

発信力UP講座

2021年度 青少年活動や団体運営に役立つ研修

NPO法人森ノオト 理事長 北原まどか
2021年6月28日（月）

※このレジユメの無断転載、配布は堅くお断りいたします

本日の流れ

- ・ 主催者挨拶 (5分)
- ・ 自己紹介 (15分)
- ・ 講義 (60分)
- ・ 顧客の旅ワーク (30分)
個人ワーク10分+発表20分
- ・ 感想・質疑応答 (10分)



自己紹介

北原まどかについて

- ・ 山形県山形市出身、横浜市青葉区在住
- ・ 横浜市立大学国際文化学部卒業、星槎大学大学院メディア・ジャーナリズム専攻（修士）
- ・ 高校までは吹奏楽部（A.Sax）、大学時代は硬式野球部のマネージャー
- ・ 2009年生まれの長女はバレエ、2014年生まれの次女はミュージカルに夢中
- ・ 新卒で「タウンニュース社」入社、風土社『チルチンびと』編集部を経て、2005年秋に独立。フリーランスの環境ライターとして、雑誌、Webメディア等で執筆
- ・ 2009年11月、わが子が大人になる2050年の未来を考え、環境と調和したライフスタイルをローカルから進めていこうと、Webメディア「森ノオト」を創刊。2013年1月NPO法人森ノオトを設立、理事長に。情報発信を通じて、主体的に地域と関わり、サステイナブルな暮らしを選ぶ人が増えるよう、さまざまな活動をしている



名前

どんな団体に所属している？

普段、団体に抱えている課題

今日の講座で期待していること



持続可能性

<環境・社会・個人の持続可能性>

- ・ 気候危機や資源、生態系の変化による環境の危機
- ・ 少子高齢化、人口減少、貧困・格差などの社会の危機
- ・ 家族関係の変化や社会への不寛容などの個人の危機



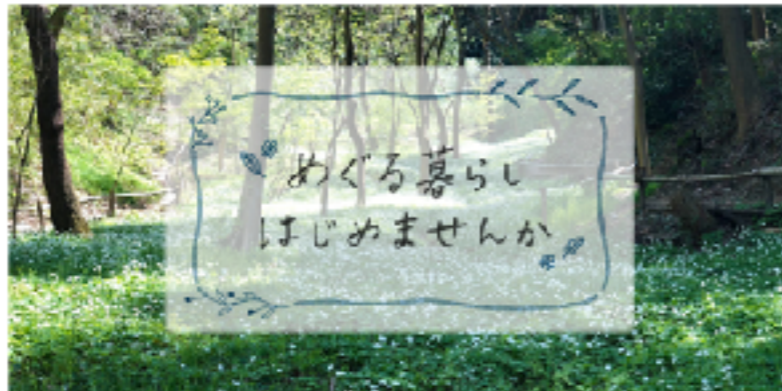
編集

<持続可能性の危機を「じぶんごと」に>

- ・ Think Globally, Act Locally.
- ・ 情報発信により身近な問題として落とし込む
- ・ 市民ライターの育成、情報との「親密感」
- ・ 情報源への「近さ」が行動の「近さ」に
- ・ 「主体性」をもって判断、選択、行動する

森ノオトについて

団体のビジョン（理想）とミッション（使命）



Special Issue 2020/06/26

特集：わたしたちのエコライフのいま

10年前から森ノオトで伝え続けているエコライフ。言葉が暮らしになじみ、当たり前のようになった「エコ」のいまをひらいてみると、喜びを知らずに楽しく続ける、衣食住のゆめを暮らしが見えてきました。暮らしを再考するこの場から、新しい暮らし方を考え、これからの社会を見つめてみませんか。

1/10 2/16

おいしく、たのしく！私たちの暮らしのエコ、集めました【おいしく編】

artwork 読者 和紙

2019/05/15

いよいよ7月から紙質化されるレジ袋の有料化により、マイバッグを持って生活が当たり前になりつつあります。せっかくのこの機会に、森ノオトライフが実践している暮らしのエコをお伝えするために、様々なおいしいエコやらのレシピが集まりました。前編では、おいしい...



1/10

おいしく、たのしく！私たちの暮らしのエコ、集めました【たのしく編】

artwork 読者 和紙

2019/05/15



1/10

「捨てるよくなるを楽しくつなぐ」が2022はお宝探しに森ノオトライフがおすすめです

artwork 読者 和紙

2022/04/02



1/10

本誌の「ちっさいいい」お宝探しへ。ファイバーアートの森ノオトライフ

artwork 読者 和紙

2018/12/16

- ・ 私たちの理想（ビジョン）
「地域や自然と調和した社会と、その担い手を育てる」
- ・ 私たちの使命（ミッション）
「暮らしの足元から地域を編集し、一歩を踏み出すきっかけをつくる」

2009年より
ローカルメディアを
運営しています
100人以上の市民ライ
ターを育成！



森ノオトのローカルメディアデザイン事業

地域の課題や魅力を知り、情報として可視化する社会教育プロセス

情報発信に関わる全ての人
がメディアリテラシーを育み
自らの情報を見つめ直す行動指針

ローカルメディアコンパス

ローカルメディアミーティング

すでに情報発信をしている人の
学びと対話と気づきの場

ローカルライター講座

情報発信で地域をよくしたいと
考える人の学びの場

発信力UP講座

地域課題を解決したいと活動
している人が発信力を高める

読者・市民

地域情報によって地域参画・主体形成をし
地域活動の担い手になるプロセスづくり

情報発信とは、社会（や未来）をよくするために行うべきである

- 私たちが発信する情報は、社会や未来をよくすることにつながっているのか？
- その情報は、誰かの心を温める、誰かに勇気を与える、誰かのそっと背中を押す、誰かの行動を後押しすることにつながるのか？
- その情報は、持続可能な未来につながっているのか？



