

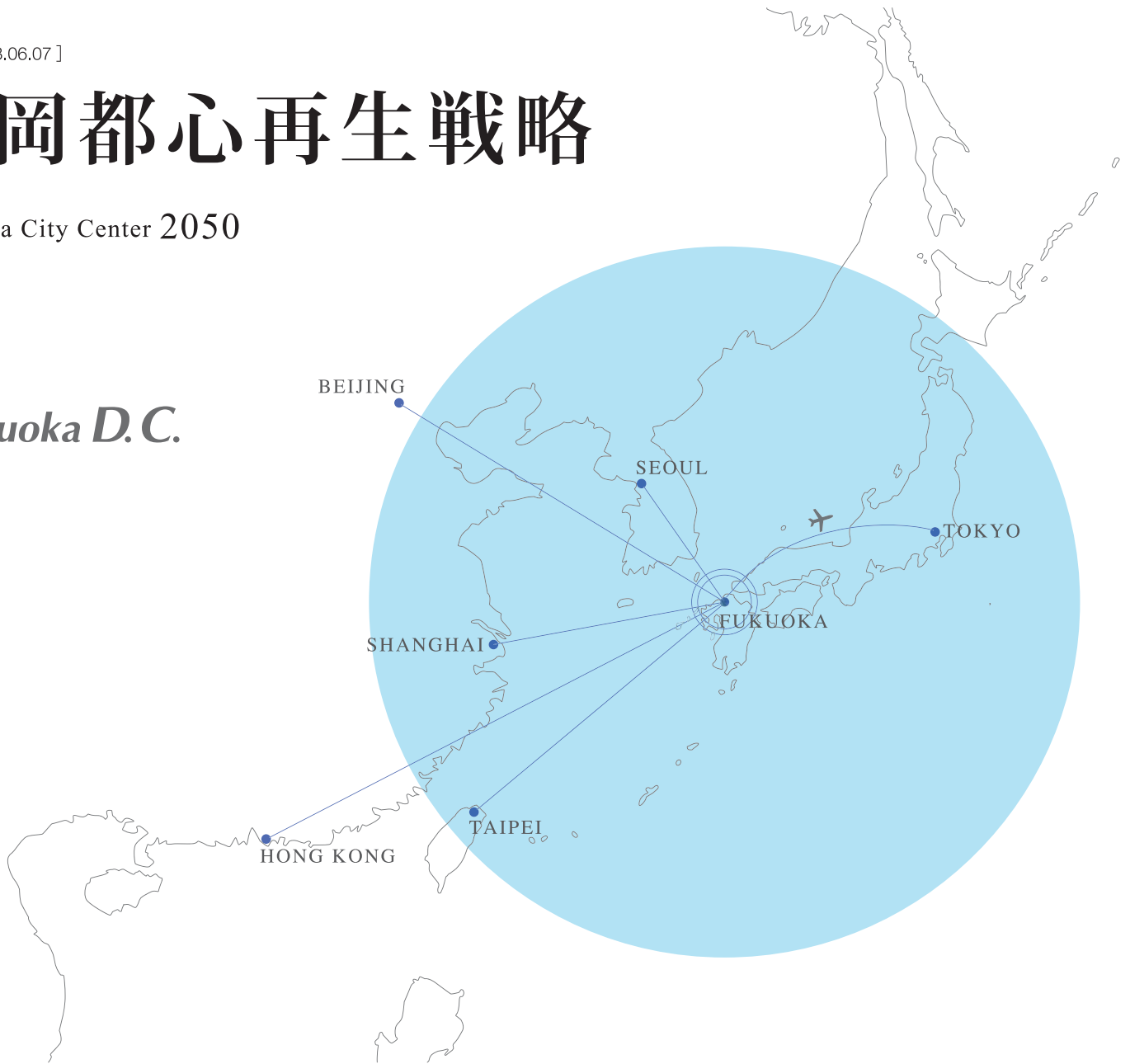


Ver. [2013.06.07]

