

立川市第4次観光振興計画

－「なんどでも 次の“好き”が見つかるまち 立川」－

令和7(2025)年度～令和11(2029)年度



令和7(2025)年
立川市

第1章 立川市が目指す将来像.....	1
第1節 観光振興により目指す将来像	1
第2章 計画の策定	2
第1節 立川市の将来見通し.....	2
第2節 策定の趣旨.....	2
第3節 計画の位置付け.....	3
第4節 計画期間.....	3
第3章 観光振興の動向.....	4
第1節 観光分野における国・東京都の計画.....	4
第2節 観光を巡る動向.....	7
第4章 立川市の現状と観光振興における課題.....	10
第1節 来訪者の傾向.....	10
第2節 観光資源.....	16
第3節 観光振興における課題.....	19
第4節 観光まちづくり.....	20
第5章 観光振興の基本方針と戦略.....	21
第1節 観光振興の目標値.....	21
第2節 基本方針と戦略.....	23
第3節 観光振興戦略と施策.....	24

《戦略1:立川をみつける》	25
《戦略2:立川をつなぐ》	27
《戦略3:立川をつくる》	29
《戦略4:立川をしらせる》	30
《戦略5:立川をささえる》	32
《戦略6:立川をひろげる》	34
第6章 計画の推進	36
第1節 推進体制の整備	36
第2節 各主体の役割	36
資料 編	37
資料1:立川市観光振興計画協議会設置要綱	38
資料2:立川市観光振興計画協議会委員名簿	40
資料3:事務局名簿	40
資料4:立川市観光振興計画協議会開催状況	41
資料5:市民参加	41

第1章 立川市が目指す将来像

第1節 観光振興により目指す将来像

なんどでも 次の“好き”が見つかるまち 立川

立川市は交通の要衝としての強みを生かし、「商都」として発展してきました。近年は、国や関連機関の移転、民間事業者による一層の開発により都市機能がますます充実し、多くの人々がショッピングや飲食、ビジネス、レジャーといった目的で立川を訪れています。また、商店街(会)等や市民が取り組むイベントも多く、地域に対する愛着や誇りを持って多くの人々が暮らしている日常も、まちの魅力の一つとして多くの来訪者を呼び寄せることにつながっています。

今後、立川市においても予測される人口減少や人口構造の急激な変化、公共施設や都市インフラの更新など投資的経費の増加によって財政状況が厳しくなるといった将来見通しに対して、観光振興により、来訪者の消費活動を通じて幅広い産業に経済的な波及効果と雇用の創出等を生み出し、地域の活力を維持し続けることが期待されています。

一方で、観光振興のプロセスにおいては、市民が自らのまちの魅力を発見し、自らの地域に対する愛着と誇りを育むことができます。これまでの観光振興計画においても、「住みたいまち」「訪れたいまち」の実現を掲げ、交流人口の増加を目指してきました。それを実現するためには、市民にも来訪者にも選んでいただける商品(サービス)を観光にかかわる人々が市民の皆さまと共に発掘し、見える化していくことも重要です。商品(サービス)が魅力を発揮できる根底には、何よりも市民が地域に対する愛着や誇りを持ち、心から楽しく豊かに暮らしている姿があります。

本計画においては、「観光振興」について、来訪者の増加と、それに伴う市内経済の活性化と定義します。この定義に基づき、来訪促進につながるまちの魅力の再認識や再発見、来訪者への発信、回遊性向上に向けた観光まちづくりを通じて、様々な主体の取組を後押ししながら、芸術、音楽、文化、自然、スポーツ、買い物、飲食など様々な要素をつなぎ合わせ、相乗効果を創出し、住んでいる人も訪れる人も次々に新たな立川の魅力を発見し体験しながら、まちを愛し楽しむことができる「なんどでも 次の“好き”が見つかるまち」を目指していきます。

第2章 計画の策定

第1節 立川市の将来見通し

我が国の人口は近年減少局面を迎えており、令和 52(2070)年には総人口が 9,000 万人を割り込み、高齢化率は 39%の水準になると推計されています。

立川市の将来見通しにおいては、総人口は令和 10(2028)年の 186,390 人をピークに減少を続け、令和 27(2045)年には、178,211 人、ピークから 8,179 人減少すると見込まれています。

人口構造の深刻な変化や、インフラの老朽化、Society5.0¹の到来をはじめとする技術の進展、価値観の多様化が進む中、観光分野においてもこうした状況にいかに対応していくかが重要な課題となっています。地方制度調査会によるポストコロナの経済社会に対応する地方制度のあり方に関する答申(令和5年 12 月 21 日)では、各分野において人手不足が生じている中、市民の暮らしを持続可能な形で支えていくためには、新たな技術を基盤として、各主体が持つ情報を共有し、資源を融通し合うこと等により、組織や地域の枠を超えて多様な主体が連携し合うネットワーク型社会の構築が提言されています。

市民の暮らしの質や地域の魅力を維持し、持続可能な形で支えていくために、組織や地域の枠を超えた多様な主体の連携によるネットワークを構築することで、地域の経済活動を活性化させ、持続可能なまちづくりを進めていく必要があります。

第2節 策定の趣旨

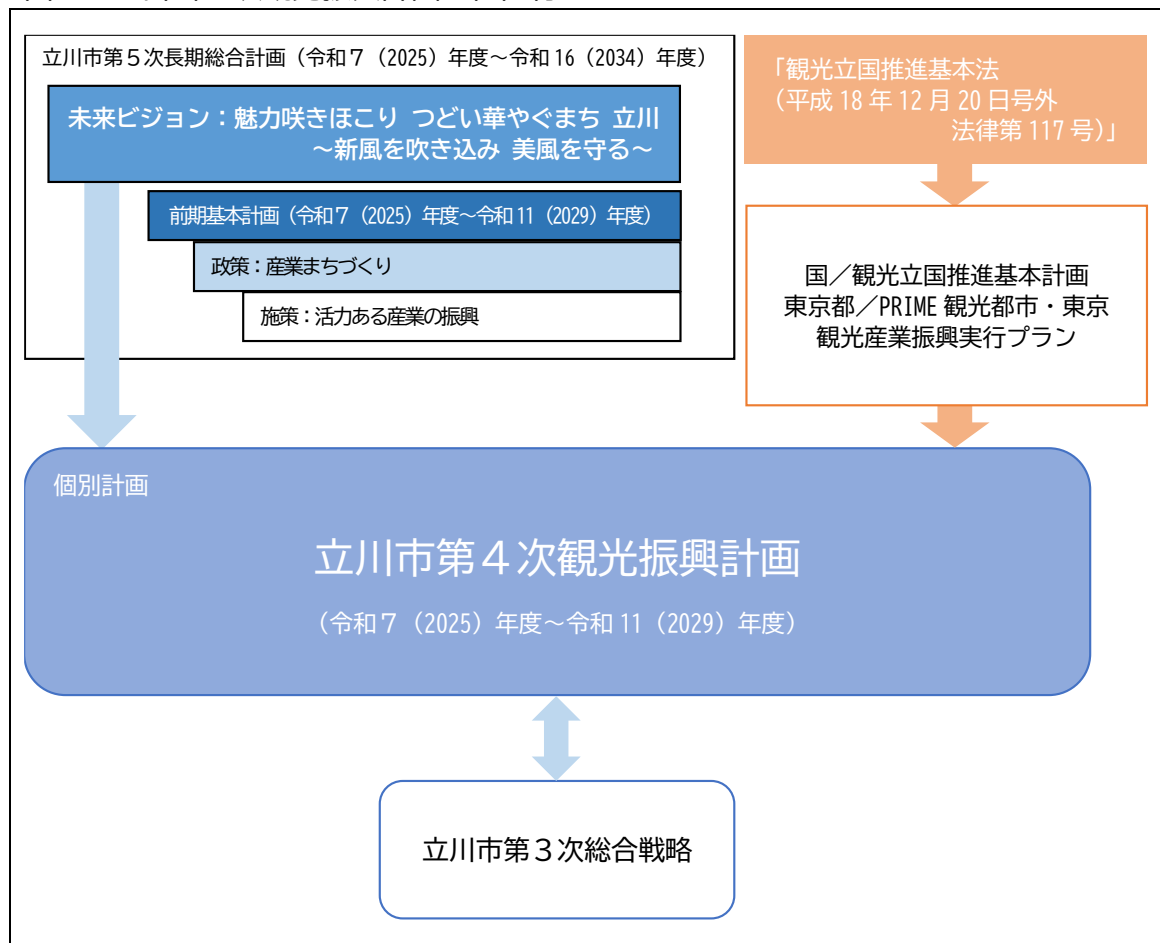
「立川市第4次観光振興計画」(以下「本計画」という。)は、立川市第5次長期総合計画に示された、立川の未来ビジョン「魅力咲きほこり つどい華やぐまち 立川 ～新風を吹き込み 美風を守る～」に基づく観光振興施策について、その方向性を示すものです。

¹ 第6期科学技術・イノベーション基本計画(令和3年3月 26 日閣議決定)において、我が国が目指すべき Society5.0 の未来社会像について、「持続可能性と強靱性を備え、国民の安全と安心を確保するとともに、一人ひとりが多様な幸せ(well-being)を実現できる社会」と表現されています。

第3節 計画の位置付け

本計画は、立川市第5次長期総合計画を上位計画とし、関連する各個別計画との連携を図った個別計画として位置付けます。

図1 立川市第4次観光振興計画の位置付け



第4節 計画期間

本計画の計画期間は、上記の位置付けに沿って、立川市第5次長期総合計画前期基本計画の計画期間である令和7(2025)年度から令和11(2029)年度までとします。

第3章 観光振興の動向

第1節 観光分野における国・東京都の計画

1-1. 国の計画 ～観光立国推進基本計画(令和5年3月31日閣議決定)～

平成19(2007)年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました(令和5年3月31日閣議決定)。この基本計画においては、コロナ禍による変化やコロナ禍前からの課題を踏まえ、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

図2 観光立国推進基本計画(令和5年3月31日閣議決定)における3つの戦略



計画期間は令和5(2023)年度から3年間とし、計画期間における基本的な目標が以下のように示されています。

【持続可能な観光地域づくりの体制整備】

「持続可能な観光」とは、単に環境にやさしい旅行形態ではなく、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりに重要な、経済・社会・環境の正の循環のしくみにつながる観光の基本的な在り方です。地球環境に配慮した旅行を推進していくことに加え、地域において、自然、文化の保全と観光とが両立し、観光地・観光産業が付加価値を上げ収益力を高め、観光振興が地域経済への貢献と地域住民の誇りや愛着の醸成を通じて地域社会に好循環

環を生むしくみにより、地域と観光旅行者の双方が観光のメリットを実感できる観光地を
持続可能な形で実現していくこととされています。

- ・持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数

令和7(2025)年までに 100 地域(うち国際認証・表彰地域 50 地域)にする。

【インバウンド回復】

- ・訪日外国人旅行消費額

早期に 5 兆円にする。

- ・訪日外国人旅行消費額単価

令和 7(2025)年までに 20 万円にする。 など

【国内交流拡大】

- ・日本人の地方部延べ宿泊者数

令和 7(2025)年までに 3.2 億人泊にする。

- ・国内旅行消費額

早期に 20 兆円、令和 7(2025)年までに 22 兆円にする。

このうち、訪日外国人旅行消費額(インバウンド回復)および国内旅行消費額(国内交流拡大)については早期に達成を目指すものとされています。そのため、インバウンドの本格回復に向けた集中的取組、高付加価値旅行者の誘致、観光地の再生・高付加価値化等により、訪日外国人旅行者数の回復と併せて、旅行消費額単価(泊数×1泊当たり消費額単価)の向上を図るものとされています。また、国内旅行消費額については、魅力的なコンテンツ創出等による国内旅行の実施率の向上・滞在の長期化や、新たな交流需要の開拓を図ることとされています。

1-2. 東京都の計画 ～PRIME 観光都市・東京～

東京都は「PRIME観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン」の改定を重ねながら観光産業振興施策を展開しています。「PRIME観光都市・東京 東京都観光産業振興実行プラン 2024-2026」においては、個人の志向・関心等により旅のテーマや目的の多様化など、観光を巡る動向の流動性、環境や課題の変化を踏まえて、観光振興の施策を再構築することとしています。

観光産業を旅行業や宿泊業だけでなく、小売業や運輸業、飲食業や娯楽業等を含む裾野の広い産業と定義しています。

観光振興が経済活性化や雇用創出、異文化交流の促進や国際社会の相互理解に貢献するとともに、都民が地元の文化や歴史など地域の魅力への理解を深め、東京への誇りと愛着を持つことができる活力あふれる地域社会の実現につながるとの観点から、人口減少が見込まれる中、観光により東京と海外、さらに日本各地との交流を促進することが重要としています。

