

令和元年度第2回立川市第3次観光振興計画協議会 要旨

会議名称	立川市第3次観光振興計画協議会
開催日時	令和元年8月5日（月曜日） 午後7時00分～午後9時00分
開催場所	立川市役所 210 会議室
次第	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 開会</li> <li>2. 立川市第2次観光振興計画の進捗状況について</li> <li>3. 立川市の現状及び将来展望について</li> <li>4. 立川市の観光資源について</li> </ol>
配布資料	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 観光振興の目標値の設定・立川市観光振興計画における目標値と実績値の比較</li> <li>2. 主なイベント及び入場者数</li> <li>3. 立川市の現状と将来展望について</li> <li>4. 立川市の観光資源</li> <li>5. 立川市第4次長期総合計画後期基本計画 検討委員会報告書</li> <li>6. 第1回協議会議事録</li> </ol>
出席者	<p>[構成員]</p> <p>会長 岩崎太郎、副会長 岩下光明、小野和久、都築諒、中田龍哉、穂積計人、及川卓也、嶋津隆文、木嶋雅史、鈴木義嗣、矢ノ口美穂（産業文化スポーツ部長）</p> <p>[事務局]</p> <p>奥野武司（産業観光課長）、津崎政人（観光振興係長）、中澤栞（観光振興係）</p>
欠席者	前田千歳
話題提供者	なし
公開及び非公開	公開
傍聴者数	1人
会議結果及び要旨	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 次回日程は令和元年10月11日（金）午後7時から9時までとする。</li> <li>2. 次回は、観光振興の目標及び方針について検討を行うこととし、そこに向けて事務局で今回の協議内容をブラッシュアップしたものを提供することとする。課題については、必要に応じて各委員に依頼する。</li> </ol>
担当	産業文化スポーツ部産業観光課観光振興係 電話 042-529-8562

## 1. 開会

## 2. 議題

### (1) 立川市第2次観光振興計画の進捗状況について

(会長) 資料を見ると、達成度 100%がかなり多い。これはこれで良いが、この後数値目標と進捗状況の話を受けた時、かなりいい数値が出ているということになっていないとおかしい。逆に、達成度が高いのに数値目標が上がっていないということになると、計画自体があまり良くなかったのかなど。そういったことを思った。あくまで私見ではあるが、他にご意見はあるか。

・・・意見なし。

(会長)

続いて、第2次の計画の数値目標と進捗状況についての説明を。

(事務局)

事務局より、資料に沿って説明。

(会長)

E 委員、いかがか。

(E 委員)

規模の大きな計画で、経験上これほど大きな数字はあまり見たことがない。ただ、データを取るとは難しいと思うが、発想として例えば「人回」というように、人数と回数という形でデータがとれているのか、いないのか。そういうのは多分難しいと聞いているが、恐らくこれからの観光戦略にあたっては、1回来てもらってというだけでなく、何回もリピーターになっていただく、増やしていく戦略が必要だと思う。また、どこから来ているか。イベントになると、別の地域でも、例えば地ビールフェスティバルとか、全国の地ビールが集まって3、4万人くらいの規模で、全国から客が集まっている。もう一つ、ご当地餅サミットというイベントがあり、割と近隣住民の方が2万5千人くらい来ている。数の比較はできるわけだが、質がちょっと違う部分があって、どれだけ外部から人が来ているのか、また何回来ているのか、今後データでとれるような方法がないかと、話を聞いていて思った。

(会長)

イベントによっては、リピーターになっているかどうか掴めるものもあるかもしれないが、全体としては難しいかと思う。

(E 委員)

特に外部の方が来ているイベントとそうでないイベントがあって、こういったイベントを伸ばしていくといった分析ができる方法が何か編み出せないかなと思う。

(会長)

課題とさせていただく。他にどうか。

(A 委員)

データベースの話だと、対象外となっているららぼーと、IKEAの数値は押さえているのか？

(事務局)

