

チャレンジ！！オープンガバナンス 2024 市民／学生応募用紙

自治体提示の地域課題名(注1)	No.	自治体提示の地域課題名	自治体名
		スポーツツーリズム(ラグビー場からの周遊等)	東大阪市
チームがつけたアイデア名(公開)(注2)	サポーター対抗陣取り合戦		

(注1) 地域課題名は、COG2024 サイトの中に記載してある応募自治体提示の地域課題名を記入してください。

(注2) アイデア名は各チームで独自にアイデアにふさわしい名前を付けてください。これは自治体提示の地域課題名とは別です。

1. 応募者情報 下の欄のうち選択肢項目は右のドロップダウンで選んでください

チーム名(公開)	サポガバ		
チーム属性(公開)	1. 市民、2. 市民／学生混成、3. 学生 ドロップダウン選択→	2. 学生	
チームメンバー数(公開)	6 名		
代表者(公開)	黒木 楓太		
メンバー(公開)	吉田 陽翔、川西 奈瑠、谷原 司、花田 悠太、菅 駿介		

【注意書き】※ 必ず応募前にお読みください。

＜応募の際のファイル名と送付先＞

1. 応募の際は、ファイル名を COG2024_応募用紙_具体的なチーム名_該当自治体名にして、COG2024 のウェブサイトにある【応募フォーム】からアップロードしてください。

＜応募内容の公開＞

2. アイデア名、チーム名、チーム属性、チームメンバー数、代表者および公開に同意したメンバー氏名([メンバー一覧ページ](#)を参照)、「アイデアの説明」は公開されます。
3. 公開条件について:
「アイデアの説明」でご記入いただく内容は、クリエイティブ・コモンズの CC BY(表示)4.0 国際ライセンスで、公開します。ただし、申請者からの要請がある場合には、CC BY-NC(表示—非営利)4.0 国際ライセンスで公開しますので、申請の際にその旨をお知らせください。いずれの場合もクレジットの付与対象は応募したチームの名称とします。
(具体的なライセンスの条件につきましては、<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/legalcode.ja> および <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/legalcode.ja> をご参照ください。また、クリエイティブ・コモンズの解説もあります。<https://creativecommons.jp/licenses/>)
4. 上記の公開は、内容を確認した上でを行います。(例えば公序良俗に違反するもの、剽窃があるものなどは公開しません)
5. この応募内容のうち、「自治体との連携」は、非公開です。ただし、内容に優れ今後の参考になりうると判断したものは、公開審査後アドバイスの段階で相談の上公開することがあります。

＜知的所有権等の取扱い＞

6. 「アイデアの説明」中に、応募したチームで作成・撮影したものではない文章、写真、図画等を使用する場合、その知的所有権を侵害していないことを確認してください。具体的には、法令に従った引用をするか、知的所有権者の許諾を取得し、その旨を注として記載してください。「自治体との連携」中も同様をお願いします。
7. 「アイデアの説明」中に、人が写りこんでいる写真を使用している場合、使用している写真に写りこんでいる人の肖像権またはプライバシーを侵害していないことを確認してください。

アイデアの説明が肖像権・著作権等を侵害していないことを確認してください。OKなら右欄の○を選択 →

OK

＜チームメンバー名簿:[メンバー一覧ページ](#)＞

チームメンバーに関する情報を該当ページに記載して提出してください。(2. の扱いによる代表者氏名を除き、他のメンバーに関する情報は本人の同意があるものを除き COG 事務局からは非公開です。詳細は最終ページをご覧ください。)

アイデアの説明は(1)アイデアの内容(活動)、(2)アイデアの理由(なぜなら)、(3)実現までの流れ、の三項目あります。それぞれ書いてください。必要に応じて図表を入れていただいて結構です。

(1) アイデアの内容(公開)

アイデアは、対象とする課題解決のために、どのような社会的活動(サービス)を行うのかを具体的に示してください。

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

将来実現した場合に、新規性があり、実践したくなり、魅力的でワクワクするようなアイデアを求めます。その結果、課題が解決され、社会に良い変化をもたらすことが期待されます。2 ページ以内でご記入ください。

