

●まちのデザイン部会

<目標>

まちのデザイン部会の目標は、まちなかの公共空間を「まちのリビング」としてデザインし、誰もがいつでもくつろげる空間を創出することです。

【現状】

- ・公共空間や低層部が人に対して開かれていない。
- ・点在する施設が良質な公共空間でつながっておらず一体感がない。
- ・連続した緑陰やいつでも座れる場所がなく気軽に佇むことができない。

【理想】

- ・公共空間や低層部が人に対して開かれていて、いつでも佇める空間や賑わいが創出されている。
- ・点在する施設が良質な公共空間でつながり、まちの一体感が創出されている。(デパートのようにまちを気軽に車を気にせず楽しめる。)
- ・緑陰が連続し、いつでも座れる場所があり、まちなかで誰でもくつろぐことができる。
- ・誰もがいつでも居心地よく働き、買い物をする事ができる。

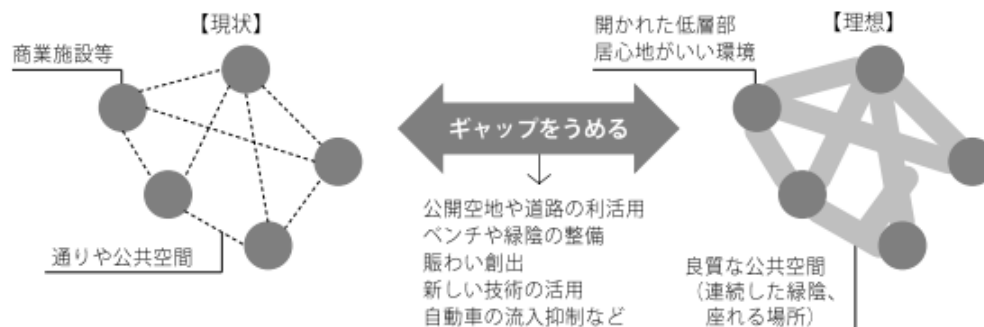
<基本方針>

①実証実験でニーズの検証を繰り返し行い、**着実にまちを変える。**

②ハードとソフトが両輪となり、**天神らしさを創出し、まちの価値を高める。**

ソフト、交通、ハードの3領域で、施策の実施とともに、行政等と連携して、制度・計画づくりに取り組みます。

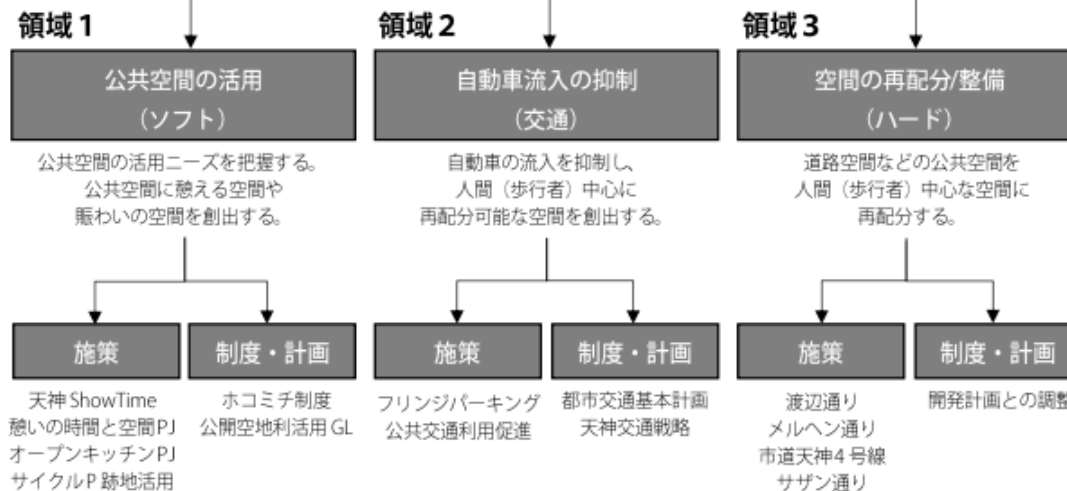
■目標と基本方針



<目標>

まちなかの公共空間を「まちのリビング」としてデザインし、
誰もがいつでもくつろげる空間を創出する

<基本方針>



<戦略（長期計画）>

まちのデザイン戦略は、長期計画を見据え、短中期計画を策定し、社会実験等の実施によって実証を重ねながら、ハード整備や制度づくりを進めていくこととします。



