

平成 25 年度
「リサーチ・アドミニストレーターを育成・確保するシステムの整備」
(研修・教育プログラムの作成)

22. イベント開催 関連業務

大阪大学 大型教育研究プロジェクト支援室
特任研究員 リサーチ・アドミニストレーター
岩崎 琢哉

目次

シラバス	1
1 はじめに	2
2 用語の確認	3
3 イベント開催の手順	4
3.1 イベントの要件定義を行う	4
3.2 組織内の過去の事例に当たる	4
3.3 組織外のマニュアルや同様の企画を調べる	5
3.4 イベントを企画する	5
3.5 スタッフの役割を決める	5
3.6 イベントを実行する	6
3.7 反省材料の確保	7
3.8 記録を残す	7
3.9 (参考) 講演者選びと開催時期の検討	7
4 イベント運營業務を外注する	9
5 イベント広報	10
6 研究広報・アウトリーチイベントの実行支援	11
6.1 実行支援の段階モデル	11
6.2 (参考) サイエンスカフェの実施マニュアル	12
7 研究広報・アウトリーチイベントのカイゼンに向けて	13
7.1 アンケート調査について	13
7.2 集計の効率化について	15
7.3 ゲストや部局へのフィードバックについて	15
参考文献 一覧	16
著者略歴	17

シラバス

研修科目名	イベント開催関連業務
形式	講義 1 回
目的 及び概要	イベント開催関連業務について、リサーチ・アドミニストレーターが知っておくべき基本的事項の習得。イベント開催を通して研究活動の支援・推進に当たる場合に用いるべき手法、留意点の習得。
キーワード	企画、要件定義、役割分担、外注、サイエンスカフェ、シンポジウム、イベントの評価、フィードバック
計画	1 はじめに（テーマの確認） 2 用語の確認（戦略、戦術など） 3 イベント開催手順の確認 4 外注時の検討事項 5 イベント広報 6 イベントの実行支援という考え方 7 カイゼンへの手がかかり
達成目標	イベント開催関連業務に関する基本的知識の習得。イベント開催のための手法、注意点についての理解。
教材・資料	
講師プロフィール※	大学等の研究組織で行われる広報・アウトリーチイベント開催実務において、企画ならびに実行のディレクション（総責任者）経験を持つリサーチ・アドミニストレーター。
対象レベル※※	初級・中級
想定される予備知識	大学学士課程修了程度の研究に関する知識と、大学における研究マネジメントを担う上で必要とされる基本的な知識を持っていることを前提とする。

※ 想定する講師のイメージ、要件

※※ 初級：経験年数 1～5 年*、中級：5～10 年、上級：10～15 年以上（スキル標準による定義）*経験年数は、エフォート率 30～50%を想定

第 1～3 章は『21.研究機関としての発信力強化』の内容とほぼ重複している。

1 はじめに

本テキストのテーマはイベント開催関連業務である。ここで想定しているイベントとは、研究活動に関する広報・アウトリーチイベントを指す。したがって本テキストでは、広報・アウトリーチイベントを行う場合の基礎知識として、基本的な進め方や注意点を取り扱う。

イベントに対するリサーチ・アドミニストレーターの関わり方は、2つある。

ひとつは、イベントの実行そのものを担当する立場である。もうひとつは企画立案や進捗管理を中心に、支援者として関わる場合である。各々の業務に要する基礎知識は同じと考えて、ここでは特に区別しない。

2 用語の確認

イベント開催関連業務とは、戦略、作戦、戦術といった「ものごとを決める段階」とロジスティクス、「実際の作業を行う段階」に大別できる。本テキストでは、それらの用語をおおむね下図のように使い分けている。

一段高い所から見れば、イベント開催関連業務自体が、研究組織本体の経営戦略、作戦、戦術のいずれかに組み込まれている。リサーチ・アドミニストレーターは、そうした入れ子の構造を忘れて眼前の業務にのみ没頭することはできない。