表1 東京都の観光に関する数値目標

	2030 年目標	2026 年目標	直近の実績 (2022 年)
訪都国内旅行者数	6億人	-	5億 4,267 万人
訪都外国人旅行者数	3,000 万人超	2,000 万人	331 万人
訪都国内旅行者消費額	6兆円	5兆 3,000 億円	4兆 6,235 億円
訪都外国人旅行者消費額	2兆 7,000 億円超	1兆 8,000 億円	4,092 億円

東京都「PRIME 観光都市・東京 東京都産業振興実行プラン 2024-2026」より作成

第2節 観光を巡る動向

2-1.旅行・観光消費動向

令和5(2023)年の日本人国内延べ旅行者数は4億 9,758 万人となり、コロナ禍前の水準である令和元(2019)年比で15.2%減であるものの、令和4(2022)年比で19.1%増に回復しました。このうち、宿泊旅行は2億 8,135 万人で令和4(2022)年比 21.0%増、日帰り旅行は2億 1,623 万人で令和4(2022)年比 16.6%増となりました。

また、令和5(2023)年の日本人国内旅行消費額は21.9 兆円となりました。これは令和元(2019)年比で 0.1%減の水準であり、令和4(2022)年比 27.3%増となっています。このうち、宿泊旅行消費額については 17.8 兆円で令和4(2022)年比 29.9%増、日帰り旅行消費額は 4.1 兆円で令和4(2022)年比 20.6%増となっています。

図3-1 日本人国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移

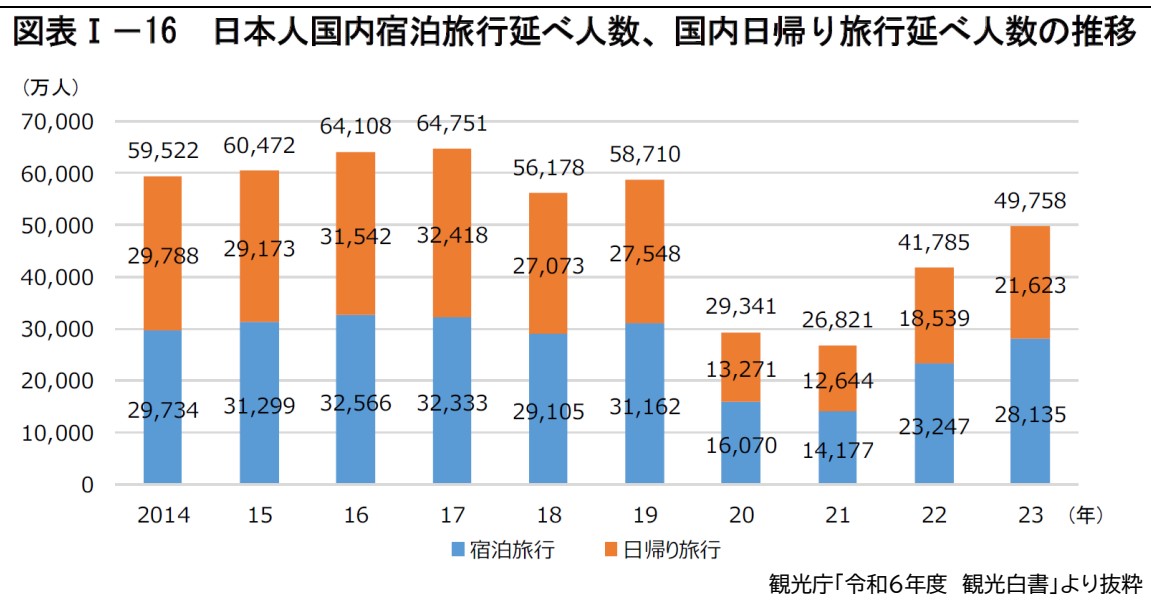
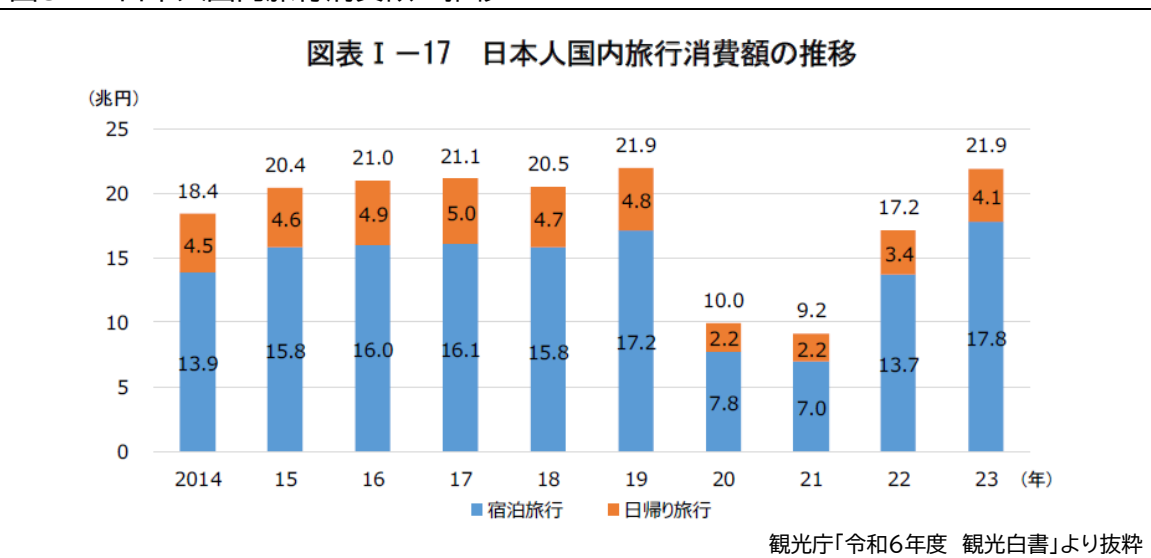


図3-2 日本人国内旅行消費額の推移



2-2.外国人旅行者の旅行志向

国等が実施する各種調査結果から、外国人旅行者の国外旅行の主な目的として、「ガストロノミー・美食」、「テーマパーク」、「アート鑑賞」、「庭園、花鑑賞」、「ラグジュアリーホテル」の順に注目されていることがわかります。

また、旅行者の持続可能な観光への意識も高まっており、とりわけ旅行を通じた地域貢献に対する関心が高くなっています。このことから、新たな目的地として地方部に対する関心が高まりつつあることが推測されます。

また、「日本の歴史・伝統文化体験」や「日本の日常生活体験」への関心についても高まっており、日本食、日常の暮らしや文化等は重要な観光資源であり、訪日外国人旅行者にとって魅力的なコンテンツとなる可能性が高いと考えられます。

図4-1 外国人旅行者の国外旅行の主な目的となるもの

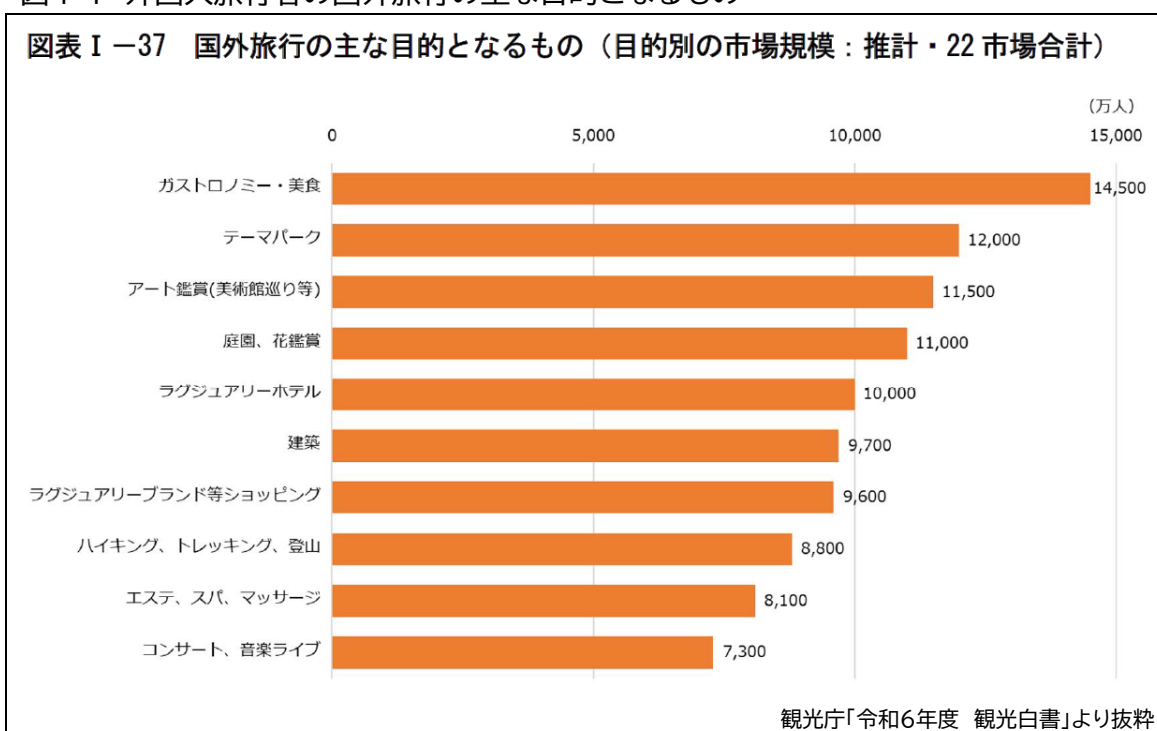


図4-2 外国人旅行者の旅行志向に関するアンケート結果

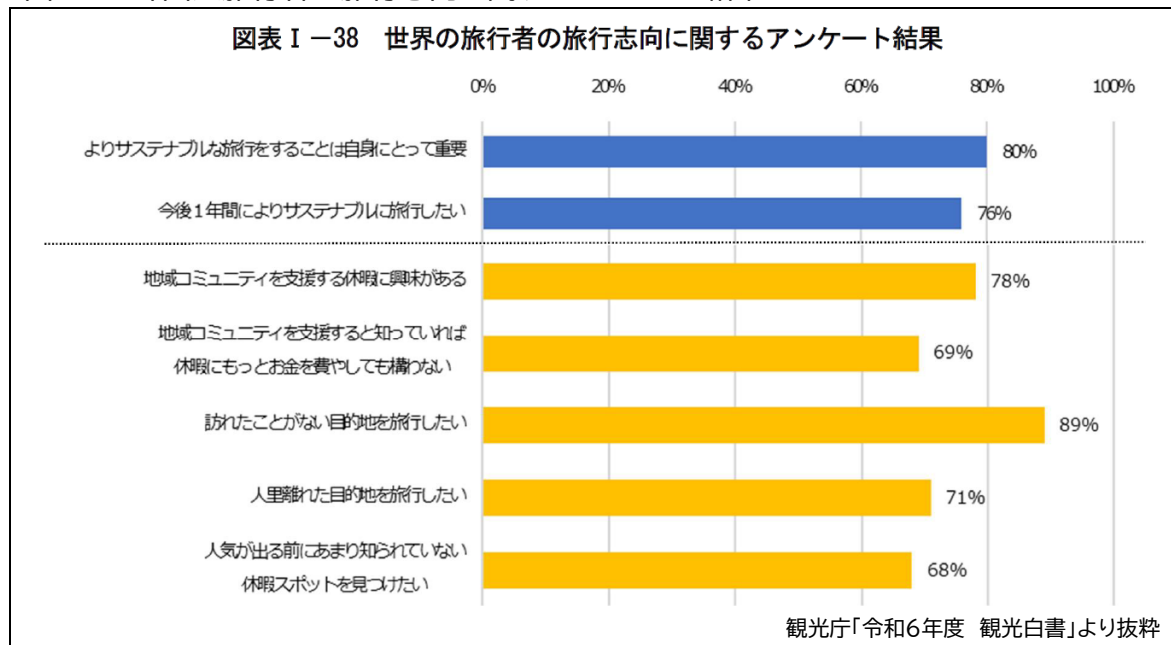
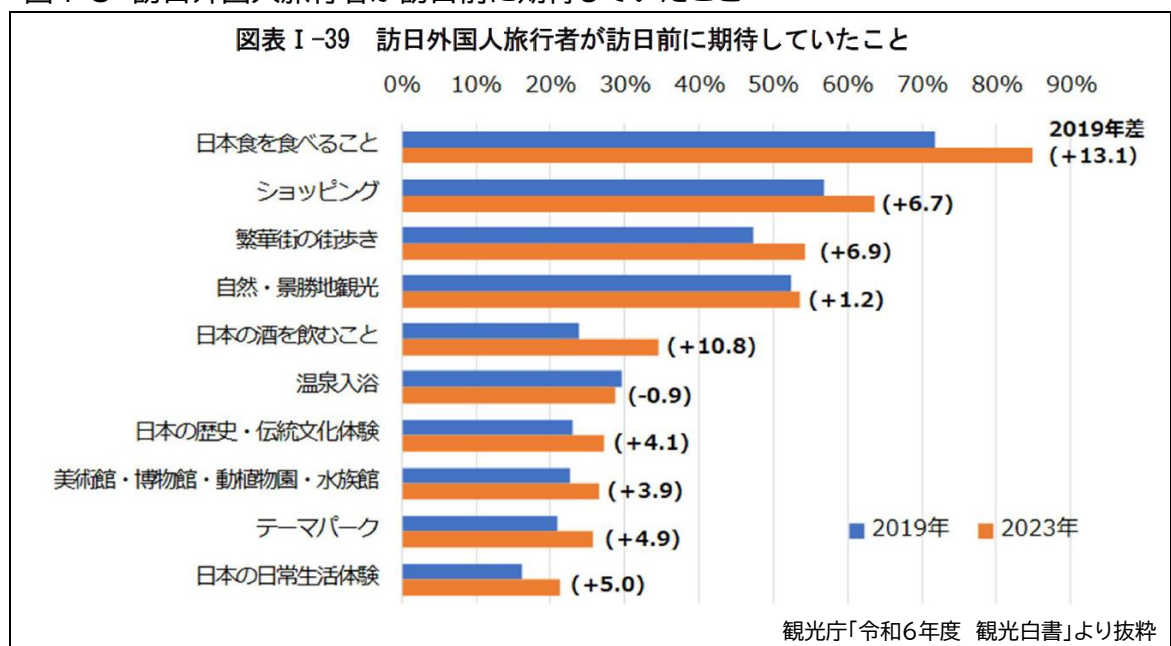