10年後の目標（2035年）



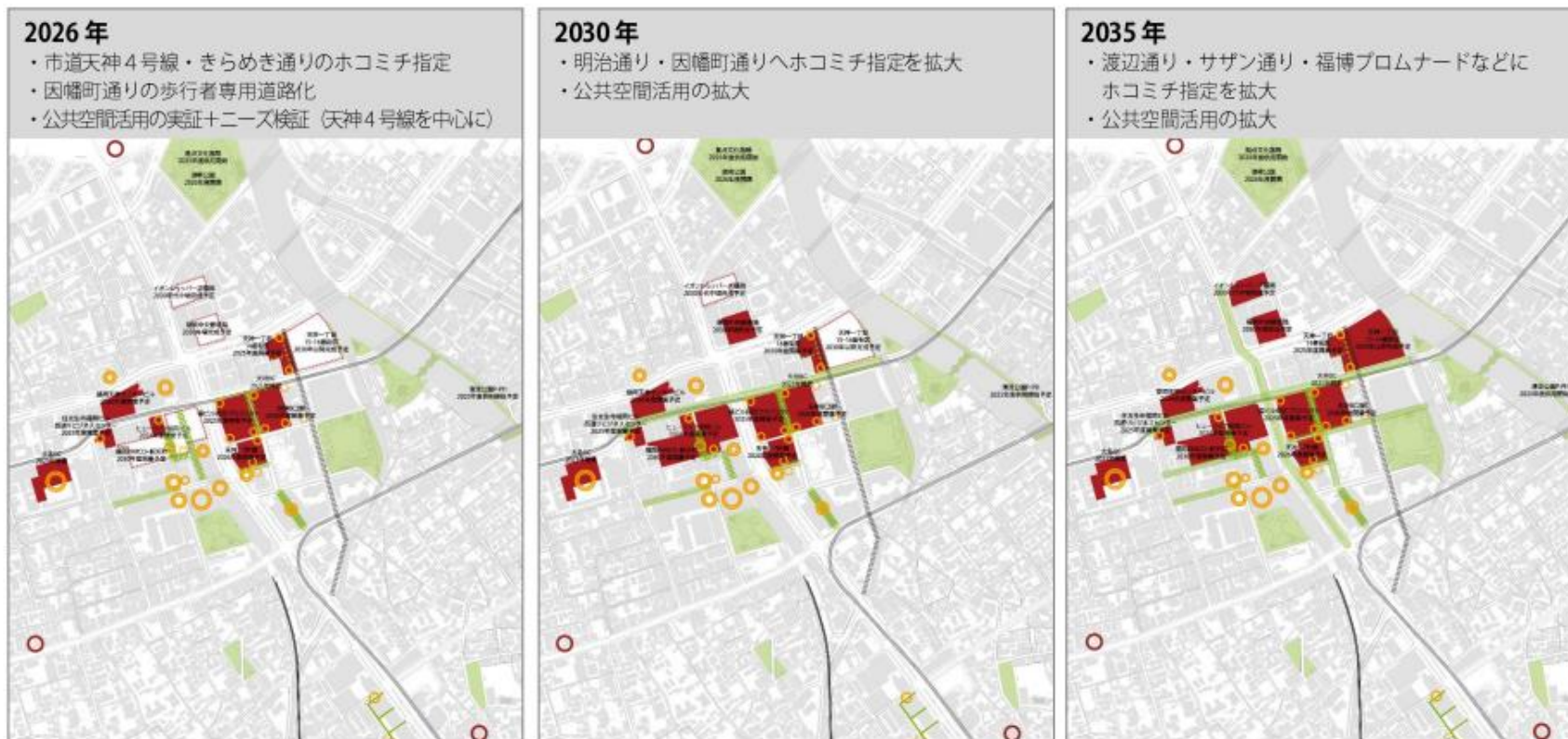
<戦略（長期計画）>

天神ビッグバンによる再開発に合わせて、天神の公共空間のリデザインを進めていきます。

2026年～：天神1丁目南ブロックの再開発に合わせ、市道天神4号線やきらめき通りのホコミチ指定、因幡町通りの歩行者専用道路化に取り組む。これらの通りで実証実験を行い、ニーズの検証を行う。

2030年～：明治通り・因幡町通りへホコミチ指定を拡大し、新たに整備された公開空地などの公共空間の活用の拡大を図る。

2035年～：渡辺通り・サザン通り・福博プロムナードなどにホコミチ指定を拡大し、新たに整備された公開空地などの公共空間の活用の拡大を図る。



<戦略（短中期計画）>

短中期計画では、再開発が先行する天神1丁目南ブロックを中心に、第1ステップでは市道天神4号線やふれあい通りからパサージュ広場を一体的に、第2ステップでは歩車化される因幡町通り、第3ステップでは福博プロムナードの歩行者優先施策に取り組みます。

具体的には、歩行者専用道路化社会実験を実施しながら検証を重ね、道路空間再編などのハード整備や周辺の公開空地と連携した賑わいづくりなどのソフト事業についても検討を進めます。



●まちぐるみ集客部会

<目標>

WeLove 天神協議会では、2010 年以降、郊外 SC や新博多駅ビル開業を機に、天神への求心力の低下の危機感から、大規模な集客イベントを実施してきました。しかし、コロナ禍以降、特定事業負担金は大幅に減少し、今後、これまでとは異なる集客施策の検討が求められています。

