

あるかぼーと・唐戸エリア

マスタープラン



## 目次

---

第1章	はじめに	1
1.	本プランの位置づけ	1
2.	プランの対象エリア	2
第2章	目指すべき方向性・コンセプト	3
1.	目指すべき方向性	3
2.	観光地としてのポテンシャルと課題	9
3.	開発コンセプト	19
4.	目標設定	20
第3章	ゾーニング・導入機能	23
1.	ゾーニング	23
2.	各ゾーンの導入機能と実現イメージ	24
第4章	交通・動線計画	43
1.	動線計画	43
2.	グリーンベルト	44
3.	駐車場	47
4.	回遊動線	48
5.	導入するモビリティの例	49
第5章	ソフト面の取組	50
1.	イベント・アクティビティ	50
2.	プロモーション	54
第6章	ロードマップ・推進体制	56
1.	ロードマップ	56
2.	推進体制	57
参考資料	市民との意見交換実施概要	61

# 第1章 はじめに

---

## 1. 本プランの位置づけ

下関市では令和4年3月、あるかぼーと・唐戸エリアを含む海峡エリアの目指すべき将来像やまちづくりの方向性を示し、「市民」「事業者」「行政」等がそれらを共有すべき羅針盤として「下関海峡エリアビジョン」を策定しました。

同年4月には、あるかぼーと地区の主要な事業主体である株式会社星野リゾートとの間で「地域活性化に関する連携協定書」を締結し、両者が一体となってあるかぼーと・唐戸エリア全体の魅力の向上に取り組むことを定めています。

同年5月には、当該協定書を踏まえ、株式会社星野リゾートに対し「あるかぼーと・唐戸エリアマスタープラン」（以下「本プラン」という。）策定業務を委託し、同年11月、本プランの素案の提案を受けました。この素案にさらに検討を加えたものが本プランです。

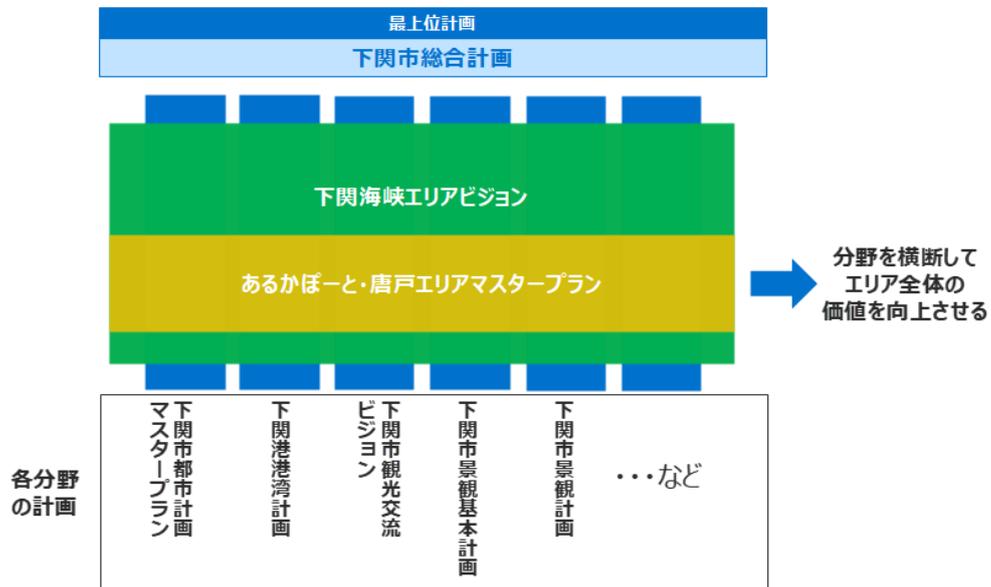
本プランでは、「下関海峡エリアビジョン」を踏まえ、あるかぼーと・唐戸エリア一帯の資源を活かし、誰もが訪れ楽しむことができるとともに、市民が誇りに思える場所の実現、市内全域に波及効果を生み出す持続可能なまちづくりを推進することを目的として、エリアのコンセプト及びデザイン計画、推進体制等を示しています。

本プランの最終目標年次は概ね10年後の令和14年頃とし、今後10年間におけるあるかぼーと・唐戸エリアの段階的整備に向けた道筋を示すものとし、ただし、あるかぼーと・唐戸エリアのゾーニングや導入機能については、当該エリア全体の目指すべき完成イメージを提示するため、より長期的に検討すべき内容も含まれます。

本プランには多数の事業が含まれていますが、今後、必要に応じてそれぞれが位置づけられるべき各分野の計画等に反映をしながら、検討を進めていきます。その際、各事業の個別最適ではなく、エリア全体としての最適な判断を実現するため、本プランは分野を横断する横串の計画として機能します。

なお、本プランは、現時点において望ましいと考えられる姿を提示するものであるため、本プランで提示した内容については、今後、各事業の検討が進んだ結果、変更されることがあり得ます。

図表 1 プランの位置づけ



## 2. プランの対象エリア

本プランの対象エリアは、「下関海峡エリアビジョン」において「あるかぼーと・唐戸エリア」として位置づけられている、唐戸市場周辺から岬之町までの約 20ha の圏域とします。なお、本プランでは、平成 30 年に下関市が作成したあるかぼーと及び岬之町地区全体の開発コンセプトにおけるゾーニングに基づき、下図に示す敷地を A 地区と呼称します。

図表 2 プランの対象エリア



## 第2章 目指すべき方向性・コンセプト

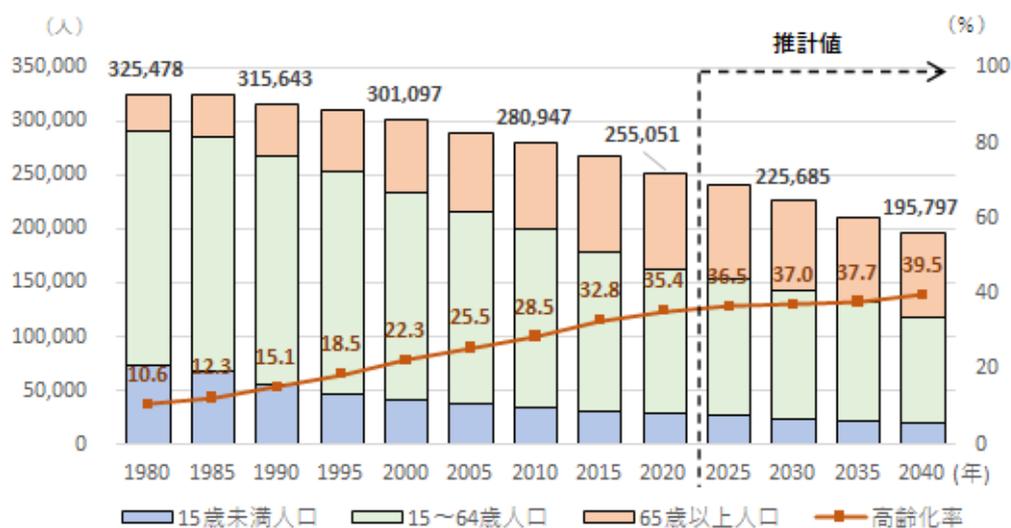
### 1. 目指すべき方向性

#### (1) 下関市全体の課題

下関市全体を取り巻く最も重大な課題は、人口減少に伴う都市の競争力や持続可能性の低下といえます。

下関市の人口は下図のとおり減少傾向にあり、2020年の人口は255,051人で、2010年に比べ約26,000人、9.2%の減少となっています。2040年での推計人口は約19.6万人と、今後さらに急速な人口減少が見込まれ、高齢化率も40%近くまで上昇する見込みとなっています。

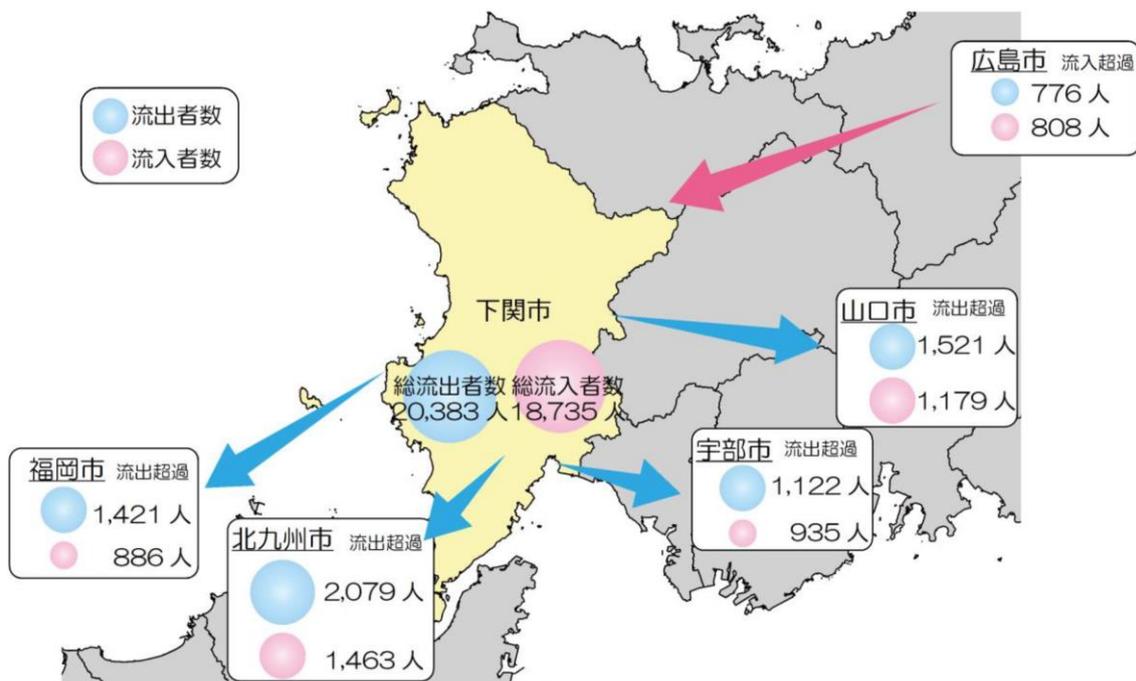
図表 3 下関市の人口動態



出所) 国勢調査 (1980年～2020年)、2025年以降は国立社会保障・人口問題研究所 (平成30年12月推計)

また、下関市の人口動態における 2015 年の総流出者数は 20,383 人、総流入者数は 18,735 人であり、流出超過の状況となっています。流出先は北九州市が最も多くなっています。

図表 3 流出・流入の状況 (2015 年国勢調査)



出所) 下関市立地適正化計画

## (2) 課題の要因

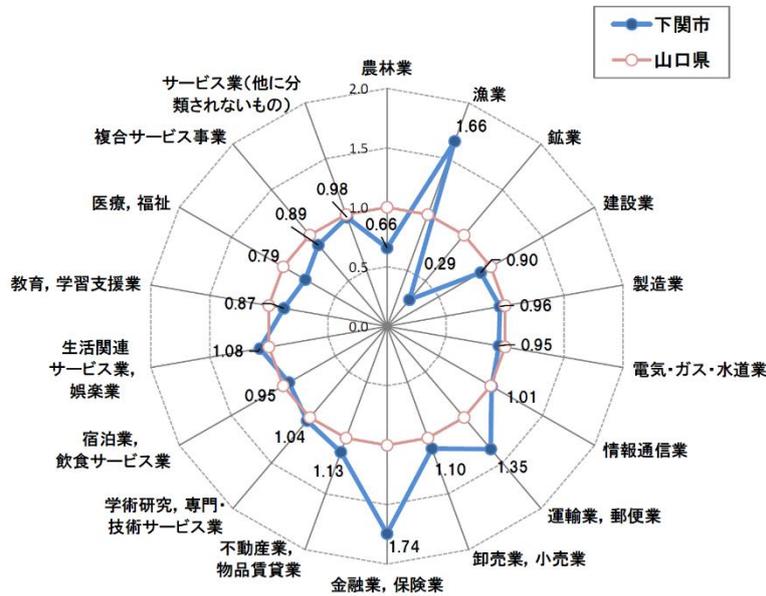
下関市の課題である人口減少及び人口流出を招いている要因として、主に以下の2点が挙げられます。

### ① 産業の停滞

下関市は戦後、漁業や造船業の拠点として経済発展を遂げました。しかし、1970年代以降、漁業資源の枯渇や、オイルショックに伴う燃料費の高騰、国際的な200海里水域制限の定着等の影響により、下関市を支える産業が停滞することとなりました。

近年のデータをもても、下関市の主な産業の一つである漁業に関して、漁業経営体数及び漁獲量ともに大幅な減少となっています。

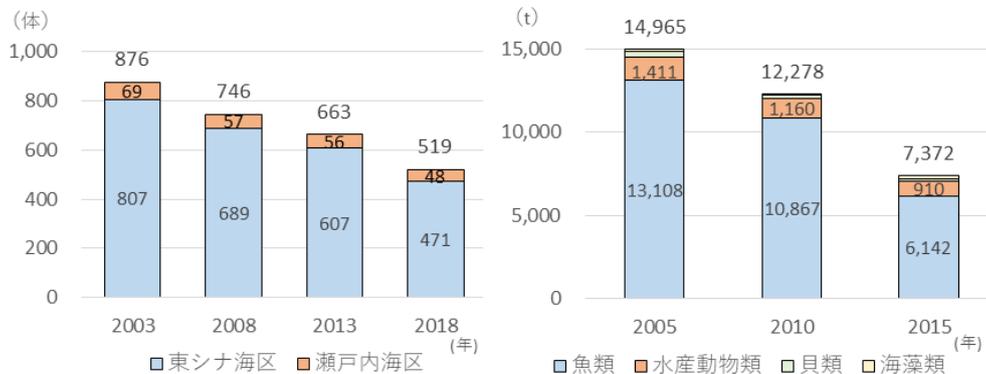
図表 4 下関市の産業特性



出所) 下関市都市計画マスタープラン

※数値は下関市の業種構成比÷山口県の業種構成比

図表 5 下関市の漁業経営体数(左図)及び漁獲量(右図)

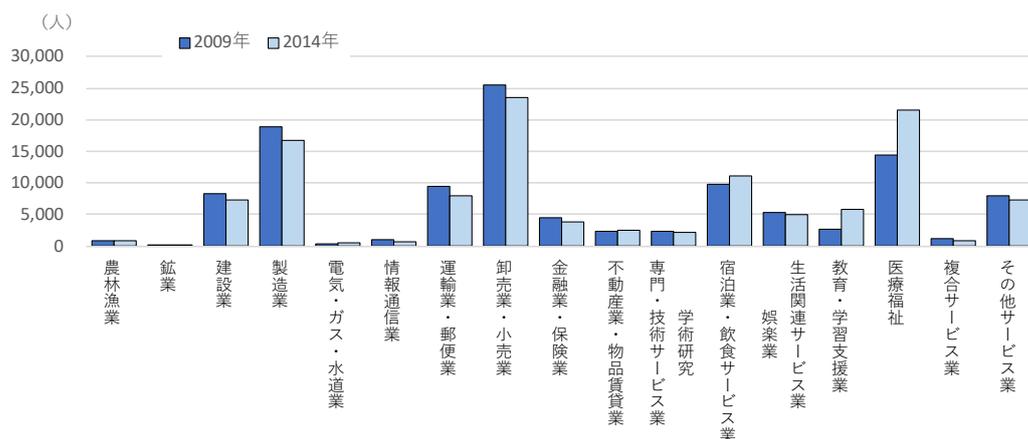


出所) 下関市都市計画マスタープラン

また、下関市の産業別従業者数をみると、主力産業であった製造業、卸売業・小売業の従業者数及び事業所数がともに減少傾向となっています。

下関市では、長期的な主要産業の停滞が、市全体の産業の規模縮小につながっていると考えられます。

図表 7 下関市の産業別従業者数の推移



出所) 下関市都市計画マスタープラン

図表 8 下関市の事業所数・従業者数（従業者4人以上の事業所）



出所) 下関市都市計画マスタープラン

## ② 広域アクセス性向上による都市機能の流出

下関市は山口県内最大規模の都市であり、新幹線等の公共交通インフラが充実していることから、中国・九州都市圏からのアクセスが良好です。また、関門海峡の対岸に位置する北九州市については、戦前から続く連絡船、戦後に開通した関門トンネル、1973年に開通した関門橋等、今日までアクセス性が大きく向上し、強い関係性を有する都市といえます。

これらの背景から、下関市では商業施設や就業先等の都市機能が、より人口規模の大きな北九州市や福岡市、広島市等に流出しやすい状況にあり、都市機能の流出に伴い人口の流出も加速していると考えられます。

図表 9 下関市への広域アクセス



出所) google map を基に作成

## ③ 要因まとめ

下関市では、基幹産業が停滞して市の経済を支える産業の活力が失われていく中で、より大きな需要と労働力の供給がある近接する大都市圏に都市機能が流出し、それに伴い人口減少が加速していることが伺えます。また、人口減少によるマーケットの縮小が、さらなる都市機能の流出を招く悪循環に陥っていると考えられます。

下関市の都市力の低下を防ぐには、この悪循環を断ち切る必要があります。

### (3) 目指すべき方向性

前項で整理した課題及び要因を踏まえ、目指すべき方向性として、「日本を代表するウォーターフロントシティ」を掲げます。

関門海峡という世界でも稀有な景観と、そこに面した広大な開発余地、というポテンシャルを活かして、「ウォーターフロントといえば下関」というイメージを醸成するとともに、対岸の門司港とも一体となって、関門地域の観光地としての価値向上を目指します。

