

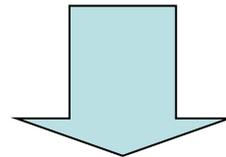
どうなればシティプロモーションは 成功なのか

-計画倒れにならない戦略づくり-

東海大学文学部広報メディア学科
河井孝仁

シティプロモーション

- 地域を持続的に発展させるために、
- 地域の魅力を発掘し
- 地域内外に効果的に訴求し、
- それにより、人材、物財、資金、情報などの資源を地域内部で活用可能としていくこと



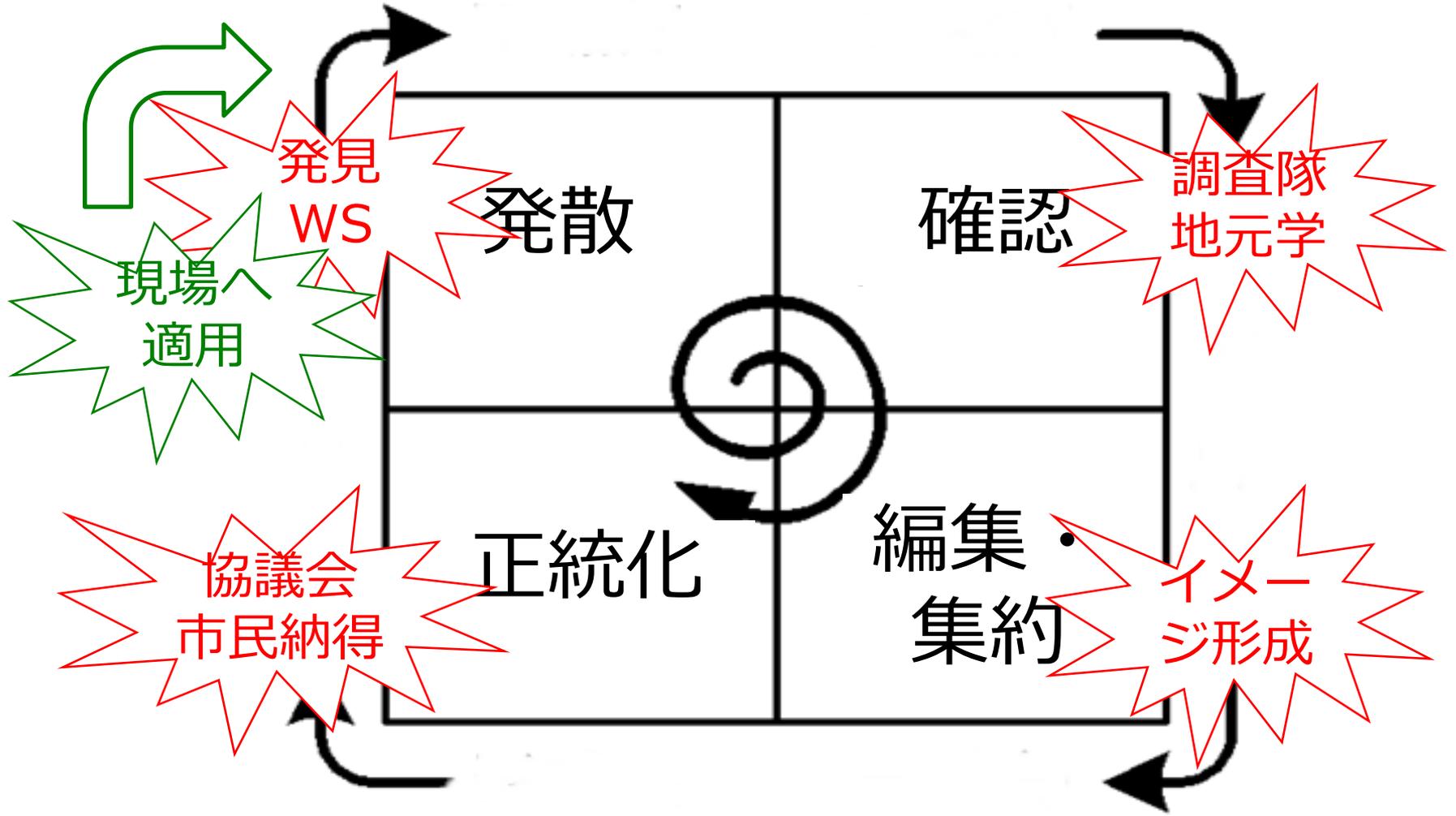
- 市民の連携によって、地域の多様なステークホルダーが持続可能性を持って活動し続けられること

シティプロモーションの【4・7・4】

- **4**つのステージ（地域魅力創造サイクル）
 - 発散・確認・編集・正統化
- **7**つのフェイズ（メディア活用戦略モデル）
 - 傾聴・認知獲得・関心惹起・探索誘導・
着地点整備・行動促進・情報共有支援
- **4**つの評価（多面的評価システム）
 - 費用対効果・行動変容確認・協働実現・
関与者成長



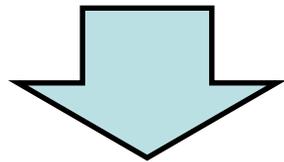
地域魅力の創造サイクル



ステージ 1 発散



- 意欲ある市民の参画による魅力発見
- 一人**50, 100**という過剰な発散
- ワークショップ
 - ワールドカフェ方式も活用
- 肯定からの意見交換

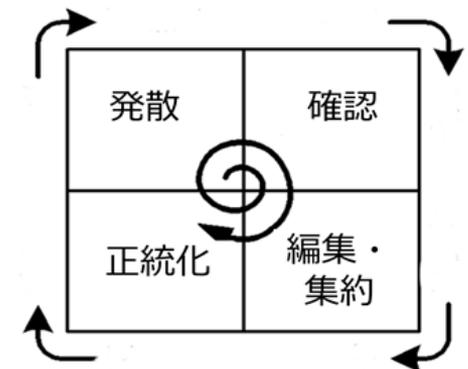


誘発→多様な魅力の発見・・・しかし拡散



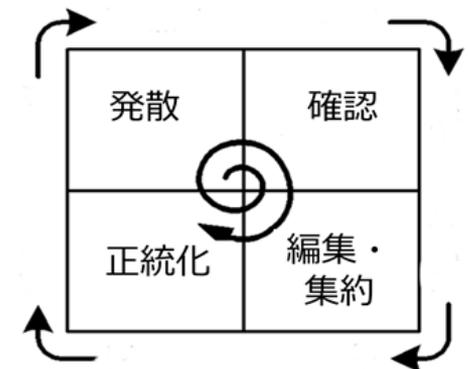
ステージ 2 確認

- 個人的・具体的に提示された魅力を、多方向な視野を持った人々の集まりとして可能なかぎり実際に体験。「なぜ、それがこの人にとっては魅力なのか」を共に考える。
- ここでは「私はこう思う」という議論も行われる。それによる新たな側面の発見も期待。
- これは地元学(あるもの探し)と名付けられる地域探索活動にも繋がるもの。歴史的や民俗学的な調査、地形や地名についての発見や学び。



ステージ 3 集約・編集

- 地域イメージの形成
- プロフェッショナル活用
 - ワークショップを基礎にブランドメッセージ案
 - **ブランドメッセージ**は「この地域がどうありたいのか」を示す。（「今、こうなっている」は基礎）
- 一定の権威を持つ機関の活用
 - ブランドメッセージ案の絞込み

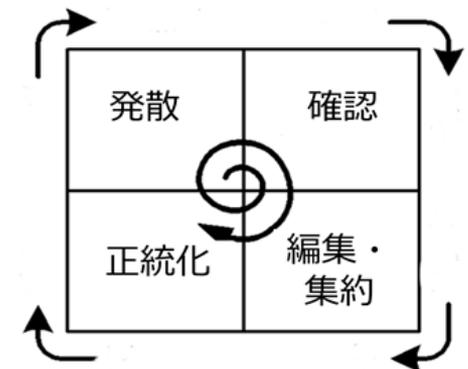


ステージ 3 集約・編集

• 留意点 **BattleField** 設定

ブランド化 = 差別的優位性 → 評判構築 → 信頼の連鎖

- 宇都宮は、どのフィールドで、差別的優位性を持つことができるのか との認識



Battlefield設定

- ・ ベース分析
 - 自治体の特徴、資源、現状評価
 - 我々はどこで勝てるのか

北山村は和歌山県、守田エリアの飛び地の村。北山川既開き下り、ラフティング、キャンプなどの紹介。

和歌山県 東牟婁郡 **北山村** [行政サイト] サイト内検索 ()

行政 観光 学割 社協



観るモノ、見るモノ、オンリーワン
全国唯一、飛び地の村で“ゆるい”

北山村について

- 北山村のデータ
- 交通アクセス

北山村役場

緊急情報 現在、緊急情報はありません。

道路情報 現在、緊急情報はありません。

新着情報・お知らせ RSS > 一覧を見る

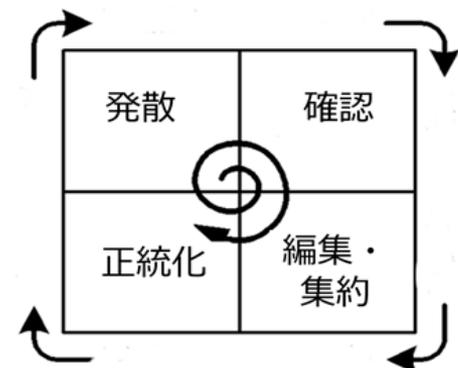
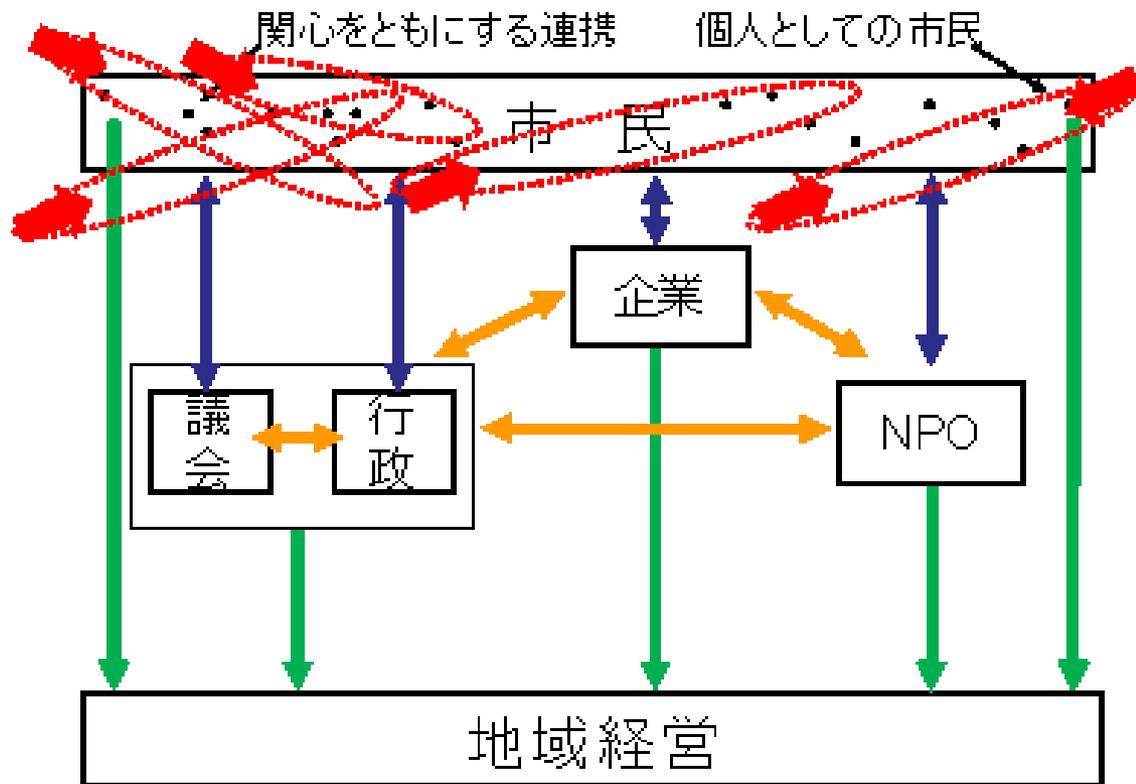
2011-11-01

公共施設・生活施設

- 北山村役場
- きたやま保育園
- 村立北山小学校

ステージ 4 正統化

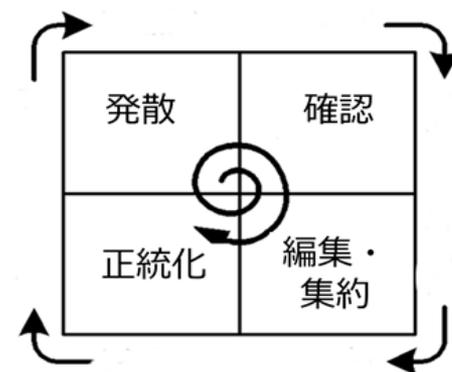
- たとえば市民アンケート：主体的参画
- 行政だけが行うわけではない
- 新たな発散のサイクルへ



