



たかがチラシ、されどチラシ

広告デザイン理論を活かした 読まれるチラシの作り方

こんな人におすすめ

- ✔ チラシの具体的な作り方を学びたい方
- ✔ 伝達力のあるデザインチラシを作りたい方
- ✔ 仕事で広報担当をしている団体や企業の方



「まち活のノート」の使い方

このノートは、糸満市の飛躍を目指して日々、活動をしている方に向けた現場で 活かせる実践の手引き書です。目まぐるしく変化する世の中で活動をする市民活動 団体、非営利組織、行政機関の方にとっては「いったい、どうやればいいのか分か らない…」という日々の活動のノウハウや知識をテーマごとに分けて掲載していま す。内容は当センタースタッフが講師として 202| 年度に行った市民活動講座「ま ち寺子屋」で使用した資料をもとに構成しており「あっ」と驚く発見が詰まってい ます。ぜひご覧いただき、みなさんの活動にご活用いただければ幸いです。

この「ノート」の講師



名前

北村正貴(きたむらまさき)

出身

群馬県桐生市

所属

糸満市市民活動支援センター 北村ファシリテーション事務所 ・ワークショップデザイン 沖縄地域公共政策研究会

略歷

2013年~2015年 糸満市地域おこし協力隊

2016年~2018年 NPO法人(若者・子育て支援)

2017年~現在 個人事業・プロボノ

2021年~現在 糸満市市民活動支援センター

職能

- ・ファシリテーター・初級地域公共政策士
- ・ミーティングプランナー
- ・マーケティング・ライター
- 人材育成 組織マネジメント
- ・コミュニティ開発

たかがチラシ、されどチラシ

広告デザイン理論を活かした 読まれるチラシの作り方

2021年11月13日 講師: 北村正貴



1

連絡事項

- 1. 本日お伝えすることが「正解」ではありません
- 2. 資料のコピー・シェアは自由に行っていただいて構いません

<当資料の参考・引用>

- 佐藤直樹+ASYLさん『レイアウト、基本の「き」』
- 樋口泰行さん『だれでもレイアウトデザインができる本』
- 株式会社ベイジさん『伝わる提案書の書き方』 https://baigie.me/officialblog/2020/05/27/making_presentation_sheet/

1.はじめに 3

1-1.もくじ

広告デザイン理論を活かした読まれるチラシの作り方

1.はじめに 3.チラシ作りの基本 2.チラシの基本 1-1.もくじ 2-1.チラシとは

3-1.手に取られないチラシとは 3-2.手に取られるチラシとは 1-2.自己紹介 2-2.チラシの種類 1-3.私の考え 2-3.印刷物の種類 3-3.読まれるチラシの条件 1-4.講座の主旨 2-4.チラシの存在理由 3-4.ストーリーを考える 2-5.チラシの本当の目的

2-6.注意事項 2-7.間違ったチラシの作り方

4.レイアウトとデザイン 5.文章 6.その他

4-1.集客チラシに必要な情報 4-2 デザインの20 6-1.SNSとの相乗効果 5-1.活動における文章問題 4-2.デザインの3つのセオリー 5-2.活動と文章 6-2.お役立ちサイト 4-3.目の流れ

5-3.文書作成の誤解 5-4.文章の重要性 4-4.レイアウトの種類 7.まとめ

5-5.最低限抑えたい3つのポイント 4-5.文字 7-1.お伝えしてきたこと 4-6.文字の装飾 5-6.情報量≒文章量 7-2.さいごに

4-7.写真やイラスト 5-7.文字を減らすポイント 4-8.配色 5-8.伝わりにくくなる要注意キーワード

4-9.チラシをデザインするメリット 5-9.抽象的な文章の弊害

4-10.チラシデザインの3つの「ない」 5-10.具体性のレベル 5-11.覚えておきたい原則 1-3.私の考え

チラシを作るうえで 一番大事だと思うこと

5

1-3.私の考え

どうすれば伝わるかを考え続ける



言いたいことが『10』あるなら、 とにかくそれを『1』にしぼって伝える。

※細かなテクニックはまずは気にしなくて大丈夫!

