「水辺とアートの街 天王洲」の取組み
～空間価値創出による観光地域づくり～

TERRADA Holdings 株式会社 代表取締役社長
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・理事長
三宅 康之

「水辺とアートの街」天王洲運河

1990年代、ウォーターフロント最先端都市として再開発が行われた天王洲。オフィス街だけでなく、居住空間やレストラン、劇場まで完備した複合施設が建ち並び、東京の夜景が一望できるホテルも備え、一躍トレンディスポットとなりました。時代の波に乗り大きく変貌を遂げた天王洲でしたが、2000年代に入ると都心に多くの複合型都市が開発され、徐々にそれらの都市に人が流れていきました。東京モノレールとりんかい線の乗り換え駅で羽田空港や品川駅、都心へのアクセスの良さを持ち、都会のオアシスであった街は、オフィス街の機能を果たしながらもにぎわいを失いつつあったのです。

天王洲ロケーション

しかし、天王洲の運河沿いにあるレストラン（T.Y.HARBOR）だけは、連日にぎわいを見せていました。お客様は食事だけでなく、水辺でゆったりと過ごすひとときに感動し、都内はもとより日本各地から訪れていたのです。2012年、寺田倉庫が水辺の再開発を皮切りに天王洲リニューアルプランを提言し、そのプロモーションを担うべく誕生したのが、天王洲・キャナルサイド活性化協会です。

天王洲キャナルフェス2023

運河越しのプロジェクションマッピング

地域活性化イベント「天王洲キャナルフェス」誕生

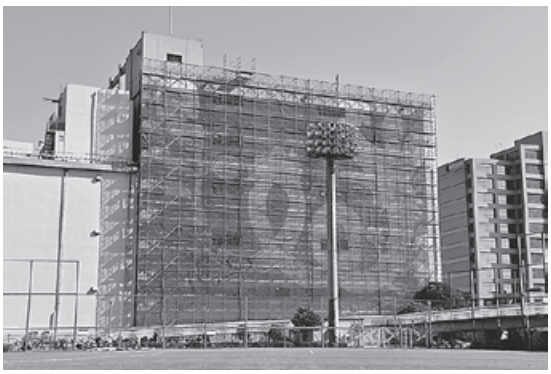
天王洲をにぎやかな複合型都市に戻すには、開発のコンセプトでもある「水辺とアートの街」の魅力を再びフォーカスすることが必須でした。2015年、運河沿いの水面を活用した

水上施設やボードウォークが整備され、新たに天王洲アイル第三水辺広場が完成しました。運河に恵まれたロケーションを最大限に生かし、新しいおしゃれなスポットが誕生しましたが、閑散とした街に変化はありませんでした。何とか人を集めなければと地域の有志が集まり、この場所でにぎわいづくりの挑戦が始まりました。2016年春、パナソニックの協力をもとに実施した、天王洲運河越しのプロジェクションマッピングの投影実験が最初の挑戦でした。水辺景観を生かしたプロジェクションマッピングは、対岸のビルの大きな壁面を彩り、さらに運河の水面への映像の映り込みも併せて美しい景観を創りだしました。その次には、日常的な夜間の景観演出を施すために建物や橋のライトアップを推進しました。そして同年の夏、水辺のプロジェクションマッピングを核とした「天王洲キャナルフェス」が誕生したのです。昼間の集客のために縁日をはじめ子ども向けワークショップ、マルシェ、ミニクルーズ等も実施し、近隣地域の方々を中心に約3,000人の来場者が訪れました。手応えを感じた私たちは、キャナルフェスを季節ごとに年4回開催し、各フェスでは、常に新しいコンテンツを追加することを決意しました。さらに、昼間の街の景観演出にも挑戦したのです。

