

# 24 ~ Welcome to SUMIDA!! ~ 外国人観光客のみなさん すみだへいらっしゃ〜い

予算額(新規)  
9,000千円

問合せ  
観光課長  
菅原 幸弘  
内線5481

## 1 目的

東京2020大会を前に、外国人観光客が増加していることから、外国人と区民の異文化理解を促し、交流の機会を設ける。さらに、外国人観光客のさらなる誘客を図るために、墨田・台東の魅力を連携してPRする。

## 2 主な事業内容

### (1) 外国人観光客と区民の観光交流推進(新規)【4,000千円】

墨田区観光協会を中心に、区内事業者や区内団体等と連携しながら、区民と外国人観光客の交流の機会を設ける。

事業例: 食を通じた交流、ものづくりワークショップ、地域のお祭りや盆踊りへの外国人観光客の誘致 など

### (2) 外国人向け江戸文化体験ツアー(新規)【5,000千円】

(台東区との連携推進事業の一環)

「欧・米・豪」を中心とした外国人観光客をターゲットに、江戸文化体験やナイトライフ(夜間に楽しめる観光コンテンツ)を盛り込んだモニターツアーを実施する。



## 地域も一体！両国観光推進

## 1 目的

東京2020大会を契機とし、ボクシング会場となる両国地区において、地域ぐるみによる観光推進や観光客の暑さ対策などを行い、大会後もレガシーとなる取組を進めていく。

## 2 主な事業内容

## (1) 両国DMOの推進(新規)【2,000千円】

- ①観光事業に携わる民間事業者や団体同士の結びつけ
- ②事業者同士で観光事業を行う際の企画・資金確保・広報活動・行政手続き等のサポート など

## (2) 両国クールシェアマップ作成に伴う調査(新規)【2,640千円】

クールスポットを中心とした様々な情報を一元化したマップを作成し、クールシェアを地域に根付かせる。  
 平成31年度：賛同・協力いただける施設や民間事業者等の調査・発掘  
 平成32年度：両国クールスポットマップ作成  
 観光客等へ周知

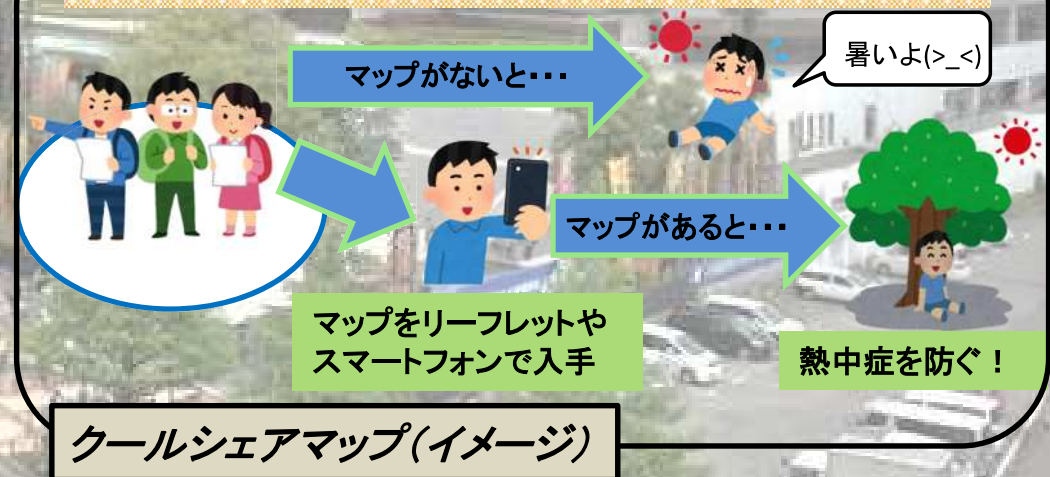
予算額(新規)  
4,640千円

問合せ  
 観光課長  
 菅原 幸弘 内線5481  
 環境保全課長  
 島崎 進 内線5461

## 両国DMO(イメージ)



地域が主役の  
仕組みづくり = 東京2020大会の  
レガシー



21

新しいすみだブランドを発信！

# 産業振興施策ブランディング 再構築・発信力強化

予算額(拡充)  
53,000千円

問合せ  
産業振興課長  
中山 賢治

内線5431

## 1 目的

産業振興施策全体の統一的なブランディングの再構築を行い、多様な手法により、ものづくりの魅力を広く発信し、すみだの知名度の向上とイメージアップを図る。

## 2 主な事業内容

### (1)地域ブランド戦略の推進(拡充)【45,000千円】

<2019年度>

ブランディングの見直しを行い、従来の「すみだモダン認証商品」の中から、より認証基準に合致したものを選定するほか、公募以外の商品からも基準に見合うものを発掘し、事業の再検証・再構築を図る。

