

ページ 2

Basic Information / 基本情報

事業名称

To the world:Come and Discover the Charmes of ARAKAWA!!

Duration / 開催期間

説明：～年～月 から ～年～月まで

2015年7月7日(火)

2015/7/7 Tue

Staff / スタッフ

説明：青年会議所メンバーの参加人数

例：何人 ○○member

286人

286 members

Sponsors / 支援者

説明：青年会議所以外のメンバーがいる場合のみ記載してください

例：○○市ボランティア団体等

荒川区

協力団体

東京商工会議所荒川支部

東京日暮里繊維卸組合

日暮里マルシェ

在日本朝鮮荒川青年商工会

あらかわもんじゃ学研究会

公益社団法人荒川法人会

帝京科学大学

あらかわもんじゃ学研究会

あらかわライフ

日暮里駅、他多くの団体、企業

Arakawa Ward

Local organizations

Local university

Etc.

Budget 予算

説明：ドルで表示してください。

例：1万円なら one hundred dollar

**\$7,000**

U.S.\$7,000

Profit / Loss 利益／損失

説明：基金を集めること以外は、0にしてください

**NONE**

In Which UN MDG best fit (if Apply)? UN MDGs の該当項目（もしあれば）

説明：

該当なし

N/A

Who is benefited? 誰の為に？

説明：活動エリアに住み暮らす人々 人

東京都荒川区に住み・暮らし・学び・働く人々約 21 万人

16,000 人の荒川区在住外国人

年間 500 万人の日暮里を訪れる外国人観光客

About 210,000 people who live, study and work in Arakawa.

About 16,000 foreign residents in Arakawa.

About 5,000,000 foreign tourists who visited to Nippori Station in that year.

Objective 目的

説明：(例1) 子ども対象の事業をベースにして、参加者とメンバーの

意識を変革を促し、前向きな変化を創り出すため

荒川区民と在住外国人・外国人観光客が、荒川区の経済や特色ある商品を世界に発信して荒川区の経済開発が促進することを目的とする。

外国人との相互理解を深めて国際的な視野をもち、2020年オリンピックパラリンピックに向けて荒川で観光・飲食・宿泊等をしたいと思わせるコンテンツを開拓し、地域経済開発を進めて地域を活性化すること。(POSITIVE CHANGE)

国際的な視野を持った荒川区市民が、日本人・外国人にとって魅力的な荒川伝統工芸・文化を発信して荒川の経済開発の中心を担うこと。(ACTIVE CITIZEN)

Our purpose was to innovate Arakawa's economy by promoting and spreading information about Arakawa's economic activities and unique commodities to the world, through local people, foreign residents, and foreign tourists in Arakawa,

**【Positive change focus points】**

- Expanding international perspective of Arakawa citizens, and leading to a deeper mutual understanding of Arakawa people and foreign residents and tourists.
- Motivating Arakawa people to invite more foreign tourists to Arakawa for sightseeing, eatings, and accommodations, the Tokyo Olympics and Paralympics is held in 2020.
- As a result, activating regional economy and social activities.

**【Active Citizen】**

Developing the skills of leaders of the Arakawa economy to spread Arakawa's attractive aspects of traditional crafts and culture to the world.

Overview 概要

説明：必ず結果と合致しているはず

日本に訪れる 1974 万人の外国人 60%以上が成田を利用し、88%が東京を訪れる。その半分以上が日暮里を経由することから約 500 万人が荒川区日暮里を必ず訪れる。荒川区民が地域経済活性化の為、在住外国人・観光に来た外国人に対し、衣食住それぞれの荒川区の魅力を発信する。500 万人の外国人が荒川で観光し、経済活動を行うことが地域発展になる。その為に、荒川区民が外国人観光客・在住外国人に対し意識変革することが必要である。

## (POSITIVE CHANGE)

意識変革により関わる地域経済を支える経営者が能動的経済活動をスタートし、荒川区全体へ広がっていく。(ACTIVE CITIZEN)

