

都心集客 アクションプラン

平成26年6月

(平成27年4月 一部改訂)

北九州市

都心集客アクションプラン 目次

1 都心集客アクションプラン策定の考え方	1
2 都心部の現状と課題	2
3 アクションプラン	4
<u>方向性Ⅰ 人がさらに集まる仕掛け</u>	4
・新幹線口や小倉駅周辺のポテンシャルを活かした多彩なイベント 誘致・開催	
・西日本総合展示場など周辺施設の更なる利活用の検討	
・あるある City との連携によるサブカル系イベントの開催	
・イベントがしやすい環境づくり	
・公共空間の魅力アップ	
<u>方向性Ⅱ 滞在時間を延ばす仕掛け</u>	9
・回遊性を高める仕組み	
・アフターイベントを盛り上げる都心部の魅力を高める取り組み	
<u>方向性Ⅲ にぎわいを生むためのもう一つの視点</u>	14
・リノベーションによる新しい魅力づくり	
・働く・学ぶ(オフィス従事者、起業家支援など)・暮らす空間の創出	
アクションプラン事業一覧	17

1 都心集客アクションプラン策定の考え方

1 都心集客アクションプラン策定の背景

本市は、平成 25 年 3 月「新たな技術と豊かな生活を創り出すアジアの先端産業都市」を目標像とする「北九州市新成長戦略」を策定した。

新成長戦略は、5つの方向性と18のリーディングプロジェクトで構成されており、方向性Ⅲ「国内潜在需要に対応したサービス産業の振興」のリーディングプロジェクトとして、「にぎわいづくりによる集客交流産業の拡充」を掲げている。

さらに、同年9月には、「都心部における集客交流の強化」を本戦略の5つの重点マネジメントの一つに掲げた。

その中で、“都心部にフォーカスした集客（にぎわい創出）”という視点で重点プロジェクトを進めるにあたり、組織横断的、複合的かつ中・長期的に取り組むための新たなアクションプランが必要となった。

2 プランの位置づけ

「都心集客アクションプラン」は、新成長戦略『方向性Ⅲ「にぎわいづくりによる集客交流産業の拡充」』における分野別アクションプランと位置付ける。

今後、都心集客アクションプランを積極的に推進することにより、都心部のにぎわいを創出し、集客交流産業の活性化の成功事例を市内他地域への波及を図ることで、市全体のにぎわい創出につなげる。

3 コンセプト

都心集客アクションプランは、「新幹線口エリアで生み出したにぎわいを都心全体のにぎわいに」をコンセプトとし、平成 29 年オープン予定の“スタジアム”の建設と相まって、新幹線口エリアの集客対策を強化し、そこに集まった人たちが商店街などに回遊してもらう仕組みを作る。

4 目標

新幹線口エリアで年間集客 300 万人を目指す

5 計画期間

計画期間は、新成長戦略の取組期間である平成 32 年度までとする。

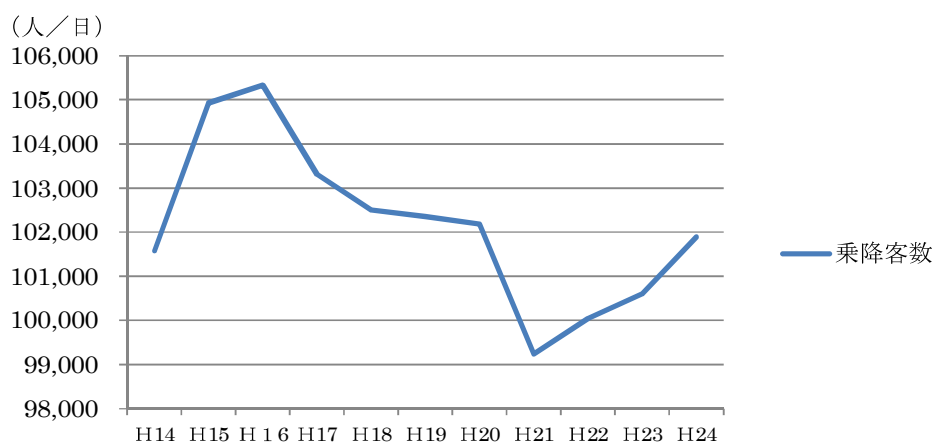
6 着実な推進と成果の把握

都心集客アクションプランの実施にあたって、市は民間団体の取組みを支援するとともに、民間団体と連携するなど、より大きな効果が得られるようしっかりと取り組んでいく。

また、成果の把握に努め、適宜、取組内容の見直しなどを行う。

2 都心部の現状と課題

1 JR乗降客数（小倉駅+西小倉駅）がリーマンショック前の水準に回復しきれていない



年度	H14	H15	H16	H17	H18	H19	H20	H21	H22	H23	H24
乗降客数	101,582	104,933	105,332	103,311	102,502	102,356	102,179	99,236	100,041	100,598	101,889

