

最優秀賞

安芸高田市 「広報あきたかた」 (令和3年 12月号)



■発行部数(年間発行回数): 13,250部(12回)

■担当課: 総務課秘書広報室

■連絡先: 0826-42-5611

【担当者より(主な記事の掲載意図)】

令和3年は、毛利元就の没後 450 年に当たることを踏まえ、毛利元就の本拠地として、伝統を守り、市民の共通意識を高めるために企画。

小中学生に対するアンケート調査や、毛利元就に関する Q&A を掲載することで、若年層に対しても親しみをもって読んでもらえるように構成した。また、毛利元就の実績や教訓をグラフやイラストを用いてまとめた。表紙には、小学生による毛利元就を題材にした劇の様子を採用することで、毛利元就と現代とのつながりの深さを表現した。

また、障害者週間に合わせ、安芸高田市内で活躍する障害者福祉施設の方々の様子も紹介した。

＝講評＝

- 毛利元就についての特集。アカデミックに掘り下げている。
- 後半ページ(お知らせ等)でペースダウンせず、最後まで力をいれている。
- 広報誌らしい固い文章と親しみやすい雰囲気を使い分けができていていると思う。
- データや史実などをうまく取り入れ、読みやすい。
- とても見やすく、引き込まれる優れたデザイン。イラストや色の使い方など POP で綺麗。

優秀賞

東広島市 「広報東広島」 (令和3年10月号)



- 発行部数(年間発行回数): 95,300部(12回)
- 担当課: 広報戦略監
- 連絡先: 082-420-0919

【担当者より(主な記事の掲載意図)】

コロナ禍で飲食店が休業や時短営業となり、東広島市の代表的な名産品である日本酒の消費が落ち込む中、市民が一体となって酒造業界を盛り上げる機運を高めるため、コロナ禍でも日本酒を飲みかわせるオンライン飲み会を開催し、本市の日本酒のすばらしさや楽しみ方を語ってもらい、その様子を紙面展開することを企画した。

企画にあたっては、「市民参加型」を意識し、デジタルと紙面双方の特徴を活かし、幅広い年代へのアプローチを試みた。オンライン飲み会で語ってもらう題材として日本酒への意識に関するオンラインアンケートを実施(サンプル数 362人)するとともに、飲み会に参加する市民も募集した。

また、飲み会のファシリテーターとして、日本酒に造詣の深い漫才師「にほんしゅ」を起用し読者の興味を引いた。さらに、飲み会の様子や酒販店主のコメントの動画を制作し、広報紙からの導入をはかることで、読者の関心の深度を進めることもねらった。

＝講評＝

- シティマガジンのような軽快な表紙でつい開いてみたくなる。漫才師のお二人をキーにした展開もわかりやすく、オンライン飲み会の記事なども、ポップによくまとめられていて興味深い。わくわくする紙面構成。
- 今や全国区の酒まっりの新たな取り組み(オンライン)を盛り上げようとする想いを伝えることに成功していると思う。
- 「オンライン飲み会」というデジタルとの新しい組み合わせを取り入れつつ、実際の行動(消費)につなげようとしている。
- 読み手の視点で構成され、分かりやすい良いバランスで表現出来ていると思う。
- 冒頭の特集は文字、レイアウト、写真も工夫があり、とても良い印象。広報誌の枠を超えている。特に表紙はインパクト大。