

はじめのあなたもバッチリ

イベント出展のフツ

イベント出展スタートアップ読本

数秘術&占星術ヒーラー

ひるひる

はじめに

初めてのイベント出展は誰もが緊張します。僕も初めて出展したときのことを今思い出すと、何も知らなかったなあと思うことばかりです。個人の活動は周知されるまで時間がかかるものです。僕も諦めたくなることしばしばありましたが「イベント出展」を通じて出会えた方々に支えてもらったこと、そしてまた、そこから拡がっていったことがきっかけで今の活動ができています。あなたの夢や目標を諦めずに続けていく。このためにもイベントの出展はとても良い機会になりました。

・初めてイベントに出る

・出ているけれど思うように活動が拡がらない

・どう見直していいのかわからない

そんな方の応援ができればと思います、僕が経験した中で「初心者だった頃の僕がこれを知っていたら、安心できたかも」ということや「何回か出ている中でここはこうして工夫したら良かった」という内容をまとめていきたいと思います。

出展準備し申し込みの前に決めておくこと

キャッチフレーズ

これはあなたを表すイメージを言葉にすることです。 「ズッキリ問題解決します」 あなただけの生きるヒントが見つかる」など。パツと見てわかるフレーズを考えてみてください。作るポイントには、あなたの知り合いや友達を想像して、その人達がどんな言葉に惹かれそうかがポイントになりそうです。

イベント出展メニュー

イベントで提供するあなたのメニューです。提供してみたいこととその金額を決めて書き出します。おおよそ相場は10分単位1000円です。この1000円というメニューを必ず1つは作ってください。イベントはあくまで、あなたをこの世の中で知ってもらおうことです。あなたの良き、人柄がセッションを通じて相手に伝わります。その入口が10分1000円だと思っうのです。

メニューは時折見直しが必要です。あなたが今、売り出したいたものが変わる時があります。そのときはそれを入れてください。

自己紹介文

あなたがどんな人なのか、どんなことをしているのかを短い文章でまとめてみましょう。またセールスポイント（あなたの魅力や得意なこと）は、他の出展者と差別化のために書き出してみてください。それを自己紹介文に含めることで人間性や人柄がにじみ出てきます。自己紹介文も時折見直してそのときに見合ったものや他の人の自己紹介を見て学びながら、修正していくのも良い方法です。

写真

これはあなたの写真です。顔出しできればそのほうがお客様は安心ですが、どうしても間に合わないなど理由がある場合は、あなたのやっっていることがわかるような写真を用意してください。

写真のサイズは大きい方が修正しやすいので大きめのものを用意しておくと便利です。

ブログを1つ作る

ほとんどのイベントでは出展者さんのブログを出展者紹介のときに載せてくれます。そのため、事前にチェックしているお客様は、ネット経由であなたのことを知ります。ブログはあなたがわかるノートのようなもの。自己紹介ややっっていること、日々に活動の様子やあなたの想いを書き綴ってあるとまだ見ぬお客様にもあなたのことが伝わりやすいです。

メールアドレスを1つ持つ

これは主催者との連絡手段にもなりますし、事前に予約したい、連絡を取りたいお客様のためにもなります。仕用のメールアドレスを1つ作って持っておくほうが無難です。連絡が来たらきちんとわかるメールアドレスを作っておくことが重要です。プロバイダーメールなど確認が遅くなってしまうようなものは避けて、受信しやすく確認できるメールアドレスをおすすめします。今ではスマホもありますので、G-mailは作りやすく、便利だと思えます。

