

高野山におけるインバウンド観光と観光まちづくり —外国人観光客への満足度調査から—

竹 田 茉 耶¹ 工 藤 泰 子²

(¹一般財団法人和歌山社会経済研究所研究委員 ²総合文化学科)

Community Development Through Inbound Tourism in Koyasan
Study of the satisfaction surveys to the foreign tourists

Maya TAKEDA, Yasuko KUDO

キーワード：インバウンド観光 Inbound Tourism,
観光まちづくり Community Development Through Tourism,
高野山 Koyasan

1. はじめに

近年、我が国では経済活性化の方策のひとつとして、訪日外国人旅行促進のための取り組みが活発になっており、2020年の東京オリンピックに向けて、こうした傾向は一層顕著になっている。

政府による訪日旅行促進事業、いわゆるビジットジャパン事業（以下、VJ事業）⁽¹⁾が開始されたのは2003年のことであるが、これ以降毎年、対象とする国や地域ごとに目標値を定め、プロモーション活動が展開されている。こうした取り組みの甲斐もあって、VJ事業が開始された2003年はわずか521万人であった訪日外国人旅行者数は2015年には2,000万人を目前にするまでの伸びを見せている〔図1〕。また、旅行消費額も堅調に推移しており〔図2〕、訪日外国人旅行（者）がもたらす経済効果にも期待が寄せられつつある。

ところで、経済成長の方策として観光を位置づけ、国レベルでVJ事業等の取り組みが行われている一方で、同じく観光を手がかりに、地域社会の活性化

を図ろうとする動きが、全国各地で盛んになってきている。こうした動きは、近年、しばしば「観光まちづくり」と称され、それは一般に「地域が主体となって、自然、文化、歴史、産業など、地域のあらゆる資源を活かすことによって、交流を振興し、活力あふれるまちを実現するための活動」⁽¹⁾などと定義される。こうした活動が、観光による経済的効果を見込んでいるのはもちろんのことではあるが、その特徴は端的に言えば、地域資源に魅力を感じ、その発掘や磨き上げに一緒になって取り組んでくれる人びととの交流を通じて、持続可能な地域づくりを目指す点にある。

現在、こうした観光まちづくりと呼ばれる活動は、その多くが、国内の人同士の交流に主眼をおいたものである。しかしながら、一部で、外国人観光客の受け入れを通じて、地域づくりに取り組む事例も見られるようになってきている。

たとえば、徳島県三好市山城町では、妖怪伝承をテーマに地域づくりが行われているが、近年、この

地を訪れる海外からの観光客が増えている。その割合は観光客全体（2万6,000人）の1割を占めるまでになっており、こうした外国人観光客との交流による地域づくりが進められている²⁾。また、近年外国人観光客が急増していることで知られるニセコでは、観光客を受け入れる過程で生じる様々な課題に向き合いながら、観光開発と景観保全の共生に取り組んでいる³⁾。これらは、インバウンド観光⁽²⁾という新たなファクターを、地域づくりに取り込もうとする先駆的事例であろう。

今後は、訪日外国人旅行の促進に向けた取り組みがさらに加速する中で、少なくない地域がインバウンド観光を地域づくりの重要なファクターとして取り込んでいく、あるいは、取り込まざるを得ない状況におかれることが考えられる。そうした場合、観光地としての発展と地域づくりの関係はどのように展開されていくのであろうか。

本稿では、こうした問題意識から、和歌山県伊都郡高野町高野山を対象として、まずは、インバウンド観光の実態を明らかにしたうえで、高野山におけるインバウンド観光の現時点での到達点と課題を考察し、インバウンド観光による観光まちづくりの方向性について検討することを目的とする。

高野山は、弘法大師空海が開いた真言密教の聖地であり、標高850メートルの地に金剛峰寺をはじめとして100を超す寺院が建ち並ぶ。50余りの寺院が宿坊を擁し、僧侶や信徒、参詣者や観光客の宿泊所となっている。とくに、第二次世界大戦以降、観光の大衆化時代を迎え、高野山は一般の観光客を広く受け入れてきた。ところが、その後宿泊客数が減少し、日帰り客へと転化する中、2004年の世界遺産登録を機に外国人観光客が急増している。こうした状況を受けて、外国語のHP開設や、英語やフランス語に対応できる観光ガイド組織が設立されるなど、外国人観光客の受け入れに向けた環境整備が進められている。

この点でとくに注目されるのは、宿坊における外国人観光客の受け入れの動きである。現在のところ10ヶ寺ほどが受け入れを行っており、外国人観光客は、宿坊の存続を下支えする、なくてはならない存在になりつつある⁴⁾。

以上の点をふまえ、本稿では、2014年に高野山を訪れた外国人観光客を対象に実施した満足度調査の結果をもとに、先の課題に迫りたい。なお、高野山は宗教都市という性格上、山上に暮らす人のうち3割近くが僧侶である。この点は、他の地域とは異なる高野山の特殊性といえるが、国内の宿泊者が減少する中で、外国人観光客が無視できない存在になりつつあり、こうした人びとを観光地づくり、あるいはまちづくりの中でどのように位置づけていくかという点は、他地域にも共通するテーマであると考えられる。

