

政策シート (政策名) 観光・コンベンションの振興による地域経済の活性化
 (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

観光が地域の持続的発展を支える主要産業に位置付けられ、多様な主体による観光地域づくりにより市民が愛着や誇りを持てる都市を実現するため、国内外からの観光誘客を戦略的に推進し、その推進基盤を確立する。

◇関連するSDGsのゴール

⑧成長・雇用	⑫生産・消費	⑭海洋資源							
--------	--------	-------	--	--	--	--	--	--	--

◇政策のコスト(千円)

	R1	R2	R3	R4	R5	R6
予算	1,620,039	1,380,773				
決算	1,567,006					
人件費(A)	120,400	117,180				
報酬(B)						
年間経費(予算又は決算+A+B)	1,687,406	1,497,953				

◇政策の指標

政策指標	単位	年度	R1	R2	R3	R4	R5	R6
観光交流客数	千人	目標	23,700	20,400	20,800	21,200	21,600	22,000
		実績	R2.10頃確定					
		目標						
		実績						

◇令和元年度の政策評価(政策の概要)

観光・コンベンションの推進による地域経済の活性化に向け、産業や自然環境、食などの地域資源を活かし、観光客誘致事業、浜松・浜名湖DMO形成支援事業、海外戦略推進事業、MICE推進事業、観光宣伝事業を行い、誘客を図るとともに、ふるさと納税事業により関係人口の増加に繋げた。

◇令和元年度の政策評価(政策の進捗・課題)

<進捗> 計画通り

地域連携DMOである浜松・浜名湖ツーリズムビューローを核として、第3期浜名湖観光圏事業を、多様な関係者との連携・協業により6つのワーキンググループを設置して展開するとともに、ラグビーワールドカップ2019を目的に訪日を検討する外国人個人旅行者の宿泊予約獲得を目的としたデジタルプロモーションの実施、全国的に影響のある番組等への積極的な支援によるフィルムコミッションの推進等を通じて、本市の認知度を向上させ観光誘客に繋げる取組を戦略的に実施することで、「観光地域づくり」を推進した。

◇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	観光施設運営事業					254,290	247,990	0.9			
2	観光客誘致事業	○	○	○		164,838	145,238	2.8			
3	浜松・浜名湖DMO形成支援事業	○	○	○		34,600	29,700	0.7			
4	海外戦略推進事業	○	○	○		95,926	69,326	3.8			
5	MICE推進事業	○	○	○		59,320	58,620	0.1			
6	観光宣伝事業	○	○	○		92,984	69,184	3.0			1.0
7	ふるさと納税事業	○		○		766,372	749,992	0.9			3.6
8	観光施設整備基金積立金					727	27	0.1			
9	観光・シティプロモーション運営経費					28,896	10,696	2.6			
10											
11											
12											
13											
14											
15											
16											
17											
18											
19											
20											
21											
22											
23											
24											
25											
計						1,497,953	1,380,773	14.9			4.6

※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) 観光施設運営事業

◇事業目的・事業対象

観光客に対する利便性等を高めるため、市が所管する観光施設等を運営・管理する。

◇事業の概要

下記の観光施設等の維持修繕及び運営・管理を行う。

①館山寺地区(ターミナル、サンビーチ、トイレ等)、②東海自然歩道(歩道、休憩舎、トイレ等)、③観光バス公共駐車場(指定管理)、④舞阪駐車場(弁天島海浜公園、渚園、舞阪表浜)、⑤渚園(指定管理)、⑥弁天島海浜公園(直営・管理運営)、⑦気賀関所(指定管理)、⑧浜松まつり会館(指定管理)、⑨犀ヶ崖資料館(直営・管理運営)、⑩相津マリーナ(指定管理)、⑪国民宿舎奥浜名湖(指定管理)、⑫その他施設(旧浜名湖かんだんじ荘(建物貸付)、あらたまの湯等)。

◇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
	-	一般会計	自治事務(その他)	-	-	-	-

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	341,169	247,990				
	決算	311,833					
	国・県支出	8,679	11,252				
	市債						
	その他	162,836	85,315				
	一般財源	140,318	151,423				
一般会計繰入金							
人件費(報酬等)(千円)							
人件費(千円)		5,600	6,300				
人工	正規	0.8	0.9				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	○ 14.7
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

