

3. 子育て支援・集客に向けた取り組み

様式Ⅱ－3

(2) 集客事業計画

①集客目標数

|       |           |           |
|-------|-----------|-----------|
|       | 子育て支援プラザ  | 子どもの館     |
| H17年度 | 45, 483人  | —         |
| H18年度 | 181, 933人 | 485, 748人 |
| H19年度 | 196, 131人 | 561, 293人 |
| H20年度 | 202, 933人 | 606, 123人 |

■集客対策

1. 共通家族パスポート会員制度（子育て支援プラザ、子どもの館）

(H17年度～H20年度)

家族パスポート1枚2000円で家族5人まで1年間、2館を通じて、利用回数の制限なしで使えるように考えています。

子どもの館は、家族4人（大人2人、子ども2人）の1回利用と同額なので、お得感はきわめて高いものです。

会員優遇の事業が多数あるため、年間を通じてリピーターになってもらうことが可能となります。

会員制度を採ることで、様々な情報発信の対象ともなります。

子どもの館には、子どもパスポート（1000円）があり、居場所として繰り返し単独来場する中・高校生をターゲットとしています。

パスポート会員新規・更新者

| 年 度   | 子育て支援プラザ | 子どもの館   |         | 合 計      |
|-------|----------|---------|---------|----------|
|       | 家族会員     | 家族会員    | 子ども会員   |          |
| H17年度 | 1, 000枚  |         |         | 1, 000枚  |
| H18年度 | 4, 000枚  | 6, 000枚 | 5, 500枚 | 15, 500枚 |
| H19年度 | 4, 400枚  | 7, 000枚 | 6, 500枚 | 17, 900枚 |
| H20年度 | 4, 600枚  | 7, 000枚 | 8, 000枚 | 19, 600枚 |

支援プラザは団体を減免 →大人 100円、子ども100円。

子どもの館は団体の場合、3ヶ月有効の子どもパスポート（100円）、大人パスポート(100円)をプレゼント。

保育園、幼稚園、学童保育、子ども会等の団体を積極的に誘致し、子どもが家族を誘って再来することを狙っています。

3ヶ月をすぎたら、1年パスポートにきりかえてもらいます。

来場者に身近な場所と感じてもらうことが大切な事業であるため、パスポート会員を戦略的に増やしていきます。

2. ポイントカードの発行（子育て支援プラザ、子どもの館）

追記型のポイントカードをパスポート会員カードとします。

ポイントカードは以下のようにポイントを付けます。

①入場1点

②有料の企画参加費（支援者研修も含む）の10%

③館内の物品購入金額の5%

④年度更新 200ポイント → 継続が集中する期間は、更新ポイントを割り増し、更新を促進する。

⑤お友達紹介 200ポイント

たまったポイントは100ポイント＝100円で金券と引き換え、館内の物品購入、託児料、企画参加時の支払いとして使える。

集客をしたい企画の場合は、ポイント5倍キャンペーンなどを張る。

★ポイントは、再来の動機となるため収支をみながら適宜設計していく。

3. マイクロバスの導入（支援プラザ）

子育て中の親子は地域をベースにしながら、時折、普段と違った興味のある施設に行く傾向があります。好奇心の旺盛な養育者は、自从来場すると思われるが、関心の薄い親、遠い地域の親子が来るきっかけとなるよう、マイクロバスを3年リースし、市民センターや、サークル、フリースペースの関係者に活用してもらいます。なにはともあれ、まずは支援プラザに来てもらうことが重要です。

