

農林水産省委託
平成30年度食育活動の全国展開委託事業
(食育に関する効果的な情報提供)

食育イベント開催の手引きと事例

～食育に関心が低い層に対する
効率的・効果的な情報提供のために～

平成31年3月

この「手引きと事例」について

第3次食育推進基本計画では、限られた予算を最大限効果的に利用する観点から、施策について選択と集中の強化を図ることとされており、今後、第4次食育推進基本計画の作成(平成32年度予定)に向けて、食育に対し関心の低い世代を中心に、より多くの国民に対して効率的に食育に関する情報提供を行っていくことが求められております。

この「手引きと事例」は、地方自治体が食育イベントを開催する際に、その厳しい財政状況等を考慮し、より効率的・効果的に若い世代や食育に関心の低い層に対して情報提供を行えるよう、食育イベントの企画や開催運営について参考にしていただくために作成したものです。

イベント企画や開催運営の基本的な手順や、特に食育に関心の低い層に対して効率的・効果的に情報提供を行ううえでのポイントや留意点、参考事例をお示ししています。また、この手引きに示した考え方と手順にしたがって実施したイベント「V-action～食で勝利をつかめ～第1弾イベントヴァンフォーレ甲府の選手と楽しむ体幹アップゲーム＆Vごはんランチタイム」(第14回食育推進全国大会inやまなしのプレイベント)の事前準備資料や実施報告を掲載しており、開催準備に際しての参考事例としてご活用いただくことができます。

食育に対する関心の低い層を含む幅広い方々へ効果的な食育イベントを開催する際の一助となれば幸いです。

平成31年3月

謝辞

この「手引きと事例」を作成するにあたり、全国20歳以上の方々にアンケートにご協力いただくほか、食育に取り組んでいる企業・自治体・大学・団体や広報・コミュニケーションの専門家の方々にヒアリングにご協力いただいた。また、「V-action～食で勝利をつかめ～第1弾」の開催にあたっては、山梨学院短期大学食物栄養科の関戸元恵 助教、山梨県、甲府市、一般社団法人ヴァンフォーレススポーツクラブにご協力いただいた。この場を借りて深く感謝申し上げたい。

なお、これら多くの皆様のご意見、ご助言を参考に、この「手引きと事例」を作成しているが、あくまでも内容は農林水産省委託事業受託者である三菱UFJリサーチ&コンサルティング株の責任で取りまとめたものである。

・はじめに	1～2
・食育イベント企画の進め方	4
・効率的・効果的な食育イベント企画	5
・食育イベント企画のための参考データ	6～8
・効率的・効果的な食育イベントの事例	9～13
・イベント実施制作の流れ	14
・イベント企画内容の具体化	15
・広報活動・参加者募集の手順	16～17
・イベント制作・開催運営の手順	18～20
・効果測定と実施後のフォローアップの手順	21

フォーマット事例資料

「第14回食育推進全国大会inやまなし」＆ヴァンフォーレ甲府連携キャンペーン
V-action～食で勝利をつかめ～第1弾イベントヴァンフォーレ甲府の選手と楽しむ体幹アップゲーム＆
Vごはんランチタイム

・事前準備資料（告知物・通知メール文・運営マニュアル）	別冊
・実施報告書	別冊

【食育イベント企画の進め方のポイント】

- ◆ まずイベントのねらいをよく考え、ゴールを設定します。
- ◆ イベントのねらいに合わせて、ターゲット（参加層）を明確にします。
- ◆ そのターゲットに対して、一番何を伝えたいのか（キーメッセージ）を明確にします。
- ◆ 以上をもとに、イベント企画の内容を具体化します。

イベントのねらい、
ゴールの設定

ターゲットの
明確化

一番伝えたい
ことの明確化

イベント企画内
容の具体化

（食育に関心が低い層に対するイベント企画時の留意点）

- 食育に関心が低い層には、パンフレット、リーフレット、Webサイトなどの文字媒体よりも、実際にイベントで気づきを持ってもらうアプローチが有効です。映像やアニメなどの動画も効果的ですが、独自で制作するにはコストがかかります。また、イベントを開催しながら、これを動画コンテンツにして発信していくことも考えられます。
- イベントの成否は、まずイベントのねらい、ゴールを見定めて、それに合わせていかにターゲットに応じた企画を作り込んでいけるかにかかっています。開催スケジュールの余裕をみて、規模に応じ半年前から1年前には、食育関連施策の中での位置付けや、誰に何を知らしてもらいどんな行動を起こしてもらいたいのかをよく検討しておくことが肝要です。
- 食育に関心が低い層をターゲットとする場合には、伝えたいことをあまり詰め込まず、極力シンプルで簡単なものにすることを心がける必要があります。基本的には、まず食育に関して気づきや、興味関心の芽生えを持ってもらうことがポイントです。
- 参加者に一番伝えたいこと（キーメッセージ）や、イベント企画内容の具体化に際して、必ずしも「食育」という言葉にこだわらないようにすることが効果的であることもあります。「食育」という言葉には、固いイメージも持たれており、そもそも食育に関心が低い層には響きません。一方、食育のことをあまり意識していなくても、自分の健康、地域の食、食べ残しといった個々のテーマについては関心がある人もいます。あくまで企画しようとするイベントで取り上げようとするテーマに主眼を置いて検討することが肝要です。

