

# 伊藤構成員資料

# 地域にラジオ局があるということ

- 災害情報や交通情報などの地域の情報ニーズに応えるメディアの在り方 -

コミュニティ・サイマルラジオ・アライアンス

事務局長 伊藤 恵

## [ラジオの特性]

### リアルタイム と 起動力

- ・リアルタイム → 紙1枚で情報伝達
- ・起動力 → 身一つで取材

火災が発生、人身事故で列車の運行が遅れている、地震の発生、生活のなかで、大規模ではないけれど、生活に支障をきたす緊急情報は、結構あります。

その時に、紙1枚をナビゲータに渡すだけで、情報が放送されます。

地域の情報は、リスナーに共有のメタデータなので、例えば住所を言うだけで、事足ります。

場合によっては、携帯電話を持って、発災場所に駆けつければ、その場所からレポートをすることができます。

地域住民にとって必要なことは、**今、何が起きているか** を知ることです。

## [ラジオ局であること]

### 受信機がすでに普及をしていた OLD MEDIA

今の子供はラジオ受信機という商品を知らないという時代に入ったが、ラジオが普及していることには間違いはありません。

地域メディアとしてラジオ局であることは、地域住民にとっては受け入れられやすい状況です。また、開局時においても地域のコンセンサスを得られやすいということも言えます。

放送局を開設する場合に、受信機の普及を1から考えなくてよいということは、開設へのハードルを低くしたということは言うまでもありません。

しかし、**周波数を周知**しないといけないという別のハードルが新たに出現しました。

## 〔地域のニーズの高さ〕

### 阪神淡路大震災以前から計画

平成7年に阪神淡路大震災が発生しました。翌年、ひと月に3局以上開局するという状況で、平成8年には計38局が開局しました。この時一般的には、「コミュニティ放送の開局ブーム」と言われましたが、放送局を開局するには、電波伝搬調査に始まって、様々な手続き、準備が必要です。その期間とすれば1年間は有にかかります。

阪神淡路大震災が起きたので準備にかかったとして、翌年に開局はできません。

平成4年にコミュニティ放送が制度化された時から、地域の関心は非常に高いものでした。ただ、送信出力の上限が1Wであったことと、放送局を運営するということが海のものとも山のものとも分からないという躊躇があり、なかなか動かなかったという状況がありました。阪神淡路大震災の時にラジオの有用性を目の当たりにしたことと平成8年3月に出力が10WにUPしたことと相まって、開局が加速したということがあります。

**わが町にラジオ局があったら**というニーズは、今も衰えることがないように思います。

それは、運営形態を変えてでも開局されているということに表れています。

### 第3セクター→民間株式→有限会社→NPO法人→協同組合

では、なぜ、ラジオ局を地域はやりたいのでしょうか？

阪神淡路大震災があり、その後も大規模震災が続き、またゲリラ豪雨などの風水害の主に復興などに地域でラジオからの情報が一定の存在感を持って、きたことは言うまでもありません。

災害時、防災に関しての期待は、今も変わりません。

このほかに以前であれば、ラジオが好きだから作った・私たちの地域の規模であればラジオがあってもいい・県域放送ではどうしても中心部の情報が主なものになり、それを聞いても遠すぎて行けないので、身近な情報がほしいなどがありました。

今は、**ラジオ局＝地域の自立性の高まり** によって、開局するケースがあるように見受けられます。それは、地域活性化であったり、より局地化する災害対策であったり、犯罪防止であったり、わが町のことはわが町でという意識があり、その手段として、開局をしたいということです。

周波数の割り当てが難しいことから、送信出力を抑えても開局する放送局が増えていることからわかるように、まだまだ、**潜在的な開局希望**は多いと思います。

## [コミュニティ放送局の姿]

### どの程度聞かれているか

<まちづくり市民アンケート（鴻巣市調査）>

- ・市内在住の満18歳以上の市民4,000人対象に無作為抽出。
- ・標本数 2,105。有効回収数 2,105。（有効回収率 52.6%）

Q あなたはFMフラワーラジオを聴いたことがありますか？

- ・認知率 68.2%
- ・接触率 28.3%

Q 接触率 28.3%の回答者の内、

あなたは、市が提供している番組（ラジオ広報このす）で、市主催のイベントや行政情報を聴いたことがありますか？

- ・聴いたことがある 68.7%

このアンケート調査は、鴻巣市が合併（2市1町）した直後に実施されたもので、旧鴻巣市以外は電波も届かないし、聴いたことがないのは当然ながら、認知率が約70%と高いことは、災害時にフラワーラジオを聴いてもらえる確率として非常に高いことを示しています。また、聴いたことがある ということは、情報がきちんと到達されているということで、こちらも約70%と高い数字となっています。

### どのように聞かれているか

カーラジオにチューニングされているケースは非常に高いです。

カーラジオのアンテナは利得が高いので、固定ラジオで聴く場合は半径5Kmのところ、カーラジオでは8Km～10Km。どうしても聴きたい番組は、車の中で聴く方もいます。

