

第4章

産業の育成による豊かなまちづくり

第1節 観光産業の振興

第2節 農業の振興

第3節 林業の振興

第4節 商工業の振興

第1節 観光産業の振興

現況と課題

本町における平成17（2005）年の総就業人口は2,273人で、そのうち第3次産業就業者は1,815人と実に総就業人口の79.9%となっています。昭和55（1980）年以降の産業別就業人口の推移を見ると、第3次産業への集中度が年々高まっています。

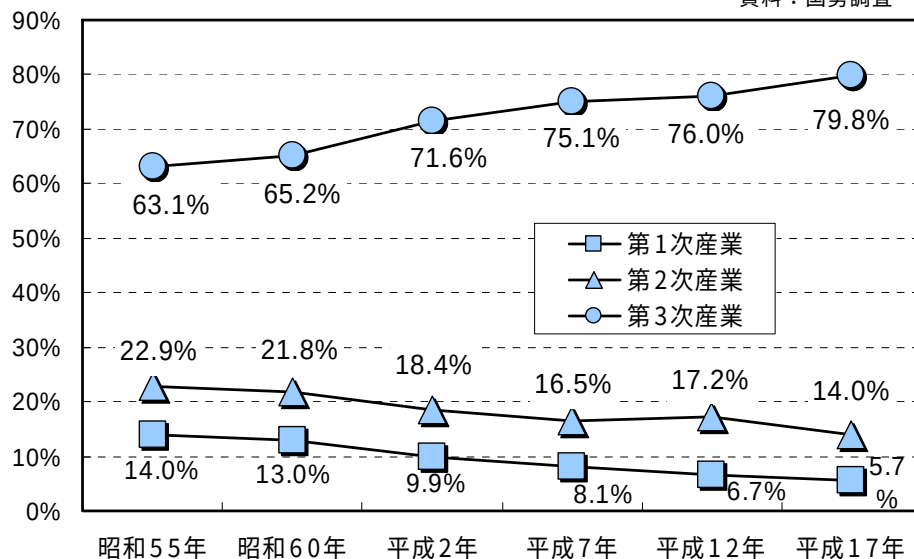
産業別就業者数推移（昭和55年～平成17年）

資料：国勢調査

区分	昭和55年		昭和60年		平成2年		平成7年		平成12年		平成17年	
	就業人口	構成比	就業人口	構成比	就業人口	構成比	就業人口	構成比	就業人口	構成比	就業人口	構成比
総数	3,193		3,216		3,036		2,897		2,486		2,270	
第1次産業 小計	446	14.0%	417	13.0%	302	9.9%	236	8.1%	166	6.7%	129	5.7%
農業	274	8.6%	296	9.2%	217	7.1%	167	5.8%	136	5.5%	92	4.1%
林業	171	5.4%	121	3.8%	85	2.8%	69	2.4%	30	1.2%	37	1.6%
第2次産業 小計	730	22.9%	700	21.8%	560	18.4%	477	16.5%	427	17.2%	318	14.0%
建設業	282	8.8%	319	9.9%	228	7.5%	244	8.4%	192	7.7%	157	6.9%
製造業	448	14.0%	381	11.8%	332	10.9%	233	8.0%	235	9.5%	161	7.1%
第3次産業 小計	2,016	63.1%	2,097	65.2%	2,173	71.6%	2,176	75.1%	1,889	76.0%	1,812	79.8%
卸・小売業	664	20.8%	689	21.4%	801	26.4%	710	24.5%	613	24.7%	424	18.7%
金融・保険・不動産	51	1.6%	51	1.6%	43	1.4%	38	1.3%	17	0.7%	17	0.7%
運輸・通信	189	5.9%	179	5.6%	163	5.4%	126	4.3%	118	4.7%	78	3.4%
電気・ガス・水道	19	0.6%	17	0.5%	10	0.3%	12	0.4%	11	0.4%	17	0.7%
サービス業	992	31.1%	1,052	32.7%	1,045	34.4%	1,167	40.3%	1,008	40.5%	1,177	51.9%
公務	101	3.2%	109	3.4%	111	3.7%	123	4.2%	122	4.9%	99	4.4%
分類不能	1	0.0%	2	0.1%	1	0.0%	8	0.3%	4	0.2%	11	0.5%

産業別就業者比率推移

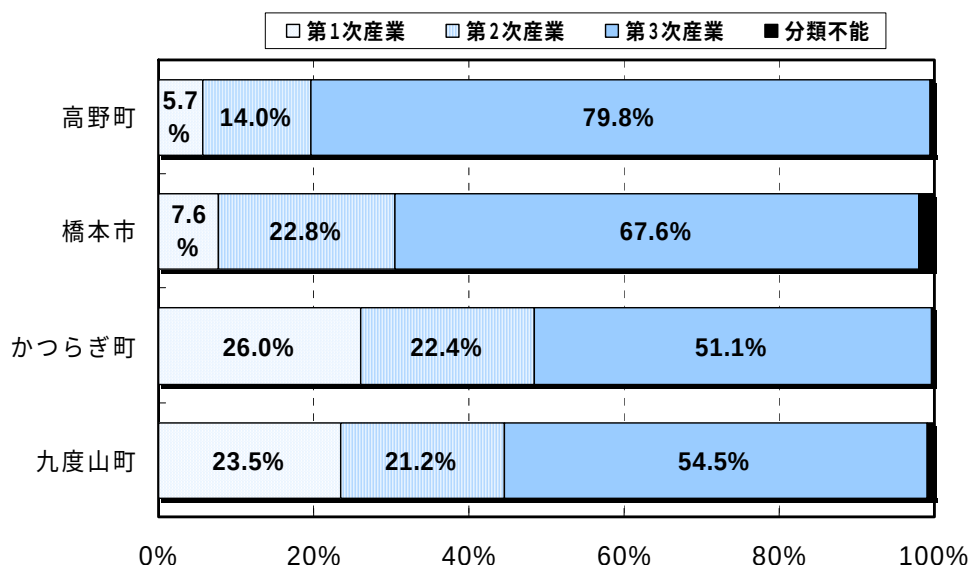
資料：国勢調査



こうした本町の第3次産業への傾斜は、周辺市町と比較しても突出した高い割合を示しており、総本山金剛峯寺を中心とした観光都市としての色彩の濃いサービス産業中心の町となっています。