1-4	$.$ 講座 σ) 主旨

ゴール

チラシ作りの悩みを減らす

ターゲット

個人・団体・企業でチラシ作りをする方

身につけてほしいこと

チラシを作る上での大事な考え方 デザインの基本ルールと接し方

応用範囲

企画書、提案書、社内資料、説明資料、 人の心を動かすために作られる資料

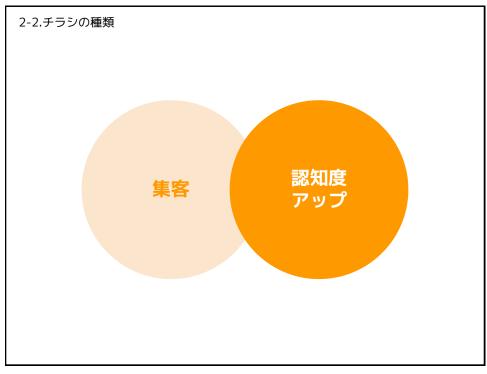
7

2.チラシの基本

2-1.チラシとは

大衆伝達(主に広告)の媒体として用いられる、 一枚刷りの印刷物のこと。

9



2-3.印刷物の種類

	チラシ	フライヤー	リーフレット	パンフレット
サイズ	A4~A6 B4~B6	A4より小さい	A4~A6 B5~B6	A4~A5 B4~B5
用途	イベント案内 期間限定の案内	イベント案内 キャンペーン案内	簡易案内 簡易サービス紹介 マップ	団体案内 製品紹介 サービス紹介
特徵	情報を項目ごとに組み分けました量に印刷できる使いまわせるだれでも作成可能	少し厚い用紙持ち帰りやすい日を引くデザイン	 1枚刷りを2つ 折りや3つ情り 限られま載 情報量少ない 中身はごとに 内容を分ける 	複数やでは、 ・ 文イ長く読まが、 ・ 大きのでは、 ・ 大きのでは、 ・ 大きのでは、 ・ 大きのでは、 ・ 大きのでは、 ・ 大きのでは、 ・ 大きのできる。・ 大きのできる。・

集客(ファンづくり)を目的としたチラシの作り方をお話しします

11

2-4.チラシの存在理由

チラシが独り歩きしても 理解できるものでなければならない

- 1. 説明がすべて言語化されている
- 2. 難解な言葉や図を使わない
- 3. 要点がすぐわかる
- 4. 簡潔にまとまっている
- 5. 情報を詰め込み過ぎない

2-5.チラシの本当の目的

きれいなチラシを作って お客さんやチームに褒められること ではなく



魅力的な活<mark>動で</mark>お客さ<mark>んの</mark>心を動かし ファンづくりにつなげること

13

2-6.注意事項

チラシは万能ツールではない。以下のような問題を 抱えてる場合、チラシ以前に解決すべきことがある

- 1. 活動の魅力が定まっていない
- 2. イメージが良くない
- 3. 成果よりやりがいが重要視されている

2-7.間違ったチラシの作り方

チラシを以下のように作ると、結果的に良いチラシ になりにくい

- 1. 良さそうなチラシを流用し、文字を打ち換える
- 2. いきなりパワーポイントで作り始める
- 3. 見た目重視のオシャレさにこだわっている
- 4. 伝えたい思いから、あれもこれも詰め込んでいる

15

3.チラシ作りの基本

3-1.手に取られないチラシとは

- 1. インパクトがない(見る気にならない)
- 2. 情報が載りすぎている (読む気にならない)
- 3. 情報バランスが取れてない(どこから読むかわからない)
- 4. 写真やイラストの主張が強い(眺めて終わり)

17

3-1.手に取られないチラシとは

インパクトがない(見る気にならない)

まち寺子屋

「チラシの作り方」

日時:11月13日(土)13時~15時

参加費:無料

会場:糸満市場いとまーる多目的室 駐車場:いとまーるコインパーキング

定員:12名

申し込み:

メールで連絡ください! info@machiterrace.com

- 文字サイズがすべて同じ
- 手紙のような印象
- シンプルだけど目を引かない (手に取ろうと思いにくい)

