

「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」
「観光戦略実行推進タスクフォース」

我が国が誇る伝統工芸品等の
魅力発信を通じた
観光活性化について

2016年7月26日

ファッション・ジャーナリスト

一般社団法人フュートゥラディションワオ代表理事

生駒 芳子

1) 進化する伝統工芸が世界を魅了する！

モダンな伝統工芸世界が、人々の心をつかむ。

カラフル南部鉄瓶
伝統的な南部鉄瓶が、
ピンク、白、パープルと
カラフルに進化。
(アンシャンテ)



藍染めストール
伝統的阿波藍染めで
インド製ワイルドシルク
を染める。
(Tatz Miki)



世界が注目する
ラグジュアリーな発信～ブランド HIRUME ～



2) 伝統工芸の里へ誘う旅～福島県会津若松市～



会津若松 坂本これくしょんで
漆のジュエリー、バッグに出会う

3)テーマ・物語で魅力的に編集する エリア別旅案内の充実！



フランスの例：

フランス政府観光局が、毎年、各エリアに焦点を当て、各国のメディアを招聘し、雑誌や新聞、テレビ、ウェブサイトなど主要なメディアで取り上げるよう、プロモーションを展開。
プロヴァンスの旅、ロワール川の旅、ボルドーのワインの旅など、全土をくまなく、物語とともにアピールする。

これを日本に置き換えると――



たとえば、三重県であれば：

伊勢神宮を巡る神道の世界を訪ねる旅

熊野古道で森に触れる旅

忍者を楽しむ伊賀上野の旅

海女文化に出会う伊勢志摩の旅

森の神秘に浸る美杉への旅

萬古焼を堪能する四日市の旅

御食国を満喫する鳥羽の旅

自然にとびこむ大台町への旅

森と美食に出会う尾鷲の旅

など、エリアにテーマを設け、
物語やスピリットを込めるような
日本ならではの旅を提案する。

4)ターゲット別、目的別発信の強化 ～バックパッカーから富裕層まで～

富裕層向けホテルからゲストハウスまで充実させ、自然豊かな地方への旅を誘う



富裕層マーケットへの対応が急がれる！



富裕層に向けての5つの対応

