

○デジタル田園都市国家構想交付金(地方創生推進タイプ) 事業概要

事業名	美唄シティプロモーション推進事業
事業の実施期間	令和4年度(2022年度)～令和6年度(2024年度)
タイプ	横展開タイプ
事業形態	美唄市単独事業
趣旨・目的	美唄市の文化や歴史を踏まえ未来を創造する「美唄ブランド」を構築し、市内に向けては市民のシビックプライドを醸成し、市外に向けては関係人口・移住人口を増やし、ひいては市民が主体的にまちをPRし、市外からの声がまちの誇りの再認識に繋がる循環を作る。

重要業績評価指標 (KPI)	単位	開始時点	令和4年度増加分 (1年目)	令和5年度増加分 (2年目)	令和6年度増加分 (3年目)	KPI増加分の累計
①「美唄ブランド」展開による美唄市の認知度向上(ふるさと美唄応援団登録者数)	人	865	150	250	150	550
②「美唄ブランド」のメディア掲載件数	件	0	10	15	25	50
③「美唄ブランド」ロゴを活用した商品数	件	0	0	5	7	12
④市民アンケートで「美唄に愛着を感じている」と答える市民の割合(%)	%	54.1	2	6	10	18

年度	年度ごとの位置づけ	交付金対象額
令和4年度	<ul style="list-style-type: none"> ■「美唄ブランド」を構築する取組 ■美唄市の情報を統合するプラットフォームの形成 ■「美唄ブランド」発信および広報による周知活動 	15,500千円
令和5年度	<ul style="list-style-type: none"> ■「美唄ブランド」認知度向上に向けたPR戦略の策定 ■「美唄ブランド」の発信および広報の強化 ■美唄市民を対象としたワークショップ ■「美唄ブランド」を核にした商品開発 	16,027千円
令和6年度	<ul style="list-style-type: none"> ■「美唄ブランド」を核にした市内の事業団体(商業・観光業・農業など)との連携 ■美唄市全体のプロモーション推進と市外への情報発信 ■ブランド推進体制を担う人材育成 	15,540千円

○令和4年度「美唄シティプロモーション推進事業」事業結果

令和4年度 事業概要	土台となる「美唄ブランド」の構築するため10代から30代までの美唄市民による委員会を立ち上げ、若者の視点で美唄の魅力を切り取り、若い感性でまちの発信を考え、美唄の軸となる魅力と多くの市民が想いを共有するための「シンボル」を完成させた。また、今後の運営体制の土台を作り、美唄市の広報誌やSNSを活用した、市民への美唄ブランドの周知活動を実施した。
取組	○「美唄ブランド」を構築する取組 ○美唄市の情報を統合するプラットフォームの形成 ○「美唄ブランド」発信および広報による周知活動
事業費	15,499千円(内 7,750千円 地方創生推進タイプ)

重要業績評価指標 (KPI)	開始時点	令和4年度の増減		達成状況について
		目標値	実績値	
①「美唄ブランド」展開による美唄市の認知度向上 (ふるさと美唄応援団登録者数)(人)	865	150	163	事業関係者のシビックプライドが向上し、対外的に美唄市をPRすることにより、関係人口が増加した。
②「美唄ブランド」のメディア掲載件数(件)	0	10	0	新型コロナウイルス感染症の影響もあり、美唄ブランドの構築が遅れ、年度末のリリースとなったため。
③「美唄ブランド」ロゴを活用した商品数(件)	0	0	0	2年目以降に美唄ブランドロゴを活用した商品数を増やしていく。
④市民アンケートで「美唄に愛着を感じている」と答える市民の割合(%)	54.1	2	4	美唄ブランドを構築するにあたり、10代から30代の若者が中心となって、美唄の軸となる魅力を議論し、その経過を広報誌やSNSにて周知することで、市に対する期待値が高まり、愛着増となった。

今後の方針	1年目に構築した「美唄ブランド」において、ブランド認知度向上を図るために、PR戦略を策定し、戦略に基づいた「美唄ブランド」の発信および広報強化を実施する。また、美唄市民を対象としたワークショップの実施や、市民との交流、市民同士の交流を促進するコミュニティスペースを運営し、ブランドの理解と定着を促進する。これらの取組を通じて、美唄市民が「美唄ブランド」に触れる機会を増やし、シビックプライドの醸成や更なる関係人口の増加に寄与させていく。
-------	--