

政策シート

2025年度	(管理番号)					担当課名
	分野	基本政策		政策		観光・シティプロモーション課
	01	03	01	01	01	

政策
魅力ある観光コンテンツ造成による観光誘客の促進

政策の内容

DMOである(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローを中心に、観光マーケティングを実施し、ガストロノミーや農業・産業観光、花・自然環境など本市の魅力を生かした新たなコンテンツを造成し、旅行者に合わせた戦略的な情報発信により観光誘客を促進します。
ユニークベニューの開発や国内外のMICEキーパーソン向けのプロモーションを実施し、コンベンションなどのMICE誘致を推進します。

生活満足度に関する指標(個別指標)

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
まちの魅力	浜松市は、市外から人が訪れたいくなる魅力のあるまちだと思いますか。	2.61	2.65				

※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

現状・課題

本市は、東京と大阪の中間に位置し、新幹線や東名高速道路でのアクセスも便利で、浜名湖や天竜川、舘山寺温泉などの自然や徳川家康公ゆかりの浜松城など歴史的な資源が多くあるものの、観光目的地となりきれていない。国内においては、近隣の名古屋圏からの日帰り旅行者が多く、インバウンドでは東京大阪間の中継宿泊のみの団体客が多いことから、他の地域に比べ1人1回あたりの観光消費額が安価となっている。(2023年の観光消費額は、国土交通省認定の全観光圏平均39,031円に対し、本地域21,395円)
地域連携DMOである(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローと連携し、「海の湖観光戦略2024ー2028」を策定した。地域KPIとして宿泊者数や国内外別の旅行消費額を、地域KGIとして全体の旅行消費額を設定し、目標値達成に向け滞在プログラムの企画や商品開発、誘客プロモーション、観光地域づくり事業を推進している。

政策コストの状況(千円)	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
予算	647,284				
決算	565,799				

※「①事業活動(アクティビティ)」の予算・決算の合計

人工	2025年度	2026年度	2027年度	2028年度	2029年度
正規職員	11.8				
会計年度任用職員	1.0				
暫定再任用職員(31時間勤務)	0.0				
暫定再任用職員(26時間勤務)	0.0				

①事業活動(アクティビティ)

事業名	事業内容	2025年度 予算 (千円)
		2025年度 決算 (千円)
観光施設運営事業	観光客に対する利便性を高めるため、市が所管する観光施設等を運営・管理する。 1 館山寺地区観光施設維持管理事業(ターミナル、サンビーチ、トイレ等) 2 東海自然歩道維持管理事業(歩道、休憩舎、トイレ等) 3 観光施設維持修繕事業(かんざんじ荘、あらたまの湯、トイレ等) 4 観光バス公共駐車場維持管理事業(指定管理) 5 舞阪駐車場維持管理事業(弁天島海浜公園、渚園、舞阪表浜) 6 渚園維持管理事業(指定管理) 7 弁天島海浜公園維持管理事業(直営) 8 気賀関所維持管理事業(指定管理) 9 浜松まつり会館維持管理事業(指定管理) 10 犀ヶ崖資料館維持管理事業(直営) 11 相津マリーナ維持管理事業(指定管理) 12 国民宿舎奥浜名湖維持管理事業(指定管理)	222,961
		216,449
浜松まつり事業	1 浜松まつりの実施 本市最大のイベントである浜松まつりを円滑に運営するための負担金を支出し、伝統の継承を図るとともに、観光客を誘致する。	106,972
		106,972
家康公ゆかりの地浜松推進事業	1 PRイベントなどの実施 「出世の街 浜松 家康公祭」の開催等を通じて、「家康公ゆかりの地」としての認知度向上を図るとともに、観光客を誘致する。	18,818
		17,668
観光マーケティング推進事業	1 観光マーケティングの実施 観光関係のマーケティングデータに基づくレポートの発行やSNS・WEBの広告配信を進め、デジタルを活用した国内誘客を推進するとともに、デジタルを活用した市内周遊観光キャンペーンを実施し、観光誘客を図る。	22,744
		20,628
宿泊業経営力基盤強化支援事業	1 宿泊事業者への支援 宿泊業者が行う生産性向上の取組や社員寮の整備を支援し、経営力強化を図る。	1,500
		1,500
宿泊施設誘致可能性調査事業	1 宿泊施設誘致可能性調査の実施 外資系を含む高単価な宿泊施設の誘致可能性に関する調査を実施する。	1,000
		990
観光誘客促進事業	1 アニメコンテンツを活用した誘客促進 アニメコンテンツを活用した誘客促進事業の実施のため、「エヴァンゲリオンを活用した誘客促進実行委員会」に対する負担金を支出する。	60,000
		10,000

