



議題報告書

実施日：2014年4月29日

発行：集まれ文実！運営委員会

第3公開版



はじめに

01

・ 代表挨拶

集え、文化祭のイマを創る高校生。このテーマのもと「集まれ文実！」の第一回目大会は実施されました。自分たちの踏襲された文化祭に他校の新たな風を吹かせる。それが最大の目的でした。

毎年毎年、先輩たちが築きあげた伝統を引き継ぐことが当たり前の文化祭。もちろんそれは良いことだと思います。それぞれのカラーが出るというのは素晴らしいことです。

私たち文実は例年のもののクオリティを上げて、文化祭全体のクオリティの底上げをしよう。それが大きな使命となっていて、場合によってはそのことだけを考えて活動している文実もいるでしょう。

ただ、私たち文実側として、それだけではつまらなくありませんか？

今回の大会に来ていただいた皆さんはまさに後者のような人たちでしょう。「自分の学校の文化祭をよりよくしたい」「どうすれば更にお客さんを呼べるか」…このようなことを常に念頭に置いていました。現状では満足できない。さらなる高みへ。

この議題報告書、あるいは当日皆さんが見聞きしたこと。これらのが皆さんの文化祭に一つでも取り入れられて「理想の文化祭」に一歩でも近づくのであれば…。この大会の主催者としてこれ以上の喜びはないように感じます。

改めて、今回は参加していただきありがとうございました。
皆さんの文化祭の成功をお祈りしております。

代表 高木啓希

はじめに

01 : 代表挨拶	01
02 : 目次	02

集まれ文実！について

01 : 開催概要	03
-----------------	----

議題報告書

01 : 実行委員長①	04
02 : 実行委員長②	06
03 : 実行委員長③	09
04 : 実行委員長④	12
05 : 実行委員長⑤	15
06 : 広報①	17
07 : 広報②	19
08 : 広報③	22
09 : 広報④	26
10 : イベント①	28
11 : イベント②	29
12 : イベント③	30
13 : 装飾①	33
14 : 装飾②	36
15 : 装飾③	39
16 : 食品①	40
17 : 食品②	42



集まれ文実！について

01

開催概要

- ① 日時： 2014年4月29日（火・昭和の日） 12:30～17:00
- ② 場所： 成城高校
- ③ 参加者： 中学・高校の文化祭実行委員会委員（文化祭運営に関わっている生徒）
- ④ 参加者数： 約120名（運営委員・議長含む）
- ⑤ 参加校数： 37校
- ⑥ 主催： 集まれ文実！運営委員会





議題報告書

01

実行委員長①

①『おもしろい文化祭』とはどんなものか？

ターゲットとなる層ごとに面白いと感じる要素は違うはず。
ならば、自分たちはどのような文化祭を目指せばよいのか？

まずは、ターゲットを小学生、中高生、OB・OG、保護者の4つに分類した。その上で、それぞれ今までの経験から議論した。

- 小学生について
中1の企画によく行っているということがわかった。また、ダンスや各部活の企画にもよく顔を出す。また、その他にはマスコットの着ぐるみや飴によく釣られる。
- 中高生について
やはり我々と年代が近いこともあり、ステージイベントによくやってくる。また、自分の部活と同じ部活の企画にも来る。中夜祭、後夜祭にもよく参加する。
- OB・OGについて
自分が所属していた部活によく顔を出す。また、食堂等でプチ同窓会のようになっている時もあり、占領しておしゃべりしている。同窓会ルームのようなものを作るとよく集まる。
- 保護者について
まずは何より自分の子供の企画にくる。その後は保護者同士で集まってしゃべっていたり、学校のグッズ等を買っていたりする。

結論

やはり、年齢層による住み分けの傾向が強いので、様々な企画を一生懸命にがんばるしかないように思われる。しかし、その中でもステージイベントを企画段階から幅広い年齢層に向けてイベント内容を練ることで、住み分けの問題はある程度緩和されるだろうという結論に達した。

②文実の仕事と部活との両立について

現状、文実に形だけ、つまり名前だけしか入っていない人が少なく無い。

この現状をどうやって改善するか？

文実に入っている全員が全員やる気と根気をもってる訳ではない。部活に打ち込みたい人もいる。ただ文実Tシャツ等を目当てに名前だけ参加している人もいる。そんな人たちにどうやってやる気を出させるか議論した。

- | | |
|-----------------|-------------------|
| ✓ 報酬を与える | ✓ 罷免制度を作る |
| ✓ 文実の人数に制限をかける | ✓ 幹部の背中を見せつける |
| ✓ ふさわしいかどうか選挙する | ✓ 文実の活動にもメリハリを加える |
| | ✓ 怒るときにお茶を投げる |

などなど、色々な案がでた。

結論

幹部の仕事している背中を見せ、メリハリをつけさせることで文実全体の雰囲気を良くしていき、自発的にやる気を出すような空気作りが重要である。

①部下に上手く仕事を割り振るには？

◎適材適所に仕事を割り振る。

- アンケートを取る
 - ✓ 部活や得意なこと、やりたいこと、些細なことでも書いてもらう。
 - ✓ 記入式 or マークシート
- 立候補で好きなところに入ってもらう
 - ✓ 好きなところに所属するが、足りないところは手伝ってもらう
(俗に言うヘルプ)
 - ✓ 何回かに分けて希望調査をし、人数調整をする。
 - ✓ 兼任可能にする。
- 逆にあみだくじなど、適当に振り分ける
 - ✓ 希望通りに分配すると、バランスが悪くなってしまう。

⇒希望としては好きなことをやってもらいたい！

②生徒（実行委員）のモチベーションを上げるには？

◎自由を維持する。

=文化祭において“自由”というものは大事である。

実行委員としても、それを失わないために努力をするべきである。

- 生徒と教師の信頼関係
 - ✓ 生徒が問題を起こさないようにする。
 - ✧ 実行委員でマニュアルを作成。破れば罰則。
 - ✧ ルールについての説明会を開く。破れば罰則。
 - ✧ マニュアルは否定的に書くのではなく、肯定的に書く。
(極力、～は不可能。とかではなく～は可能。と書くようにする)

