

# 政策シート 政策名 06 観光・コンベンションの振興による地域経済の活性化

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(2022年度)実施内容)

観光が地域の持続的発展を支える主要産業に位置付けられ、多様な主体による観光地域づくりにより市民が愛着や誇りを持てる都市を実現するため、国内外からの観光誘客を戦略的に推進し、その推進基盤を確立する。コロナ禍の長期化で疲弊する地域経済の再生に向け、消費喚起を目的とした経済対策事業や観光誘客を目的としたキャンペーン等を実施する。

### (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)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
予算	1,620,039	1,714,204	2,188,419	3,046,735		
決算	1,567,006	1,603,358	1,966,637			
人件費(報酬等)(A)						
人件費(人工分)(B)	120,400	117,180	126,980	160,930		
年間経費(予算又は決算+A+B)	1,687,406	1,720,538	2,093,617	3,207,665		

## 3 政策指標の状況

政策指標	単位	年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024
観光交流客数	千人	目標	23,700	20,400	20,800	21,200	21,600	22,000
		実績	19,441	9,940	2022.10頃確定			
		目標						
		実績						

## 4 前年度(2021年度)政策評価

### (1) 前年度(2021年度)実施内容

コロナ禍の長期化によって中止・延期又は縮小した事業もあるが、観光・コンベンションの推進による地域経済の活性化に向け、産業や自然環境、食などの地域資源を活かし、観光客誘致事業、浜松・浜名湖DMO形成支援事業、海外戦略推進事業、MICE推進事業、観光宣伝事業を行い、誘客を図るとともに、ふるさと納税事業により関係人口の増加に繋げた。

### (2) 政策評価(政策の進捗及び課題)

<進捗>	計画通り
------	------

地域連携DMOである浜松・浜名湖ツーリズムビューローを核として、第3期浜名湖観光圏事業を、多様な関係者との連携・協業により6つのワーキンググループを設置して展開するとともに、周辺自治体との広域連携や二次交通事業者、地域観光事業者との官民連携による誘客プロモーションや受入環境整備などインバウンド戦略の推進、全国的に影響のある番組等への積極的な支援によるフィルムコミッションの推進、大河ドラマ「どうする家康」の放送に向けた受入体制の整備等を通じて、本市の認知度を向上させ観光誘客に繋げる取組を戦略的に実施することで、「観光地域づくり」を推進した。

◇政策実現のために実施する事業一覧

	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	観光施設運営事業	—	—	—		187,206	181,746	0.7			0.2	
2	観光客誘致事業	○	○	○		1,211,415	1,144,355	9.5			0.2	
3	浜松・浜名湖DMO形成支援事業	○	○	○		34,530	29,700	0.7			0.1	
4	海外戦略推進事業	○	○	○		96,790	77,190	2.8				
5	MICE推進事業	○	○	○		58,995	58,295	0.1				
6	観光宣伝事業	○	○	○		210,153	177,393	4.2			1.2	
7	ふるさと納税事業	○	—	○		1,308,343	1,294,763	0.9			2.6	
8	観光施設整備基金積立金	—	—	—		706	6	0.1				
9	観光・シティプロモーションデジタル運営経費	—	—	—		1,404	704	0.1				
10	観光・シティプロモーション運営経費	—	—	—		98,123	82,583	2.1			0.3	
11												
12												
13												
14												
15												
16												
17												
18												
19												
20												
21												
22												
23												
24												
25												
計						3,207,665	3,046,735	21.2			4.6	

※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 観光施設運営事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

観光客に対する利便性等を高めるため、市が所管する観光施設等を運営・管理する。

#### (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
	-	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	観光施設等の運営を通じて、観光客の利便性や満足度を高め、観光交流客数の拡大を推進することは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	341,169	307,555	292,662	181,746		
	決算	311,833	288,570	264,877			
	国・県支出	8,679	71,741	8,038	15,806		
	市債						
	その他	162,836	32,872	63,287	49,010		
	一般財源 一般会計繰入金	140,318	183,957	193,552	116,930		
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		5,600	6,300	5,460	5,460		
人工	正規	0.8	0.9	0.7	0.7		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)			0.2	0.2		
年間経費(予算又は決算+A+B)		317,433	294,870	270,337	187,206		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
観光交流客数(千人)			目標	23700	20400	20800	21200	21600	22000
			実績	19441	9,940	2022.10頃確定			
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

