九州運輸局　訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業

1.事業概要

1.1　目的

「九州オルレ」は、韓国・済州で発祥したハイキングコースの姉妹版で、現在、九州7県の海岸線や山などの自然、民家の路地などを身近に感じながら歩くことができるコースが、20コース設定されている。2012年3月に佐賀県武雄コースからスタートした九州オルレは、国内客や韓国からの旅行者の利用により、コース数の増加に合わせて利用者も増加していたが、近年利用者の減少が続いている。他方、新型コロナウイルス感染症の拡大により、三密を避けた野外でのキャンプや自然を感じるような旅行スタイルなど「新たな旅」のあり方が見直されてきており、九州オルレの各コースはこのようなニーズに応えられるコンテンツであるものと考えられる。このような中、現在のコース利用者は、国内客や韓国からの旅行者がメインとなっており、市場規模も狭いことから利用者の減少にも歯止めがかからず、地域での旅行消費額も伸び悩んでいる状態にある。また、コースのハード整備はある程度進んでいるものの、地域観光資源と組み合わせた魅力的なコンテンツの不足や地元住民とのふれあいをとおした地域経済活動への還元に関する取り組み、更にはコースのスタート・フィニッシュ地点の交通不便など改善すべき課題が浮き彫りになってきているところである。

本事業では、このような課題に対し、広域連携DMOである（一社）九州観光推進機構を中心とした観光地域づくり法人等と連携し、アドベンチャーツーリズム（以下、「AT」という。）の概念等を取り入れながら、九州オルレを活用した欧米向けの市場拡大と誘客促進を図るべく、専門家を招請しての勉強会や現地視察を行うと共に地域資源やガイドを組み合わせた魅力的なコンテンツ造成を行う。

1.2　業務概要

事業名：「自然や街並みをめぐるハイキングコース「九州オルレ」と地域資源を掛け合わせた商品造成事業」
事業対象：福岡県宗像市、福岡県久留米市、長崎県南島原市、大分県豊後大野市
　　（後日、4地域よりモデル地域として2地域を選定し体験プログラム商品の造成を行う）
期間：令和3年6月16日（水）から令和4年2月28日（月）
商品造成のターゲット：欧米豪市場・アドベンチャートラベル層
活用する観光資源：上記事業対象地域の九州オルレコースと周辺の地域素材（食・人・モノ・文化等）
高付加価値・地域ならではのコンテンツを造成するための方針
⇒アクティビティ・自然・日本文化に精通し、欧米豪をマーケットを把握し、外国人目線を持つ専門家を2名以上招請。 地域と専門家が各地域の魅力的な素材の発掘と魅せ方について議論を深め、マーケットインの商品づくりを目指す。

1.3　業務内容

事業内容を以下に示す。

① ナレッジ共有会及び現地視察（宗像・久留米・南島原・豊後大野）
地域資源（自然、食、地元産業、歴史、暮らしなど）やガイドを組み合わせた商品を造成するため、専門家を招請した上でナレッジ共有会及び既存コースの周辺にて現地視察を行う。

② モデル地域の選定
ナレッジ共有会及び現地視察を実施した宗像・久留米・南島原・豊後大野の4地域より2地域をモデル地域として選定。
留意点：選定にあたっては欧米豪マーケットやアドベンチャートラベル層を意識し選定。

③ 商品造成企画検討会の実施
・選定した地域において九州オルレと地域資源、ガイド等を組み合わせた商品造成、販売体制について検討会を行う。また、必要に応じて現地確認を行うこととする。
・モニターツアー開催後にブラッシュアップの検討会を行う。
・開催場所：モデル地域に選定された2地域
・開催回数：各3回以上（2地域×各3回計6回以上）
・構成員：ナレッジ共有会の参加者等

④ 商品検証のためのモニターツアー
検討会において取りまとめたコンテンツが魅力的なものとなっているか、専門家（2名以上）及び4地域の代表者によるモニタリングを行う。
＜商品検証の概要＞
・検証場所：商品造成を行った2地域
・検証方法：商品造成企画検討会で検討したコンテンツを実際に体験する
・検証回数：各1回以上（2地域×各1回計2回以上）
・検証者：検証を行う地域の代表者等、専門家（2名以上）、他地域代表参加者等

