

# 令和4年度事業計画案

## I. 【フィルムコミッション事業】 事業費：NHK 朝ドラ関連事業

### 【目的】

地域のロケ誘致を行い認知拡大とシビックプライドを醸成する

映画・テレビドラマ、マンガ・アニメ、ゲームなどの物語の場面として、地域施設やまち並みが活用され登場することで、多くの人々に注目され東大阪市の知名度が拡大し、地域ブランディングにもつながります。

また継続的にロケーション誘致事業を行うことで、地域への愛着の醸成や地域資源のツーリズムの造成による地域活性による経済的効果の創出を目的としています。

### 【実施内容】

本年放映が予定されているNHK朝ドラ「舞いあがれ！」をチャンスとして、「モノづくりのまち」だけでなく「スポーツ」「飲食」「歴史・文化」など多くのロケ地としてのポテンシャルを発見しロケ地としてPRする。更に番組制作のロケ担当者の人脈拡大やフィルムコミッションつながるロケ誘致活動にも取り組み、地域を広くアピールでき地域への愛着の醸成にも取り組み、東大阪をロケ地として採用する機会を創出するためロケ候補地の発掘やアーカイブを図る。

#### (1) 実施項目

- ◎令和3年度に探索した市内のロケ候補地をアーカイブ化
- ◎フィルムコミッション協会の入会等を検討。制作会社のロケ担当者の人脈を拡大
- ◎次年度に向けたロケ誘致活動を実施

#### (2) 今年度事業推進の流れ

##### ①アプローチ

メディア、映像会社、近畿フィルムコミッション等  
ロケ担当者へのアプローチ

##### ②相談対応

制作会社ロケーション担当からの相談

##### ③ロケ地交渉

テーマに応じたロケ地探索、ロケ交渉

##### ④撮影実施

ロケ地での撮影（休憩所、ロケ弁等）

##### ⑤アーカイブ化（資源化）

- ・上記の積み重ねによる東大阪市内のロケ地候補地の交渉
- ・ロケ地発掘と写真、映像、歴史、エピソード等のアーカイブ化
- ・WEBへの情報集約と情報の発信



# ドラマ放映を活かした

## 「モノづくりのまち東大阪」観光ブランディング事業

### 業務の概要（仕様書抜粋）

(1) 業務の名称

ドラマ放映を活かした「モノづくりのまち東大阪」観光ブランディング事業業務

(2) 令和4年秋から令和5年春まで放映されるNHK連続テレビ小説「舞いあがれ!」は、ヒロインが、モノづくりのまち・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。東大阪の町工場に生まれたヒロインのストーリーとともに、モノづくりに対する市民の共感や地域の活性化を図る。当事業は、本市へのブランディング・認知拡大・シビックプライドの醸成を目指し、「モノづくりのまち」の魅力在全国に発信し、「モノづくりのまち東大阪」の観光ブランディングを推進するため実施する。従来から東大阪市内で進められてきたモノづくり観光や「体感まち博」等の事業内容も十分に加味し、その上で当事業を企画構築する。

(3) 予算規模（消費税および地方消費税を含む）

事業【1】～事業【4】全部 63,000,000円（消費税込み）

（事業ごとの参考内訳は下記の通り）

事業【1】 地域観光資源の商品開発とブランディング事業 13,000,000円

事業【2】 ドラマ館&モノづくりのまち観光拠点づくり 30,000,000円

事業【3】 情報発信の強化 10,000,000円

事業【4】 東大阪おもてなし強化事業 10,000,000円

※上記金額は契約時の予定価格を示すものではなく、今回提案される企画内容の規模を示すためのもの※事業【4】にクーポンなど事業者協力支援金5,000,000円を含むものとする。

| 項番 | 内容                       | 日程                                    |
|----|--------------------------|---------------------------------------|
| 1  | 参加意思表明書・誓約書・事業者概要書受付期間   | 令和4年4月8日（金）13時から<br>令和4年4月18日（月）17時まで |
| 2  | 説明会                      | 令和4年4月15日（金）13時から                     |
| 3  | 質問受付                     | 令和4年4月18日（月）17時まで                     |
| 4  | 質問回答期限                   | 令和4年4月20日（水）17時まで                     |
| 5  | 企画提案書・経費見積書・実績調書・辞退届提出期限 | 令和4年5月6日（金）17時まで                      |
| 6  | 第一次審査結果通知                | 令和4年5月10日（火）17時まで                     |
| 7  | プレゼンテーション                | 令和4年5月12日（木）予定<br>（各社時間調整あり）          |
| 8  | 優先交渉事業者決定通知              | 令和4年5月17日（火）17時までに通知                  |

