

一般社団法人 立川観光コンベンション協会

2025年度事業計画
(ダイジェスト版)



一般社団法人

立川観光コンベンション協会

TACHIKAWA TOURISM & CONVENTION BUREAU

立川の観光の現在地

世界の観光

観光産業は世界的に上々。2024年は142/185ヶ国が過去最高。市場規模は11兆ドル(1676兆円)に達している状況。

日本の観光

最も魅力的な国ランキング1位。十分魅力的。2024年のインバウンドは3686万人、2025年は4,000万人を目指す。

東京の観光

国内は東京の「ひとり勝ち」といえる状況。インバウンド客の2023年は約半分、2024年は3分の1が東京に来ている。

多摩の観光

そんな東京に位置しながら、多摩の観光は脆弱。立川には2%程度、八王子でも2.5%、青梅・奥多摩は1%以下。

<現状をまとめると>

世界的に盛り上がりを見せ、日本も競争力を持つ観光産業は東京のひとり勝ち状態。なのに多摩にはほぼ来ていない、という状況。

すぐ近くまで世界の観光の流れが来ており、この流れの支流を立川に持ってくることであればまちの経済は一気に潤う。

そこを目指すために計画するのが2025年の立川観光コンベンション協会の事業計画になる。

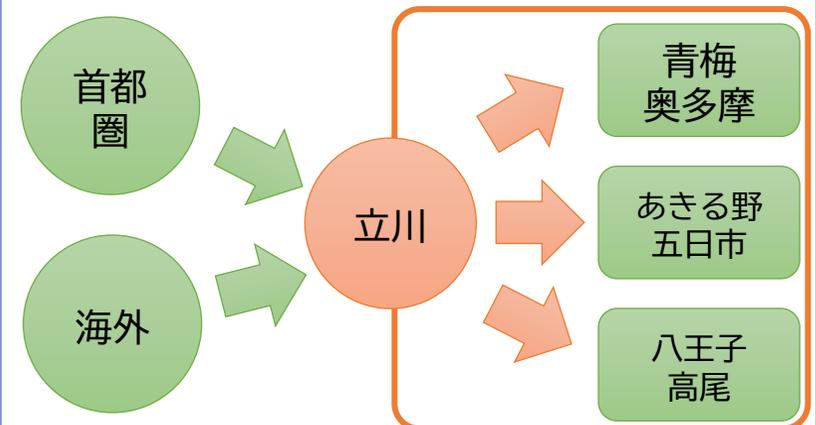
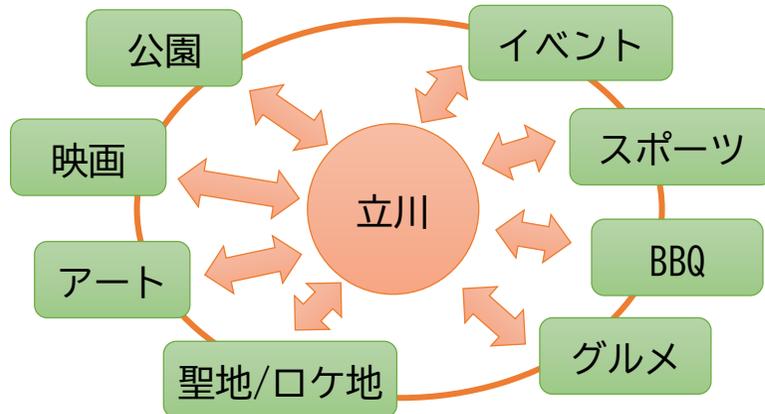
立川の観光施策の方向性

