

令和3年7月14日

企画調整局地方創生推進室

## 所管事務調査

(コロナ社会の地方創生について)

- 1 「地方創生のための都市ブランド」の制作について . . . 資料1
- 2 新しいことを始める動きや取組の事例（参考資料） . . . 資料2

資料 1

# 北九州市 地方創生のための都市ブランド

## ブランディングの範囲

### レイヤー1 包括的・総括的テーマ

世界の環境首都 / アジアの技術首都（北九州市基本構想・基本計画より）

### レイヤー2.0 主要施策（恒常的テーマ）

#### ■地方創生分野

- ・定住/移住
- ・イメージアップ

#### □しごと分野

- ・産業振興

#### □観光分野

- ・国内外誘客
- ・観光素材（門司港、夜景など）

#### ■SDGs

### レイヤー2.1 主要施策（時限的テーマ）

#### ■東アジア文化都市（2020-2021）

#### ■新型コロナ関連（2020-）

- ・啓発関連
- ・各種支援メニューの周知

### レイヤー3 個別施策

#### ■イベント関連（KitaQフェス、ポップカルチャーフェスティバル、TGC北九州他）

#### ■文化芸術関連（映画のまち、文学のまち他）

#### ■スポーツ関連（北九州マラソン、ギラヴァンツ北九州）

#### ■施設関連（いとうづの森、グリーンパーク他）

#### ■まつり関連（わっしょい百万夏まつり、小倉祇園太鼓、戸畑祇園他）

## 現状認識とゴールイメージ

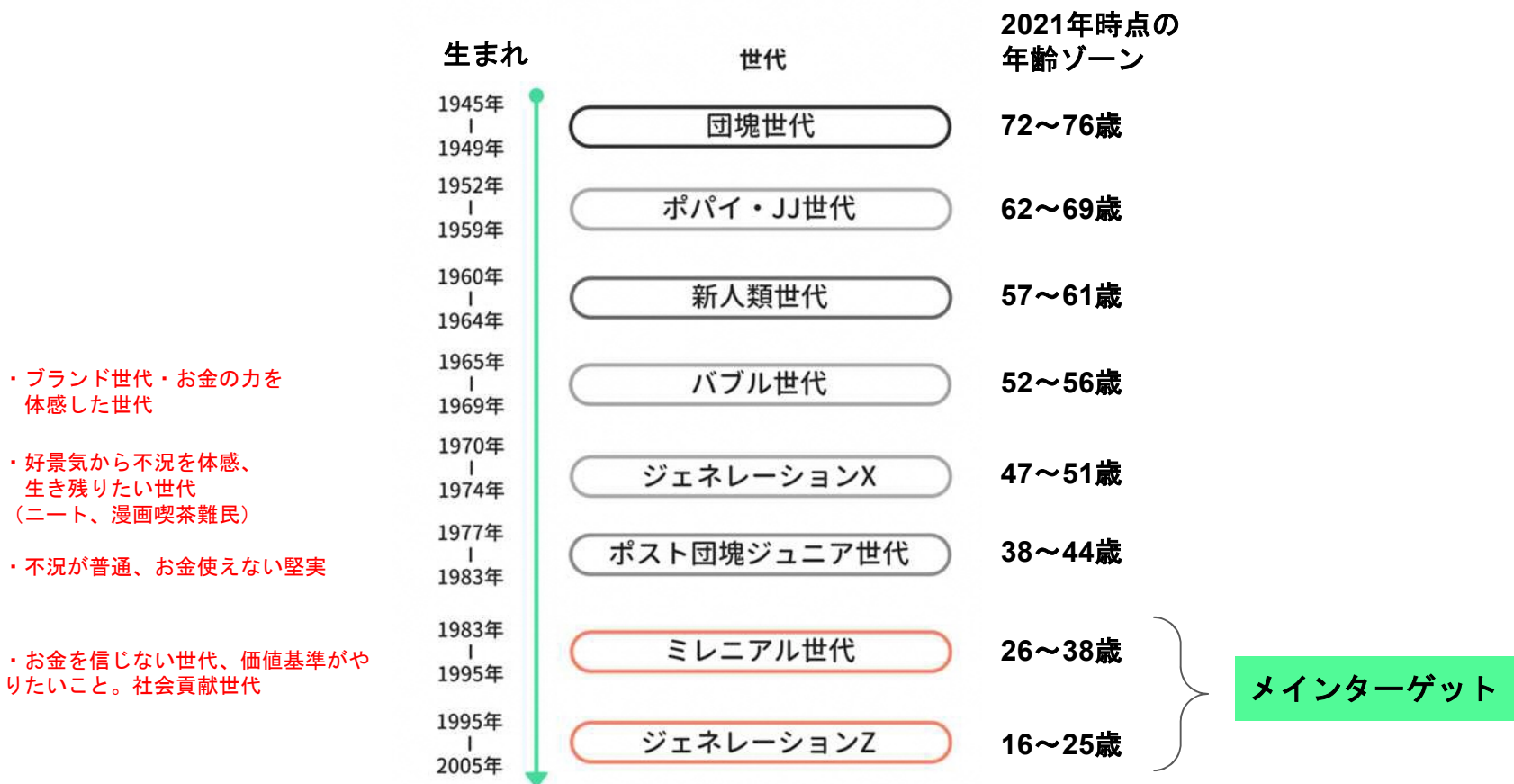
### 現状

1. 北九州市はここ数年毎年約5,000人ずつ人口減少。  
減少数全国ワーストクラス。
  - a. 社会動態は大幅に改善
  - b. 自然動態は年々減少傾向が続いている
2. 既に高齢化率が非常に高いことから、マイナス幅は今後拡大する懸念がある。
3. 社会動態では、進学などの要因により、  
(15~19歳)でプラスとなっているが、就職・  
転職などの要因により(20~39歳)でマイナス  
となっている。

### ゴールイメージ

1. **現在、転出の多い就職・転職など(20~39歳)の世代**に残ってもらい、また移住してもらい、社会増減のプラス化→プラス幅の拡大を狙う。
2. この層が、北九州市で結婚・出産・子育てをすることで、自然増減のマイナス幅の縮小を狙う

