

# 地域資源に变革を起こす トランスフォーマティブ・トラベルとは？

欧米を中心に注目が高まる「トランスフォーマティブ・トラベル」。この新しい旅の形が、どのように旅行者と地域を結び付け、新しい観光の可能性をもたらしてくれるかについて考えたい。



モデルトラベルでは歴史・サムライコンテンツプロデューサーの江澤大樹さんから侍の精神性を学ぶため剣術体験も実施



旅マエには2泊3日の行程と、戦国時代や織田信長、井伊直弼を解説したリーフレットを参加者に配布した他、動画も作成（右の2次元コードより閲覧可）

## トランスフォーマティブ・トラベルの日本における現状

今後のインバウンド市場に向け見過ごせない旅のスタイル

10年ほど前から欧米を中心に広まっている新しい旅のスタイル「トランスフォーマティブ・トラベル（以下、TT）」。

日本語では「自己変革の旅」とも訳され、旅を通じて得た「学び」「成長」を、その後の日常生活に活かして人生を豊かにすることを目的としている（表1）。

元々は旅の経験値が高い富裕層から始まったという、この旅のスタイル。世界各国で様々な旅を経験し尽くし、「も

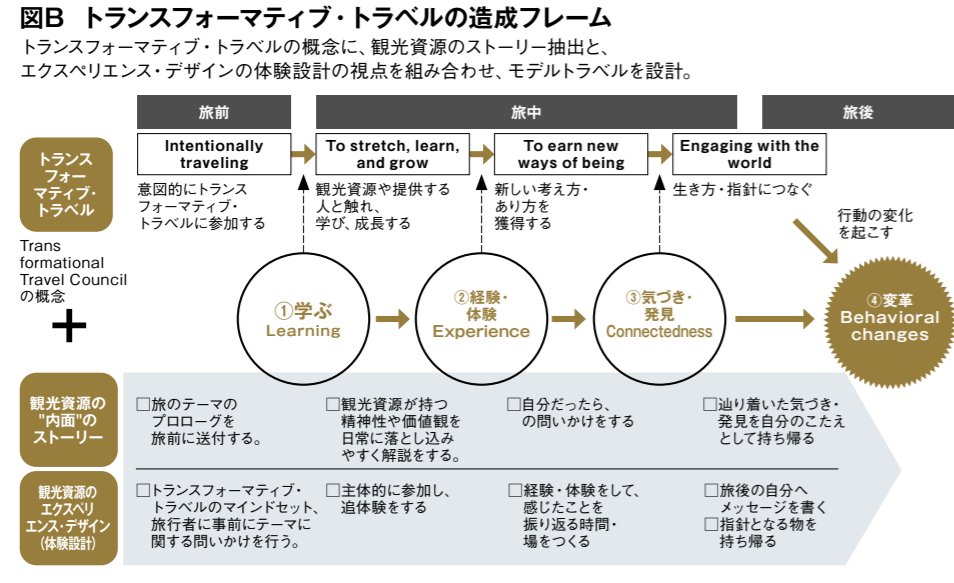
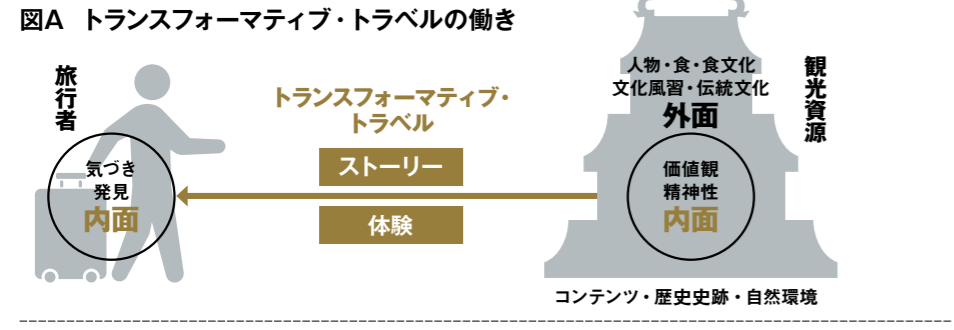
っと刺激的で心に残る旅がしたい」という彼らのニーズに応えるべく生まれた背景がある。その後のコロナ禍を経た価値観の変化や地球環境への意識の高まりを受け、「自己探求」「精神的な癒やし」を求める人の受け皿としてもTTは広まっている。

