

令和 3 年度事業報告

I.【令和3年度 訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金補助対象事業】

(観光庁 1/2 予算)

「観光消費拡大に資するDXを活用したコンテンツ造成と飲食店受入環境整備事業」について

計画策定者	一般財団法人 関西観光本部
実施主体	一般社団法人 東大阪ツーリズム振興機構
事業計画名	観光消費拡大に資するDXを活用したコンテンツ造成と飲食店受入環境整備事業
事業実施期間	令和3年6月20日～令和4年3月31日
交付決定日	令和3年6月18日

●実施内容

- ①東大阪市内全域の地域資源を活用し、市内の事業者や団体がおもてなし役（案内人）となり開催する体験型旅行商品プログラム「ひがしおおさか体感まち博（以下、体感まち博＝当 DMO の体験型旅行ブランド）」を秋期のみ開催から通年型商品として展開できるようにするため、これまでにない新たなコンテンツを企画・造成する。
- ②従来手作業で予約・決済していたプロセスに WEB サイトと連動した DMS (Destination Management System) を導入することで効率化を図る。
- ③DMS の活用によって、これまで体験に参加するだけであった参加者に、周辺の飲食店を紹介、顧客ニーズにあった推奨(AI コンシェルジュ) を行い、サイトから 050 発番で予約できるようにすることで、観光消費を促す。

●メインターゲット層および属性

【体感まち博_体験案内人付きタイプ】 40 歳代から 60 歳代の関西圏在住女性

【体感まち博_謎解き型街歩きタイプ】 20 歳～30 歳代カップル、親子

【ビジネス出張】 東大阪市・大阪市に出張する男性（関東、関西、東海圏）

【結果及び成果】

種別	事業種別	項目	目標値	実績値	達成率
アウトプット	受入環境整備事業	サイト ユニークユーザー	8,000	67,261	840.70%
アウトプット	受入環境整備事業	ページビュー	27000ページビュー以上	39,794	147%
アウトプット	受入環境整備事業	ワークショップ・セミナー開催	2回	3回実施77名参加	150%
アウトカム	受入環境整備事業	案内人付きプログラム参加者	700名以上	881名参加	114%
アウトカム	受入環境整備事業	デジタルマーケティングトレーニング	延べ定員数50名	延べ参加者数42名	84%
アウトカム	受入環境整備事業	参加市民からの案内人を志す人	50人	59名	118%
アウトカム	受入環境整備事業	案内人のつかない謎解き型のまちあるき参加者(謎解きゲーム)	300人	1,372件(推定人数2,050人)	683%
アウトプット	コンテンツ造成事業	体感まち博プログラム造成件数	33件	51件	154%
アウトカム	コンテンツ造成事業	案内人付きプログラム、案内人のつかない謎解き型のまち歩き売上額	150万円	1,646,756円	110%
アウトカム	コンテンツ造成事業	高付加価値体験シリーズ(モノづくり特選プログラム3件)	延べ定員数46名	参加者数26名	57%
アウトプット	旅行商品流通環境整備事業	050発番による予約可能飲食店への来訪者件数	600件	125件	11%
アウトカム	旅行商品流通環境整備事業	050発番による予約可能飲食店件数	100店	85店	85%

【その1】体感まち博について(事業費:新たな観光まちづくり推進事業)

体感まち博通年化事業企画・造成

まち博通年化は、今年度新たに組み込んだ体験を含めてスポーツ体験、モノづくり体験、文化・伝統を体験するまち歩きなどのコンテンツを引き続き企画、同時にインバウンドの受け入れに対応するコンテンツの多言語化とガイド人材育成を充実させる。

1. 体感まち博 mini(夏期)

【開催期間】 2021年7月1日(木)～ 2021年7月31日(土)

※延べ開催数：27回 ※開催数：12回 44%

※延べ定員数：252名 ※参加者数：99名 参加率 39%

2. 体感まち博(秋期)

“東大阪の新しい魅力を探しに行こう！ + GET ひがしおおさか食感クーポンプレゼント”

【開催期間】 2021年10月8日(金)～ 2021年11月28日(日)

<秋のまち博(10月8日～11月28日)事業者一覧>

※延べ開催数:126回 ※開催数:104回 83% ※延べ定員数:1116名 ※参加者数:756名 参加率:68%

3. まち博特選プログラム(冬) (2021年12月～2022年1月)

※延べ開催数:10回 ※開催数:7回 70% ※延べ定員数:46名 ※参加者数:26名 参加率 57%

4. 歴史リアル謎解きゲーム「開運なぞ詣」 in 東大阪 「石切劔箭神社と大和の建国」

2021年10月8日(金)～2022年2月27日(日)

参加件数(チケット枚数)累計 1372件

参加推定人数 2,058人 (1名 823人・2名 824人・3名 411人)

<関連事業>

1. 観光ガイドおもてなしセミナー

・8月31日実施・参加:30名

・講師:大阪へーほープロガイド [おくむらたけすけ氏](#)

(プロフィール)

旅行者はもちろん大阪人も知らない「ガイドブックに載っていないオモロイ?とこぼっかり」を小グループ短時間(約1時間)でサクッと楽しく案内しているちょっと変わったプロガイド。

2. 東大阪観光まちガイドボランティア会議

・日時:12月7日(火)実施

・場所:東大阪市民多目的センター

・参加:27名(東大阪市民観光協会およびボランティアガイドメンバーおよび
東大阪ツーリズム振興機構メンバー)

