



築港天保山エリアで開催される イベントからみた回遊性データに 基づく観光的（商業）視点について

大阪市立大学CAPサークル
前田嘉哉 永長千晴 堀口泰聖
庄司智紀 大槻慶子

CAPってなに？



Community Activating Project



なぜ回遊できていないのか？



Community Activating Project

なぜ回遊できていないのか？

観光資源があることを知らないから

→観光客の実態を知るために**交通流動調査**

仮説：移動の動機づけと観光資源があれば回遊する。
天保山まつりで立証。

この移動のインセンティブと拠点を形にしたのが、
マイレージ制度

交通流動調査



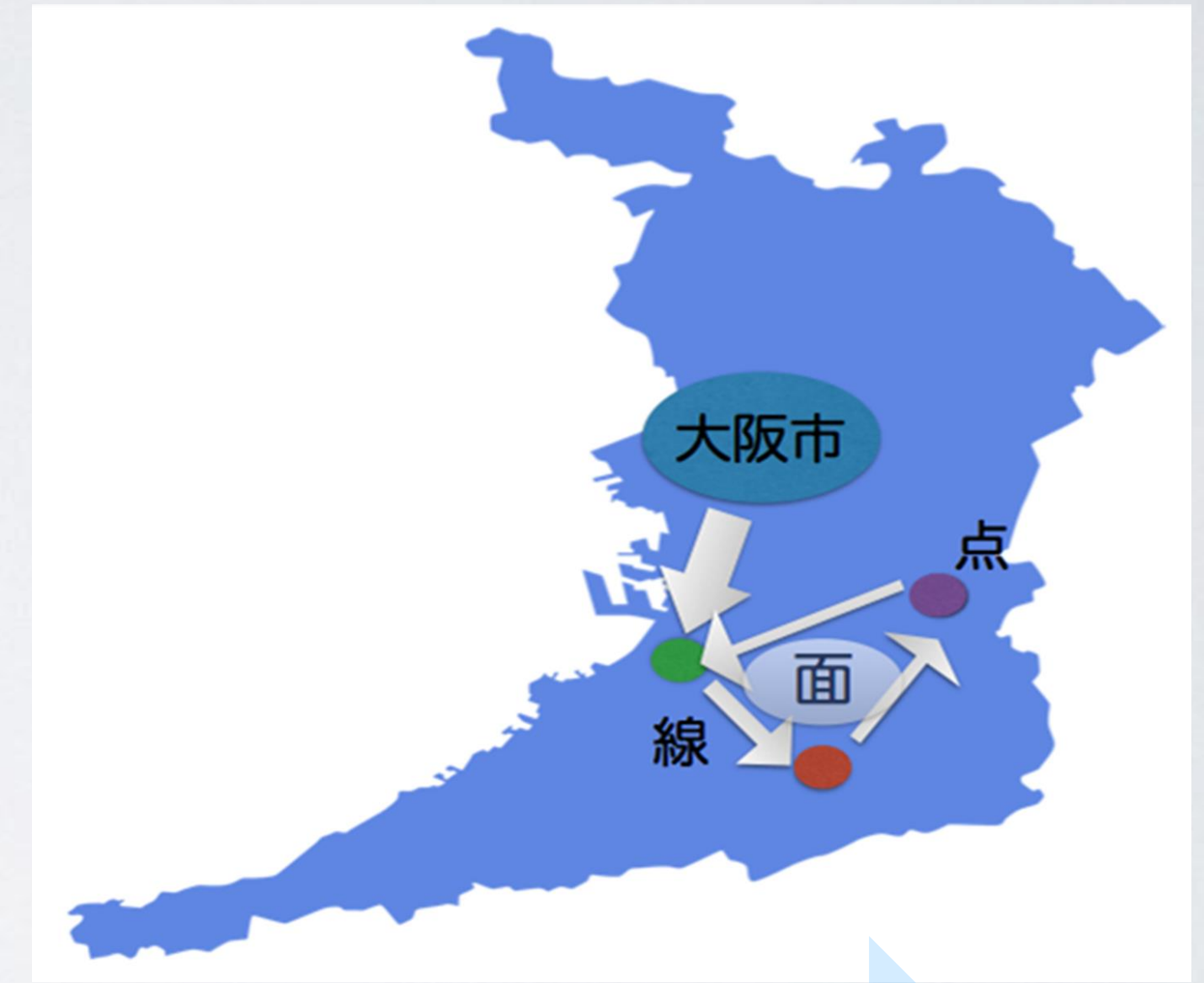
仮説



天保山まつり

立証

大阪 マイレージ



具現化

回遊：移動の動機づけ＋拠点



Community Activating Project

交通流動調査

～観光面からの課題解決～

観光面からの課題



Community Activating Project

観光客は多いが、素通りしている（海遊館目当て）

→ **回遊**してもらおう必要性

仮説：~~移動の動機~~づけ + **観光資源** = 回遊する。

安い
時間がかからない
乗りたい etc.

海遊館
遊園地
絶景スポット etc.

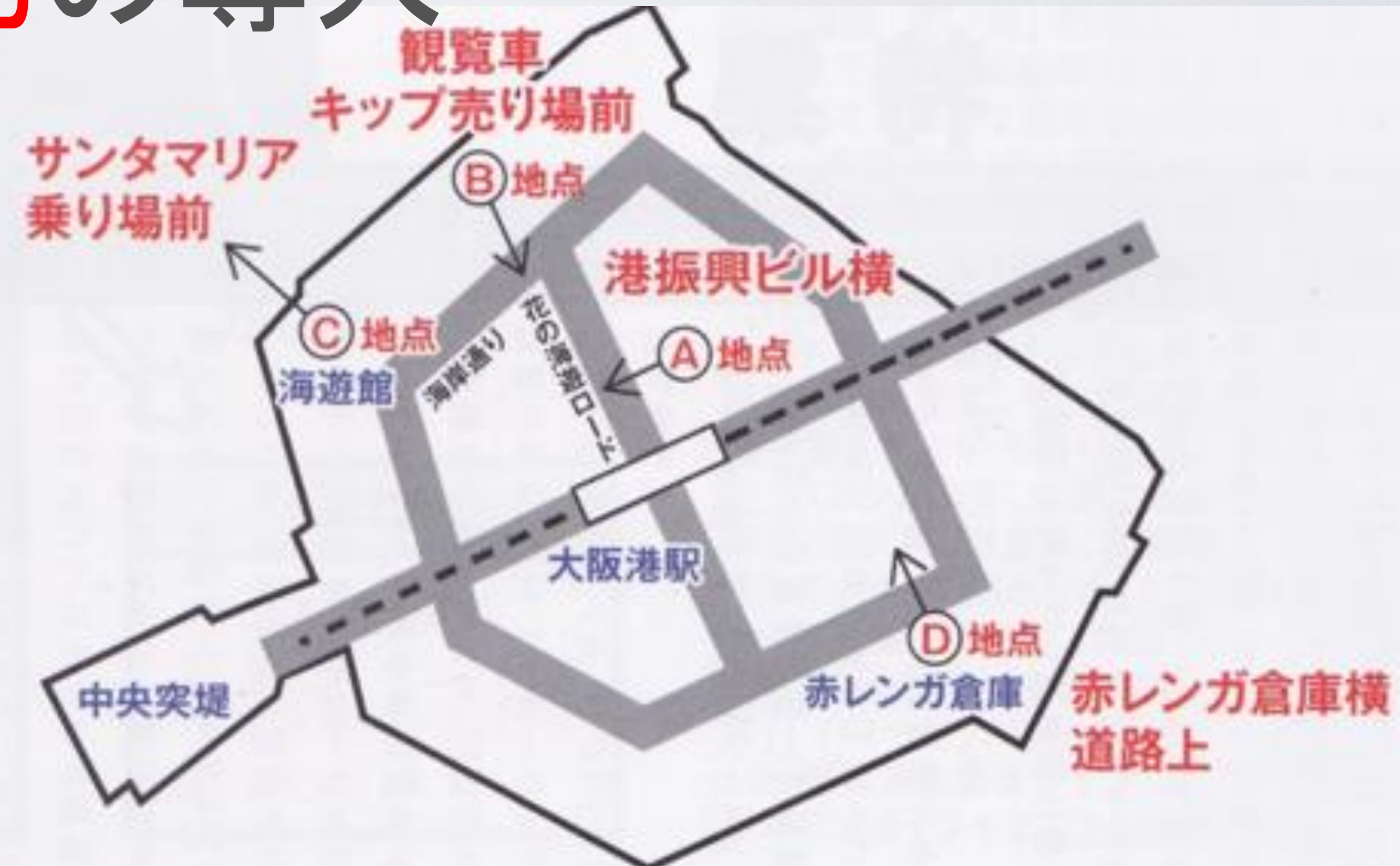
調査 (7/17、8/7)