団体バスで出かける企画は、過去、前田市民福祉センター（当時）とさくらキッズルームが実施していました。

一日で親子が仲良くなり、とてもよい企画で継続を望む声も多かったように思います。

本施設では、市民センターをバスの発着地として足を確保し、運転手費用の助成をすることで、さらに以下のような効果を期待しています。

①来場者が増え口コミでよさが伝わる

②仲間を連れて来場するきっかけになる

③来場者が子どもの育ち、親の育ちに大切なことを学び、地域に持ち帰る

④フリースペースやサークルの活動が活性化する

4. 団体利用者の積極的誘致（子どもの館）

子どもの館は、施設利用者層の特性上、キッズハウス以外は平日昼間の利用が少ないのが現状です。

そこで、幼稚園、保育園、小学校に対して団体利用を呼びかけます。

また、休日、長期休暇には、学童保育クラブ、児童館、子ども会にも団体利用を呼びかけます。

これらの団体利用者には、ポイントカード機能付きの減免用3ヶ月パスポートをカード実費の100円でプレゼントします。

パスポートを渡すことで、1回の減免利用にとどまらず、リピーターになることを期待しています。

おおむね3割の団体利用者が、3ヶ月以内に1度来場すると想定しています。

団体利用者用に、子どもの館探偵団、からだであそぼう！といった、団体で楽しみながら仲良くなり、コミュニケーションなどが自然と学べるような企画を用意します。

H19年度は、小学生向けのプログラムを2種、H20年度には、幼児向け1種、小学生向け1種を開発し、より魅力的な施設としていきます。

足の無い保育園、学童保育クラブ、子ども会に対しては、少人数であれば支援プラザと協議の上、マイクロバスを安価に提供することも検討します。

5. 利用者参画型企画の多用（子育て支援プラザ、子どもの館）

子育て支援プラザは、養育者や支援者の育ち、子どもの館では子ども自身の育ちを意識して、利用者が企画・運営に参画する事業を重点的に実施していきます。

これは、参画した人のリピート率を上げるのはもちろん、参画した人の周囲にいる人も、応援や協力の気持ちで来訪してくれるようになるためです。

なにより、ごく身近な施設と感じられることで、近くに来ればふらりと立ち寄り、知り合いを気軽に連れ込む場所となります。

会員番号 0001-01-000002

佐藤太郎様

入会日 2005/03/14

利用日 2005/03/14 1回

今回 87p( 0p)

累計 87p

600ポイントまで

あと413ポイント

またのお越しを

お待ちしております。

PointCardShop

www.pointcardshop.com

tel. 06-6690-5588

info@pointcardshop.com

様式Ⅱ－3

3. 子育て支援・集客に向けた取り組み

6. 中・高校生の居場所（子どもの館）

ホールとあそびB a r（旧らんらんらんど）を主な居場所として、中・高校生がふらりと立ち寄り、好きなこと、楽しいことをして、仲間と過ごす場所となります。

HOW広場で写真やイラスト、ホールで音楽やダンス、あそびB a rで各種のゲームなど、今、興味を持ってやっていることを表現できる場としています。

学校や家庭では評価されないことが、ここでは評価され、仲間を作ることができます。

1度の来場をきっかけに、ここで仲間を作ることができるような仕掛けになっています。

中・高校生の居場所づくりの第一義は、上記のような自己表現、自己肯定、仲間作りの場であるが、同時に平日夕方からの施設の利用率向上に寄与します。

ホールは、年を追うごとに中・高校生の利用者が増加し、あそびB a rが中・高校生のたまり場となることを目指しています。

|       |          |           |          |           |
|-------|----------|-----------|----------|-----------|
|       | ホールイベント  | あそびB a r  | 特別重点事業   | 合 計       |
| H18年度 | 13, 100人 | 71, 960人  | 7, 706人  | 92, 766人  |
| H19年度 | 16, 650人 | 105, 980人 | 16, 041人 | 138, 671人 |
| H20年度 | 18, 130人 | 120, 780人 | 16, 041人 | 154, 951人 |

なお、ここでできた仲間や活動を、市民センターや児童館との連携で地域につなげる仕組みを作り、地域での子どもの居場所づくりに発展させるよう考えています。

7. 2色印刷機の導入（子育て支援プラザ、子どもの館）

市民活動、ボランティア活動にとって、印刷費が安価であること、きれいな仕上がりであることは大きなサポートとして需要が極めて高いものです。

京都市民総合センターで導入されていて、ボランティア団体が『それを目当てに来館する』ということも聞きます。そこで、今回この場所に、同等機能の2色印刷機を設置します。

