

地域の情報交流

地域情報紙の活動から

① 満一〇年を迎えた地域紙「はまかせ」

飯田重夫

洋光台・港南台界わいを起点とする地域紙「はまかせ」は、本年一月で創刊一〇周年を迎えた。広告収入を唯一の財源とする地域紙が一〇年間存続するということは、けっして容易なことではない。文字どおり悪戦苦闘の過程を振り返りながら、

「あなたの街のコミュニティー・ペーパー」を標榜りする「はまかせ」が、地域に根をおろし、コミュニニテ

ィーの形成にどのようなかかわってきたのか考察してみたい。

―― 毎月一回、四版三六万部 発行

「はまかせ」はタブロイド版八頁建（時により一二頁建）で、毎月一回定期刊行している。発行元は、有限会社東隆社（本社〓中区相生町、

社長・新田東一）である。現在は四版にわかれている。洋光台、港南台、日野、野庭、上郷一帯に配布されている洋港版は、毎月第三金曜日発行で部数は六万二千部。この洋港版が「はまかせ」で一番古い。金沢区全域に配っているのが金沢版。毎月二十五日発行で部数は五万二千部。横須賀市全域と三浦市、葉山町の一部に配っているのが横須賀・三

① 満一〇年を迎えた地域紙「はまかせ」
② 地域新聞と住民とのかかわり

- 一 毎月一回、四版三六万部発行
- 二 地域の身近な話題、情報を伝える
- 三 無差別に一軒一軒手配り
- 四 宣伝効果が高く、広告主が定着
- 五 読者も「私たちの新聞」として受け止めている
- 六 通信員が地域のいきいきした動きを伝える
- 七 行政の広報と地域紙が互いに補充しあつてコミュニティーづくり
- 八 記事と広告のスペース配分が頭痛のタネ

浦版で毎月二十五日発行。部数は一五万五千部。一番新しいのがみなみ版である。昨年二月に創刊された。南区全域と港南区の北側半分がエリアで、毎月第四金曜日に発行され、部数は九万四千部である。四版全部を合わせると、総発行部数は三六万三千部になる。もはやミニコミ紙とは言えなくなった。
「はまかせ」はすべて手配りであ

第121号 (月刊)
 昭和62年1月16日(金)発行・毎月第3金曜日
 洋港版 60,000部
 発行所 (有)東隆社
 〒233 横浜中港南3丁目1番3号
 電話 045-831-7121

はまかせ

BALLOON
 パンパシフィック・ジャンプ・エアラインズ
 エースエアラインズ
 ビューティ



「はまかせ」洋港版
 一周年を祝して
 横浜市東 細 郷 道

「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。細郷氏は、この誌の創刊に際して、どのような思いを抱き、どのような苦労を乗り越えてきたのか、そして、この誌の未来について、どのような展望を抱いているのか、について、率直に語っている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

おかげさまで...



「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

洋港版 創刊10周年

「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

「はまかせ」洋港版の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。このインタビューは、この誌の歴史を知る上で、非常に貴重な資料となっている。また、この誌の創刊一周年を祝して、この号には、この誌の歴史、そして、この誌の未来について、創刊者の一人である、細郷道氏のインタビューが掲載されている。

バーマ 3000
 1/18(日)～24日 午前11時まで受付
 ●バーマ 3,800円 (半額1900円)
 ●ヘアタイ 2,800円 (半額1400円)
 ●穿割カット 1,400円 (半額700円)
 養生堂ソートサロン

36万部に
 1/18(日)～24日 午前11時まで受付
 ●バーマ 3,800円 (半額1900円)
 ●ヘアタイ 2,800円 (半額1400円)
 ●穿割カット 1,400円 (半額700円)
 養生堂ソートサロン

あやび
 ドライクリーニングの
 港南台駅前通り(長井ビル1F)
 ☎831-3115 不曜定休

あやび
 ドライクリーニングの
 港南台駅前通り(長井ビル1F)
 ☎831-3115 不曜定休

スガ
 1/18(日)～24日 午前11時まで受付
 SUPERワゴンセール
 50%～30%OFF
 国鉄根岸線・港南台駅前 630台立体駐車場
 ☎045-831-7121 〒233 横浜中港南3丁目1番3号 港南台ビル

