

徳島県内の四国八十八ヶ所霊場の現状 ～札所と各方面へのヒアリング～

上席研究員 青木伸太郎

要 旨

1. 「お遍路」は、他に誇るべき素晴らしい文化であり、海外からも高く評価されている。徳島の観光において、「お遍路さん」は一定のシェアを占めている。
2. 本稿では、四国遍路の札所に観光・経済の観点から注目し、徳島県内の札所ならびに関係事業者・団体等へのヒアリングを通じ、札所の現状を把握することを試みる。
3. 四国遍路の魅力向上・誘客・受入態勢整備等に関しては、四国遍路世界遺産登録推進協議会の活動のほか様々な取り組みが行われている。四国経済連合会・四国アライアンス（2019）では、四国遍路の魅力向上のために札所と関係事業者・団体等が連携して取り組むべき内容が調査されている。
4. 徳島県内の札所のほか関係事業者や団体等へ行ったヒアリングでは、札所における課題などが把握され、それらの解決と四国遍路の魅力向上のためには札所と関係事業者・団体・地域が連携をさらに強化し、知恵を出し合っていくことが有効であることなどが示唆された。また具体的な取り組みのアイデアを聴取した。
5. 寺院による資金調達の事例として奈良県の法隆寺、寺院のマンパワー確保の事例として京都府の安祥寺、外部のノウハウを上手く活用するとともに、若い世代とつながり、コミュニティが生まれている事例として東京都高円寺の小杉湯を紹介する。
6. 「持続可能な観光地域づくり」の観点からも、札所と関係事業者・団体等、さらには地域との連携を深めていくことが今後さらに求められていくとみられる。

はじめに

「お遍路」は四国全体に跨る素晴らしい文化であり、徳島において最も魅力ある観光資源の一つに数えられる。一番札所から巡礼を始める人が多いため、徳島には他県よりもお遍路さんが先に、数も多く訪れる。ホテル・旅館では、お遍路の団体や個人客は宿泊客の一定のシェアを占めている。こうしたことから、コロナ禍からの旅行需要が回復しているこのタイミングで、四

国遍路を調査・研究テーマとして取り上げる。

世界的旅行ガイドブック「Lonely Planet（ロンリープラネット）」は、2022年お薦めの世界の旅行先「Best in Travel 2022」の地域部門において、日本から唯一「四国」を第6位に選出した。この要因として（一社）四国ツーリズム創造機構は、コロナ禍からの人類の「癒し」や「新しい世界感」といったコンセプトにおいて、四国遍路が大きな要素になったと指摘している。四国遍路は海外からも高く評価されている。

四国遍路の魅力向上・誘客・受入態勢整備等に向けては様々な取り組みが行われているが、四国遍路で欠かすことのできない札所の意見などを紹介したものや、札所と特に事業者との間でのやり取りが少ないと感じるのは何故かと疑問に感じていた。本稿では、四国遍路の札所に観光・経済の観点から注目し、徳島県内の札所の現状と今後の展開を把握・整理・考察する。それを通じ、四国遍路の魅力向上や札所における課題解決等に向けて有益な情報を提供できれば幸いである。

まず第1章では、四国遍路に関する各団体による取り組みや四国経済連合会・四国アライアンスによる既存調査から、本稿において四国遍路の札所を調査対象とする理由を明確にする。また、札所と関係事業者・団体等が連携した取り組みの必要性についてふれる。第2章では、徳島県内の札所と関係事業者・団体等へ行ったヒアリングの方法とその結果を示す。第3章では、ヒアリングから把握されたことを整理するとともに、今後取り組みが必要とみられることを考察する。また他地域における事例を紹介する。加えて、持続可能な観光地域づくりの観点からも連携が必要であることについてふれる。

1. 四国遍路に関する各団体による取り組み／既存調査から

(1) 札所を調査対象とする理由

へんろみち保存協力会(1990)は、四国遍路の意義を「八十八の札所を通過関門として礼拝祈願しながら、札所間の空間を歩いて修行し、心身を養うこと」とし、札所を大師信仰の根幹かつ関所と位置付けている。四国遍路とは、札所間を歩くことと札所をお参りすることのすべてがこれにあたり、札所、道、宿といった四国遍路を構成するどれもが欠かせないものであることが示されている。

四国遍路の魅力向上・誘客・受入態勢整備等に向けては、四国の経済界、4県、(一社)四国

八十八ヶ所霊場会、大学、NPO法人などで構成される四国遍路世界遺産登録推進協議会を中心に取り組みが行われている。四国遍路の世界遺産登録に向けたシンポジウムの開催のほか、NPO法人遍路とおもてなしのネットワーク(高松市)は、「一日一斉おもてなし遍路道ウォーク」を開催して、遍路道や道案内、休憩場所やトイレの状況などの点検を行っている。

四国運輸局は、四国遍路を観光・経済の観点からアドベンチャーツーリズム¹⁾と捉え、事業を実施している。旅行者がアクティビティを通じて地域の自然や文化、住民と深く接することで、自身の自己変革や成長につなげてもらうことを目的に、体験型観光コンテンツの企画・開発、モデルツアーの企画・開発、コーディネーター・ガイド人材の育成などを行っている。

四国経済連合会・四国アライアンス(2019)は、観光・経済の観点から遍路宿に注目し、四国遍路の受入態勢整備等に向けた調査を行っている。歩き遍路の外国人の困りごととして最も多い宿泊施設の手配の利便性向上に向けた調査を重点的に行い、今後の受入態勢整備等の方向性を示している。

四国遍路に関する各団体による取り組みや観光・経済の観点からの既存調査の中で、札所を取り上げたものはみられないため、本稿では、四国遍路を構成する重要な要素である札所を調査対象とする。

(2) 札所と関係事業者・団体等が連携した取り組みの必要性

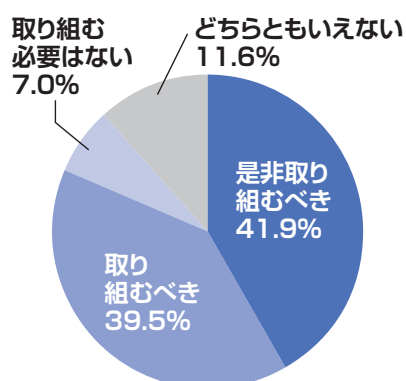
四国経済連合会・四国アライアンス(2019)では、四国八十八ヶ所霊場と遍路道沿線の58自治体に対してアンケート調査を実施している。そ

¹⁾ アクティビティ、自然、文化体験の3要素のうち、2つ以上で構成される旅行形態。アクティビティを通じて地域の文化と自然を体験することで、自身の成長・変革と地域経済への貢献を実現することを目的とした新しい旅のあり方。

の中で、四国遍路の魅力向上に向けた札所と地元（自治体や住民、事業者など）との取り組みに関する質問では、回答のあった札所のうち8割以上が、札所と自治体や住民が連携して「是非取り組むべき」「取り組むべき」と回答している。また沿線自治体の約2/3が、連携して「取り組むべき」と回答している（図表1、図表2）。

一方、同アンケート調査における四国遍路の魅力向上のために有効な取り組みに関する質問では、「札所と札所周辺の観光資源をセットで売り込む」「写経や説教など札所ならではの体験型観光を行う」「札所の宗教行事に参加してもらう」「札所（建築物や文化財・庭園など）を観光案内する」が高い割合を占めるが、既に実施しているのはいずれの項目も低い割合にとどまっている

図表1 札所と自治体や住民が連携して四国遍路の魅力を高めること（調査対象：四国八十八ヶ所霊場、n=43）



る（図表3）。四国遍路の魅力向上のためには札所、自治体、住民が連携して取り組む必要があることが示されている。

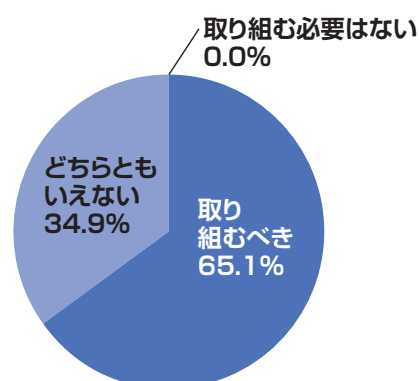
2. 徳島県内札所や各方面へのヒアリング

(1) ヒアリング方法

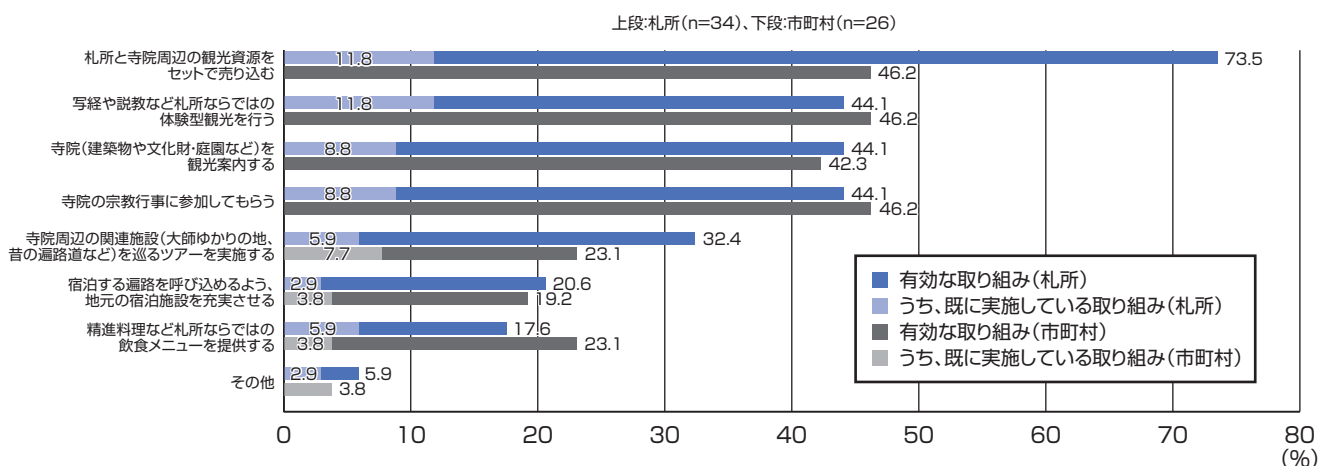
徳島県内の札所ならびに関係事業者・団体等へ、現状を把握するためのヒアリングを行った。

なおヒアリングは、札所は徳島県内23ヶ所の内9ヶ所から、そして関係事業者・団体等は、旅行会社3社、関係事業者2社、宿泊施設3軒、行政2団体、ならびに外国出身のお遍路さん1名から聴取した。いずれも寺院名、企業名、施設名、団体名等は記載しないこととする。またヒ

