

令和7年度東大阪市中小企業振興会議 第4回商業部会 議事要旨

日時	令和7年10月29日（水）午後6時～午後8時
場所	東大阪市役所 本庁舎 18階会議室
出席者	<p>商業部会委員 加藤委員・木村委員・中澄委員・西田委員・和合委員・白山委員（茨木委員欠席）</p> <p>東大阪市中小企業振興会議委員 大西委員・富山委員</p> <p>事務局 東大阪市都市魅力産業スポーツ部 吉田部次長 商業課：道旗課長、村山総括主幹、大西主査 国際観光室：左海室次長 花園スポーツビジネス戦略課：西課長</p>
案件	<p>東大阪市商業活性化方針について（説明）</p> <p>第2次東大阪市観光振興計画及び事業概要について（説明）</p> <p>第2次東大阪市スポーツ推進計画及び事業概要について（説明）</p> <p>各分野と連携できそうな事項について</p>
議事要旨	<p>○7名中6名が出席しており、委員の過半数が出席しているため、会議は成立。</p> <p>○開会</p> <p>案件（1）東大阪市商業活性化方針について</p> <p>【事務局説明概要】</p> <p>(事務局) 資料2（P3）に基づき説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・商業活性化方針の改訂を進めており、商業と観光・スポーツを連携させた取り組みを施策の一つとして検討している。 ・商業部会での議論を提言書という形で市長へ提言するため協議を行っており、第4回と第5回の議論・協議を経て提言書の一つの項目としたい。 ・今回商業と観光・スポーツ分野の連携について議論をするため、観光分野とスポーツ分野の委員に出席いただいた。 <p>案件（2）第2次東大阪市観光振興計画及び事業概要について</p> <p>【事務局説明概要】</p> <p>(事務局) 資料2（P4～6）に基づき説明</p> <ul style="list-style-type: none"> ・令和6年に観光による地域経済の活性化を主な目的として第2次東大阪市観光振興計画を策定。 ・第2次東大阪市観光振興計画のKPIとして観光来訪者数・延べ宿泊者数・ウェブサイトアクセス数を設定。 ・①体験型観光、②ラグビー（スポーツ）観光、③文化・下町観光を重点的に取り組む。 ・スポーツツーリズムという形で、今年度新しく10月にコーポーレートゲームズを実施。 <p>案件（3）第2次東大阪市スポーツ推進計画及び事業概要について</p> <p>(事務局) 資料2（P7～10）に基づき説明</p>

- ・第2次東大阪市スポーツ推進計画は、すべての世代がスポーツに接することができる環境を整えることを基本理念とする。
- ・市には全国有数のスポーツ施設が存在し、多様なスポーツ資源を有する。
- ・①誰もがスポーツにアクセスできるまちづくり、②スポーツのまち東大阪の魅力創出を基本方針とし、実現のための事業を実施している。

(部会長) 資料9ページの商業との連携欄の空白が多いが、連携は難しいでしょうか。

(事務局) 参加人数が少數のイベントも多いため、規模に応じて実施できればと考えております。

(部会長) マスターズ花園のような大規模なイベントと連携したいということですね。確かに参加人数が少ないと出展者も儲からない。逆を言えば、大規模なイベントでは商店街との連携は余地があるということだと思います。

案件（4）各分野と連携できそうな事項について

(事務局) 資料2（P11）に基づき説明

- ・観光としては様々なところで連携をしているが、特にコーポーレートゲームズに力を入れたいと考えている。
- ・スポーツとしては年末の全国高校ラグビーにたくさんの来訪者があるので、何か連携ができるかと考えている。

案件（5）協議・議論（自由意見）

(部会長) 質問のある方はいらっしゃいますか。

(委員) ラグビーは年間試合数が少ないので、観客をどうつなげていくかが重要だと思います。スポーツコミッショナリズムでもある東大阪ツーリズム振興機構はどういった組織でしょうか。

(事務局) 一般社団法人で外郭団体になります。理事には民間事業者の方も入っており、理事会を開催しながら運営を行っております。

(委員) 事業を運営する組織とは別に、事業と地域をつなぎ経済効果や社会効果を生みだす仕掛けづくりをする組織がポイントだと思います。スポーツツーリズムにおける地域スポーツコミッショナリズムの役割というのは、インナー事業とアウター事業と言われています。アウター事業で外から人を呼び、インナー事業で地域向けの事業を展開する。そういう意味ではこの連携が薄い部分があるかなと感じます。「こんなことやってみようか」みたいに話し合った内容をインナー事業に落とし込み、地域活性化につながる組織があるといいのかなと思います。例えば、近鉄ライナーズのチケットを購入し観戦をするとします。観戦の1ヶ月ぐらい前から色々なことを考える時期があります。この時期に、「帰りどこで飲もうか」みたいなことを考えている人にダイレクトに情報を届けられると効果的です。また、観戦後に人に次の試合の日程やライナーズの調子が上がってきてているといった情報を届けることも同様です。チケットを購入した人達に「こんなお店ありますよ」とか、「帰りここで一杯飲みませんか」といった情報をチームと一緒にになって年間で流していくような仕組みがあるといいのかなと思います。つまり、関係性を年間で構築し固定客を囲い込むことが重要

