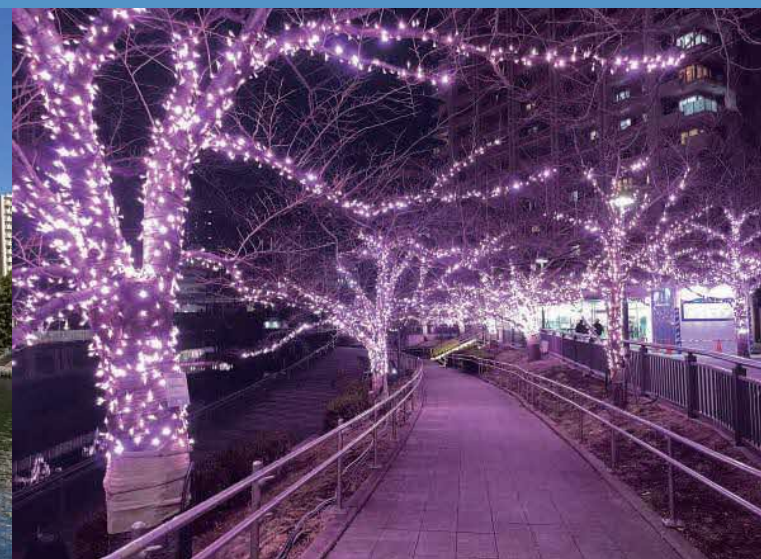




しながわ観光プラン【全体計画】



2026(令和8)年3月

目 次

第1章 計画策定の経緯	02
1-1. しながわ観光のこれまでの取組	02
1-2. しながわ観光プランの位置づけと基本的方向性	03
第2章 しながわ観光のキーワード	04
第3章 しながわ観光のコンセプト・目標	05
第4章 しながわ観光の戦略と施策	06
4-1. しながわ観光の戦略体系図（ロジックモデル）	06
4-2. しながわ観光の戦略と施策	07
【戦略A】区民がしながわ観光の魅力に誇りをもつことができる	
【戦略B】区民（事業者）がしながわ観光の魅力を磨き上げることができる	
【戦略C】区民と観光客がつながり、しながわ観光の魅力を共有することができる	
【戦略D】区民が感じているしながわ観光の魅力を多くの人に知ってもらえる	
【戦略E】観光の成果が区民に還元されている（マネタイズ）	
第5章 推進体制	11

第1章 計画策定の経緯

1-1. しながわ観光のこれまでの取組

- 2016(平成28)年3月に「品川区都市型観光アクションプラン」(2006(平成18)年3月策定)の計画期間の満了と時代背景の変化を受け、「品川区都市型観光プラン」として計画を改訂しました。
- 改訂と同時に「品川区観光振興協議会」(会長:品川区長)を立ち上げ、この10年間で官民連携による観光施策の立案や情報交換、イベントの実施、行政による観光インフラの整備、観光統計調査等を進めてきました。



◆都市型観光プランに基づく取組の成果

官民連携の品川区観光振興協議会の開催	品川区観光振興協議会、下部組織の専門部会の開催、取組推進。(水辺活用部会:全26回、ショートトリップ推進部会:全20回、国際化対応部会・情報発信強化部会:全19回)
官民連携による様々なイベントの実施	水辺のイベントを中心に官民連携で継続実施。(しながわ水辺の観光フェスタ、しながわクルーズ、目黒川みんなのイルミネーション、ゆり鑑賞ラブウィークなど)
観光インフラの整備	観光案内所の設置、船着場の整備、水辺広場・公園の整備、橋梁のライトアップなどの観光に関するインフラの整備。
観光統計調査の実施	GPSビッグデータ(区内観光資源の一時滞在者の数・属性)調査や来訪者アンケート(来訪目的、同行者、訪問地点、消費額等)調査の実施による区内の観光動向に関するデータの蓄積、観光関連団体へのデータの提供、観光施策への活用。

第1章 計画策定の経緯

1-2. しながわ観光プランの位置づけと基本的方向性

①多様な主体の連携による観光振興（推進体制）

- これまでも「しながわ観光協会」の他、DMO、まちづくり協議会、NPO団体、商店街、宿泊事業者や舟運事業者等の民間事業者、そして区民と連携し、協働で観光振興に向けた取組を推進してきました。今後も、区も含めた多様な関係者同士の連携体制を維持・発展させ、“オールしながわ”での観光振興をめざします。

