

令和8年度第1回 観光プロモーションに関する分科会 次第

日 時：令和8年6月3日(水) 午後3時30分～

場 所：荒川区北庁舎101会議室

議 題：1 3事業（アラカワカルチャー、荒川遊園夜市、アラカワリンクス）について
2 予算化された2事業（電車×謎解き、ノスタルジックアラカワ）について

1 提案事業ロードマップ

【資料1】

2 議題1 3事業（アラカワカルチャー、荒川遊園夜市、アラカワリンクス）について

（1）アラカワカルチャー

【資料2】

（2）荒川遊園夜市

【資料3】 内部検討用資料のため、掲載していません。

（3）アラカワリンクス

3 議題2 予算化された2事業（電車×謎解き、ノスタルジックアラカワ）について

【資料4】

4 その他

（配付資料）

【資料1】 提案事業ロードマップ

【資料2】 企画書 ARAKAWA PRIDE LAB

【資料3】 荒川遊園夜市検討 内部検討用資料のため、掲載していません。

【資料4】 予算化された2事業について

資料 1

第 1 回観光プロモーションに関する分科会 提案事業ロードマップ

荒川区産業経済部観光振興課

第1回観光プロモーション分科会

提案事業ロードマップ

年度	現在	R8	R9
1	荒川ユナイトーク	民間主体での実施 補助金支援 さらなる支援内容検討 (場所・広報・参加者・賞品等の補助など)	さらなる支援
2	荒川スナック物語	先進事例等調査・事業者調査 民間による企画案検討	
3	ARAKAWAカルチャースクール	内容のブラッシュアップの検討 予算化に向けた詳細検討	実施
4	荒川きれいプロジェクト	多言語案内・ピクトグラムの事例調査 アートトイレ等の周辺自治体・先進事例等調査	
5	荒川異文化ステイ	先進自治体・事業者調査 空き家物件の確認(防災都市づくり部)	

黄色

今年度優先的に
検討する事業

青色

今年度予算化さ
れた事業

第1回観光プロモーション分科会

提案事業ロードマップ

年度		現在	R8	R9
6	荒川マナー		周辺自治体・先進事例等調査 商店街向けキャッシュレス化の促進	実施に向けた課題検討 (費用と効果、スキーム)
7	荒川鉄道都市伝説		実施(契約手続→制作→開催→効果検証)	
8	荒川遊園夜市		夜市実施スキーム検討 単発での実施に向けた課題取りまとめ 遊園課に相談	実施の協議
9	あらかわリンクス		具体化に向けた 仕組み・基準の検討	実施(既存SNSの活用想定)
10	ノスタルジック・アラ カワ		効果検証 グルメマップ・音声ガイド 作成	マナーブック第二弾

