



# 竹内街道を活用した観光力向上

～歴史街道を基軸とした都市魅力向上と発信に関する調査研究～

## I はじめに

本年5月には堺市にある世界最大の墳墓である仁徳天皇陵古墳を含む「百舌鳥・古市古墳群」が、ユネスコ世界遺産委員会の諮問機関であるイコモスによる評価結果として、世界遺産一覧表に記載が適当との勧告がなされたところである。また、堺市には紀州街道、高野街道など多くの歴史街道が存在し、その中でも竹内街道は百舌鳥・古市地域を通る日本最古の官道であり、2017年4月に日本遺産に認定されている。また、世界遺産を含む多くの歴史資源をもつ奈良県と堺を結ぶ街道でもある。竹内街道によってつながる近隣の市町にも歴史的に大きな魅力を持つスポットが多数存在している。このように点在する堺市内・近隣地域の魅力を結びつけ、都市魅力の更なる向上を図る方策として、竹内街道等の堺市域の歴史街道などを「魅力の道」として活性化することが有効であると考えられた。ここでは、街道周辺の魅力ある地域資源を整理するとともに、それらに新たな視点で付加価値を与え、街道とそれらの地域資源から創出された取り組みによって、情報発信を通じた地域の認知度や都市魅力の向上につなげる方策を提案することを目的とした。

## II 現状と課題の整理

### 1. 歴史概要の整理

竹内街道および構成文化財を中心に、その歴史的概要を時間と空間を軸に整理するとともに、それらに関連した歴史的人物、文物、歴史的イベントを抽出・整理した。図表Ⅱ-1には時間軸と空間軸でその概要を示した。

#### (1) 時間軸に沿った竹内街道の歴史概観

1 本稿の執筆にあたっては、竹内街道歴史資料館の資料他を参考にしている。

竹内街道は、街道としての歴史はもとより、その道が結んでいた各都市、各場所が様々な歴史的イベントの舞台となり、歴史上重要な人物が関与する舞台となっている。そのような観点から、時間軸に沿って、竹内街道と街道沿いの資源に関わる歴史を概観した<sup>1</sup>。

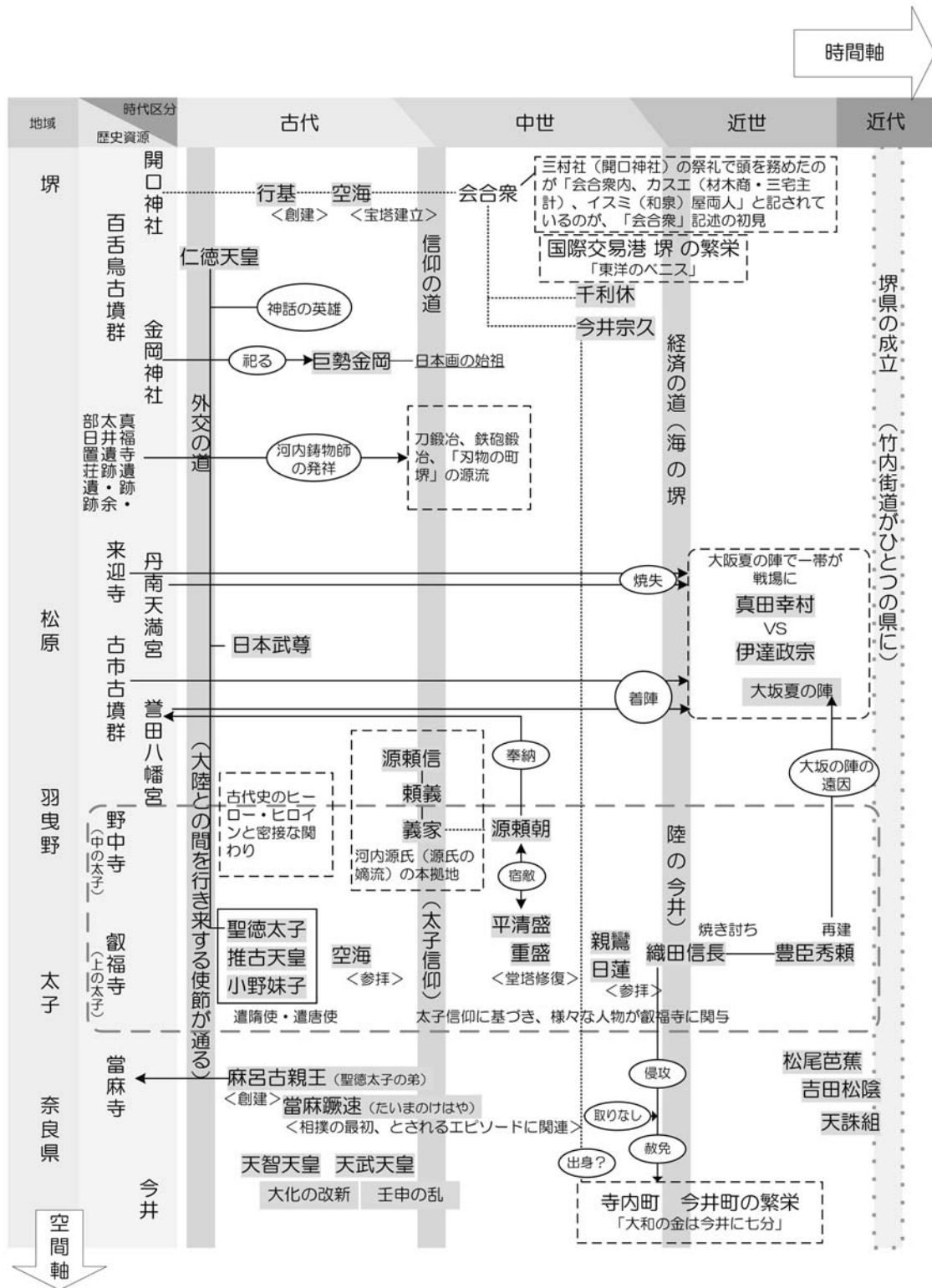
#### 古代（古墳時代～平安時代）

日本書紀によれば、推古天皇21年（西暦613年）「難波より京に至る大道を置く」と記録されており、それがわが国最古の国道であり、竹内街道の出発点はこの時代に求めることができる。

古代、飛鳥時代までの竹内街道は、大陸からの使者や渡来人、日本から大陸に渡る遣隋使や遣唐使など、様々な外交使節が行き来する「外交の道」であった。その後、奈良時代に入り、飛鳥から平城京に遷都されると、竹内街道は「外交の道」としての意味を失いはじめ、聖徳太子信仰が盛んになるに連れ、「信仰の道」としての性格を強めていく。