<2020年度>

検証結果を基にブランディングのコンセプトをまとめた「ブランドブック」を製作する。東京オリンピック・パラリンピック後の2021年度からは、事業ごとに異なっていたブランディングを産業施策全体を統一するものに改め、リスタートする。

### (2)ものづくりプロモーションの推進(拡充)【8,000千円】

従来の補助金制度を見直し、各種ものづくりイベントの相互連携や統合、新規イベントの創出を促進する。

【補助金】 上限1,500千円(補助率10/10)  
参加企業30社以上 上乗せ補助1,000千円

【補助対象】 すみだモダンブランド認証、3M運動認定、  
新ものづくり創出拠点、リーディングファクトリー選定

## 事業のイメージ

### すみだ地域 ブランド戦略

- ・すみだモダンブランド認証
- ・ものづくりコラボレーション
- ・販路開拓・PR

- ・ブランド戦略の成果・効果の検証
- ・産業施策の実効性分析と効果測定
- ・リブランディング、新規施策の構築

### ものづくり プロモーション

- ・すみだ3M運動  
スペシャルウィーク
- ・すみだガラス市

#### ものづくりイベント

- ・スミファ
- ・コーヒーフェス
- ・すみだ川ものコト市 等

- ・ものづくりイベントの補助金見直し
- ・イベント同士の連携、統合
- ・新規イベントの創出

## 見直し効果

統一的なブランドイメージの強化と関連イベントの充実により、  
区民のまちへの愛着を深めながら、すみだの「ものづくりのまち」  
としての地位を確立し、知名度の向上とイメージアップを図る。

