

COOL JAPAN FOREST 構想 ～新しい物語を所沢から～ 目次

1. 趣旨・推進方針	1
2. 構想の全体像とマイルストーン	2
(1) 基盤整備期	
(2) 成果創出期	
(3) 未来への飛翔期	
3. COOL JAPAN FOREST 構想	5
(1) みどり・文化・産業が調和した地域づくり	
(2) 所沢からクールジャパンを発信	
(3) 新しい地方創生を体現	
(4) 住んでみたい・訪れてみたいまち	
4. 背景・経緯	9
(1) 所沢市における背景・経緯・位置づけ	
(2) 株式会社 KADOKAWA における背景・経緯	
(3) 共同プロジェクト発足からこれまでの経緯	
(4) 国が取り組む地方創生との関連性	
5. 構想エリア	13
(1) 拠点施設：「ところざわサクラタウン」	
(2) 重点推進エリア：「COOL JAPAN FOREST」	
6. 具体的なアクションプラン	14
(1) 所沢市・株式会社 KADOKAWA の共同による取組	
(2) 所沢市	
(3) 株式会社 KADOKAWA	
7. 「ところざわサクラタウン」	26
(1) 施設概要	
(2) 主な機能	
(3) 集客ターゲット	
(4) 交通アクセス	
(5) 株式会社 KADOKAWA と株式会社ところざわサクラタウン	
8. 構想を支える仕組みの検討	34
(1) 産学官連携プラットフォーム	
(2) エリアマネジメント（官民連携のまちづくり）	
(3) 広域的な観光連動	
(4) 環境にやさしい交通システム	
9. 経済波及効果	36
10. 「みどり・文化・産業が調和したまち」への飛翔	38

●資料 42

(1) 推進体制

(2) 市民の皆様等からのご意見

(3) ロゴマーク



所沢市長
藤本 正人
MASATO FUJIMOTO

人と自然の絆を紡ぐ 世界初の文化モールを目指して

創業 70 年を迎えた株式会社 KADOKAWA が、クールジャパン*の先頭を行く文化の発信拠点、エポックメイキング*としての人と自然と文化が調和した街づくりを目指す事業を所沢で展開しようとしています。

本構想が実現すれば、本市全域にわたる魅力向上、経済活性化につながるだけでなく、広く海外へのつながりも期待されることです。

所沢市は、諸手を挙げて歓迎するとともに、パートナーとしてその実現のために、市としてできる限りの努力をして参ります。



株式会社 KADOKAWA
取締役会長
角川 歴彦
TSUGUHIKO KADOKAWA

「COOL JAPAN FOREST」は 私たちの新しい挑戦です

11,000 坪の広大な武蔵野台地の土地に立ちますと富士山をはじめ関東平野を形つくる山々が眺望できます。皆さんにぜひこの感動を一回は経験していただきたい。

角川が築いてきた 70 年の出版事業、映画事業、サブカルチャーを核とした多様なコンテンツ。これをこの地に結集していきたいと思いました。

図書館、美術館、博物館、三大文化施設をここに展開して、文化施設がどれだけ東京に、またインバウンド*に力を与えることができるか挑戦してみたいと思っています

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。アニメ・ゲーム等が注目されているが、日本固有の文化も含まれる。

*エポックメイキング・・・新時代を開くきっかけや意義等。

*インバウンド・・・海外からの旅行者。

1. 趣旨・推進方針

(1) 構想の趣旨

「COOL JAPAN FOREST 構想」は、所沢市と株式会社 KADOKAWA が共同プロジェクトとして取り組んでいる、文化と自然が共生した、誰もが「住んでみたい」「訪れてみたい」地域づくりを進める構想です。

本構想は、株式会社 KADOKAWA が建設する拠点施設「ところざわサクラタウン（仮称）」を中心とした重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST」において、市が周辺環境を整備し、双方が協力して文化事業や企業誘致、統一的な空間演出等を行うなど、産官共同で「みどり・文化・産業が調和したまち」の創出に向けた事業を展開するものです。

これにより、自然と人のつながりや、職住近接のあり方のモデルを示すとともに、市域に留まらず、周辺自治体を含めた広域的な魅力向上の効果波及を目指します。

本書は、本構想の概要及びその方向性を整理するものです。

(2) 推進方針

本構想を進める上では、施設及び周辺環境整備からイベント運営に至るまで、「善きふるさと所沢」の魅力を生かしながら、環境保全やユニバーサルデザイン[※]等に配慮し、年齢・性別・国籍・障害の有無に関わらず、すべての人たちが、楽しみ、憩い、学び、暮らせることを意識して進めることとします。

なお、本構想に示した具体策等については、社会情勢や進捗状況等に合わせて適宜見直しを行い、より高い効果を生み出していくことを基本姿勢とします。

[※]ユニバーサルデザイン・・・「基本的人権の尊重」を基本理念として、障害の有無、年齢、性別、国籍、人種などに関わらず、すべての人が心豊かに暮らせるような社会を創っていこうとする考え方のこと。

2. 構想の全体像とマイルストーン

将来的な「みどり・文化・産業が調和したまち」の実現を目指し、「ところざわサクラタウン」完成までの期間（基盤整備期）、完成後から2025年までの期間（成果創出期）、2026年以降（未来への飛翔期）の3つのマイルストーン*を設定し、それぞれの時期に応じた取組を実施することで、効果的に推進していくものです。

（3）未来への飛翔期：2026年以降

「みどり・文化・産業が調和したまち」の実現

（2）成果創出期：2020年～2025年

クールジャパンを世界に発信
特徴ある産業エリア創出による産業振興
広域的な観光連動
経済効果の広がり

（1）基盤整備期：2016年～2019年

「ところざわサクラタウン」完成
周辺環境整備
交通アクセス構築

（1）基盤整備期：「ところざわサクラタウン」完成まで（2016年～2019年）

2020年には、東京都近郊において、第32回夏季オリンピック（東京オリンピック・8月～9月）、第16回夏季パラリンピック（東京パラリンピック・9月～10月）が開催されます。この東京オリンピック・パラリンピックの開催に向けて、日本の国際的な注目度はいっそう高まります。

これを機会と捉え、国内外から観光客等呼び込み、産業活性化を進めるため、東所沢周辺の地域を重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST（P13参照）」として、周辺交通環境整備や産業用地創出等を進めるものです。

株式会社KADOKAWAは、構想の「拠点施設（P13参照）」となる製造・物流機能や図書館、美術館、博物館等の文化コンプレックス*等から構成する「ところざわサクラタウン」について、2020年までの完成を目指しています。

*マイルストーン・・・道路などに置かれ距離を表示する標識のこと。本構想では、進捗を管理するための段階毎の目標のことをいう。

*文化コンプレックス・・・コンプレックス＝「複合体」。図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設であることから名付けた。

本構想では、「ところざわサクラタウン」完成までの期間を「基盤整備期」として、主に周辺環境整備等を進めます。

具体的には、「ところざわサクラタウン」周辺の交通環境整備、東所沢駅から「ところざわサクラタウン」までの動線整備、公共交通によるアクセス環境整備、松郷工業団地周辺の産業用地創出等を行うものです。

(2) 成果創出期：「ところざわサクラタウン」完成後（2020年～2025年）

完成後から2025年までの期間は、成果創出期として位置づけ、「ところざわサクラタウン」からクールジャパン^{*}を世界に発信すること等によって、「COOL JAPAN FOREST」でのブランド力向上及び産業振興等を図り、市域全体での都市ブランドの構築や活性化に繋げていきます。

①環境分野

「みどり・文化・産業が調和したまち」にふさわしいランドスケープ^{*}（景観）を生み出すため、「ところざわサクラタウン」、東川沿い、東所沢公園等を一体的に整備し、地域住民の「誇り」となる環境づくりを進めます。

②文化・教育分野

図書館、美術館、博物館の融合施設「文化コンプレックス^{*}」と、所沢市内はもちろん、周辺地域の文化施設・教育機関等との連携を促進し、文化・教育面の先進的な地区として浸透を図ります。また、「COOL JAPAN FOREST」への新たな教育機関の誘致についても検討を進め、「知の集積エリア」として地域のブランド力を強化します。

③産業分野

「COOL JAPAN FOREST」内に、日本が得意としているコンテンツ産業^{*}等を含む先端産業を誘致し、工場、オフィス、研究機関等の集積を図ります。

また、これらの誘致した新規参入企業等と既存の地域企業との連携を図るとともに、地元企業の技術や地場農産品等を活用した新たな製品開発等を目指すことで、新規参入企業等及び既存企業がともに成長できる地域を目指します。

さらに市内の教育機関と企業による、産学連携のオープンイノベーション^{*}を促進することにより、所沢市全域への経済波及効果を目指します。

④観光分野

「COOL JAPAN FOREST」ブランドを構築し、国内はもとより、広く世界に向

^{*}クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

^{*}ランドスケープ・・・都市空間、造園空間、建築群等のまちなみ。

^{*}文化コンプレックス・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

^{*}コンテンツ産業・・・「コンテンツ」は映像（映画、アニメ）、音楽、ゲーム、書籍等の情報を電子媒体等で提供するためのプログラム。「コンテンツ産業」はこれらの制作・流通を担う産業の総称。

^{*}オープンイノベーション・・・自身の内部だけでなく、他者が持つ技術やアイデア、サービスなどを取り入れ、革新的なビジネスモデル、製品、サービス等の開発と実用化につなげること。

けて発信します。この情報発信により、国内外からの観光客の集客を目指します。また他の自治体とも積極的に連携し、観光客のニーズに即した広域的な観光プログラムを提案します。

具体的には、「ところざわサクラタウン」と市外の観光拠点を組み合わせた観光プログラムを開発するなど、旅行会社や鉄道会社等とも連携して効果的なプロモーション活動を展開します。

(3) 未来への飛翔期（2026年以降）

「みどり・文化・産業が調和したまち」を実現するため、基盤整備期から成果創出期を通して進めてきた環境、文化・教育、産業、観光の取組について、分野横断的な連携の可能性を検討し、相乗効果を生み出していきます。

3. COOL JAPAN FOREST 構想

(1) みどり・文化・産業が調和した地域づくり

人々の生活に欠かせない「みどり」「文化」「産業」をエリア内に集約することにより、職住近接のエリアを創出し、ワークライフバランス*や女性の社会進出などが促進されるといったメリットを活かした新たな地域のあり方を提示していきます。

①みどり

東所沢公園や東川沿いの桜など、みどり豊かな街並みの中に、人々が自由に往来できる開放された「みどり」の空間を配置します。

初めて訪れる人も、そこで生活する人も、家族や友人とのときを過ごし、あるいはひとり気ままな散策なども楽しめる「憩いの場」を提供します。



(東所沢公園)



(東川沿いの桜)

②文化

人々の生活から生まれてきた、ふるさと所沢の「文化」。そして、出版界で長い歴史を積み重ね、常に時代の最先端を歩み、いまやクールジャパン*の先進企業として揺るがない位置を獲得した株式会社 KADOKAWA が発信する「文化」。

創業 70 年の同社が総力を結集する「ところざわサクラタウン」を拠点とした「COOL JAPAN FOREST」から、成熟した伝統の「文化」、躍動する新たな「文化」の息吹を発信します。

③産業

「ところざわサクラタウン」での雇用創出だけでなく、「COOL JAPAN FOREST」内に、株式会社 KADOKAWA が得意とするコンテンツ産業*、IT 産業を始めとする

*ワークライフバランス・・・仕事と生活の調和のことであり、一人ひとりが仕事や家庭生活、余暇、地域生活などをバランスよく行うことにより、人生の各段階において、豊かで充実した生活を無理なく送ることができること。

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

*コンテンツ産業・・・「コンテンツ」は映像（映画、アニメ）、音楽、ゲーム、書籍等の情報を電子媒体等で提供するためのプログラム。「コンテンツ産業」はこれらの制作・流通を担う産業の総称。

先端産業に特化した「産業」振興エリアを創出し、起業支援や立地支援による積極的な企業誘致を進めます。

関連業種が一定の区域内に集中することによって、相乗効果が生じ、地域経済活性化と雇用創出、さらには産業クラスター^{*}（集積）としてのブランド力向上により最大限の産業振興の効果を目指します。

国内のコンテンツ産業^{*}については、映像が 4.5 兆円、音楽・音声が 1.3 兆円、ゲームが 1.5 兆円、図書・新聞・画像・テキストが 4.6 兆円、合計約 12 兆円¹の市場規模を有します。