・内容:まち博参加各事業について事業報告と反省検討会

3. 事業者向け 実践的 PR セミナー

～自社の取り組みを全国区のニュースに！「事業者向け 実践的 PR セミナー」～

・日時:令和4年2月14日(月)昼の部:14時～16時、夜の部:18時～20時

・場所:クリエイション・コア東大阪 南館 3階 研修室B・C

・講師:菅野 夕霧 氏

(プロフィール)

PRコンサルタント・コピーライター。雑誌「宣伝会議」が行うPRセミナーなどの講師を務める。

*後半のワークショップ発表時は東大阪経済新聞編集長・和田京子もともにアドバイス

・参加:昼の部11名、夜の部9名

【その2】食感クーポン事業(事業費:観光消費喚起促進事業)

【業務内容】

- (1) 観光消費支援制度にかかる企画運営
- (2) 観光消費支援制度を適用する飲食事業者、タクシー事業者、及び宿泊事業者の選定
- (3) 観光消費支援制度にかかる観光消費支援金配分調整及び執行管理
- (4) 観光消費支援制度の代理給付
- (5) 観光消費支援制度にかかる広報
- (6) 観光消費支援制度にかかる実績の取りまとめ及び効果の検証

【観光消費支援制度の概要】

(1) 支援内容

- ①上記事業のDXのデータ収集に係る「食感クーポン」を作成。支給対象となる「体感まち博」(令和3年10月28日～11月8日実施予定)での料金1500円以上のプログラム参加者対象に、市内対象飲食店舗で使用可能なクーポン1000円分を配布する。
- ②市内の代表的な宿泊事業者に、企画販売を行う商品に対し宿泊客一人2000円分の食感クーポン及び1000円分のタクシー券を配布する。
- ③その他、DX計画におけるデータ収集に必要と認めた事業に対し、食感クーポンを活用したモニター調査を実施する。

(2) 支援金の額

食感クーポンは1000円券と2000円券を準備し、タクシー利用券は1000円券を準備するものとする。上記①および③対象者で1000人、②対象者で3000人を想定し、合計1000万円分を観光消費支援対象金額とする。

■名称 「GET! ひがしおおさか食感クーポンキャンペーン」

地域商品券やイベントなど具体的施策と連動した運用により、実際のカスタマー動線や消費量など、マーケティングデータを蓄積する。

東大阪市観光消費喚起促進事業との連動をおこない、システムとクーポン券を活用して宿泊事業者および飲食店活性化策と連動し、調査しながら販促するプロモーションマーケティングの手法をとる。

■期間 一般告知:10月1日～(まち博予約開始時期)

① 体感まち博対応＝11月29日まで配布。

② 飲食店での使用可能期間11月1日～1月31日

⇒2月28日まで期間延長

③ ホテル宿泊客対応＝11月1日～1月31日・

⇒2月28日(27日泊)まで期間延長

市内5ホテルにて配布、当日及び翌日のみ使用可

④ 開運なぞ詣「歴史リアル謎解きゲーム in 石切劔箭神社」＝10月8日～2021年2月末まで

⇒3月中旬までの土日のみ対応可(期限切れ保持者救済のため)

■配布対象者(一人一枚を原則とする)

①まち博参加者のうち参加費用1500円以上のプログラムに参加した方

②市内指定宿泊事業者に指定期間中に宿泊した方

③開運なぞ詣に参加した方

実使用総合計	タクシー券	1000円券	2000円券	総使用額
	615枚	922枚	2037枚	5,611,000円

食感クーポン収支総計

- 配布枚数 7,387枚
- 回収(使用済み)枚数 3,574枚(使用率48.4%)
- 使用総額 5,611,000円(予算比56.1%)

■食感クーポン分析

【事業実施結果と今後の課題】

1,000円の食感クーポンは、まち博や謎解きなどで合計1,611枚配布され922枚が市内の82の飲食店で使用された。クーポンの使用の男女比率をみると女性が約66%で年代別では40・50・60歳代で62.3%となっており、まち博でのターゲットの40歳代以上の女性の使用が非常に多く確認された。地域的にみると近畿地方在住者が98%と圧倒的に多く使用された。使用された金額は、平均1,300円となっており時間帯を見るとランチタイムでの使用が多く滞在時間も90分を超えることから女性がゆっくりとランチを楽しんでいることが推測できる。

また、東大阪ツーリズム振興機構会員にモニターとしてクーポンを使用していただき感想を求

めたところ、「普段より豪華なランチを食べた」（会員婦人）「今まで行ったことのないお店がクーポン使用できたので行ってみた。」など**プチ贅沢をした方が多かった**。

1, 611 枚配布に対し 922 枚使用で 57.2%の使用率となったことは、クーポンの配布開始が 10 月であったにもかかわらず、コロナにより使用が 11 月からになったこと、また、食感クーポンの使用店舗が基本的に予約後に訪問することを目的とした店舗を選択したことにより、60%を切る使用率となったと推測できる。

2, 000 円の食感クーポンは、東大阪市内の 4 軒のホテル及び 5 軒の民泊事業者などで 1 泊につき 2, 000 円クーポンが **3, 047 枚配布され、82 軒の飲食店で 2, 037 枚が使用された**。男女比率では宿泊者の**男性が 68%**を占め、年齢別では **30・40・50 歳代で全体の 73%**となっており**仕事での出張による宿泊が多い**ことがわかる。地域別にみると**近畿地方約 50%、関東中部 34%**となり**中国・四国・九州が意外と少なく 13 パーセント強**となっている。クーポンの使用額は母数の一番多い近畿地方がほぼ全体の平均の 2, 686 円となり夕飯の時間帯の使用が多く大体 1 時間弱の滞在時間になっている。クーポンの配布に対して使用率 66.8%となった。宿泊施設近辺での食感クーポン参加飲食店が、居酒屋や焼き肉屋などが多く、ラーメンやお好み焼き・うどんなどの店舗をクーポン使用店にしなかったことが原因のひとつと考えられる。ホテル内の飲食店で非常に多く使われる傾向にあった。