しかしながら本テキストでは、説明の都合上、イベント開催関連業務の内側だけに限って以下の四段階を用いながら説明を進める。

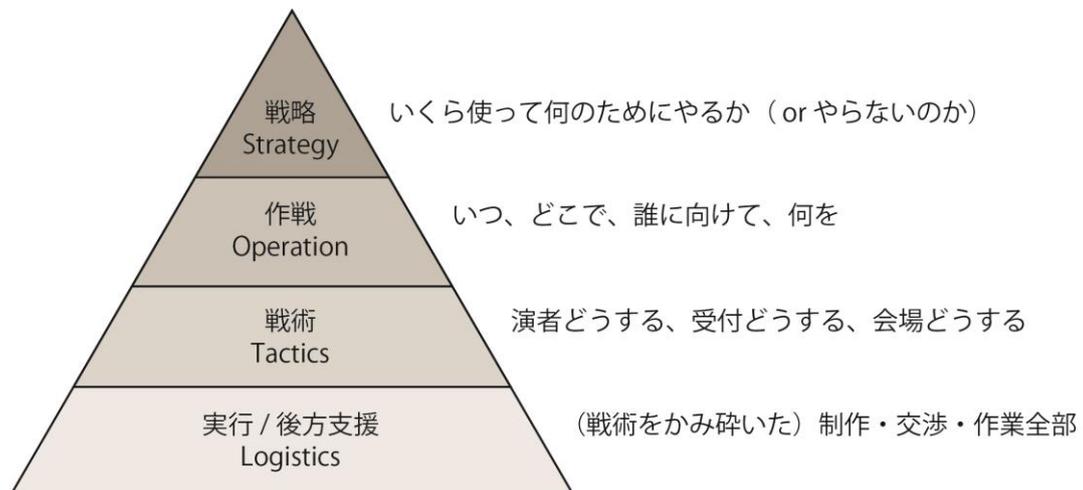


図 2-1 イベント開催関連業務における戦略・作戦・戦術・実行

3 イベント開催の手順

イベント開催関連業務の具体的な手順は以下の通りである。

表 3-1 イベント開催の手順

段階	内容
戦略～作戦の段階	3.1 イベントの要件定義を行う
戦術の検討	3.2 組織内の過去の事例に当たる 3.3 組織外のマニュアルや同様の企画を調べる 3.4 イベントを企画する 3.5 スタッフの役割を決める
実行段階	3.6 イベントを実行する
後片付け	3.7 反省材料の確保 3.8 記録を残す

3.1 イベントの要件定義を行う

要件定義とは何を作るかを最初に明確にする作業である。要件定義の際に、利用できる資源や条件の確認も併せて行う。下記の①～⑦の項目については、曖昧な部分を残さないようにしておきたい。

①～③の検討の結果、本来であればイベントを行わない選択もあり得るが、実務においては実行することが決まった後の要件定義も珍しくはない。実勢に合わせて読み替えて欲しい。

< 要件定義の主な項目 >

- ① 対象：誰のために
- ② 目的：何をするのか
- ③ 効果：①②の結果、何が実現されるのか
- ④ 期間：いつまでに
- ⑤ 予算：いくら使えるか
- ⑥ 関われる人
- ⑦ 使える施設

3.2 組織内の過去の事例に当たる

事務部門（庶務など）に対し、同様のイベントに関する過去の事例について照会するとともに、イベント計画の存在を伝え、今後発生しうる手続きについて包括的に助言を受けると良い。

内容とスケジュールを決めてから一方的に連絡するのではなく、企画の初期段階から助言を求めるのが肝心である。

3.3 組織外のマニュアルや同様の企画を調べる

似通った目的の企画は多数実行されているはずと考えて、車輪の再発明を回避する意味でも、既存のマニュアルや同様企画に対する調査を行いたい。

以下に準備期間 2～3 年、募集人員 1,000 名規模の国際会議を想定した詳細なマニュアルを紹介する。

日本政府観光局（JNTO）が提供する『国際会議マニュアル』
<http://mice.jnto.go.jp/convention/support/manual/index.html>

優れたノウハウは、今後も様々な形で公開され続けるに違いない。

3.4 イベントを企画する

3.1～3.3 を踏まえて、企画を行う。企画とは計画の具体化である。安全策を求められる場合は、過去の事例や学外のノウハウをベースにカスタマイズすると良いだろう。新しいアイデアを求められている場合は、過去の事例の切り貼りや、競合企画の寄せ集めに走らず落ち着いて要件定義に立ち返ってじっくり考える以外に道はない。