出展準備く申し込みの時に気をつけること

出展料や振込先、振込期日、出展要項 出展のときに気をつけてほしい主催者のお願い、注意事項）をしっかりと読む

イベントの中には会場の都合やイベント趣旨で 音が出るもの「香りが強いもの」 穴はNG」など様々な諸注意、制限がある場合があります。

申し込みフォームなど決められた方法で申し込みをする

決められた方法以外は主催者に届かないこともあります。また無効になることもあります。

す。主催側は多数の出展者から申し込みを受け付けている場合があるので、知り合いだけでも正式な申し込み方法を選ぶことが無難です。

よくあるのは、主催者や関係者が知り合いだから、「口頭」や「LINE」メッセージで伝えて終わりにしようとするパターン。特に初めての出展では、主催者側に何もあなたの情報がないので、公式の申込方法から申し込んで、出展情報をきちんと送るようにしましょう。

またメッセージやLINEは、新しいメッセージが来ると下に下がってしまい、主催側は管理がしにくいことがあります。申し込みだけでなく、問い合わせも含め、主催側に連絡する場合は、指定がない限り、メールのほうが良いです。

申込事項を漏れなく記入する

申込事項は出展者を紹介するために必要な情報です。必須事項になっている部分は必ず記入し漏れがないようにします。

スマホが主流の時代になり、スマホから申し込みをする方が圧倒的に多くなりました。記入漏れではないですが、「絵文字」などの本来、文字ではないものが記入されていると、「紙に印刷するとき」や「Blog」や「HP」に記載するとき」に文字化けしてしまったり、反映されなかったりします。そうになると、もう一度申し込みをしなくてはいけなくなったり

り、主催者から連絡があつて再度伝えなくてはいけなくなります。これだとどちらも無駄な手間がかかってしまい、大変です。

申し込みは「履歴書」だと思つて記入する気持ちでいたほうがいいかもしれません。履歴書に絵文字を使う人は恐らくいないでしょう。

事前準備く名刺を作る

名刺はあなたが「どんな人」で「どんなことをしているか」を形にして伝えるナイスな道具。口頭で伝えても人は忘れてしまいます。後から名刺を見たら「ああ」って思い出すことありませんか？

名刺には名前や肩書、職業以外にも、「すぐに連絡が取れる連絡先」を必ず入れてください。メールアドレスや電話番号、最近ではLINEなどのメッセージツールもあります。

私を知ってほしいから名刺交換や名刺をお渡しする。だからこそ、連絡先を何かの形で入れることは必須になります。

相手の立場に立った名刺

メールアドレスをそのまま記載していませんか？名刺を見ながら、アドレスなどを毎回1

ずっと打ち込むのは大変です。メールアドレスやメッセージャーなどのアプリはQRコードにしてデザインの中に入れることも工夫の1つです。メールよりもメールフォームのほうが、お客様から連絡をする場合、書き漏れなく記入できます。メールフォームを作り、そのURLをQRコードで記載するのも良い方法です。

触覚にこだわる

紙質にはこだわってください。すぐに折り曲げられる紙質は、折り曲げてしまいます。人間って触っただけで、それを次にどうするのかがほとんど決まっているような気がします。

視覚優位といいますが、どれだけ凝ったデザインのもので、紙がペラペラだったら。バックに入れたとき、くちやってなってしまうと残しておこうと思えなくなったり、折り曲げてしまったものはもう一度開くことが少なくなります。残しておいてほしい、そう思うからこそ名刺の紙質はある程度しっかりしたものにこしたことはないように思います。

近未来は名刺なのかわからない

最近スマホ主流になり、連絡もアプリを使って連絡したりします。名刺がどこまで生き残るかわかりません。もしかしたら、メッセージャーのQRコードを読み取り合って連

絡先を交換する、それが今の名刺交換と同じになり、主流になるかもしれない。そう思うと今からできることは、スマホという機械に慣れておくことやスマホ操作で連絡先にアクセスできるように名刺を作っておくことが大切です。

事前準備くチラシを作る

あなたのことをもっとよく知ってもらうためには、名刺サイズには書ききれないものがたくさんあります。ネットをあまり使わない地域や年配の方にはこの紙媒体は有効です。そのため「チラシ」です。