## **事業【1】地域観光資源の商品開発とブランディング事業**

ドラマを活用したツーリズム（個人・団体）の造成を図り、マーケティング調査を基とした観光ブランディング計画の策定と実施。ロケ地や市内周遊、誘客などのツアー造成とそのプロモートを行うこと。

### **①地域観光コンテンツに関するリサーチ並びに商品開発とブランディング計画策定**

地元事業者を巻き込んだ複数の体験ツアープラン企画（「まちあるき」や「まちづくり」の概念を含む）の推進、およびドラマ放送を契機とするモノづくりのまち東大阪の観光ブランディング計画を策定すること。同時に、市場調査および市内外のターゲットリサーチ・分析等調査計画も策定し、そこから導き出される観光商品（コンテンツ）の提案と販売計画も策定する。

#### **<企画提案と業務推進（例）>**

・「ファクトリー体験プラン」、「文化観光魅力発見プラン」などのロケ地を絡めた、まちあるきツアーなど観光プログラム商品開発の企画、およびその販売促進プロモート（対旅行代理店・交通事業者等の交渉・調整を含む）。

### **②地域ブランディングキャンペーンの表現開発（キャッチフレーズとビジュアル）**

#### **およびブランドブックとなる観光ガイドパンフレットの制作**

ドラマ放映内容に合わせて、①の内容を訴求するクリエイティブ表現を策案し、その表現案となるガイドパンフレット（当事業全体の根幹となる本カタログ）を企画制作する。ブランドブックの性格を持ち、当事業の目的や狙いについて、市民をはじめ各事業者・市外からの来訪者にも広く啓蒙・訴求できるものとする。

#### **<企画提案と業務推進（例）>**

- ・上記①に基づくブランドブック兼まちあるきイメージ観光パンフレット。
- ・WEBサイト（事業【3】-①）と連動する（展開できる）内容を考慮しながら作成。

### **③情報拡散・PRの実施**

造成したツアーなどの商品企画をメディア関係・ブロガー等、情報発信者および市内外の消費者に向けてプロモートを実施し情報の拡散を狙うこと。

#### **<企画提案と業務推進（例）>**

- ・マスメディア・オンラインメディア向けプレスツアーの実施。
- ・WEB広告・PR媒体の使用など
- ・東大阪市来訪者参加型の情報拡散方法（謎解きまちあるき、フォトロゲイニング等）についてもデジタル情報拡散のより高い効果を連動して考慮する。
- ・まちあるきを主とする観光コンテンツとなる情報発信媒体（飲食店情報などのWEBプラットフォーム）との連携の提案も可。

## **事業【2】ドラマ館（展示場）&モノづくりのまち観光拠点づくり**

ドラマのコンテンツを最大限活用できるようNHK局制作側と交渉・調整し、さらに東大阪のモノづくり観光を最大化するコンテンツを地元事業者（メーカー・工場等の事業者）と交渉し、協働して立案・制作し魅力的な展示拠点を企画制作し、運営管理を行うこと。

## ①ドラマ館とモノづくりのまちが一体となった展示ブース制作およびモノづくり観光コンテンツ強化

ドラマ放映を活かした情報展示と、モノづくり展示ブースが一体となったコンテンツを制作し展示を行う。将来的なモノづくりミュージアム構想につながるもの(ハード・ソフト)を検討すること。これまでも東大阪市内で実施しているモノづくり観光・オープンファクトリーのような事業や活動を勘案し、それらの動きの今後のサポートや連携する内容としても提案すること。プログラムに新たな仕掛けなどの魅力を付加することで、コロナ禍で減少した需要の新たな復活と拡大を狙うこと。

### <企画提案と業務推進(例)>

- ・市内各所、公共スペースや主要商店街・駅前等に展示ブースを設置し、市内外にアピールする。市内5～8カ所程度の移動型展示物の制作および運営管理を行う。
- ・市庁舎22階スペースおよび産業技術支援センター別館モノづくり試作工房「SEED(愛称)」等を活用した展示・事業展開案の検討。

## ②大型展示物・オブジェ・各種VR機器の展示演出の提案(オプション可・複数提案可)

市役所本庁舎や各種公共建造物・交通広告を活用した大型展示物(壁面アートや広告看板等)を用いることによって他の情報媒体との相乗効果をはかり、情報拡散による二次波及効果も狙うものとする。

### <企画提案と業務推進(例)>

- ・大型OOH(サインボード・屋外看板・車体広告・機体広告・オブジェなど)の媒体費・設営・管理・企画制作費等の提案および採用された場合の実施運営。コンテンツ内容の企画制作。(表現内容や事業でNHKと関連するものはその交渉調整作業含む)
- ・上記制作物そのものの二次PRや情報発信作業(メディア発表や話題作り)の立案。
- ・新たなXRなど技術開発を加味したユーザーインターフェースの進化による展示演出の強化策の提案。(他事業者との共同実験・デモ展示などの事業協力の提案も可)