②戦略的視点に基づいた計画（全体計画＋実施計画） ※実施計画は別冊参照

- しながわ観光がめざすコンセプト・目標の実現に向けて実行していくべき戦略を総合的に位置づける「全体計画」とともに、より計画の実行性を高めるため、短中期で重点的に取り組むプロジェクトを位置づける「実施計画」を設定します。この「実施計画」に基づき、関係者が参画するプロジェクトチームを編成し、取組を着実に前に進めます。

③社会情勢の変化への柔軟な対応（実施計画の見直し） ※実施計画は別冊参照

- 観光を取り巻く社会情勢は刻一刻と変化しています。この変化に柔軟に対応していくため、②に示した「実施計画」については、取組の効果や課題をしっかりと見定めながら、毎年度、更新・発展させていくこととします。また、この「実施計画」については、一定の目的や目標を達成した、または別の取組や対応の必要性が高まった段階で、新たな「実施計画」を設定します。

④データに基づく観光事業の実施（統計データ等の活用）

- データに基づく観光事業の実施とは、「感覚や慣例ではなく、データと客観的な根拠に基づいて観光施策を企画・実行・評価し、目標に向かって効果的かつ着実に事業を進めていく取組」です。今後は統計データ等を観光に関わる関係者同士で収集・共有・活用することで、しながわ観光に関する現状評価や課題の設定、事業の企画、効果検証を行います。

第2章 しながわ観光のキーワード

- ▶ 品川区にはアート溢れる天王洲や春の桜、冬のイルミネーションで有名な目黒川、旧東海道の第一宿場町の品川宿など、多様な観光資源が点在しています。
- ▶ これらの資源を区・地域・民間事業者等との協働で戦略的に活用し、魅力の向上と周遊促進を図ることで、さらなる誘客につなげていくことが重要です。

◆しながわ観光のキーワード

水 辺	目黒川、品川浦、京浜運河、天王洲アイル、しながわ花海道、しながわ水族館などの多様で豊かな水辺、品川区都市型観光プランから進めてきた水辺の観光インフラ整備や官民連携による舟運事業の取組の蓄積
歴 史	大森貝塚、旧東海道品川宿、幕末～明治の偉人の墓等の多様な時代の歴史資源、七福神をまつる神社仏閣、各地域の祭礼・行事、品川歴史館
スポーツ	オリンピック・レガシー（大井ホッケー競技場等）を活用した大会誘致、それに伴うおもてなし、区民意識の醸成、プロスポーツチームなど
区 民	水辺、歴史、商店街など暮らしに身近な資源を活かした観光、地域への愛着・誇りの醸成
近隣区との連携	旧東海道や水辺でつながる大田区、港区、江東区、目黒区とのイベントや取組の連携推進
そ の 他	立地やまちの性格を活かしたナイトタイム観光、交通の便の良さを活かした短い時間で楽しめるスキマ観光の推進、ユニバーサルツーリズムの推進