- ・活動内容や本メニューの紹介、料金
- ・イベント出展情報
- ・あなたの詳細なプロフィール

など名刺に載せきれない情報を入れても良いし、近日中のイベント情報もお客様には役立ちます。

僕のチラシ考察

読み物」 インテリア」と思ってから作ると良いかなと感じています。

例えば 何回か読み返したい紙面」ってどんなものだろうと思いついてみて下さい。自分にとって残しておきたいと思うような 大切な」役立つ」内容が入っていれば残しておこうと思うはずとか。

例えば あなたの部屋に飾っておきたいな」と思えるものはどんなものだろうと思いついてみて下さい。おそらくペラペラのコピー用紙ではないはず。お洒落なポストカード風だったり写真っぽかったり。デザインに凝ったフライヤーを作るのもいいかもしれないとか。

自分がお客様だったらどんなものが欲しいだろうと発想するとヒントが見えてきそうです。

A4 サイズが手作りしやすいサイズです。しかし、そのサイズだとブースに設置したり、チラシを置いてもらったり、お客様が持ち帰ったりすることを考えたとき、折り曲げないと置けない、持ち帰れない」ことが多いのではないのでしょうか。名刺と同様、折り曲げないともう一度開く機会が減ります。折り曲げずに持ち帰れる、設置できるサイズが僕の理想です。ポストカードサイズや A5 サイズの厚めの用紙は、ちょっとオシャレにデザインすると目立ちます。どうしても A4 の場合は、何かのパッケージ袋に入れてあげると折り

曲げ率は少なくなります。

相手の立場に立ってみることに

イベント出展のとき、一番ためになるのは、自分がお客様として行ったときに思ったこと」だと僕は思うのです。

これこそが最大のヒントで、改良改善のキーワードになります。名刺やチラシ作りをしようと思ったとき、自分がイベントに遊びに行ったときのことを思い出してみてください。

事前準備く予約表を作る

予約表はあなたのメニューを受けたい方がすぐに予約状況を確認でき、予約を入れてもらせるようにするためのツールです。

セクションや施術などをしていると他のお客様の対応ができなかったり、お客様も話しかけにくいので、ブースの前に置いておくとお互いに気を使わずに済みます。

時間割を設定して名前や希望メニューを書き込んでもらえるようにしましょう。またバインダーなど椅子に吊り下げられるもの、吊り下げ出来るペンを用意すると場所を取らずにコンパクトなブース作りができます。

時間割で自己管理できる利点

予約表はお客様が気兼ねなく予約を入れられるだけでなく、私たち出展者も一日のスケジュール管理がしやすくなります。次誰だったかな？」という予約確認不足もなくなりま
す。お昼ごはんを食べる時間がない」あの人のセッション受けたかったのにな」という
ような時間管理にも役立ちます。

時間割を作るコツ

自分の出展メニューの設定時間に合わせて予約表の時間割を作ります。

10分でメニューを組む人は、10:00-10:10 / 10:10-10:20 というように作っていくという
ことなのですが、こうして作っていくと10分枠の間に全く時間がないことになります。
自分が休む時間やトイレに行く時間を考えながら、10:00-10:10 / 10:20-10:30 というよう
に間に少し空き時間を作ることにも工夫の1つです。