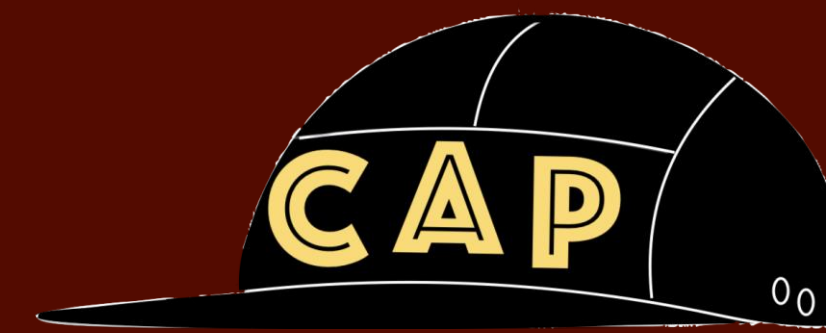
Community Activating Project

- 1. 観光客の**実態調査**
- 2. 回遊性の高い**乗り物**の導入

- ・交通量調査(人/時間)
- ・ヒアリング調査



調査の様子



Community Activating Project



年齢	1970 - 59 1960 ~	
住まい	① 大阪市	② 大阪府外
目的	① 海遊館	② その他
あたらしい と思ふ乗り物	① 小型EV	② 自転車
遊性	③ その他(セグウェイなど)	
大阪市立大学		



調査の様子



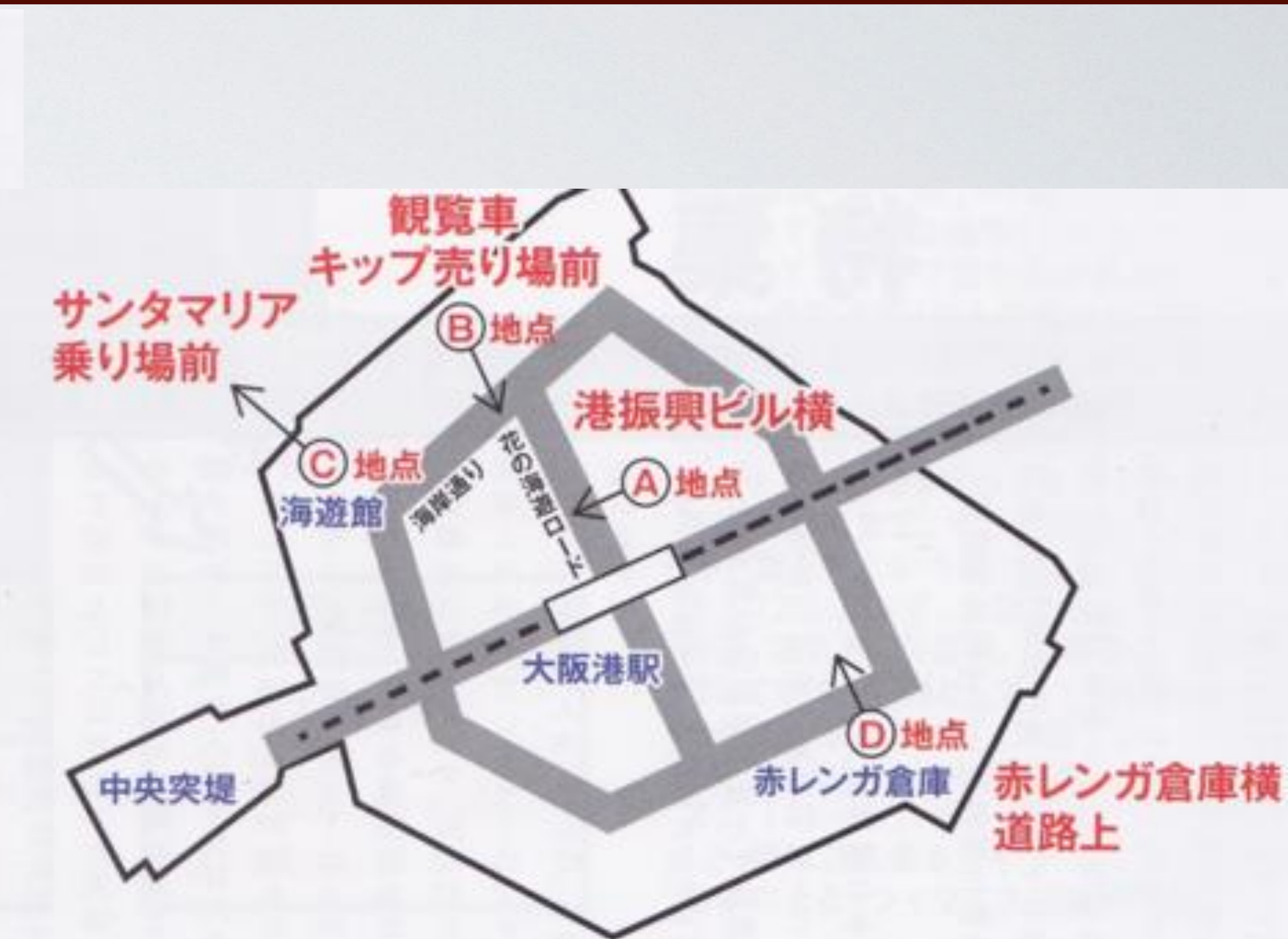
Community Activating Project



交通量調査 結果



Community Activating Project



ヒアリング調査 結果

・来訪者タイプ

→ **カップル** + **ファミリー** + **大家族**

・居住地 → **大阪府内が半数**

・来訪頻度 → **年に数回**

市大生が観察しつくった来訪者4類型

類型E (カップル)

10・20才代から上は
60才代以上の老夫婦まで



類型F (ファミリー)

20~40才代ごろの大人
と子供(0~10才代)



類型G (大家族・複数ファミリー)

複数家族か子供、大人、シニアの3世代等。
アジア系の外国人グループもこのパターン多し



類型I (個人その他)

