

平成 2 5 年度東京都広報コンクール

実 施 結 果

平成 25 年度東京都広報コンクール実施状況

区市町村の広報力の向上と、都と区市町村との連携による広報活動の充実を図ることを目的に、平成 25 年度東京都広報コンクールを下記のとおり実施した。

1 応募状況

(1) 応募作品数

部門	応募作品数
広報紙部門 区市部	33
広報紙部門 町村部	2
写真部門 一枚写真の部	16
写真部門 組み写真の部	12
映像部門	17
応募総数	80

(2) 応募区市町村数

38 区市町村（19 区・14 市・2 町村）

2 審査会

平成 26 年 1 月 22 日（水曜日）及び同年 1 月 28 日（火曜日）
東京都庁舎内会議室

3 審査委員

「平成 25 年度東京都広報コンクール審査委員名簿」のとおり（2 ページ）

4 審査結果

「平成 25 年度東京都広報コンクール入選作品一覧」のとおり（3 ページ）
なお、(社) 日本広報協会「全国広報コンクール応募要領」の応募基準に該当する各部門の上位の作品については、「平成 26 年全国広報コンクール」に東京都推薦作品として応募する。

5 表彰式

平成 26 年 3 月 11 日（火曜日） 東京都庁舎内会議室

平成25年度東京都広報コンクール応募作品審査委員名簿

部門	氏名	現職等	専門分野
広報紙	大井眞二	日本大学法学部新聞学科教授	マス・コミュニケーション論等
	長岡光弘	グラフィックデザイナー(株式会社たきホールディングス)	広報紙のレイアウト編集等
写真	大石芳野	(社)日本写真家協会会員 フォト・ジャーナリスト	写真一般
	板橋秀樹	東京都生活文化局 広報広聴部広報課主任	行政広報写真等
映像	関 裕敏	(株)電通 第4CRプランニング局長	広告企画・制作
	高橋幸作	(株)NHKエデュケーショナル 特集文化部統括プロデューサー	映像企画・制作

平成25年度東京都広報コンクール入選作品一覧

部門		賞	区市町村名	作品名	全国推薦
1 広報紙 (35)	(1)区市部 (33)	最優秀	足立区	「あだち広報」9月10日号	○
		一席	豊島区	「広報としま」7月21日号	○
	(2)町村部 (2)	二席	新宿区	「広報しんじゅく」1月1日号	
			台東区	「広報たいとう」9月20日号	
2 写真 (28)	(1)一枚写真の部 (16)	最優秀	八王子市	「広報はちおうじ」3月15日号	○
		一席	足立区	「あだち広報」11月10日号	
		二席	板橋区	「広報いたばし」9月7日	
			羽村市	「広報はむら」1月1日号	
	(2)組み写真の部 (12)	最優秀	八王子市	「広報はちおうじ」12月1日号	○
		一席	足立区	「あだち広報」1月1日号	
		二席	江戸川区	「広報えどがわ」4月20日号	(非会員)
3 映像 (17)		最優秀	羽村市	面打 新井達矢	○
		一席	江戸川区	えどがわ区民ニュース 平成25年8月1日号特集 歴史が彩るにぎわいの水辺 ～生まれかわる新川～	(非会員)
		二席	台東区	たいとう浮世絵めぐり～浮世絵に描かれた台東区	
			品川区	品川歴史探訪 大森貝塚とモース博士～日本考古学の出発点	

* 表中()内の数字は応募作品数。

* 全国推薦は、入選作品のうち、全国広報コンクール応募要領の応募基準に該当する各部門の上位作品とする。

広 報 紙 部 門

〈広報紙部門 総評〉

●大井委員

「行政施策をコミュニケーションする」、「生活情報を提供する」、これらは自治体広報紙の重要な役割であることは論を待たない。が、「どのように」となると、ことはそれほど自明ではなくなる。「どのように」を「いかなるメディアによって」に置き換えると、問題はますます厄介になる。行政と住民をつなぐコミュニケーション・メディアは広報紙に限らない。今日「ネットメディア」の用語が、日常生活のごく普通のコンテクストに登場し、既存のマスメディアを補完するような役割を果たすようになっている。つまり、自治体の「行政施策」をコミュニケーションする、「生活情報」を提供するメディアは広報紙に限らない時代がやってきた。本年度のコンクールの事前審査の過程で、何度も頭をよぎったのは、紙媒体の広報紙の機能・役割を改めて問い直さねばならない、そうした時代になった、という思いであった。

少し敷衍すれば、この多メディア状況は、ソーシャルメディアの発展、他方でデジタル化の恩恵を必ずしも享受できないデジタル・デバイド、メディア接触行動の断片化、多様化、といったコミュニケーション・メディア環境をもたらした。この環境は、別の言い方をすれば、あらゆるメディアが読者・視聴者の注目を引こうとして競い合う環境であって、その環境の下で、マスメディアを含む、伝統的なメディアのメディア環境における支配的地位は相対的に大きく低下してしまった。広報紙にとっても容易ならざる時代がやってきた。スローガン風に言うと、広報紙はどうなるのか、どこへ行くのか。

さて、新年早々縁起でもない予想はこれくらいにして、本年度のコンクールの審査を終えての総評をいくつかの論点に絞って、以下記すことにしたい。

第一に指摘すべきは、上記のような注目を競い合う多メディア状況にあって、ダイレクトにメッセージを伝えようとする試みが、なかなか実現されにくい環境にある、ということである。応募作にも散見されたが、このことを認識して、伝えるべきことを絞り込む、つまり「あれもこれも」から「あれかこれか」に大きく方針を転換した、と思われる作品が目についた。そこでは情報内容を、価値を十分に吟味する編集力（エディターシップ）が求められる。これをどう磨くか、これからの広報パーソンにも期待されている能力といえるだろう。

第二は、広報パーソンの心構え、とでもいうべき問題である。時代が目まぐるしく変化する状況にあっては、彼ら／彼女らに必須とされるのは、変化の中にあって先を読む、先を見る姿勢であろう。一歩前ではなく「半歩前」で構わない、むしろそれが求められているのである。住民よりも一歩前ではなく、半歩前、住民に寄り添いながら少し前を見通す、

〈広報紙部門 総評〉

時代の空気を掬い取る、といった姿勢が重要であろう。いくつかの応募作には、そこに自らの位置を定めて、住民に視線を向ける試みがなされていた。高く評価をしたい。

第三は、絶えず修正、更新が可能なインタラクティブなデジタル・メディアと違って、広報紙はいったん紙面が出来上がった途端の作者の手を離れる。メッセージがどのように受容されるかは、読者にゆだねられる。極論すれば、読者には誤読する権利があるのであって、用字、用語の適切さから始まり、読まない人に、まず手に取らせ、読ませることはもちろんのこと、正しい読みを誘導する仕掛け、仕組みを工夫することが、誤読を避ける要諦である。当たり前のようだが、大事な心構えである。

