



競争と連携に資する エリアとモビリティのマネジメント

西日本鉄道株式会社
天神開発本部天神みらい戦略部
吉中美保子

天神の街の形成

| 機能集積 | | マネジメント | | 街の再生 |
|---|---|---|---|---|
| 1900～ 1940年代 | 1950～ 1960年代 | 1970～ 1990年代 | 2000～ 2010年代 | 2020年代～ |
| 交通の要衝形成 | ビル建設ラッシュ | 商業集積 (売場面積3倍) | エリアマネジメント | 新しい都心の創造 |
| <p>1910 九州沖縄八県連合共進会 (埋立て) 1910・1911 福博電気軌道開通 博多電気軌道開通 1924 九州鉄道開通・延伸 (天神-久留米-大牟田)</p> <p>1934 松屋開業 1936 岩田屋開業 1945 新天町 1948 都心連盟 (後の都心界)結成</p> | <p>1952 東京海上ビル 1953 三井ビル 1954 協和ビル 西日本ビル 福岡同和ビル 渡辺ビル</p> <p>1955 天神町発展期成会結成 (WLT前身) 1958 証券ビル 1960 福岡富士ビル 1961 福ビル 1961 福岡駅高架化</p> | <p>第1次流通戦争 1971 ダイエー 1973 マツヤレディース 1975 博多大丸 1976 天神コア 地下街、ビブレ 岩田屋新館</p> <p>第2次流通戦争 1989 ソリアプラザ イムズ</p> <p>第3次流通戦争 1995 アクロス福岡 1996 岩田屋Zサイド 1997 大丸エルガーラ 福岡三越 1999 ソリアステージ</p> | <p>開発が一段落 ソフト力強化 2006 WLT設立 ガイドライン 交通／にぎわい 安心・安全 など</p> <p>次の段階へ向けて 2008 MDC設立 ビジョン作成 地区計画策定 2008 都心部機能 更新誘導方策 2011 FDC設立 2015 天神BB</p> | <p>天神BB 2021 天神BCビル 2022 大名小跡地 2024 新福ビル</p> |

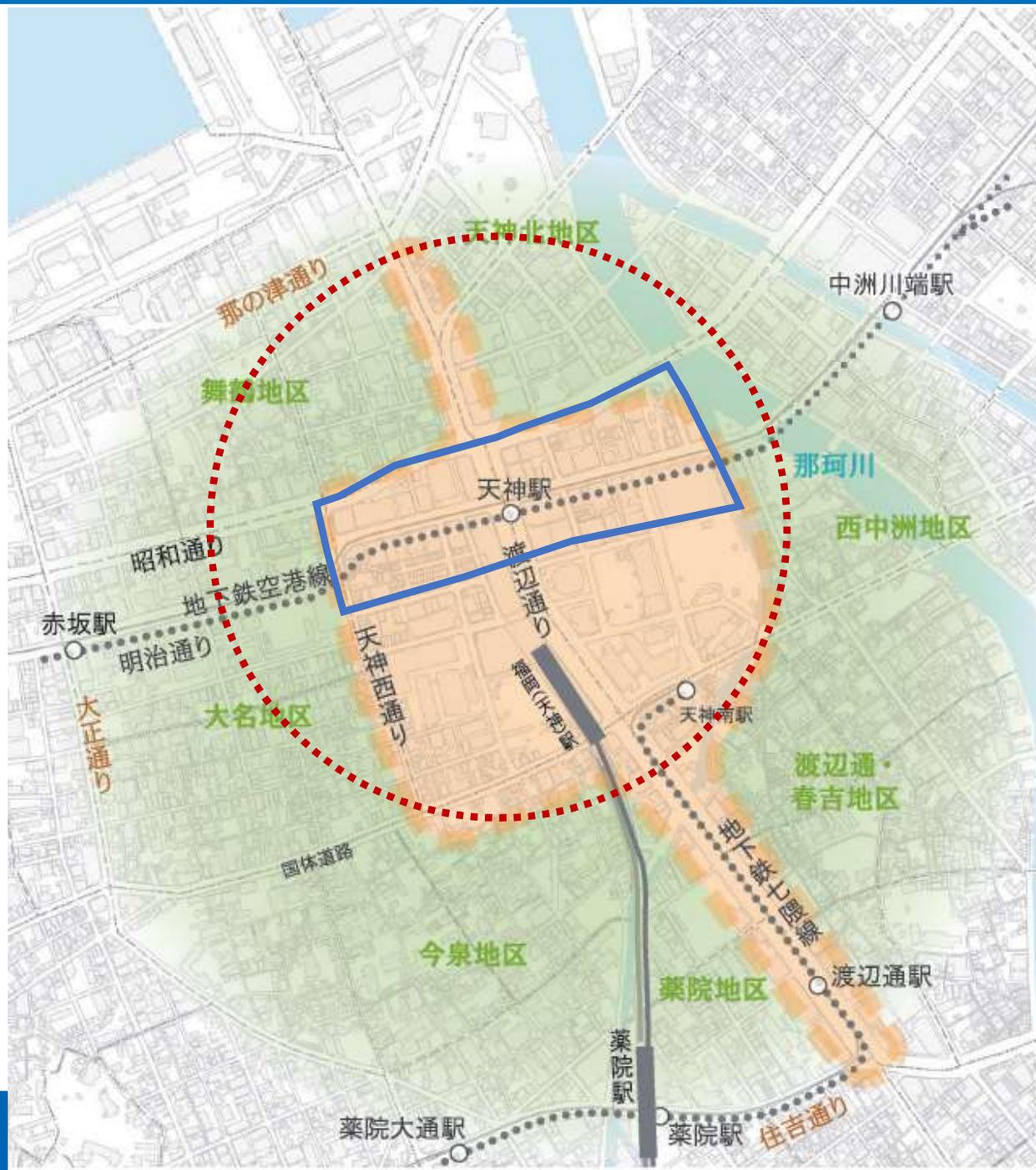
天神明治通り街づくり協議会 (MDC)