3-1.手に取られないチラシとは

情報が載りすぎている(読む気にならない)

<イベント情報>

糸満市市民活動支援センター まちテラスは、糸 満市民が自ら元気になる「協働のまちづくり」を ミッションに行政と市民活動団体の中間支援とし て業務を行っています。

< 当団体の目的>

糸満市によりる協働のまちづくりを推進する目的により設置された糸満市市民活動支援センター(以下「センター」という)の運営業務に取り組むこととする。センターの役割及び事業は、NPOや公益的活動をする個人、団体等の活動支援を役割とし、糸満市の協働のまちづくりを推進する事業を担う。

<まち寺子屋>「チラシの作り方」 日時:11月13日(土)13時~15時

参加費:無料

会場:糸満市場いとまーる多目的室 駐車場:いとまーるコインパーキング

定員:12名 申し込み:

メールで連絡ください! info@machiterrace.com

- イベントの案内チラシなのに ほかの情報が載りすぎている
- 何を伝えたいのかわからない
- ◆ 文字が多いので読みたいと思わない
- 情報の順番が読む人に配慮されていない

19

3-1.手に取られないチラシとは

情報バランスが取れてない(どこから読むかわからない)



- 整理整頓されていない
- 色を多用している
- 文字サイズがバラバラ
- たて書きとよこ書きが混在
- 隙間を埋めるだけの写真

3-2.手に取られるチラシとは

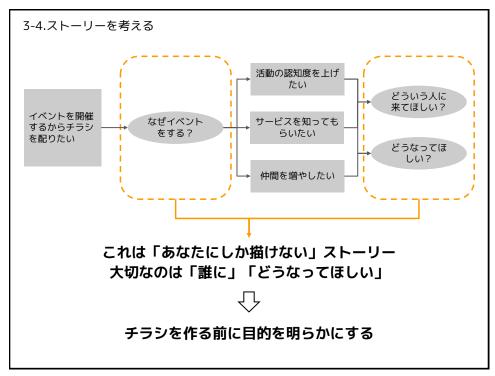
チラシデザインは0.5秒が勝負

- 1. インパクトがある(目を引く)
- 2. 情報が適度に載っている(読みやすい)
- 3. 情報バランスが取れている (ルールに基づいている)
- 4. 写真やイラストはサブ要素 (彩る程度)
- 5. 大切なのは文章による情報

21

3-3.読まれるチラシの条件

- 言いたいこと目線ではなく、ターゲットが知りたい目線
- 課題が解決できる、と確信が持てそうなことを書く
- 一番伝えたいことをメインに示す
- 抽象的であいまいな言葉で逃げず、具体的な内容を示す
- 不安要素を先回りして示す



23

3-4.ストーリーを考える

糸満市市民活動支援センターの場合

例:広報誌

市内全世帯への配布をするため「老若男女」が読みやすい書き方、デザインの仕方を心がける。そして広報誌で露出を増やし、市民活動情報に触れてもらう範囲を広げて認知度アップにつなげる。

例:まち寺子屋チラシ

センターの目的である「NPOや公益的活動をする個人、団体」に対して、活動を支援するためのスキル習得を目指して開催をするため、集客につなげる固すぎず緩すぎない書き方やデザインの仕方を心がける。