多摩エリアのハブ&ゲートウェイ立川

ハブとして

ゲートウェイとして

イメージ



概要

「立川」に多様なコンテンツを揃え
何度も来たくなる立川をつくる

「多摩エリア」の観光モデルコース開発・
環境整備により立川経由の全体流量を増やす

取組

エリア内コンテンツの横断的な
情報提供、コーディネート

エリア内のアンテナショップ化と
エリア外への一体となったPR

具体的な事業について

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

具体的な事業は、大きな切り口に分けると以下4つのフェーズすべてに対してのアクションを揃えていく必要がある。バランスを取って進めていきたい。

A

まちを面白くする

立川に興味を持ってもらうためには、まず住民も楽しむことが大切。まちを面白くしよう。

B

まちを知ってもらう

自分たちが暮らす楽しいまちを情報発信。「次はこのまち行ってみよう」につなげよう。

C

来訪客を楽しませる

立川を訪れてくれた人に予想を上回る楽しさを届けて、たくさんのまちのファンをつくろう。

D

来訪客のクチコミ創出

思い出をお土産として持ち帰ってもらい、「立川よかったよ」と言ってもらえれば次につながるはず。

次ページからの事業それぞれが上記4フェーズのどこに取り組む事業かを、右上のボックスで表現していく。

1. 観光推進事業

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

<スポットづくり>

- ・くるりんウェルカムボードの維持管理【継続】

「ようこそ立川市へ」を表現するウェルカムボードとして、立川駅北口駅前ペデストリアンデッキに設置された立川市キャラクター「くるりん」像の維持管理・清掃

(概要)

- *年3回の清掃活動
- *錆びや捲れ等、経年劣化への簡易的な補修(ウェルカム立川推進委託事業)



- ・立川散策カード事業【継続】

まちの回遊の楽しみづくりとして、現地を訪ねて集めて楽しめるカードを作成し各観光施設・飲食店・イベントなどで配布を行う。

(概要)

- *事務局にてデザイン・制作を担当し各拠点に納品。各拠点で配布
- *カード配布マップをたちかわ観光ナビ上で制作し、事務局は各拠点と本事業をPR
- *カード上にQRコードを付与し、各施設の最新情報へのアクセスを可能に

***[振り返りと改善点]イベント単位より常設スポットで配布できた方が日常的な回遊につながる**

(ウェルカム立川推進委託事業)



1. 観光推進事業

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

<スポットづくり>

・アニメによるまちづくり事業 【継続】

立川が背景や舞台になっているアニメ作品『とあるシリーズ』を活用し、限定グッズの開発・販売。合わせて市内関連事業者が協力してまちを回遊するイベントを実施。(東京都アニメ等コンテンツを活用した誘客促進事業費補助金(東京観光財団)申請済)

(概要)

- *立川限定：アニメ関連グッズの開発・販売
- *観光スポット、グッズ販売店舗、舞台背景となった場所を活かしたまち回遊イベントの実施
(カードラリー・とあるデザイン自販機等)
- *パネル展示・声優イベント等の実施ほか
- ***【振り返りと改善点】楽市での「待機列」解消と、楽市以外の来街機会の創出が必要**

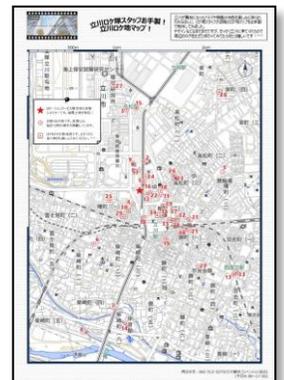


・ロケーションサービス事業【継続】

映画やドラマに立川を登場させることでシビックプライドの増進、またロケ地への来訪を狙う。

(概要)

- *ロケ協力施設等の新規開拓
- *撮影場所、エキストラの募集及び調整・現場立会等の対応
- *ロケ弁当の新規開拓・PR
- *イベント会場等での展示、ロケーションサービス展示会の実施
- *ロケ地マップの制作・配布
- *たちかわ観光ナビやSNSを活用した広報活動
(2024年度 取扱実績：106件、協会収入：206万円)
- ***【振り返りと改善点】ロケ地めぐりの回遊機会の創出と収益額の向上**



1. 観光推進事業

A：まちを
面白くする

B：まちを
知ってもらう

C：来訪客を
楽しませる

D：来訪客の
クチコミ創出

<名物・おみやげづくり>

・立川のたいこぼん事業【継続】

立川市内で販売されている商品の中から認定する立川の名産品。

独自性、品質、企画力などを評価して認定し、一括PRや露出機会・出店機会の確保を図っている。

認定ルールも随時受付、審査に変更。現在25事業所52商品登録。

(内容)

- *立川のたいこぼん（名産品）の審査・認定・PR
- *各種イベント等への出店案内
- *PR用フライヤー作成・各種観光広報媒体への掲載
- ***[振り返りと改善点]審査項目の見直しにより、立川との縁やストーリーをPRできるようにする**