お買物は港南台タカシマナ

 高島屋
 港南台 (233-3) 3F
 ☎045-831-7121

る。主婦がほとんどである配布員が、受け持ち地域内の住宅、商店、企業の郵便ポストに無差別に入れてゐる。雨の日も風の日も、この作業は毎月定期的に繰り返されている。

地域住民をよりどころにして、地域住民のための新聞をめざした「はまかせ」が呱呱(ここ)の声をあげたのは、昭和五十二年一月二十一日であった。新興住宅地の洋光台、港南台をはじめ栗木町、日野町を対象としたもので、発行部数は二万部だった。題字は仮りに「洋光台・港南台新聞」と名付けられた。

広告掲載が唯一の収入源であるミニコミ紙の維持は、俗に「三号紙」という言葉があるように、容易なものではない。これからどうなるのか、期待感よりも不安の方が強かった。まさに「暗夜行路」の旅立ちであった。創刊号で新聞のタイトルを募集した。四二一通もの応募があった。予想を越えた反応であった。多くの人が創刊号を読んでくれた、そのあかしである。身近な情報を求めている人たちがいたのである。応募

ハガキの中から選ばれた題字が「はまかせ」であった。一〇号までサブタイトルとして「洋光台・港南台新聞」が付け加えられた。

二——地域の身近な話題、 情報を伝える

創刊号のあいさつ文には次のような趣旨が書かれている。

「私共の新聞発刊に際しての願いは、何よりも地域の皆様の人間関係が、より緊密になるために、この新聞が少しでもお役にたてば、ということでありませう。同時に、生活に密着した市や区、自治会等の情報をいち早く皆様にお伝えするものこの新聞の役目です。他にも、生活に役立つさまざまな記事を満載して皆様の自宅にお届けしたいと思ひます。また、当地には、楽しい趣味のサークルが数多くあります。それらを順次紙上に紹介して、生活をエンジョイしている人達の模様をお伝えします。この新聞は皆様の新聞です。悩み事や苦情もどんどんお寄せ下さいませう。

い。また仲間作りや同人を募る方も紙面を提供します。取材希望の事項がありましたら、どんなことでもお知らせ下さい」

いずれの地域紙も、その性格・内容はおおむねこのようなものであるが、「はまかせ」の場合、「生活に密着した市や区、自治会等の情報をいち早く皆様にお伝えすることにとりわけ力点をおいたのである。

洋光台、港南台地域は当時すでに、一万数千の世帯数を数えていたが、新興住宅地ゆえの多くの弱点をいぜんとして抱えていた。新住民の多岐にわたるニーズに応えうる施設も不十分であったし、まさに生活に密着したさまざまな情報の伝達手段が不足していた。この界わいは、近代的に開かれた地域社会のようではない。隣りは何を「する人ぞ」的で、いまだに隣人を知らぬようなところがあるのは否定できなかった。団地の管理問題や福祉環境対策等から、日常的な出来事や隣り近所の交流まで、地域のニュースを知る手がかりは意外に少なかった。

住民が求めてやまないこうしたきめこまかな情報伝達を、行政サイドやマスコミに求めるのは、土台無理な話である。もしそれをやるとなると、「広報よこはま」もマスコミも地域版を数員増やさなければならぬ。本来なら自治会報・町内会報がその役割分担をやるべきだろうが、所詮ボランティア活動であるこの種の情報啓蒙紙の発行の難しさは、当事者が一番よく知っている。

「クチコミ」はそれなりに伝達方法として有効だが、伝達範囲・対象が片寄る。しかもとかく主観的であったり、真实性に欠けることもある。こうした状況のもとで、自治会役員等の勧めもあって、地域のきめこまかなニュースを、正確に客観的に機敏に伝える手段として地域紙の発行が企画されたのである。そこには、紙面を通して住民間の交流が広まれば、それはコミュニティ形成に少なからず寄与するであろう、という熱い思いもあったのである。編集に当たっては、当然のことながら特定の政党・宗教または思想を支持しな