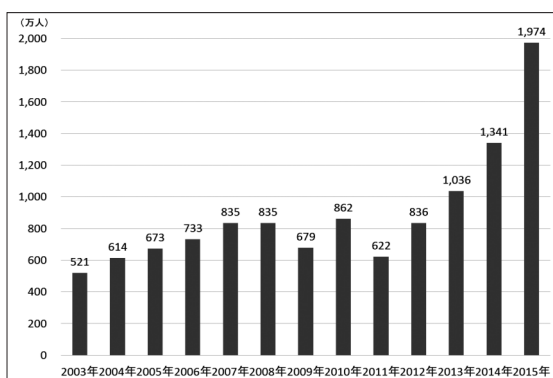


図1 訪日外国人旅行者数の推移⁵⁾

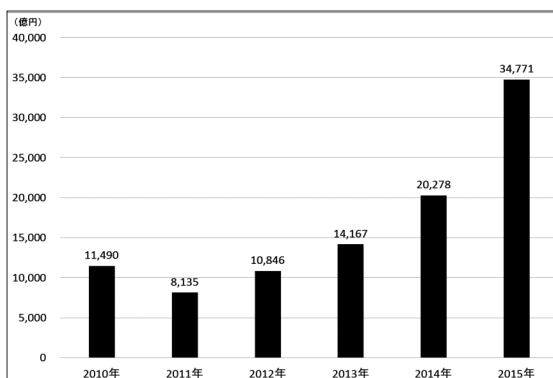


図2 訪日外国人旅行者の旅行消費額⁶⁾

2. 調査対象地の概要と方法

1) 高野山の概要

(1) 高野山の位置および人口

高野山は、和歌山県北東部に位置し、1,000メートル前後の山々に囲まれた真言宗の霊地である。

高野町全体の人口は3,343人、世帯数は1,462である〔図3〕。人口と世帯数の推移をみると、人口の減少率に比べて、世帯数の減少幅は小さく、単身世帯が増えていることがうかがえる。65歳以上の人口が36.2%を占めており、県内でも高齢化率が高い地域といえる〔図4〕。

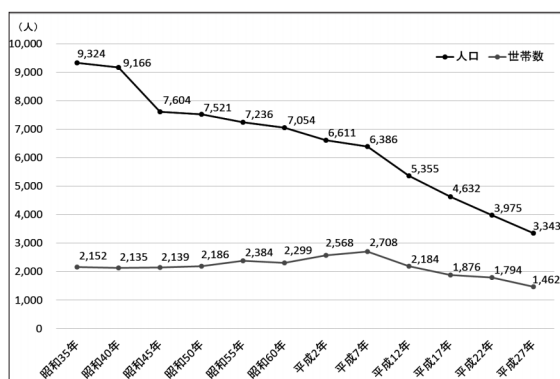


図3 高野町の人口・世帯数の推移^{7) 8)}

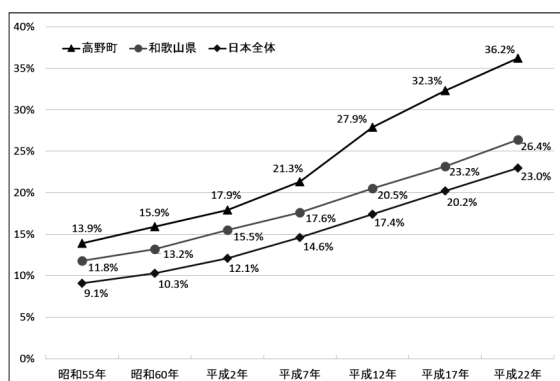


図4 高野町の高齢化率の推移^{9) 10) 11)}

(2) 高野山の観光地化と宿坊の成立・変容

高野山は、西の壇上伽藍、東の奥之院、117の寺院などからなる宗教都市であるが、その始まりは9世紀頃にさかのぼる。816年、空海は嵯峨天皇から修禪の道場として高野山を下賜され、翌年から高野山の開創に着手した。

空海が永遠の瞑想に入ったとされ霊廟に入られたのは835年であるが、この霊廟の上に建てられた廟が現在の奥之院の原型である。その後、10世紀頃には藤原道長が奥之院に参拝し、平安時代には、平清

盛が落雷で消失した根本大塔を再建するなど、高野山を手厚く保護している。その後、一般庶民の間にも高野山信仰が広まり、11世紀頃には、奥之院の一带に一般庶民の納骨や納髪が行なわれていた。

現在では、参詣人に限らず観光客の宿泊施設としての役割を果たしている宿坊であるが、それが成立するのは室町時代のことである。この時代には、九州や四国など遠方からの一般参詣人が、奥之院の地所を購入して墓所を建立する風潮が成立していた。そこで、参詣人の宿泊施設が必要となり、院家⁽³⁾が参詣人の宿泊に広く関わるようになった。

江戸時代になると、万人から信仰を集め「聖地」として位置づけられるようになる。貴族や皇族、有力武士、権力者、大名などの帰依によって支えられ、山上都市として発展する一方で、山上は寺院と商家だけに限定され、女人禁制、歌舞吉曲禁止であったほか、商売にも制限が設けられており宗教色の強い町であった^(12) 13)。

明治期に入るとさまざまな改革が行なわれ、高野山参詣が除々に商品化されていく。明治末期に日本で初めての企画旅行が発売され、高野山参詣も募集型企画旅行として扱われた。また、大正時代になると国内観光の発展にともない、寺院などの宗教施設が観光の対象となり、高野山の「お寺まいり」が知られるようになる。さらに、大正期初めには、日本全国で盛んになってきていた林間学校の受け入れを始めており、宿坊が単に参詣人のみの施設ではなく、一般の宿泊施設として機能するようになっていく。

