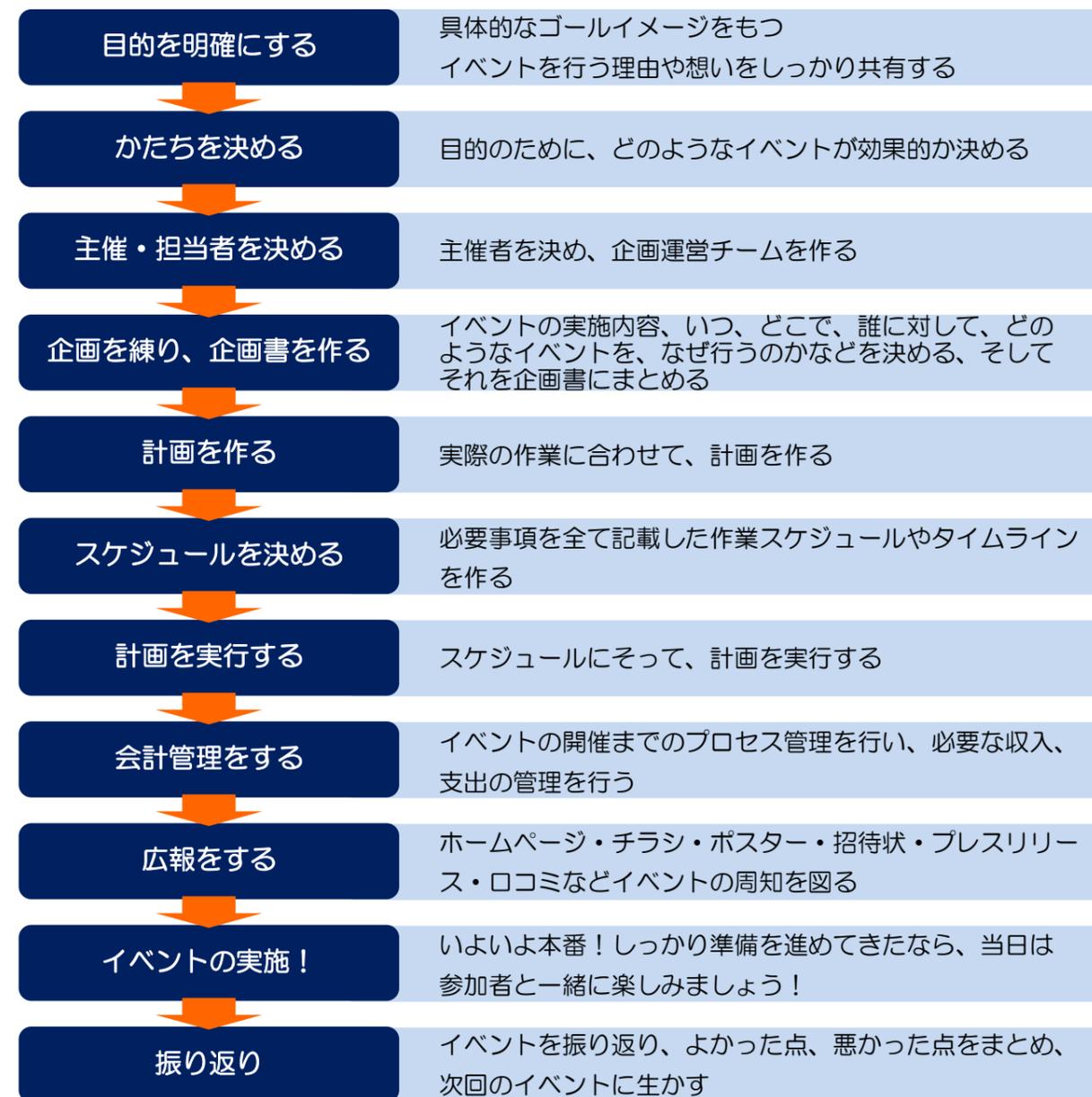


イベントを開催しよう！

NPOはなぜイベントを開催するのでしょうか？

子どもの虐待防止や女性の人権など、そのミッションや社会的課題を多くの人に知らせ、その解決にむけて民意を動かすという活動本来のものもあるでしょう。自分たちの団体を知って欲しい、会員を集めたい、寄付を集めたいなど、さまざまな目的でNPOはイベントを開催します。いずれにしても、イベントを行うことは、多くの方に活動をPRし、想いを伝え、知ってもらい、興味をもってもらい、機会になります。