◎生徒に理解してもらう。

- 企画について
 - ✓ 面白い企画を考える。
 - ✓ 生徒が主体となるように意識する。
 - ✓ 企画内容を各クラスにプレゼンしに行く。
- 憧れる気持ちを利用する
 - ✓ 実行委員の格式を上げ、生徒の憧れの存在となる。
 - ✓ 学年が上がるに連れて、出来ることが増えるようにし、上級学年に憧れを抱かせる。

③自分たちの企画を通すには？

◎先生との関わり方

- 信頼関係
 - ✓ 企画会議に参加してもらう。
 - ✧ 生徒側の要望を分かってもらえる。
 - ✓ 問題を起こさないように努力する。
- とにかく仲良くなる（媚びを売る）

◎完璧な企画書

- 早い段階から練り始める
 - ✓ 文化祭が終わってすぐに始める。
 - ✓ 発案者、責任者、実行委員長など、数人で
 - ✓ 顧問が正式に決定するまでに、仕上げる。
- 問題点などを網羅している
 - ✓ 問題点の解決策を明記する。
 - ✓ 提出してから、「考えてなかつた…」ということがないようにする。

④文実の役割とは？

◎参加団体のサポート

- 潤滑油になる
 - ✓ 実行委員の方で枠組みを作り、準備しやすいようにする。
 - ✓ 予定表を配り、考えて行動してもらう。
- 生徒と先生の架け橋

◎精神面的な話

- あくまで生徒一人一人が主人公。
- 中身は有志団体
- 何年か後のことを見据える

感想

学校ごとに置かれている状況や、それぞれ受け継いでる伝統があり、一概には言えませんが、理想の話をすると、上記のようなまとめになりました！

他校の話を聞けて、とても有意義でした！！

楽しかったです！！！

◎文化祭に『スローガン』は必要か？

はじめに、多くの学校の文化祭で掲げられている『スローガン』に着目して、そもそもなぜ文化祭に『スローガン』が必要なのかということについて話し合いました。

グループメンバーの学校はパンフレット等に掲載される『スローガン』は掲げていましたが、一部ではただの言葉で、『スローガン』をあまり気にすることなく各部門が自由に動いて文化祭を創っている学校もありました。また、『スローガン』をどのように決めるべきなのかについても話し合いました。グループメンバーの学校では、幹部や実行委員だけで決めてしまったり、全学級から候補となる意見を集めているところもありました。文化祭は学校全体で創りあげるものなので、私たちのグループでは決定の際に一度全生徒から意見を集めた方がいいということになりました。このように話し合った結果、幹部が文化祭をどのように創るかの方針を決めて、それを生徒に提示して、生徒から『スローガン』を募集し、幹部がその中で最初の方針に合うものを採用し、それを学校としての『スローガン』として掲げることで、学校全体での文化祭の方向性(たとえば実行委員の意識や校内の装飾など)を示すために必要であるという結論になりました。ただし、ひとつの『スローガン』にとらわれず、色々な色を持った自由なものを作りたい場合は発想の軸を固定してしまうような具体的なものを示さない方がいい場合もあるということになりました。

◎会議はどう利用するのが適切か？

実行委員長は各部門に指示を出して文化祭を創っていきますが、その時に各部門ごとの進捗状況を把握しなければ、次の指示を出すことができません。そこで、部門ごとに情報共有を行う手段が必要になります。文化祭自体は情報共有ができるいれば、その手段は関係なく運営が可能です。しかし、できれば報告書のような書面でのやり取りだけでなく、実際に顔を向け合って話し合いコミュニケーションを取りつつ、お互いの考えも共有するべきだということになりました。ただし、連日会議を開いた場合に特に報告のない部門の話を聞いても意味はないし、毎回の会議に実行委員を呼びすぎても全員の気持ちが会議に向かなかつたり、意見がまとまらず時間だけが過ぎて何も決まらないといったことが発生してしまいます。そこで、私たちのグループでは1～2週間に1回、各部門の責任者と会議に出たいという意欲のある生徒のみの少人数で行い、決めるべきことを短時間で効率よく決めるのが最適だということになりました。また、その会議で何を決めるのかを明確にし、次の会議までにやるべきことはつきり決めることが必要です。さらに、実際に他部門の進捗状況や現在行っている活動内容を把握することでそれぞれの部門に危機感を与える効果もあり、モチベーションの維持や向上のためにも会議は利用できるという結論になりました。

◎実行委員のモチベーションを維持するためには？

実行委員をただ募集しても、その部門が具体的に何を主な仕事としているのかが分からないままです。その時点で希望を取ってしまうと初めは自分の入りたい部門に入れてモチベーションが高まったとしても、それは続きにくいでしょう。そこで、各部門の仕事内容や具体的にどのようなことが楽しいかをきちんと生徒に説明した上で、募集すべきだという結論になりました。また、実行委員個人がより自分の力を活かして仕事ができるように、たとえば広報部門ならばPCの能力やデザインセンスの有無などを考慮して、それぞれの部門に配属することで、実行委員のモチベーション維持につながると考えました。他にも、人数が集中してしまう人気の部門などでは、予め生徒にその部門の仕事マニュアルを提示し、そのマニュアルをテストすることでやる気があり、仕事をよく理解している生徒のみを実行委員に選抜するといったやり方も可能で、モチベーション維持には効果的であると考えました。そして、実際に各部門に配属された後は、部門長が短期的な目標を提示し続けて、実行委員が今何をしなければいけないかが分かっていない状況をなくすることで、モチベーションの維持や向上につながるという結論になりました。

