

# 東久留米市地域産業推進協議会 報告書

(令和3年7月～令和5年3月)

## 目 次

第1	地域産業推進協議会について	1
第2	各事業部の取り組みについて	2～44
2-1	イベント推進事業部	2～13
2-2	情報発信推進事業部	14～27
2-3	新産業創出推進事業部	28～44
第3	協議会の今後の展開について	45～47
	参考資料	48～55

※本報告書では人物名・法人名等については敬称を省略させていただいています。

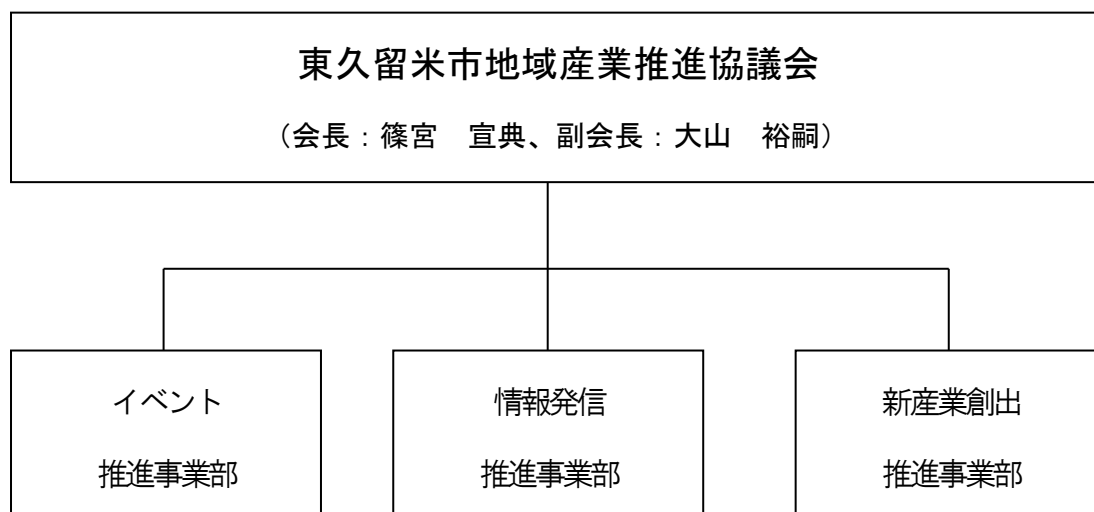
# 第1 地域産業推進協議会について

令和 3 年 7 月 12 日、市長から委員の委嘱が行われ、地域産業推進協議会（※1）（以下「協議会」という。）が発足した。任期は、令和 5 年 3 月 31 日までの約 2 年間である。

前期協議会では、新型コロナウイルス感染症の影響により具体化できなかった事業もあったことから、今期協議会では前期協議会と同様に、イベント推進事業部会、情報発信推進事業部会、新産業創出推進事業部会の三部会体制とし、事業の具体化及び更なる推進に取り組んだ。

※1 平成 14 年度に「東久留米市地域産業振興会議設立準備会」が設置され、平成 15 年度に「東久留米市地域産業振興会議」を設立した。平成 17 年度には名称が「東久留米市地域産業振興委員会」へと変更になり、平成 20 年度以降は「東久留米市地域産業推進協議会」へと移行した。

※2 前期協議会は平成 31 年 2 月～令和 3 年 2 月の任期で行われた。今回の協議会は 7 期目となる。



地域産業推進協議会の様子



富田市長へ地域産業推進協議会報告書を提出

## 2-1 イベント推進事業部報告

### (1) 取り組み・実績報告

#### 【事業部設置の経緯】

東久留米市地域産業推進協議会設置要綱第7に基づき、主に、農業と商業との結びつきによる地域振興について取り組むこと、また、新型コロナウイルス感染症に対応する新しい生活様式に即したイベントの構築を期待され、第6期に引き続きイベント推進事業部が設置された。イベント推進を通して農と商の活性化について4名で取り組むこととなった。

#### 1. 第7期事業の検討

令和3年7月12日開催の第1回イベント推進事業部会より、新型コロナウイルス感染拡大防止と新しい生活様式を踏まえた第7期の活動について検討を開始した。

令和3年3月に設置されたブラック・ジャック&ピノコ像を活用した誘客事業、駅前賑わい創出事業、遺跡巡りウォーキングラリー事業、当産農産物を使用したメニュー開発事業、パークヨガイベント事業の6つの事業を検討し、駅前賑わい創出事業を実施することを決定した。

ブラック・ジャック&ピノコ像を活用した誘客事業を包含しつつ、駅前賑わい創出事業として東久留米駅西口駅前に令和3年に建造されたブラック・ジャック&ピノコ像を囲み、マルシェの開催を目指すこととした。

平成23年12月から東村山市が、JAと共同で駅前マルシェを継続的に実施しており、本部会が検討するマルシェのヒントになることから、令和3年11月21日に久米川駅前で開催されているマルシェ久米川の視察を行った。

#### 【マルシェ久米川の様子】



その後、マルシェの開催目的、ターゲットについて議論を重ね以下のことを決定した。

- 1 子育て世代や、日中は仕事や学校で市の魅力を知る機会が少ない市民に参加してもらうこと。
- 2 仕事や学校の往復となる日常に、おまつりのような非日常の特別感のある賑わいを創出したいとの考えから、平日の夜間に開催すること。
- 3 コロナ禍での開催を想定して、会場での飲食スペースは設けず、店舗で調理したものを会場で販売するテイクアウト方式とすること。
- 4 初めての試みであることから、出店料は無料とすること。
- 5 飲食については駅前の飲食店舗へ協力を要請し、来場者を近隣店舗へ誘導して共に盛り上げる仕組みをつくること。
- 6 マルシェが単発イベントではなく、駅前の賑わい事業として継続的にできるようなものにする。

開催日は、夜間開催のため来場者が立ち寄りやすい金曜日とし、毎年8月第1週の週末に行われる「東久留米駅北口祭り」との相乗効果も考え、令和4年8月5日に決定した。開催時間については、仕事や学校からの帰宅のピークの時間帯となる午後5時半から午後8時までとし、以下のとおり開催概要を決定した。

開催概要	駅西口に建造された「ブラック・ジャック&ピノコ像」をシンボルとして、地場産農産物の販売の他、加工食品や店の自慢の品、クラフト体験型のワークショップなど、出店者・来場者ともに一緒に楽しめる空間を創出する。
開催場所	東久留米駅西口ブラック・ジャック&ピノコ像周辺
開催日	令和4年8月5日（金）
開催時間	午後5時半～午後8時まで
開催目的	子育て世代や高齢層はもちろんのこと、日中はお仕事や学校で市の魅力の中々知ることができない方など幅広い層をターゲットとし、マルシェでのヒト・モノ・コトとの出会いで楽しく元気になれる場所を作ること、市民も出店者も「共に楽しむ賑わい」を駅前に創出する。

## 2. 会場レイアウトの検討

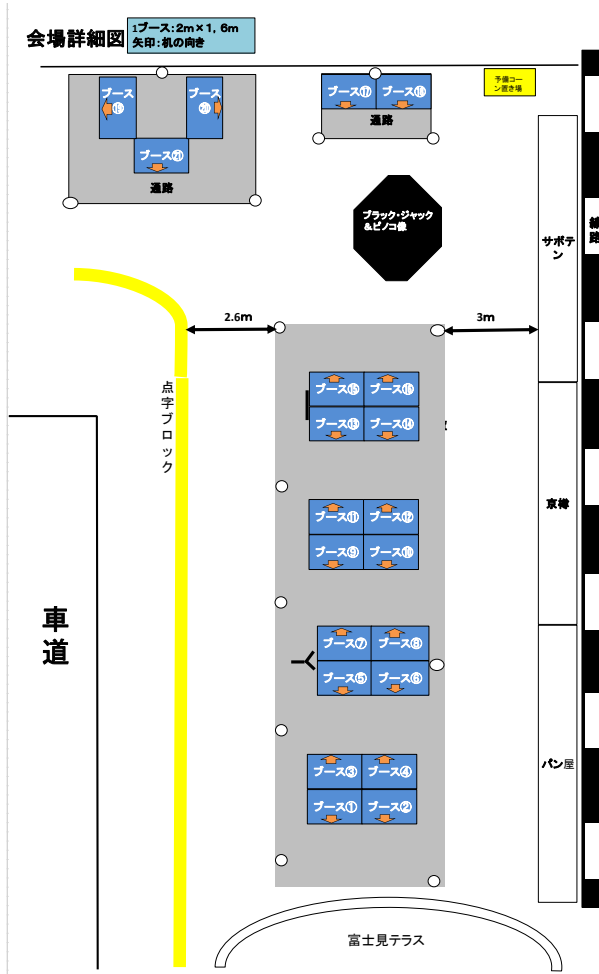
会場レイアウトは、当初ブラック・ジャック&ピノコ像周辺を中心に駅西口ロータリー北側を使用して15店舗程度出店することとし、南側は使用せず、駅利用者の動線を確保できるよう検討を進め、道路を管轄する警察署や市管理課とも協議を重ねた。

駅西口で車両規制を伴わないイベントは初めてとのことから、事故やトラブルが発生すると、今後のイベント開催に影響を及ぼすとのことから、駅利用者とマルシェ利用者の動線を分けること、商品搬入・搬出に伴う駅ロータリーでの違法駐車対策が特に強く求められ

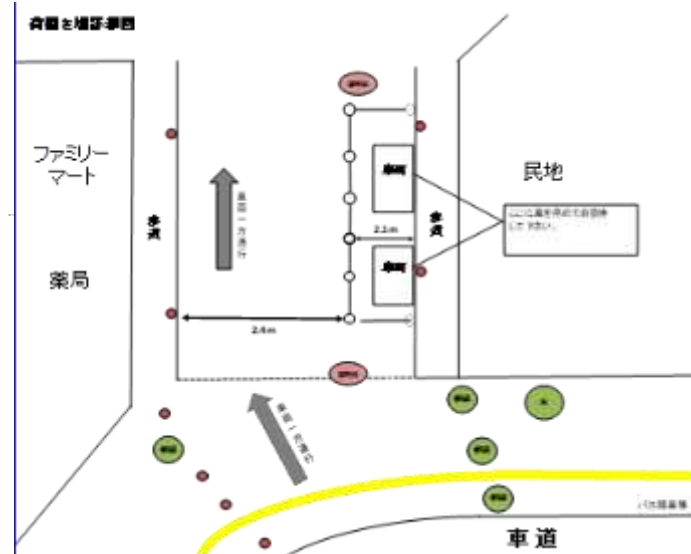
た。

協議の結果、ブラック・ジャック&ピノコ像を中心に店舗をまとめ、人の往来を妨げる  
ことなどからテントの使用を禁止した。また、違法駐車対策として、駅ロータリーの外に  
荷捌き場を確保し、マルシェ会場と荷捌き場それぞれに、道路使用許可と道路占用許可を  
取得した。最終的な会場レイアウトは以下のとおりになった。

【会場レイアウト】



【荷捌き場レイアウト】



### 3. 出店店舗・協力店舗の検討

マルシェの出店店舗については、以下のことを踏まえ、委員で声掛けを行った。

- 1 「共に楽しむ賑わい」を駅前に創出することのコンセプトに賛同いただく。
- 2 飲食物や農産物、雑貨等の物販だけにとらわれず、ワークショップや体験型、アートの店舗も含めて声掛けを行う。
- 3 出店料については無料
- 4 出店するための机と夜間照明を主催者が用意する。

特に出店料については、初めての試みであり、集客人数等不透明な部分が多いことから

出店店舗に負担を求めず無料とした。

委員みんなで声掛けを行い、令和4年6月17日に出店者説明会を実施し、改めて開催目的、注意事項・禁止事項、事務局で準備するもの等を説明し、質疑応答を行った。特にマルシェの統一感を演出するため、ブラック・ジャックをイメージした黒色の服等ワンポイント黒色（帽子・バンダナ・ポロシャツ等）の着用をお願いした。また、食品を販売する出店者と酒類を販売する出店者には保健所等官公庁への届出についても説明した。説明会実施後、最終的に当初予定していた15店舗を超える22店舗より出店申込みがあった。

(22j TERRACEとてんと点は2店舗で1ブース出店)

協力店舗については、個人店舗を中心に、本事業の趣旨を説明し協力いただける店舗を委員で声掛けした。最終的には6店舗から協力を得ることができた。

出店店舗一覧

	店舗名	チラシ紹介文
1	プチ・フル	市内産の小麦、天然酵母で焼き上げる創業30周年のパン屋。
2	East End White ~coffee~	自家焙煎した珈琲豆やアイスコーヒー。
3	カワカミメルカート	東久留米卸売市場内。イタリアワインとバスタ、ヨーロッパ食材。
4	うつわ&カフェかくしち	お店で人気のスコーン、クッキー、わらびもち。
5	Café du cypres	タルト、キッシュ、焼き菓子等、バター100%で焼く滝山にあるカフェ。
6	和三盆工芸菓子 象束	見た目も美しい和三盆干菓子、最中、懐中しるこ、寒天。
7	季節の味 志乃	志乃オリジナルの味噌やポン酢、おつまみになる惣菜。
8	Dining Bar OHANA	オハナ特製3種のシトニックや海外の瓶ビール。
9	22j TERRACE+てんと点	駄菓子と雑貨と美味しい惣菜。
10	チヨコcafe	布小物やアクセサリーなどかわいい手作り雑貨。
11	三沢がこ店	竹製品を取り扱って74年。竹製品や和小物。
12	タネニハ + nishihana palette	タネニハの花苗とあなたの色を描くアートで日常に彩りを。
13	足もみずみちゃん	足の疲れが気になる方へ、中国式リフレクソロジーおためし施術。
14	ひろばcafe	オモチャの銃の射的小屋、柳久保小麦を使った焼き菓子。
15	ほかほかファーム	新鮮野菜とマフィン、クッキーなど柳久保小麦のお菓子。
16	耳つぼ love_eggs	耳つぼお試し施術。デトックスで全身の流れをスムーズに。
17	ナイトマルシェ特別野菜	市内の農家さんが丹精こめて作ったさまざまな野菜。
18	鳥崎農園	農園で収穫した旬の梨とぶどう。
19	次元Busばーん	普段は西武バスの乗務員。動物や花などのバルーンアートをプレゼント。
20	商工会女性部	様々な業種の会員から自慢の一品を取り揃えて紹介。
21	ブラック・ジャックGoods & Books	手塚治虫が暮らした街・東久留米のオリジナルマンホールグッズと本。

