これまでのＸ会議で指摘された事項と取組状況について

別紙４

No.	局区	議題	指摘事項の内容	変革方針	変革方針に対する取組状況
1	05政策局	経営分析（外国人定住施策）	外国人定住施策については、目標をはっきりした方がいい。「高度人材外国人誘致戦略」に看板を置き換えてはどうか。 また、誘致のターゲットとなる外国人が他都市に行かないよう、具体的にどのようなサポートをすべきかという問題意識をもって、外国人にヒアリングをするべき。	外国人定住施策から、外国人を地域社会の構成員として捉え、多文化共生の取組を推進する多文化共生施策に見直し、経営分析・事業分析を実施する。 ヒアリングに関しては、その目的を「困りごと全般の解消」から、ターゲット層の定着に向けたニーズ・情報収集に設定し、より効果的なものとする。	高度人材や留学生など、定着を図るべきターゲット層を仮設定したうえで、庁内関連部署と議論を行うなど、国際戦略策定に向け、取組みを進めている。また、受入れ・定着につながる要素を中心にヒアリング項目を整理し、関係機関などへのヒアリングを実施し、課題・ニーズの把握に努めている。
2	05政策局	経営分析（外国人定住施策）	NPOなどにより、すべて英語で、全世界からアクセスできる形の外国人向けの情報媒体を作り、１週間毎にアップデートできるようになることが重要。	行政主体の情報発信に加え、多様な媒体が主体的に情報発信することは、多層的な北九州市の認知度・魅力向上につながる有効な手段の１つと考えられる。情報発信のあり方については、多言語・多媒体による発信の最適な形を検討する。	令和７年度、市の魅力を海外へ発信するとともに、市内外国人への生活情報の提供等を多言語で行うホームページの作成に取り組んでおり、発信強化を図っている。
3	05政策局	経営分析（外国人定住施策）	今後の未来のまちづくりに向かって、外国人を呼び込むといった視点を持ったうえで、外国人定住施策を検討すべき。	外国人を含む多様な人々の活躍は、北九州市の持続的発展に繋がるものである。外国人の力をまちの成長につなげる視点を重視して取り組んでいく。	NO1に記載するヒアリングなどを通して、実効性の高い内容へと磨き上げている。
4	05政策局	経営分析（外国人定住施策）	招聘元の事業所や学校等の関係者とタッグを組んで、住みよい街を作るため、在留資格や家族形態をセグメントを分けた上で、庁内横断的な連携をしていくべきではないか。	在留資格や家族構成により、ニーズは異なるため、政策局が全体方針を示し、対象を分類したうえで、庁内各部局との連携体制を整える。さらに、事業所や学校など関係機関の役割に応じて連携を深め、オール北九州で取り組む体制を構築していく。	受入れ・環境整備に向け、庁内関係部局での連携体制を構築し、議論を行っている。
5	05政策局	経営分析（外国人定住施策）	行政として、高度人材の誘致をテーマを設定していくにあたっては、産業界とのすり合わせが必要。	外国人を含む多様な人々の活躍は、北九州市の持続的発展につながるものであり、外国人材については、受入先となる企業や産業界のニーズを正確に把握することが不可欠である。 このため、産業界との意見交換や情報共有を行い、求められる人材像や受け入れ環境の課題を整理したうえで、支援策に反映させていく。	受入れ・環境整備に向け、庁内関係部局での連携体制を構築し、議論を行っている。
6	06総務市民局	プラチナ市役所プロジェクト	女性用トイレを改修して欲しいという切なる気持ちは非常によく理解できるので、前向きにやって欲しい。一方で、様々な老朽化に伴う使いづらさがある。この建物をいつまで使い続けるかという全体感を持ちながら検討する必要がある。	・Ｒ７年度から計画的に女性用トイレ改修を実施する。 ※ 拡張工事可能なフロアは６フロア（２、６、１０、１２～１４階） ・建替えについては、他都市の事例等の研究を深めていく。	・R7年度：女性用トイレ１箇所（６階）工事完了 ・R8年度：女性用トイレ１箇所（１０階）発注予定 多目的トイレ（１５階）発注予定 ・建替えについては、他都市の事例等の研究を深めていく。
7	06総務市民局	プラチナ市役所プロジェクト	働く上でのインフラがどういう状況なのか「見える化」し、優先順位をコストとセットで、働き続ける上で必要不可欠なところからやっていくという整理が必要。	・本庁舎及び議会棟については、R3.3に中長期修繕計画を策定し、毎年度計画的な改修を行っている。	本庁舎及び議会棟における施設整備の予算額と主な項目 ・Ｒ７年度予算：323,200千円（空調、照明LED化、屋上鉄塔塗装、高圧幹線更新、トイレ改修） ・Ｒ８年度予算：300,280千円（空調、照明LED化、トイレ改修、監視カメラ）
8	06総務市民局	プラチナ市役所プロジェクト	女性用トイレは切迫した問題だと思っている。全体を考えるために足を止めることなく、検討を強力に進めてほしい。	・Ｒ７年度から計画的に女性用トイレ改修を実施する。 ※ 拡張工事可能なフロアは６フロア（２、６、１０、１２～１４階）	・R7年度：女性用トイレ１箇所（６階）工事完了 ・R8年度：女性用トイレ１箇所（１０階）発注予定 多目的トイレ（１５階）発注予定
