

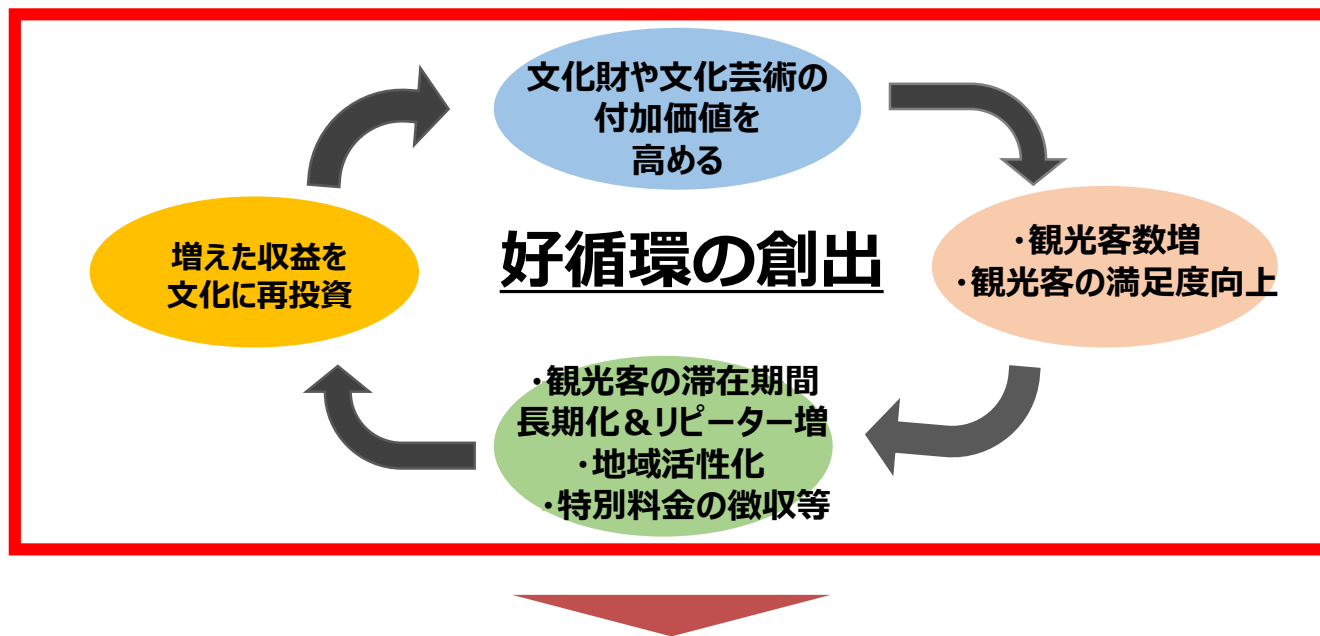
文化資源を活用した 観光インバウンドのための環境整備

令和元年12月10日
観光戦略実行推進会議



Agency for Cultural Affairs, Government of Japan

文化資源を活用した好循環の創出



文化を最大限活用して、“稼ぐ文化”による好循環を創出し、観光立国の実現を目指す

(1) 全国の **磨き上げ** た文化資源(文化財や文化芸術)で **体系的** な演出

(2) 訪日外国人目線で文化財・文化芸術を **分かりやすく・おもしろく** 発信

(3) キャッシュレス・電子予約や夜間開館など文化を **楽しむための基盤** を整備

①日本博を契機とした観光コンテンツの拡充

「日本の美」を体現する美術展、舞台芸術公演等を年間通じて全国各地で展開し、文化による「観光インバウンド」等を拡充

合計340件（主催・共催型69件、公募助成型68件、参画型203件）※12月3日現在

- ・「日本文化体験『日本のよろい!』」
入館者入館者 144,733人（うち外国人51,312人）
- ・「スミソニアン協会フリーア美術館の北斎展」
入場者 29,134人（うち外国人約6,000人）



多言語解説による「ハンズオン甲冑」の展示
(東京国立博物館)



