

# 「天神戦略ブランド戦略2026アクションプラン」

2022年5月  
天神明治通り街づくり協議会(MDC)

※現時点での想定であり、今後、変更が生じる可能性があります。

※2022年度以降、各アクションプランについて具体的な議論・検討を進めたうえで、状況に応じて、行政協議を実施するなど、官民連携で検討を進めていきます。

## (参考)

# 天神戦略の目指すもの

天神明治通り街づくり協議会（以下、MDC）は2008年に設立されてから、グランドデザインや手引書の策定、地域まちづくり計画に基づく街づくり協議の推進など、街の将来像「アジアで最も創造的なビジネス街」を目指した天神の機能更新に寄与する活動を担ってきた。

天神ビッグバンにより、機能更新が推進され具体的な建替え計画が数多く推進し始めている今、MDCエリアでも複数の建替えプロジェクトが具体化し、本年以降順次開業する。

その中で、MDCが目標に掲げてきた「アジアで最も創造的なビジネス街」を具現化するため、これまでのハード中心の計画誘導から、オフィスを中心とする立地需要の喚起、質の高い機能導入に向けた取り組みが必要となっている。ただ、目標の具現化に向けては、これまでのグランドデザインや手引書に記載のあるような街全体での目標像の実現だけではなく、各事業者の事業面においても有効に機能する取り組みであることが必要であり、そのための具体的なアクションプランが求められている。

また、昨年からはコロナが台頭し、世の中や働き方が大きく変化しており、今の時代に即した天神に求められるものを改めて検討する必要がある。

そのため、今の時代に相応しい天神地区のあるべき姿を検討し、企業に選ばれ続ける天神となるための戦略を策定する。

※天神ビッグバンによる建替えが見える化し始める2026年度末を戦略の目標年次とする

「アジアで最も創造的なビジネス街」を具現化するための、『**企業誘致、新たな産業の創出**』

## 天神戦略の構成イメージ



### ■アクションプランとは

- 天神戦略が目指す『企業誘致、新たな産業の創出』の実現に向けて、チャレンジする取り組み項目を「アクションプラン」として整理する。

※次年度以降、各アクションプランについて具体的な議論・検討を進めたうえで、状況に応じて、行政協議を実施するなど、官民連携で検討を進めていく。

### 3. 戦略目標と4つのブランディング

戦略目標を実現するため、以下の4つのブランディングを強化することによって他都市とは異なる天神ならではの付加価値を高め、国内外の企業に選ばれる都市を目指す。

天神戦略が目指すもの  
『企業誘致、新たな産業の創出』

戦略的なエリアブランディングによる付加価値向上

#### 魅力・賑わい創出

訪れた誰もが「心地よさ」を体感できる、見た目や空間的なブランディング

- ・オープンスペースを中心とした、緑などの潤いを感じられる都市デザイン
- ・日常的に賑わい・交流が生まれる場所づくり

都市デザイン（まちの共用部）部会で取りまとめる部分

#### シティプロモーション

国内外に魅力をリアルタイムに発信する、ソフト戦略を中心としたブランディング

- ・「まちの共用部」の付加価値を高めるスキーム構築
- ・企業・働き手を含めた体制づくり
- ・プラットフォームの形成

（3部会すべてに関連）

#### BCP（DCP）

災害や感染に対するレジリエンスの高いまちづくりを実現するブランディング

- ・ポストコロナ時代において、世界トップレベルで安全に働ける環境づくり
- ・災害時の事業継続、人命の安全確保

BCP（DCP）部会で取りまとめる部分

#### 環境（省エネ、脱炭素）

立地（入居）企業のイメージ向上につながる環境配慮型都市ブランディング

- ・環境負荷低減、カーボンゼロを目指したエリアでの取り組み
- ・環境不動産の推進

環境（省エネ・脱炭素）部会で取りまとめる部分

# 4. アクションプラン (魅力・賑わい創出)

## 《目標》

アジアで最も創造的なビジネス街にふさわしい「街の共用部」の形成  
～活力ある「街の共用部」が選ばれる街をつくる～

## 《方針とアクションプラン》

### 1 誰もが集い憩える オープンスペースの創出

- ・コロナ禍により、安心して過ごせるオープンスペースの重要性は更に高まった。
- ・天神を訪れる多様な人々が、いつでも快適に過ごせるオープンスペースがあちこちにある、“ウェルビーイングな街”を目指す。

①多彩な街の表情を生み出す『多様で質の高いオープンスペースの整備推進』

②どこでも憩える『日常使いできる滞留空間の拡充』

多様で質の高いオープンスペースの整備推進



<https://sotonoba.place/55hiroba>

日常使いできる滞留空間の拡充



<https://sotonoba.place/fukumichi>

### 2 賑わいと活力を生み出す オープンスペース利活用の推進

- ・オープンスペースはつくって終わりではなく、そこでアクティビティが生まれることで魅力的な空間となる。
- ・いつもどこかでイベントやオープンカフェが開かれ、賑わいと活力にあふれており、さらに「街の共用部」として誰でも気軽に利活用できる、“使い倒される街”を目指す。

①気軽に利活用できる『利活用制度の周知、課題の抽出』

②誰もが利活用できる『利活用制度の利用推進』

街に賑わいと活力を生み出すオープンスペース利活用の推進



大丸有エリアマネジメント協会

<https://www.tokyu-recruit.jp/walk/walk03.html>

### 3 多様な活動を支える 都市機能の整備・運営

- ・コロナ禍により、リモートワーク中心のライフスタイルが定着し、業務効率化が図られた一方、リアルで会うことの重要性が浮き彫りとなった。
- ・「街の共用部」として使える都市機能が開かれており、自然な出会いと創造を誘発する“出会い、つながり、生み出す街”を目指す。