竹内街道沿いの様々な歴史資源については、まず、仁徳天皇陵（大仙）古墳をはじめとする百舌鳥古墳群や日本武尊の陵墓とされる白鳥陵をはじめとする古市古墳群、聖徳太子廟をはじめ多くの天皇、皇族の陵墓がある王陵の谷など、古墳時代から飛鳥時代にかけての遺跡が挙げられる。

奈良時代については、真福寺遺跡・太井遺跡・余部日置荘遺跡では、優れた鑄造技術を持つ「河内鑄物師」の活動拠点として、鑄物を鑄造した痕跡が伺える遺構・遺物が多く見つかっており、奈良時代から中世にかけての集落跡とされている。また、平安時代初期、難波大道と竹内街道が交わる場所に設立された神社が、中期に入って一条天皇の勅命により、日本画の始祖とされる巨勢金岡



図表 II-1 竹内街道の歴史概観

を祀り、「金岡神社」と称するようになった。

中世（鎌倉時代－室町時代）

平安時代末期から鎌倉時代にかけて、太子信仰の中心地とも言える叡福寺では、平清盛・重盛が

堂塔の修復を行ったり、鎌倉新仏教の担い手であった親鸞や日蓮が同寺を参拝するなど、信仰の道としての性格は継続した。中世も室町時代の後半になると、貨幣経済が発達するとともに、室町幕府

の支配体制が弱まって、各地に自治都市が成立するようになった。その代表格といえるのが堺であり、奈良では今井町（現在の橿原市の一部）もこのころに寺内町として成立した。堺を代表する商人の一人である今井宗久は、今井町で過ごした後、堺で商人として成功するとともに、茶人としても活躍した。今井町には宗久が茶室を設けたことがあり、その茶室は現在堺市の大仙公園に黄梅庵として移築されている<sup>2</sup>。今井町が織田信長の侵攻を受けた際、今井宗久や明智光秀のとりなしで武装放棄を条件に自治権が守られ<sup>3</sup>、その後商業都市として一層発展することになる。「海の堺」「陸の今井」の発展に伴い、竹内街道は「経済の道」としての性格も強めていくことになる。

#### 近世（安土桃山時代－江戸時代）

安土桃山時代から江戸時代初期にかけて、竹内街道沿いの歴史資源は相次いで戦乱の舞台となる。叡福寺は天正2年（1574年）織田信長の焼き討ちにあう。後に叡福寺は豊臣秀頼によって再興される。

戦乱の世が終わり、江戸時代に入ると、竹内街道に残る道しるべの多くが、當麻寺・壺阪寺・上ノ太子（叡福寺）・伊勢などの寺社を指し、庶民の「信仰の道」としての意味や、天領として栄えた今井町と堺を結ぶ「経済の道」としての性格も持ち続けた。

#### 近代（明治以降）

明治に入って大阪南部が堺県となり、やがて明治9年（1876年）堺県が奈良県を併合すると、竹内街道の重要性が増し、竹内峠の大改修などが行われた。その後、明治25年（1892年）に大阪－奈良間に鉄道が開通すると、次第に衰え、街道沿いの旅籠や茶店も姿を消しはじめ、昭和初期には全く見られなくなる。

#### （2）一定の場所（空間）を軸にした歴史概観

街道沿いの歴史資源等の一定の場所を軸に歴史

を概観すると、街道沿いの資源の新たな観点が付加され、魅力が重層的なものになると考えられるため、以下に整理した。

#### 堺市域

竹内街道の出発点にほど近い開口神社は、行基による創建とされ、後に空海が宝塔を建立するなど、古代におけるエピソードが豊富である。三村社（開口神社）の祭礼で頭を務めたのが「会合衆内、カスエ（材木商・三宅主計）、イスミ（和泉）屋兩人」と記されているのが、「会合衆」記述の初見とされている。会合衆は、自治都市堺において指導的役割を果たした評定組織およびその構成員であり、上記の事実は、開口神社が堺の歴史のハイライトとも言える自治都市としての成立過程を見る上で、重要な舞台となっていることを示すものである。

#### その他の地域

古市古墳群が成立したのは当然古墳時代であるが、およそ千年の時間を経て、大坂夏の陣における激戦地として、再び歴史の重要な舞台となる。大坂夏の陣のころには、古墳が天皇の陵墓、といった考えがまだ十分に確立していなかったと考えられ、小高い丘に堀をめぐらした古墳は格好の陣地となったであろう。磨き抜かれた石で葺かれた古墳時代、そこから千年を経て陣地として使われた戦国時代、といった想像力を喚起させることで、古墳の魅力も増すのではないか。

叡福寺は太子信仰に基づいて、空海、平清盛、日蓮、親鸞など、僧侶を中心に様々な歴史上の人物が関与している。そういった中世の価値観を打ち破ろうとしていた織田信長によって焼き討ちにあった同寺が、織田信長を大伯父に持つ豊臣秀頼によって再建される、そして叡福寺をはじめとする様々な寺社の再建事業が、再び竹内街道周辺を戦火に巻き込む大坂夏の陣につながっていく、という歴史の重層性を意識させることで、魅力が増

<sup>2</sup> 今井町まちなみ保存会「今井町街並み散歩」パンフレット

<sup>3</sup> 橿原市ホームページ（[http://www.city.kashihara.nara.jp/kankou/own\\_imai/kankou/imaichou/rekishi.html](http://www.city.kashihara.nara.jp/kankou/own_imai/kankou/imaichou/rekishi.html)）2017年9月13日確認

すのではないか。

### (3) プロモーションの材料となる事項の整理

上記を通じて整理した歴史概観を通じて、竹内街道のプロモーションに繋がる可能性のある、さまざまな「ひっかかり（フック）」のヒントが発掘できたのではないかと思う。どのような「フック」がありそうか、以下に整理した。

#### 堺の成り立ちに係るもの

堺市のホームページにおいて、「進取の気風 偉大な先人たち<sup>4</sup>」の筆頭に挙げられている開口神社は、自治都市堺の成立に関わるエピソードも有している。また、河内鑄物師の遺跡は、刃物の町としての出発点を示す歴史資源と言える。堺市民に対して竹内街道の魅力を発信するにあたり、「堺の成り立ちに関わる様々な資源が存在する」という切り口は、プロモーションの手がかりになるのではないか。

#### 偉人に係るもの

様々な歴史上の偉人が足跡を残している竹内街道は、聖徳太子、空海、行基、平清盛、源頼朝、親鸞、日蓮、松尾芭蕉、吉田松陰等々、偉人の足跡や偉人を描いた小説・映画・マンガ・アニメ等の舞台を巡りたい人にとって「ひっかかる」場所が多数ある。