図4-3 訪日外国人旅行者が訪日前に期待していたこと



第4章 立川市の現状と観光振興における課題

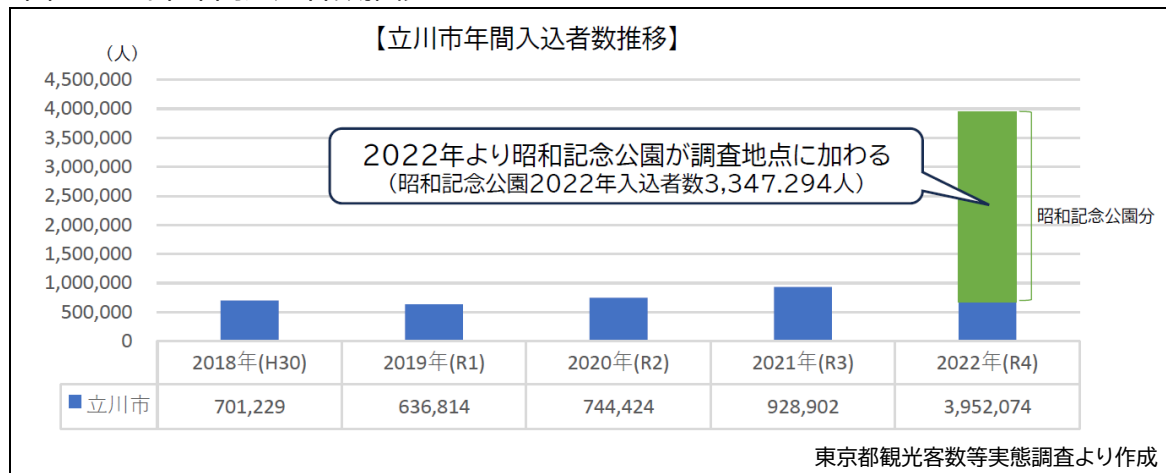
第1節 来訪者の傾向

令和5(2023)年度から取組を開始した「DXによる観光データ利活用事業」における分析から、以下のような来訪者の傾向が示されています。

1-1. 来訪者数

- コロナ禍前(令和元(2019)年)の立川市の年間入込客数は 636,814 人であり、都内入込客数(1,209,195,955 人)の 0.05%でした。
- 令和4(2022)年の立川市の年間入込客数は国営昭和記念公園が調査地点に加わったことにより 3,952,074 人となり、都内入込客数(826,931,185 人)の 0.5%となりました。
- 国営昭和記念公園を除く令和4(2022)年の立川市の年間入込客数は 604,780 人であり、令和元(2019)年比で 95%となっています。

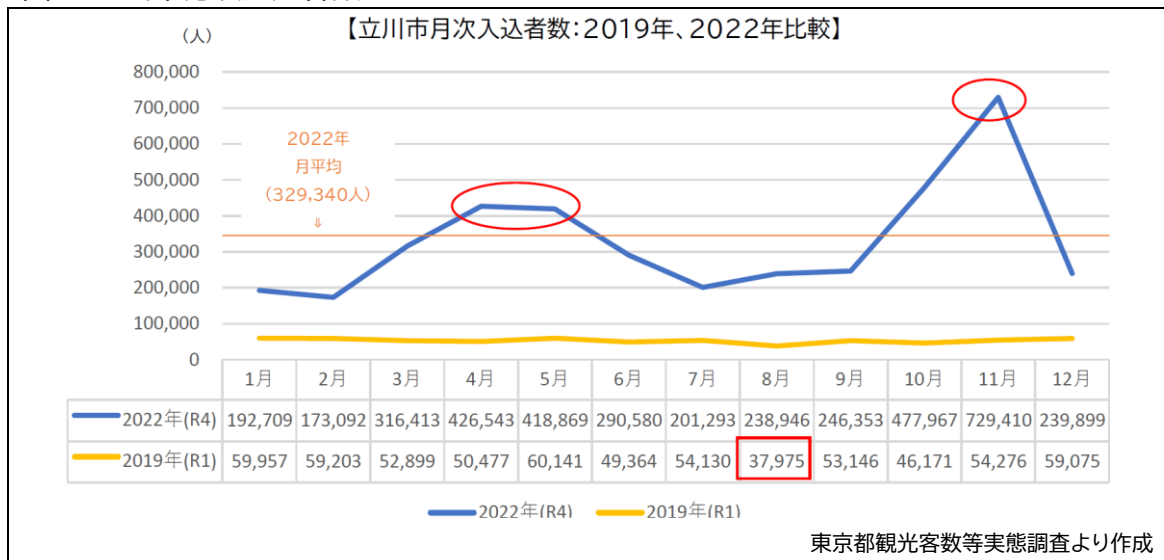
図5 立川市年間入込客数推移



1-2. 月次入込客数の動向

- 国営昭和記念公園が調査地点に加わった令和4(2022)年の月次入込客数に注目すると、10月～11月と4月～5月にかけて入込客数が増加していることがわかります。
- 令和元(2019)年では月ごとの大きな変化は見られませんが、8月の時期に集客が落ちている傾向があります。

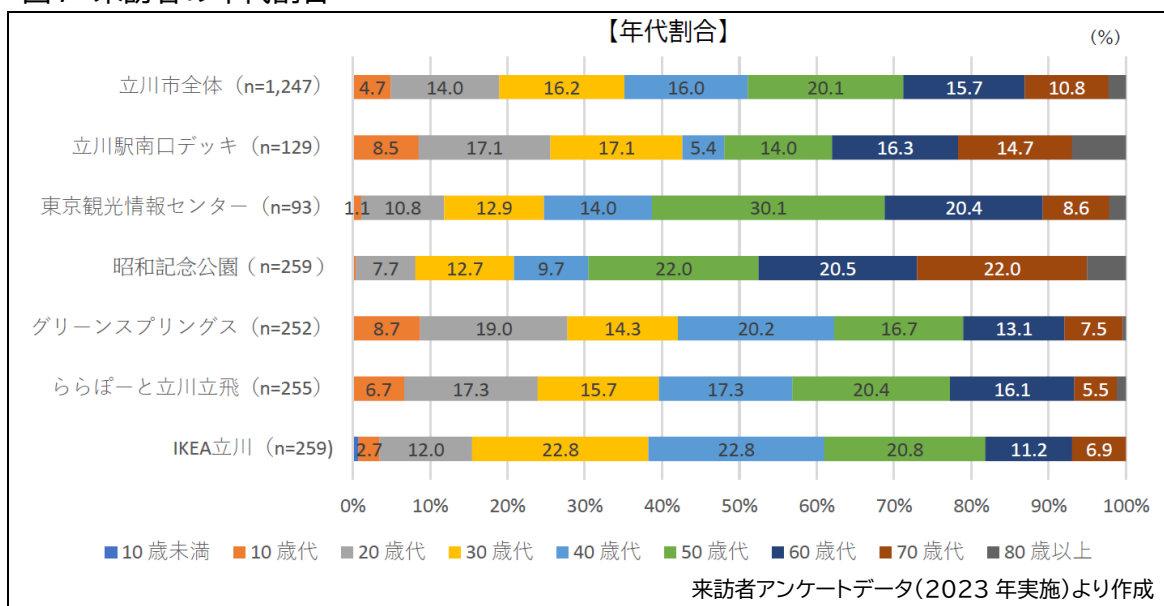
図6 立川市月次入込客数



1-3. 来訪者の年代割合

- 立川市全体では、50代が最も多く20.1%、次いで30代が16.2%となっています。他の年代を見ても10代と70代以降を除き各年代の差異の範囲が最大10ポイント程度であることから大きな偏りは見られず、各年代が満遍なく訪れていることがわかります。