福岡都心再生戦略

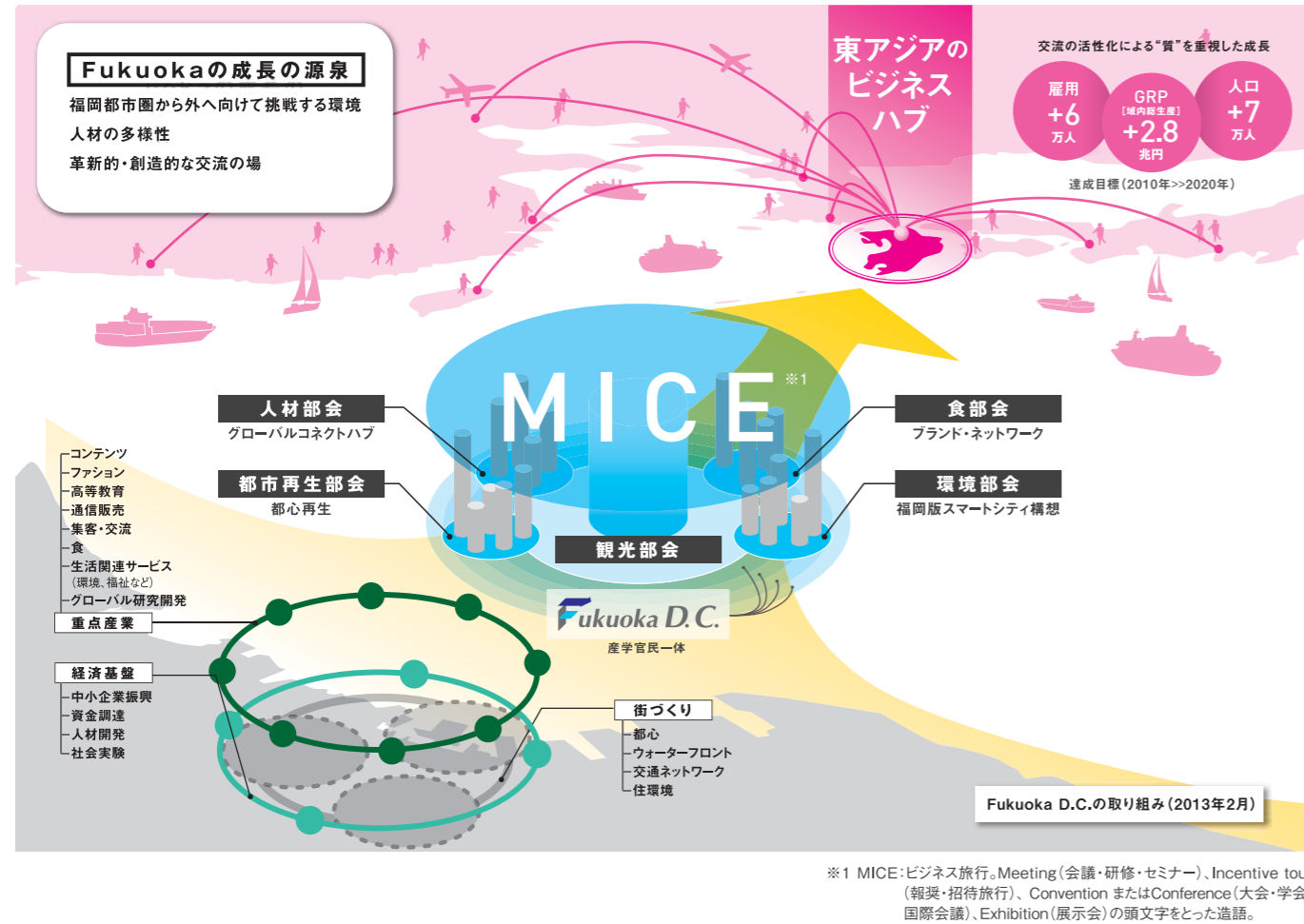
Fukuoka City Center 2050

Fukuoka D.C.



福岡地域戦略推進協議会の取り組み

福岡地域戦略推進協議会では、世界各地から多様な人材を惹き付けることを起点とし、国際的なビジネスを展開する人々が境界を越えて集まり、それが地域の中核となって人材の誘致、既存産業の進化、新たな雇用創造といった内発的な成長に繋げていく地域戦略を推進しています。



都心再生戦略策定の目的と都心の位置づけ

地域戦略の推進には、成長の源泉を再構築するために「革新的・創造的な場をつくる」ことが不可欠と考え、都市圏経済のエンジンである都心に焦点を当て、下記3点を目的に都心再生戦略を策定しました。都心再生戦略の策定に際して、ファイナンスという根本的な課題を認識したうえで、抜本的な課題解決に向けた5つの考え方を都心再生戦略の基本に据えました。