#### 戦国時代に係るもの

叡福寺の織田信長による焼き討ちと豊臣秀頼による再興、真田幸村と伊達政宗が対峙した合戦など、歴史ファンの層の厚い戦国時代において、ファンが「気になる」エピソードの舞台が存在する。

#### ルーツ・始祖に係るもの

日本画の始祖巨勢金岡、相撲の最初、とされるエピソードに関連している當麻寺ゆかりの當麻蹶速など、ルーツや始祖に関わる場所がある。それらの場所は「聖地」として活用できる可能性がある。

#### 古墳

古墳そのものにも一定のファン層があり、他地域の追隨を許さない大規模な古墳の集積は、プロ

モーションのヒントとなりうる。

## 2. 地域資源としての現状整理

日本遺産に登録された竹内街道は、東西総延長約26kmあり、かつ複数自治体にまたがっている。街道沿いには、文化財をはじめ貴重な資源が散在しているが、それぞれの資源が横のつながりを持ち、相乗効果を発揮しているとは言えない状況にある。そのため、これらの資源を結びつける可能性を有する「街道自体」を俯瞰し、地域資源の種類や所在を捉え直す。ここでは、大きく「ハード系」、「ソフト系」、「製品その他」に分類し、街道を基軸とした観光促進に向けての課題の抽出を行う。調査に当たっては、本業務が都市魅力の発信につながる提言を行うことであることを踏まえ、市民や観光客等にとって重要な情報収集の手段であるインターネットによって発信されている地域資源を中心に整理することとした。なお、街道については、人が行き交う道であるため、時代に応じて変遷はあるが、現状整理に当たっては、「竹内街道・横大路～難波から飛鳥へ日本最古の官道（大道）～活性化実行委員会」が示す竹内街道を前提とした。

### (1) 施設・環境整備（ハード系）

#### 景観・雰囲気

景観・雰囲気については、都市魅力を向上させ、その魅力を発信するために重要な観点であるため、竹内街道における歴史的情緒を感じられるスポットを調査した。街道上の景観には区間別に特徴が見受けられ、図表Ⅱ-2にその特徴を示した。

#### 宿泊施設

竹内街道の認知が広がることで、域外からの宿泊を必要とする観光客の増加が見込まれるため、竹内街道周辺における宿泊施設の分布状況を調査した。堺市中心部および竹内峠付近に立地するが、それ以外には街道から500m圏内の宿泊施設はなかった。

<sup>4</sup> 堺市ホームページ（<http://www.city.sakai.lg.jp/kanko/sakai/keisho/senjintachi/index.html>）2017年8月22日確認



図表 II-2 竹内街道の区間別の景観の特徴  
(出所) GoogleMap のマイマップの機能により作成

### 公園・史跡

公園・史跡については、地元住民にとっての憩いの場、観光客にとっての観光目的地やサイクリストにとってのオアシス機能が期待されるため、竹内街道周辺における分布状況を調査し、図表 II-3 に示した<sup>5</sup>。また、公園・史跡のうち、前述の役割を果たすことができる機能を有する場所（ベンチや広場がある場所）を橙色で示し、それ以外の場所を紫色で示している。

### 観光・文化施設

観光・文化施設は、観光目的地となるため、竹内街道周辺における分布状況を調査した。全体の傾向を見ると、鉄道沿線で利便性の高い竹内街道の西端と古市駅周辺に観光・文化施設が集積しており、それらの地域においては回遊性の高い観光ルートを設定しやすい環境にあると言える。

しかしながら、竹内街道を軸に都市魅力の向上や発信を行っていくためには、観光・文化施設の分布が少ない堺市北区から松原市までの区間や街道東側の山間部とも関連した観光周遊ルートを設定していく必要がある。

飲食・物販施設

飲食店は、竹内街道周辺の名産品と関連した街道の認知を広げるための取組を展開することが考えられるため、竹内街道周辺における飲食店の分布状況を調査し、図表 II-4 に示し<sup>6</sup>、調査した飲食店のうち、地産地消の取組に協賛する店舗を緑色のマークで示した。

### 飲食・物販施設

飲食店は、竹内街道周辺の名産品と関連した街道の認知を広げるための取組を展開することが考えられるため、竹内街道周辺における飲食店の分布状況を調査し、図表 II-4 に示し<sup>6</sup>、調査した飲食店のうち、地産地消の取組に協賛する店舗を緑色のマークで示した。

土産物店については、主に域外の観光客に対して地域の名産品を販売することで地域の魅力を発



図表 II-3 竹内街道周辺における公園・史跡の分布状況  
(出所) GoogleMap のマイマップの機能により作成

<sup>5</sup> 「③観光・文化施設」の史跡に加え、Google ホームページのマップ (<https://www.google.co.jp/maps?hl=ja&tab=w1>) において、「公園」の文言による検索結果から作成（平成 29 年 8 月時点）

<sup>6</sup> 飲食店の集積が過密となっている御堂筋線以西については、以下の 2 つのホームページから抽出（平成 29 年 8 月時点）  
公益社団法人堺観光コンベンション協会ホームページ/「堺のめぐみ」及び関連商品販売店を紹介する堺市ホームページ  
御堂筋線以东については、「ぐるなび」ホームページから竹内街道周辺の店舗を抽出（平成 29 年 8 月時点）



図表 II-4 竹内街道周辺における飲食店の分布状況

(出所) GoogleMap のマイマップの機能により作成

信する拠点となることから、竹内街道周辺における土産物店の分布状況を調査したが、堺市内には多くあるもののその他の地域にはほとんどなかった<sup>7</sup>。

#### 交通

交通については、竹内街道沿道の地域資源へのアクセスに重要な要素となるため、竹内街道と各種交通機関との地理的な関係を調査する必要がある。調査に当たっては、公共交通機関の利用を前提（自家用車の利用は除く。）とし、①域外から竹内街道周辺へのアクセス（鉄道）、②街道周辺から沿道までのアクセス（バス）の現状を整理した。

##### 〈一次交通（鉄道）〉

竹内街道と各種鉄道沿線との地理的関係性を図表 II-5 に示した。竹内街道周辺を通る鉄道は、西から阪堺電気軌道阪堺線（黄色）、南海電気鉄道高野線（緑色）、JR 阪和線（青色）、大阪市営地下鉄御堂筋線（橙色）、近鉄南大阪線（紫色）である。

一方で、鉄道沿線と街道とが離れている区間については、住宅地や山間部となっている。これらの地域については、鉄道駅から 1km 以上離れており、鉄道を利用するだけではアクセスすることが困難な区間であると言える。

##### 〈二次交通（バス）〉

鉄道駅から竹内街道までのアクセスとしては、



図表 II-5 竹内街道と鉄道との地理的關係性

(出所) GoogleMap のマイマップの機能により作成

<sup>7</sup> 公益社団法人堺観光コンベンション協会ホームページから抽出するとともに、Google ホームページのマップにおいて、「土産物店」の文言による検索結果から作成（平成 29 年 8 月時点）

