

2011.10.27. (木)

## 2011 年度 大瓜生山祭終了報告

**【コンセプト】**：学園祭を通して、京造生を世の中に発信する

**【テーマ】**：重なる

キャッチコピー：重なりたい？重ならせたい？どっちもですよ？

今回、学園祭を運営するにあたって、私たち 2011 年度学園祭実行委員が大切にすることは、主に、『京都造形芸術大学の学園祭』だということ、『学生の、学生による祭り』だということ、『去年の良き所はそのまま生かし、より良くする』ということです。

そこで数回、学生に向けたアンケートを実施し、学園祭運営に大きく関わるメイン企画の判断や、より多くの学生の声を身近に取り入れることを目標に進めました。

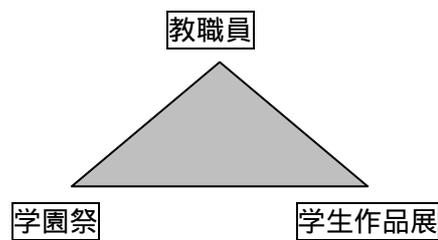
### 【大瓜生山祭のシステム】

学園祭    学生作品展    ねぶた

この3つをまとめて、大瓜生山祭とする。

去年の反省点として、大瓜生山祭内の情報の共有があまりできていなかったことが上げられていました。そこで今年は、右図のようにし、学生作品展と大学側との連携をはかりました。

結果、学園内の使用施設の構成をし直すことができ、また、どこで何が行われるかを明確に理解し合えることで、多くの意見交換も可能になりました。



### 【開催日時】

1 日目：9 月 18 日(日) 10 時～20 時

2 日目：9 月 19 日(月) 10 時～20 時

今年は、終了時間を 20 時と変更しました。また、アルコールの販売を 13 時からに変更しました。

### 【メイン企画】 ... フードコロシウム

カフェネオジャパン

ゲスト(m-flo Taku takahashi さん)