また、海外のコンテンツ産業の市場規模は約 5,500 億ドル²にのぼりますが、近年は日本のコンテンツが海外で高い評価を受けており、日本由来のコンテンツのシェアも年々増加しつつあり、日本のコンテンツ産業は成長産業であると言えます。また、コンテンツ産業については高度な技術を有する人材が基盤となるビジネスであることから、一般的な製造業に比べて海外へ流出しにくい特徴を持つため、地域を中長期的に牽引する産業に成長する可能性を有します。

株式会社 KADOKAWA は、これらの複数の分野に横断的なネットワークを持ち、総合的なコンテンツ産業を集積させる結節点としての機能を果たすことができます。

（２）所沢からクールジャパンを発信

所沢市には、先人たちが育み受け継いできた数多くの文化遺産や、歴史的な農の伝統とさといもや狭山茶を始めとする地元農産物、ひな人形や押絵羽子板等の伝統工芸、狭山丘陵や狭山湖といった「みどり」などの多様な地域資源が存在します。

株式会社 KADOKAWA が牽引するコンテンツ分野に加え、所沢市の多様な地域資源をクールジャパン^{*}の視点からパッケージ化して、株式会社 KADOKAWA の情報発信力を活用して世界に発信することで、海外からの観光客を積極的に呼び込みます。

^{*}産業クラスター・・・特定分野の企業等の集積

^{*}コンテンツ産業・・・「コンテンツ」は映像（映画、アニメ）、音楽、ゲーム、書籍等の情報を電子媒体等で提供するためのプログラム。「コンテンツ産業」はこれらの制作・流通を担う産業の総称。

¹デジタルコンテンツ協会「デジタルコンテンツ白書 2014」

² PwC Global Entertainment and Media Outlook: 2014-2018

^{*}クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。



(市内の茶畑の風景)



(狭山湖)



(押絵羽子板)



(ひな人形)

(3) 新しい地方創生を体現

民間企業の経営ノウハウと、行政の地域マネジメント*との効果的な相互作用を生み出し、地域資源の積極的な魅力発信や産業振興を加速することで、新たな人の流れを生み出し、地域活性化を達成します。

エリア内の統一的な空間演出やブランド力向上につながる事業展開などについて、企業と行政が企画段階から共同で取り組む構想として、新たな産官連携の形態であるPPP(パブリック・プライベート・パートナーシップ)*の特徴を有した、先駆性の高い新たな地方創生の姿を体現します。

地方創生の取組を推進する上では、持続的な取組へ発展させていくことが重要なポイントとなるため、民間企業のビジネスへの効果波及に着目して持続性を担保していきます。

(4) 住んでみたい・訪れてみたいまち

「ところざわサクラタウン」から広がる「みどり・文化・産業が調和したまち」の姿が、「水とみどりがつくるネットワーク」を通じて、所沢市全体に広がっていきます。

所沢市及び「ところざわサクラタウン」の認知度の向上を通して観光客数の増加を図るとともに、「ところざわサクラタウン」内に地域住民のニーズに即した機能を付加していくことも検討します。

これにより、所沢市が「住んでみたい・訪れてみたいまち」から「住み続けた

*地域マネジメント・・・地域のまちづくりや活性化を効率的に実施する手法や体制。

*PPP(パブリック・プライベート・パートナーシップ)・・・官と民がパートナーを組んで事業を行うこと。例として、事業の企画段階から民間事業者が参加するなど、より幅広い範囲を民間に任せる手法。

い・再び訪れたいまち」に育ち、その魅力を高めることでさらに新たな人の流れを作り、所沢市全体の元気に繋げていきます。

4. 背景・経緯

(1) 所沢市における背景・経緯・位置づけ

①背景・経緯

所沢市は、2013年（平成25年）4月の荒川右岸流域下水道への接続に伴い、その役割を終えていた旧所沢浄化センター跡地の活用として、本市の最上位計画である「第5次所沢市総合計画前期基本計画（平成23年度～26年度）」の重点課題「所沢ブランドの創造と地域経済の活性化」に資するため、市内の数少ない準工業地域という特性を活かし、産業系を中心とした土地利用を図る者へ売却することとしました。

2014年（平成26年）1月20日から公表した事業者の募集要項においては、事業提案書に「マチごとエコタウン所沢構想への貢献策」、「産業振興に関する貢献策」、「障害者雇用の推進」、「地元企業の参加・活用」、「保育施設等の設置配慮」など、地域への貢献に関する項目を盛り込むよう設定しました。

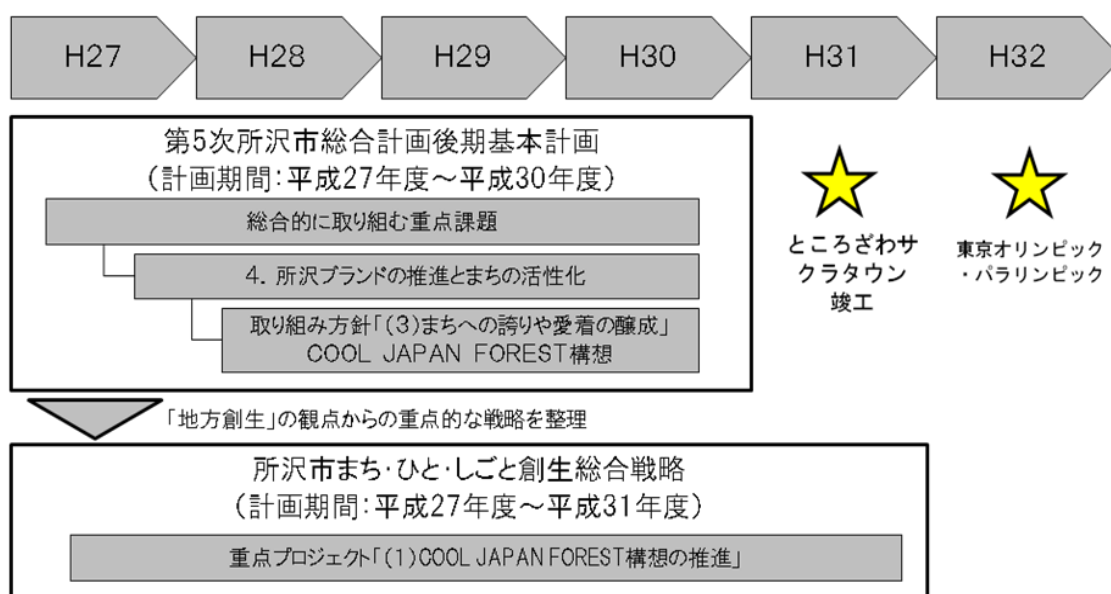
応募された2社のうち、株式会社KADOKAWAの計画は、旧所沢浄化センター跡地利用事業者選定委員会において、他社よりも地域貢献度が高い評価を得るとともに、土地等買受希望価格についても高額である約33億円の提示であったため、株式会社KADOKAWAを優先交渉権者として決定し、2014年（平成26年）5月に、基本協定書を締結、その後本契約を締結し、同年10月に所有権が株式会社KADOKAWAに移転しました。

所沢市では、「第5次所沢市総合計画後期基本計画（平成27年度～30年度）」においても、第5章「産業・経済」の項目に「企業立地や事業拡張の需要に応える」「地域経済活性化や雇用創出を進める」ことを掲げ、引き続き産業振興に取り組んでいます。

②位置づけ

本構想は、本市の最上位計画である「第5次所沢市総合計画後期基本計画」で、「総合的に取り組む重点課題」における「4 所沢ブランドの推進とまちの活性化」の取り組み方針「(3) まちへの誇りや愛着の醸成」に位置づけています。

また、「所沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略（計画期間：平成27年度～平成31年度）」では、重点プロジェクトとして「(1)「COOL JAPAN FOREST 構想」の推進」を掲げています。



(2) 株式会社 KADOKAWA における背景・経緯

2014年（平成26年）5月に、旧所沢浄化センター跡地の土地利用について、所沢市と基本協定書を締結し、株式会社 KADOKAWA がこの地に新しい製造・物流拠点を整備し、関連会社の株式会社ビルディング・ブックセンターが運営する所沢市や三芳町にある14棟の物流施設を集約することとなりました。

併せて、地域への貢献として、株式会社 KADOKAWA の強みを最大限に活かせる「文化」の力を活用することとし、図書館、美術館、博物館が融合した日本初とも言える文化複合施設*を整備し、「クールジャパン**の総本山」として、アニメ・ゲームにとどまらない日本文化の底力や魅力を発信することを企画しました。

2014年（平成26年）10月には、株式会社 KADOKAWA と株式会社ドワンゴによる統合会社「株式会社 KADOKAWA・DWANGO」を設立し、2015年（平成27年）10

*文化複合施設・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

**クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

月には株式会社 KADOKAWA・DWANGO はグループを構成する株式会社 KADOKAWA、株式会社ドワンゴの経営統合を内外に強く示すため、「カドカワ株式会社」となりました。

本経営統合は、デジタル化とインターネット技術が進展するなかで、株式会社 KADOKAWA の有するコンテンツ及びリアルプラットフォーム*と株式会社ドワンゴの有する技術力及びネットプラットフォーム*を融合させ、ネット時代の新たなビジネスモデルとなる“世界に類のないコンテンツプラットフォーム*”を確立することを目指すものです。また、中期的には“進化したメガコンテンツパブリッシャー*”として、ネット時代の新たなメディアを築くことを目指しています。

こうした背景の中で、外部環境の変化にすばやく対応するだけでなく、時代に先手を打つ体制を整備するために、株式会社 KADOKAWA の生産・物流体制の効率化は必要不可欠な課題となりました。

(3) 共同プロジェクト発足からこれまでの経緯

2015 年（平成 27 年）4 月、株式会社 KADOKAWA 角川取締役会長は、数名の役員とともに所沢市役所を訪れ、旧所沢浄化センター跡地における文化複合施設*の建設と、それを活用したクールジャパン*発信による国内外の観光客誘致に関する共同プロジェクトを所沢市に提案しました。

この提案は、地域経済活性化を急速に進めるとともに、国が進める地方創生に総合的に資する大きな可能性を秘めていたことから、所沢市はこれを受入れ、所沢市長・藤本正人及び株式会社 KADOKAWA 取締役会長・角川歴彦の 2 人をジェネラルプロデューサーとする共同プロジェクト「COOL JAPAN FOREST 構想」を進めることとしました。

また、これに合わせ、幅広い分野から 9 人の有識者を招き、ジェネラルプロデューサーへの助言を行う機関として「アドバイザリーボード（P42 参照）」を結成するとともに、構想の詳細を検討・調整するため、両者の担当者等で構成する推進会議「TEAM START（P42 参照）」を発足しました。これらの概要については、2015 年（平成 27 年）6 月 4 日に共同発表会を行い、その際には、「ところざわサクラタウン」の企画運営会社として「株式会社ところざわサクラタウン（P33 参照）」を設立することも発表しました。

以後、アドバイザリーボード会議及び TEAM START において、構想推進に関する

*リアルプラットフォーム・・・現実社会における仕組みや基盤。

*ネットプラットフォーム・・・インターネット上の仕組みや基盤。

*コンテンツプラットフォーム・・・様々なコンテンツに関する情報収集、情報発信を行う仕組みや基盤。

*メガコンテンツパブリッシャー・・・大量かつ多種多様なコンテンツを発信する事業者。

*文化複合施設・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

る検討及び調整が続いています。

(4) 国が取り組む地方創生との関連性

前述のとおり「COOL JAPAN FOREST 構想」は、「所沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略」の重点プロジェクトとして位置づけています。

また、本構想の推進事業は、産官共同による地方創生の取組として高い先駆性を有し、その貢献度が顕著であることから、国が予算化した地域活性化・地域住民生活等緊急支援交付金・上乗せ交付分（100%の国庫支出金）の対象事業として認められ、2015年（平成27年）11月に4,881万2千円の交付を受けました。

所沢市は、この交付金を活用した事業について、平成27年度補正予算として同額を計上し、所沢市と株式会社KADOKAWAの共同事業として構想基礎調査・構想策定事業及び構想啓発事業を実施しました。

●交付金活用事業（平成27年度実施）の内訳

①COOL JAPAN FOREST 構想基礎調査・構想策定事業

- ・ 構想の策定
- ・ 各種調査（交通影響、環境影響、ICT設備、文化棟集客、外国人旅行動向、地域経済波及効果、地域の企業・大学・市民等との連携可能性）の実施

②構想啓発事業情報発信や周知活動

- ・ レゴ®シリアスプレイ®*を活用したワークショップの開催（P46参照）
- ・ ところざわ文化創造会議の開催（P47参照）
- ・ 啓発素材の作成（パンフレット、ノベルティグッズ*、ロゴマーク、啓発動画）
- ・ 市民等への情報発信等