協力店舗一覧

	店舗名	お店のジャンル
1	E.den	和創作料理とお酒
2	ゴールデンミート	居酒屋
3	高庄亭	中華料理
4	鳥かっダイニング	居酒屋
5	BBAキッチン	インド料理
6	焼肉グルメ296東久留米店	焼肉

#### 4. 東久留米西口駅前ナイトマルシェ～名称の決定～

ブラック・ジャック&ピノコ像を活用した誘客事業を包含し、ブラック・ジャック&ピノコ像を囲んでマルシェを行うことから、当初は「ブラック・ジャックのナイトマルシェ」の名称を検討していたが、出店者と来場者に主眼を置き、東久留米駅西口駅前に「共に楽



しむ賑わい」を創出するというコンセプトから「東久留米西口駅前ナイトマルシェ」の名称に決定した。

## 5. 周知活動

広報での周知に加え、子育て世代や若者への周知方法として、チラシと地域産業推進協議会 SNS「はしっこチョコっと東久留米（以下、「はしチョコ」という。）」での周知活動に力をいれた。

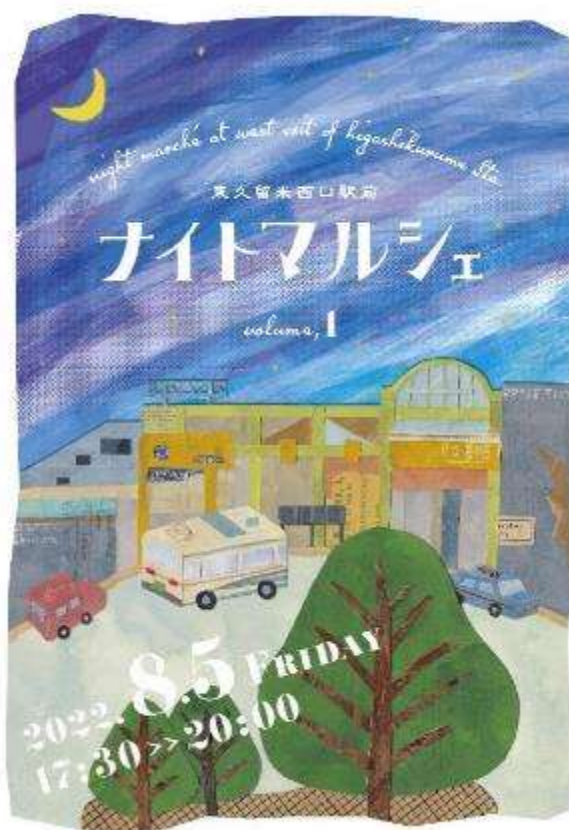
ナイトマルシェをより盛り上げるためのアイディアの提案やご意見を伺うため、市内にアトリエがある絵本作家にオブザーバーとして会議にご参加いただいた。マルシェの魅力が可視化することや、情報を整理し、「普段の暮らしにちょっとした楽しみを」をコンセプトに以下のチラシを作成した。チラシは非常に評判も良く狙いどおり大変反響があった。

「はしチョコ」では、情報発信推進事業部会と連携し、チラシのデザインを活用して統一感のある情報発信を行った。開催当日に向けて、連日、出店者の紹介を投稿し、機運の醸成を図った。

また、出店者にもチラシの配架や SNS での情報発信にご協力いただき、出店者と一丸となって情報発信を行った。

そのほか、委員自らコミュニティ FM「TOKYO854 くるめら」に出演して、情報発信を行った。

### 【ナイトマルシェチラシ】







## 7. 東久留米西口駅前ナイトマルシェ～開催当日～

開始時刻前から多くの方々にご来場いただき、混雑緩和のため、10分前倒して開始した。想定以上の来場により、通り抜けるのも困難なほど人が溢れる状況となる時間帯もあった。また、早い店舗は開始後1時間かからず商品が売り切れた。

来場者は、親子連れが多く、通りすがりの高齢者や会社帰りの方、市の職員なども来場していた。浴衣を着た子どもが、次元Busばるーんや野菜販売で配布していたバルーンの剣や光るブレスレッド等で喜ぶ姿を見ることができた。子どもたちにはひろばカフェの射的小屋も大人気だった。

午後7時00分頃には混雑も落ち着き、ゆっくりとマルシェの店舗を見られる状況となった。会場で飲食する来場者はおらず、親子連れ同士で楽しそうにおしゃべりしている様子も見られた。

### 【当日の様子】



## 8. 東久留米西口駅前ナイトマルシェ評価点・反省点・出店者アンケート結果

<b>評価点</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ SNSで集中的に周知活動を行い、狙いどおり子育て世代を中心に想定を上回る集客があった。</li><li>・ コロナ禍を想定したテイクアウトマルシェでも、デザイン性の高いチラシや事前の周知により多くの来場が見込めることがわかった。</li><li>・ 委員が主体的・積極的に店舗への声掛けを行い、市内の名店を出店者に迎えることができた。</li><li>・ 事前に出店者説明会を実施したことにより、ブースの陳列、搬入・搬出、官公庁への届出等に関してトラブルはなかった。</li><li>・ 近隣店舗にマルシェの混雑について謝罪したところ、「おかげさまで完売しました」、「うちも売り上げが上がりました」との声をいただいた。</li><li>・ 想定外の混雑はあったものの、全体として駅前に活気があふれ、来場者も出店者も楽しんでいる様子であった。</li></ul>
<b>反省点</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 想定以上の来場者があり人の誘導がうまくいかなかった。特に人気店の行列の最後尾がわからない状態になった。</li><li>・ 待機列の混雑は店舗の商品が売り切れるまで続き、早い店舗は、1時間かからずに商品が売り切れてしまった。</li><li>・ 自転車で来場した人も多く、一部の違法駐輪自転車が近隣店舗の入り口をふさいでしまった。</li><li>・ 15 店舗の予定が、21 店舗になったことによりブース間が狭くなってしまった。</li><li>・ 出店店舗の営業許可の関係で、直前で出店内容の変更を余儀なくされた。</li><li>・ 通行人の通路が確保できず、近隣店舗の方にも人が押し寄せてしまった。</li><li>・ 混雑により店に掲示している店舗名が見えづらくなり、どこにどの店舗が出店しているか、わからない状態になった。</li></ul>

## 東久留米西口駅前ナイトマルシェ 出店者アンケート集計

回答数	20/22	回答率90%
-----	-------	--------

【回答方法】 該当の口にチェック☑、又は、該当枠への文字の入力をお願いします。

### Q1 出店者説明会・マニュアルの内容について

- |                   |    |
|-------------------|----|
| 1 説明やマニュアルで理解できた。 | 17 |
| 2 わかりづらかった。       | 1  |

以下に具体的な内容を記入してください。

- ・説明会に出席できなかつたので、わからないところはありました。  
雨の場合どうなるか等
- ・プリント内容とわかりやすい説明  
スタッフ皆さんの心遣い
- ・大変わかりやすく皆様の熱意が伝わって良かったです。

### Q2 地域産業推進協議会インスタグラム・facebook「はしチョコ」での事前のイベント周知について、周囲の反応はありましたか。(複数回答可)

- |                                 |    |
|---------------------------------|----|
| 1 ナイトマルシェへの出店についてお問合せやお声掛けがあった。 | 10 |
| 2 フォロワーが増えた。                    | 7  |
| 3 特になかった。                       | 3  |

### Q3 マルシェの開催時間について

- |          |    |
|----------|----|
| 1 ちょうど良い | 10 |
| 2 長い     | 2  |
| 3 短い     | 6  |

### Q4 次回同じ時間帯・同じ場所でマルシェを開催する場合の開催時期として適切と思う時期をお選びください。(複数回答可)

- |          |    |
|----------|----|
| 1 4～6月   | 9  |
| 2 7～9月   | 11 |
| 3 10～12月 | 15 |
| 4 1～3月   | 2  |
| 5 その他    | 2  |



Q5 ブースの広さについて

- |          |    |
|----------|----|
| 1 ちょうど良い | 14 |
| 2 狭い     | 4  |
| 3 広い     | 0  |

Q6 搬出・搬入について

- |              |    |
|--------------|----|
| 1 問題なくできた    | 16 |
| 2 困ったこと・要望あり | 1  |

以下に具体的な内容を記入してください。

・時間で区切り、駐車スペースのスタッフのだんどり、ありがとうございました。

Q7 東久留米西口駅前ナイトマルシェでの売上

(今回のマルシェの効果検証、今後の検討のためご回答をお願いします。)

売上金  円 (おおよそで構いません)

- |               |   |
|---------------|---|
| 5,000~10,000円 | 1 |
| ~50,000円      | 9 |
| ~100,000円     | 6 |
| ~200,000円     | 3 |

Q8 今回のマルシェと同じ条件で出店料がかかる場合、参加したいか。

出店料  円なら参加したい。(金額を記入して下さい。)

- |                                   |   |
|-----------------------------------|---|
| 1,000~2,000円                      | 7 |
| 3,000~5,000円                      | 5 |
| 5,000~10000円                      | 2 |
| <input type="checkbox"/> 参加したくない。 | 0 |
| <input type="checkbox"/> どちらでもない。 | 1 |

Q9 今回のマルシェで困ったことやトラブルはありましたか。

- |         |    |
|---------|----|
| 1 なかった。 | 11 |
| 2 あった。  | 5  |

・「どの列に並んだらよいかわからなかった。」という声を何件かあった。当店ではなかったが、「他店のお店に 40 分かけて並んだが、違うお店で購入できなく残念だった」というお話もありました。

・開店前からかなり列ができてしまい列の方向や並ばせ方など決めていなかったのも、困りました。ここまでの混雑は予想外だったので、仕方ない部分もありますが。

- ・お並びいただく列がわかりにくく、また想定以上にお客様にご来店いただき、お待たせしたにもかかわらず、ご購入いただけなかったお客様が多くいらっしゃり申し訳なかった。
- ・照明＝ランタン 1 個で不安だったので、用意はしたが、他に対処方法を考えています。
- ・駐輪したい人の邪魔になってしまった。
- ・人気店の行列が自然発生的にできてしまい、行列整理が難しそうだった。人気店の行列により会場の通行が確保できなかつたり、人気店以外の店舗へのアクセスができにくくなつたりしていた。
- ・照明がないため、ポータブル電源により照明を用意したが、照明がない店舗は明るさの確保が難しそうだった。

## 考 察

本事業のコンセプト・目的を決定し、夜間に開催したことや、SNS を中心とした周知活動を行ったこと、出店店舗には委員自ら声掛けを行い市内の名店が出店してくれたこと、市内西部地域、中部地域からの出店もあり、通常であれば駅前販売することはないお店も参加したこと、コロナ渦で夏祭り等のイベントが軒並み中止になり、「祭り」への欲求が高まっていること等様々な要因が重なり、たくさんの方が来てくれたことと考えられる。

第 6 期からの課題であったコロナ渦に伴う新しい生活様式に対応したイベントとして、会場での飲食スペースは設けず、テイクアウトのみとし、飲食は協力店舗に誘導することとした。開催当日は会場内で飲食する人はほとんどおらず、事前周知の段階で飲食はできない旨のアナウンスも行ったが、新型コロナウイルス感染症の感染拡大から 2 年以上経過し、参加する側にも一定の理解があったのではと考えられ、新しい生活様式に対応したイベント開催の一つの形を示すことができたのではないかと考えられる。

各ブースに机とランタン（夜間照明）を用意したが、会場に統一感・一体感を演出するため、パラソル、ガーラントの装飾を行ったことで、出店者も参加者も「共に楽しむ賑わい」の雰囲気づくりに重要な役割を果たしたと考えられる。

マルシェ開催後の参加店舗アンケート結果からは、地域産業推進協議会 Instagram・Facebook「はしチョコ」での事前のイベント周知を行った効果があったとの回答も多かった。売上げもあり、次回以降同様に開催する場合には、出店料を払っても良いとの回答であった。商品の搬入・搬出などの当日の流れもスムーズに行え、出店者にも大いにメリットのあるイベントであったことがわかった。



今回のマルシェでは、より効果的な周知活動を行うため、情報発信推進事業部会との連携やイベント全体のアドバイザーとして専門家を活用し、狙いどおりの集客に結びつくと考えられる。

