

基本政策シート

2025年度	(管理番号)			部局名
	分野	基本政策		産業部観光・ブランド振興担当
	01	03	01	

分野	基本政策
産業経済	国内外に通用する魅力ある地域資源の創造

将来の理想の姿(2044年)

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。

10年後(2034年)の理想の姿

国内外に浜松の魅力が伝わり、多くの人が本市を訪れ、にぎわいが生まれている。

生活満足度に関する指標(分野指標)

指標名	質問文	基準値 2024年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度
経済活動	浜松市の経済活動(市民の消費、企業の生産活動など)は盛んだと感じますか。	2.75	2.72				

※総合計画基本計画に係る市民意識調査(アンケート)の結果

政策体系

政策番号	政策	事業名	担当課名
01	01	魅力ある観光コンテンツ造成による観光誘客の促進	観光・シティプロモーション課
		観光施設運営事業	観光・シティプロモーション課
		浜松まつり事業	観光・シティプロモーション課
		家康公ゆかりの地浜松推進事業	観光・シティプロモーション課
		観光マーケティング推進事業	観光・シティプロモーション課
		宿泊業経営力基盤強化支援事業	観光・シティプロモーション課
		宿泊施設誘致可能性調査事業	観光・シティプロモーション課
		観光誘客促進事業	観光・シティプロモーション課
		浜松・浜名湖DMO機能強化等支援事業	観光・シティプロモーション課
		MICE推進事業	観光・シティプロモーション課
		観光案内推進事業	観光・シティプロモーション課
		観光宣伝支援事業	観光・シティプロモーション課
		観光振興助成事業	観光・シティプロモーション課
		特産品カタログギフト事業	観光・シティプロモーション課
		観光・シティプロモーションデジタル運営経費	観光・シティプロモーション課

※「事業名」は政策シート①事業活動(アクティビティ)における事業名

政策番号		政策	事業名	担当課名
02	01	インバウンド戦略の強化	インバウンド推進事業	観光・シティプロモーション課
			グローバル人材活用事業	観光・シティプロモーション課
03	01	「浜松」の都市ブランド確立に向けたシティプロモーションの展開	シティプロモーション事業	観光・シティプロモーション課
			ふるさと納税事業	観光・シティプロモーション課
			フィルムコミッション推進事業	観光・シティプロモーション課

※「事業名」は政策シート①事業活動(アクティビティ)における事業名

2025年度 of 取組の方向性

- ・ 観光客の利便性を高めるため、本市所管の観光施設等の管理・運営を行います。
- ・ 歴史資源を活かした「出世の街浜松 家康公祭り」や本市最大のイベントである浜松まつり等を開催し、観光客の誘致を図ります。
- ・ 民間企業が提供する位置情報や検索結果などのビッグデータを活用した観光マーケティングを推進し、戦略的な観光客誘致を進めます。
- ・ 観光地域づくりの舵取り役であるDMOの運営を支援し、浜名湖地域のブランディングや国内外の旅行会社に対するプロモーションなどの機能強化を図ることで、地域が観光で稼ぐ力を強化し、国内外からの誘客を促進します。
- ・ コンベンション開催支援や誘致セールス・WEB広告の実施を通じ、MICE(国際会議や展示会、企業等の会議や報奨・研修旅行等)の誘致を推進します。
- ・ 大河ドラマ「どうする家康」の放送等により高まった「家康公ゆかりの地」としての認知度を定着させ、都市ブランドを確立するため、全国の家康公ゆかりの都市や市内観光関連事業等と連携した取り組みを進め、歴史資源を活かした観光誘客を推進します。
- ・ 来日する海外の経営者等の誘客を促進するため、在日本大使館や海外メディア等を活用し、海外向けに戦略的な情報発信を実施します。
- ・ 訪日観光需要の回復を踏まえ、海外友好都市との交流を促進するとともに、新たに配置するオーストラリアをはじめ台湾・中国・ベトナムの現地連絡員を通じて、セールス・プロモーションの強化を図り、インバウンドの獲得を目指します。
- ・ 本市の魅力を幅広く発信する戦略的なシティプロモーションを実施し、本市の認知度や魅力度、ブランド力の向上を図ります。
- ・ 「ふるさと納税」制度を通じて、貴重な税外収入の一つである寄附金の獲得と地場産品の流通拡大による地域産業の振興を図ります。
- ・ 映像作品の誘致・支援を進めるとともに、本市をロケ地又はモデル地としている映画、アニメ、漫画作品等を活用したプロモーションを展開し、情報発信と聖地巡礼などを通じて地域の活性化に取り組みます。

