

リスクコミュニケーションイベント企画用ツールキット

このツールキットについて

このツールキットは、リスクコミュニケーションイベントの企画・実施者が、イベントの企画・実施時に参考にしてもらうことを目的として作成しました。

双方向型の情報発信・リスクコミュニケーションであるセミナー、講義、教育、懇談会、意見交換会、討論会などのリスクコミュニケーションイベントの企画、準備、評価を効果的に行うために、本ツールキットの記述を参照したり、企画書（フォーマット）に記入するなどしてご活用ください。

なお、このツールキットが想定する「よいリスクコミュニケーションイベントの特徴」は以下の通りです。

<よいリスクコミュニケーションイベントの特徴>

- ✓ 企画者が、参加者の興味関心、知識度に合わせたイベントとして企画し、参加者の満足度が高い
- ✓ 企画者が、イベントの目標を明確にし、参加者とも共有している
- ✓ 企画者側からの情報提供される内容は、要点が明確で、読める文字、わかる単語・文章で書かれている
- ✓ 双方向・多方向で意見、疑問、不安・懸念を交換する時間が設けられている
- ✓ 自分の行動の見直しや周囲へ情報を共有する等、イベントの後に活用できる情報がある
- ✓ 企画者が、参加者から情報を得て、今後のリスクコミュニケーションや業務に活用する意識がある

実際には、すでにリスクコミュニケーションが定例化・定型化している例も多いと思われます。また、業務の優先度の違いから、すぐにすべての特徴を取り入れるのは現実的ではありませんが、効果的なリスクコミュニケーションのためには、中長期的かつ持続的な取組の積み重ねが重要です。加えて、マニュアルやガイド以上に、コミュニケーション相手と向き合い、関係を構築する努力が大切です。本ツールキットを参照するとともに、実際のコミュニケーション相手の反応をみながら、リスクコミュニケーション方法を継続的に改善することが重要です。

目次

このツールキットについて.....	1
目次.....	2
1. 企画	3
ツールキットでの企画の手順	3
(1) 企画書（フォーマット）への記入	7
(2) 企画の留意事項と評価指標の確認	9
(3) 双方向性を確保するための工夫の決定	12
(4) 進め方と時間配分の検討	13
(5) テーマに沿った資料やアンケートの作成	14
(6) 進め方、資料の確認	15
(7) コミュニケーションイベントの実施	16
(8) コミュニケーションの評価と改善点の抽出	17
2. 情報提供資料作成	18
(1) 食品安全委員会が作成し、地方自治体でも活用可能な資料とアンケートひな形	18
(2) 資料作成の留意事項やポイント	18
① 伝えたい情報や重要事項の明確化	18
② 構成・説明の順番の検討	18
③ 参加者の疑問や思考に沿った説明の仕方、構成上の工夫（一般の方向け）	19
④ スライドのデザインの工夫	20
参考資料 1：企画書の補足	23
(1) 参加者の満足（どんなイベントに満足感を感じるか）	23
(2) 対象者（詳細）	24
(3) 開催のねらい	26
<対象者が事業者等の場合>	26
<対象者が事業者ではない場合>	27
(4) テーマ（参考）	28
<テーマの具体例>	28
<最も伝えたい・覚えて帰ってもらふこと（テイクホームメッセージ）の例>	28
参考資料 2：イベントに向けての準備	29

1. 企画

ツールキットでの企画の手順

ツールキットを使った企画手順は以下の通りです。

〈ツールキットを用いたコミュニケーションイベントの企画手順〉

- (1) 企画書（フォーマット）への記入
日時、イベント等の時間、実施方法・場所、対象者、
テーマ、開催のねらい、期待する効果と効果測定方法、
コミュニケーション結果のリスク管理活動等への活用方法
- (2) 企画の留意事項と評価指標の確認
- (3) 双方向性を確保するための工夫の決定
- (4) 進め方の検討
- (5) テーマに沿った資料やアンケートの作成
- (6) 進め方、資料の確認
- (7) コミュニケーションの実施
- (8) コミュニケーションの評価と改善点の抽出

活動に先立ち、企画におけるチェックリストを確認しておきましょう。

活動のチェックポイントリスト

企画の際のチェックポイント

- 前回のイベント等の改善点があれば把握しましょう
- 想定される参加者の考え方や価値観、ニーズ等を把握しましょう
- 想定される参加者がどのようなイベントに満足感を覚えるか考えましょう
- コミュニケーションのねらいや評価指標の設定などを行きましょう
- ねらいに対して適切な企画になるよう工夫しましょう
- 可能なら、新しいテーマや手法に取り組んでみましょう
- 双方向性を確保するための工夫を取り入れましょう
- 参加者にとって満足感を感じるイベント企画になっているか確認しましょう
- コミュニケーション準備の際には、以下の確認を行きましょう

進め方・時間配分の確認

- 参加者にとって、無理なく参加できるイベントの長さか
- イベント開始直後の「注意事項の伝達や開催挨拶」やアンケートの回答時間が考慮されているか
- イベントの「開催のねらい」は明確か
- 参加者や「開催のねらい」に対して、適切な「双方向性」の程度が検討され、イベント内に反映されているか
- 司会進行役、情報提供者が、進め方・時間配分を把握しているか
- (イベント内で記録をとる(写真、動画など)場合)参加者の許諾を得ているか

情報提供資料のチェック

- 参加者にとって、適切な情報量・情報密度か
- 参加者にとって適切な難易度か
- 高度に専門的・マニアックな内容になっていないか
- 参加者が読みやすい文字の大きさ・書体、文章(日本語)になっているか

- 小さい文字、あるいはつぶれや他の図や文字と重なっていて読めない図などはないか
- 参加者が読みやすい色や配置・デザインになっているか
- 参加者にとって耳慣れない単語（専門用語や略語）がないか
あるいは専門用語や略語の解説がされているか
- 参加者にとって興味・関心がある内容か、あるいは参加者に興味・関心を持たせる工夫（よくある疑問・誤解の紹介、身近な事件・事故の提示、意外な事実の提示）があるか
- 参加者が共感する「問題意識」が提示されているか
あるいは、「参加者がなぜそれを理解する必要があるか」が伝わる内容・構成か
- 「最も伝えたい・覚えて帰ってもらいたいこと（テイクホームメッセージ）」は明確か
- 目次や要点スライド等で「本日の内容」が示されているか
- 図やイラスト、写真の著作権は問題がないか
- 無意識の固定概念、バイアス（例えばジェンダーバイアス）などにより、誰かを傷つける内容になっていないか
- 情報の出典は明らかか