コンセプト・目標

観光を通じた区民（事業者を含む）のウェルビーイングの向上

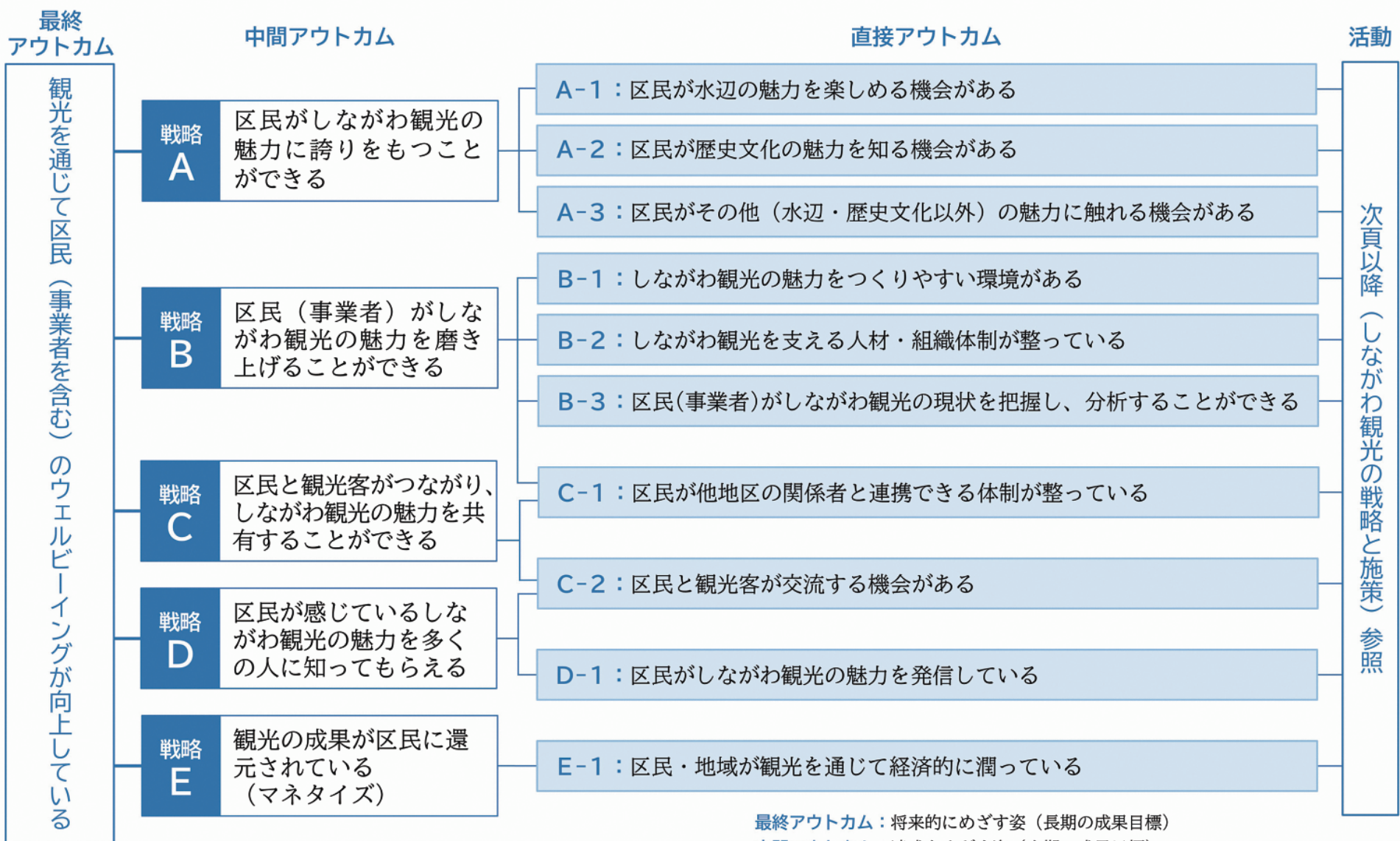
- 品川区では、区民の幸福（しあわせ）すなわちウェルビーイングを「区民一人ひとりが幸福で肉体的、精神的、社会的において満たされた状態にあること」と定義し、区民のウェルビーイング向上をめざして、さまざまな取組を進めています。
- 観光振興に関する取組も、区外から人を呼び込み地域経済を活性化させるだけでなく、地域の内側にさまざまな良い影響をもたらします。例えば以下のような効果が期待できます。
 - **地域の誇り・地域愛の向上**：自分たちの地域の魅力を再発見することで「地域愛」や「誇り」が生まれる。
 - **社会的つながりの強化**：観光まちづくりの活動を通じて、区民・企業・行政が協働する、人と人の絆が深まる。
 - **心身の健康への効果**：区民自身が地域の自然や文化を楽しむことで、心のリフレッシュや健康増進につながる。
 - **持続可能なまちづくり**：観光を通じて環境保全や地域資源の大切さに気づき、環境に配慮した行動が広がる。
- 観光振興に向けた取組を地域の誇り、社会的つながり、心身の健康、持続可能性の向上等につなげ、区民が“豊かに生きる”ことを支える観光をめざします。