黄色

今年度優先的に
検討する事業

青色

今年度予算化さ
れた事業

ARAKAWA PRIDE LAB

ぼくらのまちは、
ぼくらがつくる。

公益社団法人東京青年会議所 荒川地区 | 2026年5月21日



私たちが本当に目指していること（目的）

私たちたちは、単に子ども向けのイベント・事業を実施したい。ということではありません。

私たちが目指しているのは、子どもたちを通して、より良い社会をつくることです。

この事業に関わる子どもたちが、将来、荒川区で活躍する人になる。

小学校で出会ったデザインや地域の魅力が、自分の人生のエッセンスになる。

地域の製造業や商店街に興味を持ち、ここで仕事を探すようになる。

そうした影響を、子どもたち一人ひとりの人生に届けたい。これが、私たちの本当の目的です。

そして、これを本気で実現するためには、

観光振興課・教育委員会・防災課・地域経済・広報・PTA・地元企業――

荒川区全体が「横串」でつながる必要があります。

だからこそ、この企画の中で「横串を刺す進め方の型」も、意志ある同士と一緒に作り、形として残していきたいです。

観光プロモーション分科会 × 公益社団法人東京青年会議所 荒川地区

青年会議所（JC）だけでは、目的を達成することはできません。
観光プロモーション分科会をはじめ、
各関係者と密接な連携をはかり、実現していきたいです。

2026 → 2029 荒川を横でつなぐ3年計画

ARAKAWA PRIDE LAB

「ぼくらのまちは、ぼくらがつくる。」

主目的 — 本当に届けたいもの

子どもたちを通して、
より良い社会をつくる

将来、荒川区で活躍する人になる
小学校で出会った地域の魅力が、人生のエッセンスになる
地域産業に興味を持ち、地域とつながり続ける大人になる

▼ これを本気で実現するために ▼

手段 — そのための土台

荒川区全体に「横串を刺す進め方の型」を作る

シビックプライド醸成を入口に、観光・教育・防災・地域経済を全部つなぐ進め方の仕組みを構築する

本年度の
実施する事業

3年計画：予算と実証の戦略タイムライン

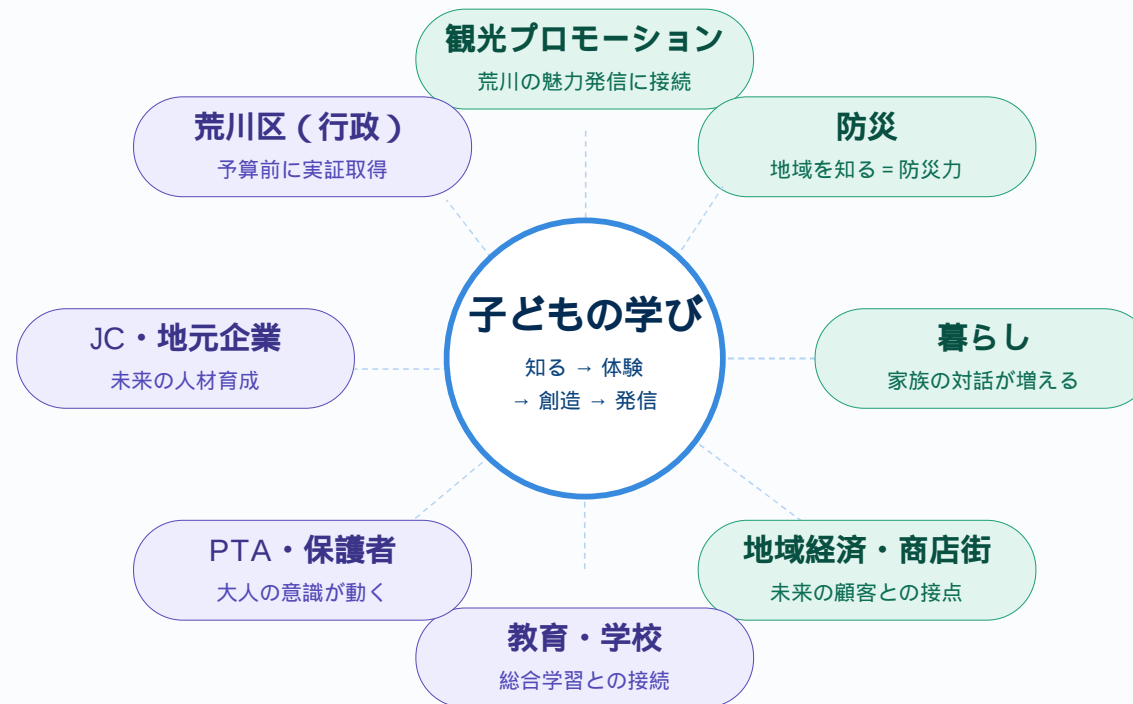
ピンを一個向こうにする – アイデア→実証→予算化→本実施 の流れに組み替える

	R8（2026年度）実証	R9（2027年度）予算化・設計	R10（2028年度）本実施
キーメッセージ	予算化に走らず 子どもに届くか実証する年	ピンを一個 向こうに置く年	子どもたちに きちんと届ける年
4～6月	JCが企画を実行 区はシティプロモーターで応援	R8実証のまとめ 区行政と協議開始	横串が刺さった状態で 本格実施
7月 予算提出	あえて出さない 実証期間に充てる	施策として予算提出 R8の実体験を根拠に	継続予算提出 成果ある状態で次年度へ
8～12月	パイロット実施 子どもの声と変化を記録	横串計画を 区行政と一緒に設計	学びと変化を 発表会で発信
1～3月	実証データ集約 Co benefit可視化	R10の枠組み合意 一個先のピンを設定	荒川モデルとして確立 教育効果＋型の両立