*レゴ®シリアスプレイ®・・・ビジョンや新たな戦略の立案を行う際のワークショップや、個人のキャリア開発などの研修等に用いられている、レゴ・ブロックを活用した手法。レゴ®社が開発した、LEGO®SERIOUS PLAY®の略称。

*ノベルティグッズ・・・無料配布する啓発・宣伝を目的とした記念品。

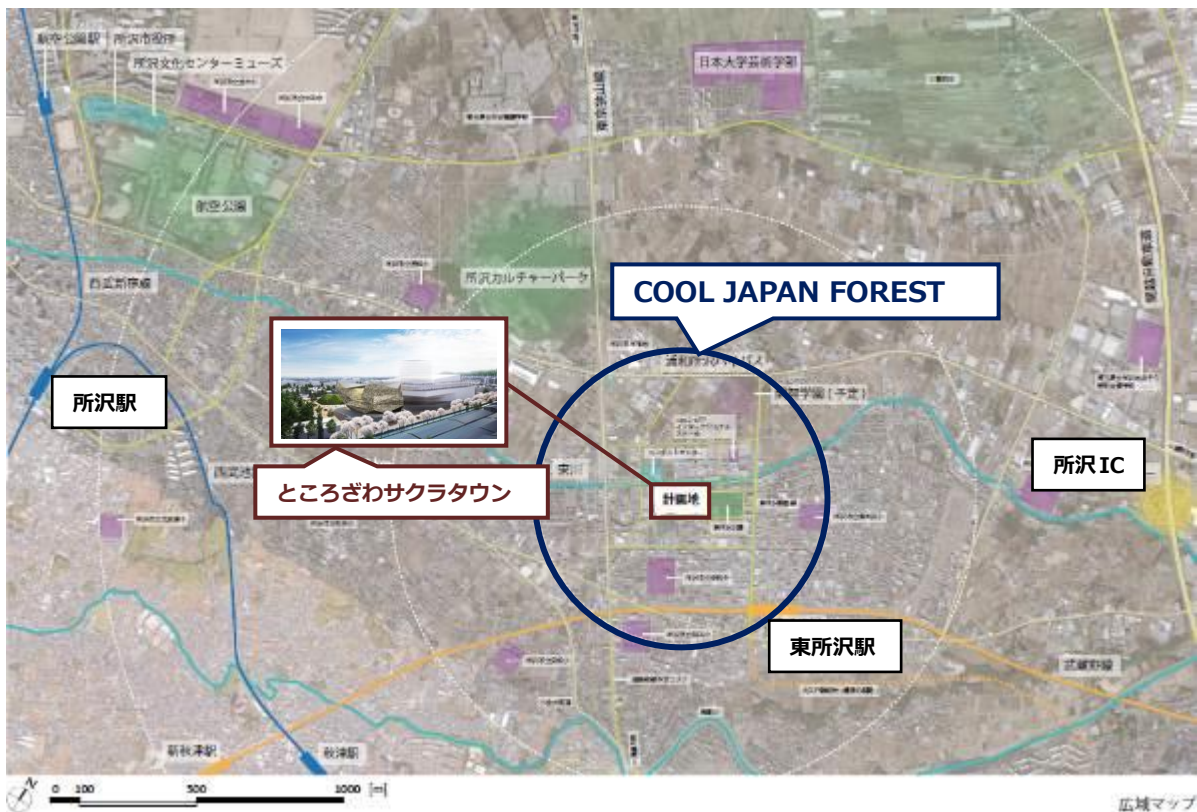
5. 構想エリア

(1) 拠点施設：「ところざわサクラタウン」

株式会社 KADOKAWA が建設を進めている「ところざわサクラタウン」を拠点施設（P26 参照）とします。

(2) 重点推進エリア：「COOL JAPAN FOREST」

拠点施設を中心とした半径約 500m 圏内を、重点推進エリア「COOL JAPAN FOREST」として位置づけ、「みどり・文化・産業が調和した地域づくり」を進めるための設備整備や、地域ブランド向上の取組を進めます。



※株式会社 KADOKAWA より資料提供

また、構想の推進を図ることにより、地域経済活性化及びブランド力向上等の効果波及を目指す範囲を「市域全体」とし、それにより周辺自治体等に及ぶ広域的な魅力向上に寄与するものとします。

6. 具体的なアクションプラン

本構想の推進に当たっては、株式会社 KADOKAWA と所沢市の両者の共同による事業を実施することで、その効果の拡大を図るとともに、それぞれの役割を整理し、行うアクションを明確にすることで効率的に運用します。

(1) 所沢市・株式会社 KADOKAWA の共同による取組

①地域のみどり・文化・産業を活かした「魅力」発信（成果創出期）

所沢のみどりや文化、産業を活かした地元色が強く、独自性の高い取組を通して、「COOL JAPAN FOREST」、「ところざわサクラタウン」でなければ出会えない楽しさや地域の魅力を発信します。

【想定されるアクションプラン】

- ・ 東所沢公園や東川沿いを活用したエリア一体型のイベント実施
- ・ 地元商店との連携
- ・ 地元企業との連携（西武鉄道株式会社、西武バス株式会社、株式会社ビクセン、株式会社三ヶ島製作所、株式会社村松フルーツ製作所等）
- ・ 音楽のあるまちづくり等のイベント実施
- ・ 滝の城跡や黄林閣など周辺の文化遺産や地域に伝わる民俗芸能を活用したイベント実施

②「知の集積エリア」の創出（成果創出期）

「ところざわサクラタウン」の文化コンプレックス*を中心に、海外へのクールジャパン*発信や生涯学習事業の実施、市内教育機関等との連携事業などを展開するとともに、「COOL JAPAN FOREST」への教育機関の誘致等を検討し、「知の集積エリア」として地域のブランド向上や市域全体の文化・教育振興に貢献します。

*文化コンプレックス・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

③特徴ある産業エリア創出による産業振興（成果創出期）

「ところざわサクラタウン」での IT ベンチャー支援、人材育成や起業支援に合わせ、「COOL JAPAN FOREST」における産業立地の優位性を活かした「所沢シリコンバレー^{*}」とも言える、先端産業に特化した特徴的な産業エリアづくりによって効果的な産業振興を図ります。

④地産地消促進（成果創出期）

地元農産物を活かした製品開発や「COOL JAPAN FOREST」でのイベント等を通して地元農産物の PR やブランドイメージ^{*}の向上を図り、地産地消を促進します。

【想定されるアクションプラン】

- ・地元農産物（さといも・狭山茶など）を活用した製品開発・発信
- ・地元農産物マルシェ^{*}
- ・「ところざわサクラタウン」内レストランでの地元農産物メニューの提供



（さといも）



（狭山茶）

^{*}シリコンバレー・・・アメリカのカリフォルニア州にあるサンタクララバレー及びその周辺地域一体の通称。産学官による技術革新の世界的な成功事例とされるエリア。

^{*}ブランドイメージ・・・消費者や利用者が商品・サービス及び提供企業に対して有する印象。

^{*}マルシェ・・・域産品等を販売する場やイベント。

⑤海外観光客の受入体制整備（基盤整備期～成果創出期）

海外観光客の受入れを意識した通信設備や宿泊設備の整備、感覚的に理解しやすい案内表示への配慮、観光コンシェルジュ*の配置等により、海外観光客の快適性を確保し、海外からでも何度もここを訪れるリピーターを生み出すきっかけとします。

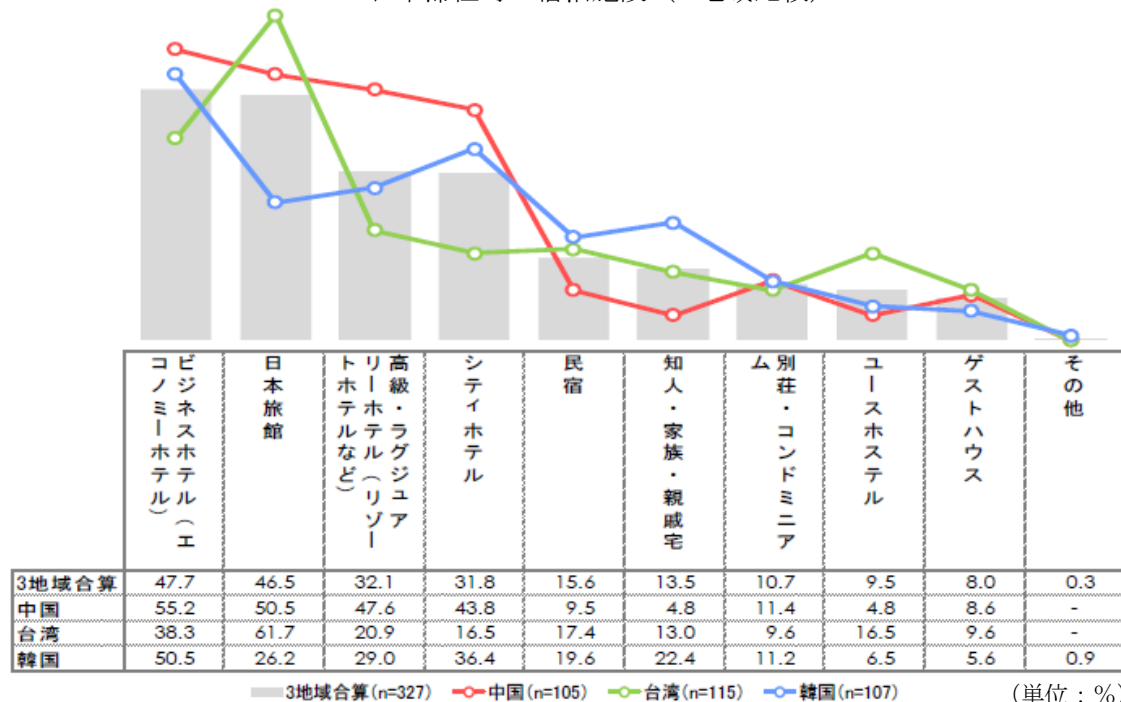
・ 通信設備

所沢市内におけるソフトバンクの「FREE Wi-Fi* PASSPORT」設置状況は799台であり、埼玉県内の他の自治体とほぼ同レベルですが、東京都内に比べると人口比台数は1/10程度です。面的な整備は難しいですが、外国人の来訪が想定されるエリアに効果的に整備することが考えられます。

・ 宿泊施設

外国人の受入れを想定した宿泊施設の誘致も求められますが、宿泊施設については国別に嗜好が分かれるため、ターゲットとする外国人の嗜好に即した施設整備を検討する必要があります。

日本滞在時の宿泊施設（3地域比較）



[交付金活用事業（P12）の「外国人動向調査」による]

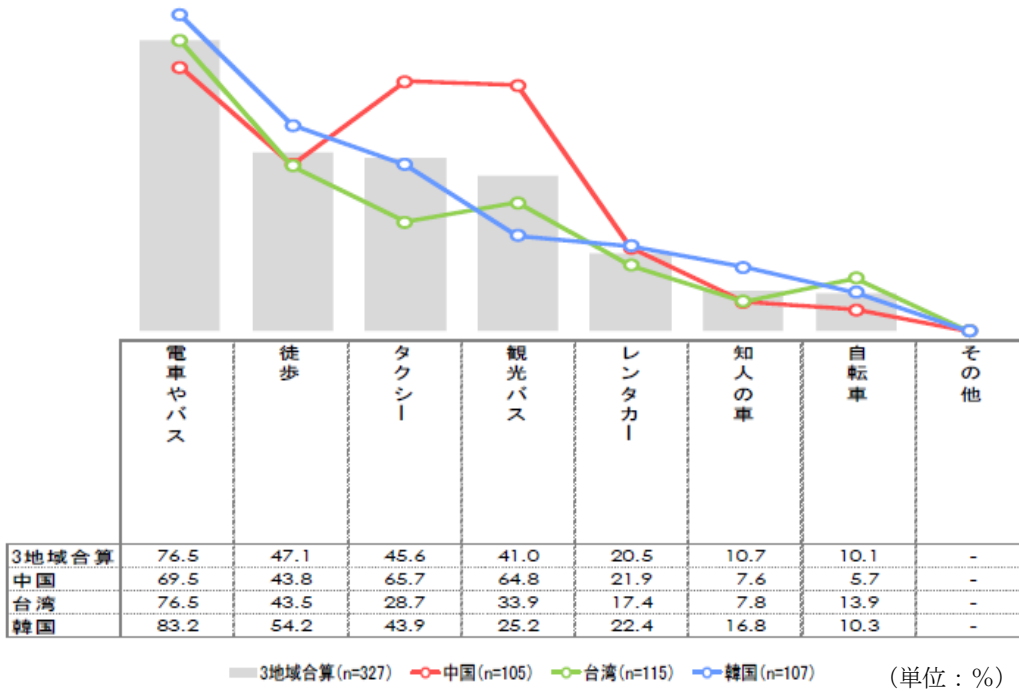
*コンシェルジュ・・・ワンストップで情報を提供する者や機能。

*Wi-Fi・・・無線でインターネットに接続できるサービス、またはその規格。

・ 交通手段

外国人観光客は国別に利用する交通手段にも特徴があります。特に中国人はタクシーや観光バスの利用が多く想定されるため、地域のタクシー会社やバス会社との十分な事前協議や、地域住民への配慮、タクシーやバスの駐車スペースの検討等が必要となります。