距離が概ね 1km 圏内の地点へは、徒歩による移動が可能であるが、それを超える地点への移動に当たっては、鉄道以外の交通手段を使用する必要があるため、2次交通であるバス路線の状況について現状を整理し、図表Ⅱ-6、図表Ⅱ-7 に示した。堺市と松原市の間、大阪府の太子町と奈良県の葛城市の間で分断がみられる。

現地の標識

竹内街道を認知する又は辿るうえで、実際の街道上に道標が必要不可欠であるため、西から東へ

進んだ際に街道を見失うことがないかを調査した。「街道を見失いやすい分岐点」は、①住宅街などで細街路が入り組んでいる地域、②街道と道幅の広い道路とが交差する箇所において多く見られた。また、市町域の区分で見ると、東方の市町に比べ、西方の市町において「街道を見失いやすい分岐点」が多くあった。

(2) 活動・情報 (ソフト系)

現地での活動

体験プログラムやガイドツアーの実施状況・内



図表Ⅱ-6 2次交通（バス）による街道へのアクセス状況（古市駅以西）

(出所) GoogleMap のマイマップの機能により作成



図表Ⅱ-7 2次交通（バス）による街道へのアクセス状況（古市駅以东）

(出所) GoogleMap のマイマップの機能により作成

容など、竹内街道沿いで実施されている活動について、整理を行った。併せて、それらの活動を継続させるためのボランティア等の取組についても把握しようと努めた。

#### 〈行政によるイベント〉

日本遺産認定をにらんだ活動以前から、竹内街道に焦点を当てたイベントは時折行われてきているが、街道沿いの自治体が連携し、広域で行われているイベントは竹内街道活性化実行委員会による花回廊プロジェクト等に限定されている。

#### 〈ボランティアガイド〉

堺市から葛城市まで、松原市を除く竹内街道沿いの各自治体で竹内街道やその他の見どころを案内してくれるボランティアガイドの仕組みを持っている。イベントとして広報しているものもあれば、定常的にニーズに応じたガイドを実施しているところもある。

#### 〈地域イベント（マルシェなど）〉

竹内街道がイベントの名称等に入っているものの、必ずしも竹内街道との繋がりを意識しているわけではなく、他の目的（農産物やワインの販売等）のために実施されているイベントで、行政が主体となっているものと、民間事業者が主体として実施しているものがある。

### 現地情報

地域に行く前に現地情報をどれだけ手に入れられるか、地域に行ってから容易に情報入手できるか、ユニークな情報があるかについて整理した。

自治体ごとに複数のウェブページや広報誌等で発信しており、公益社団法人（観光コンベンション協会、産業振興センター）などもそれぞれに竹内街道に関連した情報発信を行っている。

#### （3）製品・その他

##### 農産物

竹内街道を通る市町では、新鮮な野菜や果物などが生産されており、中でも堺市は農業産出額が大阪府下1位であり、特に野菜が市内産出額のお

よそ半数を占め、「堺のめぐみ」としてブランド化されている。

また、堺市や松原市などでは地産地消の取組が進められており、これらの農産物の栽培に関する歴史的な背景や、竹内街道の周辺で栽培されているという地理的な背景を整理し、竹内街道に関連する代表的な農産物のPRやイベントの企画・立案につなげていくことが考えられる。竹内街道が通る地域の西部は都市化が進んでいるが、一部地域では葉物野菜を中心に生産されており、堺市北区や堺市美原区、松原市等の農産物直売所での販売も実施されている。また、堺市美原区ではまちづくりの一環として、古代に作られていた稲の特徴を残している古代米を栽培する「古代米プロジェクト」を実施している。

江戸時代「天下の台所」と呼ばれた大阪は、古くから食文化が栄え、その食文化を支える大阪独特の野菜が多数あったが、戦後、農産物の生産性を上げるための品種改良や農地の宅地化、食生活の洋風化が進み、地域独特の歴史や伝統を有する品種が次々に店頭から消えていった。近年、こうした伝統ある野菜を見直そうという機運が高まり昔ながらの野菜を再び味わえるよう、各地域の農業者が守ってきた「なにわの伝統野菜」の発掘と復活に取り組む動きがある<sup>8</sup>。

前述の古代米は弥生時代から栽培が始まり今まで営々と栽培が続いているものであるが、味覚を求めた品種改良や精米技術の進展に伴い、米の表面に含まれる栄養成分を捨てることになってきている。古代米は、玄米の皮の層に色素が含まれており、「有色米」とも言われ、赤米や紫黒米などの種類があり、古代から日本人の食文化と深く関連している。美原区の「古代米プロジェクト」で栽培している「さよむらさき」には、アントシアニンという抗酸化作用のある栄養素が含まれると言われており、健康食・栄養の点からも農作物を見直す動きがある。

8 大阪府ホームページを参照（平成29年3月時点）<http://www.pref.osaka.lg.jp/nosei/naniwanonousanbutu/dentou.html>



ブドウについては約300年前には南大阪で紫ぶどうが家屋の日陰樹として植えられていた。本格的な栽培の始まりは明治17年で、柏原市堅下に甲州が導入され、明治末期から大正時代にかけて、栽培地域が広がった。戦後、デラウェア中心のぶどう産地に生まれ変わり、昭和30年代からハウス栽培（無加温、加温）が行われるようになった。

#### 魚介類

竹内街道が通る市町のうち、唯一海に面する堺市において魚介類が漁獲されている。堺市では、毎年7月31日に大浜公園で開催される「堺大魚夜市」が有名であり、住吉大社の夏越祓神事に際し、神輿が堺の宿院頓宮に渡御するのに合わせて、8月1日に地元の漁師たちが魚を持ち寄って神前に奉納するとともに、大浜海岸に魚市を立てたことに由来する。一説によると、「堺大魚夜市」は鎌倉時代頃から始まったとも言われている歴史ある魚市である。

#### 製品・生産品

竹内街道の起点にあたる堺市では、「ものの始まりなんでも堺」という言葉に表されているとおり、古くから貿易都市・商業都市として栄え、中世には技術・文化の発信地であったため、今なお幅広い分野で製品・生産品の継承がなされている<sup>9</sup>。

自転車は明治三十年代の初め、当時自転車は輸入品のみでブレーキもなく、故障や転倒が多く修理が必要であった。それに対応できたのが、戦国時代から受け継がれた金属加工の豊かな経験と高度な技術を持つ鉄砲鍛冶であり、堺市桜之町の近藤嘉吉がハンドルやホークを作ったことが、堺の自転車製造の始まりとされている<sup>10</sup>。現在の代表的な自転車関連企業には、海外売上比率90%以上で世界トップの自転車部品メーカー株式会社シマノや競技用自転車部品で90%シェアを有する株式会社八田製作所が挙げられる。