イベントを開催するには、さまざまな行程があります。単にその当日だけでなく、開催までのいろいろなプロセスも大事なイベントの一部であり、一つひとつをきちんと積み重ねていくことでよいイベントができあがります。メンバーで役割を分担し、責任をもって担当することでスキルアップにもつながります。



1. 目的を明確にする

イベントを開催する時には、その目的をはっきりさせることが大切です。イベントで何をして、その結果、団体や活動がどのような状況になりたいのか、具体的なゴールのイメージをもつことです。

取り組んでいる社会的課題について知って欲しいのか、団体の活動を知ってもらい、仲間・会員を増やすために行うのか、寄付を集めたいのか、“何のために行うイベントなのか”ということを確認します。そして、その目的はイベントの準備から実施、反省までを通して、常に念頭に置き、関わるメンバー全員が共有します。

2. かたちを決める

ではそのためにはどのようなイベントをするのが効果的でしょうか。活動を広く知ってもらうならシンポジウム、パネルディスカッション、学ぶなら講座、講演会、資金を集めるならバザーなど、さまざまなイベントがあります。目的を達成するために最適なイベントのかたちを選びましょう。

3. 主催・担当者を決める

まず主催を決めます。単一団体で行うのか、或いは他の団体と共催する方が効果的なら、その団体と共催する、一緒に活動している分野でそのイベントのための実行委員会を作って行うなど、イベントを行うにあたり、効果、集客も含めて考え、実行する主体を選びます。

そして、企画運営にあたるチームを作ります。イベントの実行に、より効果的なメンバーが揃うことが大切です。いろいろな意見やアイデア、ネットワークをもっている人、実際の運営にも協力的に参加してくれる人が好ましいです。

4. 企画を練り、企画書を作る

さて、ここからが本格的な実行になります。メンバーが揃ったらみんなで企画を練りましょう！目的も明確になった、かたちも決めた、さて中身は？一番大事なものは企画です。今まで行った同様のイベントの実施結果をしっかり踏まえたうえで、魅力あるイベントを企画しましょう。

イベントは人が来てくれなければ意味がありません。人が来て初めて想いを伝えることができます。人が来てくれる、魅力的なイベントっていったいどんなものでしょう。今話題になっているテーマ、社会問題など、いろいろな情報を集めると共に、対象となる人たちがどんな知識や情報を求めているのか、マーケティングをすることも大切です。そして、ターゲットを絞ることで、年齢・性別・ライフスタイルに合わせたテーマで行うことができ、イベントの日程や時間帯も決まってきます。

企画の概要が決まったら、企画書を書きましょう。会の賛同を得て資金をねん出する、あるいは助成金をもらう、プレスリリースをする、そのためには基本となるのは企画書です。企画書は想いを整理するツールです。事業計画のニーズ（2W1H）とプロセス（3W1H）と資源（1W1H）を意識しながら書いてみましょう。

(1) タイトル What なにを

まずは企画のタイトルを書きましょう。そのまま広報のタイトルになればベストですが、はじめから決まっていることはあまりないと思います。企画の内容がみんなにわかりやすい、できればモチベーションの上がるようなタイトルがよいです。

例：〇〇のための〇〇実践講座
会員獲得大作戦！〇〇をオモシロ体験ワークショップ
〇〇シンポジウム実行プロジェクト

(2) 主催 Who だれが

主催団体を入れます。共催なら団体名を併記します。実行委員会なら、構成団体も書いておくとういでしょう。

後援名義の使用をお願いするのであれば、この時点で考えておくことをお勧めします。

(3) 開催日 When いつ

趣旨に沿ったかたちで、イベントの計画や準備に十分な時間が取れるように開催日を決定します。イベントの規模や内容によりますが、イベント開催までの準備期間は3ヶ月～1年をお勧めします。日時をいつにするかはイベントを開催する時の大事な要素です。イベントに来てほしい人が参加しやすい曜日、時間に設定します。例えば、働いている人は平日夜間の時間帯や土・日が、就学児童のお母さんは子どもが学校に通っている火・木・金の午前中が参加しやすいといわれています。開催日が地域のイベント（運動会や祭りなど）や、選挙の投票日、または参加見込みのある方々が参加できない日と重なっていないことを確認してください。

