

## 観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年 1月 12日

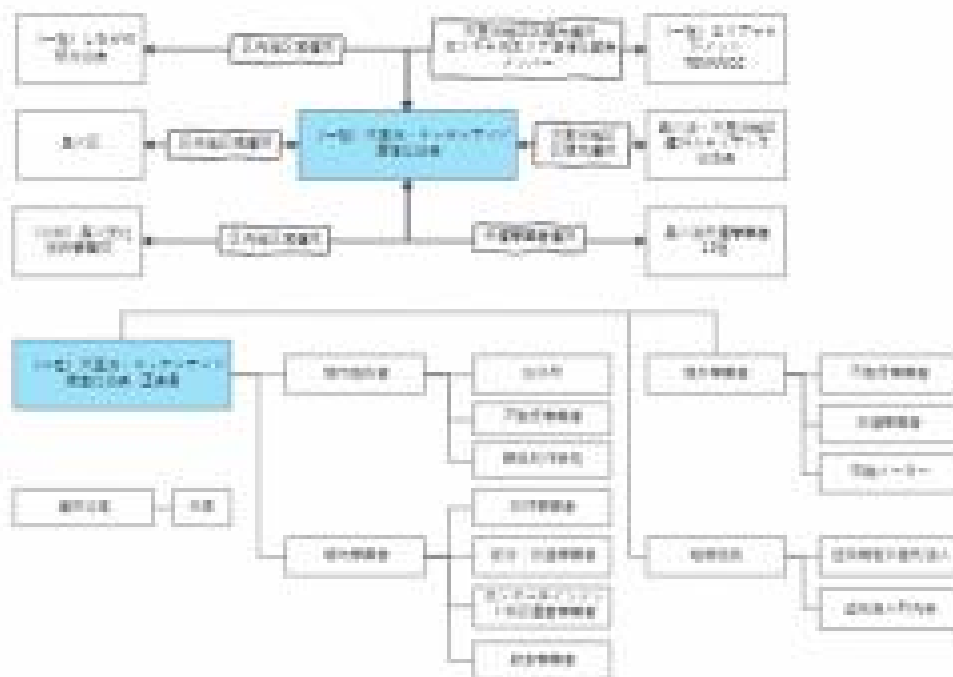
### 1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを ○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	(一社) 天王洲・キャナルサイド活性化協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 東京都品川区東品川2丁目	
所在地	東京都品川区	
設立時期	2015(平成27年)年1月5日	
事業年度	1月1日から翌年12月31日までの1年間	
職員数	23人(常勤2人、非常勤21人、(パートタイム2名 兼業19名)	
代表者(トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者) ※必ず記入すること	三宅 康之「専従」	一般社団法人日本建築文化保存協会代表理事、一般社団法人天王洲・キャナルサイド活性化協会代表理事。 水辺とアートをテーマに天王洲アイルにおける賑わい創出事業実施。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者(CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー) ※必ず記入すること	三宅 康之「専従」	一般社団法人日本建築文化保存協会代表理事、一般社団法人天王洲・キャナルサイド活性化協会代表理事。 水辺とアートをテーマに天王洲アイルにおける賑わい創出事業実施。
財務責任者(CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー) ※必ず記入すること	三宅 康之「専従」	一般社団法人日本建築文化保存協会代表理事、一般社団法人天王洲・キャナルサイド活性化協会代表理事。 水辺とアートをテーマに天王洲アイルにおける賑わい創出事業実施。
各部門(例：プロモーション)の責任者(専門人材)		