【効率的・効果的なイベント企画の工夫のポイント】

- ◆ なにより参加者がイベントそのものを楽しめる企画にします。
- ◆ 「ターゲットの関心テーマ」×「食育」をミックスさせ、ターゲットの関心からアプローチして食育への気づきや興味関心を促すのも効果的です。
- ◆ ターゲットに合わせて、できるだけ参加・体験型の要素（試食、調理、健康チェック、etc.）を取り入れます。
- ◆ 参加・体験型の中にゲーム感覚で楽しめるプログラムを取り入れるのも興味関心を喚起し、イベントを盛り上げる効果があります。
- ◆ ターゲットを意識しながら、地域で食育活動を実践している主体や、社会貢献に意欲的な主体とコラボし、役割分担しながら企画・準備します。

「ターゲットの関心
テーマ」×「食育」
のミックス

参加・体験型
ゲーム感覚

学校、企業、スポーツ
クラブ、NPO、著名人
等とのコラボ

（食育に関心が低い層に対するイベント企画時の留意点）

- 食育関心度に関わらず、参加者にとって魅力のある、楽しんでもらえるイベントを企画することが重要です。特に食育に関心が低い層にとっては、イベント自体が楽しそうでなければ参加してもらうことも望めません。
- 食育に関心が低い層には、一見食育とは関係がなさそうな、ターゲットの関心テーマ（例えば、スポーツ、音楽、文学など）を一つの切り口とし、食育と関連づけたイベント内容にすることも効果的です。関心テーマへの興味から参加してもらい食育の情報を受け取ってもらえるほか、関心テーマからアプローチすることで、自ら食育への気づき、興味関心の芽生えを持ってもらうことが期待できます。この手法は、低関心層に限らず、組み合わせるテーマの設定によって、例えば食育関心層に別の切り口から食育を考え直してもらう、といった使い方もできます。
- 専門家や特定の関心層をターゲットにする場合でない限り、基本的には参加・体験型の要素や、ゲーム感覚で楽しめるプログラムを取り入れることもポイントです。イベントを楽しんでもらうというだけでなく、実際の経験によって食育への関心や理解を深めてもらうことが期待できます。ターゲットに合った内容でないと集客や満足度に影響しますので内容を十分吟味する必要があります。食育に関心の低い層の場合、例えば試食や健康チェックなど気軽に取り組める内容が合っていると言えます。
- 自治体だけで上記のような企画を具体化し、準備するには人手や資材にも限りがあります。地域で食育活動を実践している大学、小中高校の教育現場、食育プログラムを提供又は社会貢献に意欲的な企業、スポーツクラブ、NPOなどと積極的にコラボし、協力しあいながら企画の具体化や開催準備を進めていくことが効率的であり、その後の波及効果も期待できます。また、そのようなコラボを進める中で、ターゲットに影響力のある地元出身の著名人やスポーツチーム/選手、アーティスト等の協力を得ることができれば、より高い訴求効果が期待できます（なお、一般に芸能人等を事務所を介してキャスティングするには費用やスケジュール面の留意が必要です）。