その他でいうと、台所であったり、寝室であったりとラジオのいわゆる聴かれ方をしています。

街中では、

公民館のロビー（ラジカセを置いて開館中、受け付けで流しています）

市役所ロビー（支所も含め、お昼の時間帯「ラジオ広報」を放送している時間は館内放送）

商店街（「ラジオ広報」の前後を商店街の街頭拡声器で流しています）

個人商店（美容院、理髪店、レンタルボックスサロン等）

中学校（お昼休みに、職場体験の生徒が出演中、音楽祭やインタビューを放送したときに校内放送をします）

\*働きかけは局側からしていません。地元情報が多いということで、自然発生的にムーブメントが起きました。

## キラコンテンツ

例えば、オリンピックやワールドカップ、WBCは、まぎれもなくキラコンテンツです。

スポーツはリアルタイムに情報が知りたいものです。スポーツだけでなく、地域にとっては地域住民の**共有する情報**としてリアルタイムに知りたい情報があります。

（代表的なもの）

- ・市議会議員選挙開票（最後1票まで放送をします。また、市議会中継をしている局もあります。どちらもNO編集です。）

- ・花火大会の完全中継（約300の協賛者とコメントを読み上げています。花火の名前、順番をラジオで聴きながら、観覧している方は花火を楽しんでいます）毎年

- ・100Km 徒歩の旅の同行取材中継（4泊5日）

（小学4年～6年生約70人が親元を離れて100Kmを歩きます。携帯電話も持たないので、親との連絡は一再できません。親も子の様子を知ることができません。唯一は、同行取材をしているラジオの中継のみです）毎年

## 放送時間

24時間 365日

自主制作比率 93%

全放送時間中地域情報等番組 62%（残りは提供番組と音楽番組）

\*再放送や収録番組あり。

コミュニティ放送の制度の中には、毎日放送義務も24時間放送義務もありますが、災害時のことを考えた場合、夜中の災害の場合、ラジオのスイッチを入れた時に、もし無音であったら、情報を入手する手段を一つ失ったという不安を与えてしまう恐れから、ほとんどの局は**24時間、365日放送**をしています。

## 地域とのかかわり

地元にはラジオ局ができて、すぐに地域との密度が濃くなるわけではありません。なぜなら、ラジオ局も地域と放送をするだけでいいのか、どのように付き合ったらいいかわかりませんし、地域もラジオ局をどのように使ったらいいかわかりません。

しかし、開局後3年くらい経つといろいろなオーダーが寄せられます。

そのオーダーは、地域によって異なると思いますが、イベント事業を一緒に行うことや取材依頼は年を追うごとに増えていきます。

以下は主なものとして

- ・年間参加イベント数 約30回 延べ日数 約70日 ステージ運営と中継
- ・ゲスト出演回数 ひと月 約20人
- ・運動会当日告知 当日開催するかどうかを生徒に知らせるのに、電話網でも空砲でもなく、朝の6時30分と7時に放送をして、生徒が放送を聴く。
- ・学校音楽祭を放送
- ・中学生の職場体験 3日間スタジオに入って、地域情報等を放送。
- ・小学生の街探検のコース 小学2年生と4年生が放送局を見学。
- ・観光コース 観光コースの一つでDJ体験ができる。
- ・学校行事への取材 花植え・蛍・

## パブリックアクセスへの道

地域に根差していく、地域の人たちの出演が多くなる、地域の出来事の情報が多く寄せられる。そうすると、自然と放送局はパブリックアクセスの機能を有してきます。

これが、備わると、地域に根が生えた放送局として存在感が出てきます。

ただ、そこまでの道筋は、なかなか大変です。

- ・子供へのすり込み大作戦（ステッカー作戦・インタビュー作戦）
- ・市民活動への取材・放送出演（環境・町おこし・文化活動・教育・音楽・歴史）

それぞれに考えや言いたいことがあります。

マイクを向けるとそこにはスポットライトが当たります。そのことは嬉しいことですし、そのことは何年経っても忘れません。

## ポイントはローカル性

地域の顔が違うように、コミュニティ放送局の表情は違います。

カテゴリー分けをするとすれば、都市部のコミュニティ放送と地方のコミュニティ放送という分け方では、立ち位置が違うとは言えるかもしれません。

- ・ 3月に閉局する FM 多摩（東京都多摩市）
- ・ 何度も経営が変わったが継続している FM ニライ（沖縄県北谷市）

## 【災害対策】

一番大切な災害対策は、自分の地域のラジオ局を知っているかということです。

それは、避難所と知っているかということと同じです。

今、ほとんどの局は自治体と災害協定を締結しています。

災害も地域によって、プライオリティが異なります。地震なのか、津波なのか、洪水なのか、土砂災害なのか。

その土地によって、十分ではなくても対策がなされているはずですが。

ただ、放送局に人手がなかったりと、課題もあります。そのあたりは、日ごろから、地域や自治体とすり合わせをする必要があります。

- ・ 緊急割り込み装置
- ・ 緊急地震速報
- ・ 情報伝達の流れ

例えば、市役所の職員が週2回、市の広報をスタジオで放送をしています。これは、災害時に市の職員がスタジオに来て放送することを想定しています。放送に慣れてもらうという訓練でもあります。