※各部門責任者のうち専従の者については、氏名の右横に「専従」と記入すること						
各部門（例：旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）						
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	東京都品川区文化観光課（文化観光振興全般）					
連携する事業者名及び役割	（一社）しながわ観光協会（観光協会） （一社）エリアマネジメント TENNOZ（エリアマネジメント団体） （公財）品川文化振興事業団 東京モノレール（株）（一次交通） 東京臨海高速鉄道（株）（一次交通） 日本航空（株）（一次交通） 東横イン品川天王洲（宿泊） PETALS TOKYO（宿泊事業者） JTB（株）（旅行事業） パナソニックオペレーショナルエクセレンス（株）（デジタルソリューション） 代々木アニメーション学院（劇場運営） クルーズクラブ東京（クルーズ事業者） タイソンズアンドカンパニー（飲食事業） 寺田倉庫（イベント施設運営、宿泊施設運営） （大）東京海洋大学（大学） 宿場ジャパン（民泊事業者） WHILL（二次交通） 三河屋／平井／船清／大江戸／むつみ丸／中金／丸長／丸裕／幸吉丸／ZEAL／ 縄定（屋形船、舟運事業者）					
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	・年 6 回「水辺の勉強会」を開催し、活動報告や講演、視察等を実施 ・しながわ観光協会、文化振興事業団と月例の情報交換会を開催 ・DMO 委員会の開催					
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	定期開催の天王洲キャナルフェスのコンテンツメニューとして地域小学生を対象に東京海洋大学と連携し「こども大学」を開催。その他体験ワークショップや水辺と親しむクルーズ乗船体験などを実施している。					
法人のこれまでの活動実績	<b>【活動の概要】</b> <table border="1"> <thead> <tr> <th>事業</th> <th>実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>情報発信・プロモーション</td> <td>公式 YouTube チャンネル「CANAL チャンネル」にて過去の活動ダイジェスト動画を放送 53 本 2023.11 現在 公式ホームページ（<a href="https://canalside.or.jp/">https://canalside.or.jp/</a>）の更新 しながわ屋形舟キャンペーン</td> </tr> </tbody> </table>		事業	実施概要	情報発信・プロモーション	公式 YouTube チャンネル「CANAL チャンネル」にて過去の活動ダイジェスト動画を放送 53 本 2023.11 現在 公式ホームページ（ <a href="https://canalside.or.jp/">https://canalside.or.jp/</a> ）の更新 しながわ屋形舟キャンペーン
事業	実施概要					
情報発信・プロモーション	公式 YouTube チャンネル「CANAL チャンネル」にて過去の活動ダイジェスト動画を放送 53 本 2023.11 現在 公式ホームページ（ <a href="https://canalside.or.jp/">https://canalside.or.jp/</a> ）の更新 しながわ屋形舟キャンペーン					

	受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 2018 年水辺のライトアップ事業 天王洲アイル地区にかかる橋梁をライトアップし夜景景観の演出を行う</li> </ul>
	観光資源の磨き上げ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 天王洲キャナルフェス（2017 年から原則年 4 回開催） 観客動員 2017 年 51,900 人、2018 年 54,000 人、 2019 年 52,300 人、2020 年 22,400 人（オンライン視聴含む）、2021 年 25,100 人（オンライン視聴含む） 2022 年 55,500 人、2023 年 62,500 人（年 3 回）</li> <li>・ 天王洲・キャナルアートモーメント 2020 (2,099 人)</li> <li>・ キャナルアートモーメント 2021 (9,362 人オンライン視聴) 2022 (4,200 人)</li> <li>・ 天王洲アートフェス 2019, 2020, 2021, 2022 屋外アート作品 21 作品</li> <li>・ しながわフェスウィーク 2017 年 (289 人) 2018 年 (3,222 人) 2019 年 (3,013 人) 2020 年 (中止) 2021 年 (1,962 人)</li> <li>・ 東京 “屋形船” ナイトクルーズ・エンターテイメント 314 人</li> <li>・ しながわ屋形舟キャンペーン 2020 年 4,929 人、2021 年 8,762 人</li> <li>・ おもてなし舟運事業 2022 年 10 月 1,620 人</li> </ul>
<p><b>【定量的な評価】</b> イベントを中心に賑わいづくり活動を実施。年々参加者が増加をしていったコロナウィルス感染拡大の影響で規模縮小。22 年以降過去水準を取り戻してきている傾向にある。</p>		
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	<p><b>【実施体制の概要】</b> （一社）キャナルサイド活性化協会が母体となり、メンバーには（観光業者、映像制作会社、放送局、交通事業者（航空、鉄道）、飲食事業者など幅広い業種の企業が参加しており、さらに品川区、（一社）しながわ観光協会（公財）品川文化振興事業団などとも連携しながら区の魅力発信と観光コンテンツを造成する。（一社）エリアマネジメント TENNOZ を通じ、域内地権者、企業、店舗と事業者連携を図っている。</p>	

