

- 時代環境の変化が激しいことを踏まえ、個別具体的な事業レベルではなく、文化芸術が目指す大きな方向性を定め、行政や関係団体、企業や市民とベクトルを合わせるためのプランとする
- 新ビジョンの3つの重点戦略を踏まえ、都市ブランドを「築く・つなぐ・輝かせる」の3つの柱で施策を取りまとめ、基本理念の実現に取り組む

《基本理念》  
目指す姿

まちに彩りを。心に豊かさを。多様な人を惹きつける文化共創都市

北九州市の多彩な文化芸術の力を最大限発揮させることで、まちの魅力を高め、多様な人々を惹きつけ、都市の成長に繋げるとともに、誰もが文化芸術を通じてウェルビーイングを実現できる文化都市を目指し、市民や団体・企業等と行政が一丸となって新たな価値を共に創ります

《3つの柱》  
全体イメージ

まちの多彩な魅力を磨き、都市ブランドを築く

- ・まちなかアート
- ・7区の個性の磨き上げ
- ・ナイトタイムエコノミー
- ・祭りや伝統行事の磨き上げ

➡ 「彩りあるまち」の実現

まちに彩りを  
生み出す

「都市の成長」と  
「ウェルビーイングの実現」  
の好循環

豊かな心と  
活力を育む

ウェルビーイングを育み、都市ブランドを未来へつなぐ

- ・次世代の育成
- ・市民活動の支援
- ・インクルーシブな文化芸術
- ・多世代交流

➡ 「安らぐまち」の実現

都市ブランドを輝かせ、まちへの期待と注目を集める

- ・エンタメコンテンツ
- ・食文化など新都市ブランド
- ・漫画や映画の魅力
- ・文化観光の推進

➡ 「稼げるまち」の実現

多様な人を  
惹きつける

○ 計画期間:5年間(R7.4.1~R12.3.31)

《 3つの柱に基づく各施策の方向性 》

文化芸術の力で「まちに彩りを生み出す」

(1)多彩で質の高い文化芸術に触れる機会の確保

- 都心部や商業施設など、身近なまちなかで文化芸術に触れる機会の創出
- 若者や働く世代のニーズを踏まえたナイトタイムエコノミーの推進
- 文化芸術と異分野とのコラボによる新たなニーズの獲得

(2)地域の魅力的な文化資源の磨き上げ

- 都市ブランドを醸成する、7区の個性ある文化資源の磨き上げ
- 各地域の多彩な祭りや伝統行事の磨き上げ
- 市民の宝である、地域独自の伝統文化や文化財の保存・継承・活用

文化芸術の力で「豊かな心と活力を育む」

(1)次世代を担う子ども・若者の文化芸術体験の充実

- 学校へのアウトリーチや地域と連携した文化芸術体験等、社会全体で子どもの創造性や感性を育む取組の重点化
- 文化芸術を通じたグローバルに活躍する人材の発掘・育成
- 多様な機会と手法を織り交ぜた、若い世代が郷土の歴史や文化芸術に興味を持つきっかけづくり

(2)誰もが文化芸術に親しみ楽しめる環境づくり

- 多世代かつ多様な人の交流を通じて、生涯学習や生きがいづくり、健康寿命の延伸などに繋がる文化芸術の振興
- 性別、年齢、障害の有無や国籍等にかかわらず、誰もが自分らしく楽しめるインクルーシブな文化芸術の推進
- 市民の文化活動の支援と地域独自の文化芸術に接する機会の確保

文化芸術の力で「多様な人を惹きつける」

(1)多世代を惹きつける発信力の高い文化芸術の推進

- 質の高い文化芸術やエンタメコンテンツなど、まちへの注目を惹きつける、非日常感のある取組
- 時代環境やニーズの変化に応じた、集客力が高く、全国から多様な人が集まる文化芸術の取組
- 多世代を惹きつける、漫画や映画の魅力を活用した取組

(2)地域の魅力的な資源を活かした文化観光の推進

- 小倉城・世界遺産・日本遺産等の歴史資源や各種ミュージアムの活用、民間事業者との連携による文化観光の推進
- 歴史的背景のある食文化を新たな都市ブランドとして位置付けた文化観光の推進
- 外国人目線に立ったコンテンツの発掘や磨き上げ、感動的で記憶に残るストーリー化によるインバウンド観光の振興

彩りあるまち 文化芸術を身近に感じる市民の割合  
【30.5%(R4) → 40%(R11)】

安らぐまち 文化芸術活動をした市民の割合  
【16.9%(R4) → 30%(R11)】

稼げるまち 観光消費額  
【827億円(R4) → 1,800億円(R10)】  
〔「北九州市基本計画」で設定済の目標〕

成果指標

全体

文化のかおるまちと思う市民の割合 【28.5%(R4) → 40%(R11)】