3年で「子どもの未来を動かす」＋「横串の型を残す」を同時に実現

Co benefit射程図（波及効果）

子どもの学びを起点に、8つの領域へ影響が広がる



Co benefit / これらの便益が広がる先で、子どもたちの未来がより豊かになる。

それが、私たちが本当に目指している到達点です。

Co benefit射程図（波及効果）

子どもの学びを起点に、8つの領域へ影響が広がる

領域	具体的なCo benefit 例
観光プロモーション	子どもが学んだ荒川の魅力が、発表会等を通じて外部に発信される。新しい観光導線が生まれる
防災	地域を知ること自体が、災害時の判断力につながる。子どもを通じて家族の防災意識が上がる
暮らし	子どもが家で「今日学んだこと」を話す。家族の対話・地域への関心が増える
地域経済・商店街	フィールドワークで子どもが商店街・地元企業を訪問。未来の顧客・未来の働き手との接点が生まれる
教育・学校	総合学習として接続。先生の負担を増やさず、深い学びを実現できる
PTA・保護者	子どもの学びを通じて、大人の意識が動く。地域参加への入口になる
JC・地元企業	教育事業として運営に関わることで、JCメンバー自身の人材育成にもなる
荒川区(行政)	予算を組む前に、実証データが取れる。R9の予算化判断材料になる

子どもに届けるための「横串」設計図

ゴール — 子どもたちのプログラムをきちんと届ける

そのために、R9で以下の6部署を「一本の横串」で貫く体制を構築

▼ 6つの部署を横串で貫く ▼



↑ 一本の横串で6部署を貫く = 子どもに届けるための連動設計

1年半で達成したい実績

- 子どもたちの人生に、地域とのつながりを残せた
- そのために荒川区を横でつなぐ型を、一緒に作れた
- ピンを一個向こうに置いて、まちと人を動かせた

*横串の型は目的ではなく、子どもの未来をより良くするための手段

子どもたちを通して、より良い社会をつくる。

東京青年会議所荒川地区として、
本年度、具体的に何を実施するのか？

2026 → 2029 荒川を横でつなぐ3年計画（再掲）

ARAKAWA PRIDE LAB

「ぼくらのまちは、ぼくらがつくる。」

主目的 — 本当に届けたいもの

子どもたちを通して、より良い社会をつくる

将来、荒川区で活躍する人になる。小学校で出会った地域の魅力が、人生のエッセンスになる。
地域産業に興味を持ち、地域とつながり続ける大人になる。

▼ これを本気で実現するために ▼

手段 — そのための土台

荒川区全体に「横串を刺す進め方の型」を作る
シビックプライド醸成をテーマとした事業を入口に、
観光・教育・防災・地域経済を全部つなぐ
進め方の仕組みを構築する

本年度、青年会議所が
主体となり実施していきます。

シビックプライド醸成における理想と現実のギャップ

目指す姿

- 地域の魅力を自分の言葉で説明できる
- 地域と積極的に関わっている
- 主体的に情報を発信している
- 地域を「自分ごと」として捉えている

現在の実態

- 地域の魅力を説明できる子どもが少ない
- 地域との関わりが限定的・一過性
- 発信の機会がほとんどない
- 受動的な学びに留まっている

地域資源に触れる機会は一定程度存在するものの、
子どもたちが主体的に理解し、自分の言葉で語るまでには至っていません。
地域との関わりが一過性であるため、
継続的な愛着形成につながりにくい状況が見受けられます。

既存施策の限界と真因 (JCが過去5年間STEAM教育等の事業を実施して感じたこと)

体験はあるが、単発で終わる

地域体験型の施策は存在するものの、イベント単体で完結してしまい、学びが継続しません。

思考・発信のプロセスが不足

「体験する」ことはできても、その経験を深く考え、外部へ発信するプロセスが設計されていません。

主体性を引き出す設計が弱い

子どもが「自分ごと化」するための仕掛けが乏しく、受け身の参加に終わりがちです。

真因

「体験→思考→発信」という一連の流れが設計されておらず、子どもたちが地域との深い関係性を築く機会が不足しています。これらの構造的な要因が、シビックプライド醸成を阻害していると考えており、また、青年会議所のノウハウだけでは、限界があるため、区内有識者の協力・支援が必須不可欠です。

