

政策シート (政策名) 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) 観光・シティプロモーション振興費

(総合計画体系)

「分野」 産業経済

30年後の姿 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年後の目標
- ・ 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 世界の一步先を行く産業・サービスの創造

◇政策の概要

シティプロモーションの積極的な事業展開を通じて、本市の知名度の向上と交流人口の拡大につなげる。

◇政策のコスト(千円)

	H27	H28	H29
予算	124,220	27,993	78,079
決算	72,448	75,602	
人件費(A)	42,700	35,700	35,000
報酬(B)			
年間経費(予算又は決算+A+B)	115,148	111,302	113,079

◇政策の指標

政策指標	単位	H36 目標値	年度	H27	H28	H29
浜松市の魅力度(地域ブランド調査)	位	30	目標	50	48	46
			実績	56	78	
			目標			
			実績			

◇平成28年度の政策評価(政策の概要)

シティプロモーションの積極的な事業展開を通じて、本市の知名度の向上と交流人口の拡大につなげる。

◇平成28年度の政策評価(政策の進捗・課題)

<進捗> 遅れている

平成27年度は56位と目標(50位)に近づいたが、28年度は78位と下がり目標には達していない。平成27年のゆるキャラ(R)グランプリ2015における、浜松市の Mascot キャラクター「出世大名康くん」のグランプリ獲得に続き、平成28年は「出世法師直虎ちゃん」を誕生させ、大河ドラマ放送決定を追い風として「出世の街浜松」の周知・浸透を図るなど、魅力度順位のアップに取り組んだ。その結果、全国のマスメディアを通じて報道された経済効果である広告換算額は、27年度の54億円から28年度は96億円と大幅アップとなり、首都圏におけるサポーターズクラブ会員数も目標をクリアしていることから、これまで以上に各種メディアなどでの露出機会を増やし、認知度向上を図っていく。

◇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)	
1	シティプロモーション事業	○	○			113,079	78,079	4.2			2.0
2											
3											
4											
5											
6											
7											
8											
9											
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
計						113,079	78,079	4.2			2.0

※人工単価(千円)正規7,000 再任用(h31)3,600 再任用(h26)2,600 非常勤2,800

事業シート (事業名) シティプロモーション事業

◇事業目的・事業対象

多様なメディアやツール、手法を戦略的に組み合わせ、歴史や文化等、地域資源の魅力を磨き上げて外部にアピールすることで、都市の知名度やイメージを向上させるとともに、国内外の人から信用され選ばれる都市ブランドを確立し、交流人口の拡大と都市の魅力度向上を目指す。

◇事業の概要

- 「出世の街 浜松」全国プロモーション業務
 - ・グランプリ獲得によって認知度が向上した「出世大家家康くん」と大河ドラマ放送で注目を集める「出世法師直虎ちゃん」を活用し、各種メディアに訴求し、TV等の媒体や大都市圏における大規模イベントでの露出機会を増やし、「出世の街 浜松」の認知度向上を図る。
- 市民協働による「家康くん」、「直虎ちゃん(H29.8~)」の運用業務
 - ・着ぐるみの貸出管理や学校訪問活動等、市民協働による市内の賑わい創出を図る。
- バイクのふるさとプロモーション
 - ・スズキ・ホンダ・ヤマハ3社との連携による二輪世界選手権へのブース出展やツーリングマップの作成を通して「バイクのふるさと浜松」のPRを図る。
- 家康公ジオラマ制作事業
 - ・徳川家康公と浜松のつながりを視覚的に表現できる作品(ジオラマ)を制作し、文化施設(犀ヶ崖資料館等)に常設する。

◇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	総合戦略	重点戦略	主要事業
H17	-	一般会計	自治事務(その他)		○	-	○

◇事業のコスト

		H27	H28	H29
事業費(千円)	予算	124,220	27,993	78,079
	決算	72,448	75,602	
	国・県支出		39,291	
	市債			
	その他			
	一般財源	72,448	36,311	78,079
	一般会計繰入金			
人件費(報酬等) (千円)				
人件費 (千円)		42,700	35,700	35,000
人工	正規	5.3	4.3	4.2
	再任用(h31)			
	再任用(h26)			
	非常勤	2.0	2.0	2.0

◇事業の指標(H30:重点戦略最終年度、H31:総合戦略最終年度、H36:基本計画最終年度)