個人か同性の友人など
その他の形態



ヒアリング調査 結果

①地元からのニーズ

- ・買い物に行きたいが免許がないお年寄り向け

→ **運転手付き** or **自動運転**

- ・ **行政区画**を横断できるもの

②観光客からのニーズ

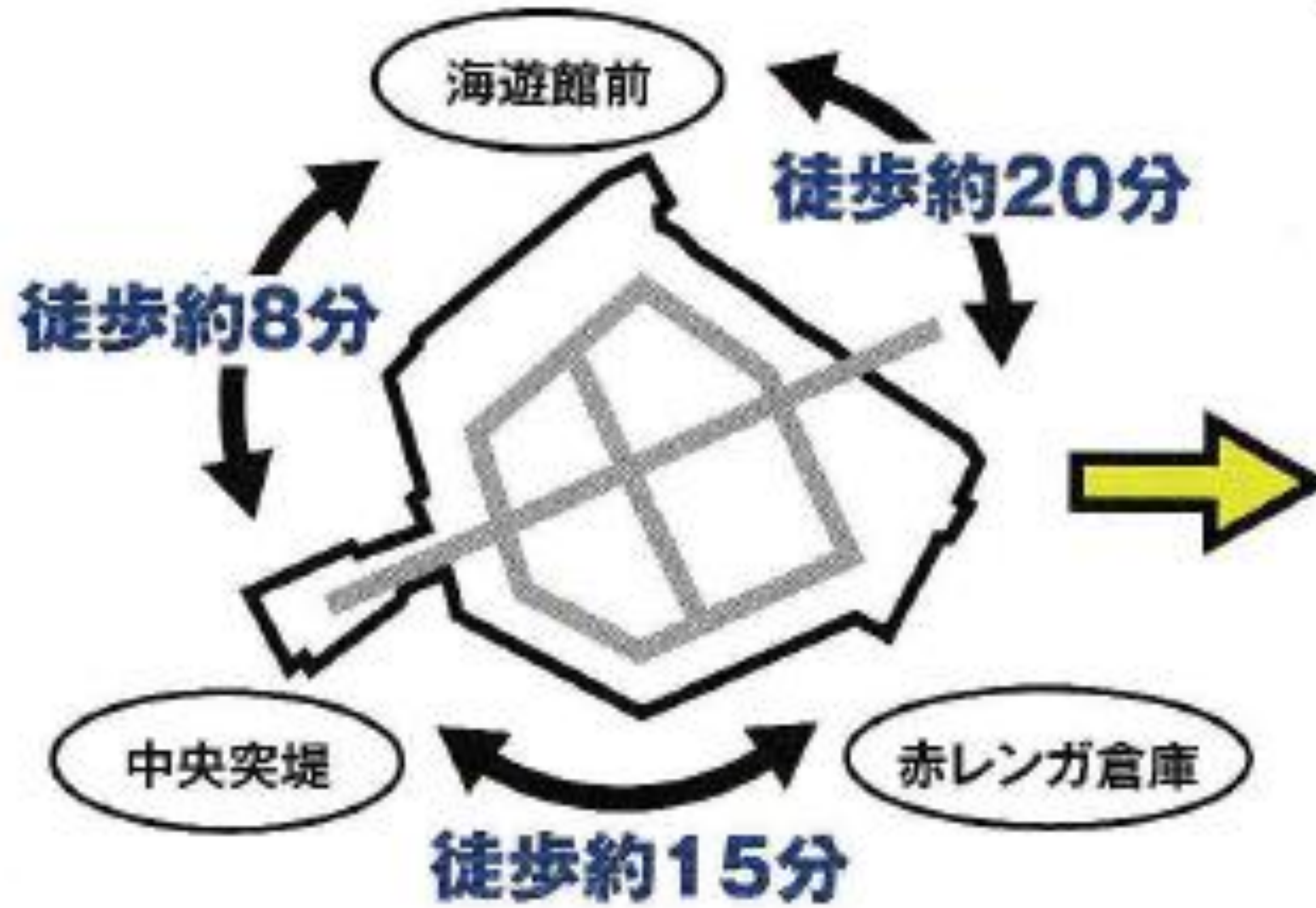
- ・荷物の多い **ファミリー**向け



今後



Community Activating Project





Community Activating Project

天保山まつり

天保山まつり概要



Community Activating Project

【主催】

築港・天保山にぎわいまちづくり実行委員会ワーキング事務局（株式会社サポートリンク）

【目的】

築港エリアの魅力を再発見、創出、発信することでまちの活性化を図る。また、来年の開港150周年に向けてのキックオフイベントとして行われた。

天保山まつり概要



Community Activating Project

【日程】

平成28年11月6日(日)

【企画】

- ・菱垣廻船パレード
- ・地元団体によるステージ発表
- ・吉本芸人によるトークショー
- ・インラインスケート世界チャンピオンによるパフォーマンス



天保山まつり概要

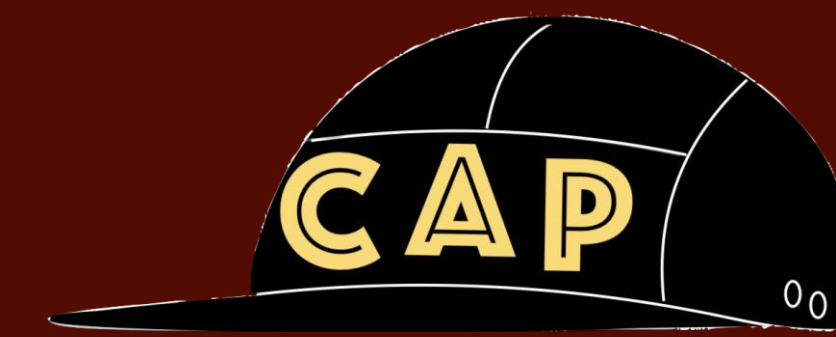


【出店】

大起水産、大阪府漁連、大阪市漁協、市岡・三先・港晴地域
活動協議会、GLIONカフェ、港区歯科医師会
丹波篠山ひなたファーム、南山城村



協賛・協力団体



Community Activating Project

明日に向かって!!
大阪港とともに。

株式会社 辰巳商會
TATSUMI SHOKAI CO.,LTD.

海遊館

大阪港振興株式会社
TEL:0616571-0001 FAX:0616574-1833

住友倉庫

海岸通ギャラリー
CASO
Contemporary Art Space Osaka

nakatani
中粒運輸株式会社

間口

Capt. Line

こころまちつくろう
KEIHAN
大阪水上バス

大阪港埠頭株式会社

株式会社 昴
SUBARU Co.,Ltd.

天保山ハーバービレッジ
天保山
大観覧車

LEGOLAND
DISCOVERY CENTER
OSAKA

G
GELION MUSEUM

G
GELION STEAK HOUSE

CAFÉ 1923

よしもと
クリエイティブ・エージェンシー

大阪文化館・天保山

skates

Asahi
その感動を、わかちあう。

レンタルのスタンダードブランド
NIPPO
http://www.nippo-rental.co.jp/

鮮度がちそう
大起水産

Ipponmatsu Shipping Co.,Ltd

学校法人 修成学園
修成建設専門学校

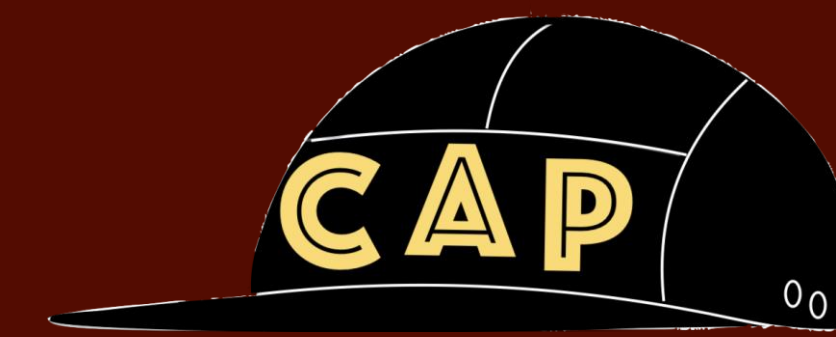
FESTIVAL
D'Festival
株式会社フェスタ関西

ふるさと創生研究開発機構
FURUSATO WONDERLAND AND OMOTENASHI IN JAPAN

Support
Link

(株)ユー・エス・ジェイ サントリースピリッツ(株) (株)田中酒造 日本パナユーズ(株) (株)ジャパンシステムアート ※順不同

協賛・協力団体



Community Activating Project

港住吉神社、築港高野山、日本郵便(株)、大阪税関 海上保安庁、大阪水上警察署、
大阪市水上消防署大阪市交通局、天保山商店会、港商店会
花の海遊ロード美化協議会、和太鼓「隼」
関西阿波おどり協会、大阪海洋少年団連盟
公益社団法人大阪港振興協会
地域活動協議会(三先、市岡、港晴、築港)
ミナミジャズウォーク実行委員会
一般社団法人港区歯科医師会
大阪市立大学「地域活性化サークルCAP」※順不同