※応募チームとして解決したい課題のポイントを、以下にごく短く書いてください

<解決したい課題のポイント>

花園ラグビー場の年間来場者数の増加、ワールドマスターズゲームズ2027関西の機運醸成、試合の観戦者や大会関係者の市内飲食店や宿泊施設への誘導促進による市内滞在時間の延長及び消費単価の増加を目指し、ラグビー場周辺から市内全域へ、ニーズに沿った満足度の向上をさせる。

※以上の課題解決のために『何』をするアイデアか、それを『だれ』が『だれ』に対して『いつ』『どこで』『どのように』行うのか、受益者自身が主体的に関わる視点も視野に入れてわかりやすく書いてください。アイデアが具体的に実行される場面を想定し、説明をお願いします。

(参考)よいアイデアを生むには関連データの分析に加えてデザイン思考によるアイデアを利用する人への共感(使う人の立場になってみる)が大切です。

<提案するアイデアの内容>

企画内容

花園ラグビー場に集まったサポーターが、自分の応援するチームに「自分のチーム」として参加する東大阪市内での陣取り合戦イベントを提案します。このイベントでは、市内を複数のエリアに分け、それぞれのエリアに観光地、飲食店、宿泊施設などがランダムに含まれています。参加者は、指定されたスポットの中から3地点を訪問し、各地点に設置されたQRコードを読み取ることで、そのエリアを自分のチームの陣地として確定させる仕組みです。陣地の確定はリアルタイムで反映され、最終的により多くのエリアを獲得したチームが勝利となります。

主要な主体とターゲット

地域活性化に携わる東大阪市、花園ラグビー場の運営団体、地元商店会、観光協会などが中心的な役割を果たします。これらの団体が協力し、参加者が市内を回りやすいようにルートを設計し、イベント全体を運営します。また、参加者としてはラグビーやサッカー観戦を目的に花園ラグビー場を訪れるサポーターを主な対象としますが、地域住民や観光客も幅広く参加することができる設計を目指します。さらに、市内に点在する観光地や飲食店、宿泊施設などがチェックポイントとして活用されます。これらの施設を訪れることで参加者が市内を巡回する仕組みが自然に生まれ、イベントを通じて地域全体の活気を高めることが期待されます。この取り組みは、スポーツ観戦と地域体験を融合させた新たな試みであり、地域資源を効果的に活用することで、東大阪市の魅力を多くの人に伝えることを目指します。

イベント開催期間

イベント期間としてはラグビー、サッカーの試合が多く開催されるシーズンを中心に設定します。また、勝敗の結果発表は各試合開始前に行うことにしています。具体的には試合が行われる当日のみをイベント開催日にするのではなく、前日も含めることで試合当日に集まるサポーターの熱気や興奮目標とします。また、勝敗の結果発表は各試合開始前に行うことにしています。そうすることで、試合の際にサポーターの応援にも熱が入ることを促します。そして、この期間設定にすることで試合当日だけでなく、前日から東大阪を訪れる仕組みを作ることで、観戦体験の幅を拡大することが可能となります。また、2027年に開催予定のワールドマスターズゲームズのような大規模イベントが行われるタイミングでも、同様のイベントを実施することが効果的

2. アイデアの説明（公開）

(1) アイデアの内容（公開）

です。国内に限らず、海外からも多くのサポーターや関係者が訪れるこうした機会を有効活用し、イベントを通じて東大阪市、観光地や地元の飲食店、宿泊施設を認知してもらうことを目指します。これにより、一時的な集客にとどまらず、将来的なリピーターの獲得や市内の経済活性化につながる可能性があります。さらにイベント期間を試合シーズンや大規模イベントに合わせることで運営側は観戦者の動向に沿った企画展開が可能となります。参加者の流れを市内全域に分散させることにより、観光地や商店街に適度な賑わいを生み出しながら、地域全体の魅力を高める効果が期待されます。このように、試合スケジュールやイベント規模に応じて柔軟に対応することで観戦者、地域住民、どちらにとっても満足度の高い取り組みになることが期待されます。