#### 目指すべき方向性

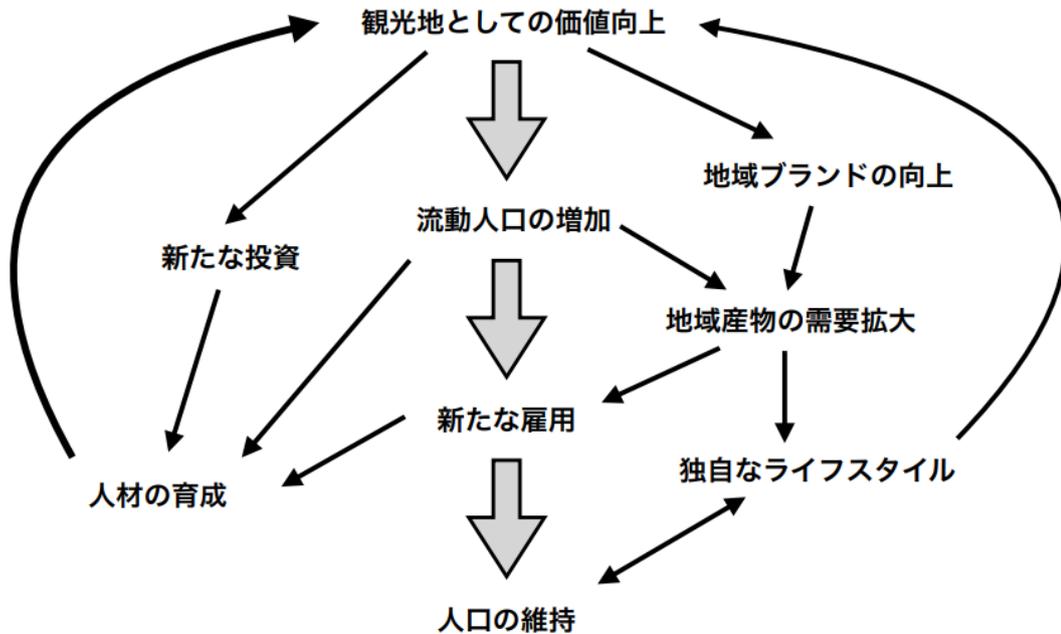
### 日本を代表するウォーターフロントシティ

### (4) 観光の持続的な地域への貢献

観光地としての価値向上は、流動人口が増加し、新たな雇用が生まれ、人口の維持に貢献する、という直接的な効果だけでなく、周囲に新たな投資を波及させ、人材を育成する効果や、地域ブランドを発信するメディアとしての役割を担い、地域産業や独自のライフスタイルを育てる効果が見込めます。

あるかぼーと・唐戸エリアの開発が、観光地としての価値向上の起爆剤となり、観光業という新たな下関市の基幹産業が、人口減少という課題に対して持続的に貢献します。

図表 6 観光の持続的な地域への貢献



## 2. 観光地としてのポテンシャルと課題

下関市の新たな基幹産業として観光業を育成するにあたり、観光地としてのポテンシャルと課題を整理します。

### (1) 観光地としてのポテンシャル

#### ① 関門海峡と港まちの歴史・文化

関門海峡という稀有な地理的環境・景観が、下関における最大の特徴・資源であり、関門海峡が、水産・海運といった港まちの産業を育ててきました。これらが、下関らしさを形づくり、競合観光地との差別化に寄与する最大の資源となります。下関における観光戦略については、関門海峡、港まちの歴史・文化を活用しきる視点が重要です。

図表 11 下関らしさを構成する要素

地理的特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>● 狭いところで約700mしかない海峡を、一日に多い時には1,000隻近くの船が関門海峡を行き交うという稀有な景観を有している。</li><li>● 対岸の北九州とは道路・鉄道・船で結ばれておりアクセスも容易であることから、海を挟んで一体の都市圏を構成している。</li><li>● 漁港、旅客港、貿易港、工業港という多様な種類の港が、中心市街地の都市機能・人口集積エリアと隣接している。</li></ul>
歴史的特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>● 江戸時代には、北前船の中継地として繁栄した。</li><li>● 明治以降は、対岸門司港が大陸貿易の要衝として日本三大港に位置づけられ、下関は対韓貿易の中心地として栄えた。</li><li>● 本州の最西端であり、海上交通の要衝というロケーションから、歴史のターニングポイントとなる出来事の舞台となってきた。（壇之浦の合戦、巖流島の決闘、下関戦争等）</li></ul>
文化的特徴	<ul style="list-style-type: none"><li>● フグ、クジラ、アンコウ、ウニ、イカといった、特徴ある水産物の産地となっている。特に、フグ、クジラについては、下関の歴史と深く結びついており、下関市民のアイデンティティを形成する要素となっている。（フグ食解禁の地、近代捕鯨発祥の地等）</li></ul>

## ② ウォーターフロント開発の余地

下関は、あるかぼーと・唐戸エリアという、世界でも稀有な観光資源、関門海峡に面した広大なウォーターフロント開発用地を残しています。

国内外には、港湾の景観や産業・文化を観光資源として活かし、観光地として成功している事例が多数存在します。以下に事例をピックアップし特徴を整理しました。

国内外の魅力的なウォーターフロント事例を踏まえると、①水辺に近づくこと、②歩いて楽しいこと、③港らしさを感じられること、といった要素が備わっていることが伺えます。

図表 12 国内外の魅力的なウォーターフロント事例

	名称	主な特徴
国外	● シドニー ダーリングハーバー (オーストラリア)	<ul style="list-style-type: none"> <li>海辺の都市として港湾エリアやビーチ、海辺の公園等、水辺空間が充実した都市である。特に、ダーリングハーバーは 1980 年代以降から開発が進められてきており、現在も新たな開発が進行中の最先端のエリアである。</li> <li>水辺に面したパブリックスペースやレストラン、子どもの遊び場等、世代を問わず、市民・観光客ともに楽しめる場所やコンテンツを豊富に展開している。</li> </ul>
	● 香港西九龍地区 (中国)	<ul style="list-style-type: none"> <li>国際的な芸術と文化の拠点形成を目指す、香港最大のウォーターフロント開発プロジェクトである。</li> <li>エリア一体に文化芸術機能が点在しているとともに、海辺に面したアートパークがあり、海を臨み憩うことができる芝生や遊歩道等が整備されている。また、海を臨むレストランやカフェが整備されているほか、日常的にアートイベントが開催され賑わいを創出している。</li> </ul>
	● マルセイユ旧港 (フランス)	<ul style="list-style-type: none"> <li>マルセイユの代表的な観光スポットであり、主に小型船用のヨットハーバーとして使われている。</li> <li>ヨーロッパ有数のマリンレジャースポットであり、マルセイユの港まちのや歴史、地元名産を堪能するクルーズツアー等、船を使いこなしたアクティビティが展開されている。</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ジェノヴァ旧港 (イタリア)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ジェノヴァ出身の探検家、クリストファー・コロンブスの1492年の「新大陸発見」から500年を記念して開催された、1992年のジェノヴァ EXPO (国際博覧会) 開幕に合わせて再開発されたエリアである。</li> <li>● 埠頭を利用したイタリア国内で最大規模の水族館や倉庫を利用した商業施設、イベント会場等が整備され、市民に開かれたウォーターフロントとなって賑わっている。また、長らく船舶の都市であった歴史から、国際的なボートショーの開催場所となっている。</li> </ul>
国内	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 天王洲アイル (東京)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 1985年に都市開発が開始されて以降、民間主体や官民連携主体等、目的に応じた多様なエリアマネジメント主体の関与により、運河沿いの散策や水上コンテンツ (船上レストランや舟運等) を楽しむことができるまちづくりが推進されている。</li> <li>● 一般社団法人天王洲・チャンネルサイド活性化協会は、寺田倉庫株式会社を中心に発足され、アートと水辺のまちづくりの推進に向けた様々なソフト事業を展開している。</li> </ul>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● タグボート大正 (大阪)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大正区の最北端にある尻無川の川辺に位置する、食・音楽・アート・ものづくりが交わる複合施設である。</li> <li>● 船を彷彿とさせる外観の施設内には、大阪を中心に営業している店舗や、地産地消に取り組む店舗を中心に、レストランやカフェ、バー等全18店舗の飲食店が稼働。また、各テナントが主催するイベントを通じて、タグボート大正をベースとしたコミュニティに地元の方々を巻き込んだ、大正ならではの賑わいづくりが続々と進む。</li> </ul>

図表 137 国内外の魅力的なウォーターフロント事例の構成要素

“水辺に近づける” ウォーターフロント
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 水辺との距離感が近く、水に直接触れることで楽しむものや、水辺の近くの雰囲気を楽しむことができる。</li> <li>● SUP 等の水上アクティビティ、釣り、水遊びのできる遊び場等、水に直接触れることで楽しむことができる。</li> <li>● 水辺に開けた眺めの良いテラス席や水辺に面したイートインスペース等水辺空間を身近に感じることができる雰囲気や景観を楽しむことができる。</li> </ul>
“歩いて楽しい” ウォーターフロント
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海を臨む広場や遊歩道のパブリックスペース、多様な店舗や飲食スペースが連なることで、思わず歩きたくなるような空間となっている。</li> <li>● 様々なアート・音楽イベント等がパブリックスペースで開催され、日常的な賑わいが創出され、回遊性を触発させる。</li> </ul>
“港らしさを感じる” ウォーターフロント
<ul style="list-style-type: none"> <li>● 水揚げされたばかりの新鮮な魚介類が並ぶフィッシュマーケットなど、港まち・漁師町の雰囲気を感じられる。</li> <li>● 港まちの景観や歴史、観光スポットをめぐり、地元名産を堪能するクルーズツアー等、港まちとして繁栄してきた船を使いこなしたアクティビティを体験できる。</li> <li>● 港を一望できる展望台や港と市街地の境界をなくし、水との距離を近づける空間設計により、港まちらしさの雰囲気を感じられるよう工夫している。</li> <li>● 倉庫を活用した商業施設や水族館等のような、海や港を彷彿とさせる都市整備がなされている。</li> </ul>

## (2) 現状の課題

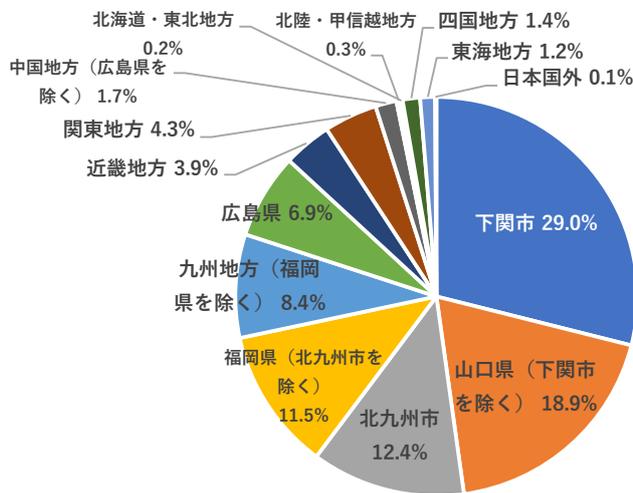
観光地としての現状の課題として、下記に示すとおり滞在時間が短いこと及び観光消費額が低いことが挙げられます。

### ① 滞在時間が短い

下関市を訪れる観光客の居住地構成をみると、下関市内在住者及び中国・九州地方からの観光客が全体の約 87%を占めており、ほとんどの観光客が日帰り圏内から訪れています。

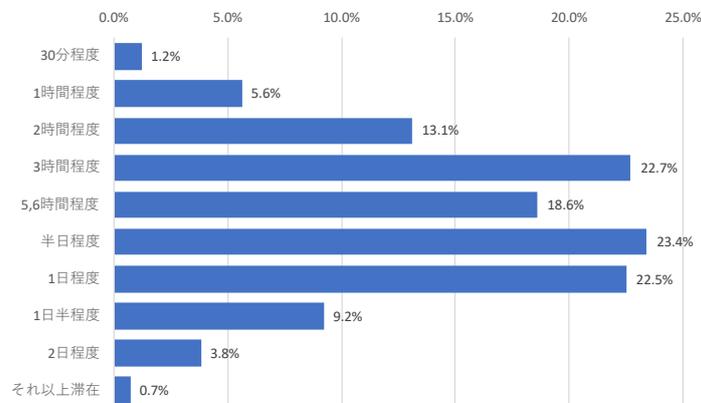
実際に観光客の多くは日帰り客であり、滞在時間は3時間程度や半日程度と、非常に短い状況となっています。

図表 14 下関市を訪れる観光客の居住地構成



出所) 下関市観光動態調査報告書（平成 29 年 9 月）

図表 15 下関市での滞在時間



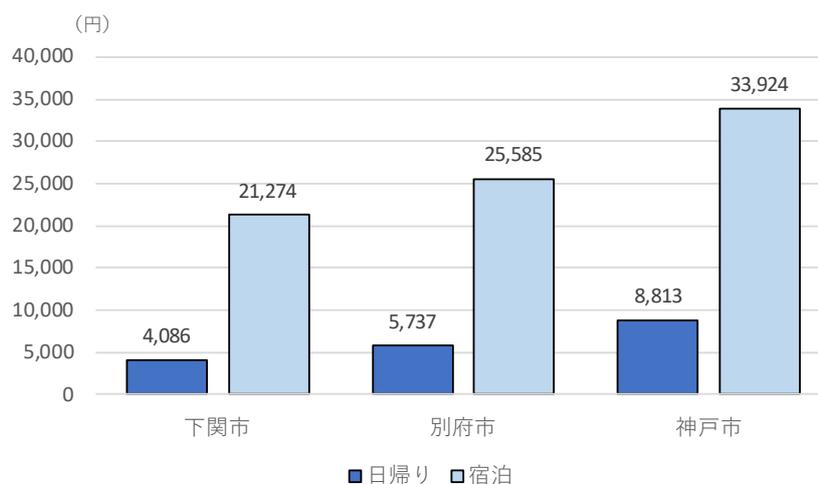
出所) 下関市観光動態調査報告書（平成 29 年 9 月）

## ② 観光消費額が低い

下関市を訪れる日帰り観光客の平均消費額は4,086円、宿泊観光客の消費額は21,274円であり、近隣の観光地である別府市<sup>1</sup>や日本を代表するウォーターフロントである神戸市と比較すると日帰り・宿泊ともに低い水準となっています。

また、観光客数全体に対する宿泊客数の割合は、下関市で16.1%、全国平均で23.8%と、下関市は宿泊客が少ないことも、観光消費額全体を押し下げている要因といえます。

図表 16 平均観光消費額（2016年）



出所) 下関市観光動態調査報告書(平成29年9月)

平成28年別府市観光動態要覧

平成28年観光動向調査について(神戸市)

<sup>1</sup>別府市については、「平成28年別府市観光動態要覧」において、別府市単体での消費額が算出されておらず、大分県の消費額が採用されているため、その額を記載した。

### (3) 競争力のある観光地となるための3つの要素

今後、下関を中心に関門が日本を代表するウォーターフロントシティとして、国内・海外において競争力のある観光地となっていくためには、下記の3つの要素が必要と考えます。

#### 要素1 滞在する魅力イメージの醸成

全国で人気の高い、遠方から多くの観光客が訪れる観光地には、「ここでこれをしたい」という明確な目的となり得る、地域の資源・魅力を活用した独自の体験価値があります。これらは、テーマパークのように地域の歴史や生活から分断されたものや、奇抜なアイデアではなく、「地元の人にとっては生活の一部であるもの」「地元の人にとっては当たり前だけど、外から見ると珍しいもの」にこそ高い付加価値が見出されています。

下関においては、こうした独自の体験価値が認知されていないため、遠方からの観光客の集客が十分ではなく、結果として滞在時間が短くなる要因になっていると考えます。

図表 17 独自の体験価値が認知されている観光地例

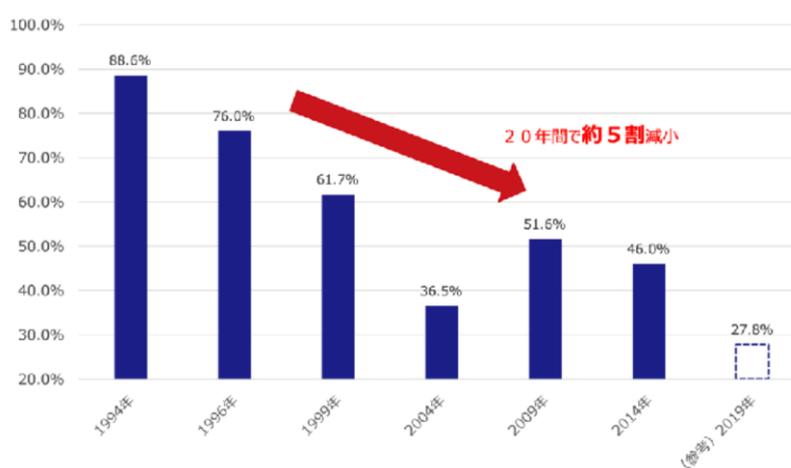
福岡	天神・中洲の屋台
箱根	温泉街
しまなみ海道	サイクリング
ニセコ	パウダースノー

## 要素2 観光市場の変化への継続的な対応

国内の観光市場のトレンドは、バブル期以降「団体旅行・周遊型」から「個人旅行・滞在型」に大きく変化しています。旅行会社がツアーを組んで名所旧跡・お土産屋を団体でめぐる旅行の形から、インターネットや SNS を通じて個人が情報を集め、よりローカルな文化体験を求める旅行の形への変化です。にもかかわらず、国内の観光地には未だに団体客・ツアー周遊向けのビジネスモデルから脱却できていない場所が数多くあります。

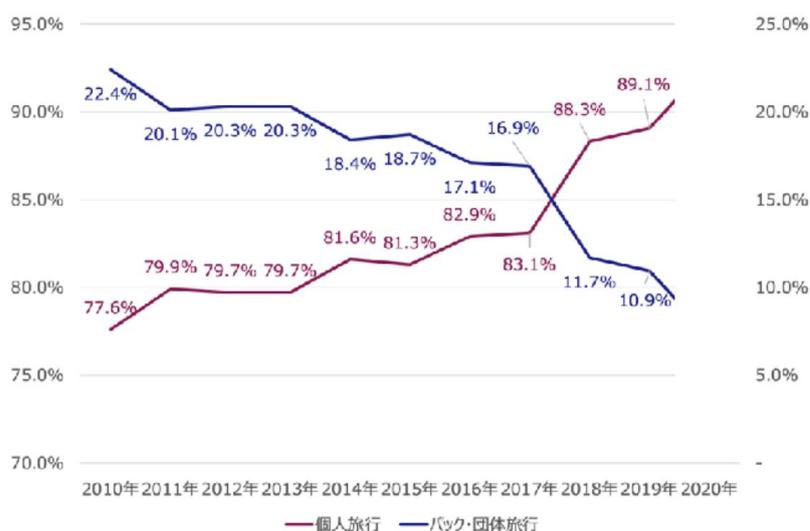
今後、下関が競争力のある観光地となっていくためには、こうした観光市場の変化を敏感に捉え、継続的に適応し続けていく施策が必要です。