観光施設等の運営を通じて、観光客の利便性や満足度を高め、観光交流客数の拡大を推進することは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標(R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・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No R1~R4
					第1期	第2期	
観光交流客数(千人)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	22,330	23,700	20,400	20,800	21,200	21,600	22,000
実績値	18,809	R2.10頃確定					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

下記の観光施設等の維持修繕及び運営・管理を実施する。
 ①館山寺地区(ターミナル、サンビーチ、トイレ等)、②東海自然歩道(歩道、休憩舎、トイレ等)、③観光バス公共駐車場(指定管理)、④舞阪駐車場(弁天島海浜公園、渚園、舞阪表浜)、⑤渚園(指定管理)、⑥弁天島海浜公園(直営・管理運営)、⑦気賀関所(指定管理)、⑧浜松まつり会館(指定管理)、⑨犀ヶ崖資料館(直営・管理運営)、⑩相津マリーナ(指定管理)、⑪国民宿舎奥浜名湖(指定管理)、⑫その他施設(旧浜名湖かんだんじ荘(建物貸付)、あらたまの湯等)。
 弁天島海浜公園については、民間活力を導入して再整備を進めるため、事業者を公募し、R2.4.1の着手に向けて準備を進める。

・事業の成果と課題

指標の達成度

市内観光施設などの維持修繕、管理運営を適正に実施した。
 大規模修繕として令和元年度は、浜松まつり会館の空調設備の改修や国民宿舎奥浜名湖の屋根防水工事を実施した。なお、弁天島海浜公園については、地域活性化に向けて民間活力を導入するため、事業者の公募を行い、優先交渉権者を決定したが、地域との調整に時間を要し、再整備事業を1年延期した。

・事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

市内観光施設などの維持修繕、管理運営を適正に実施した。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

観光客に対する利便性の向上などにより観光誘客の拡大を図るため、引き続き市内観光施設などの維持修繕・管理運営を計画的に行う。

事業シート (事業名) 観光客誘致事業

◇事業目的・事業対象

観光交流人口等を拡大するため、大型観光誘客イベントを開催する。
また、国内外からの観光誘客及び滞在促進に向け、国から認定を受けている「浜名湖観光圏」の整備に向けた事業を官民連携で推進する。

◇事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.33】

(1) 浜名湖観光圏整備推進支援事業

浜名湖観光圏整備計画に基づき、観光協会や関係事業者など浜名湖周辺の官民33団体で構成する「浜名湖観光圏整備推進協議会」において、観光誘客事業を実施する。

(2) デジタル国内誘客推進事業

増加傾向にあるインターネット等を利用した観光情報取得のニーズを踏まえ、デジタル領域に特化した事業を展開する。

(3) 家康公浜松城築城450年事業

徳川家康公が浜松城を築いてから450年の節目を迎えることを契機に、浜松城の存在と魅力を市内外に広くPRし、知名度の向上を通じたさらなる観光振興を図る。

(4) 出世の街 浜松 家康公祭り事業

「出世の街 浜松」の全国発信並びに家康公ゆかりの歴史的・文化的財産や価値を活用し、新たな文化・観光を創出する。

◇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
	-	一般会計	自治事務(その他)	-	○	○	○

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	186,639	145,238				
	決算	180,789					
	国・県支出	10,400	16,080				
	市債						
	その他	36,000	35,000				
	一般財源	134,389	94,158				
一般会計繰入金							
人件費(報酬等) (千円)							
人件費 (千円)		18,200	19,600				
人工	正規	2.6	2.8				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	○ 14.7
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

各事業を通じて、観光交流客数の拡大を推進することは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標(R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・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No R1~R4
					第1期	第2期	
観光交流客数(千人)					III-2(2)イ	III-2(2)イ	33
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	22,330	23,700	20,400	20,800	21,200	21,600	22,000
実績値	18,809	R2.10頃確定					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
滞在プログラム数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	100	100	100	100	100	100	100
実績値	96	92					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.33】

(1)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開催することにより、観光客の誘致及び交流人口の拡大を図る。