下記の観光施設等の維持修繕及び運営・管理を実施する。  
 ①館山寺地区(ターミナル、サンビーチ、トイレ等)、②東海自然歩道(歩道、休憩舎、トイレ等)、③観光バス公共駐車場(指定管理)、④舞阪駐車場(弁天島海浜公園、渚園、舞阪表浜)、⑤渚園(指定管理)、⑥弁天島海浜公園(直営・管理運営)、⑦気賀関所(指定管理)、⑧浜松まつり会館(指定管理)、⑨犀ヶ崖資料館(直営・管理運営)、⑩相津マリーナ(指定管理)、⑪国民宿舎奥浜名湖(指定管理)、⑫あらたまの湯(指定管理)、⑬KAReN HAMANAKO かんざんじ荘(建物貸付)等。⑫その他施設(旧浜名湖かんざんじ荘(建物貸付)、あらたまの湯等)。



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

##### (1) 事業の成果と課題

指標の達成度

市内観光施設などの維持修繕、管理運営を適正に実施した。  
 2021年度における大規模修繕としては、国民宿舎奥浜名湖のエアコン及び電話設備改修や気賀関所内設備防汚塗装工事等を実施した。

##### (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)

新しい生活様式に対応した観光施設運営が求められている。



#### 6 事業の見直し (Action)

##### (1) 前年度(2021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

市内観光施設などの維持修繕、管理運営を適正に実施した。

##### (2) 当年度(2022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

観光客に対する利便性の向上などにより観光誘客の拡大を図るため、引き続き市内観光施設などの維持修繕・管理運営を計画的に行う。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

下記の観光施設等の維持修繕及び運営・管理を行う。  
 ①館山寺地区(ターミナル、サンビーチ、トイレ等)、②東海自然歩道(歩道、休憩舎、トイレ等)、③観光バス公共駐車場(指定管理)、④舞阪駐車場(弁天島海浜公園、渚園、舞阪表浜)、⑤渚園(指定管理)、⑥弁天島海浜公園(直営・管理運営)、⑦気賀関所(指定管理)、⑧浜松まつり会館(指定管理)、⑨犀ヶ崖資料館(直営・管理運営)、⑩相津マリーナ(指定管理)、⑪国民宿舎奥浜名湖(指定管理)、⑫あらたまの湯(指定管理)、⑬KAReN HAMANAKO かんざんじ荘(建物貸付)等。

## 事業シート (事業名) 02 観光客誘致事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

観光交流人口等を拡大するため、大型観光誘客イベントを開催する。  
また、国内外からの観光誘客及び滞在促進に向け、国から認定を受けている「浜名湖観光圏」の整備に向けた事業を官民連携で推進する。

#### (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
	-	一般会計	自治事務(その他)	-

#### (3) 事業の位置付け

主要事業	<input type="radio"/>	※「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	<input type="radio"/>	(施策)	Ⅲ-2(2)イ	I-1(1)ウ					
重点戦略	<input type="radio"/>	(戦略項目)	33						

#### (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	各事業を通じて、観光交流客数の拡大を推進することは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	186,639	93,864	139,813	1,144,355		
	決算	180,789	76,286	132,921			
	国・県支出	10,400	6,973	2,238	405,744		
	市債						
	その他	36,000			15,980		
	一般財源	134,389	69,313	130,683	722,631		
	一般会計繰入金						
	人件費(報酬等)(A)						
	人件費(人工分)(B)	18,200	19,600	39,060	67,060		
人工	正規	2.6	2.8	5.5	9.5		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)			0.2	0.2		
年間経費(予算又は決算+A+B)		198,989	95,886	171,981	1,211,415		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
観光交流客数(千人)	Ⅲ-2(2) イ	33	目標	23700	20400	20800	21200	21600	22000
			実績	19441	9,940	2022.10頃確定			
滞在プログラム数(件)			目標	100	100	100	100	100	100
			実績	92	96	99			
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

(管理番号)									
2022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	06	01	001705000	02	観光・シティプロモーション課	北嶋 秀明	2022.7.1

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

【2019-2022重点戦略項目 No.33】

(1) 浜松まつり事業

伝統文化継承のため、感染症対策を実施した上で、風あげのみ無観客で開催した。

(2) 出世の街浜松家康公祭り事業

新型コロナウイルス感染症の影響により中止した。

(3) デジタル国内誘客推進事業

オンライントラベルエージェント(OTA)によるプロモーションやWEB広告等、デジタルを活用した誘客施策を展開した。

(4) 浜名湖観光圏整備推進支援事業

浜名湖観光圏整備推進協議会において、新型コロナウイルス感染症の影響により予定していた事業が中止となる中、ガーデンツーリズムやサイクルツーリズムの推進等、感染対策を施しながら、各種事業を実施した。

