

# 令和7年度 東京データプラットフォームケーススタディ事業 第五回TDPFコミュニティイベント発表資料

## データ活用で引き出す、地域の経済活性化&共生推進プロジェクト

### 【実施主体一覧】

- 一般社団法人港区観光協会
- 港区
- 日鉄興和不動産株式会社
- 品川プリンスホテル
- マクセル アクアパーク品川
- 株式会社ジール
- 東日本旅客鉄道株式会社
- 株式会社リクルート
- 株式会社ブログウォッチャー

順不同

# アジェンダ

1. プロジェクト概要

---

2. 今年度目指す成果

---

3. 今年度の取組

---

4. 今年度の成果

---

5. 今後の展望

---

# 1. プロジェクト概要

# 1. プロジェクト概要

データ活用で、品川駅周辺の消費機会と共生を両立する実証を開始しました

## プロジェクトの背景・目的

### 目的

- ① 既存来訪者や住民の繁閑時間帯や人流可視化による消費機会の創出
- ② 駅や路線を越えた魅力の掘り起こしにより、地域に対する満足度や愛着心の向上
- ③ 都市型共存エリアにおける横展開可能なデータ活用モデルの創出

### 背景

- 在勤者や宿泊客など、来訪者を対象としたエリアを面で捉えたデータ活用や施策は実施されておらず、潜在的な消費力を活かしていない。
- 駅・路線を境としたエリアの分断により、住民や事業者間の交流機会を妨げる事で、地域全体の活性化や経済発展の機会が損なわれている可能性がある。

# 1. プロジェクト概要

## GOALとSTEPの整理になります

### 取組の全体像

GOAL

既存来訪者と住民の潜在消費を拡大させる事で、  
経済活性化と共生促進を両立させるデータ活用モデルの構築

STEP 1

人流データ×駅利用者データ×周辺施設データなどのデータの掛け合わせにより在勤者・宿泊者・住民の現状を可視化

STEP 2

データ分析による課題設定と打ち手の検討、施策の実行

STEP 3

データに基づく施策の検証

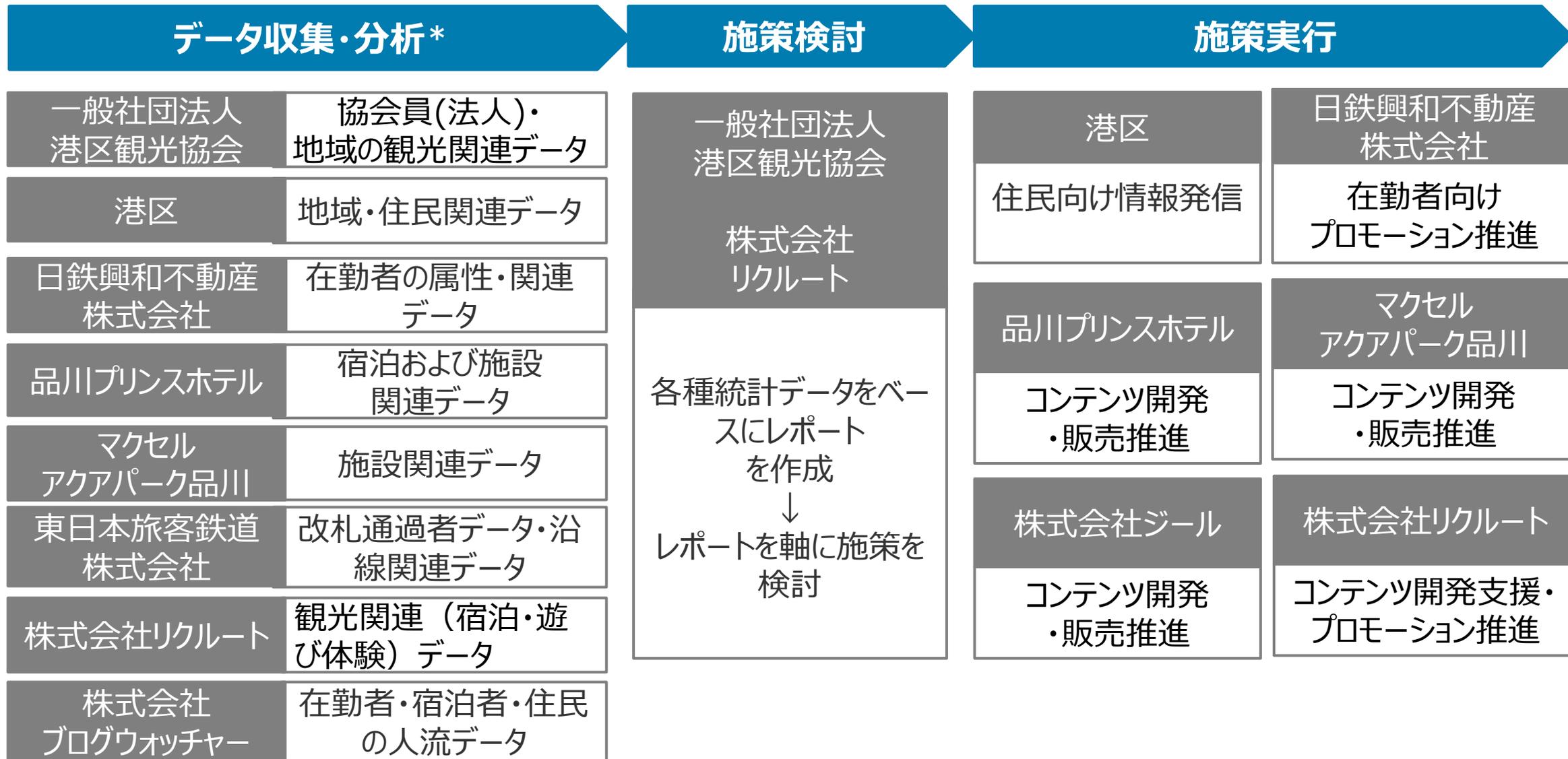
STEP 4

都内類似エリアにおける横展開に向けたデータ活用手法の構築

# 1. プロジェクト概要

## 還元までのフローと還元ポイントの整理になります

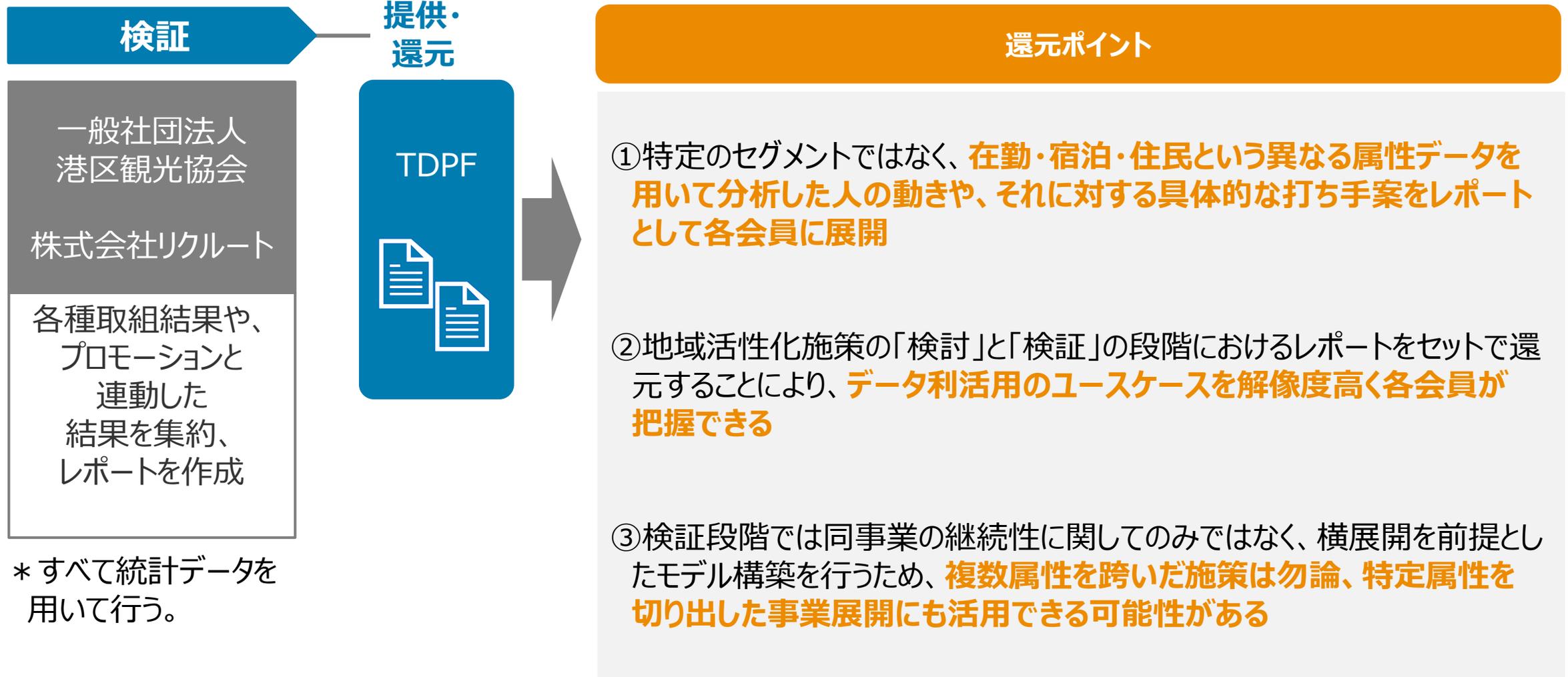
### データの掛け合わせ



# 1. プロジェクト概要

## 還元までのフローと還元ポイントの整理になります

### データの掛け合わせ



## 2. 今年度目指す成果

## 2.今年度目指す成果

今年度は「可視化→企画→販売→検証」までを一気通貫で実行しました

### 今年度目指す成果

#### 目指す状態

- ①品川駅エリアにおける既存来訪者と住民の潜在消費の拡大、またはそのための示唆が得られている状態
- ②本事業の内容や実績を基に、品川駅エリア以外の港区内のエリアや、類似課題を抱えると考えられる港区以外の行政区やエリアに、具体的な提案活動ができており、それに基づく検討がされている状態