新たな発散のサイクルへ



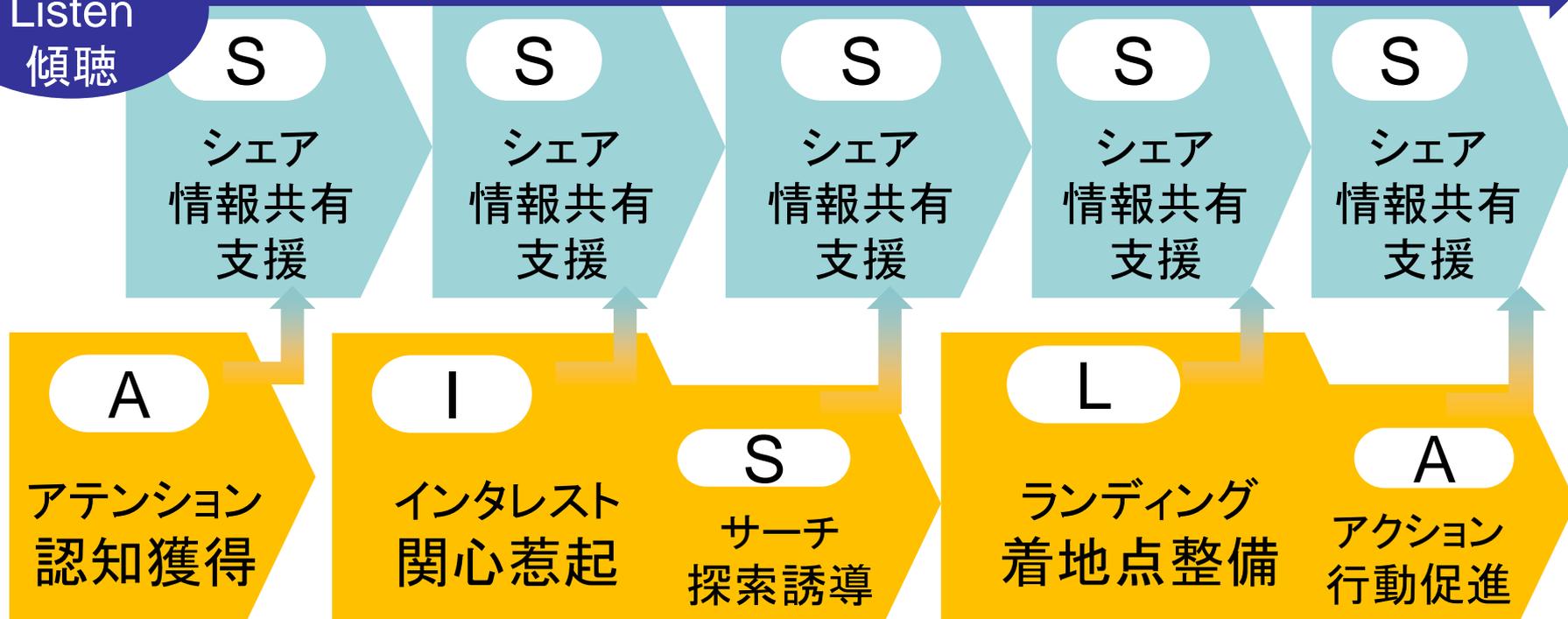
- 当初の知財としての扱い留意
- 使いやすいツールを用意することで民間が工夫しやすい仕組み
- 施策を地域ブランドメッセージにどのようにリンクさせるか
 - ✓ 子育て支援はどうリンクできるか
 - ✓ 廃棄物処理はどうリンクできるか



メディア活用戦略モデル

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**

L
Listen
傾聴



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

活用できるメディアは

オウンド
メディア
(自社メディア)

広報誌
公式サイト

アーンド
メディア
(獲得メディア)

新聞記事
テレビニュース
クチコミ

ペイド
メディア
(購入メディア)

広告

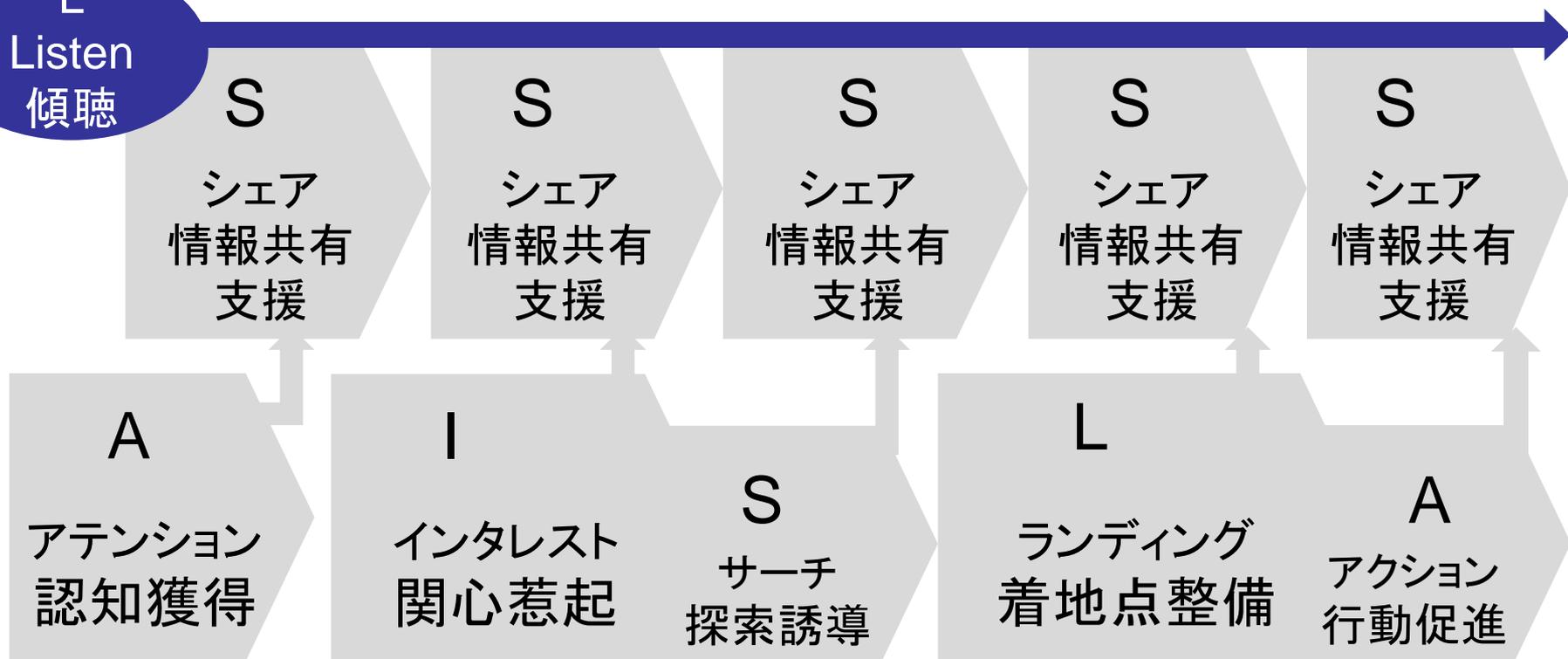
ソーシャルメディア (人間関係を通じて伝わるメディア)

Twitter **Facebook** 地域**SNS**

フェイズ 1 傾聴

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**

L
Listen
傾聴



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 1 傾聴

● ベース分析 (**Battle Field**)

- 既存資料活用
- 対象者アンケート
- ソーシャルメディア活用
ソーシャルリスニング

「聴くメディア」として

- 媒体資料確認

● 経過分析 (**small PDCA**)

- 対象者アンケート
- Webサイトへのリーチ分析
 - Googleアナリスティック他
- ソーシャルメディア活用

静岡県

検索

ツイート トップ/すべて

 **暇つぶSEEK -tweet-** @htseekTweet 2分
No.614 静岡県には「月まで3km」という道路標識がある

 **みかんの精霊** @mikannoseirei 3分
【予約・2012年3月下旬から出荷】幻のミカン★静岡県沼津市西浦の矢岸さんの黄金柑(ゴールデンオレンジ) 大箱(約5キロ入り)
ootaguro.com/mikan/?p=231

 **北海道はたて** @HokkaidoHotate 4分
@Hamamatsu_Sanae へえ、はままつ早苗(bot)さんは静岡県浜松市北区三ヶ日町大谷なんだー
←はままつ早苗(bot)さんへの返信

 **はままつ早苗(bot)** @Hamamatsu_Sanae 5分
静岡県浜松市北区三ヶ日町大谷なう。
www18.atpages.jp/liketrain/san... #はまसान巡礼

 **渡部達也@NPOゆめ・まち・ねっと** @watanabetatsuya 6分
【冒険遊び場たごっこパーク】静岡県富士市の公園と川で子どもたちがハイチャチャに遊んだり、まったり過ごしたりという居場所の提供に取り組んでいます。詳しくは専用ブログでぜひ⇒ blog.goo.ne.jp/yumemachinet/

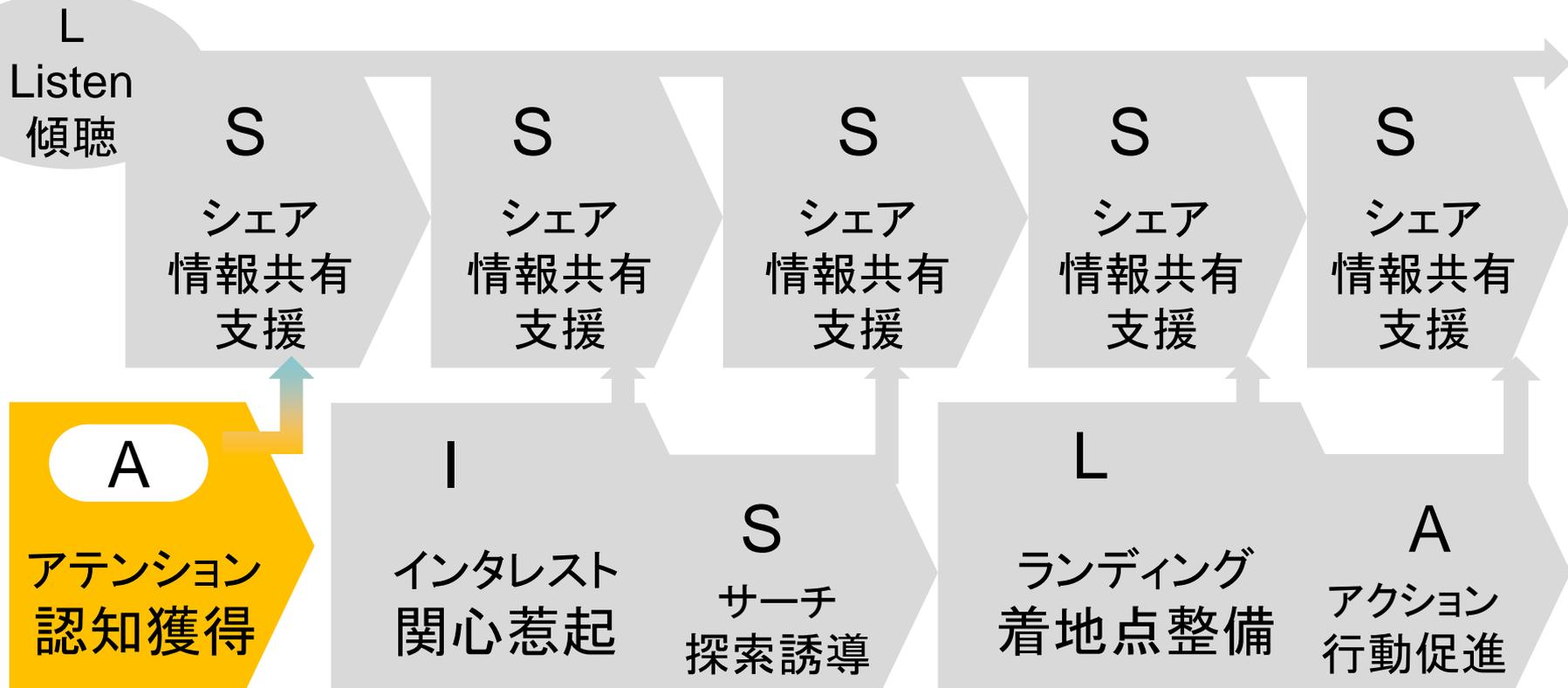
 **ちゃんたて** @_chantate 6分
話題にあったから一人bumpやたらまじでびっぶらにつなかってねこしゃなんて人と会話してる。しかもどっちも静岡県東部。ねここしゃん21だったけど

 **ソフトドリンクの由来** @soft_drink_ 7分
まりこの紅茶 静岡県丸子(まりこ)は日本紅茶の開祖、多田元吉が日本初の茶農園を開いた地。丸子紅茶はリプトンを凌ぐといわれた。

 **トリビア** @_023374822238 7分
静岡県には「地名」という地名がある。「地名」の読み方は「じな」。

フェイズ 2 認知獲得

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**



傾聴しつつ、①**魅力を認知させ**、②魅力を「自分事」化させ、
 ③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
 ⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 2 認知獲得

- 知らない人に認知させる
 - 行政広報紙の重要性（他都市との共同広報紙）
- その他、有効な広報活動・メディア活用例
 - パブリシティ～ニュースリリース・記者投げ込み
 - キャンペーン
 - ポスター

誘発ポイント

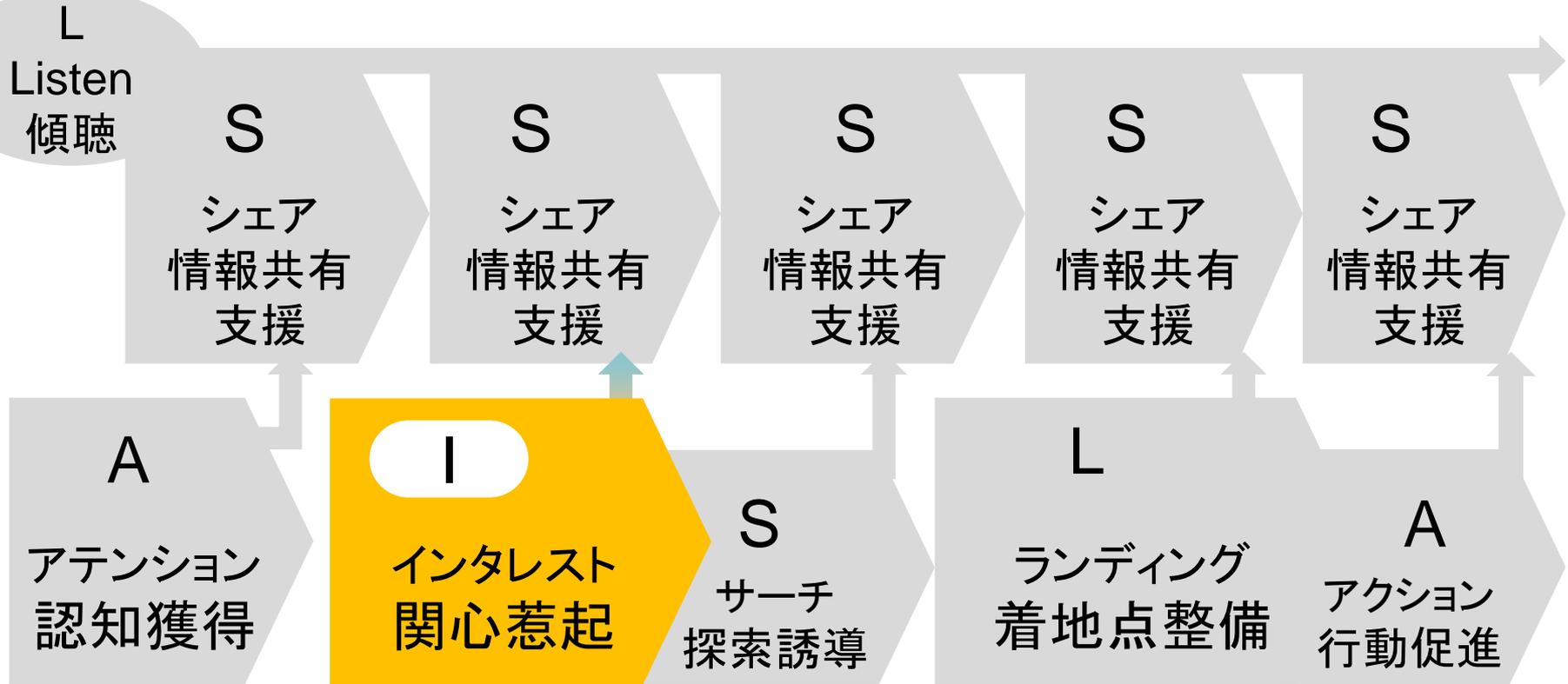
差別的優位性「○○初」
物語（人物・逆転・裏話）
ノリとズラシ
データ（数字）

事例：桃太郎市



フェイズ 3 関心惹起

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
 ③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
 ⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 3 関心惹起