(5) 家康プロジェクト推進事業

官民連携組織「家康プロジェクト推進協議会」において、大河ドラマ「どうする家康」の放送を活用した観光誘客及びシティプロモーション等について協議。本市は、誘客の核となる大河ドラマ館の整備やWEBサイトの構築を進めた。



#### 5 前年度(2021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、誘客イベントの多くが中止となり、指標の達成が困難な見通しとなっている。

(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)

・新たな生活様式に対応した観光施策が求められている。



#### 6 事業の見直し (Action)

(1) 前年度(2021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

・誘客イベントの多くが中止となったが、感染対策を講じたイベントの開催や、マイクロツーリズムの推進等により、観光需要の喚起に努めた。

(2) 当年度(2022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

前年度に引き続き、新しい生活様式に対応した観光施策を進めていく。

また、三方ヶ原の戦い450年に係るにぎわい創出及び2023年1月から大河ドラマ「どうする家康」の放送に向け、関係課や他自治体と連携し、各種事業を検討する。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

【2019-2022重点戦略項目 No.33】

(1) 浜松まつり事業→新型コロナウイルス感染症の影響により縮小開催

本市最大のイベントである浜松まつりを開催することにより、観光客の誘致及び交流人口の拡大を図る。

(2) 出世の街 浜松 家康公祭り事業

三方ヶ原の戦い450年に係るにぎわい創出及び2023年1月からNHK大河ドラマ「どうする家康」の放送に向けた機運醸成を図り、「出世の街 浜松」の全国発信並びに家康公ゆかりの歴史的・文化的財産や価値を活用し、新たな文化・観光を創出する。

(3) 浜名湖観光圏整備推進支援事業

浜名湖観光圏整備計画に基づき、観光協会や関係事業者など浜名湖周辺の官民33団体が構成する「浜名湖観光圏整備推進協議会」において、観光誘客事業を実施する。

(4) デジタル国内誘客推進事業

増加傾向にあるインターネット等を利用した観光情報取得のニーズを踏まえ、デジタル領域に特化した事業を展開する。

(5) 家康プロジェクト推進事業

大河ドラマ「どうする家康」の放送開始に向け、大河ドラマ館の整備をはじめとした受入体制を整え、交流人口及び関係人口の拡大を図る。



## 事業シート (事業名) 03 浜松・浜名湖DMO形成支援事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

地域が観光で稼ぐ力を強化するため、本市と湖西市を圏域とする地域連携DMOの形成を支援する。

#### (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
2017	-	一般会計	自治事務(その他)	

#### (3) 事業の位置付け

主要事業	<input type="radio"/>	※「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	<input type="radio"/>	(施策)	I-1(1)ウ	III-2(2)イ					
重点戦略	<input type="radio"/>	(戦略項目)	34						

#### (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	浜松・浜名湖DMOの形成を支援し、観光交流客数の拡大につながることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	61,020	29,700	31,440	29,700		
	決算	59,999	27,252	21,565			
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	59,999	27,252	21,565	29,700		
	一般会計繰入金						
	人件費(報酬等)(A)						
	人件費(人工分)(B)	4,900	4,900	5,880	4,830		
人工	正規	0.7	0.7	0.8	0.7		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)			0.1	0.1		
年間経費(予算又は決算+A+B)		64,899	32,152	27,445	34,530		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
一人当たり旅行消費額(宿泊)(円)	I-1(1) ウ	34	目標	32000	33000	34000	35000	36000	36000
			実績	27400	22588	27342			
来訪者満足度(%)			目標	90	90	90	90	90	90
			実績	86	89.4	86.6			
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						



#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

【2019-2022重点戦略項目 No.34】

- ①DMOの機能強化  
観光分野における専門知識を有する事業本部長の指揮のもと、マーケティングに基づく戦略策定などDMO組織のマネジメント力を強化する。
- ②マーケティング調査  
KPIの測定のためのデータ収集や分析、インバウンド動態などのマーケティング調査を実施する。
- ③収益モデルの構築・民間事業者との事業連携  
マーケティング結果や戦略を民間事業者と共有し、収益モデルの構築に向けた連携や協業を促進する。



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

##### (1)事業の成果と課題

指標の達成度

- ①観光分野の専門人材である事業本部長の指揮のもと、DMOとして事業を展開した。
- ②KPI測定、事業やプロモーション方法の改善に向け、マーケティング調査を実施した。
- ③企業や地元大学などと連携協定を締結し、国内外の観光客に向けた情報発信を強化した。また、二次交通の確保のため、交通機関等との調整により、日本人向け周遊パスポート(2日間公共交通機関等が乗り放題)の販売などを開始した。