⑤ ツアー商品等のサイト掲載内容の作成
造成したコンテンツや旅行商品について、英語にて旅行者に提供できるよう、（一社）九州観光推進機構や各エリアの英語サイトに掲載する内容の作成を行う。

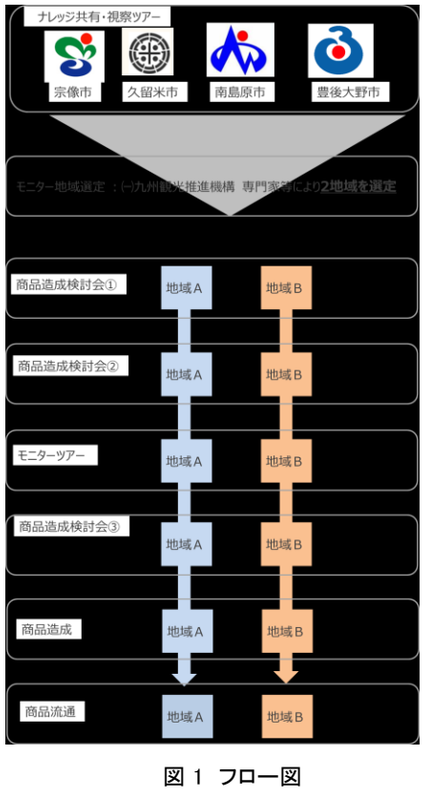


図 1　フロー図

1.4　事業工程

本事業の工程を以下に示す。

表1 事業工程表

スケジュール

No	実施項目	6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月			1月			2月		
		上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬	上旬	中旬	下旬
1	キックオフミーティング	■																										
2	ナレッジ共有会・現地視察（豊後大野市、南島原市、宗像市、久留米市）				■																							
3	モデル地域選定者による検討とモデル地域決定						■																					
4	商品造成企画検討会（久留米地域）									■					■						■							
5	商品造成検討会（南島原地域）									■					■						■							
6	モニターツアー実施（久留米地域）																		■									
7	モニターツアー実施（南島原地域）															■												
8	商品タリフ作成・英訳																					■	■	■	■	■	■	
9	各地域サイトへの掲載にむけた最適化・掲載																									■	■	■
10	報告書提出																											■

1.5　体制図

本事業の体制図を以下に示す。

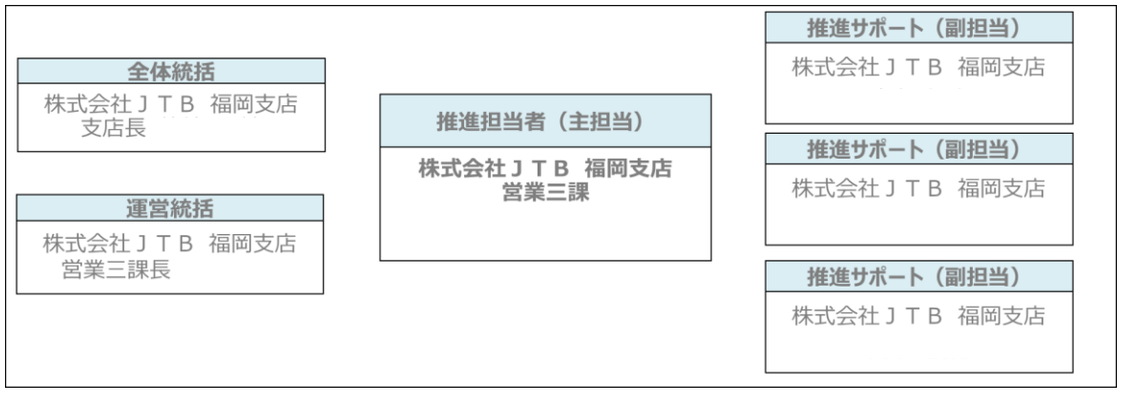


図 2　体制図

1.6　コンテンツ造成にあたり協力を得た専門家

●ロッド・ウォルターズ　四国ツアーズ株式会社　（専門分野：欧米市場、ATについて）
●ニック・サーズ　有限会社　FUKUOKA　NOW　（専門分野：欧米市場、ATについて）
●ワル・マックス　株式会社SMO南小国　（専門分野：欧米市場、ATについて）
●吉川 祐樹　株式会社YAMAP　（専門分野：トレッキングについて）