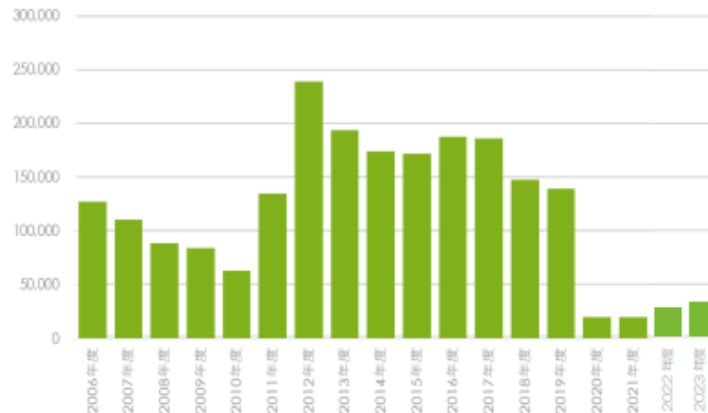
まちぐるみ集客部会の目的は、来街者を増やすことです。

目的性の高い施策が多角的に実施されることで天神への来街を促進するとともに、来街者増加による過密対応も検討していきます。

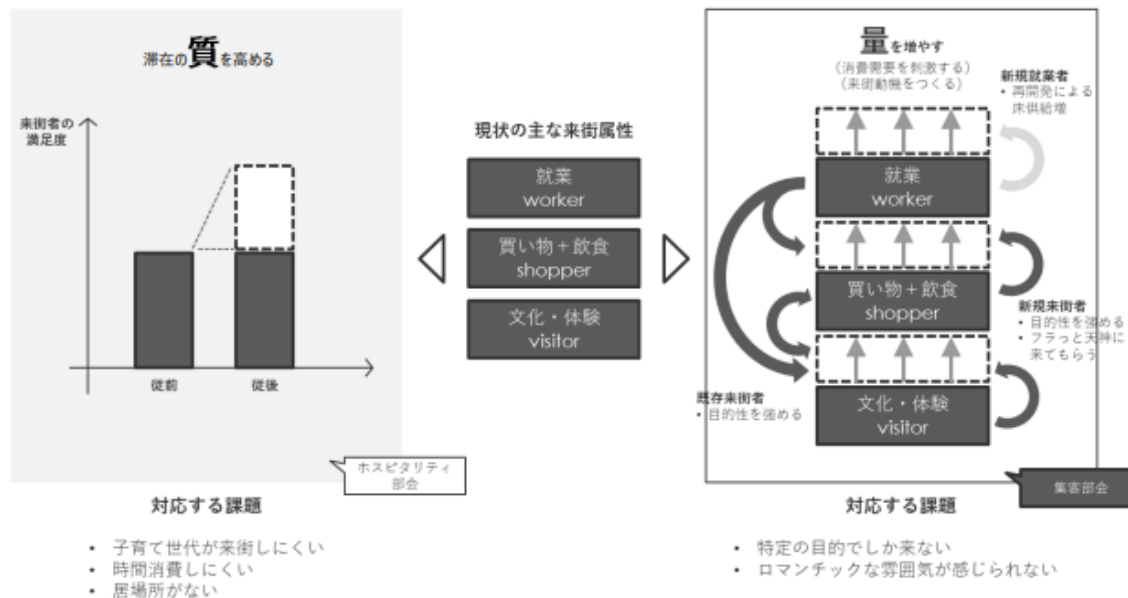
<基本方針>

- ①目的性を高めたイベントでピンポイントに集客する（ホテル連携/提案型イベント）。
- ②天神の魅力を高めてフラッと来たいと思わせて幅広く集客する。
- ③新たな体験価値を創出する（買い物以外）。

■特定事業負担金（収入）の推移



■集客部会で検討対象とするアクション



<戦略（アクションプラン）>

○タイミング

- ・集客施策のタイミングは3つのパターンが考えられ、費用対効果の高い時期に効果的な施策を打ち出していきます。

パターン1：繁忙期に集客

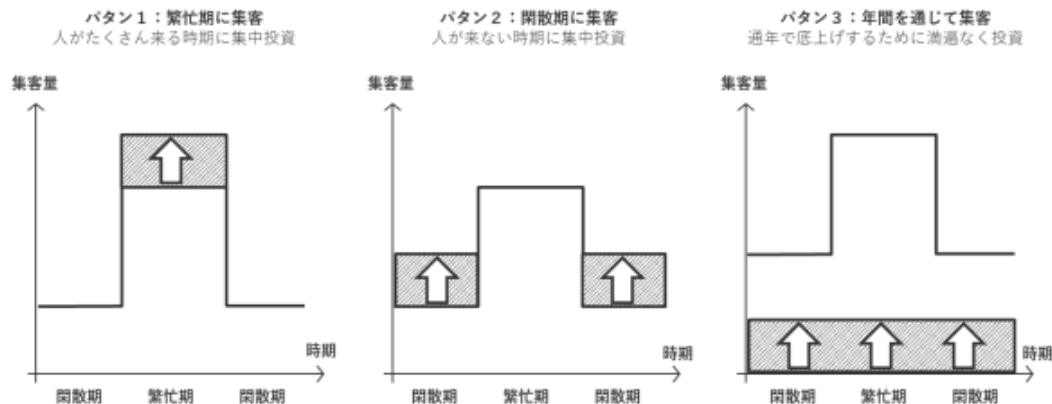
パターン2：閑散期に集客

パターン3：年間を通じて集客

○ターゲット

- ・これまでのクリスマス施策や MCT のような施策は、マスターターゲットの施策でした。
- ・今後、日々天神を訪れている人たちの立ち寄りを増やしたり、感度が高く、天神に関心を持っている人がリピートするような施策の検討を進めます。
- ・また、次の世代や現在は天神を訪れていない人に対しても流行や文化をつくるような施策を推進します。