第四は、「仕事は楽しく」である。文章によって人に影響を与えるために、何が必要だろうか。英国で「ジャーナリズムの父」と称されるダニエル・デフォーは、「楽しませる、面白がらせる」ことと喝破した。それを踏まえると、人を楽しませる、面白がらせるためには、まず筆者自身が楽しみながら、面白がって仕事をする必要があるのではないか。高い評価を得た応募作品には、紙背にそうした楽しく仕事をしている筆者の姿をイメージすることができたのである。

第五は、読者は、活きのいいニュース、情報を求めている、ということである。広報紙と雖も、ニュースや情報を扱う限り、古い情報よりも新しい、可能な限り最新の情報を提供しなければならない。扱う情報それ自体が古い起源をもっている、「今、ここに」に取り上げるのなら、新しく見せる、思わせる仕掛けが必要である。マスメディアでよく使われる、「このほど…が明らかになった」はルーティンにつかわれる手法である。何が、どこが新しいのかをじっくりと吟味して、その新しさを明確に伝えることが、この種のニュースや情報に求められている。

第六は、「地域とのかかわりを改めて見直す」である。去年は、世界遺産として「富士山」が、その後「和食」も選ばれ大きな話題となった。これを契機に、富士山や和食を巡る大きな議論が沸き起こった。日本は世界から見れば一つの地域である。グローバルな視点から、地域をとらえなおす試みが多種多様になされることになった。これと類似した構図で、ナショナルな視点から地域とのかかわりを改めて見直す、この作業を作品化しているいくつかの応募作があった。具体的には、地域の文化的資源の価値を新たな視点から問い直し、付加価値を新たなアプローチで促進する試みであった。高く評価したい。

最後になったが、広報紙を取り巻く状況は、広報パーソンにとって、決して追い風となるようなものではない。むしろ厳しいといっているだろう。メディア環境の激変、予算やスタッフのといった数々の制約条件の中で、住民とのコミュニケーションリンクを維持、発展させようとしている関係者の皆様に、大いなる敬意を表したい。

〈広報紙部門 総評〉

●長岡委員

本年度の応募作は、様々な企画やテーマで特集が組まれている。訴求する内容も地域のイベント告知、施設の紹介、住民のボランティア活動報告、防災・防犯に関する情報、健康に関する情報等、同一テーマの企画は少なく多彩な企画紙面を目にした。企画それぞれに、住民に対する熱い思いと行政のビジョンを感じる。また、住民参画の企画紙面が多く見受けられ、訴求効果が期待できる編集企画であった。

編集紙面では、町からの応募作を除き、区・市の広報紙は、デザイン・レイアウト等の表現面を外部に委託している行政が多い。その意味で企画設定と、どのように住民に伝えるかの編集力が、広報担当者のディレクション能力となる。その観点で紙面を審査すると、見出し、リード、小見出し等を上手に活用し、訴求情報をわかりやすく住民に伝える編集紙面を多く目にした。確実に編集技量とディレクション力が向上している。

一方、どの広報紙も「お知らせ」情報が複数紙面で台割されている。「お知らせ」紙面は、住民の生活に欠かせない重要な情報である。多くの情報で構成されている「お知らせ」紙面に求められるのは、住民視点に立った情報の区分けと検索機能である。応募作の情報の区分けは、大分類と小分類に区分けされている。分類の表示は、目立つ文字の書体・大きさ、色、デザイン処理で、検索機能を考慮した表現が施されている。各情報も端的にまとめ表示されており、住民視点での編集紙面である。また、「お知らせ」紙面の多くが横組で表示されている。期間や時間等の数字情報が多い紙面であり、読みやすさと紙面の面積を考慮した文字の組み方となっている。情報量の多い紙面であり、横組の設定は適切な判断といえよう。

表現は、応募作の大半がタブロイドサイズである。かつてのタブロイドサイズの紙面表現は、多くの情報を同一紙面に掲載する「新聞スタイル」が主流であった。しかし昨今では、紙面の視覚化と共に、紙面ごとに単一若しくは少数の情報を構成する冊子と同じ表現スタイルが大半となった。冊子スタイルの表現は、紙面に変化が付けやすく見やすさと共に訴求情報が住民に伝わりやすい利点がある。応募作は、視覚化世代に対応した紙面表現といえる。

複雑化する社会において、行政の役割はますます多様化し様々な施策が求められよう。住民と様々な行政施策を共創するとともに共有化を行い、施策への住民参画が今以上に求められる。住民視点での編集アプローチを心がけ、住民への施策行動紙になるよう、広報担当者に更なる編集スキルアップの挑戦に期待したい。

平成25年度東京都広報コンクール 広報紙部門 入選作品

最優秀

区市町村名	足立区
広報紙名・掲載号	あだち広報 平成25年9月10日号
発行部数	319,950部
年間発行回数	24回
判型・平均ページ数	タブロイド判・12ページ
担当者数	4人（専任4人、兼任0人）
意図	本紙の特集タイトルにあるように、足立区民の健康寿命は平均より2歳短い。区では、平均寿命を引き下げている大きな要因である糖尿病対策を、10年間かけて集中して行う方針への転換を決めた。 この号の特集の目的はよくある糖尿病の予防啓発であるが「知らぬうちに進行する怖い病気です。だから食生活に気をつけましょう」となどという一般論を並べても、読者には「自分に関係ない」とスルーされてしまうと考えた。今回のターゲットは糖尿病予備軍の30歳代半ばから40歳代。普段広報紙を読まない人も惹きつけるしかけが必要だった。 区民の平均寿命に関するショッキングな統計をタイトルに据え、ターゲットの年齢に近く、一見健康に見えるスリムな男性をモデルとして選定し、「自分にも起こりえること」とであると強調した。写真を白黒にしたことで、病気の恐ろしさを暗示し、タイトルを目立たせた。 変則的な紙面割り（表紙→最終面→見開き面に同一特集）にしたのは、裏面から見た人にも目を留めて欲しかったからである。裏面にもショッキングな統計を見出しに置き、ターゲットを意識したフォント使いをした。 見開き面では、テキストを読み飛ばしても、内容を視覚的に理解できるように写真を大きく配置し、テキスト量を極力抑えた。それには、横書きに統一した広報紙であるがゆえの流れのよさも活かせたと考えている。
審査委員コメント	●1面の写真と「なぜ、足立区民の健康寿命は都平均より約2歳短いのか」は大きなインパクトがある、訴求力のある紙面だ。理由は「最終面に」と手がこんでいる。変則的な紙面構成、ショック療法、といった企画構成は、読まぬ人を読む人にするかもしれないが、怖がらせてはダメ。（大井） ●1・6～7・12面を用いた特集は、1面のインパクトのある写真とショッキングな見出しが、住民に強く印象に残る訴求力のある表現である。6～7面には、糖尿病の要因となる食生活に係る情報も掲載されている。広報紙の読者は主婦と高齢者が多いが、普段広報紙を読まない夫へ妻か注意を促す予防啓発の効果が期待できる紙面。特集紙面は、各紙面に飛んで紹介してるが、紙面誘導が図られている。編集技量も高い。（長岡）

