

とくた けんいち 徳田けんいち後援会NEWS VOL.1

VOL.2は、後援会のホームページからダウンロードできます。

▼ <https://tokuta.net/>

徳田けんいち後援会
代表 徳田 賢一
社会保険労務士・行政書士
東久留米市商工会広報委員長



東久留米市をブランディングしましょう。

1. 東久留米市を手塚治虫先生の名声という資産で観光地化することにより、東久留米市をブランディング、ブランド化しましょう。

手塚先生は60歳で亡くなるまでの約10年間を東久留米市で生活していましたが、周知の通り漫画・アニメ界の先駆者、巨人であり、日本国内はもとより世界中にファンや愛好家があります。手塚先生がこのまちで生きた息吹が感じられるようなものを整備することで、それらの人々の関心を東久留米市に集め、東久留米市への来訪も期待できるようになります。(インバウンド効果)

手塚先生に遺していただいた先生の名声という資産を活用させていただくことで、東久留米市を観光地にすることができ、手塚先生のイメージを東久留米市に浸透させることで、東久留米市を輝かしい魅力、価値、ブランドとして確立することができるようになります。

そして、その影響力は、世界中にファンや愛好家がいることで、日本国内にとどまらず、世界中に及ぶことになります。

2. 実現可能なコンパクトな企画を策定しましょう。

このような企画を策定するとき、往々にして壮大な記念館のようなものを想定しがちですが、市役所のロビーや図書館の一隅に手塚先生の仕事部屋を忠実に再現するだけでもファンや愛好家にとっては魅力があり、東久留米市の財政でも手が届くものになります。

そして、このような企画は、地域振興、地域経済の活性化、担税力の強化など、地域住民の生活の向上のためのインフラ整備、制度設計、制度運用の一つとして位置づけられることから、行政本来の役割として、市が主導することになります。

行政の役割とは、一般的に行政サービスと呼ばれていますが、市民生活の向上のためのインフラ整備、制度設計、制度運用に要約することができます。

3. 東久留米市のブランド効果を活用し、地域振興、地域経済の活性化を図りましょう。

東久留米市がブランドとして確立することで、地域内の多くのものが東久留米市から付加価値を与えられ、特別なものになり(競合との差別化、競争力の強化)、地域振興、地域経済の活性化に寄与するようになります。

たとえば深大寺のそばについて考えてみます。そば粉をロシアや中国からの輸入に頼るようになって今日、地域による味の違いは出にくくなっているように思われます。実際、東久留米で食べるそばも深大寺で食べるそばもおいしく、味に大差はないように思われます。

しかし、深大寺で食べるそばは、深大寺という特別な場所で食べる特別なそばであり、深大寺でそばを食べる行業客は、自分でもはっきりとは意識しないまま、深大寺という寺の歴史の重みを感じながらそばを食べているように思われます。

これが深大寺というブランドがもたらす付加価値、特別な体験ということになり、地域の多くのものが深大寺というブランドから付加価値を与えられ、価値を高めているように思われます。その結果、深大寺というブランドが地域振興、地域経済の活性化に多大な影響力を及ぼしていることがわかります。

東久留米市について、深大寺とおなじ構図で考えると、東久留米市という強いブランドが、地域の商品やサービス、たとえば柳久保の小麦、柳久保小麦を使ったかりんとう・パン、東久留米市内の生ハム・干菓子・ラーメンなどに付加価値を与え、商品やサービスの魅力をいっそう高めることで、地域振興、地域経済を活性化するということになります。

そして、東久留米市のブランド効果による地域振興、地域経済の活性化は、市民生活の満足度、市外からの企業誘致、住民の転入など、あらゆる面において好影響・好循環をもたらすようになります。