◎どうすれば企画を盛り上げることができるか？

私たちのグループでは企画を練る段階で、その企画がどのようなお客さんに向けてのものかを年齢層ごとに考えて、中高生なら中高生の目線、受験生なら受験生の目線に合わせて、お客様との視点からその企画を客観的に見ることで、盛り上がる企画を練ることができるのでないかという結論になりました。たとえば、受験生やその親御さんの場合は、スタンプラリーや中学入試相談コーナーなど、中高生の場合は、自分たちが文化祭に行ったときに気になるように、ステージのイベント企画やバンドなどの充実などが挙がりました。またステージやバンドのようなリアルタイムな演出のものは、見たいと思ったお客様が足を運ぶものなので、お客様を飽きさせないような企画側の工夫が必要になるという結論に至りました。また、企画の段階で内容が似ているものが複数出てきた場合でも、企画を取りやめるのではなく、それらを上手に組み合わせることで、さらに楽しめる企画を創れるのではないかという意見もありました。たとえば、ジュース販売企画とデザート販売企画を組み合わせてひとつのカフェにしたり、おばけ屋敷をいくつも繋げて広いエリアで展開するといった感じです。他にも、毎年必ず企画されるような人気のものは、それ専用の部門を設立することでより質の高いものを作れるのではないかという意見もありました。また、他の学校の文化祭に行くことで、自分の学校にない企画のアイデアを集め、それを生徒にどのようなものか知らせてあげることで、企画のバリエーションが増え、その結果盛り上がる考えました。

①文化祭の意義、目的

【生徒が文化祭をつくる】

- ✓ 皆で一つのものを作れる
- ✓ 生徒が1から作り上げる
- ✓ 生徒の力を發揮する
- ✓ 自由度が高く、生徒の思い通りに企画ができる

【繋がり】

- ✓ 生徒同士の繋がりを作る
- ✓ 学校内での先輩、後輩の繋がり

【出会い】

- ✓ 出会い

【思い出】

- ✓ とにかく思い出をつくる
- ✓ 思い出作り
- ✓ 高校生の楽しみのひとつ
- ✓ 思い出に残る

【感動、達成感】

- ✓ 感動
- ✓ 達成感
- ✓ 一つのものを作り上げる喜び

【経験】

- ✓ 仕事をすることに慣れること
- ✓ 団体行動における責任感を学ぶ
- ✓ 社会経験、大人の階段のぼる

【目標、発表】

- ✓ 部活など発表団体の目標になる
- ✓ 日頃の練習の発表場所
- ✓ 学習発表会、学んだことを発表する場
- ✓ いつも校内だけで行う部活動、委員会などの活動を外部に向けて発表する場

【学校の PR】

- ✓ 自分の学校の PR
- ✓ 学校の PR
- ✓ 学校を良く PR できる
- ✓ 学校宣伝
- ✓ 自分の学校の良いところを出せる
- ✓ 受験生を増やすきっかけ
- ✓ 受験生に学校の雰囲気を伝える

②理想の文化祭とは何か

= 楽しめる！

- ✓ 生徒もお客様も楽しめる
- ✓ 生徒が楽しめて、来賓も楽しめる
- ✓ どちらも楽しむことが出来る
- ✓ 生徒が楽しめる
- ✓ 楽しめない人がいない、若しくは楽しめない人に強制しない
- ✓ 全員参加で皆が楽しめる
- ✓ 受験生が来たくなるような文化祭
- ✓ 来校者、在校生共に「学校を愛せるようになる！」のような文化祭

③理想の文化祭を作り上げるために

【理想の文化祭を作り上げる際に障害となるもの・その対応策】

- 学年の温度差

➤ 縦割りにする (= 先輩の姿をみて後輩も奮起する)

- 生徒の中の温度差

= 目標違いが温度差をつくってしまう

(内部が楽しむのか、外部が楽しむのか など)

➤ 「やらなきゃいけない」という雰囲気を無くす (例: 賞、賞品をつくる)

- 全員に参加してもらうために

➤ 生徒に仕事を出す

④その他、議論中にでた意見

- 運営側が環境を作つて皆が楽しむのか、皆が自分たちで作つていつて楽しむのか
 - 強制的につくるより、運営側から楽しませる
- 生徒と教師がぶつかった場合
 - 先生を味方につける
 - 何かを提出する際には議案書を作成する
 - ✧ 議案書を細めに先生に添削してもらう
 - ✧ 議案書に隙をつくらない
 - 両方が納得する折衷案をみつける
 - ✧ 意見が合わない場合
 - ◆ 話し合う場を設ける
- 変えられるもの、変えられないものがある
 - 風潮を変えるのは難しい
 - 決められた校則、その学校の風潮など、決められた中で最大限に楽しんでもらう！

①文化祭のターゲットとなる年齢層とそのターゲットへのアプローチ方法

- 校内案内ツアーや受験生相談コーナー、生徒会長による学校説明会で学校を知つてもらう
 - 受験生に学校を知つてもらうのは当然ながら、校風が売りの学校はここがアピールポイント
 - 学生が楽しむ姿をみせる
 - 当たり前だが、「この学校に入って自分もワイワイやりたい！」と思わせる
 - ゲーム系は大人ウケが悪いが、逆に難しい内容の展示は受験生を飽きさせてしまう
 - 最も、ターゲットの中心は受験生なのでゲーム系を一概に否定することもできない
 - 駅や塾にポスター、チラシを配る
 - 当然、中学や高校の前で配るのはナンセンス
 - 学校説明会などで配るチラシなどに割引クーポンみたいなものにつける
 - 女子校生はめんどくさがって意味がないかも？？
 - ターゲットごとにフロアを変える
 - すべてのお客さんを円滑に案内できる
- ☆ 基本的にターゲットは受験生。アプローチ方法は受験生ウケのいいものに。

②低学年の実行委員の取り扱い

- 夏休み中の作業日以外呼ばない。
 - 上である程度決定して、それを全体で実行する
- アンケート集計や委員内部での伝達係
 - しっかり仕事を与えて、組織の一部であることを意識させる