図表2 自治体が札所や住民と連携して四国遍路の魅力を高めることについて（調査対象：遍路道沿線の58市町村、n=43）



図表3 四国遍路の魅力向上のために有効な取り組み



資料：四国経済連合会・四国アライアンス（2019）

アリングは、2022年5月から7月にかけて実施した。

以下の項目についてヒアリングを行った。

札所へのヒアリング項目

- ・四国遍路への観光客の受入拡大に対する意見
- ・今の参拝者の状況
- ・団体の受け入れについて
- ・参拝者のニーズや困りごと
- ・新しい取り組み
- ・徳島県内の札所同士での意見交換など
- ・課題に感じておられること
- ・行政や関係団体等への要望

関係事業者・団体等へのヒアリング項目

[旅行会社]

- ・お遍路の団体ツアーの現状
- ・札所とのやり取り
- ・団体ツアー参加者の状況・ニーズなど

[関係事業者]

- ・お客様の状況
- ・札所とのやり取り
- ・札所と連携した取り組みの必要性

[宿泊施設]

- ・宿泊客の状況
- ・札所とのやり取り
- ・札所と連携した取り組みの必要性
- ・新たな取り組み

[行政]

- ・札所と連携して行われている取り組み
- ・札所とのやり取り
- ・札所と連携した取り組みの必要性

[外国出身のお遍路さん]

- ・外国から来た人のニーズ
- ・外国から来た人から見た札所

(2)ヒアリング結果

札所からの意見を図表7に、関係事業者・団体等からの意見を図表8に記載する。

ア. 札所へのヒアリング項目から

ヒアリング項目に沿って、札所ならびに関係事業者・団体等から聴取した内容を示す。

(ア)四国遍路への観光客の受入拡大に対する札所の意見

四国遍路への観光客の受入拡大については、ヒアリングを行ったほとんどの札所から肯定的な意見を聴取した。

[札所]

- ・信仰が基本ではあるが、来寺して頂く取り組みも重要かと考える（札所C）。
- ・「発心」とは信仰だけではない。思いを持って四国に入ってくることもそれに該当し、そのことが信仰へつながっていく（札所D）。
- ・お遍路を特殊なものと捉えず、先ずは少しだけでも参拝してもらえばよい（札所E）。
- ・はじめはスタンプラリーの感覚で回ってもらって良い。巡礼を体験するきっかけにしてもらうことに意味がある（札所F）。
- ・気軽なお参りではいけないという考え方もあるが、入口は観光でも構わない。四国遍路を身近に感じてもらえる大切な機会である。四国遍路は一回では終わらない旅なので、少しずつ楽しさを感じてもらいたい。それを通じて、精神の修養へと理解を深めてくれたら良い。心の変化を自然に感じてもらえるのが理想である（札所H）。
- ・切り口は観光でもスタンプラリーでも、色々な理由で足を運んでもらって良い。観光客だからだめとは思っていない（札所I）。

また受入拡大について、以下の意見を聴取した。

[札所]

- ・各お寺が参拝者へ提供するサービスの付加価値の向上に取り組んでいくことも必要と考える（札所 C）。
- ・これまで札所は観光誘客に対して受け身だった。近年は、札所の側からアクティブに動いていきたいという方向に変わってきている。
- ・四国遍路は徳島または四国をPRする重要な要素である。しっかりと取り組んでいきたい。
- ・海外への情報発信も積極的に行っていきたい。
- ・インバウンドはバックパッカーだけでなく、富裕層も含めて誘致していきたい。
- ・今の参拝者は信仰のためだけではなく癒し、自分を見つめ直すことを求めて来ている。
- ・札所でも参拝者に対して今よりも良いサービスを提供していくことが必要である（札所 D）。
- ・大都市に住む富裕層に来てもらうべき（札所 E）。

図表4 WEBサイト



資料：（一社）四国八十八ヶ所霊場会HP

(イ)今の参拝者の状況

参拝者は2020年、2021年に大きく減少したが、2022年は個人を中心に少し戻りつつある。一方で団体はコロナ禍前に比べると依然として少ないようである。

[札所]

- ・団体（特にリピートで来ていた団体）が少なくなり、個人客が増えた。コロナ禍前の7割程度まで戻ってきた。
- ・コロナ禍前に比べると四国の人が増えた。60代後半の方が多い。年配の方が多いのは以前と変わらない（札所 A、5月）
- ・以前は旅行会社のツアーが多い時はバスが1日30台くらい来ていたが、1台も来なくなった。コロナ禍になってから一時は2～3割程度まで減少した。こんな経験は初めてだった（札所 B、5月）。
- ・今年は6～7割ぐらいまで戻ってきたように感じる。高齢者だけでなく、自分で運転できる60代前後の方もよく見かける。外国人が全く来なくなった。バスが減り、個人で2～3人が多い。仕事を辞めて時間ができたからという人が多い（札所 C、5月）。
- ・2020年、2021年は大きく減少したが今年は団体客を含めて少し戻りつつある（札所 E、6月）。
- ・バス団体の募集定員はコロナ禍の関係で現在28名だが、すべて満席で来る（札所 F、6月）。
- ・今年3月くらいから回ってくる人が増えた。コロナ禍で行きたかったけれども行けなかった方が来てくれている（札所 H、7月）。
- ・個人の方を中心に時期によっては例年並みぐらいまで来られており、参拝者はコロナ禍前の7～8割ぐらいまで戻ってきている。一方で団体は少ない（札所 I、7月）。

[関係事業者]

- ・4月からツアーが増えた。コロナ禍で巡礼を待っていた人が来はじめている。大型バスも来るが、ジャンボタクシーのほうが多い。7～8割くらいまで戻ってきた（関係事業者 A、5月）。
- ・昭和天皇崩御の年に参拝者が大きく減少したが、今回に比べれば影響は少なかった。3月から歩き遍路、車による遍路が戻り始め、現在は7～8割まで戻ってきている（関係事業者 B、6月）。

[宿泊施設]

- ・宿泊客はまだ少ないものの、歩き遍路のリピーターに来てもらっている。
- ・以前から興味があり、退職して時間ができた、自分を見つめ直したいという方が多い。
- ・60～80代で、歩いて回る方が多い。（宿泊施設 A、7月）。
- ・感染を持ち込まないかと気兼ねしている方が少し減ってきた。検査キットを用意している方も減ってきた。
- ・お得意さんからは「行きたいけれども行けない」という連絡をいただく。
- ・個室希望が多くなったので、団体を受け入れるのが難しくなった（宿泊施設 B、7月）。
- ・宿泊客はお金を持っている方がほとんどで、歩きの方が多い。
- ・年齢は60歳以上で、仕事が一段落したので回られている方が多い（宿泊施設 C、7月）。

写真1 お砂踏み



資料：（一社）四国八十八ヶ所霊場会HP

(ウ)団体の受け入れについて

札所にとって団体からの収入は大きいとのことであった。一方で旅行会社等からの要望にはできるだけ協力はするが、宗教上対応できないこともあるとの意見を聴取した。

旅行会社がお遍路の団体旅行を催行する際に、添乗員は四国八十八ヶ所巡礼に精通していることが求められるとのことである。他方で、コロナ禍を経て少人数によるオーダーメイド型のツアーへのニーズが高まりつつあるようである。

[札所]

- ・バスの団体客の受け入れに関して負担は感じていない。納経所が混むくらいが良いだろう。
- ・旅行会社のお遍路の旅行商品づくりには出来るところは協力している（札所 A）。
- ・バスの団体からの収入はとても大きい。
- ・旅行会社からの要望にはできるところは協力するようにしている（法話や特別拝観など）。
- ・しかし何でもかんでもというわけにもいかない（札所 E）。
- ・お寺によって納経対応が遅いところと早いところがあるが、お寺側でもサービスを改善していくための努力が必要である。
- ・百貨店が募集するような豪華ツアーとお手軽なツアーは両方必要ではないか。

- ・団体旅行でも、最近主流の個人旅行でもどちらで来てもらって良い。
- ・参拝者からの要望に対しては出来ることは応じて、出来ないことはお断りしている（札所 F）。
- ・大型バスでの巡礼を円滑に進めるには、添乗員の力量によるところが大きい。お寺と巡礼に精通した人なら対応できる。
- ・バスの団体に対しては、お寺の紹介など、時間があればお話をするようにしている。旅行会社などと連携したコンテンツ作りには読経、法話などが対応可能（札所 G）。
- ・バスツアーによる団体での参拝は寺院運営の点からは非常に有り難い存在である。ただし繁忙期は個人のお参りの方も来られるので殺伐とした雰囲気となりがち。
- ・旅行会社によって巡礼スケジュール（88ヶ所を12回で回るツアー、全8回で回るツアーなど）が異なっており、回数を少なく回るツアーでは、納経だけ済ませばトイレもそこそこに次へ行くため、宗教的な部分と相容れないと感じるところもある。
- ・そのように巡礼された方が2回目以降も回ってみたいと思ってくれるかどうか心配する（札所 H）。
- ・札所と旅行会社の双方にメリットがあるように協調してお客様へ対応できるようにするために、旅行会社と情報のやり取りを行う広報担当者の設置が必要と意見したことがある。
- ・旅行会社等に対しては、札所にある有形・無形の資産を開放して使ってもらったほうが良いと思う（札所 I）。

[旅行会社]

- ・京都では寺院と協力してツアーを作っているが、四国では訪れる札所ごとに調整

が必要なため、費用対効果の面で実現できていない（旅行会社 A）。

- ・バスの団体旅行では、添乗員が参加者全員から納経帳、掛け軸、白衣を預かり、参加者が参拝中に納経所で全員分を次に遅れないよう時間内に間違えずに書いてもらわないといけない。
- ・添乗員は40人全員分を運ぶのが体力的に大変で、旅程通り進めなければならないプレッシャーが大きいことに加え、数が多いと書き忘れていたりすることもあるので細心の注意が必要。
- ・札所によって納経の際の対応が異なるため、きちんと理解しておく必要がある。
- ・現在の団体旅行への参加者は年配の方、何度も巡礼している方が中心（旅行会社 B）。
- ・少人数によるオーダーメイド型のツアーのニーズがコロナ禍を経てますます増えている。
- ・少人数でタクシーやジャンボタクシーで回るプランは、2020年、2021年でも販売が落ちていない。
- ・四国遍路は6～7割がリピーターで、毎年回っている方が多くいる。コロナ禍で途中になって再開したい方などから申込がある。
- ・オーダーメイド型のツアーでは、効率よく回りたい方もいれば、特別なことをしたい方もいるので、要望に合わせて対応している。
- ・お客様にも喜んでいただけるので、この分野が今後も成長していくとみている。
- ・バスの団体については、昔は四国遍路を一度は全部回りたい人が多かったので売れたが、高齢化が進みこうした層が減ってきており、マーケットとしては小さくなっていくのかもしれない（旅行会社 C）。

(エ)参拝者のニーズや困りごと

参拝者からのニーズや困りごとは、宿に関することが最も多いようだった。次に飲食店、公共交通機関、通信手段、道案内が続く。そのほか多言語対応やキャッシュレス対応も挙げられた。

[札所]