業務機能が集積する明治通り沿道17ha
老朽建物の機能更新推進 (ハード)
基本的には地権者で構成

We Love天神協議会 (WLT)

MDCより広い範囲を対象
集客施策、空間活用などのソフト施策が中心
賛同者 (地権者、テナント、個人など)

-  WLT重点取り組みエリア
-  WLTまちづくり連携エリア
-  MDC対象エリア
-  【参考】天神ビッグバン対象エリア



「アジアで最も創造的なビジネス街」を目指して

設立 2008年6月
会長 田川 真司
(西日本鉄道(株)常務執行役員)

会員数 52者
正会員 35
特別会員 5
オブザーバー 5
賛助会員 7

対象エリア 天神明治通り沿い約17ha

目的 天神明治通り地区及び
その周辺地区において、
地区の地権者の共働によって持続可能な街づくりを推進すること

活動内容 天神明治通りグランドデザイン (GD) の作成と運用
地権者間および行政、We Love天神協議会等との調整・連携
街づくりに関する調査・研究 ほか



歩いて楽しいまち 心地よく快適に過ごせるまち 持続的に発展するまち

設立 2006年 4月13日

会長 檜崎 慶司（新天町商店街協同組合）

会員数 142会員（2021年7月末現在）

地区会員 31

一般会員 103

特別会員 8

活動内容 賑わい創出施策（クリスマス、MCT等）
天神交通戦略（フリンジパーキング等）
安全安心の取組み（帰宅困難者対策等）
自主財源獲得（街路灯バナー広告等）



【基本目標】

アクセスしやすく、歩いて楽しいまち・天神

- ① 各交通手段の動線を再検討し、歩行者中心の空間を創出すること。