広報紙部門 最優秀 足立区 あだち広報 平成25年9月10日号

(最終面)

9

平成25年度東京都広報コンクール 広報紙部門 入選作品

第一席

区市町村名	豊島区
広報紙名・掲載号	広報としま 平成25年7月21日号
発行部数	110,000部
年間発行回数	36回
判型・平均ページ数	タブロイド判・8ページ
担当者数	4人（専任4人、兼任0人）
意図	夏休みが始まる時期に合わせ、1・8面と4・5面を使って子どもや親子が楽しめる夏のイベント特集を作成。特に4・5面は読者として子どもをターゲットにし、実際に子育て中の広報課職員が企画を担当した。 1・8面：「としまアート夏まつり2013」 区立劇場「あうるすぽっと」と、旧中学校を活用したアートファクトリー「にしがも創造舎」で行なわれる、子どもが演劇・映画・アートに触れ合えるイベント。0歳から入場できる「子どもに見せたい舞台」をメインイベントとして1面で大々的にお知らせ。8面にも続けて関連イベントを掲載した。1面右上の目次部分も、今号は子どもに呼びかけるようなキャッチを入れた。なお「広報としま」のタイトルロゴは、1面のイメージに合わせて毎回色を変えており、ここもイメージに合わせて爽やかな色を使った。 4・5面：「としまじま」を冒険しよう！ 区内を「冒険の島」に見立て、夏休み中に区施設などで開催する子ども向けイベントをお知らせ。広報課独自で企画し、各施設の担当から情報を収集して編集した。中央の島の地図は、実際の施設の場所と同じ位置関係にしているが、各施設を城や山、おばけ屋敷などイベント内容に合わせたイメージに変えている。区に関する子ども向けクイズも盛り込んだ。小学生でも内容がわかるように紙面にルビを振ったり、文章を易しく話し言葉にするなども工夫した。写真の子どもは紙面に合わせた表情で撮影した。
審査委員コメント	●1,8面のとしまアート夏祭り2013、そして4・5面の「としまじま」を冒険しよう、は視覚的に非常に魅力的で、見ているだけでも楽しい。タイトルロゴは、1面のイメージに合わせて変えているそうだが、それが成功している。もちろん内容も読みごたえがある。（大井） ●「親と子が楽しめる」を編集コンセプトに設定した特集は、インパクトのある1面、表現にアイデアがあり住民に魅力的に訴求した4～5面、8面のイベント情報と、カラー紙面を上手に用いて訴求力のある紙面展開が施されている。特に4～5面は、子供にとって「わくわくする」紙面表現で、表現技量が高い。2色紙面は、視線の誘導を図ったポイントカラー「アオ」を上手に活用し、視覚的にわかりやすく情報を訴求している。（長岡）

広報紙部門 第一席 豊島区 広報としま 平成25年7月21日号

[illegible]

平成25年度東京都広報コンクール 広報紙部門 入選作品

第二席

区市町村名	新宿区
広報紙名・掲載号	広報しんじゅく 平成25年1月1日号
発行部数	150,000部
年間発行回数	36回
判型・平均ページ数	タブロイド判・8ページ
担当者数	6人（専任0人、兼任6人）
意図	【1面～3面】 「思いやりが育む 地域の力」をテーマに、身近な地域を舞台にボランティアとして生き生きと活動する皆さんの「笑顔」を主役に取り上げた。人とのつながりを大切にする地域の魅力を紹介するとともに、地域の活動に興味があっても何から始めてよいか分からないと思っている方が仲間づくりや地域の活動に参加する契機となるよう企画。手作りの温かい食事を提供し高齢者を見守る「食事サービスグループ」、木のおもちゃを通して孤立しがちな子育て世代に寄り添う「赤ちゃん木育サポーター」を紹介し、子育てや仕事が一段落した世代がその知恵や経験を活かして地域の活動に取り組む姿、そこから生まれる新たな人とのつながりがボランティアをする側にとっても生きがいとなっていることを取材した。 【4面】 「新宿この一年」として、区のイベントや地域の皆さんに身近な寺社の行事を紹介している。
審査委員コメント	●1面の「笑顔いきいき輝いて」の見出しと写真が、「思いやりがはぐくむ地域の力」の紙面展開と上手に連動し、地域活動への参加、ボランティア、子育て世代へのサポートといったテーマが無理なく融合する紙面が出来上がった。（大井） ●地域に活躍するボランティアを取り上げた、意義なる企画。紙面表現も写真を上手に用いて、訴求力を上げている。ただ、3面下段に配置した「16グループが活動中」の記事に電話番号が明記されていないため、悔やまれる。また、ボランティアの人たちのインタビュー記事を掲載するなど、編集に深みを出したい。4面は、2段組みできれいにレイアウトされているが、可読性が劣る。（長岡）

平成25年度東京都広報コンクール 広報紙部門 入選作品

広報紙部門 第二席 新宿区 広報しんじゅく 平成25年1月1日号

広報 しんじゅく

「新電力」で創る。暮らしに寄り添う。平成25年（2013年）1・1

●発行 新宿区 ●編集 区政情報課 〒160-8484 新宿区歌舞伎町1-4-1 ☎03301111 ホームページ <http://www.city.shinjuku.jp/>

高齢者の心と体を温める「食育サービスクラブ」




笑顔いきいき輝いて




子育てに寄り添う「赤ちゃんの育ちサポート」

今年12月1日より、区民のみなさんに「赤ちゃんの育ちサポート」がスタートします。これは、赤ちゃんの成長や子育ての悩みを、専門のスタッフがサポートするサービスです。赤ちゃんの成長や子育ての悩みを、専門のスタッフがサポートするサービスです。赤ちゃんの成長や子育ての悩みを、専門のスタッフがサポートするサービスです。