仕事内容



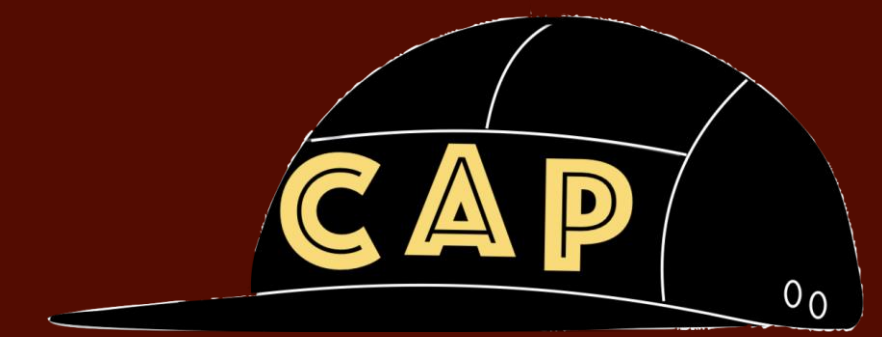
Community Activating Project

出店での販売応援

→お客さんの呼び込みや商品の受け渡し、レジ精算、看板作成
(前田・庄司)



仕事内容



Community Activating Project

①EV体験ブース

小型電気自動車と木製電気自動車の運転

子供たちの車の乗降補助

各自動車の機能、製作経緯の説明

②ツリー点灯前

スタンプラリーの景品交換

(大槻)

仕事内容



Community Activating Project

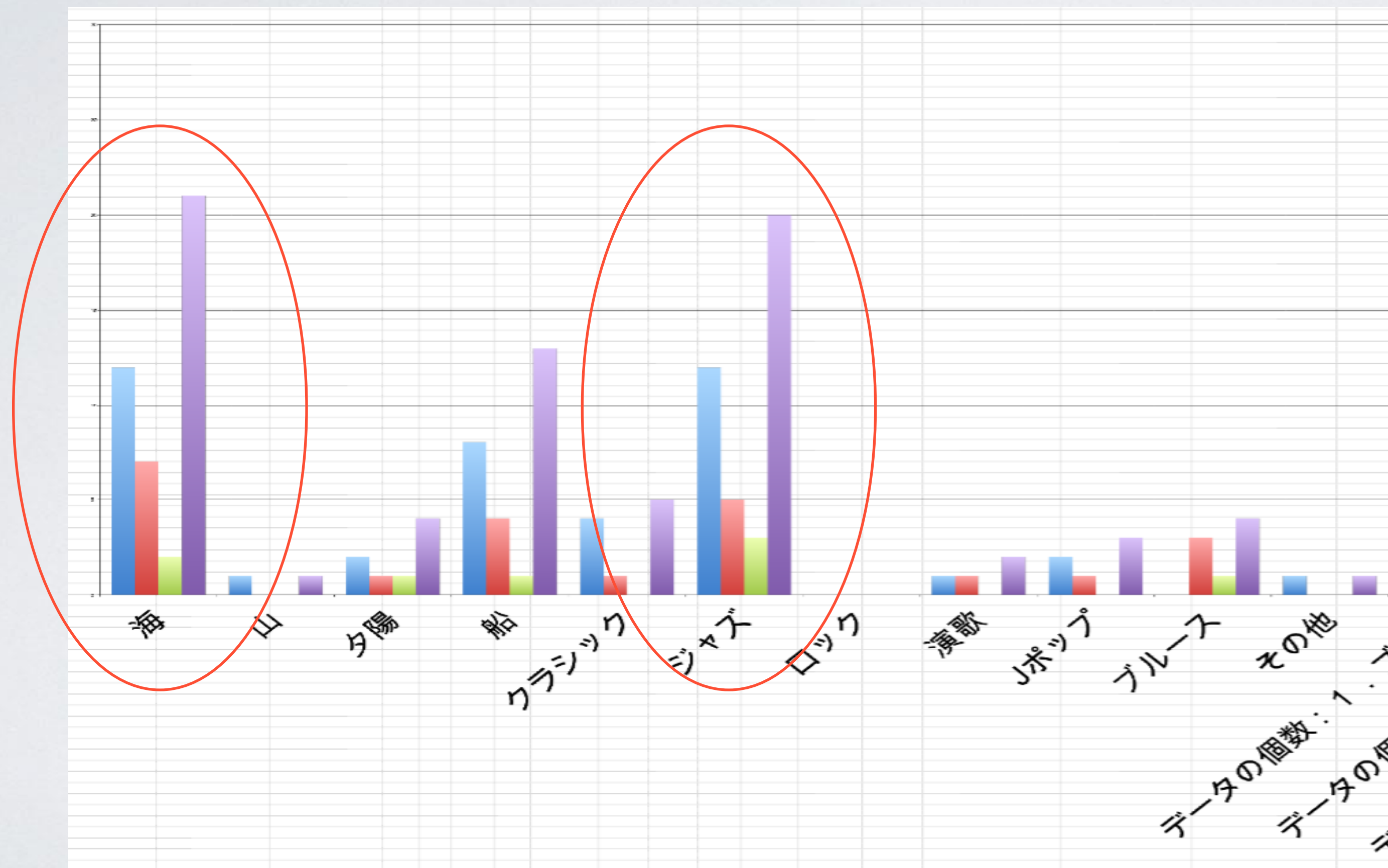
- ・芸能人のアテント、パレード等の写真撮影(堀口)
- ・松本さんに付いて運営の様子やリーダーとしての振る舞いを学ぶ(永長)