企画で大切にしたいこと

地域を知る

子どもたちが荒川区の歴史・文化・産業など、地域の魅力をしっかりと理解している。

自分の言葉で語る

地域への想いや魅力を、自らの言葉で堂々と語ることができる。

関わり続ける

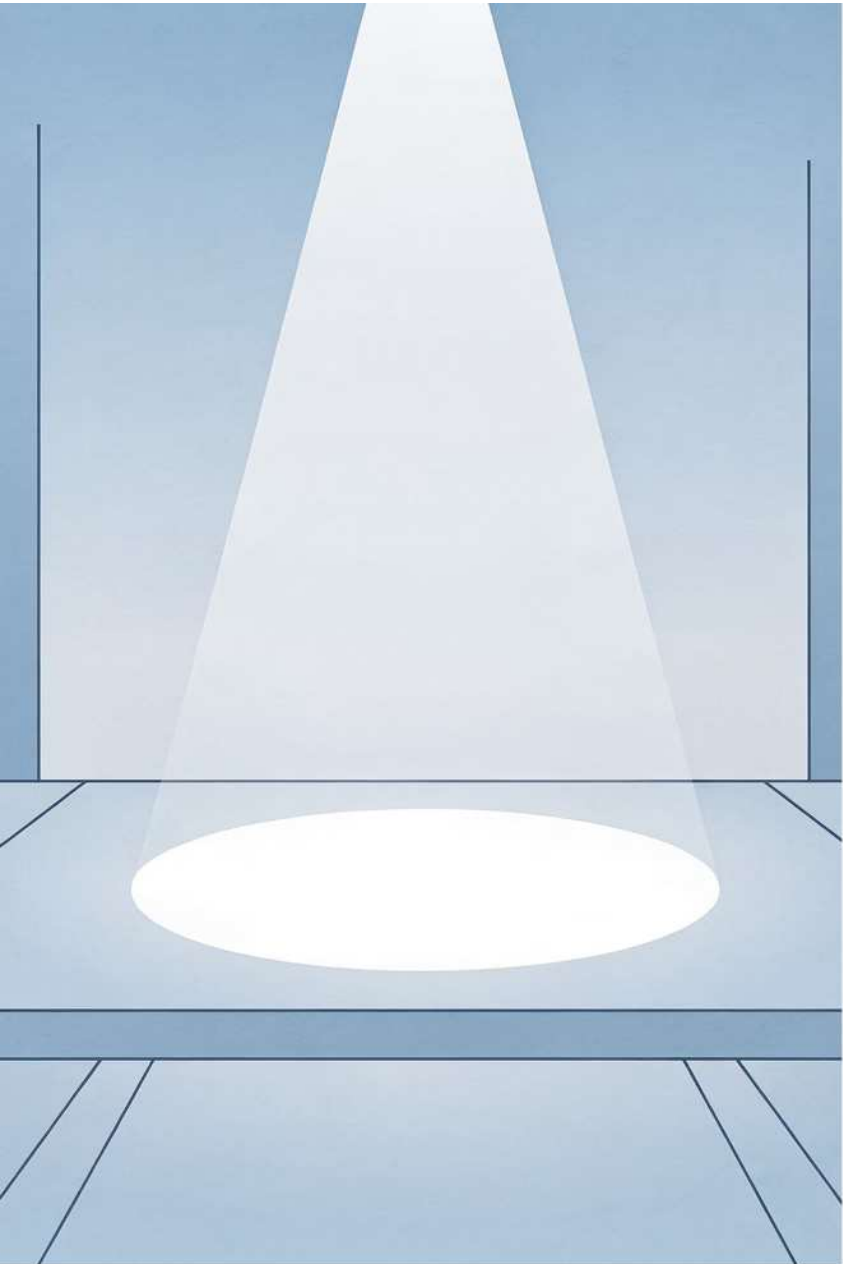
成長した後も、地域との関わりを持ち続ける意思と愛着を育む。

内外へ発信する

荒川区の魅力が子どもたちの手によって、地域内外へ広く発信されている。

子どもたち一人ひとりが地域の価値を理解し、自信をもって発信できる状態を実現することが重要です。その積み重ねが、地域を支える人材の育成につながり、持続的な地域社会の基盤となります。





