

# 都心集客 アクションプラン

平成26年6月  
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	
	<u>方向性Ⅱ 滞在時間を延ばす仕掛け</u>	8
	・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>	13
	・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)空間の創出	
	アクションプラン事業一覧	16



# 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」』におけるソフト政策の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。

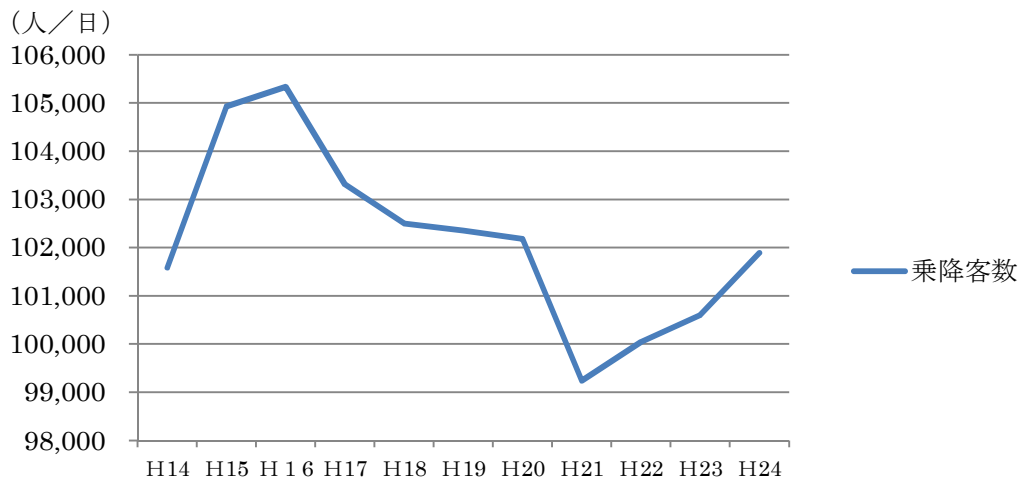
## 6 着実な推進と成果の把握

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



(人/日)

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	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)

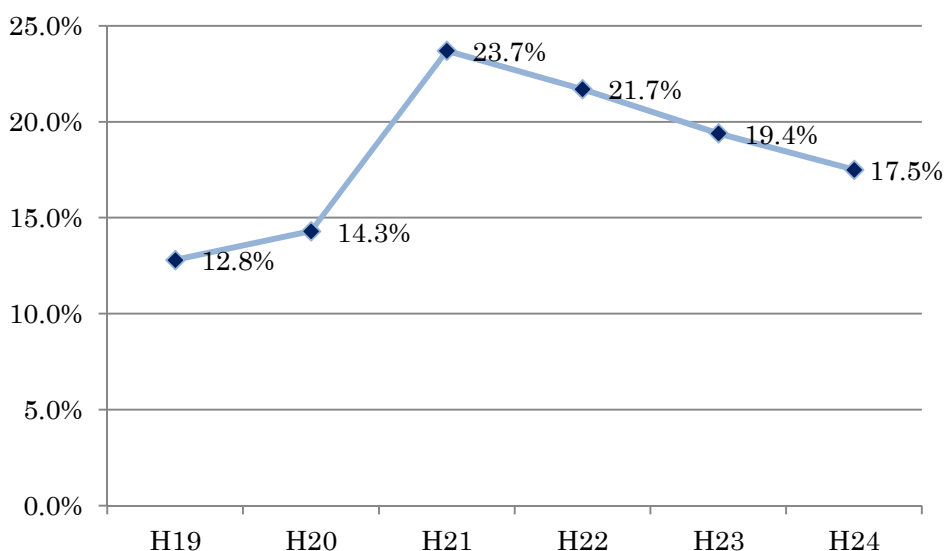
	2008年	件数(件)	2009年	件数(件)	2010年	件数(件)	2011年	件数(件)	2012年	件数(件)
1位	東京(23区)	480	東京(23区)	497	東京(23区)	491	東京(23区)	470	東京(23区)	500
2位	横浜市	184	福岡市	206	福岡市	216	福岡市	221	福岡市	252
3位	福岡市	172	横浜市	179	横浜市	174	横浜市	169	京都市	196
4位	京都市	171	京都市	164	京都市	155	京都市	137	横浜市	191
5位	名古屋市	130	名古屋市	124	名古屋市	122	名古屋市	112	大阪市	140
6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 大阪市	69	千里地区	54	仙台市	81
10位	千葉市	67	千里地区	71			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たイベントが行いやすい環境づくりに取り組む。