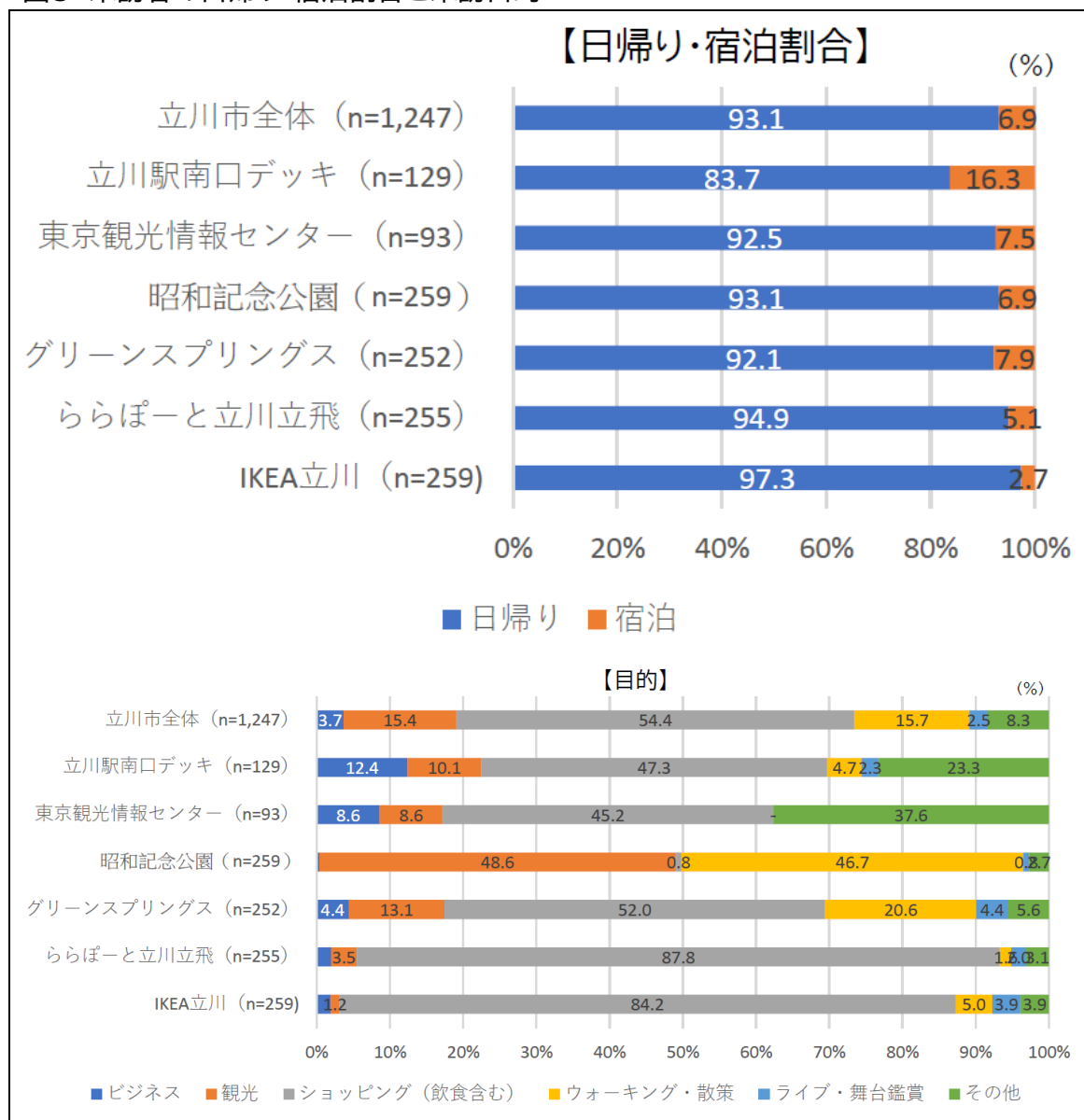
図7 来訪者の年代割合

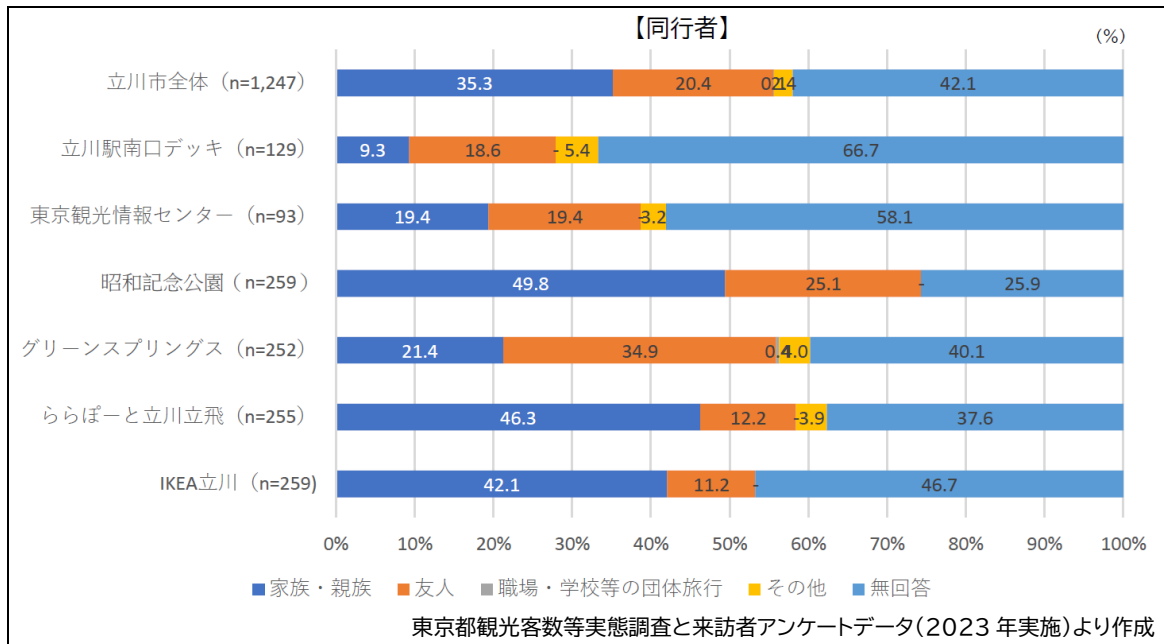


1-4. 来訪者の日帰り旅行・宿泊旅行割合と来訪の目的

- 来訪者全体の93.1%が日帰り旅行であり、宿泊旅行は6.9%となっています。
- 来訪目的は「ショッピング(飲食含む)」が最も多く54.4%、次いで「ウォーキング・散策」が15.7%、「観光」が15.4%となっています。
- 来訪時の同行者は「家族・親族」が最も多く35.3%、次いで「友人」が20.4%となっています。

図8 来訪者の日帰り・宿泊割合と来訪目的

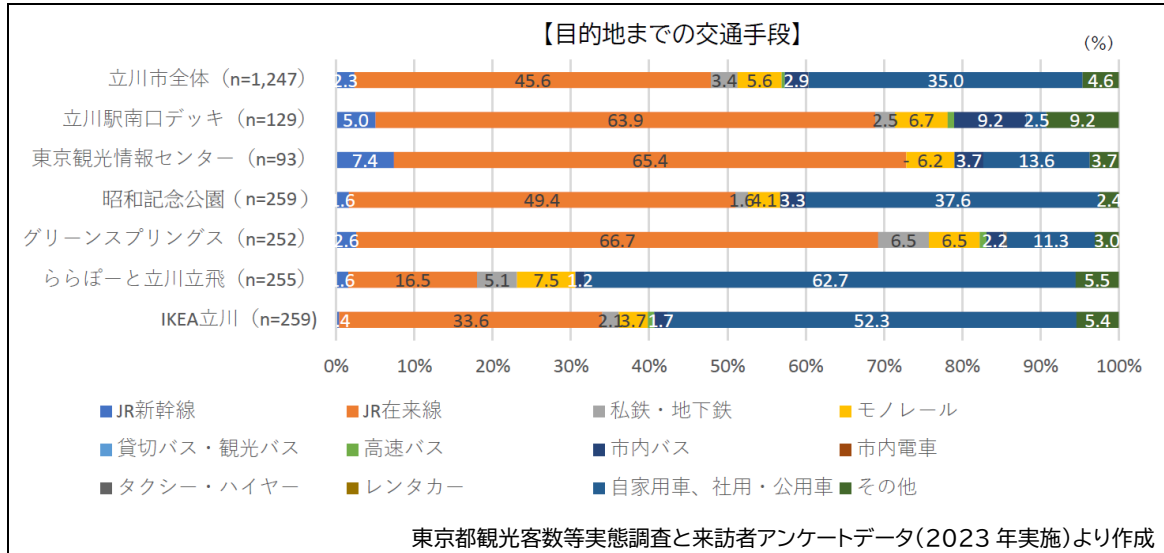




1-5. 来訪時の交通手段

- 来訪時の交通手段は「JR在来線」が最も多く 45.6%、次いで「自家用車、社用・公用車」が 35.0%となっています。

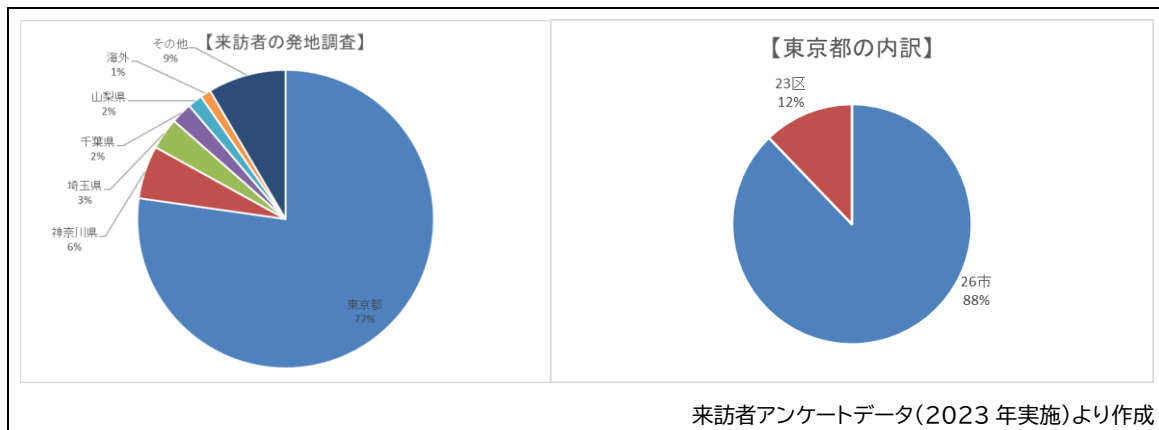
図9 来訪時の交通手段



1-6. 来訪者はどこから来ているか

- 来訪者の7割以上が東京都内からの来訪であり、その内訳は26市からの来訪が88%、23区からの来訪が12%となっています。

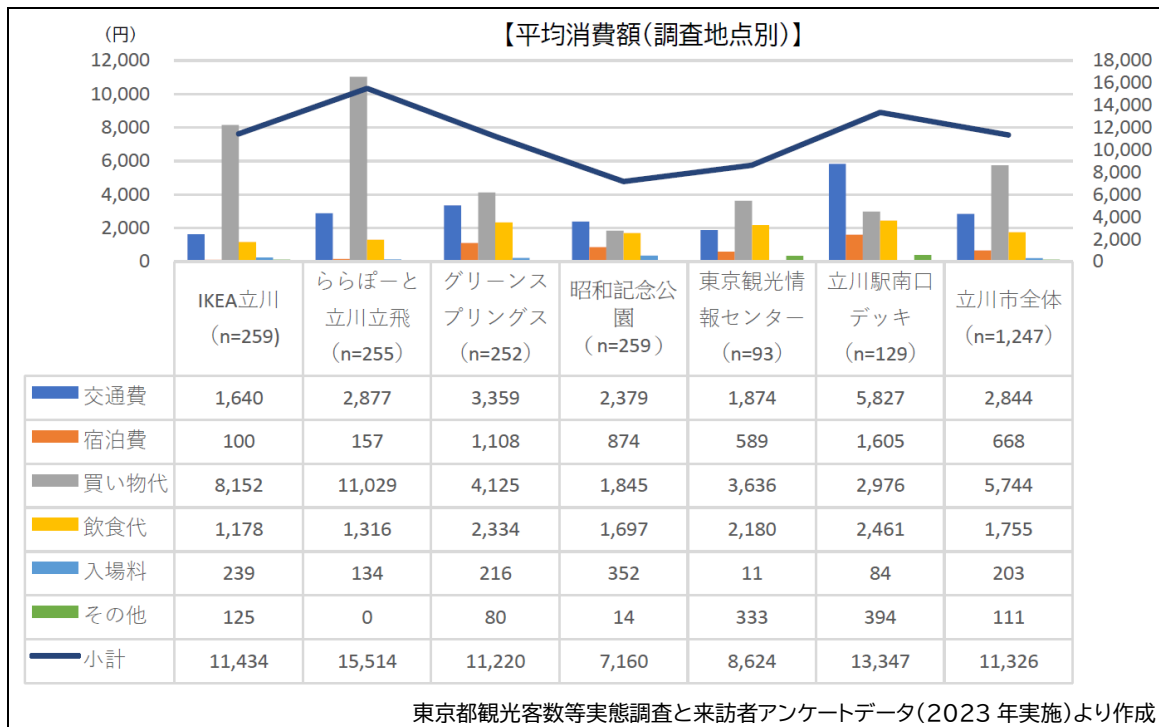
図 10 来訪者の発地調査



1-7. 来訪時の平均消費額(調査地点別)

- 1人当たりの平均消費額は、立川市全体で11,326円となっており、交通費を除く項目別では「買い物代」が最も高く5,744円、次いで「飲食代」が1,755円となっています。

図 11 来訪者の平均消費額



1-8. 市内における周遊傾向

- 市内の各拠点を訪れた来訪者の過去30日間の訪問エリアを分析し、周遊傾向(＝各拠点を訪問した者が過去30日以内にJR立川駅以外の拠点を訪問する割合)として算出します。
- 「ららぽーと立川立飛」を訪れた人の他訪問拠点は、「エキュート立川」「グランデュオ立川」などとなっており、周遊傾向は全体の4.0%となっています。
- 「GREEN SPRINGS」を訪れた人の他訪問拠点は、「エキュート立川」「グランデュオ立川」「伊勢丹立川店」などとなっており、周遊傾向は全体の7.9%となっています。