周辺市町における産業別就業者比率

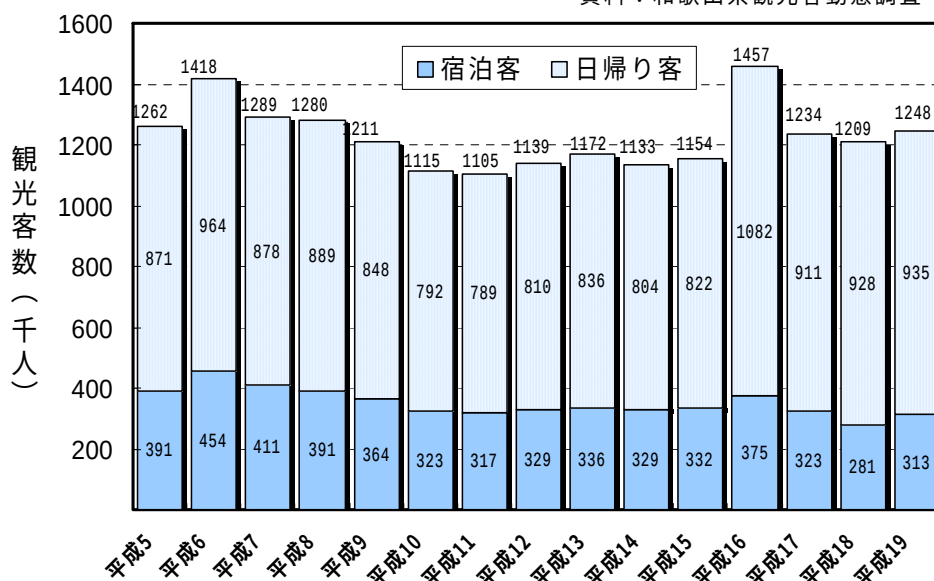
資料：平成17年国勢調査



一方、本町を訪れる観光客は約120万人前後で推移しています。特に平成16(2004)年は世界遺産登録年であったことから、対前年で大きな伸びが見られますが、それ以降は総数において頭打ちになっており、直近の平成19(2007)年には、観光客総数は約125万人、うち宿泊客は約31万人となっています。

観光客の内訳推移（高野町）

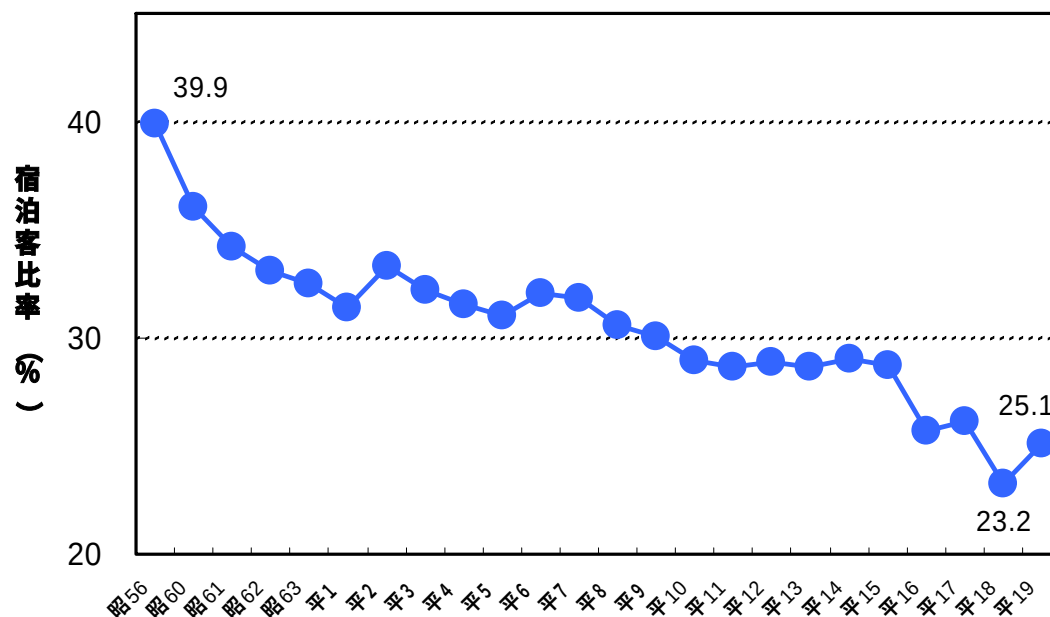
資料：和歌山県観光客動態調査



観光客の動態を見ると、本町を訪れる観光客の 75%が日帰り客で、リピーターが多いという特徴があります。そして、駐車場の関係から奥の院中心の観光となっており、山内全域に足を伸ばしていただける施策が必要です。その一方で、総観光客数に占める宿泊客の比率を見ると年々低下傾向にあります。観光収入の大きな部分を占める宿泊客数の減少傾向に歯止めをかけ、増加傾向に持っていくことが本町の課題となっています。

宿泊客比率推移（高野町）

資料：和歌山県観光客動態調査



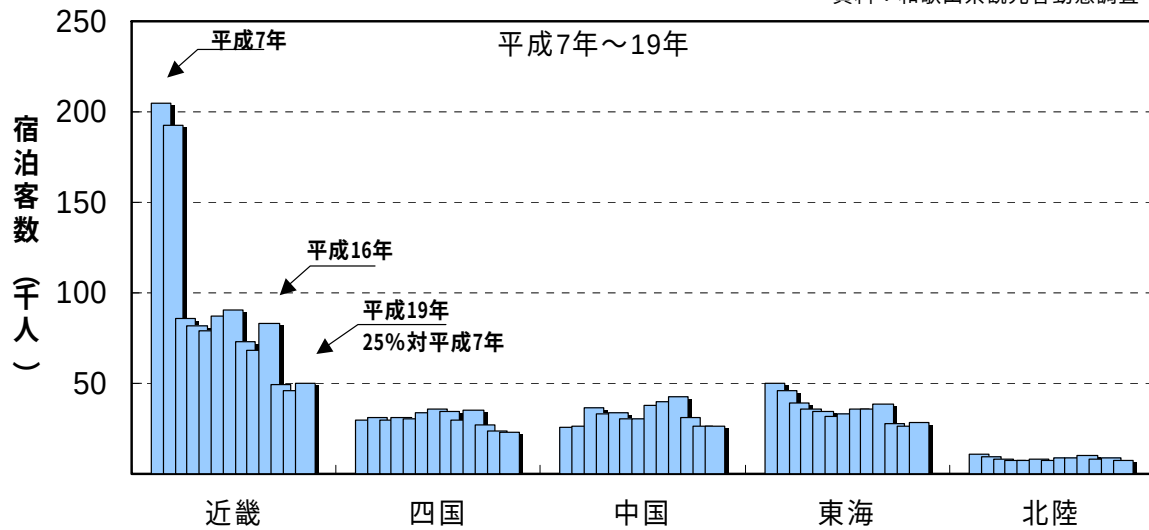
特に世界遺産登録年の平成 16（2004）年以降、宿泊客の比率が大きく低下しています。

