

令和5年 全国広報コンクール受賞・入選作品（神奈川県内）の概要

【神奈川県「県のたより」（10月号）】

【掲載意図】

「県のたより」10月号では「ねんりんピック特集」をテーマに、特集号として、通常号より4頁増の12頁構成の記事を作成しました。表紙では、ねんりんピック特別応援団長の草笛光子さんにご協力いただき、「年齢は関係なく、元気があれば何でもできるはず」というメッセージを伝えました。2・3頁では、ねんりんピックに出場する選手のコメントや交流大会の開催について紹介し、観戦意欲の促進を図りました。また4・5頁では、競技以外の様々なイベントを紹介し、より多くの県民に興味を持ってもらうことを狙いとしています。

6・7頁では、ねんりんピックの「運動」に関連付けて、未病改善の取り組みについて紹介しました。県と協定を締結しているノジママスターの選手やトレーナーにご協力いただき、簡単にできる運動のやり方を掲載。実際に家で試してみようと思ってもらえることを目的としました。

12頁では、食品ロスやプラごみ削減に関する記事など、SDGsに関する記事を中心に掲載し、環境のために個人でできることについて印象付け、SDGsに対する意識を高めることを意図しました。

いずれの面も、まず紙面を手に取り読んでもらうことを目標として人物の写真等をメインビジュアルとして構成しており、読んでみたいと思える魅力ある紙面づくりを目指しています。

【講評（令和5年全国広報コンクール）】

1面は、女優の応援団長を大きく表現し、県民の目を集める「ねんりんピック」特集の扉情報となっている。2～5面には、選手のコメントと競技紹介、交流大会の開催情報、競技以外のイベント情報を掲載。興味を抱かせる紙面構成と編集である。

あわせて、写真を大胆に使い、視覚的な効果を考慮した表現が光る。また、次面には、未病改善の運動を紹介。運動に係わる情報を集約した情報構成が、読読効果が期待できる紙面である。高齢化社会において、「ねんりんピック」のように、元気な高齢者を目指す特集を行うことには意義がある。

特別応援団長の草笛光子さんを表紙に起用しインパクトがある。写真で腰痛予防やむくみ解消、基礎代謝アップなどを伝授する「未病改善の取り組み」は、「やってみたい」という高齢者が多くいるのではないかな。



【 神奈川県ウェブサイト 】

【リニューアルの特色等】

○デザインリニューアルのポイント

紺・グレーを基調とした配色を、青・白を基調とした明るく優しい配色に変更し、親しみやすいデザインとし、利用者が知りたい情報の探し方、県が伝えたい情報の見え方を利用者目線で見直すことで、効果的に情報を探しやすくしました。このことにより、県の顔であるウェブサイトの印象や使いやすさを改善し、閲覧者に寄り添った、見やすい・探しやすいページを目指しました。

○トップページ

トップページは、ページ構成を大きく2つのエリア（神奈川県を使いこなそう・神奈川県をもっと知りたい）に分け、ファーストビューの「神奈川県を使いこなそう」では、目的をもって訪れる利用者をスムーズに誘導することを重視した配置に変更しました。セカンドビューの「神奈川県をもっと知りたい」では、県がお知らせしたい情報のスライドバナー、トピックスなど画像とテキストを組み合わせることで直感的に情報にたどり着きやすくしました。2つのエリアの間には、「キーワード入力なし」で簡単な項目の組み合わせでページを検索する「カンタン検索」機能を追加しました。

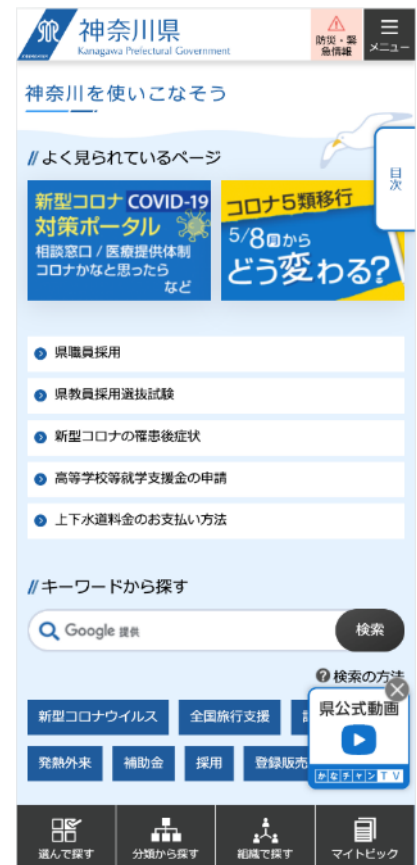
○一般ページ

その他一般ページでは、見た目、ナビゲーションの統一のため、サイトイメージを反映した新テンプレートを全ページに適用して、リード文を表示させる機能を追加しました。

【講評（令和5年全国広報コンクール）】

トップページを構成する一つひとつのパーツの視認性が高く、ファーストビューに表示される多様なナビゲーションは特徴的である。トップページに「使いこなそう」「もっと知りたい」などの特徴的な見出しを用いており、やわらかさのある表現である。「選んで表示する」という機能はチャレンジングな新しい試みである。スマホ版にあっても、ナビゲーションが常時表示される点は小さい画面上での情報探索には非常に便利である。キーワードを入力せずにコンテンツを検索できる「カンタン検索」機能は特徴の一つである。