☆縦学年でのグループ分け等、少人数制で作業にあたり高2から情報を中一まで行き渡らせるようにする、などして全体に意識の統一を図る。

総括

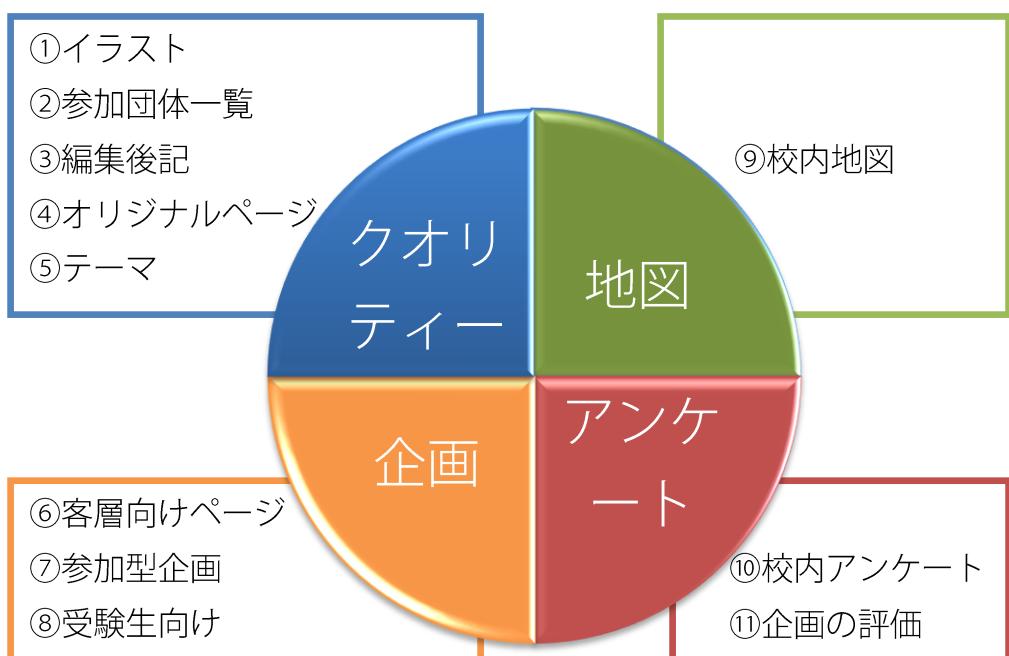
議題から離れた部分で話してしまった部分がかなり多かったせいか報告書が薄味になってしまいました。しかしあお互い、文化祭の中心人物として集まったグループで、かなり個々で話を煮詰めてきていたのでかなり濃い会議になりました。

議題：理想のパンフレット

文化祭の広報においてパンフレットは重要である



では、お客様の求めるパンフレットとは。



- ① イラスト
分かりやすいアイコン
- ② 参加団体一覧
 - 場所
 - ジャンル
 - ページ

を先頭に掲示
- ③ 編集後記
親しみやすさを入れる
- ④ オリジナルページ
生徒や教師の写真を載せる
 - (例) スケッチブックに一人一人
言書いて写真を撮ったものを
掲示
- ⑤ テーマ
文化祭テーマに合わせた色合いでペ
ージをレイアウトする
- ⑥ 客層向けページ
小学生が興味を引きそうなものを強
調
- ⑦ 参加型企画
スタンプラリーによる人の拡散
- ⑧ 受験生向け
 - 体験授業
 - 校内ツアー
 - 相談コーナー
- ⑨ 校内地図
別冊の大きな地図をパンフレットに
付ける
- ⑩ 校内アンケート
受験時の体験談や学校生活
- ⑪ 企画の評価
満足度を測るアンケートページを作
成
 - (例) まんぞくどはかるくん
(渋谷教育学園渋谷高等学校)

文化祭パンフレットの
クオリティー・アンケート・企画・地図を
それぞれ上のように工夫・改善することで
お客様の求めるパンフレットが完成し
集客につながる

I より良いパンフレット(ポスター)を作るためには

① 予算について

= 予算を増やすことでクオリティーを上げる

1. 予算総額を増やすために

- i. 広告収入を得る(パンフレット、サイト内広告)
 - 近隣から寄付を募り、その分広告を掲載する(一口〇〇円)
 - サイズによって広告料を設定
 - 地元商店街、予備校、学校でお世話になっている会社(自販機、印刷会社等)だと依頼しやすい
※ 海城高校はパンフレット広告収入で墨字
- ii. 生徒から徴収または寄付金を募る
 - 学校によっては予め学費から引き落とし
※ 新規に検討するのは難しいが、学校側に相談して見るとよい

2. 予算を削る

- i. 見積もりを取る
 - 見積もりは何社も出し、できるだけ安くする
※毎年業者選びから始める分、サイズ、ページ数等が変更しやすい
 - 一つの会社との結び付きを強くして毎年一括で発注する
※業者の見積もりをする必要がないので早期に作成に入ることができが、レイアウトが固定されやすい
- ii. カラーを減らす
 - フルカラー>一部カラー>三色刷り(白黒+一色)>モノクロ
- iii. サイズを変える
- iv. ページ数を減らす
- v. 発注数を減らす

② 見やすさ

1. レイアウト
 - i. 団体紹介
 - 挿絵を入れる
 - 紹介文の文字サイズ、字体を統一
 - 紹介文に字数制限
 - ii. イベント
 - 目玉イベントを効率よく宣伝
 - 開催場所をはっきり書く
 - iii. 地図
 - 初めての人にも分かりやすい全体図(立体図、俯瞰図)
 - 地図を別紙または観音開きで大きく載せる
2. カラーの利用(予算に応じて)
 - 見やすい色(警告色)
 - 地図を色分け(学年、校舎、棟ごと)
3. ソフトの活用
 - イラストレーターなどの有料ソフトを購入
 - PC技術を持つ部員の育成

II インターネット広報について

インターネットによる広報は未開拓で、まだ利用していない学校も多いと思うが、SNSなどを利用した広報は簡単に始められるうえ、情報が瞬時に多くの人に伝えることができる。

① Webサイト(外部向けの公式サイト、内部への連絡用)

1. 外部用、内部用をしっかりと分ける

- 学校に許可を取り生徒で運営
- 更新などは必要な時だけでよいので運営は楽
- 学校のサイトにリンクを貼ってもらえるとサイトを見る人が増える
- 他校との協力でお互いのサイトのリンクを貼りあう

2. SNS(Facebook, Twitter など)

- Twitterは簡単に始められ、リツイートなどで多くの人の目に触れることができるが、1日おきくらいのペースでツイートしないとすぐに廃れてしまう
 - 部内の何人かで共同で運営

3. 更なるインターネットの利用

- ネット版パンフレットの作成(校内地図、予定表)
- ネットと当日との連動企画
 - ネットクーポン
 - インターネット上での投票(ミスコン等の人気投票)

