

世界とつながる
体験型ツーリズムを
目指して



一般社団法人
東大阪ツーリズム振興機構
HIGASHIOSAKA TOURISM AGENCY



一般社団法人
東大阪ツーリズム振興機構
HIGASHIOSAKA TOURISM AGENCY

大阪府東大阪市荒本北1丁目4番1号
クリエイション・コア東大阪南館1階2108室
Tel:06-6747-8815 Fax:06-6747-8820

東大阪ツーリズム振興機構(東大阪版DMO)発足にあたって

代表理事 清水洋一郎

東大阪市では、ラグビーワールドカップ2019が聖地・花園で開催されることが決定しています。また2020年には東京オリンピック・パラリンピックが開かれ、2021年には関西ワールドマスタースゲームズの開催が予定されています。更に政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン」の中で日本を訪れる訪日外国人を2020年には4000万人とする目標を掲げており、現在の2000万人を大きく超え更に拡大する方向性を打ち出しています。こうした好機を生かし、交流人口の拡大と地域の活性化を目的に、地元の皆様と一緒に、「住んでよし、訪れてよし、稼いでよし」の観光マネジメントの視点を持ったここ東大阪での観光地域づくりを目指してまいります。

そのため、東大阪版DMOとして東大阪ツーリズム振興機構では、東大阪市観光振興計画で掲げている3つの重点施策である

- ①モノづくりのまちを生かした「体験型」観光の推進
- ②ラグビーのまちを生かした「ラグビー(スポーツ)」観光の推進
- ③文化資源や商店街等を生かした「文化・下町」観光の推進

を具体的に推進し、地域の経済的効果を創出し、新たなツーリズム産業の振興と、市民の皆様が地域への愛着や誇りを持てるまちづくりにつなげてまいります。
平成28年10月

ラグビーのまちを生かした「ラグビー(スポーツ)」観光の推進

ラグビー観光戦略の策定と推進

高校ラグビーの聖地「花園ラグビー場」を生かしたスポーツツーリズムを展開するため、長期的な戦略を策定し、推進。「HANAZONO」を有する地であるがゆえに創出できる世界的価値で、東大阪への来訪客を増やす。

聖地・花園での春合宿

昨夏に実施した需要調査において、大学78.6%、高校58.8%が花園での合宿に関心を示している。特に、選手のモチベーション向上の効果が期待できる聖地での合宿の実現を目指す。