4.レイアウトとデザイン

25

4-1.集客チラシに必要な情報

<必須>

- タイトル
- 日時
- 会場
- 費用
- 主催
- 問い合わせ

<準必須>

- 写真
- QRコード
- 住所や地図



4-2.デザインの3つのセオリー

1.統一する

周囲の余白、タイトルの位置、本文の開始位置、行間など、レイアウトを構成する要素はなるべく統一する。

1.揃える

位置を揃える、端を揃える、大きさを揃える、複数の要素は必ず揃えて配置する。

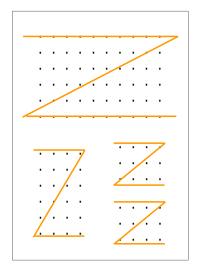
1.流れを意識する

目線が始まる左上(縦組みの場合は右上)を基準に、伝えたいこと に合わせて情報を順番に並べていく。

27

4-3.目の流れ

人の視線には流れがある



整理整頓のされていないチラシ



どこから見ればいいか分からない



その結果、見ない、読まれない

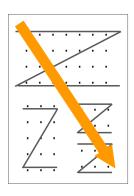


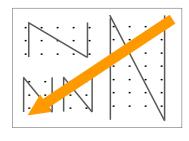
伝わらない、参加したいと思わない

参考:佐藤直樹+ASYLさん『レイアウト、基本の「き」』

4-3.目の流れ

- 1. 横組みの場合は左上から右下へ
- 2. 縦組みの場合は右上から左下へ
- 3. 混在の場合はどちらかを基準にする



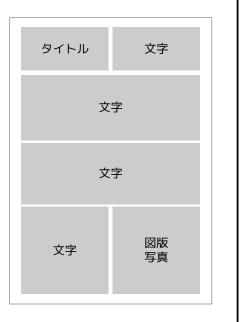


参考:佐藤直樹+ASYLさん『レイアウト、基本の「き」』

29

4-4.レイアウトの種類 タイトル タイトル タイトル タイトル 文字 タイトル 文字 文字 文字 文字 文字 文字 タイトル タイトル 図版 写真 文字 図版 写真 図版 写真 図版 写真 図版 写真 文字 文字 図版 写真 タイトル タイトル タイトル 図版 写真 図版 写真 図版 写真 文字 文字 図版 写真 文字 図版 写真 文字 文字 図版 参考:樋口泰行さん『だれでもレイアウトデザインができる本』





