

第1回 荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会 次第

日 時:令和7年5月30日(金)
午後3時30分

会 場:荒川区役所4階 庁議室

- 1 開 会
- 2 委嘱状の交付
- 3 区長挨拶
- 4 会長の選出及び副会長の指名
- 5 会議の運営について
- 6 荒川区の産業振興及び観光振興施策について
- 7 意見交換
- 8 その他
- 9 閉会

(配付資料)

- ・資料1 荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会 委員名簿
- ・資料2 荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会 委員名簿 分科会別(案)
- ・資料3 荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会 設置要綱
- ・資料4 荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会の概要
- ・資料5 会議の開催スケジュールについて(案)
- ・資料6 荒川区の産業振興施策について
- ・資料7 荒川区の観光振興施策について

荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会 委員名簿

NO	氏名	事業所名・役職
1	えんどう ともひさ 遠藤 智久	株式会社日興エボナイト製造所 代表取締役
2	すずき あづさ 鈴木 あづさ	Atashirashiku 代表
3	たけまえ ともかつ 竹前 友勝	平和商事株式会社 代表取締役
4	たなか るい 田中 類	株式会社イナック 代表取締役
5	ほそや まこと 細谷 誠	有限会社丸文製菓 代表取締役
6	まるやま しんじろう 丸山 慎二郎	株式会社 ROOM810 代表取締役
7	やしろ な ほ 野城 菜帆	株式会社 MizLinx 代表取締役
8	やまだ あきひろ 山田 章博	山与織物株式会社 代表取締役

(敬称略・五十音順)

荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会 委員名簿
分科会別（案）

1 地域経済活性化に関する分科会

NO	氏名	事業所名・役職
1	えんどう ともひさ 遠藤 智久	株式会社日興エボナイト製造所 代表取締役
2	すずき あづさ 鈴木 あづさ	Atashirashiku 代表
3	たけまえ ともかつ 竹前 友勝	平和商事株式会社 代表取締役
4	やしほ なほ 野城 菜帆	株式会社 MizLinx 代表取締役

（敬称略・五十音順）

2 観光プロモーションに関する分科会

NO	氏名	事業所名・役職
5	たなか るい 田中 類	株式会社イナック 代表取締役
6	ほそや まこと 細谷 誠	有限会社丸文製菓 代表取締役
7	まるやま しんじろう 丸山 慎二郎	株式会社 ROOM810 代表取締役
8	やまだ あきひろ 山田 章博	山与織物株式会社 代表取締役

（敬称略・五十音順）

荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会設置要綱

令和 7 年 5 月 1 日
7 荒産第 176 号
(副 区 長 決 定)

(設置)

第 1 条 区における地域経済活性化及び観光プロモーションの推進を図るため、荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会(以下「協議会」という。)を設置する。

(所掌事項)

第 2 条 協議会は、次に掲げる事項について意見交換を行う。

- (1) 地域経済活性化に向けた施策等に関すること。
- (2) 中長期的に目指すべき地域経済に関すること。
- (3) 区の魅力や観光資源の発掘等に関すること。
- (4) 区内外へ向けた観光プロモーションに関すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、協議会の設置目的を達成するために必要な事項

(構成等)

第 3 条 協議会は、次の各号に掲げる者のうちから、区長が委嘱する委員 8 人以内をもって構成する。

- (1) 区内に事業拠点を設置して事業活動を行うとともに、区内において地域活動を行った実績、区事業に協力した実績等を有する者
 - (2) その他区長が適当と認める者
- 2 前項による委員の任期は、委嘱された日の属する年度の 3 月 31 日までとし、再任を妨げない。ただし、委員に事故があるとき、又は委員が欠けたときの補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(会長及び副会長)

第 4 条 協議会に、会長及び副会長を置く。

- 2 会長は、委員が互選する。
- 3 会長は、協議会を代表し、会務を総理する。
- 4 副会長は、委員のうちから会長が指名する。
- 5 副会長は、会長を補佐し、会長に事故があるとき、又は会長が欠けたときは、その職務を代理する。

(協議会)

第5条 協議会は、会長が招集する。

2 前項の規定にかかわらず、年度の最初に開かれる協議会は、区長が招集する。

3 協議会は、委員の過半数が出席しなければ、開くことができない。

4 協議会は、必要があると認めるときは、委員以外の者の意見を聴くことができる。

(分科会)

第6条 協議会は、第2条に定める所掌事項について効果的に検討するため、分科会を設置することができる。

(守秘義務)

第7条 協議会の委員は、職務上知り得た秘密を漏らしてはならない。なお、その職を退いた後も同様とする。

(庶務)

第8条 協議会の庶務は、産業経済部産業振興課において処理する。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、協議会の運営に関し必要な事項は、会長が別に定める。

附 則

この要綱は、令和7年5月1日から施行する。

荒川区地域経済活性化及び観光プロモーション推進協議会の概要

1 目的

区民が主体となって、区の地域経済活性化に向けた取組のほか、区の魅力や観光資源の発掘及び区内外へ観光プロモーションを効果的かつ戦略的に推進していくための手法等について意見交換・検討を行い、活力ある地域経済づくりと人が集う魅力あるまちの形成を図る。

2 協議会の構成

協議会は、全体会議と分科会の2階層で実施し、具体的な検討は分科会で実施する。

- (1) 全体会は、年度の初回、中間及び最終回に実施する。
- (2) 分科会は、「地域経済の活性化に関する分科会」、「観光プロモーションに関する分科会」の2分科会を設置し、議事事項について検討する。

3 議事事項

- (1) 地域経済の活性化に関する分科会で検討する主な議事事項
 - ①地域経済活性化に向けた具体的な事業案の検討（短期的な施策・事業）
 - ②区が目指すべき地域経済の方向性の検討（中長期的な政策・施策等）
 - ③その他、効果的な地域経済活性化の推進に関して必要となる事項
 - (2) 観光プロモーションに関する分科会で検討する主な議事事項
 - ①区の魅力や観光資源の発掘、発掘にあたっての取組手法の検討
 - ②区内外への戦略的なプロモーション手法
 - ③その他、観光プロモーションの推進に関して必要となる事項
- このほか、喫緊の課題がある場合には各分科会において議論する。

※各分科会において、毎回意見交換のテーマを設定し、当該テーマについて議論を行う（別添「意見交換のテーマ（案）」参照）。

※年度末において協議会の意見交換、検討を集約した報告書を作成する。

※必要に応じて、専門的知見を有するオブザーバーを招聘し、意見聴取等を行う。

意見交換のテーマ（案）

1 地域経済活性化に関する分科会

（販路開拓・スタートアップ等の創出）

- 区内企業やお店の製品、技術、商品の魅力を、全国に認知してもらうためには
- 海外への販路拡大、また、海外からも発注が来る区内企業を育成するためには
- とがった企業、地域で雇用を生む企業、ユニコーン企業、海外で活躍できる企業、上場企業など、荒川区発の革新的企業を創出するためには

