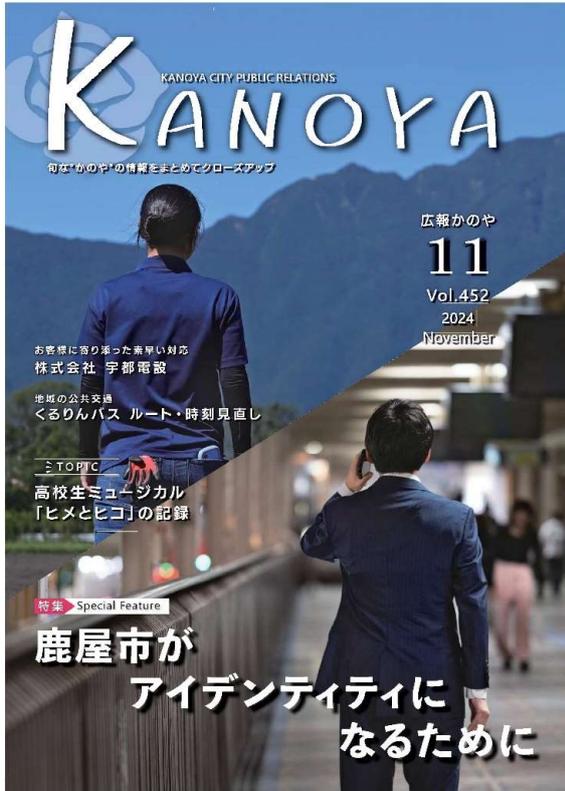




令和6年度 鹿児島県広報コンクール

広報紙部門



- ① 広報かのや(11月号)
- ② 41,800部・24回
- ③ A4判・28ページ
- ④ 鹿屋市 政策推進課

- ① 広報紙 ② 発行部数・年間発行回数
- ③ 判型・平均ページ数 ④ 担当課



講評

企画

- ・後ろ姿の写真をあしらった表紙と企画がリンク。地元に残った人、都内で暮らす出身者それぞれの考えや見方を通して故郷・鹿屋の魅力や浮き彫りにする。鹿屋を連想させる農畜産物、住みやすい理由などデータも豊富で、若い人に「わがまち・鹿屋」を意識させる仕掛けとなっている。
- ・アイデンティティに関し多面的な視点から捉えた企画で読み応えがあった。シビックプライドはまだ聞きなれない言葉だが、人口減少が課題の多くの自治体にとって、課題解決に向けたキーワードになるのでは。

文章

- ・「まちのプレーヤー」の写真にかぶせた見出しなど、登場人物の主張の要点を的確に表現している。
- ・文章量はちょうどいい程度で、読者が最後まで無理なく読み終えることができるのでは。

デザインレイアウト

- ・全体的に写真がいい。見開き2ページの左下に「next みんなが思う『鹿屋市』」などインデックスをつけるなど、細部も工夫されている。
- ・中身のレイアウトや記事とのバランスも良かった。例年レベルの高い仕上がりで今回も充実した内容。





令和6年度 鹿児島県広報コンクール

広報紙部門



- ① 広報きりしま(12月号)
 - ② 42,900部・22回
 - ③ A4判 32ページ
 - ④ 霧島市 秘書広報課
- ① 広報紙 ② 発行部数・年間発行回数
③ 判型・平均ページ数 ④ 担当課



講評

企画

- ・「霧島」といえばコレなど、元霧島関を含む市民ら5人に魅力を語らせるほか、鹿児島大学の井村准教授の専門的な解説で多角的に「推しの霧島」を紹介する。故郷再発見の企画の好例。
- ・なにより、「霧島」というテーマ自体に、他自治体にはない広がりや奥行きがある。
- ・霧島をテーマにした企画はさまざまな視点から魅力が紹介されており、読み応えがある。広報誌全体のコンセプトともマッチした充実した内容。

文章

- ・元霧島関が持つ白木の看板に『霧島』を背負って」とあるのは、あとから文字を載せたのだろうか。遊び心、面白い試みが随所に。6ページの3行見出しは少々長い、ポイントを押さえている。
- ・取材対象者に男性が多いよう。女性をもっと登場させたい。
- ・全体的にやや長く、文字が小さいのが気になった。表現としては読みやすい書き方であると思う。