【2025年度の評価】

2025年度の基本政策の評価と2026年度以降の取組の方向性(2026年度記載)

- ・本市所管の観光施設等の管理・運営を適正に実施した。観光バス公共駐車場については、無人化を実施することで指定管理コストの削減と観光客の利便性維持を図った。
浜北温泉施設あらたまの湯の改修工事や次期指定管理者の公募・選定を行うとともに、その他施設の適切な運営・管理に努める。
- ・浜松まつり等を開催し、2025年の入出数は3日間で2,493,000人となり、にぎわいを創出した。
大河ドラマ「豊臣兄弟！」出演者が参加する浜松まつり吹奏楽パレードの安全な開催に努めるとともに、シャトルバスや仮設トイレにおける快適性・利便性向上の検討を行う。
- ・位置情報や検索結果等を分析したうえで毎月レポートを発行し、地域の観光関係者に共有するとともに、分析結果に基づく効果的なSNSやWEB広告の配信を行った。
データを活用し効果的に旅行商品を売る仕組みづくりを構築し、地域の観光マーケティングを推進する。
- ・地域連携DMOを支援し、浜松・浜名湖地域のブランディングや国内外の旅行会社に対するプロモーションなどを進めることで、地域が観光で稼ぐ力を強化し、国内外からの誘客を促進した。
DMOとの連携を強化し、さらなる観光コンテンツの創出やテーマツーリズムの推進を図る。
- ・Webによる営業等によりMICEの誘致を推進するとともに、開催した39件を支援した(うち国内38/国際1、延べ参加人数は13,607人(うち宿泊参加者10,948人))。
※前年度 開催件数30件(うち国内28/国際2)、延べ参加人数19,607人(うち宿泊参加者16,879人)
DMOとの連携により、効果的に営業活動を行い、さらなるMICEの誘致を推進する。
- ・11月22日、23日、出世の街浜松家康公祭り2025を開催するとともに(来場者:21,500人)、全国の家康公ゆかりの都市で開催されるイベントに参加し、「家康公ゆかりの地」としての認知度を定着させた。
大河ドラマ「豊臣兄弟！」を契機とし、さらなる認知度向上と観光客の誘致に努める。
- ・来日する海外の経営者等の誘客を促進するため、在日本大使館や海外メディア等を活用し、海外向けに戦略的な情報発信を実施した。
- ・訪日観光需要の回復を踏まえ、台湾・中国・ベトナムに加え、新たにオーストラリアに現地連絡員を配置することでセールス・プロモーションの強化を図り、インバウンドを獲得した。
今後、現地連絡員の配置の見直しを行うとともに、外国人向けのコンテンツを充実させる。
- ・デジタルマーケティング手法の活用や首都圏での魅力発信イベント開催、発信力・影響力のあるインフルエンサー・企業等と連携したプロモーションなどを実施し、本市の認知度や魅力度、ブランド力の向上を図った。
引き続き、ターゲットに合わせたプロモーションを展開するとともに、時代の変化に応じた新たな手法も研究していく。
- ・「ふるさと納税」において、寄附受付ポータルサイトの活用や現地決済型ふるさと納税の導入、事業者と連携した返礼品の充実、WEB広告を活用したプロモーションなどに取り組み、貴重な税外収入の一つである寄附金の獲得と地場産品の流通拡大による地域産業の振興を図った。
今後、魅力的な返礼品の拡充やプロモーションなどを実施し、寄附額の増加を目指す。
- ・本市で行われる映像作品のロケ支援や支援作品を活用し、映画出演者を招聘したイベントの実施、映像作品を活用したラッピング列車、ロケ地マップなどの作成によるプロモーションを行った。
今後も制作会社との商談の場である「全国ロケ地フェア」において、本市の魅力的なロケーションを提案し、撮影相談があった場合は迅速なロケ地提案を行うなどにより、全国規模のロケ誘致やロケ支援に繋げる。