体験型ワークショップ
(国立能楽堂)



「スミソニアン協会フリーア美術館の北斎展」
(すみだ北斎美術館)

→オリパラ本番の2020年に一層の充実



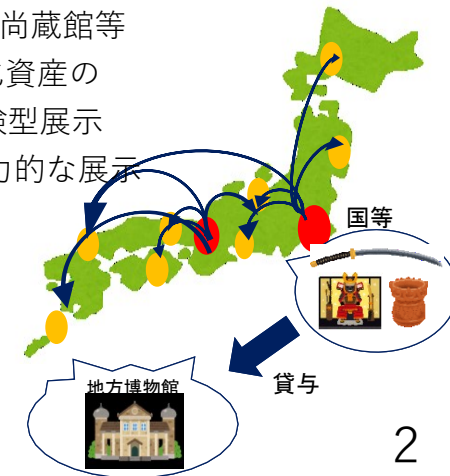
- ・歌舞伎、能狂言、文楽、日本舞踊、琉球舞踊等のダイジェスト版を多言語で公演。
- ・訪日外国人向けのプログラム創出



- ・伝統的衣装・武具の着付け等体験型コンテンツもさらに充実

→国等が有する地域ゆかりの文化資産を各地域で展示

- ・文化庁や国立博物館、三の丸尚蔵館等が所蔵する地域ゆかりの文化資産の貸し出しや多言語対応、体験型展示等、地域の歴史文化の魅力的な展示を進める。



②日本文化の魅力発信

日本の歴史や芸術・伝統的な日本文化・文化財等を、先端技術等(VR, AR等高精細画像やクローン文化財等の高精細レプリカ等)も駆使しながら、効果的な場所(空港等)で国内外に発信

- ・「史跡岡城跡の魅力発信事業」
- ・新千歳空港「アイヌ文化」をテーマにしたコンコース演出、羽田空港「江戸図屏風」「江戸橋広小路模型」をモチーフとした体験型AR作品の展開等10か所程度で実施



アイヌ文化をテーマに国際線の到着旅客全員が通過するコンコースを演出(新千歳空港)



空港施設や博物館の歴史資料等も活用し、江戸図屏風等をモチーフとした体験型AR作品を展開(羽田空港)



インフォメーションに高精細画像のタッチパネルを設置し観光地へ誘導(仙台空港)

→2020を契機に文化芸術活用による更なる空港の魅力アップと文化情報発信の強化

- ・玄関口である空港等において、訪日観光客に訴求力の強いメディア芸術等も駆使しながら、日本各地の魅力豊かな芸術文化・文化財等を効果的に紹介し、地方誘客を促進。

→旅前・旅後のJNTOサイトからの文化情報の一元的な発信強化

- ・「日本博」やLiving Historyについて分かりやすく発信。
- ・日本遺産7ストーリーを中心にコンテンツ制作中。(令和2年3月に公開開始予定)

③ Living History (生きた歴史体感プログラム)