事前調査によるマーケティング



Community Activating Project

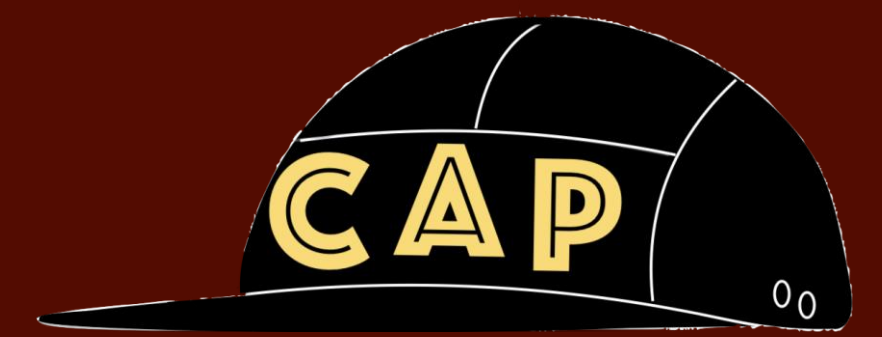


事前アンケートで海・ジャズに人気があると分かった。



ニーズに応えることが可能

天保山まつりに関わって得たこと



Community Activating Project

【営業面】

店舗の外観の重要さ、お客さんとのコミュニケーション、効率性の向上、子供達への安全性の配慮

【運営面】

プロジェクトを進めていく上で、リーダーがお客さんだけでなくスタッフ側にも声を掛けていて次回に向けての人の繋がりを作っていた。

さくらまつり、開港150周年に向けて



Community Activating Project

今回、CAPとして受け身な部分が多かったが祭りの概観や雰囲気や掴めたのでよりコアな部分に関わっていききたい。

また、大学生にしかできないようなコンテンツを作ることで産官学連携を図る。

今回の天保山まつりの運営で学んだことをさくらまつり、開港150周年記念イベントの企画・運営に活かしていきたい。



Community Activating Project

大阪マイレージ

大阪マイレージ



Community Activating Project

目次

1. 南大阪の課題・現状
2. 具体的なプラン
 - A. 大阪マイレージ
 - B. 位置情報ゲーム
3. モデルプラン
4. 実現可能性
5. 大阪マイレージの可能性