押さえられていない。

(A 委員)

発展するところなので、これを足さないと観光振興になったのかの回答にはならないかなと。

(事務局)

方法として考えられるのは、立飛駅における定期外利用者の数は、おそらくモノレール側からご提供いただけるかなと。また、ららぼーとの附置義務駐車場の利用者数についても、カードで出入りをカウントしているかと思うので、提供いただける可能性はなくはないかと思われる。IKEA はちょっと何とも言えないが、同じ方法で当たってみることはできると思う。

(会長)

F 委員、いかがか。

(F 委員)

数字というのは違和感がどうしてもつきまとう、さっきの達成率 100%も含めて。どういう基準で

やるのか。やらないと落ち着かないし、やるとしらけるし。こういうことにエネルギーを割いてもどうかと思うのが私の実感。大雑把につかんで「賑わってきたぞ」とか耳から聞く話の方が、ずいぶんリアリティがあるかなと。分析すればするほど、実態と乖離するような空空しさがあって、ほどほどで切り上げたほうがいいのかとも思う。

(会長)

1点違和感があったのは、4年前と今を比べているが、その間ってどうなっているのかが疑問。昭和記念公園は、例えば肉フェスのある年とない年で2、30万は来場者数が違ってくる。累積じゃなくてよいのか。

(事務局)

計画を作ってから、毎年の集計作業が出来ていなかったという実態がある。国営昭和記念公園などは数字を入れ込めるが、本来ならこういう要素で増えました、というものをしっかり追いかけて入れていれば、計画途中でも参考値としてとれるかどうか発想として出てきたのではないかなと思う。

第3次の資料を作る段階になって、大急ぎで数値を調査し直し、集計した状況であり、途中過程がお見せ出来ないというのが、恥ずかしながら正直なところである。

(会長)

他に質問はあるか？

(G委員)

1つ目は、年齢層がそれぞれのイベントで割と違っていると思うが、そこが見えてくれば少し具体的になるかと。例えば子ども未来センターでは、ママさんと小さい子は来場者数の年齢層に入ってくるが、高校生は全然いなくなってしまう。年齢層としては、段々と部活とかが入ってきたときに子どもたちが来なくなってしまうので、そこをどうするかという話もある。年齢層の推移が見えるとよいのかなと。

2つ目は、先ほどE委員からリピーターの話があったが、スマートフォンが何処のWi-Fiをキャッチしているのかをログで残せたりするので、それで同じアドレスのフォンの移動や、週に何回来ているかなどのデータから実態が見えるようになるはず。そこからデータを出していくことはできないのかなと。

3つ目は、チェックができていなかったということで、この4年間での数字を見ると関連消費額が目標を達成していないということで、うまくいっていないところはチェックの頻度を増やすのがセオリー。チェックをどうするのが鍵かなと思う。

(会長)

リピーターの調査はリーサスから取得できないか。難しいか。行政としてはどうか。

(事務局)

違う団体が調査したという話は聞いたことがある。お金をかければ、調査をすることができると思う。

(会長)

JRは200万、多摩モノレールは50万増えていて、この2つだけで全体の目標はクリアできてしまうのは凄いなと思った。公共駐車場については、こういう現状と把握いただければ。

## (2) 立川市の現状及び将来展望について

(会長)

意見の中に、こういった現状分析、将来展望は市の総合計画や長期計画でなされるもので、個別計画でいうものではないだろうという意見があった。立川市の長期計画では、現状認識と将来展望についてどのように考えられているのか、事務局から説明を。

(事務局)

事務局より、資料に沿って説明。

(会長)

昼間人口と事業者数が減っていくのは、多摩地域の人口が減ることから起因しているというところからか。

(事務局)

