

八尾の観光開発、DMO、観光都市経営 —高安山麓・都心部・八尾空港の観光開発—

中 良紀

Tourism Development, DMO and Tourism City Management of Yao City :

Tourism Development of the Foot of Takayasu Mountain, the Center of Yao City and the Yao Airport

Yoshinori NAKA

目 次

第一章 観光産業と観光都市づくり

第二章 ブランドの創造

1. 高安山麓の魅力

(1) 古代歴史と国際性、自然と景観に恵まれた高安山麓

(2) 国史跡高安千塚古墳群の魅力

(3) 高安山麓のストーリー

2. 都心部の歴史・芸能・文化・産業の魅力

3. 八尾空港の紀伊半島世界文化遺産巡り遊覧飛行の魅力

第三章 課題と解決—ブランド力ある遺跡公園の開発—

1. 課題

2. 解決

(1) 高安山麓の遺跡公園の開発と各地の遺跡公園

(2) 都心部の観光開発

第四章 DMOによるブランド観光開発と観光振興施策

1. DMOとは

2. DMOと国の政策

3. 観光地域づくりのポイント

4. 優れたDMO—せとうちDMO—ブランド創造開発投資体制—

5. 八尾市のDMO

第五章 高安山麓、都心部、八尾空港の一体的観光集客施策

1. インバウンド観光対策

2. 八尾の観光集客施策

第六章 観光都市経営—観光資源のブランド化と地域のブランド化—

参考文献

キーワード 観光ブランド創造、高安山麓観光開発、遺跡公園、DMO、観光都市経営

要 旨

観光産業は地域内経済循環を行う産業であり、地域内に雇用と収益と税収をもたらすサステイナブルな都市運営を可能にする、人口減少下の都市経営に必須な産業である。

観光産業は集客産業でブランドづくりが必須である。

八尾のブランド候補は高安山麓・都心部・八尾空港である。が課題も多くブランド開発が必要である。特に高安山麓では遺跡公園の開発整備、都心部では河内音頭等の継続的な開催が必要になる。

その開発は、市民のメリットを重視し、観光客からは、行きたい・行ってよかった・住みたい街だ、市民からは、楽しく・誇りのある・住み続けたい街になるようにすることが大事である。

このブランド都市づくりの開発、集客施策の実行には資本投下と利益が求められる。利害の違う多種多様な観光関係業者、商工業経営者、行政、市民などから多様な要求がでてくる。

これには、明確な目標・調査分析・マーケティング・開発から利益創造まで経営全般の実行が必要になる。そのために横断的な組織によるDMOと観光都市経営が必要なのである。

八尾市はDMOを形成し市民に愛される街づくりを重視して、歴史と自然豊かな高安山麓と都心部の観光開発、及び八尾空港の世界文化遺産巡り遊覧飛行を実現すれば、魅力あふれた、行きたい街、住みたい街、働きたい街の都市ができると考える。

第一章 観光産業と観光都市づくり

日本はここ30年下記の理由等で「地方経済は悪化」し続けている。

*日本経済はバブルとその崩壊及びリーマンショックにより多くの企業、行政が破綻し大きなダメージを受けた。

*アジアの低賃金低コストにより輸出競争力は低下し、生産拠点を海外に移転せざるをえなくなり、国内生産力と国内雇用と需要の低下減少を招いた。従って貿易収支は赤字が続いている。一方海外資本投資と海外所得のリターンは増大し、経常収支は黒字を維持し、貿易立国から海外投資国家に転じている。大企業の生産拠点の海外移転により地方産業の空洞化を招き、また地方中小企業にとって海外移転は容易でなく地方経済の衰退を招いた。

*政府の構造改革で東京に本社機能が集中し本社機能が有する需要と供給力が地方からなくなった。富の東京圏への集中と、地方経済の疲弊化である。

*人口面では若年層の人口の低下により購買力、労働力がともに低下し、経済および街の活気をなくしてしまった。若年層の低下による社会保険の負担問題も大きい。出生率の低下も大きな課題である。

「この地方経済の悪化を打破」するために重要なのは新技術開発によるイノベーションによる生産力と成長力の強化そしてもうひとつは「観光産業」の強化である。

「観光産業」は地域経済循環を促進し、雇用促進、税収増、住みたい街づくりを実現する。地域内経済循環を行い雇用と企業収益と税収をもたらし、サステナブルな都市運営を可能にする、新しい都市経営に必須な産業である。

一方「観光産業」は集客産業でありブランドの創造は必須である。そのためには観光資源をブランド化する観光開発と市民に愛される観光開発を重視して観光都市づくりを進めなければならない。

観光客からは、行きたい、行ってよかった、住みたい街に、それとともに市民からは、楽しい、安らぎがある、住みたい街になるようにする観光都市づくりが大切である。

もう一つ大事なのは「インバウンド観光客の誘致」である。「インバウンド観光客」は外貨で国内消費を増大させるため輸出することと同じである。国内需要、雇用、税収の増大を可能にし、街を活性化する重要な産業である。もちろん地方地域にとっては国内観光客も地域の需要、雇用、税収を増大させ街を活性化する重要な産業である。

そのため地域産業は、各社ブランド商品を観光用商品としてブランドデザイン加工を施し、インバウンド用及び国内観光用として販売強化すべきである。行政の支援も必要である。

大阪観光局から得たデータでは、ツーリズム産業の規模は26.7兆円、内訪日外国人旅行消費額は4.4兆円、国内観光は21.1兆円である。インバウンド観光の消費額は電子部品の輸出額の4.1兆円より大きい重要産業である。

以上から観光産業は地域内で資源と財の投資と生産と雇用をもたらし、地域内で消費する地産地消産業であり、地域内再投資と地域内経済循環をもたらし。観光産業は都市を豊かにする骨格産業である。

第二章 ブランドの創造

観光は集客産業であり、観光都市づくりを推進するには、ブランド創生が必須であり観光振興の基本である。ブランドの創造、開発は最重要である。

八尾の観光資源のうち、魅力あるブランド候補は下記の3点に絞れる。

1. 高安山麓の国史跡の古代歴史と自然と景観の魅力
2. 都心部の河内王朝物づくりと仏教の歴史、賑わいの伝統芸能、産業観光の魅力
3. 八尾空港から紀伊半島世界文化遺産巡りの遊覧飛行の魅力

1. 高安山麓の魅力

(1) 『古代歴史と国際性、自然と景観に恵まれた高安山麓』

- 1) 観光の振興にはブランドが必要であり世界文化遺産にはブランド力がある。百舌鳥・古市古墳群は世界文化遺産に登録なりブランド力ある観光資源になった。インバウンドを含め多くの観光客を集客するであろう。その古墳群は河内王朝時代に造営され、中心人物は応神・仁徳・雄略天皇である。八尾も河内王朝の中心地である。
- 2) 八尾では河内王朝中期時代の雄略天皇から後期時代の用明天皇まで天皇と物部氏が中心である。彼らの時代に物部氏一族と百済からの渡来人が造営したのが「国遺跡・高安千塚古墳群」である。精密な技術で造られた横穴式石室古墳群で、保存状態のよい200基以上が国遺跡に指定され管理されている。外国の学者が明治時代から注目した歴史的な古墳群である。
- 3) 高安千塚古墳群の西には、称徳天皇と弓削の道鏡が奈良時代に造営した国遺跡・由義寺跡、由義の宮があり、また高安千塚古墳群の北には国遺跡・心合寺山古墳がある。高安山麓にはストーリー性ある3つの国遺跡が集まる。
- 4) 高安山麓には自然と景観、高安千塚古墳群、その他文楽・能に関連する歴史的な史蹟、ウォーキングが楽しめ、若ごぼうなどの特産品、八尾空港、聖徳太子ゆかりで温泉のある真言宗信貴山入り口、など観光資源が集中。ストーリー性も雄略天皇・物部氏・渡来人・日本最初の物づくりの街・聖徳太子・仏教伝来、称徳天皇、弓削の道鏡等を中心に多様にある。