1.7　費用

本事業にかかった経費を以下に示す。

項目	費目	単価	数量	単位	小計
ナレッジ共有会・視察会費実施費用	運営費	2,120千円	1	一式	2,120千円
モニターツアー地域選定実施費用	運営費	208千円	1	一式	208千円
商品造成検討会実施費用	運営費	3,081千円	1	一式	3,081千円
モニターツアー実施費用	運営費	1,420千円	1	一式	1,420千円
商品化に向けた資料作成費（英訳）	運営費	600千円	1	一式	600千円
全体運営管理費	人件費	1,114千円	1	一式	1,114千円
合計（税抜き）					8,543千円

表 2事業費用

2. ナレッジ共有会及び現地視察の実施（宗像・久留米・南島原・豊後大野）

＜実施概要＞
①ナレッジ共有会：本事業の趣旨に基づき各地域の参加者に向けて、専門家より①欧米豪のニーズ②四国での事例③九州での事例について共有を行い、各地域の素材を洗い出しテーマを導くワークショップを実施
②現地視察　　：各地域のオルレコース並びに、ツアー商品への取りいれ候補となる地域の観光素材を視察

2.1 ナレッジ共有会実施概要

各地域の素材を磨き上げてツアー商品化するために、前提として欧米豪人の特色や実際に欧米豪方の訪日客を受け入れている四国や、九州の事例について専門家より共有があった

	①	②	③	④
地域	豊後大野	南島原	宗像	久留米
実施日	7月1日	7月3日	7月5日	7月8日
時間	13:30~17:00	13:30~17:00	13:30~17:00	13:30~17:00
参加対象	各地域のコーディネーター・ガイド・サプライヤー他			

ナレッジ共有会議事

第1部（約2時間）

1） 冒頭あいさつ

2） 事業概要について

3） 事業の進め方について

4） 参加者自己紹介
　①名前、②所属組織

5） オルレコースと地域の紹介

6） ナレッジ共有

①欧米豪のニーズについて

②四国での取り組み事例について

③九州での取り組み事例について

④欧米豪をターゲットとする商品づくりについて

～休憩～

第2部

1） 1部の気づきを全体で共有

2） ワークショップ（地域のイメージと観光素材の結び付け）

視察会のコースについて説明

質疑応答

各　視察会の集合時間・場所・アンケートの依頼等

図 3　ナレッジ共有会の様子

2.2 視察会

	①	②	③	④
地域	豊後大野	南島原	宗像	久留米
実施日	7月2日	7月3日~4日	7月5日~6日	7月8日~9日
時間	7:00~16:00	7/3:20:00~21:00 7/4:4:50~17:00	13:30~17:00	7/8:9:30~12:00 7/9:9:30~15:45
参加対象	各地域のコーディネーター・ガイド・サプライヤー他			

図 4　視察会の様子

2.3

ナレッジ共有会についてアンケートを実施し、参加者の回答は下記であった。

表 3　アンケート結果

専門家からのナレッジ共有について	欧米豪旅行客のニーズなど良く分かった
	提案のコースに対し、改善点やポイントなど様々なお話が聞けたこと、アドベンチャーツーリズムの概念を整理できたことなど、共有会の意義は私にとって深いものがあった
	専門家の話がとても良かった。もっとオルレとかサイクリングを活用して地域活性化して盛り上げて行けたらと思った
	日本の方と欧米豪の方との望む形が違うのを知った
	これまではアジア圏を主なターゲットとして商談やPRをしていたので、共通点があることも含めてとても新鮮に感じた
全体を通じての気づき・感じたこと	ターゲットが欧米豪客という事もあり受け入れる側として、努力する必要がある事を感じた
	おもてなしも、人それぞれで色んな可能性があり、一つの事に固着しないで柔軟性を持って、対応しなければと思った
	欧米豪マーケットを取り込みたいが、それが即アドベンチャーツーリズムだという納得感はまだ薄い
	インバウンドについて、国内の事例を交えながらレクチャーしていただき、学びの多い会であった