##### 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

- ・MICE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（A1M2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

- ・公共空間・施設利用促進
- ・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



## (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）

#### 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

集客力の高い、食、マルシェ、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。

#### 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店イベント）

## (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。



### (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

#### <主な事業>

#### ① 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<事業主体：市・民>

目標年次：短期

あるある City と連携し、新幹線口エリアで、コスプレや同人誌の展示即売などのサブカル系のイベントを開催する。

#### ② にぎわい施設等の誘致<事業主体：市・民>

目標：新たな施設の入場者数 10万人/年 目標年次：長期

漫画ミュージアムが入居する“あるある City”は、市内外から多くのまんが・アニメファンが集まっている。圧倒的な集客力を持つキャラクターのオフィシャルショップを“あるある City”などとの連携により誘致することで、さらなる集客を図っていく。

### (4) イベントがしやすい環境づくり

#### <主な事業>

#### ① 公共空間・施設利用促進<事業主体：市>

目標年次：短期

道路・河川・公園などの公共インフラを民間事業者や団体等が使用しやすい仕組みづくりについて、検討などを行う。

#### ② 民間イベント等のバックアップ<事業主体：市>

目標年次：短期

民間団体が新たなイベント等を行うにあたり、必要なノウハウの提供や支援制度、関係部署・団体の紹介などの支援を行う。併せて、連携したPRの仕組みを構築する。

#### ③ イベントや施設間の連携を促進する仕組みづくり<事業主体：市・民>

目標年次：中期

新幹線口エリア全体の活性化を図るため、エリアマネジメントの考え方を取り入れ、同工エリア内で開催される各種イベントや、施設同士の連携を促進する仕組みや体制について整備を図る。

## 方向性Ⅱ 滞在時間を延ばす仕掛け

### 1 基本的な考え方

スタジアムをはじめ新幹線口エリアを訪れた人が小倉城口エリアの商店街などで飲食や買い物をしたり、一つのイベントに参加した人が他のイベントにも参加できるなど、都心部の回遊性を高める仕組みを構築し、できるだけ長い時間滞在してもらうことで、都心部全体のにぎわいの創出を図る。

都心部への宿泊客の増加を図るため、夜を楽しめる魅力ある商品の開発を進める。

### 2 事業の柱と主な事業

#### (1) 回遊性を高める仕組み

- ・スタジアム来場者が商店街等を回遊する仕組み
- ・イベント情報の集約・告知等による回遊性向上
- ・小倉駅のリニューアル
- ・キャラクターストリートの検討

#### (2) 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

- ・サンロード商店街のリニューアル
- ・小倉城周辺の魅力向上検討
- ・都心部の魅力発見

## (1) 回遊性を高める仕組み

<主な事業>

### ① スタジアム来場者が商店街等を回遊する仕組み<事業主体：市・民>

目標年次：中期（H29年3月供用開始）

商店街や集客施設等と連携し、新幹線口に建設されるスタジアムへの来場者が、商店街や大型商業施設で飲食・買い物をしたり、小倉城や松本清張記念館などの歴史・文化施設を観覧したりする等、都心部で長く滞在する仕組みを作る。

