

全国につながる  
連携の輪 台東区

## ふるさとPRフェスタ 2016



ふるさとPRフェスタのステージであいさつに立つ服部征夫区長

# 台東区の魅力を活用してふるさと発見を

台東区は、国内8つの姉妹・友好都市と提携を結び、概ね30年にわたって様々な交流を進めてきました。全国各地域との交流をこれまで以上に促進し、共存共栄を図るため、区の特性や魅力を活かした新たな連携に取り組んでいます。台東区の「ふるさとPRフェスタ」は、区民向けPRイベント「ふるさと交流ひろば」と、事業者向けの「ふるさとビジネス商談会」の2本立てで、昨年からは始まりました。今年7月中旬には区内の千束通り商店街で、特産品販売や観光案内、移住促進PRを行う「ふるさと交流シヨップ」がオープンする予定です。一過性のPRイベントだけでなく、台東区の魅力をビジネスチャンスにつなげる取り組みとなっているのが特徴です。

## ビジネスチャンスにつなげる連携

### 台東区のトレンドを 地元を持ち帰る

台東区は昨年、全国各地域との交流をさらに促進するための新たな取り組みとして「ふるさとPRフェスタ」を開催しました。そのうち、姉妹友好都市を含めて20自治体に参加した「ふるさと交流ひろば」は12月17日と18日の2日間、浅草・雷門にほど近い花川戸公園で開催され、特産品の販売や文化・観光情報PRブースを設置。ステージイベントでは、オープニングセレモニーや自治

体のPRが行われました。

来場者数は当初の想定を上回る8千人に達し、物販については完売する自治体も出るなど、各自治体がPRする場を提供することができました。

さらに、こうしたPRイベントだけでなく、事業者への販路拡大を狙った「ふるさとビジネス商談会」を開催しました。12月16日と17日、会場の台東区民会館には6自治体に参加し、100社が来場しました。前者は交流自治体が消費者に産地の特産品を売る「B to C」の関係だ

とすれば、後者は特産品を売りたい  
交流自治体と地元台東区の事業者と  
の「B to B」の関係にある取り組  
みです。

この商談会は、姉妹友好都市など  
交流自治体が入れる特産品など  
の販路拡大を図るため、台東区が招  
待した区内飲食店やスーパード  
に対し、PRを行うものです。出展事  
業者に対する見積もり依頼が複数件  
あるなど、今後の販路拡大につな  
がる商談会となりました。

交流自治体からすれば、自分のふ  
るさとの特産品を売り込みたいと  
思っても、必ずしも「売りたいもの」  
が「売れるもの」とは限りません。  
こうした商談会を通じて、台東区  
マーケットがどのような商品を求め  
ているのかを把握し、地元につい  
てバックすることができそうです。

担当者は「具体的な商談成立に結  
び付かない場合もあると思うが、東  
京のトレンドを地元を持ち帰って、  
次につなげてくれたら」と、取り組  
みの狙いを話していました。

2017（平成29）年度の「ふる  
さとPRフェスタ」は10月下旬に開  
催を予定しています。

## 売るだけでなく人と人との 関係づくりも

奥浅草にある千束通り商店街の一  
角に今年7月中旬、「ふるさと交流  
ショップ」がオープンする予定です。  
新築中の建物は3階建て。1階が  
店舗、2階が事務所兼バックヤード  
になっていて、1・2階部分を区が  
借り上げて、1週間から4週間程度  
の期間を区切って参加希望の自治体  
に貸し出します。ここでは、台東区  
の姉妹友好都市を始めとした地方の  
自治体が、特産品販売・観光案内・  
移住促進PRを行います。

店舗の借り上げ料や維持管理費の  
負担、区内広報・HP掲載などは台  
東区が行い、商品の仕入れ・在庫管



ふるさと交流ショップの内覧イメージ



### 「ふるさと交流ショップ」千束通り商店街振興組合 根本 修 理事長

千束通り商店街は、浅草  
ひさご通りから言問通りを  
越え、旧吉原方面に向かう  
約1200年に及ぶ商店街  
です。現在は染物や織物、  
和菓子、書画、飲食店、食  
料品店、骨董品、お茶やの  
りなどを扱う店、およそ  
100軒が軒を連ねていま  
す。また、この地域は「奥  
浅草」と言われ、江戸時代  
より続く伝統文化、江戸庶  
民文化が色濃く残るエリア  
でもあります。