こうした減少が続く宿泊客について発地別に見ると、平成 19（2007）年は、絶対数の大きな近畿圏からが平成 7（1995）年と比較し 1/4 に大きく減少しています。その反面、関東圏からは対平成 7 年比で 197%と 2 倍に増加していること、そして、外国人宿泊客については、対平成 7 年比で 696%と 7 倍の大幅増加が見られます。遠地である関東や外国からの観光客（宿泊客）が増加している事実は、首都圏での高野山カフェの開設や、駅吊り広告、旅行会社、インターネットなどの情報発信によるところが大きく、今後とも積極的に PR していくことが必要です。

本町では様々な施策を実行し、観光客総数 150 万人、宿泊客 40 万人をめざします。

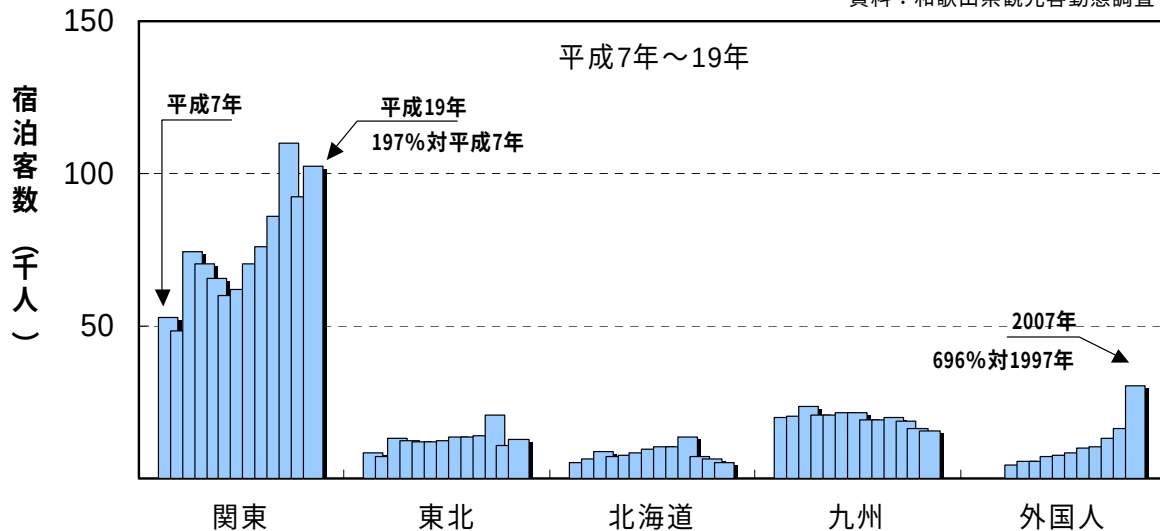
発地別観光客推移（東海北陸以西）

資料：和歌山県観光客動態調査



発地別観光客推移（関東以北及び外国）

資料：和歌山県観光客動態調査



また本町では、高野山を訪れた方が有意義に観光周遊できるよう様々な情報発信事業を行っていますが、その一つが平成 20（2008）年に開設した「世界遺産情報センター」です。ここは観光案内センターの機能と、町の観光・文化の情報発信地の面を持ち合わせた総合的な施設で、以下の業務を担っています。

（1）新しい観光地づくり

役場内だけで業務するのではなく地域や現場に出向き、多様化する観光について様々な人から情報を収集し、観光の変化に対応した新しい観光地づくりをめざします。

（2）観光の広域連携

高野山を、熊野や白浜など紀伊半島全体のポータル（入口）としての機能を持った観光地とするため、広域連携や情報の一元化を進めます。

(3) インバウンド観光※の整備

年々増え続けている外国人観光客のニーズを把握し、正確な情報を提供していきます。

(4) 将来を考えるシンクタンク

この町には、何が必要でどのような仕組みが可能なのかを研究・調査し、実践していきます。

(5) 着地型観光の推進

活用されていない地域資源（宝）に光を当て、新たな視点で掘り起こし「着地型観光」の切り口として活用していきます。

また、高野山内において観光情報を携帯電話から簡単に引き出せる“ゆびナビ”事業を展開中です。これは国土交通省公募の「平成 19 年度まちめぐりナビプロジェクト」に選ばれたもので、観光スポット、年中行事、交通案内、お店紹介、宿泊情報など一元的に観光情報が引き出せるシステムです。

本町では、こうした「世界遺産情報センター」や「ゆびナビ」など観光客の利便性向上に向けた情報発信をさらに充実していきます。

[着地型観光]

近年、森林は水資源のかん養や国土保全、生態系の維持など、地球規模での環境保全の観点からも関心が高まっていますが、レクリエーションや癒しの場の提供などの機能も併せ持っており、本町を取り巻く豊かな自然は私たち町民のみならず、国民の憩いの場であり、宝と言えます。

町では森林整備計画に基づき間伐などの森林整備を図りますが、同時に、高野町という宗教環境空間にある森林の価値の保全と育成に努め、世界遺産でもある「文化的景観」を守りながらも、私たちの町の活性化に活用していく必要があります。

高野山周辺は平成 19（2007）年 3 月、近畿地方で初の「森林セラピー基地※」に認定されました。本町では、医学的にも癒し効果が注目されている森林セラピー※を切り口に、森林環境活用を推進していきます。

「森林セラピー※」とは、「森へいくと気持ちが良い」という森林浴の考え方を進めたもので、森林の持つ癒し効果を医学的に解明し、「健康増進」や「予防医学」、「リハビリテーション」に役立てようとするものです。国や地方自治体、企業、大学、研究所などが参加し進められているプロジェクトです。

本町の森林が「森林セラピー基地※」に認定された理由として、大切に守り育ててきた高野六木※を始めとする森林の木々による「癒し」はもとより、セラピーロードの整備、歴史・文化・伝統・宗教に根ざした宿坊での宿泊や、精進料理

