



優秀賞受賞論文

「ヒーリングインバウンド」

作田 典子

奈良県立大学 国際交流室

【プロフィール】立命館大学経営学部卒業、外資系映画宣伝部を経て結婚のち米国、英国での在外生活、子育てを経験、帰国後親の介護、看取りを経験して日本の少子高齢化、過疎化する地域社会を実感。帰国子女である子供の親として、現在は奈良県立大学地域創造学部国際交流室で働きながら、真の国際化、そして貨幣交換のない価値のある観光や、主婦や高齢者の労働等をテーマに地域社会が未来に向け生き活躍出来る方法を考察している。

1. はじめに

私は現在奈良県立大学の国際交流室で本学と他国の大学の国際部の方と国際協定を結ぶために交渉をしたり、学生の留学研究目的を考えるサポートや手続きをしてあげたりまた受け入れ留学生のケアを仕事としている。

結婚前は外資系のメディアで宣伝業務をして外国人との交渉等を行っていた。結婚後は主人についてほとんどが欧米での生活ののち、帰国をして親の看病、看取りを経て、

子供達の教育の為に京都に移り住み、4年前より仕事を再開している。

大学は地域交流学部のみの小規模の公立校であるが、2014年度から少人数対話型教育である「コモンズ制」の導入を図り2年生からゼミのような形で4つのコモンズに分かれて専攻し、それぞれ学生は地域経済やコミュニティデザイン、都市文化、そして観光学を学んでいる。地域に貢献出来る人材の養成、これが建学の方針である。

この大学に2年働かせて頂いて、奈良の観光インバウンドビジネスについて、また地域として京都、大阪に囲まれてどう成長、経済発展をしていくか？県庁や学生からの視点といった内側から、ま

た外国人からみての国際という外側から学ばせて頂いた。

奈良は御存知の様に宿泊場所がないのが観光地として大きな問題である。今後2020年に外資系のマリオットホテルが開業予定となっているが、それだけではまだまだ宿泊施設の解消ということにはならない。どこの地域も条件は同じであるが、住民の高齢化、そして大阪、京都に押されての個別化、または飲食店街の少なさ、繁華街のなさが近隣府県に比べて遅れを取っていることは間違いないことであり、確実なネガティブ要素となっている。将来的にはリニアの駅も奈良に予定されているので至急動かさなければいけない課題である。

奈良市の方ではLGBTフレンドリーを打ち出して外国人インバウンド等ビジネスで動いているが、私は更にダイバーシティだけに限らない、または中国からのゲストだけではなくは留まらない日本の古くからある資源ソースを活用できないかと考察した。

2. コンテンツツーリズム

これは例えばアニメ、映画ロケ地、観光資源としてゲストを誘致したりする観光制作の内容となるテーマを持った旅となる。冬のソナタロケ地への韓国旅行、

パワースポット巡礼の旅等があげられる。以前勤めていたデズニーマはそれを徹底的に昇華して世界の一大観光スポットに作り上げ、映画、テレビ、全てにおいてパラレル的に展開、商法登録も徹底管理をして規約を客にも従業員にも律することでのビジネス展開をしていた。ただこれは夢を売るそのツールとしてのキャラクターであるのでそれを守り、おのおのテーマパーク、ホテル、映画、演劇、TV番組、そしてキャラクターの商品と世界に販売をかけての産業として成長を続けている。中国上海にも2016年今年にはパークをオープンして世界にまた広がりを見せつけた。ネズミのキャラクターからここまで発展をとげたビジネスはハローキティ、ドラえもん等キャラクターを持つ日本は是非学びたい手法である。ファイナンス的に言うならばビジネスのコアキャラクターはヘッジであり、固守しなければならぬ、その上でラップ的に多方面に展開して時には攻撃をして時には保守で守りながら、ビジネスとして広げていかなければいけないだろう。