自分にとって関わりがある = 「自分事」化

- ターゲティング
 - デモグラフィック (年齢・性別...)
 - ジオグラフィック (住所・勤務地...)
 - サイコグラフィック (関心・意欲...)
- 共感 (社会性・人間関係)



事例：流山市が地下鉄に出したポスター

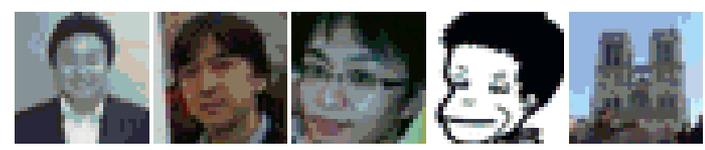
- 「父になるなら流山市」
- ターゲット
- デモグラフィック ジオグラフィック



関心惹起に親和性のあるメディア

- **SNS**、メーリングリスト、ツイッターの**RT** : 人間関係による共感

あなた — ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ)

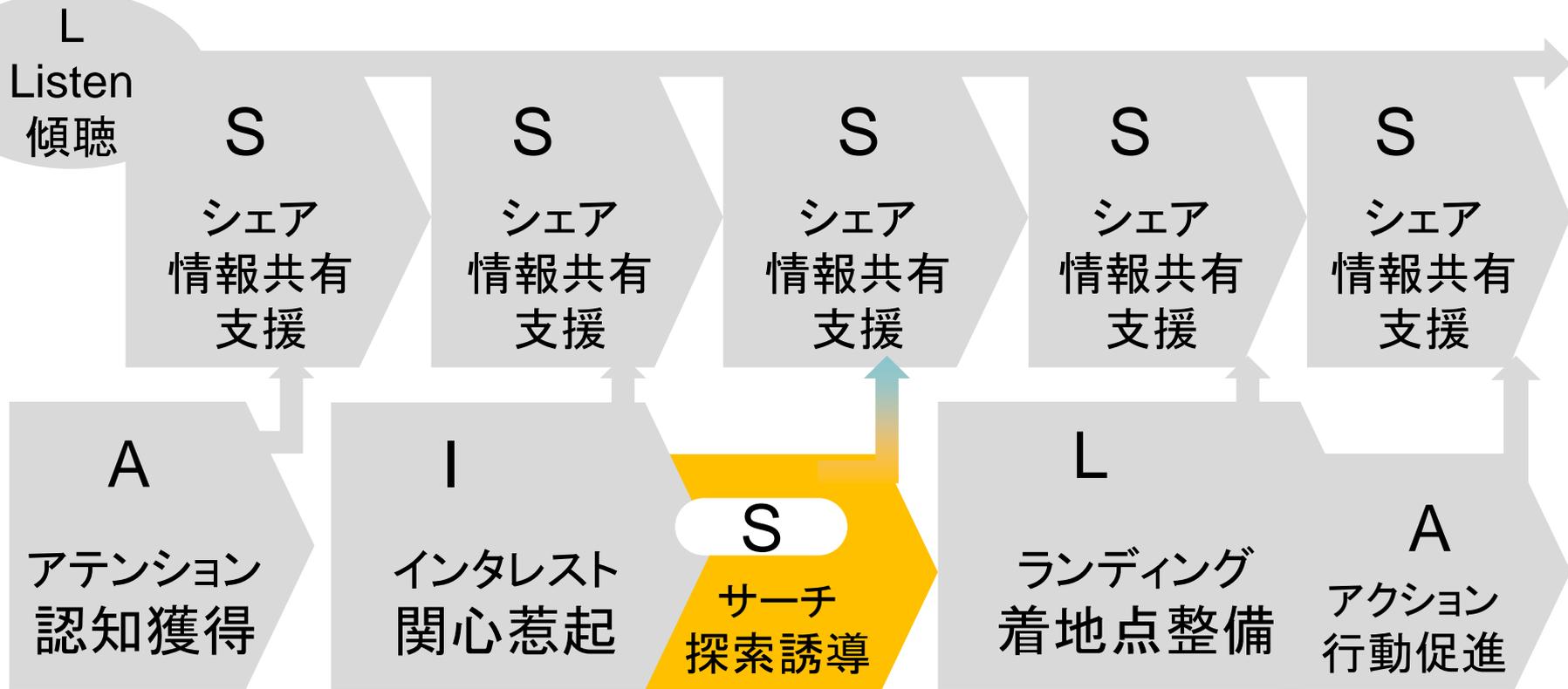


友達5人が「いいね！」と言っています。



フェイズ 4 探索誘導

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
 ⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 4 探索誘導

- 認知獲得フェイズ・関心惹起フェイズは「見出し」として機能する必要がある。
- 認知獲得・関心惹起の段階で詳細すぎる情報提供は、対象者＝情報受信者の情報処理能力をオーバーフローし、受信への拒否感をうみだす可能性がある。
- 十分な行動促進を行うためには、着地点での「デザイン」「設計」が必要となる

探索誘導フェイズの必要性

フェイズ 4 探索誘導

- 関心惹起フェイズで活用するメディアに仕込む
- **URL(URL入りtweet)**
- 検索ワード
- **QRコード, 情報誌 (便利帳) の該当ページ**

ツイート



ネギ太 @negita_yonago

5月26日

今日は、とっとり花回廊を中心に「第64回全国植樹祭」が開催されます。NHKによる生中継のほか、鳥取県が、USTREAMによる中継を予定していますので、よかったですらご覧ください！ bit.ly/178eMuL

開く

フェイズ 4 探索誘導

- さばえぶらり 鯖江市

株式会社 ATR Creative開発
 鯖江を楽しく歩くための「さばえ街なかぶらりMAP」の地図に12種類のオープンデータを表示した情報アプリです。通常の地図だけでなく1720年に鯖江藩ができた当時の古地図なども表示することができます。スマートフォンを片手に江戸時代にタイムスリップ。鯖江藩の城下町を"ぶらり散歩"してみたいはいかがですか。



インストールはこちらのQRコードを！
 iOSに対応しています。



さばえ街なかぶらりMAP

さばえを楽しく歩く情報マップだよ☆

観光地図にオープンデータ満載
 情報フル装備のさばえ案内アプリ
 『さばえぶらり』

フェイズ 4 探索誘導

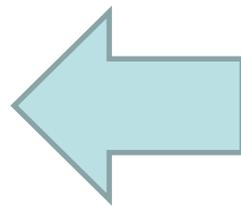
- 広報ながくて

記事ID7059



公式サイト

詳細記事



広報ながくて

記事ID検索

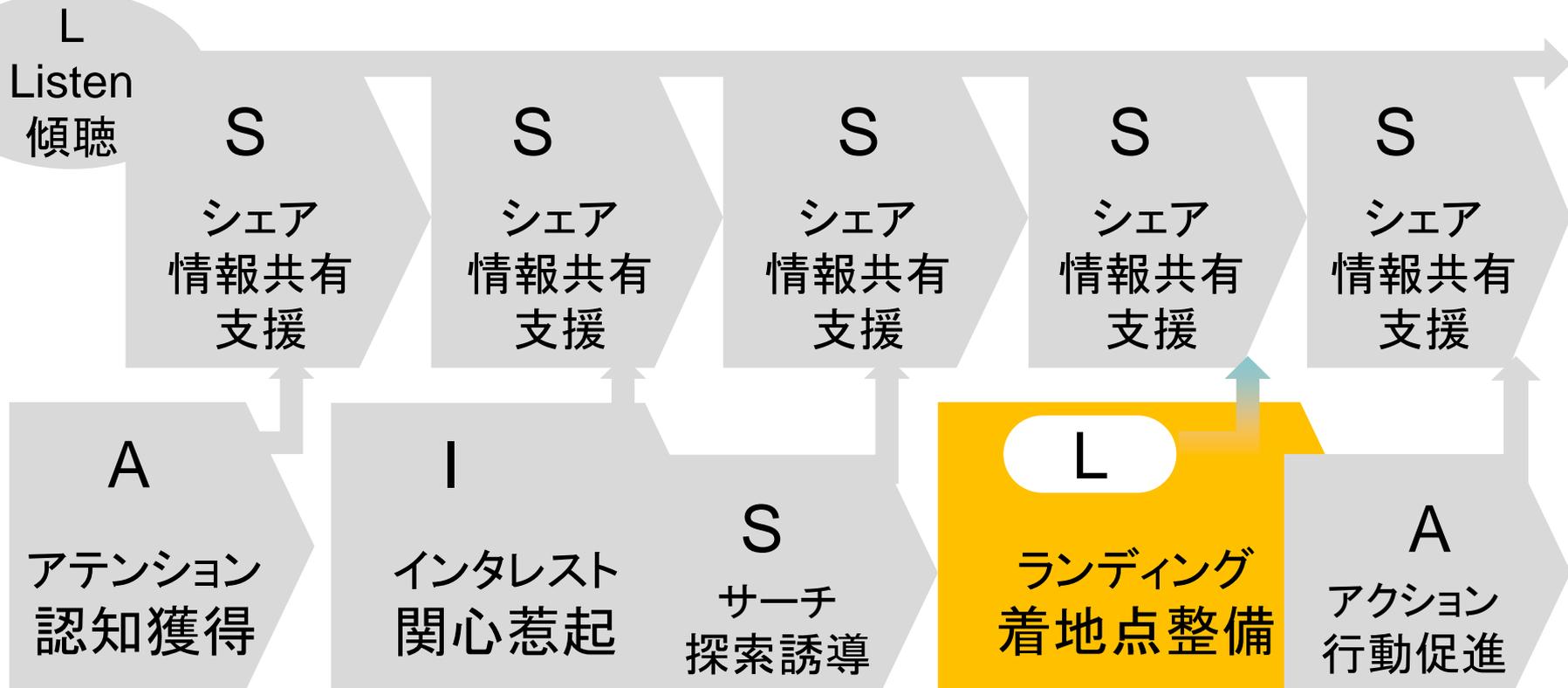
[市民記者募集](#)

[市政・広報e-モニター募集](#)

[広報紙へご意見・ご感想を](#)

フェイズ 5 着地点整備

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
 ③魅力を探索させ、 ④着地する的確な場所を整備し、
 ⑤魅力を活用させ、 ⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 5 着地点整備

- **2つの着地点**
 - 信頼性を供給する公式サイト・情報誌
(情報掲載)
 - 手元に置いて、いつでも見られる便利帳
 - 詳細な情報誌
 - 常にアップデート
 - 定期的な確認



フェイズ 5 着地点整備



PHOTO ↗

福岡の顔
FUKUOKA PANORAMA

MAGAZINE ↗

福岡の力
FUKUOKA POWER 2009

お役立ち **リンク集** → LINKS

観光・コンベンション 市の概要

アジアとの交流 文化・芸術

産業・ビジネス 交通

フェイズ 5 着地点整備

twitter

Facebook



ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ) さんがリ
た。

平成24年度予算編成方針/米子市ホームページ
www.city.yonago.lg.jp



ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ)
カニの季節っ！
写真はズワイガニのメス♪
このあたりでは「親ガニ」と呼びますよー
身やミソはとーぜん、なによりタマゴ (内子と外
(ぼくは内子派)

現在はtwitterでは上記を削除
(今後の方向性に注目)

ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ)

いいね!

政府機関・米子市



ウォール



ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ) さんがリンクをシェアしまし
た。

平成24年度予算編成方針/米子市ホームページ
www.city.yonago.lg.jp

いいね!・コメントする・シェア・49分前

2人がいいね!と言っています。

コメントする



ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ)

おはようございますよー
天気予報どおりさむいいいいい

いいね!・コメントする・シェア・3時間前

7人がいいね!と言っています。

コメントする



ネギ太 (米子市公式キャラ ヨネギーズ)

カニの季節っ！
写真はズワイガニのメス♪
このあたりでは「親ガニ」と呼びますよー
身やミソはとーぜん、なによりタマゴ (内子と外子) があぁ
(ぼくは内子派)

2つめの着地点

- 個別有用性、信憑性を判断させるソーシャルなサイト（情報集約）
- 顧客（ターゲット）からの**Q&A**
- 利用者ブログ、**SNS**コミュニティ
- **Facebook twitter**(ハッシュタグ、ツイログ)
- 誰が提供するのか
- 情報爆発の中での散在にどう対応するか

Yokotter

あなたの つぶやきで 横手の街が 変わっていく!

Yokotterについて
Twitterとは
Yokotter会議
Yokotter紹介記事
秋田の新しい顔
ハッシュタグリスト
リンク集

140文字で奇跡を起こす
秋田県横手市を **twitter** で 街おこし!!

Yokotter について Twitter とは Yokotter 会議 Yokotter 紹介記事 秋田の新しい顔 ハッシュタグリスト 注目 tweet リンク集

Yokotter 代表の公式 blog
Yokotter スタッフ blog
横手の裏情報ならココ!!
Yokotter カレンダー
Yokotter の音楽 横手発ハロー!