デザイン
レイアウト

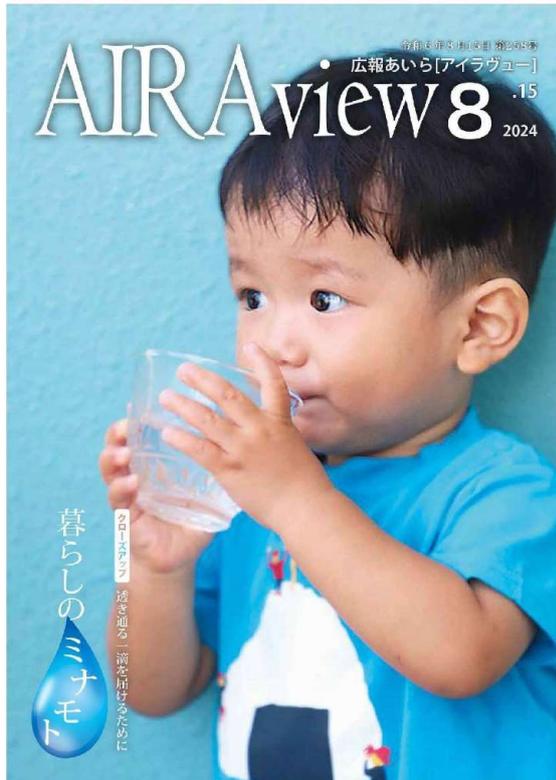
- ・大きく写真をあしらった表紙が目飛び込んでくる。それでいて特集タイトルが一目で分かるデザイン。2ページからの特集も、見開き写真に「霧島らしさ=霧島山?」の見出しを大胆にあしらった。
- ・4,5ページの四季の写真が美しい。レイアウトもすっきりしている。
- ・文章と写真のバランスが取れた紙面構成。霧島の季節ごとの写真も良かった。





令和6年度 鹿児島県広報コンクール

広報紙部門



- ① 広報あいら AIRView(8月号)
- ② 29,000部・12回
- ③ A4判・36ページ
- ④ 始良市 秘書広報課

- ① 広報紙 ② 発行部数・年間発行回数
- ③ 判型・平均ページ数 ④ 担当課



講評

企画

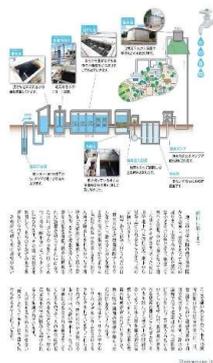
- ・身近にありながらありがたさを忘れがちな水道をクローズアップ。PFASが問題になるなどタイムリーな企画。市民の暮らしを支える安心、安全な「ミナモト」が家庭に届くまでを分かりやすく紹介している。
- ・日々の暮らしに必要な不可欠な水に着目した企画で、資源としての大切さや各家庭に届くまでの流れが分かりやすくまとめられている。

文章

- ・読みやすい。水という言葉を直接的に出さず、「暮らしのミナモト」という見出しとイラストで表現した点がうまい。
- ・ほどよい文章量で読みやすく、分かりやすい表現を心掛けていることが伝わる。

デザイン
レイアウト

- ・特集1ページは水滴をモチーフにしたイラストが印象的。
1日の給水量や浄水場の数などデータを添えたのもいい。
- ・写真のセンスや見出しの立て方などレベルの高さが際立っていた。





令和6年度 鹿児島県広報コンクール

広報紙部門



- ① 広報あくね(5月号)
- ② 10,000部・12回
- ③ A4判 30ページ
- ④ 阿久根市 総務課

- ① 広報紙 ② 発行部数・年間発行回数
- ③ 判型・平均ページ数 ④ 担当課



講評

企画

- ・黒之瀬戸大橋50周年を機に長島町と合同企画。阿久根市にとどまらず隣町と連携することで、「つなぐ」「結ぶ」橋物語から見えてくる人柄や風土を浮き彫りにした好企画となった。連綿とつながる家族の物語を連想させる表紙のアイデアもいい。住民インタビューは、若い人を入れてもよかったかも。
- ・黒之瀬戸大橋の開通50周年に当たり長島町とタイアップした企画で中身も充実していた。これまでのあゆみや住民の声など読み応えがあり、担当者の思いも伝わってきた。

文章

- ・平易なタッチで読みやすい。観光情報は地図をつけたり、問い合わせ先を添えたりすればなおよかった。
- ・表現や長さはメリハリが利いて読みやすいと感じた。

デザイン

- ・年表、過去の貴重な写真などをあしらい、興味深い誌面になった。5ページ「黒之瀬戸大橋にまつわるはなし」など見出しの一文字目を赤字にするなど変化をつけておもしろい。
- ・橋を背景に親子3代が時代をつないでいくというメッセージ性が表紙で強く出ていた。写真と記事のバランスも取れていて読み応えがあった。