一方、想定を上回る集客に対応する対応が課題となった。会場整理の人員は配置していたが、人気店の待機列の誘導や、商品完売のアナウンス、駅や近隣店舗の通常利用者の利用に一部不都合があった。また、出店者からは、特に雨天時の対応に関してご意見があった。出店者説明会では、雨天中止の判断は開催前日の正午に判断することを伝えていたが、開催中の雨については各出店者に対応をお願いしていたことから、テントがなく前日と当日の天候が不安定な中で、出店者が飲食物等の商品を用意することの難しさがああり、今後はテントの使用を含め関係機関との協議が必要である。

今回のナイトマルシェは初の試みで、主催者も出店者も手探りの状態で準備を進めたが、駅前の賑わいの創出の趣旨に賛同して出店していただいた店舗の方々の思いも重なり、駅前に大きな賑わいがあった。今回のナイトマルシェで得た経験を生かし、事業を継続していきたい。

## (2) 今後の課題・継続事業

第7期の本事業部は、農業と商業との結びつきによる地域振興について取り組むことを大前提にするとともに新型コロナウイルス感染症に対応する新しい生活様式に即した事業を実施するために、設置された。第7期の事業は、「駅前の賑わいの創出」を目的に「東久留米西口駅前ナイトマルシェ Vol.1」を実施し、集客力のあるイベントになったとともにコロナ渦における新しい生活様式に沿ったテイクアウトマルシェとして一定の成果があった。

マルシェについては民間団体でも行えるようなフォーマットをより意識した「東久留米西口駅前ナイトマルシェ Vol.2」の開催を期待したい。また、今期の取り組みでは採用されなかった取り組みを含め、産業振興を進めるためにも「日常の賑わいの創出」につながる様々な取り組みについて改めて検討し、取り組みを進めてほしい。

## 2-2 情報発信推進事業部会

### (1) 取り組み・実績報告

#### 【事業部設置の経緯】

東久留米市地域産業推進協議会設置要綱第7に基づき、市内のあらゆる地域資源を広く発信する事業部として、第5期、第6期に引き続き情報発信推進事業部が設置された。商工業関係者2名、農業関係者1名、有識者1名の4名で構成されることとなった。

#### 1. SNS「東京はしっこチョコっと東久留米」

第5期から運用が開始されたFacebook、第6期から運用が開始されたInstagramで「東京はしっこチョコっと東久留米」の運用をしている。第7期においては、「#スパジャムジャポン」等の投稿数が多いハッシュタグを付けた投稿や、多くのユーザーの目に付きやすいInstagramのストーリーズやリールといった動画機能を用いた投稿を積極的に行った結果、Instagramのフォロワー数は直近2年間で約1.5倍に増え、令和5年1月31日時点で1,339人となった（令和3年2月24日時点は844人）。特に、イベント事業推進事業部会が実施した「ナイトマルシェ（令和4年8月5日開催）」の出店者及び協力店舗の周知に当たり、チラシデザインを背景とした統一的な投稿を続けた際には、周知を開始した令和4年7月14日から8月13日までの1か月間でフォロワー数が186人増加するなど、「はしチョコ」の認知度は徐々に向上してきている。また、アカウントの認知度に直結する「リーチ数（投稿を見たユーザー数。一人のユーザーが複数回見てもカウントは1となる。）」についても、「ナイトマルシェ」終了後のInstagramでの投稿で、「はしチョコ」初の3,000リーチ数となる3,887リーチ数（令和5年1月31日時点）を達成し、その後の投稿では4,000リーチ数を超えるものも出てきている。

普段事業を抱えている委員が多いことから定期的な発信を行うために導入した「はしチョコサポーター制度」では、第7期で新たなサポーターが2名認定され、市の魅力の定期的な発信の一助となっている。

#### 【3,887リーチ数となった投稿】



#### 4,000リーチを超えた投稿

投稿概要	リーチ数
園芸直売所（シクラメン）	4,645
夕日とるるめちゃん（年末）	4,541
花の展覧会のチラシ	6,013
鉄腕DASH放映前の柳久保小麦	13,138
鉄腕DASH放映後の柳久保小麦商品	8,835

※リーチ数は全て令和5年1月31日時点

## 考 察

地域産業推進協議会が運用する Facebook や Instagram といった SNS は、それぞれ利用者層や特徴が異なるため、効果的な情報発信のためにはターゲット等を明確にして適切な媒体で発信していく必要がある。また、動画機能を活用することも効果的である。第 7 期では Instagram のストーリーズやリールといった動画機能を用いた投稿を行ったが、こうした動画コンテンツはユーザーの目に付きやすいことに加え、テキストや写真よりもわかりやすく情報を深く伝えることができるなどのメリットもあるため、今後も積極的に活用していく必要がある。

「ナイトマルシェ」終了後の Instagram での投稿で 3,000 リーチ数を超えた要因は、コロナ禍でイベントの自粛が続いた中、久方ぶりに開催されるイベント自体の注目度のほか、「ナイトマルシェ」の出店者や当該出店者のファンの方が投稿を拡散したことも要因の一つとして挙げられる。投稿が拡散されることでリーチ数は増えていくため、今後は、情報発信力が強いアカウントに記事を取り上げてもらう方法等、情報が拡散される仕組みについて検討していくことで、さらなる認知度の向上が期待できる。一方で、「はしチョコ」の認知度が高まるほど、発信した内容に対するご意見も増えてくる。特に SNS の場合には速やかに返信すべきご意見も多く、土曜日、日曜日、祝日などにも返信する必要が生じることも考えられる。そのため、認知度を向上させる取り組みと併せて、こうしたご意見に対する対応方法をあらかじめ明確にしておくことも重要である。

はしチョコサポーター制度では、「はしチョコ」のガイドラインを熟知している地域産業推進協議会の元委員、元事務局職員などがサポーターに認定されている。こうしたサポーター候補者は今後も継続的に発生するため、はしチョコサポーター制度の運用を続けることで、安定的な情報発信につながることが見込まれる。

## 2. 情報発信セミナーの開催

第 6 期地域産業推進協議会情報発信推進事業部会からの申し送り事項として、情報発信セミナーを開催した。対象は、既に SNS のアカウントを持つ市内事業者等であり、市内事業者等の SNS のフォロワー数、リーチ数を向上させることで、集客につなげることを目的としている。概要については以下のとおりである。

開催日時	令和 4 年 7 月 23 日（土）午後 2 時～午後 4 時
開催場所	東京ドームスポーツセンター東久留米 3 階 第 1・2 会議室
講師	株式会社クリエイティブナッツ 代表取締役 若林氏
募集定員	30 名
当日受講者	21 名
セミナー資料	①『情報発信セミナー（入門編）』（作成：講師） ②『知っておきたい SNS 用語集』（作成：情報発信推進事業部会） ③アンケート（作成：情報発信推進事業部会）
セミナー概要	<ul style="list-style-type: none"><li>・講師自己紹介（講師制作物紹介）</li><li>・本題に入る前にマーケティングの話<ul style="list-style-type: none"><li>－マーケティングファネル</li></ul></li><li>・SNS をビジネスにつなげる 7 つのポイント<ul style="list-style-type: none"><li>－①自分に最適な SNS を見極めよう！</li><li>－②ファーストビューの最適化</li><li>－③フォロワー・友達の数</li><li>－④投稿内容（テキスト・画像・動画）</li><li>－⑤投稿時間</li><li>－⑥アクションはこちらから</li><li>－⑦ビジネスアカウントのすすめ</li></ul></li><li>・SNS 運用で気を付けたいこと<ul style="list-style-type: none"><li>－「ハ行」は炎上・垢バンの元!?</li><li>－乗っ取られない運用</li></ul></li><li>・質疑応答</li></ul>

第 7 期に入っても、新型コロナウイルス感染症による影響は依然として不透明であったことから、第 7 期での開催可否については早急に判断しないこととした。また、開催に向けては、当初開催予定だった情報発信セミナーからも一定の期間が経過してしまうことから、受講を予定していた市内事業者等の SNS の習熟度などの変化も想定された。そのため、セミナーの方法や内容についても、一から検討することとして、受講を予定していた市内事業者等にアンケートを実施し、その時点の SNS の使用状況やセミナー内容についての要望等を確認した上で詳細の検討を進めた。

開催日時については、令和4年8月5日のナイトマルシェのイベント開催前に実施することとし、その他の各事業部会のイベント等と日時が重ならないよう、令和4年7月23日に開催した。

開催場所については、東京ドームスポーツセンター東久留米の会議室で開催することとし、新型コロナウイルス感染症対策として1テーブルに1人掛けとすることを踏まえ、募集定員は30名とした。また、受講者の募集については、第6期の情報発信セミナーの受講を予定していた市内事業者等を優先させるため、まずは当該市内事業者等に参加意向を確認した上で、残りの募集定員分を新たに一般公募で募集した。一般公募に当たっては、チラシを作成し、ホームページ、広報への掲載や各公共施設等への設置などにより周知を行った。

セミナー内容については、参加者の意向に沿った内容とするため、第6期の情報発信セミナーの受講を予定していた市内事業者等を実施したアンケート結果に加え、一般公募の申込み時にもセミナーについての要望等を確認する項目を設け、セミナー内容に可能な限り反映した。

情報発信セミナー当日は、検温や消毒といった基本的な新型コロナウイルス感染症対策などを行いながら、計21名の市内事業者等にご参加いただいた。

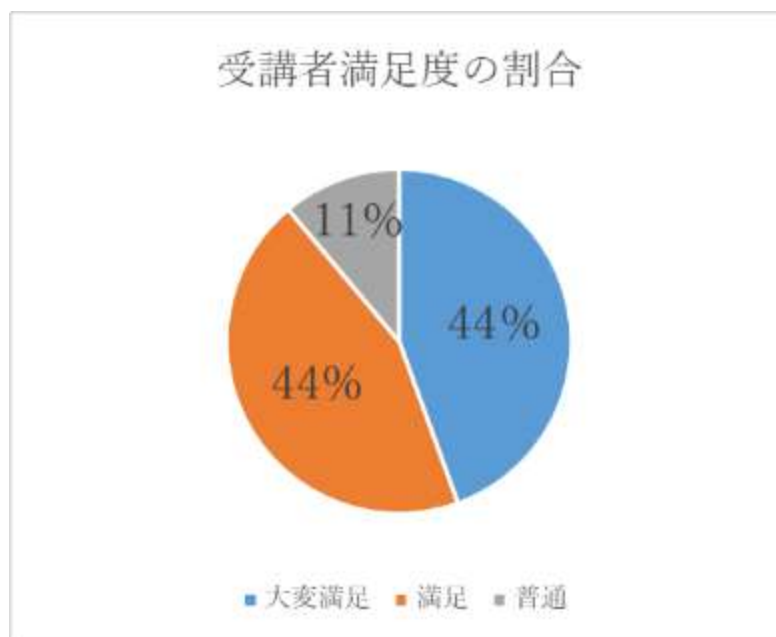
#### 【開催風景】



【参考】受講者アンケート結果

1. 今回のセミナーはいかがでしたでしょうか。当てはまるもの1つに☑をしてください。

大変満足	8名
満足	8名
普通	2名
不満	0名
かなり不満	0名



2. 今回のセミナーのご感想やご意見を自由にお書きください。

※以下、2から4までのコメントは全て原文ママ

(1で「大変満足」と回答した人)

- ・各種ポイントのわかりやすい資料で受けやすかったです！  
話し方と声のトーンが落ち着いて受けられてよかったです！
- ・SNSの種類ごとの強み、使い分けが良く分かりました。
- ・FacebookでURLを貼るとリーチが減る、など、とても有意義な情報をたくさん得られました。
- ・今日はありがとうございました。各種SNSの特性がわかりとても参考になりました。
- ・発信内容、改善点が分からなかったが、今回のセミナーで改善点が見つかりました。
- ・かなりわかりやすく、今後に生かせる情報がたくさんありました。  
まだ始める前の状態なので、参加していて肩身がせまい感じでしたが、スタートさせたらたくさんの方と交流できるよう、今後がんばりたいと思います。

(1で「満足」と回答した人)

- ・今までボンヤリしてたSNSの区別がハッキリしました。  
勉強になりました。
- ・若林さんの話、非常に良かった。
- ・ツイッター・フェイスブック・インスタについてのメリット・デメリットについて聞



けてとても考えさせられました。

- ・貴重な情報をありがとうございました。現代における情報発信ツールとしては必須なので役に立ちました。
  - ・このような会に参加できて、よかったです。企画していただいてありがとうございました。
  - ・各 SNS の特徴、機能が分かりやすく、説明いただいてよかったです。
  - ・SNS 年代別利用率はとても参考になりました。ターゲットが分かりやすい。
- (1 で「普通」と回答した人)
- ・事業者ではないのですが、関係協議会の情報発信をどの様にしたらよいか参考になるのではないかと参加しました。
  - ・ちょっとわかりづらかった。

### 3. 今後、どのように情報発信をしていきたいですか。

- (1 で「大変満足」と回答した人)
- ・勇気の出なかったリール動画に挑戦してみたいと思います！
  - ・インスタをもっと強化していきたい。  
感性に訴えていけるようにしたい。
  - ・商店会員連動型情報発信
  - ・身近・地域密着・前向きなもの。
  - ・もう少し投稿ひんどを上げて見てもらえる様にしたい。
  - ・今回教えて頂いた内容をふまえて発信していきたいです。
- (1 で「満足」と回答した人)
- ・ちゃんと目的を明確にしようと思いました。
  - ・Tw と FB と Insta をバランス良く。
  - ・フェイスブックに URL をのせるとリーチ数が減るということをしり、今後の投稿についての見直しが出来ました。
  - ・年代別の利用率は初めて知ったので、これを活用してみたいです。
  - ・インスタの写真や、ファースト画面、目的 ここ（目的）をしっかり定めて発信していきたいと思います。
  - ・ターゲットを明確にしながら情報発信していきたいと思います。
  - ・イベント情報
- (1 で「普通」と回答した人)
- 記載なし

