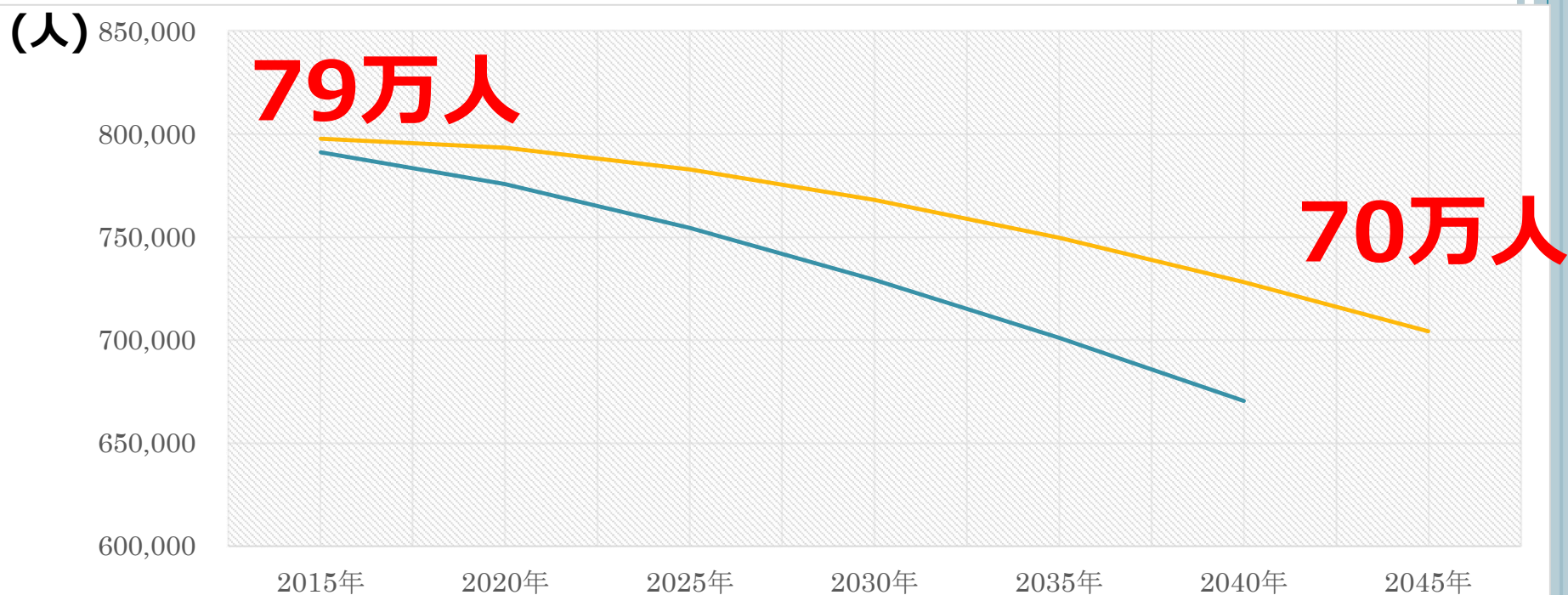


# 浜松市概況 基礎調査



# 【基礎資料】浜松市の将来人口

● 2013年推計 ● 2018年推計 ※国立社会保障人口問題研究所

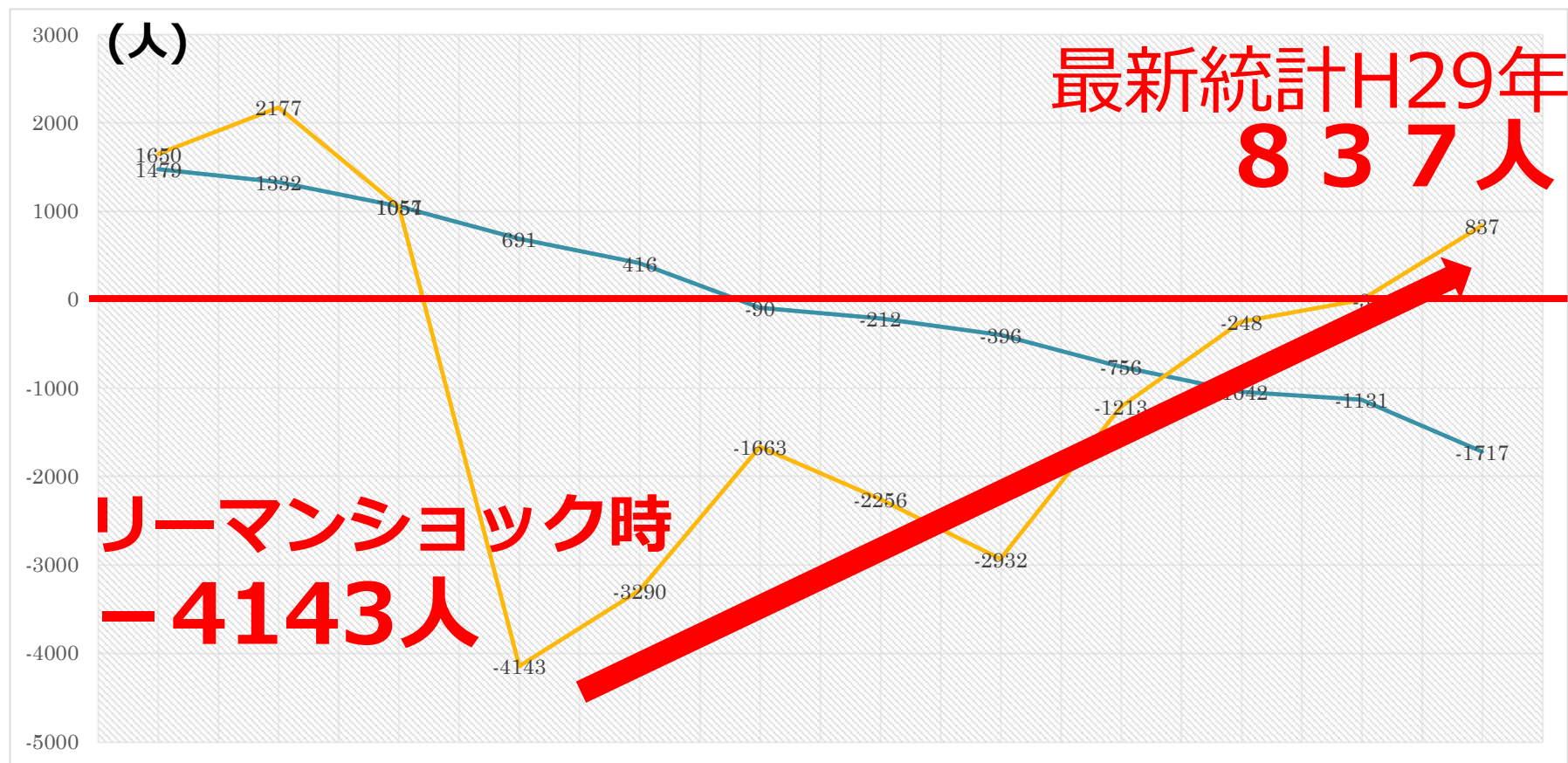


	2015年	2020年	2025年	2030年	2035年	2040年	2045年
2013	791,386	775,839	754,506	729,352	701,131	670,555	
2018	797,980	793,479	782,990	768,177	749,726	728,238	704,349

前回予測より改善するも26年後は9万強減少

# 【基礎資料】浜松市の人口動態

● **自然動態**「出生－死亡」 ● **社会動態**「転入－転出」



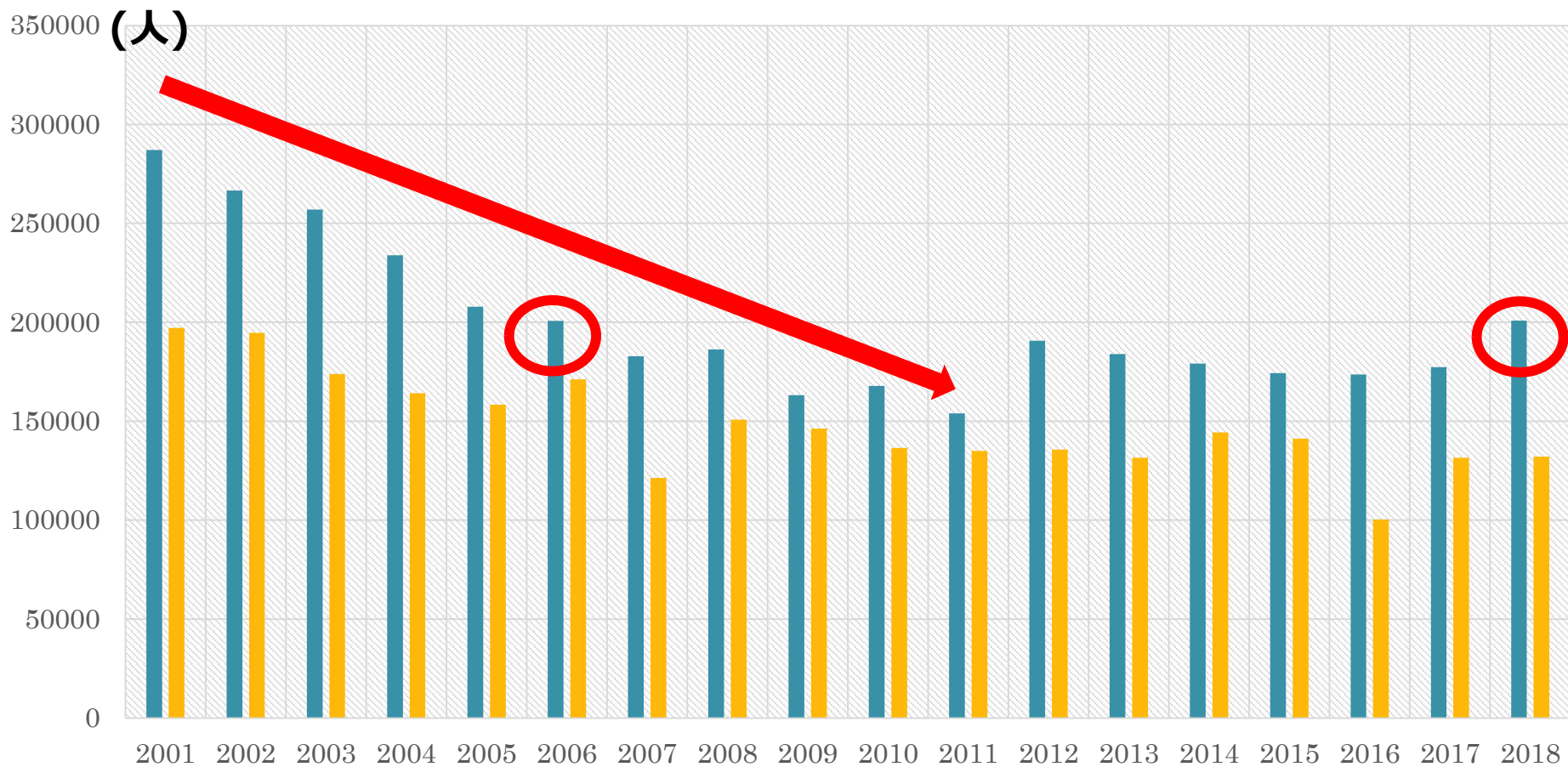
**社会動態**：09年-4143人→H29年**837人増**

**自然動態**：合計特殊出生率:政令市20都市中 **第1位!**

# 【基礎資料】 中心市街地の歩行量について

● 休日 ● 平日

中心市街地歩行量調査※市制情報より作成



平日人口はゆるやかな減少→横ばい

休日人口は急激な減少→横ばい→ゆるやかな上昇へ

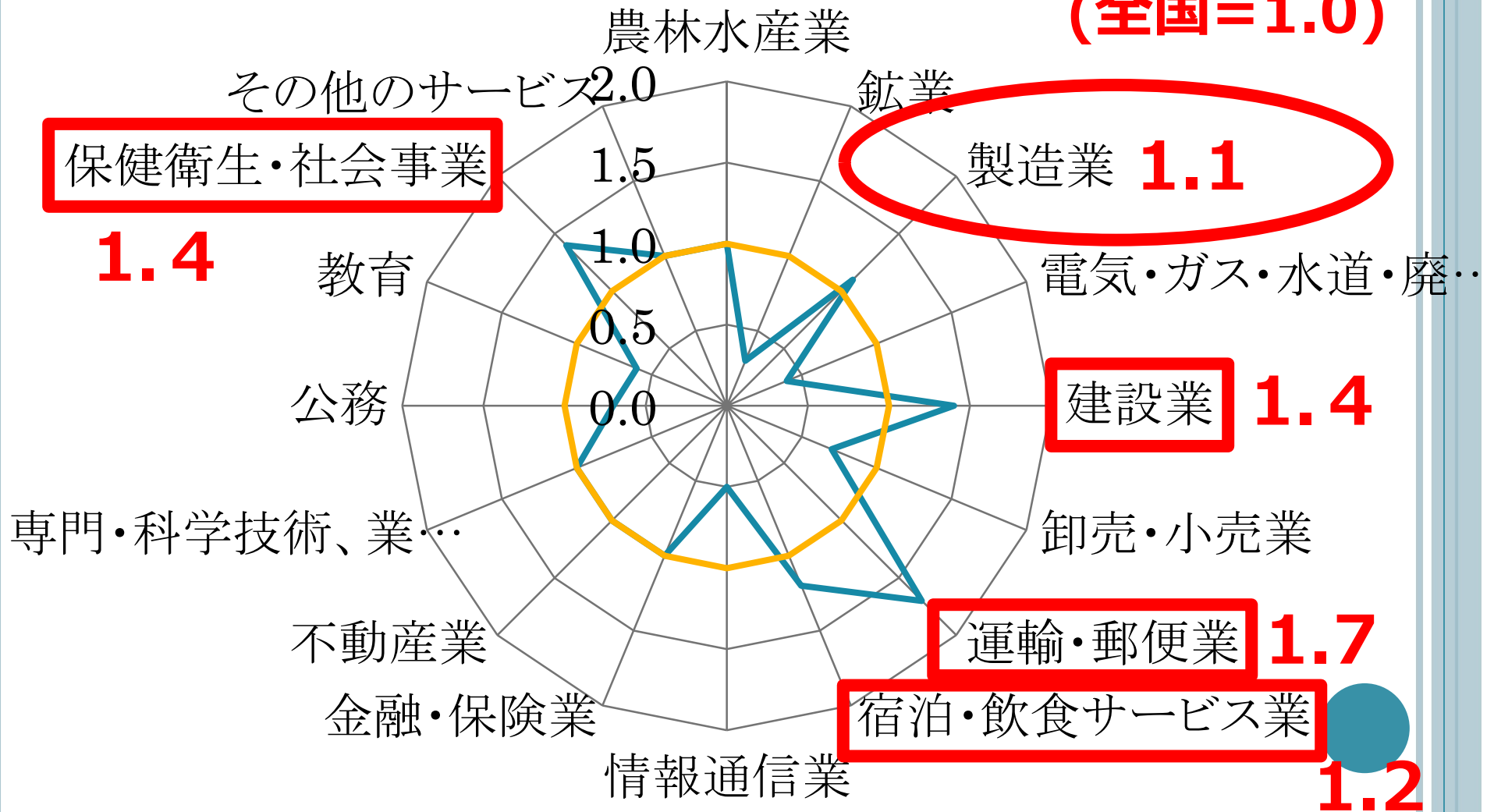
休日人口は昨年、2006年(12年前)の水準まで回復

# 【経済】業種別の特化産業

浜松市市民経済計算書

## ● 浜松市 ● 全国平均 経済活動別特化係数

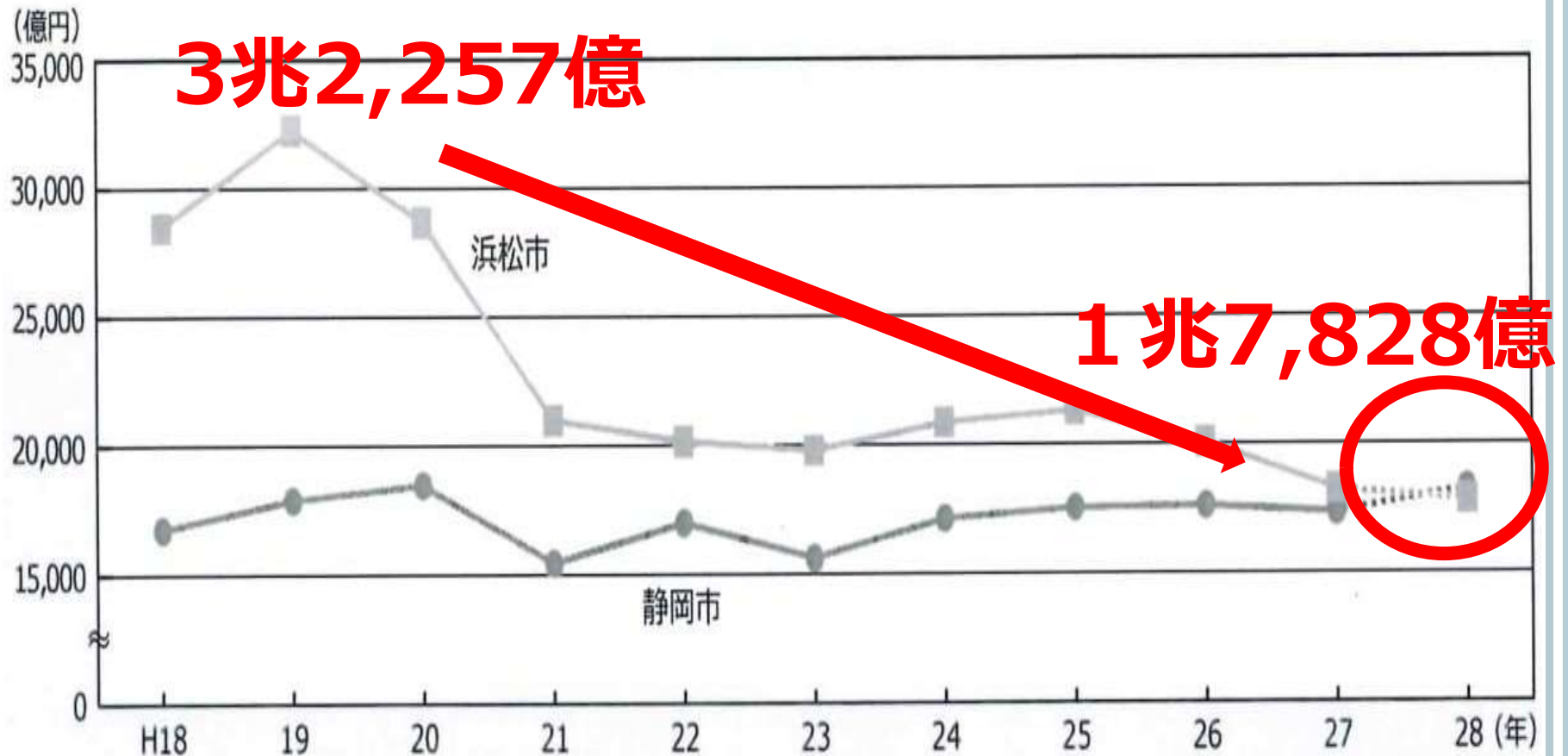
(全国=1.0)



# 【経済】近年のものづくりについて

静岡経済研究所

図表9 静岡市と浜松市の製造品出荷額等の推移

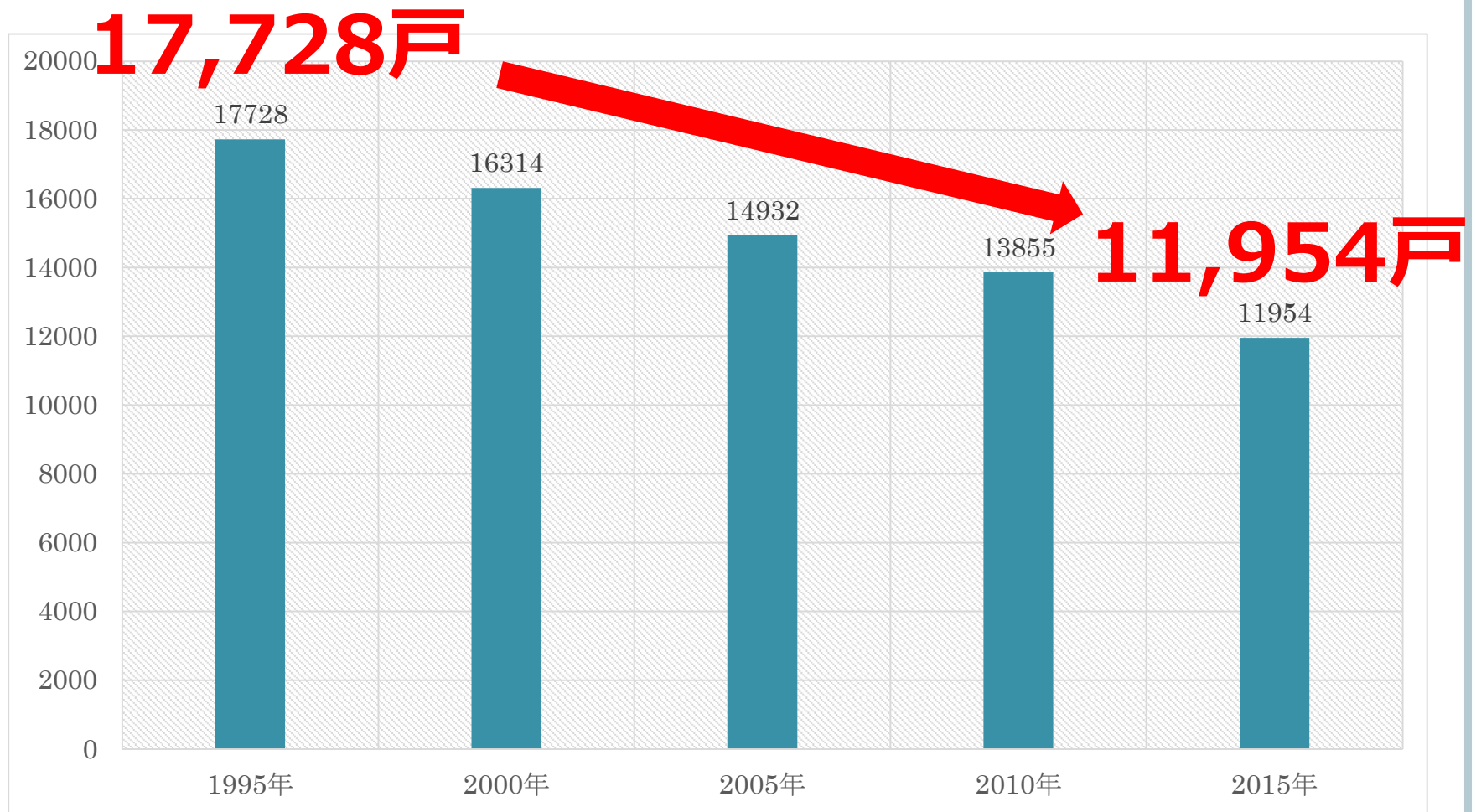


平成30年3月静岡市が浜松市を上回り県内トップへ

平成29年工業統計調査※平成30年3月公表

# 【経済】浜松市の総農家数の推移

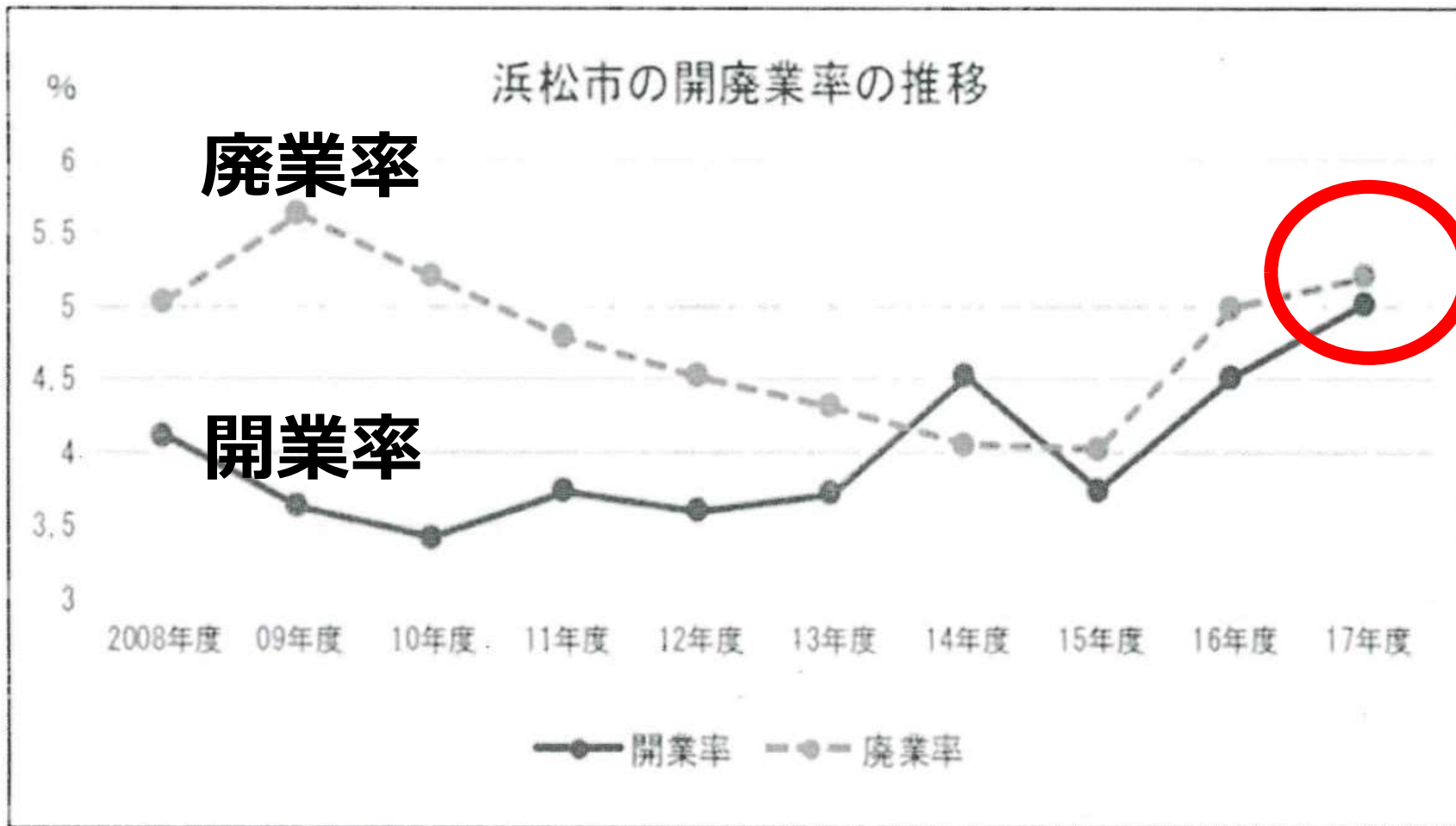
しんきん経済研究所



20年前と比較して30%以上の減少。

しんきん経済レポート2018年12月

# 【経済】 浜松市の開廃業率について しんきん経済研究所



出所 浜松市の資料をもとにしんきん経済研究所作成

業種別開業件数：

1位サービス業432件    2位建設業132件    3位小売業131件

しんきん経済レポート2019年3月

# 【食と生活】家計調査分析にみる浜松市の特性

## 家計調査の分析基準

サンプル数：全国54,000 静岡県約1,600

都市別順位：都道府県庁+政令指定都市52都市

基準：H27～H29平均 全国平均=100指数



## 【生活】 家計調査にみる世帯の特徴※市町村単位

区分	世帯属性			年間消費支出額(千円)
	世帯人員(人)	有業人員(人)	持家率(%)	
全国	3.00	1.34	84.9	3,410
浜松市	<b>3.28</b>	<b>1.55</b>	<b>88.5</b>	3,516
静岡市	3.08	1.48	79.6	3,397
浜松市順位	<b>1位</b>	<b>5位</b>	<b>10位</b>	31位
静岡市順位	14位	8位	34位	21位

**核家族が少なく、就業者が多く、持家率が高い。**

## 【生活】 十大品目別消費支出の特徴

### ●静岡市

住居(116.7)教育(106.2)その他の支出(113.7)が大きい一方、家具・家事用品・保健医療・娯楽が少なく**大都市+地方都市の両方の特徴**がある。

### ●浜松市

各品目が軒並み平均以下である中、交通・通信費(119.0)のみ大きく【**全国4位**】**政令指定都市だが地方都市特有の特徴**がある。

# 【生活】浜松市が消費支出**日本一**の品目※家計調査年報

都道県庁所在地・政令市52都市 全国=100 H27-H29 平均

日本一の品目	全国=100		静岡市 順位
	浜松市	静岡市	
うなぎのかば焼き	241.2	119.4	12位
ぎょうざ	201.1	113.6	7位
ふとん	201.1	55.5	47位
男子用和服	550.2	50.2	36位
子供靴	163.2	107.7	25位
自動車購入	211.0	72.4	40位

# 【生活】浜松市が消費支出**最下位**の品目※家計調査年報

都道県庁所在地・政令市52都市 全国=100 H27-H29 平均

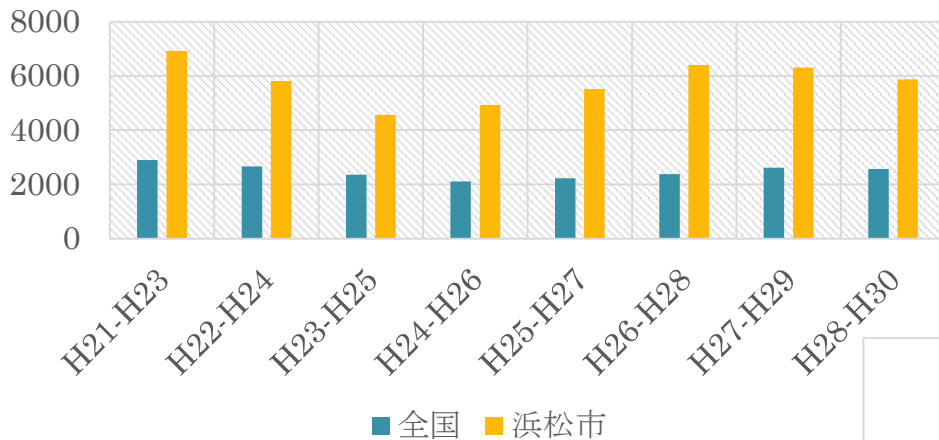
最下位の品目	全国比		静岡市 順位
	浜松市	静岡市	
さつまいも	67.1	93.1	37位
炭酸飲料	69.7	91.1	36位
発泡酒	59.8	90.2	36位
男子用上着	56.6	86.3	39位
パーマメント代	37.7	56.0	50位

