

令和8年度当初予算 概要

令和8年2月
市長公室

1 令和8年度 予算規模

(単位:百万円)

| | 令和8年度 当初予算案(A) | 令和7年度 当初予算(B) | 増減 (A)－(B) |
|------|-------------------|------------------|---------------|
| 一般会計 | 411 | 397 | 14 |

※職員給与費を除く

市長公室 令和8年度当初予算の方針

シティプロモーション推進事業

【64百万円】

北九州市を「知ってもらう」、「来てもらう」とともに、イメージのアップデートを図るため、北九州市基本構想における目指す都市像に基づく統一的な広報や、北九州市のポテンシャル・魅力のさらなる発信を行う。

情報発信・取材協力

北九州市の知名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て北九州市をPRするもの。

【例(令和7年度)】

- ・テレビ番組等の誘致(「KBCふるさとWish」「ちょっと北九行ってきました3」ほか)
- ・市長インタビューの実施(テレビ、新聞、雑誌など)
- ・PR TIMESの活用

北九州市プレス

北九州市の新ビジョンに掲げる重要な事業や市政トピックス、魅力情報など、北九州市の旬なネタ(情報)を配信する。

【配信例】

- ・「江戸前鮨 二鶴」船橋氏と語る
一北九州の魚はなぜうまい
- ・声優・鈴村健一、母校の子どもたちにエール。
『鬼滅の刃』のアフレコ体験も。
- ・70代YouTuberロコリさんが語る！
人生を変えたチャレンジマインドとは。



小倉駅を活用した都市イメージ発信

小倉駅において、大型液晶ビジョンやストリートサイネージ、JAM広場の空間装飾や小倉城口側階段を活用し、北九州市の都市イメージを効果的に発信するために広告を掲出する。



施策・イベント等、北九州市の情報を市民へ正確に迅速かつ分かりやすく、より効果的に届けるため、北九州市公式SNSやLINE、dボタン広報誌を活用した情報発信など、広報媒体を強化する

北九州市公式SNS

⇒X・Facebook・LINEVOOMによる
市政情報の発信や、Instagram等による
市のイベント情報や魅力情報等の発信

⇒市民の暮らしやすさにつながる情報を
タイムリーに受け取ることができる。

【発信内容例】

- ・市の取り組みや生活に密着した市政情報
- ・休校情報や避難情報等の災害情報
- ・イベントや、季節の行事・見どころ等の
まちの魅力情報 など



北九州市公式LINE

⇒市民に役立つ防災、子育て、ごみ・
リサイクルなどの情報がメニュー画面から
簡単に検索できる

⇒利用者の希望に合わせて欲しい情報が
タイムリーに受け取ることができる。

【メッセージ配信例】

- ・避難情報
- ・気象注警報
- ・市政だより発行情報
- ・市立学校の一斉休校情報
- ・地域情報(市民センター単位)
- ・保育所等の受入可能児童数(月1回)など



dボタン広報誌

⇒身近な生活情報をテレビ(1ch)で配信

⇒災害時の緊急のお知らせ、市の催し等の情報がテレビで見ることができる



市政の重要な施策や市民生活に身近な情報を伝えることにより、市政への理解と市民参画を推進することを目的に「市政だより」を月2回発行

⇒タブロイド版 12ページ

⇒1回の発行部数 約290,000部

※WEB版アクセス数:平均229,000/月

⇒特集、トピックス、連載コーナー、
情報ステーション、区版で構成

⇒視覚障害者版もあり
(点字版、テキスト版等)



3 主な事業

「彩りあるまち」の実現

●彩りある「空間」をつくる

・シティプロモーション推進事業

64百万円

北九州市を「知ってもらう」、「来ってもらう」ための実効性ある戦略的広報を展開していくため、新ビジョンに基づく「Kitakyushu Action！」を旗印とした統一感のある広報により、北九州市のポテンシャル、魅力のさらなる発信を行う。

【問合せ先(全体に関すること)】
市長公室 秘書課
横川(課長)、梅崎(係長)
TEL 093-582-2127