

<報道発表資料>

令和 7 年 4 月 24 日

カテゴリー:お知らせ

全国広報コンクールで本庄市が内閣総理大臣賞・総務大臣賞を受賞、草加市、三芳町、狭山市、久喜市も入選

地方自治体等の優れた広報活動を表彰する「令和7年全国広報コンクール（公益社団法人 日本広報協会主催）」の審査結果が発表されました。市内及び県内市町村から18点を推薦したところ、全国からの応募総数448点のうち、本庄市が内閣総理大臣賞と総務大臣賞を受賞しました。さらに、草加市、三芳町、狭山市、久喜市も入選しました。

● 受賞作品の概要**内閣総理大臣賞（広報企画 特選）**

本庄市 『～まちの「ファン」である関係人口をまちの「推し」へ～
まちの当事者を増やして、持続的な発展を目指す
本庄市シティプロモーション事業』

人口減少下において、単に外からの移住者を増やすだけではなく、市民の皆さんをはじめ、本市に関わる皆さんがまちの魅力を再発見することでまちへの愛着を高め、「住みたい、住み続けたい、関わりたい」本市のファンとなり、さらには、まちを自らが楽しむ「推し」となることを目的とする。

シティプロモーションの一環として取り組む様々な事業が、関わる皆さんの思いの「推し」を生み、市全体の「推し」であるブランドメッセージ「どこにでも行けるけど、ここにいたい。本庄」の誕生につながった。本企画ではここに至るまでの事業の軌跡とこれからの可能性を発表した。

選定理由（日本広報協会より）

昨年、特選となった取り組みをさらに進化・発展させた。論理と実践の積み重ね

から「まちの当事者を増やす」という目標を見出し、総合的な展開につながっていることが素晴らしい。課題のとらえ方、分析から導かれた目標設定の説得力、継続的な「七高祭」（6校になっても名前を踏襲する点も含め）の取り組みの質を上げ企画としてさらにパワーアップしている点を高く評価する。特に庁内全体で当事者性を持ってもらうため、総合計画に位置付けたうえ、シティプロモーション計画を策定し、若手職員によるプロジェクトチームや地域連携などを実現できたことは特筆できる。高校卒業生の参加で、まちの当事者増加という目標を着実にクリアした点や新たに作成したブランドメッセージ、ロゴのクオリティも素晴らしい。

シティプロモーションを市外からの認知獲得として捉えるにとどめず、地域の力、関与意欲を高める取り組みとして位置づけていることは重要であり、そうした成果を十分に定量化して提示した上での取り組みは、多くの自治体にとって参考となるだろう。

総務大臣賞（広報写真 組み写真部 特選）

本庄市 『広報ほんじょう』（2024年8月1日号 12～13 ページ）



【降りしきる雨を吹き飛ばすほどの躍動
本庄祇園まつり こだま夏まつり】

意識したのは、タイトル通り祭りを目にした殆どの方が感じたであろう参加者の「降りしきる雨を吹き飛ばすほどの躍動」を読者に余すことを伝えること。この躍動は、まちへの愛着と祭りを心の底から楽し

む「人の思い」の積み重ねが生んでいると考え、レイアウトは「人」をメインに据え、祭りを全力で楽しむ参加者の写真を実際に紙面上で積み重ねることでその「躍動感」が読者に届くように表現。

また、両祭りを左右ページで対比させたのは、それぞれの地域の一体感と、競うように祭りを盛り上げている様子を表現し、このまちの持つ異なる魅力と、参加者の持つまちへの愛着・誇りを読者に伝えることを意図した。

選定理由（日本広報協会より）

見開き紙面いっぱいに現場の熱量が伝わってくるダイナミックな作品。エネルギー溢れる人々の歓声や熱量が誌面から押し寄せ、一目見て魅了されてしまった。躍動感あふれる写真を全面に敷き詰め、劇画調の加工とデザインを施すことで、印象的なページに仕上がっている。当日はあいにくの雨天だったというが、難しい雨天時の撮影でも、バリエーション豊かにシャッターチャンスをしっかりつかみ、街の人々を主人公にしたストーリーを見事に作り上げている。大胆なレイアウトにより、まるで祭りの中に放り込まれたような臨場感が生まれている。雨にも負けずに躍動する祭りの参加者の姿が、熱気と活力を力強く伝えている。二つの祭りを対比させた写真選定も、躍動感の演出に一役買っている。左右ページで異なる地域にも関わらず、多くの情報量を感じさせない構成力と、一つにまとめ上げる優れたデザイン性と配色のセレクトや、バランス感覚も素晴らしい。コラージュのメリハリや構図、バランスもよく、トーンの統一感もあり、映画ポスターのような完成度の高さがある。夏祭りの組写真というと、参加者の表情や、催し物、出店など様々な風景を混在させる構成が多い中で、コラージュされた写真は一貫して「神輿×人」にフォーカスされている。最もボルテージの高い瞬間を集めたことで、よりメッセージが強まっていた。

● 入選作品の概要

映像 入選 1 席

草加市 『伝統と革新が紡ぐ SOKA LEATHER STORY』

革に宿る命、未来へと紡ぐ伝統の技。

令和 6 年 4 月に埼玉県草加市が日本の皮革四大産地に認定されたことを受け、広報そうか 11 月号で地場産業である皮革を特集。

紙面では伝えきれない魅力や現場の雰囲気をつかりやすく伝える動画を作成。

職人のまなざし、額ににじむ汗、未来への希望。職員が約 3 か月かけて取材し、編集した。

選定理由（日本広報協会より）

草加の皮革産業の伝統と誇り、そして未来への可能性を見事に凝縮している。

短い動画ながら、調達から加工まで皮革製造のさまざまな工程に関わる職人が出演し、美しい映像からは、職人へのリスペクトと地場産業に対する誇りが感じられた。

出演者との信頼関係も伝わる。

敢えてナレーションを排し映像の力でひきつけ、コンパクトな尺で全編通して無理なく見やすい。テロップは簡潔でメッセージ性があり、広報誌と連携したメディアミックスとしても優れている。制作費ほぼゼロの自主制作ながら、丁寧な編集と構成で質の高さを維持している点も注目される。