です。また、地元の人たちで、「今度試合がある日にこんなことをやろう」というミーティングがあったり、終わった後はボランティアの人たちが反省会をしたりして地域のネットワークづくりにまた役立つというようなこともあるといいのかなと思います。地元の人を巻き込んでいくと、スポーツと商業の連携が増えてくると思いますし、そういうところに学生が入っていけば、様々な人たちが入ってくることになり、こうしたスポーツコミュニケーションも1つのスタイルかなと考えます。また、花園ラグビー場を目的としない来訪者にどうラグビーの魅力をお伝えするかといった二次的なスポーツツーリズムというのもあります。花園ラグビー場のミュージアムやラグビーの記念になるような場所へ誘導して、せっかく東大阪に来たからということで二次的なツーリストを生み出していく、それが繰り返しに繋がって再訪者が増えるかもしれません。そういったことも今日の議論のきっかけになればと思います。

- (部会長) ありがとうございます。東大阪市では観光はDMOが中心となってやっていますが、この組織の運営にはどういった事業者が参加されていますでしょうか。
- (事務局) 行政の他、宿泊事業者や交通事業者、商工会議所の方なども入っております。理事会からご意見をもらいながら事業の方を進めている状況です。
- (部会長) これから地域づくりは、スポーツ団体や大学といった自ら動く力を持った地域の団体がパワーを持つようなイメージがあります。先日スポーツ3days中に永和地域でイベントを行い、マルシェを開催しました。マルシェのネットワークがなかったため、意欲のあるグループにお願いをしたところ、12団体ぐらい来てくださいました。東大阪にもそういう地域を盛り上げるような人達が出てきます。そういう人たちをうまく結びつけるような組織が必要なのではないかと思います。
- (委員) まさにそのとおりだと思います。鴻池新田会所再オープンのイベント時にもマルシェを開催しましたが、現在DMOが市内を1件1件開拓して、事業者を集めています。
- (事務局) 鴻池新田会所を所管する文化財課より再オープニングの記念イベントをしたいということで話をいただき、DMOで調整をしたという経過です。また、マルシェを運営できる事業者がすごく増えており、こういったところとは繋がっております。その1つの事業者にマルシェをしていただきました。
- (委員) それがスポーツともつながるといいと思います。規模の小さなイベントでもマルシェと合同で開催すると、それぞれに相乗効果が出ます。
- (部会長) 近鉄ライナーズが布施の夜市のときに出店されていたと思います。
- (委員) 近鉄ライナーズの選手が地域のイベントでラインアウトでのリフトを子どもにやっているのを見たことがあります、子どもたちがとても喜んでいました。
- (部会長) そういう楽しそうなものでいいと思います。
- (委員) 9ページに記載のある東大阪花園ライオンズカップを今年初めて開催いたしました。少ない人数の小学生のラグビーの大会なので、そんなに多くの方が参加されるわけではないですが、お昼のお弁当は市内の業者を使うし、参加賞については商工会議所のラグビー創生クラブに相談をしました。
お弁当やお土産の業者をリスト化して情報を提供するのもいいと思います。
大きなイベントであれば、マルシェでお店を呼んでくる。協力をしてくれるお

店はいっぱいあるかなと思います。

(部会長) スポーツや観光で集客した人達に、地元のお店がいかに売上に結びつけられるかというのは、やはり何かもう1つ仕掛けが必要だと思います。

(委員) 私はスポーツをやらないのですが、大会やイベントからは切り離して、少人数グループを対象にした花園ラグビー場での合宿はどうかと思います。花園ラグビー場はラグビーの聖地ですので、プレーしたい人は一定数いると思います。いい環境で練習してもらい、東大阪で色々なものを食べてもらって、リピーターになってもらう。最初は、効果が小さいけれど、徐々に口コミ等で広がっていくことに期待してみてもいいのではと思います。他の市ではそういったところに補助金を出したりすることもあるそうです。