和菓子は千利休が茶の湯を広めたことで、茶に欠かせないものとして和菓子の文化が堺を中心に盛んになった。「利休百会記」によると、晩年の利休は百会の茶会を開き、徳川家康や毛利輝元らの大名衆、堺や博多の豪商、大徳寺の禅僧など、多様な人々が利休の茶会を訪れたと言われている<sup>11</sup>。当時の茶会で振る舞われた和菓子の展示・試食イベントなどの際には、堺を中心に竹内街道周辺に店を構える和菓子店からの協賛が期待できる。

#### ご当地キャラクター

竹内街道が通る市町に関係するご当地キャラクターは、街道沿いの魅力をプロモーションするうえで活用できるため、どのようなキャラクターが存在しているか調査した。竹内街道は複数の市町に跨っているため、これらのキャラクターを各市町のプロモーションの代表として街道全体の連携を図っていくための方策を考えていく必要がある。

### 3. 他の街道との比較検討

ここでは以下の4つの街道について、その特色をまとめた。そして、竹内街道にとって参考となる取り組みを整理した。

#### 【比較検討対象とした4つの街道】

##### ・鯖街道（福井県・京都府）

経済の道・外交の道とも称され、都である京都の経済や食文化に大きく影響を与えたといわれる。

##### ・熊野古道（和歌山県・三重県・奈良県）

世界遺産登録も受けていることから、その取組のあり方を中心に整理した。

##### ・東海道（東京都～京都府）

1601年に道として誕生するなど、他の街道と比べると比較的新しい街道であるが、街道としての認知度は高く、宿場めぐりやウォーキングイベント等が実施されている。

##### ・アッピア街道（イタリア）

最初のローマ街道であり、古代に想いを馳せな

<sup>9</sup> 公益社団法人堺観光コンベンション協会のホームページ「堺観光ガイド」を参考に作成

<sup>10</sup> 公益社団法人堺観光コンベンション協会のホームページ「堺観光ガイド」を参考に作成

<sup>11</sup> 表千家不審庵のホームページ「茶の湯 ことろと美」を参考に作成

図表 II-8 現状（問題点）と課題の一覧

現状（問題点）	課題
歴史的資源（建物、イベント、偉人等）は豊富だが、埋もれている事実がある。（歴史概要の整理）（ヒアリング：金岡神社）	埋もれている事実を明らかにし、しっかりとPRしていく必要
歴史街道としての景観がほとんど見受けられない。（地域資源の整理）	歴史的景観を保全するとともに、新たな魅力を発見・発掘していく必要
観光・文化施設は豊富だが、偏在しているうえに、東西の交通アクセスが希薄である。（地域資源の整理）（ヒアリング：羽曳野市）	豊富な観光・文化施設を活かし、周遊性を高めるためにそれらを繋ぐ交通手段（バスや自転車など）を見出す必要
竹内街道の一部区間（に存する施設）について、交通のアクセスが困難な状況にある。（地域資源の整理）（ヒアリング：羽曳野市）	恒常的な運行に限らず、イベント時や観光客の来訪が多い時期などの限定的な運行も視野に入れて検討する必要
竹内街道を辿るうえで街道を見失う分岐点や交通量が多く辿りづらい区間が存在する。（地域資源の整理）（ヒアリング：熊野古道）	域外の観光客等にも分かりやすく、また地域住民にとっての安心・安全のための道路環境整備を検討する必要
魅力的な産品・製品等は豊富に存在するが、それら単体でキラーコンテンツとなりうるものは見出しがたい。（地域資源の整理）（ヒアリング：鯖街道）	産品・製品等単体でのPRではなく、豊富な資源を有することに着目したPR手法を検討する必要
竹内街道のPRに当たり、他の歴史街道と比較すると、地域内での活動について広がりを持たせる余地がある。（地域資源の整理）	街道沿いの住民のシビックプライドの一つとして「竹内街道」が位置付けられるよう取組を進める必要
竹内街道に行くとは何が出来るのか、何が見られるのか、という明確なイメージがない（ヒアリング：鯖街道）	竹内街道の中に多くのフックを設置することはもとより、竹内街道をイメージしやすいキャッチフレーズを付ける必要
海外とのつながりがほとんどなく、インバウンドに対して訴求できる要素が少なく、体制も整っていない（ヒアリング：熊野古道）	地域外の方々、特に関西に多く訪れている海外からの観光客にも訴求可能なコンテンツをつくり、取組を持続させる必要
現状、日本遺産認定による予算措置で活動できているが、継続的に自走できる確証はない（ヒアリング：鯖街道）	竹内街道活性化委員会の仕組みをうまく活用しながら、地域間の連携を生み出し、民間事業者とも連携する必要

から街道を歩くことが観光ツアーに組み込まれることもあること、ワインの生産が盛んであることなどを中心に整理した。

#### 4. 現状と課題の総括

これまでの現状整理により、竹内街道を切り口とした都市魅力向上・発信策を検討するうえで課題が見受けられた。主な課題は図表 II-8 のとおりである。

### III 竹内街道を切り口とした都市魅力向上・発信策の提言

#### 1. コンセプト

「竹内街道を切り口とした都市魅力向上・発信

策」を考える上で、まず考慮に入れるべきことは、①地域住民に対して竹内街道の魅力を認識してもらう、②そのうえで、魅力向上に寄与してもらう、③域外の人（インバウンド含む）に魅力を発信して交流を生み出していくということである。その中でめざしていくべきは、「竹内街道」というワードが地域の「売り」として認知されることであり、たとえば、堺市で言うところの「千利休」や「与謝野晶子」といったワードと同じレベルまで定着させることであり、そのためにもコンセプトとなるワード（フレーズ）を街道に関連するすべての取組に反映させ、域内外の人に定着させる必要がある。

本調査において、街道沿

いにはそれ単体で圧倒的な魅力を有する資源とは言えないまでも、刃物・和菓子・ワインなどの歴史的な魅力ある資源が豊富にあることが明らかとなったため、特定の資源に着目したコンセプトよりも、街道を辿る中でそれら豊富な資源について魅力のルーツを辿っていく体験に着目したコンセプトが適していると考えられる。

