

# 日本タウン誌・フリーペーパー大賞2019 授賞式



名称	日本タウン誌・フリーペーパー大賞2019
後援	内閣府／経済産業省／農林水産省／観光庁／公益社団法人日本観光振興協会
特別協賛	シヤチハタ株式会社
協賛	総合商研株式会社／株式会社沖データ／株式会社ウイング
協力	JIMC（日本インバウンド・メディア・コンソーシアム）
主催	一般社団法人日本地域情報振興協会（代表理事：古川一郎）
公式サイト	<a href="http://award.nicoanet.jp/">http://award.nicoanet.jp/</a>

# □開催概要



**主催：**一般社団法人日本地域情報振興協会 [NiCoA]  
**Nippon Community Contents Association**

**開催主旨：**全国各地に約3,000誌あるとされるタウン誌、フリーペーパーの実績や活動、地域経済活性化に貢献している存在価値を広く知らしめること。また、発行元媒体社の制作意欲を鼓舞し、より一層充実した取材活動を促進していくことで地域の魅力再発見、地方創生に貢献すること。

**エントリー資格：**有料無料を問わず、国内外で地域情報、コミュニティ情報を定期的に発行する媒体であること。

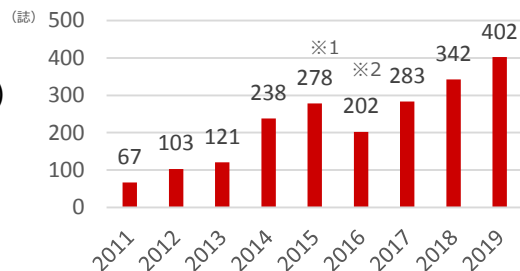
**開始年（今年の開催回数）：**2011年（第9回開催）

**エントリー期間：**2019年7月1日～9月20日(一部10月25日)

総エントリー数	402誌
審査部門エントリー	191誌
特別出展部門エントリー	211誌

※特別出展：自治体や観光協会などの公的機関が制作する媒体

●エントリー媒体数の推移



※1 2015年より自治体広報誌・観光情報誌の特別出展含む  
※2 2016年よりエントリー料を完全有料化

**読者投票：**2019年10月1日～11月8日 **総投票数** 240,868票

**自治体PR部門、新創刊部門先行展示会：**2019年10月19日～25日  
会場：まるごとにつぼん（東京：浅草）

**エントリー媒体展示会：**2019年11月22日～12月11日 会場：まるごとにつぼん（東京：浅草）

**アワード特別セミナー：**2019年11月28日（木）11：00～16：30  
会場：文京シビックセンター 会議室1（東京：春日）

**授賞式：**2019年11月29日（金）13：00～16：00  
会場：国立科学博物館（東京：上野）

# □後援

日本全国で発行される地域情報誌が取材し、発掘する地域情報とは、そのまま観光情報であったり、地域の特産物のPRであったりし、地域への観光客の誘客や地域で活躍する人材の育成、地域経済の活性化に寄与している点を評価され、内閣府、経済産業省、農林水産省、観光庁の後援を頂戴しています。同様に、観光業界への貢献の面から日本観光振興協会様の後援をいただいています。

内閣府 第7回開催から3年連続／内閣府地方創生推進事務局長賞は第7回開催から設定  
経済産業省 第1回開催から9年連続  
農林水産省 第4回開催から6年連続  
観光庁 第3回開催から7年連続／観光庁長官賞は第5回開催から設定  
公益社団法人日本観光振興協会 第3回開催から7年連続

## 審査員 ※順不同

雑誌編集の専門家はもちろん、映像演出、マーケティング、観光業界の専門家に審査員を委嘱。

- 川崎 博（カワサキ ヒロシ）氏 内閣府 地方創生推進事務局 総括参事官
- 山田 亜紀子（ヤマダ アキコ）氏 国土交通省 観光庁  
観光地域振興部 観光資源課 地域資源活用推進室 室長
- 北村 哲（キタムラ サトシ）氏 株式会社NHKアート 専務取締役  
1978年NHK入局。「ニュース7」のチーフ・プロデューサー、「テレビニュース」「おはよう日本」のエグゼクティブ・プロデューサーを歴任。地域の抱える問題や各地の魅力ある風景や人物、それぞれの土地に根差した風習などをドキュメンタリー番組や紀行番組などで描き、日本各地の地域性を豊かに表現してきた。
- 富川 淳子（トミカワ アツコ）氏 跡見学園女子大学文学部 現代文化表現学科 教授  
「雑誌は時代の鏡」という視点に立ち、社会の動きや他の文化、価値観を通して女性誌、ファッション誌の歴史や現代の特徴を研究。BRUTUS 副編集長、Hanako編集長、anan編集長、Invitation編集長兼 Colorful編集長、Esquire日本版編集長などを歴任。
- 村上 旭（ムラカミ アキラ）氏 公益社団法人日本観光振興協会 企画本部 総務課長兼広報課長
- 古川 一郎（フルカワ イチロウ） 一般社団法人日本地域情報振興協会 代表理事  
武蔵野大学経営学部 経営学科 学部長 教授  
東北大学経済学部助教授、大阪大学経済学部助教授、一橋大学商学部助教授、一橋大学大学院商学研究科教授を経て2018年より現職。日本マーケティング学会会長、「日本マーケティング大賞」の選考委員も務める。『地域活性化のマーケティング』『「B級グルメ」の地域ブランド戦略』等執筆。
- 藤丸 順子（フジマル ジュンコ） 一般社団法人日本地域情報振興協会 専務理事

## 表彰部門 ※数字は当該部門毎の審査対象媒体数

今年は昨年の表彰部門に加え、「クーポン部門」を新設し、計13部門を上記審査員7名により審査。読者投票部門を合わせると14部門となる。

- 地方創生部門（内閣府地方創生推進事務局長賞） 87
- インバウンド部門（観光庁長官賞） 18
- 観光部門 72
- グルメ部門 30
- ライフスタイル部門 73
- タブロイド部門 23
- タウン誌（有料誌）部門 12
- 海外部門 11
- ビジネスモデル部門 11
- 企業誌部門 16
- 自治体PR部門 19
- クーポン部門 10
- 新創刊部門 35
- 読者投票部門