事前準備く看板を作る

あなたのブースはあなたのお店のようなものです。お店には看板があります。何屋さん
なのかわかるように作ってください。立てかけられるもの（額縁タイプ）や吊り下げられ

るもの（ファイルやバインダー）に入れると場所を取らずに設置できます。看板は遠くから見てわかるように、大きな文字」で「目立つように」製作すると良いです。
例えば、

数秘心理カウンセリング」は 数秘術」

数秘術」は 占い」

と言った具合に大カテゴリーを表記するとわかりやすくなり、大きな文字を使って製作できます。

全てはお客様が発見しやすいという視点

チラシと同じでこの工夫は「誰のための工夫なのか」と考えれば様々な工夫が出来るようになります。お客様がわかりやすい」お客様が見やすい」その視点に立った工夫です。

これは、自分が出展者側しか経験していないと意外とわかりにくいものです。

例えば、①〇〇式〇〇術」や ①〇〇法〇〇」などと言った表記です。

これは遠目に見ているお客様に必要な情報なのかどうか少しだけ考えてみましょう。一番初めにキヤッチしたい情報は、何をしている人なのか」だとしたら、①〇〇式〇〇術」

は 占い、 〇〇法〇〇」は 施術」という表記のほうが、 あの人 は 占い師さんなんだ」とわかってもらいやすいです。

ポイントは、

・誰のための看板なのか

・遠目に見ているお客さんに必要な情報はなんだろうか

という部分だと思えます。

事前準備くメニュー表を作る

あなたが出展する時に提供するメニューを決めます。ポイントは1つのメニューでも3つの価格設定を作っておくとお客様が選びやすくなるという点です。

例えば

数秘術 :10分1000円 ・15分1500円 ・20分2000円

という具合です。

複数価格設定が良い理由

選べるというのは、お客様にとって優しいことです。短い時間しか割けないとき、予算が見合わないとき、初めて受けるときなどお客様それぞれに都合があります。価格や時間で選べるとその時々で都合で最適なものを選んでもらいやすいと思うのです。

1000円のメニュー

僕は必ずこのイベントに出展するときも、10分1000円で受けられるメニューを1つ作ります。これは特に初めて僕のセッションを体験する方のためです。

評判は良いけれど、まだ話したことがない」友達に勧められたけど、どんなセッションかわからない」そんなときに「試しに」受けてもらえるようにこの価格やこの時間に設定しています。

メニュー名はシンプルに、わかりやすく

例えば

数秘心理学カウンセリング」は 数秘術・占い」

といった具合です。

一般的に使われているフレーズのほうがお客様にはわかりやすく、安心です。また、ど

んなことを見てももらえるのかといった表記も付け加えてみてください。

例えば

数秘術

仕事・恋愛・夫婦関係・人間関係の悩みを解決します

といった具合です。

ポイントは、やはり「お客様目線」に立ってみることだと思います。

自分が出展者なので、どうしても自分よりになってしまいがちかもしれません。そんなときは、友人に聴いてみたりと第三者の感想を聴いてみることをおすすめします。

事前準備↳ブログを書く・SNSを使う・友人に伝える

初めて出展するにしても、何回か出展しているにしても必ずやっておきたいのが自分の出展をお知らせする記事を書くことです。

なぜブログ記事を書くのか

答えは1つで「あなたが出展するから」です。

出展の内容をまとめて記事にして、「誰か」に届けないことには、イベントに出展する自分を知ってもらう」という目的が果たせません。

出展記事は定型文がオススメ

開催日時や会場の住所や場所、あなたの出展メニューや価格など、大切な要素を書き漏らすことなく見てくれる人に届けたい。そう思うと自分なりのテンプレートがあると書き漏れもなく見てくれる人もわかりやすいです。

例として

・イベント名

・開催日時

・会場 名前、住所、Map、アクセス方法

・出展内容

・価格

・申込先 (メールフォーム)

といった項目が入っているとわかりやすいかなと思います。

出展記事があるとこんなときに便利

例えば、あなたの友達に伝えるときは、自分の書いた出展記事をメールやメッセージで送って見てもらえます。

どこどこでいついつに何をするんだよね」って事細かく伝えるのも大変です。そんなときにこれ書いてみたんだってURLを送ってあげられるとあなたも友達も楽です。

その他、あなたが他のSNSなどをやっていたら、ブログに書いた内容をそのままコピーすれば済みます。これも楽です。

そしてこの作業は、あなた自身の「確認」にもなっています。

いつ・どこで・何時から・どんなこと・どのようにするのか」といったあなた自身のまとめ、確認作業。今度のイベント、何時からだっけ？」なんてよくありそうなことです。そのときにも自分の書いた記事を読めばわかります。