参考図書の『アイデアのつくり方』ジェームス・W・ヤングが助けになるだろう。

3.5 スタッフの役割を決める

イベントの大小にかかわらず、①～⑯のようなカテゴライズが可能だろう。それぞれには、さらにいくつかの項目が割り当てられている。

役割分担は戦術の階層に属している。スタッフの役割を決めるとはすなわち、すべての項目について「〇〇をどうするか」を決めることである。この際に、スタッフにどのような権限が与えられるのか、統括にはどのように報告するのかといった点は、組織としてのプロトコルが決まっているとしても、一度は確認し合う方が良いだろう。

※下記はイベントの規模に応じて適宜読み替えて欲しい。

- ① 統括：決定権の集約
- ② プログラム：講演、パネルディスカッション、人選
- ③ 事務局：運営に関する情報管理と進捗管理
- ④ 庶務：開催趣意書、招待状、主催／後援名義、招待者学内視察調整等
- ⑤ 会計：予算、決算
- ⑥ 招聘：交通手配、宿泊手配、招待者との連絡対応、送迎（新幹線、空港など）
- ⑦ 会場：会場予約、フロア計画、機器手配・動作確認
- ⑧ 受付：参加受付、登録システム、定員管理、名簿管理、決済状況の確認
- ⑨ 講演：講演内容調整、要旨収集
- ⑩ ポスターセッション：募集、受付、要旨収集
- ⑪ 要旨：要旨集の作成
- ⑫ 接遇：当日の招待者対応、昼食会
- ⑬ 懇親会：懇親会手配、会費徴収
- ⑭ 当日計画：人員配置計画（受付体制、案内、司会（原稿）、クローク、託児、プレゼン補佐、照明、空調、救急病院の確認、災害時の避難経路）、当日指示書の作成
- ⑮ 広報：告知・募集サイト、チラシ、ポスター、看板、プレスリリース、報道対応、記録撮影
- ⑯ 評価：アンケート、スタッフ（内部）アンケート、講演者へのフィードバック、報告書

3.6 イベントを実行する

イベントを台無しにする要素を考えておきたい。

司会、ファシリテーターなどの人的要因で、イベントの印象は全く異なる。周到的な準備が台無しになる場合がある一方、多くの難点があるにも関わらず高い評価を受ける場合もある。低い評価に終わるリスクは、人選と練習である程度は回避できる。

プレゼンに対する責任感が強い講演者は、会場とプロジェクターの仕様を確認してくるが、頓着しない人もいる。プロジェクターが旧型で輝度が落ちている、会場が広く小さな文字は見えない恐れがあるといったネガティブな条件は、解決するか、十分な時間的余裕を持って（演者に）情報提供する方が良いだろう。

高齢の来場者が多いイベントの場合は、救急病院や災害時の誘導経路について必ず確認が必要である。

こうした点については、3.3 で紹介した大型イベントのマニュアル

ルでも言及されており、参考になる。

3.7 反省材料の確保

来場者へのアンケートはマークシート方式を導入し、SQS: Shared Questionnaire System を活用して集計すると良い。いちどワークフローを組んでしまえば、1 時間で数百枚の処理も可能である。

スタッフアンケートについては、記憶がフレッシュな間に実施したい。(打ち上げや慰労会ではなく) 情報共有としての反省会も、イベント後数日以内に行う事が望ましい。

3.8 記録を残す

イベント終了時の企画書は、改訂を重ねた最終バージョンであろう。途中経過の主な議論と、その結果のどこがどのように修正されたかを盛り込んで残すと良い。〈なぜそうなったのか〉を知る手がかりを残しておけば改善しやすい。

3.7 のスタッフアンケートは、グーグルフォームを利用して、最初から文字情報で収集するとよい。後処理に十分な時間がかけられなくても、死蔵されにくく後で見直しやすい。