また、スキー場建設などの観光開発にも目が向けられるようになり、都会の人びとにとって身近な避暑地・リゾート地としての新しい高野山を目指す取り組みが行なわれ、観光地化への第一歩を踏み出すこととなった⁽¹⁴⁾。

戦後に入ると、高野山観光の大衆化が進み、幅広い層の人びとが高野山を訪れるようになる。背景には、高野山有料道路の開通(1960)や、高野龍神スカイラインの開通(1980)など、交通環境が整備されたことがある。これにより、マイカーや観光バスで訪れる人が増え、高野山は一年を通して参拝客が訪れるようになった。一方で、交通環境が整備

され、利便性が増したことで日帰りの観光客が増え、1975年には、日帰り客数が宿泊客数を上回る。さらに、1990年代半ば頃から林間学校の受け入れが激減したことで、宿泊客数はなお一層減少することとなる。

こうした状況の中で、高野山に大きな変化をもたらしたのが、外国人観光客の存在である。2004年、高野山が「紀伊山地の霊場と参詣道」としてユネスコの世界遺産に登録されたことをきっかけに、増加の一途をたどっている。こうした状況に対応すべく、外国語対応のHPの開設や、案内看板、外国語に対応できるスタッフの配置など、環境整備が進められている。また、世界遺産に登録されたことを受けて、2008年には高野町は県下で初めての景観行政団体となり、独自の景観施策を施行している。

外国人観光客を積極的に受け入れる宿坊も出てきており、中には、宿泊者の割合が海外からの観光客の方が高い宿坊も存在する。奥之院ナイトツアー⁽⁴⁾を実施するなど、独自の取り組みを行なっている宿坊もある。すべての宿坊が外国人観光客を積極的に受け入れているわけではないが、以前のように団体参拝や林間学校の受け入れがなく、また、宿泊客が減少傾向にある中で、外国人観光客は現在の高野山の観光、そして経済を下支えする存在として定着しつつあり、高野山の観光をとりまく状況は、新たなステージを迎えつつあるといえる。

こうした状況をふまえ、続いて、高野山におけるインバウンド観光の実態について見ていきたい。

（3）高野山における観光客数の動向

調査の中身に入る前に、近年の観光客数の動向を確認しておく〔図5〕。2014年の観光客総数は1,414,668人（宿泊：269,031人、日帰り：1,141,850人、外国人宿泊客：54,511人）であり、観光客全体の約8割を日帰り客が占める。推移をみると、日帰り客数では、世界遺産に登録された2004年に顕著な増加が見られ、その後は徐々に増加してきている。宿泊客数は、2004年に若干の増加が見られるが、その後は減少傾向にある。

一方で、外国人宿泊客数に目を向けると、世界遺

産の登録を受けて以降、東日本大震災が起きた2011年の落ち込みを除いて、堅調に推移している。宿泊客全体に占める外国人宿泊客の割合は高くなってきており、2014年は19.9%を占める。

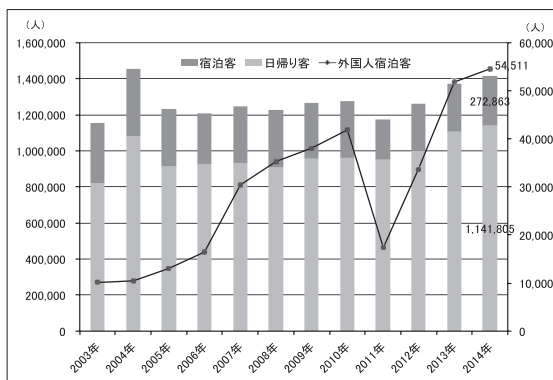


図5 高野山の観光客数の推移⁽⁵⁾

2) 調査方法

高野山の宿坊に宿泊した外国人観光客を対象に、アンケート形式で実施した。実施期間は、2014年10月1日～11月30日である。配布方法および回収方法は、留置き配布、留置き自記式、郵送回収による。配布場所は、高野山内の宿坊10ヶ寺⁽⁵⁾である。650を配布し、224の有効回答を得た（回収率34.4%）。

なお、本アンケートは、一般財団法人和歌山社会経済研究所の平成26年度政策自主研究「和歌山県の観光戦略研究Ⅳ：インバウンド観光客の実態調査から誘客策に向けて」⁽⁶⁾において実施されたものであるが、本論文でアンケートの結果データを使用・公表することに関しては、同研究所の承諾を得ている。

3. 高野山を訪れるインバウンド観光の実態

1) 基本属性

回答者の国籍〔図6〕をみると、欧州が120人と全体の54%を占める。その主な内訳は、フランス（38人）、スペイン（13人）、スイス（13人）、イタリア（12人）、オランダ（11人）などである。アジアは全体の8%にとどまる。回答者の大多数が、欧米系である⁽⁷⁾。

