

観光振興セミナー2024

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

人生観と資源の「見え方」が変わる
トランスフォーマティブ旅行とは？

2024年6月13日（木）

株式会社リクルート じゃらんリサーチセンター

研究員 北 真理子



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます



兵庫県西宮市出身

じゃらんリサーチセンター 研究員

北 真理子 (きたまりこ)

旅程管理主任者資格取得

ワインエキスパート取得

■2008年4月、株式会社リクルート入社。HR（人材）領域に約13年、従事。

- ・企業、自治体の新卒、中途採用、ブランディング・組織活性。営業、商品企画/販促、新規事業に従事。

■2021年4月、じゃらんリサーチセンター。プランナー→総合プロデューサーに従事。

- ・中央省庁や自治体・DMOと日本の地域の魅力を、国内外に発信する事業を担当。

■2023年4月、研究員を兼任。

- ・Transformative Travel（トランスフォーマティブトラベル）の研究を実施。

旅人の人生観と資源の「見え方」が変わる トランスフォーマティブトラベルとは？

– Transformative Travel is
Intentionally traveling to stretch learn, and grow into
new ways of being and engaging with the world.

出典：アメリカ・シアトル「社会目的法人TRANSFORMATIONAL TRAVEL COUNCIL」定義

– 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、新しいあり方や世界との
関わり方を学び、成長することを目指す旅。

※トランスフォーマティブの直訳は「変革的な」

目的型旅行

類似する目的型の旅行

アドベンチャートラベル

- ・自然・文化交流・アクティビティの2つ以上の要素を持つ。
- ・「**学び**」よりも「**楽しみ**」を重視。



トランスフォーマティブトラベル

- ・「**楽しみ**」よりも、「**学び**」。
- ・旅後の成長・自己変革を期待する。

ウェルネスツーリズム

- ・心身の健康を保ち、より良い生活を送るための旅行。
- ・「**原点回帰**」「**リフレッシュ**」など回復・癒やしの効果。



- ・日常生活で生かせる心身のライフケア、「**新しい成長・変化**」「**レベルアップ**」まで目指す。

着地体験型ツーリズム

- ・体を使いながら参加し、**目的のモノ・コトを完成**させる。



- ・体以外の“内面”も加えた、「**成長**」「**意識変革**」。

コンシャストラベル（目標貢献型トラベル）

- ・Conscious コンシャス（意識的な）。
- ・**地球環境や保護活動など**、サステナビリティを意識した旅。



- ・あらゆるテーマの旅が対象。その旅ならではの「**学び**」から、「**成長**」「**自己変革**」につなぐ。

トランスフォーマティブ トラベルは最も高い287%に。

類似する目的型旅行の約10年間のSNS投稿トレンド増減率

| | 話題量 |
|------------------------------------|-------------|
| アドベンチャー【Adventure】 | -37% |
| ウェルネス【Wellness】 | 207% |
| コンシャス【Conscious】 | 271% |
| 体験型【Experiential】 | 209% |
| トランスフォーマティブ【Transformative】 | 287% |