### 1)地域の衣食住の文化への再認識(POSITIVE CHANGE)

外部発信するために自らが住む地域の魅力を理解する。

異文化を持つ外国人と共に体験をすることで自国の良さを再認識する。

### 2)発信から消費活動の活性化へ (ACTIVE CITIZEN)

再認識し、意識変革した人々が強い情報発信を行う。

地域企業が諸外国の方々を取り込み、地域経済の活性化が進む。

以上の2つの要素を改善するため、具体的に次のように実施した。

#### ①浴衣で盆踊り

地域の特色である繊維街や近隣ホテル、日本中のJCメンバーから浴衣や帯を100組協賛頂いた。

盆踊りの講師を呼び、着付け体験、盆踊り体験する。

身につけた浴衣・帯をそのままおみやげとして持って帰って貰う。

自国に帰り日本の「衣の文化」を更に広げる。

#### ②もんじゃ体験

地域の方々と一緒に地域独特の食文化「もんじゃ」を体験する。

多種多様なライフスタイル・文化・宗教・アレルギーに配慮した「ベジタリアンもんじゃ」「ハラルもんじゃ」「各種アレルギー対応もんじゃ」を提供した。

事前登録した外国人体験者には名前入りの「もんじゃへら (はがし)」を用意した。

#### 3) 縁日体験・昼体験

地域団体に協力頂き、駄菓子・わたあめ・金魚すくい・お面・かき氷等を提供する。日本の縁日文化を地域住民と外国人と一緒に体験して貰う。

昼の体験・休憩スペースを用意し、住の文化「昼」を体験した。

#### 4) 神輿体験

開催した地域の町内会に協力頂き、日本固有の神事である神輿を体験する。

神輿を担ぐ意味と作法を説明し、地域住民と外国人とが同じ神輿を同じ意識でかつぐことで一体感を得る体験を行った。

#### 5) 地域メディア・ソーシャルメディアの活用による発信

1)~4)の体験を FACEBOOK で世界に発信する。

地域の住民にもケーブルテレビを通じて事業を発信する。

参加したすべての人が更に世界中に発信する。

受信した世界中の人々が日本・東京・荒川に訪れる。

浴衣で盆踊り

100 着以上用意した浴衣を 2 時間という限られた時間の中で体験希望者の外国人すべてに体験して貰う事ができた。

盆踊りを体験することで踊りという世界共通のコミュニケーションが極めて有効であることが検証できた。

以下のMOVEMENTが生まれた。

2015 年の事業「体験からの気付き」

- ・地域に「世界に発信できるものづくり」が多数あることに気づく。
- ・事業に参加した 3 企業・6 団体が地域経済活性化事業について取り組みをスタートした。

2016 年「気付きからの学び、そして発信へ」

- ・「世界に発信できるものづくり」を ALIBABA・JETRO・クールジャパン機構の講師を呼び、具体的な海外進出の手段を学ぶ事業を行い 120 名・20 社に向けておこなった。
- ・この事業に参加した 1 企業が海外展開事業を検討し、ALIBABA を使ったビジネスがスタートした。
- ・成功事例と事業内容を荒川区内企業に向けた地域経済開発プログラムとして地域団体と共有しMOVEMENTを拡大した。

2017 年「地域経済開発からグローバルマーケット進出へ」

2015・2016 年のMOVEMENTから INNOVATION

- ・海外進出できない企業とグローバル企業の連携事例を紹介
- ・地域内の成功事例同士が連携した地域経済開発が進む
- ・グローバルマーケットに向けた「ものづくり」で継続的な地域経済活性を行う

Eighty-eight percent of the 19,740,000 foreign people who came to Japan visited Tokyo. More than 60% of them used Narita airport.

Half of the 60% who visited Tokyo through Nippori Station, when they went to their accommodations.

That mean, at least 5,000,000 people passed through the Nippori Station.

For the purpose of activating the Arakawa economy, Arakawa citizens need to convey the attractive aspects of Arakawa's food, clothing, and establishments to foreigner residents and tourists in Japan.

Potentially five million foreign visitors could stop by Arakawa a year and do sightseeing and spend money, which would impact the activation of the Arakawa region.

To make it possible, it's so important to make positive changes in Arakawa citizen's recognition of foreigner residents and tourists. **【positive change】**

By supporting the change, the managers who are the base of Arakawa's economy will start to actively take economic actions. The active chain of economic activity will spread to all over the Arakawa region. **【active citizen】**

So we thought these two changes below are necessary.

(1) Re-recognition of regional culture, food, clothing, and establishments. **【positive change】**

Understanding the attractive aspects of the Arakawa region for the purpose of spreading it abroad.

By having the same experience with the people who have a different background and culture, they can re-recognize the values of their own culture.

(2) Connecting presenting information abroad to the promotion of consumer activities. **【active citizen】**

People who re-recognized and changed their thoughts, start exchanging ideas and spread them around the world.

By interconnecting regional corporations and people, the region's economy will improve.

To carry out the above changes, we took the following actions.

a) Bon Dance with Yukata

Merchants from Arakawa's famous textile street, hotels in Arakawa, and members of JC offered more than 100 sets of Yukatas and their sashes.

We invited a teacher who taught how to wear Yukatas, and she gave lessons to everyone. Then we enjoyed the Bon dance together while wearing Yukatas.

All participants brought back these Yukatas and sashes to their home countries as souvenirs.

Then they explained about Japanese clothing culture to people in their countries using Yukatas, thereby spreading Japanese culture to their home countries.

b) Experience of eating **Monja**

Foreign residents and tourists ate Monja together with local people.

We served "vegetarian Monja", "Halalu Monja", and"

Monja which was customized for each person's allergies". Monja has ability to be adapted to diverse cultures, religions, life styles, and allergies.

We provided Monja spatulas (**HAGASHI**) with their name is on it, to the foreign people who registered beforehand.

c) Experience of Japanese Festival and **Tatami**

Foreign and local people attended a festival together. At the festival they experienced cheap sweets (DAGASHI), cotton candy, shaved ice, goldfish scooping, and Japanese mask, by the cooperation of some of region's unions.

They also experienced Tatami which is one of Japan's traditional house culture at the booth of Tatami for taking rests.

d) Experience of Portable shrine

Foreign and local people carried the portable shrine together. This is a Japanese traditional Shinto's custom.

We learned the meaning of carrying the portable shrine and the manner together.

By carrying the portable shrine under the same sense of purpose, we had a sense of unity.

e) Spreading information by using SNS like local media and social media.

We spread information about the activities above from a) to c) using Facebook.

These projects were also broadcasted by the local TV show.

All the participants spread information on their own by SNS spreading the information all over the world.

People who saw this information came to visit Japan, Tokyo, and Arakawa from all over the world.