イベント開催告知の共同プラットホーム

地域活性化と近隣地域との連携

天王洲キャナルフェスの開催を機に、近隣地域の皆さんとの交流が始まりました。天王洲をにぎやかにしたいと思う私たちの気持ちを受けて、地域の皆さんは応援してくれるだけでなくイベントのお手伝いもしてくれました。私たちは、イベントの告知に苦労していたのですが、各地域（町内）の皆さんも苦労していることを知りました。そこで、各地域で開催されているイベントと連携、一斉に告知し、互いの集客に繋げるため「しながわフェスウィーク」として開催しました。同時期に開催される各地域のイベントをまとめてひとつの大きなイベントにしたのです。この連携を通して一斉にイベントを告知することだけでなく、各地域間の交流も促進され、「ALL品川」の地域の輪が広がりました。


壁画製作の様子（淺井裕介）

日常的な街の活性化

イベントによる街の活性化は、非日常時（イベント開催時）と日常時のにぎわいにギャップが生じます。このギャップを解消しなければ、本当の意味で街の活性化は達成できないことは認識していました。日常的に街に人が集まる魅力づくりのため、まずは天王洲のスローガンである「アートになる島」に沿って街の中にアートをちりばめ、島（天王洲）を美術館のようにする挑戦が始まりました。高さ30mの巨大壁画をはじめとするアート作品の設置は、日常的に街の魅力を発信することができます。壁画などのアート作品を設置するため、地権者、行政、住民、企業をはじめ、景観の有識者と「天王洲地区景観まちづくり研究会」を立ち上げ、実証実験を重ねて意見交換をしながら「天王洲地区景観まちづくりルールアイデアブック」をつくりました。その後、「品川区天王洲地区デザイン会議」が設

置され、アート作品に関する景観だけでなく、街全体の景観に関する意見交換の場となりました。この結果、天王洲は品川区景観計画重点地区と東京都プロジェクションマッピング特別地区に指定されました。規制により実施が難しい巨大壁画やアート作品の設置、プロジェクションマッピング投影が実施しやすい環境を整備し、アートによる街の魅力づくりを行っています。

どこまでも繋がっていく / TENNOZ ART FESTIVAL 2019

“The Shamisen” Shinagawa 2019 / TENNOZ ART FESTIVAL 2019

芸術文化の情報発信拠点

2019年、「TENNOZ ART FESTIVAL 2019」の開催を契機に、天王洲は国際藝術都市を宣言しました。 東京2020オリンピック・パラリンピック大会の機運醸成を行うイベントとして「天王洲・キャナルアートモーメント2019」が同年10月に開催されました。天王洲運河に大きな台船を浮かべ舞台を作り、プロジェクションマッピングや照明演出を運河全体に施し、和太鼓をはじめ日本文化の発信を目的としたさまざまな演目が行われました。同時に、江戸文化を継承する屋形船を外国人旅行者向けにサービスをカスタマイズして、少人数で気軽に乗船できる「東京“屋形船”ナイトクルーズ・エンターテインメント」の運航を開始しました。まさに東京2020オリンピック･パラリンピックに向けた芸術文化の情報発信拠点として天王洲から世界へのプロモーションが始まったのです。

天王洲・キャナルアートモーメント2019

東京“屋形船”ナイトクルーズ・エンターテインメント

オンラインキャナルフェス開催

2020年の春、緊急事態宣言が発令され、恒例のキャナルフェス春は中止になりました。その年の夏と秋のキャナルフェスは、灯を絶やすことなくオンラインで開催しました。しかし、オンラインの開催ではキャナルフェスの良さが伝わらないことを実感したフェス事務局は、冬のキャナルフェスでは、感染症対策ガイドラインに沿った感染症予防対策を実施し、リアル開催をしました。事務局の信念は、来場者の笑顔を見たいという思いでありました。コロナ禍でのフェスのリアル開催は、近隣地域の皆さんへの励ましとなり、多くの感謝の声をいただきました。行動制限がされている中、このフェスをきっかけにアフター

コロナを見据えて日常的に笑顔の溢れるまちづくりに着手したのです。

オンラインキャナルフェス2020 夏（VR制作）

イベントから地域経済の活性化に向けて

年４回の天王洲キャナルフェスは、季節ごとに定期開催されるおしゃれなフェスとして、３万人を集客できる大きなイベントに成長しました。しかし、このにぎわいを毎日作らなければ、地域経済を活性化させることが出来ないことも理解していました。地域経済活性化のためには、イベント時のように日常的に人が訪れるためのコンテンツを街の中に開発し、お金を使ってもらう仕組みづくりが必要でした。そこで、天王洲をアートによる文化観光拠点に転換するために観光地域づくり法人（DMO）設立を目指すことになりました。まさに「稼ぐ観光」をベースに、経済的価値を生み出す地域活性化に向けた活動が始まりました。