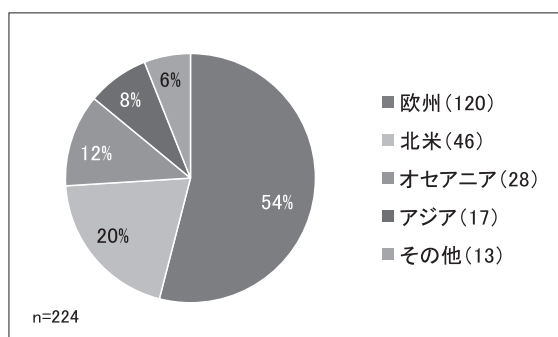


図6 回答者の国籍

年代〔図7〕は、30代がもっとも多く30%を占める。10代はわずか1%である。同伴者〔図8〕は、もっとも多いのは「配偶者・パートナー」である。

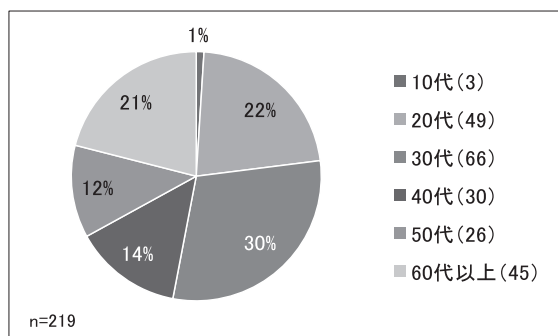


図7 回答者の年代

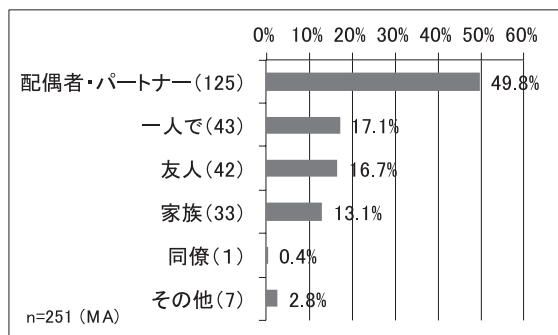


図8 高野山旅行の同行者

高野山の訪問回数〔図9〕をみると、「はじめて」が9割を占める。訪日回数との関係でみると、7割以上が初めての訪日旅行で高野山を訪れている〔表1〕。一方で、高野山への訪問が4回目以上との回答も少数ながら見られる。また、4回以上の訪日旅行の末に、訪れたとする回答も1割程度ある。

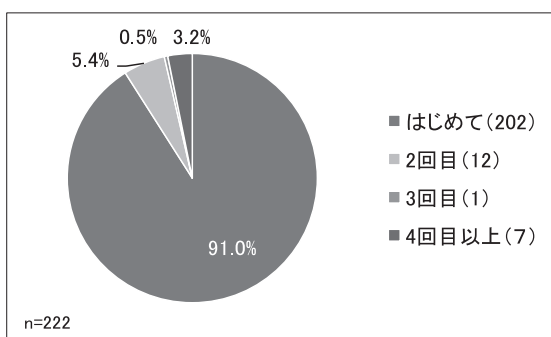


図9 高野山の訪問回数

表1 高野山訪問回数と訪日回数

	訪日	はじめて	2回目	3回目	4回目以上	計
高野山	はじめて	152	24	6	20	202
		75.2%	11.9%	3.0%	9.9%	100.0%
	2回目		4	1	7	12
			33.3%	8.3%	58.3%	100.0%
	3回目				1	1
					100.0%	100.0%
	4回目以上				7	7
					100.0%	100.0%
	計	152	28	7	35	222
		68.5%	12.6%	3.2%	15.8%	100.0%

2) 旅行消費

続いて、高野山に滞在中の消費についてみる。宿泊費に関しては、「1万円以上2万円未満」(48.2%)と「2万円以上」(43.3%)に大差はない〔図10〕。宿坊の宿泊費の相場が1万円前後である中で、多少宿泊費が高くとも、宿坊は宿泊する価値があるものとして捉えられていることが示唆される。

