

主な施策	事務事業番号	主要事務事業名	事業概要	担当課	KPI（成果指標①）						KPI（成果指標②）						予算額（千円）	決算額（千円）	評価	主な取組と成果に対する評価	今後の方向性				
					事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値	実績値	達成率	事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値						実績値	達成率		
II「彩りあるまち」の実現																									
彩りある文化・芸術によるにぎわいの推進																									
	1	北九州国際音楽祭	地域の音楽文化の向上を図るため、国内外の一流のアーティストによる公演や小中学生の鑑賞教室など、多彩なプログラムの国際音楽祭を開催する。	文化企画課	北九州国際音楽祭の参加者の満足度維持	R11	99.0%	R4	90.0%	%以上	99.0%	%	110.0%							38,000	32,332	順調	世界最高峰のピアニストや海外ブラスバンドをはじめ、北九州市ゆかりのアーティスト率いるオーケストラによるコンサートを開催した。多彩なプログラムにより来場者の満足度も高い水準を維持していることから、「順調」と判断。 引き続き高い満足度を維持するため、国内外からアーティストを招聘し、魅力的なプログラムを実施していく必要がある。	継続	
	2	芸術文化活性化事業	北九州芸術劇場や響ホールが持つ特性を活かし、多彩で良質な音楽や舞台芸術等を提供する。	文化企画課	自主事業の参加者の満足度維持	R11	芸術劇場92.9% 響ホール99.1%	R4	90.0%	%以上	芸術劇場95.1% 響ホール97.4%	%	105.7% 響ホール108.2%	文化のかおるまちと思う市民の割合の増加（R11目標：40%）	R11	28.5%	R4	30.0%	22.2%	74.0%	92,900	78,748	概ね順調	北九州市を文化のかおるまちだと思ふ市民の割合は目標値30%に届かなかったが、北九州芸術劇場、響ホールの両事業について、北九州市芸術文化振興財団が企画・実施する自主事業に対する観客の満足度は高い水準を維持しており、参加者に対して音楽や舞台芸術を通じた良質な文化体験の機会を提供していることから「概ね順調」と判断。 今後も、当事業を通じて多彩で良質な文化芸術に触れる機会を創出し、まちに彩りを生み出す。	継続
	3	芸術文化育成負担金・補助金	北九州市の文化水準の向上及び地域文化の振興に資することを目的として、積極的に文化活動を展開している文化団体等の事業に対して、助成を行う。	文化企画課	文化団体事業参加者数（文化芸術に触れた人数）の維持	R11	56,000人	R4	56,000人		72,000人		128.6%	文化芸術活動をした市民の割合の増加（R11目標：30%）	R11	16.9%	R4	20.0%	21.3%	106.5%	35,000	35,212	順調	事業にかかる経費の一部を市が補助することで、民間団体による様々な文化事業が実施された。 文化芸術に触れた人数が目標値56,000人を大きく上回ったことに加え、文化芸術活動を実施した市民の割合も目標値20%を上回ったため、「順調」と判断。 今後も、市民が主体となって行う多種多様な文化活動を支援し、市民が文化芸術を育み、継続できる環境づくりに取り組んでいく。一方で、負担金・補助金の効果を検証し、助成内容の妥当性を確認した上で、継続的な助成を実施していきたい。	継続
	4	文化芸術次世代育成事業「TRY ARTS」	子どもの文化芸術環境のさらなる向上や、若者の文化芸術活動の活性化、まちの賑わいづくり等に繋がる事業への助成を行う。	文化企画課	活動のステップアップにつながった事業の割合70%以上	R6	—	—	70.0%	%以上	70.0%	%	100.0%	文化芸術を身近に感じる市民の割合の増加（R11目標：40%）	R11	30.5%	R4	31.0%	42.8%	138.1%	5,000	6,000	順調	子どもをはじめとする若者をターゲットにした事業や、若者が主体となって実施する事業に対し支援を行うことで、若者が文化に触れる機会の増大に寄与した。活動のステップアップにつながったと回答する事業の割合についても目標値70%を達成していることから、「順調」と判断。 今後も、助成内容や効果を検証しながら、若者をはじめとする市民の文化芸術活動活性化のための支援を継続するとともに、子どもや若者が文化芸術に触れる機会の充実を目指す。	継続