さてコンテンツツーリズムには遊びや趣味がテーマばかりではない、自然を守るエコツーリズム、医療ツーリズム、また変わった処では大学生のボランテ

アと名をうって途上国のアジアの孤児院ボランティアツーリズム等もある。これは学生にアジアの貧しいエリアの子供達のいる孤児院でボランティアをさせるツーリズムで旅行代理店は勿論先進国の学生からツアー代金を徴収して、一部は孤児院にも還元するが、利益も得るとい仕組みである。勿論ボランティアは有意義なものであり、学生も世界への見聞を広げ社会構造を学ぶ良い機会となる。このボランティアに参加した学生がNPO等でフェアトレード活動を始める学生等も多い。しかしながら反面フランス等ではこのツーリズムにより、貧しさを営業にしている、また親が金の為に我が子を孤児院に売る事態も増えているという問題点を指摘している。確かにそういう側面はあるが、しかし子供の将来も孤児院に行くことで基本的な生活が守られ、進学への道も広げられるという可能性も否定出来ない。

さらに医療ツーリズムだが、韓国の美容整形ツアーや、また日本などに重陽子線による癌治療等のツーリズムがあげられる。それぞれの目的にそった自己負担でのコンテンツツーリズムである。どこまで観光業が立ち入れるのか、そしてこのツーリズムに関するモラルはどこで線を引けば良いのか、またホテルとしてゲストの受け入れをするときに代理店を通してやっていくのか、それはそれで問題は多く存在すると思われる。

3. 日本の地域へのネガティブ要素を受け入れたコンテンツツーリズム

1では奈良を特化して書いたが、日本の地方には他外国からのゲストを誘致するときにネガティブな要素が多数存在する。それは地方で加速している労働人口の減少であり、都市に先駆けて起こりうる少子高齢化の問題である。またそれと共に地域を支える産業の衰退、東京以外の都市は大阪、京都でさえも似たような地盤沈下を抱えており、奈良も大阪のベットタウンとして生き延びているという実態がある。奈良と兵庫は関西のベットタウンであり、東京をめぐる関東の千葉、埼玉と似た問題を包括してい

るのだろう。神奈川は京都の様に東京に対応する形で独立して発展している。奈良の中心の奈良市は本来観光を主として宿泊問題をどう解消していくかが最重要課題なのだが、土地や建物また奈良県全域に存在する遺跡の為に建築が遅れてしまうという問題もあり、なかなか計画通りには進まない事情もある。また奈良は京都の様にコンパクトな形ではなく、史跡、名所が県に点在しており、一日だけでその魅力を得られるとは言い切れず、それがインバウンド誘致の足かせともなっている。そのネガティブ部分をどうポジティブ素材として活用していくか、それに今回は着眼してみた。

4. 欧米、そして爆買いが終わった中国人観光客が望む日本

日本は勿論欧米から見るとアジアの中の一国である。その中でも20世紀の終わり位から東南アジアが欧米の資本投資から始まり、欧米にはない海やジャングルといったリゾート地として自然を目的とした観光業が発展していったのに比べて、また中国や韓国が活気のある陽としての歴史の東アジアとして観光誘致を図ったことに対して、日本のイメージは陰、静かでミステリアスといった印象が強い。控えめな性格の国民性故、未だ鎖国的イメージが強い。中国が経済発展に向け、鄧小平が国を開放して欧米にそのベールを開帳していき、また南米、アフリカへと進出していったのとは反対に日本はバブル期においても他国との交渉においても顔をあまり見せることなく行って来た。それ故に日本人は寡黙、ミステリアス、分からないというイメージが今も強くある。中国人が食卓で箸をつかい大きな声をあげながら大家族で食事をする印象とは別に日本の食事は寿司を始めカラフルで芸術的、静か、黙って恥ずかしげに食べている、そんな印象を持たれているようである。スイスの観光局の人間はヨーロッパにおける中国人、日本人の違いに注目してたぶん大きな声の中国人のグループと小声で話す日本人客とは食堂を利用する時間を別けるという工夫もしているという。