「高安山麓の魅力 まとめ」

*雄略天皇から物部守屋の戦いまでが河内王朝。八尾での雄略天皇と物部氏と百済王朝の渡来人による生産技術の変革で国家が成長発展、物部氏も渡来人も財を成しこれで高安千塚古墳群の造営が実現できた。

*古墳群は精密な朝鮮様式の横穴式石室古墳の存在により国際性がある。

*明治時代の外国人学者による高安千塚古墳群の調査、外国への情報発信により国際性がある。

*その他歴史遺産—文楽や能ゆかりの史跡、国遺跡の心合寺山古墳、国遺跡の由義寺・由義の宮（称徳天皇・弓削道鏡）、雄略天皇中臣氏物部氏ゆかりの恩智神社枚岡神社、弓削道鏡関連の神社と歴史的な遺産が多い。

*自然景観にすぐれ、古墳群から高安山頂の高安山麓ウォーキング、ハイキング、遠足、修学旅行に適する。

*温泉、神社寺院（生駒市信貴山、東大阪市石切温泉と提携）もある。

*特産品生産販売（枝豆、若ごぼうに加えて柏原市のワインと提携）や造園業や石材業の体験（見本造園の設営）と高安山麓にはユニークな観光資源がある。



市内探索マップ（八尾市 総務部市政情報課 提供）

（2）『国史跡高安千塚古墳群の魅力』

1）『高安千塚古墳群の概要』

高安千塚古墳群は、高安山麓に在り6世紀に造営された横穴式石室を主体とする大型群集墳である。

山麓には300基を超える古墳があるが現在224基が確認され、この内105基が今回国の史跡に指定された。畿内でも有数の大型群集墳である。広範囲に数多くの小古墳が群集する古墳群を国

史跡に指定してもらうことは容易ではなかったが、八尾市をはじめ関係者の努力で平成27年3月10日国の史跡に指定された。

*近鉄服部川駅から信貴山口駅の東側の高安山麓の傾斜が穏やかな尾根上に分布している。確認済みの古墳群は北から谷筋によって、大窪 山畑支群（50基）、服部川支群（131基）、郡川北支群（6基）、郡川南支群（37基）の4つの支群からなる。古代から集落が営まれた肥沃な中河内平野の東に位置し、6世紀前半から造営され始め6世紀後半には最盛期を迎え7世紀になると終息した。

*200基以上の古墳が良好に残る畿内有数の大型群集墳で、墳丘は円墳、埋葬施設は横穴式石室である。石室は大きな石も使用され規模も大きく構造は精緻な造りである。特に玄室が2室ある構造の二室塚古墳は全国でも例がなく高度な技術が駆使されている。

*6世紀前半の造営開始時代の古墳（郡川16号墳）では、朝鮮半島のドーム状天井の石室や韓式系土器また渡来系の人々の埋葬習慣であるミニチュアの炊飯具の出土などが発見されている。6世紀後半の最盛期の古墳は大和式の平天井の大型の横穴式石室となる。7世紀になると造営はなくなる。

*このことから、5世紀朝鮮から多くの渡来人が来日し倭の政権に受け入れられ、鉄製造、治水灌漑、建築、機織、土器、文字などいろんな技術を伝播し経済力財力を蓄積し6世紀には古墳を造営することができた。そして倭の国の統治制度の中で地域の豪族の支配化にはいりそこで融合し発展し、最終的にはその豪族の影響を受けたことがわかる。高安千塚古墳群は朝鮮半島との交流の歴史及び古代国家形成の過程を明らかにすることができる重要な史跡である。

*明治時代には大森貝塚で有名な米国人モースや英国人ガウランドが調査に訪れ彼らによって海外に紹介された国際的な古墳群である。

*古墳は地域の人々の協力によって良好に保存されており、豊かな自然や花、植木畑と調和し、自然と歴史を楽しむことができる美しい景観をもつ貴重な財産である。

2) 『高安千塚古墳群の価値と詳細』

「価値」

*雄略天皇と物部氏に仕えた八尾高安の渡来人が造営した百済系の精密技術で作られた大きな横穴式石室を持った古墳群で海外交流を現す価値ある古墳群である。また河内王朝雄略天皇の伝説が古事記で展開されている場所であり、雄略天皇の河内の王宮、志幾の宮があった場所が近い。

*また明治時代モースが調査し海外に情報を発表している価値ある古墳群である。

*さらに百舌鳥古市古墳群とは違い古墳の中に入ってみることができる。

*自然に恵まれ景観や見晴らしのよい高安山麓にあり、信貴山にも連なりウォーキングやハイキングにも適している。

*遺跡の心合寺山古墳、由義寺跡、また雄略天皇物部氏中臣氏ゆかりの恩智神社にも近い。

*古墳群周辺の農家や造園業者との提携も可能である。交通の便もよい。など多くの価値を含んだ観光資源である。

「詳細」

*古代歴史：

高安千塚古墳群が渡来系の人々によって造営が始まった背景には、雄略天皇、物部氏及び渡来人が関わっている。河内王朝雄略天皇（456～479年）は朝鮮百濟王朝、伽耶、及び中国宋朝に対し国際的な政治を行った。百濟は南下してくる高句麗に苦戦を強いられ、倭国に軍事的な救済を求めた。雄略天皇の時代に百濟王朝は昆支王を461年から約15年間日本に派遣しそれに伴い多くの渡来人も日本に着た。天皇は彼らを受け入れ河内に住ませ、いろいろな技術を取り入れた。国内においては物部氏と大伴氏を大連に任命し、渡来人については伴、部、戸の戸籍制度を用い統治し活用を計った。渡来人も技術を伝播することで大事にされその地に融合し、物部氏・大伴氏（のちに蘇我氏）のもとで経済力を蓄えながら繁栄し、6世紀には古墳を造営するまでに至った。雄略天皇は八尾志幾の宮で河内や国内政治そして外交や渡来人の管理を治めたと思われる。八尾にとって非常に関係の深い天皇で大切である。

一方八尾洪川を本拠地として勢力を伸ばした物部氏は、宗主物部守屋が王位継承問題や仏教受け入れ問題で蘇我氏と争い、587年蘇我馬子に滅ぼされた。その結果物部氏の支配下の氏族も勢力をなくし、高安千塚古墳群はそれ以降造営されなくなった。高安千塚古墳群は本当に古代の国家の成り立ちを現す大事な歴史遺産である。