防災・緊急情報の位置が良い。この赤い色面が通常時は少ないことでよく目立ち、全体の配色が青と黄色でわかりやすくかつ柔らかな印象であることも好印象。



【厚木市「広報あつぎ」(3月1日号)】

【主たる記事の掲載意図】

世界中でジェンダー平等が叫ばれる中、感染症の影響で女性の雇用悪化や育児の負担増加、自殺者数の増加など、貧困や孤立など社会が抱えてきた課題が浮き彫りになりました。その背景には、社会に根付く「男は外で仕事、女は家事・育児」という性差による固定観念の押し付けがあり、その偏りは女性だけでなく男性やセクシャルマイノリティーの生きづらさにもつながっています。そこで、3月8日の国際女性デーに合わせて、固定された性役割を取り巻く課題は何かを考えました。

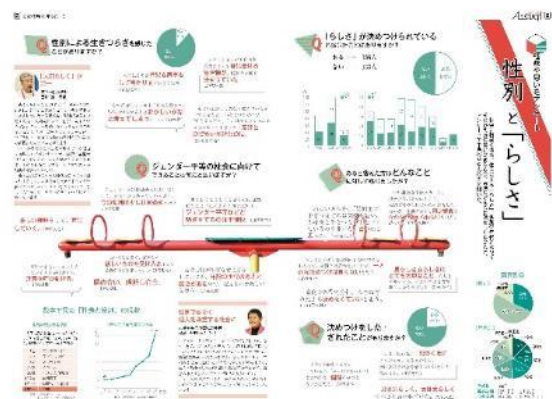
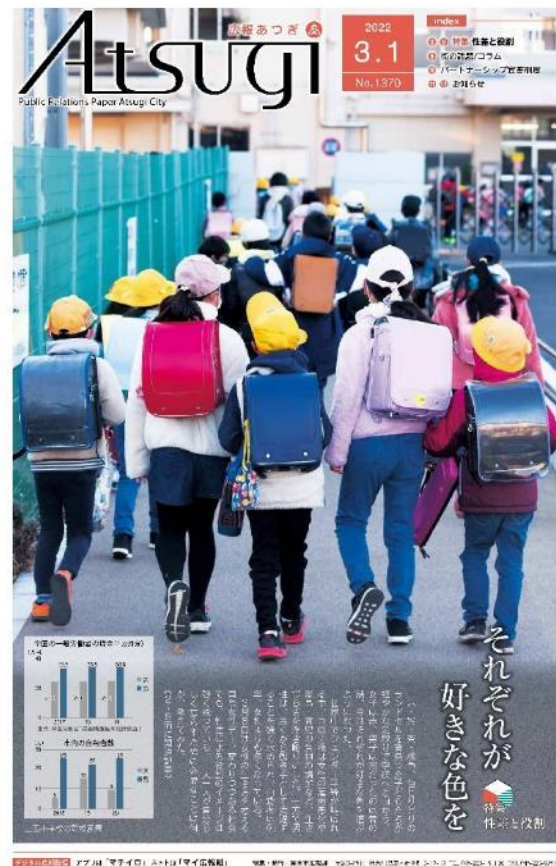
全体を通して、固定的な性役割にとらわれず、多様性を尊重し合う社会に向けて、一人一人に何ができるかを考えてもらうことをねらいとしました。

【講評(令和5年全国広報コンクール)】

国際女性デーに関連したジェンダー特集。ランドセルの色でジェンダーの「今」を表現した表紙写真にインパクトがあった。子どもたちの登校の風景を後ろから狙い、ランドセルの色が多様であることを強調して一目でジェンダー平等がテーマだと分かる。

本紙で最もおもしろかったのは、出張授業の部分である。中学生と先生が性別に対する意識の問題を議論している。先生と生徒が真剣に、ほぼ対等に話し合っている雰囲気が出ている。それによって、読者にも考えさせる効果を生んでいる。行政目線で引っ張りそうなテーマだが、中学生の道徳の授業風景を使って先生と生徒たちのやりとりから市民一人ひとりにとっても身近な問題として心に響いてくる。最後に「パートナーシップ宣誓制度スタート」の記事で〆ている所がうまい。構成が巧みである。

独自の市民アンケートによるデータや、市内の学生によるクロストークなど、幅広い年代への丁寧な取材により、ジェンダーを取り巻く「今」をリアルに伝えていた。デザイン的には、紙面の広いタブロイド版で無理なく視線をコントロールするため、レイアウトやあしらいに工夫が見られた。