- ② 誰もが天神へアクセスしやすく、環境にやさしい交通体系を整備すること。 <概念図>

【交通手段ごとの目標】

歩行者

回遊性が高く
歩いて楽しいまち・天神

公共交通

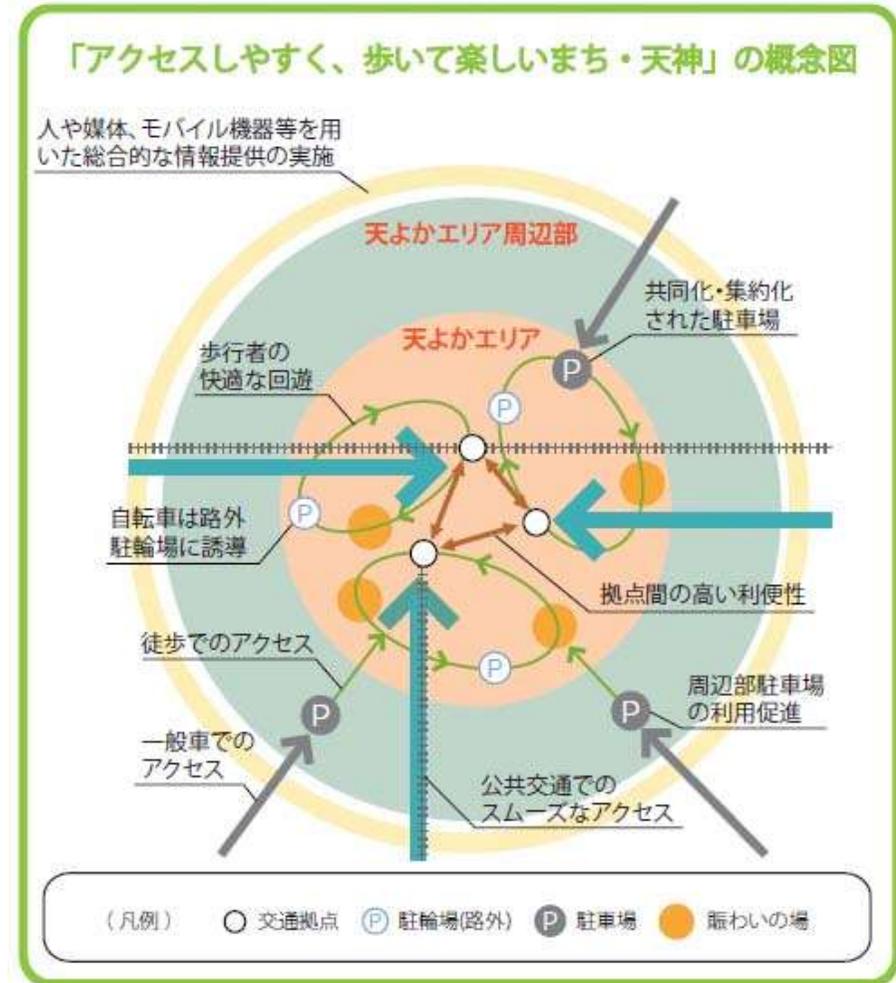
公共交通でのアクセスと、
利用・乗換えが
便利なまち・天神

自転車

人と自転車が
安全・安心で快適に
利用できるまち・天神

自動車

自動車でも
スムーズにアクセスでき、
人も快適に歩けるまち
・天神



「FUKUOKA STREET PARTY」

2014年9月より 14回実施



【社会実験】 天神 憩いの時間と空間プロジェクト

2021年7月実施



天神に行く方限定
駐車料金最大
500円

+

乗車人数分
**バス片道
無料**



都心部への自動車流入抑制効果あり！！

利用者アンケートより

フリンジパーキングの大半の利用者は、中心部よりの利用転換。天神での滞在時間・立寄り店舗数の増加も見られる。

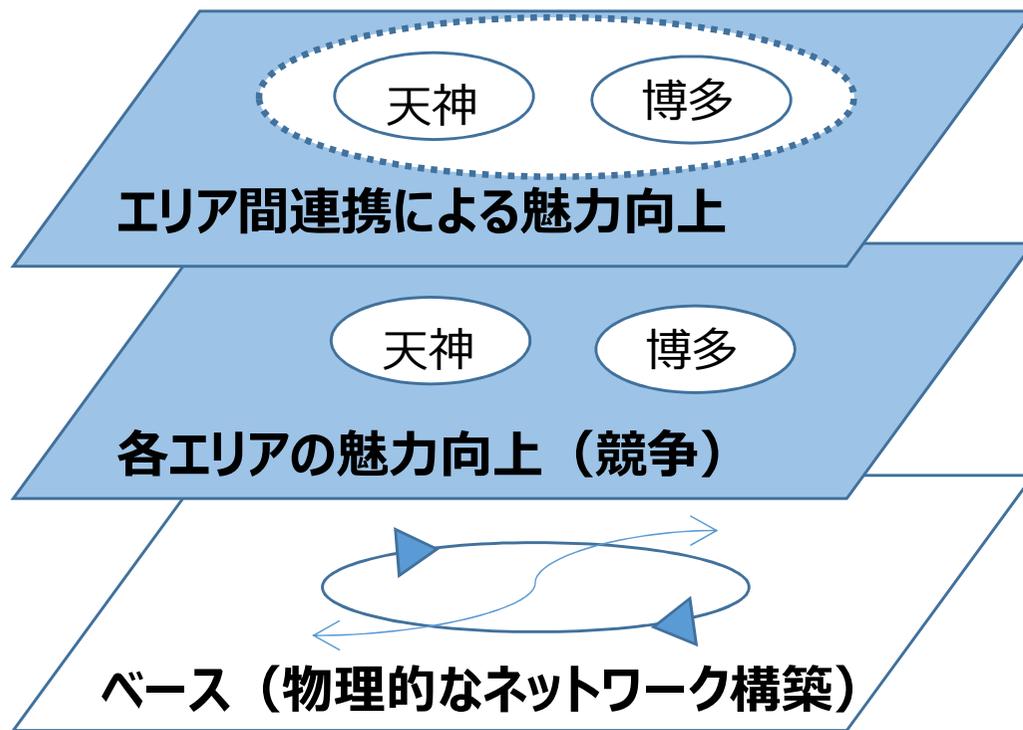
2020年度利用実績

※ 2021年3月、過去最高実績



連携して取り組まなくては達成できない大きな課題

都市間競争（福岡全体の活性化）、国際金融機能の誘致 など



【例】
ミュージックマンス、クリスマスマーケット
MaaSアプリを利用したショッピングチケットなど

【例】
再開発、エリアマネジメント
集客・にぎわい創出（ミュージックシティ天神、
天神のクリスマスへ行こうなど）

【例】
福岡都心150円均一運賃エリア、
連節バス、MaaSなど