

## 地域再生計画

### 1 地域再生計画の名称

2025年大阪・関西万博を契機とした「観光コンテンツ整備」事業

### 2 地域再生計画の作成主体の名称

大阪府八尾市

### 3 地域再生計画の区域

大阪府八尾市の全域

### 4 地域再生計画の目標

#### 4-1 地方創生の実現における構造的な課題

本市の魅力発信は、従来型のホームページや市政だよりに依存しており、新たに取り組んでいる「映画のまち・やお」の推進による魅力発信も実績が少なく、国内外の人への情報発信力は脆弱である。

季節的、期間限定の地域資源（お祭りや桜並木など）などがあるが、それぞれの素材が点在しており、面としてのつながりが希薄であり、また、一過性のイベントだけでは周遊性に乏しく、来訪者を増加させる要因としては小さい。さらに、通年で活用できる地域資源である文化財等についても、他所にない魅力を発信する訴求力が乏しく、来訪者誘致に活用しきれておらず、現状では大阪府外からの来訪者は地域経済分析システム【RESAS】では年間約65,000人ほどであり、それを大きく増加させる要因になりづらい。

また、市民意識調査の結果にあるように、「八尾の魅力がわからない」という回答が約38%ほどである。また、「定住意欲」については、全体で約70%は「本市に住み続けたい」という回答はあるものの、20代で約47%、10代で約31%とこれからのまちづくりを担う若者層は定住意欲に乏しいという傾向があり、市民にとっては日常に存在する地域資源の魅力が分かりづらく、郷土愛の醸成につながりにくく、ひいては定住意欲の低下にもつながっている。こうしたことから、本市に誘客する仕組みを作り、来訪者を増加させることで、市民や事業者などが地域資源の魅力を改めて知り、それらを契機として市民や事業者が地域資源を大切にす気持ち育み、住み続けたいと思われるまちづくりを行う必要がある。さらに、市域内の様々などころに来訪者が増えることで、まちが賑わうだけでなく、経済的效果を生み出すきっかけができる。これらを踏まえて、その起点となる来訪者の増加を目指すためには、次のような課題が存在する。

#### ①訴求力に対する課題

来訪者増を目指した様々な魅力発信を行っているが、従来型の情報発信手法であり、主にホームページと市政だよりに依存している。その中でも、市政だよりにについては、市民および市内事業者向けの情報発信媒体であり、情報発信全体としては国内外の人に訴求する力が著しく乏しい。そこでコロナ禍であることも踏まえ、まずは本市の存在そのものを知り、地域資源に興味を持ってもらえる取り組みを進める必要がある。そのため来訪することなく、デジタル技術を用いて、本市に来ることなくデジタル技術の映像や機器をとおして、「いつでも・どこでも」本市の魅力を仮想的に体験できるデジタル映像の開発を進め、訴求力の弱さを補う必要がある。

#### ②周遊性に対する課題

それぞれの地域資源が点在しており、つながりが希薄であり、また、季節的、期間限定の地域資源は一過性のものであるため周遊性が低い点が課題となる。そうした課題に対応するため、様々な地域資源をつなぎ合わせパッケージ化することでそれぞれのコンテンツの魅力を増し、周遊性を高めることが期待される。

#### ③郷土愛の更なる醸成に対する課題

市民にとっては、日常生活に溶け込んでいる自然や景色、歴史、文化などの地域資源は存在自体が当たり前のものになっているものであっても、国内外の人にとっては、新鮮で魅力的な場合も多くある。それらの持つ価値に改めて気づき、地元で改めて愛着を持つことが、本市全体としての魅力を高め、発信していくことが不可欠な要素である。

## 4-2 地方創生として目指す将来像

### 【概要】

#### 【背景】

八尾市総合計画においては、「やおプロモーションの推進」施策として、市内外の人々が思う八尾の強み、弱み等の様々なデータ分析を通し、戦略的なプロモーション展開を進め、来訪意欲の向上を図るとしている。加えて、「歴史資産などの保全・活用・発信」施策としてより多くの人が八尾の歴史資産等の魅力を知ることができるよう情報発信を進めるとしている。