- ・立地によって状況が全く異なるが、こちらでは近隣に飲食店、コンビニがない（札所 A）。
- ・泊まるところの心配（遍路宿がコロナ禍で休業、お寺が通夜堂を閉鎖しているなど）、バス停の場所が分かりづらい、道案内が分かりづらい、近隣に公衆浴場がない、（外国人に対して）納経所での多言語対応（札所 B）。
- ・キャッシュレス対応、案内看板、宿（札所 C）。
- ・宿と食べる場所が少ない。
- ・年配の方が多いので宿泊するところにお風呂が必要である（札所 E）。
- ・安価な宿ばかりで安心して宿泊できる場所が少ない。
- ・真逆の意見として、中途半端に安価な宿ばかりで本当のバックパッカーには選択肢が野宿か善根宿しかない（札所 G）。
- ・歩きで巡礼される方にとってより多くの宿泊所の選択肢の拡大。
- ・公共交通機関での移動。
- ・外国人の通信手段の確保（札所 H）。
- ・Wi-Fi などの通信環境が歩き遍路の方からのニーズとして多い（札所 I）。

(オ)札所において課題に感じておられること

a. 寺院の維持のための収入とマンパワーの確保

檀家を持たず、お遍路さんからの収入が中心の札所では、寺院を維持していくための収入を確保していくことが必要で、人を雇えないとこ

ろは納経対応を家族でしなければならず、大きな負担を強いられている。

[札所]

- ・徳島県内の札所の約半分には檀家がない。人を雇うことができない札所では納経の対応を自分達でして持ち場を離れることができない。札所では納経所の負担が最も大きい。他に活動したいけれどもできない札所がある。旅行会社から依頼されてもマンパワーの問題で対応できない場合もある（札所 A）。
- ・札所は信仰や文化を担う大きな役割がある一方で、お寺の維持管理のための収入も必要なのでそのバランスを取りながら進めていきたい。
- ・檀家がなく納経による収入のみのところは特にこたえている。納経所の人件費を確保するための収入を確保していく必要がある。
- ・納経所で人を雇えないところは住職や家族が7時から17時までいないといけないため、買い物にも行けない場合がある。山の寺院は台風の被害などもあり特に大変（札所 B）。
- ・お遍路だけでお寺の経営が成り立ちづらいところもある。各お寺とも納経時間の負担は大きいと思う（札所 C）。

b. 収入の多様化

札所が寺院を維持していくために、納経以外にも収入を確保していく方法について考えていく必要もあるとの意見を聴取した。

[札所]

- ・参拝者が納経以外でお金を支払う方法について考えていく必要があると思う（札所 E）。
- ・時代の変化の中で遍路の文化をいかに持

続していけるか。お寺を維持することは大変で、必要な収入を得るためには納経以外で収入を得る方法を考えることも必要。そのためにはお寺側でもサービスをしっかり提供していくべき（札所 F）。

- ・納経、掛け軸、白衣以外の収入を作る必要がある（札所 G）。
- ・お寺としては新しいことに取り組んでいく必要はあるが、アイデアを実行に移すにはハードルがあるため、現状では物を売ったりという程度となっている。
- ・四国霊場を宗教的側面はもちろんのこと、それ以外の面でも巡礼をして楽しかったと感じていただけるような魅力的な何かを創造していく必要がある（札所 F）。

札所が収入を得る方法に関して、宿泊施設からも以下の意見があった。

[宿泊施設]

- ・例えば地域でイベントなどを札所と一緒に検討することがあるならば、その際にはお金が落ちることをしっかりと考えることが必要だろう。
- ・札所の次の世代を担うお若い方々はよく考えておられるのではないかと思います。
- ・納経以外で収入が入るような仕組みが必要だと思う（宿泊施設 C）。

c. 広報や企画に関するマンパワーとノウハウの不足

また札所からは広報や事業の企画に関するマンパワーやノウハウの不足に関する意見を聴取した。

[札所]

- ・各札所からも SNS で情報発信しているが、担当を立てるまでは難しく、十分と

はいえない（札所 A）。

- ・SNS による情報発信に努めているが、他にもすることがあり十分ではない（札所 E）。
- ・広報のノウハウを習得するための講習会を開くなども良いのかもしれない。
- ・（一社）四国八十八ヶ所霊場会の事業の企画について、外部の人と一緒に考えることも有効かもしれない（札所 G）。
- ・（一社）四国八十八ヶ所霊場会における企画・広報などに関する専門的な知識の向上。
- ・今の時期だから対応できるが、お寺のことをしながら時間を取ることは難しい。
- ・お寺には専門的な知見がないので、外部の知見も必要なのかもしれない（札所 H）。
- ・WEB による情報発信の強化にも取り組んでいこうとしている。
- ・アクセス数の多い霊場会の HP を効果的に活用していくための提案を行っている。
- ・霊場に足を運んでいただくことが必要と分かっているが、具体策が中々進んでいかないことが課題と感じている（札所 I）。

(カ)新しい取り組み（全体および各札所）

全体としては、2023 年 6 月の弘法大師生誕 1250 年記念事業や、誘客のためのお砂踏みのイベントなどが実施／予定されている。そのほか、札所ごとでは特徴的な取り組みを行っているところもある。

[札所]

- ・弘法大師生誕 1250 年記念事業を 2022.6 ～ 2024.12 までの 2 年 6 ヶ月間実施中（札所 A）。
- ・2022 年に羽田空港でのお砂踏みのイベントを予定している（札所 D）。
- ・個人の参拝者を大事にして滞在時間を長くする工夫をしていきたい。満足度を上げてまた来たいと思う人を増やしていきたい。

- ・単価を上げることも必要かもしれない。
- ・観光協会からの提案で本坊での宿泊プランを作り、宿泊予約サイトへ掲載。月1回程度で宿泊客の受入れを行ってきた。宿坊はマンパワーが必要なので運営するのが難しい。
- ・若い参拝者を増やすために、地域で1泊してもらい、また来てもらえるよう取り組んでいる（札所C）。
- ・お寺を地域でのイベントの開催のために使ってもらっている。普段お寺に来ない層にお寺のことを知ってもらうために始めた。お寺は、地域の公民館やコミュニティの場として役割を果たすことが大事と考えている（札所F）。
- ・リモート参拝…YouTube など複数のプラットフォームからの4K映像による24時間365日ライブ配信。
- ・宗教のDX…専用サイトを制作し、リモート参拝者から護摩などへの祈願の受付、法会へのリモート随喜、オンライン布施など、これまでの宗教活動をより便利な形へと変化させ、デジタルならではの祈りの形 Anjali などを出創。
- ・竹曼荼羅の建立…周辺の放置竹林の竹とLEDを使用。
- ・外国人向けAI宿泊予約サイトの開設…AIが外国人に変わって宿に電話をかけて宿主と話して予約を入れるサービスを開始したい。
- ・1億2500万遍ご宝号念誦…リモート参拝者とともに令和5年6月15日を目標に大師ご宝号1億2500万遍読誦中。
- ・二十二万枚護摩…二十二万枚の護摩を執行。合わせて独自に宗教用クラウドファンディングの仕組みを作り（手数料なし）、本尊さまの天蓋分の寄進を集めた（札所G）。
- ・ステッカー、バッジを販売中。
- ・当寺院では境内で寝泊まりしても良いこ

とにしており、1日1組だがテントを貸し出している（札所H）。

図表5 弘法大師御誕生 1250 年記念事業



資料：（一社）四国八十八ヶ所霊場会HP

(キ)徳島県内の札所同士での意見交換など

札所同士でのやり取りはよく行われているが、札所が立地する周辺の状況や、経済的な状況が異なるため、合意形成に時間を要することもあるようである。

[札所]

- ・札所によって周辺の状況（立地が平地／山間部／市街地／過疎地）や経済的な状況が異なるため、観光客に対する考え方や意見がそれぞれ異なる（札所 A）。
- ・立地条件（町か田舎か山間部かなど）によって感じている課題も異なる。そのためお寺同士で足並みを揃えづらいところもある（札所 C）。
- ・霊場会の部会では定期的に会合がある。霊場会でもコロナ禍でお参りが少ないことは今問題となっている（札所 B）。
- ・お寺同士で集まることはよくあるが、具体的にこのようなことをやっていこうという話はあまり出ない（札所 E）。
- ・札所同士の意見交換をより円滑にするため、新たに委員会を設置。LINE や Zoom を使い、札所同士でやり取りをできる仕組みを整備した。
- ・霊場会として施策を実行していく際には皆の合意形成が必要であるため、前に進めるのに時間を要する（札所 I）。

(ク)札所からの行政や関係団体等への要望

行政や関係団体等への要望としては、お遍路さんへの情報提供や多言語対応など、受入態勢整備に関するものが挙がった。また、活用可能な補助事業の紹介の要望もあった。さらには、地元、関係事業者・団体等との連携強化を求める意見があった。

[札所]

- ・外国人に対しての案内・レクチャー（巡

礼の仕方、宿の予約の仕方、持ち物の用意、参拝方法、マナー等）が不十分である。高野山や熊野古道には案内センターがある。四国遍路では1番の近くにあれば良い（札所 A）。

- ・一度来ていただいた方にもう一度来たいと思ってもらえるような取り組みを推進してほしい（札所 C）。
- ・多言語対応には県ごとに地域格差があり、この点では行政や推進団体等とのタイアップが必要だろう（札所 D）。
- ・札所関係者の勉強会や、富裕層の誘致に向けた広報活動などのための国の補助事業の活用には大いに賛同する（札所 E）。
- ・多様な関係者が集まって四国遍路に関する今後の取り組みについて議論する機会を持つことが必要だと考えている（札所 F）。
- ・各寺院の法要、行事一覧を整備すれば旅行会社にも参拝者にも喜んでもらえるだろう。
- ・お寺側はあまり助成金のことを知らない。ので、知らせてほしい。
- ・県外からの参拝者が多く訪れる場所なので、お寺をもっと上手く利用してもらえれば良いと思う（札所 G）。
- ・世界遺産登録を実現するには、地元と一体となった取り組みがより必要と思う（札所 I）。

イ. 関連事業者・団体等へのヒアリング項目から

次に、関係事業者・団体等へのヒアリング項目の中から、「札所とのやり取り」、「札所と連携した取り組みの必要性」、「札所と連携して行われている取り組み」について聴取した内容を示す。

第1章第2項で示した四国遍路の魅力向上のために有効な取り組みは、取り組むべきことではありながらも、やはりまだ十分には行われて

いないようである。

[旅行会社]

- ・札所への参拝時には、(参加者へ) 納経以外の付加価値の高い体験などをご提供することも必要と感じるときがある。
- ・お客様の満足度を高めていくためには札所の方と目線を合わせて一緒に考えていくことが有効ではないかと思う(旅行会社 B)。
- ・ツアーの行程で、札所で法話やお茶の接待をしていただいたことがある。
- ・参加者にお寺の印象を残してもらうために、例えばお話などがあれば良いとは思う(旅行会社 C)。