今後のインバウンド市場を考えると注力したい分野であるが、日本ではTTの旅行商品はまだ一般的ではなく、こういった旅を提供すればよいのかも想像しにくい。そこでJRCでは日本におけるTTの造成手法や可能性を探

分の内面にも変革が起きる」とニコラさん。自己変革を起こすためには「学びや気づき」「心に残る感動の場面」が必要だという。そして、それには「参加型体験コンテンツ」や「現地の人との交流」を入れ込んだ旅が有効である。参加する、交流するといった旅程に能動的に参加してもらうため、旅マエから「心の準備」や「期待感を高める」ための仕

掛けもいるだろう。さらに、「この旅先で／その体験をする」ことの意義に旅行者が納得し、前向きに決意できるように「有意義なストーリー」を用意することも大切だ。

では、「学びや気づき」「心に残る感動



観光資源の「内面」を伝えて心を刺激する手法を構築

では、「学びや気づき」「心に残る感動

の場面」をいかにして生み出していか。日本国内にはインバウンド旅行者に対して自己変革を起こしうるような、強い刺激を与えられる観光資源があるだろうか？ニコラさんによると、「日本は生活インフラが整っていて経済活動は西洋と変わらず、法律も整備されており安全に旅しやすい国。一方で文化、精神的な面は欧米から見ると非常にユニークで刺激的」だそう。危険な目に合わずに刺激的な異国文化を体験できるため「気軽にTTができる国としてびつたり」だという。

日本文化を伝える観光資源として、寺や神社などの歴史的資源が挙げられる。しかし、その文化的背景は一見するだけではわかりにくく、日本人でさえ理解するのは難しい。奥深い魅力が魅力ではあるが、奥深さを理解しないと全国各地にある歴史的資源はどれも似たものに思え、その地域を訪ねる意義

が感じられないという問題もある。そこで着目したのが観光資源の「内面」だ。一般的には神社の建築などの「内面（見た目）」に注目しがちだが、その価値観や精神性といった「内面」を読み解き、背景にあるストーリーを浮かび上がらせ、体感させることで、旅行者に「気づき」を与えられるのではないかと（図A）。たとえば同じ「寺」を前にしても、外観を見るだけではなく視点を変え、建立した人を主人公にしたストーリーを伝えたら、その人物の視座や行動に共感し、日常に活かせる気づき、学びを得て、自己変革を促せるだろうという考えだ。そうして構築したTTの造成フレームが図Bである。この造成フレームを用いて、当研究では滋賀県を舞台にしたモデルトラベル（実証実験）を造成し、日本版TTの可能性を検証した。次項より具体例を挙げてTT造成について紹介していく。

## 造成フレーム4ステップに基づいた滋賀県でのモデルトラベルの組み立て方

### 学びを得る意識醸成に向け旅マエにも仕掛けを用意

本研究で構築したTT造成フレーム（図B）は、旅マエから旅アトまでのストーリーと体験設計を①学ぶ②経験・

体験③気づき・発見④変革、の4つのステップに組み込み、旅行者の自己変革を促していくもの。これを用いて今回、造成した2泊3日のモデルトラベルのテーマは「湖の国、滋賀県で活躍した侍の歴史史跡に触れ、日常に活か