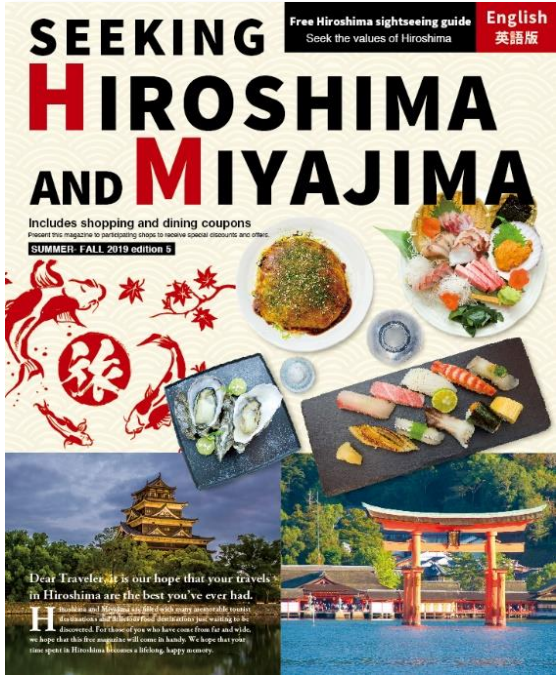
有料誌：『ソワニエプラス』／株式会社エフエム福岡（福岡県）



雑誌が地域経済を活性化させるには、読者にアクションを起こさせることが重要です。どこに行けば誌面で紹介された品物が買えるのか、どこに行けばその体験ができるのかという読者の興味を喚起し、実際にその地域や店を訪れるきっかけとなることが雑誌作りには欠かせません。単なるグルメのお店紹介ではなく、ストーリー性もあり、読み物としてのクオリティが高く、美味しそうな写真とデザインのインパクトも十分のクオリティとなっています。「北九州に行ってこの鰻を食べたい！」と審査員の気持ち・胃袋を驚掴みにした点が高く評価され有料誌部門で大賞に選ばれました。



## 無料誌：『SEEKING HIROSHIMA』／株式会社ラシン（広島県）



読者である訪日観光客はどんな情報が欲しいのか？この点を十分踏まえた誌面作りが高く評価されました。地図や乗り換え案内など、観光案内の窓口で頻繁に質問される内容を見やすくまとめただけでなく、ルート別に色分けをしたり、所要時間を明記したりと、広島を楽しく旅するためのきめ細かい工夫が随所に見られます。なかでも、FOOD RESTRICTION CHECK LIST（食事制限に関するチェックリスト）は、観光客が安心して食事を楽しめる情報をきめ細かく取材し、わかりやすく伝えている点も評価が高く無料誌部門での大賞受賞となりました。

**Mojiura-jai is a convenient loop lighting**  
has for tourists in the Hiroshima area!

**Fares**  
One Day: ¥200 / 100  
One Day Total: ¥400 / 200

**Operating route**  
Orange Route  
Green Route

**A Guide to riding the Mojiura-jai bus**

**Museums in Hiroshima**

**World Heritage Site, The Atomic Bomb Dome**

**Hiroshima Dome**

**Hiroshima Dome**

**CHOSHU JR BUS CO., LTD.**



# ■ 地方創生部門



## 内閣府地方創生推進事務局長賞

### 『いいね！農style』／株式会社北海道アルバイト情報社（北海道）



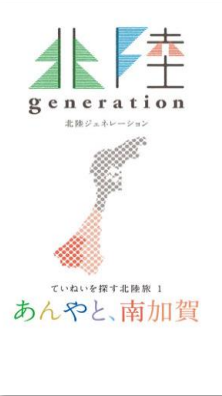
地方創生は、人口減少に歯止めをかけるとともに、東京一極集中を是正し、それぞれの地域で住みよい環境を確保し、将来にわたり、活力ある日本社会を維持することを目指しています。

地方創生を実現するためには、私たち国民一人ひとりが、自らが生まれ育った地域の豊かな自然、歴史や文化・伝統、特色ある農林水産物といった様々な魅力を学び、触れることによって、「郷土への誇り・愛着」を醸成し、地方の魅力を再発見し、広く発信していくことが重要です。そういった点で、エントリー作品はいずれも地域の魅力を深掘りし、光を当てることによって、地域の価値の再認識を促す素晴らしい作品揃いでした。

なかでも、『いいね！農style』は、丹念な取材により、農家の方々の育児や保育へのさまざまな「思い」や「願い」を伝えることで、「農」の現場は魅力ある子育ての場でもあることを教えてくれるものでした。また、本誌は仕事や地域に誇りを持って暮らす人々の声を届けるとともに、『地域の魅力や「農」の力を感じてほしい』という思いが伝わってくる魅力ある誌面づくりがなされており、読者にその地域に実際に行き、見て、触れて、感じて、住んでみたいと思わせるような地方創生の深化に直接結びつく取組である点を高く評価し、地方創生推進事務局長賞に選ばせていただきました。

内閣府地方創生推進事務局長 海堀 安喜

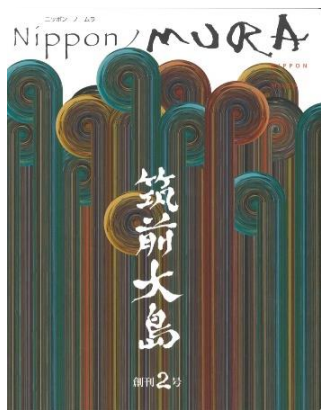
## □ 地方創生部門 優秀賞



『北陸ジェネレーション』  
(石川県)

中日本高速道路株式会社

「伝え、育む。継承し、担う。」「移り住み、道を拓く。」「まちを愛し、繋げる。」「受け継ぎ、挑む。」「この冊子に登場する人（ジェネレーター）全員が、北陸の地方創生の担い手であり、今後が非常に楽しみに思える冊子でした。このジェネレーター達の活動をいかに広く地域の人々に伝えていくか、次の展開が楽しみです。」



『NipponノMURA』  
(福岡県)