イベントの内容によっては、外部の講師を依頼する場合があります。著名な方は多忙なことが多く、余裕をもって依頼をする必要があります。講師の都合に合わせて日程を調整することになる場合もあります。

また、開催日は決まったが、会場が見つからないということもありますので、事前にチェックしておきましょう！

(4) 会場 Where どこで

広さや必要な設備を考慮して会場を検討します。会場へのアクセスは集客に影響します。駅の近くや駐車場の有無など、来てほしい人がアクセスしやすい場所にします。会場を借りる場合は、貸出し単位（午前・午後など）も考えます。準備、後片付けを含めて貸出し単位に収まるように時間を設定すれば、予算の面でも効率的です。

(5) 開催趣旨 Why なぜ How Far どこまで、どの程度まで

なぜこのイベントを開催するのか、背景や課題、ニーズ、そしてイベントを行ったことでの効果などを明確にしましょう。

(6) 開催概要 How どのように

どのようなイベントにするのか、細かい内容をしっかりと決めます。

まずは、目的に沿って内容を決めます。イベントに来てほしい人が足を運びたくなる内容になっているか？という視点が必要です。自分たちの想いが強過ぎると、来てほしい人の興味・関心から離れてしまう危険性があります。それでは、集客は見込めません。そのイベントに1人でも多くの人に足を運んでもらうことが大切です。この視点を忘れずに内容をメンバーでよく話し合い、検討することが重要です。

(7) 対象 Whom だれに

目的が明確であれば、どのような人にそのイベントに来てほしいのかが決まります。性別、年齢層の他、働いている人、特定の趣味をもっている人、子育て中の人などイベントに来てほしい人を絞り込みます。広く浅くではなく、シニアの男性とか、子育て中の女性というようにターゲットを絞りこみ「私に来てほしいイベントだ」と思わせるメッセージを発信することによって、集客力を高めることができます。

(8) 予算 How much いくらで

イベント開催には会場費、広報費や講師料などお金がかかります。限られた予算の中で、やりくりをしなければなりません。予算はいくらで、費用はいくらかかり、収入はどれくらい見込めるのか、企画の段階で、おおよその金額を書きましょう。もし、助成金の獲得を見込んでいるなら、それも明記しておきましょう。

実際に企画書を書いてみましょう。

【企画書見本】

作成日 年 月 日
作成者 _____

タイトル

企画書

主催	
後援	
開催日	
会場	
開催趣旨	
開催概要	
対象	
予算	

5. 計画を作る

企画ができたなら実際の作業に合せた計画を作っていきます。計画のポイントは、開催日までに「いつ」「どこで」「何が必要で」「それは誰が担当し」「予算はどれだけ必要か」を細分化して書き出します。

例えば会場は、集客人数に合せた規模やターゲットとなる人たちが来やすい場所を選定し、予約をする必要があります。それは誰が担当し、いつまでに予約を入れ、会場費を払うか、そして当日、その会場の配置はどうか、受付はどこにするかなど、会場一つにしても決めなければならないことはたくさんあります。

それらを一つの表に落とし込んで、関わるメンバー全員で共有します。計画の変更があった時には、上書きをし、変更点を明確にしておくことも大切です。

【計画書見本】

作成日 年 月 日
作成者 _____

タイトル _____

実施計画書

開催日	年 月 日 (曜日)		申込み締切 月 日 (曜日)	
主催				
定員				
項目	内容	担当者	期日	予算
後援			月 日	円
会場	会場名	連絡先		
	使用時間		月 日	円
	使用設備 (プロジェクター・スクリーン・マイク・ホワイトボード…)			
講師	講師名	連絡先		
	所属		月 日	円
広報	種類	チラシ		月 日 円
		ミニコミ誌A		月 日 円
		フリーペーパーB		月 日 円
		プレスリリース		月 日 円
配布物	内容・部数		印刷 月 日 封入 月 日	円
準備物	受付 (机・名簿・名札…)			円
	講演 (パソコン・ポインター・模造紙…)		月 日	円
	会場 (ポスター…)		数量も忘れずに	円
予算	収入：参加費・会の事業費			円
	支出：会場使用料・講師料等			円