アートツアーとモビリティの実証実験の様子

非接触・非対面接客システムの導入

観光DXを用いた天王洲回遊システムの開発

新たな都市観光の創造

天王洲の観光資源として、運河とアートがありますが、それだけでは観光客が訪れる魅力的なコンテンツにはなりません。プロジェクションマッピングなどの多くの実証実験を天王洲で重ねてきたパナソニックと、観光まちづくりを全国で手掛ける跡見学園女子大学観光コミュニティ学部との産学連携により「水辺とアート」をテーマに新たな観光コンテンツの開発に挑んでいます。

パナソニックが開発した非接触型遠隔コミュニケーションシステム「AttendStaion®」を用いて、アバターを大きなモニターに映し、来訪者と直接やりとりをするシステムの実証

産学連携による観光地域づくり

跡見学園女子大学篠原ゼミ生の皆さん

実験を行っており、将来的には、観光案内や各種ツアーの受付を行うことができるようになります。また、クラウド型街巡りガイドサービスの「Smart Town Walker®」は、イベントアバターとして親しみやすいキャラクターが天王洲を回遊するガイドコンテンツで、アートツアー、謎解き、モビリティとコラボレーションした実証実験を行っています。「Smart Town Walker®」を用いた謎解き問題を跡見学園女子大学観光コミュニティ学部の学生に作ってもらい、来訪者が楽しみながら天王洲をくまなく巡れる回遊システムを実証実験しています。天王洲を観光地としてコンバージョンするために、アート・テクノロジー・エンターテインメント・モビリティと知見を合わせた産学連携と、行政と地域社会と連携しながら都市型文化体験観光コンテンツの開発に挑戦しています。今後は、これらの実証実験を経て、さまざまな整合性を図り、稼ぐ観光商品にブラッシュアップしていきます。

国内外の観光客誘致への課題

豊かな都市観光地域づくり

イベントから街のプロモーション団体へ

天王洲キャナルフェスは、地域住民にターゲットを絞り、コンセプトを統一して企画しています。具体的には、主要メンバー３名が企画から運営までの責任者となってイベントは開催されます。イベントの運営は、事務局10名ほどで行いますが、当日はイベント運営会社やアルバイトの支援も受けます。ただし、イベントの企画部分は、ナレッジやノウハウを協会に蓄積するために外部委託をしないことがルールです。情報共有は、毎週金曜日、定期的に行われ、主要メンバーは、イベントの趣旨、概要、費用について説明します。会議出席者は、質問や意見を述べます。イベントの内容については、自治体や町会が作成したまちづくりビジョンに沿って企画します。またイベントに関する許認可については、その都度、行政と協議しながら法令に沿って安全な開催を実現しています。近隣のまちづくり団体との関係は、人的・物理的（設備・備品等）な助け合いの関係を築きながら相互の街のビジョンを尊重しています。最後に大学は、ソリューションの宝庫であり、特に有識者（先生）からの指導は必須となります。また、学生の発想力や行動力も大きな活力となります。このような産学官民の連携を核としたイベント活動は、天王洲「共同体」意識の醸成を促し、イベントを通して多くのキャナルフェスのファンを作りました。そして何よりもキャナルフェスに来場して頂く住民、企

【インバウンド観光客誘致】

■天王洲においてインバウンド観光客誘致企画

- ・水辺をアートを基軸とした回遊型観光の促進 → 観光客が回遊できる観光DXを用いた仕組みが必須
- ・水辺環境を生かした飲食場のくつろぎ空間充実 → 日常的な地域経済の活性化
- ・帰国フライトまでのアイドリングタイム充実 → 天王洲観光・天王洲周辺観光・クルーズ 日本全国のお土産物販店の充実
- ・日本観光リピート促進施策 → 日本全国の観光案内(次回は、ここに行きたい！)
- ・入国後、とりあえず、天王洲へ → 羽田到着後、とりあえず天王洲へ行き旅を考える 旅まえに計画をしない旅行者も多い