【厚木市「広報あつぎ」(11月1日号)】

【掲載意図】

第37回教育奨励賞で文部科学大臣奨励賞を受賞した、厚木市立毛利台小学校のインクルーシブ教育の取り組みを伝える特集面です。12月3～9日の障がい者週間に合わせ、学校で垣根なく過ごす子どもたちと、それを支える先生の日常を組み写真で紹介することで、誰もが暮らしやすい環境とは何かを考えるきっかけとなる紙面作りを目指しました。



学習に不安のある児童ら

が通常の学級を離れ、少人数で学ぶ様子が伝わるよう、教室全体が分かる引きの写真を大きく配置しました。そこで見せる子どもたちの真剣なまなざしや、生き生きとした表情、多くの子どもたちが自由に出入りする様子を併せて掲載しています。また、特別支援学級の児童が通常の学級のみならず一緒に、はつらつと体育の授業を楽しむ姿や、落ち着いた表情で給食を味わう様子を掲載しました。

紙面全体を通して、苦手なことなどがあっても、周りの理解と支えがあることで、誰もが垣根なく生き生きと過ごせることが伝わるような表情や場面の写真を選定し配置しています。

【講評(令和5年全国広報コンクール)】

市内の小学校が取り組む垣根のない学校、いわゆるインクルーシブ教育が、文部科学大臣奨励賞を受賞したのを機に、特集が組まれている。インクルーシブ教育自体が広く認知されていない中、タイムリーで行政広報らしい好企画といえる。

とくに、見開きの左ページは、支援が必要な児童の教室での様子などを取材し、すぐれた視覚情報を構成している。報道要素が強い記事では文字と写真のバランスで文字の比重が多くなるが写真に文字をのせるなど構成を工夫し見やすくかつビジュアルでも訴えるページ作りに成功している。ナチュラルな雰囲気が出るのでフラッシュ撮影をしなかったのは正解であろう。

写真にキャプションをつけたのもわかりやすく親切で良い。子どもたちの笑顔や自然体の教室内で生活する様子が微笑ましい写真が印象的だ。自然光を生かして、肌の質感や輪郭など全体的に柔らかく優しい。フラッシュが緊張感や集中力などを途切れさせてしまうことがあるため、こうした配慮も素晴らしい。

【 寒川町ウェブサイト 】

【リニューアルの特色等】

○町のブランドスローガン『「高座」のころ。』を表現したデザインブランドスローガンである「穏やかさ」「優しさ」「あたたかさ」を表現するとともに、メインサイトカラーには、メインブランドカラーの「ブラウン」をベースとした優しい色味を使用することで、見やすく使いやすいデザインとしています。

○幅広い世代に分かりやすいデザイン

デジタル媒体である特性を踏まえ、子育て世代に喜ばれるデザインはもちろんのこと、デジタルに不慣れな高齢者にも「見やすく」「分かりやすい」ホームページを確立していくため、2つの入り口（妊娠・子育てサイト／介護・高齢者サイト）を設けるとともに、ボタンにイラストを施すなど、視認性の向上を図っています。

○「固定の縦メニュー」を搭載したデザイン（PC版）

回遊性と可読性の向上を目的とした固定メニューを配置しています。

固定メニューは、PC版のアスペクト比（16：9）に配慮し、ヘッダーメニューを縦に設置することで、一度に閲覧できる情報量を増やすとともに、スクロールをした時に固定メニューが中身の情報を妨げないデザインとすることで、見やすさ・読みやすさを追求しています。

さらに、縦メニューはブランドスローガン『「高座」のころ。』と親和性が高く「和モダンなデザイン」としてブランドを体现できるとともに、自治体のサイトとしては搭載実績が極めて少ない状況であることから、他の自治体との差別化を図ることができると考えています。

【講評（令和5年全国広報コンクール）】

多めの余白と落ち着いた色味の構成で、トップページが見やすい。左側に固定された縦型メニューがあり、スクロールしても常にアクセスできるデザインである。ナビゲーションは、検索以下、シンプルな画像でうまく整理されていてわかりやすい。「移住・定住」「観光」「ふるさと納税」「企業の方へ」という4つのメニューに特化して上部に表示し、それ以外の日常的な暮らしに関連する情報は、一段下の「暮らしで探す」のパートから探すような構成になっている。給食と関連した新たなコンテンツ「さむかわいーと」は動画も含め魅力的。丁寧に作り込まれていて高評価。さらなる拡充も期待できる。スマホ版もシンプルな構成で見やすく、読みやすいページである。

現在のサイト構成やデザインに至った背景と根拠を数多く示している。この点に自信と力強さを感じた。「わかりやすい」「効果的」など都合よく発するのではなく、でき得る限りの客観性を以って示しているところはお見事。