3. モデル地域検討会の実施

3.1 モデル地域検討会の実施概要

実施日：7月21日（水）10：00～11：00 （オンラインにて実施）
選定委員：専門家（3名）、九州観光推進機構（2名）、九州運輸局（1名）
モデル地域選考方法：基準選定項目11項目と別途設けた選定項目4項目の評価をもとに選定委員間で検討会を実施

表 4 モデル地域の基準選定項目及び検討項目

	基準選定項目
①	欧米豪人に対して魅力的なストーリー作りができる要素があるか
②	欧米豪の旅行者が自然・文化体験にかかわらず異文化（日本らしさ・地域らしさ）を感じる体験があるか
③	欧米豪の旅行者が魅力的に感じるインパクトや特別感のある要素があるか
④	欧米豪の旅行者が地域の人と交流できる要素があるか
⑤	欧米豪の旅行者が主体的に活動できる要素があるか
⑥	主体的に活動した結果、達成感や充実感を得られる要素があるか
⑦	旅行を通じて、健康を感じられる要素があるか
⑧	欧米豪の旅行者が自身の変革を感じ取れる要素があるか
⑨	欧米豪の旅行者が下記のSDGs感じ取れる要素があるか
⑩	欧米豪の旅行者にストレスなくコミュニケーションが取れるか（英語対応含めて）
⑪	取り組みに対する熱意を感じるか

	基準選定項目外の検討項目
①	旅行商品造成担当が明確になっているか
②	旅行商品販売担当（旅行業免許有）が明確になっているか
③	取組に対するリーダーが明確になっているか
④	欧米豪観光客を満足度させることのできる英語ガイドがいるか

3.2 モデル地域検討会の結果

検討会実施の結果、下記の2地域がモデル地域として選定された。

選定地域：①南島原地域　②久留米地域

＊地域の選定に際しては、基準選定項目、基準選定外項目と共に各選定委員会間での議論をへたうえで決定となった

モデル地域選定基準店の結果

A:専門家（傾斜1.2倍）+選定委員の平均値

	点数	順位
豊後大野	92.5	2位
南島原	101	1位
宗像	76.2	4位
久留米	92.3	3位

B:専門家の評点の平均値(参照用)

	点数	順位
豊後大野	86.7	3位
南島原	96.5	1位
宗像	72.0	4位
久留米	93.7	2位

3.3 モデル地域選定に際しての各地域の要素

表 5 選定地域の評価コメント

	地域	体験内容	選定に際しての専門家からのコメント
①	南島原	寺食体験	朝の座禅と寺食は、とても貴重な体験です。一日のスタートで、これからの体験への期待を駆り立てる内容です。本物の美徳がある。
②	南島原	寺食体験	寺院と朝の座禅と朝食は素晴らしかった。素敵な場所かつ僧侶は素晴らしいホストであり、完璧な英語で案内を行ってくれた。その内容は興味深く西洋人にとって非常に魅力的であった。
③	南島原	早崎漁港（昼食）	世界中を旅する漁師の方の体験話を聞きながら、おいしい料理を食べることは、かなり楽しく、非常によい内容であった。これだけのために福岡から運転していく価値がある。
④	南島原	早崎漁港（昼食）	地元とのふれあい、地産地消、SDGsといった要素がふんだんに盛り込まれた素晴らしい体験だった。元外航船員で、引退して漁師をしている皆様が、あこうの大木の下での素朴な漁師飯を振舞っていただくことは心に残るコンテンツになると思われる。特に、事前に自然の良港から発展してきたという口之津の歴史、なぜ船乗りが口之津に定住しているのかをストーリー化して解説できればさらに価値があると思われる。一方でオペレーションや衛生許可等、課題も多いと思われる。
⑤	南島原	ビーナス（オルレアイス試食）	アイスも美味だが、こちらを運営するNPO法人アオノトビラの浜田純子さんのおもてなしが、国籍にかかわらず、訪れた方に楽しんでほしいという姿勢が素晴らしい。
⑥	久留米	九州オルレ久留米高良山コース	このスタートエリアの配置と雰囲気は珍しく、最初のスタート地点として魅力的である。神社、城、そして小さな飲食店を含む山全体が素晴らしい観光資源があり。その歴史的、宗教的、そして自然な内容に関する適切な文書化と情報のキュレーションにより、訪問者が一日中楽しんで過ごすことができる目的地になる可能性を秘めている。
⑦	久留米	九州オルレ久留米高良山コース	高良大社は素晴らしく、雰囲気も素晴らしく、最後は絶景の眺めであった。
⑧	久留米	久留米絣藍生庵	絶対的なハイライトの1つ。雰囲気からホスト、歴史、工芸品まで、すべてが素晴らしかった。ツアーの重要な部分である
⑨	久留米	久留米絣藍生庵	久留米らしいものづくり文化の代表、質の高いコンテンツ。実際の作業場でできる体験で本物感がある
⑩	久留米	その他	久留米エリアには他にも楽しめるものがある。サイクリング、特に街の外で、徳川で何かをする、果物狩り、モノツクリワークショップ訪問、ムーンスターファクトリーツアー、丸永アイスクリームファクトリーツアー、焼き鳥やラーメン体験等

