

市区町村名	福岡県北九州市	担当部署	政策局 Z 世代課
		電話番号	093-582-2925
		所属メール	seisaku-zsedai@city.kitakyushu.lg.jp

1 取組事例名

若者を「支援対象」から「共創パートナー」へ
— 全国初「Z 世代課」が挑む、行政のアップデート —

2 取組期間

2024年4月1日【Z世代課設立】～(継続中)

3 取組概要

北九州市は、「日本一若者を応援するまち」の実現を目指し、2024 年 4 月、全国で初めてとなる「Z 世代課」を設置しました。

本取組の特徴は、若者を「支援される側」ではなく、行政や地域とともに未来をつくる“共創パートナー”として位置づけた点です。

Z世代課では、全国の若者から自由なアイデアを募集し、実現まで伴走支援を行う「Z世代はみ出せコンテスト」や、若者を市政や民間プロジェクトへ派遣する「Z 世代課パートナーズ制度」などを展開しています。

従来の“意見を聞く行政”から、“若者とともに実装する行政”へ。

若者との関係性そのものをアップデートする、新たな行政モデルに挑戦しています。

4 背景・目的

人口減少や価値観の多様化が進む中、行政には、若い世代の価値観や行動変化を正しく理解し、柔軟に取り入れることが求められています。

しかし従来の若者施策は、「意見を聞く」ことにとどまり、若者が主体的に関われる仕組みは限定的でした。

そこで北九州市は、若者を“共にまちをつくるパートナー”として位置づけ、全国初となる「Z世代課」を設置しました。

本取組は、若者の価値観を行政や地域社会が学び、実装し、変化に対応できる持続可能なまちづくりを目指すものです。

5 取組の具体的内容

本取組では、「若者の声を聞く」ととどまらず、若者が企画・実装・発信まで関わる仕組みを構築しました。

【従来】

行政が企画 → 若者が参加

【Z世代課】

若者と企画 → 実装 → 政策・事業化

この“共創型モデル”を軸に、各種事業を展開しています。

① Z世代はみ出せコンテスト(アイデアコンテスト)

Z世代の常識にとらわれない自由な発想や挑戦を後押しするため、全国のZ世代を対象に、「北九州市を舞台にまちの活性化につながる」アイデアを募集し、選定されたアイデアには、1事業あたり300万円を上限とした経費を補助するとともに、その実現まで伴走支援を行う取組です。アイデア選定にあたっては、事業性を求めず、既存の枠や正解にとらわれず、Z世代ならではの視点や感性を起点に、新規性・独創性があるかという点を重視しています。

第1回目となる2024年度は、応募数は29件にのぼりました(東京都や京都府など、市外から8件の応募があった)。また、2年目の2025年度は、前年の倍である60件の応募が集まりました。本コンテストのインパクトは大きなものとなっており、市外からの応募も17件に増えるなど、全国へ認知が広がっています。



≪2025年 申込状況≫※()内は2024年の数字

住所		所属		年齢	
市内	43件 (21件)	高校生(高専含む)	12件 (2件)	15-19	16件 (6件)
県内	3件 (2件)	大学生	11件 (16件)	20-24	21件 (14件)
県外	14件 (6件)	社会人(不明含む)	37件 (11件)	25-29	23件 (9件)
計	60件 (29件)	計	60件 (29件)	計	60件 (29件)

(左記写真は、Z世代はみ出せコンテスト2025の様子)

これまで採択された提案には、

- ・全国的にも有名な北九州市の成人式をVR上で再現し、新たな参加体験を創出する取組
- ・“推し文化”を活用し、地域飲食店の大将をトレーディングカード化することで回遊性を高める取組
- ・北九州市で実際に「コーヒー」の木を育て、若者が農家に興味を持ってもらう取組

など、従来の行政発想にはなかった、Z世代ならではの価値観や感性を活かしたアイデアが生まれています。

これらは単なるイベントではなく、「地域課題」や「地域との関わり方」を、若者視点で再構築する挑戦となっています。

2024年度

**もっとド派手に！
北九州市成人式 in VR**

「オタクで癒える」北九州市の成人式をVR上に再現し、ド派手で有名な北九州市の成人式をVR上に再現。令和7年1月の成人式において、VRとリアルを融合したVR成人式イベントを開催。

2024 第1位 渡邊 祥気

[動画をみる](#) [結果を見る](#)