トランスフォーマティブ・トラベルとは…意図的に旅をすることで、新しい生き方や世界との関わり方を学び、成長することを目指す旅。

協力いただいたトランスフォーマティブ・トラベル専門家



ニコラ・プゼさん  
アメリカ「Transformational Travel Council」会員、トランスフォーマティブ・トラベル・デザイナー



レティシア・ダコスタさん  
Japan Experience プロダクトマネージャー、エクスペリエンスデザイナー

表1 トランスフォーマティブ・トラベルと他の旅の違い

他の旅	トランスフォーマティブ・トラベル
<b>アドベンチャー・トラベル</b> 「自然」「文化交流」「アクティビティ」のうち2つ以上の要素を持つ旅行。旅行を通じ、自分自身の変化や地域社会への貢献を期待する。「学び」よりも「楽しみ」を重視したレジャー性の高さを特徴とする。	楽しむよりも、「学び」を得て、旅後の自分自身の可能性を高める（「成長」「自己変革」を得る）ことを期待する。
<b>ウェルネス・ツーリズム</b> 心身の健康を保ち、自分を見つめ直し、より良い生活を送るための旅。「原点回帰」「リフレッシュ」など回復・癒やしなどの効果を期待する。	日常生活で活かせる心身のライフケアを学び、「レベルアップ」「自己変革」につなげるなど、変わることで「新しい日常」につながる効果を期待する。
<b>コンシャス・トラベル (目標貢献型トラベル)</b> Conscious Travel (意識的な) とトラベル (旅) を指す旅行。主に、地球環境や保護活動など、あらゆるサステナビリティを意識した旅を行うことを期待する。	ジャンルは特定せず、あらゆるテーマの旅が対象。その旅ならではの「学び」を自分の生活に活かし、「成長」「自己変革」につなぐことを期待する。
<b>旅先の体験型・ツーリズム</b> 参加者が主体的に身体を使いながら参加し、目的のモノ・コトを完成させることを期待する。	気づき・発見など、身体以外の「内面化」を加えて、自分にとっての「成長」「自己変革」の目的を完成させることを期待する。

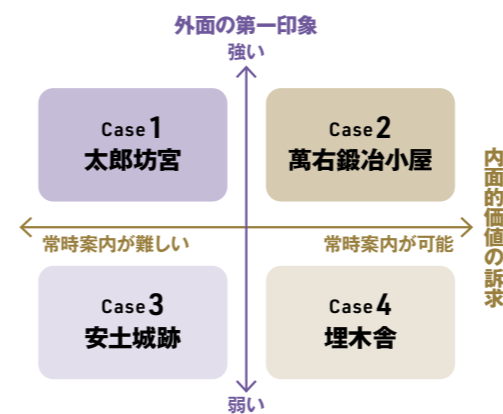


る学びを得る旅」とした。

旅マエの「①学び」に向けて欧米・アジアからの外国人参加者には、「TT/旅のテーマ/戦国時代と江戸時代/滋賀で活躍した2人の侍(織田信長、井伊直弼)について」を解説したリーフレットと動画を事前に送付。激動の時代を生きた2人の侍がどんな夢を描いて史跡を作ったのか、主人公を「感じられる」ように紹介し、聖地巡礼のような気持ちで旅に臨めるようにした。

「②経験・体験」するコンテンツに用いる観光資源は、40以上の候補地より旅のテーマに適した16カ所を選定。そして観光資源の外面だけでなく「内面(価値観、精神性)」をわかりやすく伝えること、先人の視点を共有・追体験できる、という点を意識して体験コンテンツを設計していった。

図C 観光資源の外面的・内面的な特徴分類



この体験設計にあたっては、エクスペリエンス・デザインの資格を有するレティシア・ダコスタさんの協力を得た。エクスペリエンス・デザインとはモノやインターフェイスをデザインするのではなく、人の感情や行動に焦点を当てて体験を意図的にデザインし、より満足度の高い体験を提供する手法である。「旅行は大きなエクスペリエンス(経験・体験)であり、欧米では旅行にもこの手法を取り入れている」とレティシアさん。この分野において「経験・体験」は「平凡・普通/意識して心に留まる/記憶に残る/意義深い/変革させる」の5段階があるとされ、TTが目指す自己変革を促すには最も高いレベルな「経験・体験」が必要となる。どのような見せ方・伝え方をすべきかは、観光資源の外面的・内面的な特徴によって変わってくる(図C)。その具体例を4つのケースで紹介したのがケース1~4である。

旅のテーマに共鳴できるよう伝え方・体験内容を工夫

いずれのケースにおいてもレティシアさんが大事にしたのは、旅のテーマで取り上げた2人の侍に対して参加者が「共鳴」できるようにすること。「旅のテーマにした侍に共鳴・共感して、自らが主人公になった気分」で訪問先の史