*国際性：明治時代の海外学者による調査、情報の海外発信

高安千塚古墳群は明治時代に外国人により調査され学史的に国際的に著名な古墳となった。各人の内容を紹介する。

・米国人博物学者 エドワード モース

明治10年代から20年代前半に大森貝塚を発見し発掘調査をしたモースは明治12年高安千塚の開山塚古墳や服部川支群の9基を調査し、日本におけるドルメン（巨石記念物）（1880年）として報告発表している。開山塚古墳では現在の実測図に近い平面図や立体図を作成し、服部川地域の古墳のスケッチも残している。

・英国人 アーネスト サトウ

1881年 外国人むけガイドブックで高安千塚古墳を紹介。

・英国人冶金学者 ウイリアム ガウランド

明治5年（1872年）大阪造幣局に赴任明治21年（1888年）まで滞りしその間日本各地の古墳を調査した。高安千塚古墳では服部川12基、山畑13基を調査した。

帰国前2年間では、米国人ヒッチコックから写真撮影技術を教わりヒッチコックと共にまた

単独でガラス乾板式写真機で撮影した。大英博物館では、これら調査報告書、写真、出土土器等の遺跡物が保管展示されている。

・米国人 ロマイン ヒッチコック

明治19年から21年に大阪の官立第三高等中等学校の英語教師として滞在。ガラス乾板式写真機で撮影し二室塚古墳を紹介している。ヒッチコックはガウランドに写真撮影技術を教えた。

*自然・景観：

一方古墳群は高安山麓の自然や見晴らしのよい景観に恵まれた場所にあり、山歩きやリフレッシュに最適である。有名な古墳が次の通りある。案内資料は八尾駅前の八尾市観光協会案内所にあるので、参考にして有名古墳巡りを楽しみたい。

大窪 山畑支郡：来迎寺境内にある抜塚古墳、俊徳丸鏡塚古墳

服部川支郡：ガウランドが調査報告した二室塚古墳、大きい玄室とモースがスケッチした服部川7号墳、玄室が大きい服部川42号墳

郡川北支郡：高安千塚古墳最大の玄室でモースが図面を作成した開山塚古墳

『このように国内および国際的に重要な歴史的意義を持ち、自然に恵まれ、しかも実際に手に触れることが出来る高安千塚古墳群の歴史遺産は本当に価値がある。観光振興地域振興の大事な資源である。今後土地の公有化を含め重要な課題があると思われるが、国、府、市、地域の人々など皆様が協力し魅力あるブランドに育てあげていただければと思う。』

(3) 『高安山麓のストーリー』

1) 『雄略天皇のストーリー』

*中国の宋書に書かれている通り、雄略天皇は朝鮮半島における統治を積極的に進め、昆支王はじめ多くの百濟人を石川や高安方面の河内に住ませ、彼等を統治しつつ海外情報の入手や諸工業の技術導入を図っていた。

執務を執った王宮は地理的に遠くて不便な大和の宮でなく、河内の志幾の宮で執り行われていたと考える。志幾の宮は志紀遺跡、志幾の県主の館、恩智神社、由義神社付近で、昆支王がいた羽曳野安宿部と物部氏がいた八尾洪川の両方を見れ、しかも大和との交通の便に良い場所であった河内の志幾と思われる。

*雄略天皇の皇后は日下の大日下王の妹の若日下部王であり、二人は仁徳天皇と妃の髪長比売の子供であり大日下王は日下から高安の河内を統治していた。古事記によれば、雄略天皇の兄の安康天皇が若日下部王を雄略天皇の後に迎えたいと立派な贈り物を兄の大日下王に贈った時、安康天皇の使者がそれを自分の物としたうえ其の罪を大日下王に被せた。そのため、大日下王は安康天皇に殺されてしまう。殺された大日下王の子の眉輪王は大きくなった時安康天皇を親の仇と殺害してしまう。これに怒った安康天皇の弟雄略天皇は眉輪王と彼を庇った葛城家宗主の円王を殺害してしまう。

*一方雄略天皇は后として若日下部王を皇后に迎えるため、大和から山越えて日下に入ってきた時、天皇の宮殿と同じような立派な屋敷で屋根の上に堅魚木をあげた屋敷を見つけ、誰の屋敷かと激怒し焼き払おうとした。屋敷の持ち主は志幾の県主の館で、彼は頭を地につけ謝り、布と鈴をつけた白い狛犬を差し出し許しを請うた。天皇は許しその白い狛犬を日下の若日下部王に求婚の贈り物とした。

このような話が古事記に記されている。

2) 『河内王朝 物部氏のストーリー』

*雄略天皇は物部氏と大伴氏を大連に任命し、物部氏を八尾洪川に大伴氏は羽曳野石川に住ませ統治させた。

*物部氏は渡来技術と渡来人を活用し技術変革と河内の生産力の発展に寄与し、洪川に大きな館を作りそこを拠点に八尾を物作りの地域として体制を整備し勢力の地盤を固めた。

雄略天皇を頼って渡来してきた昆支王をはじめとする百済渡来人は、物部氏の配下に組み入れられ物部氏の技術変革成長に大きく寄与した。

物部氏は軍事面、農地開拓、生産技術変革と成長を担っており、鉄器を組み込んだ武器の製造でも力をつけていた。

*継体天皇の時代には、九州磐井の乱を軍事力で鎮圧し天皇家への発言力も増し勢力を拡大した。また治水灌漑と物作りを八尾で進展させるとともに玉造を拠点に難波上町台地での物作りにも発展させていく。

渡来人はこの間に物部氏や河内に馴染み、物部氏の力添えもあり財力を築き、高い技術力で造営された大きく精密な朝鮮式の横穴式石室をもった高安千塚古墳群を造営するまでになった。

*大伴氏の失脚のあとその地も継いだ蘇我氏が欽明天皇の時代から勢力を伸ばしてくるのを快よしとせず、天皇後継者問題で対立した。物部氏は仏教と馴染みが深かったが、仏教の受け入れ問題でも対立し、蘇我氏と一戦を洪川で交えた。物部家宗主、守屋は敗れ、その地位を蘇我氏に取って代われ、ついに長く続いた河内王朝はここに終焉した。物部氏と渡来人が力をいれた高安千塚古墳群の造営はこの後なくなった。

3) 『河内王朝と百済王朝の交流と仏教伝来のストーリー』

雄略天皇と欽明天皇と百済王朝と物部氏が八尾で仏教伝来に大きな役割を担った。

雄略天皇と百済王朝昆支王との関係が背景にあり、仏教を導入した欽明天皇と百済関係、物部氏と日羅上人と聖徳太子の関係が大事な仏教伝来のストーリーである。

*雄略天皇時代(456~479年)：百済は強国高句麗の侵攻に会い苦戦、日本との協力関係の強化を計る。百済第21代蓋鹵王は弟の昆支王を461年日本に派遣し関係を強化した。昆支王は優れた人物で羽曳野飛鳥を拠点に渡来人をまとめつつ日本に15年以上も滞在し日本に鉄等多くの技

術を広めた。羽曳野の飛鳥戸神社の祭神として今も祀られている。日本も百済を支援したが、強国高句麗は475年百済漢城を陥落させ蓋鹵王は殺害された。昆支王も百済に戻ったが477年に亡くなった。