- ・本市には、河内音頭、高安能等の伝統文化をはじめ、河内木綿や八尾の枝豆、若ごぼう等の伝統産業や特産品、自然豊かな高安山、国史跡である心合寺山古墳、由義寺跡や寺内町等の歴史資産等、地域資源が数多く存在するがそれぞれつながりは希薄である。
- ・中小企業のまちである本市には、町工場でのものづくりの現場を体験・体感できるように、匠の技体験や工場見学など取り組みを実施している企業や企業が様々なワークショップを開催し、子どもから大人まで町工場の持つ技術を体験できる場所（みせるばやお）もある。
- ・河内木綿の保存活動をはじめとして、高安能や寺内町の保存、観光ボランティアガイドによるまち歩き、農業による地域の活性化などを目的として、様々な市民活動団体が、観光だけでなく伝統文化・農業など多岐にわたる分野で活動している。
- ・本市の魅力発信の現状の取り組みとして、ホームページやFacebookをはじめ、市政だよりや八尾市観光協会、コミュニティFM放送などを活用している。
- ・魅力発信の起爆剤として、令和3年10月に八尾市フィルムコミッションを立ち上げ、映画等の撮影の誘致、いわゆる「映画のまち・やお」を推進している。映画・テレビなどの撮影に関するロケ地の紹介や許可手続きなどの調整、スタッフの宿泊施設や食事の手配などのスムーズなフィルムコミッション活動を通じた撮影全般に対する支援体制を整えることで、ロケ地としての採用が増加することを見込んでいる。その効果として、映画、テレビドラマなど様々なメディアで自然、歴史資産、様々な店舗などまちの風情や八尾の元気な人々が放映されることによって、本市の魅力が全国に発信されている。

#### 【将来像】

- ・観光地としてブランディングすることで、「人が訪れたいまち」を目指し、国内外からの来訪者が市内各所を訪れ、交流人口が増加する。
- ・本市の様々な魅力ある地域資源に触れる人たちがまちがにぎわい、地域経済が活性化し、市民・事業者などの活動が活発になり活気にあふれるまちにする。
- ・本市に点在する自然、歴史、特産品等の様々な地域資源だけでなく、これらに関連する市民や事業者などすべての素材を活用した観光コンテンツの開発により、郷土愛が育まれたまちにする。

### 【数値目標】

KPI①	大阪府外から本市への来訪者数						単位	人
KPI②	本事業を経て企画した体験型観光プランの参加者数						単位	人
KPI③	本市で撮影された映画等に参加したエキストラ数						単位	人
KPI④	-						単位	-
	事業開始前 (現時点)	2023年度 増加分 (1年目)	2024年度 増加分 (2年目)	2025年度 増加分 (3年目)	2026年度 増加分 (4年目)	2027年度 増加分 (5年目)	KPI増加分 の累計	
KPI①	65,254.00	746.00	4,000.00	30,000.00	-	-	34,746.00	
KPI②	0.00	0.00	100.00	400.00	-	-	500.00	
KPI③	50.00	10.00	10.00	10.00	-	-	30.00	
KPI④	-	-	-	-	-	-	-	

## 5 地域再生を図るために行う事業

### 5-1 全体の概要

5-2の③及び5-3のとおり。

### 5-2 第5章の特別の措置を適用して行う事業

#### ○ 地方創生推進タイプ（内閣府）：【A3007】

##### ① 事業主体

2に同じ。

##### ② 事業の名称

2025年大阪・関西万博を契機とした「観光コンテンツ整備」事業

##### ③ 事業の内容

課題を解決するための事業として、以下の3事業を実施する。

###### ①観光コンテンツの整備

(1) 伝統文化である河内音頭の体験、伝統産業や特産品である河内木綿の綿くり体験や枝豆・若ごぼうの収穫体験、中小企業のものづくり体験など、国内外の人たちが、本市に来なくてもVRやARなどのデジタル技術を用いた映像や機器を通じて、仮想的に本市の魅力体験ができるデジタル映像の整備を進める。（オンライン体験型観光コンテンツの整備）

(2) 仮想空間でのコンテンツを体験した人たちが、本市の地域資源に興味を持ち、実際に本市を訪れたいと思われる誘客の仕組みを構築する。

(3) 国内外の人たちが本市を訪れようとする際、様々な体験モノを揃えておき、本市に来た人が選択し、実際に体験できる仕組みを構築する。（体験型観光プランの整備）

(4) 体験型観光プランとして位置づけられる体験モノと国内外の人たちとつなぐ運営については、八尾市観光協会や旅行代理店等で取り扱える仕組みを構築する。（自走化への取り組み）

###### ②「映画のまち・やお」体験

(1) これまでに映画化等された作品の撮影スポット（個店、商品を扱う場所など）を集約したデジタルマップを作成、①のデジタル技術を活用し、新たな地域資源とする。

(2) デジタルマップは、地図上に撮影スポットにチェックマークを付け、そのスポットで撮影された映画等に関する紹介（映画等作品名、シーンの様子、市民参加等など）がポップアップする。

(3) デジタルマップに掲載されている撮影スポットで登場人物（主役など演者）の演技と同じシチュエーションを体験できる仕組みを整える。

###### ③「八尾の歴史体験」

(1) 国史跡である、心合寺山古墳、高安千塚古墳群（郡川西塚古墳など）、由義寺跡などでは、様々な体験イベント（撮影会、歴史学習イベントなど）を開催することで、本市の歴史を直接感じてもらえる仕組みを整える。