歴史的背景に基づいて往時を体験できる取組(Living History)を支援するとともに、魅力向上につながる整備を行うことで、観光拠点としての磨き上げを促進

- ・二条城で寛永行幸で実施された茶会の再現や姫路城の西の丸化粧櫓を使用した千姫の衣裳展示など11事業を採択



史跡における当時の様子をARを活用して体験



二条城の寛永行幸の時代に実施された茶会を再現

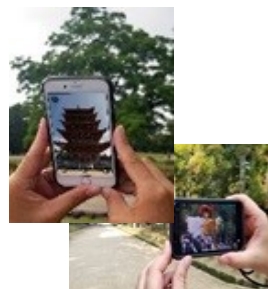


火焰型土器を使った調理など縄文時代の生活を実際に体験

④文化財多言語解説整備

訪日外国人の地域での体験滞在の満足度を向上させるため、文化財の多言語で先進的・高次元(AR技術、QRコード等)な解説を整備

- ・文化庁の先進的媒体整備箇所数(観光庁連携以外を含む)
H30年度:22か所、令和元年度:54か所



現存しない建造物等を、多言語解説を交えVRコンテンツで再現



VR技術を活用した高精細な360度映像などを多言語解説を交えて体験



2次元コードから、多言語解説による音声を読み上げられる

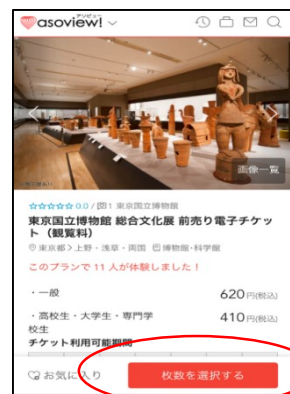
→文化財に新たな付加価値を付与し、観光拠点として更なる磨き上げ

→文化財中核観光拠点200か所を中心として、先進的・費用対効果の高い多言語解説整備を加速

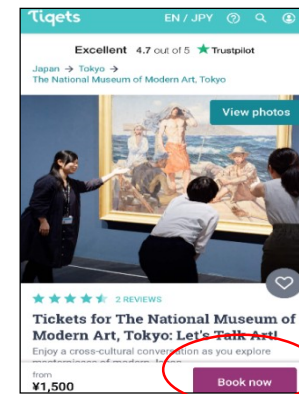
→キャッシュレス・電子予約、夜間開館の促進

- ・国立の博物館・美術館は、全館キャッシュレス決済を実施。特に、スマホによるチケットの事前購入を順次導入(Asoview!,Tiqets等のサイトから購入。当日は、券売機での待ち時間ゼロで入館)。地方館・社寺等の宝物館等についても意欲あるところのキャッシュレスを促進
- ・国立の博物館・美術館の夜間開館については現在、金・土21時まで開館。2020年オリパラ期間中、他の曜日も21時まで試行開館

【Asoview!サイト】



【Tiqetsサイト】



スマホからもチケット購入可能

文化観光拠点づくりによるインバウンド創出

- 訪日客の29%が美術館・博物館を訪問、26%が日本の歴史・伝統文化を体験（複数回答調査）。海外でも博物館等の文化資源は観光振興に極めて大きな役割。
- 地域の美術館等では、独自の取組で多くの外国人集客に成功した事例も。国立館も多言語化等で外国人来客を拡大。
- 成功事例も踏まえ、今後、意欲のある地域の美術館・博物館等が中核となり、多言語化、キャッシュレスやWi-Fi等の利便性の向上、空港・駅・港からの二次交通の整備、核個人・企業からの寄付の促進等、インバウンド強化のための環境整備に向けて、関係省庁が連携して強力的に取り組むことが重要。
- また、我が国が誇る伝統芸能の拠点である国立劇場も、インバウンド対応充実を含めて改築を念頭に再整備が課題。