事前準備

この運営を実行するにあたり、QRコードを読み取るためのスマートフォン、次に市内の観光地や店舗を「チェックポイント」として設定し、各地点にQRコードを設置することが必要となります。

(2) アイデアの理由（公開）

次にアイデアを提案する理由（なぜ）について、それをサポートするデータを根拠として示しつつ 2ページ以内で説明してください。ここではアイデアの必要性、効果を確認します。データとは、統計類などの数値データやアンケート・インタビュー・経験の記述、関連の計画、既存の施策などの定性データも広く含みます。データは出所を明らかにしてください。

※このアイデアを提案する理由(なぜ)を書いていきます。

※先に書いた『何を』『だれが』『だれに対して』『いつ』『どこで』『どのように』というアイデアの内容を支えるために、『なぜ』このアイデアが有効で、実現する意味があるのか』を、上記のデータを使ってわかりやすく説明します。

<参考:以下のように理由を書いていきます>

※根拠: このアイデアがなぜ必要であるか、またはなぜ有効だと考えるのか、その筋道を説明します。

※裏付け: その根拠を支えるために、統計データや報告書、事例などを使って補強します。さらに具体的なアイデアの効果についても、何らかのデータを使うと説得力が増すでしょう。(定性データを含めて歓迎)

・東大阪市内を観光するという理由付けを作ることが可能

このアイデアは、観戦客や観戦客が市内を観光する動機を提供し、自然な流れで東大阪市内のさまざまな施設に足を運んでもらう仕組みを作ります。この動機とは、観光地に訪れることで応援しているチームの勝利に貢献できるという点を提供しています。指定された場所を訪れるためには、公共交通機関等や市内の探索が必要となり、その過程で東大阪市の魅力を体験し、飲食や買い物といった消費行動を誘発します。このように、観光客の滞在時間を延長し、消費機会を増加させることで、地域経済の活性化が期待できます。

また、スポーツ観戦という目的に地域体験を組み合わせています。ラグビーやサッカー観戦に訪れるサポーターは「自分のチーム」という感覚を持っており、この心理を活用して陣取り合戦に参加してもらうことで、単なる観戦以上の楽しさを提供できます。試合結果だけでなく、地域を巡る活動そのものがエンターテインメントとなり、スポーツと観光が融合した新しいスポーツ体験を提供します。このような体験型イベントは、参加者の満足度を高めるだけでなく、記憶に残りやすいため、リピーターの獲得にもつなげることができます。

・様々なイベントや試合に応用することが可能

そして、2027年に予定されているワールドマスターズゲームズのような大規模イベントにも活用することで、国内外からの観光客を効率的に東大阪市内に誘導することが可能です。このようなタイミングで本イベントを開催することで、一時的な来訪者を将来的なリピーターへと繋げ、長期的な地域活性化の基盤を築けます。特に、試合当日だけでなく前日も含めた期間設定により、観光客の滞在日数を増やし、市内での消費機会をさらに拡大することができます。

これらの利点を含んでいるこのイベントは、花園ラグビー場に訪れる観戦客の東大阪市内の滞在時間を延長し、地域内での消費機会を増やすだけでなく、地域資源を効果的に活用して地域全体の活性化を図ることができます。スポーツ観戦と地域体験を融合させる新たな試みとして、多くの人々に東大阪市の魅力を伝え、経済活性化や観光促進に寄与することができます。

--

(3) アイデア実現までの流れ(公開)

アイデアを**実現する主体**、アイデアの**実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)**の大きき規模とその現実的な調達方法、アイデアの**実現にいたる時間軸を含むプロセス**、実現の制度的制約がある場合にはその解決策を含め、アイデア実現までの大きき流れについて、**2ページ以内**でご記入ください。ここでは実現可能性を確認します。