タクシークーポンの使用は **2, 729 枚配布したものの 615 枚しか使用されず**短距離に使用したのも見受けられ、一度宿泊施設にチェックインしたのちにタクシーに乗って食事に行く旅行者は少なかったようである。

食感クーポンの使用された地域での金額は、布施駅周辺：46 万円、河内小阪駅周辺：95 万円、長田駅周辺：160 万円、石切周辺：125 万円となっており、やはりビジネスホテル周辺で消費が集中していることは実施前から予想できたことである。

本年度の「食感クーポンキャンペーン」については、同じ時期に急に始まり停止した「おおさかいらしいキャンペーン」も行われ最大 5, 000 円の割引と 3, 000 円のクーポンの付与といった特典と比べると支援額が少なかったこと、宿泊事業者の作業としてチケット裏面への施設名と宿泊日の明記に合わせて ID 取得の説明、利用者のアクティベーション作業、飲食店でのチケット記入事項の確認と使用状況の記入とクーポン使用にあたっての作業が煩雑。宿泊者がコロナで蔓延防止が発令のため宿泊時の外出を控えたこと。クーポンの使用店舗が焼き肉店や居酒屋が非常に多かったこと。そして、観光庁の事業と併用実施のためプロモーションに関してキャンペーンの周知ができなかったこと。タクシーチケットの伸びの少なさなどが、このキャンペーンにおいて支援金の消化が 56%の原因と考えられる。

今後については、食感クーポンをもっと簡単に使用できるようにし、使用時期と配布時期を一致させることが必須であり、飲食店の選定においては、まち博参加者に対しては、まち博案内人の推薦する飲食店などをクーポン使用店舗として紹介して体験と食事をセットにして案内するなど、プロモーションや告知を強化し、市内周遊の誘導を強化すれば、東大阪の魅力がもっと感じられる企画にすることができると考えられる。ラーメンやうどんなど手軽に食べられる店舗の追加や、東大阪の名産品を買えるようにするなど使用範囲を広げることも今後の課題としたい。

いずれにしても、更なる認知度の向上を図り、消費意欲を喚起し物販も視野に入れ東大阪のグルメや名産品をより多くの来訪者に伝えることが必要と考える。

【関連活動報告】マーケティングトレーニング

デジタル化の推進のため、マーケティングトレーニングについては斯界で実績の深い近畿大学の知見を採用し、EC 関連にも実績ある近畿大学 経営学部 商学科 名瀬浩史 准教授に指導をお願いした。受講対象者は、東大阪 DMO 職員と、東大阪市 都市魅力産業スポーツ部 国際観光室 職員として、情報発信者としてのノウハウと戦略策定方向など、より実践的な事由を習得するために行った。

実施日	時間	テーマ	出席人数
2021年10月21日	14:30~17:30	第1回 デジタルマーケティングとマネジメント 第2回 SEO(検索エンジン最適化)	10人
2021年10月28日	14:30~17:30	第3回 SNSと観光 第4回 ネット広告	8人
2021年11月11日	14:30~17:30	第5回 旅行業界のインフォメディアリ 第6回 観光事業者におけるホームページの役割 と機能	8人
2021年11月18日	14:30~17:30	第7回 D2Cについて 第8回 データへのアプローチ①	7人
2021年12月2日	14:30~17:30	第9回 データへのアプローチ② 第10回 観光におけるEC	9人

Ⅱ.「こーばへ行こう！」(事業費:モノづくりのまち発信事業)

【実施事業内容】

東大阪市内の複数のモノづくりの現場を活用し、本市のモノづくりを体感・体験出来るイベントを実施し、各モノづくりの現場への周遊を図る。

(1) 住工共生の問題解消の促進

モノづくりの製造現場を開放することにより、モノづくり企業と地域住民との交流を促進する

(2) 「作る工場」から「魅せる工場」へ

モノづくりの製造現場が持つ、建物・職人・機械・技術・音・匂いなどを魅せるための資源として引き出し国内外へその魅力を発信する。

(3) 事業承継・人材不足の解消

エンターテイメント性を加味した工場見学やワークショップを行い、モノづくりの楽しさ・素晴らしさ・憧れを持たせることにより就職先として人材確保につなげ、事業承継問題の解決につなげる。

(4) 企業価値の向上

モノづくりの現場を開放することにより、様々な方と出会うことにより商品の開発を促進し販路の開拓につなげる

(5) 観光事業としてのビジネスモデルの構築

オープンファクトリーとワークショップを複数の事業者が実施することにより、市内への回遊を促進し観光事業コンテンツとして確立する。

(6) アンケート調査の実施

来訪者に対してアンケート調査を行い、来場者の内容を把握し今後の展開につなげる。

【会議開催】

(1) 第1回こーばへ行こう！実行委員会（総会）令和3年7月13日

- ① 実行委員会会則の改定
- ② 役員を選任
- ③ 事業の方向性について

(2) 第2回こーばへ行こう！実行委員会（役員会）令和3年9月15日

- ① 情報共有
- ② webs サイト進捗状況
- ③ 制作物について
- ④ 11月19・20日開催の延期や開催判断期限
- ⑤ 開催における最低限のルール設定
- ⑥ 来場者の移動について
- ⑦ 工場見学やワークショップなどの予約体制
- ⑧ PR・後方についての意見交換