主な事業活動・事業成果 指標(単位)				総合戦略施策体系		重点戦略項目No
浜松市の魅力度(地域ブランド調査)(位)				-		-
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
目標値	50	48	46	44	42	30
実績値	56	78				
主な事業活動・事業成果 指標(単位)				総合戦略施策体系		重点戦略項目No
首都圏におけるサポーターズクラブ会員数(人)				-		-
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
目標値	1,050	1,300	1,350	1,400	1,450	1,700
実績値	1,353	1,399				
主な事業活動・事業成果 指標(単位)				総合戦略施策体系		重点戦略項目No
市区町村別認知度ランキング(全国順位)				Ⅲ-2(2)ア		
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
目標値	23	21	20	17	15	
実績値	25	27				
主な事業活動・事業成果 指標(単位)				総合戦略施策体系		重点戦略項目No
市区町村別認知度ランキング(県内順位)				Ⅲ-2(2)ア		
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
目標値	2	2	2	2	1	0
実績値	2	2				

◇平成28年度の事業評価

・平成28年度の事業の概要

【決算 75,602千円(うち前年度繰越 50,424千円)】

- 「出世の街 浜松」全国プロモーション業務
 - ・グランプリ獲得によって認知度が向上した「出世大名家康くん」と大河ドラマ放送で注目を集める「出世法師直虎ちゃん」を活用し、各種メディアに訴求し、TV等の媒体や大都市圏等における大規模イベントでの露出機会を増やし、「出世の街 浜松」の認知度向上を図る。
- 市民協働による「家康くん」、「直虎ちゃん(H29.8～)」の運用業務
 - ・着ぐるみの貸出管理や学校訪問活動等、市民協働による市内の賑わい創出を図る。
- バイクのふるさとプロモーション
 - ・スズキ・ホンダ・ヤマハ3社との連携による二輪世界選手権へのブース出展やツーリングマップの作成を通して「バイクのふるさと浜松」のPRを図る。
- 家康公ジオラマ制作事業
 - ・徳川家康公と浜松のつながりを視覚的に表現できる作品(ジオラマ)を制作し、文化施設(犀ヶ崖資料館等)に常設する。

・事業の成果と課題

指標の達成度

浜松市の魅力度(地域ブランド調査)においては、目標値に到達していないが、首都圏におけるサポーターズクラブ会員数は、目標をクリアした。「出世の街 浜松」全国プロモーション業務や直虎プロジェクト事業等を通じて本市のさらなる魅力度の向上を図る必要がある。

観光セクションとの一体化、産業部への移管に伴い、地域活性化や国内外からの誘客増進、ブランド価値の向上も視野に入れた、観光施策全般に寄与する事業展開を進めていく必要がある。また、本市の特徴であるものづくりの根幹を担う工業、商業、農林水産業や、歴史・文化・スポーツ振興分野等に至るまで、総合的かつ戦略的なシティプロモーションの推進を検討する。さらに、本市の特産品や高付加価値の商品をブランド化し、首都圏等の大都市圏における紹介をはじめ、ふるさと納税やカタログギフトなどを通じて、情報発信や販売促進に努めるとともに、知名度の向上による本市への来訪者の増加を図る。

・事業の見直し

実施結果

大項目	<input type="text" value="現状"/>	小項目	<input type="text" value="一部委託"/>	/	<input type="text" value=""/>	事業費	<input type="text" value="現状"/>	人工	<input type="text" value="現状"/>
-----	---------------------------------	-----	-----------------------------------	---	-------------------------------	-----	---------------------------------	----	---------------------------------

「出世の街 浜松」の推進と「直虎ゆかりの地」のPRにより、本市の知名度向上につなげることができた。

今後の方向性

大項目	<input type="text" value="改善"/>	小項目	<input type="text" value="一部委託"/>	/	<input type="text" value=""/>	事業費	<input type="text" value="現状"/>	人工	<input type="text" value="現状"/>
-----	---------------------------------	-----	-----------------------------------	---	-------------------------------	-----	---------------------------------	----	---------------------------------

グランプリ獲得によって認知度が向上した「出世大名家康くん」と大河ドラマ放送で注目を集める「出世法師直虎ちゃん」を活用し、各種メディアに訴求し、TV等の媒体や大都市圏等における大規模イベントでの露出、関連商品の開発等を増やし、より一層の「出世の街 浜松」の認知度向上を図る。