	5	新世代応援「（仮称）Challenge Music Stage」	北九州市内のまちなかをステージとして、高校生や大学生などがパフォーマンスを多くの人に见せる「お披露目の場」をつくり、若者が活躍・成長する機会やまちの賑わいを創出する。	文化企画課	活動意欲の向上につながった割合80%以上	R6	—	—	80.0%	%以上	92.0%	%	115.0%							2,000	2,000	順調	「北九州ミュージックプロムナード」の中で、若い世代がまちなかのステージでパフォーマンスを披露する場を設けた。 活動意欲の向上につながった割合が目標値80%を上回ったことから、「順調」と判断。 活動意欲の向上について一定の成果を確認したことから、今後は事業の形を変え、音楽に特化した新たな事業の実施を通して、若者が活躍・成長する機会やより一層のまちの賑わいの創出に取り組んでいく。	廃止	
	6	美術館企画展	多彩で魅力的な展覧会を開催し、本市の美術・文化の振興を推進し、ハイオリティな街づくりに寄与する。	美術館普及課	美術館入館者数	R6	187,000人	R4	200,000人		195,862人		97.9%							104,265	78,910	概ね順調	春季の開館50周年記念「横山大観展」で入場者数が4万5千人、秋季の「大コレクション展」で入場者数が3万2千人を数え、入場者数の増加の要因となった。 令和7年度以降に同等の企画展を開催できるかが今後の課題である。	継続	

主な施策	事務事業番号	主要事務事業名	事業概要	担当課	KPI（成果指標①）									KPI（成果指標②）									予算額（千円）	決算額（千円）	評価	主な取組と成果に対する評価	今後の方向性												
					事業目標			基準値			目標値			実績値			達成率			事業目標								基準値			目標値			実績値			達成率		
					目標年度	基準値	基準年度	目標値	実績値	達成率	事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値	実績値	達成率	事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値						実績値	達成率										
	7	北九州市立美術館デジタルアーカイブ化事業	作品・建築のデジタル化を推進するため、文化庁補助事業を活用した美術館DX化事業を実施する。	美術館普及課	美術館入館者数	R6	187,000人	R4	200,000人	195,862人	97.9%											40,000	11,988	概ね順調	美術館や収蔵作品のデジタルコンテンツを作成。市内20校の小学校でオンライン・ミュージアム・ツアーを実施した。参加した児童や教師から高い満足度を得た。オンライン・ミュージアム・ツアーは令和7年度に全小学校4年生で実施予定。また、大分市美術館等と連携し、磯崎新建築のアーカイブをHP上で公開した。デジタルコンテンツに触れることから美術館の来館につながることを今後の課題である。そのためには、デジタルコンテンツを幅広く活用すること、継続的なデジタルコンテンツの更新とそれに必要な予算の確保が重要である。	継続													
	8	博物館企画展・特別展充実事業	入館者の増加につながる、魅力ある大型特別展を開催する等、東田地区のさらなる賑わいを創出する。	自然史・歴史博物館普及課	博物館総入館者数	R9	431,278人	R5	450,000人	472,957人	105.1%											55,500	53,524	順調	入館者数は目標を大きく上回っていることから評価は「順調」とした。今後も魅力のある展示を開催するとともに、国内外の観光客等の誘致に向け、更なる効果的な広報PRや、団体客誘致のための取組等を行う必要がある。	継続													