すべての情報を PDF などの電子データにすることが望ましい。紙の資料では仕事の場所を選び、かつ検索もきかない。PDF を検索可能文書にする場合、文字認識の正確さでは Acrobat XI の OCR 機能が優れている。なければ Evernote で代用できる。

3.9 (参考) 講演者選びと開催時期の検討

現実には講演者選びと開催時期の検討は切り離すことが出来ない。大学の場合は企画担当者が③～⑦を総合的に判断して案を出し、①②の兼ね合いで絞り込むことになるだろう。

- ① ゲストの都合 (業務状況、繁忙期)
- ② 大学総長、理事らの都合 (出席できるか)
- ③ 参加者の一般的な都合 (年末年始、クリスマスなどとの兼ね合い)
- ④ 大学の繁忙期 (入試、受験生向けイベント実施時期、試験など)

- ⑤ 同様の他のイベント、学会
- ⑥ 観光のハイシーズン（紅葉、祭りなど。ホテルが取りづらく航空券も割高となる）
- ⑦ 季節（台風、降雪など）

4 イベント運営業務を外注する

PCO (Professional Congress Organizer: 会議運営専門会社) は、準備から当日運営までの様々な段階で、受付システムの用意、撮影スタッフの確保、チラシや広報用ウェブページ制作、要旨集発行に関する編集業務一切など対応の幅が広い。具体的な社名の掲出は控えるが、事務部門に問いあわせて取引実績のある事業者に当たるのが良いだろう。また取引実績がなくても、各地に支社を置くような大手は数社に限られており、インターネット検索で容易に見つけられる。

シンポジウム後、全国紙に採録を掲載するなどのメディア展開を予定している場合は、PCO ではなく大手広告代理店に依頼する方法もある。PCO と広告代理店では守備範囲が異なるが、メディア展開の段階では、記事の構成や文案はもちろん、掲出時期の選択について具体的な助言を受けられるなど心強い。イベントそのものにおいて印象に残る演出が必要な場合も、広告代理店にはノウハウがあり、選択の幅が広い。このように、PCO と広告代理店ではそれぞれに得意不得意がある。

包括的な外注を行えば、相応のコストを覚悟しなければならないから、イベントの主旨を考えた正確な判断が必要であろう。

一方で、必要な機能だけをそれぞれの専門業者に外注する方法もある。

業務上の都合を理由に、自分たちで出来ること・本来はすべきことまで外注しはじめると、監理業務のウェイトが増す。直接的な準備作業をアウトソースした代わりに、監理業務が戻ってくる形で、実質的には主催者の人的コストが変わらないとすれば、外注コストの説明はきわめて困難になるのではないだろうか。外注のやり方を1つ間違えると、全体のコストをいたずらに押し上げるだけという事態も予想される。研究組織内で関連業務に精通した人や上席者の見解を得るなどして、慎重な判断が求められる。

5 イベント広報

広報に使える手段は、おおむね①～③のようになるだろう。いずれもつきつめれば名簿整理、人脈作りであるから平常時から行っておきたい。

記事の出稿スケジュールと担当者については、チェックリスト・一覧表を作るなどして、抜けがないように注意したい。

- ① チラシ・ポスター作成→関係機関に送付（リストが必要）
- ② ウェブサイトの記事作成→機関の公式ウェブサイトに掲出するとともに、関係者に連絡、情報拡散の協力を依頼する
- ③ メールマガジンで通知

印刷物を制作作業込みで外注すると、校正とチェックバックのやりとりが何度か発生して予想外の日数がかかる。

製版を自前で行えばオンライン入稿が可能な業者を利用できる。1日納期などの短納期指定が可能で作業クオリティが高く低コストである。こうした業者を活用できない理由があれば別だが、イベント広報などタイトなスケジュールをかいくぐって行う広報活動においては、強力なツールとなるだろう。

6 研究広報・アウトリーチイベントの実行支援

実行支援とは、研究機関内の各部門(大学であれば部局や研究所)が行う研究広報・アウトリーチイベントに対して、運営マニュアルの提供などを行う業務を指している。

これは、リサーチ・アドミニストレーターが研究広報・アウトリーチ活動の実施そのものを手がけるのではなく、担い手を増やすことで、機関全体としてのイベント開催ポテンシャルを高めようとする事業計画である。