アンケートのチェック

- アンケートの分量は多すぎないか
- （個人情報を収集する場合のみ）個人情報の取り扱いについての記載があるか
- アンケートの目的が記載されているか
- 各設問の文章はわかりやすいか
- 設問の選択肢はわかりやすいか

当日のコミュニケーションのチェックリスト

- 身だしなみ、表情、話し方などに気を付けましょう
- 参加者の様子を見ながら、それに応じた情報提供や進行をしましょう
- 参加者の意見や考え方に耳を傾けましょう
- 疑問・質問に対して真摯に丁寧に対応しましょう

- 参加者に対する理解を深める意識を持ってのぞみましょう
- 参加者との交流等を通じて、食品安全に関する新たな懸念や課題を発見できるよう努めましょう
- 情報発信・イベント等の改善点を見つけたら記録し、次の機会に活かしましょう

終了後のチェックリスト

- このチェックリストを見直しましょう
- 関係者と反省会等を行う等して、良かったことと改善点を共有しましょう
- 改善点等はまとめて、記録して残しましょう

(1) 企画書（フォーマット）への記入

企画書の例を次ページにお示します。本企画書を記入しながら、基本情報を整理します。

このうち「対象者」については、特に重要な項目として「どんなイベントに満足感を感じるか」の欄を設けました。この項目を考える際には、「属性」「知識度」「興味関心度」が参考になるでしょう。より深く参加者のことを知り、企画に反映したい場合は、末尾の参考資料の(1)参加者の満足度（どんなイベントに満足感を感じるか）及び(2)対象者（詳細）の質問表を使用してください。

また、「開催のねらい」について、同様に末尾の「参考資料1：企画書の補足」の(3)に具体的なねらいの例を示しています。こちらも参照してください。

「テーマ」及び「最も伝えたい・覚えて帰ってもらいたいこと」については、対象者の興味関心は尊重されなければなりません。また、「伝えるべきことは伝える」ことも重要です。特に、対象者が飲食など食品安全に関係の深い事業者の場合、その事業者が取り組むべき食品安全上重要な課題をテーマにするのもよいでしょう。

対象者が事業者以外の場合には、明確な不安・疑念を含むイベントのテーマに関するニーズがなければ、企画者側で自由にテーマを決定できます。

社会や地域の話や季節毎のイベントと関わりがあるテーマだと対象者にとってなじみやすいでしょう。可能な限り、「前回とまったく同じタイトル・内容」は避けましょう。

（前回と似た内容を扱う場合は、情報の出し方、例示、事例など、どこかに変化をつけましょう）

【双方向型】情報発信・リスクコミュニケーション企画書 (コミュニケーションイベント等)

項目		記入欄
日時		
イベント全体の時間 及び 双方向のプログラム時間		分 (うち 分が双方向的なやりとり)
実施方法		対面 / オンライン / 対面とオンライン併用
開催場所		【対面の会場の情報】
対象者	団体名称や特徴等	
	属性 該当するもの すべてに○	事業者 / 一般消費者 / 次世代層 (小学生 / 中～高生 / 大学・専門学校生) / 食品安全上の高リスク者 (妊婦 / 高齢者 / 乳幼児保護者)
	知識度	(食品安全に関する知識は) ほぼない / あまりない / ややある / ある
	興味関心度	(食品安全への興味関心は) 低い / やや低い / やや高い / 高い
	どんなイベントに 満足感を感じるか	
テーマ		最も伝えたい・覚えて帰ってもらいたいこと (テイクホームメッセージ):
開催のねらい		当てはまるものに○: 意識向上 / 知識獲得 / 不安軽減 / 関係構築 / その他
期待する効果と 効果測定方法		
コミュニケーション結果の リスク管理活動等への活用方法		

(2) 企画の留意事項と評価指標の確認

進め方の検討や、資料を作成するにあたって、あらかじめこの企画の評価指標（どうなったら成功と言えるか、効果測定）や検討に際しての留意事項を整理しておきましょう。

進め方を決め、資料を作成し終わった後、ここで確認した留意事項について、適切な進め方や資料になっているかのチェックを行います。

一般的な留意事項は以下の通りです。この留意事項は、イベントに対する参加者の「満足度（また参加したいと思う）」に影響します。「満足度」が高いと、開催のねらいの達成率も高まります。

以下の枠内に示している留意事項に加えて、開催のねらいに照らし合わせて適切な内容になっているかを確認します。

<企画（進め方の検討や資料作成）にあたっての留意事項>

- ✓ 参加者にとって、無理なく聞ける情報量（及び説明時間）になっているか
- ✓ 参加者にとって適切な難易度になっているか
- ✓ 参加者にとって興味・関心がある内容になっているか
あるいは問題意識を抱くなど、意義のある内容になっているか
- ✓ 参加者にとって耳慣れない単語（専門用語や略語）がないか
あるいは専門用語や略語の解説がされているか
- ✓ 参加者が読みやすい文字の大きさ・書体、文章（日本語）になっているか
- ✓ 参加者が読みやすい色や配置・デザインになっているか

「開催のねらい」に対する評価は、評価方法によって、3つのやり方に分けられます。

1つ目は、アンケートのうち選択式の設問等で参加者や第三者が定量的に評価する方法。

2つ目は、アンケートのうち自由記述式の設問に対する回答等をもとに、実施者が評価する方法。

3つ目は、実施者が、アンケート結果だけでなく、企画から実施までの流れや実施者自身の行動を内省的に振り返り評価を行う方法です。

1つ目及び2つ目は、コミュニケーション結果に対する評価¹であり、参加者に対して行うアンケートに評価指標に関わる設問を取り入れます。

具体的な評価方法及び設問の具体例を次のページに示しますが、この時点では、具体的な評価項目をチェックするに留め、アンケートの設問として作りこむのは、具体的な情報提供内容や進め方が決まった後（(5)テーマに沿った資料やアンケートの作成時点など）がよいでしょう。

¹ 3つ目はコミュニケーションのプロセスに対する評価です

3つの評価方法と設問の具体例

① アンケート等の選択式設問への回答として参加者や第三者が定量的に評価

- ・ 尺度法での設問に対する回答割合を評価するもの
例：4件法（そう思う、ややそう思う、ややそう思わない、そう思わない）
 - ○○について意識が変わりましたか
 - ○○について理解が深まりましたか
 - ○○について納得しましたか
 - ○○についての不安や懸念は解消されましたか
 - ○○に関するリスク管理に自信が持てましたか
 - 本日の内容を誰かに話したい・伝えたいと思いますか
 - 本日の講師にまた話を聞きたいと思いますか
 - また参加したいと思いますか など
- ・ 複数選択式の設問の選択割合から評価するもの
 - 本日のイベントで、特によかった内容をすべて選んでください
 - ○○について、これからどのようなことに気を付けたいと思いますか
当てはまるものをすべて選んでください など