みんなで作る横手の街
yokote タイムライン

information
よこいち。
市民参加型横手発信市場
よこいち。
毎月第3日曜日.....よこてイースト
USTREAM
YokotterTV他県+番組配信!
最新番組! アコアコの部屋!
毎週日曜日9時30分acochanacocoことアコちゃん人と、ココット



福岡市カワイイ区

facebook 友達、スポット等を検索

福岡市カワイイ区

いいね! 14,946

福岡市カワイイ区
6月10日

おはようございます! カワイイ区総務課長です。

今年も博多祇園山笠シーズン限定で「夏ふく小屋」がオープン! 高級魚「ふく」は、冬が旬というイメージがありますが、実は、春から夏にかけてのシーズンの方が漁獲量が多いのです。しか

... もっと見る

コミュニティ/政府関係
福岡県福岡市
<http://kawaiiku.jp/>

基本データ - 変更を提案

カワイイ区総務課長



福岡市カワイイ区
6月10日

このしまアイランドパーク (写真3枚)
 姪浜渡船場から約10分の船旅で行けるリゾート『このしまアイランドパーク』。四季を通して美しいお花が楽しめます。いまはマリーゴールドが見ごろです! 袋やスコップなど道具を持っていくと、好きなだけお持ち帰りいただくことができ、替えてお楽しみ、賞味ください! 他にもたくさんございますね。
 ■期間 6月1日へ
 詳細はこちらhttp://kawaiiku.jp/info_37

ウエディングイベントに世界でたった一つの感動的な演出をしてみませんか? 熱い想いをプロが作詞にアレンジ・作曲し、主人公のあなたがレコーディングして曲を完成させます。カワイイ区民特典として特別価格も☆詳細はこちらhttp://kawaiiku.jp/info_37

感謝の気持ち、伝えたい言葉をオリジナルソングにしま

民間企業



いいね!・コメントする・シェア
183人がいいね!とっています。

信憑性を裏打ちする第2の着地点



クロスメディア
ポータル

編集

eシマッター

twitter

編集

FM 島田
g-sky 76.5

eコミ案内人

eラジオ

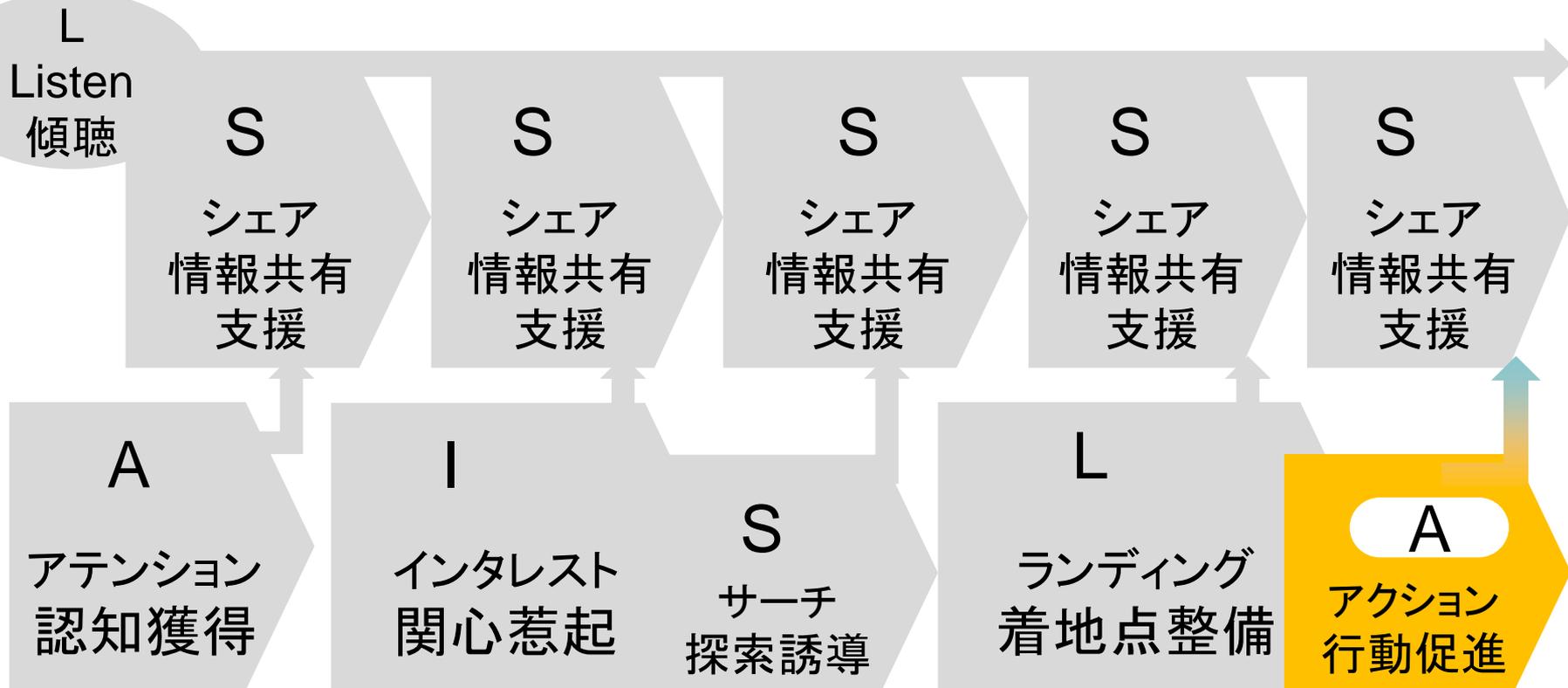
着地点としてのイベント

- イベントをメディアと捉えることで、イベントへの着地を促し、**的確なイベントを行うことにより詳細な情報を得てもらうことが可能になる**

(例) 子育て支援が充実したA市が、近隣大都市から**DEWKS**の移住促進を図ることを目的とした地域広報を行う場合、A市在住の子育て世帯と交流するイベントに、近隣大都市**DEWKS**の参加を促し、**リアルな口コミ**によって、A市の子育て支援魅力や「**住みやすさ**」という**詳細情報を獲得**してもらう

フェイズ 6 行動促進

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
 ③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
 ⑤**魅力を活用させ**、⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 6 行動促進

- 行動しやすいようにケア
 - 広報紙・公式サイトでの連絡先
 - 申込フォーム
 - ワンクリックで
 - あなた一人じゃない（共感形成につながる）

顧客の「シーン」
への想像力



フェイズ 6 行動促進

西都市定住支援サイト ホームへ お問い合わせ このサイトについて サイトマップ

こんね！四季を彩るロマンのまち西都 西都市総合政策課 0983-43-0380

宮崎 古代ロマンと恵まれた自然のまち

西都でセカンドライフ

ホームへ

先人の声
UJIターン者の声

暮らし
空き家・就農・就職等情報

- 空き家情報バンクー
空き家情報バンクとは
空き家の所有の方へ
空き家をお探しの方へ
空き家情報
- 分譲地情報-----
分譲地情報(西都市の

空き家情報

ご希望の物件がございましたら、西都市総合政策課 ☎  0983-43-0380  まで連絡下さい。

空き家情報No.21



所在地	西都市大
建築面積	-----

共感によるアクション (行動・参加) 促進

- 関心惹起フェイズで重要なものとなった
「共感」は行動促進にとっても重要な意義を持つ
 - (関心惹起フェイズ) 認知→共感→探索へ
 - (行動促進フェイズ) 着地→共感→行動へ



共感によるアクション (行動・参加) 促進

The image shows a Facebook page for 'F&B良品 TAKEO'. The page header includes the Facebook logo and a search bar. The profile picture is a green square with 'FB & 良品 TAKEO' in white text. The cover photo features a woman holding a product bag. The main post, highlighted with a red arrow, is titled '恵まれた大地に、自然の味 武雄市の「良品」を、あなたにお届けしたい' and includes a photo of a woman with a product bag. A callout box on the right shows a notification from 'あなた - 武雄市役所' stating '友達54人が「いいね！」と言っています。' and 'Facebook Japan'. The left sidebar shows navigation options like 'ウォール', '基本データ', and '友達のアクティビティ'. The bottom of the page shows two identical posts for '完売御礼!!' with a photo of a building at night.



ゲーミフィケーションの活用

- 着地点（特にイベント）において
- 課題解決にゲーム的な要素である
参加を容易にしたうえで、競争・協力や達成感、心理的報酬などを組み込み、意欲を高める手法



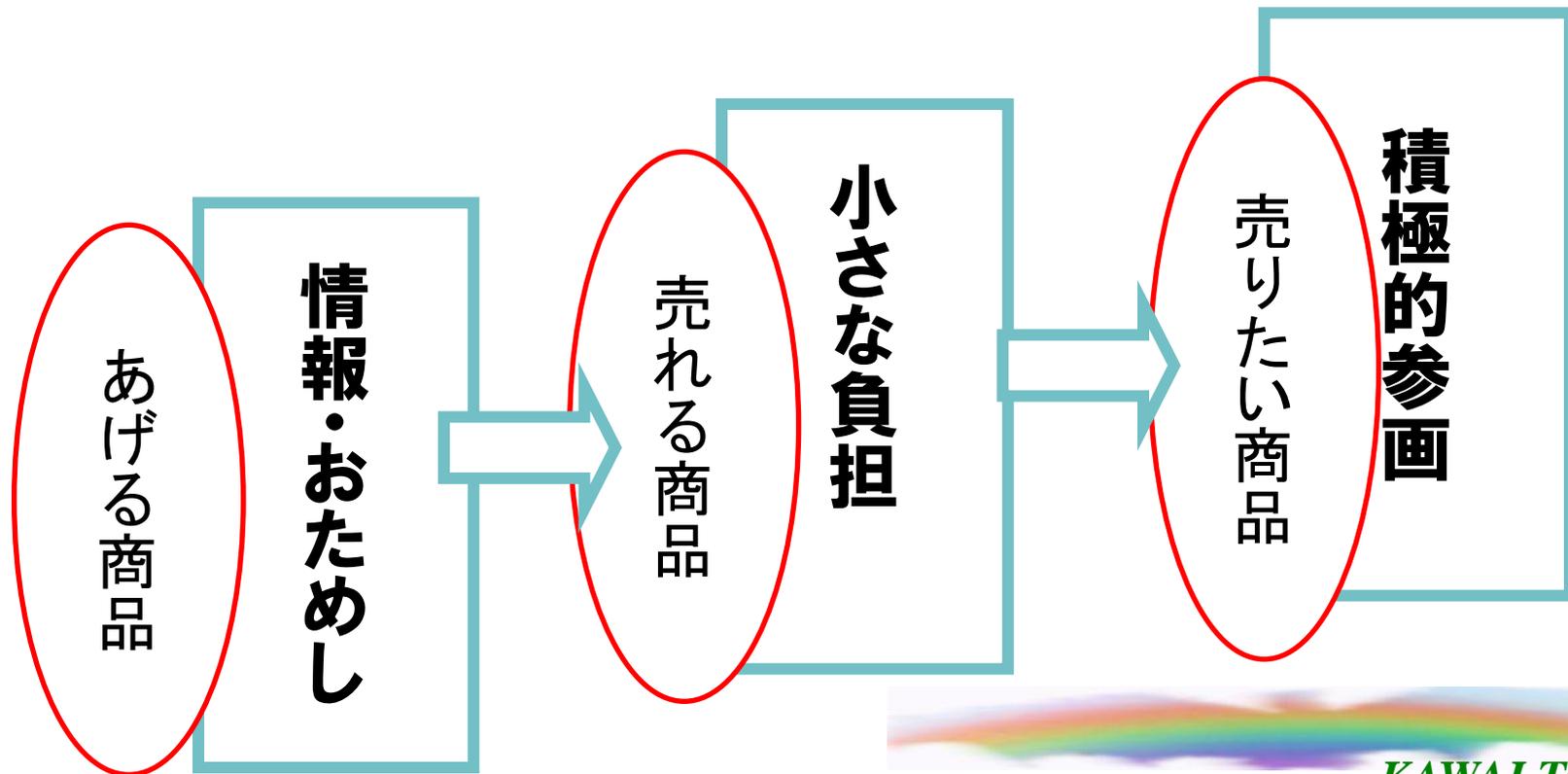
ゲーミフィケーションの活用

- 未来自治体
 - 若年層の地域参画を目標
 - キットによる参加容易性
 - 学生グループによる応募
 - 1ヶ月程度にわたる検討
 - 公開での発表、表彰



プロダクトフロー

- プロダクトフローの発想
 - あげる商品 / 売れる商品 / 売りたい商品
- 顧客は階段を上る



プロダクトフローモード（1）

- あげる商品（情報・おためし）
 - 新聞（認知獲得） → ポスター（関心惹起） → **QR**コード（探索誘導） → **Web**サイト（着地点・行動促進）
→ twitterフォロー
- 売れる商品（小さな負担）
 - twitter（認知獲得） → メールマガジン（関心惹起）
→ リンク整備（探索誘導） → **Facebook**（着地点・行動促進） → イベント参加

プロダクトフローモード（2）

- 売りたい商品（積極的参画）
 - イベント（認知獲得） → チラシ（関心惹起） → 地図（探索誘導） → 分譲地めぐり（着地点・行動促進）
→ 移住



4つの行動促進要因関係図

対象者へのケア・・・シーンへの想像力

共感形成

ゲーミフィケーション

プロダクトフロー

フェイズ 7 情報共有支援

地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**

L
Listen
傾聴



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

フェイズ 7 情報共有支援

各段階で

- 参加者ブログ書き込みやすく
- 参加者の声取りまとめ...紙媒体も
- **SNS**活用
 - コミュニティ
 - **Twitter**の**RT**
 - **Facebook** “いいね”
- 口コミ



