

北九州市 ○○押し課の設立とミッション

1 「押し」に注目

経済的価値

国内では4人に1人が何かしらの「押し活」を行い、関連市場は約4兆円規模。地域の消費拡大やにぎわい創出に寄与する新たな経済的価値として注目されている。
(出典：押し活総研2026. 1. 30)

社会的価値

「押し活」を通じて人との交流が生まれ、人生の活力や生きがいにもつながり得る。人間関係が希薄になりがちな現代社会において、貴重な社会的価値の創出につながっている。

2 北九州市のポテンシャル

- 国内外から注目される「映画の街」としての実績
- 漫画文化の発信拠点「漫画ミュージアム」
- 「あるあるCity」を中心としたポップカルチャー集積
- 自然・食・歴史・文化・スポーツなど「多様な推しの土壌」

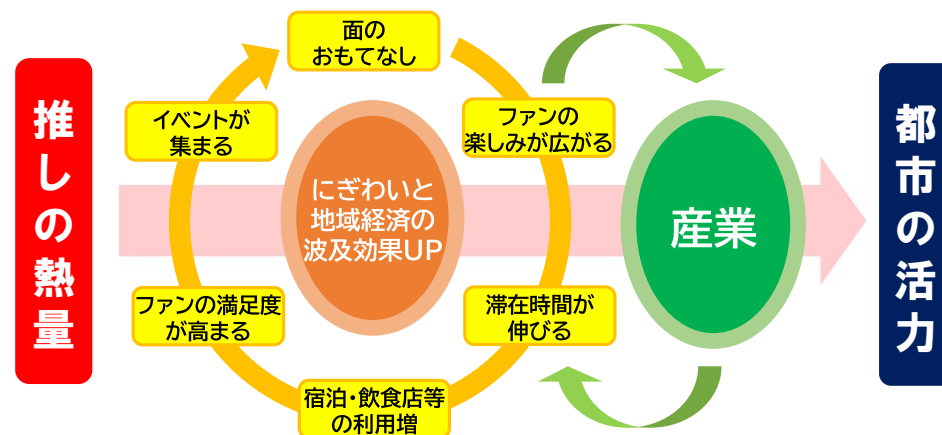
3 ○○押し課のミッション

- 北九州市が持つポテンシャルを最大限に活かし、ファンや市民の熱量を一過性で終わらせることなく、地域経済の発展につなげるため、**令和8年4月、都市ブランド創造局に「○○押し課」を新設。**
- 推しの熱量を市内での回遊や滞在、飲食などの消費行動につなげる取組により、街のにぎわいを促し、ゆくゆくはコンテンツ産業誘致やクリエイター等の集積へと発展させていく。

WHAT－何をするのか ⇒ 「推しの熱量」をにぎわい創出へ変換

HOW－どうやるのか ⇒ 推し（熱量の根源）を戦略的に地域資源と掛け合わせ、ファンの市内周遊と滞在時間の延伸を図る

～推しの熱量を都市の活力へ変換していく～



北九州市 ○○推し課の取り組みについて

おしもてなし 第1弾 「ギラヴァンツ北九州戦」アウェイサポーター歓迎キャンペーン

対象試合 全4試合(R8. 4/25、5/3、5/6、5/24)

概要

「明治安田J2J3 百年構想リーグ」の開催に合わせ、アウェイチームのサポーターを「対戦相手」ではなく**“街の大切なゲスト”**として迎え入れるキャンペーン

効果

- ・試合前後に、協力飲食店等でアウェイサポーターが食事を 楽しむ姿が多数見られた。
- ・SNSで「こんなに歓迎されたのは初めて」といった声が多数あり、市のイメージ向上につながった



小倉駅サイネージジャック



高校生書道部による大歓迎看板



協力店舗によるサービスの提供

おしもてなし 第2弾 小倉駅“聖地化”プロジェクト

開催日 R8. 6/10 ~ 6/20

概要

6/13,14、北九州メッセで開催された&TEAMの公演に合わせ、単なる「コンサート開催地」で終わらせず、ファンにとって**忘れられない“聖地”**を提供

効果

- ・イベント参加者数(2日間) 約3,500人
- ・経済波及効果 約1,400万円
- ・多くのメディアで取り上げられ、SNSでも話題になった
- ・ファンの満足度を高めつつ、市の滞在時間の延伸につながった



約3,500人が参加した「想いの結晶ボード」イベント



観光案内所の外壁を大型ビジョン化



コンサート当日、大型ビジョンでMVと結晶ボード制作過程のコラボ動画を放映



小倉駅周辺を &TEAM一色に演出

北九州市 ○○推し課の取り組みについて

おしもてなし 第3弾 官民連携『あんスタ』ファン市内周遊企画

開催日 R8. 7/27～8/3

概要 北九州メッセで開催される『あんさんぶるスターズ！ THE STAGE』の公演に合わせ、小倉駅での歓迎演出や官民連携による市内周遊企画を実施

北九州市実施企画

- ◆ 小倉駅でのサイネージを使った歓迎演出
- ◆ あんステ舞台キャストの「フォトパネル」の市内観光地に設置

名鉄観光サービス㈱実施企画

- ◆ 北九州市内名所を巡るスタンプラリー
- ・対象スポット(12カ所)
【小倉北区】観光案内所、文学館、漫画ミュージアム、小倉城、小倉城庭園、しろテラス、辻利茶舗、クラウン製パン
【門司区】おみやげ館、レトロ展望室、海峡プラザ、門司港プリンスパル
- ・参加費 1名につき 800円(税込)
- ・景 品 コラボポストカード12枚セット(スタンプ7個の場合)等

効果

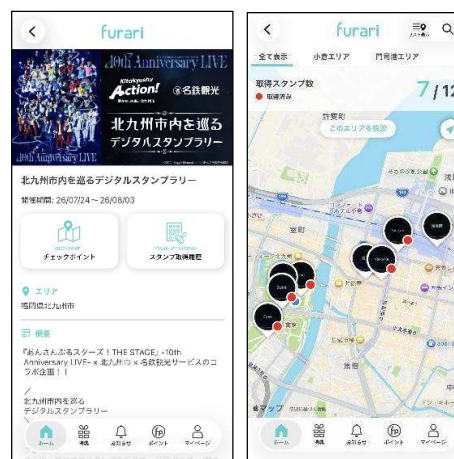
- ・公演前後に、多くのファンがフォトパネルで記念撮影を行い、スタンプラリーを楽しむ姿が見られた。(スタンプラリーは完売)
- ・SNSで「楽しみながら観光地を巡れてよかった」「北九州市ありがとう」といった声が多数あり、市のイメージ向上につながった。
- ・経済波及効果 測定中



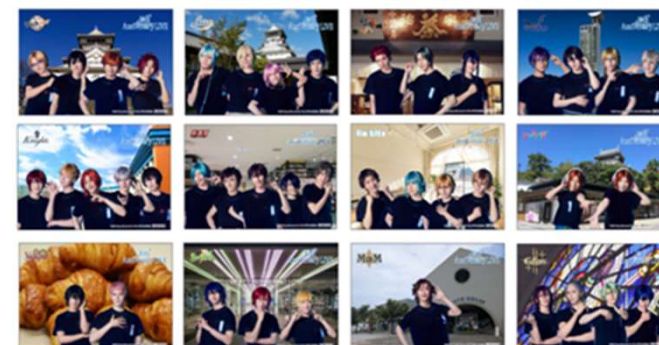
小倉駅サイネージジャック



観光地に設置したフォトパネル



デジタルスタンプラリー



コラボポストカード