職人の手元にフォーカスした映像は美しく、サステナブルな視点も時代性と親和性が高い。

広報紙 町村部 入選

三芳町 『広報みよし』（2024年6月1日号）



自転車の特性に着目した「ポタリング」（自転車であらゆるものの意の造語）を切り口に、走り慣れた地元の魅力を再発見してもらうことを目的に特集を企画。

選定理由（日本広報協会より）

「ポタリングのすすめ」という形の特集。うまい企画だ。自転車で「ぶらぶら」することのおもしろさが理解できた。途中に入っている地図は、「グルメ」「観光スポット」など人気のありそうな場所を紹介しており、住民に喜ばれるだろう。

フレンドリーで明るい紙面、全体的に読みやすい配色とレイアウト、内容をつかみやすい見出しなど、デザインの観点から総合的に評価が高かった。

漫画風の見せ方、地図の工夫がすばらしい。

聞き慣れない「ポタリング」というキーワードをあえて大きく入れることでフックを作り、流行に敏感な若年層への訴求力を高めていた。

読者の理解やニーズに寄り添っており、行動を促す記事として秀逸だった。

広報企画 入選

狹山市 『職員ではなく、人としてまちに関わる・繋がる「LINK SAYAMA」』

本市において、若年齢層の定住意欲は低く、転出理由の上位に「市の発展に期待できない」という声があがっている。今後持続可能な形で住民が幸福を感じる市であり続けるために、未来のまちの担い手となる移住定住世代（20歳～40歳）に対し、まちの魅力を伝えていき、まちへの推奨、参加意欲を高める取り組みを行い定住意欲を高めるとともに、業務で市民に向き合う職員についてもまちへの推奨、参加意欲を高められるよう事業の実施を計画し実行した。

選定理由（日本広報協会より）

企画書として分析・目的設定が明確である。「なぜ、それを行うのか」という論理的説明を可能とするKPI ツリー、その成果指標も相当程度一貫しており、明解で秀逸。メイン・ターゲットに若年層だけでなく市内の職員を入れた視点が非常に良い。職員の「推奨」「参加」意欲の向上を取り入れ、自主的活動が生まれていることを評価したい。

2年連続の取り組みでしっかりと成果（積極的な各種活動展開がmGAP（地域への関与意欲を数値化した成果指標）のポイント増加に寄与）をあげている点や、今後の活動の方向性のロジックの構築、具体案のフィージビリティは高評価。

全国広報コンクールにおいて表彰された先行自治体の事例を十分に学んでいることがうかがえる。

広報企画 入選

久喜市 『目指すは「3X3」の聖地！ バスケットで築く多世代コミュニティ』

久喜市では、3人制バスケットボール「3X3」日本一の市内高校「久喜高校」を中心とした3X3の普及による地域コミュニティの構築に取り組んでいる。高校生を中心に小中そしてプロチームによる体験会や大会開催だけでなく、市民団体や高校、ミニバスチームコーチらによる任意団体「3X3KUKI 実行委員会」が活動を推進。

競技人口の増加や様々なステークホルダーが関わる結節点としての役割も果たし、新たな産品開発やSDGsの促進といった様々なジャンルでの波及が見られるなど、単なるスポーツの盛り上がりにはとどまらない動きを見せている。

選定理由（日本広報協会より）

「バスケットボールの3X3」を活用したスポーツによるまちづくり。

多世代コミュニティを形成し、多方面から街づくりを推進している。

市民が主導し行政が支援する企画として秀逸。実行委員会の役割も明確。市民（特に高校生を中心とした若年層）を巻き込んだプログラムの完成度が非常に高い。カスタマージャーニーマップやペルソナ設定なども的確に活用されている。

地域の資源をうまく掘り起こしながら、戦略的に新たな種をまきすそ野を広げ、多世代コミュニティの構築にまで進んでいるのはすごい。

活動の成果（市民の行動変容）を高く評価する。

● コンクールの概要

地方自治体等の広報活動の向上を目的に昭和 39 年から公益社団法人 日本広報協会が主催。

広報紙・ウェブサイト・広報写真（一枚写真・組み写真）・映像・広報企画の 5 媒体 10 部門がある。各部門から特選、入選が決められ、特選となった団体には総務大臣賞が贈られる。また、最も優秀な団体には内閣総理大臣賞が贈られる。

また、地域の課題やニュース、人物等を積極的に取り上げ、住民の目線を生かした、特に優れている作品を対象に各部門から読売新聞社賞が 1 点ずつ贈られ、「地域の活性化や課題解決のヒント」になる作品を対象に全部門から BS よしもと賞が数点贈られる。

今回のコンクールでは、令和 6 年 1～12 月までに発行、発表、公開、実施されたものが対象。

本県からは、有識者による審査等を経て 18 作品を推薦。

● 昨年度の結果

本庄市	総務大臣賞（広報企画）
ときがわ町	BS よしもと賞（広報紙 町村部）
埼玉県	入選 1 席（広報紙 都道府県・政令指定都市部）
北本市	入選（広報紙 市部）

（全国地方自治体等から 438 点の応募）