表2 来訪者の市内周遊傾向

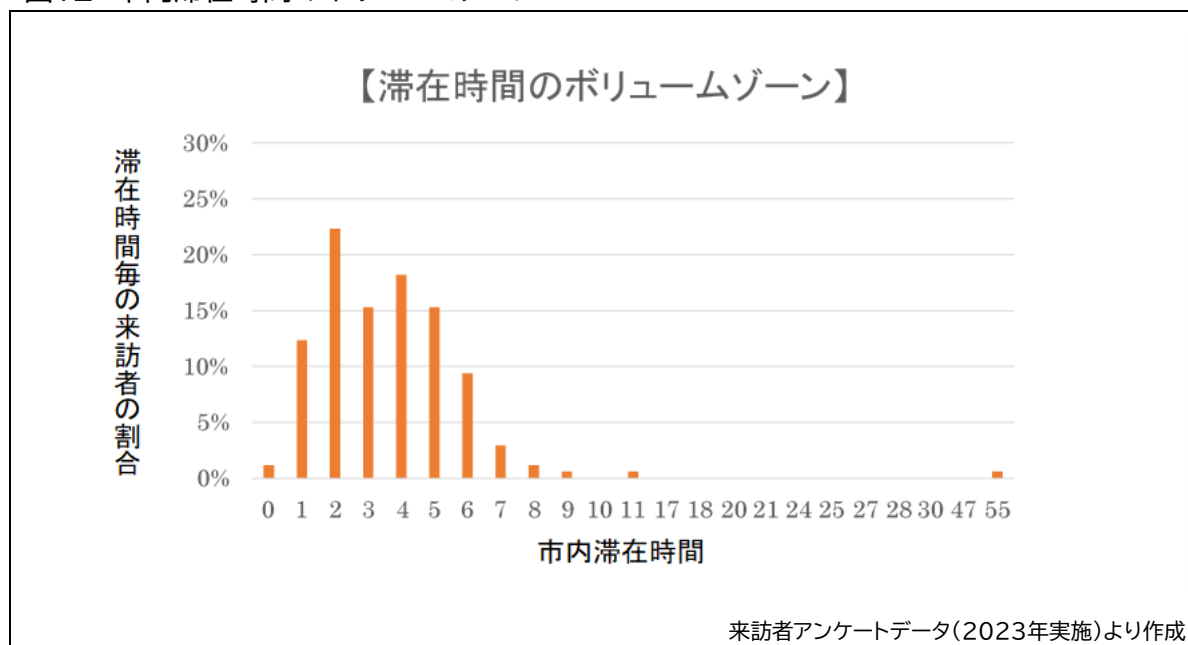
ららぽーと立川立飛を訪れた者の直後の移動先			GREEN SPRINGSを訪れた者の直後の直後の移動先		
	人数(人)	周遊傾向		人数(人)	周遊傾向
総サンプル数	250,070		総サンプル数	187,120	
エキュート立川	2,800	1.1%	エキュート立川	3,700	2.0%
グランデュオ立川	2,600	1.0%	グランデュオ立川	3,000	1.6%
伊勢丹 立川店	2,400	1.0%	伊勢丹 立川店	2,700	1.4%
IKEA立川	1,100	0.4%	昭和記念公園	2,400	1.3%
フロム中武	1,100	0.4%	IKEA立川	1,300	0.7%
全体	10,000	4.0%	フロム中武	1,000	0.5%
			イイノ立川	660	0.4%
			全体	14,760	7.9%

DS.INSIGHT より取得する GPS データ(2023 年分)より作成

1-9. 来訪者の市内滞在時間

- 「1-4. 来訪者の日帰り旅行・宿泊旅行割合と来訪の目的」でお示したとおり、本市への来訪目的のうち、最も多いのは「ショッピング(飲食含む)」となっており、「ショッピング(飲食含む)」目的で来訪した者の滞在時間は2～3時間がボリュームゾーンであることがわかります。

図12 市内滞在時間のボリュームゾーン



第2節 観光資源

立川市の観光資源について、歴史的資源、自然的資源、都市的資源、ソフト資源に分類し、それ以外をその他の資源として整理します。また「ソフト資源」のうち、イベントの開催状況について概況を示します。

① 歴史的資源

神社仏閣	玄武山 普濟寺(国宝「六面石幢」)、諏訪神社、熊野神社、阿豆佐味天神社など
文化資源	砂川農家のうど室、詩歌の道、立飛企業内給水塔・のこぎり屋根倉庫群・航空支庁西門踏切など

② 自然的資源

水と緑	けやき(市の木)、こぶし(市の花)、多摩川、玉川上水、用水、緑道・緑地、農業、武蔵野の風景、残堀川
公園など	国営昭和記念公園、古民家園など

③ 都市的資源

都市機能	広域防災基地、ペDESTリアンデッキ、サンサンロード
交通	乗り換え駅、電車、モノレール、バス、タクシー、シェアサイクルなどのマイクロモビリティ
文化・芸術	ファーレ立川アート、まんがぱーく、たちかわ創造舎、たましんRIS URUホール、立川ステージガーデン、大衆劇場立川けやき座、ライブハウスなど
ショッピング・レジャー	大型商業施設、商店街(会)、シネマコンプレックス、ホテル、みのーれ立川、コトリンク、TACHIHI BEACH など
グルメ	ラーメン、餃子、そば、クラフトビール、居酒屋、世界各国の料理、ジャンルの豊富さなど
スポーツ	体育館、陸上競技場、野球場、フットサル場、スケートパーク、サイクリングロード、練成館、アリーナ立川立飛、ムラサキパーク立川立飛、MAO RINK TACHIKAWA TACHIHI
公営競技	立川競輪場、JRA ウィンズ立川など
教育・研究機関	自治大学校、国語研究所、農林総合研究センター、歴史民俗資料館、国立音楽大学、国文学研究資料館、統計数理研究所、極地研究所、立川防災館、調理系専門学校、美術大学の予備校など
公的機関・施設など	駐屯地、拘置所、裁判所、災害医療センターなど
ロケーションサービス	市内各地のロケ地
サブカルチャー	アニメの聖地、サブカルチャー関連の店舗

④ ソフト資源

イベント	サンサンロード・商店街(会)各種イベント、国営昭和記念公園花火大会、箱根駅伝予選会、スポーツイベント、周年行事など
キャラクター	立川市キャラクター「くるりん」、立川市公認なりそこねキャラクターウドラ、高松トコちゃん、交流大使など
プロスポーツチーム	アルバルク東京、東京ヴェルディ、東京ヴェルディビーチサッカー、立川ダイス、石川ボクシングジム立川、立川アスレティックF.C.、たちかわ競輪、ジークスター東京
情報発信媒体	10 を超える WEB、紙媒体

⑤ その他の資源

特産品	うどん、ブロッコリー、立川のたいこぼん・くるりんラベルシリーズなど
生涯学習	市民交流大学、図書館、学習館、女性総合センターなど
地域活動	環境、福祉、まちづくりなどの多様な市民活動など

⑥ イベント等の状況

名称	会場・主催	R4 入場者数	R5 入場者数	名称	会場・主催	R4 入場者数	R5 入場者数
「まち・こころ花めかそう！」 ～春ステージ～	サンサンロード	22,800	42,000	TACHIKITA NOEL (新規)	サンサンロード	1,000	中止
スポレクフェスタ	泉市民体育館 柴崎市民体育館 ほか	1,347	1,386	どけんフェスタ	サンサンロード	中止	2,000
フローラルサンサンロード	サンサンロード	-	-	たちかわあすなろフェスタ (立川拘置所矯正展)	サンサンロード	中止	16,000
緑化まつり	ファーマーズセンター みのーれ立川北側広場	1,600	1,900	立川シアタープロジェクト 子どもとおとながいっしょに楽し む舞台	たましんRISURUホール	771	877
市民体育大会	泉市民体育館 柴崎市民体育館 ほか	10,513	13,422	南口防災フェア	立川駅南口周辺	中止	8,000
立川いったい音楽まつり	サンサンロード ほか	17,400	22,500	はごろもecoクリスマスフェスタ はごろもウィンターフェスタ	羽衣商店街	800	10,000
柴崎学習館まつり「すわっ祭」	柴崎学習館	中止	1,168	高松トコちゃん市	高松町商店街	6,000	6,000
西砂学習館まつり	西砂学習館	1,387	1,335	西立商店街 歳末大売り出し 西立商店街 クリスマスセール	西立商店街	2,500	2,500
立川フラメンコ	立川南口いろは通り商店街 立川南口すずらん通り商店街	10,300	10,621	歳末大売り出し 大抽選会	栄町たちひ通り商店街	6,000	中止
たちかわアートギャラリー展	たましんRISURUホール	1,095	1,200	SUWASUWA FESTIVAL in 冬	諏訪通り商店街	10,000	300
環境フェア	子ども未来センター	3,500	3,000	消防出初式	国営昭和記念公園 みどりの文化ゾーン	1,750	2,000
かわせみ祭	幸学習館	769	1,032	二十歳を祝うつどい(成人を祝う つどい)	たましんRISURUホール	1,040	1,153
シルバー大学文化祭	柴崎福祉会館	1,100	943	くらしフェスタ立川	女性総合センター・アイム	2,475	2,250
立川まつり国営昭和記念公園花火 大会	国営昭和記念公園みんなの原っぱ	中止	356,313	みんなの錦まつり	錦学習館	未集計	未集計
	園外来客数 ※園内外来客数から上記園内入場者数を差 引	中止	400,000	立川シティハーフマラソン	陸上自衛隊立川駐屯地滑走路、国営昭和記 念公園及びその外周道路(参加者数)	7,686	8,061
はごろもecoサマーフェスタ はごろもサマーフェスタ	羽衣商店街	10,000	10,000	たましんRISURUホール イベント入場者数	たましんRISURUホール	272,819	274,742
秋の食楽祭/夏の食楽祭	立川南口いろは通り商店街 立川南口すずらん通り商店街	5,000	10,000	入場者数合計		595,138	1,518,789
立川よいと祭り	サンサンロード	50,000	80,000	入場者数合計 (A)		533,657	1,060,894
曙まつり	サンサンロード	100	10,000	(A) 入場者数合計から、国営昭和記念公園、たましんRISURUホール、子ども未来センター、立川競輪 場への入場者数(網掛部分)を除いたもの。(各施設の入場者数に別途集計しているため)			
曙町パレード	サンサンロード ほか	1,000	3,000	2. 東京都観光客実態調査対象施設の入場者数			
たちかわ演劇祭	たましんRISURUホール	873	2,090	名称	会場・主催	R4 入場者数	R5 入場者数
SUWASUWA FESTIVAL in 夏	諏訪通り商店街	中止	2,000	子ども未来センター	同左	243,438	243,259
「まち・こころ花めかそう！」 ～秋ステージ～	サンサンロード (H25は国営昭和記念公園)	23,000	7,100	立川防災館	同左	66,874	72,215
幼稚園子育て教育フェア	サンサンロード	中止	10,000	ファーマーズセンター みのーれ立川	同左	155,554	153,526
交通安全市民のつどい	たましんRISURUホール	200	300	国立極地研究所 南極・北極科学館	同左	16,259	32,714
立川バル街	立川駅北口周辺	1,200	1,087	国文学研究資料館 展示室	同左	800,086	965,560
立川南フェスタ	立川駅南ロー帯	600	15,000	PLAY! MUSEUM	同左		
立川あにきゃん	サンサンロード	4,000	4,000	PLAY! PARK	同左		
高齢者のつどい	たましんRISURUホール 大ホール	2,301	2,681	たましん美術館	同左		
箱根駅伝予選会	陸上自衛隊立川駐屯地～ 立川市街地～国営昭和記念公園	無観客	29,560	TACHIKAWA STAGE GARDEN	同左		
砂川町商店会/みのーれ祭り	ファーマーズセンター みのーれ立川	中止	9,000	アリーナ立川立飛/ドーム立川立 飛	同左	2,860,386	3,457,978
富士見フラワー&おもしろフリー マーケット	富士見商店街	中止	1,000	TACHIHI BEACH	同左		
泉市民体育館まつり	泉市民体育館	1,447	1,572	国営昭和記念公園	同左	207,839	194,368
たちかわ楽市	国営昭和記念公園 みどりの文化ゾーン	42,265	50,660	立川競輪場	同左	1,282,211	1,467,274
たちかわ競輪感謝祭	立川競輪場	-	-	入場者数合計 (B)		1,282,211	1,467,274
保育のひろば	立川市役所多目的プラザ	1,000	1,036	(B) 国営昭和記念公園、立川競輪場への入場者数を含まない。 (観光客数の算定時に別途集計している(立川競輪場は公営競技事業に含む)ため)			
tachikawa 燦爛 Illumination 「まち・こころ花めかそう！」 ～冬ステージ～	サンサンロード	67,500	78,000				

イベント等入場者数合計 (A+B)	1,815,868	2,528,168
-------------------	-----------	-----------

第3節 観光振興における課題

入込客数調査、来訪者アンケート等を活用した観光に関するデータの分析により、来訪の目的や来訪者の市内滞在時間が明らかになってきています。具体的には、来訪の目的が単一であること、滞在時間が短いことなどがわかってきました。

本市の現状を踏まえ、観光振興における今後の課題を整理すると、以下のようになります。

3-1. 観光資源の発掘、魅力の向上

来訪者の回遊性を創出していくため、また、滞在時間を延長させるためには、立川市内で魅力的に映る観光資源を増やしていくことが求められます。

現代は、IT技術の進展や WEB 上での取引の増加を受け、個人の消費行動が、個々人の趣味嗜好に合わせ自分に合った流通経路（インターネットや実店舗）で自分に合ったものを購入するようになり、単純にモノのみを消費することから、「選び」「買い」「使う」といった体験そのもの（＝コト）を消費する時代となっています。

観光においても同様に、買い物中心の「モノ消費」から体験型の観光を重視する「コト消費」に変化していることから、来訪者の約8割が買い物や食事を目的としている立川への影響は少なくありません。

このことから、「コト消費」につながる魅力的な施設やサービスを中心に観光資源として発掘していくことが求められます。

3-2. 情報発信の強化

市内では多くのイベントが開催されるなど、にぎわいが創出されていますが、来訪時の滞在時間の延長や来訪のリピート率の向上のためには、特定の分野のファンに対して、別の分野の魅力を届けていく取組を強化していく必要があります。