出典：ソーシャルリスニング調査（2023年度実施）
調査期間：2013年1月1日～2022年12月31日

どのように旅行者と日本の地域を結び付け、
地域に新しい観光の可能性をもたらしてくれるか？

旅行者

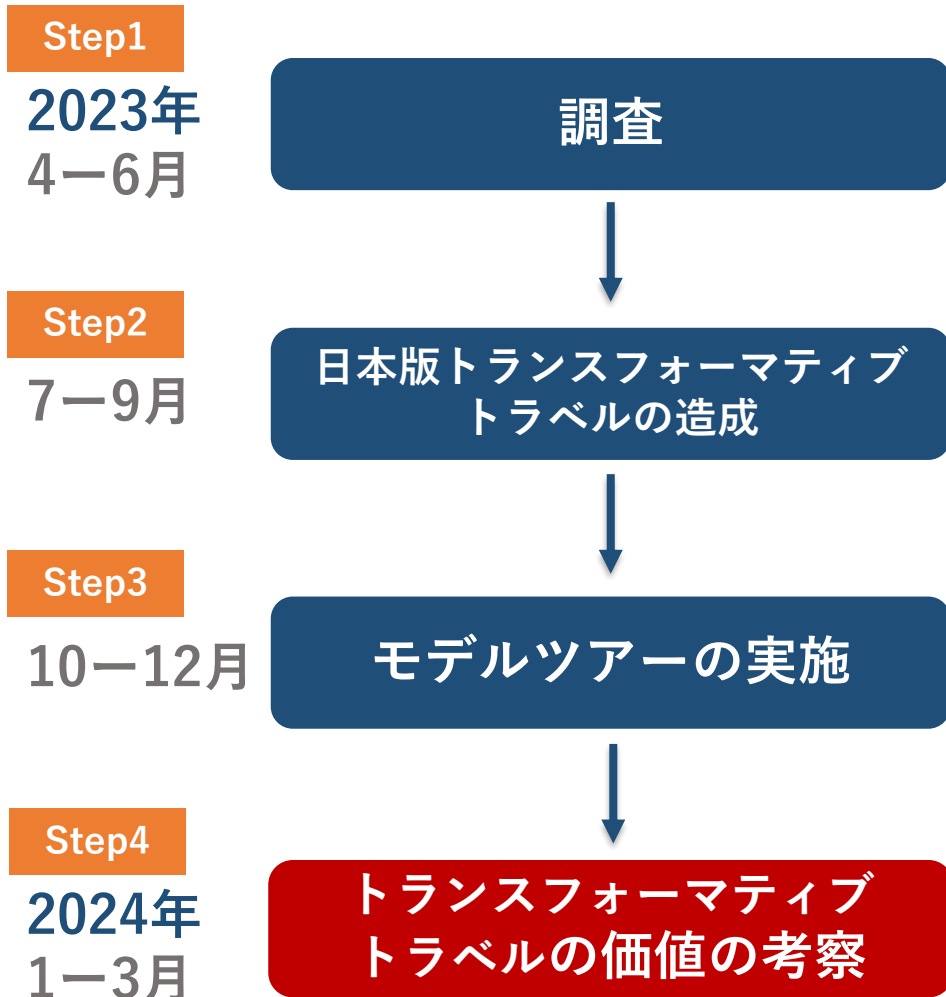


日本の地域

トランスフォーマティブ トラベル



概要



- ・トランスフォーマティブトラベルの特徴
- ・外国人が日本に期待すること

- ・日本で実施する際に乗り越える壁

- ・日本の地域での実施、検証

- ①どのように日本の地域の魅力を旅行者に伝えることができるか？
- ②トランスフォーマティブトラベルを取り入れる日本の地域の可能性

北 真理子



全体進行

ニコラ プゼ



トランスフォーマティブ
トラベル
デザイン

江澤 大樹



ストーリー設計

レティシア
ダ コスタ



旅の体験設計
(エクスペリエンス デザイン)



トランスフォーマティブトラベルデザイナー

ニコラ プゼ (フランス パリ出身)

2016年、フランス観光開発機構

日仏プロモーション担当として、日仏観光交流の強化、フランス地方のデスティネーションブランディングに従事。

2018年、訪日観光客向け寺院滞在型文化体験の運営担当

京都に移住し、日本発の富裕層向け寺院滞在型文化体験プログラム（いろはにほん）の実施・運営に尽くす。

2022年より、トランスフォーマティブトラベルデザイナー

米国のTRANSFORMATIONAL TRAVEL COUNCILの下で、トランスフォーマティブトラベルの思想とノウハウを取得。日本版の新型トランスフォーマティブトラベルの実現とキュレーションを取り込む。

日本がトランスフォーマティブ トラベルに最適だと感じた背景

① 異国文化

「モダン・伝統」の2つの側面があり、世界中の旅行者がその**独特性**に興味津々（わびさび、武士道、アニメ…）

② 大自然への没頭

自然景色の**多面性**（北海道⇄沖縄）に加え、日本の美しい「**四季**」（桜、紅葉…）が世界中の人々を魅了できる

③ 現地人との交流

日本人の日常生活のユニークな習慣（例：お店の清め塩、トイレの温水洗浄便座、お辞儀のあいさつ、立ち食いの食文化…）が何度も旅行者に**驚きと刺激**を与えて、当たり前であった自分の価値観に挑む

④ 神秘性の実践

アニミズム（神道）、仏教13宗派、自然宗教（修験道）など、インドを除き、日本ほど**豊富な精神的な体験**を提供できる国は他にない。

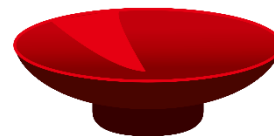
⑤ 挑戦

「**便利と不便**」（例：言葉が通じない（＝英語が苦手）の多数場面、靴を脱ぐ習慣…）両方を体験するからこそ、日本は「**ちょうどよい**」具合の挑戦感を与える国である。

日本の観光資源の難しさ

1、意味を理解すること
(≡奥深さ・奥ゆかしさ)

2、表面的に似ている
(≡一定訪問・体験すると
似たようなものを見た感覚に)