図表 18 社員旅行の実施率の推移



出所) 産労総合研究所「社内イベント・社員旅行等に関する調査」  
 ※2019年度調査では計算方法を変更して算出しているため参考数字

図表 19 個人旅行、パック・団体旅行の割合の推移



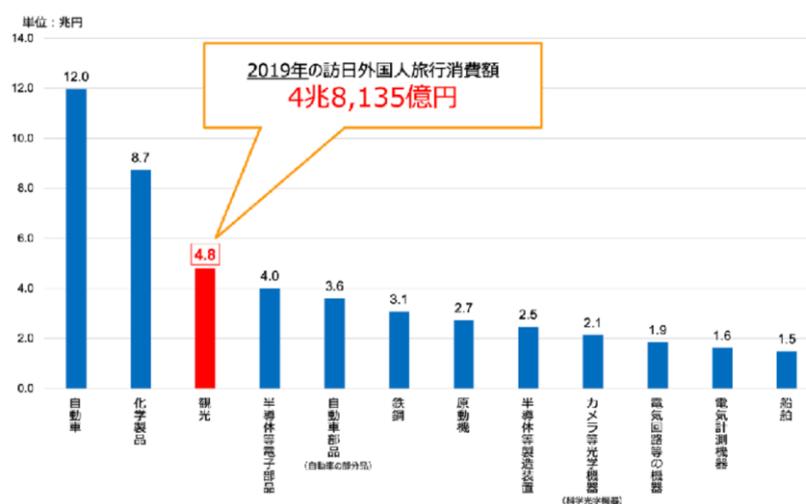
出所) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」

### 要素3 成長セグメントであるインバウンドへの訴求

訪日外国人の旅行消費額は、すでに国内製品の輸出額の中では第3位の市場規模となっていますが、今後も、訪日外国人観光客はさらに増加し、急増する国際旅行市場の中でのアジアの重要度は増していくことが見込まれます。

現在、下関を訪れる観光客は、中国・九州地方からの日帰りニーズが大半を占めていますが、下関が観光を新たな基幹産業として育てていく上では、成長セグメントとしてのインバウンドをしっかりと取り込んでいく施策が必要となります。

図表 20 訪日外国人旅行消費額の製品別輸出額との比較



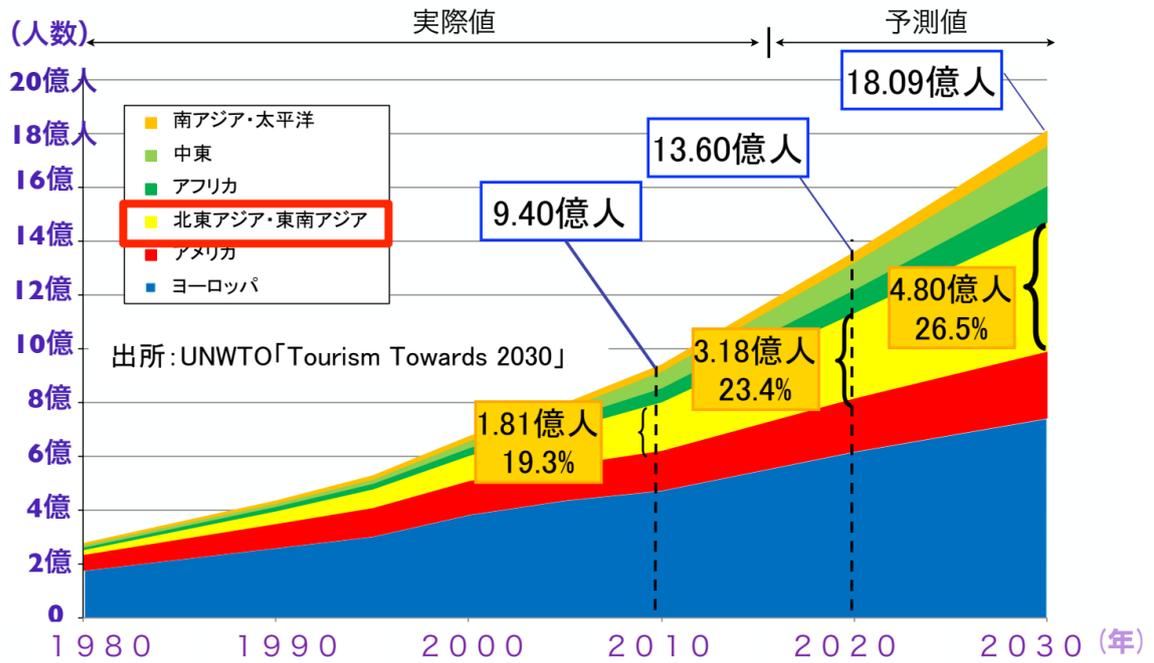
出所) 観光庁

図表 21 訪日外国人観光客数の推移 (2019年まで)



出所) 訪日ラボ

図表 22 急増する国際旅行市場とアジアを訪れる比率の増加



出所) 世界観光機構 (UNWTO)

### 3. 開発コンセプト

#### (1) 下関における「3つの要素」の実現

下関を中心に関門が日本を代表するウォーターフロントシティとして認知されていくためには、「3つの要素」を下関にどう落とし込むかが重要です。

まず、「滞在する魅力イメージ」については、あるかぼーと・唐戸エリアの最大の魅力である関門海峡を活かしきること、独自の価値が生まれるものと考えられます。

さらに、単に海峡そのものを堪能するだけではなく、海峡があったからこそ生まれた食、文化、歴史、生活様式などで形づくられた「リアルな港まち」を存分に体験できる仕掛けを用意することで、市民にとっては、海峡の魅力を改めて誇りに思える場所となり、観光客にとっては、他にはない目的地として行きたくなる場所が生まれます。

そうした海峡の魅力や地元ならではの魅力が感じられる場所や体験、イベントが多数存在することにより、お決まりのコースをたどる観光地ではなく、自分で行きたい場所・体験したいものを選んで、時間をかけて滞在したくなる観光地となります。

そうして磨き上げた本物の魅力を世界に発信し、年々高まるインバウンド需要を取り込むことにより、一層のブランドイメージの強化を図り、さらなる投資と魅力の向上につながる好循環を生み出します。

#### (2) 開発コンセプト

上記を踏まえて、あるかぼーと・唐戸エリアの開発コンセプトを「**海峡を遊びこなし、朝から夜までめぐって楽しい、現代日本の港まち**」と設定します。

最大の観光資源である関門海峡を、眺めるだけでなく多様な手段で遊びこなし、場所や時間によって移り変わる魅力がエリアを回遊する楽しみをつくり出し、下関・関門の港まちらしい景観・文化を楽しみ尽くすことができるエリアを目指します。

さらには、関門海峡を挟んだ門司港と連携した取組により、より一層の賑わい創出及び波及効果の創出を目指します。

開発コンセプト

**「海峡を遊びこなし、朝から夜までめぐって楽しい、現代日本の港まち」**

##### 戦略

- ① **海峡を遊びこなし**  
眺める、近づく、触れる等、海峡との接点を生み出す多様な居場所をつくる。  
イベント・アクティビティの場、移動手段として海峡を使いこなし。
- ② **朝から夜までめぐって楽しめる**  
早朝の市場の活気や、海峡の夜景など、時間によって異なる魅力をつくっていく。  
多様な魅力をもったゾーンを動線・サイン・モビリティ等で結びつけ、まちをめぐる楽しみをつくり出す。
- ③ **港まちらしさにフォーカスする**  
地場の水産物が楽しめるというのはもちろんのこと、釣りやクルージングといったアクティビティ、船での搬出入の利点を活かした巨大アートなど、港まちらしさや港の強みを活かした体験をつくっていく。

## 4. 目標設定

### (1) 定量的な目標

本プランの策定から10年後に当たる令和14年度までに達成すべき定量的な目標として、①旧下関地区の観光客数、②旧下関地区の宿泊客数及び宿泊客数の割合、③市全体の平均観光消費額を設定します。

観光地の価値を示す最も基本的な数値である観光客数については、これまでの本市の実績値を踏まえ、500万人を目標とします。

また、観光地としての本市の課題として、滞在時間の短さがあげられることを踏まえ、旧下関地区の宿泊客数を100万人、観光客数に占める宿泊客数の割合を20%に引き上げることを目指します。

さらに、もう一つの本市の課題として、観光消費額の低さが挙げられることを踏まえ、近隣の観光地である別府市や、日本を代表するウォーターフロントである神戸市を参考に、日帰り客の観光消費額については7,000円、宿泊客の観光消費額については34,000円を目標とします。

観光客数全体として、これまで以上の伸び率を達成しつつ、全国の主要な観光都市同等の宿泊比率、観光消費額を達成し、地域の経済に貢献する観光地の姿を目指します。

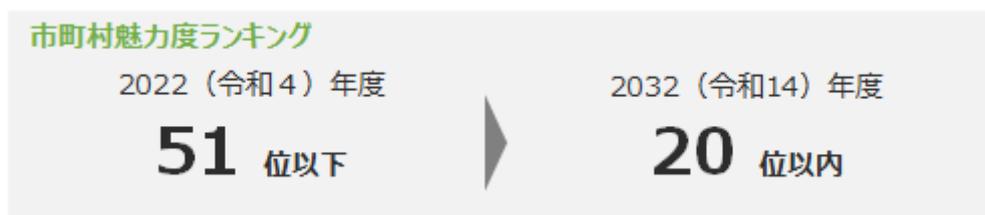
なお、各目標値は新型コロナウイルス感染症の影響を受ける前の数値を基に算定していますが、この影響により既に大きな変化が起きている可能性があるため、今後、改めて観光動態調査を行い、必要に応じて目標値の見直しを行います。

<b>旧下関地区の観光客数（実人数）</b>	
2019（令和元）年度	2032（令和14）年度
<b>415</b> 万人	<b>500</b> 万人
<b>旧下関地区の宿泊客数</b>	
2019（令和元）年度	2032（令和14）年度
<b>64.5</b> 万人	<b>100</b> 万人
<b>観光客数に占める宿泊客数の割合</b>	
<b>15.7</b> %	<b>20</b> %
<b>下関市における1人当たり観光消費額（日帰り）</b>	
2016（平成28）年度	2032（令和14）年度
<b>4,086</b> 円/人	<b>7,000</b> 円/人
<b>下関市における1人当たり観光消費額（宿泊）</b>	
<b>21,274</b> 円/人	<b>34,000</b> 円/人

## (2) ランキング目標

下関が観光地としてのみならず、市民から見た居住地としても魅力的な場所となっていることを示す指標として、市町村魅力度ランキングを採用し、令和14年度に20位以内を目指します。

市町村魅力度ランキングについては、これまで下関市は51位以下<sup>2</sup>の順位を推移してきました。2022年の調査結果20位以内の市町村は、全国的に観光地・居住地としての魅力が強い場所として認知されています。これらの都市と肩を並べる位置にまで下関市が魅力と知名度を高めることを目指し、市町村魅力度ランキングは20位以内に入ることを目標とします。



図表 23 2022（令和4）年度市町村魅力度ランキング

順位		市区町村	都道府県	魅力度(点)	
2022	2021			2022	2021
1000市区町村平均				11.2	11.0
1	1	札幌市	北海道	63.9	63.9
2	3	京都市	京都府	59.5	62.0
3	2	函館市	北海道	58.7	62.8
4	6	横浜市	神奈川県	56.1	52.0
5	4	小樽市	北海道	55.8	56.1
6	7	神戸市	兵庫県	55.7	50.4
7	5	鎌倉市	神奈川県	52.1	54.8
8	9	金沢市	石川県	50.9	48.6
9	12	那覇市	沖縄県	49.8	47.1
10	11	石垣市	沖縄県	49.4	47.7
11	10	富良野市	北海道	49.0	48.5
12	8	軽井沢町	長野県	48.8	49.2
13	17	熱海市	静岡県	45.8	44.1
14	13	仙台市	宮城県	45.5	46.7
15	14	日光市	栃木県	44.3	45.7
16	15	宮古島市	沖縄県	43.7	44.6
17	20	別府市	大分県	43.0	42.8
18	24	沖縄市	沖縄県	42.2	39.9
19	25	名古屋市	愛知県	41.9	37.4
20	15	屋久島町	鹿児島県	41.8	44.6

出所) 地域ブランド調査 2022

<sup>2</sup>調査年度により 51 位以下は公表されない場合があるため、「51 位以下」とした。

### (3) 新たなデータを活用したモニタリング<sup>3</sup>

近年、日本各地で取組が進む IT 技術の活用等により取得可能になりつつあるデータのうち、リアルタイム性が高いデータや、より詳細な把握が可能なデータについては、これまで以上に正確に来街者の動向等を把握することができ、取組の改善や新たな展開を検討するのに有用であると考えます。

具体的な例として以下に示すデータ等について取得目的及び方法等を検証のうえ、モニタリングに活用することを今後検討していきます。

図表 24 具体的なモニタリング活用の例

観点	想定されるデータ
来街者に関するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 滞在満足度</li><li>・ 滞留時間（時期・時間帯・曜日別、地点別等）</li><li>・ 実質来訪者数</li></ul>
交通に関するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 移動方法別移動者数（歩行者、自転車、自動車、その他パーソナルモビリティ等）</li><li>・ 関門海峡間の連絡船の利用者の動向（利用者数や頻度、属性等）</li></ul>
事業者に関するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 売上データ</li><li>・ 店舗別来訪者数</li></ul>
ブランディング <sup>4</sup> に関するもの	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 「関門」としての認知度（Web での検索数や SNS 分析等）</li></ul>

<sup>3</sup>ある人や物事を観察し、記録し続けること

<sup>4</sup>ブランドをつくり、世間に浸透させる活動

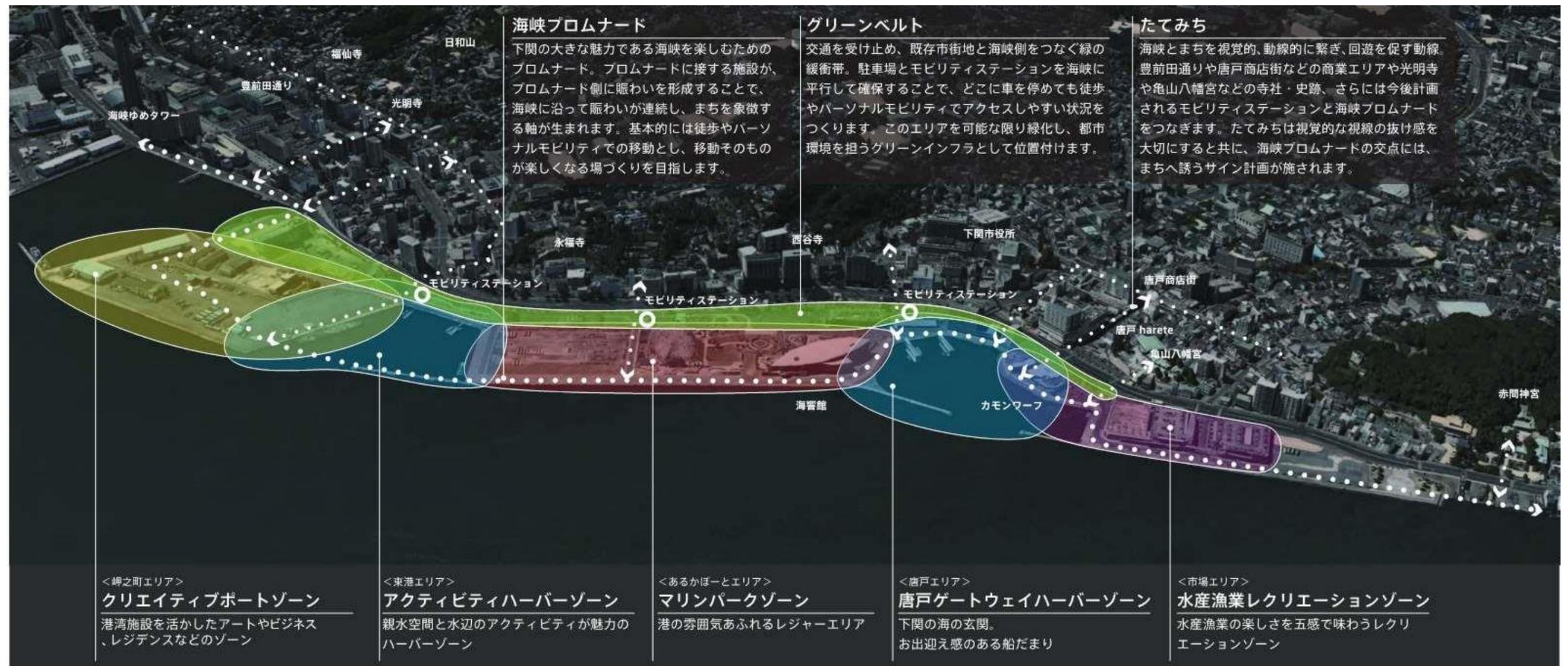
## 第3章 ゾーニング・導入機能

### 1. ゾーニング

港まらしさを共通の要素としてもちつつ、回遊する楽しさが生まれるように、エリアを3つのゾーンと2つの船だまりに分け、それぞれに違った個性をもたせます。唐戸市場、海響館、今後開業予定のリゾナーレ下関（仮称）、岬之町の旧コンテナターミナルといった既存の要素がもつイメージやそれぞれの顧客層との相性を活かした各ゾーンの特徴を設定します。

グリーンベルトで自動車や中距離モビリティ<sup>5</sup>を受け止め、エリア内の移動は海峡プロムナード<sup>6</sup>等をメイン動線として、徒歩や電動スクーター等のパーソナルモビリティで水辺を楽しくかつ安全に回遊できる環境を整えます。

山側市街地や史跡といった既存の魅力と、新たに整備されるあるかぼーと・唐戸エリアを、動線・視線・サイン<sup>7</sup>等によって結びつけることでまち全体への賑わいの波及につなげるとともに、観光客にはよりディープなまち歩きの楽しさを提供します。



