

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(2023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。  
また、「新しい生活様式」に対応した支援を通じて、観光関連産業の振興及び地域経済活性化を図る。

(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	80,077	3,011,789	1,741,236	2,581,454	95,290	
決算	75,769	1,166,294	2,152,840	2,116,364		
人件費(報酬等)(A)						
人件費(人工分)(B)	30,800	28,070	46,620	38,920	41,720	
年間経費(予算又は決算+A+B)	106,569	1,194,364	2,199,460	2,155,284	137,010	

3 政策指標の状況

政策指標	単位	年度	2019	2020	2021	2022	2023	2024
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	59	50		
		目標						
		実績						

4 前年度(2022年度)政策評価

(1) 前年度(2022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、SNSやWEB広告などデジタルを用いた情報発信を行い、本市の知名度、魅力度の向上に努めた。  
また、1億円キャッシュバックキャンペーン、ポイント還元事業、安全・安心な飲食店認証制度など「新しい生活様式」に対応した支援を実施し、コロナ禍の長期化で疲弊する地域経済の活性化に努めた。

(2) 政策評価(政策の進捗及び課題)

<進捗> 遅れている  
コロナ禍の長期化によって減少していた集客イベントの回復に伴い、リアルプロモーションの機会を増加させるとともに、SNS等を活用したデジタルプロモーションも継続し、市区町村別魅力度ランキング、認知度ランキングともに前年度の順位を上回ったが、目標の達成には至らなかった。  
一方、1億円キャッシュバックキャンペーン、ポイント還元事業、安全・安心な飲食店認証制度金など、本市独自又は他都市に先駆けた事業を継続し、市民生活の基盤となる地域経済の早期回復につなげた。

◇政策実現のために実施する事業一覧

	事業名	総合戦略	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)	
1	シティプロモーション事業	○	○		131,910	92,290	4.7			2.4
2	新しい生活様式支援事業	-	○		5,100	3,000	0.3			
3										
4										
5										
6										
7										
8										
9										
10										
11										
12										
13										
14										
15										
16										
17										
18										
19										
20										
21										
22										
23										
24										
25										
計					137,010	95,290	5.0			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
2005	-	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」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)ア				

### (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	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)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算	80,077	2,007,288	1,094,829	2,145,704	92,290	
	決算	75,769	554,664	1,714,314	1,931,818		
	国・県支出		413,893	1,404,160	1,859,084	2,500	
	市債						
	その他	9,010					
一般財源		66,759	140,771	310,154	72,734	89,790	
一般会計繰入金							
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)		30,800	27,020	39,620	32,620	39,620	
人工	正規	3.6	3.3	4.7	3.7	4.7	
	再任用(31h)						
	再任用(26h)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	2.0	1.4	2.4	2.4	2.4	
年間経費(予算又は決算+A+B)		106,569	581,684	1,753,934	1,964,438	131,910	

## 3 事業の指標の状況(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	年度	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
市区町村別魅力度ランキング(全国順位) (位)	Ⅲ-2(2) ア	目標	42	40	38	35	32	30
		実績	44	45	59	50		
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	1,514	1,509		
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	44	32		
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	3	3		
		目標						
		実績						

#### 4 前年度(2022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として、市内飲食店を対象とした覆面調査を実施した。
  - ・株式会社LDH JAPANと連携した事業については、ダンス教育事業を市内中学校で実施するとともに、SDGS教育カリキュラムを市内小学校で実施した。また、「男THE飯」と「浜松パワーフード」がコラボしたメニューを開発し、LDH kitchenの飲食店において販売を行った。
- ③ Youtube等を活用した魅力発信事業
  - ・ユーチューバーなどのインフルエンサーを活用した、本市の魅力の発信
- ④ その他シティプロモーション
  - ・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)
  - ・浜松城及び浜松出世パーク観光誘客プロモーション業務(家康くん、直虎ちゃん、武将隊の定期登場を通じた出世の街等のPR)
  - ・やらまいか大使事業、電子決済サービス等を活用したポイント還元事業 等



#### 5 前年度(2022年度)事業評価 (Check)

- (1) 事業の成果と課題  
 指標の達成度 
  - ・認知度及び魅力度ランキングに関する指標は目標を上回ることができなかったため、戦略的で効果的な情報発信の一層の強化が必要。
  - ・今後は、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の展開が必要。
- (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)
  - ・コロナ禍で軒並み中止となっていたリアルイベントが実施され始めた。
  - ・新型コロナウイルス感染症の拡大状況に応じて経済対策事業を行うなど、デュアルモードを意識した事業展開を行っている。