あけまして
おめでとうございます
新宿区民
中村弘子

（区）新宿区 平成25年（2013年）1月1日発行

広報 しんじゅく

平成25年（2013年）1月1日発行 第104号（区）

手作りの温かい食事でつなぐ地域の絆 食育サービスクラブ

「お一人暮らしで食べていくのが難しい」「自分の好きな食材で食卓を囲みたい」という声に応え、食育サービスクラブがスタートしました。

入会費がゼロで、誰でも参加できる。大人数で食卓を囲み、食育サービスクラブがスタートしました。入会費がゼロで、誰でも参加できる。大人数で食卓を囲み、食育サービスクラブがスタートしました。

おのれとう また来るわね

思いやりが育む 地域のか

できることから実践し、自分自身も輝くボランティアの活動を紹介します。

木のぬくもりの中で親子を見守る 赤ちゃん木育サポート

木のぬくもりの中で親子を見守る。赤ちゃん木育サポートがスタートしました。木のぬくもりの中で親子を見守る。赤ちゃん木育サポートがスタートしました。

16グループが活動中

グループ名	活動場所
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）
グループあけ	大久保センター（大久保4-2-1）

赤ちゃん木育サポート

赤ちゃん木育サポートがスタートしました。赤ちゃん木育サポートがスタートしました。赤ちゃん木育サポートがスタートしました。

平成25年度東京都広報コンクール 広報紙部門 入選作品

第二席

区市町村名	台東区
広報紙名・掲載号	広報たいとう 平成25年9月20日号
発行部数	98,900部
年間発行回数	24回
判型・平均ページ数	タブロイド判・8ページ
担当者数	3人（専任3人、兼任0人）
意図	特集記事は「朝倉彫塑館がリニューアルオープンします」として、保存修理や耐震補強に加えて、昭和30年代後半の姿に近づけるよう復元することで、より文化的価値を高め、4年半ぶりに帰ってきた朝倉彫塑館を紹介した。 写真を多用し、視覚的にも伝わる工夫をした。保存修復工事のポイントを「ここが新しい!」として、一目で分かるよう簡潔にまとめた。また、Q&A方式で朝倉文夫・朝倉彫塑館に関するエピソードや、さらに区内の「その他の文化施設」3館や共通割引券の紹介もした。区民の方に、4年半にも及ぶ工事の内容とその重要性を伝えるとともに、今後、朝倉彫塑館を身近に感じてもらい、訪れて実際に見てみたいと思われるよう努めた。
審査委員コメント	●朝倉文夫の彫塑館リニューアルオープンの特集は、魅力的な写真の配置、メリハリの効いた内容の構成もあって、非常に読み応えのある紙面に仕上がった。地域のこうした文化的価値の掘り起し、再評価さらにプロモーションは重要な広報活動である。（大井） ●特集「朝倉彫塑館リニューアルオープン」は、1面に目を引く扉紙面、2面～3面に詳細情報と、紙面構成がしっかりと考えられている。「こだわり空間」の「ここが新しい」も、リニューアル内容がわかりやすく説明されている。写真を多く用いて、魅力あるミュージアム紙面である。欲を言うと、館の全体平面図も掲載したいところ。10面の「は～い赤ちゃん」は、閲読率の向上が図れるカラーコンテンツとなっている。（長岡）

広報紙部門 第二席 台東区 広報たいとう 平成25年9月20日号



写 真 部 門

〈写真部門 総評〉

●大石委員

個々の写真については、機材・技術両面で質が向上していると感じるが、さらなるレベルアップに向けて、少しだけアドバイスをさせていただきたい。

まず、一枚写真については、テーマに沿ったものになるよう、よく考えて撮影してほしい。読者を意識せず、漫然と取っているもの、また、こじつけ・あとづけのものは写真として弱いものとなる。このことに注意していただきたい。

また、組み写真については、写真をただ説明的に並べただけになってしまっている作品が多かった点が残念である。写真を組み合わせて、ストーリーを作るのが組み写真である。これを意識的に上手く活用できれば、記事を手にとって読ませることができるし、文字では伝えるのが難しいことでも、読者に伝えることが可能となる。

最後に全体に通じることとして、被写体とコミュニケーションが上手くとれている写真は、見たときに伝わってくるものがある。撮影時にこのことを意識してほしい。また、提出されたオリジナル写真が普通紙に印刷されたものでは、審査に当たり、損をしている点が否めない。一年間のまとめとして、意欲を持って応募してほしい。

●板橋委員

前年より、写真全体の質は上がっているものの、広報紙にうまく活かされていないのが残念です。特に表紙に使用する写真は、小さい写真を多数配置したものもあり、良く見ないと内容が分からないものも数多く存在します。区市町村の人々になにを伝えたいのか、伝えるためには、どんな写真が良いのか、もう一度アイデアや工夫を考えてください。

また、「1枚写真の部」では、添付プリントも評価対象に入ります。紙質、画質、トリミング等気をつけていただきたい。

今回、「組み写真」として正しく理解されていた作品は1作品でした。スナップ写真、カタログ写真で構成したような形のものも多く、組み写真としてのストーリー性等が考慮されていないのが残念です。「組み写真」は、一つのテーマ（記事）について、複数の写真をストーリーに合わせて構成するもので、テーマ（記事）の文章に補足的に掲載する写真の集合体のことではありません。組まれた写真だけで、テーマ（記事）全体のイメージが掴めるものが求められます。

平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(一枚写真の部)入選作品

最優秀

区市町村名	八王子市
広報紙名・掲載号	広報はちおうじ 平成25年3月15日号
意図	都内唯一の道の駅である「道の駅八王子滝山」では、ひな祭りの季節にあわせて「つるし雛」を展示している。この「つるし雛」は、地域の方が真心込めて手作りしたもの。古着を材料に一針一針丁寧に縫い上げた力作となっており、子どもたちの健やかな成長を願い作られる色鮮やかな飾りは、毎年訪れる人の目を楽しませている。 モデルは撮影の際に見物していた親子。「つるし雛」に嬉しそうに手を伸ばす娘と、手に抱く娘の重みに成長を感じる母、親子の幸せの瞬間にシャッターを切った。 なお、ロゴのカラーは桃の節句にちなみ、通常号とは別の色に設定している。
審査委員コメント	●テーマと写真がぴったりと合致している。また、母娘の表情も、つるし雛もよく撮れているし、外光を上手く使い、明るさを出している。さらに、広報紙のレイアウトが非常に秀逸で、オリジナルよりもトリミング後の方がよくなっている。(大石) ●広報紙に掲載されているトリミングの仕方は良い。また、Hachiojiの「H」で後ろの消防ベルを隠すなど、レイアウト構成が非常に良い。ただ、「一枚写真の部」では、プリントも評価対象となるので、プリントも広報紙で使ったようなトリミングでよかったのではないかな。また、子供が触っている吊るされたおもちゃのディティールを出してほしかった。(板橋)

