

報道関係 各位

第8回「JLAA 地方創生アワード」決まる

最優秀賞は函館市、岡山県、おかやま城下町物語実行委員会

優秀賞は札幌市、茨城県、岐阜県、東大阪市、鳥取県

～地域の底力をアップさせる事業など～



一般社団法人日本地域広告会社協会

<http://www.jlaa.jp/>

全国の都道府県で活躍する広告会社を会員に、日本最大の広告会社ネットワークをもつ一般社団法人日本地域広告会社協会（略称：JLAA、所在地：東京都港区新橋2-16-1、理事長：後藤 一俊・株式会社中広代表取締役会長、会員数：57社）は4月1日、第8回「JLAA 地方創生アワード」の受賞者を決定しました。コロナが収束し、国内観光もインバウンド観光も復活してきています。さまざまな地域活性化イベントや観光、交流人口の拡大を目指した事業が全国の各地域で展開されてきています。当協会は地方都市で実施されている地方活性化につながる優秀な事業を表彰し、社会全体で広く共有していくことを目的に、2016年に「JLAA 地方創生アワード」を創設しました。全国の当協会会員社が、それぞれの地域で行政機関などから受託した事業を対象に選考し、毎年表彰しています。8回目となる今回は、2023年1月から12月までの1年間で実施した事業から12件がエントリー。厳正な審査の結果、最優秀賞3事業、優秀賞5事業を下記のとおり、それぞれ決定しました。

* 賞ごとに北から

<最優秀賞>	
●北海道函館市	中国人富裕層向け観光コンテンツ造成・販売事業
●岡山県	「第40回伝統的工芸品月間国民会議全国大会」開催運営業務
●おかやま城下町物語実行委員会	宇喜多二代とその妻、岡山城を巡る周遊事業
<優秀賞>	
●北海道札幌市	関係人口創出事業運営業務
●茨城県	茨城県リスティングポータルサイト構築業務委託
●岐阜県	「清流の国ぎふ」文化祭2024及び清流の国ぎふ総文2024に係る地域情報誌等広報委託業務
●大阪府東大阪市	令和5年度東大阪市商業振興コーディネート業務 (東大阪市 SNS を活用した個店等の魅力発信業務)
●鳥取県	とっとりスイーツフェスタ

《総評》

第8回「JLAA 地方創生アワード」は、観光誘客に向けた取り組みやイベント開催、そして地域に「力」を付ける事業などが受賞しました。全体を通じて、地域の人やお店、会社や生産者が関わるシーンを演出しながら展開される事業が目立ちました。社会全体として、持続可能なサステナブル観光のコンテンツの開発が求められてきているトレンドに沿った動きで、非常に好感がもてました。それぞれの地域の活性化を担うのはその地域の「人」であることが、共通認識になってきている動きが見て取れます。また、常に勉強し、

新しい技術を自ら習得していく、リスキリングの動きの一端も垣間見えました。コロナが収束し、新しい社会システムが作られていく過程の中にある事業が多くありました。

＝ 第 8 回「JLAA 地方創生アワード」 の概要 ＝

- 名称： 第 8 回 「JLAA 地方創生アワード」
- エントリー期間：2024 年 1 月 21 日～2 月 21 日
- 対象事業： JLAA の会員社が地方創生の分野で関わった、地方自治体および関連団体が主管する事業で、2023 年 1 月から 12 月までに実施されたもの。
- 選定方法： JLAA の理事で構成される審査委員会の委員が「企画性、計画性、波及効果、有効性、地方創生力」の 5 項目を採点し、合計点によって上位より各賞を決定しました。
- 審査委員： JLAA 理事（10 人）

