



イベントを企画・運用する際の

Do's & Don'ts

すべき事とすべきでない事 10選

ABOUT US

Tsudle(ツドル)は、イベント / セミナー / 研修などの
予約管理を効率化するSaaSです



The banner for Tsudle features the company logo at the top left. Navigation links include 'Tsudleとは?', '実現できること', 'お取引実績', 'お客様の声', '導入の流れ', '資料ダウンロード', and '無料相談 お問い合わせ'. The main text reads '業務をより効率的に。イベント予約管理システムなら Tsudle'. Below this is a '資料をダウンロードする' button. The central illustration shows a woman sitting on a box with a laptop and a man standing next to a large calendar with various icons. At the bottom, three blue boxes highlight: '予約管理システム 開発・運用歴 20年', '4000件以上の実績を元に開発', and 'ISMS (ISO IEC27001) 認証を取得済'.

主な特徴

1. 独自の予約サイトを簡単に作成し、顧客体験を向上
2. 複数日時や同時開催など煩雑な予約管理を一元化
3. 導入から活用まで専任の担当者がサポート



社名	株式会社リザーブリンク（ ReserveLINK Co.,LTD ）
代表	井出 勝彦
設立	2010年11月1日（創立 2000年1月4日）
従業員数	38名
資本金	1,000万円（2013年10月1日現在）
取引銀行	三菱UFJ銀行、りそな銀行
事業内容	クラウド型 予約管理サービスの企画・開発・販売 予約に関する研究
所在地	〒107-0062 東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル 東館19階 ※青山一丁目駅 直通
Webサイト	https://reservelink.co.jp/ https://yoyaku-package.com/tsudle/



すべき事とすべきでない事 10選

	Do's すべきこと	Don'ts すべきでないこと		Do's すべきこと	Don'ts すべきでないこと
01	目標を明確に設定し 計画を早期に開始する	目的や優先順位が 曖昧なまま進める	06	必要な許可申請や 法令遵守を怠らない	法的要件やリスク管理 を軽視する
02	自社の成功・失敗事例や競合 イベントを徹底調査する	データや市場動向を調べずに 企画を進める	07	ターゲットに配慮した 情報発信と導線設計	やみくもな発信や 単一方法への依存
03	ターゲット層のニーズをヒア リングし、企画に反映する	ターゲット視点を軽視し、初 期仮説のみで進める	08	最新のシステムやBPOを活用し 効率的な運営体制を構築する	手作業や自社リソースのみの 非効率な運営に頼る
04	参加者視点で企画を設計し、 期待を超える体験を提供する	自己満足な企画に終始し、 参加者視点を軽視する	09	スケジュール進行と役割分担を 徹底し、参加者サポートを強化	役割やスケジュールが不明確 でトラブルを招く
05	運営マニュアルとリスク対策を 整備し、リハーサルを徹底する	準備不足や 属人的な対応に頼る	10	参加者のフォローアップやフ ィードバック収集を徹底する	成果の振り返りや データ活用を怠る



DO'S

目標を明確に設定し
計画を早期に開始する



DON'TS

目的や優先順位が
曖昧なまま進める



明確な目標と優先順位の設定は、イベント全体の方向性を定めるだけでなく、関係者全員の行動基準を統一するための重要なステップです。目標設定を怠ると、内容が散漫になり、参加者に響きません。具体的に「なぜこのイベントを開催するのか?」「参加者にどんな影響を与えたいのか?」を明確化していきましょう。



DO'S

自社の成功・失敗事例や
競合イベントを徹底調査する



DON'TS

データや市場動向を調べずに
企画を進める



自社の成功・失敗事例や競合イベントを徹底調査することは、過去の課題を基にした改善策の発見に繋がります。調査が不十分な場合、競争力のある企画は実現せず、参加者の期待を満たせません。

主催者へのヒアリング、過去データの精査、ターゲット層へのアンケートやインタビューを実施し、具体的なニーズや期待を理解し、企画に反映させましょう。



DO'S

ターゲット層のニーズを
ヒアリングし、企画に反映する



DON'TS

ターゲット視点を軽視し、
初期仮説のみで進める



ターゲット層の具体的なニーズや期待を明確にすることは、企画の質を左右します。適切な設計がないと参加者の共感を得られず、満足度を損ねます。年齢、性別、職業、興味関心を具体的に絞り込み、ヒアリングやアンケートでリアルな意見を収集し、「誰をどうしたいのか」「どんな価値を提供するのか」を明確化して企画や運用方法をブラッシュアップしましょう。



DO'S

参加者視点で企画を設計し、
期待を超える体験を提供する



DON'TS

自己満足な企画に終始し、
参加者視点を軽視する

目的に合わせ、講演、ワークショップ、座談会、勉強会などの形式を選びます。
ネットや二次情報の寄せ集めではなく、参加者のニーズを理解し、気づきや学びのある企画にしましょう。
その他、予約時の入力項目の簡略化、季節に合ったお土産の用意、リマインドメールでアクセス詳細を案内するなど、細やかな配慮も重要です。