自分のためにも、来てくれるかもしれない誰かのためにも、ブログ記事を書いて告知していくことが大切です。

ブログやSNSは告知するツール

「ブログを毎回書いて告知しているのにあまりお客さんが来ないんです」そういう話はよく聴く話かもしれません。

ここで気づきたいところは、ブログやSNSは告知するツール道具」ということです。同じ道具を使ったとしても、それを見てくれている人が多いか少ないか、あなたを応援しているが多いか少ないかでその道具の威力が違います。

「一番わかり易い指標が「フォロワー」や「読者」、「アクセス数」といった数字で見られる部分ですが、それが少ないということは、まだ届いていない」まだ威力が上手に発揮できない」という見方もできます。今まで目立った活動をしていなかったのだから、数が少ないのは仕方のないことです。イベント出展をきっかけにして、人と繋がって、あなたの活動に興味を持ってもらえるように、意識してツールを使っていきましょう。

友人知人に声をかける

初めての出展ということは、常連のお客様やファンはまだいないかもしれませんし、何回か出ているけれど思うようにいかないという人は、情報発信が上手く届いていないのかもしれないかもしれません。あなたの友達や知人、何回か来てくれている人には、声をかけてあげてください。

そのときに、先程頑張った書いた告知記事を見せてあげてください。そうすることで、あなたの身近な人たちが、あなたの情報を知って、そこからまた友達に伝える、FacebookやLINEなどのSNSでシェアが始まったり、拡めてくれます。まずは、いつも応援して

くれている友達や知人に来てもらえるように頼んでみてください。

集客する努力をすること

自分自身が何もしないでイベント出展することは、誰かの努力に乗っかるだけになりかねません。もし運良く、あなたのところにお客さんが来てくれたとして、そのお客様は、会場の誰かを目当てにきていた方かもしれないし、他の出展者の方が声をかけていた方かもしれない。

あなたが声をかけて一人でも来てくれたら、その方のことをあなたは大切に思うだろうし、その方にもその思いは当然伝わります。その方がまた誰か他の出展者のところに遊びに行ってくれたら、その出展者さんも嬉しいでしょうし、来てくれたその方も新たな自分を発見できたら嬉しいと思います。

こうした循環が生まれることで、あなたという人を知ってもらえたり、次回も来てもらえたりするのです。ブログやSNSはあくまでツール。それを書いたから、投稿したから、必ず来てもらえるわけではありません。書いたことで「集客したつもり」になってしまうこともあります。書いて、届ける。その地道な努力が最後は大切になってくるのだと思います。

事前準備〜SNS の特性を知っておく

Facebook や Instagram、Twitter と SNS がだいぶ便利になりました。それぞれの特性を活かして告知媒体として使うこともできます。

Facebook はその特性上、繋がりで情報が拡散されていきます。Facebook にもブログ記事にしたような内容を投稿することで、あなたから繋がっている人たちにイベント出展の情報が届きやすいですし、そのまた知人にも届きやすいです。

Twitter は、タイムラインの流れが速いので、何度か日を分けて投稿することで、あなたに興味のあるフォロワーさんが気づいてくれたり、シェアして拡散してくれることもあります。Twitter にはブログ記事の URL を貼って、簡単なツイート文を書いて投稿してみると良いでしょう。

Twitter の場合は「ハッシュタグ」という # 半角シャープ」の後ろにキーワードを付けてツイートするとそのハッシュタグから検索をする人がいて、気づいてもらえることがあります。

Instagram は写真投稿が一番の強みで、同じ趣味、興味がある方が「ハッシュタグ」で検索して見に来てくれます。写真投稿なので、物販系出展の場合は使えるツールです。作品や商品を綺麗に写真撮影して投稿して、必ず「ハッシュタグ」をつけてみてください。