# 【食】浜松市の特産品の指数※全国家計調査年報より

## かば焼き&餃子だけとは言わせない！！

● 浜松 ● 全国

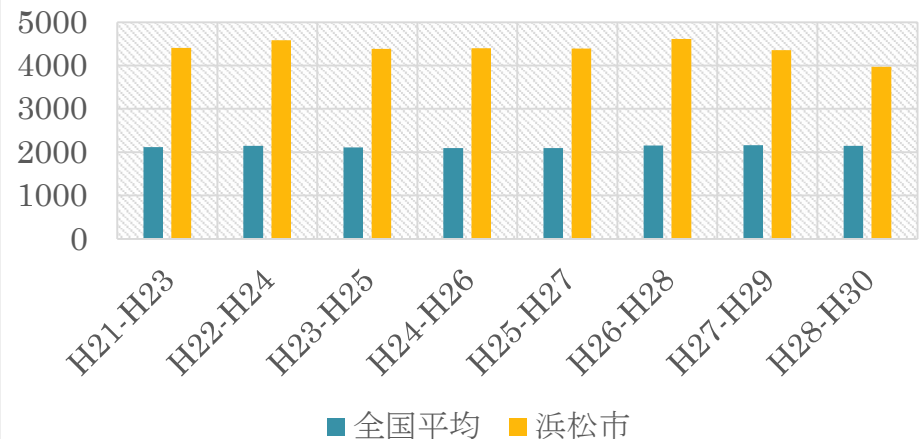
### うなぎのかば焼【支出金額】



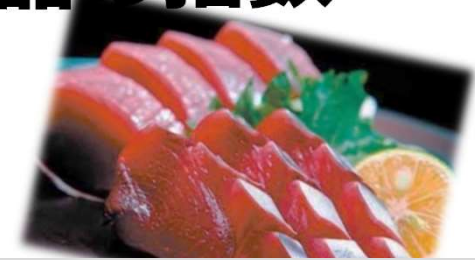
# 10年間 1位独占

# 2019年 1位返咲き

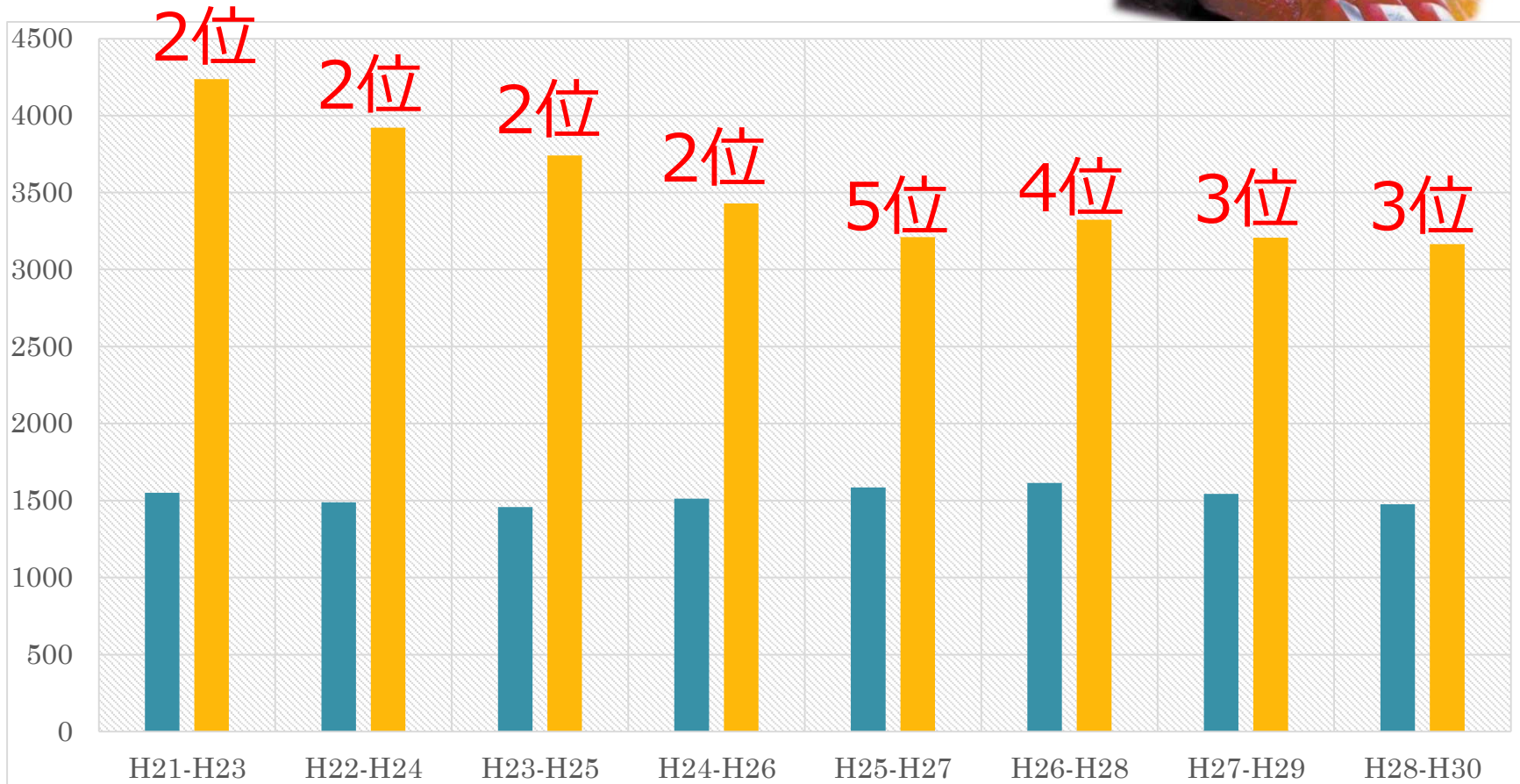
### ぎょうざ【支出金額】



# 【食】支出金額別 浜松市の特産品の指数 かつお『浜松名物もちがつお』



● 浜松 ● 全国平均 ※支出金額



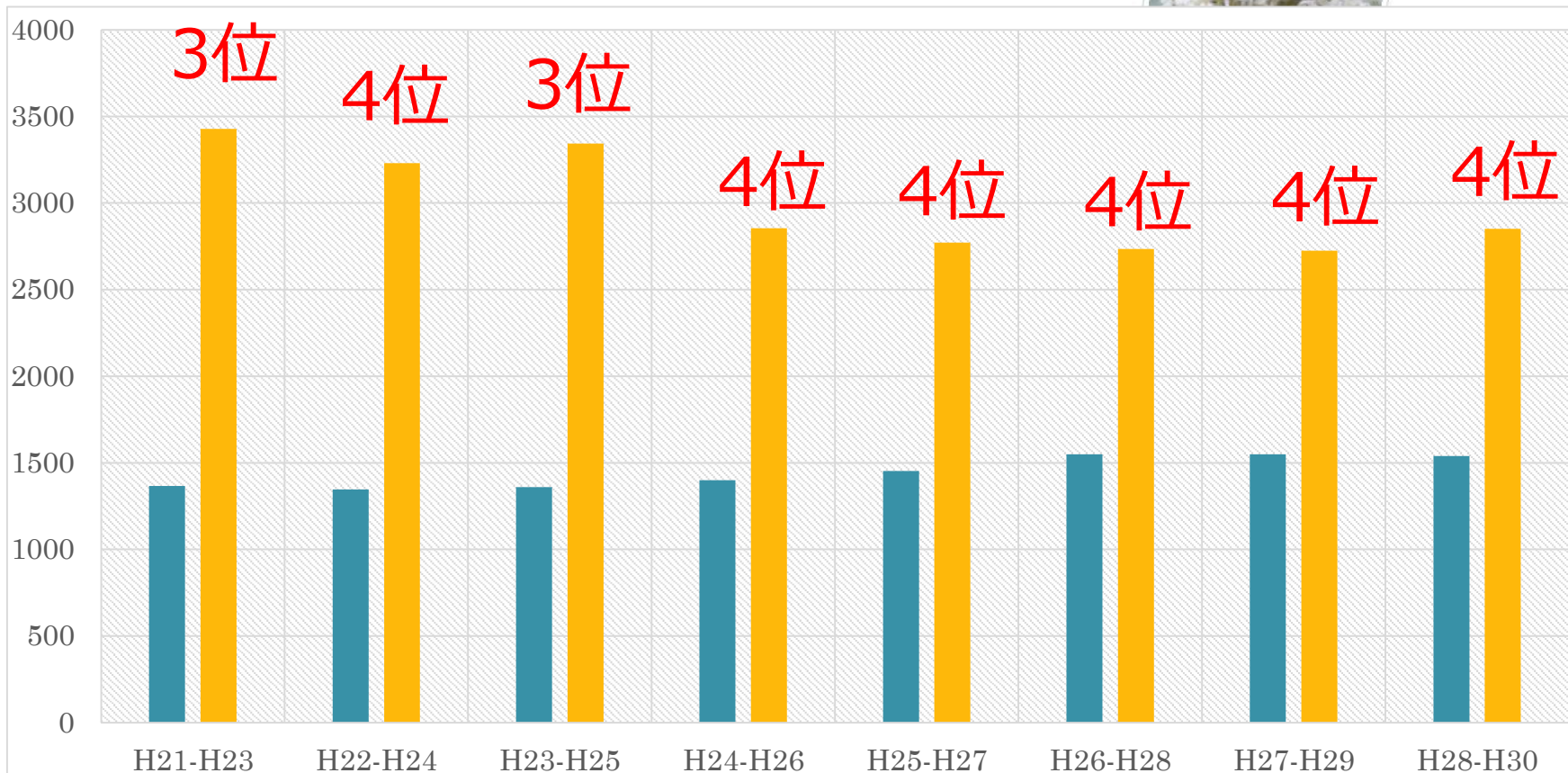
絶品なのに全国的な知名度が・・・

# 【食】支出金額別 浜松市の特産品の指数

## しらす『遠州灘産シラス』



● 浜松 ● 全国平均 ※支出金額



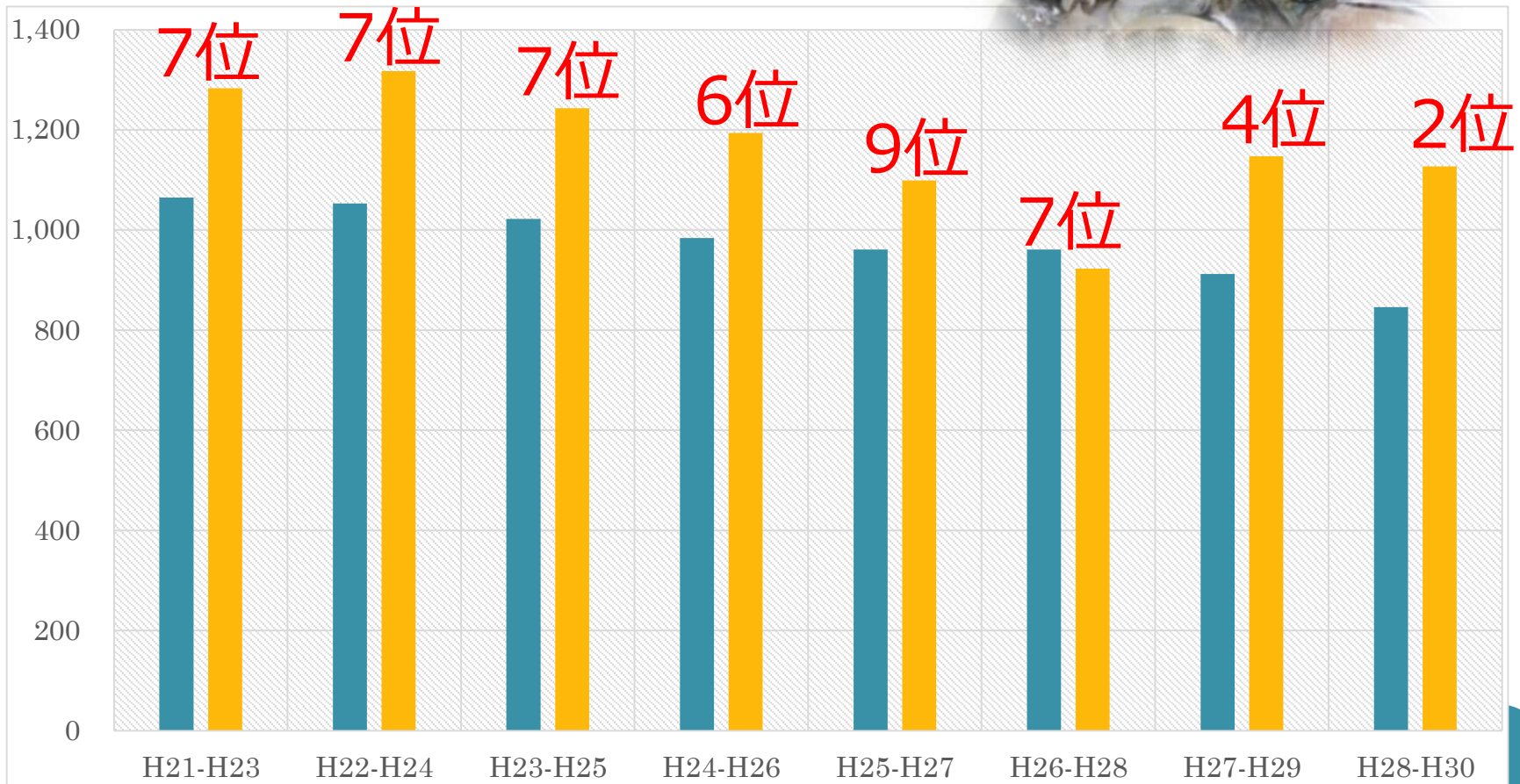
**舞阪漁港の漁獲量は全国有数！！**

# 【食】支出金額別 浜松市の特産品の指数

## あさり『浜名湖あさり』



● 浜松 ● 全国平均 ※支出金額



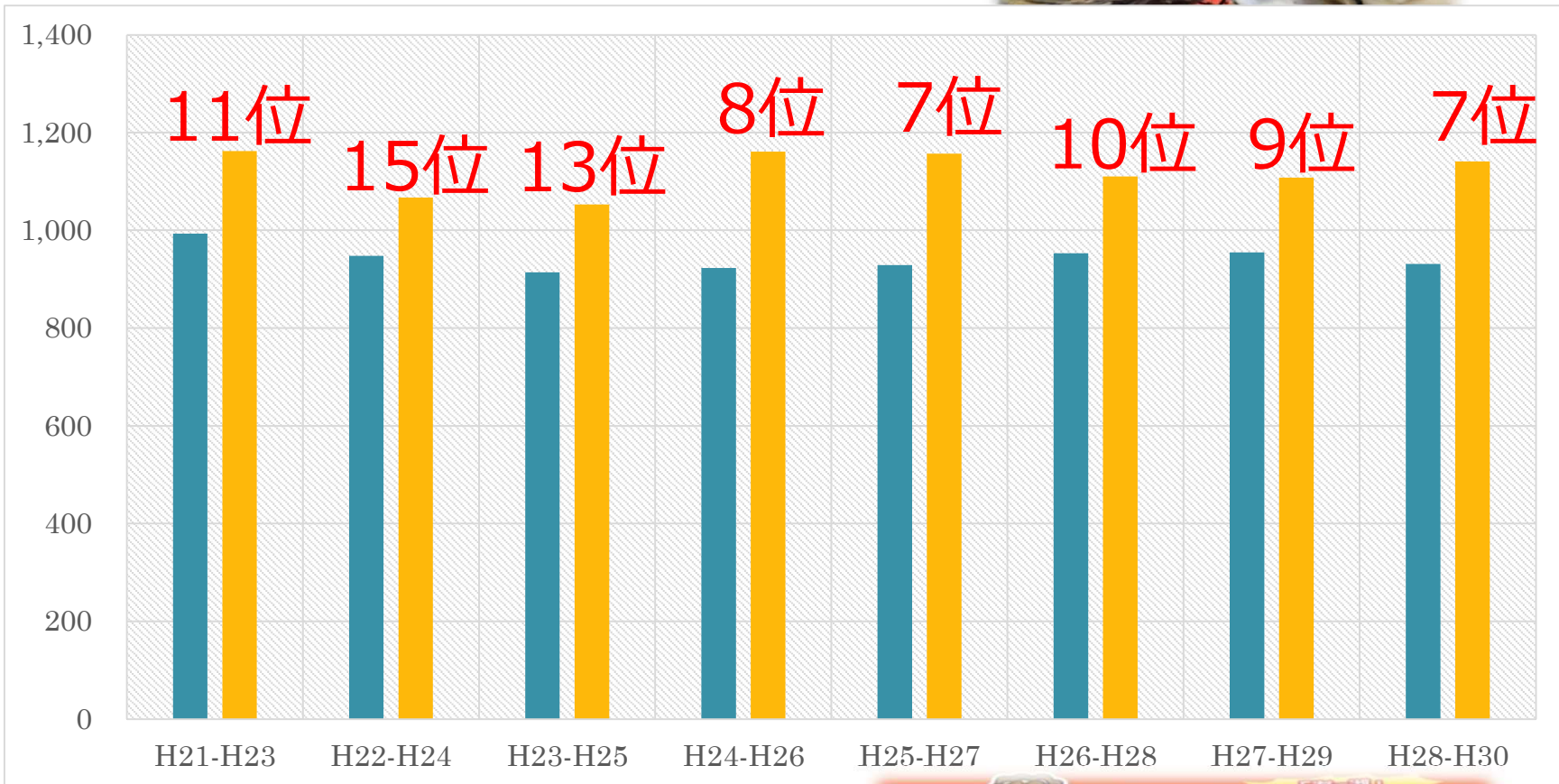
**遠州灘特有の透明度と質は日本一！**

# 【食】支出金額別 浜松市の特産品の指数

## かき『浜名湖かき』



● 浜松 ● 全国平均 ※支出金額



## 新名物は牡蠣カバ丼

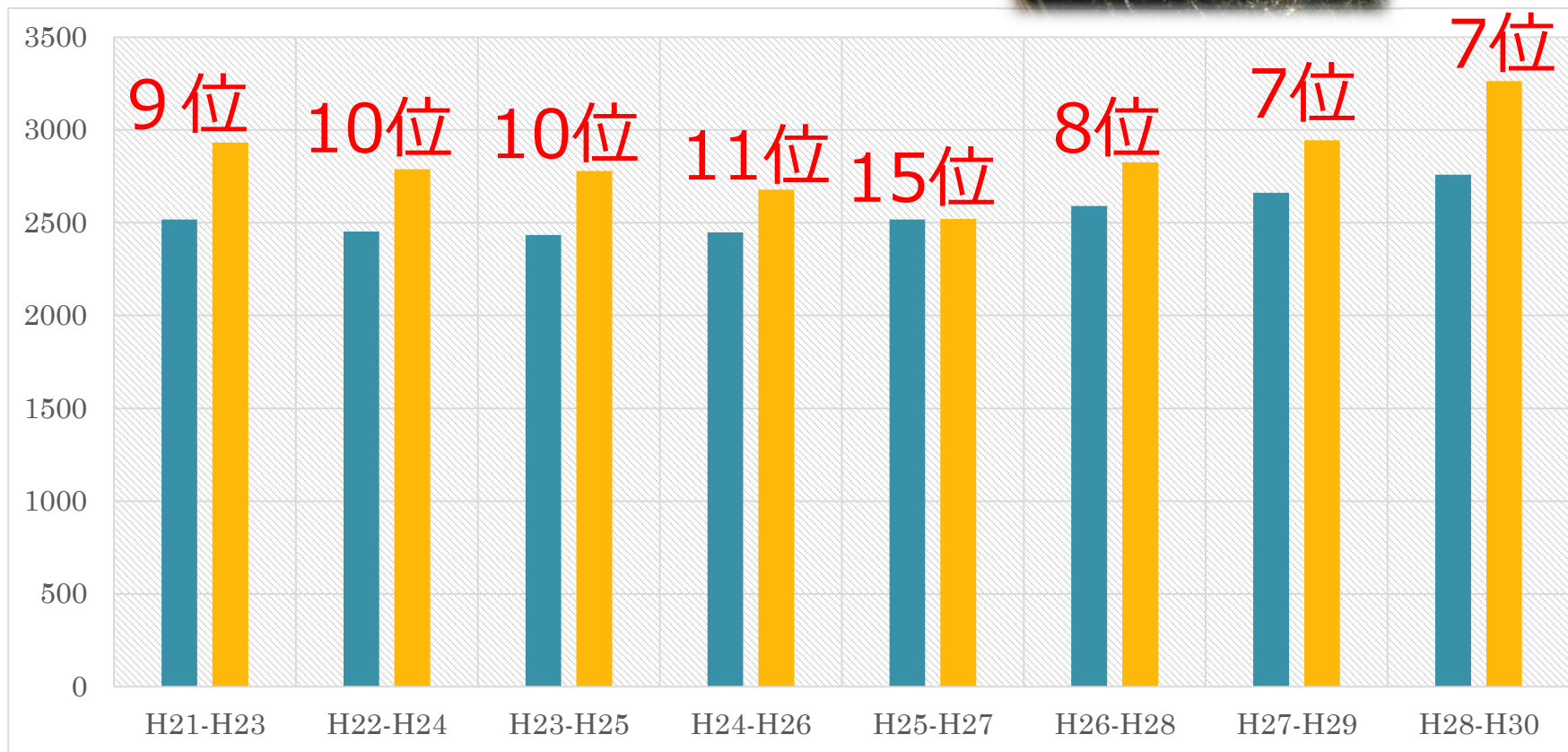


# 【食】支出金額別 浜松市の特産品の指数

## 干し海苔『浜名湖のり』



● 浜松 ● 全国平均 ※支出金額



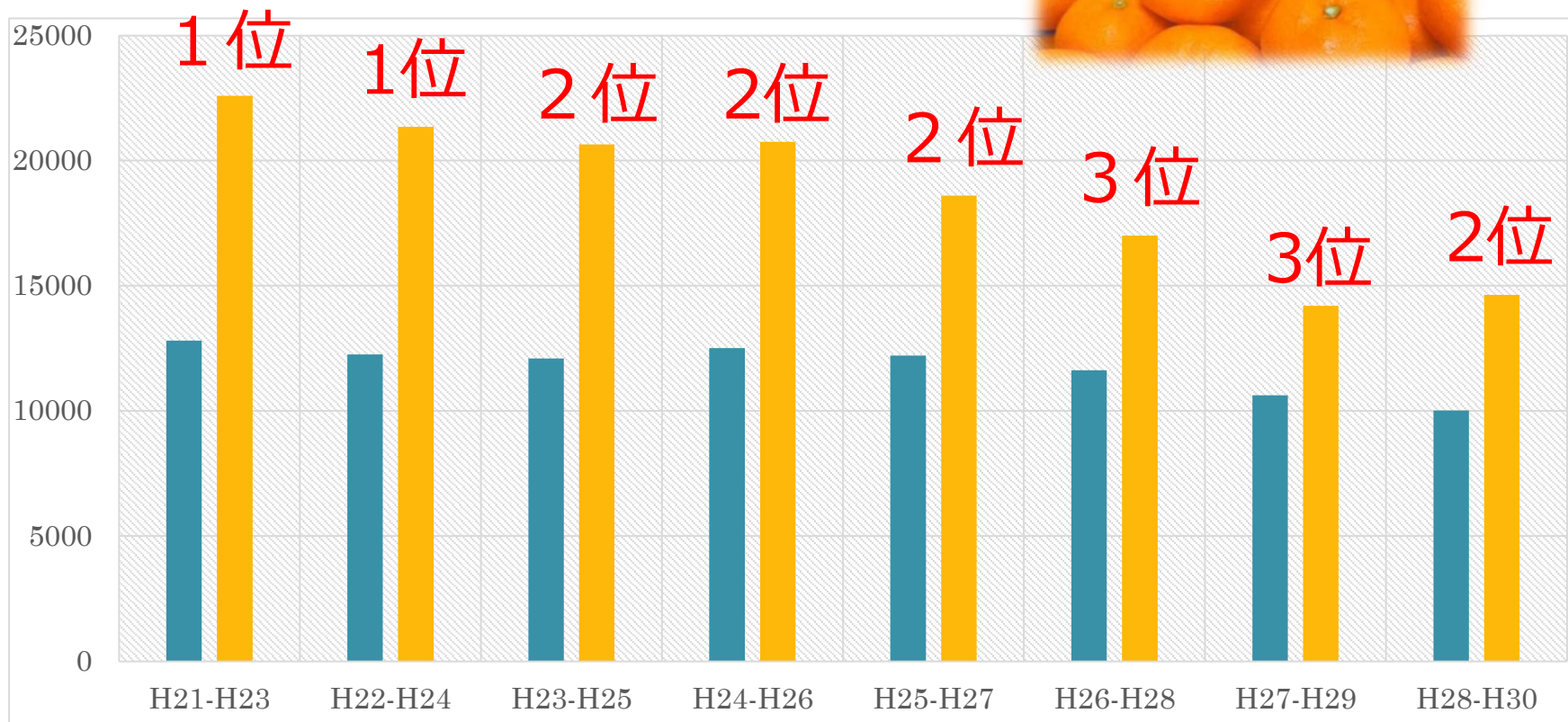
**浜名湖のりブランド推進協議会あり**

# 【食】支出金額別 浜松市の特産品の指数

## みかん『三ヶ日みかん』



● 浜松 ● 全国平均 ※支出数量



多品種の果実輸入での全国的な需要の低下や  
価格下落、後継者不足で経営が悪化している。

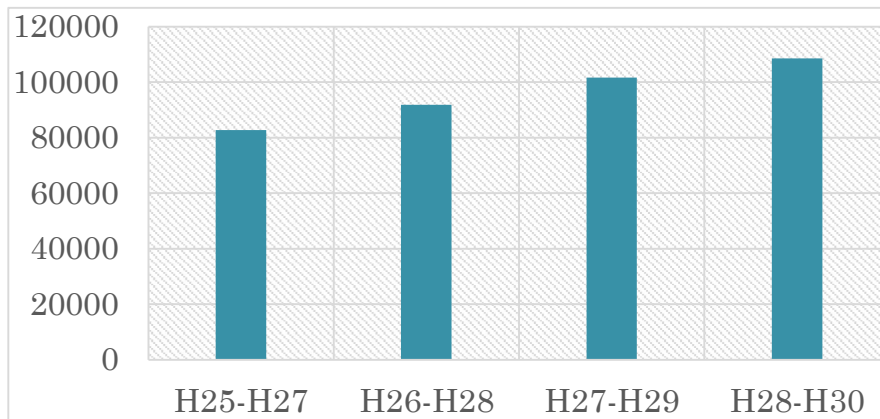
# 【生活】 様々な特価指数

太陽光発電 (株)TOKAI提供  
 ゆかた 浜松市産業部  
 ガーベラ JA経団連等

## ■ 太陽光発電 発電量 **日本一**

● **浜松市** ※発電量 10kw未満

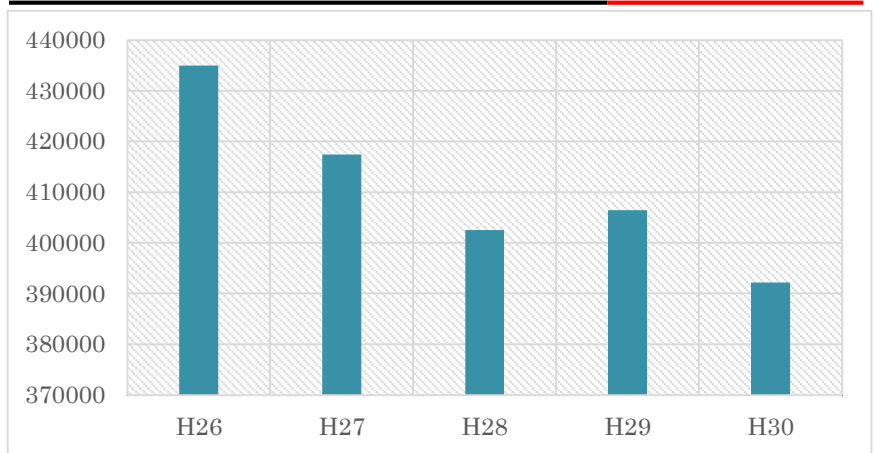
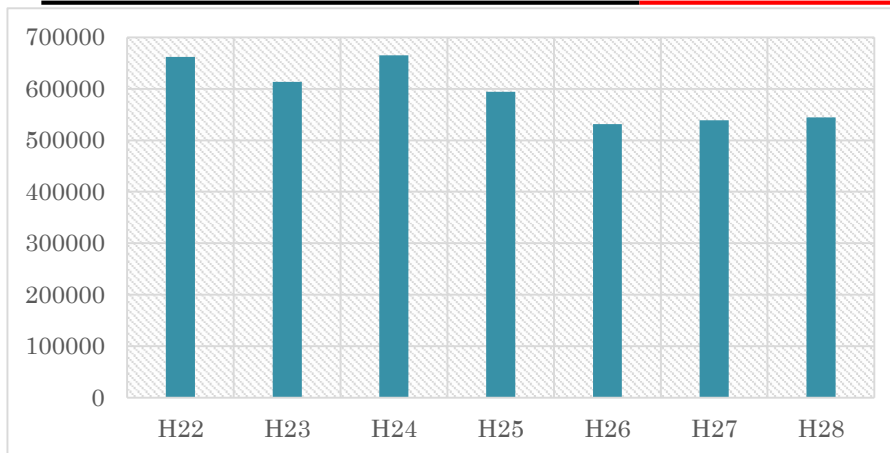
日照時間 **2302.6時間**



2位	静岡市	2156.9時間
3位	さいたま市	2113.7時間
4位	岡山市	2096.9時間
5位	名古屋市	2095.3時間

## ■ ゆかた取扱量 **日本一**

## ■ ガーベラ生産額 **日本一**



# 【観光】浜松市の観光における総合指数

## ● 宿泊客数

旅館・ホテル・民宿等に宿泊した客数（延べ泊数）を集計

+

## ● レクリエーション客数

観光施設(地点)、スポーツレクリエーション施設、行祭事及びイベント等への入場者・参加者等を市町村が集計したもの。

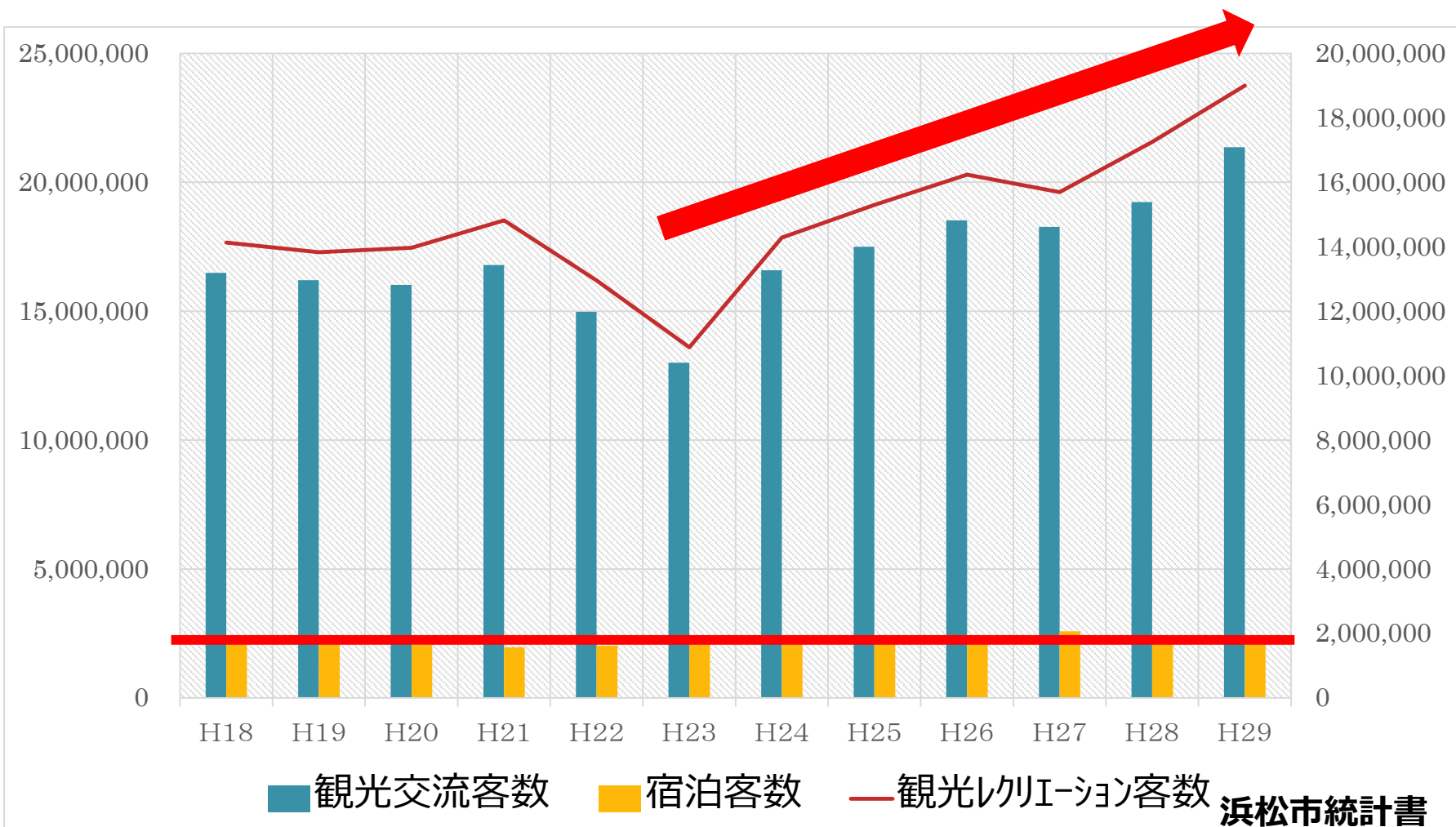
||

## ● 観光交流客数

各地域を訪れた人の延べ人数とし、宿泊客数及び観光レクリエーション客数を合計したもの。



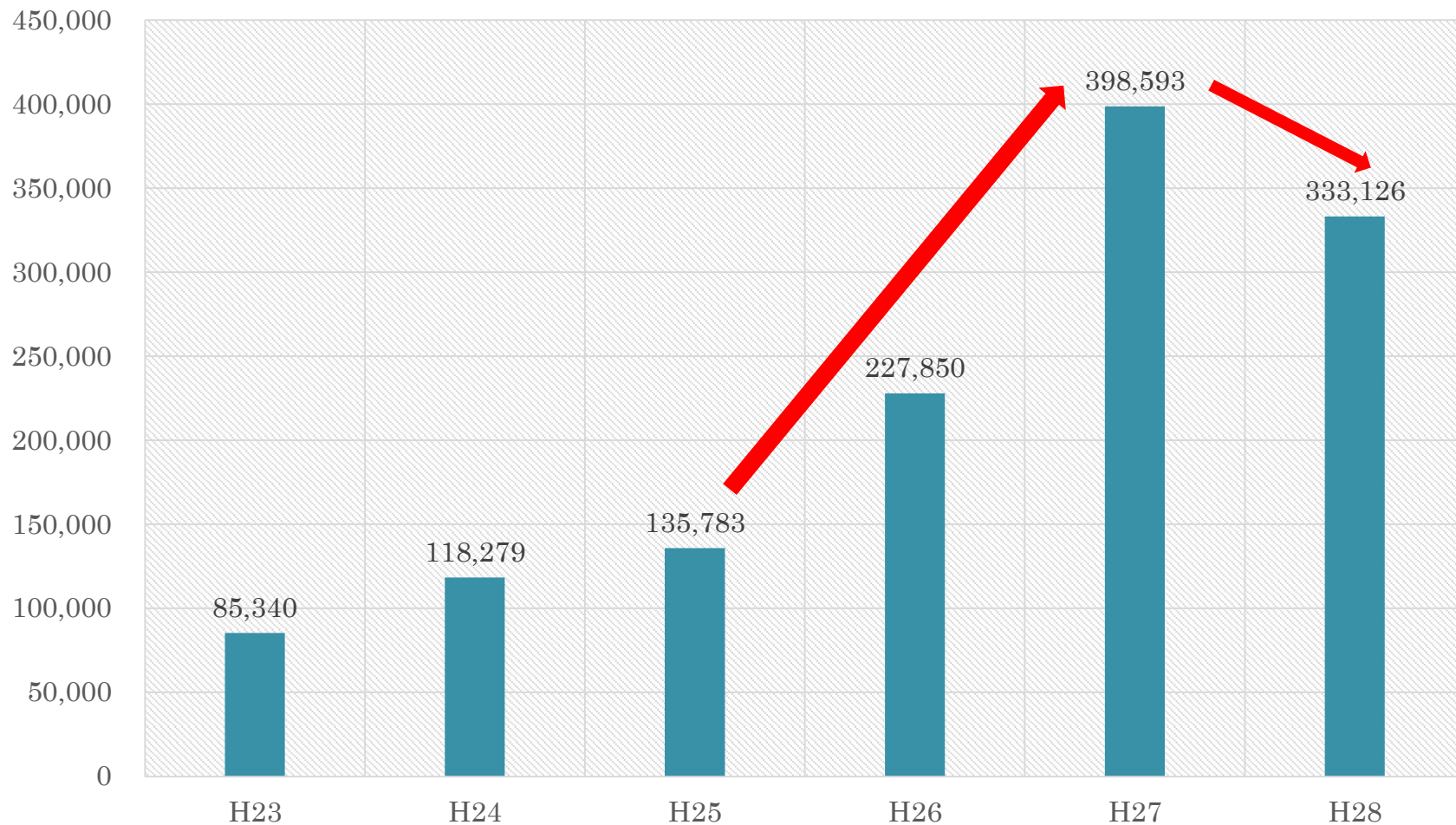
# 【観光】 浜松市の観光における総合指数



**観光交流客数で2,000万人突破。 ※21,357,271人**  
**宿泊客数は10年前とほぼ変わらず。 ※2,348,217人**

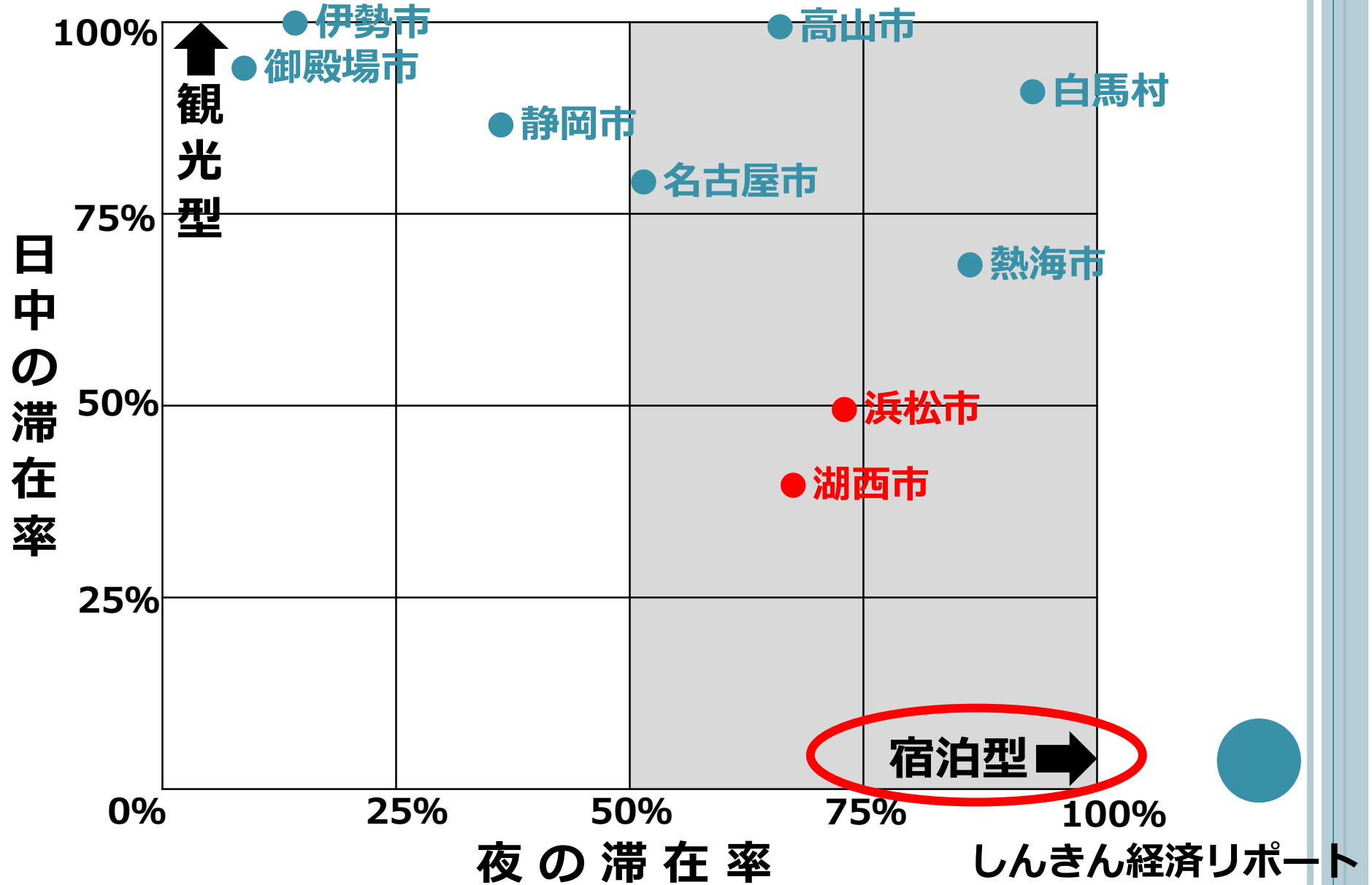
# 【観光】 浜松市の外国人宿泊客数

## 浜松市訪日外国人宿泊者数 (万人)



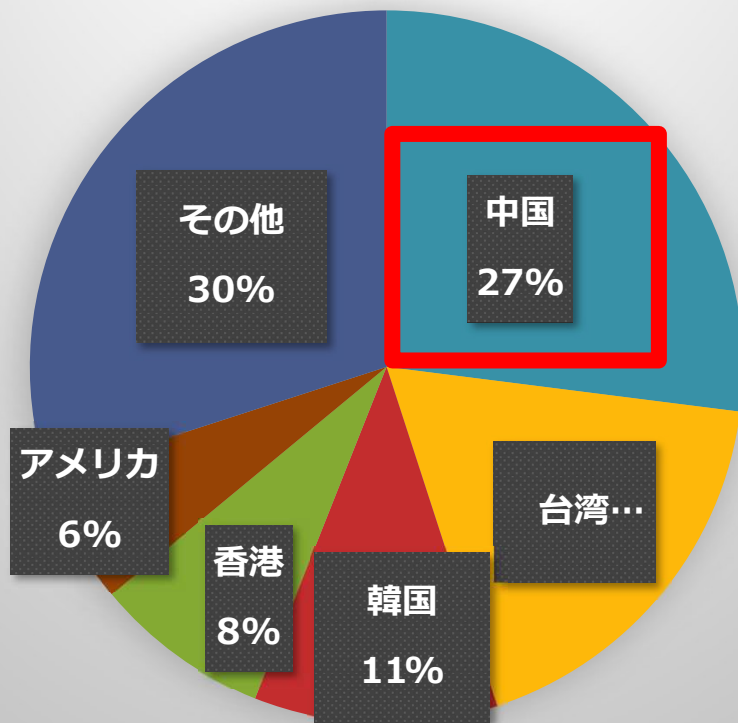
# 【観光】訪日外国人の滞在率と目的

## 訪日外国人の昼夜の滞在率

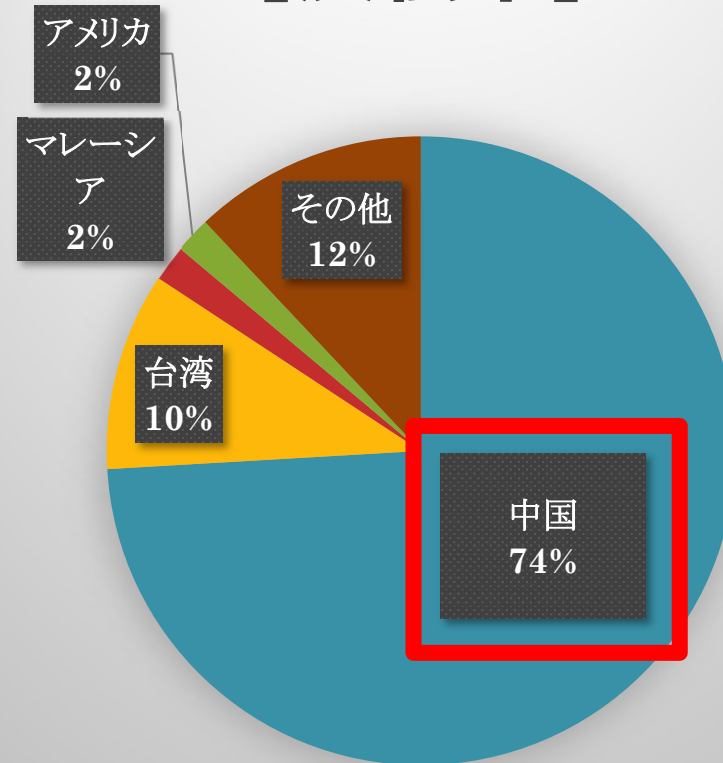


# 【観光】 浜松市の外国人宿泊客割合 国籍別宿泊客割合

## 【全国平均】



## 【浜松市】

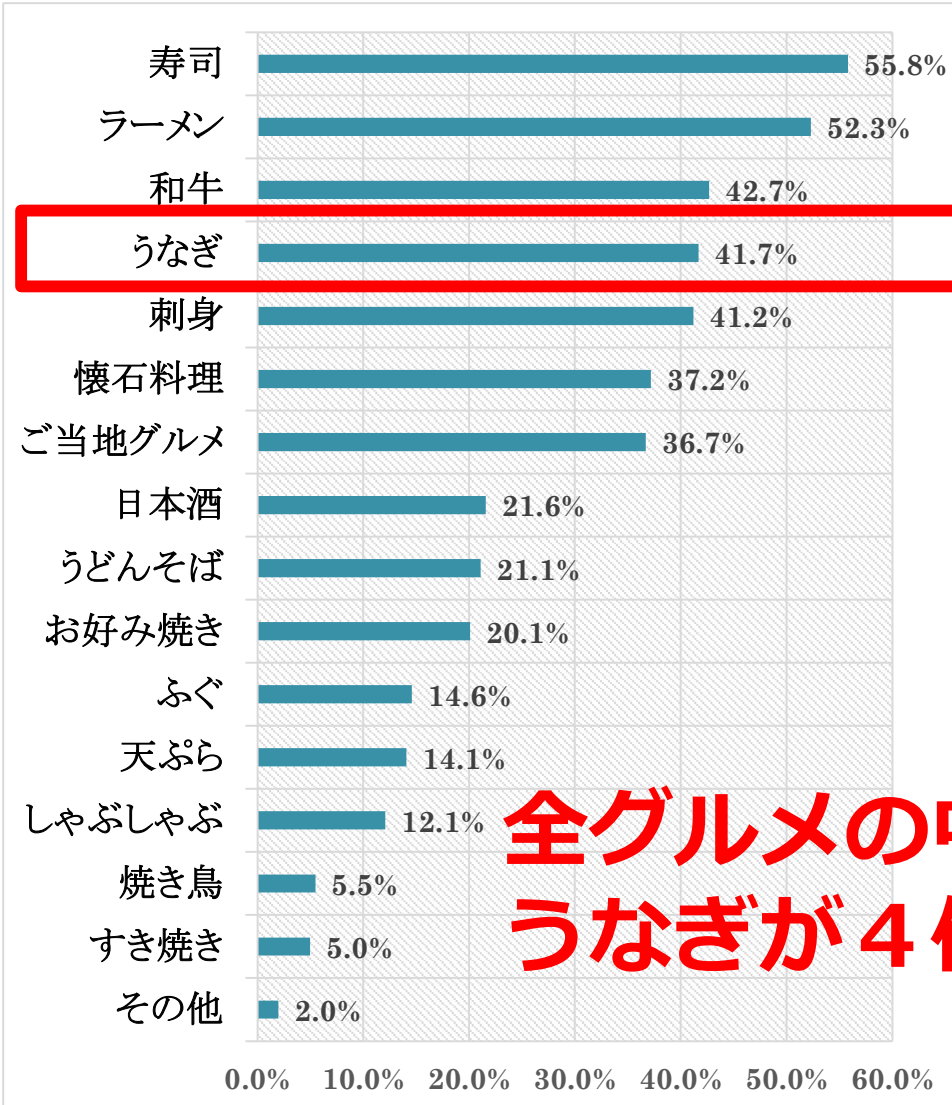


全国比較で浜松市は特に中国人宿泊客割合が高い。  
(全国平均 27%・浜松市 74%)