解決すべき

本質的課題

「知る機会」はある。
しかし、「自分ごと化」と「発信の機会」が決定的に不足。

単なる知識の習得ではなく、地域を自分ごととして捉え、主体的に発信する経験こそが、シビックプライドの醸成において不可欠です。現在の課題は、その一連の機会が十分に提供されていない点にあります。知ることから、感ずること・伝えることへのこの転換が必要です。

対象と巻き込み先

ターゲット

荒川区内小学校 5～6年生

主体的な思考力と発信力が育まれる年代。
地域への関心が形成される重要な時期です。

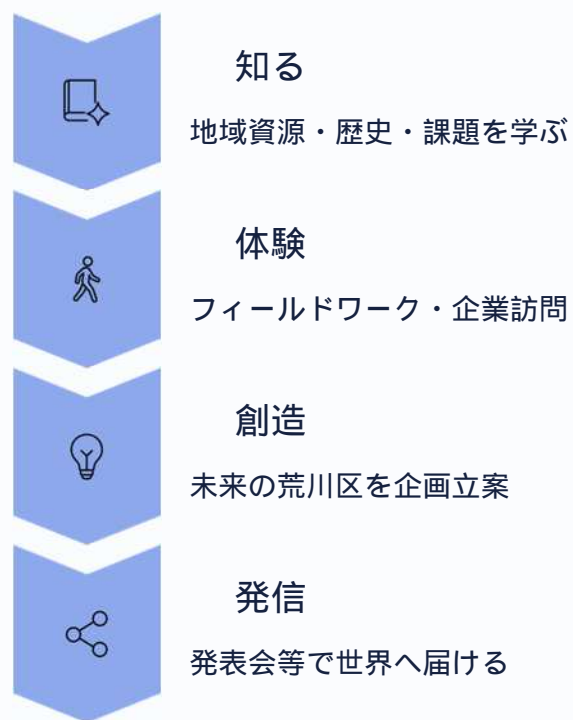
パートナー

次年度以降も連携していきたい
パートナーの皆様

- 荒川区（教育・観光・産業経済）
行政との連携で事業の公信力と継続性を担保します。
- 荒川区シティプロモーター
認定シティプロモーターと連携し、子どもたちと一緒に情報を発信していただきます。
- 地元企業・商店街
実社会との接点を生み出し、学びの実効性を高めます。
- 学校・PTA
教育現場との協力で、子どもたちの参加を後押しします。
- JCメンバー
本事業の企画、運営を実施します。