日本滞在中の移動手段（3地域比較）



[交付金活用事業（P12）の「外国人動向調査」による]

【想定されるアクションプラン】

- ・フリーWi-Fi スポット※設置（「ところざわサクラタウン」、東所沢駅周辺ほか）
- ・宿泊施設の誘致
- ・外国人観光客の嗜好に合わせた交通手段による来場への対応
- ・街なかや施設内における海外観光客を意識した案内表示への配慮
- ・観光コンシェルジュ※の育成

⑥周辺環境の一体的な空間創出（基盤整備期～成果創出期）

「ところざわサクラタウン」と東川沿いや東所沢公園等の周辺地域において、一体的な景観や空間を演出し、市民の憩いの場であり、海外からの観光客も楽しめる場を提供します。

※フリーWi-Fi スポット・・・無償でWi-Fi を利用できる区域。

※コンシェルジュ・・・ワンストップで情報を提供する者や機能。

【想定されるアクションプラン】

- ・ 東川沿い、東所沢公園、東所沢駅からの動線等における KADOKAWA コンテンツを活かしたオブジェ設置や装飾等
- ・ 施設周辺の電線地中化への電力会社との調整
- ・ 「COOL JAPAN FOREST」内に桜を始めとしたさまざまな植樹を行うことによる、四季を通じて、「花」や「みどり」を楽しむことができる景観づくり
- ・ 「みどりのパートナー」を始めとしたボランティア団体等による周辺環境の管理

⑦ 「COOL JAPAN FOREST 構想」の周知・啓発（基盤整備期～未来への飛翔期）

本構想の周知や啓発活動を積極的に行うことで、市民を始め全国的な浸透を図り、所沢市、「COOL JAPAN FOREST」、「ところざわサクラタウン」のブランドイメージ*を高めます。全国的な情報発信については、株式会社 KADOKAWA の情報発信力を有効に活用します。

これにより、新たな人の流れを生み出し、本構想の実現に向けて効果の加速化を図ります。



(ワークショップの様子)



(啓発用エコバック、クリアファイル、パンフレット)

(2) 所沢市

① 「COOL JAPAN FOREST」整備

ア：「みどりのエリア」整備（基盤整備期～成果創出期）

東所沢公園や東川沿い等において「みどりのエリア」創出に繋がる整備を行い、訪れる人々の憩いの場としての景観を確保するとともに、ところざわサクラタウンとの空間的なつながりを演出します。

【想定されるアクションプラン】

- ・ 東所沢公園整備
- ・ 東川沿い遊歩道整備や親水公園設置の検討
- ・ 「COOL JAPAN FOREST」への桜を中心とした植樹等の検討

*ブランドイメージ・・・消費者や利用者が商品・サービス及び提供企業に対して有する印象。



(東所沢公園)

イ：施設周辺の道路整備（基盤整備期）

必要な道路機能等の整備を行い、「ところざわサクラタウン」へのアクセスを円滑にすることで、「COOL JAPAN FOREST」来訪者のストレスや近隣住民への影響を抑制します。

【想定されるアクションプラン】

- ・ 県道 24 号線と市道 2-572 号線の交差点改良
- ・ 市道 2-572 号線（県道 24 号線～ベルク東所沢店前）道路拡幅
- ・ その他、「COOL JAPAN FOREST」内の交通円滑化を図るための、必要に応じた整備等
- ・ 主要幹線道路（国道 463 号等）における誘導標識等の設置



(市道 2-572 号線（県道 24 号線～ベルク東所沢店前）)

ウ：東所沢駅動線の整備（基盤整備期）

JR 武蔵野線・東所沢駅から「ところざわサクラタウン」への経路を一体的なイメージで整備することで、景観の統一感を確保するとともに、鉄道利用による来場者誘導の円滑化を図ります。

【想定されるアクションプラン】

- ・ 案内板の多言語対応・QR コード表示
- ・ 東所沢駅～東所沢公園歩道整備

②交通環境整備

公共交通路線の設定・誘致や駐車場整備等によって、「COOL JAPAN FOREST」を訪れる際の利便性を高め、観光客の増加及び企業立地上の優位性向上を図ります。

ア：バス路線（基盤整備期）

西武鉄道各駅、さいたま市方面等からのバス路線の誘致等を働きかけ、公共交通による「COOL JAPAN FOREST」へのアクセスの利便性を高めます。

イ：駐車場（施設敷地を除く）整備（基盤整備期）

「COOL JAPAN FOREST」内への駐車場設置や、パーク&ライド**方式等の可能性を検討し、車両等による円滑なアクセスの確保を図ります。

ウ：鉄道利便性向上に向けた働きかけ（基盤整備期～未来への飛翔期）

「COOL JAPAN FOREST」の観光集客や産業振興等により、東所沢駅周辺の地域ブランドの価値を高め、都市高速鉄道12号線延伸やJR武蔵野線の国分寺方面や大宮方面との直通運転（むさしの号等）の増便の可能性向上に繋がります。

③「COOL JAPAN FOREST」への企業誘致（基盤整備期～成果創出期）

「COOL JAPAN FOREST」における企業立地上の優位性を高められるよう、土地利用転換や起業支援、必要に応じた大容量ICTインフラ**対応等を行うことで、企業誘致を図ります。

④旧所沢コンポストセンター跡地の活用（基盤整備期～成果創出期）

「ところざわサクラタウン」と東川を挟んで立地する「旧所沢コンポストセンター跡地」について、所沢市の物産や産業をPRする場や「COOL JAPAN FOREST」来訪者の利便性向上など、効果的な活用について幅広い視点から検討します。

【想定される活用法】

- ・地元産業のPRにつながるマルシェ**等の設置
- ・路線バス等の乗降車場及びロータリー
- ・「COOL JAPAN FOREST」来訪者用駐車場
- ・親水公園としての整備

*パーク&ライド・・・都市部等の自動車交通混雑の緩和を図るため、都心部に乗り入れる鉄道の郊外駅、バスターミナル等の周辺に駐車場を整備し、自動車を駐車（パーク）させ、鉄道、バス等の公共交通機関への乗換え（ライド）を促すシステムのこと。

**大容量ICTインフラ・・・大容量の情報通信を可能にする通信網等の設備。

**マルシェ・・・域産品等を販売する場やイベント。

(3) 株式会社 KADOKAWA

①「ところざわサクラタウン」の建設（基盤整備期）

製造・物流機能、工場及び図書館、美術館、博物館が融合した文化複合施設*「KADOKAWA アカデミア」について2020年までの整備を目指し、施設設計及び建設を進めます。なお施設の設計については、株式会社 KADOKAWA より隈研吾建築都市設計事務所に委託し、地域の自然環境に調和するとともに、所沢市のランドマークとなるような建物を整備します。

【想定されるアクションプラン】

- ・施設設計業務
- ・施設建設業務
- ・製造・物流機能及び文化複合施設以外の機能（文化機能、商店街、教育機能、オフィス・インキュベーション*機能、宿泊機能等）の導入可能性の検討

②「ところざわサクラタウン」の運営体制の検討（基盤整備期）

「ところざわサクラタウン」の適切な運営体制を検討します。また、地域の市民、NPO、企業、教育機関等の様々なステークホルダー*との円滑な連携を可能にする仕組みづくりの検討を進めます。さらに、エリアマネジメント*等の長期的なまちづくりに関しても参画していくことを視野に、所沢市との適切な役割分担や運営組織のあり方についての検討を進めます。

【想定されるアクションプラン】

- ・「ところざわサクラタウン」の運営体制の検討
- ・地域の市民、NPO、企業、教育機関等の様々なステークホルダーとの円滑な連携を可能にする仕組みづくりの検討
- ・エリアマネジメント等の長期的なまちづくりに参画していく場合の、所沢市との適切な役割分担や運営組織のあり方の検討

③施設建設に伴う外周整備（基盤整備期）

ところざわサクラタウンの外周整備について、周囲の自然環境に配慮しつつ、設計及び整備を進めます。

*文化複合施設・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

*インキュベーション・・・起業家の育成や、新しいビジネスの創出を支援すること。本構想では、その施設のことをいう。

*ステークホルダー・・・利害関係者。

*エリアマネジメント・・・特定地域の付加価値を向上させるためのまちづくりの手法や体制等。

【想定されるアクションプラン】

- ・外周の設計及び整備工事

④集客のための交通計画（基盤整備期）

集客のための交通計画を精査し、自転車、自動車、バス、電車等による集客ルートを検討を進めます。必要に応じて、近隣のバス会社、タクシー会社、鉄道会社等の交通事業者との協議を重ね、来訪者と地域の住民の双方に負荷を与えないような交通計画の検討を進めます。また、周囲の自然環境との調和や来訪者の導線に配慮しつつ、ところざわサクラタウンの内外に各種案内表示を整備します。

【想定されるアクションプラン】

- ・交通手段別来客者数の更なる精査
- ・ところざわサクラタウン内の駐輪場、駐車場の整備計画の更なる精査
- ・近隣の交通事業者との協議
- ・周囲との自然環境との調和や来訪者の導線に配慮した各種案内表示の整備

⑤ 「所沢 Cool Japan Forest 構想 5 大方針」の実現

「ところざわサクラタウン」では、COOL JAPAN FOREST 構想を進めるにあたり 5 つの方針を掲げています。この方針に沿って具体的な取組を進め、構想の効果的な推進を図ります。

●所沢 Cool Japan Forest 構想 5 大方針

①文化コンプレックス

図書館・美術館・博物館が一体となった世界でも類を見ない文化コンプレックス※
「KADOKAWA アカデミア」を開設。知の集積と、文化の力による集客に挑戦する。

②ジャパンパビリオン

展示場・イベントスペースを兼ねる空間を設置し、日本の伝統文化・技術・食文化を感じられる体験型施設／イベントと、株式会社 KADOKAWA の総力を結集したポップカルチャー※イベントの両輪で、クールジャパン※の総本山として楽しめる場を創生する。

③エンターテインメント

KADOKAWA の持つコンテンツと、最新鋭の映像技術の融合。シアター、アトラクション等のアミューズメント施設を設置。子どもからシニアまで楽しめる娯楽施設を目指す。

④ベンチャー育成・教育

IT 技術とコンテンツが融合した世界から生まれる新しいビジネス／起業家を支援し、プログラミング※教育など生涯学習の拠点も併設し、「所沢シリコンバレー」を合言葉に所沢発の新規事業、次世代を担う人材を育成する。

⑤農産物

所沢地域の地場の生産者を支援し、付加価値をつけてブランディング。TPP 時代に地方発の農林水産業活性化のモデルを確立する。

※文化コンプレックス・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

※ポップカルチャー・・・マンガ、アニメ、ゲーム、ライトノベル、ポピュラー音楽、テレビ、映画等に代表される大衆の文化。

※クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

※プログラミング・・・コンピューターを使って必要な計算をさせたり、芸術表現にもなるような作品を作ったりすること。

ア：文化コンプレックス

図書館・美術館・博物館が一体となった世界でも類を見ない文化コンプレックス*「KADOKAWA アカデミア」を整備するため、コンセプトの検討、展示内容の企画、展示物の収集及び展示を行います。また、国内外の観光客に向けた費用対効果の高いプロモーションを実施します。なお、プロモーションの際は文化コンプレックスに加え、所沢市の多様な地域資源をクールジャパン*の視点からパッケージ化した情報発信を行います。さらに、中長期にわたり継続的な集客を行うために、文化コンプレックスにおける企画展やイベントを開催するほか、常設展示内容の定期的な入れ替え等の検討を行います。

【想定されるアクションプラン】

- ・文化コンプレックスのコンセプトの検討、展示内容の企画、展示物の収集及び展示
- ・国内外の観光客に向けた費用対効果の高いプロモーションの実施
- ・中長期にわたり継続的な集客を行うための各種施策の検討