# 【観光】訪日外国人の滞在率と目的

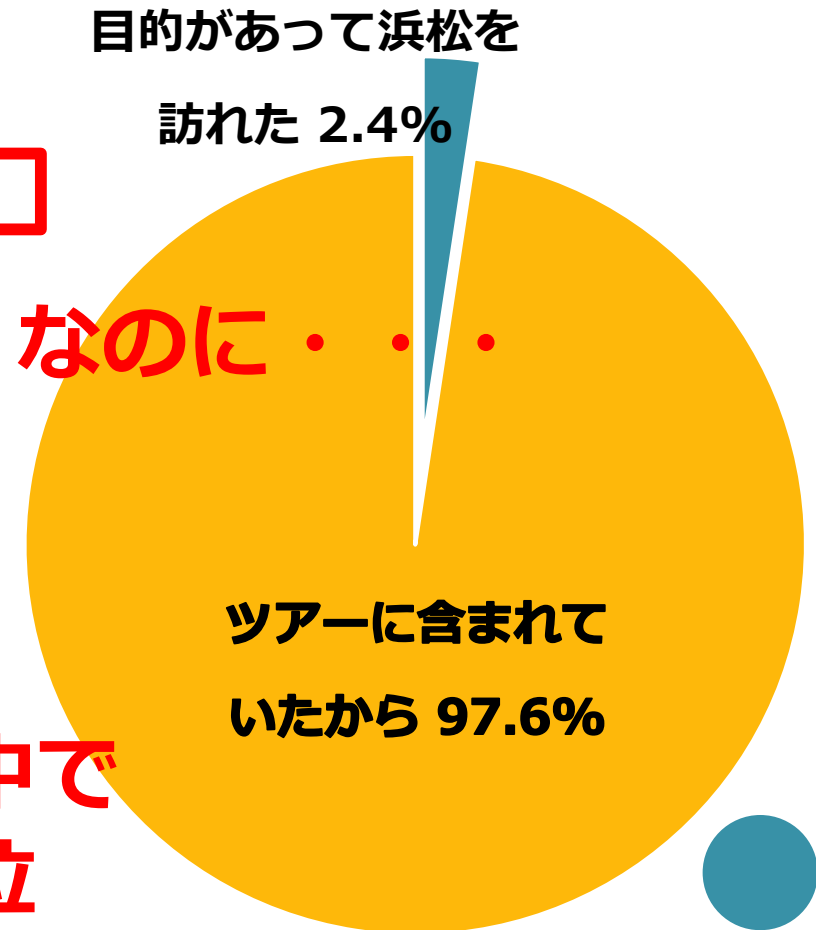
訪日中国人215名のアンケート抜粋 平成28年2月～3月

## ■ 日本で楽しみにしているグルメ



全グルメの中で  
うなぎが4位

## ■ 浜松での滞在目的



なのに・・・

# 【最後に】地域ブランド調査 (株)ブランド総合研究所

## ■ 調査概要

**調査方法：インターネット調査**

**回答者：年齢20代～70代の消費者**

**世代、男女比、地域別にほぼ同数**

**回収数：約3万人**

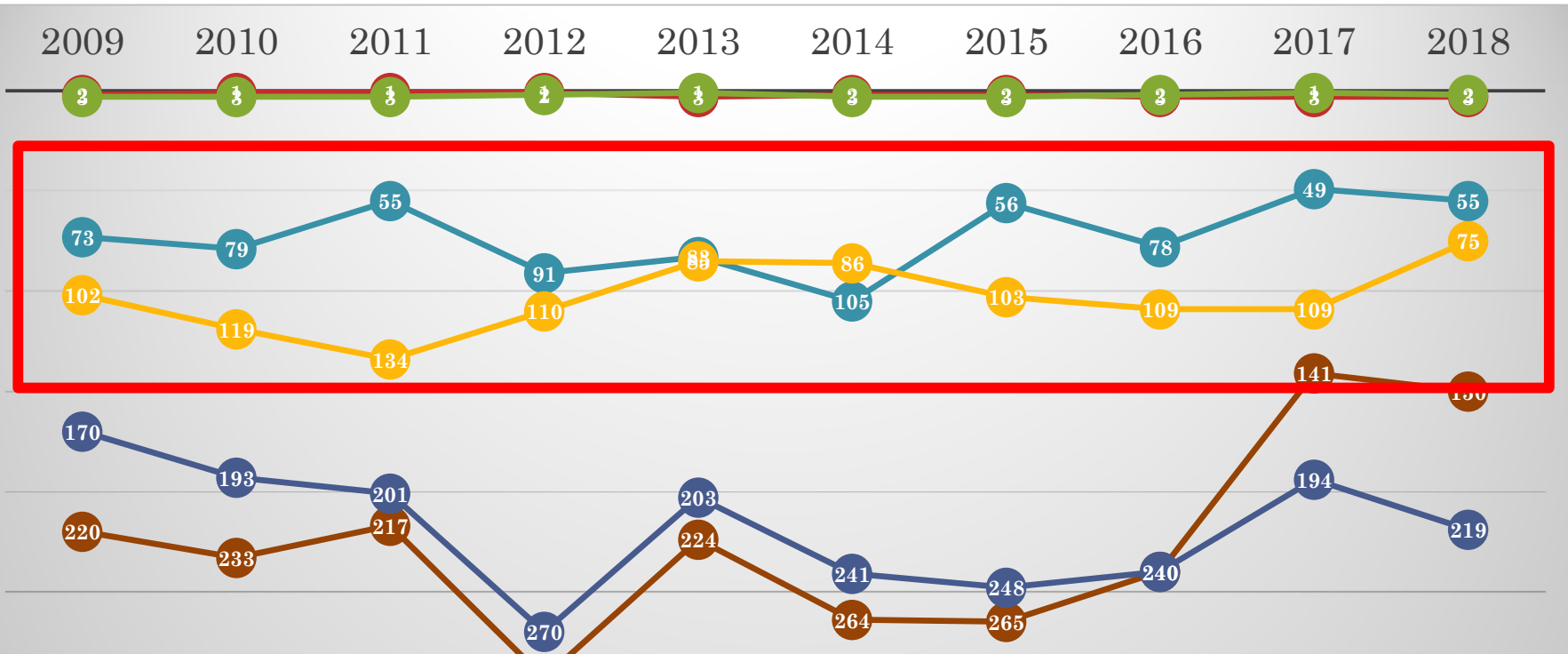
**調査対象：全国1000市区町村と47都道府県**

**調査時期：2009～2018 ※各年1ヶ月間**

# 【最後に】 地域ブランド調査

(株)ブランド総合研究所

## 魅力度ランキング 比較抜粋



**浜松は2018年度1000市町村中・・・55位**

● 浜松市

● 静岡市

● 札幌市

● 京都市

● さいたま市

● 千葉市

# 【最後に】 都道府県幸福度ランキング

## ■ 調査概要

各種統計を利用し70指標でランキングを算出

調査対象時期：2016年度まで

(一財)日本総合研究所(編) (株)日本ユニシス(分析)

# 【最後に】 都道府県幸福度ランキング 抜粋 浜松市は政令指定都市20都市中 **第1位**

## ● 基本指標

基本選挙投票率	2位
財政健全度	1位
合計特殊出生率	1位
自殺死亡者数	5位

## ● 仕事

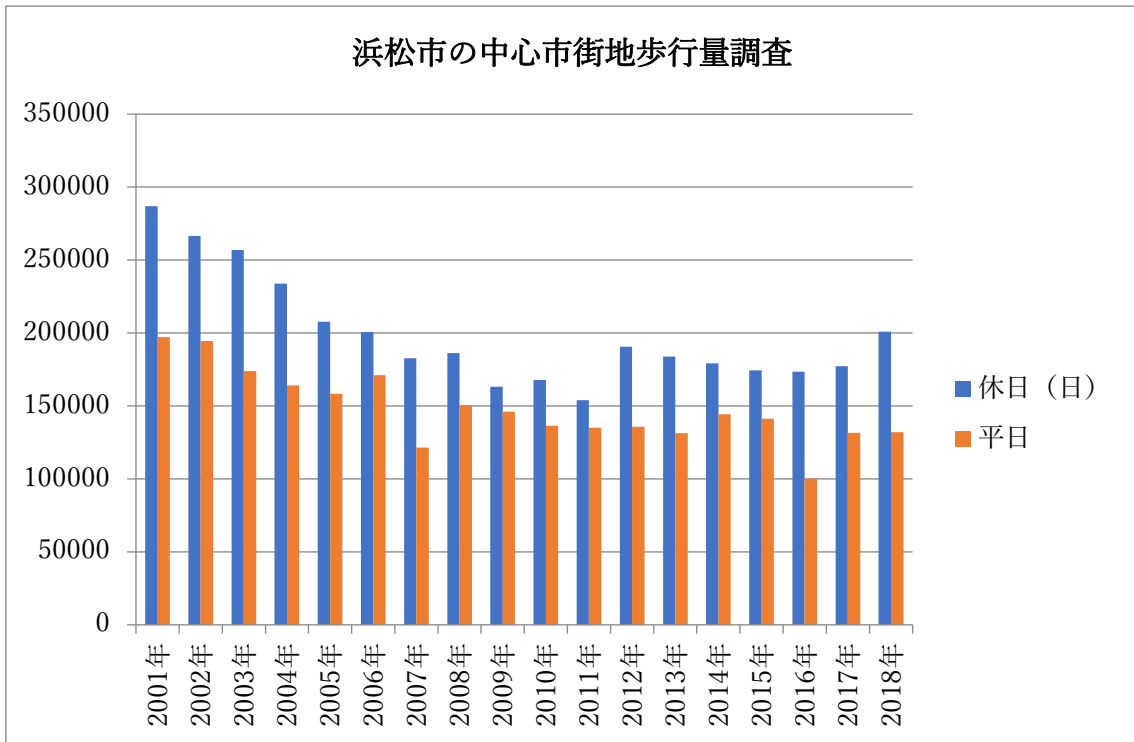
若者完全失業率	4位
高卒進路未定率	5位
女性労働力人口	4位

## ● 健康

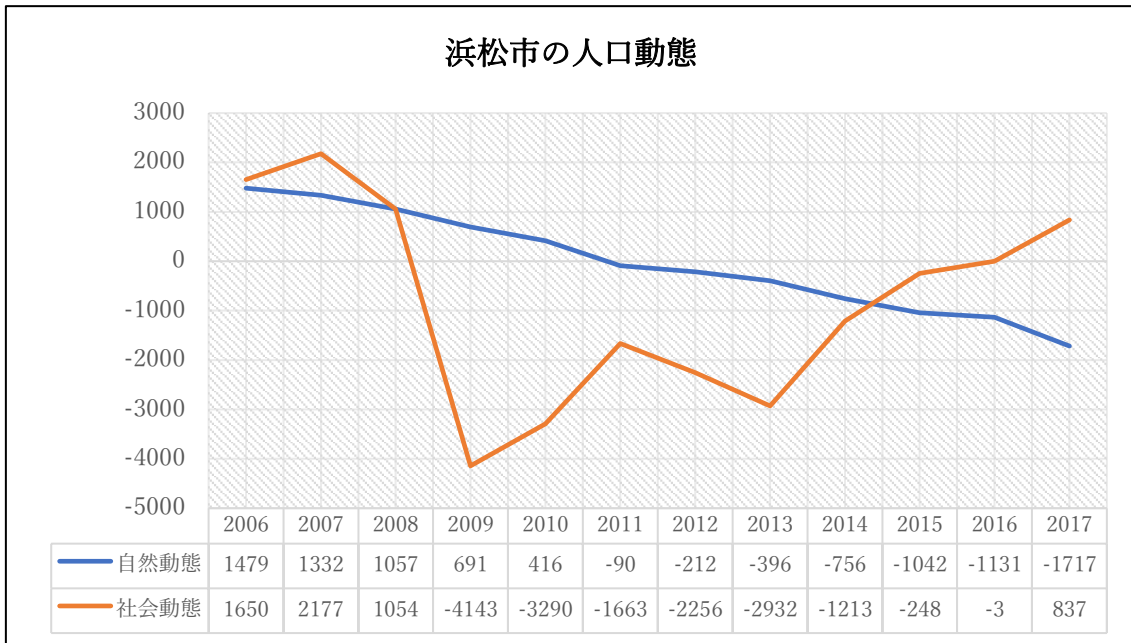
産婦人科医師数	2位
平均寿命	1位
健康施設数	4位
要介護認定率	4位

## ● 生活

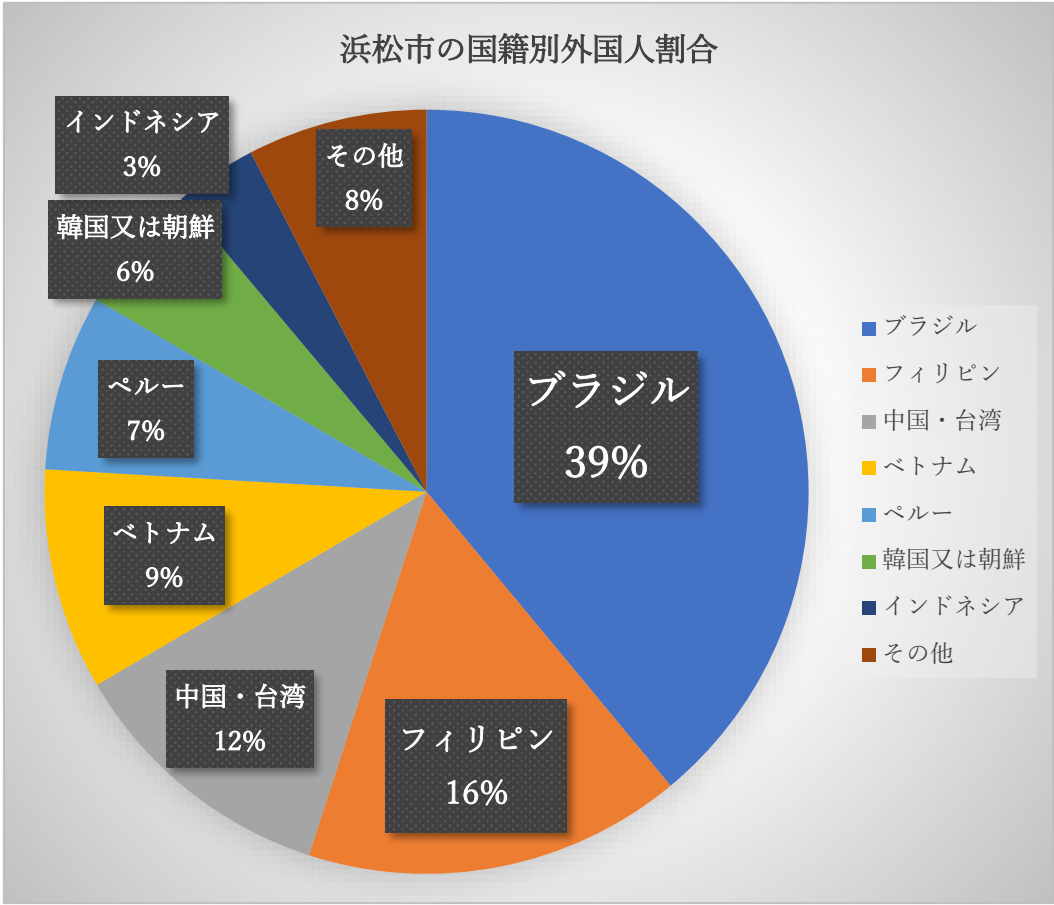
持ち家比率	2位
生活保護受給	1位
一人暮らし高齢者	4位
刑法犯認知件数	4位



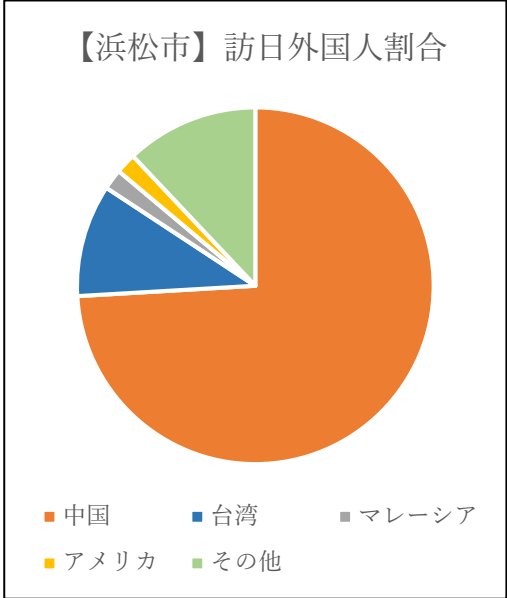
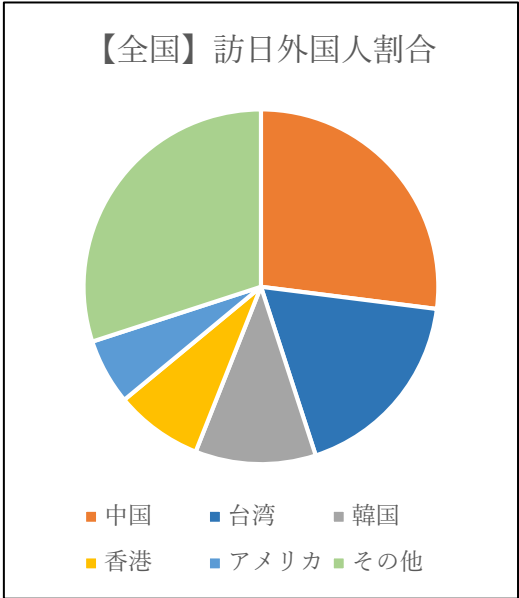
浜松市統計調査より作成



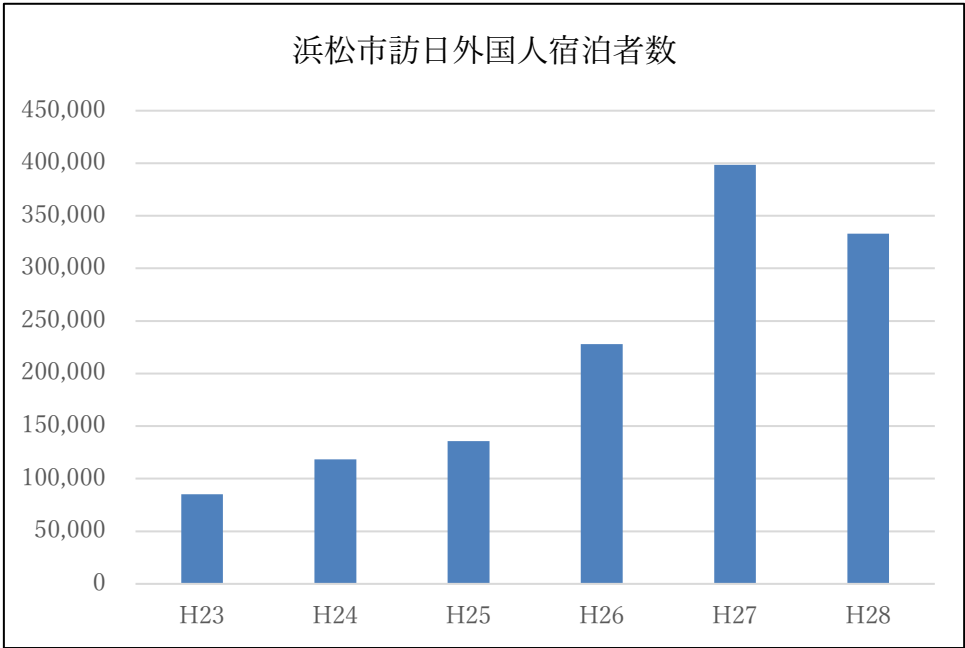
浜松市統計調査より作成



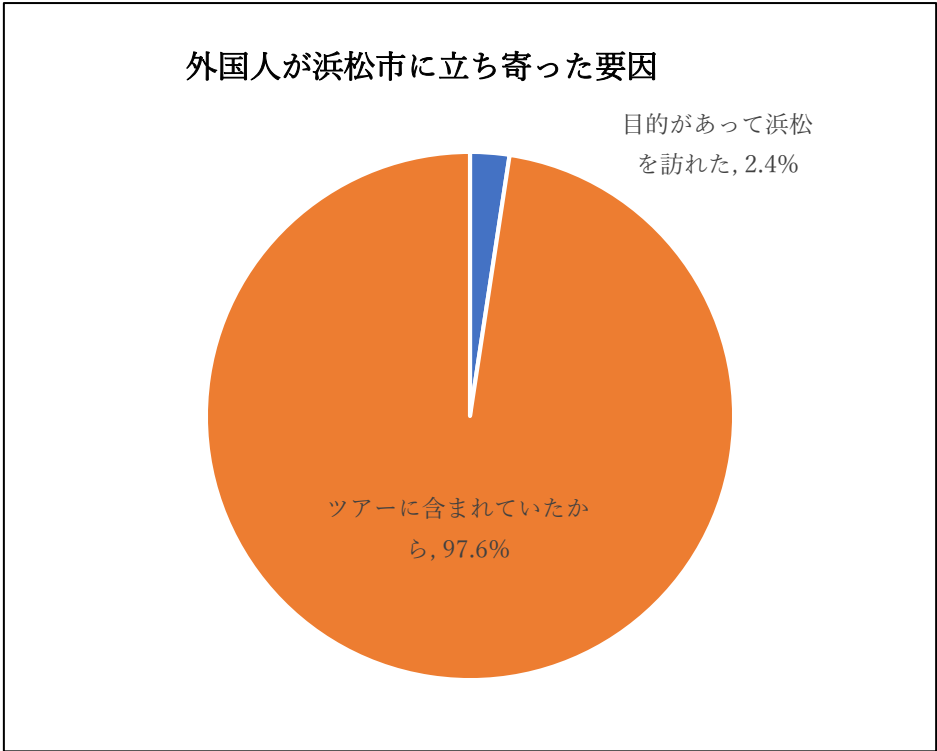
浜松市統計調査より作成



浜松市統計調査より作成

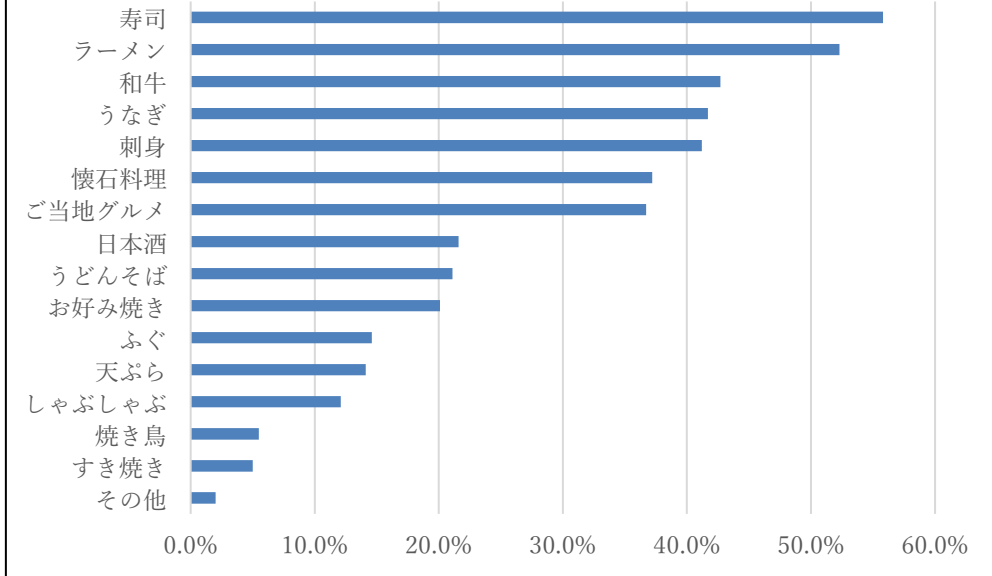


浜松市統計調査より作成



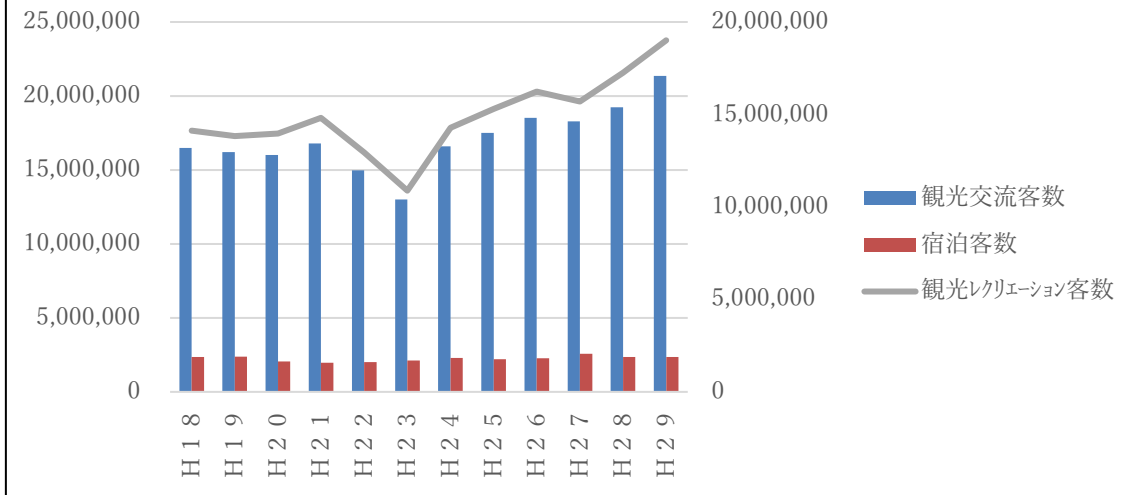
浜松中心市街地活性化協議会 中心市街地のインバウンドに関する調査報告書より作成

## 外国人が日本で食べたい食事

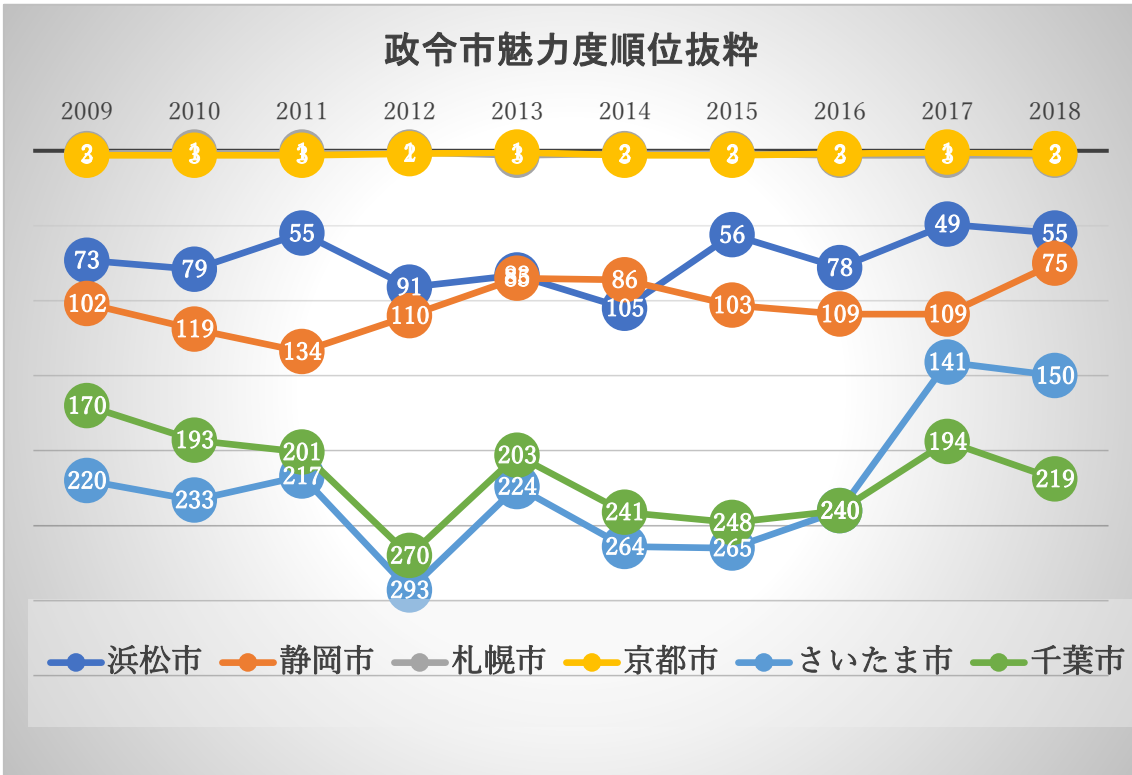


浜松中心市街地活性化協議会 中心市街地のインバウンドに関する調査報告書より作成

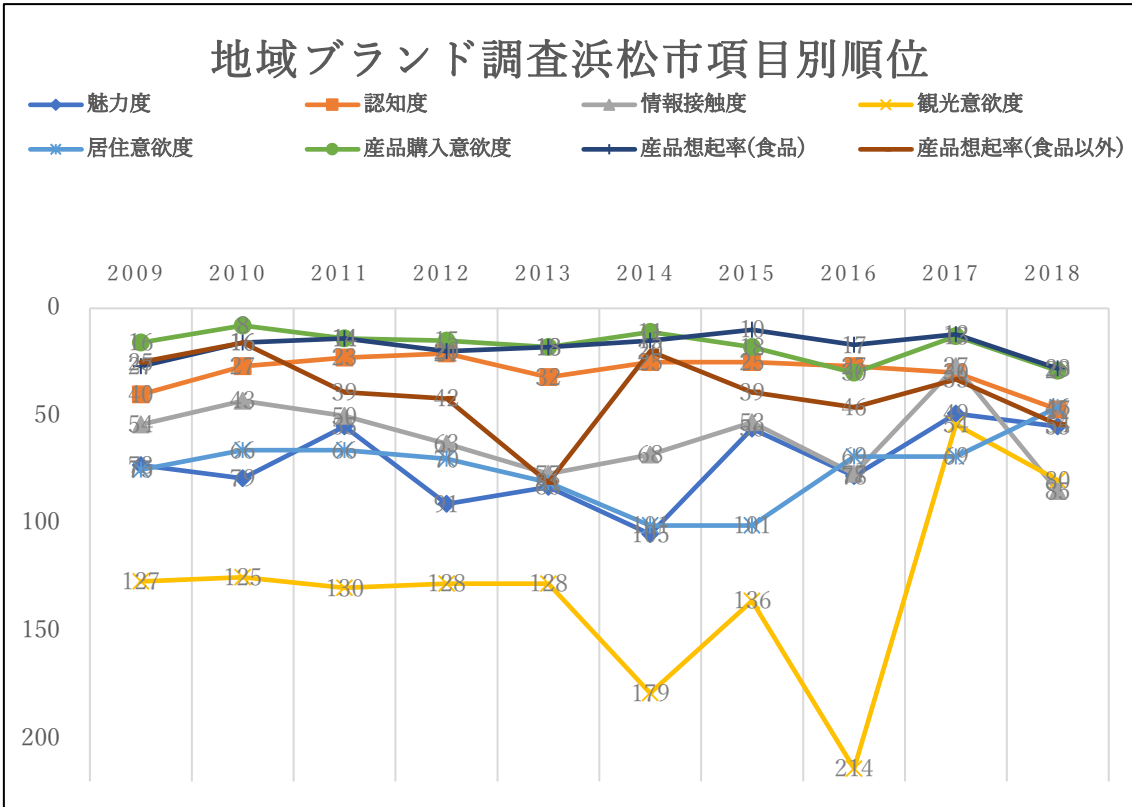
## 浜松市の観光総合統計



浜松市統計調査より作成



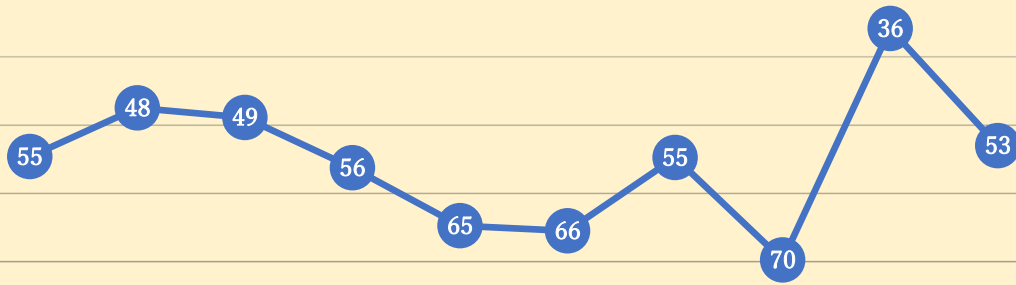
全国地域ブランド調査より作成



全国地域ブランド調査より作成

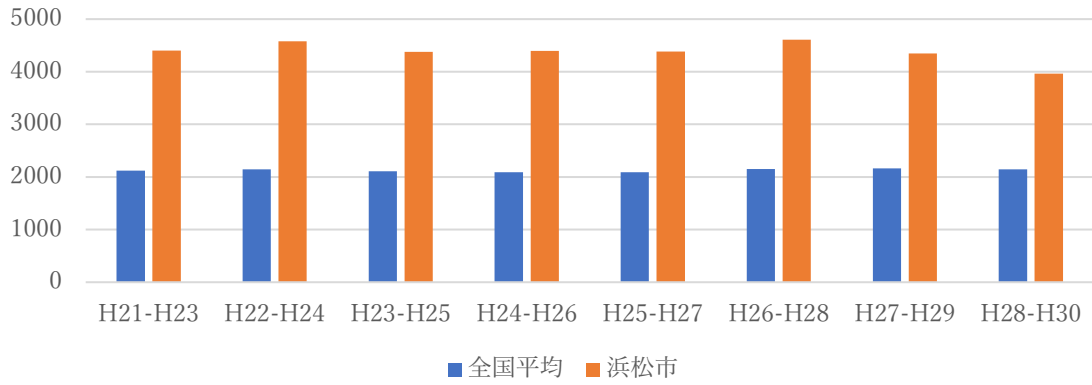
### 地域ブランド調査浜松市総合順位(四捨五入)