一般社団法人 九州のムラ

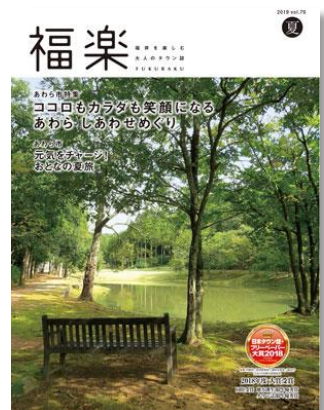
自然の摂理の中で生きている市井の人たちの自然体の姿がそこにあり、先人たちの想いを次世代に繋げていこうとする編集者の強い意志を感じました。自分の生まれ育った街の成り立ちや先人の知恵を知ることは、地域の個性や魅力を再認識するために必要で、若者の地元愛、誇り、地元を盛り上げようという気持ちの喚起に繋がると評価しました。



『耕Life』  
(愛知県)

株式会社 こいけやクリエイト

地域（三河山間部）のソウルフード「五平餅」の特集では、原寸大の五平餅を写真で紹介し、紙媒体の強みであるビジュアルを上手く活用。誌面で紹介してきた人、モノ、コトを継続的に読者と繋げるイベント「耕Lifeマルシェ」の主催等、この地域のメディアとして素晴らしい活動を展開していることを高く評価。今後が大いに期待できる地域創生型メディアです。



『福楽』  
(福井県)

株式会社 エクシート

創刊20年を迎える地域No.1の本誌が2023年春に延伸・開通する北陸新幹線・福井県の北の玄関口「あわら温泉駅」のある「あわら市」を大特集。55ページに及ぶ誌面でこの街の魅力を徹底取材。地方においては少子高齢化が進み、観光客をいかに呼び込むかが課題になっている中で、本誌の視点、取材力、地域を愛する心に深く感動しました。

# ■インバウンド部門



## 観光庁長官賞

### 『EXPERIENCE NISEKO』／HTM株式会社（北海道）



政府においては、観光は成長戦略の柱、地方創生の鍵と捉え、「明日の日本を支える観光ビジョン」に基づき様々な取組を進めてきました。その結果、2018年の訪日外国人旅行者数は3,119万人と6年連続で過去最高を更新いたしました。特に、近年では地方部を訪れる外国人旅行者の割合が高まっていますが、その背景には、リピーターや個人旅行の増加、外国人旅行者の関心の多様化があり、特に地方訪問における様々な「コト消費」への関心が高まっているものと考えられます。

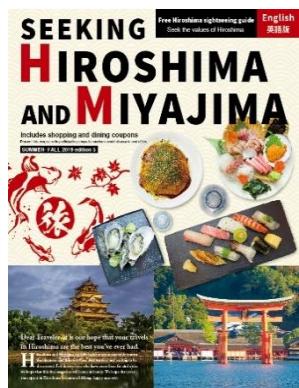
今回の受賞作である『EXPERIENCE NISEKO』は、ニセコの自然、食、文化、温泉等についての情報を、美しい写真や地元の人々へのインタビューとともに、様々な角度から魅力的に発信し、外国人のコト消費の需要を喚起するものになっています。さらに、長期滞在の欧米人をターゲットとし、自国に持ち帰ってもらうための完成度の高い誌面づくりを行うなど、明確な目的と戦略に基づく情報発信の在り方を総合的に評価いたしました。今後も、日本の各地においてこのような素晴らしい取組が行われ、観光振興による地域の活性化につながることを期待します。

観光庁長官 田端 浩

## □インバウンド部門 優秀賞



『GOOD LUCK TRIP東京』  
(東京都)  
株式会社ダイヤモンド・ビッグ社



『SEEKING HIROSHIMA』  
(広島県)  
株式会社ラン



『att.ANIME』  
(東京都)  
株式会社ファイネックス



『Kilala』  
(ベトナム)  
Kilala Communication Co., Ltd.

これ1冊あれば東京をあれこれ楽しめる誌面作りを評価。紹介スポットの基本データが全て二次元コードに収められているため、誌面での見どころ紹介が3言語表記にも関わらずスキリレイアウトされており、スポットを数多く紹介することにも成功しています。観光客は荷物を持ちたがらないのでこの1冊で回れる情報量の豊かさは非常にポイントが高いです。

広島・宮島の主な観光ポイントについて、公共交通機関を利用したアクセス方法が、所要時間別に複数パターン紹介され、それぞれを利用した場合の時刻表、料金も見やすく編集されているため、旅行者が自身の好みや持ち時間に応じて観光プランを練るためにとっても便利。旅行者が欲しがっている情報がよくまとまっています。

アニメを入口として、日本を知り、日本語を勉強し、日本に行きたいと思う外国人は多い。アニメ情報の発信は、ターゲットも目的もはっきりしているので、訪日に繋がりがやすい点を評価。聖地巡礼の観光マーケットに対して主要都市からの訪問ルートなど、さらに丁寧に紹介すると読者の観光意欲をもっと喚起し、集客に貢献できると思われます。

文化やファッションなど様々な情報がベトナム人の視点で丁寧に紹介されており、日本を好きなベトナム人にもっと日本を知ってもらい、広く潜在顧客を作ることにも貢献している点を評価。四季がない国にとっては日本の紅葉はこのような魅力的なのかと思わせる特集も興味深かったです。



# ■ 観光部門



## 最優秀賞

『瀬戸マーレ』／本州四国連絡高速道路株式会社（兵庫県）



特集「島へわたろう・ゆめしま海道・とびしま海道」を読み、この特集の内容通りにサイクリングに行きたくなりました。読者とその気にさせる企画誌面づくりを高く評価。創刊10周年、41号目の本誌を読み、過去のバックナンバーには瀬戸内のどんな魅力が紹介されているのを知りたくなった程です。書店に並ぶ旅行ガイド本では知ることのできないディープな地域情報を手に入れることができるかもしれないという期待を持たせてくれる丁寧な取材が魅力です。瀬戸内の広範囲で使えるクーポンが付いている点も読者には嬉しいサービスとなっています。

## □ 観光部門 優秀賞



『マチ歩きBOOK 歩らいつ』  
(北海道)

株式会社北海道アルバイト情報社

単なる観光地、お店紹介ではなく、「人」が登場し、訪ねてみたくなるストーリーがある点がよい。ビールの話、テレビ塔の話など地域の人にとってはちょっと懐かしい話題が、郷愁を誘うイラストとともに紹介されていて観光客にとっても魅力的なコンテンツに仕上がっている点を評価。イラストマップも温かみがあり、情報がたくさん詰まっており、丹念に取材をした様子が伝わってきます。



『たびいじょ』  
(東京都)  
学生団体mof.