（新技術・新商品）

- 新技術・新商品を開発する企業が増えるようにするためには

（DX）

- 中小・小規模事業者におけるDX推進の壁は何か、また、その壁を超えるための突破口は

（商店街・個店）

- 選ばれる商店街（店舗）、選ばれる企業となるために、官民がどのように連携していくべきか
- 繊維街の店舗や事業所、服飾関係者、消費者が一体となって、総体で価値を創出し、共に栄えていくためには
- 地域産業において、稼ぐ力をいっそう高めるためには

（事業承継）

- 中小企業の事業承継をどう乗り越えるか

（人材確保）

- 人手不足時代に「選ばれる職場」「魅力ある会社」になるためには
- 地域産業や中小企業を支える技術者を確保し、育成するには
- 外国人材の雇用拡大、また、その環境を整備するには

2 観光プロモーションに関する分科会

(観光プロモーション)

- SNS時代における、地域・民間・行政が連携した観光情報発信のあり方とは
- 観光プロモーションを進めるための運営体制のあり方について（「観光協会」など）
- 観光資源のアピールポイントは、「No.1」か「オンリーワン」か
- いわゆる「映え」に頼らない魅力発信のありかたとは
- インバウンド観光客、国内観光客、富裕層、一般層など、どの誘客層をターゲットとすべきか

(観光資源の発掘)

- 一般的な認知度が低い「埋もれた観光資源」をどのように発掘し、磨き上げるか

(近隣区との連携)

- 近隣区と連携して、さらに効果的な観光イベントを展開していくためには

(その他)

- 路面電車、隅田川の水辺、宮前公園、バラ、彫刻、文化財、ロケ地巡り、墓地巡りなど、荒川区の「強み」を活かしたツーリズムを、さらに展開するためには
- 「来てもらう観光」から「関わってもらう観光」にするためには
- 観光振興における重要業績評価指標（KPI）については、どんな指標を用いるのがよいのか（例えば、「人数」、「消費額」、「満足度」）

会議の開催スケジュールについて(案)

1 会議の開催スケジュール

(1) 全体会議

- 5月(初 回・全体の方向性の共有、意見交換)
- 10月(中 間・分科会の検討状況の共有、意見交換)
- 3月(最終回・分科会意見の集約)

(2) 分科会

①地域経済活性化に関する分科会

- 6月(第1回・現状や必要な取組に関する意見交換)
- 8月(第2回・方向性や具体的な取組に関する意見交換)
- 11月(第3回・中長期的な課題に関する意見交換)
- 1月(第4回・意見交換の取りまとめ)

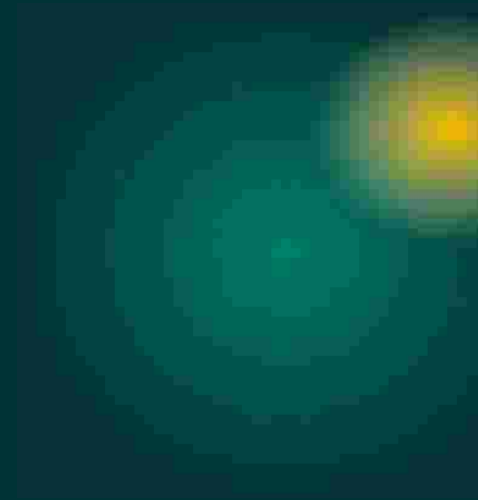
②観光プロモーションに関する分科会

- 6月(第1回・現状把握、新たな観光資源に関する意見交換)
- 8月(第2回・効果的な観光プロモーションに関する意見交換)
- 11月(第3回・個別事案に関する意見交換)
- 1月(第4回・意見交換の取りまとめ)

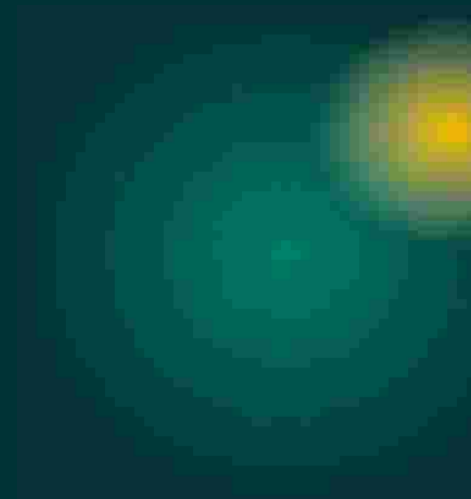
資料 6

荒川区の産業振興施策について

荒川区産業経済部



01 荒川区について



東京23区で2番目に小さいコンパクトシティ



総面積は10.16km² (23区中**22位**)

※面積トップ大田区の6分の1

- ✓ 東京23区で唯一の**区立遊園地（あらかわ遊園）**を運営
- ✓ **日暮里繊維街**は海外からも注目を浴びる

荒川区の地域資源「日暮里繊維街」



生地や服飾資材の全てが揃う繊維品の宝庫

1 約90店舗の豊富な品揃え

日暮里駅徒歩3分の場所に、1キロメートルに渡って生地・織物の店舗が軒を連ねる。

2 どんなジャンルも、どんな材料もここで揃う

和装、洋装、紳士婦人服地から服飾関連の小物や付属品に至るまで**ファッションや手芸に関する全てのものが揃う。**

3 高品質を高コスパで

「ニポカジ」なる言葉まで生まれるほど驚きの安さで買うことができ、**海外からも注目を**浴びている。

日暮里繊維街から次世代ファッションを生み出す2大支援

日暮里ファッションデザインコンテスト

主に学生をターゲットに、**これからの繊維・ファッション産業を支える人材育成の寄与を目的に毎年開催**。2024年は「実用的で魅力ある幸服」をテーマに**3,656作品の応募**があり、13作品が受賞。



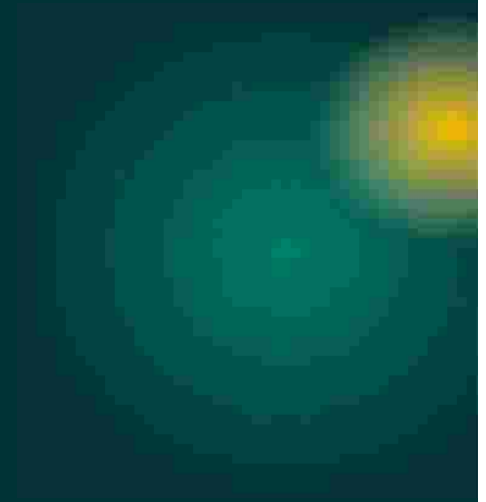
イデタチ東京

(ファッションビジネス特化型インキュベーション施設)