※他にも当日の役割分担なども必要です。会場の配置図などがあると便利です。それぞれのイベントに合わせて工夫して作ってください。

6. スケジュールを決める

目標設定、イベントの企画、計画が決定したら、必要事項を全て記載した作業スケジュールやタイムラインの計画書を作成します。市民活動支援センターでは、カレンダー型の当日までの作業スケジュールと、イベント当日のタイムスケジュールの2つを作っています。

スケジュールは、開催日から逆算して考えていきます。初めに広報活動について考えます。イベント開催日の2～3週間前にはイベントが情報紙に掲載され、周知したいと考え、その掲載依頼はさらに2週間～1か月程度前になります。(掲載紙によって締切が異なります。例えば、広報はちおうじの「ひろば」への掲載は、掲載希望号の6ヶ月前から35日前までとなっています。) それまでにチラシを作っておく必要があります。チラシを作るためには、講師、会場、後援などの内容が決まっていなければなりません。

【工程スケジュール見本】

項目	〇月1日…	〇月1日…	〇月1日…
会場手配	→		
講師依頼	→		
後援依頼	→		
広報			
広報手段検討	↔		
チラシ作成・印刷	↔		
ミニコミ誌への掲載依頼		↔	
ミニコミ誌への掲載			↔
チラシの設置・掲示			↔
配布物等準備			↔
イベント開催日			★
開催後の検証			↔

開催2カ月前には、会場の予約、広報活動を始める必要があります。そのためには、この時点で日程、ある程度の内容が決まっていなければなりません。外部の方に講師を依頼する場合には、講師依頼や内容に関する打合せにもある程度の日数がかかります。

このように考えていくと、ミニコミ誌に情報を掲載したり、チラシを掲示・設置して、広く集客を求めるイベントを行う時には、最低でも3ヶ月程度の期間をみて計画を立てる必要があります。



【当日タイムスケジュール見本】

時間	項目	場所	担当
時 分	集合	センター	
時 分	会場準備	〇〇会館	
時 分	受付開始	〇室前	
時 分	講師到着	控室に	
時 分	イベント開始		
時 分	挨拶		
時 分	講演開始		
時 分	講演終了		
時 分	閉会		
時 分	後片付け		
時 分	撤収		

7. 計画を実行する

スケジュールに沿って計画を実行していきましょう。会場の予約、講師の依頼、広報など、それぞれの担当が責任をもって実行にあたります。メンバー全員でその進捗状況を共有していることも大切ですので、メンバーリストなどを作り、お互いにマメに連絡を取り合うようにしましょう。

(1) 会場の予約

日程に合わせ、会場を確保します。会場の予約をする場合、予約開始日や申込方法、確定方法（先着順や抽選など）は施設によって異なります。予約開始日に申し込まないと予約がとれない施設もありますので、事前に確認をしておく必要があります。八王子市内の市民センターなどは、2カ月前から予約できます。

(2) 講師の依頼

講師とのやりとりで大事なことは、企画の意図、テーマ、そして、そのイベントを行うことでの実現したいことをしっかりと伝えることです。直接会う、手紙、メールなどで、企画書に添えて、今回のイベントにかける想いをしっかりと伝えましょう。

忘れてはならないのは、事務的な確認事項です。企画書とは別に講師料、必要な備品、事前の資料の送付締切などをわかりやすくまとめて送るようにしましょう。

【確認書見本】

講師依頼確認事項

記入日： 年 月 日

事業名（イベント名）	
イベント日時	
会場	施設名： 最寄駅： アクセスURL：
会場の設備	<input type="checkbox"/> プロジェクター <input type="checkbox"/> スクリーン <input type="checkbox"/> パソコン <input type="checkbox"/> ホワイトボード <input type="checkbox"/> マイク・スピーカー <input type="checkbox"/> 机その他（ ）
講演・ワークショップのテーマ	
形式	<input type="checkbox"/> ワークショップ <input type="checkbox"/> 講演会 <input type="checkbox"/> その他
集客対象	
参加人数	
その他の講師	<input type="checkbox"/> 有（お名前： ）（ご所属： ） <input type="checkbox"/> 無
謝金	講師料： 円
交通費	交通費： 円
支払方法	<input type="checkbox"/> 銀行口座へお振り込み <input type="checkbox"/> その他（ ） ※領収書宛先（ ） 源泉徴収の有無（有・無）
資料の事前送付の有無・締切等	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無 切： 月 日（ ）
書籍の販売の有無	<input type="checkbox"/> 有 <input type="checkbox"/> 無
所属団体名	
担当者名	
連絡先	住所 電話： FAX： メール：