また人々の価値観の多様化と観光スタイルの変化に伴い、画一的な観光商品をすべての人に同じ手法で提供する従来型のマス・マーケティング手法では効果を上げることが難しくなっています。これまで経験的、感覚的に取り組んでいた観光振興の取組を、客観的なデータをもとに現状を分析し、狙うべきターゲット層に効果的手法で情報発信をするといった取組に転換していく必要があります。

3-3. 来訪者受け入れ体制の強化

来訪者が、繰り返し、より長く立川市内の魅力的な観光資源を楽しんでもらうためには、受け入れ体制が整っていなければなりません。

本市の魅力でもある数多くのイベントも、いつ、どこで行われるかの情報提供やそこまでの移動手段が手軽に利用できる体制などが必要になります。

また、国を挙げて海外からの観光客誘致が進められており、立川広域防災基地エリアには国の研究機関が点在していることから、視察や研究に伴い、外国人研究者などが訪れる機会が増えてくると考えられます。今後、本市においてもビジネスや研究等も含め、訪日外国人が気軽に立川市の観光資源を楽しめる体制づくりが求められています。

3-4. 観光データ分析の促進

これまでに述べてきた取組の結果、実際に経済効果があったかどうかについて検証し、次なる取組に生かしていかなければなりません。

これまでの観光振興の取組では、多摩モノレール立飛駅周辺の商業施設や集客施設への来訪者数等について数字を把握できていませんでした。また、具体的な数値目標に基づいて施策の進捗を定量的に把握し、モニタリングできていなかったという問題があります。にぎわい拠点について、定期的の実態把握を行い、改善を進めていくなど PDCA サイクルを適切に実行できる環境づくりが必要となります。

3-5. 広域観光の推進

継続的に来訪者を確保し、回遊性を創出していくためには、近隣地域のみならず、海外を含む多摩地域外からの来訪者の確保にも取り組んでいかなければなりません。

このため、立川市にある観光資源や単独の情報発信だけでは十分とは言えず、他地域の自治体や民間事業者と連携した広域的な観光振興に取り組む必要があります。

第4節 観光まちづくり

観光振興は、今後更に「観光まちづくり」の観点から、「魅力的な地域の観光資源の発掘」と「良好な定住環境の維持」そして「来訪者の満足度」のバランスをとりながら推進していく必要があります。

「魅力的な地域の観光資源の発掘」については、歴史や文化をはじめ、そのまちや地域の個性を形成する資源に目を向け、独自の観光資源をつくることになります。まちには、歴史的な石碑や建造物、地域独自のお祭りやイベントといった様々な魅力的な観光資源のもとになるものがあります。魅力的な観光資源としての価値を高めるためには、まちや地域の文化的背景や歴史的意義と強く結びつけることのほか、生涯学習や体験学習と組み合わせたりすることが大切になります。

「良好な定住環境の維持」では、宿泊や飲食、土産物など既存の観光産業の振興や新たな産業の創出など、経済的側面から地域の活性化につなげると同時に、観光客の増加が生活環境の悪化をもたらさないルールづくりや誘導策などが必要となります。「住み」「学び」「働き」「遊ぶ」といったまちの総合力を向上させることが大切になります。

「来訪者の満足度」を向上させる重要な要因はおもてなしです。店舗や宿泊施設はもちろんのこと、観光ガイドや街角での道案内など、様々な場面で観光客をもてなすサービスが提供できる受入環境を整え、リピーターの確保につなげることが大切になります。

今後、「観光まちづくり」を推進していくためには、行政、団体、観光関連事業者はもとより、地域住民の皆さまも交えて、議論を積み重ねていくことが重要となります。

第5章 観光振興の基本方針と戦略

前述の国・東京都の観光分野における計画と立川市の現状を受け、本計画における観光振興の基本方針は

- ①「観光入込客数の増加」
- ②「来訪目的の複数化」
- ③「滞在時間の延長」とします。

これまでの立川市は、立川駅周辺の拠点整備を進めてきたことや多摩モノレール立飛駅周辺の民間開発によって、来訪者が増加してきており、多摩地域の拠点としての地位や役割が確立されつつあります。他方で、国営昭和記念公園を代表とする豊かな緑や都市農地がもたらすやすらぎも大きな魅力となっています。

また、ファール立川のパブリックアートや「立川いったい音楽祭」などの文化・芸術的要素に加え、アニメや漫画といったサブカルチャー、プロスポーツなどのイベントなどが、新たな交流を生み出すコンテンツとして育ってきており、来訪者の増加につながっています。長年にわたり継承されてきた豊かな緑や都市農地とともに、近年新たに加わったこれらを市民や事業者の皆さまがまちへの愛着や誇りとして育み、大きく成長させていくことで新たな立川市らしい魅力を生み出す可能性を秘めています。

立川市における観光振興の将来像「なんどでも 次の“好き”が見つかるまち 立川」の実現に向けて、これからはより広域的な視点を持ちつつ、様々な自治体、団体、事業者等と連携して、さらなる発展を目指していく段階となります。

第1節 観光振興の目標値

観光振興の目標値は、東京都の観光産業振興に向けた施策推進の基礎資料である東京都観光客数実態調査と市が実施するアンケート調査を基に設定することとします。東京都観光客数実態調査における観光入込客数等の推計は「観光入込客統計に関する共通基準（平成21年12月策定、令和5年5月改定・観光庁）」を基本として実施され、東京都の観光特性を加味し、推計されています。

なお、本計画開始の時点におきまして、回遊性の状況や繰り返しの来訪を適切に示すデータを取得することは困難なため、本計画の目標値として設定することはできませんが、立川駅や国営昭和記念公園などを繰り返し訪れている来訪者の状況については、ビッグデータを活用しながら継続的に把握していくこととします。

5-1. 国内旅行者数と外国人旅行者数(宿泊、日帰りを含む)

東京都「モバイルデータを活用した訪都旅行者動向調査」から数値を算出します。令和5(2023)年における国内旅行者数と外国人旅行者数(宿泊、日帰りを含む)、令和11(2029)年における目標値は以下のとおりです。

令和5(2023)年 国内旅行者数と外国人旅行者数 (宿泊、日帰りを含む)	1,285 万人
【目標値】 令和11(2029)年 国内旅行者数と外国人旅行者数 (宿泊、日帰りを含む)	1,920 万人

5-2. 来訪時における市内滞在時間別来訪者の割合(令和11(2029)年時点)

本計画の最終年である令和11(2029)年時点で、来訪者アンケート等を実施し、来訪時における市内滞在時間ごとの来訪者の割合と来訪の目的を調査します。

令和5(2023)年における市内滞在時間のボリュームゾーン、令和11(2029)年における目標値は以下のとおりです。

令和5(2023)年に実施した来訪者アンケート結果における市内滞在時間のボリュームゾーン	2～3時間
【目標値】 令和11(2029)年における市内滞在時間のボリュームゾーン	3～5時間

5-3. 複数地点における観光データの計測

市外を含めた計測地点を複数設け、来訪者全体に占める再来訪者²の割合や日単位・月単位の推移、来訪者の居住地、周遊傾向などの観光データを継続的に計測します。

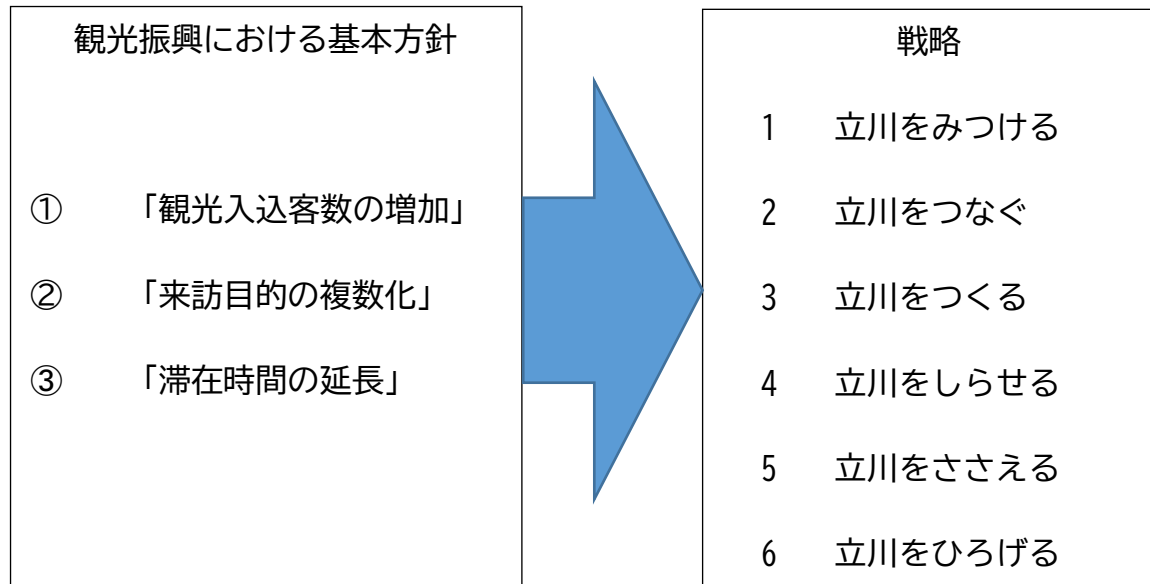
観光データを計測する地点例	JR立川駅 JR新宿駅 JR高尾駅 国営昭和記念公園 など
---------------	---

² 本計画においては、来訪した者のうち、1か月以内に2回以上16回未満来訪した者を再来訪者と定義し、来訪者全体に占める割合を算出します。

第2節 基本方針と戦略

観光振興における基本方針に基づき、「1 立川を見つける」「2 立川をつなぐ」「3 立川をつくる」「4 立川をしらせる」「5 立川をささえる」「6 立川をひろげる」の6つの戦略を設定して、観光振興における課題解決に取り組めます。

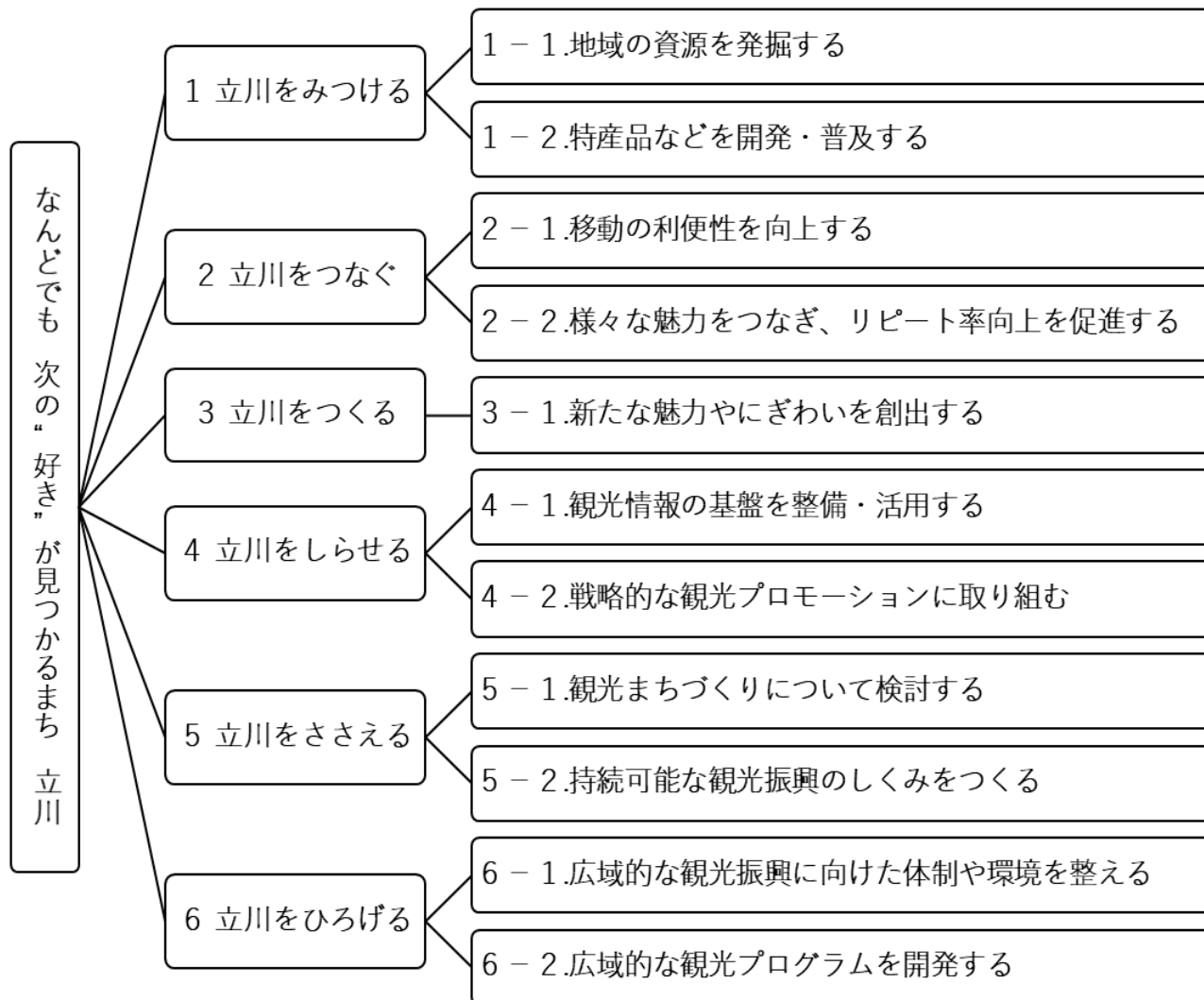
【観光振興における基本方針と6つの戦略】



第3節 観光振興戦略と施策

立川市における観光振興の将来像「なんども 次の“好き”が見つかるまち 立川」の実現に向けて、6つの戦略と戦略を実現するための11の施策を推進していきます。

【観光振興計画における施策体系】



「戦略1:立川をみつける」

「目的:地域資源を発掘し、魅力的な観光資源を開発する」

地域の資源を発掘し、観光資源を開発していくことが重要になります。地域に根差した様々な観光資源を発掘し、磨き上げ、組み合わせることによって、より魅力的な観光資源をつくり出します。