平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(一枚写真の部)入選作品

一枚写真の部 最優秀 八王子市 広報はちおうじ 平成25年3月15日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(一枚写真の部)入選作品

第一席

区市町村名	足立区
広報紙名・掲載号	あだち広報 平成25年11月10日号
意図	足立区は「ガテンな区」である。建設業の事業所数が23区で最も多く、関連事業も含めると区経済の多くの部分が汗と技によって支えられている。 しかしながら、その半数以上が従業員数4人以下の零細企業である。長引く不況の中、彼らの労働環境の悪化が危惧されている。 そこで区では、彼らの働く安心・地域経済の安定のため23区で2番目である「公契約条例」を施行。今号の表紙は同条例の周知をすること、建設業で働く人たちの誇りを喚起することを主たる目的とした。 写真の中で表現したかったのは、「働くことへの誇り」と、働く人の「将来への希望」だった。 撮影は実際の公契約による工事現場で実施。一枚の写真に多くのことを語らせるように構図には気を配った。主役となる右手前の人物は働く誇りや・働き甲斐を、準主役となる左の人物は働くことで人と繋がる喜びを、脇役となる天を高く指すクレーンや建設中の建物は、将来への希望を表現している。 高層階の工事現場であったため広角レンズを使いローアングルから撮影。モデルはこの現場の実際の従事者で、それゆえ撮影時間にも制限があったが、動きの中で自然な笑顔を収めることができた。笑顔を強調するためにトリミングして人物に寄ることも健闘したが、現場の広さと雰囲気伝えるために現状に留めた。
審査委員コメント	●テーマと写真がよくマッチしている。二人の笑顔をうまくとらえているだけでなく、動きがあり、躍動感が伝わる。明日に向かってがんばろうという明るさを感じる。また、レイアウトデザインも秀逸である。ただ、もう少し色を濃くすれば、より良いものになったのではないかな。（大石） ●掲載意図にマッチしており、奥行きがあって非常にいい写真である。広報誌の色は多少淡く感じられるが、構図もまとまっていてモデルの表情も良い。ただ、モデルになっている青年が爽やか過ぎているので、ガテン系のモデルでも良かったかもしれない。また、広報紙が二つ折りされた時、モデルの首の部分で折れる紙面構成は避けたいところである。（板橋）

一枚写真の部 第一席 足立区 あだち広報 平成25年11月10日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(一枚写真の部)入選作品

第二席

区市町村名	板橋区
広報紙名・掲載号	広報いたばし 平成25年9月7日号
意図	記事は、敬老の日にちなみ、高齢者施設での催しや高齢者支援事業などを紹介し、高齢者に生きがいの場を見つけてもらおうというものです。写真のモデルは、児童館でこどもたちに囲碁を教えている高齢者をお願いしました。 長い人生で培ってきた知識を次世代に伝え、自分のできる役割を感じながら日々充実している高齢者の写真を見た読者に、少しでも自分にとっての「生きがい」を見つけて生き生きとした人生を送ってほしいという願いを込めています。 子どもの真剣なまなざしに笑顔になる高齢者と、学ぶことへの喜びを感じている子どもとの間にできた、とても和やかな雰囲気を読者に感じてもらえるようシャッターを切り続けました。
審査委員コメント	●写真はよく撮れている。特に、おじいさんの表情、笑顔を非常にうまくとらえている。ただ、背後の子どもが、おじいさんを見ているか、もう少し顔を上げているとなおよかった。もう少しシャッターチャンス等待れば、より良い写真が撮れたかもしれない。また、写真をもう少し大きく使えば、さらに良いものになったのではないか。(大石) ●おじいさんの表情も良く、非常に良い写真である。紙面上では、白黒写真より、カラー写真の方がより効果的であったように思う。非常に勿体無い。子供たちを生かすアングルの工夫も考えてほしい。また、広報紙に掲載している写真が小さいので、もっと大きくした方がよい。(板橋)

第二席

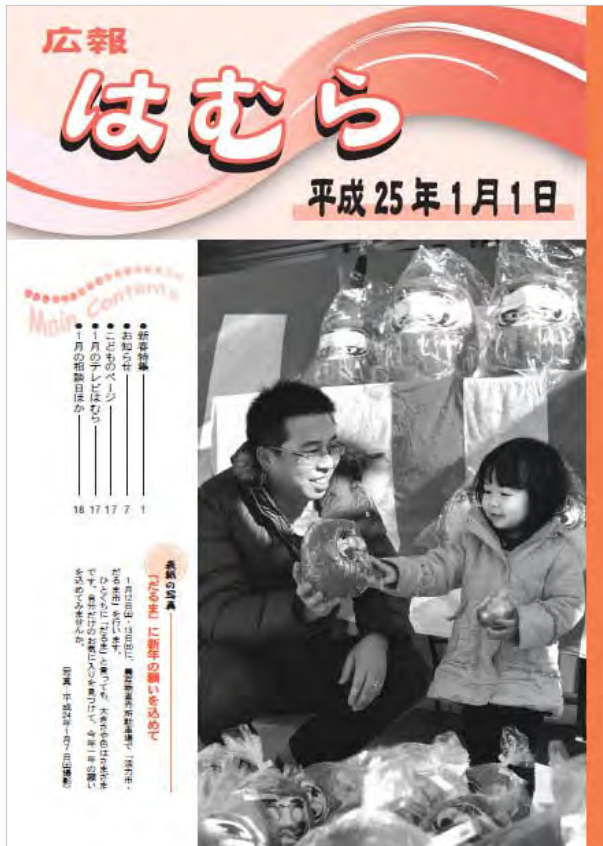
区市町村名	羽村市
広報紙名・掲載号	広報はむら 平成25年1月1日号
意図	市内では、毎年1月上旬に「だるま市」が行われている。会場には、色鮮やかで大小さまざまな大きさのだるまが並び、毎年多くの人でにぎわっている。訪れた人は、多くのだるまの中から新年の願掛けにふさわしいものを選ぶ。 だるまを手に取りながら一緒に選んでいる親子に目が留まった。子どもは手に、金色の小さいだるまを持ちながら、父親の持つ紅白のだるまを指さしている。 「金色もいいけれど、赤もいいんじゃない?」「どっちがいいかな?」といった会話が伝わってくるような瞬間を捉えた。 また、新年のだるまを選ぶという点のほかに、父親が娘に温かいまなざしを向けているほほえましい様子が伝わる点からも、新年の晴れ晴れとした幕開けにふさわしい写真であると考え、掲載した。
審査委員コメント	●お正月の号にふさわしい写真である。人物の表情をうまくとらえている。ただ、広報紙になると、モノクロになってしまうのが残念である。(大石) ●写真を丁寧に撮っていて、表情も良く親子のいい雰囲気が伝わってくる。撮影位置としては、画面下部のだるまを生かしたアングルで、もう少し人物を大きく撮影するとより意図が伝わりやすくなると思う。(板橋)