などの体験による「癒し」など、関連施設の整備充実度など様々な点が評価されたからです。

現在、町内の各種団体、有志が参加する高野「めざめの森」づくり実行委員会を中心に、地域の歴史・文化・伝統・産業・人材という「地域の価値」＝「地域力」を中心に、「歩いて楽しむまち」、「訪ねてみたいまち」を目標とした「地域づくり」を行う活動を進めています。

また、旅行代理店や南海電鉄と協力し、関東圏からの訪問者の受け入れを目的としたモデルツアーを企画しています。歴史や宗教と森を生かした都会では味わえない「鳥のさえずりや吹き抜けていく風」、「木の肌の暖かさ」、「木々や線香のかおり」などをゆるやかな時間の流れの中で感じ、心やからだをゆったりさせてもらうなど、ほかの「森林セラピー基地※」と差別化できる「高野山ならではの癒し」を提供していく予定です。この取り組みは、従来とは異なる視点での観光振興であり、宿坊や商店などの活性化にもつながるものと期待しています。

また、町内外に「森林セラピー※」の情報を知らせるとともに、町民の皆様を対象としたモデルツアーや勉強会も開催し、「健康づくり」の機会としてとらえてもらい、「歩く習慣づくり」につなげていきます。そしてこの活動は「地域を再発見」する機会にもなるものと考えます。

森の息吹に癒される人たち



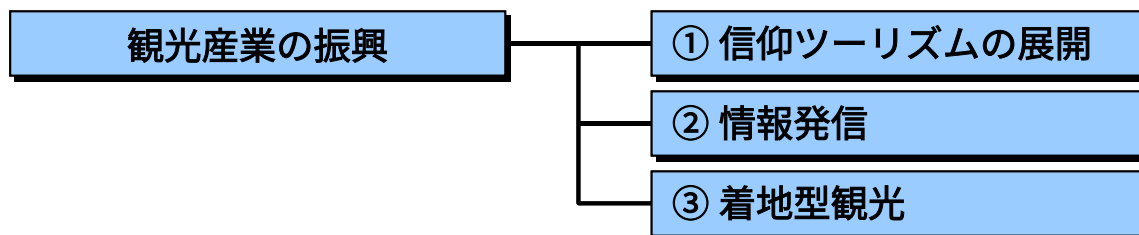
セラピーロード路線図



基本方針

世界無類の宗教環境都市形態を有する高野山の伝統・文化や緑あふれる大自然の魅力など、高野町の特性を生かした観光産業の育成・充実を図り、高野町の第三次産業の中心をなす観光事業の活性化を図ります。

施策体系



基本施策

① 信仰ツーリズム※の展開

人々に救いをもたらすという弘法大師空海への信仰から、平安時代後期以降、京都に住む貴族らの高野詣でが始まり、やがて庶民のあいだにも広まっていきました。これは今でいう信仰ツーリズム※の始まりです。

宗教環境都市をめざす本町では、既存の観光とは異なり、高野詣での原点を取り入れた新たな価値空間（町内に点在する社寺や史跡とそこに宿る祈りの精神、森林や景観などを一体のものとしてとらえた空間）への展開をめざした着地型の観光を推進します。

② 情報発信

観光客誘致において、様々な場面での高野山の魅力についての情報発信が必須であり、有効であることは明らかなです。

- ・ 本町では様々な機会をとらえ、マスコミや交通機関、インターネットなどを活用して、質の高い効率的な情報発信を行います。
- ・ 山内において観光客に対する観光情報発信の充実を図っていきます。

③ 着地型観光

- ・ 「信仰ツーリズム※」や「森林セラピー※」などを展開するに当たって、着地型・滞在型の観光メニューを開発して宿泊客の増加を図ります。

第2節 農業の振興

現況と課題

町域の70%が標高600m以上の高地で、傾斜度30°以上の急傾斜地が88%を占めることから、本町の農耕地に適する面積は少ない状況です。

総農家戸数は平成7(1995)年281戸でしたが、平成17(2005)年には約100戸減り171戸となっています。特に総農家に占める販売農家*戸数の減少が大きく、平成17(2005)年には平成12(2000)年の92戸から約半分の55戸にまで減少しました。そして、この販売農家*55戸のうち、後継者がいる農家数は14戸のみとなっています。こうした背景から、耕作放棄地は平成12(2000)年の17haから平成17(2005)年の53haにまで拡大しました。

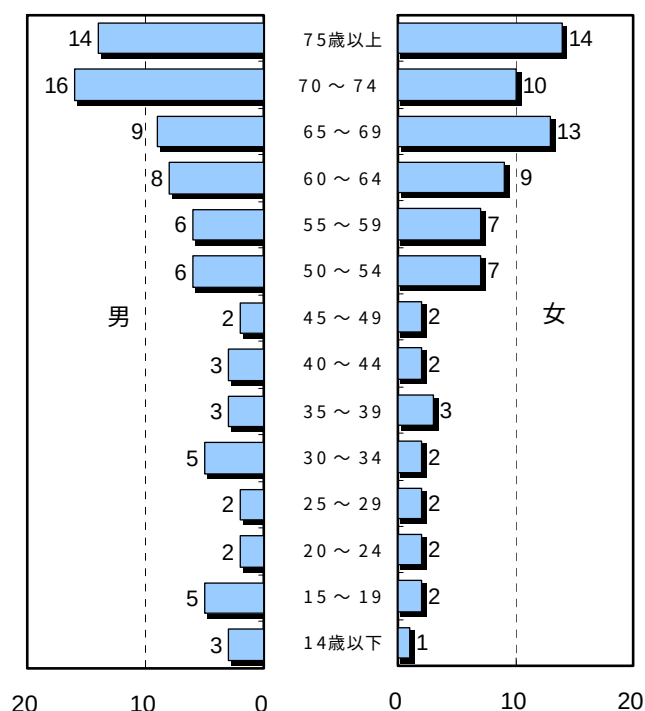
高野町農業の状況

	総農家数 (戸)	販売農家 (戸)				耕作放棄地 (ha)	農業 世帯員数 (人)	農業就業者 数 (人)
		農家数	専業	兼業	後継者 あり			
平成7年	281							167
平成12年	214	92	36	56		17	448	136
平成17年	171	55	29	26	14	53	421	92