ファッション関連産業で起業したい方をサポートする起業支援拠点。
単なるクリエイターとしてではなく、継続的に成長可能なビジネスを行えるよう、ノウハウやマッチングの機会を提供。



02 区内産業の現況・課題等



都心へのアクセスの良さと増加傾向の人口

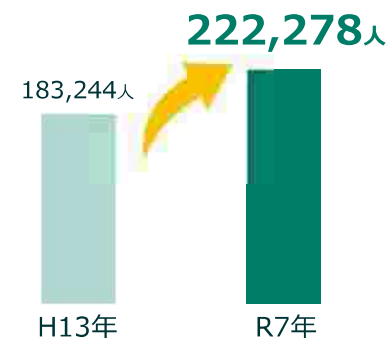
東京駅まで**10分**、成田空港まで**40分**

JR山手線・京浜東北線、東京メトロ、京成線、つくばエクスプレス、都電荒川線、日暮里・舎人ライナーなど、様々な路線が荒川区内を通っており、交通利便性の高いまちと言える。



総人口は約**22万人**に

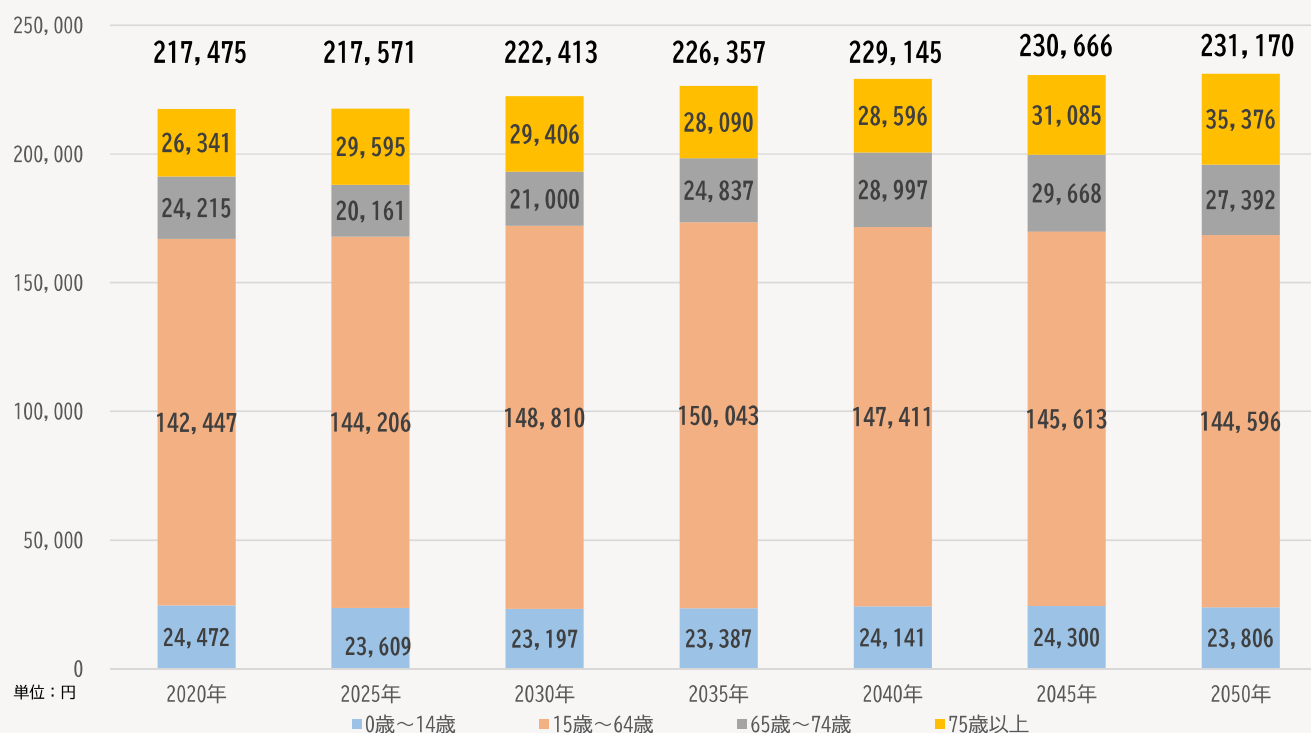
25年程前から増加傾向で、人口密度も東京都で3番目である。一方で、人口構成に占める割合について、令和6年1月現在、65歳以上の人口22.4%(20年前21.2%)、15歳未満の人口10.8%(20年前11.0%)と、少子高齢化が進行している。



※各年1月1日現在 【出典】都HPI住民基本台帳による世帯と人口再編加工

荒川区の人口は今後しばらくは増加傾向

荒川区の将来人口推計



出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口 2023年推計」

荒川区の人口は**今後しばらくは増加傾向で推移する。**

生産年齢人口（15歳～64歳）は、2035年をピークにその後減少に転じる。

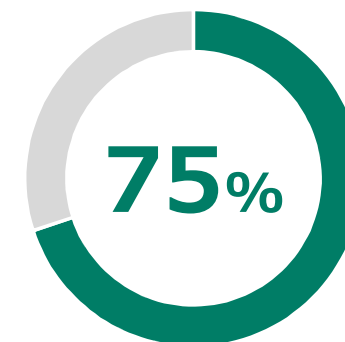
経済センサス2021年における事業所数は減少傾向にある（H28: 9,060社→R3: 8,346社）

★ 荒川区

民営事業所	令和3年経済センサス -活動調査(A)	A-B(差)		平成28年経済センサス -活動調査(B)
	事業所数	事業所数	増減率	事業所数
A～R 全産業（S公務を除く）	8,346	▲ 714	▲ 7.9%	9,060
A～B 農林漁業	1	1	—	0
C～R 非農林漁業（S公務を除く）	8,345	▲ 715	▲ 7.9%	9,060
C 鉱業、採石業、砂利採取業	1	0	0.0%	1
D 建設業	633	9	1.4%	624
E 製造業	1,304	▲ 407	▲ 23.8%	1,711
製造業の比率	15.6%	—	—	18.9%
F 電気・ガス・熱供給・水道業	11	6	120.0%	5
G 情報通信業	134	49	57.6%	85
H 運輸業、郵便業	178	▲ 29	▲ 14.0%	207
I 卸売業、小売業	2,018	▲ 223	▲ 10.0%	2,241
J 金融業、保険業	74	▲ 9	▲ 10.8%	83
K 不動産業、物品賃貸業	727	35	5.1%	692
L 学術研究、専門・技術サービス業	372	81	27.8%	291
M 宿泊業、飲食サービス業	939	▲ 215	▲ 18.6%	1,154
N 生活関連サービス業、娯楽業	570	▲ 70	▲ 10.9%	640
O 教育、学習支援業	207	14	7.3%	193
P 医療、福祉	746	14	1.9%	732
Q 複合サービス事業	21	0	0.0%	21
R サービス業（他に分類されないもの）	410	30	7.9%	380