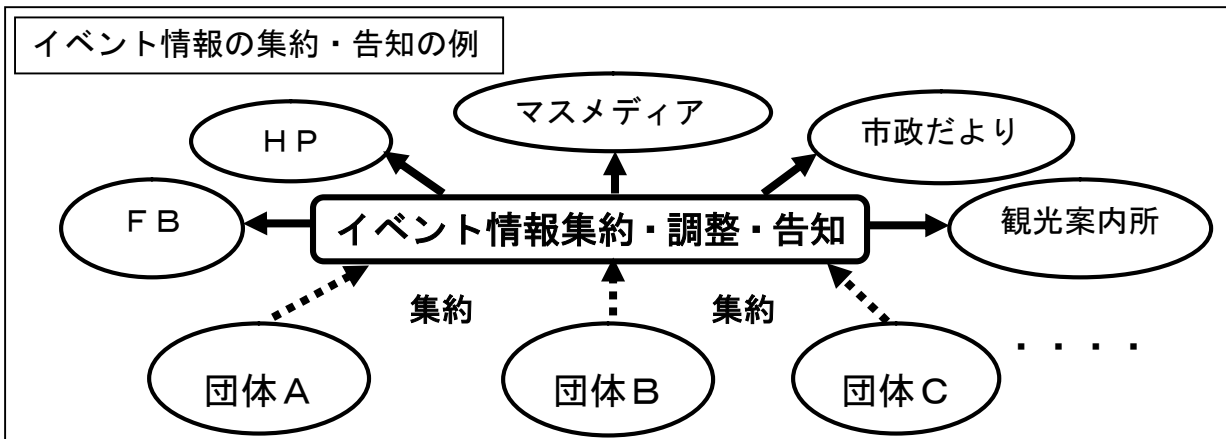
例えば、ギラヴァンツ北九州が勝利したときに、チケットの半券を提示することで、商品や入館料の割引などのサービスが受けられることなどが考えられる。

### ② イベント情報の集約・告知等による回遊性向上<事業主体：市・民>

目標年次：短期

あさの汐風公園など新幹線口エリアや紫川周辺、勝山公園などで開催されるイベント情報を集約し、各団体のイベントの開催日程や会場の調整を行い、小倉駅南北でイベントが同時開催できる仕組みを作る。

また、幅広く告知することで、都心部を訪れた人が、同じ日の複数のイベントに参加しやすい仕組みを作り、回遊性を高める。



●南北をつなぐ各種イベント





### ③ 小倉駅のリニューアル

#### ③-1 南北自由通路のリニューアル<事業主体：市・民>

目標年次：中期

モノレールの小倉駅乗り入れに併せた大規模改修から16年が経過し、老朽化や照度が暗いなどの課題が出てきたJR小倉駅の南北自由通路（3階部分）のリニューアルをJR九州との連携により実施し、本市の玄関口である小倉駅の魅力を高める。H26年度は、改札口周辺の低天井部補修工事を実施する。

併せて、小倉駅1階の東西の連絡通路のあり方についても検討する。

#### ③-2 小倉城口の憩い空間（緑化）の整備<事業主体：市>

目標年次：短期

太陽光ルーフやLED照明により、環境モデル都市を感じさせるシンボリックな空間となった小倉城口ペDESTリアンデッキ上に、都市的な雰囲気と調和した緑化を施し、本市の玄関口にふさわしい景観を形成する。

#### ③-3 JAM広場の魅力向上策検討<事業主体：市・民>

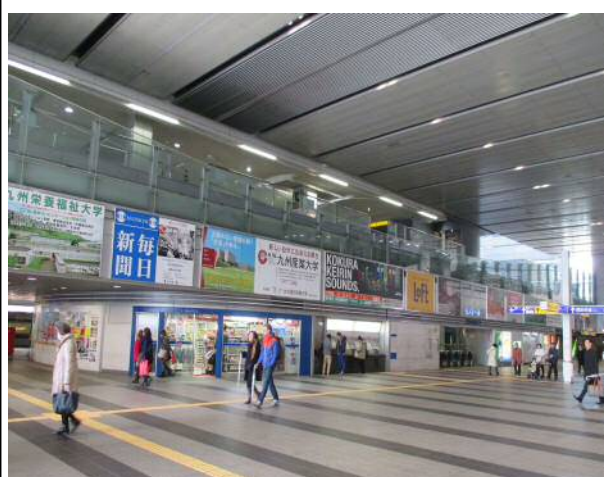
目標年次：中期

小倉駅の玄関口であるJR九州改札口前のJAM広場は、1年を通じて様々なイベントが行われているが、今回の通路リニューアルに併せ、よりにぎわいに寄与できる方策について関係者とともに検討する。