2つめの
着地点整備

誘発ポイント

フェイズ 7 情報共有支援



フェイズ 7 情報共有支援

ソーシャルメディアによって拡散 → さらなる認知獲得・関心惹起

 kyo-ga. retweeted



せぼちゃん@本気なあなたを... 6d
穂の国娘。ご当地アイドル声優オーディション開催決定！若者と地域社会を



せぼちゃん@本気なあなたを... 5d
穂の国娘。ご当地アイドル声優オーディション開催決定！若者と地域社会をつなぎ、穂の国活性化を目的とした東三河PR萌えキャラクター。穂の国女神様1体+東三河8市町村キャラ全9体詳しくは

honokunimusume.dosugoi.net
pic.twitter.com/chTPmCTkzh

 みこあ retweeted



せぼちゃん@本気なあなたを... 5d
穂の国娘。ご当地アイドル声優オーディション開催決定！若者と地域社会を

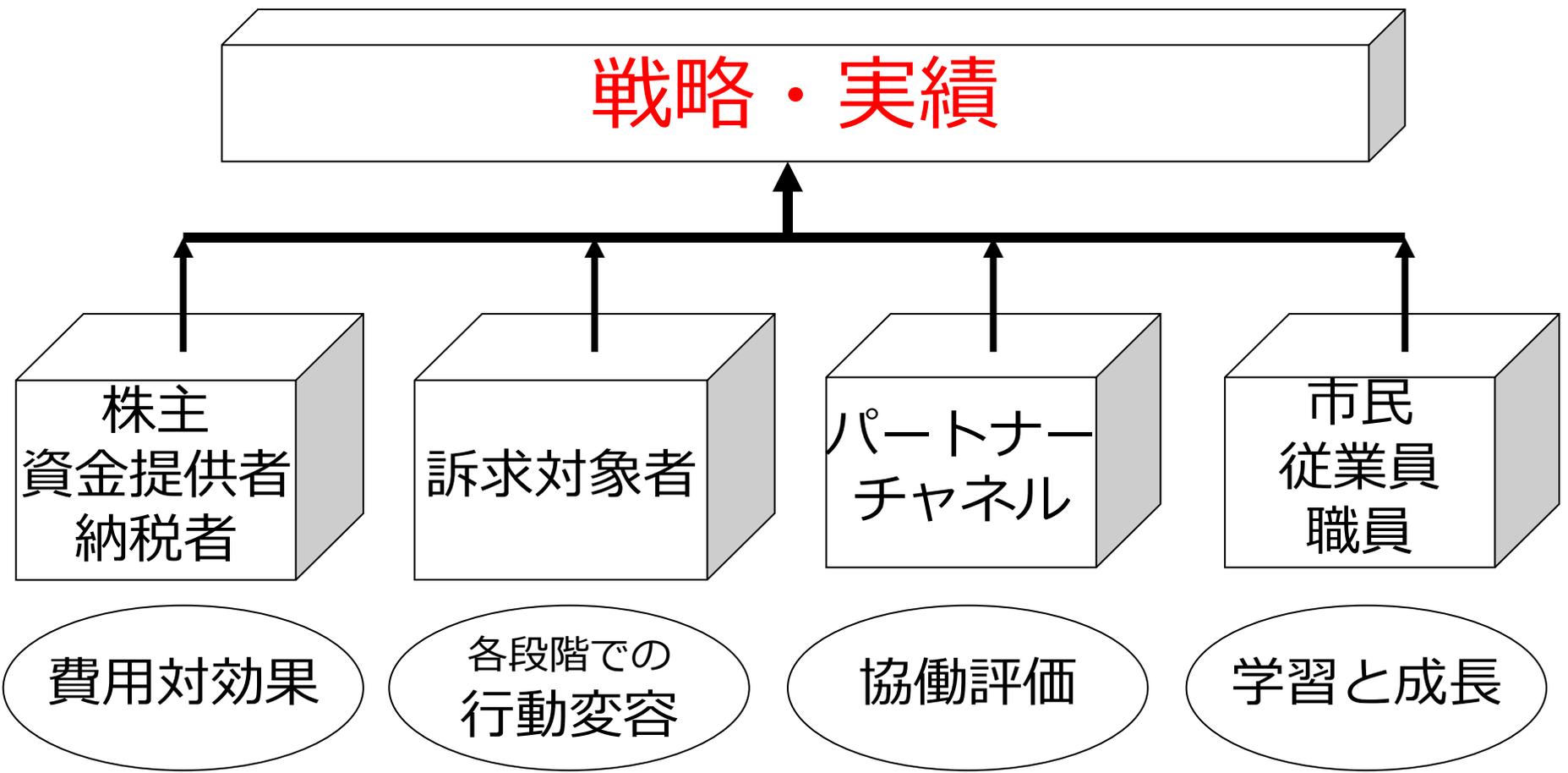
 木下 拓己08042976991 retweeted



せぼちゃん@本気なあなたを... 13d
穂の国娘。ご当地アイドル声優オーディション開催決定！若者と地域社会を

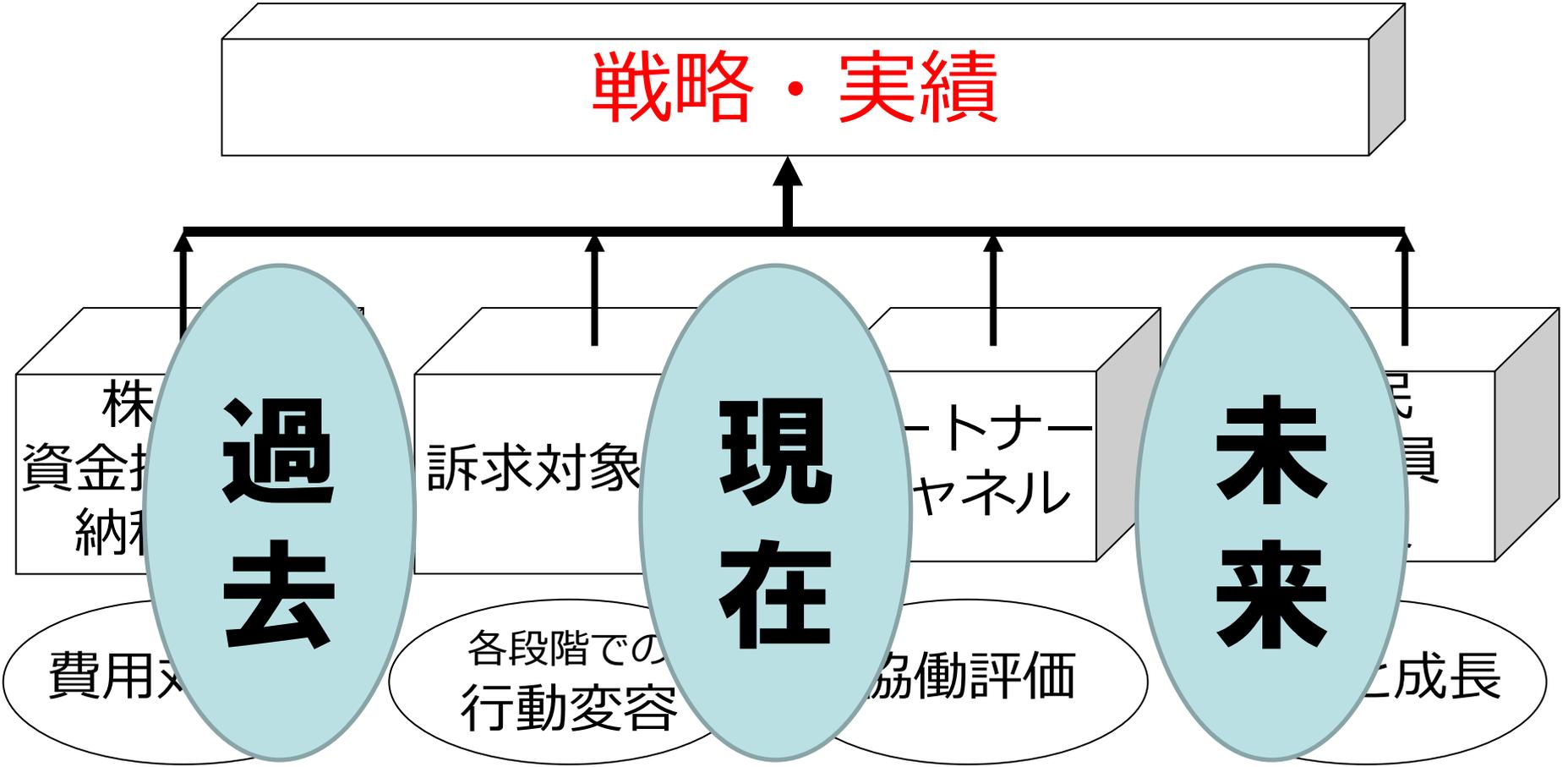


多面的評価システム



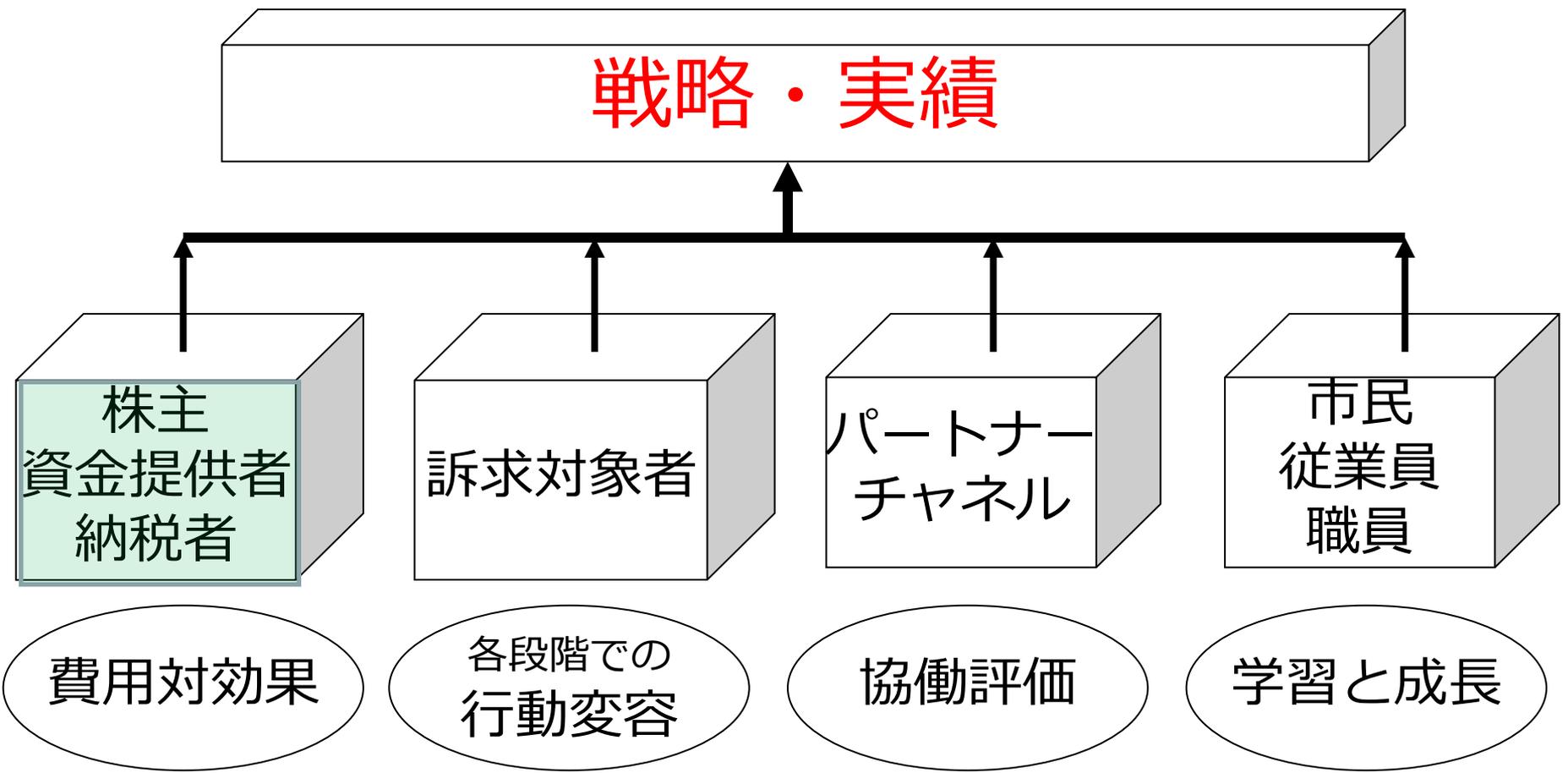
コミュニケーションツールとして

評価：どうチェックするのか



コミュニケーションツールとして

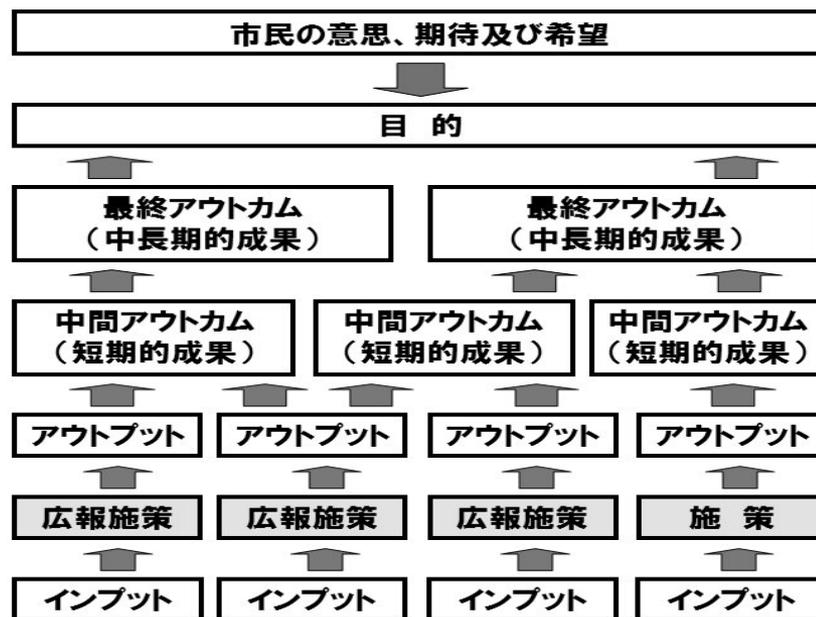
ポイント 1 費用対効果



