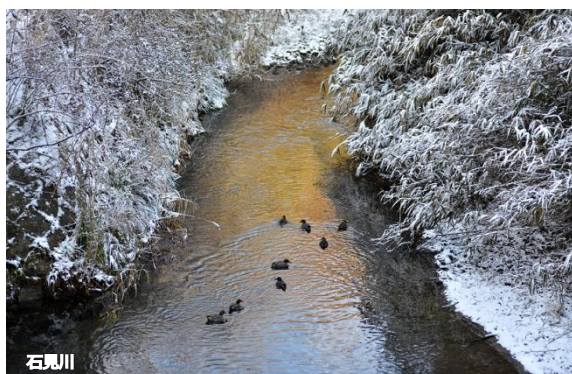


河内長野市観光振興計画

Kawachinagano City Tourism Promotion Plan



目 次

はじめに

第 1 章 計画の策定にあたって	1
1. 計画策定の趣旨	1
2. 計画の位置づけ	1
3. 計画の期間	2
4. 計画策定の視点	2
第 2 章 現状と課題	3
1. 我が国の観光動向	3
2. 河内長野市における観光の現状.....	5
3. 河内長野市における観光の課題.....	2 2
第 3 章 河内長野市観光振興計画のめざす姿	2 6
1. 河内長野市がめざす観光の姿	2 6
2. 基本方針	2 7
3. 計画の目標（数値目標）	2 8
第 4 章 観光振興推進のための 3 つの重点取組と 1 2 の戦略	2 9
1. 体系	2 9
2. 重点取組（リーディングプロジェクト）	3 0
3. 各戦略の取り組み施策	3 1
第 5 章 推進体制	4 3
1. 実施主体と役割分担	4 3
2. 計画の進行管理	4 4
3. 主な取り組み内容における役割分担とスケジュール	4 5
参考資料	5 0

はじめに

本市は、「河内長野市第5次総合計画」に定める将来都市像「人・自然・歴史・文化輝く ふれあいと創造のまち 河内長野」の実現に向け、「潤い・快適・活力」のにぎわいのまちづくりに取り組んでいます。

河内長野の魅力を最大限に生かすとともに、おもてなしの心を持って観光客を受け入れる体制を整備するなど、観光の振興を図ることは、交流人口の増加と、地域の人と訪れる人がふれあい、にぎわいの創出、経済の活性化に寄与すると考えます。

人口減少、少子・高齢化が進行する本市において、新たな魅力や価値を創出し、にぎわいや活力に満ちたまちづくりを創造する重要なツールとして、観光の役割や期待が年々高まっています。

新たに策定する「河内長野市観光振興計画」に基づく観光への取り組みを通じ、本市の魅力を一人でも多くの人に感じてもらい、来訪していただくことで、本市がめざす観光の姿である「集客と消費を高める観光振興の推進」の実現につなげてまいります。



第1章 計画の策定にあたって

1. 計画策定の趣旨

本市では、平成13年（2001年）に地域資源を生かした「観光」と「産業」の振興を図っていくために「河内長野市観光産業振興計画」を策定し、「観光と産業の融合による新たな“河内長野市魅力”の創出」を基本目標とする各種施策に取り組んできました。

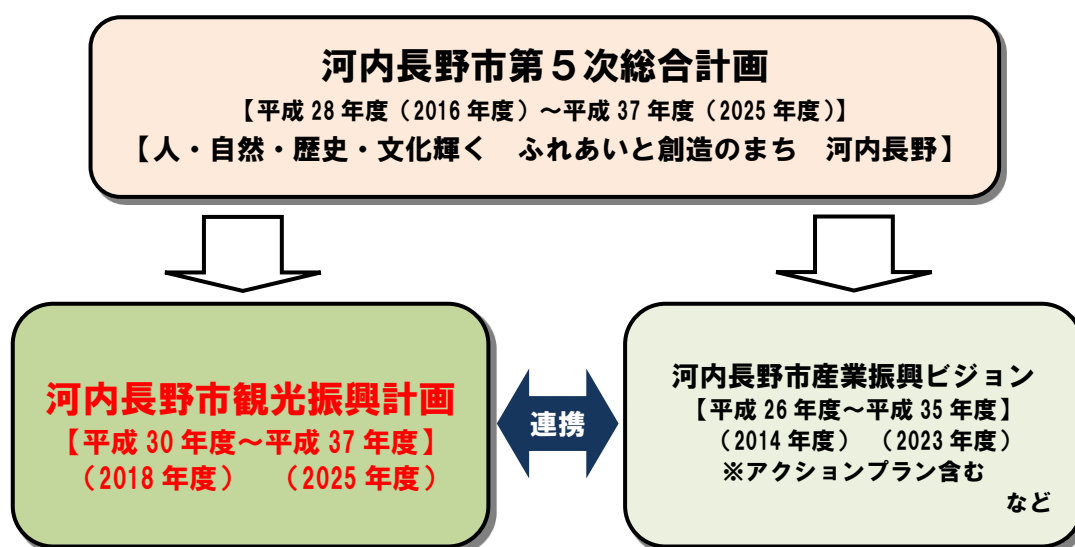
また、平成26年（2014年）には、産業振興を進めるにあたり、既存産業の振興や新規産業の参入、商業や観光、サービス産業の充実、都市近郊農林業の活性化など、本市特有の地域資源を生かした河内長野らしい産業のあり方について、具体的にめざすべき基本構想を示すことで方向性を明らかにした「河内長野市産業振興ビジョン」を策定しました。

しかし、これらの計画策定後、外国人観光客の急速な増加、国による観光振興の重点化、観光ニーズの変化、ライフスタイル¹の多様化などの外部変化が顕在化し、また本市においても、少子・高齢化の進行や産業構造の変化など観光を取り巻く環境や社会情勢が大きく変化しています。

そこで、本市の有する多様な地域資源を生かしながら、観光振興を図り、関連する産業の振興及び地域経済の活性化をめざし、活力とにぎわいのまちづくりを推進するため、各種観光施策の指針となる新たな「河内長野市観光振興計画」を策定します。

2. 計画の位置づけ

本計画は、「河内長野市第5次総合計画²」のもと、「河内長野市産業振興ビジョン」などの関係する市の計画との整合性を図りながら、今後の本市における観光振興の方向性をとりまとめた基本指針とします。



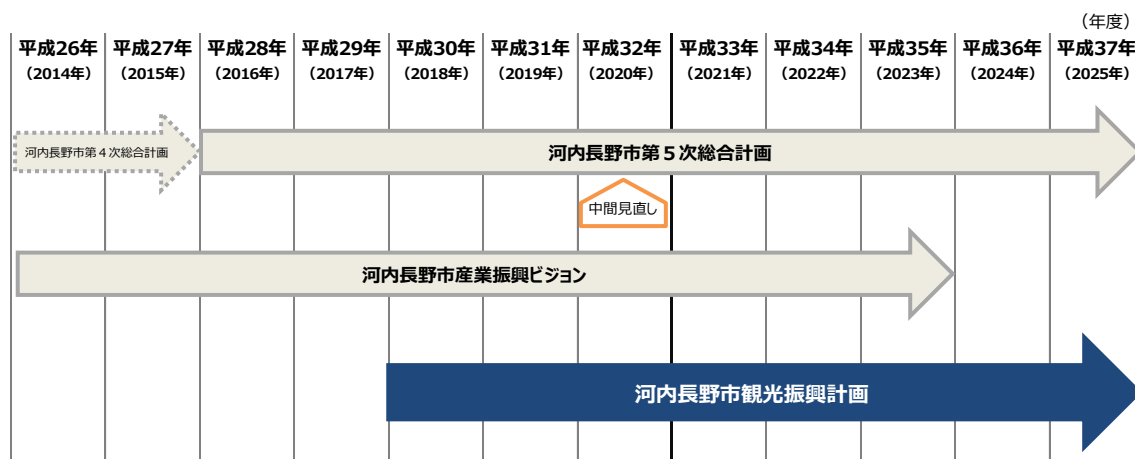
1 ライフスタイル 個人の生き方、生活の様式

2 総合計画 長期的なまちづくりを総合的・計画的に進めるための指針となる市の計画

3. 計画の期間

本計画の期間は、平成 30 年度（2018 年度）から河内長野市第 5 次総合計画の終了年度である平成 37 年度（2025 年度）までの 8 年間とします。

ただし、河内長野市第 5 次総合計画の中間見直し（平成 32 年度（2020 年度））に伴って、必要に応じて見直しを実施します。



4. 計画策定の視点

本市の観光のめざす姿を達成するため、以下を本計画策定の視点とします。

「地域資源を観光に生かす観光振興」

本市の魅力ある「地域資源」の磨き上げにより、「観光資源」として生かす取り組みを進めます。

「観光客のニーズに対応した観光振興」

観光客の観光スタイルやニーズに対応した魅力ある観光コンテンツ³を創出し、戦略的に情報提供を進めます。

「経済的効果を高める観光振興」

まちの観光魅力向上が本市の経済的効果を高める、観光産業の活性化に努めます。

3 観光コンテンツ 観光集客を進めるための仕掛けや観光メニューなどの総称

第2章 現状と課題

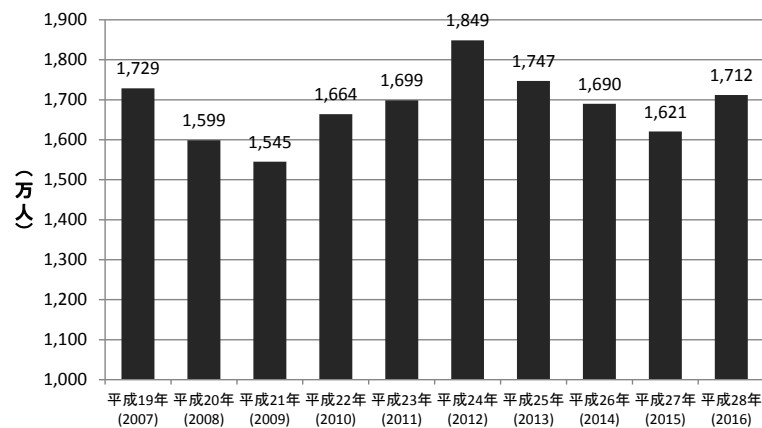
1. 我が国の観光動向

1) 国内観光

観光庁の平成29年（2017年）版観光白書によれば、平成28年（2016年）には1,712万人が海外に出かけています。

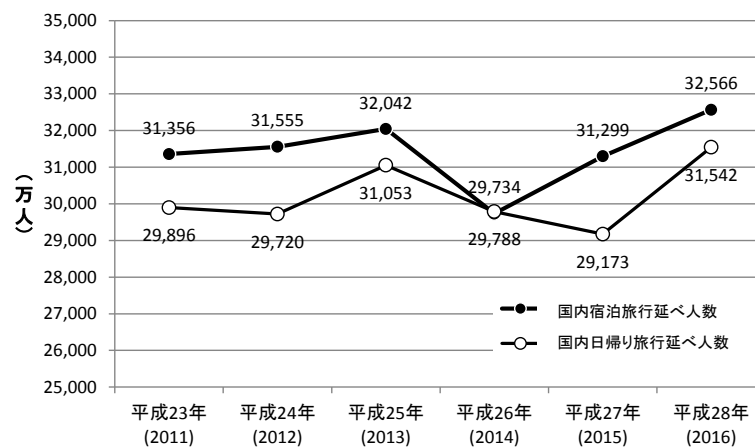
一方で国内旅行に関しては、平成23年（2011年）の宿泊旅行は延べ3億1,356万人、日帰り旅行は延べ2億9,896万人で、その後は横ばい傾向でしたが、平成26年（2014年）からは増加に転じ、平成28年（2016年）では宿泊旅行が延べ3億2,566万人（平成23年比3.9%増）、日帰り旅行が延べ3億1,542万人（平成23年比5.5%増）となっています。

【日本人の海外旅行者数の推移】（図表1）



資料：法務省資料に基づき観光庁作成

【国内宿泊旅行延べ人数、国内日帰り旅行延べ人数の推移】（図表2）



資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

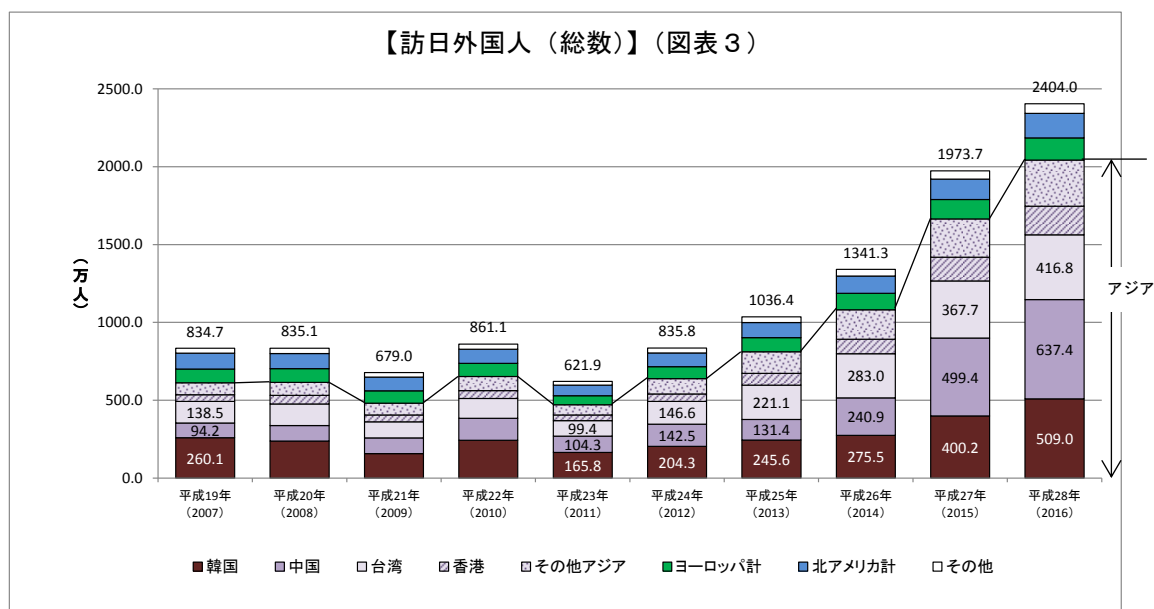
出典：平成29年（2017年）版観光白書（観光庁）

2) 訪日観光

日本政府観光局（J N T O）の調査によれば、平成 23 年（2011 年）の訪日外国人旅行者は約 622 万人でしたが、その後は急速に伸び平成 28 年（2016 年）には約 2,404 万人と、平成 23 年（2011 年）に比べて約 3.9 倍となっています。

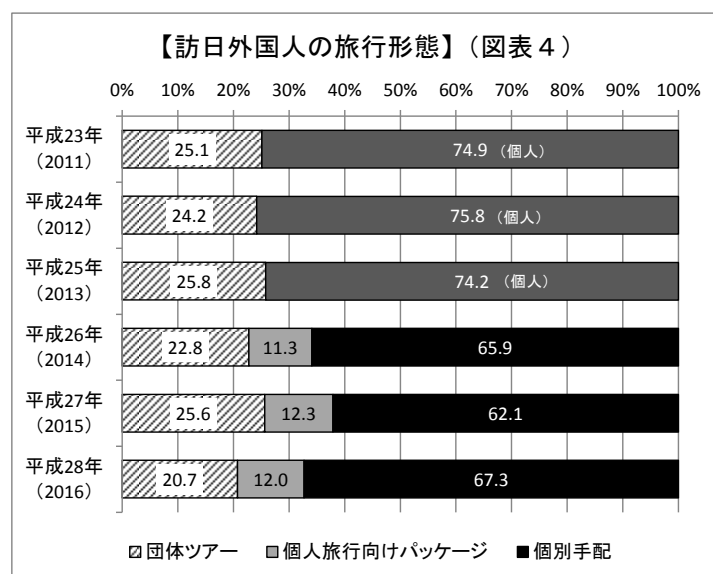
地域別構成をみると、アジア地域からの訪日客が急速に増加しています。これは、中国、韓国などアジア地域から日本への L C C 便の増加、中国人観光客に対する個人観光ビザの発給要件の段階的な緩和などが影響しているものと考えられます。