## 事業【3】情報発信の強化

ドラマと連動して市内外に向けた当事業の情報発信の強化と認知度向上に向けたプロモーション等を実施する。実施に際しては事業【1】【2】などの内容と連携を十二分に意識する。

### ①デジタルライゼーション

ドラマと連動して開始する地域ブランディングキャンペーン(事業【1】-②)のためのWEBサイトの企画制作並びに周遊アプリの企画開発、SNS情報発信等によるデジタルを活用した情報発信力の強化を図る。

### <企画提案と業務推進(例)>

- ・ドラマの情報発信と連動する内容を拡充した東大阪観光サイトのWEB再構築。(NHK関連事業以外の本体事業との連携を考えた提案など)
- ・SNS等による市内外の一般消費者に向けた情報発信活動。
- ・周遊アプリの企画開発(クーポン発行機能など自由提案)とその普及施策の提案。

## ②ドラマ放映と連動して地域情報の満載された各種PR用案内ツール等の作成

上記【1】-②で制作された地元オリジナルキャンペーンの表現およびその趣旨に基づき、細分化された各種の東大阪らしさ・魅力の情報を伝える各種おもてなし案内物等を制作すること。

### <企画提案と業務推進（例）>

・ロケ地まちあるきマップ※、ドラマ観光案内パンフレット※、のぼり・ポスター・サインボード等 00H ツール類の企画制作および配布推進。【1】の調査計画策定後、予算を鑑みて詳細配布計画を推進する。

※NHK側と内容・時期については詳細交渉が必要。

## ③東大阪市への誘客に直結する交通媒体等タイアップキャンペーン（市外）の実施

事業全体の活動を対外的にアピールし、誘客につながるよう交通事業者等とのタイアップキャンペーン企画を立案し推進すること。

### <企画提案と業務推進（例）>

・JR、ANA、私鉄等交通事業者との連携によるキャンペーンの実施。  
・交通広告媒体・事業タイアップ等による露出の拡大を図る。NHK番組コンテンツと連動した表現物の掲示もありうる。（媒体コストは参考数値を提案すること。オプションメディアプラン提案可）。東大阪市場の内需および周辺地域への効果を第一義に考慮し、かつNHK番組の全国的な影響力も考えたバランスを留意のこと（事業【1】の内容を参考に）。

## ④地域情報を発信できるテレビ番組等マスメディアとのタイアップ事業提案

事業全体の活動を対外的にアピールし、誘客につながるようマスメディア・ネットメディア等事業者とのタイアップキャンペーン企画を立案し推進すること。

### <企画提案と業務推進（例）>

・NHKおよび各民放局やネットメディアを活用したタイアップ企画提案。ただし予算を鑑みてオプション提案としても可。東大阪の地域ブランドもしくはモノづくり観光が関西一円、ひいては全国での知名度・認知度アップにつながることを視野に入れる。

## 事業【4】東大阪おもてなし強化事業

市内のおもてなし強化に向けて地域の参画事業者の間口の拡大を図り、地域ブランディングを基軸としたオリジナルキャンペーン等を実施する。活動の一体化を促進し、地元各種団体・事業者との調整作業を行う。

## ① ドラマと連動した地域オリジナルキャンペーンの実施運営

ドラマと連動して、事業【1】-①で策定した地域ブランディングキャンペーンをもとにプロモーション展開を企画制作し、ブランド管理を行うとともに各種地域事業者活動の支援事業を管理統括する。ドラマ放送終了後も地域事業者・商店街の活性化につながる企画であること。

### <企画提案と業務推進（例）>

・オリジナルキャッチフレーズ、キャラクター、ロゴデザイン等のブランド管理（商標等の運用事務・事業者との使用管理交渉等も含む）。その際、従来の東大阪市マスコットキャラクター「トライ

くん」との使用・運営と連関した規定も考慮する。

- ・地域オリジナルキャンペーンPR動画制作およびその使用媒体の提案。
- ・受入環境整備に向けた商店街などと連携する企画、地域ツールの制作。
- ・前記【1】-②で制作したコンテンツと連携しつつ地域事業者向けオリジナルPOPやポスター、店舗用ノベルティ制作および配布・調整作業など。

