

東久留米の魅力と底力

連携強化で、事業支援をパワーアップ！

# 東久留米市×商工会 特別座談会

[対談者]

東久留米市

東久留米市 市長 並木克巳 様

東久留米市役所 市民部長 鹿島宗男 様

東久留米市商工会

東久留米商工会 会長 井田清治

副会長 原萬祐

副会長 小松隆徳

司会

東久留米商工会

理事 齊藤正人

---

「人口増！合計特殊出生率都内区市部でナンバーワン！事業者数も大幅増データからみる東久留米」

齊藤 本日はお忙しいところ、お集まりいただきありがとうございます。行政と商工会の連携を図りつつ地域事業者の活性化を図るべく、今回の対談を行うことになりました。

東久留米の今と明日を語りつつ、会員事業者の皆さまの活力の一助になれば幸いです。どうぞ、よろしくお願いいたします。

まず並木市長から「東久留米の今」についてお話しいただけますでしょうか。

並木 では、人口について、東久留米の特長となっている点をお話しさせていただきます。

人口減少社会に突入していることは周知のことで、実際、国が示している地方創生の一端である人口ビジョンでは、2015年には、東久留米市も人口が減少すると推定されていました。

しかしながら、結果は微増となりました。合計特殊出生率（注1）は、東京都内区市部でNo.1、一方、高齢化率（注2）は26市の中で4番目。子育てしやすい、お年寄りが暮らしやすい、そして都心から通勤圏内であり、水と緑の豊かな環境のまち、といった総合力の結果ではないかと考えています。

多摩エリアでは、人口が減少しているところ、維持しているところ、微増になっているところとさまざまですが、単に社会動向に流されるのではなく、その地域ごとの努力、まちづくりの進め方によるところが多いのではないのでしょうか。

そういう意味でも、市民の身近なところで汗をかかれています商工会をはじめとした地域事業者の皆さまのお力も大きい。今後の積極的なご活躍を大いに期待しているところです。

井田 人口の微増と同時に、データでは、事業者も増えています。総務省の基礎調査では69社増。事業者の減少は商工会としても課題となっているところですが、実に珍しい結果です。

願わくば、事業者の増加に伴い、商工会の会員数も大きく増加してほしいところですが、減少に歯止めをかけるのに精いっぱい。地域の経済団体として、さまざまな事業を展開し、事業者の皆さまを支援する機関であることが、十分に知られていないという現状があるようです。

原 東久留米の経済の発展、商工業者の発展と活性化を担うのが商工会ですが、積極的に活用する会員の方、そうでない方の格差がはっきりと出ています。

商工会法が施行されてから半世紀以上経ち、その経緯、事業内容も変化しています。その変化をしっかりと会員の方々にアピールしていきたい。そのためにも、行政の皆さまとの連携、知恵やお力を借りながら、進めていくことは重要です。

「ブランド認定とふるさと納税、東久留米らしさを市内外にPRするために」

齊藤 商工会が市の支援をうけての事業も多々あるかと思います。現在、行われている重点事業についていくつか、お話を伺いたいのですが、どのような状況でしょうか。

井田 昨年度の「げんきわくわく元気湧湧商品券」については、市内消費の促進に大きな成果をあげることができました。換金率は99.8%。特筆すべき結果です。

市民参加型の一大イベント、市民まつりでは、会員事業者が出店、どこのテナントもいち早く完売となり、商店主が活気を取り戻す良いきっかけとなっています。

瞬発力で成果を出す事業の他、平成27年度から、市の支援をいただいて立ち上げたブランド認定事業も、着々と進められています。

自己満足に終わらないよう、確実に成果をあげていくため、認定された事業者の方にアンケート調査を実施したところ「東久留米を代表する商品」であるという自負があり、地域愛を育みつつ、やる気と元気につながっているようです。

その思いが、市民の皆様に伝わり、地元のお店がより身近になっていただければと願っています。

並木 ブランド認定とその情報発信については市としても、多角的な効果を期待している事業です。初年度は、食品・菓子部門26品が認定され、今年度は飲食メニュー部門、来年度は技術・工芸、サービス部門で、認定を行っていくと伺っています。