資料：北九州市統計年鑑
※小倉駅は新幹線を含む

2 本市観光客に占める宿泊客の割合が少ない

(単位：万人)

年次	観光地点の観光客数 【実数】		
	計	観光客数	
		宿泊	日帰り
H24	1083.8	133.0	950.8
H23	974.4	119.0	855.4
増減	109.4	14.0	95.4

資料：北九州市観光動態調査

3 本市の国際会議開催件数には伸びしろがある

都市別 国際会議の開催件数(2008年～2012年)

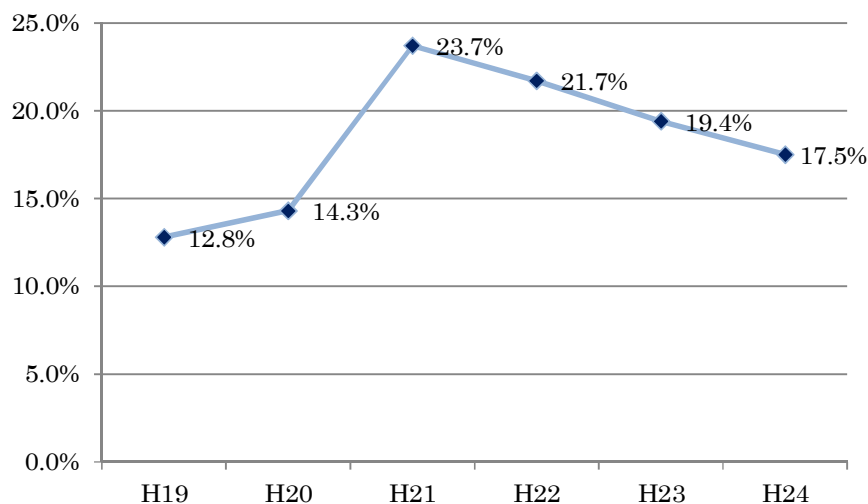
	2008年	件数(件)	2009年	件数(件)	2010年	件数(件)	2011年	件数(件)	2012年	件数(件)
1位	東京(23区)	480	東京(23区)	497	東京(23区)	491	東京(23区)	470	東京(23区)	500
2位	横浜市	184	福岡市	206	福岡市	216	福岡市	221	福岡市	252
3位	福岡市	172	横浜市	179	横浜市	174	横浜市	169	京都市	196
4位	京都市	171	京都市	164	京都市	155	京都市	137	横浜市	191
5位	名古屋市	130	名古屋市	124	名古屋市	122	名古屋市	112	大阪市	140
6位	神戸市	94	大阪市	94	神戸市	91	神戸市	83	名古屋市	126
7位	つくば地区	80	札幌市	82	札幌市	86	札幌市	73	千里地区	113
8位	札幌市	77	神戸市	76	仙台市	72	大阪市	72	神戸市	92
9位	大阪市		つくば地区	74	つくば地区	69	千里地区	54	仙台市	81
10位	千葉市	67	千里地区	71	大阪市		つくば地区	46	札幌市	61
11位	仙台市	63	千葉市	63	千里地区	65	仙台市	40	つくば地区	53
12位	千里地区	53	仙台市	60	千葉市	56	北九州市	38	北九州市	45
13位	北九州市	47	北九州市	50	北九州市	49	千葉市	30	広島市	37
14位	広島市	32	金沢市	27	奈良市	33	金沢市	26	千葉市	32
15位	奈良市	29	淡路市	25	金沢市	31	広島市	24	奈良市	30

資料：日本政府観光局(JNTO)資料

※つくば地区：茨城県のつくば市、土浦市

※千里地区：大阪府の豊中市、吹田市、茨木市、高槻市、箕面市

4 オフィスビルの空室率が依然として高い



年次	H19	H20	H21	H22	H23	H24
空室率	12.8%	14.3%	23.7%	21.7%	19.4%	17.5%

資料：CBRE(シービーリチャードエリス)

※小倉エリア内オフィスビルを対象とした集計(調査対象棟数は71棟(平成23年4月))