【実施体制図】



## 2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】



### 【区域設定の考え方】

2014 年法人設立以来、天王洲アイル（東品川 2 丁目）の賑わい創出、地域価値向上、水辺とアートの街づくりを目的に当法人は活動している。品川区の隣接地域また隣接の港区品川駅港南エリアとの連携で相互に協力を行い、相乗効果を図かる。

### 【観光客の実態等】

※設定区域における観光客入込客数、延べ宿泊者数、消費額等を踏まえて記入すること。

### 【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

天王洲銀河劇場

天王洲シーフォートスクエア

WHAT

PIGMENT

クルーズクラブ東京

TYHARBOR

天王洲キャナルフェス 集客数：年間約 5 万人

### 【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

東横イン品川天王洲 （740 室）

PETALS TOKYO （4 室）

### 【利便性：区域までの交通、域内交通】

- ・区域内までの交通

羽田空港から 東京モノレールにて 18 分

品川駅から バス 10 分または徒歩 15 分

- ・交通手段

東京モノレール

りんかい線

- ・区域内までの交通

羽田空港から 東京モノレールにて 18 分

品川駅から バス 10 分または徒歩 15 分

・交通手段

東京モノレール

りんかい線

都営バス

・域内交通

シェアサイクル

シェア電動キックボード

【外国人観光客への対応】

・アテンドステーションの導入検討（日・英・中 3 か国語対応）2024 年 1 月

### 3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	域内の宿泊、劇場、飲食、ギャラリー等の協力先に自主ヒアリングを行い集計。
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	域内の宿泊事業者にアンケートを活用して実施。
来訪者満足度	天王洲キャナルフェス各店舗、施設のアンケート満足度調査。属性調査。	域内の宿泊、劇場、飲食、ギャラリー等の協力先に自主ヒアリングを行い集計
リピーター率	リピーター顧客の動向を把握し、戦略立案に繋げるため。	域内の宿泊、劇場、飲食、ギャラリー等の協力先に自主ヒアリングを行い集計。
WEBサイトのアクセス状況	キャナルチャンネル、公式SNS（インスタ、フェイスブック）視聴数	当協会の公式 HP 管理画面で集計。

### 4. 戦略

#### （1）地域における観光を取り巻く背景

天王洲アイル（品川区東品川 2 丁目）地区は 1990 年代の再開発により新たなウォーターフロントのオフィス街として注目を集めた。しかしながら、品川駅港南口の再開発などもあり、徐々に注目は薄れてきた。その後、近年では近接エリアの再開発が進みマンションが増え、居住地域としてベイエリアの人気エリアとなった。我々は街を取り巻く周辺環境の変化に伴い、新たな天王洲アイル地区の魅力創出と賑わいづくりを目的に活動を行った結果、観光コンテンツとしても充実が図られるようになった。そして、品川区が定める観光戦略と施策においても、本地区は水辺、舟運の観光拠点としており舟運を活かしたショートトリップ、水辺の親水エリアでの街歩きなどを促進する重点エリアに位置付けられている。また天王洲アイル地区の再開発コンセプトが「アートになる島、ハートのある街」ということもあり、様々なアート企画を開催し街の賑わいづくりを進めてきた。当協会では、天王洲アートフェスティバルを開催し、現在も 23 作品の常設作品が街中に点在している。また協会会員企

業と協力し、プロジェクションマッピングをキャナルフェス等のイベントで開催してきたことが評価され、天王洲地区が東京都初となるプロジェクションマッピング活用地区認定を受けた。

