

【Plan】 計画 / 【Do】 実施														【Check】 評価 / 【Action】 改善											
施策番号・施策名	No.	基本計画の施策を構成する主な事業・取組	主要事業所管課名	事業・取組概要	事業評価の成果指標（目標・実績）						成果の方向性	H27年度 予算額 (千円)	H28年度 予算額 (千円)	事業費の増減	人件費（目安）			H26年度 事業評価	H28年度に向けて強化・見直した内容 （課題に対する改善方法等）	H26年度 局施策評価	H28年度に向けて強化・見直した内容 （課題に対する改善方法等）				
					指標名等	現状値 (基準値)	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度					中期 目標	金額 (千円)	職位					人数			
Ⅲ-3-(3)-① 市民参画と協働のための仕組みづくり	1	タウンミーティング開催事業	広報課	様々な政策課題について、市民と直接対話するタウンミーティングや地域ふれあいトークを開催し、市民の意見を伺うとともに、市民が市政への理解を深めることで市民と市との協働によるまちづくりを進めることを目的とする。	意見交換、アンケート等による市民の意見の把握及び市民の市政への参画意識の向上	目標	-	-	-	-	意見交換、アンケート等による市民の意見の把握及び市民の市政への参画意識の向上	継続	5,000	4,500	減額	3,315	課長	0.06	順調	市民と市との協働を進めることが目的であるため、市民意識調査の市政要望等により市民の関心の高いテーマを選択し、より効率的で多くの市民にご参加いただけるよう、さらに検討を行う。	順調	多くの市民に参加いただくとともに高い効果を得られるよう、関係局と協議をしながら、実施方法などの検討・見直しを行う。			
						実績	-	-	-	-													達成率	-	職員
					市民の市政への関心・理解度	目標	60.0 %	90.0 %	90.0 %	-	-	継続	5,000	4,500	減額	3,315	係長	0.15	順調						
						実績	60.0 %	90.0 %	90.0 %	達成率													143.83 %	職員	0.15
Ⅳ-4-(1)-① 北九州の魅力づくり	2	ブランド創造・シティプロモーション事業	報道課	美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開する。また、北九州市応援団の輪を広げ、クチコミ等を活用した本市のシティプロモーションを行う。	本市への愛着があると答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	82.9 %	86.5 %	90.0 %	90.0 %	90.0 % (H28年度)	継続	6,784	8,366	その他	10,950	課長	0.30	順調	引き続き北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップなどを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げる。 アウトプットが比較的弱い20代、30代の若い世代を視野に入れた、全体的に広がるのより多くの市民を巻き込むような形の取り組みを展開する。	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていくために、 (1) 北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視したワークショップ」を開催し、北九州ブランド推進の輪を広げる。			
						実績	79.3 %	68.9 %	75.0 %	75.0 % (H28年度)													-	職員	0.60
						達成率	95.7 %	90.8 %	86.8 %	86.8 %															
						目標	59.7 %	28.7 %	24.9 %	24.9 %													24.9 % (H25年度)	-	職員
	実績	47.4 %	28.7 %	24.9 %	24.9 %	達成率	79.4 %																		
	3	北九州市ミュージアム構想推進事業	報道課	まち全体を屋根のないミュージアムに見立て、市内各地の様々な地域資源を展示品にたとえ、市民の手でこれらを発掘・再発見し、さらにウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」で情報の共有や補足等を行うことで、地域資源を磨き上げ、効果的な情報発信を展開。	本市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	82.4 %	86.3 %	90.0 %	90.0 %	90.0 % (H28年度)	継続	5,900	5,400	減額	10,950	課長	0.30	順調	幅広い世代の市民が自らの手で発掘・再発見した地域資源が、効果的に情報発信され、より多くの人に気づきや自信を与え、「市の好感度・誇り」の上昇に寄与するよう努める。	順調	(2) 市民自らがまちの魅力発信するウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」を通じて、シビックプライドの向上や地域情報の効果的な浸透を図る。			
						実績	78.5 %	68.9 %	75.0 %	75.0 % (H28年度)													-	職員	0.60
						達成率	100.5 %	90.8 %	86.8 %	86.8 %															
						目標	56.7 %	28.7 %	24.9 %	24.9 %													24.9 % (H25年度)	-	職員