8. 会計管理をする

イベントを行うにあたっては、会場を借りたり、講師を招いたり、広報をしたりするなど、さまざまな経費がかかります。計画の最初から必要経費を予想し、団体からの予算はいくら使え、参加費などの収入はいくら見込めるのか、不足が生じるのであれば、どうやって賄うのか、助成金、協賛金の獲得など、会計の仕事は煩雑であり、できれば専任の担当者があることが望ましいです。

そして、イベント終了後は、会計報告を作成し、団体、関係各機関、協力をしてくれた方々への報告はもちろん、ホームページのイベント報告などにも公表をしましょう。

9. 広報しよう

イベントを企画しても周知が行き届かず、参加者がいなければ、意味がありません。そのためには広報活動が不可欠です。一人でも多くの方にそのイベントがあることを知ってもらい、そして参加してもらうためには、さまざまなツールを使い、効果的な広報ができるよう工夫しましょう。

広報は、事前のお知らせも大切ですが、イベントが終わった後も、会計報告同様、結果報告をひろく公表するようにしましょう。そうすることで、団体への信頼につながります。

(1) 広報の作戦を決める

どの媒体を使って広報活動をするのかを検討します。紙の媒体が効果的な場合もありますし、インターネットなど電子媒体が有効な場合もあります。対象が明確であれば、その人たちが利用する媒体を中心に広報活動をするのが有効なので、おのずと決まってきます。

どのような媒体を利用する場合でも、数あるイベントや講座の中から、来てほしい人の目にとまるためには、その人達が興味を引くタイトルを付けるようにしましょう。

市民活動支援センターが使っているツールをご紹介します。

- チラシ 手に取ってもらえるように工夫する、裏面にも団体紹介などを入れましょう
- ポスター 貼ってもらうことを意識して、1面に必要な情報を入れるようにします
- 広報紙 広報紙「SUPPORT802」にも必ず掲載します
- 広報はちおうじ 市民の方の目に一番留まりやすく、申込みも一番多いツールです
- プレスリリース 各メディアに開催趣旨とチラシを送り、記事として載せてもらいます
- ミニコミ誌 チラシを送り、イベント情報欄などに掲載してもらいます
- ホームページ 開催が決まったら、まずはホームページに載せます
- ブログ 宣伝とともに、開催結果をリアルタイムで報告します
- SNS TwitterやFacebookなど、イベントページを作成したり、ホームページに誘引します
- 地域ポータルサイト イベント情報の書き込みをします
- イベント告知サイト 申込みフォームとして使っています
- 口コミ 直接のご紹介が一番集客効果を期待できます

(2) チラシを作る

チラシを1枚作成すると、さまざまな媒体に展開することができます。チラシ自体を掲示・配布することができますし、無料で情報を掲載してくれるミニコミ誌に送ることもできます。また、電子媒体を利用した広報を行う際にも、文字情報だけでなく、チラシの画像を掲載することにより、より目を引く宣伝が可能となります。

チラシは基本的にA4版、縦に使い、横書きで作ります。これは、チラシを掲示するラックの殆んどがA4対応の縦置きで、3段や4段が縦に重なるように並べられ、チラシの上部しか見えないからです。ですから、チラシを手にとってもらうためには、紙面の3分の1がいかに目立つかが大事です。横書きなら左上がゴールデンスポットです。もし歴史や文学系のイベントで縦書きで作るのであれば、右上です。ここに目を引くもの、売り文句を入れます。

パソコンで作る場合、特別なソフトはいりません。Wordで十分素敵なチラシを作ることができます。

チラシを作る順番

- ① タイトル
- ② サブタイトル
- ③ リード文
- ④ 日時や場所など
- ⑤ 主催や申込み方法など
- ⑥ テーマにあったイラスト
- ⑦ 全体のレイアウトを考える