お遍路さんの満足度向上のための札所との連携に関して、関係事業者と宿泊施設からは以下の意見があった。

[関係事業者]

- ・元々町はお寺を中心にして栄えてきた。今もお寺は町の中心である。したがって今後のまちづくりと一緒に取り組んでいく関係と捉えている。
- ・お遍路さんのことを一緒に考えていくことができれば最も有益だと思う。
- ・お遍路さんのために民間ができることを是非教えて欲しい(関係事業者 A)。
- ・お寺とは持ちつ持たれつの関係でありたい。
- ・ほとんどのお遍路さんは札所を回ることが目的で、札所以外の地域の魅力には目が向かない。門前の土産物屋や食事処がせいぜい。札所周辺の事業者、地域住民が連携して札所以外の周辺の魅力を発信すればお遍路 + a の旅の提案も可能になると思う(関係事業者 B)。

[宿泊施設]

- ・宿と宿の間でやり取りはよく行われているが、宿とお寺の間でのやり取りはあまりない。
- ・お客様の満足度を高めるためにお寺とも一緒に考えることは効果的だと思う。
- ・お寺と宿の間の情報交換やコミュニケーションをもっと取れたら良いと思う。
- ・そうすれば宿の側から徳島の良いところだけでなくお寺の良いところも伝えられるようになる(宿泊施設 A)。
- ・地域を良くしていくためにはもちろん連携すべきと思う。地域ぐるみのおもてなしがお遍路さんには喜ばれている(宿泊施設 B)。
- ・札所の立地状況やお考えなどによって異なると思うが、札所と宿の間ではやり取りがあまり行われていない。
- ・納経所の方が泊まるところに困っているお遍路さんへ宿を紹介してくれることがある。
- ・こちらから定期的にご挨拶に伺っている。
- ・四国遍路に関する資源の保護や魅力の向上に向けては、札所、遍路宿、道の3つのどれも欠かせないため、バランスを取りながら維持していくことが必要だと思う。
- ・そうした中で、その時代ごとに新しいものを取り込んでいきながら持続させていくことが必要だと思う(宿泊施設 C)。

行政からは以下の意見を聴取した。聴取した自治体数が少ないことに留意する必要があるが、四国遍路の世界遺産登録に向けては、地域の関係者と議論していくことが今後求められていくとのことだった。

- ・（四国遍路の札所は）観光資源としても非常に大事で、地域の魅力向上のために、観光パンフレットへの掲載、旅行会社担当者を招待したツアーの行程への組み入れなどにより、札所の紹介をさせてもらっている（行政 A）。
- ・札所の建築物や文化施設を史跡指定し、保護する取り組みを進めている。
- ・四国遍路の世界遺産登録による文化財としての価値向上とお遍路さんの増加に向け、取り組みをしっかりと進めていきたい。
- ・お遍路さん（団体ツアーを含む）をどう受け入れていくかはこれから問われるところ。
- ・世界遺産登録に向けては、札所や遍路道だけでなく、地域の関係者と周辺の街並みも含めた価値の向上を議論していくことも必要となっていく（行政 B）。

また外国出身のお遍路さんからは、外国から来た人々は、体験・体感することを求めていることなどを聴取した。

[外国出身のお遍路さん]

- ・現状のところ、外国から来た人は、札所へのお参りよりも宿や道中で会う人との交流に魅力を感じている人が多いようだ。
- ・外国から来た人からすると、札所は納経以外にすることがあまりなく、あえて行く理由が見つからないと思っている。
- ・外国から来た人を札所等に案内する際には、境内にある本堂、大師堂、仏像、お接待所などを説明するが、動いていないものばかりなので飽きられやすく、歴史ばかりの話をすると、情報を吸収できない。札所で体験・体感することがあれば、その寺院についての印象が残る。例えば、

中々難しいと思うが、もし可能であれば、お寺のスタッフが出てきてくれて、生の声が聞けるとよほどインパクトがある。

- ・博物館または資料館のように札所についての説明または資料（古い写真等）があれば良いが、今のところ行われていないし、多くの寺院では外国語で書いてあるパンフレットや情報等がない。
- ・札所を訪れる人にとっては納経所のスタッフがお寺の「代表」になる。納経所のスタッフの対応次第では札所に対して悪い印象を持たれてしまうことがあるので、そのあたりを意識してはどうかと思う。
- ・外国から来た人が札所にお参りするのは個人の考え次第で、境内に入る場合はTPOをわきまえるようにと伝えている。
- ・日本人は、お寺は必要な時でないと行くところと思っていない人が多い。昔は"pray and play"と言われていたが、今は"play"がない。地元の人との交流の場を作ることも必要かもしれない。

3. ヒアリング結果の整理・考察

(1) 札所と関係事業者・団体等との連携強化の必要性について

札所と関係事業者・団体等へのヒアリングで聴取した中で、キーとみられる下記の意見について整理・考察する。なお記載事項は、今後の関係者との意見交換により変わる可能性がある。

- ・観光客の受入拡大に関する意見
- ・団体の受け入れや旅行会社等によるツアーづくりに関する意見
- ・札所の経済的な面での課題に関する意見
- ・全体としての広報や企画等に関する意見
- ・地域との連携に関する意見

■観光客の受入拡大に関する意見から

札所へのヒアリングから、四国遍路は巡礼を通じて精神の修養や心の変化に自然に気づいて

もらうことが本来の意義だが、先ずは気軽に訪れてもらえば良いことを理解した。

四国運輸局が中心になって取り組むアドベンチャーツーリズムは、自身の成長・変革の実現を一つの目的としているが、このことは四国遍路にも通ずる部分があるとみられる。札所にとって、人を受け入れることは観光・経済の面だけから考えるものではないものの、連携して取り組んでいく余地があることが示唆された。

■団体の受け入れや旅行会社等によるツアーづくりに関する意見から

コロナ禍以降、お遍路のバスによる団体ツアーは激減し、現在もまだ回復途上である。札所にとって、特にバスの団体からの収入は経済的な面で大きいとのことであった。

一方、コロナ禍を経て少人数・プライベートな旅行が志向され、団体旅行のあり方にも変化がみられつつあるようである。お遍路さんのニーズが変化する中で、満足度を高め、ファンを増やしていくためには、札所への参拝時における付加価値のある新たな取り組みが求められていくであろうことが示唆された。

また、受入拡大を図るターゲットに関して、四国遍路の本質的な価値を評価してもらいやすいといわれる国内／海外の富裕層にもアプローチしていくことが有効ではないかという意見も聴取した。

■札所の経済的な面での課題に関する意見から

檀家を持たず、お遍路さんからの収入が中心の札所においては、寺院を維持していくための経済的な面での課題がある場合があることが把握された。札所が立地する場所（平地、山間部、市街地、農村部等）によって状況は異なるが、特に山間部の札所は台風の被害や冬の雪や道路の凍結などもあり、さらに大きな負担を強いられているとのことであった。

札所からは、寺院を維持していくために、納経以外に収入を得る方法を考えていく必要があ

るとの意見を聴取した。これに対して旅行会社や外国出身のお遍路さんからは、札所では納経以外での付加価値のある体験などが求められているとのことであり、見比べてみると双方の意見が一致している部分もある。

札所が対応可能な範囲で納経以外に収入を得る方法、あるいは収入を得るための全体的な仕組みについて、関係者間で協議していくことも必要ではないかということが示唆された。

■全体としての広報や企画等に関する意見から

札所からは、マンパワーが不足して情報発信が十分ではないことや、広報に関するノウハウの向上などを求めているとの意見を聴取した。また事業の企画に関しては、外部の知見等も活用しながら、一緒に考えていくことが有効ではないかという意見があった。

これについて、例えば札所、行政、DMOなどが連携し、国の事業等を通じて専門家のノウハウを活用しながら広報活動や事業を企画・実施することなども有効とみられ、実際にいくつかの札所からは、このような取り組みについて肯定的な意見を聴取した。

また、多様な関係者が集まって四国遍路に関する取り組みについて議論する機会を設けることが有効であることも示唆された。

■地域との連携に関する意見から

地域との連携に関して、行政 B からは、世界遺産登録に向けては、札所や遍路道だけでなく、地域の関係者と周辺の街並みも含めた価値の向上を議論していくことも必要との意見があった。また宿泊施設 A からは、札所と連携を取ることができれば、宿泊客へ徳島の良いところだけでなく札所の良いところも伝えることもできるようになり、満足度を高めることができることを聴取した。関係事業者 B は、札所や地域の関係者が連携して地域の魅力を発信すればお遍路以外の旅の提案も可能になるとのことであった。

寺院はもともと地域の中心で、そこを中心に

地域が栄えてきた経緯があり、地域のルーツやオリジナリティを来訪者へ伝えられる場所といわれる。関係事業者 A からの意見にもあるように、札所と地域の関係者が一緒になって地域づくりを考えていくことも、お遍路さんの満足度向上、ファンの獲得、消費の拡大のために有効であろうことが示唆された。

外国出身のお遍路さんによれば、江戸時代後期の日本の寺院に関する英語の書物には「pray and play」という言葉が使われており、昔寺院は子供の遊び場だったとのことであった。

地域とのつながりは、札所においても大切なこととされている。例えば札所 F では、地域の公民館やコミュニティの場としての役割を果たしたいとの考えで、寺院を地域でのイベントの開催のために開放している。また札所 G からは、県外客が地域で最も多く訪れる札所を、観光振興にもっと有効に活用すべきとの意見を聴取した。

「お寺離れ」が進んでいるといわれる中で、札所と地域とのつながりが再び強化されていく取り組みが各地で活発に行われていくことを期待したい。

以上ヒアリングからは、札所における課題解決と、四国遍路の魅力向上に向けては、札所と関係事業者・団体等を含む多様な関係者の連携のさらなる強化が有効であることが示唆された。

具体的な方法としては、札所の関心のある方々へのテーマを設けた講習会や、関心のある札所と多様な関係者による率直な意見交換会の定期的な開催、あるいは国の事業等を積極的に活用することによる事業の企画・実施などが有効ではないかということがイメージされた。

(2)他地域の事例

他地域における事例を紹介する。寺院による資金調達の事例として、奈良県の法隆寺、寺院のマンパワー確保の事例として、京都府の安祥寺、外部のノウハウを上手く活用するとともに、

若い世代とつながり、コミュニティが生まれている事例として、東京都高円寺の「小杉湯」を紹介する。

ア. 寺院による資金調達の事例

～法隆寺（奈良県）～

世界遺産である法隆寺は、寺院の維持管理を参拝者からの拝観料で賄ってきたが、コロナ禍による参拝者の激減によってそれが十分にできなくなった。法隆寺は2023年に世界遺産登録30周年を迎えることから、寺院の維持管理を行うため、「法隆寺1400年歴史遺産を未来へ」というプロジェクト名でクラウドファンディングによる支援を募った。そして、生垣の剪定などのための2,000万円を目標金額として掲示したところ、支援募集開始の翌朝にこれを達成。最終的には7,456名から1億5,700万円の支援を受けることに成功している。