### 4. 今後、こんなセミナーがあれば参加したいというものがあればお聞かせください。

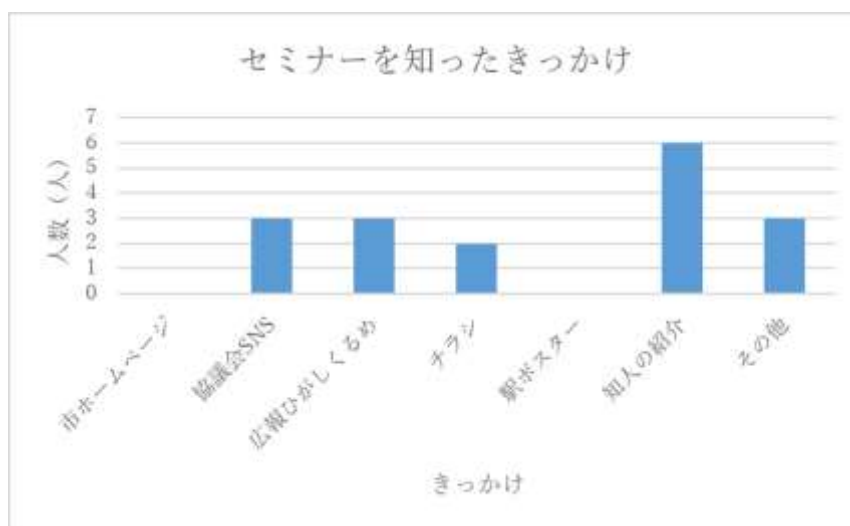
- (1 で「大変満足」と回答した人)
- ・空き家活用セミナー
  - ・エクセルのプログラミング。  
こんな事までエクセルで出来る！というようなセミナーがあればぜひ参加したいです。
  - ・初心者むけも興味があります。(投コウのしかたなど)
- (1 で「満足」と回答した人)
- ・色々な業種のインフルエンサーを招いての講座
  - ・実際に撮影したり、光の効果を体感できる様な実技編
  - ・どんなことでみんなが困ったりしているのか、話し合える場があるといいなと思いました。
  - ・初めての SNS 的なものがあるといいと思います。

(1で「普通」と回答した人)

- ・個人指導があれば。

5. 今回のセミナーをどのように知りましたか。当てはまるものに☑をしてください (複数回答可)。

市ホームページ	0名
協議会 SNS	3名
広報ひがしくるめ	3名
チラシ	2名
駅ポスター	0名
知人の紹介	6名
その他	3名 (市担当者からのメール、商工会等)



## 考 察

セミナー後に講義内容を実践した受講者から「フォロワー数が増えた」との声をいただくなど、既に一定の効果が見られているが、こうしたセミナーの効果については長期的に見て判断するものであるため、今後もセミナーの効果について注視していく必要がある。また、講義終了後には、受講者同士で情報交換をしている場面もあり、その場で相互にアカウントをフォローする機会ともなった。事業を営む上で人脈を広げることは、新たなビジネスの創出や有益な情報の獲得につながるものであり、今回のセミナーで想定していなかった効果と言える。

一方で、今回の情報発信セミナーでは、受講者の SNS に対する習熟度の違いがあり、アンケート調査でもセミナーの感想として「ちょっとわかりづらかった。」等の回答もあった。セミナーの効果をより高めるためには、同レベルの習熟度の受講者を集め、習熟度に合わせた講義内容とすることが有効であるが、今回、受講希望者が定員を下回っている中、受講者のレベルを絞り込むことでセミナーの受講者がさらに少数になることは懸念である。そのため、今後こうしたセミナーを開催する際には、同レベルの習熟度の受講者を広く募集するために、リアル開催とオンライン開催を組み合わせたハイブリットでの開催なども含めて検討していく必要がある。

総じて、アンケート結果を見れば多くの受講者の情報発信力向上のきっかけとなったことは明らかである。今後、こうした情報発信力の向上や市内事業者等同士のつながりが、いかに「集客」につながるかといった視点で、効果を長期的に判断していくことが必要である。

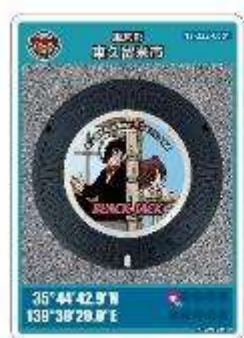
### 3. マンガ「ブラック・ジャック」を活用した情報発信事業

東久留米市では、市制施行 50 周年を機に、日本マンガ界の巨匠・手塚治虫先生のヒット作であるマンガ「ブラック・ジャック」を通じた地域振興事業を展開している。市内には「ブラック・ジャック」のキャラクターをモチーフとしたデザインマンホール蓋が 5 種類設置され、東久留米駅西口ロータリー内には、ブラック・ジャック&ピノコ像が建造されている。また、令和 3 年度には「ブラック・ジャック&ピノコ」、「ブラック・ジャック&キリコ」のマンホールカードを、令和 4 年度には「ピノコ」のマンホールカードを制作、配布している。

情報発信推進事業部会では、東久留米市が実施するマンホールカード配布事業を効果的に周知していくため、ポスター、チラシを作成して情報発信を行った。令和 3 年度は、コアなブラック・ジャックファン、手塚治虫ファン及びマンホールカードコレクターをターゲットとしたポスター、チラシを作成し、市内公共施設、地域施設、西武鉄道の各駅（1 週間）、手塚治虫関係施設等に掲出した。令和 4 年度は、これらのターゲットに加えて子育て世代にも効果的に周知できるよう、「ピノコ」の可愛らしさを前面に出したポスター、チラシを作成し、令和 3 年度に掲出した施設のほか、市内の保育園、幼稚園や小中学校、学童児童所、児童館、駄菓子屋、マクドナルドのプレイランドなどにも掲出を依頼した。

ポスター、チラシ掲出後に配布を開始した「ブラック・ジャック&キリコ」と「ピノコ」のマンホールカードの配布数は、配布開始 3 日間でいずれも 2,000 枚を超え、市外の方を中心に多くの方が来訪した。

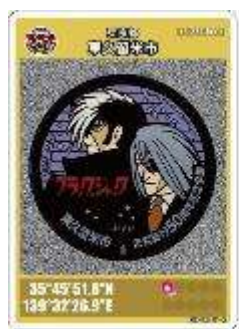
【制作されたマンホールカード】



ブラック・ジャック&ピノコ  
(令和3年10月1日配布開始)



ブラック・ジャック&キリコ (※)  
(令和3年11月5日配布開始)



ピノコ (令和4年8月6日配布開始)



※関東のマンホールカードは通常ブルーカラーだが、ブラック・ジャック&キリコのマンホールカードは、東京都がマンホールカードの制作元である下水道広報プラットホームと連携して制作し、特別版としてゴールドカラーとなっている。令和5年1月31日現在は、特別版として制作した枚数分の配布を終え、ブルーカラーの通常版を配布している。

【配布枚数 (令和4年11月初旬時点)】

キャラクター	ブラック・ジャック &ピノコ	ブラック・ジャック &キリコ	ピノコ
配布場所	滝山中央名店会 (肉のあまいけ2階)	東京ドーム スポーツセンター東久留米	東久留米市立 生涯学習センター
配布開始日	令和3年10月1日	令和3年11月5日	令和4年8月6日
配布数 令和4年11月初旬時点	9,500枚	9,000枚	5,900枚

【周知用チラシデザイン】



令和3年度作成版



令和4年度作成版



令和3年度東久留米駅掲出風景



令和4年度東久留米駅掲出風景



【ブラック・ジャックマンホールカード配布数（配布開始3日間）】

都道府県	BJ&ピコ（通常版）		BJ&キリコ（特別版）		ピコ（通常版）	
	配布日：R3.10.1～10.3		配布日：R3.11.5～11.7		配布日：R4.8.6～8.8	
	人数（人）	割合（%）	人数（人）	割合（%）	人数（人）	割合（%）
東久留米市内	781	39.73%	882	37.45%	558	25.25%
東京都（東久留米市以外）	685	34.84%	823	34.95%	880	39.82%
北海道			5	0.21%	1	0.05%
宮城県	1	0.05%	2	0.08%	2	0.09%
山形県			1	0.04%		
茨城県	10	0.51%	15	0.64%	21	0.95%
栃木県	15	0.76%	12	0.51%	16	0.72%
群馬県	1	0.05%	11	0.47%	4	0.18%
埼玉県	213	10.83%	272	11.55%	329	14.89%
千葉県	61	3.10%	58	2.46%	87	3.96%
神奈川県	168	8.55%	206	8.75%	245	11.09%
新潟県			1	0.04%	2	0.09%
石川県			2	0.08%		
福井県	2	0.10%	1	0.04%	1	0.05%
山梨県	5	0.25%	7	0.30%	9	0.41%
長野県	2	0.10%	5	0.21%	1	0.05%
岐阜県	1	0.05%	1	0.04%	4	0.18%
静岡県	10	0.51%	16	0.68%	13	0.59%
愛知県	2	0.10%	6	0.25%	6	0.27%
三重県					1	0.05%
滋賀県	1	0.05%	5	0.21%	3	0.14%
京都府	3	0.15%	5	0.21%	6	0.27%
大阪府	4	0.20%	7	0.30%	10	0.45%
兵庫県			5	0.21%	10	0.45%
奈良県	1	0.05%	2	0.08%		
鳥取県			1	0.04%		
岡山県			1	0.04%	1	0.05%
山口県						
広島県			1	0.04%		
福岡県			2	0.08%		
総計	1,966	100.00%	2,355	100.00%	2,210	100.00%
【参考】市外計	1,185	60.27%	1,473	62.55%	1,652	74.75%
【参考】都外計	500	25.43%	650	27.60%	772	34.93%

## 考 察

東久留米市が実施するマンホールカード配布事業の効果的に情報発信に向けて、今期 3 回の配布の中で様々な方法を試すことができたため、集客の視点から有効と思われる取り組みを以下に示す。

①コアなブラック・ジャックファン、手塚治虫ファン及びマンホールカードコレクターは、ポスター、チラシの掲出有無に関わらず来訪するため、ポスター、チラシのデザインや掲出場所については、その他のターゲットに向けて作成することが有効である。ピノコのマンホールカード配布時には、子どもをターゲットとしてデザインし、小中学校など子どもがいる場所に掲出したことで、ポスターを見て来訪した親子連れが見られた。

②ブラック・ジャック&キリコ、ピノコのマンホールカード配布時にプレスリリースを行った結果、新聞に掲載された記事を見て来訪された方が多く見られた。プレスリリースは経費もかからず、また、マンホールカード配布の取り組みは複数の新聞社等が取り上げるコンテンツであるため、プレスリリースは有効な取り組みと言える。

③マンホールカードの配布開始直後はマンホールカードコレクター等が多く来訪し、会場に人だかりができることから、その様子を見た市内の人から「何をしているのか」と声をかけられる機会が多くあった。こうした機会を増やすことで市内の人への配布数も増えることから、特に配布開始 3 日間の特設会場は人通りが多いところに設置することが有効である。

④マンホールカードは全国で一律に配布開始となるため、配布開始直後は Instagram 等の SNS で「#マンホールカード」等のハッシュタグが付いた投稿が多く飛び交い、マンホールカードコレクター同士の情報交換などに利用されている。ブラック・ジャック&キリコのマンホールカードを配布した際には投稿用の写真が撮れるようなフォトブースを用意したことで、写真を撮った来訪者が SNS に投稿し、その記事が拡散されることで、来訪者の増につながった。これまでも「はしチョコ」でマンホールカードに関する投稿はしているが、発信媒体が増えることにより、さらなる来訪者の増加が期待できることから、特設会場にはフォトブースを設けることが望ましい。

また、配布開始 3 日間の来訪者の割合を見ると、新しく配布開始したものほど、市外、都外からの来訪者が増えてきていることがわかる。特に関東圏内からの来訪者が増えているが、これは関東圏内のマンホールカードを集めようとするコレクターが増えてきていることが要因と思われる。マンホールカードコレクターは今後も増加することが見込まれ、かつ、周知の有無に関わらず来訪するため、今後のマンホールカードに関する情報発信の検討に当たっては、来訪者数を増やすための周知を目的としたものから、来訪者に「市内を周遊してもらおう」「市内の魅力的な商品を購入してもらおう」ことを目的としたものに重点を置いて、他市の取り組み事例などを参考にしつつ、その仕組みを検討していく必要がある。

## (2) 今後の課題・継続事業

今期は、第6期からの申し送り事項である情報発信セミナー及びマンガ「ブラック・ジャック」を活用した情報発信事業について取り組むとともに、SNS「東京はしっこチョコっと東久留米」では、ハッシュタグや動画機能の活用など様々な工夫を行い、「はしチョコ」の認知度の向上につなげることができた。

一方で、情報発信の方法はSNSに限ったものではなく、他の自治体では仮想空間上に当該自治体の名所等を再現して、観光や文化をバーチャル体験させるなどの新たな取り組みを行っている自治体もある。東久留米市においても、こうした他の自治体の取り組みを参考にしながら、新たな情報発信の手法を常に検討し、その効果を検証していくことが必要である。また、発信する内容についても、特定のコンテンツに捉われることなく様々な魅力を発信していくことで、東久留米市の盛り上がりにつなげていっていただきたい。