また、大規模災害だけでなく、日常的にも火災・交通事故・（迷い人）など、防災行政無線や消防車のサイレンの音に地域の方は耳をそばだてます。

防災行政無線は聴きとりにくいので、消防か警察に電話を入れ確認をし、放送をしています。職員の皆さんの異動もありますので、日ごろから接しているということが、もしもの場合の備えと考えています。

## [運営について]

株式会社の例（NPO 法人や協同組合は別の運営なので除きます）

- 3本柱**
- ① 自治体からの広告出稿
  - ② CM 出稿
  - ③ その他事業 イベント事業・WEB 事業・印刷業・地元掲示板のデータ入力

以前は、自治体からの広告出稿と地元店舗等の CM 出稿の 2 本柱とする局も多数ありましたが、現在の経済情勢とすれば、もう一つの柱を立てなければ経営は難しいと思います。

ただ、CM 出稿が減っているなか、地域の密着度が増すと新たなスポンサーがつくという傾向もあります。

## [新たな試み]

### **サイマルラジオの START 2008 年 4 月**

<http://www.simulradio.jp>

平成の大合併後、1 自治体であるのに、聴こえない場所が増えました。面積が増えたからです。送信出力は上がりませんから、当然のことです。

放送の補完としてインターネットを利用することによって、生まれたのが、「SimulRadio（サイマルラジオ）」です。（造語です）

- ・著作権の締結には、約 4 年間で費やしました。
- ・情報デバイトがあるということは、自治体にとって非常に憂慮することなので、自治体にとっても歓迎される手段でした。

### **インターネットと融合してみて**

サイマルラジオの場合は、放送と通信を使っているという図式です。融合と言えるのかどうかわかりませんが、放送と通信の違いを実感することがあります。

- ・放送は同時不特定多数。
- ・通信は 1 対 1。SimulRadio look like Radio

放送の同時不特定多数のキャリアの許容量というのは膨大です。通信をそのレベルにする技術はあると思いますが、災害時に放送というキャリアで当該地域を網羅する場合の優位性は高いものでだと実感しています。



一方、インターネットは、**地域と外の世界を結ぶツール**として、有用です。これは、どのように伸びていくのか、伸ばしていくのか、期待できます。

- ・日本はもとより海外からも反応（バンクーバー在住の日本人からメール）
- ・ご縁が結ぶネットワーク（以前住んでいた、旅行に行った、友達が出演）

## **iPhone の活用**

iPhone への取り組みは、地域をよりアグレッシブに打ち出すことを目的に始めましたが、それだけではなく、大規模地震で被災した場合や帰宅難民にとっては、ラジオは持っていないなくても携帯電話は持っています。サイマルラジオを携帯で聴くことによって状況を把握し、GPS 機能によって自分のいる位置の確認もできます。