(部会長) 花園ラグビー場の稼働率はどれくらいですか、

(事務局) 天然芝ですので使用不可の日を除くと8割、9割は稼働しています。人工芝のグラウンドもあり、こちらは使用不可の制約はありません。現状では、春に「春合宿」という形で、中学高校生向けに募集をかけていますが、練習は人工芝グラウンドで行っています。天然芝となると芝の養生期間があるので誘致は行いにくいというのが感想です。

(部会長) 例えば、そういうお客様に対して商店街の方からお弁当を提供するのではどうでしょうか。

(委員) 人数に応じてですが、対応できれば理想的です。

(部会長) 合宿の時は、だいたい食事はどうされているのですか。

(事務局) ホテルは市の方から斡旋しており、それを合宿の条件にしています。お弁当に関しては、最近は東大阪市内で映画のロケ支援等をすることも増えており、その際にはお弁当業者を案内しております。市内でのイベント等が徐々に増えてきていますので、紹介できるお店が増えていけばもっと幅が広がると思います。

(委員) 市民大会などの大会の景品として商店街の商品券を出せないでしょうか。例えば、今回のラグビー大会は、どこどこ商店街が応援していますといった形で優勝者に商店街の商品券を配布するなど、どういった形で応援するのがOKなのかが分からないので、教えていただきたいです。数多くの東大阪主催の大会がありますので、商品券を出しても大丈夫ということであれば、上手く各商店街の中でもローテーションをしていくのも面白いのではないかでしょうか。

(事務局) すごく面白いご提案だと感じました。この場でのご回答が難しいので、どういったことができるかというのを確認させていただきます。

(委員) パンフレットの中にどこどこ商店街の後援と掲載したり、大会の優勝賞品がどこどこ商店街の商品券であったりできたらいいと思います。東大阪で開催される大会の出場者には、他市在住の方もいますが、試合が終わったら、そのまますぐ帰ってしまいます。例えばパンフレットでうまく宣伝できたり、商品券を使って東大阪の中で食事をとってもらったりすることが期待できます。

(部会長) 商店街のまちづくりマップを作成するときにクーポンをつけましたが、どれくらいのお店の方がOKを出してくれるのかということを考えました。そこも考える必要があります。

(委員) ラグビーワールドカップが開催された2019年に大学と連携して外国人を呼び込

むためにクーポンをつけたマップ作成や英会話教室をやりました。結果、ルートが確立されず、クーポンをつけても難しいところはありました。先ほどの議論であった地元地域の店のお弁当を使うこともすごくいいのではないかと思いますが、普段、飲食店をしているお店は、お弁当はリスクが高くなりますので、結果的に工場でやっている弁当業者に注文が偏ってしまいます。少人数のお店でも、その店が勝負している商品を出すことで使ってもらえるような細かい仕組みが必要だと思います。私の商店街は、夏に抽選で商品券を配っているのですが、使えるお店が少なく、結局スーパーで使う人が多くなります。スーパーで使ってもらうのもいいですが、やっぱりお店で何かに使ってもらえる方がありがたいなということで、お店の商品券に変えていっています。そこまで深掘りしていくと、それを目当てに来てくれる方も増えているのかなと感じています。

(委員) 確かに商店街の商品券を出しても偏ってしまいます。各店舗の商品券という形にしても、できるだけ均等性を持たせることも重要だと思います。

(部会長) そういう細かな内容も含めて、提言の中に盛り込めればと思います。東大阪市は、レンタル自転車がありますが、イベント時には無料にするなどして、来訪者が回遊できるようにしいてはどうかと思います。

(委員) 東大阪の商業活性化を考えたときに、「ラグビーのまち東大阪」ということがあるので、トレーディングカードのようなものでPRするのはどうでしょうか。ラグビーはルールが複雑なので、まずこのルールを知ってもらうことを目的にカードを作成します。表面にラグビーのルールを掲載し、裏面には東大阪のお店を載せる。限定カードも作れば収集目的にもなります。カードを見て花園ラグビー場に来た人が、「あそこに美味しい飲食店があった」と思いだしてくれれば。ラグビーのルールのハードルを下げにかかったら何かって思ったのがトレカです。これは全国にも発信可能です。ラグビールールカードプロジェクトが私からの提案です。

