

グループワークシート グループ1 メンバー 委員長・姫野委員・稲垣委員・川口委員・目黒委員・渡邊委員

他の市内コンテンツ

- ・回遊型のまち歩きイベント：謎解きカフェ巡り、トレジャーハンティング（参加者 2000 名）、フォトロゲイニング（参加者 100 組）、七福神めぐりなど（参加者 10 万人）
- ・地域お土産ブランド：むさしのプレミアム、スーパープレミアム（売上高 200 万円/月）
- ・イベント：吉祥寺アニメワンダーランド（集客初年度 70 万人）
- ・他：井の頭公園

目的	どのように活用するか
■観光人口の拡大 ・コンテンツ産業は経済効果を期待できる ・ロケ地として利用されると、インバウンド客が見込める	■ロケ地として撮影しやすい場の提供や、受け皿を整える ・アーケードのある商店街や井の頭公園など、映画やドラマ撮影のロケ地としてのポテンシャルが高い。 ・商店街の協力を得るなどして、“撮影しやすい場所”として認知してもらうことで、ロケ地としての利用を増やせる。 ・武蔵野市は相模原や湘南など、神奈川県のみとセットで撮影に使われることが多い。他地域との連携。 ・コンテンツ産業によるプロモーションを行うなら、市としても受け入れ態勢を整える。（物販製造、来訪者等） ・住民の応援・協力が必要不可欠。地域での誘致活動の展開。
■情報発信 ・認知度の向上	■様々なコンテンツの情報発信 ・映画、ドラマ、アニメ、音楽など様々な分野に、武蔵野市とゆかりのある著名人や場所が多い。これらの存在をもっと発信していく。 ・フィルムコミッションの活用 ・公共施設でのネーミングライツの検討。 <商品展開> ・“むさしのプレミアム”は認知されてきて、売り上げを伸ばしている。 ・吉祥寺に“むさしのプレミアム”を販売する場の整備。武蔵野土産のアンテナショップ展開。
■産業振興 ・コンテンツ産業を育てる環境づくり ・付加価値の向上	■コンテンツを活用して付加価値を高め、持続可能な事業展開 ・コンテンツ産業は小規模事業所が多い。リスク回避のため多企業による集積型産業となっている。 ・新たにコンテンツ産業に関わる起業や創業の地の候補として武蔵野市が選ばれるよう、集積理由、立地理由を掘り下げ、起業・創業の場を整える。 ・コンテンツを活用して、サービス業の付加価値を高め、生産性を上げる。
■交流人口増加・産業育成	■企業・人材の交流 ・サロンの施設の整備。 ・コンテンツ産業が集まる情報交換・共有の場を作ることで、よりよい“創造”が生まれる。 ・「シブヤ・ビットバレー」のように近い距離間での優位性を高める ・夜の時間帯に交流できるような場が少ないので、そのような場所も大事。
	■市民との交流 ・クリエイターと市民が交流できるサロンの施設の整備 ・地域企業・クリエイターと市民との文化交流
	■来街者との交流 ・市内のコンテンツの発信 ・コト消費、トキ消費を促す参加型のイベント。 ・コンテンツ産業が集積している特性を活かした、ハロウィンイベント。（⇒過去に行ったことがあるが、上手いかなかった。そのときは日本にハロウィン文化が定着していなかったが、定着した現在なら上手いくのではないか。） ・ハロウィンに限らず、コスプレイベントの開催。 ・吉祥寺コレクションとコスプレのコラボイベント。
■その他	・タツノコプロ以外の武蔵野市に拠点を置く企業に、プランや意見を提出してもらえれば、新たな発見があるかもしれない。他の企業の材料の洗い出し。 ・市内の光輝くアクセサリー（コンテンツ）と緑。市のストロングポイントである井の頭公園の活用。