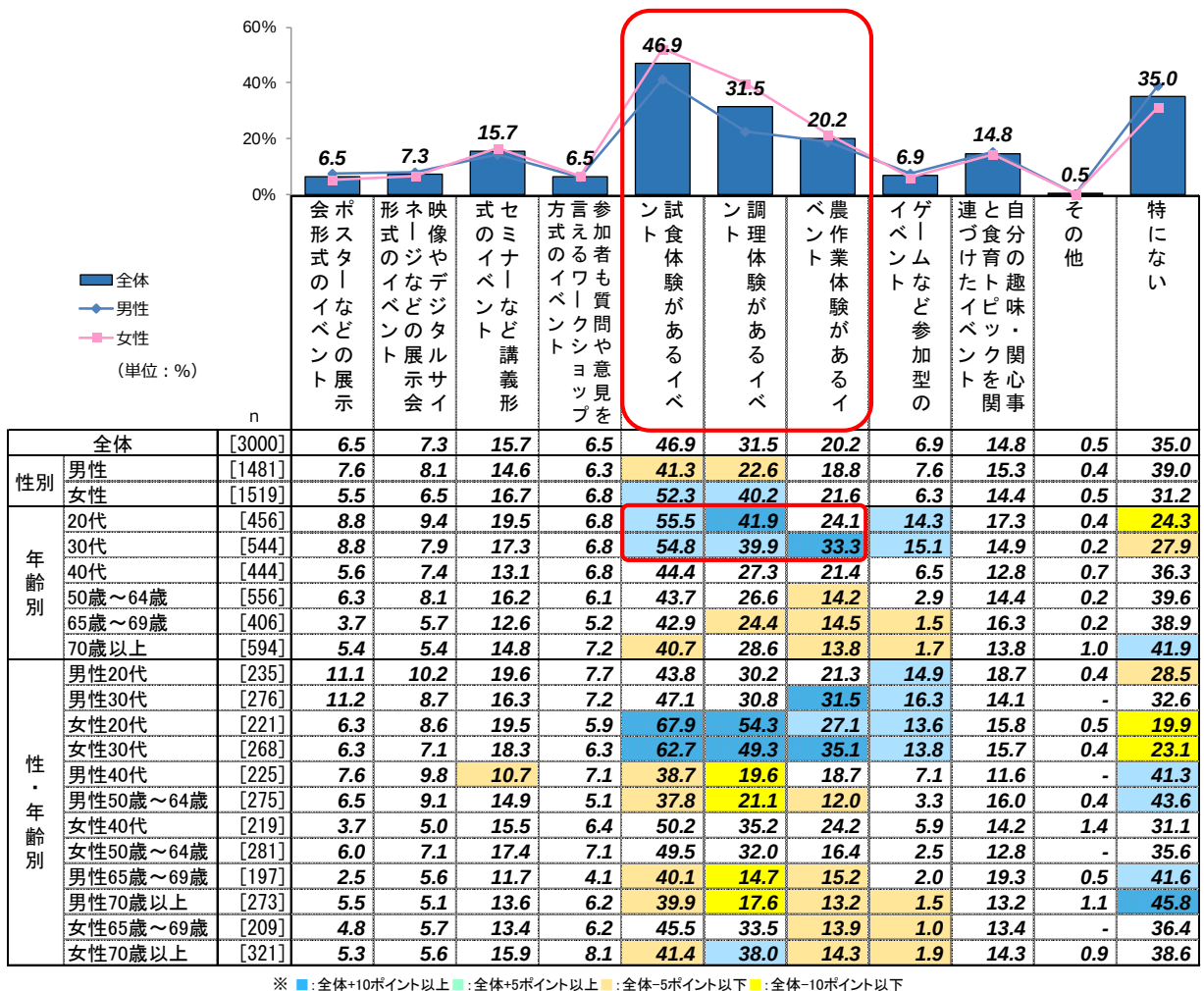
【農林水産省委託調査(平成30年度)調査概要】

- ・調査方法: Webアンケート
- ・調査対象: 全国20歳以上男女
- ・回収サンプル: 3000ss
- ・調査期間: 2019年2月13日～2月18日
- ・実施: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

体験型イベントへの参加意向が高い。
若年層は特に顕著。

参加してみたい食育に関するイベント（複数回答）

Q12.あなたが参加してみたいと思う食育に関するイベントを以下の中からお選びください。（いくつでも）



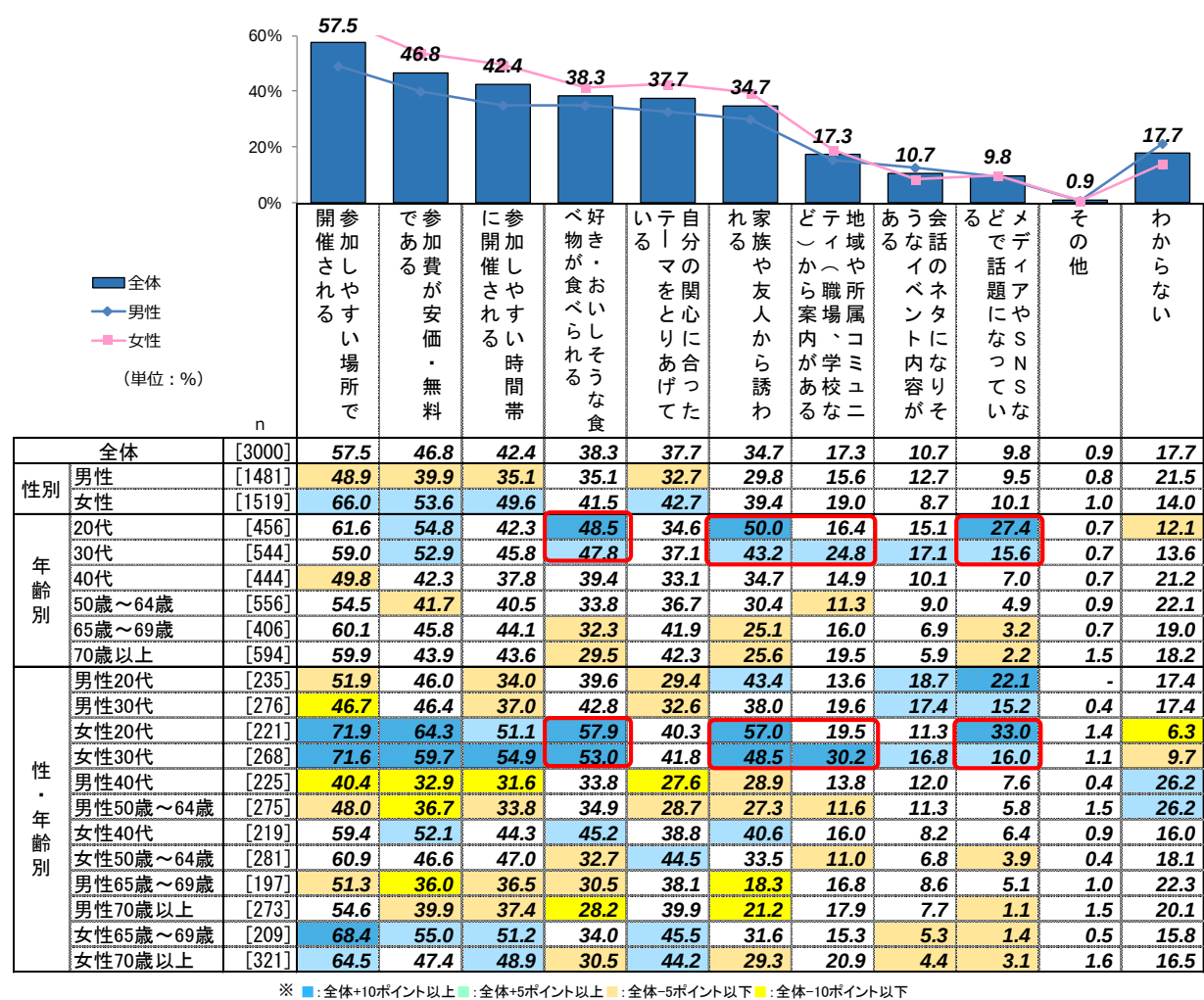
【農林水産省委託調査(平成30年度)調査概要】

- ・調査方法: Webアンケート
- ・調査対象: 全国20歳以上男女
- ・回収サンプル: 3000ss
- ・調査期間: 2019年2月13日～2月18日
- ・実施: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