■集客施策のタイミング



■集客施策のターゲット

	現在の来街者を増やす	未来の来街者をつくる
ターゲット	マスターターゲット	日々天神を通り過ぎて いる人たち 天神に関心ある人たち (高感度な人たち) 次の世代 今、来ていない人
アクション	立ち寄り人を増やす 通りすぎる人 立ち寄り人	リピーターを増やす 関心ある人 来たことがある人 リピーター 流行をつくる 文化をつくる
既存施策	<ul style="list-style-type: none"> ・ クリスマス施策 ・ MCT 	<ul style="list-style-type: none"> ・ TENJIN SHOWTIME ・ 動画企画 ・ 親子見学ツアー
新規施策案	<ul style="list-style-type: none"> ・ はしご酒 ・ バルウォーク ・ 合コン ・ 水辺de茶道 ・ 夜景 ・ 映えスポット 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 情報発信？ ・ プロモーション？ ・ ポップアップストア

●まちぐるみホスピタリティ部会

<目標>

ターゲットの整理

- ・働く人（ワーカー）と買い物をする人（ショッパー）の2つの領域
- ・その中に、インバウンドをはじめ、ファミリーやハンディキャップをお持ちの方、LGBTQの方など多様な人々がいる。

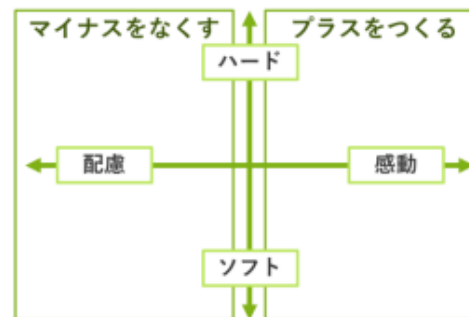
まちぐるみホスピタリティ部会の目標は、

- 1.まなざしと配慮を以て、迷わず・困らず・心地よく・安全で・清潔なまちを実現する。（マイナスをなくす）
 - 2.感動を生むホスピタリティをまちぐるみで実現する。（プラスをつくる）
- です。