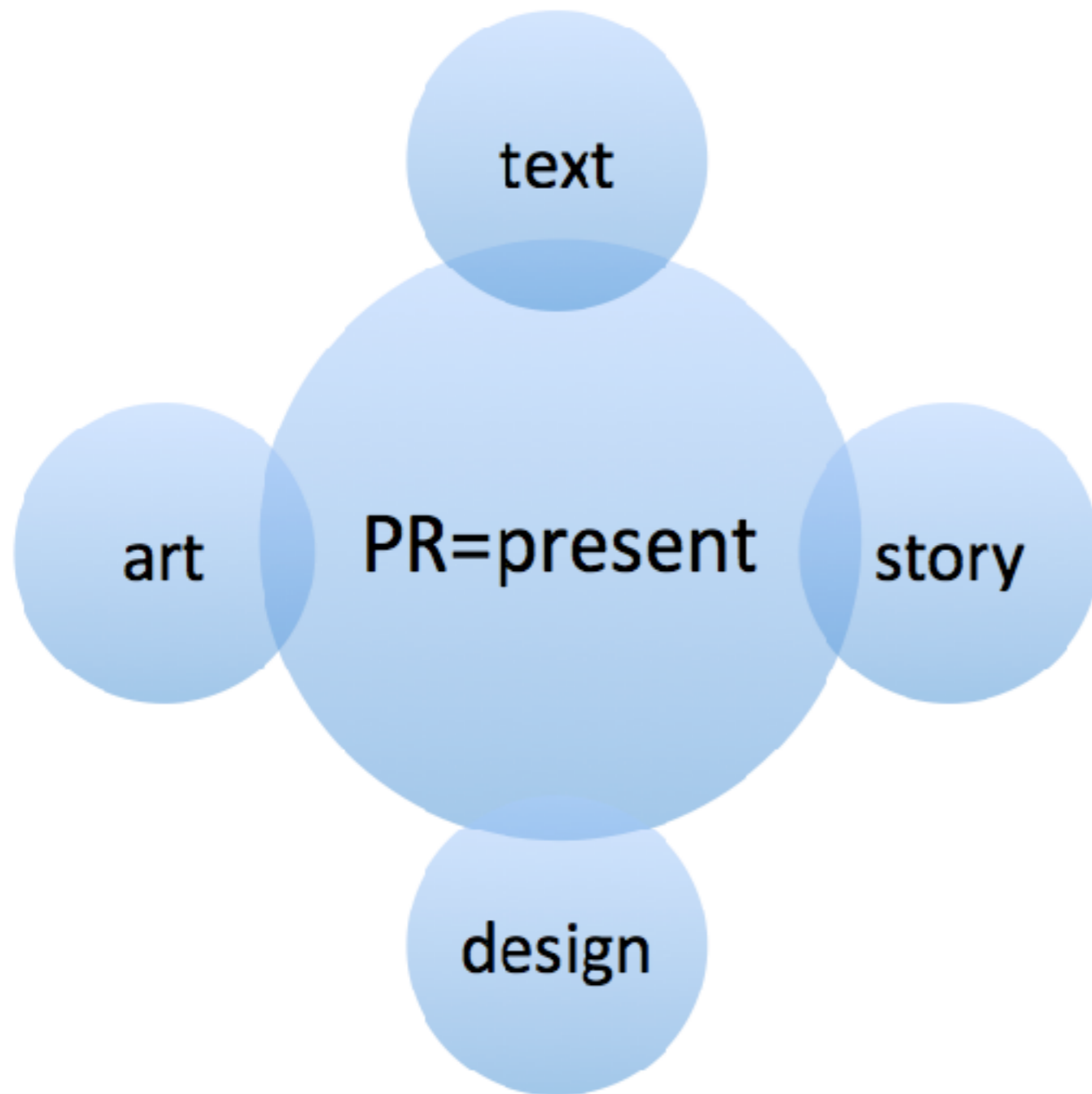
SDGsの視点を持つ



発信力アップのための10のリスト・2021Ver

【発信力アップのための10のリスト】	未着手	着手	達成
(1) 広報体制を作る（誰が広報担当か？）	0	1	2
(2) 顧客の旅の完成（ターゲットは誰か？）	0	1	2
(3) 広報すべき事業の整理（我々の活動とは何か？）	0	1	2
(4) 団体（事業）のキャッチコピーの明文化	0	1	2
(5) マーケティング視点の醸成（アンケートを活用する）	0	1	2
(6) 広報ツールと役割の整備	0	1	2
(7) ホームページの整備と更新	0	1	2
(8) SNSの活用	0	1	2
(9) プレスリリースとメディアとの関係作り	0	1	2
(10) PRスケジュールの作成と管理	0	1	2