資料：農林業センサス、国勢調査

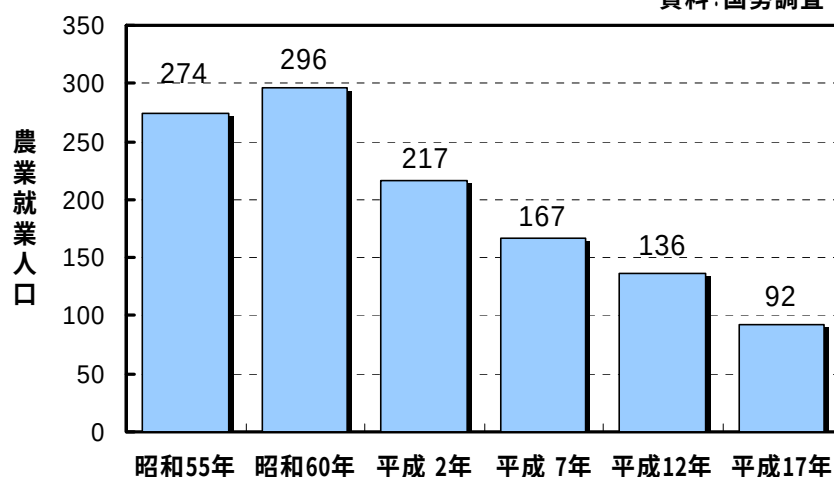
農業世帯員の年齢別構成を見ると、49歳以下が極端に少なくなっており、潜在農業後継者という観点からみても厳しい状況にあります。

農業世帯員の年齢別構成（販売農家）



農業就業人口の推移

資料：国勢調査



本町では、山村振興対策事業により、農道の新設や改良などの農業促進の基盤整備、花木共同育苗施設や野菜集荷所などの農業経営の近代化や協業化を促進するための生産・流通施設の整備に努めてきました。今後も農道や排水施設、圃場整備などの農業基盤の整備も戦略的に行っていくことが必要です。特に、農業振興地域に指定されている富貴、筒香、花坂地区の農業振興地域整備計画を今後も継続していく必要があります。それと並行して土地の特性を生かした抜本的かつ戦略的な農業振興策が必要です。

[グリーン・ツーリズム※]

近年、都市住民が農山漁村に滞在し、農林漁業体験やその地域の自然や文化に触れ、地元の人々との交流を楽しむ「グリーン・ツーリズム※」の取り組みが全国的に活発になってきています。長期バカンスを楽しむことの多いヨーロッパ諸国で普及した余暇の過ごし方のスタイルですが、最近は日本でも関心を集めています。ひとつの場所に滞在し、様々な田舎暮らし体験をすることで、当然、単なる観光旅行とは異なり、手に入れる感動もより深く、大きなものになるのがグリーン・ツーリズム※の大きな魅力となっています。

こうした潮流の中、平成 20（2008）年度から、総務省・文部科学省・農林水産省の 3 省が連携し、子どもの学ぶ意欲や自立心、思いやりの心、規範意識などを育み、力強い子どもの成長を支える教育活動として、小学校における農山漁村での宿泊体験活動「子ども農山漁村交流プロジェクト」を推進しています。

和歌山県では推進本部・推進協議会を設置し、「県版子ども農山漁村交流プロジェクト」を国の動きに先取る形でスタートしていますが、県内 4 地域のモデル地区の一つに高野町も選定され、平成 20（2008）年度より活動を始めました。

初年度は花坂地区でかつらぎ町の小学生が農家民泊を行い、農業体験や町石道ウォーキングを体験し、地域の人たちとの交流を深めました。今後は交流対象モ

デル校の数を増やし、受け入れ数を増やしていきます。こうした活動は地道ではありますが、本町の魅力の幅が広がりファンを増やすことにつながります。本町では本プロジェクトの充実・定着を図り、交流を活発にしていきます。

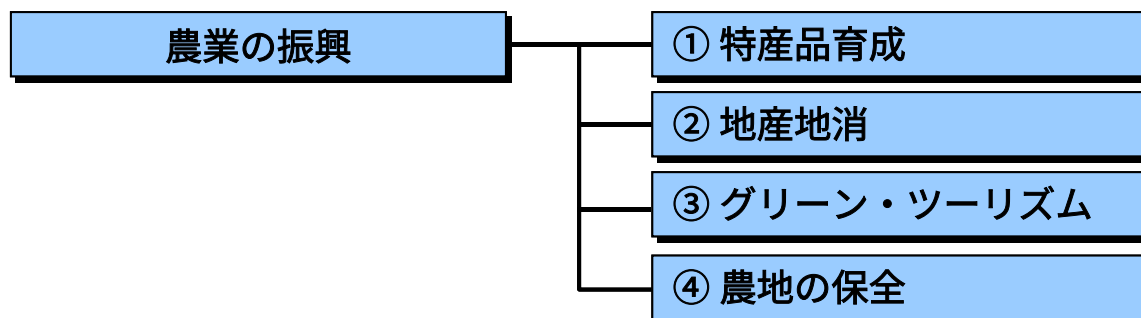
農家民泊でかまどでの飯炊きを体験する小学生



基本方針

耕作地の特性を生かした付加価値の高い農産物を高野町のブランドとして育て、宿坊での精進料理への利用や、直売会の開催や直売所の開設、学校や病院での給食など地域と連携した消費拡大（地産地消）を図るとともに、良いものは一大消費地である京阪神地区に出荷するなど、販路拡大を積極的に講じていきます。また、高野町の自然を体験していただくグリーン・ツーリズム※の積極的展開と、特に町外の子どもたちに高野町の良さを知ってもらうため、「子ども農山漁村交流プロジェクト」の充実を図ります。また農業の継続的な育成を推進するため、農地の保全策を講じていきます。

施策体系



基本施策

① 特産品育成

- ・ 富貴地区、筒香地区の松茸、ミョウガや薬草、花坂地区のきゅうり、トマトなどの生産・販売の支援策を推進します。

② 地産地消

- ・ 高野山の宿坊や直売会の開催、直売所の開設、学校給食などへの導入促進など、地域と連携して販路拡大を積極的に推進します。

③ グリーン・ツーリズム※

- ・ 他産業との連携を図り、周辺地域の魅力を生かした高野町ならではのグリーン・ツーリズム※を企画推進し、交流人口を増やしていきます。
- ・ 子ども農山漁村交流プロジェクトの充実、定着を図ります。
- ・ 現在林間学校で高野山を利用している京阪神地区の小学校にも、農山漁村交流プロジェクトの対象校を広げていきます。