(3) 第3回こーばへ行こう！実行委員会（役員会）令和3年9月30日

- ① 情報共有
 - ② 本事業のコロナウィルス対策について
 - ③ 11月19・20日の開催判断
 - ④ 各社コンテンツの確定の期日について
 - ⑤ web サイトイラスト修正確認
 - ⑥ チラシ・ポスターの構成案の確認
 - ⑦ 周遊対策について
 - ⑧ 工場見学やワークショップなどの予約方法
 - ⑨ 今後の運営方法・人員について
- (4) 第4回こーばへ行こう！実行委員会（運営会議）令和3年10月19日
- ① 情報共有
 - ② 全体共通準備物の確認
 - ③ 各企業サポート必要事項ヒアリング
 - ④ サポートスタッフについて
 - ⑤ 周遊について（DMO・実行委員会）
 - ⑥ コンテンツ予約方法について今後の広報計画
- (5) 第5回こーばへ行こう！実行委員会（運営会議）令和3年11月9日
- ① 情報共有
 - ② 各社の進捗状況や相談など
- (6) 第6回こーばへ行こう！実行委員会（運営会議）令和3年11月17日
- ① 実施にあたっての最終確認
- (7) 第7回こーばへ行こう！実行委員会（反省会）令和3年12月1日
- ① 反省と次年度への課題

【日程・参加者】

令和3年11月19日金曜日：560名（10会場）
令和3年11月20日土曜日：2,630名（12会場）
合計 3,190名（12会場15社参加）

【周遊業務】

令和3年11月20日土曜日、大阪バス株式会社のマイクロバス（26人乗り）2台で布施駅を中心とした西ルート、市役所を中心とした東ルートを約1時間間隔にて運航。事前の11月15日に両ルートを試走したこともありオンタイムでの運行となり、両ルート合わせて128名の乗車があった。

No.	停車場	1便	2便	3便	4便	5便	6便
1	布施駅北口	9:45	10:45	11:45	13:20	14:20	15:20
2	株式会社盛光SCM	9:52	10:52	11:52	13:27	14:27	15:27
3	有限会社カワチ	9:54	10:54	11:54	13:29	14:29	15:29
4	株式会社松よし人形	10:01	11:01	12:01	13:36	14:36	15:36
5	勝井鋼業株式会社	10:12	11:12	12:12	13:47	14:47	15:50
6	株式会社アオキ	10:17	11:17	12:17	13:52	14:52	15:55
	※JR高井田中央駅・地下鉄高井田駅						
7	有限会社アートステージ	10:25	11:25	12:25	14:00	15:00	16:03
8	布施駅北口	10:35	11:35	12:35	14:10	15:10	16:13

※当日の交通事情によりバスが遅れる場合がありますので予めご了承ください。

No.	停車場	1便	2便	3便	4便	5便
1	東大阪市役所	9:30	11:00	13:00	14:30	16:00
2	株式会社関西オカムラ	9:45	11:15	13:15	14:45	16:15
3	野田金属工業株式会社	9:49	11:19	13:19	14:49	16:19
4	株式会社築原製作所	10:06	11:36	13:36	15:06	-
5	共和興業株式会社	10:23	11:53	13:53	15:23	-
6	ノースヒルズ増援工業株式会社	10:40	12:10	14:10	15:40	-
7	荒本駅	10:46	12:16	14:16	15:46	16:45
8	東大阪市役所	10:50	12:20	14:20	15:50	16:39

※当日の交通事情によりバスが遅れる場合がありますので予めご了承ください。

【事業実施結果】

本年は、オフィシャル WEB サイトを開設し、会員企業の紹介やイベント情報を発信し、公式 SNS アカウントからは会期直前の参加企業の細かな情報を発信し、会期終了後にはメディア情報などを不定期ではあるが発信している。

昨年は、布施金属工業（株）、（株）摂津金属工業所は不参加となり、（株）盛光 S C M、北野刃物製作所、共和工業（株）の三社での開催となり参加者は 540 名の参加であったが、本年は 12 会場 15 社での開催となり参加者は 3,190 名となり、各会場では工場内を開放し、ガイドツアー、ワークショップまた、マルシェなどを実施し、別添のアンケートの結果でもわかるように 95%以上の参加者が満足し、90%の方が次年度の参加も希望する結果となった。昨年に引き続きコロナ禍において開催した「こーばへ行こう！2021」は入場時の検温・アルコール消毒、入場時の検温、参加者名簿の記入など感染拡大の予防対策も事前の打ち合わせから検討しており、各会場でも混乱なく実施できた。

【成果と課題】

「こーばへ行こう！2021」は世界的に新型コロナ感染症が猛威を振るう中、3,190 名の参加者を迎え事故無く（感染者もなく）事業を終えたことは、成功だったといえる。本年より行った、周遊対策としてのマイクロバスの運行は積み残しや時間の遅れもなく実験としては成功といえるが、今後の課題として参加企業が増加した時の対策として運行間隔を短くすることや各会場でのイベントの開始時間とバスの到着時間を調整するなどの工夫も必要である。また、現在の 2 ルートからの増加も考えていかななくてはならない。金曜・土曜の二日間の開催では、折角のプログラムもタイムスケジュールが重なってしまい残念がっている人、時間的にすべての会場が見て回れないなどの課題も残った。

