

2009

小山地域のフリーペーパー「アレサ」の制作

ARESA Free Paper for Oyamamachi & Oyamagaoka

AD10 梅田 有紀・28 富永 りえ
指導教員 菅原 由佳

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5号を制作することとなった。

5号は地域のプロモーションツールとしてだけでなく、小山地域を好きになってもらえるような魅力的なものにする。

2. 調査と分析

以下の調査、分析をもとに制作を進めた。

①今までのアレサは各特集の見た目に抑揚がなく、読者が読み飽きてしまい、読者の興味が薄れてしまう内容となっていた。また文章量もページごとにムラがあり、読みづらくなっていることが分かった。

今号はページ全体が同じ雰囲気にならないよう、各特集のテーマにあった紙面構成にし、文章量にも気を配りながら読者が読みやすい内容にする。

②今号で5号目となるが、未だにアレサが地域へ浸透しきれていない部分が随所にみられたため、今後読者を増やすための宣伝効果のあるグッズを制作する必要がある。

③昨年の卒業生が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ホームページとブログを制作していたが、実際は地域の人に見てもらいにくく、また更新をアレサ商栄会に引き継ぐ事は難しいのではないかと考えた。そのため、より手軽で効率のよい情報発信方法でWEBへの進出を提案する必要がある。

3. コンセプトの立案

調査と分析をもとに「もっと地域に愛着を」というコンセプトに決定した。

- ・地域の魅力を伝える新たなコンテンツ提案
- ・アレサをより地域に浸透させるグッズ提案
- ・効率のよい「情報発信」の追求

4. デザイン展開

上記を踏まえ、次のようにデザイン展開をした。

①より地域に愛着を持ってもらえるように主に地域のスポットやイベントの特集を多く盛り込み、読者に行動意欲を湧かせるように工夫し地域のスポットやイベントの魅力を伝えていく様な新しいコンテンツを提案した。

②内容の少なさから、読み応えがなくなっていた

ため、ページ数を例年の28ページから36ページに増やした。

③冊子を手にとった人にとって価値のある冊子にしていくために新たに商店のクーポンをコンテンツとして提案した。

④アレサを地域に浸透させるという観点から今回はアレサカレンダーを制作した。年間カレンダーをA1サイズに納め、ポスターのように貼りやすいものにした。キャラクターのイラストで楽しげなデザインに仕上げた。

⑤WEBの更新がしやすく、効率のよい情報発信方法を考え、今回はTwitterでの情報発信方法を提案し、テストアカウントを作成した。

5. 完成図



小冊子



アレサカレンダー



Twitter

6. 結論

冊子は読む人の目線に立って内容やレイアウト、ページ構成を綿密に検討したことで読み飽きずに内容が入ってきやすいとアレサ商栄会から高く評価を受けた。また、カレンダーはそれ自体の実用性から地域の商店等に貼りやすいものとなり、アレサの宣伝効果が望めるものとなった。WEBについてはTwitterでの情報発信方法を提案したが、現時点ではテストアカウントでの運営となっている。不特定多数の興味のある人に見てもらえ、新鮮な情報発信が可能な方法であるため、今後の必要性を高めることができた。

7. 参考文献

[参考文献] <http://maps.google.co.jp/>

http://www2.wagamachi-guide.com/tokyo_bousai/

<http://www.telmap.net/map>

[協力] アレサ商栄会, 町田商工会議所, 小山小学校, 小山中央小学校, 小山ヶ丘小学校, まちだテクノパーク, 長泉寺, 福生寺, 宝泉寺, 三好寿司, 渡部新聞舗 [印刷] 協英印刷株式会社