#### 具体的な成果物

- ①**在勤者・宿泊者・住民の人流の現状可視化・分析**
  - 各対象のエリア人流の現状を可視化する。
  - 各施設や駅利用データ等からターゲットの傾向を検討・分析する。
- ②**在勤者・宿泊者・住民の消費を活性化するコンテンツ造成**
  - ①のデータを参考に、潜在ニーズを捉えたコンテンツ・プランを企画立案・造成し、オンラインで販売する。
- ③**データ分析→コンテンツ・プラン造成、販売を行った結果の整理及び考察**
  - ①②の結果を利用実績やアンケートで振り返り検証する。
  - ③を基に同エリアでの次年度に向けた改善案を出し、具体的な実施内容について整理する。
  - ③を基に他エリアへの提案を進め、その中で有効な点・障壁になる点などを整理し、横展開の推進に役立てる。

### **3. 今年度の取組**

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：

データ分析を基にした、現状把握、課題特定、ターゲット設定、打ち手案の企画・設計

実施したこと

品川駅周辺の在勤者・住民・宿泊者別に、「人流データ分析」「ターゲット分析」「ペルソナ設定」を実施  
人流データは、品川駅周辺を、細かなメッシュ、特定スポット、曜日・時間帯で分割して詳細を分析

#### 【一例】通勤者（品川インターシティ）の人流データから見た傾向

平日の出勤・ランチタイムは館内か周辺完結。  
17～19時に港南エリア（東側）の  
飲食店街へ流入が活発化し、  
一部は西側（プリンスホテル方面）への  
移動も見られる。

人流データ提供元：  
株式会社プログウォッチャー

#### 品川インターシティ在勤者の場合 時間帯別 移動傾向

2024年12月度における通勤者の時間帯別移動傾向を3時間ごとに分析。（品川インターシティを発地とした地域内の移動傾向）  
出勤時、ランチタイムはインターシティ内での人流が活発化。  
アフターファイブ(17時～19時)は品川駅および飲食店街への人流が多く見られる。

▼対象エリア



<考察>

インターシティ勤務者は西側エリア（品川プリンスホテル方面）への移動が見られるものの、ボリュームとしては限定的。インターシティ内、飲食店街への人の流れが大きい。  
特に、17時～19時台においては飲食店街への移動が活発であり、アフターファイブの飲み会需要などはこのエリアが吸収しているものと考えられる。

▼8時～10時



▼11時～13時



▼17時～19時



### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：

データ分析を基にした、現状把握、課題特定、ターゲット設定、打ち手案の企画・設計

実施したこと

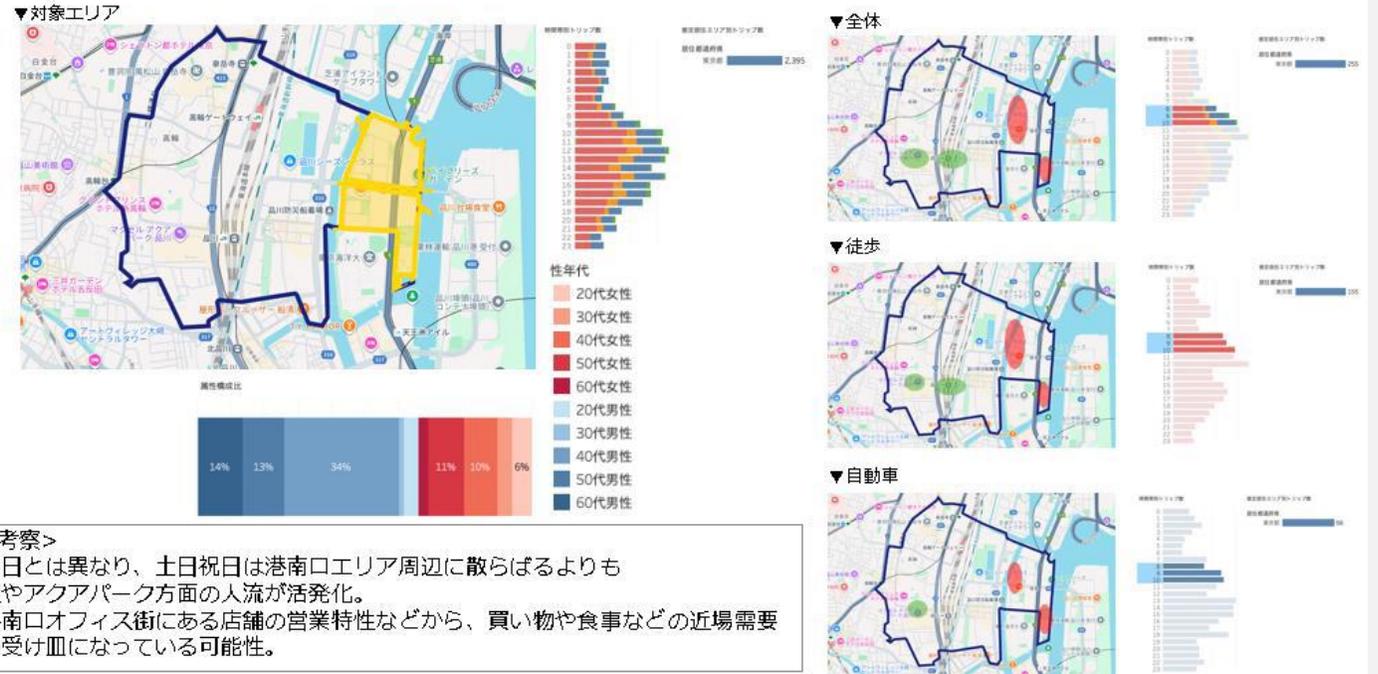
品川駅周辺の在勤者・住民・宿泊者別に、「人流データ分析」「ターゲット分析」「ペルソナ設定」を実施  
人流データは、品川駅周辺を、細かなメッシュ、特定スポット、曜日・時間帯で分割して詳細を分析

#### 【一例】住民（港南3・4丁目）の人流データから見た傾向

品川駅東側での移動が中心であるが、週末の午前時間帯に関しては西口への移動ボリュームが増加する。

港区 港南3丁目 港南4丁目住民の場合 移動傾向 8時~10時(土日祝) 12月30日-31日は年末年始休暇と扱う

2024年12月度における港南3丁目、港南4丁目(一部)住民の地域内移動傾向を分析。(対象住所を発地とした地域内移動傾向)  
土日祝日は高輪台駅方面への移動は観測できなかった。その代わりにアクアパーク方面の人流が活発化。



人流データ提供元：  
株式会社ブログウォッチャー

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：

データ分析を基にした、現状把握、課題特定、ターゲット設定、打ち手案の企画・設計

#### ■分析結果

- 在勤者  
(品川インターシティ・  
周辺オフィス勤務者)



- ・出勤・ランチタイムは主に**インターシティ内**や**東側飲食店街**で完結
- ・**17～19時**に東側（港南口側）の飲食店街へ流入が活発
- ・西側（プリンスホテル方面）への移動は「限定的」
- ・西側の在勤者も17～19時以降、東側への流入が活発に
- >> **平日17時以降をメイン対象としたプランを開発**

- 宿泊者  
(品川プリンス  
ホテル利用者)



- ・午前～昼：ホテル内や品川駅で活動
- ・夜（17～19時）：**東側飲食街への食事・散策**が活発
- >> **17時以降の東側をメイン対象としたプランを開発**

- 住民  
(港南3・4丁目、  
高輪3・4丁目)



- ※港南側（東側）住民：
  - ・日中：**アクアパーク方面への移動活発**（特に土日）
  - ・夜：駅前・シティタワー周辺の買い物や食事中心
- ※高輪側（西側）住民：
  - ・時間帯や平日・土日祝に限らず**全体的に「西偏」**
  - >> **土日祝を中心に幅広い時間帯を対象としたプランを開発**

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：

データ分析を基にした、現状把握、課題特定、ターゲット設定、打ち手案の企画・設計

#### ■ 造成プランの方向性

平日

時間帯	メインターゲット	具体施策例
8～10時	宿泊者・住民	—(例) アクアパーク朝割
11～13時	住民・在勤者	(例) 品プルレストラン ランチ割引
17～19時	在勤者・宿泊者	(例) お得で、嬉しい ナイトプラン

土日祝

時間帯	メインターゲット	具体施策例
8～10時	住民	(例) アクアパーク朝割
11～13時	住民	(例) 品プルレストラン ランチ割引
17～19時	宿泊者・住民	(例) お得で、嬉しい ナイトプラン

### 3.今年度の取組

## 在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

### 今年度目指す成果に向けた取組内容：コンテンツ・プラン造成

#### 実施したこと

地域事業者4社が、調査・分析結果を基に、新コンテンツ・プランを造成、販売

## 官民データを活用し、属性やエリアで細分化したペルソナを策定。「マーケットイン型」の企画・販売を実施

### 【ペルソナの一例】子供の成長と学びを重視する教育熱心な港南3丁目のタワマンファミリー

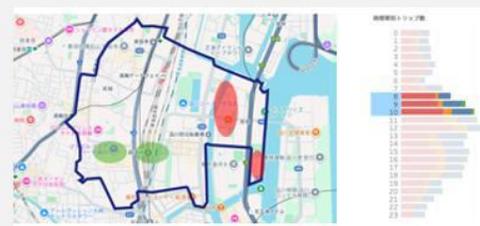


項目	詳細
ターゲット像	子供の成長と学びを重視する、教育熱心なタワマンファミリー
基本情報	氏名: 品川 学(42) & 陽子(40)、長男 大輝(9) 夫婦、子供1人(小学3年生) 職業: 夫(大手メーカー部長)、妻(パートタイム)、世帯年-収: 1,800万円
ライフスタイル	子供の習い事や中学受験が生活の中心。安全・安心を最優先し、週末は家族で過ごす。 子供の知的好奇心を刺激する体験に関心が高い。
品川駅周辺との関わり方	【週末】 家族での外食、アクアパーク品川、駅周辺のクリニック 【日常】 子供の塾の送迎ついでに、書店やカフェに立ち寄る。 【ハブ機能】 長期休暇の帰省時に新幹線を利用。
日常でのニーズ	子供が飽きずに、大人もくつろげる場所が欲しい。 学びの要素があるイベントや施設に関心がある。 天候に左右されずに過ごせる屋内施設は重宝する。 ママ友と気兼ねなくランチできる場所がもっと欲しい。
施設利用を促すフック	「親子で体験」「知的好奇心を刺激」「自由研究のヒントに」 「駅直結で雨でも安心」「お子様連れ歓迎」