① タイトル

一番大事なのはタイトルです。イベントに参加する動機は、そのイベントに行けば何か自分にとってよいことがありそう、何か得ることができそうという気持ちです。そのよいこと、得られることがゴールです。「ゴールの見えるキャッチーなタイトル」を心がけてください。

例えば、市民活動支援センターの「アクティブ市民塾」はNPOを紹介するイベントです。その団体を知ってもらい、市民の方に活動に参加してもらうことが目的です。でもチラシのタイトルが「〇〇NPO紹介」では参加者は集まりません。そのNPOが普段行っている活動の中から集客につながりそうな活動に焦点をあて、それをテーマにイベントを構成し、チラシを作るようにしています。当日はもちろん団体を紹介するコーナーも入れます。人が来てくれなければ、団体を紹介することもできないし、そもそもイベントを行う意味がありません。

例) アクティブ市民塾のタイトル

「秋の風を感じて～長沼公園・平山城址公園を歩く～」

「オトナ女性のための自分気づきのコラージュマッピング～わたしの輝き再発見～」

「キャッチー」は対象となる人によって違います。対象となる人が読む雑誌などを参考に、シニアなら「歴史、健康、まち歩き」、女性なら「魅力、輝く」、若者なら「ココロ、カタチなどカタカナを使う」など、工夫をしてみてください。

紙面の3分の1をタイトルに使うと効果的です。できるだけ目を引くデザインにしましょう。

② サブタイトル

イベントの内容がタイトルだけではわかりにくい場合に使います。タイトルだけで十分わかるのであれば入れる必要はありません。

大きさはタイトルの3から4分の1、タイトルと合わせて紙面の3分の1に収まるようにしましょう。タイトルとバランスのとれた落ち着いた色合いがよいです。

③ リード文

リード文とは講座の内容を説明する文章です。タイトルに曳かれて、手に取ってくれた方に読んでもらいたい部分、どういう講座か、何をするのか具体的にわかるように説明をします。対象となる方の心に響くような文章を心がけましょう。

長くても400字くらいまで、テキストボックスを使って、配置が自由に動かせるようにします。

④ 日時や場所など (必要な情報その1)

日時、会場、参加費、定員、必要なら対象者などを書きます。参加しようとする人が、一番欲しい情報ですので、わかりやすく書きましょう。

「いつ、どこで」をなるべく強調するように、フォントサイズを大きくする、目立つ色を使うなど工夫をしましょう。テキストボックスを使って、配置が自由に動かせるようにします。

⑤ 主催や申込み方法など (必要な情報その2)

主催、申込み方法をいれます。主催は小さくてもよいので、前面にあった方がよいです。申込み方法、申込み先、電話、FAX、メールなどをわかりやすく書きます。

テキストボックスを使って、配置が自由に動かせるようにします。

⑥ テーマにあったイラスト

文字だけだとちょっとさびしい感じになってしまいますので、必要事項を入れたら、全体を見て、講座のイメージに合ったイラストも入れましょう。

イラストを複数入れる場合は統一感に気をつけ、クリップアートを使う場合でも、できれば同じ系列のデザインを使いましょう。

⑦ 全体のレイアウトを考える

最後に、全体をみて、レイアウトをします。ワードアートやテキストボックスを使うと、後で自由に動かすことができますので、配置や大きさを工夫したり、色をつけたりして全体のバランスを見ましょう。イラストと同じようにフォントもあまり多くの種類を使うのはイメージがバラけてしまうのでお勧めしません。POP体なら明るく元気、ゴシック体なら堅くて強い、明朝なら真面目、それぞれのイメージがありますから、テーマにあったフォントを使うようにします。色も基本の色を決め、それにあった2から3色程度がよいでしょう。全体の統一感が大事です。

⑧ 裏面の活用

裏もぜひ活用してください。講師のプロフィール、会場の地図、申込みフォーム、団体の紹介文などを入れましょう。

10. イベントの実施

イベントが近づくと準備にあわただしく時間が過ぎていきます。準備のもれをなくすために、チェックシートを用意すると便利です。例として、市民活動支援センターで毎月実施している「アクティブ市民塾」の当日準備チェックシートを載せます。

