

地域再生計画

1 地域再生計画の名称

人の流れや投資を呼び込む「新たな都市ブランディング」推進計画

2 地域再生計画の作成主体の名称

山口県下関市、北九州市、福岡県直方市、行橋市、豊前市、中間市、宮若市、芦屋町、水巻町、岡垣町、遠賀町、小竹町、鞍手町、香春町、荻田町、みやこ町、上毛町及び築上町

3 地域再生計画の区域

山口県下関市、北九州市、福岡県直方市、行橋市、豊前市、中間市、宮若市、芦屋町、水巻町、岡垣町、遠賀町、小竹町、鞍手町、香春町、荻田町、みやこ町、上毛町及び築上町の全域

4 地域再生計画の目標

4-1 地方創生の実現における構造的な課題

1. にぎわいの創出

本市は昭和 38 年に 5 市が合併して誕生して以降、人口は増加傾向にあり、昭和 54 年に約 106 万人に達した。しかし、産業構造の変化や東京一極集中の影響により、令和 2 年 9 月現在の推計人口は 935,084 人となっている。また、平成 15 年に自然動態がマイナスとなると、少子高齢化が加速し、政令市の中で最も高齢化率が高い状況が続いている。さらに、本市の社会動態を年代別に見ると、令和元年は 50～64 歳は転入超過となる一方、20～.39 歳では約 2,000 人のマイナスとなるなど、若い世代の転出が目立つ状況にある。

このような人口構造と産業構造の変化に伴い、市事業所数（民営）並びに従業者数（民営）は減少しており、市全体の活力の低下が懸念される。

2. 新たなブランドの確立

森記念財団による「日本の都市特性評価 2020」によると、本市の「居住環

境の満足度」や「公共交通の利便性」は全国的な順位も高く（109 都市中 15 位、17 位）、「住みよいまち」としての評価を得ている。

しかし現状とは異なり、未だに「公害のまち」「暴力団のまち」というマイナスのイメージが根強く、企業誘致や投資、観光や移住などの人の流れを阻害してきた。ブランド総合研究所の平成 30 年「地域ブランド調査」によると、本市の認知度は全国で 99 位、魅力度は 155 位となっている。また、メディア関係者及びシンクタンク研究員を対象とした北九州市の認知度に関するアンケート調査（平成 26 年北九州市調査）によると「工業都市」としてのイメージが強い。

今後、負のイメージを払拭し、本市に人と投資の流れを呼び込むために、クリエイティブディレクターの知見を活用しながら新たな都市ブランドを創造する必要がある。

4-2 地方創生として目指す将来像

【概要】

【背景】

- ・本市を含む北九州地域は、日本の四大工業地帯の一つとして発展し、日本の近代化・高度経済成長の牽引役を果たしてきたが、一方で深刻な公害をもたらした。
- ・また、平成 15 年から暴力団工藤會による事件が継続的に発生。市民生活が脅かされるとともに、全国に「暴力のまち・北九州」のイメージが浸透。
- ・公害に関しては、市民、企業、行政の一体となった取り組みにより、環境は急速に改善され、1980 年代には、環境再生を果たした奇跡のまちとして国内外に紹介されるまでになった。また、暴力追放に関しても、平成 22 年「北九州市暴力団排除条例」を制定し、市民、事業者、県警、市が一体となったオール北九州での暴力追放運動を本格化させ、組織の弱体化に成功している。
- ・しかしながら、現状に反して、「公害のまち」「暴力のまち」という負のイメージが全国的に浸透・定着してしまい、首都圏において企業の誘致や投資、大規模イベントの興行誘致、移住促進活動をする際も、本市に対する悪いイメージが足かせになってきた。

【将来像】

- ・負のイメージとは違い、令和2年には工藤會総本部事務所が撤去するまで安全・安心なまちづくりが具体的な進展を見せ、平成23年にはOECDより「グリーン成長都市」の1つとして、パリ、シカゴ、ストックホルムとともに、アジアで初めて選定された。
- ・この現状を事実として伝え、マイナスイメージを払拭するにとどまらず、将来に向けた期待感を醸成するような「新たな都市ブランディング」を構築する。
- ・そのために、令和2年8月に全国約50人の応募者の中から、民間人デザイナーをクリエイティブディレクターとして本市で初めて登用。プロの専門的知見と経験を活かして、外部の目線から、将来に向けて「新しいことを始められそう」というテーマで、本市のブランディングを再構築していく。
- ・高度な都市インフラを備えた政令市である北九州市を中心に、北九州都市圏と山口県下関市を加えた、「北九州経済圏」が一体となってブランディングを行うことで、より多様なフィールドやプレイヤーを活用することができ、都市圏の価値を向上させ、人の流れや投資を呼び込む。

【数値目標】

K P I	事業開始前 (現時点)	2021年度増加分		2022年度増加分	
		1年目		2年目	
小倉都心地区の歩行者通行量(人)	134,060	13,440		14,800	
商業地区の空室率(%)	12.82	0.5		0.5	
北九州市の魅力度ランキング(位)	155	9		9	
関門エリア(下関市・北九州市) の観光客・宿泊客による観光消費 額(千円)	66,170,000	5,950,000		5,955,000	