	実績	56.7 %	28.7 %	24.9 %	24.9 %	達成率	72.2 %																		
						本市への誇りや自信があると答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	62.8 %	68.9 %	75.0 %	75.0 %	75.0 % (H28年度)	継続	5,900	5,400	減額	10,950	係長	0.30	順調					
							実績	56.7 %	68.9 %	75.0 %	75.0 % (H28年度)													-	職員
達成率							90.8 %	86.8 %	86.8 %																
目標							55.8 %	28.7 %	24.9 %	24.9 %	24.9 % (H25年度)													-	職員
実績	40.3 %	28.7 %	24.9 %	24.9 %	達成率	72.2 %																			

【Plan】 計画 / 【Do】 実施														【Check】 評価 / 【Action】 改善							
施策番号・施策名	No.	基本計画の施策を構成する主な事業・取組	主要事業所管課名	事業・取組概要	事業評価の成果指標（目標・実績）						成果の方向性	H27年度 予算額 (千円)	H28年度 予算額 (千円)	事業費の増減	人件費（目安）			H26年度 事業 評価	H28年度に向けて強化・見直した内容 (課題に対する改善方法等)	H26年度 局施策 評価	H28年度に向けて強化・見直した内容 (課題に対する改善方法等)
					指標名等	現状値 (基準値)	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度					中期 目標	金額 (千円)	職位				
IV-4-(2)-① 戦略的な シティプロモーションの 展開	4	ブランド創造・シティプロモーション事業	報道課	美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開する。また、北九州市応援団の輪を広げ、クチコミ等を活用した本市のシティプロモーションを行う。	本市への愛着があると答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	79.3%	82.9%	86.5%	90.0%	90.0% (H28年度)	継続	6,784	8,366	その他	10,950	課長	0.30人	順調	引き続き北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視した」ワークショップなどを開催し、北九州ブランド推進の輪を広げる。アウトプットが比較的弱い20代、30代の若い世代を視野に入れた、全体的に広がるのあるより多くの市民を巻き込むような形の取り組みを展開する。	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていくために、
						実績	79.3%	79.3%													
						達成率	95.7%														
					目標	56.7%	62.8%	68.9%	75.0%	75.0% (H28年度)											
	実績	56.7%	57.0%																		
	達成率	90.8%																			
	目標	47.4%	59.7%			-															
	実績	47.4%	47.4%																		
	達成率	79.4%																			
	目標	24.9%	28.7%			-															
実績	24.9%	24.9%																			
達成率	86.8%																				
5	北九州市ミュージアム構想推進事業	報道課	まち全体を屋根のないミュージアムに見立て、市内各地の様々な地域資源を展示品にたとえ、市民の手でこれらを発掘・再発見し、さらにウェブサイト「北九州市 時と風の博物館」で情報の共有や補足等を行うことで、地域資源を磨き上げ、効果的な情報発信を展開。	本市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標	78.5%	82.4%	86.3%	90.0%	90.0% (H28年度)	継続	5,900	5,400	減額	10,950	課長	0.30人	順調	幅広い世代の市民が自らの手で発掘・再発見した地域資源が、効果的に情報発信され、より多くの人に気づきや自信を与え、「市の好感度・誇り」の上昇に寄与するよう努める。	(1) 北九州市の良いところや自慢できることについて語る市民参加型の「語り合いを重視したワークショップ」を開催し、北九州ブランド推進の輪を広げる。	
					実績	78.5%	82.8%														
					達成率	100.5%															
				目標	56.7%	62.8%	68.9%	75.0%	75.0% (H28年度)												
実績	56.7%	57.0%																			
達成率	90.8%																				
目標	40.3%	55.8%			-																
実績	40.3%	40.3%																			
達成率	72.2%																				
目標	24.9%	28.7%			-																
実績	24.9%	24.9%																			
達成率	86.8%																				

【Plan】 計画 / 【Do】 実施														【Check】 評価 / 【Action】 改善													