2009 2010 2011 2012 2013 2014 2015 2016 2017 2018

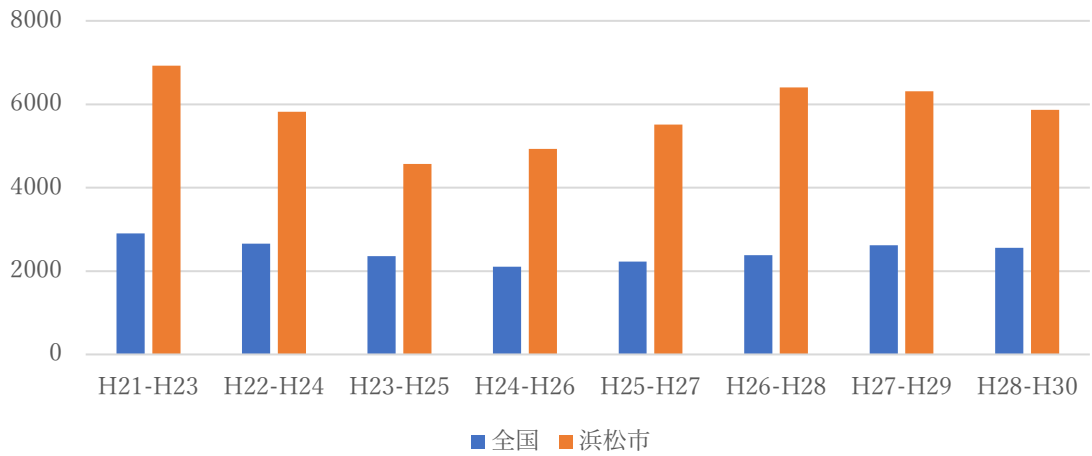


全国地域ブランド調査より作成

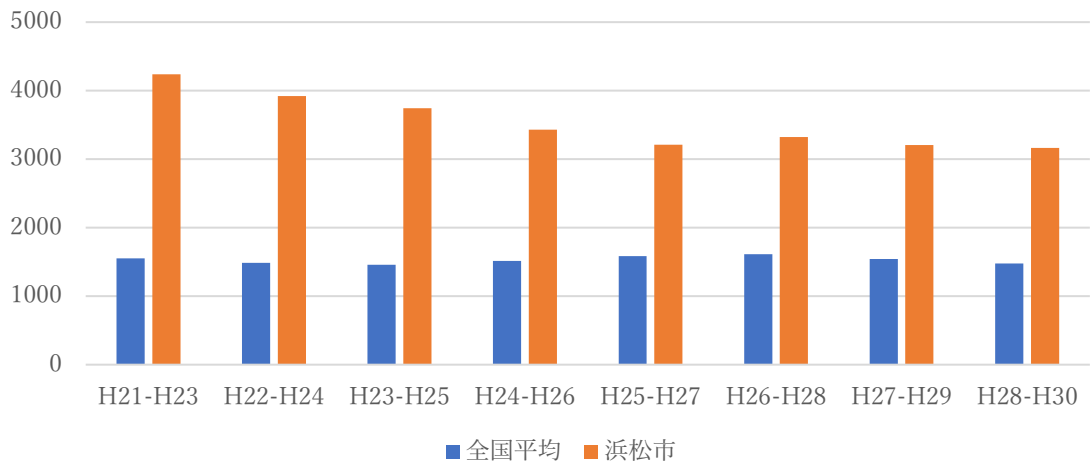
### 浜松市ぎょうぎ支出金額



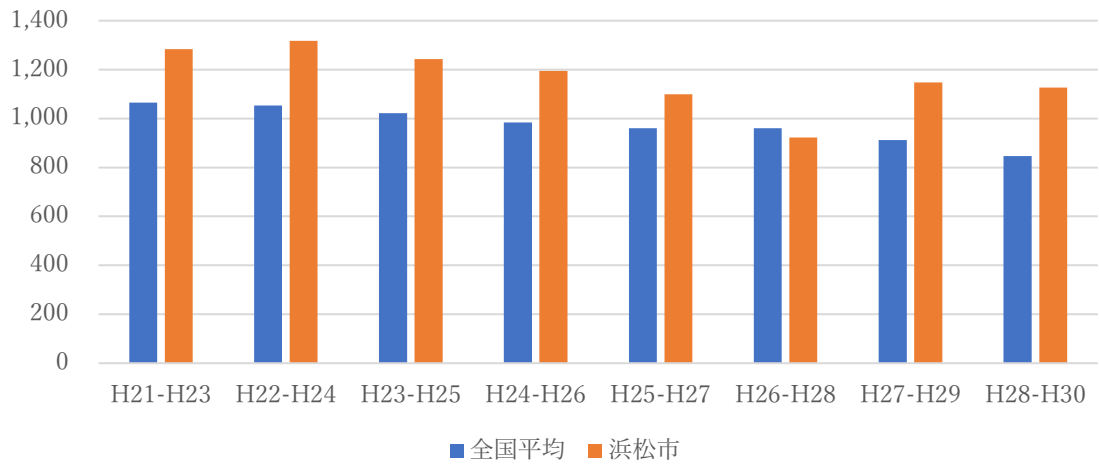
### 浜松市うなぎのかば焼き支出金額



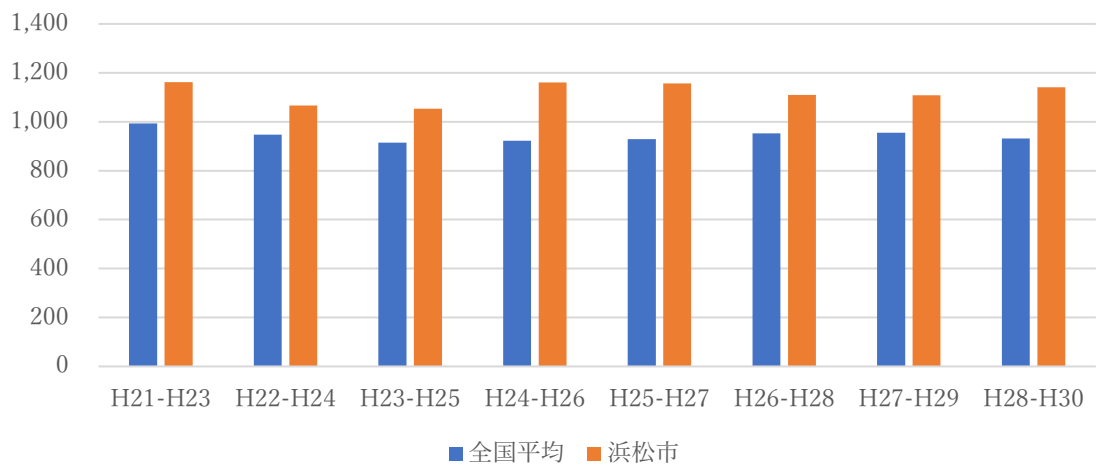
### 浜松市かつお支出金額



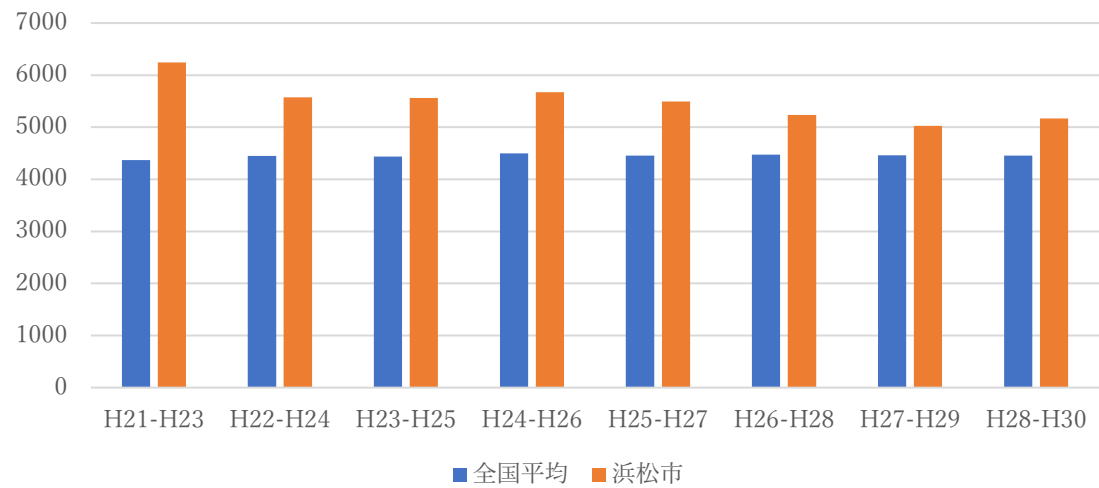
浜松市あさり支出金額



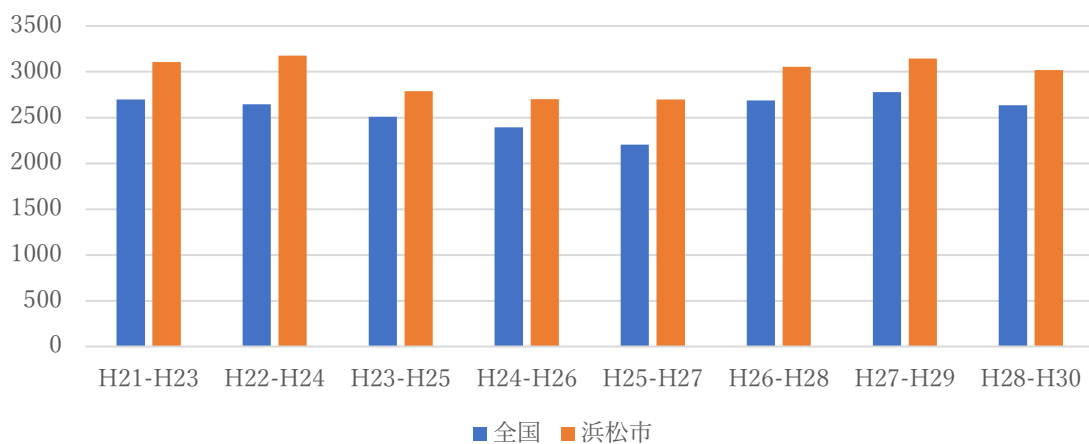
浜松市かき支出金額



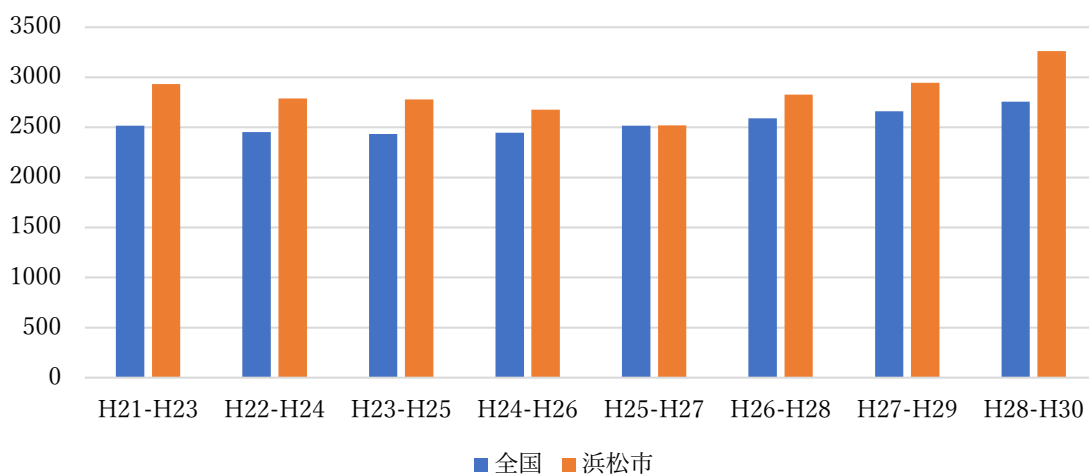
浜松市みかん支出金額



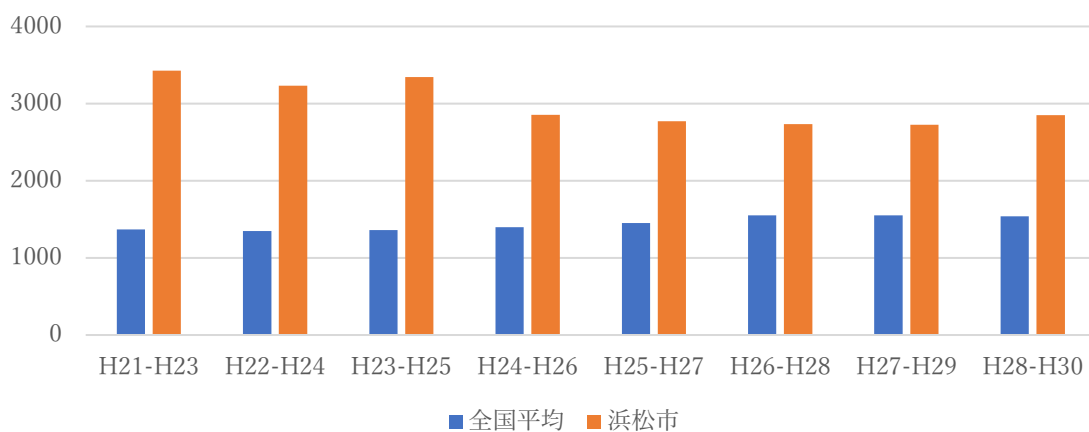
浜松市じゃがいも支出金額

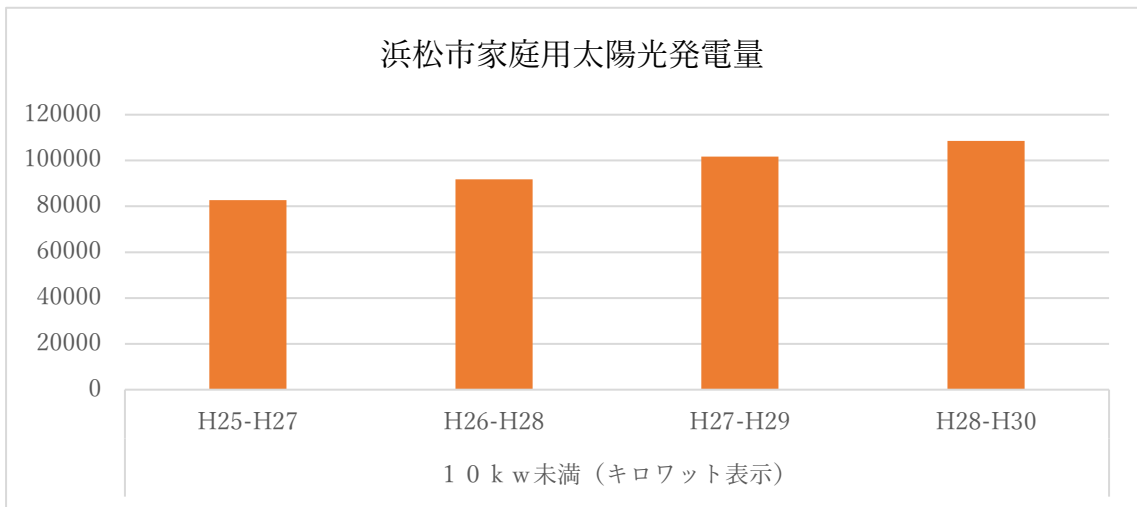


浜松市干しのみ支出金額

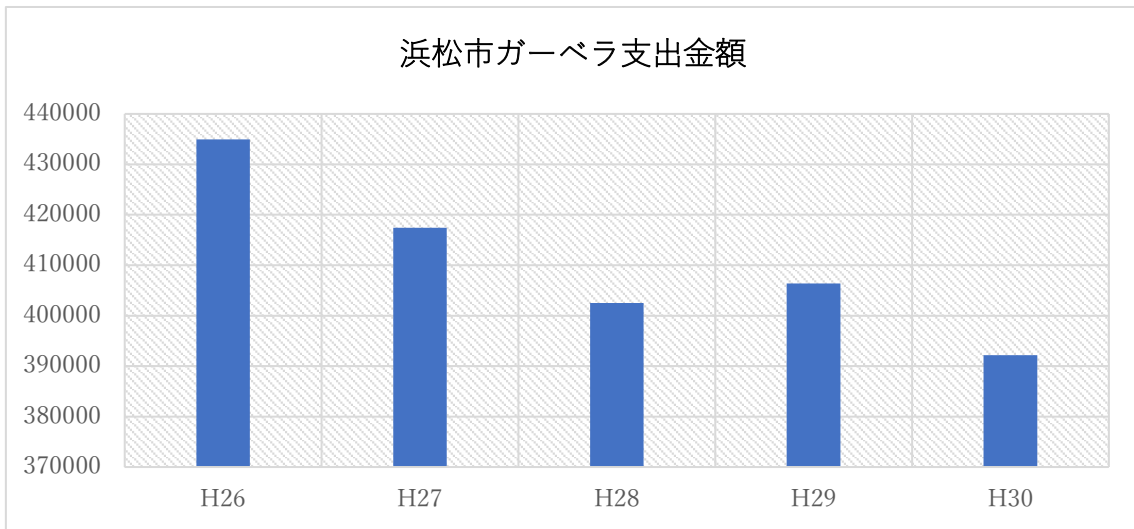


浜松市しらす支出金額

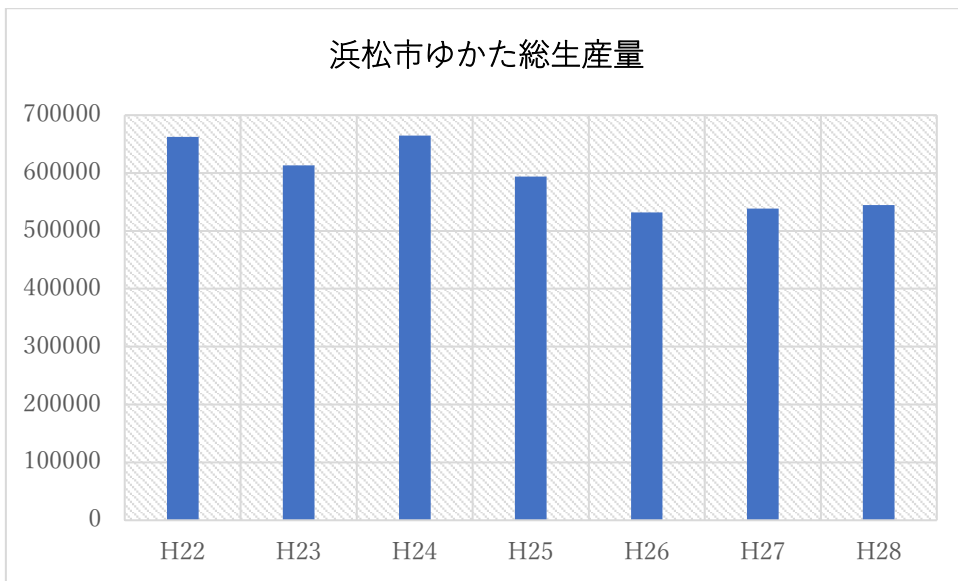




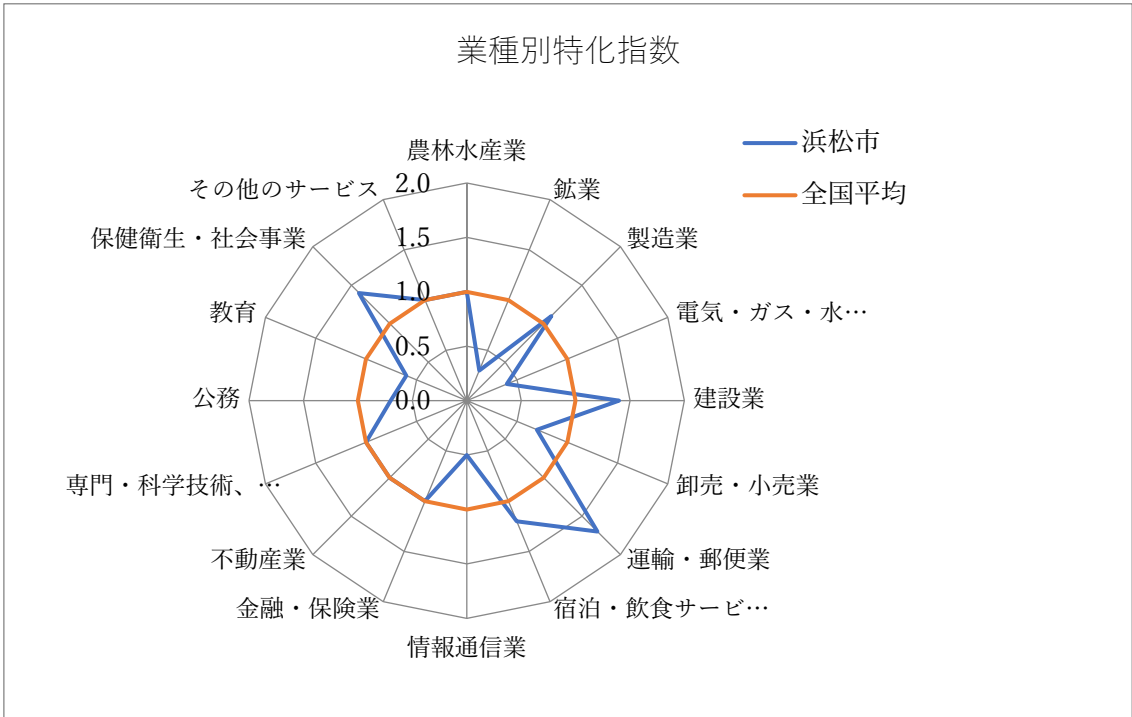
株式会社 TOKAI 調査より作成



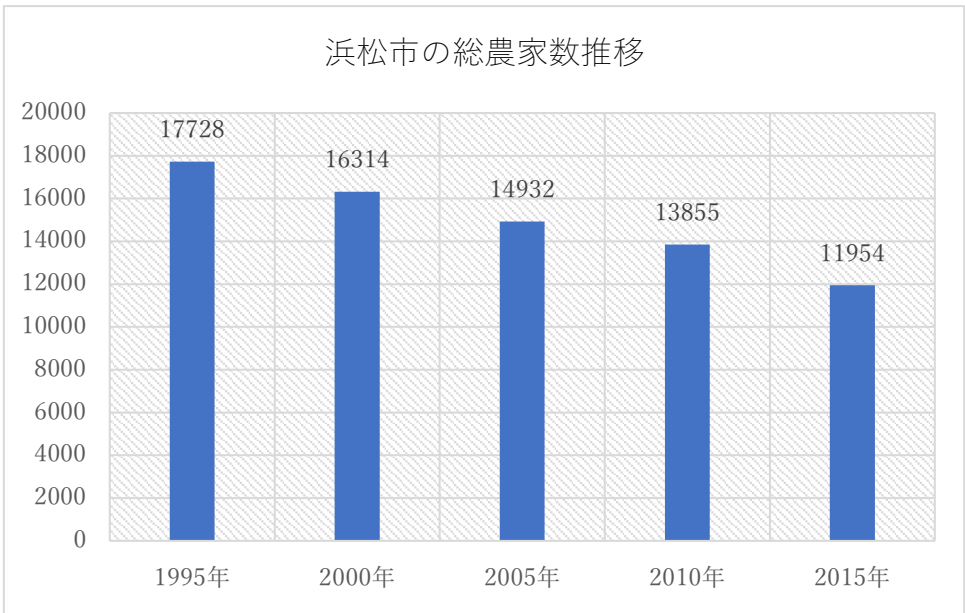
JA 静岡経済連・浜名湖ガーベラより合算にて作成



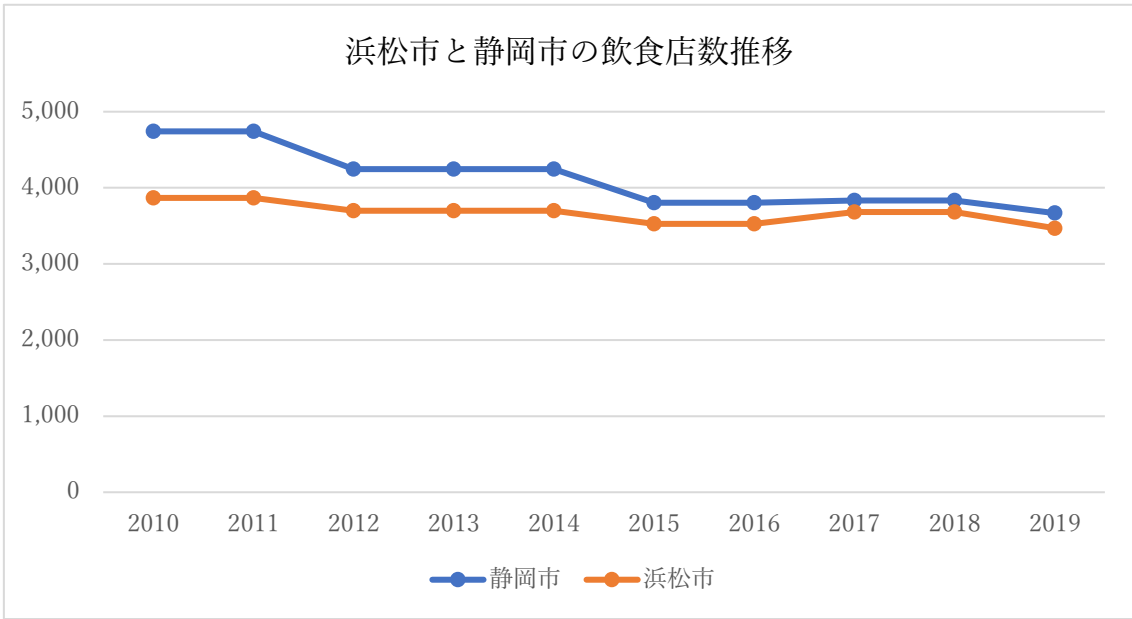
浜松市産業部 浜松の産業より作成



総務省統計局 「統計でみる市区町村のすがた」より作成



浜松市統計調査より作成



総務省統計局 「統計でみる市区町村のすがた」より作成



# 浜松市商工会議所青年部2019年 提言アンケート

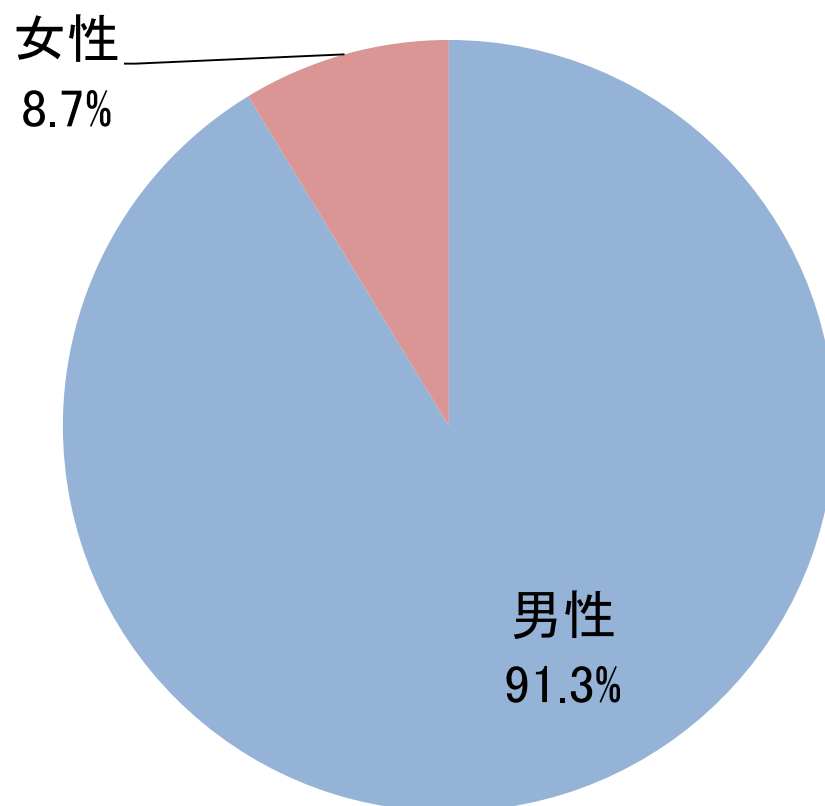
# 提言アンケート概要

---

- 1) 日時 2019年5月7日(火)～2019年6月30日(日)
- 2) 静岡県西部以外のYEG会員及び  
会員企業の社員及び家族
- 3) インターネット アンケート調査
- 4) アンケート総数 1428件

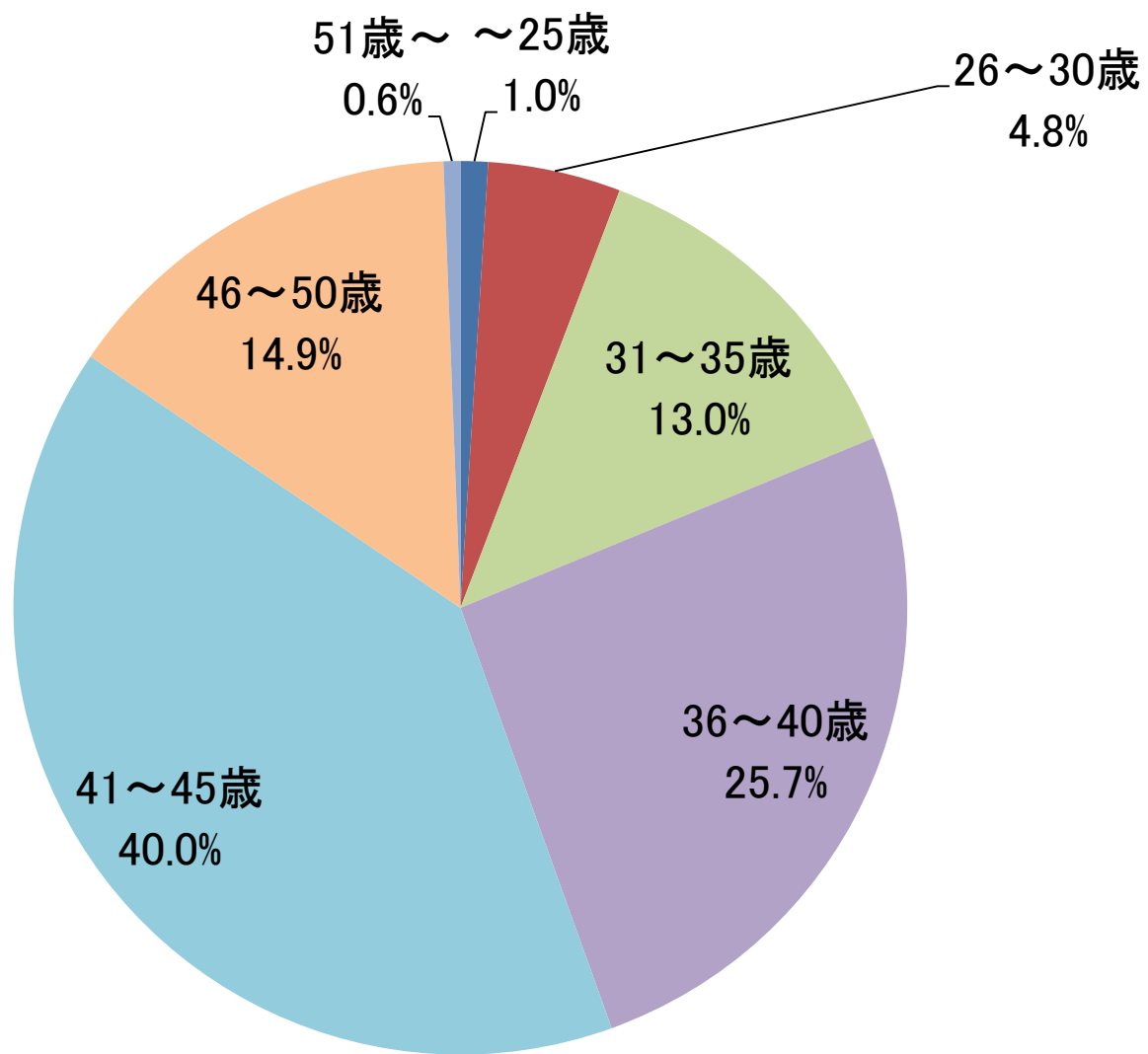
# 性別

---

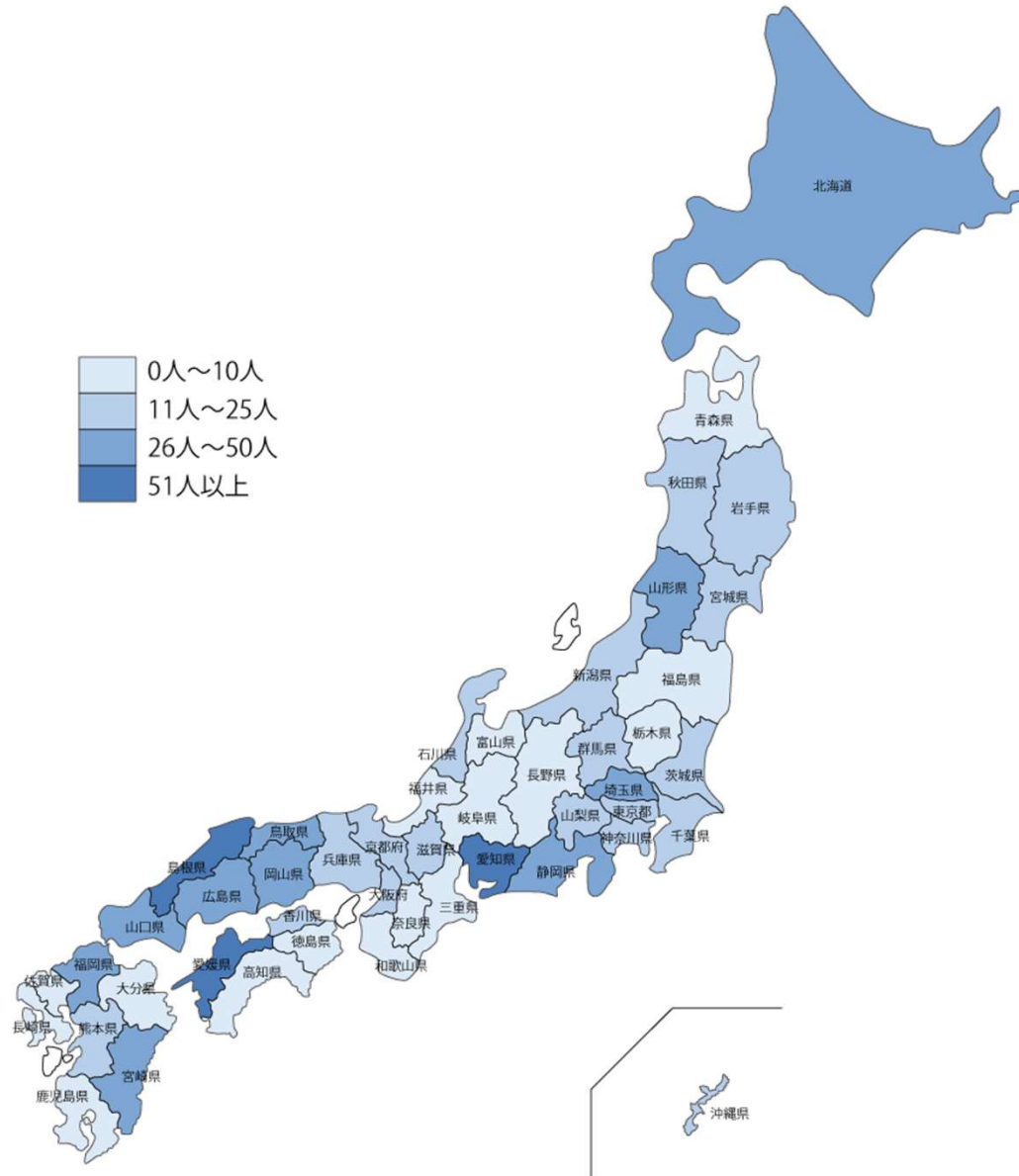


# 年齢

年齢	人数
～25歳	10
26～30歳	48
31～35歳	130
36～40歳	257
41～45歳	400
46～50歳	149
51歳～	6



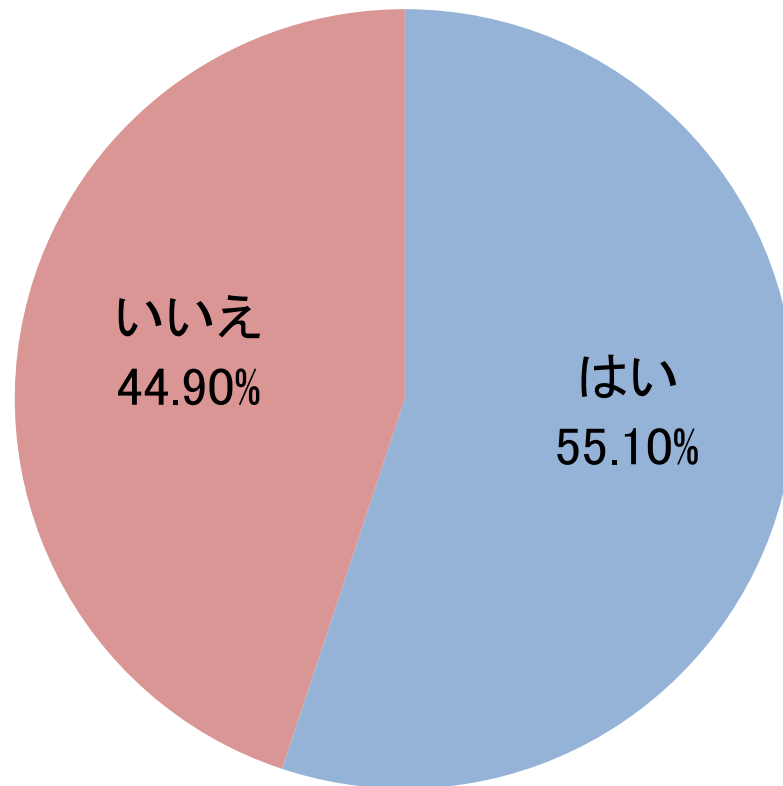
# お住まいの地域



県	人数	県	人数
北海道	32	滋賀	14
青森	2	京都	17
岩手	12	大阪	19
宮城	11	兵庫	23
秋田	24	奈良	0
山形	35	和歌山	0
福島	8	鳥取	38
茨城	11	島根	73
栃木	4	岡山	27
群馬	15	広島	48
埼玉	28	山口	47
千葉	24	徳島	2
東京	11	香川	15
神奈川	22	愛媛	74
新潟	16	高知	6
富山	8	福岡	32
石川	15	佐賀	8
福井	1	長崎	5
山梨	13	熊本	17
長野	5	大分	8
岐阜	8	宮崎	35
静岡	39	鹿児島	2
愛知	111	沖縄	25
三重	8		