## Result 結果

説明：複数の短い文章になるように注意してください

目的がどのくらい達成できたか書いてください

上記の結果の想定外の結果を書いてください

上記の結果の確認方法を書いてください

検証結果を簡潔に書いてください

### 1) 浴衣で盆踊り (cultural exchange)

100 着以上用意した浴衣を 2 時間という限られた時間の中で体験希望者の外国人すべてに体験して貰う事ができた。

盆踊りを体験することで踊りという世界共通のコミュニケーションが極めて有効であることが検証できた。

当日の盛り上がりだけでなくアンケート結果からも検証出来た。

興味がある・楽しめた 66%

### 2) もんじゃ体験(economic exchange & cultural exchange)

通常行わない屋外で 4 人 1 組 5 ドル 30 分間で「もんじゃ」体験を行った。

人種国籍関係なく「もんじゃ」が受け入れられることを 400 食用意した「もんじゃ」すべて完売できた。

「もんじゃ」が地域活性に繋がるコンテンツと成り得ることを認識・検証出来た。

多種多様なライフスタイル・文化・宗教・アレルギーに配慮した。ベジタリアン・ハラル・各種アレルギーに対応した「もんじゃ」を提供した。

食文化をさらに多方面に発信できる可能性を見出すことが出来た。

興味がある・楽しめた 72%

### 3) 縁日体験・昼体験 (economic exchange & cultural exchange)

駄菓子・わたあめ・金魚すくい・お面・かき氷等の全てにおいて完売し、個々の縁日体験を楽しんでもらえた。

駄菓子・わたあめに関しての関心が高く、駄菓子の問屋が多く存在する荒川区の地域活性に繋がった。

興味がある・楽しめた 65%



#### 4) 神輿体験 (cultural exchange)

外国人が我先にと神輿体験に集まり、町内会の協力者が伝える神輿文化・作法を多数の外国人に伝える事ができた。

盆踊りと同じリズムに乗って体を動かすファンクションに対しての参加率が高く、日本・東京・荒川の魅力を伝えるコンテンツとなることが検証できた。

興味がある・楽しめた 65%

文化・経済交流により、企業の自由な貿易やビジネスが増えた。

自国の文化育成によって経済を発展させていくという目的をもった指導者を育成することが出来た。

本件で各団体との地域経済活性についての取り組みをスタートする

地域に世界に発信できる「ものづくり」が多数あることがわかり、世界に発信する具体的な手段を知る事業を行うこととなった。

以下のMOVEMENTが生まれた。

##### 2015年の事業「体験からの気付き」

- ・地域に「世界に発信できるものづくり」が多数あることに気づく。
- ・事業に参加した3企業・6団体が地域経済活性事業について取り組みをスタートした。

##### 2016年「気付きからの学び、そして発信へ」

- ・「世界に発信できるものづくり」をALIBABA・JETRO・クールジャパン機構の講師を呼び、具体的な海外進出の手段を学ぶ事業を行い120名・20社に向けておこなった。
- ・この事業に参加した1企業が海外展開事業を検討し、ALIBABAを使ったビジネスがスタートした。
- ・成功事例と事業内容を荒川区内企業に向けた地域経済開発プログラムとして地域団体と共有しMOVEMENTを拡大した。

##### 2017年「地域経済開発からグローバルマーケット進出へ」

##### 2015・2016年のMOVEMENTからINNOVATION

- ・海外進出できない企業とグローバル企業の連携事例を紹介
- ・地域内の成功事例同士が連携した地域経済開発が進む
- ・グローバルマーケットに向けた「ものづくり」で継続的な地域経済活性を行う

#### 1) Bon dance with Yukata 【cultural exchange】

All of more than 100 sets of Yukata were worn by foreign people who wanted to participate for only 2 hours.

Through the experience of dancing Bon dance together, we could verify that dancing is one of most effective universal communications. Not only by the excited and fun atmosphere, but also by the results from the questionnaire survey.

The result of the survey was 66% said “enjoyed or interested”.

#### 2) Experience of eating Monjya 【Economic change & Cultural exchange】

We offered the experience of Monjya for \$ 5 for 30 minutes to groups of 4 outside, we don't usually eat Monjya outside.

We prepared 400 sets of Monjya beforehand, and all of them were eaten by people who have different backgrounds.

We could realize and verify Monjya should be a key tool to the activation of the Arakawa region.

We served “vegetarian Monja”, “Halalu Monjya”, and” Monjya which is customized for each person's allergies”. These are adapted to the diversity of cultures, religions, life styles, and allergy.

We found the possibility that we can spread to our food culture to many different countries by adjusting it.

The result of survey was 72% said “enjoyed or interested”.

#### 3) Experience of Japanese festival and Tatami 【Economic exchange & cultural exchange】

All of the cheap sweets, cotton candies, shave ices, goldfishes, and Japanese masks were sold out. Each participant enjoyed themselves through these activities.

Especially cheap sweets and cotton candies were popular. There are many wholesalers of cheap sweets in Arakawa.

So Arakawa's wholesalers were active at this events.

The result of survey was 65% said “enjoyed or interested”.

#### 4) Experience of Portable shrine 【Cultural exchange】

Many of foreign visitors looked so excited to carry the portable shrine. We could share the culture of god and the manner together.

Like Bon dance and carrying portable shrine, the activities in which we move our bodies with the music were popular for the participants.

We verified that these contents could be tools to tell the charms of Japan, Tokyo. And Arakawa.