跡で先人の追体験をすると深い印象が心に刻まれ、価値観が変わるような自己変革が起きる確率が高まる」という。また、前項にて「③気づき・発見」を得るには「参加型体験」「人との交流」が有効であると述べているが、「参加者が共鳴できる境地になるには、まず心がオープンな、安心できる環境を作ることが大事。そのためには参加者同士や、参加者とホストの交流は有効」だとレ

ティシアさんは語る。今回のモデルトラベルでは参加者同士がその日に経験・体験したことを振り返る場を設けた。これにより参加者同士が打ち解けて仲間意識をもつ助けとなった他、「③気づき・発見」を加速させることにも役立った。それぞれの考えや学びを共有したことで他者からの気づきも得られ、個々の理解度・満足度を深めることができたのだ。

モデルトラベルを通して見えた、トランスフォーマティブ・トラベルが地域にもたらすもの

新しく施設を建てなくても、観光資源の高付加価値化は可能

ケース1~4に挙げた参加者の声を見ると、従来の「観光地の来訪」から「先人との視点の共有・追体験」へと見る角度・伝え方を変えたことで、「史跡を造った人の想いの痕跡」や「侍も各時代を懸命に生きた、私たちと同じ人間であること」がしっかりと伝わっていることが見てとれる。そうした自分だけの気づきを得て、参加者それぞれに自己変革がもたらされているようだ。この結果からは、「魅力を引き出す」「わかりやすく伝える」という見せ方の工夫により、観光資源の高付加価値化ができると言えるだろう。協力者のニコラ



その日の体験を振り返り意見を交換。他者の意見を聞くことが「新たな気づきになった」「より深い観点を得た」と好評だった

さんも、「今回のモデルトラベルではあえて琵琶湖や比叡山のような主道の場所ではなく、知られざる観光資源を取り上げた。それでもストーリーとナレ

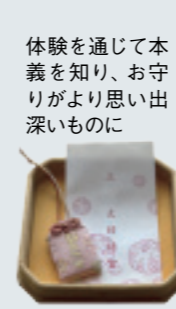
740段の階段の先に滋賀県が一望できる絶景と社殿が広がる。修験者の修行地であり、源義経も参拝したと伝わる勝利と幸福の神さまが祀られている。お守りづくり体験が人気で、多くの観光客が訪問。バスで社殿まで行くこともできる。