*継体天皇時代（507～530年）：日本生まれの昆支王の子供東城王と武寧王は優秀で百済に戻り第24代25代の百済王になり百済再興を果たし発展させた。以降百済は昆支王の子孫が王朝を継承した。日本は大村氏物部氏が有力な時代でありとりわけ大伴氏は伽耶、百済を管理していた。ところが大連大村金村は賄賂を貰ったのか、512年任那4県を百済に割譲した。（後になって大村氏失脚の原因にされる）

*欽明天皇時代（539～571年）：欽明天皇の時代、東の新羅が力を伸ばし、伽耶や百済を攻め、562年任那日本府を滅ぼし百済に迫る。新羅に攻められ任那日本府が陥落し、百済は苦戦を強いられ日本に加勢を求めた時代である。百済第26代聖明王は552年日本に仏像、仏教經典や、造仏人と寺院建築技術を贈り百済への協力を求め日本との関係強化を計った。これが日本最初の仏教伝来となる。

このころ大伴氏は任那4県の割譲の責を問われ失脚し物部氏と蘇我氏が2大勢力となる。物部氏は継体天皇と目子媛の子供安閑天皇と宣化天皇側に、蘇我氏は継体天皇と手白香皇女の子供欽明天皇側につき、欽明天皇は物部氏をよく思わず蘇我氏に肩入れした。

*敏達天皇時代（572～585年）：敏達天皇は朝鮮問題を心配し、百済にいる倭の日羅將軍を呼び物部氏の拠点八尾洪川阿斗の桑市の館に住まわせ伽耶百済情勢を検討した。日羅將軍は仏教に造詣が深く日羅上人とも呼ばれ、將軍でもあり文武に秀れしかも仏教に造詣の深い立派な人物であった。天皇は583年日羅上人のためこの地に日本最古の寺院日羅寺を建立された。現樟本神社内に伝わる。日羅上人開基や関係の寺院は大阪、奈良、兵庫、九州ほか全国に百以上あり、飛鳥橋寺には木造日羅立像がある。聖徳太子は少年時代に日羅上人に仏教を教わったが、幼少の聖徳太子は日羅上人に大きな感銘を受け日羅上人の指導と威光に大変敬服したという。

ただ日羅上人は百済の本心は百済が日本府を中心とする伽耶地方を狙っていることを天皇に報告しようとしたため百済王朝から来ていた側用人に難波津付近で暗殺され、百済に精通する重要な人物を亡くす。

このころ勢力を2分していた物部氏と蘇我氏は以前からの王位継承問題で対立し、蘇我氏は仏教を擁護、物部氏は神社崇拜排仏を唱えるという形で対立を深めていた。

*用明天皇（585～587年）推古天皇（593～628年）時代：聖徳太子の父用明天皇が亡くなるとすぐ蘇我氏聖徳太子連合軍は、八尾洪川阿都の物部氏の館（現洪川神社から跡部神社付近）を攻め最後は阿斗に近い衣摺で滅ぼした。仏教戦争とも呼ばれる。ゆかりの史跡として近くに大聖勝軍寺や物部守屋の墓や樟本神社等がある。この後、蘇我氏は物部氏の地盤を得て強大になる。聖徳太子は推古天皇の摂政となり冠位12階を定め17か条の憲法を發布し、また四天王寺や法隆寺を建て仏教も広めていった。

八尾の高安千塚古墳にはこのように河内王朝、雄略天皇、物部氏、仏教、聖徳太子のストーリー性を含んでおり、訴えていかねばならない。

2. 都心部の歴史・芸能・文化・産業の魅力

都心部には物部氏関連、仏教関連の日羅寺日羅上人関連・聖徳太子関連・蘇我氏関連・蓮如上人関連、河内音頭と盆踊りなどの伝統芸能（芸能性）やスポーツ関連及び産業体験型観光による修学旅行やインバウンド観光が魅力的である。

- (1) 都心部の物部氏本宅跡、日本最初の物づくり遺跡の古墳や出土品、日羅上人の樟本神社、聖徳太子、顕証寺、市民参加型寺内町などの仏教関連などの歴史観光遺産を生かした観光資源の一体的歴史的紹介や集客施設が必要。寺内町に宿坊を建設し体験型観光サービスを提案したい。
- (2) 芸術・芸能・スポーツ・レジャーの一体的観光開発。
河内音頭や盆踊りなど市民参加型の町おこしと紹介や特産品販売や総合的な連携イベントができる観光集客施設が必要。
- (3) ものづくりや農業の体験型観光開発
日本最初の技術変革を成した河内王朝時代からの八尾の物づくりの歴史を紹介する展示、現在及び未来の物づくり技術の紹介施設が必要。
- (4) ページ17の第一章に記した産業ブランド品を観光用商品としてブランドデザインを加工する。
- (5) 優秀な技術や特殊な技術をもつ企業巡り、優れた商品製造品を体験してもらうまた特産品の生産農家やお菓子・飲み物などの飲食物の加工業者巡り、土産物に適したファッション・衣類・工芸品製造業者巡りの体験型観光ツアーの実行も必要。

3. 八尾空港の紀伊半島世界文化遺産巡り遊覧飛行の魅力

—河内および紀伊半島に存在する世界文化遺産巡りの遊覧飛行の実現（日本・世界の富裕層の誘致と大手運輸会社と旅行代理店との提携—

- (1) 遊覧飛行ができる空港を持つ観光都市は非常にまれであり大変なブランドである。これをもって、観光集客ができないのは大きな経済ロスである。そのためには顧客目線のマーケティングと資本導入を考えねばならない。
- (2) 富裕層向けに八尾空港から紀伊半島にある世界文化遺産巡りの遊覧飛行を実現する。
世界遺産候補の古墳群は宮内庁の方針で中に入れず中の様子がわからず魅力に欠ける。しかし空中から見れば巨大古墳群の偉大性や美しさや歴史性などがよくわかり感動が違う。さらに紀伊半島の歴史的な世界遺産と合わせて見せることができれば、その感動は大きく世界的

な観光ブランドになる。

これを実現するには国内及び世界の富裕層を対象に豪華なハイクラスなサービスの提供と集客力である。世界文化遺産観光関係者・大手鉄道運輸業者・大手旅行代理店・広告代理店等との提携と資本導入が必要である。

- (3) 飛行コース案は、(A) 百舌鳥古市古墳群・高安千塚古墳群・なにわの宮跡の河内王朝巡り、(B) 法隆寺・飛鳥・三輪山山麓・奈良の大和王朝巡り、(C) 伊勢志摩・熊野・高野山巡り及びこれらの組み合わせを提案する。
- (4) バスターミナルを設け近隣する世界文化遺産バス巡りの拠点とする一百舌鳥古市古墳群、法隆寺、竹ノ内街道から飛鳥巡りを企画する。八尾を大和観光の観光拠点にし、広域観光、体験型観光、長期滞在型観光が可能になるホスピタリティ溢れた観光案内、宿泊、食事、休憩、温泉施設、交通拠点設備などを兼ね備えた施設を八尾空港の遊休土地を活用し開発整備する必要がある。

第三章 課題と解決—ブランド力ある遺跡公園の開発—

観光産業は集客サービス産業でありマーケティングが重要である。顧客の欲求要求を分析しよく知り、顧客に適切な満足を与え心を満たせないと集客サービス産業は成り立たない。勿論ホスピタリティとおもてなしの行き届いたサービスが提供できる事業が行われないと欲求や要求を満たすことはできない。マーケティングを基にブランド開発・整備・サービスの実行が求められ、そのための投資無くしては実りある集客とリターンは得られない。