材料に市内産のものを使用したり、市内で製造した商品は、東久留米らしさを象徴しています。webサイトを活用した情報発信もあると聞いています。モノを通じて、わがまちを知っていただく、PRしていただく、絶好のチャンスですね。東久留米のふるさと納税の贈呈品としての活用も含め、全国レベルで知名度の向上につながっていくように、育てていただければありがたいと思っています。

齊藤 ふるさと納税の贈呈品は、いろいろと話題になっています。鹿島市民部長、具体的に東久留米ではどのような状況にあるのでしょうか？

鹿島 ふるさと納税について、もともとは、地方の活性化を進めることが目的であったかと思いますが、昨今では、都市部でも力を入れているところで、東久留米でも昨年度の途中から、贈呈品を用意することになりました。

始めたばかりで年間数件程度ですが、柳久保小麦を使ったうどん、和菓子、洋菓子など代表的な特産品をはじめ、珍しいところでは、東久留米産のさつま芋を使った芋焼酎、梅を使ったお酒、

また、東久留米をホームとして関東リーグに参戦しているフットサルチームの応援グッズも贈呈品としてラインナップしています。

ふるさと納税の角度からも、東久留米の魅力を発信することで、市外へのアピールにつながるのではないのでしょうか。

齊藤 ふるさと納税の贈呈品は注目度が高いことから、市の広報として発信していただくのは、事業者にとってもメリットになります。商工会としては、どんな取り組みが考えられるのでしょうか。

井田 行政で、ふるさと納税というカタチで、ブランド認定品にもスポットを当てていただく予定とのこと、感謝しています。

私が会長に就任して一年が経ち、二年目に入った今、商工会の立ち位置も変わっていかなくてはならないと痛感しています。

井の中の蛙ではいけない。時代の動き、行政の取り組み、幅広く目を向け、情報を共有し、各事業者が何をすべきかを明確にしていくことが大切です。

そのひとつ、ふるさと納税の贈呈品としてなりうるには、単に特産品とか東久留米らしさといったことだけではなく、賞味期限や保管温度のことなども考慮する必要があります。

商品としての魅力を発揮しつつ、贈呈品として使いやすいものづくりへの努力をし、結果としてブランド商品を通じて税収が増えれば何よりですが…。

齊藤 なるほど、この制度一つをとっても、事業者としてなすべきことが多々見えてくるようですね。小松副会長、商店主ではなく社労士としてのお立場から、どのようにお考えでしょうか。

小松 ふるさと納税は、寄付した方も、市も、メリットを享受しようとする制度ですが、市民が他市へふるさと納税したことで減少した税収を補うという側面も考えられます。

東久留米と同様の取り組みを近隣も始めています。ここで大切なのは、東久留米のファンづくり。モノを通じて見えてくる、東久留米ならではの魅力にもっともっと磨きをかけていくことが大切に思います。

類似したものが並んでいれば、そこに、品質はもとより生産者、販売者の人柄や思いが見えることで、オンリーワンの魅力も発揮できるのではないのでしょうか。

市の特産品が全国にアピールされ、産業振興にも一役買い、税収となって市民も恩恵を受けることができる。商品券やイベント等と違って、すぐにデータに出てくる事業ではありませんが、継続して連携を図っていくことが望ましいと思っています。

#### 「観光地としての東久留米、市外から足を運んでいただくためのおもてなしの秘訣」

齊藤 他にはない東久留米の魅力の発見、地域資源の活用は「観光」の視点にも生きてきます。すでに、湧水や竹林公園、有形文化財の村野家住宅などを目的に市外から足を運ぶ方も増えているようですが、レジャー、観光地としての東久留米はどのような状況でしょうか？

鹿島 地方の有名な観光地と比較するわけにはいきませんが、日常的な余暇を過ごす場として注目していただけるよう、さまざま努力しているところです。

今、歩くことがブームになっていますが、市内外の方々に東久留米の自然を楽しんでいただく、お店を巡り歩いていただくことを考え「東久留米大好き！」という冊子を発行させていただきました。特産品の取り扱い店リスト、スポーツ、見どころを紹介しています。