一枚写真の部 第二席 板橋区 広報いたばし 平成25年9月7日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(一枚写真の部)入選作品

一枚写真の部 第二席 羽村市 広報はむら 平成25年1月1日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部)入選作品

最優秀	区市町村名	八王子市
	広報紙名・掲載号	広報はちおうじ 平成25年12月1日号
	意図	都内随一の農業生産高を誇る本市では、「農業にふれあう稲作体験」を6月から11月にかけて実施した。これは、田植えから収穫までを親子で体験しながら、食の重要性や、地域の農業に関心をもってもらおうと、今年度初めて実施したもの。 紙面では、密着取材した写真の中から真剣ながらも楽しげに作業する親子や、四季折々に成長する稲のようすなどを見開きページで掲載。普段馴染みのない昔ながらの米作りを写真と解説で分かりやすく紹介することで、多くの読者に食の大切を考えるきっかけにしてほしいと企画した。
	審査委員コメント	●写真の一枚一枚がとてもきれいに丁寧に撮られている。また、被写体と撮影者のコミュニケーションがとれていることが写真から伝わってくる見本のような写真である。また、よく考えられた構成で、見ていて楽しくなる。コンテスト応募に対する気概や姿勢が伝わってきてうれしい。(大石) ●写真が綺麗で、1枚1枚がしっかり撮っているのが伝わる。また、撮影時、子供の目線に合わせたり、背景をボカすなど、工夫も見られる。紙面の構成力・レイアウトもしっかりして素晴らしい。(板橋)

平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 最優秀 八王子市 広報はちおうじ 平成25年12月1日号



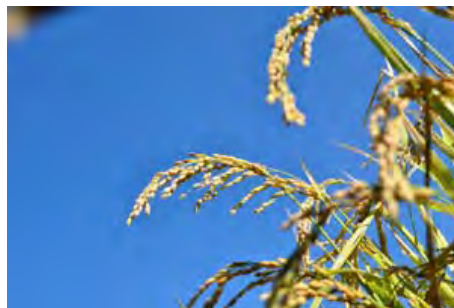
平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 最優秀 八王子市 広報はちおうじ 平成25年12月1日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 最優秀 八王子市 広報はちおうじ 平成25年12月1日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部)入選作品

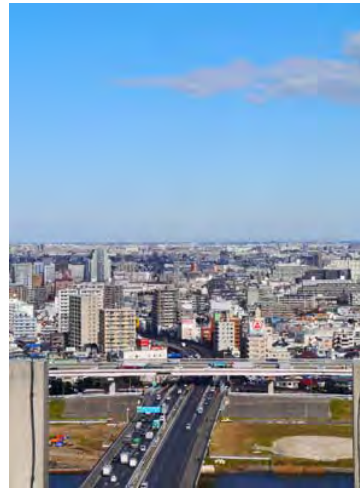
第一席	区市町村名	足立区
	広報紙名・掲載号	あだち広報 平成25年1月1日号
	意図	「あーっ知ってるよお化け煙突でしょ！」と10歳くらいの子どもが声をあげ、「そんなのがあったんだ？」と親が答える。昭和39年まであった区のランドマーク、千住火力発電所の写真をお祭などで展示するとこんな光景を目にする。区の歴史などは、子どもこそ学校の授業で教わるが、引っ越してきて間もない親世代は知らないことも多い。 「区への愛着や誇り」をどのように持ってもらうかが区のひとつの課題となっている。今回の紙面では、区の歴史的な背景を知ってもらうことが愛着や誇りを持つひとつのきっかけになると考え、歴史的な面白さを視覚的に見せることを心掛けた。 使用した昔の写真は全て区民から募り、提供されたものである。集まった写真は合計で約1,000枚。現在との対比をしやすいように、「大規模な開発があった地域」「過去の代表的なランドマーク」などを選んだ。モノクロ、セピアなど、古い写真のもつ独特の雰囲気を生かせるように背景にはあえて暗めの色を置いている。 現在の写真は「生まれ変わったまち並み」「スカイツリーを背景にした花火」など、どれも今の区を代表するものを被写体にした。暗めの背景色の影響で紙面全体の印象が暗くなりやすかったため、新規写真はなるべくビビッドな色になるように天候や日の向きに注意し撮影した。 各分類の色も、写真では不足しがちだった褐色系を多めに使うことで全体の明るさを補っている。
	審査委員コメント	●アイデアや構成力が秀逸である。このレベルの見開きの紙面を作るのは大変だったと思う。昔の写真と現在の写真を見比べると足立区が発展してきたことがよく伝わり、足立区以外の人が見ても興味深いものになっている。 (大石) ●子供・動物・昔の写真は目を引く定番写真であり、古い写真を効果的に使用している。このような構成ならば、旧写真と同位置で撮影した写真をならべて掲載した方が、より効果的な紙面になるのではないかと。(板橋)

組合写真の部 第一席 足立区 あだち広報 平成25年1月1日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 第一席 足立区 あだち広報 平成25年1月1日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部)入選作品

第二席	区市町村名	江戸川区
	広報紙名・掲載号	広報えどがわ 平成25年4月20日号
	意図	区内では年間を通して、区民によるアットホームな地域まつりが各地で行われている。これらは、地域の町会・自治会を中心とした各種団体による実行委員会と江戸川区との共催、地元企業の協賛によって実施・運営する地域ぐるみによる「手づくりのまつり」である。主なものを数え上げても、各地区で、年に16回の地域のまつりが開催されている。どのまつりも各地域の特色を生かしたまつりとして定着しており、これは区の誇るべき「地域力」「良きコミュニティ」の表れであり、区政を支えている。 今回、各まつりの雰囲気を知ってもらうため「地域まつりコレクション」と題し、春に開催しているまつりを写真とともに紹介した。写真の選定にあたっては、区民が「自分のまちのまつりを楽しんでいる姿」、「地域のために頑張っている姿」、そして、区の特徴である「花と緑あふれる豊かな環境」が伝わるものを厳選した。 また、ガイド役として、区のおまつりキャラクター「ハッピー」をはじめとする区ゆかりのキャラクターを使い、各まつりの見どころを紹介した。
	審査委員コメント	●個々の写真は非常によく撮れている。また、春にぴったりの楽しいレイアウトになっている。少し角度を変えるとよりよくなるのではないかな。（大石） ●写真1枚1枚はよい撮れており、プリントも良い。ただ、組写真としては、全体の構成が単調なため、あまり印象に残らない点があった。色、画角、対象に変化をつける事も大切である。（板橋）