## (2) 地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	<b>強み (Strengths)</b> <b>・自地域で積極的に活用できる強みは何か？</b> 水辺に囲まれた都内では希少な立地 空港、新幹線ターミナル駅に近く利便性高い 屋形船観光事業者が周辺で多数営業 アート関連施設が充実 年間を通じ多くのイベントが開催	<b>弱み (Weaknesses)</b> <b>・自地域で改善を必要とする弱みは何か？</b> 観光コンテンツとしてのソフト、ハード面が未整備である 観光地としての認知度不足
外部環境	<b>機会 (Opportunity)</b> <b>・自地域にとって追い風となる要素は何か？</b> 水辺を楽しむ東京観光の期待感 マイクロツーリズムへの注目度 観光によるまちづくり機運の上昇 アフターコロナの訪日外国人需要の期待	<b>脅威 (Threat)</b> <b>・自地域にとって逆風となる要素は何か？</b> コロナ禍後における観光分野の不透明感 コロナ禍後におけるイベント開催の可否

※上記に加え、PEST分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

## (3) ターゲット

○第1ターゲット層 近隣ターミナルを利用する訪日外国人向けの高付加価値ミニマムツーリズムニーズをくみ取る。
○選定の理由 空港（羽田空港 2019 年は 年間 4,288,078 人の訪日外国人が羽田空港から入国）、新幹線、リニアターミナル駅（京急品川駅は年間 317,000 人の利用）と隣接することから、ターミナルを利用する訪日外国人をターゲットに次の目的地または帰国直前のショートタイムツーリズムを提供。東京の水辺と天王洲地区のアートな街並みを堪能してもらう。上記のようなアクセスの特性はありモノレールの乗降数は1日平均2万人を超えるものの、各施設単体の利用にとどまっている。インバウンド比率という面では取り込む余地が大きいことからインバウンドニーズを取り込めるような企画や施策を行う。
○取組方針 インバウンド向け旅行事業部門と連携の上、PR 発信と商材メニューの磨き上げ
○ターゲット層 アート、エンタテインメント、ファッション、カルチャーに興味関心がある人
○選定の理由 アート関連施設、イベント施設があり年間で多数のイベントが開催されている。フォトジェニックな景観と上記関心がある層を今以上に積極的に誘致することで、SNS での拡散等でエリアの関心度を向上させる。年間 15 万人程度がアート関連施設への来訪となっているが、各施設同士の連携や情報発信を強化することでより多くの来以上や、複数施設の回遊性の強化につなげる。
○取組方針 SNS、メディアを対象にした PR 施策の実施



○ターゲット層 品川区、港区在住者
○選定の理由 コロナウィルス感染拡大の影響等で国内外への外出や遠出への抵抗感がある中で地元の魅力を見直す機運が醸成された。地元のシビックプライド醸成がさらなる地域魅力の創出を促進させる。イベント等のアンケート集計によると周辺住民の参加率が非常に高い。(品川区、港区からの来場 48.1%-2023 年イベント開催時 4 月、7 月 11 月計 3 回) 地域の人々に満足感のあるメニューの磨き上げに取り組む。
○取組方針 品川区各担当関連部署と連携した企画、PRを展開。

#### (4) 観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト	「働いてよし、住んでよし、訪れてよし」豊かな都市観光地域づくり
②コンセプトの考え方	「水辺とアート」という希少な景観空間を活かして独特な日常を生み出している天王洲アイル。さらには屋形船事業者、劇場などのまちなかエンタテインメントも充実している。これらに加えて隣接する東海道品川宿場町など歴史情緒あふれる街並みもあり、こういった多彩な事業者やコンテンツを融合させ魅力ある観光エリアとしての拠点づくりを推進し、働く人、住む人、訪れる人にとって魅力的な観光地域づくりを目指す。

### 5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	DMO 委員会の開催（年 2 回） 定例会の実施（月 2 回） 当協会企業、しながわ観光協会、品川文化振興事業団、パナソニックオペレーショナルエクセレンス、日本航空、JTB 参加  各関係者の活動状況、活動予定を共有
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	アンケートを実施して、反響を調査する 当協会で開催している「水辺の勉強会」で議論を行う
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	今後域内に観光案内所の機能を整備予定。 無人化や AI チャットボットによる事前裁きなども導入検討（2024 年 1 月）



