

● ミュージアムを取り巻く社会環境の変化（文化観光・新プラン策定・ユーザー目線への転換）を踏まえ、各館の運営検討部会でミッションを再確認した

	ミッション（概要）	➤ 見直しの方向性（案）	➤ 主な意見
科学館	さまざまな方が科学を通じて交流し、科学技術への関心を高め、創造的な活動の拠点として、北九州市の未来を創る原動力になること	①開館から4年目であり、 現行のミッションを維持 ②ミッションの達成に向けて、 文化観光などの視点を踏まえて、 付加価値向上策や最適な民活手法を検討	①より効果的な広報が必要 ②繁閑に応じた柔軟な人員配置が必要 ③館の資源の更なる活用が必要 ④非日常感を演出する魅力ある企画が必要
漫画M	漫画文化を活かした文化振興 ①地元ゆかりの漫画家を中心に、 幅広く作品等を収集・保存し、 特性や魅力の伝え方等を研究 ②研究成果を展示等に活かし、 漫画の魅力を次世代に伝承 ③幅広い世代が集う場所となり、 まちの個性や賑わいづくりに寄与	現行のミッションを維持しつつ、 以下を検討 ①より多様なユーザーニーズに 応えて魅力を向上させる ②地域社会での連携を強化し、 文化観光・まちづくり・国際 交流・福祉・教育等に貢献する ③持続可能な行財政に対応する 収益体制を中長期的に構築する	①ターゲット層を意識した、 ニーズの明確化が必要 ②コミュニティのハブ機能が必要 ③直営ならではの強み弱みがある ④収支への意識も必要 ⑤対外的な信頼関係が不可欠であり、 専門人材が安心して働き 甲斐をもてる環境が必要
美術館	①基本理念：市民の生活に潤いと 心の豊かさを創出し、地域とと もに成長していく美術館 ②基本方針：地域とともに成長し ていく美術館「リビング・ ミュージアム」を目指します	市民の生活に潤いと心の豊かさを 創出し、地域とともに成長すると ともに、広域から多くの人を惹き つける魅力ある文化交流の拠点と なる	①ミッションの見直し案が、文 化観光に寄りすぎではないか ②社会教育施設の役割を果たし つつ、収益性の意識も必要 ③民間ならではのメリットも多 いが、整理が必要な点も多い ④美術の森全体で検討が必要

- 国は法律の名称を変えるとともに、文化芸術が果たす役割の多様化へ対応
- 文化芸術による経済的な価値や収益を本質的価値に再投資する好循環創出を目指す

文化芸術振興基本法



文化芸術基本法

平成29年6月23日

項 目

内 容

法改正 の趣旨

- 文化芸術の振興にとどまらず、観光、まちづくり、国際交流、福祉、教育、産業その他の各関連分野における施策を法律の範囲に取り込むこと
- 文化芸術により生み出される様々な価値を文化芸術の継承、発展及び創造に活用すること

基本理念 改正内容

- 「年齢、障害の有無又は経済的な状況」にかかわらず等しく文化芸術の鑑賞等ができる環境の整備
- 我が国及び「世界」において文化芸術活動が活発に行われる環境を醸成
- 児童生徒等に対する文化芸術に関する教育の重要性
- 観光、まちづくり、国際交流など、各関連分野との有機的な連携

国の 基本計画

- 文化芸術推進基本計画（第2期）－価値創造と社会・経済の活性化－
- 創造的な社会・経済活動の源泉として、新たな価値や収益を生み、それが本質的価値の向上のために再投資されるといった好循環を通じて、社会の持続的な発展に寄与し続けていくことが期待される

- 令和6年度策定の北九州市文化芸術推進プランを基に、3つの柱で基本理念の実現に取り組む

《基本理念》

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、都市の成長につなげるとともに、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
- ・ ナイトタイムエコノミー
- ・ 7区の個性の磨き上げ
- ・ 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

「市民の幸福」と
「まちの成長」の
好循環

多様な人を
惹きつける

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
- ・ インクルーシブな文化芸術
- ・ 市民活動の支援
- ・ 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

○ 計画期間:5年間 (R7.4.1-R12.3.31)

《KPI》

指標	現状値 (R4)	目標値
文化のかおるまちと思う市民の割合	28.5%	40.0% (R11)
文化芸術を身近に感じる市民の割合	30.5%	40.0% (R11)
文化芸術活動をした市民の割合	16.9%	30.0% (R11)
観光消費額	827億円	1,800億円 (R10)

- ・ エンタメコンテンツ
- ・ 漫画や映画などの魅力
- ・ 食文化の活用
- ・ 文化観光の推進

→ 「稼げるまち」
の実現