31

4-5.文字

1.書体は限定する

使う書体は1~2種類、太さはそれぞれ2パターン程度に限定する。

1.文字サイズを統一する

基本で使うサイズを2~4パターンぐらいに統一する。

1.使い方にルールを付ける

見出し、本文、説明文など、共通要素の書体や大きさを統一する。

4-5.文字

メイリオ MS P明朝
MS Pゴシック HGP明朝
HGP**ゴシック**HGP**創英角ゴシック**

POINT

「明朝体」は上品、知的、女性的な印象を与えるのに適している。 ただし、本文に使うと読みにくくなる傾向があるため「ゴシック」 系でまとめた方が無難。

33

4-6.文字の装飾

装飾機能は多用せず、控えめに使用する

В

太字になる。タイトルや強調したい箇所など、限定的に 使用すると良い。もともと太い書体では、文字がつぶれ ることもあるので注意。



下線が付く。本文内の強調したい箇所に使うと効果的。ただし、多用すると文章が読みにくくなるので注意。



斜体になる。欧文で強調したい箇所に使うと効果的。日本語ではあまり印象が変わらないため、使わない方がいい。



影が付く。印象の変化が微妙で、にじんだ印象になるだけのことも多いため、使わない方がいい。

4-7.写真やイラスト

よほどのこだわりがない限り背景は白。 慣れるまでは背景に写真やイラストは入れない。

1. 白以外の背景は配色が難しい

デザイン知識がないまま配置してしまうとダサく見える。

1. 背景に画像を入れると読みにくい

デザイン知識がないと読みにくいチラシになる。

1. 見た目ではなく中身で勝負

写真やイラストは付加情報。大切なのは書かれている文章です。

1. 隙間を埋めようとしない

隙間があると読みやすくなります。なんとなく寂しい、は忘れましょう。

1. デザインのパターン化で印象アップ

同じパターンで何種類もチラシを作ると認知されやすくなります。

35

4-8.配色

1.色数をできるだけ少なく

扱う色が増えるほど、コントロールが難しくなる。背景やイラストなどを除き、使う色は3色の基本色に抑える。

1.色の使い方を統一する

チラシは団体の写し鏡。やたらと色を変えたりしない。チラシを通 して同じルールで使い続ける。

1.色に頼らない

強調したい箇所を、色だけで表現しようとしない。文字サイズの変 更や太字で伝わるのなら色に頼らない。 4-9.チラシをデザインするメリット

チラシをデザインすることには以下のようなメリットがある。 一番大切なのは「理解促進」

- 1.活動内容の理解を促進する
- 2.心理的障壁を排除する
- 3.イメージを向上させる

37

4-10.チラシデザインの3つの「ない」

1. デザインを新たに考えない

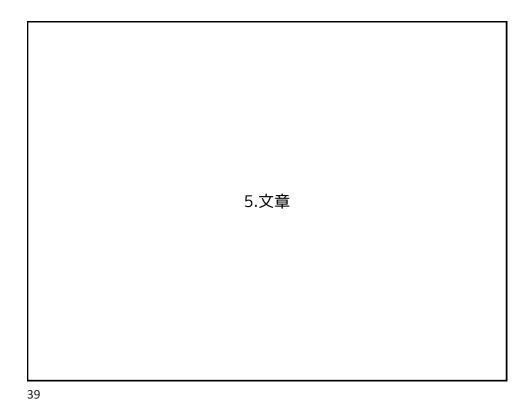
デザインはできるだけ決まったパターンを使いまわす。 分かりやすくまとまっていれば、いつも同じデザインで良い。

1.相手に合わせてデザインしない

チラシは認知度をあげる作用もある。 その都度、イメージや色、デザインを変える必要ない。

1. 適当なチラシをつくらない

チラシで目指すべきは、内容を分かりやすく伝えること。 最低限の読みやすさだけはキープ。ただし、こだわりすぎも禁物。

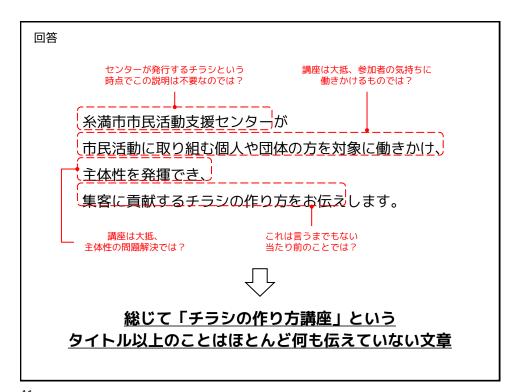


例題

チラシの表紙に書かれた、この文章の問題点はなんでしょうか?

糸満市市民活動支援センターが市民活動に取り組む個人や団体の方を対象に働きかけ、主体性を発揮でき、集客に貢献できるチラシの作り方のスキルをお伝えします。

チラシの作り方講座



41

5-1.活動における文章問題

世の中は

「かさ増しされた文章」

で溢れている

5-2.活動と文章

現代はテキスト中心のコミュニケーションが主流 上手な文章が書ける人ほど成果を出しやすい時代

- メール
- スライド
- マニュアル

- SNS
- 仕様書
- 声明や意見

- ブログ
- 議事録
- コンテンツ

- 企画書
- 提案書
- 広報物



<u>しかし、ほとんどの大人が</u> 作文の訓練を受けたことがない

43

5-3.文書作成の誤解

- 図や画像の方が、直感的に分かりやすい
- 説得力を高めるのは美しい図やグラフだ
- 文字だけの資料は読む気が起きないはずだ
- 今は見た目や動画の時代だ
- 文章はセンスだから、自分には向いていない
- 文章が書くのが苦手な人は仕方ない(上達しない)

参考:株式会社ベイジさん『伝わる提案書の書き方』 https://baigie.me/officialblog/2020/05/27/making_presentation_sheet/ 5-4.文章の重要性

チラシでも一番大事なのは イラストやデザインではなく文章

無形商材であればなおさら

45

5-5.最低限抑えたい3つのポイント

- 1.文字を減らす
- 2.言葉を具体化する
- 3.構造を単純にする

例題

以下の文章は、どの文字が削れますか?

一人一台スマホを持つ現代ですが、みなさんもSNSなどを活かしていろんなところから情報収集をしていると思います。しかし、SNSという便利なものが普及したとはいえ、まだまだとても重要な情報発信の方法であるチラシです。あなたの活動をさらに良くするための広報ツールとして「伝達力のあるデザイン」にするために、チラシデザインの法則に関することを学びませんか?(174文字)

47

例題

以下の文章は、どの文字が削れますか?