1. アイスブレイク

初めに、「名前足し算」を利用して、全員がそれぞれの名前、学校を覚えて緊張を解きほぐしました。

次に、アイスブレイクの二弾として「一分間で自分の学校の文化祭のPRをする」というのを、ポストイットを使い「長所」、「短所」を整理しながらみんなで発表しました。

反省点

一分間でPRというのは、不適当な設定であったこと（メンバーそれが文化祭に対する熱い思いがあり制限時間が短すぎていた。）

ポストイットで二つに分類分けするまでの、議長である自分の学校の「長所」「短所」の例としての発表がとても煩雑で少しメンバーを戸惑わせてしまっていた。

良かった点

お互いの学園祭の、「長所」、「短所」を知ることで親近感を持たせることに成功したことと、議題を決めるうえでの範囲がかなり広がった。

その後、議題決めの段階に移行した。

まずポストイットに書かれていた内容の中で、「広報部門」にかかわることをピックアップして黒板にカテゴリ分けを行いました。

カテゴリ分けする中で、広報の仕事であるパンフレット作りの上の各学校の資料を共有したり、パンフレットを観覧するなど会談をしました。

反省点

ポストイットには、イベントに関することなど広範囲にわたるものが記載されていたので思っている以上に、カテゴリ分けをするのに時間がかかってしまい議論の時間が短縮される形になってしまいました。

2. 校外広報

- 文化祭 Web サイト作成の意義

来校者に対して単に、チラシなどでの宣伝などだけでなく公式のHPを作ることで、その文化祭をさらに身近なものにできる

- Web サイトの内容

Web ページ版のパンフレットを掲載する。

閲覧特典をつける (ex:模擬店のクーポンなど)

※閲覧特典は、模擬店部門との話し合いを含めて収益に直接的に影響を及ぼすので学校側との慎重な交渉が欠かせない。

- Web ページ作成方法

HP 用作成有料ソフト「Muse」(Adobe) での作成がベストであると結論をまとめました。

- SNS (twitter, Facebook) に対する扱い

SNSは、身近であり手軽ではあるがその反面で誹謗中傷など様々な問題が付随するので公式的に扱うのではなく、生徒自身が「〇〇学校の文化祭公式HPできたからアクセスしてみてね」などの周知してもらうだけでの利用とすることがよい。

3. パンフレット

● ページデザイン

単に、同じ形式のページが羅列してしまうとパンフレットの内容を汲み取ってもらえないでそこを「カラー刷り」、「単色刷り」の2パターンに分けてデザイン方法を話した

➤ 「カラー刷り」

レイアウト (ex:外枠のデザイン) は、統一するが「カラー刷り」の最大の武器である「色のバリエーション」を各ページで活かす。

➤ 「単色刷り」

地図など主要なインフォメーションに関しては、レイアウトを統一するが各ページにおける余白を活用して違いを表現する (ex:各ページごとに異なるジャンルのアンケートをフォントを変えて出す、目を引くようなイラスト写真を掲載する)

● 予算

各学校のパンフレット作成決算書をもとに、手直しなどのサービスをしてくれるのかなど各印刷会社におけるコストパフォーマンスを協議した結果↓の印刷会社がベストであるとまとめました。



<http://www.printpac.co.jp/>

● イラストレーター等のスキル

部門メンバーを少人数に分けての技術指導を行う

引き継ぎのマニュアルを作成して後輩につなげていくようにする

4. 他校交流

- 広報担当者同士の連絡

手段：LINE

内容：HPについての広報活動の協力、他校のHPリンクをつける

5. 感想

文化祭実行委員の集まりである「集まれ文実！」の広報部門において議長を務めさせていただいたことに深く感謝申し上げたいと思います。

議長としてグループをまとめていく上で、メンバーの方のイラストレータの使用に関するエキスパートから色々なアドバイスを頂いたりなど此方が寧ろ学ばせていただくことが多かったです。

この経験からまだまだ自分は広報部門を担当している人間としては、未熟者であると痛感しそこから「広報」という部門におけるwebページ作成を学ぶことなどを精進していくかなければならないと強く思いました。

このような機会を与えて下さいました、運営の方々に改めて感謝申し上げます。

① 当日までの宣伝方法

● 外部への宣伝

- 他校へポスターなどを貼ってもらう際は事前に学生同士で合意する。
 - ✧ 送られてきたポスターを捨ててしまったなどの実例があった。
- 塾へポスターなどを貼ってもらう際は学校によって効果などが異なる。自分の学校について外から見てみたりしてよく考えてから頼む。
 - ✧ ポスターをせっかく貼ってもらっても効果がなくては意味がない
- ポスターなどの掲載をお願いする際にはお金がかかることがある。だが、お金をかけずともよりよい広告方法が存在することが分かった。
- 他校の交流で教え合うことも可

● SNSでの宣伝

- SNSでの宣伝、広告は反対をする教師が多い。実際危険性があることも事実。
 - ✧ だが、SNSによる効果をはかることでこの宣伝方法の良さを伝える
 - ✓ アンケートなどで、どこからの情報でいらっしゃったのかなどを来場者に聞く
- 他校との連携も重要。見てくれる人を増やす為に、他校との相互リンクを活用するといい。
- 見てくれた人を放してしまわないように、見て楽しい、面白いSNSであるといい。
 - ✧ 写真や動画を積極的にアップロードしていく。
- 議題とは少しずれてしまうが、このSNSを当日にも、混雑状況などをお知らせするなどして活用することで必要性を増す。

② 見栄えのするパンフレット

- カラー
 - カラーにすると様々なことができるようになる。
 - ✧ 棟ごとで色を分けることでとても分かりやすくなる。その色を案内などにも共通で使用することで、カラーのよさを發揮できる。
 - 印刷会社にもよるが、全部をカラーにしても桁違いに価格が変わるものはない所もあるようだ。やはりカラーにするメリットはかなり大きいのでなるべく利用するといい。
 - ✧ それでも無理であれば一部カラーなどでもまた違ってくる
- 表紙を見栄えさせるには、各校の表紙を見てみて、かっこいい系の表紙が多いが、それ以外の要素を詰め込むことで見栄えるようだ。
- 各校で割りと課題となっているのが中身のデザイン。
 - デザインの能力がある人は限られている為、文実に入っていないことが多い。そこで、デザインに限っては文実の外部の人から積極的に技術を持つ人間を探していくべきだ。
- パンフレットのサイズは大小、どちらのほうがいいということではないようだ。大きければページ数が少なく、とても読みやすい。だが、持ち運びが困難だ。