(2)出世の街浜松家康公祭り事業

出世の街浜松家康公祭りを開催し、市域外への浜松のアピールをはじめ、観光誘客及び交流人口の拡大、更には家康公が遺した歴史的・文化的財産や価値を再発見し、新たな文化・観光を創出しながら都市の魅力向上を目指す。

(3)DESTINATIONキャンペーン推進事業

平成31年4月～令和元年6月に開催する国内最大の観光キャンペーン「静岡DESTINATIONキャンペーン(DC)」及び令和2年4月～6月のアフターDCの成功に向け、魅力ある商品造成や旅行会社への売り込み、キャンペーンなどを実施する。

(4)浜名湖観光圏整備推進支援事業

浜名湖観光圏整備推進協議会において事業を実施する。

・事業の成果と課題

指標の達成度

進んでいる

浜松まつり、出世の街浜松家康公祭りなどを開催し、観光誘客、交流人口の拡大につなげた。【浜松まつりの人出数:2,097千人】

また、第3期となる浜名湖観光圏整備計画に基づき、ブランドコンセプト「海の湖」を掲げて推進体制を整備し、42の事業を展開した。令和元年度は、国土交通省の「ガーデンツーリズム登録制度」に登録され、構成施設を対象とする共通入場券を販売するなど新たな取組を行い、ガーデンツーリズムの推進を図った。

さらに、静岡DESTINATIONキャンペーンでは、体験型観光商品の販売や観光列車の運行などを行い、観光交流数の増加につなげた。【入込客数前年比115%、宿泊者数前年比110%】今後も国内外から選ばれる都市となるよう地域観光を担う人材の育成の努める必要がある。

・ 事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

家康公祭りでは、各地の武将隊によるステージやコスプレイベントを開催することにより、新たな客層を開拓した。

浜名湖観光圏整備推進協議会では、ガストロミツリズムなど官民参加のワーキンググループを再編し、滞在型観光の推進に向け事業を実施した。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

2022年の三方ヶ原の合戦450年に向け、歴史を観光誘客に活用するため、関係課と連携し、各種事業を検討する。

デジタル国内誘客推進事業では、顧客属性の収集等により検証を行い、より効果的な事業となるようブラッシュアップを行う。

令和2年度

(管理番号)
01 01 06 01 001705000 02

(担当課)
観光・シティプロモーション課

(責任者)
北嶋 秀明

(基準日)
令和 2 年 7 月 1 日

補助シート (事業名) 観光客誘致事業

◇【R1～R4】事業工程表 (No.: 重点戦略項目No)

No.	R1	R2	R3	R4
33	・浜名湖観光圏における 観光地域ブランドづくり	・浜名湖観光圏における 観光地域ブランドづくり	・浜名湖観光圏における 観光地域ブランドづくり	・浜名湖観光圏における 観光地域ブランドづくり

事業シート (事業名) 浜松・浜名湖DMO形成支援事業

◇事業目的・事業対象

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の形成を支援する。

◇事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.34】

(公財)浜松・浜名湖ツーリズムビューローに対して負担金を支出し、下記の事業を通じて地域連携DMOによる観光地域づくり体制を形成する。

(1)DMOの機能強化

専門人材を登用し、マーケティングに基づく戦略策定などDMO組織のマネジメント力を強化する。

(2)マーケティング調査

KPIの測定のためのデータ収集や分析、インバウンド動態などのマーケティング調査を実施する。

(3)収益モデルの構築・民間事業者との事業連携

マーケティング結果や戦略を民間事業者と共有し、収益モデルの構築に向けた連携や協業を促進する。

◇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
H29	-	一般会計	自治事務(その他)		○	○	○

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	61,020	29,700				
	決算	59,999					
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	59,999	29,700				
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(千円)							
人件費(千円)		4,900	4,900				
人工	正規	0.7	0.7				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	○ 14.7
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

浜松・浜名湖DMOの形成を支援し、観光交流客数の拡大につなげることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標 (R4: 重点戦略最終年度、R6: 総合戦略・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No
					第1期	第2期	R1~R4
一人当たり旅行消費額(宿泊)(円)					I-1(1)ウ		34
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	31,000	32,000	33,000	34,000	35,000	36,000	36,000
実績値	25,537	R2.10頃確定					
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No
					第1期	第2期	R1~R4
来訪者満足度(%)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	89	90	90	90	90	90	90
実績値	84	86					
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.34】