日本はミステリアス、日本人は分からない、みんな忍者かも知れない、冗談の様なことを真剣にイメージしている外国人、ヨガがインドではなく、日本の発祥であると信じている西洋人、ポケモン、マリオ等のゲームキャラ、アニメのコスプレ、そして芸者が一つに結びつかない、こういった日本に対する印象は、これは経済的側面からいえば世界に理解されないといった観点上マイナスであろう、しかしながら観光業からいえばこれほど有利なものはない。

人はミステリアスなものに魅かれる、自分がその東洋の謎を解いてみたいと願うであろう。

ベールの剥がし方、これを観光業が提示するのである。情けないことに今も殆どの欧米の人の日本の印象は富士山、芸者、スシである。蝶々夫人が今もまかり通ると思っている人々が沢山いる。忍者や空手をしている小さな目の東洋人これらが日本につけられたイメージである。アメリカやカナダでは小さな田舎の村から一生外に出ることも無く、NYやトロントといった大都会を見ることも無く一生を終える者も少なくない。NYや北京、ロンドン、パリといった都会に住んでいる者たちでも日本についてどれほど知っている者がいるのであろうか？欧米やアジア主要国、他国のメディアに書かれている戦争犯罪国としての日本、ミステリアスで礼儀正しい日本人、武士道精神、皇室、秘密主義、真珠、遠い国の謎めいた東洋人そういった印象が未だ世界に満ちている。中国人や韓国人は日本に少し遅れて経済発展を遂げ、世界に進出していった。彼らに対する謎は日本人へのそれと比べると今では比較的少ない。大声で自分を主張して、また韓流といった言葉を作りあげてメディアソフトを売っていった韓国と比べ日本は近隣諸国に過去の罪で反日教育をされても何も声をあげなかった。国際舞台でロビー活動もしてこなかった。それが誤解を招きパッシングを受けてきたが、それが日本にベールをかけ続けているとも言える。

日本人はスピリッツァリズム、精神論に長けていて礼儀正しく、全員が柔道、

合気道、をしており、女子は着物を着て生け花、茶道をしていると未だに信じている人も少なくはない。

世界は今経済的にも政治的にも混沌の中にある。2016年、今回の英国のEU離脱国民投票は英国人でさえ思ってもみなかった離脱という選択を国民はした。この決定に続きフランス、オーストリアも離脱かど取りざたされている現状である。アメリカも自国民の特に中間白人の多数派層にアプローチしたトランプ氏が前評判とは逆に共和党の候補として民主党代表のクリントン氏と一騎打ちに持ち込んでいる。長引く不況によるモンローが実践した保守主義の台頭である。経済的にも中国バブルはいつ終わるかで世界の経済は右往左往しており、中東も米国のシェールガスの台頭やロシアの石油輸出で経済的困難になり、それがまたISの過激派の力を助長させる問題となっている。人々は毎日テロの恐怖に怯えて過ごしており、また中国の大国主義に関してアジア諸国は緊張している。

世界的抑鬱状態、この時代の人々は「癒やし」を求めている。英国にいた2000年前半から欧米ではヒーリングという言葉が盛んに使われ、アロマセラピー、ヨガ、デトックス、前世療法、メディテーション、こうしたストレス軽減法、健康法に人々は夢中となっている。

ハーブ療法は昔からあるが、それに東洋医学、鍼灸、代替療法、メンタルを支える、気持ちを変えることによる医療補助、またストレス軽減に積極的に取り入れている。精神科医、心療内科医も薬をもうあまり処方しない、医薬品費用の抑制もあるのかも知れないが鬱病等に関してはカウンセリングで治療することが主となっている。