事業者規模の特徴

小規模事業者の割合
(全業種)



小規模事業者とは・・・

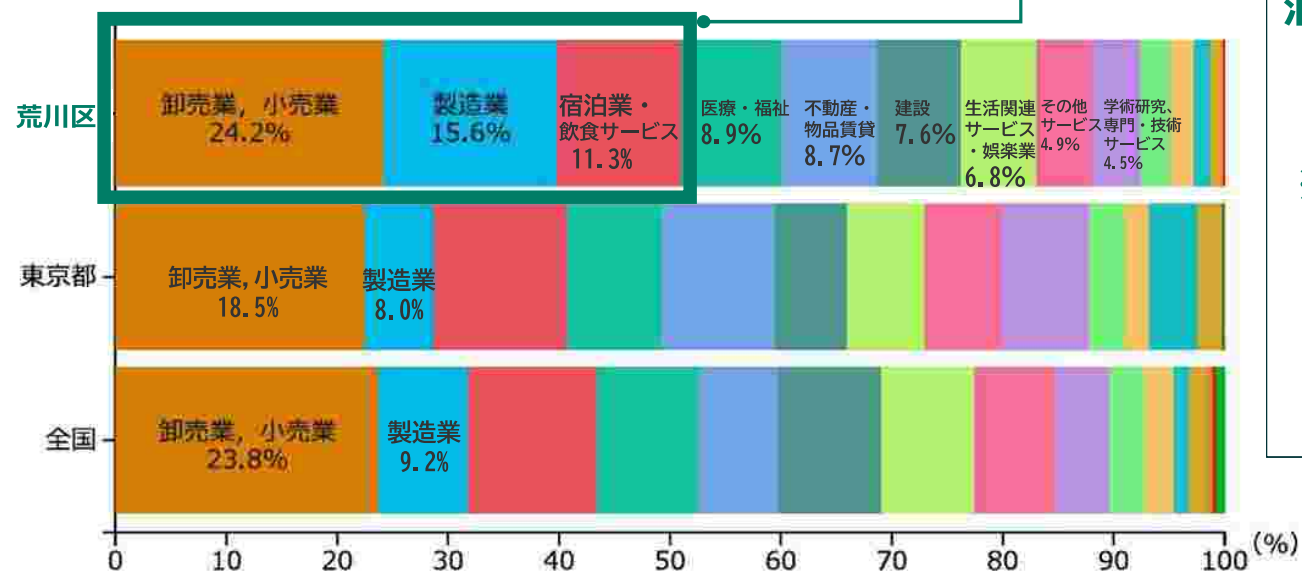
従業員20人以下(商業・サービス業は5人以下)の事業者

【出典】経済センサス2021年・経済センサス2016年より

全事業所数のうち「卸売業、小売業」、「製造業」、「宿泊業・飲食サービス業」で過半

事業所数(事業所単位) 2021年

指定地域：東京都荒川区

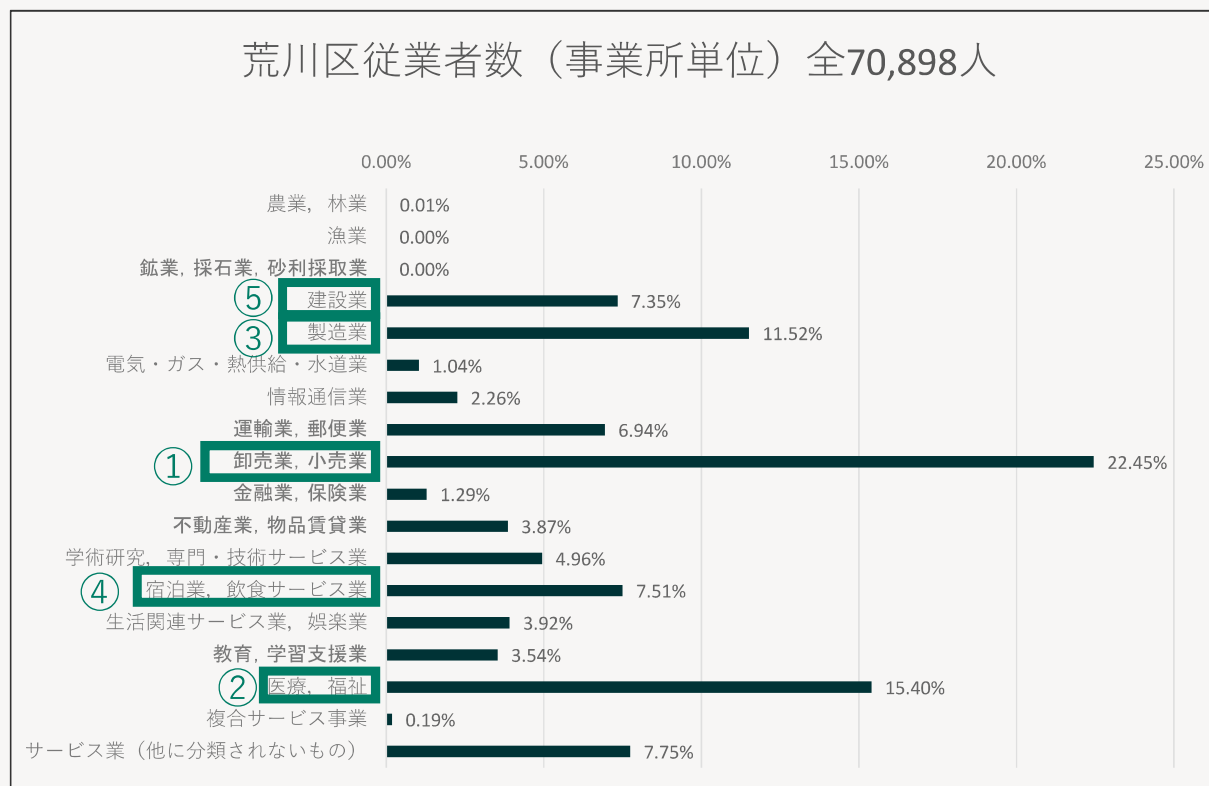


全産業8,346事業所中、
「卸売業・小売業」、「製造業」、「宿泊業・飲食サービス業」で過半を占める（51.1%）。

※特に、製造業は1,304事業所で
比率は15%超え
東京23区で2番目に
製造業の割合が高い。

【出典】経済センサス2021年より

雇用規模は上位から①卸売業・小売業②医療、福祉③製造業

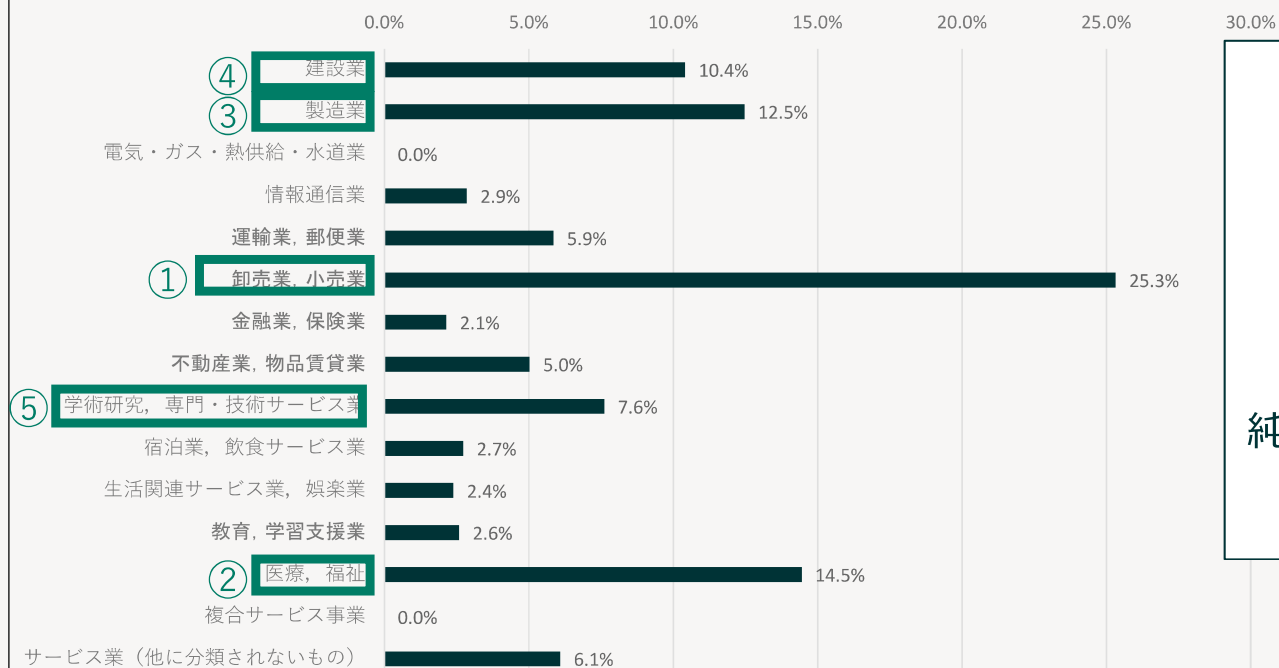


雇用規模は上位から
①卸売業・小売業②医療、福祉
③製造業となっている。
そのほか、様々な業種において
雇用の面でも貢献いただいている。

【出典】経済センサス2021年より

純付加価値額は上位から①卸売業・小売業②医療、福祉③製造業

荒川区 純付加価値額（事業所単位）全324,156百万円



企業の利益を創出する能力である

純付加価値額は上位から

①卸売業・小売業②医療、福祉

③製造業となっている。

純付加価値額 = 売上高 - (費用総額
(売上原価 + 販売費及び一般管理
費)) + 給与総額 + 租税公課

多くの業種において労働生産性が国・都と比べて低い

事業従事者1人当たり純付加価値額

単位:万円

全業種平均

	国	都	区
AR_全産業（S_公務を除く）	599	1,233	475
AB_農林漁業	272	336	不明
C_鉱業、採石業、砂利採取業	1,692	12,014	不明