【チェックシート見本】

アクティブ市民塾 年 月度 準備チェックシート

タイトル「 」

日程	月	日	曜日	準備開始		時 分～	
会場名			階数	会議室名			
講師	団体名						
	講師名						
当日準備物							
配布用封筒	部数	部（参加者数+10）					
	センターパンフレット	同封					
	センター関連チラシ等	当月チラシ、次月チラシ、SUPPORT802、他					
	アンケート用紙	作成・印刷					
受付	団体資料	資料の印刷					
	受付名簿	準備					
	筆記用具	準備					
	受付板	準備					
講師	参加者名札	要・不要					
	謝礼	準備（金額： 円）					
	領収書	準備					
会場	飲み物	要・不要					
	机の配置	机（ 台）・椅子（ 脚）					
	ポスター	準備					
	カメラ	準備（担当： ）					
	パソコン	要・不要					
	プロジェクター	要・不要					
	スクリーン	要・不要					
	ポインター	要・不要					
その他	マイク	要・不要					
	ホワイトボード	要・不要					

参加者がまず訪れるのは受付です。初めて団体との接点になり、これからのお付き合いの始まりの場になるかもしれません。ですから受付での印象はとても大事です。「よく来てくれました！」という雰囲気や伝わるように、挨拶や受付の手順に心がけましょう。

イベントが始まったら、会場の照明、温度などにも気を配りましょう。プロジェクターを使って映像を映し出す機会も多いので、その場に合った照明がスムーズに操作できるように予め調べておく必要があります。また、参加者が暑い寒いに気を取られては、イベントに集中できません。参加者や会場全体の様子に常に気を配ることを忘れてはいけません。

記録のためにカメラなどで撮影をする際には、参加者に撮影をすることとその目的、用途を伝え、撮影の許可を取るように注意しましょう。また、ビデオや録音などで講演などを記録する場合には、その旨を講演者に事前に伝えておきましょう。

しっかり準備をしてきたら、後はイベントを楽しみましょう。スタッフ側がイベントを楽しんでいなければ、雰囲気は伝わります。会場の雰囲気はスタッフが醸し出すものだと思います。私たちもいろいろなイベントに参加しますが、まず受付で明るく挨拶をされたり、何か迷っていてもスタッフがすぐに声をかけてきてくれると、みんな一丸となってこのイベントを成功させようという想いが伝わってきて、こちら巻き込まれていくような気がします。

ぜひ楽しいイベントを作ってください。

11. 振り返り

無事にイベントが終了したら、アンケートを行うなど、開催目的に対してどの位達成できたかを検証するとともに収支も確認し、金銭面での検証も行いましょう。次のイベント成功への大きなヒントとなります。

(1) アンケートの分析

アンケートを取ることで、客観的な評価を得ることができます。次のイベントのステップアップに生かすためにも、アンケートを取り、分析し、今回のイベントの目的がどの程度達成できたのか、その効果はどのくらいあったのか、次回に継続すべき点、改善すべき点はどこかなど検討をすることを勧めます。

アンケートの項目

- ・ イベントの満足度
- ・ よかった点
- ・ イベントを知った広報媒体
- ・ その他コメント
- ・ 不満と答えた方はその理由
- ・ 改善した方がよい点
- ・ 今後行ってほしいイベントの要望

これは一例です。アンケートを取る目的によって、考えてみてください。また、あまり長く、記述項目が多すぎると負担感が出て、書いてもらいにくくなりますので、注意しましょう。

(2) 報告書の作成

イベント開催の趣旨に照らし合わせ、開催目的がどの程度達成されたか、会計も含めて報告書を作成しましょう。助成金を使っている場合、報告の義務があります。外部への報告書は、今後の支援の継続につながります。また、内部への報告書は、今後のイベントの方向性、指針となります。

(3) 参加者、協力者へのお礼

参加者はもちろん、協力をしてくれたさまざまな方にお礼を忘れてはいけません。今後の協力、支援、参加につながってきます。イベント実施に対して寄付をいただいた方には報告書を添付したお礼状を出しましょう。その他、スタッフとして協力してくれた人、広報に協力してくれた人、いろいろな形で関わってくれた方々に、その人に合わせて、お礼状や報告書を出すことが大切です。

そして、イベントの結果は、広報をしたホームページやブログにも公表しましょう。