

都市型観光について ～区内の資源を活用した賑わい創出～

区民委員会資料
令和5年8月21日
文化スポーツ振興部文化観光課

社会情勢を踏まえた施策実施

コロナ前（～令和元年）

- 東京2020オリンピック・パラリンピックの開催に伴う区内来訪者の増加に向けて、様々な施策を推進

コロナ禍（令和2～4年）

- 品川区観光統計調査の結果、区内の一時滞在者数はコロナ前の平均7.5割に減少
- 区内イベントは、中止・規模縮小・オンライン配信となり、来場者数が減少
(地域・関係団体からのイベントに対するニーズが高く、感染対策の上、可能な範囲で外イベント開催)
➔ 来訪者の減少を踏まえ、Web媒体による情報発信に注力

コロナ後（令和5年～）

- コロナの5類への移行後、イベントについて、コロナ前の規模で開催し、来場数の増加が見込まれる。



しながわ観光大使「見習い」
ハタチの龍馬
(Twitterフォロワー 8月現在 3.3万人)

訪日・国内旅行の状況

- 令和4年10月、水際対策の大幅な緩和が開始され、回復傾向が顕著となり、今後の来訪者の増加が期待される。
- (1) 訪日外国人旅行者数 令和元年：3,188万人 ➔ 令和4年：383万人〔対令和元年比 12%〕 ➔ R5(1～5月)：864万人
- (2) 日本国内旅行者数 令和元年：58,710万人 ➔ 令和4年：41,785万人〔対令和元年比 71%〕 ➔ R5(1～3月)：10,013万人

主な実施事業

集客イベント

- ◆しながわ水辺の観光フェスタ
実行委員会との共催による水辺に係る東品川、天王洲、勝島、八潮、五反田の各地で開催
- ◆にしこやまつり
地元町会や商店街等との連携により開催
- ◆まち歩き
商店街に隠された謎を解く体験型イベントなど



しながわ水辺の観光フェスタ



にしこやまつり

情報発信・PR

- ◆キャラクターを活用したPR
- ◆YouTube等のWeb媒体やパンフレット等の紙媒体
- ◆フィルムコミッション
区内撮影の誘致によるロケ地への誘客等



観光キャラクターの活用



YouTubeでの動画発信



フィルムコミッション
(ロケ地紹介、区内撮影作品のコラム)

水辺関係

◆目黒川イルミネーション

地域の実行委員会との連携により、地域の廃食油を活用した100%自家発電による冬の桜をイメージ



目黒川イルミネーション

◆【R4】おもてなし舟運事業（2日間）

大井ホッケー競技場での国際大会に合わせた開催

◆【R5】しながわクルーズ（秋季2か月間の土日祝）

目黒川と京浜運河の運航により、区の大きな魅力である水辺を体験



クルーズ（目黒川）

◆【R3】屋形船サステナブルクルーズ

メディア向けの品川ゆかりの食材（品川蕪等）を活用したツアーを実施し、広く品川の魅力発信

◆【R4】屋形船に乗るサステナブルな日本文化体験

2つのツアーを開催

- ・観光客向け：品川のゆかりの食事とまち歩き
- ・子ども向け：歴史・文化を学ぶ乗船体験とまち歩き

◆【R5】「しながわ」宝探しの旅

R4年度の子ども向けツアーの経験と小学校の意見を取り入れた学びにつながる乗船体験とまち歩き

（台場小学校5年生を対象に実施予定）

【R4】品川をより知ってもらう子ども向け学習ノート



インバウンド

◆インフルエンサーを活用したSNSやYouTubeによる情報発信



インフルエンサーによる動画発信
(Weibo(SNS) 約72万再生)

◆大田区・川崎市との

3自治体連携事業

- ・【R1】海外旅行会社向け：3自治体のスポットを掲載した冊子を制作しPR
- ・【R4】個人旅行者向け：3自治体のスポットを掲載したネット記事によりPR



3自治体PR冊子

◆区内ゲストハウス利用者向けの文化体験ウォーキングツアー



文化体験ツアー（座禅体験）



旧東海道品川宿ウォーキング

今後の展開と課題

- ・都市型観光の推進のため、区の魅力である水辺について、関係部署と横断的に連携・検討の上、ハードとソフトの一体的な施策を行う。
- ・区内には単独で集客力を持つ観光資源が無いため、地域資源をテーマごとに束ねて効果的にアピールし、知名度の向上を図る。
- ➡ 「観光」という手法により、更なる「区民の幸福（しあわせ）」につなげていく。