22ヘクタール街のチャンス

天王洲は、22ヘクタールの東京の小さな街です。水辺とアートを磨き上げ、今後は観光地として頑張ろうとしています。日本全国ましてや世界規模になれば、まだまだ無名の街です。東京都内や神奈川、千葉、埼玉には、無数のライバルの街が存在しております。国内外の観光客が、貴重な観光のひとときをどこで過ごすか？その目的地となるために逆算して考えることが、大切なことだと思います。

2017年のデビット・ボウイ展が天王洲に決定したのは、2015年でした。当時の天王洲は、リバイバルに向けて駆け出したころです。イギリスのV&A美術館の方々が選考しました。六本木ヒルズ、横浜赤レンガ倉庫と天王洲寺田倉庫が最終選考にのこり、天王洲が選ばれました。選考理由は、「この街とこの場所がカッコイイ」です。イギリス人には、六本木と横浜のブランドは全く関係なかったのです。外国人には、日本人が持つ街のイメージは薄く、天王洲にも大きなチャンスがあることを当時、確信しました。

天王洲都市観光地へのチャンス

業で働く皆さんが天王洲のファンとなりました。キャナルフェスは8年間で28回開催しています。このようにイベントを定期的に継続することにより天王洲・キャナルサイド活性化協会は、イベントを核とした、まちのプロモーション団体に成長しています。

インバウンド観光客誘致の可能性

天王洲の水辺とアートを基軸とした回遊型観光の促進を図るため、天王洲アートツアー・天王洲の周辺地域へのショートトリップ観光・クルーズ、水辺環境を生かした飲食ができるくつろぎ空間の充実、観光客が回遊できる観光DXを用いた観光の仕組み作りが必須です。特にモノレール天王洲アイル駅は、羽田空港へのアクセスの乗換駅であり、羽田空港に近接する地域でもあることから国内外の観光客にとって、フライト時間までのアイドリングタイムを充実させる最後の観光スポットになります。また、日本へもう一度来てもらえるようなリピート施策なども盛り込むことにより、天王洲の発信だけでなく、日本各地の観光発信拠点となります。このような観光発信拠点を作ることにより、旅の終わり（始まり）は、「とりあえず天王洲へ」となることを願っています。

天王洲運河プロジェクションマッピング

天王洲からのクルーズ

都市型文化観光地域づくりへ

現在、天王洲はオフィス街であり、また、この10年で湾岸地域には多くの高層マンションが建設され、近隣地域は都心のベッドタウンになっています。天王洲を観光スポットに成長させるには、地域関係者との共創・連携を推進し、観光客の受入れ持続可能なまちづくりを促進させなければなりません。オーバーツーリズムなどの事象も考えると観光客があふれるにぎわいをつくるのではなく、地域の観光資源「天王洲らしさ」を考えた上で、新しい価値基準を決め、その価値を具現化した観光商品開発に挑むことが重要な課題です。天王洲・キャナルサイド活性化協会は、キャナルフェスを通して地域との絆を築いてきました。さらに今後は、地域住民の皆さんの応援もあり、観光という新しい分野に挑戦することができます。天王洲は、この先も歩みを止めることなく、「水辺とアートの街」として潤いのある観光地域づくりを目指していきます。

著者略歴

三宅 康之（みやけ・やすゆき）

1970年神奈川県生まれ、東京経済大学経済学部卒業。元寺田倉庫株式会社専務取締役。TERRADA Holdings株式会社代表取締役社長。
2012年より天王洲運河の水辺開発に携わり、2015年一般社団法人天王洲・キャナルサイド活性化協会を設立し代表理事に就任。品川天王洲のにぎわい創出に取り組み天王洲キャナルフェス・天王洲アートフェスティバル等を開催。イベントから「水辺とアートの街 天王洲」のプロモーションを手掛ける。現在は、天王洲を芸術文化発信拠点とした観光地域づくり法人（DMO）の設立を目指している。