企画概要

「知る・体験する・考える・発信する」という一連のプロセスを設計した、
全4フェーズのプログラムです。



特に「発信フェーズ」を組み込むことで、学びを外部へ展開し、
子どもたち自身の主体性と達成感を高めることが本事業最大の特徴です。



各フェーズ概要

フェーズ : 知る・体験する



知る：地域資源・課題の学習

荒川区の歴史・産業・文化・地域課題について、インタラクティブな授業形式で学びます。「なぜ荒川区はこんなにも面白いのか」を深掘りするセッションです。



体験：フィールドワーク・企業訪問

地元の商店街・企業・施設を実際に訪問し、働く大人たちと対話します。教室では得られないリアルな地域の姿に触れることで、学びを自分ごと化します。

フェーズ : 創造・発信



創造：未来の荒川区の企画立案

「もっとこうなったらいいな」という視点から、子どもたちが荒川区の未来を自ら企画します。グループワークを通じて、創造力と地域への当事者意識を育てます。



発信：発表会等

学んだこと・考えたことを発表会などの場で地域に向けて発信します。自分の言葉で語る達成感が、シビックプライドの核となります。

企画内容（案）

ARAKAWA PRIDE LAB 「ぼくらのまちは、ぼくらがつくる。」

コンセプト：子どもたちが「荒川未来クリエイター」となり、地域を知り、体験し、自ら考え、地域の魅力を発信する1日探究プログラム。

単なる地域体験ではなく、知る → 体験 → 創造 → 発信を一日で回し、地域を「自分ごと」に変える。

対象：荒川区内小学5～6年生30～50名を想定。1グループ5～6名。各グループにJCメンバーやシティプロモーターがメンターとしてフォロー。

実施日：2026年8月予定 **実施日は現在検討中です**

会場：区内会議室（ふれあい館やサンパール荒川、ふらっと日暮里など）

実施までの流れ

時期	内容	詳細
5月下旬	企画構想整理	目的・コンセプト・4フェーズ整理
6月上旬	行政説明・協議	観光振興課・教育委員会等へ説明
6月中旬	協力先調整	商店街・施設・企業へ協力依頼
6月下旬	シティプロモーター説明会	役割共有・伴走設計
7月上旬	参加者募集開始	学校配布・SNS・PTA等
7月中旬	プログラム詳細設計	クイズ・ワークシート・動線作成
7月下旬	現地見・安全確認	移動ルート・熱中症対策確認
8月上旬	最終調整	チーム編成・備品確認
8月中旬	運営スタッフ説明会	役割確認・ロープレ
8月22or23日	本番実施	ARAKAWA PRIDE LAB開催
8月下旬	実施レポート作成	写真・アンケート・成果整理
9月	行政共有・次年度協議	成果共有・横串連携検討

タイムライン（案）			進行
START	END		
9:30	10:00	(0:30)	受付
9:30	10:00	(0:30)	受付・チームごとに着席
10:00	10:20	(0:20)	Opening
10:00	10:02	(0:02)	司会進行挨拶
10:02	10:05	(0:03)	本日の目的・流れ・注意事項
10:05	10:15	(0:10)	グループ内自己紹介
10:15	10:20	(0:05)	全体ミッション説明
10:20	10:50	(0:30)	Phase 知る「荒川クイズバトル」
10:20	10:25	(0:05)	導入
10:25	10:45	(0:20)	Quiz形式による荒川区の魅力理解
10:45	10:50	(0:05)	振り返り
10:50	10:55	(0:05)	休憩
10:55	11:15	(0:20)	移動（各訪問先へ）
11:15	12:05	(0:50)	Phase 体験「荒川まち探検」
11:15	11:20	(0:05)	導入
11:20	12:05	(0:45)	フィールドワーク(→商店街や公園、企業、歴史資源、観光スポットノ→地域の人にインタビューノ→一番ワクワクする写真を撮影しよう！)
12:05	12:25	(0:20)	移動（全体会場へ）
12:25	13:10	(0:45)	昼食
13:10	13:50	(0:40)	Phase 創造「荒川未来会議」
13:10	13:15	(0:05)	導入
13:15	13:45	(0:30)	「もっとこなったらいいな！の観点で未来の荒川区が考える」（私たちが着目した荒川区の魅力/さらにより良くなるためには？どのような課題が？未来に向けたアイディア 例）週末限定！荒川版のキッズニアをつくろう！
13:45	13:50	(0:05)	振り返り
13:50	13:55	(0:05)	休憩
13:55	15:35	(1:40)	Phase 発信「ARAKAWA FUTURE EXPO」
13:55	14:00	(0:05)	導入
14:00	14:40	(0:40)	発表準備 →模造紙、写真貼付、タイトル作成(シティプロモーター「どう伝えたら面白い？」編集サポート)
14:40	14:50	(0:10)	休憩
14:50	15:15	(0:25)	各グループの発表1G3分×5分＋講評3分
15:15	15:25	(0:10)	シティプロモーターによる投稿(→フィールドワークで撮影した写真や子どもたちのアイディアを実際にシティプロモーターがSNSで投稿する→投稿の結果は後日子どもたちにフィードバック)
15:25	15:35	(0:10)	全体講評 ご来賓の方に講評いただく
15:35	16:00	(0:25)	Ending
15:35	15:50	(0:15)	未来荒川クリエイター認定証授与
15:50	15:55	(0:05)	まとめ
15:55	16:00	(0:05)	全体集合写真
16:00			終了・解散