### **[課題]**

地域メディアとしての課題としては、合併に伴う難聴地域の増加もそうですが、これまでの放送エリアのサイズが合わなくなってきています。

それは、単なる物理的な問題ではなく、消防等の広域化、ごみ収集の広域化等々自治体の境界線が実線とは違ってきています。

地域住民（市町村単位ということだけではなく）の**利便性に合った放送エリア**の設定の必要性を痛感します。

### **[最後に]**

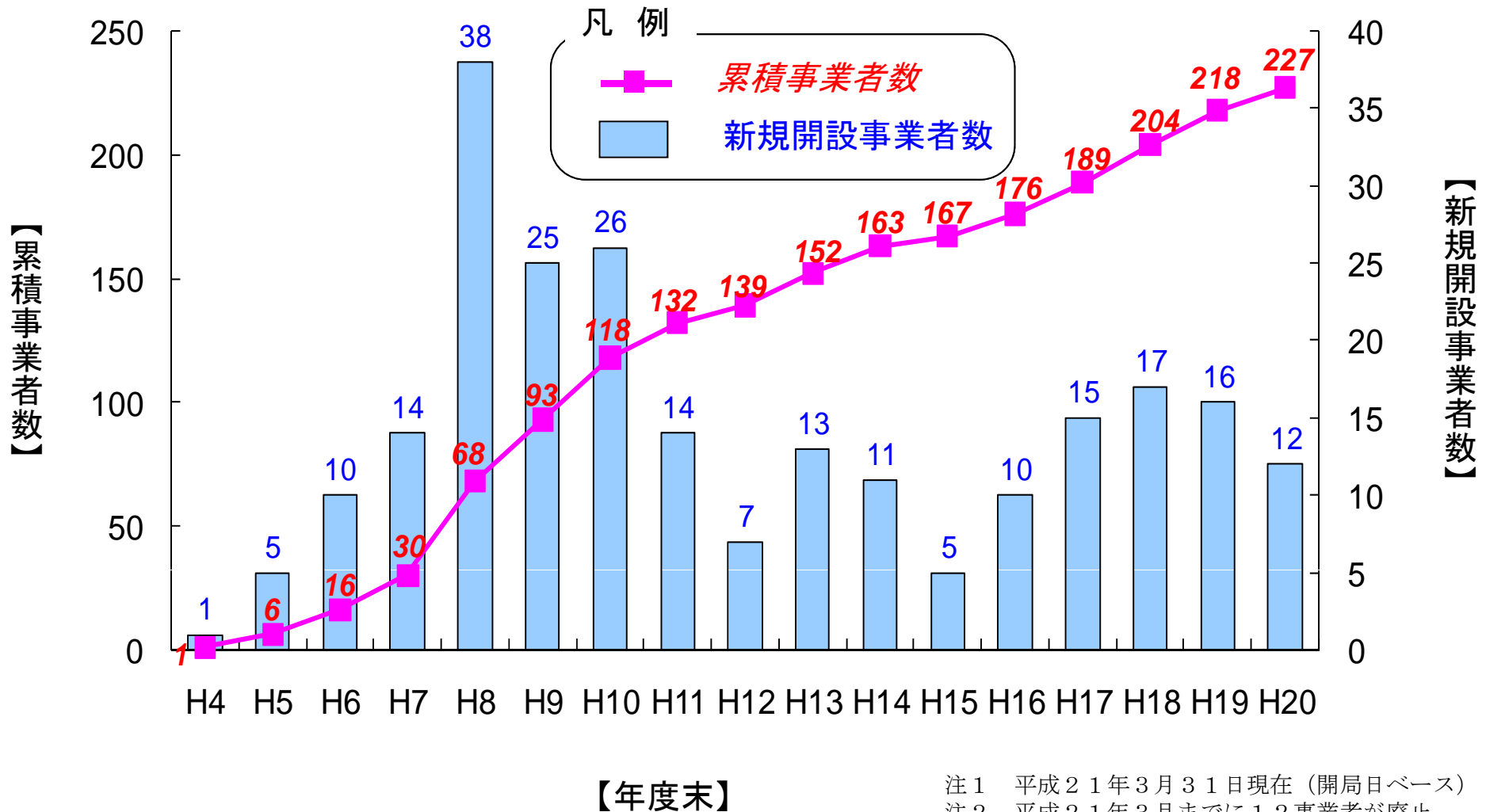
コミュニティ放送局はマイナスからのスタートで、「補う」ことを繰り返しながらここまで来ました。でも、そのおかげで「地域とともに歩むスキル」を身につけてきたように思います。この姿勢は今後も変わらないと思いますし、東京にいると気づかないですが、各地域は想像以上に**頑張**っています。

ラジオは非常にパーソナルなメディアです。同時不特定多数に送っていても、聴く人は「**自分に語りかけてくれている**」と思う、稀有なメディアです。

ですから、優しさと愛情を持って、地域に寄り添うことをこれからも心がけていきたいと思います。

# コミュニティ放送局の普及

- ✚ 平成4年度以降、数次の規制緩和や大規模災害の発生等に併せて、順調に全国へ普及。
- ✚ 経済情勢等に応じて新規開設数は大きく変動しているものの、近年は毎年コンスタントに10局強が開設。



注1 平成21年3月31日現在（開局日ベース）

注2 平成21年3月までに12事業者が廃止。1



音。ついつい速くの景色を撮りたくなるけど、ふと足元を見ると結構キレイ

**湘南メモリーレーン** [月] 14:00-16:00

曲名

"Nel Blu Dipinto Di Blu (Volare)"