利用に際しては、パスポート会員であることを条件にしているので、パスポート会員の増加、リピーターの増加につながります。

さらに、団体のチラシの一部に2館の情報広告を掲載してもらえば、印刷費を無料にすることで、広報効果と市民活動・ボランティア団体の支援の一石二鳥を狙っています。

8. 行政の事業との連携（子育て支援プラザ、子どもの館）

ポリオ接種やパパママ教室、マタニティ教室、離乳食指導など、各区の行政の事業の開催場所として誘致します。

駐車料金がネックになるため、駐車無料券を予算化しています。

行政事業には、ひきこもりがちの親子でも出てくるため、「支援が届かない層」に届く方法として実施します。

9. 評価の高い事業の誘致（子どもの館）

①子どものためのドラマスクール（小学生～高校生）

②中学生ソーラン大会（中学生）

③詩のボクシング小学生大会／福岡大会（小学生、高校生以上）

これらの事業は、子どもの力を引き出すものとして重要取り組みである。

それと同時に、話題性が高く、教育関係者からも多く関心が寄せられる事業でもある。

子どもの館を、市内だけでなく、広く全国に知らしめる役割を果たす。

いずれの事業も、ただ誘致するだけではなく、子どもたち、大人たちが、取り組み、成長していく過程を3年間という

時間を使ってじっくり追っていく事業でもあります。その過程を報告書、書籍として刊行することで、さらに相乗効果を生むことが期待できます。

10. ニュースレターの全戸、全児童・生徒配布（支援プラザ、子どもの館）

広報企画を、これから行われるイベントや施設の内容のお知らせだけに留めず、両施設で行われたイベントや企画の感想、普段の様子を伝えるニュースレターの形式を主力とします。子ども、子育てに関するさまざまな情報の発信源にもなります。

このニュースレターは、3種の世代別版（乳幼児、小学生、中・高校生）と全世帯版を各々隔月で作成します。

世代別版は、全児童・生徒に幼稚園、保育園、学校を通じて配布します。

全世帯版は、西部ガス情報誌& a n d（市内29万戸配布）への折り込み、市民センターなど市内各所に配布することで、市内全戸（約42万戸）の70％に届け、ほとんどの市民の目に触れるようになります。

東京都三鷹市の三鷹西児童館では、従来のお知らせチラシを、「ドッジボール大会優勝者決定！！」などという記事掲載したニュースレター方式（Uメール）に切り替え、全児童・生徒配布にしたところ、小・中学生の利用者が3割以上増加したと聞いています。（平成11年度39, 738人→平成12年度61, 941人 全世代）

市民センターや児童館でも応用が利く方法として、良いモデルにもなっていると思います。

②大型集客イベント

1. 子育て支援プラザ

- ・来場者が落ち着いて過ごす場所
  - ・ホールに一度に集まれるのは150人程度
- 子育て支援プラザのこのような特性から、大型集客イベントは、一度にたくさんの人が集まるというものにはせず、一定期間、おだやかに続くいろいろな楽しい企画、といった方式にします。