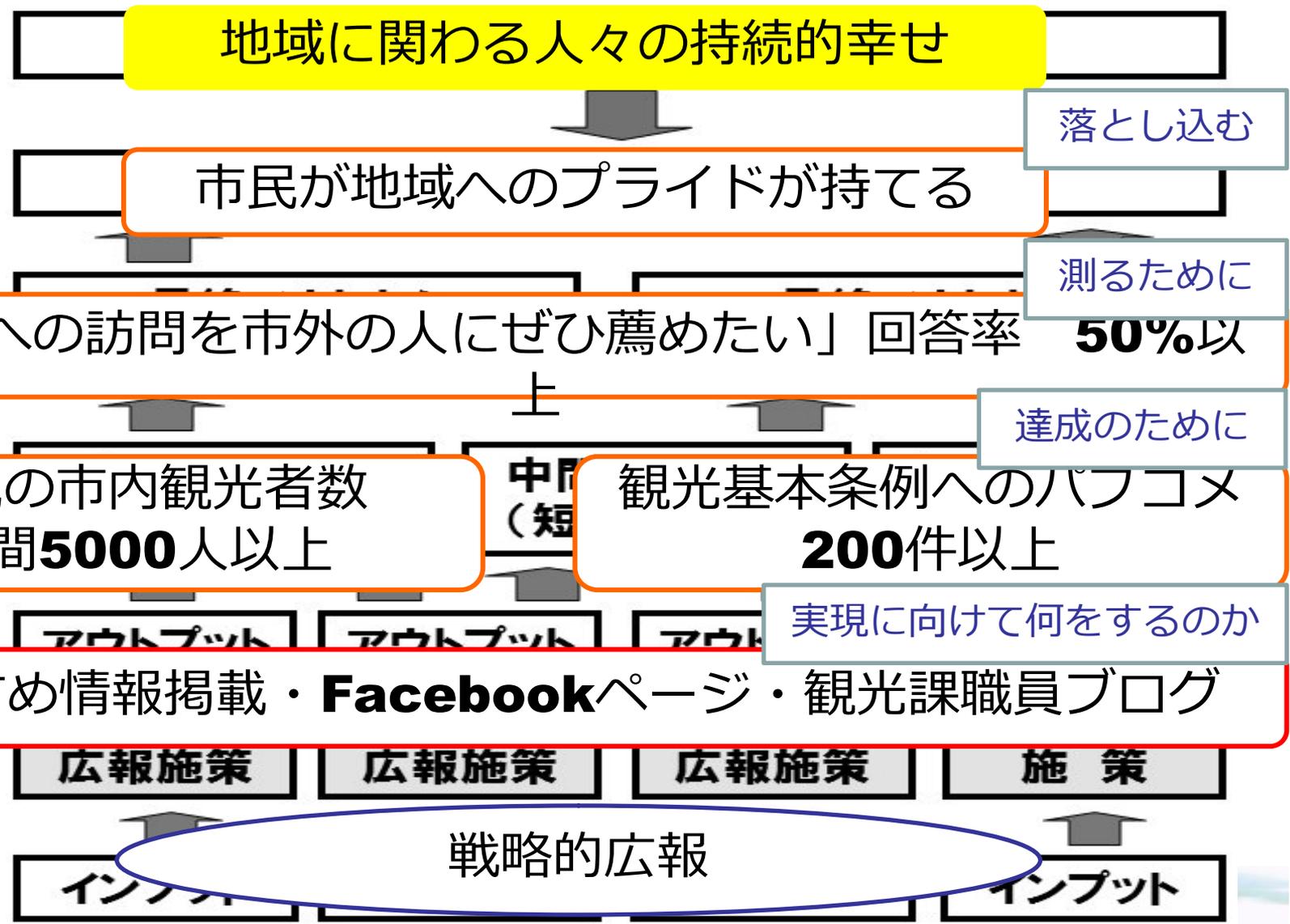
コミュニケーションツールとして

納得のための戦略発想

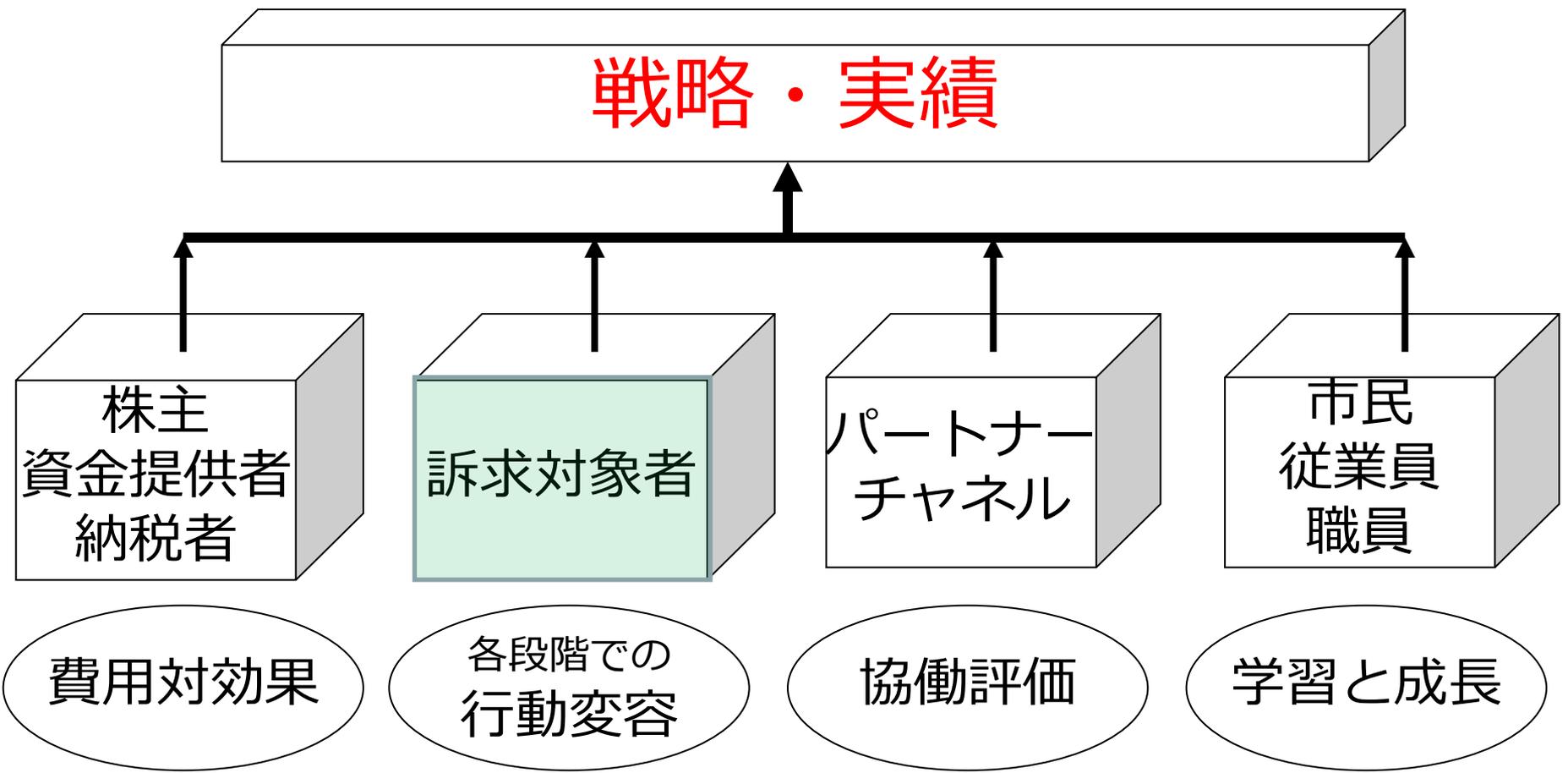
- 行政にあっては主権者である市民に対し、企業は株主や従業員に対し、NPOは会員や寄付者に対しアカウントビリティ（会計責任・応答責任）を有す。そこでの重要な言葉は「納得」。納得を確保するために戦略的発想によるインプット・アウトプット・多段階のアウトカムの連鎖という発想が必要



戦略的発想に基づく費用対効果評価



ポイント 2 訴求対象者の行動変容

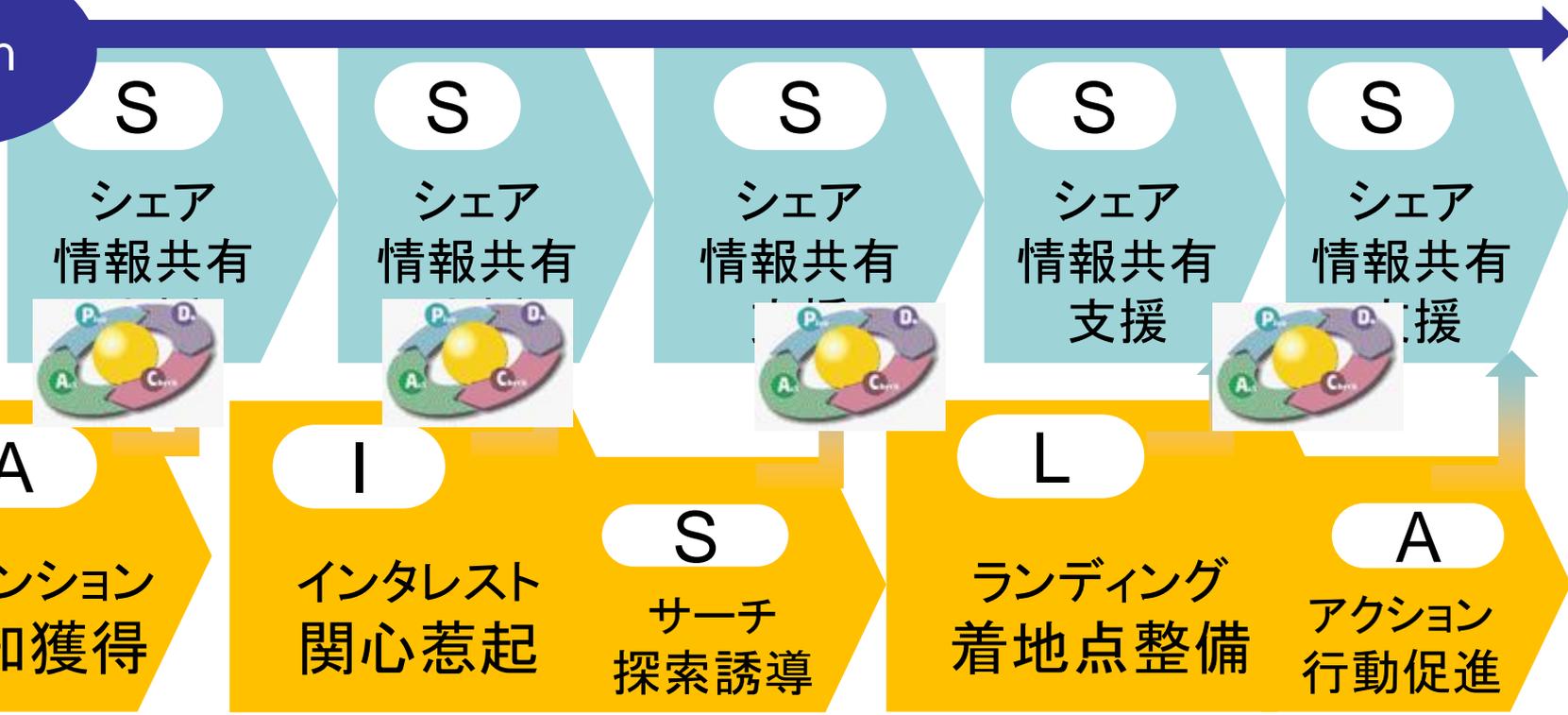


コミュニケーションツールとして

Small PDCA

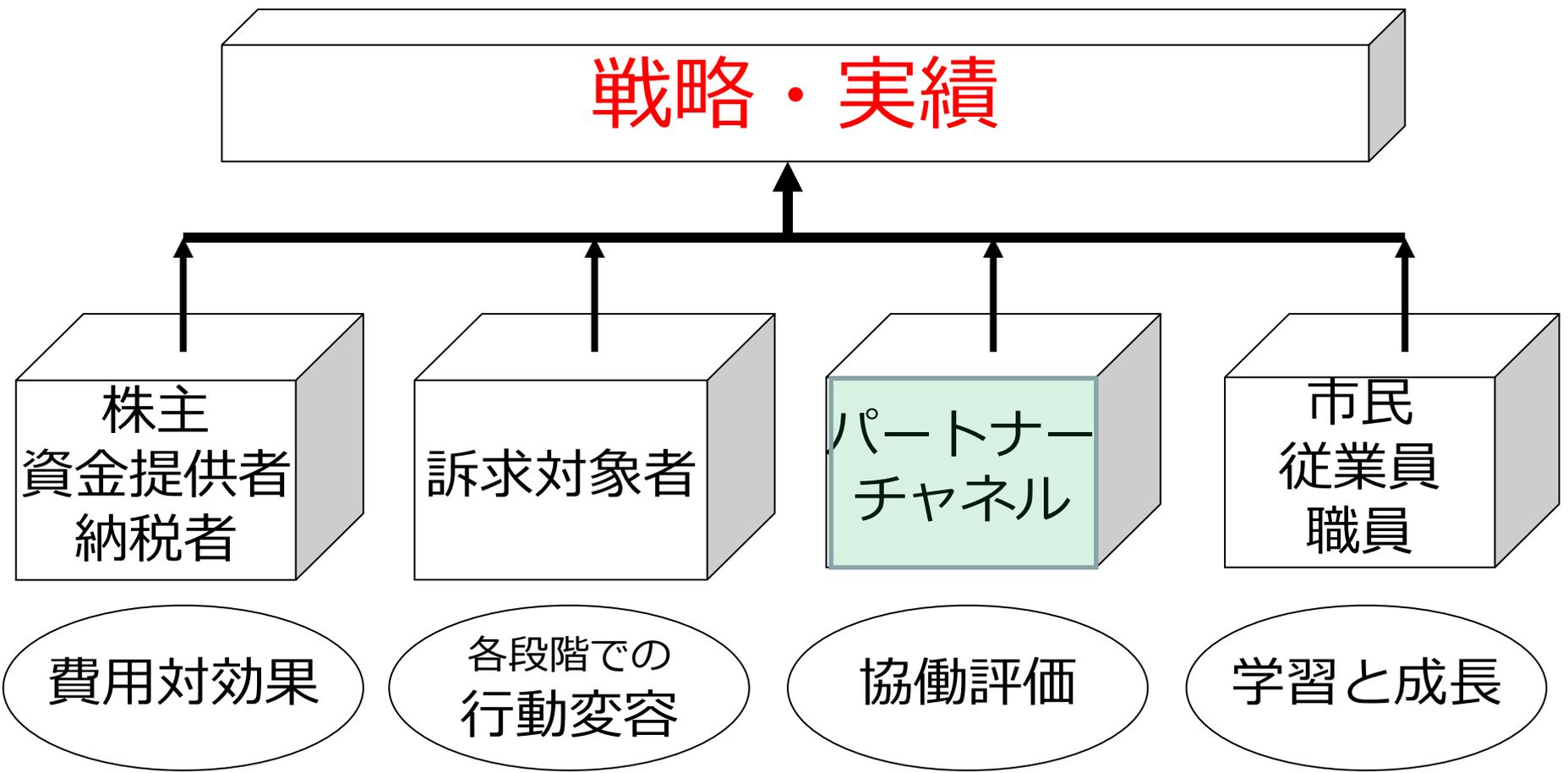
地域経営のステークホルダーの行動変容を促す **メディア活用**

L
Listen
傾聴



傾聴しつつ、①魅力を認知させ、②魅力を「自分事」化させ、
③魅力を探索させ、④着地する的確な場所を整備し、
⑤魅力を活用させ、⑥各時点で情報を発信させる

ポイント 3 協働評価



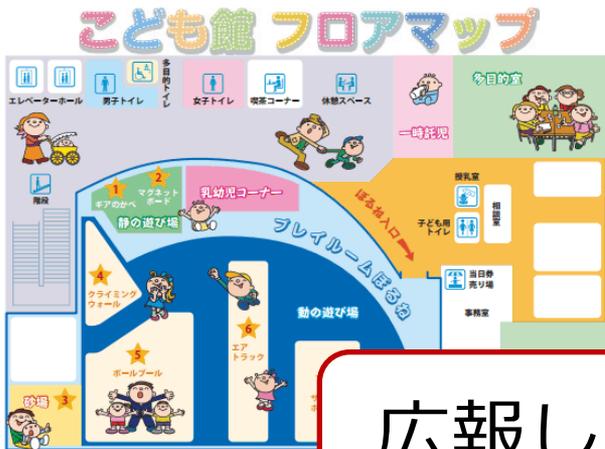
コミュニケーションツールとして

誰とシティブプロモーションを行うのか

- もちろん、個別自治体・担当部局単独でも**OK**
- しかし、協働・連携によって効果が上がる場合も
- どこに訴求力を持っているのか、我々を補完可能か←我々の弱みは何か
- インセンティブ設計...彼らの何を補完できるか←彼らの弱みは何か

