

令和８年度第２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８月２４日(月) 午前１０時～

場 所：荒川区本庁舎３０５会議室

議 題：１ 提案いただいた事業について
２ 観光振興懇談会について

１ 提案いただいた事業について

【資料１】プロモーション企画案について（令和８年度８月時点）

【資料２】Arakawa Pride Lab（令和８年８月時点情報）

【資料３】アラカワ・リンクス報告書

２ 観光振興懇談会について

【資料４】荒川区観光振興懇談会

３ その他

（配付資料）

【資料１】 プロモーション企画案について（令和８年度８月時点）

【資料２】 Arakawa Pride Lab（令和８年８月時点情報）

【資料３】 アラカワ・リンクス報告書

【資料４】 荒川区観光振興懇談会

観光プロモーション分科会の提示案について
(令和8年度8月時点)

番号	タイトル	区の見解				
		観光視点での評価	想定する実施主体	(区で実施する場合の)短中期の実現性	(民間で実施する場合の)補助金等活用施策	コメント
1	荒川ユナイトーク		民間	-	・荒川区にぎわい創出事業(産業振興課)	・現在、民間団体にてプロトタイプを実施中。 ・民間団体主導で運営することにより、自治体の施策・予算費目・公平性確保等の制限を受けることなく、自由な発想で取組を拡大することができ、さらなる発展を見込めると考える。 ・区からの後援に際しては事業目的の明確化が必要。
2	荒川スナック物語	○	民間	-	・観光振興事業補助金(観光振興課) ・荒川区にぎわい創出事業(産業振興課)	・これまでにない発想であり区の有力な観光資源の一つとなりうる。しかし、スナックは風営法の範疇であり、区主体の事業展開(直接実施)はハードルが高いと考えられる。 ・補助金の活用の際は、補助対象者が補助要件に合致するか確認する必要がある。
3	ARAKAWA CULTURE & FUTURE LAB ARAKAWA カルチャースクール～子どもたちの未来デザイン塾～		民間	-	-	・令和8年度、東京青年会議所荒川区委員会で先行実施予定。 ・区からの支援体制に関して、どのようなスキームで実施するか(どの部署が窓口・主管となり、ほかにどの部署がどのように支援するか)について、調整が必要である。(その前段として、事業目的の明確化が必要)
4	荒川きれいプロジェクト ARAKAWA CLEAN & WELCOME INITIATIVE		区(および都・交通事業者など)	低	-	・トイレという観点で観光やまちづくりを進める取組である。 ・観光にも寄与する部分はあるが、基本的には地域インフラ構築に関する施策であり、その施策(防災都市づくり部のトイレ整備方針)との整合性を踏まえた上で、どう観光資源として活用するか、総合的な観点で検討する必要がある。 ・トイレ整備に関しては、公衆衛生の観点から誘致圏500mで区内全域を網羅するように設置してきた。また、和式トイレ、老朽化したトイレ、女性用がないトイレから優先的に改修している。 ・観光的視点では、「三ノ輪橋停留場前トイレ」で都電停留場と合わせレトロ口調に整備した実績があるが、事例は多くなく、高コストになりがちで、それに対する理解を得ることにハードルが高い部分がある。
5	荒川異文化ステイ ARAKAWA CULTURE STAY PROJECT	○	民間	-	・空き家利活用事業補助金(住まい街づくり課) ・空家利活用創業賃料支援事業補助金(経営支援課)	・既存の補助事業を利用して空き家活用を進めることは可能。 ・宿泊施設については、区での民泊に係る強い規制、適切な場所の確保、空き家活用の方法、実施主体、周辺住民の理解など複数の課題が考えられ、様々な観点からの検討が必要である。
6	荒川マネー～地域で稼ぎ、地域で使う、新しい荒川経済圏～ARAKAWA LOCAL MONEY PROJECT		区	低	-	・地域通貨の維持運営の経費に膨大なコストを要することが課題。 ・利用者側の利便性も含め、他自治体の事例を踏まえて検討する必要がある。
7	荒川鉄道都市伝説～消えた駅と3つのヒミツ～	○	区・民間	高	-	・令和8年度は区で実施。