・くるりんラベルシリーズ事業【継続】

「くるりん」は市民を中心に人気の高い立川市キャラクター。

商品化の希望も多いが、立川市との協議により、前項「立川のたいこぼん（立川観光コンベンション協会推奨認定品）」を有する事業所のみが商品展開可能な建て付けとしている。

(内容)

- *くるりんを活用した独自商品の新規開発
- *くるりんグッズを活かした販売促進
- *ホームページや情報紙を通したPR
- ***[振り返りと改善点]商品が目に触れる機会の少なさをTiSTORE(後述)にて改善する**



1. 観光推進事業

A：まちを
面白くする

B：まちを
知ってもらう

C：来訪客を
楽しませる

D：来訪客の
クチコミ創出

<名物・おみやげづくり>

・オリジナル商品開発事業【継続】

全国的に立川へ興味を持つ人を増やしていくこと・自主財源確保などを目的に、協会としての新たな立川の土産品の開発に挑戦する。商品は手頃な「焼き菓子」を軸に、デザイン性が高く立川を代表するものを目指す。

※東京観光財団「観光まちづくり支援事業助成金」を活用

(概要)

*ターゲット：（現状での焼き菓子購買のボリューム層）：40～50代女性

*用途：立川へ観光で訪れた人のお土産/市民の帰省時の手土産/ビジネスシーンでの手土産など

*イメージ：デザイン性が高く、売り場で目を引くもの/外装は紙製パッケージ/焼き菓子は個包装

*販路イメージ：自治大学校様、国営昭和記念公園様、真如苑様、プロスポーツ団体など

* [振り返りと改善点]企画・設計のスピード感向上。有識者を頼り費用感と品質のバランスを取ること



1. 観光推進事業

A：まちを
面白くする

B：まちを
知ってもらう

C：来訪客を
楽しませる

D：来訪客の
クチコミ創出

<名物・おみやげづくり>

・ふるさと納税事業【新規】

今年度から新たにふるさと納税事業に取り組む。現在の商品ラインナップを増やし、出品されている商品をより魅力的に紹介していくことで立川の知名度向上とまちの税収増をはかっていく。

(概要)

*立川市2023年度実績：2,400万円(480件)

*2025年度より、当協会の主管事業として推進スタート。

*「立川のたいこぼん」や市内観光施設・サービスの新規開拓・商品化を担当。

*既存商品の広報・PRにも注力することでふるさと納税による収入増を目指す。

*参考までにあきる野市は2023年度 2,000万→2024年度 1億円。

成功自治体に学び、関係者の力を合わせて取り組めば立川市もできるはず！



2. イベント事業

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

・ 自主イベントの企画運営

・ まちの案内人事業【継続】

「まちの案内人」は市民のボランティア活動。点在する市内の史跡、神社、散策路等の観光スポットを結び付け、解説しながらまちを案内する。立川を愛する市民のシビックプライド醸成と来街者の満足度向上に寄与する。

(実施概要)

* 観光まち歩き企画の実施

* 新入職員、新入社員向けまち歩き研修ガイド

* 外部、関係団体から依頼を受けた立川市内まち歩き

* **[振り返りと改善点]市報告知、申込はTELのみ。DXと案内人の持つ知識のアーカイブ化**



・ 回遊イベント事業「春かおる、立川、国立、国分寺 桜デジタルスタンプラリー」【継続】

桜のシーズン、地域の回遊性向上を目的に、立川・国立・国分寺市を巡るデジタルスタンプラリーを実施。3市の観光団体で構成する「まるたまプロジェクト連絡協議会」の事務局として、事業全体の管理運営を行う。

(概要)

* イベント名称：春かおる、立川、国立、国分寺 桜デジタルスタンプラリー

* 期間：2026年3月下旬～4月上旬



・ ログイニング【継続】

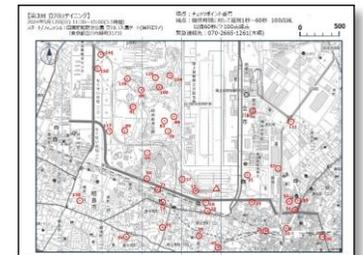
2024年度に試行した「ログイニング」は好評、他主体による企画運営体制の確立を目指す。