上記で説明した魅力ある八尾の観光資源がなぜ集客ができないか見てみたい。

1. 「課題」

- (1) 自然や景観、歴史に恵まれた高安千塚古墳群や文楽や能の歴史遺跡、由義寺、由義宮等の歴史的観光資源を持っていながら、観光客や市民が楽しむ体制がここには備わっていない。ただ観光資源が散在するだけである。魅力ある自然と景観と見晴らしと歴史遺跡の中で、家族が楽しく見て回り、楽しく遊び、ハイキングができ、休憩ができ、食事を楽しめるような、美しい 綺麗 感動する 楽しい ゆっくりできる、親切な案内表示が備わっていない。これでは観光にならない。これらを満たす遺跡公園を整備開発しブランドにすることが望ましい。
- (2) 観光資源の紹介・グルメ料理レストラン・特産品販売・温泉・リゾート宿泊ができる施設が近くにあれば集客に効果的であるがこれらはない。ウォーキング支援等の整備やサービスの提供、健康・医療ツーリズムの体制（医療・スポーツ・宿泊・グルメ・観光）やMICE関連の観光施設（会議場・展示場・宿泊・グルメ・観光）も必要。だがこれらも現在何もない。

ただ観光資源が存在するだけの状態である。遺跡が存在するだけではブランドにならない。観光客にとっても、市民にとっても、地元企業にとっても魅力のある、楽しい、うれしいものが備わっている自然と景観と歴史豊かな遺跡公園になっているかどうかは八尾の観光ブランドづくりの決め手になる。

- (3) 遺跡は楽しく見て回れる仕掛けがされているか、野外食事やバーベキューできる場所・グルメレストランがあるか、楽しい買い物（特産品、工芸品、ファッション豊かな衣類など）ができるか、スポーツができるか（手ぶらで来てでもできるレンタル用具や緑豊かな場所の提供）、ウォーキングやハイキングの案内の整備が十分か、癒しの休憩施設や温泉があるか、まわりの有名観光施設巡りを含めた交通が至便かなどがよく検討されねばならない。これらの実現がブランドづくりと集客の決め手になる。

これらを考えると高安山麓の場合、「遺跡公園の開発」が望ましいと考える。

2. 「解決」

(1) 高安山麓の遺跡公園の開発と各地の遺跡公園

観光にはブランドが必須であり、なければ創造していくしかない。このため投資を必要とするが投資なくしてリターンはない。観光で成功しているところは長年に亘って調査を行い、時にこつこつと時に大きく投資を行い、ブランドを創り、長年の成果としてリターンを得ている。ブランドづくりの高安山麓の観光開発、八尾都心部の賑わいづくりには投資は不可欠である。

これには遺跡公園開発と整備のための投資が必要になるが、観光客と市民の欲求要求をよく分析し、これは単独機関の投資でなく、行政・大手企業・地域内企業・金融機関・観光業者・観光資源主体者などがよく話し合い、総合的な投資協力が必要である。

但し高安山麓の観光開発は、生駒信貴山国定公園法、埋蔵文化財法、文化財法、市街地調整区域法、民間人の土地保有地買収などが関係し簡単ではない。地元の人々や市民の方々及び上記の投資関係者がよく話し合い、法に触れない周辺地域での開発を検討し観光客や市民や企業関係者にとって魅力ある高安山麓・都心部の観光開発にもっていかねばならない。

『各地の遺跡公園』

各地に遺跡公園が開発され観光振興を計っている。

*『札幌丘珠縄文遺跡公園』平成30年オープン

「事業目的」札幌の縄文文化の魅力を発信する、遺跡を保存し地域の歴史資源、文化資源、教育資源をして価値を将来に伝える。「遺跡の特徴」縄文晩期の遺跡、25000㎡と広い、土器石器炉跡等6800点以上と出土品多い。「基本方針」縄文遺跡の整備、体験と学びの展開、市民との協働交流の場の創出、豊かな地形にある縄文文化の魅力を発信、縄文食文化の体験の場の提供。「市民が育てる遺跡公園」市民参加による継続的な発掘調査、展示、体験を展開。

「ゾーニング」保存整備ゾーンを中心に周りに風の原っぱ、池と小川、ふれあい牧場・放牧場・牧場の家、牛館、ミルクの郷と炊事広場、ラベンダーの丘、サトランドセンターで囲む。「観光資源の活用」遺跡公園の体験型の観光ツアーをサッポロさとらんどと連携して誘致、市民ボランティアの育成。

以上の魅力から市民、家族、皆が行って見たくなる遺跡公園が良く企画されている。

*『高槻安満遺跡公園』2019年3月第一次開園、2019年全体オープン

- ・「史跡安満遺跡」2500年前の弥生時代の72万㎡の大規模集落遺跡。環濠を含む居住域、水田を営んだ生産域、墓域の3要素が備わる。
- ・「安満遺跡公園」JR高槻駅、阪急高槻市駅から徒歩圏内。総面積22ha、第一次開園楽しみゾーン4ha、第二次全体開園史跡安満遺跡13haを含む18ha。
- ・「公園の特徴」弥生文化の史跡安満遺跡の保存活用を主とし、市民の喜び楽しみ第1次ゾーンを開設また防災機能も備える、市民とともに育てつづける公園。
- ・「第一次開園ゾーン施設」市民の活動交流拠点 パークセンター（ランニングステーション、交流休憩スペース、多目的スタジオ、貸室など）、プレーヴィル（屋内外で、木製遊具や自然素材を使ってこころ、頭、体を使ってダイナミックに遊べるスペース）、二つの大きな広場、子ども未来館 等が配置されている。
- ・以上から市民家族子供が楽しめる施設を用意し第二次全体開園の折には遺跡を含めた史跡公園全体を市民、家族、こどもが楽しめるよう企画されている。

*『河内廃寺跡遺跡公園』近鉄瓢箪山駅と枚岡駅間 2093㎡、2019年公開。2008年国史跡指定、2014年全体像解明。

- ・「歴史」飛鳥時代後期7世紀中ごろ創建された古代寺院跡。百済からの渡来人河内直（連）一族が総研に関わる。
- ・「配置」金堂と講堂が南北に並び回廊が金堂を囲み講堂に取り付く。塔は金堂の南にあったと想定される。塔と金堂と講堂が南北に並ぶ伽藍配置は四天王寺と同じ。地下には金堂、講堂、回廊の跡が残る。伽藍の推定規模南北75m東西55m四天王寺の約3分の2の大きさ。
- ・「開発」総事業費約3億4千万円。発掘調査、公園造成工事、造園、水道工事、休憩用階段、ベンチ、照明、水飲み場の設置、植栽等の費用が含まれる。土地買収費の2億5千万円の内80%は国からの補助による。残りは東大阪市が負担。

*『その他遺跡公園』百済王敬福が8世紀後半に創建したとされる枚方市にある百済寺跡遺跡公園など参考にすべきところはたくさんある。

(2) 都心部の観光開発

観光開発投資は山麓部だけではなく、「都心部の賑わいづくりのための投資」が必要である。観光客や市民やインバウンドにとって楽しい賑わいやこと体験やライフスタイルの体験

