

※10月8日更新:販売期間、利用可能期間、対応言語、参画事業者数、体験・サービスコンテンツ数に変更となりました。
変更部分は赤字で記載しています。



2025年2月3日

東急株式会社
WAmazing株式会社
一般財団法人渋谷区観光協会

インバウンド向け域内周遊デジタルパス「SHIBUYA PASS」の実証実験第2弾を実施

～SHIBUYA SKYチケットなどのコンテンツ拡充、UI・UX改善により、インバウンドの渋谷観光をもっと便利に～

東急株式会社(以下、東急)と、資本業務提携先であるWAmazing株式会社(以下、WAmazing)は、一般財団法人渋谷区観光協会(以下、渋谷区観光協会)の協力のもと、インバウンド向け域内周遊デジタルパス「SHIBUYA PASS」(以下、本周遊パス)の実証実験第2弾(以下、本実証実験)を2025年2月5日から実施します。

本周遊パスは、専用ウェブサイトで訪日外国人旅行者が体験・サービスと引き換えられるポイントを事前購入し、参画施設・店舗にて現地スタッフに画面を見せるだけで、キャッシュレス・チケットレスで利用できるサービスです。実証実験第1弾は、渋谷エリアにおける訪日外国人旅行者の滞在時間延長や地域消費拡大を目的に2024年2月～4月に実施しました。テイクアウトグルメやバスツアーなど複数コンテンツの利用による周遊促進や消費拡大の一定の効果を確認できたほか、参画する事業者や行政などから渋谷エリアをあげた本周遊パスの取組みを推奨する声が多く寄せられました。その一方で、利用者からはSHIBUYA SKY※や人気飲食店などの目玉コンテンツの拡充を求める声が多く寄せられたほか、旅ナカのインバウンドへの認知拡大不足といったマーケティング面の課題も浮き彫りになりました。

これらの気づきや課題を踏まえ、本実証実験では、渋谷の代表的な観光スポットであるSHIBUYA SKYをコンテンツとして追加するほか、事前予約や家族単位での利用を想定したUI・UXの改善を通じたサービス強化を図ることで、渋谷エリア全体の消費拡大への波及効果の検証を行います。また、メインターゲットを欧米圏インバウンドに設定し、価格メリットよりも体験価値を重視した商品設計を行うとともに、欧米圏に強いメディアとのタイアップやSNSでの情報発信など欧米圏インバウンドに特化した効果的なマーケティングを実施することで、より多くの訪日外国人旅行者の利用を促し、渋谷におけるインバウンド行動の可視化を目指します。

東急は、本実証実験を通じて得た知見や、訪日外国人旅行者や参画する事業者の声をもとに検証を行い、本周遊パスで利用できるコンテンツの拡大や追加サービスの導入、展開エリアの拡大など、さらなる訪日外国人旅行者の利便性向上と地域消費拡大を通じた「エンタテインメントシティSHIBUYA」の実現を目指します。

【一般財団法人渋谷区観光協会コメント】

渋谷を訪れる外国人旅行者が都内 No.1 となった今、訪れる方々に渋谷を楽しくお得に回遊していただける「SHIBUYA PASS」をより多くの方に提供し、参画事業者様にもさらなる経済効果をもたらすよう、渋谷区観光協会公認として推進してまいります。また、多様な楽しみ方ができる街「SHIBUYA」の実現に向け、この事業と共に新たな価値を創出できることを期待しています。

本実証実験の詳細は別紙のとおりです。

※渋谷スクランブルスクエア内にある高さ229mの展望施設



▲ SHIBUYA PASS ロゴ



▲ SHIBUYA SKY

以 上

【別紙】

■ SHIBUYA PASSについて

WAmazingの運営する専用ウェブサイトにおいて、訪日外国人旅行者が体験・サービスと引き換えられるポイントを事前購入し、参画施設・店舗にて現地スタッフに画面を見せるだけで、キャッシュレス・チケットレスで利用できるサービスです。ポイント制を導入することにより、異なる価格やジャンルの体験・サービスでも好きな組み合わせで自由に使えるため、初めて渋谷を訪れる訪日外国人旅行者にとって安心・便利に利用していただけます。