そこで、竹内街道を表すコンセプトフレーズとして以下のものを掲げた。

**竹内街道**  
国道0号線！？～眠る魅力のルーツを辿れ～

「国道0号線」と呼称した理由は、①竹内街道は最古の官道と言われており、国道1号よりも前に存在していた国道と言える、②国道の正式名称

は「国道〇号」であるが、一般的な国道の呼称として親しまれている「国道〇号線」とすることで認知が広がりやすいといったことからである。また、ルート（route=道）をたどっていく中で、街道沿いの色々な魅力のルーツ（roots=根源）に触れることができ、豊富な資源を活かすことで、様々なターゲットを対象としたイベントに繋がっていく。ひいては、これまで竹内街道を知らなかった地域住民や域外の人に対して、「国道0号線」という実在しない言葉を使うことで、「なんだろう？」と興味を引くことで、竹内街道そのものの認知を広げる効果も期待できる。

プロジェクト案の検討に当たっては、コンセプトである「竹内街道：国道0号線!? ～眠る魅力のルーツを辿れ～」に基づくものとなるよう留意しつつ、都市魅力を向上させ効率的かつ効果的に発信していくために、発信する（発信したい）先となる「ターゲット」を設定する必要がある。

このターゲットは今後、竹内街道の魅力を展開していく相手先、いわば「お客様」となる層であるため、ターゲットの嗜好に合わせたプロジェクト案を検討し、これらのプロジェクト案を複数組

み合わせたコンテンツを提供することで、竹内街道の総合的な魅力を発信することができる。

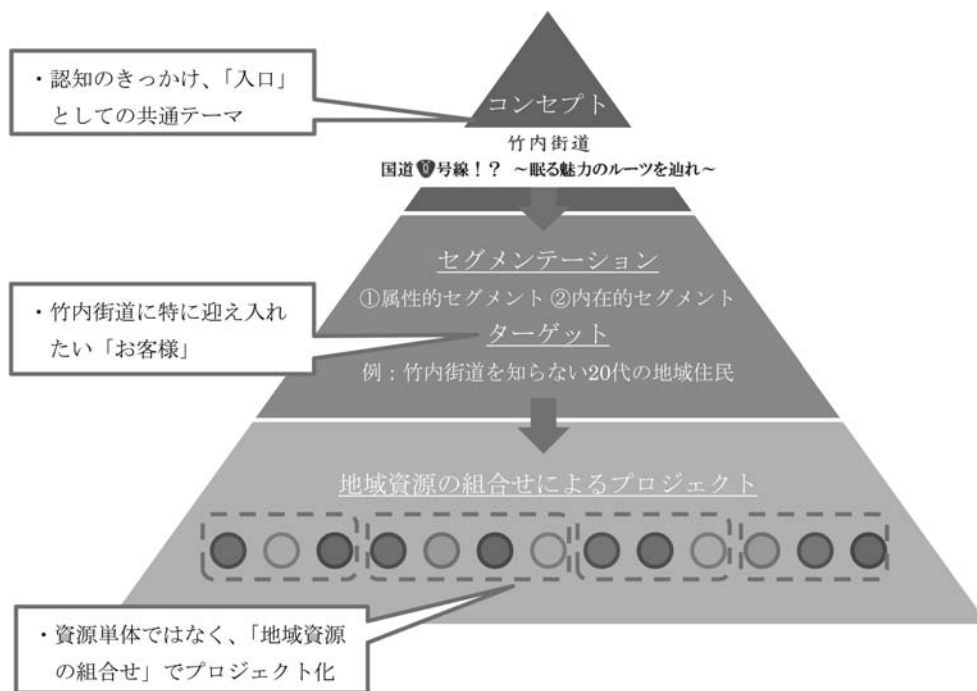
ターゲットを設定するためには、その属性を細分化（セグメンテーション）していく必要があり、例えば年齢（世代）、域内外（住民・観光客）などのターゲットの属性に係るセグメントや、嗜好、街道認知度などのターゲットの内在的（心理的）なセグメントなどが考えられる。

本調査におけるプロジェクト案の検討に当たっては、これらターゲットの属性に係るセグメントと内在的なセグメントの観点からより具体的なターゲットを設定し、ターゲットに合ったプロジェクトを提案した。

なお、プロジェクトの具体的な実施に当たっては、そのプロジェクトを実施する主体が容易にスタートを切れることが肝要であるため、プロジェクト主体の決定や補助施策、発信方法などの整理も併せて行った。

## 2. 取り組むべき具体的なプロジェクト案

取り組むべき具体的なプロジェクト案については、図表Ⅲ-2のように大きく3つに分類した。1つ目



図表Ⅲ-1 情報発信のためのターゲティングイメージ

は「ブランド力向上」の取組である。具体的には、竹内街道が持つ魅力を、今まで興味を持たなかった層にアピールすることで、認知度を高めていくことを指す。竹内街道のブランドを高めることで、既に竹内街道に存在している活動や、地域資源についても街道と結びつけられ、再評価される契機となることが期待される。2つ目は「コンテンツの充実」の取組である。具体的には、竹内街道に存在するコンテンツの一つひとつを磨いていくことで、従前より魅力的にしたり、個別で存在した取組をつなぎ合わせてインパクトを強めたりすることを指す。3つ目は、「受入環境整備」の取組である。具体的には、竹内街道を多くの人が訪れ、関わっていくための、インフラの整備や、交通手段の確保、看板（サイン）の整備、景観の維持等が含まれる。これは、「ブランド力向上」、「コンテンツの充実」のプロジェクト案の効果を高めるための下支えとして重要となるプロジェクトである。

なお、1つ目のブランド力向上と、2つ目のコンテンツの充実は相互に強く結びついており、双方の要素を含み、双方にまたがるプロジェクト案も存在する。

また、コンセプトの実現にあっては、市町域を超えたプロジェクトの実施も必要になることから、既に活動を進めている「竹内街道・横大路活性化実行委員会」との連携も視野に入れたプロジェクトを含んでいる。

竹内街道が複数の市町に跨っているため、竹内街道を切り口とした都市魅力向上・発信に当たっては東西関係自治体の連携が不可欠であると言える。先にも述べたとおり、東西関係自治体との連携に当たっては、竹内街道の次の百年を見据えて既に活動を進めている「竹内街道・横大路活性化実行委員会」のもと、都市魅力向上・発信に当たっての方向性（コンセプト）を関係自治体で確認し、関係自治体が協力してプロジェクトを実施していく必要がある。また、一方で、必ずしも関係自治体が連携するものばかりではなく、街道の魅力を自治体ごとに企画立案し、ボトムアップ的に取組を広げていくことも必要であり、その際には、どの取組においても関係自治体で確認した方向性（コンセプト）に基づいたものとなるよう一貫して進めていく必要がある。なお、取組を進めていくに当たって、すべての取組で行政が取組主体と

なるのは人的資源の観点から現実的ではないため、ボランティアガイドなどを行っている地域団体から協力を得たり、産学官の連携を模索したりすることが求められる。これまでに述べてきた考え方を踏まえ、具体的なプロジェクト案の一覧とプロジェクト案の詳細（抜粋）を図表Ⅲ-3に示した。