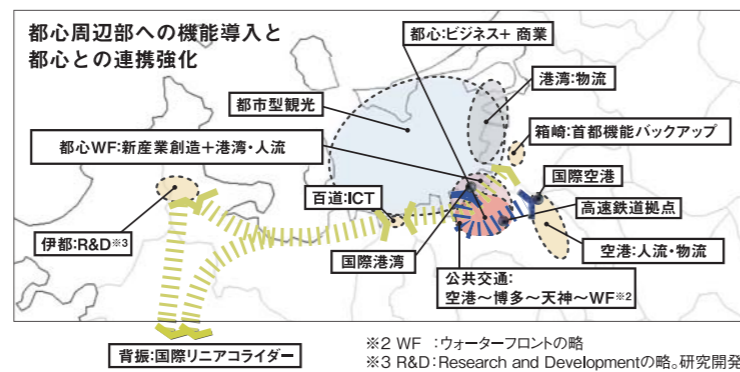
都心再生戦略策定の3つの目的

- 1 ビジネス基盤の形成
- 2 地域ブランドの形成
- 3 国内外高度人材の確保

都心再生戦略の基本的な考え方

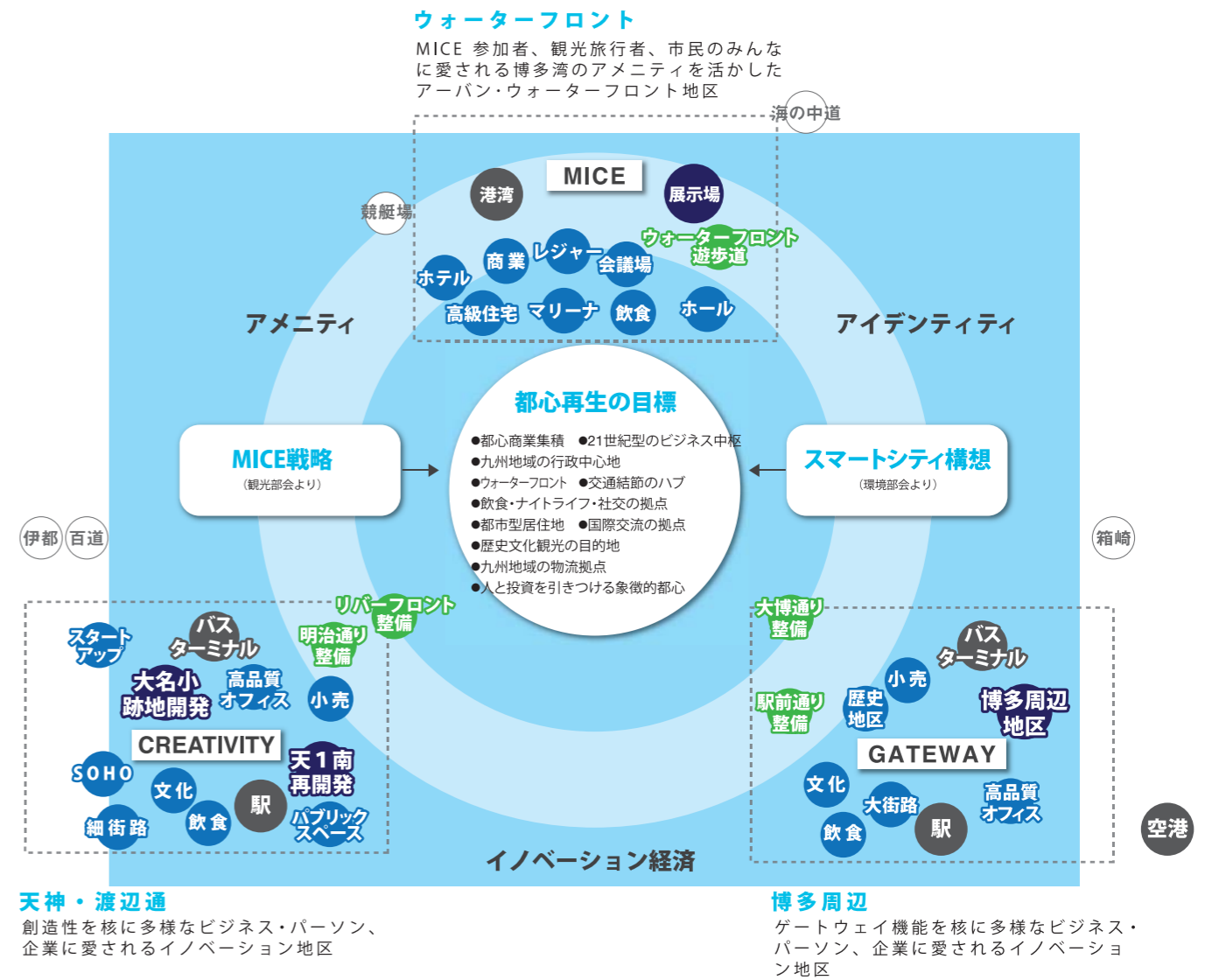
1. 需要対応ではなく市場を創造すること
2. 国内外資本の投資を計画的に呼込むこと
3. 高い投資対効果が見込まれる都心に投資の集中を図ること
4. 都市開発戦略を行政計画に位置づけること
5. 市場や財政と対話しつつ段階的に推進する仕組みを構築すること