## 2-3 新産業創出推進事業部会

### (1) 取り組み・実績報告

#### 【事業部設置の経緯】

新産業創出推進事業部会は、第4期の地域産業推進協議会より発足した部会で、第4期から第6期においては、「東久留米市の産業を活性化させ、市の税収を増加させること」を目的に「企業流出防止、立地の促進」「創業者の育成支援」にかかる取り組みを中心に実施した。その結果、「立地希望者情報の提供事業にかかる事業用地のマッチング」「シェアキッチンによる創業支援」等の仕組みを市が構築するに至り、一定の成果を収めたため、当該事業については、第6期をもって一区切りとし今後は必要に応じて取り組むこととした。

第7期の部会は、これまでと同様の目的にて東久留米市地域産業推進協議会設置要綱第7に基づき協議会内に設置され、3名の委員により下記の事業について調査・研究及び取り組みを行った。

#### 1. 前期までの実施事業にかかる今期の取り組みについて

前期までに取り組んだ以下の2事業について、第7期においては必要に応じて取り組みが行えるように情報収集や経過観察を行った。

##### 1) 準工業地域にかかる企業立地の取り組みについて

本事業は、市の立地希望者情報提供事業の活用促進や東久留米市商工会を始めとした関係機関と連携し、市内の企業の流出防止又は市内への企業誘導を行うものである。今期の部会においては、市内の利活用が期待できる用地等の情報収集、関係機関への情報提供を行った。

##### 2) シェアキッチンによる創業支援にかかる取り組みについて

本事業は、平成31年4月1日に民間企業が開設した「創業キッチンアルゴ」において、民間企業、地域産業推進協議会、東久留米市商工会、市が協力し創業支援を図ることで、市内の空き店舗の解消、地域・商店街の活力や魅力の増進を図り、市外に流れていた消費者の需要を市内で満たす循環型の社会の構築を目指し取り組んだものである。今期の部会においては、前期に創業キッチンアルゴの利用開始をした一名が引き続き利用を行っていたため、利用状況や創業に向けた動き等の経過把握を行い、創業に向けた助言等を適宜行った。

## 2. 取り組んだ調査研究について

第7期における部会は、本格的な取り組みを行った事業の他に下記の3事業にかかる調査・研究を行った。

### 1) 事業者との連携にかかる取り組みについて

企業の首都圏からの転出が2020年に過去10年で最多となり、都心から地方への流れが進んでいる。その中でも大企業の本社や工場の移転は大きな話題となり、近年でも日野自動車は2020年を目途に日野市の本社工場を茨城県に移転するというニュースは大変なインパクトがあった。また、日野自動車の移転は、当該企業や関連中小企業の労働者や工場跡地利活用等の様々な課題が発生したところである。本市においても市内に存在する数多くの事業者により地域経済が支えられており、こうした企業の動向は市全体に大きな影響がある。こうした中、本市においても準工業地域に所在する中小企業の転出が2021年にあり、日野市の事例は他人事ではなく今後起こり得る可能性が高いものとして考える必要があった。

(資料：帝国データバンク首都圏・本社移転動向調査(2020年)(帝国データバンク))

#### 調査結果(要旨)

1. 首都圏(1都3県：東京・神奈川・千葉・埼玉)に転入した企業は296社となり、3年ぶりに前年を下回った。一方、首都圏から転出した企業は288社となり、2年ぶりに増加したほか、東日本大震災が発生した2011年以降で最多だった2012年(287社)を上回り、過去10年間で最多を更新した。この結果、首都圏は2011年以降10年連続で転入企業数が転出企業数を上回る「転入超過」となった。ただ、転入超過は8社にとどまり、ピークの2015年(104社)と比較して10分の1以下にとどまるほか、転入超過社数としては統計を開始した1990年以降で最も少ない



そのため、市内に所在する企業が当該地で引き続き事業を行うための取り組み及び自治体に移転等の動向を感知する方策等について議論を行った。議論の中では、これまでの部会での取り組みにより誕生した市内の企業の市外への流出防止等を目的とする立地希望者情報提供制度の周知に努めることを市に促すことの他に、街づくりの有識者に意見を伺う機会を設けることについての提案があった。その結果、下記の懇談会を開催した。

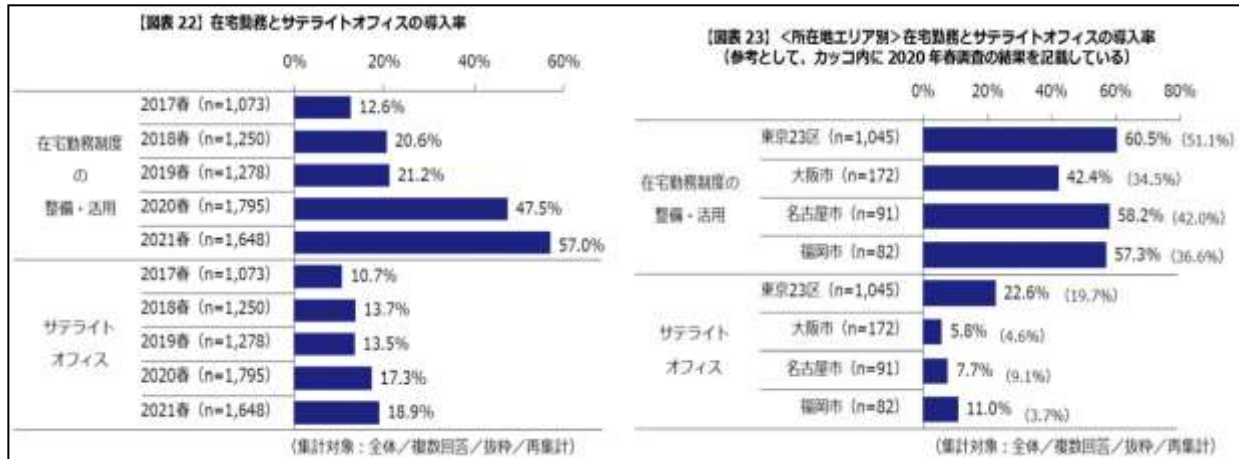
懇談会は、令和3年8月18日にグローブライド(株)の元社員で、東久留米市都市計画マスタープラン改定検討委員会の委員の有識者の方と開催した。その結果、有識者からは以下の3点について助言があった。「①企業はより良い事業活動が行える環境を求めているため、現在の事業地に大きな思い入れがない限り、直ぐにでも移転する可能性はある。②企業の移転等の重大な情報は機密事項であるため、事前に知ることは困難である。③これらの機密情報の事前の取得は不可能であるが、市の施策や企業活動の際にスムーズな協力・連携体制が図れるよう関係性を構築することが良い」。当該懇談を参考に部会内で再度の議論を行ったところ、上記②のとおり企業の動向を事前に察知することは難しいが、関係性を構築することは市政を運営する上でプラスに働く可能性がある。そのため、市内の企業と積極的な関係構築を行う懇談会等を定期的に行うことを市に提言を行うことをも

って、本件にかかる調査・研究を終了した。

## 2) 新しい生活様式に対応した働き方にかかる取り組みについて

現在のコロナ禍においては、新しい生活様式に対応した働き方である「テレワーク」を実施する企業が増加しており、その中で、在宅テレワークにおける作業スペースやネット環境等の諸課題に対応するため、「サテライトオフィス」を導入する企業も増加している。

(資料：大都市圏オフィス需要調査 2021 春 (ザイマックス不動産総合研究所))



こうした情勢の中で、様々な企業に利用させることを前提としたサテライトオフィスを設置・運営する事業者も増えており、コロナ禍において大きく成長した産業となっている。本施設の設置は、通勤時間の削減、育児や介護等のプライベートと仕事の両立、近隣店舗への経済効果等の様々なメリットが期待でき、神奈川県が試算した「東京都内に通勤する県民が週に 1 回サテライトオフィスなどを利用した場合」における経済効果は、通勤時間の短縮分を就労に充てた場合の賃金やオフィスの利用料、昼食費等により年間 621 億円に上った。本市においても多くの人が都心に通勤していることを鑑みると、サテライトオフィス等の設置は、一定の経済効果をもたらすことが期待できるため、部会において議論・調査を行うこととした。

本市においては、東京都が多摩地区において実験的に実施している 3 か所のサテライトオフィスの内、令和 2 年 7 月 20 日に開設した「TOKYO テレワーク・モデルオフィス (東久留米オフィス)」があり、令和 3 年 10 月 13 日に当該施設の視察を行った。

東京都産業労働局の担当課長代理及び東京テレワーク推進センター員より案内があり、本施設の設備や稼働状況等の説明があった。

- ①場所：東京都東久留米市東本町 1-15 ウィステリア MF ビル 3F  
西武池袋線：東久留米駅「東口」より 徒歩 1 分
- ②対象者：都内に在住または在勤者。フリーランスの都内在住者
- ③利用方法：無料 (要事前登録と予約)
- ④席数：57 席 (内予約席 31 (オープン席 28、パーソナルワークスペース 3、



その他テレフォン（防音）ブースやイノベーションワークスペース有）

⑤登録企業数：2,500以上

【資料】TOKYO テレワーク・モデルオフィス（東久留米オフィス）チラシ

東京都 スターアップ  
東京都が運営するサテライトオフィス  
TOKYO テレワーク・モデルオフィス東久留米のご案内  
利用料無料  
営業時間  
平日 9:00-19:00

最大席数  
57席

01 受付  
02 共有スペース  
03 会議室  
04 作業ブース  
05 休憩スペース

TOKYO テレワーク・モデルオフィス東久留米  
西武池袋線 東久留米駅（東口）徒歩1分  
TEL: 050-3358-4361  
Mail: tokyo-telework@tokyo-telework.jp

会社でも自宅でもない、身近な仕事場!

サテライトオフィス  
勤務とは? 所属するオフィス以外の遠隔勤務用の施設を就業電報とする働き方です。  
職位ごとの専任を確保することが可能です。

サテライトオフィス  
勤務のメリット  
●時差出勤前後の活用で、社員の感情不安定や事業継続(BCP)対策にもなります。  
●通勤負荷の軽減により、育児・介護休業の防止にも効果的です。  
●普段の業務でも移動コストや時間を削減し、生産性の向上につながります。

その他のモデルオフィスのご案内

現在 最大席数 64席  
TOKYO テレワーク・モデルオフィス府中  
東京都府中市府中1-14-1 新日生命府中ビル 1F  
TEL: 050-3358-4361  
Mail: tokyo-telework@tokyo-telework.jp

過去 最大席数 57席  
TOKYO テレワーク・モデルオフィス国立  
東京都国立市東1-15-12 国立東国貿易ビル 2F  
TEL: 050-3358-4146  
Mail: tokyo-telework@tokyo-telework.jp

利用状況等については、詳細を教えてくださいとはできなかつたが、令和3年8月は600～700人（1日30人程度）の利用があり、予約席（緊急事態宣言等を除いた場合）に限れば、概ね65%～75%稼働し、利用者の60%程度は市内又は近隣市からであった。この情報は、これまで他の場所に通勤・勤務していた者が東久留米駅に近い本施設に通い、一定の経済効果が発生していることが推定できるものであった。そのため、東京都に対し、実験ではなく長期間に渡っての当該施設の設置・運営に尋ねたところ、「実験的に設置した施設であるため、来年度以降の状況は不明である」との回答があった。

視察内容を踏まえ部会内で議論したところ、以下の結論となった。

現状、都の施設は全額都の財源にて運用され、市の負担なくその恩恵を得られているが、当該施設は実験的なものであることから、長期に渡り施設を設置するためには、民間企業等の誘致について考えるべきである。しかしながら、現状、都の施設の利用料が無料であることから同業種の参入が難しく部会として取り組める要素がほとんどない。そのため、今後、都が事業の終了を決定した際、市が当該施設にかかる利活用について都と協議等を実施するよう提言することをもって、本件にかかる調査・研究を終了した。

### 3) ブラック・ジャックを活用した取り組みについて

令和2年度に東久留米市と東久留米市商工会は地域振興のため、マンガ「ブラック・ジャック」のキャラクターを活用したデザインマンホール事業や銅像建造事業を行った結果、テレビ、新聞等の様々なメディアに取り上げられ、本市の魅力発信に繋がった。また、令

和 3 年度に市は、プレミアム付商品券の関連帳票のデザインにブラック・ジャックを活用し、販売促進を図ったところ、新聞等に取り上げられるなど好評を博し、想定以上の需要となったため、当初の販売予定数 12 万冊に 5 万冊追加した 17 万冊を販売した。

部会においては、こうしたブラック・ジャックの活用に係る様々な人気状況を踏まえ関連グッズ制作・販売により市の産業振興を図ることについて調査・研究を行った。

まず初めに、現在販売されている関連グッズを調査したところ、「手塚治虫ワールド公式オンラインショップ」においてポーチや食器、T シャツ等にブラック・ジャックのキャラクターをプリントしたものが約 50 件確認できた。また、ライオン株式会社による目薬「スマイル DX シリーズ」と「ブラック・ジャック」のコラボ（オリジナル漫画「オペのできないブラック・ジャック」）が令和 3 年 10 月 1 日より開始されたり、芸人をキービジュアルに起用したコラボシャツが 11 月 2 日に販売されたりするなど状況があり、ブラック・ジャック生誕より 48 年経過したが、現在も多くのコラボ製品が作成され、ネームバリューは健在であることが判明した。