い、という立場をつらぬいてきた。

しかし「はまかせ」の発行は、ポランテイヤ活動ではない。企業として営利を追求しなければならない。住民が探し求めている情報を適格に提供すれば新聞はよく読まれる。よく読まれる新聞は信用を伴い、同じ紙面に掲載される広告主の「呼びかけ」もそれなりに住民に伝わり、広告効果をあげる。効果があがれば広告も増える——これはごく単純な当たり前の図式であるが、この図式に沿った「はまかせ」はしだいに力をつけ、地域に根を張ることができたのである。

三——無差別に一軒一軒手配り

創刊当初から「地域情報がよく分り、ありがたい」といった声が多く伝わってきた。地域住民によるこぼれる新聞として、しだいに定着してきたわけだが、すべて順風満帆であったわけではない。むしろ苦しい闘いの明け暮れであった。それを耐え抜いて「よろこばれる新聞」づく

りに努めてきたのである。

苦しいことの一つは新聞の配布である。創刊当時、社員とその家族八人で二万部を三日間で配ったのである。朝五時頃から夜十時頃まで、一軒一軒手配りした。かなりの重労働である。犬がほえつく。急な階段や坂。冬季は配布日に合わせるように雪が降るといった具合。真夏の暑さも骨身にこたえた。雨が降っても止めるわけにはいかない。ただ、こうした手配りの苦勞が、「はまかせ」と住民とのコミュニケーションを深めることはできる。折り込みチラシのように日刊紙に折り込んでもらえば楽だ。しかし、それでは経費がかか

るし、なによりも「心」が伝わらないと思つた。無差別に一軒一軒手配りすることによって読者は「わたしたちが知りたい情報を『はまかせ』の人たちは手配りで伝えてくれている」とよろこんでくれるであろうし、その気持ち「はまかせ」を「わたしたちの新聞」として暖かく受け止め、親近感をもって読んでく

れるにちがいないと考えたからである。

この手配りという作業は、広告主を開拓していく面でも効果的であった。たとえば、お店に配る。「こんにちは、『はまかせ』です。よろしく……」。この一言で相手は多少なりとも親近感をもって新聞を見てくれる。このことで、「はまかせ」の名を憶えてくれるし、関心をよびおこすきっかけとなるのである。日刊紙に折り込んだものでは親近感は湧いてこない。

四——宣伝効果が高く、広告主が定着

「苦しさ」という点で最たるものは、なんといつても「はまかせ」の発行をいかに企業として成り立たせるか、ということである。コミュニケーション・ペーパーとして、いかに高い理想を掲げようと、住民に喜ばれようと、それが企業的に成り立たなければ、たちどころに廃刊の浮き目にあう。唯一の収入源である広告主

の開拓は、最大の至上命令であった。どのような商売でも、創業時にいかに顧客を確保するか、筆舌につくしがたい苦勞が伴うものである。「はまかせ」もその例にもれなかった。いわゆる「飛びこみ」の連続である。めざす広告主のところに辛抱強く足を運んだ。まさに「足を棒にして」という感じである。

創刊いらい、しばらく赤字が続いたが、新聞づくりへの熱情、内容がしだいに認められるようになり、広告主も増えてきた。社員全員で取材し、全員で営業し、全員で配るという努力は、ようやく結実しはじめたのである。配布エリアも野村港南台、野庭、上郷と年々広まり、こんにちに至っている。

「はまかせ」で特徴的なことは、創刊当時の広告主が一〇年後のこんにちまでほとんど変わっていないということである。媒体効果がなければ、どんなに好意的なスポンサーでもおろる。この一〇年間、広告主がほぼ固定しているということは、「はまかせ」によるPR効果が高い

ということを示すものである。

「はまかせ」洋港版一〇周年記念特集号には、広告主の声も寄せられている。その二、三を紹介してみよう。

「地元の方々にとても人気があり興味を持たれている『はまかせ』なので商業として利用しています。効果もあり、グレードも上がりました。最大のメリットは地元の店情報の記事を読んで、どのような方々がいるか分かるのでとても参考になります」(内装工事店)