--	--

※各取組について、出来る限り具体的に記入すること。

## 6. K P I（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

### （1）必須K P I

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
●地域旅行消費額 (百万円)	目標	4,000 (400)	3,000 (300)	4,000 (400)	4,650 (450)	4,700 (500)	4,730 (530)
	実績	2,358 (266)	3,357 (318)	4,553 (520)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	140 (2)	60 (3)	100 (3)	150 (5)	234 (7)	240 (8)
	実績	47 (5)	77 (14)	143 (10)			
●来訪者満足度 (%)	目標	90 (92)	90 (92)	90 (92)	92 (93)	93 (93)	94 (93)
	実績	90 (92)	90 (90)	90 (91)			
●リピーター率 (%)	目標	60 (10)	60 (10)	60 (10)	55 (10)	55 (10)	55 (11)
	実績	65 (10)	63 (9)	54 (10)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

### 目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

#### 【検討の経緯】

DMO 委員会の参加企業を中心に DMO 委員会において検討設定。

#### 【設定にあたっての考え方】

##### ●旅行消費額

DMO 委員会の参加企業を中心とした聞き取り調査により集計。2023 年度でコロナウィルス感染拡大の影響等も解消に向かい、消費額も復調傾向なことに加えて、天王洲アイル地区観光地化施策を進めることで宿泊数の増加などを促進させることで 2023 年に 2019 年の数値まで回復することとし、2023 年度以降は約 1 % の伸び率を目標設定する。

##### ●延べ宿泊者数

エリア内に所在する宿泊施設の延べ宿泊数を集計。

コロナウィルス感染拡大の影響等も解消に向かい復調傾向を期待する。2023 年度以降については 2025 年に 2020 年以前の水準に回復することを目標値とし段階的に 3% 増で設定する。

##### ●来訪者満足度

イベント等企画開催時におけるアンケート調査を実施し結果の集計を行う  
DMO 委員会の参加企業を中心とした聞き取り調査により集計。

DMO 委員会において前年実績を下回らないよう目標値を設定。増加率について、新規人数の増加の獲得を目指す一方で人数増加に伴う満足度の低下が起こる可能性があることから、微増ながら 1 %増で設定している。

●リピーター率

DMO 委員会の参加企業を中心とした聞き取り調査により集計。

前年実績を下回らないよう 55%で目標値を設定。

リピーター率は維持しつつ新規数の増加を優先的に取り組む段階とする。

(2) その他の目標

指標項目		2020 (R 2) 年度	2021 (R 3) 年度	2022 (R 4) 年度	2023 (R 5) 年度	2024 (R 6) 年度	2025 (R 7) 年度
● Web サイトの アクセス状況 【回】	目標	20,000	15,000	25,000	33,000	35,000	38,000
		200	150	250	400	420	450
	実績	10,865	22,678	31,761			
		(10)	(235)	(406)			
●	目標						
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績						
		( )	( )	( )			
●	目標						
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績						
		( )	( )	( )			
● (	目標						
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績						
		( )	( )	( )			
●	目標						
		( )	( )	( )	( )	( )	( )
	実績						
		( )	( )	( )			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

**【検討の経緯】**

DMO 委員会の参加企業を中心に DMO 委員会において検討設定。

**【設定にあたっての考え方】**

## ●Web サイトのアクセス状況

天王洲キャナルサイド活性化協会公式 HP の実績を記載。

2023 年度までに基盤を整理し、以後年 10% 弱の伸び率を目標とする

サイト内のコンテンツを充実させることで着実にアクセス数は上昇傾向にあるので、さらに情報を充実させアクセス向上を目指す

**7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し**

※少なくとも今後 3 年間について、計画年度毎に（１）収入、（２）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去 3 年間の実績も記入すること。