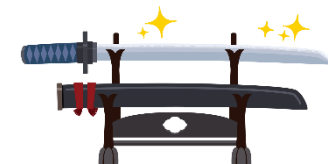


造形美

礼儀



精神性



文化



商家の町並み。
画像：筆者撮影



自然美

“存在意義”に共感して、トランスフォーマティブを感じた

食

「**胚芽米**」は白米と玄米の間の「ちょうどいい」選択。おいさと栄養価を両方兼ね備えた第三の品種と出会い、アメリカで日本スーパーに通い始めた。

世界有数の長寿県・沖縄県で、長寿の秘密「ぬちぐすい」を学び、「**ぬちぐすい**」の知恵、哲学、生き方を取り入れている。



画像：沖縄方言辞典より

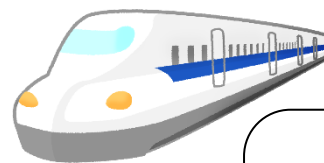
日本特有の食材で、食生活が健康的になった。

伝統文化

日本で古くからの巡礼路を歩いて、**困難を克服しようとする**ことが、**自分の期待を超える**のに有効と学んだ。



先端領域



日本の新幹線が、**効率性や時間の大切さ**を教えてくれた。

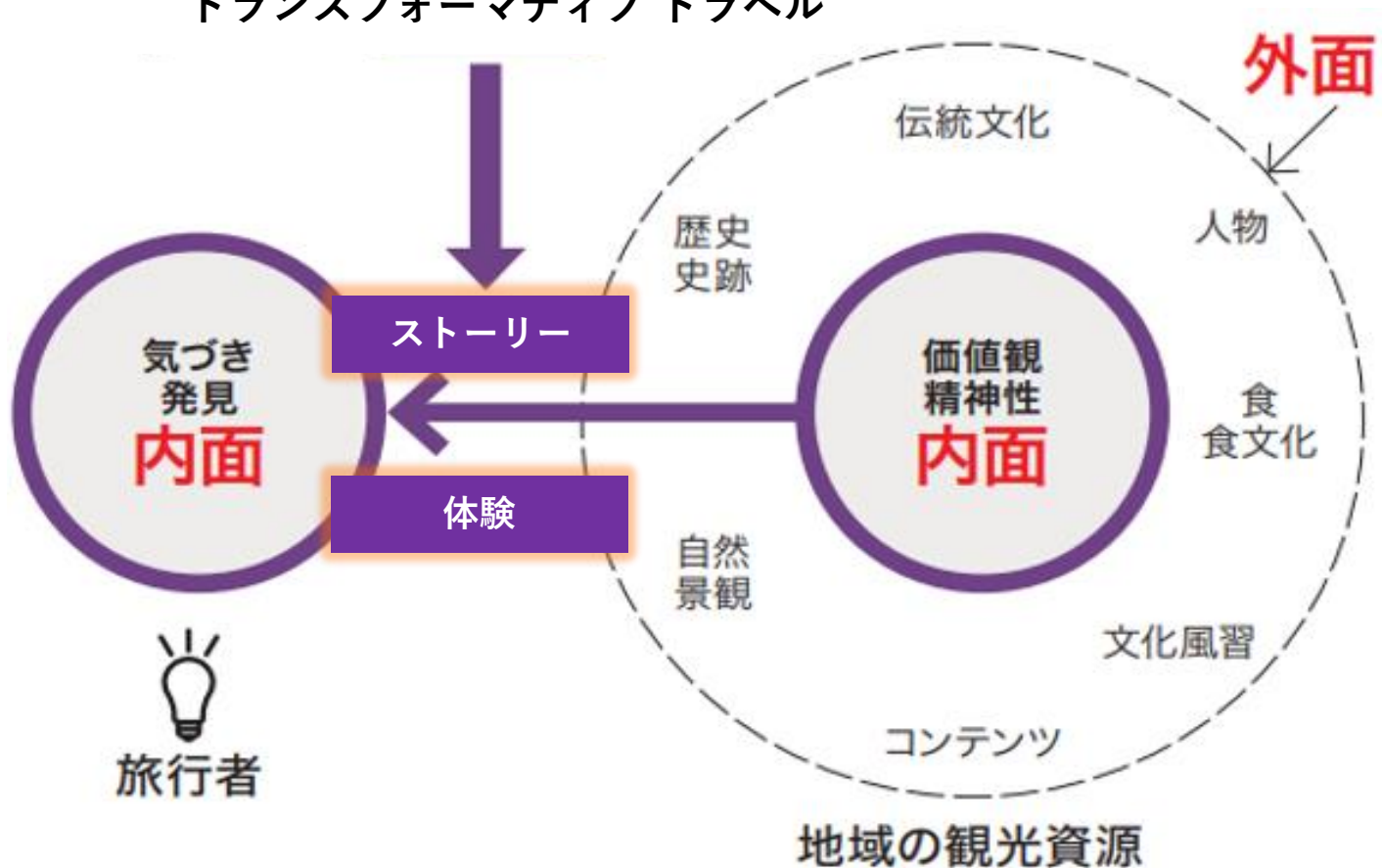
日本でのトランスフォーマティブ トラベルの実現

日本独特の歴史や伝統が持つそのものの価値

生き方や考え方そのものが人生観を変える旅先

地域観光資源の“内面”を読み解き、
 その背景にあるストーリー（生き方や考え方）を浮かび上がらせ
 体感させることで、気づき・発見が伝えられるのではないか。

トランスフォーマティブ トラベル



観光資源の“内面”を伝えるため、2つの観点を導入

ストーリー

+

体験



江澤 大樹

歴史・サムライコンテンツプロデューサー

大河ドラマや映画など数々の映像作品・イベントで、出演や殺陣・馬術・所作の指導・演出・構成を担当。
 主宰のMONONOFU GUILDでは歴史知識とエンタメに関わってきた独自の観点から、**日本全国の史跡の魅力掘り起こし、歴史を楽しむための事業**も運営している。