### 【コンテンツ開発の一例】

## 週末&地元住民限定！開館前のアクアパークへ特別招待、親子で生きもの講座

港南住民：土日祝 8時～10時



#### 参考データ

港南3丁目、港南4丁目住民は、土日祝日の8時～10時は西側の特にアクアパーク方面の人流が一定発生している。また、港南住民のペルソナデータからも需要が期待できる

#### 造成ポイント

- ・動きが一定見込める時間帯の開館前の開催
- ・人数限定の特別イベントで誘客

施設名	アクアパーク
プラン名	【高輪・港南地区住民限定】親子で生きもの講座プラン
開催スケジュール	土日祝限定 8時30分～10時で開催
プラン概要	開館前解説+ワークシート+イルカにタッチ ・開館前のアクアパークへ人数限定で入場！ ・ワークシートを使って飼育スタッフの生きもの解説・イルカにタッチを体験いただけます。 ・海の世界で学習しながら、親子の特別な思い出作りをしてみませんか？



### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：コンテンツ・プラン造成

No	ジャンル	施設名	プラン名（予定）	メインターゲット		
				在勤者	宿泊者	住民
1	クルージング	ジール	コタツ船でいく目黒川イルミクルーズ	●	●	
2			アペリティーボクルーズ（サンセットナイトクルーズ）		●	●
3	水族館	アクアパーク	【スムチケ／ドルフィンパフォーマンスお座席確約】 ペアチケット			●
4			【高輪・港南地区住民限定】 親子で生きもの講座プラン			●
5			【スムチケ／平日18時以降限定】 ナイトアクアリウムプラン	●		●
6	シミュレーションゴルフ	SEIBU FAST SPORTS FIELD 品川ゴルフ	オートティーアップ	●		●
7			スイングプレート付きオートティーアップ	●		●
8	ボウリング	ボウリングセンター	After 8 ナイトボウリングプラン	●		
9			こたつでほっこり！ボウリング＆ボードゲームパック			●
10			はじめてのボウリング体験デビューセット			●

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：コンテンツ・プラン造成

No	ジャンル	施設名	プラン名（予定）	メインターゲット		
				在勤者	宿泊者	住民
11	レストラン	味街道五十三次 寿司 日本橋	当レストランだからこそこの饗宴。寿司とステーキを一度に味わう贅沢プラン	●		
12			寿司とステーキを一度に味わう贅沢プラン + アクアパークパック	●		
13		味街道五十三次 和食 品川	家族でご褒美ごはん			●
14			アクアパーク品川の後、家族でご褒美ごはん			●
15		味街道五十三次 天婦羅 小田原	目の前で職人の調理する揚げたての天婦羅をご堪能いただける、個室貸し切りプラン	●		
16			個室貸し切りプラン+アクアパークパック	●		
17		味街道五十三次 しゃぶしゃぶ 藤川	家族みんなで楽しめるしゃぶしゃぶプラン			●
18			アクアパーク品川の後、家族みんなで楽しめるしゃぶしゃぶプラン			●

### 3.今年度の取組

## 在勤者・宿泊者・住民の行動データを基に、ターゲット別施策を設計しました

### 今年度目指す成果に向けた取組内容：コンテンツ・プラン造成

No	ジャンル	施設名	プラン名（予定）	メインターゲット		
				在勤者	宿泊者	住民
19	レストラン	味街道五十三次 鉄板焼 三条	職人技を間近で見られるカウンター席確約 & ステーキを堪能する特別コース	●		
20			ステーキを堪能する特別コース + アクアパークパック	●		
21		味街道五十三次 個室	華やかに年の瀬、新年を彩るフリーフロー付きのお得なご宴会プラン	●		
22			成人式、誕生日などご家族のお祝いにご利用いただける、お祝いショートケーキ付き			●
23		LUXE DINING HAPUNA	味わう、巡る、楽しむ。FUN!があふれる“品プリグルメ紀行”青森・函館の食の魅力を最大限に引き出したブッフェメニューをお好きなだけ。	●		●
24			アクアパーク品川の後には、味わう、巡る、楽しむ。FUN!があふれる“品プリグルメ紀行”	●		●

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民別に、プロモーション施策を検討・実施しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：プロモーション施策の実施

現状データを分析して、最適なチャネルや手法での  
情報発信方法を、ターゲットごとに実施する。

- ・在勤者用アプリやオフィスビル各棟内での告知
- ・在勤者関連データを活用したオンラインプロモーション など



在勤者

- ・ホテルHPや館内案内、じゃらんnetを活用したプロモーション
- ・宿泊者関連データを活用したオンラインプロモーション など



宿泊者

- ・港区報など、住民と直接接点のある媒体を活用した告知
- ・住民関連データを活用したオンラインプロモーション など



住民

予約サイトで対象プランを  
予約→実際に体験する。



在勤者  
限定  
プラン掲載

宿泊者  
限定  
プラン掲載

住民  
限定  
プラン掲載

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民別に、プロモーション施策を検討・実施しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：プロモーション施策の実施

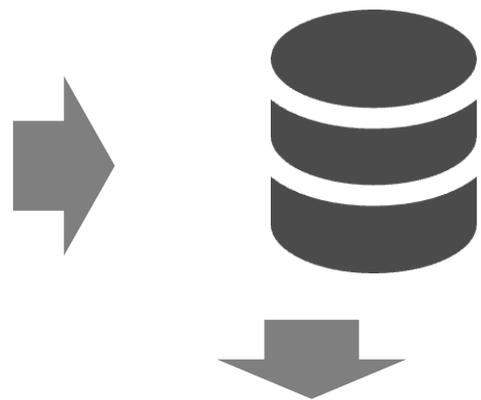
予約サイトで対象プランを  
予約→実際に体験する。



The image is a screenshot of the hotel's website for '品川プリンスホテル LUXE DINING HAPUNA'. It shows a reservation interface with a table of dates and availability. Three text boxes are overlaid on the screenshot, indicating targeted plan promotions:

- 在勤者限定プラン掲載
- 宿泊者限定プラン掲載
- 住民限定プラン掲載

利用実績に基づき各種データが蓄積される。



定量データのほか、  
利用者の満足度調査等の  
定性情報も別途取得

施策の検討段階と検証段階で複数データを掛け  
合わせて比較分析。



振り返り結果を基に、事業の継続や、  
都内の他エリアでの横展開に向けた、  
新たなモデルの確立に繋げる



### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民別に、プロモーション施策を検討・実施しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：プロモーション施策の実施

#### 【住民向け】

#### ポスティングチラシ

**高輪・港南地区にお住まいの方限定!!**

HELLO!

**ENJOY SHINAGAWA**

2025.12.1 (mon) - 2026.1.31 (sat)

品川界隈満喫して、始めます

期間限定!

詳細は、この中の【高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン】をcheck!!

※ご利用時に限りおこなわれますので必ずお申し込みください

QRコード

**【高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン】の内容を一部ご紹介**

**CRUISE**

- ヨール・クルー・ヨング**
  - サンセット巡航 楽しむ大人のクルーズ
  - この場でしか体験できない、特別なナイトクルージングも実施します
- サンセットナイトクルーズ**
  - この場でしか体験できない、特別なナイトクルージングも実施します
- こたつ船でいく 昼食用イカまきクルーズ**
  - この場でしか体験できない、特別なナイトクルージングも実施します

**EAT**

- LUXE DINING HAPUNA**
  - 大人気のフレンチレストラン、フレンチの魅力を堪能できる。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。
  - 期間限定 五十三次
- FUN! があふれる “ほづり”が大好き**
  - 大人気のフレンチレストラン、フレンチの魅力を堪能できる。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。

**HEAL**

- ヨガのアクティビティ**
  - 多岐にわたるヨガのアクティビティをご用意。初心者から上級者まで対応。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。
- ナイトアクティビティ**
  - 大人気のナイトアクティビティ、パフォーマンスタイムを堪能できる。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。

**BOWLING**

- 高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン**
  - 高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン

**GOLF**

- 高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン**
  - 高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン

他にも満喫プランが盛り沢山!

詳細は、この中の【高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン】をcheck!!

※ご利用時に限りおこなわれますので必ずお申し込みください

QRコード

#### 学校配布チラシ

**高輪・港南地区にお住まいの方限定!**

(高輪地区の幼稚園・保育園・小学校・中学校にお子様がお住みの方限定)

HELLO!

**ENJOY SHINAGAWA**

2025.12.1 (mon) - 2026.1.31 (sat)

品川界隈満喫して、始めます

期間限定!

詳細は、この中の【高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン】をcheck!!

※ご利用時に限りおこなわれますので必ずお申し込みください

QRコード

**【高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン】の内容を一部ご紹介**

**CRUISE**

- ヨール・クルー・ヨング**
  - サンセット巡航 楽しむ大人のクルーズ
  - この場でしか体験できない、特別なナイトクルージングも実施します
- こたつ船でいく 昼食用イカまきクルーズ**
  - この場でしか体験できない、特別なナイトクルージングも実施します
- サンセットナイトクルーズ**
  - この場でしか体験できない、特別なナイトクルージングも実施します

**HEAL**

- ヨガのアクティビティ**
  - 多岐にわたるヨガのアクティビティをご用意。初心者から上級者まで対応。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。
- ナイトアクティビティ**
  - 大人気のナイトアクティビティ、パフォーマンスタイムを堪能できる。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。

**EAT**

- LUXE DINING HAPUNA**
  - 大人気のフレンチレストラン、フレンチの魅力を堪能できる。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。
  - 期間限定 五十三次
- FUN! があふれる “ほづり”が大好き**
  - 大人気のフレンチレストラン、フレンチの魅力を堪能できる。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。お洒落な空間で特別な時間を過ごす。

**BOWLING**

- 高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン**
  - 高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン

他にも満喫プランが盛り沢山!

詳細は、この中の【高輪・港南地区にお住まいの方限定プラン】をcheck!!