2023年度増加分 3年目	K P I 増加分 の累計
16,200	44,440
0.5	1.5
9	27
5,993,000	17,898,000

5 地域再生を図るために行う事業

5-1 全体の概要

5-2の③のとおり。

5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

○ 地方創生推進交付金（内閣府）：【A3007】

① 事業主体

2に同じ。

② 事業の名称

人の流れや投資を呼び込む「新たな都市ブランディング」推進事業

③ 事業の内容

本事業は過去の負のイメージを払しょくし、特に若者が「将来に向けて期待感を抱くことができるまち」のブランディングを図り、新たな人の流れや投資を呼び込んでいくことを目的としている。

そのために、

- ・まずクリエイティブディレクターとの協働による、ブランドコンセプト、ロゴの策定を行う。広報戦略会議、民間経済団体等とオール北九州で新たなイメージを発信する体制を整え、統一コンセプトに基づく継続的な情報発信を行うことで、ブランド定着を図る。

- ・九州の陸の玄関口である小倉駅のJAM広場（中央改札前広場）を中心に、壁面デジタルビジョンを設置。広場を劇場空間に見立て、デジタル映像を制作、配信するほか、統一感を持った全体装飾を行うことで、市の産業や技術、文化等を魅せるショーケース機能を持たせ、都市のイメージア

ップ、交流人口の増加、シビックプライドの醸成につなげる。

- ・ビジョンの設置をはじめ、小倉駅全体のイメージ向上を図る「小倉駅リブランディングプロジェクト」を推進し、JAM広場等の空間価値を高めることで、デジタルビジョンの広告収入を確保し、自走できる継続的な情報発信につなげる。

- ・本市の強みであるフィルムコミッションの活動を拡大、強化し、下関市との関門ブランドを活用して、海外映画・ドラマ撮影を誘致することで、国際的なブランド展開、コロナ後のインバウンドV字回復、域内観光消費の回復を図る。

- ・コロナ後を見据え、安全・安心なクルーズ船受入体制の整備を行い、コロナ後のインバウンドV字回復、域内観光消費の回復を図る。

- ・域内留学生等と連携し、コロナ後を見据えた関門地域や北九州都市圏域の魅力向上策の検討、実証事業など、地域資源の磨き上げを行い、コロナ後のインバウンドV字回復、域内観光消費・物産売上の回復を図る。

④ 事業が先導的であると認められる理由

【自立性】

- ・市の新たなブランディングの確立により小倉駅の空間価値が高めることで、広告収入による継続的な情報発信の仕組み構築を図る。

- ・また、特産品の開発をはじめとした6次産業化などにより、既存の事業者の体力が強化されるとともに、新たに参入する事業者や経営の多角化を進める事業者が生まれてくることから、将来的に事業として自走していくことが可能。

- ・さらに、外国船クルーズにおいては、地元事業者と船社の寄港地観光決定に影響力を持つ旅行会社、ランドオペレータとの商談が成立し、長期にわたり取引が成立することで地元事業者の事業収入により自走していくことが可能になる。

【官民協働】

- ・民間人材のクリエイティブディレクターや、コミュニケーションマーケティングやSNSを得意とする企業と連携し、効果的な情報発信を図る。

- ・自治体を越えた取組を行うことで、相互の強みを活かして地域資源や民間事業者の連携を図り、より効果的・効率的な事業とする。
- ・企業版ふるさと納税や広告収入を活用し、継続的な事業展開を図る。

【地域間連携】

海峡・県をまたいだ山口県・下関市との関門連携、近隣 17 市町が参加する「北九州都市圏域」との連携を図り、各地域の観光資源、物産などの魅力を相互に補完しながら、広域圏が一体となった取組を行うことで、より効果的なブランディングにつなげる。

【政策間連携】

新たなブランディングに基づいて、地域の魅力の磨き上げやこれまでと違った魅せ方をすることで、観光振興や関係人口の拡大に繋がり、併せてシビックプライドを高めることで継続的な取組に繋げる。将来に向けて期待を感じるようなイメージを確立することで、新たなビジネスが生まれやすい環境ができ、スターアップ、IT 企業の誘致などが推進される。

- ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））
4-2の【数値目標】に同じ。
- ⑥ 評価の方法、時期及び体制

【検証方法】

毎年度（9月頃を予定）、年度末時点のKPIをとりまとめ、関門地域連携推進協議会、北九州地域連携懇談会、各市町議会委員会に当該事業の実施報告とともに意見を聴取。達成度にかかわらず、委員の意見を事業展開の参考にする。また、必要に応じた各市町作成の総合戦略などに反映させる。検証結果は、マスコミ・ホームページ等により公表する。

【外部組織の参画者】

「北九州市まち・ひと・しごと創生推進協議会」「北九州地域連携懇談会」を構成する有識者や議会の関与を得ながら検証結果報告をまとめる。

【検証結果の公表の方法】

毎年度、マスコミ、ホームページ等により公表する。

⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】
総事業費 331,170 千円

⑧ 事業実施期間

2021年4月1日から2024年3月31日まで

⑨ その他必要な事項

特になし。

5-3 その他の事業

5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

5-3-2 支援措置によらない独自の取組

該当なし。

6 計画期間

地域再生計画の認定の日から2024年3月31日まで

7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、7-1に掲げる評価の手法により行う。

7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。