<sup>5</sup>人やものを空間的に移動させる機能

<sup>6</sup>散歩道、遊歩道

<sup>7</sup>案内看板や標識等を指し、情報の伝達や動線誘導を促すもの

## 2. 各ゾーンの導入機能と実現イメージ

### (1) 水産漁業レクリエーションゾーン・唐戸ゲートウェイハーバーゾーン

#### ① 整備方針

##### 【水産漁業レクリエーションゾーン】

唐戸市場とカモンワープは地場の味と水産業が思いっきり楽しめるエリア。

食と水産業・漁業をテーマにコンテンツを集積させ、唐戸市場の熱気を楽しみながら地場の食を五感で味わえる日本随一の食文化エリアを目指します。

##### 【唐戸ゲートウェイハーバーゾーン】

船旅のワクワク感を演出するお出迎え感のある玄関口。

連絡船発着所周辺のお出迎え感をアップさせ、関門旅行を象徴する場所へと整え、船旅のワクワク感をより一層高めます。

#### ② 導入を検討する機能

##### ■市場の活気と港まちの風情を楽しむ食物販機能

唐戸市場の本物感と熱気はそのままに、カモンワープや場外も活用して、市場の活気・港まちのレトロ感・海辺の風情を楽しめる下関ならではの飲食エリアをつくります。

- ・ 市場の活気を味わい尽くす充実の場内飲食
- ・ レトロテイストをおしゃれに楽しむ角打ちや横丁
- ・ 港の風情に浸る場外レストラン

##### ■唐戸市場エリアの活性化

プロ向けの卸売のみならず、地元の方々や観光客が気軽に新鮮な水産物を購入できる、鮮魚スーパーのような機能を複合させることを今後検討していきます。

- ・ “ついで買い” やその場で飲食するニーズにも対応できる、お酒、惣菜、その他の食品等の販売スペース

また、買った魚介類や隣接する釣り堀で釣った魚を用いて、市場らしい新たな体験価値をつくり出すサービスを増やします。

- ・ 調達した魚介類をその場で調理してくれるサービス
- ・ 調達した魚介類をBBQで楽しめるサービス

#### ■水産業・漁業をテーマにした体験型コンテンツ

水産業・漁業に関する体験型の食コンテンツを導入します。釣り・調理・加工等、水産業・漁業のエッセンス<sup>8</sup>を五感で楽しめるコンテンツとします。

- ・ 練り物づくりが楽しめる物産体験ファクトリー
- ・ 釣った魚はBBQか市場で調理、生け簀釣り体験
- ・ 市場の海鮮を焼いて楽しむ浜焼きBBQ

#### ■関門旅行を彩るゲートウェイ機能

デザイン性に優れたターミナルや海を感じさせるアートで玄関口にふさわしいお出迎え感のある場所へと整えます。

- ・ 船旅の高揚感を高めるターミナル
- ・ シンボリック<sup>9</sup>なアートオブジェ

#### ■回遊旅行へといざなう観光案内機能

ゲートウェイを周遊観光旅行の拠点にします。港を眺める心地よい観光案内所を設け、周辺観光地へと誘います。

- ・ 休憩と乗船待合を兼ねた観光案内所

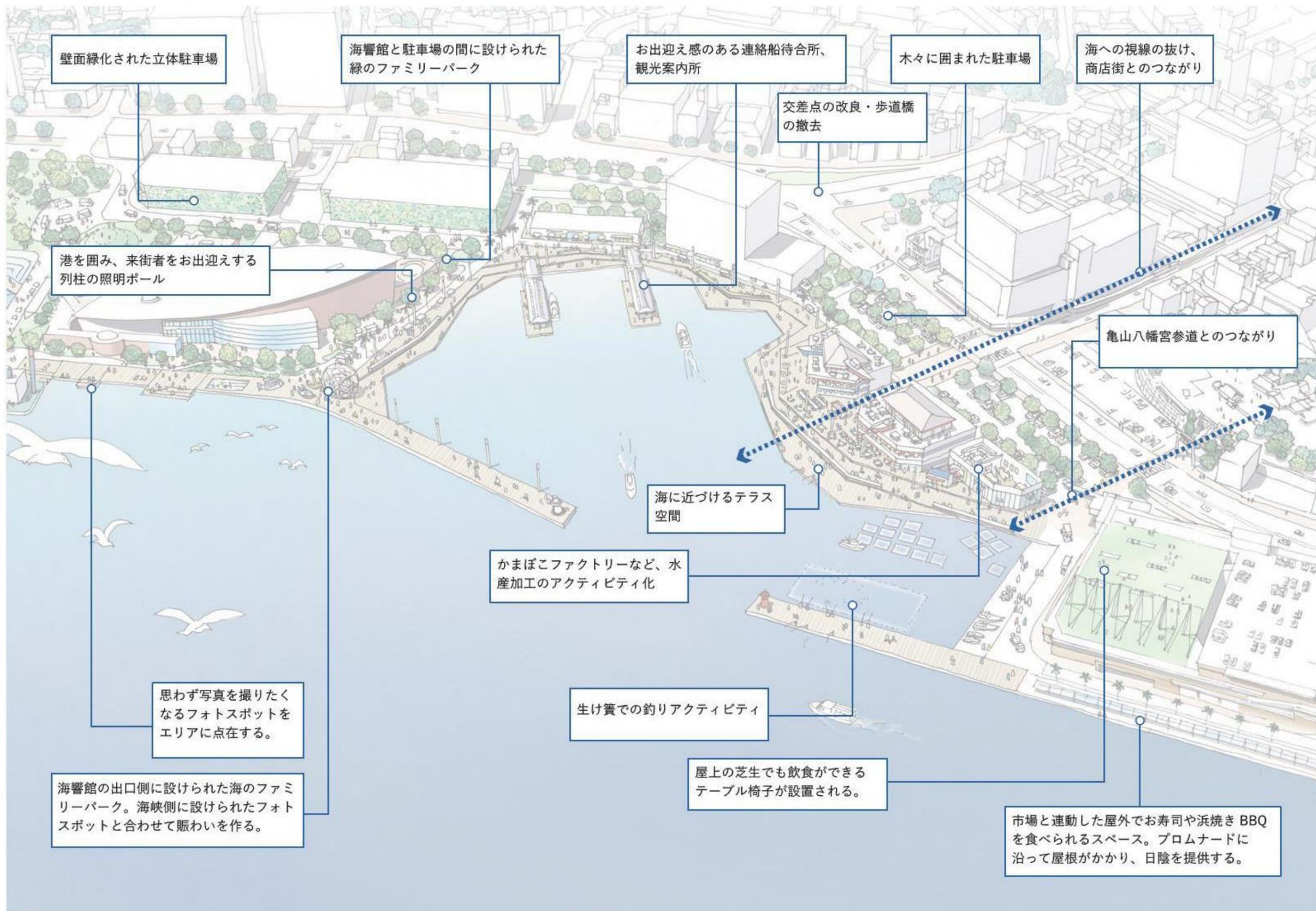
---

<sup>8</sup>本質的な要素

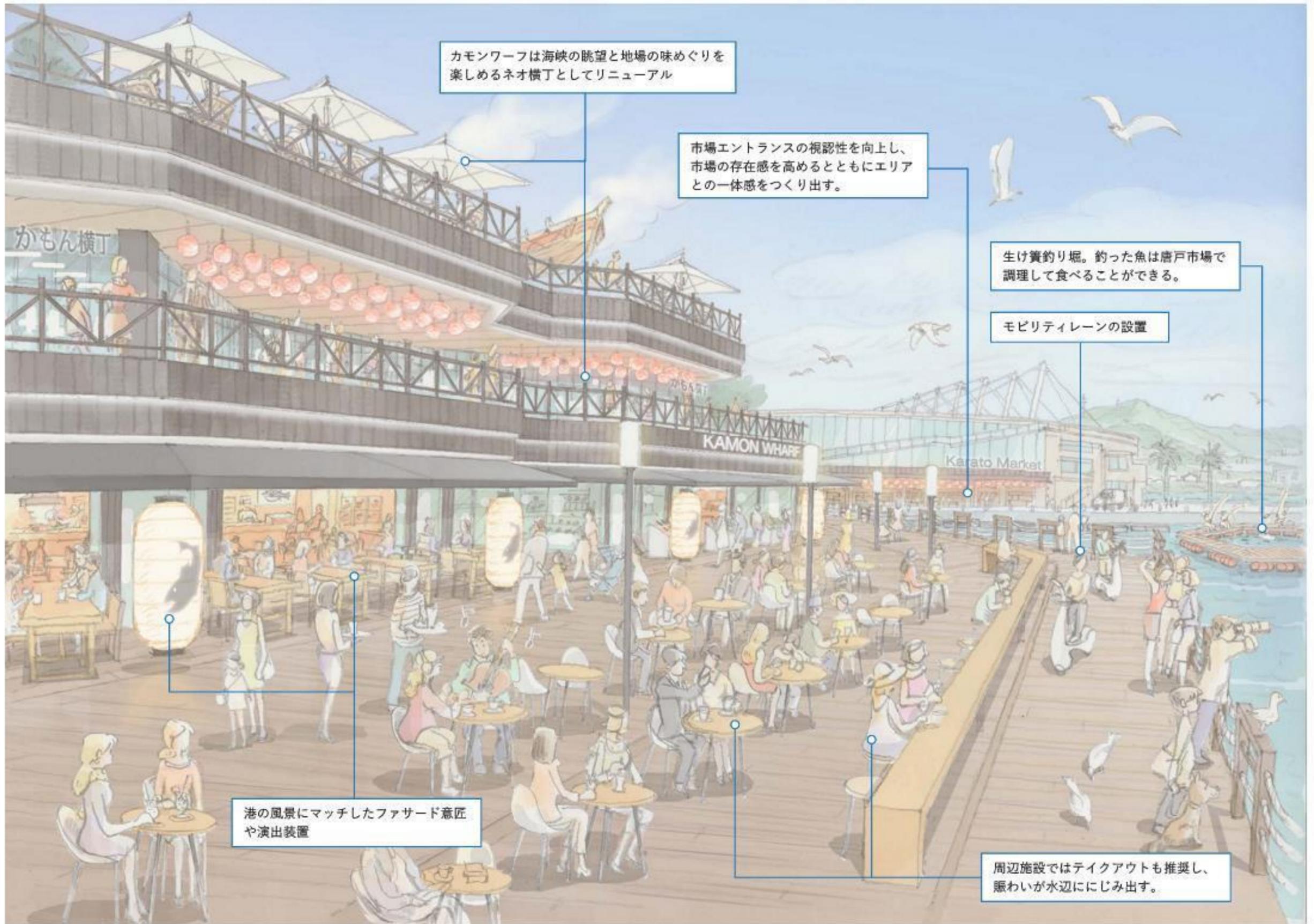
<sup>9</sup>象徴的な存在

③ 実現イメージ









カモンワーフは海峡の眺望と地場の味めぐりを  
楽しめるネオ横丁としてリニューアル

市場エントランスの視認性を向上し、  
市場の存在感を高めるとともにエリア  
との一体感をつくり出す。

生け簀釣り堀。釣った魚は唐戸市場で  
調理して食べることができる。

モビリティレーンの設置

港の風景にマッチしたファサード意匠  
や演出装置

周辺施設ではテイクアウトも推奨し、  
賑わいが水辺ににじみ出す。

## (2) マリンパークゾーン

### ① 整備方針

港の雰囲気あふれる、みんなのレジャーエリア。

海響館のファミリーな空気感を高めながら、港の雰囲気を上質に解釈したハレの日レジャー施設を加え、ファミリー、カップル、観光客等の多種多様な人たちが楽しめるエリアとします。

### ② 導入を検討する機能

#### ■ファミリー向けの遊び場

海響館周辺ではファミリー向けコンテンツの充実を図ります。海をモチーフとした遊具や、親水広場を設け、子どもたちが海峡と親しめる場所とします。

- ・ 海をモチーフとしたプレイグラウンド
- ・ 子どもたちが安心して遊べる親水広場
- ・ 両親は安心、子どもはニコリな託児施設

#### ■ベイサイドの雰囲気を楽しめる憩い機能

“あるかばと”の滞在性を高めます。可動式ストリートファニチャーや景色を楽しめる場所を設けます。充実した海峡時間を過ごせる憩いの空間とします。

- ・ 使い方を自由に変えられる可動式ファニチャー
- ・ 海峡を眺めて過ごせるパブリックスペース
- ・ 停泊船への乗船体験や船上アクティビティ

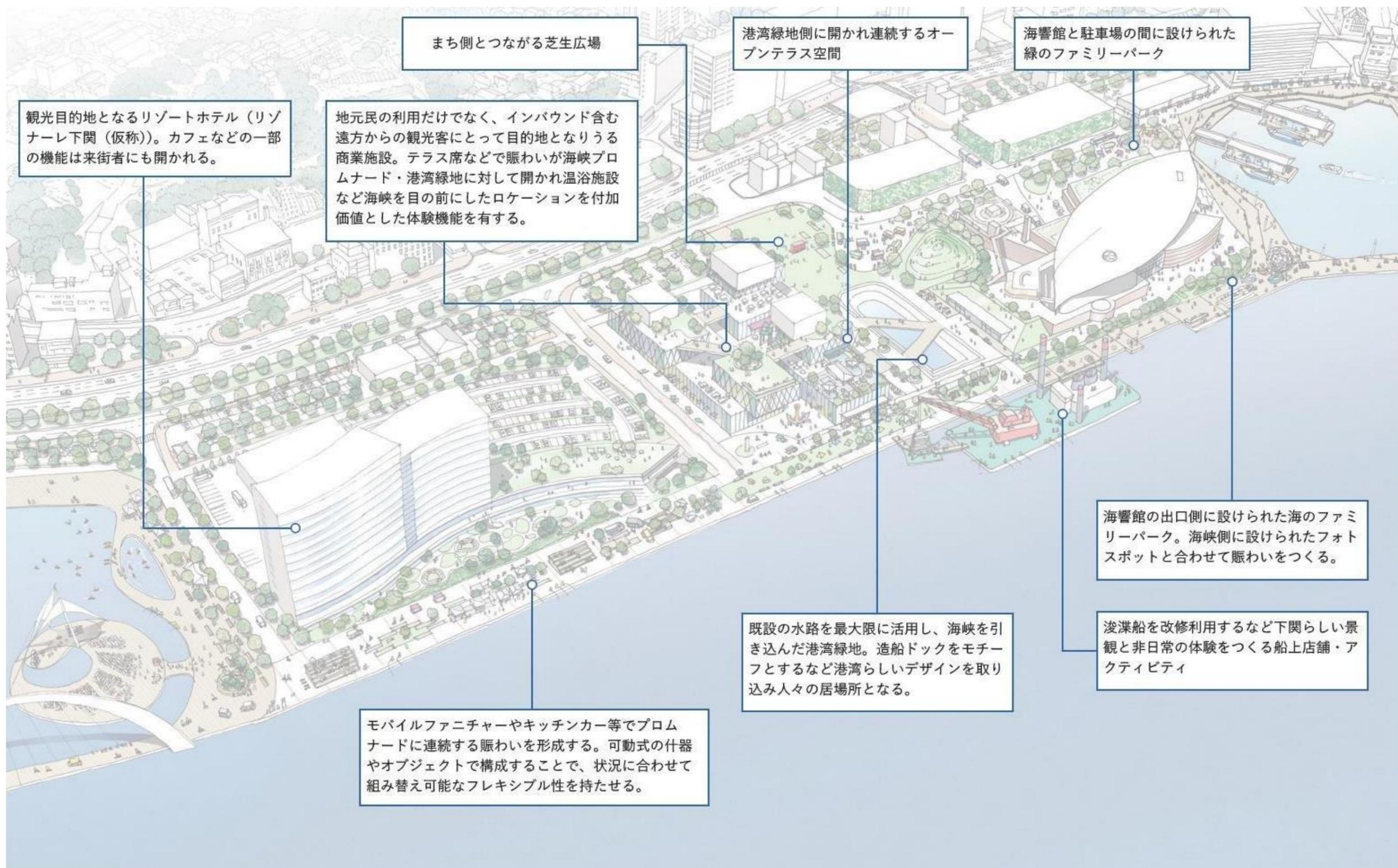
#### ■ハレの日を港で過ごしたくなるレジャー機能

高感度な複合商業施設やハイグレードなホテルを設置します。海峡の景色や港湾緑地を取り込んだ計画とします。屋外テラス席や緑地でのイベントの開催により、賑わいが外までにじみ出すエリアとします。

- ・ ハレの日に使いたくなる高感度な複合商業施設
- ・ 海峡の景観を楽しめるハイグレードなホテル
- ・ 商業と融合した憩いと賑わいのある港湾緑地

③実現イメージ





まち側とつながる芝生広場

港湾緑地側に開かれ連続するオープンテラス空間

海響館と駐車場の間に設けられた緑のファミリーパーク

観光目的地となるリゾートホテル（リゾートナーレ下関（仮称））。カフェなどの一部の機能は来街者にも開かれる。

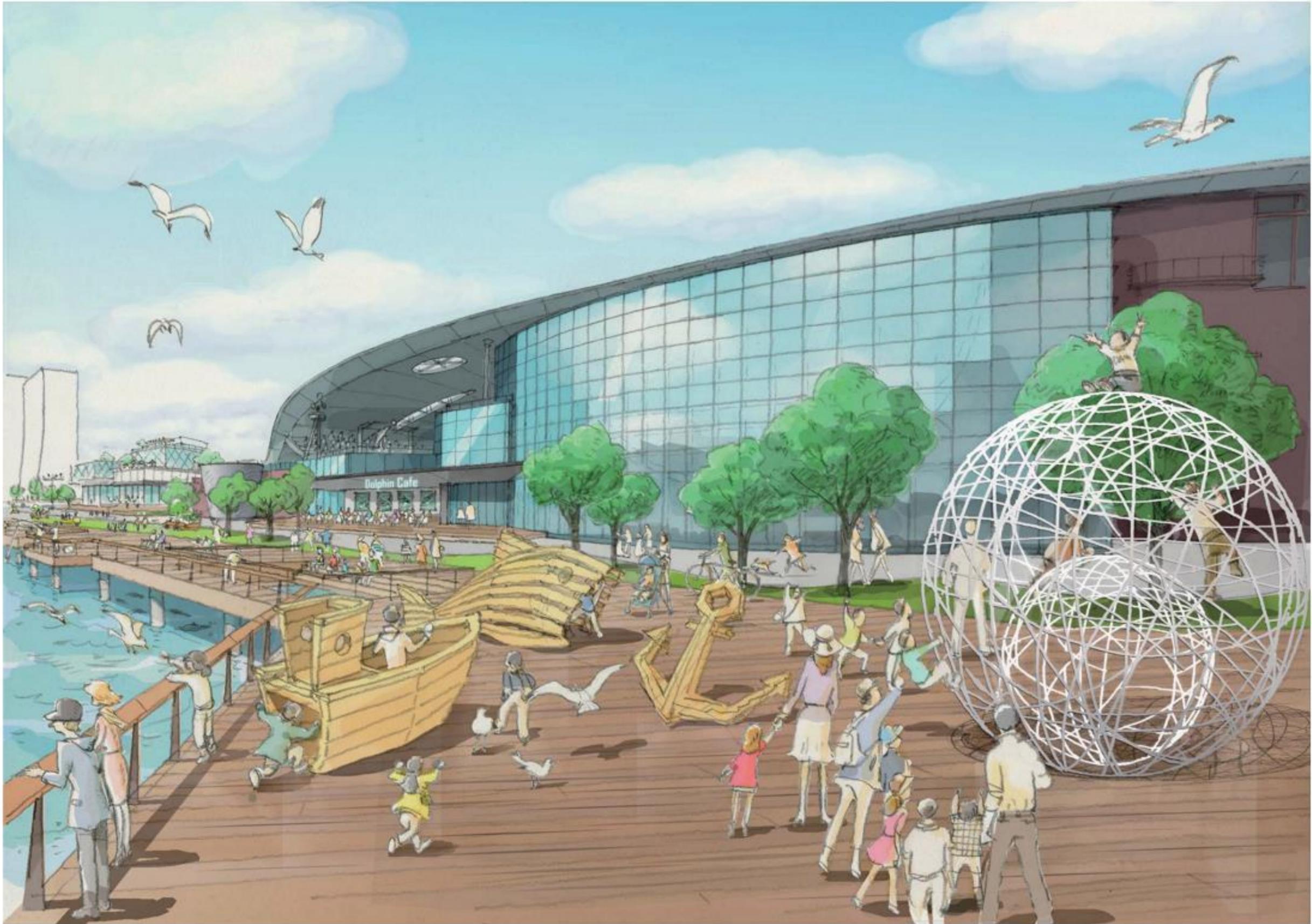
地元民の利用だけでなく、インバウンド含む遠方からの観光客にとって目的地となりうる商業施設。テラス席などで賑わいが海峡プロムナード・港湾緑地に対して開かれ温浴施設など海峡を目の前にしたロケーションを付加価値とした体験機能を有する。

