

□海外プロモーション実施内容

大阪・神戸の立地を活用して、より多くの観戦客を関西に呼び込むため、協力してプロモーションを検討実施

①英国

・イングランドでのメディア向けパーティー（神戸市と共同開催）

7/22 ロンドンでメディア向けPRイベントを実施し、大阪・神戸の回遊促進を図る
シェーン・ウィリアムズ氏(ウェールズ代表、ブリティッシュ・ライオンズ)

・有力紙へのPR記事掲載

英国誌「RUGBY WORLD」RWC直前号への大阪PR記事掲載
昨年に続き掲載。訪日前に大阪をPRし来阪を促進



Osaka: The Vibrant City of Old and New

The world knows Osaka to the right of west Japan, a trade and cultural hub that offers a completely different experience to that of Tokyo, located in the Kantō region of Japan. Osaka is the second largest metropolitan area in Japan.

You could say that Osaka is the gateway to Japan. It is, in fact, the center of imported goods. Osaka has that easy-going, friendly, confident and confident attitude that you would expect from a major Japanese hub.

Osaka is a place where you will find yourself getting lost amongst brightly lit neon districts, eating across a food trail and very friendly local people.



Being so close to ancient cities like Kyoto and Nara, Osaka has a lot of history and was a major port of foreign vessels throughout the lengthy history of Japan. It is an incredible gateway to the past.

The flag that symbolizes the government of Osaka is known as the Osaka flag, which is based upon symbols of the city's name. The castle was built in the 16th century by Toyotomi Hideyoshi, a great lord of the world at the time. Visitors can go see the castle and see Osaka from above, just as the ancient lord of Osaka would see his city for the first time.

The people of Osaka would describe the people of Osaka as charming, funny and vibrant. The streets of Osaka are always bustling with energy and local life. Not only that, but most places are decorated with brightly colored signs and decorations, with colorful shopkeepers who have a real attitude of being friendly when you approach.

There are many different types of shopping districts in Osaka, there is the Higashi-Shinmachi district, which is specialized in clothing and accessories that will suit any fashionable taste. There is also Tenjin, which is known for its shopping, where you'll find your favorite clothing and shopping malls, in the city center you will find massive shopping malls stocked with all of your favorite brand names and more.

Osaka has one unique food culture, which comes from the numerous needs of its people. Each street vendor and each store was invented in Osaka, but that's not all there is to Osaka food. There are many more things that you can enjoy when you visit Osaka, such as unique food, unique food, unique food.



Osaka is a place where you will find yourself getting lost amongst brightly lit neon districts, eating across a food trail and very friendly local people.

②オーストラリア

・現地旅行サイトへの大阪PR記事掲載

現地で来日予定者に対して、旅行サイトのラグビー特集ページへのPR記事を掲載
観戦旅行の途中での来阪を促進

③RWCで来日予定の全観戦客

・観光HP、SNSによる多言語情報発信（神戸市と共有）

日本代表や知名度の高い選手から大阪の好きな場所や楽しいスポット等を発信
メッセージを神戸と共有して発信



ヴィンピー・ファンデルヴァルト選手



大八木淳史 氏

□大会期間中周遊促進プロモーションの考え方

□ラグビー観戦+αの消費喚起・・・スタジアムでの観戦予定のない日に、大阪で時間を使っていただく

欧米豪を中心としたラグビーファン層が関心を持つ、観光コンテンツを発信

ラグビー、文化・芸術、食の既存コンテンツを活用し、相互にPRにより大阪周遊を促進し経済効果の最大化を図る。



歴史・文化、体験型観光

スポーツバーでの観戦イベント、バルイベント、SAKE



ラグビー・スポーツファッション、土産品

・府内施設の周遊促進

例) 相撲体験（大八木氏や各媒体にてPR）

・エリアごとのイベントや観光施設を掲載したツール作成

例) 天王寺エリア

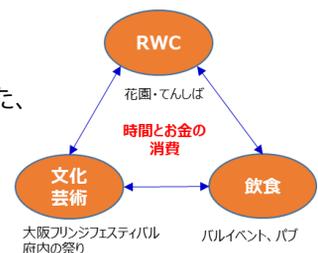
文化・芸術、食のコンテンツを活用し、ファンゾーン（てんしば）での観戦を契機とした、周辺での時間消費を促す。

（フリンジフェスティバル、バルイベント、ハルカス、天王寺公園、四天王寺 etc.）

・パブ、バーに特化したツール作成（バーホッピング促進）

□RWCに対応した観光特集サイトの構築⇒誘引

ラグビーが観れる店、期間中の祭り、体験型観光施設等、ターゲットと期間を絞ったコンテンツを掲載



□レガシー

①花園ラグビー場の有効活用

花園中央公園全体を活用し、ラグビー場を中心に人が集う公園に



【スポーツ公園として】

- ・全天候グラウンド
- ・屋内練習場、トレーニング施設
- ・合宿施設
- ・ちびっこ体験スペース
- ・ミーティング、宿泊施設

【人が集う公園として】

- ・他競技チームを誘致による、ラグビー以外の利用を促進
- ・公園全体を活用したランニングコースの設定
- ・シャワールーム、ロッカールームの設置
- ・マルシェ、朝市などの定期開催
- ・BBQ利用
- ・飲食店・売店の誘致



鴻ノ池運動公園(スターバックス)



J-GREEN



②NTTドコモレッドハリケーンズとの提携

- ・ゴールデンスポーツイヤーズを迎えるにあたり、多くの観光客が訪れる大阪において、スポーツ・ラグビーを通じた大阪の魅力・ブランド力を高め、府内のラグビー普及およびラグビー文化の醸成に向けて、国内外に情報発信することにより、
- ・スポーツ・ラグビーの実施・観戦を目的とした来阪者の増加、NTTドコモレッドハリケーンズの認知・観戦客・ファン拡大を通じてラグビーを観戦する文化の醸成を目指すとともに
- ・ラグビーワールドカップ2019™終了後に高まることが予想されるラグビー人気を一過性のものとせず、レガシーを継承する取り組みについても相互協力する。

- (1) レッドハリケーンズのヴァンピー・ファンデルヴァルト選手の大阪観光大使就任
- (2) レッドハリケーンズ選手からの大阪観光応援メッセージ発信
- (3) アジアからのU18以下のラグビーチーム訪日時のレッドハリケーンズによるラグビークリニックおよび大阪府内のラグビースクールとの対外試合サポート検討
- (4) 株式会社ハブ・北新地店をレッドハリケーンズ旗艦店舗として、ラグビーをはじめとしたスポーツを通じた、国内外からの観光客に対して、大阪のスポーツチームの認知・スポーツファン拡大に寄与する。



③海外とのラグビー交流

ラグビーワールドカップ2019™を契機に、ラグビーを通じた海外と日本の高校の交流に対して積極的に協力し、学生時代の来阪経験から大阪へのリピーター化を促す。

- 例) ビショップ ワーズワース高(イングランド)とのラグビー交流
- 7/30 vs 大阪桐蔭高校
 - 8/2 vs 関西大学北陽高校