また、観光庁の調査によると平成 23 年（2011 年）における訪日外国人の旅行形態は、団体ツアーが 25.1%を占めていましたが、平成 28 年（2016 年）では、20.7%と 4.4 ポイント減少し、個人旅行が増加しつつあります。



出典：「国籍/月別 訪日外客数」

日本政府観光局（JNTO＜正式名称：独立行政法人 国際観光振興機構＞）



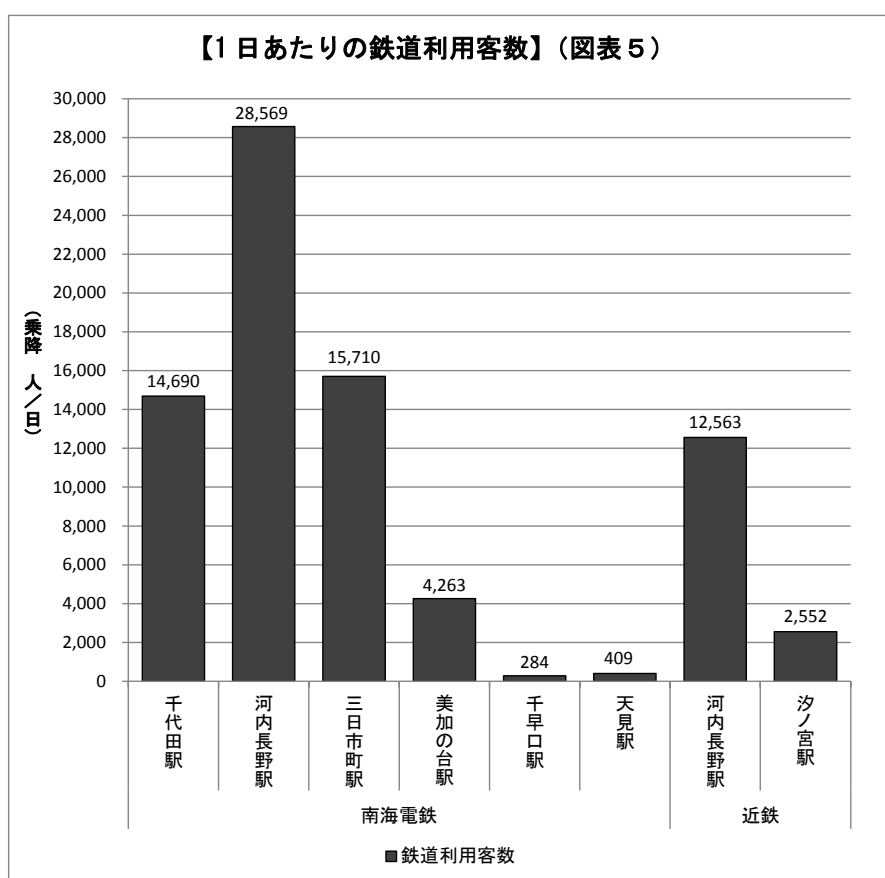
※平成 26 年（2014 年）より調査方法が変更され、旅行形態の項目に「個人旅行向けパッケージ」が追加されている。

2. 河内長野市における観光の現状

1) 鉄道利用客数

本市の鉄道駅については、中央部を南北に通る南海電鉄の6駅（千代田、河内長野、三日市町、美加の台、千早口、天見）と市北部に近鉄の2駅（河内長野、汐ノ宮）があります。両鉄道を利用すると、大阪都心部から本市まで約30～40分の所要時間です。

各駅1日あたりの鉄道利用客数をみると、南海電鉄・近鉄河内長野駅の利用者が一番多くなっています。



出典：2017H A N D B O O K N A N K A I（南海電気鉄道株式会社発行）

近畿日本鉄道株式会社ホームページ（<http://www.kintetsu.co.jp/tetsudo/f.html>）

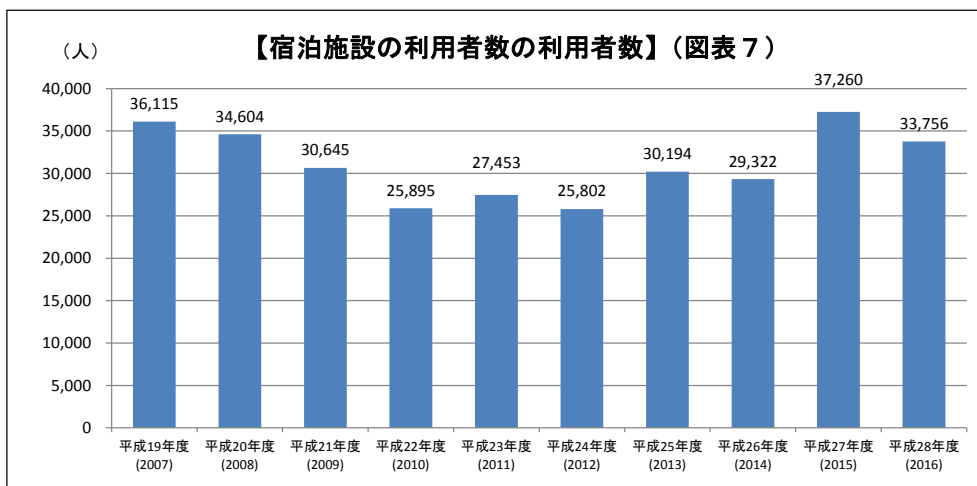
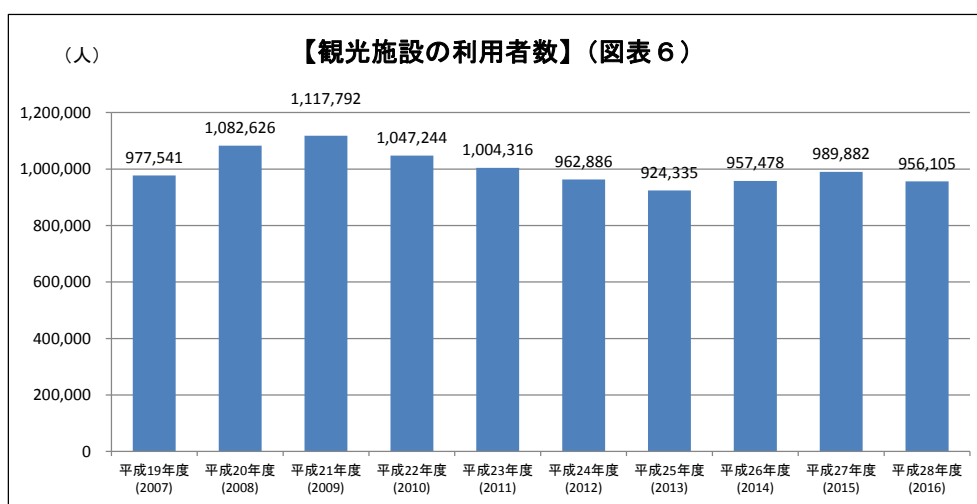
※南海電鉄：平成27年（2015年）度一日平均乗降人員

近鉄：一日乗降人員（平成27年（2015年）11月10日（火））

2) 河内長野市の観光施設利用者数

本市の観光施設の利用者数は平成 19 年度（2007 年度）では約 97.8 万人で、その後は微増・微減傾向で推移し、平成 28 年度（2016 年度）には約 95.6 万人となっています。

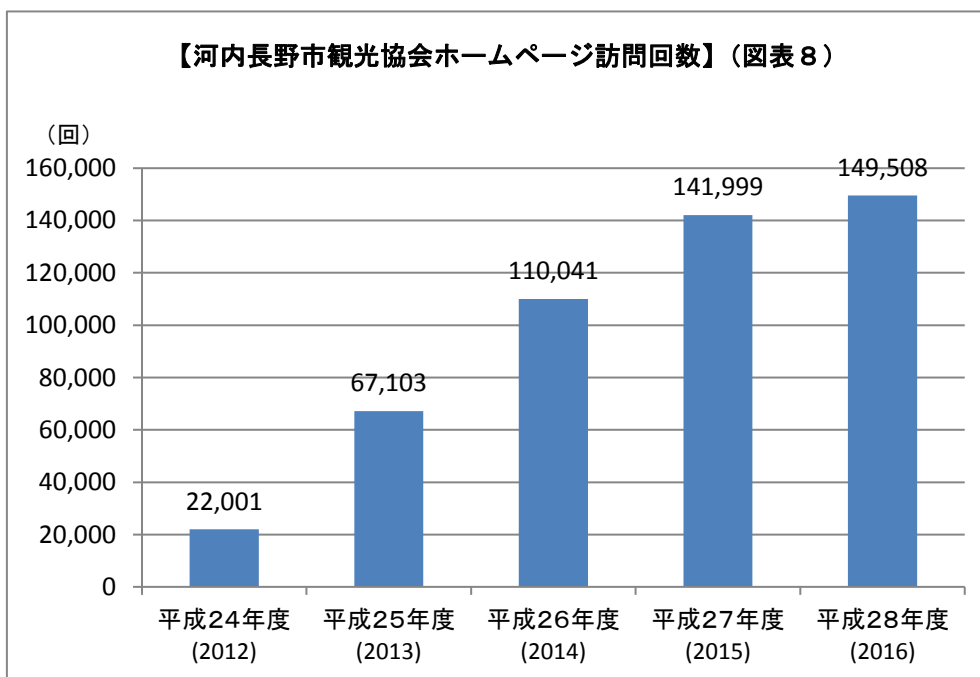
宿泊施設の利用者数は、平成 19 年度（2007 年度）では約 3.6 万人でしたが、平成 24 年度（2012 年度）まで減少傾向で推移し、その後は回復傾向を示し、平成 28 年度（2016 年度）では約 3.4 万人となっています。



出典：河内長野市観光入込客数調査

3) 河内長野市観光協会ホームページ訪問回数

河内長野市観光協会の調査によると、ホームページの訪問回数は、平成 24 年度（2012 年度）が 22,001 回であったのが、平成 28 年度（2016 年度）では 149,508 回と約 6.8 倍に大きく伸びています。



出典：河内長野市観光協会

4) 観光アンケート調査結果（市民、来訪観光客）

①平成 29 年度（2017 年度）市民アンケート調査結果

<調査概要>

名 称：河内長野市民意識調査

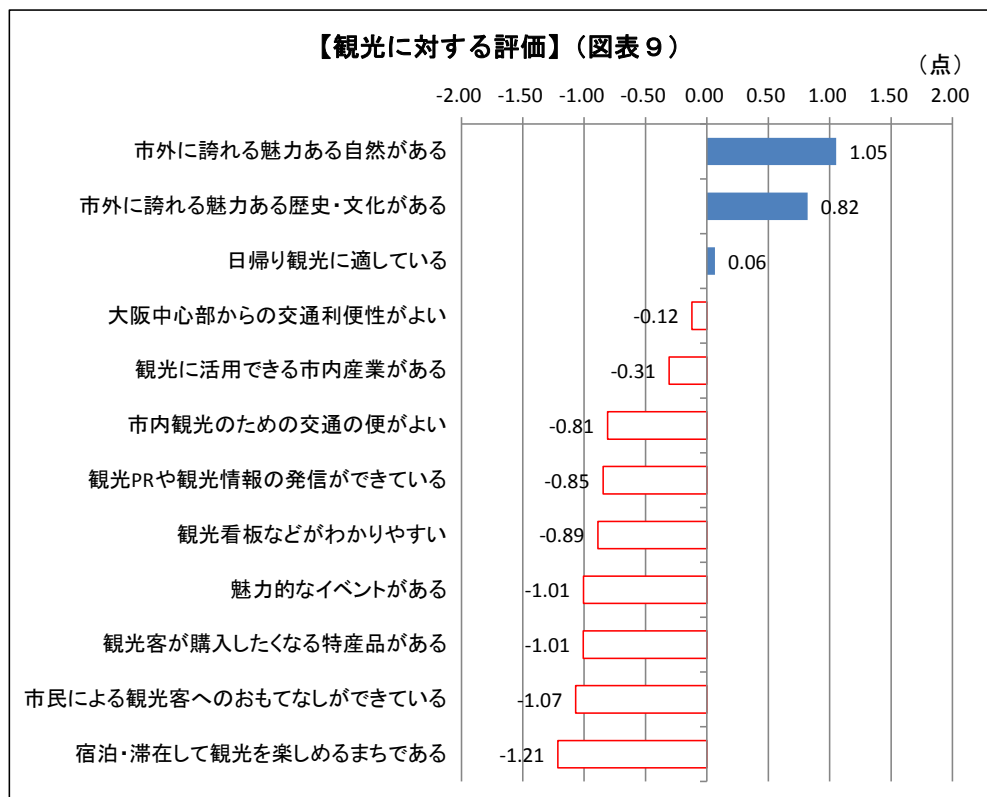
実施日：平成 29 年（2017 年）7 月 18 日～31 日

対象者：18 歳以上 90 歳未満 市民 2,000 人

回答数：804 サンプル（回収率 40.2%）

◇河内長野市の観光に対する評価

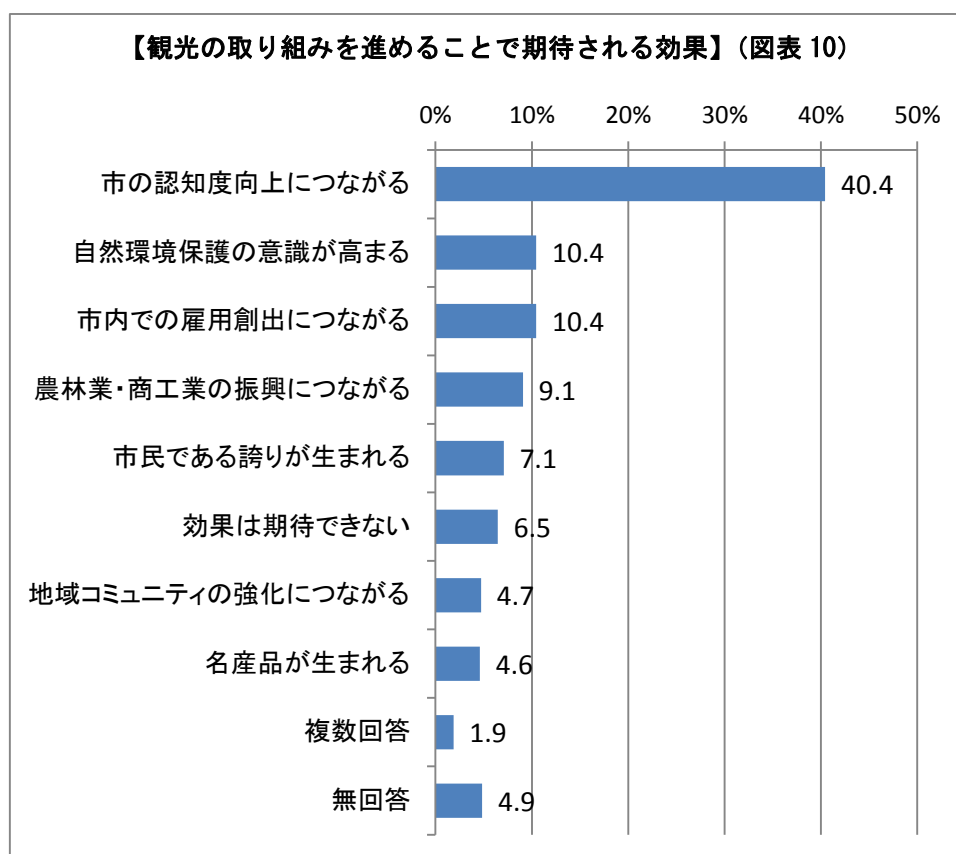
観光に対する評価では、「市外に誇れる魅力ある自然がある」（1.05 点）や「市外に誇れる魅力ある歴史・文化がある」（0.82 点）に対して一定の評価がある一方で、「宿泊・滞在して観光を楽しめるまちである」（－1.21 点）、「市民による観光客へのおもてなしができていない」（－1.07 点）、「観光客が購入したくなる特産品がある」（－1.01 点）、「魅力的なイベントがある」（－1.01 点）、「観光看板などがわかりやすい」（－0.89）、「観光 PR や観光情報の発信ができていない」（－0.85 点）、「市内観光のための交通の便がよい」（－0.81 点）などの評価が低い結果となっています。