6.1 実行支援の段階モデル

筆者の所属する大阪大学大型教育研究プロジェクト支援室 URA:University Research Administrator (リサーチ・アドミニストレーター) チームは、学内の研究支援関係者に対して (1) サイエンスカフェの実施マニュアルの提供、(2) 広報制作業務の協力、(3) ファシリテーターや撮影スタッフとしての参加協力などを行ってきた。これらは、次の四段階の展開を想定している。

表 6-1 実行支援の四段階

第 1 段階 (ノウハウ共有の段階)	部局等が企画するイベントで、URA の提供する実施マニュアルが利用される段階。
第 2 段階 (イベントでの協業段階)	プランナーやファシリテーターとして企画運営に参加する段階。
第 3 段階 (ネットワーク化の段階)	担い手を増やすために、計画的にトレーニング (OJT) を行う段階。
第 4 段階 (発展段階)	部局の個性を反映するなど、より発展的な段階へ。

2010 年～2013 年 10 月末までに、サイエンスカフェの実践例は 35 例あり、そのうち 27 例は支援室がポストアワード業務を預かる研究プロジェクトに対する直接的な支援である。

残り 8 例は部局の企画実施に際して実施マニュアルを提供すると同時に、支援スタッフとして参加したので、上表の第 1～第 3 段階の実践であると考えている。リサーチ・アドミニストレーター組織として見ると、ポストアワード業務を通じて開発したノウハウを、学内 URA ネットワークを経由して広めるとともに、まとまった件数の実践によるフィードバックを得て、マニュアルそのものを改良できる段階に入った。学内 URA ネットワークの整備が進めば、こ

うした循環がよい形で継続できると考えている。

6.2（参考）サイエンスカフェの実施マニュアル

配布しているサイエンスカフェのマニュアルは以下の構成である。マニュアルそのものはオーソドックスな内容であるが、構成において次の点に留意している。

- これがあれば確かにできると、誰もが感じられること。
- 必要事項を穴埋め式に記入していけば、各部局の担当者が自力でマニュアルを完成させられること。

< 構成 >

- ① 実施概要
- ② ゲストプロフィール
- ③ 配布物一覧
- ④ 役割分担
- ⑤ タイムテーブル（スタッフ用）
- ⑥ タイムテーブル（講師用）
- ⑦ 使用機材
- ⑧ 受付マニュアル
- ⑨ 撮影マニュアル
- ⑩ 発注品リスト
- ⑪ 持ち物チェックリスト

7 研究広報・アウトリーチイベントのカイゼンに向けて

研究広報・アウトリーチイベントを地域で長期的に展開するためには、飽きさせない工夫といった小手先の目新しさを追うのではなく、企画そのものを洗練する以外に道はない。では、洗練とは何か。何がヒントになるのだろうか。

7.1 アンケート調査について

筆者はサイエンスカフェの来場者が「科学に対して、基本的にどのような関心・態度で接しているのか」を知ろうとして、ある方法に基づいたアンケート調査を3年以上にわたって継続した。

この調査を通して、イベント参加者を表7-1の6つのセグメントに分類できると考えている。

比率1の列は、サイエンスカフェの参加者に関する調査結果で、資料数は860である。比率2の列は、高校への出前授業を行った際に採ったデータで、資料数は326あった。

サイエンスカフェのようなアウトリーチイベントを手がけた経験がある読者にとってこの結果は「感覚的にそうだと思っていた」通りではないだろうか。粗い言い方をすれば、30回以上行った我々のサイエンスカフェに来場したのは、その7割以上が「科学好きな人たち」であると思われる（表のセグメント1～3に該当）。

比較のために出した高校の出前授業結果の方（比率2の列）は、科学に対してニュートラルである、あるいは興味はないといった回答者が一定以上存在する。

この結果を我々がどう読み取り、何を行っているかについてはまだ公言する段階ではないが、無視せずカイゼンに向けた動きを取っている。

組織のアウトリーチ活動について何らかの観点で長期観測することは、カイゼンの手がかりを探す上で重要である。観測活動については元データさえ持っていれば、後日より洗練した分析方法でデータを見直すこともできると期待したい。こう考えると、観測手法は自力で開発したいところだ。

