

○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	400	450	1600
②「美唄ブランド」のメディア掲載件数	件	0	10	15	30	40	50	145
③「美唄ブランド」ロゴを活用した商品数	件	0	0	5	10	20	30	65
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	12.5	13	44.5

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	16,596千円
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	16,596千円
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)	16,596千円

○令和6年度「美唄シティプロモーション推進事業」事業結果

令和6年度 事業概要	2年目の「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内容を更に推進し、市民のシビックプライド醸成を図りながら、市外からの関係人口創出に繋げる取り組みを加速させた。
取組	■「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
事業費	16,596千円(内 8,298千円 地方創生推進タイプ)

重要業績評価指標（KPI）	開始時点	令和6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	350	325	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	30	20	計画的な情報発信の強化に加え、地域資源を活かしたストーリー性あるコンテンツが外部からの注目を集めたためである。また、イベントや施策の実施時期に合わせた広報活動がニュース性を高め、さらに関係団体とのネットワークを活用した発信が波及効果を生み、掲載件数の拡大につながった。
③「美唄ブランド」ロゴを活用した商品数(件)	0	10	40	ロゴの認知度向上に伴い、事業者の参画意欲が高まったこと、またシティプロモーション事業との連動によって活用場面が増えたことが要因である。さらに、市内事業者との協働を重ねる中で、土産品やノベルティなど幅広い商品展開が進み、結果として目標値を上回る実績につながった。
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	11	-1	回答者層による意識差や、シティプロモーション事業の取組が市民全体に浸透するまでには一定の時間を要していることが要因と考えられる。

今後の方針	美唄ブランドを軸に、市民が主体的に美唄市の魅力の再発見や、魅力向上を図るアイデアを提言できる場として、まちづくり部等の活動を加速させ、さらなる美唄への愛着を高める。また、美唄ブランドのWEBメディアや広報運用等の情報発信に加え、まちづくり部等の活動をより深掘りし、情報発信を行い、美唄市の認知度向上に加え、美唄と関わる意欲を創出する。さらに、関係人口と市民が関わりを持つことができるオンラインコミュニティを形成し、関係人口と市民との距離を縮め、関係人口との関係性の深層化を図る。
-------	---