大阪市立大学CAPサークル

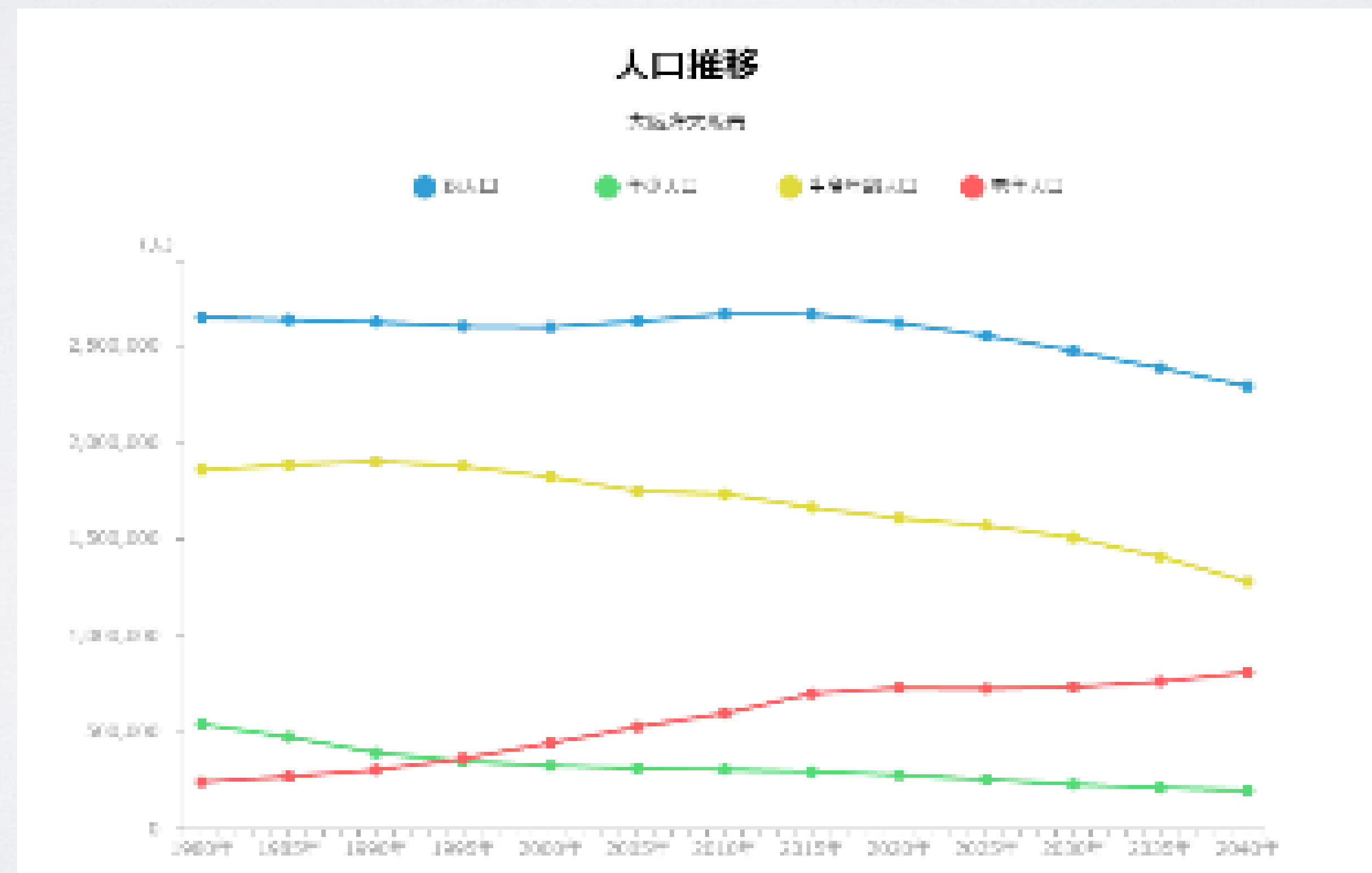
前田	嘉哉 (代表)
永長	千晴
大槻	慶子
庄司	智紀
堀口	泰聖

1.南大阪の現状



Community Activating Project

- 人口減少・人口高齢化によるGDPの実質成長率の低下

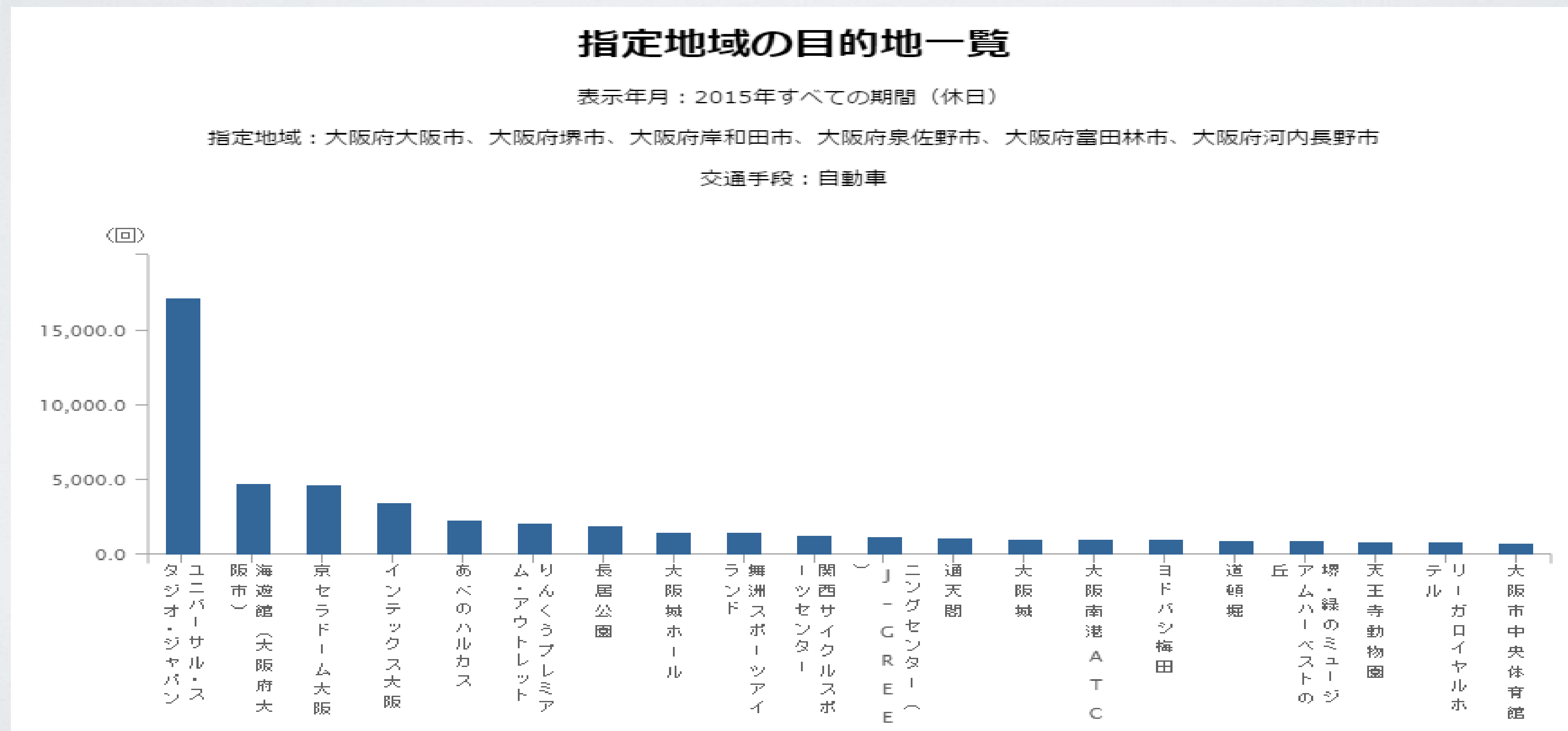


1.南大阪の現状



Community Activating Project

- 大阪市内での観光客の滞留



資料：resasより

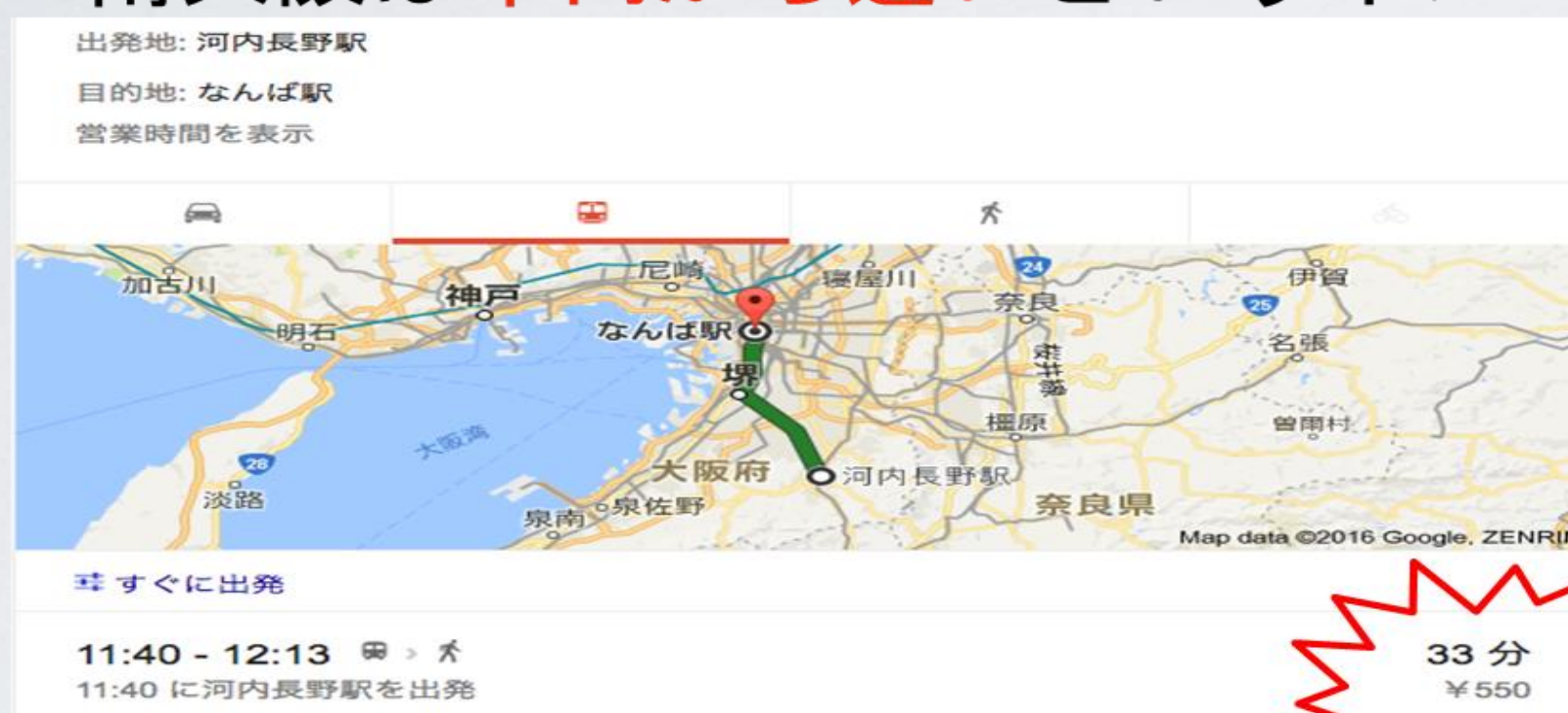
1.南大阪の現状



Community Activating Project

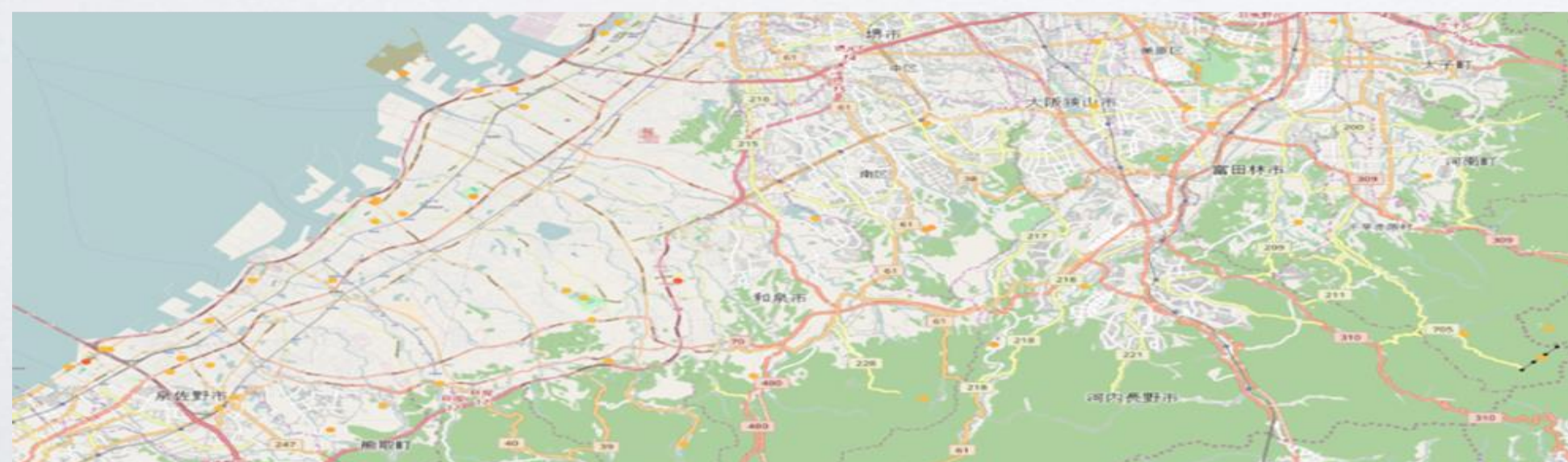
近くて遠い南大阪

南大阪は**市内から遠い**というイメージ



バラバラな観光資源

自治体は観光資源を平等にPRする傾向



→観光客は**多くの観光資源があると**イメージがつかみにくく魅力が伝わりにくい。

TOPIC 宿泊旅行の同行者

「一人旅」は調査開始以来、11年連続増加し17.5%。20~34歳男性の約3割が「一人旅」、35~49歳男性でも24.8%。

最も割合が高いのは「夫婦二人での旅行」で25.3%。次いで「一人旅」が17.5%と続く。「一人旅」は前年度からさらに数値を伸ばし、調査開始以来11年連続の増加。性・年代別で見ると、男性20~34歳では3割近くを占める。35~49歳でも24.8%と高いが、どの世代においても増加傾向にある。