①誰もが使える『「街の共用部」としての都市機能の整備推進』

②誰もが取り組む『継続的なソフト施策の展開』

出会いと創造を誘発する都市機能の拡充



<https://www.33lab-future.jp/>

天神の魅力を発信する  
シティプロモーション施策の展開



日建設計九州オフィス都市模型

# 4. アクションプラン (BCP (DCP) )

## 《目標》

「いざ」という時にも安全・安心に事業継続が可能なビジネス街の形成  
～震災リスクが低い福岡の特性に磨きをかけ、BCP面でも選ばれる街へ～

## 《方針とアクションプラン》

### 1 共働で非常時に備え、 対応するまちの力の醸成

- わが国の大都市では、来訪者への情報発信や避難誘導等の具体化はこれからの状況であるが、天神ではこの課題に対してエリアマネジメントによるまちづくりで対応すべき。
- 天神では、事業者・地域が官民連携で「できるところから」防災まちづくりを推進し、その積み重ねにより災害時にも真に安心できるまちを目指す。

① 個々の取組みをエリア全体につなげる  
『まちの防災力強化』

災害時における情報発信例



<https://www.kensetsunews.com/web-kan/416480>

エリアマネジメントによるまちの防災訓練



<http://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=75073>

### 2 震災時でも来訪者が安全・ 安心に過ごせる環境づくり

- 天神にはビジネス、買物、観光など多様な目的での来訪者が多く、これらの人々は災害時に寄る辺がなくなる。
- 機能更新や既存施設において、寄る辺のない帰宅困難者が公共交通復旧までを安全・安心に過ごすことができるハード・ソフトの取り組みを推進するより、街全体での混乱抑制を目指す。

① 機能更新等を契機とする  
『一時退避場所、退避施設の充実』

② 平常時の準備と訓練による  
『退避施設の円滑な運営』

天神地区での退避施設事例 (ゼファー広場)



<https://tenjin-site.jp/topics/topics/70782>

退避施設運営等に関する訓練



<http://www.tokyo-cci.or.jp/page.jsp?id=75073>

### 3 発災直後の混乱を抑制し、 寄る辺のない帰宅困難者を減少

- 発災直後に人がむやみに動き、駅などに集中すると街は混乱し、救急・救命、復旧に悪影響を及ぼし、さらには企業の事業継続にも支障となる。
- 天神では、「むやみに動かず」、「安全な施設では滞在者を保護」することで、発災時にも無用な混乱を回避し、企業等の事業継続に注力できる環境創出を目指す。

① 発災直後の街の混乱を抑制する  
『一斉帰宅抑制』

② 各事業者・施設における  
『従業員の施設内退避と利用者保護』

一斉帰宅を抑制、駅等への人の集中を回避



<https://www.bosai-nippon.com/feature/1381>

東日本大震災時の商業施設での利用者保護



<https://www.risktaisaku.com/articles/-/245>

# 4. アクションプラン（環境（省エネ・脱炭素））

## 《目標》

立地（入居）企業のイメージ向上につながる「環境配慮型都市ブランディング」の形成  
～福岡市における脱炭素社会実現を牽引する、スマートエリアの実現～

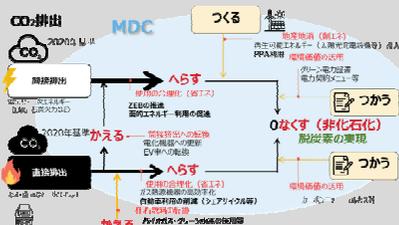
## 《方針とアクションプラン》

### 1 地球温暖化抑制に貢献する ゼロカーボンエリアの実現

- ・ゼロカーボンエリア実現にはエネルギーを消費する建物側とエネルギー供給側の双方の工夫が両立し、明確な実現シナリオと推進する主体を明確にすることが必要である。
- ・ゼロカーボンエリア推進チームが中心となり、エリア全体で長期的な達成目標とその実現シナリオを共有することで実現するゼロカーボンエリアを目指す。

- ①エリアのゼロカーボンを推進する  
『ゼロカーボンエリア推進チームの設置・運営』
- ②立地企業の本気度を促す  
『ゼロカーボンエリア実現シナリオの共有と環境整備』

ゼロカーボンエリア実現に向けた建物とエネルギー供給事業者の連携イメージ



図：株式会社日建設計総合研究所 作成

### 2 立地企業の環境配慮をPRする 環境不動産の推進

- ・MDCエリアに環境不動産が増えることにより、エリアとしての環境価値が高まり、優良なテナント企業とESG投資を呼び込むブランディングにつながる。
- ・環境不動産推進チームが勉強会を開催し、各建物の環境認証状況を示す「環境不動産MAP」の情報発信を行うことによる環境ブランディングを目指す。

- ①環境不動産の普及促進を図る  
『環境不動産推進チームの設置・運営』
- ②環境不動産の整備状況がわかる  
『環境不動産MAPの共有』

環境認証システムの例



### 3 ESG投資を呼び込む エリアとしてのSDGs推進

- ・ゼロカーボン、環境不動産以外にも社会問題を解決する活動は需要であり、SDGsに関連した活動を行う企業が集まることでエリアの環境価値が高まる。
- ・MDC-SDGs推進チームが勉強会を開催し、SDGsに関連した行動を示す「MDC-SDGs MAP」の情報発信による環境ブランディングを目指す。

- ①エリアとしての取組を活性化する  
『SDGs推進チームの設置・運営』
- ②立地企業のSDGの取組を示す  
『MDC-SDGs MAPの共有』

SDGsの17のゴール