D_建設業	644	869	648
E_製造業	602	714	495
F_電気・ガス・熱供給・水道業	1,963	2,304	不明
G_情報通信業	1,003	1,124	578
H_運輸業、郵便業	401	218	386
I_卸売業、小売業	484	679	516
J_金融業、保険業	1,200	1,795	762
K_不動産業、物品賃貸業	771	1,272	595
L_学術研究、専門・技術サービス業	1,063	1,901	703
M_宿泊業、飲食サービス業	157	159	166
N_生活関連サービス業、娯楽業	253	303	279
O_教育、学習支援業	375	457	335
P_医療、福祉	917	5,018	429
Q_複合サービス事業	549	548	不明
R_サービス業（他に分類されないもの）	402	518	359

【出典】経済センサス2021年より

労働の効率性を測る労働生産性について、
事業所数がトップ3にある
「卸売業・小売業」、「製造業」、「宿泊業・飲食サービス業」をみると、
宿泊・飲食サービス業を除いていずれも
都の数値よりも低い水準。
全業種においては、国・都の数値よりも低くなっている。

開業率は上昇するも、全国・東京都平均と比べると下回る

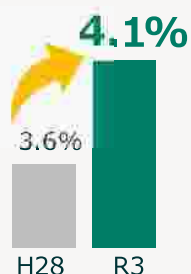
これまでの支援の成果

- ✓ 創業支援により、支援活用者の**約16%^(※)**が起業。
- ✓ 開業率も平成28年度の3.6%に比べ、令和3年度は**4.1%**にアップした。

創業支援活用者の
約6人に1人が開業
※H26～R5の平均

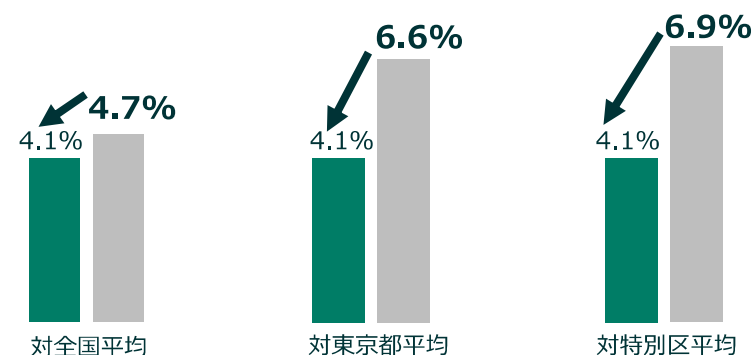


開業率の増加



解消できていない問題点

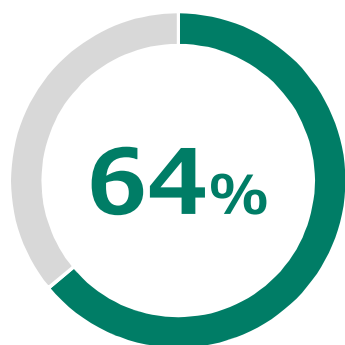
全国平均の4.7%、東京都平均の6.6%、特別区平均の6.9%と比べると荒川区の開業率は**まだ下回る**状況。



