

# バイオカフェ標準化マニュアル

ここでは、バイオカフェの「標準的なモデル」を実施するためのマニュアルを紹介する。

このマニュアルでは、「どのようなステップで」「何をおこなうべきか」を具体的に示すことを意図しており、「標準モデル」の概要を整理、紹介しながら、それを具体化する企画から実施までのプロセスを「チェックリスト」としてまとめている。

## 1 バイオカフェの標準的モデル

NPO法人くらしとバイオプラザ 21 では、既に 65 回のバイオカフェを開催している。そのプログラムを整理すると以下ようになる。

### <バイオカフェのプログラム>

17:30 開演 司会者挨拶：5分

17:35 音楽演奏：15分

17:50 スピーカーからの話：40分

18:30 質疑応答：30分

19:00 終了（アンケート回収）

場所はくらしとバイオプラザ 21 の事務局から徒歩 5 分ほどの距離にある喫茶店。毎月 1 回、金曜日に開催。

参加人数は 10 ～ 20 名程度。

喫茶店メニューのコーヒーと、事務局手作りのケーキを提供。

提供のタイミングは、開演と同時。

料金は 300 円（2006 年は 100 円）。

最後にアンケートの回収を行う。

## 2 実施のポイント

その名のとおり、バイオカフェは「なごやかな茶会」というくつろいだ状態で、気軽に科学（特にバイオテクノロジーとくらし）を語り合うものである。語り合うのは、スピーカーと参加者間ばかりではなく、参加者相互でも話が飛び交うような自由な雰囲気が、バイオカフェの持ち味といえる。

要はそうした状態を作りだせればいいわけで、そのための手法として「絶対にこうしなくてはならない」といったものはない。バイオカフェは小規模で、誰もが手軽に開催できるところが魅力である。しかし、だからといって簡単な思

いつきでだけでできるものではない。ここでは、「イベント開催」の標準的な手法をベースとして、バイオカフェ実施の具体的な手法を紹介する。

#### 1) 実施までの段階的整備

まず、企画から実施にいたるまで、段階的に準備を進めていくということを十分に認識していただきたい。段階とは以下の3つである。

##### 企画案の作成（構想段階）

実施の基本方針を定める段階。

関係者間で基本方針を認知、共有することが重要である。

##### 計画の策定（計画段階）

認知・共有された企画案をベースに、開催概要を確定し、実施に向けて、誰が、何を、いつまでに、幾らで行うかを計画する。

##### 実施制作（準備段階・実施直前）

策定された計画に基づき、準備を進める。

また、開催日当日に行うべきこと（運営）の詳細を決定し、開催当日に誰が何を行うかを具体的に示した「運営マニュアル」を作成する。

どうしてこうした段階的な準備が必要であり有効であるのか。最も重要な理由としては、小規模であるとはいえ、多くの人々の合意と協力のもとに開催されることがあげられる。段階を経ることで多くの人々からのチェックが加わり、より多くの協力が得られるようになる。また段階的な準備は、方針～計画～制作というように、大まかから、詳細・具体へという流れとなっている。それは多様な要素から構成される事柄を組み上げていくための合理的な方策であるとともに、無謀な独断専行や、雑駁な進行による失敗を回避する方法でもある。是非こうした段階的準備になじんでいただきたい。

#### 2) 業務推進管理

実施に向けた段階整備と合わせて覚えていただきたいのが、実施に向けた業務推進管理である。業務推進管理には以下の3つがある。

##### 推進体制管理

実施に向けて作業を推進していく事務局の体制の整備と運用である。

基本的に以下の3つの管理が必要である。各1名の計3名、あるいは必要に応じて個々に補助1名の合計6名程度が適正な規模である。

- ・ 統括管理 プロジェクトのリーダー

- 全体の進行を管理し、会議設定を行う
  - 最終的な意志決定を行う
  - 特に主催者関係の渉外を行う
- ・ 企画管理
  - プログラム編成の担当
  - 適当な場所を探す
  - スピーカー、演奏家などとの折衝を行う
  - PRを行う
- ・ 制作管理
  - 事務局長として幹事役を担う
  - 予算管理
  - 各種連絡管理
  - 事務局の部屋・設備管理

### 進行管理

開催までの作業スケジュールの管理である。

バイオカフェの開催において、スケジュールの面で最も大きな影響を与えるのは出演者の確定である。一般的には、出演の依頼は開催日の3ヶ月前ぐらいの余裕をもつことが望ましい。具体的な依頼のまえに候補のリストアップ期間を考慮すると、さらに1ヶ月。即ち、約4ヶ月ぐらい前から準備をスタートとすれば、余裕をもった準備ができるであろう。