福岡の都心は都市圏経済のエンジンであるため、できるだけ多様なビジネスを高密度で都心に誘導すべきだと考えます。一方で、都心だけでは支えきれない都市機能は、周辺部(伊都、百道、箱崎、アイランドシティなど)に導入すると共に、都心との連携を強化するための交通・通信インフラの整備を同時に行うことが必要です。



都心再生の目標

都心再生戦略を検討するにあたって、都心の様々な側面を分析しました。都心には多様な地区が形成されており、各地区の空間と産業の個性・強みを踏まえて、地区間で競合し合うのではなく、差異を明確化して価値を創造することを目指しています。そして、これらの強みを伸ばす視点から、都心再生の11の目標を設定しました。



戦略的テーマと戦略的行動エリア

目標達成のための投資の重要性なども考慮し、都心再生の目標の中で、特に戦略的に重要な3つの目標を戦略的なテーマとして位置づけました。また、都心の各エリアにおいて、今後の再開発の機運、開発の規模や可能性を検討した上で、6つの戦略的行動エリアを設定しました。

戦略的テーマ

- 21世紀型のビジネス中枢
- ウォーターフロント
- 人と投資を引きつける象徴的都心

戦略的行動エリア



1 ウォーターフロント

- ・MICE、集客交流、港湾人流の機能を強化する
- ・ベイフロントのアメニティを向上させ、日常的な活動と賑わいをつくり出す



(c)Fukuoka D.C. - Freedman Tung + Sasaki Urban Design - Timothy Wells 2013

2 天神・渡辺通

- ・大濠公園・舞鶴公園や北天神と天神地区の連続性を生み出す
- ・歩行空間のアメニティを向上させ、建物低層部の賑わいをつくり出す



(c)Fukuoka D.C. - Freedman Tung + Sasaki Urban Design - Timothy Wells 2013

※鳥瞰図を描く便宜上一部の建物を描いていません

支店経済からイノベーション経済へ

- 1.イノベーションアンカー※1を核に革新的な経済活動が盛んに生まれている。
- 2.魅力的な公共空間やウォーターフロントの整備によって生まれた都心のアメニティが、高度な人材の定住と就業を引きつけている。
- 3.福岡・博多の独自性を感じられる象徴的な都心の魅力が、人々と投資を呼び込んでいる。
- 4.3つの異なる経済的な個性(MICE、CREATIVE CBD※2、GATEWAY CBD)が連携することで都心経済を拡大し、福岡都市圏、ひいては九州・日本の経済成長に波及している。