次年度以降は、本年より多くの参加企業を募り東大阪全域での開催を目指し、早い時期からの準備と貸し切りバスの運行などの交通手段の見直しを行い近隣市民の参加だけでなく、市外・府外からの誘客を増やすためのプロモーションの在り方の再検討の必要である。

「モノづくりのまち東大阪」を国内外に発信し、参加企業の取引先の開拓にも役立つオープンファクトリーとしての確立を目指す。



2021 年度の開催概要



【開催日時】2021 年 11 月 19 日(金)・20 日(土)

【開催場所】東大阪市内の工場 12 か所

【実施体制】主催：東大阪市

事業実施主体：こーばへ行こう！実行委員会、

一般社団法人東大阪ツーリズム振興機構

実施企業・団体：株式会社アオキ、有限会社アートステージ、勝井鋼業

株式会社、有限会社カワチ、関西演芸協会、株式会社関西オカムラ、共和鋼業株式会社、サントー試作モデル株式会社、株式会社繁原製作所、

株式会社盛光 SCM、株式会社 T WORKS、株式会社鳥羽瀬社寺建築、ノースヒルズ溶接工業株式会社、野田金属工業株式会社、フセハツ工業株式会社、株式会社松よし人形(全 16 社、50 音順)

協力企業・団体：一般社団法人大阪モノづくり観光推進協会、株式会社 JTB 大阪第一事業部、株式会社摂津金属工業所、

布施金属工業株式会社(全 4 社、50 音順)

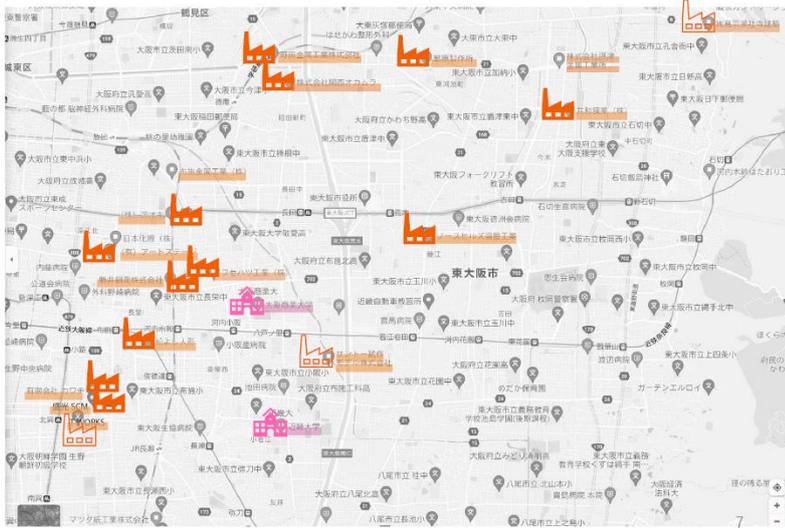
賛助企業(会員)：大阪シティ信用金庫

協力：大阪商業大学加藤司フィールドワークゼミナール、

近畿大学文芸学部文化デザイン学科プロデュースゼミ、ろくのじ

後援：近畿経済産業局、公益財団法人大阪観光局

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、当初の予定[10 月 8 日(金)・9 日(土)]より延期しての開催となった。午前 10 時～午後 4 時



 実施工場 (15社)

※会場となった工場はそのうち12社

会場となった (12社) → 

会場とならず (3社) → 
(他企業へ出張にて参加)

今年度は実施なし (2社) → マーク無
(実行委員会への入会・協力のみ)

 協力大学 (2校)

Ⅲ. 【フィルムコミッション事業】（事業費：マーケティング及びプロモーション）

「ロケ誘致に向けた観光資源のアーカイブ化」

(1) 背景

地域資源を映画・映像やゲーム・アニメ等のロケーションを誘致し活用

(2) 目的

ロケ誘致の近隣組織との連携強化と東大阪市の認知拡大を目指す

(3) 目標

東大阪市へのロケ誘致と制作業界への認知度の向上

(4) 内容

フィルムコミッション近隣組織との連携強化と新たな誘客層の開拓

【実施内容】

映画やTV、アニメ等のロケ地として、東大阪市の露出機会を創出するため、人脈の拡大とロケ地情報の収集を行う。また東大阪市内のロケ地候補地の発掘と写真や映像によるアーカイブ化を進める。段階的に受入施設と調整を行い合意形成の中で取組む。

