

地域と出会い、清まり、美しくなる

東栄町ビューティーツーリズム

ビューティーツーリズムとは？

「“美”をテーマにした地域ブランドづくりの取り組み」

- ・東栄町らしさを活かした独自性高い、みんなが共感できるブランドの構築。
- ・“美”をテーマに町の素材を編集し、町内外での魅力の再認識を目指す取り組み。

⇒ ターゲットを明確にすることで、**発信力** **付加価値** を高める。

ターゲットの実例 ※naori 事業から見てきたニーズ

- 30代—50代のこだわった暮らしをしたい女性
- 旅を通して自分にとってのとおきを見つけたい
- 流行りや風潮ではなく、自分の感性を大切にしている

自分だけの「わたし旅」を楽しみたい！



東栄町 と “美”

○文化や暮らしに流れる「生まれ清まり」の思想

- 山間地域だからこそ、継承されてきた花祭をはじめとする文化。
- 環境や社会の変化に合わせて、形を変えながら地域の誇りを受け継いでいる。

多様な考えを受け入れながら、大切なものを見つめ直し、新しい時代を作っていくことで、価値を生み出していくということ！

⇒ それぞれが暮らしの中で自らを磨き、チャレンジしていく文化。

チャレンジへの前向きさ、多様性を受け入れる土壤に触れる。



○心身ともに美しくなれる素材の可能性

- まちを彩る自然資源を活用した様々な体験（アウトドア体験、星空、草花など）
- 美味しくて体にいい食べ物（錦爽鶏、名古屋コーチン、お茶、鮎、こんにやくなど）
- 地域での魅力的なじかんを楽しむ人々の暮らしや趣味、生き様や考え方。

「美」を切り口に誘客を図ることで、更なる来訪を期待できる。



美しい自然体験



美味しい食べ物



心身に美を取り入れる



美しい心・文化