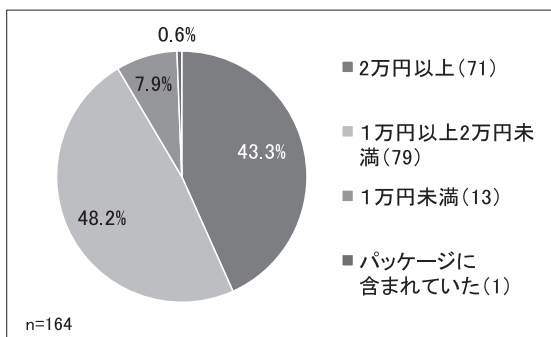


図10 高野山旅行における宿泊費

滞在中の主な消費〔図11〕は、宿泊費に次いで多いのは「カフェ・ランチ」(71.7%)となっている。

一方で、買い物への支出は少なく、支出したとの回答は25%前後で回答者の4人に1人程度にとどまっている。

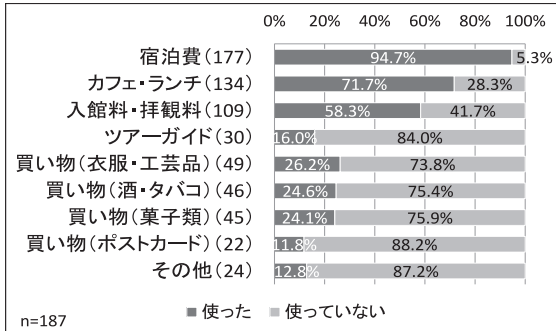


図11 滞在中の支出

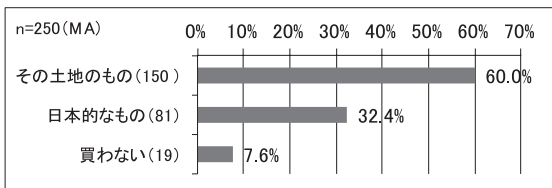


図12 お土産に対する希望

表2 お土産に対する希望（自由コメント）

		国籍	性別	年齢
Monk smoky stick holder	お香立て	スイス	男性	40代
Local delicacy	ご当地グルメ	マレーシア	男性	20代
T-shirt	Tシャツ	イギリス	女性	40代
Fridge magnet	冷蔵庫用のマグネット	ドイツ	男性	40代
I would like to buy: Teacups or rice bowls from Shukubo	宿坊で湯呑や茶碗を買いたかった。	アメリカ	女性	60代
Incense, This time we travel by small luggage, so no space for souvenirs.	お香 バッグが小さいためお土産を入れるための十分なスペースがない。	スイス	男性	60代
Incense, Maccha	お香、抹茶	イタリア	男性	20代
We came to Koyasan for peaceful atmosphere, not to do shopping.	高野山には平和的な雰囲気を感じるために訪れたので、買い物はしない。	オーストラリア	男性	20代
Local artist items	地元作家の作品	オーストラリア	女性	20代
Traditional art works	伝統工芸品	イタリア	女性	40代
Kawaii things, Mini temple, Mini monks	かわいいもの、小さいお寺、小さい仏像	オーストラリア	女性	30代
Notebook with sketch view of Koyasan cover, Postcards	高野山の風景が描かれたノート、ポストカード	タイ	女性	30代
Local made, authentic artisans	ローカルなもの、職人が作ったもの	アメリカ	女性	40代
Unique, Local, Cultuary	ユニークでローカルで文化的なもの	カナダ	女性	50代
Locally produced, craft products	ローカルな製品、工芸品	マレーシア	男性	20代
Amulets	お守り	ブラジル	女性	30代

お土産に対する希望を聞くと、「その土地のもの」を希望する回答がもっとも多かった〔図12〕。どのようなものであれば購入したいかを自由回答形式で聞いたところ〔表2〕、寺院に関連したものや、地

元の作家、職人が作ったものを希望する声が多い。荷物にならない大きさのものを希望する声も見られる。

買い物はしないという回答もあるものの、1割足らずであり、大多数は希望に沿うものがあれば、購入する意向を持っていることがうかがえる。〔表2〕の内容を、買い物への支出が高くない現状と併せてみると、「その土地の人が作ったもの」が買い物への支出を左右する可能性をもつ重要な要素であり、また、現状では十分に展開されていない側面であると推察される。

3) 期待度および満足度

次に、高野山観光に対する期待度と満足度を見る。期待度および満足度を問うた項目は、以下のa~mの通りである。

- 神秘的な場所を訪れること〔略：神秘的な場所〕
- 仏教都市の神聖な雰囲気〔仏教都市〕
- 世界遺産の地〔世界遺産〕
- 奥之院の荘厳な雰囲気〔奥之院〕
- 奥之院ナイトツアーへの参加〔ナイトツアー〕
- 寺院を巡ること〔寺院巡り〕
- まちなかを散策すること〔まち散策〕
- 僧侶の暮らしに触れること〔僧侶暮らし〕
- 宿坊に泊まること〔宿坊泊〕
- 精進料理〔精進料理〕
- 朝の勤行への参加〔勤行〕
- 写経体験〔写経〕
- 護摩焚き〔護摩〕

〔図13〕より、期待度において「大変期待している」の割合がもっとも高いのは「d.奥之院」(52%)で、次いで高いのは「i.宿坊泊」(49%)、3番目は「c.世界遺産」(46%)である。逆に、その割合が低いのは、「g.まち散策」(14%)、「l.写経」(19%)、「m.護摩」(26%)である。

満足度〔図14〕をみると、「大変満足している」の割合がもっとも高いのは「d.奥之院」(81%)で、次いで高いのは「e.ナイトツアー」(70%)、3番目

は「c.世界遺産」(66%)である。一方、満足度が他より目立って低いのは「g.まち散策」(21%)である。相対的に満足度は高いものの「大変満足している」の割合が50%を下回ったものは「f.寺院巡り」(39%)、「h.僧侶暮らし」(43%)、「k.勤行」(43%)、「b.仏教都市」(44%)であった。

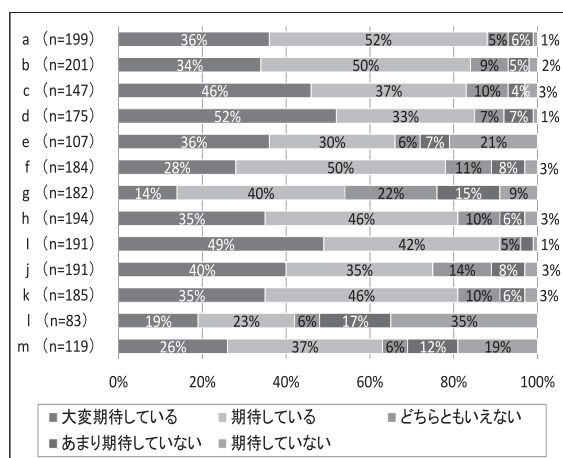


図13 高野山観光に対する期待度

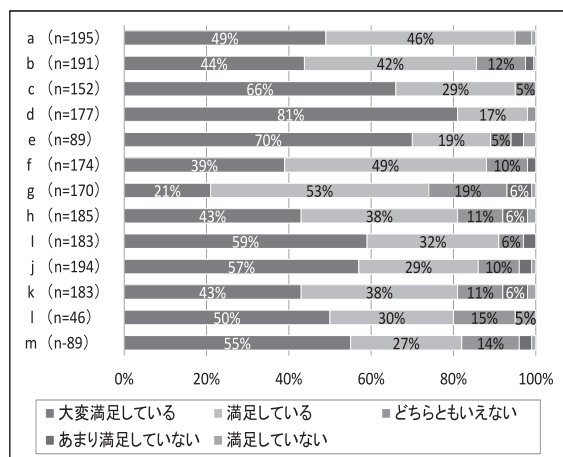


図14 高野山観光に対する満足度

〔図15〕は「大変期待している」の割合に対して、「大変満足している」の割合がどれだけ高いかを示したものである。a～mのいずれの項目も「大変満足している」の割合が「大変期待している」の割合を下回ったものはなかった。そこで、どの項目が期待度と満足度が高かったのかを見た。また、この際にa～mを「宿坊の中／宿坊に付随する体験」、

