

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）									R7当初 予算額 (千円)	R7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		
					指標名	基準 年度	基準値		中期 目標	R7目標値		R7実績値	達成率	指標名	基準 年度	基準値		中期 目標	R7目標値		R7実績値	達成率							
Ⅱ「彩りあるまち」の実現																													
都市ブランドの確立（ポ ジティブな情報発信による北九州市のイメージ アップ）	1	情報発信強化 事業	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、SNSやLINEなどを活用した情報発信を強化する。	企画・マーケ ティン グ課	市公式LINEの友だち登録者数	R5	81,343	人	—	100,000	人	111,762	人	111.8%											19,206	17,216	順調	市公式LINEでは、「職員採用情報」「直売所クーポン(期間限定)」「消防車出勤情報」の配信開始など、利便性向上に向けた機能強化を実施した結果、友だち登録者数は令和6年度から18,905人増加し、順調に推移していると評価する。	継続
	2	シティプロ モーション推 進事業	テレビ、雑誌、SNSなど多種多様なメディアを活用して北九州市のポテンシャルやまちの魅力などポジティブなイメージを広く発信する。	企画・マーケ ティン グ課	北九州市が好きだと答えた（肯定的な回答をした）市民の割合（行政評価市民アンケート：毎年度）	R5	87.0	%	—	90.0	%	87.0	%	96.7%											82,914	77,222	概ね 順調	シティプロモーションは、対外的な認知向上に留まらず、シビックプライドの醸成にも寄与するものである。配信プラットフォームなどを積極的に活用し、ポジティブな情報発信を継続した結果、「北九州市のことが好き」、「誇りや自信を感じる」といった、市に対する愛着や誇りを示す指標がともに向上していることから、市のイメージアップやシビックプライドの醸成につながっていると評価する。	継続