

広報紙の紙面交換事業として、墨田区の広報担当職員が友好都市を取材します



## 人がつながる情報発信で交流強化

### 広報紙交換でお互いの都市を知る

墨田区は、長野県小布施町<sup>おふせまち</sup>、栃木県鹿沼市<sup>かぬまし</sup>、山形県鶴岡市<sup>つるおかし</sup>と友好都市協定を結んでいます。区はこのうち小布施町・鹿沼市の両自治体と2016（平成28）年度から、シティプロモーションの一環として、広報紙の紙面交換事業を始めました。この事業では墨田区報で小布施町と鹿沼市の情報を発信し、両市町の広報紙で墨田区の情報を発信。お互いの担当者が相手方の自治体を取材し伝えることで、友好都市の魅力を再発見し、人と人とのつながりを深めるきっかけとなっています。

### シティプロモーションの一環で

“出会いが つながるまち 墨田区へ” “すみだ北斎美術館オープン” “これらの見出しは、墨田区報ではありません。前者が『町報おぶせ』後者が『広報かぬま』です。

一見、墨田区報と見間違えそうな見出しですが、それぞれ小布施町の職員、鹿沼市の職員が実際に墨田区を取材し、広報紙の原稿を書きました。

一方、墨田区報には2016（平成28）年9月11日号に鹿沼市の特集を、今年2月11日号に小布施町の特集を掲載しました。

墨田区は2015（平成27）年度

「墨田区広報広聴戦略プラン」を策定し、基本戦略の一つとして「すみだの魅力発信の充実によるシティプロモーションの展開」を掲げました。

墨田区のシティプロモーションの大きな特徴は、「シビックプライド」と「スタッププライド」の二つのプライドの醸成を図ることです。

「シビックプライド」は、「区民が自分の暮らすまちに対して抱く愛着や誇り」のことで、区の知名度・イメージや、「自らが地域の発展に関わっている」という自負心を向上させるアプローチを探ります。PR動画を作成したり、多様な媒体で幅広く情報を発信したり、ポイントを



友好都市である小布施町の  
市村良三町長(左)と握手する  
山本亨墨田区長



墨田区シティプロモーションの  
ロゴマーク

絞った施策を展開し、集中的にPR  
するなど、多くの自治体が展開して  
います。

「スタッフプライド」は墨田区独  
自の概念で、「職員が業務そのもの  
や行政に携わることに対して抱く誇  
り」と定義しています。これにより、  
職員一人ひとりの情報発信力が高ま  
り、ひいては区のイメージアップに  
つながります。

小布施町と鹿沼市との紙面交換事

業は、区報(広報紙)を活用したシ  
ティプロモーションを契機として始  
まりました。

### 新たな住民交流のきっかけに

墨田区は友好都市と協定を結んで  
いるものの、その事実や交流事業を  
一人でも多くの住民に知ってもら  
うことが課題となっています。今後は  
特性の異なる地域同士の協力関係を  
深める必要性も増してきます。

## 区民主体の地域間連携

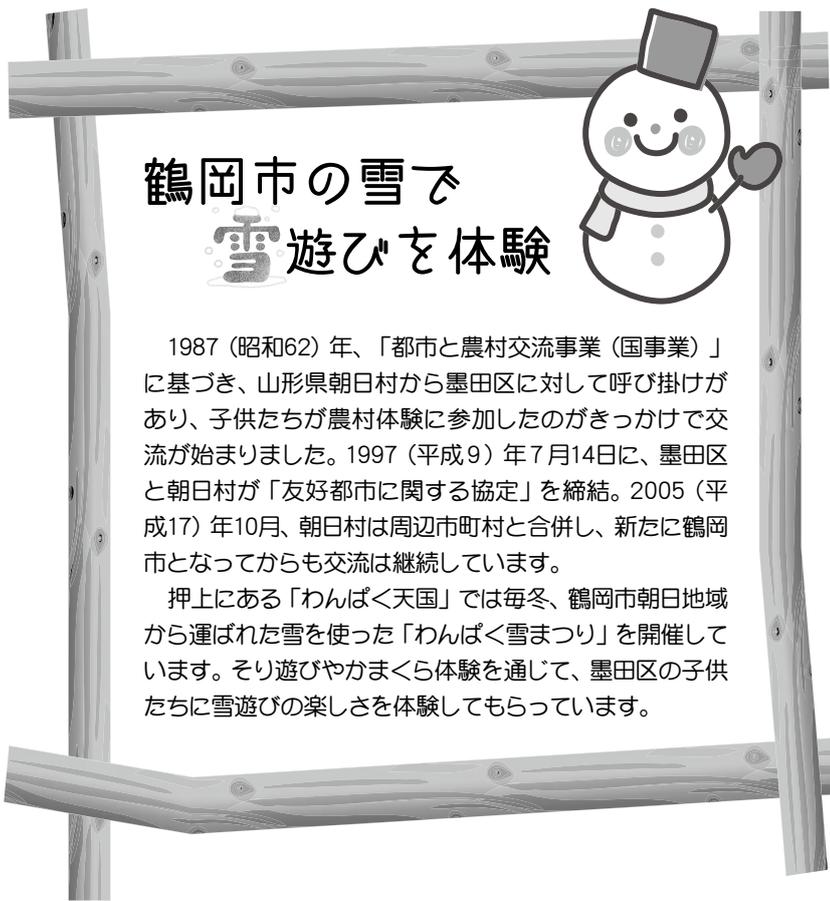
この両国北斎ふるさと市場では、全国各地の野菜や果物などの産品を販売していますが、私の仕事は、生産者の方々とつながりを築くことだと考えています。墨田区の友好都市である小布施町とは、13年ほど前に開催したイルミネーションパザールに出店していただいたのを機に、交流が始まりました。小布施町