※ご利用時に限りおこなわれますので必ずお申し込みください

QRコード

### 3.今年度の取組

在勤者・宿泊者・住民別に、プロモーション施策を検討・実施しました

今年度目指す成果に向けた取組内容：プロモーション施策の実施

【宿泊者向けのじゃらんnetプロモーションLP画面】

**品川Stayを  
もっと特別な夜に**

# ナイトクルージング

— 品川近郊発着 —  
2ヶ月間限定 2025.12.1[月] — 2026.1.31[土]

※上記期間中の限られた日種で開催します。

ふるさとお得クーポンをGetすると、さらにお得!

品川駅周辺の遊に泊まった人限定。ナイトクルーズプランを楽しむ2つの特別プラン。年末年始を彩るひとときを、ぜひお楽しみください。

ナイトクルージングは  
電泊パッケージがございません。  
船泊は別途ご予約ください。

**おすすめホテルは  
ページ下へGo!**

**PLAN1** ~船上でおつまみとアルコールまたはソフトドリンク1杯付き~

**アペリティーボクルーズ  
(サンセットナイトクルーズ)**

夕食前に食前酒と軽いおつまみを楽しむイタリアの習慣「アペリティーボ」をクルーズで体験。夕暮れから夜景へと変わるレインボーブリッジやお台場の幻想的な光景を眺めながら、生ハムなどのおつまみと、アルコールまたはソフトドリンク1杯付き。平日家のロマンチックな夜を楽しめます。

詳しいプラン内容&ご予約はこちら

※宿泊は含まれませんので、別途宿泊のご予約をお願いいたします。

~船上で選べる温かいドリンク1杯付き~

**PLAN2** 所要時間 約60分

**こたつ船でいく  
目黒川イルミクルーズ**

品川防災船着場~目黒川五反田~  
品川防災船着場

こたつに入りながら、目黒川沿いにきらめくイルミネーションをゆったり調度できる冬限定のクルーズ。選べる温かいドリンク1杯付きで心も体もほかほかに、冬の夜にぴったりの癒しのひとときをお楽しみください。

詳しいプラン内容&ご予約はこちら

※宿泊は含まれませんので、別途宿泊のご予約をお願いいたします。

## ナイトクルージング を楽しむ★おすすめホテル

品川駅高輪口を出て徒歩2分

**品川プリンスホテル**

新幹線・在来線・私鉄が集結する品川駅は、都内各方面への移動や観光の拠点に最適。羽田空港へも京急線で約15分。好アクセスで、新大塚・名古屋方面からの旅行にもスムーズです。

ホテルから直結!ナイトクルーズの船や翌日に、水泳館・映画館、ボウリングなど、天候に左右されず、エンターテインメント施設で遊べます。

**マクセル アクアパーク品川**  
多彩な演出でほくほくの魅力を届える「TOKYO 最先端エンターテインメント」、デジタルテクノロジーを駆使した空間で海の世界を主題で楽しめます。

**ボウリングセンター**  
7フロア、総1700坪広さの巨大施設。土日祝は20時まで営業。運動不足解消にも◎

食事スポット 数ある食事スポットから一部店舗をご紹介!

高級なお酒 品川プリンスならではの特別酒!

予約 予約 予約

天婦羅 小田原

しゃぶしゃぶ 藤川

LUXE DINING HAPUNA

シェフやバイヤーが選り出すこだわりの料理と、音と光、映像による演出で、華やかな空間。

お部屋タイプ

メインタワーやアネックスタワーなどのタワーがあり、総部屋数約3,500室を誇るスケール。

【シングルタワー】シングルルーム

【メインタワー】スーパーダブルルーム

【インタワー】コーナースイートルーム

【アネックスタワー】ミレニアムダブルルーム

## ナイトクルージングの夜は、

ホテルの特を越えた「エンターテインメントタウン」・品川プリンスホテルに泊まって、五感を刺激する「飲・食・遊」の非日常な時間を。

品川プリンスホテル 宿泊プラン一覧 >

もっとお得に予約! **COUPON GET!**

品川プリンスホテルの予約に使える  
ふるさとお得クーポン 取得はこちら >

※クーポンには利用条件があります。

品川駅近郊の宿一覧 >

※クーポン利用可能対象施設とは異なる場合があります。

さらに詳しい港区の情報はこちら

**VISIT MINATO CITY**  
OFFICIAL VISITOR GUIDE

### 3.今年度の取組

## 在勤者・宿泊者・住民別に、プロモーション施策を検討・実施しました

### 今年度目指す成果に向けた取組内容：プロモーション施策の実施

#### 【宿泊者向け】

#### チラシ

品川プリンスホテルのご宿泊者様にお贈りする

品川Stayをもっと特別な夜に... — 品川近郊発着 —

# ナイトクルージング

2ヶ月間限定 2025.12.1[月] — 2026.1.31[土]

※期間中、風のない日での運行となります

品川エリアご宿泊者様限定のクルージングプランを特別にご用意しました。  
年末年始を彩るひとときを、ぜひお楽しみください。

PLAN1 アペリタティーボクルーズ (サンセットナイトクルーズ)

PLAN2 こたつ船でいく 目黒川イルミネーションクルーズ

詳細・予約はこちらの二次元コードから  
リンク先の【高輪・港南地区ご宿泊者様限定プラン】をご覧ください

品川エリアご宿泊者様限定 クルージングプラン例

PLAN1 アペリタティーボクルーズ (サンセットナイトクルーズ)

夕食前に食前酒と軽いつまみを楽しめ、品川エリアの景観「アペリタティーボクルーズ」を体験。夕暮れから夜景へと変わるサンセットブリッジや品川港の景観を先着を優先ながら、定員までの皆さまと、アペリタティーボドリンク（お持ち帰りも可）も楽しむことができます。

※運行日：料金は別添付シート、詳細は二次次元コードの【高輪・港南地区ご宿泊者様限定プラン】をご覧ください

PLAN2 こたつ船でいく 目黒川イルミネーションクルーズ

こたつに入りながら、目黒川沿いにイルミネーションをゆっくり観賞できる限定のクルーズ。アペリタティーボやホットワイン、ホットコーナーなど、暖かいドリンク（お持ち帰りも可）も合わせて、冬の夜にぴったりの癒しのひとときをお楽しみください。

※運行日：料金は別添付シート、詳細は二次次元コードの【高輪・港南地区ご宿泊者様限定プラン】をご覧ください

※観覧はイメージです。プラン内容に変更の可能性があります

アペリタティーボクルーズ (サンセットナイトクルーズ)

こたつ船でいく 目黒川イルミネーションクルーズ

詳細・予約はこちらの二次元コードから  
リンク先の【高輪・港南地区ご宿泊者様限定プラン】をご覧ください

※期間中、風のない日での運行となります

#### サイネージ

品川プリンスホテルのご宿泊者様にお贈りする

品川Stayをもっと特別な夜に... — 品川近郊発着 —

# ナイトクルージング

2ヶ月間限定 2025.12.1[月] — 2026.1.31[土]

※期間中、風のない日での運行となります

品川エリアご宿泊者様限定のクルージングプランを特別にご用意しました。  
年末年始を彩るひとときを、ぜひお楽しみください。

詳細・予約はこちらの二次元コードから  
リンク先の【高輪・港南地区ご宿泊者様限定プラン】をご覧ください

品川プリンスホテルのご宿泊者様にお贈りする

品川Stayをもっと特別な夜に... — 品川近郊発着 —

# ナイトクルージング

2ヶ月間限定 2025.12.1[月] — 2026.1.31[土]

※期間中、風のない日での運行となります

品川エリアご宿泊者様限定のクルージングプランを特別にご用意しました。  
年末年始を彩るひとときを、ぜひお楽しみください。

詳細・予約はこちらの二次元コードから  
リンク先の【高輪・港南地区ご宿泊者様限定プラン】をご覧ください

## 4. 今年度の成果

## 4.今年度の成果

### 目的を達成できる事業であることが検証されました

#### 目的に対する結果：エグゼクティブ・サマリー

##### 目的

既存来訪者や住民の  
繁閑時間帯や人流可視化による  
**消費機会の創出**



繁閑時間帯や人流の可視化データの分析結果を基に、  
対象施設で新プランを販売したところ、利用を促す強力な  
動機付けとなり、地域内での新たな消費機会の創出に繋がりました。