平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 第二席 江戸川区 広報えどがわ 平成25年4月20日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 第二席 江戸川区 広報えどがわ 平成25年4月20日号



平成25年度東京都広報コンクール 写真部門(組み写真の部) 入選作品

組み写真の部 第二席 江戸川区 広報えどがわ 平成25年4月20日号



映 像 部 門

〈映像部門 総評〉

●関委員

今回は●地域の歴史や行事を知り地域を好きになってもらうための親しみやすい教養番組●地域の行政に理解を深めてもらい協力を仰ぐもの●行政広報として定期的にニュースを伝えるもの●興味深いドキュメンタリー、などに分類された。それぞれに優れたものがあつたが、その地域の住民、視聴者の気持ちになって、興味を惹かれたもの、最後まで飽きずに見られたもの、広報の効果が想像しやすいもの、に高得点をつけさせていただいた。ケーブルテレビ、ホームページ、youtubeなど露出の機会は昔に比べて増えたが、行政広報は反応がダイレクトに返ってこないため一定のレベル以上を目指し向上し続けることが難しい。パターンができあがっていると改善もしづらい。そんな中でも、一方的告知にならず、知識の詰め込みにならず、受け手の気持ちになって、少しでも良く伝わる方法を模索しているものには共通して爽やかで軽やかな読後感（映像にはふさわしくない言葉かもしれないが）が残る。企画、構成が良く練られて無駄が無いからであろう。また、行政広報という性質上、オールターゲットという像を結びにくい視聴者を想定してしまい勝ちだが、身近な家族、友人など特定の人を想定し、その人だったらどんなふうに見てくれるだろうと考えながら作ることも助けとなる。堅苦し過ぎないか？、押し付けがましくないか？、ちゃんと面白いだろうか？、担当者は常に自問自答しながら高みを目指して頂きたい。

〈映像部門 総評〉

●高橋委員

今回の応募17番組を拝見して私が痛感したことは、残念な事ですが、所謂創り手の顔が見える、「作品性」「作家性」が垣間見える番組が大幅に少なくなってしまったということです。良し悪しは別として、大半が自治体のHP上でも動画公開しているルーティンの地域情報・お知らせコーナーの延長線的番組で、その数は例年より確実に増えています。であれば旧来の「作品性」としての企画力、表現・構成力、視覚的効果などを問うのではなく、そういうカテゴリーの番組としての基準を設けてこれからは評価していくほかないと思います。しかし現状としては「情報」に特化しているものと記録ドキュメントなどの番組が混在しているというのが今年度の応募状況です。

本来このコンクールは、広報的な情報の集積であっても、それをどのような演出で分かり易く興味深く、感動を共有して伝え見せるのか、という競い合いであったと思います。だからこそ「作品性」の観点から、そのワンカットの意味、音楽の良し悪しなども論じることができたのです。情報を早く的確に伝えるだけであれば、文字情報が必要な時に見れるインターネットのHPの方が断然有利ですし、広報番組も動画としてアップすることで多くの人々に繰り返し視聴してもらうことが出来ます。その様な情報番組はHP等のウェブサイト部門に応募した方が適切ではないでしょうか。現に我々にも作品はDVDではなくHPで入って見てください、という自治体もありました。そのような配信が第一目的の情報に「作品性」や完成度、ましてや感動を求めるのは酷というものでしょうし、他の人間ドキュメントなどと同じ土俵で論じること自体が無理だと思います。また一方で、大きな括りでは情報番組ですがルーティンで流すものとは一線を画し、この番組は特別に制作しました、という番組もありました。ですがこれも制作者が後ろに退いている、網羅的で中途半端な官制特集番組という感が拭えませんでした。

今回、私は唯一地域の人間をじっくり追いかけて取材した番組に一票を入れました。実はやや肩にチカラが入った作品に見えてあまり私の好みではなかったのですが、観光名所の紹介も無く、どんな話かもわからないままに視聴を始めると、冒頭部からその人間の持つ卓越した職人技や職人魂をただ丹念に追いかけるだけのシンプルな手法に半ば驚き、感動し、ぎゅっと心を驚づかみにされてしまったのです。そしてそれが他ならぬ優れた「情報」そのものであると気付き、感じ入ったと同時に、このような人間が生活している地域や社会にも自然と好奇心と興味が湧いてきたのです。これは押しつけがましい地域自慢とは無縁の世界です。

要は情報だけでは人は感動しないのです。感動しないとその情報すら体に入ってこな

〈映像部門 総評〉

いのです。それゆえ、情報番組であっても完成度を求め、心の琴線を揺さぶる為に演出に凌ぎを削るのです。それも、旗振り役の制作者の意思が前面に出ていないと視聴者との感動の共有は有り得ません。

新年早々、いろいろと注文ばかりになってしまいましたが、来年度はそれぞれの地域に住む魅力的な人間を追いかけて、掘り下げた、創り手の顔が見える高品質な「情報番組」が是非たくさんラインナップされることを切に願っています。

平成25年度東京都広報コンクール 映像部門 入選作品

最優秀

区市町村名	羽村市
題名	面打 新井達矢
時間・制作方法	15分・自主制作
主な内容	羽村市内在住の面打師、新井達矢氏の活動を追った特集番組。新井達矢氏の面作りに対する姿勢、面が完成するまでの一連の制作工程を取材した。
制作意図	テレビはむらで毎年企画している新春特別番組の、平成25年1月放映の番組（「新春特別番組市長と語ろう2013」）にゲストとして出演していただいた面打師新井達矢氏の最近の活動を広く羽村市民に知ってもらおうと制作した特集番組。 新井達矢氏の多くを語らない朴訥な人柄を表現するために、ナレーションやBGMを入れず、新井氏が持っている独特の世界観を表現した。
審査委員コメント	●市内在住の面打師の活動を追った特別番組。制作意図に「新井氏の朴訥な人柄を表現するためBGMを排した」とあるがまさにそれが成功して、若くして道を究めようとする新井氏の素顔と面打ちの興味深い行程を良く伝えている。インタビューの質問の部分をタイトルにして、彼の言葉だけが聞こえてくるところ、無音の中に引かれる絵筆の緊張感もすばらしい。黒バックに配された作品も際立っていた。 (関) ●羽村市在住の面打ち師新井達矢氏の最近の活動を追った迫真のドキュメント。氏の朴訥で清々しい人柄や卓越した面打ちの技術が画面から滲み出してくる。BGMが無いのも効果をあげているし、随所に挟み込まれるクローズアップの手元が美しい。面に最後に魂を入れる筆さばきには緊張感が伝わり感動した。(高橋)