※ 評価点は、「そう思う＝2 点、どちらかといえばそう思う＝1 点、どちらかといえばそう思わない＝－1 点、そう思わない＝－2 点」を配点し、項目ごとに加重平均した。

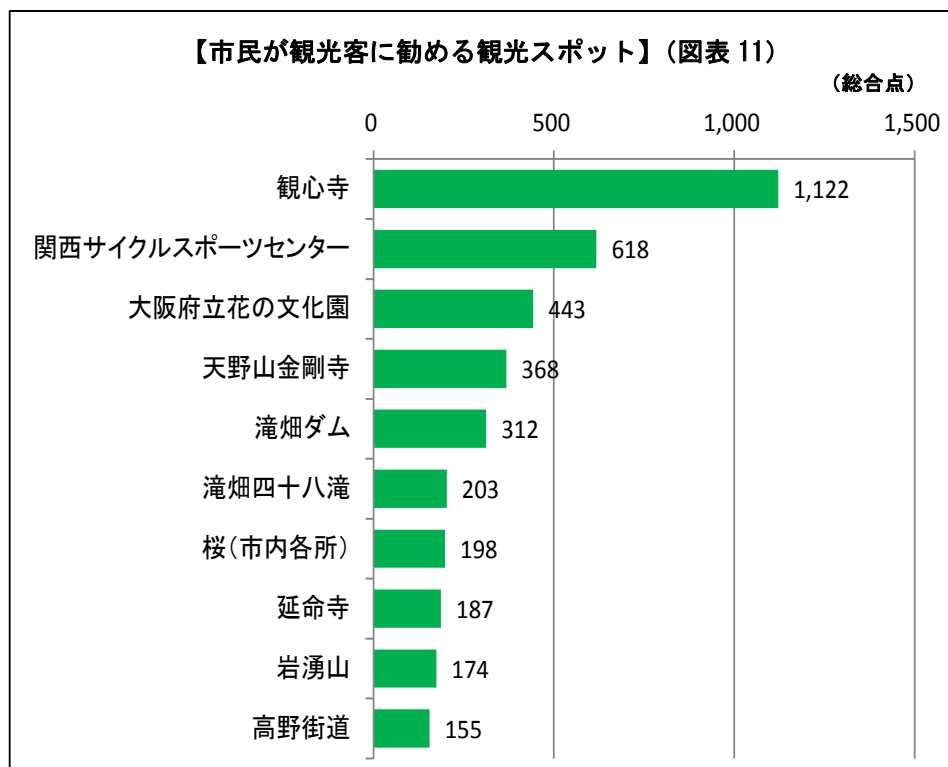
◇河内長野市が観光の取り組みを進めることで期待される効果

観光の取り組みを進めることで期待される効果では、「市の認知度向上につながる」（40.4％）が高く期待されています。



◇河内長野市を訪れる観光客に勧める観光スポット

お勧めのポイントでは、上位から「観心寺」、「関西サイクルスポーツセンター」、「大阪府立花の文化園」、「天野山金剛寺」、「滝畑ダム」の順となっています。

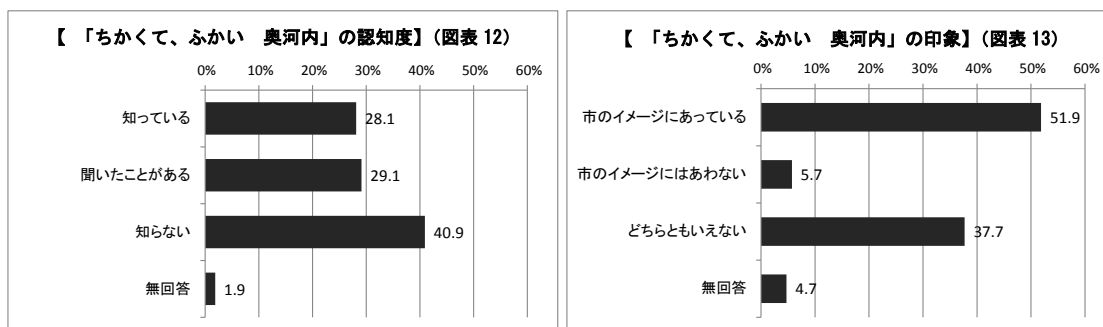


※お勧めスポット 調査対象者に河内長野市を訪れる観光客に勧める観光スポットを第1位から第3位まで選んでもらい、第1位＝3点、第2位＝2点、第3位＝1点で配点し、合計した。

◇「ちかくて、ふかい 奥河内⁴」の認知度・印象

現在、本市の観光イメージを表現し、観光プロモーションに用いている「ちかくて、ふかい 奥河内」の認知度では、「知っている」（28.1%）と「聞いたことがある」（29.1%）を合わせると、57.2%の市民に認知されており、「知らない」は 40.9%となっています。

また、「ちかくて、ふかい 奥河内」の印象については、「市のイメージにあっている」が 51.9%を占め、「市のイメージにあわない」は 5.7%です。



4 奥河内 本市を含む大阪南東部の多くの緑やきれいな水に恵まれた自然豊かなエリア

②平成 29 年度（2017 年度）来訪観光客アンケート調査結果

<調査概要>

名 称：河内長野WEBアンケート調査

実施日：平成 29 年（2017 年）9 月 4 日～9 月 7 日

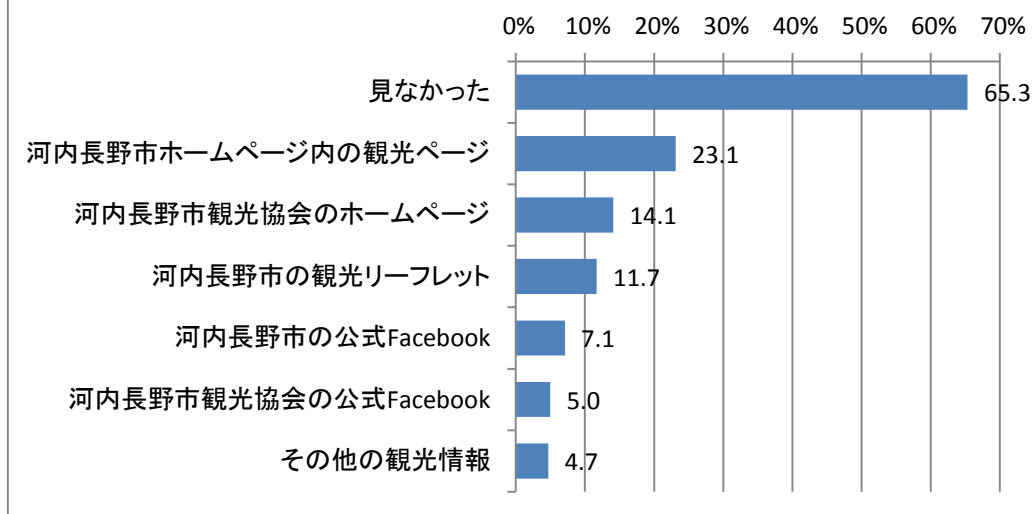
対象者：18 歳以上の近畿圏在住者（調査会社データベース登録） 659 人
（スクリーニング調査対象者は 9,313 人）

回答数：659 サンプル

◇観光訪問前の観光情報へのアクセス

本市に観光で訪れる前に、観光情報を入手するため利用した媒体としては、「見なかった」が 65.3%と一番多く、次いで「河内長野市ホームページ内の観光ページ」が 23.1%、「河内長野市観光協会のホームページ」が 14.1%、「河内長野市の観光リーフレット」が 11.7%となっています。

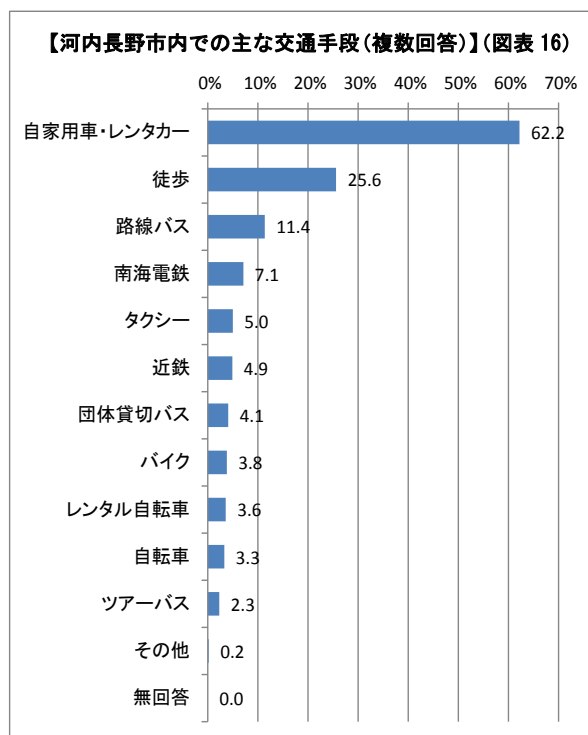
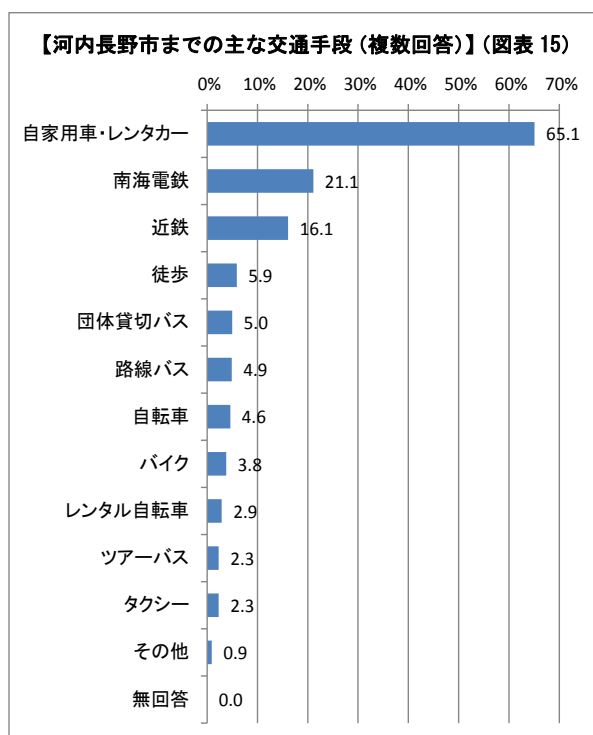
【河内長野市へ訪問前の観光情報へのアクセス（複数回答）】（図表 14）



◇河内長野市への観光訪問時の主な交通手段

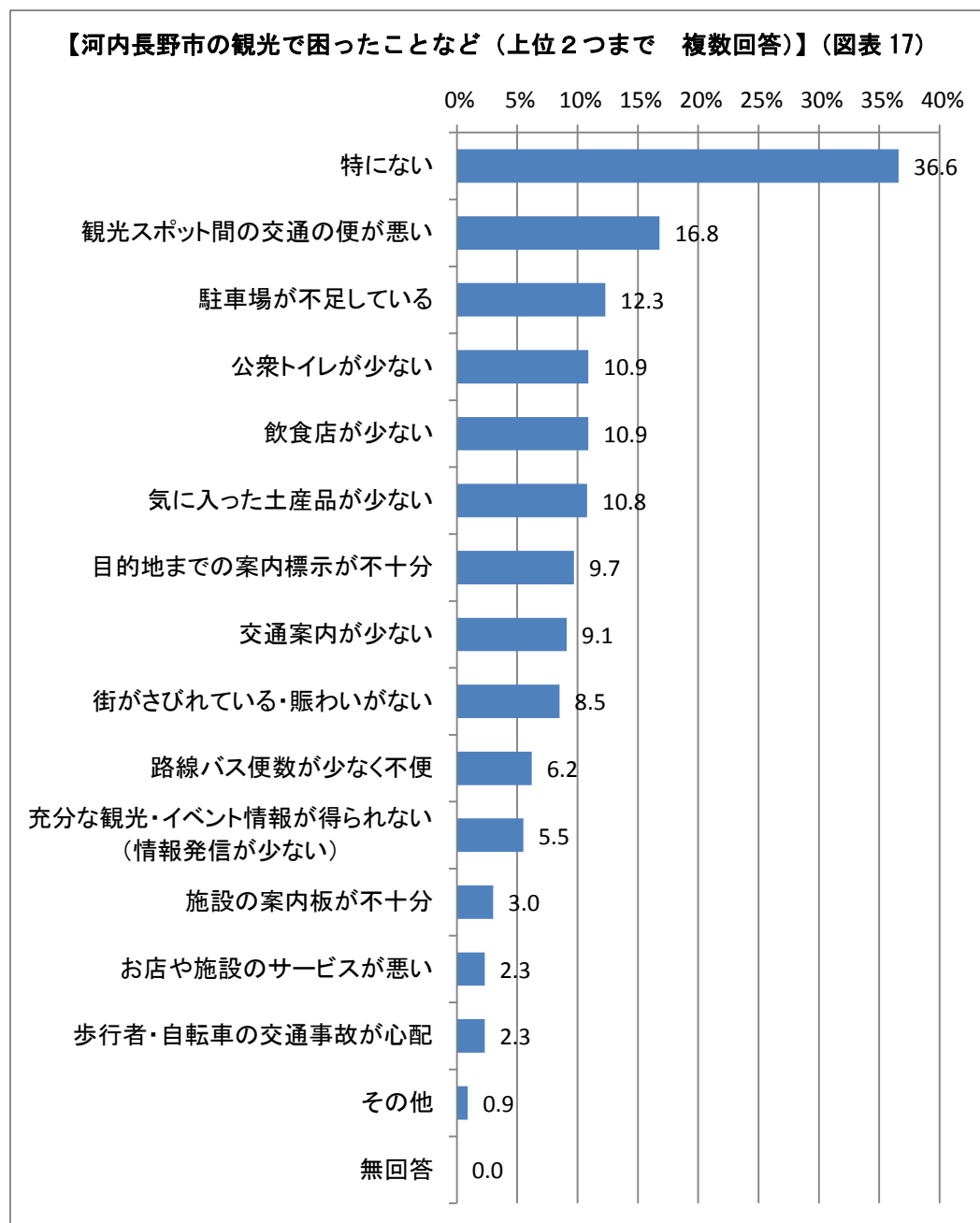
本市までの主な交通手段では、「自家用車・レンタカー」が65.1%と最も多く、次いで「南海電鉄」21.1%、「近鉄」16.1%と続きます。団体貸切バス（5.0%）、ツアーバス（2.3%）は低い結果となっています。

