

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	02	01	

政策
インバウンド戦略の強化

政策の内容

訪日外国人旅行者の獲得向上に向け、滞在型旅行商品や広域の観光ルートの開発、多言語化への対応支援などによる受入環境を整備するとともに、高級ホテルの誘致に取り組むなど高付加価値な観光地域づくりを進め、地域における消費額拡大につなげます。

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、舘山寺温泉等の自然や徳川家康公ゆかりの浜松城等、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。そのため、東京と大阪間のゴールデンルートの中継点としての宿泊に限定した利用が大半を占めている。また、コロナ前には、市内外国人宿泊者数の8割を占めた中国人団体旅行が戻らず、外国人宿泊者数は、コロナ前の水準まで届いていないことから、ターゲット国の多極化が必要。今後、海外における本市の認知度を向上させ、ゴールデンルートを主とする旅行商品の団体旅行客の獲得を目指すとともに、一國に偏らないインバウンド施策の推進や旅行形態の変化に合わせた個人旅行客の獲得、着地型旅行商品や高付加価値旅行商品の造成等を進め、旅行消費額を増やしていく必要がある。

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	121,963				
決算	117,818				

※「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	3.1				
会計年度任用職員	0.0				
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)
インバウンド推進 事業	1 海外向け戦略的広報事業 来日する海外の経営者、エンジニア、研究者等を誘客するため、海外メディア等を活用した戦略的広報を実施する。	113,989
	2 デジタルマーケティング推進事業 インバウンド獲得に向けたSNS情報発信、WEB広告配信、OTA広告等のデジタルマーケティングを実施する。	
	3 高付加価値旅行者受入環境整備促進事業 海外からの高付加価値旅行者の受け皿となる旅行商品を開発・販売する。既存コンテンツの磨上げ、新規コンテンツ造成、モニターツアー、ガイド養成、販売ルートの整備などを実施する。	109,948
グローバル人材 活用事業	1 グローバル人材の活用 外国人目線による観光誘客を目的として現地連絡員を設置し、海外旅行会社への情報提供やセミナー、ツアー造成を支援する。	7,974
		7,870

※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
インバウンド向け 高付加価値・着 地型旅行商品造 成数(累計)(件)	外国人向けの高付加価値旅行商品及び着地型旅行商品の数	本市を観光目的地として訪問する旅行者を把握する指標となるため	目標値	-	10	13	16	19	22
			実績値	3	6				
			達成率	-	60%				
WEB及びSNSによる広告配信(インプレッション数)(回)	Googleリスティング広告やFacebook、Instagramなどを活用した広告配信	本市を観光目的地として旅行者への認知度を把握するための指標となるため	目標値	-	750万	760万	770万	780万	790万
			実績値	337万	1,546万				
			達成率	-	206%				
			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
市内外国人宿泊者数(人)	市内宿泊施設に宿泊した外国人の延べ宿泊者の数	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	-	410,000	420,000	430,000	440,000	450,000
			実績値	198,890	2026年10月確定				
			達成率	-					
高付加価値旅行商品、着地型旅行商品の販売数(件)	外国人向けの高付加価値旅行商品及び着地型旅行商品の販売数	観光消費額の増大に向けては、高付加価値旅行商品、着地型旅行商品を増やすことが必要のため	目標値	-	43	70	97	142	178
			実績値	36	44				
			達成率	-	101%				

※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
インバウンド推進事業	1 海外向け戦略的広報事業 海外メディアなどを活用した戦略的広報を実施し、大使館訪問6カ国、メディア個別取材5件、取材会(6メディア参加)を実施し、新たな情報発信手法を確立するとともに、Financial Timesをはじめとする大手海外メディアに本市が掲載され、効果的なPRにつながった。 2 デジタルマーケティング推進事業 インバウンド獲得に向けたSNS情報発信、WEB広告配信、OTA広告等のデジタルマーケティングを実施し、SNSの新規フォロワー獲得数は32,571人、WEB広告等のインプレッションは約1,546万回となり目標を上回った。 3 高付加価値旅行者受入環境整備促進事業 既存コンテンツの磨き上げ、新規コンテンツ造成、モニターツアー、市内事業者向けのセミナーなどを実施し、海外からの高付加価値旅行者の受け皿となる旅行商品等を整備した。	海外向け戦略的広報事業は、令和8年度に設置された産業振興課海外ビジネス戦略担当に移管する。 滞在時間の延長と旅行消費額の増加につなげるため、インバウンド対応可能な観光コンテンツの整備などを行う。 より効果的な広告配信を行うため、SNSに絞って実施する。
グローバル人材活用事業	1 グローバル人材の活用 外国人目線による観光誘客を目的として、4地域に現地連絡員を設置し、海外旅行会社への情報提供やセミナー、ツアー造成を支援した。	上記インバウンド推進事業と統合するとともに、対象国を拡充してインバウンドの増加を図る。

「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	要
WEB及びSNSによる広告配信(インプレッション数)(回)について、事業の見直しによりSNSに集中することとしたため、2026年度以降の目標値をFacebook、Instagramなどを活用した広告配信数に修正する。	

「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)

海外向け戦略的広報事業において、海外メディアなどを活用した戦略的広報を実施し、新たな情報発信手法を確立することともに、大手海外メディアに本市が掲載されるなど、効果的なPRにつながった結果、インバウンド向け体験旅行商品の販売件数が増加し、WEB及びSNSによる広告配信も目標を大きく超えた。 2026年度は、滞在時間の延長と旅行消費額の増加につながるインバウンド対応可能な観光コンテンツの整備に取り組むとともに、現地連絡員の対象市場を拡大し、さらなる誘客拡大を図る。
--