事業者数については、以前は事業者統計調査というのがあったが、何年か前から経済センサスという5年に1回の国の調査になり、どうしても数字が減る傾向で出さざるを得ない。課税課で法人市民税の課税対象事業者数をカウントしたところ、平成27年度以降、直近4年間については右肩上がりが増えてきている状況にある。駅周辺のいわゆる大手企業の支店等の事業所もあれば、中小のサービス業、その他サービス業に分類されるような、理美容の関係とかエステとか、そういったものが分類されると思うが、その数が伸びている状況。

前回トレンドとしては事業者統計を使っているのですが、同じ数字の出どころである経済センサスのデータをつかうとこうなるが、果たして本当に減少トレンドかどうかを測るのは、なかなか難しいかなど。

(会長)

なるほど。

(事務局)

多摩地域全体における事業所の集積具合というか、多摩地域に1か所置かれる多摩支社、立川支社の集積具合は決して落ちていないとは考えている。ただ、今あるデータをつかうと減る傾向になる。

(会長)

それでは、各委員から提出されたワークシート、こちらについて事務局で取りまとめたため、資料3以降の説明の後、意見を聞きたい。

(事務局)

事務局より、資料に沿って説明。

(会長)

意見はあるか。

(副会長)

基本的には、民間のやることと行政のやることを分けたほうがよいかと。立飛を中心に民間でスポーツを盛り上げているが、例えば立川ダイスというチームは、地域の誇りにしていこうという動きから、横田基地の子どもたちとの大会など、大会を開催でき始めている。観光の行きつく先は市民に落とし込んでいかないと。先ほども、イベントはたくさんあったが、補助金が入っているものはどれくらいあって、補助金が無くても大丈夫なものどれくらいあるのかと気になりだしている。民間と行政の区分けは必要かなど。

また、交通の要衝なので、モノレールの延伸や横田基地の民間機利用、中央道のスマートIC等の交通関係は行政が整備することかと思う。

スポーツは年齢男女関係なく誰でも関われるし、「やる」「見る」「応援する」という3つの楽しみ方がある。「立川はなんでもあるけどキャッチーなものはない」と言われるので、「スポーツのまち立川」「オリンピックの選手の多いまちを目指そう」とか、何か旗振りを市として1本つくれるといいのかなど。立飛のアリーナは大体3,000人入るが、金土日はほぼ埋まっている。ドームも含めてほしい100万人くらい来ているのかなど。そこを抜きにしてデータをとるのは、今後なかなか難しいかと。行政と民間の付き合い方でいうと、ドームは仮設で1年だが、非常に回転もいいので、継続して使用許可を出すとかも検討課題なのかなど。

(E委員)

総合戦略で何を指すか、ということを考える上でのキーワードみたいなものを打ち出しながら、資料を作成した。目線合わせのたたき台として考えてもらえれば。

「立川の観光とは」という設問があったが、私も目線はわりと一致しているのかなと感じられる。観光そのものにとらえ直しというか、リゾート地というよりは生活圏、賑わいを創りながら癒しも、という都市型の生活を送る市民がいる中で、外部の方が来たときに「じゃあ観光って何か」ということ自体を、新しい捉え方をしなければいけないのかなど。そこが議論のしどころかと。

昔のいわゆる名所旧跡の鑑賞ではなく、段々と体験が出てきている。そもそも地域資源をそのままインバウンドに、日本の文化そのものを体験すること自体が観光資源になる傾向もある。人自体が、もしかしたら観光資源になる。あるいは、市民の豊かな暮らしぶりを周りから見ると、立川は文化的

にもスポーツ振興でも自然でも、あるいは賑わいも豊かさも観光資源とする発想を議論してもいいのかなど。豊かさとは何か、というのも議論のポイント。

また、これは文献の引用だが、自分の生活をどう守り、発展させていくかということ自体がエネルギーとなる。1970年代に宮本常一が言っていたことを引用した。今の暮らしの中にどう取り入れていくか、割と新しいものを入れていくこと自体が、逆に新しい伝統を作るとか、ちょっと引用させてもらった。