## ターゲット ①



<https://genesiscom.jp/generation/> 『あの世代は何を考えている?』マーケティングに役立つ「各世代の特徴」 参照

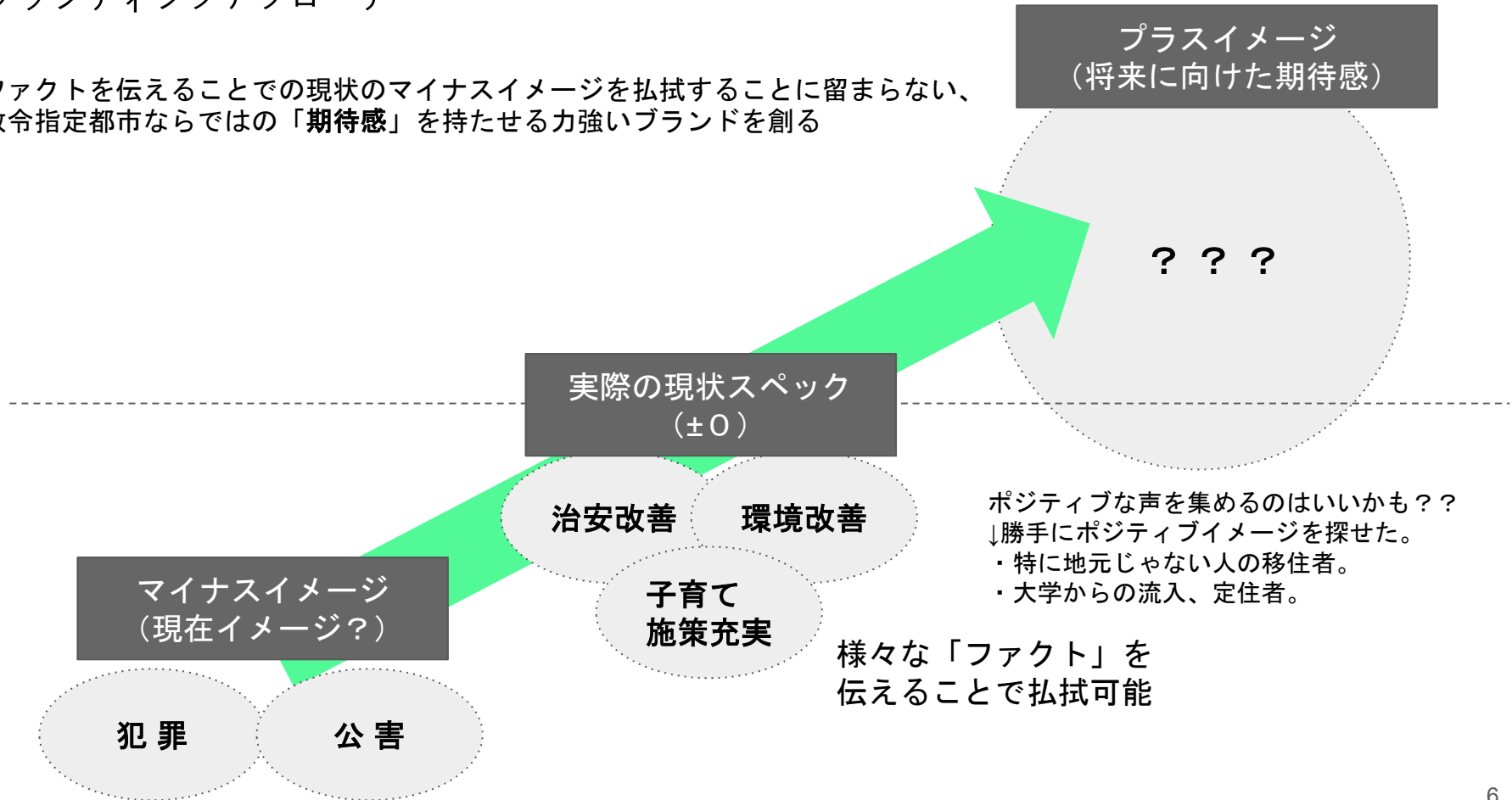
## ターゲット ②

### メインターゲット

	ポスト団塊Jr、X世代 (30代後半～40代)	Y世代 ミレニアル世代 (20後半～30代)	Z世代 (10後半～20代前半)
情報	<ul style="list-style-type: none"><li>成人後にネットが普及したため、SNS利用、情報発信の個人差大</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>デジタルネイティブ。ソーシャルメディア利用が盛んで、インターネットでの情報発信に積極的</li></ul>	
経済	<ul style="list-style-type: none"><li>就職氷河期。前世代との経済的なGAPを経験</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>経済的には保守的で堅実</li></ul>	
価値観	<ul style="list-style-type: none"><li>自分探し世代 →親は認めない</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>Me (ミ～) 重視 自分らしさ →自分が認められた世代</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>We (ウィー) 重視 コミュニティ →自分から社会へ変化。 社会のためになることをしたい。 共有に抵抗がない</li></ul>