型観光が求められており、とりわけ賑わいづくりが観光客や市民の盛り上げに効果がある。

都心部型観光の大阪市はこの点を重視し、賑わいや盛り上げにつながる投資を行い成果をあげてきた。2017年度外国人動向調査では、賑わいがあり外国人訪問者数が多い道頓堀心斎橋難波で満足度76%、大阪城67%、USJ86%、通天閣天王寺周辺40%と賑わいのある地域の訪問者数及び満足度が非常に高い。

(1) 「賑わいづくりに力をいれたブランドづくり」

都心部体験型観光の芸能（河内音頭 盆踊り 音楽）の賑わいと仏教関連の寺内町による町おこしの賑わいづくりを連携させる。長期継続性を重視し寺内町に宿坊を建設運営する。また特産品販売、産業体験も織り交ぜ、寺内町イベントの全国展開を実現すれば、ブランドになる。もちろん芸能、歴史の街、産業の観光を一か所で体験できる楽しいシンボリックな観光集客施設への投資も必要となる。

また、ページ17の第一章で説明した「地域産品へのブランド化」も大事となる。

(2) 「観光拠点となる観光施設の建設」

八尾は大和三輪山王権、応神、仁徳、雄略天皇の河内王朝の百舌鳥古市古墳群、高安千塚古墳群、信貴山・法隆寺、四天王寺、難波の宮に囲まれており、面から見れば玄関であり中心地である。集客の目玉になる河内王朝や仏教の歴史を踏まえた新しい観光施設を都心部が高安千塚古墳群や八尾空港の付近に建設。観光資源のストーリーと観光案内、ブランド力あるグルメ、土産物と地域特産の物産販売、河内音頭、盆踊りなどの継続イベント、遊覧飛行、観光バス乗降の場所として活用したい。

(3) 「観光投資」

八尾は歴史と自然に恵まれた観光資源が豊富である。古代の心合寺山古墳、聖徳太子ゆかりの大聖勝軍寺、毘沙門天信貴山、高安山、物部氏ゆかりの渋川神社、樟本神社、敏達天皇建立の日本で最初の仏教寺院日羅寺、蓮如上人ゆかりの顕証寺と久宝寺寺内町、今 東光、河内音頭、八尾空港等ある。

しかし上記に説明してきた通り、これら観光資源がただ散在するだけで、観光客や市民や地域企業のブランドになっておらず、市民や企業や行政も今まで観光に無関心であり大きな課題があるが、高安山麓の遺跡公園開発投資と都心部の賑わいづくりへの観光投資を解決策として下記するDMOで実行していただきたい。

第四章 DMOによるブランド観光開発と観光振興施策

1. DMOとは

- (1) 高安山麓の観光遺跡開発と都心部賑わい観光開発の投資は行政資本だけでなく大手、中小の民間資本、ファンド資本の投資が必要であり、また民間企業経営のマーケティングとマネ

ッジメントを取り入れた経営が大事となる。これにより観光ブランドの創生が可能になるが、このためには多種多様な業種の企業、行政、市民、関係者、すなわち観光運営者、観光開発企業、宿泊飲食物販等の観光関連業者、鉄道運輸建設等の大手、中小企業、その他製造業、商店街、店舗販売業者、農業、団体、金融機関、など観光関連関係者による観光事業への協力支援が必要となる。これを満たすためにはDMOの設立が必要となる。

- (2) DMOとは、観光庁が推進する官民一体の観光地経営組織体であり、観光庁が登録を審査し登録なれば地方創生の新型交付金が支給される。これは従来の縦割りではなく行政、民間企業、市民を横断的にまとめて事業経営を行う取り組みである。
- (3) 現在の都市づくり観光では、観光開発関係者と観光業者および金融機関によるブランド観光開発投資、長期滞在型・体験型・広域連携観光の整備、インパクトがある長期・連続性・広域性を備えたイベント、地域経済循環と地域市民の満足充足等が求められている。これらを実行するに当たり上記に記載した多種多様な関係者を満足させるため、観光開発の目的、調査、観光施策企画、実行を進めねばならないがこの過程で利害調整組織が必ず必要になる。このためDMO - Destination Management/Marketing Organization (観光庁が推進する官民一体の観光地経営組織) によるDevelopment、Marketing、Managementの実行に当たることが求められている。
- (4) DevelopmentとMarketingの実行および多種多様な関係者をまとめていくには、調査(需要分析、投資収益分析、経済波及効果、観光者・市民・業者の意識調査など)とデータの分析と開示が必須である。そしてDMO(観光地経営組織)は、需要調査・データ分析・経済波及効果・採算分析、開発投資と集客策の実行、市民希望の対応など、多種多様な組織を動かす経営的な運営が必要となる。
- (5) DMOは経営的な発想で戦略的な立案、科学的データの調査分析、ブランドマーケティング、開発投資の実行とマネジメント、監査など観光地域経営を行い、観光客には、行きたい・住みたい都市に、地域住民には住んでうれしい誇りある都市づくりを実行する組織体である。

2. DMOと国の政策

- (1) 観光都市のブランドづくりと観光都市経営とDMOについて、国は2014年から取り組んでいる。

*2014年「まち・ひと・しごと創生総合戦略」：継続的に効率的に事業を推進する主体が必要。
・2015年「日本再興戦略」：観光地域づくりとマーケティングを行う官民一体の観光地経営組織(日本版DMO—DMOは欧州で発足、これに日本として望ましい機能を付加したDMO—)を選定し、政策資源を投入する。「経済財政諮問会議」：地方創生資金として新型交付金をDMOに投入することを検討。「まち・ひと・しごと創生基本方針」：地域の観光振興を戦略的に推進する組織 日本版DMOを確立する。
・2016年「日本再興戦略」、2017年「観

光立国推進基本計画」：2020年までに世界水準のDMOを全国で100組織を形成し支援する。

(2) DMO (Destination Management/Marketing Organization) の登録制度 (観光庁)

* 「DMOの必要性」：観光資源を最大限に活用し、効率的・効果的な集客を図る「稼げる」観光地域づくりを推進、観光による地方創生を図る。

* 「支援」：DMOの候補の法人を審査・登録し、登録の法人及び関係団体に、関係省庁が連携して、創生本部の地方創生推進交付金による支援を行う。

* 「登録枠組み」：1. 広域連携DMO 2. 地域連携DMO 3. 地域DMO

* 「登録要件」：1. DMOを中心として観光地域づくりを行うに当たり多様な関係者の合意の形成 2. データの収集・分析に基づく明確なコンセプトとブランド戦略の策定、3. KPI (少なくとも旅行消費額、延べ宿泊者数、来訪者満足度、リピーター率) の設定、PDCAサイクルの確立 3. 観光関連事業と戦略の整合性の調整。仕組みづくりとプロモーション 4. DMOの組織要件 5. DMOの安定的な運営資金の確保

(3) 国の目標値 (国土交通省) 2020年

訪日外国人旅行者数：4,000万人、訪日外国人旅行消費額：8兆円、日本人国内旅行消費額：21兆円、地方外交人延べ宿泊者数：7,000万人、外国人リピーター数：2,400万人

(4) 観光先進国への10の改革 (国土交通省)