全校生徒対照のアンケート結果をふまえ、学科対抗であるフードコロシウム、去年一般企画で好評だったカフェ、集客目的としてゲストの3つをメイン企画として決定しました。

### 【来場者数】

1 日目：3803 人

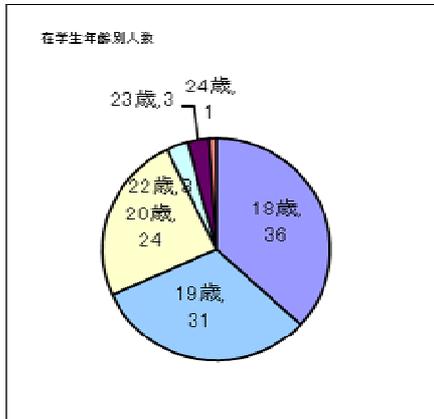
2 日目：3988 人

合計：7791 人

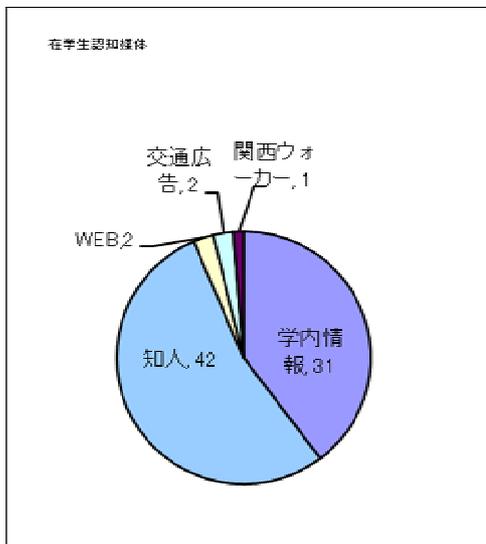
【アンケートの集計、結果】

来場者の意見を身近に感じ、来年に生かすために、今年は始めて、学園祭当日にアンケートを実施しました。

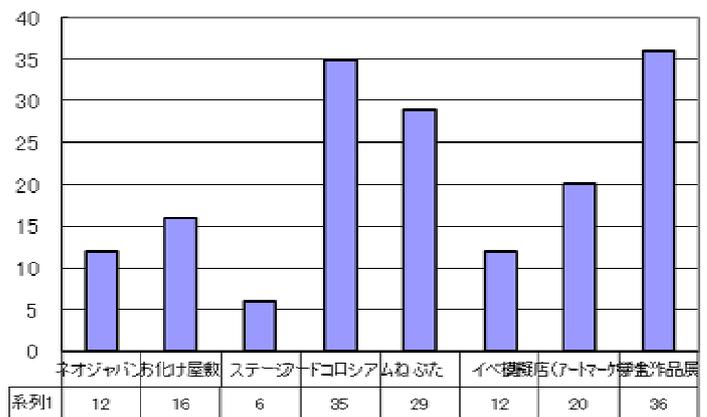
在校生(回収 118 件)



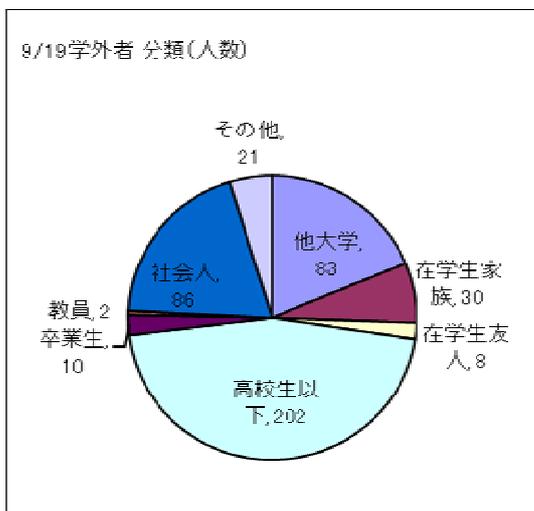
在校生男女別人数



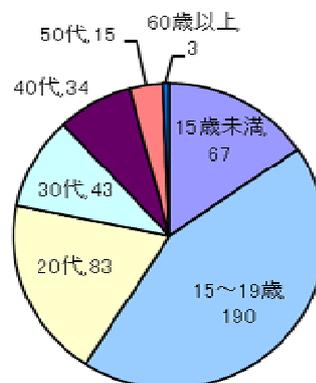
在学生の印象に残った企画(複数回答)

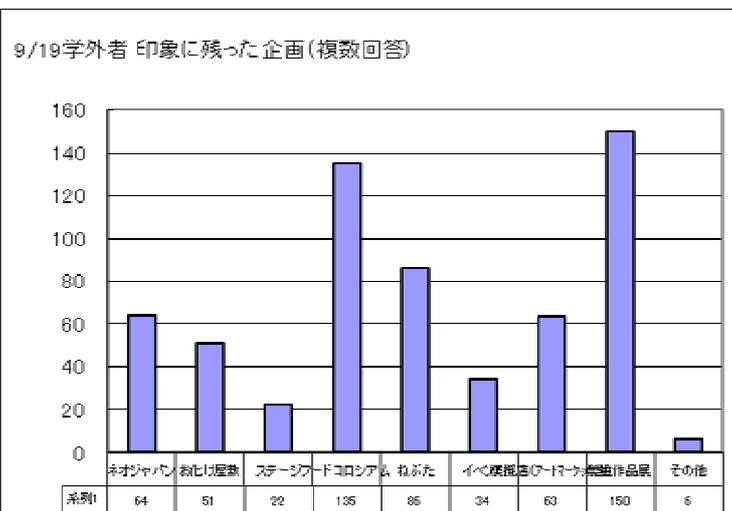
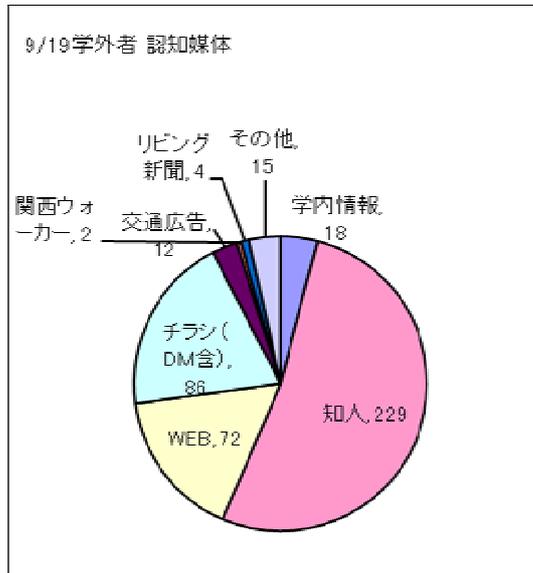