広報・PRとは？ = 環境と社会の「いい関係」づくり



PR= Public Relations

PRなくして事業なし

PRとは事業そのもの

(1) 広報体制のつくりかた

到達目標：団体のビジョンを元に、ミッションを達成すること！



広報とはプロジェクトマネジメントである！

(そのために) イベントの集客をしたい

- ・どんなツールを使う？ (HP、SNS、チラシ、声かけ)
- ・顧客 (ターゲット) は誰？どこにいる？
- ・誰がスケジュール管理をする？ 情報はどこに集める？

何のためのイベントか
企画の元をつくる

- ・日時
- ・会場
- ・参加費
- ・ターゲット
- ・広報手段

インターネットを使った空中戦

- ・Webの元に情報を集める
- ・SNSで拡散

リアルな口コミを広げる地上戦

- ・チラシ配布先リストアップ
- ・協働事業者との調整
- ・ボランティア調整

広報に
「近道」
はない！
地道な活動
一つひとつが
成果になる！

広報担当者がやるべきことリスト（実務フロー）

スタッフ会議

実施期間・事業のテーマとタイトル・コラボ相手・担当

コラボ相手

広報拡散力のあるコラボ相手と組む

チラシ制作

事業の内容と日程を入れたチラシをデザイナーに発注

記事作成（HP）

HP内に元となる記事作成、申し込みフォーム作成

プレスリリース

プレスリリースリストの作成と送付

チラシ配布リスト

チラシの郵送と直接配布

SNS展開

FacebookとInstagram、LINEで日々内容拡散

受付・入金確認

申込者対応・入金確認・リマインド・キャンセル対応

メルマガ

潜在顧客や過去顧客へのリーチ

口コミ

友人、知人、地域密着の最大の強み！

本番

イベント期間中も情報発信

アンケート

アンケート確認、ふりかえり会議

+

SNS研修

効果的なハッシュタグ検証、一つのやり方を試してみる

メディア対応

取材対応

運営実務

当日対応スタッフ、会場設営、片付けなど

広報の体制を検討しよう

役割分担でスムーズに流れる

全体統括（目標設定・数字の管理・スケジュール管理）

実務マネジメント
受付管理

チラシ制作

プレスリリース・メールマーケティング

HP作成

SNS展開

(2) 顧客の旅の完成

事業のターゲットは誰か、どう届けるのか？

顧客の顔を具体的に思い浮かべる

- ・ 年齢
- ・ 性別
- ・ 家族構成
- ・ 職業
- ・ 生活パターン
- ・ 趣味
- ・ 常にふれている情報ツール
- ・ 交通手段

地域に詳しい先輩ママライターと巡る
あやちゃんと一緒に歩いて歴史
地域を楽しもう子育てツアー。
おしゃべりなママと友達になり、子育てに
役立つ情報の人たちと出会えます。

Welcome ああば 子育てツアー

子育てでガラッと変わる地域での暮らし。
子連れで遊びに行きやすい場所、
赤ちゃんを歓迎してくれる温かいお店、
四季折々の自然を感じられる公園など、
各エリアのおすすめスポットを巡りませんか。

あぞみ野
日程: 7月20日(土)
時間: 10:00~13:00
申込受付期間: 7月11日(月)~15日(金)
※申込受付終了後はキャンセル不可です。

たまプラーザ
日程: 8月12日(日)
時間: 10:00~13:00
申込受付期間: 7月25日(月)~29日(金)
※申込受付終了後はキャンセル不可です。

江田・市が尾
日程: 10月24日(土)
場所: 青葉区役所1F福祉保健センター内
申込受付期間: 9月11日(月)~15日(金)
※申込受付終了後はキャンセル不可です。

青葉台
日程: 10月20日(土)
場所: 青葉区役所1F福祉保健センター内
申込受付期間: 9月11日(月)~15日(金)
※申込受付終了後はキャンセル不可です。

蕨が丘
日程: 11月30日(日)
場所: 蕨が丘公園
申込受付期間: 9月11日(月)~15日(金)
※申込受付終了後はキャンセル不可です。

寺家ふるさと村
日程: 10月19日(土)
場所: 寺家ふるさと村
申込受付期間: 9月11日(月)~15日(金)
※申込受付終了後はキャンセル不可です。

●日程: 10:00~13:00 (9:30集合)
(100名)
・ エリア子育て情報レクチャー
・ ベビーウォークやお散歩
・ 交流ランチ会
※雨天時は室内で実施します。

●申し込み先:
参加費無料、衣る・生年号日(親子とも)、性別、
電話番号、E-mailアドレス。参加の意思を記入の上
event@merinanno.jp または申し込み先へお申し込みください。
※申し込みは先着順です。
※参加費は、ご自身のお持ちの持ち物と参加費です。
※参加費は、個人参加の場合は参加費のみで、親子参加の場合は
親子参加費も合わせてお申し込みください。

●お問い合わせ先: 青葉区子ども家庭支援課
TEL 045-978-2456
企画・事務局: NPC法人 森ノオト

森ノオト
http://morinotto.jp

事業にともなう「顧客の旅」をつくってみよう

地域課題

転入者（青葉区のことかわからない）
初めての子育て（ライフスタイルの変容）



- ・初めての子育て、わからないことだらけ
- ・子育て中の孤独、疲労でボロボロ
- ・以前は都内で働いていたから地元のことがわからない
- ・子連れで気軽に出かけられないから、家にこもりがち

