

第1章 計画策定の背景

1-1 近年の観光振興の全国的動向

◆全国各地で進められている都市型観光

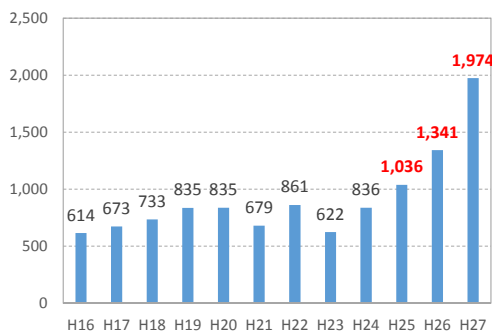
近年、社会の成熟化、価値観やライフスタイルの変化によって、観光のスタイルも多様化してきています。たとえば、名所・旧跡を訪ねる、温泉地に宿泊するというような従来型の観光に加えて、地域資源を活用したグリーンツーリズムやエコツーリズム、産業観光などの参加型・体験型の観光をニューツーリズムと位置づけて、新たな観光振興を図る動きが全国各地で見られます。

これまで品川区で進めてきたような地域の商店街や路地、祭りなど住民の生活・暮らしに触れて、都市内のまちあるきや飲食、買い物を楽しむという「都市型観光」もその一つであり、観光まちづくりの取組みとして全国各地で展開されています。

◆訪日外国人観光客の増加

日本を訪れる外国人観光客は年々増加を続けており、特に近年は、観光ビザ発給要件の緩和、LCCの就航拡大などを背景に著しく増加しています。平成25年（2013年）には、年間訪日外国人旅行者数が初めて1,000万人を超え、平成26年（2014年）には1,341万人、さらに、平成27年（2015年）には過去最多の1,974万人に達しました。「品川区都市型観光アクションプラン」（平成18年3月）を策定した約10年前と比較すると、その数は約1,300万人も増加しており、東京に限らず、全国各地で外国人観光客を見かけることが珍しくなくなりました。

また、日本政府は、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会が開催されるまでの目標としていた「年間訪日外国人旅行者数2,000万人」の目標値を新たに「年間3,000万人」と掲げ、今後ますます多くの外国人観光客が日本を訪れることが期待されます。



訪日外国人旅行者数の推移(万人)



訪日外国人旅行者の様子

◆観光を巡る地域間競争

全国的に少子高齢化、人口減少が進むわが国においては、今後の定住人口の増加が見込めないことから、観光振興によって交流人口の拡大を図り、地域を活性化させようと取り組む自治体が増えてきています。

様々な地域において、観光振興を政策の主要な柱と位置づけた取組みがはじまっていることから、今後、交流人口の獲得をめぐる観光における地域間競争は、地方部だけでなく、都市部においても、ますます激しくなっていくことが予想されます。そのため、これからの観光振興においては、地域固有の資源を再発見して磨きあげ、行政と市民が一体となって他地域と差別化した魅力を高めてアピールし、目的地としての認知度向上を図っていくことが必要になります。

◆観光振興に関わる国や都の動向

平成15年の観光立国宣言以降、平成18年12月の観光立国推進基本法の制定、平成20年10月の観光庁の設置など、わが国では観光振興を重要な国家戦略のひとつに据え、取組みを進めています。特に、ビジット・ジャパン・キャンペーンに代表される外国人旅行者の獲得に向けた事業は、力を入れて継続的に実施されている取組みです。

また、東京都でも、観光産業は「多くの産業に経済波及効果をもたらし、飛躍的な成長が見込まれる産業」として位置づけ、本格的な観光振興に取り組んでいます。そのひとつとして、平成25年5月に、今後5年の東京都の観光分野の取組みの方針を示す計画として「東京都観光産業振興プラン（平成25年5月）」を策定しました。「東京都観光産業振興プラン（平成25年5月）」では、観光産業振興に向けた施策展開として「戦略1：外国人旅行者誘致の新たな展開」、「戦略2：MICEの誘致」、「戦略3：魅力を高める観光資源の開発」、「戦略4：受入環境の充実」、「戦略5：人材の育成・活用」の5つの戦略を掲げています。

さらに、2020年オリンピック・パラリンピック東京大会の開催決定を受けて、「東京都長期ビジョン（平成26年12月）」の基本目標のひとつに「史上最高のオリンピック・パラリンピックの実現」を掲げるとともに、「外国人旅行者の受入整備方針（平成26年12月）」を策定し、「世界一のおもてなし都市・東京」の実現に向けた取組みを進めています。「外国人旅行者の受入環境整備方針」に示された「重点整備エリア」には、品川区内のオリンピック競技場やお台場の品川区部分も含まれており、これらの地域では、特に外国人観光客への案内機能の向上が求められています。

