

「やまがた出羽百観音」のポテンシャル

三十三観音信仰とは

観音様は詣で祈る人の願いに寄り添い、三十三の姿となってこれを救うとされていることから、これにちなんで三十三か所の観音堂をお参りし、二世安楽(※)を願う巡礼が古くから行われてきた。

山形県には、最上、庄内、置賜と三つの三十三観音があり、あわせて「やまがた出羽百観音」と呼ばれている。

※ 現世と来世とが安楽であること

各三十三観音の由来

【最上三十三観音】

はじめは室町時代までさかのぼる。山形を治めていた最上家の美しい一人娘・光姫が、自身をめぐる争いで命を絶たれた武将を憂い出家し、三十三の霊場を巡ったことに由来するとも伝えられる。

【庄内三十三観音】

江戸時代、羽黒山荒澤寺の大恵東水和尚らにより制定された。庄内の地で古くから信仰されてきた観音霊場に、西国三十三観音札所の御砂を勧請し、各お堂の下に御砂を納め三十三の霊場を定めた。

【置賜三十三観音】

かつて、置賜の地を治めた米沢藩の重臣・直江兼続の妻・お船(せん)の方は、観音信仰篤く、領地内で観音巡礼ができるよう、三十三の霊場を定めたのがはじまりと伝えられる。

三十三観音巡礼について

巡礼のやり方は人それぞれであり、決まりがあるわけではない。回る方の都合(時間や予算)に合わせて、観光や地域の食を楽しみながらで構わない。

【本県の巡礼の特色】

- ・伝統的に女性巡礼者が多い。
- ・県内では、村山・最上地域において巡礼が盛んである。
- ・巡礼の回数により、納札の色は8~9回は銀色、10回以上は金色に変わる。金や銀のお札は御利益があるとされ、見つけた人が持ち帰って大事にするという山形ならではの習わしがある。
- ・全国的には、置賜と同様に観音堂に入らず立ってお参りすることが多いと言われ、観音堂の中に入り座ってお参りできる最上・庄内は珍しいとされる。

【巡り方】

- ・番号順に回る必要はない。
- ・1回で回り切らなくともよい。
- ・御朱印は参拝の証であり、きちんとお参りした上でいただくのが望ましい。
- ・いわゆる通常の神社・仏閣への参拝とは異なり、お参りの手順には御詠歌や真言を唱え、納札を打つなど独自の作法がある。

「やまがた出羽百観音」のポテンシャル

- 三つの三十三観音を合わせて「百観音」と呼ぶものは、全国に三つ(日本百観音、東海百観音、出羽百観音)あるが、一つの県で完結するのは「やまがた出羽百観音」が唯一である。そのため、コンパクトにまとまっており、巡礼しやすい環境にある。

日本百観音…西国三十三観音、坂東三十三観音、秩父三十四観音 東海百観音…三河三十三観音、尾張三十三観音、美濃三十三観音

- 現代社会を生きる人々が抱える「心の疲れ」、たび重なる災害やコロナ禍などによる不安感が広がる社会状況において、心の安らぎや癒しを与えてくれる精神文化の価値が見直されてきている。

貴重な文化財

国指定文化財や県指定文化財となっている建築物や仏像などが多く含まれる。



最上第一番札所 若松観音
(国指定文化財 若松寺観音堂)



置賜第八番札所 深山観音
(国指定文化財 観音寺観音堂)

自然との調和

多くは豊かな自然に囲まれ、素朴でありながらも厳かな佇まいである。



庄内第十二番札所 洞瀧山總光寺
(国指定名勝 總光寺庭園)



置賜第十九番札所 笹野観音
(あじさい寺として有名)

歴史との関わり

地域との結びつきが強く、観音堂周辺に歴史的な見所が多い。



最上第十二番札所 長谷堂観音
(長谷堂城跡)



庄内第十一番札所 見龍山円通寺
(観音寺城跡)

「やまがた出羽百観音」独自の特色

- 多数の絵馬奉納(むかさり絵馬、巡礼絵馬、生業絵馬等)がみられる。【特に最上三十三観音、置賜三十三観音】
- 即身仏が祀られているお寺がある。【庄内三十三観音】

【百観音巡りと合わせた楽しみ方】

- 境内の花や庭園が見どころであったり、観音堂周辺に花公園があるなど花巡礼も楽しめる。
- 美食・美酒や温泉と組み合わせた巡礼ができる。

「やまがた出羽百観音」プロジェクト推進方針

プロジェクトの目的

本県に深く根付く観音信仰に由来する「やまがた出羽百観音」について、本県が誇る精神文化の柱のひとつとしてのブランドを確立し、次世代に受け継ぐとともに、観光誘客に資する地域資源として活用することにより、国内外からの観光交流人口の拡大を図る。

巡礼者の現状

- 巡礼者は県内の方が多数を占める。
- 巡礼者数は、県内からは減少傾向、県外からは増加傾向。全体では減少傾向にある。
- 団体は減少傾向、個人は増加傾向。個人の増加分で団体の減少分をカバーするまでに至っていない。
- 足腰が丈夫なシニア層（60～70歳）が主だが、最近は若い女性も増えた。
- インバウンドは少ない状況にある。