一人一台スマホを持つ現代ですが、みなさんもSNSなどを活かしているんなところから情報収集をしていると思います。しかし、SNSという便利なものが普及したとはいえ、まだまだとても重要な情報発信の方法であるチラシです。あなたの活動をさらに良くするための広報ツールとして「伝達力のあるデザイン」にするために、チラシデザインの法則に関することを学びませんか?(174文字)

回答

「言葉のかさ増し」を除去した文章

SNSが普及したとはいえ、まだまだ重要な情報発信の方法であるチラシです。あなたの活動の広報ツールとして「伝達力のあるデザイン」にするために、チラシデザインの法則を学びませんか?(88文字)

49

5-6.情報量≒文章量

情報量が同じなら 文字量が少ないほど伝わりやすい

5-7.文字を減らすポイント

- 言うまでもない当たり前のこと
- すでに説明したことの単なる言い換え 必要のない前置きや挨拶
- 同じ言葉の重複、繰り返し
- 前後の文脈で分かること
- ムダな説明(例:活動するメンバー)
- 無くても伝わる主語(例:私は、当団体は)
- 過剰すぎる丁寧語や尊敬語、謙譲語

(例:させていただく)

● 無くてもいい言葉

(例:という、のような、に関する)



言葉を半分に削れないか?

参考:株式会社ベイジさん『伝わる提案書の書き方』 https://baigie.me/officialblog/2020/05/27/making_presentation_sheet/

51

5-7.文字を減らすポイント

- 手抜きに思われないようにしよう(として文字が増える)
- 頭が良さそうに見える文章を書こう(として文字が増える)
- 心に訴える美しい文章を書こう(として文字が増える)
- 詩人のような粋な文章を書こう(として文字が増える)



勇気を持って文字を減らす!

参考:株式会社ベイジさん『伝わる提案書の書き方』 $https://baigie.me/officialblog/2020/05/27/making_presentation_sheet/$

5-8.伝わりにくくなる要注意キーワード

以下のような言葉は、抽象的で説得力のない言葉になりやすい。

- 課題解決
- 多様な
- 構築

- 価値創造
- 様々な
- 刷新

- 総合的 ● 実践的
- 豊富な ● 視点
- 未来 ● ご提供

- 効果的
- 貢献
- ご提案

- 明確化
- ご支援

- 寄与 ● 実現
- お手伝い

● 最大化

● お約束

こういう言葉を多用し、中身がないことをそれっぽく難しく言っ ているだけの文章にならないように注意する。

> 参考:株式会社ベイジさん『伝わる提案書の書き方』 https://baigie.me/officialblog/2020/05/27/making_presentation_sheet/

53

5-9.抽象的な文章の弊害

- 抽象的な言葉は、誰でも簡単に使えて、それっぽい文章を作れる
- 抽象的な言葉は、当たり前のことを言いかえているだけになりやすい
- 抽象的な言葉は、煙に巻くような印象を与え、信頼性を失う
- 抽象的な言葉に安易に頼っていると、思考の解像度はどんどん低くなる
- 抽象的な言葉ばかり使っていると、言葉の重みや説得力が無くなる

参考:株式会社ベイジさん『伝わる提案書の書き方』 $https://baigie.me/officialblog/2020/05/27/making_presentation_sheet/$ 5-10.具体性のレベル

どのくらい具体的に書けばいい?



具体性の精度は、文脈、対象者、許される文字数などで決まるので、 一概に言えない。与えられた条件・制約の中で許される限り具体的 に書く、という姿勢を持っておくといいのでは。

55

5-11.覚えておきたい原則

- 一文一意(ひとつの文章でひとつの意味)を基本とする
- 文章や文節が短い方が分かりやすい
- 読点でつなぐのは3回まで
- 例の併記を多用しない(必要なら箇条書き)
- 主語と述語はできるだけ近づける
- 主語と述語を合わせる(文章を長くするとずれやすい)
- 主語が変わるときは説明する
- 最初になるべく端的な結論を書く
- 前例や例外などの免責をくどくど書かない

6.その他

57

6-1.SNSとの相乗効果



チラシ「だけ」の限界

- 大切なのは「情報を広く届ける」こと
- 「チラシ+SNS」を併用してアピールする
- もちろん「手渡しの温かみ」もあります
- どこかに「据え置き」もひとつの方法