* 賞ごとに北から

最 優 秀 賞

- 事業主体：北海道函館市
- 事業名：中国人富裕層向け観光コンテンツ造成・販売事業
- 受託 JLAA 会員社：株式会社インサイト（北海道 正会員）

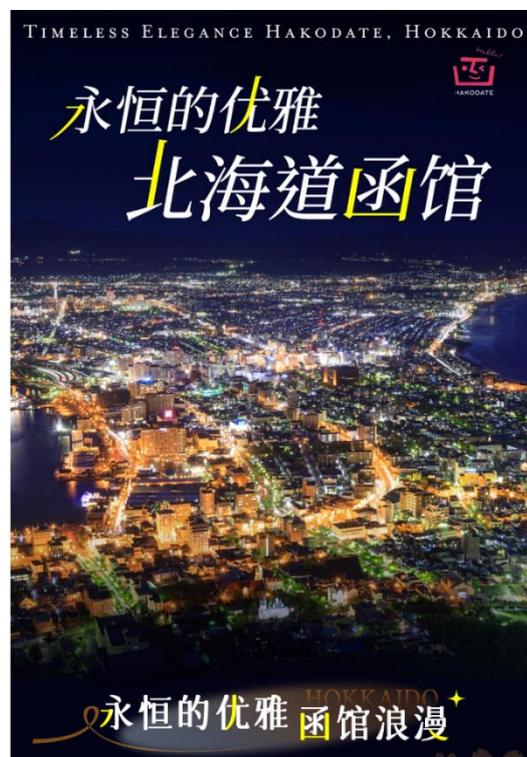
人気の観光都市の 1 つである函館市が、中国人の富裕層をターゲットにした観光コンテンツ開発を地域事業者と連携し、地域の資源を最大限に活用して、これまで知られなかった観光コンテンツを発掘した事業。函館市の魅力を引き出し、テーマ性のある高付加価値の 5 つの観光商品を開発。モニターツアーを通してコンテンツ造成だけでなく、今後の中国人富裕層へのアプローチ方法についても有効なヒントを得るまでに。販路開拓も、富裕層向けに特化した予約サイトや中国最大手 OTA サイトでの掲載などを推進。地域の理解を得て、実証実験の結果を地域にフィードバック。自走化に向けた地域事業者が主導する観光商品開発から販路の拡大まで、持続可能な仕組みを構築し、観光マーケティングの新しいステージを作り出しています。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・インバウンドが戻ってきたタイミングでのタイムリーな事業。
- ・恐らく今後数十年で全国の地域でも日本が直面する課題に取り組んでいるのが素晴らしいです。
- ・PDCA が回せる企画になっていて、将来的に地元への貢献が期待できます。

- 事業主体：岡山県
- 事業名：「第 40 回伝統的工芸品月間国民会議全国大会」開催運營業務
- 受託 JLAA 会員社：株式会社ビザビ（岡山県 正会員）

伝統的工芸品に対する国民の理解と普及を目指す「第 40 回 伝統的工芸品月間国民会議全国大会」の岡山開催を、岡山らしさ満載で実施でき、かつ、「晴れの国が、晴れの舞台。」のコンセプトや、さまざまなツール、企画を織り交ぜて、次代を担う若者への伝統的工芸品に対する関心の喚起に貢献した事業。岡山市内の商業イベント



「備前岡山ええじゃないか 2023 大誓文払い」との連携を含め、徹底した認知の拡大を進め、幅広い世代に訴求し、岡山らしい全国大会を作り上げています。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・細かい業務計画作成により、良い結果につながったと思います。
- ・伝統工芸品という分野にもかかわらず、若い世代を上手く取り込んでいます。
- ・クリエイティブが優れています。



■事業主体：おかやま城下町物語実行委員会

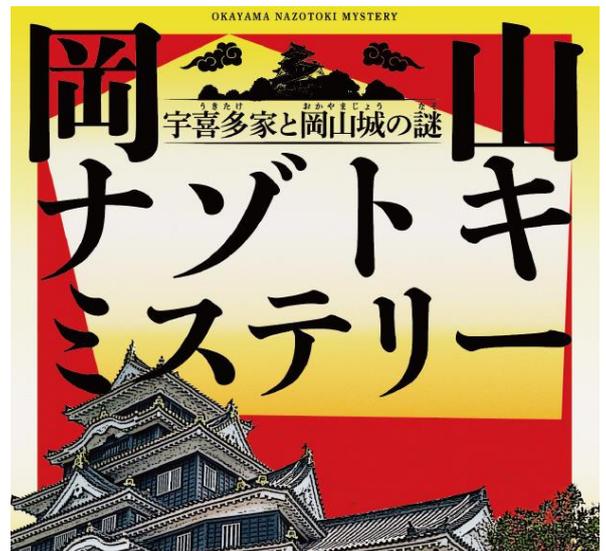
■事業名：宇喜多二代とその妻、岡山城を巡る周遊事業

■受託 JLA 会員社：株式会社ビザビ（岡山県 正会員）

岡山城を周遊・探検する事業を通じて、宇喜多直家公・秀家公、その妻おふく・豪姫や岡山城そのものを深く知ってもらい、親しみや愛着を醸成するとともに、岡山城の魅力を市内外へ発信する事業を、紙を使った謎解きというアナログな方法を採用することで、スマホを使わない世代（小さいお子さんやお年寄り）まで参加しやすく仕立てました。岡山城の認知度向上と来場者数を増加させること。謎解きも、紙を折って謎を解く“折り謎”も満足度を向上させました。岡山城の年間来場者数が45万人と過去最高数を記録。謎解き期間中、入場者数の約16%が謎解きに参加し、そのうち39%が謎解きを達成しています。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・アナログでの施策が好感を持ってました。
- ・はやりの謎解きをベースに岡山城の魅力発信が上手くできています。
- ・子どもから大人まで楽しめる企画というのが素晴らしい。