次にラグジュアリーという言葉。年収数千万の層を作る方法もあるが、実際ラグジュアリーとは何だろう、豪華絢爛とは違うんじゃないのと Snow Peak の社長の言葉。

ローカルエリアツーリズム。キャンプ場じゃない場所にテントを張り、地域を楽しむ、体験するというのを始めている。そのまま立川に当てはまるわけではないが、新しい視点として、豊かさをきちんと提供していくのがラグジュアリーなのかなど。

インバウンド。これは情報提供になるが ANA 総研、ANA の研究所がいくつかの企業を中心になって、インバウンドで企業連携して新しいサービスを作ったりしている。70 社くらいで定期的に研究会を開きながら、三井住友が事業計画に対して資金調達・投資をするなど行っている。ホームページを読んでもらえれば、インバウンドの参考になる

社会課題ということで、人口減少問題が記載されている。立川はそうでもないと思うが。秋田県内は商店街の問題とか歴史的建造物とか、瀬戸内 DMO の取り組みではあるが、瀬戸内古街計画、古民家をリノベーションして繋げて行ってインバウンドを行っている。5年間で100棟を造って、5,500万人、10億円。立川が多摩へのゲートタウンとしてフロント機能があるとすれば、それを多摩に繋げていく観光ルートづくりの参考になる。

街が一つのホテルになる、イタリアのアルベルゴ・ディフーズで行われている取組。農村山間部で樗を使った宿泊形態がある。丹波篠山のホテル、谷中の分散型ホテルは街が一つのホテルになる。それぞれの事業者が連携して、それをイメージして社会課題を観光に替えていく発想。

現代性が大事。地域の色々な地域創生と言われているなかで、限られた資金で人を集めていく。面白そうな場所ということだと、そこは民間の若い人が集まってくる。ゲストがいつのまにか当事者、関係人口になっていくケースがある。クリエイターが発信し、いろんな人が集まってワークショップをしたり、滞在しながらテレワークをしたりしている。それは単に雇用することではなくて、場に集まって、関わりが生まれて、運営の軸になったりする。

ポイントは、高感度な若い人が「面白い、格好いい、楽しそうな場所」という現代性、先進性があるといいのでは。事例の一つでは、昭和記念公園とは規模も違うが、地域創生の一つの参考事例としてブライアントパーク。皆様ご存知だろうか。直接行ったことはなく、皆から聞いた話だが、後でご覧いただければ。もともと、かつてはお荷物だった、荒廃した治安の悪い公園を、BID、DMO みたいな団体を中心になってリニューアルした事業。そこでは、イベントの収入、レストランの飲食収入、周辺の指定公園から割付金をもらってそれを資金にして、運営している。イベントに関係する人が多く、昼間集まってランチをしている。色々事例があれば、随時紹介し、参考になればと思う。

(会長)

大阪城公園などは、民間委託でかなりどんどんやっていくという話も来ている。上野公園も壮大な計画があるとか。

(E 委員)

森をテーマパークにし、自然を生かしながら、ワイヤー張る程度のアトラクションを入れて、三次の産業活用としてまあまあ収益を上げていると聞く。

(会長)

続いて「立川の観光とは何か」という話で、H 委員はどうか。

(H 委員)

観光の定義を皆さんと共有できないと先に進めないのかなど。最近是非日常的な体験するという流れが来ているかと。どこかに訪れるとか、歴史的建造物などの以前の観光から変わってきていて、VR とか色々出てきて、昔の立川を VR で見られるとかになれば、また一つの魅力として出てくるのかと。例えば、昔米軍基地だったとかは、立川に来ないとわからない。立川でないと実現できない、立

川でしかできないことが理想的な魅力の一つかと。

(会長)

立川、東京、日本と場所を限定せずに観光というものを漠然と考えたときに、そこは共通点をもってお話したほうが良いのでは、というのが前回の話の趣旨。それがあって初めて同じ方向を向けるかなと。