観光プロモーション分科会の提示案について
（令和8年度8月時点）

番号	タイトル	区の見解				
		観光視点 での評価	想定する 実施主体	（区で実施する 場合の）短中期 的実現性	（民間で実施する 場合の）補助金等 活用施策	コメント
8	荒川遊園夜市	○	区・民間	中	（該当なし）	・あらかわ遊園の収支改善に向けて、夜間の活用について実施方法を検討中。 ・実施に当たっては、既存の売店事業者との調整が必要 ・令和9年度中の実施に向けて検討中
9	あらかわリンクス		区・民間	-	（該当なし）	・区内事業者の横の連携、ネットワークを強化していくことは、区としても今後の課題と認識しているが、既に存在している他事業（LANP、MACCなど）や新エコシステムとも類似・重複している部分があり、これらとのすみわけの定義（場合によっては統合・整理）の検討が必要である。 ・区の方針として、SNSの取組としては一方向の情報提供でのみ利用し、双方向コミュニケーションとしては利用しないこととしている。
10	ノスタルジック・アラカワ Nostalgic Arakawa	○	区・民間	高	・観光振興事業補助金（観光振興課）	・観光ガイドブックは令和7年度に作成済、手書きおさんぽマップは令和8年度中に作成予定。

ARAKAWA PRIDE LAB

ぼくらのまちは、
ぼくらがつくる。



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、意志ある同士で一緒に作り、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 × ARAKAWA PRIDE LAB 実行委員会

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

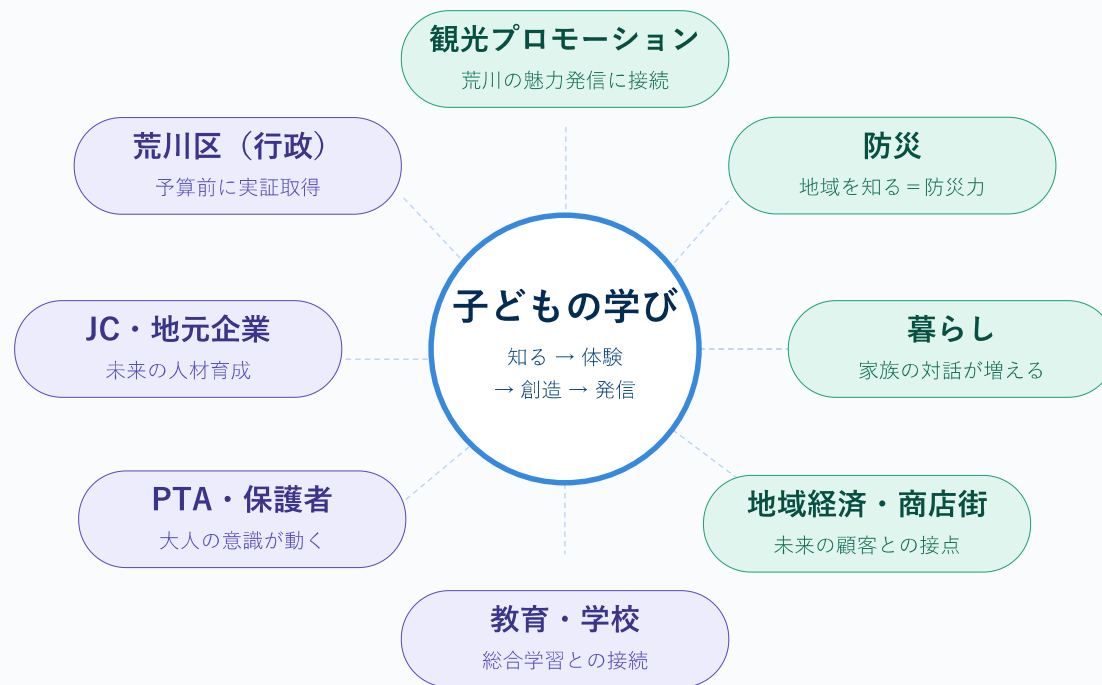
ピンを一個向こうにする — アイデア→実証→予算化→本実施 の流れに組み替える

	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、SNS・発表会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