若年層は、「試食できる」「ロコミ・誘い」「メディア・SNSでの話題性」が参加を後押し。特に20～30代女性に顕著。

食育イベントに参加する気持ちを持つ条件（複数回答）

Q13.前問のような食育に関するイベントに参加する気持ちになるとしたら、どのような条件が満たされた場合ですか。以下よりお選びください。（いくつでも）



【農林水産省委託調査(平成30年度)調査概要】

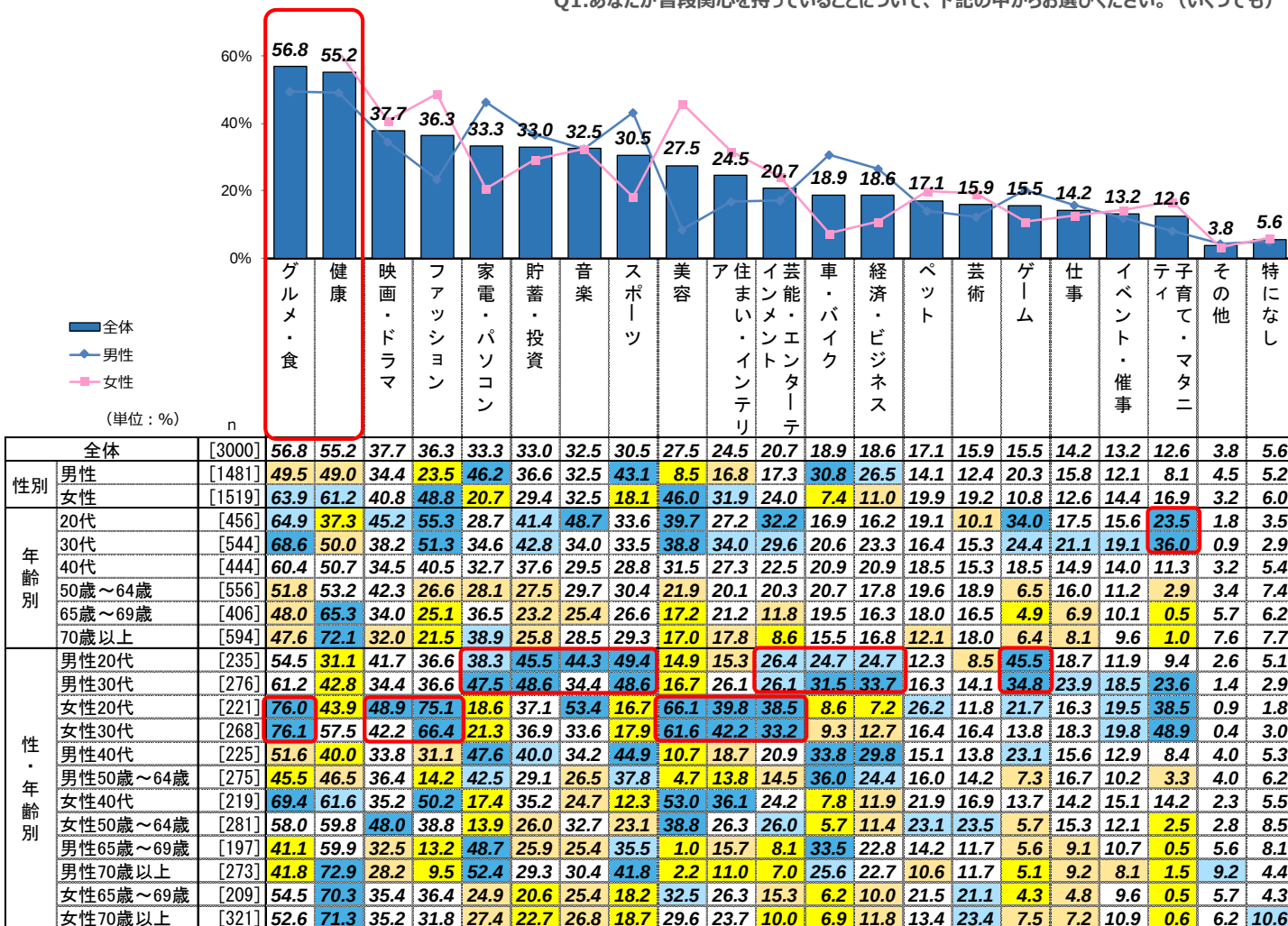
- ・調査方法: Webアンケート
- ・調査対象: 全国20歳以上男女
- ・回収サンプル: 3000ss
- ・調査期間: 2019年2月13日～2月18日
- ・実施: 三菱UFJリサーチ&コンサルティング(株)