「東京都観光産業振興プラン」観光産業振興に向けた施策展開

【戦略1】外国人旅行者誘致の新たな展開

- 旅行者層の嗜好、行動特性などをより詳細に分析した、きめ細かなマーケティングによる戦略の構築
- アジア市場を重視するとともに、新規市場開拓、FIT(個人旅行)・リピーターを重視したプロモーション
- ツイッター・フェイスブック等のSNSや、ウェブサイトなど、多様な媒体を活用した情報発信
- 共同プロモーションや観光ルート開発など、民間事業者・国・国内外の都市等との連携の推進

【戦略2】MICE誘致の推進

- M、I、C、Eの各ターゲットに応じた誘致戦略の構築と積極的な誘致プロモーション
- 主催者のインセンティブにつながるコンベンション誘致・開催資金助成の拡充と東京独自のアフターコンベンション・プログラムの開発
- 歴史的建造物や美術館等の文化施設などを「特別開催の場」とするユニークベニューの開発の促進
- 新たなMICE拠点の環境整備と、地域が一体的かつ強力に誘致・開催を進める体制の構築

【戦略3】魅力を高める観光資源の開発

- 民間事業者等と連携した外国人旅行者を惹きつける観光資源の開発・発信
- 都市景観、水辺空間など、質の高い都市空間の創造
- 食文化、アニメやファッション等、新たな潮流を観光資源として活用する取組の強化
- 多摩、島しょなど、地域の特性を活かした資源開発等、地域活性化につながる取組への支援

【戦略4】受入環境の充実

- SNSや公衆無線LAN、モバイルサイトなど、ICTを活用した情報提供の充実
- 道路、交通機関等における案内サインなどの多言語化の推進
- 宿泊施設等における緊急・災害時対応マニュアルの整備など、安心して過ごせる環境の確保

【戦略5】人材の育成・活用

- 地域のまちづくり等を担うリーダー、コーディネーターの育成・活用
- MICEの専門人材の育成・活用
- 観光ボランティアの育成・活用

1-2 しながわ観光の“これまで”（評価・総括）

品川区では、平成18年3月に、しながわ観光協会と共同で「品川区都市型観光アクションプラン」を作成しました。

このプランは、区としてはじめて観光振興の基本的な方向性を示したものであり、この10年間プランに基づいた様々な取組みが行われてきました。品川区では、このプランの計画期間が満了したことと、先に示したような時代背景の変化を受け、この度の計画改訂に至りました。

（1）品川区都市型観光アクションプランの概要

前計画「品川区都市型観光アクションプラン」は、区内に点在する人々の暮らしに根ざした身近な観光資源（商店街、水辺、宿場・街道、祭り等）に焦点をあて、これら資源を発掘し、磨き上げ、輝かせることを基本としており、4つの基本戦略と8つの行動計画から構成されています。

先導的重要プロジェクトとして、「品川ウォーク（まち歩き）の推進」と「品川ウェルカムゲート（拠点づくり）」の2つのプロジェクトが挙げられています。



都市型観光アクションプラン
（平成18年3月）

「都市型観光アクションプラン」に位置づけられている基本戦略と行動計画

戦略①：地域を磨く！！
品川を体験するメニューをつくる 品川体験 10メニュー
品川を楽しむ舞台と仕掛けを整える 品川小劇場・感動36景
戦略②：地域を自慢する！！
おしゃれをキーワードに品川を自慢する 品川おしゃれ向上委員会
品川の国際的魅力を自慢する 品川グローバルプラン～世界が参加する品川
品川の魅力をパッケージ化する 住民がつづる品川物語～地域が描く気ままな絵日記
戦略③：自慢を発信する！！
品川の魅力情報を一元的に発信する 品川チャンネル～コアな品川情報の収集・発信
地域外に効果的に品川の魅力を発信する 品川サポーターシステム
戦略④：旅人をもてなす！！
人と知恵と活力をつなぐ 品川もてなしサロン

(2) アクションプランに基づく取組み状況（成果・課題）

この10年間、区と観光協会の共同で、前計画「品川区都市型観光アクションプラン」の4つの戦略と2つの先導的重要プロジェクトに基づいた、様々な取組みを実施してきました。また、プランに基づく取組みのほかにも、区の関連各課や区内の観光関連団体・区民団体等によるイベント・ツアー等が積極的に実施しています。

◆戦略①：地域を磨く！！

戦略①については、既存の資源を来訪者の視線で見直し、磨きをかける取組みとして、この10年間「まち歩き」と「水辺活用」に関する取組みを積極的に推進してきました。特に、「つまみ食いウォーク」や「しながわ発見 観光まち歩き」などのまち歩きイベントは毎回多くの参加者が参加し、品川区のまち歩き観光が定着してきているといえます。