※予算・決算は政策実施に関連する経費として明確にわかる費用について計上

事業名	事業内容	2025年度 予算 (千円)
		2025年度 決算 (千円)
浜松・浜名湖 DMO機能強化等 支援事業	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の機能強化を図る。 1 地域観光資源活用推進事業 着地型旅行商品の造成、テーマツーリズムの推進 2 地域観光情報発信事業 観光情報WEBサイトの管理運営、地域アンバサダーによる情報発信 3 観光戦略管理及び運営事業 KPI・KGI測定のための調査、地域観光人材の育成及びDMO運営 4 国内誘客推進事業 旅行業者等に対する営業、FAMツアーの実施、旅行博への出展	116,324
		106,352
MICE推進事業	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の増加を目指す。 1 観光・コンベンション推進事業 MICE関連団体への加盟・参加及び誘致セールス・WEB広告の実施による誘致事業の推進 2 コンベンション開催支援事業 市内で開催されるコンベンションへの支援(宿泊費、国際会議費、視察費支援)を通じて、誘致促進を図る ※MICE:Meeting(会議),IncentiveTravel(報奨・研修旅行),Convention(国際会議).Exhibition/Event(展示会)	25,915
		17,891
観光案内推進事業	1 浜松市観光インフォメーションセンターの管理運営 本市への観光客誘致、来訪者の回遊性、満足度の向上を図るため、浜松市観光インフォメーションセンター(JR浜松駅構内)等の観光案内所を運営する。	36,493
		36,429
観光宣伝支援事業	1 観光振興団体への支援 観光振興を目的とする各種団体(日本観光振興協会、静岡県観光協会、静岡県大型観光キャンペーン推進協議会)に対する負担金を支出する。	5,329
		5,329
観光振興助成事業	1 観光振興事業への支援 観光事業の振興目的に、市内観光協会が実施する観光振興事業に対する助成を行う。	25,046
		22,807
特産品カタログギフト事業	1 特産品カタログギフトの活用 特産品カタログギフトの活用を進め、特産品や商品の知名度を向上させ、誘客を促進するとともに地域経済の振興を図る。	1,500
		357
観光・シティプロモーションデジタル運営経費	1 誘客プロモーション素材の作成 デジタルを活用し、写真・動画等、メディア等への提供用誘客プロモーション素材を作成する。	2,682
		2,427

※予算・決算は政策実施に関連する経費として明確にわかる費用について計上

②活動(アウトプット)指標

指標名	指標の定義	設定理由		2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度
観光交流客数 (千人)	地域を訪れた人の延べ 人数で、観光レクリエー ション客数(観光施設、イ ベント等の入場者・参加 者)と宿泊者数を合計し たもの	観光施設の維持管理及びイ ベント等を実施することで、本地 域の観光交流客数を増加させるこ とが重要なため	目標値	-	16,791	17,631	18,514	19,440	20,412
			実績値	16,577	2026年 10月確 定				
			達成率	-					
滞在プログラム 参加者数(人)	浜松・浜名湖ツーリズム ビューローが運営する着 地型旅行商品販売サイ ト経由で滞在プログラム に参加した観光客の数	当地域への来訪目的の確保と 観光消費額の増大に向け ては、地域ならではの滞 在プログラムの参加者 数を増やす必要がある ため	目標値	-	1,000	1,100	1,300	1,500	1,650
			実績値	1,276	2,033				
			達成率	-	203%				
			目標値	-					
			実績値	-					
			達成率	-					

※達成率は該当年度の目標値に対する実績値から算出する。

③短期成果(アウトカム)指標

指標名	指標の定義	設定理由		2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度
宿泊者数(千人)	浜松市内に宿泊する旅 行者の数	観光消費額の増大に向け ては、宿泊者数を増やすこ とが必要のため	目標値	-	2,418	2,539	2,666	2,800	2,940
			実績値	1,947	2026年 10月確 定				
			達成率	-					
誘致・支援したコ ンベンションを含 むMICE総消費額 (億円)	企業の会議や国際会 議、展示会など、ビジ ネスイベントの参加者、主 催者、出展者の消費額 の合計	MICE誘致による経済波及 効果を図るのに、重要な 指標であるため	目標値	-	75	77	79	80	80
			実績値	70	54				
			達成率	-	72%				

※達成率は該当年度の目標値に対する実績値から算出する。

④長期成果(アウトカム)指標

指標名	基本計画 指標	指標の定義		2024 年度	2025 年度	2026 年度	2027 年度	2028 年度	2029 年度	目標値 2034 年度
旅行消費額(円/人)	○	観光による地域経済の活性化のためには、旅行消費額の増加が必要なため	実績値	27,530	27,578					35,500
			達成率	78%	78%					
			実績値							
			達成率							
			実績値							
			達成率							

※達成率は2034年度の目標値に対する実績値から算出する。

⑤目的: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。

【2025年度の評価】

「①事業活動(アクティビティ)」の実施内容と事業改善(2026年度記載)