「グルメ・食」「健康」は最大の関心事。

- ・若年男性:「貯蓄・投資」「音楽」「スポーツ」「ゲーム」など
- ・若年女性:「グルメ・食」「ファッション」「美容」「映画・ドラマ」「住まい・インテリア」「芸能・エンターテインメント」など
- ・子育て世代である若年男女ともに「子育て・マタニティ」

普段関心を持っていること（複数回答）

Q1.あなたが普段関心を持っていることについて、下記の中からお選びください。（いくつでも）



「ターゲットの関心テーマ」×「食育」のミックス

■「スポーツ(サッカー)」×「食育」

(農林水産省・山梨県・甲府市: V-action
～食で勝利をつかめ～第一弾)

- Jリーグのプロサッカー клубである「ヴァンフォーレ甲府」と組んで第14回食育推進全国大会の事前広報イベント(大会プレイベント)を開催。
- 強く健全な身体を手に入れることを食育に対して関心が低い層にも参加しやすい工夫。
- 選手が体作りのためやっているトレーニング(体幹アップゲーム)と選手寮で食べている食事(Vごはん)を再現し、参加者に普段の食事において栄養バランスの良い食事の大切さや食事と体のつながりを参加者に知ってもらった。



■「さまざまな視点」×「食育」

((一社)フードサルベージ:「フードロスの学校」)

- 東京農業大学と共同で「フードロスの学校」という講座を開催。講座では一見してフードロスとは関係ない、または普段聞けない話を聞く場として、外部講師を呼んで講義をしてもらう。
- 講座の参加者は男性が多く、年齢層も大学生から60代まで幅広い。座学もテーマ設定さえ工夫すれば、フードロスに関心が低い人にも興味を持ってもらえる。
- 美味しいところだけを食べる、というのは生物としての本能ともいえる。しかし、われわれはフードロスを「問題」だと思っている。なぜフードロスが問題化されたのか。そして様々な分野や視点から食品ロス問題を見たらどう見えるのかを考えるきっかけにする。

講座の例

■ 木造建築×フードロス

木造建築の専門家を招いて、木材の利用方法など限られた資源を最大限生かすヨーロッパ木造建築からフードロス解決のヒントを探る

■ 生産現場×フードロス

農業体験イベント企画運営などの事業を実施している農家を招いて、生産現場とフードロスの現状等について知り、フードロス解決のヒントを探る

■ 里山文化×フードロス

山村経済学の専門家を招いて、里山文化にある食材やエネルギーを活かす知恵について学ぶ

(出所) (一社) フードサルベージへのヒアリングおよび
フードサルベージ・ウェブサイト、
<https://salvageparty.com/flwschool001-2>。

参加・体験型、ゲーム感覚

■調理体験

(大阪ガス(株):和食だし体験講座)

- 和食の味の決め手となる滋味豊かな本物の“だし”について、味覚体験を通じて理解を深める。講義だけでなく、実際にだしをとり、昆布とかつお節のだしの飲み比べ、両方を合わせたときのだしの相乗効果を体感してもらう。
- 参加者の感想:和食の良さが分かった、塩分が少なくてもだしが効いているとおいしく感じられる、子どもがお手つだいや料理に興味をもち、親子で料理を作るきっかけにつながった、など

(出所) 大阪ガス(株)ヒアリングおよび同社ウェブサイト、
<http://www.osakagas.co.jp/shokuiku/wadashi.html>。



■調理体験

(サルベージ・パーティ)

- 食品ロスを減らす料理法を楽しみながら知り、食品ロスについて考えるきっかけづくりにしてもらうことが目的。残り物食材がプロの料理人によってどのように料理になるのか、を楽しみながら参加者で調理する。
- 食品ロスを知るきっかけづくりをしたうえで、具体的にどう考えどう行動するかは参加者にゆだねている。参加者に自分自身の食品ロス論を考えてほしいと思っている。

レシピ一例



- ✓ メニュー: 金糸瓜とそうめんの鯖サラダ
- ✓ 材料: 金糸瓜/胡瓜/素麺/鯖の味噌煮缶/大葉/春雨/白ぶどうのフルーツビネガー

(出所) (一社) フードサルベージへのヒアリングおよび同団体ウェブサイト、
https://salvageparty.com/news?_sft_category=recipe。

参加・体験型、ゲーム感覚

■参加型学習

(山口県立大学栄養学科:食育プログラム
開発チーム 食育戦隊ゴハンジャー)

- 山口県立大学栄養学科の課外活動の一つとして、地域の子供たちが楽しみながら食について学べる食育プログラムを実施している。
- 活動の工夫
 - ・ ターゲットが子供であるため、オリジナルのキャラクターを設定している。
 - ・ 食育プログラムは、一つひとつの活動の中で目標を定め、プログラム全体を通して子供たちが段階的に無理なく目標達成できるように組み立てている。
 - ・ 子供たちが楽しみながら継続的に食について学べるようにワークブックや絵本を作成している。



(出所) 加藤元士氏(山口県立大学准教授)ヒアリングおよび山口県立大学ウェブサイト、<https://www.yamaguchi-pu.ac.jp/nn/nt/shokuiku-gohan/>。

■試食体験(ランチ)、体幹を鍛えるゲーム (農林水産省・山梨県・甲府市: V-action ～食で勝利をつかめ～第一弾)(再掲)