私は、キーになるのは非日常体験かなと。日常からかけ離れたものがあるとか、そういう行動であるとかが大きな要素になるかなと。

(C 委員)

「そもそも観光とは」というところでいうと、非日常であり、それが「見る」から「体験する」に変わってきている。「立川における」というのをどう捉えるかは難しいとっていて、答えが出なかったが、会社で立川在住の何人かに「立川らしさってどういうところか」と問いかけると、「生活しやすい、便利だということ」「交通の利便性」と返ってきた。それが住んでいる人のイメージである一方で、市外に住む人には「駅の周辺がにぎやか」「国営昭和記念公園」のイメージがあるかと。これと住んでいる人との結びつきが今一つ見えにくいところをベースにして、観光というのを市としてどう捉えていくのか、そこに持っていければ実感に持っていけるのかなと。

目標の話もそうだが、何となく「モノレールの駅で何人増える」というよりは「市民1人が年間10人来訪者を呼んだらどれくらいになるのか」と考えると、市民としては分かりやすくなり、もう少し身近な視点での捉え方ができると見えてくるのではないかと。立川らしさというのが自分の中でも答えが出てくるのかなと。

(F 委員)

訪れる人にとっては非日常だが、市民にとっては日常という意味か。

(H 委員)

市民にとっても非日常かなと。地元で出来たらすごいなと。イベントやスポーツもそう。

(F 委員)

国の観光振興計画では「住んでよし、訪れてよし」をキャッチフレーズにしているが、とてもいい表現だなと。「住んでよし」は、ここに住んでいる生活がどれだけ充実するか、面白いのか。地元が優先されて、その後外から来て新鮮さを味わう。かなり本質をついた表現かなと。あまり非日常に偏るのはいかがなものかと。

平凡なぐちゃぐちゃにへたへたの生活を良くすることで、立川の良さとか商店街の良さを、新鮮さを外から感じるかもしれない。意外とどの地域にも合致するような気がするし、駅前の華やかさと駅から離れたシャッター通りをどうするかと考えた時に、華やかさを求めるのはどうかと思う。

数字の何に違和感を持つかということ、来た人数。人数はすごく大事だが、人数で測ることに限界がある。それよりも、「街灯もついてない」「シャッターがこんなに閉まっている」というのは、立川市内なら自転車で行けば全部わかる。だいたいこれくらいの人 coming、と目で見て感じられる。それは、職員がぐるっと2、3日回れば分かる。そういった目線で「住んでよし、訪れてよし」を見ればいい。いずれにしても、観光は「住んでよし、訪れてよし」、平凡だけれど意外と使えるかなと。

もう一つ、E委員の話にもあったが、どこまで昭和記念公園の参考になるかわからないが、立川はやっぱり公園が一番いいのかなと。たまたま公園にはなっているけれども、立川の歴史そのものがあり、集約されている。歴史や空間を含め、この公園をもっと開放的にするのが意外と良いのではないかなとと思っている。それは個別の話でやっていただければと思うが。

(会長)

観光資源の具体的な話も出てきたが、今日はI委員に観光資源マップというものを作成してもらった。

(I 委員)

場所がきちんとその位置でないが、多いのは昭和記念公園、ほとんどの方が書いており、これは別格かなと。歴史、イベント、花火もあるし、大きい集客が見込まれ、ポテンシャルも非常に高い。

駅前には、お店が何でもある。個店もあり、買い物もしやすく、買い物に来る関係人口も多い。サンサンロードの開発や立飛など新しく開発された辺りも。国の機関、立川競輪、飛行機工場。撮影地

としても人気。

また、まちの人たちがどうやって魅力を見つけているのか、敢えてブログ等で引っ張ってきた。多くの人が SNS やサイトで紹介しているものだと、玉川上水、多摩川などの自然。ウド室、阿豆佐見天神社。立川駐屯地などの歴史もの、幸町団地がイケアとコラボでリノベーションして入居を呼んでいるといったものもある。

