

政策シート

政策名 07 世界を含めた都市間競争を勝ち抜くシティプロモーションの展開

予算費目名 01 観光・シティプロモーション振興費

1 基本情報

(1) 総合計画体系

分野 01 産業経済

理想の姿 (30年後)	◆創造性と安定性を兼ね備えた浜松の産業が、世界経済を支えている。
政策の柱 (10年後)	◆輸送用機器関連産業に次ぐ新たなリーディング産業が集積し、持続可能な地域経済が確立している。 ◆来訪者が浜松の魅力とおもてなしを実感し、リピーターが増えている。 ◆多様な担い手による付加価値の高い農林水産業が行われている。

基本政策 01 世界の一步先を行く産業・サービスの創造

(2) 政策の概要(当年度(令和3年度)実施内容)

多彩な魅力の発信による都市のブランディングを通じて、交流人口の拡大、移住・定住の促進、産品等の販路拡大、文化振興や企業誘致等、地方創生につなげる。

(3) 関連するSDGsのゴール

⑧成長・雇用 ⑫生産・消費 ⑭海洋資源									
---------------------	--	--	--	--	--	--	--	--	--

2 政策コストの状況(千円)

	R1	R2	R3	R4	R5	R6
予算	114,012	3,044,957	275,393			
決算	109,704	1,199,462				
人件費(報酬等)(A)						
人件費(人工分)(B)	33,600	30,870	42,420			
年間経費(予算又は決算+A+B)	143,304	1,230,332	317,813			

3 政策指標の状況

政策指標	単位	年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
市区町村別魅力度ランキング(全国順位)	位	目標	42	40	38	35	32	30
		実績	44	45				
		目標						
		実績						

4 前年度(令和2年度)政策評価

(1) 前年度(令和2年度)実施内容

本市の強みであるものづくり、豊富な食材、歴史・文化、音楽等の魅力ある地域資源について、コロナ渦ということもあり、リアルイベントへの参加を通じた本市の知名度、魅力度の向上に向けた発信が実施できなかったが、デジタルツールを使って発信することで、本市の知名度、魅力度の向上に努めた。

(2) 政策評価(政策の進捗及び課題)

<進捗>	遅れている
コロナ渦ということもあり、リアルイベントが軒並み中止となり、デジタルを活用したプロモーション中心の事業実施となった。企業等との連携については、主としてリアルイベントを想定した事業組み立てということもあり、予定していた事業が実施できていない状況。	

◇政策実現のために実施する事業一覧

No.	事業名	総合戦略	重点戦略	主要事業	完了	コスト (千円)	事業費 (千円)	人工				報酬 (千円)
								正規	再任用 (31h)	再任用 (26h)	会計年度 (人事課)	
1	シティプロモーション事業	○	○	○		203,781	168,361	4.1			2.4	
2	魅力発信拠点施設管理運営事業	-	-	-	○							
3	新しい生活様式支援事業	-	-	○		114,032	107,032	1.0				
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
計						317,813	275,393	5.1			2.4	

※人工単価(千円)正規7,000 再任用(h31)3,600 再任用(h26)2,600 会計年度任用職員(人事課予算)2,800

事業シート (事業名) 01 シティプロモーション事業

1 基本情報

(1) 事業目的・事業対象

多彩な魅力の発信による都市のブランディングを通じて、交流人口の拡大、移住・定住の促進、産品等の販路拡大、文化振興や企業誘致等、地方創生につなげる。

(2) 事業の性質

開始年度	終了予定	会計区分	事務区分	根拠法令等
H17	-	一般会計	自治事務(その他)	

(3) 事業の位置付け

主要事業	○	※「総合戦略」「重点戦略」該当事業 及び 政策実現のため特に重要な事業を主要事業とする。							
総合戦略	○	(施策)	Ⅲ-2(2)ア						
重点戦略	○	(戦略項目)	42	43	198				