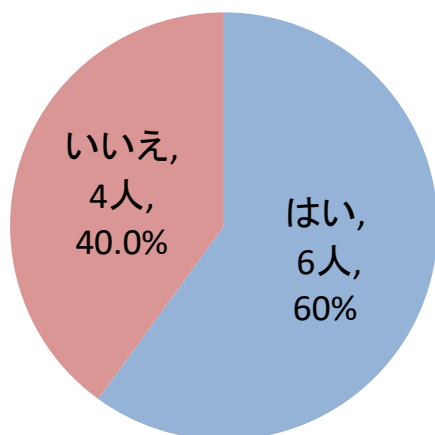
# 問1 浜松市に行ったことはありますか？

---

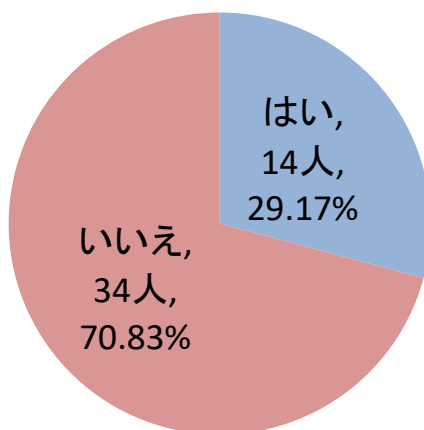


# 問1 浜松市に行ったことはありますか？

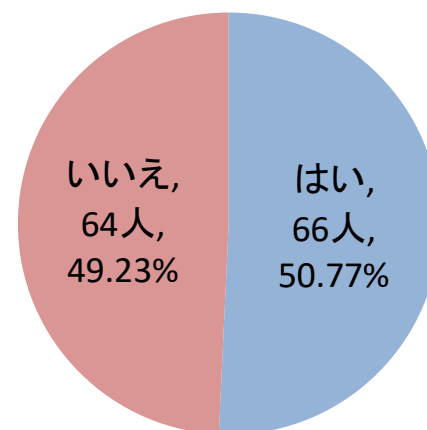
20～25歳 10人



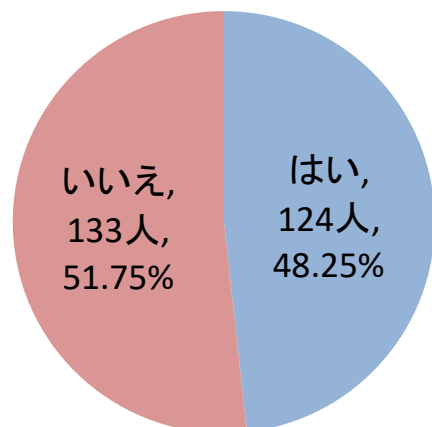
26～30歳 48人



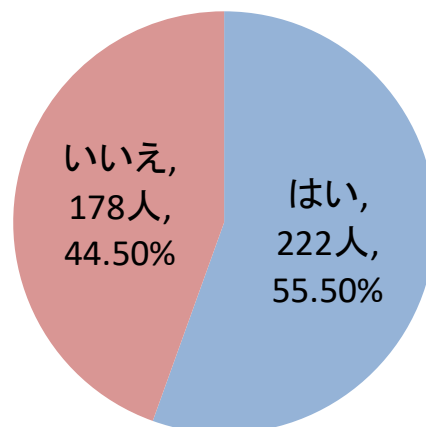
31～35歳 130人



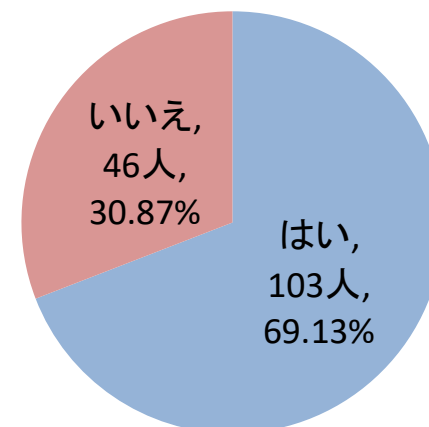
36～40歳 257人



41～45歳 400人

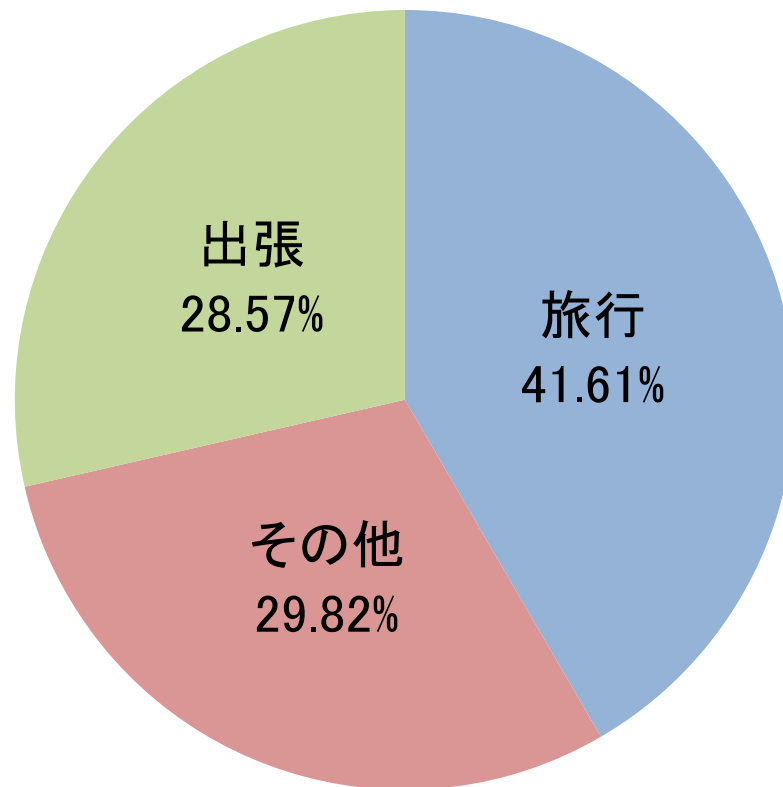
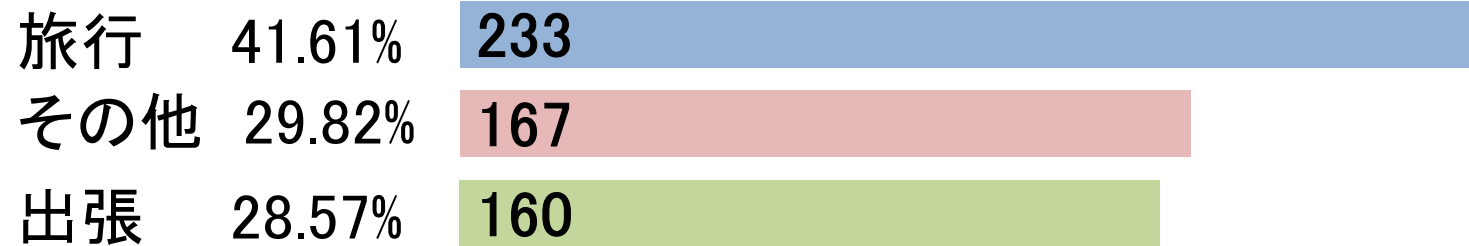


46～56歳 149人



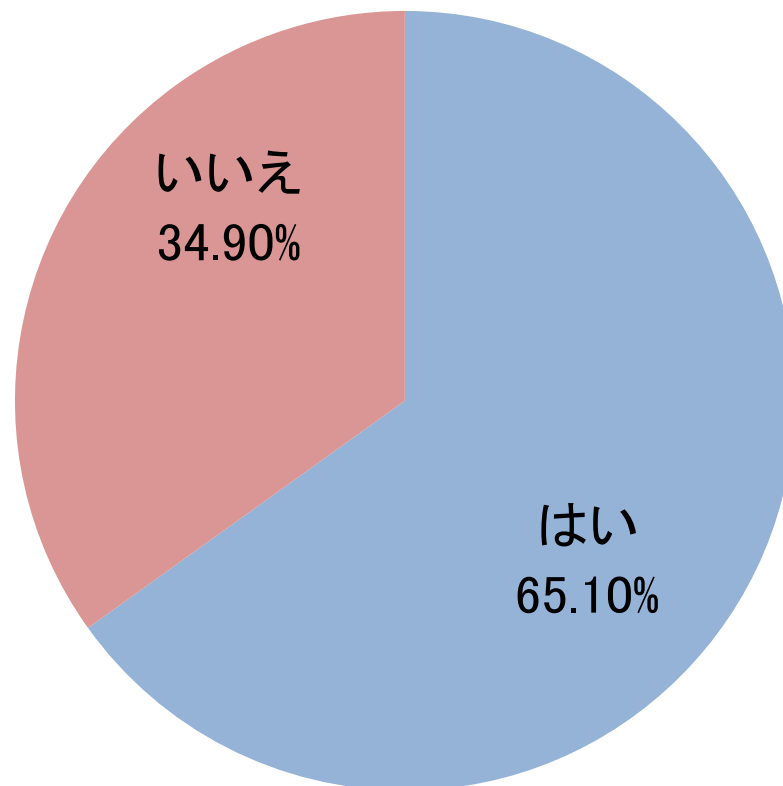
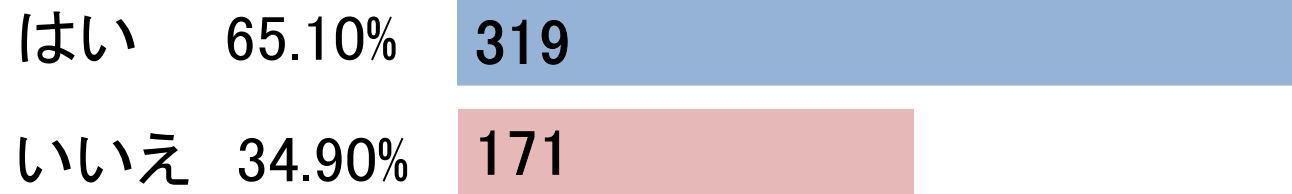
# 問1で「はい」と答えた方に質問です。 どんな用件で浜松市に行きましたか？

---



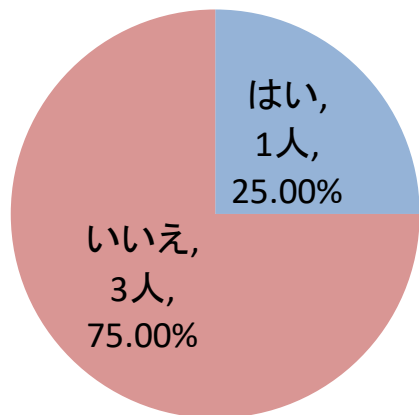
問1で「いいえ」と答えた方に質問です。  
今後、浜松市に行ってみたいと思いますか？

---

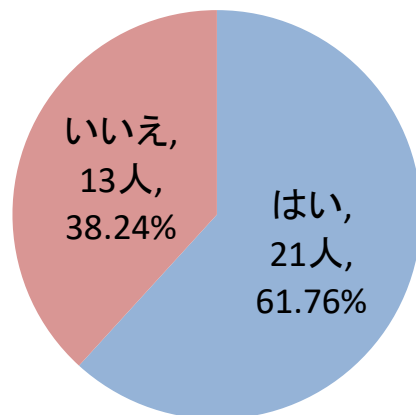


# 問1で「いいえ」と答えた方に質問です。 今後、浜松市に行ってみたいと思いますか？

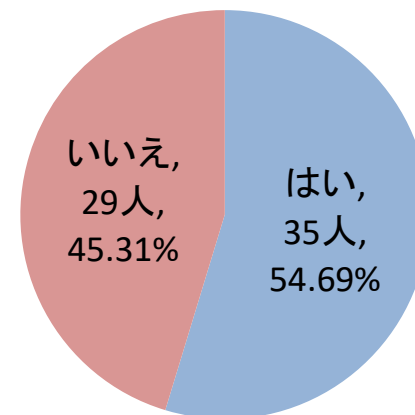
20～25歳 4人



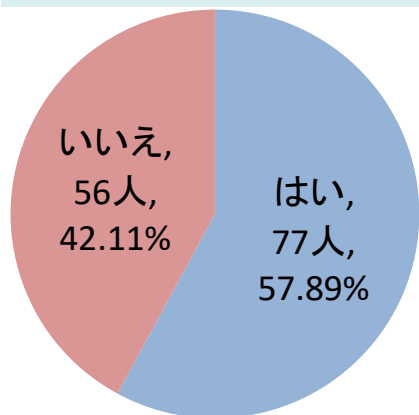
26～30歳 34人



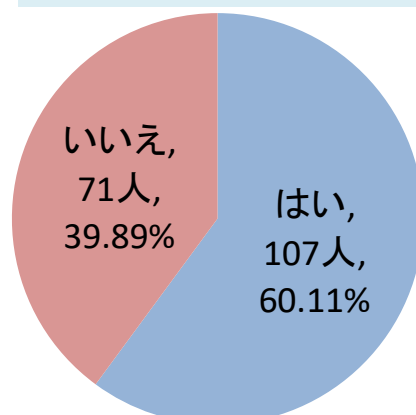
31～35歳 64人



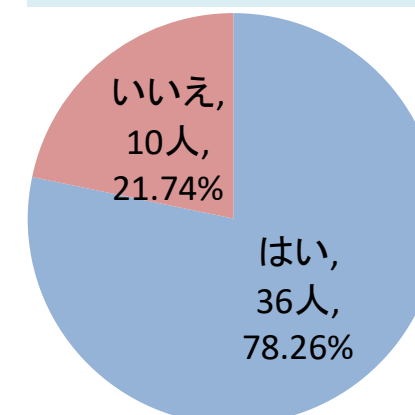
36～40歳 133人



41～45歳 178人



46～56歳 46人



45歳以上は平均値以下、46歳以上は平均値以上  
上記2つより年齢層が高い方に魅力度がある

# 問1で「いいえ」と答えた方に質問です。 浜松市に行ってみたい理由を教えてください

292人 解答

1位	うなぎを食べに行きたい	68人
2位	行ったことがないから、あまり知らないから	49人
3位	餃子を食べに行きたい	26人
4位	観光に行きたい	21人
5位	浜名湖	18人
6位	浜松城に行きたい	7人
7位	大手企業があり視察したい(YAMAHA・SUZUKI)	5人

## 【その他 少数意見】

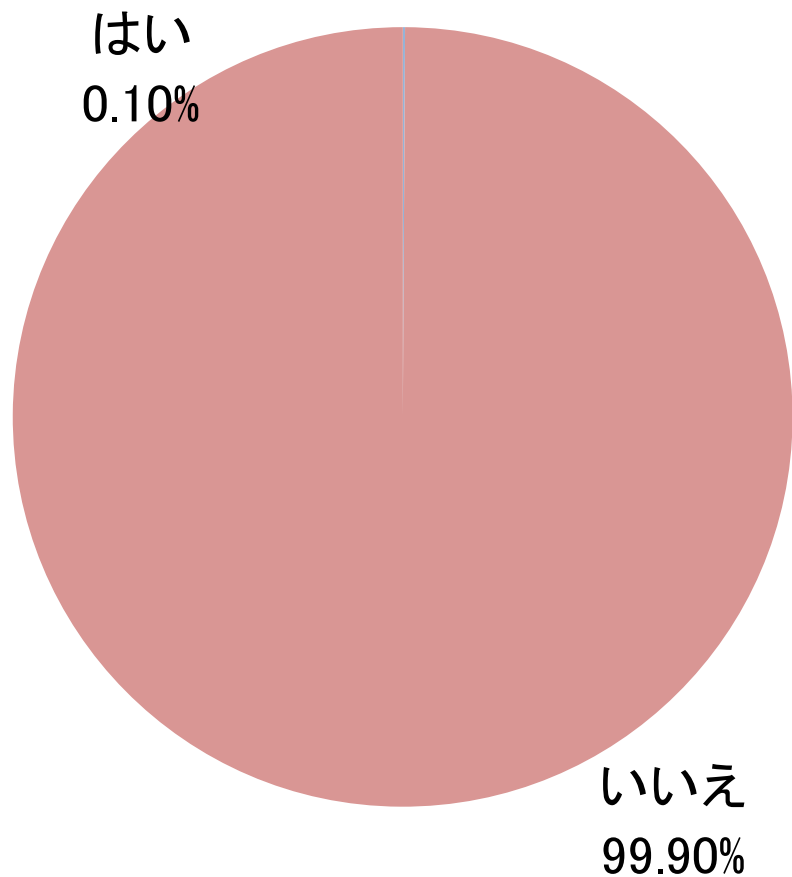
YEGの繋がりがあるから、鈴木正孝さんに会いたい、「さわやか」があるからフラワーパークに行きたい、大河ドラマ「井伊直虎」を見て、友人がいるから

## 問2 浜松市に住んだことはありますか？

---

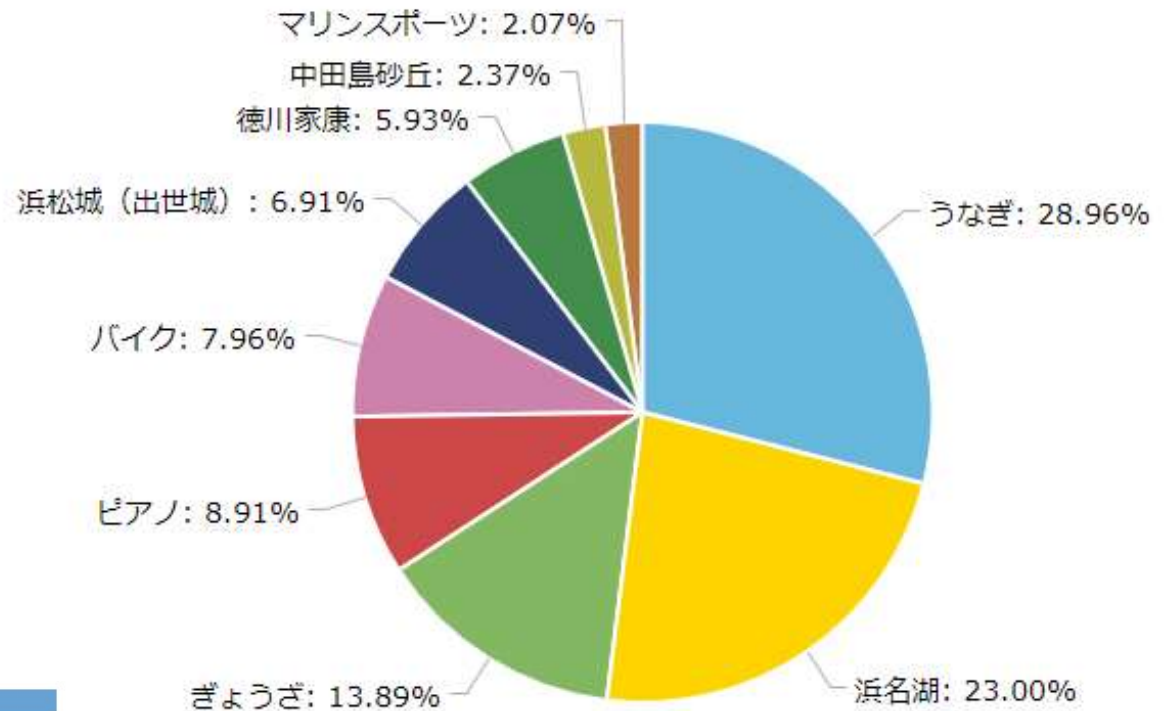
はい 1.7% | 1

いいえ 98.3% 983



# 問3 浜松市といえば思い浮かぶものを4つ以上挙げてください(いくつでも可)

268人 解答



Category	Percentage	Count
うなぎ	29.0 %	855
浜名湖	23.0 %	679
きょうざ	13.9 %	410
ピアノ	8.9 %	263
バイク	8.0 %	235
浜松城 (出世城)	6.9 %	204
徳川家康	5.9 %	175
中田島砂丘	2.4 %	70
マリンスポーツ	2.1 %	

### 問3) 選択肢以外に思いつくものはボックスに入力してください。

---

1位	うなぎパイ	46人
2位	YAMAHA(ヤマハ)	31人
3位	浜松祭り・凧	27人
4位	SUZUKI(スズキ)	25人
5位	さわやかハンバーグ	19人

#### 【その他 少数意見】

アクトシティ浜松、オートバイ・バイク、サーフィン、サッカー、ブラジル  
ホトトニクス、みかん、やらまいか、自衛隊・エアパーク、三方原の戦い・三方原  
竜ヶ岩洞、JR・新幹線・22号、政策・提言、直虎、徳川家康、静岡県

## 問4 浜松について知っていることがあれば教えてください。

268人 解答

1位	うなぎ	41人
1位	あまり知らない	41人
3位	大手企業がある (SUZUKI・YAMAHA・ホトニクス)	27人
4位	餃子 (宇都宮と日本一を競っている、有名店がある)	22人
5位	浜名湖	15人
6位	うなぎパイ (お土産はうなぎパイ)	12人
6位	政令指定都市 (県内人口No.1、合併して広い、静岡市のライバル)	12人

### 【その他 少数意見】

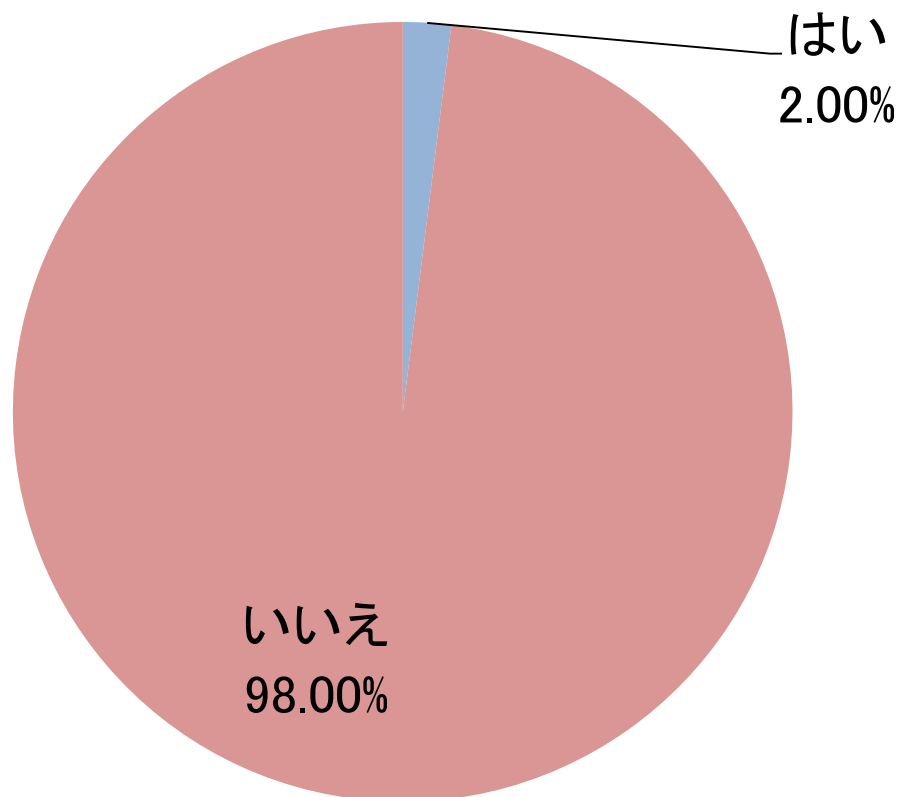
アクトシティ浜松 (駅前の大きなビル)、井伊直虎、浜松祭り  
YES政策提言、ブラジル人・外国人

## 問5 浜松商工会議所が認定している地域ブランド「やらまいかブランド」をご存じですか？

---

はい 2.00% 20

いいえ 98.00% 980



## 問6 あなたが知っている地域ブランドを教えてください

---

89人 解答

1位 特に知りません

2位 くまもん

3位 砂丘、らっきょう、松坂牛

【少数意見 多数】

関サバ、大間マグロ、宮崎マンゴー、今治タオル

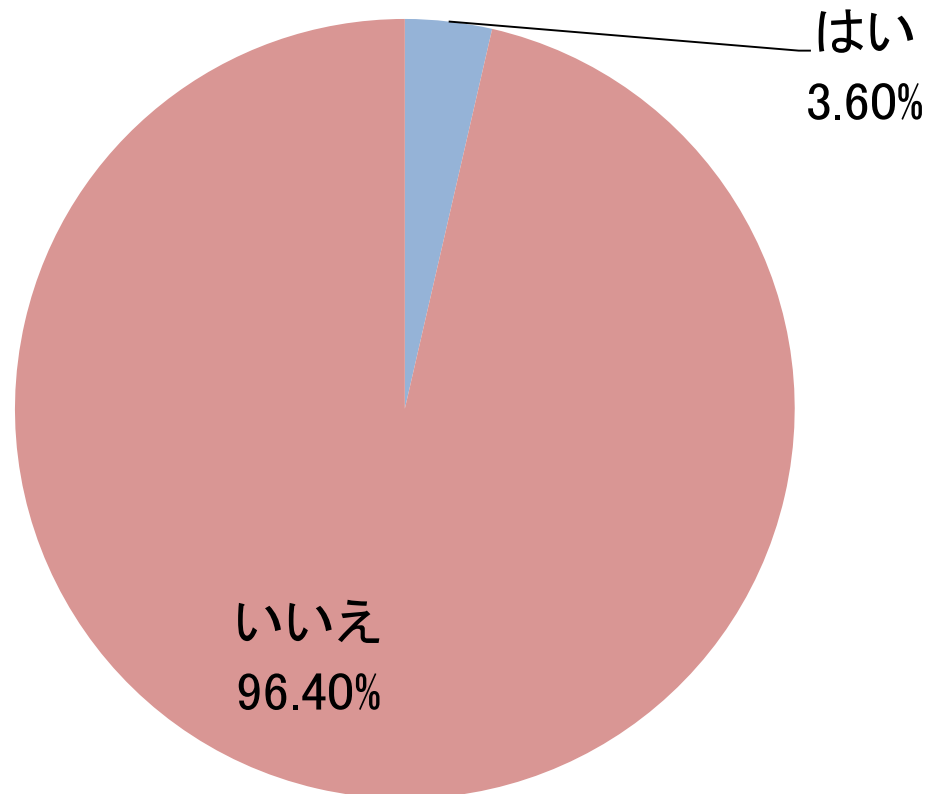
その他多数

# 問7 浜松市が行っている「出世の街 浜松」としての 取組みをご存じですか？

---

はい 3.60% 36

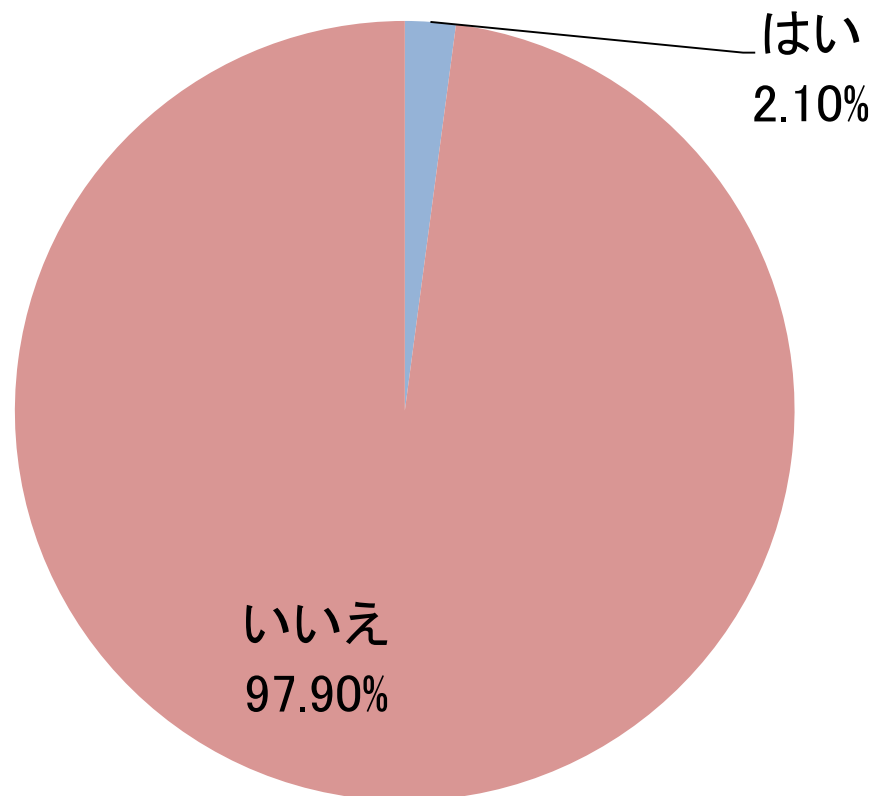
いいえ 96.40% 964



## 問8 浜松市が行っている「ビーチマリンスポーツの聖地」 としての取組みをご存じですか？

---

はい	2.10%	21
いいえ	97.90%	979



# 問9 あなたの住んでいる町で他地域に知られている産業や観光資源は何ですか？

646人 解答

## 【上位解答】

広島 カーブ、マツダ、原爆ドーム、お好み焼き

秋田 秋田県、きりたんぼ、あきたこまち

愛知 トヨタ、デンソー、名古屋、豊川稲荷

北海道	登別温泉、農業、海産物	石川	兼六園、子供駅舞妓	岡山	備前焼、デニム
青森		福井		広島	カーブ、マツダ、原爆ドーム、お好み焼き
岩手	桜	山梨	富士山、織物	山口	ぶぐ、関門海峡
宮城	ササニシキ	長野	鯉、健康長寿	徳島	阿波踊り
秋田	秋田県、きりたんぼ、なまはげ、あきたこまち、稲庭うどん、いぶりがっこ	岐阜	バラ	香川	うどん、瀬戸内海
山形	米沢牛、さくらんぼ、蔵王	静岡	お茶、三保の松原、サッカー	愛媛	道後温泉、松山城、みかん
福島	ウルトラマン	愛知	せともの、犬山城、トヨタ、自動車、デンソー、名古屋、豊川稲荷	高知	四万十川
茨城	ひたちなか海浜公園	三重	松坂牛	福岡	原鶴温泉、果物
栃木		滋賀	琵琶湖、彦根城	佐賀	(呼子の) イカ
群馬	富岡製糸場	京都	自衛隊、カニ	長崎	夜景
埼玉	草加せんべい、西武ライオンズ	大阪	ひらかたパーク、歯ブラシ、旭ボン酢	熊本	熊本城、くまもん
千葉	成田山、成田国際空港、ふなっしー	兵庫	社蟻、製造業	大分	温泉
東京		奈良		宮崎	マンゴー、プロ野球キャンプ、地鶏
神奈川	七夕祭り、江ノ島	和歌山		鹿児島	
新潟	金属加工、ものづくりの街、湯沢銘酒	鳥取	鳥取砂丘、らっきょう、鬼太郎	沖縄	海、マリンスポーツ、首里城
富山	ブリ、YKK	島根	松江城、出雲大社、しじみ		

# 問10 「〇〇」と言えば「××」と言うところの何を思い浮かべますか？

---

194人 解答

1位	香川	といえば うどん	36人
2位	宇都宮	といえば 餃子	28人
3位	大阪	といえば たこ焼き	22人
4位	浜松	といえば うなぎ	16人
5位	広島	といえば お好み焼き	13人

## 【その他】

夕張 といえば メロン、名古屋 といえば 味噌カツ、福岡 といえば 明太子  
博多 といえば ラーメン、仙台 といえば 牛タン、今治 といえば タオル  
下関 といえば ふぐ

# 問11 産業や観光資源を通してうまく都市をブランディングしている事例がありましたら教えてください

---

217人 解答

1位	京都府	17人
2位	北海道	12人
3位	福岡県	10人
4位	広島県	8人
5位	宮崎県	7人

## 【その他 少数意見】

熊本県、長崎県、沖縄県、香川県、新潟県、秋田県、栃木県、神奈川県



浜松市商工会議所青年部2019年  
浜松市民向け 提言アンケート

# 提言アンケート概要

---

- 1) 日時 2019年7月24日(水)～2019年9月30日(月)
- 2) 浜松YEGの会員及び会員企業の社員及び家族
- 3) インターネット アンケート調査
- 4) アンケート総数 215件

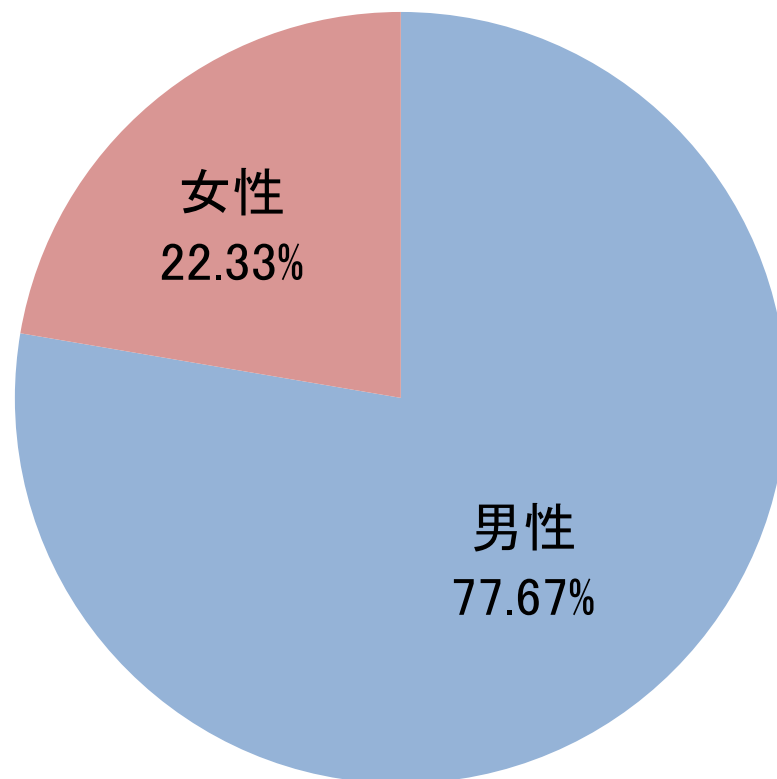
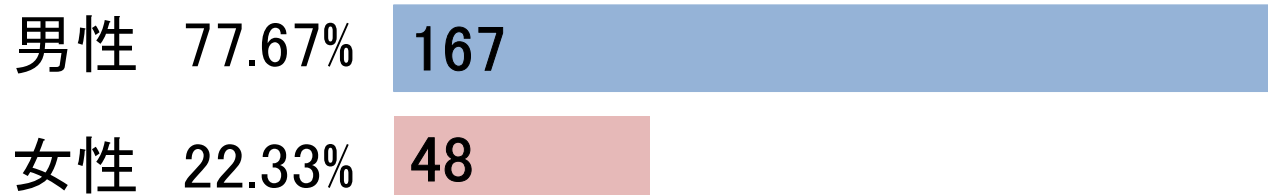
# アンケート内容

浜松商工会議所青年部2019年度調査アンケート（浜松市民向け）	
<p>浜松商工会議所青年部では、1985年の設立以来33年間に渡り、毎年浜松地域各所に調査活動を行って参りました。本年度も「浜松のブランディング戦略」というテーマで、4月より調査研究を行っております。調査活動を行う上で、まず浜松市の現状を知ることが大前提だと考えます。浜松市外の方に対して浜松市に対する意識調査を実施していますが、浜松市民の皆様にも浜松市に対するアンケート調査にご協力いただきたいと思います。宜しくお願い致します。</p>	
お名前	<input type="text"/>
性別 <b>必須</b>	<input type="radio"/> 男性 <input type="radio"/> 女性
年齢 <b>必須</b>	<input type="text"/> 歳
問1 ご出身は浜松市ですか？ <b>必須</b>	<input type="radio"/> はい <input type="radio"/> いいえ いいえと答えた方に質問です。どのような経緯で浜松市にお住まいですか？ <input type="radio"/> 仕事 <input type="radio"/> 家族 <input type="radio"/> その他
問2 今後も浜松市に住みたいと思いますか？またそれはなぜですか。 <b>必須</b>	<input type="radio"/> はい <input type="radio"/> いいえ <input type="text"/>
問3 子供たちにも浜松市に住んで欲しいと思いますか？またそれはなぜですか <b>必須</b>	<input type="radio"/> はい <input type="radio"/> いいえ <input type="text"/>
問4 浜松市と言えば思い浮かぶものを4つ以上挙げてください（いくつでも可） 選択肢以外に思い浮かぶものは、ボックスにご入力ください <b>必須</b>	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>
問5 浜松市が他地域に知られている産業や観光資源は何だと思いますか？ <b>必須</b>	<input type="text"/>
問6 浜松市について他地域に知ってもらいたいことを教えてください <b>必須</b>	<input type="text"/>
問7 浜松商工会議所が認定している地域ブランド「やままいかブランド」をご存知ですか？ <b>必須</b>	<input type="radio"/> はい <input type="radio"/> いいえ

問8 あなたが知っている地域ブランドを教えてください	<input type="text"/>
問9 浜松市が行っている「出世の餅浜松」としての取り組みをご存知ですか？ <b>必須</b>	<input type="radio"/> はい <input type="radio"/> いいえ
問10 浜松市が行っている「ビーチ・マリンスポーツの聖地浜松」としての取り組みをご存知ですか？ <b>必須</b>	<input type="radio"/> はい <input type="radio"/> いいえ
問11 「○○」と言えば「××」と言うとどここの何を思い浮かべますか？ <b>必須</b>	例) 「浜松」と言えば「音楽」 「今治」と言えば「タオル」 <input type="text"/>
問12 産業や観光資源を通じて上手く都市をブランディングしている事例をご存知でしたら教えてください	<input type="text"/>
問13 浜松市は魅力的ですか。またその理由も教えてください。 <b>必須</b>	<input type="radio"/> とても魅力的 <input type="radio"/> やや魅力的 <input type="radio"/> どちらでもない <input type="radio"/> あまり魅力的ではない <input type="radio"/> 全く魅力的ではない <input type="text"/>
問14 浜松市の価値（ブランド）を今より高めるにはどうしたら良いと思いますか？ <b>必須</b>	<input type="text"/>
メッセージ (ご意見等ございましたらお気軽にご入力ください)	<input type="text"/>

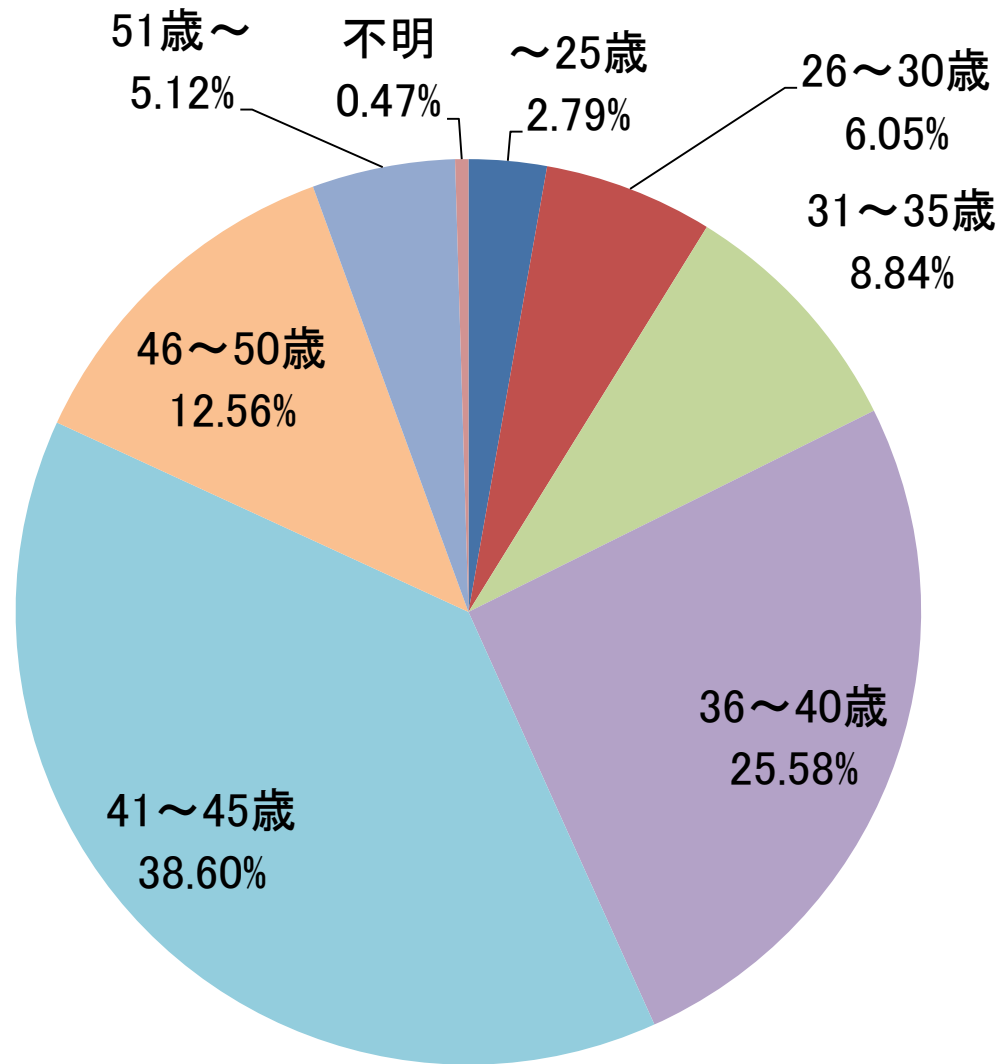
# 性別

---



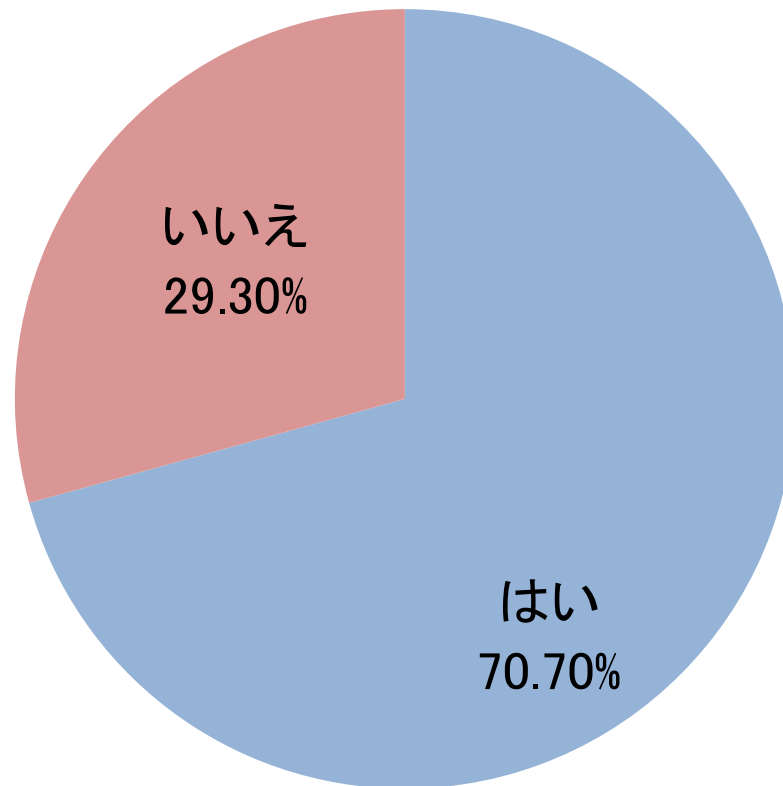
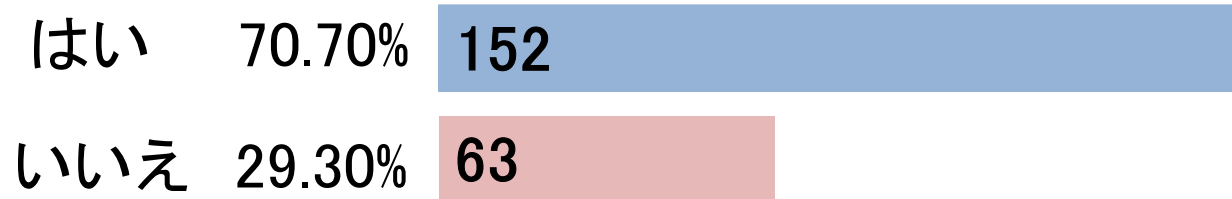
# 年齢

