

2005

地域密着型フリーペーパー「アレサ」の制作とWEBへの進出

ARESA Imformation Guide Book and Web Site

AD05 伊藤 千紘・14小島 瑠衣・24田中葵
指導教員 井上 謙・菅原 由佳・西野 隆司

1. 研究目的

小山町・小山ヶ丘のプロモーション小冊子として地域の評価を得ているアレサであるが、今回、継続要請を受け、第4号を制作することとなった。

今号は今まで地域のプロモーションツールであったアレサを、地域と人々のコミュニケーションツールとしても活用できるものにする。

2. 調査と分析

①今までのアレサは新たに引っ越してきた人々がメインターゲットとされていた。しかし、小山町・小山ヶ丘は住民にとって、新しい土地から徐々に通常の生活拠点へと変化しつつあるため、アレサに掲載される記事・コンテンツの検討を再度行う必要がある。

②今までのアレサは情報を制作者から読者へ一方通行に情報を提供していた。これを相互に情報を提供し合うことで、さらなる情報と交流が生まれ、アレサに「コミュニケーションツール」としての付加価値を待たせる。

③現代のインターネット社会では、mixiやtwitterなどをはじめとするブログやソーシャルネットワークワーキングサービスなどのメディアが広く活用されている。現在ではそのようなメディアを通して、常に新しい情報をたくさんの人々が目にすることができる。そこで今回は、WEBへの展開を視野に入れる。

3. コンセプトの立案

「広がり」と繋がり」

- ・地域密着型・読者参加型の新しい提案
- ・コミュニケーションツールという付加価値
- ・「情報発信」の追求・WEBへの進出

4. デザイン展開

①小山商栄会が35周年を迎え、アレサ商栄会（以下「商栄会」という）に社名を変更し、それを記念して今回はプレミアム号として発行する。そのため、今までのアレサとは違ったインパクトのある表紙をデザインした。

②地域密着型として「地域貢献活動」という共通テーマをもとにインタビューを行い、読者参加型として地元のレシピを紹介し、地域と人々を結び

つける様な新しいコンテンツを提案した。

③店舗紹介は、今まで写真を商栄会から提供してもらっていたため、外装や内装、商品などばらつきがあった。今回はお店を一軒一軒まわり、外装の写真を自分たちで撮影し写真の統一化をはかった。

④情報発信の場を広げるという観点からWEBへの進出を提案するために今回はホームページとブログを制作した。ホームページでは、今までの1号から4号までの小冊子「アレサ」の情報を公開する。ブログではイベント情報などリアルタイムな情報を提供する。

⑤WEBの更新を商栄会や次年度の学生が引き継ぎで行うために、ホームページの基本であるhtmlを使用し、更新用手順書の制作を行った。

5. 完成図



小冊子



ホームページ

6. 結論

新しいコンテンツの導入により、交流が増えコミュニケーションツールとしての役割を持たせることができ、商栄会から高く評価を受けている。

WEBについては商栄会で検討中のため、今年度の公開は実現しなかった。しかし、WEBの提案により情報発信の場が広がり、リアルタイムでの情報提供が可能になるため、今後の必要性を高めることができた。

7. 参考文献・協力

参考文献：<http://www.mapion.co.jp/>

協力：アレサ商栄会・町田商工会議所・南大沢警察署・まちだテクノパーク・FC町田ゼルビア・小山のホテルと自然を守る会・まちとも・見守り隊
印刷：協英印刷株式会社