これを受け市内のブラック・ジャック関連グッズの作成、コラボの実施を希望する企業向けに説明会の開催に向け、市内の企業数社に意向を聞いたところ、「需要等が不透明なこともあるが、必ず発生する著作権使用料等は大きな負担となるため、現状、製造等は考えていない」等の意見や市内にグッズ等の制作会社が数社しかないとの情報もあり、部会では説明会に事業者が集まらない可能性が大きいとの結論に至ったところである。そのため、市に対しては、グッズ制作等を希望する事業者が現れた場合、手塚プロダクションとの橋渡し等個別に対応することを要望することをもって、本件にかかる調査を終了した。

### 3. 新産業創出実証実験事業について

#### 1) 事業実施にかかる経緯について

第7期地域産業推進協議会においては前述の3事業にかかる調査・研究を行うことと並行し、本市における新産業の創出に向けた事業について継続的に議論を行ってきたところである。その中で、滝山団地の独居高齢者及び位置的な課題（滝山団地には高齢者が多く、また、市内の端にあるため、高齢者の生活がこの地域で完結し、市内の様々な場所に足を運ばないこと。）と現在のコロナ禍における飲食店の苦境にかかる課題に対し取り組めないかとの以下の提案があった。

事業名	市内の飲食店が一堂に集う！食事会
対象者	市内在住の全世代の方（主に高齢者）
開催目的	①孤食防止等の高齢者に対する支援 ②テイクアウト等による飲食店への新規需要の創出 ③通所者送迎車を活用した新たな事業の創出 例) uber eats、交通弱者の移動支援事業
事業内容	参加者が市内飲食店3～4店舗のメニュー表から1品選び、注文、スタッフに注文のあった料理について、各飲食店からテイクアウトで購入・集荷・配送。注文からテイクアウトまでの1時間程度はレクリエーション等を実施。

当初は、部会で取り組むべきであるのかと懸念もあったが、内容を整理し、目的や効果の明確化を図る上で、最も重要な目的を「介護送迎車を利用した集荷・配送における新事業の実験」とし、令和4年2月3日に開催された第3回新産業創出推進事業部会において、以下の内容にて実施を決定した。

場所	デイサービスアルゴ参番館（東久留米市滝山4-1-40）
概要	デイサービスアルゴ参番館の設備及び遊休スペースを活用し、食事会を実施する。市内の人気飲食店（4店舗が提示した各2メニューの中から来客者が1品～選び、スタッフが各店に注文・集荷・配送する。）の料理の飲食前後に各種パフォーマンスショー（社会福祉協議会のボランティアセンターを活用し、無料パフォーマーに講演を依頼）を鑑賞する。
目的	遊休スペースの有効活用、市内飲食店の支援、介護送迎車を利用した集荷・配送にかかる新事業の実験
効果	地域の高齢者の活性化・商店街振興、シェアキッチン周知

以後の第4回及び第5回の部会において事業名やパフォーマー、飲食店等を決定し、次の「2) 具体的な取り組み内容」のとおり令和4年7月17日に「食事が自分で選べるランチショー～市内の名店がアルゴに大集合～」を実施し、実施結果を取り纏めた。

## 2) 具体的な取り組み内容

### 1. 概要

名称	食事が自分で選べるランチショー～市内の名店がアルゴに大集合！～
日時	令和4年7月17日（日） 午前11時～午後1時40分
場所	デイサービスアルゴ参番館（東久留米市滝山4-1-40）
実施体制	地域産業推進協議会 新産業創出推進事業部会
事業内容	デイサービスアルゴ参番館の設備及び遊休スペースを活用し、食事会を実施する。市内の人気飲食店（4店舗が提示した2メニューの中から来客者が1品～選び、スタッフが各店に注文・集荷・配送する。）の料理の飲食前後に各種パフォーマンスショー（社会福祉協議会のボランティアセンターを活用し、無料パフォーマーに講演を依頼）を鑑賞する。
目的	遊休スペースの有効活用、市内飲食店の支援、介護送迎車を利用した集荷・配送にかかる新事業の実験
効果	地域の高齢者の活性化・商店街振興、シェアキッチンへの周知

### 2. 報告事項

内容			
1) スタッフ			
所属	役職	名前	役割
新産業創出推進事業部会	事業部長	齋藤正人	責任者、準備、入場整理、配膳
	副事業部長	赤星良平	準備、座席案内、発注、配膳
	委員	伊藤知広	準備、注文、集荷・配送、配膳
市産業政策課	課長	板倉正弥	準備、受付、お茶購入、配膳
	係長	小山祥生	準備、入場整理、司会
	主任	臼井陽祐	準備、注文、発注、集荷・配送、配膳
	主事	新井颯太	準備、座席案内、パフォーマー調整
デイサービスアルゴ参番館		原愛香	準備、集荷・配送
		植竹紀世	準備、集荷・配送
2) 協力事業者			
①飲食店名	メニュー名	値段 <sup>※1</sup>	提供上限
季節の味 志乃	サバ塩焼きとチキンカツの御弁当	980円	10
	海鮮丼 サラダと添え物付き	1,420円	10
中国東北料理 大年	回鍋肉弁当	700円	5
	酢豚弁当	750円	5
居酒屋	冷やしちくわ天 うどん	650円	10

食堂 味松	冷やし紀州南高梅 うどん	700 円	10
ゴ〜ルデン	ローストビーフ丼	950 円	10
ミート	からあげ丼	900 円	10

※1 値段は、飲食店の提供価格に 100 円上乗せで設定 (チャージ料等)

②パフォーマー名	名前	パフォーマンス内容
マジック BOX	松澤亮	のこぎり演奏
	山下文子	マジック
	勝俣敦子	マジック
個人	黒沢誠登	バイオリン演奏

※2 パフォーマーの方は、社会福祉協議会のボランティアセンターから紹介していただいたボランティア (謝礼金を支給)

### 3) 対象者

- ・市民 (特に、滝山団地周辺の高齢者)

### 4) 周知方法

- ・市報、HP、別添チラシ(滝山団地全世帯約 3,500 世帯に配布)にて周知

### 5) 当日タイムテーブル

11 時	開店・注文開始
～11 時 30 分	注文〆切
11 時 40 分～	のこぎり演奏 (マジック BOX : 松澤亮)



		<p>エーデルワイス など5曲ほど演奏</p>
12時05分～	<p>マジックショー（マジックBOX：山下文子、勝俣敦子）</p>  <p>トランプが入れ替わるマジック 帽子からものを出すマジック (山下文子)</p>  <p>10分ほど。 カラフルな布が溢れ出るマジック ロープのマジック (勝俣敦子)</p>	
12時30分～	ランチタイム	
13時20分～	<p>バイオリン演奏（黒沢誠登）</p>  <p>7曲ほど演奏 踏切のサイレンや 消防車のサイレンの モノマネなども</p>	
13時40分	終了	
<b>結果</b>		
<p>1) 総参加者数 6名※1名途中退席（目標人数30名） 協力参加者 7名 地域産業推進協議会委員 （篠宮宣典、大山裕嗣、伊藤成美、榎本義樹、土田健太郎） その他（伊藤賢一、島崎修）</p> <p>2) 飲食物提供数 ※お茶（500ml ペットボトル） 100円</p>		

店名	メニュー名	注文数	値段小計	合計	チャージ(売上)
志乃	サバ塩焼きとチキンカツの御弁当	7	6,160円	12,760円	1,200円
	海鮮丼	5	6,600円		
大年	回鍋肉	3	1,800円	3,750円	600円
	酢豚	3	1,950円		
ゴヘルデン ミート	ローストビーフ	4	3,400円	6,600円	800円
	からあげ	4	3,200円		
味松	冷やしちくわ天うどん	3	1,650円	4,650円	800円
	冷やし紀州南高梅うどん	5	3,000円		
小計		34		27,270円	3,400円
お茶		(5)		500円	-
合計		34 (5)		27,770円	3,400円

### 3) アンケート総括

年齢	60～70歳(2名)、80歳以上(3名)
お住まいの地域	滝山(2名)、小山(2名)、下里(1名)
世帯人数	1人(3名)、3人以上(2名)
ランチショー感想	満足(3名)、やや満足(2名)
何で知ったか	チラシ(4名)、店員の案内(1名)
ランチの感想	よかった(2名)、ふつう(3名)
パフォーマンスの感想	よかった(5名)
今後同じイベントに参加したいか	参加したい(5名)

### 4) 周知・謝金費用

①周知費用 チラシ及びポスティング代 44,000円

②謝金 パフォーマー 9,000円(一コマ3,000円)

### 5) 市ホームページのデータの比較

ページ	ページビュー数	ページ別訪問数	平均ページ滞在時間	閲覧開始数	直帰率	離脱率
ランチショー	144	136	79.42	29	89.66%	36.81%
東久留米西口駅前 ナイトマルシェ	2,225	1,924	267.4	1,747	84.95%	81.03%

#### ・比較内容

○ページの閲覧者の内、該当ページからの閲覧者の割合＝閲覧開始数÷ページビュー数

①ランチショー...29÷144=20%

②ナイトマルシェ...1747÷2225=78%

この数値より、ランチショーは事前に知っていて調べたのではなく、市のHPからペー



ジを見つけて入った人が多く、ナイトマルシェは事前知っていた上で調べた人が多いということが分かる。このことから、ナイトマルシェと比較してランチショーは、SNS やチラシ、広報での事前の周知効果、話題性が少なかったと考えられる。また離脱率に関して、ナイトマルシェが 81%でランチショーが 36%ということからも、ナイトマルシェのページだけを見に来た人が多いと考えられる。

6) 介護送迎車を利用した集荷・配送について

①集荷にかかる走行距離

志乃～大年ルート 85,128 km→85,134 km (6 km)

ゴ～ルデンミート～味松ルート 63,443 km→63,451 km (8 km)

②集荷時間 どちらのルートも約 30 分 ③ガソリン代 約 215 円

燃料費算定式(自動車燃料消費量統計 年報令和2年度(2020年度)分)		⇒	項目	経費	単位
走行1km当たり燃費消費量	0.093 (ℓ/km)		6kmの車	92.07	円
		8kmの車	122.76	円	
2022年ガソリン販売価格	165 (ℓ/円)	合計	214.83	円	

今回の介護送迎車を利用した集荷・配送にかかる実験において、当該車両は通常の車両とは異なり車椅子を固定する機器等があり、集荷場所が多少狭くなるというマイナス点はあるが、その他の点は通常の車両と同様に使用でき、問題なく集荷・配送が行えた。

評価・反省点	
評価点	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者の年齢層は想定対象となる高齢者の方で、世帯人数 1 人の方が 3 名おり、孤食防止の取り組みとなった。</li> <li>食事にかかるアンケートは、「普通」又は「よかった」であったため、概ね満足いただいた。</li> <li>パフォーマンスにかかるアンケートは、参加者全員が「よかった」と回答した。</li> <li>チラシをポスティングしたことにより問い合わせが一定程度あった。</li> <li>休日に遊休資産となる介護送迎車を活用しての実験は成功し、事業化への可能性を見つけることができた。</li> </ul>
反省点	<ul style="list-style-type: none"> <li>参加者が想定より集まらなかった。</li> <li>当日のチラシ配布は、拘束時間の関係もあり、ほとんど効果がなかった。</li> <li>イベント時間については、途中退席希望者が 6 名中 3 名いたため、拘束時間が長かった。</li> <li>注文対応が想定より時間がかかったため、参加者が今回より多くなった場合に案内や集荷を時間どおりできない可能性がある。</li> <li>パフォーマンスについては、予め内容を確認し、曲名やパフォーマンス内容を確認した方がわかりやすかった。</li> <li>周知方法は、市報やチラシ以外の方法も検討し、対象とする高齢者を集める方法を模索する必要がある。</li> </ul>

## 7) 今後の開催に向けた改善点（同じように開催する場合）

	検討項目
実施体制	・ 予約制やテイクアウトのみなど実施体制の変更
事前準備	・ 周知方法について ・ 飲食店舗への協力依頼について ・ パフォーマーとの調整について
当日	・ 受付にかかるオペレーションの見直しについて ・ パフォーマーの演目の表示方法について

## 考 察

本事業は、暑さ、新型コロナの感染状況、三連休の中日、周知不足等の様々な要因により参加者は想定以上に少なく、集客については大きな課題が残ったが、イベント部分である飲食やパフォーマンスについては参加者より好評を得て、また、実験部分となる介護送迎者を使用した集荷・配送については問題なく行えたため、事業としては概ね成功であったと考える。

目的となる3点の内、

①「遊休スペースの有効活用」については、会場設置やパフォーマーの演目が問題なく運営できたため、有効利用できたと考えているが、当該イベント実施の経費を考えると、今後の活用に向けてはその点を改善する必要がある、チャージ料を上げることやイベント用の場所貸し等の手法が考えられる。

②「市内飲食店の支援」については、参加者が想定以上に少なかったが、地域産業推進協議会の委員の協力により目標とする30食を達成でき、各飲食店の売上に一定の貢献ができたと考えている。

③「介護送迎車を利用した集荷・配送にかかる新事業の実験」については、遊休資産となる介護送迎車の集荷時間や安全性、配送能力等の様々な点が問題ないことが確認でき、僅かなコスト（ガソリン代）で一定のお金が生み出せたため、実験としては大成功であったと考える。今後の事業化の可能性としては、たとえば、近隣スーパーの配送を請け負って高齢者の自宅に届けることや市内を中心として製造物や生産物の定期的な配送への利用などが挙げられる。

また、その効果については、「地域の高齢者の活性化」「商店街振興」「シェアキッチン」の周知」という狙いがあったが、集客がうまくいかないこともあり、この効果は得られなかった。