小倉咖啡園プロジェクト

北九州市内で国産コーヒー豆の生産・販売を行う「小倉咖啡園」を開発し、新たな名産品となることを目指す。令和7年3月末にコーヒー・フードトラックを兼ねたイベントを開催。

2024 第2位 上野 烈

[動画をみる](#) [結果を見る](#)

福祉ロボット都市プロジェクト

福祉をビジネスや地域創生のメインストリームにすることを目的に、Z世代を対象に、ロボット工学を学べるロボットの設立や、「福祉ロボットフェス」などを開催。

2024 第3位 山崎 聖

[動画をみる](#) [結果を見る](#)

2025年度

モグッと推し活大将でGO！

観光エリアの活性化を目的とした、飲食店の魅力を再発見・再認識する取組。飲食店の大将を「推し」として愛するトレーディングカードを制作し、まちめぐり体験を創出。

2025 第1位 栗山 友良

[動画をみる](#) [結果を見る](#)

Ajiwau Kitakyushu

北九州市内のバー・パブ・レストラン等近隣のメニエー情報を集約し、北九州版のウェブサイト制作して、食の振興をもつ海外旅行者が事前から安心して情報収集できるようにする。

2025 第2位 久田 愛理

[動画をみる](#) [結果を見る](#)

リバーレース × ランジェリー

北九州が誇ってき「力強いものづくり」と、ランジェリーが持つ「華やかさ・繊細さ」を掛け合わせ、北九州の「新たなものづくり」イメージの創出に貢献するプロジェクト。

2025 第3位 比嘉 紗礼

[動画をみる](#) [結果を見る](#)

② Z世代課パートナーズ制度

Z世代課の設立後、若者から自身の経験や特技を活かして「北九州市を盛り上げたい、何かまちの役に立ちたい」という声が多数寄せられました。こうした声を受けて、2024年の5月から新たに制度として取り入れた取組が「Z世代課パートナーズ」です。

まちや社会をより良くしたいと考える若者をZ世代課パートナーとして委嘱し、行政の各種会議への参加や民間プロジェクトへの参画などを通じて、若者の視点や声をまちづくりや事業に反映をしています。

2026年5月時点で、52名(最年少18歳、最年長30歳、平均年齢24.9歳)が登録しており、これまで、46件(延べ61人のパートナー)への派遣を行っています。具体的には、市の会議体への委員就任や地元の交通事業者と連携した地域の魅力を紹介するWEB記事の企画・出演、シニア情報誌の三世代(市長・シニア世代・若者世代)による対談企画等へ参画しています。

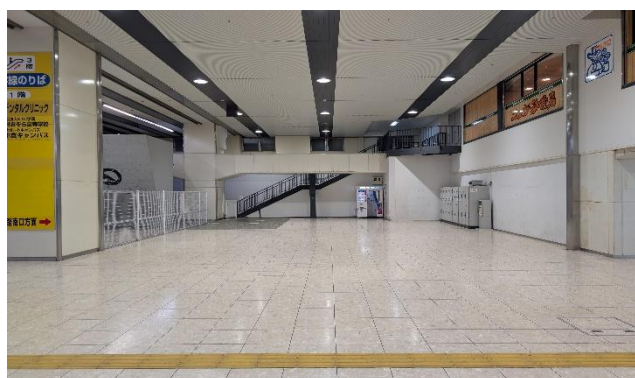
パートナーからは、「行政がZ世代のことを見てくれており距離が近く感じるようになった」、「自分の声が直接行政に届く仕組みが魅力的」など、これまでに例のない取組となっている。

③ 民間企業との連携

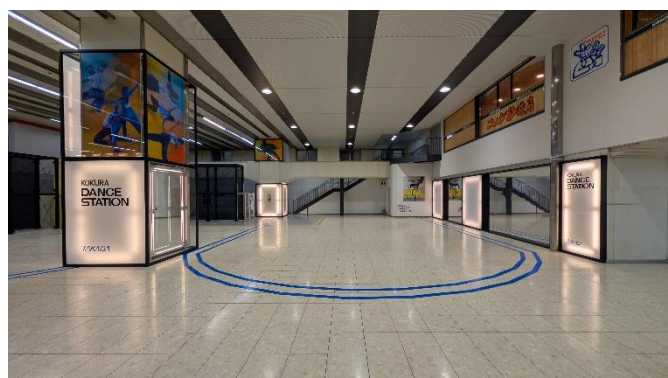
Z世代課が設立してから、民間企業からも注目いただけるようになり、代表的な連携策の一つが JR 西日本と連携して、JR小倉駅新幹線口1階の構内に常設のダンススペースを整備するという、全国でも珍しい取組で完成した「KOKURA DANCE STATION」です。