##### (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)

・新たな生活様式に対応した観光施策が求められている。



#### 6 事業の見直し (Action)

##### (1) 前年度(2021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

専門人材の登用やKPIの測定のためのデータ収集や分析等により、「DMOの機能強化」「マーケティング調査」「収益モデルの構築・民間事業者との事業連携」を行った。

特に、収益モデルの構築のための継続的な取り組みとして、ホームページ「浜名湖わんこ旅」のコンテンツ拡充や、「ロングステイ浜名湖」の周知によるワーケーションの推進に努めた。

##### (2) 当年度(2022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

観光地域づくりの舵取り役である浜松・浜名湖ツーリズムビューロー(地域DMO)が地域をけん引する体制を整備することで、地域が観光で稼ぐ力を強化し、観光産業の主要産業化する。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

【2019-2022重点戦略項目 No.34】

(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローに対して負担金を支出し、下記の事業を通じて地域連携DMOによる観光地域づくり体制を形成する。

- (1)DMOの機能強化  
専門人材を登用し、マーケティングに基づく戦略策定などDMO組織のマネジメント力を強化する。
- (2)マーケティング調査  
KPIの測定のためのデータ収集や分析、インバウンド動態などのマーケティング調査を実施する。
- (3)収益モデルの構築・民間事業者との事業連携  
マーケティング結果や戦略を民間事業者と共有し、収益モデルの構築に向けた連携や協業を促進する。



## 事業シート (事業名) 04 海外戦略推進事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

本市及び市内観光資源の認知度を向上させ、観光目的地化を推進することで、外国人旅行者の観光誘客を図るとともに、アフターコロナを見据えた商品造成や域内周遊促進に向けた受入環境整備を進め、入国制限解除後のインバウンドの早期回復を目指す。

#### (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
2007	-	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)イ						
重点戦略	○	(戦略項目)	36	37					

#### (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	人口減少社会を迎え国内消費が縮小する中、旅行消費の獲得に向けた外国人観光客の誘致は、地域経済の活性化に大きく寄与し、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。							

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	46,429	85,079	46,397	77,190		
	決算	42,511	77,441	30,656			
	国・県支出		27,203	7,969	28,650		
	市債						
	その他						
	一般財源	42,511	50,238	22,687	48,540		
	一般会計繰入金						
	人件費(報酬等)(A)						
	人件費(人工分)(B)	33,600	26,600	16,800	19,600		
人工	正規	4.8	3.8	2.4	2.8		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	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)		76,111	104,041	47,456	96,790		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
外国人延べ宿泊者数(千人/年)	Ⅲ-2(2) イ	36	目標	360	370	380	390	400	410
			実績	378	5	2022.10頃確定			
欧米豪からの外国人宿泊客数(千人/年)	Ⅲ-2(2) イ	37	目標	36	37	38	39	40	41
			実績	31	1	2022.10頃確定			
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

(管理番号)									
2022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	06	01	001705000	04	観光・シティプロモーション課	北嶋 秀明	2022.7.1

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

- (1)インバウンド推進事業
- ・ビジットハママツ推進事業
  - ・デジタルマーケティング推進事業
  - ・浜名湖観光圏整備推進協議会負担金
  - ・広域連携団体負担金
  - ・多言語版観光パンフレット等作成 ほか
- (2)グローバル人材活用事業
- ・台湾連絡員の設置



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

- (1)事業の成果と課題
- 指標の達成度
- 【2019-2022重点戦略項目 No.36、37】
- ・2021年度は、新型コロナウイルスの世界的な感染拡大と影響の長期化によって、観光目的の訪日外国人受入が制限されていることから、目標未達となっている。
  - ・インバウンド再開までを準備期間と捉え、FIT対策として、本市及び市内観光資源の認知度向上のために動画やSNSを活用したデジタルプロモーションを行った。また、受入環境整備として、多言語観光WEBサイトの掲載情報の充実を図った。
  - ・コロナ禍の長期化を踏まえ、新たな観光需要を開拓するため、在留外国人など新たなターゲットを誘客対象とした事業を実施した。
  - ・アフターコロナを見据えた取り組みとして、周辺自治体や観光関連事業者との広域連携や静岡県海外事務所との連携による団体旅行誘致に向けた事業を実施した。
- (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)
- ・新型コロナウイルスの世界的な感染拡大に伴う入国制限と航空便の運休
  - ・コロナ禍の長期化に伴う国内外旅行業界の再編
  - ・コロナ後の観光目的の訪日外国人受入の再開条件・時期