■（仮称）支援プラザウィーク

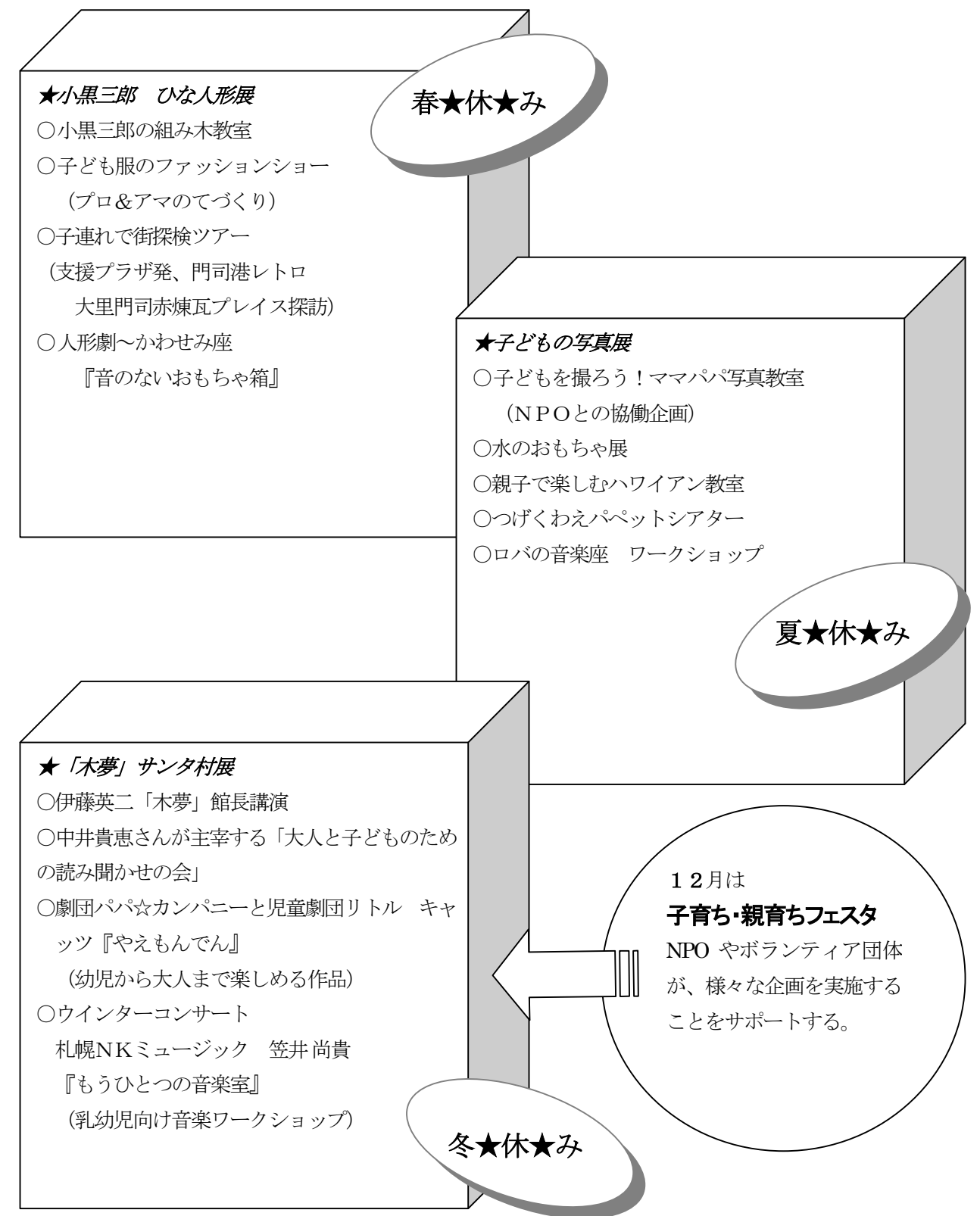
- ①1週間～1ヶ月の期間イベント
- ②春、夏、冬の季節感を生かしたテーマ展示を柱に据える
- ③テーマ展示にそった、講演会、ワークショップを大企画として実施
- ④中、小規模のイベント企画を日替わりの実施

■子育て・親育ちフェスタ

子育て支援の全市拠点という支援プラザの位置づけから、子ども、子育てに関わる市民団体が活動発表や講演会、ワークショップなどを自分たちの手で実施し、お互いをエンパワーする場作りが必要と考えました。

これがうまく行っている例として、北九州市の男女共同参画センター「ムーブ」のムーブフェスタを参考にします。子育て、親育ちをテーマとして、市民から企画を公募し、実施予算をつけて市民に実施してもらうことを考えています。支援プラザの誕生月である12月に開催するように想定しています。