◇宿泊旅行の同行形態（単一回答）

＜ベース：1人あたり最大3回までの旅行件数＞

※出張・帰省・修学旅行などによる宿泊旅行は含まない

	一人旅	妻との旅行	夫との旅行	小学生以下の子どもとの旅行	中学生以上の子どもとの旅行	家族旅行	その他の家族旅行	友人との旅行	職場やサークルなどの団体旅行	その他	
〔15年度〕全体	17.5	7.0	25.3	11.2	4.2	8.5	8.4	13.2	3.1	1.4	
〔14年度〕全体	15.9	7.3	24.5	11.9	4.2	8.2	8.9	13.9	3.8	1.4	
〔13年度〕全体	15.4	7.0	24.8	11.7	4.3	8.4	9.1	13.8	3.6	1.7	
〔12年度〕全体	14.5	7.2	24.1	12.7	4.3	7.9	9.2	13.8	4.4	1.8	
〔11年度〕全体	14.1	7.4	24.5	12.6	4.0	8.0	8.8	14.3	4.5	1.9	
〔10年度〕全体	13.1	7.2	24.4	12.8	3.9	7.8	9.0	15.3	4.7	1.8	
〔09年度〕全体	12.9	7.4	24.3	12.4	3.7	7.7	9.3	15.2	5.2	2.0	
〔08年度〕全体	12.5	7.4	24.2	12.0	3.4	7.6	9.3	15.3	5.8	2.2	
〔07年度〕全体	12.0	7.3	23.8	12.4	3.7	7.2	9.3	15.9	6.1	2.2	
〔06年度〕全体	11.2	7.7	24.0	12.8	3.4	7.1	9.5	16.4	5.7	2.2	
〔05年度〕全体	10.8	7.7	23.6	13.5	3.7	7.0	9.5	15.6	6.4	2.1	
〔04年度〕全体	10.5	8.1	22.4	14.6	4.3	7.3	8.6	15.3	5.8	3.0	
〔15年度〕性・年代別内訳	20~34歳 男性	28.8	14.8	9.0	8.8	11.0	4.5	17.3	4.8	0.4	
	20~34歳 女性	14.3	18.0	14.4	11.5	14.8	4.5	18.7	2.0	0.7	
35~49歳	男性	24.8	7.4	14.5	26.1	4.5	8.2	8.0	3.5	0.5	
	女性	11.7	5.5	19.0	28.4	4.8	12.1	5.0	8.8	1.1	
50~79歳	男性	19.2	3.7	36.5	3.7	5.9	4.5	9.1	11.1	4.9	1.4
	女性	12.3	2.2	34.0	3.7	4.5	6.9	14.1	15.7	2.0	2.5

オリジナルな個人旅行

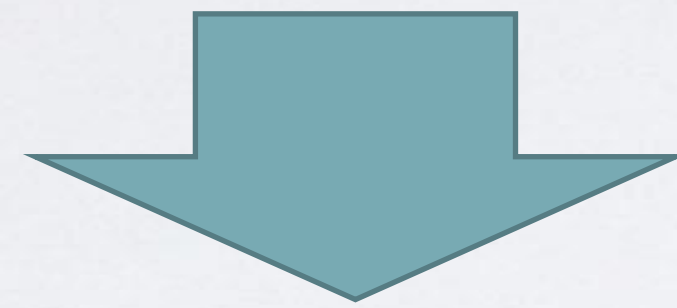
個人旅行が6割→**個人で旅行を計画**
団体パッケージ旅行でなく**少人数催行**

1.南大阪の現状



Community Activating Project

単純に観光資源を一つ一つPRしても効果弱



マイレージ→南大阪に点在する
自治体観光資源(点)を結ぶ(線)
そして南大阪全体(面)を一括りにしてPR。



2.具体的なプラン



Community Activating Project

A.マイレージ制度

南大阪再訪問のネックである**距離の大きさ**を逆手に取る
→移動距離に応じてマイレージを加算

B.位置情報ゲーム

ゲーミングツールリズム × 位置情報

2.具体的なプラン



Community Activating Project

仕組み

- ①利用者は、移動先でスマートフォンの位置情報を登録
- ②移動距離によってポイント加算
- ③文化体験や現地でのクイズでポイントプラス

2.具体的なプラン



Community Activating Project

ポイントで地元の特産品・ランチ無料券がもらえる



3.モデルプラン



Community Activating Project

モデルプラン1 (11月・女子大生2人)



- 15:00 サバーファームでみかん狩り
- 17:00 中百舌鳥古墳群で散歩
- 18:00 地元で人気のレストランでディナー
- 20:00 堺泉北臨海工業地帯の夜景
- ・帰宅後はSNSに写真をアップ
- ・ハッシュタグ付けでコストゼロの宣伝

モデルプラン2 (60代夫婦)



- 11:00 観心寺を散策
- 12:30 大阪で捕れたシラスを使った生シラス丼
- 14:00 岸和田城で記念撮影
- 16:00 河内ワイン館で季節のワインを堪能。お土産に