(4) 関連するSDGsのゴール

							⑧成長・雇用
	⑫生産・消費		⑭海洋資源				
事業とゴールの 関連性	シティプロモーションの展開による都市ブランドの確立により、「訪問したい」「住んでみたい」と「選ばれる」都市になることで、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる観光業を促進し、持続可能な経済成長へとつなげる。						

2 事業コストの状況(千円)

		R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
事業費(千円)	予算	80,077	2,007,288	168,361			
	決算	75,769	554,664				
	国・県支出		413,893	24,610			
	市債						
	その他	9,010					
	一般財源 一般会計繰入金	66,759	140,771	143,751			
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		30,800	27,020	35,420			
人工	正規	3.6	3.3	4.1			
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	2.0	1.4	2.4			
年間経費(予算又は決算+A+B)		106,569	581,684	203,781			

3 事業の指標の状況 (R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・基本計画最終年度)

指標名称	総合戦略 施策体系	重点戦略 戦略項目	年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
				(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)	(2024)
市区町村別魅力度ランキング(全国 順位)(位)	Ⅲ- 2(2)ア	42、 43、 198	目標	42	40	38	35	32	30
			実績	44	45				
サポーターズクラブ会員数(人)			目標	1,450	1,500	1,550	1,600	1,650	1,700
			実績	1,509	1,515				
市区町村別認知度ランキング(全国 順位)(位)	Ⅲ- 2(2)ア		目標	15	25	23	20	17	15
			実績	28	31				
市区町村別認知度ランキング(県内 順位)(位)			目標	1	1	1	1	1	1
			実績	3	2				
			目標						
			実績						

4 前年度(R2年度)事業実施内容 (Do)

- ① デジタルマーケティングの手法を活用したシティプロモーション
 - ・動画を中心としたコンテンツの制作、デジタル分野を活用した発信、データによる効果検証
 - ・SNS発信事業(代行運用等によるアカウント周知、集客)
- ② 企業連携シティプロモーション
 - ・日本航空株式会社と連携した事業については、おもてなしセミナーやフォトゲーニングを企画もコロナ渦ということもあり中止となった。
 - ・株式会社dancearthと連携した事業については、オンラインダンス教育事業を庄内学園をモデル校として実施。また、「男THE飯」と「浜松パワーフード」とコラボ企画「浜松どウマイ! 応援団」の公式Twitterを開設し浜松パワーフードの魅力や浜松のグルメ情報などを発信。
- ③ 音楽とビーチ・マリンスポーツを融合したイベント開催
 - ・親和性の高い「音楽」と「ビーチ・マリンスポーツ」等を組み合わせたイベントの開催を計画していたが、コロナの影響で中止となった。
- ④ その他シティプロモーション
 - ・ビーチ・マリンスポーツ推進事業(推進協議会運営、体験イベント開催、情報発信)
 - ・民間専門人材活用事業(都市ブランド戦略マネージャー活動費)
 - ・浜松城観光誘客及びプロモーション業務(家康くん、直虎ちゃん、武将隊の浜松城定期登城を通じた出世の街等のPR)



5 前年度(R2年度)事業評価 (Check)

- (1) 事業の成果と課題**
 指標の達成度
 ・首都圏におけるサポーターズクラブ会員数は目標をクリアしたものの、他の指標は目標を上回ることができなかった。
 ・これを受け、戦略的で効果的な情報発信の一層の強化が必要であると認識した。
 ・今後、国内外への発信力のある企業や民間専門人材を活用したシティプロモーションを進めるとともに、デジタル分野を活用して本市の地域資源等を発信し、データにより効果を検証することで、より実効力のあるシティプロモーションを展開していく。
- (2) 考慮すべき社会経済状況の変化 (新たな社会課題や機会、法制度の改正、他団体の動向など)**
 ・コロナ渦でリアルイベントが軒並み中止
 ・プロモーション予算のデジタルシフトが結果として効果的なプロモーションにつながっている。



6 事業の見直し (Action)