「女の子のひとり旅準備ガイドブック」という時代性のある、エッジの効いたコンセプトを評価。今後はひとりで気軽に入れる食事処やホテル、移動手段に関する情報や、女子旅ならではの醍醐味が味わえるスポット情報が増えれば、媒体の魅力が増すと思われます。



『よかガイドかごしま』  
(鹿児島県)  
南日本出版株式会社

出張に行った際や、旅行の最後に鹿児島駅で時間が余った時などに、駅周辺で楽しめる鹿児島島の使える情報が詰まっており、クーポンも付いている実用性の高い点を評価。お店情報には二次元コードが付いており、アクセス情報が手軽に調べられるのも便利です。



『MiSMO箱根』  
(神奈川県)  
株式会社インクループ

写真が美しく、上質な感動を求めて旅に出掛けたくなる冊子。特集「誇り高き伝統を訪ねて」では、奇しくも今年10月の台風で長期運休を余儀なくされている箱根登山鉄道が創業130年の老舗として紹介されており、応援したい気持ちを掻き立てられました。地域メディアが地域で果たすべき役割の重要性を感じさせられました。

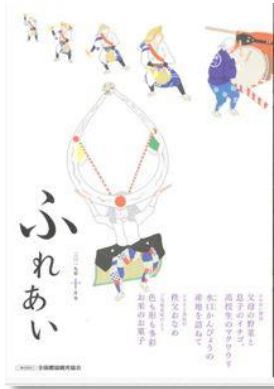


# ■ グルメ部門



## □ グルメ部門 優秀賞

※最優秀賞の該当はありません。



広報誌「ふれあい」  
(東京都)

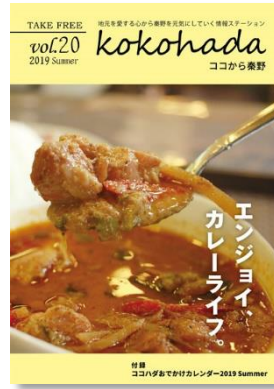
一般社団法人全国農協観光協会



かしわカレー図鑑  
(千葉県)

柏カレーPRESS

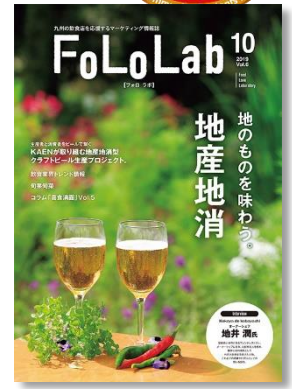
受賞号は創刊第4号目。「柏市のカレー」という限定のコンテンツで発行を継続できている情報収集力とその編集姿勢を評価。お店を巻き込んで期間限定のオリジナルメニューを出すスタンプラリーを企画し、読者が自分で作る「あなただけの特別なかしわカレー図鑑」を融合させたアイデアはとても良い。次はどうか？と今後の企画力に期待します。



フリーマガジンkokohada  
(神奈川県)

ココから秦野

カレーのある个性的なお店11店舗をそれぞれにお店のこだわりに沿って紹介。美しい写真とすっきりしたデザインで読みやすい特集に仕上がっている点を評価。この特集を企画した理由や「秦野のカレーが楽しい理由」を特集の始まりのページに持ってくることであれば、より読み応えのある内容になったと思われます。



FoLo Lab  
(福岡県)

株式会社サンマーク

飲食店オーナーを対象に、経営における情報収集・発信の場となることを目的に今年創刊した冊子。全16ページの中、5ページを使って1人のシェフを特集。料理やそれに係る人に対するオマージュに溢れているところに好感が持てましたが、料理をしているシェフの写真があれば、なお一層のリアリティが演出できると考えられます。また、インタビューの切り口をもっと深掘りし、テキストにマーカーを引かず全文を読ませる工夫を期待します。

# ■ 海外部門

## □ 海外部門 優秀賞

※最優秀賞の該当はありません。



Senyum セニョ〜ム  
(マレーシア)

Gerbang Fuji Sdn Bhd

「マレーシアがもっと好きになるライフスタイルマガジン」というサブタイトル通り、マレーシア生活を楽しむための様々なカテゴリの情報が読みやすく提供されています。伝統工芸であるバティックの特集は、日本人がマレーシアの文化や精神を理解するのに役立つと思われました。



WOM-Bangkok  
(タイ)

Media Presto Co., Ltd.

生活情報関連の連載コラムが多く、WOM（「ロコミ」の意）のタイトル通り、タイで生活する上で便利な情報が、読者の投稿も交えて楽しく読めるよう工夫されています。全100ページのうち美容に関する広告で全体の約半分が占められており、バンコクで生活する日本人女性にリーチする媒体としてクライアントにも人気が高いことがうかがえます。

# ■ ライフスタイル部門



## 最優秀賞

### 『55才からの大人のフリーマガジン「ritorno (リトルノ)」』

／株式会社実業広告社（京都府）



特集「京都、ちょっと社会にいいお店」は、“人柄”ならぬ“お店柄”にふれる、という企画です。丁寧に取材されたお店やそこで働く人々の「想い」に触れることによって、京都の良さを再認識させられる点が高く評価しました。写真もよく、地域密着感を心地よく感じられる内容で、食だけでなく雑貨や寝具など様々な分野がバランス良く取り上げられており、最後までいっ気に興味深く読めました。紹介された商品等に値段が記載されていれば読者の満足度は一層上がると思いました。

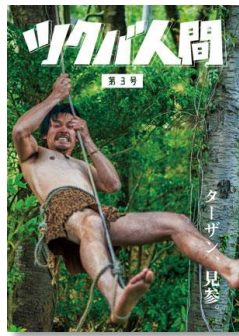
## □ ライフスタイル部門 優秀賞



『藤沢“愛”タウン誌「ふじさわびと」』  
(神奈川県)

株式会社ふじさわびと

最も注目したのはセンターページから始まる市議会の紹介記事。地方議会は市民生活に重要ですが、なかなか関心が向かない存在。それをユニークなデザインで面白く紹介している点を評価。新しくなった議場の紹介、タブレットや発言時間のモニターなど効率的な議事進行への取り組みも読者の市議会への注目喚起に役立つに違いありません。地域のメディアとして意義のある企画です。



『ツクバ人間』  
(茨城県)