② アンケート等の記述式設問等の回答結果に対し実施者が評価

- ・ 内容に関わる○×クイズなど正答率を評価するもの
 - 本日の内容で、正しいと思うものを選んでください
- ・ 記述式の回答の有無や内容から評価するもの
 - 今回新しく知ったことや大事だと思ったことがあれば教えてください
 - 追加の質問やわからなかったことがあれば教えてください
 - 本日のイベントへの要望や改善点を教えてください など

③ 実施者自身の内省的評価（コミュニケーションのプロセス評価）

- ・ 対象者の考え方や価値観等を把握・理解しましたか
- ・ 対象者の状況（興味関心、知識、不安）、考え方や価値観、ニーズに対応する努力をしましたか
- ・ コミュニケーションのねらいや評価指標の設定などを行いましたか
- ・ ねらいに対して適切な企画になるよう工夫しましたか
- ・ 双方向性を確保するための工夫を取り入れましたか
- ・ 前回のイベント等の改善点を反映しましたか など

<補足>

各イベントの評価は、ひいては食品衛生部局のリスクコミュニケーション活動の評価（効果測定）にも関係します。

例えば、以下に、「食品に関する科学的知識の普及」における効果測定指標²を記載します。「定量的」な効果測定指標のうち「各情報発信・イベントの目標の平均達成度の向上」は、各イベントで「開催のねらいの達成度」を測定するという前提のもとで記載しています。

具体的に期あるいは年間で業務目標等を定めている場合には、業務目標との関係が明確になるような各イベントの効果測定指標を選ぶことも重要です。

効果測定指標		
短期	定性的・主観的	<ul style="list-style-type: none"> 対象者や共同企画者等からフィードバックを得た 対象者の考え方や価値観等を把握・理解した 対象者から見た取組等に対する考えを知った やりとりから新たな懸念や課題を発見した 情報発信・イベント等の改善点を発見した 対象者等からのフィードバックに基づき、資料やイベントの改善に取り組んだ 新しいテーマや手法に取り組んだ 参加者等に対する理解が深まった 参加者等との関係を構築・維持・改善した
	定量的	<ul style="list-style-type: none"> 各情報発信・イベントの目標の平均達成度の向上 事業計画等で定めたイベント実施回数・参加者数の達成有無
長期		<ul style="list-style-type: none"> イベントへのニーズの増加 (開催要望の数、各イベントの定員に対しての参加希望者数) 情報発信における影響力の強化 (SNS等のフォロワー数、平均拡散数等)

² ここでの「短期」は、1年あるいは半期を、「中長期」は2~5年を想定しています。

(3) 双方向性を確保するための工夫の決定

双方向・多方向での情報交換は、リスクコミュニケーションにおいて重要です。

参加者が、情報提供者から受け取った情報をもとに自ら考えたり、考えたことを表現する機会があると、理解度がぐっと高まります。

双方向・多方向での情報交換のタイミング、手段、内容について整理しましょう。

また、参加者と企画者間の情報交換のみならず、「参加者同士」の情報交換も有意義です。情報交換結果をいくつかの組・グループに発表してもらい、全体で共有するのもよいでしょう。

下記の「(参考) 双方向性を確保するための工夫」をもとに、情報交換の仕方を決めましょう。

情報提供内容が整理できたら、おおよその流れと時間配分を決めます。

多くの参加者は、情報交換・意見交換が始まった直後は遠慮がちです。プログラム上の情報交換・意見交換の時間は10分以上確保するとよいでしょう（他のプログラムで想定上の時間がかかってしまった場合のバッファ時間としても利用可能です）。

(参考) 双方向性を確保するための工夫

	仕方	補足
タイミング (いつ)	情報提供前	アイスブレイクとしても有用。情報提供者側が参加者の理解度や考えを知る手段にもなる
	情報提供の間	休憩や息抜きとして
	情報提供の後	情報提供内容を咀嚼するための参加者間での対話や、参加者から企画者への質問等
	随時	オンライン形式の場合のみ
実施方法 (どうやって)	投票	色のついたカードやオンライン投票ツールなど 意向調査、クイズ等による理解度確認に利用可能
	自由記述	ふせんへの記入、チャット欄への記入など 質問や意見の表明に利用可能
	対話	自由な意見交換 オンラインの場合はブレイクアウトセッションなど
情報交換内容 (なにを)	疑問	(主に事前) 聞きたいこと (事後) わからなかったこと
	理解	(事後) わかったこと
	気づき	(事前) これまでの認識、自分の周りの状況 (事後) 認識の変化、新たな疑問
	意思表示	(事後) この後調べてみよう、やってみよう、注意しよう、 他の人に伝えようと思うこと

(4) 進め方と時間配分の検討

ここまでで、イベントのテーマ、企画時の留意事項・評価指標、双方向性を確保するための工夫が整理できました。資料の作成前に、大まかな時間配分を確認します。

イベント開始にあたっての注意事項の伝達にも時間を配分しましょう。例えば、イベントの記録（写真や動画）をとる場合には、注意事項であらかじめアナウンスを行う必要があります。

注意事項の伝達やあいさつ等を含めて、イベント全体の時間は 60～90 分を目安とし、2 時間を越える場合には、休憩を入れる必要があります。

休憩をはさむ場合には、45～60 分で区切るとよいでしょう。

イベントの時間配分（例）を下表にお示しました。

企画書での記載事項や双方向性を確保するための工夫について検討しながら、情報提供以外のプログラムの時間配分を決め、最後に残った時間が情報提供時間です。

ほとんどの場合、双方向・多方向での情報交換は、「開催のねらい」が何であっても、より効果的なイベントを目指すにあたって、効果的です。

中でも、「意識向上」を重視するイベントでは、参加者が自ら考える時間として「双方向・多方向の意見交換」の時間を長めに取り、「関係構築」を重視するイベントでは、「導入、アイスブレイク」や、「双方向・多方向の意見交換、質疑応答」の時間を長めに取るとよいでしょう。

また、アンケートを実施する場合には、イベント後にその場で記入することがほとんどです。アンケート記入完了までをイベントの時間として考えると、よりよいでしょう。

複数人が協力してイベントを実施する場合や、イベントの運営になれていない場合は、あらかじめ進め方や時間配分等について記載した「進行シナリオ（進め方及び台本）」を作成しましょう。