①DMOの機能強化

観光分野における専門知識を有する事業本部長の指揮のもと、マーケティングに基づく戦略策定などDMO組織のマネジメント力を強化する。

②マーケティング調査

KPIの測定のためのデータ収集や分析、インバウンド動態などのマーケティング調査を実施する。

③収益モデルの構築・民間事業者との事業連携

マーケティング結果や戦略を民間事業者と共有し、収益モデルの構築に向けた連携や協業を促進する。

・事業の成果と課題

指標の達成度

計画通り

①観光分野の専門人材である事業本部長の指揮のもと、DMOとして事業を展開した。

②KPI測定、事業やプロモーション方法の改善に向け、マーケティング調査を実施した。

③企業や地元大学などと連携協定を締結し、国内外の観光客に向けた情報発信を強化した。また、二次交通の確保のため、交通機関等との調整により、日本人向け周遊パスポート(2日間公共交通機関等が乗り放題)の販売などを開始した。

・ 事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

専門人材の登用やKPIの測定のためのデータ収集や分析等により、「DMOの機能強化」「マーケティング調査」「収益モデルの構築・民間事業者との事業連携」を行い、地域が観光で稼ぐ力の強化を図った。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

観光地域づくりの舵取り役である浜松・浜名湖ツーリズムビューロー(地域DMO)が地域をけん引する体制を整備することで、地域が観光で稼ぐ力を強化し、観光産業の主要産業化する。

補助シート (事業名) 浜松・浜名湖DMO形成支援事業

◇【R1～R4】事業工程表 (No.: 重点戦略項目No)

No.	R1	R2	R3	R4
34	<ul style="list-style-type: none"> ・DMOの機能強化 ・マーケティング調査 ・収益モデルの構築・民間事業者との事業連携 			

事業シート (事業名) 海外戦略推進事業

◇事業目的・事業対象

アジア地域をはじめとした海外からの観光誘客のため、都市間交流の推進と新規マーケット開拓やトップセールス等を実施し、本市の国際的認知度を向上させるとともに、外国人観光客が快適な観光を楽しめるように受入態勢を構築する。

◇事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.36、37】

(1)インバウンド推進事業

- ・ビジットハママツ推進事業
- ・デジタルマーケティング業務
- ・浜名湖観光圏整備推進協議会負担金
- ・広域連携団体負担金
- ・多言語版観光パンフレット等作成 ほか

(2)グローバル人材活用事業

- ・国際交流員の招致
- ・CLAIRの制度を活用し、友好都市の杭州市から職員受入れ
- ・台湾連絡員の設置
- ・ベトナムからのインターンシップ受入れ

◇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
H19	-	一般会計	自治事務(その他)		○	○	○

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	46,429	69,326				
	決算	42,511					
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	42,511	69,326				
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(千円)							
人件費(千円)		33,600	26,600				
人工	正規	4.8	3.8				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

人口減少社会を迎え国内消費が縮小する中、旅行消費の獲得に向けた外国人観光客の誘致は、地域経済の活性化に大きく寄与し、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標(R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・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No R1~R4
					第1期	第2期	
トップセールスの実施回数(回)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	3	3	3	3	3	3	3
実績値	3	3					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
外国人延べ宿泊者数(千人/年)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	350	360	370	380	390	400	410
実績値	372	R2.10頃確定					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
欧米豪からの外国人宿泊客数(千人/年)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	35	36	37	38	39	40	41
実績値	33	R2.10頃確定					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

(1)インバウンド推進事業 ・ビジットハママツ推進事業 ・ラグビーワールドカップ2019誘客推進事業 ・浜名湖観光圏整備推進協議会負担金 ・広域連携団体負担金 ・多言語版観光パンフレット等作成 ほか (2)グローバル人材活用事業 ・国際交流員の招致 ・CLAIRの制度を活用し、友好都市の杭州市から職員受入れ ・台湾連絡員の設置