両国北斎ふるさと市場 北斎通り商店会会長 小野澤 満 さん

の栗、リンゴ、ソラマメなどはどれも大変おいしいと人気です。

私は今、あるひとつのストーリーを描いています。それは、生産者の方に野菜を持ってきていただいたとき、すみだ北斎美術館や東京スカイツリー®、江戸東京博物館などを見てもらえるよう、チケットを差し上げるということ。来街者が増えれば墨田区は潤いますし、生産者にとっては、東京に来て、まちに触れ、市場の様子を見ることで、東京ではどんなものが売れるのかが分かります。こうした動きが、一生産者に止まらず地域全体に広がっていき、活性化にもつながるのではないのでしょうか。この市場の運営を通して、墨田区の賑わいづくりに役立つことはもちろん、地方の方にも喜んでいただければ嬉しいのです。



## 鶴岡市の雪で 雪遊びを体験



1987（昭和62）年、「都市と農村交流事業（国事業）」に基づき、山形県朝日村から墨田区に対して呼び掛けがあり、子供たちが農村体験に参加したのがきっかけで交流が始まりました。1997（平成9）年7月14日に、墨田区と朝日村が「友好都市に関する協定」を締結。2005（平成17）年10月、朝日村は周辺市町村と合併し、新たに鶴岡市となってからも交流は継続しています。

押上にある「わんぱく天国」では毎冬、鶴岡市朝日地域から運ばれた雪を使った「わんぱく雪まつり」を開催しています。そり遊びやかまくら体験を通じて、墨田区の子供たちに雪遊びの楽しさを体験してもらっています。

そこで、まずはお互いの都市について住民に知ってもらい、身近に感じてもらうことを目指して、住民にとって身近な情報媒体である広報紙の紙面交換を始めました。

区は、お互いを「知る」。そして、「身近に感じる」。さらに、「交流が拡大し、深まる」という流れの端緒にしたい考えです。区の担当者は「まずはお互いの都市を知ってもらい、

住民同士の交流、組織的な交流を密にしていきたい。広報の企画を通じて交流の場が増えていくのが大きな目的。ここから新たな住民交流が生まれてほしい」と期待します。

小布施町の町長は、墨田区報での小布施町特集を見て、その号を町内に回覧したそうです。小布施町は「おぶせ第二町民制度」という町と町外に住む人たちとの新しい関わり

方を提案しています。様々なきっかけで小布施を知り、町に愛着を持ち、継続的に関わってもらえる町外の人たちを「第二町民」として認定しています。

葛飾北斎が愛した小布施は、北斎生誕の地である墨田区との縁が深いまちです。紙面交換をきっかけに小布施を第二のふるさとにする墨田区民が現れるかもしれません。

また、こうした紙面交換では、墨田区内にある「小布施」も発見することができました。北斎通りにある両国北斎ふるさと市場では、小布施町の生産者グループとの交流で、小布施産のリングゴや野菜を販売しています。この情報は、『町報おぶせ』の墨田区特集に掲載されましたが、小布施町の職員だからこそその話題だと言えます。

パイプを太くし、広報担当同士の風通しを良くしたい」と話します。

今後は、広報紙だけでなく各自治体を持つ様々な媒体を通じて情報発信の機会の拡大を図る考えです。その一環として、今年度は小布施町の「小布施六斎市」、鹿沼市の「鹿沼秋まつり」にブースを出し、直接PRできるよう調整しています。

### 人と人がつながる情報発信

墨田区のシティプロモーションテーマは、「人と人とのつながり」。そして、ロゴマークには「人つながる 墨田区」とあります。自治体間連携と言うと、自治体と自治体という行政組織同士のお付き合いをイメージしてしまいがちですが、その真の目的は人が主役となり、お互いにつながることです。

こうした取り組みは、地元の新聞や日本広報協会の機関紙でも紹介され、複数の自治体から問い合わせがあるなど、副次的な効果も生んでいます。

区では今後も、友好都市との紙面交換事業を継続していく予定です。担当者は「友好都市の広報担当との

お互いがお互いのまちをPRする広報紙の紙面交換は、そこに携わった職員同士の絆を深め、紙面による情報発信を通じて住民同士が出会いきっかけも作り出しています。こうした人と人とのつながりが、お互いのまちの魅力発信、まちの活性化の原動力になっていくことでしよう。