

オリンピック・パラリンピック基本方針推進調査
文化を通じた機運醸成試行プロジェクト 二次採択案件（19件）概要

[分野: 発信]

実施団体: 森ビル株式会社

予定事業名: THE JAPAN CONNECT プレイベント

実施時期: 2016年9月21日(水)、9月22日(木)

場 所: 東京都

概 要:

2020年東京オリパラのメイン会場と選手村を結ぶ「新虎通り」において、オリパラ首長連合の各自治体などと連携し、地域商材の展示 PR・販売空間を設け、地方産業の振興、地方への送客につなげる。



効果・検証方法:

- ・地方産業の振興、地方への送客につなげる効果
 - ・来場者数(実施場所にてどれだけの人に情報を共有できたか)検証
 - ・メディア露出量(実施場所に訪れなかった人に向けてどれだけ情報を拡散できたか)を検証
 - ・出店自治体等へのヒアリングにより、外国人比率、情報発信にあたっての改善点等を把握
-

実施団体: 株式会社ジュピターテレコム

予定事業名: 番組企画 多彩につぽん! まち・ひと・文化～日本各地の
ホストタウンへ、ようこそ!～

実施時期: 2016年11月～12月

場 所: CATV(取材地: 京都府、群馬県)

概 要:

オリパラ参加国・地域との人的・経済的・文化的な相互交流を図る地方公共団体「ホストタウン」の2カ所と相手国から招いた人々との交流を紹介する。番組は聴覚障害者への配慮も行い、J:COM および提携CATV 地上波のほか英語字幕付きでweb 閲覧も可能にする。本事業により、ホストタウンでの機運醸成をより一層高める。



効果・検証方法:

- ・地域レガシー再発見を通じた地域住民におけるプライド涵養及び東京オリパラ機運を醸成
 - ・ホストタウンプロジェクトが地域活性化に資する意義・価値に関する理解促進効果
 - ・番組視聴者へのアンケート調査によりオリパラ機運醸成および地域文化・ホストタウン認知状況を検証
 - ・交流プログラムに参加した外国人へのグループインタビュー等により認知変化、意識変化を検証
-

[分野: 伝統]

実施団体: 公益社団法人 落語芸術協会
予定事業名: 「“にぎわい” ルーツ・ジャパン」プロジェクト
～芸による町興しと情報発信を目指して～
実施時期: 2016年10月～11月上旬
場 所: 岩手県、福島県、宮城県
概 要:

岩手・福島・宮城で、オペラを声楽と語りで凝縮したオリジナル作品の実演等を通じた町興しと情報発信及びインバウンドの拡大を目指す事業。



(写真はイメージです)

効果・検証方法:

- ・観光・インバウンドの拡充を目指し、同時に被災3県では復興をアピールする効果
- ・日本語・英語でアンケートを実施し、2020年オリンピック・パラリンピックへ向けて日本文化力への期待等を検証

実施団体: 株式会社三越伊勢丹ホールディングス
予定事業名: あたらしい工芸 -KOGEI Future forward-
実施時期: 2017年2月15日(水)～2月21日(火)
場 所: 東京都
概 要:

日本文化を代表する美術工芸の中でも、注目を集める現代アート系工芸を内外に紹介することで、その芸術性の高さと確かな技術力を象徴的に発信し「工芸」が、世界語「kogei」として認識されることを目指す。展示会や、子供・障害者が作る楽しみを実感する、アーティストによるワークショップも実施。



桑田卓郎 黄緑化粧白金彩梅華皮志野焼
(2011)

効果・検証方法:

- ・工芸はファインアートであるという理解を促進する効果
 - ・若手作家の認知度拡大効果
 - ・展示期間内の来場客数やメディア掲載数によって関心度の高さを測定
 - ・来場者アンケートを定量化し、イベントの動員力・顧客の関心度、理解度を測定
 - ・定性アンケートによる顧客の心境の変化や工芸＝ファインアートという理解度を把握
-

実施団体: 公益社団法人大日本弓馬会

予定事業名: 流鏝馬に関する情報の海外発信および実況解説などの
多言語化事業

実施時期: 2016年9月～11月

場 所: 神奈川県、東京都、京都府

概 要:

寒川神社、明治神宮の流鏝馬神事/上賀茂神社の笠懸神事に関して英語情報等を付加したコンテンツを団体 Web サイトに掲載、場内の英語アナウンス・解説、射手と外国人のミニ交流セッション等を実施することで、流鏝馬への国内外の理解を促す。



2016年11月3日 明治神宮 流鏝馬神事(奉射)

効果・検証方法:

- ・流鏝馬への関心が高まり、それを入口として多様な日本の伝統文化全体への関心が国内外で高まる効果
 - ・Web 閲覧者、来場者らに対してアンケートを実施し、英語による情報提供により流鏝馬への理解が促進されたかどうか、来日意欲が高まったかどうかなどを検証
-