「宿坊の外（高野山という空間全体）」に分類して示した。

〔図15〕をみると、宿坊の中では、「l.写経」「m.護摩」が高い。一方で、もっとも低いのは「h.僧侶暮らし」である。宿坊の外では「d.奥之院」「e.ナイトツアー」が突出している。一方で「a.神秘的な場所」「b.仏教都市」「f.寺院巡り」「g.まち散策」は低い。

以上のことから、現在の高野山におけるインバウンド観光について、次の点が示唆される。第1に、高野山を訪れる外国人観光客は、奥之院を訪れること、宿坊で過ごすことを主たる目的としている。第2に、それら目的の事柄については、一定程度満足感を得ている。第3に、現時点では、高野山を訪れる外国人観光客にとって、興味の対象は限定的、あるいは、魅力を感じることができる対象は限定的である。高野山は真言密教の聖地であり、近年は世界遺産にも登録されているものの、今回のアンケートの回答では「a.神秘的な場所」「b.仏教都市」「c.世界遺産」の満足度は奥之院や宿坊での体験に比べると低い。また「h.僧侶暮らし」や「f.寺院巡り」「g.まち散策」は期待度と満足度が共に低い。しかしながら、このことは、これらの要素が魅力的ではないことを意味しているのだろうか。

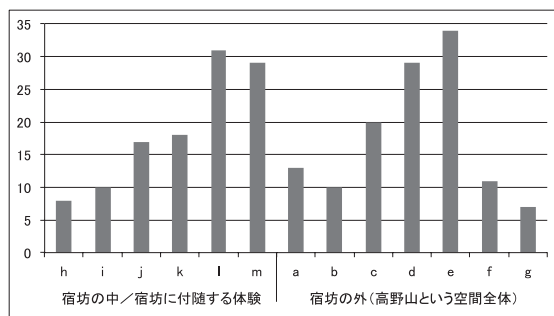


図15 期待度に対する満足度の高さ

最後に、高野山観光に対する自由コメントを見ておく。まず〔表3〕をみると、高野山観光に非常に満足していることがうかがえるコメントが多い。その中でも、やはり、宿坊に対するものや奥之院に対するコメントがよく見受けられ、これらに対して高い満足を感じていることがうかがえる。

続いて、[表4]をみると、改善を求める要望は、高野山に特殊な問題というよりも、観光地や宿泊施設一般に対しても該当する事柄があげられている。

たとえば、言語の問題やバスの乗り方、支払い方法、店舗の営業時間などである。こうした事柄について、現状は、まだ十分に対応できていないことを示唆している。その他では、食事場所等での喫煙に関する要望が多く見られた。また、宿坊（和の空間）らしい雰囲気づくりを求めるコメントもある。

前述した「h.僧侶の暮らし」への興味という点に関しては、[表4]に示したコメントを見る限り、高い興味を示している様子が見える。よって、満足度が低いのは興味が低いからではなく、知りたいと思っているが十分に知ることができていないといった事情が反映された結果であると考えられる。

また、「f.寺院巡り」や「g.まち散策」については、交通環境のあり方がこれらに対する満足度に影響していることが考えられる。高野町は、世界遺産に登録されたことを受けて、2008年に景観条例を施行している。こうしたことから、散策を楽しめる環境づくりは、世界遺産の地、高野山にとって重要な課題であるといえよう。

表3 高野山観光において満足した点

満足した点
大変リラックスできる雰囲気だった。イベントが開かれていた。不満点はない。訪れやすい場所である。
すべてがすばらしく、不便な点はなかった。
高野山には11回訪れているが、訪れるたびに驚きがある。高野山は美しく、友好的で、親切で、リラックスできる。
すべてに満足。高野山を訪れるのは2回目なので、今回の再訪を大変楽しみにしていた。完璧だった。とても幸せ。
驚くべきものだった。人生を変える経験だった。
高野山での体験は、人生の中で忘れられないものになるだろう。
平和であり、僧侶は親切ですばらしい。
僧侶と人びとの友好的な態度に驚いた。いつも親切で力になってくれた。
歴史と現代のバランスが保たれている。寺院は美しいが無縁LANの環境も整っている。
宿坊に泊まって、日本の文化とわずかではあるが、僧侶の生活が理解できた。
宿坊には十分なオプションが提供されており、自由に選択することができる。
宿坊は美しく、豪華な部屋と庭に感銘を受けた。
宿坊の料理に驚いた。
お勤めは高野山での滞在中で、もっとも崇高な経験であった。
護摩焚き体験は大変興味深かった。とくに僧侶の解説がよかった。僧侶は大変親切で親しみやすかった。
奥の院は間違いなく、もっとも印象的な場所である。
奥の院のナイトツアーは素晴らしく、ガイドの英語は非常に明確で、非常に有益だった。
夜に墓地奥の院を訪れるとは思っていなかったが、それは素晴らしい経験で、多くのことを学んだ。
町石道はよく整備され、掃除されていた（熊出没注意の看板が多かった）。
町なかは散策しやすかった。歩きやすかった。
金剛峰寺がすばらしかった。
紅葉は息をのむ美しさだった。