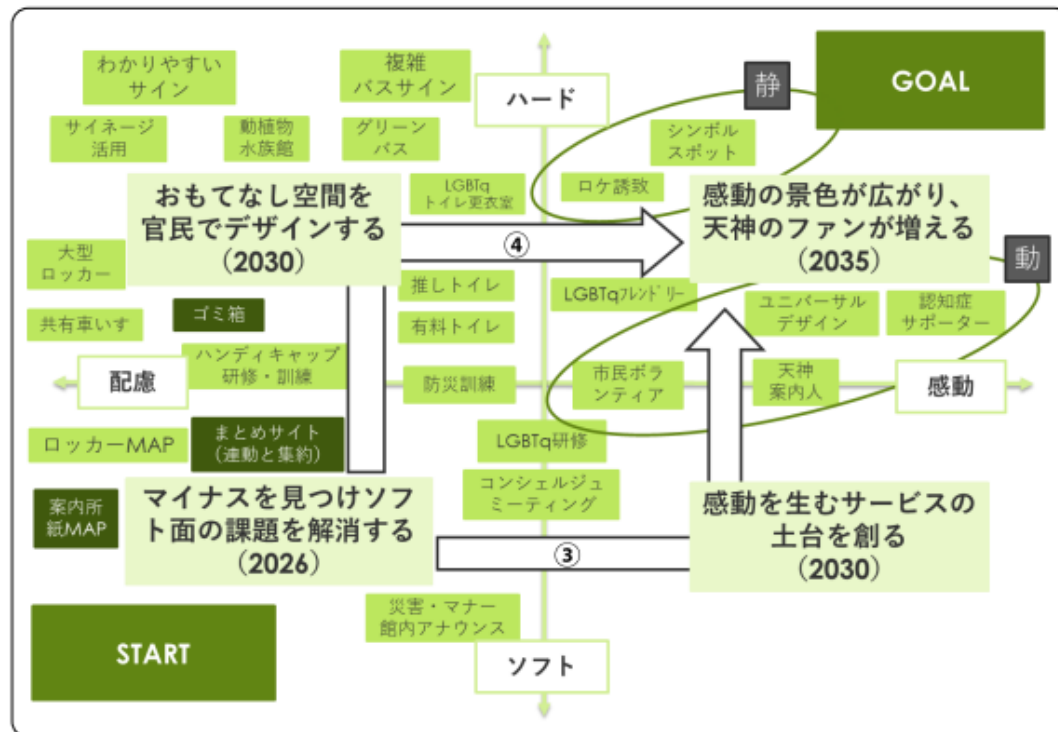
<基本方針>

- ①体験と学びを通し配慮あるホスピタリティマインドをまちぐるみで醸成する。
- ②課題を発見し来街者のニーズを満たすためにPDCAを継続的に実行する。
- ③細部まで行き届いたサービスをまちぐるみで提供する（ソフト）。
- ④まなざしのある居心地よい空間や環境をつくる（ハード）。

■ホスピタリティ部会の目標（概念図）



■ホスピタリティ部会の基本方針



<戦略（アクションプラン）>

実施テーマに沿って、ハード・ソフトの施策に取り組んでいきます。

2026年～：マイナスを見つけ、課題を解決する。

2030年～：おもてなし空間をデザインする。感動を生むサービスの土台を創る。

2035年～：感動の景色が広がり天神のファンが増える。

■ホスピタリティ部会のアクションプラン



●まちぐるみコミュニティ部会

<目標>

まちぐるみコミュニティ部会の目標は、コミュニティ形成により、新しい取り組みを生み出すことでWLT活動の活発化を促します。

