



「やまがた出羽百観音」プロジェクトについて

令和4年6月28日
観光文化スポーツ部

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。

「やまがた出羽百観音」のポテンシャル

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。

- ・三つの三十三観音をあわせて「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**
- ・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。**

誘客ターゲット

- ① **SBNR層** (Spiritual But Not Religious の略、無宗教型スピリチュアル層) といわれる、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（御朱印集めや仏像等）をもって各地を回ることを楽しみとしている層
- ② 日本の地方の特色ある文化に興味・関心が高い**インパウンド**
- ③ **本来の巡礼を目的**としている層

事業展開方向

県や、各三十三観音、市町村、観光協会など、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

- ① 未来につなげる「やまがた出羽百観音」**ブランドの構築**
- 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**
- 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**
- 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**

これまでの取組み

認知度向上と受入態勢整備

「やまがた出羽百観音」の認知度向上に向けた情報発信や、来訪者の現地情報取得の充実化を図るため、以下の事業に取り組んだ。

(1) 地図アプリ(googleマップ)の活用による現地情報の整備・発信

- ・来訪者の**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

整備前 (令和2年10月～令和3年2月)	114万回
整備後 (令和3年10月～令和4年2月)	163万回 (43%増)



(2) 憧れや誘引力を備えたイメージ性の高い動画の制作・配信

- ・「やまがた出羽百観音」の認知度を向上させる、本質に迫る**イメージ性の高い動画**を制作し、YouTube等を活用して動画広告を配信 (YouTube上での視聴回数**172万回** (R3.12.22~R4.6.23))



(3) 県公式観光サイト「やまがたへの旅」内の特集ページのリニューアル

- ・動画だけでは伝わらない情報や魅力を発信するため、**初心者向けの基礎情報**等を掲載

令和4年度の取組み

旅行商品化に向けた磨き上げ

更なる認知度向上と来訪意欲の向上に向けた情報発信の強化や、旅行商品の造成に向けた「やまがた出羽百観音」の魅力の磨き上げと受入態勢の底上げを図るため、以下の事業に取り組む。

(1) オンラインセミナー、招請事業及びモニターツアーの造成

- ・旅行商品造成を促進するため、**旅行会社を対象としたオンラインセミナー**や**招請事業**を実施し、**専門家らの意見を取り入れたモニターツアー**を造成することによる観光コンテンツとしての磨き上げ

(2) 誘客プロモーション動画の制作・配信

- ・SBNR層に向けた来訪意欲を高める**ストーリー性のあるプロモーション動画**を制作し、YouTube等を活用して動画広告を配信

(3) 県公式観光サイト「やまがたへの旅」内の特集ページの充実

- ・令和3年度にリニューアルした特集ページに**魅力あるテーマ記事**や(1)で**磨き上げたモデルコース**を掲載

(4) 若者による巡礼体験等

- ・**大学生**に巡礼を体験してもらい、若者目線での課題や魅力等についての**意見や提案**を聴取
- ・**高校生**が就職へのインタビューや巡礼体験を通じて、若者目線での**新たな魅力を発信**



若者による巡礼体験