1-1. 地域の資源を発掘する

＜施策の視点＞

観光振興の視点から地域資源を発掘するとともに情報を共有し、観光資源として開発する

近年は、史跡や文化財といったものだけでなく、綺麗に手入れされた花壇や地域に愛されるお店、地域で取り組む独特の活動など様々なものが観光資源と捉えられています。これらの地域の情報を最も良く知っているのは、事業者を含めた地域住民です。

そこで、まち歩きワークショップやウォーキングイベントなどを通して、地域資源を棚卸しながら、市民視点、観光客視点の両側面から観光資源を発掘するしくみをつくとともに、新たな観光資源の開発に取り組みます。

主な取組内容

(1) 地域特性を生かした観光資源の発掘

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上

立川市、立川観光コンベンション協会、市民、事業者

商店街連合会、大規模商業施設等の様々な主体と協力しながら来訪者のマーケティングを実施し、まだ知られていない地域に根差した観光資源を発掘、提供します。これまで来訪の無かった層にアウトリーチするため、地域特性を生かした観光体験プログラムを提供するほか、SNSやHP等を活用して、来訪者が訪れて撮影してみたいような風景写真や体験してみたいような内容の動画などを制作し掲載します。

1-2. 特産品などを開発・普及する

＜施策の視点＞

様々な資源を磨き上げ、組み合わせることで魅力的な特産品などを開発し普及する

観光資源とともに、都市や地域を特徴づけるものに特産品や土産物があります。立川印³を代表するうどやブロッコリーなど様々な農産物をはじめ、地域由来の商品、洋菓子、和菓子など特産品や土産物があります。また、食品に限らず、立川市キャラクターグッズ、工業製品、工芸品や芸術作品など、立川ならではのオリジナリティあふれる商品が数多くあります。

そこで、これらの商品を、ふるさと納税制度の活用などにより一層の普及を図るとともに、新たな特産品の開発に取り組みます。

³ 立川印:市内農業者団体の横断的協議体である立川農業振興会議と市が連携し、立川農業の価値と魅力を広く深く理解してもらうため、立川農業全体のブランド化を目指す取組。

主な取組内容

(1) 魅力的な特産品(立川のたいこぼん)の更なる開発・活用

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上、情報発信の強化

立川観光コンベンション協会、事業者

立川観光コンベンション協会との協力の元、市内事業者への積極的な働きかけにより、グルメを含めた立川の特産品の拡充を応援していきます。また、くるりんラベルシリーズ⁴について、立川観光コンベンション協会推奨認定品の事業者と連携し、新商品の開発や普及を支援します。

⁴ くるりんラベルシリーズ:立川観光コンベンション協会が、立川のお土産品を製造販売する推奨認定品事業者と共同で開発・販売する立川市キャラクター「くるりん」をデザインに活用した新しいお土産品。

「戦略2：立川をつなぐ」

「目的：地域や魅力をつなぎ、繰り返し安全で便利に楽しめるまちをつくる」

地域内に埋もれている観光資源や特産品などに新たに文化的背景や歴史的意義を与えることが、観光資源としての可能性を膨らませ、地域間の回遊性や人々の交流につながっていきます。また、回遊性を高めることで来訪者の滞在時間が延びることにつながります。

新たな移動手段の検討・導入、ターゲットを見据えた情報発信やイベントの実施による地域の観光資源間の相互送客を通して、それらを結びつけ、より魅力的な観光資源に再構築します。

2-1. 移動の利便性を向上する

＜施策の視点＞

観光目的に合わせた移動手段などを準備する

観光客の観光目的や行動は、多岐にわたり、個々人の興味や関心によって、自らの行動を選択する傾向がますます強まっています。したがって、個々人の興味や関心の枠を超えてアウトリーチすることが回遊性の向上において一層重要になります。

また、快適にまちを歩ける安全・安心な空間や移動手段を準備することも重要です。

そこで、移動環境の向上を視野に入れながら、市民にも来訪者にもまちを楽しんでもらえる観光モデルツアーの開発に取り組みます。

主な取組内容

(1) 観光資源の間を移動できる交通手段の確保

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上、情報発信の強化

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

市内の観光資源の間をストレスなく移動できるよう、電動キックボードや自転車をはじめ、様々な移動手段の可能性について検討するとともに、事業者と連携した包括的な取組を進めます。

また、様々な主体が開発してきた既存の観光コースなどを周知・活用するとともに、新たな観光モデルツアーの開発を推進します。また、観光型 MaaS を研究することで移動を含めたパッケージでの情報発信に取り組みます。

2-2. 様々な魅力をつなぎ、リピート率向上を促進する

＜施策の視点＞

様々な観光資源を組み合わせ、それぞれのファンの相互送客を促進する

商店街(会)や産業団体、文化芸術団体、市民活動団体などが主催する様々なイベントは、立川市が支援するものだけでも年間 100 件を超えます。しかし、調査結果からわかるように、立川の中心市街地には相当数の来訪者が訪れていますが、来訪目的が単一に終始し、滞在時間も短い傾向があります。

そこで、国営昭和記念公園をはじめ、様々な団体と連携した事業を推進するとともに、そ

それぞれのにぎわい間での相互送客を促進することで、人々の交流の活性化、市内回遊性や再来訪の増進に取り組めます。

主な取組内容

(1) スポーツやグルメ、文化、芸術などそれぞれの魅力の連携

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

スポーツ、アニメ・ドラマ、グルメ、アートなどそれぞれのファンをつなぎ合わせ、相互に送客し新たな魅力につなげていくことで、来訪目的の複数化を促進し、再来訪を増進させます。

(2) 情報発信機能の強化

【課題】情報発信の強化

立川市、立川観光コンベンション協会

ウェルカム立川委員会⁵等を通じて、MICE⁶を含めた大規模イベントを積極的に受け入れ、立川を多様なエンターテインメントが体験できるまちとして、WEB サイトやSNSを活用した情報発信に引き続き取り組みます。

⁵ ウェルカム立川委員会：立川で行われる文化芸術・スポーツ・商業・工業・農業等の関連イベント等で、立川への経済効果が図られるような、地域特性を生かした事業について、まちを挙げて支援することを目的として組織された合議体。立川市、立川商工会議所、立川観光コンベンション協会、立川市商店街振興組合連合会、公益社団法人立川青年会議所で構成される。

⁶ MICE：Meeting（企業系会議）、Incentive（報奨・研修旅行）、Convention（国際会議）、Exhibition/Event（展示会、イベント等）を総称した造語。

「戦略3:立川をつくる」

「目的:新たなまちの魅力を創出し、にぎわいの拠点としての価値を高める」

立川市民だけでなく国内外の人々を惹きつけ、魅了し、立川に来たいと思えるよう、立川の認知度やイメージ向上の取組を強化します。

3-1. 新たな魅力やにぎわいを創出する

＜施策の視点＞

立川の地域性を生かした観光資源を創出する

立川のさらなる魅力の向上のためには、立川にかかわる方々がつくる都市イメージを尊重しながら、地域に根差した文化を魅力と捉えて発掘・開発し、発信していくことも重要です。

また、夜間に観光客向けのコンテンツを提供することにより、経済効果を高め、地域活性化に寄与する夕方から夜間にかけての経済活動全般（以下、ナイトタイムエコノミーと言う）が滞在時間の延長や消費拡大において有効であり、重要となっています。

そこで、これまで積み重ねてきた資源に、異なる文化や価値観、先進的なテクノロジーにより新たな魅力を加え、新たな観光資源の開発を後押しします。

主な取組内容

(1) 農商観連携の強化による新たなにぎわいの創出

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上、情報発信の強化

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

これまで以上に農商観の連携を強化することで、地域に根差した都市農業の高付加価値化や生産性向上にも注目しながら、観光資源として磨き上げ、新たなにぎわいの創出・普及・発信に取り組みます。

(2) 集客エリアを活用したまちづくりの推進

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

多くの飲食店が存在する立川駅南口エリア、ららぽーと立川立飛やアリーナ立川立飛などの施設が集積する多摩モノレール立飛駅周辺エリア、サンサンロードを含む立川駅北口エリアといった集客エリアについて、ナイトタイムエコノミーの充実も視野に入れながら、エンターテインメントエリアとして関係団体など事業者等と連携し、魅力を高めるとともに、事業者が相互に協力し、互いの魅力をつなぎあわせることで、来訪者が夕方から夜間にかけての時間帯を楽しむことができるようなしくみを検討します。

「戦略4:立川をしらせる」

「目的:情報発信力の強化により、『立川』の名を世界に広げる」

今日の観光振興では、マスメディアに加え、X、Instagram、Facebook や YouTube などの SNS や動画コンテンツが普及する中で、それぞれのメインユーザーや媒体ごとの特徴に合わせた情報発信が一層重要になっています。

そこで、観光情報基盤の整備を図るとともに、市民や関係事業者と連携を密にしながら、様々な資源や機会を活用した効果的な誘客活動を進めるなど、情報発信力の強化に取り組めます。

4-1. 観光情報の基盤を整備・活用する

＜施策の視点＞

情報発信力を強化するため、観光情報基盤を整備する

観光情報を発信する段階では、総合的なホームページやモバイルサイトの活用が効率的・効果的です。

また、観光客や来訪者などに対しては、デジタル・アナログの両面から適時適切に情報提供できる環境整備に取り組めます。

主な取組内容
(1) デジタル・アナログ両面からの観光情報基盤の充実 【課題】情報発信の強化、観光データに基づくマネジメントの強化 立川市、立川観光コンベンション協会 令和 6(2024)年度から令和 10(2028)年度までの5か年をかけて実施しているインバウンドガイド養成事業により、市内をはじめ多摩地域の魅力をつなぎ合わせた訪日外国人観光客向けのガイドツアーを造成し、OTAへの登録や海外の旅行博への出展等を通じて、本市をはじめとした多摩地域の魅力を世界に発信します。また、立川観光コンベンション協会のウェブサイトへのアクセスデータを解析しながら、来訪者の利便性・満足度向上に資する効果的なプロモーションが行えるようにします。また、来訪者の様々な使用シーンに合わせて、デジタル媒体での情報発信と観光ガイドマップ、観光ガイドブック等のアナログ手法それぞれの更なる充実に取り組めます。
(2) アナログな観光情報へのアクセス強化 【課題】情報発信の強化、観光データに基づくマネジメントの強化 立川市、立川観光コンベンション協会 コトリンクを活用して立川の魅力的な特産品(立川のたいこぼん)などの観光情報を発信するとともに、多摩モノレール駅情報ラック、JR駅掲示スペースの活用など、紙媒体や現物を用いての観光情報の発信に取り組めます。

4-2. 戦略的な観光プロモーションに取り組む

<施策の視点>

多様な資源、活動、イベントなどの機会を有効に活用し、立川の知名度を向上させる

観光客などが立川の来訪者となるためには、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。

立川市が管理するSNSなどの活用による知名度の向上に取り組むとともに、立川が舞台となっているアニメ作品や漫画、ドラマなどの活用を進めます。また、地域のシンボルとして立川市キャラクター「くるりん」を活用し様々な場で立川の魅力を発信します。

主な取組内容

(1) 様々なコンテンツの活用

【課題】情報発信の強化

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

商店街(会)や民間事業者などが主催するイベントを通じ、市のPRを強化していきます。また、ロケーションサービス事業においては、立川観光コンベンション協会と連携を強化し、情報発信の充実を図っていきます。