The result of survey said "enjoyed or interested" was 65%.

By cross cultural communications and economic exchanges, the number of companies trade was increased.

By re-recognition of our own culture, we could produce leaders who will promote economic activities.

#### Actions Taken 行動

説明：

1月8日～当日 計7回荒川区役所 観光振興課と打合せ  
計5回現地調査

3月2日～当日 計5回設営業者選定及び打合せ

4月1日～当日 参加団体への声かけ・協力団体・企業への協賛回り

7月7日 日本・東京の玄関口!!荒川の魅力を世界に発信!! 開催

7月7日 当日チラシの配布

7月7日 当日アンケート配布及び回収

7月8日～9月30日 事業検証

From 1/8 to the day 7times of meeting with officers from the tourism promotion division in the Arakawa ward office

5 times of the field survey

From 3/2 to the day 5 times of selection of the construction suppliers and meetings

From 4/1 to the day Searching for the participating organizations, Cooperation organizations and companies.

**7/7 “The entrance of Japan and Tokyo!! Spread the charms of Arakawa to the world!!!!” is held.**

Distribution of the flyer

Distribution and collection of the questionnaires

From 7/8 to 9/30

The project verification

Recommendations            考察や推奨

目的のうちどの部分が達成されたのか？

達成できなかった部分は、何か？

それは、なぜか？その改善策は？

海外デリゲイツ・JC 関係者を含め、140名以上の外国人の方々に本事業を体験してもらった。

多くの在住外国人に荒川の文化・歴史・おもてなしの精神を体験してもらうことが出来た。そして SNS 等により世界に広く本事業を発信することにより、日本・東京・荒川に住む人々がポジティブチェンジする事が出来た。

外国人がより多く観光に来るきっかけとなり、地域経済が活性化した。

動員においては、日本人参加者は多く目標を達成したが、外国人参加者が目標を下回った。

開催会場の収容人数に制限があり、動員を増やすことが出来なかった。

アクセス・収容人数が両立できる会場選定をすることで動員目標を増やし更に発信の効果を UP することができる。

Including members of JC, foreign president member, and the people concerned, more than 140 foreign people participated with this project.

Many of foreign residents in Arakawa experienced with culture, history, and the spirit of **OMOTENASHI of Arakawa.**

Many people who lives in Japan, Tokyo Arakawa or other countries could change their mind positively by seeing the posts of SNS for this events. **【positive change】**

This project became the trigger for that more foreign people comes to Arakawa for sightseeing. As the results, Arakawa’s economy was activated.

The improvement point is attendance number of foreign people. The number of Japanese participant was almost reached our setting goal, but the number of foreign people didn't reach to it.

There was limited capacity to the place, and we couldn't add more people.

So we decided to select the place which is bigger and good access from next time.

Then we can invite more people to spread Arakawa's charms.

ページ 3

部門 Best Local Economic Development Program

Objectives, Planning, Finance and Execution

目的・計画・財務・実施

What were the objectives of this program

このプログラムの目的は？基本情報に詳述して下さい ※200語まで

荒川区民が、外国人との相互理解を深めて国際的な視野をもち、2020年オリンピックパラリンピックに向けて荒川で観光・飲食・宿泊等をしたいと思わせるコンテンツを開拓し、地域経済開発を進めて地域を活性化すること。(POSITIVE CHANGE)  
国際的な視野を持った荒川区市民が、日本人・外国人にとって魅力的な荒川伝統工芸・文化を発信して荒川の経済開発の中心を担うこと。(ACTIVE CITIZEN)

**【Positive change】**

- ・ Growing international perspective for Arakawa people, and leading to deeper mutual understanding of Arakawa people and foreigners.
- ・ Motivating Arakawa people to invite more foreign tourists to Arakawa for sightseeing, foods, and accommodations, when the Olympic is held in 2020.
- ・ As a result, activating region economy and social activities.

**【Active Citizen】**

- ・ Growing leaders of Arakawa economy who spread Arakawa's attractive aspects of traditional crafts and cultures to the world from the Arakawa citizens.

How does this program align to the JCI Plan of Action

この事業は、どのようにJCIの活動計画と合っていますか？

活動計画のどの部分に合致しているのか？合致している部分の詳述してください。

\*JCI Action planのシートを参照 ※200語まで

**(IMPACT)**

本事業が地域メディアで取り上げられ地域に対し大きな影響を与えた。

JC・行政・地域団体・地域住民という荒川の地域全体が諸外国人々との距離を縮めることができた。(MOTIVATE)

地域団体との経済強化を目的とした事業を行うとこととなったことから地域に大きなインパクトを与えることが出来た。

**(COLLABORATE)**

地域団体と地域住民、JCとの協力した事業を行ったことにより相互の協力関係が向上した。地域の一体感が生まれた。

**(CONNECT)**

荒川の文化・歴史・OMOTENASHIの精神を共感してもらった。

そして事業以降、地域団体と地域の魅力発信に関わる事業を行うこととなった。

本事業のIMPACTが国際交流が進み、地域経済が活性するきっかけとなった。

**【Impact】**

We could provide the impact by showing that many foreign people participated with the activities of experiencing with Japanese culture and local foods, clothing, and shelters, to the managers of our supporting companies.

**【Invest】**

By the intimate corporation with administrations, we could reduce a lot of the fees of the place.

We got a lot of sponsorship, it made possible for JCI Tokyo to increase the amounts of assets.

