

(演題) 観光を通じた持続可能な地域資源の活用と継承 (12P)

(副題) 「宮大エツーリズム」「スーパージャパニーズツーリズム」の試み (12P)

○発表者氏名 (所属)

宮本裕子 (公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー) (11P)

共同研究者氏名 (所属)

増淵達也 (株式会社ルートアンドパートナーズ)

キーワード: 観光、循環型経済、地域資源 (11P)

【1】目的 (10.5P)

世界無形遺産である日本の木造建築技術や宮大工の目線を観光コンテンツとして編集した「宮大エツーリズム事業」、横浜の偉人を「横浜版スーパージャパニーズ」と称し、歴史的な横浜ストーリーを「人的ソフト資産」という切り口で磨き上げ、稼げる看板商品として創出する「横浜版スーパージャパニーズ ツーリズム創出事業」の2つの事例を紹介し、観光収入により持続可能な地域資源の継承を図る循環型経済の実現について考察する。

【2】方法 (10.5P)

(1) 宮大エツーリズム

(2021年度文化庁「上質な観光サービスを求める旅行者の訪日等の促進に向けた文化資源の高付加価値化促進事業」採択事業)

宮大工の伝統的な技の披露と温泉旅館宿泊を組み合わせたトラベルエクスペリエンス開発の実証実験モニターツアーを神奈川県湯河原町で実施した。このモニターツアーは、世界で最も古いビジネスである宮大工と世界で二番目に古いビジネスである温泉旅館を組み合わせた「まさに」サステナブルツーリズムを国内外富裕層旅行者に対して販売する新たな取り組みの一環となっており、同時に、子連れファミリー、生活者としての外国人、さらには富裕層マイクロツーリズム検証にもつながる多様なモニターの参加によるポストパンデミックの時代の富裕層旅行の在り方を考える実証実験ともなった。



(2) 横浜版スーパージャパニーズツーリズム創出事業

(2022年度観光庁「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」採択事業)

横浜に足跡を残す様々な「横浜的偉人」を「横浜版スーパージャパニーズ」と称しつつ地域資源として現代に再現、歴史的な横浜ストーリーを「人的ソフト資産」という切り口で磨き上げるファンマーケティング関連事業を通じ、横浜における多面的な関係人口創出の切り札のひとつとして、また、横浜の稼げる看板商品として創出・育成し、国内富裕旅行者を皮切りに海外富裕旅行者への浸透をはかる。

具体的には、「宮川香山」「山口小夜子」「原三溪」を「横浜版スーパージャパニーズ」とし、ストーリー性のあるサステナブルマーケティングプログラム（独自のオープンイノベーションプログラム、体験ギフトプログラム等）を構築し、さらにサステナブルファイナンスプログラム（横浜銀行への制度信託、企業版ふるさと納税、たからくじ等）を構築し、継続的な販売体制を作りあげ、文化財保護に充当していくことを想定している。

Yokohama Super Japanese リスト



原三溪

【経歴】実業家、美術品収集家、茶人。美術品の収集家や茶人として知られた。25歳頃から集め始めたコレクションは5000点を超え、没後に美術館や他の個人収集家に画家の生活費を支給したりなどパトロンでもあった。横浜本牧に三溪園を作り、京都や鎌倉の古建築の建物を移築した