優秀賞

■事業主体：北海道札幌市

■事業名：関係人口創出事業運営業務

■受託 JLA 会員社：株式会社インサイト（北海道 正会員）

北海道において、札幌市以外の都市の人口減少が顕著で、道内市町村の振興や関係人口の拡大が大きな課題となる中、札幌市と近隣11市町村で形成される「さっぽろ連携中枢都市圏」（小樽市/岩見沢市/江別市/千歳市/恵庭市/北広島市/石狩市/当別町/新篠津村/南幌町/長沼町）の若者が北海道内の各地域に実際に滞在し、



地域で抱えている地域課題に対する解決策の検討や、地域との交流イベントに参加・体験するなどの地域活動を行うなど、地域のニーズに応じた滞在型プログラムの企画・運営を行う事業。プログラムへの参加によって当該地域に関する理解を深め、同時に、魅力を発信する主体となることを目指します。本事業で選定した地域は、ワイン用ぶどう収穫期の人材が不足している「余市町」、若年層の流出により高齢者の割合が40%を超える「比布町」、観光繁忙期に湖周辺のゴミ拾い活動などの人手が不足している「千歳市」の支笏湖町内会の3地域。それぞれの地域課題にさっぽろ連携中枢都市圏の若者が関わることで関係人口増につながる化学反応を起こしています。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・札幌市と他地域の連携を強化して地域を活性化していく事業意義は評価できます。
- ・特定の国や地域で生きる事において関係人口がどれだけ大切なものが少しずつ明らかになってきています。とても大切な事業だと思います。

■事業主体：茨城県

■事業名：茨城県リスクリングポータルサイト構築業務委託

■受託 JLAА 会員社：株式会社日宣メディックス（茨城県 正会員）

茨城県内企業のリスキリングを推進する環境を早急に整えることを目的に、補助金、優良な企業の取り組みやロールモデルなどの情報発信機能を持つポータルサイトを構築する事業。全国的に見てもかなり短い期間で立ち上げることができました。サイト公開後は、社内のウェブ解析士有資格者が的確なアドバイスを行い、常にブラッシュアップ。サイトが充実するにつれて、問い合わせも増加。まだまだリスキリングの理解度が低い中、リスキリング推進企業の後押しやシンポジウムの開催など、本ポータルサイトの役割は大きいと考えます。



～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・企業経営者の今の最大の関心事に関する取り組みで素晴らしい。
- ・時代にマッチしています。
- ・ウェブ解析士が機能しブラッシュアップが図られている点が優秀。

■事業主体：岐阜県

■事業名：「清流の国ぎふ」文化祭 2024 及び
清流の国ぎふ総文 2024 に係る
地域情報誌等広報委託業務

■受託 JLAА 会員社：株式会社中広（岐阜県 正会員）

令和6年度に岐阜県で開催する「清流の国ぎふ」文化祭 2024」と「清流の国ぎふ総文 2024」の二つの文化祭の広報事業。地域情報誌やテレビ番組、YouTube 及びフリモアプリなどを活用し、



岐阜県民に周知しました。地上波、紙媒体、Web の3つのメディアを連動させて盛り上げることができました。また、両文化祭の紹介告知だけにとどまらず、組織、団体、人、そして彼らの取り組みにスポットを当てること

で、岐阜県の文化（清流文化）を深掘りし、広く興味を喚起しました。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・さまざまなメディアを活用して2つの異なる文化イベントを広く県民に訴求しています。
- ・地域メディアによるメディアミックスの正しい形だと思います。
- ・二つの大きなイベントを同時にアピールすることにより相乗効果が生まれました。

■事業主体：大阪府東大阪市

■事業名：令和5年度東大阪市商業振興コーディネート業務(東大阪市 SNS を活用した個店等の魅力発信業務)