	強靱な部分		脆弱な部分	
現在	我々	S	我々	W
	彼ら	s	彼ら	w
将来	我々	O	我々	T
	彼ら	o	彼ら	t

「広報しまだ」と「みんな笑顔」



遊びがいっぱい! 笑顔がいっぱい!

こども

プレイルーム ぼるね

乳幼児コーナー
ハイハイの赤ちゃんも、安心して遊べる柔らかいブロックや積み木、手先を使うお赤ちゃんが遊びたくなる仕掛けがいっぱい。くまごっこも。

ここは遊びの宝箱

島田駅前にオープン!

こども館に行こう!

8月5日、おびりあ4階にこども館がオープンしました。広々としたあそび場と育児支援の機能を兼ね備えた、島田市の新たな子育てスポットの誕生です。注目の施設をたっぷりご紹介します。

広報しまだ7月号

活動室・多目的室 (無料)
中央児童センターが「こども館」にリニューアルオープン。いつでも遊びに来てね。活動室では、卓球やままごとセットで自由に遊べます。多目的室では、工作や季節のお楽しみついでなど、たくさん行事があります。

一時託児 (要予約)
0歳から小学校入学前までのお子さんを、1時間単位でお預かりします。※事前にご連絡ください。利用できる日/こども館開館日
時間/午前10時~午後7時
料金/1時間600円~800円
問い合わせ/こども館 ☎34-3341

先、いつもより早く走ったり、高く跳んだりできるよ。

サイバーホイール
透明な大きな車輪に入って、360°回転!目を回わずに、転がせるかな。どんな景色が見えるかは、お楽しみ。

エアキャッスル
空気の入ったトランポリン。四方が、やわらかいかべに囲まれているから、思いっきりジャンプできるよ。

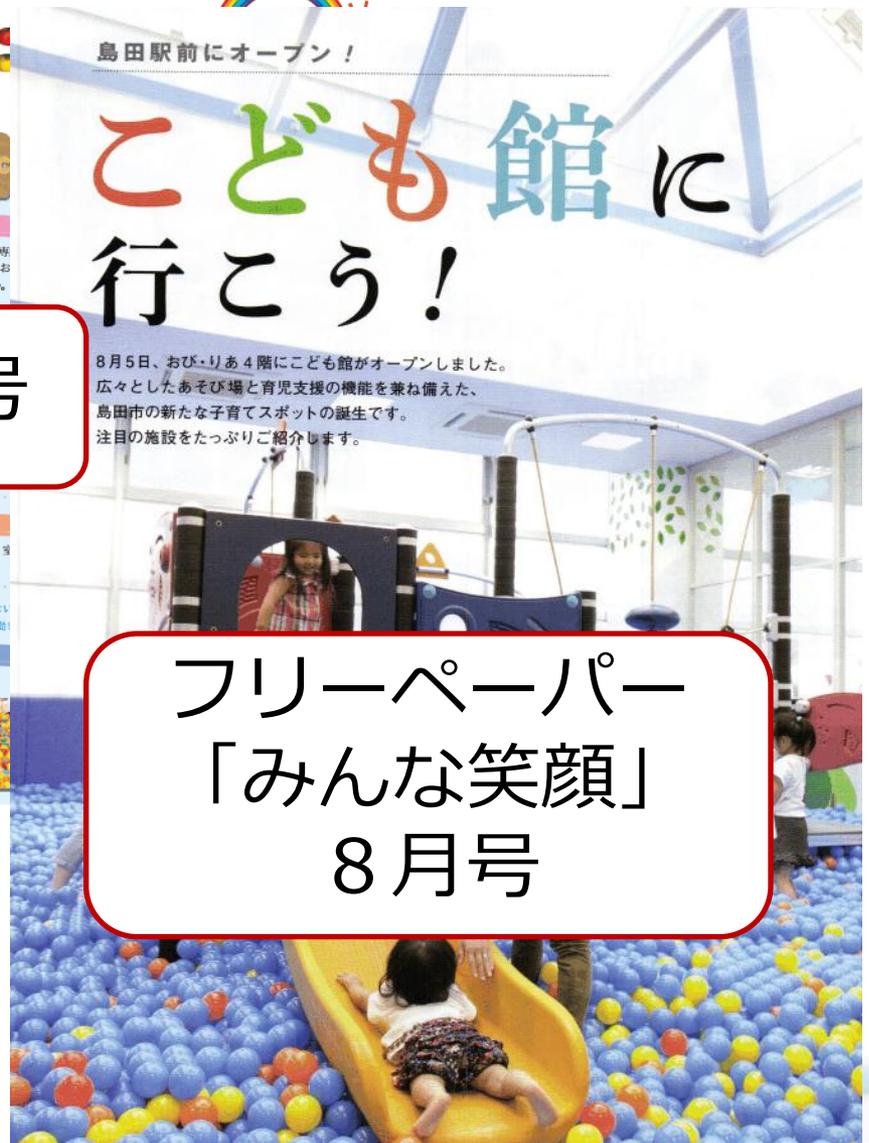
砂場
砂は、自然がくれた最高の遊び道具。暑くても遊べるよ。

動の遊び場 ~他ではできないダイナミックな動き!

クライミングウォール
全身の力を使って、垂直のかべに挑戦!

ボールプール
4万個のカラフルボールと、複合遊具。ボールの中を泳いじゃおう。

フリーペーパー「みんな笑顔」8月号



「みんな笑顔」の強み

民間店舗

a



自然派素材カフェ ナチュリン ＊
 お子さま安心のやさしいごはん
 info-----
 からだにやさしい素材を丁寧に選んだヘルシーなごはんとおやつが自慢。親子向け料理教室も不定期で開催しています。ランチセット ¥780～
 tel.0547-33-1550
 鳥田市本通 3-6-1 / 10:30～17:00
 日・木・祝日休 / ひ〜ファイブ駐車場と構町駐車場に限り割引サービスあり

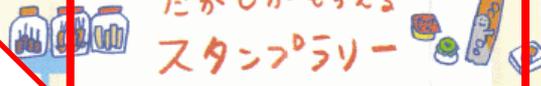
こども館周辺
**おでかけ
 マップ**



こども館であそんだ後は、鳥田のまちを歩いてみよう
 ランチやおやつ、お買い物…素敵なお店に出会えます

民間店舗誘客

だがしがもらえる
スタンプラリー



マップ掲載店でお食事やお買い物をしてスタンプまたはサインをもらおう。
 3つ集めると、駄菓子屋「土屋商店」で駄菓子がもらえるよ！
 期間：8月13日～10月14日 先着100名様