次いで考慮すべきは、一般への開催案内のタイミングである。これも余裕をみて、開催日の2ヶ月前には開催の案内をスタートし、反応をみながら、1ヶ月前、2週間前、と重ねての案内・勧誘を行うといったことを考えたい。

さらに2ヶ月前に案内をスタートするには、それまでに、場所や開催時間、スピーカーなどの基本的なところについては、計画として確定していることが望まれる。

これらを考慮すると、大まかには以下のようなスケジュールが妥当となる。

	4ヶ月前	3ヶ月前	2ヶ月前	1ヶ月前	開催日
全体進行	構想段階	計画段階	計画段階	実施段階	
開催場所	候補地検討	開催場所の確定	事前確認	実施準備	
開催時期	方針検討	開催時期の確定			
プログラム	企画立案	プログラムの確定			
出演者	候補者検討	交渉開始・確定	事前確認	実施準備	
運営	方針検討	当日スタッフ確保		当日準備確認	
PR・案内	方針検討		PR・案内開始	PR・案内	

## 予算管理

バイオカフェ開催に関する収支の管理である。具体的には予算を設定し、予算どおりに事が運ぶかどうか、を継続的に確認、修正していく作業となる。構想段階、計画段階、実施段階のそれぞれで、第一次、第二次、第三次と継続的な予算管理が必要である。

### 3 各段階での実施のポイント

#### 1) 企画案の作成(構想段階)のポイント

どのようなバイオカフェとするのかを、6W1Hの項目で整理する。

< 6W1H >	Who	誰が：主催者の確定
	Whom	誰に：ターゲットの確定
	Where	どこ：開催の場所、環境
	When	いつ：開催時期
	What	なに：開催のプログラム
	Why	なぜ：開催の目的、期待する効果
	How	どのように：サービスや演出の基調

先に、「バイオカフェは「なごやかな茶会」というくつろいだ状態で、気軽に科学(バイオ)を語り合うものである」と記したが、その状態を具体化するにあたり、これだけの項目の検討が有効となる。なお、この項目は「イベント」企画立案の標準的な項目であり、例えば国際会議や博覧会といった大型イベントでも、この項目の検討からスタートする。

では、6W1Hに沿って、「バイオカフェ標準モデル」企画立案の解説を行う。

Who 誰が：主催者の確定

イベントでは主催者を、大まかに以下の3つに区分する。

主催者：イベントの事業責任を負う者(一般には個人ではなく組織)

バイオカフェの実行主体であり、金銭～事故まで、すべての責任を負う

後援者：開催の趣旨に賛同する者

金銭の支援は行わないが、実施や集客などの便宜・協力を図る

協賛者：開催の趣旨に賛同し、金銭的な支援を行う者(スポンサー)

協賛者名の明示や特別な紹介など、金銭額に応じたメリット提供を行う

なお、主催者、後援者、協賛者の名前は、開催案内に明示する。それは、来場者に対する主催責任の明示であるとともに、後援者、協賛者にとっては、貴重なPRともなる。

これらの主催者は、言い換えれば企画の方針を確定するメンバーということになる。

主催者の構成を設計、確定し、企画案を示して賛同と協力を得ることは、当初行うべき最も重要な業務である。

### Whom 誰に：ターゲットの確定

ターゲットの確定には2つの側面からの検討が必要である。

一つは、ターゲットのプロフィール確定である。学生、勤務者、研究者、主婦などの業種分類、年齢層などは確定の基本的な要件である。検討が必要である、くらしとバイオプラザ21のバイオカフェは「広く一般」をターゲットとしているが、特にマスコミ関係者を重視している。

あわせて確定しなくてはならないのは、設定したターゲットに呼びかけるPRの具体的な方策である。ただ漠然と「こうした人に来てほしい」ではなく、「電話やメールなどで連絡できる人は何人いる」「あの組織によびかければ何人は来る」といった具体的な誘客の裏づけが必要である。具体的なPRの方法としては、以下があげられる。