##### 結果

駅や路線を越えた魅力の  
掘り起こしにより、地域に対する  
**満足度や愛着心の向上**



在勤者・宿泊者・住民ともに、本事業のような取組が  
継続的に行われることで、品川駅周辺における満足度・愛着心向上に  
直結するという結果が出ました。

都市型共存エリアにおける  
横展開可能なデータ活用  
**モデルの創出**



消費機会の創出、エリア満足度の向上に繋がるという結果から  
横展開可能なデータ活用モデルであることが検証されました。

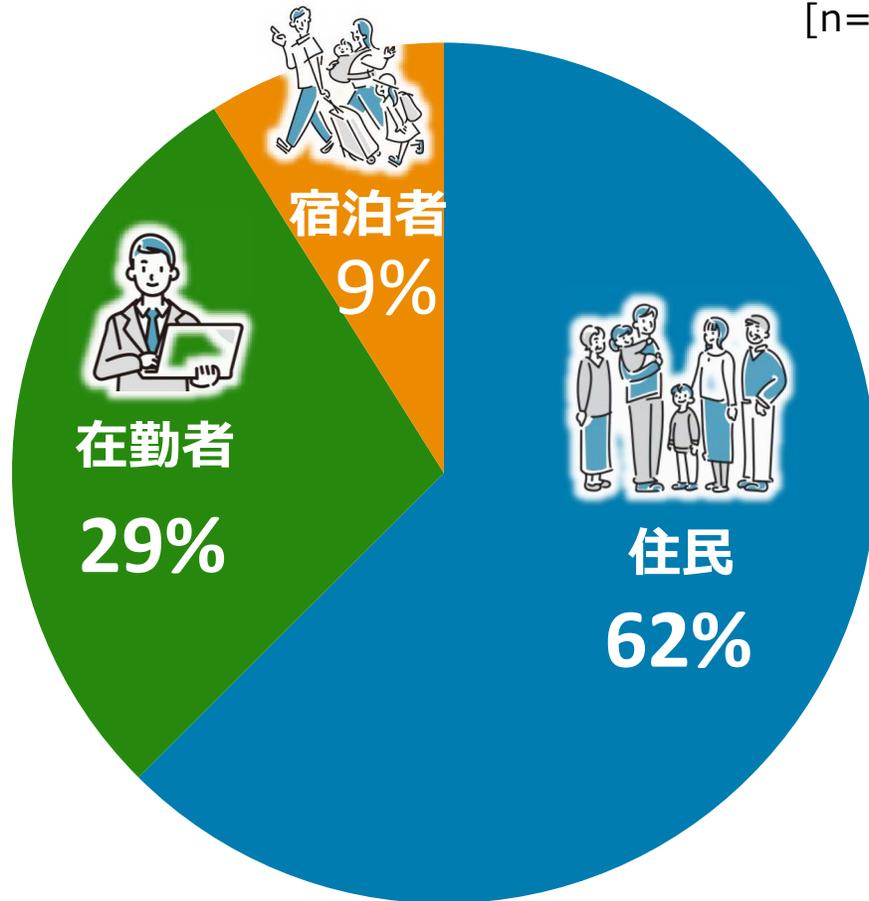
#### 4.今年度の成果

住民、在勤者、宿泊者の順に利用割合が高い結果となりました

実績報告：限定プランの利用内訳（予約件数:56件 利用人数:145人）

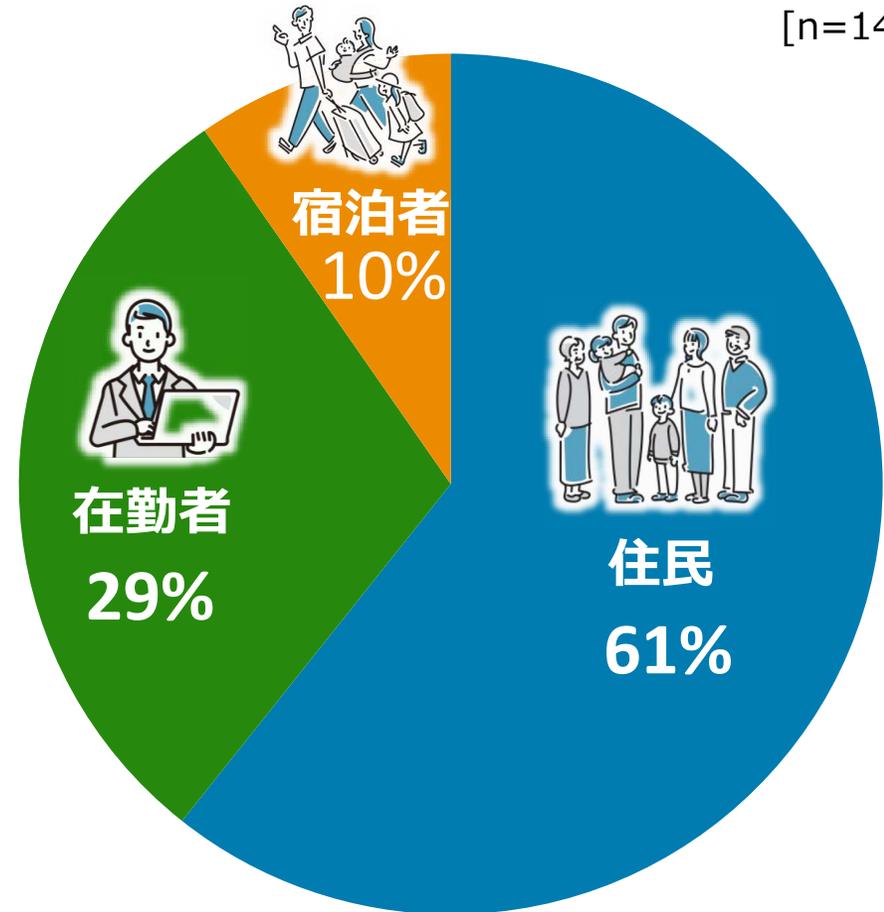
全施設合計 | 利用件数 プラン別割合（12月+1月）

[n=56(件)]



全施設合計 | 利用人数割合（12月+1月）

[n=145(人)]



#### 4.今年度の成果

「体験型（クルージング／ボーリング）」が利用を牽引、季節性&特別感のある企画が強い反応を獲得しました

#### 実績報告：限定プランの利用内訳



#### 在勤者

和食 品川 アクア付

鉄板焼 三条

ジール こたつイルミ

ボーリング アフター8



#### 宿泊者

ジール サンセット

ジール こたつイルミ

※宿泊者対象プランはジール提供のみ



#### 住民

こたつボーリング、天婦羅小田原、ゴルフ

ハプナ アクア付

ジール こたつイルミ

ボーリング デビュー

アクアパーク親子で生きもの講座  
(1月特別日開催)

#### 4.今年度の成果

ターゲット別に異なるプロモーションを行い、効果検証も実施した結果、本事業において有効であったプロモーション方法を特定することができました

実績報告：広告媒体別流入数（在勤者：約1,500流入 宿泊者：約120流入 住民：約1,100流入 ※UU）

#### 効果検証の観点

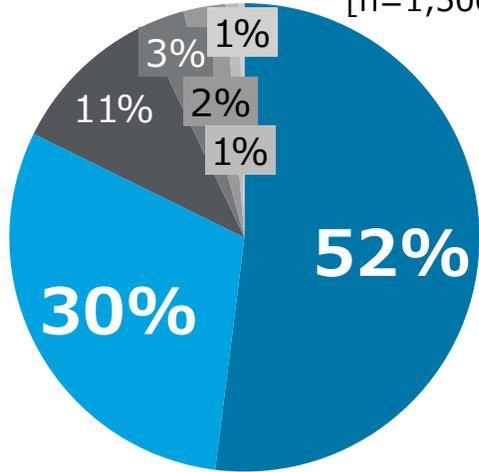
#### 各対象者において、有効なプロモーション方法は何か

※UU:期間内にウェブサイト、ページに訪問したユーザーの数



#### 在勤者

[n=1,500 (UU)]



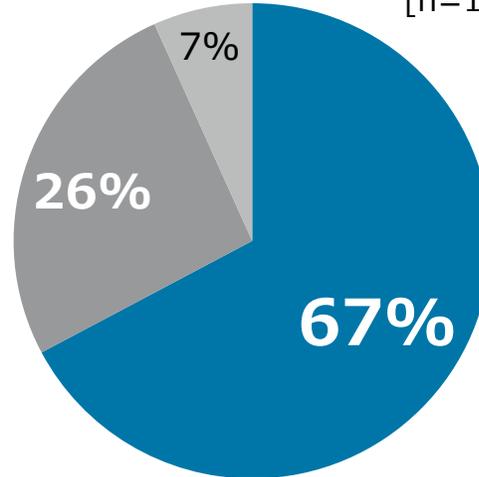
- エレベーターポスター
- 品川インターシティアプリ
- 在勤者チラシ
- 在勤者ポスティング
- 在勤者メール配信
- ロビーポスター
- 館内チラシ

品川インターシティエレベーターポスター・アプリでの複数回告知が効果的



#### 宿泊者

[n=120 (UU)]



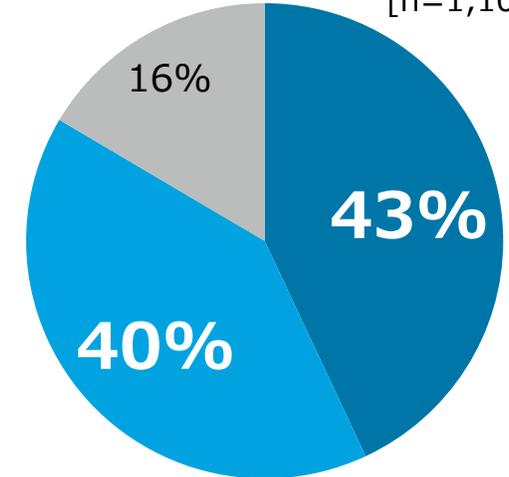
- 品川プリンスチラシ
- 品川プリンスサイネージ
- 宿泊者チラシ

品川プリンスホテル内でのチラシでの告知が効果的



#### 住民

[n=1,100 (UU)]



- 住民ポスティング1回目
- 学校チラシおよび自治会配布
- 住民ポスティング2回目

学校や自治会へのチラシ配布と、初回ポスティングが効果的



## 4.今年度の成果

一部常連顧客を除き、殆どの利用者に対して「限定プランによる利用機会の創出」に繋げることができています

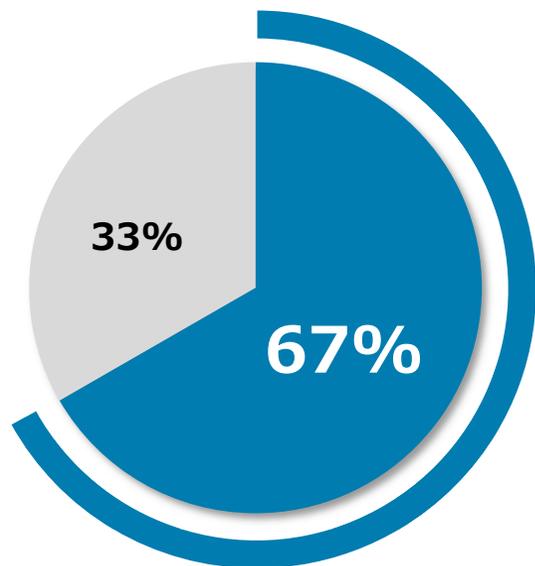
アンケート報告：回答者45人（在勤者:15名 宿泊者:4名 住民:26名）

### 効果検証の観点

### 限定プランが施設を利用する機会に繋がったか



在勤者



- 繋がった
- 元々利用する予定があった



宿泊者



- 繋がった



住民



- 繋がった

多くの回答者が、限定プランやその告知があったことで「利用する機会に繋がった」と回答。特にクルージングやホテル内レストランの初利用を促進しており、潜在顧客の掘り起こしに成功