事業継続に向け、企業の活力向上に向けた取組が必要

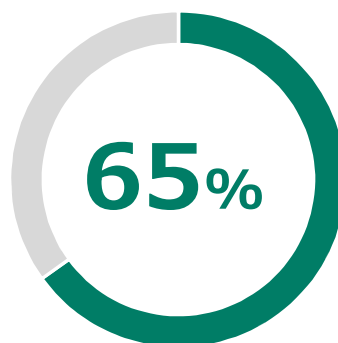
1

60代以上の代表者
(製造業)



2

今後の方針について
現状維持の企業
(製造業)



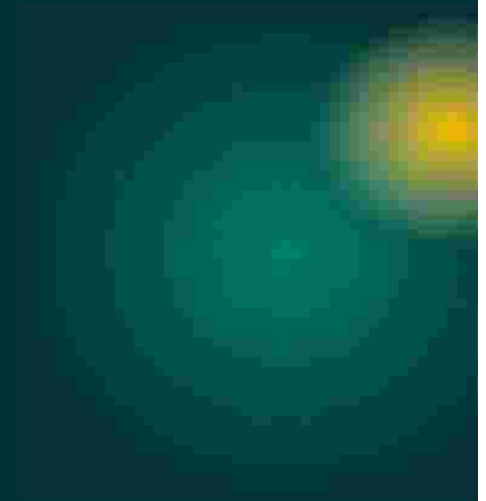
3

今後の取組課題について
デジタル活用の企業
(製造業)



【出典】2021年度荒川区モノづくりセンサスより

03 主な現行支援の内容



モノづくり企業への支援

- ✓ 生産性向上や脱炭素経営に資する設備投資補助を通じて、経営品質の磨き上げ支援を行うことにより、持続的な企業活動をサポートし、対外的な訴求力を含めた企業価値の向上を促進する。

1

製造業等企業価値向上支援事業補助金

先端設備導入やデジタル化等による業務効率化のための設備投資に要する経費を一部補助する。

補助率：2分の1 補助限度額：100万円

拡充（令和7年度～）

✓ 補助率の引き上げ

4分の1→**2分の1**

✓ 対象要件の拡大

区内操業3年以上
→区内操業**1年**以上

2

中小企業GX経営推進支援事業補助金（製造業等）

脱炭素経営によるブランド強化と経営基盤強化を支援するため、再生可能エネルギー設備導入にかかる経費を一部補助する。

補助率：2分の1 補助限度額：100万円

拡充（令和7年度～）

✓ 対象要件の拡大

区内操業3年以上→区内操業**1年**以上

商業・サービス企業への支援

- ✓ 社会変化に対応するため、キャッシュレス決済や脱炭素設備導入を支援し、区内商業・サービス業の中小事業者の活性化を図る。
- ✓ 商店主と消費者の接点を増やし、店舗の魅力を効果的にPRすることで、集客力向上と常連客の開拓を目指す。

1

商業・サービス業事業継続力強化 支援事業補助金

デジタル化や店舗設備投資を支援し、集客力向上と持続的な事業活動を促進する。

補助率：4分の1 補助限度額：100万円

拡充（令和7年度～）

- ✓ 対象要件の拡大
区内操業3年以上
→区内操業1年以上
- ✓ 対象設備の追加
外観改修経費の追加

2

中小企業GX経営推進支援事業補助金

（商業・サービス業等）

脱炭素経営によるブランド強化と経営基盤強化を支援するため、再生可能エネルギー設備導入にかかる経費を一部補助する。

補助率：2分の1 補助限度額：100万円

拡充（令和7年度～）

- ✓ 対象要件の拡大
区内操業3年以上→区内操業1年以上

3

街なか商店塾

商店主等が講師となり、お店の特長や専門知識等を消費者にレクチャーする少人数制の塾を開催する。

29店舗で51講座を開催 ※R6fy実績

拡充

- ✓ 関係機関との連携
区商工会議所・信用金庫等金融機関との連携
- ✓ 運営のDX化
Peatixの活用等で効率化を図る

事業承継に向けた支援

✓ 地域経済の活力の維持・向上を図るため、**事業承継の専門家による訪問相談**等の支援を実施し、事業承継を推進していく。

1

事業承継訪問相談

事業承継のお悩みについて、豊富な経験を持つ
事業承継士による無料相談を実施する。

年度内3回（1回あたり最大2時間）まで無料

2

事業承継フォーラム・セミナー

11月を事業承継啓発月間として同月に**フォーラム**を実施するほか、事業承継の心構え等に関して**年に3回セミナーを実施する。**

11月フォーラム・年に3回セミナー

3

後継者塾

全8回の講義で次世代経営者として**経営戦略や組織マネジメント、財務知識**などを学べる。併せて後継者同士の繋がりも育む。

全8回・ワークショップ形式で実施

4

事業承継促進支援補助金

事業承継を契機とする**設備更新・導入**にかかる経費を一部補助する。

事業継続型、事業引継型の2種類あり

分類	対象	補助限度額	対象経費
事業継続型	承継して3年以内 又は これから3年以内に承継予定	200万円(製造業等) 100万円(その他業種)	20万円以上の設備等
事業引継型	既存事業を引き継ぐ場合	50万円	登記申請手続き代行費用、 在庫処分費、建物解体、設備処分費等

起業・新事業創出者への支援

- ✓ 多様な人材の誘引や地域課題をビジネス的手法で解決するアイデアの公募のほか、次代を担う若年層のアントレプレナーシップを醸成することにより、地域でのオープンイノベーションを推進する。

1

コワーキングスペース「ツムギバ」

電源、Wi-Fiを完備した創業支援コワーキングスペースを開設し、利用者同士等のマッチングを促す。

起業をしたい人のためのアイデアスポット

拡充

✓ 開設日の拡充

令和6年12月より、週3日開設から週5日で開設し、さらなる交流機会を促進させる。

2

ポストインキュベーション支援補助金

イデタチ東京をはじめ都認定インキュベーション施設の卒業事業者が区内に事務所を賃借する際、賃料を補助し区内定着を支援する。

最長3年間 限度額5万円/月

拡充

✓ 対象施設の拡充

令和7年度から白髭西R&Dセンターの卒業生も対象にし、成長可能性のあるスタートアップ企業の区内定着を図る。

再掲

起業・新事業創出者への支援

- ✓ 多様な人材の誘引や地域課題をビジネス的手法で解決するアイデアの公募のほか、次代を担う若年層のアントレプレナーシップを醸成することにより、地域でのオープンイノベーションを推進する。