4. 商品造成検討会の実施

＜検討概要＞
地域の素材に基づきテーマを設定し、テーマに基づくストーリー作りを行い、コンテンツと組み合わせる
＜得られた成果＞
・これまで独立して存在しているかに見えたコンテンツの関連性をストーリーづくりを通じて地域が認識することにつながった
・重要なこととして、行程中に「少し苦労する」、「人とのふれあい」を組み込むことで、より地域での達成感を演出し身近に感じてもらうことと地域に魅力的な人材がいることへの再認識へつながった

4.1 商品造成検討会の実施概要

以下の日程において各地域それぞれコンテンツ造成会を実施した。

表 6 商品造成検討会実施表

	コンテンツ造成会日程			
	地域	時間	参加人数	テーマ
第1回	久留米	令和3年8月26日（木） 13時半～16時半 （オンライン開催）	17人	・各地域でのツアー企画に際してのテーマ設定とストーリー作り
	南島原	令和3年8月27日（金） 13時半～17時 （オンライン開催）	18人	
第2回	久留米	令和3年10月12日（火） 13時半～17時	18人	・ツアーのストーリーブラッシュアップと具体的な行程づくり ・商品の流通について JTBの流通システムの紹介
	南島原	令和3年10月13日（水） 13時半～17時	19人	
第3回	久留米	令和3年12月15日（水） 13時半～17時	15人	・モニターツアー後のフィードバック共有 ・ツアー商品の内容の磨き上げ ・役割体制の明確化
	南島原	令和3年12月16日（木） 13時半～17時	15人	