出会う！

記事を読んだり
イベントに参加

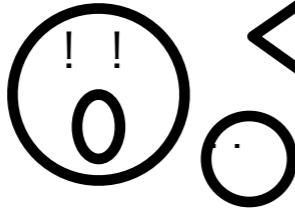
森ノオト

- ・欲しかった地域の情報がある！
- ・子どもを連れてミーティングにイベント
- ・ナチュラルで素敵なママたちがいる！
- ・魅力的なイベントの企画がある！
- ・おいしそう、楽しそう、私もできそう！

※ 森ノオトのメリット：読者、ファンが増える

変わる！

まちのモノコトヒトと
つながる



Welcomeあおばツアー

講師：森ノオトのママリポーター



地域で子育て楽しい！

- ・地域に愛着を持って関わる人が増える
- ・地域でイキイキ子育てする人が増える
- ・地域のお店での食事やお買い物が楽しくなる

レクチャー：地域拠点等で、青葉区の歴史や地勢、まちの概要、地域の子育て情報を伝える

まち歩き：エリアごとに、子どもを連れて歩ける15分程度の散歩コース（お買い物、公園）

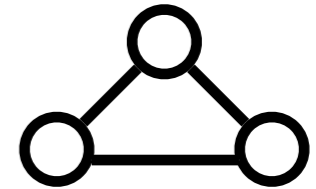
交流ランチ：子連れでゆったりおしゃべりを楽しめるコミュニティカフェでランチ会

※ツアーに参加し、一緒にまちを歩いたり交流することで、ママ友ができる

行政、企業
他地域へ
波及効果

【地域のお店】
地域の顧客がほしい、地域経済の活性化

地域で母親と
子どもを見守り
ながら、ともに
育ちあう社会



ツアーの一例

10:00～13:00

<たまプラーザ編>たまプラーザ地域ケアプラザでレクチャー（30分）→まち歩き：たまプラーザテラス～たまプラーザ中央商店街～美しが丘公園～ロケットハウス～駅前通り商店会（60分）→3丁目カフェでランチ（90分）

<藤が丘編>藤が丘地区センターでレクチャー（30分）→まち歩き：藤が丘商店会（わかやぎ、TENZO等）～昭和医大～藤が丘駅～もえぎ野公園～もえぎ野ふれあい樹林（60分）～カネ保水産でランチ（90分）

<寺家ふるさと村編>四季の家でレクチャー（30分）→まち歩き：ふるさとの森～水車小屋～BLUEDOORコーヒー～JIKE STUDIO（60分）～鴨志田町・ウチルカでランチ（90分）

予算案

チラシ制作費（広報費）30,000円+印刷費10,000円/共通

人件費：事前調整、レジュメとMAP作成 10H人=10,000円、受付対応、広報、庶務、精算 10H人=10,000円

当日運営 5H2人=10,000円 30,000円/回

私たちのミッション：

私たちの顧客は、こんな人です。

- ・青葉区で初めての子育て中
 - ・昨年8月に出産、現在10カ月
 - ・出産前までは都内で勤務していた
 - ・来年の4月から復帰するか、もう1年のばすか迷っている
 - ・子育てサークルに行ってみたものの
気の合うママ友に出会えない
- 1

その顧客がこんなきっかけで私たちのことを知ります。

- ・子連れて行けるレストランを探しているときに森ノオトのことを知った
 - ・たまたま参加した育児教室で
保健師さんから子育てツアーのチラシを
もらった
- 2

- ・知り合った親子と森ノオトのイベントに
子連れで出かけてみよう。
 - ・限りある育休中、地域のお店に積極的に
足を運んでみたい
 - ・復帰後も時々地域活動に参加してみよう
かな
- 4

その顧客が、私たちを通じてこんな風になります。

- ・子育てツアーで、同じ駅に住んでいる
同じくらいの月齢の子を持つお母さんに
出会えた
 - ・地域のお店や保育園の園庭開放に参加
 - ・久しぶりに両手で食事をできた
- 3

その顧客が、私たちを通じてこんな体験をします。

私たちのビジョン：

キャッチコピー：

私たちの顧客は、こんな人です。

1

その顧客がこんなきっかけで私たちのことを知ります。

2

4

その顧客が、私たちを通じてこんな風になります。

私たちのミッション：

3

その顧客が、私たちを通じてこんな体験をします。

(3) 広報すべき事業の整理

私たちは、何をしている団体なのか

森ノオトの事業

● メディア事業部

- ・ メディア運営/編集会議
- ・ 森ノオトライター養成講座
- ・ ライターコミュニティ運営
- ・ ライター企画の支援
- ・ 地域タイアップ企画

● AppliQué事業部

- ・ めぐる布市運営
- ・ オリジナルブランドAppliQué運営
- ・ オーダー対応
- ・ 製作者コミュニティ運営
- ・ ECサイト運営

● ローカルメディアデザイン事業部

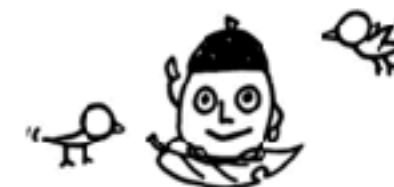
- ・ 市民ライター養成講座
- ・ 発信力アップ講座
- ・ ローカルメディアの勉強会
- ・ ローカルメディアコンパスの普及啓発
- ・ メディアリテラシー教育