4.実現可能性

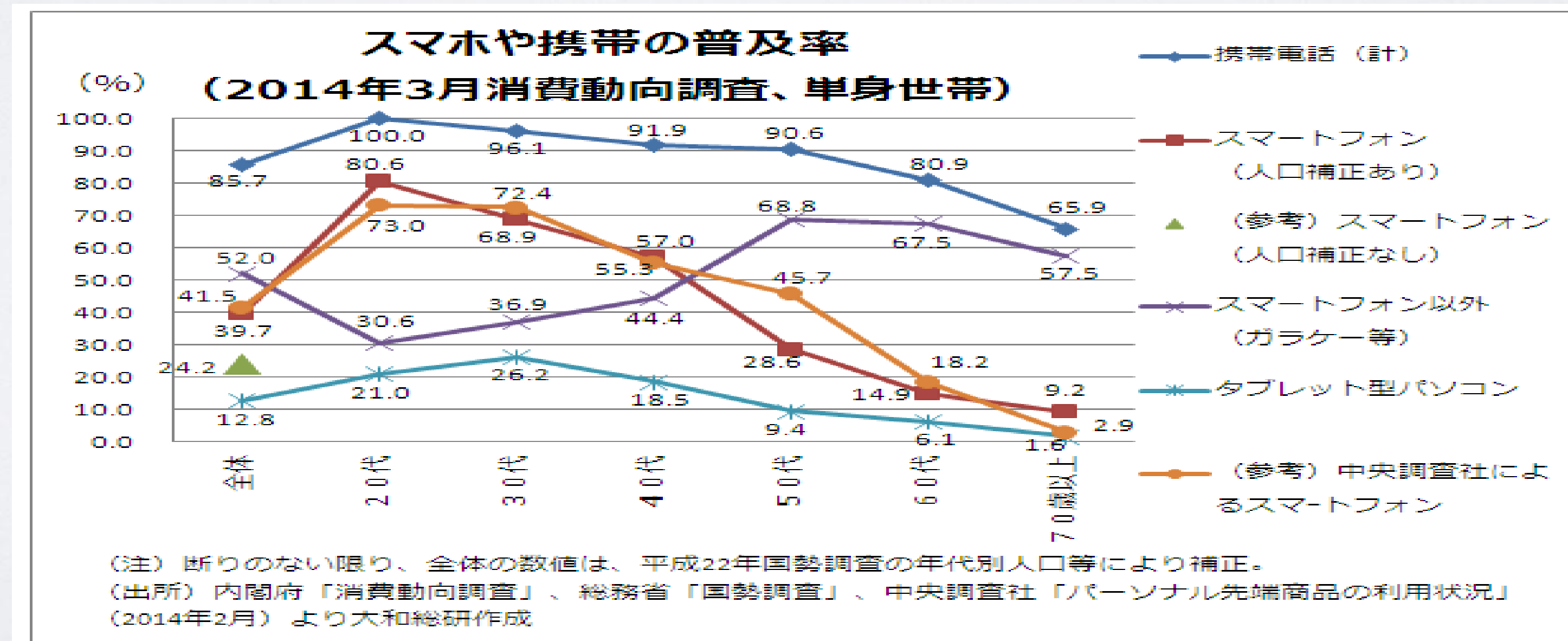


Community Activating Project

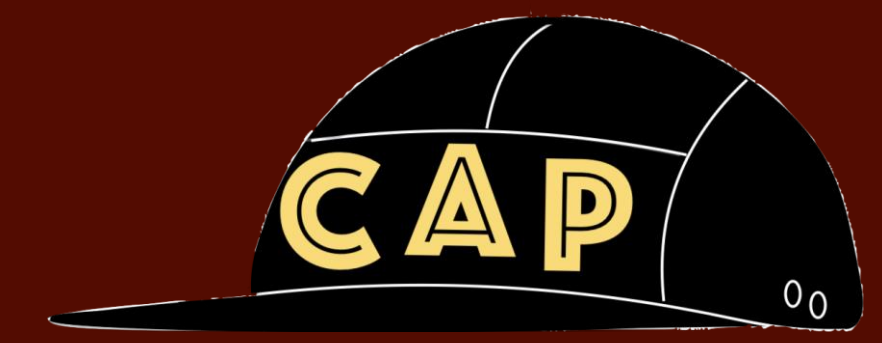
若者のスマホ普及率が高い
IT社会の進行



位置情報システムを利用した
New観光スタイルの確立



4.実現可能性



Community Activating Project

東日本大震災などの影響を受けたものの、訪日外国人観光客数は増加傾向にある。

①2015年には初めて訪日外国人旅行者数が、出国日本人数を超えた

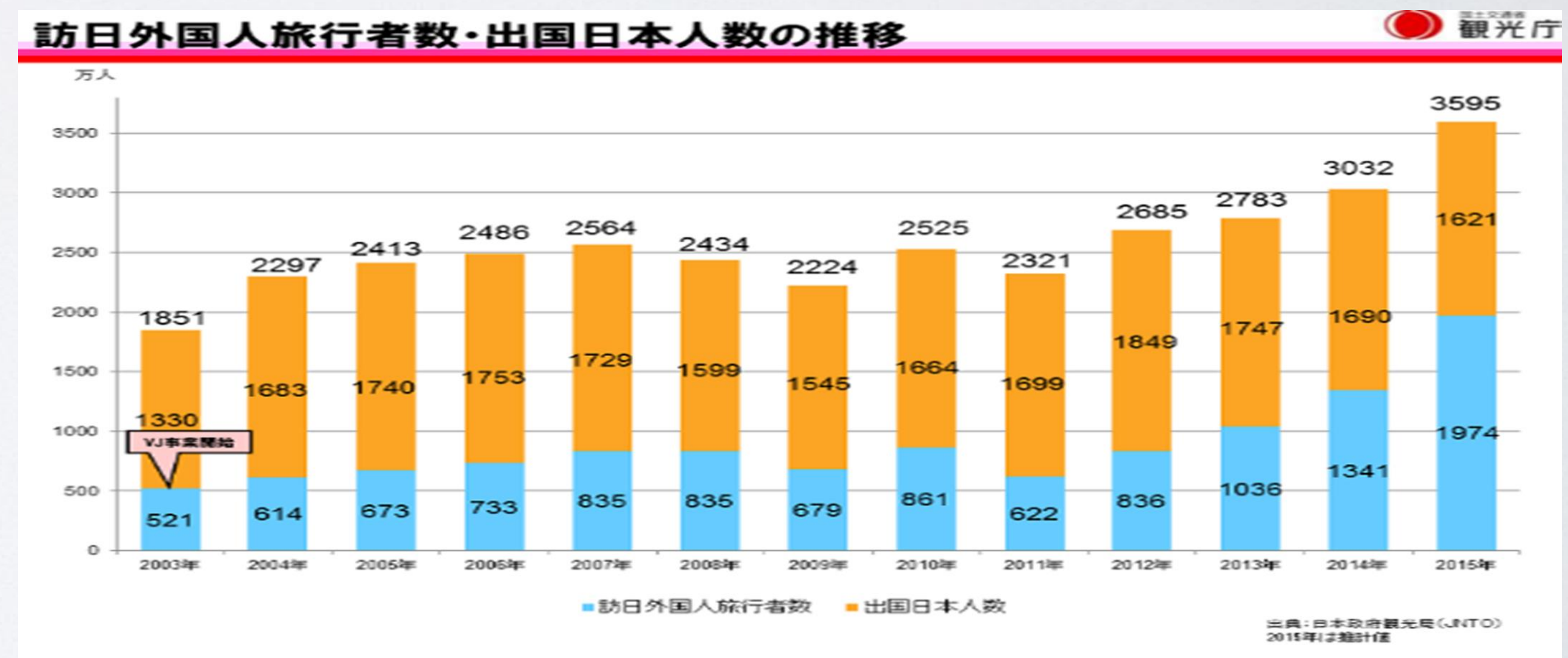
②円安トレンド

③ビザ発給要件緩和

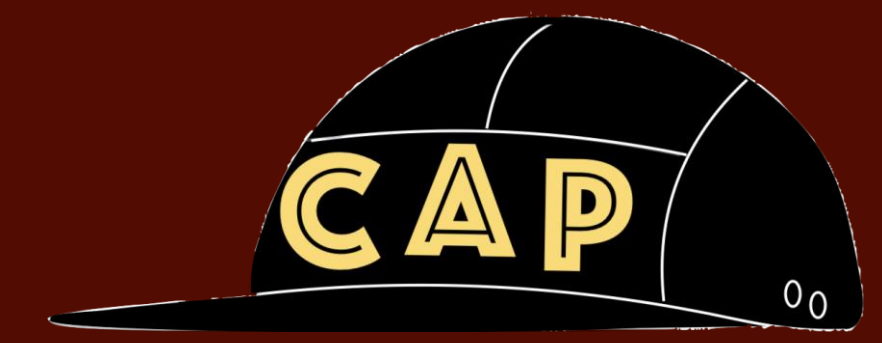
④LCCの増加

等の要因からインバウンドの波は
まだまだ押し寄せる

資料：観光庁より



5.大阪マイレージの可能性(まとめ)



Community Activating Project

日本の課題

- 少子高齢化
- 経済成長の伸び悩み × 地方創生(鍵)
- 市場規模の縮小

大阪マイレージ(プロトタイプ)



様々なコンテンツ