また、イベントとしては、毎年1月に「七福神めぐり」を開催。商工会女性部など地域団体の方々にご参加いただいたの実行委員会形式で運営しています。

今年は、約3,700名が参加。前年に比べて500人増と、盛大になっており、地域ボランティアの方々の道案内が親切でありがたいとの感想を伺っています。

まちの方々による、まごころを込めてのおもてなしも、東久留米の魅力のひとつです。

齊藤 具体的な取り組みが進み、そのひとつひとつから東久留米の魅力を発掘し、多くの方に知っていただく。行政も商工会も、同じ方向に歩いていくように思いますが、市長の目線から、東久留米の魅力を語っていただけますでしょうか。

並木 どこの地域でも、その土地らしさがあるものです。どんな魅力があるかも大事ですが、それらをどのように発信していくかも、ポイントだと思います。

平成28年度の施政方針でも同様のことを発表述べさせていただきましたが、東久留米の魅力づくりを事業者の方を含めた市民の皆さまのお力を借りて発信していきたいと思っています。

その舞台づくりは行政の役目と捉え、発見WALKWALK東久留米という事業を行っています。冊子に、市内で行われるイベント情報、ブランド認定店、農産物の直売所などを掲載し、二つ以上の好きなイベントに参加したり、お買物をしていただき、アンケートに答えていただくと、市内の特産品等が当たるという事業です。

市民の皆さんが地域のつながりを強め、体と心の健康に役立つ事業と考えています。

何よりも、市民の皆さんが「東久留米を歩くと楽しい！」ということを体感していただき、その思いを発信していただくことで、東久留米への関心度が高まることも期待できます。これは、ソーシャルネットワークなど、個人個人がメディアを持つ時代の特長ではないでしょうか。

新聞、ラジオなどマスメディアに頼っていた広報から、口コミ的な情報発信が影響力を持つようになった今、市民の皆さまが本音で、わがまちの魅力を語っていただく機会になると思います。

齊藤 そのためには、おもてなしする側の商工会としては、どのように取り組んでいるのでしょうか。会長、副会長のご意見を伺えればと思います。

「それぞれの事業者の特性を生かして、わがまちを多角的にPR」

井田 市民のみなさん、お客様の本音が、ネットを通じてリアルタイムで広まっていく時代ですね。事業者もそのことを意識して、各事業に参加していかねばなりません。

七福神めぐりについては、私も参加していますが、観光の側面からも期待できるものです。ここでは、商工会女性部が大活躍しています。

女性の発想と行動力には頭が下がる思いですが、市長のおっしゃった発見WALKWALK東久留米と同様な仕組みをいち早く取り入れ、「つるし雛づくり」で実現しているのも女性部です。

前々から行っていた、つるし雛づくりを活性化につなげるため、市民の方にも声をかけ、一緒になって制作。さらに、その作品を商店に飾らせていただき、スタンプラリー的にまわっていただくという事業で、商工会東京都女性部連合会の代表として、関東ブロック大会にて、主張発表も行いました。

いずれにしても、行政から支援していただく、事業について、商売の視点だけではなく「Showbuy」、魅せる、楽しませる場づくりに努めたいところです。

原 私は商工会の工業部会に所属しています。東久留米らしさの発信については、モノづくりの観点からもヒントになることがあるかと思います。

製造業者の生き残り策としては、製品の改良、開発が必須です。既成概念を取り払った、ものづくり。たとえば、豆腐やうどんは「白いもの」と、思い込んでいる。しかし、地域の小中規模事業者においては、それでは行き詰ってしまう。赤いうどん、緑の豆腐があってもいい。他にはない魅力づくりのためには、今までにない視点や発想がカギを握っているかと思います。

井田 工業部会は、技術力、開発力で東久留米のPRに一役買っていると思います。横浜で開催される大規模な展示会で、東久留米の企業として参加。その質の高さも、わがまちの魅力のひとつだと思います。