- (1) 前年度(R2年度)見直し内容(実施結果の振り返り)**
 大項目 小項目 / 事業費 人工
 SNSや発信力、影響力のある企業並びに有識者など、多様な媒体を活用したプロモーションを進めた。
- (2) 当年度(R3年度)以降見直し内容(今後の方向性)**
 大項目 小項目 / 事業費 人工
 ・リアルイベントについては、コロナに対する感染予防対策を実施したうえで事業実施を行う。
 ・令和2年度に引き続き、デジタルを活用したプロモーションを実施し、発信したコンテンツに対してどのような反応があったのか等の詳細なデータを計測、分析し、戦略的で効果的にシティプロモーションを展開する。

(管理番号)									
令和3年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	07	01	001705000	01	観光・シティプロモーション課	北嶋 秀明	R3.7.1

7 当年度(R3年度)事業実施内容 (Plan)



【R1-R4重点戦略項目 No42、43、198】

① デジタルマーケティングの手法を活用したシティプロモーション

- ・動画を中心としたコンテンツの制作、デジタル分野を活用した発信、データによる効果検証
- ・SNS発信事業(代行運用等によるアカウント周知、集客)

② 企業連携シティプロモーション

- ・日本航空株式会社と連携した旅行商品の共同開発や観光誘客イベント等を実施
- ・株式会社danceearthと連携したダンス教育事業、発信力やエンタテインメント力を活用したイベント等を実施

③ 音楽とビーチ・マリンスポーツを融合したイベント開催(延期)

- ・親和性の高い「音楽」と「ビーチ・マリンスポーツ」等を組み合わせたイベントの開催(延期)

④ その他シティプロモーション

- ・ビーチ・マリンスポーツ推進事業(推進協議会運営、体験イベント開催、情報発信)
- ・民間専門人材活用事業(都市ブランド戦略マネージャー活動費)
- ・浜松城観光誘客及びプロモーション業務(家康くん、直虎ちゃん、武将隊の浜松城定期登城を通じた出世の街等のPR)
- ・アツいまちプロモーション(アツいまちサミットとの連携、クールスポットの設置)
- ・やらまいか大使事業、バイクのふるさとプロモーション 等

事業シート (事業名) 02 魅力発信拠点施設管理運営事業 【完了】

1 基本情報

(1) 事業目的・事業対象

シティプロモーションの拠点施設を設置・運営し、本市の旬な情報を発信することにより都市ブランドの強化を図る。

(2) 事業の性質

開始年度	終了予定	会計区分	事務区分	根拠法令等
H30	R2	一般会計	自治事務(その他)	

(3) 事業の位置付け

主要事業	—	※「総合戦略」「重点戦略」該当事業 及び 政策実現のため特に重要な事業を主要事業とする。							
総合戦略	—	(施策)							
重点戦略	—	(戦略項目)							

(4) 関連するSDGsのゴール

								⑧成長・雇用
	⑫生産・消費		⑭海洋資源					
事業とゴールの関連性	本市の旬な情報の発信による都市ブランドの確立により、「訪問したい」「住んでみたい」と「選ばれる」都市になることで、雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる観光業を促進し、持続可能な経済成長へとつなげる。							

2 事業コストの状況(千円)

		R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
事業費(千円)	予算	33,935	33,168				
	決算	33,935	33,168				
	国・県支出						
	市債						
	その他	728					
	一般財源 一般会計繰入金	33,207	33,168				
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		2,800	2,800				
人工	正規	0.4	0.4				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						
年間経費(予算又は決算+A+B)		36,735	35,968				

3 事業の指標の状況 (R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・基本計画最終年度)

指標名称	総合戦略 施策体系	重点戦略 戦略項目	年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
				(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)	(2024)
魅力発信拠点施設の入場者数(千人)			目標	250	210				
			実績	208	121				
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

(管理番号)

令和3年度 分野 01 基本政策 01 政策 07 予算費目 01 所属コード 001705000 事業 02 (担当課) 観光・シティプロモーション課 (責任者) 北嶋 秀明 (基準日) R3.7.1

4 前年度(R2年度)事業実施内容 (Do)