● コミュニティデザイン事業部

- ・ 地域協働の相談窓口
- ・ フラワーダイアログあおば
(青葉区協働事業)
- ・ 子育てツアー支援

● その他

- ・ いいかも市
- ・ あおばを食べる収穫祭
- ・ 地産地消普及啓発



森ノオトのマスコット
どんぐりのもりたろう

(4) 団体のキャッチコピーの明文化

チームでつくることにより「みんなのもの」になる



- ・ 私たちの理想（ビジョン）
「地域や自然と調和した社会と、
その担い手を育てる」
- ・ 私たちの使命（ミッション）
「暮らしの足元から地域を編集し、
一步を踏み出すきっかけをつくる」

ミッション

ビジョン

団体が「社会に対してやるべきこと」

団体が「こうありたいと目指す社会の姿」

団体が「社会に対して行っている事業」

団体が「行動した結果生まれた価値や魅力」

プロジェクト

バリュー

ミッション

森ノオトのミッション（使命）

暮らしの足元から地域を編集し、
一步を踏み出すきっかけをつくる

ビジョン

森ノオトのビジョン（理想）

地域や自然と調和した社会と、
その担い手を育てる

団体が「社会に対してやるべきこと」

団体が「こうありたいと目指す社会の姿」

団体が「社会に対して行っている事業」

団体が「行動した結果生まれた価値や魅力」

森ノオトのプロジェクト（事業）

情報発信事業（メディア運営、市民ライター
育成、発信力UP支援）
地域交流事業（子育て支援、多世代交流、
共同購入、地産地消等）
ものづくり事業（AppliQué、めぐる布市）