本市内の主な交通手段は、「自家用車・レンタカー」が62.2%で、概ね本市までの主な交通手段と一致しています。



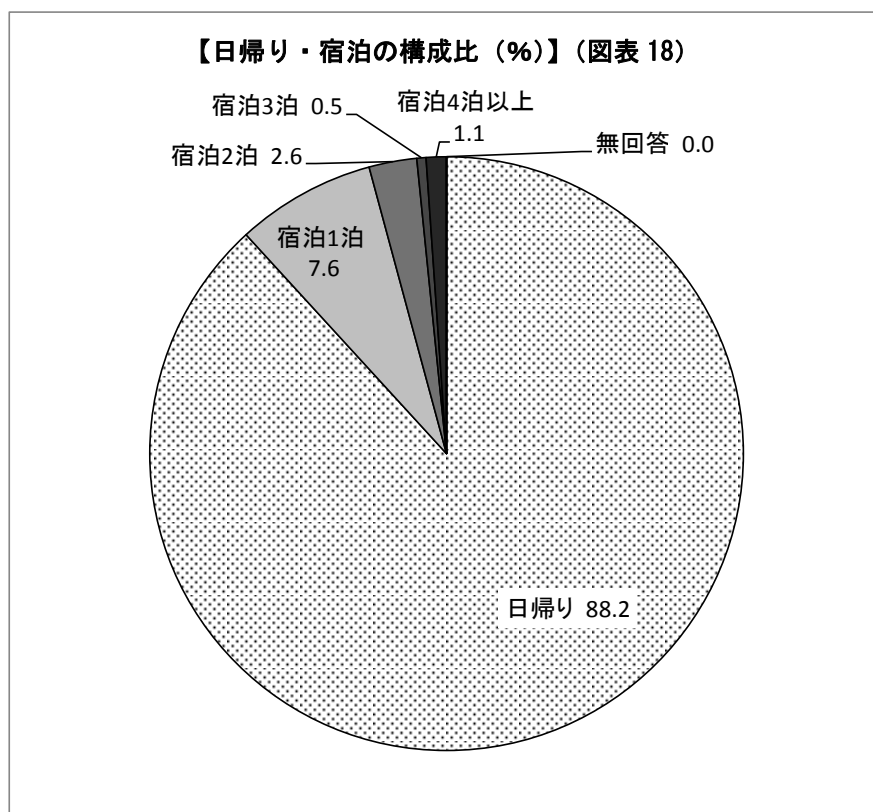
◇河内長野市への観光訪問時に困ったこと

観光客の困ったことや不満な点では、「特にない」（36.6%）が最も多い結果となりました。一方で、「観光スポット間の交通の便が悪い」（16.8%）、「駐車場が不足している」（12.3%）、「公衆トイレが少ない」（10.9%）、「飲食店が少ない」（10.9%）、「気に入った土産品が少ない」（10.8%）などが困った点や不満点として挙げられています。



◇河内長野市への観光訪問日程（日帰り・宿泊）

本市への観光訪問の日程については、「日帰り」が88.2%と最も多いですが、「宿泊 1 泊」が 7.6%、「宿泊 2 泊」が 2.6%と続き、宿泊客は合わせて 11.8%となっています。

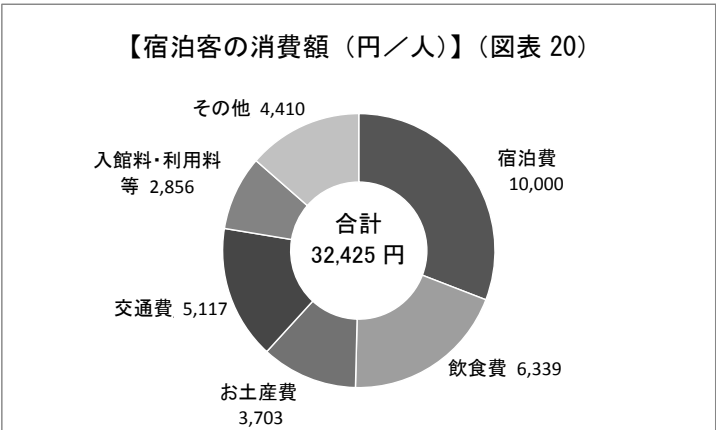
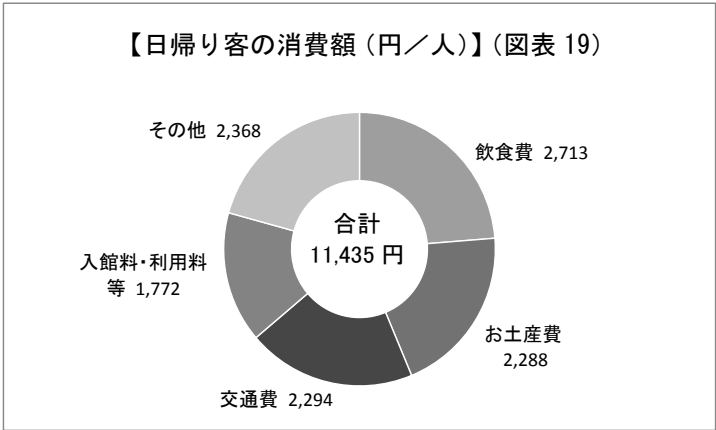


◇河内長野市に訪れた観光客の消費額

本市に訪れた際に観光客が消費した1人あたりの金額は、日帰り客が11,435円、宿泊客は32,425円です。

品目別にみると、「飲食費」は日帰り客が2,713円、宿泊客が6,339円、「お土産費」は日帰り客が2,288円、宿泊客が3,703円、「交通費」は日帰り客が2,294円、宿泊客が5,117円、「入館料・利用料」は日帰り客が1,772円、宿泊客が2,856円、「その他」は日帰り客が2,368円、宿泊客が4,410円で、いずれの品目も宿泊客の消費額が日帰り客よりも高くなっています。宿泊客の宿泊費は10,000円です。

(※無回答を除いた回答者による加重平均)



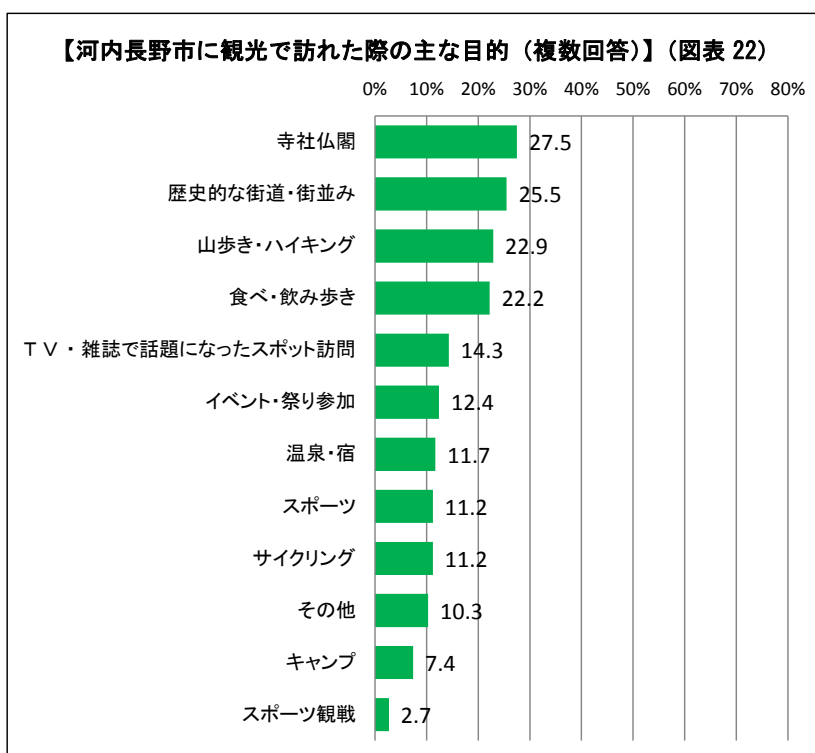
平成 28 年（2016 年）の日本国内旅行の1人1回当たり旅行単価（図表 21）

	宿泊旅行	日帰り旅行
旅行単価	49,234 円	15,602 円

出典：「旅行・観光消費動向調査」（平成 28 年間値（確定）について）観光庁

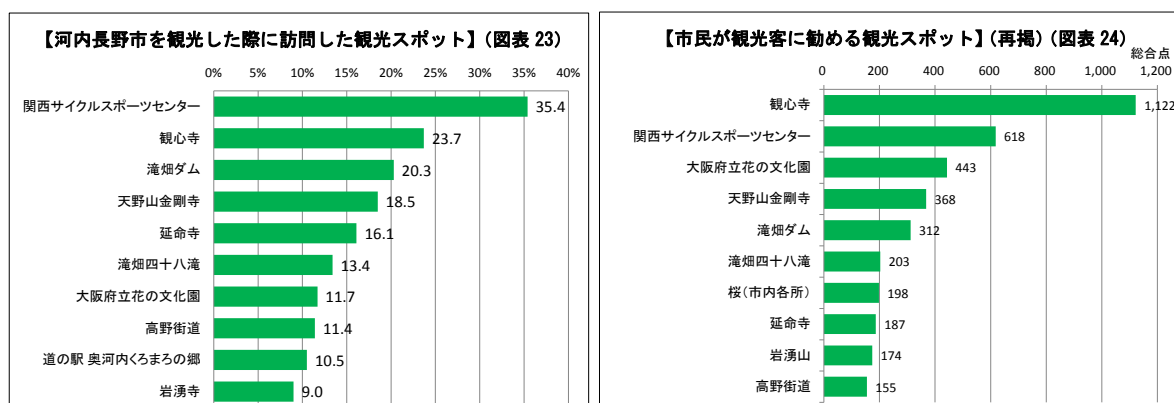
◇河内長野市に観光で訪れた際の主な目的

観光の主な目的は、「寺社仏閣」が 27.5%、「歴史的な街道・街並み」が 25.5%で、「山歩き・ハイキング」が 22.9%、「食べ・飲み歩き」が 22.2%となっています。



◇河内長野市を観光した際に訪問した観光スポット

本市を観光した際に訪問した観光スポットの上位 10 か所は、「関西サイクルスポーツセンター」が 35.4%で最も多く、次いで「観心寺」23.7%、「滝畑ダム」20.3%、「天野山金剛寺」18.5%、「延命寺」16.1%、「滝畑四十八滝」13.4%、「大阪府立花の文化園」11.7%、「高野街道」11.4%、「道の駅 奥河内くろまろの郷」10.5%、「岩湧寺」9.0%の順となっています。この結果を、平成 29 年度（2017 年度）市民アンケート調査結果（市民意識調査）における「市民が観光客に勧めるスポット」と比較すると、概ね対応しています。



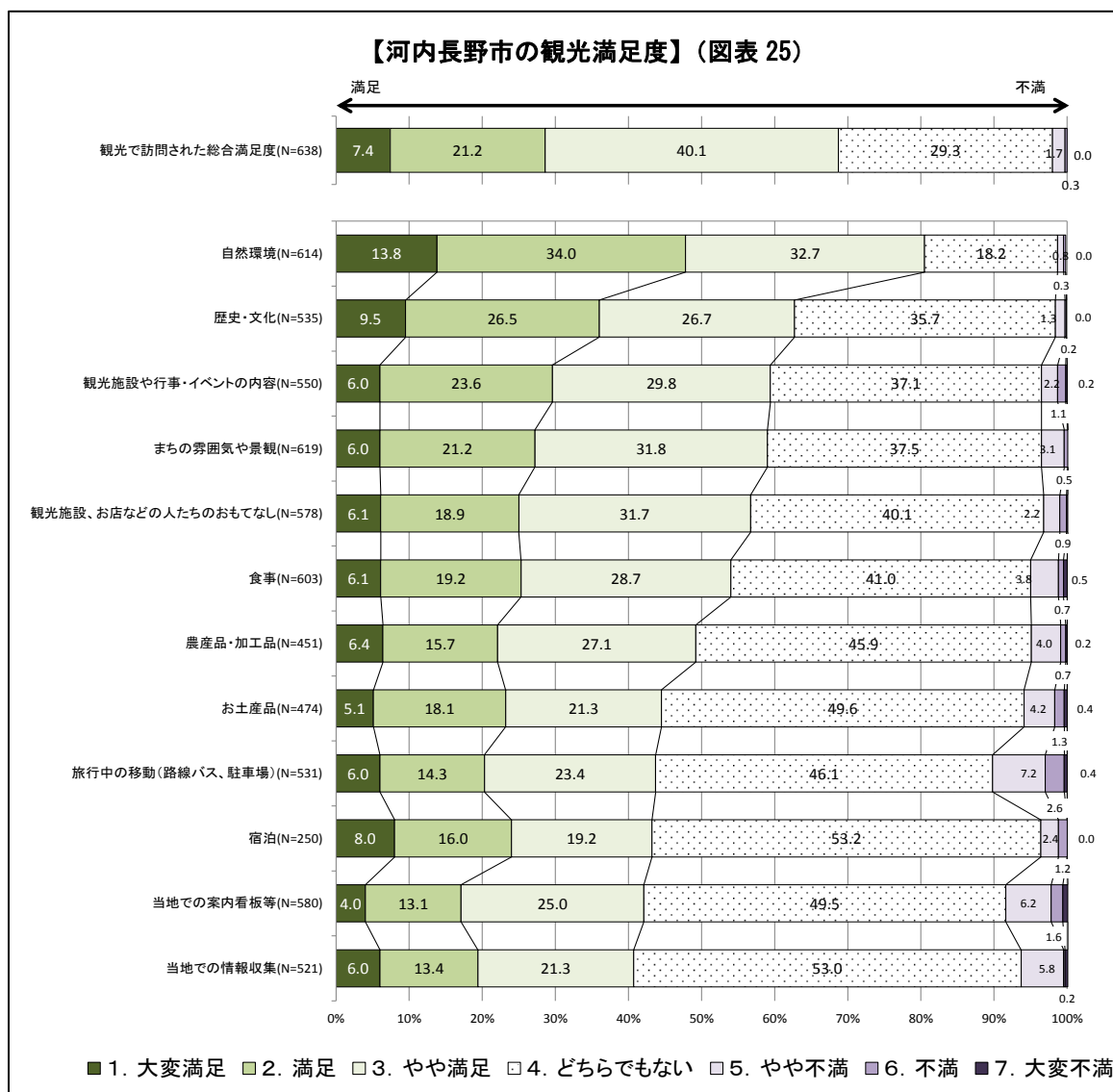
※図表 24 は平成 29 年度（2017 年度）市民アンケート調査結果（市民意識調査）による

◇河内長野市の観光満足度

本市を訪れた観光客の満足度については、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合計した「満足」の割合でみると、「自然環境」が 80.5%と最も多く、次いで「歴史・文化」が 62.7%、「観光施設や行事・イベントの内容」が 59.4%、「まちの雰囲気や景観」が 59.0%、「観光施設、お店などの人たちのおもてなし」が 56.7%、「食事」が 54.0%となっています。

一方、「農産品・加工品」(49.2%)、「お土産品」(44.5%)、「旅行中の移動(路線バス、駐車場)」(43.7%)、「宿泊」(43.2%)、「当地での案内看板等」(42.1%)、「当地での情報収集」(40.7%)などの評価はあまり高くはありません。

総合満足度の「満足」の割合は 68.7%と、高い満足を示しています。



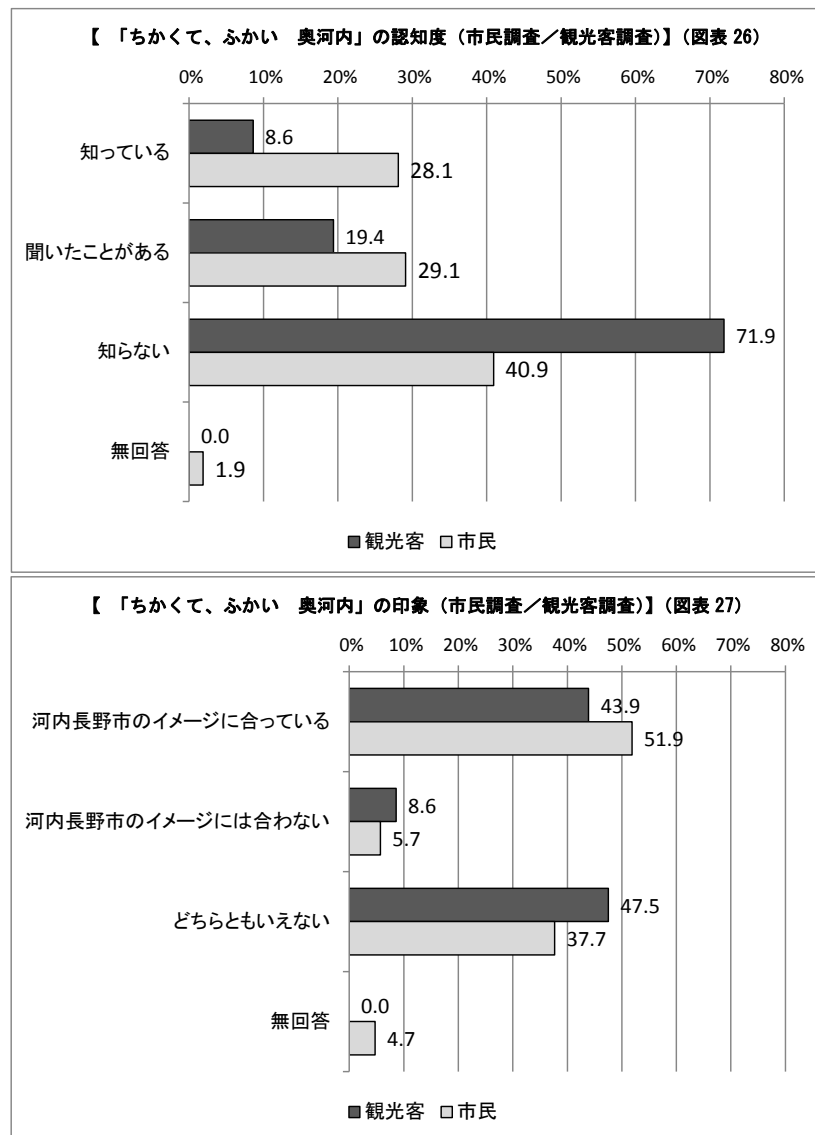
※観光満足度の対象項目ごとの構成比は、「1. 大変満足」～「7. 大変不満」のいずれかに回答した人の合計を母数として算出した。