アーティスト名

Domenico Modugno



今日の天気 **最高気温 21°C**

**晴れ** 最低気温 ---

通信速度(目安)  
3115kbps



\*最大で5分程度、本放送と時間差が発生する場合があります。  
詳しくはヘルプページを参照してください。

00:00 **ブレイクタイム**

17:00

17:00 **大関隼の Youthful time**

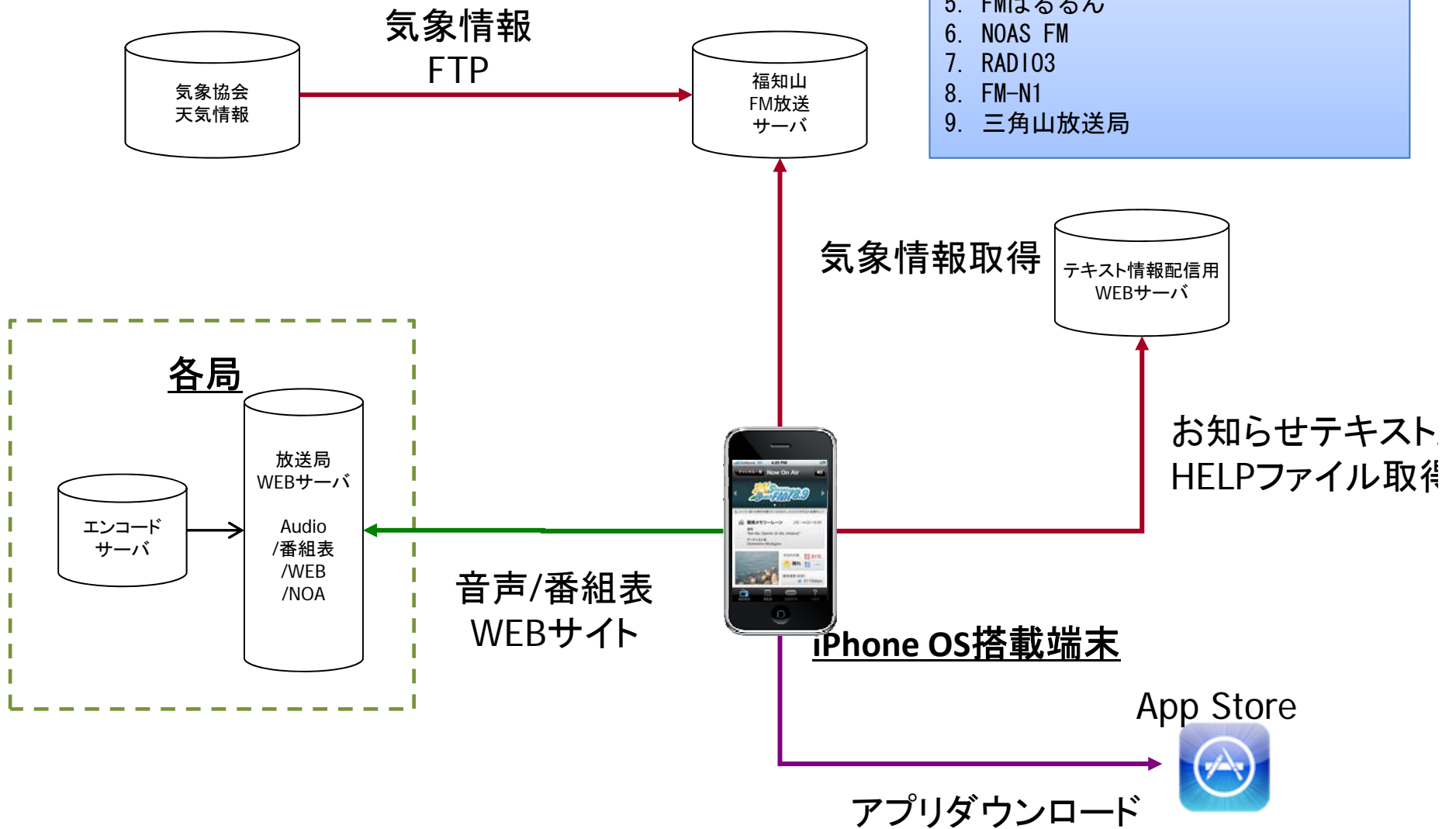
17:30

**大関隼**

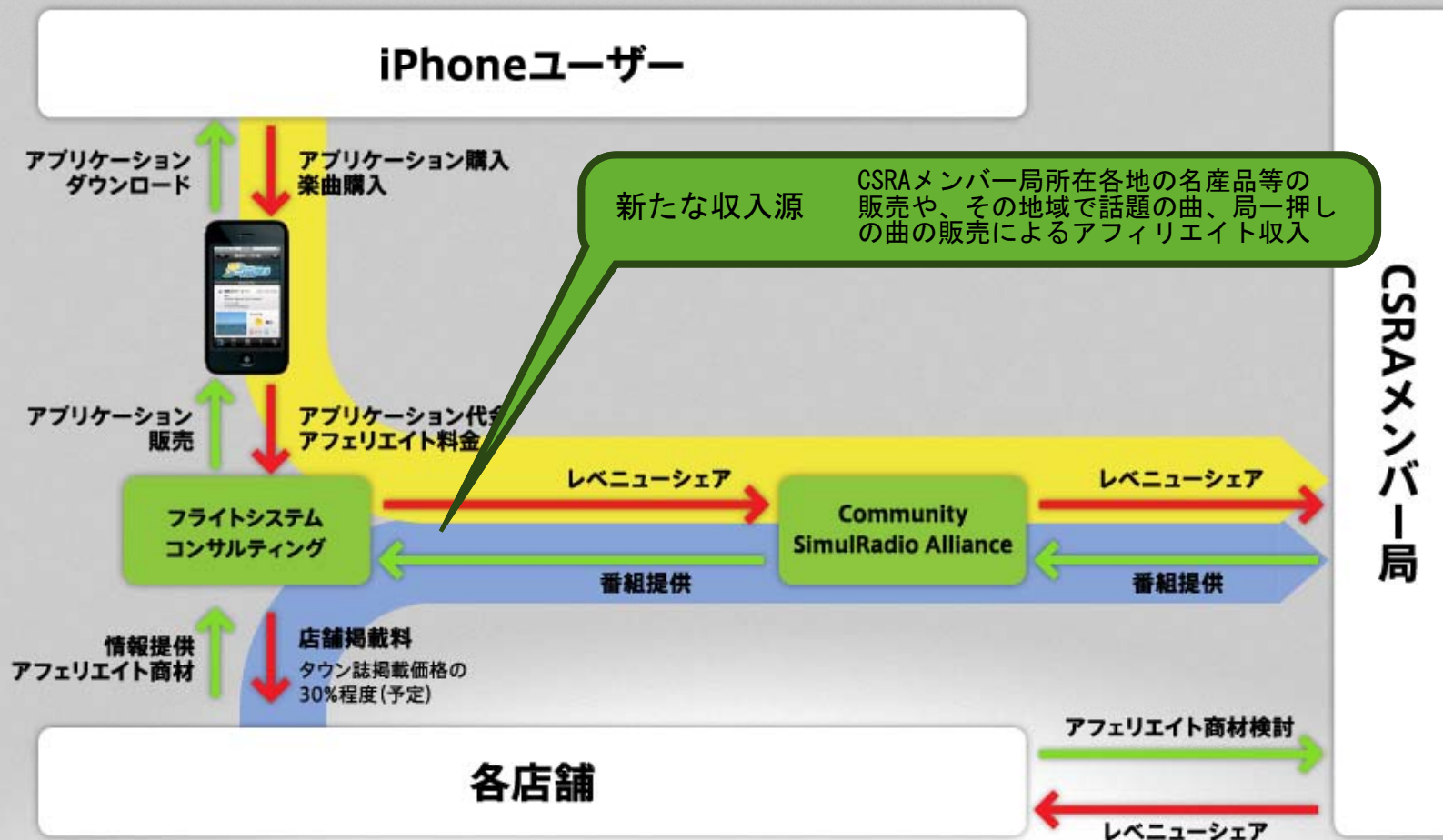
茨城育ちの大関隼アナウンサーがメインを務める、どこことなく懐かしい雰囲気漂わせる情報番組。ちょっぴりディープな大関の世界を楽しんでみてはいかが？



# iPhoneラジオ for CSRAメンバー局 1st Phase 概要



# iPhoneラジオ forCSRAメンバー局 ビジネスモデル





# 17th KONOSU FLOWER FESTIVAL

## 第17回 鴻巣市



# フエスタ フラワー

### 2010年

**会場 鴻巣フラワーセンター**

東日本最大級のお花市場

※会場内にペットをつれてのご入場は、ご遠慮ください。

**20** (土) 9時~17時

**21** (日) 9時~16時

20・21日 フラワートライアル 同時開催

**会場までのアクセス**

- 高崎線北鴻巣駅下車
- 北鴻巣駅よりフラワーバス右回り又は送迎バス有り(有料)