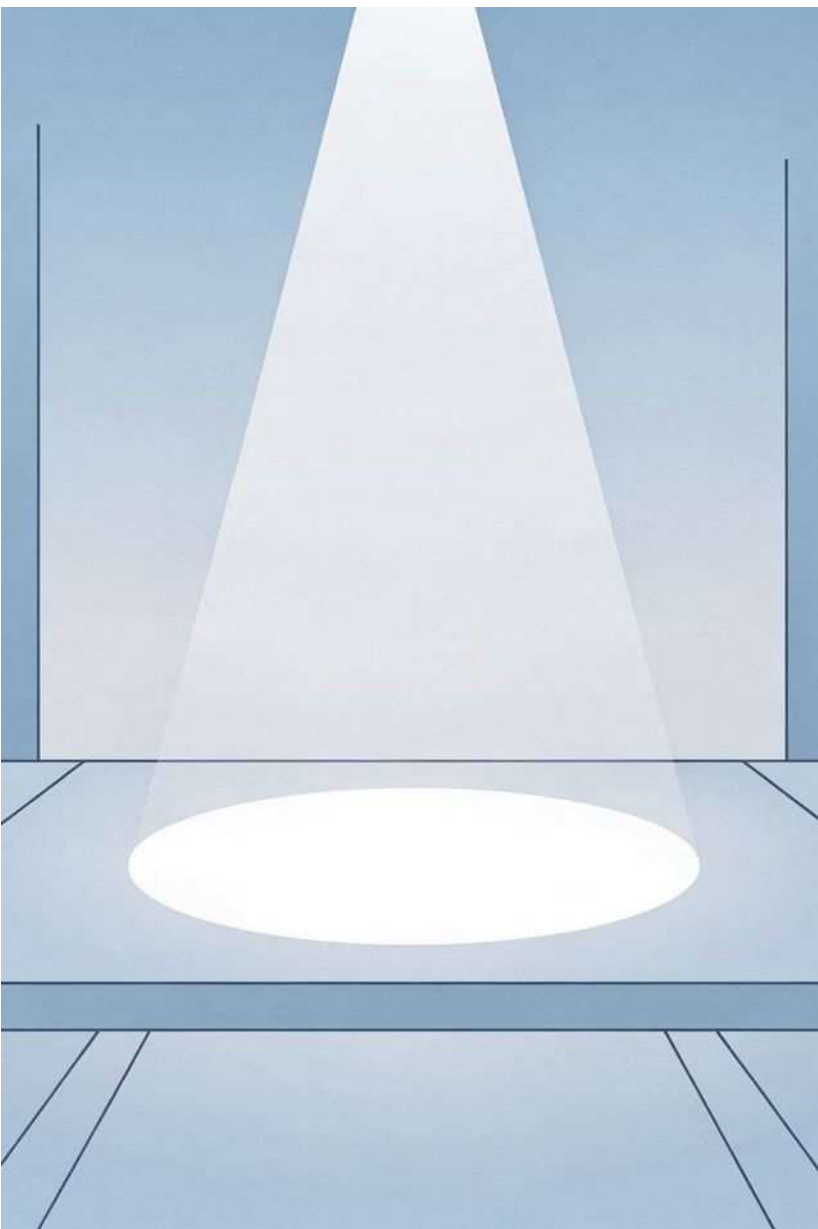
成長した後も、地域との関わりを持ち続ける意思と愛着を育む。

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、感じること・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・防災）
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。



① 知る

地域資源・歴史・課題を学ぶ

② 体験

フィールドワーク・企業訪問

③ 創造

未来の荒川区を企画立案

④ 発信

SNS・発表会で世界へ届ける

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①②：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③④：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：SNS・発表会

学んだこと・考えたことをSNSや発表会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3～6年生30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9月5日(土)
- 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	現地下見・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
9月5日	本番実施	ARAKAWA PRIDE LAB開催
9月中旬	実施レポート作成	写真・アンケート・成果整理
9月下旬	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)	Phase① 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)	Phase② 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／→地域の人にインタビュー／→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)	Phase③ 創造「荒川未来会議」
13:10	13:15	(0:05)	導入
13:15	13:45	(0:30)	「もっとよかったらいいな！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/さらにより良くするためには？どのような課題が？未来に向けたアイデア 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)	Phase④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(※シティブロモーター「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1G 3分×5分+講評3分
15:15	15:25	(0:10)	シティブ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アを実際にシティブロモーターが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』

