

1 市民意見公募の実施状況と結果について

(1) 公表した案

「立川市第4次観光振興計画素案」

(2) 案の公表場所

市ホームページ、企画政策課窓口、立川市役所1階ロビー総合案内・3階市政情報コーナー、窓口サービスセンター、女性総合センター、子ども未来センター、たましんRISURUホール（市民会館）、連絡所、学習館、学習等供用施設、図書館

(3) 意見提出期間

令和7年4月1日～令和7年4月21日

(4) 結果

ア 提出者数 2名

郵送	ファックス	Eメール	HPフォーム	来所
0名	0名	0名	2名	0名

イ 意見の件数 8件

第1章 立川市が目指す将来像	第4章 立川市の現状と観光振興における課題	第5章 観光振興の基本方針と戦略	第6章 計画の推進
1件	2件	4件	1件

ウ 市の回答結果

意見を反映するもの	市の考え方を説明するもの
0件	8件

※1名の方から複数の意見が提出されている場合は、それぞれの内容ごとに件数をカウントしています。

2 意見と市の考え方について

(1) 意見を反映するもの (0 件)

(2) 市の考え方を説明するもの (8 件)

整理 番号	該当箇所	意見	市の考え方
1	第1章	「何度でも あなたの“好き”が見つかるまち 立川」の方が語感がいいのでは。 あなたの暮らしが変わっていても、そのあなたで楽しめる立川にしよう、というメッセージ性も。	「なんどでも 次の“好き”が見つかるまち 立川」には、市民・来訪者が立川で新たな発見を何度でも楽しめるまちであるというメッセージを込めております。ご提案のスローガンも本計画の趣旨と親和性があり、今後の広報や観光プロモーションの展開にあたって参考にさせていただきます。
2	第4章	昔、埼玉西武ライオンズの企画で「西武線沿線の住民のチケットが安くなる」というイベントがあり、西武ドームに観戦に行ったことがあります。計画素案の中の第2節に埼玉西武ライオンズの名前はありましたが、立川市が西武線沿線自治体であることや中央線から西武ドームまでモノレール・バスによるアクセスルートがあることを考えれば、埼玉西武ライオンズとのコラボレーションも有効かと思います。また、ビジター球団の選手バスが立川市内のホテルの前に止まっていることをたびたび目にしたことがあり、選手だけでなくビジターファンを立川に呼び込むということも考えられるのではないのでしょうか？	埼玉西武ライオンズに関しましては、立川市に本拠地を置くスポーツチームではないため、立川市の観光資源には位置づけておりませんが、ご指摘のとおり様々な種類の魅力をつなぎ合わせ、立川のファンを増やしていくことで地域の活性化につなげることが重要であると考えます。
3	第4章	国の方針と立川の現状分析は書いてありますが、時間軸でPDCAをまわしていく観点から取り組んできた前計画の振り返りをした上で「活かすこと、変えること」という整理があってもいいと思いました。	国の方針や立川市の現状分析に加え、これまでの計画の振り返りを踏まえて、「活かすこと」「変えること」を整理する視点は重要です。今回の素案においては、PDCAサイクルを意識し、前回計画の成果や課題を背景とした観光振興の基本方針や施策を設定しておりますが、今後の計画推進にあたっては、これまでの取組状況について「活かすこと」「変えること」を整理できるよう工夫してまいります。

整理 番号	該当箇所	意見	市の考え方
4	第5章	立川でのナイトライフを楽しむ外国人をそこそこ見ますが、これは“横田基地から一番近い大きな街”という立地が大きいと思っています。その点、横田基地を拠点にした国外への周知活動は面白いかもしれません。また、市長公約の「羽田空港ダイレクトアクセス」ではないですが、外国人の中には横田基地に向かう南武線→青梅線という経路上に立川があることもあり得ると思います。こういった立地と、過去の「基地の街」という負のイメージを逆手にとって、外国人向けの発信を増やしていくアイデアはいかがでしょうか？	訪日外国人旅行者への情報発信や受け入れ態勢の整備が重要です。第5章第3節 戦略4：立川を知らせるにおいて、インバウンドガイド養成事業による外国人に向けた情報発信について記載されています。また、従来から年間2回程度、横田基地内において開催されるイベントに PR ブースの出展をしておりますので、引き続きイベント出展の機会も生かしながら情報発信をまいります。
5	第5章	「立川回避」という言葉が SNS でバズった（流行った）ことがあるのを市の方はご存じでしょうか？google で「立川回避」と検索するとその言葉の意味と背景を知ることができるのですが、SNS のトレンドに「立川回避」が載ってしまったときは立川市民としてとても残念に思いました。この計画では《立川をしらせる》ことは一種のブランディング戦略かなと思ったのですが、この言葉は完全に立川のイメージを下げるものだと感じています。事業者と連携してこの言葉が流行らないように、施設設備の改善を行いブランディングの再興を行うべきだと思います。	立川駅北口周辺をはじめとした大型の集客施設の集積も、立川市の魅力の一つであると認識しております。立川に来訪してもらうためには、様々な機会を利用して立川を知ってもらい、立川を訪れたいという興味を抱いてもらう必要があります。市が民間施設の設備改善を指導する立場にはありませんが、良い都市イメージを持ってもらうために事業者と連携して情報発信等に取り組みます。
6	第5章	立川観光コンベンション協会の HP のアクセスデータもひとつですが、各施設やローカルメディアの持つ HP や来客数データなども取り入れて活用を考えていくことが必要に感じました。 また、基盤整備という意味では WiFi 環境を市として整えていく、なども観光情報を行き渡らせるために必要な取組になると感じます。	観光に関する多様なデータの収集と利活用は、情報発信力やマーケティングの高度化に資するものであり、今後は公共・民間問わず多様なデータソースを活用するよう努めてまいります。また、Wi-Fi 環境については、既に立川駅周辺で一定程度整備が進んでおり、現時点では新たに整備する方針はございませんが、来訪者の利便性向上の観点から、利用状況などを注視してまいります。

整理 番号	該当箇所	意見	市の考え方
7	第5章	向こう5年間の計画の中で取り組むことのリストアップという意味ではこちらの整理でいいと思いますが、特に注力するところや、最初の数年はここから取り組む、その後にこれという優先度があってもよいように感じました。	第5章第3節に、本計画における6つの戦略に基づく施策を示しておりますが、それぞれの戦略は相互に関連し合うものであると考えております。今後、計画期間中にそれぞれの施策の進捗状況を把握し、適宜取組への優先順位をつけながら推進を図ってまいります。
8	第6章	こちらの計画には登場人物として関係事業者や市民が記載されていますが、そこにどう周知していくのか、各位にお願いしたいことなども整理され記載があると「計画して終わり」にならずに実効性を持っていくのではと感じました。	本計画の実効性を高めるためには、関係する主体との情報共有と協働が重要と考えております。第6章第1節では計画の推進体制の整備について、第6章第2節において各主体の役割を記載しております。また、計画の周知と合わせて、関係事業者や市民が主体的に観光施策に関わることができる機会創出に努めてまいります。

(3) その他（参考意見として庁内で共有するもの）（0件）

整理 番号	意見