## ブランディングアプローチ

ファクトを伝えることでの現状のマイナスイメージを払拭することに留まらない、政令指定都市ならではの「期待感」を持たせる力強いブランドを創る



## ターゲットテーマ

ターゲットテーマはクリエイティブの力でビジネスをしている個人（家族）。価値基準がお金のためではなく、やりたいこと。また、デジタルの活用やSNSやデジタルメディアでの情報発信に積極的な人たち。

ターゲットテーマ

**「クリエイティブ」 × 「個人のカ（スモールビジネス）」**

例) 起業、開業、飲食、デザイナー、プログラマー、ダンサー、ライフスタイルetc

将来目標

**クリエイティブ人材の集積 → カルチャー、コミュニティが生まれ、都市の魅力が上がる**

**若者にとっての都市の魅力が上がり、生産力の欲しい大企業の進出意向が高まる**

(ex: 渋谷に本社を構えるサイバーエージェント)



## ペルソナ（人物像）

### Y世代 山田氏（34歳男性）

北九州市小倉南区出身  
東京の人材サービス企業勤務

地元高校から東京の大学へ進学へ。そのまま東京で就職。営業職をしながら人材分野で起業準備中。妻（34歳）、子ども1人（4歳）の3人世帯。

年収 680万円（世帯年収880万円）  
居住地 東京都練馬区  
居住 賃貸マンション  
間取り 3LDK(52㎡)  
家賃 13万円  
通勤時間 約1時間  
趣味 スノーボード、ブログ