一方日本のインバウンドの最大顧客の中国人はどうかといえば、経済的發展を遂げた後に観光客の数はビザの緩和と共に増えてはいるが、一流デパート、大型ドラッグストア等での爆買いは落ち着きを取り戻し、名所仏閣等への観光、旅館で楽しむ、アニメ、自分の好きな武将の城や墓を訪ねるなどの個人旅行化

が急速に増えており、経済的に裕福になった知的階層、そして文化的親日的階層の人々はあくまでブランド品や高額商品よりも日本という外国の持つ個別魅力発見、今まで長い間見ることの出来なかった韓国や日本への文化的興味で満ちている。彼らに取っては韓流ドラマのロケ地や日本アニメや東野圭吾ドラマのロケ地が大切な聖地なのである。中には日本の戦国武将が大好きなのでその城を廻ってみたいという人もいる。韓国人もビジネスで来日する人を除いて観光で来日する人は国をあげての反日の中、自分の心に描いている近くて遠い国、日本の自分なりの良さを感じる為に訪れている人も日本人が思い描く以上に多く存在する。

5. ストレス対策としての東洋的瞑想法

この2016年6月19日、NHKで「キラーストレス」という命に関わるストレスが紹介された、その対処法として運動療法と共に瞑想療法があげられていた。もう10年近く欧米で盛んに取り入れられていた療法である。特に瞑想(メディテーション)を取り上げて見る。これは医学的にもストレスの軽減の有効性が見られる故に現在では宗教に関係なく医師により推奨されている療法である。腹式呼吸法とイメージトレーニングがあるが、この腹式呼吸法、そしてイメージトレーニング、ポジティブに考えること、そして無になるように考える方法は昔より、ヨガや日本の禅の心として取り入れられてきた方法であり、まさに西洋がイメージする東洋にぴたりと当てはま

る。西洋のカウンセリング、催眠療法、退行心理療法と、東洋のヨガ、僧による瞑想修行がこの瞑想療法でまさに一体となり、行者が精神的な充実を得られる療法である。

6. 日本の田舎へと瞑想のコンテンツツーリズムでのインバウンド

奈良だけに限らず日本の田舎には少子高齢化、東京など都会への一極集中、そして日本人の無宗教化の進行の為に無縁仏、また檀家のいなくなった寺が数多く存在する。都市を離れた田舎に住む者は高齢化して盆正月にも草むしりや遠い距離に関わらず先祖の供養をしようという者も少なくなり墓地そのものへの人々の価値観も変わりつつある、また老人比率のあまりの深刻さ故に葬式の簡素化、また弔いの簡素化でますます寺の存在が人々の暮らしから離れたものになりつつある。長年日本人の心に住み着いてきた仏教もここでなんとか頑張らなければ、段々、儀式としても薄れてしまう存在となるだろう。宗教だけではなく、日本人が昔から親しんできた米や味噌といった日本の田舎で作られてきた作物も大豆はほとんどが輸入品となっているし、それを食べる割合も減り衰退する食物となっている。

政府はそれに危機感を抱き和食を世界にむけて打ち出したが、中々国内の米や味噌といった昔からの食物への消費には結びついてはきていない。

どうにかしてそれを食い止め日本の文化としてそれら寺や禅の日本的宗教観、そして和食、おもてなしの心を観光業に

取り入れられないだろうか?それが私の考えるヒーリングインバウンドである。

7. ヒーリングをコンテンツとしたインバウンドツーリズム

日本が世界に向けて2016年現在観光を売れる条件として

A 太古の昔から日本は島国であり、農耕民族であったこと、そして鎖国主義が長く続き外国人受け入れに開国後も消極的であったことから奈良時代にもたらされた仏教と日本古来の神道以外は日本では根付くことなく、キリスト教においても結婚式で儀式として教会が使用される状況である。その為世界各地でISを中心としたイスラム過激派組織によるテロの心配が日本は比較的低い。