また、渋谷地域の事業者にとっても、事前決済による店舗オペレーションの効率化や、価格やサービス内容に応じた商品設定が可能になるなど、参画しやすい仕組みとなっています。

■ 実証実験第2弾の概要

- (1)販売期間:2025年2月5日(水)～2026年3月31日(火)
- (2)利用可能期間:2025年2月5日(水)～2026年4月29日(水)
- (3)対応言語:英語・繁体字
- (4)専用ウェブ:<https://shibuya-pass.com>
- (5)決済方法:Visa、MasterCard、JCB、AMEX
- (6)参画事業者数:21事業者(※10月1日時点)
- (7)体験・サービスコンテンツ数:66コンテンツ(※10月1日時点)

■ 実証実験第2弾の主な変更点

	実証実験第1弾 (2024年2月～4月)	実証実験第2弾 (2025年2月～2026年4月)
商品価格	4,500円、11ポイント (1ポイント=約410円相当)	6,000円、20ポイント (1ポイント=300円相当)
メインターゲット	アジア圏インバウンド	欧米圏インバウンド
体験・サービス コンテンツ	渋谷駅周辺エリアを中心にグルメ・バー・ お笑い・お土産など30以上の店舗が参画	実証実験第1弾のコンテンツに加え、 SHIBUYA SKYが参画 ※旅ナカでのチケット購入ニーズに対応
事前予約機能	SHIBUYA PASS内での専用在庫の確保・ 事前予約は不可	SHIBUYA PASS内での 事前予約サービスが利用可能

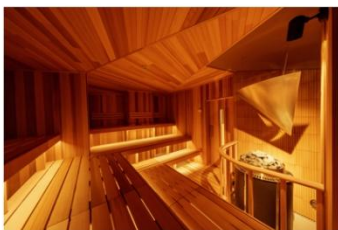
■ 参画事業者一覧(50音順)

SSS株式会社	株式会社スイミージャパン
株式会社秋田ケーブルテレビ	株式会社どうとんぼり神座
株式会社AVOCADO	株式会社東急百貨店
株式会社WithGreen	株式会社TOYOKE
株式会社Enotria	公益財団法人戸栗美術館
株式会社エル・ディー・アンド・ケイ	渋谷スクランブルスクエア株式会社
株式会社GENDA GiGO Entertainment	DGZP合同会社
株式会社飼育係	東急株式会社
株式会社ジェイノベーションズ	東急バス株式会社
株式会社SHIBUYA109エンタテイメント	東急ホテルズ＆リゾーツ株式会社
株式会社シブヤテレビジョン	

■ 体験・サービスコンテンツ抜粋（詳しくは <https://shibuya-pass.com/facilities/> をご覧ください。）



SHIBUYA SKY



渋谷SAUNAS



渋谷御守



渋谷 DJ Bar 東間屋 - AZUMAYA



伊蔵八味噌ラーメン



CROSSING VIEW & ROOFTOP
LOUNGE MAG8

【参考】

■ WAmazing株式会社について

1. 会 社 名: WAmazing（ワメイジング）株式会社
2. 創 業 年: 2016年7月
3. 代 表 者: 加藤 史子
4. 所 在 地: 東京都台東区三筋1-17-12長沼ビル201
5. 資 本 金: 44億4,803万円(資本剰余金含む)
6. 事業概要: インバウンドプラットフォーム事業
7. U R L: <https://corp.wamazing.com/>

■ 一般財団法人渋谷区観光協会について

1. 会 社 名: 一般財団法人渋谷区観光協会
2. 設 立 年: 2012年4月
3. 代 表 者: 代表理事 金山 淳吾
4. 所 在 地: 東京都渋谷区道玄坂1丁目12番5号渋谷マークシティ4F クリエーションスクエアしぶや内
5. 事業概要: 観光事業
6. U R L: <https://play-shibuya.com/>

■ 実証実験第1弾のリリースについて(2024年1月29日)

インバウンド向け域内周遊デジタルパス「SHIBUYA PASS」の実証実験を開始

～渋谷観光における訪日外国人旅行者の利便性向上と地域消費拡大を目指します～

詳細: https://www.tokyu.co.jp/company/news/list/Pid%3Dpost_53246.html