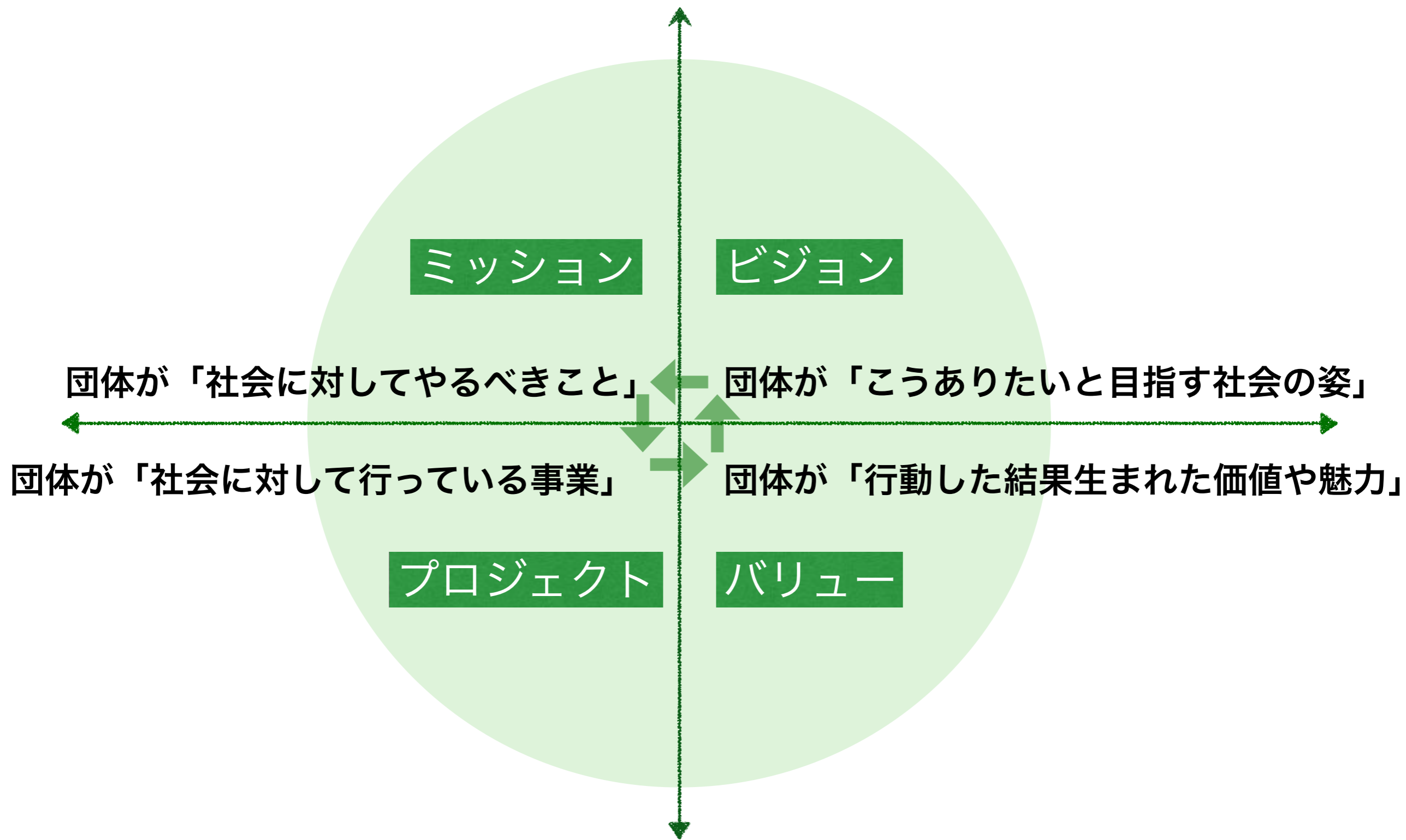
森ノオトのバリュー（価値）

- ・編集力
- ・発信力（情報拡散）
- ・集客力（主体参画）
- ・環境行動・環境活動としての注目

プロジェクト

バリュー

このループを見せ続けることが、市民団体の広報発信



(5) マーケティング視点の醸成

伝える=伝わる、ではない。ターゲットの立場になって考える

<広報で多くの人が抱える課題意識=「反応がない」>

■どうやったらチラシを手にとってもらえるのか

_ そもそもターゲットのいるところにチラシを届けているのか？

_ そのチラシのデザインで参加したいと思えるのか？

■どうやったらSNSを見てもらえるのか

SNSによって使う人の属性、使い方は異なる

<スキルの課題>

■そもそもSNSの使い方がよくわからない

■デザインセンスがない

■文章が苦手

PCスキルやデザインスキルの高い人が担当する方がよい

「苦手な人の10時間より、得意な人の1時間」

アンケートで顧客への動線を結ぶ

顧客のニーズに合わせた広報・発信の仕方を検討

<どうした発信であれば「反応」があるのか？>

■アンケートにより、「顧客」のニーズをつかむ

- _ イベントの時間帯
- _ イベントの方法（オンライン/リアル/会場までの距離/保育の有無）

■どの媒体から団体の活動を知ったのか、ルートを知る

- _ それによって効果的な媒体を把握する
- _ Webサイト、SNSについては、アクセス分析で効果の測定ができる
- _ Facebook広告はターゲットをしばって効果的にリーチができる

■顧客のステージアップ

- _ 顧客の属性を知る（世代/地域/課題/ライフスタイル……）
- _ その顧客が、当事者なのか、支援者になりそうか、担い手になる？

(6) 広報ツールの役割と整備

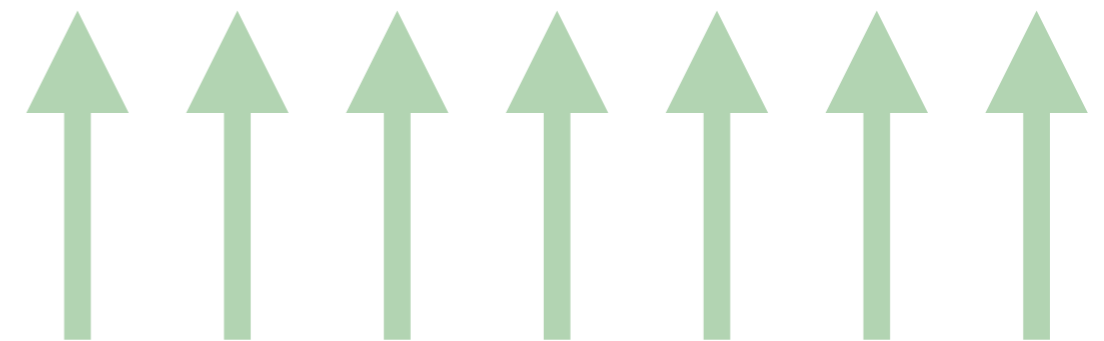
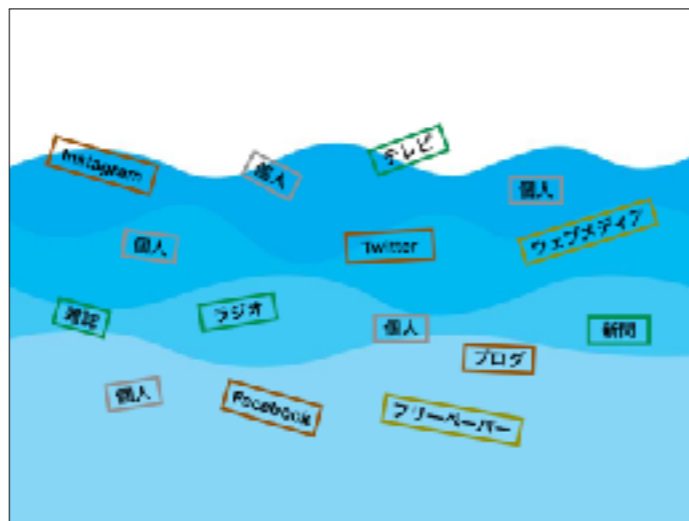
それぞれのツールの効果、運用コストを考えてメリハリを

- **Webサイト**
インターネットを使える人なら誰でも無料でアクセスできる情報の元（ストック）になる
- **SNS (Facebook、Twitter、Instagram、LINE)**
Webサイトにストックしてある情報を拡散しやすい特定のターゲットに沿って発信できる
- **チラシ、パンフレット**
インターネットにアクセスできない層にリーチできるデザイン性を高めることで、団体のブランディングにつながる。
- **プレスリリース**
影響力のあるメディアで紹介してもらえる可能性がある
- **メールマガジン**
すでに面識のある人、来場した人たち（顧客）に対してアクセスできる
- **看板**
その場を訪れた人に、中で何をやっているのかを訴求する

(7) ホームページの整備、更新

ストック (HP) とフロー (SNS) の関係性を理解する

- **Webサイト**
情報の集積地である
読者にとっての「適時性」は常に異なる
- **SNS (Facebook、Twitter、Instagram、LINE)**
今すぐに情報を必要としている人に届ける
届きやすいタイミングを考える