	9	北九州市漫画ミュージアム普及事業	漫画文化の普及・振興を図り、北九州市及び漫画ミュージアムの魅力を国内外に発信するため、常設展示の充実、企画展やイベント等を開催する。	漫画ミュージアム事務局	漫画ミュージアム入館者数	毎年度	95,252人	R5	100,000人	99,398人	99.4%	漫画ミュージアムの認知度	毎年度	—	—	50.0%	50.0%	100.0%				56,900	52,656	概ね順調	外国人を含む団体旅行者や視察も増加しているため、年間入場者数は、コロナ禍以降、最高記録を達成し、2012年の開館以来4番目に多い。漫画スクール、漫画体験等のワークショップ（年間62回開催）の人气が高く、毎回ほぼ満席。幅広い広報で国内外へ「漫画の街・北九州」を発信し、漫画文化の普及および漫画による観光客の誘致に力を入れていく。	継続													
	10	北九州国際映画祭関連事業	北九州国際映画祭の開催を通じて、北九州市から世界に羽ばたいていった映画や映画人が北九州市に再び集い、市民との交流や映画をテーマにしたイベントを実施するとともに、映画人材の育成を促進する。	MICE・メディア芸術課	パブリシティ効果	R9	3億円	R5	2億円	2.4億円	120.0%	来場者の満足度アンケートで「満足」「やや満足」と回答した人の割合	R9	90.0%	R5	90.0%	85.0%	94.4%				20,000	20,000	順調	北九州国際映画祭2024では、国内外の映画作品の上映やトークショー、映画人材の育成イベント、船場広場でのまちなか映画館など映画に関する多様な催しを実施し、多くの方々に対して、映画に触れるきっかけを提供した。参加者数、満足度アンケートについては、目標値に及ばなかったが、それぞれ達成率90.2%、達成率94.4%と、いずれの指標においても高い達成率を記録した。また、パブリシティ効果については、目標値を上回る達成率120.0%を記録した。全体的におおよそ目標を達成したことから順調と評価した。引き続き、各目標の達成率を高めるため、広報・集客等の強化に注力する。	継続													
スポーツによるにぎわいづくり	11	大規模国際スポーツ大会等誘致関係事業	大規模国際スポーツ大会の積極的な誘致とあわせて、サステナブルな意識を高めた大会運営ができる受け入れ体制を整備するとともに、選手等とのスポーツ交流や、インクルーシブなスポーツイベントの実施により、生涯スポーツの振興とまちなぎわいづくりに寄与する。	スポーツ振興課	スポーツを身近に感じる市民の割合（R11目標：70%）	R11	44.4%	R4	50.0%	45.0%	90.0%	スポーツ実施率（R11目標：70%）	R11	56.6%	R4	60.0%	51.0%	85.0%				10,300	159,694	概ね順調	令和6年度は「バレーボールネーションズリーグ2024福岡大会」、「第2回FIGパルクール世界選手権・北九州」、「WTTファイナルズ福岡2024」など多くの国際大会が開催された。加えて、ミールクーポンの配布によるフードロス対策や、スティックバルーンのリサイクルによるCO ² 排出量の抑制、「北九州市産」の電気を一部導入したサステナブルな大会運営等に取り組み、「エコフレンドリーなスポーツ大会」という新たな価値を世界に発信することができたことから、「概ね順調」と判断。スポーツ実施率が目標値に達成していないことから、今後も引き続き、大規模国際スポーツ大会等を継続して誘致・開催していくことが必要である。	拡充													
プロスポーツチーム等との連携によるまちづくりの推進	12	ホームタウン推進事業	北九州市をホームタウン・準ホームタウンとする、「ギラヴァンツ北九州」や「日本製鉄堺プレイザーズ」「福岡ソフトバンクホークス」等の市民観戦事業や、体験教室の開催など、市民がスポーツに親しむきっかけ作りを実施する。	スポーツ振興課	スポーツを身近に感じる市民の割合（R11目標：70%）	R11	44.4%	R4	50.0%	45.0%	90.0%	スポーツ観戦率（R11目標：40%）	R11	20.0%	R4	25.0%	22.9%	91.6%				58,000	53,558	概ね順調	市民がスポーツを見る機会の増加を推進する招待事業等に積極的に取り組み、「スポーツを身近に感じる市民の割合」および「スポーツ観戦率」の目標達成率がどちらも90%を超えていることから、「概ね順調」と判断。スポーツを身近に感じる市民の割合や市民のスポーツ観戦率の向上のため、今後も引き続き、「ギラヴァンツ北九州」をはじめとする各プロスポーツチームと連携し「観る」スポーツの振興やスポーツに親しむきっかけ作りを図る必要がある。	継続													