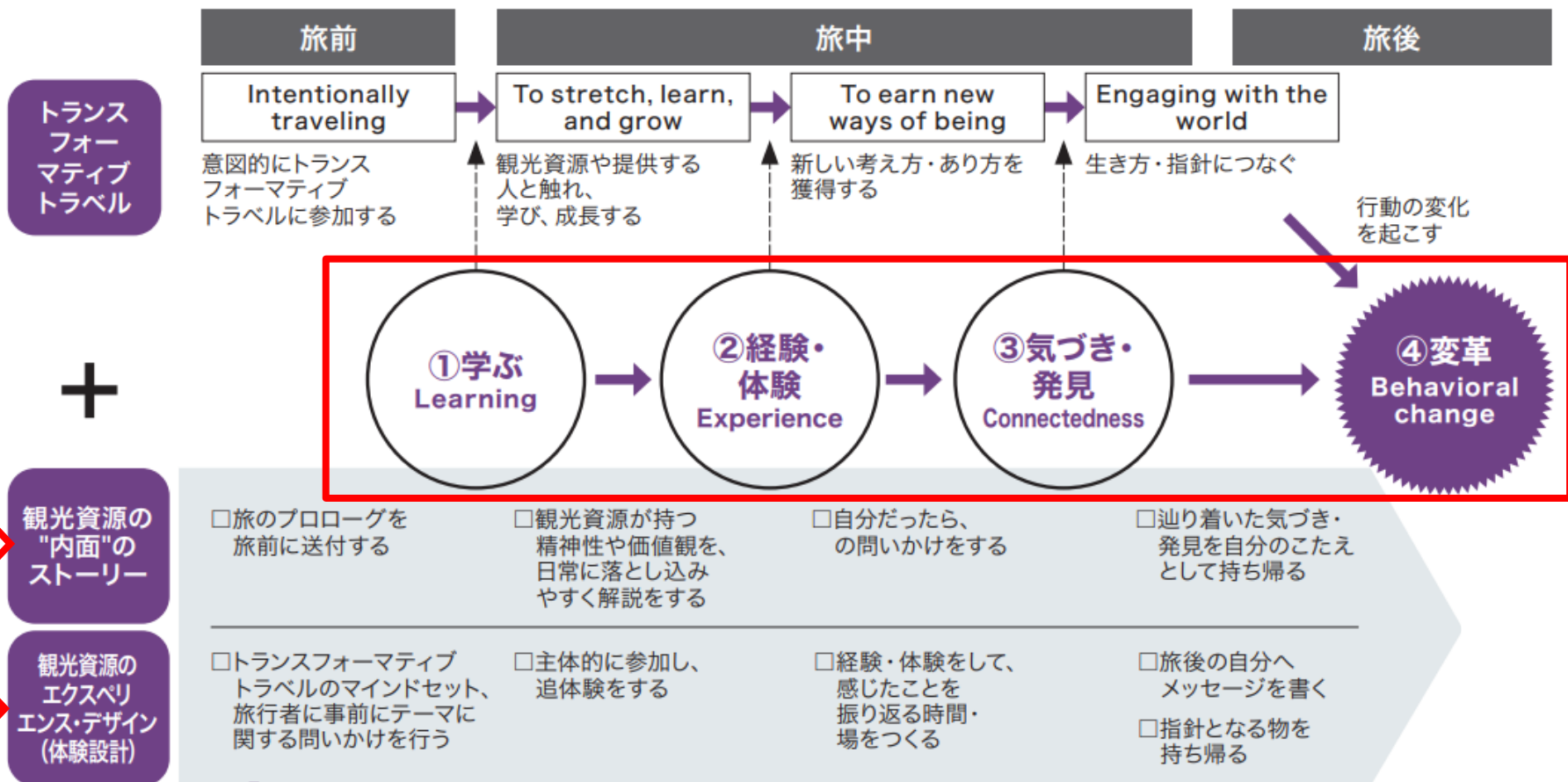


レティシア ダ コスタ

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

フランス出身。インバウンド経歴12年。
 旅行会社Japan Experienceで、パートナーシップ構築、旅行商品の開発、全国200個のアクティビティのカタログを作成。
 2022年、**エクスペリエンス デザイン**の資格を取得。豊富な旅行経験とグローバル視点を生かし、日本の有形無形の価値をデザインする。

ストーリーと体験設計を①-④の4つのステップに組み込み、日本版のトランスフォーマティブ トラベルを造成。





- 京都、奈良に次ぐ文化遺産
- 東の日本、西の日本をつないだ
長年の歴史が交差する地
- 数々の有名な武士、商人を
輩出した地

他、古くから日本の貿易・経済
を支えた面積が日本一の湖 琵琶湖
など

『湖の国、違う時代に生きた二人の侍の歴史・史跡を辿り、 今の生き方を学ぶ旅』



20代後半～40代半ばの欧米（アメリカ・カナダ・イタリア）
アジア（シンガポール）の外国人にモデルツアーを実施。

制作：配布リーフレット表紙

40以上の候補地・10以上のルートをつくり、2泊3日・5市16の訪問地を選定。
野洲市・東近江市・近江八幡市・彦根市・長浜市

地域・事業者様のご紹介
旅程のご協力

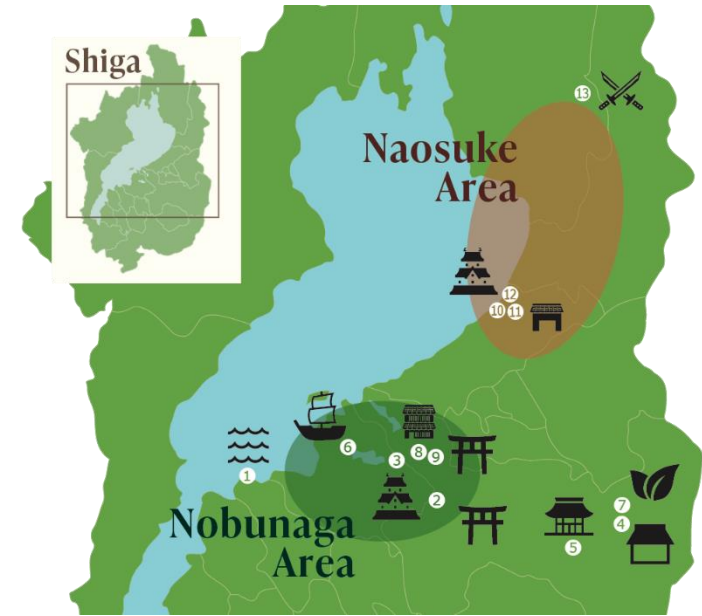
滋賀県様

びわこビジターズビューロー様

東近江市観光協会様

滋賀県
各事業者様

| 側面 | 体験 | 場所 | ポイント | 予約 |
|--------------|-------------------|-------------------------|-------------------------|-------|
| LEGACY | 武士時代の歴史を知る | 近景の歴史 安土城跡 | ♪近景の案内者から学ぶ、「お城」にできるのか? | × |
| NATURE | 本郷まで行く | 本郷まで行く | | |
| NATURE | 日本茶との触れ合い | 日本茶との触れ合い | | |
| CULTURE | 剣術体験 | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン1 | 道間魂利他 |
| CULTURE | 小刀を休る (4H) | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン1 | 道間魂利他 |
| CULTURE | 茶道 (★武家茶道) | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン1 | 道間魂利他 |
| CULTURE | 縁織 (津波リ・金箔押し・縁織) | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン1 | 道間魂利他 |
| CULTURE | 日本舞踊 (1930) | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン3 | 道間魂利他 |
| SPIRITUALITY | 巫神 | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン3 | 道間魂利他 |
| SPIRITUALITY | 刀の御歌い | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン7 | 道間魂利他 |
| SOCIETY | 着物着付け | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン7 | 道間魂利他 |
| SOCIETY | 人力車 | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン7 | 道間魂利他 |
| SOCIETY | 昔の屋敷へ、遊びに来る | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン2 | 道間魂利他 |
| GASTRONOMY | 近景の旅館体験とお酒ペアリング | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン2 | 道間魂利他 |
| ★ LODGING | 近景の旅館 | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン2 | 道間魂利他 |
| ★ LODGING | 日本の歴史家 → 自然 × 英検科 | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン2 | 道間魂利他 |
| ★ LODGING | モダン宿泊体験 | Transformativ Travel | 1泊2日 パターン2 | 道間魂利他 |