イベントの時間配分（例）

イベントのプログラム	おおよその時間配分
① 注意事項の伝達や開催挨拶	0～5 分
② 導入、アイスブレイク	5～10 分
③ 情報提供	45～60 分
④ 双方向・多方向の意見交換、質疑応答	10～15 分
⑤ まとめ、振り返り (及びアンケート記入、あるいはバッファ時間)	0～5 分

合計 60～90 分

(5) テーマに沿った資料やアンケートの作成

情報提供では、だいたいの場合、パワーポイントを用いた説明を行います。パワーポイントの1スライドにつき、だいたい1~2分程度で説明できる情報量を記載します（丁寧に言葉の定義などを説明すると、1つの情報につき、スライド2~3枚前後で説明することとなります）。

資料作成やアンケート作成には、食品安全委員会が作成し、地方自治体でも活用可能な資料とアンケートのひな形も参考にしてください。

情報提供内容は、イベントタイトルにもつながる「主なテーマ」と、それについて理解を深めるために必要な「食品安全の基礎知識（社会の仕組み、科学的知識）」で構成されます。

主な情報提供内容を下表に示します。

食品安全委員会が情報提供を行う場合には、食品安全の基礎知識についても一通り情報提供を行うこととしています。これは、特定の食品やハザード、リスク等について伝えることも重要ですが、それらの前提にある「食品の安全確保のためには、社会全体で『リスク評価に基づくリスク管理』を行うことが重要である」ことを伝えたいと考えているからです。

時間の関係上、「主なテーマ」についての解説が主な情報提供にならざるを得ない場合も、食品等のリスク管理の背景には、中立公正な科学的評価（リスク評価）があることを盛り込めるよう工夫して、情報提供の順番や、説明時間のバランスを決めましょう。

また、資料全体を通して見たときに、「最も伝えたい・覚えて帰ってもらいたいこと（テイクホームメッセージ）」が明確になるよう意識して作ります。

主な情報提供内容

分類	内容
食品安全の基本情報	<ul style="list-style-type: none"> 「食品」「安全な食品」の定義 身の回りの食品に含まれる危害要因 「リスク」の定義、リスクを管理し、付き合うための考え方 食品の安全確保の考え方と基本（リスクアナリシス） 日本の食品安全行政の全体像や役割分担（リスク評価機関・リスク管理機関の概要） 食品の安全確保において重要な事業者・消費者の役割と考え方
テーマ	<ul style="list-style-type: none"> テーマとした食品等による事故事例、件数 テーマとした食品等のハザード、リスク テーマとした食品等のリスクの管理方法（国・行政） テーマとした食品等のリスクの管理方法（事業者・消費者）、リスクとの付き合い方
補足	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治体の食品衛生部局等の概要、食品安全確保上の役割 リスク評価の具体的手法 信頼できる情報の判別方法、情報の獲得方法、情報源

アンケートには、最初に、アンケートの目的を明記しておくことが望ましいです。

個人情報（名前、住所、連絡先等）の収集は可能な限り行わず、もし行う場合は個人情報の取り扱いについて必ず記載してください。

各設問は、「(2)企画の留意事項と評価指標の確認」で確認した評価項目をもとに作成します。回答に必要な時間や労力も考慮に入れながら、聞きたい項目の取捨選択を行い、文章等を調整します。

アンケートの分量は「A4用紙片面」、あるいは「A4用紙両面」が目安です。

定期開催しているイベント等で、経年変化などを調べている設問等がある場合があります。これまでのイベントのアンケートを確認することも重要です。

ただし、各回のイベントの評価（効果測定）や改善に必要な設問以外を盛り込みすぎて、アンケートの設問量が多くなりすぎないように注意しましょう。

一般の方向けの「知識獲得」を重視するイベントでは、「誰かに話したい・伝えたいと思ったこと」の自由記述欄を設けると、「何が伝わったか」を実施者側で効果的に確認することができます。

「関係構築」を重視するイベントで、実施者がイベント後にフォローの手段と時間を確保できる見込みがある場合は、「イベント内で聞けなかったこと」の設問を入れると、イベント後の関係継続に効果的です。事後フォローが難しい場合は「次回以降で期待するテーマ」等を聞くのもよいでしょう。

特に、自由記述式の設問については、イベントの中に回答のための時間を設けると回答率を上げることができます。

食品安全委員会が作成し、地方自治体でも活用可能なアンケートのひな形も参考にしてください。

(6) 進め方、資料の確認

進め方を決め、資料を作成した後は、「開催のねらい」等に対して適切な進め方・時間配分かどうかを再度確認しましょう。（チェックポイントリストを使ってください）

企画者・資料制作者が自分で再確認するとともに、企画者・資料制作者とは別に確認者を設けると効果的に確認ができます。

(7) コミュニケーションイベントの実施

必要に応じて、「進行シナリオ（進め方及び台本）」等を作成したり、想定 QA を作成したり、発表練習を行った上でコミュニケーションイベントを実施しましょう。

イベント開催に向けた具体的準備については、「参考資料 2：イベントに向けての準備」を参考にしてください。

身だしなみ、話し方（声の抑揚やスピード）、表情などに気を付けながらコミュニケーションを行います。情報提供の際は、参加者の様子をうかがいながら進めると有効です。

明らかに「わからない」表情をしている参加者がいる場合は、情報提供の途中で一度区切って、対話しながら進めたり、途中で質問の時間を挟むのもよいでしょう。

質疑応答では、1つの質問や事実確認だけでなく、複数の疑問点を含む質問が行われたり、情報提供者に対して政治的・倫理的な考えの表明を求めたり³、逆に意見の表明などが行われる場合があります。

以下に、質疑応答時のコツを記載します。

一呼吸おいてから、質問者の発言の一部を「復唱」しながら、回答・コメントを行うと効果的です。

<質疑応答のコツ>

- ・ 質問の意図や論点（疑問点、懸念点）などを明確にする。必要に応じて質問者に確認したり、復唱する
- ・ どの質問について、回答を行うかを明確にしてから説明する
- ・ 質問者の不安や懸念（時に不信感）、あるいは不安や懸念の根底にある価値観を否定しない（可能であれば、尊重する）
例：子どもが食べるものなので嫌だ
→ 子どものことを大切に思って日々気をつけている など
- ・ 多様な価値観を認めた上で、「科学的事実として言えること」と、科学的事実を踏まえた自分の考えを示す（最終的な判断は、質問者に任せる）
- ・ わからないことはわからないと答える
- ・ すべての質問に答えられない場合は、なぜ答えられないかを説明する
直接の回答にはならないものの、参考になる情報を示せる場合には、その旨を明言し、情報を示す