□ロケ誘致（フィルムコミッション）への入会と人脈の拡大（研修会への参加）

□市内のロケ候補地の発掘と写真（必要な場合映像）によるアーカイブ化を図る。

□受入施設の調整と合意の形成

（ターゲット）・映画・映像、ゲーム、アニメ等の監督・映像ディレクター・ロケ担当者
・近畿のフィルムコミッション組織

【事業推進方法】

□フィルムコミッション協会（NPO 法人ジャパンフィルムコミッション）への加入の検討により新たな人脈の獲得

・ターゲット人脈の拡大とロケ情報の収集

・東大阪市内のロケ地候補地の発掘と写真や映像によるアーカイブ化

・受入施設の調整と合意形成

【フィルムコミッション事業 [A]】

2022年秋放送予定

NHK朝の連続ドラマ小説「舞いあがれ！」ロケ誘致が決定！

<テーマ> 向かい風を受けてこそ飛行機は空高く飛べる！

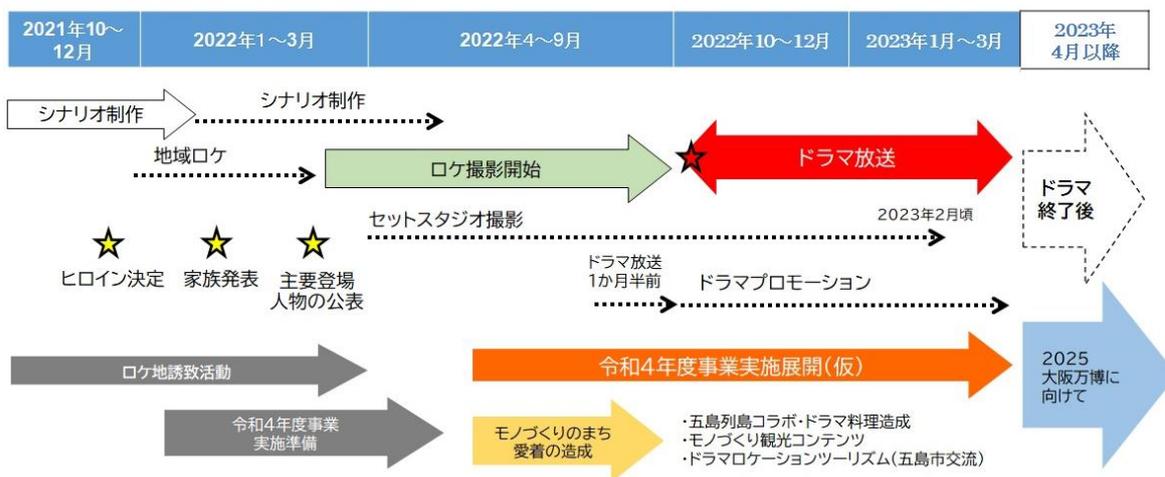
1994年代から現在。ヒロインが、ものづくりのまち東大阪と自然豊かな長崎・五島列島を舞台にさまざまな人との絆を育みながら、飛ぶ夢に向かっていく挫折と再生のドラマ。また、さまざまな困難に翻弄される今、空を見上げて飛ぶことをあきらめないヒロインの物語を通して、明るい未来への希望を届けていく内容です。

<ロケ地>

今回の「舞いあがれ！」はフィクションです。モノづくりのまち東大阪のヒロインの実家の設定は住宅と工場が一体となった「高井田地域」をイメージ。ドラマのスタートは1994年から始まるため当時のロケーションや施設を国際観光室の協力のもとロケーション探しや撮影交渉等を実施。

※ドラマの内容に関する情報及び、ロケ地情報は守秘にあたりご案内できません。

【制作・放送のスケジュール(仮・予定)】



(2) 東大阪市内ロケ撮影支援報告

※詳細報告は守秘義務により省略

- 2021年7月 NHKシナリオ担当と打合せ
市内モノづくり企業取材交渉・取材同行
- 8月 朝ドラ「舞いあがれ！」放映決定！
シナリオ制作のため企業取材交渉・取材同行
- 11月 チーフプロデューサーの野田市長への表敬訪問
- 12月 ロケ地探索開始
ロケ地探索、撮影交渉、ロケ下見、撮影下見
- 2022年3月 ロケ撮影 クランクイン
※5月より五島列島でのロケ撮影※6月他地域の撮影
現在、約半分のシナリオまで。後半は未定。

(3) 地域観光資源への活用

今回のテーマである「モノづくりのまち」を中心に、地域のシビックプライドの醸成や観光コンテンツの造成に取り組む。またドラマの舞台地域としてロケツーリズムとしても活用。



NHKドラマを活用した地域コンテンツの造成並びにブランディング事業の計画は別途資料

(その他誘致事業)

[B] 映画「怪奇タクシー」 →ロケ地「花園中央公園」

水木しげるの元で学んだ漫画家 森野 達弥氏の作品。怪奇タクシーに乗れば怪奇な現象が起こるミステリー怪奇映画。

[C] ABCミュージカルドラマ「オープニング」 →ロケ地「東大阪市文化創造館」

ドラマとミュージカル舞台公演が一体となったABCドラマ。主役はヤングアイドル達。東大阪市文化創造館にて撮影したが、コロナ過により撮影が中止となった。

[D] ABC「ほな行こCar」 →東大阪市役所本庁舎 22 階ほか

お笑い芸人 友近さんがメインでドライブしながら様々な場所を紹介する3分程度の情報番組。
(放送日)・くらのカフェ 2021年11月28日(日)・五條堂、市役所本庁舎22階 12月5日(日)

[E] その他

・映画「笑いのカイブツ」 →東大阪市内のロケ地が利用できず別地域でのロケとなった。

【フィルムコミッション事業[B]】

劇場映画 「怪奇タクシー 風の夜道に気をつけろ！」

東大阪花園中央公園及び東大阪市内での撮影について

巨匠・水木しげるの下で修業した怪奇の鬼才・森野達也が描く、車社会に警笛を鳴らし、悪党に因果応報、不気味痛快ホラーが描かれた漫画「怪奇タクシー」が実写映画化されます。大阪でのロケ地に東大阪市が選ばれモノづくりのまちを代表するネジや、東大阪グルメの代表カレーパンが作品の中で紹介されます。

撮影については以下の日程にて行われ無事に終了した。

【撮影日】

令和4年3月23日(水)・24日(木)・25日(金)