寺院によるクラウドファンディングは、コロナ禍以降、件数、支援金額ともに大きく増加している。特に、檀家を持たずに拝観料が収益源である有名寺院が、改修や修復の資金を調達するために活用する事例が増えているという。法隆寺の場合、若い世代からの小口の支援が圧倒的に多いとのことである。社会課題の解決に貢献したいと考える若い世代は少なくないとみられる。また、寺院がクラウドファンディングを行うことで、これまで接点がなかったこうした若い世代に寺院のことを知ってもらい、つながりを持てるメリットも期待されている。

図表6 世界遺産法隆寺ー1400年の歴史遺産を未来へー



資料：READYFOR HP

イ. 寺院のマンパワー確保の事例

～安祥寺（京都府）～

京都府山科区にある安祥寺は、今から約 1170 年前の 848 年に開創された真言宗の寺院で、かつては山科一帯に広大な寺領を有していたと伝えられる。しかしながらその後荒廃し、長い間一般拝観の受け入れが行われてこなかった。そうした中、2018 年に就任した現住職は「これでは寺本来の役目を果たせない」と、檀家のいない中で、拝観者の受け入れに向け境内の整備を少しずつ進めた。

この取り組みに着目した JR 東海では、2022 年、同社がコロナ禍を経て新たに展開する「推し旅」において、安祥寺の整備を手伝うツアー（全 3 回、計 6 日間開催）を企画・販売。参加費用は 1 人 10 万円と安くはないものの現在 10 名ほどが参加している。境内でのコケの植え付けや植樹、除夜の鐘付きなどを実施／実施予定である。なお旅行代金には拝観料、芳名奉納、花木代、苔植講師代、木札代、法被代が含まれており、集合場所までの交通費は含まれていない。

安祥寺では、境内を整備するためのマンパワーの確保に加え、ツアー参加者が寺院の整備に複数回通って関わることで、寺院のことを好きになってもらえるメリットが期待されている。そして、地域での存在価値を高め、求められる寺院へと変わっていかうとしている。

一方のツアー参加者は、「復興衆」として安祥寺の整備に関わることで、写経や特別拝観などとは異なる、寺院を実際に整備していく体験を通じ、寺院を次の世代に残す意義を考え直す機会を得ることができることである。

近年、滞在先に奉仕することを主たる目的とする旅の仕方が市場を獲得しつつある。参加者は滞在先の地域の「手伝い」をすることで、地域の人々と交流する機会を得ることができる。また場合によっては報酬や宿泊場所、食事などの提供を受けることもできる。一方の受け入れる地域側では、人出不足解消や関係人口増加につなげることができる。

大手企業においても、都会で働く社員を地方へ行かせて現地に関わらせることで、地域課題を把握・解決し、業務へのヒントを得ることを推進しているところが増えてきている。マンパワーの確保を課題とする寺院においては、こうしたことが課題解決のための何らかのヒントになるかもしれない。

写真2 整備が行われた安祥寺 青龍殿



資料：安祥寺HP

ウ. 外部のノウハウを上手く活用するとともに、若い世代とつながり、コミュニティが生まれている事例

～小杉湯（東京都高円寺）～

寺院とは歴史が異なるものの、地域に昔から存在する施設が若い世代から支持され、彼ら彼女らの持つ専門的ノウハウを上手く活用するとともに、コミュニティが生まれている事例として、東京都杉並区高円寺の「小杉湯」を紹介する。

銭湯は、「銭湯離れ」や経営者の高齢化、後継者の不在などで施設数がピークの 1/6 以上にまで減少し、今でも廃業が後を絶たない。一方で、銭湯に馴染みのない人が依然多い中であっても、経営者の代替わりを期に、個性的な取り組みがみられるようになってきている。

小杉湯は昭和 8 年の創業で、建物が国の登録有形伝統文化財に登録されている。あるとき現在 3 代目の主人は、常連客の一人へ、銭湯の隣で管理しているアパートの活性化のための企画の提案を依頼。それをきっかけに、普段銭湯を利用する若者らが、施設の将来に役に立ちたいと、自らの持つ専門的ノウハウを無償で提供す

図表 7 札所からのヒアリング内容

	札所 A	札所 B	札所 C	札所 D
ヒアリング日／質問事項	2022.5.19、2022.6.30	2022.5.20、2022.6.7	2022.5.31	2022.6.9
四国遍路への観光客の受入拡大に対するご意見	・対応できるところについてはできるだけ協力でほしいと思う。 ・四国遍路は自分探しの旅である。	・札所は信仰や文化を担う大きな役割がある一方で、お寺の維持管理のための収入も必要なのでそのバランスを取りながら進めていきたい。	・行政や推進団体による観光振興の取組みへの協力はする。お寺のもので使えるものは使ってもらえばよい。 ・札所全体としてもできるところは足並みを揃えて取り組んでいきたい。 ・信仰が基本ではあるが、来寺して頂く取り組みも重要かと考える。 ・各お寺が参拝者へ提供するサービスの付加価値の向上に取り組んでいくことも必要と考える。	・これまで札所は観光誘客に対して受け身だった。 ・しかしながら近年は、札所の側からアクティブに動いていきたいという方向に変わってきている。 ・四国遍路は徳島または四国を PR する重要な要素である。しっかりと取り組んでいきたい。 ・海外への情報発信も積極的にやっていきたい（世界遺産登録も含め）。 ・インバウンドはバックパッカーだけでなく、富裕層も含めて誘致していきたい。 ・札所でも参拝者に対して今よりも良いサービスを提供していく必要がある。 ・「参心」とは信仰だけではない。思いを持って四国に入ってくることもそれに該当し、そのことが信仰へつながっていく。
今の参拝者の状況	・団体（特にリピートで来ていた団体）が少なくなり、個人客が増えた。 ・コロナ禍前の 7 割程度まで戻ってきた。 ・宿坊が少なくなっている。 ・コロナ禍前に比べると四国の人が増えた（県民割も利用している）。 ・60 代後半の方が多い。年配の方が多いのは以前と変わらないう。 ・ネット予約が増えている。 ・コロナ禍前は外国人のほうが多いくらいだったが、今は日本に住んでいる外国人をちらほら見かける程度。	・以前は旅行会社のツアーが多い時はバスが 1 日 30 台くらい来ていたが、1 台も来なくなった。コロナ禍に帰ってから一泊は 2 ～ 3 割程度まで減少した。 ・参拝者は終戦後からずっと来てくれていて、最近減ってきていた感じがあったものの何となくなっていたが、こんな経験は初めてだった。 ・今年 4 月頃から少し来はじ、GW は思っていたよりも来てくれたものの、個人の方がマイカーで来る程度のため、例年よりも大分少ないと感じる。 ・年配の方が多い。「外に出られるようになって嬉しい」という話を聞く。 ・若い人は、コロナ禍前は歩きもいたが、最近は車の人を見かける。若い人は割合としては少ない。 ・若い人で次の仕事に就くまでの間に来たという人が何人いる。	・2021 年正月は 9 割減だったが今年は 6 ～ 7 割くらいまで戻ってきたように感じる。 ・高齢者だけでなく、自分で運転できる 60 代前後の方でもよく見かける。 ・信仰がなくなることではない。長い歴史の中でも疫病の流行はあった。 ・外国人が全く来なくなった。バスが減り、個人で 2 ～ 3 人が多い。 ・お金と時間がかかるため仕事を辞めて時間ができたからという人が多い。	・参拝者はコロナ禍で 1 割程度まで減少し、今でもまだ少ない。 ・旅雑誌の取材はよく来ている。 ・今の参拝者は信仰のためだけでなく癒し、自分を見つめ直すことを求めて来ている。
団体の受け入れについて	・バスの団体客の受け入れに関して負担は感じていない。納経所が混むくらいが良いだろう。 ・旅行会社のお遍路の旅行商品づくりに出来るところは協力している。	< 聴取していない >	< 聴取していない >	< 聴取していない >
参拝者のニーズや困りごと	・立地によって状況が全く異なると思うが、こちらでは近隣に飲食店、コンビニがない。	・泊まるところの心配（遍路宿がコロナ禍で休業、お寺が通夜堂を閉鎖しているなど）、バス停の場所が分かりづらい、道案内が分かりづらい、近隣に公衆浴場がない、（外国人に対して）納経所での多言語対応	・キャッシュレス対応、案内看板、宿。	< 聴取していない >
課題に感じておられること	・徳島県内の札所の約半分には檀家がない。人を雇うことができない札所では納経の対応を自分達ですべて持ち場を離れることができない。札所では納経所の負担が最も大きい。他に活動したいけれどもできない札所がある。旅行会社から依頼されてもマンパワーの問題で対応できない場合もある。 ・各札所からも SNS で情報発信しているが、担当を立てるまでは難しく、十分とはいえない。	・檀家がなく納経による収入のみのところは特にこたえている。納経所の人件費を確保するための収入を確保していく必要がある。 ・納経所で人を雇えないところは住職や家族が 7 時から 17 時までいないといけないため、買い物にも行けない場合がある。山の寺院は台風被害などもあり特に大変。	・お遍路だけでお寺の経営が成り立ちづらいところもある。 ・各お寺とも納経時間の負担は大きいと思う。	< 聴取していない >
新しい取り組み	・観光団体と連携して HP の制作や体験プランづくりを行った。 ・弘法大師生誕 1250 年記念事業を 2022.6 ～ 2024.12 までの 2 年 6 ヶ月間実施中。	・霊場会では HP の整備・情報発信、記念御朱印、お砂踏みや弘法大師展などのイベント開催などを企画・実施している。	・今後バスも戻ってくるかもしれないが、個人の参拝者を大事にして滞在時間を長くする工夫をしていきたい。 ・満足度を上げてまた来たいと思う人を増やしていきたい。 ・単価を上げることも必要で、高級な宿泊プランも必要かもしれない。 ・観光協会からの提案で本坊での宿泊プランを作り、宿泊予約サイトへ掲載。今後毎月 1 回程度で宿泊客の受け入れを行ってきた。 ・宿坊はマンパワーが必要なので運営するのが難しい。 ・若い参拝者を増やすために、地域で 1 泊してもらい、また来てもらえるよう取り組んでいる。 ・霊場会では、2023 年の弘法大師生誕 1250 年記念に向け準備をしている。	・2022 年に霊場会で羽田空港でのお砂踏みのイベントを予定している。 ・2023 年は弘法大師生誕 1250 年であり、記念行事や記念スタンプの販売などを予定している。 ・若手はインターネットや SNS で情報発信している。
徳島県内の札所同士での意見交換など	・札所によって周辺の状況（立地が平地／山間部／市街地／過疎地）や経済的な状況が異なるため、観光客に対する考え方や意見がそれぞれ異なる。	・霊場会の阿波部会では定期的に会合がある。四国全体では年に 1 回総会がある。 ・霊場会でもコロナ禍でお参りが少ないことは今問題となっている。	・お寺によって地元行政と連携を取っているところとそうでないところがあり、対応はまちまち。 ・各寺院はそれぞれが一つの「法人」なので、状況や考え方が少しずつ異なる。 ・特に立地条件（町か田舎か山間部かなど）によって感じている課題も異なる。そのためお寺同士で足並みを揃えづらいところもある。 ・徳島では前半の 10 ヶ寺は参拝者が多く、その後は参拝者が減少しがちとなる。	・四国八十八ヶ所霊場会是一般社団法人となり、体制が整備されつつある。
行政や関係団体等への要望	・特に外国人に対しての案内・レクチャー（巡礼の仕方、宿の予約の仕方、持ち物の用意、参拝方法、マナー等）が不十分である。高野山や熊野古道には案内センターがある。四国遍路では 1 番の近くになれば良い。	・特にはない。	・一度来ていただいた方にもう一度来たいと思ってもらえるような取り組みを推進して欲しい。	・多言語対応には県ごとに地域格差があり、この点では行政や推進団体等とのタイアップが必要だろう。