- ・展示コンテンツのリニューアルを実施。浜松市紹介コーナーを設置し、展示パネルによる本市の特色紹介のほか、動画コンテンツによる魅力発信を実施。
- ・2020年は家康公が浜松城を築城して450年の記念の年になることから、運営期間を延長し、浜松城紹介コーナーやVRなどの技術を活用したコンテンツも追加し、多様な楽しみ方を提供している。
- ・フィルムコミッションにより誘致支援したアニメや映画の舞台地紹介コーナーを設置し、ファンをターゲットに各作品の聖地としてのブランディングを行った。
- ・入場者増につなげるため、南側屋外スペースを活用したイベント等を実施。



5 前年度(R2年度)事業評価 (Check)

(1) 事業の成果と課題

指標の達成度

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により入場者数は目標値を下回る。
- ・施設は現在、家康公の歩みなどを分かりやすく年表や絵図にまとめたパネル展示、やらまいか大使である山田卓司氏作のジオラマ展示や浜松市を紹介するコーナーを設置し、市内の家康公にまつわる歴史資源や観光スポットを周遊する拠点施設としての役割も担っている。

(2) 考慮すべき社会経済状況の変化 (新たな社会課題や機会、法制度の改正、他団体の動向など)



6 事業の見直し (Action)

(1) 前年度(R2年度)見直し内容(実施結果の振り返り)

大項目 小項目 / 事業費 人工
R3年3月31日に閉館

(2) 当年度(R3年度)以降見直し内容(今後の方向性)

大項目 小項目 / 事業費 人工



7 当年度(R3年度)事業実施内容 (Plan)

事業シート (事業名) 03 新しい生活様式支援事業

1 基本情報

(1) 事業目的・事業対象

飲食店などにお客様が安心して来店できるよう、「3密」を回避する設備の導入に対し支援を行うなど、「新しい生活様式」に対応した支援を行う。

(2) 事業の性質

開始年度	終了予定	会計区分	事務区分	根拠法令等
R2	-	一般会計	自治事務(その他)	-

(3) 事業の位置付け

主要事業	○	※「総合戦略」「重点戦略」該当事業 及び 政策実現のため特に重要な事業を主要事業とする。							
総合戦略	-	(施策)							
重点戦略	-	(戦略項目)							

(4) 関連するSDGsのゴール

									⑧成長・雇用
	⑫生産・消費								
事業とゴールの関連性	新型コロナウイルス感染症の影響長期化を見据え、国の専門家会議が示した「新しい生活様式」に対応するため、事業者に対する感染対策を促進し、市内の消費経済の回復を図る。								

2 事業コストの状況(千円)

		R1 (2019)	R2 (2020)	R3 (2021)	R4 (2022)	R5 (2023)	R6 (2024)
事業費(千円)	予算		1,004,501	107,032			
	決算		611,630				
	国・県支出		525,044	18,700			
	市債						
	その他						
	一般財源 一般会計繰入金		86,586	88,332			
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)			1,050	7,000			
人工	正規		0.2	1.0			
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						
年間経費(予算又は決算+A+B)			612,680	114,032			

3 事業の指標の状況 (R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・基本計画最終年度)

指標名称	総合戦略 施策体系	重点戦略 戦略項目	年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
				(2019)	(2020)	(2021)	(2022)	(2023)	(2024)
はままつ安全・安心な飲食店認証 制度による認証店舗数			目標	-	1,000	1,300			
			実績	-	839				
ワーケーション拠点施設整備支援 数			目標	-	2	2			
			実績	-	4				
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

(管理番号)									
令和3年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	07	01	001705000	03	観光・シティプロモーション課	北嶋 秀明	R3.7.1

4 前年度(R2年度)事業実施内容 (Do)