④ 農地の保全

- ・ 耕作放棄地の解消策を講じていきます。
- ・ 鳥獣害対策を推進します。
- ・ 農地や農業施設の適切な維持管理を推進します。

第3節 林業の振興

現況と課題

本町の森林は、高野山開創以来「高野六木※」を中心に、古くから諸堂寺院の建立や補修の際の用材供給源として重用され、保護されてきた経緯があります。

本町の森林面積は町域の 95.1%を占め、国有林 2,245ha、民有林 10,795ha となっています。この民有林のうち 3,998ha が不在地主です。

	総森林面積 (ha)	国有林 (ha)	民有林 (ha)	
				うち不在地主
森林面積 (ha)	13,040	2,245	10,795	3,998

資料：平成20年度和歌山県森林・林業および山村の概況

世の中を見ると、近年、安価輸入材の増加や木質住宅の減少から、国産木材の需要が低下し、日本の林業全体が久しく衰退の方向にありました。しかし、中国・インドなど新興国の需要増や、インドネシア・ロシアなどの木材輸出国での輸出抑制などにより需給が逼迫し、原木種によっては大きな価格逆転が起きており、環境対策としての森林整備とあいまって国産材へのシフトがおきつつあります。

一方、町内の保有林の状態を見ると、昭和 30 年代に植林した杉、ヒノキを中心に 40～50 年生となっており、既に伐採の時期を迎えています。しかし、山林所有者の大半が不在地主で世代交代も進み、森林の境界が不明となってきたため、間伐や保育面で有効な対策が講じられていない実情にあります。森林を守るためにも、早急な地籍調査を実施しなければなりません。

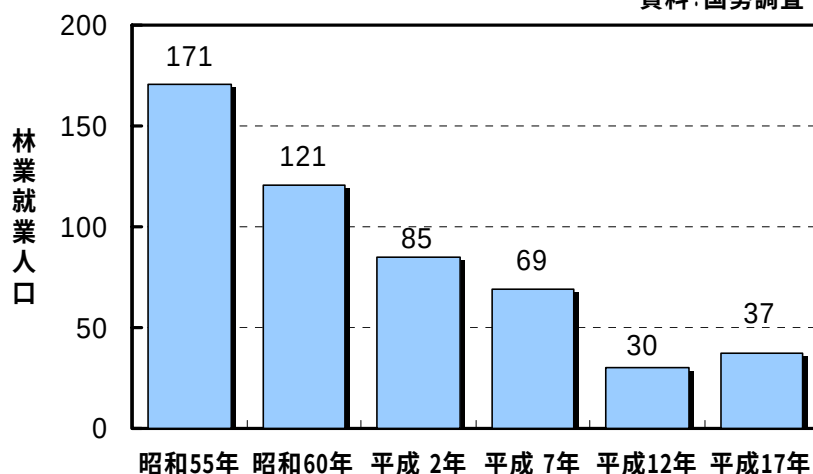
風雪に耐えた高野の杉やヒノキは紀州材のなかでも良質で、品質の良い A 材は奈良県の市場で取引されています。また、間伐材については B 材、C 材をベニヤ合板用に出荷し、木材の有効利用を図っています。

他方、高野町に特に多く自生する高野槇（町の木）の枝葉は、仏前の供花として、また参詣者のお土産として人気がありますが、山内での販売のみならず広く西日本での根強い需要にこたえるべく、販路拡大策を支援していく必要があります。

こうした状況にある林業において、高野町の林業の重要な担い手である林業就業者数は年々減少しており（国勢調査）、担い手不足は否めない状況にあります。町として後継者の育成が急務となっています。

林業就業人口の推移

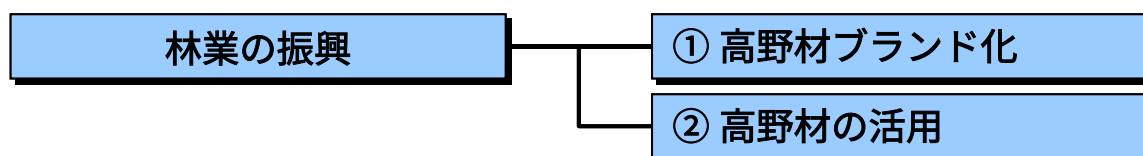
資料：国勢調査



基本方針

国・県の補助制度を活用して効率的な作業道を作設し、低コスト林業を推進します。そして高野材（高野霊木）としてのブランド化を進め、森林管理から販売までの流通販売システムの構築を推進します。また“町の木”でありシンボルでもある“高野槇”の販路拡大を推進します。一方、高野町の森林の魅力を生かした“森林セラピー※”事業を推進し、観光客の増加を図っていきます。

施策体系



基本施策

① 高野材ブランド化

- ・ 高野材の品質向上を図るとともに、積極的に高野材の良さの PR と販路拡大を進め、知名度を上げていくよう努めます。

② 高野材の活用

- ・ 町営住宅の建て替えや町内の修景事業など、公共施設の建設事業などの際に地元材を積極的に活用していきます。

町内の森林



第4節 商工業の振興

現況と課題

[商業]

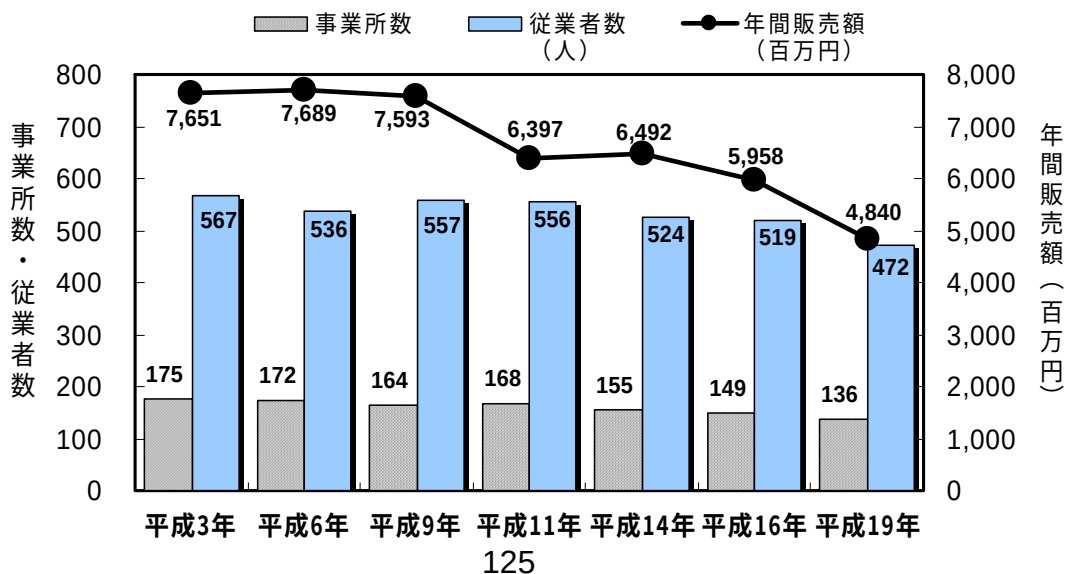
高野山は古くから寺内商店街を形成し、周辺地域においては農村型手工業を基盤として山上の経済を支えてきました。

