

|               |  |          |        |                     |  |        |   |  |
|---------------|--|----------|--------|---------------------|--|--------|---|--|
| 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<br>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イメージ戦略を展開するほか、SEA TO SUMMITを中心にイベント戦略を推進する。奥河内の中心的エリアである滝畑ダム湖面の利用推進を図る |          |        |                     |  |        |   |  |
| 事業費・財源        | 事業費(決算額)(千円)   | 11,270   |        | 総コスト(千円)            | 20,028   |        | 総合評価<br><b>A</b><br>評価理由<br>企業との協働により「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     | 11,270 |                     | 事業費  | 11,270 |   |  |
|               |  | 国府支出金    | 0      |                     | 人件費  | 8,758  |   |  |
|               |  | 地方債      | 0      |                     | 公債費  | 0      |   |  |
|               |  | その他特定財源  | 0      |                     | 一人あたり(円)   | 181    |   |  |
|               |  |          | 0      |                     | 世帯あたり(円)   | 423    |   |  |
| 貢献度           | 施策に対する事業貢献度  | <b>A</b> |        | 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イメージ戦略を展開するほか、SEA TO SUMMITを中心としたイベント戦略を推進する          |              |        |        |                    |             |          |         |        |       |
| 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 | 財源内訳  | 平成26年度       |        | 平成25年度 | 比較                 | コスト情報・従事職員数 | 平成26年度   |         | 平成25年度 | 比較    |
|        |   | 事業費(決算額)(千円) | 10,244 | 8,950  | 1,294              |             | 総コスト(千円) | 18,464  | 17,718 | 746   |
|        |   | 一般財源         | 10,244 | 8,950  | 1,294              |             | 事業費      | 10,244  | 8,950  | 1,294 |
|        |   | 国府支出金        | 0      | 0      | 0                  |             | 人件費      | 8,220   | 8,768  | -548  |
|        |   | 地方債          | 0      | 0      | 0                  |             | 公債費      | 0       | 0      | 0     |
|        |   | その他特定財源      | 0      | 0      | 0                  |             | 一人あたり(円) | 167     | 159    | 8     |
|        |   |              | 0      |        |                    |             | 世帯あたり(円) | 390     | 375    | 15    |
|        |   |              | 0      |        |                    |             | 職員数(人)   | 1.07    | 1.15   | -0.08 |
| 今後の方向性 | 「奥河内」としての魅力や知名度を高め、地域資源を活用しながら、地域の活性化を図る  |              |        |        |                    |             |          |         |        |       |
| 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 2014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26年9月27日（土）・28日（日）

大会参加者数：88組146名

##### ② 奥河内フェスティバルの実施

「奥河内 SEA TO SUMMIT 2014」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26年9月27日（土）・28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：9月27日（土）約1,200名、9月28日（日）約1,000名

#### (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 ポスター制作

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サイズ）を制作

##### 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、近畿日本鉄道、市内施設等でビジュアル掲出

##### ④ パンフレット制作

チェルシー舞花を起用し、市内の観光地を紹介するパンフレット（A4サイズ）を制作・配布

##### ⑤ 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

##### ⑥ 奥河内プロモーションビデオ制作

市内各所に存在する奥河内の魅力を映像でPRするためのプロモーションビデオを制作

### 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2回、約116万部発行）

#### 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26年11月8日（土）9日（日）

場所：インテックス大阪