#### 6 事業の見直し (Action)

- (1) 前年度(2022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(2023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   
 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、戦略的にシティプロモーションを展開する。

(管理番号)									
2023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	杉田 実良	2023.7.1



## 7 当年度(2023年度)事業実施内容(Plan)

- 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LDH JAPAN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 インフルエンサーを活用した魅力発信事業
  - ・影響力のあるユーチューバーなどのインフルエンサーを活用した、本市の魅力の発信
- ④ メタバースを活用した魅力発信事業
  - ・集客力のある既存メタバースに出展し、本市の多様な魅力を国内外に発信
- ⑤ その他シティプロモーション
  - ・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)
  - ・浜松城及び浜松出世パーク観光誘客プロモーション業務(家康くん、直虎ちゃん、武将隊の定期登場を通じた出世の街等のPR)
  - ・やらまいか大使事業 等

## 事業シート (事業名) 02 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

マイクロツーリズムの推進や3密対策に取り組む飲食店の認証等、「新しい生活様式」に対応した支援を通じて、観光関連産業の振興及び地域経済活性化を図る。

#### (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
2020	-	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」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)							

#### (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)

		2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
事業費(千円)	予算		1,004,501	646,407	435,750	3,000	
	決算		611,630	438,526	184,546		
	国・県支出		525,044	317,167	183,638		
	市債						
	その他						
	一般財源 一般会計繰入金		86,586	121,359	908	3,000	
人件費(報酬等)(A)							
人件費(人工分)(B)			1,050	7,000	6,300	2,100	
人工	正規		0.2	1.0	0.9	0.3	
	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)			612,680	445,526	190,846	5,100	

### 3 事業の指標の状況(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	年度	2019 (R1)	2020 (R2)	2021 (R3)	2022 (R4)	2023 (R5)	2024 (R6)
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	1,500		
		実績	-	839	1,290	1284		
ワーケーション拠点施設整備支援数 ※令和3年度で事業終了		目標	-	2	2	-		
		実績	-	4	4	-		
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						
		目標						
		実績						

#### 4 前年度(2022年度)事業実施内容 (Do)

- (1)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(市内日帰り2,000円、旅行宿泊を伴う市内旅行5,000円/泊、貸切バス利用2,000円)を行った。
- (2)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について、現地調査のうえで認証を行った。
- (3)1億円キャッシュバックキャンペーン  
 ・はままつ安全・安心な飲食店認証制度の認証店舗を対象とした飲食代金のキャッシュバックキャンペーン(R4.4.25-5.24)  
 ・市内飲食店を対象としたキャッシュレス決済サービスを活用した飲食代金のポイント還元キャンペーン(R4.10.3-10.31)



#### 5 前年度(2022年度)事業評価 (Check)

- (1)事業の成果と課題  
 指標の達成度
- (1)マイクロツーリズム推進支援事業  
 ・令和4年10月15日～令和5年2月28日の実施期間において、旅行会社を通じて約7,000人に対して旅行代金の一部を支援し、マイクロツーリズムを推進することで、コロナ禍で落ち込む観光需要の創出につなげた。
- (2)はままつ安全・安心な飲食店認証制度  
 ・飲食店からの申請に基づき、1,284店舗を認証し、飲食店の感染症対策を進めた。
- (3)1億円キャッシュバックキャンペーン  
 ・感染症対策に積極的に取り組む市内飲食店への来店需要を喚起し、地域経済の活性化につなげた。
- (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感染症について、感染症法上の位置づけが5類に移行したことに伴い、感染症対策の見直しが必要。  
 ・行動制限の緩和に伴い、観光需要の回復が見込まれる。



#### 6 事業の見直し (Action)

- (1) 前年度(2022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感染症に関する国内情勢を踏まえ、経済対策を実施するための基礎事業として実施してきた飲食店の認証制度を令和4年度末をもって終了した。
- (2) 当年度(2023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
- 新型コロナウイルス感染症について、感染症法上の位置づけが5類に移行したことに伴い、新型コロナ対策として実施していたマイクロツーリズム推進支援事業は役割を果たしたと判断し廃止する。



#### 7 当年度(2023年度)事業実施内容(Plan)

市内の宿泊需要を喚起するため、市内宿泊施設の利用者に対して抽選で宿泊代を還元するキャンペーンを実施する。(令和4年度→令和5年度繰越事業)