平成19（2007）年商業統計によると、事業所数は136店、従業員数472人、年間販売額4,840百万円、一事業所当たりの年間販売額は35.6百万円で、これを平成14（2002）年と比較すると、事業所数は19店の減（12.3%減）、従業員数で52人の減（9.9%減）、年間販売額で1,652百万円の減（25.4%減）、一事業所当たりの年間販売額で6.3百万円の減（15%減）となっており、年々減少する傾向にあります。

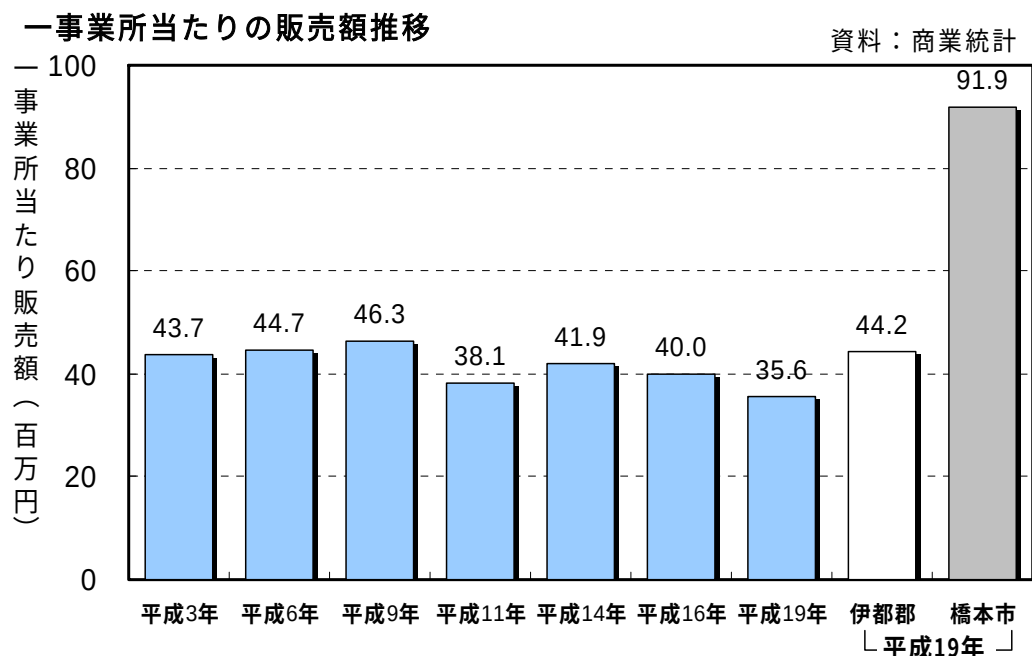
事業所数、販売額等の推移

	事業所数	従業員数 (人)	年間販売額 (百万円)	1事業所当たり 販売額 (百万円)
平成3年	175	567	7,651	43.7
平成6年	172	536	7,689	44.7
平成9年	164	557	7,593	46.3
平成11年	168	556	6,397	38.1
平成14年	155	524	6,492	41.9
平成16年	149	519	5,958	40.0
平成19年	136	472	4,840	35.6
伊都郡	489	1,896	21,606	44.2
橋本市	757	4,316	69,555	91.9
和歌山県	14,871	82,554	1,866,101	125.5

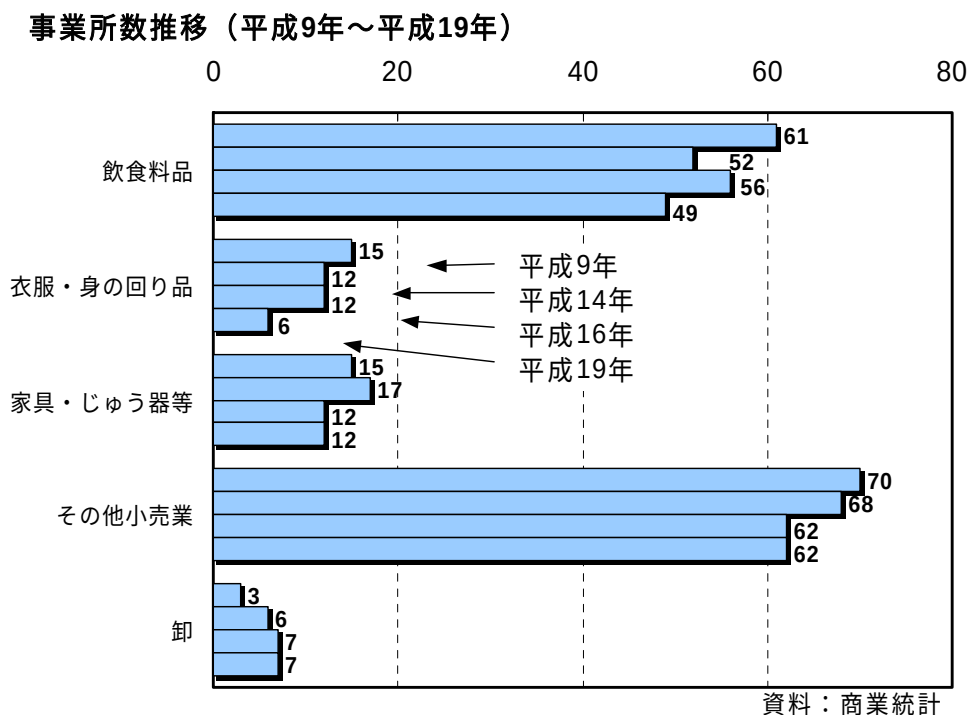
資料：商業統計



特に平成 19 (2007) 年度の一事業所当たりの販売額では、伊都郡平均の 81%、橋本市の 39%となっていますが、これは一部大手土産物店を除いて、ほとんどは零細な小売店中心の商業形態となっているためです。