(部会長) 面白い提案です。ラグビーの子供チームって東大阪市にありますか。

(委員) 5つぐらいあったと思います。市内の小学校では授業でもタグラグビーを実施します。

(部会長) ラグビーのルールを子どもは知っているのでしょうか。

(事務局) 他の市町村と比べるとラグビーに触れる機会は多いと思います。

(部会長) そういった土台があった上で付加価値のあるカードというのは面白いですね。ただ市役所が発行するとなったら時に店舗の情報をどこまで掲載できるのでしょうか。

(委員) そうですね。私たちの情報発信はパンフレット、チラシ、Webがお決まりですので、ちょっと違う角度から発信できればという思いです。

(委員) 私どもの商店街は物販のお店よりもサービス業の業態が多いので、観光の方を呼び込むというのは非常に難しい。やっぱり商店街としてやるとなれば、会員の方に還元するようなこともやらないといけないし偏りもでないようにしないといけないと思うので、なかなか観光と商店街をつなげることは難しいかなと思います。ただ個店としては違う考えもあります。GOTOトラベルの地域クーポンの際に自分のお店を選んでいただきましたが、びっくりするぐらい観光客の

方がこられました。皆さんクーポンでお買い物されましたので、地域クーポンを東大阪全域でもう一度行うというのはどうでしょうか。年間で観光客にクーポンを発行すれば、お店に還元できると思いますし、お店からもロイヤリティを取って運営していけば、コスト面も一緒に負担できるかなと思います。

そうすると今まで行かなかった地域にも、観光とかスポーツ目的で来られた方が訪れ、多少の経済効果はあるとは思います。

(部会長)あのときは国が予算を出していました。市の単費では厳しい部分はあります。

(委員)結構な予算が必要になるとは思います。

実現には、参加加盟店からもロイヤリティを取る必要があるとは思います。

(部会長)自己負担もあった上で、市内で使用できるようなクーポンを発行し、観光客を優遇するようなクーポンにしたらどうかというご提案です。こうしたクーポンは可能でしょうか。市としては、外から人を呼ぼうとしていますので、その目的達成のためにクーポンを使用するということです。

(事務局)市単費で事業を行う場合、市外からの観光客に市税を投入ことになるので、少し厳しい部分があると感じます。またロイヤリティをどのように徴収するか等の制度設計の面でも課題があります。しかし、国等から交付金等がある場合には検討できる事業だと思います。

(部会長)大阪・関西万博で大阪市外からお客様が大勢こられ、宿泊・飲食が増えました。ただ、地域GDPで計算すると大阪市の経済でいえば、1%ぐらいしか増えていません。もともと宿泊飲食は、大阪市の経済規模でいうと3%程度しかありません。大阪市は経済の半分ぐらいが卸小売で、ここが経済的波及効果を享受できるような仕組みを作らないといけません。東大阪でいうと製造業です。だからここに波及するような何かを考えないと、やっぱり東大阪自体は、盛り上がりていかないっていうことなので、課題と認識しています。

(委員)これはスポーツになるか分からないのですが、東大阪市で玉ねぎの収穫量を増やそうという話を聞いています。そこにスポーツを絡めて玉ねぎを抜く大会のイベントにすればそれも名物になると思います。その抜いた玉ねぎを今度は商店街が引き取って調理する、そういう循環もいいのではないでしょうか。

(部会長)都市近郊の農地で育った食材を使っていけば、経済も循環していくはずなので、連携を進めればいいと思います。

(委員)観光協会では、市内のまち歩きマップを作成し、ガイドボランティアさんとともに案内しています。だいたい20人から30人ぐらいの団体が多く、オンラインには毎週ぐらい問い合わせがあります。石切枚岡コース、八戸ノ里コースや、花園ラグビー場周辺のコースなどいろいろあります。

案内中に「こんなお店ありますよ」と必ず商店街とか、そういうのを入れながら案内しています。商店街でも例えば日にちを決めて「この日はこんな体験してこんなパッケージでこんな食事してこんな経験して」っていうようなコースがあってもいいのではと思います。市内の飲食店で食事やお買い物もするのにお金は落としてくれています。商店街でもそういうツアーやのようなものをやられたらどうかなと思います。

(部会長)ありがとうございます。ここまででもう少し深く考えた方がいい点はありますでしょうか。

(委 員) すでに色々なことをやっていらっしゃるなど改めて感じましたので、点と点をどうつなげるかということに尽きます。スポーツとなにか、例えばスポーツと食とかですね、そういった異分野交流や異業種交流をすることがこれからキーワードになるかなと思いましたので、スポーツだけに終らず何をどうつなげるか、こういう発想がとても大事だなと思いました。

(部会長) 方向性は間違っていないということで、次回更に議論を深めていきたいです。

(事務局) 次回は今回いただいたアイデアをもとに提言書の形に落とし込んで示せればと思います。また並行して、内容を深めて協議していかなければと思います。

○閉会