◇「ちかくて、ふかい 奥河内」の認知度・印象

本市へ訪れた観光客の視点で見た「ちかくて、ふかい 奥河内」の認知度については、「知っている」は 8.6%で、「聞いたことがある」は 19.4%で、2つ合わせても 28.0%です。

一方で、評価については、「河内長野市のイメージに合っている」が 43.9%で、「河内長野市のイメージに合わない」の 8.6%を大きく上回っています。

また、平成 29 年度（2017 年度）市民アンケート調査結果（市民意識調査）では「知っている」と「聞いたことがある」を合わせた認知度は 57.2%で、観光客の結果（28.0%）と比べて約 2 倍も認知されています。「河内長野市のイメージに合っている」については、市民アンケート調査結果は 51.9%で、観光客（43.9%）と同程度となっています。



※図表 26・27 には平成 29 年度（2017 年度）市民アンケート調査結果（市民意識調査）の再掲データを含む

5) 観光関連の事業者ヒアリング結果

<調査概要>

実施日：平成 29 年（2017 年）8 月 29 日・30 日

対象者：市内事業者 6 か所

◇河内長野市内の 6 か所の観光振興に関わる事業者を対象として、観光に関する事業展開などのヒアリング調査を実施しました。これにより得られた主な意見は以下の通りです。

①情報発信

- 大阪市内・堺市内のホテル、難波と梅田の観光案内所に多言語のガイドマップを置いてもらっている。
- 外国人の視点で見た観光魅力の発信を、SNS⁵を通じて行っている。

②観光アイデア・企画提案

- 周辺施設と連携し、理想の観光ルートを作してほしい。
- 本市の歴史やゆかりの人物をテーマにした観光ハイキングルートを設定してほしい。
- 古民家を民泊に活用できないか。古い空き家が多くなってきており、もっと活用すべき。海外には古民家宿泊を楽しみたい人がいっぱいいる。

③観光面における他の事業者との連携

- 隣接する施設との間で情報連携する場を設けて情報交換し、共同PRリーフレットなどの作成やイベントでの連携などを行っている。
- 自施設と関わりや面識のある施設とは連携しているが、市内の事業者であってもつながりがない場合が多い。
- 観光業者にバスツアーの提案をしたいので、担当者との繋がりがほしい。
- 観光の事業者間とつなぐ場を設けてもらえればと思う。
- 周辺施設以外との連携は、今後の課題。新商品の共同開発や、相互宣伝などしていきたい。取引のない事業者も発掘したり紹介したりして、互いの底上げにしたい。

④市内観光の交通について

- 路線バスでは自由な市内周遊が難しい。自家用車がないと巡りづらい。
- 周遊バスで観光資源を回れるような仕組みがあれば良いと思う。
- バスは貴重な交通手段であるので、本数や路線を充実させてほしい。

5 SNS (social networking service) インターネット上の交流を通じ、社会的ネットワーク（ソーシャル・ネットワーク）を構築するサービスのこと

3. 河内長野市における観光の課題

1) 前計画の評価と総括

河内長野市観光産業振興計画（平成13年（2001年）3月策定）において位置づけた14の推進方策について、計画策定時の想定に対して、どこまで成果を得られたのかなどを明らかにするとともに、今後取り組むべき課題を把握するため、計画の評価と総括を行いました。結果については次ページのとおりです。

河内長野市観光産業振興計画の評価と総括

【基本目標】観光と産業の融合による新たな“河内長野魅力”の創出

<評価について>

- ◎：取り組みが進み、高い成果を上げている。
- ：一定の取り組みが進んでいる。
- △：取り組んでいるが十分でない。
- ×：取り組みができていない。

【基本方針①】

河内長野観光情報の高度化～人を呼ぶ～

- (1) インターネットを使用した情報発信
- ・個性的なホームページの製作・運用
 - ・携帯端末への情報発信

評価
○

- (2) 観光消費につながる広報活動
- ・河内長野食べ歩きマップの作成・配布

評価
×

- (3) 観光情報の総合的蓄積・提供
- ・河内長野観光情報データベースの構築

評価
△

- (4) 観光客像の明確化
- ・ホストとゲストの協働化
 - ・市民のアクティビティ（活動・活躍）の活用

評価
△

【総括】

●観光協会にて観光情報を発信するホームページを立ち上げ、季節に応じた情報の提供等を行っています。またSNS等を活用した情報発信も行っています。
●観光資源や施設の情報収集を行い、観光客からの問い合わせ等に活用しています。

◆観光パンフレットは毎年情報更新しながら発行していますが、食べ歩きなどテーマに特化した形でのマップ作成は現状出ていません。
◆観光ボランティア組織の立ち上げなどは行っていますが、市民とともに観光地としてもなす体制や、市民活動団体・ボランティアと連携していく取組を行うまでには至っていません。

課題

➢従来の観光施設の紹介などの情報発信と併せて、現在の観光ニーズを踏まえて目的に特化した情報発信が必要と考えられます。

【ターゲット・目的に応じた情報発信】

➢観光客に「また訪れたい」と思っていただけのような観光まちづくりを市民とともに作り上げていくことも求められています。

【市民と一緒に観光まちづくり】

【基本方針②】

河内長野観光産業の創出～魅力をうる～

- (1) 観光協会の機能の高度化
- ・河内長野観光協会の法人化
 - ・観光動態の継続的調査・分析

評価
×

- (2) 農・林業における観光への取り組み
- ・観光農園の機能の高度化
 - ・緑の資源の活用・保全

評価
△

- (3) 地域産業における観光への取り組み
- ・工場の観光化
 - ・みやげもののPR・開発

評価
△

- (4) 商業・飲食業における観光への取り組み
- ・イベント時におけるサービスの連携
 - ・商店街等への観光客の誘引
 - ・河内長野特選料理の開発・普及

評価
△

- (5) 河内長野「観光産業」の創出
- ・「観光産業」の創出

評価
×

【総括】

●市において継続的な観光入込客数調査などの観光動態調査を行っています。
●本市の特産である木材（おおさか河内材）を使用した木工品のPRや、木根館（河内長野市立林業総合センター）での木工体験など林業と連携した取組を展開しています。
また、道の駅となった「奥河内くろまろの郷」での観光情報提供や物産品販売を通して、観光客の受け入れに取り組んでいます。

◆河内長野市観光協会の法人化については、組織体制や自主財源の確保などの観点から体制移行できていません。
◆また、観光農園の活用や工場の観光化・商店街等への誘客については、具体的な連携の方策などの検討などを進められていない状況です。これらの状況から、全体として市内各産業と連携した「観光産業」の実現には更なる取組が必要と考えられます。

課題

➢本市観光振興の中心的な担い手となる観光協会・観光ボランティアの在り方について検討が必要です。

【観光振興に係る組織体制の構築】

➢観光による産業の活性化を実現するために、関係する事業者とのより効果的な連携方法を考えていく必要があります。

【観光と産業との連携強化】

➢今後の観光振興を進めていくうえで必要となる、各種観光関連指標等の調査を継続して行うことも必要です。

【観光振興の実態把握】

【基本方針③】

河内長野観光ホスピタリティの向上～受け皿をつくる～

- (1) 河内長野観光魅力の周知・啓発
- ・「河内長野学」の多面的展開
 - ・河内長野観光産業振興の機運づくり

評価
○

- (2) 観光資源の活用・保全
- ・滝畑四十八滝の整備
 - ・河内長野市民まつりの拡大
 - ・美化活動の充実
 - ・文化財・自然環境に対する観光客へ意識啓発

評価
△

- (3) 観光サイン・案内板の統一
- ・観光シンボルマークの設定
 - ・観光サイン・案内板の統一・整備

評価
△

- (4) 観光拠点施設の整備
- ・「河内長野のみち」の整備検討
 - ・四季彩館・滝畑レイクパークなどにおける物販
 - ・公共施設の休憩施設としての活用

評価
△

- (5) 交通機関・旅行社などとの連携
- ・イベント時の連携
 - ・各種メディアとの連携

評価
△

【総括】

●河内長野の観光をより強くPRすべく「奥河内イメージ戦略」を展開し、ロゴマークを制作・活用しています。
●関西サイクルスポーツセンターなどの市内施設におけるお土産の販売試行などに取り組んでいます。

◆定期的な美化活動の実施や自然環境保全の啓発は具体的な取り組みにまで至っていません。加えて、観光客受け入れにつながる案内サインなど観光資源に対する整備については取り組みを進めていますが、十分な状況とは言えません。

◆テクルートなど市内のみちの活用は進めていますが、点在する観光資源を結びつけ、周遊性を高めるような取組はできていません。

◆市民まつりの拡大など、推進方策の内容によっては、制定当時から状況や取り組み目標が大きく変化しているものもあります。

課題

➢観光資源をしっかりと活用していくため、必要な整備等を進めていく必要があります。また、近年の観光を取り巻く状況を鑑みて、インバウンド（外国人観光客）を含む観光客の受け入れへの対応策も必要です。

【観光客を迎える環境の整備】

➢市内の観光資源をうまく活用しながら、観光客が長く滞在し、観光を楽しむ取組が求められます。

【観光資源の「点から面」への展開】

➢本市の観光魅力をイメージ的に具現化した「奥河内イメージ」について、今後どのように展開していくかを考える必要があります。

【奥河内イメージの効果検証】

2) 課題の整理

前計画の総括と、観光を取り巻く社会状況の変化、本市の特色と強みを踏まえ、今後の観光振興に向けた課題を整理しました。

① 観光資源や観光スポット間を結びつける仕組みの構築

本市には、歴史・文化・自然環境などをはじめとする豊かな観光資源や、様々な魅力を持つ観光スポットがあり、訪問される多くの観光客がそれらを目的にしていることが訪問観光客アンケート調査の結果で裏付けられました。反面、それらの観光資源・スポットが広範囲に存在していることから、観光客の行動を広げ、回遊性の高い観光につながる仕組みの構築が求められます。

② 新たな体験型・滞在型観光への取り組み

観光客がその土地でしか味わうことのできない「体験型観光」は、国内観光客だけでなく、外国人観光客に対しても魅力のある観光メニューとして関心が高まっています。本市が持つ自然の魅力や産業を生かして、新たな体験型観光や滞在型観光の開発・充実に向けた取り組みについても検討していく必要があります。

③ 観光客を迎える環境の整備

訪問観光客アンケート調査の結果、本市を訪れてからの観光案内看板や、移動手段、情報収集などの面で十分な満足が得られていない状況が明らかとなりました。観光客の多様な観光ニーズに応えるため、情報案内の整備や交通インフラの充実など、観光客を受け入れるための各種整備が必要だと考えられます。また、近年増加傾向にある外国人観光客の受け入れ体制を整えていく必要があります。

④ 観光ニーズの把握と対応の強化

本市を訪れる観光客の満足度を高め、観光消費による経済的効果の向上を図るため、観光客の目線に立った観光マーケティングを強化し、多様な観光客に対して、観光ニーズの把握と、それに対応した観光サービスの強化を図ることが必要といえます。

⑤ 観光客が必要とする情報提供の強化

訪問観光客アンケート調査では、本市を訪れる際に事前に観光情報を入手しなかったケースが圧倒的に多い結果となりました。これは、観光客に対する情報発信力が不足していることが要因として考えられます。観光客が必要とする情報を効果的に提供していくため、観光ニーズに対応したコンテンツとメディアを選択し、訴求力のある戦略的な観光情報の発信を行うことが求められています。

⑥ 観光と産業との連携強化

観光振興は、単に観光客の増加をめざすのではなく、市全体の産業振興の一つとしても位置づけることができます。訪問観光客アンケート調査によると、観光客の消費金額は全国の平均を下回っている状況であることから、観光産業の育成・活性化や農業・林業・商業・サービス業・工業などの関連産業との連携強化を図ることが必要です。

⑦ 観光振興に係る組織体制の構築

観光振興を進めていく上で、多くの関係者や団体が関わることから、その中心に立って調整などを行っていく観光組織が求められます。本市においては、観光協会をはじめとした観光関連団体がすでに存在していることから、それら団体の体制を強化し、観光振興の中核と位置づけていくことが求められます。

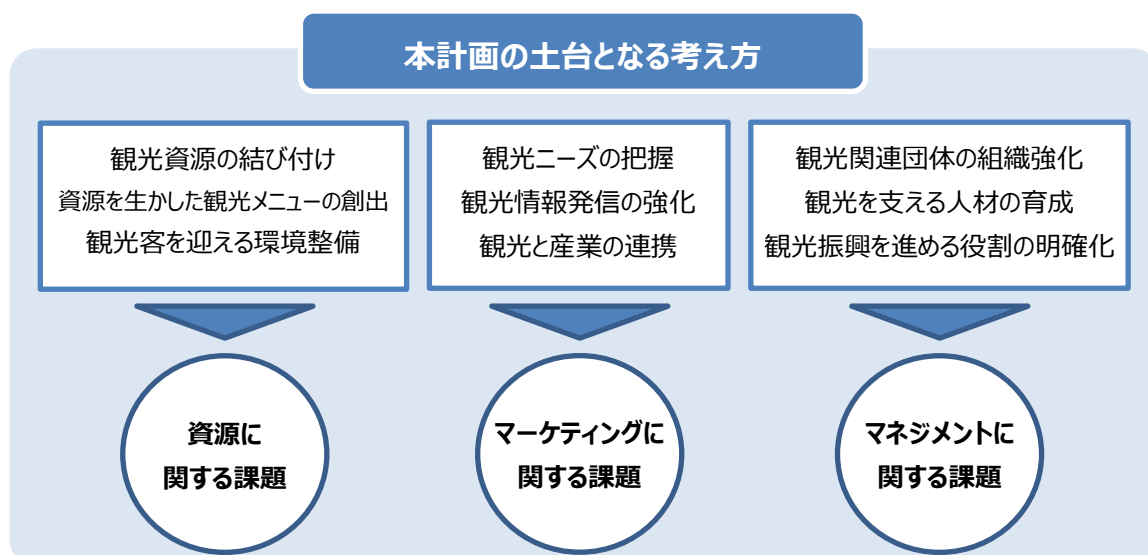
⑧ 観光関連人材の育成

観光関連団体の体制強化と同時に、観光振興のマネジメントを行う中核的な人材が不可欠です。観光事業に関する企画・広報・イベント運営など、それぞれの能力や経験に長けたスタッフをはじめとして、観光関連事業には様々な人材が必要です。これらの人材は、市内に関わらず、市外からも広く求め、人材育成を図る必要があります。