① 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

② 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？」

R9（2027年度）以降に展開していくこと



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。

横串のつながりをさらに強化し、
子どもたちを通して、より良い社会をつくる



R9（2027年度）以降に展開していくこと

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		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		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	8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)

2026年8月

ARAKAWA Links

アラカワ リンクス
報告書

ARAKAWA LINKS

実証実験

対象：荒川街ゼミ（約34事業者）

ツール：LINEオープンチャット

期間：2026年7月13日～2026年8月8日（現在進行中）

34事業者中9割がLINEオープンチャットに参加

中小企業診断士・荒川区・実行委員含め現在47アカウントが参加中

**実施にあたり、キックオフの説明会やスナックでの懇親会にて
意見出しや横の繋がりを作る作業を行ってスタートしました。**



実証実験②

メリット：

- ・街ゼミを成功させるために各事業者様が独自に行っている宣伝や活動をどんどん入力（シェア）をするようになった。
- ・荒川区や実行委員に質問や意見がどんどん出るようになった。
- ・個店で抱えている課題やニーズを相談や入力すようになった。

課題：

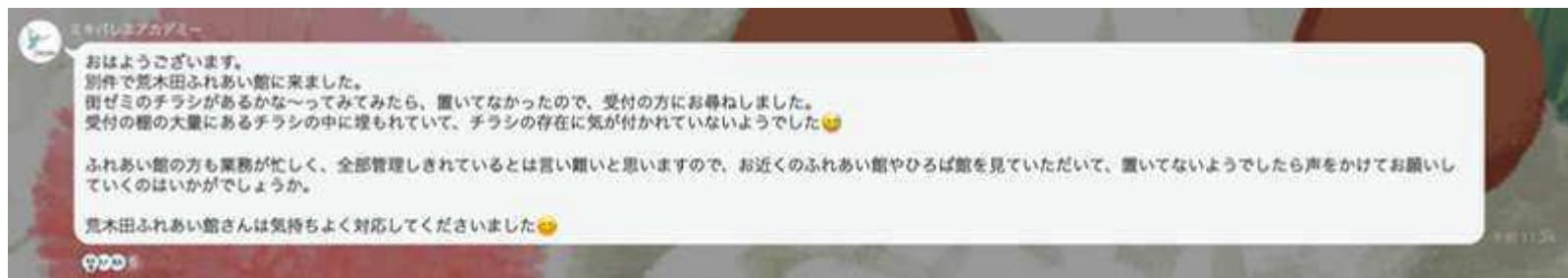
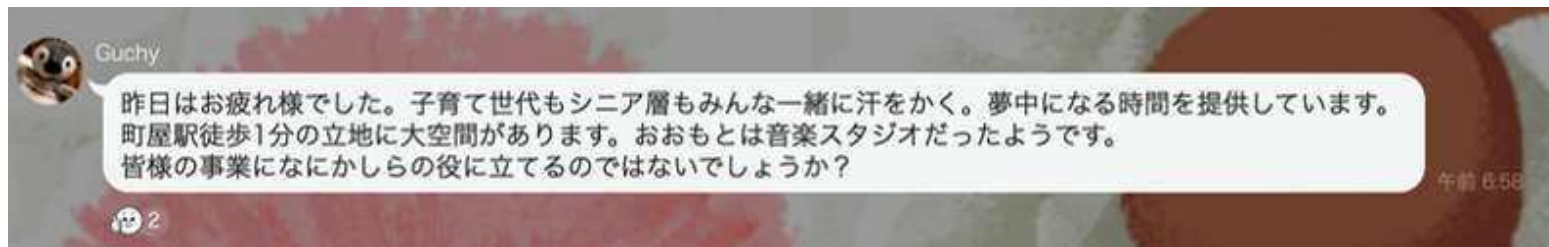
- ・過去の投稿がどんどん後ろにいつてしまい、埋もれてしまう。
- ・興味がないこともどんどん流れてくるので見なくなってしまうそう。