³ 遺伝子組み換え食品、ゲノム編集食品についてなど

(8) コミュニケーションの評価と改善点の抽出

コミュニケーションイベントの後には、全体を振り返って評価を行い、改善点を抽出します。

参加者アンケートの結果を集計し、「(2)企画の留意事項と評価指標の確認」で選定した評価指標を見ながら、コミュニケーションの結果とプロセスの両方について評価を行います。

コミュニケーションの結果については、アンケート結果から評価できます。

コミュニケーションのプロセスについては、企画・実施者自身が、アンケート結果だけでなく、企画から実施までの流れや実施者自身の行動を内省的に振り返り評価を行います。

ツールキットの最初の「チェックポイントリスト」を見ながら、どのような点に気を付けて取り組んだか振り返ってください。

時間や余力がある場合には、第三者にコミュニケーションイベント全体に対するレビューを依頼するのも有用です。

逆に、なかなか時間や余力がない場合は、次回に向けた改善点を 1 つ以上整理するなど、できる範囲のことを継続的・意識的に行うことが重要です。

2. 情報提供資料作成

資料作成の留意事項やポイント

Microsoft の PowerPoint を用いて一般の方（大人向け）の情報提供用の資料を作成する際の留意事項やポイントを5つ、紹介します。

① 伝えたい情報や重要事項の明確化

配置やデザインの工夫によって、見映えのする資料に近づけることができますが、「何を伝えたいか」が明確になっていることが必要不可欠です。

資料全体として最も伝えたい・覚えて帰ってもらいたいこと（テイクホームメッセージ）を明確にしましょう。更に、テイクホームメッセージの内容を補足・説明する重要事項（キーメッセージ）を整理します。

テイクホームメッセージやキーメッセージは、必ずスライドに文字として記載します。

② 構成・説明の順番の検討

物語の「起承転結」と同じように、情報提供も「説明の順番（構成）」が重要です。

目次を作成したり、タイトル・サブタイトル（可能であればそのスライドのキーメッセージ）のみを入れたスライドを作って並べてみたり、伝える情報を記載したふせんを並べたりして、説明の順番を検討すると、よりよい構成にできます。

また、話題が変わる際には「セクション扉」を使用して、情報の全体像と、そこまでに何を話したか、これから何を話すかを丁寧に共有しましょう。

説明を「道案内」に例えると、目次が「地図」、セクション扉が「現在位置（GPS 位置情報）」です。参加者を迷子にさせないためにも目次は必ず作成しましょう。

また、資料を用いて、声に出しながら発表の予行練習をすると、流れの不自然さや情報の過不足が見えてきます。資料作成の最中にも、声に出しながら発表の練習をしながら、構成の妥当性を確認すると改善につながります。

なお、資料の構成については、順番に系統立てて物事を説明していく構成が考えられます。もともと食品安全に興味関心や知識を有する人など、「食品安全に関する知識の全体像」がつかめている場合には、系統立てられた説明でも理解が進みますし、後から資料を見た場合に、求める情報がどこにあるかわかりやすいというメリットがあります。

ただし、一般の方向けの場合、「全体像」がつかめないと、情報に対する理解度が高まりません。そのため、説明の順番を工夫する必要があります。有用なのは、参加者の疑問に沿って説明を進めることです。テーマに対する参加者の疑問を並べて、理解しやすい順番に並べ替えると効果的です。（詳しくは次の項目にて）

③ 参加者の疑問や思考に沿った説明の仕方、構成上の工夫（一般の方向け）

一般の方にとっては、法律やリスク評価などよりも、「具体的な役立つ知識やノウハウ」を求める傾向があります。ただし、「役立つ知識やノウハウ」を実際に活用していくにあたっては、その背景にある科学的な基礎知識や食品安全の考え方の理解も重要です。

そのため、「参加者が聞きたいこと」と「実施者が伝えたいこと」をうまく関連付けて説明を進めます。

そのためには、説明の最初の導入と、説明順序及び話題転換時の工夫が有効です。

まず、説明の導入時に参加者を「聞きたい」と思わせるように情報を出します。

クイズや問いかけの形を利用して、「なぜこのテーマについて話をする必要があるか」を説明したり、思わず聞きたくなる「意外な知識（トリビア）」で、「聞くといいことがある」という認識を共有してから始めるとよいでしょう。

例えば、「かび」について、以下のような導入が考えられます。

i. クイズや問いかけ：

- ◇ 「かび」が生えた食品…どうしますか？
 - 「かび」が生えていない部分だけ食べる
 - 「かび」が生えていない部分だけ、加熱して食べる
 - 「かび」の色や、かびが生えた食品の種類によっては、「かび」が生えていない部分だけ食べることもある
 - 食べない

ii. クイズや問いに対する解説と意外な知識（トリビア）の提示：

- ◇ 「食べない」が正解
 - 一見「かび」が生えていないように見えても、実は「かび」が生えている
 - 「かび」に毒があるかは、色ではわからない
 - 「かび」の毒は、「ゆでる」「焼く」では分解しない
- ◇ 「お腹を壊すだけ」ではない
長い時間・何度も取り続けると健康に悪影響がでる恐れがある

iii. 聞くといいことがあるという認識の共有：

- ◇ 身近だがよく知らない「かび」の毒性がどのようなものか、
「かび」を発生させない方法や、「かび」が生えてしまった場合の
対応、今後気を付けることなどについて、科学的評価に基づいてお話し
します

次に、説明順序を整えつつ、話題転換時に改めて「聞きたい」と思わせるよう工夫します。

話題転換時に、「ここまで〇〇の話をしました。△△はどうなっているでしょうか」「そのため〇〇で対応することになります。具体的にその仕組みについて紹介します」など、そこまでの説明では、解消できない疑問に答えようとしていることを宣言します。

そのためには、各説明内容の順番も大切です。

構成を決める際に、説明内容に対応する「参加者の素朴な疑問」を書き出して、より自然な順番を検討するとよいでしょう。

例えば、「リスクアナリシスの仕組み」ひとつとっても、「国としてどうやって安全を確保しているの?」「誰がやるの?」「ほかの国ではどうなっているの?」などの疑問に変換できます。

例えば、「かび」について、以下のような疑問の流れ・説明順序が考えられます。

- i. なぜ、今、「かび」について話すの?
- ii. そもそも「かび」とは何? (定義や身近な用途など)
- iii. 私たちの健康や食生活にどのような影響を与えるの?
- iv. 日本の食品安全の仕組みでは、どのように扱われているの?
- v. どのようなリスク評価が行われ、どのような評価結果があるの?
- vi. どのようにリスク管理されるの? (誰が管理しているの?)
- vii. 私たちは、かびのリスクにどう対応すればいいの?
- viii. 特に注意が必要なことは何?
- ix. 万が一「かび」を摂取してしまった場合はどうしたらいいの?
- x. もっと知りたい場合、どうしたらいいの?