・事業の成果と課題

指標の達成度 <input type="checkbox"/> 進んでいる
【R1-R4重点戦略項目 No.36、37】 ・2019年(1月-12月)の市内外国人宿泊者数は、対前年同期比31.0%増の435,278人であった。(経済効果推計値:74億円) ・周辺自治体や二次交通事業者等との広域連携・官民連携についても、旅行博出展、現地セミナー・商談会、FAMトリップなど幅広い連携へと順調に進展しており、本市への送客に向けた広域観光ルートの設定から商品造成・販売へとつながっている。 ・ラグビーワールドカップ2019を目的に訪日を検討する外国人個人旅行者の宿泊予約獲得を目的としたデジタルプロモーションを実施し、欧米豪市場を中心とした訪日外国人の宿泊につなげるとともに、台北市との相互誘客キャンペーンや杭州市からの研修員受入、教育旅行等の受入など「交流都市協定」を活用した事業も展開した。

・ 事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

・ラグビーワールドカップを目的に訪日する外国人観光客の宿泊を獲得するため、OTA(Online Travel Agent)を活用したデジタルプロモーションを実施し、大会期間中の宿泊予約獲得につなげた。
・また、官民連携組織「ラグビーワールドカップ2019及びオリパラ大会に向けた浜松・浜名湖誘客実行委員会」の立ち上げ、浜松商工会議所を中心とした「日本一のインバウンド応援都市 浜松」宣言によって地域が一丸となって訪日外国人の受入体制整備を進めた。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

・FIT対策を本格化するため、本市及び本市観光資源の認知向上に向けた動画プロモーションの実施など、BtoC施策へのデジタルマーケティング導入を推進する。
・静岡県海外事務所や周辺自治体、二次交通事業者との広域連携・官民連携を更に進めるとともに、団体旅行の獲得に向けてはBtoB商談会への出展、個人旅行の獲得に向けてはメディアプロモーション、FITフェア出展、デジタルマーケティングなど成果に直結する取り組みを進める。

補助シート (事業名) 海外戦略推進事業

◇【R1～R4】事業工程表 (No.: 重点戦略項目No)

No.	R1	R2	R3	R4
36	<ul style="list-style-type: none"> ・インバウンド事業推進方針の策定 ・ターゲット市場でのプロモーション及びセールス ・受入環境の整備 			
37	<ul style="list-style-type: none"> ・欧米豪市場におけるプロモーション及びセールス ・体験型観光コンテンツ等の造成及び販売支援 			

事業シート (事業名) MICE推進事業

◇事業目的・事業対象

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を増加する。

※MICE

Meeting(会議) IncentiveTravel(報奨・研修旅行) Convention(国際会議) Exhibition/Event(展示会)

◇事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.38】

(1)観光・コンベンション推進事業

官民連携による観光振興・MICE誘致事業推進体制の整備やコンベンション主催者へのセールス活動などを行う。

(2)コンベンション開催支援事業負担金

本市で国際会議などを開催する主催者に対して一定額を支援(開催助成金等)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
H1	-	一般会計	自治事務(その他)		○	○	○

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	55,816	58,620				
	決算	51,941					
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	51,941	58,620				
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(千円)							
人件費(千円)		700	700				
人工	正規	0.1	0.1				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
①貧困		⑩不平等	
②飢餓		⑪都市	
③保健		⑫生産・消費	○ 12.b
④教育		⑬気候変動	
⑤ジェンダー		⑭海洋資源	○ 14.7
⑥水・衛生		⑮陸上資源	
⑦エネルギー		⑯平和	
⑧成長・雇用	○ 8.9	⑰実施手段	
⑨イノベーション			

・事業とゴールの関連性

MICEの推進を通じて、観光交流客数の拡大を推進することは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標(R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・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No R1~R4
					第1期	第2期	
国際会議等誘致件数(件)							38
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	3	5	5	5	5	5	5
実績値	5	8					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
新規賛助会員数(団体)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	35	35	35	35	35	35	35
実績値	19	11					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
コンベンション支援件数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	200	200	200	200	200	200	200
実績値	184	301					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
コンベンション総消費額(億円)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	90	90	90	92	92	92	92
実績値	88	92					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.38】

- ・観光プラットフォームの構築やコンベンション開催地としての魅力向上に向け、浜松・浜名湖ツーリズムビューローに業務を委託し、国際会議等の誘致活動や情報発信を行った。
- ・コンベンションの開催支援や主催者への助成を行うため負担金を交付した。