「スポンサーの立場から言わせていただければ、その月に出した広告について予約の電話があるなど、かなりの効果があります。しかし、読者としてはもう少しつっこんだ内容の記事があれば一段と充実すると思えます」(中華料理店)

「おかげさまで反響が大きく、宣伝効果の偉大さを感じております。『はまかせ』は記事内容も豊富であり、地域との密着性に富んでいるので、見開いたら広告ばかり…という他紙と比較すると、大へん楽しく読

むことができます。配布された各ご家庭でも主婦の方々は、きつと何よりも先に『はまかせ』に目を通すことでしょう」(楽器店)

広告主は熱心な愛読者でもあるのである。編集内容についてもことあるごとに建設的な意見を述べてくれるので大いに参考になっている。広告主の業種はさまざまだが、医療機関や美容、健康産業、流通関係が比較的が多い。これらの広告主の営業エリアと、「はまかせ」の配布エリアがうまく適合しているという面もある。港南区内にある医院が、旭区や緑区などもエリアとする媒体を利用しても、効率的に得策ではないのである。

五——読者も「私たちの新聞」

として受け止めている

「はまかせ」が地域情報紙としてそれなりに評価されている事実を、創刊一〇周年記念特集号に寄せられた読者の声の中から抜粋してみよう。

「今では、私達の新聞として紙面も増ページになり、発展してきたことをとてもうれしく思います。『はまかせ』がなぜ私達の新聞なのでしょう。それは私達の活動や地域の行事などをこまめに取材し、紙面に載せていただけ、さらに色々な情報を提供して下さるからです。こまめな取材、これが『はまかせ』の命です」(港南台連合自治会婦人部長・松井佑子さん)

「内容は身近なものが多く、港南区の催し等も良くわかり、親しみ深く読んでおります。関係記事の場合、もし見逃しても「出てたわよ」と仲間同志で声をかけあい、コピーを取ったり大変です。洋光台文化を創る会の催しが紙面で紹介されると、読者から自分たちも参加できないか、こういう企画はどうか、といった声が寄せられ、新たなふれあいの場が作られ感謝しております」(洋光台文化を創る会副会長・太田ユキエさん)

「毎月楽しみに読んでいます。昨年十月こちらに引越してきたので周

りのことがわからなかったのですが、駅周辺のいろいろなお店の紹介など、とても参考になります」(上郷町・主婦・池田益子さん)

「一〇年前——みるみるうちに開発されていく港南台を、当時中学生だった私は好奇心いっぱいで見守っていました。新しい店ができるとにかく行ってみるし、どこかで祭りの音頭が聞こえとすぐ駆けつける……。朝日新聞には載らない、そうしたニュースを必ず大きく載せてくれるのが『はまかせ』でした。紙面に友達顔を見つけては、大喜びで切り抜いたものです」(港南台・学生・佐藤季緒さん)

「洋港版」の経験をふまけて、昭和五十四年五月に「金沢版」が、五十七年九月に「横須賀・三浦版」が、昨年二月には「みなみ版」が創刊された。地域紙としての性格を堅持するために、四つの版の記事内容はまったく異なっている。

六——通信員が地域のいきいきした動きを伝える

昨年二月の「みなみ版」創刊に当たり、細郷道一横浜市長から同紙にお祝いのごちが寄せられた。その文面は、「はまかせ」の特徴をみごとに指摘している。その全文をあえてここに紹介しよう。

「はまかせ」みなみ版の創刊をお喜び申しあげます。

昭和五十二年に洋港版からスタートした「はまかせ」は、こんどのみなみ版で四版三五万部がエリア内の全世帯に手配りされることになりました。部数もさることながら、「はまかせ」の特徴は何といつても、一般紙には掲載されないような地域のほのぼのとした話題をとりあげる、「地域コミュニティーペーパー」としての役割にあるといつていいでしょう。

それを支えているのが主婦の目です。配布対象区域に住んでいる主婦の方が、通信員として編集に参画、主婦らしいキメの細かさをもって記事を提供しています。それだけに「はまかせ」に寄せる読者のみなさ