勝手につくば大使

表紙のターザンの写真のインパクトが強く面白い。そのあとに続く真っ白のページに、「なんだこれは!？」と読者を引っ張ろうとする意欲が溢れています。バカバカしく見えることを恐れず、遊び心を大切にしながら、地元愛を前面に強く打ち出し、「ツクバが大好きなんだ！」という編集方針がフリーペーパーの醍醐味であると評価しました。



『ピースなじかん』  
(埼玉県)

株式会社ファジー・アド・オフィス

子どもと過ごす時間に困ったら、この本を読めば何かアイデアが得られそうなほど、育児関連の情報が詰まっています。全ての広告が見事にコンテンツとして機能している点もその理由のひとつとして評価。海なし県・埼玉にかつては海があった、など、子ども達に地元を学ぶ機会を提供する地域メディアの気概を感じました。



『cocomi』  
(福岡県)

株式会社ツクリテ

日本人のライフスタイルに深く関わるお茶。八女茶の特集は歴史、生産事情、世界戦略から関連商品まで幅広く、読み応えがありました。世界的な日本食ブームの中で、日本茶・八女茶も注目されており、タイムリーな企画と評価。知りたい気持ちにさせられた分だけ、情報のボリュームに物足りなさを感じました。広告特集を八女茶に絡める工夫があるとよかったです。



# ■タブロイド部門



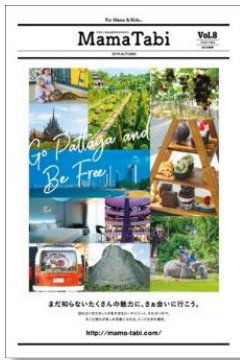
## 最優秀賞

### 『Harumari TOKYO』／株式会社ハルマリ（東京都）



「写真を大きく掲載できる」というタブロイドのメリットを最大限に活かした、見開きを活用した雑誌のワイドサイズのグラビアのようなデザインが大胆で印象的です。素晴らしい写真とデザインの著名人インタビュー記事で読者を引き付け、その後webに誘導していく仕組みで見事にビジネスに繋がっている点も高く評価されました。広い誌面を文字で埋める、新聞の延長線上にあったタブロイドのイメージの変革と新たな可能性を印象付ける媒体です。

## □タブロイド部門 優秀賞



『MamaTabi』  
(大阪府)

株式会社OFFSTYLE

育児ママをターゲットに、海外、もしくは長距離の国内旅行を提案する媒体は珍しく、コンセプトがユニークでエッジが効いています。タブロイドという仕様も、目にも美しいカラフルな写真使いをしている点も、子どもが飛行機を折ったり、何かを包んだりして媒体に親しむことが狙いだったこと。広告に頼らないフローが確立しているという本誌に今後も注目しています。



『ザ・ウィークリー  
プレスネット』  
(広島県)

株式会社プレスネット

「紙面が広い」というタブロイドの特長を生かし、特集の各コンテンツをそれぞれ自由度の高いレイアウトでまとめた点に、編集者の「これ特集したい！」という想いを感じました。特集のデザインテイストを揃え、ページネーションに工夫を加えることで特集全体のボリューム感が出て、よりパワーアップできると思われます。



『タウン情報Lazuda』  
(島根県)

株式会社メルト

これほどグルメに絞り込んでいるタブロイドは珍しい。表紙を一目見るとコンテンツが明確で、手に取りページをめくる読者が多いと思われれます。中面のレイアウトははっきりして情報量もほどよく、「いつか使おう」と保存性も高そう。読者からグルメSNAPをwebで集めており、読者参加型の仕組みも評価しました。



『MGプレス』  
(長野県)

株式会社MGプレス

「新聞」では取り上げない、ごく身近な記事を盛り込んだ地域密着型新聞。表紙の写真を全面に近いほど大きく用いたのはタブロイドならではのポイントと評価しました。新聞とタブロイドの良いところ取りをしている点を評価しました。新聞を読み慣れた高齢者層には非常に読みやすい仕様になっていると思います。



『くわな新聞』  
(三重県)

株式会社くわな新聞社

「アナログでいこう」特集のコンテンツが第1面の「カードゲーム」に始まり、「けん玉」「落語」とそれぞれ1ページボリュームで続き、読み応えがありました。極めつけは見開き2ページを使った「すごろく」。桑名を題材にしたストーリー展開なので、子どもと遊んでみたいと思う読者は多かったのではないのでしょうか。

# ■タウン誌部門（有料誌部門）



## 最優秀賞

『地産地消文化情報誌「能登」』／季刊「能登」編集室（石川県）



地産地消というコンセプトのもと、地域産品のみならず地域の文化に至るまで、幅広い情報が丁寧に取材されています。受賞号の特集「移住・定住」では、Uターンも多い能登ならではの良さを美しい写真をうまく活用しながら表現している点も高く評価しました。受賞号の表紙であるかき氷の撮影はきっと大変だったのではないかとそのチャレンジぶりに審査員一同感動。季節感あふれる表紙のインパクト、インタビュー記事を含む誌面全体の構成がしっかりしており、素晴らしい地域密着型情報誌です。

## □タウン誌部門 優秀賞



『KOBECO 月刊神戸っ子』（兵庫県）

服部プロセス株式会社  
神戸っ子出版事業部

神戸という魅力ある街の歴史、人、文化がトータルに取材されており、安定感があります。特集の「神戸タータン」では、色とデザインによる街おこしへのチャレンジに、神戸ブランドへの自信とプライドを感じる記事が秀逸。年金や教育問題、医療情報などコンパクトな中に豊富に要領よくまとめられています。上方落語の定席の一つである喜楽館の話も面白く、読み応えがありました。



『ソワニエプラス』（福岡県）

株式会社エフエム福岡

単なるグルメのお店紹介ではなく、ストーリー性があり、読み物としてのクオリティが高い。私鉄や酒造とグルメをコラボした広告はよくありますが、メンズスーツの広告に上質の食事シーンを絡める手法は見事。連載の「大人の遠足」や「食人列伝」、「大人が愛する店」など、最後まで飽きさせないコンテンツが満載でした。



『ちちぶmagazine』（埼玉県）

秩父シティ・プロジェクト株式会社

表紙に切り絵を使っている点が印象的で、手に取りたくなくなり、ページをめくりたくなくなります。「秩父夜祭」や「お酒」「ホルモン」「移住」など様々なテーマで秩父を深掘りしようとする姿勢は評価でき、創刊号にかける編集者の意気込みを感じます。写真も美しくインパクトがあります。その地域で暮らす人々にとって、地元の魅力再発見情報誌になっています。