（計画期間）

- 本プランは具体的な計画期間を定めず、情勢の変化に合わせて毎年度見直ししながら、必要に応じて更新していくものとします。

第4章 しながわ観光の戦略と施策

4-1. しながわ観光の戦略体系図（ロジックモデル）



最終アウトカム：将来的にめざす姿（長期の成果目標）

中間アウトカム：達成をめざす姿（中期の成果目標）

直接アウトカム：活動によりもたらされる直接的変化（短期の成果目標）

第4章 しながわ観光の戦略と施策

4-2. しながわ観光の戦略と施策

戦略A 区民がしながわ観光の魅力に誇りをもつことができる

A-1：区民が水辺の魅力を楽しめる機会がある

➤ 舟運の活性化

お花見・花火・夜景が楽しめる船の運航／天王洲プロジェクションマッピングクルーズの運航／近隣区と自由に行き来できる水上交通の実現 など

➤ 水辺の交流・賑わいの創出

近隣区と連携した水辺ツアー／区民・ボランティアの運営による水辺の飲食店 など



A-2：区民が歴史文化の魅力を知る機会がある

➤ 歴史資源の活用

大森貝塚を題材にしたまち歩き／御殿山をテーマにした江戸歴史文化の活用／品川歴史館の活用／神輿担ぎ体験イベントの実施／旧東海道での浴衣のレンタル など

➤ 区民の意識醸成

品川の魅力に対する認識向上／大人への地域教育の推進 など



A-3：区民がその他（水辺・歴史文化以外）の魅力に触れる機会がある

➤ 観光コンテンツの開発

サステナブルツアー／コミュニティ・ベースド・ツーリズム（CBT）／交通事業者と商店街の企画周遊券／観光資源の3Dコンテンツ開発／Park-PFIによる公園の活用／区民に知られていない観光資源の掘り起こし など



第4章 しながわ観光の戦略と施策

戦略B 区民（事業者）がしながわ観光の魅力を磨き上げることができる

B-1：しながわ観光の魅力をつくりやすい環境がある

- 制度・体制の整備
収益の一部をプールする観光財団の創設／助成金なしで自走できるまちづくり など
- 空間の有効活用
空き家利活用による拠点づくり／公共スペースの利活用促進／ワーケーションの推進 など



B-2：しながわ観光を支える人材・組織体制が整っている

- 人材育成
学生やガイドの活用／大学と連携したまちづくり観光の単位取得制度の整備 など
- 人材交流・官民連携
民間と行政の人材交流（派遣）の推進／イベントノウハウの共有 など
- コミュニティの強化
商店街・町会のコミュニティ強化・若返り化 など



B-3：区民（事業者）がしながわ観光の現状を把握し、分析することができる

- データ分析
人流データの解析／マーケティング調査／AIの活用／ターゲットの明確化／滞在時間増加施策の検討 など

C-1：区民が他地区の関係者と連携できる体制が整っている（次頁参照）

第4章 しながわ観光の戦略と施策

戦略C 区民と観光客がつながり、しながわ観光の魅力を共有することができる

C-1：区民が他地区の関係者と連携できる体制が整っている

- 行政・事業者間の連携
東京都・近隣区との連携体制構築／
観光協会によるイベント間・事業者間連携の仲介／
鉄道事業者同士の連携強化 など
- 地域交流の促進
パートナーシップ地域の増進／都市型多文化共生の地域モデルの構築 など



C-2：区民と観光客が交流する機会がある

- おもてなしの推進
「しながわ」のファンづくり／“観光客に褒められる品川”づくり など
- インバウンド誘客
中国や東南アジアをターゲットにした施策展開／
ラグロス世界選手権大会での来訪者対応／
高齢者と外国人の共生モデル など



第4章 しながわ観光の戦略と施策

戦略D 区民が感じているしながわ観光の魅力を多くの人に知ってもらえる

C-2 : 区民と観光客が交流する機会がある (前頁参照)

D-1 : 区民がしながわ観光の魅力を発信している

- プロモーション
「しあわせ多彩区」のロゴ活用／
PR用メインビジュアル・キャッチコピーの作成／観光大使任命制度の創設 など
- 多様な手法を活用した発信
SNSを活用した情報拡散／鉄道各駅・車両での情報発信／
区内企業の情報発信の強化／区民のメディア化 など



戦略E 観光の成果が区民に還元されている (マネタイズ)