【コミュニティ形成によるメリット】

- 「新しいつながり・多様な人たちとのつながりができる」
 - 「まちに関心を持つ人が増える」
 - 「まちに多様な人が集まる、仲間ができる」
 - 「経済的効果(新規出店、イノベーション、企業間取引、生産性向上等)」
 - 「天神の文化が醸成される、まちの魅力の再発見される」
 - 「新しいイベントの誕生(企業と学校のミックス、カルチャーの展開)」
- 等

<基本方針>

WLT活動の活性化を促すにはその担い手が不可欠であるため、2つの基本方針を掲げ、コミュニティ形成・強化を図ります。

①コミュニティ拡大(仲間づくり)

非会員をはじめとしたまちづくり活動に興味・関心が無い、もしくは知らない方々へ向けたアプローチを行います(一般参加型企画の実施等)。

②担い手づくり(まちづくりへの主体性向上)

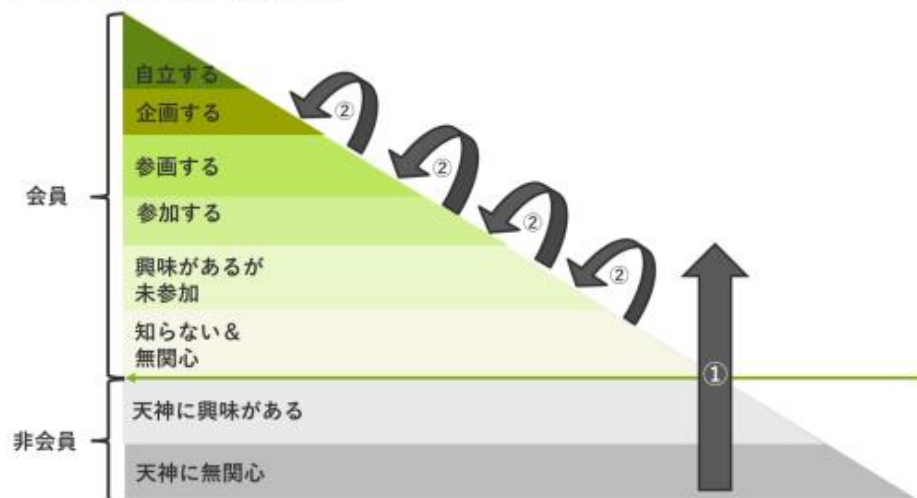
WLT会員(仲間)を増やすだけでなく、並行してまちづくり活動へ積極的に参画する担い手を増やすため、主体性向上を目的としたアプローチを行います(会員向け企画の実施等)。

