

所管課	産業振興部産業活性化室								
施策の大綱	まちづくりの目標(章)	施策分野(節)		施 策					
	第3章 元気創造都市	13 観光		01 河内長野らしい観光産業を創出する					
事業：奥河内・湧くワク事業							整理番号 1321		
目的	本市のもつ「自然豊かで、神秘的で、歴史と文化の香り高く、教育のフィールドとして最適、なのに意外と都心から近い」というイメージを有効活用し、「奥河内」をキーワードにしたイベント戦略とイメージ戦略を推し進める。								
目標	モンベル会員雑誌・HPに「フレンドエリア奥河内」として掲載する。また、「ちかくて、ふかい 奥河内」イメージの醸成に向け、ポスターの掲示等を電鉄を中心に展開し、ホームページ等情報発信機能のブラッシュアップを進めるほか、スポーツイベントであるSEA TO SUMMITを実施する。								
事業費・財源	事業費(決算額)(千円)	10,600		総コスト(千円)	17,742		総合評価 <b>A</b> 評価理由 企業等との協働により「ちかくて、ふかい」奥河内イメージを発信することができた。		
	財源内訳	一般財源	8,600		内訳	事業費		10,600	
		国府支出金	0			人件費		7,142	
		地方債	0			公債費		0	
		その他特定財源	2,000			一人あたり(円)		157	
						世帯あたり(円)		376	
妥当性	A		効率性	A		有効性	A		
貢献度	施策に対する事業貢献度	A		根拠	「奥河内」をキーワードにしたイベント戦略とイメージ戦略を推し進めることにより、本市がもつイメージを広く内外に示すことに、大変貢献している。				
今後の方向性	今年度は「奥河内スタイル」と称して新たな里山生活ともいうべきライフスタイルを提案し、子育て世代やリタイア世代に訴求を行った。今後は来訪者と地域の人々がコミュニケーションを図る具体的な取組みを進めていく。地域活性・交流拠点を「奥河内スタイル」のステージと捉え、都会から至近で豊かな自然や文化を享受できる新たな里山生活を提案する場所とする。								

事業優先順位	1 細事業：奥河内・湧くワク事業							整理番号	01	
目的	本市のもつ「自然豊かで、神秘的で、歴史と文化の香り高く、教育のフィールドとして最適、なのに意外と都心から近い」というイメージを有効活用し、「奥河内」をキーワードにしたイベント戦略とイメージ戦略を推し進める。									
目標	モンベル会員雑誌・HPに「フレンドエリア奥河内」として掲載する。また、「ちかくて、ふかい 奥河内」イメージの醸成に向け、ポスターの掲示等を電鉄を中心に展開し、ホームページ等情報発信機能のブラッシュアップを進めるほか、スポーツイベントであるSEA TO SUMMITを実施する。									
事業実施主体	一部委託	事業開始年	平成22年度	根拠法令						
事業費・財源	財源内訳	事業費(決算額)(千円)	平成24年度		比較	コスト情報・従事職員数	総コスト(千円)	平成24年度		比較
		一般財源	10,600				事業費	17,742		
		国府支出金	8,600				人件費	10,600		
		地方債	0				公債費	7,142		
		地域づくり助成金	0				一人あたり(円)	0		
			2,000				世帯あたり(円)	157		
	0			職員数(人)	376					
	0			再任用職員数(人)	0.90					
	0				0.00					
今後の方向性	今年度は「奥河内スタイル」と称して新たな里山生活ともいうべきライフスタイルを提案し、子育て世代やリタイア世代に訴求を行った。今後は来訪者と地域の人々がコミュニケーションを図る具体的な取組みを進めていく。地域活性・交流拠点を「奥河内スタイル」のステージと捉え、都会から至近で豊かな自然や文化を享受できる新たな里山生活を提案する場所とする。									
評価	妥当性	効率性	有効性	対象者	河内長野市民、市外住民					
	A	A	A							

## 事業：奥河内・湧くワク事業

### 1. 奥河内・湧くワク事業

本市のもつ「自然豊かで、神秘的で、歴史と文化の香り高く、教育のフィールドとして最適、なのに意外と都心から近い」というイメージを有効活用し、「奥河内」をキーワードにしたイベント戦略とイメージ戦略を推し進めた。

## 細事業：奥河内・湧くワク事業

### 1. 奥河内・湧くワク事業

#### (1) イベント戦略業務

市民はもとより対外的にも広く奥河内のイメージを発信するため、市内の豊かな自然や森林資源を大いに活用した誘客イベントを実施した。

#### ①奥河内 SEA TO SUMMIT 2012の実施

「ちかくて、ふかい 奥河内」を体現するイベントとして、滝畑地区において、環境シンポジウムとカヤック・自転車・登山の3種のアクティビティを行うスポーツイベントからなる「環境スポーツイベント」を実施。

開催日：平成24年11月23日（金・祝）24日（土）

大会参加者数：80組165名

#### ②奥河内フェスティバルの実施

「奥河内 SEA TO SUMMIT 2012」にあわせて、各種企業、団体との協働で奥河内の環境、観光PRを実施

開催日：平成24年11月23日（金・祝）24日（土）

実施内容：2012オアシス・クリーンアップ・キャンペーンin滝畑（主催 大阪府ため池総合整備推進協議会）

水辺クリーンアップキャンペーン（主催 河川を美しくする市民の会）

滝畑ダム湖面清掃

各種企業、団体のPRブースの出展 等

参加者数：11月23日（金・祝）約1,500名、11月24日（土）約1,000名

#### (2) イメージ戦略業務

23年度のイメージ戦略における「奥河内」の認知獲得から更に一步進み「奥河内スタイル」の生活提案を具体的な内容を通して発信した。

①奥河内を愛し、奥河内を楽しむスタイルをもったひとを奥河内びとと称してクローズアップし、奥河内びととチェルシー舞花による、奥河内スタイルが感じられる仕様のビジュアルのポスター（B2、中吊りB3）とリーフレット（A5×16P）の作成

②奥河内専用HP「ちかくて、ふかい 奥河内」作成

平成23年度のサイトをリニューアルおよび奥河内スタイル編のサイトを作成

③イベント用パネル制作

リーフレットをリサイズしたイベント用展示大型パネル（B0サイズ）を作成

④ポスター、リーフレット等を、南海電気鉄道、南海バス、近畿日本鉄道、市内施設等でビジュアル掲出

### 2. モンベルフレンドエリア登録

本市のアウトドアフィールドとしての魅力を企業とともにPRするため、アウトドアメーカーのモンベルグループが運営する顧客優待制度「モンベルフレンドエリア」に加盟し、同グループの既存メディア（会員特典ガイド、会報誌、HP等）を通じて本市を中心とした奥河内の観光情報を発信することにより、本市のイメージアップ、認知度向上を図った。

①モンベルクラブ会員特典ガイドへの掲載（年3回約40万部発行）

②会員対象の感謝祭であるモンベルフレンドフェアにて本市のPRブースを出展

日時：平成24年3月31日（土）、4月1日（日）および平成24年10月13日（土）14日（日）

場所：インテックス大阪