4.2 商品造成に際しての方針

欧米豪の訪日外国人向けの商品造成の方針は、商品造成会検討員を通して、以下の3点に留意して磨き上げを行うこととした。

①テーマを決めストーリーを作ること
②ちょっと苦労してもらうこと
③人とのふれあいを作ること

4.3 意見抽出と対応表

商品造成検討会の結果を踏まえ、商品造成のテーマ、ストーリー、行程について検討した。
以下に参考となった意見及び造成コンテンツの方向性について示す。

表 7 抽出された意見及び方向性

	地域	抽出意見(問題提起)	打ち手（課題、手段）
①	南島原	昼食について、地域の食材を利用した「あらかぶそうめん」を組み込むのは良いが、会場が団体旅行で行く雰囲気である	昼食を地域の食材を活用したお弁当に変更
②	南島原	シーメン（船員）との交流がをもっと密にすべき	シーメンと一緒に「みな貝」採取や調理を行うことで交流機会を増やす
③	南島原	シーメン（船員）との交流時に、アルコールの提供があってもいいのではないか？ （その後、サイクリングもないので）	交流時、希望によりアルコール提供も行うようにする
④	南島原	シーメン（船員）との交流に際して、シーメンが少しシャイのようで交流が深まらないことが懸念される	シャイなのは事実だが、あるが、基本話は好きなので、交流機会が増えると改善されると共にアルコールがあれば尚陽気になる
⑤	南島原	サイクリング用の自転車について魅力が乏しい （日常使用の自転車なので）	南島原市にて、マウンテンバイクタイプの電動自転車を購入予定
⑥	久留米	宿泊について、民泊を標準設定するのはリスクが大きい （民泊は好みが分かれるため）	ツアーで使用の宿泊施設は、シティホテルを標準とし、民泊はオプションとして設定する
⑦	久留米	地域コンテンツの魅力のひとつでもあるフルーツ狩りを組み込めないか？	ツアーの実施時期によりフルーツ狩りも組み込む
⑧	久留米	酒蔵見学後、隣接の会場で昼食を摂るのであれば、お酒の提供もある方が望ましい	昼食時のお酒の提供も希望により行う
⑨	久留米	藍染体験では、衣服が汚れる可能性についても事前に言及すべきである	事前のツアーの案内に注意を盛り込む
⑩	久留米	藍染体験は、自分で染めたいものを持ってきて、染めることはできないか？	今回ツアーに組み込んでいる「藍生庵」は、人間国宝の技術を受け継ぐ希少な場であり、こだわりもあるため不可 マス向けに対応可能な場所も別途ある

5. モニターツアーの開催

＜検討概要＞
・南島原、久留米の各地域において設定したテーマに基づき、ストーリー性のあるツアー内容となっているか検証を行い改善策を検討する
＜得られた成果＞
・モニターツアーを行った結果、両地域共通でストーリーとしてのツアー内容には至っておらず、立ち寄り先や体験とそれに伴うガイドの案内（テーマに基づく）について改善が必要であることが浮き彫りとなった

5.1 モニターツアーの開催

10月30日~31日に南島原にて、11月30日~12月1日に久留米にてモニターツアーが開催された。モニターツアーにはそれぞれ専門家が参加し、専門的な観点より課題点を抽出した。

表 8 モニターツアー開催概要

	モニターツアー日程			
	時間	場所	参加専門家	人数
南島原	令和3年10月30日～31日	南島原市口之津町	ニック・サーズ ロッド・ウォルターズ 吉川　裕樹	19人
久留米	令和3年11月30日～12月1日	福岡県久留米市	ニック・サーズ ロッド・ウォルターズ 吉川　裕樹 マックス・ワル	21人

南島原

南島原

久留米

久留米

図 7 モニターツアーの様子

5.2 モニターツアー結果

モニターツアーより以下のような意見を収集し、各コンテンツの解決策を検討した。

表 9 抽出された意見及び造成コンテンツの解決策（一例）

地域	モニター意見	解決策	改善実施有無（2022年2月時点）
南島原	サイクリングはもう少し長くするのが良い また、サイクリングの自転車もより魅力的で高品質なものを準備するのが良い	サイクリングの時間については、自転車専用レーンが今後整備される予定の為、それをもとにコースと再検討する 自転車のタイプについても、より魅力的なものを地域で購入予定	自転車専用レーン、整備計画段階。完成は23年以降となる予定 自転車の購入は22年度中の予定
南島原	1回のツアーでの最大参加人数を少数にするのが良い	地域の人々との交流を密に行うようにするため上限人を4名で設定	実施済み
南島原	資料館では、英語での案内を設置すべき	展示物の案内、パンフレットの英訳を用意	未実施 費用が掛かることから継続検討案件とする 当面は英語ガイドからの案内にて対応
南島原	ガイドの洗練化が必要	地域の専門ガイド（日本語）の案内を英語ガイドが通訳ではなく、英語ガイドが基本事項を案内するようにし、専門的な質問に対して地域ガイドが対応することとした	実施済み
久留米	行程中にサイクリングを追加してもいいのではないか	自転車の準備とサイクリングルートについて、検討を行う	未実施 すぐに導入ではなく、今回企画のツアー内容の検証を重ねつつ、レンタル自転車の準備、サイクリングコの導入検討
久留米	英語ガイドの案内の品質向上が必要	英語ガイドに、事前にツアーテーマとストーリーを熟知させ、それに基づいた内容を各訪問先で説明するようにする	着手中 久留米市と販売担当旅行者が連携しガイドのトレーニングにより案内レベルの向上を図る
久留米	英語ガイド・訪問先でのガイドの役割の明確化が必要	ツアー関係者に、ツアーテーマとストーリーについて理解したもらうようにすると共に、役割を明確にする	着手中 役割を明確化すると共に案案胃の品質向上のためのトレーニングを継続する