Case 1 太郎坊宮

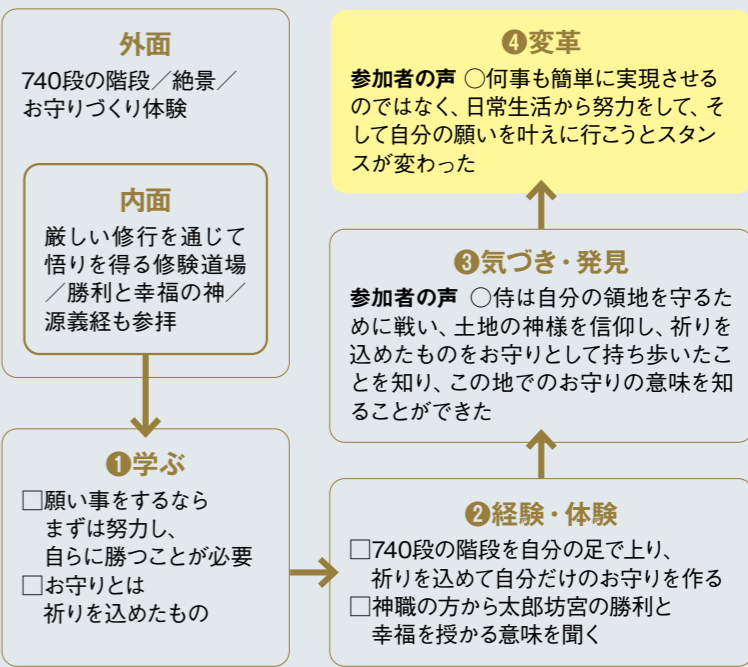
史跡(外面)の印象は強いが、内面的価値が伝えきれていない



「願いの前にはまず努力」という教えが実感できるよう、長い階段の参道をあえて自らの足で上ってもらった



担当事業者の声：太郎坊宮 権福宜・松井佑一さん  
「自分自身の成長を促す」という旅の動機付けの定義が勉強になった。古人から受け継いだ精神的な文化に思いを馳せ、参加者の方に「学び、気づき」のきっかけを提供する。これは文化財と観光を融和させ、振興する道筋を模索している私どもが目指すべきものと確信。TTが広がりを見せ、様々な歴史・文化・思想を互いに学び合える環境の到来を願っている。



Transformative Travel

Case 2 萬右鍛冶小屋

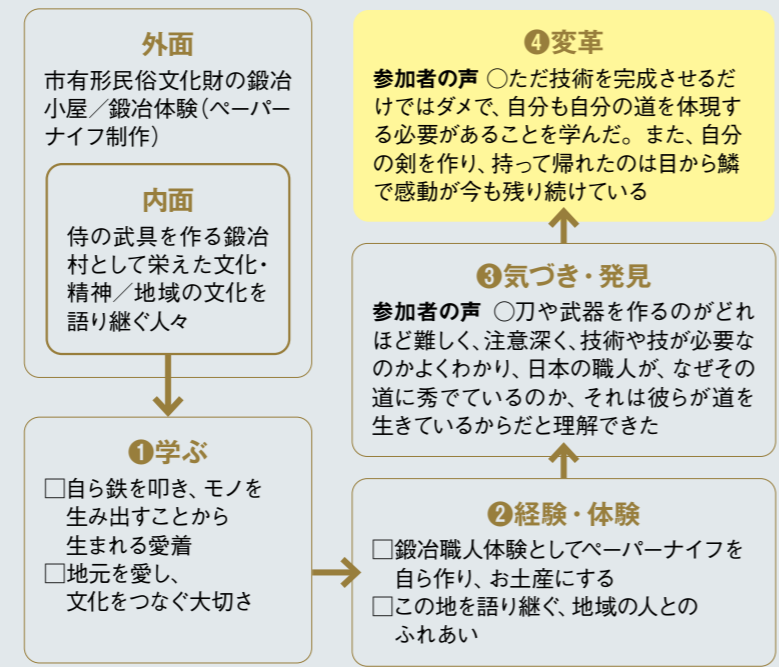
往時は武具を生産する鍛冶小屋が90軒以上あった長浜市鍛冶屋町。明治期以降の農具生産を経て昭和中期には一斉に廃業。1軒のみ現存するこの鍛冶小屋で、槍鍛冶の文化を復活・継承する活動が行われている。

史跡(外面)の印象が強く、想い(内面)を受け継ぐ人はいるが伝えきれていない



各自が手作りしたペーパーナイフは袋状に折ったリーフレットに収納する仕掛け。単なるお土産ではなく、旅を終えた後も「侍の精神」を思い出すアイテムとしても機能

担当事業者の声：萬右鍛冶小屋 代表・草野 武さん  
伝統を継ぐ我々は高齢となり、地域や他所からの応援も受けつつ技術を伝承したいと考えている。今回は鍛冶体験を通じて参加者が鍛冶の歴史と存在した意味、「鉄は熱いうちに打て」のことわざを体感し、鉄に関心をもってもらうという変化を起こせた。こうした取り組みで、今後も外国人を含めた様々な方たちに伝統を広めていけると嬉しい。





## 担当研究員より

今回のトランスフォーマティブ・トラベルを通じて得た大きな気づきは、外国人参加者が一貫して、その観光資源の「存在意義」に共感して、トランスフォーマティブを感じたという声が多かったこと。一般的には、観光資源の「見た目・印象」など外面にどうしても人は注目しがちだが、外面ではなく「内面」に価値があるのだ。また、日本の観光はコンテンツを増やすことを重視する傾向があるが、新しく何かを増やすのではなく、日本独特の歴史や伝統を持つ価値、生き方や考え方のものが活かされて、伝わるのが人生観を変える(=トランスフォーマティブ)旅の価値だと気づかされた。