※1 イノベーションアンカー:多様な人材が交流し、意見交換し、議論等を行うことで革新的・創造的なアイデア、ビジネスや価値を生み出す機能を持つ場。

※2 CBD:中心ビジネス地区、Central Business District の略。



- イノベーションアンカー
- 公共空間、リバー・ベイフロント
- 機能更新・集積

今後、市民の皆様や幅広い関係者との協議を重ねつつ、マスタープランの実現に向けて取組んで参ります。

その協議の一助として、都心再生戦略が推進され、イノベーション経済の発展と機能集積の強化が進んだ成熟期のイメージ図を描きました。

この絵は福岡地域戦略推進協議会が目指す将来の福岡都心部の姿をイメージしたものであり、具体的な事業を規定するものではありません。

リバーフロント 3

- ・リバーフロントのアメニティを向上させ、都心の各拠点を結ぶ回遊軸を強化する
- ・水辺の花や緑などで賑わいをつくり出す



(c)Fukuoka D.C. - Freedman Tung + Sasaki Urban Design - Timothy Wells 2013

博多周辺 4

- ・博多駅南西街区のまちづくりを周辺のまちづくりにつなげていく
- ・都心の重要な回遊軸のアメニティを向上させ、賑わいをつくり出す



(c)Fukuoka D.C. - Freedman Tung + Sasaki Urban Design - Timothy Wells 2013

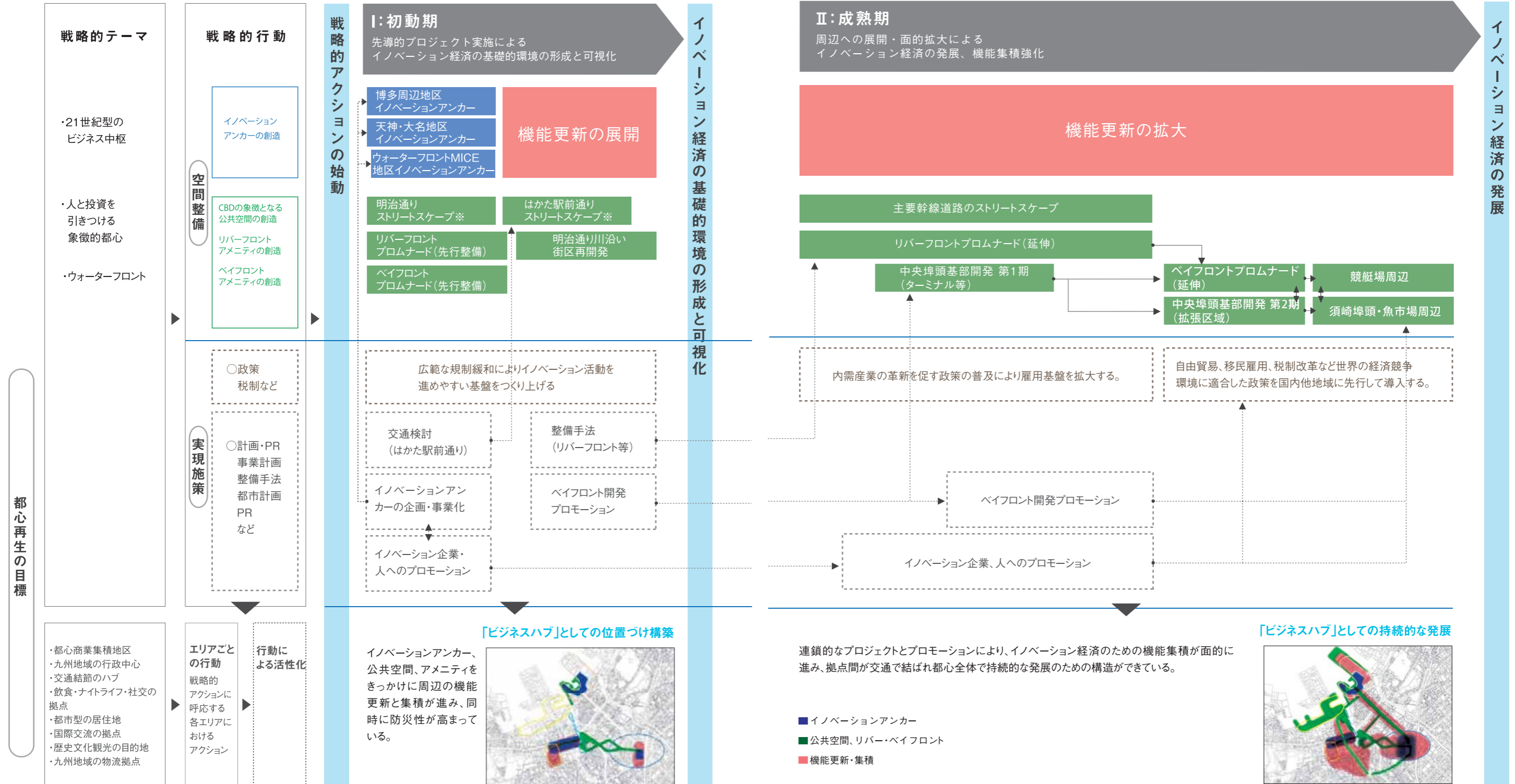
※鳥瞰図を描く便宜上一部の建物を描いていません

都心の将来像の実現に向けて、直近で取り組むべきことを初動期の活動として設定しました。初動期の空間整備では、イノベーションアンカーの創造、3つのCBDの象徴となる公共空間の創造、リバーフロント及びベイフロントアメニティの創造から着手してまいります。長期的に成熟期に達した暁には、都心全体が支店経済からイノベーション経済へ移行し、都心各エリアの機能更新が進んでいくことになります。

支店経済から
イノベーション経済へ

革新的で創造的なビジネス活動を容易に始めることが出来る環境(空間・施策)が形成されることで、グローバルマーケットを目指す国内外の多様な人材が集まり、新たなビジネス活動が盛んに生まれてくる。

革新的な人材が集積する空間が整備され、革新的で創造的なビジネス活動を行う支援施策が導入されることで、福岡都市圏の消費市場の質的転換が自ずと進み、小売・飲食・建設等内需型産業も含めて幅広い産業がグローバル市場をターゲットに活動できるようになり、都心の高度な雇用や居住需要も自立的に生み出されていく。



※ ストリートスケープ: 街路景観