■コミュニティ部会の役割

コミュニティ部会では、WLTにおける様々な施策と人を繋げ、循環させる‘血液’の役割を担います。



■基本方針①②を図で表したもの



●まちなかアート・文化部会

<目標>

天神の中心部（天神1・2丁目）は、「発表の場」「学ぶ場」としての価値を高め、天神周辺部（フリンジエリア）の北天神、親不孝、大名、今泉、春吉地区などは、個性的なエリアであるため、アーティストが活動するエリアとして可能性が大きいと考えられます。

天神の中心部と周辺部で役割分担をしながら、大きな天神地区として、文化的な価値を高めていきます。

<基本方針>

①天神地区のアート・文化情報の収集と発信【短期】

天神地区で行われているアート・文化の活動に関する情報を可能な限り一元化し、天神来街者に向けた情報提供を行います（まちあるきマップ製作、SNSでの定期配信等）。

②他団体との連携（情報・イベント）【短期】

他団体と連携し、共通テーマで同時期に開催される催しをまとめて情報発信することでイベント化していきます。また、WLTとの連携イベントを開催し、天神のまち一体でのアート・文化の醸成を図ります。

③学びの場の提供【中長期】

興味・関心が無い方々にとって敷居の高い「アート」や「文化」をより身近に感じてもらうため、気軽に参加できる「学びの機会」を提供します（広場や公開空地、道路空間を活用したまちかど体験イベント等）。

④アートや文化のハブとなる拠点づくり【中長期】

今後、整備予定の警固公園地下のアジア美術館をはじめ、伝統工芸品を広める匠ギャラリー（アクロス福岡）など、多様な文化の拠点が天神の中心部に集積しつつあります。このような拠点に加え、天神地区のホールを活用した若い世代が気軽に参加できる公演やアートフェア開催をサポートおよび情報発信することにより、福岡県さらには九州一円から訪れたいと思われるような場を充実させます。

■天神のアート・文化の位置づけ

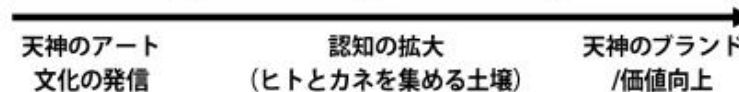


■戦略（アクションプラン）

●アクションの目的



●アクション



● 5つの部会

2023年度より「まちのデザイン」、「まちぐるみ集客」、「まちぐるみホスピタリティ」、「まちぐるみコミュニティ」、「まちなかアート・文化」の5つの領域ごとに部会を立ち上げ、会員企業の有志の方に参加いただきました。

概ね2、3ヶ月に1回程度、部会を開催し、それぞれの領域において、今後、取り組むべき施策の方向性や施策のアイデアを検討し、「戦略」として取りまとめました。



■各部会の実施状況

	まちのデザイン部会	まちぐるみ集客部会	まちぐるみホスピタリティ部会	まちぐるみコミュニティ部会	まちなかアート・文化部会
2023年10月					
	12月第1回部会		12月第1回部会	12月第1回部会	
				1月第2回部会	
	2月第2回部会		2月第2回部会		
	3月第3回部会		3月第3回部会	3月第3回部会	
2024年4月					4月第1回部会
	6月第4回部会		6月第4回部会	6月第4回部会	6月第2回部会
					7月第3回部会
				8月第5回部会	
	9月第5回部会		9月第5回部会		9月第4回部会
2024年10月		10月第1回部会	10月第6回部会	10月第6回部会	10月第5回部会
	11月第6回部会	11月第2回部会			11月第6回部会
		12月第3回部会		12月第7回部会	
		1月第4回部会	1月第7回部会	1月第8回部会	1月第7回部会
	2月部会報告会・会員交流会				
	3月第7回部会	3月第5回部会	3月第8回部会		
2025年4月					