- ・ 電子メール、電話
- ・ ホームページでの掲載
- ・ ポスターの掲示、チラシの配布
- ・ メディア（新聞、ミニコミ、行政の広報誌など）の開催案内掲載

特に電子メールは有効な方策である。あるいはメールアドレスを具体的なターゲットとしてスタートし、メールのメンバーをだんだんと増やしていくことは現実的な方法である。

### Where どこ：開催の場所、環境

バイオカフェの手ごろな場所の確保は、スピーカーの確保とならんで、成功の最も重要な要因である。手ごろな場所とは主に以下を指す。

規模：その場にいる人がきままに話し合える人数はおおむね20名程度である。

飲食：カフェとしてお茶の提供ができること。

環境：ムードがいい、くつろいで話し合うことができる、など。

交通：ターゲットにとって便利で、事務局からも便利で、わかりやすい。

予算：場所を借りる費用。

理解：貸す側の理解、協力。

くらしとバイオプラザ21では、そうしたことを総合的に勘案して、事務局から徒歩5分の喫茶店を定期的な開催場所としている。

なお「カフェ」を開催する場として、喫茶店はきわめて好都合な場所であるが、「喫茶店」でなくてはならないわけではない。例えば会議室であっても、運用サービスのありかたで「喫茶店」と同じような手頃な場所とすることはできるだろう。

また、「貸す側の理解、協力」については、主催者の活動やバイオカフェの趣旨など、十分な説明が必要である。

なお、くらしとバイオプラザ21の知見では、茅場町の喫茶店（どこにもある

庶民的タイプ)と銀座のシャレたアンティークな喫茶店の発言率を比較すると、明らかに前者が高い。このことは場所の要素が大きな影響力をもつことを示す。また、明るい雰囲気がよく、地下は避けたほうがよい。

#### When いつ：開催時期

できれば、バイオカフェは、例えば1ヶ月に1回というように、定期的に同じ場所で開催することが望まれる。とりあえず1回やるための準備と、定期的な開催を目標とする準備とは基本的にことなる。まずは定期開催を前提に企画検討を行ってほしい。

定期開催前提で、開催時期については、以下を検討する必要がある。

- ・ 曜日の設定（平日か週末か）
- ・ 開始時間の設定（曜日の設定に準拠する）
- ・ 開催時間の設定（経験則的に最大2時間、1時間30分を標準型モデルとしている）
- ・ 準備期間の設定（スピーカーとの交渉など、企画検討から実施まで最低3ヶ月は準備期間をみたい）

#### What なに：開催のプログラム

標準型バイオカフェでは、音楽演奏（クラシック）・スピーカーの講演・質疑応答の3つを基本プログラムとしている。音楽演奏はカフェとしての場の雰囲気をつくるものであり、きわめて重要な演出効果をもっている。例えばこれがCDでもかまわないか、といえ、やはり生演奏のヒューマンな感覚に意味がある。また、演奏者は演奏後に参加者の席に移ることで、場の雰囲気が一層和むという効果もある。アマチュアでかまわない。クラシックである必要もない。あるいは落語でもかまわないが、「生の余興」については、スピーカーと同様に意を傾注することが必要である。

なお、くらしとバイオプラザ21では、個人的な知り合いを通して、演奏家を探し出している。

スピーカーの確保については、テーマ設定と併せて考えていかななくてはならない。

くらしとバイオプラザ21では、テーマ設定にあたって以下に留意している。

- ・ 一般生活に身近な視点で、幅広くバイオを捉える。
- ・ テーマ項目を大きく「医・食・環境・その他」に分類し、分類に沿ってできるだけ均等に開催する。
- ・ その前提で、以下の3点に留意する。

時節に適合している

そのときの社会的話題 例：BSE

季節の話題 例：花粉症

話題性がある

例：ダイズで走る自動車

スギ花粉症の食べる免疫療法

新聞記者からみた鳥インフルエンザ

放射線照射した食品

生活実用情報

例：薬の飲み方・つきあいかた

洗剤の力～酵素の科学

Why なぜ：開催の目的、期待する効果

バイオカフェが社会的にいかに有効な方策であるかは、本報告書で再三指摘していることであるが、その前提のうえで「なぜ、私達が開催しなくてはならないのか」という固有な理由を考える。例えば以下のような理由があげられる。

- ・サイエンスコミュニケーションの研究を行う
- ・自らの組織の存在を広くPRする
- ・学生への格好な実践教育の場とする
- ・市民の気楽な集まりを重視する
- ・スピーカーも含む共同研究の場とする その他

「サイエンスコミュニケーションの研究」であれば、その方面の学生に呼びかけて協力をもとめる、「自らの組織の存在を広くPR」であれば、マスコミ関係者とのつながりを重視するなど、目的を明確にすることによって、行うべき具体的な施策はより明確なものとなり、実現に向けての意欲、継続の体力はより高まることとなる。