おひまりあ
 4階が
 こども館です

JR鳥田駅

フリーペーパー
「みんな笑顔」
8月号

d



本場大阪たこ焼き **とんぼ** ＊
 秘伝のだして作る自慢のたこ焼き
 info-----

c



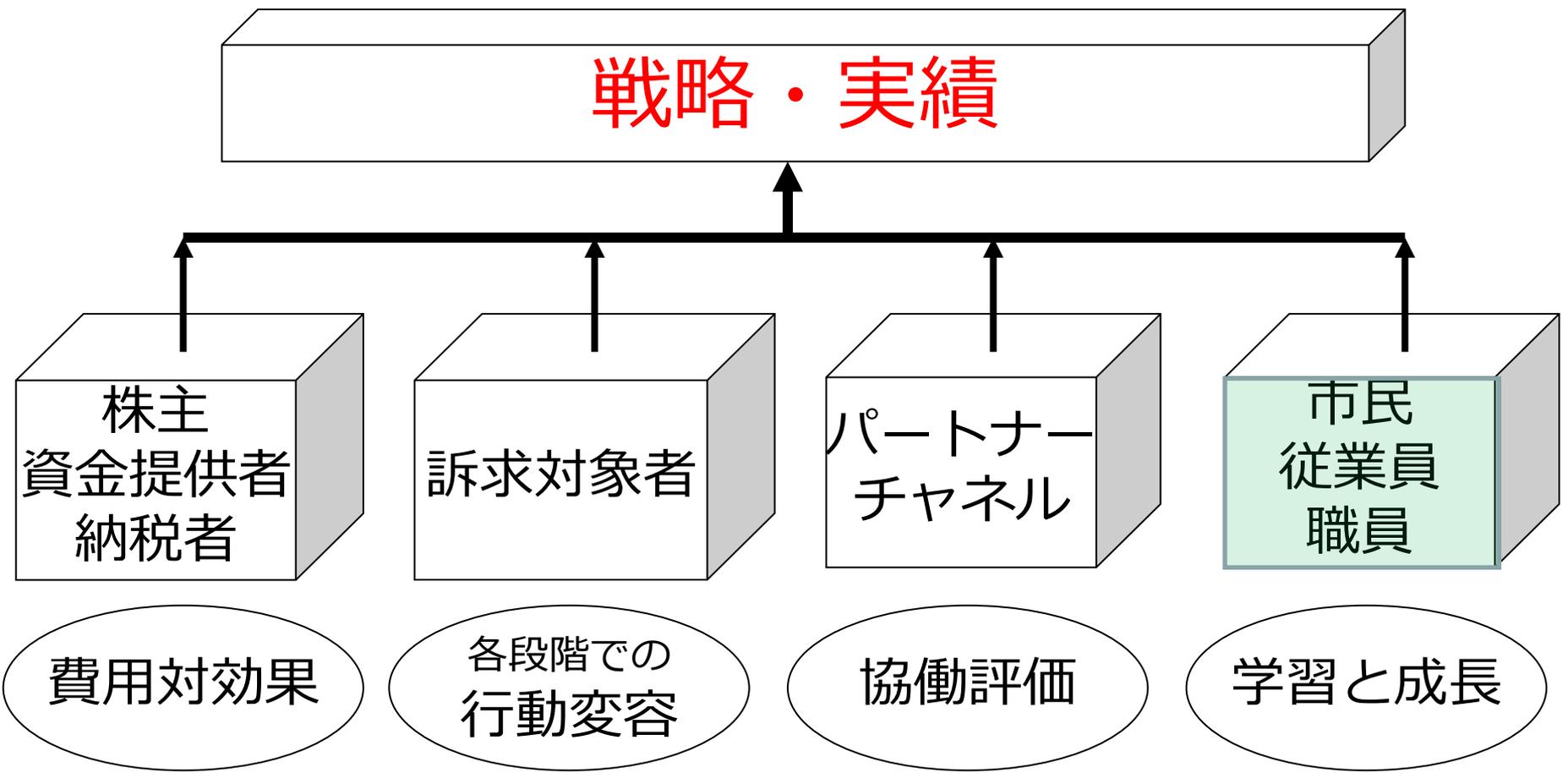
清水屋 ＊
 お子さま歓迎、東海道の老舗
 info-----

b



野菜とパウンドケーキの店 **エポウ** ＊
 身体にやさしい手作りケーキ
 info-----

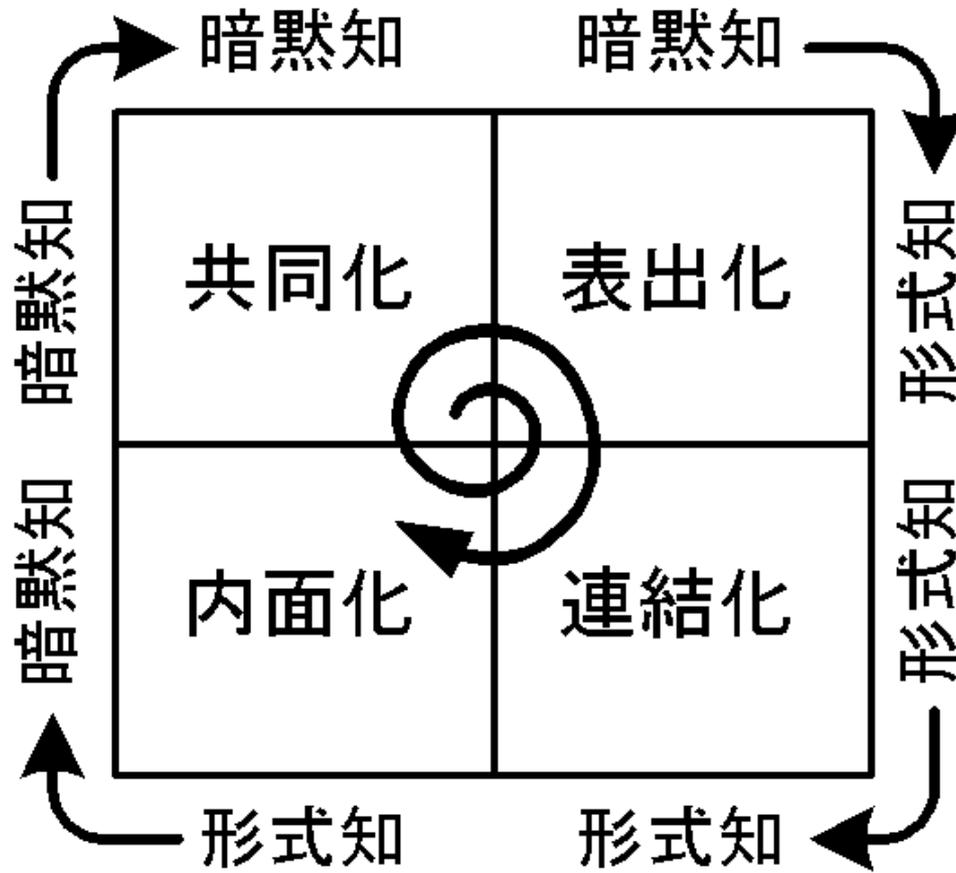
ポイント 4 学習と成長



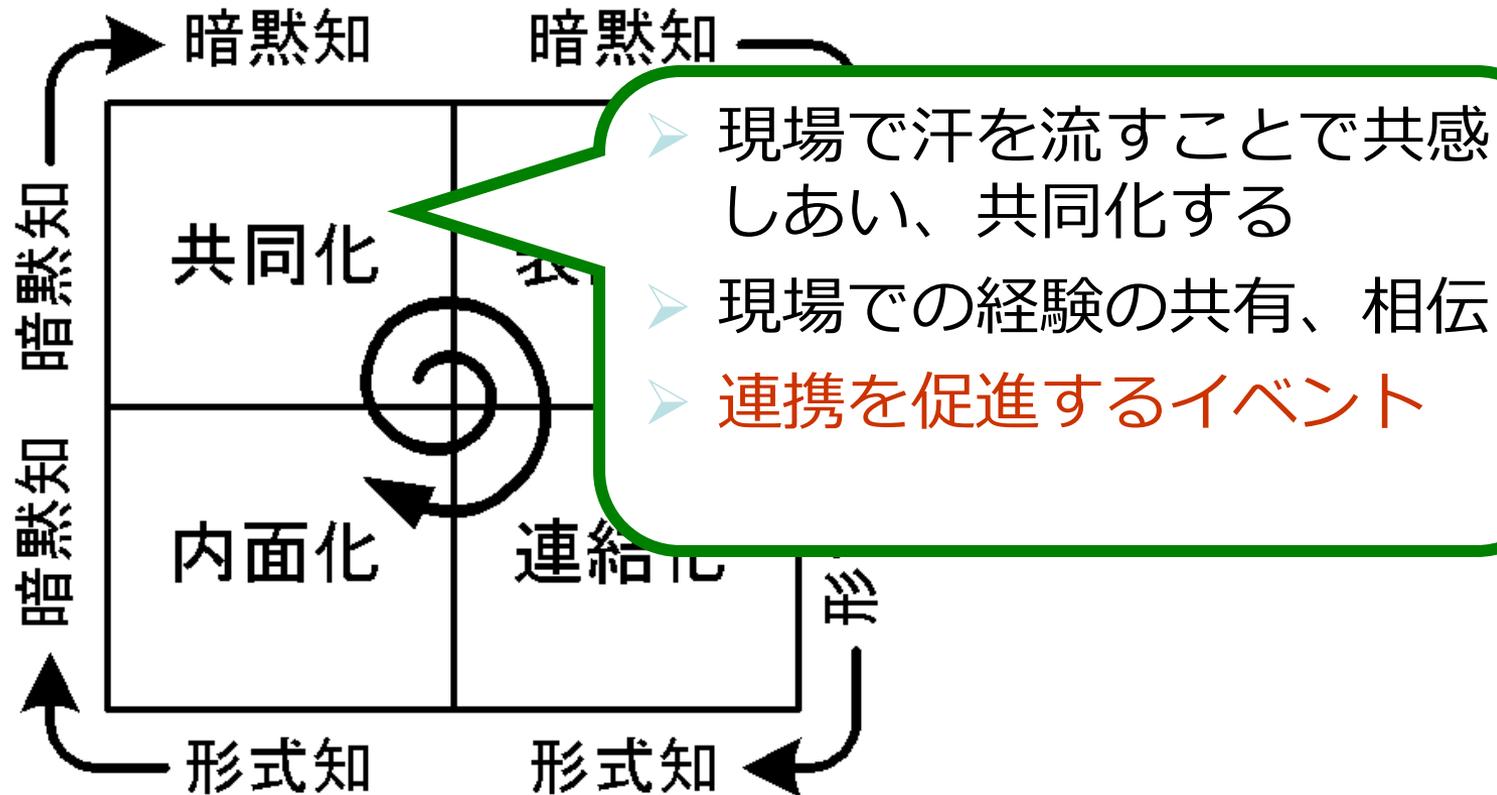
コミュニケーションツールとして

持続性を生み出す人の成長

- **SECI**モデルを可能とする戦略設計の必要性

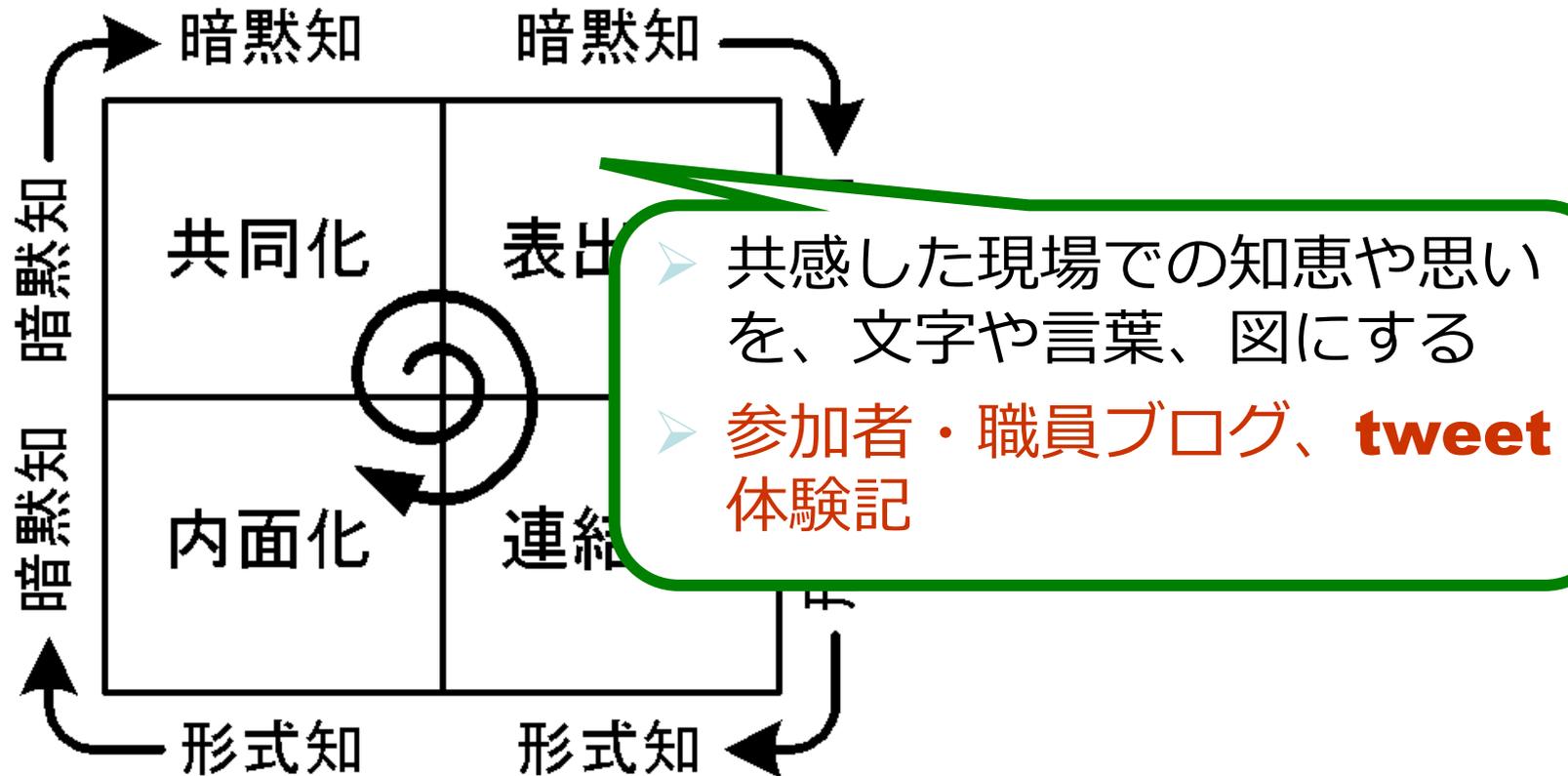


共同化



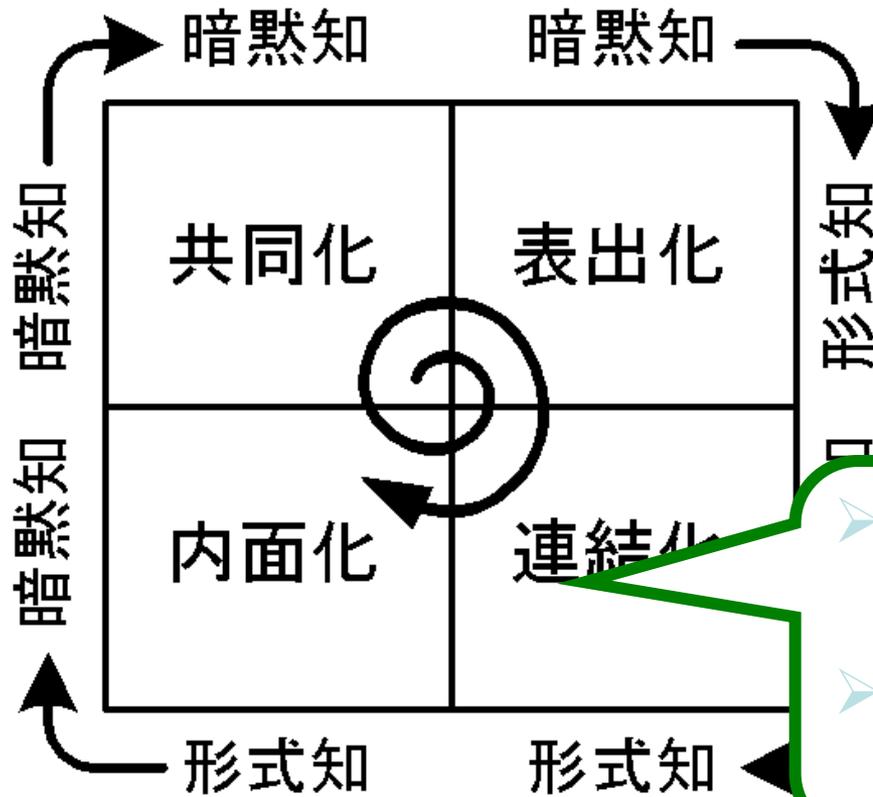
それぞれの場を用意できているか

表出化



それぞれの場を用意できているか

連結化

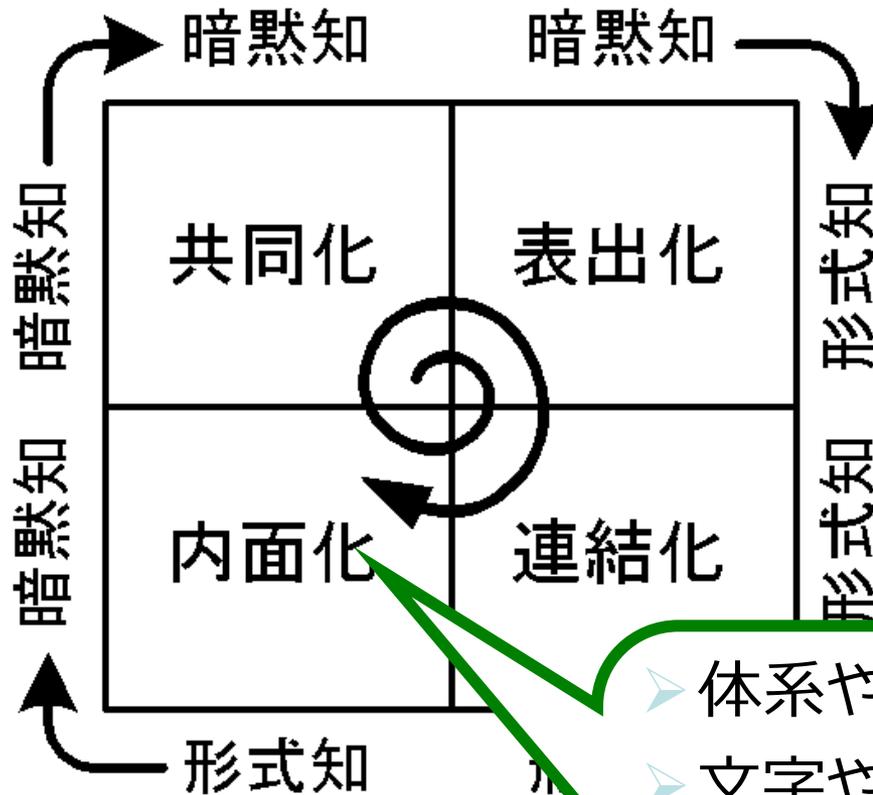


- ▶ 文字や言葉や図を連携させて体系・戦略にする
- ▶ 団体として編集することで記録、新たな戦略

それぞれの場を用意できているか



内面化



回転させることで「人」が育つ

それぞれの場を用意で

- ▶ 体系や戦略を現場で使う
- ▶ 文字や言葉にならない動作や思いとして内面化される
- ▶ 記録によりアップデートした戦略によるイベントで

メディア活用戦略フォーマット

	傾聴	認知獲得	関心惹起		着地点整備		
					探索誘導	信頼性確保	有用性確認
いつ							
誰から(傾聴) ／誰に							
誰と							
どの メディアで							
どんな 内容を							
どんな 工夫で							
傾聴 どんな方法で							
情報共有支援 どんな方法で							