9	06総務市民局	プラチナ市役所プロジェクト	総務市民局と各局の役割分担と検討スケジュール（工程）を明示してほしい。また、財政・変革局と、どういうお金がかかるのか整理して教えてほしい。	・Ｒ７年度から計画的に女性用トイレ改修を実施する。 ※ 拡張工事可能なフロアは６フロア（２、６、１０、１２～１４階）	・R7年度：女性用トイレ１箇所（６階）工事完了 ・R8年度：女性用トイレ１箇所（１０階）発注予定 多目的トイレ（１５階）発注予定
10	06総務市民局	区役所のあり方検討	区役所のあり方といったときに、本庁と一体となって公助を届ける区役所と、地元と一体になって共助をサポートする区役所という２つの顔があって、この２つを分けてしっかり議論した方がいい。	公助の部分については、区長会議などで検討する。共助の部分については、令和7年度から「北九州市地域コミュニティビジョン」策定の議論を開始しており、地域コミュニティの将来像として共助のあり方などを検討し、必要に応じて区長会議に報告、意見交換を行う。	公助の部分については、令和７年４月から区役所に戦略担当ラインを配置し、本庁と一体となって取り組みを進めている。 ビジョンについては、令和７年度から「北九州市地域コミュニティビジョン検討会議」を５回開催して地域コミュニティの将来像について議論し、市民アンケートや行政から地域への依頼業務に関する調査結果などを踏まえ、令和８年８月に策定済。また、同年６月には「北九州市コミュニティアクション本部」を立ち上げて全庁的な推進体制を構築し、行政からの地域団体（自治会等）への依頼事務の削減や「次の１０年地域づくり先行モデルプロジェクト」などの各プロジェクトの具体化に向けて着手した。
11	06総務市民局	区役所のあり方検討	市民センターという切り口で経営分析ではないけれども、もう一回しっかり見た方が良いかもしれない。或いは共助のあり方かもしれないけれども、これはそこが強くならないと、結局市役所のパワーも上がらない。	令和7年度から「北九州市地域コミュニティビジョン」策定の議論を開始しており、地域コミュニティの将来像として共助のあり方などを検討する。市民センターのあり方もこの議論を踏まえ検討する。	令和７年度から「北九州市地域コミュニティビジョン検討会議」を５回開催して地域コミュニティの将来像について議論し、市民アンケートや行政から地域への依頼業務に関する調査結果などを踏まえ、令和８年８月に「北九州市地域コミュニティビジョン」を策定した。このビジョンを踏まえ、地域の拠点として、誰でも気軽に立ち寄りたくなるような居心地のよい空間を目指し、市民ホールとトイレを一体的に整備するなどの市民センター改革を進めている。
12	07財政・変革局	市政変革（全体）	令和７年度は、ミクロの具体的な変化が市民に見えるようなことに特化して、成功事例を外向けに出すことが大事。	令和8年度の市政変革も引き続き、「局区X方針」、「経営分析・事業分析」、「プラチナ市役所PJ」を３つの柱として進めていくこととしており、引き続き各局と議論を深めながら、市民サービスを改善した取組や課題解決に向けた方向性の結論が出たものなども含め、X会議等を活用して情報発信していく。	局区X方針の策定や経営分析・事業分析を進める過程で、市政変革推進室目線での指摘や助言を行うなど、サポートしながら令和8年度の市政変革の取組を進めている。 第2回X会議で、R8局区X方針の進捗状況の報告を行う。その際、変革の成果として共有に値する事例を紹介する。
13	07財政・変革局	経営分析（公共施設マネジメント）	「現状維持」の419について、市政変革推進室がすべてに仮説を出して、最適案の検討をできるか疑問。現実的で具体的な手法を考え直さないと厳しいのではないか。 市政変革推進室と原局の公務員同士で会話をしても何も出てこない。外部の声を聞く、見てもらう、或いはコンサルを雇うなど検討が必要。 また、「見直し」と出てきたものについても、市民目線の民間の不動産デベロップメントの知見を持った方をどう巻き込んでいくのか検討いただきたい。	利用者ニーズの変化等の課題がある施設に絞り込んだ上で検討を行う。 検討の過程において、必要に応じて外部の意見を取り入れる。	施設の課題や必要費用等を踏まえ、アセットマネジメント推進室がサポートしつつ、必要に応じて他都市視察や外部の意見を取り入れながら、施設所管部局が変革に向けた最適案の検討に取り組んでいる~~中~~。