滋賀県の2泊3日のトランスフォーマティブトラベルに、
ストーリー、体験設計を導入。



制作：スタッフ用のしおり

旅前

旅中

旅後

トランス
フォー
マティブ
トラベル

①学ぶ
Learning

②経験・
体験
Experience

③気づき・
発見
Connectedness

④変革
Behavioral
change

観光資源の
"内面"の
ストーリー

わかりやすく
理解する

意味付け

訪問の順番

観光資源の
エクスペ
リエンス・デザイン
(体験設計)

追体験

人との触れ合い

考える時間

持ち帰るもの

順不同



トランスフォーマティブ旅行について・滋賀県について・
テーマを旅前のプロローグとしてリーフレット・動画で送付。

WHAT IS THE TRANSFORMATIVE TRAVEL ?

The Transformative Travel is intentionally traveling to stretch, learn, and grow into new ways and engaging with the world.

In short, make travel personal & meaningful life experience (again!)

* Transformational Travel Council

THE 3 CORE BEHAVIORS OF THE TRANSFORMATIVE TRAVELER

CORE BEHAVIOR

- KEEP AN OPEN MIND AND GENUINE CURIOSITY
- BE PROACTIVE & ACCEPT JOURNEY CHALLENGES
- EXPERIENCE WITH YOUR 5 SENSES (BODY & SOUL)

CONNECT

ENGAGE

FEEL

OUTCOME

- SENSE OF WONDER
- SERENDIPITY
- LASTING EMOTIONS

旅前のメッセージ動画QRコード ↓



是非、お時間あればご覧ください★

Transformative "SHIGA" Travel
What is the best Summer for you?

- Samurai of Legend - Discover The Legacy of Two Samurai of Legend Who Shaped The Land of The Lake, "SHIGA"

The Sengoku Period (1500-1600)

This period started when Sengoku Shogun (Ogoye) established military hegemony throughout the country to control the land and the people of it. People fought for territorial expansion, and only Nobunaga Oda... The strongest survived. His military, philosophy, and weapons were disseminated to other domains. The tea ceremony was used as a means of spiritual cultivation and negotiation.

The Edo Period (1600-1868)

In contrast, the Edo period was a time without conflict, including military and discipline, was still characterized and organized as an example to the outside world. Cultural activities of the Edo period such as Zen, tea ceremony, haikai, and so on.

Nobunaga Oda (1534-1582)

Famous expression: "Tenka Fubu" (Peace under the world.)
Position: Sengoku Busho (Shiga's general and master of the land)

Naosuke Ii (1618-1650)

Famous expression: "Ishigo Ichibu" (Peace every season, for it will never cease.)
Position: Daimyo (Shiga's premier, after the Shogun)

What is "Transformative Travel" ?

"Transformative Travel is intentionally traveling to stretch, learn, and grow into new ways of being and engaging with the world"

道間和 (Michiwa Kazu)





激動の時代を生きた2人の侍を、
時代背景とともに、
主人公としてストーリーを浮かび上がらせる。

戦国時代 織田信長

井伊直弼 江戸時代

The Sengoku Period

This period started when Sengoku Busho (highly positioned warlords) emerged throughout the country to control the land and the people on it. People fought for territorial expansion, and only

the strongest survived. War methods, philosophies, and weapons were developed in order to defeat opponents. The tea ceremony was used as a means of spiritual unification and negotiation.

The Edo Period

In contrast, the Edo period was a time without conflict. Tokugawa Ieyasu became Shogun and the Edo shogunate ruled the nation. Samurai no longer had to fight, but the spirit of bushido,

including morality and discipline, was still cherished and served as an example to the people. Cultural aspects of bushido such as Zen, or tea ceremony, became popular.



Nobunaga Oda

(1534-1582)

Famous expression: "Tenka Fubu"
(Restore order to the world.)