『月刊くれえばん』（広島県）

株式会社SAメディアラボ

西日本豪雨で大きな被害が出た呉市。保存版「防災」の特集は地域メディアとして「安全・安心」して暮らす街づくりに真剣に取り組む姿勢に敬意を表します。復旧に取り組む被災地の情報は興味深かったです。忘れない、情報発信を途絶えさせないという点で、地域メディアの役割が大きいことを再確認させてくれる記事でした。



# ■ビジネスモデル部門



## 最優秀賞

『犬吉猫吉』／株式会社犬吉猫吉（福岡県）



雑誌の売り上げの大半がペットの撮影会での収入。プロが撮影した写真をフォトフレーム、シールプリント、缶バッジ、キーホルダー、マグカップ等に活用した写真グッズとして参加者に販売しています。また、これらの撮影会のノウハウやグッズ展開をフリーペーパー制作含めパッケージ化し、他のエリアでこのビジネスを始めたい写真館等に提供販売しているビジネスモデルが高く評価されました。犬・猫のペット愛好者の皆さんに対しての撮影会でのオンライン写真販売等も人気で、webも上手に活用した広告収入だけに頼らないノウハウは他の媒体にも大いに参考になると思います。

## □ビジネスモデル部門 優秀賞



『JAPANDIGEST』  
(ドイツ)

Doitsu News Digest GmbH

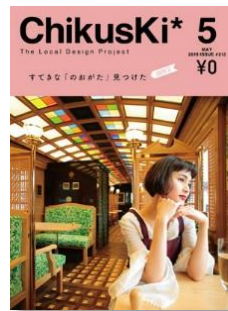
ドイツ全土で行われる日本関連イベントの中でも来場者数が多いbest21のイベントに本誌を優先配布し、知られざる日本の情報を大勢のドイツの皆さんに届けています。Web、SNSでは毎日新しい記事を配信し、総合的に日本の情報を提供。クライアントからは、ドイツ語圏からの検索が増えた、客層が広がった、売上が増えたとの声があがっており、あらゆる手法で日本の情報をドイツ人へ届け、結果を出している点を評価しました。



『Just Smile!!』  
(東京都)

一般社団法人スマイルウォーキング倶楽部

障害があっても夢を持ち、自分の夢に向かって歩み続ける子ども達の姿を「ファッション」という切り口で紹介する、よりよい社会を目指すメッセージ性の高い本誌。フリーペーパーだけではインパクトが不十分な部分を補うべく、ファッションショーというリアルイベントを開催し、メディア事業をきちんと行っています。誌面も年々立派になっており、今後に期待できます。



『ChikusKi\*(チクスキ)』  
(福岡県)

株式会社トーン

地域共通ポイントカード「チクスキパス」を運用。提携店をフリーペーパーで紹介することによって、読者に地元のお店の利用を促し、地域経済活性化に貢献。また、提携店ではポイントカードが提示された分だけ手数料を店側が媒体社に支払う成功報酬型の広告の形を確立した点を評価しました。



『ジチタイワークス』  
(福岡県)

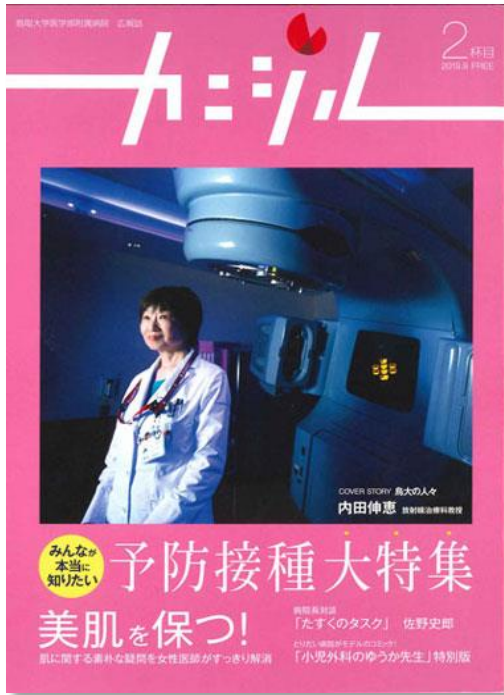
株式会社ホープ

封筒など自治体が保有する様々なスペースの広告事業化サービスからスタートした同社。自治体の広報誌を、税金を使わず、民間からの広告費を財源に地域住民に届けるしくみを構築し、自治体・住民・媒体のwin-winを実現しました。この事業の横展開にあたり、『ジチタイワークス』というメディアを持つメリットを最大限に利用。様々な取材活動によって自治体とのネットワークを作り、素早い全国展開を成し遂げようとしている点を評価しました。



## 最優秀賞

『カニジル』／鳥取大学医学部附属病院（鳥取県）



「病院の広報誌とは思えない！」が審査員の第一声。医療の話は分かりにくいと敬遠されがちですが、病院が患者向けに、このように分かりやすく医療情報を発信しようとしている姿勢に驚きました。放射線治療の教授の話も、予防接種の特集も非常に解りやすく、「病院で具合が悪い時でも読める」という使用されている文字の級数やデザインへの評価も高かったです。病院内部では職員のモチベーションアップに繋がり、読者となる患者さんには鳥取大学医学部附属病院の知って安心・得する情報が楽しく丁寧に伝えられている点が「あるべき広報誌」として高く評価されました。

## □ 企業誌部門 優秀賞



『ふたば』  
(愛知県)

ユタカ産業株式会社

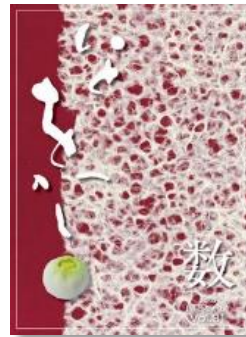
丁寧に取材されており、自動車と旅が好きな読者にとって楽しい冊子に仕上がっています。地元のお店との連携で地域活性化にも役立つ取り組みがあり、自動車整備会社の冊子とは思えない広がりを感じます。読者にカーライフ情報を提供することで、編集に携わるスタッフが自身の仕事に自信を持つ効果を生み出していると思われます。



『チームひまわり』  
(東京都)