■受託 JLA 会員社：株式会社関西ぱど（大阪府 正会員）

あらゆる生活のシーンに IT が登場するようになり、買物をする際の消費者の情報源として SNS の存在が重要なポジションをしめてきています。こうした中での、商業振興における SNS を活用した情報発信事業。東大阪市内の各個店および商店街が SNS を活用し自ら販路を開拓できるように、専門事業者が、戦略的できめ細かいハンズオンの支援を行いました。SNS 活用法ガイドなども制作。東大阪市内の商業活性化に向けた継続的な DX 化の推進にも役立ちました。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・小規模な事業者にとってハンズオン型の支援は非常に助かります。「SNS 活用法ガイドブック」も非常に分かりやすい。
- ・細かいサポート体制で知識のない方でも参加でき、業績アップが期待できます。
- ・SNS 活用方法の習得レベルに応じたサポートが手厚い。



■事業主体：鳥取県

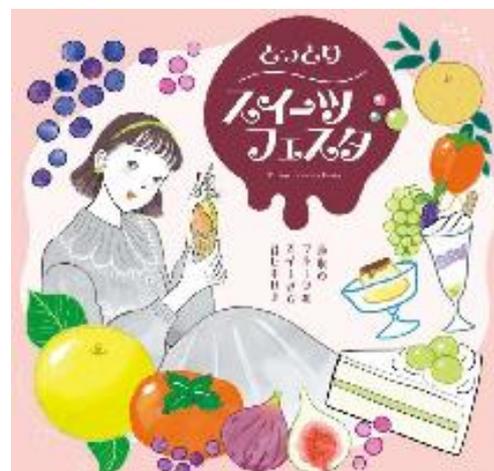
■事業名：とっとりスイーツフェスタ

■受託 JLA 会員社：株式会社中広（岐阜県 正会員）

鳥取県産フルーツを使ったスイーツイベント「とっとりスイーツフェスタ」の開催を通じて、鳥取県の果実の魅力を発信する事業。初めての開催でしたが、梨や柿など、県産のフルーツを使ったスイーツを取り扱う県内の飲食店が一堂に会し、約 2500 人が来場。地域情報誌やラジオ等で開催告知を行い、鳥取市、倉吉市、米子市の 3 会場で開催。県産品の消費拡大、県内生産者の所得向上、交流人口の増加を図ることができました。

～審査委員コメントからの一部抜粋～

- ・キービジュアルが優しい感じで受けが良さそう。
- ・イベントは一過性なものに終わるパターンが多いので、イベントをきっかけにして生産者と消費者がつながっていくことを想定したアイデアがあればより良かったと思います。
- ・初開催で、出店者にとって非常に有意義なイベントだったと思います。



以上

* 使用している画像データがご入用の際には事務局にご連絡下さい。

<参考情報>

★★過去の JLAA 地方創生アワード★★

第1回から昨年の第7回までの JLAA 地方創生アワードに関しては、JLAA の WEB サイトにて公開しています。日本各地の地域を元気にするさまざまな事業が受賞しています。あわせて参照ください。

第1回	http://www.jlaa.jp/award/01/index.html
第2回	http://www.jlaa.jp/award/02/index.html
第3回	http://www.jlaa.jp/award/03/index.html
第4回	http://www.jlaa.jp/award/04/index.html
第5回	http://www.jlaa.jp/award/05/index.html
第6回	http://www.jlaa.jp/award/06/index.html
第7回	http://www.jlaa.jp/award/07/index.html

★★JLAA 観光マーケティング実務責任者 養成事業★★

<http://www.jlaa.jp/jlaatmo/>

JLAA では、2017 年より「JLAA 観光マーケティング実務責任者」の養成事業を実施しています。観光庁が推進する DMO、観光地域づくり法人において、観光マーケティングの知識をもつ人材の需要が高まってきたことを受けて、次の視点に基づいて、観光マーケティングの知識やノウハウを習得する機会を広く提供しています。

- (1) 観光地域づくりを行うことについての多様な関係者の合意形成
- (2) 各種データ等の継続的な収集・分析、データに基づく明確なコンセプトに基づいた戦略（ブランディング）の策定、KPI の設定、PDCA サイクルの確立
- (3) 関係者が実施する観光関連事業と戦略の整合性に関する調整・仕組み作りおよびプロモーション



<この件に関するお問い合わせ先>

JLAA 一般社団法人日本地域広告会社協会

事務局 担当：武（たけ）、高橋

TEL : 03-6206-7259

Mail: contact@jlaa.jp

<報道機関の方からの問い合わせ先>

クロスボーダー株式会社

菅原 090-7631-3227

富山 090-4391-4089

Mail: press@x-border.co.jp