年齢	人数
～25歳	6
26～30歳	13
31～35歳	19
36～40歳	55
41～45歳	83
46～50歳	27
51歳～	11
不明	1



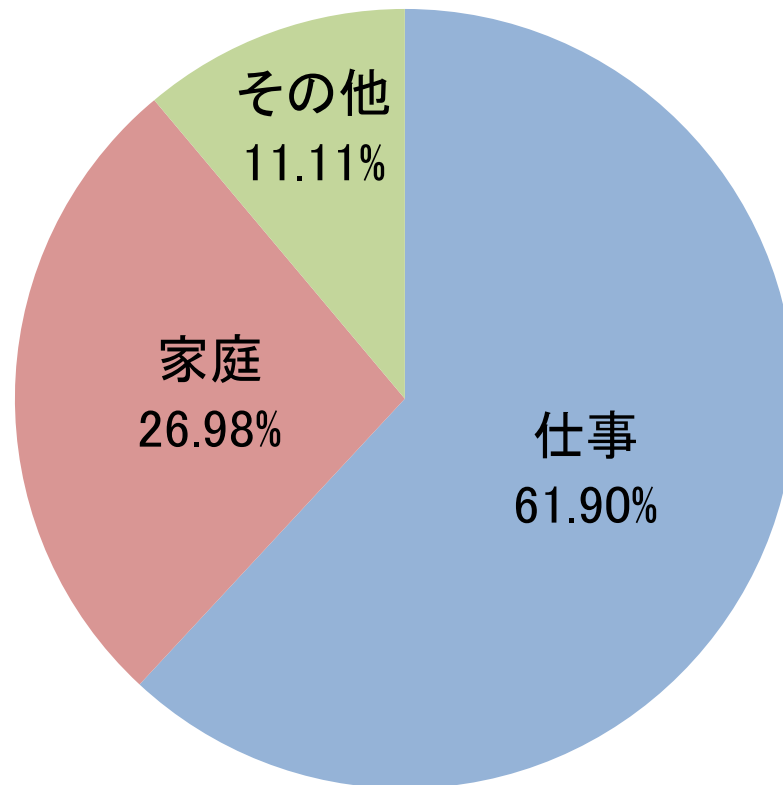
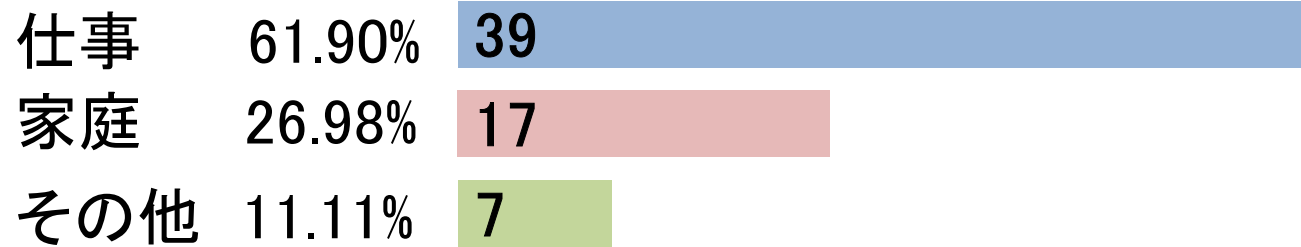
# 問1 ご出身は浜松市ですか？

---



# 問1で「いいえ」と答えた方に質問です。 どのような経緯で浜松市にお住まいですか？

---



## 問2 今後も浜松市に住みたいと思いますか？ またそれはなぜですか？

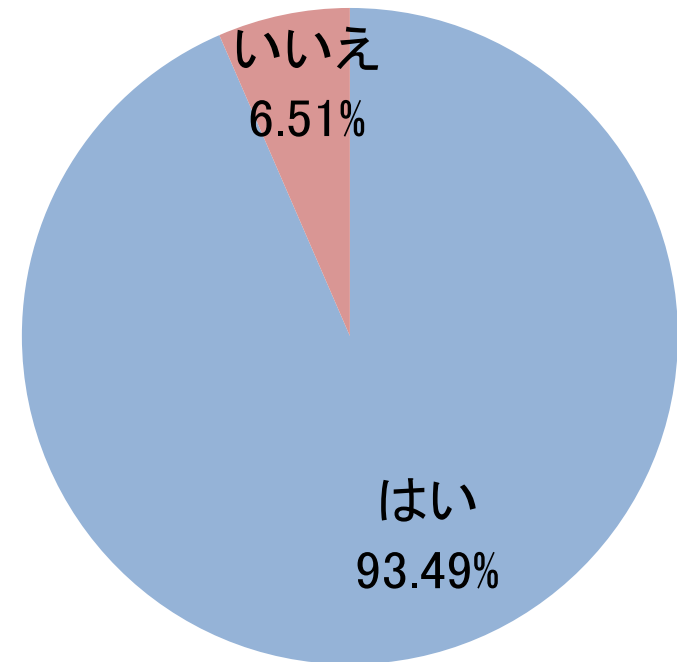
---

はい 93.49% 201

いいえ 6.51% 14

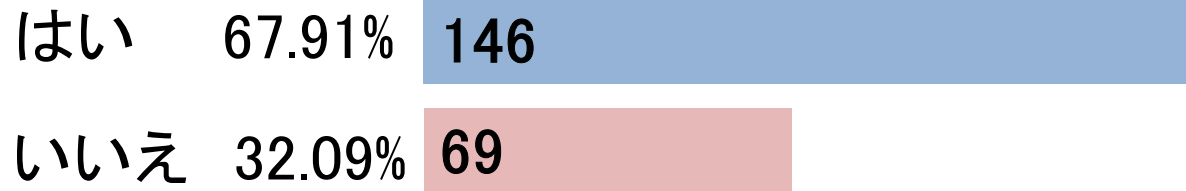
### 【浜松市に住みたい理由】

1位	住みやすい(アクセス・気候)	55人
2位	仕事があるから・拠点だから	33人
3位	ふるさと・生まれた場所	12人
4位	家族・両親がいるから	10人



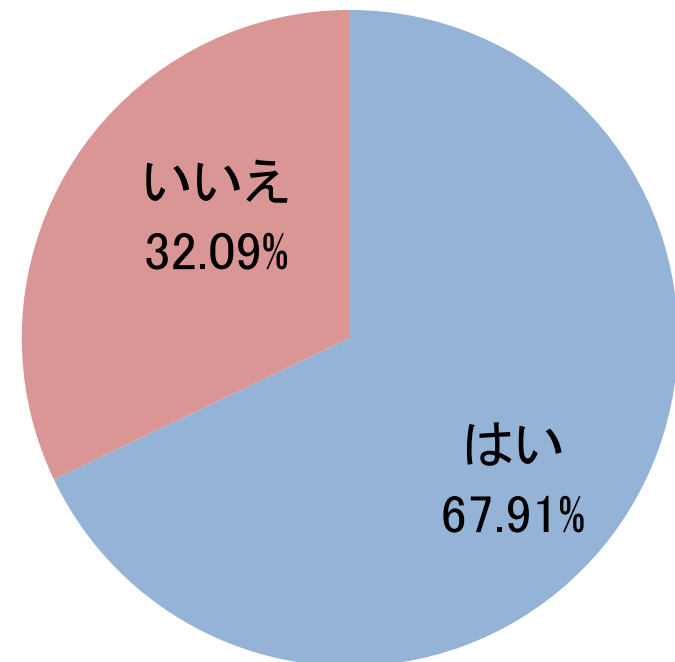
### 問3 子供たちにも浜松市に住んで欲しいと思いますか？ またそれはなぜですか？

---

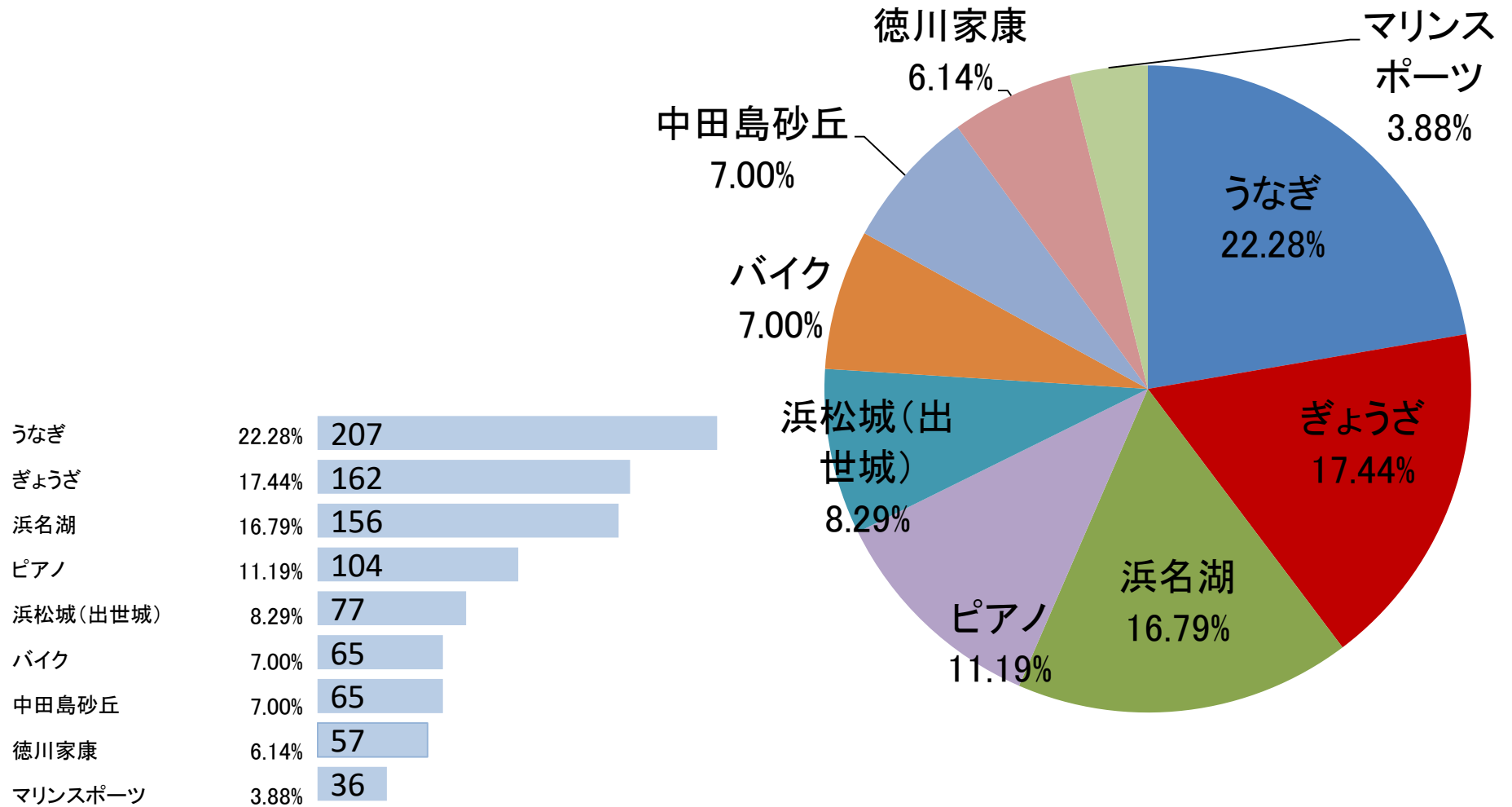


#### 【理由】

1位	住みやすい(アクセス・気候)	30人
2位	子どもが自由に選択すればよい	16人
3位	近くにいてほしい	12人
4位	郷土愛・浜松は良いところだから	8人



# 問4 浜松市といえば思い浮かぶものを4つ以上挙げてください(いくつでも可)



## 問4) 選択肢以外に思いつくものはボックスに入力してください。

---

195人 解答 解答率90.70%

1位	浜松まつり	30人
2位	うなぎパイ	28人
3位	みかん	28人
3位	SUZUKI(スズキ)	25人
5位	さわやかハンバーグ	14人

### 【その他 少数意見】

楽器博物館、アクトシティ浜松、ブラジル、ホトトニクス、みかん、やらまいか、自衛隊、三方原、新幹線、井伊直虎など

## 問5 浜松市が他地域に知られている 産業や観光資源は何だと思いますか？

215人 解答 解答率100%

1位	浜名湖	70人
2位	うなぎ	59人
3位	楽器	52人
4位	オートバイ・バイク	43人
5位	YAMAHA(ヤマハ)	25人
5位	ピアノ	25人
7位	餃子	24人
8位	SUZUKI(スズキ)	23人
9位	浜松まつり	22人
10位	うなぎパイ	16人

【その他 少数意見】 浜松城、新幹線、さわやか、マリンスポーツなど

## 問6 浜松についてほかの地域に 知ってもらいたいことを教えてください。

215解答 解答率:100%

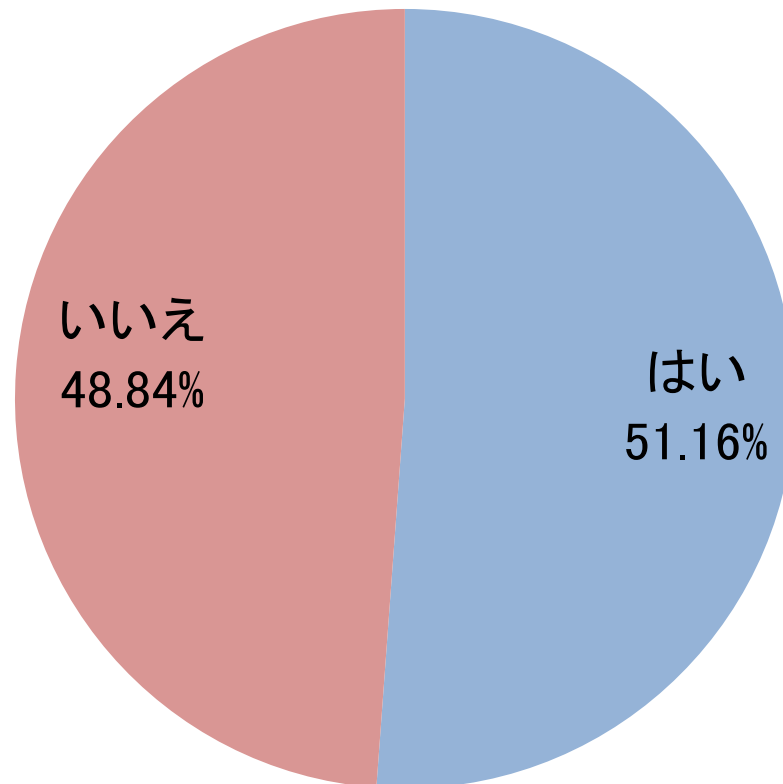
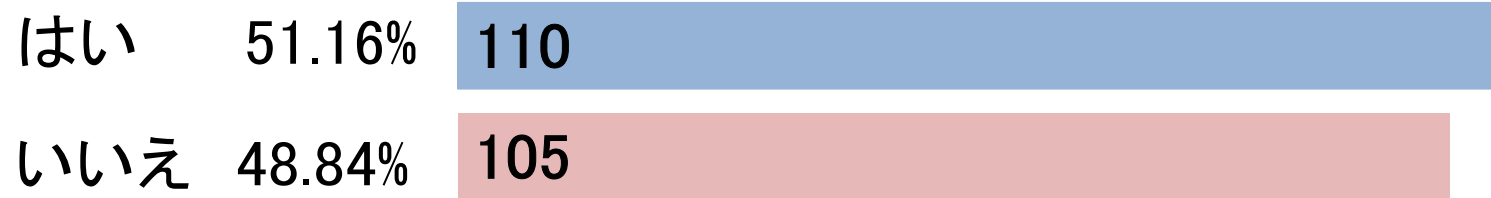
1位	自然(海・山・湖)が豊か	34人
2位	住みやすい・暮らしやすい	24人
3位	浜名湖	19人
4位	浜松祭り	10人
5位	温暖な気候	9人

### 【その他 少数意見】

ものづくり、大手企業がある、幸福度が高い、アクセスが良いなど

## 問7 浜松商工会議所が認定している地域ブランド「やらまいかブランド」をご存じですか？

---



## 問8 あなたが知っている地域ブランドを教えてください

93人 解答 解答率:43.26%

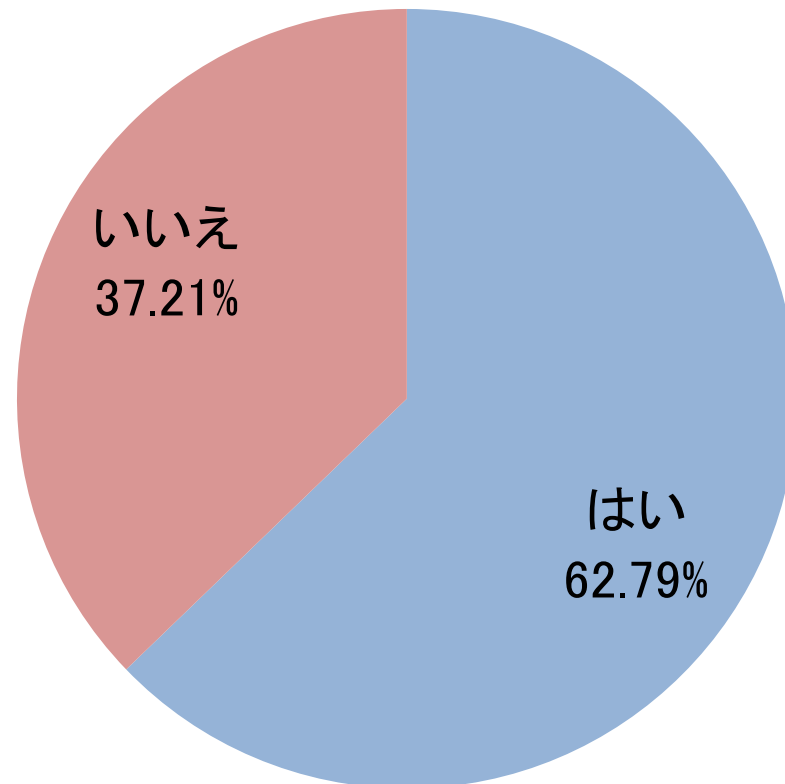
1位	うなぎパイ	15人
2位	三ヶ日みかん	11人
3位	遠州綿紬 絹物	10人
4位	浜松ぎょうざ	8人
5位	うなぎいも	7人
6位	今治タオル	4人
6位	関サバ	4人

### 【その他少数意見

大間マグロ、宇都宮ぎょうざ、松坂牛、香川うどん、カステラ饅頭など

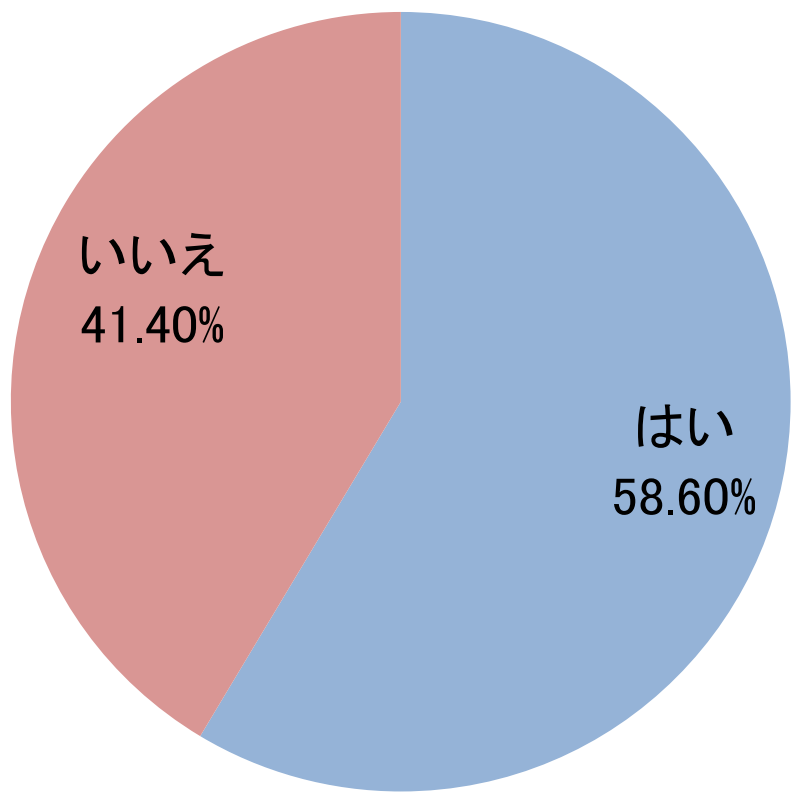
## 問9 浜松市が行っている「出世の街 浜松」としての 取組みをご存じですか？

---



# 問10 浜松市が行っている「ビーチマリンスポーツの聖地」 としての取組みをご存じですか？

---



# 問11 「〇〇」と言えば「××」と言うところの何を思い浮かべますか？

215人解答 解答率:100.0%

1位	浜松	といえば うなぎ	32人
2位	静岡	といえば お茶	13人
2位	大阪	といえば たこ焼き	13人
4位	仙台	といえば 牛タン	9人
5位	宇都宮	といえば ぎょうざ	7人
5位	香川	といえば うどん	7人
7位	青森	といえば りんご	6人

## 【その他】

夕張といえばメロン、名古屋といえば味噌カツ、福岡といえば明太子  
博多といえばラーメン、仙台といえば牛タン、広島といえばお好み焼き  
下関といえばふぐ、豊田といえば自動車 など他多数

## 問12 産業や観光資源を通してうまく都市をブランディングしている事例がありましたら教えてください

71人 解答 解答率:33.02%

### 【都道府県】

1位 広島県 6人

2位 福岡県 4人

3位 京都府 3人

4位 香川県 3人

### 【都市】

1位 金沢市(石川県) 5人

2位 熱海市(静岡県) 5人

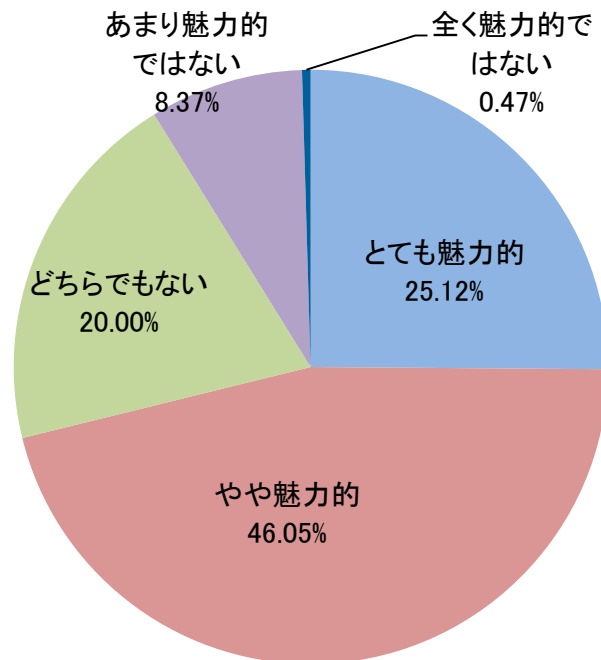
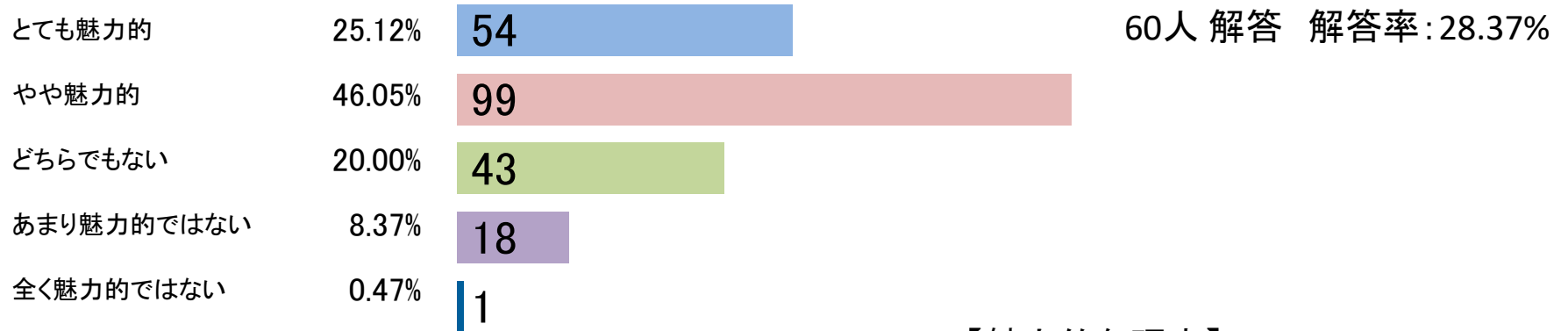
3位 浜松市(静岡県) 3人

4位 鎌倉市(神奈川県) 3人

### 【その他 少数意見】

長崎県、沖縄県、鳥取県、新潟県、栃木県、高知県  
伊勢市、横浜市、倉敷市、静岡市、伊豆市、神戸市など

# 問13 浜松市は魅力的ですか？ またその理由も教えてください。



## 【魅力的な理由】

1位	自然が豊か	17人
2位	気候が良い	13人
3位	程よい都市	6人
4位	アクセスが良い	5人
4位	食がおいしい	5人
4位	観光資源がある	5人
7位	産業が豊か	4人

## 【魅力的でない理由】

1位	駅前・街中が寂しい	9人
2位	観光資源が少ない	7人

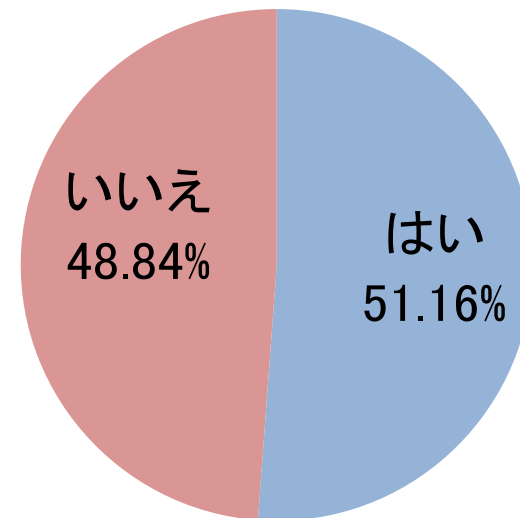
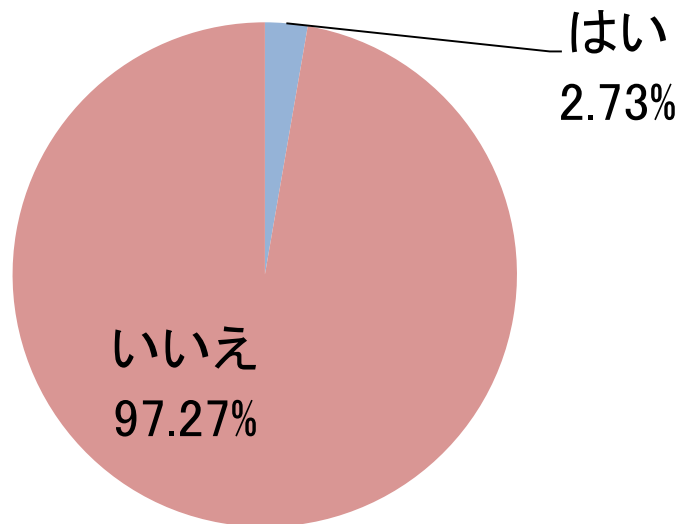
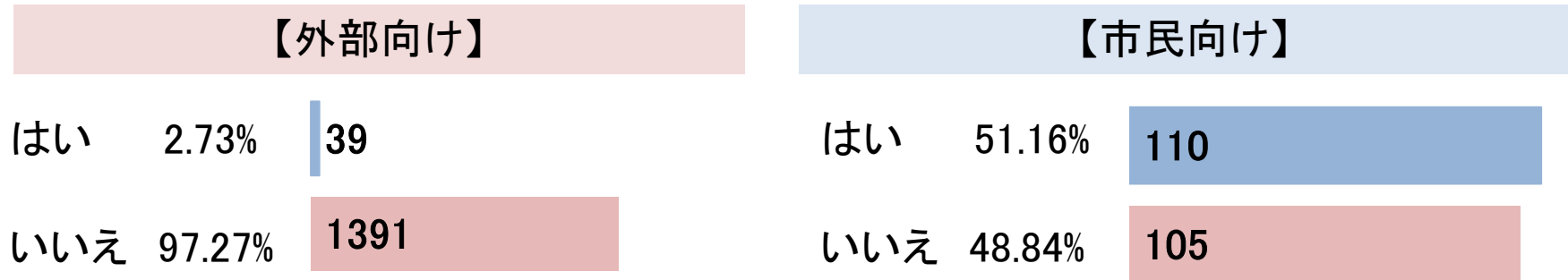
# 共通1 浜松市といえば思い浮かぶものを4つ以上挙げてください(いくつでも可)

## 【外部向け】

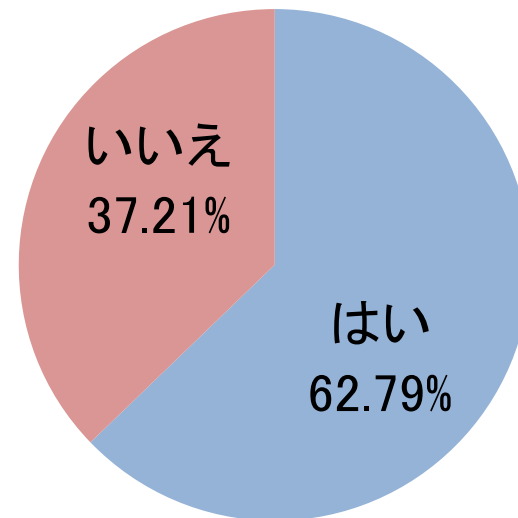
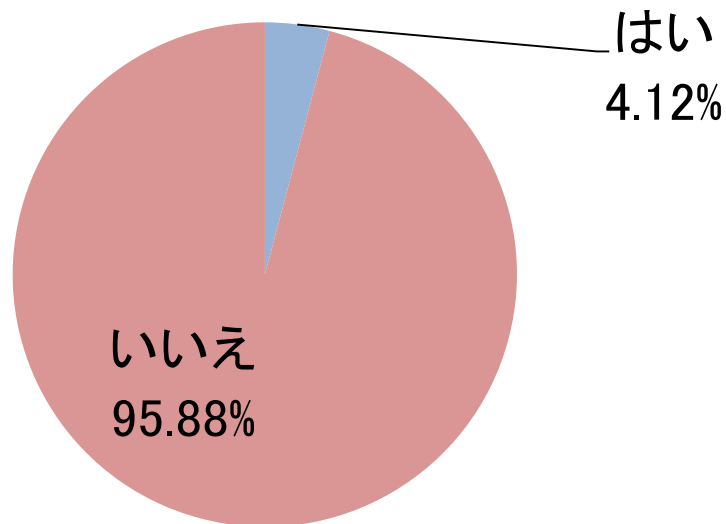
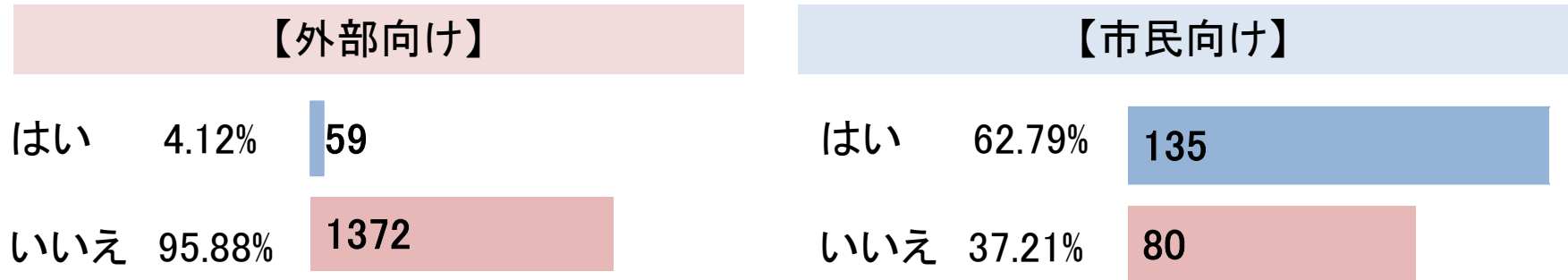
## 【市民向け】

1243	29.05%	うなぎ	22.28%	207
609	14.23%	ぎょうざ	17.44%	162
967	22.60%	浜名湖	16.79%	156
385	9.00%	ピアノ	11.19%	104
298	6.96%	浜松城(出世城)	8.29%	77
324	7.57%	バイク	7.00%	65
92	2.15%	中田島砂丘	7.00%	65
271	6.33%	徳川家康	6.14%	57
90	2.10%	マリンスポーツ	3.88%	36

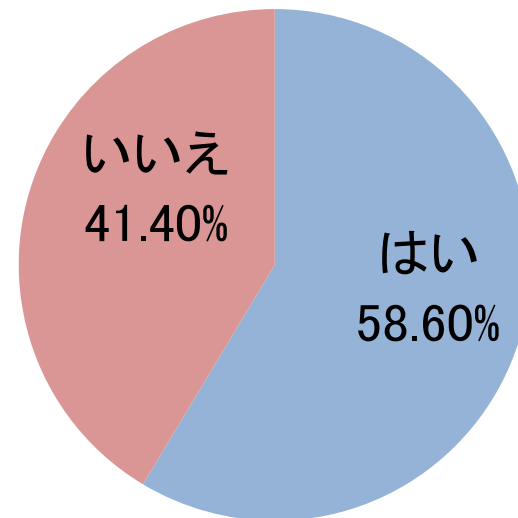
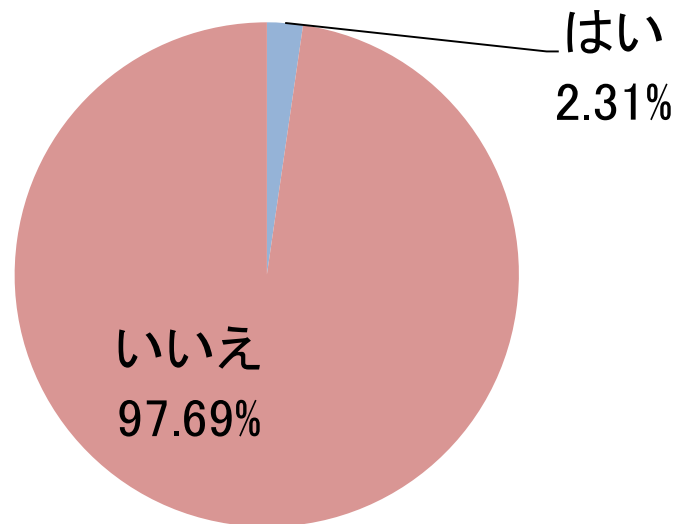
## 共通2 浜松商工会議所が認定している地域ブランド「やらまいかブランド」をご存じですか？



# 共通3 浜松市が行っている「出世の街 浜松」としての 取組みをご存じですか？



# 共通4 浜松市が行っている「ビーチマリンスポーツの聖地」としての取組みをご存じですか？



## まとめ

---

浜松市民向けのアンケートでは今後も浜松市に住みたいと答え  
た方が93.5%、浜松市がとても魅力的、魅力的であると回答が  
71.1%と満足度・魅力度が高い結果となっている。温暖な気候、  
首都圏へのアクセスなど市民が住みやすさを実感している内容  
となっている。

外部向けアンケートとの比較を見ると「やらまいかブランド」「出世  
の街浜松」「ビーチマリンスポーツの聖地」の認知度においては  
全てにおいて市外県外には知られてはいないが市民の認知度  
は過半数を超えており大きなギャップが見られる結果となった。  
また浜松というキーワードでは共にうなぎがトップとなり、うなぎブ  
ランドが市内外にも根付いていることが証明されたと感じる。

浜松市の現状を知ることが出来た貴重なアンケート結果となった。  
今後提言書の中でも参考にしていきたいものである。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松アーツ&クリエイション		
訪問日時	2019年6月19日	先方担当者	菱沼妙子様、江川野智典様
訪問者	富田 悠、井川正美		