図表Ⅲ-2 竹内街道で取り組むべき具体的プロジェクト案の分類イメージ

図表Ⅲ-3 竹内街道プロジェクト案の分類別一覧

分類	地域資源の組合せ		ターゲット				プロジェクト案	概要	
	魅力の背景	新たな魅力	属性に係るセグメント		内在的(心理的)なセグメント				
			年齢(世代)	住民・観光客等	趣味・嗜好	街道認知度			
ブランド力向上	1	街道にゆかりある偉人	マンガ、アニメなどの新たなメディア	主に若年～中年	—	歴史好き	既知	竹内街道漫画・アニメ探しイベント	ゆかりのある偉人を描いた小説、マンガ、映画、時代劇等から「竹内街道(周辺)を巡っている場面」を抽出するイベント。調査に基づき、街道に縁のある偉人を発掘・提示する。
	2	街道沿いにある様々な歴史的資源	マニア向け広報媒体	—	—	特定の趣味・嗜好に没頭	—	マニア向けパンフ作成	一般的なパンフレットではなく、特定の趣味嗜好を持ったマニア向けのパンフレットを作成する。
	3	街道沿いの魅力ある資源	市民参加	主に60代以上	住民	積極的な市民参加	既知(豊富な知識)	市民協働パンフ作成	市民協働でそれぞれの素材を持ち寄り、竹内街道を紹介するパンフレットを作成する。
	4	街道を巡る体験	自虐PR	—	観光客	SNS	未知	「ゴールが面白くない街道」PR事業(自虐広報)	魅力が少ないということを逆手にとってアピール。一瞬話題にはなるが、長期的にはマイナス効果となる(例)負けるな鳥根票(90歳は若手ですから等)、おしい!広島県など。
	5	街道の歴史・地理特性	「プラタモリ」の影響力・知名度	—	—	街道好きTV鑑賞	—	竹内街道にプラタモリなど街歩き番組誘致	段差、歴史、鉱物がある竹内街道。景にも来てくれる可能性有り。活性化委員会経由でアプローチ。
	6	街道沿いの魅力ある資源	PR動画ブーム	世代ごと	観光客	ネットサーフィン	未知	プロモーションビデオ制作	効果的な映像を作成出来れば良いが、映像コンテンツが氾濫するなかで多くの人の目に留まるものが出るか
	7	街道の歴史	VR・CG	—	観光客	歴史好き	—	竹内街道VR・CGコンテンツを制作	VR等の技術を駆使して古代の竹内街道を歩く体験(輝く古墳など)をしてみよう。
	8	古墳	ドローン	—	観光客	古墳好き	—	ドローンで古墳を俯瞰する	大泉緑地等から、仁徳天皇陵を俯瞰する。仁徳天皇陵これまでにない視点から感じることが出来る
	9	街道沿いの産品・製品	ブランディング	—	観光客	ブランド志向	—	竹内街道ブランドの開発、普及	農産品、工業製品等を竹内街道という共通ブランドで売り出しをかける。個々のコンテンツの魅力が必要となるため、中長期的な取組が必要。
	10	街道フォトコンテスト	景観形成	—	住民	写真好き	既知	竹内街道フォトコンテスト事業	写真コンテストを開き、景観形成などの参考にする。(インスタグラムの部、本格カメラの部など)
	11	街道沿いの産品・土産物	一同に揃う新規性	—	観光客	土産物購入	—	竹内街道アンテナショップの開設	最終的な大目標。難波くらいからはじめて、開室、伊丹、新大阪などで竹内街道を知ってもらい、名物を買ってもらえるような施設にする。竹内街道関連商品の開発が必要。
	12	街道で展開した外交史	インバウンド需要の取り込み	—	インバウンド	歴史好き	未知	海外と姉妹街道として展開	海外の街道と提携する(例:熊野古道とサンティアゴの巡礼の道、日本とドイツのロマンティック街道)
コンテンツの充実	13	ルーツ・始祖に係る歴史	聖地巡礼ブーム	学生(芸術系)	—	芸術好き	—	「面神祭」復活イベント	巨瀬金剛に由来のある金岡神社で長年実施していなかった「面神祭」を復活させる。大坂芸大との連携がストーリーづくりの点において有効か。
	14	ルーツ・始祖に係る歴史	連携による規模拡大	—	—	伊勢大神楽好き	—	「伊勢大神楽」サミット	2009年頃から金岡神社で復活した伊勢大神楽は二府十一県に広がりを持つ伝統ある神楽。お伊勢参りにも繋がるルートであることから、この絆を深めるサミットを実施する。
	15	ウォーキングイベント	他地域のイベントへの参加体験	—	—	健康志向	—	竹内街道ウォーキングエクステンジ(交換)	各地で実施されている竹内街道ウォーキングを同一日に開催し、自地域以外のウォーキングを行うようにすることで、竹内街道を多角的な視点から捉え直す
	16	図書館	ビブリオバトル	—	—	読書家	既知	図書館で竹内街道ビブリオバトル	堺市の図書館にある本・漫画を使って、竹内街道に絡めたテーマで書評バトルを行う
	17	街道沿いの博物館や資料館	一斉企画	—	—	博物館・資料館巡り	—	沿道の博物館で連動 竹内街道展の開催	竹内街道に関する資料展を街道沿いの博物館・資料館で一斉に実施。スタンラリー等、大学とも連携可能。
	18	街道沿いの歴史的資源	大学連携	—	住民	街道への関心	—	南大阪地域大学コンソーシアムで竹内連続講座	南大阪地域の大学が連携しているコンソーシアム。竹内街道に関連する連続講座を開講してもらい、地域の人たちの認知を高める。
	19	街道沿いの歴史的資源	日本と世界が出会うまち・堺	学生	—	街道への関心	—	「日本と世界が出会うまち・堺 2018」での研究テーマに竹内街道	堺市博物館と大阪大学歴史教育研究会の共催事業。2017年は12の中学校・高校から17グループの応募があった。(百舌鳥古墳群、与謝野島子等がテーマ)
	20	街道沿いの産品・土産物	レシピ開発	—	—	料理志向	—	「竹内街道」レシピ発掘	あぶらからす、いちじくなど、沿線企業の製品の農産品等を使ってレシピ発掘を行う。いちじくの原産はイランの方。シルクロードの関連とも繋げることができる。
	21	灯路祭り 金岡神社	東西を行きかうコラボレーション	学生(芸術系)	—	祭り好き	—	灯路祭りと金岡神社の連携	太子町が実施する竹内街道を灯籠で浮かび上がらせるイベントで実施する「軒下キャラリー」で飾った芸大生の絵を金岡神社に持って行く
	22	ワイン	ボトルラベル作成	成人	観光客	ワイン好き	—	ワインのボトルラベルの作成	竹内街道を冠するワインのボトルラベルを芸大生にデザインしてもらう。
	23	街道沿いの産品・土産物	ブランディング	—	主に観光客	ブランド志向	—	「竹内街道産」認定事業	竹内街道沿いの産品を特定の基準を作成して認定することで、ブランドづくりに寄与する。
受入環境整備	24	金岡収穫祭	歴史教育	小中学生	住民	学校教育	—	金岡収穫祭で古代の収穫体験	地域の小中学生1,200人を集める(2016年)イベントで、機械を使わず、1,400年前の収穫を当時の衣装で体験する。
	25	魚食文化	街道沿いの名産品	—	—	イベント好き	—	地元水産事業者との連携による中央市場ふれあいひろばでのイベント	ふれあい広場でのイベントの恒常化。既存のコンテンツとして、あなごサミット、大感謝祭などがあるが、他地域との連携でワインの提供など、海産物に合う竹内街道の特産品を組み合わせる。
	26	自然・歴史景観	無電柱化事業	—	住民	—	—	無電柱化	竹内街道の景観を守るために、沿道を無電柱化する。
	27	自然・歴史景観	SNSによる拡散	—	住民	SNS	既知	フォトジェニックスポットの創出	「沿道」ではなく、景観の一部を切り取る際に邪魔になる部分のみ無電柱化を行う
	28	自然・歴史景観	歩きやすい道路舗装	—	住民	—	—	全面石畳にする	竹内街道の景観を守るため、歩きやすさを担保するために、沿道を石畳にする。
	29	街道を巡る体験	迷いやすいエリアの道路整備	—	観光客	—	未知	竹内街道の迷いやすいエリアの道路をペイント	竹内街道を見失うのを防ぐため、迷いやすい部分のみ、道路をペイントすることで誘導する(参考事例:しまなみ海道)
	30	街道沿いのコンビニエンスストア	街道アピール	—	—	コンビニ利用	未知	コンビニエンスストアに「竹内街道」のぼりを立てる/ステッカーを掲示する	竹内街道沿いにあるコンビニエンスストアと連携して、街道アピールをするとともに、街道を歩く人たちが立ち寄りやすくすることでWin-Winを目指す。
	31	東西に散布する街道沿いの産品	東西を結ぶ交通手段(バス)	—	観光客	ツアー志向	—	「魅力のバス」運行による地域間の連結	週末限定などで、竹内街道のイベントを結ぶバスを運行し、コンテンツ同士を結ぶ(参考事例:和泉かつらぎ観光バス)

