

所管課	産業経済部観光政策課						
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	「ちかくて、ふかい 奥河内」イメージの更なる醸成に向け、ポスターの掲示やリーフレットの配布等を中心に展開するほか、奥河内におけるアウトドア観光を推進するために環境型スポーツイベントであるSEA TO SUMMITを継続実施する。また、地域活性・交流拠点に奥河内を体感したり、奥河内情報を発信する機能をもたせる。						
事業費・財源	事業費(決算額)(千円)	8,950	総コスト(千円)	17,718	総合評価 A 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。	妥当性	A
	財源内訳		事業費	8,950		効率性	A
	一般財源	8,950	人件費	8,768		有効性	A
	国府支出金	0	公債費	0			
	地方債	0	一人あたり(円)	159			
その他特定財源	0	世帯あたり(円)	375				
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メージ戦略とイベント戦略を推し進めることにより、本市が持つイメージを広く内外に示すことに、大いに貢献している。			
今後の方向性	地域活性・交流拠点を「奥河内スタイル」を具現化するステージとして捉え、奥河内観光の中心拠点として位置付けていく。						

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	奥河内のもつ「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	「ちかくて、ふかい 奥河内」イメージの更なる醸成に向け、ポスターの掲示やリーフレットの配布等を中心に展開するほか、奥河内におけるアウトドア観光を推進するため環境型スポーツイベントであるSEA TO SUMMITを継続実施する。								
事業実施主体	直営	事業開始年	平成22年度	根拠法令					
事業費・財源		平成25年度	平成24年度	比較		平成25年度	平成24年度	比較	
	事業費(決算額)(千円)	8,950	10,600	-1,650	コスト情報・従事職員数	総コスト(千円)	17,718	17,742	-24
	一般財源	8,950	8,600	350		事業費	8,950	10,600	-1,650
	国府支出金	0	0	0		人件費	8,768	7,142	1,626
	地方債	0	0	0		公債費	0	0	0
	その他特定財源	0	2,000	-2,000		一人あたり(円)	159	157	2
		0				世帯あたり(円)	375	376	-1
	0			職員数(人)		1.15	0.90	0.25	
	0			再任用職員数(人)	0.00	0.00	0.00		
今後の方向性	地域活性・交流拠点を「奥河内スタイル」を具現化するステージとして捉え、奥河内観光の中心拠点として位置付けていく。								
評価	妥当性	効率性	有効性	対象者	河内長野市民及び河内長野市を訪れる人				
	A	A	A						

事業：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

① 奥河内 SEA TO SUMMIT 2013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25年11月23日（祝・土）24日（日）

大会参加者数：77組147名

② 奥河内フェスティバルの実施

「奥河内 SEA TO SUMMIT 2013」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25年11月23日（祝・土）24日（日）

実施内容：奥河内ワークショップ

カヤック体験会

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（祝・土）約2,000名、11月24日（日）約1,000名

③ 奥河内バルの開催

奥河内イメージの活用による市外からの集客と地域活性を目的に開催

開催日：平成26年2月14日（金）15日（土）※あとバル2月16日（日）から23日（日）まで8日間

開催場所：河内長野駅周辺30店舗

チケット販売部数：282部

(2) イメージ戦略業務

「奥河内スタイル」の理解を深めることを目的として、奥河内イメージの発信に努めた。

① ポスター作製

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）の作成

② イベント用パネル制作

ポスター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

③ ポスター掲出

ポスターを、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

④ PR看板設置

南海電気鉄道なんば駅構内に奥河内観光PR看板を設置

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、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4回約48万部発行）

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25年4月13日（土）、4月14日（日）および平成25年11月2日（土）3日（日）

場所：インテックス大阪