

行政のための広報ツール「みらいのどうろのおはなし」の提案

A Proposal of The Public Relations Tools by The Prefecture “The story of the roads in the future”

葛西朱里¹⁾ 近藤晶²⁾ 三寺潤²⁾

Kasai Akari¹⁾ Kondo Sho²⁾ Mitera Jun²⁾

1) 福井工業大学大学院 博士前期課程 工学研究科 社会システム専攻 デザイン学コース 2) 福井工業大学

Abstract: In general, printed matters, issued and distributed by the prefecture, often give a difficult impression for young and there are few people who take them. For this reason, It's important to express it in a different way from the methods that have been used so far, so that young people see the printed matters by the

Key Word: Leaflet, Display stand, Public relations tool

prefecture.

In this research, I proposed a leaflet and a special furniture as a new public relations tool for the prefecture. Then I distributed and used them in actual, and conducted a questionnaire survey.

背景・目的

行政が発行・配布している印刷物は紙面の大部分を文字で占められていることが多い。一般的に、文字が多ければ多いほど、印刷物として難しい印象を与えてしまう。難しい印象を与えることは受手の意欲を削ぐ可能性があり、若者がターゲットの場合はよりその傾向が高まる。これらのことから、若者をターゲットにする広報印刷物はやわらかな雰囲気表現方法が必要だと推測できる。

福井県道路建設課が策定、公表している「福井県道路の将来ビジョン」は福井県が2040年を見据えた道路整備の基本方針である^[1]。基本方針は5つに分かれており、概要版は54ページに及ぶ。「福井県道路の将来ビジョン」は今の道路建設事業者だけでなく、20年先の福井県を担っていく現代県民の若い世代に見てもらふ必要がある。そのため、現在の小学生と中学生を対象者としている。

以上のことを踏まえて、福井県道路建設課に「福井県道路の将来ビジョン」PR版リーフレットと専用の什器の提案を行った。文字を最低限に減らしたイラストレーションがメインのリーフレットと専用の什器は、福井県として今までにない新しい広報ツールである。本研究ではこれを行政のための広報ツールとして提案し、アンケート調査を行うことによって、対象者へどのような効果があるか検証を行った。

制作物1 「福井県道路の将来ビジョン」PR版リーフレット

本研究では行政が発行・配布している印刷物以外にも含め、魅力的な印刷物の概要を把握するため、魅力的だと感じるリーフレットの事例調査を行った。53個の事例を集め、印象の硬柔・汎用性の高低で大まかに分析した。結果、行政が発行する印刷物は印象が硬く、汎用性が高い傾向にあることがわかった。今までの行政のイメージを変えるために、正反対にあたる印象が柔らかく、汎用性が低いものから3つのリーフレットをアイデアの参考作品として選出した。また、選出したリーフレットに合うイラストの事例を41個集め、イラストを描く際に参考にした。提案から納品までの流れは以下の通りである。

1. ミーティングを重ねデザインを決定
2. 概要版から重要な部分を抜粋・整理
3. イラストとして表現する部分を手書きでスケッチ
4. 3.で描いたイラストを元にレイアウトを組む
5. Adobe Frescoを使用し描画

6. 表紙のロゴデザイン制作
7. Adobe Illustratorにて文字入れなどの編集
8. 修正
9. 株式会社メディアミックスへ入稿
10. 株式会社メディアミックスより福井県道路建設課に納品

リーフレットをデザインする上で最も重要視したことは、のどかな自然を彷彿させる形状や小学生でもわかりやすいロゴデザインなどの親しみやすさである(図1)。

制作物2 リーフレット専用の什器3種類

イラストレーションがメインのリーフレットは、福井県として新しい試みである。リーフレットの展示什器に新しい要素を加えると、他の什器との差別化を図ることができ、これは新しい試みに対し興味を引き付けることに繋がる。また、什器の設置場所は福井県立図書館・ショッピングセンター・福井県児童科学館エンゼルランドの3箇所に決まっており、いずれも多くの人が集まることから、環境が大きく変わる場所といえる。設置場所はいずれも公共の場であることから、平日と休日でも人の多さは極端に変化し、閉店時には撤収する場合もある。これらのことから、収納が可能であり、持ち運びが容易であれば、什器として利便性が高いものになるのではないだろうか。

前述の内容を踏まえ什器の事例調査を行った結果、A型置き看板型の形状を開発什器の基本にした。A型置き看板型の形状を用い木製にすることで、設置場所で採用されているアルミやスチール製のメッシュラック状の据え置き型什器と差別化を図ることができ、簡単に持ち運ぶこともできる。また、独立して設置できるため宣伝効果も期待でき、目に留まるきっかけ作りになる。

什器のデザインをする際、設置場所の特徴や利用者を考慮し、それぞれ大きさと使用する木材を変えた(表1)。文献から小学生と中学生の平均身長を調べ、平均身長を基に高さや形状を決めた^[2]。リーフレットを目立たせるため、形状は単純に、色数は少なくし、什器本体をなるべくシンプルなデザインに仕上げた。また、シンプルなかでもタイトル部分の文字を立体にすることで興味を引き付けるものにした。A型置き看板の形状を用いた什器は新しい要素を加えた展示什器として据え置き型什器との差別化を図ることができた。