表4 高野山観光において改善してほしい点

改善してほしい点
バスがとても多く、そうした交通環境が神秘的な雰囲気乱していた。なぜ、こうした交通環境を改善しないのか。
高野山への車の立ち入りを禁止してほしい。
より流暢な英語を話せる人が必要。
英語を話せる僧侶が少ないため、僧侶や宗教の道について理解することが困難である。
寺院において、英語での情報が十分に提供されていない。とくに、次の3つのことについて、もっと英語の情報を増やすべきである。①宗教、②僧侶とその修行、③宗教の儀式の際中には何が起きている。
僧侶に簡単な質問をするための時間がほしい。例えば、朝食の後や、毎日午後1時など。僧侶になるためにはどれくらいの時間がかかるのか、異なる階級があるのか、結婚することはできるのかといったことや、「自分は何の生まれ変わりだと思うか?」といった哲学的な質問を試みたい。
朝のお勤めについて、もっと多くの説明と情報が必要。一經典とは何か? 朝に読むそれは何か? 何のために読むのか? 多くの外国人は仏教について知識がないので、日本語で何れる朝のお勤めに参加しても、本当に理解することはできない。儀式は大変興味深いので、より詳しい情報があれば便利。
観光客に開放された寺院とそうでない寺院があり、その礼儀作法がよくわからなかった。
和室は美しく、すがすがしい雰囲気であったが、照明がその雰囲気を台無しにした。雰囲気を守るために照明はわずかでもよい。
最も重要なのは、レストランや宿坊を禁煙にすること。観光客はタバコの煙が好きではない。
レストランで喫煙する人々がいることは心地よくない。
宿坊において、喫煙に関する決まりが不明確であった。本で見た情報には、廊下はOKと書いてあったが、実際には、宿坊のすべての場所は「禁煙」となっていた。にもかかわらず、タバコの煙の臭いがして気になった。
英語対応の情報センターが開まっていた。このようなことはあってはならないと思う。
お寺や店は閉まるのがとても早い。閉店時間の前と思われる時間に閉める店がいくつかあった。
もし入浴時間（お風呂を利用できる時間）がもっと長ければ、もっと柔軟に一日を過ごすことができるだろう。
朝食の後に昼寝をしたかったが、すでに布団が片づけられていた。宿坊の人には、自分たちが11時までにはチェックアウトするの必要がなかった（急いで出かける用事がない）ことを知っていた。ほしかった。
現金をそれほど持ち歩かないので、現金払いが多いのは不便。
布団が硬かった。布団の下に敷く、クッションを提供してほしい。
バスの情報について、例えば、「もしこの寺院に行きたければ、このバスに乗って、この停留所で降りて、費用はいくら」ということが分かれば大変便利。また、寺院での祈りの仕方についても説明があれば便利。
高野山のバスはJRバスに含まれていないことを、購入する際に明確に示してほしい。
高野山駅では、町中に向かうバスに関する情報が十分になかった。
バスの運行表を理解するのが難しかった。
高野山は素晴らしい場所であったが、ツアーを利用したため、宿坊を選ぶことができなかった。
オンラインでの予約は、日本国外からでは制限が非常に困難であった。
お土産が非常に高かった。

4. 結語

本稿では、近年外国人観光客が急増している高野山におけるインバウンド観光の実態を見ることを通じて、インバウンド観光というファクターを地域づくりにどのように活かすかという問いに迫ることを試みた。

高野山を訪れる外国人観光客が高野山の何に惹かれ、魅了されているのか、高野山におけるインバウンド観光の実態について、以下の点が明らかになった。第1に、外国人観光客は「奥之院」や「宿坊（で過ごすこと）」といった要素に魅力を感じ、高野山を訪れている。第2に、これらの事柄に対しては、一部の寺院によって実施されているナイトツアーや、宿坊での写経体験などを通じて、一定程度の満足度を得ている。第3に、僧侶の生活に触れることについては、これに対する期待は大きいものの、現状で

は、観光客が十分に触れることができていない側面である。第4に、外国人観光客が興味を示している、あるいは、魅力を感じることができているのは、高野山全体のうちの一部、それは、第1で指摘した奥之院や宿坊といった要素にとどまっている可能性があることである。

また、回答者の自由コメントでは、言語の問題やバスの利便性など交通環境の改善といったことの他に、喫煙マナーの問題や高野山らしさを維持することなど、さまざまな意見が見られた。

これらを踏まえると、現時点での高野山におけるインバウンド観光の到達点と課題については以下のようにまとめられる。

世界遺産の登録を機に外国人観光客が急増し、これに呼応するかたちで受け入れ環境の整備を進めてきた高野山であるが、奥之院といった圧倒的な観光資源によって、訪れる外国人観光客に感動を与え、一定程度の満足感をもたらしているといえる。

また、宿坊は単に宿泊する施設であることを超えて、朝の勤行や写経といった体験を伴って、それ自体が一種の観光資源（観光目的）となっている。

このことは、宿泊客が減少する中で、ある意味、その穴埋めの側面を内包しつつ展開されてきた外国人観光客の受け入れが、より積極的な意味合いのものに転化しつつあることを意味している。長い歴史の中でその役割を変容させてきた宿坊であるが、ここに来て、外国人観光客の存在を介して、その意味合いを昇華させつつあるといえよう。