現在は、学内におけるアウトリーチ活動関連のワーキンググループに参加し、全学規模で導入可能な調査手法の検討に取り組んでいる。リサーチ・アドミニストレーターの学内ネットワークの整備が進めば、道は開けると考えている。

表 7-1 参加者のセグメント調査結果

セグメント	説明	比率 1	比率 2
1	Interested in science but not active in searching for science information.	13%	25%
2	Interested in science, active in searching for science information and able to find information that they can easily understand.	24%	5%
3	Interested in science, active in searching for science information but either unable to find it or when they do find it have difficulty understanding it.	40%	11%
4	Neutral towards science and not actively searching for science information.	5%	20%
5	Disinterested in science and not actively searching for science information.	1%	13%
6	Neutral or disinterested towards science but active in searching for science information.	0%	2%
-	判定できず	17%	24%

比率 1：サイエンスカフェ（資料数：860）

比率 2：高校出前授業（資料数：326）

※アンケートの詳細については下記の通り論文が公開されている。
詳細はそちらにあたって頂きたい。

加納圭、水町衣里、岩崎琢哉、磯部洋明、川人よし恵、前波晴彦、
「サイエンスカフェ参加者のセグメンテーションとターゲティング：『科学・技術への関与』という観点から」『科学技術コミュニケーション』13 巻、北海道大学高等教育推進機構高等教育研究部科学技術コミュニケーション教育研究部門、2013 年、3—16 頁

7.2 集計の効率化について

上記のアンケートはマークシート式を採用し、オープンソースシステムでメンテナンスされている「SQS」を使って処理している。自由記述欄については、OCRを導入したいが、そこには至らず、手入力で扱っている。

SQS について

<http://sourceforge.jp/projects/sqs-xml/howto/usage>

7.3 ゲストや部局へのフィードバックについて

サイエンスカフェ等のアウトリーチ活動で行ったアンケート調査の結果は、おおむね 2 週間以内を目処に、ゲストの研究者と関係部局に対し、A4 フォーマット 3 ページ前後のレポートを提供している。

レポートには他にイベント要項や来客数など、研究者がアウトリーチ実績報告を行う際に必要となるであろう項目について記載されている。

これらは、(特定研究者への)ポスタワード業務をもとに定型化の検討を進め、省力化手法を確立した段階で全学向けサービスとして展開したものである。

参考文献 一覧

『国際会議マニュアル』日本政府観光局（JNTO）、2011年
<http://mice.jnto.go.jp/convention/support/manual/index.html>

ジェームス・W・ヤング、『アイデアのつくり方』阪急コミュニケーションズ、1988年

加納圭、水町衣里、岩崎琢哉、磯部洋明、川人よし恵、前波晴彦、
「サイエンスカフェ参加者のセグメンテーションとターゲティング：『科学・技術への関与』という観点から」『科学技術コミュニケーション』13巻、北海道大学高等教育推進機構高等教育研究部科学技術コミュニケーション教育研究部門、2013年、3—16頁

本文中の URL は 2013 年 12 月現在のもの。

著者略歴

岩崎 琢哉

国立大学法人大阪大学 大型教育研究プロジェクト支援室
特任研究員 リサーチ・アドミニストレーター

1990年 北海道教育大学教育学部中学校教員養成課程卒業
1990年 株式会社進学会
2000年 合資会社六芸社代表社員
2010年 大阪大学大型教育研究プロジェクト支援室特任講師
2012年 大阪大学大型教育研究プロジェクト支援室特任研究員

タイトル 文部科学省「リサーチ・アドミニストレーターを育成・確保するシステムの整備」(研修・教育プログラムの作成)
講義教材「22.イベント開催関連業務」

著者 岩崎 琢哉

監修 学校法人 早稲田大学

初版 2014年2月28日

本書は文部科学省「リサーチ・アドミニストレーターを育成・確保するシステムの整備」(研修・教育プログラムの作成)事業の成果であり、著作権は文部科学省に帰属します。