九州運輸局　訪日グローバルキャンペーン等に対応したコンテンツ造成事業

6. 事業成果

＜検討概要＞
・造成された商品について、設定していたアウトプットおよびアウトカムについて比較する。
＜得られた成果＞
・アウトプットについては目標値を上回った。
・アウトカムについては、●月○日時点で目標値を上回った。

6.1　事業目標に対する成果

アウトプット4商品（2地域×2商品以上）の目標に対し4件となり達成した。（＊1日以上の体験プログラム）

	項目	目標	実績(2月28日時点)
アウトプット	体験プログラム	4商品（2地域×2商品以上）	4商品（2地域×2商品）
アウトカム	―	―	―

	目標数	実績数	販売開始時期
販売を開始した商品	4商品	4商品	2022年2月16日

	販売数	売上額
2月28日時点の販売状況	0件	0円

6.2　コンテンツの造成方針

コンテンツの造成方針を以下の通りとし、商品造成を行った。

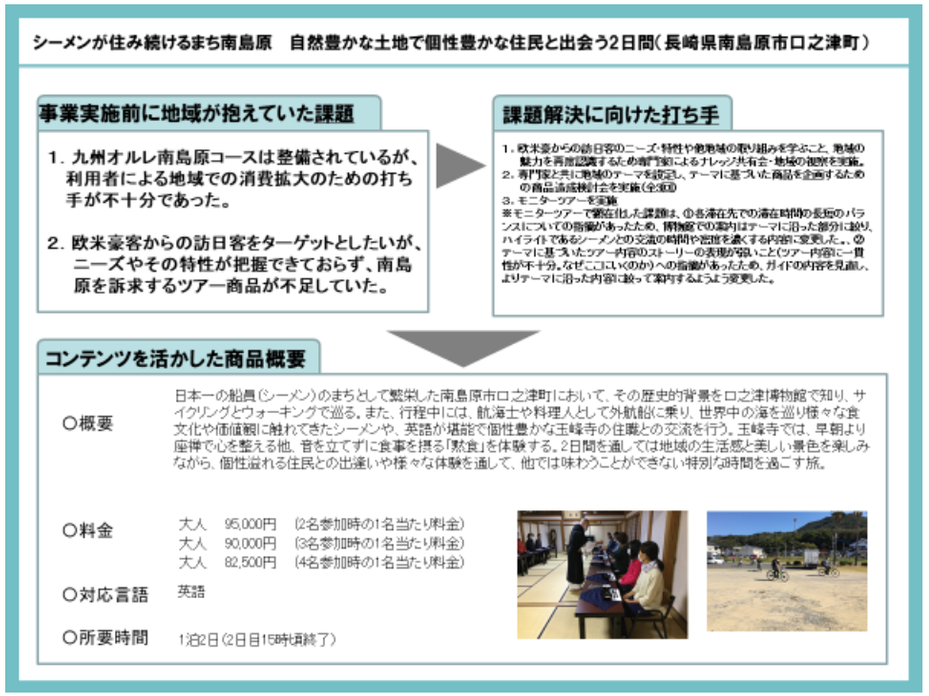
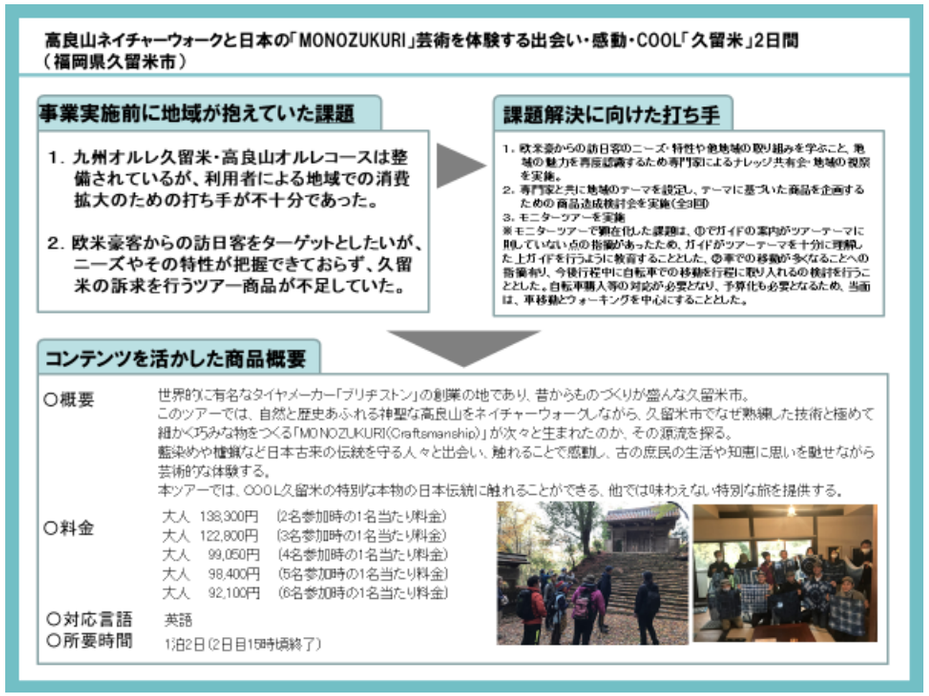
	当初	最終	変更理由
ターゲット	欧米豪からの訪日客	欧米豪からの訪日客	―
観光資源	オルレとその周辺の地域のコンテンツ	オルレとその周辺の地域のコンテンツ	―