このようにSNSは1つずつ特徴が違います。その特性を踏まえてあなたに合ったものを使えると広がりやすいです。

事前準備はブースに必要なものを揃える

自分の出展ブースは「お店」のようなもの。あなたが何をしているのかわかるような雰囲気を作ってみてください。

セックションブース

- ・ブースサイズ…会議用テーブル半分・椅子対面用2つ
- ・テーブルクロス、看板や名刺、フライヤー、予約表必須です。
- ・看板はテーブルの上に置くため、立つようにできる工夫が必要になります。
- ・名刺はそのまま置くと場所を取るの、看板のように立てて置く工夫をしてみてください。
- ・フライヤーはお客様の椅子の背面に設置できるように、フライヤーを入れて吊るせる工夫があるとよいです。また手渡しできるようにテーブルにも置いてみましょう。
- ・予約表はお客様座席背面に吊るせるようにして、セックション中でも予約を取りやすくし

てみてください。

- ・装飾の小物は必要最低限にしてください。物品が多いと移動の荷物にもなりますし、テーブル上が混み合います。例 占い師なら天然石や書籍など
- ・お客様にメモ書きを渡せるようにメモ帳や便箋、封筒があると便利です。
- ・少量の物販ができるようだったら物販用商品や作品も厳選して持参しましょう。
- ・電源はイベントにより使用できる場合と出来ない場合があります。また申請が必要なところがほとんどのため、事前確認をしてみましょう。延長コードは予備も含めて三本あったほうが安心です。

ボディース

・ブースサイズ .. イベントにより広さはまちまちです。イベントの公式サイトなどで確認してください。椅子はある場合とない場合があります。

・施術に必要なマットやベット、その他施術に必要なもの（タオルなど）は揃えましょう。例えば、マットやベット用タオル、フェイスタオル数枚、お客様の身体にかけるタオル数枚など。ボディースは設備が荷物になります。

・看板設置はキャリーケースのハンドルを使えるように吊るし型にするなど工夫をしましょう。

・予約表は同様に吊るすかキャリーケース上に置けるような大きさにしてみてください。

物販ブース

・ブースサイズ .. セッションブースと同様のところも多いです。椅子は出展者用に1〜2つある場合がありますが、これも確認が必要です。

・テーブルクロスや什器など荷物が多くなるため、折りたためる什器や組み立て什器を準備すると便利です。

・作品のPOPや説明文、プライスタグなど物販に必要なものを揃えましょう。

また価格設定によりますが小銭などお釣り準備は忘れやすいので注意が必要です。

・ブースは横スペースがほとんどないので、縦スペースをうまく使うように「段々」にしてみたり工夫が必要です。例 .. 折りたたみできる棚、吊るせるウォールなど)

・出展前に一度自宅などでセッティングしてみるとイメージしやすいでしょう。

事前準備〜会場までのアクセスを見直す

当日、搬入の時間が決まっているのでそれに間に合うように会場到着しましょう。

電車で移動ができる会場であれば、予め時刻表で到着時刻を調べて、どの電車に乗るの

か決めておくと安心です。バス利用の場合も同様に時刻を調べておきましょう。バスはダイヤが変わる場合もあります。HP やバス停などで確認して正確な時間を把握してください。

駅から会場までのアクセスで迷う方もいます。Google Map 等地図アプリを使って、会場の住所、電話番号等で会場を調べておきましょう。

車移動の場合、会場の駐車場や周辺の駐車場を調べてください。会場に駐車場がある場合はそこでも構いませんが、ない場合は、周辺の駐車場になります。満車の場合のことも考え、3 つほど目星をつけておくと焦らずに済みます。

いずれにしても、到着時刻を30分前くらいに考えておくと余裕を持って行動できます。

事前準備〜宿泊する場合

ビジネスホテルやカプセルホテル、ゲストハウスなど宿泊先を会場近場で決めておきましょう。

出展が決まったらすぐにネットで調べて予約を取ってください。その際、ホテルなど宿泊先のキャンセル規定を調べて予約すると、途中で別の宿泊先に変更することや宿泊自体を取り止めることもスムーズにできます。大手チェーンのホテルは、当日〇時までにはキャ