平成25年度東京都広報コンクール 映像部門 入選作品



平成25年度東京都広報コンクール 映像部門 入選作品

第一席

区市町村名	江戸川区
題名	えどがわ区民ニュース 平成25年8月1日号特集 歴史が彩るにぎわいの水辺 ～生まれかわる新川～
時間・制作方法	22分・委託制作
主な内容	江戸川区内を東西に流れる「新川」は、江戸時代に開削・改修された一級河川である。この新川の開削の理由や由来などを、区民の歴史研究会の皆さんと紐解き、知られざる地域と新川の関わりを明らかにしていく。 しかし近代に入り、地盤沈下や水質の悪化で新川と地域の縁が切れてしまうこと、これに対し護岸耐震化と併せた環境整備が進められ、地域住民の活動も盛んになってきていることを紹介する。 地域と行政が協力し、まちのシンボル新川を盛り上げていこうとする様々な取り組みを通し、川の将来像を考える。
制作意図	今回の番組は、新川の歴史や古くからの地域との関わりを区民の皆さんに知ってもらうこと。また、その歴史を踏まえつつ、新川の輝きをさらに増そうとする地域の皆さんの活動や区の取り組みの紹介を通し、新川はわがまちの誇るべき財産であるという認識を視聴者に持ってもらうことを意図し制作しました。 まちの価値をわかりやすく提示し、住民の満足度を高めることは行政広報の役割と普段から考えていますが、この番組もそうした考え方に沿うものです。 そのため、地域の方による講談を織り込み、資料映像をふんだんに使うなど興味を引くよう工夫を加え、現在行われている活動もボランティアの皆さんの意図が伝わるよう丁寧な取材を心がけました。
審査委員コメント	●区内を東西に流れる新川。関ヶ原の講談から始まり家康の命で作られた新川の歴史をひも解く工夫は秀逸。歴史から検証することで、現在の環境整備の必要性を強く感じさせるつくりとなっている。史談会の方々や昔を知る人々の証言は目に浮かぶようにリアルであり、一度輝きを失った新川から多くを学び、誇るべき財産として磨きをかけていこうという区長の思いも良く伝わってくる。（関） ●江戸川区内を流れる「新川」の過去から現在までの全てが分かる、楽しくためになるドキュメント。地元の方の講談で語られる新川の波乱万丈の歴史と再生も、改めて知ると興味深い事実で満ちている。随所に見られる字幕のフォローも適切で分かりやすい。「史談会」ほか、新川を愛する住民パワーがこちら側にもひしひしと伝わってくる。（高橋）

平成25年度東京都広報コンクール 映像部門 入選作品

第二席

区市町村名	台東区
題名	たいとう浮世絵めぐり～浮世絵に描かれた台東区～
時間・制作方法	20分・委託制作
主な内容	ナビゲーターと区民レポーターの二人が、歌川広重らの浮世絵に描かれた場所を訪れ、現在の風景と対比させながら、今も残る名所、言い伝え、また現在は消えてしまった風景等をレポートしていきます。
制作意図	上野・浅草を中心とする、現在「台東区」と呼ばれる地域の風景が、「浮世絵」のモチーフとして多数描かれていることを多くの方に周知し、それをきっかけとして区内を散策したり、歴史にふれてもらうことで、「台東区」の魅力を再発見してもらいたい。
審査委員コメント	●台東区にこれだけ沢山の浮世絵に描かれた名所があるとは驚いた。ナビゲーターと素人代表の区民レポーターと良いコンビになっていた。残っている風景、消えてしまった風景それぞれの解説が行き届いていて、広重の独特な俯瞰の視点、大胆なトリミング、現在とは違う地名の表記など興味深い点が数々紹介される。有名ではない浮世絵の中にも名品が数々あることにも気づかされた。（関） ●歌川広重らの浮世絵をもとに、絵の描かれた場所をリポーターが訪れ、現代の風景と重ね合わせていく好企画。隅田川沿岸を中心に、真乳山、浅草寺、首尾の松、上野山内月の松などの現在の姿を紹介、なるほどと思わせてくれる。このような企画にありがちな堅過ぎる印象は無いのだが、やや細部に入りすぎて浮世絵中級者以上でないと理解できない箇所も散見された。（高橋）

平成25年度東京都広報コンクール 映像部門 入選作品

第二席

区市町村名	品川区
題名	品川歴史探訪 大森貝塚とモース博士～日本考古学の出発点
時間・制作方法	10分・委託制作
主な内容	1877（明治10）年に 来日したモース博士は、汽車で横浜から東京へ向かう途中、大森駅をすぎたあたりで、左側の車窓から貝殻の露出している崖を見つけ、直感で古代の貝塚であると見抜いた。モース博士によって発掘調査が行われたこの場所が、のちに日本における考古学発祥の地と呼ばれることになる「大森貝塚」だった。 この「大森貝塚」の発掘場所を巡って、品川区と大田区それぞれに石碑が作られるなど長らく物議を醸してきたが、1984年の品川区側の発掘調査で、モース博士が発掘したものと同じ縄文時代後期の貝塚が発見されたことで、論争に終止符が打たれた。「大森貝塚」とモース博士を中心に、その歴史とエピソードを紹介する。
制作意図	品川区には、考古学の時代から昭和まで、重要な歴史の舞台となった史跡や記念碑、墓碑等が多く残されている。それらに関する物語を紹介するとともに記録に残すことを目的に、品川歴史探訪シリーズを作成。今回は、モース博士と大森貝塚を取り上げ、あわせて品川歴史館、大森貝塚遺跡庭園を紹介した。
審査委員コメント	●区内に多く点在する史跡、記念碑を解説する品川歴史探訪シリーズの一編。今回のテーマは、かの有名な大森貝塚であるが、詳しい事は多くの人知らないであろう。日本における考古学発祥の地ともいわれる歴史的価値を資料を元に多面的に解説。さらに縄文時代からの歴史も織り込まれ、改めて歴史の奥深さを痛感させる。品川歴史館、大森貝塚遺跡庭園の存在も知り訪ねてみるきっかけとなる。（関） ●1877年（明治10年）に来日したアメリカの動物学者エドワード・モース博士が、横浜から新橋へ向かう車窓から発見したのが大森貝塚である。その後発掘され、日本における考古学発祥の地と呼ばれるようになった。番組ではこの大森貝塚を中心に品川区の豊富な史跡、記念碑などの歴史遺産を、品川歴史館、大森貝塚遺跡庭園などを訪れ、丁寧に紹介している。全体に必要な情報が整理して構成されていて分かりやすく興味をそらさない。（高橋）