14	07財政・変革局	経営分析（公共施設マネジメント）	施設を現に運営している所管部署だけでは、施設の価値のあげ方がわからないだろう。廃止か、民間譲渡か、サウンディングなのかなど、どんな価値の高め方があるのか補助線を引いてあげるべき。	新たな公共施設マネジメントの方針である「北九州市アセット変革方針」により、マネジメントの考え方・進め方を示す。 アセットマネジメント推進室においても仮説を作成するなど、施設所管部局をサポートしながら、最適案の検討を行う。	「北九州市アセット変革方針」において、公民連携などによる施設の最適化や持続性をもって利便性や魅力・質の向上を推進するにあたり、「新たな価値の創出」と「資産価値の最大化」を目指していくこととし、その推進パターンを示した。 施設所管部局は自局の経営分析・事業分析等を踏まえ、アセットマネジメント推進室がサポートしながら、分野別計画の作成に取り組んでいる。
15	07財政・変革局	プラチナ市役所プロジェクト	「ユーザー」という定義が慎重すぎないか。子育てママ、外国人の留学生、転入者、中小企業の事業者、保育所の利用者などに特化しないと役所の手続きの話ばかりになってしまう。	プラチナ市役所プロジェクトとして、行政サービスのうち、検討の対象領域をどこまでにするか整理しつつ、その領域に応じて「ユーザー」を特化する必要性を検討したい。	R7年度についての提案は、「ユーザー」が広がりすぎていないか、再検討し、提案書を更新した。 令和８年度は、「ユーザー」の視点で課題を検討している。課題の検討過程では、ターゲットを”こども”と定義するのではなく「未就学児童、小学生、中高生」など、より具体的なペルソナを設定し解決策を検討中。

No.	局区	議題	指摘事項の内容	変革方針	変革方針に対する取組状況
16	07財政・変革局	市税事務所	初めて来た人のために、どのようなサービスを行っていけばよいのかという視点を持って変革に取り組んでいただきたい。 例えば、国税の場合は、確定申告の１カ月前に説明期間や相談窓口などを設けている。	新設する「市税オンライン窓口」はテレビ会議システムを使ったこれまでにない窓口の形態であるため、利用する市民にとって利便性が高く快適な窓口となるよう構築する。	「市税オンライン窓口」では、来庁者の目的に応じたフロー図形式のマニュアルを整備し、窓口担当者の作業手順を明確にすることで、スムーズな市民サービスの提供に努めた。 マニュアルの整備にあたっては、日常的に市民対応を行っている市税事務所の意見を取り入れ、タブレット端末によるオンライン申請や、テレビ会議システムを通じた職員による対応を来庁者のニーズに合わせて選択できるよう案内するなど、初めて「窓口」に来た市民が戸惑うことがないよう配慮したものとした。
17	10環境局	経営分析（環境施策）	「サステナブルシティとは一体何だ」ということ自体をきちんと作り直し、外に対してアピールするものを見えるようにするべき。	「サステナブルシティ」については、本年1月に、新たな都市像が示され、「曼荼羅的なネットワーク」、「利他的な都市」、「再生的な都市」、「世界の変革主体」を目指すことが掲げられた。その推進手法として、「目的地プロジェクト」、「まつりプロジェクト」、「リタラボ」の3プロジェクトが示されたことを受け、環境学習３施設においても、その役割を再定義した。具体的には、3施設を一体的に連携させ、カーボンニュートラル／サーキュラーエコノミー／ネイチャーポジティブへの取組を可視化・発信することで、「利他的な都市」、「再生的な都市」を体現し、サステナブルシティの目的地化につながる拠点化を目指すこととする。	令和７年度の検討の結果、環境学習３施設の対象領域（toB、toC）や立地条件、機能分担等の視点から、以下のとおり基本方針を整理した。この基本方針に沿って、環境ミュージアムでは令和９年度の展示改修着工に向けた予算要求を実施中であり、エコタウンセンター及び響灘ビオトープでは、令和７年度から順次改修に着手し、現在も継続実施中である。 ＜基本方針＞ 環境学習３施設を一体的に連携させ「公害克服の歴史」と「環境ビジネスの実装」を基盤にし、サステナブルシティの「本質」と「リアル」を体現する施設とする。 ・環境ミュージアムの役割：北九州市の歴史をベースに「象徴の地（東田）からサステナブルの本質を伝える」、市民の学びの拠点。（toC） ・エコタウンセンターの役割：カーボンニュートラル（CN）やサーキュラーエコノミー（CE）などの「環境課題と経済活動の両立をリアルに体験できる」　ビジネス推進拠点（toB） ・響灘ビオトープの役割：ネイチャーポジティブ（NP）のリアルな活動の場として、アーバンネイチャーの魅力発信と活動支援の拠点（toB、toC） なお、ソフト施策については、政策局とも連携し、これらの施設をサステナブルツーリズムの目的地に組み込むことを念頭に検討しているところである。
18	10環境局	経営分析（環境施策）	環境学習であれば最先端のものを発信していく必要がある。	現状はパネル展示等が中心となっているが、最新の情報に更新しやすい映像等のデジタルコンテンツ中心の発信手法を検討する。	情報発信の手法や内容については、最新情報を発信していく必要性があることから、情報更新にスピーディーに対応できる、デジタルコンテンツを活用した情報発信ができないか、各施設で検討を進めている。 なお、今年度に、エコタウンセンターや響灘ビオトープの一部展示において、先行してデジタルコンテンツを導入予定である。