## 4.今年度の成果

在勤者&住民の7割以上に対して、今回のプロジェクトによる施設の初回利用に繋げる事ができています

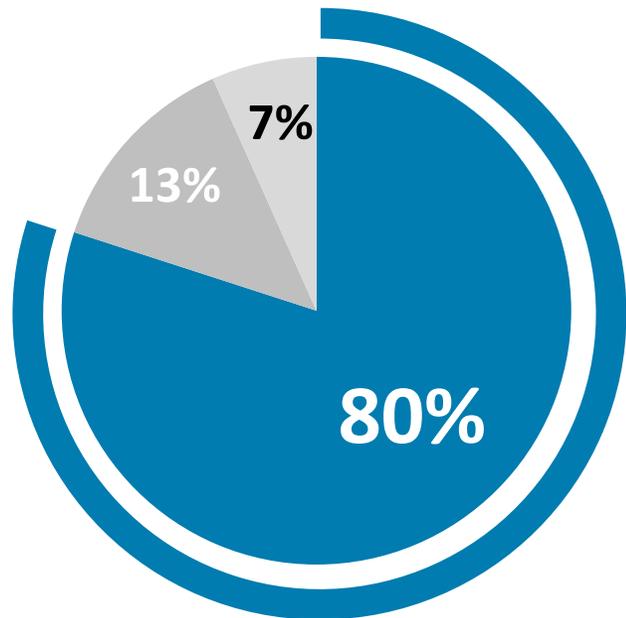
アンケート報告：回答者45人（在勤者:15名 宿泊者:4名 住民:26名）

効果検証の観点

限定プランが施設の初回利用に繋がったか※宿泊者はクルージング体験の経験有無



在勤者

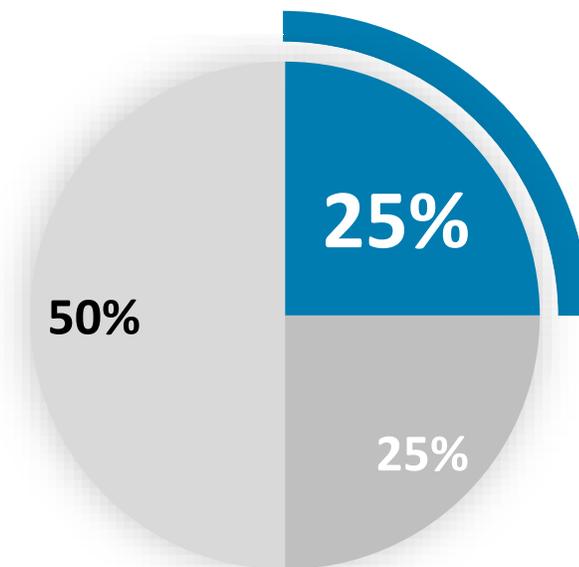


■ 初めて ■ 2回目 ■ 3回目以上

初回利用者が圧倒的に多く、  
新規利用者の獲得に寄与



宿泊者

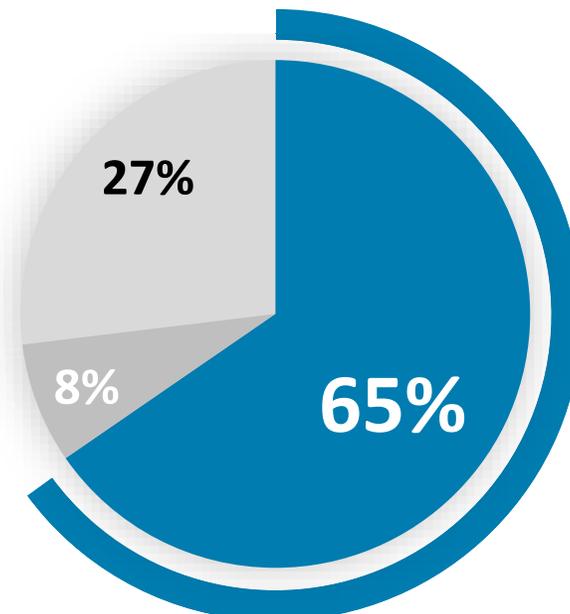


■ 初めて ■ 2回目 ■ 3回目以上

クルージング経験者の利用が多く、  
デビュープラン等の底上げの可能性



住民



■ 初めて ■ 2回目 ■ 3回目以上

初回利用者が多く、  
新規利用者の獲得に寄与



## 4.今年度の成果

「過去利用経験無し」または「数年～1年に1回利用」という利用者が80%以上を占めました

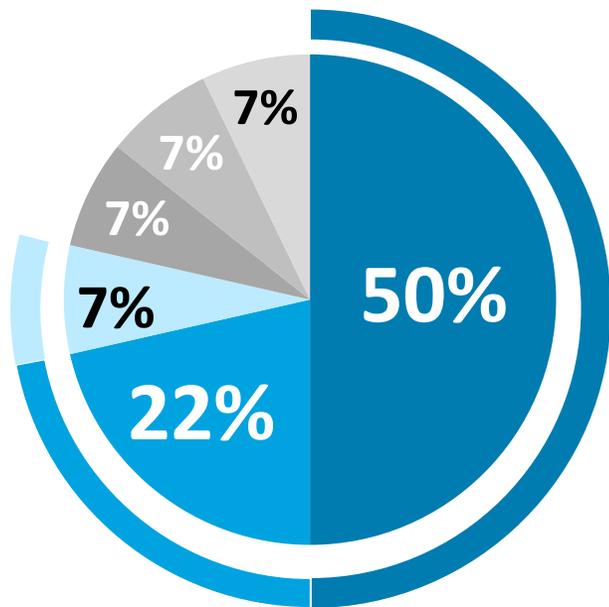
アンケート報告：回答者45人（在勤者:15名 宿泊者:4名 住民:26名）

効果検証の観点

今回利用した施設の過去利用頻度はどの程度か※宿泊者は回答対象外



在勤者

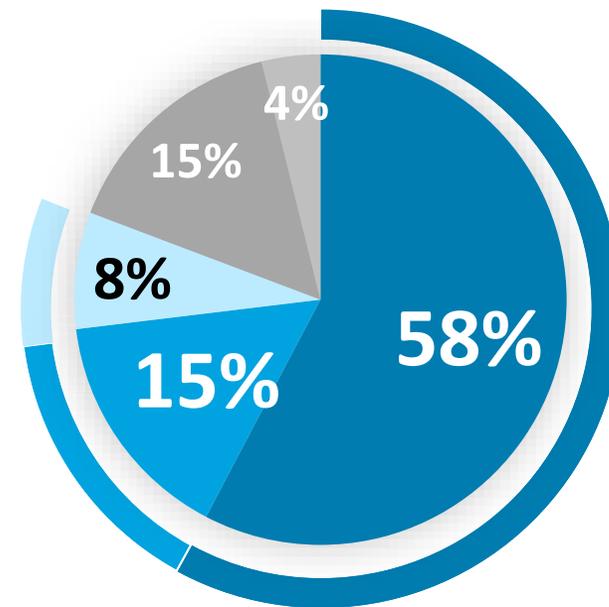


- 利用経験はない
- 1年に1回程度
- 月に1回程度

- 数年に1回程度
- 1年に2～3回程度
- 月に2回以上



住民



- 利用経験はない
- 1年に1回程度
- 3ヶ月に1～2回程度

- 数年に1回程度
- 1年に2～3回程度

各施設の新規顧客が過半数を占めて大きく貢献しており、  
数年～1年に1回利用の顧客の利用機会も全体の3割程度を占める



#### 4. 今年度の成果

在勤者・住民に対しては「提供内容」、宿泊者に対しては「日程・価格帯」がプラン造成のポイントに

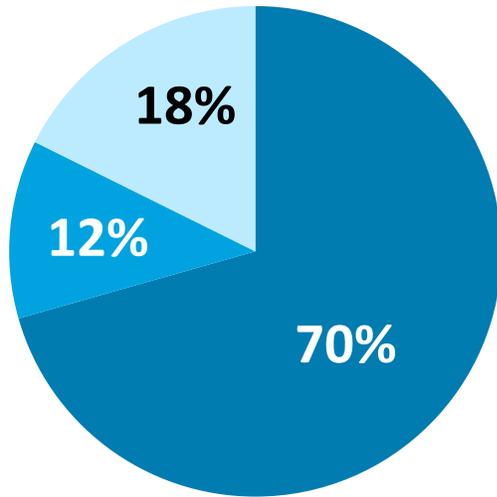
アンケート報告：回答者45人（在勤者:15名 宿泊者:4名 住民:26名）

##### 効果検証の観点

##### 限定プランの何が魅力的だったか



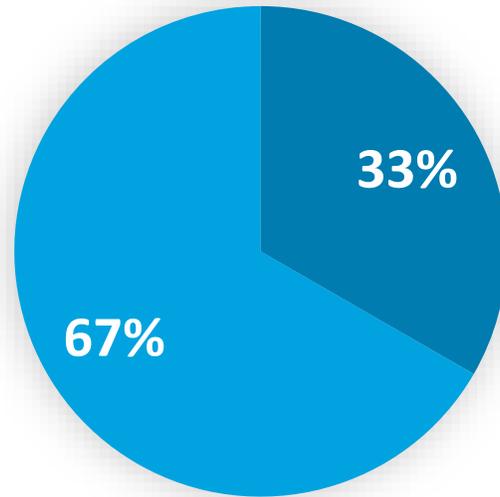
##### 在勤者



- プランで提供する内容
- プランの日程や時間帯
- プランの価格



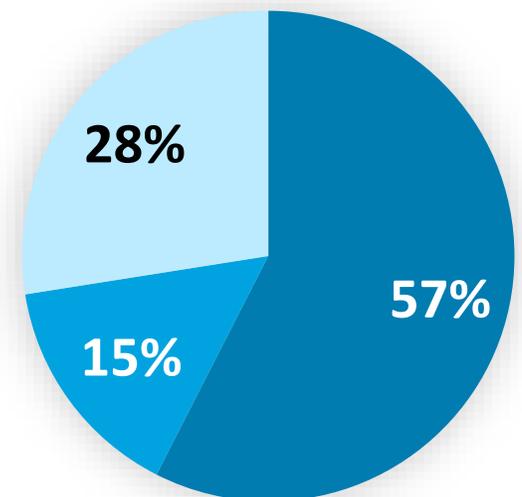
##### 宿泊者



- プランで提供する内容
- プランの日程や時間帯
- プランの価格



##### 住民



- プランで提供する内容
- プランの日程や時間帯
- プランの価格

地域に親しみを持つ在勤者・住民は、独自性の高い体験が経験できるような「提供内容」、宿泊者は「お得感」・「利用しやすい時間設定や特別な時間枠」がプランに対して魅力を感じるポイント