3

創業相談窓口・創業支援セミナー

起業支援相談窓口の開設と、起業準備に応じたセミナーを実施する。

起業に必要な知識を無料でアドバイス

4

起業家交流会

豊島区及び北区と連携し、起業家同士が刺激を与え合い、共に成長できる「顔の見えるネットワーク」を構築する場として起業家交流会を開催する。

年3回の交流で広がるつながり

5

荒川区ビジネスプランコンテスト

ビジネスプランコンテストを単発のイベントに留めず、ビジネスプラン作成セミナー及びフォローアップ支援も併せて行い、2か年度にわたって一貫した支援を展開する。

賞金最大30万円

6

荒川区新製品・新技術大賞

開発機運の醸成を通じたモノづくりの街としての振興を図るため、新製品・新技術に関するコンテストを開催する。

賞金最大100万円

7

中高生、大学生向けワークショップ・セミナー

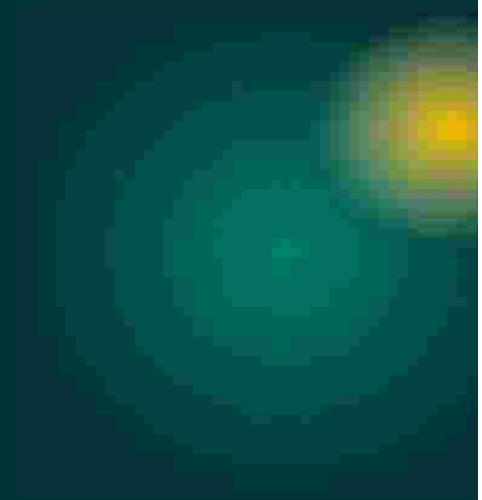
若年層における起業家精神醸成のため、中高生や大学生の世代をターゲットとするワークショップやセミナーを実施する。

未来の起業家を育成

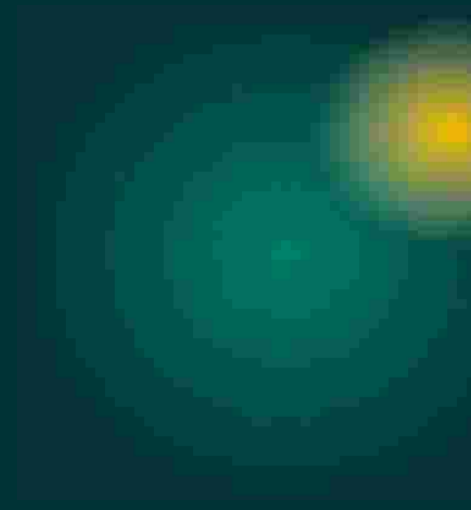
資料 7

荒川区の観光振興施策について

荒川区産業経済部観光振興課



01 荒川区の主な観光資源



1 都電荒川線

都電荒川線は、三ノ輪橋から早稲田までの12.2kmを約60分で結ぶ路面電車です。

昨年、都電荒川線は50周年を迎え、東京都交通局では、様々なイベントを実施しました。

また沿線では、約140種・13,000本のバラが咲き誇ります。春と秋で楽しめるのが、バラの特徴です。

なお、今年も町屋駅周辺で「あらかわバラの市」を開催しました。



都電と桜



都電バラ号

2 俳句のまち あらかわ

荒川区は、松尾芭蕉や小林一茶、正岡子規など、著名な俳人が多い俳句を詠んだ地であり、区内各所に句碑が建立されております。

平成27年3月、荒川区は「俳句のまち あらかわ」を宣言し、南千住駅前広場に「松尾芭蕉像」を建立しました。今年は、「俳句のまち あらかわ」宣言から10周年を迎えました。

区内の写真と俳句を組み合わせた「フォト俳句コンテスト」等、俳句にまつわる様々なイベントを開催しています。



松尾芭蕉像



素盞雄神社

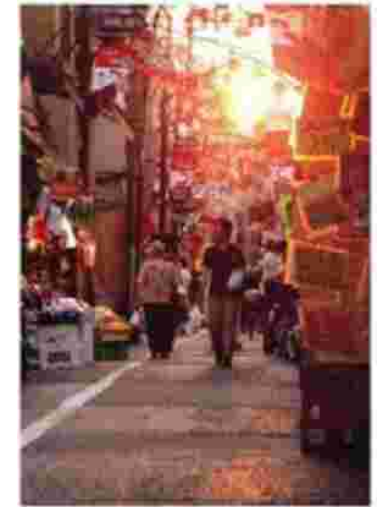
3 レトロな商店街

荒川区には、下町風情溢れる、レトロな商店街がたくさんあります。

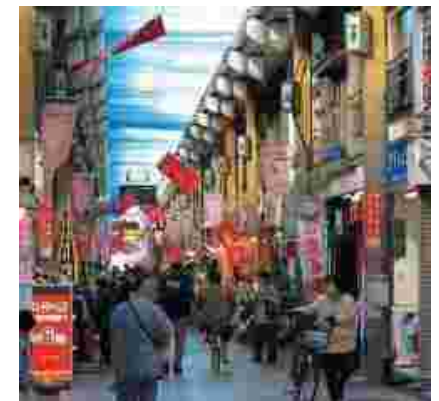
現在、荒川区商店街連合会には**37**の商店街が加盟しています。

テレビドラマやコマーシャル等のロケ地になることも多く、区内のあちこちの商店街がよく登場しています。

南千住のジョイフル商店街では、アーケードで覆われた全天候型商店街で、大正時代に開業し、その雰囲気ある昭和レトロ感が人気で、映画「万引き家族」や、TVドラマ「三匹のおっさん」など、数多くの映画やドラマ・PVなどのロケ地として活用されています。



商店街の風景



ジョイフル三の輪商店街

4 日暮里繊維街

日暮里中央通りには「日暮里繊維街」があります。プロも集う日本一の布の問屋街で、90あまりの店舗が軒を連ねており、リーズナブルに布地や服飾資材が手に入る、ハンドメイド好きの聖地として有名です。

近年は海外の人も多く訪れていただき国内だけでなく世界中の方々に愛される街として注目を集めている街です。

また、毎年秋頃には、「繊維の街・ファッションの街」のアピールと次代の繊維・ファッション産業を支える人材を育成するため、ふらっとにっぽりでデザインコンテストを開催しています。



日暮里繊維街



ファッションデザイン
コンテスト

5 あらかわ遊園

あらかわ遊園は、東京23区唯一の公営遊園地です。

日本一遅い？コースターや晴れた日には富士山が拝める高さ40mの観覧車のほか、電動アシスト付きスカイサイクル等が楽しめます。

夜間開園時には、園内各所がイルミネーションで彩られ、観覧車を始め、メリーゴーランドなどのアトラクションで昼間とは異なる、夜の遊園地を体験できます。



ファミリーコースターとあら坊・あらみい



ライトアップされた
メリーゴーランドと観覧車

6 太田道灌

荒川区には、太田道灌が支援した武蔵千葉氏の居城・石浜城跡（南千住）、道灌の物見塚や出城があった日暮里（西日暮里）、道灌の鷹狩りの地として山吹の里伝説が伝わる三河島（荒川）などの関連が深い史跡があります。