旅の終わりに外国人参加者から、「すべてを日本語で実施することで、日本人にとっても学びになる旅でしょう」との声や、旅ナカで「サムライに加え、同じ時代に生きていた違う職業の人物、近江商人のエピソードを通じて滋賀県が数々の日本の大企業を生んだ、頭脳流出を起こしたことを知り衝撃的だった。今度は、日本の素晴らしいビジネスマンを生んだ精神性を、この地に戻って学びたい」との声もいただいた。このように自発的に、参加者たちから次のテーマが生まれ始めたことも、大きな学びとなった。

「新しい知的好奇心」を刺激するトランスフォーマティブ・トラベルは日本の理解しにくい観光資源でも、旅行者に気づき・学び・変革を届け、旅行者・地域をつなぐだけでなく、次の可能性を生み出すことができる創発的な旅の力がある。そしてホスト側も含めて皆にとって、新日常・変日常に向かう「次の自分に会いに行ける旅」だと感じている。



じゃらんリサーチセンター  
研究員  
**北 真理子**  
きた まりこ  
中央省庁や自治体・DMOと地域の魅力を国内外に発信する事業を担当してきた。現在、研究員としてトランスフォーマティブ・トラベルの研究等を行う。

ただ、ここで気を付けたいのは、「何を伝えるか、正確な情報は明確に用意しながらも、それをどう受け止めて、どんな気づきを得るかについては個々にゆだねること」だとニコラさん。「参加者が主人公となり、自らで学びとって答えを出してこそ自己変革につながる」ためだという。レイシアさんも同様に、「ゴールは参加者ごとによってよ

い」と話す。「今回の旅の目的の一つは、自分にとっての『肖像』を得てもらうこと。どんな肖像であるかは、参加者それぞれで構わない。ホスト側の役割は、その気づきを得るためのヒントを与えること」。レイシアさんは「日本はもと々おもてなしを大事にする国で、エクスペリエンス・デザイナーの下の地がある」とも言ってくれた。しかし、おもてなし精神ゆえに、我々日本人はともするとやりすぎなくらいにお膳立てする傾向もあるだろう。「ヒントを与え、答えは参加者自らにゆだねる」という2人の意見からは、間違ったおもてなし精神の発揮には注意が必要であることが見えてきた。

こうしたヒントを与えるための体験コンテンツを今回のモデルトラベルで造って見て、レイシアさんが再確認したのは「観光資源への深い理解と、ホスト側の人の重要性」だという。「扱う

観光資源にかかわる人物や歴史、精神性を含む内面の深い部分まで理解していないと、伝える内容が的外れなものとなる危険がある。そのため、まずはよく知ることが大事。そして今回のTTが成功したのは8割方、ホストのおかげとも言える。受け入れ側に、その観光資源にゆかりが深い、熱心な人がいることで、参加者にとっても特別な体験になった」という。

### 注目度が低い観光資源さえも リピーターを呼ぶ地になり得る

参画事業者からは、「体験型観光としての新たな切り口や旅行企画の提案ができた」「旅行者への訴求力が強いといえない観光史跡だったとしても、(TTのある地を通じて)旅行者の思い入れの手法を通じて、旅行者の思い入れの地に変えることができる」といった声が届いている。TTの造成プレールムに従って観光資源の内面を伝えてい

くと個性が際立ち、そこを訪れた人に強い印象を刻むことができるのだ。そして、「自分の人生に影響をおよぼすような思い出深い体験した参加者にとって、その地は特別な思い入れのある場所となる。つまり、参加者がリピーターになる可能性が高まると言えるだろう」とレイシアさんは語る。

「トランスフォーマティブ・トラベル」とは、自己変革を起こすための旅であると最初に述べた。今回のモデルトラベルを通じ、参加者に変革を促すような刺激を与える旅が、日本を舞台にしても構築できるとの自信を抱くことができた。さらに、一見すると何の変哲もないと見なされてきた観光資源であっても、やり方次第では十分に価値あるものになり得ると実感している。TTは地域にとっても、大いなる変革を起こす可能性を秘めていると言えるのではないだろうか。