⑨ 市民及び事業者と一緒に観光まちづくり

市民アンケート調査の結果を見ると、観光振興により期待される効果は、「本市の知名度向上」に偏っており、市内産業の育成や雇用の創出につながるといった側面での意識醸成には至っていない状況です。市民、事業者、観光関連団体、行政がそれぞれの立場・役割に応じた活動を連携して取り組んでいくことで、観光振興が市全体で取り組む事業との共通認識を培っていくことも重要な取り組みと考えられます。

これらの課題を整理すると、「資源」に関する課題、「マーケティング」に関する課題、「マネジメント」に関する課題と大きく3つに分けることができます。この課題分類を、本計画の土台となる考え方とします。



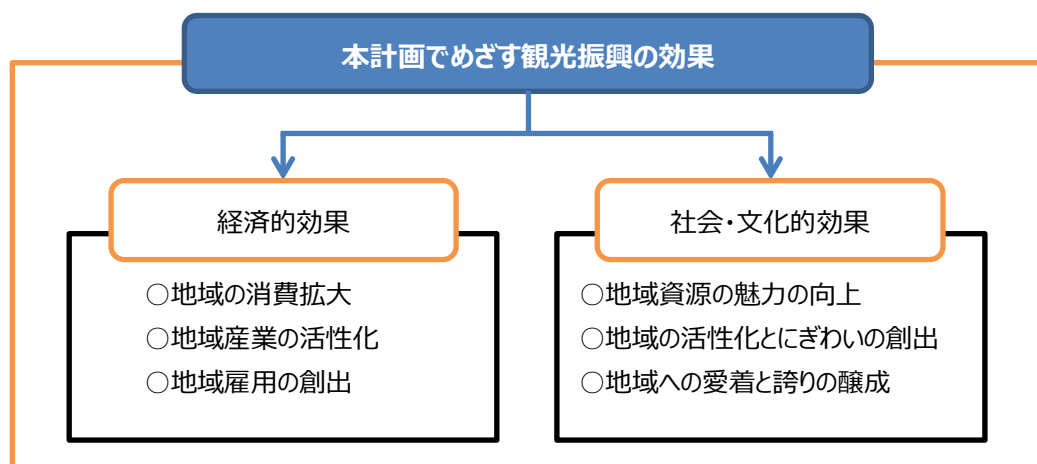
第3章 河内長野市観光振興計画のめざす姿

1. 河内長野市がめざす観光の姿

集客と消費を高める観光振興の推進

本計画では、「交流人口⁶増加による市内経済の活性化」を目標に、本市が有する多様な地域資源を強みとしてとらえ、観光マーケティングの観点から踏まえた施策を展開することで、観光の産業化と観光消費による地域の経済的効果の向上につなげます。

また、観光客が地域内を回遊・滞在し、市民とともに楽しみ、体験・交流してもらえるよう、市民、事業者、観光関連団体、行政が役割分担のもと、それぞれが主体となり「観光」を豊かな地域づくりに生かす「観光まちづくり」を進めることで、社会・文化的効果の向上につなげ、活力あるにぎわいのまちの実現をめざします。



【観光マーケティングの推進】

観光の産業化と観光消費による地域への経済的効果の向上を推進するため、観光客のニーズや、満足度・観光消費などのデータを収集するなど適切なマーケティング調査を実施し、その分析を通じて観光の課題を把握したうえで観光施策への反映を図ります。

<推進のステップ>

- ① 観光資源の現状把握と観光実態の把握と分析
- ② ①の調査分析に基づくターゲット（対象地域、対象客層など）の設定
- ③ ターゲットに応じた観光コンテンツの選定
- ④ 情報発信・観光集客戦略の展開（企画・実施・効果測定）

6 交流人口 その地域を訪れる人のことでその地域に住んでいる人（定住人口）と対になる概念

2. 基本方針

基本方針 1. 観光資源の磨き上げと「点から面」への展開

多くの観光客に評価される多様な観光資源の更なる磨き上げを図るとともに、観光資源の複合化・付加価値化による新たな魅力づくりや、新たな視点による観光資源の発掘に努めます。

また、観光資源の連携強化と観光客の利便性向上を図るため、観光拠点の整備と観光拠点・観光資源間のネットワーク化を進めます。

基本方針 2. 観光客目線の情報発信・観光コンテンツの創出

恒常的に観光に訪れていただくことができるまちをめざし、観光サービスと観光ニーズとのベストマッチングを図ります。また、多様なメディアを戦略的に活用した観光魅力の情報発信・情報拡散を進めます。

基本方針 3. 観光客を迎える環境の整備

観光により経済が循環する仕組みの構築をめざして観光と市内産業との連携を図り、観光振興による地域経済の活性化を進めるとともに、観光に関わる人材の育成や観光協会をはじめとした観光関連団体の体制強化など、今後の観光振興の基盤整備を進めます。

また、観光客が満足するおもてなしを提供するため、市内観光交通（二次交通⁷）の利便性向上、わかりやすい観光案内板（多言語対応など）の設置や、より快適に使えるトイレの整備など、受け入れ体制の整備を進めます。

基本方針 4. 戦略的な観光振興の推進

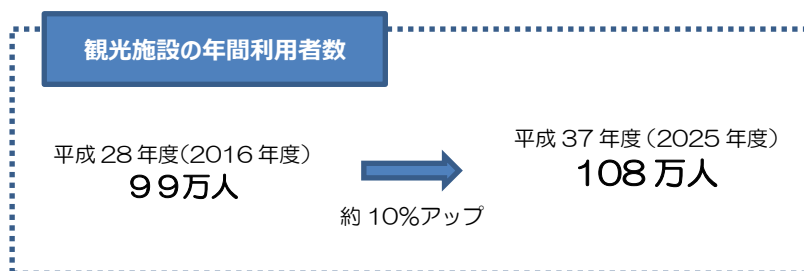
本市への集客を促進し、観光振興を進めるため、地域の観光資源やマーケットの把握・分析を行い、戦略性をもった効果的な観光マーケティングの実施や、観光マネジメント体制の整備などによる、着実な観光施策の展開を図ります。また、広域的な観光連携による観光振興にも取り組みます。

7 二次交通 拠点となる鉄道駅などから観光施設へ向かう交通手段

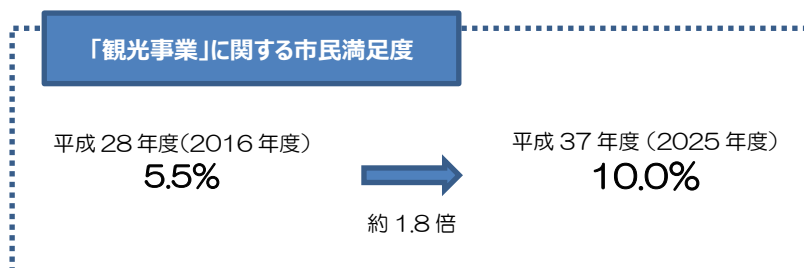
3. 計画の目標（数値目標）

本計画では、観光振興のめざす姿に向けて、計画期間終了の平成 37 年度（2025 年度）までの目標達成をめざして施策を推進します。

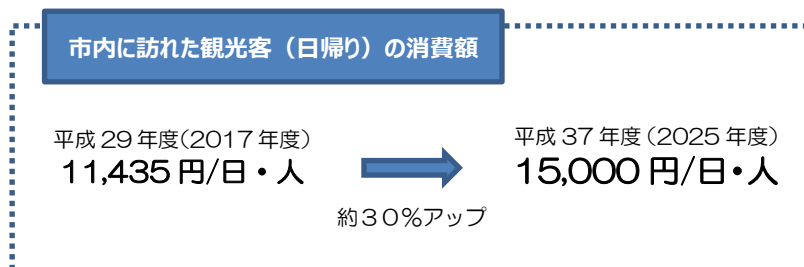
- ・市内観光施設の年間利用者は、平成 28 年度（2016 年度）の約 99 万人を基準とし、平成 37 年度（2025 年度）末までに約 10%増加の 108 万人をめざします。



- ・「観光事業」に関する市民満足度は、平成 28 年度（2016 年度）の 5.5%を基準とし、平成 37 年度（2025 年度）末までに約 1.8 倍の 10.0%をめざします。



- ・市内に訪れた日帰り観光客の消費額は、平成 29 年度（2017 年度）河内長野WEBアンケート調査による推計金額 11,435 円／日・人を基準とし、平成 37 年度（2025 年度）までに約 30%増加の 15,000 円／日・人をめざします。



第4章 観光振興推進のための3つの重点取組と12の戦略

1. 体系

重点取組（リーディングプロジェクト）

- 重点① 歴史・文化を生かした観光事業の推進
- 重点② 自然を生かした観光事業の推進
- 重点③ 観光ハブ拠点の整備による観光事業の推進

戦略

基本方針1．観光資源の磨き上げと「点から面」への展開

- 戦略① 河内長野の観光イメージの更なる定着化
- 戦略② 本市の資源を生かした体験型、滞在型観光の開発
- 戦略③ 観光ニーズに応じた観光メニューの提案

基本方針2．観光客目線の情報発信・観光コンテンツの創出

- 戦略① 観光客が何度も訪れたいくなる仕組みの構築
- 戦略② 観光客へ響く観光魅力発信の強化
- 戦略③ 外国人観光客に適した観光情報の提供

基本方針3．観光客を迎える環境の整備

- 戦略① 観光産業の創出
- 戦略② 観光に関わる体制の構築
- 戦略③ 観光インフラの整備

基本方針4．戦略的な観光振興の推進

- 戦略① 観光振興を進めるためのマーケティング強化
- 戦略② 観光振興を進めるためのマネジメント強化
- 戦略③ 広域連携などの自治体間協力体制の構築

2. 重点取組（リーディングプロジェクト⁸）

本計画では、3つの重点取組を定め、それについて観光振興の施策を推進します。

① 歴史・文化を生かした観光事業の推進

国内有数の文化財を有する本市の歴史的資源の磨き上げと、観光プロモーション⁹の強化により、歴史文化遺産を活用した観光拠点づくりを進めます。

■主な取り組み内容

- ・歴史文化遺産を活用した観光拠点づくり
- ・歴史文化遺産の魅力を活用した観光プロモーションの強化
- ・楠木正成を活用した広域観光の推進

② 自然を生かした観光事業の推進

本市の地域資源である自然歩道や、歴史的な街道などの「道」を観光資源に変え、新たな集客手段として、四季や地理的、地形的要素を生かした観光集客に取り組みます。

■主な取り組み内容

- ・ダイヤモンドトレール¹⁰活用の推進
- ・奥河内サイクルツーリズム¹¹の推進

③ 観光ハブ拠点¹²の整備による観光事業の推進

観光客の玄関口である「河内長野駅前観光案内所」と「道の駅 奥河内くろまろの郷」を観光ハブ拠点として位置づけ機能強化を行うとともに、他の観光施設や資源間との連携を密にし、ネットワーク化を進めます。

■主な取り組み内容

- ・観光案内機能の強化
- ・拠点発の市内周遊を促すコンテンツの創出

8 リーディングプロジェクト 事業全体を進める上で核となり、先導的な役割を果たす取り組み

9 観光プロモーション 観光に訪れたいと思わせるための活動

10 ダイヤモンドトレール 奈良県香芝市から大阪府和泉市に至る約45kmの自然歩道

11 サイクルツーリズム 自転車を利した観光振興のこと

12 観光ハブ拠点 観光情報や交通手段などが集まり、観光客の活動の中心となる施設

3. 各戦略の取り組み施策

基本方針1 観光資源の磨き上げと「点から面」への展開

戦略①

河内長野の観光イメージの更なる定着化

本市が有する観光魅力の更なる向上と地域資源の磨き上げを図るため、「ちかくて、ふかい奥河内」をキーワードとした観光プロモーションを継続し、「河内長野らしさ＝奥河内」を定着化させていく取り組みを強化します。

施策①

奥河内イメージの継続及び観光魅力の向上

	主な取り組み	内 容
1	奥河内のイメージ醸成による認知度向上	・「河内長野らしさ＝奥河内」をより浸透させる戦略的なプロモーション
2	奥河内イメージによる観光魅力の向上	・奥河内イメージによる観光資源の磨き上げ
3	奥河内ファンの拡大	・市民、民間事業者、観光客への奥河内情報の発信



岩湧山頂

戦略②**本市の資源を生かした体験型、滞在型観光の開発**

いわゆる「来て・見る」だけの従来型観光ではなく、「作る・感じる」などの体験型観光を推進するため、観光関連の事業者などとの連携により、本市の資源を生かした体験型、滞在型観光の開発・充実を図ります。

施策①**市内産業と連携したものづくり体験や農業体験などの体験型観光の展開**

	主な取り組み	内 容
1	地域資源を生かした観光プログラムの開発	・農林、商工事業者の連携による観光プログラムの開発
2	体験型産業観光の推進	・ものづくり事業者などの連携による観光プログラムの開発

施策②**体験型観光の延長としての滞在型観光の展開**

	主な取り組み	内 容
1	宿泊施設と連携した滞在型プランの検討	・既存宿泊事業者と連携した観光メニューの開発 ・民泊（農泊 ¹³ ）を含む多様な宿泊形態の検討

施策③**観光資源のネットワーク化による体験型・滞在型観光の展開**

	主な取り組み	内 容
1	観光ハブ拠点の整備	・河内長野駅前観光案内所の機能強化 ・道の駅 奥河内くろまろの郷の観光案内機能の整備
2	観光資源のネットワーク化推進	・観光ハブ拠点と観光資源間のネットワーク化 ・拠点発の市内周遊を促すコンテンツの創出

13 農泊 農業民泊の略で農業などの一次産業を体験し、地域の人々と交流しながら農村地域に滞在する旅行

戦略③

観光ニーズに応じた観光メニューの提案

本市の持つ地形的、歴史的なポテンシャルを生かした観光振興を図るため、観光客の観光ニーズに応じた観光メニューを戦略的に提案します。

施策①

スポーツ・健康を通じた観光メニューの提案

	主な取り組み	内 容
1	「人と自転車にやさしいまちづくり」の推進	・レンタサイクルサービスの推進 ・サイクルスポット¹⁴の整備 ・周遊サイクルコースの設定
2	自然を生かしたハイキング、ウォーキング、ランニングを通じた観光魅力の強化	・観光ニーズに対応した情報の提供 ・テクルート¹⁵、ダイヤモンドトレールを活用した四季を通じた観光メニューの提案 ・スポーツ、健康コンテンツを利用した観光メニューの検討

施策②

歴史・文化を通じた観光メニューの提案

	主な取り組み	内 容
1	歴史・文化を生かした観光魅力の強化	・観光ニーズに対応した情報の提供 ・歴史、文化を生かした観光コンテンツの強化



滝畑ダム

14 サイクルスポット サイクリストが休憩するために自転車ラックや空気入れなどを設置した場所

15 テクルート 本市が定めたウォーキング・ハイキングコースの名称

基本方針 2

観光客目線の情報発信・観光コンテンツの創出

戦略①

観光客が何度も訪れたいくなる仕組みの構築

観光客が何度も観光に訪れたいくなるまちをめざし、誰もがいつ来ても河内長野の魅力に触れることができるよう、季節などに応じた観光情報の発信や、観光コンテンツの創出を図るなど、観光客を受け入れる仕組みの構築に向けた施策を展開します。

施策①

ターゲット・目的に応じた施策の展開

	主な取り組み	内 容
1	リピーター ¹⁶ を増やす仕掛けづくり	・戦略的な PR ツールの作成・発信 ・アプリ ¹⁷ を活用した観光情報の提供
2	集客プロモーションの推進	・奥河内の継続的なプロモーションの展開 ・市外に向けたプロモーション活動の展開
3	事業者と連携した新たな観光コンテンツの創出	・旅行社などに対するプロモーション強化 ・ロケーション誘致 ¹⁸ 活動



