令和5年度 デジタル田園都市国家構想交付金事業に係る効果検証シート

2025年大阪・関西万博を契機とした「観光コンテンツ整備」事業【事業期間：令和5年度～令和7年度】

(1) 事業内容

本市には、河内音頭、高安能等の伝統文化をはじめ、河内木綿や八尾の枝豆、若ごぼう等の伝統産業や特産品、自然豊かな高安山、国史跡である心合寺山古墳、由義寺跡や寺内町等の歴史資産等、地域資源が数多く存在するがそれぞれつながりは希薄である。これらの地域資源をオンラインで体験できるよう整備することで、いつでも・どこにいても本市の魅力に触れることが可能となり、国内外の人への訴求力を高めることにつながり、効果的な魅力発信と国内外からの来訪者増につなげる。

要素事業	取り組みの概要(実績ベース)	今後の方針等
①観光コンテンツの整備	(1)コンテンツ整備【実績額：14,979,800円】 オンライン観光コンテンツ、デジタルパンフレット、体験型観光プラン等の造成を行った。オンライン観光コンテンツでは、八尾空港の遊覧飛行や河内音頭など8つの動画を作製し、同時に作製した観光ウェブサイトおよび体感型のキューブ(八尾まる見えキューブ)に集約した。これにより、いつでも・どこにいても本市の魅力に触れることが可能となったことで、国内外の人への訴求力を高め、効果的な魅力発信と国内外からの来訪者が増加し、活気にあふれるまちづくりにつながることが期待される。また、デジタルパンフレットと体験型観光プランの造成については、本市にある様々な地域資源や名店などを組み合わせ、観光の周遊性と国内外の人への訴求力を高めるとともに、地域資源に関連する市民や事業者などを巻き込んで観光コンテンツを整備したことで、郷土愛が育まれたまちづくりを進められた。これらすべてのコンテンツを多言語対応させたことで、国内だけでなく、外国人観光客を効果的に誘客することが可能となった。	令和6年度は、これらのコンテンツの周知及び認知度の向上、また、体験型観光コンテンツモニターツアーを実施し、課題や改善点等をフィードバックして体験型観光コンテンツが継続して実施可能となるようブラッシュアップを図り、本市の地域資源の魅力国内外に発信し、本市を訪れる観光客等の関係人口の増加につなげる。
②「映画のまち・やお」体験	(1)デジタルマップ整備【上記(1)コンテンツ整備に含む】 観光コンテンツで造成した八尾まる見えキューブには、市内の地域資源を立体的なキューブ上に落とし込んでいくことができる。その中に主な映画のロケ地を登録することで、ロケ地を1つの観光コンテンツとして体感してもらう。	「映画のまち・やお」を観光コンテンツとともに国内外にPRすることで、映画の誘致活動やロケ地訪問につなげる。
③「八尾の歴史体験」	(1)歴史体験整備【上記(1)コンテンツ整備に含む】 観光コンテンツの整備において、心合寺山古墳や高安千塚古墳群、久宝寺寺内町などといった本市の歴史を直接感じてもらえる体験型コンテンツを造成した。 (2)由義寺跡美装化【実績額：2,499,640円】 由義寺跡においては、イベント開催場所としても活用することから、定期的な除草業務を実施することで美装化を図った。 (3)由義寺跡花き装飾【実績額：495,000円】 由義寺跡の塔基壇跡周囲やフェンスに沿った場所に菜の花の植栽を行うことで、イベント時や来訪者の撮影スポットとして活用した。	オンライン観光コンテンツとして造成した心合寺山古墳や高安千塚古墳群の魅力国内外に発信する。また、由義寺跡については、今後もイベントの開催場所などとしても活用を図る。

(2) 総合戦略における位置づけ：基本目標6 行ってみたい、関わってみたい、住みつづけたい、魅力があふれるまち

(3) 重要業績評価指標(KPI)

■大阪府外から本市への来訪者数(人)	■本事業を経て企画した体験型観光プランの参加者数(人)	■本市で撮影された映画等に参加したエキストラ数(人)																																													
<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>事業前(R4)</th> <th>R5</th> <th>R6</th> <th>R7</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>目標</td> <td>—</td> <td>66,000</td> <td>70,000</td> <td>100,000</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>65,254</td> <td>76,160</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>KPIの推移に対する分析</p> <p>観光コンテンツは令和6年度から周知を図ることになるため、今回の来訪者の増加の要因には関連していない。令和6年度にオンライン観光コンテンツを国内外に周知することで、オンライン観光の体験者の来訪につながり、本市への来訪者の増加が見込まれる。</p>		事業前(R4)	R5	R6	R7	目標	—	66,000	70,000	100,000	実績	65,254	76,160			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>事業前(R4)</th> <th>R5</th> <th>R6</th> <th>R7</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>目標</td> <td>—</td> <td>0</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>—</td> <td>0</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>KPIの推移に対する分析</p> <p>令和5年度に造成した体験型観光コンテンツをもとにモニターツアーを各々1回以上実施する予定のため、ツアーへの参加が見込まれる。</p>		事業前(R4)	R5	R6	R7	目標	—	0	100	500	実績	—	0			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>事業前(R4)</th> <th>R5</th> <th>R6</th> <th>R7</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>目標</td> <td>—</td> <td>60</td> <td>70</td> <td>80</td> </tr> <tr> <td>実績</td> <td>50</td> <td>60</td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <p>KPIの推移に対する分析</p> <p>映画の誘致数は年々増加しており、それに伴い制作会社からのエキストラ出演依頼も増加している。需要が高い若い世代のエキストラ登録が少ないため、継続して「映画のまち・やお」の周知に努め、若い世代のエキストラ登録につなげる。</p>		事業前(R4)	R5	R6	R7	目標	—	60	70	80	実績	50	60		
	事業前(R4)	R5	R6	R7																																											
目標	—	66,000	70,000	100,000																																											
実績	65,254	76,160																																													
	事業前(R4)	R5	R6	R7																																											
目標	—	0	100	500																																											
実績	—	0																																													
	事業前(R4)	R5	R6	R7																																											
目標	—	60	70	80																																											
実績	50	60																																													