#### 6 事業の見直し (Action)

- (1) 前年度(2021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
- ・新型コロナウイルスの感染拡大と影響の長期化によって、海外渡航を伴う事業の実施が困難になったため、FIT対策として、本市及び市内観光資源の認知度向上のために動画やSNS、WEB広告を活用したデジタルプロモーションと海外WEBメディアへの記事掲載による情報発信を行った。また、受入環境整備として、多言語観光WEBサイトの記事や特集ページの追加による掲載情報の充実を図った。
  - ・コロナ禍の長期化を踏まえ、新たな観光需要を開拓するため、在留外国人向けモニターツアーや商品造成を実施した。
  - ・アフターコロナを見据え、周辺自治体との広域連携や団体旅行誘致に向け、オンラインツアーやモニターツアーを実施した。
- (2) 当年度(2022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
- ・アフターコロナを見据えた取り組みとしては、周辺自治体や観光関連事業者との広域連携や静岡県海外事務所との連携による団体旅行誘致に向けた取組と、デジタルマーケティングによるFIT獲得に向けた情報発信を実施し、インバウンド再開後の早期回復を目指す。
  - ・インバウンドの早期回復に対応するため、(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローと訪日旅行取扱旅行会社、ランドオペレーター等に対する送客インセンティブ制度を共同で実施する。
  - ・アフターコロナに向けて、旅行形態が多様化する中国と台湾に連絡員を設置し、旅行会社等の連絡や情報収集など現地対応を行う。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

- 【2019-2022重点戦略項目 No.36、37】
- (1)インバウンド推進事業
- ・ビジットハママツ推進事業
  - ・デジタルマーケティング推進事業
  - ・浜名湖観光圏整備推進協議会負担金
  - ・広域連携団体負担金
  - ・外国人観光客総客助成事業負担金
  - ・多言語版観光パンフレット等作成 ほか
- (2)グローバル人材活用事業
- ・中国・台湾連絡員の設置



## 事業シート (事業名) 05 MICE推進事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

国際会議や展示会、企業等の会議や報奨・研修旅行等の誘致を推進し、観光交流客数と観光消費額を増加する。

※MICE

Meeting(会議) IncentiveTravel(報奨・研修旅行) Convention(国際会議) Exhibition/Event(展示会)

#### (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
1989	-	一般会計	自治事務(その他)	

#### (3) 事業の位置付け

主要事業	<input type="radio"/>	※「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	<input type="radio"/>	(施策)	Ⅲ-2(2)イ						
重点戦略	<input type="radio"/>	(戦略項目)	38						

#### (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	MICEの推進を通じて、観光交流客数の拡大を推進することは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	55,816	58,585	56,389	58,295		
	決算	51,941	46,347	46,651			
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	51,941	46,347	46,651	58,295		
	一般会計繰入金						
	人件費(報酬等)(A)						
	人件費(人工分)(B)	700	700	700	700		
人工	正規	0.1	0.1	0.1	0.1		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	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)		52,641	47,047	47,351	58,995		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
国際会議等誘致件数(件)		38	目標	5	5	5	5	5	5
			実績	8	0	0			
新規賛助会員数(団体)			目標	35	35	35	35	35	35
			実績	11	6	7			
コンベンション支援件数(件)			目標	200	200	200	200	200	200
			実績	301	125	170			
コンベンション総消費額(億円)			目標	90	90	92	92	92	92
			実績	92	21	29			
			目標						
			実績						

(管理番号)

2022年度

分野

01

基本政策

01

政策

06

予算費目

01

所属コード

001705000

事業

05

(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)

2022.7.1

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

【2019-2022重点戦略項目 No.38】

・観光プラットフォームの構築やコンベンション開催地としての魅力向上に向け、浜松・浜名湖ツーリズムビューローに業務を委託し、各種協議会や、会議体へ参画を通じて地域の観光事業者を始め、観光振興・MICE誘致に係る様々な業種の団体、事業者との連携体制を構築した。また、MICE主催団体や大学の学会等の事務局を訪問し、誘致につながる情報発信や収集を行った。  
・コンベンションの開催支援や主催者への助成を行うため、負担金を浜松・浜名湖ツーリズムビューローへ交付し、浜松コンベンション開催支援事業(助成金制度)を運営した。

#### 5 前年度(2021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、予定していたMICEの多くが中止となり、指標の達成が困難な見通しとなっている。

(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)