#### ③-4 小倉駅新幹線口のにぎわい創出に資するリニューアル<事業主体：市・民>

目標年次：中期

小倉駅構内の新幹線口側のにぎわいづくりに向け、JR西日本の協力を得ながら、魅力ある飲食や物販などのテナントの集積や、1階コンコースの活用策などについて検討する。



#### ④ キャラクターストリートの検討<事業主体：市>

目標年次：長期

小倉駅新幹線口から漫画ミュージアムに向かう動線に、本市出身の漫画家のアニメキャラクターの像を並べ、集客を図るキャラクターストリートとして活用することを検討する。

#### (2) 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

<主な事業>

##### ① サンロード商店街のリニューアル<事業主体：市・民>

目標年次：短期

H27年にリニューアルされるサンロード商店街を、アメニティ性を高めた商店街にすることで、女性が歩きたくなる空間を創出する。

サンロード商店街協同組合等による、アーティストと商店街がコラボレーションする、リニューアルに向けたイベントを開催する。

##### ② 小倉城周辺の魅力向上検討<事業主体：市>

目標年次：短期

小倉城や小倉城庭園及びその周辺の魅力を高め、同地区への誘客や来訪観光客の滞在時間の長時間化を図るため、各施設等の魅力向上に資する施策の調査検討を行う。

#### <サンロード商店街のリニューアル> \*斜線部分は波及効果



### ③ 都心部の魅力発見

#### ③-1 都心部の魅力を伝える・知ってもらう仕組みや取り組み<事業主体：市・民>

目標年次：短期

市内外の多くの人たちに、都心部に来てもらい、長時間楽しんでもらうため、都心部の魅力、見所、飲食スポットなどの情報が広く行き渡る仕組みを構築する。

都心部には、小倉城、紫川、旦過市場、文学史跡、特徴ある橋や有名な建築家が設計した建物などがあり、一つ一つが高い評価を得ている。この都心部の魅力を市内外のより多くの人に知っていただく取り組みの充実を図る。

#### ③-2 新たな夜景観光コースの開発・運営<事業主体：民>

目標：500人/年 目標年次：短期

Jリーグの試合観戦や観光、出張等で本市を訪れた人たちに、小倉駅新幹線口に立地する新日鐵住金八幡製鐵所小倉地区にある「北九州アイアンツリー」をはじめ、市内の夜景を海上や陸上から楽しんでもらうため、小倉渡場を発着し、工場が多く立地する小倉や戸畑、洞海湾などを巡るクルージングツアーや、ユニークな夜景観賞コースを開発し、夜のにぎわいを図っていく。

#### ③-3 夜のまち歩き“ナイトツアー”<事業主体：民>

目標：100人/年 目標年次：短期

NPO法人等が中心となり、市内外の人を対象にした“ナイトツアー”を開催する。日本初のアーケード・魚町銀天街や24時間営業のスーパー、ぬかみそだきや焼きうどんなどの小倉に伝わる食文化、角打ち、歴史、街並みなど都心部の魅力を堪能する「夜のまち歩き“ナイトツアー”」を実施する。

#### ③-4 女性を対象にしたモニターツアーの実施<事業主体：市>

目標：100人/年 目標年次：短期

都心部の魅力を福岡市や近隣地域に居住する女性に感じてもらう「モニターツアー」を実施する。都心部の見所、食、特有の文化などを体験することで、ツアー参加者自身がリピーターとなることや、口コミによる集客効果を狙う。





## 方向性Ⅲ にぎわいを生むためのもう一つの視点

### 1 基本的な考え方

交通利便性が高く、都市機能が集積する小倉駅周辺地域において、リノベーションによる遊休不動産の再生、オフィスの集積など、都心として魅力を高める施設・機能の集積を図る。