④ スライドのデザインの工夫

内容が同じなら、見やすい・読みやすいデザインである方が、理解が深まります。

特に気を付けるのは「余白」「色」「整列・統一」です。

- ・ 余白

文字の読みやすさは、文字の大きさに加えて、余白とのバランスが大切です。

文字が大きくても、行間が詰まっていたり、文字と文字が詰まっている場合、読みづらくなります。

また、スライドの左右上下も、一定の余白を設けるとよいでしょう

- ・ 色（数）

重要なキーワードなど、文字の色を変えて強調することも必要ですが、色の数が多いとかわって理解を邪魔するため、使用する色は、3色程度におさえるのが基本です。

この3色はベースカラー、メインカラー、アクセントカラーとも呼ばれます。

余白や背景に使うのがベースカラー、タイトルやデザインに多用されるのがメインカラー、全体を引き締めたりメリハリをつけたり最も重要な事項を目立たせるために使われるのがアクセントカラーです。

それぞれの比率が、ベースカラー70%、メインカラー25%、アクセントカラー5%になるようにバランスをとるとよいといわれます。

基本の3色に、更に色を足す場合も、メインカラーを薄くした色、メインカラーと似たトーンの色、グレーなどを利用し、情報を邪魔しないように気を付けましょう。

- ・ 色（色の選び方）

メインカラー、アクセントカラーには、「落ち着いた色」を使いましょう。

いわゆる蛍光色やチカチカする色（彩度や明度が高い色）は、理解の邪魔になるのでやめましょう。

また、可能な限り「カラーユニバーサルデザイン」になるよう作成しましょう。

色覚障害の方だけでなく、「誰も」が見やすいデザインとして多くの自治体で、「カラーユニバーサルデザイン（CUD）」として取り入れられ、ガイドブック等が整備されています。色覚障害に応じた色の見え方のシミュレーションができるスマホアプリの利用も便利です。

- ・ カラーユニバーサルデザインガイドブック（鳥取県）

https://www.pref.tottori.lg.jp/secure/954753/CDU01_CUD20.pdf

- ・ カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット ガイドブック（第2版）

（制作・発行：カラーユニバーサルデザイン推奨配色セット制作委員会）

https://www3.dic-global.com/dic-graphics/navi/color/pdf/cud_guidebook.pdf

- ・ 整列・統一

何かズレがあると本能的に気になるものです。

スライドの中に複数の図が並んでいる場合は、その上下あるいは左右の位置を揃えます。

文章の開始位置も、見出しは見出し同士、本文は本文同士、そろえるようにしましょう。

また、意図的な強調や表現以外では、文字のサイズやフォントを変更しないのも重要です。

なお、フォントについても、色と同様、可読性、表示適性、視認性、識別性に配慮した「誰も」が見やすく読みやすい、「ユニバーサルデザインフォント」があります。このツールで標準として使用しているメイリオと Segoe UI は、ユニバーサルデザインを意識されて作られ、視認性が高いフォントなのでおすすめです。

最後に、資料作成における「よくある落とし穴」を紹介します。特に重要な「落とし穴」はこのツールの中の「チェックリスト」に反映していますが、より細かく記しています。

<資料作成における「よくある落とし穴」>

- ・ 目次がない、目次にないスライドが挟まっている
(参考スライドは除く。ただしどのスライドの参考情報かを明確にすること)
- ・ 論理に飛躍がある
- ・ 流れが不自然 (スライドをいったりきたりする)
- ・ 何が言いたいかわからない (プレゼン全体/各スライド)
- ・ 口頭で述べたい重要な事項が記載されていない
- ・ 専門用語や略語が使われているが、解説されていない
- ・ 提案の根拠になるデータ (数字) が欠けている、データが怪しい (出典が明らかでない)
- ・ 提案や説明に不要で専門的すぎる (マニアックすぎる) 情報がある
- ・ 情報の対応関係が不明確、各スライドタイトルと中身が対応していない
- ・ 使用している色が多すぎる (ちかちかする)
- ・ 余白が少なすぎる
- ・ フォントや文字の大きさがそろっていない
- ・ 文字が小さい、あるいは図がつぶれたり重なっていて読めない
- ・ 著作権上問題のある図や写真が使われている (人の顔が入った写真には特に注意！)

参考資料 1：企画書の補足

(1) 参加者の満足（どんなイベントに満足感を感じるか）

イベント等に満足感を感じた参加者は「また別のイベントに参加したい」という感想を抱くことが多いです。また、イベントの開催者に対し好感を抱き、関係の構築にも有効です。

一見リスクについて十分伝えられていないと感じても、「その次の機会」を作り出すことができれば、それはリスクコミュニケーションに効果的なイベントになります。

何を伝えるかも重要ではありますが、「参加者にとって満足度の高いイベント」を目指しましょう。

「どんなイベントに満足感を感じるか」には、例えば以下があります。

- 面白い（興味深い）・楽しい
 - 知りたかったことを知る
 - 人に話したくなる知識を知る
 - ちょうどいい知識レベルで、ちょうどいい学びになる
 - ドキドキする・わくわくする（飽きない）
 - 他の人と話したり、交流する
- 役に立つ
 - 生活に役立つ知識（ノウハウ、裏技など）を知る
 - 事業、業務、勉強で必要な知識を得る
 - 交友関係やコネクションが広がる
- 場に十分参加できた
 - 参加を通じて、自分の専門性や強みを活かした社会貢献ができた（自信が高まる、自己実現ができる）
- 事前に期待した通りのものである
 - 肉体的・精神的な安全や安心に十分配慮されている
 - 参加前の期待に応える内容
 - 時間超過など、他の予定への影響への影響がない

他にも、長期休暇中の小学生等の保護者にとっては「信頼できる団体が主催するイベントへの参加」自体に意義を感じるものの、参加準備の労力が高いと不満につながる可能性もあります。