一般財団法人建設物価調査会

建設業界で活躍している女性達ひとりひとりのエピソードが興味深く、インタビューの訪問後記がその場の雰囲気を感じて伝える点で評価できます。取材対象が現場の担当者から女性社長まで幅広く、飽きさせない企画。一方で、長い文章に小見出しがつかず、せつかく取材した文章が読みづらい。ピジュアル中心で文字離れた現代人に読んでもらう工夫してほしいです。



『いとをかし』  
(愛知県)

株式会社両口屋是清

和菓子に限らず、様々な形で日本文化の良さを伝えていこうという意思が感じられ、朝廷や幕府の御用を務めた「御菓子屋」としての自負と、日本の文化を大切に伝えたいという強い意欲が伝わってくる冊子。「数」という視点で日本文化を取り上げるのも面白い視点。単なる和菓子PRではない上質な読み物になっています。



『こうぐり』  
(高知県)

JA高知県

高知県農業の良いところがよく伝わってくる冊子。生産者は自分の作っているものにプライドがあるけれど、良さを上手くPRできていないという問題意識があり、野菜ソムリエに高知野菜の魅力を語らせたり、高知野菜のアピール方法を指南するコンテンツには、それを克服し、高知を売り込むという意気込みを感じます。



# ■自治体PR部門



## 最優秀賞

### 『いけだごのみ』／いけだ農村観光協会（福井県）



人口約2,500人、面積の9割以上が森林である池田町。福井県内で高齢化が1番進んでいる町の課題を解決したいという目的で編集されていることが特集の企画・タイトルなど誌面のあらゆるところから伝わってきます。豊かな自然をどう伝えるか、そこに暮らす人、移住して来て新たに町づくりに関わっている人の思いを、温かみのあるデザインやリアリティ溢れる写真で表現している点が高く評価されました。審査員一同、バックナンバーを読んで池田町の深堀された魅力に触れ、池田町を是非訪れてみたいという想いになりました。最優秀賞受賞おめでとうございます。

## □自治体PR部門 優秀賞



『meets! まつら』  
（長崎県）  
長崎県松浦市

今年4月に松浦市が「アジフライの聖地」を宣言したことを受けて、アジフライ特集のみで全ページを構成したユニークな徹底ぶりを評価。美味しそうな紹介記事に、食べ歩き地図も充実。全国から観光客を誘致するのであれば、松浦市が日本のどこにあるのか、そこからPRをすることも必要かと思われま



『感動海道』  
（福島県）  
うつくしま浜街道  
観光推進会議

3.11大震災で大きな被害を受けた福島県の浜通りを紹介する情報誌。桜も紅葉も海も写真がとても美しく、豊かな自然があることを再認識させられます。このエリアにどれだけの観光資源があって、どこまで復興しているのかが分かり、「行ってみたい」と思わせる、応援をしてくれる冊子です。



『Tsumatabi  
holy times』  
（群馬県）  
嬬恋村観光商工課

大災害であったはずの天明の大噴火も、「愛妻家の聖地」のPRを目的とする嬬恋村の手にかかる、ほのぼのするイラスト満載で、奇跡の物語につながっています。雑学で楽しませたのち、最後は愛妻ネタにしっかり落とし込む展開もよく練られていてお見事。愛の宿の大麦で作った地ビールの値段が掲載されていないのは惜しかったです。



『ならり』  
（奈良県）  
公益社団法人  
奈良市観光協会

人々の暮らしや文化が自然と共にあることがよくわかる表紙。冒頭にある奈良在住の作家のコラムを読むと、西奈良の時間がゆっくり流れている雰囲気を感じ、特集への期待感が高まります。静かな住宅地である「学園前」にある3つの美術館の丁寧な取材記事を読み、ぶらりと訪れてみたいという気持ちにさせられました。

# ■クーポン部門



## 最優秀賞

### 『旨い! 広島・宮島』 / 株式会社ラシン (広島県)



表紙自体をクーポンにしたアイデアが高く評価されました。冊子に掲載された観光スポットや食事ができるお店など全49箇所のクーポン特典が、表紙を見せるというシンプルな行動で活用できる点は、旅先では使い勝手が良く大変便利です。地図や移動手段の案内が丁寧なことに加え、YouTubeの動画へ誘う二次元コードで観光地の映像を見せたり、クロスメディアによる展開が工夫されている点も旅行者がなお一層広島の魅力に触れることを可能にしています。

## □クーポン部門 優秀賞



『フリーマガジンオートク』  
(広島県)  
広島印刷株式会社



『地域新聞ふりっぱー』  
(北海道)  
総合商研株式会社



『使えるクーポンマガジン「カム」』  
(青森県)  
株式会社アスク



『EZO CLUB MG.COMMU』  
(北海道)  
株式会社エムジー・コーポレーション

誌面のクーポンと電子BOOKとの運動だけでなく、LINEを使った割引で読者を会員化しようとする取り組みなど、様々なメディアをクロスで活用している点が興味深いです。誌面のデザインにひと工夫が欲しいと感じました。クロスメディアでの取り組みにおいて、使い勝手の良さを追求して欲しいと期待できる媒体です。

96万世帯の札幌市内で86.5万部を戸別配布しており、クーポンの到達率ではエントリー媒体中ナンバーワン。札幌市を4エリアに分け、エリア毎に情報を差替えて地域密着度を高める一方で、メイン特集や飲食店特集のテーマが同一のため、気に入った特集の場合は他のエリア版も手に入れ、クーポンを利用する読者にとっては魅力のある媒体となっています。

2011年に持ち歩けるハンドバッグサイズと切り取り易いマシン目入り他の仕様で実用新案登録。年代によってはスマホ画面よりも紙のクーポンが好まれるので使えるクーポンマガジンというネーミングも評価。広告とクーポンを区別できる工夫もあり、目的のクーポンを探し易い。クライアントのリピート率は6〜7割とのことで、クーポンマガジンとしての実力派です。

北海道共通ポイントカード「EZOCA」運営会社と連携して誌面を発行し、EZOCA加盟店のクーポンを毎月掲載。この掲載をEZOCA加盟店獲得に繋げている点を評価しました。読者はクーポン情報だけでなく、「EZOCA」を使ってポイントが貯まるお店の情報を得ることができ、読者のEZOCA登録を促す効果も期待できるしくみが上手い。