DO'S

運営マニュアルと
リスク対策を整備し、
リハーサルを徹底する



DON'TS

準備不足や
属人的な対応に頼る

運営マニュアルやリスク対策を整備し、リハーサルを行うことはスムーズな運営の基盤です。準備不足では混乱を招き、参加者の信頼を損ないます。
マニュアルにはスケジュール、役割分担を明記し、参加者視点でアクセス詳細や受付フローをシミュレーションし、案内表示やサポート体制を整備しましょう。





DO'S

必要な許可申請や
法令遵守を怠らない



DON'TS

法的要件やリスク管理を
軽視する

実施内容に合わせて、法的要件や必要な許可を事前に確認し、適切な手続きを行うことはトラブル防止の基本です。未確認の場合、法的問題や運営中断が発生し、信頼を損なう恐れがあります。場所の使用許可、食品衛生法、著作権法の遵守などを徹底し、場合によってはイベント保険を活用し安全性と信頼性を確保しましょう。



DO'S

ターゲットに配慮した
情報発信と導線設計

DON'TS

やみくもな発信や
単一方法への依存

認知・集客は、「誰に」「何を」「どのように」伝えるかが鍵です。

特に、適切な導線設計がないと、ターゲットに認知してもらえません。ターゲットのニーズ、興味関心、年齢などに基づき、体験価値や参加メリットを、オンライン、オフラインの複数の手段で発信しましょう。