・新しい生活様式に対応したMICE開催支援施策が必要である。

#### 6 事業の見直し (Action)

(1) 前年度(2021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

・関係するコンベンション施設等と連携し、感染症対策を施したMICE誘致に努めた。

(2) 当年度(2022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

他都市との競合の中で、助成限度額の引き上げなど、制度改善に向けて調査・研究を行う。

#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

【2019-2022重点戦略項目 No.38】

(1)観光・コンベンション推進事業

官民連携による観光振興・MICE誘致事業推進体制の整備やコンベンション主催者へのセールス活動などを行う。

(2)コンベンション開催支援事業負担金

本市で国際会議などを開催する主催者に対して一定額を支援(開催助成金等)する。





## 事業シート (事業名) 06 観光宣伝事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

観光案内等の情報発信、広域観光振興団体への参画、市内各地域の観光事業の振興、ロケの誘致、特産品のPRなどを通じて観光誘客を推進する。

#### (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
不明	-	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)イ	Ⅲ-2(2)ア					
重点戦略	○	(戦略項目)	44						

#### (4) 関連するSDGsのゴール

	⑫生産・消費	⑭海洋資源	⑧成長・雇用
事業とゴールの関連性	観光に関する情報発信を強化することで、観光交流客数の拡大につなげることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。		

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	69,879	65,954	383,199	177,393		
	決算	64,051	57,332	267,260			
	国・県支出			155,850	100,000		
	市債						
	その他	7,000	1,000		10,000		
	一般財源 一般会計繰入金	57,051	56,332	111,410	67,393		
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		25,900	23,800	27,860	32,760		
人工	正規	3.3	3.0	3.5	4.2		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	1.0	1.0	1.2	1.2		
年間経費(予算又は決算+A+B)		89,951	81,132	295,120	210,153		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
観光交流客数(千人)	Ⅲ-2(2) イ		目標	23,700	20,400	20,800	21,200	21,600	22,000
			実績	19,441	9,940	2022.10頃確定			
全国規模の撮影支援件数(件)		44	目標	-	96	100	105	110	115
			実績	92	94	91			
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

【2019-2022重点戦略項目 No.44】

- (1)観光案内推進事業  
・観光インフォメーションセンター等の運営、観光案内ウェブサイトや観光パンフレットの作成などを通じ、本市の魅力や観光情報を発信し、観光誘客の拡大を図った。
- (2)観光宣伝支援事業  
・観光振興を目的とする各種団体に参画し、連携事業の実施、広域観光事業などの情報収集を行った。
- (3)観光振興助成事業  
・市内各地域の観光事業の振興とその円滑な推進を図ることにより、本市の観光誘客力を強化した。
- (4)フィルムコミッション推進事業  
・浜松市内への全国規模のロケ誘致やロケ支援を行うことにより、ロケ隊の直接的経済効果に加え、上映・放送による本市の知名度の向上、集客力の強化により観光誘客を図る。
- (5)特産品カタログギフト事業  
・カタログを通じて本市の特産品や商品の知名度を向上し、誘客を促進するとともに特産品の販路を拡大する。



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

##### (1)事業の成果と課題

指標の達成度

コロナ禍であっても例年並みの撮影支援件数を達成している。かつ、コロナ禍の継続を見越し、TV番組での使用も可能なロケーション動画・画像素材制作やHPのレスポンス化などデジタル化の推進及び情報提供用のコンテンツの拡充に努めた。また、観光案内ウェブサイトである、浜松・浜名湖だいきネットを改修するとともに、体験レポートや動画コンテンツを充実し、情報発信を強化した。

##### (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(2021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

フィルムコミッション推進室を設置し、専任職員を設けた中で、支援活動が活性化し、「全国規模の撮影支援件数」はコロナ禍であっても堅調に推移している。浜松・浜名湖だいきネットを改修するとともに、体験レポートや動画コンテンツを充実し、アクセス数の増加に努めた。

##### (2) 当年度(2022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

本市が加入している観光関係団体への負担金については、費用対効果などを検証し、参加の必要性を検討する。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

【2019-2022重点戦略項目 No.44】

- (1)観光案内推進事業  
観光インフォメーションセンターや各地区の観光案内所、ウェブサイト「浜松だいきネット」の管理運営などを行う。
- (2)観光宣伝支援事業  
観光振興を目的とする各種団体に参画し、広域観光事業等を実施する。
- (3)観光振興助成事業  
市内各地域の観光協会が行う観光振興事業を支援する。
- (4)フィルムコミッション推進事業  
全国規模の映画やドラマ等の誘致や撮影活動を支援するとともに、プロモーション活動を充実させる。
- (5)特産品カタログギフト事業  
本市の特産品等をまとめたカタログギフトを販売する。
- (6)公式オンラインアンテナショップ事業  
インターネット上に本市の公式オンラインショップを開設し、地場製品の全国販売開拓とブランド化を推進し、地域産業のDXを支援する。



