

福岡県福岡市天神における取り組み

ケース8

既存の取り組みとの連携により効率的な情報提供を実現

■ 観光地の特徴

- 福岡市にある天神地区は、服飾や雑貨を中心としたショッピングの街である。遠くは神戸以西、広島あたりからの来訪者もいるが、北九州からは1000円で来ることができることもあり、基本的には県内および周辺県の若者による日帰りアクセスが多い。
- 高速船を用いた韓国からの来訪者も増えている。中国人観光客も増えているが、その多くは福岡だけを目当てにしているのではなく、九州地方への出入口という位置づけで立ち寄っている。

■ 観光政策の重点方針

- 着地後の回遊性を一層高める。
 - 平成23年度の新博多駅への改修を機に博多地区と天神地区の歩きやすさと回遊性を高めようという構想を持っている。新博多駅の建設に関しては、サイン計画が検討されている。



天神市街地

天神駅

キャナルシティ福岡

博多駅

©2008 ZENRIN CO., LTD. (Z10BB第568号)

● 主要交通拠点・動線 ● 観光拠点・動線

■ 観光情報提供の主な目的(観光情報提供に期待する効果)

- 新しい気づきを与える。
 - ・ 天神をはじめとする繁華街は、これまでもテレビ、ラジオ、雑誌、インターネット等多くのメディアで盛んに取り上げられているため、お店や商品といった観光資源そのものに関するコンテンツは充実している。
 - ・ 一方、膨大な情報量があることで、結果的に相対として知られていない状況も生まれてきている。
 - ・ 現地での回遊性を高めると同時に新しい天神に気づいてもらう、再確認してもらう。

We Love 天神協議会サイト(<http://welovetenjin.com/>)



■ 観光情報提供の基本方針

- 各主体の情報提供と連携を図る。
 - ・ ホームページを通じた情報提供は、基本的に他で行われている取り組みと上手く連携することで来訪者に新しい気づきを与えることを狙っている。既に、民間事業者のサイト、地下鉄マップ、フリーペーパー等と連携している。
- エリアの優先順位に従って整備する。
 - ・ 整備エリアの優先順位は、第一に明確な行政目的が存在するエリアである。次いで、これまでに行政イベントに参加協力してくれたことがあるといった、地元との協力関係が構築されているエリアである。入れるところから入って広げるというスタンスを取っているため、地元との関係性は意図的に構築している。

方策・手段⑧-2

■ 観光情報提供の内容及び提供手段

● 通り名プレート

- 交差点のある角地を中心に、建物の外壁および路面に通り名が書かれているプレートを設置した。
- プレートには、通り名とその番地、それらの英語表記を載せている。外国語は、情報量が多すぎると視認性が悪化するため日本と英語のみの対応とした。
- 電力会社所有の電柱にも、番地表示を含めた通り名表示をつけさせてもらった。今後、表示が刷新される際には、番地入り通り名に変更してもらうことになっている。

方策・手段③-5

建物外壁における通り名プレート(左)と路面プレート(右)

- 掲載情報
- a. 通りの名称（日本語・ローマ字表記）
 - b. 実施主体名（We Love 天神協議会ロゴ、大名校区自治連合会）
 - c. 位置番号標識（対象エリアのみ）
 - d. 主要な道路からの距離



■ 得られている効果

- 新しい地域資源の発掘
 - ・ 通り名を検討する際に、昔の建物や暮らしぶり等に関する文献調査等を行ったところ、郷土史に載るくらいの歴史的価値がある情報が再確認された。
- 地域住民、地域事業者における連携意識の高まり
 - ・ 通り名の検討に際しては、店舗の事業者と住民等とで議論することになるため、結果として人的ネットワークが構築された。
 - ・ 既にある仕組みを変えるという取り組みの場合は利害関係が生じるが、通り名に関しては、ゼロから作ったこと、成果が形として残ったことにより納得性も高かった。

■ 苦労した点・工夫した点

(1) プレートの設置許可

- ・ 通り名プレートは、基本的に角地に貼るが、角地は一般的にデザインに凝っていることが多く、意匠上、設置許可が下りなかったことが多かった。
- ・ 貼る対象となる施設の所有権が不明確なことも障害となった。繁華街では、賃借関係が複雑で、意思決定者がわからない場合も多い。
 - － 両面テープを用いた簡素な設置方法を取ったことが理由で許諾してもらえたケースが多かった。

(2) 名付けのルール

- ・ 誰が名前をつけるのか、に関するルールがなかった。
- ・ 行政がエリア整備等を行う場所については、行政が主体的に命名した。

(3) インセンティブの用意

- ・ 通り名プレート設置の取り組みは全てボランティアによるものである。基本的にインセンティブに類するものは用意せずに運営できるようにしてきた。

本ベストプラクティスに関する問い合わせ先

■ 福岡市中央区企画課

TEL 092-718-1012

<http://www.city.fukuoka.lg.jp/chuo/index.html>

取組みのフロー

観光地の特徴

- 福岡市にある天神地区は、服飾や雑貨を中心としたショッピングの街である。
- 高速船を用いた韓国からの来訪者も増えている。中国人観光客も増えているが、その多くは福岡だけを目当てにしているのではなく、九州地方への出入口という位置づけで立ち寄っている。

観光政策の重点方針

- 着地後の回遊性を一層高める。

観光情報提供の主な目的

- 天神地区の多様性から、新しい気づきを与える。

観光情報提供の基本方針

- 既存の情報提供手段と連携する。
- 情報提供エリアの整備順番を念頭に進める。

方策・手段⑧-2

観光情報提供の内容及び提供手段

- 交差点のある角地を中心に、建物の外壁および路面に通り名が書かれているプレートを設置した。
- プレートには、通り名とその番地、それらの英語表記を載せている。外国語は、情報量と視認性から日本と英語のみの対応とした。
- 通り名の検討に際して、再発見された観光資源について、QRコードを通じて、紹介することを検討している。

方策・手段③-5

得られている効果

- 通り名を検討する際に、昔の建物や暮らしぶり等を見直したところ、郷土史に載るくらいの情報が再確認された。
- 通り名の検討に際しては、店舗の事業者と住民等とで議論することになるため、結果として人的ネットワークが構築された。