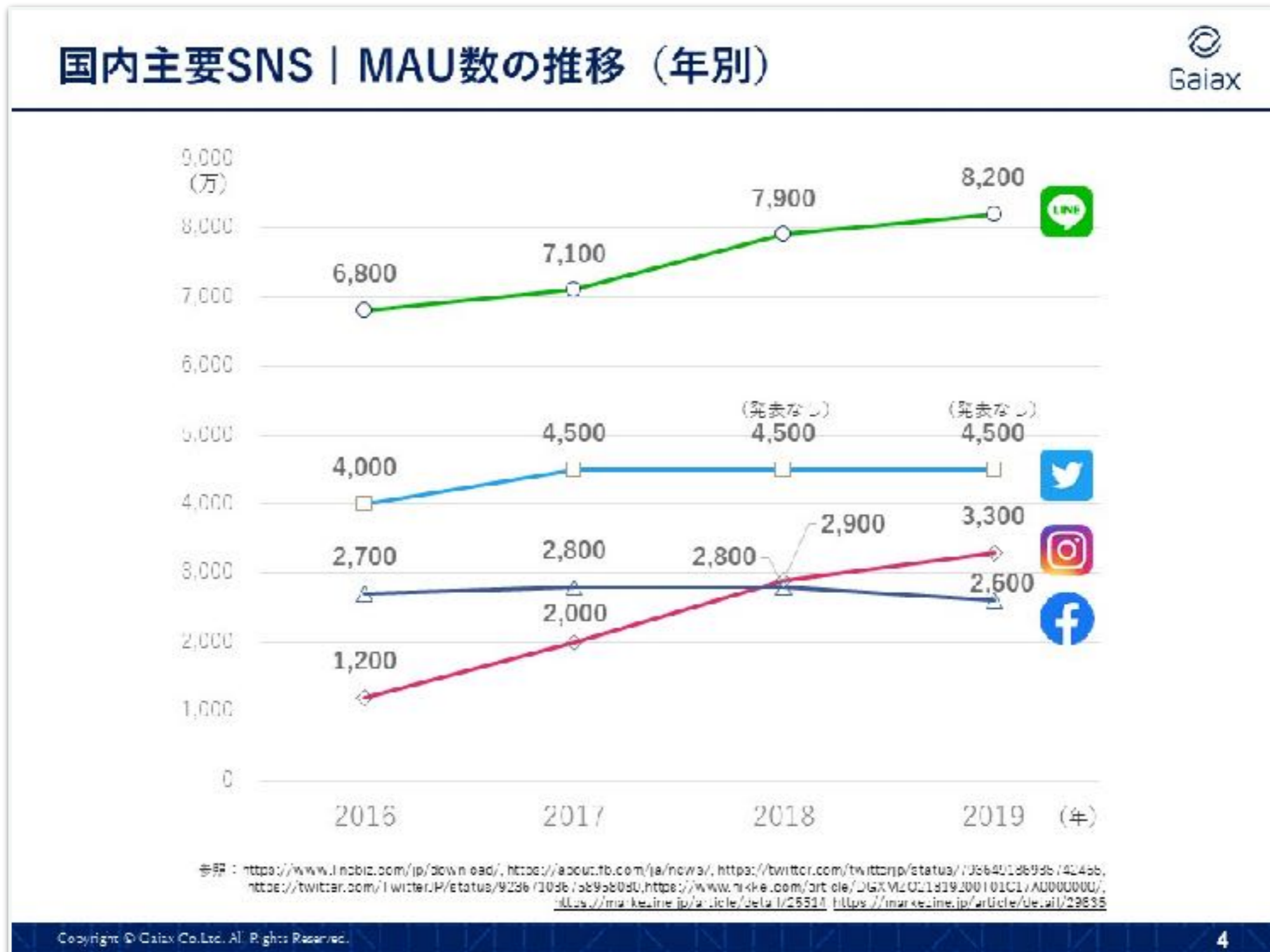


Webには情報が「アーカイブ」される
読者は必要な時に引き出しから情報を引き出す
その引き出しをわかりやすく整理する工夫

(8) SNSの活用

出典：ガイアックスソーシャルメディアラボ（2020年）

Twitter、Facebook、Instagram、LINEの特性を理解する



(9) PRスケジュールの作成

広報＝事業そのもの。広報とはプロジェクトマネジメントである

- イベント日から逆算して広報スケジュールを決める
(ターゲットの属性に応じてイベント日程等を決める)
- 行政の広報に掲載するには、半年前くらいから日程と内容を決める
- 雑誌に掲載したい時には3ヶ月前にはリリースを出す
- 新聞のイベント欄に応募するには2ヶ月前～1ヶ月前
- チラシは遅くともイベントの1ヶ月前にはできていること。デザイナーに発注する際は、1枚ものでも制作に1～2週間、印刷に1週間は必要

広報＝事業そのもの。広報にかけるヒトモノコトの予算を確保する

- 地域活動では、事業予算の中に広報予算を組み込んでいないケースが多い。人件費も予算の中に組み込んで考える。
- 収益を出しにくい地域活動団体ほど、広報費用に対する感覚がない。広報効果を最大化できるよう、協力者を募る
- 行政や地域に協力してもらうためのカギは「社会的意義」

スケジュール管理が実務のキモ！

月	日	曜日	スケジュール	担当
12	12	木	打合せ	まどか・山田
12	13	金	確定(仮)	
12	14	土		
12	15	日		
12	16	月		
12	17	火	スタッフ調整	まどか
12	18	水	ラフ作成	あゆみ
12	19	木		
12	20	金		
12	21	土		
12	22	日		
12	23	月		P1 あゆみ レストラン
12	24	火	・アポ取り ・写真や解説(資料)等の提供	P2 まどか ニンジン
12	25	水		P3 明石 なす
12	26	木		P4 智美 みそ
12	27	金		
12	28	土		
12	29	日		
12	30	月		
12	31	火		
1	1	水		
1	2	木		
1	3	金		
1	4	土		
1	5	日		
1	6	月	原稿作成	
1	7	火		
1	8	水		
1	9	木		
1	10	金		