35歳までにクリエイティブ系人材ビジネスで起業する予定。東京で起業するか、生活費を抑えられ子育て環境も良い地元の福岡県に戻るか、家族で検討中。子どもが小学校に入るまでに決めたい

### Y世代 吉住氏（29歳男性）

北九州市門司区出身  
東京の広告代理店勤務

地元高校から東京の大学へ進学。広告代理店に勤務。2年前に同じ会社の同僚と結婚し、現在は妻と2人暮らし。夫婦の共通の趣味はアートギャラリー巡り

年収 600万円（世帯年収1,100万円）  
居住地 東京都渋谷区  
居住 賃貸マンション  
間取り 2LDK(40㎡)  
家賃 15万円  
通勤時間 約30分  
趣味 カフェ巡り、アート鑑賞

今後の子育て環境やQOLを考えると、ずっと東京で働くよりは、今は貯金して3年以内に地元に戻り、小倉駅周辺でカフェを開店し、自分たちのカルチャーブランドを立ち上げたいと考えている

### Z世代 神崎さん（25歳女性）

山口県出身  
福岡市のIT企業勤務

地元高校卒業後、福岡市のデザイン専門学校へ進学。IT企業にWebデザイナーとして5年勤務目。昨年会社が副業解禁。土日を活用しデザイン受託を開始

年収 380万円  
居住地 福岡県福岡市  
居住 賃貸アパート  
間取り 1LDK(26㎡)  
家賃 6万円  
通勤時間 約30分  
趣味 陶芸、アニメ、音楽

副業のWebデザイン制作の仕事が軌道にのってきたので数年以内に個人事業主としての独立を検討中。通勤が完全になくなる予定のため、暮らしやすく、生活も便利な場所を探し始めた。シェアハウスも興味あり

# 地方創生のための都市ブランド

# New Drama Begins

人生を変えるって、難しい。チャンスがある場所なんて、そうそうない。そんな概念をくつがえす街、それが北九州市。ほどよい自然と、ほどよい都会が融けあい、さっぱりとした気質の人間が集まるこのコンパクトシティは、なによりも人があたたかい。だからすべての人に平等のチャンスがある。さまざまな文化が交差し、あらゆる個性が集い、多様性を受け入れるこの街で、ポジティブに生きよう。わたしたちは、生きているうちに生まれ変わることができる。何度でも。北九州で、あなたらしい、あたたかいストーリー、はじまる。

# New U

あたたかいことを、はじめやすい都市。福岡県北九州市。

## キャッチコピー

流行などにより  
柔軟に変化する文言

## ステートメント

ブランドのミッション、  
価値観、ポジショニング  
などを明文化したもの

## ブランド

不変的な概念

## タグライン

不変かつ核心的な文言

不変

# New Drama Begins

人生を変えるって、難しい。チャンスがある場所なんて、そうそうない。そんな概念をくつがえす街、それが北九州市。ほどよい自然と、ほどよい都会が融けあい、さっぱりとした気質の人間が集まるこのコンパクトシティは、なによりも人があたたかい。だからすべての人に平等のチャンスがある。さまざまな文化が交差し、あらゆる個性が集い、多様性を受け入れるこの街で、ポジティブに生きよう。わたしたちは、生きているうちに生まれ変わることができる。何度でも。北九州で、あなたらしい、あたたかいストーリー、はじまる。

① 北九州らしさ

② SDGsダイバーシティ

③ 公害・治安を克服してきた歴史

# New U

あたたかいことを、はじめやすい都市。福岡県北九州市。

## 作成意図

ビジネス、ライフスタイル、子育てをはじめ、

「**あたらしいことを、はじめやすい都市。福岡県北九州市。**」が持つ様々なポテンシャルを、市民はもちろん日本全国、世界中の人々に広く、深く認知してもらうためにシンボリックなスローガンを作成し、掲げます。