Position: Sengoku Busho
(Highly positioned warlords of the land)

As a Samurai of the Sengoku period, he won many conflicts and ruled major parts of Japan. Born as the son of a lord of a castle in Owari (Aichi Prefecture), he

天下統一を思い、
一大名から霸王へ
当時の常識を超越

Shiga



Naosuke Ii

(1815-1860)

Famous expression: "Ichigo Ichie"
(Treasure every encounter, for it will never recur.)

Position: Tairo
(Highest position after the Shogun)



Samurai of the Edo period, he became one of the chief administrators of the Hikone domain and the Shogunate, and

一期一会を残す。
文武に秀で、幕府の
先頭で開国を決断



太郎坊宮

東近江市

“お守り”づくり体験が有名。
勝利と幸福を授ける神様。
修験者の修行地でもあり、数々の侍が参拝したと伝わる。



▲石段740段の先に、滋賀県を一望できる絶景・社殿が広がる



▲「疲れた！」という気持ちをぐっと抑え、晴れた気持ちで登ってください

バスで神社まで上ることが可能。



・ お願いで望む成功は、
努力して、
自分に勝つことから始まる。

・ 740段の階段を
自分の足で登り、
自分だけの お守りを作る。



▲宮司さんから勝利と幸福を授かる意味を聞く



▲好きなデザインのお守り袋を選び自分だけのお守りを完成

画像：筆者撮影





安土城跡

近江八幡市

1585年、焼失により廃城。
織田信長が天下統一の拠点として築いた城。



▲真っすぐに城に続く安土城大手道



▲石仏 信長の権威も示した

「景色はきれいだが、
行っても何もない」
と言う人も多い。



- ・革新の人、織田信長の視座
思いを込めて作った他の城
との造り方の違い、を共有。
- ・安土 (peaceful island)
と名付けた由来を
頂上から感じる。
※諸説有



▲安土城の再現見学 信長の館



▲信長が遺した言葉「天下布武」の石碑

画像：筆者撮影



埋木舎

彦根市

“一期一会”もここで生まれる。
井伊直弼が32歳まで約15年、勉学・修行に
励んだ家。



▲「埋木舎」埋もれて外から見えない
という意味。井伊直弼自身が命名。



▲現在、埋木舎を守り、事績を語り継ぐ
大久保家から直弼公の心、生涯を聞く。



▲井伊直弼が立ち上げた流派を継ぐ彦根
一會流による薄茶お点前追体験



▲井伊直弼が考案した行鉢式茶懐石を参
考にしたお弁当

彦根城や玄宮園など
大きな観光資源が隣接し、
必須立ち寄り地として
想起されにくい。



- ・ 藩主の家に生まれながら、
不遇の時期を嘆くことなく、
文武の修練に精進。
- ・ その後幕府の大役を担い、
日本を左右する開国の決断を
した大局観・覚悟の力。

画像：筆者撮影

② 経験・体験
Experience

- ・ 心理進行を促す、「侍の剣術追体験」
- ・ 地域で文化を受け継ぐ方に、「今の日常に生かせる知識・受け継ぐ指針」を教えてもらう



▲刀の持ち方



▲礼儀作法



▲剣術本番



▲政所茶畑訪問
(東近江市)



▲近江商人屋敷の家主と
(東近江市)



◀▲萬右鍛冶小屋
刀づくり
(長浜市)

画像：筆者撮影



経験・体験したことを感じる時間・場を設定。
織田信長の気持ちを想像し、近江商人の舟から安土城を眺める。

※右側写真



▲夜の振り返りタイムの様子。理解深度にもつながった
(東近江市)



▲琵琶湖 船頭体験の舟から見る安土城跡
(東近江市)

画像：筆者撮影



▲座禅の様子。井伊直弼の文武をイメージする
(東近江市)



侍の精神を思い出せる鍛冶職人のペーパーナイフとお守り、
旅の終わりには自分へのメッセージをまとめ、
旅後に見返せるようにした。



▲萬右鍛冶小屋（長浜市）
定年退職された地元の方々が集まり、長浜市の刀鍛冶の文化を復活させ、受け継いでいる

▲リーフレットが刀入れに
旅前に送付したリーフレットが刀入れになる仕掛けを作り旅後も持ち続けられるように

▲太郎坊宮の自分だけのお守り

画像：筆者撮影



外国人参加者の声

- ・たとえ今、自分（あなた）がリーダーでなくても、**夢と戦略があれば、全てがうまくいく。**彼はナポレオンのようだ。
- ・信長が試みた多くのことは、当時は一般的ではなかった。現代のメガネで歴史を見るのではなく、当時の価値観や考え方に基づいて人々の行動を理解したい。
- ・彼の決断の理由が旅に行く前はよく分からなかったが、今は彼の考え方が理解できた気がするし、**正直力を与えてくれる物語だった。**
- ・**憎まれると分かっても決断する時、どうすれば強くいられるかを教えてくれた。**
- ・刀や武器を作るのがどれほど難しく、技術や技が必要なのかよく分かり、日本の職人が、なぜその道に秀でているのか、それは彼らがその道を生きているからだと理解できた。
- ・**ただ技術を完成させるだけではダメで、自分も自分の道を体現する必要がある**ことを学んだ。自分の剣を作り、持って帰れたのは目から鱗で感動が今も残り続けている。
(萬右鍛冶小屋)