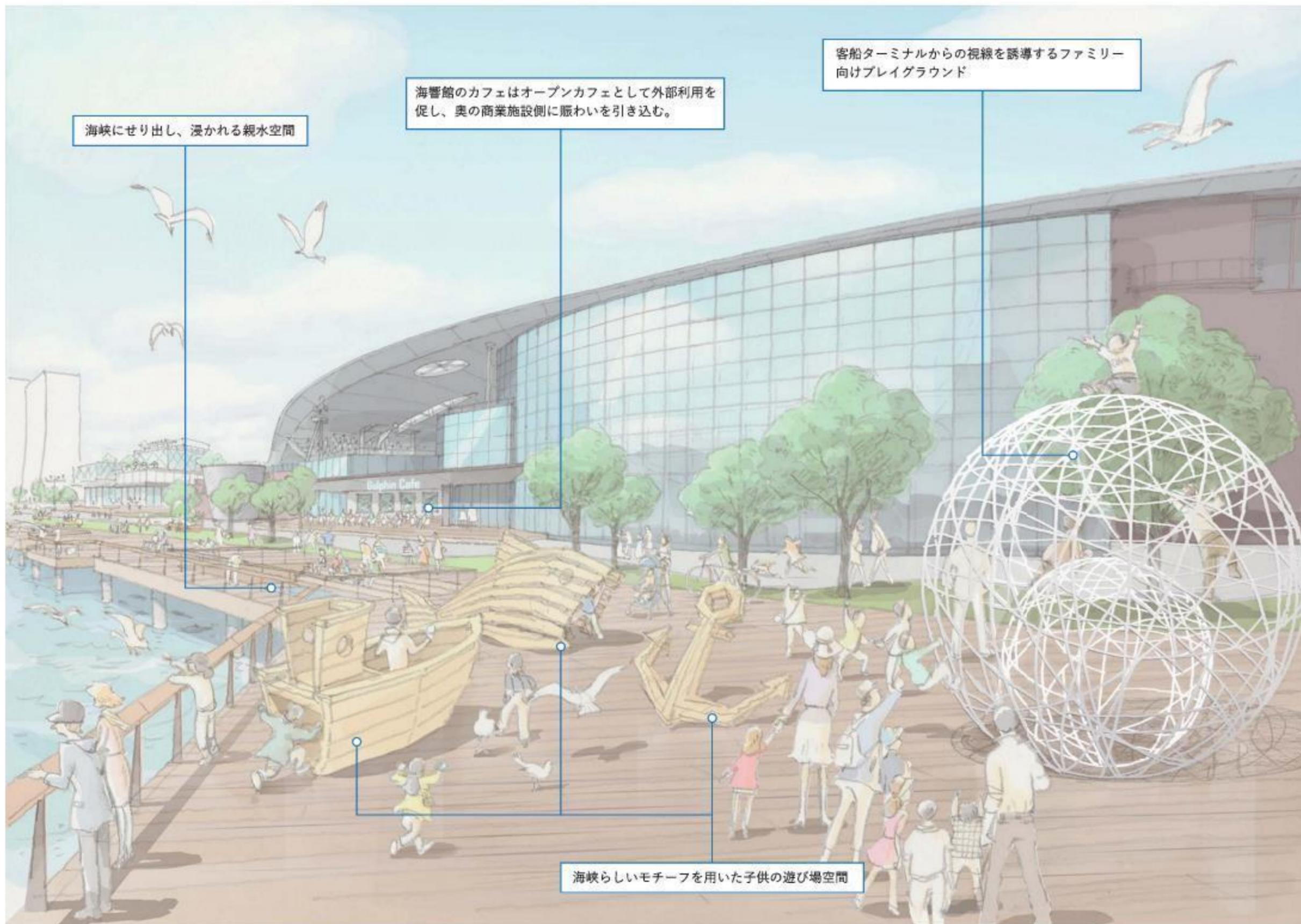
海響館の出口側に設けられた海のファミリーパーク。海峡側に設けられたフォトスポットと合わせて賑わいをつくる。

浚渫船を改修利用するなど下関らしい景観と非日常の体験をつくる船上店舗・アクティビティ

既設の水路を最大限に活用し、海峡を引き込んだ港湾緑地。造船ドックをモチーフとするなど港湾らしいデザインを取り込み人々の居場所となる。

モバイルファニチャーやキッチンカー等でプロムナードに連続する賑わいを形成する。可動式の什器やオブジェクトで構成することで、状況に合わせて組み替え可能なフレキシブル性を持たせる。



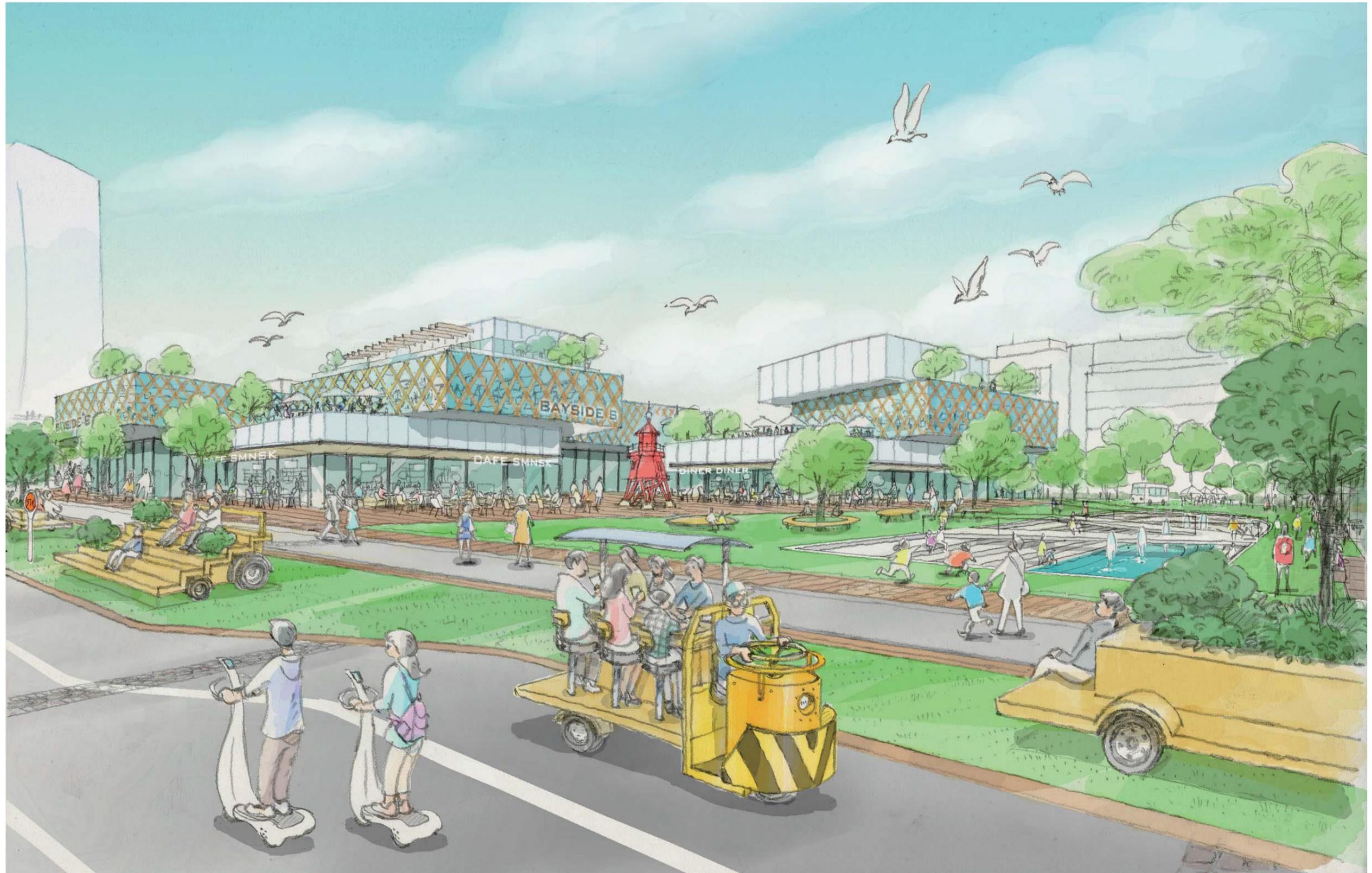


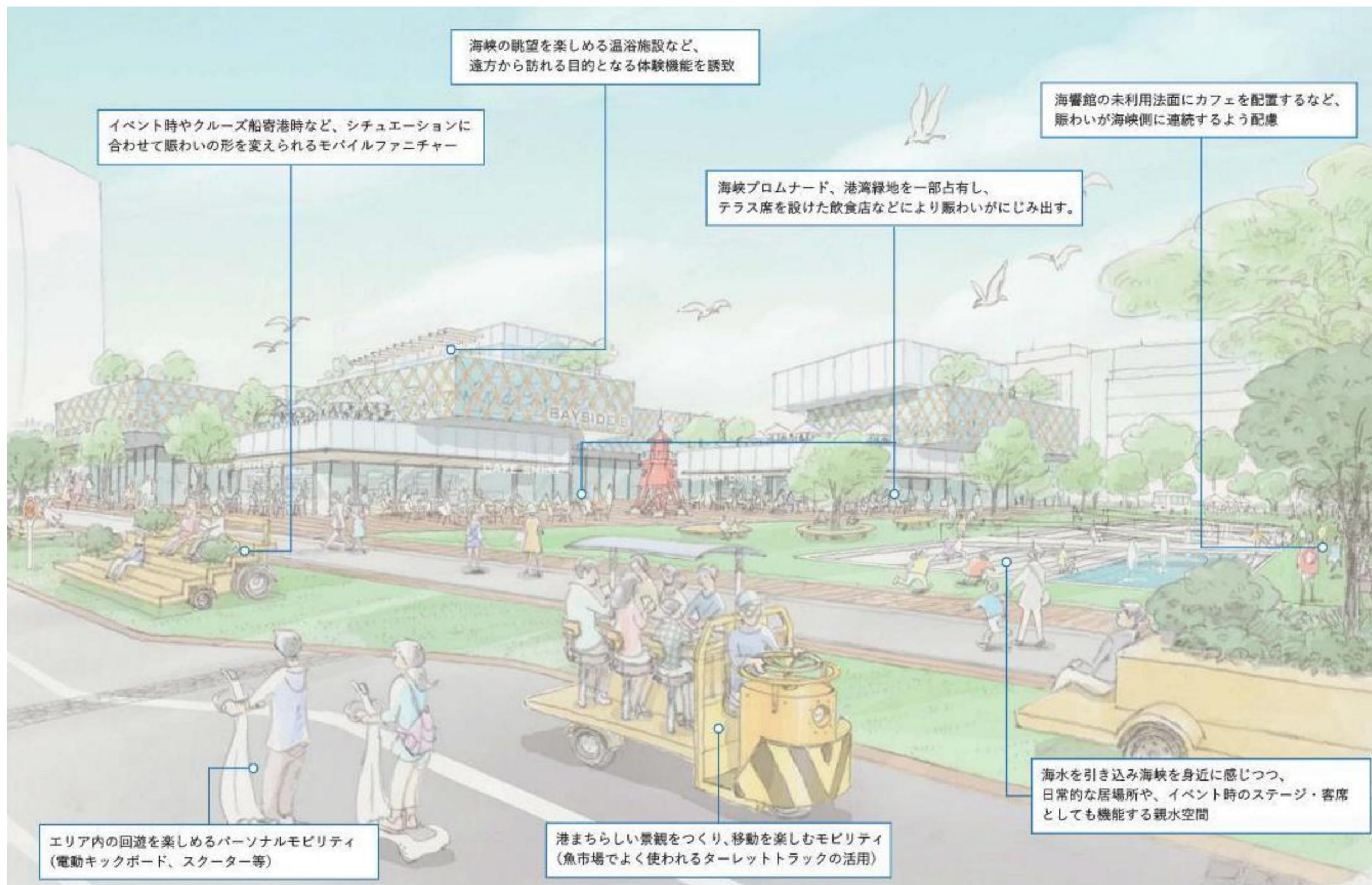
海峡にせり出し、浸かれる親水空間

海響館のカフェはオープンカフェとして外部利用を促し、奥の商業施設側に賑わいを引き込む。

客船ターミナルからの視線を誘導するファミリー向けプレイグラウンド

海峡らしいモチーフを用いた子供の遊び場空間





海峡の眺望を楽しめる温浴施設など、  
遠方から訪れる目的となる体験機能を誘致

イベント時やクルーズ船寄港時など、シチュエーションに  
合わせて賑わいの形を変えられるモバイルファニチャー

海響館の未利用法面にカフェを配置するなど、  
賑わいが海峡側に連続するよう配慮

海峡プロムナード、港湾緑地を一部占有し、  
テラス席を設けた飲食店などにより賑わいがにじみ出す。

海水を引き込み海峡を身近に感じつつ、  
日常的な居場所や、イベント時のステージ・客席  
としても機能する親水空間

エリア内の回遊を楽しむパーソナルモビリティ  
(電動キックボード、スクーター等)

港まちらしい景観をつくり、移動を楽しむモビリティ  
(魚市場でよく使われるターレットトラックの活用)

### (3) アクティビティハーバーゾーン

#### ① 整備方針

憩いと体験あふれるアクティブな船だまりに。

船だまりを活かし体験性を大きく向上させます。海を間近に感じられる親水空間をつくりながら、水辺で遊ぶアクティビティを導入し、これまでにない関門海峡体験をつくり出します。

#### ② 導入を検討する機能

##### ■海を間近に感じられる親水空間

関門海峡に最も近寄れる場所をつくります。水面近くまで近づける場所や、海上散歩を楽しめる橋をかけます。

- ・ 海辺ストレスレまで近寄れる階段広場
- ・ 船だまりの上を歩ける海上橋

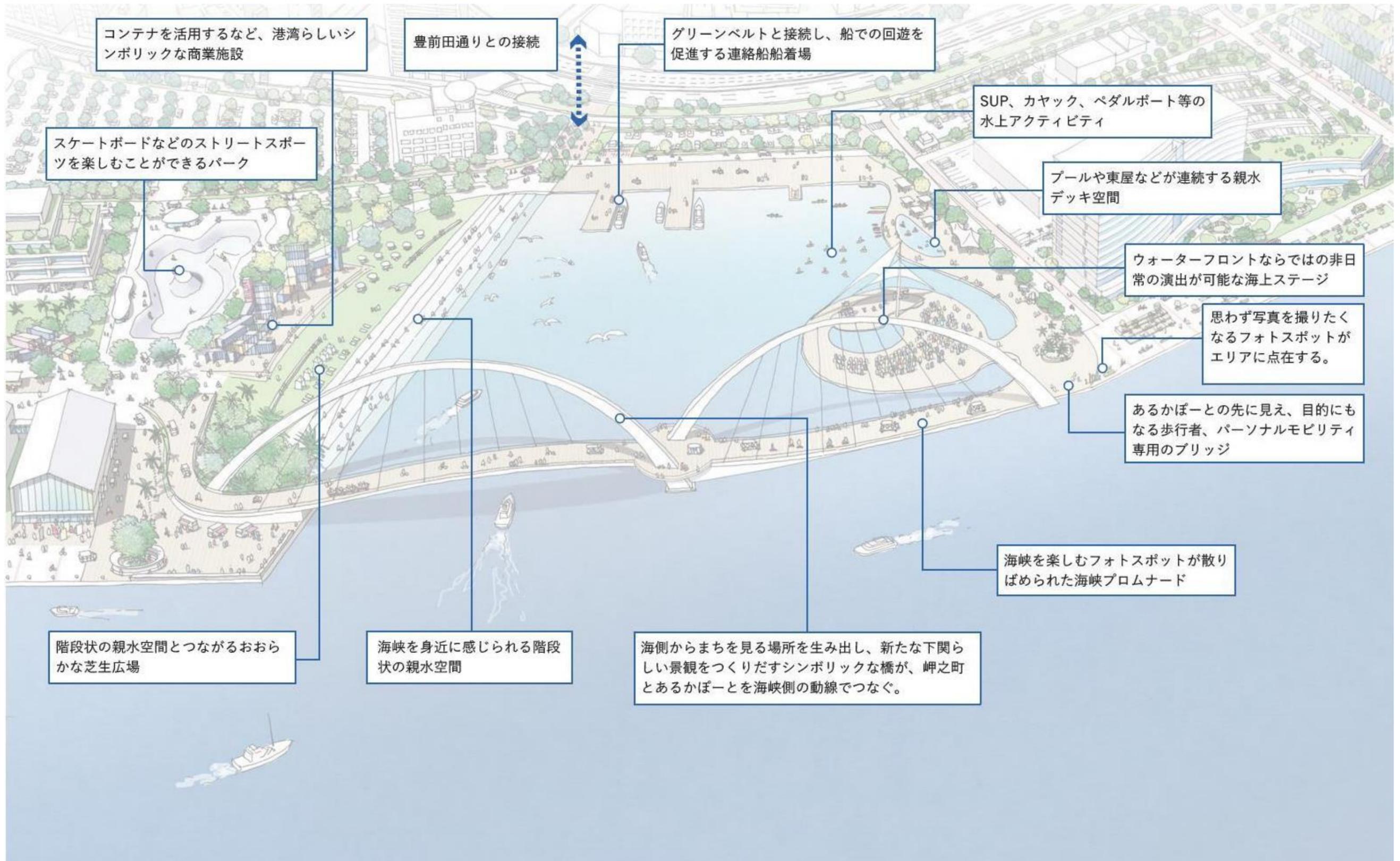
##### ■水上ロケーションを活かしたレジャープログラム

船だまりを活かした水上アクティビティを導入します。回遊船の発着所になるほか、マリンレジャーや、水上ロケーションを活かした特別なイベントプログラムを提供します。

- ・ SUPやカヤック等のマリンレジャー
- ・ 水景一体のプログラムが楽しめる水上舞台
- ・ 関門海峡クルーズが楽しめる回遊船

③実現イメージ





## (4) クリエイティブポートゾーン

### ① 整備方針

自由でクリエイティブな雰囲気あふれる学術研究創造エリア。

岬之町には学術研究機関や文化創造拠点を設置することで、研究者やアーティスト等、多種多様な高度人材が行き交うクリエイティブなエリアとします。

### ② 導入を検討する機能

#### ■下関ならではの成長産業を育む学術研究機関

岬之町を産業育成のプラットフォーム<sup>10</sup>に位置づけます。学術研究機関の誘致と働く環境の整備を行い、下関ならではの新しい産業（※）を育成し、労働人口・定住人口の増加にも結びつけていきます。