太田道灌は、江戸城を築いた人物として知られ、室町時代終わりから戦国時代初めにかけて関東管領山内上杉氏を補佐した有力な一門・扇谷上杉氏に仕える武将でした。道灌は、歌道にも精通しており、文武両道の人物でした。



太田道灌像「回天一枝」



山吹の花一枝像

7 伝統工芸技術

荒川区内には江戸の技術を今に伝える多様な伝統工芸技術を有する職人が多くいます。その業種は、金工・木竹工・人形・漆芸・染織・諸工芸など多岐にわたり、職人たちは、その伝統に裏付けられた技術を引き継ぎながらも、時代のニーズに合わせて独自の工夫を加えながら、様々なものを作り出しています。

区では伝統工芸技術を区の「無形文化財（工芸技術）」として登録・指定し、その職人を保持者として認定するとともに、「あらかわの伝統技術展」の開催や常設展示施設である「あらかわ伝統工芸ギャラリー」の開設などにより、技術の保存継承・普及・活用に努めています。



荒川区伝統工芸技術保存会



あらかわの伝統技術展

8 吉村昭記念文学館

吉村昭記念文学館は、荒川区出身の小説家、吉村昭氏の作品の魅力を広く発信し、その精神を次世代へ引き継ぐことを目的とした施設です。

常設展示はテーマに沿って原稿、関連資料、愛用品などを展示しており、解説パネルと照らし合わせながら吉村昭の足跡をたどることができます。書斎の再現展示では、自由に座って原稿用紙に書く体験ができます。

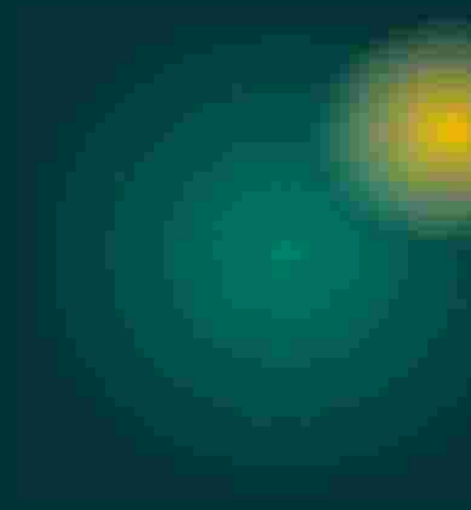


吉村昭氏



吉村昭記念文学館

02 荒川区の主な観光振興施策



1 地域イベントの開催

荒川区では、区保有の土地・施設等を活用して、様々なイベントを開催しています。主なイベントを紹介します。

(1) 川の手荒川まつり

毎年4月29日、南千住野球場で開催

今年第39回は、約4.1万人の人が来訪

(2) にっぽりトレインフェス

例年秋ごろ、日暮里地域活性化を目的に、日暮里繊維街等とも連携し、日暮里駅前イベント広場で開催

(3) 日暮里道灌まつり

毎年11月、武将太田道灌に関連したイベントを日暮里駅前イベント広場で開催（都立農産高校が栽培した、江戸東京野菜三河島菜も販売）



川の手荒川まつり



トレインフェス



日暮里道灌まつり

(4) 手づくり市

モノづくり作家のオリジナル作品の展示販売を行います。
アクセサリや革細工、木工作品など、様々なジャンルで世界
に一つだけの作品が揃っています。

(5) 尾久の原公園シダレザクラ祭り

都立尾久の原公園とその周辺に植栽されている256本の
シダレザクラを観賞してもらい、区内外に桜の名所として、
広くPRすることを目的としています。ステージショーや
模擬店、野点などを開催しています。

(6) クリエイティブショーケース

日暮里繊維街にゆかりのあるクリエイターやminne作家・
ブランドによる、手作り小物の販売及びワークショップ等を
年4回開催しています。



手づくり市



シダレザクラ祭り



クリエイティブショーケース¹³

2 観光資源を活用した事業

(1) 都電荒川線活用事業

都電沿線区（北区、豊島区、新宿区）、東京都（交通局）と連携したイベントや特別号の運行等の実施

(2) 俳句活用事業

「俳句のまちあらかわ」や「奥の細道矢立て初めの地千住あらかわ」をPRする各種事業を展開（千住まちあるきツアー、フォト俳句コンテスト等）

(3) 産業観光推進事業

製造工程の見学やモノづくりの体験ができる工場・工房等を「モノづくりのまち」荒川区の「モノづくり見学・体験スポット」として紹介



都電ハロウィン号



千住まちあるきツアー



松崎大包堂
【木版画摺】
(町屋)



尚呼
【彫金】
(西日暮里)

3 観光情報の発信

荒川区では、様々な手法を用いて区内外へ情報を発信しています。区報や区ホームページなどの広報媒体はもちろんのこと、以下のような手法でもPR活動を行っています。

(1) インスタグラム

概ね週1回程度、観光イベント情報を写真・動画で紹介

(2) ArakawAmazing!

訪日外国人向け観光WEBサイト（英語・中国語(繁体字・簡体字)・韓国語・日本語の4か国語で対応）

(3) 観光情報PR協力所

区内の観光スポットや店舗を「観光PR協力所」に認定



Instagram

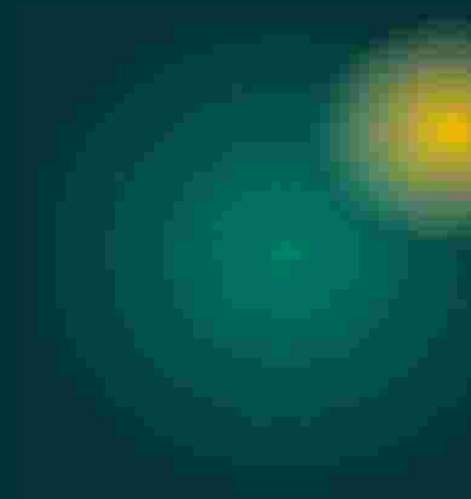


ArakawAmazing!



観光情報PR協力所

03 荒川区の観光施策に係る主な課題



1 新たな観光資源の発掘

ゼロから新しい観光資源を発掘するほか、区内には依然として認知されていない、「埋もれている」観光資源の発掘を行うとともに、魅力ある観光資源を効果的にPRする必要があります。

(例)

- ・ 著名人の墓地
 - ・ 街なかの彫刻作品
 - ・ アニメ資源の活用
 - ・ コト消費化
- etc.

2 観光プロモーション手法

これまでのPR手法等を検証し、より効果的な観光プロモーション手法について検討する必要があります。

その他、近隣区と連携した、効果的な取組についても検討する必要があります。

検討にあたっては、区民が誇りを持って区の魅力（観光資源）を区内外に発信できるよう、シビックプライドの醸成についても考慮する必要があります。

(例)

- ・ 誘客層のターゲット層
 - ・ 情報発信方法
 - ・ 「来てもらう」から「関わってもらう」へ
- etc.