この商店街のちょうど中  
ほどに位置する小松橋通り

との交差点に「ふるさと交  
流ショップ」がオープンす  
ることは、私たち商店街に  
とって新たな起爆剤になる  
のではと大いに期待してい  
ます。さっそく商店街の青  
年部にも提案し、ショップ  
とどのように連携できるか、  
その手法を練っていること  
です。例えば、商店街の  
飲食店で、ショップで販  
売される食材を利用したメ  
ニューを提供するなど、商  
店街全体で出店される地域  
の物産品や食べ物をPRし  
ていきたいと考えています。

このショップが一つの  
きっかけとなって、商店街  
と出店された地域の方々が  
まちづくりのパートナーと  
して継続的に交流し、大型  
スーパーにはできない独自  
の取り組みに挑戦していき  
たい。そして、歴史ある商  
店街としての要素を活かし、  
買い物するだけの商店街で  
はなく、ここで出店したい  
と思わせる魅力ある商店街  
を目指していきたいと思っ  
ています。

## 鉄道でつなげる 観光客誘致

台東区はJRや私鉄の路線が集まり、全国とつながる鉄道の拠点です。

2015年3月14日に北陸新幹線が金沢まで開業し、富山県から上野までが一本の新幹線で結ばれました。そこで、台東区と墨田区は富山県と連携し、「北陸新幹線を活用した富山・首都圏ルートの魅力情報発信事業」に乗り出しています。タイ国内で開かれたタイ国際旅行博覧会に共同出展したほか、タイ大手旅行会社と連携したHPや旅行カタログへの掲載でPRしました。旅行博覧会前にはタイの著名ブロガー2人を日本に招聘し、提案ルートを実際に体験してもらい、SNSにより観光情報や地域の魅力をネイティブ感覚で発信してもらいました。

浅草を起点に日光や会津につながる東武線沿線でも、台東区・墨田区が「日光・会津観光軸活性化推進検



台東区・墨田区・富山県が連携してタイ国際旅行博覧会で共同出展

討会」(栃木県日光市、福島県南会津町、下郷町、会津若松市)と連携した「東京を起点とした日光・会津ルートへのFIT(個人旅行者)リピーター誘致事業」を行います。今年4月に東武鉄道が会津田島駅まで直通する新型特急を運転開始。今夏には日光・鬼怒川地域でSLの運転が始動します。

この機会を活用し、浅草・スカイツリー・北斎美術館などを訪問する外国人観光客を日光・会津地域に誘致し、鉄道沿線地域が連携した、一体感のあるプロモーションを実施します。

理、販売員・PR人材の確保、人件費の負担は出店自治体が行う仕組みです。

全国各地域のアンテナショップは都心の繁華街に多くありますが、商店街でこうした店舗を構えるのは、ただ商品を売るのはなく、自分たちの商品を自分たちの手で売ったり、PRすることで、そこを訪れる人たちとの関係づくりにつながってほしいという狙いがあります。どうしても商品が売れるのか、消費者がどんな商品を求めているのかを知るきっかけにもつながります。

一方、商店街の側も「ふるさと交流ショップ」への人の流れができて、商店街の活性化が期待できます。

千束通り商店街



場所は、外国人観光客がたくさん集まる浅草の繁華街から少し離れ、下町情緒あふれ、ゆったりとした時間が流れています。

区の担当者は「単に特産品を売るのではなくて、この商品はこういう思いで作っている、こういう食べ方で味わってほしいという“気持ち”も含めて売る場所にしたい」と話します。

### 地方との共存共栄の関係に

台東区が目指す自治体間連携とは、交流自治体が台東区の魅力を活用し、ビジネスチャンスにつながることです。同時に、台東区の区民にとっても全国の交流自治体と出会い、自分のふるさとを思い出すきっかけになる人もいれば、その地方の特産品を好きになって、第2のふるさとのように感じてくれる人もいるかもしれません。

台東区の取り組みが全国各地域の経済活性化とふるさと発見のチャンスになれば、特別区長会の全国連携プロジェクトが目指す「東京と全国各地域の共存共栄」にもつながるのではないのでしょうか。