How どのように：サービスや演出の方策

広告やイベントの世界では「トーン&マナー」という言葉がある。「雰囲気と作法」とでも訳せようか。

昨今は、パソコンとプロジェクターによる説明が一般化しているが、「バイオカフェ標準モデル」では、A3サイズの紙を使っての紙芝居形の説明を基本としている。これは「ナマ」の人間的なやりとりを重視したいからだ。

コーヒーは喫茶店のメニューであるが、ケーキは事務局スタッフの手づくりである。

音楽演奏は、バイオリンやハープ、フルートなどのクラシックである。

「できるだけ手作りの肌ざわり」が「トーン&マナー」となっている。

このあたりが「こだわり」であり、バイオカフェをバイオカフェたらしめるポイントである。

また、「トーン&マナー」は、実施スタッフの顔ぶれ、個性が反映したものとなる。

即ち、この段階で、基本的な実施の運営メンバーを検討しておくこと、バイオカフェはそのメンバーの個性を反映した人間的なものとなる。

< 基本的な運営メンバー >

- ・ 受付：1～2名
- ・ 司会：1名
- ・ お茶や菓子の提供：1～2名
- ・ その他裏方：1～2名

以上の項目は、実施の基本方針を定めるものである。これらは相互に連携性をもっており、ある特定の項目のみを行うわけにはいかない。全体をまとめて検討しなくてはならない。

これらの要件を定める具体的な作業とは「打合せ」である。即ち、企画段階ではコアメンバーの集中的な打合せが必要となる。

実施の中核となる関係者が顔をそろえ、個々に検討確認する。あるいはそのための検討資料（企画案）を作成し、打合せの議事録を作成して打合せの参加者に内容の確認を得る。

## 2) 計画の策定（計画段階）のポイント

計画段階では、構想段階で定められた基本方針に基づき、開催概要を定め、実施に向けて、誰が、何を、いつまでに、幾らで行うかを確定する。開催概要とは、基本的に「開催案内」に掲載する内容であり、基本的には以下の項目を含む。

- ・ 開催のタイトル
- ・ 開催テーマ
- ・ 場所
- ・ 日時
- ・ プログラム
- ・ 出演者
- ・ 入場料
- ・ セールス・ポイント
- ・ 主催者
- ・ 事務局連絡先、担当者名

これらを定めるには、以下のような準備が必要である。

- ・ 場所をどこにするのか、条件の合う候補をあげて、交渉する
- ・ 出演者を確定し、内容の検討を始める
- ・ 開催案内の原稿作成を行い、印刷や掲示への準備を整える
- ・ メールで開催案内のリストを整備する
- ・ お茶、菓子、ケーキは何にするか、誰が、いつ手配するか、幾ら使うかな

どを決める

さらに、開催概要が決定したら、実施に向けて、

- ・ 誰が（担当者）
- ・ 何を（業務）
- ・ いつまでに（スケジュール）
- ・ 幾らで行う（予算）

を決定する。

これらの内容は「計画書」としてまとめる。「計画書」は、バイオカフェ開催の格好な説明資料となる。以下に「計画書」の基本的な目次を示す。

- ・ 開催の趣旨
- ・ 開催テーマとプログラムの基本方針
- ・ 開催概要
- ・ プログラムの詳細とスピーカー
- ・ 開催案内、P R
- ・ 実施体制
- ・ 実施までのスケジュール
- ・ 実施予算

### 3) 実施制作（実施段階）

策定された計画に基づき、当日に向けて、必要なモノ、コトの準備を整える。

例えば、案内パンフとポスターを印刷する、案内メールを配信する、ケーキの素材を買う、当日配布する資料を作成する、などである。

また、開催当日に、誰が、何を行うかの詳細を記した「運営マニュアル」を作成する。

準備段階においては、開催当日の1日を、起きてから休むまで、すべてのことを、順を追って具体的にイメージすることが有効な方策である。それにより、どのような準備が必要なのかが明確になっていく。

「運営マニュアル」については、当日会場にいるスタッフ全員が持つものである。マニュアルのポイントは当日1日のタイムテーブルの作成である。30分刻みで、誰が何をすべきかを一覧表にして示しておけば、スムーズな運営が実現できる。「情報を紙に書き出して共有する」ことは、集団作業であるイベントにおける業務管理の基本である。

## 4 バイオカフェ開催の記録と評価

バイオカフェ開催は必ず記録しておく。具体的にはスナップ写真、スピーカーの話の音声録音は必須である。あと、その場で議事録をとるスタッフがいれば、メモとして議事録をとっていく。