ンセル料無料のところが多いようです。

遠征で一番経費がかかる部分がこの「宿泊費」です。

しかし連日出展となると、疲れを癒やして本番に望んだほうが、きっちりとお客様に対応できますし、イベント自体も楽しめます。できるだけ経費を抑えたい気持ちもわかりますが、ここは経験上、ホテル、ゲストハウスという宿泊施設を選択することをオススメします。

ホテルによっては朝食が無料だったり、大浴場があったり、駐車場が無料または割引されるところもあります。会場から近い宿泊施設であればなお良いです。徒歩で移動できる範囲だと安心です。

出展当日の押さえておきたいポイント

時間に余裕を持つ

初めての出展で気が気じゃなかったり、焦ってしまうこともあるかもしれませんが、とにかく時間に余裕を持って動いてください。10分前行動とよく言いましたが、そのつもりが一番良いと思います。

時間を守ることは信用に繋がる

搬入時間や開始時間は厳守しましょう。早め早めの行動で時間を守ることができます。

挨拶は繋がる初めの一歩

会場に入ったら、主催者さんや出展者さんに気持ちよく挨拶をしてみてください。初めてでわからないことばかりですが、よろしくお願ひします」と言ってもらえると、ベテランの方々はいろいろと教えてくださったり、気にかけてくださいます。終わりも出来る限り皆さんにご挨拶をして帰りましょう。

会場図が事前に配布される場合は、ブースの位置を確認して、自分のブースの準備をします。わからない場合は主催者に聴いてみましょう。

隣り合ったブースの方や目の前の方とご挨拶がてら、名刺の交換などをきっかけにして、会話をしてみてください。イベントの最大の醍醐味は「大と繋がることができる」ことです。

来てくださった方や通りかかる方に声をかけたり、チラシや名刺をお渡ししてみましょう。

初めての出展なのですが、私はこういうことをやっています」と皆さんにわかってもらえる絶好の機会です。

終わる時刻も守れるようにスケジュール管理を

終了時刻は厳守です。それよりも早く片付けて帰るというのは、会場に来てくださった皆様にお客様に失礼になります。片付けに時間がかかる場合は、少し早めに周囲に気遣いながら片付けをしましょう。特に物販は持ち込むものが多いので、終了時刻よりも少しだけ早めに片付けを始めると余裕が持てます。

ありがとうの気持ちで会場を片付ける

当日、自分の出したゴミは自分で持ち帰ることが鉄則です。出来る限り会場を汚さずに帰ることがあなたができる最大の感謝です。

著者紹介

松井宏樹（まついひろき）

1977年愛知県犬山市生まれ。

1999年日本聴能言語福祉学院卒業、言語聴覚士国家資格取得。病院勤務にてリハビリテーション科科长、通所リハビリテーション管理長。スタッフ教育や在宅医療を実現するための院内リハビリテーションシステムを構築。後に他病院にて訪問リハビリテーション開設。

2008年武蔵野大学人間関係学部人間関係学科心理学専攻を卒業、日本心理学会認定心理士資格取得。

地域介護予防事業にて口腔機能向上、高齢者うつ予防担当。他施設の言語聴覚士指導講師、セミナー講師等教育指導に携わる。

2010年、病院退職後、心理相談室開設。その後はスピリチュアルな分野に関心を持ち、県内イベントスタッフを経験。

2016年、全国規模のイベントヒーリングマーケットのWebスタッフとして関わり、現在、イベント運営スタッフ経験は8年以上。自らの活動も数秘心理学講座等の各種講座を開講し、全国受講生50名以上、年間相談件数1500件以上。次世代のセラピストを養成している。

イベント出展の相談、仕事・お金や人間関係の鑑定、講座など
公式サイトからお気軽にお問い合わせください

HP <https://naturalstyle.jp/>
Blog <https://www.hiroki-matsui.com/>
Mail radiohm1211@gmail.com

