

寄稿

2 『世界遺産 高野山』 における DMC 高野山の観光面的活性化の取組み



株式会社DMC高野山 代表取締役

大田原 博亮

1. 世界遺産 高野山について

●「天下の霊場、文化資源の宝庫 高野山」

今回初めて本誌に寄稿させて頂くが、読者にはなじみの高野山、なので、簡単に概要だけ説明する。かくいう私も北九州市の実家が高野山真言宗で、奇妙な縁を感じながら、奥之院の先のアパートに滞在し、高野山で活動している。

高野山は、和歌山県北部の紀伊半島の中央部に位置し、標高約 900m の山々に囲まれた東西約 4km、南北約 2kmの山上盆地にある。この盆地状の平地の地域は、古来より歴史的・文化的意味合いも込めて「高野山」と呼ばれている。宗祖弘法大師による創建、高野山真言宗の総本山金剛峯寺が中心となっている。

総本山金剛峯寺は「一山境内地」と称し、高野山の至る所が金剛峯寺の境内地であり、高野山全体が一つのお寺であることが、稀有な文化資源としての一大特徴である。

2004 年、高野山町石道、金剛峯寺境内の本坊、大門、伽藍、奥之院、徳川家霊台、金剛三昧院の 6 地区、建造物 12 件が 吉野、熊野、大峰とともに、紀伊山地の霊場と参詣道としてユネスコにより世界遺産に登録された。さらに、2016 年には高野参詣道として、女人道、黒河道、不動坂、三谷坂が追加登録された。

この総本山金剛峯寺には国宝 23、重要文化財 185、県指定文化財 42(2019 年) と多くの文化資源が残されており「山の正倉院」とも称されている。

2. 高野山の観光経済上の構造課題

●「一大宿泊観光地から日帰り観光地への変容」による産業規模の縮小

高野山における観光入込客数としては、コロナ禍で令和 3 年は 118 万人となり、コロナ前の令和元年の 148 万人と比較して 30 万人ほど減少したが、そのこと自体が高野山の根本的な課題ではない。コロナ禍は構造課題を顕在化させただけである。

歴史的にみると、地方の高野山真言宗の寺院

から、多くの信者が団体で高野山に来訪し宿坊に宿泊していた時代が平成の初めまで続いていたが（一説にはピーク時には80万人ほどが宿坊に宿泊していたと言われている）、宿泊客数が長期に渡って大幅に減少しており、コロナ前の令和元年で、日本人12万人、インバウンド11万人の計22万人台まで減少するに至った。

一方で、世界遺産に登録されたことで日帰り観光客は増加したものの、滞在時間が極めて短く、観光名所である奥之院と壇上伽藍を見てランチをして帰る、というシンプルな周遊動線で、平均滞在時間は3～5時間という短さとなっている。

要するに、高野山は、長期的にみると、宿泊観光地から日帰り観光地に構造的に変容した、ということである。観光庁の統計調査によると、日帰り観光客と宿泊観光客は3倍の観光消費額単価の違いがあるが、以前の高野山における信者層の宿泊客は、ご先祖供養やお位牌などにお金を使っていたという特徴があり、3倍の格差どころではなく、5倍、10倍の単価の違いがあったものと推察される。

その結果、塔頭寺院・宿坊や商業事業者が減少していき、町の人口も減少しているという、経済的にみると、宿坊を中心とした産業の規模が縮小している状況にある。



3. 高野山の課題解決の方向性

①「高野山の基礎体感エリアの設定と高野山デジタルミュージアムの設置」

高野山の西方エリアには、高野山における国宝・重要文化財の9割近くが存在し、特に高野山霊宝館には、その8割が存在している。飛行の三鈷杵などの高野山三大秘宝や曼荼羅、運慶・快慶の仏像など学術的にも社会的にも貴重で面白い文化財が豊富にある。しかしながら、令和元年における霊宝館の有料拝観者数は約6

万人と、観光入込客数の4%程度しか来館していない。運慶・快慶の仏像が東京国立博物館に貸し出された時には、長蛇の列ができたのに、である。貴重な文化財が霊宝館にあることが、来訪者、特に日帰り観光客にはほとんど知られていない、ことを意味している。