参加者にとっての満足を、想像しづらい場合もあります。

その場合は、よくあるイベント参加者の「不満」を書き出して、その逆を目指しましょう。

(2) 対象者（詳細）

各イベントのねらいや内容は、参加者がもともとどのような知識を有しているか、どのような意識（あるいは義務）で参加するかによって、大きく異なります。

食品を取り扱う事業者や食品を取り扱う業務への従事者は、知識度が高いと思われませんが、業務として義務で参加している、個々の参加意欲が低い可能性もあります。

対象者について理解を深めておくと、効果的にイベント開催のねらい、テーマ等を検討可能です。

対象者（想定する参加者）の興味関心、知識度に合わせたイベントとするためには、対象者を理解することが必要です。

以下の表の記入欄にマークし、対象者に応じた企画上の工夫事項を把握しましょう。

質 問	記入欄	対象者に応じた企画上の工夫
○ 想定される知識度に加え、参加意欲に考慮した難易度にしましょう		
・ 参加者それぞれが各自で申込みを行うイベントですか？	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 食品安全に関する知識や興味関心がか なり低い可能性があります <u>難易度</u> に注意しましょう
・ 参加者は、他者の要望や指示を 受けて参加している可能性があ ると思いますか (他者：上司、友人、教師、親 等)	はい/いいえ	・「はい」の場合、 食品安全に関する知識や興味関心がか なり低い可能性があります <u>難易度</u> に注意しましょう
・ 参加者は、強い学ぶ意欲がある と思いますか？*	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 <u>内容を詰め込みすぎないように気</u> を付 けましょう
○ 参加者の状態に応じた「開催のねらい」や「テーマ」にしましょう		
・ 参加者は、具体的な不安や懸念 を持っていますか？*	はい/いいえ	・「はい」の場合、 不安や懸念に応えましょう
・ 参加者は、食品安全に対する問 題意識を持っていますか？*	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 まず「食品安全に対する問題意識」を持 ってもらうことが重要です
・ 参加者は「業務」や「生業」とし て食品を扱っていますか？*	はい/いいえ	・「はい」の場合、 食の事故・トラブルなども伝えること で、適切なリスク管理教育を目指しま しょう
・ 参加者は、あなたやあなたの 協力者の役割や業務を よく知っていますか？	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 企画者（部署、機関）の役割を含む自己 紹介を行うと、関係構築につながりま

質 問	記入欄	対象者に応じた企画上の工夫
		す
・ 参加者は家庭等で、調理をしますか？★	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 どんな時に知識を活用できるか明確かつ具体的に示し、行動変容につなげましょう
・ 参加者自身が食品安全上の高リスク者ですか★	はい/いいえ	・「はい」の場合、 今回のテーマは、特に参加者にとって害が大きい・あるいは知られていないリスクに関する内容にすると、食品安全行動につながるでしょう
・ 参加者は、食品安全についての知識や信頼できる情報源を持っていますか？	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 デマへの注意喚起や信頼できる情報源の提示も有効です
○ 実施形式に関わる条件もチェックしておきましょう		
・ 参加者は、デジタルツールが利用できますか？	はい/いいえ	・「いいえ」の場合、 イベントは対面で行いましょう
・ 既存のグループや団体（消費者団体、学校のクラス、親子、家族）を対象としたイベントですか	はい/いいえ	・「はい」の場合、 参加者間での意見交換も有意義です

質問のうち★がついている項目は、企画書の「属性」「知識度」「興味関心度」と関連が深く、イベント開催のねらいやテーマにも特に影響する項目です。

各質問のうち、イベントの内容にかかわりそうな項目は事前に聞く、あるいはイベントの中で理解し、その後の時間配分や説明の仕方に反映するとよいでしょう。

(3) 開催のねらい

コミュニケーションイベントを通じて、①企画者及び参加者間の関係、②参加者の知識・認識、③企画者の知識・認識を変化させることが開催のねらいになるでしょう。

具体的に「どの変化が最も重要か」を検討することで「開催のねらい」が明確化されます。

特に、イベントの参加者が食品に関する事業者かそうでないかによって、イベントのねらいは大きく変わるため、下の2つの表のうちあてはまる方の表を使用して「開催のねらい」を選んでください。

なお、「最も重要なイベントのねらい」として選定したものが、企画書の「開催のねらい」に記載する項目になります。

<対象者が事業者等の場合>

最も重要なイベントのねらい1つに◎をつけてください。

その他にも特に重要だと思うねらいがあれば、2つまで○をつけてください。

チェック欄	ねらい	ねらいの種類	(参考) 企画上の工夫
	参加する事業者等の、食品安全に関する <u>意識</u> が向上する	意識向上	✓ 食品安全を意識する必要性等を重点的に説明するとよいでしょう
	参加する事業者の、 <u>食品安全全般</u> に関する知識(リスク評価と管理や食品安全行政など)が向上する	知識獲得	✓ 対象者に合わせて、参加意欲向上のための工夫が必要です。難易度にも注意しましょう
	参加する事業者等が携わる食品安全の <u>実務</u> に関する知識が向上する	知識獲得	✓ 知識が業務等にどう役立つか整理して伝えましょう
	参加する事業者等の、食品安全上不適切な行動が減る(あるいは、食品安全上 <u>適切な行動</u> を継続する)	行動変容	✓ 要点を明確に、一貫したメッセージを何度も伝えましょう
	参加者と企画者間でよい関係を構築・維持する	関係構築	✓ 参加者と相互に尊重し合う雰囲気と双方向性の確保に努めましょう
	参加者と企画者が、何らかの問題について、 <u>共に考えたり、対処</u> したりする	共考・協働	✓ 役割分担を明確化したり、前向きな気持ちで臨める場になるよう工夫しましょう
	企画者が、参加する事業者の <u>価値観</u> 、考え、現状を知る	相互理解	✓ 参加者が安心して発言したり考えを表明できるよう工夫しましょう

<対象者が事業者ではない場合>

最も重要なイベントのねらい 1つに◎をつけてください。

その他にも特に重要だと思うねらいがあれば、2つまで○をつけてください。

チェック欄	ねらい	ねらいの種類	(参考) 企画上の工夫
	参加者が、(これまで意識していなかった)「食品安全」という問題を知り、興味関心や問題意識を持ったり、身の回りの「食品のリスク」の感度があがる	意識向上	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 興味関心を惹く事例や社会のニュースなどを具体的に例示しましょう ✓ 全体を通して、「知ること」が自分や家族の健康を守ると伝えましょう
	参加者が、食品安全についてよりよい判断や行動をするための具体的な知識を得る	知識獲得	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 今、どんな問題があるのか、どう対処すればいいかを具体的に説明しましょう
	参加者が、不安、懸念を解消する	不安解消	<ul style="list-style-type: none"> ✓ まず不安等に理解を示しましょう ✓ 科学的知識を伝え、明確な危険は避けるよう助言しますが、個人の選択の自由に該当する部分は相手の気持ちを尊重しましょう*
	参加者が、食品安全上の重要性・緊急性が高いリスクの回避行動を行うようになる	行動変容	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 要点を明確に、具体的に、一貫したメッセージを何度も伝えましょう
	参加者が、今後も企画者から継続的に情報を得たり、イベントに参加したいと思う	関係構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 情報提供内容の有用感に加え、難易度や楽しさなどに意識を配り、満足感を高めることも有効です
	参加者と企画者のより良い関係が構築・維持される	関係構築	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 身近さや有能感を感じてもらえるよう企画者の自己紹介を確実に
	企画者が、参加者の価値観や考え、現状を知る	相互理解	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 参加者が安心して発言したり考えを表明できるよう工夫しましょう