学外来場者(回収 445 件)



9/19学外者 年齢別(人数)





この結果の他に、かなりたくさんコメントをいただいております。アンケートの結果を見ても、かなり好評だったと思える内容が多いです。

#### 【部署分けと、各部署の仕事内容】

- ・ 統括 学園祭内の各セクションを取りまとめ、学生作品展、教学事務室(大学)、学生生活委員会(教員)との連携と情報共有。
- ・ 一般 物販、イベント、フードマーケットの3部署に分かれ、それぞれの企画の運営。
- ・ フードコロシウム メイン企画として、フードコロシウム全体の企画、運営。
- ・ カフェ メイン企画として、カフェネオジャパンの企画、運営。
- ・ ステージ ステージイベントの運営。
- ・ 広報 学内広報、学外広報をはじめ、パンフレットの作成。
- ・ おばけ屋敷 至誠館2階にて、おばけ屋敷の企画、運営。
- ・ 装飾 キャラクター『瓜山さん』の製作、学内装飾、看板の製作。
- ・ ゲスト ゲストとの連絡、企画運営。

#### 【各イベントの開催場所】

- ・ フードコロシウム 芝広場
- ・ ステージ、ゲスト 直心館講堂(体育館)
- ・ カフェネオジャパン @カフェ
- ・ 一般 物販 NA1階ラウンジギャラリー、カフェ外回廊
- ・ フード NC前、興心館階段、望天館裏、講堂前
- ・ おばけ屋敷 至誠館2階、3階(受付、入り口)

#### 《良かった点》

メインであるフードコロシウムが学園の中心部に置かれ、行きやすくなったことで、来場者の目にもつきやすく、かなりの盛り上がりを見せた。  
ステージが講堂になったことで、天候を気にすることなく、また音響効果もかなり上がった。

一般物販が学園祭の入り口付近に固められていることで、より多くの来場者の目をひくことができた。

#### 《悪かった点》

ステージの仕込み、バラシの作業が、講堂の立地上、かなり大変だった。

### 【各部署仕事内容、良かった点悪かった点と改善点】

#### 一般企画

今年は、去年に比べ約 40 多い、96 の企画応募がありました。その企画者全員と連絡を取り、物販、イベント、フードマーケットの 3 分野に分け、店長会議を始め、学内の使用可能場所への振り分け、保健所とのやりとり、各調査、検査の実施、当日運営などを行いました。

#### 良かった点

- ・しっかりとした日程を組み、ほぼ日程通りに進行することができた。
- ・業者、保健所への連絡がスムーズにできていた。
- ・メンバー内での情報共有を頻繁に行うことで、多くの企画を取りまとめることができた。
- ・当日、大きなトラブルもなく進行できた。

#### 悪かった点

- ・他部署との情報共有が完全ではなかったこと。
- ・出店者からの書類の提出遅れ、紛失などが多かった為、運営が大変だった。
- ・近隣の商業施設での両替が確認された。