1. 魅力ある公的施設を国民、世界に開放、2. 文化財を保存優先から観光客目線での活用へ、3. 国立公園をナショナルパークへ、4. 観光地の景観づくりと美しい街並みづくり、5. 古い規制の見直しと生産性の高い観光産業へ、6. 新市場の開拓、長期滞在、消費拡大の実現、7. 未来発想の都市経営で地方都市の活性化、8. ソフトインフラの改善で快適な滞在を実現、9. 地方創生回廊の実現、10. 働き方と休み方の改革で躍動感あふれる社会の実現

3. 観光地域づくりのポイント

- (1) 地域の自然、文化、歴史、産業などの観光資源と地域の暮らしをベースに観光による地域づくりと地域の活性化
- (2) 観光客、住民の希望要求を満足させる地域を豊かにする魅力ある観光資源の分析、マーケティング、開発、実行諸問題を解決する経営マネージメント
- (3) 多様な関係者と連携、協力、協働が必要

4. 優れたDMO—せとうちDMO—ブランド創造開発投資体制—

「組織」は、(1) せとうちブランド推進連合を法人化したせとうち観光推進機構 (行政7県)、(2) 多くの民間企業で構成される6つのテーマ別 (クルーズ、サイクリング、アート、宿泊食事、地域産品) 事業化推進部会、(3) 7県の金融機関と日本政策銀行で構成されるせとうちブ

ランドコーポレーション（SBC）を中心に構成されている。

ここで大事なことは強力な金融機関と民間企業を組織内に有していることである。観光振興や創造にはブランドづくりが必要であり、それには難しい開発投資を求められる。そこには金融機関の分析と協力と民間企業によるマーケティングとマネージメントが不可欠である。

実際せとうちDMOはクルーズ船の新造投資やせとうちシープレーン（水陸両用機）の投資を実行し、せとうちブランドづくりを成功させている。

行政単独でも民間単独でも単独ではブランド開発投資を簡単にできずそこで行き詰ることが多い。この組織は行政、民間企業、金融機関を内部に配置・融合し、行政と民間企業と金融機関が一体となっている点が素晴らしいDMOといえる。ここに国の支援があれば非常に強力である。

これからDMOを目指す都市はぜひ参考にすべきと考える。

5. 八尾市のDMO

「高安山麓一帯」と「都心部」と「八尾空港」は自然景観、歴史文化、賑わい、健康に恵まれたブランド創造の場である。百舌鳥古市古墳群も世界文化遺産に登録なり、オリンピック、万博、IRもあり急がねばならないが、八尾では観光開発と観光促進に大事な課題がある。これら観光開発や促進の課題を八尾市と企業と市民が協力しあい一体となって開発促進するため、八尾市や商工会議所や平成25年11月に発足し、翌年4月観光案内所を近鉄八尾駅下にオープンした八尾市観光協会の3組織が中心になり行政と民間が一体となってDMOを設立し運営するのが最適と考える。

八尾DMOは企画立案 調査研究 マーケティング、投資、観光開発と振興の実行、マネージメントを、行政、企業、大学、市民が一体となって取り組み観光を盛りたてていただきたい。なお観光の調査研究には、大阪府、大阪市、大阪観光局、旅行会社・鉄道会社のシンクタンク、大学の協力が欠かせない。

第五章 高安山麓、都心部、八尾空港の一体的観光集客施策

1. インバウンド観光対策

八尾市の総合的なインバウンド観光対策を検討するため2019年11月22日第1回インバウンド推進会議が八尾商工会議所山口会頭のもと八尾市観光協会を窓口として開催された。その際大阪観光局より提示された資料及び本年2月の観光局のセミナーで提示された資料を基にインバウンド動向データを下記する。

(1) 訪日外国人旅行者数 (単位：万人)

	2016年	2017年	2018年	
全国	1036	2869	3119	(3倍)
大阪	263	1110	1142	(4.34倍)

(2) インバウンド消費額 (単位：万円)

	2014年	2017年	
全国	20,278	44,161	(2.2倍)
大阪	2,661	11,852	(4.3倍)

(総支出平均額)：(17年1人当り) 全国153,921円、大阪106,645円

(内訳)：単位：%

2017年	買い物	宿泊	飲食	交通	娯楽サービス
全国	37	28	20	11	3
大阪	50	21	15	7	7

(1人1日消費額) 単位：千円

2017年	買い物	宿泊	飲食	娯楽
全国	6	5	4	0.5
大阪	13	5	4	2

(3) 大阪での買い物：2017年 (単位：千円)

化粧品	40.3	衣料品・健康グッズ	40.3	電気製品	36.7
食品・お菓子	20.7	洋服・バッグ・靴	19.6		

(4) 訪日外国人の訪日期待：食事・好きな外国料理1位：日本料理

(5) 最も満足した飲食 (単位：%)

	韓国	台湾	中国	米国
日本料理	37.8	32.9	45.4	42.1
肉	22.8	16.1	16.6	18.4
ラーメン	12.8	27.3	17.3	13.2
うどんそば	9.7	5.2	3.9	6.2

※日本料理に寿司・魚含む

(6) 大阪で食べたもの順：ラーメン、寿司、たこ焼き、うどんそば、てんぷら、焼き肉

(7) 大阪の観光訪問者数順 (万人)：道頓堀 (2494)、大阪城 (1902)、

通天閣・四天王寺・動物園・ハルカス (1320)、USJ (1103)、日本橋 (92)

(8) 大阪で体験した事消費額 順：(千円) (2017年3期)

買い物	40.3	美容	40.3	食事	36.7
街歩き・ガイドツアー	20.7	ポップカルチャー	19.6	料理教室体験	6
着物忍者体験	6				

(9) 来日前の情報源 (単位：%)

旅行会社HP	64.2	航空会社HP	59.1	SNS	51.2
口コミサイト	47.4	ガイドブック	43.5	知人	40.7

以上から多くのインバウンド客で賑わう都市の特徴がよくわかる。このインバウンド客は大阪を拠点に京都奈良東京に向かう。インバウンド観光客の集客対策を含め八尾の観光集客施策を下記する。