## 4.今年度の成果

ほぼ全ての利用者から「満足」の回答を得られています

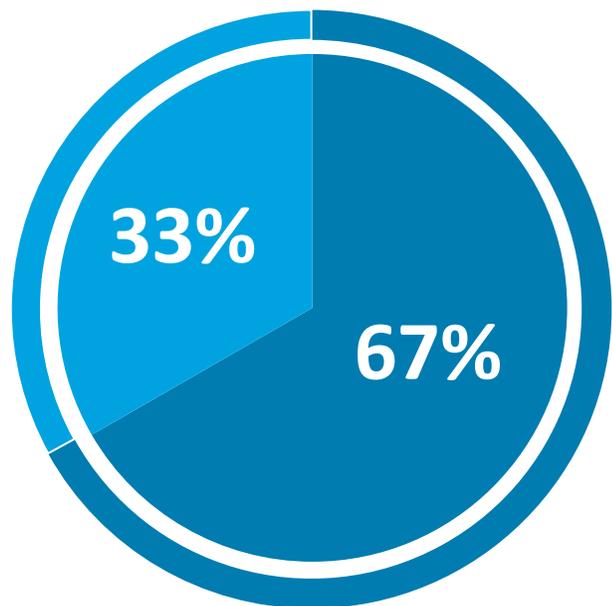
アンケート報告：回答者45人（在勤者:15名 宿泊者:4名 住民:26名）

効果検証の観点

限定プランに対する満足度はどの程度だったか



在勤者

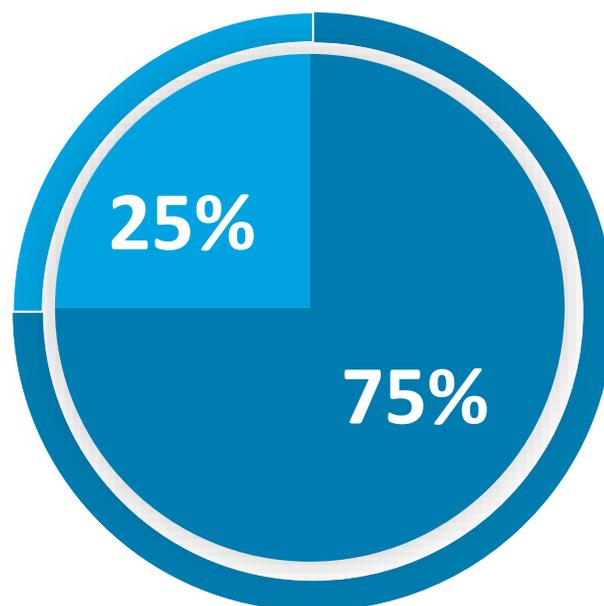


■ 大変満足

■ まあまあ満足



宿泊者

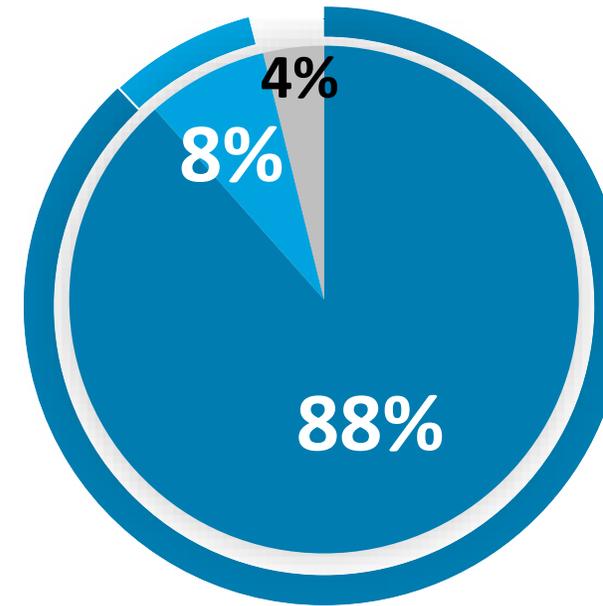


■ 大変満足

■ まあまあ満足



住民



■ 大変満足

■ まあまあ満足

■ 少し不満

おおむね全対象者から「大変満足」または「まあまあ満足」と回答いただいた。  
イルミネーションや冬のコタツなど、季節に合わせた企画や「品川ならではの」体験の評価が高かった。



## 4.今年度の成果

データ分析→限定プラン造成は、エリア満足度の向上に直結しそうです

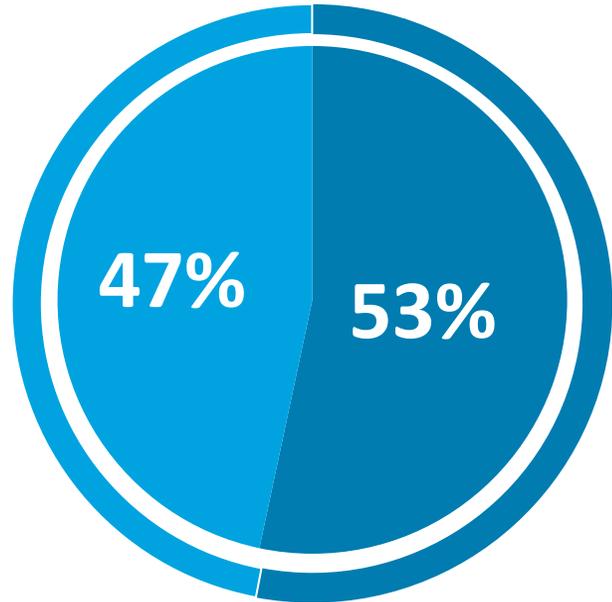
アンケート報告：回答者45人（在勤者:15名 宿泊者:4名 住民:26名）

### 効果検証の観点

今後も「限定プラン」があると、品川駅周辺エリアの満足度向上に繋がるか



#### 在勤者

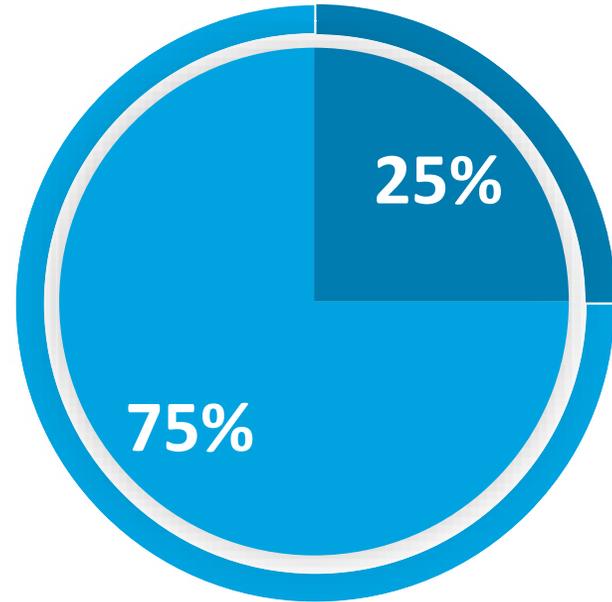


■ とても上がる ■ まあまあ上がる

限定プランの存在が勤務地としての満足度向上に繋がると感じられている



#### 宿泊者

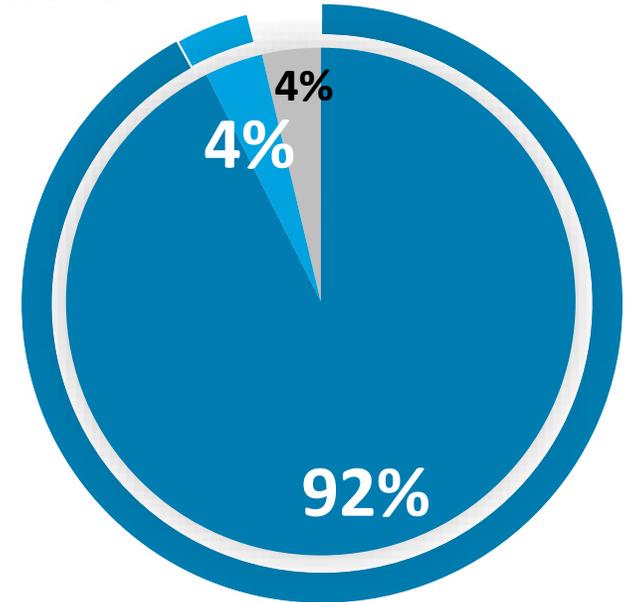


■ とても上がる ■ まあまあ上がる

限定プランの存在は、品川駅周辺を宿泊地として選ぶ要因になり得ると高く評価されている



#### 住民



■ とても上がる ■ まあまあ上がる ■ 少し不満

居住地の満足度が「とても上がる」と回答する割合が非常に高かった

## 4. 今年度の成果

### 実績報告：協働企画提案者（地域事業者）の本事業における振り返り

	振り返り	気づき	今後の課題
 Prince Hotel Shinagawa 品川 プリンスホテル	✓ データの裏付けがあったことで実施でき、データに基づくPDCAの機会になった	✓ データを根拠にペルソナ別でプラン造成する考え方が有効と感じた ✓ 実販売を通して、現場の反応や手応えを得られた	✓ プラン設定・システム面を改善し運用負荷を軽減すること ✓ お得感の伝え方も改善余地あり
 マクセル アクアパーク品川	✓ 本事業を通して地域の関係者と繋がれたことも今後に向けた成果	✓ 本事業のプラン販売傾向や、通常プランとの比較を通じて、今後のプラン内容・価格・対象エリアの適正値の感覚を改めて掴めた	✓ closed告知やエリア／条件設計で、通常販売に影響しない展開を検討する必要がある
 株式会社 ジール	✓ 新規顧客の利用につながり、単独では難しい取組ができた	✓ 対象外からの問い合わせもあり断るケースも出た。エリア限定ではあるが、運用次第で対象エリア拡大の可能性はある	✓ お得感の見せ方、乗り場・場所の分かりやすさ、プラン内容バリエーション再検討 ✓ 継続的な運用に向けては対象地域の拡大
 品川インターシティ	✓ データに基づくことで、これまで実行できなかった複数企業・行政を跨ぐ施策を実施できた	✓ 動機づけがあれば「駅を越えて高輪側の施設へ」「品川駅から遠い港南側へ」在勤者が動くという明確なエビデンスが得られた	✓ 館内告知は鮮度に左右されるため、定期的な情報更新＋SNS等の継続露出が必要