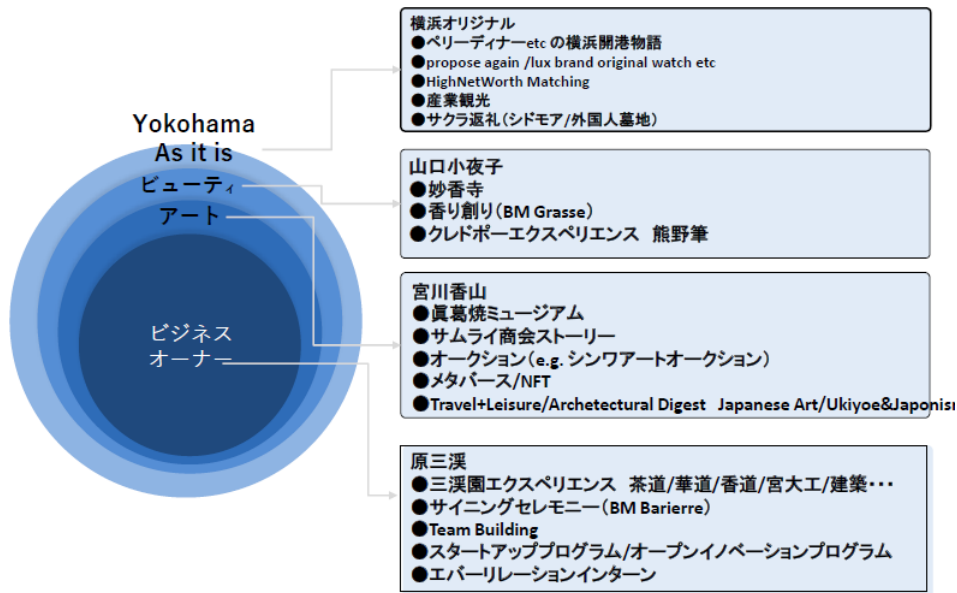
宮川香山

【経歴】陶芸家。明治時代の日本を代表する陶工。高浮彫、真葛焼（横浜焼）の創始者。35歳の時、当初欧米に流行していた薩摩焼を研究し「高浮彫（たかうさぼり）」と呼ばれる新しい技法を生み出す。高浮彫で作られた真葛焼はフィラデルフィア万国博覧会に出品されると多くの国に絶賛され、真葛焼と宮川香山の名を世界に知らしめた。



【経歴】ファッションモデル。1972年にパリコレクションに起用され、次いでニューヨークコレクションにも出演。切れ長の目と黒髪のおかっぱ髪で登場し日本人ブームを起こした。彼女のエキゾチックな顔は、ヨーロッパで熱狂的に支持され、「SAYOKO マネキン」というマネキン人形が欧米のブティックを席巻した。1977年には、雑誌『ニュースウィーク』の「世界のトップモデル6人」にアジア人で初めて選ばれた。

Experience Target



Experience Matrix



【3】結果 (10.5P) 【4】考察 (10.5P) 【5】結論 (10.5P)

「宮大工ツーリズム事業」については、寺社、古建築など、文化財の修繕費の財源不足という課題に対し、観光収入で伝統技術、文化財保護に充てるという循環型経済の創出の一助になりえるという結果が得られた。もっとも古い木造建築技術を現代建築との比較の中で体験していくレアなプログラムという評価を得ている。

さらに、匠の側の継承者問題や、地元の職人が起用されず、いわば匠の地産地消が行われていない現状にも一石を投じることができた。観光という視点で、文化財の価値に光を当て、失われつつある郷土愛を育む「学び旅」の新しい形として期待をしている。

今後は、横浜の寺社の保存に観光収入が役立てるよう、横浜の寺社を舞台にツアー造成を試みるほか、本実証実験に注目していただいた日光の寺社&ホテルやニセコ/倶知安の寺社&ホテルなどでも同様のツアー造成をし、全国寺社に個別に横展開をしながら、全体感としてはシームレスな全国寺社体験につなげていくことを企図している。

一方、地域の子供の実践教育や障がい者の生きがいにつながる「宮福連携」の取り組みとして、彼らのデザインに基づいた「かんなくず/木くず」をアートギフトとして販売する「Project SUTENAI」と名付けた計画をたてており、発展的には「捨てているもの」を「価値あるものに」に転換しながら社会課題の解決の一助となるようなモデルを構築中である。

「スーパージャパニーズツーリズム創出事業」については、日本の近代化の舞台となった横浜という唯一無二のストーリーや地域ブランドを強く打ち出し、国指定文化財を有する三溪園の価値を理解するターゲットに対し、精神性や満足度の高い高付加価値コンテンツを提供することで、横浜でしか体験できない「コト消費」、歴史的・文化的資産を活用した「イミ消費」が促進され、さらに NFT、観光 DX、銀行への制度信託、企業版ふるさと納税、たからくじなどのファイナンスプログラムを活用した新しいビジネスモデルを構築することで、観光をフックに地域の産業振興につなげることができるのではないかという可能性を感じている。

これらのスーパージャパニーズと呼ぶにふさわしい日本のレジェンドは、横浜の原三溪氏にはとどまらず、富山の高峰譲吉氏（米国へのサクラの寄贈やアドレナリン発見で著名）、岐阜の杉原千畝氏（ユダヤ民族に対する命のビザで著名）、神戸の大山清子氏（オマーン王妃になった女性として著名）、金沢の八田與一氏（台湾のダム建築で著名）など枚挙にいとまがなく、国内旅行者の誘客のみでなく訪日インバウンドの切り札として、また地域のシビックプライド醸成の切り札としても 360 度活用を企図し目下構想推進中である。

※図表・写真を含めて A4 サイズ 2 枚以内で見開き表示を想定して作成。

※word と pdf の両データを提出。締切り 10 月 28 日（金）【厳守】