- 鴻巣市役所発臨時駐車場(陸上競技場)経由送迎バス有り
- 国道17号吹上方面からお越しの時メガドンキホーテ信号左折2つ目信号右折
- 国道17号北本方面からお越しの時宮地信号右折3つ目の信号左折
- ※臨時駐車場より送迎バス有り

**主催** 鴻巣市フラワーフェスティバル実行委員会  
**共催・後援** 鴻巣市 鴻巣花き協 鴻巣フラワーセンター株 鴻巣市花組合  
**協賛** 鴻巣市農業協同組合 鴻巣農産物生産直売組合  
**(賛同)** 鴻巣市商工会 鴻巣ひな人形協会 埼玉県都市錦組組合  
 県フラワーコミュニティ放送 鴻巣市観光協会 社上尾法人会 鴻巣支部 他多数

**募集**  
協賛スポンサー  
個人・団体  
OK

**FM76.7**  
フラワーラジオ  
でも情報提供  
しています。

**20** (土) 日  
~併催イベント~  
駅からハイキング  
JPR東日本主催

各種イベントは裏面をご覧ください

**お問合せ先** 鴻巣市フラワーフェスティバル実行委員会事務局  
 鴻巣市役所 農政課 TEL 048-541-1321 内線 2452  
 FAX 048-542-9818 市庁舎 2 階 (窓口13番)  
 メールアドレス: nosel@city.konosu.saitama.jp (会場 鴻巣フラワーセンター TEL 048-597-5300)

この券を持参の方 **各日先着 500名様に**  
**お花をプレゼント**  
 記念品引換所へどうぞ

# イベントに参加してみませんか?

無料で参加できるイベント  
(たくさん応募お待ちしております)