6-2.お役立ちサイト

<フリー素材>

- ODAN FREE PHOTO https://o-dan.net/ja/
- GIRLY DROP https://girlydrop.com/
- PAKUTASO https://www.pakutaso.com/
- Frame Illust https://frame-illust.com/
- SOZAI GOOD https://sozai-good.com/
- 罫線 http://free-line-design.com/

<チラシデザイン集>

● パワポン https://ppon.askul.co.jp/

<色の見本>

● 原色大辞典 https://www.colordic.org/

<その他>

● 画像の背景を削除 https://www.remove.bg/ja



59

7.まとめ

7-1.お伝えしてきたこと

- チラシの目的は「集客」と「認知度アップ」
- チラシは独り歩きしても理解できる内容にする
- きれいなチラシよりファンづくりにつながるチラシ
- 目を引くインパクトが大切
- 情報が適度に揃っていて読みやすい
- 情報のバランスを考えよう
- 写真やイラストで隙間を埋めようとしない
- 大切なのは文章による情報
- 抽象的であいまいな言葉より具体的な内容
- 不安要素は先回りして示す
- 大切なのは「誰に」「どうなってほしい」か
- デザインは「統一する」「揃える」「流れを意識」
- 横組みは左上から右下へ
- 縦組みは右上から左下へ
- 混在する場合はどちらかを基準にする
- 書体は限定する

- 文字サイズを統一する
 - 文字の使い方にルールを付ける
- ゴシック系でまとめたほうが無難
 - 装飾機能は多用しない
 - 色数はできるだけ少なく
 - 色の使い方を統一する
- 色に頼らない
- 文章は「かさ増し」しない
- 情報量が同じなら文字量が少ないほど伝わりやすい
 - それっぽく難しい文章は作らない
- 与えられた条件・制約の中で具体的に書く
- デザインは活動内容の理解を促進させるもの
 - デザインは心理的障壁を排除するもの
- デザインはイメージを向上させるもの
- チラシとSNSを併用してアピールする
- どうすれば伝わるかを考え続ける

61

7-2.さいごに

どうすれば伝わるかを考え続ける まずは今日の内容を身に付ける 応用はそれからでも遅くない



言いたいことが『10』あるなら、 とにかくそれを『1』にしぼって伝える。

※細かなテクニックは気にしなくて大丈夫!

ありがとうございました 素敵なチラシでみなさんのファンが増えますように

講座参加者の声

- ・今までノー知識で作った会社のチラシを見直します
- ・習ったことを活かしたいとすごく思っています
- ・分かりやすい資料と説明をありがとうございます

- その他の刊行物

市民活動に役立てるリーフレット

「まち活のヒント」

まち活のヒントは市民活動に役立てるヒント集です。 当センターや市役所市民生活環境課で配布しています。

- 001 イベントの作り方
- 002 市民活動のあり方 with コロナ
- 003 自治会のあり方 with コロナ
- 004 目標達成できるチームの作り方
- 005 会議のやり方 10 のコツ(前編)
- 006 会議のやり方 10 のコツ(後編)
- 007 補助金制度の活かし方
- 008 情報発信ツールの種類と特徴
- 009 活動写真の撮り方
- 010 Zoom の使いかた





















まち活のノート

「広告デザイン理論を活かした読まれるチラシの作り方」

発行年月:2022年3月 初版(2021年度制作)

発 行:糸満市市民活動支援センターまちテラス

糸満市字糸満 989 番地の 83 糸満市場いとま~る E-I

メ ー ル:info@machiterrace.com

開館時間:月曜日から金曜日 午前9時から午後6時まで 休 館 日:土曜・日曜・国民の休日・慰霊の日・年末年始

まち活のノート バックナンバー

- 001 広告デザイン理論を活かした読まれるチラシの作り方
- 002 広報担当者向けスマホ写真の撮り方
- 003 ファンづくりにつなげる SNS の活かし方
- 004 イベントを集客(告知・宣伝)から成功につなげる方法
- 005 成長できるチームをつくる5つの活動
- 006 参加体験型ワークショップのつくりかた