- ・ 大学や研究所等の学術研究機関
- ・ クリエイティブ人材が集うコワーキングスペース<sup>11</sup>
- ・ ワーカーや学生が居住するレジデンス<sup>12</sup>やホテル

#### ※岬之町で育てる下関ならではの産業

創業支援やベンチャー企業の支援及び企業誘致だけでは、全国の自治体が各所で取り組んでいることであり、企業にとって下関を選ぶ理由にはなりません。そのため、海峡に面したロケーションや、下関の歴史・文化と結びつく産業に絞って誘致・支援を行うことにより、他都市にとっては模倣が困難な差別化戦略となります。

一例として、水産・海洋関連のベンチャー企業・研究機関等の集積を目指すことが考えられます。国際的には、世界人口の増加による食糧問題、脱炭素社会実現に向けたエネルギー問題、海洋プラスチック等の環境問題等、海にまつわる解決すべき課題は非常に多いところです。船だまりに隣接しつつ、公共施設や金融機関等の都市機能にも近く、スタートアップ企業が集積する福岡市へのアクセスも良い岬之町は、こうした産業の拠点となるには非常に好立地であると考えられます。

#### ■クリエイティブな文化創造拠点

多種多様な人材の表現と交流を育みます。港湾立地ならではのアートギャラリーやナイトクラブ等、下関らしい文化創造拠点とします。

- ・ 大型作品が楽しめる巨大アートギャラリー
- ・ 港のラフな雰囲気を活かした高感度商業施設
- ・ アーバンスポーツ<sup>13</sup>やナイトクラブ等若者目線のレジャー

---

<sup>10</sup>土台となる環境、基盤

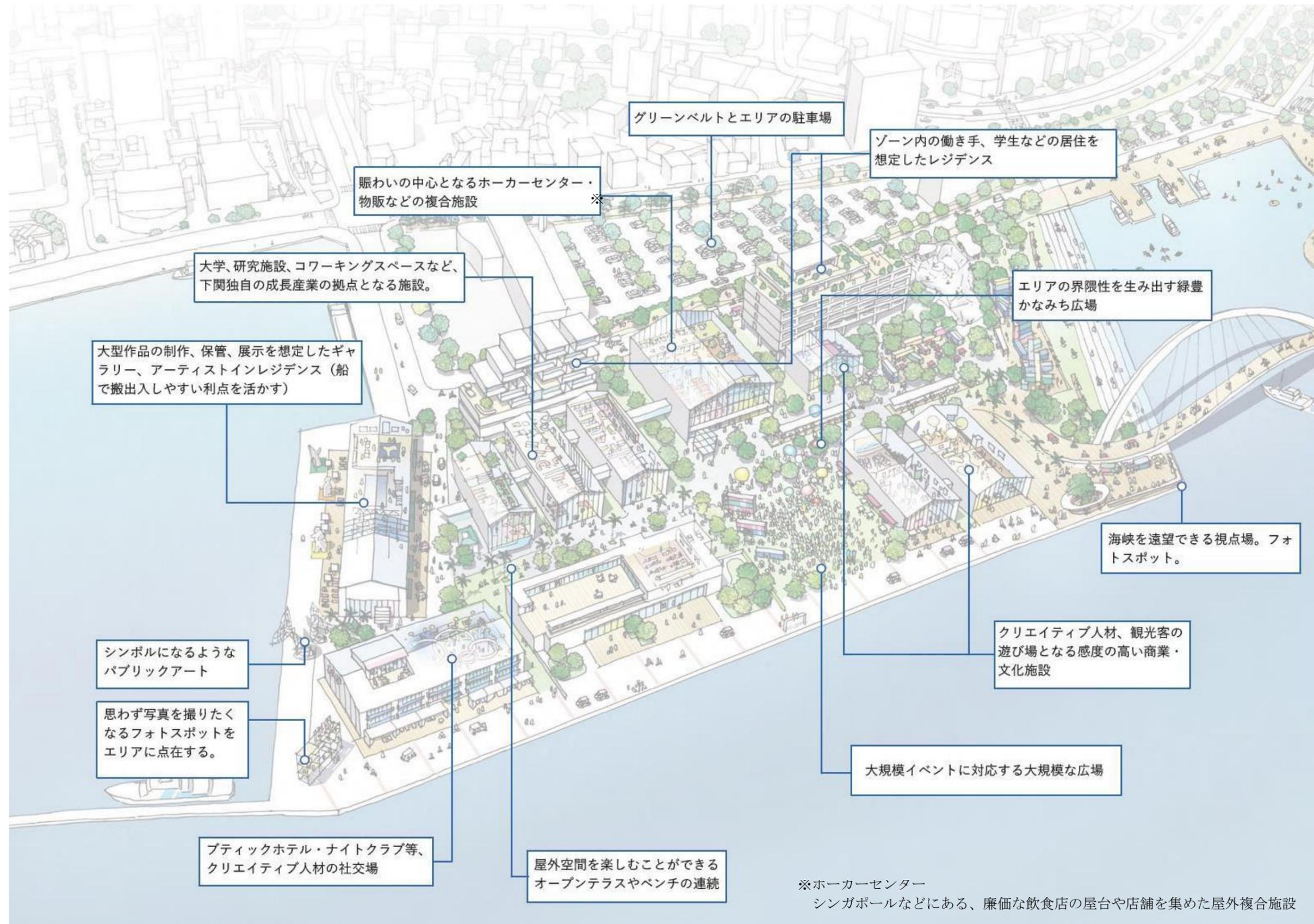
<sup>11</sup>業種の異なる人々が、職務スペースを共有しながら、それぞれの仕事を行う場所

<sup>12</sup>集合住宅などの居住地

<sup>13</sup>スケートボード、パルクールなどの都市型スポーツ

③実現イメージ



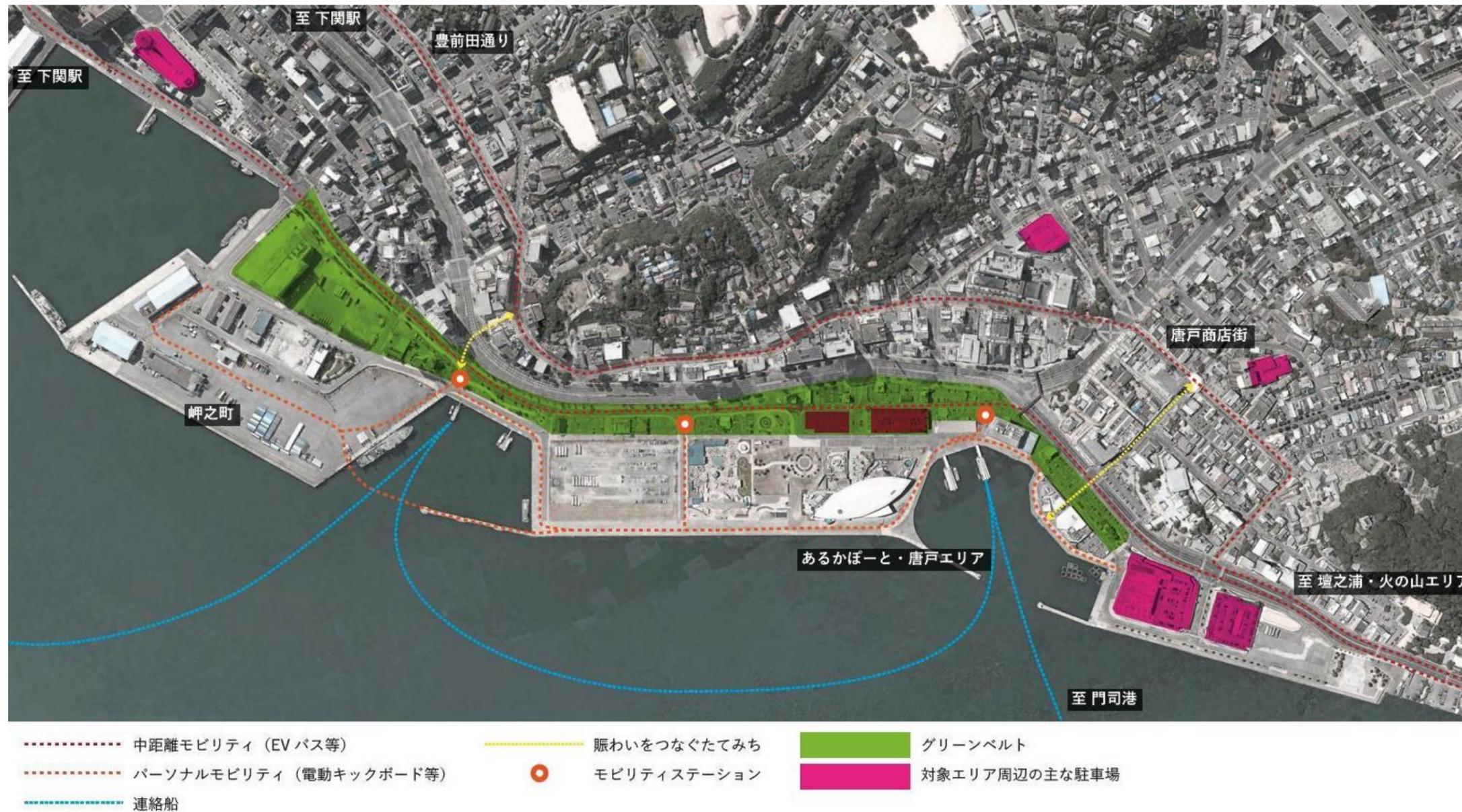


## 第4章 交通・動線計画

### 1. 動線計画

交通混雑を解消し、回遊性を向上するため、以下の方策を検討します。

- ・あるかぼと・唐戸エリアの周辺では、交通渋滞が発生する時間帯があるなど、交通混雑が満足度の低下につながっていると考えられます。今後、来街者が増加していくに伴い、さらなる渋滞や駐車場不足が引き起こされる可能性があることから、本プランではこの課題を低減させるための方策についても位置づけます。
- ・EVバス等の中距離モビリティが他の観光エリア・既存商業地・史跡・駅等をつなぎ、回遊性を高めます。これにより、駐車場所の分散にも寄与します。
- ・グリーンベルトが、自動車交通を受け止める駐車場であり、パーソナルモビリティや船に乗り換えるモビリティステーション<sup>14</sup>とします。
- ・海峡プロムナード等は、徒歩やパーソナルモビリティといった遅い交通で散策を楽しむ道となります。ピアバイク等の移動そのものを楽しむモビリティの導入も検討します。
- ・連絡船も賑わいの拡大と共に、唐戸・門司港間の往復だけでなく回遊ルートをつくります。



<sup>14</sup>人やものを空間的に移動させる機能の中継点・結節点

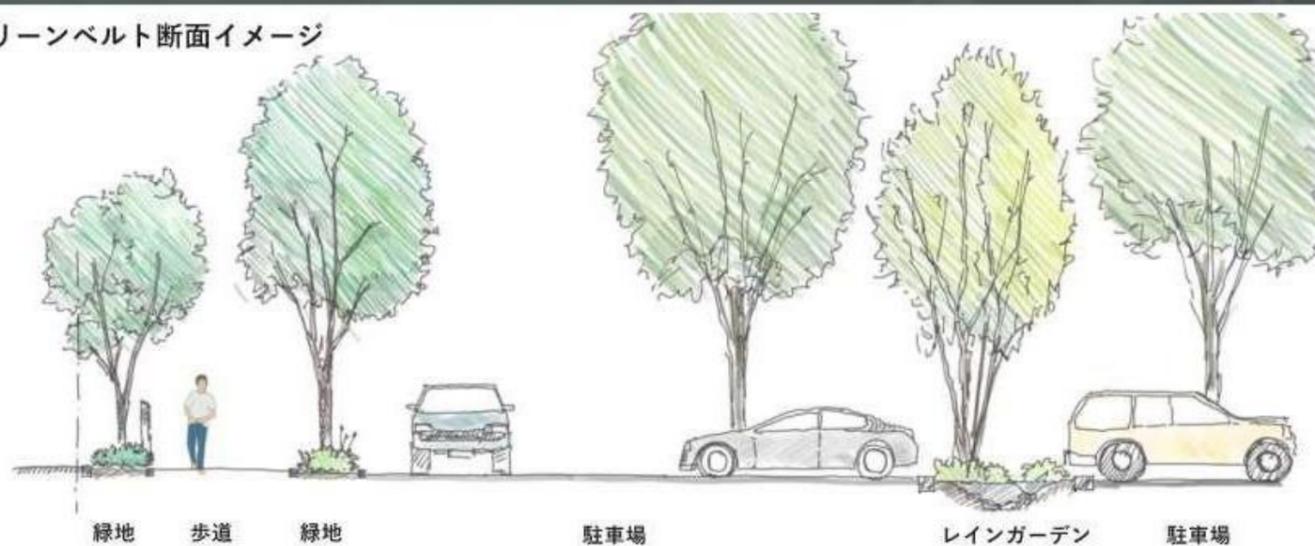
## 2. グリーンベルト

中心部への集中交通量を減らし、エリア内交通の円滑化を図るため以下の方策を検討します。

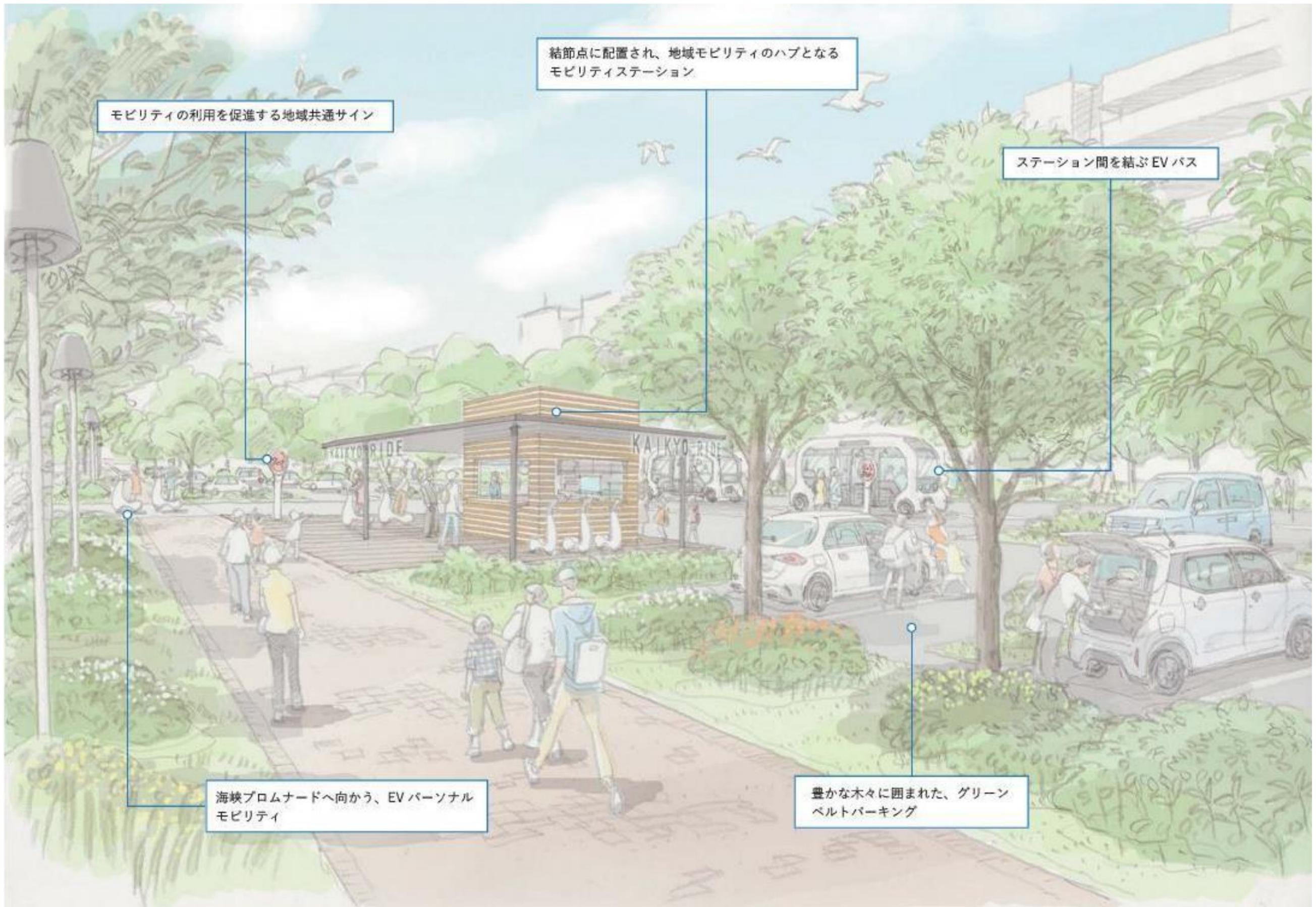
- ・ 国道と海峡沿い埋立地の間の東西に長いエリアをグリーンベルトとして位置づけ、将来的に駐車場とモビリティの基地を確保します。
- ・ 緑の環境を両立させ、車、中規模・パーソナルモビリティ、徒歩の動線を結節し、どの施設にもアクセスしやすく回遊を生む構造とします。
- ・ 回遊する人が立ち寄りたくなる、緑と調和した飲食店等を配置することによって、エリアの賑わいを連続させます。