※空室率(%)=(空室面積の合計÷貸室面積の合計)×100

※各年第3四半期の値

3 アクションプラン

方向性 I 人がさらに集まる仕掛け

1 基本的な考え方

平成 29 年 3 月にオープンするスタジアムをはじめ、あさの汐風公園、西日本総合展示場、漫画ミュージアムなどの集客を強化するとともに、イベントや施設間の連携により、さらなるにぎわいを創出する。

また、民間団体が、公共空間や施設などを利用し、イベントの開催だけでなく継続的なにぎわいづくりを行いやすい環境づくりを行う。

2 事業の柱と主な事業

(1) 新幹線口や小倉駅周辺のポテンシャルを活かした多彩なイベント誘致・開催

- ・スタジアムの集客強化
- ・あさの汐風公園を活用したイベント開催
- ・若者でにぎわうまちづくりプロジェクト

(2) 西日本総合展示場など周辺施設の更なる利活用の検討

- ・M I C E 誘致
- ・西日本総合展示場のあり方検討（スポーツや食など機能充実）
- ・ギャラリー（A I M 2 階）の活用策の検討

(3) あるある City との連携によるサブカル系イベントの開催

- ・コスプレや同人誌の展示即売などのサブカルイベント開催
- ・にぎわい施設等の誘致

(4) イベントがしやすい環境づくり

- ・民間イベント等のバックアップ
- ・イベントや施設間の連携を促進する仕組みづくり
- ・にぎわい施設・空間の整備

(5) 公共空間の魅力アップ

- ・公共空間を活用したにぎわい創出の仕組みづくり
- ・まちなか無料公衆無線 LAN サービスの環境づくり

(1) 新幹線口や小倉駅周辺のポテンシャルを活かした多彩なイベント誘致・開催

<主な事業>

① スタジアムの集客強化<事業主体：市・民>

目標：スタジアム来場者数 21万人/年

目標年次：中期（H29年3月供用開始）

スタジアムや周辺施設の運営事業者、まちづくり団体等と連携し、様々な大規模イベントを誘致・開催する仕組みを構築し、サッカーやラグビーなどの試合が開催されていない時でも、多くの市民や近隣地域の方々が楽しめる集客イベントを開催する。

- ・サッカー、ラグビーなどの国内トップレベルの試合開催
- ・企業・団体の全国大会、コンサート、サブカル関連イベントなど
- ・市民レベルのスポーツ等大会（子どもサッカー大会、グランドゴルフ大会など）

また、季節や天候を問わずに快適に観戦ができるように、メインスタンドとサイドスタンドに屋根を設置するなど、観戦環境の向上を図り、誰もが安心して楽しめるスタジアムを目指す。

② あさの夕風公園を活用したイベント開催<事業主体：市・民>

目標：3万5千人/年 目標年次：短期～中期

集客力の高い、食、マルシェ、オープンカフェ、フリーマーケット、ご当地マスコットキャライベントなど、多くの市民が集い楽しめる、多彩なイベントを開催する。

また、都心部の公園におけるにぎわいづくりのため、指定管理者制度など民間活力の導入を検討する。

③ 若者でにぎわうまちづくりプロジェクト<事業主体：市・民>

目標：イベント参加者数 4万人/年 目標年次：短期

商業関係者、まちづくり団体、大学・高校、市で組織する「こくら Dream 実行委員会」等によるイベントの実施により、イベント間の相互連携や、集客の相乗効果を図る。

- ・ストリートダンスプロモーション、こくらハロウィン
- ・JUMPING Fes（ハンドメイド作家など、若者の夢を応援する出展イベント）

(2) 西日本総合展示場など周辺施設の更なる利活用の検討

<主な事業>

① MICE誘致<事業主体：市・民>

目標年次：短期

現在、市内での会議・学会・大会等のMICE開催件数は200件を超えており、約20万人が来場している。

新幹線口エリアは、国際会議場、展示場、大型ホテルなどが立地するとともに、本市の交通結節点であるJR小倉駅があるなど、交通アクセスにも恵まれている。

スタジアム開設により、1万人規模の大会などが開催できるようになり、施設集積メリット、交通利便性を活かした国内外のMICE誘致を進めていく。

② 西日本総合展示場のあり方検討（スポーツや食など機能充実）<事業主体：市・民>

目標年次：中期

西日本総合展示場本館の集客対策の強化に向け、スタジアムと連携したスポーツ利用の促進や本館周辺での飲食の提供など、本館及び周辺の利用のあり方を検討する。

③ ガレリア（AIM2階）の活用策の検討<事業主体：市・民>

目標年次：中期

スタジアム建設を契機に、ガレリア（AIM2階）の魅力向上を図り、都心のにぎわいに寄与するような活用策について検討する。

