に並んでいるでしょうから、このFacebook広告ツールをうまくいかしていくことが今後の課題であり、また面白い部分でもあります。

そして別の集客ツールも実験的に利用しました。ストリートアカデミー(<http://www.street-academy.com/>)という、東京を中心に、ビジネス・ITスキルから趣味・習い事まで、個人が主催する講座・教室・レッスン・ワークショップが1400件以上あり、ストリートアカデミーは「教える」と「学ぶ」をつなぐスキル共有のコミュニティ・マーケットプレイスです。今回の大規模英会話レッスンもこのサイトに広告掲載しました。(広告掲載は無料、参加者に応じて一定の手数料を取られる)このサイトだけでなく、Facebookにも広告が掲載されるようで私は2度ほど自分の大規模英会話レッスンが告知されている広告を見ました。(下の画像参照)





ところが、まだこのサイトに登録している人の数が少なかったり、認知度が低かったりするせいでこちらのサイトを経由して参加者はゼロでした。

しかし、どちらも大きなポテンシャルを秘めた広告ツールであり、今までの集客ノウハウに加え、今後こういったものをシーンに応じて使い分けていけばまさに鬼に金棒かもしれません。そしてさらに大切なことは集客ツールについて常にアンテナを張り巡らせることです。時は常に変化します、昨日正しかったことが今日にはもう時代遅れになっているかもしれません。集客の仕方と同じで常に同じことをやっているのは向上は望めないでしょう。ですからこれから集客を戦略的に行っていく皆さんには色々なものに敏感になりキャッチして行ってほしいと思います。最後のポイントです。

ポイント⑫ 常に新たな集客方法はないか、世の中の動きに敏感になる

このことも意識してぜひ今後も集客に励んでください。

ここまで集客のノウハウについて様々見てきましたが、私たちが大切にしていることを最後にお伝えして締めくくりたいと思います。

一、名古屋アンバサダーたるものは、前例のない常に新しいクリエイティブなイベントを心がけよ

一、名古屋アンバサダーたるものは、常に「相手本位」の精神を忘れるな、自分勝手な行動ではなく、相手にとって最善となる行動をせよ

一、名古屋アンバサダーたるものは、常にNo Fun No Gainを心がげよ、楽しくなければ得られるものはない

## 最後に

---

### 最後に

最後までお付き合いいただきありがとうございました。私が学生団体EF Nagoya Ambassadorに所属して1年経ちました。この1年の間に学んだことは数知れず、特に私はイベントで集客を担当することが多かったため、そこで培ったノウハウを後輩に伝えるべく今回この書籍を制作させていただきました。本書の内容が少しでも読者の皆さんの参考になれば幸いです。突然ですが最後に1つ課題です。第5章でとりあげた「EF大規模英会話レッスン」で私が集客をあげるために工夫したことは何でしょうか？次のURLからイベントページを見て考えてみてください。

URL( [https://www.facebook.com/events/376334442535582/?ref=aymt\\_homepage\\_panel](https://www.facebook.com/events/376334442535582/?ref=aymt_homepage_panel) )

どんな回答でも結構ですので、これではないかなと思われた方はぜひ私、堤まで送ってください。

送付先 : [tutumimamesiba2@yahoo.co.jp](mailto:tutumimamesiba2@yahoo.co.jp)

送っていただいた回答には必ず返信させていただきます。

またFacebookもやっておりますので、興味のある方はTakehiro Tsutsumi(ローマ字検索)まで友達申請していただくと非常に嬉しいです。

それでは今後のEF Ambassadorと本書をお読みになった皆さんの成功と発展を願って！

### 著者

堤 建拓(つつみ たけひろ)

愛知県弥富市生まれ、稲沢市育ち。

2011年、20歳の時に初の海外を体験し、その魅力を知る。

大学在学中にカナダ・アメリカ・イギリス・オーストラリアで長期留学・インターンシップ・一

人旅などを経験した。

2013年11月よりEF Nagoya Ambassadorに所属。

2014年2月からアンバサダーによる英会話レッスンを立ち上げ、現在に至る。

学生団体がFacebookイベントページを利用して集客を成功させる方法 ～学  
生団体EF Nagoya Ambassadorを例にとって～

<http://p.booklog.jp/book/93855>

著者 : take

著者プロフィール : <http://p.booklog.jp/users/tutumimamesiba2/profile>

感想はこちらのコメントへ

<http://p.booklog.jp/book/93855>

ブックログ本棚へ入れる

<http://booklog.jp/item/3/93855>

電子書籍プラットフォーム : ブクログのパブー (<http://p.booklog.jp/>)

運営会社 : 株式会社ブクログ