(概要)

* 立川のまちの見どころをチェックポイントに設定したマップを制作。参加者を募り2時間～3時間でチェックポイントをめぐりながら市内を回遊。チェックポイントに付与された得点を集め、最後に集計をして表彰。

* 景品も「立川のたいこぼん」などを集めることで周知の機会に。

* **[振り返りと改善点]事務局実施ではなく、他主体の企画運営を支援する関わり方にシフト**



2. イベント事業

A：まちを
面白くする

B：まちを
知ってもらう

C：来訪客を
楽しませる

D：来訪客の
クチコミ創出

- ・ 共催イベントの企画運営参画
- ・ 箱根駅伝予選会の受け入れ協力【継続】
（フラッグ・チラシ広報）

「予選会のまち立川」として街をあげて機運向上するよう、市内関係団体と連携し来街者をおもてなしした。

- ・ たちかわ楽市への企画運営参画【継続】

たちかわ楽市会場にて観光PRブースを出展、また会場内においてアニメを活かした集客イベントを開催し、立川への来街促進と情報発信を行う。

実施時期 2025年11月8日・9日

- ・ ひめくりたちかわセレクション企画運営【継続】

国営昭和記念公園との連携を強化し、集客の多いオンシーズン（土）（日）祝日の公園入口出店を可能とした。

- ・ 協カイベントの出店・PR支援【継続】

立川市内で開催される文化・芸術・スポーツ等各分野における関係団体と連携を図り、立川への来街促進と情報発信を展開する。会員事業所の出店の場を提供し販売促進・周知の機会として紹介する。

よいとまつり、楽市、立川いったい音楽まつり、立川フラメンコ、立川防災航空祭、立川バル街、くるりんスタンプラリー、ファーレ立川アートミュージアムデイ、キッチンカーグルメ選手権、サンサンフェスティバル、達人戦立川立飛杯等



3. 広報・PR事業

・ TiSTORE (ティーストア) 運営事業 【新規】

2025年4月1日、国営昭和記念公園 花みどり文化センターにまちのアンテナショップ「TiSTORE」をオープン。昭和記念公園を訪れる来園者と立川のまちをつなげ、まち全体の回遊性を向上させる取り組みを推進する。

(概要)

- * 「情報発信」「物販」「カフェ」の3つの機能を持つアンテナショップとしてオープン。
- * 営業は毎週木曜～日曜(含む祝日)の11:00～17:00。
- * イベントやワークショップを企画しながら認知度向上につとめていく。



A: まちを面白くする

B: まちを知ってもらう

C: 来訪客を楽しませる

D: 来訪客のクチコミ創出

・ 対外的な広報・PRの実践【継続】

オンラインとリアルメディア、マスメディアとローカルメディアの双方を活用した広報・PR戦略を立案し、発信する内容に応じたメディア選定、効果的な広報・PRを実施する。

(広報・PR手段)

- * たちかわ観光ナビ(2023年度から2024年度にアクセス数約6倍に成長)
- * ガイドブック・ガイドマップの制作(立川市委託事業)
- * JR立川駅、多摩モノレール、バスなどの公共交通機関と連携した情報発信
- * TiSTOREによる情報発信・取材対応
- * **[振り返りと改善点]インフルエンサーの協力を得るなどさらなる広報力の獲得**



3. 広報・PR事業

A：まちを
面白くする

B：まちを
知ってもらう

C：来訪客を
楽しませる

D：来訪客の
クチコミ創出

・ 会員・関係者向けの情報共有の強化【継続】

会員メリットの見える化とPRを図り、新規会員を増やす。
一般会員に向けた情報発信と情報共有を強化する。

(情報発信媒体)