B 禅をストレス軽減を目的としたコンテンツツーリズムとして売っていく。その際には檀家の少なくなった寺や神社、または広い居間のある民家の畳スペースをその修行の場として貰う為に協力を得ることに推進する。また近くに旅館ホテル等の宿泊場所がない場合でもその寺や神社を宿泊場として手を少し加えて提供する。ホテルが新たに土地を買収して建築をするよりは旅行代理店と共に寺を外国人の為に宿泊場として健康的な野菜中心の食事を提供する場所として推進することはどうであろうか。宿泊地については現在奈良の国税に問い合わせているが、宿泊・食事の提供等は税金を納めなくてはいけないが寺での宗教行為、例えば禅の瞑想であるとか、写経、また説教、は課税対象にならないのでその分少し旅行者に安いツアーを提供出来て地方活性化へ繋がる。また寺の宿泊で働く労働者はその土地の元気なシニアに活躍の場としてハウスキーピングや庭の剪定、料理の準備、膳だし等のサポートして貰う。宿泊客には僧もしくは英語の出来る地域の人格者に英語もしくは中国語による手引きで瞑想や写経の教えをして貰う。ただし身体に直接接触する竹刀での指導は外国との文化の違いによるため避けることとする。

C 心理カウンセリング的禅問答。ストレス軽減には医学的に呼吸法を取り入れた瞑想が良い効果を生むと認められている。またそれに加えて寺独特の一種オリエンタリズムのスピリチュアル的な雰囲気相乗効果を上げる。寺の僧侶がホストになり、心理カウンセラーの様にゲストの気持ちを聞き出し、ゲストが自分のナラティブを話すことが出来るという一層彼らの心が解放されて自由になりストレス軽減へと繋がると思われる。上手い英語や中国語でなくても聞き手がしっかりと静かな空間で聞いてくれるという条件が必要であり、意識の高いゲストであればあるだけしっかりと心が解きほぐされていくと思われる。

D 日本は山間部にはまた温泉がある処も多く、それも合体したストレス軽減ヒーリングツーリズムとして展開していく。欧米でも温泉の湯場が多く存在して特に欧州ではリウマチ等の療養所の歴史を持っている。温泉に入ることで血行が良くなり、ストレスの軽減になることも知られている事実である。また日本で既に販売されているミネラルの多い温泉水を客に飲んで貰うことでこれらをペリエやサンパレグリノの様にこの企画と共に世界的に認知して貰う様に推奨する。

E 健康食としての日本食。日本食は健康食として知られていて、ことさらに玄米、味噌、豆腐、鍋物を使った野菜の多い食事を提供することで健康に対する客の期待を高める。カロリーも低くデトックスな食事であることをアピールする。

F 寺が山間部にあるならばそれを利用して熊野古道の様にリウマチや痛風の罹患者でも歩ける様な軽い散歩を取り入れ有酸素運動としてのストレス軽減を目指す。少しの運動により客により多くのストレス軽減による健康効果を実感として受け取って貰う。

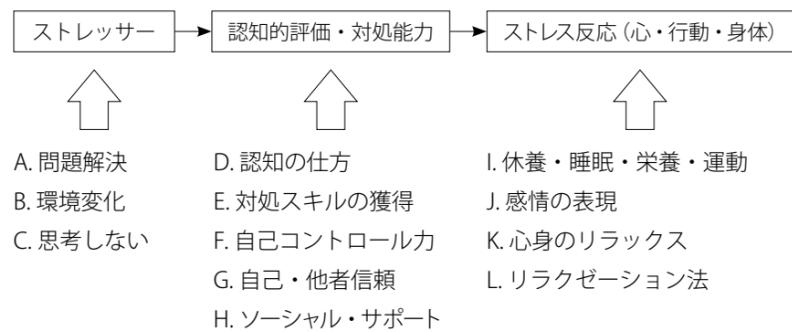
G 日本人客はGW、盆、正月、そして秋のシルバーウィークと決まった時に短期間で休みを取ることが多いのでそれを避けた7月前半、10月、4月の中