滝畑四十八滝（荒滝）

16 リピーター 旅行などで繰り返し同じ場所を訪れる人

17 アプリ アプリケーションの略。携帯情報端末などで特定の目的のために作動するプログラム

18 ロケーション誘致 映画やテレビ番組などの撮影場所として呼び込む活動

戦略②

観光客へ響く観光魅力発信の強化

観光客へ響く観光魅力発信の強化を図るため、WEBなどの様々なツールを活用したメディアミックスにより、ターゲット、目的に応じた観光情報を提供します。

施策①

WEB などを通じた情報発信の強化

	主な取り組み	内 容
1	戦略的な P R ツールの作成・発信	・観光ニーズに対応した観光ナビゲーションバナーの作成などによる積極的な情報の発信
2	S N S などを利用した効果的な情報発信	・インフルエンサー ¹⁹ などを活用した口コミ拡散を誘発するネットワークの拡充
3	観光ポータルサイトによる効果的な情報発信	・本市の観光情報を一元化する観光ポータルサイトの構築と積極的な運用による情報発信 ・観光協会 SNS を活用した効果的な情報の発信
4	市民からの情報発信	・市民から観光客への観光情報の発信

施策②

ターゲット、目的に応じた観光案内ツールの提供

	主な取り組み	内 容
1	観光ニーズに対応した効果的な観光情報の提供	・観光客の観光嗜好（歴史・文化・自然・体験・スポーツなど）に応じた情報発信の展開 ・パンフレットやアプリなどの多様なツールを活用した観光情報の発信

19 インフルエンサー 他者や社会に影響を及ぼす人のこと。

戦略③**外国人観光客に適した観光情報の提供**

増加している外国人観光客を呼び込むため、ニーズ把握と、受入環境の充実に努めるとともに、多言語化した観光ツールの発信など、外国人観光客に適した観光情報の提供を図ります。

施策①**多言語による観光情報の発信**

	主な取り組み	内 容
1	外国人観光客向け観光コンテンツの造成	・相手国の心情、嗜好に配慮した観光コンテンツの造成
2	外国人観光客向けの戦略的な情報発信	・相手国の心情、嗜好に配慮した観光情報の発信 ・インフルエンサーなどを活用した戦略的な P R
3	外国人観光客にやさしい環境整備	・公衆無線 LAN ²⁰ の整備 ・テクルートトイレなどの洋式化
4	観光案内板などの多言語化	・案内表示の多言語化

20 公衆無線 LAN 無線通信を利用してデータの送受信を行うシステムを利用したインターネットへの接続サービスのこと
(LAN : local area network)

基本方針3 観光客を迎える環境の整備

戦略①

観光産業の創出

本市の豊かな自然と歴史を生かした観光産業の創出を図るため、観光客による市内での消費拡大や、市内事業者と連携した観光産業の育成を進めます。

施策①

観光消費の促進

	主な取り組み	内 容
1	お土産販売強化	・地元産品を生かした観光メニュー化 ・新たなお土産品の開発
2	食べ歩きの実施	・食べ歩き情報の市内外への積極的な情報発信

施策②

観光客を相手にした商売のきっかけづくり

	主な取り組み	内 容
1	創業支援の強化	・本市で観光関連の事業者が育ちやすい環境づくりへの取り組み

施策③

産業と観光との接点強化

	主な取り組み	内 容
1	各種産業を生かした観光振興	・事業者や観光関連団体の連携強化 ・多様な業種の連携促進 ・河内長野市ふるさと応援寄付金（ふるさと納税）を活用した観光魅力の発信
2	産品ブランド化の推進	・奥河内ながの foodo ²¹ の魅力発信 ・農林産品のブランド化推進



道の駅 奥河内くろまろの郷 ビジターセンター

21 奥河内ながの foodo 河内長野市産品ブランドの名称

戦略②**観光に関わる体制の構築**

本市の観光振興を効果的に推進するため、行政のみならず、市民や観光に関わる各種団体などの役割分担を明確にしていくとともに、各主体間における協働と連携による取り組みを進めます。

施策①**観光に関わる人材の発掘・育成**

	主な取り組み	内 容
1	おもてなしの心の醸成	・まち全体で取り組む観光客へのおもてなし意識の向上
2	観光を支える人づくり	・観光ガイドの育成と利用 ・観光キーマンの育成 ・地域で観光産業に取り組む人材の育成
3	交通事業者との連携	・バスやタクシー事業者との連携による観光客へのおもてなし向上
4	市民参加による観光まちづくりの推進	・市民発、市民参加による観光振興の推進

施策②**観光に関わる団体の機能強化**

	主な取り組み	内 容
1	観光協会の機能強化	・主体的な観光事業や集客プロモーションの強化 ・市内事業者との連携の強化
2	観光ボランティアのガイド機能強化	・観光ガイドの多機能化への取り組み

施策③**観光に関わる団体の体制強化**

	主な取り組み	内 容
1	観光協会の体制強化	・法人化などによる自主財源確保に向けた体制強化 ・観光関連の事業者を中心とした会員の拡大
2	観光に関わる団体の連携	・観光協会と観光ボランティアの連携強化

戦略③

観光インフラの整備

観光客増加に関する各種施策を展開するだけでなく、実際に来られた観光客に満足していただけよう必要性を考慮し、観光インフラや交通インフラなどの観光客を迎える環境の整備を推進します。

施策①

トイレ、観光案内板、看板などの整備

	主な取り組み	内 容
1	観光拠点の整備	・観光拠点施設などの整備 ・河内長野駅周辺の活性化に向けた取り組み
2	観光客にやさしい環境整備	・観光案内板などの整備 ・公衆無線 LAN の整備
3	快適なトイレの整備	・テクルートトイレの洋式化 ・観光関連施設トイレの充実

施策②

交通インフラ（二次交通）の充実

	主な取り組み	内 容
1	公共交通などを活用した観光モデルコースの検討	・公共交通などを活用した観光モデルコースの検討
2	観光タクシーの活用	・タクシーなどを活用した観光モデルコースの検討
3	観光客の回遊性向上	・自転車などを活用した回遊モデルコースの創出 ・宿泊者向け観光情報の提供
4	二次交通の利便性向上	・公共交通網の情報発信
5	市内周遊バスの検討	・繁忙期利用における市内周遊バスの検討



河内長野駅前観光案内所



道の駅 奥河内くろまろの郷

基本方針4 戦略的な観光振興の推進

戦略①

観光振興を進めるためのマーケティング強化

本計画に従い展開していく各種施策などの効果検証を行う必要があることから、観光入込客調査の精度高度化やマーケティング手法を用いた観光実態の把握と分析に努めます。

施策①

観光マーケティングの推進

	主な取り組み	内 容
1	観光データの整備・活用	・観光入込客調査の精度高度化
2	観光ターゲットの絞り込み	・観光客の動向把握と分析
3	観光コンテンツの選定	・観光客の動向分析による集客手法の検討

戦略②

観光振興を進めるためのマネジメント強化

着実な観光振興を展開するため、本計画の推進に必要なマネジメント強化を図ります。

施策①

観光マネジメントの推進

	主な取り組み	内 容
1	観光マネジメント体制の整備	・観光協会の体制整備 ・観光関係団体の連携強化



観光共同プロモーション

戦略③

広域連携などの自治体間協力体制の構築

観光ニーズの多様化などに対応し、様々なテーマにおける広域での観光魅力の創造と更なる観光客の増加に取り組むため、大阪府内の近隣自治体をはじめ、国などとの連携により、スケールメリット²²を活かした観光集客を図ります。

施策①

近隣自治体をはじめ、大阪府・国との連携方策の検討

	主な取り組み	内 容
1	広域観光周遊ルート造成	・楠木正成などの共通観光資源を活用した広域観光の推進 ・高野街道を基軸とした広域観光の推進
2	南河内での広域観光連携による集客	・華やいで大阪・南河内観光キャンペーン推進協議会とのスケールメリットを生かした広域観光の推進
3	大阪府外都市との広域観光連携による集客	・橋本市、五條市との広域観光連携の推進
4	国・大阪府との連携	・2020年東京オリンピック・パラリンピック事業との連携 ・2025年日本万国博覧会誘致事業との連携 ・その他、国、大阪府との大型事業との連携



東西高野街道合流点モニュメント

22 スケールメリット 規模を大きくすることで得られる利益

第5章 推進体制

1. 実施主体と役割分担

本市の観光振興は、市民、事業者、観光関連団体、行政がそれぞれの役割を担い、その役割に応じて相互に協力・連携しながら積極的に取り組むことを基本とします。

① 市民の役割

市民には、本市の魅力を再発見するとともに、まちに対する誇りと愛着を深め、それぞれの立場にあった観光まちづくりへ参加・協力することが求められます。また、本市への観光客に満足していただくために、市民一人ひとりが、おもてなしの心を持って温かく迎え入れることも重要な役割と言えます。

② 事業者の役割

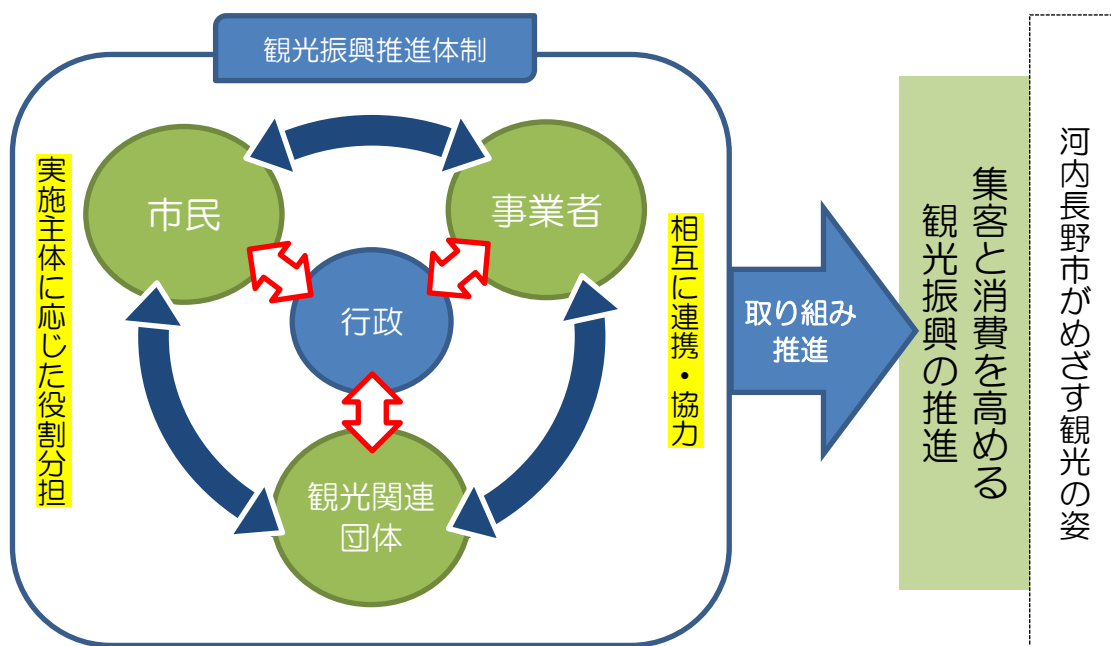
市内商工事業者や宿泊事業者などの事業者は、行政や観光関連団体、商工会などと連携しながら観光産業の担い手として、主体的に観光客のニーズに対応した質の高いサービスを提供します。

③ 観光関連団体の役割

観光協会をはじめとする観光関連団体は、観光推進の中心的存在として、行政とのパートナーシップにより、主体的に事業者などとの連携・調整を図りながら、具体的な観光事業の実施や、集客プロモーションを実施します。

④ 行政の役割

行政は、各主体との協働のもと、庁内関係部局での調整を図りながら、主に本計画の進行管理、市全体の観光振興施策の企画・立案などを担います。また、市民、事業者、観光関連団体などが主体的に行う取り組みを支援します。さらには、国、大阪府、近隣自治体との連携を強化し、広域観光の展開を図ります。



2. 計画の進行管理

本計画の着実な推進を図るため、各施策における実施状況の把握や評価などを定期的に行い、計画的な進行管理を行います。

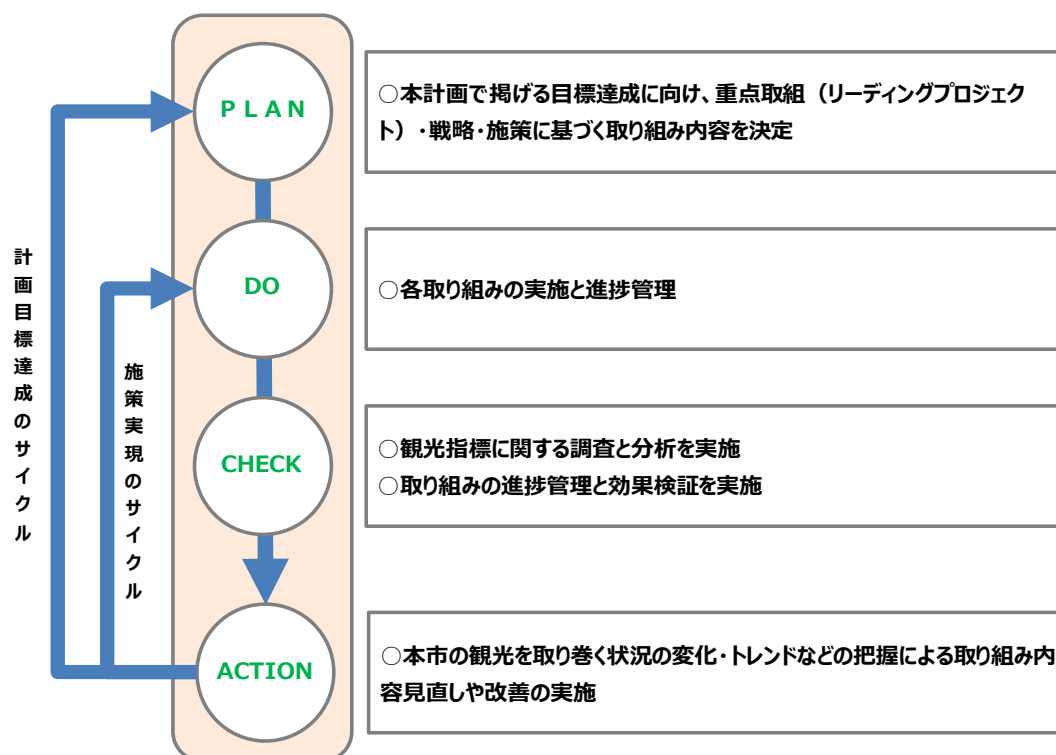
1) 推進体制

本計画を実効性のあるものとしていくためには、本市の様々な立場の方々が有する知識・経験やノウハウ、人的ネットワークなどを生かし、共通の目的・目標をもって観光振興の様々なテーマに共同で取り組む体制づくりが不可欠です。

そこで、事業推進にあたっては、事業者など、観光振興に関わるすべての主体が、情報共有や事業協力を得ながら、着実に推進していきます。また、行政においては、観光振興主管課を中心とした観光振興関連部局との連携を深めるとともに、市内各界各層とともに事業効果の検証をしていくため、市民、事業者、観光関連団体、有識者などからの意見を反映させ、事業推進を図ります。

2) P D C A 管理

本計画の目標を達成するために、継続的な P D C A サイクル²³により計画の見直しと改善を図ります。



23 PDCA サイクル 業務管理手法の一つ。(1) 計画 (plan) を立てて、(2) 計画に基づき実行 (do) し、(3) 実行した業務を評価 (check) し、(4) 改善 (action) が必要な部分を検討し、次の計画に役立てる。

3. 主な取り組み内容における役割分担とスケジュール

主な取り組み内容における役割分担や実施スケジュールは次ページのとおりです。

なお、役割分担については、各施策を進める際に想定される役割例を示していますが、各実施主体はその役割に応じて積極的に取り組むとともに、相互に協力・連携することを基本とします。