おそらく、今ある既存の資源を書いた方もいれば、もっとこうすればいいのに、将来、期待としての提案として書いた方もいる。網羅して貼り付けてみると、立川って色々あるなと思った。もっとこういうのあるよね、と共有してもらえれば。

(会長)

資源については、もともと多くの人を集めている資源もあれば、磨けば光るようなものもある、というところか。

(F 委員)

誤解のある言い方かもしれないが、第4次長期総合計画も含めて、役所の性格的に「もやもや」としたのって、何も魅力がないじゃないかなと。観光はある意味尖ったものがあっていい。あれもこれもといったものよりは、そういったものがあっていいのでは。駅前が結節点として魅力だし、そういったところをまずは突き出して、売り出すのがいいのでは。網羅的にいい子になろうとして足してしまうとつまらないのかなと。ちょっと尖ったものをやってみるのも、時期的にいいのかなとっている。

(会長)

折角なので皆さんからも地域資源について何かあれば。

(B 委員)

外部から何を評価されているかという視点で、持っているものを洗い出す。モノを売るならマーケティングを絡めてとあるが、観光は既存のものを磨いていくことも必要だが、何を求められているか。この話を立川じゃない人に聞くと、キャッチーなものが無い。どこに舵を切るか、外部からの評価をステップにした工程が必要なのかなと。

(会長)

立川は外国人から見てどう評価されているか。

(H 委員)

そもそも立川に知名度がない。しかし、都内で出来ることはすべて出来ると思う。公園もあるし、ハード面は問題ないが、知られていないのが一番大きなところ。これが課題では。

東京都の観光案内みたいなものが多言語で色々発行されているが、そもそも多摩地域のページが少ない。そこもおかしいというか、東京都を中心に PR をかけていかなければいけないし、民間企業の方々ももっと PR して欲しい。あとは行政とタイアップして、というの必要。

新宿にも 30 分くらい、高尾山にも 30 分くらいで行けて、立地も申し分ない。喜んで滞在してもらえと思う。

(F 委員)

立川は賑わいもあり、若者もいて、非常に評価されている。こういうまちを郊外につくりたいと、見た目からいうと立川は非常に評価されているまち。そういう目線を掘り出していきたい。

ひょっとしたら、公園もあり、駅前も治安は悪くないし、繁華街もあり、居酒屋もあり、中国の方からは憧れの目線で見られている。東京都の中でも一目置かれている。海外からも評価されていると申し上げたい。

(E 委員)

逆に立川を知らない人の立場で見ると、ブランドとして「立川ブランド」というのが見えない。「最近の多摩ブランドは何か」というと、それも見えづらい。それは東京全体での悩みかもしれない。島しょ地域はブランディングとして宝島、宝物事業をやっているが、11 の島はどういうブランドなのか色々な方が考える中で、統一感がない。

立川市が打ち出す中で「立川というブランドとは何なのか」を捉える必要がある。初めて夕方に立川駅に降り立った時、人通りの賑やかさにびっくりした。市役所に向かうと都的な顔もあり、繁華

街の雑多な感じもあるし、色々な表情がある。それを束ねる概念的な言葉がまだ見つかっていない。

議論の中で整理したほうがいいと思うのは、「観光とは何か」という議論が始まっているが、長期総合計画もそうだが、持続可能性だと思う。持続可能性をつくるために、立川市だけじゃないかもしれないが、立川市が観光というジャンルの事業で何ができるのか。おそらく「住んでよし、訪れてよし」という、いわゆる住民にとってもいい観光、訪れる人にとってもいい観光、事業者にとってもいい観光。それを探していくことなのかなと。非日常でもいいのだけれど、それを市民ではなく、外の方が来たときに何を感じて、事業者や市民の関係性でどれだけお金を落としてくれるか。