イ：ジャパンパビリオン

日本の伝統文化・技術・食文化を感じられる体験型施設／イベントと、株式会社 KADOKAWA の総力を結集したポップカルチャー*イベントの両輪で、クールジャパンの総本山として楽しめる場の創生に向けた、ジャパンパビリオンの設置可能性を検討します。事業化する場合は、ジャパンパビリオンのコンセプト策定、収益性の検討、運営体制の検討等を行います。

【事業化する場合に想定されるアクションプラン】

- ・コンセプト策定
- ・収益性の検討
- ・運営体制の検討

ウ：エンターテインメント

KADOKAWA の持つコンテンツと、最新鋭の映像技術を融合させたシアター、アトラクション等のアミューズメント施設の設置可能性を検討します。子どもからシニアまで楽しめる娯楽施設を目指します。事業化する場合は、エンターテインメント施設のコンセプト策定、収益性の検討、運営体制の検討等を行います。

*文化コンプレックス・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

*ポップカルチャー・・・マンガ、アニメ、ゲーム、ライトノベル、ポピュラー音楽、テレビ、映画等に代表される大衆の文化。

【事業化する場合に想定されるアクションプラン】

- ・コンセプト策定
- ・収益性の検討
- ・運営体制の検討

エ：ベンチャー育成・教育

IT技術とコンテンツが融合した世界から生まれる新しいビジネス／起業家を支援し、プログラミング*教育など生涯学習の拠点も併設し、「所沢シリコンバレー*」を合言葉に、所沢発の新規事業、次世代を担う人材を育成します。株式会社 KADOKAWA ではベンチャー育成・教育のためのプラットフォームの企画、「マグネット（他のベンチャー企業を惹きつけるような企業）」となるような象徴的なベンチャー企業の誘致活動等を行います。

【想定されるアクションプラン】

- ・ベンチャー育成・教育のためのプラットフォームの企画
- ・「マグネット」となるような象徴的なベンチャー企業の誘致活動

オ：農産物

所沢地域の地場の生産者を支援し、六次産業化までを視野に入れた高付加価値のブランディングやビジネス展開を検討。TPP時代に地方発の農林水産業活性化のモデルを確立します。株式会社 KADOKAWA では特に六次化商品開発支援（例：パッケージデザイン等）や、農産物や加工食品等の更なる販路開拓に向けた各種情報発信等について支援します。

【想定されるアクションプラン】

- ・六次化商品開発支援（例：パッケージデザイン等）
- ・農産物や加工食品等の更なる販路開拓に向けた各種情報発信

*プログラミング・・・コンピューターを使って必要な計算をさせたり、芸術表現にもなるような作品を作ったりすること。

*シリコンバレー・・・アメリカのカリフォルニア州にあるサンタクララバレー及びその周辺地域一体の通称。産学官による技術革新の世界的な成功事例とされるエリア。

7. 「ところざわサクラタウン」

(1) 施設概要

株式会社 KADOKAWA の製造・物流機能及び図書館、美術館、博物館等の文化コンプレックス*等で構成される「COOL JAPAN FOREST」の拠点施設です。

本構想の拠点施設として、ここからクールジャパン*を世界に発信するとともに、東所沢公園や東川沿いの桜と一体となった市民の憩いの場を形成することで、国内はもとより広く海外からの観光客も楽しめる施設として、2020年までの完成を目指しています。

所在地	所沢市東所沢和田三丁目 31 番地の 3 及び 11
敷地面積	37,382.42 m ² (11,308.18 坪)



完成予定図（平成 28 年 2 月現在/今後、変更の可能性があります） ©1990-2016 BY 隈研吾建築都市設計事務所

*文化コンプレックス・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

(2) 主な機能

工場エリアには株式会社 KADOKAWA の製造・物流機能を整備します。

現在、各地に点在する製造・物流機能を集約化させることで株式会社 KADOKAWA は製造・物流体制の効率化を図ります。工場には最新の設備を整備し、次世代の出版・コンテンツ産業^{*}の変化に対応可能とします。また、地域の住民や広域からの観光客が見学可能な工場とする予定です。

文化エリアには、図書館、美術館、博物館が融合した、世界にも類を見ない文化複合施設^{*}「KADOKAWA アカデミア」を整備し、株式会社 KADOKAWA が保有する各種コンテンツの他、株式会社 KADOKAWA のネットワークにより広く世界から文化・教育に関するコンテンツを収集し、これらを広く公開します。

図書館・美術館・博物館には、次のとおりそれぞれ情報発信力の高い人材を館長として招聘する予定です。

	館長	構想
美術館	南條 史生 森美術館館長 美術評論家	日常生活の身近なところにアートがあり、ひとつの街として様々な体験ができる美術館を予定。街づくり、パブリックアートはもとより学びと祝祭の拠点として機能するユニークな美術館を想定している。
博物館	荒俣 宏 作家・博物学者	東所沢で高い所に登ると、周囲をぐるりと山に囲まれていることがわかる。かつては、江戸ではなく、この山々の周辺が関東の文化の源であった。東京では見えない過去から現在までの歴史がこの場所に来れば見える。そのイメージを物語化して伝える博物館を想定している。
図書館	松岡 正剛 編集工学研究所所長 イシス編集学校校長	これからの日本には、本を媒介として様々な人が関わり、新たなコトをおこす「ブックウェア」という概念が必要になる。美術館や博物館とともに、大きな本の森、つまり新しいブックウェアをつくるという考えで今までにない取組みを進める。

^{*}コンテンツ産業・・・「コンテンツ」は映像（映画、アニメ）、音楽、ゲーム、書籍等の情報を電子媒体等で提供するためのプログラム。「コンテンツ産業」はこれらの制作・流通を担う産業の総称。

^{*}文化複合施設・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

【その他の主な機能に関する今後の検討トピック】

現段階では、地域と一体になった成長を目指し、地域に求められる以下のような機能の整備について検討しています。

- 文化関連：ダビンチ書店^{*}、レストラン等
- 商店街：カフェ、地方の物産館、体験型店舗等
- 教育：コンティ^{*}、学童、保育所、スクーリング^{*}等
- オフィス：オフィス、インキュベーション^{*}（人材育成・起業促進の情報発信基地、集会施設）等
- 宿泊：ホテル（スパ^{*}、レストラン）等

*ダビンチ書店・・・KADOKAWA が発行する総合文芸誌「ダ・ヴィンチ」の名を冠した書店。その名の基となったレオナルド・ダ・ヴィンチに倣い、画期的な書籍販売システムを提示する。

*コンティ・・・Continue「続ける」の造語。コンティニューム株式会社が運営する施設の名称で、東京都多摩市に「コンティ多摩センター」がある。学び、遊び、健康、仕事を通じて波長の合う仲間と出会い、喜びをシェアできる持続的なコミュニティを目指した施設。

*スクーリング・・・学校通信教育の一課程で、通信教育で学んでいる人が、教員と直接対面して授業（講義・演習・実技等）を受けること。本構想ではその施設のことをいう。

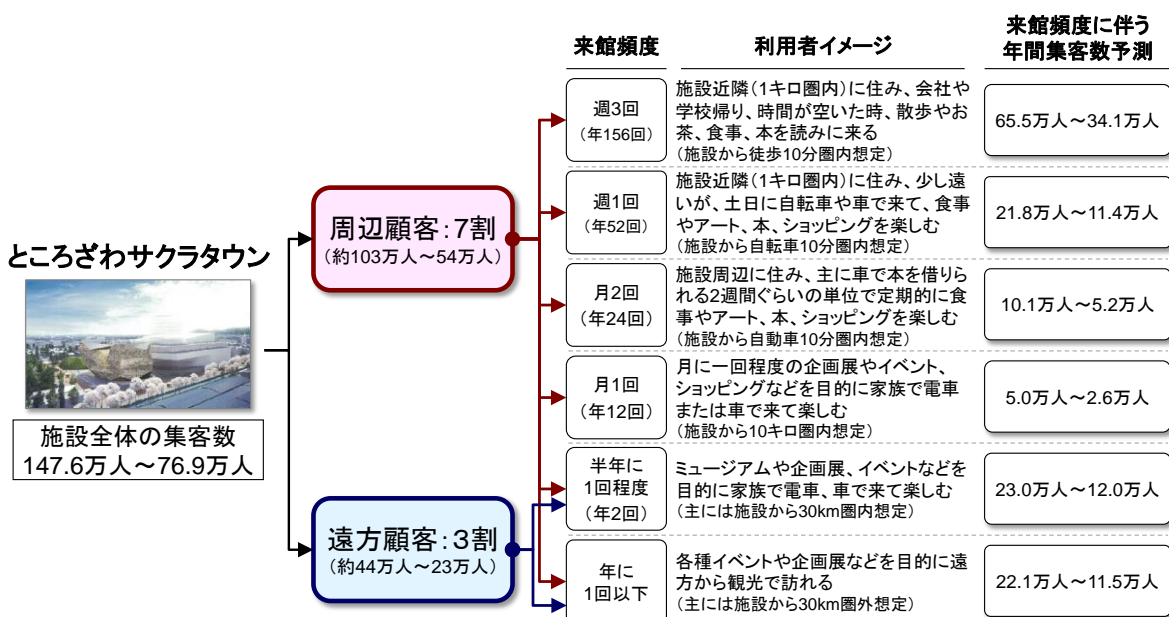
*インキュベーション・・・起業家の育成や、新しいビジネスの創出を支援すること。本構想では、その施設のことをいう。

*スパ・・・温浴施設やそれに付属する施設。

(3) 集客ターゲット

「ところざわサクラタウン」では、地域はもとより広域からの観光客が来訪することを想定しています。

シミュレーションにおいては、周辺顧客（10km圏内）と遠方顧客（10km圏外）について積算し、年間76.9万人～147.6万人の来客を見込んでいます。



[交付金活用事業 (P12) の「文化棟集客調査」による]

1日あたりの平均来館者数は、休日は約3,500人～約6,800人、平日は約1,400人～約2,700人の来訪が予想されます。

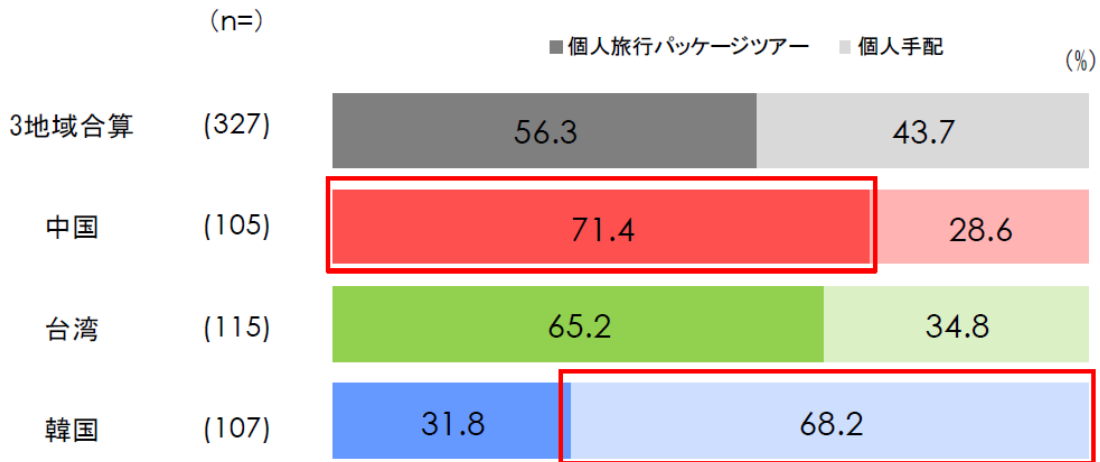
	1年あたり来館者数	休日比率	休日		平日		
			MAX	MIN	MAX	MIN	
日常の利用者	週3回 { 34.1万人	20%	13.1万人	6.8万人	52.4万人	27.3万人	徒歩で気軽に来れる範囲に住み、通勤、通学帰りにも寄れるため、8割は平日に来る想定
	週1回 { 11.4万人	70%	15.3万人	8.0万人	6.6万人	3.4万人	
	月2回 { 5.2万人	90%	9.1万人	4.7万人	1.0万人	0.5万人	
	月1回 { 2.6万人	90%	4.5万人	2.4万人	0.5万人	0.3万人	
観光・レジャー	半年に1回程度 { 12.0万人	90%	20.7万人	10.8万人	2.3万人	1.2万人	遠方に住む観光客が主になるため、平日利用は想定しづらい。但し、インバウンド観光客等は1割程度が平日利用を想定
	年に1回以下 { 11.5万人	90%	19.9万人	10.4万人	2.2万人	1.2万人	
1日あたり平均来館者数			6,794人	3,537人	2,672人	1,391人	

[交付金活用事業 (P12) の「文化棟集客調査」による]