博物館・美術館の年間来客数

海外の博物館は高い集客力。

日本の博物館も高いポテンシャルあり。

国内	
国立科学博物館	266万人
国立新美術館	261万人
金沢21世紀美術館	258万人
お台場 チームラボ	231万人
東京国立博物館	214万人

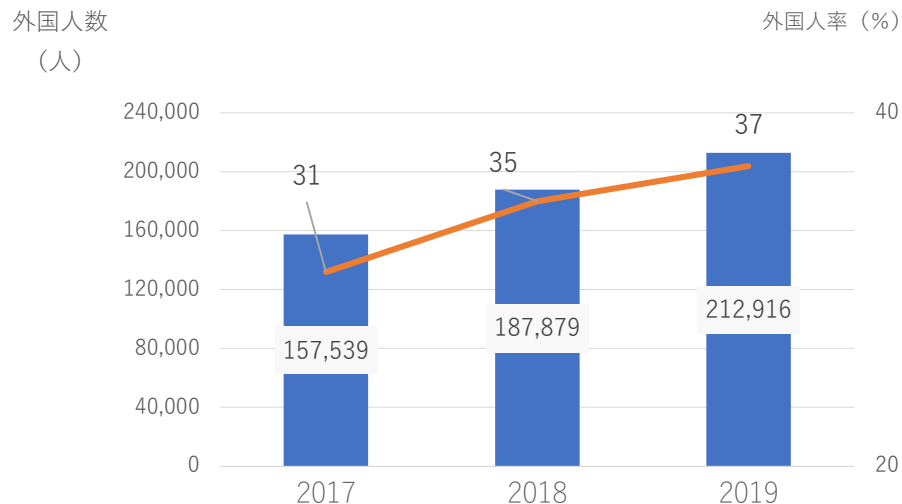
(出典) 総合ユニコム社「月刊レジャー産業 資料」

海外	
ルーブル美術館	1020万人
中国国家博物館	861万人
メトロポリタン美術館	736万人
バチカン美術館	676万人
国立航空宇宙博物館 (米)	620万人

(出典) 米エイコム社「テーマパーク博物館インデックス2018」

東京国立博物館の常設展の外国人来館者数と外国人率の増加

多言語化等に取り組み、外国人来客者数が増加。



(毎年4月～9月データ)

地域の美術館等のインバウンド集客の成功例

ベネッセアートサイト（香川県直島）

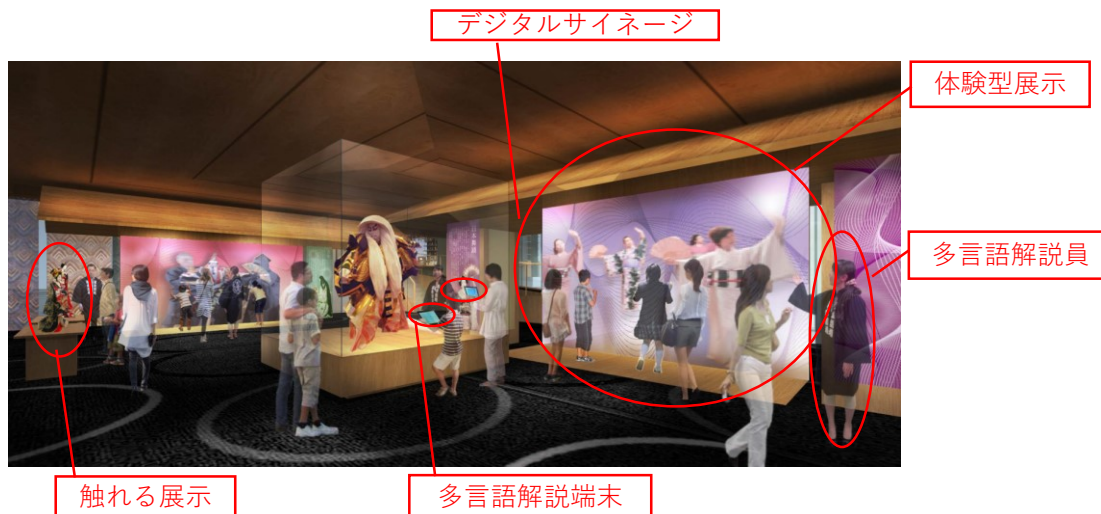
- ・ 2018年度の直島への観光入込客数（歴史・文化目的）は約53万人。
- ・ 海外の旅行誌も積極的に紹介し、来島者の半分以上が外国人。
- ・ 「瀬戸内国際芸術祭」の中核拠点（2019年の芸術祭は約118万人を集客）

箱根彫刻の森美術館

- ・ 年間来場者が約60万人、うち外国人は14万人。
- ・ 来館者が彫刻になりきるなど、アートに親しめる仕掛け。

国立劇場の再整備

- ・ 我が国が誇る歌舞伎や文楽等の伝統芸能の魅力を発信し、インバウンド受け入れを強化するため、国立劇場について、改築を念頭に再整備を進めるための検討を行う。



外国人にも対応した公演の実施

インバウンドを意識した展示施設等の新設（イメージ）