意識していること：

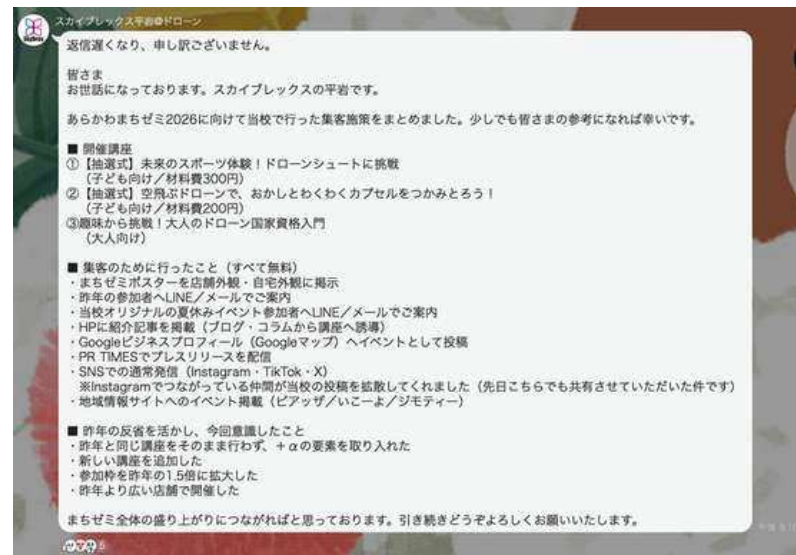
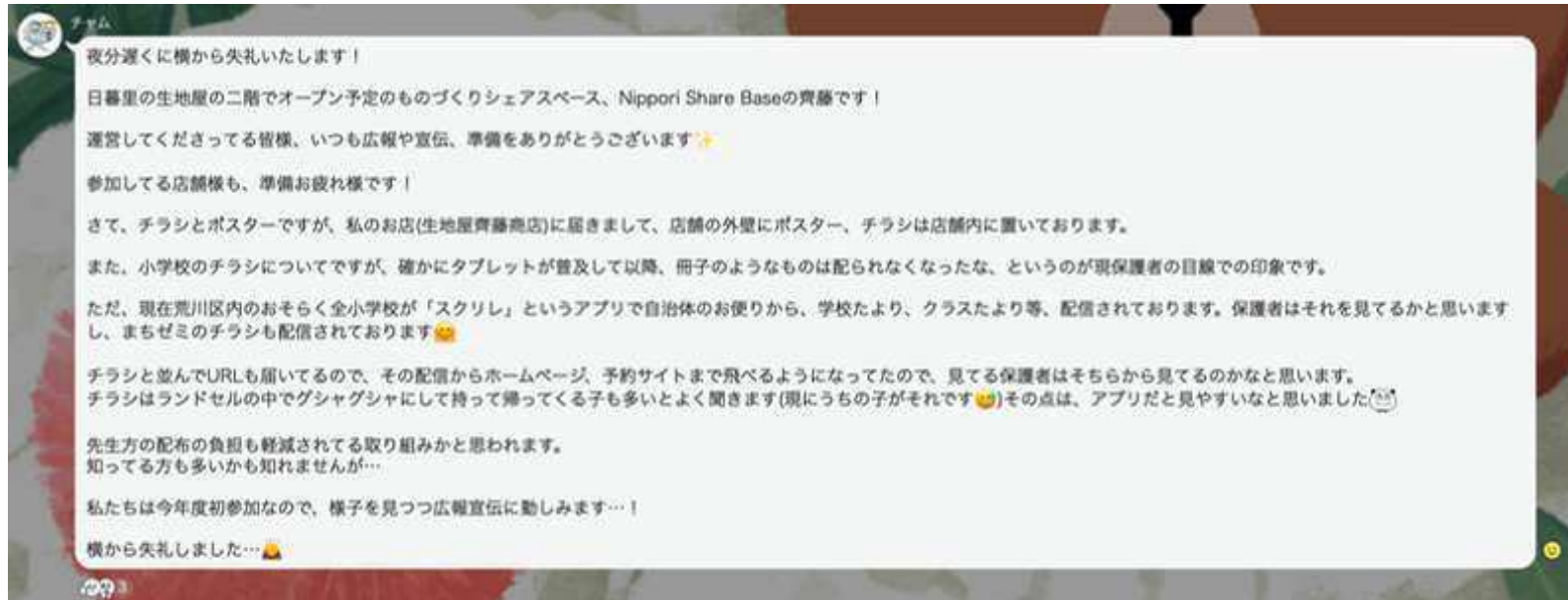
- ・実行員（私）がどんどんリアクションをする。
- ・なるべく肯定的な反応をして皆さんにどんどん意見出しをしてもらえるようにしている。
- ・懇親会を2か月に1回行い、なるべく顔見知りになって、コミュニケーションを取りやすくする。

