

○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8年度(2026年度) ※2年延長(当初 令和4年度～令和6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)	令和7年度 増加分(4年目)	令和8年度 増加分(5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	350	350	350	1450
②「美唄ブランド」のメディア掲載件数	件	0	10	15	30	30	30	115
③「美唄ブランド」ロゴを活用した商品数	件	0	0	5	10	10	12	37
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	11	11	11	41

年度	年度ごとの位置づけ	交付金対象額
令和4年度	■「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	■「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	■「美唄ブランド」を核にした市内の事業団体(商業・観光業・農業等)との連携 ■まちづくり部の創設 ■美唄ブランドの推進と市内外へのPR ■ブランド推進体制を担う人材育成 ■関係人口創出プロモーション	16,598千円
令和7年度	■美唄市全体のプロモーション推進と市外への情報発信 ■まちづくり部を核にしたアイデア実現(住民参加型クラウドファンディング等) ■関係人口創出拡大プロモーション(オンラインコミュニティ設立等) ■美唄ブランドロゴを核にした市外企業連携	16,000千円
令和8年度	■美唄市全体のプロモーション推進と市外への情報発信 ■まちづくり部が主体となる情報発信 ■美唄ブランドロゴを核にした市外企業連携 ■関係人口創出拡大プロモーション(関係人口ツアーの実施)	16,000千円

○令和5年度「美唄シティプロモーション推進事業」事業結果

令和5年度 事業概要	2年目である令和5年度では、1年目で形成した「美唄ブランド」の認知度向上を図るため、発信および広報強化を実施し、美唄市民を対象としたワークショップなどを通して、ブランドの理解と定着を促進した。また、ワークショップで出たアイデアや、市民、民間事業者とのコラボによる「美唄ブランド」ロゴを活用した商品作成が実現し、ブランド認知度向上に寄与した。
取組	<ul style="list-style-type: none"> ■ 「美唄ブランド」浸透にかかるPR等 ■ 「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
事業費	15,729千円(内 7,864千円 地方創生推進タイプ)

重要業績評価指標 (KPI)	開始時点	令和5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	250	317	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	15	20	新型コロナウイルスの影響により、初年度のリリースが遅れたことにより、累計目標に到達できなかったが、二年度目は、日本地域情報コンテンツ大賞にて、内閣府地方創生推進事務局長賞を受賞し、多くの媒体で取り上げられる結果となった。
③「美唄ブランド」ロゴを活用した商品数(件)	0	5	40	美唄ブランドリリース後、ワークショップやイベントを通じて、市民や事業者とのコラボレーションが実現し、ロゴを活用した商品数が増加した。
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	6	2	イベントや広報誌、SNSを通じて美唄ブランド及び美唄の魅力を継続して発信した結果、着実に市民の市に対する愛着度が高まる結果となったが、目標値には到達しなかった。今後は、自分たちのまちを知り、まちづくりに必要な事業の提案等を実施する小学生～高校生を対象としたまちづくり部を設立し、愛着度増加に務める。

今後の方針	今後も、「美唄ブランド」の市内外の認知度向上を図るため、発信および広報を強化し、継続した情報発信を行い、関係人口の創出に繋げていく。また、まちづくり部や、ワークショップ、イベントなどの市民が主体的に参加できる機会を創出し、市民のシビックプライド醸成を図る。
-------	--