都市再生部会の紹介

都市再生部会は、32団体が結集し、経済産業活動と市民の暮らしを支える質の高い街づくり、人・企業・投資を呼込む枠組みづくり、街づくりの移出産業化(街づくりノウハウの域外輸出)を目標に活動を進めております。

メンバー

部会長	橋田 紘一 (福岡経済同友会 副代表幹事)	
副部会長	ウォーターフロント分科会	藤永 憲一 (株式会社 九電工 取締役専務執行役員)
	天神・渡辺通分科会	高崎 繁行 (西日本鉄道 株式会社 取締役常務執行役員)
	博多周辺分科会	本郷 譲 (九州旅客鉄道 株式会社 常務取締役)

敬称略

部会員(50音順)

株式会社 アービカルネット	株式会社 西日本新聞社	福岡地所 株式会社
国立大学法人 九州大学	西日本鉄道 株式会社	福岡商工会議所
九州電力 株式会社	日本電気 株式会社 九州支社	株式会社 福岡リアルティ
株式会社 九州都市整備センター	株式会社 パイプドビッツ	株式会社 福住
九州旅客鉄道 株式会社	博多ターミナルビル 株式会社	ペーパレススタジオジャパン株式会社
株式会社 九電工	バシフィックスタージャパン 株式会社	株式会社 三井住友銀行
清水建設 株式会社 九州支店	株式会社 日立製作所 九州支社	三井物産 株式会社
株式会社 正興電機製作所	株式会社 ファビルス	株式会社 三菱東京 UFJ 銀行
総合メディカル 株式会社	株式会社 福岡銀行	オブザーバー (50音順)
大成建設 株式会社 九州支店	福岡空港ビルディング 株式会社	国土交通省九州地方整備局
独立行政法人 都市再生機構 九州支社	福岡県	佐賀県
株式会社 西日本シティ銀行	福岡市	(2013年3月15日現在)

活動実績(2012年度)

第1回	2012年 5月21日(月)	都市再生部会の進め方の確認
第2回	2012年 8月29日(水)	都市再生部会の事業計画と予算 都心再生戦略の方向性の確認
第3回	2012年 9月26日(水)	都心再生戦略の目標の検討
第4回	2012年11月 8日(木)	都心再生戦略における戦略オプションの検討 戦略的テーマと戦略的行動エリアの設定
第5回	2012年12月17日(月)	都心再生戦略における戦略オプションの検討 分科会の進め方の確認
第6回	2013年 2月 1日(金)	都心再生マスタープランにおける将来像と工程表の検討
第7回	2013年 3月15日(金)	都心再生戦略の取りまとめ

実現に向けて

都市再生部会では、次のような取り組みを進めて参ります。

- ・先導プロジェクトの推進
- ・交通戦略の作成
- ・市民等の啓発に向けたプロモーション
- ・都心再生戦略の進行管理および必要に応じた更新
- ・投資家へのプロモーション (不動産投資家、都市開発事業者など)