### ②物産商品開発支援・キャンペーンブランド管理事業

東大阪商工会議所、商店街、地域事業者等と連携して、お土産・物産商品のキャンペーンロゴ活用等、事業者の支援を実施する。

#### <企画提案と業務推進（例）>

- ・商品ブランド管理・商品マーケティング支援活動・プロダクトマネジメント支援事業等のコンサルティング活動など。

### ③宿泊事業者及び飲食店支援キャンペーンの企画実施

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、集客に苦戦する宿泊事業者及び飲食店を支援する企画を当該事業者団体の代表と検討し実施する。企画を検討・運営サポート。およびその事務局作業。

#### <企画提案と業務推進（例）>

- ・クーポンキャンペーン（例）やバル開催等。

### ④東大阪地元事業者を意識した地域物産展等の域外交流企画実施（VRとリアルの併用）

従来の地域イベントとの連携も含めて検討。当該年度以降も東大阪周辺関連商材による、例えば朝市やマルシェなどの継続策も意識した事業を実施すること。

#### <企画提案と業務推進（例）>

- ・ドラマと連動した五島列島等の地域物産を市内各所にて実施。
- ・商業施設や商店街、駅スペース等にて地元事業者とともに物産展を実施する。随時、五島市や他地域と東大阪市のネット中継やヴァーチャル商談会などITを駆使した企画。

#### <番組ロゴ>



ドラマ放映を活かした「モノづくりのまち東大阪」観光ブランディング事業  
業務受託事業者選定会議議事録

1. 日 時 令和4年5月12日（木）午後4時30分～午後5時00分
2. 場 所 大阪府東大阪市荒本北一丁目1番1号  
東大阪市役所別館2階 ミーティングルーム
3. 出席者 審査委員長 高橋一夫  
審査委員 山本吉伸、丸岡範夫、阪上義治、尾上雄右  
オブザーバー 杉本たか、阿部勝喜、日高直基  
高階正道、吉田美知彦、吉田重登志
4. 議 題 ドラマ放映を活かした「モノづくりのまち東大阪」観光ブランディング事業  
業務受託事業者選定にかかる総合評価方式にて優先交渉事業者の選定につ  
いて

5. 議事の経過及び結果

審査委員長・高橋一夫より、令和4年5月12日午前10時より午後4時まで  
に行われた5グループによるプレゼンテーションの各委員による採点の結果  
は以下の通り。

| 順位 | 得点  |
|----|-----|
| 1  | 829 |
| 2  | 723 |
| 3  | 653 |
| 4  | 596 |
| 5  | 532 |

各委員からの審査の感想の発表の後、上記の結果を受け、審査委員長・高橋  
一夫より優先交渉事業者を「株式会社博報堂関西支社」とする旨の説明があ  
り、議場に諮ったところ全員一致をもって承認された。

## <提案内容(抜粋)>

### 「モノづくりを担う人たちの魂が詰まったまち」

- 一心不乱さ** : 常に危険と隣り合わせで、一つのことに集中して取り組む必要があること
- 直向きさ** : 派手さが無くても、地道にやり続ける・やり通すこと
- 有用さ** : 人と人をつなぐ、無くては機能しない重要なピースであること