心にして7日間、10日間、2週間、3週間とヨーロッパの人達、欧米の人達でも取れる様な長期の休暇をパッケージにして売り出す。長期の客の為に僧が毎日修行を教えて行者が散歩に連れていき、そして日本の健康食を提供して、そして日本風の布団で寝て貰い、温泉のある処では温泉に入って湯治をしてもらう。寺での瞑想の時間には英語が話せる者が西洋の心理カウンセラーの様に横でポジティブな思考になる導きをして呼吸に集中出来る様にして瞑想がより高まる様に指導する。東洋の教えとして西洋を受け入れる方式で自然にストレスが軽減出来る様に導いていく。

H 此のツアーは全国で展開出来るが、禅寺、山間部、英語の話せる者、食事のケア、湯治の案内の出来る者がいる処と条件が限られてくるが、大手の旅行代理店、ホテル、または観光・ホスピタリティを教えている地域創生の為の大学、または観光の専門学校生、そして帰国子女達が地域創生インバウンドのモデルを作り上げまずは寺の多い関西で始めていくのが良いのではと思われる。2020年の東京オリンピックの為に関東圏でも宿泊所の確保は緊急課題である。後述するが関西にも東京と同じ民泊を推進する様な国家特別区がある。関西では大阪、京都、兵庫がこの対象となっている。残念ながら奈良はその特区には入っていないが、奈良市は京都府の横であり、京都の山城や宇治、そして京田辺等は京都市に行くよりも奈良市に行く方が地理的に近い。

8. 推進への道筋 国家戦略特区・旅行業法の特例

檀家が少なくなり墓の守りもする人がなく、後継者もなく困っている地方の寺や神社、そして民家、それらをホテルや観光業者が観光やインバウンドを研究している学生、帰国子女で感性が外国人の学生と共にNPOを立ち上げて安らげる国日本を広く紹介して関西におけるコンテンツツーリズムを立ち上げてはどうだろうか?首相官邸、内閣府の国家戦略特区においては旅館業法の特例(特



【図】ストレスへの対処法

区民泊) についてその特区内であれば、条件が満たせば外国人を始めとした宿泊者を泊めることが出来るとされる。

<http://www.kantei.go.jp/jp/singi/tiiki/kokusentoe/tocminpaku.html>

関西では残念ながら大阪、京都、兵庫に限定されているが、奈良は京都と繋がっており、

住所は京都であっても奈良市や奈良公園に車で15分程度に近い寺や神社、そして古い民家が存在している。また大阪も京都・大阪・奈良にまたがる学研都市を境として外国人が喜ぶ日本らしい民家や小さな寺や神社が数限りなくある。それをホテル業界・観光業界・学生で掘り起こし新たなビジネスチャンスとして日本の文化の発祥の関西の古い文化をヒーリングをコンテンツにして伝えるのは日本古来のホスピタリティ、奥深さ、寛容さ、控えめさ、こういうメンタリティを新たな形で提供して観光客へも地域経済にも発展させる道筋となるであろう。それが受け入れられたらその向こうへ関西の寺の全てをジオパークとして保存出来る様に関西の広域で文化の保存の為に、また寺や神社、国宝や文明の保存の為に観光と結びつけた重要な課題となるであろう。ここで立ち上がって文化財や国宝になるほど有名ではないが歴史のある古い神社仏閣や民家の歴史をこういうコンテンツツーリズムという形であれホテル業界や観光業界の手を入れてでも残しておくべきだと思われる。

9. 今後の活動展開・ツーリズム EXPO 等へのブース出店

毎年ツーリズム EXPO が開催されるが、欧米やアジア圏の旅行代理店も世界にツアーを売るために多く参加している。今年のツーリズム EXPO ジャパンには飛騨の自然をガイドするツアーをセールスしている