「やまがた出羽百観音」を巡る課題

課題1 団体巡礼の減少と巡礼者の高齢化

団体巡礼のツアーが減少し、小グループや個人で回る方が増えている。カーナビの普及もあり、自家用車で回るのが主流となっていることもツアー減少の要因の一つである。
昔から行われてきた団体巡礼（観音講）の会員が高齢化、次世代への継承（姑から嫁へ）も無くなり会員が減少している。代わって、女性の小グループが増えている。

課題2 価値観の多様化への対応

三十三観音巡礼の本来の目的（二世安楽などの御利益）にとらわれず、御朱印集めなどの目的で回る方が増えている。巡礼メインの方と観光メインの方とに分かれる。
巡礼メインの方は全国の有名巡礼地を巡った後、地方の観音巡礼にやってくる傾向があるがその層を取り込めていない。

課題3 三十三観音の理解度、知名度の低さ

地元においても三十三観音について知られていない。県外からの巡礼が増加傾向であるが、近年の情報発信で知った方が訪れているといい、全国的にも知名度が高いとはいえない。

課題4 受入態勢の維持

別当や住職の高齢化、後継者の不在により今後の受入態勢の維持が不安視される。また、現地の受入環境（案内表示、駐車場等）に課題がある。

課題5 三十三観音の連携構築

「やまがた出羽百観音」としての魅力を出すため、県内3つの三十三観音が連携して事業展開する必要がある。「百」達成時の特典付与や先達（ガイド）の養成も課題である。

「やまがた出羽百観音」の目指す姿

- 山形が誇る精神文化の柱のひとつとして世界中から注目される巡礼地
- スピリチュアルな特別感と巡る楽しみがある巡礼地
- 地域住民が誇れる未来に守り継がれる巡礼地



本質的な魅力と時代に合った新しい楽しみが調和した「やまがた出羽百観音」のブランド化

誘客ターゲット

- ① S B N R層（Spiritual But Not Religious の略。無宗教型スピリチュアル層といわれる国内外問わず世界的な流れになりつつある。宗教ではないスピリチュアルに興味のある人）
例・本格的な巡礼とまではいかないものの、特定の興味や関心をもって各地を回ることを楽しみとしている層
[属性] 県内や近県の在住者、女性、小グループや個人
[趣味関心] 御朱印集め、仏像、建築物、歴史、絵馬
・日本の地方の特色ある文化に興味・関心が高いインバウンド（特に精神文化に関心の高い欧米、訪日リピーターでパワースポットなどに関心がある台湾・タイ・香港）
- ②本格的な巡礼層…本来の巡礼を目的としている層

プロジェクト推進期間

概ね6年間（R8年度（2026年度）まで）

- ◆ R3年度（2021年度）からの3年間は集中的に認知度向上と受入態勢整備に取組む
- ◆ R6年度（2024年度）からの3年間は集中的に誘客拡大とブランドの確立に取組む

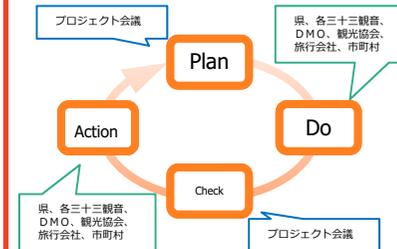
KPI（管理指標）

「やまがた出羽百観音」の来訪者数 R3年度に調査実施のうえ設定

- 参考指標①「やまがた出羽百観音」の認知度・関心度 R3年度に調査実施のうえ設定
- 参考指標②「やまがた出羽百観音」サイトアクセス数 R3年度のアクセス数を踏まえ設定