グリーンベルト断面イメージ







モビリティの利用を促進する地域共通サイン

結節点に配置され、地域モビリティのハブとなるモビリティステーション

ステーション間を結ぶEVバス

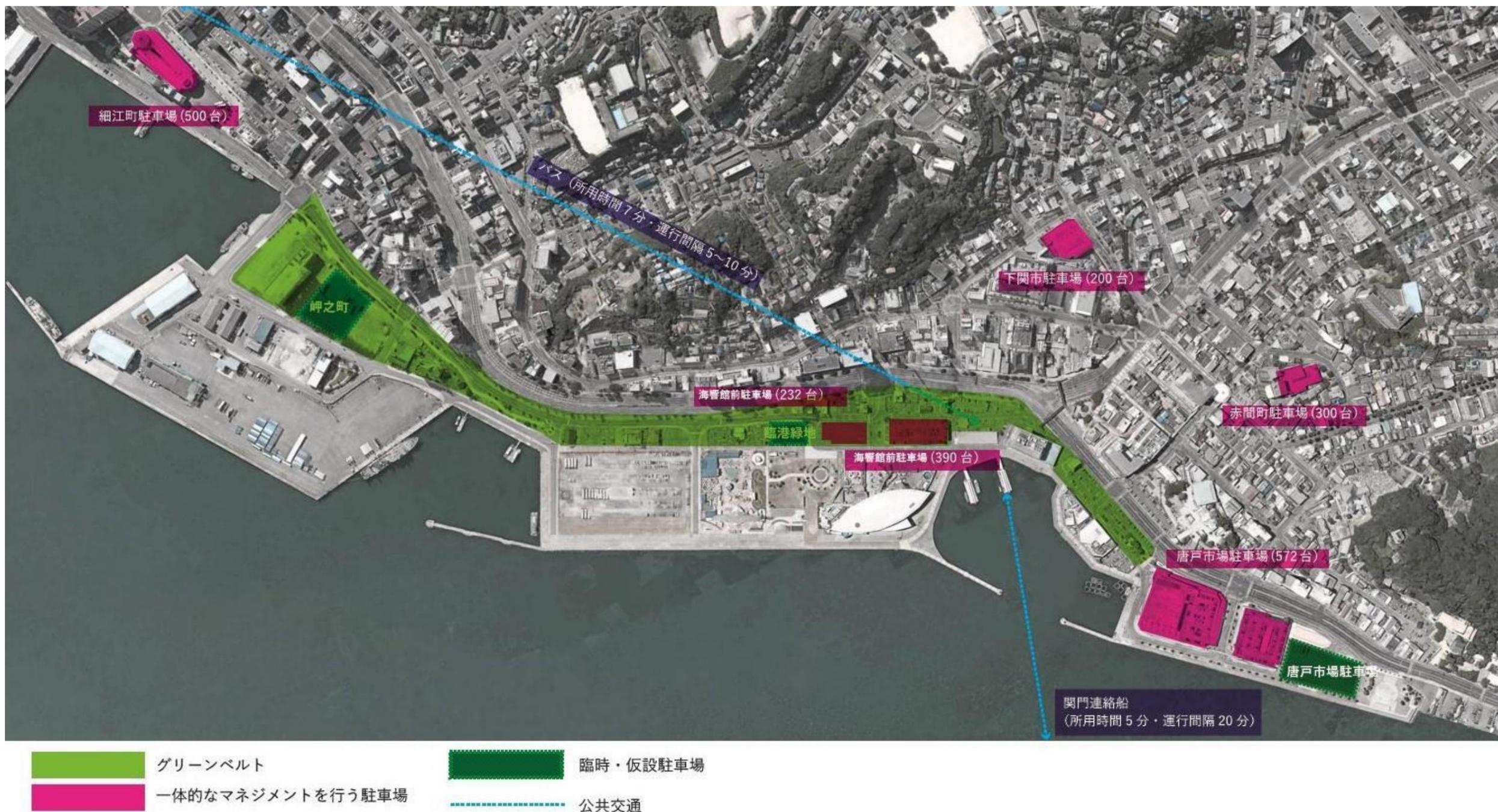
海峡プロムナードへ向かう、EV パーソナルモビリティ

豊かな木々に囲まれた、グリーンベルトパーキング

### 3. 駐車場

中心部への集中交通量を減らし、エリア内交通の円滑化を図るため、以下の方策を検討します。

- ・公共交通利用にインセンティブ<sup>15</sup>を付与し、パークアンドライド及び公共交通の利用を促します。
- ・本プラン対象エリア周辺部の駐車場とサービスを一体的にマネジメントし、料金に差をつける、駐車場の案内や空き状況を共有して表示する、他駐車場へ誘導するなどして、中心部への駐車場需要の集中を抑制します。
- ・岬之町・唐戸市場駐車場脇・臨港緑地に新たな臨時駐車場・仮設駐車場を整備することでピーク時の駐車需要を吸収します。



<sup>15</sup>動機づけや報酬

#### 4. 回遊動線

海際に集積する賑わいとまちがもつ土地の記憶をつなげるため、以下の方策を検討します。

- ・ローカルな商業地や史跡と海峡をつなげる「たてみち」を意識し、まちの記憶を伝えるサインを設置します。
- ・海峡を眺めるフォトスポットを点在させ、お気に入りの海峡が見つけれられる「海峡プロムナード」をデザインします。
- ・移動すること自体の楽しみを最大化するために、多様なモビリティによる移動体験を提供します。
- ・海峡プロムナード～たてみち～市街地をシームレス<sup>16</sup>につなぎ、何度でも来たくなる奥行きを与える回遊動線を形成します。



<sup>16</sup>途切れのない状態

## 5. 導入するモビリティの例

### ① 中距離モビリティ

EVバスなどの中距離モビリティを走らせ、下関駅前、火の山・壇之浦エリア、唐戸商店街や豊前田通り等の既存商業エリアと結びつけることで、観光客の快適な回遊を促します。

広域に点在する既存の大型駐車場とあるかぼと・唐戸エリアを結び付け、中心部への集中交通を減らすことにも寄与します。

### ② パーソナルモビリティ

あるかぼと・唐戸エリア内の移動をより楽しく快適なものにするため、電動スクーターやキックボード等のパーソナルモビリティの導入を検討します。

グリーンベルトに設けられるモビリティステーションで、車やバス、連絡船等の公共交通からの円滑な乗り換えを促し、海峡に面したプロムナードを快適に移動する体験を提供します。

### ③ アクティビティ型低速モビリティ

海峡に面したロケーションを活かして、移動自体がアクティビティとなるような低速モビリティを検討します。例えば、ビールを飲みながら海峡沿いをゆっくりと移動し、景色を楽しむビアバイクのようなものが考えられます。魚市場で使われるターレットトラックを活用するなど、港まちらしい演出も有効です。

## 第5章 ソフト面の取組

### 1. イベント・アクティビティ

#### (1) 考え方

下関市では、観光客が多く訪れるイベントがGWと夏休みに集中しており、かつ1～3日程度の単発のイベントが中心になっています。イベントやアクティビティを、繰り返しエリアを訪れるきっかけや、観光地としての繁閑の差を平準化する要素として活用することが重要です。

集客に資するイベント・アクティビティとするためには、水辺ならではの多様な楽しみ方や時間の過ごし方を提供し、下関ならではの資源を活かしたものである必要があります。

また、市内の既存市街地や門司港との連携を行い、周辺地域への賑わいの波及、門司港との一体的なブランディングにも資する取組を検討します。

#### (2) 具体例

##### ① 有効時間の拡張

ウォーターフロントならではの景観や空気感を感じてもらえるコンテンツを朝や夜にも拡充することで、日中とは異なる魅力を体感してもらい、滞在時間の全てを下関でしか味わえない体験として楽しんでもらえるようにします。

#### ウォーターフロント×朝

##### ・朝ごはんイベント

早朝の海辺に特別にセットされたダイニングでの朝食イベント。

##### ・海峡朝ヨガ

朝の汽笛と共に下関らしい朝を迎えるヨガ教室。

#### ウォーターフロント×夜(ライトアップ)

##### ・マリンエレクトリカルパレード

ライトアップされた船が海上を行き交う、海峡ならではのナイトイベント。

##### ・灯籠イルミネーションイベント

海上に自身で灯りをともす体験により陸のイルミネーションとも連動し、夜の景観を演出する参加型の体験イベント。

## ② 海・船を様々なシーンで活用

これまで「眺める」だけだった海や船に、実際に「触れる」「乗れる」ことのできるコンテンツを拡充することで、五感に触れ、より濃く思い出に残る体験を提供します。

### 海×触れる・釣れる

#### ・生け簀で釣り体験

本職のレクチャーを受けながら、市場で販売される上質な魚を釣り上げ、その場で調理、食することができる、海上に浮かぶ生け簀での釣り体験。

### 船×乗れる・泊まれる

#### ・クルーズステイ

小型のクルーズ船に乗り、食事や宿泊ができる体験を提供。陸地の宿泊施設とも連携し充実したサービスを提供できる、下関ならではの宿泊体験。

#### ・ヨットショー

会場に乗れる、泊まれるヨットを展示する、体験型のヨットショー。

## ③ 文化的コンテンツでまちの回遊性を創出

港まちらしさをコンセプトとした文化的コンテンツで、幅広い世代が下関全体を楽しめる新たな価値を創造します。アートや音楽等、地域内外の人々も巻き込むことのできるコンテンツで、下関全体が一体となり、回遊性を向上させるイベント等を提供します。

### 港まち×文化イベント

#### ・港まちらしいシンボリックアート

一目で下関に来た実感を得られる、フォトスポットとしても目的地になるようなシンボリックなアートの設置。

#### ・アーティストインレジデンス

岬之町のアーティストインレジデンスの見学やアーティストとの交流イベント。

#### ・下関音楽フェス

商店街エリアとともにつくる、海や船、旅をテーマとした音楽フェス。会場ステージでは大きな演奏を、商店街や地元飲食店では、交流もできる臨場感のあるライブを行う地域周遊型イベント。

#### ④ 港まちらしい国際色の多様化

海運で栄えた下関ならではの国際色を体感してもらうイベントを拡充させ、歴史の中に根付く多様な文化を、交流を交えて楽しんでもらえるようにします。

##### 海運・交流・物流イベント

###### ・ 巨大アート博覧会

海から直接搬入できる利点を活かした巨大アートの展覧会。

###### ・ 友好都市交流イベント

下関の友好都市（サントス市、青島市、ピッツバーグ市、イスタンブール市、釜山広域市）をテーマとした、友好都市交流イベント。

###### ・ スパイスグルメイベント

世界のスパイス料理や関連商品を集め、食を通して世界の魅力を楽しむスパイスグルメイベント。

#### ⑤ 市場のまちならではの活気を多様化

現在の下関観光の主軸である唐戸市場のイメージを活かし、より幅広く楽しんでもらうことのできる「マーケット」コンテンツを拡充します。商店街等の既存の周辺事業者と新たな事業者を織り交ぜ、連携した活力の創出を目指します。

また、マーケットを対岸の門司港と共同開催することにより、船に乗って食べ歩きや買い物を楽しむ独自の体験価値を生み出し、関門の自然な回遊を促します。

##### マーケット×地域内外連携

###### ・ 観光朝市

新鮮な地産品や地域の郷土料理、クラフト等の地域に由来のある人やモノを集めた観光朝市を定期的開催。

###### ・ 季節限定夜市

冬には特産の練り物を使ったおでん屋台イベントをするなど、下関ならではの季節感を感じる食べ歩きイベント。

### (3) イベント・アクティビティカレンダー

具体例で示したイベント・アクティビティは、年間を通じて実施することが重要です。現在は夏季に集中していますが、今後は多様なイベント・アクティビティを組み合わせることのできる季節でもあるかぼと・唐戸エリアの魅力を味わえるようにします。

図表 25 イベント・アクティビティ実施イメージ



## 2. プロモーション

### (1) 関門を一体の観光地としてプロモーション

関門海峡と両岸の下関と門司港が一体の生活圏を形成していることが、関門地域の最大の特徴です。関門一体で実施している既存の取組としては、「かんもん海峡ウォーカー」や「関門海峡往来マップ」等のパンフレットの発行のほか、関門を一体で紹介する「関門海峡 Navi」の管理運営による情報発信が行われています。また、関門海峡を周遊できる「関門海峡クローバーきっぷ」を発行し、交通の側面からも周遊促進施策を実施しています。

しかし、現状としては、関門一体の観光地としての認知度は低く、両方を回遊して楽しむ観光客は少ない水準です。この課題に対応し、既存の施策の効果をさらに向上させるためには、①観光客が旅行する前の段階で関門が一体の観光地として認知されること、②旅ナカでの発見を通じて観光客が自然と両岸を周遊したいと思うきっかけがあることが必要です。

関門を一体の観光地としてプロモーションすることで、関門海峡という最大の観光資源と下関のイメージが結びつくだけでなく、下関と門司港を回遊することによる滞在時間の延長、宿泊観光客の増加といった効果が見込めます。

具体的な施策としては、上記の①②の考え方にに基づき、以下の取組を検討します。

#### ①旅行前の観光客に訴求するための取組

- ・ 多くの観光客が情報収集を行う際に使用する一般に知名度の高い観光ガイドブック上に、関門を一体の観光地として掲載。
- ・ 観光客が旅行前にアクセスすることが多い Web サイト（OTA を含む）上に、関門を同一エリアとして掲載。
- ・ 関門両岸をめぐる周遊ツアーの組成。

#### ②旅ナカでの観光客に訴求するための取組

- ・ 関門共同での継続的なイベント実施。花火大会以外にも、日常的なイベントとしてナイトマーケットやマルシェを関門エリア共同で開催。
- ・ 関門を回遊する船の周遊航路の組成。

## (2) 関門海峡を船の聖地としてプロモーション

世の中には、鉄道、自動車をはじめとした、様々な乗り物ファンが存在します。鉄道に関しては国内に150~200万人のファン(いわゆる「鉄オタ」)が存在すると言われ、地方観光においては無視できない市場となっていますが、船についてはほとんど世の中に認識されていません。

関門海峡は、多いと一日に1,000隻が行き来するという景観が特徴ですが、船を眺める以外の楽しみ方がありません。

関門海峡を、国内唯一の「船の聖地」と位置づけ、広域から船を愛するコアなファンを集客しつつ、船に馴染みがない人にとっての船に興味をもつきっかけとなるコンテンツやアクティビティを提供することを検討します。

これまでも、護衛艦の寄港イベントや、作業船の一般公開イベント等を開催したことがあり、このような取組を充実させることを念頭に、具体的な施策として以下のものを今後検討していきます。

- ① 浚渫船等、関門海峡にゆかりがある特殊船舶をあるかぼーとに停泊させ、観光施設として活用。
- ② 大型船、特殊船等、その日海峡を通過することが見込まれるおススメ船の予報。
- ③ 大型船のスケールを間近に感じる、導灯・潮流信号等の航行の難所ならではの景観を知るなどの、水先案内体感クルーズツアーの企画。

## 第6章 ロードマップ・推進体制

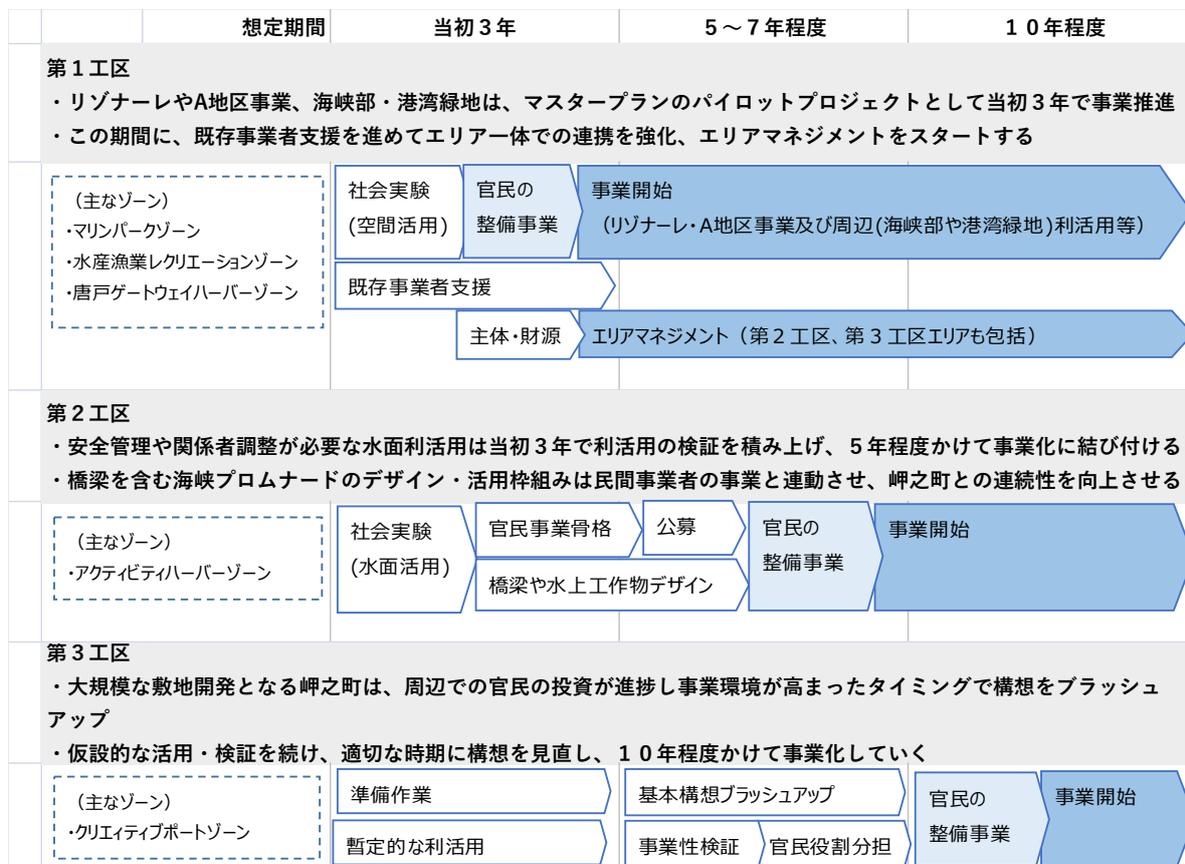
### 1. ロードマップ

本プランの実現に向けては、以下の考え方にに基づき、段階的に事業を推進していきます。

- 民間投資の分散や過剰な公共投資を避けるため、一気に全てを整備するのではなく、事業環境を見極め効果的なタイミング、エリアを絞り込んで官民の投資を一体化させます。
- 本プランは、事業を担う主体やエリアマネジメント<sup>17</sup>主体との密接な連携の下、必要に応じて段階的に更新しながら実現化を目指します。