22 コトづくりの場『コトノバ』を創出！  
観光回遊路を活用した  
プロモーションの検討

予算額(新規)  
10,000千円

問合せ  
産業振興課長  
中山 賢治

内線5431

1 目的

東京2020大会を見据え、北十間川沿いにエリアマネジメントの考え方を取り入れた、新たな物販・観光及び地域交流等のプロモーション手法の検討。

2 主な事業内容

コンセプトワークの実施(新規)【10,000千円】

3年間限定(拠点開始時期から)のプロモーションに向け、機能や基本コンセプトについて専門家を交えた検討を行う。

【具体的な検討案 ~様々なコトづくりの場を創出~】

①商品ブランドの構築

すみだまち処の課題を踏まえて検討する。

②地域との交流

エリアマネジメントの拠点とする。

③文化交流・舟運

インバウンド施策として、相撲部屋やホテルとの連携のほか、船着場に関する案内の場とする。

④歴史と伝統工芸

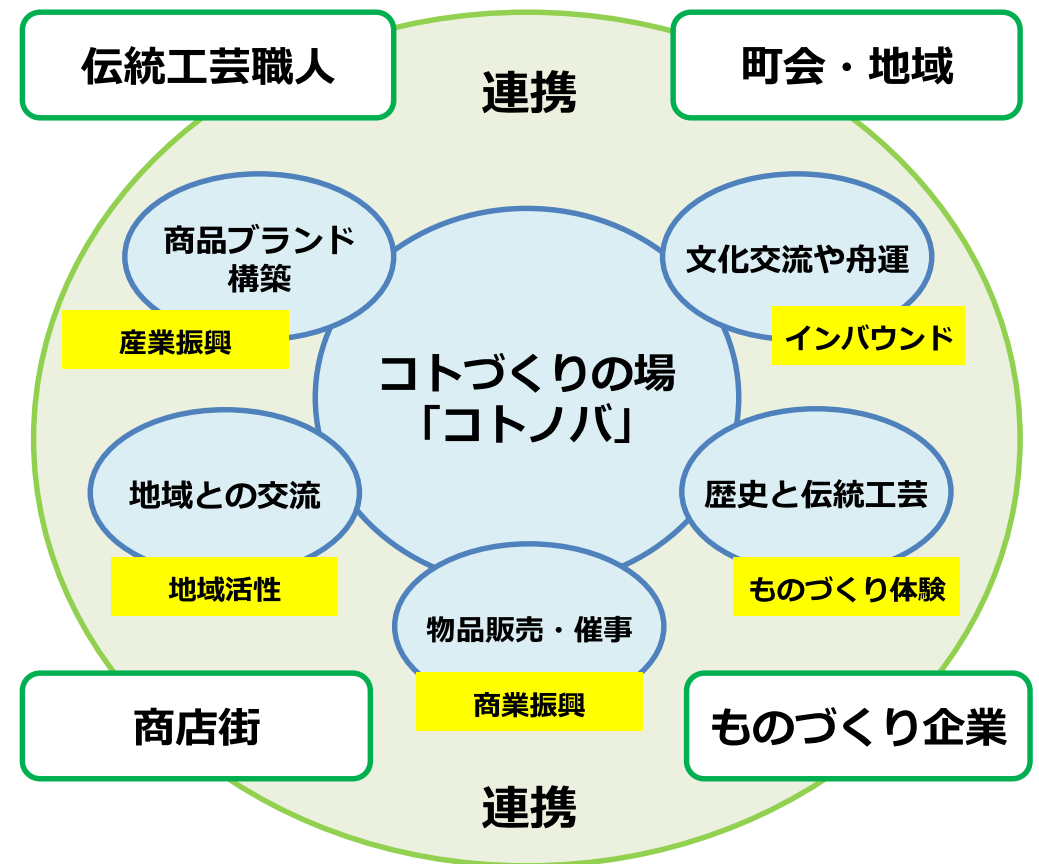
伝統工芸職人との交流による体験の場とする。

⑤物品販売や催事

商店街の催事に対応する。

事業のイメージ

新たなプロモーション手法の検討



## 飽きない！空きない！商店街の商いを応援！ 商業振興施策を“Scrap & Build！”

予算額(拡充)  
48,400千円

問合せ  
産業振興課長  
中山 賢治

内線5431

### 1 目的

商業振興施策全体の見直しを図り、より実践的・効率的・広域的な取組を実施する。

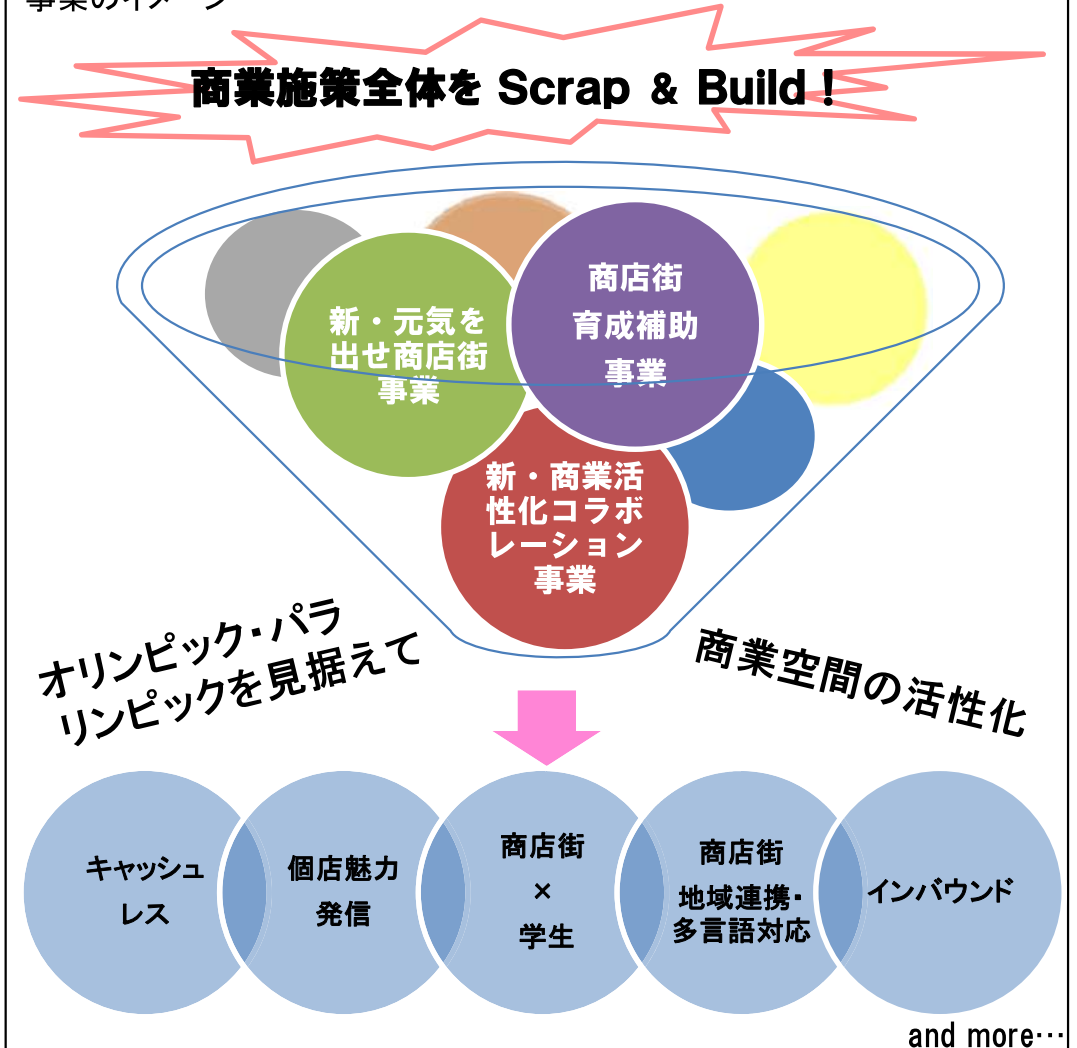
### 2 事業内容

- ・オリパラ直前に行うインバウンド対策の提案。
- ・商店街全体の多言語化、地域と連携した商店街事業への補助。
- ・これまでの商店街への補助事業で培われたノウハウを生かし、新たな補助事業を展開。
- ・「お店自慢」で商業活性化に繋げる個店PR支援を強化。

### 3 主な事業

- (1) 商店街連合会補助事業【5,000千円】
- ・ *お店の自慢話をしよう* 個店魅力発信事業(商店のPR動画配信)