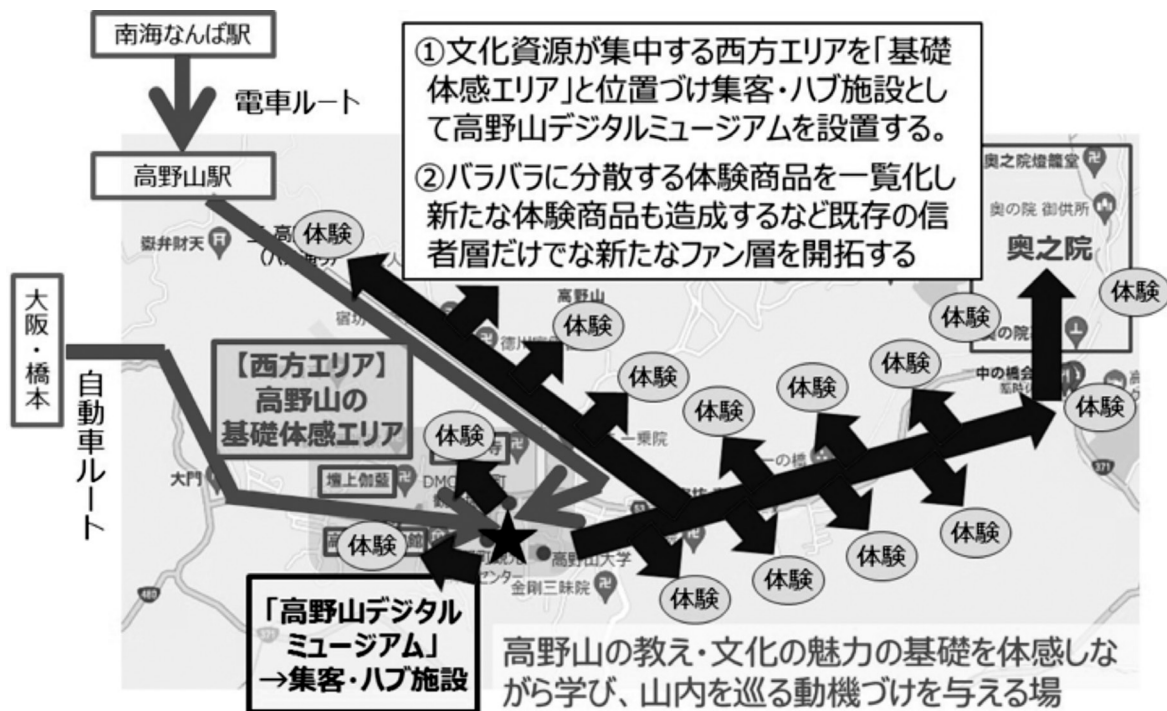
こうした文化資源が集中する、高野山の西方エリアを「高野山の基礎体感エリア」と位置づけ、入り口としてのハブ的集客拠点を作り、高野山の伝統や文化を体感しながら学び、山内を

巡る動機づけを与える場が必要と考え、高野山デジタルミュージアムの設置を、総本山金剛峯寺やDMO 高野町観光協会、高野町に打診しご理解を得た。

②「バラバラの体験商品をITシステムで一覧化・オンライン化（構想段階）」

さらに、滞在時間の長時間化、ひいては宿泊

需要に繋げるためには、現在、寺院などの事業体毎に分散している体験商品（瞑想、ガイド、森林セラピーなど）をITシステムで繋げ一覧化しオンライン化することで、気軽に観光客が体験商品に触れ、選び、購入する仕組みが必要であると考えており、現在関係各所と構想策定中である。



4. 株式会社DMC 高野山の創設とDMO 高野町観光協会の会員化

以上のような構造課題と課題解決の方向性を、高野山の主要関係者と認識を深めた上で、国の機関である株式会社地域経済活性化支援機構（REVIC）が所管し、和歌山県の第一地銀である紀陽銀行が出資する「観光遺産産業化ファンド」から、高野山の経済活性化のためのまちづくり会社「株式会社DMC 高野山」を2020年に新設投資した。