19	10環境局	経営分析（環境施策）	市役所は、企業が自らの技術や取組みの凄さを発信することをバックアップするような発想の転換をする必要がある。	現状、エコタウンセンターや環境ミュージアムの一部で、エコタウン企業やエネルギー関連企業の取組を中心に発信している。今後もそれら企業の取組について協働して発信していくのはもちろんのこと、それ以外の市内企業の持続可能な取組みについても情報発信のバックアップを進めていく。	エコタウンセンターにおいて、市内企業の取組に関する情報発信のバックアップの視点も踏まえながら、展示改修や、見学ツアー等を検討・実施しているところである。 その一環として、今年度新たに、「企業自らが自社の技術や最新の取組を発信できる展示ブース（通称：育てる展示）」を設置した。現在は、近年注目度の高い太陽光パネルリサイクルを行う企業や、カーボンニュートラルを目指してバイオマス専焼化に取り組む発電事業者などに出展いただき、自社技術の優位性などに関する情報発信を開始している。
20	10環境局	経営分析（環境施策）	北九州市のポテンシャルのある情報を上手く発信できていないことが問題ではないか。何をターゲットに取り組んでいくのかをまず整理し、１度見た方に興味をもってもらうためにコンテンツをどう発信するか、必要な手段を考えるべき。	カーボンニュートラル／サーキュラーエコノミー／ネイチャーポジティブの重要性と取組を可視化し、総合的に展示する国内随一の拠点とすることを目指す。各施設の機能とターゲットに応じた内容・手段を再考する。訴求力向上のため、市の政策説明にとどまらず、「オール北九州」の視点で市内企業や団体の取組みをコンテンツに加える。具体的な発信方法や手段は、これらを整理した上で検討する。	令和７年度に整理した基本方針において、以下のとおり各施設のターゲット等を明確化した。 ・環境ミュージアムの役割：北九州市の歴史をベースに「象徴の地（東田）からサステナブルの本質を伝える」、市民の学びの拠点。（toC） ・エコタウンセンターの役割：カーボンニュートラル（CN）やサーキュラーエコノミー（CE）などの「環境課題と経済活動の両立をリアルに体験できる」　ビジネス推進拠点（toB） ・響灘ビオトープの役割：ネイチャーポジティブ（NP）のリアルな活動の場として、アーバンネイチャーの魅力発信と活動支援の拠点（toB、toC） 現在は、この方針に沿って、情報発信手段等も含めた、具体的な展示改修方法や見せ方の検討を行っており、引き続き検討・実施を進めていく。
21	10環境局	経営分析（環境施策）	環境ミュージアムを残すのであれば、展示について、公害克服の時代から今に至るまで全ての環境の北九州市の取組みを見ることができる、アップデート可能なデジタルコンテンツを中心に展示していく必要がある。	環境ミュージアムについては、改めて機能やターゲットを整理し、市民向け環境学習施設としての機能を強化する。展示についても、現在のパネル中心の展示ではなく、映像等のデジタルコンテンツ中心の発信手法を検討する。	環境ミュージアムの役割として、北九州市の歴史をベースに「象徴の地（東田）からサステナブルの本質を伝える」、市民の学びの拠点（toC）と定義し、施設改修の方向性を示すゾーニング案についても、概ねの内部検討が完了した。 現在は、これらに沿って、展示改修等における具体策や、発信力のある見せ方等の検討を実施しており、最短で令和９年度の展示改修実施を目指している。また、それに当たり、指摘内容も踏まえて、情報更新にスピーディーに対応できる、デジタルコンテンツの活用も視野に入れて、検討を進めているところである。
22	10環境局	経営分析（環境施策）	北九州市の環境は直近のトレンドに追いついているので、うまく発信していくことで企業誘致にもしっかりと繋げていくといいのではないか。	環境分野の先進的な取組を可視化し、環境ビジネスのショーケースとして、総合的に展示、効果的に発信することは、企業誘致の観点からも本市に不可欠な機能として整理済。 現時点では、エコタウンセンターにその中心的な役割を持たせる方向で、具体的な内容や発信方法等を検討している。	企業のPRや、ビジネス推進の支援といった機能については、現時点ではエコタウンセンターが担うことで整理済み。 その上で、具体的には、企業の最新の取組等に関する情報発信などを通じた、ビジネスマッチングや企業誘致への接続といったソフト面の機能強化についても引き続き検討を進め、順次、実施に向けて着手していく予定である。