③ 案内方法

- どこの学校にも案内係のようなものはいるようだが、話しかけやすくないと案内係の意味を成さない。
 - まず服装はとても目立つ色にする。服に地図を貼っているという学校もあった。
- 各地に貼る地図にはちゃんと現在地を記入する。割りと忘れがちであった。
- お客様にある程度は自己解決してもらう為にも、地図などの載っているパンフレットを落ち着いて読める場所が必要だ。
 - どこの学校も勧誘などが活発で落ち着いて読める場所があまりない。

① 宣伝方法

- CM・ポスター
- 定期的に時報を流す（現在どこがすいているかなど）
- ご近所まわりをしてチケット配り
- 人が多く通る場所（フードコート・入口正面）にステージや目玉にするイベントを設置
- 出演者がステージに上がる衣装で校内を歩き回る
- ゲームをして勝者に宣伝タイムを与える
 - (例：スパツツを被って引っ張り合う)

② クオリティーの上げ方

= オーディションをして順位によって与えるステージを変える

③ どんな企画がいいか

- 今までの人気企画
 - ミスター・ミスコンテスト
 - 部活対抗戦
 - イントロクイズ
- 「対抗形式」を取り入れた新企画
 - 芸人モノマネ
 - お化け屋敷対決
 - アカペラ（ハモネプみたいな？）
 - 文実VS文実（その名の通り）
- その他
 - 審査員に特殊な人をしてもらう（清掃の方等）

これらの共通点 = 対抗形式！！

私の班では主に、どうすれば催し物を成功させられるかについて議論し合った。

まずは自己紹介、そしてアイスブレイクからスタート。アイスブレイクでは滑ってしまい、打ち解けたというには程遠い状態からの議論となってしまった。しかし、お菓子やドリンクの効果もあってか議論を交わしていくうちにどんどん打ち解け、最後のほうには肩を組み合うほど仲となっていた。

さて本題の議論の内容についてであるが結局、各高校の事情が違いすぎて各高校のシステムや趣旨を理解するだけで二時間近くも要してしまった。ただ、他校の文化祭については詳しく知りえたわけだし、文化祭に関して全く違う考え方を持つ人との交流は実に有意義であった。よって、我が班ではどのような学校でも実践できるであろう、催し物を成功させるための方法について議論し合った。

催し物を成功させる方法として、まず上がったのが下準備だ。近隣住民への挨拶にはじまり、文化祭だよりの発行や年間スケジュールの作成など催し物自体の準備だけでなく他のことにも気を配る必要があるのだと結論づいた。

次に上がったのは催し物を執り行う際に必ず起こる問題、そう身内ネタについての対策だ。自分は身内ネタだと思っていなくとも、外から来た人にとっては身内ネタにしか聞こえないという件が多々起きている。実際に我が成城高校でも去年にそのようなことが起きてしまっている。これに関しては、外部の人に台本や録画したリハーサル映像を見てもらうしか対策ができないと結論づいた。

そして最後に上がったものーそれは笑顔、つまり接客態度だ。どんな時でもお客様は神様、これは催し物をやる上では一番大事なことだと結論づいた。どんな時でも笑顔で対応。これぞ、日本人の精神そのものだと私は考える。

今回の集まれ文実は始めたばかりということもあって、修正点も多々あったがとても有意義だったと私は思う。

僕らの班は、学園祭運営なら知っておきたいこと1位2位を争うであろう、「どう集客率を上げるか」「いかにして質の向上を目指すか」について話し合ったよ。

無駄な前置きは省いて、まずは「どう集客率を上げるか」から、早速内容をおさらいしてみよう！

どうやって集客率を上げるか

・インターネットを利用したPR

これは読んで字のごとくだね。

SNSやホームページ等による広告をして、一押し企画・ステージの時間割などを来場者にお知らせしてイベントの活性化を図っていこうってこと。でも注意しなきゃいけないのは、事前に学校の許可を取っておかないといけない点、無断でやると最悪学園祭 자체中止になったりするかもしれないし気を付けよう。

・垂れ幕や立て看板などの使用

これも読んで字のごとくだね。

校舎から垂れ幕を垂らすもよし、看板を作つて徘徊するもよし、立て看板にして校庭に設置しつくのでもいいんじゃないかな。とにかく目立つところに設置を心がけよう。場合によっては強制的に作らせちゃうのもありかもね。

・目玉となるイベントを作る

これも読んで字のご（ry

各々の学校によって得意なこと、アピールできるクラブ、ここにかけてる熱量ならどこにも負けない、なんてものは違うはず。各学校がそれを前面に押し出して、大幅に時間をとつて目玉イベントにすれば、人は集まつてくるはずっていうかんがえかたさっ！！

・自作Tシャツをきて呼び込み

→これも読んで字（r y

呼び込みは、基本中の基本だね。大きな声ではつきりと、いつも笑顔を忘れずに。

これを、書いてる私は常に笑顔を絶やさない。仮の潮と呼ばれてるよ。

話を戻すと、この呼び込みの際に自作の（イカシタ）Tシャツなんて着たら、集客率も上がるよって意見だね。

・PVの作成

→これも読（r y

教室を使用する団体・ステージを利用して発表を行う団体にPVを作つてもらって、校内の受付やよく目につくところに配置して常に流せば、集客率アップにつながるんじゃないかなっていう案だよ。

これも看板や垂れ幕のように強制してしまって面白いかもしれない。

・オリジナルキャラクターの作成

→こ（r y

目立つところ、繁盛するところには必ずと言っていいほどゆるキャラがいるよね。フジテレビのラフ君、docomoのドコモダケとか船橋市のふなっしーとかね。でもそんなものの学祭で無断使用しちゃうと大変なことになる。大人の世界はしがらみでいっぱいだからね！

そこでこの提案。オリジナルのキャラクターを作っちゃえば面白いし有名にもなるんじゃないのってことだよ。これに関しては地元の自治会なんかと協力して地域のゆるキャラを連れてきてもらうのもいいかもしれないね。

