

## 4. インターネットを活用し、東久留米市が手塚先生が暮らしたまちであることを国内外に広め、ファンや愛好家をはじめとした観光客の東久留米市への来訪を企画しましょう。

インターネットのホームページ、ブログ、YouTube(ユーチューブ)等を利用し、低額の料金を、東久留米市が手塚先生がかつて暮らしたまちであること、東久留米市における当時の先生の生活のあかしになるようなものを国内外に発信するようにします。その際、閲覧者を地域の事業者のホームページに誘導できるような仕組みを作っておくと、インターネット上で受注も決済も配送の手配もできますので、地域の事業者の商品やサービスを遠方の消費者にも提供できるようになります。

そして、それは何よりも、インターネットを通じて東久留米市の魅力を知ることになった人々が東久留米市を訪れるきっかけを作り出すこととなります。

やがてそれらの人々が東久留米市に来訪し、市役所の一階のロビー、または図書館の一隅に設置された手塚治虫記念スペース(たとえば、10~20畳ぐらいのスペースに手塚先生の仕事部屋を忠実に再現したもの)を訪れるようになると、市役所、または図書館までの通りの両側に、観光客を対象にした飲食店、土産物店、宿泊施設などが徐々に立ち並ぶようになります。そして、手塚治虫記念スペースに立ち寄った観光客たちは、市が設置した観光案内に誘導され、南沢湧水群、落合川の清流を見てまわり、時間があれば下里の新山遺跡、下里本邑遺跡まで足を延ばし、最後に東久留米駅周辺の施設で休憩し、スケジュールが許せば駅周辺の宿泊施設で宿泊することになります。彼らはそこで、東久留米市というブランドに付加価値を与えられた飲食やサービスを享受し、自分たちが何か特別な体験をしているという淡い印象を感じながら、将来またいつか、東久留米市を再訪したいと思うようになるかもしれません。

こうして地域振興、地域経済の活性化が後押しされ、リピーターを中心に拡大する循環型の文化・経済の基盤が着実に形成されていくこととなります。

## 5. 西武鉄道、トキワ荘(豊島区)、レッツゴー!レオランド(所沢市)、ムーミンバレーパーク(飯能市)と連携し、池袋から飯能にいたる観光ルートの確立を模索しましょう。

手塚先生にゆかりのあるものとして、豊島区にトキワ荘(豊島区立)、所沢市にはレッツゴー!レオランド(株式会社西武ホールディングス・株式会社西武園ゆうえんち)、飯能市にはムーミンバレーパーク(フィンテックグローバル株式会社・株式会社ムーミン物語)があります。手塚先生とムーミンの繋がり、ムーミンのアニメを虫プロダクションが第27話以降最終回まで担当していたことに由来します。西武池袋線を中心に、トキワ荘(豊島区)、手塚治虫記念スペース(東久留米市)、レッツゴー!レオランド(所沢市)、ムーミンバレーパーク(飯能市)が連携し、池袋から飯能を結ぶ観光ルートができると、スタンプラリーなど共通イベントの実施が考えられるようになります。各事業体の創立・運営のコンセプトの相違、経済的効果の検証など、調整しなければならない問題は多々あるかとは思いますが、将来、東久留米市を大きく飛躍させるために、東久留米市において、このようなことも検討されるようになることを期待したいと思います。

## 6. 東久留米市のブランディングにより地域振興、地域経済が活性化され、大きくなった自主財源、強化された担税力で、医療、介護、福祉、子育て、教育、就労、就業、生活全般にかかわる支援など、市民生活を支える行政サービスを拡充しましょう。

東久留米市の歳入は、大きなものとしては市税、地方消費税交付金、地方交付税、国庫支出金、都支出金ということになりますが、そのなかの法人市民税を含む市税、いわゆる自主財源の割合を高めることで、あらたな行政サービスの提供、これまで十分に実施できなかった行政サービスの拡充が可能になります。

財源を確保できれば、医療、介護、福祉、子育て、教育、就労、就業、生活など、市民生活にかかわる給付、制度において、東久留米市独自の上乗せ給付、制度の拡充も可能になってきます。

そのため、自主財源の拡大、担税力の強化、それらを可能にするビジョンの構築、発想の転換が、今後の課題となります。



徳田けんいち後援会

とくた けんいち

代表 徳田 賢一

〒203-0032 東久留米市前沢2-9-3

TEL・FAX 042-474-1922

E-mail [sdl@nifty.com](mailto:sdl@nifty.com) Web <https://tokuta.net/>

※ ブランディング、ブランドについて

ブランディングとは、ブランドを作り、ブランドを社会に認知させ、社会における個人や組織、それらの創作物、製作物の価値、社会における位置を明確化し、社会に受け入れられるようにするための様々な活動。

ブランドとは、個人や組織、それらの創作物や製作物を別の類似物から区別するためのデザイン、イメージ、マーク、ロゴ、キャッチフレーズ、名称、記号、価値観などの一連の要素。