都心部の魅力を高めることで、民間事業者の投資・開発意欲を高め、民間活力を誘発する。

### 2 事業の柱と主な事業

#### (1) リノベーションによる新しい魅力づくり

- ・リノベーションの手法を活用したにぎわいの創出及び起業支援

#### (2) 働く・学ぶ（オフィス従事者、起業家支援など）空間の創出

- ・小倉駅周辺のオフィス集積
- ・高齢者の学び・集う場の充実
- ・起業を支援する仕組み
- ・専門学校、サテライトキャンパス等の誘致・集積

## (1) リノベーションによる新しい魅力づくり

### <主な事業>

#### ① リノベーションの手法を活用したにぎわいの創出及び起業支援<事業主体：市・民>

目標：リノベーション件数 年間5件 目標年次：短期

「小倉家守構想」の下、街なかの遊休不動産（空き家、空き店舗）のリノベーションを進め、安価に、起業家向けのオフィスや店舗、レンタルスペース等を提供していく。

若者や主婦など起業を志す人や、街なかでビジネスをする人などの活動の場ができ、都心部の魅力の向上が図られ、にぎわいづくりに寄与する。

併せて、「リノベーションスクール@北九州」の開催を通じて、取組内容等を全国に発信することで、本市がリノベーションの情報発信拠点になる。

## (2) 働く・学ぶ（オフィス従事者、起業家支援など）空間の創出

### <主な事業>

#### ① 小倉駅周辺のオフィス集積<事業主体：市>

目標：誘致等による新規雇用者数 1,000人 目標年次：中期～長期

再開発等によって、最新のオフィス機能を備えたスペースの提供を行うとともに、小倉駅周辺の空きテナントへのオフィス誘致を行い、都心でのホワイトカラーの働き場所を作り出すとともに、都心部への通勤者を増やし、街の活性化につなげる。