・事業の成果と課題

指標の達成度

進んでいる

浜松・浜名湖ツーリズムビューローを中心とした官民一体の推進体制により、観光振興・MICE誘致、それに関する情報収集と発信に向けた事業を実施したことにより、国際会議の誘致件数が増加した。

・事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

コンベンション誘致を円滑に進めるため、事前視察旅費を助成対象とするよう検討を進めた。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

他都市との競争の中で、助成限度額の引き上げなど、制度改善に向けて調査・研究を行う。

補助シート (事業名) MICE推進事業

◇【R1～R4】事業工程表 (No.: 重点戦略項目No)

No.	R1	R2	R3	R4
38	・コンベンションの誘致 ・コンベンションの支援	・コンベンションの誘致 ・コンベンションの支援	・コンベンションの誘致 ・コンベンションの支援	・コンベンションの誘致 ・コンベンションの支援

事業シート (事業名) 観光宣伝事業

◇事業目的・事業対象

観光案内等の情報発信、広域観光振興団体への参画、市内各地域の観光事業の振興、ロケの誘致、特産品のPRなどを通じて観光誘客を推進する。

◇事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.44】

(1)観光案内推進事業

観光インフォメーションセンターや各地区の観光案内所、ウェブサイト「浜松だいすきネット」の管理運営などを行う。

(2)観光宣伝支援事業

観光振興を目的とする各種団体に参画し、広域観光事業等を実施する。

(3)観光振興助成事業

市内各地域の観光協会が行う観光振興事業を支援する。

(4)フィルムコミッション推進事業

全国規模の映画やドラマ等の誘致や撮影活動を支援する。

(5)特産品カタログギフト事業

本市の特産品等をまとめたカタログギフトを販売する。

◇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
不明	-	一般会計	自治事務(その他)		○	○	○

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	69,879	69,184				
	決算	64,051					
	国・県支出						
	市債						
	その他	7,000	7,000				
	一般財源	57,051	62,184				
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(千円)							
人件費(千円)		25,900	23,800				
人工	正規	3.3	3.0				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	1.0	1.0				

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	○ 14.7
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

観光に関する情報発信を強化することで、観光交流客数の拡大につなげることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標(R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・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No
					第1期	第2期	R1~R4
観光交流客数(千人)					III-2(2)イ	III-2(2)イ	33
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	22,330	23,700	20,400	20,800	21,200	21,600	22,000
実績値	18,809	R2.10頃確定					
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No
					第1期	第2期	R1~R4
全国規模の撮影支援件数(件)							44
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	-	-	96	100	105	110	115
実績値	88	92					
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No
					第1期	第2期	R1~R4
撮影支援件数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	-	190					
実績値	182	206					
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

【R1-R4重点戦略項目 No.44】

(1)観光案内推進事業

・観光インフォメーションセンター等の運営、観光案内ウェブサイトや観光パンフレットの作成などを通じ、本市の魅力や観光情報を発信し、観光誘客の拡大を図る。

(2)観光宣伝支援事業

・観光振興を目的とする各種団体に参画し、連携事業の実施、広域観光事業などの情報収集を行う。

(3)観光振興助成事業

・市内各地域の観光事業の振興とその円滑な推進を図ることにより、本市の観光誘客力を強化する。

(4)フィルムコミッション推進事業

・浜松市内への全国規模のロケ誘致やロケ支援を行うことにより、ロケ隊の直接的経済効果に加え、放映による本市の知名度の向上、集客力の強化や観光誘客を図る。

(5)特産品カタログギフト事業

・カタログを通じて本市の特産品や商品の知名度を向上し、誘客を促進するとともに特産品の販路を拡大する。

・事業の成果と課題

指標の達成度

進んでいる

フィルムコミッションの取り組みによりロケ支援件数が伸びている。今後は、より全国規模の作品等を誘致し観光誘客につなげる取り組みを強化する。

また、観光案内ウェブサイトである、浜松・浜名湖だいすきネットを改修するとともに、体験型観光商品を販売するちよい旅ガイドを充実し、情報発信を強化した。

・ 事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

フィルムコミッション推進室を設置し、専任職員を設けた中で、支援活動が活性化し、ロケ支援件数が伸びた。観光協会への助成について、費用対効果を可視化するため、目標値の設定を必須とした。
浜松・浜名湖だいすきネットを改修するとともに、体験レポートコンテンツを充実し、アクセス数の増加に努めた。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