来場者アンケートは開催評価の基本である。ここでは、くらしとバイオプラザ21のバイオカフェのアンケートを紹介する。

アンケートのほかには、モニタリング調査も適宜行いたい。この調査は、前もって依頼した人から、参加の感想や評価をヒアリングするものである。一般の主婦や学生のほか、研究者や教育者、マスコミ関係者にモニターを依頼することも有効である。

そのうえで、来場者アンケートとモニタリング調査の結果を素材に、関係者を集めて評価検討を行う意見交換会を実施する。これにより、調査検討の成果が次の開催に役立つことになる。

## 5 チェックリスト

このチェックリストは、バイオカフェ実施の準備段階で何を検討・確認すべきかを時系列にまとめたものである。このチェックリストどおりに行えば誰でもバイオカフェが開催できる、と言いたいところだが、現実にはイベントはそれぞれが個別で同じものは2つとはない。不必要な項目もあれば、必要な項目がもれているケースもあろう。実際の体験を通じてチェックリストを自分なりに整備していくことが理想である。

また、このチェックリストも含め、このマニュアルで示したメソッドは、大規模なイベントにも適用できる、いわば「フルアップ」のもので、このすべてを律儀に満たすことを求めているわけではない。できる範囲で対応していくのが現実である。

ただし、「フルアップ」を見ることで、こうしたイベント制作のノウハウを身に着けることは、コミュニケーション活動にかかわる者にとって意義あることと思う次第である。

1

### 企画案の作成(構想段階)

- 基本方針の検討
  - 6W1Hの検討
    - WHO誰が
      - 主催者、主催組織
      - 後援者
      - 協賛者
    - WHY何のために
      - 開催の趣旨
      - 開催テーマ
    - WHENいつ
      - 開催時期
      - 開催日程
      - 開場時間
      - 終了時間
    - WHAT何を
      - プログラム方針
      - 出演者方針
    - WEHREどこで
      - 会場の条件
      - 会場設備の条件
      - 交通アクセスの条件
    - WHOM誰に
      - ターゲット
      - 来場目標数字
      - 案内・PRの方策
    - HOWどのように
      - 演出の基本方針
      - デザインの基本方針
      - 来場者対応の基本方針
      - 身障者・弱者対応の基本方針
      - 環境問題対応の基本方針
      - 警備・清掃対応の基本方針
  - 業務推進管理
    - 予算計画
      - 実施準備予算
      - 実施予算・収支
    - 推進計画
      - 実施までのスケジュール
    - 推進体制
      - 構成メンバー
      - 役割分担

2

### 計画の策定(計画段階)

- 開催概要
  - 開催概要作成
    - 主催者
    - 後援者
    - 協賛者
    - 開催のタイトル
    - 開催テーマ
    - 場所
    - 日時
    - プログラム
    - 出演者
    - 入場料
    - 関係者への開催概要の配布
    - 関係者への計画説明
  - 出演者
    - スピーカー
    - 演奏家
    - その他
  - 飲食メニュー
    - 飲み物
      - メニュー
      - 準備
    - 食べ物
      - メニュー
      - 準備
    - その他
  - 全体事業計画
    - 収支計画
      - 収入
        - 自己資金
        - 協賛金
        - 事業収入
          - 入場料
          - 飲食・物販売上
          - 駐車場使用料
          - 広告費
        - 補助金
      - 支出
        - 組織運営費
          - 人件費
          - 会議費

3

- 出張費
- 通信・運搬費
- 印刷費
- 消耗品費
- 計画費
  - 企画設計費
  - 調査費
  - 謝礼
- 会場整備費
  - 会場使用料
  - 会場設営費
- 実施運営費
  - 配布資料制作費
  - 運営スタッフ人件費
  - 運營業務委託費
  - 各種機材リース費
  - 出演費・謝礼
  - 飲食・物販仕入費
  - 調査費
- 広報・宣伝費
  - 広報関係費
  - 宣伝関係費
- 組織計画
  - 組織構成と実務執行体制
  - 各担当の設定
  - 外部委託機関の設定
- 推進計画
  - 推進スケジュール
  - 推進体制
- 予算計画
  - 実行準備予算
  - 実行予算