1	<p>浜松アーツ&amp;クリエイションとは 文化庁と浜松市から委託を受け、活動する財団法人。 「浜松の芸術・および芸術にかかわる人々を支援していくこと」「芸術のちからを活用して、新しい価値を産み出し、浜松の社会課題解決に貢献していくこと」この2つを柱として活動している。 主な活動内容は、浜松市内外に向けての情報発信、助成制度、調査研究、事業の提案、実施、支援。 発足は2018年4月</p>
2	<p>これまで(昨年)の活動 企業、団体へのヒアリング。 HP上にて、アーティストの紹介。</p>
3	<p>浜松アーツ&amp;クリエイションの考える、浜松市の喫緊の課題 【若者の流出】 進学で出て行った若者が、浜松に帰って来ない。 Iターンで就職した者が、浜松がつまらないと言って辞めていってしまう。 若者同士、特に外から来た若者が繋がる場がなく、疎外感を感じる。 【外に向けた発信力がない、外に向けて発信するという視点が欠けている】 浜松が音楽の街であるということが市外、県外の人に伝わっていない。 また、それ以外の魅力も伝わっていない。 浜松祭りも参加者は楽しいが、参加していない人、観光客は楽しめない。 外の人にも楽しんでもらうという視点が無い。 【行政と市民の感覚の乖離】 ユネスコ創造都市への参加、浜松国際ピアノコンクール(2018年は小説の影響で盛り上がったが)開催など、市は行政として十分取り組みはしているが、市民の感覚とのズレがある。より市民に根付いた特徴をアピールする必要がある。 →以上のことより、浜松の課題解決に寄与する形のブランディング・情報発信の必要がある。</p>
4	<p>菱沼氏から見た浜松の魅力 【音楽、食、自然など魅力的な素材が多い】 日常生活の中で音楽を楽しむ人が多く、また環境もある。 吹奏楽やストリートダンスが盛んで、お稽古事を習う人口も多い。 音楽系の市民団体も他地域に比べて多い。 しかし、それぞれの活動が点々と存在するだけで、線となって市全体で繋がっていない。 食や自然についても同様のことが言える。</p>
5	<p>浜松アーツ&amp;クリエイションからの提案と、今後の活動 【それぞれの活動、団体、アーティストのプラットフォームになる】 それぞれ点在している活動や団体をまとめて情報発信できるプラットフォームを作る。 例えば、街中のアート空間であるかぎやビルや鴨江アートセンターなどをまとめたアートマップを作成し、発信する。 浜松でアーティストが作品を作ったら、売る場所を提供する 【weekend musicianの提案】 日常生活で音楽を楽しむという提案。 ウィークデーは企業で働き、ウィークエンドに音楽を楽しむ生活スタイルの提案。 全国にいる音大卒業生が住みたいと思える街にする。 【可視化する】 情報発信力の高いイベント:ギネスに挑戦して世界に発信する 一度にトランペットファンファーレを吹いた人数の多さでギネス記録を狙う 吹奏楽人口の多さ、浜松祭りでのラッパ隊の多さを活かす プロモーション映像を制作してYouTubeで多言語で発信。 【創造都市補助金の採択】</p>
6	<p>浜松アーツ&amp;クリエイションから企業への要望 【企業の中にどんな人がいるのか可視化してほしい】 職人や特技を持った人など、どんな人がいるか可視化し、外に向けて発信してほしい。 そうすれば、こちらでも人と人、企業と企業をつなげやすい。</p>

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松市役所産業部 観光・シティプロモーション課		
訪問日時	2019年5月13日	先方担当者	鈴木久仁厚課長
訪問者	大久保貴通、大高旭、武田博康、富田 悠		

<p>・H17年より企画課の一セクションとしてシティプロモーション活動が始まり、その後H22年に広聴広報課に移り、H27年に観光課と一緒にになった。</p> <p>・シティプロモーションは単に情報を出すだけではなく、何らかのリターン(交流人口を増やす、産品購入、企業誘致、定住)を得る事を目的とし、ブランディングとはターゲットから選ばれる都市になるために浜松の価値を訴求する活動、と考える。</p> <p>浜松市のブランディング、というテーマに対してこれまでにどんなことを行い、どんな結果だったのか?</p> <p>・H17年よりCP活動を開始。当時自治体で実施しているところは少数。役場内でも活動に理解が得にくかったが、パンフレット配りや仲間を広げるよう映画の誘致も行って。「天まであがれ」、「書道ガールズ」</p> <p>H19年より康友市長が積極的にトップセールスを行い、役場内でも理解が深まっていた。</p> <p>第1期(企画課H17~H21、広聴広報課H22~H23) 産業、ブランド、観光、音楽、暮らし等ジャンルごとに地域資源をPR。</p> <p>・パブリシティ→メディアに対してアプローチを行う。出演、掲載。</p> <p>・イベント開催、出展→2009年札幌雪祭りで浜松城の雪像を製作。2011年の100周年時に吉本新喜劇で一週間浜松ネタをやらせてもらう。</p> <p>2013年浜松でゆるキャラグランプリ開催</p> <p>・情報誌、ホームページ、人脈活用。</p> <p>第2期(広聴広報課H24~H26、観光・シティプロモーション課H27~H29)</p> <p>・「出世の街浜松」、「ゆるキャラ」を重点的にPR。家康くんはグランプリを取った事もあり、全国的な認知度大。</p> <p>H28年後半から「おんな城主 直虎」。出世の街、がキーワード。</p> <p>第3期(観光・シティプロモーション課H30~)</p> <p>以下のブランディングテーマを設定し、多様な媒体、人材、企業を活用。創造的、戦略的なシティプロモーションを展開</p> <p>・海の湖→交流人口拡大、産品購入拡大</p> <p>・出世の街→交流人口拡大、産品購入拡大</p> <p>・ビーチ、マリンスポーツの聖地→アスリート集結、交流人口拡大</p> <p>・幸福度日本一、健康寿命日本一→移住、定住</p> <p>・その他、浜松バレー、音楽の都、等</p> <p>・SNS(FaceBook, instagram, twitter)でんこちょ浜松(広報課)、家康くん(CP課)</p> <p>・企業活用(LDHと提携。JAL機内食、300万部のJAL会誌、スポーツテスト診断、4月からe-wingにラッピング)→話題づくり</p> <p>・有識者活用(徳川19代をシティプロモーション顧問に)</p> <p>成功事例</p> <p>・浜松餃子(ぎょうざ屋さんを入れない仲間で作っている。うなぎと浜松2大グルメに成長)</p> <p>現状~今後</p> <p>・長期目標、戦略は特に定めず、テーマも絞らず、いろいろなものを取り上げて行く。→過去に絞る事も考えたが、広大な土地や資源があり向いていないと感じた。課題と言えば課題だが、多様性が浜松らしさ</p> <p>・観光面では公益財団法人浜松・浜名湖ツーリズムビューローと協力して行く。しょっちゅう合同会議している</p> <p>・2008年~年3回発行の「HAMA流」。年12万部を東京、名古屋、大阪の富裕層へポストティングしている。ネタもばどと協力して作っている。</p> <p>・メディアは東京のパブリシティ会社に委託している、</p> <p>・現在、他都市で参考にしているところはないが、他都市から視察しにくる事がたまにある</p> <p>・浜松アーツアンドクリエイション 浜松市文化振興財団が運営している</p> <p>・予算 観光課として事業費15億8000万円(ふるさと納税や観光施設維持費、観光協会補助)、CP事業としては8200万円、大河関係は別、3000万円</p> <p>・やらまいか大使は現在80名ほど。無料でPRしてくれる。</p> <p>最後に今後も浜松YEGと実現可能なものを一緒に作っていききたいとお言葉をいただきました!</p>
---

# ヒアリング調査議事録

訪問先	アーツ&クリエイション		
訪問日時	2019年11月14日	先方担当者	菱沼 妙子様 江川野智典様
訪問者	富田 悠		

## 「乳幼児の音楽教室」

実際に実行した際に、低所得者層の児童をどう選ぶかが難しいので、案として子供食堂と連携してやったらどうか

ピアノメーカーにピアノを出してもらえるといいが、管理の問題があり、埃をかぶった状態ではメーカーがいやがって出さないのでは。廃校になった学校のピアノ等がでてこないか。

シニアの演奏会はすでにたくさんある。街中では浜松市文化振興財団が数多くやっている。無料の音楽イベントが多く、質の向上がないやっておしまいになっている。他人の演奏を聞かずに帰ってしまっている。発表会が多発しているだけで、お金を出す文化になってこない。競争する、評価される機会がない。

音楽指導者の派遣はすでにやっている。指導者向けの講習もやっている。

青年部事業や会員会社のイベント等でミュージシャンを使ってくれればミュージシャンの仕事が増えるのでやったらどうかアーツ&クリエイションで紹介できる。

大念仏はできそうだが、歌舞伎とひよんどりは難しいのでは。ひよんどりは神事だが、暗いお宮でやることで観れるが、駅前にもってきて雰囲気かどうかということ、繰り返しが多く飽きる。

歌舞伎もひよんどりも一般市民がやっているので年に何回もできない。

ひよんどりの写真集をカッコよく作る予定がある。今、興味のある人にどう届けるか課題がある。インバウンドのツアーは同じ場所で確実に決まった日にやるようでないとならない。

日本伝統文化をインバウンド向けに発信するためにやっている、文化庁の「日本博」の予算が使えるのではないか。

それぞれがやる仕事の範囲を提案して企画を作れば観光プロモーション課も協力してくれるかも。

すでにやっているイベントの中でやればたくさんの人に見てもらえる。コーヒーフェスやアグレミーナの試合など

# ヒアリング調査議事録

訪問先	公益財団法人 浜松文化振興財団		
訪問日時	2019年12月3日	先方担当者	後藤 康志 様 菱沼 妙子様
訪問者	富田 悠 天野 尚紀 飯田 晋介		

## 「乳幼児の音楽教室について」

ヤマハ等の民間の音楽教室とぶつからないように。中山間地でやったら被らないのでは。ニーズも高いが送り迎え等が負担。財団で子供音楽セミナーを年3回、市の予算で開催している。150人くらい。吹奏楽、邦楽、リトミック。楽器の演奏のきっかけになればという体験目的でやっている。ステップアップはお金と時間がどうしてもかかるので難しい。学校は世代を繋ぐコミュニティとしたい思いがあるのでそこを使ったらどうか。講師は集まってもらえそう。あとは子ども食堂などへ提案したらどうか？

街中は学ぶ場があるが、中山間地でそう言う機会がないという声を聞いている。送り迎え、通う足がない。

## 「吹奏楽パレードについて」

以前浜松祭りの時にパレードをやっていたが、交通規制や警備等の関係で難しくなって最近は中止になっている。住民からの騒音の苦情もある。吹奏楽の祭典は全国的にあまり無い。浜松は吹奏楽が盛んなので、アマ、プロ、学生混じりの市民参加観光イベントとしたら面白そう。ガーデンパーク、アリーナなども使えそう。室内はドリル演奏(上から見る)が可能。ギネスを呼んで大人数での演奏者数世界一など目指したらどうか。浜松は音楽の都と標榜しているがシンボリックなものがない。ギネスはうってつけではないか。竜洋では自由演奏会というイベントがある。

## 「街中ストリートピアノ設置について」

今は新幹線駅構内とネオパーサにあるだけ。調律に費用がかかるので電子楽器がよいのでは。ピアノは置く場所によってはいたずらや壊されたりする。ピアノコンクールの時にアクトのロビーにピアノを3台置いたが結構弾く方が多かった。

## 「街中で音楽を流すことについて」

京浜急行は駅ごとで発着音が違う。遠鉄電車でもできないか。商店街で持っているスピーカーが使えないか。

## 「アプリによる練習場所、発表場所の募集と予約、演奏会の情報発信について」

ツイッター、グーグルなどで検索されるのでタグをそろえてもらおう等したらどうか。財団のサイトからまっぼくに飛んで市の公共施設の予約はできる。アプリというより情報を集約した方がよいかもしれない。

音楽を使ったミス、誘客したらどうか

## 「音楽療法について」

日本は音楽療法について認知されていないのが問題。ニーズが多いのは予防で、お金も使われる。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	日本音楽療法学会 東海支部		
訪問日時	2019年10月8日	先方担当者	野田様、原田様、高橋様
訪問者	富田 悠、岡本 真一、末弘 庸一郎		

- ・ 「音楽療法」というものだけで生計を立てることはできないので、ボイストレーニングや音楽教室、作業療法士と一緒にやっている。商用ベースにならないのは、女性が多いからだと思われる。
  - ・ 国家資格・保険点数化を国会で何度か議論を出してもらったが、進まない。
  - ・ 一度、「音楽福祉士」として良いところまで行ったが、学会の中で二分され、結局決まらなかった。医療に音楽を取り入れに理解のある先生がいれば、そこで音楽療法をやることができる。個人的なつながりで仕事を取ってくる人が多い。海谷眼科で音楽療法の活動をしているが、子供が以前入院していた時に病院の人と話をしていたから、音楽療法士として契約してもらえている。
  - ・ 音楽療法を取り入れている病院もあるが、HPとかでは紹介していない。いつまで継続できるかわからないものなので、それを頼りに病院に来られても保証できないため、HPへ掲載するのは控えているのが現状。次世代のために何かやらないといけないと考えているが、現状は難しい。
  - ・ 音楽療法士を目指していた子も、それだけでは職がないという現実を知ると、あきらめることが多い。楽器などの機材の準備もすべて自分でやるので、余程の気力や意志がないとやれない。
  - ・ 今のお年寄りはまだ世代で流行った曲や唱歌を歌えるが、これからの世代は世代で流行った曲が少ない。みんなで歌える曲が無い。
  - ・ リクエストがあれば、何とかその場で引ける曲もあるが、今後音楽療法士を目指す人は、ますます難しくなると思う。
  - ・ 9/20に大阪で全国大会が開かれた。2000名を超える人が集まっている。全国大会は持ち回り。東海支部では、名古屋になる。浜松市で開催するのは、主催するだけの有力者がいない。
  - ・ 全国大会などで臨床研究を発表する医師がいるが、そういう医師は政治に興味がない。
  - ・ ヤマハが独自で取り組んでいる。(音楽療法とは言わない)ヤマハがあるので、逆に浜松では音楽療法が育たないかもしれない。
  - ・ 市と連携し、要請によってシニア向けに音楽教室を開くが、定員オーバーになった。抽選にはせず、何とか皆受講できるようにしている。
  - ・ メディアを利用し、ドキュメンタリーなどを過去何回か放送したことがあるが、アンテナが高い人でないと引っかからない。ほとんど効果が無かったのではないかと。草の根で、現場を大切に活動していくしかない。センセーショナルなことを一時的にやっても意味はない。
- 浜松市の大学(文芸大学など)に音楽科を置く、についてどう考えるか？
- ・ 静岡そのものに音楽大学が無い。先駆者がいない。音楽大学はどれも定員割れをしている。
  - ・ 音楽療法士として、働ける場所が無ければ、そこに行く学生はいないのでは。
- 浜松市として何か取り組むことはあるか？
- ・ 音楽療法士を増やす、ということは、現場がそれだけある、ということになる。実際、市と連携はしている。
  - ・ コーラスのイベントを実施したが、その時は300名が集まった。
  - ・ ただ歌うだけだが、そこでコミュニティが生まれ、会話の輪が広がっていた。
  - ・ 集団で行うメリット、個々で行うメリット、それぞれのケースに合わせて、その人に合った音楽療法を行っている。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	音楽療法士 高橋様		
訪問日時	2019年10月8日	先方担当者	高橋様
訪問者	岡本 真一		

高橋様（現職業:作業療法士、日本音楽療法学会 認定資格保有）

所属している学会は「日本音楽療法学会」で、10年前に資格を取った。2回更新している。

音楽療法の団体は小さいものがいくつかあり、一番大きな団体は「日本音楽療法学会」

“自称”がはびこっていたので、ちゃんと精査・地位を確立する為に学会を立ち上げた。

（立ち上げ当初は、かなりトレンドだったので、かなりの人数いたが、今は落ち着いている）

アメリカ等では、医療行為として認められている。

音楽療法だけでは、儲けられない・浸透していない、職業として成り立たない。

現在作業療法士として働いている。（国家資格、保険点数 あり）

施設の先生が、音楽に理解を示している場合は、音楽療法士を雇うこともある。

作業療法士の施術の一つとして音楽を取り入れているが、保険点数と結びつけることができないと、音楽を取り入れることはできない。

音楽レクリエーションを組み込んで行きたいが、現場の人件費カットで出来ない。

（日々の業務に忙殺されている）

現場では効果は出ているが、これを数値化することが難しい。

（現在の医療は、EBM:根拠に基づく医療）

今まで、音楽レクリエーションをやっていたが、診療報酬にはならないため、カットされることがある。その場合、受診者が個別に要請してくるので、ボランティアになる。ただ、無償でボランティアをしてしまうと、次の資格更新ができなくなるので、報酬をもらうようにはしている。（額は不問）

2015年につくば市で、世界大会が行われたが、その時は参加していない。参加費用が高かったのと、平日だったため。

ただ、そのあたりで自民党・公明党の方の目に留まったようだ。

日本でも大会を行っており、9/20に大阪で実施した。そこ参加してきた。質を高める、横のつながり。

研究発表、シンポジウム、各種講座（統計と取り方、伴奏のやり方 等）

大阪大会で、医師と一緒に研究し、音楽でもNK細胞が活性化する事例も紹介していた。

静岡県内には、音楽療法士は3桁いると思う。浜松市は、50名いるかどうか。静岡市の方が盛ん。浜松市は、文化の根付きにくい地域。

行動力がある人が飛び込みで自分を売り込む。機材も自分で準備するので、よほどの精神力が無いと、続けていけない。

ワンセッション、3000円、5000円ではとても食べていけない。

岐阜県、兵庫県は、県を挙げて音楽療法に取り組んでいる。県の施設に派遣するなどしている。

ただ、そういった身元保証があったとしても、それだけで食べていけないわけではない。

音楽はノンバーバルなので、自閉症などの発達障害者とのコミュニケーション・ツールとして利用できることがある。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	トランペット演奏家 塚本圭司様		
訪問日時	2019年11月1日	先方担当者	塚本圭司様
訪問者	富田悠 天野尚紀		

トランペット奏者、1971年生まれ、信愛学園卒、国立音楽大学器楽科卒  
浜松学芸高校音楽科非常勤講師、浜松学芸高校吹奏楽部指揮者

市民吹奏楽団やアマチュアバンドの役割とは

音楽ファンの裾を広げること。演奏することは楽しい事ですし、演奏を聴くことも同じく楽しい  
ものです。聴いていただける方になるべく楽しんでもらえる活動をしている。  
定期演奏会やイベントの参加、病院、福祉施設への慰問や小学校などへ訪問して、演奏を聴いて  
もらい楽しんでもらえることが音楽の裾を広げることにつながる。浜松市では中学生や高校生の  
吹奏楽が盛んでレベルも高いのですが、卒業すると楽器を置いてしまう生徒が多いです。  
学生生活においての厳しい練習や高い目標を持ちながらも、大人のバンドと交流することによっ  
て大人になってからどのように音楽と接するかを考えてもらえる機会ができ、学生と大人という  
世代を超えた音楽の交流ができるような活動ができれば中学生や高校生で音楽をやめてしまう人  
を減らしていけると思う。

楽器の街から音楽の都へ

海外の音楽の都といわれる都市は、市民吹奏楽団やアマチュアバンドがとても誇りをもって  
活動を続け、市民も音楽を楽しむことが上手で、生活の中で欠かすことのできない要素と  
なっております。アマチュアの演奏者でも都市の文化を支えているという自負を  
持っております。その心構えに非常に感銘を受け、私たちも誇りをもって浜松の文化発展に尽力して  
いきたいです。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	トロンボーン演奏家 名倉充様		
訪問日時	2019年12月14日	先方担当者	名倉充様
訪問者	天野尚紀		

浜松市の商業展開を音楽文化と共に考える。

雇用を生むこと(いろいろな場所で音楽教室や音楽演奏会などの催事の開催)

アーティストバンクの設立。講習や技術認定を受けたそれなりのレベルのひとを講師などとして学校や音楽教室へ派遣。

音楽を学んだ人への受け皿(浜松で活動できるように。いきなり完全雇用は難しいと思うので、単発契約単発契約が簡素的にある程度の件数を出せる上記の雇用の確保)

浜松市の職員や関連団体主導の音楽催事だけでなく一般企業とのコラボで民間の発想や考えをいれて盛り上げる。

大企業だけでなく、浜松に多数ある、中小企業からもスポンサーを募る。

愛好家やアマチュアバンドとプロの音楽家やバンドとのコラボレーション。

浜名湖(館山寺など)を音楽前面に打ち出しての再開発。

毎回違うジャンルの音楽催事を定期的に行なう。(クラシック、ジャズ、ロック、民謡、ゴスペル、ブラジルサンバ等)

浜松市ならではの音楽関連の発想(静岡市では年1回グランシップで音楽の広場という世界に例をみない催事を実施している。)

商業祭りへの参加、皆で盛り上げる。

〇〇と音楽。食品、お酒、住まい、花、スポーツ等とのコラボ企画。

シニア、高齢者の音楽の催事。趣味として始めてもらう手助け。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	横尾歌舞伎資料館 開明座		
訪問日時	2019年11月8日	先方担当者	横尾歌舞伎保存会会長 高井 勇
訪問者	富田悠・飯田晋介		

毎年10月の第2土曜、日曜で2回公演を行っています。

地元引佐の人でも横尾歌舞伎を知らない人がたくさんいます。  
ラジオや新聞で取り上げてもらい報道すると横浜や名古屋から公演を見に色々な所から来ます。  
ほとんどが集落外の人で、あとは横尾歌舞伎に入っている身内の人が見に来ます。

横尾歌舞伎をイベントや宴会でやってもらえますかという話がきても、歌舞伎の演目は30分程度で終わるが、前準備で3時間ほど必要で、しかも皆仕事をしているので、余程前もって予定しないと難しい。

以前ホテルで披露しましたが、舞台に必要なものが揃っていないくてホテルにあるもので対応しましたが大変でした。

横尾歌舞伎の強みは衣装、かつら等は自前であるので買わなくてよいため、お金があまりかからない。  
三味線、義太夫は師匠がいるので若いうちから育てていきます。

5月に子供の入団式があって子供の人数をみてどの役がいいか決めて6月から10月まで練習します。  
下は28歳、上は91歳までいて40代、50代の人が30人から40人は役者の経験をしています。  
今は役者の人数も十分いて、当分は後継者がいます。

後は三味線や義太夫が経験している人が少ないのでこれから増やしていきたいと思います。

埼玉県には色々な団体の歌舞伎役者がいて何回も公演をしていますが横尾歌舞伎は団体が一つなので、2月の特別公演をいれて年2回。それ以上に披露するというのは皆の予定が合わせられないので難しい。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	寺野ひよんどり		
訪問日時	2019年11月8日	先方担当者	洪川の歴史と文化を守る会会長 伊藤八右
訪問者	富田悠・飯田晋介		

1月3日に寺野地域のお堂で約450年続く神事としてひよんどりを披露しています。  
昼2時から4時間程度、13の舞いを五穀豊穰、無病息災を祈願して奉納します。

1. 寺野ひよんどりは後継者の問題等がありますか。

寺野ひよんどりの後継者の問題は深刻で保存会の許しを貰えるならよそから後継者を増やしていきたいと考えています。引佐一貫校の1年生から9年生までの生徒さんを借りたいとも考えています。川名ひよんどりはよそから学生が入ってやっています。昔はひよんどりには女性が参加できない決まりがありましたが同じ人間という事でここ10年くらいでみせ舞いと言う女性の舞をしていましたが、その舞自体も地域に女性がいなくなってきました。大人の舞は多少人数がいますので継続してはいますが。

2. 地方へ呼ばれて披露に行った事はありますか。

愛知県のドームへ呼ばれて行ったり、市で依頼されて駅南で披露したこともあります。

3. ひよんどりを観光客へ広めていきたいと思いますが。

遠くは東京、名古屋から、豊橋あたりからも多く見に来られる方がいます。海外の方も興味を持って見てくれますし特に自分たちで発信はしていませんが、多くの人に見てもらいたいと思っています。

4. 浜松の街中で披露して頂くことは可能でしょうか。

普段は皆仕事をしているので、年末近くになると夜に集まって練習しています。その他依頼があった場合は皆で相談した上で決めます。多くはできませんが可能です。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	うなぎの井口(やらまいかブランド実行委員会会長)		
訪問日時	5/13(月)11:00～	先方担当者	井口恵丞様
訪問者	大久保貴通、野田滋文、佐々木まり子、大高旭		

## ●2015年辺りから「やらまいかブランド」に参加

新商品登録というしぼりで、何社かの事業所が撤退。  
永久認定品3商品(三ヶ日みかん、浜名湖うなぎ、うなぎパイ)は、選定委員会で決まっていた。

## ●2017年～ プロモーション実行委員会 委員長として選任される。

各年の認定事業者の中から1人～2人 副委員長を選任  
予算の配分は、井口さんとプロモーション実行委員会を中心に毎年2月頃に翌年度の分を検討。  
3か月に1回(年に4回)認定者連絡会55社集めての会議。  
予算・事業計画について承認をいただく。  
選考委員に任期はない。実質ソフトブレ工業(株)前嶋社長主体である。  
プロモーションのメインとして毎週金曜日SBSラジオに認定者が出演。今年で3年目。

## ●取り組み

過去2年間、肴町でブランドショップを運営していた。  
イベント年に数回(サンスト、イオン志都呂など)  
一般市民へのPRが重要。東名三方原P.Aショップ、道の駅、物産展からの出店依頼などあり。  
登録料3万円は55社平等に使いたい。ラジオ放送だけでも費用対効果はある。  
認定されて売上UPを狙いたい。催事、商談会(2019年度は年4回)を増やしていきたい。  
催事ごとに売れる業種が違う。交通費等は実費負担。  
地域ブランドが衰退する中、浜松のやらまいかブランドは継続し頑張っているほう。  
三方原パーキングエリアのショップは、NEXCO中日本から昨年度、良い取り組みとして表彰された。  
ターゲット、2年前はまずは地元向けに発信。FMハローの番組(予算80万)。  
SBSラジオ 年間120万。翌年も継続。  
新規認定事業所は熱意があり、商品売り込みに前向き。

## ●課題

冊子のデザインもコロコロかわるので、継続してブランディングしていきたい。  
新商品というしぼりで、認定事業所が減っていく。  
専門家による店舗診断が受けられる。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松商工会議所 産業振興部 商業観光課		
訪問日時	5/7(火)16:00~	先方担当者	影山隼也様
訪問者	大久保貴通、野田滋文、永井祐心、大高旭		

## ●やらまいかブランド発足2006年

平成の大合併の時期 合併に伴い、浜松市も政令市例都市として認定。  
地産地消という言葉が生まれ、全国的に地域ブランドが流行となる。  
宇治商工会議所、神戸セレクションなどを参考にする。  
浜松市や地域産品をPRするために「やらまいかブランド」設立。  
選考委員は商工会議所が認定。  
当初は58品目。「文化伝承」として浜松まつり・浜松国際ピアノコンクール、  
「体験産学」で光産業創成大学、「先端技術」で三次元CADシステム、  
「自然産品」でみかん・ピオーネ・遠州灘天然とらふぐ、  
「伝統工芸」でざざんざ織・浜松注染そめなどを認定。

## ●2012年 技術・観光系を抜いて一般購入できる商品に限定し認定

## ●2015年 新商品に限定し認定(原則3年間限定)

登録料:年間3万円

目的:商品入れ替えをして、新鮮味を出すため。

上記は選考委員会8名が決め、商工会議所としては口出ししない。

## ●2018年 期間が3年が短くなり、1年更新で最長5年間とする。

認定基準:浜松らしさのある購入可能な商品。

毎年1割ほどの商品が審査を落ちる。

東名高速 三方原P.Aにアンテナショップ開設

## ●2019年 55品目認定。

予算:3万×55社 165万+会議所150万 合計315万

支出:ラジオ放送などPRに150万、研修費80万、リーフレットなどツール制作費80万、雑費5万

年4回の認定者会議で予算や行動計画を承認。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	はままつ次世代光・健康医療産業創出拠点(通称:はままつ医工連携拠点)		
訪問日時	2019年12月18日	先方担当者	拠点長 松浦脩博
訪問者	豊田晃央・前嶋宏明		

今年の7月にオープン

全国的のどこでもやっている。

浜松独自ののは産学官の連携でやっている点は他と違う。

商工会議所の医工連携研究会に対して企業は提案する。

患者様のためにいいものを作りたい。医療ニーズ、介護ニーズをつかむことを目的としている。

東三河まで含んでいる。

はままつという平仮名にも意味があり、はままつ地域として取り組みたいという意味合いがある。

三遠南信という枠組みで行っている。

医療、介護現場との情報交換会を年に3回オープンで行っている。40~50人

1か月後に10名以下の少人数で現場の見学会も行っている。

手術室に入ったりしている。

全国でも同じことをやっているが、先生たちが忙しいので続かないことが多い。

ただ、浜松は学長はじめトップの理解が深いので続いていると考える。

浜松は医療機器メーカーは少ない。

そのため医療機器メーカーではない会社が医療機器や福祉機器を開発したいという意欲のある会社が入っている。

薬機法等のセミナーを年5回程度行っている。

医工連携出合いのサロン

いわゆる展示会、医療関係者に紹介し、商品に対する意見を直接聴取る機械を作っている。

通常は医療機器メーカーではなければ展示できないが、医工連携拠点でブースを設ける。

自社製品になってもいいし、医療機器メーカーと繋がって部品として使われてもよい。

スタートアップ事業は50万円だが、調査、試作の段階で補助金を出せる。

ここから製品化した段階で公的な補助金を受ける。

ホトニクスがPET検診センターをやっている。

一定期間滞在した人が保険を使って医療を受ける問題が多い。

医療費圧迫を受けている。

松本市の市民全部を健康にするためにウェアラブル端末を全市民に配布し健康維持をしている。

何百人単位で希望者に配布している。

なんで健康寿命NO1か不明、今後維持していくためにどのような施策をしているかが大事。

松本ヘルスバレー構想

<https://www.matsumoto-healthcare.com/wp/wp-content/themes/matsumoto-healthcare/img/about/pdf/h30/plan.pdf>

静岡県の施策3点

ファルマバレーセンター

フーズサイエンスヒルズ 県立大、静岡市中心 食の拠点 食と健康の関係や特保の支援等

フオンバレーセンター 光技術を中心とした産業

浜松市の施策はない。

三ヶ日ミカン

機能的食品としての効能が認められた。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松市役所 健康福祉部 健康医療課		
訪問日時	2019年12月6日	先方担当者	専門監 課長補佐 西崎公康
訪問者	豊田晃央・前嶋宏明		

メディカルフードツーリズムの背景

愛知県等他県で同様の取り組みをしている。

全国的に医師会に対してメディカルフードツーリズムに対してのアンケートを取っていた。

静岡県の医師会は反対している。

理由としてはまずは地元の医療を優先したいため、医師不足の現状ではしたくない。

海外向けの医療までする余裕はない。

全国的には医師が不足しているような都道府県は反対意見が多い。

愛知県はかなり積極的に行政とタッグを組んで進めている。

愛知県は医科系の大学が多いため少し余裕があるのではないかと。

聖隷浜松は検診に限っては外国人の受け入れをしている。

外務省のHPIに医療センターと聖隷浜松のみ載っている。

静岡県の中で医育機関が浜松医大しかない。

毎年120~130人しか医師を育てられていない。

なんとか浜松に留まってもらい、また県外から招致することが重要になっている。

検診にフォーカスをすれば医師の反対も少ないのではないかと。

聖隷三方原と国民宿舎と連携したいという相談を7~8年前に受けた。

医療には広告規制がある。

話を聞きに行くのなら検診センター部門に聞きに行くべき。

聖隷予防検診センターで滞在型をやっているかも。

浜松市は糖尿病の予備軍が多い。

浜松市の健康という指標で見ている場合、パワーフードではなく減塩、低カロリーにしたい。

食で元気応援店というステッカーを貼っている。

市の健康増進課で進めている。

医師会が減塩低カロリープロジェクトを推進している。

浜松市は女性の就業率が政令指定都市の中で高い。

そのため調理食品の消費がTOPに入っている。政令指定都市の中で。

カット野菜を炒めるだけというメニューが増えてきている。

浜松PET検診センターのみ検診としてPET検査をやっている。

浜松は高度な医療な集積地とは言えない。

大きな病院が揃っているため医療としては充実している。

救急病院も7つあるため、

浜松医大が特定機能病院となっている。

救急医療体制が充実している。

特化しているというよりは市民向けに医療サービスが県内では充実している。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松市役所 産業部 観光・シティプロモーション課		
訪問日時	2019年12月3日	先方担当者	課長補佐 河野 和世
訪問者	豊田晃央・前嶋宏明		

市の動きとしてはメディカルツーリズムについては2年前に話題が上がった。

ただし一義的には地元優先でしていきたい。

地元の医療優先でツーリズムまではなかなか受け入れられない。

静岡県内は西高東低が進んでいて、浜松は恵まれているが東部は医師不足が深刻。

県の考えとしては浜松から東部への医師への派遣を求められている。

佐久間病院の医師を東部に派遣したいという話もある。

医師会と健康医療かとの話をした程度でそこまで突っ込んでいないのではないかな。

病院にどの範囲から受け入れられているかの調査をする必要がある。

観光としては中国とマレーシアがターゲット。

中国は富裕層は自分でビザが取れるが、一般客はツアー中心

個人旅行のFITが中国も主力になるので、食や観光に特化していきたい。

浜松市としては令和6年に外国人の宿泊数を41万人を目標にしている。

2015年をピークに右肩上がりではない。

東京に秋元さんと前田さんが行き、浜松に呼んでくるツアーを展開。

浜名湖観光圏でガストロノミーツーリズム、地域の食及び食文化を楽しむ。

料理人と生産者を漁港や生産の現場に連れて行って勉強するモデルツアー

健康寿命日本一が実証できていない。

実証してほしい。

大きな病院ではなく、個人病院の集合体はどうか？

保険を持っていない人がどの程度の金額で受診できるのか？

言葉の壁はどうか？

ニーズがあるかどうか？

全国的に受け入れている地域はあるのか？

農業にいた時の認識として、浜松のお茶を使っていない現状がある。

部屋のお茶が浜松のお茶を使っている。

美味しいお茶を出してほしい。

サイクルツーリズムやガーデンツーリズム専用のガイドについては、

浜松のみでは生計を立てづらい。東京からついてくるパターンが多い。

イン浜。Com モカチャイの三井さんも浜松市の観光を考えている。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	社会福祉法人 聖隷福祉事業団 保健事業部 営業契約室		
訪問日時	2019年12月10日	先方担当者	係長 松村 和樹
訪問者	豊田晃央・町田拓郎		

聖隷病院／浜松医療機関の強みとは？

人間ドックの結果表が分かりやすい。きめ細やかなフォロー体制

人間ドック／健康診断の受入れ状況は？

稼働率が100%に近い。昔は1泊人間ドックの宿泊を院内で行っていた(9室)が現在はホテルに変更している。

理由としては夜に係員を常駐させないといけないから。

外国人の受入れは？県外者の受入れは？

外国人の検診者は0人で、県外からの検診者は全体の2%程度です。

人間ドックというとなんとなく秋～冬にかけて行うイメージがあるが、年間を通して受診者の数や割合はどうか？

1年と通じてほぼ同じくらい。

・人間ドック／健康診断を交えた「メディカル&フードツーリズム」の実現に向けて肯定的ですか？

外国人の方々が検診に来られても、検診結果が日本語しか対応していないので難しいとおもう。

検診結果を本国に持ち帰ったとしても向うの病院で見れるか分からない。画像は提供している。県外の方なら大丈夫です。

・静岡県は医師不足、、、メディカル&フードツーリズムを実現できる受け皿もしくは可能性はあるか？

医師が不足しているのは、静岡県の東部と中部で、西部は充実している。

・宿泊滞在型のメディカルツーリズムを実現するために、参考なりそうな事例や参考になりそうな病院はあるか？

ホテル九重が浜松PET検診センターと協同で宿泊型の検診サービスを展開している。16万～(税別)

・「浜松パワーフード」×「減塩や低カロリー」×「病院食」など地産地消を踏まえた食事の提供は可能か？

食事は料理提供を外部発注しているので産地の指定などは金額次第。パワーフードについては

それほど興味が無い様子でした。人間ドックで出される料理は栄養士がしっかり監修している。

その他のコメント

- ・ 浜松は東海地区の医療銀座と言われるほど進んだ病院や、施設が揃っている。
- ・ 浜松は、てんかんの受け入れ態勢が進んでいる JCI
- ・ 食事付きのウォーキングイベントなどを聖隷でも行っている。
- ・ ふるさと納税も今後行っていきたい。
- ・ 医師会の指針に従って方針を決めている所があり、外国人などの呼び込みがうまくいくか？
- ・ 中国人の受け入れを検討はしている。したことがある。言語の問題などで難しい。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	JA静岡厚生連 遠州病院		
訪問日時	2019年12月9日	先方担当者	名誉院長兼健康管理センター長 水上様
訪問者	山下正剛・町田拓郎		

## <ヒアリング内容>

遠州病院／浜松医療機関の強みとは？

JAの食材を使った病院食を提供しているが、人間ドックに出している食事は外部委託している。

人間ドック／健康診断の受入れ状況は？

稼働率が100%に近い状態。胃カメラなど医師が行わないといけない検査については別日や待ちが発生する

現在1泊ドックが6室あるが満室になることはない。2日に6人受け入れることができます。

外国人の受入れは？県外者の受入れは？

外国人は少数いる1日1～2人程度。県外からも多少いる。

人間ドックというとなんとなく秋～冬にかけて行うイメージがあるが、年間を通して受診者の数や割合はどうか？

1年と通じてほぼ同じくらいだが、3月4月が比較的空いている

・人間ドック／健康診断を交えた「メディカル&フードツーリズム」の実現に向けて肯定的ですか？

病院の立場からすると減塩低カロリーの食事を進めざるおえないのでそういった食材でフードツーリズムを考えることができるか。

・静岡県は医師不足、、、メディカル&フードツーリズムを実現できる受け皿もしくは可能性はあるか？

遠州病院としては医師を徐々に増やしている状態です。今後さらに増やして行くが、1泊ドックとなると2日で6人が上限です。

・宿泊滞在型のメディカルツーリズムを実現するために、参考なりそうな事例や参考になりそうな病院はあるか？

関連病院で伊豆にある病院で旅館に泊まる人間ドックを行っています。東京や神奈川県からの来訪者がいる。

そのほかにふるさと納税で人間ドックを出したこともあります。5名ほど来られました。

・「浜松パワーフード」×「減塩や低カロリー」×「病院食」など地産地消を踏まえた食事の提供は可能か？

浜松のJAは食材の種類が豊富と聞いているので減塩低カロリー食が病院として進めているが、人間ドックの食事については、

栄養士や保険士などが監修して食事メニューを決めているが、料理提供となると外部発注しているので、

食材の産地までは把握していない状態です。ドックの夕食については近隣へ外食している状態です。

## その他のコメント

- ・ 病院でポーラのメイクや、近隣のエステ店とコラボしている
- ・ 浜松の医療や人間ドックのレベルは機材によるところが大きい
- ・ 生活習慣病にならないような食生活を進めたい
- ・ 人間ドック後の2次検診の受診率が50%程度なので、こちらを改善したい。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	株式会社ジュニアアスリート		
訪問日時	2019年10月10日	先方担当者	若松一也社長
訪問者	瀧澤幸也・嶋裕信		