代表取締役は、REVICから派遣された大田原（REVIC執行役員・観光チーム責任者）が担い、監査役には紀陽銀行 地方創生推進室長が就任している。また、DMC 高野山は、文化財のVR技術を有する凸版印刷や交通動線の核を担う南

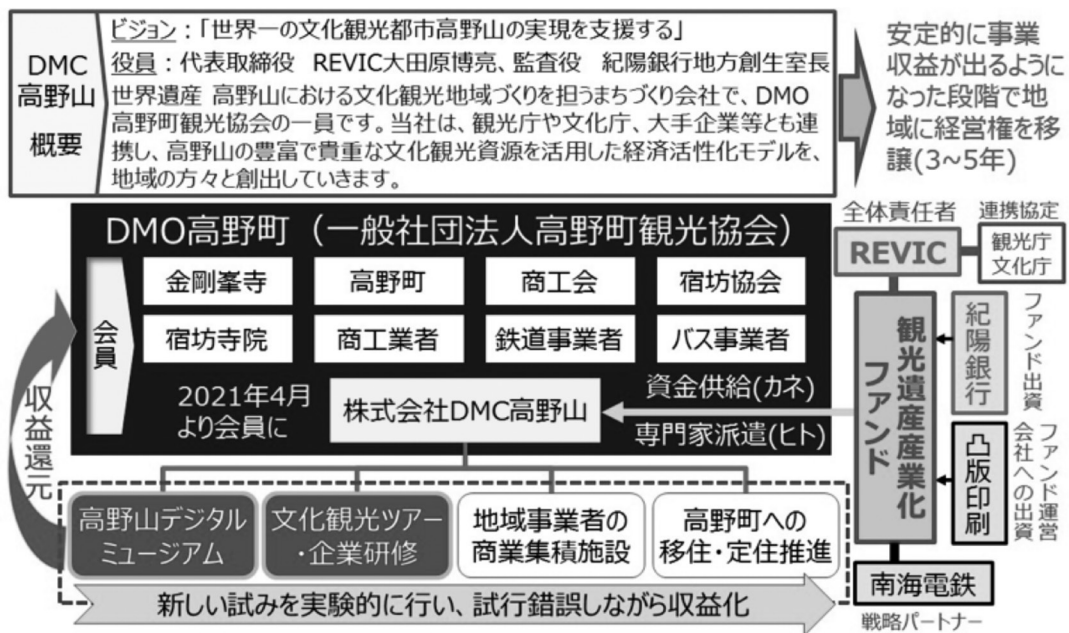
海電鉄と密に連携している。

DMC 高野山は、2021年4月には、DMO 高野町観光協会の会員となり、本DMOの枠組みの中で、会員である金剛峯寺、高野町、宿坊協会、商工会など山内の主要組織体と事業や構想の共有、討議を行っている。

5. 高野山デジタルミュージアムの新設と今後

DMC 高野山の最初の事業として、観光遺産産業化ファンドや政府系金融機関から資金を調達し、文化庁の補助金も活用して、2022年8月に、VRシアター、カフェ、ショップの複合事業を行う「高野山デジタルミュージアム」をオープンさせた。

「心の解放の旅への入り口」をコンセプトに、



高野山の豊富な文化資源の魅力や価値をより深く体感いただくための文化複合施設であり、高野山で1200年以上受け継がれてきた弘法大師空海の想いや歴史的建造物を、専属ナビゲーターがコントローラーを操作しながら文化資源の魅力を解説するVRシアター、猿田彦珈琲プロデュースのスペシャルティコーヒーや、精進カレーなど高野山の伝統の食文化を現代風にアレンジしたカフェ「高野山café雫」、旅の体験を持ち帰っていただくミュージアムショップ

で、地域の方々と一緒になって、高野山の魅力を発信していく。

今後は、まずはオープンしたばかりの高野山デジタルミュージアム事業を安定化させるとともに、山内の主要組織体と協議し、観光遺産産業化ファンドからの投融資を絡ませながら、ダイナミックに高野山の経済活性化を推進していきたい。