モノづくりのまちが提供する価値・目指す観光ブランディング

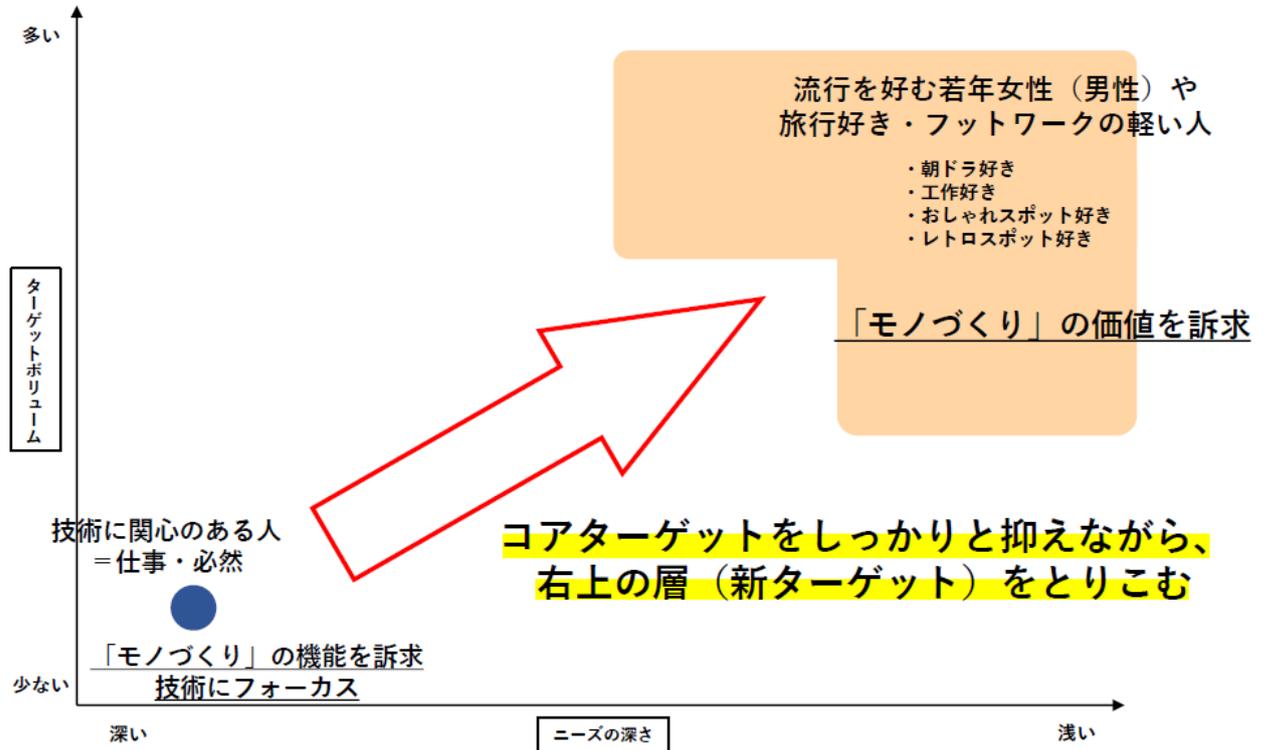
### モノづくりを担う人たちの魂とのふれあいにより 前向きになれるまち

東大阪市=挑戦したくなる気持ちを醸成するまち、気持ちが高まるまち

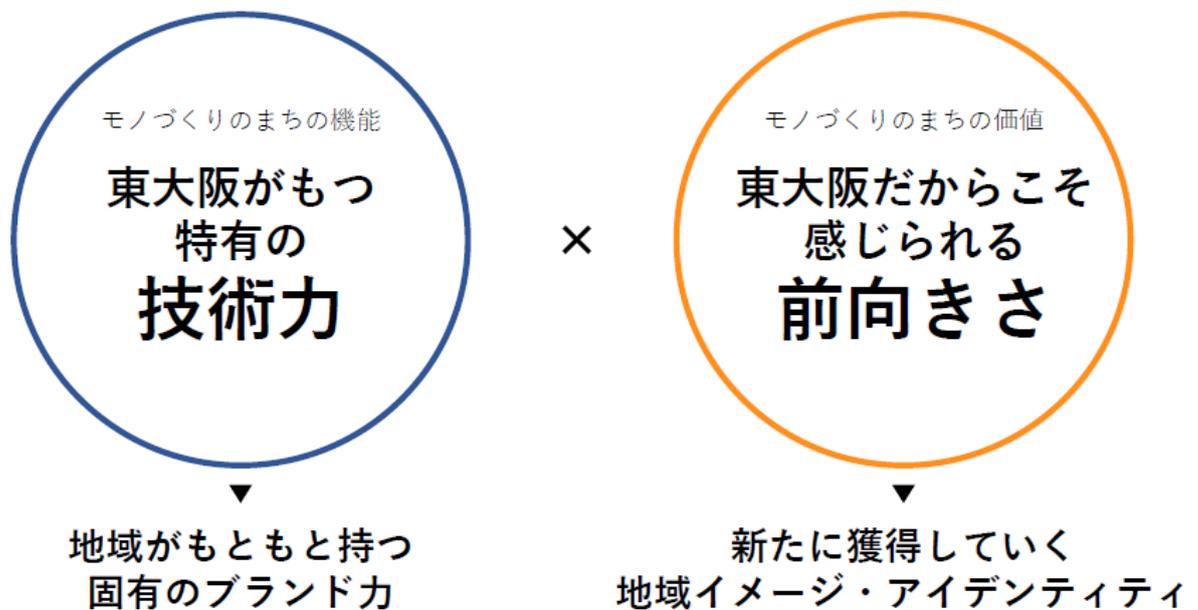
東大阪にふれることで、自身の挑戦心が舞い上がる事業をめざします

モノづくりの「価値」を提供することで、  
モノづくりとは今まで縁遠かった人たちにも波及させることを目指す。





朝ドラ「舞いあがれ！」の放映を活かした本事業を通し、  
東大阪市自体も新たな挑戦に挑み、第三者からの評価＝地域ブランドを構築していく



※企画書内容は別紙

## II.【オープンファクトリー「こーばへ行こう！」】(事業費:モノづくりのまち発信事業業務)

### 【業務目的】

東大阪市では、モノづくりの現場を活用し、市民や国内外からの来訪者に本市のモノづくりを体験・体感していただくイベント「こーばへ行こう！2022」を実施することで「モノづくりのまち東大阪」を国内外に発信し、認知度向上と市民の誇りの醸成を図るとともに、住工共生・人材確保・技術承継・販売拡大などに寄与するとともに、観光資源としての効果を期待するもの。