2. 八尾の観光客集客施策

- (1) 自然と大和と河内にまたがる歴史豊富な雄略天皇物部氏の高安山麓の開発
- (2) 賑わいの河内音頭、盆踊りを他都市と連携して全国音頭、盆踊り大会の長期開催
- (3) 土産物、特産物、工芸品のブランド品の創造
- (4) 商業施設、道の駅、免税店の充実
- (5) 食は大阪市にない野菜のブランド料理の創造と健康的な日本料理肉料理の創造
- (6) 長期滞在は自然を生かした宿泊施設や宿坊、民宿の開発と鉄道、バス、八尾空港をいかし、大和紀伊半島への玄関口としてのブランド創造
- (7) 八尾歴史資料館・近つ飛鳥博物館・大阪歴史博物館・八尾市・大学が連携した継続的な多言語講演会を催す。WEB、デジタルサイネージ、印刷、イベントの媒体も併用し総合的な情報発信を行う。
- (8) 案内紹介PR、現地案内関係の多言語化を強化する。海外PRは現地有力サイト、旅行会社・航空会社サイトで。国内PRは旅行交通サイトで。インバウンドゲートウェイ都市と観光先で八尾の観光PRと案内を大きく展開。
- (9) 八尾の観光資源の一体性強化
 - *雄略天皇・物部氏と関係ある恩智神社のほか、日羅上人（樟本神社）、物部氏、聖徳太子、道鏡と孝徳天皇の由義の宮跡、由義神社、弓削神社、蓮如上人、顕証寺等、仏教にゆかりの場所も多い。バラバラでなくこれらの一体的な観光振興の取り組みが大事
 - *グルメ、特産品の土産物の物販事業では、高安千塚古墳群、雄略天皇、物部氏、百済王朝、渡来人、仏教、寺内町などの特徴を生かした一体的なグルメ土産物ブランド品の創造
- (10) 広域提携観光、体験型観光、長期滞在型の強化（インパクトあるイベントの実行）
 - *観光資源の単独開催だけでなく、地域の商店街、商業施設、宿泊施設、宿坊、民泊、グルメレストラン、鉄道運輸会社、旅行代理店等が連携し各種イベントを合同でかつ継続して行うことである。
 - *例えば八尾空港からの遊覧飛行を単独で行うのでなしに、他の観光資源と連携しかつ商業施設や商店街等の催事と連携で行う。また宿泊施設、宿坊、民泊、グルメレストラン、地元産業の物づくり品、地元工芸品、地元ファッション衣料品、地元特産の野菜・果物・お菓子類

のクーポンも常に組み合わせて、総合的に継続的に行う。連携によるプラス α のサービス提供が大事である。

(11) 世界文化遺産百舌鳥古市古墳群・法隆寺との関係性の強化

*河内王朝は国際交流を生かし高度な製造、工事の技術を取り入れ、河内平野の大規模な治水灌漑工事や肥沃で広大な農地を開発した。その結果として大規模な歴代の天皇の御陵や古墳群や渡来系を含む群集墳を築いた。そして仏教布教の礎を作った河内王朝。

*八尾はこれら歴史の役割を担い発展してきたので、高安千塚古墳群と河内王朝、世界文化遺産の百舌鳥古市古墳群、仏教、聖徳太子の世界文化遺産の法隆寺と関連性を重視し提携連携イベントを行う。

*百舌鳥古市古墳群との関連性の強化：応神天皇 仁徳天皇、雄略天皇、物部氏の河内王朝での関連性が非常に強い。百舌鳥古市古墳群仁徳天皇大仙古墳とは、松原市にある倭の五王の一人反正天皇のしば垣の宮を通じて百舌鳥古墳群の反正天皇陵に通じており、応神天皇陵とは藤井寺古市を通じてすぐである。柏原市 羽曳野市 藤井寺市 松原市 堺市との連携が大事である。

*世界文化遺産法隆寺の聖徳太子と仏教との関連性の強化：聖徳太子に仏教を教え日羅寺を創建した日羅上人を祀る樟本神社、聖徳太子が少年時代物部氏と戦う前に勝利を祈った信貴山、物部氏に勝利し建立された大聖勝軍寺、そして聖徳太子が創建した法隆寺、四天王寺、聖徳太子の御陵と叡福寺がある太子町に続く。

*八尾は面を考えれば玄関であり中心にある。中心地には河内王朝、雄略天皇、物部氏、高安千塚古墳群、仁徳天皇、百舌鳥古市古墳群、聖徳太子、法隆寺、四天王寺を案内できる観光案内施設があればブランドになる。

(12) 世界的なイベントとの連携協力の強化

今後オリンピック、ワールドマスターズ、IRカジノ、万国博覧会など世界的な観光関連のイベントが目白押しであり、その関連事業の集客には自然を生かし、癒しの温泉事業、美容健康事業、スポーツ事業、映像事業、アトラクションや娯楽事業の連携協力が効果的であり、MICEと医療ツーリズムの誘致も可能である。

(13) 最後に、若者と子供たちの集客

若者の集客。移住・結婚・出産を奨励するための企画を強化。例えば、各観光資源・商業施設・商店街・宿泊施設・グルメレストラン・土産物特産品販売施設・旅行鉄道運輸業者が提携し、「高安山麓・八尾 山と街歩き 婚活イベント」を行う。

子供たちの集客。日本の古代歴史・産業・航空・飛行場・宇宙に興味をもってもらうため古代歴史・宇宙・航空の学習や講演や体験イベントを企画実行する。航空は物づくりの象徴であり航空や飛行場は八尾のブランドであり、ここで子供たちと未来を創っていく。

第六章 観光都市経営—観光資源のブランド化と地域のブランド化—

- (1) 人口減少の対策として観光産業は非常に重要である。観光は地域内経済循環を行う産業であり、地域内に雇用と収益と税金をもたらす持続可能な都市運営を可能にする人口減少下の都市経営に必須な産業である。観光産業は集客産業でブランドが必須であるが、その開発には観光資源をブランド化するとともに、地域のブランド化、市民に愛されるブランドづくりと街づくりが大切である。観光客からは、行きたい・行ってよかった・市民の人々に感謝する・住みたい街だ になるようにする。市民からは、やすらぎのある・楽しく・誇りのある・住み続けたい街 になるようにする。観光資源のブランド化と都市のブランド化が両立する施策が必要である。
- (2) ブランド都市づくりのための観光整備や観光開発資本の投下には利益が求められる。このため利害の違う多種多様な観光関係業者、商工業経営者、行政、市民などから多様な要求がでてくる。多種多様な関係者の要求を満たすには連携・協力・調整が必要になる。これには、経営的組織づくりと良いリーダーが必要で、明確な目標・調査分析・マーケティングから利益創造まで経営全般の実行が必要になる。そのためにDMOと観光都市経営が必要なのである。
- (3) 八尾市はDMOを形成し歴史と自然の観光資源豊富な高安山麓と都心部の観光開発、及び八尾空港の世界文化遺産巡り遊覧飛行を推進すれば、八尾は、ブランド力あふれた魅力ある観光都市になる。
- ・ 自然景観と歴史と文化の観光資源豊富な高安山麓の観光開発
 - ・ 産業、芸能、歴史あふれる都心部の観光活性化開発
 - ・ 八尾空港及び隣接する国有地のブランド開発
- と都市経営を実践すれば、市民に愛される街づくりができ、「観光客からは、行きたい・行って見てよかった・住みたい街だ」になり、市民からは、「やすらぎのある・楽しく・誇りのある・住み続けたい街」になる。
- ここに魅力あふれた 行きたい街、住みたい街、働きたい街の都市ができると考える。

参考文献

- 岡田知弘 大阪経済法科大学シンポジウム「八尾市の明日を考える」の講演レジュメ「人口減少時代の都市政策のありかた」
- 中 良紀 大阪経済法科大学総合研究所紀要第10号 「八尾の観光振興 日本遺産と高安千塚古墳群」大社 充 「地域プラットフォームによる観光まちづくり」 学芸出版社
- 清水慎一監修 「観光地域づくりの教科書」 大正大学地域構想研究所
- 高橋一夫 「DMO観光地経営のイノベーション」 学芸出版社
- 大阪観光局 「セミナー資料」 塩見正成「観光ブランディングとコンテンツ開発のヒント」、中村哲也「大阪・関西をとりまくインバウンドの現状と今後」
- 観光庁ホームページ