んの関心は、非常に高いものがあるようです。

テレビ、ラジオなどの視聴覚媒体と比べると、活字媒体は速報性などの点において劣っているとはいえ、逆にメリットも多くあります。ニューメディアが将来、普遍化したとしても、その役割が減じることはないでしょう。

なかでも、私はコミュニティーペーパーに大いに期待しています。「人が大をかむ」という意外性の視点からではなく、足でかせいだ地域の出来事などを提供してくれるからです。あの地域ではこんなことをやっているのか、自分たちもやってみよう——こんな動きもでてくるでしょう。これはまさに、私がしばしば主張している「共生」「連帯」の輪がますます大きくなることを意味します。こんなに心強いことはありません。

「はまかせ」が二十一世紀に向けて大きく躍進されますとともに、編集にたずさわるみなさまのご活躍とご健勝をお祈りいたします。

細郷市長の寄稿文の中にあるように、「はまかせ」には通信員というシステムがある。地域のいきいきした動きや声を紙面に反映させるためである。現在、一つの版に一人ずつ専属の編集部員がいるが、一人ではとても配布エリア内のキメこまかい情報を拾いあげることにはできない。

そのために設けた通信員システムだが、一つの版に数人ずついる。

通信員はその地域に住む主婦におねがいしている。元旦の朝だって、炎暑の中だって、どこかで本紙通信員が活動している。さまざまな情報のはんらんするなかで、キメのこまかい身近な情報話題の伝達をめざしながら——それは浜風のようなさわやかな便りである。

ただ、通信員がない空白地域のニュースをどのようにしてフォローするか、それが一つの課題ではある。現在の紙面は、情報が地域的に片寄りがちで、地域によつては「身近な話題」を提供できないでいる。このことを指摘する声も少なくな

い。一〇〇%の態勢を期待することは経営的にみても不可能に近いことであろうが…。

七——行政の広報と地域紙が互いに補完しあつてコミュニティーづくり

横浜市広報・広聴活動は実に活発で、常日頃みごとだなあと思つている。「広報よこはま」をはじめ、さまざまな印刷物やテレビ、ラジオなどを使つての広報活動は、全国の地方自治体の中でもトップクラスにあるのではなからうか。区民会議の組織化や「市長への手紙」などにも示されているように、行政と市民との交流、市民同士の交流にことさらに心を砕いているさまがうかがえる。こうした努力は、地方自治体として当然なすべきことではある。しかしながら、そこにはおのずから限界がある。とりわけ複雑な事情がからむ巨大都市横浜で、ますます多様化する住民のニーズを具現化することは物理的に不可能である。ただ、

それがある程度補充しうる他の機能にゆだねることはできる。

たとえば、駐輪場問題。通勤・通学のために駅周辺に放置されている自転車やミニバイクをどう処理するか、という問題である。行政はこの問題の一つの解決手段として駐輪場を設置し、「広報よこはま」などを通して市民への徹底に努めた。「はまかせ」も行政と同じような視点から紙面で扱った。その結果、多くの市民が駐輪場の利用権利を確保するためにかけつけてきたが、「はまかせ」を読んで」という人が少なくなかった。また、区民のスポーツ競技大会などの催しの告知の場合も、「広報よこはま」よりも「はまかせ」を見て参加したという人が多いと、よく関係者の間で話題になっていく。

催しの告知について行政サイドから依頼されることもあるし、「はまかせ」が自発的に紹介することもあつた。「はまかせ」は一つの催しについて、それなりにスペースをさいているし、「見やすく掲載されている」

と指摘するむきもある。それに、結果も次号でできるだけ紹介するようにしている。「広報よこはま」と

「はまかせ」は、どちらが媒体効果があるかなどと比較することはあまり意味がない。要するに「広報よこはま」と「はまかせ」が連動し、互いに補充しあって市民に情報を伝達する。そのような「形」があればいい。ミニコミ紙、地域紙の役割の一つがこれだと思っている。このような意味あいから、横浜市がミニコミセンターを作り、ミニコミ編集者同士の経験交流、技術の向上に力を貸していることは大変すばらしいことだと常々注目している。ミニコミ紙、地域紙の主体性を尊重しながら、その育成に手を貸すことは、行政にとって重要な事業である。