DO'S

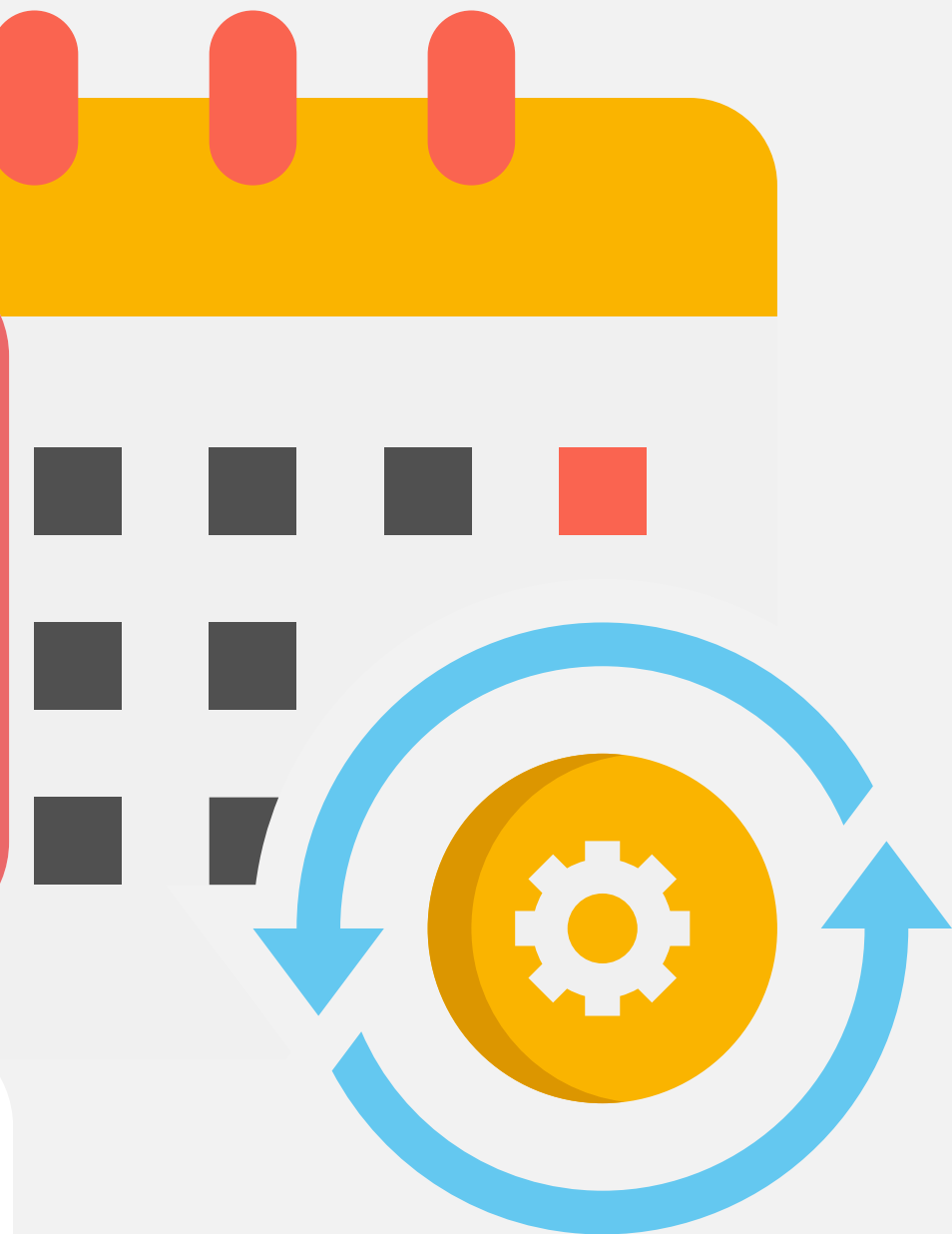
最新のシステムやBPOを活用
効率的な運営体制を構築する



DON'TS

手作業や自社リソースのみの
非効率な運営に頼る

予約管理システムなどの適切なツールを活用することは、運営効率を向上させ、手作業のミスを防ぐために効果的です。ツールが不適切だと運営負担が増し、参加者満足度に影響します。イベントの規模や形式に基づき、申込管理、参加者通知、CRM連携などの必要な要件を明確化し、効率化を図りましょう。必要に応じて、業務の一部を外部委託することも検討できます。





DO'S

スケジュール進行と
役割分担を徹底し、
参加者サポートを強化する



DON'TS

役割やスケジュールが
不明確でトラブルを招く

スケジュール進行や受付、案内など、当日の運営体制を事前に構築し、役割分担を明確にすることは、スムーズな運営の基本です。事前準備が不足していると、トラブル発生時に迅速な対応ができず、参加者に不満を与える結果となります。全体としては余力をもたせておき、一人一人は、名刺やドレスコードを整え、参加者を最大限のおもてなしの心で迎え入れましょう。



DO'S

参加者のフォローアップや
フィードバック収集を徹底する

DON'TS

成果の振り返りや
データ活用を怠る

イベント終了後のアンケート活用は、参加者満足度や成果を分析し、成功点と課題を明確にする重要なプロセスです。

これを省くと、改善の機会を逃し、参加者との信頼構築が進みません。

感謝の意を伝えるフォローアップを徹底し、収集したデータを基に具体的な改善策を検討することで、次回のイベントの質を高め、リピート率を向上させましょう。

会社概要

会社概要



社名	株式会社リザーブリンク（ ReserveLINK Co.,LTD ）
代表	井出 勝彦
設立	2010年11月1日（創立 2000年1月4日）
従業員数	38名
資本金	1,000万円（2013年10月1日現在）
取引銀行	三菱UFJ銀行、りそな銀行
事業内容	クラウド型 予約管理サービスの企画・開発・販売 予約に関する研究
所在地	〒107-0062 東京都港区南青山 1-1-1 新青山ビル 東館19階 ※青山一丁目駅 直通
Webサイト	https://reservelink.co.jp/

「予約」に特化した事業内容

クラウドサービスの企画・開発・販売・運用と研究



改善を続けて15年 クラウド型予約管理システム

チョイスリザーブは、企業の「予約管理」の課題を解決するための業務特化型クラウドサービス（SaaS）です。

2010年以来、金融機関の来店予約や住宅設備メーカーのショールーム予約など、多様なシーンで4,000件以上のお客様にご利用いただいております。

▶サービスサイトはこちら



新たな購入体験を支援する クラウド型事前注文システム

コトルは、生菓子（ケーキや和菓子）店やスーパーの季節催事品の事前・予約注文をWEB化・効率化するSaaSです。

ウェブ予約によるお客様の利便性向上に加え、各店舗での紙台帳による煩雑な注文管理工数を短縮し、店舗&本部の繁忙期の負担を軽減します。

▶サービスサイトはこちら



セミナー・研修・セミナー・研修 特化型の予約管理システム

ツドルは、研修・セミナー・イベント・説明会・講習会の予約管理を効率化するSaaSです。

自社会員向け、店舗主催、IR・株主向け、社内・取引先向けなど、事業者が主催する「学び・出会い・体験」の場づくりを支援します。

▶サービスサイトはこちら



予約を起点に価値を生み出す 日本で唯一の予約研究機関

予約ラボは、「予約の知見」で「サービスの現場」を科学し、そこに眠る価値を発見・共創していく、日本で唯一の予約研究機関です。

主にメディアでの情報発信、不定期で勉強会・イベント・共同研究を実施しています。

▶サービスサイトはこちら

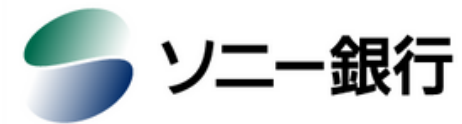
ReserveLINK 's Mission
「約束」を守る

予約とは、互いの時間を「約束」することで信頼を築くこと。
我々はこの「約束」を守ることで、お客様の未来と幸せを守りたいと思っています。

4,000件を超える実績（一部）

「予約管理の効率化」に特化し、
各業界大手さまを中心に20年、システム提供を続けています。

金融



小売



運輸・鉄道



製造



食料品・飲料



建設・不動産



情報通信



サービス・他



※有償アカウントのみ
※他、自動車メーカー、自治体 など多数

お問い合わせ先

\ 予約管理に関する相談受付中 /

[無料相談会はこちら](#)