主な施策	事務事業番号	主要事務事業名	事業概要	担当課	KPI（成果指標①）							KPI（成果指標②）							予算額（千円）	決算額（千円）	評価	主な取組と成果に対する評価	今後の方向性	
					事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値	実績値	達成率	事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値	実績値	達成率						
集客力のある大規模イベントの誘致	13	TGC北九州2024開催事業	史上最大のファッションフェスタである「東京ガールズコレクション」とコラボレーションしたファッションイベントを本市で開催し、地方創生に向けた都市ブランドの向上と地域経済の活性化を図るとともに、同規模イベントの開催誘致の促進を行う。	MICE・メディア芸術課	大型イベントの開催件数	R10	4件	R5	7件	5件	71.4%									35,000	35,000	やや遅れ	コロナ禍前に戻すことを目標に設定した大型イベントの開催件数7件/年には届かなかったが、令和5年の4件を上回る結果となった。今後も、TGC北九州のような大型イベントを北九州市にて実施することで、民間の大型イベント誘致促進に繋げたい。	継続
若者が集うイベントの誘致	14	COOLKITAKAYUSHU推進事業	北九州市の都心集客の拠点となるJR小倉駅新幹線口を中心に、漫画・アニメ・ゲーム等のポップカルチャーによる大型イベント等の開催を通じて、誘客やクリエイター産業の交流・育成を図るとともに、滞在日数の増加・インバウンド誘客を図り、「まち」への経済効果を高める。	MICE・メディア芸術課	大型イベントの開催件数	R10	4件	R5	7件	5件	71.4%	大型協賛（300万円以上）企業数	R15	—	—	1件	1件	100.0%		31,000	30,512	概ね順調	コンテンツ企業の出展数は、令和5年度の43件を上回り47件と堅調に伸びている。今後も、年間を通じた「ポップカルチャー」によるにぎわい創出の工夫や、声優鈴木健一氏の北九州市観光大使就任を契機として、各目標値の達成に向け新たな取組を実施していく。	継続
	15	日本新三大夜景都市ブランドを活用した夜型観光促進事業	「日本新三大夜景都市」全国1位（令和6年、2回連続）の認定を受け、本市の夜型観光をさらに促進させるため、プロモーションを強化するとともに、代表的な夜景鑑賞地である皿倉山頂に光の装飾を施したフォトスポット整備などを実施する。	インバウンド課	観光消費額	R7	1,004億円	R5	—	集計中	—								20,000	34,149	概ね順調	観光消費額は集計中であるが、夜景ブースの出展回数が目標の6回を達成したことから、「概ね順調」と評価。今後は、本市の夜型観光の促進を図るため、引き続き夜景ブースの出展などのプロモーション活動に取り組む。	継続	
7区の特徴を生かした観光コンテンツの魅力向上（観光地、祭りなど）	16	門司港レトロリニューアル事業	門司港レトロ地区において、さらなる魅力向上施策を推進し、観光客誘致や観光消費額の増加を促進する。	門司港レトロ課	門司港地区の観光客数（地区別観光客数）	R7	173.6万人	R4	—	集計中	—								381,176	377,608	概ね順調	門司港レトロ地区における、有料観光施設の利用者数は、令和5年度比108.4%の670,405人となったものの、令和6年度目標値764,000人の87.7%であったことから、「概ね順調」と判断。今後は、さらなる魅力向上施策を推進し、観光客誘致や観光消費額の増加を促進する。	継続	