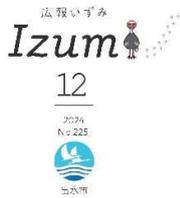


令和6年度 鹿児島県広報コンクール

広報紙部門



出水産



① 広報いずみ (12月号)

② 19,800部・12回

③ A4判 30ページ

④ 出水市 企画政策課

① 広報紙 ② 発行部数・年間発行回数

③ 判型・平均ページ数 ④ 担当課



講評

企画

- ・出水産の魚をテーマに地元の良さを見つめ直す。市民が想像する以上に、東京での評価は高い。その理由を漁師、仲買、豊洲市場の関係者を通して紹介する切り口がいい。海を支える山、川など出水の地理的環境や「黄金アジ」以外の魚介も紹介すると幅が広がったのではないかな。
- ・出水産アジにスポットを当てた企画で切り口は大変良かった。アジに関わる人々も取り上げ、分かりやすい内容だった。

文章

- ・前文の活字の大きさを変え、強弱をつけることで、「出水産」にプライドを持つ漁師さんらの気概をアピール。地元での消費拡大を目指す漁師・山元さん夫婦(6ページ)の思いも切々と伝わる。少々長い文章なので、改行することで読みやすくなるのではないかな。
- ・見出しに「出水」がたびたび出てくるのが少し気になった。文章はほどよい長さで読みやすく感じた。

デザイン レイアウト

- ・海と陸地の遠景、魚をさばく手元の写真や、「出水産」「黄金アジ」活字の大小でアクセントをつけるなどデザインに工夫を凝らす。点数が多いフォトニュースは見出しのバリエーションで飽きさせない。
- ・内容がすっきりとまとめられていてレイアウトも工夫されているのでは。表紙もシンプルでよいと思う。



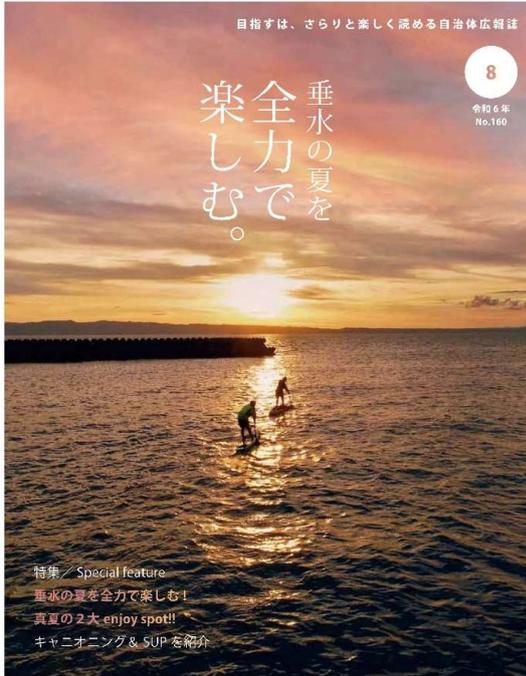


令和6年度 鹿児島県広報コンクール

広報紙部門

月刊「広報たるみず」
Public relations magazine
Tarumizu City
号外S-119号

TARUMIZU



- ① 広報たるみず(8月号)
 - ② 6,900部・12回
 - ③ A4判 44ページ
 - ④ 垂水市 企画政策課
- ① 広報紙 ② 発行部数・年間発行回数
③ 判型・平均ページ数 ④ 担当課



講評

企画

- ・しっかりと6ページ、海と渓谷の遊びを通して垂水の魅力を伝える。「体験の基本的な流れ」や利用料金、問い合わせ先など初心者にも分かりやすく紹介する編集がいい。表紙の夕日に向かってこぎ出すカット写真は、特集面に誘導するのに効果的。垂水に行ってみたくなる。
- ・5月号からのデザイン変更ということでコンセプトは紙面から伝わった。マリンスポーツにスポットを当てた特集もタイミング的に良かった。

文章

- ・表紙の印象的な写真に添えた見出し「垂水の夏を全力で楽しむ。」がいい。まさきに、特集を読みたくなる。文字サイズを大ききただけあり、読みやすい。子どもからお年寄りまで好評なのではないか。
- ・特集はインタビューが主だったが、実際に体験した感想なども加えることで読者に魅力が伝わるのではないかと。

デザインレイアウト

- ・自治体広報誌の枠を超えたデザイン、レイアウト。「さらりと楽しく読める自治体広報誌」を目指しているだけあり、洗練されたイメージ。ポストカードは、市外の親戚、友人らに垂水をPRする、市民に喜ばれる企画になっているのではないかと。
- ・写真やイラストを多用して全体としてはさらりと読める内容に仕上がっている。