### 【開催期間】

令和4年11月18日(金)・19日(土) 予定

### 【参加企業募集説明会】

日時：令和4年6月28日(火) 19:00～20:30

場所：クリエイション・コア東大阪 南館 3階 研修室

### 【業務内容】

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「こーばへ行こう！2022」を本年度も実施し、各モノづくりの現場への周遊を図る。

昨年は、15社12か所での開催であったが、本年はより多くの参加企業を募るため「参加企業募集説明会」を行う。

また、本年は10月から放送予定の連続テレビ小説「舞いあがれ」の舞台がモノづくりのまち東大阪であるため、それと連動した事業を行うことにより東大阪市の魅力を各方面に伝えより効果的な事業とする。

#### (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

エンターテインメント性など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および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。

### Ⅲ. 【体感まち博】（事業費：新たな観光まちづくり事業）

#### 1. 令和4年度まち博関連事業予定

令和4年度まち博関連の事業については、消費を促せるような提案として市内の散策にオプションを付けたコースの設定や、NHK 朝ドラで「東大阪」がクローズアップされることを想定し東大阪観光協会と協働で来訪者が興味を持ってもらえるような新しい切り口のまち歩きを提案します。

|                   | 令和4年度 事業予定 | その他観光促進のための事業者支援   |
|-------------------|------------|--|
| 第一<br>四<br>半<br>期 | 4月         | ・まち博関連事業計画推進   |
|                   | 5月         |  |
|                   | 6月         | ★「あじさいまつり」期間の誘客キャンペーン                                    |
| 第二<br>四<br>半<br>期 | 7月         | ★地形散歩案内人 新之介さんの講演会(仮)<br>「東大阪の地形」<br>(オプション:市庁舎22F見学&軽食) |
|                   | 8月         |  |
|                   | 9月         |  |
| 第三<br>四<br>半<br>期 | 10月        | ★ひがしおおさか体感まち博2022 30プログラム予定<br>(10/15~11/20 36日間)        |
|                   | 11月        | ・ラグビーのまち、聖地花園 なぞの花園 謎解きゲーム<br>(10月~2月開催)                 |
|                   | 12月        | ・振り返り STEP UPセミナー  |
| 第四<br>四<br>半<br>期 | 1月         | ・朝ドラ連携 東大阪で宿泊+モノづくり体験ツアー(仮)                              |
|                   | 2月         | ★プラタモリ企画 第2弾 東大阪地形さんぽ(仮)                                 |
|                   | 3月         | ★稲田桃を楽しむまち歩き(オプション:東大阪グルメ)                               |
| ★…観光協会との協働事業      |            |  |

#### ■数値目標

- ・まち博案内人会員数：30人（会費目標：300,000円）
- ・まち博参加者：850名（売上目標1,615,000円）
- ・謎解き参加者：1500名

#### 2. その他観光促進のための事業者支援

- （1）常時／リクエストによる体験提供ができる市内事業者リストを機構HPに掲載。
- （2）司馬遼太郎生誕100年記念ミュージアムグッズ制作の提案（市内事業者を紹介）
  - ・株式会社箱常（木のお弁当箱ほか）
  - ・エップヤーン株式会社（高品質Tシャツ）
  - ・虹紙製作所（レザーグッズ）

## (新規事業)

### 新発見！東大阪の高低差を歩いてみる 「新之介さん講演会&交流会」(案)

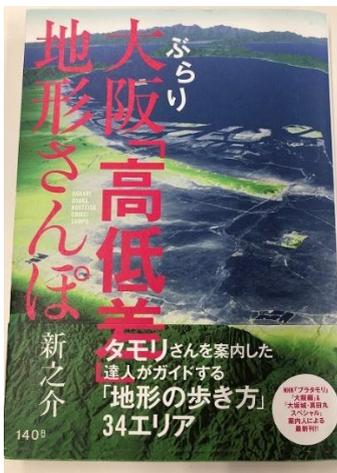
日 程：平成4年8月20日(土)

時 間：午後1時半～午後3時(講演会～市役所22F展望ロビーにて交流会)

会 場：クリエイション・コア東大阪南館 技術交流室A(または市役所22F会議室)定員50名程度

参加費：1,000円(展望ロビーウエルカムドリンク込み)

内 容：著書でも紹介された東大阪の高低差から歴史を紐解き、地形からみる東大阪の魅力を再発見する。講演会に引き続き、日本夜景遺産に認定されている東大阪市役所展望ロビーのある地上22階から市内を眺め、スカイラウンジでカフェタイム交流会を行う。