外国人観光客を単に観光客という存在から、異文化のまなざしでもって、高野山の歴史や文化をとものに維持・継承していく存在として捉えることができるかどうか、この点が高野山のインバウンド観光における今後の課題であると考えらる。

外国人観光客の声に、寺院関係者から、観光関連事業者、行政、住民までもが向き合うこと、すなわち、訪れる観光客との対話の中に、高野山における観光のあり方を、また宗教都市高野山としてのあり方を模索する手だてがあるのではないだろうか。

【付記】

本稿のアンケートデータは（一財）和歌山社会経済研究所の平成26年度政策自主研究「和歌山県の観光戦略研究Ⅳ：インバウンド観光客の実態調査から誘客策に向けて」において実施されたものの一部である。なお、アンケートの結果データを本論文で使用する・公表することに関しては、同研究所の承諾を得ている。

【注】

- （1）訪日外国人旅行者の増加を目的とした訪日プロモーション事業である（日本政府観光局HPより）。
- （2）本稿で、「インバウンド観光」とは「訪日外国人旅行もしくは訪日外国人旅行者」を指す。
- （3）「院家（いんげ）」とは、貴族や皇族出身の僧侶をいい、彼らの止住する寺院のことも院家と呼んだ。この寺院は、大寺院の別院を構成する塔頭で、大寺院とは別に独自の所領や組織を保有していた。
- （4）恵光院が行なっている。夕食後、就寝までの時間にガイドの案内のもと、弘法大師や真言密教、僧侶の生活などの話を聞きながら、奥之院を散策する。
- （5）高野山宿坊協会へのヒアリングにもとづいて、外国人観光客の宿泊が多い宿坊を選定した。
- （6）本調査研究では、和歌山県内において外国人観光客の来訪が多い高野山、和歌山市、南部、白浜、本宮、串本、那智勝浦において、各地域の宿泊施設に宿泊した外国人観光客にアンケート調査を実施した。本論文で使用・公表するのは、これらのうち、高野山において実施したアンケート調査結果データの一部である。
- （7）平成26年（2014年）の和歌山県観光客動態調査（<http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/documents/houkokusyoh26.pdf>）によると、同年の高野山の外国人宿泊客数の国別内訳は、欧州（61.4%）、北米（15.5%）、オセアニア（11.4%）、アジア（9.5%）、その他（2.7%）であり、欧米圏の宿泊者が多い。

【引用・参考文献】

- 1) 観光まちづくり研究会（2000），『観光まちづくりガイドブックー地域づくりの新しい考え方：「観光まちづくり」実践のために』，p.5，観光まちづくり研究会
- 2) 徳島県三好市城山町（2015），「「妖怪伝承」で地域から海外まで人をつなぐ」，『観光とまちづくり』，No.518，pp.30-31，公益財団法人日本観光振興協会
- 3) 山本契太（2009），「ニセコエリア周辺の観光開発と景観保全の共生」，『自治研報告書集 北海道自治研』地方自治研究
(http://www.jichiro.gr.jp/jichiken_kako/report/rep_hokkaido32/index_list.html)
- 4) 吉田耀子，「【高野山のまちづくり②】外国人観光客であふれる高野山。今、密教の聖地で何が起きているのか」，HOME' S PRESS，2016年2月4日，http://www.homes.co.jp/cont/press/reform/reform_00311/（最終閲覧日2016年5月2日）
- 5) 日本政府観光局（JNTO），統計データ，訪日外客数の動向，国籍／月別訪日外客数（2003年～2016年）（Excel），http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/since2003_tourists.xls（最終閲覧日2016年5月8日）
- 6) 国土交通省観光庁，「訪日外国人消費動向調査 平成27年年次報告」，www.mlit.go.jp/common/001126531.pdf，および「訪日外国人消費動向調査 平成25年年次報告」www.mlit.go.jp/common/001032143.pdf（最終閲覧日2016年5月8日）
- 7) 高野町ホームページ，高野町の人口，<https://www.town.koya.wakayama.jp/town/profile/536.html>（最終閲覧日2016年5月8日）
- 8) 平成27年国勢調査，人口速報集計，http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/GL08020103.do?_toGL08020103_&tclassID=000001068779&cycleCode=0&requestSender=search（最終閲覧日2016年5月8日）
- 9) 高野町人口ビジョン，https://www.town.koya.wakayama.jp/img_data/2015/09/d6a8b7ef3e3d422c5fc5731098301019.pdf（最終閲覧日2016年5月8日）
- 10) 和歌山県，「平成27年度 和歌山県における高齢化の状況」，www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/040300/siryo/.../H27.pdf（最終閲覧日2016年5月8日）
- 11) 内閣府，「平成27年版高齢社会白書（概要版）」，http://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2015/html/gaiyou/s1_1.html（最終閲覧日2016年5月8日）
- 12) 松長有慶（2014），『高野山』，岩波新書
- 13) 新城常三（1982），『新稿社寺参詣の社会経済史的研究』，埴書房
- 14) 明山文代（2015），「高野山における宿坊の変容と観光」，（2015年度和歌山大学観光学研究科修士論文）
- 15) 和歌山県観光客動態調査，<http://www.pref.wakayama.lg.jp/prefg/062400/doutai2.html>（最終閲覧日2016年5月8日）

（受稿 平成28年5月12日，受理 平成28年6月23日）