#### ② 高齢者の学び・集う場の充実<事業主体：市・民>

目標：1,000人/年 目標年次：短期～中期

年長者研修大学校の一部講座を都心部で開催するなど、日ごろからお年寄りの方が、まちなかに来て、学び、飲食、買い物などを楽しんでもらうきっかけを作る。

また、高齢者の健康増進を図るため、高齢者の介護予防や、運動を通じた健康づくり、生きがいづくりにつながるイベントなどを行う。

#### ③ 起業を支援する仕組み<事業主体：市・民>

目標：利用者：10万人/年 目標年次：短期

都心部の空オフィスに、シェアオフィスや3Dプリンター・スキャナー等を備えたデジタル工房等を設置し、ものづくり分野などの起業家に活動スペースを提供する。

また、テレワークセンターなどの起業支援機関との連携を進め、都心部を起業家の輩出・育成拠点とする。

- MIKAGE 1881（H24年10月開設）
- Co Working Space 秘密基地（H26年1月開設）
- fabbit（H26年3月開設）

④ 専門学校、サテライトキャンパス等の誘致・集積〈事業主体：市・民〉

目標年次：中期

小倉駅、西小倉駅など、交通利便性の高いエリアを中心に専門学校や大学のサテライトキャンパス、各種学校等の誘致・集積を進める。

# アクションプラン事業一覧

I 人がさらに集まる仕掛け	事業内容	事業主体	目標年次			目標・成果など	プラン掲載ページ
			短期 (~27年度)	中期 (~29年度)	長期 (~32年度)		
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(イベント等開催)	市・民		○		スタジアム来場者数 21万人/年	5
	・スタジアムにおける地元製品の活用・PR(街かどショールーム)	市		○		地元企業の製品をスタジアムに活用	掲載なし
	・スタジアムの市民利用の推進	市・民		○		試合開催日以外の日常利用の促進を図る	掲載なし
	○あさの汐風公園を活用したイベント開催	市・民	○			イベント参加者数:3万5千人/年	5
	・新幹線口エリア全体でのマルシェ・同人誌の展示即売の開催	市・民		○			5
	・食のイベント(食市食座、ご当地グルメ、朝市など)	市・民	○				5
	○若者でにぎわうまちづくりプロジェクト	市・民	○				5
・北九州ご当地グルメのアンテナショップの設置検討	市・民		○		イベント参加者数 4万人/年 ①10,000人【ストリートダンスフェスティバル】 ②10,000人【JUMPING Fes】 ③20,000人【こくらハロウィン】	5	
		市・民		○		焼うどん、焼きカレーなどご当地グルメの飲食や情報発信機能を行うアンテナショップの設置検討	掲載なし
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	○MICE誘致	市・民	○				6
	○西日本総合展示場のあり方検討	市・民		○		スタジアムと連携したスポーツ利用の促進等の機能充実	6
	○ギャラリー(AIM2階)の活用策の検討	市・民		○		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	6
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	市・民	○			あるあるCityと連携したサブカルイベントの開催	7
	○にぎわい施設等の誘致	市・民			○	新たな施設の入場者数 10万人/年	7
4 イベントがしやすい環境づくり	○公共空間・施設利用促進	市	○			公共施設の使用許可の緩和など	7
	○民間イベント等のバックアップ	市	○			ノウハウの提供、関係部署の紹介など	7
	○イベントや施設間の連携を促進する仕組みづくり	市・民		○		エリアマネジメントとして、施設間の連携を促進する体制づくり	7
II 滞在時間を延ばす仕掛け							
1 回遊性を高める仕組み	○スタジアム来場者が商店街等を回遊する仕組み	市・民		○			9
	○イベント情報の集約・告知等による回遊性向上	市・民	○			新幹線口エリアや勝山公園等で開催されるイベント情報を集約し、開催日程の調整、駅南北で同時開催できる仕組みづくり	9
	○小倉駅の南北自由通路のリニューアル	市・民		○		低天井部補修工事	10
	○小倉城口の憩い空間(緑化)の整備	市	○			本市の玄関口にふさわしい景観形成	10
	○JAM広場の魅力向上策検討	市・民		○		魅力向上策検討	10
	○小倉駅新幹線口のにぎわい創出に資するリニューアル	市・民		○		新幹線口1Fコンコースの活用策等を検討(JR西日本グループ)	10
	○キャラクターストリートの検討	市			○	本市出身漫画家のアニメキャラクターの像を並べ集客を図る	11
2 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	○サンロード商店街のリニューアル	市・民	○				11
	○小倉城周辺の魅力向上検討	市	○			小倉城入場者数:125千人(H30)	11
	○都心部の魅力を伝える・知ってもらおう仕組みや取り組み	市・民	○			都心部の見所、飲食スポットなどの情報が広く行きわたる仕組み構築	12
	○新たな夜景観光コースの開発・運営	民	○			500人/年	12
	○夜のまち歩き"ナイトツアー"	民	○			100人/年	12
	○女性を対象にしたモニターツアーの実施	市	○			ツアー参加者 100人/年	12

# アクションプラン事業一覧

Ⅲ にぎわいを生むための もう一つの視点	事業内容	事業 主体	目標年次			目標・成果など	プラン 掲載 ページ
			短期 (~27年度)	中期 (~29年度)	長期 (~32年度)		
1 リノベーションによる 新しい魅力づくり	○リノベーションの手法を活用したにぎわいの創出 及び起業支援	市・民	○			リノベーション件数:5件/年	14
	○小倉駅周辺のオフィス集積	市			○	誘致等による新規雇用:1,000人	14
2 働く・学ぶ(オフィス従 事者、起業家支援など) 空間の創出	○高齢者の学び・集う場の充実	市・民		○		1,000人/年	14
	○起業を支援する仕組み	市・民	○			利用者:10万人/年(登録者 約700人)	14
	○専門学校、サテライトキャンパス等の誘致・集積	市・民		○			15
	・魅力ある商業・飲食事業者の出店支援	市・民	○			○歩行者通行量の増加 ・H27までに3%UPを目指す ○市の空き店舗補助を活用した 新規出店 ・H27までに5店舗の新規出店を 目指す ○空き店舗率の改善 ・H27までに空き店舗率10%未満を 目指す	掲載なし