みなさんからの声

- ①意見は出しやすくなった。
- ②懇親会もあるので顔見知りが増えた。
- ③コラボやお互いお仕事を触り合うようになった。
- ④仲間が出来た感覚がある
- ⑤どんどんいろんな内容が来るから置いてかれてしまう。
- ⑥街ゼミ以外のことをアップしたいが、上げていいのか？わからない
上げたが流れていってしまう。



実施のやり取り



今後のPOC

何かのツールで部屋わけしてあげないと発信したことが発信・受信できない。

LINEのオープンチャットを何個か作り、テーマを変える。

チャットワークで有料で分ける

Slackで部屋わけをする（品川区実践中）

facebookメッセンジャーグループをいくつか作る。（LINEと変わらない）

ITリテラシーの低い方はどうすれば良いか？

リアルな説明会をオンライン・リアルで開催する。

商店街や町会に加入してもらい情報を掴んでもらう。

現在は以上となります。

※シティープロモーターのLINEグループはほとんど動いていないのが現状。しっかりと全体で考えいく必要あり。

資料 4

第 2 回観光プロモーションに関する分科会 荒川区観光振興懇談会

荒川区産業経済部観光振興課

第2回観光プロモーション分科会

荒川区観光振興懇談会

1 目的

観光に関する様々な分野の有識者等で構成する機関を設置し、区の観光振興の目指すべき方向とその実現のための具体的施策について検討を行う。

2 内容

本年度から座長が変わり、新座長の意向により荒川区の観光振興の進捗状況や現状を調査（再点検）し、時代に即した観光振興施策の方向性について、検討することとした。

3 令和8年度の荒川区観光振興懇談会スケジュール案

時期（令和8年度）	内容
7月28日	第28回観光振興懇談会（議題共有及び各団体へ課題・意見等の確認依頼）
7月～8月	各団体における課題・意見等の確認とりまとめ作業
9月24日	第29回観光振興懇談会（各団体から課題・意見等の報告）
11月～12月	第30回観光振興懇談会（今後の観光振興の方向性の提案・検討）
12月	荒川区基本構想（行政運営計画）への必要内容の反映

第2回観光プロモーション分科会

荒川区観光振興懇談会

4 荒川区観光振興懇談会委員（令和8年7月28日時点）

区分	所属	氏名（敬称略）
学識経験者	立教大学観光学部観光学科教授	羽生 冬佳
	（株）マインズコンサルティング代表取締役	稲田 裕司
観光・交通関係者	（一社）全国旅行業協会専務理事	菅井 雅昭
	（株）地球の歩き方観光マーケティング事業部ソリューション室	本間 雅恵
	東京都交通局荒川電車営業所長	佐藤 浩
区内産業団体	東京商工会議所荒川支部会長	富永 新三郎
	荒川区商店街連合会会長	二瓶 功
	（公社）東京青年会議所荒川区委員会委員長	飯田 武彦
	東京日暮里繊維卸協同組合理事長	山田 章博
行政	東京都産業労働局 観光部振興課長	堂田 裕章

5 参考（荒川区観光振興における4つの基本的方向性）

- 1 地域の魅力を探す、見つける、演出する、作り出す（発掘）
- 2 観光客が安心して快適に過ごせる受入体制整備（おもてなし）
- 3 訪れる機会をつくる国内外への情報発信（PR）
- 4 区内外の組織・団体等とのさらなる連携強化（連携による相乗効果）