## コンテナガーデン コンテスト



### 参加資格

2月19日(金)の午後4時頃  
作品の搬入ができる方

### 出品部門

プランター及び鉢物部門  
ハンギング部門

### 応募締切日

2月10日(水)まで

ご自宅で作られたコンテナガーデンを  
作品として会場に展示します。  
審査の結果上位入賞者には賞品がご  
ざいます。  
※21日(日)イベント終了後(PM4:00以降)作  
品のお持ち帰りをお願いします。

## お花の絵コンテスト テーマ「花とのふれあい」



### 参加資格

鴻巣市在住在勤の方

### 応募方法

作品提出(氏名、連絡先記入)

### 応募締切日

2月10日(水)まで

B4程度の用紙に描いてください。  
審査の結果上位入賞者には賞品がご  
ざいます。  
※イベント終了後作品を返却いたしますの  
で市役所農政課までお願いします。

## 花自慢写真展



### 参加資格

鴻巣市在住在勤の方

ご自宅で自慢できるお花の写真(庭で  
も鉢花等何でも可)を会場内に展示し  
ます。すぐに展示できる状態(額に入れ  
る等)でご提出ください。(裏面に氏名  
及び連絡先を記入してください)

### 応募締切日

2月10日(水)まで

※イベント終了後作品を返却いたしますの  
で市役所農政課までお願いします。

## 第17回 鴻巣市フラワーフェスティバル 協賛者募集

ひな人形と花のまち鴻巣の春を彩る一大イベント「鴻巣市フラワーフェスティバル」が、東日本最大級を誇る花き市場「鴻巣フラワーセンター」にて、平成22年2月20日(土)・21日(日)に開催されます。

今年も協賛者を募集し、市民の皆様が、「フラワーフェスティバルに来て良かった」と思っただけのような盛大なイベントをご用意してお待ちしております。

つきましては、下記のとおり協賛者を募集いたします。

なお、今回は協賛いただいた方のお名前をフラワーフェスティバル会場に掲示する他、場内で配布する案内の裏面に掲載し、協賛者の公告をさせていただきます。(希望される方)

さらに、来場された協賛者には、お花をプレゼントいたします。

### 記

- ①協賛金額 1口 3,000円(複数歓迎)
- ②対象者 企業・団体・グループ・個人
- ③お名前の記載方法 申込書に記載してください。(申込書は、市役所・公民館等にありますが)
- ④申込方法 申込書に必要事項をご記入し、事務局(鴻巣市役所農政課)までお申し込みください。  
なお、協賛金のお支払いについては、現金もしくは指定口座へお振り込みください。(振り込みの場合、申込書は、FAXで事務局までどうぞ)

【振込先】埼玉縣信用金庫 鴻巣支店 普通 2617984  
鴻巣市フラワーフェスティバル実行委員会 会長 小林忠司

- ⑤申込期限 平成22年2月12日(金)
- ⑥問合せ先 鴻巣市役所環境産産部農政課農政担当  
鴻巣市フラワーフェスティバル実行委員会事務局  
TEL 048-541-1321(内線2452) FAX 048-542-9818

### イベント内容

20日  
(土)

- \*オープニングセレモニー 10:00~
- 県立鴻巣高等学校吹奏楽部演奏 11:15~
- \*ステージショー
- ・花のショートセミナー 12:15~
- ・フラワーラジオステージショー(J-POP) 13:00~
- ・花のショートセミナー 15:00~

21日  
(日)

- \*表彰式 10:15~  
(花き品評会・コンテナガーデンコンテスト)
- \*ステージショー
- ・さくまひでき(J-POP) 11:00~
- ・鴻巣楽鼓の会(和太鼓の演奏) 12:45~
- ・花のショートセミナー 13:20~
- \*花の即売会(せり売り) 15:00~

20日  
(土)

- \*生産者花き品評会
- 20日(土):販売予約 9:00~
- 21日(日):引き換え 13:00~

21日  
(日)

- \*コンテナガーデンコンテスト
- \*お花の絵コンテスト
- \*「花自慢」写真展
- \*体験コーナー(当日受付)  
寄せ植え体験 押し花体験

### ■出展団体

鴻巣市花組合 鴻巣市農業協同組合・女性部なかよし会  
(農)鴻巣農産物生産直売組合 鴻巣洋らん同好会 鴻巣市華道協会  
鴻巣山野草の会 リボンフラワーサークル 鴻巣園芸同好会  
写鴻会 鴻巣花木愛好会 押し花サークル Blue Rose花レッスン  
このす若手商業者同好会 鴻巣ひな人形協会 鴻巣市観光協会  
NPO法人フラワーピース 鴻巣警察署 ほか

# 産業観光部会からのお知らせ!



## 鴻巣市の産業観光モデルコースを作成! 産業観光という観光分野をご存知ですか?

産業観光とは、「見るだけの観光」から「楽しく学んで体験できる観光」のニーズに応え、地場産業や特徴のある工場などを見学、体験する「大人の社会科見学」のようなものです。