  - ・ *おとなには見えない視点、あります* 商店街×学生コラボレーション事業
  - ・ *店つながる墨田区* 若手商業人大交流会
- (2) 商店インバウンド対策事業【2,600千円】
- ・ *入店前のお・も・て・なし* ピクトグラム表示キットの配布
  - ・ *オリパラ直前！今から間に合う* インバウンド実践フォーラム
- (3) 商店街チャレンジ戦略支援事業【40,800千円】
- ・ *めざせ！グローバル商店街！* 多言語対応事業
  - ・ *地域で取組む商店街イベント！* 地域連携型商店街事業
  - ・ *来る人の心に残るイベントを！* 商店街イベント補助事業
  - ・ *目で楽しめる商店街をめざして* 商店街育成補助事業(ハード改修等)

事業のイメージ



25

北斎没後170年！2020年の北斎生誕260年  
に向けて北斎ムーブメントの“うねり”を創出

## 北斎を通じた文化芸術プロモーション

### 1 目的

北斎没後170年を迎え、ますます広がる北斎ムーブメント。2020年の北斎生誕260年に向けて、より北斎の“うねり”を創出するべく、北斎生誕の地・すみだから、各種プロモーションを展開する。

### 2 主な事業内容

#### (1) 北斎交流プロモーション(拡充)【5,630千円】

##### ① 北斎×川柳プロモーション

台東区との文化交流事業として、北斎と川柳をテーマに川柳公募、展示、まち歩き等を実施。

##### ② 北斎画シティドレッシング

北斎没後170年の節目に、すみだ北斎美術館と小布施町・北斎館の間で実施する交流企画展の開催に合わせて北斎通りにPRフラッグを掲出！

#### (2) すみゆめ プロジェクト(継続)【30,000千円】

北斎・隅田川をテーマに展開する文化芸術プロジェクト。昨年度に引き続き、文化芸術への関心を巻き起こす実験的なアートプログラムを展開！

予算額(拡充・継続)  
35,630千円

問合せ  
文化芸術振興課長  
南部 友孝

内線5451

### 北斎没後170周年記念 北斎交流プロモーション



### 隅田川 森羅万象 墨に夢 (すみゆめ)

