

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

多彩な魅力の発信による都市のブランディングを通じて、交流人口の拡大、移住・定住の促進、産品等の販路拡大、文化振興や企業誘致等、地方創生につなげ、都市間競争に勝ち抜いていく。

◇政策のコスト(千円)

	H27	H28	H29	H30
予算	124,220	27,993	78,079	124,154
決算	72,448	75,602	73,931	
人件費(A)	42,700	35,700	35,000	31,500
報酬(B)				
年間経費(予算又は決算+A+B)	115,148	111,302	108,931	155,654

◇政策の指標

政策指標	単位	H36 目標値	年度	H27	H28	H29	H30
浜松市の魅力度(地域ブランド調査)	位	30	目標	50	48	46	44
			実績	56	78	49	
			目標				
			実績				
			目標				

◇平成29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29年度の政策評価(政策の進捗・課題)

<進捗> 計画通り
 平成29年度は49位と目標(46位)に近づき、概ね計画通りに進んでいる。2017年大河ドラマ「おんな城主 直虎」の放送を追い風とした「出世の街 浜松」の周知・浸透、大都市圏を中心とした「出世大名康くん」や「出世法師 直虎ちゃん」を活用した積極的なプロモーションなどの取組成果が着実に表れてきている。今後は、「出世の街」に加え、「ウォーター・マリンスポーツの聖地」のシティプロモーションを推進するとともに、大都市圏を中心に本市の魅力発信を加速させることで、これまで以上に各種メディアなどでの本市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)	非常勤	
1	シテプロモーション事業	○	○			103,868	73,768	3.5			2.0	
2	魅力発信拠点施設管理運営事業			○		51,786	50,386	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						155,654	124,154	3.7			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

多彩な魅力の発信による都市のブランディングを通じて、交流人口の拡大、移住・定住の促進、産品等の販路拡大、文化振興や企業誘致等、地方創生につなげ、都市間競争に勝ち抜いていく。

◇事業の概要

- ①全国プロモーション・メディアリレーション業務
テレビ番組、新聞記事、雑誌記事等、パブリシティの獲得を通じて本市の魅力を全国に発信する。
- ②シティプロモーション情報誌制作(HAMA流)
本市の魅力を集約した情報誌を制作し、大都市圏を中心に配布する。(125,000部以上×3回)
- ③ウォーター・マリンスポーツ動画の制作
ウォーター・マリンスポーツの聖地化に向け、当該スポーツのフィールドやプレイヤー、アクティビティ等を集約した動画を制作しインターネット等で国内外に発信する。
- ④浜松城観光誘客及びプロモーション業務
家康さんと直虎ちゃん等による浜松城定期登城を通じて「出世の街 浜松」の知名度を向上する。
- ⑤その他プロモーション
「バイクのふるさと浜松」のPRや本市を舞台としたアニメを活用したPRなど行う。

◇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	H30
事業費(千円)	予算	124,220	27,993	78,079	73,768
	決算	72,448	75,602	73,931	
	国・県支出		39,291		2,500
	市債				
	その他				22,540
	一般財源	72,448	36,311	73,931	48,728
	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	30,100
人工	正規	5.3	4.3	4.2	3.5
	再任用(h31)				
	再任用(h26)				
	非常勤	2.0	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	49			
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	1,446			
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	30			
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	
実績値	2	2	2			

◇平成29年度の事業評価

・平成29年度の事業の概要

○都市ブランドの確立
 ・全国プロモーション等業務
 「出世の街 浜松」を都市ブランドとして確立すべく、他都市との差別化を図ったシティプロモーションを展開するとともに、戦略的なメディアの活用により効果的に本市の知名度やイメージ向上を図る。
 ・大都市圏向け情報誌制作(HAMA流 年3回発行)
 ・やらまいか大使、徳川家康公関連ジオラマ制作、バイクのふるさとPR など

○家康くん、直虎ちゃん関連
 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とともに、家康くん、直虎ちゃん、武将隊を浜松城周辺に定期登城させ、浜松城への誘客と出世の街のさらなる知名度向上を図る。

・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、目標値に近づくとともに、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。
 ・今後、「出世の街 浜松」に加え、「ウォーター・マリンスポーツの聖地」の発信による都市のブランディングを通じて、本市のさらなる魅力度向上、交流人口の拡大等を図っていく。
 ・本市の特産品等の商品をブランド化し、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。

・事業の見直し

実施結果
 大項目 小項目 / 事業費 人工

年間を通じて浜松が舞台地となった2017年大河ドラマ「おんな城主 直虎」の放送を契機として、本市へ訪れた多くのお客さまに、「出世の街 浜松」や、浜松・浜名湖の歴史、文化を知っていただき、本市の魅力度等の向上につなげることができた。

今後の方向性
 大項目 小項目 / 事業費 人工

「出世の街」に加え、「ウォーター・マリンスポーツの聖地」のシティプロモーションを実施するとともに、大都市圏を中心に本市の魅力発信を加速させることなどで、これまで以上に各種メディアなどでの本市の露出機会を増やし、魅力度等の向上を図る。

事業シート (事業名) 魅力発信拠点施設管理運営事業

◇事業目的・事業対象

都市ブランド力の向上や観光交流人口の拡大に向け、本市の多彩な魅力の発信拠点を設置する。

◇事業の概要

- ・設置場所
旧「浜松出世の館」の跡地(浜松市中心街)
- ・設置期間
平成30年11月～32年10月(2年間)
- ・展示内容
ウォーター・マリンスポーツの聖地に向けた取り組みや大河ドラマ「いだてん」の主人公田畑政治氏の功績を中心に本市の多彩な魅力を紹介。

◇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
H30	H32	一般会計	自治事務(その他)		-	-	○

◇事業のコスト

		H27	H28	H29	H30
事業費(千円)	予算				50386
	決算				
	国・県支出				17,909
	市債				
人件費(報酬等) (千円)	その他				32,477
	一般財源				
	一般会計繰入金				
人工	人件費 (千円)				1400
	正規				0.2
	再任用(h31)				
	再任用(h26)				
	非常勤				

◇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
魅力発信拠点施設の入場者数(千人)						
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
目標値				105	250	
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		重点戦略項目No
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
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		重点戦略項目No
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
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		重点戦略項目No
年度	H27	H28	H29	H30	H31	H36
目標値						
実績値						

◇平成29年度の事業評価

・平成29年度の事業の概要

・事業の成果と課題

指標の達成度

・事業の見直し

実施結果

大項目 小項目 / 事業費 人工

今後の方向性

大項目 小項目 / 事業費 人工