- Jリーグのプロサッカー клубである「ヴァンフォーレ甲府」と組んで第14回食育推進全国大会の事前広報イベント(大会プレイベント)を開催。
- 強く健全な身体を手に入れることを食育に対して関心が低い層にも参加しやすい工夫。
- 選手が体作りのためやっているトレーニング(体幹アップゲーム)と選手寮で食べている食事(Vごはん)を再現し、参加者に普段の食事において栄養バランスの良い食事の大切さや食事と体のつながりを参加者に知ってもらった。

イベントでの食事(Vごはん)



- ✓ 主菜: 鶏むね肉のチキン南蛮 (タルタルソース小袋)、サラダ (ブロッコリー2房・レタス)
- ✓ 副菜: 豚しゃぶ(ポン酢小袋)、玉ねぎのおかか和え
- ✓ 副菜: ひじきの煮物、キノコの和え物
- ✓ 主食: 白米200g (ごま塩・梅干し)
- ✓ デザート: ブドウゼリー

学校、企業、スポーツクラブ、NPO、著名人等とのコラボ

■Jリーグ サッカーチーム(スポーツクラブ)、大学(管理栄養士)とのコラボ

(農林水産省・山梨県・甲府市: V-action～食で勝利をつかめ～第一弾)(再掲)

- Jリーグのプロサッカークラブである「ヴァンフォーレ甲府」と組んで第14回食育推進全国大会の事前広報イベント(大会プレイベント)を開催。
- 強く健全な身体を手に入れることを食育に対して関心が低い層にも参加しやすいよう工夫
- 選手が体作りのためやっているトレーニング(体幹アップゲーム)と選手寮で食べている食事(Vごはん)を再現し、参加者に普段の食事において栄養バランスの良い食事の大切さや食事と体のつながりを参加者に知ってもらった。



■保育所・幼稚園・小学校とコラボ

(山口県立大学栄養学科:食育プログラム開発チーム 食育戦隊ゴハンジャー)

- 活動は、保育所・幼稚園や小学校、児童センター、スーパーマーケット等、子供たちの生活の場へ出向いている。日常生活の中でプログラムを思い出して、繰り返し、振り返ることができる。

(出所) 加藤元士氏(山口県立大学准教授)ヒアリング。

■大学とコラボ

(大阪ガス(株):大学との食文化交流)

- 大学とタイアップして和食だし体験講座などを開催。食文化交流の場として、学生にとっても食育の実践・実習の機会となり、生きた経験や知見を得ることができた。

(出所) 大阪ガス(株)ヒアリング。

■地方自治体と企業のコラボ

(大阪ガス(株):保護者・幼児向け出張「和食だし講座」)

- 地方自治体の保健担当部署と共催で、和食だしの味覚体験や調理実習を通じて、だしの魅力を保護者、子どもたちなど幅広い世代に知ってもらう機会となった。
- 参加者の感想:試飲しただしの味に感動、離乳食の話も聞くことができ、子育てのヒントになった、意外と簡単にだしがとれることがわかった、など

(出所) 大阪ガス(株)ヒアリング。

◆ イベントを効率的に制作し、効果的なものに導くには、開催に向けた各プロセスで、関係各所と調整しながら必要なポイントを漏らすことなく計画的に準備を進めることが必要です。

- 以下はイベント実施制作の基本的な手順と、各プロセスにおいて準備・調整が必要なポイントを整理しています。
- この手引きの考え方・手順に従って開催したイベント「V-action～食で勝利をつかめ～第1弾」で実際に準備・使用した資料を参照できるようにしていますので、参考事例としてご活用ください。
- 各イベントにより必要のない事項やそのまま適用できないものもありますので、各イベントの性格や条件に照らしてカスタマイズしてください。

1 イベント企画内容の具体化

1年前～半年前

●実施概要の調整

（イベントの効果検証の項目・方法の検討を含む）

●コラボ先・協力先の打診

●プログラムの企画（プログラム内容・出演者）

●イベント実施スケジュールの調整

●会場の選定

2 広報活動・参加者募集の手順

半年前～3ヶ月前

●イベントの周知方法の調整

●告知物の制作

●イベントの広報・普及展開方策

●参加者募集・問い合わせ対応事務局の準備・運用

3 イベント制作・開催運営の手順

3ヶ月前～当日

●プログラム制作（効果検証の調査設計を含む）

●会場利用計画

●イベントツール制作

●運営計画作成

●進行台本作成

●機材、備品手配

4 実施後のフォローアップの手順

実施後

●参加者アンケートその他調査の実施（配布・回収）

●開催状況の整理、アンケート集計等

●効果検証と課題・改善点の分析

1 イベント企画内容の具体化

1年前～半年前

●実施概要の調整

まずはイベント実施内容を具体化します。下記項目を具体化のチェックリストとしてご利用ください。

- ・食育関連施策の中での位置づけ
- ・イベントのねらい（実施目的）
- ・ターゲットの明確化
- ・ターゲットに伝えたいキーマッセージ
- ・イベントで取り上げるテーマ
- ・イベント実施の手法（プログラム）
- ・イベントの開催日
- ・イベントを実施するエリア
- ・イベントの効果検証の項目・方法⇒「4. 実施後のフォローアップの手順」参照