講 師：新之介(しんのすけ) / 大阪高低差学会代表

1965年大阪市生まれ。2013年に大阪高低差学会を設立。

地形と歴史に着目したフィールドワークを続けている。NHK『ブラタモリ』の

大阪・大阪城・真田丸スペシャルの案内人。著書に『凸凹を楽しむ大阪「高低差」地形散歩』、『凸凹を楽しむ大阪「高低差」地形散歩 広域編』、『凸凹を楽しむ阪神・淡路島「高低差」地形散歩』(いずれも洋泉社)

## 【スポーツコミッション事業】 事業費：観光に資するコミッションの取り組み

### (新規テーマ)「キャッチボールクラシック」の市内宿泊誘致を推進

#### 1. 「キャッチボールクラシック全国大会・国際交流大会」市内宿泊誘致推進事業

キャッチボールクラシック全国大会・国際交流大会を荒本青少年運動広場で開催される。  
当機構ではその全国から集まるチームの市内宿泊誘致の推進に取り組む。

#### 【大会概要】

□開催日時：令和4年12月3日(土) 9時(又は10時)～16時頃を予定

(午前) キャッチボールクラシック全国大会

(午後) キャッチボールクラシック国際交流大会

□開催場所：荒本青少年運動広場

□参加チーム：20チーム(予定)

□概要：各地域の予選を勝ち上がったチームが全国大会へ出場する。

遠方のチームが東大阪に来ることが想定される。

20チームの内訳は東大阪市内チーム5チーム程度、残りが東大阪以外のチーム

□ルール：キャッチボールの正確さとスピードを競うゲーム。9人1チームが、

2分間にキャッチボールが何回できたかで勝敗が決まります。



#### 宿泊誘致目標

東大阪市の5チームを外した最大15チームを対象に1泊2日の宿泊プランを案内し市内誘客を図る。

・対象：1チーム約10名×15チーム＝約150名(想定誘客目標)

#### 宿泊受入環境の整備

チームを受け入れる宿泊施設の部屋数の確保と環境の整備

#### アウトカム

ラグビーだけではない「スポーツのまち」のブランド価値を高める。

## 2. 「高校ラグビーの花園春キャンプ誘致の推進」

### 花園春キャンプの受入環境の再整備

#### ① 花園ラグビー場使用日程の調整

トップリーグの時期である1月～5月の春期は試合開催日の日程を十分配慮して「東大阪花園活性化マネジメント共同体」と協議の上日程調整を行う。

#### ② 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、1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校が限度である。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。

#### ③ 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。

#### 実施目標：

中高大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中学・高校・大学を誘致する。

□誘致活動期間：令和3年4月～令和3年3月（令和3年度）

□年度数値目標（KPI）

6校×2週＜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。

## 3. ウィルチェアスポーツツーリズム事業の推進

### 1. 背景

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

我々はラグビーに限らず、スポーツを広く捉え「する」「観る」「支える」の観点から、東大阪市への愛着やブランド推進に取り組む。

2020年12月にできた東大阪市ウィルチェアスポーツコートの特徴を活かして、新たなウィルチェアスポーツの聖地花園として、インクルーシブな考え方を取り入れたスポーツを通じた「誰もが訪れやすいまち」の構築を推進する。

### 2. 令和4年度 車いすソフトボール大会開催計画

| No | 大会名     | 日程             | 主催           | 参加予定              | 備考                       |
|----|---------|----------------|--------------|-------------------|--------------------------|
| 1  | 西日本大会   | 7月9日<br>～10日   | JWSA         | 6チーム<br>(6×20名)   | 20名中約半数車いす               |
| 2  | 全日本代表合宿 | 7月16日<br>～18日  | JWSA         | 約30名<br>(1チーム)    | 車いす20名<br>他監督・コーチ等       |
| 3  | 国際交流大会  | 11月3日<br>～6日   | JWSA<br>東大阪市 | 米、印、豪国と<br>日本3チーム | 1チーム(海外)50名<br>うち約半数名車いす |
| 4  | 東大阪花園大会 | 11月25日<br>～26日 | 東大阪市         | 全国6チーム<br>(6×20名) | 20名中約半数車いす               |