今後は、事業事例の周知及び活用について調査・研究していく必要がある。

#### 4. 地域産業推進協議会勉強会事業について

##### 1) 事業実施にかかる経緯について

令和4年9月16日の第6回、10月24日の第7回の部会で今後の取り組みについて議論したところ、創業支援やSDGsにかかる取り組み等の意見があったが、委員の残任期間を鑑みると、いずれの事業も実施は困難な状況であった。しかしながら、部会の活動時間が残り半年あったとしても、一片たりとも時間を無駄にしたいくないとの委員の熱意をもとに知恵を絞った結果、「地域産業推進協議会は、市の産業の発展のための存在であるとともに、委員の人材育成の場」であるため、委員を対象とした研修的な事業を実施したいとの意見が上がった。当該意見を検討したところ、その事業が有意義なものであり、残任期間中の実施が可能である点などから2月初旬までに実施することに決定した。実施内容については、委員間のメールや個別に意見調整を行うなど、スピード感を持って事業構築を進めた結果、令和5年1月17日に開催した第8回の部会において下記の「2) 具体的な取り組み内容①事業の概要」のとおり決定した。

##### 2) 具体的な取り組み内容

###### ①事業概要

名称	東久留米市地域産業推進協議会勉強会
日時	令和5年2月4日(土) 午後3時～午後5時半
場所	東久留米市役所 7階 701会議室
実施体制	地域産業推進協議会 新産業創出推進事業部会
事業内容	第1部 講演 演題:「地域活性化における人々の巻き込み方～官民連携事業～」 第2部 意見交換会 演題:「東久留米市地域産業推進協議会」
目的	地域振興の分野において活躍する方の講演や地域振興に対する委員の思い・意見を共有する意見交換会により各々の更なる活躍のきっかけになることを目的とする。
参加予定者	地域産業推進協議会委員及び関係者
特記事項	講師の選定に当たっては、本協議会の大川委員の所属する地域活性化センターの協力を得て、株式会社 WHERE 代表取締役 平林 和樹氏に依頼を行った。

②参加者・当日タイムテーブル

参加者	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域産業推進協議会委員 10名（2名欠席）</li> <li>・事務局・協議会関係者 16名</li> </ul>
15時～	開会・開会挨拶
15時03分～	<p>勉強会</p> <p>第1部 講演</p> <p>演題：「地域活性化における人々の巻き込み方～官民連携事業～」</p> <p>講師：株式会社 WHERE 代表取締役 平林和樹</p> <p>○株式会社 WHERE 及び事業紹介</p> <p>○市民（民間）参加によるまちづくり</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・茨城県結城市における空き家を活用した関係人口の創出</li> <li>・埼玉県北本市における市民ライター育成講座</li> <li>・埼玉県横瀬町のよこらぼ事例</li> <li>・長野県根羽村の森林×起業事業</li> <li>・高知県大月町の観光×プロボの事業</li> <li>・山梨県富士吉田市市民ライター講座</li> <li>・LOCAL LETTER MEMBERSHIP 学び×地域プレイヤー</li> </ul> <p>○質疑応答</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
16時05分～	休憩
16時15分～	<p>第2部 意見交換会</p> <p>演題：「東久留米市地域産業推進協議会」</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>
17時45分～	閉会挨拶・閉会

勉強会の第 1 部は、別会場の講師をオンラインで繋ぎ開催したもので、産業振興施策をこれまで様々な自治体や民間事業者に伴走し、実施してきた経験に基づき講演が行われた。各事例におけるコンセプトや役割分担、成果などは、長年の協議会の活動の中で実施してきた内容と重なる部分も多くあったが、改めて言語化されることで、より深い理解に繋がった。また、講演後の質疑応答は、多くの質問があることを想定し、講演時間全体の 3 分の 1 を配分していたが、これを越えるほど白熱し、非常に実りのある講演となった。

第 2 部の意見交換会は、委員のみで実施され、進行役のファシリテーターを新産業創出推進事業部会の事業部長が務めた。進行方法は、ファシリテーターが提示する議題①「地域の魅力」と「地域の課題」、②「産業振興とは何？そしてあなたはなにをやる？」の 2 つに対し委員全員が意見を述べる形で行われ、市はオブザーバーとして参加した。各委員から語られた地域振興に対する思いや考え方の中には、「子ども」や「世代」、「公園」といった共通のキーワードがあった。委員が地域振興にかかる思いを語り合う第 2 部も熱が入り、第 1 部に引き続き予定時間を超過してしまっていたが、大盛況のうちに終了した。

この勉強会は、新産業創出推進事業部会のこれまでの活動の総括として実施したものである。この協議会、そして、産業振興に対する我々の姿勢は、勉強会においても伝えたことであるがこの姿勢を後世に語り継ぐため、改めて以下のとおり書き留める。

産業振興とは「まち」を作ることであり、担い手は、その地域の「ひと」である。この「ひと」に誰かがなってくれるのを待つのではなく、自らがなくてはならない。個人の利益を追うばかりではなく、未来のこのまちのために汗をかき、地域に対する熱い思いを継続して持ち続けなければならない。こうした思いを持つ先代達が地域振興のために活動し、この「まち」を築き上げ、現在の我々にタスキを託した。我々の使命は「まち」をさらに発展させ、次の世代の子どもたちへタスキを繋いでいく過程のなかで、子どもたちがこの「まち」に生まれて、育って本当に良かったと心から思えるようにすることである。

そして、我々はこの夢を叶えるために、多くの人に夢を語ることで仲間を増やし、今後もその仲間と共に世代を超え連綿と続く産業振興という「終わりのない駅伝レース」を走り続けていくものである。

以上

## 考 察

勉強会の第 1 部に行われた講演会は、様々な事例が紹介され多くの学びがあった。特に、北本市の事例は、自分の「まち」を好きな人が、ただ好きという思いに留まらず、市民ライターとしての活動を通し、その良さ・魅力などを発信するなどの行動に移す意識変容を促すものであった。このことは、地域振興を行う仲間を生み出し、さらに良い「まち」を築き上げる事業であると考えられる。本市の協議会の活動においても、事業の継続性や

発展性という点において、多くの人を巻き込む必要があるため、その良いヒントになった。また、委員の地域振興に対する活動の中で悩みの種となる「新しい企画をイベントという形ではなく、継続性をもって取り組む方法」や「様々な地域振興に尽力する個人や小規模な団体が力を合わせる方法」といった質問に対し多くの示唆を富んだ回答が示されたため、良い気づきに繋がり、非常に有意義なものであった。

第 2 部に行われた意見交換会は、委員のみが参加することにより終始リラックスして行われ、委員の地域に対する本音が語られた。その発言の多くにあった「子ども」や「世代」、「公園」というキーワードは、今年度行われた子どもから高齢者まで幅広い世代のたくさんの方が訪れたナイトマルシェ事業が体現していると考える。この思いは、現在の市が目指す「あんしんして暮らせるまち」の重点的取り組みとする「子どもへの投資」と重なる部分が多分にあり、この点に対し協議会が取り組む地域振興の要素を付け加えることができれば、素晴らしい事業が行えると考えている。次期協議会には、今後一層の取り組みを期待したい。

本事業は、7 期を数える協議会において実施されたことがない事業であったが、参加した委員や関係者の声を聞く限り、協議会の本会や部会では得ることができない「気づき」が委員のみならず、市側にもあり、期待した以上の成果があった。この事業における学びの成果は、協議会の一層の活躍、そして、東久留米市の発展に繋がる良い機会であると考えているため、今後の協議会においても何らかの形で実施してほしい。

## (2) 今後の課題・継続事業

新産業創出推進事業部会は、3 期に渡り取り組んできた事業が一区切りしたこともあり、前期の第 6 期をもって終了するものと考えてきたが、事務局より地域産業推進協議会の更なる発展に向け強い要望があり、第 7 期においても引き続き設置された。

地域産業推進協議会は、野崎重弥元市長が平成 14 年に立ち上げた「産業振興委員会（平成 14 年に発足した地域産業振興会議設立準備会が、地域産業振興会議になり、平成 17 年度に委員会となった）の流れを汲み平成 20 年 2 月 13 日に設立されたものである。本協議会の目的は、委員会当時と変わらず「地域資源の活用」、「市の魅力を高める」事業・イベントを通し、「市内農商工業者の所得水準を高め、税収増に繋げることで市と市民が潤う」ことを究極的な到達点とするものであるが、委員の構成については、委員会が「その当時」の地域産業を担う主要な者を中心に構成されるのに対し、協議会は「次世代」を担う者が就任したという点が異なる。これは協議会が、これまでの机上議論から「試行」を中心とするものに転換するとともに、次世代を担う者がその試行錯誤のなかで成長し、今後の地域産業を担う者になる人材育成を目的としているためである。

第 7 期の部会の実施事業は協議会発足当初より変わらないこの「税収増」「人材育成」の 2 つを根幹に実施に至ったもので、これに加え、「官から民へ」というスローガンは、今後の協議会及び委員に承継したいことである。その中でも、最後に実施した「勉強会」は、この 3 つの概念を現委員の方に伝えることができる大変良い事業であったと考える。

本協議会は今後も市の地域産業を担う者を委員とし、様々な取り組みを議論し、試行していくものと考えているが、「地域産業推進協議会とは何か」を考える機会は、大変有効であると考え、継続的な開催を改めて要望する。

部会においては、任期中において調査・研究及び実施をした事業は全て区切りをつけたため、今後の協議会に引き継ぎたいものは、この 3 つの「税収増」「人材育成」「官から民へ」の概念のみである。これからも東久留米市の地域産業の推進のため、本協議会はこれらを基礎として、活動を続けていただきたい。



## 第3 協議会の今後の展開について

### (1) 協議会の2年間の取り組みについて

本協議会は、平成14年度に設置された、「東久留米市地域産業振興会議設立準備会」に端を発し、これまでに柳久保小麦をはじめとする東久留米市ならではの農産物を活用した商品開発に取り組み、商品化・ブランド化に至っている。また、多くの地域密着型の産業振興事業を企画運営し、恒例事業として市外からも一定の参加者を得ている「開運七福神めぐり事業」については、平成27年からは実行委員会形式での実施に移行した。

平成23年には地域資源PRマスコットキャラクターとして、「湧水の妖精るめちゃん」を制定した。東久留米の魅力を発信するキャラクターとして広く活用してきた結果、市民にとって愛着のあるキャラクターとして認知され、マンホール蓋のデザインや市政施行50周年記念ロゴへの活用に至った。

第7期の協議会においては、第6期に引き続き、自治体の魅力を発信する取り組みを行う情報発信推進事業部、税収増加に結び付く創業支援等を行う新産業創出推進事業部、継続的に地域密着型の産業振興事業を行うイベント推進事業部の3つの事業部を設置した。

第7期の期間中も引き続き、新型コロナウイルスの感染症の影響が大きいことが予想されたが、各部会ではコロナ禍の中、知恵を出し合い、創意工夫を行う中で様々な取り組みを進めることが期待されていた。

「イベント推進事業部」は前期から引き続き、農業と商業との結びつきによる地域振興に資するイベントの企画・実施に取り組んだ。コロナ禍のなか、新しい生活様式に即した事業として開催した東久留米西口駅前ナイトマルシェは、出店者も来場者も共に楽しむことができるイベントとなった。情報発信推進事業部の協力も得て、SNSを活用した周知の効果もあり、子育て世代や日中は仕事や学校で市の魅力を感じる方が難しい方など、たくさんの方々の参加を得て、東久留米駅に新たな賑わいを創出することができた。

「情報発信推進事業部」は第5期から取り組みを進めたSNSにおける情報発信に加え、セミナーの開催や、漫画ブラック・ジャックの活用した事業にも取り組んだ。Instagram「東京はしっこチョコっと東久留米」を活用した情報発信では、本協議会の事業のみならず、商業・農業・観光・イベント等の多種多様な情報を数多く発信したことや、セミナーなどから得た知見を踏まえて発信方法を工夫したことなどから、2年間でフォロワーが1.5倍となるなど、東久留米の地域情報の発信元として、認知されてきた。漫画ブラック・ジャックをモチーフとしたデザインマンホールカード配布事業では、配布開始3日間で2,000枚を超え、市外からも多くの方が東久留米市を訪れ、誘客に効果があった。

「新産業創出推進事業部」は、前期協議会の事業を一区切りとし、本協議会の初心に立ち返り、改めて市税収入の増加を図ることを目的に、調査研究及び実証実験等を行った。

漫画ブラック・ジャックを活用した産業振興に係る調査研究においては、現在でも複数のコラボ商品が販売され、根強い人気があることが明らかとなり、今後市内事業者から要望等が寄せられた場合には、橋渡しをすることなどが提案された。遊休スペースの有効活用、市内飲食店支援、介護送迎車を利用した集荷・配送にかかる実証実験からは、新たな事業の可能性を示すことができた。また、勉強会では多くのヒントを得ることができた。

## (2) 協議会を取り巻く時代の潮流

第7期の協議会設置期間中においては、2020年初頃から世界で感染が拡大した新型コロナウイルス感染症の影響が続き、人々の生活に大きな影響を与えた。感染防止を目的として集会や会食などの制限が行われるとともに、テレワークなどオンラインコミュニケーションツールの活用が進んだ。

テレワーク、リモートワークの導入などDX（デジタルトランスフォーメーション）の取り組みが加速し、働き方が変化することで、都心のオフィスへ通勤する必要がなくなり、都心から郊外へ住まいを移す動きも出始めている。また、住まう地域や家族とともに過ごす時間が増え、その関わり方に変化がみられるほか、外出や旅行の自粛が長期化する中で、自宅での食事やデジタルコンテンツを楽しむ巣ごもり生活を楽しむ人も多い。