●プログラムの企画

実施概要に整合した、イベントの核となるプログラムを下記の項目を参考に具体化します。

- ・プログラムのテーマ
- ・ターゲットに合わせた手法（セミナーやトークショーなどの講演・ワークショップなど体験etc）
- ・出演者候補のピックアップ
- ・プログラム進行の流れ

●コラボ先・協力先への打診

イベント全体または実施するプログラムの実現に最適なコラボ先、協力先へ、プログラム提供、出演依頼などの打診を行います。打診の際は、下記の事項を明確にして依頼します。

- ・イベント企画内容や手法に適したプログラムの提供
- ・出演者
- ・先方に依頼する本番当日スケジュール

●イベント当日スケジュールの調整

イベント設計に必要な本番の当日スケジュールを下記の項目を考慮して作成します。

- ・式次第（参加者受付～開会挨拶～プログラム進行～閉会挨拶～アンケート実施～記念撮影etc）
- ・式次第の時間の割り振り（イベントの実施時間や会場利用時間を考慮）
- ・関係者のスケジュール（会場入りから、お見送りまでの段取り）

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.18 「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」運営マニュアル】

●会場の選定～決定

会場は、下記の事項にも留意しイベント実施内容や参加人数に応じた会場候補を選定します。

- ・会場へのアクセス
- ・会場に備わる機材、備品の確認
- ・関係者、出演者の控室やイベント備品などが保管できるスペースの確認
- ・使用する会場の下見を必ず実施

<食体験を伴う場合の会場選定ポイント>

会場は、飲食店の会場借り上げや、テーブル・イスを配置できる多目的ホールが望ましく、多目的ホールの場合は、衛生面や施設の使用条件を確認し、保健所に必要な手続きを行います。

2 広報活動・参加者募集の手順

半年前～3ヶ月前

●イベントの周知方法の調整

イベントへの集客をするために、参加させたいターゲットに影響力があるメディアを活用します。

＜コストを抑えた告知のポイント＞

コラボ先・協力先・出演者が情報を発信しているホームページやSNS（Twitter、facebookなど）、会員向けのメールマガジンなど活用や、ターゲットが集まる場所にポスターやチラシの設置をします。

●告知物の制作

イベント開催案内のチラシ、ホームページなどの告知物を制作します。

下記は告知に必要な情報です。

- ・イベントタイトルなどの見出し
- ・イベント実施概要
- ・プログラム概要（出演者）
- ・イベント参加申し込み方法、期間、申し込みにあたっての留意点
- ・問い合わせ先、問い合わせ方法

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.2.3 告知物事例「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 ホームページ】

【事前準備資料 P.4 告知ホームページ制作ガイド】

●イベントの広報・普及展開方策

地元の放送局や新聞各社に向けたプレスリリースを作成し、関係省庁、地方自治体、協力先を通じて発信します。

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.5.6 告知物事例「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 プレスリリース】

●参加者募集・問い合わせ対応事務局の準備・運用（当日まで）

告知を見た一般の方や報道関係者からの問い合わせを受付ける事務局の準備を行います。

＜準備の例＞

- ・事務局専用電話回線
- ・事務局メールアドレスの取得
- ・問い合わせに関する対応方法、想定される質問への回答例
- ・受付時間外に対応する留守番電話の設定などを準備
- ・個人情報管理に必要な資材の準備

＜参加申込対応業務＞

- ・申し込み者に対して申し込み完了の旨をお知らせします。
- また、申し込み期間の終了後、定員を超える申し込みがある場合は、抽選を行い当選者を決定、当選通知を発信・発送します。落選のお知らせが必要な場合は、落選通知を発信・発送します。

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.8 通知メール「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 申し込み完了通知】

【事前準備資料 P.9 通知メール「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 当選通知】

【事前準備資料 P.10 通知メール「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 落選通知】

興味を喚起するイベント告知チラシをつくるポイント

興味関心をひく上でビジュアルは非常に重要です。
その魅力を感じさせる最低限の情報でスッキリと読み
やすくすることがポイントです。

一目で興味をひく

- ✓ 興味をひくキャッチコピーやイベントタイトルがすぐに目に入る
- ✓ イベントに関係する写真やイラストを象徴的に使いイメージを伝える
- ✓ 日時と会場は大きく表示する

読む気にさせる

- ✓ イベント参加のメリット強調する
- ✓ シンプルなイベント紹介文で実施内容ははっきりと伝える
- ✓ ターゲットに合わせた文章表現やフォントを使用
- ✓ 文字の大きさも考慮する

■告知チラシ制作例

ひと工夫①

デザインのキーとなる画像やイラストがない場合は、比較的安価に画像を購入できるロイヤリティフリー素材サイトの利用も。

(ロイヤリティフリー素材サイト例)
shutterstock
<https://www.shutterstock.com/>
PIXTA
<https://pixta.jp/>

ひと工夫②

文字を減らし、伝えきれない情報があれば、QRコードやARマーカーでウェブに誘導して情報を補う手法も効果的。

3 イベント制作・開催運営の手順

3ヶ月前～当日

●プログラム制作

イベント実施に向け、協力先や講師とプログラム構成や進行について調整し情報を共有します。

下記は主な調整・共有事項です。（チェックリスト）

- ・プログラム進行に必要な講義資料、ツール類、スライド、VTRなどの用意または作成
- ・プログラム進行に必要な備品類の準備
- ・プログラム制作や本番進行での関係各所の役割分担
- ・参加者の決定後は、参加者の属性などの共有
- ・プログラム進行の効果検証に必要な調査の設計とプログラム等への反映
⇒「4. 実施後のフォローアップの手順」参照