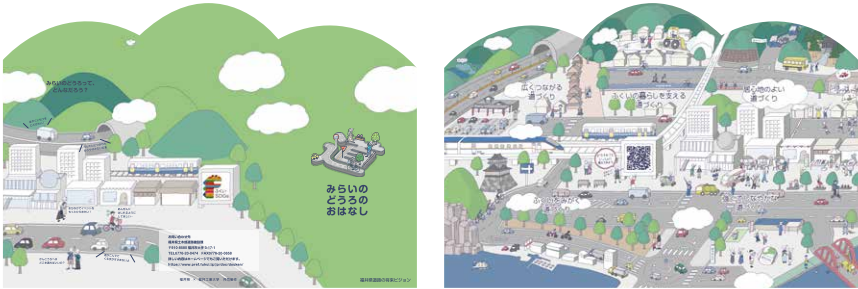


図1 リーフレットのデザイン



図2 福井県立図書館での展示と調査の様子

表1 什器のサイズと素材一覧

設置場所	素材	サイズ (幅×奥行×高さ mm)
福井県立図書館	シナベニヤ	500×485×1085
ショッピングシティペル	MDF	500×485×1085
エンゼルランド	シナベニヤ	500×465×885

アンケート調査の概要

本調査では、福井県内の小学生と中学生を調査対象とし、福井県立図書館を配布対象として設定した(図2)。制作したリーフレットが県民の若い世代に対し、どのような効果が見られたかを調査することが目的である(表2)。

「あなたは今まで、みちづくりのことを考えたことはありますか。」という設問に対し、「ない」または「どちらかといえばない」と答えた人は全体の80%に上るが、「このリーフレットを見て道路のことに興味が湧きましたか。」という設問に対し、「湧いた」または「どちらかといえば湧いた」と答えた人は全体の86%に上った(図3)。

アンケート調査により、リーフレットを見たことで道路に興味が増えた人が増えたという結果が出た。

表2 アンケート調査の概要

調査対象	福井県立図書館
調査方法	アンケートと回収箱を設置
配布日	2021年12月4日～14日の10日間
回収数	21
調査内容	①個人属性 ②みちづくりに対して興味関心の有無 ③リーフレットを手にとった理由 ④リーフレットを見て感じたこと ⑤リーフレットの好きな部分の有無・選択(自由回答) ⑥リーフレットを見てみちづくりに興味が湧いたか ⑦他の人に教えたいと思うか ⑧フリーアンサー

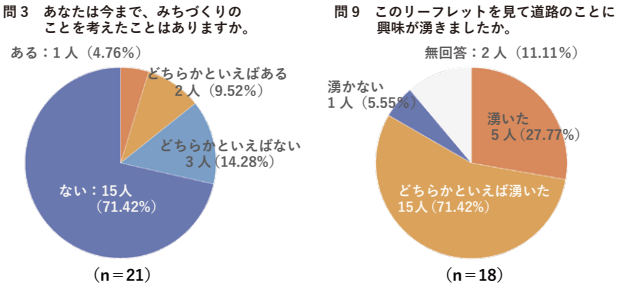


図3 アンケート調査の結果

活用方法の一例

本研究で制作したリーフレット「みらいのどうろのおはなし」を用いて福井県道路建設課が福井県坂井市立高棕小学校にて出前授業を行った。「道づくりの主役は、皆さんです」とい

うテーマで小学4年生を対象に授業を行った(図4)。福井県庁の紹介から道路の役割・変遷・主要事業についての講義を行った後、児童にリーフレットが配布された。児童はリーフレットを見て気づいた箇所に付箋を貼り、発表する中で道路に対し理解を深めた。

授業後に数人の児童に話を聞いたところ、「絵が可愛いと思った。」「未来の道路を考えてみようと思った。」「わかりやすいと思った。」などの肯定的な意見を得ることができた。



図4 出前授業の様子

おわりに

本研究では、イラストレーションを最大限に活用した福井県として新しい広報ツールの提案を行った。アンケート調査によりリーフレットを見たことで道路に興味が増えた人が増えたという結果が出たため、文字がほとんどないリーフレットと専用の什器は、行政の広報ツールとして効果が期待できることが明らかになった。正確に情報を伝えることができる文字は必須であるが、最低限に減らすことで、より多くの人の手に渡る印刷物になるのではないだろうか。

本研究を通し、ターゲットが若い世代である場合はやわらかい表現方法を用いた広報印刷物は有効である可能性が示唆された。汎用性が低く印象がやわらかい広報印刷物が幅広い年代の方に有効であれば、より多くの人の手に渡る広報印刷物を制作できるのではないだろうか。今後は、若い世代以外にもこの手法が有効であるか、制作・調査を通して明らかにしていきたい。最後に、本研究に快く協力して下さった福井県道路建設課の皆様に深く御礼申し上げます。

参考文献

[1]福井県:福井県道路の将来ビジョン, 2021
[2]GD Freak!, 最新の日本人男性の身長 年齢別の平均値と5段階評価, 2021-04-27, 閲覧日2021-11-10, <https://jp.gdfreak.com/public/detail/jp010110010010100140/1>(データ出所:文部科学省体力・運動能力調査を基にGD Freak!が作成)