小売業、卸の事業所数は年々減少傾向にあります。これを業種別に見ると、特に衣服・身の回り品を始めとする生活関連商業は減少度合いが大きく、車社会の成熟化と、周辺地域への大型量販店の進出などによる町外への買い物客流出が背景にあります。



本町は観光産業に大きく依存する事業所がほとんどであり、観光客の動態に左右されます。高野町の商業活動を活発化させるためにも、商店街の修景や魅力ある商品開発（高野ブランド）など、商業環境の改善が不可欠です。

[工業]

本町は山間部に位置するため、工業にとっては地理的条件に恵まれているとはいえません。平成 17（2005）年工業統計によると、全 31 事業所のうち 20 事業所は従業員 1～3 人の小規模事業所となっています。

従業員規模と事業所数

	従業員規模			
	1～3人	4～9人	10～19人	20～29人
事業所数	20	5	5	1

資料：平成17年工業統計

平成 13（2001）年以降、従業者数 4 人以上の事業所数はほぼ一定で推移していますが、一事業所当たりの製造品出荷額は年々減少傾向にあります。（平成 19（2007）年は調査項目変更により、前年とは比較できず）

製造品出荷額の推移

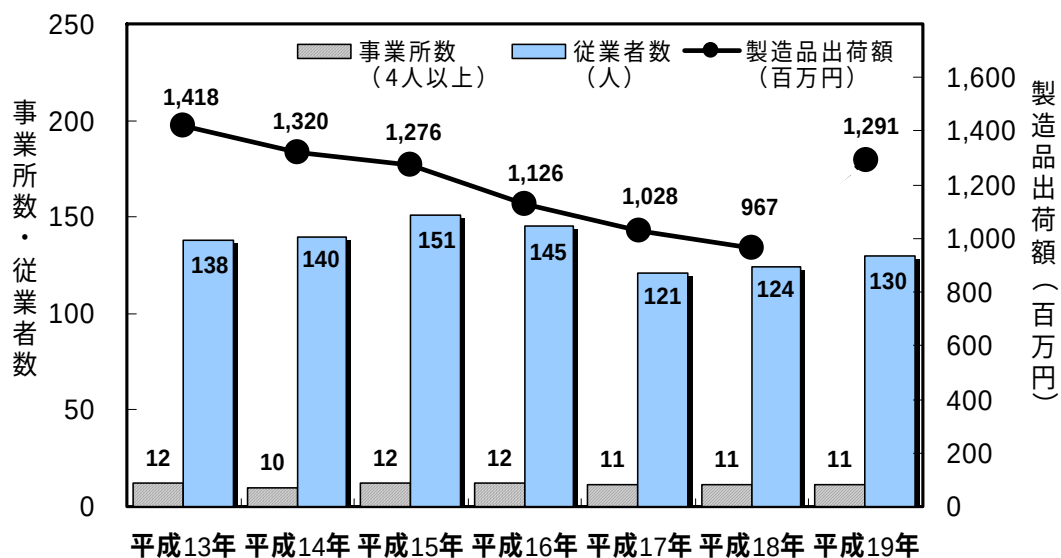
資料：工業統計

	事業所数 (4人以上)	従業者数 (人)	製造品出荷額 (百万円)	一事業所当たり 出荷額(百万円)
平成13年	12	138	1,418	118.2
平成14年	10	140	1,320	132.0
平成15年	12	151	1,276	106.3
平成16年	12	145	1,126	93.8
平成17年	11	121	1,028	93.5
平成18年	11	124	967	87.9
平成19年	11	130	※ 1,291	117.4
伊都郡	81	1,805	36,413	449.5

※調査項目変更により、前年とは接続せず。

製造品出荷額の推移

資料：工業統計



本町の工業は、主にごま豆腐や焼き餅、あん麩などの食料品製造や、位牌や線香、和漢胃腸薬、薄板など、高野山参詣客依存型の伝統産業が中心です。高野町の工業生産活動を活発化させるためには、農林業や観光産業と連携をとり、宗教環境都市高野山のイメージづくりと歩調を合わせた「高野ブランド」商品を開発し、積極的にPRしていくことが必要です。

高野町の伝統産業



檜ひもづくり

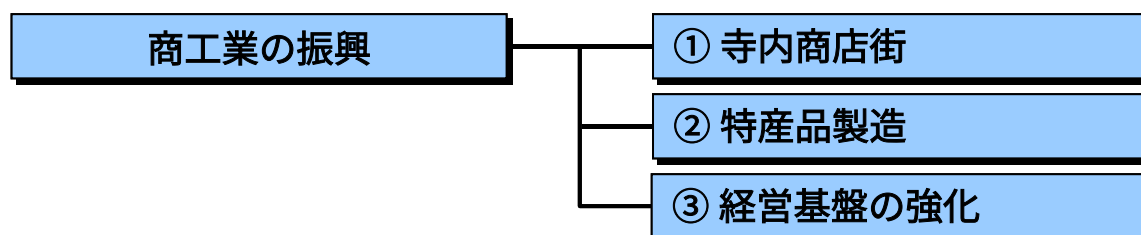


ごま豆腐づくり

基本方針

観光客依存型の商工業の活性化を図るために、農林業や観光産業と連携して宗教環境都市高野山のイメージアップ活動と歩調を合わせ、伝統的地場産業を積極的にPRし、また地域資源を生かした新しい商品の開発と製造販売へつなげます。

施策体系



基本施策

① 寺内商店街

- ・ 新しい景観条例に基づくまちなみ修景を進め、宗教環境都市にふさわしい雰囲気とおもてなしの気持ちあふれる魅力ある商店街をつくります。
- ・ 富貴地区や周辺地区の農林産物を高野山内で消費及び観光客に販売できる仕組みをつくり、地産地消を推進します。

② 特産品製造

- ・ 高野町の伝統的技術商品の伝承と育成に努めると同時に、宗教環境都市高野山にふさわしい商品を開発し、積極的 PR を進めるなど高野ブランドの価値を高める活動を推進します。そのため、農林業や観光産業との連携強化に努め、新たな価値を創り上げていきます。

③ 経営基盤強化

- ・ 中小事業所の経営強化のため、商店や事業所同士の協業化を促進します。また、国・県の融資制度の活用を推進します。
- ・ 高野ブランドや地産地消などの仕組みづくりや充実を進め、町内での製造販売活動の活発化を図り、経営基盤の強化に努めます。