## 1) ジュニアアスリート様の取り組みについて

浜松市の小中学生(ジュニアアスリート)高校生(ジュニアアスリートプラス)スポーツマガジン発行。  
現在は浜松市だけではなく静岡・豊橋・岡崎などにも活動を広げている。  
浜松市では約300箇所を設置をして約3万部発行。今年で6年目を迎える。  
子供たちが自己肯定できる、故郷づくりを目的に事業を行っている。

## 2) 浜松市のスポーツについて

生涯スポーツという観点では小中学校までは盛んであるが、社会人や高齢者は一部の方のみとなっている。  
浜松市もスポーツに関しての情報発信が広報・HPのみと少ない。

## 3) 中高部活動について

文科省からの地方公務員働き方改革により部活動の時間が短縮・制限がされた。  
子供たちはその空いた時間で勉強・地域ボランティアなどを行う、先生は働き方改革で部活動の運営は地域クラブとの協力により運営していくことが推奨されている。  
中学の部活動は人格形成に大きな影響を与える。部活動を熱心に取り組みたい先生、生徒にとり働き方改革は弊害になっている部分もある。  
競技スポーツにより地域クラブの進捗に差がある。サッカーは進んでいるが野球やバスケットなどの競技はなかなか進んでいない。

## 4) スポーツについて

スポーツには「やる」「見る」「応援する」3つが必要である。  
やるとは選手。見るとは環境。応援するとはサポーター。この3つが整うことが大切である。  
中学まではこの3つの要素が整っているが、社会人・高齢者となると3つの要素が整っていない。  
浜松市で生涯スポーツを根付かせていく中ではここがポイントになってくる。

## 5) 提言に対してアドバイス

浜松市が助成金を出して部活動にトレーナーを呼ぶ(高野連などの取り組みが参考になる)  
技術・スキルではなく身体の作り方や体感は専門性が必要である。  
また先生や顧問の方に対して講座を開講する。

スポーツ祭(浜北平口で開催)を行い浜松市の生涯スポーツの取り組みを推奨していく。  
各年代のスポーツ大会を始めとして座学も行いスポーツの関心を広げていく。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松餃子学会(株)丸半大場		
訪問日時	2019年6月24日	先方担当者	大場社長
訪問者	瀧澤 幸也、松井 孝倫		

①ホームページを拝見すると浜松餃子の復興・普及をさせることにより浜松市の魅力を全国に発信すると民間任意団体であるとありました。この学会はどのような思いからスタートされましたか。

- ・餃子を含め浜松が潤ってほしい。・波及効果で様々な消費が増えてほしい。
- ・餃子屋や生産者を守る。

②またHPを拝見すると2006年5月に浜松市内の餃子販売店の情報をまとめた「浜松餃子マップ」を発売したとありました。餃子学会様としてのスタートはこの頃からですか。

- ・2005年6月30日に行われた新浜松市誕生祭の合併イベントで、浜松餃子学会主催の宇都宮と浜松による餃子対決をきっかけにスタートしました。

③餃子学会は現在何社が集まり、どのような活動をされていますか

- ・現在は10人前後の有志で活動しています。イベントの前後で必要な時に集まっています。

④餃子垂学会を立ち上げたことによりどのような効果が現れましたか。

- ・町おこし。・餃子居酒屋などができた。・餃子屋が増えた。・消費が日本一になり全国に名前が売れた。
- ・グルメツールになった。・市から100億円以上の経済効果があったと言われた。
- ・ラーメンブームが一段落して餃子ブームの追い風になった。

⑤餃子学会様の運営や取り組みについてよかった点や苦労した点はどんなところですか。

(良かった点)

- ・餃子のブランド化。・餃子の知名度が上がった。・国の家計調査で宇都宮餃子をしのいで1位となった。
- ・餃子対決などでメディアで必ず扱われる。・メディア効果で経済効果。

(苦労してる点)

- ・人材不足(餃子まつりの準備など)
- ・資金不足(餃子まつりの資金不足)(他からお金をもらっていないため自分たちの稼いだお金で活動している。)

⑥企業様・一般消費者からのお問い合わせはありますか。

- ・ツーリングなどで浜松に餃子を食べに行くことが目的となっている。

⑦今後の取り組みについてお聞かせください。

- ・広めるのも大事だが、まがい物に警告していく。・餃子屋や生産者を守る。名前の安売りをしない。・浜松に来て食べてもらう。
- ・開発型(単発で儲けだけ考え利益重視)ではなく、発掘型で考える。

⑧浜松餃子について教えてください

白菜・ニラではなくキャベツ 円型焼き

もやし 持ち帰りの文化 特色を浜松餃子としてブランディングした。

- ・上記は特長である。上記以外にも浜松餃子はある。様々なものを作っても良いが、浜松製造の物が浜松餃子。
- ・もやしを付けるだけでブランド化してしまう。そういうものが浸透している。
- ・冷凍などは1回買ってお終いになる。
- ・浜松餃子は他では作らない。(浜松市内製造でなければならない。)
- ・浜松餃子と呼べるには、浜松市内に3年居住している者でなければいけない。

⑨宇都宮餃子との関係がありましたら教えてください

- ・対決する方が視聴者は注目する。宇都宮という強者がライバルとしていたから。対決したほうがブランディングしやすい。
- ・受け側の立場に立って
- ・現在では大会(グランプリ)などで優勝しても(経済)効果が弱くなった。餃子対決は昔にやっていた良かった。
- ・全国餃子サミットを立ち上げた。(サミットが開催される。)(本当のサミットを真似した。)
- ・宇都宮だけでなく、全国の様々な県から発信する。(線から面へ)
- ・単体ではなく、団体(複数)で発信する。(どこかと連携して共同で)

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松市市民部 都市創造・文化振興課 生涯学習担当		
訪問日時	2019年9月10日	先方担当者	中村雅臣・山内剛治・井ノ口さおり
訪問者	武田博康・嶋俊輔		

1: 担当課の設立経緯とこれまでの活動について。

- 以前は生涯学習課という課がありましたが、平成29年度から創造都市・文化振興課として各協同センター主導にて地域の生涯学習活動に取り組んでいます。社会教育法で公民館→協働センターへ転換。

2: 生涯学習担当様と協働センターの各役割と連携、カリキュラムやサービス提供について。

- 各々の協働センターが主体となって、生涯学習活動の企画・運営をしています。市ではその予算管理・活動報告をとりまとめています。各協働センター全体をまとめているHPなどは無く、情報は主にチラシ掲示・配布にて周知。講座誘致・申込は協働センター毎で千差万別(紙・メール・

3: 現在市内の協働センターで中心市街地と僻地での利用状況や講師の数等での格差の有無、改善点。

- 山間部では講師よりも参加人数が少なく開催できないことがあります。その中で活動が活発なのは北浜南部協働センターで、平成30年に県の公民館賞を受賞しています(地元小学校とのコミュニティスクール)。遠隔地では大学生主導の野外講座などがある。

4: 活動初期から今日まで、他自治体と比較して生涯学習担当様が成功事例を踏まえての評価、アピール出来るようになった具体的な指標や事柄。

- 浜松5大学の大学生が講師となって生涯学習教室を開いていて、年々開催数、参加数ともに増加傾向にある。(平成30年は52教室開催)大学生主体での生涯学習活動は他地域ではあまりない。

5: 他自治体の成功事例等で、参考にしたい都市、事例はありますか? また他自治体での画期的な取り組み等があれば。

- 名古屋市の【なごや学マイスター制度】。生涯学習活動に応じてポイント付与による評価を行い、実績に応じた認定をしている。累計マイスターにより、一般マイスター・シルバー・ゴールドマイスターに分類。(ポイント還元などは無し)静岡県では県民カレッジ

6: 時期を問わず、民間団体や企業から新サービスや官民協働での事業の提案があれば、予算や内容次第で参画してみたい内容、今後の展望。

- 近年、協働センターが徐々に生涯学習活動を民間委託する動きがある。市としては民間委託に移行していきたい。

7: 年代別・性別の生涯学習への参加率などのデータがありましたら教えてください。

- データはありませんが、全体的に、性別は女性が多く、年代は小学生と退職後の方が多い。生涯学習活動・社会参加活動をしている年配の方は、年齢の割にとっても元気な印象がある。退職後の男性は自宅にすることが多いので、その参加率をあげることがポイントになる。

8: 青年期・成人期の市民へのアプローチとしてスマートフォンやインターネットを利用・活用した生涯学習のきっかけとなるような情報提供などは今後計画として予定はあるか?

- 各々の協働センター全体の生涯学習活動の情報発信をすることができるようなプラットフォーム型のホームページやアプリがあればとてもいいと思う。(現在は個別に発信)また、協働センター同士の繋がり・情報交換ができる仕組みもあればいいと思う。今ある予約システム(まつぼっくり)は施設の貸館の予約のみが行えるシステムになっている。

9: 市民が生涯学習をより身近で親しみやすくするために必要なことはどのようなことか? その為に浜松市が行っている、また今後取り組んでいきたい活動などあれば。

- 現在、市で行っているのは9月7日に行われた生涯学習フェスタと協働センター祭りです。共に生涯学習活動の報告や展示・実演などを行っている。

10: 浜松市が主導となって始めた生涯学習活動から、市民が個々に、また派生的に学習コミュニティをもって活動をしているような事例。

- 10教室ほどが参加者が講師となって活躍。現在、その講師が企画・運営を自ら行っている。

その他: 生涯学習担当の年間予算6,600万~6,700万→各協働センター活動費(講師料など)へ分配、講師料1H3,500円~2H7,000円。和地協働センターは職員以外すべて民間委託。他多数。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	浜松市市民部 UD男女共同参画課		
訪問日時	2019年9月13日	先方担当者	鈴木江利子・近藤雅訓・清水幸則・池田真梨子
訪問者	武田博康・岸本裕一郎・上原一成・中川健太郎		

- 1: 担当課の設立経緯とこれまでの啓発について、基本計画における自助、共助、公助の各具体的な活動。
- 昭和61年の男女雇用機会均等法の施行から「育児休業法」「男女共同参画基本法」などが施行されるたびに、市役所内で文化振興社会教育課、文化振興部、社会教育部、文文化・スポーツ振興部男女共同参画室、企画部、市民部など様々な部・課が担当し現在の担当課が設立され
- 2: 活動初期から今日まで他自治体と比較し担当課が評価を得たり、アピールできるようになった具体的な指標や事柄。
- 共助の具体的な活動として、浜松市在住のおおむね20～40歳代女性を対象に、浜松女性カレッジを毎年9月～2月に開催。10回の講座を開催。講義・グループワークを行い、アドバイザーの意見を聴きながら最終回には政策提案の発表を実施するカリキュラムを実施。受講生の中から市議会議員選挙への立候補者もあり当選。直近の浜松市議会議員に占める女性議員が13人となり、政令指定都市では3位
- 3: ワークライフバランス等推進事業所について、認証された企業(83社)の中、優秀賞授与や特典以外で、認証事業所を通じた啓発啓蒙のアプローチ。
- 市が主催する就職イベントの際に、ワークライフバランス等推進事業所の中からパネル展示を実施。担当課が選定する形で講演会の開催時などに、認証事業所の事例発表の機会を設けている。市と企業を結ぶ情報発信の場が少なく苦慮している。
- 4: 計画における今後の活動の展望はありますか？
- 重点項目(ワーク・ライフ・バランスの推進、労働の場における女性活躍の推進、共助として制作・方針決定過程への女性の参画拡大)を中心に活動を展開する予定。育メンや料理など、男性の家事参画を進める活動を検討。(国が推進している『おとう飯(はん)』等) ワークライフバランス推進事業所目標200社
- 4: 時期を問わず、民間団体や企業から新サービスや官民協働での事業の提案があれば、予算や内容次第で参画してみたいと思われませんか？またその中の展望等あればお聞かせください。
- 年度ごとで予算が決められているため、事前に提案を受ける中で協力して実施できる部分もある。またワークライフバランスに関わる事業提案(実施につき助成30万円)も受け付け、実現させていく。商工会議所青年部の例会などに、ワークライフバランスについてアナウンスする機会があれば市の職員が参加したい。
- 6: その他 当方質問事項や補足 参考自治体
- 良いケースとしてとらえているのは、広島県のケース。県と市が一体になってワークライフバランス等に関する事業を実施。静岡を含め他の自治体は県と市の方針が一貫していない。(様々な制度があり分かりにくく浸透しにくい。)
- 6: その他 当方質問事項や補足 今後取り組みたいこと
- 企業への情報発信の機会が少ないため、どうすれば効率的な発信ができるのを知りたい。現在行っている事業について、講座などへの男性の参加を増やすために時間帯などが参加しやすいかなど、働く男性にとってのニーズを知りたい。
- 6: その他 当方質問事項や補足 ワークライフバランス等推進事業所の募集期間
- 申込期間は1カ月間に制限しており、昨年以前に取得した企業の更新もあるため日程は毎年変動する。申込期間を制限している理由は、社労士会と協力し申請企業を1社ずつ訪問し認証を行っているため、通年での受付は難しい。市が発注する建設工事における総合評価落札方式での加点があるため、厳密な取扱いをする必要がある。応募企業のうち認証される割合などは非公開。
- 6: その他 当方質問事項や補足 ワークライフバランス等推進事業所の課題
- 推進事業所の特典が「市が発注する建設工事における総合評価落札方式での加点」となっているため、認証企業が建設業に偏っている。ただし今年度それ以外の「市が発注する物品購入及び業務委託における優先調達」も特典に加えられたが、周知されておらず応募企業が増えていない。ワークライフバランス等推進事業所の存在を求職者へ認知してもらうためにも、幅広い業種の事業所を認証することが必要。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	北浜南部協働センター		
訪問日時	2019年11月12日	先方担当者	柴田・細川
訪問者	武田博康・嶋俊輔・岸本裕一郎		

## 1: 静岡県の公民館賞を受けた経緯と活動の内容など。

↳ 大学と連携した生涯学習活動が大きな特徴です。同好会や企業(1社)との連携も実施しています。

- ①常葉大学の学生が地元中学生の部活動の子供たちを対象にした、ケガをしない体づくり講座
- ②静岡文化芸術大学の学生が地元中学生の少し内向的な性格の子を対象にした、お芝居プロジェクト
- ③聖隷クリストファー大学が地元小学生低学年を対象とした、かけっこ教室
- ④地元ボランティアによる地元小学生を対象とした、緑の森探検隊。(ネイチャーゲーム)
- ⑤地元企業『ホンダ』によるダンボールクラフト講座

上記の活動が評価され、県教育委員会より平成30年度最優秀公民館賞を受賞しました。

## 2: 新たに生涯学習活動へ参加される方への募集方法。

↳ 基本は紙媒体による案内。また、浜北区全戸へ年に一度活動案内を配布。

## 3: 現在市内の協働センターが48ヶ所ありますが、協働センター同士での連携など。

↳ 合同での会合に出席し、活動内容などの水平展開をしています。また、お互いに気になる活動に対して問合せなどを行っている。

## 4: 今後、新たにやってみたい講座や活動など。

↳ 近隣の4協働センター合同でのいきがい教室の実施

## 5: 今回の提言の中で、企業と協働センターを繋ぐような仕組みを提案したいと考えている。その中で、時期を問わず、民間団体や企業から新サービスや官民協働での事業の提案があれば、予算や内容次第で参画してみたいか。また今後の展望など。

↳ 成人期の市民を生涯学習へ参加を促すために、企業と連携して活動していくことはとてもいいことと思います。企業と市民がお互いに『何を学びたい』『何を教えられる』かのマッチングが課題になると思う。

企業ならではの、キャリア教育や面接体験なども中高生、大学生には良い案。

協働センター自体、紙媒体ではあるものの、情報周知能力があるので、地元企業と市民をつなぐ役割が出来ればと思う。

## 6: 青年期・成人期の市民へのアプローチとしてスマートフォンやインターネットを利用・活用した生涯学習のきっかけとなるような仕組み・プラットフォームの作成の提言を考えている。それについての意見。

↳ マッチングをするために、浜松市が主導となってそういったプラットフォームを開設することはとても効果的。東京や那覇の公民館・協働センターではホームページで活動案内をしているところもある。過去に浜松市も試験的に生涯学習活動HPがありましたが、現在は閉鎖している。

## 7: 市民が生涯学習をより身近で親しみやすくするためになにが必要か?

↳ 市民が学びたいことのニーズをつかむことと、どの年代・性別をターゲットとするかが重要になります。その活動をいかにして広く周知していくが必要になります。

## 8: 浜松市が主導となって始めた生涯学習活動から、市民が個々に、また派生的に学習コミュニティをもって活動をしているような事例。

↳ 協働センターが主導となっている生涯学習活動から、各々で活動の企画・運営する同好会へ発展している例があります。(シワ・たるみをなくす笑顔の会、ヨガ教室など)同好会では浜松市の貸館予約システム(まつぼっくり)を利用して協働センターの施設などを使用。認定を受けた団体は早い段階から予約が出来る特典。

広島県大竹市玖波の活動がとても活発。中高年のかたから若い方へ派生して多くの活動を実施している。浜松市長から、協働センター職員へ活動視察に行くように伝達があった。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	中部協働センター[クリエイト浜松]		
訪問日時	2019年11月15日	先方担当者	所長 小杉規代
訪問者	武田博康・上原一成・中川健太郎		

1: 共働センターで行っているカリキュラムやサービス提供について、成功・継続している活動について。

活動内容⇒主軸となる講座の柱が決まっており、子供向けのもの・一般成人向けのもの・高齢者向けのものと肩書に事業名付けて募集する。  
中部協働センターで一番歴史が長く継続しているのが<三遠南信文化交流講座>。委託という形式を取っており中区エリアの協働センター(10セン

2: 現在、新たに生涯学習活動へ参加される方への募集方法はどのような方法をとっているか、また、開講案内の方法等。

担当地区の自治会の回覧物で必ず配布。また、文化振興財団<クリエイト浜松>のイベントカレンダーにも掲載している。市の協働センターのサイトでも

3: 協働センター同士での連携について。

月に1回定例会を開いておりそこで情報交換。講師の選定などは他の協働センターと情報交換しながら評判等を精査して選定。

4: 今後、新たにやってみたい講座や活動など。

健康づくりがこれからは皆さん一番関心が高いと思います。講座も有料よりは当然無料の方が皆さん来ていただき易いと思う=魅力的なのではないか。

5: 青年期・成人期の市民へのアプローチとしてスマホやインターネットからの申し込みも可にしてみようか?

協働センター単位だどうしてもキャバが小さいため、有意義性も考えたときに一斉に申し込まれら窓口に来た人にはチャンスが無くなってしまう。また、ネットでの申し込みは気軽さがゆえ当日参加しない人がたくさん出てしまうことが危惧。実際窓口に来て当日全員来るわけではないが、自分の意志で対面したり声を聞いたりしてスタッフとやり取りをした事によってキャンセルするという意識が低くなるのではないかと考えている。

現状は、窓口での受付を優先しています。空気があれば、電話での受付もしている。

6: 受講者が集まらない講座について。

若年層の方、働き盛りの方は受けたがらない、縛りを感じてしまうのではないかと自分で見つけて、自分の行きたい時間や場所を選んで行くのではないかと。また、今は主婦や高齢の方も働いてる方が多いのでそもそも興味があっても受講する時間がないと思う。

6: 市民が生涯学習をより身近で親しみやすく必要なことはどのようなことか、またその意見。

地域の住民の方達に対して繋がりを深めていく役割の1つとしてコミュニティ担当とコミュニティアドバイザーという役職がある。政策の関係を担ってる部署で秘書課の中にある政策補佐官が市にある様々なデータを対外的に公表している。例・健康に関してですと介護認定の数を各地区ごとに数字を出して、それを元にコミュニティ担当が自分の管轄するエリアの数字を分析⇒担当地域に向いてどうしたら健康に繋がるかを話したり提案をさせて頂いてる。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	NPO法人街づくりネットワーク WILL		
訪問日時	2019年11月22日	先方担当者	理事長 平澤 文江
訪問者	武田 博康		

1: 水窪町地域全体の現状と課題をお聞かせください。

水窪町の人口は現在1,900名強でそのうち高齢者は1200名程度となっています。小学生は全校生徒36名、1学年あたり6名平均で高齢化が進んでいる街です。課題としては行政が言うような市民サービスとしての行政手続きの低下はさほど問題ではなく、むしろ実生活において、例えば保健師さんの不

2: 御法人の活動内容をお聞かせください。

中山間地における高齢者自立支援事業や放課後子ども教室、青少年指導者養成講座、スマホを活用した買い物支援、最近では高齢者のご自宅への生

3: 水窪地域を含めた協働センターとの取組みがあれば教えてください。

協働センターとの連携取組はありませんし、協働センターで行われている講座にあまり魅力を感じていません。その理由は本当に住民が求めているサー

4: 成人期の社会活動参加率が少ないというデータがあります。成人期・青年期の社会参加に対してのお気持ちをお聞かせください。

水窪地域は成人期・青年期の人口自体が少ないのでなんとも言えませんが、水窪地域の子供達は市街地で味わえるような体験が少ないので、市街地

5: 青年期・成人期の市民へのアプローチとしてスマートフォンやインターネットを活用した社会参加のきっかけとなるような仕組み(プラットフォーム作成の提

それそのものはいいと思いますが、例えば現在小学校・中学校へ新しいシステムの導入があったりします。そこで導入されても使い方を教えてくれる人材がいない為倉庫に眠ってしまうケースが実際ありました。水窪地域で導入する際のアフターフォローが非常に重要だと考えます。

6: ICTを活用した双方向コミュニケーションでの社会活動提供について、ご意見をお願いします。

総務省やKDDIへの聞き取りや研修にも参加していて、基地局の数などの物理的な障害がある話も聞いていますので、まだまだ先の話にはなると思いますが、しかしながらアクティブラーニングを通して学校での単位を修得できるようにしたり、情報が少ない子供たちがそういったサービスを受けることで選択

6: 市民が生涯学習をより身近で親しみやすくするための取組みについて、どのようなこよが必要だと思われますか？

現在水窪地域には4つのNPO法人がありそれぞれに活動していますが、連携した取組みも考えています。本当に市民が必要だと思うサービスを提供していくことが重要だと思っています。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	ストリートダンススクールTripleStar		
訪問日時	2019年12月9日	先方担当者	オーナー 百里照泰
訪問者	武田 博康		

1: 日中と夜間のお仕事内容。

昼間は理学療法士として訪問看護ステーションから利用者様のご自宅でもリハビリを行なっています。夕方から夜間帯はダンススクールを浜松市内2カ所

2: まちづくりネットワークWILLの平澤さんと出会ったきっかけ。

平澤さんとの出会いのきっかけは共通の知人を通じて、水窪でダンスの慰問をお願いしたい方がいるということで紹介され、知り合った。

3: 水窪町への慰問交流について、市街地と現地の子供の交流をセッティングされましたが、実際に行ってみて想像と違ったことなど感じたこと。

2019年の8月に、ダンサーの子どもたちがダンスを披露し、パーベキューの火起こしから水窪の子ども達に教えてもらうという交流で、市街地と水窪など

4: 市街地と遠隔地を結ぶような社会参加は時間や交通の便などの制約があると思いますが、通信技術の発達で乗り越えられるようなサービスについて、ど

通信技術の発達は遠くの相手との距離を感じさせないための手段。

5: 働き盛り世代の社会活動参加率が少ないというデータがあるが、どう思うか。

能力があっても人と会うのが苦手・自信がない・めんどくさい・時間がないと言う人は多いと思う。でも匿名や素性のある程度隠してなら新しい社会に参加する人は多くいて、その代表例がユーチューバーではないかと。担当する四肢麻痺の患者様の例では、車椅子生活で平地でしか車椅子を自走させられない方だが、インターネットを使って株式投資をして生計を立てている。通信技術の発達は、都市部に住んでいて健康な身体・精神状況の人の目線で考えると今現在の技術で十分間に合っていると思いがちだが、遠隔地域や身体障害者、また障害まで至らなくても様々な理由で社会参加できないという方

6: 時間のない社会人がITを活用して社会参加をしていく取組について感じる事があれば。

ITの活かし方は様々で、IT利用者の数に比例して情報量も増える。すでに世界中の多くの方が自分に合った情報を検索し利用している。現在では、新聞やテレビで得られる情報量以上の情報がえられる。新聞やテレビのような自分に必要がなかったり興味のない情報ではなく、その人個人の好みに応じた

7: 青年期・成人期の市民へのアプローチとしてスマートフォンやインターネットを利用・活用した生涯学習のきっかけとなるような仕組み・プラットフォーム作成

ダンススクールでも、大学や就職などで東京・名古屋・大阪に行ってしまう子が多い。IT情報を最大限利用している私が最近思うことは、すでに関心のある情報は多いが、知識として新たに知ること興味を持つかもしれない情報を知る手段が少なくなりつつあるように感じる。情報の探し方は、自分の興味のある情報を狙って探す場合と、狙わずに探す場合がありますが、後者の情報はとても探しにくい状況にあるのかなって思います。新聞やテレビだと情報量が限られる。浜松市はテレビ局がないので、情報が少ない。インターネット上での地元の情報はあっても、地元の人が発信している情報量自体が少なく、あってもFacebookだったりInstagram だったりそれぞれ検索するという作業に煩わしさを感じる。地元のあらゆる情報が文字情報だったり、画像、動画、ライブ映像などが統一されたプラットフォームがあって、その存在が市民に浸透していればとても便利。そうしたプラットフォームを通じて、市民の活動が活性化されれば、青年が地元にとどまったり、Uターン・Iターンに繋がると思う。地元情報に特化したプラットフォームが、FacebookやInstagramやLINE、Hamazoなどとの連動ができれば発信者も情報を探す人にとっても便利になると思う。例えば、SNSでのハッシュタグ機能を利用して、「#浜松」を入れてSNS投稿をすればプラットフォーム上のタイムラインのページにその投稿が反映されるなど。プラットフォーム閲覧者は、浜松のほとんど全ての情報がそこだけで見れるとよい。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	福岡国際空港株式会社		
訪問日時	2019年9月2日	先方担当者	下記に記載
訪問者	松本力洋、瀧澤幸也、永井裕生、岸本裕一郎、大高旭		

ご担当者: 福岡国際空港株式会社 空港営業本部活性化推進部 副部長 野上誠様

空港営業本部活性化推進部 営業担当課長 有馬至人様

経営企画本部経営企画部 副部長 室園幸志様

※営業本部で13名(ボスはチャンギ国際空港から出向?、活性化推進部3名)

設立: 2018年7月2日

従業員: 600名程(内100名ほど株主から出向)

株主: 福岡県(10%出資)福岡市・九州電力・三菱商事・西日本鉄道・チャンギ国際空港など

内容:

福岡県・福岡市、周辺都市の活性化に尽力する=旅客数を増やす。その為に、地域と連携を深める。

福岡市観光課とも連携し協議会を設置。その他、多数の協議会やプロジェクトを進行中。月1回の例会や日々のメールや電話でのやり取りを行う。

現在、滑走路1本のみで7:00~22:00までの営業であり、発着は超過密スケジュール。もうすぐ発着回数上限が35本/1時間から38本/1時間まで増える。2025年目安に滑走路を1本増設。発着回数も50回/1時間を目指す。

福岡市街から5kmという好立地であり、地元企業や団体と連携し空港利用を促進。空港への地下鉄路線(国内線・国際線)やバス路線の増加と共に、インバウンドにもかなりの力を入れている。

現在、半数が韓国。韓国は近いので日帰りも可。滞在日数が少なくなり、客数は多いが客単価が低い。今後は東南アジア、欧米豪印へと国際線の就航路線数を増やし、滞在日数の多い客数を伸ばす。

インバウンドの増加と共に、アウトバウンドも意識する。福岡市と共に、アウトバウンド検討会をつくる。アウトバウンドの必要性は、エアライン就航数に増加に必須(インとアウトのバランス)。また国際人材を育てる為にも、若いうちから海外慣れしていく事が重要であり、日本国内でもかなり早い時期からアウトバウンドに対する仕掛けをしている。

感想:

昨年、福岡国際空港として誕生した際に、若いメンバーが多く入った。営業本部のボスはチャンギ国際空港から出向されているようで、国際的な視野を持った若いメンバーで力強く事業を推進している。大きな産業や観光地が無いので、ビジネス利用や自然・温泉旅行での集客は難しい。福岡市を中心に都市型観光に特化した戦略をたて、ショッピング・コンベンション開催・大学誘致から起業家支援などに注力し、人が集まる仕組みを官民一体でつくり上げてきた成果だと感じました。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー		
訪問日時	2019年9月2日	先方担当者	下記に記載
訪問者	鈴木仁、塚本明寿、松本力洋、大久保貴通、瀧澤幸也、富田悠、武田博康、大高旭、岸本裕一郎、嶋裕信、前嶋宏明、高森将之、佐々木まり子、永井裕生、初澤飛宇馬		

ご担当者:観光事業部長 飯田様、観光事業部広報企画係長 森様

設立:昭和62年9月1日

従業員:約30名

内容:

インバウンドの増加に向けた取り組みが主。観光情報「よかなび」を運営。観光情報サイトとして、大きな成果を上げている。博多どんたくは福岡市、福岡商工会議所と共に主催。その他、クルーズ船の受け入れ事業、コンベンションの誘致(最近ではG20福岡財務大臣・中央銀行総裁会議)をしている。インバウンドに関しては訪日外国人数3200万人に対し、福岡市が310万人で約10%。観光消費額も全国4兆円に対し、福岡市が5000億で約10%。10人に1人は福岡市に観光している事になる。

主だった産業がない為、都市型観光(食・ショッピング・宿泊・コンベンションなど)を推進。

食に関しては、ミシュランガイドの影響大。福岡には15軒の登録がある。

福岡市ではここ2年でホテル・旅館が47棟(6680室)増える予定。客室稼働率も5年連続80%以上を維持。それも福岡国際空港、新幹線博多駅、クルーズ船の港などが近くにありアクセスし易い利点大きい。

感想:

好立地を活かしたインバウンド増加を今後も主として進めると断言していた。官民一体となり「やるべきこと」が明確だと感じた。特に響いたのがミシュランガイドの件。ミシュランガイドは世界基準であり、登録店は世界から集客できる。地方ブランド・地場産品などのブランディングに関しても、地方の行政の曖昧な基準ではなく、(難しいが)世界的な基準などの指標があれば、地方にもチャンスは十分にあると感じた。

ただ現在は韓国からの集客が半数以上となり、今の情勢の影響で韓国からの観光客が激減している。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	一般社団法人 糸島市観光協会		
訪問日時	2019年9月1日	先方担当者	松田寛
訪問者	鈴木仁、塚本明寿、松本力洋、大久保貴通、瀧澤幸也、富田悠、武田博康 岸本裕一郎、嶋裕信、佐々木まり子、永井裕生、初澤飛宇馬		

## 1、糸島市概要(糸島市はどんな所)

福岡県西側に位置する平成22年合併(1市2町)  
人口10万人、アクセス 博多駅から地下鉄で45分(乗り換えなし)  
議員20名、平均年齢28.84、人口は福岡8位(浜松7分の1)

## 2、糸島の魅力

- ① 自然と点在した景勝地、夕日の二見ヶ浦、白糸の滝(年間25万人)、雷山千如寺大悲王院(樹齢400年の紅葉)
- ② 農林水産物  
あまおう、豚、牛、鯛(漁獲量日本一)ハマグリ、野菜etc
- ③ 歴史も奥深い  
伊都國(倭人伝に記載)銅鏡
- ④ 活発な市民活動  
多くの糸島市内イベント  
サンセットライブ20年以上(1万5000人)
- ⑤ お洒落なカフェ、写真映え(インスタばえ)スポット

## 3、観光入込客の推移

- ① 600万人
- ② 日帰り観光87%
- ③ 福岡市34% リピーター75%、また来たい97%、住みたい43%
- ④ 特徴 コンパクト、200km、アクセスが良い、車で30分、JRで45分  
キーワード『癒し』
- ⑤ 課題  
二次交通が不足(バス1時間半に1本、レンタルサイクル)  
滞在時間が短い(ほとんど日帰り)  
インバウンド観光の受け入れ体制が整っていない  
若者の流出(九州大学が近くに移転して来たが生かせていない)

## 質疑応答:

海外へのアピール 県に働きかけ、  
海外(中国、韓国、台湾)の個人ブロガーに依頼

地元市民が必ずしも開発を望んでいない(自然を大切に)

歴史、海、野菜

角川文庫が本(雑誌)を作成

「ぐるり糸島」「とっても新しい糸島」

お土産がない→糸島市めんべいを作成

学校の授業で糸島学(小17校、中)

福島原発→移住

人手不足、九大との連携、トゥクトゥクレンタカー、ざうお本店(やしの木)

# ヒアリング調査議事録

訪問先	福岡地下街開発株式会社		
訪問日時	2019年9月2日	先方担当者	古賀様
訪問者	鈴木仁、塚本明寿、大久保貴通、富田悠、武田博康、嶋裕信、佐々木まり子、初澤飛宇馬		

昭和51年9月の開業以来、九州一の繁華街である天神地区の交通機関や周辺の商業施設・オフィスビルを結ぶ「天神地下街」を運営されており、独自の開発ビジョンや運営コンセプトなどをヒアリング。開業当初より天神地下街は、「石・鉄・レンガ」を象徴とする19世紀ヨーロッパの街並みをイメージした特徴的なデザインを貫き、随所にモダンでおしゃれな建造物が観光客の目を楽しませる。

現在まで43年間一度もリニューアルしたことがなく「いつ来ても変わらないね」という意見を聞くという。それが天神地下街の強みでもあり、当初からの狙いでもあり、独特のデザイン設計思想でもあるがゆえ、他の地域の地下街をライバル意識したことはない。

ターゲットとしては女性が中心となり、店舗も女性向きのテナントを多く誘致。結果圧倒的に女性の売上が高い。しかし、デザイン性を重視した結果、当初は照明が暗いという意見、また女性のハイヒールが石畳に引っかかってしまうなどの問題が生じ、そのために照明を明るくしたり、石畳の溝を埋めるなどの対策をしてきた。

ただし、時代とともにテナントの照明が明るくなり現在は結果的に当初の明るさにまで戻した。

また天神地下街のデザインコンセプトからずれないよう、例えば、セブンイレブンなどは白を使わず焦げ茶色などで合わせていただく。

浜松市についてのイメージを聞いたところ、うなぎの印象はあるが、実は浜松市に来たことが無いという事実も判明。やはり交通の便で、わざわざ浜松市に降りて何か利用するというスタイルは九州地方の方々には馴染みがないという印象。

# ヒアリング調査議事録

訪問先	西日本鉄道株式会社		
訪問日時	2019年9月3日	先方担当者	井上様
訪問者	鈴木仁、塚本明寿、松本力洋、大久保貴通、瀧澤幸也、富田悠、岸本裕一郎、嶋裕信、前嶋宏明、高森将之、永井裕生、初澤飛宇馬		

重点戦略の1つとして、「グループ一体となった沿線の魅力向上と観光インバウンド需要の取り込み」を掲げており、以下2つの内容についての話となった。

- 1:住みたくなる沿線づくり
- 2:観光インバウンド需要の取り込み

## 1:住みたくなる沿線づくり

### 1-1 沿線各エリアの「まちづくり構想」の策定と実現

・地域分析調査を実施し、「天神大牟田線」「北九州」エリアの「まちづくり構想」の策定と実現を掲げ、現状の課題方向性を抽出する。また二日市・太宰府地域の調査分析を行い、太宰府駅のリニューアル、駅周辺などの再開発などを行い、面的観光エリアを目指す。

### 1-2:交通ネットワークの強化・再構築

連節バスを使った高速輸送システム(BRT)の形成をし、都心部バス運行便数の削減・支線の定時制確保など一定の効果があるとともに、待合室の強化などさらなる改善が必要。

## 2:観光インバウンド需要の取り込み

・国内・海外インバウンド観光客(MICE)などをターゲットとし、糸島地区日帰りツアー・太宰府古民家活用など着地型ツアー商品の造成と販売チャンネルの拡大をめざす。そのために既存の観光企画チケットのほか、「観光列車」「観光バス」などの新たな観光素材を投入、観光関連事業強化など商品造成を行い海外旅行者向けに商品提供を行う。

ただし、アクセスが不便・観光地が点在しているという問題を今後クリアしなければならない。

また、定期観光バスについては復活要望があるが、人員不足などの問題で対応できないという点は課題である。

## 2019年度浜松商工会議所青年部提言書正誤表

	誤	正
2頁 26行目	ブランディングにおいては。	ブランディングにおいては、
16頁 2行目	愛称がよいであろう	相性がよいであろう
19頁 7行目	伸延	延伸
19頁 18行目	2017年度に行った市民調査では	市民調査の結果
25頁 8行目	設置するが可能です	設置する事が可能です
25頁 24行目	選手団の受け入れは	選手団の受け入れは
25頁 26行目	浜名湖&遠州灘ビーチ・マリンスポーツ推進機構	浜名湖&遠州灘ビーチ・マリンスポーツ推進協議会
29頁 24行目	故障しにくい体をつくるサポートする体制	故障しにくい体をつくる事をサポートする体制
31頁 6行目	挫折や何をしてよいかわからいため	挫折や何をしてよいかわからないため
31頁 7行目	挫折や何をしてよいかわからいため	挫折や何をしてよいか分からないため
35頁 2行目	環境を創り上げているために	環境を創り上げていくために
38頁 2行目	働き方改革の伴う中学校部活動	教員の働き方改革に伴う中学校部活動取り組み
38頁 10行目	伸延	延伸
39頁 10行目	静岡交際オペラコンクール	静岡国際オペラコンクール
44頁 4行目	メンテナンスがしやすいことが	メンテナンスをしやすいことが
56頁 31行目	静岡県立大学との共同で。	静岡県立大学との共同で、
88頁 15行目	「これならできるはずだ」いう気概が込められています。	「これならできるはずだ」という気概が込められています。