- ・観光客の受入拡大に関する意見…（赤色）
- ・団体の受け入れや旅行会社等によるツアー づくりに関する意見…（オレンジ色）
- ・札所の経済的な面での課題に関する意見…（青色）
- ・全体としての広報や企画等に関する意見…（紫色）
- ・地域との連携に関する意見…（緑色）

札所 E	札所 F	札所 G	札所 H	札所 I
2022.6.19	2022.6.20	2022.6.28	2022.6.30、2022.7.14	2022.7.22
・ここ2年ほど収入が大幅に減少しているため、参拝者に戻ってきてもらいたい。 ・お遍路を特殊なものと思えず、先ずは少しだけでも参拝してもらえばよい。 ・大館市に住む富裕層に来てもらうべき。 ・仕事を辞めた時などにそれまでのことを振り返る機会にしてほしい。 ・最終的には悩みごとの解決や先祖供養などが巡礼の目的となっていく。	・行政と札所の双方向から誘致に取り組んでいくべきではないか。 ・興味を持ってくれる人は誰もウェルカムである。 ・はじめはスタンプラリーの感覚で回ってもらうて良い。 ・巡礼を体験するきっかけにしようことに意味がある。	・コロナ禍をきっかけにオンラインでの宗教活動に完全シフトした。 ・これまでは行政などと組んで広報活動やイベントに取り組んできたが、今は本来の宗教活動ができていない。 ・これまで民泊やレンタルサイクル、マルシェなどに取り組んでみたが、私のお客さんでなかった。 ・今は宗教活動に集中できるようになったので元に戻るつもりはない。 ・オンライン配信は、視聴した人が実際に参拝もしてくれる。 ・修行したい人やお寺のことを手伝いたい人も来てくれる。 ・寺院がそれぞれに有益な宗教活動を行い、いつか参りたいと思うることが一番の誘致活動。 ・投資せずに観光客誘致は不可能。	・気軽なお参りではいけないという考えもあるが入口は観光でも構わない。 ・四国遍路を身近に感じてもらえる大切な機会である。 ・四国遍路は1回では終わらない旅なので、少しずつ楽しさを感じてもらいたい。 ・それを通じて、精神の修養へと理解を深めてくれたら良い。心の変革を自然に感じてもらえるのが理想である。	・切り口は観光でもスタンプラリーでも、色々な理由で足を運んでもらって良い。 ・観光客だからだめとは思っていない。
・2020年、2021年は大きく減少したが今年は団体客を含めて少し戻りつつある。	・コロナ禍前の8割くらい。 ・バス団体の募集定員はコロナ禍の関係で現在28名だが、すべて満席で来る。 ・四国遍路の潜在的人気の高さだと思う。 ・歩きの人と若い人が少しだけ増えたような気がするが、大きな変化ではない。	・2020年、2021年はリアルな参拝者が例年比2割まで減少したが、オンライン参拝やリモート参拝で、例年を超える数のリモート参拝者をお迎えしている。 ・リモート参拝者数…2021年の初詣三が日で18万人、お盆やお彼岸などは期間中1日3回の法会に300名～500名が毎座参拝している。普段の朝勤行・夕勤行は250名～300名が毎日随喜している。 ・オンライン祈願は55歳～60歳の方が圧倒的に多く、あとは若い方。70～80歳くらいの方、病氣の方、悩みのある方など、海外や日系の方もいる。	・昨年までは感染に気をつけ恐る恐る個人で車で回ってきていた。 ・今年3月くらいから回ってくる人が増えた。今はコロナ禍前の3～4割くらい。 ・コロナ禍で行きたかったが行けなかった方が来てくれている。 ・参拝者とお話できる時間は増えたが、コロナ禍前からの変化はあまりない。 ・外国からの巡礼者がほとんどいなくなったのが寂しい。	・3月～6月の終わりくらいまで、個人の方を中心に、時期によっては例年並みくらいまで来られており、参拝者はコロナ禍前の7～8割くらいまで戻ってきている。一方で団体は少ない。 ・しかしながらここ1週間コロナの感染が急拡大し、がくっとおちた。
・バスの団体からの収入はとて大変大きい。 ・旅行会社からの要望にはできるだけ協力はするようにしている。 ・しかし何でもかんでもというわけにもいかない。 ・例えば修行の様子などを団体客に見せたいと言われたりすることもあるが、できないものはお断りしている。パランスが難しい。	・お寺によって納経対応が違いとすると早いところがあるが、お寺側でもサービスを改善していくための努力が必要である。 ・百貨店が募集するような豪華ツアーとお手軽なツアーは両方必要ではないか。 ・団体旅行でも、最近主流の個人旅行でもどちらでも来てもらって良い。 ・参拝者からの要望に対しては出来ることは応じて、出来ないことはお断りしている。	・大型バスでの巡礼を円滑に進めるには、添乗員の力量によるところが大きい。お寺と巡礼に精通した人なら対応できる。 ・お寺は昭和の末から平成の中頃までたくさん受け入れていた中で、ある程度の数には対応できるのではない。 ・バスの団体に対しては、お寺の紹介など、時間があればお話をするようにしている。	・バスツアーによる団体での参拝は寺院運営の面からは非常に有り難い存在である。ただし繁忙期は個人のお参りの方も来られるので殺伐とした雰囲気と成りかねない。 ・旅行会社によって巡礼スケジュール(88ヶ所を12日で回るツアー、全8日で回るツアーなど)が異なっており、回数や歩く距離が異なるため、納経だけ済ませばトレイルもそこそこ次々行くため、宗教的な部分と相容れないと感じるところもある。 ・そのような巡礼された方が2回目以降も回りたいと思ってくれるかどうか心配する。 ・しかしながらバスの団体はこちら側が厄介なものではない。 ・高知と愛媛は旅行会社とのやり取りがよく行われており、ツアーの行程中に参拝者へ法話を加えるなどの企画をしている。	・札所と旅行会社の双方にメリットがあるように協調してお客様へ対応できるようにするために、旅行会社と情報のやり取りを行う広報担当者の設置が必要で意見したことがある。 ・旅行会社等に対しては、札所にある有形・無形の資産を開放して使ってもらったほうが良いと思う。
・宿と食べるところが少ない。 ・年配の方が多いので宿泊するところにお風呂が必要である。	<聴取していない>	・安価な宿ばかりで安心して宿泊できる場所が少ない。 ・真逆の意見として、中途半端に安価な宿ばかりで本当のバックパッカーには選択が視野が善根宿しかない。	・歩きで巡礼される方にとっても多くの宿泊所の選択の拡大。 ・当寺院では境内で寝泊まりしても良いことにしており、1日1組だがデントを貸し出している。 ・レンタルサイクルを例とした、歩き遍路の方向けのサービスの拡充。 ・公共交通機関での移動。 ・外国人の通信手段の確保。 ・外国人はお金をかけずに巡礼している。 ・スペインの巡礼やSNSなどで四国遍路を知って来ている。 ・外国人は6～7割くらいが納経する。逆に日本人のほうが納経しない方が多い。	・Wi-Fiなどの通信環境が歩き遍路の方からのニーズとして多い。 ・団体からの困りことはあまり聞かない。
・参拝者が納経以外でお金を支払う方法について考えていく必要があると思う。	・時代の変化の中で遍路の文化をいかに持続していくか。 ・参拝者とお寺はお互いの関係。縁を大事にしていくことが持続可能な観光へと繋がっていくと考えている。 ・お寺を維持することは大変で、必要な収入を得るためには納経以外で収入を得る方法を考えることも必要。 ・そのためにはお寺側でもサービスをしっかりと提供していくべき。 ・小銭の入金手数料は大きな負担。参拝者への両替を案内するとニーズがあったので工夫することもある。	・(一社) 四国八十八ヶ所霊場会の組織的な機能の強化(執行部や部門別担当の設置など)。 ・広報に関するノウハウの向上。 ・(一社) 四国八十八ヶ所霊場会の事業の企画について、外部の人と一緒に考えることも有効かもしれない。 ・広報のノウハウを習得するための講習会を開くなども良いのかもしれない。 ・(全体として) 納経、掛け軸、白衣以外の収入を作る必要がある。	・(一社) 四国八十八ヶ所霊場会における企画・広報などに関する専門的な知識の向上。 ・お寺としては新しいことに取り組んでいく必要があるが、アイデアを実行に移すにはハードルがあるため、現状では物売ったという程度となっている。 ・四国霊場を宗教的側面はもちろんのこと、それ以外の面でも巡礼を楽しく感じてもらいたい。けるような魅力的な何かを創造していく必要がある。	・霊場に足を運んでいただくことが必要で分かっているが、具体的なやり方についていけないことが課題と感じている。 ・お寺としては後継者の確保が課題。
・修行体験を受け入れようと思ったこともあったが、悩みを持って参拝する人々かどう思うかを考えてやめた。 ・旅行会社からの要望により法話や特別拝観などに対応している。 ・SNSによる情報発信に努めているが、他にもすることがあり十分ではない。	・お寺を地域でのイベントの開催のために使ってもらっている。 ・普段お寺に来ない層にお寺のことを知ってもらうために始めた。 ・お寺は、地域の公民館やコミュニティの場として役割を果たすことが大事と考えている。	①リモート参拝…YouTubeなど複数のプラットフォームからの4K映像による24時間365日ライブ配信。 ②宗教のDX…専用アプリを制作し、リモート参拝者から護摩などへの祈願の受付、法会へのリモート随喜、オンライン布施など、これまでの宗教活動をより便利化へと変換させ、デジタルならではの祈りの形 Anjali などを作成。 ③竹曼荼羅の建立…周辺の放置竹林の竹とLEDを使用。 ④外国人向け AI 宿泊予約サイトの開設…AI が外国人に変わって宿に電話をかけて宿主と話して予約を入れるサービスを開始した。 ⑤ 1 億 2500 万円で宝号…リモート参拝者とともに令和5年6月15日を目標に大蔵で宝号1億2500万随読中。 ⑥ 二十万枚護摩…二十万枚の護摩を執行。合わせて独自に宗教用クラウドファンディングの仕組みを作り(手数料なし)、本尊さまの天喜の音声を集めた。	・ステッカー、バッジを販売中。 ・お寺でお金をいただけるような体験を提供するとなると、いつでも提供できるようにしておかないといけないので安易には始めることが出来ないのもどかしく感じている。	・自分の僧侶としての見識を深めて、お寺を守っていくよう立派なものになっけいと感じたい。 ・日々の修行をしっかりとやっていきたい。
・お寺同士で集まることはよくあるが、具体的にこのようなことをやっているという話はあまりない。	<聴取していない>	意見交換していない。	・青年部(45歳以下)で議論している。 ・四国での青年部の理事会は年4回開催することになっている。 ・今の時期だから対応できるが、お寺のことをしなから時間を取ることは難しい。 ・お寺には専門的な知見がないので、外部の知見も必要なのかもしれない。 ・霊場会の活性化を進めていく必要があるかもしれない。	・霊場会現会長の発案で、札所同士の意見交換をより円滑にするため、新たに委員会を設置。LINE や Zoom を使い、札所同士でやり取りをできる仕組みを整備した。 ・WEBによる情報発信の強化にも取り組んでいることとしている。 ・アクセス数の多い霊場会のHPを効果的に活用していくための提案を行っている。 ・しかしながら、霊場会として施策を実行していく際には皆の合意形成が必要であるため、前に進めるのに時間を要する。
・小銭を入金する際の金融機関の手数料の負担は大きい。 ・札所関係者の勉強会や、富裕層の誘致に向けた広報活動などのための国の補助事業の活用には大いに賛同する。	・多様な関係者が集まって四国遍路に関する今後の取り組みについて議論する機会を持つことが必要だと考えている。	・参拝者の観光へのニーズを把握する部分などで行政との連携が必要だろう。 ・旅行会社などを通じたコンテンツ作りには法話、法話などが対応可能(霊場会側に手配窓口があれば良い)。 ・各寺院の法要、行事一覧を整備すれば旅行会社にも参拝者にも喜んでもらえるだろう。 ・お寺側はあまり助成金のことを知らないで、知らせてほしい。 ・県外からの巡礼者が多く訪れる場所なので、お寺をもっと上手に利用してもらえれば良いと思う。	・徳島の観光の目玉が少ないと感じる。 ・中心市街地が廃れているので方向性を揃えて活性化して欲しい。 ・既存の資源は重視しながら、新しい徳島の魅力を創造してほしい。	・世界遺産登録を実現するには、地元と一体となった取り組みがより必要と思う。 ・小さな活動でも確実に何かを残している組織・団体との積極的な連携が必要だと思う。