施策番号・施策名	No.	基本計画の施策を構成する主な事業・取組	主要事業所管課名	事業・取組概要	事業評価の成果指標（目標・実績）					成果の方向性	H27年度 予算額 (千円)	H28年度 予算額 (千円)	事業費の増減	人件費（目安）			H26年度 事業評価	H28年度に向けて強化・見直した内容 (課題に対する改善方法等)	H26年度 局施策評価	H28年度に向けて強化・見直した内容 (課題に対する改善方法等)							
					指標名等	現状値 (基準値)	H25年度	H26年度	H27年度					H28年度	中期 目標	金額 (千円)					職位	人数					
IV-4-(2)-② 北九州を応援する人のネットワークによる情報発信	6	ブランド創造・シティプロモーション事業	報道課	美しいまちをコンセプトとした北九州ブランドの浸透を図り、市民のまちへの愛着や自信や誇りを醸成し、まちが一体となったシティプロモーションを展開する。また、北九州市応援団の輪を広げ、クチコミ等を活用した本市のシティプロモーションを行う。	本市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合	目標		82.4 %	86.3 %	90.0 %	90.0% (H28年度)	継続	6,784	8,366	その他	10,950	課長	0.30 人	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をする。	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をする。					
						実績	78.5% (H25年度)	82.8 %																			
						達成率		100.5 %																			
					市外からの来訪者に対し、「北九州市の魅力がいくつ伝えますか」との質問に対し、「思いつかない」「無回答」と答えた市民の割合	目標	12.0 %	9.6 %	7.2 %	5.0 %	5.0% (H28年度)	継続	6,784	8,366	その他	10,950	係長	0.30 人	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をする。	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をする。					
実績	16.8% (H23年度)	— %	9.7 %																								
達成率		— %	99.0 %																								
					本市が好きだ（「そう思う」と答えた市民の割合	目標	55.8 %				-	継続	6,784	8,366	その他	10,950	職員	0.60 人	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をする。	順調	「北九州市が好き」「北九州市が誇り」「北九州市と関わりたい」と思い、自らが北九州市の魅力を発信していく輪を広げ、北九州市への愛着・自信・誇りを高めていく。引き続き北九州市の魅力について効果的に情報発信をする。					
実績	40.3 (H25年度)	40.3 %																									
達成率		72.2 %																									
IV-4-(2)-③ 都市イメージの向上	7	情報発信・取材協力事業	報道課	本市の認知度と都市イメージの向上を図るため、新聞、雑誌、テレビ、インターネット等のマスメディアを通じた本市のPRに取り組む。	北九州市の認知度	目標	単年度目標設定なし					都市イメージの向上	継続	37,850	30,000	減額	10,950	課長	0.30 人	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。				
						実績	-																				
						達成率	-																				
										パブリシティ効果	目標	単年度目標設定なし				-	継続	37,850	30,000	減額	10,950	係長	0.30 人	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。
					実績	-	26.0 億円																				
					達成率	- %																					
										北九州市の認知度（地域ブランド調査によるもの）	目標		16位以内	14位以内	12位以内	10位以内 (H29年度)	継続	37,850	30,000	減額	10,950	係長	0.30 人	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。
					実績	19位 (H25年度)		15 位																			
					達成率			— %																			
										北九州市の情報接触度（地域ブランド調査によるもの）	目標		14位以内	13位以内	12位以内	10位以内 (H29年度)	継続	37,850	30,000	減額	10,950	職員	0.60 人	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。	順調	テレビや雑誌等のマスメディアへ積極的に働きかけ情報発信を強化するとともに、観光を始めとした関連部署との連携を密にし、市として統一感のあるPRに努める。
					実績	15位 (H25年度)		15 位																			
					達成率			— %																			