

[伝わるデザイン]
— 共感を生むコツ伝授します —

コンセプトメイキングの手引書

本書の狙い

NPOなどの社会的な活動にとっては、地域の人、住人の方、企業など、多くの人と共に活動することが成功の秘訣だといわれていますが、1人でも多くの賛同者を得るために必要なことは何でしょうか？

その1つは日々の活動を通じて、自分達の理念を知ってもらい、共感してもらうことだと思います。活動には、現場作業だけではなく、周りの方々に知ってもらうことも重要なポイントとなります。

本書では、「伝えるために必要なこと」を整理し、「伝えやすくするコツ」をお届けします。

それぞれの活動の理解や賛同者の広がりをつくる上で、本書が役立てば幸いです。



この手引書の制作にあたって

今回のテキスト制作にあたり、「人と地球をつなぐ」環境ニュースwebマガジンジアスニュースに協力していただき、事例の参考としてジアスニュースの素材を使用しています。

★と🌱をつなぐ



<http://theearthnews.jp>



[伝わるデザイン]

ー 共感を生むコツ伝授しますー

- 01 コミュニケーション全体像
- 02 編集視点
- 03 ターゲットの考え方
- 04 コンセプトの必要性・作り方
- 05 ビジョンの必要性・作り方
- 06 ミッションの必要性・作り方
- 07 ポリシーの必要性・作り方
- 08 トーンの必要性・作り方

- 09 アウトプットの重要性
- 10 伝わるためのポイント
- 11 企画書の書き方
- 12 Webサイト
- 13 パンフレット・ポスター・チラシ
- 14 イベントの企画・開催募集
- 15 まとめ



共感を
生むコツ
伝授します。



「共感力」3つのポイント

1

情報接点の変化

自分たちに必要な情報かどうかは、瞬時に判別されてしまいます。ソーシャルメディア、ブログ、ミドルメディアなど、個人が発信できるツールが普及したこともあり、情報量が格段に増えてきていることから、短い文章、短い分数の動画、わかりやすい表現が基本となってきました。

2

自分たちも発信者である。 という意識

情報の出し方、発信スタイル、更新の頻度、伝えたいことを絞る。個人が発信できるツールが出てきたということは、自分達の活動も手軽に発信できるということになります。情報発信する際には、こうしたポイントを押さえる必要があります。

3

理解された先にあるもの

仲間になってもらう最後の一押しは、「共感される」ことです。伝え方1つで、印象が大きく変わります。活動内容を知ってもらい、理解してもらい、共感してもらって、仲間になってもらう。自分達の活動の軸をつくることで、相手の理解が深まる伝え方ができるようになります。