データを根拠とした施策により、組織を跨ぐ連携や新規顧客獲得、在勤者の回遊促進に成功した。運用負荷や告知方法については一部課題が残った為、今後の改善点としてブラッシュアップを図る。

## 4.今年度の成果

実証自治体からも、良かった点・改善点など、今後に繋がるご意見をいただきました。

### 実績報告：実証自治体からの声

#### 1. 総評

本事業は、官民連携によるデータ活用の初の実証実験として、品川駅周辺の課題可視化と具体的施策を実現しました。港区観光協会が主体となり民間との協力体制を強化したことで、これまで漠然と認識されてきた地域課題を「データ」に基づく共通認識へと整理でき、今後の産官連携及び区民、観光協会の分野横断的な連携の基盤形成につながったと評価しています。

#### 2. 今回の主な成果

- ・知見の獲得：行動データに基づき、区民に対する地域の魅力再発見や在勤者の経済活動、告知手法の課題を把握。
- ・連携強化：観光協会主導で多様な事業者が参画し、顔の見える継続的なネットワークを構築。
- ・意思決定の転換：人流や経済波及を可視化し、データに基づく議論と共通認識の醸成を実現。

#### 3. 今後の課題・検討内容

今後は、データ活用を一過性の取組に留めず、区や観光協会が事業を実施する際の判断基準として継続的にデータを活用することに加え、区民や事業者などにもわかりやすく情報提供し、区民にも区内観光を楽しんでいただくメリットを提示していくことが必要です。

本事業の成果を、区内だけでなく他自治体とも広く共有し、他地域への展開や広域的な応用につなげるための検討に役立ててまいります。



港区  
産業・地域振興支援部  
小井土 洋樹 氏

## 5. 今後の展望

## 5. 今後の展望

継続実施と横展開に向け、エリア拡大と運用モデルを具体化することです

### 今年度の総括

#### 本実証の連携施設/エリア

① 品川プリンスホテル



② マクセル アクアパーク品川



③ JR品川駅



④ 品川インターシティ



⑤ 株式会社ジール

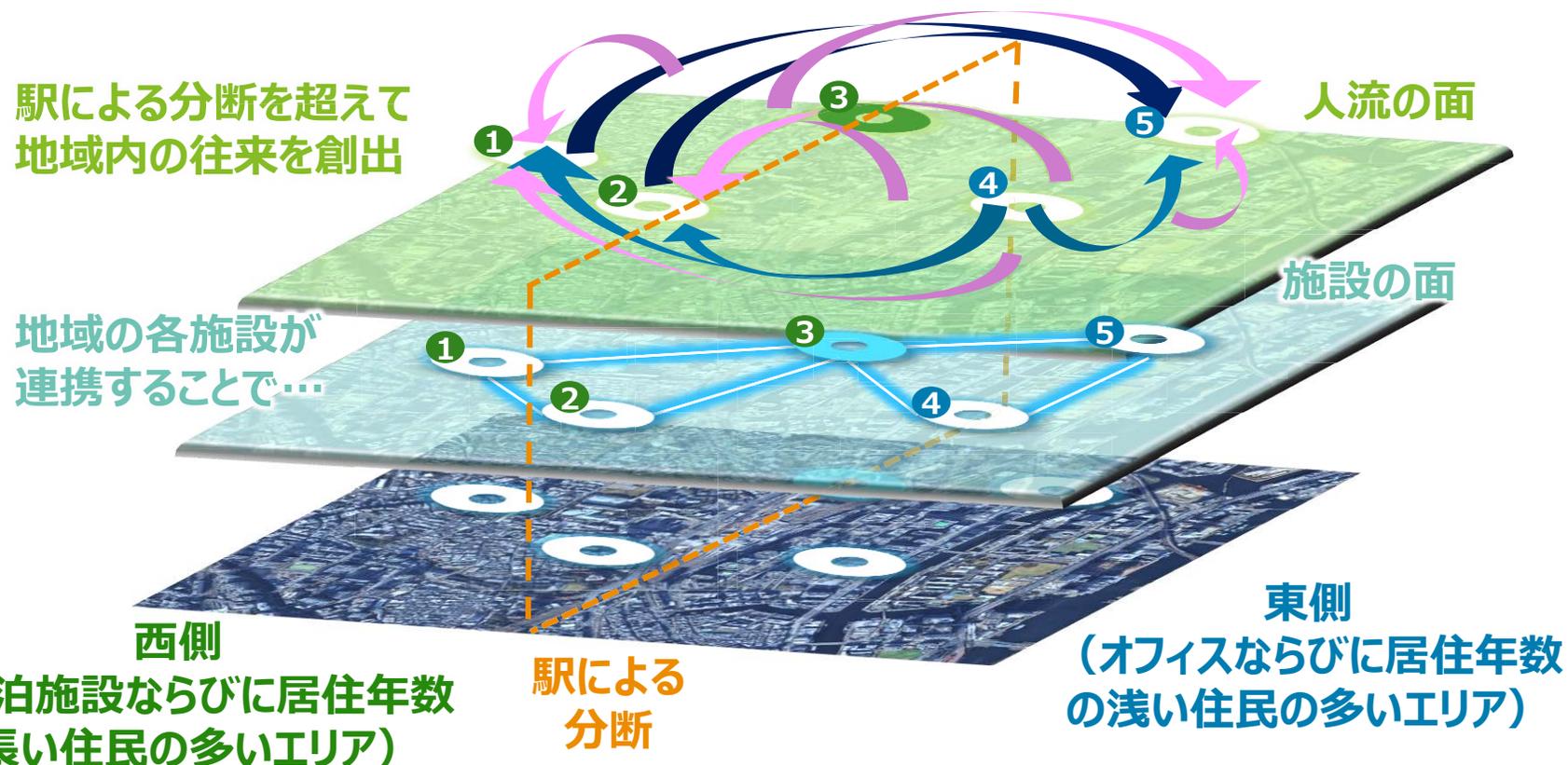


### 実証成果

本事業を通じて、官民が連携してデータを分析し、在勤者・宿泊者・住民の移動傾向を把握した上で共通認識を持って施策を立案・実施した結果、地域内往来や新たな消費の創出に繋げる事が出来ている。また、事業結果を通して今後有効となる施策検討や、プロモーション展開に資する知見を得ることができた

人流の凡例： 在勤者 宿泊者 住民

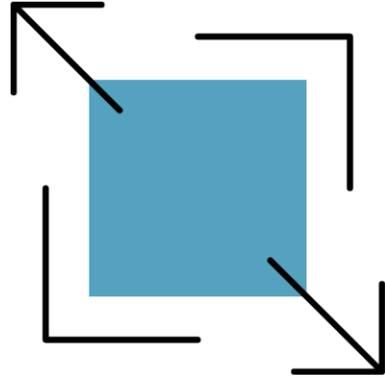
本実証における各施設の連携と人流の可視化



## 5. 今後の展望

本年度の結果を踏まえ、次年度以降もデータを活用した地域内の経済活性化・周遊を促進する活動に取り組んでいく

### 次年度以降の取組について（方針）



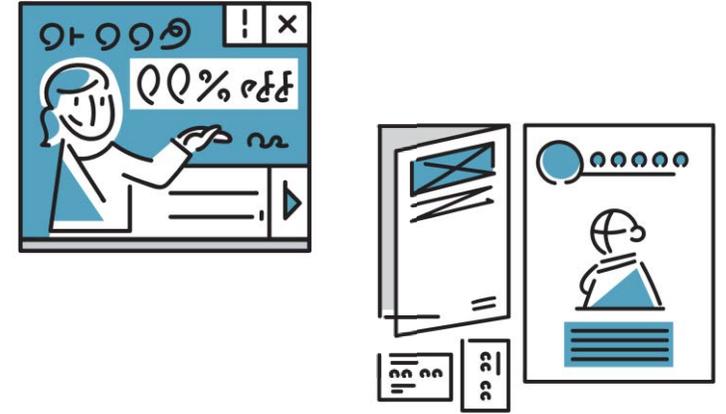
## 対象エリアの拡大

公的協力・事業者協力が得やすくなる事を目的に、「市区町村単位以上」へ対象エリアを拡大



## 一般販売 + @の 限定プラン開発

機会損失防止・開発負担の軽減・訴求力強化を目的に、限定プランの開発



## ターゲットに応じた 広告媒体の使い分け

プロモーション効果の最大化を図る事を目的に、媒体ごとの特性を見極めたプロモーションを実施

## 5. 今後の展望

本取り組みの実施が有効と考えられる自治体や企業さま

本モデルを特にご活用いただけそうな地域や団体の特徴

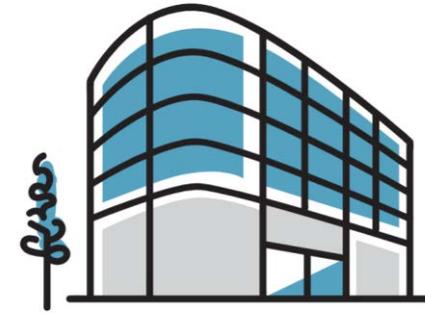
### 自治体



「人流はあるが経済に繋がっていない」「地域内連携が図れない」といった課題を持つ自治体

- ✓既存人流の「消費機会創出」に課題がある地域
- ✓「属性別または属性横断」の地域活性化を求める地域
- ✓官民や民間連携の「共通言語」を必要としている地域  
など

### 企業・団体



データ分析を「調査」で終わらせず、「実益（消費）」と「検証」にまで繋げたい企業・団体

- ✓レジャー施設・飲食店等のコンテンツ提供者
- ✓交通事業者（鉄道・バス）等の人流関連データ保有者
- ✓デベロッパー・OTA等のカスタマー接点&データ保有者  
など