本市が加入している観光関係団体への負担金については、費用対効果などを検証し、参加の必要性を検討する。

補助シート (事業名) 観光宣伝事業

◇【R1～R4】事業工程表 (No.: 重点戦略項目No)

No.	R1	R2	R3	R4
44	<ul style="list-style-type: none">・ロケ候補地の新規開拓・撮影受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none">・ロケ候補地の新規開拓・撮影受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none">・ロケ候補地の新規開拓・撮影受入環境の整備	<ul style="list-style-type: none">・ロケ候補地の新規開拓・撮影受入環境の整備

事業シート (事業名) ふるさと納税事業

◇事業目的・事業対象

ふるさと納税制度に基づき、全国から寄附金を集めるとともに、特産品の返礼を通じて地域産業を振興する。

◇事業の概要

寄附受付サイトを活用し、全国から寄附金を集めるとともに、寄附者に対して本市の特産品を返礼品としてお贈りする。

①寄附受付サイト

ふるさとチョイス、さとふる、ANAのふるさと納税、楽天ふるさと納税、ふるなび、Wowma！ふるさと納税

②返礼品

浜名湖うなぎ、浜松餃子、三ヶ日みかん、体験型商品(宿泊、食事、アクティビティ等)など約2,000種類

◇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
H20	-	一般会計	自治事務(その他)	-	○	-	○

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	840,191	749,992				
	決算	837,130					
	国・県支出						
	市債						
	その他						
	一般財源	837,130	749,992				
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等)(千円)							
人件費(千円)		12,600	16,380				
人工	正規	1.0	0.9				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)	2.0	3.6				

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	○ 14.7
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

特産品のプロモーションにより本市への興味を引き出し、観光誘客を推進するとともに、特産品の返礼を通じた地域産業の振興により、持続可能な経済成長へとつなげる。

◇事業の指標(R4:重点戦略最終年度、R6:総合戦略・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No R1~R4
					第1期	第2期	
ふるさと納税寄附額(百万円)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	1,500	1,500	1,800	2,100	2,400	2,700	3,000
実績値	935	1,628					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
ふるさと納税寄附件数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値	75,000	75,000	100,000	125,000	150,000	175,000	200,000
実績値	49,370	88,780					
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No R1~R4
					第1期	第2期	
ふるさと納税寄附件数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
ふるさと納税寄附件数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No R1~R4
					第1期	第2期	
ふるさと納税寄附件数(件)							
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

■ふるさと納税事業

ふるさと納税による寄附金受入額を増加させるため、ふるさと納税ポータルサイトの利用による寄附受付等を実施。また、返礼品を通じて本市の魅力を発信するためのプロモーション業務等を実施。

○寄附受付サイト

- ・ふるさとチョイス(株)トラストバンク) ・さとふる(株)さとふる) ・ANAのふるさと納税(全日空商事株)
- ・楽天ふるさと納税(楽天株) ・ふるなび(株)アイモバイル) ・ふるまる(レッドホースコーポレーション株)
- ・Wowma! ふるさと納税(KDDI株)

・事業の成果と課題

指標の達成度

進んでいる

・寄附受付ポータルサイトの活用、事業者と協力連携した返礼品の充実、WEB広告や雑誌広告を活用した戦略的なプロモーションなどに取り組み、寄附金、寄附件数ともに前年度及び目標値を上回った。

・ 事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

・ふるさと納税ポータルサイトの活用や、シティプロモーション事業と連携した地域の特産品のプロモーションなどにより、前年度を上回る寄附金、寄附件数となった。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

・ふるさと納税制度を適切に運用するなかで、寄附受付サイトや返礼品の拡充、戦略的なプロモーションなどを実施し、寄附金受入額を増加させる。
・他都市の取組をしっかりと調査し、参考にできることは取り入れていく。