若者へのヒアリングなどを通じて、若い世代にとって身近で広く浸透していながら、思い切り踊れる場所が限られていた「ダンス」に着目しました。これまで公園の端やビルの窓ガラスなど街の中心から外れた場所で練習せざるをえなかった若者から直接声やニーズを丁寧に聞き取り、それらをコンセプトや空間デザインに反映することで、「堂々と踊りたい」という若者の想いを、小倉駅という“まちの中心”で形にしました。この取組は若者の声をきっかけに始まったプロジェクトであり、その過程では、若いダンサーや建築デザイナー、地元企業など、多くの関係者から共感と協力を得ることで、実現に至りました。

(施工前写真)



(施工後写真)



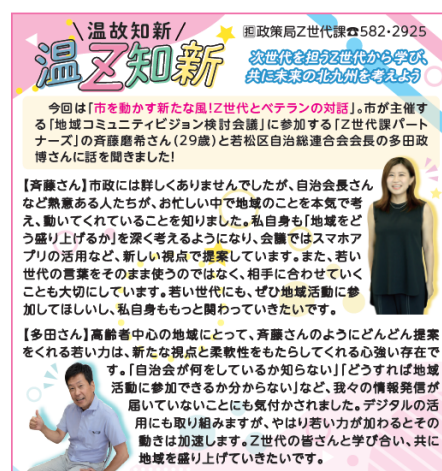
6 特徴（独自性・新規性・工夫した点）

「Z世代はみ出せコンテスト」では、ビジネスコンテストなどとは違い事業性を求めず、①若者ならではの新規性・独創性があるもの、②北九州市を舞台に街の活性化に繋がるものを応募条件としています。若者に対しては、「失敗を恐れず、一步はみ出してほしい」というメッセージを込めて、また、行政やまち全体として、「否定しない」「失敗も許容する」という姿勢を大事にしています。また、コンテストの広報は、デジタルネイティブであるZ世代の特徴を踏まえ、チラシやポスターなどの紙媒体の制作は一切行わず、デジタルに特化しています。SNS（Instagram 等）を活用したターゲティング広告を行い、若者層への訴求力を高めており、エリアや年代、趣味・嗜好によるターゲティングを行い、レスポンスを見ながら、広告の内容や発信先を絞り込んでいます。

また、Z世代の活躍やZ世代と企業など多様な主体と協働した取組をより広く市民の皆さんに知ってもらい、地域等での世代を超えた取組を促進するため、「市政だより(市の広報誌)」に『温Z知新』(「古きをたずねて新しきを知る」という意味の四字熟語「温故知新」をもじったもので、「Z世代から学び、新しい価値観や時代の変化を知る」という想いを込めたもの)と銘打って、Z世代の価値観やアイデア、それを受けた他世代の意見などを聞いた記事を連載しました。



2025年5月1日号



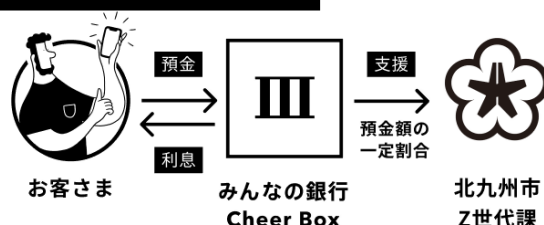
2025年9月1日号

さらに、「株式会社みんなの銀行(Z世代をターゲットとしたデジタルバンク)」と連携して、集まった預金の一部を北九州市へ寄付するという仕組みである「北九州市Z世代課 Cheer Box」を実施しました。

その結果、1億2千万円を超える預金が集まり、約87万円が市に寄付され、2025年8月に開催したコンテスト採択者への補助金の一部として活用することとなりました。

このプロジェクトは、「日本一若者を応援するまち」の実現に向けて、行政、民間、市民が一体となって推進していく取組となりました。

Cheer Box の仕組み



そのほか、Z世代の価値観や行動傾向を把握するため、Z世代への個別ヒアリングや独自でアンケート調査を実施しました。アンケート項目を作成する段階からZ世代へヒアリングを行い、「SNSとの付き合い方」「自分らしさ」「仕事や上司について」などについて、500名以上のサンプルをもとに分析を行いました。