誰が
いつまでに
何をやるのか

1	31	金	
2	1	土	
2	2	日	
2	3	月	・再校 ・再校戻し ・念校 ・校了
2	4	火	
2	5	水	
2	6	木	
2	7	金	
2	8	土	
2	9	日	
2	10	月	データ作成
2	11	火	印刷入稿
2	12	水	
2	13	木	
2	14	金	
2	15	土	
2	16	日	
2	17	月	
2	18	火	
2	19	水	
2	20	木	
2	21	金	
2	22	土	
2	23	日	
2	24	月	
2	25	火	
2	26	水	発行日

スケジュールの「おしり」を決めて
そこから逆算して動く

(10) プレスリリースリストの作成と配信

地域メディアと仲良くなるう

- (1) 見出し
- (2) リード (要約)
- (3) 本文
- (4) イベント概要
- (5) 連絡先


※プレス用素材 (写真など) をダウンロードできるようにするとよい

報道関係者各位
プレスリリース

2015年9月25日
特定非営利活動法人森ノオト

1 リユース&自然エネルギーのオーガニックマルシェ
2015年11月23日(月・祝)開催 「あおばを食べる収穫祭2015」
リユース食器のマイ食器で今年もごみゼロ！ 藤が丘駅前公園で開催します

2 エコロジーでオーガニックなライフスタイルを提案するウェブマガジン「森ノオト」。特定非営利活動法人森ノオト(神奈川県横浜市、理事長:北原まどか)は、地産地消のケータリング「コマダリ」との共催で、2015年11月23日(月・祝)に藤が丘駅前公園でリユース&自然エネルギーによるオーガニックマルシェ「あおばを食べる収穫祭2015」を開催いたします。今年のテーマは「毎日の食べものをちょっとだけエコに」です!

3  「あおばを食べる収穫祭」は2013年に初開催以来、今年で3回目を迎える地産地消×オーガニックマルシェです。「横浜あおば祭・地元のエコ発見メディア 森ノオト」が5年続けてきた地域のマルシェネットワークをリアルな場でつなぐ場として、過去2回とも2000人もの来場者に恵まれてきました。本イベントは、環境負荷を極力減らすために、飲食ブースではリユース食器を導入し、来場者にマイ食器持参を呼びかけることで、イベント全体で出たごみは家庭用ごみ袋わずか1袋のみ、環境行動の成長と効力感を「見える化」することに成功しています。なお、スナックの音源は太陽光発電でまかなっております。2015年は28のマルシェプレイヤーが、オーガニックな野菜、米や、地産地消のフード、アルコール、グリーンや雑貨、ローカルショップで出店します。地元・藤が丘商店会の協力のもと、地域全体を巻き込んだオシャレで可愛く楽しいマルシェイベントとして、秋の1日を楽しめるイベントに成長しております。ぜひ、本イベントの告知にご協力を願うべく、ご取材のほどよろしくお願いたします。～開催案内～

4 日時: 2015年11月23日(月・祝) 10:00~15:00
会場: 藤が丘駅前公園(横浜市青葉区藤が丘1 東急田園都市線藤が丘駅徒歩1分)
主催: 特定非営利活動法人森ノオト・コマダリ
協力: 藤が丘商店会 後援: 青葉区
横浜市環境創造局「みどりアップ計画に基づく事業」、横浜市温暖化対策推進本部「res(リユース・エコ・スタイル)」
本イベントの詳細は、以下の記事をご覧ください。
http://www.morinoto.jp/news/20150925_morinoto/

5 <本件に関するお問い合わせ>
特定非営利活動法人森ノオト 担当: 北原
TEL: 041-985-9945 FAX: 041-985-9945 直通: 090-3003-3465 mail: info@morinoto.jp
〒227-0033 横浜市青葉区鶴志田町818-3
<http://morinoto.jp>

ワーク

顧客の旅を描いてみよう

ミッション：

1 私たちの顧客は、こんな人です。

2 その顧客がこんなきっかけで私たちのことを知ります。

1

2

4

3

4 その顧客が、私たちを通じてこんな風になります。

3 その顧客が、私たちを通じてこんな体験をします。

ビジョン：

暮らしの足元から地域を編集する「森ノオト」

みなさんの情報発信のヒントが見つかるかも！？

- ・ 森ノオト公式メールマガジンにぜひご登録ください！
(月2回、二十四節気ごとに届きます)
- ・ Facebookへの「いいね！」もぜひ！
- ・ こちらのQRコードからスマホで登録可♪



森ノオトサマースクールのお知らせ

「本の花束」でも紹介された服部雄一郎さん登壇！

森ノオトサマースクール

捨てるをつくるを

楽しくつなぐを

仕事にしよう [食編]

7/15(木)・16(金)開催!



服部雄一郎さん
(『ゼロ・ウェイスト・ホーム』翻訳家)



新田理恵さん
(菜草使/TABEL代表)



鈴木鉄平さん
(青果ミコト屋代表)

- こちらのQRコードに
詳細情報アップされて
います！