6.3　造成したコンテンツの高付加価値・地域ならではのポイント

1. 南島原　：南島原の口之津町において、過去、船員として世界を巡り、今は漁師と して生活している人々との交流体験（みな貝とり、遊漁船乗や漁師飯）をはじめ、地域の人との交流
2. 久留米：自然と歴史あふれる高良山を巡るネイチャーウォークと、櫨を使った蠟づくりや、人間国宝の技術を受け継いだ藍染体験等の伝統的なものづくり体験

6.4　造成されたコンテンツ

造成されたコンテンツンの一例を以下に列挙する。

表 10　コンテンツ造成一覧

NO	エリア	地域名	新規	パッション	コンテンツの名称	概要	高付加価値・地域ならではのポイント
1	長崎	南島原	✔	オルレ 船員のまちでの交流	シーメンが住み続けるまち南島原 自然豊かな土地で個性豊かな住民に出会う2日間	日本一の船員（シーメン）のまちとして繁栄した南島原市口之津町において、その歴史的背景を口之津博物館で知り、サイクリングとウォーキングで巡る。また、行程中には、世界中の海を巡り様々な食文化や価値観に触れてきたシーメンや英語が堪能な玉峰寺の住職との交流を行う。玉峰寺では、早朝より座禅で心を整える他、音を立てずに食事を摂る「黙食」を体験する。2日間を通しては地域の生活感と美しい景色を楽しみながら、個性溢れる住民との出逢いや様々な体験を通して、他では味わうことができない特別な時間を過ごす旅。	過去、船員として世界を巡り、今は漁師として生活している人々や世界をバックパッカーとして渡り歩いた玉峰寺住職のもとでの「黙食」体験等地域の人との交流
2	福岡	久留米	✔	オルレ ものづくり	高良山ネイチャーウォークと日本の「MONOZUKURI]芸術を体験する出会い・感動・COOL「久留米」2日間	自然と歴史あふれる神聖な高良山をネイチャーウォークしながら、久留米市でなぜ熟練した技術と極めて細かく巧みな物をつくる「MONOZUKU（Craftsmanship）」が次々と生まれたのか、その源流を探ります。 藍染めや櫨蝋など日本古来の伝統を守る人々と出会い、触れることで感動し、古の庶民の生活や知恵に思いを馳せながら芸術的な体験をします。	自然と歴史あふれる高良山を巡るネイチャーウォークと、櫨を使った蠟づくりや、人間国宝の技術を受け継いだ藍染体験等の伝統的なものづくり体験