※ 場合によっては、不安・懸念の本当の原因は「食」以外にあるかもしれません(例：他から孤立していることや、他のことに関する不安等)。メンタルケアも含めて必要な支援につなげることが重要な場合もあります

(4) テーマ（参考）

<テーマの具体例>

- ・食品やハザードから：じゃがいも、かび、食品添加物、農薬、遺伝子組換え食品、カフェイン、健康食品、食中毒（肉、ノロウイルス、魚、その他）、
- ・具体的な消費・生活場面から：妊娠時の食品安全、手洗い、外食・テイクアウト
- ・その他：食品安全行政やその仕組み、情報の適切な読み解き方、法律等の改正事項

<最も伝えたい・覚えて帰ってもらいたいこと（テイクホームメッセージ）の例>

- ・生の肉（豚肉、鶏肉、牛肉、ジビエ）は食べるな
- ・肉を切った後のまな板は熱湯消毒を
- ・ノロウイルス対策はせっけんと次亜塩素酸ナトリウムで（アルコールは効かない）
- ・加熱では死滅しない食中毒に注意
- ・魚の生食ではアニサキスに要注意
- ・妊娠時には食べるものに特に注意を
- ・カフェインは取りすぎない
- ・身近な食品にも危害要因が含まれている（カフェイン、じゃがいも、アクリルアミド）
- ・いわゆる健康食品は健康への害が生じた事例もある、付き合い方に注意
- ・安全かどうかは「量」で考えて！
（カフェイン、残留農薬、放射性物質、重金属、その他）
- ・いろいろなものをバランスよく摂取することがリスク管理でも大切
- ・食品の安全確保のために、社会全体でリスク評価に基づくリスク管理をしている
- ・イメージに基づく誤認や誤情報（例：無添加や自然のものが安全／良いもの）に流されず、知識に基づく判断が大事

こんなメッセージは、地域の状況に応じて注意深く検討を

- ・「プロが調理すれば安全」「飲食店ででてきたものなら安全」
「テレビで出ていたから安全」は間違い
（知識不足のまま危険なレシピ・メニューを提供（紹介）することもあるので要注意）

事実としてこのような問題構図もあるかもしれません。しかし、様々なステークホルダーとの距離が近い地方自治体から地域に幅広く情報発信等を行う際には、特定のステークホルダーを傷つけたり、不利な立場に追い込まないかという点にも留意しましょう。地域の状況や食品衛生・安全上の課題としての重要度によって、これらのメッセージが有効な場合もありますが、注意深く判断することが望ましく、一般的には、事業者等の安全確保が大前提の上で「みんなで気を付ける」という問題設定が有効です。

参考資料 2：イベントに向けての準備

- 1 企画
 - 1.1 企画書の作成
 - 1.2 (外部からの依頼・共催の場合) 開催団体との打合せ
 - 1.3 イベントテーマ・内容、実施方法の決定
 - 1.4 開催日時・場所決定
 - 1.4.1 (決まっていない場合) 講師候補選定・打診
 - 1.4.2 (決まっていない場合) 場所候補抽出・決定
 - 1.5 プログラム(進め方・時間配分)の作成
 - 1.6 参加申込方法の決定
- 2 周知・広報
 - 2.1 周知・広報方法の検討
 - 2.2 周知・広報物の作成、周知・広報準備
 - 2.2.1 ポスター・チラシ、ホームページ掲載情報の作成、メーリスによる案内文等の作成
 - 2.2.2 ポスター・チラシの必要部数の検討
 - 2.2.3 ポスター・チラシの配布・配架場所管理者との調整
 - 2.2.4 メーリス・ホームページ等管理部署との調整
 - 2.2.5 (印刷会社等を利用する場合) ポスター・チラシの印刷手続き
 - 2.2.6 周知・広報物の組織内確認・決裁
 - 2.3 周知・広報
 - 2.3.1 ポスター・チラシの配布・配架(管理者への発送)
 - 2.3.2 メール発信、ホームページへの掲載(管理者への依頼)
- 3 講師依頼手続き
 - 3.1 交通費・謝金・日当の有無の確認
 - 3.1.1 (必要な場合) 交通手段、移動経路等の確認
 - 3.1.2 謝金・日当金額の検討と連絡
 - 3.2 依頼状の要否の確認
 - 3.2.1 (必要な場合) 依頼状の作成・発送
 - 3.3 (必要な場合) 講演者の移動手段的確保
- 4 申込受付・問合せ対応
 - 4.1 申込者集計
 - 4.2 問い合わせ対応
- 5 会場準備
 - 5.1 対面の場合

- 5.1.1 会場の調査（広さ、備え付けの備品 等）
- 5.1.2 レイアウトの決定
- 5.1.3 プロジェクター、スクリーン、マイク等の確保
- 5.1.4 （必要な場合）講師控室の手配
- 5.1.5 （必要な場合）入構手続き
- 5.2 WEB、あるいはハイブリッドの場合
 - 5.2.1 オンライン会議アドレス（MTG リンク）の取得
 - 5.2.2 オンライン会議アドレス（MTG リンク）の送付
 - 5.2.3 オンライン会議ツールの操作の練習
- 6 資料作成
 - 6.1 情報提供プレゼン資料
 - 6.2 アンケート
 - 6.3 進行シナリオ（進め方及び台本）
 - 6.4 資機材リスト
 - 6.5 当日役割分担
- 7 前日までの直前準備
 - 7.1 共催者・依頼者、講演者との最終調整
 - 7.1.1 （必要な場合）参加者リストの共有
 - 7.1.2 資料確認
 - 7.2 資料印刷
 - 7.3 資機材確認
 - 7.4 資料及び準備物梱包・発送
 - 7.5 （WEB、あるいはハイブリッドの場合）接続確認、操作確認
- 8 開催当日（イベント直前、直後の対応）
 - 8.1 会場準備
 - 8.2 音声確認、画面共有確認
 - 8.3 講師お出迎え、挨拶
 - 8.4 受付（飛び込み参加者含む）
 - 8.5 （必要な場合）記録
 - 8.6 アンケート回収
- 9 事後対応
 - 9.1 謝金・日当の精算
 - 9.2 関係者へのお礼
 - 9.3 事後フォロー（質問への回答など）
 - 9.4 アンケート集計
 - 9.5 評価