**（１）収入**

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	81,438,741（円）	<b>【国からの補助金】</b> <b>【都道府県からの補助金】</b> 東京都補助金 1,836,000 円 <b>【市町村からの補助金】</b> 品川区補助金 8,000,000 円 <b>【品川区受託】</b> 41,764,808 円 <b>【収益事業】</b> キャナルフェス収入 1,068,100 円 <b>【会費】</b> 2,769,833 円 <b>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】</b> 等 <b>協賛金</b> 26,000,000 円（円）
2021（R3） 年度	107,130,216（円）	<b>【国からの補助金】</b> 340,000 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> <b>【市町村からの補助金】</b> <b>【品川区受託】</b> 92,695,828 円 <b>【収益事業】</b> キャナルフェス収入 1,552,070 円 <b>【会費】</b> 2,662,318 円 <b>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】</b> 等 <b>協賛金</b> 9,880,000 円
2022（R4） 年度	263,351,969（円）	<b>【国からの補助金】</b> 観光庁 5,110,000 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> <b>【市町村からの補助金】</b> 品川区 26,783,306 円 <b>【品川区受託】</b> 182,176,590 円 <b>【収益事業】</b> キャナルフェス収入 3,113,753 円 <b>【会費】</b> 2,738,320 円 <b>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】</b> 等 <b>協賛金</b> 43,430,000 円（円）
2023（R5） 年度	105,911,848（円）	<b>【国からの補助金】</b> 観光庁 10,933,839 円 <b>【都道府県からの補助金】</b> <b>【市町村からの補助金】</b> 品川区 10,000,000 円

		<b>【品川区受託】</b> 39,276,592 円 <b>【収益事業】</b> キャナルフェス収入 11,588,589 円 <b>【会費】</b> 2,742,828 円 <b>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】</b> 等 協賛金 31,370,000 円（円）
2024（R6） 年度	66,150,000（円）	<b>【国からの補助金】</b> <b>【都道府県からの補助金】</b> <b>【市町村からの補助金】</b> <b>【品川区受託】</b> 32,000,000 円（想定） <b>【収益事業】</b> キャナルフェス収入 5,000,000 円 ツアー事業 1,200,000 円 <b>【会費】</b> 2,950,000 円 <b>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】</b> 等 協賛金 25,000,000 円（円）
2025（R7） 年度	70,000,000（円）	<b>【国からの補助金】</b> <b>【都道府県からの補助金】</b> <b>【市町村からの補助金】</b> <b>【品川区受託】</b> 32,000,000 円（想定） <b>【収益事業】</b> キャナルフェス収入 6,000,000 円 ツアー事業 1,800,000 円 <b>【会費】</b> 3,200,000 円 <b>【特定財源（宿泊税、入湯税、負担金等）】</b> 等 協賛金 27,000,000 円（円）

## （２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2020（R2） 年度	82,970,986（円）	<b>【一般管理費】</b> 4,261,790 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> 4,404,103 円（（国内 95%+海外 5%）ライブ配信にて海外へアプローチ ※可能であれば国内外の割合を記載 配信開催で海外 <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> <b>【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】</b> <b>【観光イベントの開催費】</b> 等 74,305,093 円（円）
2021（R3） 年度	106,146,361（円）	<b>【一般管理費】</b> 5,573,085 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> 7,357,073 円（国内 90%、海外 10%） ※可能であれば国内外の割合を記載 配信開催で海外 <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> <b>【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】</b> <b>【観光イベントの開催費】</b> 等 93,216,203 円
2022（R4） 年度	256,037,898（円）	<b>【一般管理費】</b> 10,332,554 円 <b>【情報発信・プロモーション】</b> 17,354,041 円（国内 100%、海外 0%） <b>【受入環境整備等の着地整備】</b>

		<b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> <b>【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】</b> <b>【観光イベントの開催費】 等 228,351,303 円</b>
2023（R5） 年度	105,190,326（円）	<b>【一般管理費】 14,633,373 円</b> <b>【情報発信・プロモーション】</b> 17,379,630 円（国内 100%、海外 %） <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> <b>【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】</b> <b>【観光イベントの開催費】 等</b> 73,177,323 円
2024（R6） 年度	62,000,000（円）	<b>【一般管理費】 10,500,000 円</b> <b>【情報発信・プロモーション】</b> 10,000,000 円（国内 100%、海外 %） <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> 1,000,000 円 <b>【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】</b> 500,000 円 <b>【観光イベントの開催費】 等</b> 40,000,000 円
2025（R7） 年度	62,500,000（円）	<b>【一般管理費】 10,500,000 円</b> <b>【情報発信・プロモーション】</b> 10,000,000 円（国内 100%、海外 %） <b>【受入環境整備等の着地整備】</b> <b>【コンテンツ開発（観光資源の磨き上げ）】</b> 1,000,000 円 <b>【マーケティング（市場調査、ブランド戦略等）】</b> 1,000,000 円 <b>【観光イベントの開催費】 等</b> 40,000,000 円