【インバウンド*観光客の動向に関するトピック】

現在、訪日観光客の上位3カ国である中国、台湾、韓国について特徴を整理すると、中国はツアーでの訪問が多く、韓国は個人旅行が多く、台湾はその中間に位置します。各国の旅行スタイルに合わせた誘客プランを検討する必要があります。団体ツアーの場合は旅行会社との連携が重要となり、個人旅行の場合はインターネットやSNSでの情報発信が重要となります。

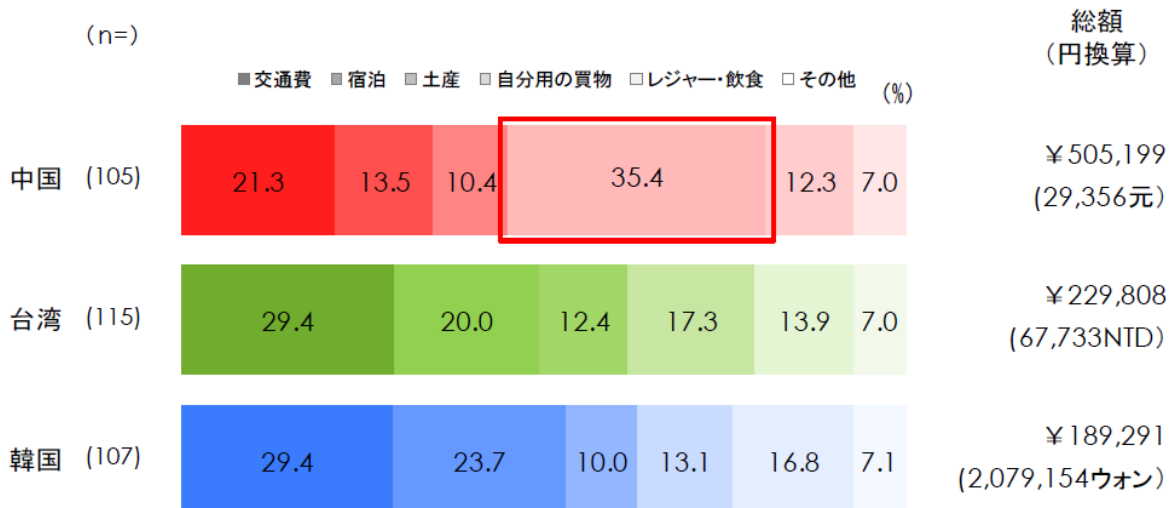
【日本旅行の形態】



日本における消費動向については中国人の消費額が最も高く、台湾や韓国の2倍以上の金額を消費しています。特に、「自分用の買い物」に消費している割合が高く、これらのニーズに適した商品やサービスを開発することも今後重要となります。

[交付金活用事業 (P12) の「外国人動向調査」による]

【日本での消費動向】



[交付金活用事業 (P12) の「外国人動向調査」による]

*インバウンド・・・海外からの旅行者。

(4) 交通アクセス

最寄りの東所沢駅に加え、近隣の所沢駅、航空公園駅からのアクセスが想定されますが、これらの駅からは徒歩、もしくは循環バス等を利用し、可能な限り環境負荷が低く、かつ近隣に交通渋滞等の新たな課題を発生させない交通手段を検討します。

また、関越自動車道の所沢インターチェンジ、三芳スマートインターチェンジ^{*}等からは自動車によるアクセスが想定され、「ところざわサクラタウン」内もしくは近隣に、適切な規模の駐車場を整備します。

さらに、多くの観光客が想定される週末には、遠隔地（新宿、池袋等）からのシャトルバスの運行も検討し、国内外の観光客がアクセスしやすい交通手段を提供します。

上記のような交通アクセスに関しては、交通事業者との連携が必要不可欠となるため、「ところざわサクラタウン」の開設に向けて鉄道事業者、バス事業者、タクシー事業者等との協議を進めることとします。

なお、年間 76.9 万人～147.6 万人の集客数を見込んでいますが、現段階での交通手段別の年間来館者の見込みは徒歩が約 26.7 万人～51.3 万人、自転車^{*}が約 10.0 万人～19.2 万人、自動車が約 17.9 万人～34.3 万人、バスが約 1.5 万人～2.9 万人、電車が約 20.8 万人～40.0 万人と推計されます。

^{*}三芳スマートインターチェンジ・三芳パーキングエリア内に併設されている ETC 専用のインターチェンジ。

交通手段別の来客数予測（最大集客時）

		距離帯別の交通手段別利用割合 ^{*1} と来館者数見込み					
		徒歩	自転車	自動車	バス	電車	
日常的利用者	週3回	施設近隣(1キロ圏内)に住み、会社や学校帰り、時間が空いた時、散歩やお茶、食事、本を読みに来る	45.8万人 (70%)	13.1万人 (20%)	6.6万人 (10%)	—	—
	週1回	施設から3キロ圏内に住み、少し遠いが、土日に自転車や車で来て、食事やアート、本、ショッピングを楽しむ	5.5万人 (25%)	5.5万人 (25%)	8.7万人 (40%)	1.1万人 (5%)	1.1万人 (5%)
	月2回	施設から10キロ圏内に住み、主に車で本を借りられる2週間ぐらいの単位で定期的に食事やアート、本、ショッピングを楽しむ	—	0.5万人 (5%)	6.1万人 (60%)	0.5万人 (5%)	3.0万人 (30%)
観光・レジャー	月1回	施設から15キロ圏内に住み、月に一回程度の企画展やイベント、ショッピングなどを目的に家族で電車または車で来て楽しむ	—	0.1万人 (2%)	2.8万人 (55%)	0.2万人 (3%)	2.0万人 (40%)
	3ヶ月に1回程度	施設から30キロ圏内ではあるが、ミュージアムや企画展、イベントなどを目的に家族で電車、車で来て楽しむ	—	—	6.9万人 (30%)	—	16.1万人 (70%)
	その他	施設から30キロ以上離れている人(訪日外国人観光客を含む)で、企画展やサブカルチャー関連イベント等の観光目的で来て楽しむ	—	—	3.3万人 (15%)	1.1万人 (5%)	17.7万人 (80%)
		51.3万人	19.2万人	34.3万人	2.9万人	40.0万人	

*1: (出所)H17全国都市交通特性調査より概算

[交付金活用事業 (P12) の「文化棟集客調査」による]

交通手段別の来客数予測（最小集客時）

		距離帯別の交通手段別利用割合 ^{*1} と来館者数見込み					
		徒歩	自転車	自動車	バス	電車	
日常的利用者	週3回	施設近隣(1キロ圏内)に住み、会社や学校帰り、時間が空いた時、散歩やお茶、食事、本を読みに来る	23.9万人 (70%)	6.8万人 (20%)	3.4万人 (10%)	—	—
	週1回	施設から3キロ圏内に住み、少し遠いが、土日に自転車や車で来て、食事やアート、本、ショッピングを楽しむ	2.8万人 (25%)	2.8万人 (25%)	4.5万人 (40%)	0.6万人 (5%)	0.6万人 (5%)
	月2回	施設から10キロ圏内に住み、主に車で本を借りられる2週間ぐらいの単位で定期的に食事やアート、本、ショッピングを楽しむ	—	0.3万人 (5%)	3.1万人 (60%)	0.3万人 (5%)	1.6万人 (30%)
観光・レジャー	月1回	施設から15キロ圏内に住み、月に一回程度の企画展やイベント、ショッピングなどを目的に家族で電車または車で来て楽しむ	—	0.1万人 (2%)	1.4万人 (55%)	0.1万人 (3%)	1.1万人 (40%)
	3ヶ月に1回程度	施設から30キロ圏内ではあるが、ミュージアムや企画展、イベントなどを目的に家族で電車、車で来て楽しむ	—	—	3.6万人 (30%)	—	8.4万人 (70%)
	その他	施設から30キロ以上離れている人(訪日外国人観光客を含む)で、企画展やサブカルチャー関連イベント等の観光目的で来て楽しむ	—	—	1.7万人 (15%)	0.6万人 (5%)	9.2万人 (80%)
		26.7万人	10.0万人	17.9万人	1.5万人	20.8万人	

*1: (出所)H17全国都市交通特性調査より概算

[交付金活用事業 (P12) の「文化棟集客調査」による]

(5) 株式会社 KADOKAWA と株式会社ところざわサクラタウン

株式会社 KADOKAWA では社内に多様な事業があり、株式会社 KADOKAWA の総合力をもって、「COOL JAPAN FOREST 構想」を支援する予定です。

社名	株式会社 KADOKAWA
本社所在地	東京都千代田区富士見二丁目 13 番 3 号
代表者	松原眞樹
創業年月日	1945 年（昭和 20 年）11 月 10 日
設立年月日	1954 年（昭和 29 年）4 月 2 日
資本金	29,210 百万円
株主	カドカワ株式会社
連結売上高	151,148 百万円（平成 26 年 3 月期）

さらに、株式会社 KADOKAWA は、準備運営会社「株式会社ところざわサクラタウン」を同社の 100%出資で 2015 年（平成 27 年）7 月 1 日に設立しました。

この組織によって、地域特性に応じた「ところざわサクラタウン」の運営を進めることにより、所沢市に根ざした文化的な活動の推進が期待されるところです。

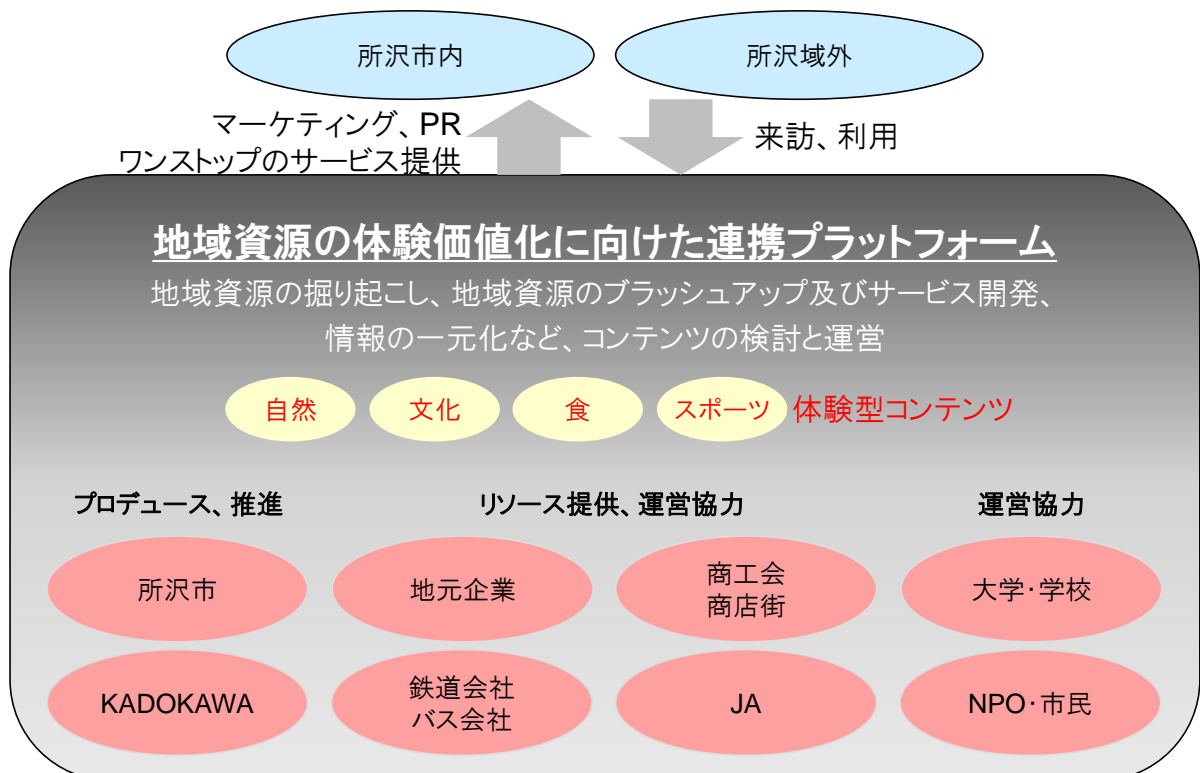
8. 構想を支える仕組みの検討

本構想が目指す「みどり・文化・産業が調和したまち」を実現していくうえで、将来的には、「基盤整備期」から「成果創出期」を通して進めてきた環境、文化・教育、産業、観光の分野の取組に「横串」を刺し、相乗効果の創出を図るための地域の仕組みについて検討していきます。