Newは「新しい」という意味の単語ですが、ギリシャ語の「néos（ネオス）」が語源となっていて、

「**新芽**」「**植物が新しく生えた**」「**生まれ変わる**」などの意味があります。

また、「U」は「**You（あなた）**」という意味だけでなく、

北九州市の潜在能力を表現する様々なUからはじまる単語からできています。

**Unique（ユニーク）** = 「**唯一の、ただひとつの**」

**Unite（ユナイト）** = 「**一体になる、団結する**」

**Update（アップデート）** = 「**最新の状態になる、更新する**」

**Utopia（ユートピア）** = 「**理想の場所、理想郷**」

**Unlimited（アンリミテッド）** = 「**無限の、限界がない**」

**Universal（ユニバーサル）** = 「**全世界にわたる、すべてで通用する**」

人生もビジネスも、北九州市は、新しい物語の大きなステージになる。

様々な可能性を秘めた都市、北九州市を、全世界の人々にアピールし、自分ごと化してもらえるスローガンです。



あたらしいことを、はじめやすい都市。福岡県北九州市。

## 今後の展開等について

## ブランドを最大化させる効果的なメソッド ①

一度決めたワード、ロゴを繰り返し使うことが、  
組織の力を大きな軸に集中させることに繋がる



コンピュータがまだ「演算装置」であり「人の作業を楽にするもの」くらいだったこの頃に、  
「これまでにない」、「創造のためのもの」のイメージに変えた。



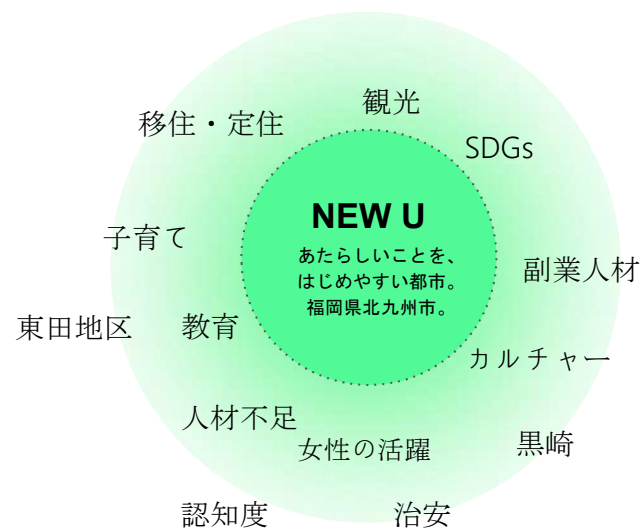
## ブランドを最大化させる効果的なメソッド ②

ブランディングや、様々なプロモーションを一つのロゴ・ワードに集約することにより、より強い発信力になり、ターゲットに印象づけることができます。

現在 ( 点の発信 )



発信力の強いブランディング



## ブランディングの対象となる事業分野

地方創生分野に関連する様々な事業のプロモーションに、ロゴマーク・キャッチコピーを活用することで、事業の一体感や発信力の向上を図り、ターゲットへの強い印象付けを行う。

### 事業分野の一例

- 移住支援関連
- スタートアップ支援関連
- 女性活躍推進関連
- 複業・兼業推進関連
- 企業誘致関連
- 子育て支援関連

## 広告展開について

### ■ ポスターイメージ



### ■ ランディングページ

[www.newu.jp](http://www.newu.jp)

## 広告展開予定

- ・ 7月2日（金）～ 北九州市役所玄関（B0サイズポスター6面）  
ランディングページ公開
- ・ 7月3日（土）～ 小倉駅階段装飾、北九州連結バスビジョン、  
天神高速バスターミナルビジョン
- ・ 7月中旬以降 ～ 西鉄天神駅エスカレーター、  
ソラリアビジョン、フクオカバスビジョン、  
北九州市内各大学（調整中）

## 若年層が新しいことを始める動きの事例

## 1. 上野 晶比古（福岡市在住）

◇名称：八屋（はちや）【シェアハウス（予定）】代表

◇所在地：若松区二島

◇概要：

- ・クラウドファンディングを活用し、空き家だった築70年の古民家をDIYでリノベーション中。2021年の夏頃にオープン予定。
- ・「クリエイターの基地」をコンセプトにシェアハウス兼アトリエを製作。創作コミュニティの構築を目指す。
- ・アトリエスペース（賃借）、シェアハウスの展開を行うほか、定期的に作品づくりのワークショップや、交流会等を行う見込み。
- ・上野氏は、糸島に勝るとも劣らない魅力を若松に感じて、本場所での展開を始めた。