### （３） 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

自主主催ツアー、自主主催イベントの開催等における収益確保により運営資金を確保する。

## 8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

品川区は一般社団法人天王洲・キャナルサイド活性化協会を当該区における地域DMOとしての登録について承諾し、一般社団法人天王洲・キャナルサイド活性化協会とともに申請します。

## 9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

【区域が重複する背景】

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

## 10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	田嶋拓也
担当部署名（役職）	理事
郵便番号	140-0002
所在地	東京都品川区東品川2-6-10
電話番号（直通）	070-5543-2582
FAX番号	
E-mail	tajima.takuya@canalside.or.jp

## 11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	東京都品川区
担当者氏名	野口武之
担当部署名（役職）	文化スポーツ振興部 文化観光課 観光係長
郵便番号	140-8715
所在地	東京都品川区広町2-1-36
電話番号（直通）	03-5742-6913
FAX番号	03-5472-6983
E-mail	bunka-kanko-kanko@city.shinagawa.tokyo.jp



## 基礎情報

## 【マネジメント・マーケティング対象とする区域】

東京都品川区東品川二丁目

【設立時期】 2015年1月5日

## 【設立経緯】

区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設

【代表者】 三宅康之

【マーケティング責任者(CMO)】 三宅康之

【財務責任者(CFO)】 三宅康之

【職員数】23人(常勤2人、非常勤21人、(パートタイム2名 兼業19名)、

## 【主な収入】

収益事業3百万円、委託事業32百万円、協賛金43百万円(2022年度決算)

## 【総支出】

事業費228百万円、一般管理費10百万円(2022年度決算)

## 【連携する主な事業者】

(一社)しながわ観光協会、(公財)品川文化振興事業団、(一社)エリアマネジメントTENNOZ他

## KPI(実績・目標)

※( )内は外国人に関するもの。

項目		2020 (R2)年	2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年
旅行 消費額 (百万円)	目標	4,000 (400)	3,000 (300)	4,000 (400)	4,650 (450)	4,700 (500)	4,730 (530)
	実績	2,358 (266)	3,357 (318)	4,553 (520)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	140 (2)	60 (3)	100 (3)	150 (5)	234 (7)	240 (8)
	実績	47 (5)	77 (14)	143 (10)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	90 (92)	90 (92)	90 (92)	92 (93)	93 (93)	94 (93)
	実績	90 (92)	90 (90)	90 (91)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	60 (10)	60 (10)	60 (10)	55 (10)	55 (10)	55 (11)
	実績	65 (10)	63 (9)	54 (10)	—	—	—

記入日: 令和6年 1月 12日

## 戦略

## 【主なターゲット】

- ・インバウンド
- ・アート、エンタテインメント、ファッション、カルチャーに興味関心がある人
- ・品川区、港区在住者

## 【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ・インバウンド向け旅行事業部門と連携の上、PR発信と商材メニューの磨き上げ
- ・SNS、メディアを対象にしたPR施策の実施

## 【観光地域づくりのコンセプト】

- ・「働いてよし、住んでよし、訪れてよし、」豊かな都市観光地域づくり

## 具体的な取組

## 【観光資源の磨き上げ】

- ・アートツアーの造成
- ・案内ガイドアプリの導入
- ・スマートタウンウォーカー

## 【受入環境整備】

- ・多言語化案内ガイドの導入
- ・アテンドステーションの導入

## 【情報発信・プロモーション】

- ・SNSの活用
- ・海外向けメディアでの発信

## 【その他】

- ・視察受け入れ
- ・勉強会の開催

