

37. 辻 正隆氏（株式会社 gaaboo 代表取締役社長/プロデューサー）

『九州の Teppen!』の北九州市。若者&ツナガリを大事に、市は SNS 発信力を高め、市民が自信を持って地元の魅力を発信してこそ強い北九州ブランドが築かれる！」



辻 正隆（つじ まさたか）

北九州市出身。IT 系ニュースメディア、コミュニティ会社役員、マイクロソフト(株)を経て、(株)ミクシィで執行役員メディアビジネス本部長、(株)ミクシィマーケティング代表取締役社長等を歴任。2014 年に SNS コンサルティング&デジタルマーケティング支援等を行う(株)gaaboo（ガープ）を創業し、グループ 4 社で大手企業を中心に 150 社以上支援。現在、「地域活性化起業人」制度を活用して PR&SNS 支援のために北九州市に社員を派遣中。

「自分達自身で語れてこそ北九州ブランド」

北九州市政 60 周年の 2023 年 7 月に由緒ある旅行ガイドブック『地球の歩き方』の国内初の市版となる「地球の歩き方 北九州市」の出版プロデュースを発表しました。2024 年 2 月には東京八芳園や JAM 広場で発売 PR イベントを主導し、多くの方々のご協力や応援のお陰で Amazon の『ベストセラー1 位』となる記録的ヒットとなりました。

今回、発売の目的としては、よくある観光本だと福岡県版のわずか数ページに北九州市情報が取り扱われる程度となるのがモッタイナイと感じて、「100%北九州市版だけのガイドブックを発刊すること」にありました。狙いとしては①地元の方に北九州市 7 区の魅力を再発見して欲しい、②日本中にその魅力を知って欲しい、という 2 点で、東京の放送局にも訪問した PR 活動も実り、全国ニュースでも長尺で取り上げていただけて、目的&狙いを果たせたと感じております。

今後については『発刊して終わりではなくスタートに』したく、新たなテーマとして①観光関係者の方々で「地球の歩き方 北九州市版」の 2 次利用の検討、②韓国版、中国版、台湾版を作成しインバウンド活用を、と考えております。また、個人的には北九州市は八幡製鉄所な

どをおこした日本の近代産業の父である安川敬一郎翁の出身地ですし、若い方々の起業家精神を刺激する取り組みや、北九州市内の B2B 企業の PR 力向上支援も出来たら良いと考えております。

北九州市に立派な観光資源があることは地球の歩き方社が証明してくれましたし、もう福岡市と比べたり目指したりするのではなく「市民が自信を持って自ら北九州市の魅力を語れて発信できること」を通じて、強い北九州市ブランドの形成の推進を期待しております。

「若者ターゲット&次世代スポーツ拠点」

PR 力については、若者が得意な SNS 全盛の時代に北九州市には大学があり、学生という人財がいることを活かすべきです。まずは北九州市の SNS（ソーシャルメディア含む）での発信力を日本トップレベルに高め、市民も巻き込みながら、北九州市の魅力を日本中、世界中に発信出来たらと期待しております。

また、過去に大手メディアや関連企業は福岡市に移ったことが北九州市の PR 力の転換点だったと考えておりますが、地元の大学や高校と積極的に連携して SNS などソーシャルメディアに強い街を打ち出し、勉強会などを支援して、支援を望む飲食店などと学生のマッチング(ア

ルバイトにもなる)や起業促進や就業機会を提供出来れば、新たな次世代編集会社、企画プロデュース会社、デザイン会社、人材会社なども育ち、北九州市の発信力も高まると考えます。結果、SNS 上で北九州市を認知、関心を持ってもらう地道な努力を通じて『将来の生活拠点の選択肢の1つ』に努めて欲しいです。

人口減少については、東京以外の大半の自治体で人口が減るわけですし、ネガティブになるのではなく、今いる『市民の皆さんの幸せの総和を最大化すること』を目指して欲しいです。例えば人口が92万人から10%減ろうとも、全市民に今より1.5倍の幸せを感じてもらえるなら、自ずと人口も増えていくはずですよ。

施策としては、未来ある若者を明確なターゲットに据える検討をして欲しいです。市立大学の成績優秀者への学費無償化やマーケティングなど魅力的な授業をPR促進して全国から優秀な学生を集めて欲しいです。

また工場跡地や学校整理による空きスペースにアーバンスポーツ施設、eスポーツ専用スタジアム、次世代スポーツ施設の拡充を検討してはいかがでしょうか。DXによる事業環境の変化でスポーツビジネスも本格化しておりますし、超人気スポーツ以外に多様な若者ニーズに応える次世代のスポーツ施設を増やし全国からチームを招き、イベント大会への協賛支援などスポーツカルチャー創出を通じて人口問題、空きスペース問題、新ビジネスや周辺ビジネス創出といった一石三鳥を狙って欲しいです。

「観光強化は移動手段の強化」

詳細は省きますがタクシー、バス、ヘリコプター、飛行機と交通手段の多様化と、小倉駅北口&北九州空港(K&K)をハブ拠点に集中的で積極的な魅力化を期待したいです。既に北九州市周辺には下関、湯田温泉&長門湯元温泉、別府温泉、宗像、大宰府といった観光地もありますし、各自治体と連携して空港から各所へのバ

ス移動、観光タクシーやバスツアー各種支援、富裕層向けヘリコプター輸送、近隣アジアへの空港路線就航増強も期待したいです。

特に東京など首都圏より標準が小型車な為に安価で移動可能な北九州市のタクシー交通の魅力をPRし、更にタクシー運転手の方に北九州市のエバンジェリストであってほしい、業界団体共通の『1日観光プラン』の策定や各種研修も推進されては、と考えます。

「ヒトや企業をつなげる変化に柔軟な市に」

北九州市は「日本一市外に人材が流出した街」とも言えますが、転出して地元愛を持つ方々ばかりなはずですよ。日本中、世界中にいる地元出身者をつなげるコミュニティ構築を検討してみたり、地元出身の企業家・経営者・各種プロフェッショナルや、地元出身でなくとも魅力ある人材には積極的に接点を作り巻き込めたら良いな、と考えます。例えば航空券代とホテル代を市で負担手配し、来訪を促し地元起業家との面談をセットする等で関心や起業誘致数を狙うツアーをつくるのも一案だと思います。

また東京には市主催の北九州市関係者の交流会がありますが、若者に特化したツナガリ支援、例えば、市内の学校の同窓会組織と連携して、市内外で開催される同窓会などの北九州ツナガリ支援なんかも中長期的に大切だと感じます(岡山県が実施)。

今回、限られたスペースで、言いたいことのほんの一部だけとなりますが、よく言われる通り『強い者でも賢い者でもなく、柔軟なものが生き残る』は、市にも言えるのかなと思います。全国には1,700の自治体がありますが、北九州市には是非そんな柔軟な街であって欲しいですし、他方で地元民間企業には『井の中』とならず、市に頼りすぎず、自らオープンに仲間づくりを行い、逆にプロジェクトに市を巻き込む意識が大切だと感じます。