**【Motivate】**

The fact that JC and local unions worked together to make Arakawa's economy better made a big impact

**【Collaborate】**

The collaborations of local unions, local people and JC created internal deep connection, and a sense of unity as Arakawa.

### 【Connect】

After this project, we and local unions did another project to spread the Arakawa's charms together.

Was the budget an effective guide for the financial management of the project?

予算は事業の財務管理のための効果的なガイドになりましたか？

予算上の工夫と、予算の内訳の概算を記述してください ※150語まで

行政と密接な連携と協力関係により、会場費を大幅に削減することが出来た。  
協賛ボードを使用し協賛団体を会場に掲示した。  
協賛ボード自体も企業に協賛してもらった。  
ホテル・旅館関係の JC メンバー・関係団体から浴衣・帯を協賛してもらった。  
衣食住のファンクションに多くの予算を割き高いパフォーマンスとなった。

We made a sponsorship board, and listed every sponsorship unions on it.

The board was offered from the supporting companies.

Hotels, the members of JC who is related to hospitality, and unions relating it offered Yukatas and the shases.

We spend a lot of money to the parts of foods, clothing, and establishments. That was connected to the valuable performance.

How does this project advance the JCI Mission and Vision?

どうやってこの事業は、JCI のミッションと、ヴィジョンを推進しましたか？

ビジョンとミッションに分けて明確に詳述してください ※200語まで

#### JCI ミッション

地域団体・企業が外国人観光客に対しての新たな需要を認識した。(POSITIVE-CHANGE)

地域文化・地域産業が海外で受け入れ可能なことを証明したことで地域経済の発展の可能性が生まれた

本事業でした若手経営者と我々JC が事業を行うこととなったことでの成長の機会を提供することができた。(POSITIVE-CHANGE)



## **JCI ヴィジョン**

同世代の地域団体との連携し、自らが世界に文化・産業を発信する事業を行うこととなった。

特にグローバルネットワークを意識した下記項目について自己が把握することを目的に行う

- ① 事業内容として自国経済が縮小していく中で国内販売でなく国際取引をしていかなければならない
  - ② 地域中小企業が国内向けに販売している商品がいかに関海外で需要があるのか
  - ③ 海外から訪れる外国人観光客を受け入れる体制を整えることの重要性
- 上記を学ぶことでグローバルネットワークをさらに推進する。

## **【JCI missions】**

Local unions and companies recognized the new demand for foreign tourists. **【Positive**

**Change】**

By proving that local culture and industry are acceptable to abroad, we found the possibility of the development of local economy.

We provided the opportunities for growing up to some young managers, by working this project together with them. **【Positive change】**

## **【JCI vision】**

We conducted a project to spread our local culture and industry to the world, by cooperating with the same generation's local unions.

Each persons were aimed at doing the project with the purpose like theses below , under the sense of global network especially.

1 As the contents of the project, we should do international transactions instead of domestic sales.

2. The products which is sold by domestic small and medium-sized enterprises have demand for abroad.

3.It's important that we are prepared with the system to accept foreign tourists from all over the world.

By learning these above, Global network is more promoted.

※画像4つ必要

How did this program seek to exhibit JCI Values, especially "free enterprise"?

どのように、自由企業の普及促進は事業の間、進められましたか？

※200語まで

協賛企業の経営者に対して、多くの外国人参加者が日本文化・地域の衣食住文化を進んで体験するところを見せ INPACT を与えることが出来た。

彼らが地域の中でも自らの商品・サービスを世界に発信できるという意識の変革が生まれた。

そして我々と協賛企業経営者・地域団体が共に、荒川の中小企業も世界に対し特徴のある商品を発信できることを証明した。

多くの外国人が日本文化・日本の商品に対して魅力を感じていることが証明された。日本文化等独特の製品をもつ企業が流通と情報発信手段によって発展することができることを証明したことで、自由企業の普及推進つながった。

以下のMOVEMENTが生まれた。

2015年の事業「体験からの気付き」

- ・地域に「世界に発信できるものづくり」が多数あることに気づく。
- ・事業に参加した3企業・6団体が地域経済活性化事業について取り組みをスタートした。

2016年「気付きからの学び、そして発信へ」

- ・「世界に発信できるものづくり」を ALIBABA・JETRO・クールジャパン機構の講師を呼び、具体的な海外進出の手段を学ぶ事業を行い120名・20社に向けておこなった。
- ・この事業に参加した1企業が海外展開事業を検討し、ALIBABAを使ったビジネスがスタートした。
- ・成功事例と事業内容を荒川区内企業に向けた地域経済開発プログラムとして地域団体と共有しMOVEMENTを拡大した。

2017年「地域経済開発からグローバルマーケット進出へ」

2015・2016年のMOVEMENTから INNOVATION

- ・海外進出できない企業とグローバル企業の連携事例を紹介
- ・地域内の成功事例同士が連携した地域経済開発が進む

・グローバルマーケットに向けた「ものづくり」で継続的な地域経済活性を行う

We could provide the **impact** by showing that many foreign people participated with the activities of experiencing with Japanese culture and local foods, clothing, and shelters, to the managers of our supporting companies.

We could change their mind like they can provide their products or service to foreign people in their local area.

We and our supporting companies and local unions proved that Arakawa's small and medium enterprises can provide their characteristic products to the world.

We proved that many foreign people think Japanese culture and products are attractive.