【撮影場所】

東大阪市役所屋上ヘリポートよりドローンによる市街地撮影

東大阪市花園中央公園東大阪花園ラグビー場前

TAKIO ゲストハウス (東大阪市吉田 3-8-16)



【放映予定】 令和4年8月

IV. 【スポーツコミッション事業】（事業費：マーケティング及びプロモーション）

ラグビーの聖地「花園」のブランド化を推進しスポーツツーリズムを造成

東大阪市の地域資源である、聖地花園ラグビー場の優位性を活かし「東大阪花園活性化マネジメント共同体」との協働のもと、全国の中学・高校・大学ラグビー部を対象に、ラグビー春キャンプを推進し誘致活動を実施し、市内宿泊施設の宿泊客の増加と施設の利用拡大に取り組む。

1. 目的 花園ブランドの強化と市内宿泊施設利用客の拡大

高校ラグビー春キャンプやウィルチェアソフトボール花園大会を基軸として

「花園ブランド」の強化と東大阪市内の宿泊施設の利用促進を図ることで市内の宿泊利用者の拡大に取り組んだ。

(1) 聖地花園ラグビー場のブランドを活かした当機構のツーリズム事業として、高校ラグビー春キャンプの商材化を目指す。

(2) 合宿の誘致により「花園ブランド」の構築と宿泊施設利用客数の拡大を目指す。

2. 達成に向けた課題 花園春キャンプの日程設定と受入環境の整備

令和2年度から活動してきた中で見えてきた課題を下記に整理した。

(ア) 花園ラグビー場使用日程の調整

全国高校ラグビー大会が開催される年末年始とラグビーリーグワンの時期である1月～5月の冬春期は試合開催日の日程（主に土日祝）を十分配慮して春キャンプ日程調整。

(イ) 市内宿泊施設に応じた受入環境の整備

既存の市内宿泊施設のラグビー生徒の受入キャパは、練習試合後に必要なチームミーティングの実施を考えると一度に20名～30名で、4つの宿泊施設を合わせても1合宿当たり6校程度が適正である。合宿期間に幅を設けて多くが重ならないように分散して日程調整を行い、誘致活動を行う。

(ウ) 学校が安心して実施できる要件整備

ラグビー保険適用のため、各（市・府・関西）ラグビー協会との報告・確認を行う。

【スポーツコミッション事業[A]】

高校ラグビーの花園春キャンプ誘致の推進

高校ラグビーの花園春キャンプを実現しスポーツツーリズムを造成

2023年3月に花園で春合宿を実施する高校・大学を誘致する。又、トップリーグが開催されていない6月から12月の合宿利用も想定した誘致の可能性に取り組む。

□誘致活動期間：令和3年4月～令和4年3月（令和3年度）

□年度数値目標(KPI) <合計12校>（1校約30名×12校＝約360名）

（想定経済効果：約360名×約2万円＝約720万円）

□事業達成目標（KGI）

ラグビーの聖地「花園」のブランド力を向上しスポーツツーリズムを造成し定着させる。

実施成果報告

「中学・高校ラグビー花園春キャンプ」

■ラグビー場利用日：3月24日(木)・25日(金)

◇学校名：明治大学附属中野中学校 37名

◇宿泊施設(予定)：ホテルウィングインターナショナル東大阪

◇宿泊日数：2泊3日 売上合計(予定)：1,018,700円

(内訳⇒宿泊費：773,300円、施設利用：245,400円)

■3月28日(月)・29日(火)・30日(水)

◇学校名：川越東高等学校 57名

◇宿泊施設(予定)：ホテルウィングインターナショナル東大阪又はホテルセイリュウ

◇宿泊日数：2泊3日 売上合計(予定)：1,559,400円

(内訳⇒予算額：1,191,300円、施設利用：368,100円)

ラグビー花園春キャンプによる売上(予定)：2,578,100円

「かみとんだラグビー合宿連携チャレンジ花園宿泊推進」

「ラグビー花園春キャンプ」推進に向けて、かみとんだラグビー合宿の終了後に「ラグビーチャレンジ花園大会」を市が主体で3月後半に実施し参加校に向けて当機構から市内宿泊施設利用を推進する。

◇開催日程：2022年3月19日(土)・20日(日)(宿泊情報の発信：令和3年12月28日(火))

◇問合せ：兵庫県立星陵高等学校(33名)

⇒リッチモンドホテルにて受入れ予定。

◇宿泊日数：1泊2日 売上合計(予定)：165,000円

ラグビーチャレンジ花園大会売上(予定)：165,000円

残念ながらすべてコロナ・オミクロン株の流行第6波によりすべての学校行事が中止となる。

(次年度に向けて)

- ・本年度のお礼とともに、今後も花園春キャンプについてご理解とご利用についての連絡を行う。
- ・各宿泊施設からも協力して積極的に学校へのアプローチを行って頂く。

【スポーツコミッション事業[B】】

ウィルチェアスポーツツーリズム事業の推進

ウィルチェアスポーツを通じて「誰もが訪れやすいまち」として愛着を醸成

1. 実施目標

A)「車いすソフトボール東大阪花園大会」での市内宿泊を推進。

- ・参加予定6チーム(各15名程度)うち市内及び近郊チームを省く4チーム⇒約60名を目標
- ・1泊2日2食付き 約10,000円×60名=約600,000円

(追加事業)

