



こんにちは
町長です

シティプロモーション事業 「終点の先、秩父の秘境へ。おがのまち」

秩父地域の観光プロモーターである、おもてなし観光公社が実施した秩父地域の1市4町の調査で、小鹿野町は入込観光客数が一番低い数値でした。本町は、町となった歴史は古い町ですが、有名な観光地でもなく、また、鉄道の無い町でもあるため発展から取り残されたところがございます。

このような状況の中、町の持っている良さなどを、町民一人ひとりが再認識していただき、町への誇り、郷土愛を育んだりして、自分たちの町をより住みやすい町にして行こうとする当事者意識「タウンプライド」を醸成したり、また、首都圏にありながら日本百名山の両神山などの豊かな自然や、小鹿野歌舞伎に代表される伝統文化などを、「希少な秘境」という新たな価値(独自の強み)へと180度転換し、都市圏住民(特に若年層)へと届けることといたしました。

これらの試みをシティプロモーション事業として整理し、この事業のブランドコピー(ブランドメッセージを一言で表した言葉)を「終点の先、秩父の秘境へ。おがのまち」としました。

終点の先とは、鉄道が通っていないこの地を指し、秩父地域の中でもさらに奥する位置にあることを表しています。秘境とは、まち独自の魅力に「秘境」という言葉を重ね、まだ知られていない魅力や、引き継がれて

きた暮らしや伝統文化などの価値へのロマンやノスタルジーを感じて欲しいという思いを込めています。おがのまちとは、漢字では読みづらい「小鹿野町」をあえてひらがなで表記することで、よみやすさ、やわらかさ、親しみやすさを持たせています。

ロゴマークは、町名に含まれる「鹿」の美しいシルエットの中に、花と歌舞伎と名水のまち小鹿野町を形作る8つの魅力的な要素が散りばめられています。

この事業は、SNS等を活用して発信して行くために地域住民が主体となる「町民編集部」を公募により立ち上げ、編集部員は自らの足で地域の情報を集め、自分たちの言葉で記事を作成しサイトで発信し続けてくれています。また、町外の小鹿野町に関心を持つ方と町民をつなぐオンラインコミュニティも設置されています。

これらの取り組みが評価され、この度、英国の世界的メディア企業が主催するアジア太平洋地域で最大級かつ最も権威のある広報コンテストで、国家レベルの巨大プロジェクトを抑えて、本町のシティプロモーション事業が公共部門で最優秀賞を獲得いたしました。

この事業は産声を上げたばかりですので、これから地道に息の長い展開が必要ですので、町民の皆様のご協力をお願いいたします。

小鹿野町長 森 真太郎