We promoted "**free enterprises**" by proving that the enterprises which provide characteristic Japanese culture products can develop by using the way of telling informations and distributions.

How was free enterprise promoted during the project?

どのように、自由企業の普及促進は事業の間、進められましたか？

※200語まで

地域の中での経済活動が世界に発信できるという意識になった。

本事業で作成した各ブースの英語表記を自治体・店舗に配布した。

多くの国民に受け入れができるよう、ベジタリアンもんじゃ・ハラルもんじゃのレシピを公開し・店舗へ提唱した。

地域においても人種国籍を超えた正しい経済発展が可能ということを、衣食住の身近なところで証明した。

Local people recognized local economic activities are acceptable to abroad too.

We distributed the English edited flyers of this project to some local unions and shops.

We proposed and provided the recipe of the “vegetarian Monjya” and “Halalu Monja” to each Monja shops to make these Monjas were served with more restaurants and eaten by more foreign people.

We proved that fair developments of economy beyond the races and nationalities is possible in local area, by foods, clothing, and shelters.

※画像4つ必要

How was the impact on the local economy measured?

どのように、LOM は、このプログラムのために地域経済への影響を測りましたか？ ※200語

一般来場者へのアンケートにより影響を計った  
どのファンクションが印象に残ったかという質問に対し、  
もんじゃ体験に対するチェックが最も多い結果となった (72%)  
続いて盆踊り・神輿体験に高い関心があった。(66%)

このようなイベントを今後も行うべきだ 76%  
国際交流の重要性を認識できた 74%  
地域の文化を知ることが出来た 73%  
自らがこうした事業を行うリーダーになりたい 55%  
新しい商品のアイデアが生まれた 54%

参加予定者数 1316 名に対し 1489 名

荒川区、他 21 団体、企業の参加協力、60 名以上の地域ボランティアからの協力

We measured how much impact was on by the results of the questionnaires.

• Which activity was most impressed?

“Experience of Monja” was most popular (72%)

“Bon dance” and “carrying the portable shrine” were second popular (66%)

• This event should be done next time(76%)

• Understood that international exchange is important(74%)

• knew the local culture by through this event(73%)

• thought that I want to be a leader to do this kind of project(55%)

• Came up the ideas of new products(54%)

Expecting the number of participant 1316

Participant on the day 1489

The corporation of Arakawa ward, other 12 unions, companies, about 60 of local volunteering people

What was the intended impact on the local economy? What goals were originally set?

地域経済への意図された影響は、何でしたか？ どんなゴールが、当初決められましたか？ ※200語まで

地域住民自らが精力的に魅力を発信し、発信した情報を元に国内外の方が荒川に訪れることで地域経済活性化への良い影響となる。

地元企業が外国人を対象としたビジネスへの可能性を発見する。

荒川の特徴のある産業を世界へ発信・販売する方法について学ぶ事業に参加団体と共に開催することとなった。

The local residents spread the charm's of Arakawa by themselves, and more foreign people come to visit to Arakawa by seeing the information which they spread.

Then that connect to the activation of the local economic activities.

The local enterprises found the possibilities of the business for foreign people.

We conducted a project that we and local unions spread and sole Arakawa's characteristic industries products to the world together.

What was the actual economic impact produced by this project?

このプロジェクトによって生み出される実際の経済的影響は、何でしたか？

※300語まで

地域の企業で備品や物品を調達し、駄菓子問屋が多く存在することをPR出来た。駄菓子屋へ顧客として訪れる方が増え、地域経済活動が活性化した。

もんじゃ体験を通して、地域に多く存在するもんじゃ屋に訪れる人数が増えて活性化した。

店舗への聞き取り調査により、外国人観光客と在住外国人が増加し売上が増えたという結果となった。

以下のMOVEMENTが生まれた。

2015年の事業「体験からの気付き」

・地域に「世界に発信できるものづくり」が多数あることに気づく。

・事業に参加した 3 企業・6 団体が地域経済活性化事業について取り組みをスタートした。

#### 2016 年「気付きからの学び、そして発信へ」

・「世界に発信できるものづくり」を ALIBABA・JETRO・クールジャパン機構の講師を呼び、具体的な海外進出の手段を学ぶ事業を行い 120 名・20 社に向けておこなった。

・この事業に参加した 1 企業が海外展開事業を検討し、ALIBABA を使ったビジネスがスタートした。

・成功事例と事業内容を荒川区内企業に向けた地域経済開発プログラムとして地域団体と共有し MOVEMENT を拡大した。

#### 2017 年「地域経済開発からグローバルマーケット進出へ」

##### 2015・2016 年の MOVEMENT から INNOVATION

・海外進出できない企業とグローバル企業の連携事例を紹介

・地域内の成功事例同士が連携した地域経済開発が進む

・グローバルマーケットに向けた「ものづくり」で継続的な地域経済活性を行う

We prepared all equipments and products from the local companies, and we could appeal that there are so many cheap sweets wholesales in Arakawa.

More customers came to the sweet shops than before, and local economic activities are activated.

By the experience of eating Monja, the number of people who visit to Monjya restaurants.

The listening investigation shows the fact more and more foreign tourists and resident started to come their shops and restaurants, and the sales were raised after this project.

