

地域産業委員会 令和2年8月14日
産業経済部 資料4番 所管 産業振興課

## 商店街魅力賑わいPR事業における 京急本線ラッピング電車の実施について

### 1 目的

商店街魅力賑わいPR事業では、多様性に富む大田区商店街の魅力を、区内に路線網を持つ交通事業者による沿線回遊事業と連動したキャンペーンでPRし、商店街への誘客及び賑わいの創出を図ることを目的としている。

### 2 本事業趣旨

当初、東京2020大会開催に合わせた庁内連携の一環として実施予定。

大会は延期となったが、羽田イノベーションシティ(略称:HIcity(エイチ・アイ・シティ))のまち開き(7月3日)を契機とするとともに、新型コロナウイルスによる不透明な社会情勢からの脱却をテーマに、京急本線におけるラッピング電車を実施するもの。

### 3 事業実施内容

#### (1) 走行実施期間(予定)

令和2年9月14日(月)から令和2年11月28日(土)まで。(76日間)

※新型コロナウイルス感染症の状況で時期を変更する可能性があります。

#### (2) 区間・車両

京急本線(泉岳寺⇄三崎口)を運行する京急ブルースカイトレイン。

(8両編成)

運行時間は前日発表、概ね平日2往復、土休日5往復。

#### (3) コンセプト

車両に大田区および区内商店街をアピールするデザインを施し、走行させることで区内外に広く発信し、区内商店街への誘客を図る。

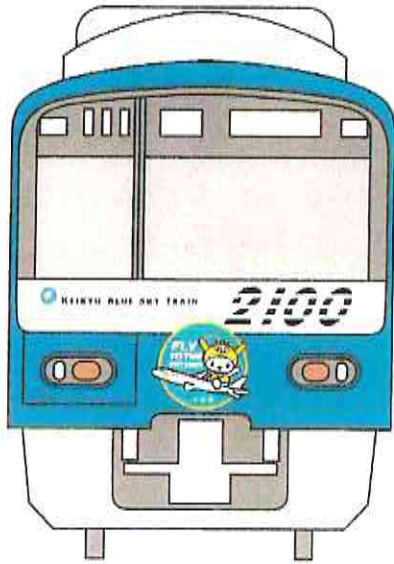
(車両のデザインイメージは別紙のとおり)

### 4 その他

本事業と同時期に京急電鉄による独自キャンペーン※が検討されていることから、HIcityから商店街の回遊促進と、その相乗効果による周辺エリアのPR強化が期待できる。

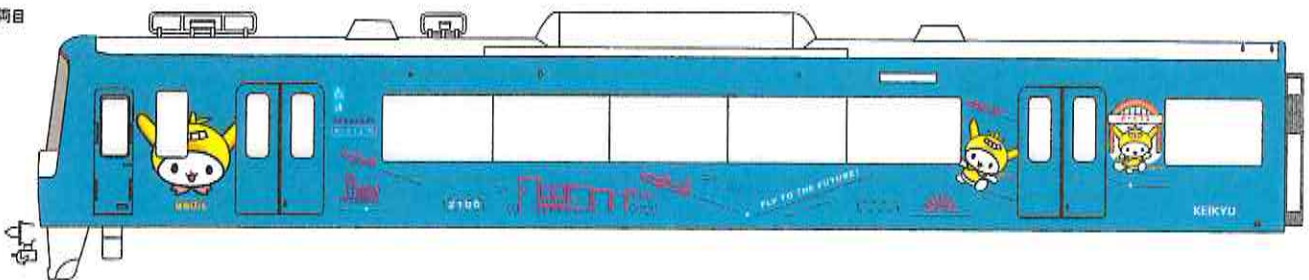
※独自キャンペーン:HIcity及び沿線商店街・個店と連携したデジタルスタンプラリー等

京急 電車ラッピング広告  
ヘッドマーク C-ブルー

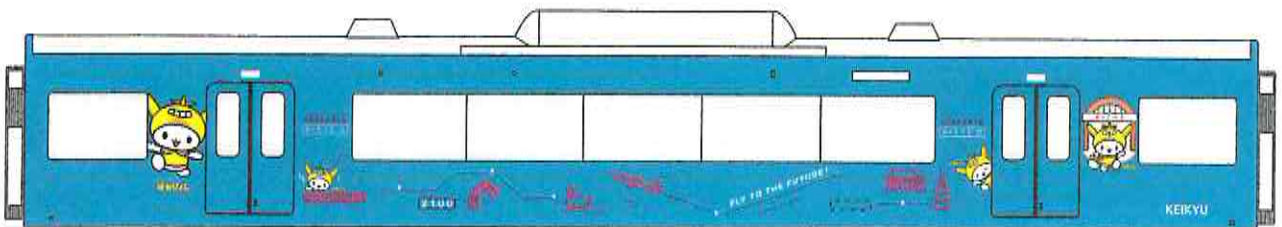


京急 電車ラッピング広告

1両目



2両目



最後尾車両