■1年間のモデルプラン



3. 子育て支援・集客に向けた取り組み

■イベント候補者

|               |                                                                                                                                                           |
|---------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 講演者           | 服部祥子さん、大日向雅美さん、正高信男さん、天野秀昭さん<br>落合恵子さん、横山 泰三さん、細谷亮太さん 河合隼雄さん、村中季衣さん、汐見稔幸さん、坂本広子さん（食育）桜井高志さん<br>山田真理子さん、高山静子さん、原田正文さん、森田ゆりさん、金香百合さん（著名人）中井貴恵さん、黒木瞳さん       |
| コンサート         | 中川ひろたかさん、ケロポンズ、新沢としひこさん<br>谷川俊太郎さん（詩人）、工藤直子さん<br>福尾野歩さん                                                                                                   |
| 絵本作家講演やブックトーク | 五味太郎さん、長新太さん、あべ弘士さん、いわむらかずおさん、長谷川義史さん、神沢利子さん、飯野和好さん、スズキコージさん、川端誠さん<br>今森光彦さん（写真家）<br>松岡享子（東京子ども図書館理事長）降矢奈々<br>田島征三さん<br>北畑博子さん（元大阪児童文学館選書委員、京都科学読み物研究会会員） |
| おもちゃ作家イベント    | 相沢康夫さん（トークショー） オオクラテツヒロさん<br>伊藤英二さん（展示、工作教室）小黒三郎さん（工作教室）木村研さん                                                                                             |
| あそびのワーク       | 新田新一郎さん（あそびじゅつ）花輪充さん（劇遊び）<br>アフタフバーバン 北島尚志さん（表現遊び）金子しゅうめいさん（和太鼓）<br>米村伝次郎さん（科学あそび）久保田力さん 吉柳佳代子さん<br>青山優子さん 矢幡道子さん、熊丸みつ子さん、谷瀬未紀さん                          |
| 舞台劇、人形劇       | かわせみ座、つげくわえ、劇団道化<br>人形劇団クラルテ「おひさま劇場」 コンチェルトムジカ「カフカフドゴシュのリズム探偵団」<br>札幌NKミュージック「もうひとつの音楽室」<br>太田ひろしまジックショー、劇団うりんこ「ともだちや」落語協会 「子ども寄席」<br>ロバの音楽座 ワークショップ      |

2. 子どもの館

GW、夏休み、冬休み、春休みの4つの長期休みは、定例開催しているイベントを集中的に行います。

これらの長期休みは、子どもたちにとって、何か熱中できるものに没頭したり、ひとつのものを作り上げたり、仲間と飽きるほどいっしょにいたりする貴重な時間でもあります。

そこを大切にしたい。

いずれの企画も、子どもたちが入場者として来るだけではなく、子どもの館を使い、子どもサポーターが中心になって作り上げていくものとしています。

■年間開催例

★ゴールデンウィーク（GW）

キッズシアター

子ども講演会

子ども？大人？中高生しゃべり場

ふしぎ探検・チャレンジスポーツ改革コンペ発表会

フリーマーケット

★夏休み

|                 |      |
|-----------------|------|
| ミニくろさき          | 7日連続 |
| あそびとおもちゃ連続講演会   | 5回   |
| キッズシアタースペシャル    | 2回   |
| 夏の子ども講演会        | 2回   |
| 中高生「毎日」しゃべり場    | 5日連続 |
| ホールディ・オープンマイク   | 2回   |
| 真夏のイブニング・ライブ5連発 | 5日連続 |
| 週イチ！ゲーム大会！！     | 5回   |

★冬休み

|                |      |
|----------------|------|
| キッズシアタークリスマス企画 | 1回   |
| 年忘れオープンマイク     | 1回   |
| クリスマスライブ       | 1回   |
| 新春ゲーム大会        | 5日連続 |

★春休み

|                 |    |
|-----------------|----|
| 新入学子ども講演会       | 1回 |
| 人生を語ろう！中高生しゃべり場 | 5回 |
| 週イチ！ゲーム大会！！     | 4回 |
| オープンマイク「卒業式」    | 1回 |
| お花見ライブ          | 1回 |