八——記事と広告のスペース

配分が頭痛のタネ

「はまかせ」は、多くの情報紙誌と競合しながら、とにもかくにも一〇年の歩みをつづけてきた。できる

だけこまめに地域の情報を伝えることを主眼にして、「まじめ」に編集に取り組んできた。主な読者対象は主婦層である。さまざまなニュースは主婦の口から夫や子どもたちに伝えられ、井戸端会議的に街の話題になつていく。このかぎりにおいて、創刊時の意図がほぼ実現されたとみることはできる。港南台商店会会長・荒井要蔵さんも次のように述べている。

「私と『はまかせ』との付き合いは、一〇年前、創刊号に広告を出したのが始まりです。『はまかせ』が今日まで続いたのは、その地域に必要な良い記事が載り、内容に信用があつたからだと思えます。お世辞抜きで人気があります。地域住民も商人も『はまかせ』がもたらす地域情報を求めています。商人に対しても相当のメリットがある新聞です。新聞の内容は、そこで働く社員の姿勢の反映でもあります。社長以下全職員に対する信頼性があるからこそ、スポンサーも引き続き広告を出しているのです。かけねなしにまじめに

やっています。この愛される姿勢は、今後も忘れずに貫いてください」多くの人たちの励ましを受けながら育ってきた「はまかせ」であるが、大きな悩みがある。それは、一般記事スペースと広告スペースのバランスである。「広告効果がある」という評価が広まり、広告がほしいに増えてきた。これは大変うれしいことであり、経営努力の成果である。しかし、広告スペースを確保するために、地域ニュースを割愛せざるをえない状況がしばしば生じている。地域住民が一番求めている情報をけずるといふことは、まさに骨身をけずる思いである。

広告が多くなり「読む記事」が少くなれば、いずれは読者が離れていくことは十分予測できる。なによりも広告主がもっともそれを恐れている。最近、広告が多すぎるといふ指摘が、広告主自身から出るようになった。「はまかせ」の広告主は、おむね愛読者であるが、最近の紙面は「読むところがなくなった」「おもしろくなくなった」というのであ

る。また、自分の広告が他の広告の

中に埋没し、目立たなくなっている、というのである。このような指摘は、だれよりも編集者自身が一番痛く感じている。創刊満一年を迎えた『みなみ版』の評判はたいへんよい。まだ一年目で、広告が少ないからである。ともあれ、記事スペースと広告スペースのバランスをいかに適度に保つか、頭の痛い日々がつづいている。ページ数を増やせばよいのだが、経費の面でなかなか思うよ

うにはいかないのである。

「はまかせ」の一〇年——それはすでに述べてきたように、読者、通信員、配布員、そして広告主、こうした人たちがみんなに文字どおり助けられてきた一〇年であった。『洋港版』の経験をふまえて、『金沢版』『横須賀・三浦版』『みなみ版』もようやく地域の中に根をおろすようになった。初めて出会うような人でも「ああ『はまかせ』ネ、いつも読

んでるわよ」という声が返ってくる。このときほどうれしいことはない。『街の情報紙』として地域住民に好感をもつて受け入れられているのである。

「はまかせ」がこんご一〇年、二〇年とどのような歩みをしていくのか、いまはつきりした展望を示すのはむずかしい。月二回刊になるのか、週刊になるのか、あるいは新しい天地を求めて五〇万部、百万部と発行部数を増やしつづけるのか…。

いずれにせよ試行錯誤を繰り返すであろうが、「はまかせ」は歩みを止めることはない。いや、止めることはできない責務を地域に対して負っているときえ思い込んでいる。『初心忘れるべからず』——よりよいコミュニティづくりに参加する街の情報紙としての姿勢を貫くかぎり、「はまかせ」は地域住民に支えられて、いつまでも存続し、発展していくにちがいない。

△「はまかせ」編集長▽