

第8 1回ボランティア広場概要
「人が集まる講座とチラシの作り方」

1. 日 時：令和6年11月2日(土) 14時～16時
2. 場 所：かわぐち市民パートナーステーション 会議室1～3
3. 講 師：特定非営利活動法人ジェンダー平等 Labota 坂田 静香氏
4. 参加者数：22名（団体所属16名、一般市民6名）

5. 要 旨

最初に、「人の集まらない講座の言い訳トップ3」について説明する。まず、3番目は、「天気が悪かった」である。屋内イベントでは関係ないはずだが、天候を言い訳にする方は多い。2番目に多い言い訳は、「市民の意識が低い」である。この言い訳は、社会問題関係の講座に多い。そして最も多い言い訳は、「こんなに良いことを行っているから、いつかは報われる」、「来ない方が悪い」である。良い講座に人が来ないのは、宣伝方法に問題があったと思わなければならない。

1枚目のチラシについて、人がチラシを手にとった時に、最初に目にするところは、文字が一番大きいところである。通常はタイトルを大きくするべきだが、そうではない場合もある。それは、有名人を招いた講座を開催する場合である。その場合は、タイトルよりもその人物の情報や写真を目立たせる必要がある。次に、チラシを見た人は、開催日時、開催場所を確認する。この2点は、チラシの表面に表記した方がよい。

次に、2枚目のチラシについて、両面を使用し、裏面に講師の紹介や会場までの案内図を掲載していた。

3枚目のチラシについて、裏面に講座の詳細を掲載している。

4枚目のチラシは、講座ではなく、イベントのチラシである。

この4枚のチラシにおいて、それぞれの参加人数を紹介する。1枚目は、定員40名に対し16名。2枚目は、定員35名に対し203名。3枚目は、15組に対し65組。4枚目は、定員は設けていないが、来場者200名を目標に設定していたのに対し、220名の来場があった。1枚目のチラシのみが定員に満たなかった。1枚目のチラシと2～3枚目のチラシの違いは何か、グループワークをしよう。

(グループワーク)

グループワークの発表をもとに、違いをグループ分けすると、「チラシの見た目に関すること」と「企画に関すること」に分けられる。チラシは、広報の1つにしか過ぎず、広報役割を最も果たすものは、クチコミである。しかし、グループワークの結果を見ると、チラシの見た目と同じく企画についても大きな差があることが分かる。つまり、企画と広報は密接な関係があるということが言える。チラシを上手に作成すれば、人が集まると考える方が多いが、そうではない。

1枚目のようなチラシにおいて、デザインを変更しても、参加人数は増えない。重要なことは、企画であり、企画に時間を費やすべきである。しかし、企画に時間をかけてもチラシを上手に作成できなければ、参加者は集まらない。そのようなことから、企画と広報は密接な関係があることが分かる。

1枚目について、文字が多く、日常会話で利用しない言葉が使われているため、堅そうなイメージを持たれやすい。カタカナ語や専門用語は、チラシに使用しない方が良く、分かりやすい用語に変換するべきである。また、講座の内容は、意識啓発型より課題解決型の方が興味を持ちやすい。同じように、言葉の意味を問いかけるようなテーマや対象者を絞らない let's 型のテーマは使わないほうが良い。（例：〇〇とは？・〇〇をしよう！）タイトルは、多少長くても、講座を受けることで自分がどう変わるのか、ゴールが見える断定型か体言止め型のテーマが好ましい。そして、特に若者や新規参加者をターゲットにしている際は、グループワークを用いるような参加型の講座では、チラシ内で強調しない方が良い。さらに、全回出席を求めることは、参加のハードルをあげてしまうため、あまり好ましくない。1枚目のチラシに掲載がないが、会場の住所や地図は掲載すべきである。ただし、地図は、裏面に掲載する。参加者を募集するチラシは、イラストや写真は、必須であり、どちらも同じくらい効果的であるため、印刷機のパフォーマンスで判断すべきである。

チラシは、A4サイズ・縦向きに、タイトルは一番上に大きく作成すると良い。そして、最も大切なことは、1つ目は、対象者を徹底的に絞ること。2つ目は、対象者の心に響くゴールの見えるタイトルをつけること。3つ目は、担当者の熱意と努力である。これは、市民活動を行う上で1番大切なことである。成功するまで挑戦し続けることが重要であることは覚えていてほしい。

第81回ボランティア広場の様子