## 事業シート (事業名) 07 ふるさと納税事業

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

ふるさと納税制度に基づき、全国から寄附金を集めるとともに、特産品の返礼を通じて地域産業を振興する。

#### (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
2008	-	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)ウ						
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	特産品のプロモーションにより本市への興味を引き出し、観光誘客を推進するとともに、特産品の返礼を通じた地域産業の振興により、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)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	840,191	1,050,800	1,229,613	1,294,763		
	決算	837,130	1,010,322	1,195,209			
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源 一般会計繰入金	837,130	1,010,322	1,195,209	1,294,763		
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		12,600	16,380	13,580	13,580		
人工	正規	1.0	0.9	0.9	0.9		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	2.0	3.6	2.6	2.6		
年間経費(予算又は決算+A+B)		849,730	1,026,702	1,208,789	1,308,343		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
ふるさと納税寄附額(百万円)			目標	1,500	1,800	2,100	2,400	2,700	3,000
			実績	1,628	1,888	2,265			
ふるさと納税寄附件数(件)	Ⅲ-2(2) ウ		目標	75,000	100,000	125,000	150,000	175,000	200,000
			実績	88,780	111,115	131,307			
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

■ふるさと納税事業  
 ふるさと納税による寄附金受入額を増加させるため、ふるさと納税ポータルサイトの利用による寄附受付等を実施。また、返礼品を通じて本市の魅力を発信するためのプロモーション業務等を実施。

○寄附受付サイト  
 ・ふるさとチョイス(株)トラストバンク ・さとふる(株)さとふる ・ANAのふるさと納税(全日空商事株)  
 ・楽天ふるさと納税(楽天株) ・ふるなび(株)アイモバイル ・auPAYふるさと納税(KDDI株)  
 ・セゾンのふるさと納税(株)クレディセゾン ・JALふるさと納税(日本航空株) 2021年度に新たに追加



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

(1)事業の成果と課題  
 指標の達成度   
 ・寄附受付ポータルサイトの活用、事業者と協力連携した返礼品の充実、WEB広告を活用した戦略的なプロモーションなどに取り組み、寄附金、寄附件数ともに前年度及び目標値を上回ったが、コロナ渦により外出できない状況下で、ふるさと納税をネットショップ感覚で利用する方が増え、全体として寄付が増えている印象がある。次年度以降も引き続きこの状況が続くのか注視が必要。

(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)  
 コロナ渦により外出できない状況下で、ふるさと納税をネットショップ感覚で利用する方が増え、全体として寄付が増えているが、一方で名古屋市や静岡市などの政令指定都市が返礼品の拡充を行い、都市間競争が激しくなっており、継続して寄附額の増加を図るためには返礼品の拡充等引き続き対策を講じていく必要がある。



#### 6 事業の見直し (Action)

(1) 前年度(2021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   
 ・コロナ渦により外出できない状況下で、ふるさと納税をネットショップ感覚で利用する方が増え、全体として寄付が増え前年度を上回る寄附金、寄附件数となった。

(2) 当年度(2022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   
 ・ふるさと納税制度を適切に運用するなかで、寄附受付サイトや返礼品の拡充、戦略的なプロモーションなどを実施し、寄附金受入額を増加させる。  
 ・他都市の取組をしっかりと調査し、参考にできることは取り入れていく。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

寄附受付サイトを活用し、全国から寄附金を集めるとともに、寄附者に対して本市の特産品を返礼品としてお贈りする。

①寄附受付サイト  
 ふるさとチョイス、さとふる、ANAのふるさと納税、楽天ふるさと納税、ふるなび、auPAYふるさと納税、セゾンのふるさと納税、JALふるさと納税

②返礼品  
 浜名湖うなぎ、浜松餃子、三ヶ日みかん、体験型商品(宿泊、食事、アクティビティ等)など約2,100種類  
 引き続き人気の返礼品について品切れとならないように返礼品事業者との連絡調整を密にするとともに、返礼品の開拓や商品企画を推進する。特に、楽器等の高額返礼品の検討や、アフターコロナの旅行需要を見据えた旅行クーポンの取り扱いを開始する。

## 事業シート (事業名) 08 観光施設整備基金積立金

### 1 基本情報

#### (1) 事業目的・事業対象

浜松市観光施設整備基金に予算で定める額を積み立て、温泉を利用する地域における観光施設の整備費に充当する。

#### (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
1978	-	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	計画的に基金を積み立て、観光施設の計画的な整備・維持に努めることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