事業シート (事業名) 観光施設整備基金積立金

◇事業目的・事業対象

浜松市観光施設整備基金に予算で定める額を積み立てて、温泉を利用する地域における観光施設の整備費に充当する。

◇事業の概要

浜松市観光施設整備基金の運用利子の積立
 温泉を利用する地域の観光施設の整備費に充てるため、浜松市観光施設整備基金に基金の運用利益及び入湯税のうち予算で定める額を積み立て、「浜松市観光施設整備基金に関する条例」第6条(処分)に合致した観光施設整備事業を行う際に予算で定める額を一般会計へ繰り出すもの。

◇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
S53	-	一般会計	自治事務(その他)	-	-	-	-

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	19	27				
	決算	19					
	国・県支出						
	市債						
	その他	19	27				
一般財源							
一般会計繰入金							
人件費(報酬等) (千円)							
人件費 (千円)		700	700				
人工	正規	0.1	0.1				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
①貧困		⑩不平等	
②飢餓		⑪都市	
③保健		⑫生産・消費	○ 12.b
④教育		⑬気候変動	
⑤ジェンダー		⑭海洋資源	○ 14.7
⑥水・衛生		⑮陸上資源	
⑦エネルギー		⑯平和	
⑧成長・雇用	○ 8.9	⑰実施手段	
⑨イノベーション			

・事業とゴールの関連性

計画的に基金を積み立て、観光施設の計画的な整備・維持に努めることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標 (R4: 重点戦略最終年度、R6: 総合戦略・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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

温泉を利用する地域の観光施設の整備費に充てるため、浜松市観光施設整備基金に基金の運用利益及び入湯税のうち予算で定める額を積み立てる。
 当初、入湯税のうち予算で定める額を毎会計年度積み立てていたが、平成6年度から入湯税の積み立ては行っていない。現在、金融機関での基金運用により発生する利子を積み立てている。
 浜松市観光施設整備基金に関する条例第6条(処分)に合致した整備事業を行う際、予算で定める額を一般会計へ繰り出す。【現在、積み立てられている基金の入湯税は館山寺温泉分。】

・事業の成果と課題

指標の達成度

計画通り

基金運用収入を積み立てた。

・ 事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工
基金運用収入を積み立てた。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工
計画的に基金を積み立てる。

事業シート (事業名) 観光・シティプロモーション運営経費

◇事業目的・事業対象

観光・シティプロモーション課における一般事務や観光政策の推進に必要な経費を執行する。

◇事業の概要

観光政策の推進に関わる一般事務経費。

◇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
-	-	一般会計	自治事務(その他)	-	-	-	-

◇事業のコスト

		R1	R2	R3	R4	R5	R6
事業費(千円)	予算	18,877	10,696				
	決算	18,733					
	国・県支出						
	市債						
	その他	144	146				
	一般財源	18,589	10,550				
	一般会計繰入金						
人件費(報酬等) (千円)							
人件費 (千円)		18,200	18,200				
人工	正規	2.6	2.6				
	再任用(h31)						
	再任用(h26)						
	会計年度任用職員(人事課予算)						

◇SDGsとの関連

・関連するゴール

ゴール	ターゲット	ゴール	ターゲット
① 貧困		⑩ 不平等	
② 飢餓		⑪ 都市	
③ 保健		⑫ 生産・消費	○ 12.b
④ 教育		⑬ 気候変動	
⑤ ジェンダー		⑭ 海洋資源	○ 14.7
⑥ 水・衛生		⑮ 陸上資源	
⑦ エネルギー		⑯ 平和	
⑧ 成長・雇用	○ 8.9	⑰ 実施手段	
⑨ イノベーション			

・事業とゴールの関連性

観光政策を効率的に進めることは、「雇用創出、地方の文化振興・産品販促につながる持続可能な観光業」を促進するものであり、「持続可能な経済成長」につながる。

◇事業の指標 (R4: 重点戦略最終年度、R6: 総合戦略・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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							
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No
					第1期	第2期	R1~R4
年度	H30	R1	R2	R3	R4	R5	R6
目標値							
実績値							

◇令和元年度の事業評価

・令和元年度の事業の概要

観光・シティプロモーション課の一般事務に要する経費。

・事業の成果と課題

指標の達成度

観光・シティプロモーション課の事務遂行のため適正に諸経費を執行した。

・事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

各区を含め、観光振興やシティプロモーションに向けた経費を効果的に執行した。

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工

各区を含め、観光振興やシティプロモーションに向けた経費の効果的な執行を図る。