23	10環境局	経営分析（環境施策）	エコタウンの中だけに閉じるのではなく、まち全体を、どうやって脱自動者、CO2排出等のグリーンシティに変えていくのかという全体像の中で、世界をターゲットに響灘エリアをPRできるといいのではないか。	本年1月に示された「サステナブルシティ」の新たな都市像では、「曼荼羅的なネットワーク」「利他的な都市」「再生的な都市」「世界の変革主体」の4つの概念が掲げられた。今後は、その推進手法である「目的地プロジェクト」「まつりプロジェクト」「リタラボ」の3プロジェクトに基づき、全庁的な取組が展開されていく。 環境局としては、環境学習３施設のあり方や、カーボンニュートラル／サーキュラーエコノミー／ネイチャーポジティブを切り口とした響灘エリアの一体的なPR手法等の検討を進める。	響灘エリアに立地するエコタウンセンターと響灘ビオトープにおいて、サーキュラーエコノミー等に関するビジネスマッチングやネイチャーポジティブ経営への移行など、ビジネス推進の後押しを担う方向で整理済み。 その上で、響灘エリアのポテンシャルや立地企業の取組等の見える化、PRに着手しているところであり、その一環として、響灘エリアが有する洋上風力発電、エコタウン企業群、響灘ビオトープ等を一体的に紹介する動画を作成した。エコタウンセンター入口で放映しており、サステナブルシティとしてのカーボンニュートラル／サーキュラーエコノミー／ネイチャーポジティブの実装エリアであることをアピールしている。今後も、国内のみならず、世界も見据えた情報発信につなげるための多言語対応などにも順次対応していく予定である。
24	10環境局	X方針	市民の行動変容を生み出すとあるが、どのような状態を狙っているのか（目指したいのか）、何をKPIに置こうとしているのか。 「市民」の解像度を上げるときに、どんな市民に、どんなことを、というのを具体的にしていただいた方がよいのではないか。	環境価値の訴求から、暮らしの豊かさや楽しさといった「生活価値」の創出へと転換し、持続的な市民の行動変容が起きる状態の実現を目指す。 その具体化に向けて、局内横断の広報チームを新設し、統一的な広報手法や生活者視点での情報発信、インセンティブ付与の手法、行動変容に関するKPI設定等の検討を推進する。あわせて、「市民」の解像度を上げ、ライフスタイルや関心に応じたターゲット設定を行い、それぞれの興味やメリットに応じた「接点・実感・動機づけ」を提供する構造へと施策の再設計を進める。	局内横断の広報チームを新たに立ち上げ、局内情報発信ツールの共通の入口となるプラットホームの構築や、市民目線による効果的な広報手法、行動変容の進捗を測るKPIの設定などについて専門家の意見も取り入れながら多角的な検討を開始した。 また、インセンティブ付与の観点から、「ていたんポイント」のあり方を改めて検討し、市公式LINEとの連携を経て10月にリニューアルを発表し、日常生活の中で気軽に参加できる接点と動機づけの仕組みをスタートさせた。 さらに、スポーツ（ギラヴァンツ北九州との連携）や観光（ネイチャーポジティブをテーマにしたモデルツアー造成など）、まち美化活動など、多様な「場」を通じて、市民それぞれのライフスタイルに応じた参加機会の創出に取り組んでいる。 今後は、プラットフォーム構築やイベントの実施等と並行し、KPIの設定や効果測定に向けた検討も含め、市民の持続的な行動変容の実現に向けた取組を引き続き推進していく。
25	12都市ブランド創造局	冒頭あいさつ（文化振興施策）	文化施設については、現状維持ではなく資源の配分をどう考えるのが良いか、本当に楽しみを与えるラストワンマイルの持っていき方をどうするのか、運営主体をどうしていくのか考える必要がある。	経営分析「文化振興施策」で他都市視察や調査を実施のうえ、博物館系施設に対する民間活力、経営視点等の導入や、事務局運営体制の効率化など検討を進めることとし、経営分析報告書にまとめ、公表した。 引き続き、経営分析報告書に基づき検討を行っていく。	経営分析を踏まえ、令和7年度には、現場の学芸員等による検討会や有識者会議を開催し、民間活力の導入可能性について議論した。令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。
26	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	政令市クラスでミュージアムを全部直営でしている都市は多分ない。事務職員の数がすごく多く、合理化・集約化・民間委託等の選択肢を検討すべき。	経営分析「文化振興施策」で他都市視察や調査を実施のうえ、博物館系施設に対する民間活力、経営視点等の導入や、事務局運営体制の効率化など検討を進めることとし、経営分析報告書にまとめ、公表した。 引き続き、経営分析報告書に基づき検討を行っていく。	経営分析を踏まえ、令和7年度には、現場の学芸員等による検討会や有識者会議を開催し、民間活力の導入可能性について議論した。令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。