※画像 4 つ必要



Impact on Community and Participants 地域社会と参加者への影響

How was community and participant impact measured for this project?  
地域社会と参加者への影響の測定方法は？ ※200語まで

一般来場者へのアンケートにより影響を計った  
このようなイベントを今後も行うべきだ 76%  
国際交流の重要性を認識できた 74%

参加予定者数 1316 名に対し 1489 名

荒川区、他 21 団体、企業の参加協力、60 名以上の地域ボランティアの人数

We measured it from the results of the questionnaire

- ・ This event should be done next time(76%)
- ・ Understood that international exchange is important(74%)

Expecting the number of participant 1316

Participant on the day **1489**

The corporation of Arakawa ward, other 21 unions, companies, about 60 of local volunteering people.

Describe the actual impact on the local community and the participants.  
地元コミュニティと参加者への実際の影響を記述してください。

※300語まで

地元コミュニティの一員として参加した一般参加者に対し **IMPACT** を与えた。して  
地域団体から地域貢献・地域活性を行いたいとオファーがあった。

(COLLABORATE/POSITIVE CHANGE)

2016 年も行われるのかという問い合わせが各団体・地域ボランティアからあった。

国際交流と経済活動が行われたことによりグローバルネットワークが生まれた。

**POSITIVE CHANGE** したことにより、下記事業の開催が地元コミュニティと共に開催する事となった。(CONNECT)

荒川の特徴のある産業を世界へ発信・販売する方法について学ぶ事業

**【Collaborate】 【positive change】**

We gave impacts on the people who participated as one of the members of local communities.

We had a offer from a local union that they want to work for regional contribution and activation of the region together.

We had many voices asking if the event is held in 2016 from local unions and volunteers.

By the international exchange and economic activities were happened at the same time, global networking was coming up.

**By the POSITIVE CHANGE**, we decided to conduct a project ” The project in which we learn how to spread Arakawa’s characteristic industries to the world” with local communities.

※画像 4 つ必要

What was the promotional strategy for this program?

このプログラムに対するプロモーションの戦略は、何でしたか？

※500語まで

行政の広報誌に掲載とポスターを掲示

チラシの配布 地域にある大学、外国人学校、日本語学校へのチラシ配布

赤門会日本語学校

赤門会日本語学校日暮里校

IECC 日本語学校

ダイナミックビジネスカレッジ

インターカルト日本語学校

LIC 国際学校

国際外語学院

玉川国際学院

首都大学東京

東京インターナショナル外語学校

東京国際朝日学院

東京国際ビジネスカレッジ日本語学科

東京国際文化教育学院

国際英才学苑

秀林日本語学校

申豊国際学院

MANABI 外語学院東京校

東京城北日本語学校

アジア学生文化協会

ABK 学院日本語学校

共立財団日語学院

日中学院

区内飲食店・ホテルへのチラシ配布

荒川区内もんじゃ店 22 店（あらかじめもんじゃマップ協力店）

ホテルラングウッド

後援・協力団体へのチラシ配布

東京商工会議所荒川支部

東京日暮里繊維卸組合

日暮里マルシェ  
在日本朝鮮荒川青年商工会  
あらかわもんじゃ学研究会  
公益社団法人荒川法人会  
あらかわライフ  
日暮里駅

荒川区内掲示板 340 箇所 予備 10 枚 合計 350 枚  
区内公共施設へのチラシ配布 区役所・ふれあい館・ひろば館の 100 枚 x 22 箇所  
開催会場での当日チラシ配布  
FACEBOOK ページによるプロモーションを行い開催日の周知

We advertised at administration's magazines, and put posters, and distribute the flyers by corporation of schools below.

Akamonkai Japanese Language School  
Akamonkai Japanese Language School Nippori  
LECC Japanese Language School  
Dynamic Business College  
Inter Cult Japanese Language School  
LIC International School  
International Foreign Language School  
Tamagawa International School  
University of Capital Tokyo  
Tokyo International Foreign Language School  
Tokyo International Japan-Korea School  
Tokyo international Business College Japanese Department  
Tokyo International Cultural Education School  
International English Skill School  
Shurin Japanese Language School  
Shipo International Institute  
MANABI Foreign Language School in Tokyo  
Tokyo Jyohoku Japanese Language School  
Asia Student Culture Association  
ABK Gakuin Japanese Language School

Kyoritu Foundation Japanese Language School

China-Japan School

We also distributed flyers to restaurants below

22 of Moja restaurants(These were on the map of Arakawa Monja)

Hotel Lungwood

We distributed sponsor unions too

Tokyo Chamber of Commerce and Industry Arakawa Branch

Tokyo Nippori Union of Fiber Wholesale

Nippori Marche(Marchais)

Korean Chamber of Commerce and Industry in Japan Arakawa Branch

Arakawa Monjya Study Group

Arakawa Life

Nippori Station

340 of bulletin boards in Arakawa 10 Backup Total 350

Distributed 100 flyers to 22places like public facilities, Ward office, Hureai mansion, and Hiroba mansion

Distributed flyers on the day

Promotion of the event's date using Facebook

How successful was the promotion? Please indicate figures where applicable.

