北区まちセンかわら版
まちづくり塾特集第３号

2014 年 7 月 8 日（火） 発行
北区まちづくりセンター
〒530-8401
北区扇町 2-1-27 区役所 3F
Tel:06(6809)1080
Fax:06(6809)1081
http://kitamachisen.jimdo.com

北区まちづくり塾 第3回を開催
テーマは「アイキャッチする広報のコツ」
～プロがあなたの地域広報紙の悩みにお答えします～

４回連続講座の第３回目、７月１日(火)には39名が参加。巧みなコメントとワークショップで、地域の広報紙や行事の案内チラシをより読みやすく、楽しいものにするコツを学びました。

講師はＮＰＯ法人チュラキューブ理事長の中川　悠（なかがわはるか）氏。育った環境や経験したことが今のご自分の背景であると自己紹介され、参加者の興味をかきたてられる始まりでした。

広報の誤解と２つの広報

地域活動の広報を考えてみると…

・良い活動をしていれば地域には必要ない
・余力があれば取組むもの
・コストの掛る余計な仕事
・面倒で楽しくない

などと考える方も少なくないでしょう。しかしこれらは誤った認識です。なぜなら、地域活動は地域のために実施しているもので、

・皆の協力と信頼が必要
・地域のことを知ってもらい信頼と協力を得るためには情報を開示し発信することが必要
・広報はコストをかけなくてもできる楽しい仕事

なのです。

広報には、メールマガジンやイベントの企画運営、名刺など、互いに知り合うきっかけのための『知ってもらう広報』とホームページやメディア掲載、フェイスブックなど、思い出して覚えてもらうための『忘れさせない広報』があります。

『忘れさせない広報』の意義は復習すること。広報計画を立て一、二ヶ月に一度は広報すると効果的です。

デザイン発注ワークショップ

広報で重要な『伝えたいことを正確に読者に伝える』難しさをワークショップで体験しました。

発注者と受注者のグループに分かれて、チラシのデザインを電話で発注するというもの。発注者はチラシの内容を言葉だけで伝え、受注者は想像力を働かせ、自身のデザイン力を活かしてチラシを仕上げます。受発注の役を交代して全員がワークを終えたところで、チラシを見せて答え合わせ。

歓声や笑い声と共に、どれだけ伝えたい情報が正確に伝えられているか確認出来た瞬間でした。

デザインの４つのコツ

デザインには専門知識が必要だと思われていますが、『アイデア・レイアウト・フォント・カラー』の４つのコツを使うことで「誰でも簡単にできます」と中川氏。

“イベント チラシ”とインターネットで検索するだけで、参考になるプロのアイデアがいくつも見つかると教えていただきました。

恐らく参加者の印象に一番残ったのが「親・子・孫の法則」というレイアウトのコツ。例えば、最も伝えたいことを一番大きな文字で、その内容の見出しを中くらい、詳しい内容を小さな文字で表示します。この文字の大きさが「親・子・孫」になっている、という訳です。

カラーは自分の好きな色を選ぶのではなく、伝えたいものの色を読者が持っているイメージに合ったものにするのがコツ。

ワード文書ぽくないフォントを選ぶこともコツ。フォントには好みがありますが、明朝体など良く使われる４つのフォントを比較した中川氏は、「ポップ体はよく見かけるけどあまり好きじゃない、今は小塚ゴシックがお勧め」だそうです。

デザインの４つのコツ、特にレイアウトの「親・子・孫の法則」を学ばれた参加者が多かったことが、講座後のアンケートから分かりました。これらの「コツ」とともに楽しい講義を思い出すと、地域の広報紙がもっと読みやすく、楽しくなるはずです。

北区まちセンかわら版（まちづくり塾特集第３号）　2014年（平成26）年7月8日(火)

NPO法人チュラキューブ 理事長 中川（なかがわ） 悠（はるか） 氏

中川氏は、株式会社 講談社「KANSAI 1 週間」の編集やアートギャラリー経営などでの企画づくりの経験を経て、2007年に株式会社チュラキューブ／株式会社 きびもく を起業。「より社会的な事業づくりをしたい」と2012年には株式会社チュラキューブをNPO法人化しました。近年ではクリエイターのビジネス促進を目標とした取り組みやクラウドファンディングによる社会事業の企画しています。

自らを「イシューキュレーター」と呼び、障がい者の工賃向上を目指した「お墓参り代行サービス」、学生の社会人基礎力養成を目指す「ガチターン大阪」、オールドタウン化するニュータウンのコミュニティ再生を目的とした「六甲アイランドコミュニティクルー」など、人とまちを元気にする様々なプロジェクトを手掛けています。

イシューキュレーター

イシュー（issue）とは社会課題のこと、世の中に散らばっている情報を収集し、編集しなおして新たな価値を付与して提供する人がキュレーター（curator）です。

イシューキュレーターの仕事として、障がい者福祉施設がお墓の掃除、供花などお参りを代行する「お墓参り代行サービス」事業、高槻市の地元の人々と災害弱者の両者にとって役立つ、防災と観光のスマホマップをワークショップを通して作成する「もしもの観光マップ高槻」プロジェクトなどが紹介されました。

北区まちづくりセンターのfacebookページで
支援員が参加した地域イベントやまちづくり塾の
情報等を発信しています！

大阪市北区まちづくりセンター　**検索**

地域広報紙の添削

今回の講座では、あらかじめいくつかの地域から提供頂いた広報紙やチラシを中川氏に添削していただきました。「チラシの空白部分が気になる…。かわいいチラシでお気に入り！なぜここだけ吹き出し？（写真の多さを見て）楽しくなってやり過ぎた？」などなど、巧みなコメントについつい笑ってしまいました。

文字、写真のレイアウトに「『親・子・孫の法則』を適用すると見やすく、わかりやすくなりますね。」との説明に参加者が納得。忘れる前にこの法則を復習できました。

講座後のアンケート調査より

- 自分の人脈を共有、色々な資源を洗い出す。信頼が必要不可欠。
- 忘れさせない広報、相手の立場に立った記事作りを目指したい。
- 「見易さ」の大切さ。続けることの大切さ。
- 言葉で説明するだけで、それをコピーすることの難しさ。
- アイデアは検索で見つかる。
- デザインの力、世の中が求めているもの、受け手の立場に立つことの大切さ。
- 広報紙の読み手の気持ちが大切、作る側に立ってしまっている自分がいる。
- 親・子・孫の話は分かりやすかった！
- デザインとは４つの要素（アイデア、レイアウト、フォント、カラー）に分類できるということ。難しく考えすぎずひとつひとつ分解して考えたい。

今週のウェルカムフラワーはジニアの花束でした。