進捗管理

KPIを設定し、PDCAサイクルによる進捗管理を行う



事業展開方向

1 未来につなげる「やまがた出羽百観音」ブランドの構築

- 【ねらい】・巡礼の充実感や満足度の向上
- ・特別感のある巡る楽しみを設定
- ・リピーターの獲得



2 若い世代や多様なニーズに対応した魅力ある誘客企画の実施

- 【ねらい】・様々な周遊の楽しみ方の提示
- ・巡る動機付けの設定
- ・巡礼に対する間口の拡大



3 国内外での知名度向上のためのプロモーションの強化

- 【ねらい】・知られるきっかけづくり
- ・訪問意欲の喚起
- ・訪問後の満足感の共有



4 持続可能な取組みに向けた人材育成と受入態勢の整備

- 【ねらい】・地域の文化・財産として学ぶ
- ・継承への機運醸成
- ・関係者のゆるやかな連携づくり



「やまがた出羽百観音」プロジェクト 事業展開方向

それぞれの役割を踏まえ、自らの課題として目的を達成するための取組みを展開

4つの事業展開方向と基本施策	具体策(R3~R5) ◆県で事業化を検討している取組み	主な事業内容	事業主体	目指す姿
①未来につなげる「やまがた出羽百観音」ブランドの構築				
「やまがた出羽百観音」の魅力の深掘りと磨き上げ 特別感の創出 「やまがた出羽百観音」に関する情報の集積と提供	◆ストーリーや情報の整理	「やまがた出羽百観音」を構成する各三十三観音や各札所の歴史や伝承などを深掘りし、仏像・建築などの特徴とともにわかりやすく整理する	県、各三十三観音、市町村	山形が誇る精神文化の柱のひとつとして世界中から注目される巡礼地
	・観光資源の発掘、磨き上げ	県内の若者（クリエイターやアーティスト）の参画を得て、若者の感性や発想に基づいた「やまがた出羽百観音」の新しい魅力づくり、磨き上げを行う	DMO、観光協会、各三十三観音	
	・魅力あるツールの企画開発	デジタル化に対応し、「やまがた出羽百観音」の新たな「巡る楽しみ」を演出するツールを開発する（デジタル御朱印帳など）	各三十三観音、DMO	
	◆Webサイトの充実	初心者から上級者まで対応する「やまがた出羽百観音」に関する情報提供を行う観光事業者による商品造成や誘客企画に向け、モデルコース等を発信する掲載情報の多言語化を図る	県、各三十三観音	
②若い世代や多様なニーズに対応した魅力ある誘客企画の実施				
「やまがた出羽百観音」を起点とした多様な巡り方や楽しみ方の創出	・モデルコースの設定	観光事業者と各三十三観音が連携し、札所とその周辺の見どころ（観光資源）、精神文化に関連した体験（座禅、写経）などを組み合わせたモデルコースを設定するとともに販売につなげる	DMO、観光協会、各三十三観音	スピリチュアルな特別感と巡る楽しみがある巡礼地
	・テーマ別ルートの開拓	観光事業者と各三十三観音が連携し、仏像や建築、歴史上の人物とのつながりなど、特定の興味や関心を持った方の訴求ポイントに沿ったルートを開拓するとともに販売につなげる	DMO、観光協会、各三十三観音	
	・巡礼ツアーの造成	旅行会社に働きかけて様々なツアーを造成する（白装束での歩き巡礼、「やまがた出羽百観音ライド」（サイクリング巡礼）など）	各三十三観音、旅行会社	
地域内周遊の促進	・周遊を促す企画の実施	観光事業者と各三十三観音が連携して、デジタルスタンプラリー等による地域内の周遊を促す取組みを実施する	DMO、観光協会、各三十三観音	
③国内外での知名度向上のためのプロモーションの強化				
旅の各段階「旅マエ」「旅ナカ」「旅アト」におけるデジタルを活用した情報発信	◆動画による魅力発信	「やまがた出羽百観音」の認知度や来訪意欲の向上を図るため、世界的企業のブランディングに携わったクリエイター等による「やまがた出羽百観音」のコンセプト動画を制作し国内外に発信する	県、市町村、観光協会	山形が誇る精神文化の柱のひとつとして世界中から注目される巡礼地
	◆地図アプリの活用	巡礼中における現地情報取得の充実を図るため、スマートフォン地図アプリ（googleマップ）に表示される情報を整備する	県、各三十三観音	
	◆SNSを活用した若者目線の発信やSNS投稿の促進	旅行者を巻き込んだ盛り上がりや魅力発信を促すため、SNSによる投稿キャンペーン、巡礼中の心に残る美しい風景や思い出を切り取った「私のやまがた出羽百観音」フォトコンテストを行う	県、市町村、観光協会	
様々な媒体や繋がりを活用した情報発信	◆紙媒体のデジタル化	既存の紙媒体（やまがた出羽百観音マップ）を質量ともに見直しデジタル版として発信する	県、各三十三観音	各三十三観音、市町村、観光協会は自らの媒体を活用して積極的に情報発信に取り組む
	◆メディアミックスによる発信	雑誌、新聞、フリーペーパー等のメディアを活用した情報発信を行う	県、市町村、観光協会	
	・他県の霊場との連携	日本百観音などの他県の霊場と連携した情報発信に取り組む	各三十三観音	
④持続可能な取組みに向けた人材育成と受入態勢の整備				
「やまがた出羽百観音」を地域で守る機運醸成と取組み	・地域の文化・財産として学ぶ機会の提供	次代を担う地域の子どもたちを含め、県民が理解を深める機会を創出し、継承への機運醸成を図るため、各三十三観音や関係団体が主体となった講演会やセミナー等を開催する	各三十三観音、市町村、関係団体	スピリチュアルな特別感と巡る楽しみがある巡礼地
	・地元向けツアーの実施	各三十三観音とDMO等が連携し地元住民を対象とした初心者向けの体験ツアーを実施する	各三十三観音、DMO、観光協会、旅行会社	
	・先達やガイドの養成	各三十三観音が中心となり、観光協会や観光事業者等の協力を得て、先達やガイドの養成（認定制度）に向けた検討を行う	各三十三観音、DMO、観光協会、旅行会社	
課題解決に向けた連携づくり	・各三十三観音間の連携構築	各三十三観音が連携し、御開帳時期の調整や共通の課題解決に向けた協議体制を構築する	各三十三観音	地域住民が誇れる未来に守り継がれる巡礼地

で囲んだ取組みは、若者の参画やデジタル化への対応の観点から重点的に取り組むもの