また、その調査結果をもとに、市内外の企業の幹部向けのセミナーを開催し、「Z世代に学ぶ」をテーマに共に考えました。

Z世代の 価値観に関する アンケート調査結果

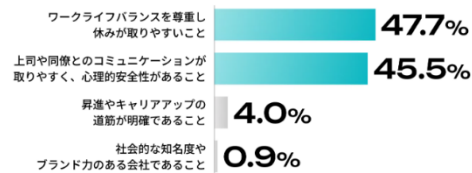
北九州市役所 Z世代課

調査期間：2025.9.1～9.25
WEBアンケート調査



? 総集編

Data.5 | 今の職場やこれからの働き方で 勤務先に求めることは何ですか



動画で解説を見る

7 取組の効果・費用

本取組により、若者の市政参画と、行政・民間・地域を巻き込んだ共創の仕組みが大きく前進しました。

【主な成果】

- ・「Z世代はみ出せコンテスト」応募数：29 件 → 60 件(約 2 倍)
うち、市外応募数：17 件(全国へ波及)
- ・メディア掲載：165 件(2026年5月15日時点)
- ・Z世代課パートナーズ登録者：52 名
うち、派遣実績：46 事業(延べ 61 人)
- ・北九州市Z世代課 Cheer Box 預金額：約 1.2 億円

特に大きな成果は、「若者と行政の距離」が変化したことです。

これまで若者は、「行政は遠い存在」と感じる傾向がありました。しかし本取組により、「自分の声が届く」「実際にまちづくりに関われる」という実感が生まれ、若者と行政の新たな関係性が構築されつつあります。また、JR 小倉駅でのダンススペース整備など、若者の声を起点に民間企業や地域を巻き込んだ新たなにぎわい創出にもつながっています。

8 取組を進めていく中での課題・問題点（苦労した点）

本取組は前例のない挑戦であったため、庁内調整や既存制度との整合に多くの課題がありました。

特に、若者の柔軟な発想やスピード感と、従来の行政プロセスとの間にはギャップがあり、関係部署との丁寧な対話や、小さな成功事例を積み重ねながら理解を広げていきました。

また、若者とのコミュニケーションにおいても、従来型のメール中心のやり取りでは限界があり、LINE や Slack 等を活用した柔軟な運営へ転換しました。

本取組を通じて、若者だけでなく、行政側も変化し続ける必要があることを実感しています。

9 今後の予定・構想

Z 世代課の取組は、単なる若者施策ではありません。

人口減少や価値観の多様化が進む中で、「行政はどう変わるべきか」を問い直す挑戦です。

北九州市はこれからも、若者を“支援対象”ではなく、“共に未来をつくるパートナー”として位置づけ、行政・企業・地域社会が一体となった新しい共創モデルを推進していきます。

若者に学び、行政が変わる。

その変化が、持続可能なまちづくりにつながると考えています。

10 他団体へのアドバイス

Z世代は時代の変化に敏感で社会課題への関心が高く、「自分らしさを大切にする」「効率性を重視する」「フラットなコミュニケーション」を望む傾向があります。そうしたZ世代の傾向に留意しながら、若者と円滑なコミュニケーションを図るためには、SNS(LINE等)を利用する等、Z世代の価値観や行動傾向にあわせた対応が必要です。

また、若者が審議会等に参加する際は、所管部署の担当者に対して、平日の日中の参加が難しい、オンラインでの参加も可能とすることなど、若者が参加しやすい方法の検討を求めています。加えて、可能であれば若者が複数名参加し、発言しやすい雰囲気づくりを要請しており、活動時間の設定や会議方法の柔軟な対応が必要です。Z世代の価値観に合わせて、モチベーション高く参加してもらうための工夫(活動にあたっての目的や理由、活動に応じた報酬・交通費の支給)をすることで、より若者との接点生まれ、取組も加速していくと感じています。

Z世代課では、時代の変化に対応し、持続可能なまちづくりを進めるため、「Z世代に学ぶ」というコンセプトでさまざまな取組を進めています。若者を「支援の対象」ではなく、ともに成長し合うパートナーとしてとらえ、挑戦を続けていきます。

「若者を支援対象から、“共創パートナー”へ。」

若者に学び、行政や社会全体のあり方そのものがアップデートされる未来を一緒に作っていきましょう。

11 取組について記載したホームページ

<https://www.city.kitakyushu.lg.jp/page/zsedai/index.html>