## 最優秀賞

### 『Soin&Soire -ソワンアンドソワレ-』 /ソワンアンドソワレ (茨城県)



多様性の時代に、“寄り添わん”とする人と“寄り添われ”る人を繋ぐ「バリアフリー」をコンセプトにした時代性を高く評価しました。誰もが明日は我が身となる介護や看護に役立つ情報は、今後ますます重要になってきます。受賞号では車椅子でレジヤーに出掛けた時の楽しみ方やバリアフリーに富んだお店・施設が紹介されています。今後も介護を要する人や介護に携わる人々が安心して楽しく暮らせるような情報をどんどん発信していただきたいです。

## □新創刊部門 優秀賞



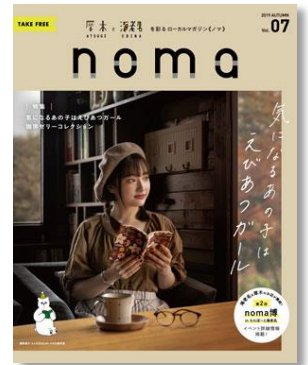
『Malia-shonan』  
(神奈川県)  
HAPPY RAYS



『ココロエ埼玉』  
(埼玉県)  
株式会社イシクラ



『埼玉県発掘マガジン「JP11」』  
(埼玉県)  
総合商研株式会社



『noma ノマ』  
(神奈川県)  
カズミア株式会社

表紙や湘南スナップでお洒落なイメージを打ち出し、地域のママに手にとってもらえる工夫をしている一方で、育児ママのリアルな悩みに向き合うコンテンツが盛り込まれており、楽しいだけではなく、役立つ情報誌を目指していることがわかります。グルメ紹介には値段を添えるとお役立ち感がアップすることも次の課題としていただきたいと思います。

中高生向けキャリア教育マガジンとして、「サッカーに関わる職業」を取り上げた特集の企画力が良い。サッカーの熱狂的なファンが多い埼玉なので、選手だけではなくサッカーに関わる職業が様々あることがわかること、中高生は夢が広がるであろうと思われます。登場する「先輩」の経歴は、進路を考えるうえで参考になることは間違いありません。

殿堂入りしている『JP01』に始まる「JPシリーズ」の6県目。「大宮六景」と題した写真のみならず、随所に美しい写真が豊富に使用されています。取材の丁寧さ、大宮のいろんな顔を紹介しようとする意気込みは十分に感じます。一方で北海道版である『JP01』に比べ、企画力・大胆なデザイン等で工夫の余地があるように思われます。今後の媒体カアップに期待します。

純喫茶やヴィンテージ古着コーデ、フィルムカメラなど、ちょっとレトロな雰囲気のコンテンツ紹介で地域の女性にアプローチしている冊子。webマガジンとしてスタートして以来ストックしたコンテンツに、新規に取材したコンテンツを上手く融合させています。ダウンロードしてゲットするブックカバーの付録は面白い取り組みです。

# ■ 読者投票部門



第1位

『おらんち・しおや』 / 有限会社ガッツ (栃木県) 11068票



『おらんち・しおや』は、昨年は読者投票部門第2位でした。今年の第1位獲得は、人口1万人ほどの小さな町の皆さんの熱い応援の賜物だと思われま

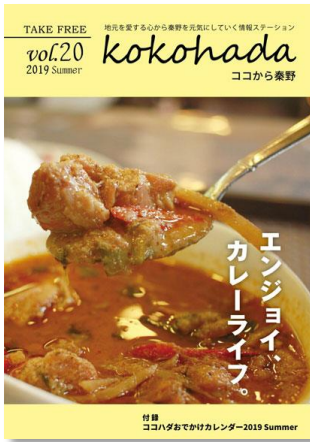


第2位 9672票

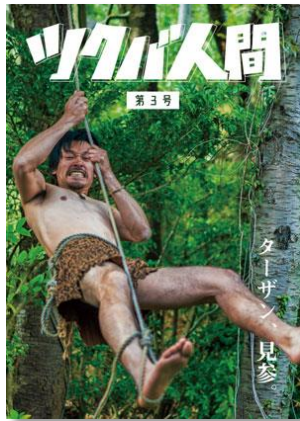
第3位 9646票

第4位 6765票

第5位 6016票



『フリーマガジン kokohada』 (神奈川県) ココから秦野



『ツクバ人間』 (茨城県) 勝手につくば大使



『クレヨンしんちゃんのなるほど春日部マガジン』 (埼玉県) 春日部市



『ウエンディ』 (広島県) 合人社計画研究所





**全国約1200誌のタウン誌・フリーペーパーのプラットフォームを運営する一般社団法人です。**

当協会は、次世代の地域情報コンテンツ流通の核としての機能を果たすため、地域の活性化に貢献しているタウン誌やフリーペーパーの発展を支援し、地域経済の活性化に寄与するという基本理念のもとに設立いたしました。

## NiCoAの理念

日本各地の地域情報を国内外に発信することで、地域経済活性化に貢献する。

日本全国に約3,000誌あると言われる地域情報誌は、常にその地域のトレンドや最新情報にアンテナを張り、読者へ情報提供を行うことで、エリアの魅力再発見につなげ、経済効果を生み出す役割を担ってきました。今後は、1社、1媒体では成し得なかった、エリアをまたいだ情報コンテンツの流通や国内外への情報発信を実現し、より広範囲に経済活動を支援して、地域経済活性化に貢献してまいります。

## 活動内容

### ①会員企業の経営支援

各媒体社に様々な施策の提案をすることで、売り上げアップに貢献します。

### ②地域情報誌の専門的研究

全国約1200誌のタウン誌・フリーペーパーのネットワークを活かし、日本全国の地域情報誌を対象とした調査・研究を行い、媒体社のコンテンツ編纂力・情報発信力の向上に寄与します。

## 【協会概要】

名称： 一般社団法人日本地域情報振興協会[NiCoA]

設立： 2013年7月17日

代表理事： 古川 一郎

所在地： 〒103-0001

東京都中央区日本橋小伝馬町12-5 小伝馬町YSビル 3F

連絡先： TEL 03-3527-3259

FAX 03-3527-3156

URL: <https://nicoanet.jp/>

-----  
※本件に関するお問い合わせ先  
[info@nicoanet.jp](mailto:info@nicoanet.jp)（広報担当）  
TEL 03-3527-3259（代表）  
-----