小松 商業、サービス、工業、建築、異業種が一つになって取り組めるのが商工会らしさでもあります。モノづくりの発想力、建設分野の技術力も、さまざまところで活かされ、市外に向けての訴求力になっています。

また、市外から足を運んでいただく機会が増えていくことも、これから期待したいところですが、今年の11月に、駅前にホテルがオープンします。

いろんな意味で市内事業者のビジネスチャンスになることを期待しています。

井田 高層のビジネスホテルですが、食堂、レストランがないということで、周辺エリアのお食事処などをパンフレットにまとめています。ここには、東久留米のお土産も掲載し、オープン時にホテルにおいていただく予定です。ビジネスホテルではありますが、上階からは富士山がみえるはず。景観も、東京らしからぬわがまちの良さを体験していただきたい。

斉藤 近隣地域を見てもこの規模の宿泊施設はありません。東久留米だけではなく、周辺地域を目的とした来訪者も見込めるとは思いますが、市としては何か取り組みがあるのでしょうか。

並木 とくにホテルの開設を意識したわけではありませんが、駅西口、富士見テラスに公衆無線LANの設置を準備しています。

これは、多摩26市の中でも先進的であり、見どころや商店を紹介できる仕組みを作り、冊子やパンフレットと合わせて、より効果的な告知ができるのではないのでしょうか。

商工会でも、モバイルデバイス対応のHPなどを用意していただくことで、いろいろなことにつながる仕掛けづくりも考えられます。

もちろん、市民の利便性が高まりますし、情報の共有や発信力がより強化されることでしょう。

「空き店舗、事業承継、課題解決から始まる地域の活性化。総力をあげての取り組みを」

斉藤 時代に呼応した取り組みもさまざまですが、その一方で、忘れてはいけない課題点も山積しているのも現実です。

その一つが、空き店舗対策。全国的な課題ですが、東久留米の場合、5年前のデータになりますが、413店舗中、55店舗が空き店舗だったそうです。

井田 足元の課題を見過ごしては、本当の活性化、発展にはなりません。商工会としても、総務委員会、理事会などで幾度となく協議を重ね、「空き店舗対策推進委員会」を正式に発足させました。

今日、司会を務めている斉藤さんが委員長。実は、斉藤さんは、行政のプロジェクトにも関わっていらっしゃることから、強固な連携を実現するための体制で立ちあげました。

斉藤 微力ながら、地域の課題解決のために、尽力したいと思っています。東久留米の現状の対策について、お話を伺えるでしょうか。

鹿島 空き店舗対策については、地域産業推進協議会で検討を重ねています。この協議会は、農業関係者、商業関係者、鉄道運輸関係者、文化スポーツ関係者、有識者で構成されており、平成24年度からは、特産品の開発、キャラクターのゆるめちゃんの活用、七福神めぐりの応援協力など地域と行政とのつながりを重視した、産業振興を進めています。

その中で、空き店舗対策を協議。市のHPに空き店舗情報を紹介する仕組みなど実現に向けて準備しています。（その後、運用開始しています）

また、商店街の活性化や創業、起業の支援として家賃の一部を補助するといった制度も運用しています。

斉藤 創業支援などのサポートは重要です。商工会でも支援していきたいところですが、どのような状況でしょうか。

小松 地域課題の解決は、個々では、なかなかできません。行政も商工会も現場の状況をしっかりと把握し、次へつなげていきたいところです。

冒頭にお話があったように、人口の推移として高齢化は確実に進んでいます。その中で、空き店舗を作らないためにも事業承継は大事なことです。しかしながら、後継者がいないのではなく、後を継いでも事業を続けていく見通しが立たないから、家業を継げないという実情があります。空き店舗を埋めることだけではなく、空き店舗ができてしまう原因にも目を向けていく必要があるのではないのでしょうか。