(1) 産学官連携プラットフォーム

市民や地元企業、関係団体等との連携地盤の強化を図り、分野横断的な検討を推進するためにステークホルダー*が参加、協働する「産学官連携プラットフォーム*」の構築も視野に入れ検討します。

プラットフォームの活動として、地域資源の掘り起こしやサービス開発を行うとともに、それらの情報を発信することにより、「COOL JAPAN FOREST」及び所沢市の地域のブランド力向上につなげていくことが考えられます。具体的には所沢市の強みである「自然」、「文化」、「食」、「スポーツ」等の地域資源を活用した、体験型のイベントやツアープログラム等を開発することが挙げられます。



*ステークホルダー・・・利害関係者。

*産学官連携プラットフォーム・・・多様な利害関係者が交流できる場や機会。

(2) エリアマネジメント（官民連携のまちづくり）

地域の住民・事業主・地権者等による主体的な参画を得て、地域のための様々な活動を行うことで、エリアのブランド力や付加価値の向上を図る「エリアマネジメント※」の導入を検討します。

また、中長期的な取組として、そうした連携を進めるうえでのリーダーとなる人材の育成を図ります。

(3) 広域的な観光連動

より広域的な魅力創出及び発信を行っていくために、所沢市の内外を問わず、さまざまな観光連動の可能性を検討します。

【想定される企画案】

- ・ 東所沢駅～所沢駅～西武球場前駅 直通イベント列車運行
- ・ 観光ルート設定やスタンプラリーの実施
- ・ 周辺地域観光拠点との連携（アニメ・ゲーム聖地巡礼ツアーなど）
- ・ 狭山丘陵、所沢カルチャーパーク、県営所沢航空記念公園など、エリア外でのクールジャパン※イベントの開催
- ・ 広域的なコンテンツ系観光スポットとの連携（秋葉原、中野、六本木、東京ディズニーランド等）

(4) 環境にやさしい交通システム

「ところざわサクラタウン」から所沢カルチャーパーク、航空公園駅等を結ぶ自転車コース設定など、「環境にやさしい交通システム」を検討します。

※エリアマネジメント・・・特定地域の付加価値を向上させるためのまちづくりの手法や体制等。

※クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

9. 経済波及効果

(1) 産業関連

産業関連の経済波及効果については、「ところざわサクラタウン」が建設され、その後の施設運営によって生じる効果として、以下の直接効果及び間接効果に区分し、算定を行いました。

直接効果		建設投資、施設利用に伴う消費活動による粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額、雇用誘発数、税収誘発額
間接効果	一次波及効果	施設建設の資材、物販・飲食等の商品、原材料の需要発生、による他産業への生産誘発額、粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額、雇用誘発数、税収誘発額
	二次波及効果	直接効果、一次波及効果により生じる雇用者所得誘発額が消費に使われることによる生産誘発額、及び粗付加価値誘発額、雇用者所得誘発額、雇用誘発数、税収誘発額

現時点では「ところざわサクラタウン」の施設構成や各施設の機能や規模が確定していないため、平成28年2月時点の「ところざわサクラタウン集客調査」を基礎資料にして、文化ゾーン（文化コンプレックス※、店舗等）38,673㎡、製造物流ゾーン23,204㎡と仮定して算定を行っています。

これらの数値及びそれに伴う算定値等は、事業概要の詳細が決定していく段階に応じて、適宜見直し等を行っていきます。

また、今後、構想推進に伴う「COOL JAPAN FOREST」内の企業誘致等によって生じる経済波及効果等について別途算定を行い、様々な角度から想定される効果を明らかにして、アクションプラン検討の参考としていきます。

① ところざわサクラタウン建設による経済波及効果

施設を建設することによる経済効果は、想定される延床面積から便宜上算出した直接効果（建設投資分）が201億6,975万円、間接効果が109億8,152万円となり、総合効果は、合計311億5,126万円と想定されます。

生産誘発倍率（直接・間接効果の建設投資に対する比率）は1.54となり、雇用誘発人数は2461.9人となります。

※文化コンプレックス・・・図書館・博物館・美術館といった文化機能が融合した施設。

② 施設運営に伴う経済波及効果（年間）

施設を運営することによる経済効果は、直接効果（需要額）が95億6,365万円、間接効果が56億1,815万円であり、総合効果は、合計151億8,179万円と想定されます。

生産誘発倍率は1.59となり、この効果は施設の運営を行う間、毎年発生するものです。また、雇用誘発人数は1,661.7人となります。

単位：千円、倍、人

項目	建設効果	施設運営効果
直接効果 ①	20,169,747	9,563,646
1次間接効果 ②	5,995,396	2,599,662
2次間接効果 ③	4,986,121	3,018,484
総合効果 ④=①+②+③	31,151,264	15,181,792
生産誘発倍率 ④÷①	1.54	1.59
粗付加価値誘発額	15,546,746	9,174,794
雇用誘発人数	2,461.9	1,661.7

[交付金活用事業（P12）の「経済波及効果調査」による]

（2）市税収入

経済波及効果による所得の増加および企業の生産額の増加により、個人および法人税の税収も増加することになります。

ところざわサクラタウン建設・運営による所沢市民税（個人・法人）の税収増加の効果を推計すると、下表のとおり建設期間中においては、所沢市の市民税は約4,000万円増額、「ところざわサクラタウン」が運営を行う間、毎年約2,300万円の市民税増額が想定されます。

また、「COOL JAPAN FOREST」内の企業立地等に伴う固定資産税等の増額も想定されますが、今後、産業創出の規模等を検討するなかで、これらの額も算定していく予定です。

なお、市税収入については、生産年齢人口の推移による影響も想定されますが、構想推進の効果による人口異動だけを抜き出して算定することが困難なため、人口流入についてはここでは考慮していません。

所沢市	建設効果	運営効果
個人市民税増加額	32,000,000円	19,400,000円
法人市民税増加額	8,200,000円	4,000,000円
合計	40,200,000円	23,400,000円

[交付金活用事業（P12）の「経済波及効果調査」による]

10. 「みどり・文化・産業が調和したまち」への飛翔

みどりのまち

春の桜にはじまり四季を通じて草木を楽しめる。
東川沿いを気ままに散策、親水公園でひと休み。

仕事の合間に、買い物帰りに、休日に…木々と水
辺を楽しみながら、たまに遠くを眺める。

富士山でも探してみようか。

ほっと一息、「みどりのまち」。



(東川の桜)

文化のまち

連綿と受け継がれた地元の伝統文化と、書籍、音
楽、アニメ・ゲーム、ポップカルチャー*が融合。

訪れるたびに新鮮な楽しさを味わえるイベント
やマルシェ*。

「知の集積」が、みんなの学びの欲求と知的好奇心
を刺激する「文化のまち」。



(ところざわまつり)

産業のまち

先端産業が集積した、特徴的な産業エリア
「所沢シリコンバレー*」。

地元雇用の場であり、起業を目指す人たちが
集まる。みどりに囲まれた環境で働きがいを感じ
ながら誰もが活躍。

人々の生活の基盤となる「産業のまち」。



(中心市街地の街並み)

*ポップカルチャー・・・マンガ、アニメ、ゲーム、ライトノベル、ポピュラー音楽、テレビ、映画等に代表される大衆の文化。

*マルシェ・・・域産品等を販売する場やイベント。

*シリコンバレー・・・アメリカのカリフォルニア州にあるサンタクララバレー及びその周辺地域一体の通称。産学官による技術革新の世界的な成功事例とされるエリア。

みんながあつまるまち

クールジャパン*の聖地として、国内外から様々な人たちが訪れる。
人々の活気と魅力にあふれるまちを楽しみ、みどりを愛でる。
公園のみどりを抜けて、サイクルロードを伝って、さまざまな場所から
国籍や言語の壁を超えて人々がやってくる。
にぎわいに満ちた、また来たいと思える「みんながあつまるまち」。