ここまでが（どうやって集客率を上げるか）についてでできた意見のまとめだよ。

次に話したのは展示、イベントの質の上げ方。

だいぶボヤついた議題だったけどなかなかたくさんの意見が出たね！！！

参加団体の展示の質はどうしたら上がるか

・グランプリ投票を行う

企画に順位をつけ、最優秀企画には表彰したり次年の学園祭での多少の自由を認めてもいいかもしれないね。

そうしたら自らいい企画にしてくれるんじゃないかなっていう提案さ！

・過去のいいアイデアを紹介

これはさっきの提案とは真逆。実行委員自ら企画に参加していって、いいものにしてしまおうっていうこと。

過去で人気だった企画の展示法な装飾法など役立つ情報をたくさん教えちゃえ！！！

・有志団体への資金援助

有志の団体は部費などのお金がないので展示・装飾が薄っぺらくなりがち。

そんな時に僕らがお金を援助してあげたらもっともっと良くなるよ！！ってこと。でも簡単にお金なんて出せないし、審査が必要だね。

とまあ、こんな感じだよ。

ほんとはもっとあったけど、まとまりそうなとこまとめたらこうなっちゃった＼(^-^)／

自己紹介

- ・名前、学校名、学年、今年の自分の学校での役割
- ・お互いあだ名で呼び合うことに

1. 皆が知りたいこと

- ・他校の装飾予算→教え合い
- ・他校の装飾の種類→2参照
- ・綺麗な模造紙の貼り方→ベニヤ板を組み合わせるなど
- ・机と椅子の使い道→教室や学校の隅、ベランダに出す、など
- ・階段装飾の仕方→細長い紙をしっかりとテープで貼り付ける
- ・衣装は着れるのか→主に団体ごとのTシャツ
- ・綺麗かつ面白い装飾→日本1の文化祭を開く都立国立高校の文化祭画像を検索

2. 自分の学校の文化祭で、装飾できるところはどこか

- | | |
|-------|--------|
| ・校門 | ・階段 |
| ・教室内 | ・窓 |
| ・教室外壁 | ・中庭 |
| ・廊下天井 | ・外ステージ |
| ・廊下壁 | |

3. 装飾したくてもできない場所とその理由

- ・床…片付けの際にテープが剥がれないなど
- ・壁…同上
- ・教室…文化祭自体が発表形式のため、教室内も模造紙で埋め尽くされてしまう
- ・階段…階段一段一段に貼る細長い広告。テープがあらかじめ決められた粘着力の弱いものしか使えず、文化祭中に取れてきてしまう

4. 装飾するうえでの問題点など

- ① 文化祭自体が発表形式の学校のため、どの教室も模造紙やパソコンでのプレゼンを行っている。そのため教室のドアを閉め切ってしまい、廊下からは何をしているのか分かりにくく、入りにくい。

外から見て分かりやすく、入りたくなる装飾とは？

- ・ ポスター、垂れ幕、模造紙などで教室外壁を覆い、教室内のテーマ、店、企画の名前を書く。
- ・ 教室内企画のテーマに合わせた飾りを外にもつける。
- ・ タイムテーブルを外に貼る
- ・ クラスの様子を一言で表したキャッチコピーを書く
- ・ 風船、花、キラキラしたもの
- ・ 音楽をかける
- ・ いい香りを出す

② 装飾のテーマに関して

文化祭における装飾は、三つの場合に分類される

- i. 文化祭テーマ＝装飾テーマ
 - ✧ メリット
 - ・ アーチ、パンフレット、校内装飾など全てにおいて統一感ができる
 - ✧ デメリット
 - ・ 出し物、装飾が重なりやすい
 - ・ テーマに縛られる
- ii. 文化祭テーマ≠装飾テーマ
 - ✧ メリット
 - ・ 各団体の出し物、装飾を自由に決められる
 - ・ 色々なテーマを楽しむことが出来る
 - ✧ デメリット
 - ・ 方向性がずれ、雰囲気を完成させることができない
(例：和み茶屋の隣にお化け屋敷)
 - ・ 全体的な統一感がない

iii. 装飾にテーマなし

Ex.芝学園…各階ごとにテーマが決まっている。毎年変わらない。

◆ メリット

- ・ 毎年装飾品の使いまわしが出来るため、予算が浮く

◆ デメリット

- ・ 方向性がずれる
- ・ 雰囲気に統一感がない

5. 装飾の醍醐味

- ・ 装飾をみれば文化祭のテーマなどが分かる
- ・ 文化祭限定のものだから、気分があがる
- ・ 表彰などがあると張り切る
- ・ クラスTシャツ着用などによる統一感
- ・ 髪の毛などを染めて華やかに

☆アーチの場合

- ・ 外から見てこの学校は文化祭中だと分かる
- ・ 普段くぐる校門とは違う、非日常間
- ・ 写真スポットになる

☆階段の場合

- ・ 非日常間
- ・ のぼりとなる
- ・ 各団体の宣伝等
- ・ 雰囲気が壊れにくい

6.まとめ「装飾とは？」

＝ 装飾とは、ただの飾りのことではない。「空間」そのものが装飾である。

「五感で感じる装飾」を提案。

華やかな飾り、放送によるアナウンスや呼び込みの声、屋台から漂う香り、企画カフェなどで提供される料理の味、花や風船、アーチなど触れる立体的な装飾品 etc…

- 装飾部門の人集めについて
 - クラスから決まった人数を一定数出させるようする
 - すべて募集を有志でかける
 - 幹部の人がクラスを回って宣伝をする
 - 才能のある人を美術の先生などが選抜する縦の関係で、部活の後輩を入れさせる
 - 先生も参加する
 - 部活に頼んでやってもらう
 - ✧ 部分ごとに分けて部活ごとに任せる
 - 壁に常に広告を貼っておく

問題点

- 有志だけだと必要な人数が集まらない
- 一定人数出せらるようになると強制になり、あまりやる気が出なくなる

対策

- 有志と強制を半分半分くらいにする

- テーマについて
 - テーマを作ることで統一感や、現実味が出る。
 - テーマを作らないと作っているうちにめちゃくちゃになる
 - テーマで縛ると行き詰まることも
- 作るべきか作らないべきかはどちらとも言えない