③広報・セールス計画

1. 広報企画

■ニュースレター

ニュースレターは全世代、乳幼児、小学生、中・高校生の4種作成し、全戸配布、全児童・生徒配布します。  
詳細は（3）子育て情報の収集・発信参照。

■ホームページ

基本的な情報（①～③）のほか、毎日のぞく楽しみがあるような内容（④、⑤）を載せます。

- ①館のコンセプト、館内案内
- ②毎月のイベントカレンダー
- ③特別企画の予告
- ④過去実施したイベント、企画の様子と感想の報告
- ⑤現在進行中の企画の舞台裏がのぞけるページ

■携帯メールマガジン

メールマガジン会員登録をしてもらい、携帯電話にいちばんオイシイ情報を週1回程度発信します。

■イベントポスター

大判カラーのイベントポスターを作製し、イベントの告知を行います。

- ①支援プラザイベント 年2回  
保育園、幼稚園、市民センター、市内拠点施設に掲示します。
- ②子どもの館の重点企画 年6件  
保育園、幼稚園、小学校、中学校、高校、市民センター、市内拠点施設に掲示します。  
いずれのポスターも、イベント告知を通じて、両館のコンセプトを伝えるものとします。

■地元メディアへの取材依頼

放送局各社、新聞各社、インターネットTV、コミュニティFM、ヒューマンメディア財団「メディア道場」などの媒体に、誘致企画、特別重点企画、長期休みの目玉企画など話題性のある企画の取材を依頼します。

■フリーペーパー等の情報広告掲載

ドンナマンマ、POS北九州、リビングなどフリーペーパーに情報広告を掲載します。  
ドンナマンマは7月からフリーペーパーになる予定  
POS北九州は、30万部発行で15万部は戸別ポスティング、15万部は店などに置かれています。

■市民活動印刷物への情報広告掲載

両施設の2色印刷機に集まる市民活動団体の冊子、チラシに情報広告を載せてもらうよう考えています。  
掲載・配布のお礼として、印刷代、駐車料をサービスします。  
100万程度の予算で、300万部以上の広告宣伝を行え、しかも配布対象が子ども、子育てに関わる人となるので、非常にコストパフォーマンスが高いものになると思っています。  
ニュースレターのような冊子なら最終面、見返しなどに1ページ～半ページ、A4チラシなら裏面の1／4程度に広告を差し込んでもらいます。

■ロコミネットワーク

当フォーラムのスタッフ、協力団体、関係団体の人的ネットワークは、現状で1000名をはるかに超えています。  
しかも、数多くが子育ての当事者で、サークルリーダー、保育園、幼稚園の保護者会役員、学校のPTA役員や企画委員、子ども会役員など、子どもに関わる活動の主要なポストに就いている人も多いのです。

これに、さらに両館のサポーターとその人脈が加わるので、2000名以上のロコミネットワークができます。  
ロコミネットワークは、「おもしろい話」「おいしい話」「お得な話」が、急速に伝わっていく仕組みです。  
各種の事業が、そのようなものに成っていれば、このネットワークが有効に機能します。

2. セールス計画

乳幼児サークル、保育園、幼稚園、小学校、学童保育、児童館、子ども会の団体利用状況を常に把握しておきます。  
利用の無い団体へは、人的ネットワークを介してキープアスを直接訪問し、利用しない理由などを聞くようにします。  
それをきっかけに、両館の理念や役割を説明し、相互に協力できる関係を丁寧に作っていくようにします。  
訪問には、第三層との連携事業を担当しているスタッフが当たります。

つまり、セールスというより、第三層で直接子どもたちに関わっている人たちに会いに行き、第一層から第三層に到る大きな人的ネットワークを作りに行くのです。

これこそ、本事業の大きな目的で、そのためのよいきっかけとなります。  
そして、両館の趣旨が理解され、実施している事業が妥当であれば、「おまけ」として団体利用が付いてくることになります。