また、水辺活用に関しては、「運河クルーズ」や「目黒川桜クルーズ」、「目黒川イルミネーションクルーズ」など、年間を通して舟運を活用した取組みに力を入れています。官民連携による水辺活用は、都内や全国で活発化してきており、今後の期待も高まっていますが、その促進のためには、栈橋や休憩施設などの施設・環境の整備や一般市民の水辺利用規制の緩和などが課題となっています。



つまみ食いウォークの様子



しながわ運河クルーズの様子

◆戦略②：地域を自慢する！！

戦略②については、区民自らが地域を見直し、自慢することを目的に、「しながわみやげコンペティション」、「伝統の技と味 しながわ展」など、地域の資源や伝統を見直し、商品づくりにつなげる取組みを行ってきました。特に、「しながわみやげコンペティション」は毎年多数の応募があり、これまでに59点の「しながわみやげ」が認定されるなど、少しずつ「しながわみやげ」認知の成果をあげています。

また、国際的にしながわをアピールするための「多言語パンフレットの作成」や「英語少し通じます商店街事業」などの取組みも進めており、外国人観光客を受け入れる環境が少しずつ整ってきているといえます。しかし、今後ますます増加が予想される外国人観光客に対しては、区民意識の醸成や人材育成などの点で受入れ体勢の充実を図っていく必要があります。



第1回しながわみやげコンペティションにより選ばれた認定品

◆戦略③：自慢を発信する！！

戦略③については、魅力情報の収集と地域内外の多くの人への情報発信を目的とした取組みを精力的に行ってきました。例えば、「駅貼りポスターの作成」、「るるぶ品川の発刊」、「しながわ観光マップ・パンフレットの作成、配布」など紙媒体による情報発信から、「しながわ観光協会ホームページの更新」、「スマートフォンアプリ『しながわ巡り』」、「観光PR動画の作成」などインターネットを通じた情報発信まで、これまでも多様な媒体による情報発信を行い、一定の成果が得られています。

しかし、個々のイベントや活動の情報が一元化されておらず効果的な情報発信ができていないなどの課題もあり、活動団体間の連携や観光客の様々なニーズに合わせたプロモーションの強化が必要です。



観光マップ・パンフレット



スマートフォンアプリのチラシ

◆戦略④：旅人をもてなす！！

戦略④については、多くの人々が繰り返し訪れる地域づくりのための環境整備や人材育成を目的として「観光案内所しながわ PLAZA、品川宿交流館の開設」、「しながわまちかど案内所の設置」などの拠点整備や「観光案内サインの設置」などに取り組んできました。また、商店街における英会話講座「英語少し通じます商店街事業」や「ガイドしながわ・ガイド TOKYO SHINAGAWA」によるガイド事業など、ソフトのおもてなしについても取り組んでいます。

今後は、しながわのまち全体でおもてなしに取り組み、まだ観光資源として認識されていないような資源を区民自ら PR していくために、おもてなし意識を区民レベルまで拡げ、人材を育成していくことが必要です。



拠点として整備された「しながわ PLAZA」、「品川宿交流館」

◆先導的重要プロジェクト

先導的重要プロジェクト「品川ウォーク（まち歩きの推進）」については、平成18年から継続して「しながわ商店街お宝発見・つまみ食いウォーク」を実施しており、毎回3,000人前後の参加者が参加する大イベントとなっています。また、その他にも「しながわ発見 観光まち歩き」や「文化財めぐりツアー」など様々なテーマによるまち歩きイベントを行うなど積極的に推進され、品川区におけるまち歩き観光はある程度定着してきたといえます。

もう一つの先導的重要プロジェクト「品川ウェルカムゲート（拠点づくり）」については、「品川宿交流館」、「しながわ PLAZA」などの情報交流拠点の整備をはじめとして、観光情報誌、観光マップなどの情報発信ツールの充実を図っており、一定の成果が得られています。

以上のように、先導的重要プロジェクトについては、この10年間継続的に取り組み、十分に推進されてきたといえます。

◆アクションプランに基づく取組みの成果と課題

以上のように、この10年間、アクションプランに基づいて様々な分野で多くの取組みが実施され、一定の成果をあげてきました。今後は、これまでの成果をしっかりと発展させ、課題を解決させて観光振興を推進していくことが重要です。

■アクションプランに基づく取組みの成果

- ・まち歩き観光の推進
- ・案内拠点の整備
- ・ホームページなど多様な媒体を活用した情報発信

■アクションプランに基づく取組みの課題

- ・観光情報の一元化とプロモーションの強化
- ・各種環境整備と規制緩和への取組み
- ・受入れ体制の充実（区民レベルのおもてなし意識の醸成、人材育成）