※ターゲットについては主なものを掲載している。

※「ターゲット」欄の「—」については、特定のセグメントに依らずプロジェクト化することが可能であることを示しているが、更に細分化したセグメントを設定しプロジェクト化することも可能である。

### 3. 提言

本事業における、都市魅力の向上・発信の取り組みを充実させるには、大きく二つの方法があると考えられる。一つには既に活動を進めている「竹内街道・横大路活性化実行委員会」と連携するなど、前述の複数の個別プロジェクトを統合して大きな活動のうねりを作り上げることである。もう一つは、個別プロジェクトをそれぞれ活性化することにより、ボトムアップ的に徐々に定着させる取組で、最終的に大きな効果を狙うものである。

「竹内街道・横大路活性化実行委員会」では、平成29年度事業として「竹内街道・横大路でつながるぐるりんバス」を運行され、個別の地域資源を巡る東西交通に関連する実証事業を実施された。このような取組と、今回提案する複数の個別プロジェクトを連携させることで更なる大きな効果が得られると考えられる。また、このような大きな取組が行える際には地域住民、域外双方への発信度が高まるため、この時に旗印となる「竹内街道：国道0号線!?～眠る魅力のルーツを辿れ～」を広く掲げることが重要と考える。

また、活性化プロジェクトが最大の効果を生むためには、そのプロジェクトが響くターゲット層を対象にする必要がある。逆に言えば、ターゲット層をその特徴毎に分類し、その分類に適した統合型プロジェクトを設計する必要がある。今回はこの方法に従って設計したプロジェクト案を複数提案した。例えば、ファミリー層向けのプロジェクトとしては、竹内街道近隣には聖徳太子廟や菅原道真に縁のある菅原神社、空海に縁のある開口神社があることから、竹内街道を「学力向上」の聖地とするプロジェクトを提案した。こういった統合型プロジェクトは物流、飲食、販売、地場産業も含めた広範囲の関係者を巻き込む必要があり、実行委員会等を組織し、広く参加者を募った形での実行が求められる。

もう一つの取組みとして、ボトムアップ的なプロジェクト実施も提案したい。大きな統合型プロ

ジェクトの完遂には、委員会等の組織化や準備期間など大きなハードルがいくつもあると思われ、それを克服する強いリーダーシップが必要となる。一方、個別の活性化の取組みは、それだけでも実施することである程度の効果を見込めるものもある。これらについては、各項目に想定される取組み主体を示したが、「竹内街道：国道0号線!?～眠る魅力のルーツを辿れ～」の旗の下、その取組の主体が自主的に活動し、草の根的な展開になることが全体の大きな流れに繋がり、都市魅力の向上に貢献すると考えられる。竹内街道に関連する自治体や委員会には、プロジェクト推進のためのパンフレット作製や職の提供、プロジェクト推進方法の市民からの提案に顕彰するなど、草の根的な展開の支援を行うことが求められる。

街道という東西の「線」での繋がりを東西南北の四方へ「面」としてその役割を広げていくに当たっては、関係する取組主体の連携が必要不可欠であり、日本遺産である竹内街道を活かした都市魅力の向上・発信に当たってのコンセプトをしっかりと確認し、そのコンセプトに基づいた取組を各主体が積極的に講ずることで、今後「竹内街道」のブランド価値が高まっていくと期待される。

本報告が竹内街道近隣の都市魅力向上に関する取組みの立案に、少しでもお役に立てれば幸いである。

なお、本報告は平成29年度「歴史街道を基軸とした都市魅力向上と発信に関する調査研究報告書」の簡略化版である。プロジェクトの詳細などは当該報告書本編（下記ホームページに掲載）を参照されたい。

#### 公益財団法人 堺都市政策研究所

〒591-8037 堺市北区百舌鳥赤畑町1丁3番1

堺市三国ヶ丘庁舎4階

TEL 072-242-8680

FAX 072-242-8689

URL <http://www.sakaiupi.or.jp/>

E-mail [info@sakaiupi.or.jp](mailto:info@sakaiupi.or.jp)