斉藤 課題解決のために、行政でもさまざまな助成制度などを行っているかと聞いています。

並木 プレミアム付き商品券やブランド認定なども助成制度のひとつです。その他、商店街振興のためにさまざまな補助メニューを用意していますが、市の財政も厳しいのが現実です。こういった補助金に関して、効果をしっかりと評価していくのも、市の役目と考えています。どのような支援が効果的なのか、商工会とお互いの情報を交換し、共有し、見極めていきたいと考えています。

斉藤 何のための助成制度か、その目的を明確にしていくことは不可欠です。都や国なども、多種多様な目的で、助成制度を用意しているようですが。

鹿島 東京都、中小企業庁、日本政策金融公庫などで、個々の商店街や事業者活用できる補助金、助成金が多数用意されているので、ぜひ、活用していただきたいと思っています。

井田 私も、そう伺っていますが、実際、どんなものがあり、どんなケースで使用できるのか、どこに相談したらいいのかが、会員さんにとっては曖昧になっているのが現実です。商工会として、いつでも、どこでも、気軽に相談を受け付ける場づくりを進めていきたいと思っています。

事務局員、経営指導員だけではなく、理事役員も概要だけでも、きちんと学ぶ機会が必要です。

斉藤 現況を知る、その対策方法を学ぶ、その両者が必要ではありますが、市の職員の方々は、他の研修機関での研修などはあるのでしょうか。

鹿島 市の職員研修については、東京都の地域産業振興施策説明会があり、中小企業地域資源活用促進事業、小規模事業者持続化支援事業、新・めざせ！中小企業経営力強化事業などの説明を受けています。

日本政策金融公庫で行う研修では、創業支援、インキュベーション施設についてなどの研修があり、他には、地域活性化センターが主催するセミナーなどがあります。

空き店舗の利用方法や新しい多様な資金獲得などというユニークなものもあり、市の職員が参加していますが、テーマによっては商工会の会員の方、事務局の方も参加できれば、産業振興がより進んでいくのではないのでしょうか。

市が民間の資金を活用した地域振興を行う場合、難しいケースがありますが、商工会が主体となっていく場合なら、さらに効果的な助成制度も活用できるかと思えます。

逆に、商工会が主催するセミナーに私ども市の職員が参加することで、お互いにできることが明確になり、連携強化も実現していきます。

井田 おっしゃる通りです。商工会は全国組織です。連合会でも、創業や事業承継、まちづくり、活性化イベント、全国の参考になる事例が数多く蓄積されています。

こういった情報をお互いに精査することで、東久留米に適應した、より良い施策が生まれてくるのではないのでしょうか。

斉藤 地域振興、地域の課題解決のために、事業者の役割は多々あり、話題がつきないところで

す。  
本日の対談の成果は、ひとつテーブルを囲み、語り合いの第一歩を記したことにあるのではないのでしょうか。

原 このような場を、今後も継続していくことが、会員さんにとっても大きなプラスになります。事業者の生の声を聴いていただけるのは本当にありがたいことです。

小松 私も同感です。これから子育てをしていく人たちが展望を持てるまち、高齢者が安心して暮らし続けていけるまち。そのためには、市内の商工業者も、元気でいなければいけない。市内の人の動き、モノの動きをもっと活発にしていく必要があると感じました。

斉藤 最後に市長、会長、一言、よろしくお願いします。

並木 今後の市の産業振興のために商工会の方々に果たしていただく役割が非常に大きいことを、今まで以上に実感することができました。大変有意義な時間となったと思います。

井田 今後ますます、市との連携の強化を図り、信頼づくり絆づくりを進めつつ、市の事業を受託できるだけの、体力をつけることも視野にいて、各事業を進めていきたいと考えています。商工会の事業者の活性化、市民の皆さまの発展のために、全力で動いてまいります。ぜひ、定期的に意見交換会を行いたいと考えます。本日は本当にありがとうございました。

**【語句の説明】**

(注1) 合計特殊出生率：15歳から49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもの。

一人の女性が仮にその年齢別出生率で一生の間に生むとしたときの子どもの数に相当する。

(注2) 高齢化率：65歳以上の人口が総人口に占める割合。