※アイデアに即した実現に向けての具体的な活動を上記のポイントに即して工夫して書いていきます

<以下のように分けて書いていきます>

1. **実現する主体**
2. **実現に必要な資源(ヒト、モノ、カネ)**の大きき規模とその現実的な調達方法
3. **実現にいたる時間軸を含むプロセス**

1. 実現する主体

主要な主体

- ・ **東大阪市**: イベント全体の運営責任者。資金調達、関係者との調整、広報活動を担当。
- ・ **花園ラグビー場運営団体**: イベント実施場所の提供、結果発表におけるオーロラビジョンの利用許可。
- ・ **地元商店会・観光協会**: 各チェックポイント(飲食店、観光地、宿泊施設など)の協力とプロモーション支援。

協力団体

- ・ **Web アプリ開発会社**: QRコードを利用した陣取り合戦のシステム構築と保守。
- ・ **市内の公共交通機関**: 参加者の移動をサポートするため、ルート案内や割引パス提供を検討。
- ・ **観戦客**: イベント参加者として地域を巡ることで活性化の一翼を担う。

2. 実現に必要な資源と調達方法

ヒト

- ・ **市役所職員**: イベント運営、企画の進行管理、地元商店会や観光協会との調整。
- ・ **店舗・施設スタッフ**: QRコード設置やイベント案内の協力。
- ・ **ボランティア**: 大規模イベント時の運営補助(観光案内、参加者誘導など)。

モノ

- ・ **QRコードシステム**: ラグビー場やチェックポイントに設置。観光スポットや店舗の場所を反映。
- ・ **Webアプリ**: 陣取り状況のリアルタイム確認、参加者の移動ルート案内。
- ・ **オーロラビジョン**: 勝敗発表用に利用。

カネ

- ・ **開発費**:
 - ・ Webアプリ開発費用: 約500万円(規模次第で調整可能)。
 - ・ QRコード設置・管理費用: 約50万円。
- ・ **運営費**:
 - ・ Webアプリ保守運用費用: 約40万円(開発費用の20%で試算)
 - ・ 広告費用(パンフレット、SNSプロモーション等): 約200万円。
 - ・ 交通機関や店舗への補助金: 約10万円。
- ・ **調達方法**:
 - ・ 東大阪市の観光促進予算や地方交付金を活用。
 - ・ 地元企業からのスポンサーシップ募集。
 - ・ 大会運営団体と協力の費用分担。

3. 実現にいたる時間軸とプロセス

1年目: 計画・準備フェーズ

- ・ **1~3か月目**: プロジェクトチーム結成。市役所職員を中心に、運営団体、地元商店会、観光協会と連携。
- ・ **4~6か月目**: Webアプリ開発会社を選定。QRコード設置場所の選定と各店舗・施設への参加依頼。
- ・ **7~9か月目**: Webアプリの開発とテスト運用。アプリとオーロラビジョンの連携確認。
- ・ **10~12か月目**: 広報活動開始(ポスター作成、SNSキャンペーン、観戦チケットとのセット割引提案)。

2年目: 実施フェーズ

- ・ **1~3か月目**: 初回イベント開催。ラグビーやサッカーシーズンに合わせ、試験運用。

- 4～6 か月目：初回イベントの効果検証（参加者数、地域消費額の変化など）。フィードバックを基に改良。
- 7～12 か月目：改良を加えたイベントの本格展開。ワールドマスターズゲームズなどの大規模イベントに向けた準備。

制度的制約と解決策

制約

- 公共施設の利用許可: QRコード設置や交通機関との連携において、行政手続きが必要。
- プライバシー・セキュリティ: QRコードの利用による個人情報保護対策の徹底。

解決策

- 早期に行政との調整を進め、必要な許可を取得。
- アプリ利用規約を明確化し、個人情報を記録しない仕組みを採用。
- 利用者からの信頼を得るため、透明性の高い運営を徹底。

実現の期待効果

- 地域経済の活性化（観光客の滞在時間延長、消費額増加）。
- スポーツ観戦と地域体験の融合による新しい観戦文化の創造。
- 東大阪市全体の魅力を国内外に発信する仕組みの構築。