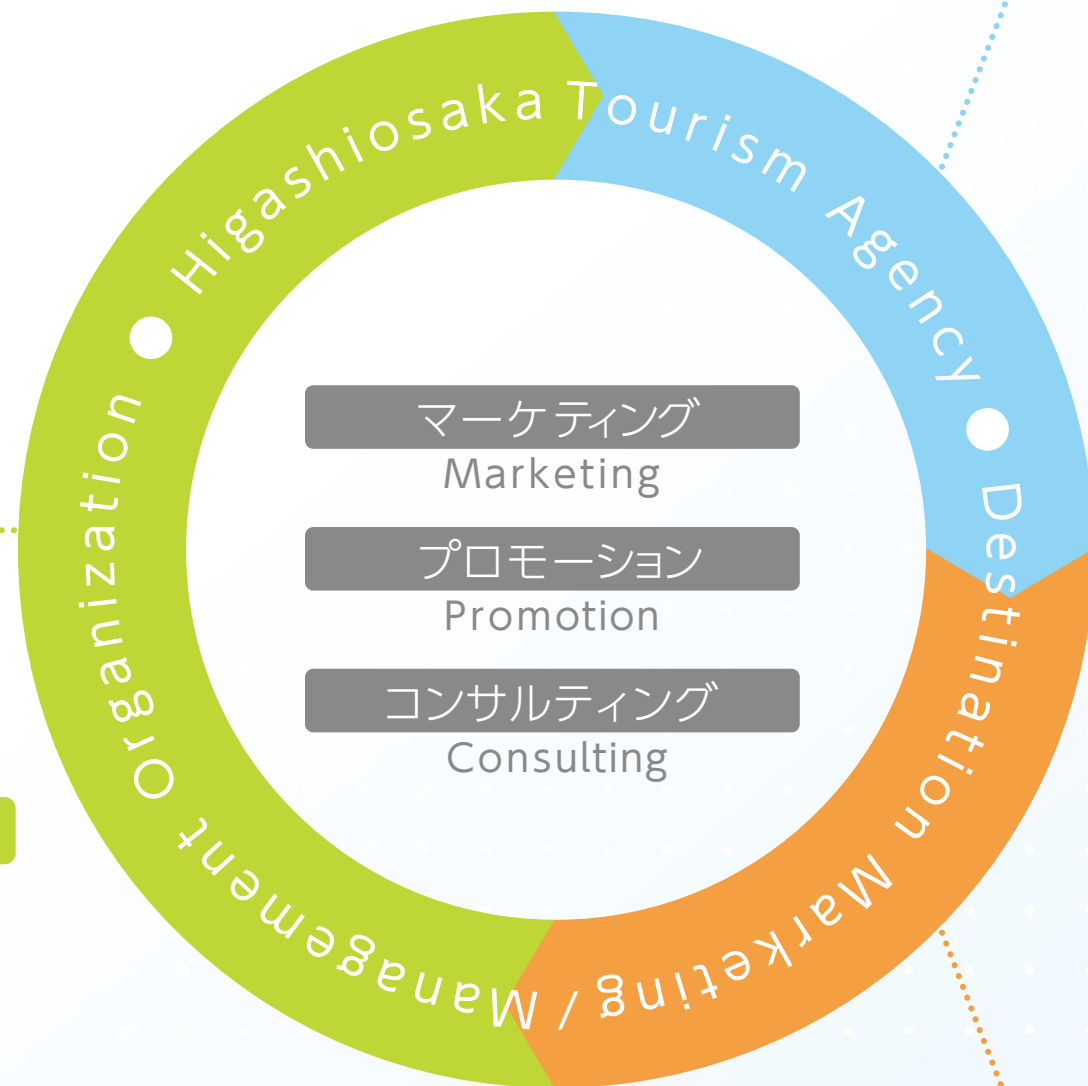
アフターマッチファンクションで実現するノーサイドのまち

ラグビーの試合終了後、敵味方を区別せずに相互にたたえ合い、飲食をともにするラグビー文化「アフターマッチファンクション」を、市域飲食店の協力を得ながら根付かせていく取り組みを進める。



(仮称)「マスタース花園」の創設

聖地・花園での高校ラグビー経験者のOB戦。地方予選で勝ち上がったチームによる決勝トーナメントの開催など、全国的規模の大会を創設する。



モノづくりのまちを生かした「体験型」観光の推進

モノづくり観光戦略の策定と推進

約6,500社のモノづくり企業が立地する東大阪市。高度な技術力を体感できるツーリズムを展開するため、長期的な戦略を策定し、推進。若者がモノづくりの価値を再認識してもらえるよう促し、将来の後継者づくりにつなぐ。

モノづくり体験ツアー

地域の日常風景として、モノづくりの事業活動が行われている等身大の体験型観光を実施する。特に東南アジアを中心に、モノづくりを体験できる訪日旅行を誘致する。



お土産品開発支援

モノづくり企業の技術力が実感でき、来訪客にとって魅力的なお土産品の開発を支援する。



文化資源や商店街等を生かした「文化・下町」観光の推進

文化・下町ツーリズムの推進

ラグビー観光戦略、モノづくり観光戦略と連動させながら、文化・下町の地域資源を活用したツーリズムを推進。文化施設や寺社・祭事、市域の名店などの価値を地域住民にも再確認してもらいながら来訪客を呼び込む体験型プログラムを開発する。

名店めぐり

特徴ある店舗とタイアップし、まち歩きの人によるガイドなどの工夫を組み合わせたまち歩きプログラムを造成する。



商店街ツーリズム

特徴豊かな商店街を資源としたツーリズムを実施し、新たな人の流れを作り出す。