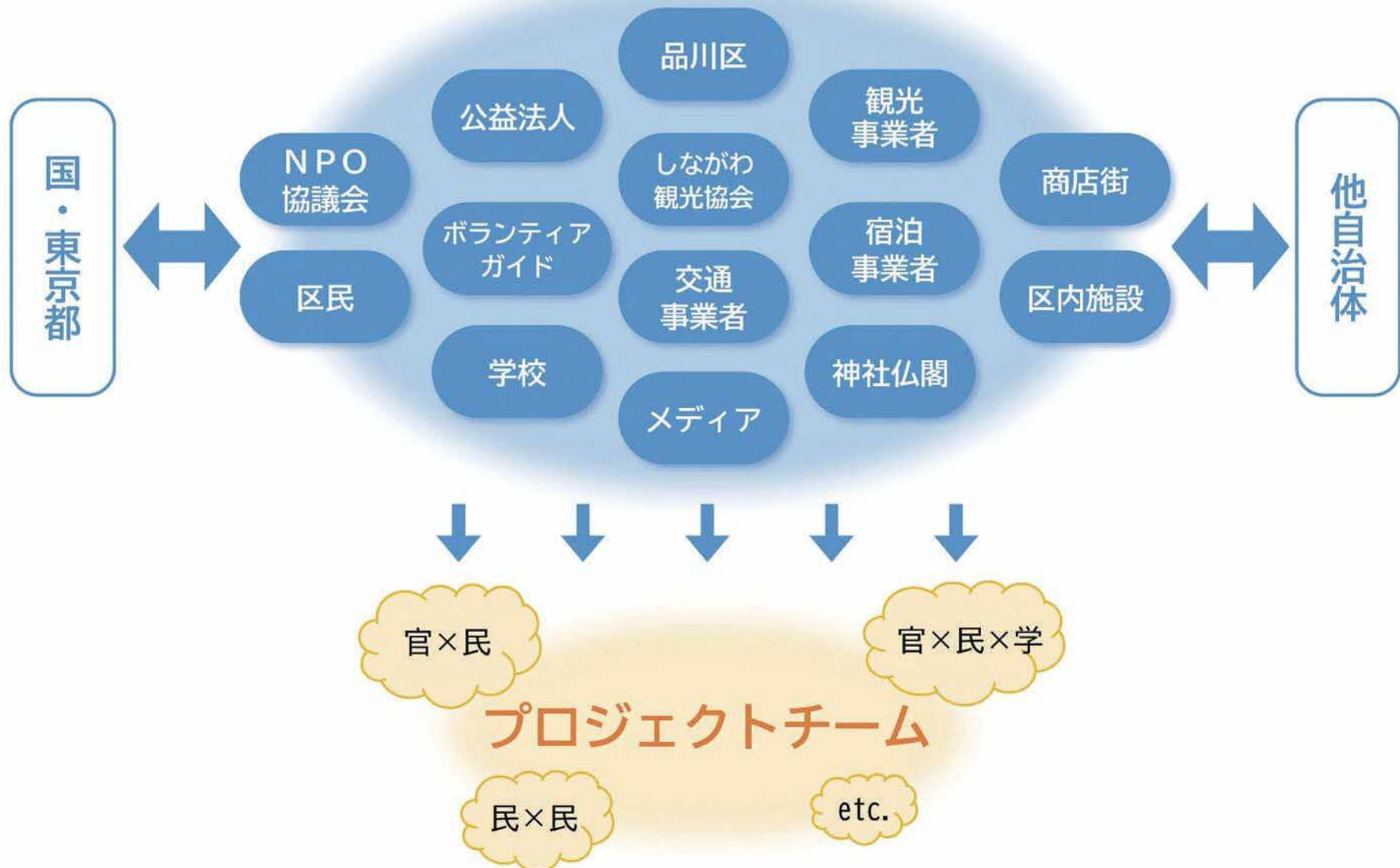
E-1 : 区民・地域が観光を通じて経済的に潤っている

- 経済活性化
無形価値の可視化とマネタイズ／顧客目線での施策検討 など
- ニーズのあるもの・価値のあるものの提供
高付加価値化／今売れるものの提供 など



第5章 推進体制

多様な主体の連携による“オールしながわ”での観光振興



目標達成に向けた短中期で取り組む重点プロジェクトの推進

しながわ観光プラン【全体計画】

2026(令和8)年3月

編集：品川区観光振興協議会

発行：品川区 文化観光スポーツ振興部 文化観光戦略課
〒140-8715 東京都品川区広町二丁目1番36号
電話番号 03-5742-6913