事業名	実施内容	事業改善の内容や今後の方向性
観光施設運営事業	観光バス公共駐車場について、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るとともに、あらたまの湯ウッドデッキ修繕、国民宿舎奥浜名湖の照明LED化工事等、観光施設の維持修繕を実施し、観光客に対する利便性の維持・向上に努めた。	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。
浜松まつり事業	本市最大のイベントである浜松まつりを円滑に運営するため、安全安心対策の経費として負担金を支出した。浜松まつりは5月3日から5日に開催し2,493,000人の人出があった(3日:807,000人、4日:950,000人、5日:736,000人)。	大河ドラマ「豊臣兄弟!」出演者参加の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。
家康公ゆかりの地浜松推進事業	「出世の街 浜松 家康公祭り2025」を令和7年11月21日、22日に開催し21,500名の参加者があった。また、家康の散歩道リーフレットの作成や案内看板の修繕を実施し、「家康公ゆかりの地」としての認知度向上を図るとともに、観光客を誘致に努めた。	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。
観光マーケティング推進事業	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。	今後、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。
宿泊業経営力基盤強化支援事業	県と協調し市内宿泊事業者の生産性向上と雇用の安定を図るため、スマートチェックイン機導入等の業務効率化(1件)、社員寮の整備(2件)を支援し、経営力強化に務めた。	引き続き、県と協調して宿泊事業者の経営力強化に努める。
宿泊施設誘致可能性調査事業	宿泊施設の誘致可能性に関する調査を実施した。市内外のディベロッパーや宿泊施設運営事業者へのヒアリング、アンケート調査を行い、本市への誘致の可能性のある宿泊施設の種類や規模を整理した。	調査結果を基に、今後の事業の方向性について検討する。
観光誘客促進事業	国内外の観光客に向け、アニメ『エヴァンゲリオン』を活用した誘客促進事業として市内事業者と連携したコラボメニューやコラボ商品の開発・販売等を行い、市内周遊や観光消費の拡大に努めた。経済波及効果は11.1億円となった。	『エヴァンゲリオン』との連携では、主要観光地である浜名湖などへの市内周遊を進めるとともに、その他ゆかりのコンテンツの活用を図る。
浜松・浜名湖DMO機能強化等支援事業	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地域連携DMOに負担金を支出し、観光コンテンツの創出や情報発信等を行った。また、浜名湖花フェスタのほか、サイクリング、バイクツーリズムといったテーマツーリズムの推進を図った。	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。
MICE推進事業	ダイレクトセールスやWebなどによる営業活動によりMICE誘致を推進するとともに、開催した39件への支援を行った(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。
観光案内推進事業	浜松市観光インフォメーションセンターをはじめとする市内ツーリズムセンターにおいて、観光情報の発信等を行い、利便性向上と周遊促進を図った。	適切な運営・管理を行い、来訪者の満足度向上や情報収集と共有に努める。

事業名	実施内容	事業改善の内容や今後の方向性
観光宣伝支援事業	広域的な観光PRや情報収集、観光商談会への参加、イベント出展、旅行者向けパンフレットの作成等を実施した。	各種団体と連携を深め、広域的な観光PRや情報収集等に努める。
観光振興助成事業	市内の観光協会7団体が実施する観光振興事業に対して補助金を執行した。	各観光協会との連携により、観光事業の振興に努める。
特産品カタログギフト事業	令和7年度を持って本事業は終了。	
観光・シティプロモーションデジタル運営経費	写真・動画、メディア等への提供用として、市内24か所の観光施設等の誘客プロモーション素材を作成した。 撮影した画像の一部を観光情報サイトで利用可能な素材として提供し、102件の申し込みがあった。	作成した素材を活用し、効果的なPRに努める。

「②活動(アウトプット)指標」の見直しの要否(2026年度記載)

指標見直しの要否	否

「③短期成果(アウトカム)指標」の見直しの要否(2026年度記載)

指標見直しの要否	否

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

新たにアニメ『エヴァンゲリオン』を活用した誘客促進事業を行い、市民を含めた新たなターゲットへの訴求を図るとともに、新たな資源の掘り起こしによる周遊拡大に努めた。 また、DMOと連携し、ビックデータを活用したマーケティングに基づき、観光コンテンツの創出や情報発信等を行うとともに、浜名湖花フェスタのほか、サイクリング、バイクツーリズムといったテーマツーリズムの推進を図った結果、滞在プログラム参加者数や旅行消費額が増加した。 主要コンベンション施設であるアクティシティ浜松の改修等のため、MICE誘致の経済効果は目標未達だったが、2026年度以降は目標達成に向け効果的なセールス活動を行っていく。 2026年度は、好評だったアニメ『エヴァンゲリオン』を活用した誘客促進事業を継続し、市内観光資源との連携による周遊、経済波及効果の拡大を図るとともに、引き続き、観光コンテンツの創出や誘客イベントの開催等を進め、観光消費額の増加につなげる。