27	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	複数局が様々なミュージアムを所管している。縦割りをやめ、市のミュージアム全体のあり方を考えるべき。	まずは、局所管の施設のあり方を整理・検討のうえ、経営分析報告書を作成、公表した。引き続き、経営分析報告書に基づき検討を行っていく。	まずは、スピード感をもって市民に変化を感じていただくため、局所管施設について、「もっと感動ミュージアムAction！」としてユーザー目線の取組を継続・強化していく。 また、令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。

No.	局区	議題	指摘事項の内容	変革方針	変革方針に対する取組状況
28	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	ホールについては、一般市民が利用する施設は、地元サービス施設と同じようなものとして、地域住民やボランティアなど地域に返していくべき。	経営分析「文化振興施策」の中で、ホール系施設について、市民利用や興行目的利用などの位置づけを整理し、経営分析報告書を作成、公表した。引き続き、経営分析報告書に基づき検討を行っていく。	ホール系施設の利用状況を分析するとともに、他都市（岡山市）の事例調査や興行主催者やホール運営事業者へのヒアリングを実施した。 また、ホール系施設の位置づけを整理するために、北九州芸術劇場を管理する北九州市芸術文化振興財団と協議を開始した。
29	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	文化施設がすごく多い。特にミュージアムが多い。はたしてたくさんの施設がこの人口で必要なのか考えるべき。他都市と比べて多くないという資料があったが、精査する必要がある。大都市は民間ミュージアムが多いという特殊事情もある。	①文化施設の設置・運営状況について、北九州市及び他都市の状況を調べ、博物館等施設の数は政令市平均を下回っていることが分かった。 ②文化施設の設置・運営状況を踏まえて、公共施設マネジメントの方向性を整理する。	①スピード感をもって変革を推進するため、経営分析・事業分析報告書に基づき、まずは、ミュージアムへの民活導入等を検討する。 ②文化施設の保有数等については、アセット変革方針を踏まえながら、分野別計画を策定する中で整理する。
30	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	専門家を入れた財団や独立行政法人でスキルを磨いて運営すべき。直営原則が果たして良いのか。直営維持自体が異例なので、直営維持するならば説明責任がある。	経営分析「文化振興施策」で他都市視察や調査を実施した。直営も含めて最適な運営形態を検討することとし、経営分析報告書を作成、公表した。	経営分析を踏まえ、令和7年度には、現場の学芸員等による検討会や有識者会議を開催し、民間活力の導入可能性について議論した。令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。
31	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	直営は、条例・規則・予算（財源）などの縛りがあり、百害あって一利なし。国立も大阪市も独立行政法人化している。今風にならないといけない。	経営分析「文化振興施策」で他都市視察や調査を実施した。直営も含めて最適な運営形態を検討することとし、経営分析報告書を作成、公表した。	経営分析を踏まえ、令和7年度には、現場の学芸員等による検討会や有識者会議を開催し、民間活力の導入可能性について議論した。令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。
32	12都市ブランド創造局	経営分析（文化振興施策）	漫画ミュージアムは、都市のあるべき姿に対してどういうコミットをしているのかといった、全く別の観点から評価してほしい。	経営分析「文化振興施策」で他都市視察や調査を実施のうえ、博物館系施設に対する民間活力、経営視点等の導入や、事務局運営体制の効率化など検討を進めることとし、経営分析報告書にまとめ、公表した。 引き続き、経営分析報告書に基づき検討を行っていく。	経営分析を踏まえ、令和7年度には、現場の学芸員等による検討会や有識者会議を開催し、民間活力の導入可能性について議論した。令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。
33	12都市ブランド創造局	講評（文化振興施策）	どういう施設運営をすれば来場者の満足度が高まるか、組織体系や運営統治、インセンティブや処遇など構造的に検討する必要がある。	経営分析「文化振興施策」で他都市視察や調査を実施のうえ、博物館系施設に対する民間活力、経営視点等の導入や、事務局運営体制の効率化など検討を進めることとし、経営分析報告書にまとめ、公表した。 引き続き、経営分析報告書に基づき検討を行っていく。	経営分析を踏まえ、令和7年度には、現場の学芸員等による検討会や有識者会議を開催し、民間活力の導入可能性について議論した。令和8年度には、直営ミュージアムの付加価値最大化を目指し、官民の役割分担の整理や課題の抽出など、民活導入に向けた具体的な検討を進めている。
