

2025年大阪・関西万博を契機とした「観光コンテンツ整備」事業に係る効果検証シート

(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。

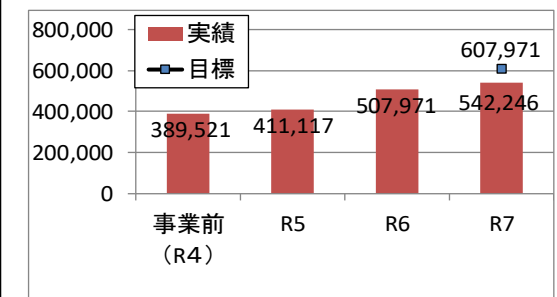
要素事業	取り組みの概要(実績ベース)	今後の方針等
①観光コンテンツの整備	(1)体験型観光プラン誘客委託費【実績額:6,303,000円】 収穫体験やものづくりなど本市の多様な地域資源を活用した計5本の体験会を実施し、その様子をインフルエンサーを活用し発信した。また、夏休みと春休み期間に合わせて市内の中小企業においてもものづくり体験や工場見学を行える「プレファクトリズム」を実施し、500名以上の方に参加いただいた。 (2)販路確保、自走化支援委託費【実績額:7,551,500円】 (1)にて実施した5本の体験会については、委託事業者が運営する国内最大手のOTAサイト「じゃらんnet」へ掲載したほか、観光情報誌「八尾じゃらん」を製作し、大阪府内の約70件の宿泊施設に配架した。メディアの活用、SNS広告の発信などにより、国内に効果的な魅力発信を行った。	観光コンテンツ実施事業者が持続的に自走化していけるよう、市公式Instagramを活用した情報発信支援をはじめ、広報・プロモーション面における各種支援策を講じていく。これにより、事業者の認知度向上や集客力の底上げが図られるとともに、地域全体の観光振興・交流人口の拡大にも寄与することが期待される。
②「映画のまち・やお」体験	(1)体験型観光プラン誘客委託費【「観光コンテンツ整備」事業の「(1)体験型観光プラン誘客委託費」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)体験型観光プラン誘客委託費【「観光コンテンツ整備」事業の「(1)体験型観光プラン誘客委託費」に含む。】 観光情報誌「八尾じゃらん」に心合寺山古墳に関する歴史体験コンテンツを掲載した。 (2)由義寺跡美装化委託費【実績額:2,082,300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。	本市の歴史体験を含む体験ツアーを継続的に実施することで、より多くの方に本市が誇る歴史資産の魅力に触れてもらう機会を創出していく。また、由義寺跡については、令和10年度の公開をめざして復元工事を実施しており、本市の歴史・文化を発信する拠点としての役割を担えるよう、さらなる活用方策を検討していく。

(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)

■本市への観光来訪者数(人) (※)

	事業前 (R4)	R5	R6	R7
目標	—	—	—	607,971
実績	389,521	411,117	507,971	542,246

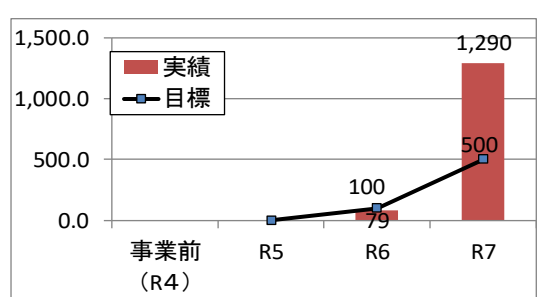


KPIの推移に対する分析

来訪者数の増加は、大阪・関西万博が開催されたことに加え、さまざまな情報発信ツールを活用して本市の魅力を全国に発信したことで、認知率が向上したことも起因される。

■本事業を経て企画した体験型観光プランの参加者数(人)

	事業前 (R4)	R5	R6	R7
目標	—	0	100	500
実績	—	0	79	1,290

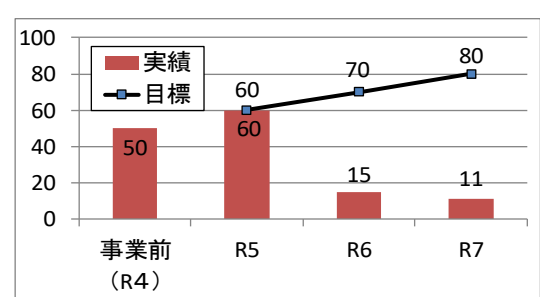


KPIの推移に対する分析

収穫体験やものづくりなどの体験会を実施したほか、約1週間にわたり、市内の中小企業のものづくりや工場体験ができるプレファクトリズムを実施したことで大きく目標値を上回った。

■本市で撮影された映画等に参加したエキストラ数(人)

	事業前 (R4)	R5	R6	R7
目標	—	60	70	80
実績	50	60	15	11



KPIの推移に対する分析

制作会社からのエキストラ出演依頼が昨年度より少なかった。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。

(※)当初設定した一つのKPIは「大阪府外から本市への来訪者数(人)」でしたが、参照元であったRESASのリニューアルに伴い数字を補足できなくなってしまうため、令和7年度中に国に対してKPI変更の手続きを行いました。新たなKPIについては、公益社団法人日本観光振興協会が提供する「デジタル観光統計オープンデータ」の数字を基に算出する「本市への観光来訪者数(人)」としておりますので、本KPIにつきましては、令和5、6年度の目標の設定がありません。