図表 8 関係事業者・団体等からのヒアリング内容

	旅行会社 A	旅行会社 B	旅行会社 C
ヒアリング日／質問事項	2022.6.16	2022.6.17	2022.7.13
お遍路の団体ツアーの現状	京都では寺院と協力してツアーを作っているが、四国では訪れる札所ごとに調整が必要なため、費用対効果の面で実現できていない。	- バスの団体旅行では、添乗員が参加者全員から納経帳、掛け軸、白衣を預かり、参加者が参拝中に納経所で全員分を次に遅れないよう時間内に間違えずに書いてもらわないといけない。 - 添乗員は 40 人全員分を通ぶのが体力的に大変で、旅程通り進めなければならないプレッシャーが大きいことに加え、数が多いと書き忘れていたりすることもあるので細心の注意が必要。	- 少人数でタクシーやジャンボタクシーで回るプランは、2020 年、2021 年でも販売が落ちていない。 - 四国遍路は 6 ～ 7 割がリピーターで、毎年回っている方が多くいる。 - コロナ禍で途中になって再開したい方などから申込がある。 - バスの団体については、昔は四国遍路を一度は全部回りたい人が多かったのでも売れたが、高齢化が進みこうした層が減ってきており、マーケットとしては小さくなっていくのかもしれない。
札所とのやり取り	札所によっては人出が限られているところもあり、一度にたくさんの参拝客を受け入れる際のオペレーション（バスを入れるときの事前連絡や事後の報告事務等）で調整が難しい場合がある。	札所によって納経の際の対応が異なるため、きちんと理解しておく必要がある。お客様の満足度を高めていくためには札所の者と目標を合わせて一緒に考えていくことが有効ではないかと思う。	- ツアーの行程で、札所で法話やお茶の接待をしていただけたことがある。 - どうしても納経だけになるので途中からスタンプラリーのようになっていってしまう。 - 参加者にお寺の印象を残してもらうために、例えばお話などがあれば良いと思う。
団体ツアー参加者の状況・ニーズなど	バスによる添乗員付きの専用ツアーを作っておらず、ツアーオプション程度（特別拝観プラン、レンタカープランなど）として取り扱っている。	- 現在の団体旅行への参加者は年配の方、何度も巡礼している方が中心。 - 札所への参拝時には納経以外の付加価値の高い体験などをご提供することも必要と感じることがある。 - 以前は添乗員が 2 名体制で納経とりをしていたが、現在は先達や大先達を雇いお経を唱えながら参拝することが多くなっている。	- 少人数によるオーダーメイド型のツアーのニーズがコロナ禍を経てますます増えている。 - オーダーメイド型のツアーでは、効率よく回りたい方もいれば、特別なことをしたい方もいるので、要望に合わせて対応している。 - お客様にも喜んでいただけるので、この分野が今後も成長していくとみている。

	宿泊施設 A	宿泊施設 B	宿泊施設 C
ヒアリング日／質問事項	2022.7.8	2022.7.20	2022.7.21
宿泊客の状況	- 宿泊客はまだ少ないものの、歩き遍路のリピーターに来てもらっている。 - 来てくれるのはマナーの良い方々が多く、お部屋もきれいに使ってくれる。引き続きこういった方々に来てもらえるようにしたい。 「[前から興味があり、退職して時間ができた]」、「自分を見つめ直したい」という方が多い。 60 ～ 80 代で、歩いて回る方が多い。 - 前日に泊まった宿でパンフレットを見て予約してくれることが多い。 - 関東でお遍路の番組を毎日見て、それを見て興味を持ったという方もいる。 - 関西や関東、北海道、広島、岡山など。東北からは交通が不便なためか、来られる方は少ない。	- 車でお遍路や合宿の方などが来られている。 - 歩き遍路の方は、所定の場所と宿の間を車で送迎している。 - 公共交通機関利用の方は、近くのバス停までお迎えに行っている。 - コロナ感染を持ち込まないかと気兼ねしている方が少し減ってきた。 - 検査キットを用意している方も減ってきた。 - お得意さんからは「行きたいけれども行けない」という連絡をいただく。 - 個室希望が多くなったので、団体を受け入れるのが難しくなった。	- コロナ禍中にオープンした。春は多かったが今はオフシーズンで少ない。 - 宿泊客はお金を持っている方がほとんどで、歩きの方が多い。 - 年齢は 60 歳以上で、仕事が一段落したので回られている方が多い。 - リモートワークが普及して若い人が増えてきたと感じている。 - 四国遍路への誘客については、巡礼の目的を限定するのではなく、間口を広く取るべきと思う。
札所とのやり取り	- 納経所へ宿のリーフレットを置かせてもらいをお願いしに行く、大事に置いてくれるお寺もある。お寺によって考え方は異なる。 - 宿と宿の間でやり取りはよく行われているが、宿とお寺の間でのやり取りはあまりない。	- 札所に加え、近隣にある四国八十八ヶ所に関連するお寺ともやり取りをしている。 - 参拝された方がその日泊まる宿で困っているときには札所から連絡がある。可能な場合は対応し、難しい場合は他の宿を紹介している。 - 近隣エリアの宿同士でお客様を紹介し合っている。	- 札所の立地状況やお考えなどによって異なると思うが、札所と宿の間ではやり取りがあまり行われていない。 - 納経所の方が泊まる場所に困っているお遍路さんへ宿を紹介してくれることがある。 - こちらから定期的にご挨拶に向っている。
札所と連携した取り組みの必要性	- お客様の満足度を高めるためにお寺とも一緒に考えることは効果的だと思う。 - お寺と宿の間の情報交換やコミュニケーションをもっと取れたら良いと思う。 - そうすれば宿の側から徳島の良いところだけでなくお寺の良いところも伝えられるようになる。	- 地域を良くしていくためにはもちろん連携すべきと思う。 - ご住職が変わられてお忙しいため、これからやり取りしていきたい。 - 町とも連携したウォーキングイベントなどを企画できればと思う。	- お遍路さんの満足度向上に向けて札所と宿が共同で何かに取り組むということは、お互いにメリットを見出せない可能性があり、難しいかもしれない。 - 外部から促されることがあれば、それがきっかけになるかもしれない。 - 例えば地域でイベントなどを札所と一緒に検討することがあるならば、その際にはお金がかかることをしっかりと考えることが必要だろう。 - 札所の次の世代を担うお若い方々はよく考えておられるのではないと思う。 - 納経以外で収入が入るような仕組みが必要だと思う。 - 外部からの専門的なアドバイスや補助金の活用も有効かもしれない。
宿としての(新たな)取り組み	- 前の宿、後の宿と連携して手荷物をお接待で運んでいる。 - 徳島は初めなので荷物が多い場合が多く、喜んでもらえている。	- 近隣にある四国八十八ヶ所に関連するお寺へ行く方には、宿で作成したマップをお渡ししている。 - 宿の中の掲示物やしつらえなどもほぼすべて手作り。 - 町内の人がお遍路さんをこまめに送ってくれることがある。 - 町内の子供は挨拶をきちんとする。 - こうした地域ぐるみのおもてなしがお遍路さんに喜ばれている。	- お遍路が分からない人にはお遍路さんを受け入れる宿はできない。 - 気持が必要な仕事で、自分が助けられたことをお返しにあげるといった考えがないと続けていけない。 - お遍路さんに対して大きなお金は取れないため、遍路宿は儲かるものではない。 - 遍路宿を経営的に続けていける仕組みを作り、資金調達ができるようになり、高齢化で後継者がいないという遍路宿に関する課題を解決していきたい。 - 四国遍路に関する資源の保護や魅力の向上に向けては、札所、遍路宿、道の 3 つのどれも欠かせないため、バランスを取りながら維持していくことが必要だと思う。 - そうした中で、その時代ごとに新しいものを取り込んでいきながら持続させていくことが必要だと思う。