#### 改善点

- ・全体を見つつ、円滑に進めるには、物販、フードマーケット、イベントを独立部署にするべき。

#### フードコロシウム

各学科の学生の積極的な参加を目標とし、企画、運営を行いました。今年度は、1 位だけではなく、2 位とユニーク賞を新しく作り、学科の利益にもなるイベントになりました。テーマを、学園祭全体テーマと連動させ『KASANARU』とし、芝生広場という場所で、メイン企画として学園祭を盛り上げることができました。

- ・金額：250 円
- ・総売上 1,503,500 円(250 円×6014 杯)
- 前年度 1,741,750 円(250 円×6967 杯)

#### 良かった点

- ・2 位とユニーク賞の追加
- ・芝生広場という立地の良さ
- ・新学科参加による店舗の増加

#### 改善点

- ・運営側の人員の増加
- ・ごみの分別、処理場所の設定をしっかりと行う。

## カフェ ネオジャパン

日本のサブカルチャーを主体とした新日本カフェをテーマに、身近で入りやすい空間で、色んな世代の人に日本のサブカルチャーを知ってもらうことを目標とし、企画、運営を行いました。

- ・営業時間：10時～19時半
- ・イベント：盛髪生け花ショー、ニコニコ動画生放送、ドラッグクイーンイベント
- ・売り上げ：275,250円
- ・集客数：885人

### 良かった点

- ・お客さんから、可愛い、また来たい、インパクトが強いなどの良い反応がもられた。
- ・各イベントがハイクオリティだという意見をたくさんいただいた。
- ・ゲストのドラッグクイーンさんが、低予算(出演料111,111円)のわりに、かなり盛り上がった。

### 悪かった点

- ・コンセプトを決めるのに時間がかかったため、製作の開始がかなり遅くなってしまった。
- ・学園祭当日、テーブルの位置を外から見えにくい場所にしたりするため、入りにくいという意見が多かった。

## ステージ

ステージイベントのスケジュール管理、業者とのやりとり、ステージの設営、運営を行いました。また、前夜祭の企画、運営も行いました。

### 良かった点

- ・場所が講堂だったこともあり、天候を気にすること無く、運営をすることができた。
- ・当日の人員をしっかりと確保したことで、当日スムーズに運営することができた。
- ・トランシーバーを映画学科から借りるなどができたため、予算の軽減に繋がった。

### 悪かった点

- ・講堂の立地により、ステージ設営や機材の運搬にかなりの労力が必要だった。
- ・講堂内の換気、音漏れの問題の解決が難しかった。

## ゲスト

学園祭の中のひとつのイベントというだけでなく、次に繋がるきっかけをふくむような内容にすることを目標に動きました。基本的な対象年齢を20代に設定し、普段クラブなどに行かない人にも、DJパフォーマンスを見たりする機会を作ることを目指しました。

- ・およその動員人数：300人

### 良かった点

- ・会場自体はかなり盛り上がっていた。
- ・狙い通りの年齢層の集客ができた。

### 悪かった点

- ・ゲストの選別などに時間がかかってしまった為に、初期段階の進行が遅れた。
- ・ゲストのパフォーマンスの開始と終了の時間が予定よりもオーバーしてしまった。
- ・かなりの費用をかけたわりに、そこまで大きな集客に繋がらなかった。

## 改善点

- ・早い段階から、どの層をターゲットにするかを決定し、ゲストの絞込みを行う。
- ・イベント会社のカタログだけでなく、地域のイベント機関を通じて交渉することも大切。
- ・ゲストの選出は、他部署も含めて全体で話合うべき。

## 広報

集客を目標に、各部署と連携をとってパンフレットやチラシのデザインも学園祭に合わせて統一感を持たせるようにしました。

### 良かった点

- ・実際に、リビング新聞や京都新聞を読んで来て下さった方がいた。
- ・パンフレットが分かりやすく、好評だった。
- ・早い段階から学内広報をしたことで、学生に開催日時を知らせることができた。