	17	小倉城周辺歴史文化観光磨き上げ事業	長崎街道（シュガーロード）など、小倉城関連の歴史的・文化的資源の掘り起こしや、観光資源の磨き上げ・施設設備の老朽化対策等を図り、広域的な連携を含めた情報発信を実施する。	観光課	小倉城入場者数	R7	25.8万人	R5	25.0万人	29.5万人	118.0%	観光消費額	R7	1,004億円	R5	—	集計中	—		8,000	7,362	順調	小倉城周辺での季節に応じた小倉城竹あかりなど様々なイベントの開催により小倉城の入場者数が目標値を大きく上回った。今後は小倉城周辺で開催されるイベントの国内外に向けたSNSなどによるPR活動に取り組む。	継続
多様な観光ニーズへの対応（ステイケーション、ロングステイ、サイクルツーリズム、トレッキング、富裕層向けサービスなど）	18	海外作品等誘致・支援事業	タイを中心としたアジア諸国の映像作品の撮影を誘致することで、当該映像作品の公開国の人々に広くロケ地である北九州市を知ってもらい、さらには北九州市の魅力発信することで観光客（インバウンド）誘致につなげる。	MICE・メディア芸術課	海外映像作品撮影による直接経済効果	R7	26,420千円	R5	30,000千円	集計中	—								8,300	7,082	概ね順調	令和6年12月にフィリピン映画のロケを1件誘致・支援した。令和6年度の海外作品誘致は1件（達成率50%）だが、令和6年度より誘致を行ってきたタイドラマの作品の撮影が令和7年度にあるため、評価は「概ね順調」とした。今後は、観光・インバウンド事業担当課等と連携しながら、ロケ地としてシティプロモーションを国内外で実施し、市内への誘客促進を図っていく。引き続き、市のイメージアップやインバウンド誘客により効果的な作品の撮影誘致を実施し、市内における経済波及効果の増大に努めて参りたい。	継続	

主な施策	事務事業番号	主要事務事業名	事業概要	担当課	KPI（成果指標①）							KPI（成果指標②）							予算額 （千円）	決算額 （千円）	評価	主な取組と成果に対する評価	今後の方向性				
					事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値		実績値		達成率	事業目標	目標年度	基準値	基準年度	目標値						実績値		達成率	
外国人観光客の誘客の推進	19	満喫☆北九州！スシ&キャッスル+ステイ促進事業	JR等民間事業者によって、寿司の定額クーポンが新たに販売されている。 この仕組みを活かし、食をフックにした宿泊・周遊促進に取り組むとともに、民間サイドの動きへの支援を通じ、寿司の観光コンテンツ化を図る。	すしの都課	観光消費額	R7	1,004億円	R5	—	—	集計中	—	—	—	—	—	—	—	10,000	4,127	順調	小倉城天守閣にて寿司を食べるプレミアムイベントを実施したほか、市内寿司店舗のガイドブック制作や、寿司の定額クーポンの販売を支援し、寿司をフックに「食」を通じた集客促進・観光消費の拡大を図った。 令和6年度の事業としては終了するが、令和7年度は「すしの都 北九州」ブランド発信事業にて実施する予定である。	廃止				
	20	MICE誘致推進強化事業	MICE開催を通じて海外から企業・大学などの主要な研究者等、次世代の人材を多く集め、北九州市の知名度向上を図るとともに、集まった人を市内へ送り出す地域経済の活性化に資する取組みを強化する。	MICE・メディア芸術課	経済波及効果	R10	114億円	R5	120億円	97億円	80.8%	—	—	—	—	—	—	81,000	76,391	概ね順調	令和6年度のMICE開催件数は289件と、目標の300件には到達できなかったものの、令和5年度の263件を上回り、堅調に推移している。 今後も、MICE開催を通じて、北九州市に国内外から人を集め、北九州市の知名度向上及び地域経済の活性化に繋げたい。	継続					
	21	インバウンド誘致強化事業	北九州空港・福岡空港に直行便のあるエリアを主なターゲットとして、観光プロモーション（情報発信）や受入環境の整備等を行い、外国人観光客の誘客促進を図る。	インバウンド課	外国人観光客数	R7	26.9万人	R5	—	—	集計中	—	外国人観光消費額	R7	—	—	—	集計中	—	182,029	144,538	順調	外国人観光客数・消費額は集計中であるが、海外観光客向けプロモーション件数は目標値50件に対し、実績値52件と目標を上回ったため、「順調」と判断。 今後も、訪日外国人観光客の増加が見込まれる中、より多くのインバウンド需要を取り込む必要がある。	継続			