34	12都市ブランド創造局	観光施策	北九州市のすばらしさは自然景観で、それぞれ特徴的な平尾台の自然と皿倉山の自然と若松北海岸の自然は全く違う。景観を体験できるところにインフラ投資する時は、ある程度優先順位をつけて、集中投資する必要があるのではないか。	北九州市の自然の魅力を「ストーリー」としてわかりやすく伝え、都市ブランドを高めていく視点を踏まえ、優先順位をつけながら魅力向上に向けた投資を進めていく。	観光地・観光地周辺のインフラ整備の優先順位付けや観光戦略等について、予算編成時に、財政・変革局をはじめ、関係部局と調整を行っていく。
35	12都市ブランド創造局	観光施策	大阪の人には福岡行く前に、途中下車して小倉で美味しいもの食べて行ってというアピール、東京の人には大分へは小倉から入るのが正解というようなアプローチをして、まず入り込み客を増やすという割り切りが大事。	北九州市周辺を訪れる観光客（ビジネス含）が、北九州市に立ち寄りたくなるような情報発信に取り組む。	出張者向けに、スキマ時間に立ち寄れる観光スポットなど、北九州ならではの楽しみ方を提案する「北九州市出張の歩き方」を発行。また、観光客全般に対しても、観光情報のSNSにて市内のすし店舗や小倉焼肉通り、食に関する技の達人の紹介などの投稿を実施した。 引き続き、SNS（Instagram、X、Facebook、TikTok）等により、遠方客・インバウンド・若者をターゲットに滞在中・移動中に立ち寄りたくなるきっかけづくりに繋がる情報発信の充実に取り組む。
36	12都市ブランド創造局	観光施策	あるものを磨くという表現に引っ張られず、観光施策の定義を考え直したほうがいい。民間企業が観光でやりたいことを進めるうえでの、規制や煩わしさ、手続きなどの妨げをなるべく除外することが一番大事。	民間事業者による新たな観光サービスやイベントの創出を後押しするため、関係局間で観光の視点を共有し、手続きの簡素化や規制緩和など、民間主体の挑戦を後押しする環境整備に取り組む。	民間主催のコンサート等の開催に際し、コンサート等の来訪者に市が所管する観光施設や街なかを周遊してもらう企画に、主催者と連携して取り組んだ。今後も効果検証を踏まえ、同様の取組みを継続していく。
37	12都市ブランド創造局	観光施策	横のチームを作って、観光で完結せず、都市戦略、都市整備、産経、都市ブラなど横に繋がって観光戦略のチームを作って考えていく体制を作ってもらいたい。	都市ブランド力、とりわけ観光政策の強化を図る観点から、都市ブランド創造局が中心となり、全庁的にベクトルをそろえた組織横断の連携体制を促し、政策立案に観光の視点を的確に織り込んでいく。	今年度は、都市ブランド創造局が中心となり、保健福祉局障害福祉課、産業経済局雇用・産業人材政策課、水産課、農林課、サービス産業政策課と連携し、ガストロノミープロジェクトの事業に取り組んだ。また、若松北海岸の観光地化に向けて、都市戦略局都市再生課、若松区役所総務企画課、産業経済局水産課・農林課と連携し、サイクルツーリズムの推進やプロモーションの実施などに取り組んだ。 今後も同様に、都市ブランド創造局が中心となって、案件ごとに組織横断の連携体制をとることとし、戦略的な観光施策の立案及び効果的な実行に取組む。
38	14都市整備局	経営分析（公園）	現在の1,700公園は、拡大しすぎているのではないか。データを含め見直す必要がある。	北九州市の都市公園の個所数・面積については、経営分析おいて、他都市との比較を行ったが、多すぎる・少な過ぎるということはない。ニーズの少ない公園については、新たな活用方法の模索など、あり方検討に取り組む。	公園の「存在効果」を検証するため、GISを用いて緑被率を算出し、市街地の緑被率が低いことを確認。 また、周辺人口や地形に基づいて公園を分類し、利用が少ないと推測される公園について、現地調査を実施。これらの調査結果を踏まえ、公園の新たな活用方策を検討するため、民間事業者等へのヒアリングを行った。 新たな活用策については、令和８年度から農園利用としての社会実験に着手した。
39	14都市整備局	経営分析（公園）	公園の管理は、10年後も公園愛護会を前提として本当に大丈夫なのか、真剣に考える必要がある。	経営分析において、本市の公園維持管理にとって必要不可欠である「公園愛護会」の継続に向けた施策を検討する。また、ボランティアの活動の新たな担い手として、企業や団体が参加しやすい「公園応援団」の促進を図る。	公園愛護会の現状や困難さを把握するため、アンケートを実施。全ての公園愛護会（1,052団体）に対して、アンケートを配布し、887団体から回答を得た。（回収率84.3%）また、このアンケート結果の分析を行った。 分析の結果、猛暑下での除草や大量の落ち葉清掃が負担となっていること、会員の平均年齢が高くなるほど活動の継続を不安視する団体が多くなること、後継者確保に苦労している団体に活動の継続を不安視する傾向があることなどが明らかになった一方、愛護会は高齢者同士のコミュニティの場であり、地域のつながりを深める活動が行われているなどの意見も寄せられ、愛護会が、公園管理の活動に留まらず、地域交流を支える重要な場として機能していることも再認識した。 今後は、アンケートの分析結果を踏まえた改善策について検討を進めていく。
