資料5－6

第2回X会議資料

プラチナ市役所プロジェクト

Z世代の声

2026年11月24日

Aチーム

財政・変革局 アセットマネジメント推進室　岸本 直也
環境局 グリーン成長推進部 グリーン成長推進課　石川 知弘
総務市民局 人事部 人事課　井上 勇輝
都市整備局 総務用地部 用地課　三宅 有紀
子ども家庭局 子ども総合センター　長谷川 雅也

Z世代の声を受けての検討状況

Kitakyushu Action!
動かせ、未来。北九州市

ロ 検討のきっかけ、背景

- 若手メンバーで課題の洗い出しを行った際、「休日は北九州市ではなく福岡市へ遊びに行く若者が多いのではないか」、「福岡市に比べて若者向けのイベントが少ない」といった意見が出たことから、ターゲットを若者に設定した。
- 続いて、Z世代課の「Z世代チャレンジ」において若者が集うプロジェクトに参加し、ランチミーティングで若者の困りごとについて意見聴取を実施したところ、若手メンバーの課題感と異なり、市内外の参加者から「小倉駅周辺にどのようなお店があるかわからない」、「飲食店を探していると客引き（キャッチ）に捕まる」「商業施設のようにデジタルサイネージがあると店が探しやすい」といった意見が挙げられた。
- このため、当初の課題感から方針転換し、市内外の方々が小倉駅周辺のお店の情報を知り、小倉の街の魅力を堪能してもらうための解決策について検討を開始した。

ロ これまでのアクション

✓ 他都市の事例調査（福岡市早良区　サザエさん通り商店街）

- 2026年9月にデジタルサイネージを設置したサザエさん商店街通りの取組事例を視察した。
- サザエさん通り商店街は、祭りやプレミアム付きデジタル商品券の発行、アイススケートの実施などの取組を通じて、にぎわいが続く商店街を目指している。その取組の一環で、店舗情報の発信、インバウンド対策、商店街のシンボルとして、デジタルサイネージを設置した。
- サイネージは、情報発信等に加え、広告収入など、商店街のにぎわいづくりを自走化させる目的も持つこともわかった。



現段階では課題の深堀りが不十分のため、ヒアリングや他都市事例調査などを通じて、課題の真因の特定し、具体的な打ち手の検討を進める。