	関係事業者 A	関係事業者 B
ヒアリング日／質問事項	2022.5.13、2022.7.15	2022.6.10
お客様の状況	・4月からツアーが増えた、コロナ禍で巡礼を待っていた人が来はじめている。大型バスも来るが、ジャンボタクシーのほうが多い。7～8割くらいまで戻ってきた。若者が増えていて1割くらいを占めるようになってきた（単価は平均より低い）。歩き遍路では30代男性1人が多い。人生の節目みたい人が多い。女性は以前から少ない。女性が回っている場合はカップルが夫婦で。	・昭和天皇崩御の年に参拝客が大きく減少したが、今回に比べれば影響は少なかった。 ・3月から歩き遍路。車による遍路が戻り始め、現在は7～8割まで戻ってきている。 ・思ったよりも若い人が多い。学生は見ないが、30代ぐらいで仕事を一旦辞めて次の仕事に就く前のような人を見かける。
札所とのやり取り	・元々町はお寺を中心にして栄えてきた。今もお寺は町の中心である。したがって今後のまちづくりと一緒に取り組んでいく関係と捉えている。	・お寺とは持ちつ持たれつの関係でありたい。
札所と連携した取り組みの必要性	・お遍路さんのことを一緒に考えていくことができれば最も有益だと思う。 ・お遍路さんのために民間ができることを是非教えて欲しい。	・ほとんどのお遍路さんは札所を回ることが目的で、札所以外の地域の魅力には目が向かない。門前の土産物屋や食事処がせいぜい。札所周辺の事業者、地域住民が連携して札所以外の周辺の魅力を発信すればお遍路+αの旅の提案も可能になると思う。

	行政 A	行政 B
ヒアリング日／質問事項	2022.7.13	2022.7.15
札所と連携して行われている取り組み	・四国八十八ヶ所霊場ではないが、奥の院のお寺において、旅行会社担当者を招待したツアーなどの際に体験をご提供してもらっている。	・札所の建築物や文化施設を史跡指定し、保護する取り組みを進めている。 ・4県や四国の経済界、四国八十八ヶ所霊場会、大学、NPO法人などで構成される推進協議会において、4県や経済界などから強力なバックアップを受け、メンバーが連携しながら熱心に取り組みが進められている。
札所とのやり取り	・観光パンフレットに掲載するときやメディアや旅行会社などから問い合わせがあったときにやり取りをさせてもらっている。	・お遍路さん（団体ツアーを含む）をどう受け入れていくかはこれから問われるところ。 ・世界遺産登録に向けては、札所や遍路道だけでなく、地域の関係者と周辺の街並みも含めた価値の向上を議論していくことも必要となっていく。
札所と連携した取り組みの必要性	・（観光の部署のため）観光資源としても非常に大事で、地域の魅力向上のために札所の紹介をさせてもらっている（観光パンフレットへの掲載、旅行会社担当者を招待したツアーの行程への組み入れなど）。	・四国遍路の世界遺産登録による文化財としての価値向上とお遍路さんの増加に向け、取り組みをしっかりと進めていきたい。

	外国出身のお遍路さん
ヒアリング日／質問事項	2022.7.11
外国から来た人のニーズ	・現状のところ、外国から来た人は、札所へのお参りよりも宿や道中で会う人との交流に魅力を感じている人が多いようだ。
外国から来た人から見た札所	・外国から来た人からすると、札所は納経以外にすることがあまりなく、あえて行く理由が見つからないかと思われている。 ・外国から来た人を札所等に案内する際には、境内にある本堂、大師堂、仏像、お接待所などを説明するが、動いていないものばかりなので飽きられやすく、歴史ばかりの話をすると、情報を吸収できない。札所で体験・体感することがあれば、その寺院についての印象が残る。例えば、中々難しいと思うが、もし可能であれば、お寺のスタッフが出てきてくれて、生の声が聞けるとよほどインパクトがある。 ・博物館または資料館のように札所についての説明または資料（古い写真等）があれば良いが、今のところ行われていないし、多くの寺院では外国語で書いてあるパンフレットや情報等がない。 ・札所を訪れる人にとっては納経所のスタッフがお寺の「代表」になる。納経所のスタッフの対応次第では札所に対して悪い印象を持たれてしまうことがあるので、そのあたりを意識してはどうかと思う。 ・外国から来た人が札所にお参りするのは個人の考え次第で、境内に入る場合はTPOをわきまえるようにと伝えている。 ・日本人は、お寺が必要な時でないといくところと思っていない人が多い。昔は「pray and play」と言われていたが、今は「play」がない。地元の人との交流の場を作ること必要かもしれない。

ることが相次いだ。

社会的・公共的な目的のために、職業上のスキルや専門知識を活かして取り組むボランティア活動は、「プロボノ活動」と呼ばれる。こうした活動は、企業における副業の解禁やSDGsへの意識の高まりなどから今後増えていくといわれている。小杉湯では、この「プロボノワーカー」と呼ばれる若者らの活動によって、銭湯内でのイベントや物販のほか、新たな企画が次々と生み出されている。

その後、若者のコミュニティは別法人「株式会社銭湯ぐらし」の設立につながり、同法人が小杉湯敷地内のアパート跡地に2020年に開業した会員制シェアスペース「小杉湯となり」の会員数は、50名以上を有するまでとなった。

小杉湯においては、若者の支持を得るための環境を整え、「銭湯を通じて人生の物語を作る」というテーマを提供することによって、コミュニティが形成されていった。こうしたことは、寺院においても参考にできる部分があるかもしれない。

写真3 小杉湯（東京都高円寺）



資料：小杉湯HP

(3)「持続可能な観光地域づくり」の観点からの 札所と関係事業者・団体等との連携の必要性

最後に、「持続可能な観光地域づくり」についてふれる。

観光庁（2022）では、国は持続可能な観光への取り組みを今後強化していくとしている。

UNWTO²⁾は、持続可能な観光を「訪問客、業界、環境および訪問客を受け入れるコミュニティのニーズに対応しつつ、現在および将来の経済、社会、環境への影響を十分に考慮する観光」と定義している。

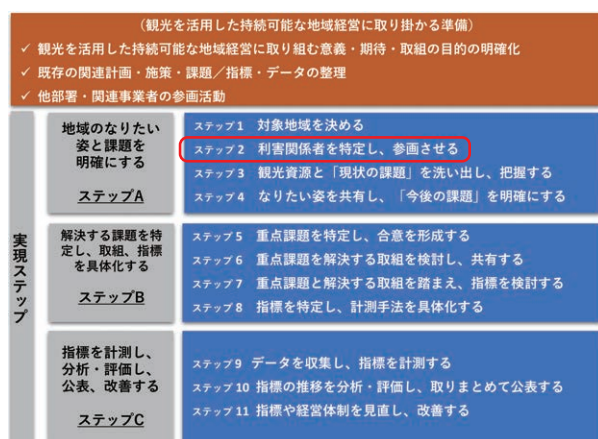
観光庁ほか日本観光地による持続可能な観光を後押しするために2020年に策定した「日本版持続可能な観光ガイドライン（JSTS-D／Japan Sustainable Tourism Standard for Destinations）」では、住民や事業者を含めた地域の利害関係者が参画し、現状を共有したうえで、方向性を揃えながら取り組みを進めていくことがより強く求められている。

運輸総合研究所・UNWTO駐日事務所（2022）は、「持続可能な地域経営に取り組まなければ地域が続いていかない」としたうえで、住み続けなくなる地域であるためには、観光を活用した持続可能な地域経営を通じて、地域の課題を、限られた資源で、多様な利害関係者の力を集結して解決しなければならないとしている。そして利害関係者の参画を、持続可能な観光地経営の要件として明記している（図表9）。

したがって、持続可能な観光の観点から四国遍路の魅力向上・誘客・受入態勢整備等に取り組むならば、札所、遍路道、遍路宿、観光推進団体等の様々なステークホルダーがやり取りを密にし、連携していくことが今後必要となっていくとみられる。

²⁾世界観光機関（World Tourism Organization）。スペインのマドリードに本部を置く観光に関する国際機関。1975年設立。経済成長、SDGsなどの推進力として観光を促進し、世界全体の知見と観光政策の質を向上させるために観光部門に対する支援を行っている。

図表9 観光を活用した持続可能な地域経営の実現ステップ



資料：運輸総合研究所・UNWTO 駐日事務所（2022）

おわりに

本稿では、徳島県内の札所の現状を、札所や各方面へのヒアリングを通じて把握・考察を行ってきた。ヒアリングからは、札所における課題解決と、四国遍路の魅力向上には、札所と関係事業者・団体等を含む多様な関係者が連携をさらに強化し、知恵を出し合っていくことが有効であることが示唆された。またこのことは、世界遺産登録や持続可能な観光地域づくりにも今後さらに求められていくとみられる。

多様な関係者が連携を強化していくためには、中心となる組織の役割が期待される。そこでは、

関係者間の合意と、ビジョン・ミッション・戦略にもとづく取り組みが求められていく。

第3章第2項で紹介した事例からは、旅行者を含む生活者、あるいは企業の間で、地域の課題解決や地域に貢献するための行動が広まりつつあることが把握された。本稿では、こうした意識の変化がなぜもたらされ、どれほど強いものかまで深く言及することができなかったため、今後の研究課題とするが、これらは札所における課題の解決につながられる可能性が示唆された。

ある札所のご住職から、「各札所がそれぞれの魅力を高めていくことで、八十八ヶ所全体の魅力が高まっていく」とのお話を伺い、その通りだと思った。立地する場所によって状況は異なるものの、札所と地域の結びつきが強まり、札所と地域の双方の魅力が高められていくことで、四国遍路の魅力も向上していくのであろう。

関連事業者や団体にとって、札所は敷居が高い、機嫌を損ねてはいけなさと考えがちではあるが、一緒に取り組んでいくべきである。関係者がベクトルを一致させ、具体的な取り組みが議論され、進められていくことに向け、役に立っていききたい。

<参考文献>

一般社団法人へんろみち保存協会 1990「四国遍路ひとり歩き同行二人 解説編（第8版）」。

<参考資料>

四国運輸局 2022「四国アドベンチャーツーリズムセミナー」パネルディスカッション資料。

四国経済連合会・四国アライアンス地域経済研究分科会 2019「新時代における遍路受入態勢のあり方～遍路宿泊施設の現状・課題等調査～」。

観光庁 2022「令和4年版観光白書」。

観光庁・UNWTO駐日事務所 2020「日本版持続可能な観光ガイドライン」。

一般財団法人運輸総合研究所・UNWTO駐日事務所 2022「観光を活用した持続可能な地域経営の手引き」。

<参考HP>

READYFOR 2022「世界遺産法隆寺—1400年の歴史遺産を未来へ—」2022年7月30日。<https://readyfor.jp/projects/horyuji> 2022年8月19日アクセス。

（一社）四国八十八ヶ所霊場会 2022。<https://88shikokuhenro.jp/> 2022年9月9日アクセス。

吉祥山宝塔院安祥寺 2022「蘚苔蟠龍 完成のお知らせ」8月8日。<https://anshouji.or.jp/seiryuden/20220808> 2022年9月9日アクセス。

小杉湯 2022。<https://kosugiyu.co.jp/> 2022年9月9日アクセス。