鴻巣市には、「人形」と「花」をはじめとする地場産業があり、また全国的にも有名な企業や国内シェアの多くを有する企業、地域の文化に密着した事業所などが数多く存在し、それらが鴻巣市の産業を支えています。

そこで、これらの地域産業を多くの方に知っていただこうと産業観光部会では、市内の企業や事業所に理解を得ながら産業観光モデルコースの作成に取り組んできました。

今回は多数の候補の中から協力を得られた2コース10事業所をご紹介します。



(株)マル武人形



(株)フラワー  
コミュニティ放送

**ご注意** 各事業所詳細情報は、観光協会のホームページをご覧ください。  
見学等を希望する場合には、各事業所へお問い合わせください。

### 花みのりコース

- A** 鴻巣フラワーセンター 電話:048-597-5300  
『東日本最大級の花市場』▶ せりの見学(月・水・金の午前中)
- B** 花生産農家 詳細は(株)鴻巣フラワーセンターでお尋ねください。  
『鉢花の一大生産地』▶ 季節ごとの花づくり現場の見学
- C** 鴻巣農産物直売所バンジーハウス 電話:048-596-8122  
『鴻巣産花や農産物の直売所』▶ コンテナガーデン・植え込み体験
- D** 埼玉県農林公社 種苗センター 電話:048-569-2931  
『埼玉農業を支える種苗の生産基地』▶ 施設内の見学

今後は【とくさん品コース】【農業コース】なども  
紹介していきますのでお楽しみに。

各事業所の位置は中面の地図に掲載しています。

### 工芸コース

- E** (株)マル武人形 電話:048-541-3517  
『鴻巣ひな人形の製作・販売』▶ 工場見学 埼玉県指定伝統工芸モデル工場
- F** (株)広田屋人形 電話:048-541-0451  
『鴻巣ひな人形の製作・販売』▶ 工場見学・人形づくり教室 9月下旬には人形展を開催
- G** 榊直徳 電話:048-541-0508  
『ハサミ・板金機械工具総合メーカー』▶ 鍛冶職人によるものづくり現場見学
- H** (株)フラワーコミュニティ放送 電話:048-543-7767  
『FM76.7フラワーラジオの放送局』▶ スタジオ見学・DJ体験
- I** 花岡車輛(株) 鴻巣工場 電話:048-541-5711  
『世界の物流を支える物流機器総合メーカー』▶ 工場見学
- J** アサヒ印刷(株) 電話:048-541-5152  
『「伝えること」の制作現場見学。思わぬ感動や発見が。』▶ 工場見学



#### 広報部会の とりくみ

★観光こうのすの作成や、インターネットを活用して鴻巣市を全国にアピール!

#### 産業観光部会の とりくみ

★市内に存在する様々な産業を調査し、産業観光ルートをつくる!

#### 観光ボランティア部会の とりくみ

★観光ガイドの活動がスタートします。私達と一緒に中山道を歩きましょうか?

#### イベント部会の とりくみ

★市内外のイベントで鴻巣市をPR! 部会員を大募集中です。

#### 中山道部会の とりくみ

★中山道は貴重な歴史文化遺産。中山道の景観整備と周辺観光を充実させます!

#### 歴史資料館部会の とりくみ

★多くの歴史遺産を後世に伝えるため歴史資料館づくりを検討しています!

#### こうのすとり部会の とりくみ

★市名の由来といわれているこうのすりを鴻巣市に羽ばたかせましょう! 夢を現実に。

## 観光事業を通して鴻巣のまちを育ててみませんか 観光協会の会員募集中

『鴻巣市観光協会』では、会員を募集しております。申込書は観光協会および、観光協会HP上にご用意してあります。詳細については右記までご連絡ください。

【会員】3つの種類・区分・年会費があります。

会員種類	区 分	年会費(1口)
個人	市内に住所を有する個人	2,000円
団体・法人	市内の団体又は法人	5,000円
賛助	市外の個人又は団体・法人	2,000円

#### ■会員になって、部会で活動しましょう!

観光協会では、7つの部会の活動を通して、鴻巣市のPRや観光事業を実施しています。鴻巣市のまちづくりにあなたの意欲と情熱を反映させてみませんか。多くの会員のご参加をお待ちしています。部会に参加ご希望の方は事務局までご連絡ください。【部会の開催日はHPで公開中】

お問合せは  
お気軽に!

鴻巣市観光協会 TEL/FAX048-542-1169  
駅前観光案内所 (10:00~16:00) 火・水曜日定休  
〒365-0038 鴻巣市本町1-1-3  
エルミ通りのす住宅棟4階 (行政サービスセンター内)

ホームページURL <http://konosu-kanko.jp>

Eメール [info@konosu-kanko.jp](mailto:info@konosu-kanko.jp)