4

- 会場計画
  - ゾーン計画
    - 施設の区分と構成
      - 来場者管理施設
        - 出入り口(待機場所)
        - インフォメーション
        - ロッカー
        - トイレ
        - 休憩所
        - その他
      - 出演者施設・設備
        - ステージ
        - 発表・演出設備
        - 控え室
      - 客席
        - 席数
        - 配置
        - サービス
      - プレスルーム
      - バックヤード
        - 主催者事務局
        - 倉庫
        - その他
  - 会場案内看板
    - 会場までの案内
    - 会場での案内
  - 会場装飾と演出計画
    - ディスプレイ
    - 照明演出
    - BGM
    - 植栽
  - 設備計画
    - 電気設備
    - 空調設備
    - ガス、水道設備
    - 照明設備
    - 音響設備
    - 放送設備
    - 通信設備

5

- 接遇計画(VIP招待)
  - 接遇ターゲット設定
  - 接遇内容検討
  - 各種対応
    - 交通
    - 宿泊
    - 食事
    - その他
  - 招待状・案内状
  - 接遇体制
- 会場運営計画
  - 天候への対策
    - 過去の天候確認
    - 天候・天気予報確認
    - 雨天時の対策
  - 来場者管理
    - 来場者誘導
    - 入退場管理
    - インフォメーション
    - 弱者・身障者対策
    - 医療救護
  - 会場警備
  - 消防・防災
  - 緊急時への対応
  - 清掃・環境対策
  - 運営要員
    - 業務分掌と組織編成
    - 所要ポストと要員数
    - 要員確保の方策
    - ボランティア参加
    - その他

6

- 案内・PR計画
  - 来場者誘致
    - メールリストの作成
    - 関連各界を通じた誘致
    - グループ誘致
    - その他
  - 広報
    - 自前のメディア活用
    - マスメディア対策
    - ホームページ展開
    - その他
  - プロモーション
    - ポスター・チラシ
    - 看板などの街頭アピール
    - 事前イベント
    - その他

7

### 実施制作(準備段階)

- 案内・PR実施
  - 来場者誘致
    - メール配布・送信
    - 電話連絡
  - 広報
    - 原稿作成
    - マスメディア対策
    - ホームページ制作
    - その他
  - プロモーション
    - ポスター・チラシの制作と配布
    - 看板などの街頭アピール
    - 事前イベント
    - その他
- 申し込み対応
  - 申し込み受付業務体制
  - 申し込み数確認
- 会場設営の確認
  - 会場デザインの確認
  - 設営内容の確認
  - 設営方法の確認
  - 設営スタッフの確認
- 会場設備の確認
  - 引渡し方法確認
  - 設備利用方法の確認
- 搬入・撤去
  - 搬入方法の決定
  - 撤去方法の決定
- 運営
  - 運営マニュアル作成
  - 運営スタッフの決定
  - 運営内容確認

8

- 接遇
  - 接遇方針の決定
  - 接遇内容の決定
  - 接遇体制の決定
  - 交通手配
  - 宿泊手配
  - 食事手配
  - 招待状・案内状の作成と送付
- 広報宣伝
  - プレスリリース整備
  - マスコミ関係者への案内
  - 記者会見の開催
- 調査
  - 調査ツールの制作
  - 調査要員の確保と教育
  - 集計・分析の準備

9

### 実施制作(実施直前・当日)

- 当日のスケジュール作成
  - 全体のスケジュール
  - 担当者個人のスケジュール
- 要員配置の確認
  - 各担当者との確認
  - 要員欠員の確認
- 連絡表の作成
  - スタッフ連絡網
  - 関連部署
  - 緊急連絡先
  - VIPなど
- ミーティング管理
  - 時間、場所の確定
  - 出席者の確定
  - 議題の確定
- 飲食の用意
  - 飲み物の用意
  - 菓子類の用意
  - その他
- 会場設営
  - 受付
  - 客席
  - 設備
  - その他
- 受付管理
  - 申し込者リスト
  - 配布資料
  - ネームカード
  - 現金(おつり)
  - その他
- 備品
  - 筆記用具
  - その他文具
  - その他
- スタッフ管理
  - 食事の管理
  - 宿泊の管理
- 現金管理
  - 担当者の配置
  - 金庫保管確認

10

### 会場記録

- 記録方法の決定
- 記録担当者の決定
- 会場管理
  - 鍵
  - 電気
  - 清掃
  - 警備
- 撤去準備
  - 関係者ミーティング
  - 案内放送、連絡など

### 実施後

- 決算
- 反省会、打ち上げ会の開催
- 関係者への御礼、ご挨拶
- 記録の作成
- 調査結果の集計・分析
- 評価検討会の開催



～ありがとうございました～