B)「車いすソフトボール全日本代表チーム合宿の市内宿泊を推進

- ・全日本代表1チーム(約20名)
- ・2泊3日4食付き

2. 実施概要

- ◇大会に参加する車いす選手が安心して来訪できるように宿泊施設のバリアフリー実態情報を提供。
- ◇大会参加で市内の宿泊施設利用の方を2000円分の「食感クーポン」対象プランを適用。
- ◇「食感クーポン」が使えるバリアフリー飲食店の案内マップをスマホで閲覧できるようにサイトを構築。

1. 実施成果報告

案内制作

(1) 参加チーム決定後、東大阪市内の宿泊施設バリアフリーの案内資料を送付



- ・車いすソフトボール東大阪花園大会参加者選手の受入れに当たり、令和2年度の大会の際にホテルセイリュウは前回の申込がなかったことから今回は辞退。3つの宿泊施設の案内となった。

リッチモンドホテル東大阪/ホテルウィングインターナショナルセレクト東大阪/
Uコミュニティホテル

(2) 宿泊特典

今回の「車椅子ソフトボール東大阪花園大会」の参加選手には食感クーポンを配布した。

- ◇食感クーポンチケット(2種)



(3) ホテルフロント配布資料 ⇒ ◇各宿泊施設にて配布 (食感クーポンと一緒にフロントで配布)

食感クーポンが利用できるバリアフリー飲食店



東大阪市内にある、食感クーポン利用可能なバリアフリー飲食店一覧です。和食、中華、イタリアン、洋食、焼肉など幅広いジャンルから気になるお店をお選びいただけますので、ぜひ宿泊と合わせてお楽しみください。

【詳細はこちらから】
(スマホでQRコードをかざしてください)



@pikahiga.jp



※ご来店の際は、必ず事前に店先へご予約のお電話をお願いいたします。
※食感クーポンを利用するためには、事前にID登録が必要になります。(こちらから、IDをご登録ください。)

長田駅周辺	1.【創作和食】うまいもの処 ゆめぜん 2.【串かつ】串かつ浪漫亭 3.【和食】もつ鍋家 ー(はじめ) 4.【和食】ふく活	周辺	10.【和食】自然菜食 りんどう
八戸ノ里駅周辺	5.【和食】串揚げ ふじ川 6.【和食】味彩旬香 菜ばな 7.【イタリアン】あるとれたんと	布施駅周辺	11.【居酒屋】薩摩郷土料理 ちどり亭 布施店 12.【焼肉】焼肉いつき
河内小阪駅	8.【和食】すき焼き香壽 もりやま 9.【中華】祥瑞樓 U・コミュニティホテル店	吉田駅周辺	13.【洋食】花ラゴムライス 14.【焼肉】和牛処 助善
		石切駅・新石切駅周辺	15.【鉄板焼き】ダイニング極 16.【中華】ダイニング極 17.【イタリアン】レガーロ 18.【和食】創作美食梅ヶ丘

(4) WEB、スマホサイトの構築

宿泊施設で宿泊者に配布頂いた案内資料のQRコードから、バリアフリー対応の飲食店情報やGoogle MAPが閲覧できるようにした。



成果報告

A)「車いすソフトボール東大阪花園大会」。

(1) 市内宿泊施設／泊数

チーム名	リッチモンドホテル			ホテルウイング			延べ泊数
	12/3(金)	12/4(土)	12/5(日)	12/3(金)	12/4(土)	12/5(日)	
埼玉 A.S.ライオンズ	—	—	—	0	7	0	7
東海 UNITED	—	—	—	11	11	0	22
DRAGONS							
茨城アストロプラネッツ	3	10	0	—	—	—	13
Glitters	10	17	1	—	—	—	28
合計泊数	13	27	1	11	18	0	70

※関西アンバランス、CRONY(東大阪)→ 自宅から車利用のため報告から省いた。

[宿泊者数／延べ泊数] 45 名 (宿泊者合計数) / 70 泊

(2) [参加チーム、/参加人数] 6チーム59名 (参加人数)

- ・埼玉 A.S.ライオンズ …… 7/11名 (ホテルウイング、
未成年者は家族で大阪市内ホテル泊)
 - ・東海 UNITED DRAGONS …… 11/16名 (ホテルウイング)
 - ・茨城アストロプラネッツ …… 10/12名 (リッチモンドホテル、府内実家泊)
 - ・Glitters (茨城) …… 17/20名 (リッチモンドホテル)
- ※健常者は実家に宿泊、他交通機関セットプランで大阪市内に個人予約で宿泊した。

(3) 食感クーポン配布・利用実態

[宿泊機関配布数] リッチモンドホテル 22枚 /ホテルウイング 23枚

※参考:「ゆめぜん」回収分 35枚

(内訳:リッチモンド発行分 18枚/ホテルウイング発行分 17枚)

(追加事業)

B)「車いすソフトボール全日本代表チーム合宿

(1) 実施概要

・宿泊期間:7月22日(祝・木)~25日(土) 2泊3日(3日間)

車いすソフトボール代表合宿 宿泊基礎情報

宿泊情報	7月			
	宿泊日	21日 (水)	22日 (木・祝)	23日 (金・祝)
		□チェックイン		→□チェックアウト
宿泊人数	5名	11名 計16名	2名 計18名	

宿泊施設 最寄り駅:大阪メトロ中央線「長田駅」

【ホテルウイングインターナショナルセレクト東大阪】

・宿泊人数:車いす利用18名(うち健常者5名、バリアフリールーム利用1名)

・駐車場利用台数:14台

・**宿泊利用合計額: 404,800円**