効果検証の指標

「楽しかった」では終わらせない。「子どもの変化」「横串連携」で成果指標を設計。
参加者、連携パートナーの「行動変容」に指標をおきます。

メインの達成目標は『子どもたちの人生に地域とのつながりを残す』『そのための横串の型を作る』

子どもの変化

シビックプライド指標と行動変化を5段階アンケートで計測。
子どもの声が最重要エビデンス。

<当日アンケート>

/荒川区の魅力を説明できる/荒川区が好き地域に関わりたい
/誰かに荒川を伝えたい//自分がまちを良くできると思う

<後日アンケート 行動変容>

子ども

家族に荒川の話をした/また行きたい場所ができた
荒川の魅力を説明できる / 誰かに伝えた / 地域に興味を持った

横串成果

観光・教育・防災等の連携部署数等の実績を可視化。
また、今後も連携していきたいと表明してくださるパートナー数。

指標例

連携部署数 / 協力商店街数 / 協力企業数 /
シティプロモーター参加数 / 地域関係者参加数

<アンケート 行動変容>

連携パートナーに向けて調査

次年度も協力したい / 他部署とも連携したい /
子ども向け事業を増やしたい / 地域との接点価値を感じた 等

「自分の言葉で、自分たちの街の魅力を
語れるか？」

「地域全体で子どもを育てる空気が
生まれたか？」

今後の展開



学校連携による継続事業化

単年度のイベントで終わらず、学校のカリキュラムや総合学習と連携した継続的なプログラムへと発展させます。



観光・地域経済との連動

子どもたちの発信が荒川区の観光PRや地域経済の活性化にも貢献できる仕組みを構築します。



他地域への展開

荒川区での成功モデルを体系化し、全国の市区町村が参考にできるシビックプライド醸成の先進事例として発信します。



3年計画：予算と実証の戦略タイムライン

ピンを一個向こうにする – アイデア→実証→予算化→本実施 の流れに組み替える

	R8（2026年度）実証	R9（2027年度）予算化・設計	R10（2028年度）本実施
キーメッセージ	予算化に走らず 子どもに届くか実証する年	ピンを一個 向こうに置く年	子どもたちに きちんと届ける年
4～6月	JCが企画を実行 区はシティプロモーターで応援	R8実証のまとめ 区行政と協議開始	横串が刺さった状態で 本格実施
7月 予算提出	あえて出さない 実証期間に充てる	施策として予算提出 R8の実体験を根拠に	継続予算提出 成果ある状態で次年度へ
8～12月	パイロット実施 子どもの声と変化を記録	横串計画を 区行政と一緒に設計	学びと変化を 発表会で発信
1～3月	実証データ集約 Co benefit可視化	R10の枠組み合意 一個先のピンを設定	荒川モデルとして確立 教育効果＋型の両立

3年で「子どもの未来を動かす」＋「横串の型を残す」を同時に実現

成果検証を活かし
R9予算化・設計へ
(実行委員会組織等も検討)

第 1 回観光プロモーションに関する分科会 予算化された 2 事業

荒川区産業経済部観光振興課

第1回観光プロモーション分科会

予算化された2事業

1 電車×謎解き < 提案07：荒川鉄道都市伝説（仮称） >

- 基本的方向性：荒川区内を走る鉄道をテーマに6問程度（増える可能性あり）の問題を作成し、荒川区全域を周遊してもらう
- 開催時期：R8.11.1～R9.1.11（観光振興課で開催するデジタルスタンプラリーも同期間に重ねることで相乗効果を狙う予定）
- 参加料：無料
- キット配布場所：区施設、区外観光案内所などで紙キットを配布、また特設サイト上でPDFでも配布
- ターゲット：荒川区に観光に来る人。難易度は高校生レベル（難しめ）を想定しているが、回遊性を上げるために難易度を下げる可能性もあり
- 制作物：キット：10,000部、チラシ：10,000部、電車内掲出用ポスター（京成・都電・ライナー）など
- 今後の予定　5月：ロケハン・コンセプト作成　6～7月：タイトル・キャッチコピー検討、キービジュアル・シナリオ・謎制作
8～9月：キットデザイン／製作、ホームページ構築、チラシ作成　9月末～：広報開始
10月末：キット等納品　11月～1月：イベント実施

2 手書きおさんぽマップ < 提案10：ノスタルジック・アラカワ（仮称） >

- 内容：区内の穴場スポット（飲食店含む）等を盛り込んだ観光ランドマークを手書きで掲載するお散歩マップ（英語併記で作成）
二次元バーコードを活用した音声ガイドを掲載
- 今後の予定　6月：入札　7月～10月：作成作業　10月：発行