40	14都市整備局	経営分析（公共施設マネジメント）	公園も公共施設マネジメントの報告における個別点検のように、同じようなやり方で検討を進めた方がよい。	大型の公園施設のあり方については、当該手法に倣って検討していく。	各施設の利用者目線での問題点を洗い出すとともに、それらの施設の存続、集約、または再編の要否を判断するための分析・評価手法を検討した。その結果、対象とした施設ごとに存続・集約などを判断する指標については整理できたが、個別具体の施設のあり方を判断するには、施設ごとの利用状況についてより詳細な調査が必要であることが判明した。これを受けて、今後、利用状況の分析精度を高める調査を予定している。
41	14都市整備局	公園変革	その公園が将来どのなるのかというイメージがそこの利用者にとって前向きに絵が絵掛けているかが大事。 そのため、各公園を1,500枚のカルテ（誰が使っているのか、設備保全状況、現状診断、将来ビジョン、必要な予算など）や、その将来ビジョンのロードマップを整理する必要。	・公園ごとにカルテを作成し、公園の利用状況、施設状況等を可視化することで、公園がもつポテンシャルを最大限に引き出し、公園自体の価値を高める。 ・令和８年度から約１，５００の街区公園のカルテの作成に着手する。 ・周辺の人口構成や公園の利用形態の変化に対応するため、継続的なカルテの更新方法についても検討を行う。 ・令和８年度は、現状利用の少ない公園などモデルとなる公園を設定し、カルテの作成を行う。	・他都市の事例を参考にカルテの評価項目の設定及びデータ解析を行い、公園カルテのサンプルを作成した。 ・今後、モデルとなる公園の選定・カルテの作成を行い、評価項目や調査方法をブラッシュアップする。 ・あわせて、カルテの更新頻度や全街区公園のカルテ完成までのロードマップについて整理する。

No.	局区	議題	指摘事項の内容	変革方針	変革方針に対する取組状況
42	14都市整備局	公園変革	お金を投じて、グリーンインフラにするのは難しいので、自然にグリーンにしていくものと、使う公園に分けていく。使うという戦略で1,500公園に取り組んで行くのは無理だと思う。 公園管理者の目線、あるいは公園管理者から少し離れた公園部門など、整備局全体でブレストしていくべきではないか。 日々のソフト施策よりも、都市のインフラ計画を大きな時間軸でより深く広くやっていただきたい。	・公園カルテの作成を通じて、利用状況、施設状況、周辺の人口密度、立地条件等を整理し、使う公園と防災減災やヒートアイランド対策などに貢献するグリーンインフラとして活かす公園の分類を行う。 ・カルテの作成や分類に当たっては、公園部局以外の部署とも意見交換を行いながら、調査項目等の検討を行う。	・他都市の事例を参考にカルテの評価項目の設定及びデータ解析を行い、公園カルテのサンプルを作成した。 ・今後、モデルとなる公園の選定・カルテの作成を行い、評価項目や調査方法をブラッシュアップする。 ・あわせて、カルテの更新頻度や全街区公園のカルテ完成までのロードマップについて整理する。
43	14都市整備局	公園変革	カルテ作りに際し、政策連携団体など、行政の外の組織を活用してはどうか。なお、北九州市に場合は、そういう組織がないので、新たに作る、もしくはNPOなど他の組織に依頼する方法もある。	・公園ごとにカルテを作成し、公園の利用状況、施設状況等を可視化することで、公園がもつポテンシャルを最大限に引き出し、公園自体の価値を高める。 ・令和８年度から約１，５００の街区公園のカルテの作成に着手する。 ・周辺の人口構成や公園の利用形態の変化への対応を目的に、継続的なカルテの更新方法についても検討を行う。 ・令和８年度は、現状利用の少ない公園などモデルとなる公園を設定し、カルテの作成を行う。	・他都市の事例を参考にカルテの評価項目の設定及びデータ解析を行い、公園カルテのサンプルを作成した。 ・今後、モデルとなる公園の選定・カルテの作成を行い、評価項目や調査方法をブラッシュアップする。 ・あわせて、カルテの更新頻度や全街区公園のカルテ完成までのロードマップについて整理する。 ・上記の検討の中で、行政外の組織との協働についても検討する。
44	14都市整備局	公園変革	小学校で公園や道路についての教育も併せて行っていくことも重要。	これまでも、地域に役立つ公園づくり事業やみらい政策委員会など、公園に関する小学生との対話を行ってきた。今後、さらに小学生への教育について、効果的な方法を検討する。	既存の制度の活用や関係部署との連携についての検討に着手した。