## 2. 菊池 勇太（北九州市出身）

◇名称：PORTO（ポルト）【ゲストハウス】代表

◇所在地：門司区東門司

◇概要：

- ・門司港の歴史的な木造3階建の元旅館をリノベーションしたゲストハウス。
- ・本市出身の菊池氏がコンサルティング会社を経て、Uターンし開業。
- ・合同会社ポルトは、ゲストハウス事業のほか、飲食・物販業、メディア運営、マーケティング等を手掛け、地域に密着した活動を展開中。
- ・菊池氏のマーケティングのスキルを活かし、様々なイベントや企画なども行い、地元北九州ならではの特色を活かした商品やサービスを手掛けている。
- ・菊池氏は、市のオンライン移住相談員となった事で、複数のマスコミに取り上げられた。



### 3. 竹馬 翔（北九州市出身）

◇名称：CANDY【Clothes Labo、バー】代表

◇所在地：小倉北区魚町 3-3-12（メルカート内）

◇概要：

- ・昼は洋服の制作やリフォーム、夜はバーとして営業している店舗を経営。
- ・東京都内のアパレルメーカーに勤務していたが、独立して自分のお店を持つため、退職し、Uターン。
- ・コロナ禍で、マスク不足が続いていた際、寄付で集めた生地やゴムを使用し、布マスクを各地に無償提供するなど、地域貢献も行っている。



### 4. 池内翠美（岡山県出身）、石坂華蓮（福岡市出身）

◇名称：魅女（みじょ）【古着ショップ】経営

◇所在地：小倉北区魚町 3-3-12（メルカート内）

◇概要：

- ・古着などをメインとしたセレクトショップを経営
- ・2名とも市外出身者であり、アパレルメーカーに就職し、勤務店舗が北九州市だったことを機に移住。（就職先の同僚）
- ・アパレルメーカーの販売員として、勤務しながら、市内のイベントに出店していた。
- ・その後、転勤により市外へ引っ越したが、独立を決意し、イベント出店時に周囲が親切にしてくれたことをきっかけに本市へ移住し起業した。



### 5. 池部哉太（北九州市出身）

◇名称：Bloomy Days Vintage【古着ショップ】経営

◇所在地：小倉北区中島 1-3-5

◇概要：

- ・ヨーロッパの古着を中心としたセレクトショップを夫婦で経営
- ・大学在学中から、市内のイベントにて出店するなど、活動していたが、大学卒業と同時に起業。
- ・「洒落者市」という古着イベントの主催者でもあり、2019年にリバーウォークにて開催した際は、2日間開催で延べ人数2,000人の来場者が集まった。



## 6. 岩本 成矢（横浜市出身）

◇名称：・カフェ「四稀」&ブランディングをはじめとしたマーケティング支援会社 経営

◇所在地：門司区

◇概要

- ・東京の広告代理店から独立後、仕事で訪れた門司港のポテンシャル、可能性を感じ移住した。
- ・移住後、マーケティング支援会社を立ち上げる一方、カフェ「四稀」を開業。
- ・東京にいる頃は、会社のコミュニティか学生時代の友人とのコミュニティが基本だったが、門司港では、いろんな仕事、いろんな世代の人と会うことが増えた。



## 7. 新旦過飲食街、スタヂオタンガ【コミュニケーション場所】

◇所在地：小倉北区旦過市場周辺

◇概要：

### ○「新旦過飲食街」

- ・空き店舗を活用し、若手経営層による新店舗が開業し、旦過の新たな名所となっている。
- ・福岡市や北九州市内のクリエイターなどから面白い場所として認知されている。

### ○「スタヂオタンガ」

- ・旦過市場と新旦過飲食街の間に位置する築80年超の空き店舗を改装してオープンした「クリエイティブ・多目的スペース」。
- ・旦過の古き良き文化を継承、発信するため、アーティストやデザイナーが「旦過のPR」を展開。また、「アートプロジェクト」や「プロダクトデザイン」等を行っている。
- ・例として、旦過市場散策ツアー、旦過を中心とした北九州の生活や文化をテーマにした演劇作品の製作・上演、北九州芸術劇場とのコラボ企画で生まれたポストカードの制作等。