また、着手する時期は、本計画が8年間を目標としていることから、概ね3年以内に着手する事業を「前期」、概ね3年以上5年以内に着手する事業を「中期」、さらに計画最終年を目標に着手する事業を「後期」として位置づけます。

基本方針	戦略	施策	主な取り組み	主な取り組み内容	主な取り組み内容における役割例				実施スケジュール			
					市民	事業者	観光関連団体	行政	前期	中期	後期	
基本方針１．観光資源の磨き上げと「点から面」への展開												
戦略① 河内長野の観光イメージの更なる定着化												
施策① 奥河内イメージの継続及び観光魅力の向上												
			奥河内のイメージ醸成による認知度向上	・「河内長野らしさ＝奥河内」をより浸透させる戦略的なプロモーション			○	○	●	→		
			奥河内イメージによる観光魅力の向上	・奥河内イメージによる観光資源の磨き上げ			○	○	○	●	→	
			奥河内ファンの拡大	・市民、民間事業者、観光客への奥河内情報の発信	○	○	○	○	●	→		
＜前期に取り組む具体的事業例＞				・デジタルサイネージを活用した大阪都心部での奥河内プロモーションの実施 ・FacebookやInstagramを活用した奥河内情報拡散のための市民向け情報発信講座の実施								
戦略② 本市の資源を生かした体験型、滞在型観光の開発												
施策① 市内産業と連携したものづくり体験や農業体験などの体験型観光の展開												
			地域資源を生かした観光プログラムの開発	・農林、商工事業者の連携による観光プログラムの開発			○	○	○	●	→	
			体験型産業観光の推進	・ものづくり事業者などの連携による観光プログラムの開発			○	○	○	検討	●	→
施策② 体験型観光の延長としての滞在型観光の展開												
			宿泊施設と連携した滞在型プランの検討	・既存宿泊事業者と連携した観光メニューの開発 ・民泊（農泊）を含む多様な宿泊形態の検討			○	○	○	検討	●	→
施策③ 観光資源のネットワーク化による体験型・滞在型観光の展開												
			観光ハブ拠点の整備	・河内長野駅前観光案内所の機能強化 ・道の駅 奥河内くろまろの郷の観光案内機能の整備				○	○	●	→	
			観光資源のネットワーク化推進	・観光ハブ拠点と観光資源間のネットワーク化 ・拠点発の市内周遊を促すコンテンツの創出			○	○	○	調整	●	→
＜前期に取り組む具体的事業例＞				・「高向玄理」を活用した「道の駅奥河内くろまろの郷」を留学生の聖地とするプロモーションの検討 ・お土産販売の充実や案内機能強化に向けた河内長野駅前観光案内所整備								
戦略③ 観光ニーズに応じた観光メニューの提案												
施策① スポーツ・健康を通じた観光メニューの提案												
			「人と自転車にやさしいまちづくり」の推進	・レンタサイクルサービスの推進 ・サイクルスポットの整備 ・周遊サイクルコースの設定			○	○	○	●	→	
			自然を生かしたハイキング、ウォーキング、ランニングを通じた観光魅力の強化	・観光ニーズに対応した情報の提供 ・テクルート、ダイヤモンドトレールを活用した四季を通じた観光メニューの提案 ・スポーツ、健康コンテンツを利用した観光メニューの検討			○	○	○	●	→	
施策② 歴史・文化を通じた観光メニューの提案												
			歴史・文化を生かした観光魅力の強化	・観光ニーズに対応した情報の提供 ・歴史、文化を生かした観光コンテンツの強化			○	○	○	●	→	
＜前期に取り組む具体的事業例＞				・駅前レンタサイクルと道の駅レンタサイクルとの連携 ・観心寺や天野山金剛寺などの歴史遺産を活用した日本遺産認定に向けた取り組みと認定後の日本遺産を活用した活性化事業の推進								

基本方針	戦略	施策	主な取り組み	主な取り組み内容	主な取り組み内容における役割例				実施スケジュール		
					市民	事業者	観光関連団体	行政	前期	中期	後期
基本方針2. 観光客目線の情報発信・観光コンテンツの創出											
戦略① 観光客が何度も訪れたいくなる仕組みの構築											
施策① ターゲット・目的に応じた施策の展開											
			リピーターを増やす仕掛けづくり	・戦略的なPRツールの作成・発信 ・アプリを活用した観光情報の提供			○	○	●	→	
			集客プロモーションの推進	・奥河内の継続的なプロモーションの展開 ・市外に向けたプロモーション活動の展開			○	○	●	→	
			事業者と連携した新たな観光コンテンツの創出	・旅行社などに対するプロモーション強化 ・ロケーション誘致活動			○	○	●	→	
《前期に取り組む具体的事業例》				・ドローンなどを活用した観光プロモーションコンテンツの作成 ・楠木正成をテーマとした大河ドラマ誘致による観光プロモーション							
戦略② 観光客へ響く観光魅力発信の強化											
施策① WEBなどを通じた情報発信の強化											
			戦略的なPRツールの作成・発信	・観光ニーズに対応した観光ナビゲーションバナーの作成などによる積極的な情報の発信			○	○	●	→	
			SNSなどを利用した効果的な情報発信	・インフルエンサーなどを活用した口コミ拡散を誘発するネットワークの拡充			○	○	●	→	
			観光ポータルサイトによる効果的な情報発信	・本市の観光情報を一元化する観光ポータルサイトの構築と積極的な運用による情報発信 ・観光協会SNSを活用した効果的な情報の発信			○		●	→	
			市民からの情報発信	・市民から観光客への観光情報の発信	○				●	→	
施策② ターゲット・目的に応じた観光案内ツールの提供											
			観光ニーズに対応した効果的な観光情報の提供	・観光客の観光嗜好（歴史・文化・自然・体験・スポーツなど）に応じた情報発信の展開 ・パンフレットやアプリなどの多様なツールを活用した観光情報の発信		○	○	○	●	→	
《前期に取り組む具体的事業例》				・観光ポータルサイトでの観光ナビゲーションバナー作成 ・観光協会によるツイッター、インスタグラムを活用した観光情報発信							
戦略③ 外国人観光客に適した観光情報の提供											
施策① 多言語による観光情報の発信											
			外国人観光客向け観光コンテンツの作成	・相手国の心情、嗜好に配慮した観光コンテンツの作成		○	○	○	分析	●	→
			外国人観光客向けの戦略的な情報発信	・相手国の心情、嗜好に配慮した観光情報の発信 ・インフルエンサーなどを活用した戦略的なPR		○	○	○	分析	●	→
			外国人観光客にやさしい環境整備	・公衆無線LANの整備 ・テクルートトイレなどの洋式化		○		○	●	→	
			観光案内板などの多言語化	・案内表示の多言語化		○	○	○	●	→	
《前期に取り組む具体的事業例》				・テクルートトイレ（観心寺・天野山金剛寺）の洋式化 ・韓国などへの「金剛山」プロモーションの検討 ・観光協会によるツイッター、インスタグラムを活用した観光情報発信（再掲）							

基本方針	戦略	施策	主な取り組み	主な取り組み内容	主な取り組み内容における役割例				実施スケジュール		
					市民	事業者	観光関連団体	行政	前期	中期	後期
基本方針3. 観光客を迎える環境の整備											
戦略① 観光産業の創出											
施策① 観光消費の促進											
		お土産販売強化	・地元産品を生かした観光メニュー化 ・新たなお土産品の開発		○	○	○	検討	●	→	
		食べ歩きの充実	・食べ歩き情報の市内外への積極的な情報発信	○	○	○	○	●	→		
施策② 観光客を相手にした商売のきっかけづくり											
		創業支援の強化	・本市で観光関連の事業者が育ちやすい環境づくりへの取り組み				○	●	→		
施策③ 産業と観光との接点強化											
		各種産業を生かした観光振興	・事業者や観光関連団体の連携強化 ・多様な業種の連携促進 ・河内長野市ふるさと応援寄付金（ふるさと納税）を活用した観光魅力の発信		○	○	○	●	→		
		産品ブランド化の推進	・奥河内ながの foodo の魅力発信 ・農林産品のブランド化推進		○	○	○	●	→		
＜前期に取り組む具体的事業例＞				・誘客と消費喚起に向けた市内飲食店との連携による観光客向けフルーツラリーの実施 ・民間事業所などによる新たなお土産品の開発							
戦略② 観光に関わる体制の構築											
施策① 観光に関わる人材の発掘・育成											
		おもてなしの心の醸成	・まち全体で取り組む観光客へのおもてなし意識の向上	○	○	○	○	●	→		
		観光を支える人づくり	・観光ガイドの育成と利用 ・観光キーマンの育成 ・地域で観光産業に取り組む人材の育成	○	○	○	○	●	→		
		交通事業者との連携	・バスやタクシー事業者との連携による観光客へのおもてなし向上		○	○	○	調整	●	→	
		市民参加による観光まちづくりの推進	・市民発、市民参加による観光振興の推進	○	○	○	○	●	→		
施策② 観光に関わる団体の機能強化											
		観光協会の機能強化	・主体的な観光事業や集客プロモーションの強化 ・市内事業者との連携の強化				○	○	●	→	
		観光ボランティアのガイド機能強化	・観光ガイドの多機能化への取り組み				○	○	●	→	
施策③ 観光に関わる団体の体制強化											
		観光協会の体制強化	・法人化などによる自主財源確保に向けた体制強化 ・観光関連の事業者を中心とした会員の拡大				○	○	●	→	
		観光に関わる団体の連携	・観光協会と観光ボランティアの連携強化				○	○	●	→	
＜前期に取り組む具体的事業例＞				・観光キーマン、観光ボランティアの養成 ・観光協会の自主財源拡大に向けたクラウドファンディングなどの検討							
戦略③ 観光インフラの整備											
施策① トイレ、観光案内板、看板などの整備											
		観光拠点の整備	・観光拠点施設などの整備 ・河内長野駅周辺の活性化に向けた取り組み		○			○	●	→	
		観光客にやさしい環境整備	・観光案内板などの整備 ・公衆無線LANの整備		○			○	●	→	
		快適なトイレの整備	・テクルートトイレの洋式化 ・観光関連施設トイレの充実		○			○	●	→	
施策② 交通インフラ（二次交通）の充実											
		公共交通などを活用した観光モデルコースの検討	・公共交通などを活用した観光モデルコースの検討		○	○	○	○	検討	●	→
		観光タクシーの活用	・タクシーなどを活用した観光モデルコースの検討		○	○	○	○	●	→	
		観光客の回遊性向上	・自転車などを活用した回遊モデルコースの創出 ・宿泊者向け観光情報の提供		○	○	○	○	●	→	
		二次交通の利便性向上	・公共交通網の情報発信		○	○	○	○	●	→	
		市内周遊バスの検討	・繁忙期利用における市内周遊バスの検討		○	○	○	○	検討	●	→
＜前期に取り組む具体的事業例＞				・テクルートトイレ（観心寺・天野山金剛寺）の洋式化（再掲） ・テクルート看板などの案内看板整備 ・観心寺、天野山金剛寺などの観光施設を巡る周遊バスの検討							

基本方針	戦略	施策	主な取り組み	主な取り組み内容	主な取り組み内容における役割例				実施スケジュール		
					市民	事業者	観光関連団体	行政	前期	中期	後期
基本方針4. 戦略的な観光振興の推進											
戦略① 観光振興を進めるためのマーケティング強化											
施策① 観光マーケティングの推進											
		観光データの整備・活用	・観光入込客調査の精度高度化				○	●	→		
		観光ターゲットの絞り込み	・観光客の動向把握と分析			○	○	○	●	→	
		観光コンテンツの選定	・観光客の動向分析による集客手法の検討			○	○	○	●	→	
《前期に取り組む具体的事業例》				・ビッグデータなどを活用した観光動向把握事業の推進 ・市外アンケートの定期的な実施							
戦略② 観光振興を進めるためのマネジメントの強化											
施策① 観光マネジメントの推進											
		観光マネジメント体制の整備	・観光協会の体制整備 ・観光関係団体の連携強化				○	○	●	→	
《前期に取り組む具体的事業例》				・観光協会の自主財源拡大に向けたクラウドファンディングなどの検討(再掲)							
戦略③ 広域連携などの自治体間協力体制の構築											
施策① 近隣自治体をはじめ、大阪府・国との連携方策の検討											
		広域観光周遊ルートの造成	・楠木正成などの共通観光資源を活用した広域観光の推進 ・高野街道を基軸とした広域観光の推進				○	○	●	→	
		南河内での広域観光連携による集客	・華やいて大阪・南河内観光キャンペーン推進協議会とのスケールメリットを生かした広域観光の推進				○	○	●	→	
		大阪府外都市との広域観光連携による集客	・橋本市、五條市との広域観光連携の推進				○	○	●	→	
		国・大阪府との連携	・2020年東京オリンピック・パラリンピック事業との連携 ・2025年日本万国博覧会誘致事業との連携 ・その他、国、大阪府による大型事業との連携				○	○	調整	●	→
《前期に取り組む具体的事業例》				・大阪ストーリープロジェクト『「中世のサムライヒーロー楠公」の聖地を巡る旅』事業の推進 ・南朝の歴史資産を活用した吉野町との連携による日本遺産認定に向けた取り組み							

参考資料

河内長野市観光振興計画策定委員会委員名簿

(順不同、敬称略)

区 分	氏 名	団体名及び役職名
学識経験者	◎ 尾久土 正己	和歌山大学観光学部教授
	○ 清水 苗穂子	阪南大学国際観光学部教授
観光関係者	上野 修二	河内長野市観光協会 会長
	徳永 清光	かわちながの観光ボランティア倶楽部 会長
	阪口 寿子	公益財団法人大阪観光局 魅力創造部 担当部長
商工関係者	竹之内 徳男	河内長野市商工会 事務局長
	阪谷 匡亮	河内長野市商店連合会 会長
	中島 徹	南海電気鉄道株式会社 営業推進室 営業部 部長
市民	尾之上 哲雄	公募市民
	高橋 朗	公募市民

◎：委員長 ○：副委員長

河内長野市観光振興計画策定委員会設置条例

(設置)

第1条 府内有数の豊かな自然及び全国有数の文化財を有する本市の観光関係施策の今後の方向性を定める「河内長野市観光振興計画」を策定することを目的に、地方自治法(昭和22年法律第67号)第138条の4第3項の規定に基づき、市長の附属機関として、河内長野市観光振興計画策定委員会(以下「委員会」という。)を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、市長の要請に応じて、河内長野市観光振興計画の策定に関する事項について調査及び検討を行い、その結果を市長に報告するものとする。

(組織)

第3条 委員会は、委員10名以内で組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから市長が委嘱する。

- (1) 学識経験者
- (2) 観光関係者
- (3) 商工関係者
- (4) 市民

(任期)

第4条 委員の任期は、委嘱の日から河内長野市観光振興計画の策定の日までとする。

2 委員が欠けた場合における補欠委員の任期は、前任者の残任期間とする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長各1名を置く。

2 委員長及び副委員長は、委員の互選により定める。

3 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

4 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、必要に応じて委員長が招集し、その議長となる。

2 委員会は、委員の半数以上が出席しなければ会議を開くことができない。

3 会議の議事は、出席委員の過半数で決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

4 委員長は、会議の進行のため必要があると認めるときは、会議に委員以外の者の出席を求め、説明又は意見を聴くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、別に定める部署において処理する。

(委任)

第 8 条 この条例に定めるもののほか、委員会に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って別に定める。

附 則

(施行期日)

1 この条例は、平成 29 年 4 月 1 日から施行する。

(会議の招集に係る特例)

2 この条例の施行後最初に行われる会議の招集は、第 6 条第 1 項の規定にかかわらず、市長が行う。

(この条例の失効)

3 この条例は、河内長野市観光振興計画を策定した日限り、その効力を失う。

河内長野市観光振興計画 【平成30年（2018年）3月策定】

河内長野市 環境経済部 産業観光課

〒586-8501 大阪府河内長野市原町一丁目1番1号

TEL：0721-53-1111 FAX：0721-55-1435