「ジャンルをここに絞ったほうがいいのか」というのも、この協議会が具体的な事業方針を担っていくよりは個別の事業者が考えることだと思う。まとまる言葉というか、それに向かっているような方向性を指し示せるといいのかなと。個別の方向よりトータルで貫く言葉を、大変だけれど探していくのかなと。

資源のペーパーのところで、それぞれが観光資源とは思いますが、文化的なところでそれを貫くような概念があるはず。例えば「他のルミネと立川のルミネってちょっと違うよね」というか、利便性だけではなくて、他にはないこの豊かさ、市民生活の楽しさとか、癒され方というか、それを見たい、感じたい、それで人が来る。豊かさ探しをしていく中で、観光資源が見えてくるのかなと思う。アバウトな話で申し訳ないが。

(副会長)

いよいよソフトの部分も必要かなと思っていて、日々の生活がどう変わっているか、あそこいいなと思ってもらえるか。「立川って色々な人が受け入れてくれるんですよ」と言われる。立川は色々やらせてくれる、多様性の寛容度が高い民族性というか。そのソフトを生かして、パブリックの自由度を上げよう、公園緑地から観光に変えて「ここで自由にやっぴいよ」的な、若い人のクリエイティブなことを表現できる、仕事も職もある。そういったソフトの面をラッピングしていけると、面白いのかなと。

(会長)

たしかに立川は何でも受け入れるね。

(F 委員)

公園って何か使えないかなと。公園の中で自由にもっと開放的に、公園を軸に若者にも年寄りにも魅力的なまちになるのかなと。そのレベルくらいのものでできれば。

(会長)

一本のキャッチフレーズでまとめたほうがいいか。

(E 委員)

難しいかと。ただ事業者・市民が集まれる「背骨」はあったほうがいいと思う。守らない人も当然いるとは思いますが、旗みたいなのがあって「これを使うと楽しくなるな、わくわくするな」というような。副会長の言っているイメージはいいな、と思う。

(会長)

立川って受け入れる土壌があるのか。

(B 委員)

私は正直半々かなと。昔からの方の結び付きが強くて、入りづらいという話を聞いた。

ただ、特に若い人たちの考え方が少し変わったのか、ちょっと思うのが、観光の定義で、お金を払って時間を使ってもらおうというときに誰に来てもらうのか。ミクロの話は必要なくて、両輪で「あるものを磨く」と「誰に来てもらうのか」という視点が足りないのかなと。

風のお暇のドラマを家族と見て「立川って遠い」というのがあったときに、家族は「外部から言われるといらっとくる」と言っていた。外から見られている、誰をターゲットにするのか、ということがすごく不足しているのかなと。翔んで埼玉は極端だが、そこで初めて何を使うのかが見えてくるのかなと。

(会長)

前も議題になったが、東から集めたい人と、山梨側から集めたい人とがぶつかる。

(G 委員)



副会長、E委員の話を聞いて、非常に受け入れてくれる街だなと。「やってみよう」「仲間を集める」というイメージが強いかなと。例えば、ドラゴンクエストの「ルイーダの酒場」。何かを始めようというのが合うなあと思っている。やってみたいことを持っている人が集まって、何かを生み出すというのでできれば。そういうのが集まって注目が集まれば面白いかなと。

(A委員)

観光ということで、何のためにやるのかとなると、経済効果の波及と中長期的なブランド向上の2つかと。中期の計画を立てる際に、立川の直面する問題は「再開発が終了になる」「8割が多摩地域から集まっている」「飲食が中心である」こと。このまま物販関係が維持されるかは不透明で、ソフト戦略をやっていかなければいけない。そこに必要なのは、地元企業がついて盛り上げる形。ニッチだけを追及しても街場の支援が受け入れられないかなと。納得してもらえるブランドでないといけない。大枠があつての、戦略への落とし込みかと。