## Transformative Travel

### Case 3 安土城跡

織田信長が天下統一の拠点として築城。革新的な考えを背景に、一地方の領主から勢力を拡大した信長の想いが随所に込められている。現在は天守・本丸御殿が焼失。「何もない」とみられることも多く、内面的な価値が伝えられていない。

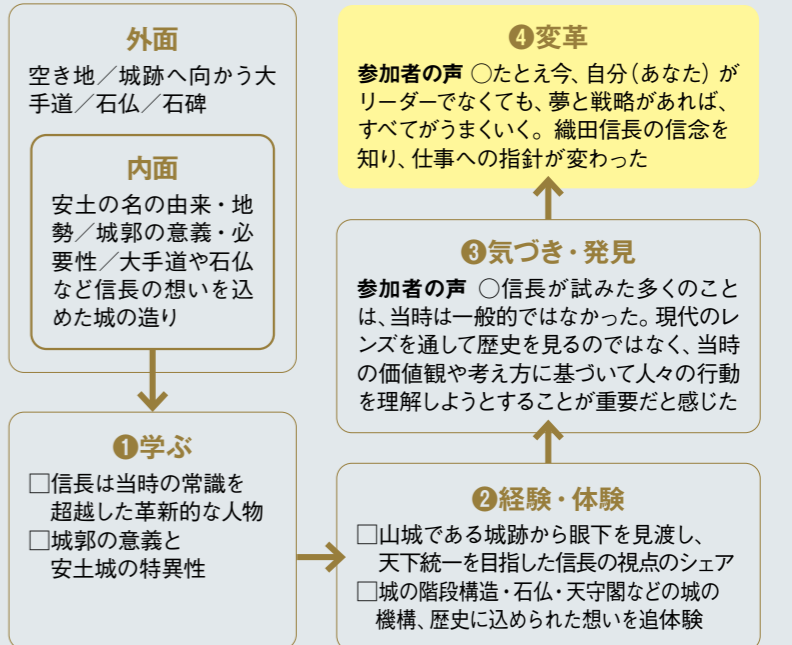
### 史跡(外面)の印象が弱く、内面的価値の訴求力も弱い



見通しがよい大手道の造りの背景にある、「威勢を示す」「天子を迎える」という信長の想いを解説。すると「何もない」と思えた城跡が価値あるものに

担当事業者の声:  
安土城跡 MONONOFU GUILD  
歴史・サムライコンテンツプロデューサー  
江澤大樹さん

今回の「旅行者が身近に感じるストーリー構成から史跡の持つ内面的価値を引き出す試み」により、安土城跡を「織田信長の想いを感じる場所」としたことで、「天子を迎える大手道(伝)」や、信長公の効率性をのぞかせる「石段に眠る石仏」などもストーリーを感じる重要なものになった。史跡を旅行者の思い入れのある地に変える一助となったと思う。



## Transformative Travel

### Case 4 埋木舎

彦根城外に建てられた井伊家の質素な屋敷跡。藩主の庶子として生まれた若き井伊直弼は不遇に腐ることなく、約15年間ここで武芸・学芸の修養に励んだ。歴史好きでない知らない人も多く、隣の彦根城や玄宮園と比べて認知度が低い。

### 史跡(外面)の印象が弱く、想い(内面)を受け継ぐ人はいるが伝えきれていない



井伊直弼にゆかりの深い大久保家の方から直に話を聞く機会を設けたことで、参加者にとって印象深い体験になった

担当事業者の声:  
埋木舎 副当主・大久保忠治さん

今回、外国人参加者に埋木舎の価値を伝えるにあたり、井伊直弼の茶道を通じた精神性、彼の青年期の苦悩や生活、また直弼の精神を後世に伝えるべく命をかけて埋木舎を守った大久保家の行動や考えに焦点を当てた。単なる史跡紹介ではなく、それにまつわるストーリーや隠された真実を伝えることにより体験型観光・旅行企画として新たな切り口での提案ができたと思う。