□会場：東大阪市立ウィルチェアスポーツコート（花園）

### 3. 実施目標

#### ①「車いすソフトボール西日本大会」での市内宿泊を推進。

- ・参加予定6チーム（各20名程度）うち関西チームを省く5チーム⇒約100名を目標

#### ②「車いすソフトボール日本代表合宿」の市内宿泊を推進

- ・全日本代表1チーム（約30名）⇒約30名を目標

#### ③「車いすソフトボール国際交流大会」での市内宿泊を推進。

- ・参加予定6チーム（各20名程度）うち関西チームを省く5チーム⇒約100名を目標

※宿泊の是非を1か月前に判断する。との条件から宿泊事業者への協力を要請

#### ④「車いすソフトボール西日本大会」での市内宿泊を推進。

- ・参加予定6チーム（各20名程度）うち関西、市内チームを省く4チーム

⇒約80名を目標

※宿泊施設周辺の飲食店や市内観光のバリアフリー情報も収集し提供する。

## 会員拡大について

東大阪市内の交通・宿泊・飲食・モノづくりなどの事業者と連携を持ち有益な情報を共有し、また、地域への波及効果の高い事業を展開すること、そして会員独自の特典を明確にすることにより地域の事業者の信頼を得て会員の拡大を図る。

「ひがしおおさか体感まち博」の今後も発展拡大を継続していくために従来の案内人を会員化することにより組織の充実をさせていく。

昨年、一昨年と観光消費喚起促進事業を行ってきたが、本年も継続的な事業として形を変えながら実施予定である。昨年参加した飲食店、ホテル及び民泊事業者を対象として今後機構との協力体制強化のために会員化を目指す。

### 【1】 飲食店関係会員 年会費：5,000円

(有効期間は会費納入日から直近の当機構事業年度3月末日まで)

- (1) 機構が実施する事業に優先的に無料で参加  
(例 東大阪満喫クーポン・ひがしおおさか食感クーポン)
- (2) 当機構のWEBサイト「ピカひが」への無料掲載
- (3) 事業者向けセミナー/ワークショップへの無料参加
- (4) 体感まち博での紹介

### 【2】 宿泊事業所会員 年会費：50,000円(ホテル)

年会費：10,000円(民泊事業者)

(有効期間は会費納入日から直近の当機構事業年度3月末日まで)

- (1) 各種スポーツ団体や花園ラグビー場を使用する団体の宿泊をあっせんし、各種スポーツ団体に市内各宿泊施設の紹介
- (2) 機構の実施する宿泊客の誘客事業(観光消費喚起促進事業)に優先して参加の案内
- (3) 当機構のWEBサイト「ピカひが」での施設紹介
- (4) 事業者向けセミナー/ワークショップへの無料参加

### 【3】 まち博パートナー会員

年会費：10,000円(有効期間は会費納入日から直近の当機構事業年度3月末日まで)

- (1) 体感まち博専用申込WEBサイトの利用
- (2) まち博リーフレットへのプログラム掲載無料(2プログラムまで)
- (3) 事業者向けセミナー/ワークショップへの無料参加
- (4) 当機構のサイトに常時/リクエスト受付可能な事業者リストとして掲載無料
- (5) 事業者サポートとして希望の事業者には体験コラボ等をマッチング

#### 【4】 まち博テンポラリー会員

参加費：5,000円（「ひがしおおさか体感まち博」に案内人として当該年度1回参加）

- (1) 体感まち博専用申込 WEB サイトの利用
- (2) まち博リーフレットへのプログラム掲載無料（2プログラムまで）
- (3) 事業者向セミナー／ワークショップへの参加は有料

#### 【付記】

##### ひがしおおさか体感まち博案内人 パートナー会員／テンポラリー会員制度について

令和4年度5回目を迎える体験型観光プログラムイベント「ひがしおおさか体感まち博」事務局運営では東大阪ならではの体験型観光プログラムを提供する市内事業者（以下、「案内人」）のイベント参画について、以下のとおり案内人会員制度を設けます。

##### ■目的

「ひがしおおさか体感まち博」案内人会員制度は、体験プログラムを提供する案内人の個々のスキルアップ、自立経営支援、および案内人同士のネットワークづくりを目的とする。

##### ■体験型観光プログラムとは

東大阪市民（団体や事業者を含みます）自らが地域資源を活用したり、これまでの活動を通して培われた技術やサービスを提供することで、観光客に対し東大阪市の持つ魅力を体験してもらうプログラムをいいます。具体的には、以下のような要素のいずれかが含まれているものを想定しています。

1. 地域資源を活用した東大阪の歴史、文化、自然、スポーツ、産業などを題材としたプログラム
2. 東大阪の技に触れる（職人やアーティスト、プロの技に学ぶプログラム）
3. 東大阪人の魅力に触れる（東大阪的人間国宝に会いに行く）
4. 特別公開・特別開催プログラム（“今だけ”企画）
5. まち歩き、ガイドツアー
6. 食文化体験プログラム（飲食店の通常メニューは除きます）
7. その他、東大阪らしい創意工夫で楽しめる体験型プログラム