(2) 当該取り組みを本市に来なくても体験できる①のデジタル技術を活用し、仮想的に観られる対象物に歴史資産を取り入れるとともに、体験型観光プランのメニューの1つとして整備する。

#### ④ 事業が先導的であると認められる理由

##### 【自立性】

本事業を3年間実施することで、本市に新たな魅力発信コンテンツが整備され、また、それらが魅力ある観光商品として生み出され、国内外に発信されるだけでなく、販路確保、販売戦略支援をすることで、観光協会や旅行会社代理店等が主体性をもって本事業をベースに独自色を高めながら、事業展開をする。

##### 【官民協働】

行政が持つ強みと民間事業者の日常の取り組み実績やその強みを連携させることで、新たな本市への誘客の仕組みを構築する。そのため、それぞれの主体が有する強みを融合させ、来訪者の増加やまちの賑わいの創出を進める。

##### 【地域間連携】

本市単独事業ではあるが、本事業では、個々の地域資源を組み合わせパッケージ化することで、周遊性や訴求力の向上を図っていく。今後、その効果や課題を検証しつつ、多くの地域資源を組み合わせることのメリットを活かすため、八尾の地域資源だけを対象にした体験型観光プランにとどまらず、近隣市と同類のコンテンツ（古墳・古民家・農産物など）を含めて体験できるメニューの増加を図る。そうすることで、本市だけでなく近隣市を含めた広範囲への誘客を図る。

##### 【政策間連携】

「やおプロモーションの推進」、「歴史資産などの保全・活用・発信」と「子どもの学びと育ちの充実」の3つの政策間連携を行う。また、大阪府の「東部大阪」のまちづくりとも歩調を合わせた事業を行う。オンライン体験及び実体験することで「ものづくり」企業に関しては、国内外の人だけでなく市民にも企業の魅力を知ってもらうことで、市域内での就職意欲を向上に寄与し、企業の人材不足の解消につながる。また、子どもたちが「ものづくり」などの現場を体験・体感することで、子ども世代への「ものづくり」企業の魅力の周知につながることで後継者不足の減少に寄与する。

## 【デジタル社会の形成への寄与】

### 取組①

実際の体験メニューを現地に行かずして、バーチャル形式で体験できることから、将来的に仮想空間社会が形成された際にアバターによる観光というスタイルの形成につながる。

### 理由①

身体的な障がいにより外出や旅行、実体験が困難な人々にとってもVR技術などを用いることで、多くの人の日常生活の豊かさが増すことが期待できる。

### 取組②

該当なし。

### 理由②

### 取組③

該当なし。

### 理由③

## ⑤ 事業の実施状況に関する客観的な指標（重要業績評価指標（KPI））

4-2の【数値目標】に同じ。

## ⑥ 評価の方法、時期及び体制

### 【検証時期】

毎年度 6 月

### 【検証方法】

毎年度、3月末時点のKPI達成状況を企画担当部署が取りまとめ、6～7月に産・官・学・金・労・言の各分野の有識者と公募市民による審議会の関与を得ながら効果検証を行う。

### 【外部組織の参画者】

【産業分野】 商工会議所・市内企業1社

【官公庁】 経済産業省近畿経済産業局・大阪府商工労働部

【学識経験者】 大阪学院大学教授・阪南大学教授

【金融分野】 日本政策金融公庫・りそな銀行・大阪シティ信用金庫・池田泉州銀行

【労働分野】 布施公共職業安定所

【言論分野】 ジェイコムウエスト

【公募市民】 3名

合計15名

### 【検証結果の公表の方法】

効果検証の結果については、市ホームページにて公表予定。

## ⑦ 交付対象事業に要する経費

- ・ 法第5条第4項第1号イに関する事業【A3007】

総事業費 54,000 千円

## ⑧ 事業実施期間

2023年4月1日から

2026 年 3 月 31 日 まで

## ⑨ その他必要な事項

特になし。

### 5-3 その他の事業

#### 5-3-1 地域再生基本方針に基づく支援措置

該当なし。

#### 5-3-2 支援措置によらない独自の取組

(1) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

(2) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

(3) 該当なし。

ア 事業概要

イ 事業実施主体

ウ 事業実施期間

年 月 日 から 年 月 日 まで

## 6 計画期間

地域再生計画の認定の日から 2026 年 3 月 31 日 まで

## 7 目標の達成状況に係る評価に関する事項

### 7-1 目標の達成状況に係る評価の手法

5-2の⑥の【検証方法】及び【外部組織の参画者】に同じ。

### 7-2 目標の達成状況に係る評価の時期及び評価を行う内容

4-2に掲げる目標について、5-2の⑥の【検証時期】に7-1に掲げる評価の手法により行う。

### 7-3 目標の達成状況に係る評価の公表の手法

5-2の⑥の【検証結果の公表の方法】に同じ。