SATOYAMA EXPERIENCE

<http://satoyama-experience.com/jp/> や日本伝統と現代アニメ文化を体験するツアーを運営している TOKYOWA Y 株式会社 <https://tokyoway.jp/> がブ

ース出店しているが、最初のは田舎に特化している点、また自転車でのロードツアーが特色としてあげられていて、TOKYOWAY のツアーは禅の体験等が私の提案するヒーリングと似ているが短期体験ではなく、メディテーションヒーリング癒やしにまで持っていく日本を世界的に理解して貰うのが私の狙いである。このツーリズム EXPO はツアー内容を世界的な認知度にあげるには効果的で今世界から観光客が押し寄せる熊野古道もこのブースに最初は出店している。

またヒロシマや伏見稲荷のブームは一度行った観光客からの SNS の発信であり、一度着てくれた客がリピーターとなるように更に自国に向けて発信して貰える様に常にコンテンツを豊かにそしてゲストのニーズにこたえられる様にしていかなければいけない。

10. 最後に。外国人の求める「癒やし」とは？

私は大学の国際交流室に事務員として働いて今まで海外との交渉にあたってきたが、その際に欧米や東南アジアの学生がこちらに望む授業やインターンシップの活動内容は

- A. おもてなしの心を学びたいので旅館でインターンシップをしたい。
- B. 和食を本格的に学びたいので、板場で修行をしたい。
- C. 禅の心を学びたい。
- D. 日本の民家にホームステイをして日本人の心に触れたい。

そういう外国人の要求が多く聞くことが出来た。英国、米国、中国に住んでいる海外の友人の求めも同じような求めで、自分たちとは違う文明、違う精神世界を求めている。また長く日系人として暮らした者、国際結婚を長くしてずっと海外で住んでいる者にとっても長く離れていなければいる程、求める者はその文化のエッセンスであり、それこそが今海外に対しての売りとなるべきものだと思う。また日本や東洋に未知な者に取っても求めているものはその謎であり、健康であり、彼らがイメージする日本古来の文化であり、精神世界である。

混迷の時代、長く続いた豊かな暮らしから低経済困窮期に入り、世界の人々はストレスを抱え、そして不透明な明日に倦み苦しんでいる。テロリストへの不安、政治への不安、人は現代の社会で数々のストレスにさらされている。短期間でまれにみる経済成長を遂げた中国の人々も成長の後の低迷に混乱している。彼らを受け止め、そしてまた更に禅といっても

宗教にさほど偏ってはいない良い意味での無宗教の日本人が作り上げた精神世界、現在の日本人にはあまりない豊かなストレスの少ない精神世界を世界に広げインバウンドの糧とするのはまさに日本が昔から持っていた生活、社会適応への知恵を世界に向けて発信するものであろう。

精神世界、スピリチュアルな要素もインバウンドのコンテンツには重要なファクターである。元来日本古来の宗教では自然崇拝から多神教といった自然や木々に神が宿るといったブレマティブな原始宗教であるが、そこから結界、鳥居や縄等、悪いことが此処から先には行かない様にと言った災いや悪魔が来ないことを願った祈り、今では日本人でさえも忘れた様な祈りを外国人と共に知り、医学の前に世界の人々が信じていた災いは悪魔がもたらすものだという畏怖の思いや精神世界を日本の田舎で感じ取り、精神と祭り事を共に高めてヒーリングに持っていく、アメニズムに立ち返り物言わぬ自然と融合してその精霊に癒やされることがこのコンテンツの基礎となる。またゲスト自らが言葉で自分物語を寺や宿泊場で禅問答形式で語る、または写経する行為により自分自身を見つめ自己の中の悪魔を誘い出し、それに退治する。自己暗示によるクエイズムとなる。東洋のミステリアスな田舎の地で静かに禅というメディテーションをして自分と向き合うことでポジティブな自己暗示をかけて癒やされて貰う、それがこの企画の狙いである。