

(案)

区民へのわかりやすい情報発信の心得 10 か条

子ども編

1.

子どもに伝わる視点

- 子どもの目線で見ると
対等な存在としてみる、教えるのではなく伴走する、肯定と共感、「考える」を促す
- 子どもを対象とする広報物のポイント

楽しく伝える

余白をもつ・考える工夫

気持ちをつくる

子ども向け≠子どもっぽい

(引用：CANVAS 資料)

参 考

CANVAS 株式会社

こどもたちの創造・表現力をテーマにしたワークショップ、体験型展示イベントなど
あらゆる企画を行っている

2. 楽しく伝える

- 楽しそうという感覚を心がける
カラフルやにぎやかさなど楽しそうなビジュアルで表現する
- キャラクターの活用
企画の趣旨などをキャラクター化して子どもに親しみやすいかたちで伝える

工夫の ポイント

キャラクターにより**企画の内容、趣旨や雰囲気**を伝える

キャラクターに**性格・役割を設定**する

事例 1 子どものためのワークショップ博覧会ポスター

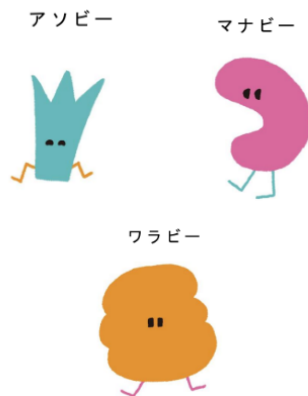
- 内容をモチーフにしたキャラクターを使って、多種多様なプログラムを伝えている
- キャラクターをイベントのナビゲーターに設定している



(提供：CANVAS)

事例2 春のキッズフェスタ

- 抽象的なキャラクターのデザインによりテーマのひとつである「ダイバーシティ＆インクルージョン」を表している
- たくさんのキャラクターの動きによって数多くの体験ができることを伝えている



(提供 : CANVAS)

3. 余白をもつ・考える工夫

■ 考えるきっかけの「余白」

明確な答えの提示や最後まで説明をせず、子どもが考えるきっかけをつくる

■ 集中するための「余白」

文字や装飾をなくして余白を作ることにより、伝えたい内容に集中できるようにする

事例 1

イベントお土産 「四コマ漫画」

四コマ漫画として文字を無くし帰宅後に自分の言葉で家族に報告してもらう企図を含めている



事例 2

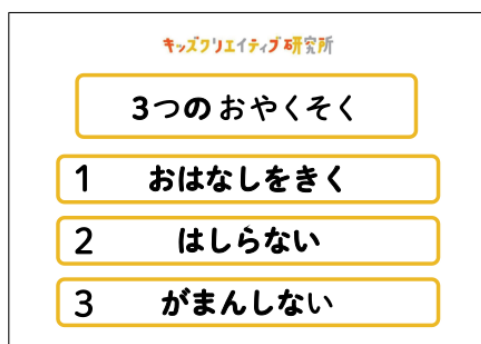
イベント配布物 「竹芝わくわくマップ」

文字を少なく、また描かれているものの名称を記載していない。子どもが考え・想像できる探検ガイドとなるマップを作成



事例 3

オンラインワークショップ案内 「キッズクリエイティブ研究所」



装飾等をできるだけなくし、認識してほしいこと（3つのおやくそく）に子どもたちが集中できるようにデザインしている

（提供：CANVAS）

4. 気持ちをつくる

■ 子ども達の気持ちをつくる

「なんだか難しそう」ではなく、子どもたちの「やりたい!」「知りたい!」という気持ちをつくる

■ 気持ちをつくる工夫

① 言葉と表現

行動を促す言葉を選び、複雑な内容とならないよう簡潔な表現にする
漢字やひらがなは対象によって使い分ける

目安

小学生全学年が対象：小学3年生までに習う漢字を使用しルビをふる
未就学児も対象：すべてひらがな

② ビジュアルと空間

印刷物だけでなく、ビジュアルと空間全体（什器・会場等）で雰囲気を作る

改善点のある例

学習コンテンツ展示「鼠ちゃんの百科事典」

「大人」が読むべきなのか、あるいは「子ども」に伝えたいのかがわかりにくい





◀ 展示パネル

長い文章がわかりづらい
文字が読みにくい

遊び方がわからない

▼ 展示会場



タブレットが操作しにくい

(提供：CANVAS)

事例 国際デジタルえほんフェア展示

- 対象に応じて「概要」と「あそびかた」をそれぞれ作成
 - 「概要」にはコンテンツの内容を記載
 - 「あそびかた」は子どもに向けてステップで記載するなど簡潔な表現と漢字とひらがなを使い分け
- パネルスタンドや iPad ケースを手作りで制作するなど、空間全体でデザイン



▲ 展示パネル「概要」



3ステップで説明

内容を最後まで書かない

▲ 展示パネル「あそびかた」



◀ 展示会場

(提供 : CANVAS)

5. 子ども向け≠子どもっぽい

- 子ども向けは子どもの視点だけではない
大人にとっても、子どもと同じように関心をよび、行動を促す工夫をする
子どもを対象としても、子どもっぽいデザインに寄りすぎないようにする

事 例 STEAM 教育イベント「STEAM KIDS」

- 電子部品やひらめきを表すイラストをちりばめ、様々な学びの体験ができることをデザインしている
- 子どもっぽいものとなり過ぎず興味をひくデザインとなっている



※STEAM 教育とは

科学・技術・工学・数学の理系科目に芸術を加え、5科目を分野横断型で学ぶ教育

(提供：CANVAS)