特にあるかぼーと地区は、令和7年度に予定されているリゾナーレ下関(仮称)及びA地区事業の開業に向けて、周辺整備(暫定措置を含む)や海峡としてのブランディング等、先行して事業の実施フェーズに移行していきます。

図表 26 ロードマップイメージ図



<sup>17</sup>特定のエリアにおいて、民間が主体となって、まちづくり等を積極的に行うための取り組み

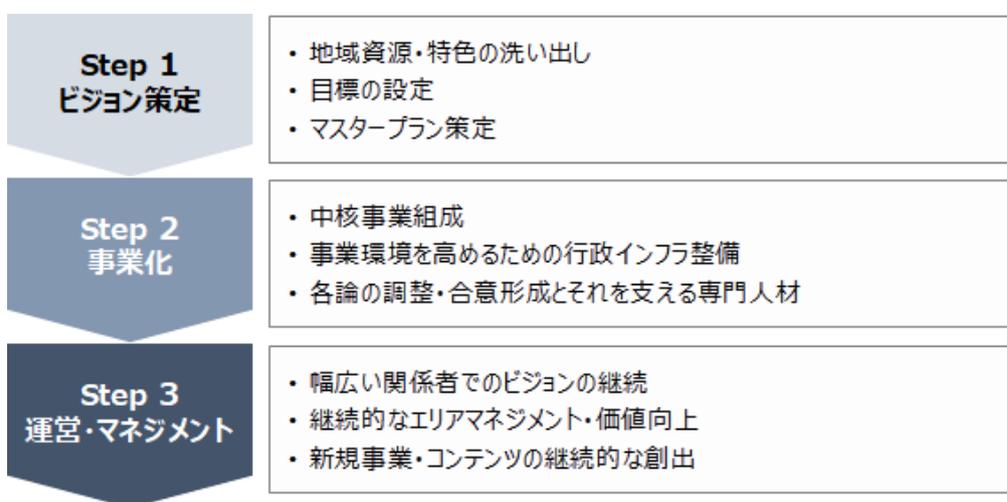
## 2. 推進体制

### (1) フェーズ<sup>18</sup>に応じた推進体制の構築

あるかぼーと・唐戸エリアは、現在、マスタープランを策定したところ（Step1）であり、今後、事業化（Step2）、運営・マネジメント（Step3）のフェーズに順に移行していきます。それぞれのフェーズにおいて実施事項が異なることから、フェーズに合わせた体制を構築していくことが必要です。

あるかぼーと地区は、事業化フェーズにおいて、令和7年度に予定されているリゾナーレ下関（仮称）及びA地区事業の開業に向けて、周辺整備（暫定措置を含む）や海峡としてのブランディング等を実施していきます。このフェーズにおいては、まずは3年間の視野に、様々な領域を一貫したビジョンの下で検討・事業推進できる推進体制の構築が重要です。あわせて、将来的に自律的な運営・マネジメントが継続できる枠組みを検討していきます。

図表 27 フェーズに応じた推進体制イメージ図



### (2) 各フェーズのポイント

#### ① 事業化フェーズ

##### ■官民でのプロジェクトマネジメント

本プランで示す構想の下、官民で連携して事業を推進することが必要です。全体のプロジェクトマネジメントは、市の庁内統一窓口（エリアビジョン推進室）と民間の専門家がペアで、官民全体を俯瞰して行います。

##### ■実務検討と意思決定を分離する

下関を象徴する重要なエリアでの事業であり、経済団体をはじめ幅広い関係者を含めた意思決定が必要です。一方、あるかぼーと地区で予定されている事業の開業までの時間は

<sup>18</sup>段階、局面

限られており、関係者・有識者のコメント等だけでは短期間で事業を具体的に検討していくことは困難です。

このため、実務専門家が入った「課題に対する具体策検討」と、各関係主体・機関の責任者が入った「全体としての意思決定」を行う場を設定することにより、領域横断的な検討・決定をスピーディかつ手戻りなく進めます。

■推進会議（仮称）：意思決定は地域関係者や事業主体を巻き込んだ開かれた体制で行う

市長を筆頭に各分野（地域・経済・学識等）の関係者により推進会議（仮称）を組成し、事業推進について、開かれた場で意思決定を行います。これにより、民間事業者にも透明性の高い意思決定を進めるとともに、会議に参加する関係主体から対外的な場でコミットメント<sup>19</sup>を得ます。

また、このプロセスそのものが、取組の進捗に対する対外的な情報発信機能も有します。地域関係者には、商店街、地域金融機関等、複数の視点で参画を求めます。

■デザイン会議（仮称）：実務検討に必要な専門性をもつ行政担当者・専門家を揃える

実務検討を担える専門家を揃え、実務的かつ領域横断での検討を進めます。主要な専門家は公平な手段により選定し、デザイン会議（仮称）を組成して横断的に議論、原案をまとめます。

あるかぼーと・唐戸エリア内で事業を行う者など、地域で主体的に活動する者も同じテーブルで議論し、具体的な対策の実行に結びつけます。

庁内では、部局横断的な業務として、総合調整をエリアビジョン推進室が担い、各担当部局も議論に参画する体制を構築します。これにより、各論に至るまで個別最適に陥らず、専門家の知見をフル活用しながら具体策に落とし込むことを可能とします。

---

<sup>19</sup>結果を約束すること

## 【マスタープランの推進に必要な専門性】

**プロジェクトマネジメント**：官民の事業を見通したプロジェクト全体の進捗管理・全体最適の視点での判断やクオリティ確保

**ランドスケープ・橋梁**：官民の投資に対する全体デザイン監修や民間事業を支える海峡部やグリーンベルト等の設計、海峡らしい景観形成の仕組み

**照明**：海峡エリアの夜間景観の形成に向けた公共照明の監修、官民での夜間景観形成に向けた運用ルール

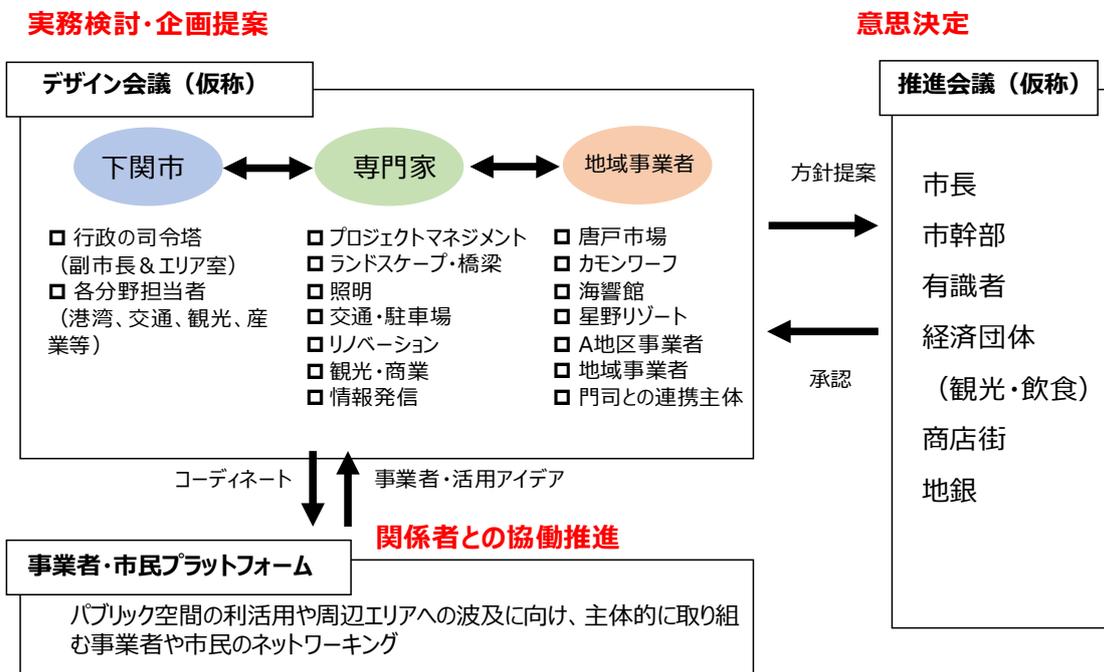
**交通・駐車場**：国道の渋滞対策を含めた交通改良、岬之町での事業展開も見据えた駐車場検討や既存駐車場を含めたマネジメントの検討

**リノベーション**：周辺エリア（国道以北等）の空き家等を活用した新たなチャレンジ促進に向けたリノベーション支援

**観光・商業**：周辺地域・門司とも連携した地域魅力磨き上げ、エリアを象徴する水面利用や関門一体でのPR戦略

**情報発信**：プロジェクト自体の情報発信、幅広いプレイヤーの主体的参画の促進、エリアブランディング

図表 28 体制図

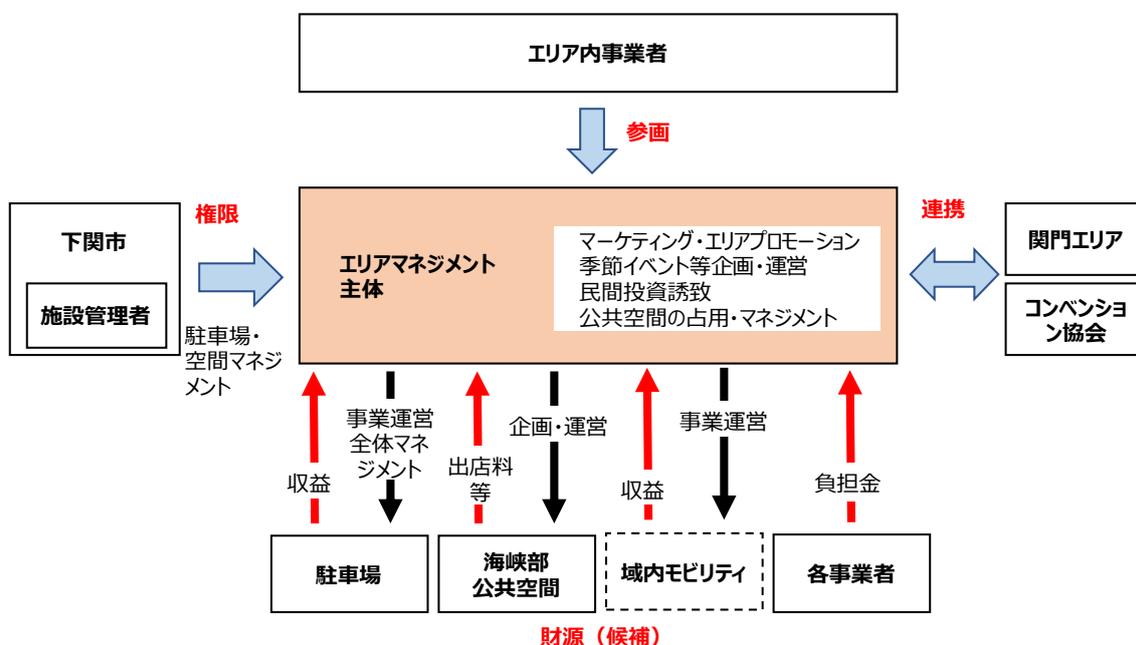


## ② 運営・マネジメントフェーズ

このフェーズは、継続したエリアマネジメントを行うフェーズとなります。そのため、ハード整備、各個別事業の組成だけでなく、エリア価値を高めるための活動を継続するトータルマネジメントを推進する主体と仕組みの構築が必要です。

具体的には、既存の組織との役割分担を明確にしたうえで、権限（公共空間マネジメントや企画のクオリティ管理、PRコンテンツの取捨選択等）と予算（駐車場運営による収入や、関係者から徴収する負担金等）を集中させる体制を構築することが望ましいと考えます。また、このエリアマネジメント主体が中心となって、下関の魅力を引き上げ、真に魅力あるコンテンツを戦略的にプロモーションしていくことが重要です。これにより、全体感をもったうえで最も効果的に成果を上げる施策を打ち出す、思い切った事業展開を進めることを検討します。

図表 29 運営・マネジメントフェーズにおける体制（イメージ案）



## 参考資料 市民との意見交換実施概要

本プランの策定にあたっては、検討過程において市民や市内の事業者の皆様のご意見を頂戴する過程を繰り返し行ってきました。マスタープランの実現に向けては、市民一人ひとりや事業者の方々と効果的に連携を行うことが重要であることから、本プランの策定後においても継続的にご意見をいただきながら取組を推進していきます。

### (1) 意見交換会

本プランの検討を始めるに当たり、基本的な策定方針等についてご意見いただくため、市民や事業者の皆様との意見交換会を実施しました。当日は、100名を超える方にご参加をいただき、活発な意見交換が行われました。

図表 30 意見交換会実施概要

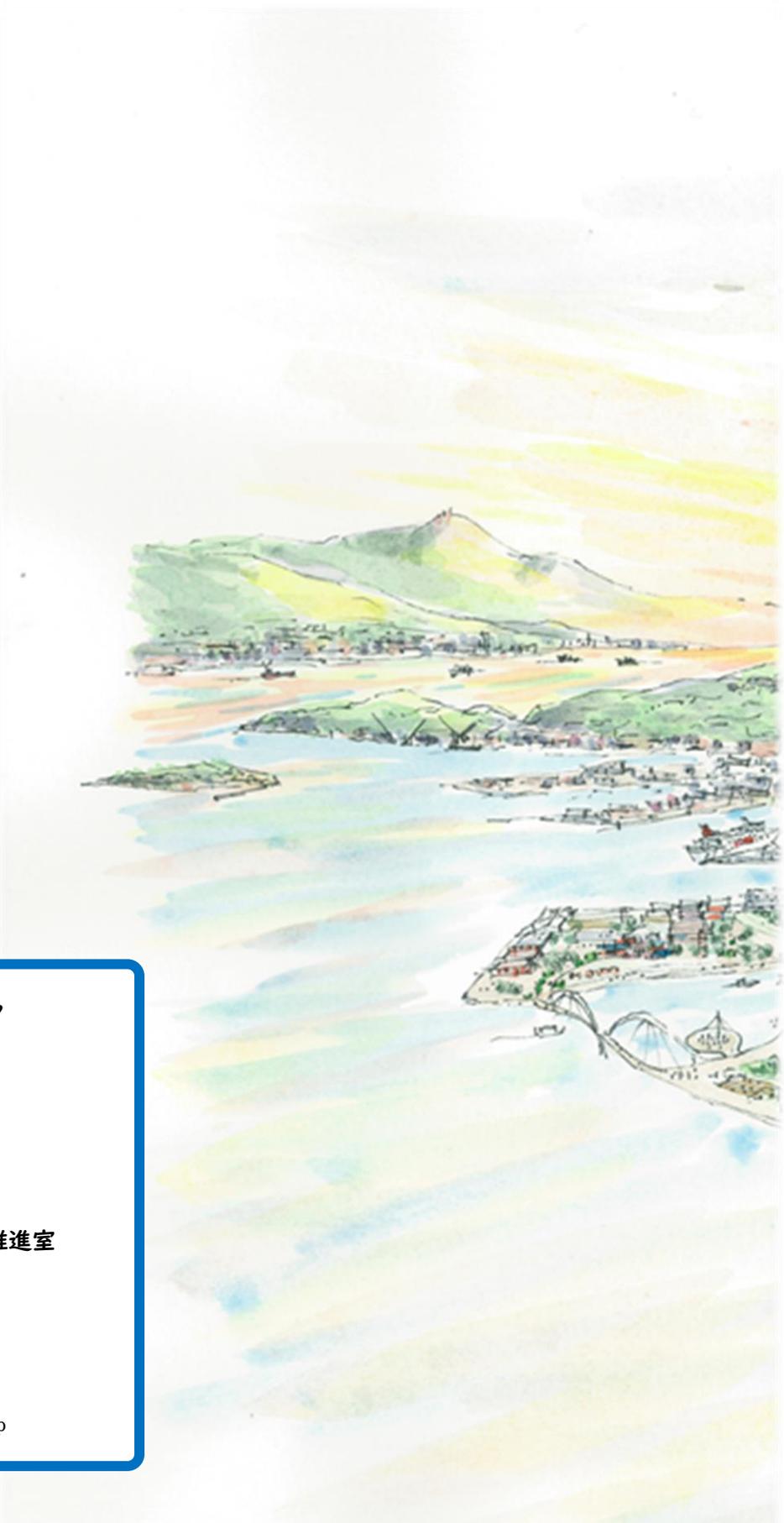
実施日時	2022年7月15日（金）18：00～20：00
実施場所	下関市役所西棟5階大会議室
参加者数	111名
内容	・あるかぼーと・唐戸地区マスタープランの策定方針に係る説明 ・検討中のあるかぼーと・唐戸地区マスタープランの内容に係る説明 ・意見交換

### (2) 素案の報告会

本プランの策定業務の委託先である株式会社星野リゾートから本プランの素案の提出を受けるに当たり、当該素案を市民や事業者に対して説明いただくとともに、皆様のご意見をいただくため、株式会社星野リゾートによる素案の報告会を実施しました。当日は、200名を超える多くの方にご参加をいただき、「自分もこう関わりたい」「このエリアでこういう事業を行いたい」など、積極的かつ前向きな意見を多数頂戴しました。

図表 31 素案の報告会実施概要

実施日時	2022年11月9日（水）18：00～20：00
実施場所	生涯学習プラザ 風のホール(小ホール)
参加者数	205名
内容	・あるかぼーと・唐戸地区マスタープラン素案の説明 ・意見交換



# あるかぼーと・唐戸エリア マスタープラン

●令和5年(2023年)2月

■発行／下関市

■編集／下関市総合政策部エリアビジョン推進室

〒750-8521 山口県下関市南部町1番1号

TEL.083-231-5838 FAX.083-232-9569

<http://www.city.shimonoseki.lg.jp/>

E-mail : [ssareavi@city.shimonoseki.yamaguchi.jp](mailto:ssareavi@city.shimonoseki.yamaguchi.jp)