* 立川観光コンベンション協会HPによる協会関係者への情報共有

* 定期情報紙・メルマガによる情報発信

* 入会特典紹介資料配布、紹介

* 商工会議所ニュース紙面買い取り

この媒体では、主に協会の一般会員・商工会議所会員に対し、協会の観光振興・MICE施策等活動実態を周知する。特に会員増強のツールとして役立てる。

* 発行時期 2025年4月～2026年3月 毎月発行 年12回

* 発行部数 毎月4,500部 他

* 配布対象 当協会会員事業所、立川商工会議所会員事業所、市内官公庁、近隣商工会議所、近隣商工会等

* **[振り返りと改善点]事務局発に加えて会員事業所の取り組みのシェア等による情報発信量の増加**



4. MICE推進事業

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

・ 情報収集、調査研究【継続】

- ・ 国内外のMICEに関して、以下の情報収集により動向を把握し調査研究を行う。
- ・ 外国語版立川情報発信資料の作成
- ・ 外国語によるSNS情報発信の研究試行

・ 展示会・商談会への出店・参加【継続】

- ・ MICE誘致のための商談会等への出展
- ・ 都内DMO向け情報発信
- ・ 出展予定

- ・ VISIT JAPAN トラベル&MICEマート2025

主催：日本政府観光局（JNTO）
開催日：2025年9月26日（木）～28日（土）
開催場所：Aichi Sky Expo（愛知県国際展示場）

- ・ 国際MICEエキスポ（IME）

主催：日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー（JCCB）
開催日：2026年2月（予定）

・ MICE開催支援【継続】

MICE主催者に対し、会議等開催時の会場手配をはじめとする各種相談に応じ、要件を満たす案件については開催支援補助金を交付する。

- ・ 宿泊、レセプション、エクスカーション、食事、ノベルティ等手配・斡旋
- ・ ホスピタリティデスクの設置
- ・ 開催経費の補助金の支給支援
- ・ その他開催時の各種支援

・ 人材育成【継続】

会員、MICE関連事業者を対象としたMICE関連セミナーを開催し、会員及び関連団体の交流を促進するとともに、MICE誘致への体制強化に努める。

全国の観光協会の集まる各種研修、セミナーに参加し各地の成功事例を情報収集、連携を深める。

- ・ 国際観光コンベンションフォーラム2026



5. 組織活性化事業【継続】

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

理事会・社員総会を適切に運営する。

広域多摩の交流を促進し、会員事業所の事業機会を増やす。

- 会員意見を反映できるルートの確保＝組織基盤づくり
- 会員交流会（2024年度2回⇒3回）
 - 一般会員相互の懇親と意見交換の機会を設ける。
- 観コンMTG（毎月第4金曜日）
 - 現場レベルの関係事業等担当者により設けた協議体、観コンMTGで情報共有と関係性構築を図り、立川市官民一体となった観光・MICE関連各事業の展開・推進方法等について協議する。
- 運営協議会（2024年度2回）
 - 運営協議会を適宜開催し、方向性や課題解決について検討する。
- 会員向け研修の実施

5. 組織活性化事業

A：まちを面白くする

B：まちを知ってもらう

C：来訪客を楽しませる

D：来訪客のクチコミ創出

・ 広域連携①「東京多摩西部広域経済連携協議会」【新規】

立川をハブとした東京山間エリアとの協働組織「東京多摩西部広域経済連携協議会(略称：TTW)」が2025年4月1日に発足。対象地域の観光協会などによる下部組織「TTW観光事業推進委員会」を中心に弊会が事務局を担当し事業を行っていく。

(自主事業概要)

- * 広域連携による広報施策
- * 合同PRと地域回遊性の促進
- * 研修・交流会の実施
- * TTW観光事業推進委員会・各観光協会からの推薦でエリア担当委員を選出



・ 広域連携②「多摩地域インバウンドガイド人材養成・育成事業」【継続】

立川市・国立市・国分寺市と各市の観光団体により、2024年から5か年で進める事業。弊会が業務の事務局を請け負い、多摩地域に住む市民による有償のインバウンドガイド育成事業を進めていく。

(2024年～2029年 5年間の事業内容)

- * インバウンドローカルガイドの募集・座学・実地研修：目標100名のガイド育成
- * ガイドによるツアー企画ワークショップ・コンテンツ開発
- * インバウンド向けプロモーション(HP・SNSの運用)
- * インフルエンサー招聘、ファミトリップなどツアー販売のPR施策
- * 自走へ向けた販売力強化施策など

*** [振り返りと改善点]先進地域のアドバイザーによるサポート体制で充実化**