そして、それが大きく広がっていく……

*クールジャパン・・・日本文化のソフト領域が国際的に評価されている現象やそのコンテンツ。

みんなの想いで形づくり 一人ひとりすべての 価値観が満たされる そんなまちで ありたい

ワクワク、熱い、あまりにも壮大

くらしを中心に、
遊びも仕事も外から訪れる人もつながる

2020 年が待ち遠しい

このまちから日本を面白くして

「心から望む未来の所沢」の実現に向けた第一歩



未来の理想の所沢を実現するための架け橋に

様々な可能性を含んだ“きっかけ”に

みんなが憩える、
ほっとするような価値を生み出して

芸術を通して、大きな花を咲かせてほしい

夢、希望、笑顔があふれる楽しいエリア

新しい所沢市の誕生が来るんだという感動

世代や価値をつなぐもの

日々暮らすまちであり
仕事の場でもある

休日には「みどり」に
囲まれてひととき過ごす

子どもから大人まで
家族や友人と、そして一人気ままに
さまざまな暮らし方 楽しみ方ができるまち

“人與人” “人と自然”の絆を紡ぐ
「善きふるさと所沢」が未来につながっていく

2020 年が待ち遠しい

夢、希望、笑顔があふれる楽しいエリア

新しい所沢市の誕生が来るんだという感動

未来の理想の所沢を実現するための架け橋に

みんなが憩える、
ほっとするような価値を生み出して

世代や価値をつなぐもの

このまちから日本を面白くして

芸術を通して、

大きな花を咲かせてほしい

ワクワク、熱い、あまりにも壮大

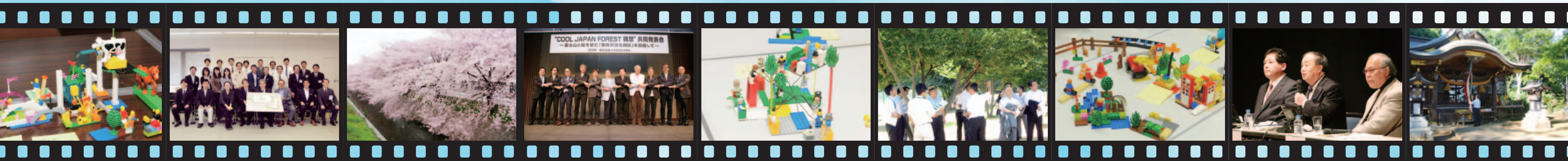
様々な可能性を含んだ“きっかけ”に

くらしを中心に、

遊びも仕事も外から訪れる人もつながる

「心から望む未来の所沢」の実現に向けた第一歩

COOL JAPAN FOREST



※写真…共同発表会、TEAM START会議、構想啓発事業(レゴ®シリアスプレイ®、文化創造会議)より

●資料

(1) 推進体制

①ジェネラルプロデューサー

本構想全体の統括役として、市と企業、それぞれの立場で必要な役割を実行していくための監督を行います。

- ・所沢市長 藤本 正人
- ・株式会社 KADOKAWA 取締役会長 角川 歴彦

②アドバイザリーボード

本構想が目指す方向性や実施事業のコンセプト等について、ジェネラルプロデューサーへの助言を行います。

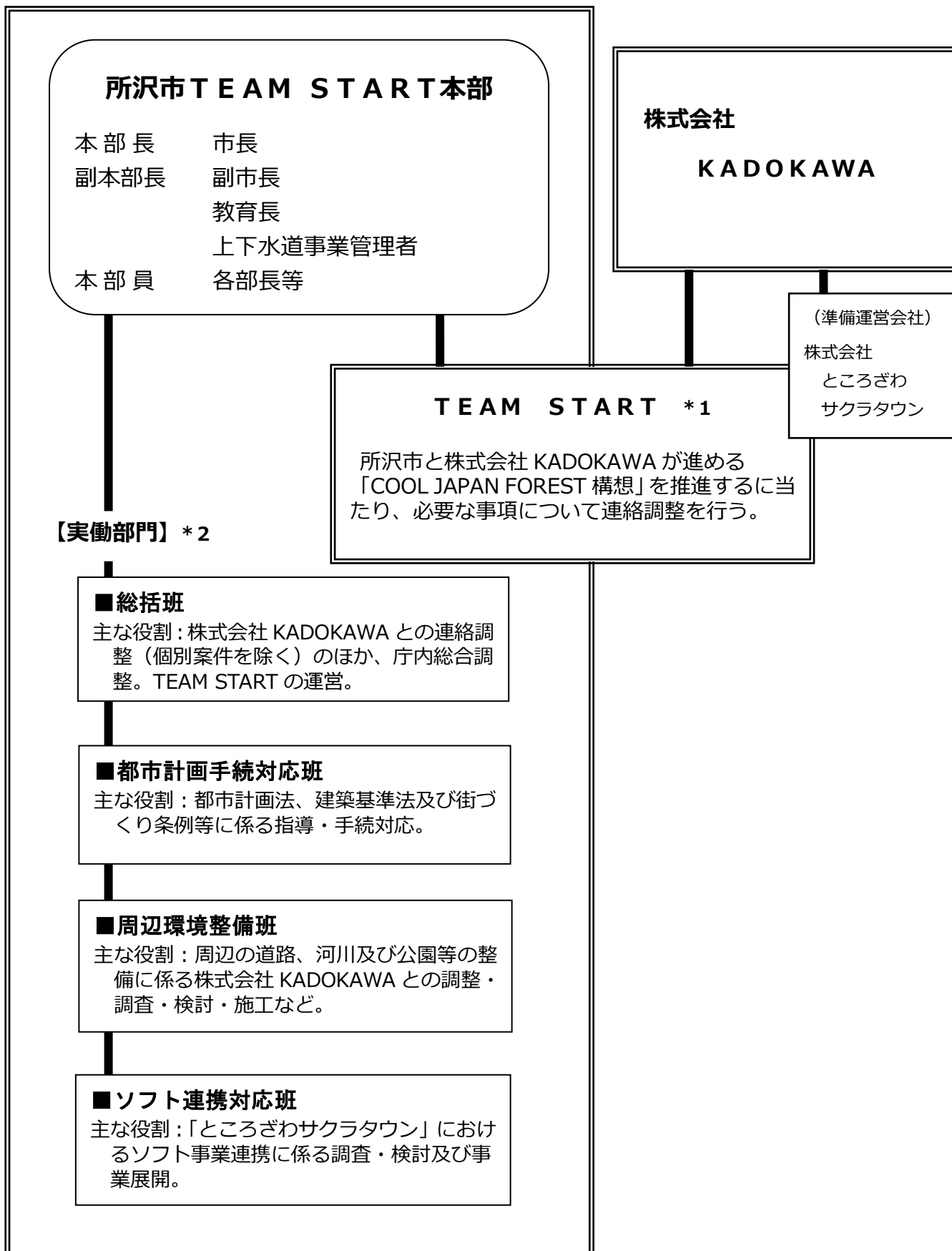
- ・荒俣 宏（作家・博物学者）
- ・松岡 正剛（編集工学研究所 所長）
- ・南條 史生（森美術館 館長）
- ・隈 研吾（建築家・株式会社隈研吾建築設計事務所 主宰）
- ・山本 マーク 豪（コンティニューム株式会社 代表取締役社長）
- ・中川 雅寛（株式会社 乃村工藝社取締役）
- ・川上 量生（カドカワ株式会社 代表取締役社長）
- ・後藤 高志（株式会社西武ホールディングス 代表取締役社長）
- ・増田 宗昭（カルチュア・コンビニエンス・クラブ株式会社 代表取締役社長）

③推進会議「TEAM START（チーム スタート）」

本市と株式会社 KADOKAWA 共同で設置した会議体であり、本構想の実現に向けた両者間の調整及び具体的方策の検討等を行います。

所沢市では、庁内組織として「所沢市 TEAM START 本部」を設置し、本構想推進に係る市施策等の検討及び調整を行います。

〔TEAM START 相関図〕



* 1 TEAM START (市側メンバー)

経営企画部次長・街づくり計画部次長・建設部次長

経営企画課長・財政課長・産業振興課長・都市計画課長

※ メンバーは実働部門のサブリーダー及び総括班の各課長

※ 経営企画部次長をリーダーとし、必要な関連職員を出席させる

* 2 実働部門の構成

※ ◎の部の部長が班のリーダー、次長がサブリーダー

※ ○は関連部署（状況により各班のリーダーが関連部署の追加・変更を行う）

■総括班

◎経営企画部（経営企画課）

○財務部（財政課）・産業経済部（産業振興課）・

街づくり計画部（都市計画課）

■都市計画手続対応班

◎街づくり計画部（都市計画課・開発指導課・建築指導課）

○経営企画部（経営企画課）

■周辺環境整備班

◎建設部（道路建設課・道路維持課・公園課・河川課）

○経営企画部（経営企画課・企画総務課交通政策室）・財務部（財政課）・

市民部（交通安全課）・環境クリーン部（資源循環推進課）・

産業経済部（産業振興課・商業観光課・農業振興課）・

街づくり計画部（都市計画課・建築指導課）・

上下水道部（下水道整備課・下水道維持課）

■ソフト連携対応班

◎経営企画部（経営企画課）

○総務部（危機管理課）

市民部（文化芸術振興課・地域づくり推進課・まちづくりセンター）

福祉部（障害福祉課・高齢者支援課）

こども未来部（こども政策課・青少年課・保育幼稚園課）

健康推進部（健康管理課・健康づくり支援課）

環境クリーン部（環境政策課・みどり自然課）

産業経済部（産業振興課・商業観光課・農業振興課）

教育総務部（文化財保護課・生涯学習推進センター・所沢図書館）

学校教育部（学校教育課）

※現時点で想定される関連部署のほか当施設を積極的に利活用できる部署を関連部署とする。

(2) 市民の皆様等からのご意見

本構想に対しては、ワークショップやアンケートを通して、期待や具体的な提案など様々なご意見をいただいています。

数多くのご意見の中から一部を紹介します。

■ 所沢市まち・ひと・しごと創生総合戦略の策定に伴う市民ワークショップ

- 実施日時 平成 27 年 11 月 28 日（土） 午後 1 時 30 分～午後 5 時
 - 会 場 所沢市役所 8 階大会議室
 - 参加人数 19 名（3 つのグループ「所沢駅周辺」6 名、「東所沢周辺」7 名、「狭山湖周辺」6 名参加）
 - 内 容 グループごとに、その地域において知っていること、課題を洗い出し、所沢市の魅力向上に対するアイデアをまとめました。
-
- 「東所沢周辺」グループから提案された魅力向上策
 - ・ 「職住近接」をテーマに、子育て世代をターゲットとして、企業の誘致、交通利便性の向上、地産地消、高齢者と子どもがふれあう場を作ること、子どもを安心して預けられる場の確保を。
 - ・ 市内からも近隣市からも訪れたい場所となるため、東所沢の文化、特徴を活用した祭りなどのイベントの開催、気軽に入れるおしゃれな店、子どもを巻き込んだイベントの開催、西武線からのアクセス向上を。
 - ・ 点を点を結び線にし、丸（エリア）にする。
 - ・ COOL JAPAN FOREST 構想で高齢の方を積極的に雇用する場を設ける。
 - ・ 特区（住民税減免）の創設。



■ 「COOL JAPAN FOREST 構想」街づくりワークショップ
(「レゴ®シリアスプレイ®※」の手法を用いたワークショップ)

- 実施日時 ① 平成 28 年 2 月 7 日 (日) 午後 1 時 30 分～午後 5 時
② 平成 28 年 2 月 9 日 (火) 午後 6 時 30 分～午後 9 時
③ 平成 28 年 2 月 14 日 (日) 午後 1 時 30 分～午後 5 時
- 会場 ①、② 所沢市役所 8 階大会議室
③ 所沢市役所 604 会議室
- 参加人数 ① 25 名
② 23 名
③ 20 名 計 68 名

- 参加者の主な意見 (～私が望む「COOL JAPAN FOREST 構想」～について)
 - ・ 圧倒的な新たな「まちのシンボル」として位置してほしいです。
 - ・ 世代や価値をつなぐもの、現在の所沢の自然、環境と人々とのつながりをより強める拠点として、CJFがあるとよい。
 - ・ 現在の所沢からの未来の理想の所沢を実現するためのかけ橋の役割を果たしてほしい。
 - ・ 芸術を見ること聴くこと、感動すること、それを伝えること(表現すること)を通して、大きな花を咲かせてほしいです。
 - ・ 単に博物館、美術館などを建てるのではなく、市民の生活に密着した気軽に立ち寄りたいたいと思える場所(施設、自然、アクセス含め)になることが望みです。
 - ・ 「心から望む未来の所沢」の実現に向けた第一歩。動き出したゆえの経験を通じて、モデルケースとなる。
 - ・ 美術館、博物館、図書館+@。市民が、子どもが行きたい、また行きたい！！と思う場所にすることだと思います。他にない独自性が街の武器になり、人は集まるのでは。
 - ・ 素敵の方々と行政、企業が所沢の未来を作っていくという構想に心が熱くなりました。今まで以上に素敵な街にしていきたいと思えます。
 - ・ 緑あふれる所沢での暮らしにさらに楽しみ、にぎわいが加わった場所になってほしい。
 - ・ 所沢の緑を残し、なおかつ新たに人の集まる場所を作る。その新しさを求めてきた人々とも仲良くなれるようにしたい。

*レゴ®シリアスプレイ®・・・ビジョンや新たな戦略の立案を行う際のワークショップや、個人のキャリア開発などの研修等に用いられている、レゴ・ブロックを活用した手法。レゴ®社が開発した、LEGO®SERIOUS PLAY®の略称。

- ・ このまちを面白く、このまちから日本を面白くしてください。
- ・ 夢、希望、笑顔があふれる楽しいエリアになればよいと感じました。
- ・ たくさんの人の声を聞いて、また外国との交流も一つ考えてほしいと思いました。おもてなしの心！
- ・ 所沢を人と人をつなげる面白い街にするための、様々な可能性を含んだ“きっかけ”になってほしい。
- ・ 無限の可能性を秘めたもの。
- ・ 企業と住民、訪れてくれる人、それぞれが満足できる街。
- ・ みんなが憩える、ほっとするような価値を生み出してほしいです。
- ・ 中心部から少し離れた東所沢だからこそ、自然も豊かに広大な敷地を活かしておきながら、中心部や外部とつながってアクセスを充実させてほしい。



■ ところざわ文化創造会議

- 実施日時 平成 28 年 2 月 17 日（木） 午後 6 時 30 分～午後 8 時 45 分
- 会 場 所沢市民文化センターミュージズ キューブホール（小ホール）
- 参加人数 367 名（このほか、満席のため入場できなかった方 42 名）
- 来場者アンケートの主な意見
 - ・ 大きな夢が語られてワクワクしました。
 - ・ ぜひ実現してほしい。
 - ・ 角川会長の若い発想に驚かされました。お話されたことが着実に実現することを期待します。
 - ・ 待っているだけでなく、市民が積極的に参加することが重要である

と感じました。

- ・ 庶民に手が届くような利用施設になっていただければ嬉しいです。
- ・ 様々な関係者と協力して、東所沢のみならず所沢全体に波紋するような施設を造ってほしい。
- ・ 市長、角川会長の熱意が大いに感じられた。
- ・ 東所沢駅周辺、施設へのアクセスロード、東所沢公園との一体化などが見えるとよい。
- ・ 施設だけでなく、東川全域の遊歩道整備、クリーンセンターの森、カルチャーパークの森と航空公園をつなぐグリーンベルト（グリーンロード）、サイクリングロードなどとの一体開発も必要では。
- ・ 市長の語られた「農のあるまちづくり」に大いに期待しています。所沢はこのフィールドとしては、かなりのポテンシャルを持っていると思っています。
- ・ 東所沢に住んでいます。角川会長がこの地域を大変気に入っていただけたことを幸せに思います。有力なアドバイザーがこの計画に参加してくださっていることが心強いです。ぜひ、実現に向けて頑張ってください。
- ・ 所沢市民として、各方面に誇れるような施設にしてほしい。そして、これを利用した地域の活性化につながれば、より良いと思います。
- ・ 所沢市が変わる一大プロジェクトだと感じた。これからのインフラ整備が大きな課題となるのは明白である。インフラ整備が構想の壁になってしまわないように考えるべき。
- ・ 進展状況を広く市民に伝えてほしい。広く広報してもらいたい。
- ・ 新しい所沢市の誕生が来るんだという感動を覚えました。



(3) ロゴマーク



COOL JAPAN FOREST

【コンセプト】

晴れた日には富士山を望み、春には東川沿いに咲く満開の桜を愛で、東所沢公園をはじめとした豊かなみどり（FOREST）に囲まれた空間。

みどり・文化・産業が寄り添い、みんなが集い、楽しみ、にぎわう。そして「ほっ」とひと息、憩いの場（FOR REST）でありたい。

COOL JAPAN FOREST 構想のロゴには、そんな思いが込められています。

デザインは、外国の方から見てもクールジャパン※を印象づけられるよう、日本を象徴する富士山や桜の木など、浮世絵を連想させる「和」のテイストを取り入れています。

2016年（平成28年）3月発行

発行 所沢市・株式会社 KADOKAWA

企画・編集 所沢市経営企画部経営企画課

〒359-8501 所沢市並木一丁目1番地の1

TEL 04 (2998) 9027

FAX 04 (2994) 0706

E-mail a9027@city.tokorozawa.lg.jp