### 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	19	10	6	6		
	決算	19	10	6			
	国・県支出						
	市債						
	その他	19	10	6	6		
	一般財源 一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		700	700	700	700		
人工	正規	0.1	0.1	0.1	0.1		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	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)		719	710	706	706		

### 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

温泉を利用する地域の観光施設の整備費に充てるため、浜松市観光施設整備基金に基金の運用利益及び入湯税のうち予算で定める額を積み立てる。  
 当初、入湯税のうち予算で定める額を毎会計年度積み立てていたが、1994年度から入湯税の積み立ては行っていない。現在、金融機関での基金運用により発生する利子を積み立てている。  
 浜松市観光施設整備基金に関する条例第6条(処分)に合致した整備事業を行う際、予算で定める額を一般会計へ繰り出す。【現在、積み立てられている基金の入湯税は館山寺温泉分。】



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

##### (1) 事業の成果と課題

指標の達成度    
 基金運用収入を積み立てた。

##### (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(2021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    
 基金運用収入を積み立てた。

##### (2) 当年度(2022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    
 計画的に基金を積み立てる。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

浜松市観光施設整備基金の運用利子の積立  
 温泉を利用する地域の観光施設の整備費に充てるため、浜松市観光施設整備基金に基金の運用利益及び入湯税のうち予算で定める額を積み立て、「浜松市観光施設整備基金に関する条例」第6条(処分)に合致した観光施設整備事業を行う際に予算で定める額を一般会計へ繰り出すもの。

# 事業シート

(事業名) 09 観光・シティプロモーションデジタル運営経費

## 1 基本情報

### (1) 事業目的・事業対象

観光・シティプロモーション課におけるデジタル関連事業に必要な経費を執行する。

### (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
2021	-	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	観光政策を効率的に進めることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

## 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算			874	704		
	決算			602			
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源 一般会計繰入金			602	704		
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)				700	700		
人工	正規			0.1	0.1		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	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)				1,302	1,404		

## 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						



#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

観光・シティプロモーション課の一般事務に要するデジタル関連経費。

- ・観光施設無線LAN設置費(はままつフラワーパーク2か所)
- ・海外業務用Wi-Fiルーターレンタル
- ・海外業務用携帯電話レンタル
- ・海外業務用多言語翻訳機レンタル
- ・FC業務用携帯電話レンタル
- ・商談等業務用タブレット端末レンタル



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

##### (1) 事業の成果と課題

指標の達成度

観光・シティプロモーション課の事務遂行のため適正に諸経費を執行した。

##### (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(2021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

観光振興やシティプロモーションに向けた経費を効果的に執行した。

##### (2) 当年度(2022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

観光振興やシティプロモーションに向けた経費の効果的な執行を図る。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

観光・シティプロモーション課の一般事務に要するデジタル関連経費。

# 事業シート (事業名) 10 観光・シティプロモーション運営経費

## 1 基本情報

### (1) 事業目的・事業対象

観光・シティプロモーション課における一般事務や観光政策の推進に必要な経費を執行する。

### (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
-	-	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	観光政策を効率的に進めることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。								

## 2 事業コストの状況(千円)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	18,877	22,657	8,026	82,583		
	決算	18,733	19,798	6,890			
	国・県支出				1,639		
	市債						
	その他	144	146	145	146		
	一般財源	18,589	19,652	6,745	80,798		
	一般会計繰入金						
	人件費(報酬等)(A)						
	人件費(人工分)(B)	18,200	18,200	16,240	15,540		
人工	正規	2.6	2.6	2.2	2.1		
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)			0.3	0.3		
年間経費(予算又は決算+A+B)		36,933	37,998	23,130	98,123		

## 3 事業の指標の状況(2022:重点戦略最終年度、2024: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	2019	2020	2021	2022	2023	2024
				(R1)	(R2)	(R3)	(R4)	(R5)	(R6)
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						
			目標						
			実績						

#### 4 前年度(2021年度)事業実施内容 (Do)

観光・シティプロモーション課の一般事務に要する経費。



#### 5 前年度(2021年度)事業評価 (Check)

##### (1) 事業の成果と課題

指標の達成度

観光・シティプロモーション課の事務遂行のため適正に諸経費を執行した。

##### (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(2021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

観光振興やシティプロモーションに向けた経費を効果的に執行した。

##### (2) 当年度(2022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

観光振興やシティプロモーションに向けた経費の効果的な執行を図る。



#### 7 当年度(2022年度)事業実施内容(Plan)

観光政策の推進に関わる一般事務経費。