### 悪かった点

- ・web 宣伝が疎かになっていた。
- ・当初の部署人員が他のプロジェクトなどにいってしまい、実質 1 名での作業となった。

## おばけ屋敷

コンセプトは民謡『通りゃんせ』をヒントに、その歌の歌詞「行きはよいよい、帰りは怖い」をモチーフに製作しました。今年度は、去年と違い、メイン企画ではなかったものの、オリジナリティを重視し、演出を考えました。

- ・入場量                    大人 400 円、小人 200 円
- ・入場者数                18 日(日) : 124 人(大人 112 人、小人 12 人)  
                              19 日(月) : 172 人(大人 142 人、小人 30 人)  
                              合計 : 296 人
- ・総売り上げ              110000 円(400 円 × 大人 254 人 + 200 円 × 小人 42 人)

### 良かった点

- ・お客さんから、怖かった、面白かったなど、いい意見をもらえた。
- ・学園祭内唯一のアトラクションとして、また、造形大のおばけ屋敷として、お客さんから良い反応をいただけた。

### 悪かった点

- ・スケジューリングがしっかりできなかった。
- ・当日、受付での混乱、整理券に対するクレームが発生してしまった。

### 改善点

- ・早々から人員の確保を行う。
- ・スケジューリングをしっかり行い、役割分担をする。

## 装飾

場の雰囲気盛り上げ、かつ、学園祭全体に統一感を出すための装飾を構想し、製作しました。メインキャラクター『瓜山さん』を、学生からの募集で決定し、各セク

ションの派生キャラクターを作ること、学内全域の各イベント企画への誘導をはかりました。誘導掲示物と告知物、装飾物のデザイン、製作を行いました。

#### 良かった点

- ・製作が、かなり順調に進めることができた。
- ・学園祭キャラクター募集を行うことで、学園祭の存在を認知させることができたとともに、学生の意見を取り入れることができた。
- ・誘導ラインテープは去年に引き続き、分かりやすいと好評であった。
- ・地図看板を目立たせることができた。

#### 悪かった点

- ・人員の不足
- ・製作スペースがK32のみだったことにより、看板など、大きいものの製作、保管場所に困った。
- ・誘導看板がまだ足りていなかった。
- ・全体との連携が不足していた。
- ・各イベントのスケジュールの広報を、もっと看板にするべきであった。

#### 改善点

- ・人員をもっと早い段階から確保する。
- ・製作場所は、初期の段階から、ちゃんと確保しておくべき。

#### 【全体としての反省、来年に向けての改善点】

- ・アルコールの告知をもっと明確に行う。
- ・スタッフであるという印をもっと分かりやすいように改善する。
- ・全体で決めるべき内容とそうでない内容を初期の段階から判別し、会議を進める。
- ・初期段階の人員数から、運営可能な企画数を吟味すべきであった。  
(今年は、去年より企画が2つ増え、装飾の量も増やしたため、満性的な人員不足状態になった。)
- ・人員を紙媒体、メールなどで募ったが、不足という状況になってしまう部署が多かった。  
人員募集の形態をもっと重要視し、もっとかきあつめる。
- ・各学科の備品で、借りられるものをリストアップし、使用できるようにすることで、もっと経費を削減し、円滑に進められるようにすることができる。
- ・前夜祭もいいが、後夜祭をしたらいいのではないか。(宣伝、広報の関係で。)
- ・どのようにしたらより多くの集客が可能なのかを吟味する。
- ・テーマ、コンセプトなど、実際目に見えない部分を決めることに時間をかけすぎた為、学園祭までに、どの内容にどれだけ時間をかけるべきかを明確にしてから会議を進行すべきであった。
- ・ごみ置き場、喫煙所の場所の決定に、もっと考慮すべきであった。