④ 変革

Behavioral
change

旅後の価値観・行動の変化

- ・時には異なる考え方が否定的に受け取られることもあるが、本当に信じているのであれば、**勇気を出して進んでいくことが重要だ**。仕事への指針が変わった。（安土城跡）
- ・「一期一会」**出会いと別れの感謝の気持ち**をすでに取り入れている。（埋木舎）
- ・この地でのお守りの意味を知ることができた。
**何事も簡単に実現させるのではなく、日常生活から努力をして
そして自分の願いをかなえに行こう**とスタンスが変わった。（太郎坊宮）



観光地の来訪→ストーリーと体験設計で
「先人との視点の共有・追体験」へ見る角度を変えたことで、
「**史跡は建てた人の思いの痕跡、
侍は各時代を懸命に生きた私たちと同じ人間**」
その人らしく生きるとはどういうことなのか、まで
旅行者自身が理解を深め、気づきの持ち帰りを可能に。

画像：筆者撮影

事業者様の声

「**単なる史跡の紹介にとどまらず**、それにまつわるストーリーや人物の人となり、また**現代まで保存に尽力した人々の思いをいかに伝えるかが重要**だと気づきを得て、今後の活用を考える上での一助となった」

距離の問題や周囲に栄えている観光地がないことから、**魅力を伝えにくい環境課題**があったが、自分たちの史跡のファンとなってくれたことに**自信を持てた**。今後もっと多くの外国人たちに、発信をしていきたい。

新たな兆し

対象は日本人にも

トランスフォーマティブ旅行は、全行程を日本語で行うことで、**日本人にも学びとなる旅**でしょう。

新たなトランスフォーマティブ旅行の発見

侍の活躍だけでなく、滋賀県が頭脳流出を起こしたことを知り衝撃的だった。滋賀県が日本の歴史的な素晴らしいビジネスマンを生んだ精神性を次回学びたい。

滋賀県でも自発的な、次のテーマが生まれ始めている。



画像：筆者撮影

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
旅行者・地域をつなぐだけでなく、次の可能性を生み出す創発的な旅。

同じ場所に戻らない、新日常・変日常に向かう “次の自分に会いに行く旅”



どのように旅行者と日本の地域を結び付け、
地域に新しい観光の可能性をもたらしてくれるか？

旅行者



日本の地域

1 難しいテーマでも、
観光資源に手を加えなくても、「魅力を引き出してわかりやすく伝える」
に寄与し、結果的に地域・観光資源そのものの価値を高められる。
(ガイドがいなくても実施は可能)

2 観光資源の“内面”の個性（成り立ち、オリジナリティなど）が伝わるため、
旅行者が一つひとつの観光資源・地域に特別な思いをさせ、
リピーター、関係人口化となる新しいファン（旅行者）を連れてくる可能性。

観光振興セミナー 2024

オープン・ラボ Online

～観光の新たなカチ・カタチ～

ご視聴いただきありがとうございました

本講演内容に関するお問い合わせは
研究員 北 真理子に
お尋ねください

株式会社 リクルート
じゃらんリサーチセンター
jalan_rc@r.recruit.co.jp



▲本講演資料はこちらのQR
コードからDLいただけます

【ご注意：本資料の転載・複製での利用について】

- 本資料は、株式会社リクルート（じゃらんリサーチセンター）の著作物であり、著作権法に基づき保護されています。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する際は著作権者の許諾が必要です。

事前に当社までご連絡ください。使用用途によって転載・複製をご遠慮頂く場合もございます、予めご了承ください。

※問い合わせ先

- [メディア・報道機関の皆様]株式会社リクルート 広報担当 <https://www.recruit.co.jp/support/form/>
- [その他企業・自治体・一般の皆様]じゃらんリサーチセンター事務局 E-mail: jalan_rc@r.recruit.co.jp
- 本資料は当社が信頼できると判断した各種データに基づき作成されておりますが、その正確性、確実性を保証するものではありません。本資料を利用する場合にはお客様の判断で利用してください。また、資料に記載された内容は予告なしに変更されることもあります。