プロモーションは、どれくらい成功しましたか？ 該当する場合、数字を示して

ください。 ※250語まで

荒川区、他 21 団体、企業の参加協力

これまでなかった大学生ボランティア団体との連携で 17 名の参加協力を貰う。

参加予定者数 1316 名に対し 1489 名

地域ボランティア 60 名が参加協力

The corporation of Arakawa ward, other 21 unions, companies, about 60 of local  
volunteering people

17 College students helped us as volunteer. This is first time they helped us.

Expecting the number of participant 1316

Participant on the day 1489

List the partners that participated in this program. (write N/A if none)  
このプログラムに参加したパートナーをリストしてください。（何もない場合は N/A を書きます） ※100語まで

荒川区

東京商工会議所荒川支部

日暮里マルシェ

在日本朝鮮荒川青年商工会

東京日暮里繊維卸協同組合

荒川法人会

帝京科学大学

もんじゃ学研究会

その他企業の参加協力

**【Main sponsors】**

Arakawa Ward

Tokyo Chamber of Commerce and Industry Arakawa Branch

Tokyo Nippori Union of Fiber Wholesale

Nippori Marche(Marchais)

Korean Chamber of Commerce and Industry in Japan Arakawa Branch

Arakawa Monjya Study Group

Teikyo University of Science

...other enterprises

How did partners participate in the program?

どのように、パートナーはプログラムに参加しましたか？ ※250語まで

行政

会場の提供・区長・副区長の現場視察

協力団体

東京商工会議所 協賛金・集客・現地視察

荒川法人会 物品協賛・協賛金・当日設営・運営・集客

帝京科学大学 当日設営・運営・集客

もんじゃ学研究会 物品協賛・当日設営・運営・集客

物品協賛・協賛金・当日設営・運営・集客

企業 物品協賛・当日設営・集客・集客・現地視察

Administration

Provided the place, Ward mayor and sub ward mayor conducted on the spot investigation

Corporate Unions

Tokyo Chamber of Commerce sponsorship, attracting customers, on the spot investigation

Arakawa Corporation Association articles sponsorship, sponsorship, on the day set up, attracting customers, management.

Teikyo University of Science on the day set up, management, attracting customer

Study Group of Monja articles sponsorship, on the day set up, management, attracting customers

Enterprises articles sponsorship, on the day set up, attracting customers, on the spot investigation

※画像4つ必要

What is the expected long-term impact of this project?

このプロジェクトの期待される長期の影響は、何ですか？ ※200語まで

沢山の荒川の魅力を継続的に発信する。

地域団体が主催する各種事業と本事業が双方、効果的・効率的に荒川の魅力を発信し地域住民に対し IMPACT を与える。

本事業で関わった在住外国人、協力団体や個人が、地域団体が行う事業に能動的な参加が進む。

魅力発信と国際交流と地域振興の好循環を作る。

上記行動が共存共栄という目的に対しての行動となり、共生社会への行動となる。

そして地域コミュニティと JC が共に事業を行うこととなった。

荒川の魅力を発信する手段を学ぶ事業

荒川区の企業が作る商品を流通させるところを学び・実行する事業

荒川区の企業が外国人観光客を受け入れる体制を整えるための事業

上記事業を行うことで地域が更に能動的な経済活動を行った結果、さらに大きな IMPACT を与える。

本事業による POSITIVE CHANGE で生まれた事業により、地域をより活性化することとなる。

Spreading information about charms of Arakawa constantly.

Both of local union and this project impact local people effectively by conveying Arakawa's valuable aspects.

Foreign residents, corporation union, and individuals willingly tend to corporate projects which local unions host.

We created a positive cycle between spreading information about charms of Arakawa and international exchange. As a result, local activities are promoted.

coexistence and co-prosperity as a purpose can be shown in above actions. These actions are for convivial society.

Local communities and JC conducted below projects

- **The project which we learn how to spread Arakawa's charms**
- **The project which the Arakawa's companies learn how to distribute their products and take actions.**



• **The project which the Arakawa's companies prepare for establish a system of accepting foreign people.**

Carrying out above projects and local people promote economic activities more actively, can give more impacts.

We created “**POSITIVE CHANGES**” at this project created new projects like above. Then local activities were promoted.

What changes would you make to improve the results of this project?

このプロジェクトの結果を改善するために、どんな改善策がありますか？

※300語まで

①**JCI と共に事業を行う協力団体を増やす。**

〈改善策〉

本事業の趣旨を民間団体に周知する。

事業の共催・後援を貰う。

協力団体と多角的な発信をする。

更に地域の魅力が発信され、地域経済の活性化に繋がる。

現在の会場の収容人数に限界があるため、広さと利便性を兼ね備えた別会場での開催をする。

②**国際交流＝楽しい 伝統工芸＝新しい POSITIVE-CHANGE**

〈改善策〉

言葉が通じないから交流が出来ないという意識を、本事業で行った **BONODORI・MIKOSHI** など言葉の要らない国際交流を発信する。

外国人観光客の日本文化の体験を発信する。地域の魅力の伝統工芸は古いものという考えでなく、異なる文化に於いては新しいものという自らの意識を変える

**1. Increase the number of corporate unions who works with JC**

**【The way to improve】**

Inform this project's overview to civilization organizations

Take more host or help of projects

Spread valuable information with corporate unions by multilateral approach

More local charms are spread, more local economy activities are promoted

Prepare bigger and more convenience place next time, because place's space was limited and we couldn't accept enough number of people

**2.International Exchange =fun    Traditional craft=New    Positive Change**

**【The way to improve】**

Get rid of our thought that verbal communication is not only way to communicate tools with nonverbal international exchanges like BONODORI (Bon dance) and MIKOSHI (portable shrine).

Inform more foreign people about Japanese culture activities

Change our mind that local attractive traditional craft is old, it's new in different culture

※画像4つ必要