- 装飾内容について
 - 玄関
 - ✧ アーチ型
 - 紐でくくる
 - 土嚢を置く
 - サイズが小さくなってしまう
 - ✧ ノットアーチ型
 - 大きいのができるが不安
 - 時間がかなりかかる
 - 階段
 - ✧ 側面に広告を貼る
 - ステンドグラス
 - ✧ 夜中の方が綺麗
 - ✧ ホームページに貼って、これで集客
- 夏休みについて
 - 仕事量が多いので、毎日やらないと多くの支障が出る
 - サボリが出てくる…毎日LINEで連絡を取る
 - 二期制の場合、期末試験と重なって仕事にこられない人が出てくる
 - 総務など、他の部門から人を持ってくる
- 当日の仕事について
 - タイムキーパー
 - 装飾の修復
 - 交通整備・挨拶
 - 工作教室

- その他
 - 盛り上げるためにマスコットキャラクターを作る
 - クラスの企画と連携をとる…装飾に統一性が出なくなる
 - Tシャツ
 - ✧ みんなで作って気持ちを作る
 - ✧ 案内係になれるようする。幹部はひと目で分かるように
 - ✧ イラストレーター、装飾や美術部に頼むのも手。
 - 前日の泊り込みについて…友達の家、ビジネスホテルにみんなで一泊

私たち、装飾3班は「装飾を成功させるには」ということについて話し合った。

まず、最初に班員同士、自己紹介をした。その後アイスブレイクといった形で班員の緊張をほぐした。

アイスブレイクの具体的な内容は名前しりとりをやったがそこまで効果はなかつた。休憩などをいれて、お菓子を配るなどしたほうが打ち解けやすいと思った。

次に本題に入るが、私たちの班は装飾について議論し合ったのだが、各高校の事情があつたせいか、ただの意見交換になってしまった。その反面、この学校はこんなことをしているのかというアイデアなども交換できたので無駄ではなかつたと思う。

オブジェ、アーチ、階段装飾、それらをクオリティの高いものにするには、人員が必要である。全ての学校に一番の悩みはと聞いたところ、これが一番多かったからである。人数が多くすぎて役割分担ができていない、逆に少なすぎて、人が足りないなどである。

そして最終的には、人員のやる気ができるよう、雰囲気作りなどが大切だという結論に至つた。

1. 食券の使用について

食券を使用することでのメリットは

- お金の勘定がしやすくなる。
- 直接お金を触らないので、衛生的である。

デメリットは

- 食券を買うスペースを確保しなければならない。
 - 屋台の近くにおく。
- お客様が食券販売所と屋台のどっちにも並ばなければならぬので時間がかかる
 - 生徒と一般のお客さんとを分けて販売する。
 - 生徒とその家族に事前に食券を販売。(これにより材料の無駄もなくなる)
 - 屋台での生徒の購入を禁止する。

2. 飲食スペースの確保について

- 一般のお客さんと生徒の食べる場所を分ける。
- 時間制の整理券を発券する。
- 屋内または屋外に新たな飲食スペースをつくる。
- 生徒の使用を禁止する。

3. ゴミの管理について

- ゴミ箱を増やす。
- 再利用可能な食器を使用し、返却してもらう。
- デポジット制度(食器を返却すると、料金に上乗せされている容器代が戻ってくる制度)を採用する。

4. 機材の調達について

- 学校の備品を使用する。
- 業者に借りる。
- 家から持ってくる。

5. 食品団体の管理について

- 食品団体が多くなった場合は、プレゼンを行ってもらい、文化祭実行委員が選別する。

① 現状での問題点と解決方法

・ごみの分別や校内にポイ捨てされるごみについて

美化委員会をきちんと組織化し徹底してごみの管理に努めてもらう、タイムスケジュールを守らない委員には他の委員に迷惑をかけることを自覚してもらう

・食べ物を購入するための列が長い、整備がきちんとできていない

列を整備する委員を用意する、ポールなどを上手に活用する

・食券と金券のどちらを取り入れるべきか分からない

食券のメリット：販売個数をあらかじめ決められる、列がばらけるから金券よりも混雑しにくい

デメリット：一度食券を買ってしまったら他の商品に変えることができない、商品と交換しに来ない人がいると数が合わなくなってしまう

金券のメリット：金券を買ってから商品を選ぶことができる、値段の設定が楽

デメリット：販売個数を決めづらい

・飲食スペースが生徒で埋まってしまいお客様が入れない

生徒禁止の飲食スペースを作る、生徒には空き教室を利用して飲食をしてもらう、グラウンドなども解放できるように先生と交渉する

② 理想の食品販売とは

・基本がしっかりとできている

美味しさやクオリティの高さの追求にとらわれすぎて衛生管理がおろそかになってしまってはお客様を喜ばせることはできない。

・商品一つ一つにこだわっている

"カレー" "ラーメン"と単純に料理を並べるのではなく、それを"○○カレー" "○○ラーメン"というように少しずつでも工夫をすることで、お客様の興味をひくことができる。

・すべてのメニューに共通するテーマを決める

例えば"B級グルメ"や"地方の特産品"というように食品にテーマを持たせることで、より一層お客様に楽しんでもらえる。

・食品販売にあたってきちんと目的意識を持っている

ただ作って売るのではなく、どんな食品販売をしたいかという構想を練ることで、食品だけでなく販売の質も向上する。

・仲間とのコミュニケーションがとれている

食品販売は会計、調理、提供などと分担作業が多いため、強力な連携が必要不可欠。

③ 最後に

今回議長をやらせていただき、結論を簡潔にまとめることができないこの食品という議題の奥深さを初めて感じました。メニューから予算から調理から…などからなにまで学校によって違う食品について他校の食品エキスパートたち(笑)のお話を聞けるなんて、とても素敵な機会でした！食品②のみんな、ありがとう！！♡



集まれ文実！ 議題報告書 第3公開版

2014年 5月 12日 初版発行

5月 25日 第3公開版発行

発行者 集まれ文実！運営委員会

編集者 森 崇久

本議題報告書には一部個人情報が含まれています。

扱いには十分ご留意下さい。