(2) 魅力的な特産品(立川のたいこぼん)の更なる開発・活用【再掲】

【課題】観光資源の発掘・魅力の向上、情報発信の強化

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

立川観光コンベンション協会との協力の元、市内事業者への積極的な働きかけにより、グルメを含めた立川の特産品の拡充を支援していきます。また、くるりんラベルシリーズについて、立川観光コンベンション協会推奨認定品の事業者と連携し、新商品の開発や普及を支援します。

「戦略5:立川をささえる」

「目的:持続的な観光振興を実現する、観光を支えるしくみをつくる」

観光資源を開発・整備する戦略を展開する一方で、各種推進体制を整えることが重要です。そのため、観光を支える人材の育成や、持続的な観光振興を推進するしくみづくりに取り組めます。

5-1. 観光まちづくりについて検討する

＜施策の視点＞

観光振興の側面からまちづくりを検討する

立川駅南北駅前を中心に、大型施設の跡地の再開発が進んでおります。市内の各団体が実施するイベント等のにぎわいをまちの魅力と捉え、まちのにぎわいを維持・発展させていくために、どのようなまちのビジョンを描くかといった観光振興の観点からまちづくりを考える観光まちづくりの視点が重要です。

主な取組内容

(1)観光まちづくりについての議論

【課題】観光資源の発掘、魅力の向上

立川市、市民、事業者

立川市における観光まちづくりについて、現状を共有するとともに今後の方向性や解決すべき課題などを明らかにしていくため、市民、事業者の皆さまとまちづくりについての検討を開始します。

5-2. 持続可能な観光振興のしくみをつくる

<施策の視点>

観光振興の取組に持続可能なしくみを取り入れる

観光振興を進めていく上で、魅力的な地域の観光資源の発掘、来訪者の満足度とともに、良好な定住環境の維持にも十分留意することが求められます。日本国内の都市では、来訪者の大幅な増加に伴いごみの投棄や夜間の騒音など安心安全な生活環境に影響が生じている都市も見られます。本市におきましても、いわゆる「オーバーツーリズム」と呼ばれる状況が生じないよう取り組みを進めていく必要があります。また、持続的な観光振興のためには、PDCAサイクルを回すとともに、来訪者、特に訪日外国人観光客が訪れた時の受け入れ態勢の構築も必要となります。

主な取組内容

(1) 持続可能な観光振興のための取組

【課題】来訪者受け入れ体制の強化

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

立川市と立川観光コンベンション協会が中心となり、ホームページやチラシ等による観光マナー啓発の取組を実施します。また、オーバーツーリズムに対する先進自治体の取組を調査研究します。

(2) データに基づくマネジメント体制の構築

【課題】観光データに基づくマネジメントの強化

立川市

地域の状況を定量的に把握できるKPI⁷を設定し、それによって課題を抽出し対応策を検討・実施するというPDCAサイクルを回して改善を図ることができる、データに基づくマネジメント体制構築に向けた環境整備を進めていきます。

(3) 来訪者への対応の充実

【課題】来訪者の受け入れ態勢の強化

立川市、市民、事業者

宿泊施設や商業施設、交通機関などとの連携を通して、ハラル認証⁸対応や多様な文化、習慣に配慮しながら、来訪者が観光情報にアクセスしやすい環境を整備します。また、外国人観光客を含めた来訪者の増加を目指し、たちかわまちの案内人やファールレ倶楽部との連携を進めるとともに、インバウンドガイドの育成をはじめとした来訪者の受け入れ体制を構築します。

⁷ KPI:Key Performance Indicator の略で、組織の目標を達成するための重要な業績評価の指標を意味する。

⁸ ハラル認証:イスラム教では豚やアルコールを含む食品・調味料を食することを禁止していることに対応するため、イスラム法に定める適正な方法で処理、加工された食品であることが証明された製品の認証制度。

「戦略6:立川をひろげる」

「目的:都市や地域と連携し、国際競争力を身につける」

本計画において立川市が目指す将来像「なんどでも 次の“好き”が見つかるまち 立川」の達成に向けて、多摩地域全体のゲートシティとして、多摩地域の各都市との広域的な連携・協働を推進し、全国そして世界へ情報発信していきます。

6-1. 広域的な観光振興に向けた体制や環境を整える

＜施策の視点＞

行政区域を超えた広域的な観光振興の連携に取り組む

再来訪の増進やインバウンドの受け入れ態勢の整備にあたっては、一つの行政体だけでなく、広い地域で足並みを揃えた観光振興への取組が大切です。

そこで、周辺自治体や関係機関と広域的な連携体制や環境の構築に取り組みます。

主な取組内容

(1) 広域的な連携体制の確立

【課題】来訪者受け入れ態勢の強化、広域観光の推進

立川市、立川観光コンベンション協会

立川をゲートシティとした多摩地域への更なる国内旅行者とインバウンド誘致のための地域間交流を図り、立川と多摩地域広域連携による観光事業の推進を進めていきます。

(2) 広域周遊環境の整備

【課題】広域振興の推進

立川市、立川観光コンベンション協会、事業者

近隣自治体や立川観光コンベンション協会など各種団体、民間事業者と連携して、市内に点在する集客施設を結びつけることや行政区域を越えた観光ルートの開発、観光課題の解決に取り組んでいきます。

6-2. 広域的な観光プログラムを開発する

＜施策の視点＞

魅力ある観光資源を効果的に活用するため、広域的な連携による観光プログラムを開発する

立川市は、鉄道によって 23 区や川崎方面、青梅・奥多摩・五日市、山梨・長野の東西方向と結ばれ、多摩モノレールによって、多摩市や東大和市など南北方向との行き来も便利な都市となっている強みがあります。このような交通利便性を活用して、広域的な観光プログラムを開発していくことができます。奥多摩・青梅エリアの大自然や、立川の観光資源など、様々な組み合わせをつなぎ合わせることで、観光地としての総合的な魅力が増します。

そこで、周辺自治体や関係事業者と連携した取組による観光ルートの開発や、新たなインバウンドを獲得するプログラムの開発に取り組みます。

主な取組内容

(1) 日帰り周遊・宿泊周遊プランなどの開発等

【課題】広域観光の推進

立川市、立川観光コンベンション協会

立川商工会議所や多摩地域インバウンドガイド連絡協議会と連携し、日帰りや宿泊観光、鉄道網の活用など、来訪者のニーズを捉えた広域観光ルートの開発や普及、啓発に取り組めます。

第6章 計画の推進

本計画の推進にあたっては、市や、立川観光コンベンション協会など各種団体に加え、市民、事業者が協働して取り組むことが必要となります。

そこで、計画の推進体制と各主体の役割について整理します。

第1節 推進体制の整備

計画の推進を確実なものとしていくために、市や、立川観光コンベンション協会など各種団体、市民、事業者などの各主体の特性を生かした役割分担により、連携体制を構築し、立川市全体が一丸となって取り組む必要があります。

第2節 各主体の役割

① 立川市

観光を振興する各主体と連携協働し、各主体が取り組む観光施策への支援を行うほか、地域人材の育成に注力するとともに、国や東京都の取組を踏まえた観光施策の調整や、近隣の区市町村との広域的連携に取り組めます。

また、新しいテクノロジーやビジネスモデルを理解し、各主体が観光まちづくりを進めやすい環境の整備に取り組めます。

② 立川観光コンベンション協会など各種団体

行政と民間をつなぐ役割や、観光にかかわる各種取組の実施、さらに、各主体の活動を支える中心的役割が期待されます。

③ 市民

自らが住み、活動する立川市への理解と、地域への愛着、誇りを持つとともに、「にぎわい」を創出する様々な取組への積極的な参加が期待されます。

④ 事業者

交通事業者や宿泊事業者、旅行関係事業者など各種事業者は、立川市を訪れる人々に対する「おもてなし」の心を持ち、人々が満足するサービスを提供することが期待されます。

資 料 編

資料1:立川市観光振興計画協議会設置要綱

資料2:立川市観光振興計画協議会委員名簿

資料3:事務局名簿

資料4:立川市観光振興計画協議会開催状況

資料1:立川市観光振興計画協議会設置要綱

平成31年 3 月22日要綱第25号

改正

令和 4 年 4 月 1 日要綱第95号

令和 5 年 3 月31日要綱第55号

立川市観光振興計画協議会設置要綱

(設置)

第1条 都市観光としての多様な特色を生かし、新たな市の観光振興の施策を確立するための指標として立川市観光振興計画（以下「観光振興計画」という。）を策定し、及び推進するため、立川市観光振興計画協議会（以下「協議会」という。）を設置する。

(所掌事項)

第2条 協議会は、次の各号に掲げる事項を所掌する。

- (1) 観光振興計画の検討及び策定に関すること。
- (2) 観光振興計画の推進に関すること。
- (3) その他必要な事項に関すること。

(委員)

第3条 協議会は、委員12人以内をもって組織する。

2 委員は、総合政策部長を充てるほか、次の各号に掲げる者につき、市長が委嘱する。

- (1) 公募市民 3人以内
- (2) 学識経験者 1人
- (3) 関係団体が推薦する者 6人以内
- (4) 関係機関の職員 1人

3 委員の任期は、2年とする。ただし、委員が欠けた場合における補欠の委員の任期は、前任者の残任期間とする。

4 委員は、再任されることができる。

(会長等)

第4条 協議会に会長及び副会長を置き、委員の互選により定める。

2 会長は、協議会を代表し、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5条 協議会は、必要に応じて会長が招集する。

2 協議会は、必要があると認めたときは、委員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(謝礼及び記念品)

第6条 第3条第2項第1号から第3号までに掲げる委員には、予算の範囲内で謝礼を支払い、又は記念品を贈呈するものとする。

(庶務)

第7条 協議会の庶務は、総合政策部広報課において処理する。

(委任)

第8条 この要綱の施行について必要な事項は、総合政策部長が別に定める。

附 則

この要綱は、平成31年3月22日から施行する。

附 則（令和4年4月1日要綱第95号）

この要綱は、令和4年4月1日から施行する。

附 則（令和5年3月31日要綱第55号）

この要綱は、令和5年4月1日から施行する。

資料2:立川市観光振興計画協議会委員名簿

(◎は会長、○は副会長)

◎中 野 史 朗	立川観光コンベンション協会
○岩 下 光 明	立川市商店街振興組合連合会
田 中 光 徳	立川商工会議所
高 島 優	立川ホテル旅館組合
戸 島 慶 太	東日本旅客鉄道株式会社
峰 岸 徹	国営昭和記念公園管理センター
矢 部 直 人	東京都立大学
青 木 祥 民	一般市民公募
本 間 義 信	一般市民公募
後 田 洋 平	一般市民公募
山 口 繁 樹	東京都産業労働局観光部振興課長
大 塚 正 也	立川市総合政策部長

(順不同、敬称略)

資料3:事務局名簿

太田 勇	シティプロモーション推進担当課長
石 井 宏 通	シティプロモーション推進担当課観光振興係長
菅 野 賀 陽	シティプロモーション推進担当課観光振興係
北 澤 未 来	シティプロモーション推進担当課観光振興係

資料4:立川市観光振興計画協議会開催状況

回	開催年 月 日	開催 場所	出席 者数	主 な 協 議 検 討 内 容
第1回	令和6(2024)年 6月12日(水)	市役所 210 会議室	10	○前計画の進捗状況について ○話題提供
第2回	令和6(2024)年 9月4日(水)	市役所 202 会議室	10	○本計画の構成について ○骨子案の検討
第3回	令和6(2024)年 10月22日(水)	市役所 202 会議室	8	○骨子案の確認 ○「観光振興の基本方針と戦略」の検討
第4回	令和6(2024)年 12月24日(火)	市役所 105 会議室	9	○素案の検討 ○「観光振興の基本方針と戦略」の検討
第5回	令和7(2025)年 1月15日(水)	市役所 202 会議室	7	○素案の確認

資料5:市民参加

(1) 分野別個別計画 EXPO(市民説明会)

第4次観光振興計画素案について、市民の皆さんに説明をさせていただき、市民意見公募（パブリックコメント）として、ご意見をいただく機会を創出しました。

日時	令和7（2025）年4月5日
場所	立川市役所
対象者	立川市在住、在勤、在学の方等

(2) 市民意見公募(パブリックコメント)

第4次観光振興計画素案に対して、市民意見公募（パブリックコメント）を実施し、2人から8件のご意見をいただきました。

公募期間	令和7（2025）年4月1日～4月21日
提出者数・件数	2人・8件
意見を反映した件数	0件

立川市第4次観光振興計画
令和7(2025)年6月発行

発行 立川市

〒190-8666

東京都立川市泉町 1156 番地の9

電話 042-523-2111(代表)

FAX 042-527-8074

ホームページ <http://www.city.tachikawa.lg.jp/>

編集 産業まちづくり部 産業観光課