＜食体験を伴う場合のプログラム制作ポイント＞

■お食事メニューについて

参加者に提供する食材、栄養素、エネルギー量などを調理者、栄養管理士、制作スタッフで協議してメニューを作成し、試食会を実施します。

■提供方法について

調理のシミュレーションを行い、参加者が食事するスペース、配膳方法、器や容器のサイズや意匠を確認し決定します。

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.20.22.23.26.27.28「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」運営マニュアル】

●会場利用計画

会場との打ち合わせを行い、イベントの準備から本番、撤去までの段取りや会場レイアウト、機材、備品準備の調整を行います。なお、映像機材やイベント装飾物を委託している場合は、委託先も打ち合わせに同席を依頼します。

下記は計画設計に必要な事項です。（チェックリスト）

- ・会場で使用するタイトル看板の配置
- ・参加者受付の配置
- ・プログラム実施に必要なスペースにテーブルやイス、ステージ、備品各種の配置
- ・参加者やイベント出演者の導線を計画
- ・使用する映像、音響機材、照明機材の設置場所を計画
- ・会場への機材・備品搬入出導線を確認し、搬入車両の駐車場を確保
- ・実施後のごみの処理方法

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.14.15.29.30「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」運営マニュアル】

3 イベント制作・開催運営の手順**3ヶ月前～当日****●イベントツール制作**

イベントの現場に設置する装飾物、参加者に配布する配布物、本番の進行や参加者の案内に必要なツール類を制作します。

下記は主な制作物です、制作物のデザインは、告知物などで作成したアイキャッチやタイトル回りを踏襲して作成することをお勧めします。

- ・イベントタイトル看板
- ・会場案内サイン
- ・プログラムツール
- ・参加者配布物

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.16.17.28.29.33 「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 運営マニュアル】

●運営計画作成**（搬入～撤去までの計画、スタッフの配置・役割・オペレーション）**

イベントの設営・準備から本番終了までのスケジュールを明確にして、イベントに関わる様々なスタッフの役割分担を行い、計画を作成します。

下記は主な計画項目です。（チェックリスト）

- ・イベントで使用する機材や備品の搬入スケジュール
- ・イベント会場設営、備品の準備・設置スケジュール
- ・映像・音響機材の搬入、セッティング、調整のスケジュール
- ・参加者受付準備から受付終了までスケジュール
- ・プログラム進行スケジュール⇒「●進行台本作成」参照
- ・出演者の会場入り時間、進行打ち合わせ時間、リハーサル、本番、お見送りまでのスケジュール
- ・参加者記念撮影のスケジュール

＜食体験を伴う場合のプログラム制作ポイント＞

- ・食事の搬入、配膳、撤去の方法・タイミング・役割分担を明確にします。

イベント運営に関わる関係者、スタッフの役割、業務オペレーション（段取り）を作成します。

下記は主な計画項目です。（チェックリスト）

- ・搬入設営、撤去搬出のオペレーション、人員配置
- ・参加者受付、誘導のオペレーション、人員配置
- ・プログラム進行のオペレーション、人員配置

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.18.28.29 「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 運営マニュアル】

3 イベント制作・開催運営の手順

3ヶ月前～当日

●進行台本作成（司会進行コメント・各挨拶・連絡アナウンス）

イベントの進行に必要な台本を作成します。下記はスムーズな進行のために台本化をお勧めする項目です。

- ・司会のアナウンスコメント（参加者へのお知らせ事項や注意事項）
- ・司会のイベントオープニングコメント
- ・開会挨拶の登壇者、挨拶の趣旨
- ・司会のプログラムや出演者の紹介コメント
- ・プログラムの進行構成
- ・司会のまとめのコメント
- ・閉会挨拶
- ・司会のイベント終了コメント、お知らせ事項、お帰りの際のアナウンス

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.19～24 「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 運営マニュアル】

●機材、備品手配

準備漏れを防ぐため、イベント実施に必要な機材・備品などのツール類の手配先、数量を一覧にとりまとめます。

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.38 「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」 運営マニュアル】

4 実施後のフォローアップの手順**実施後****●イベントの効果検証と実施後のフォローアップ**

- ・イベントのねらい（実施目的）に照らし、食育イベントとして効果があったかを検証します。
- ・検証結果をもとに、今後のイベントの改善点や食育関連施策への示唆を分析します。
- ・食育イベントをはじめ普及啓発施策のPDCAサイクルをまわします。

（主な効果検証の方法）

- ・イベント参与による状況確認と開催結果の整理
- ・参加者アンケート
- ・当日の参加者の声の把握、参加者インタビュー等

（想定される主な効果検証項目）

- ・イベントの満足度、楽しさ等
- ・食育等に関するプログラムの興味喚起度、理解度、行動喚起度等
- ・イベントの認知経路
- ・イベントに対する感想・意見等（できるだけ生の声や自由記述も把握）
- ・参加者属性、など

※アンケートは両面 1 枚以内におさめることが望ましい。

■フォーマット事例資料■

【事前準備資料 P.34～37 「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」運営マニュアル】

【「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」実施報告書 P.26～33 イベント参加者アンケート結果】

【「V-action～食で勝利をつかめ～第一弾」実施報告書 P.34 イベント参加者インタビュー結果】