- (1)3密対策事業者支援事業
 - ・事業者が実施する新しい生活様式に対応するための備品の購入、設備の設置、施設の改修等に対し、事業費の1/2以内(1事業者最大300千円)を補助するもの。
- (2)マイクロツーリズム推進支援事業
 - ・市民又は県民を対象とした旅行商品の利用に対する支援、宿泊を伴う市内旅行5,000円/泊、日帰り市内旅行2,000円/泊、貸切バスを利用する市内旅行の場合2,000円/泊を追加
- (3)多拠点居住推進事業
 - ・テレワークパーク実証実験…官民協働で実行委員会(負担金)を立ち上げ、ザゲート浜松と弁天島海浜公園駐車場に電源設備を整備するとともに、WiFi環境の整った改造車両内でテレワークを行う実証実験を開始。
 - ・多拠点居住及びワーケーション拠点施設整備事業…宿泊施設が当地域のワーケーション誘客の拠点となるような環境整備等を行う際の補助をするもので、4者を採択した。
- (4)サテライトオフィス宿泊プラン支援事業
 - ・サテライトオフィス利用者を対象とした宿泊プランを提供する事業者に対し専用プラン宿泊費の1/2以内を補助(6,000円/日)
- (5)はままつ安全・安心な飲食店認証制度
 - ・感染症対策に積極的に取り組む飲食店を市が認証するもの。現地調査し、認証ステッカーを発行する。



5 前年度(R2年度)事業評価 (Check)

- (1)事業の成果と課題**
 指標の達成度
- (1)3密対策事業者支援事業
 - ・令和2年6月9日～令和3年1月31日までの実施で4,026件の申請があり、3,770件交付した。
 - (2)マイクロツーリズム推進支援事業
 - ・令和2年10月19日～令和3年1月31日までの実施で5,129人(宿泊3,818人、日帰り1,311人(うちバス利用382人))が利用した。
 - (3)多拠点居住推進事業
 - ・テレワークパーク実証実験…次年度も継続して一般利用、協賛企業利用の実証データをとる。
 - ・多拠点居住及びワーケーション拠点施設整備事業…4者の取り組みをPRし、地域資源として活用を進める。
 - (4)サテライトオフィス宿泊プラン支援事業
 - ・令和2年11月30日～令和3年1月31日まで間、10件の利用があった。(2月分は集計中)
 - (5)はままつ安全・安心な飲食店認証制度
 - ・感染症対策の継続性を保つため1年更新としており、随時指導していく。3月4日時点で725店舗を認証。
- (2) 考慮すべき社会経済状況の変化 (新たな社会課題や機会、法制度の改正、他団体の動向など)**
 経済活動を優先した「経済モード」と、市民の健康と安全を最優先にする「安全モード」の「2つのモード」をあらかじめ備え、社会状態に合わせて混乱なく円滑に切り替えることができる「デュアルモード社会」の構築に向けた体制づくりが必要である。



6 事業の見直し (Action)

- (1) 前年度(R2年度)見直し内容(実施結果の振り返り)**
 大項目 小項目 / 事業費 人工
- 本市の社会状態に合わせて施策を実施していく。
- (2) 当年度(R3年度)以降見直し内容(今後の方向性)**
 大項目 小項目 / 事業費 人工
- 本市の社会状態に合わせて施策を実施していく。

(管理番号)									
令和3年度	分野	基本政策	政策	予算費目	所属コード	事業	(担当課)	(責任者)	(基準日)
	01	01	07	01	001705000	03	観光・シティプロモーション課	北嶋 秀明	R3.7.1

7 当年度(R3年度)事業実施内容 (Plan)



(1)多拠点居住推進事業

- ・テレワークパーク実証実験…実証実験を継続するとともに、新たな電源設備の整備箇所の検討を進める。
- ・多拠点居住及びワーケーション拠点施設整備事業…前年度に引き続き拠点整備を進める。

(2)サテライトオフィス宿泊プラン支援事業

- ・首都圏等にワーカーの誘致を目的とした多拠点居住及びワーケーション環境を整備及びプロモーション事業等を実施

(3)デリバリープラットフォーム構築支援事業

- ・本市デリバリープラットフォームに関する市民への周知及び利用促進

(4)はままつLINE身守りシステム運用事業

- ・新型コロナウイルスの感染拡大防止に資するシステムを運用

(5)はままつ安全・安心な飲食店認証制度

- ・認証業務を民間委託するとともに、更新業務の効率化を進める。