その一方で、オフィスでの雑談や実店舗での買物といったリアルなコミュニケーションが再評価される動きもある。こうしたデジタル化の進展やライフスタイルの多様化は社会の幅広い場面に影響を及ぼしている。

日本経済は、コロナ禍からの社会経済活動の正常化を背景に、緩やかな持ち直しが続いているが、ウクライナ情勢などの社会経済情勢から、原材料価格の上昇や円安の影響等によるエネルギー・食料価格の高騰、欧米各国の金融引締めによる世界的な景気後退の懸念など、厳しい環境が続いている。企業の業況判断は、持ち直しの動きがみられるものの、中小企業などからは、燃料・原材料の値上がりや価格転嫁に苦慮しているとの声もある。

厚生労働省が発表した令和4年11月の有効求人倍率は季節調整値で1.35倍、新規求人倍率は2.42倍と新型コロナウイルス禍前の2019年8月以来の高水準になり、総務省が発表した11月の完全失業率は2.5%と雇用情勢は緩やかに持ち直している。

インバウンド需要は回復しつつあるものの、いまだコロナ禍以前のような状況には至っていない一方で、コロナ禍を経てライフスタイルが変化し、身近な地域資源について再評価する動きもみられることから、マイクロツーリズムなど引き続き、当市の有する地域資源を活用した事業の展開が考えられる。

すでに、SNSやYouTubeが消費行動に大きな影響を与える要素であり、今後は5Gの普及により動画配信の増加やメタバースを活用した情報発信等が大きな影響を持つことも想定される。さらなるDX（デジタルトランスフォーメーション）等の伸展により、これらのデジタルツールの積極的かつ効果的な活用による情報発信の重要性が高まっている。

### (3) 協議会の今後の展開について

令和4年12月、国は「デジタル田園都市国家構想総合戦略」を策定した。その中では、人口減少社会を迎え、地方の過疎化や地域産業の衰退などが大きな課題となっていること。テレワークの普及や若年層の地方移住への関心が高まるなど、社会情勢は大きく変化していること。また、デジタル技術は急速に進歩し、人々の生活に広く活用される段階に移行しつつあることを踏まえ、これまでの地方創生の取り組みにデジタルの力を活用して加速させ、デジタル田園都市国家構想が掲げる「全国どこでも誰もが便利で快適に暮らせる社会」を目指すとしている。

こうした国の方向性を踏まえ、東久留米市を含めた地方自治体では地域それぞれが抱える社会課題等を踏まえ、地域の個性や魅力を活かした地域活性化の取り組みが求められることとなる。

第7期の協議会で進めた、新産業創出は、地域の稼ぐ力に直結する取り組みであり、SNS等を活用した情報発信やナイトマルシェはコロナ禍においても地域の魅力の発信や賑わいの創出が期待できる取り組みである。次期協議会においても委員の活発な議論をベースとし、幅広く地域産業の振興に資する事業に取り組むことが期待される。

本協議会は東久留米市をふるさととして想い、東久留米の歴史や風土を理解し、東久留米の未来を想う人材により構成され、約19年間に亘り、地域の魅力の磨き上げに取り組んできた。事業を企画運営する上で、協議会委員がそれぞれの立場で人的ネットワークの結節点としての役割を担ってきたことが、大きな結果に繋がっているものと考えている。今後も「共に創るにぎわいあふれるまち」として東久留米を発展させるため、東久留米を思う人々を結びながら、東久留米のファーストペンギンとして積極的な取り組みを期待したい。

## 参 考 资 料

## 資料1 地域産業推進協議会設置要綱

平成22年7月12日東久留米市訓令乙112号

東久留米市地域産業推進協議会設置要綱

(設置)

第1 東久留米市（以下「市」という。）における産業振興事業の推進にあたり、各関係機関、諸団体等が相互のつながりを強化し、協働事業として実施するため、東久留米市地域産業推進協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(定義)

第2 この要綱において「産業振興事業」とは、農業及び商工業のほか、市の資源を生かした観光、教育、文化及びスポーツ事業等を包括し、かつ、産業振興事業の実施により市内の農業者及び商工業者の事業が活性化することをいう。

2 この要綱において「東久留米市地域産業振興懇談会（以下、「懇談会」という。）」とは、市、商工会及び金融機関等が中心となり設立した企業支援活動に取り組む機関による懇談会のことをいう。

(所掌事項)

第3 協議会は、次に掲げる事項を所掌する。

- (1) 市の産業振興事業の構想、企画及び推進に関すること。
- (2) 懇談会で決定又は提案された情報及び支援施策に基づいた構想、企画及び推進に関すること。
- (3) 前各号のほか、市の産業振興に必要な事項

(組織)

第4 協議会は、委員12人以内をもって組織する。

- 2 協議会の委員は、農業関係者、商工業関係者及び有識者とし、市長が委嘱する。
- 3 委員の任期は2年以内とし、再任を妨げない。
- 4 委員に欠員が生じたときは、市長は委員を補充することができる。ただし、任期は前任者の残任期間とする。
- 5 委員の任期が満了したときは、当該委員は、後任者が任命されるまで引き続きその職務を行うものとする。

(会長及び副会長)

第5 協議会に会長及び副会長を置き、委員のうちから互選する。

- 2 会長は、会務を総理する。
- 3 副会長は会長を補佐し、会長に事故があるときはその職務を代理する。

(会議)

第6 協議会は、会長が招集し、委員の過半数の出席により成立する。

- 2 協議会の議事は、出席委員の過半数により決する。ただし、可否同数のときは、会長

の決するところによる。

3 会議は、原則公開するものとする。ただし、協議会に諮り、公開しないことができる。

4 協議会が必要と認めるときは、委員以外の者を会議に出席をさせて意見を聴くことができる。

(企画推進事業部)

第7 会長は、協議会又は懇談会で企画した事業を具体的に推進するため、企画推進事業部(以下「事業部」という。)を置くことができる。

2 事業部は、既存産業の発展及び新産業の創出を常に考慮し、事業の推進に努めるものとする。

3 事業部が必要と認めるときは、委員以外のものを出席させて意見を聴くことができる。

4 事業部は、協議会に事業部の決定事項等について報告する。

(事業部の組織)

第8 事業部の委員は、協議会の委員で構成する。

(事業部長及び副事業部長)

第9 事業部に事業部長及び副事業部長を置き、委員のうちから互選する。

2 事業部長は、会務を総理する。

3 副事業部長は、事業部長を補佐し、事業部長に事故あるときはその職務を代理する。

(報償費)

第10 委員に対しては、職務の遂行に要する報償を予算の範囲内で支給する。

(庶務)

第11 協議会の庶務は、市民部産業政策課において行う。

(委任)

第12 この要綱に定めるもののほか、協議会の運営に関して必要な事項は、会長が別に定める。

付 則

この訓令は、平成22年7月12日から施行する。

付 則(平成24年8月8日訓令乙第144号)

この訓令は、平成24年8月8日から施行する。

付 則(平成26年9月29日訓令乙第143号)

この訓令は、平成26年9月29日から施行する。

付 則(平成28年11月29日訓令乙第171号)

この訓令は、平成28年11月30日から施行する。

付 則(平成31年1月29日訓令乙第4号)

この訓令は、平成31年1月29日から施行する。

## 資料2 地域産業推進協議会委員名簿

氏名	区分	役職	期間	所属 推進事業部会
シノミヤ 篠宮 宣典	商工業関係	会長	令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	
オオヤマ 大山 ヒロツグ 裕嗣	商工業関係	副会長	令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	情報発信推進事業部会
アカボシ 赤星 リョウヘイ 良平	商工業関係		令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	新産業創出事業部会
アキタ 秋田 シンゴ 茂良	農業関係		令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	イベント推進事業部会
イトウ 伊藤 トモヒロ 知広	有識者		令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	新産業創出事業部会
イトウ 伊藤 ナルミ 成美	商工業関係	事業部長	令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	イベント推進事業部会
エノモト 榎本 ヨシキ 義樹	農業関係		令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	情報発信推進事業部会
オオカワ 大川 ケンセイ 賢誠	有識者		令和4年4月15日～ 令和5年3月31日	情報発信推進事業部会
カミナオ 上猶 マミ 真美	有識者		令和3年7月12日～ 令和4年4月14日	情報発信推進事業部会
サイトウ 齋藤 マサト 正人	商工業関係	事業部長	令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	新産業創出事業部会
タクウ 多功 ケイ 敬	商工業関係		令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	イベント推進事業部会
ツチダ 土田 ケンタロウ 健太郎	商工業関係	事業部長	令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	情報発信推進事業部会
ノザキ 野崎 リンタロウ 林太郎	農業関係		令和3年7月12日～ 令和5年3月31日	イベント推進事業部会



### 資料3 会議開催経過

#### <地域産業推進協議会>

開催日	会議種別	主な内容
令和3年7月12日	第1回	(1) 委嘱書交付 (2) 会長及び副会長の選任 (3) 現在までの経過と今後の進め方について (4) 企画推進事業部の決定及び各事業部長の選任
令和3年12月6日	第2回	(1) 協議事項 ①各事業部の取り組みについて（報告・質疑応答）
令和4年3月14日	第3回	(1) 協議事項 ①各事業部の取り組みについて（報告・質疑応答）
令和4年5月23日	第4回	(1) 協議事項 ①各事業部の取り組みについて（報告・質疑応答）
令和4年7月12日	第5回	(1) 協議事項 ①各事業部の取り組みについて（報告・質疑応答）
令和4年10月31日	第6回	(1) 協議事項 ①各事業部の取り組みについて（報告・質疑応答）
令和5年3月28日	第7回	(1) 協議事項 ①協議会報告書について ②第7期協議会の総括（各委員より感想・意見） ③協議会報告書の市への提出について

<事業部>

① イベント推進事業部

開催日	会議種別	主な内容
令和3年7月12日	第1回	(1) 副事業部長の互選について (2) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和3年8月30日	第2回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和3年11月15日	第3回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和3年12月6日	第4回	(1) イベント推進事業部会マルシェ久米川視察報告書 (2) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年1月24日	第5回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年3月14日	第6回	(1) 第3回地域産業推進協議会 イベント推進事業部会報告について (2) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年4月25日	第7回	(1) 令和4年度の事務局体制について (2) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年5月23日	第8回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年5月30日	第9回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年7月4日	第10回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年9月26日	第11回	(1) 第7期イベント推進事業部会の事業について
令和4年11月21日	第12回	(1) 第7期地域産業推進協議会報告書について
令和5年2月4日	第13回	(1) 第7期地域産業推進協議会報告書について

## ② 情報発信推進事業部

開催日	会議種別	主な内容
令和3年7月19日	第1回	(1) 副事業部長について (2) 第7期における取り組み事項
令和3年8月31日	第2回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について
令和3年10月8日	第3回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について
令和4年11月29日	第4回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について
令和4年1月26日	第5回	(1) TOKYO854 ラジオ出演前打ち合わせ
令和4年2月15日	第6回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について (3) 今後の取り組みについて (情報発信セミナー)
令和4年3月14日	第7回	(1) 情報発信セミナーについて
令和4年4月15日	第8回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について (3) 情報発信セミナーについて
令和4年5月23日	第9回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) 情報発信セミナーについて
令和4年6月20日	第10回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について (3) 情報発信セミナーについて
令和4年7月12日	第11回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) 情報発信セミナーについて
令和4年8月22日	第12回	(1) マンガ「ブラック・ジャック」を活用した事業について (2) SNSを活用した情報発信について (3) 情報発信セミナーについて
令和4年10月18日	第13回	(1) 【第7期】情報発信推進事業部報告 (素案) について

### ③ 新産業創出推進事業部

開催日	会議種別	主な内容
令和3年8月17日	第1回	(1) 副部会長の決定について (2) 第7期の新産業創出推進事業部をどのように進めていくかについて
令和3年10月20日	第2回	(1) 市内の事業者との連携にかかる取り組みについて (2) 新しい生活様式に対応した働き方にかかる取り組みについて (3) ブラック・ジャックを活用した取り組みについて (4) 部会で取り組む新しい課題について
令和4年2月3日	第3回	(1) 部会で取り組む新しい課題について
令和4年5月10日	第4回	(1) (仮)新産業創出実証実験～市内の飲食店が一堂に集う！食事会～
令和4年6月22日	第5回	(1) 新産業創出実証実験～市内の飲食店が一堂に集う！食事会～
令和4年9月16日	第6回	(1) 新産業創出実証実験～市内の飲食店が一堂に集う！食事会～ (2) 今後の事業活動について
令和4年10月24日	第7回	(1) 今後の事業活動について (2) 第7期地域産業推進協議会 新産業創出推進事業部会の報告書について
令和5年1月17日	第8回	(1) 第7期地域産業推進協議会 新産業創出推進事業部会の報告書について (2) 勉強会の開催について

**東久留米市地域産業推進協議会**

**報 告 書**

(令和 3 年 7 月～令和 5 年 3 月)

発行日／令和 5 年 3 月

発行／東久留米市市民部産業政策課

住所／〒203-8555

東久留米市本町三丁目 3 番 1 号

電話／042-470-7777 (代表)

URL／<http://www.city.higashikurume.lg.jp/>

E-mail／[sangyoseisaku@city.higashikurume.lg.jp](mailto:sangyoseisaku@city.higashikurume.lg.jp)