実施団体: 明治神宮

予定事業名: 和の心 ～雅楽&武道～

実施時期: 2016年12月10日(土) (予定)

場 所: 東京都

概 要:

日本人の深奥にある和の心、その表れとしての伝統文化である雅楽と武道の外国人向け解説と公演を実施。また、明治神宮外苑の成り立ちと東京五輪との連続性、大都会と森(明治神宮)との共生(自然観)を通して外国人に対して日本理解を促す。



効果・検証方法:

- ・日本文化への関心が高まり、理解が深まる効果
 - ・参加応募者数および参加者の構成を分析(世代、男女比、所属分野など)
 - ・2020年への機運醸成に当たり「雅楽」「武道」「鎮守の森」がどのような役割を果たしうるか、また、この分野のどのような事柄に大きな関心が寄せられるかなどをアンケートで測定
-

実施団体: 全国花き振興協議会(代表団体 一般社団法人 JFTD)

予定事業名: いけばな JOIN プロジェクト

実施時期: 2016年11月～12月(予定)

場 所: 東京都、千葉県

概 要:

「いけばな」を通じた共生社会実現に向け、障害を持つ子供達にいけばな文化教育を実施。また外国人旅行者向けいけばな体験・展示等を実施し、観光コンテンツとして花を確立させる契機づくりとする。



効果・検証方法:

効果 1「いけばな」を通じた共生社会の実現

- ・いけばなを学んだ障害を持つ子供達へのヒアリングと教員や保護者へのアンケートにより、子供達の体験前と体験後、体験中と普段との集中度や関心度などの違いを検証

効果 2「いけばな」を外国人旅行者向け観光コンテンツとしての確立する契機づくり

- ・展示を見学する外国人旅行者へのアンケート調査、フォトスポットでの撮影拡散状況(ハッシュタグにより確認)により、外国人旅行者のいけばな文化への関心度を調査

実施団体: 竹田市

予定事業名: “震災復興”2020 オリンピック・パラリンピックを見据えた
DRUM TAO in 竹田文化芸術プログラム創造事業

実施時期: 2016年10月1日～10月31日

場 所: 大分県

概 要:

竹田市久住高原を拠点に世界で活躍する和太鼓エンターテイメント集団「DRUM TAO」の公演を中心に、様々な地域資源を盛り込み、魅力的な観光文化プログラムを創出する事業を実施。2020年オリンピック・パラリンピックを見据えた地域の活性化の実証実験として、外国人向けモニターバスツアーを組み立て、歴史・文化・食・工芸・芸術といった竹田市の様々な魅力を伝える事業を実施。多言語でのPR、会場のバリアフリー化にも取り組む。



効果・検証方法:

- ・参加者数、多言語化ホームページへのアクセス、SNS 閲覧数などによる情報発信効果を検証
 - ・市内協力業者及び団体数による機運醸成効果を評価
 - ・モニターツアー参加者および APU 学生へのアンケートから魅力的なスポットを抽出
 - ・車いす専用トイレの混雑具合や会場内移動の円滑化など、会場バリアフリー化施策を評価
-

実施団体: 一般社団法人イマジンワンワールド

予定事業名: KIMONO を活用した異文化相互理解促進プロジェクト

実施時期: 2016年9月～2017年2月

場 所: 群馬県、千葉県ほか1カ所(予定)

概 要:

世界各国をイメージした KIMONO 服地図案をデザインする異文化交流事業。群馬県・千葉県などホストタウン3自治体を取り上げ、各自治体の被ホスト国(ポーランド、デンマーク、ほか1か国予定)をイメージした KIMONO を製作し、海外との相互理解の促進およびわが国地域・文化を多言語で発信する。



効果・検証方法:

- ・日本文化の情報発信と日本伝統文化、異国文化、国際社会への国内外の理解拡大効果
 - ・参加者、関係者へのアンケートにより日本文化理解度、事業効果を検証
 - ・参加者の SNS 投稿などの追跡調査により、事業自体の発信力と投稿への反響内容を調査
 - ・日本国内外のメディア露出量検証(非来場者への情報伝達を調査)
-

[分野:現代]

実施団体: 株式会社ライゾマティクス

予定事業名: Playable City Tokyo 2016: テクノロジーと創造性で新しい都市体験を創出する国際コラボレーションプログラム

実施時期: 2016年9月～2017年2月

場 所: 東京都

概 要:

日英クリエイターによる国際共同プログラム。東京でクリエイティブワークショップや日英2言語で実施するフォーラムを開催。「都市」、「遊び」、「テクノロジー」をキーワードに、公共空間の新たな活用法、都市の課題を解決する新たな手法などを創出するとともに、テクノロジーを創造的に使うアイデアが次々と街の中で実現されていくための土壌を形成する。



効果・検証方法:

- ・テクノロジーを活用した新しい都市体験への関心を高める効果
 - ・日本と海外のクリエイターの交流を促進する効果
 - ・参加者属性の分析等によりプロジェクトの波及効果を検証
 - ・参加者の意識の変化、今後の協働意向、国際共同がイノベーション創出にもたらす効果などを、参加者へのアンケート、聞き取り調査などから分析
-

実施団体: 株式会社 電通国際情報サービス
予定事業名: メディアアートによる日本の祭りの魅力再発見プロジェクト
(仮)
実施時期: 2016年10月～2017年2月
場 所: 未確定(対象の祭りを調整中)
概 要: 2020年に向け、東京だけでなく幅広い日本の地域文化への国際的な関心を高めるため、外国人観光客や自治体・地元の方と共に、祭りの由来や現代における意義を深掘りし、「地域の祝祭」をテーマにアーティスト市原えつこ氏とメディアアートイベントを実施し、地域文化の豊かさを海外に発信していく。



市原えつこ(撮影: 黒羽政士)

効果・検証方法:

【短期的】実施対象の祭りの魅力発見(再発見)効果、実施対象の祭りの話題性向上効果

【長期的】日本の地域文化全体に対する国内外の関心の向上、2020年に向けたインバウンド拡大(観光客増加への寄与)効果

・関係者、観光客へのインタビューにより効果を検証

[分野: 地域]

実施団体: 株式会社せとうちホールディングス
予定事業名: DENIM Run ONOMICHI -ファッションと地域文化による訪日対策事業
実施時期: 2016年11月～12月
場 所: 広島県
概 要:
尾道を舞台に、世界各国で人気を博しているファッションイベントブランド“ツイードラン”のデニム版イベント“デニムラン”を実施し、日本の「ファッション」「地域文化の豊かさ」の価値を海外に発信。車いす・障害者部門を設けバリアフリー化にも取り組む。



効果・検証方法:

- ・尾道デニムとイベント実施地域への関心向上と国内デニム産業の再興効果
 - ・地方都市の外国人観光客対応力の向上効果
 - ・尾道市の観光客総数を(「広島県観光客数の動向」広島県統計 を用いて)検証
 - ・メディア露出、来場インフルエンサーを調査
 - ・イベント来場者数、映像再生回数、公式サイトイベントページPV数、SNS拡散状況等を測定
-

実施団体: 株式会社 KADOKAWA

予定事業名: コンテンツ投稿サイト「カクヨム」を使った地域文化創造プロジェクト

実施時期: 2016年10月～2017年2月

場 所: オンライン

概 要:

誰でも自由に作品を投稿できるプラットフォーム「カクヨム」を使い、国内各地の自然や伝統文化に根ざした「あなたの街の物語」をコンテスト形式で広く一般から募集し、紙媒体や Web メディアを使って優秀作品を国内外に発信。コンテストを通じて、地域の魅力を伝える新たなクリエイターを発掘し、地域活性化につなげていく。



効果・検証方法:

- ・地域の魅力を国内外に伝え、土地の魅力を再発見、発信機会を創出する効果
 - ・新しい才能の発掘し、クリエイティブ人材を育成する効果
 - ・入賞作品翻訳の閲覧数を調査分析
 - ・投稿された作品をユーザーが評価することにより、人気作品を明確にし、傾向を分析
 - ・投稿されたコンテンツの地域・テーマ・ジャンルを分析
 - ・ユーザー層別に反応を分析
-

[分野: 生活文化]

実施団体: 一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構

予定事業名: 日本を愛する世界的に著名な海外ファッションデザイナーによるプレゼンテーション

実施時期: 2016年10月17～10月23日

場 所: 東京都

概 要:

東京ファッション・ウィークにおいて日本の優れた素材を使用した製品のプレゼンテーションを行い、そのクリエイティブな魅力や日本の素晴らしさを国内外に広く発信。世界的に著名なデザイナーが日本の素材の魅力を語る映像製作・配信を行う。



(C)Japan Fashion Week Organization

効果・検証方法:

- ・ファッションの視点から日本のクリエイションおよび素材、産地の魅力の認知を高め、理解を深める効果
 - ・ 媒体露出(新聞・雑誌等紙媒体、オンラインメディア掲載)、バイヤーやインフルエンサー等の来場者層を調査
 - ・ イベント来場者数、ライブ配信閲覧数、ドキュメンタリー映像再生回数、公式サイトイベントページ PV 数、SNS 拡散状況等を測定
-

[分野:食文化]

実施団体: 鳥羽商工会議所

予定事業名: 多様性社会を目指した御食国“常若”文化プロジェクト

実施時期: 2016年9月～2017年2月

場 所: 三重県

概 要:

“和”の「食文化」をテーマに、かつて御食国(みけつくに)と称された鳥羽の地で、世界的発信力をもつ人々と食文化を通じて地元企業や高校生との交流プロジェクトを行い、「食物・自然への感謝の心」、「“常若”の精神」を次世代へ継承し、内外への情報発信・理解を促進していく。



効果・検証方法:

- ・自然や食物への感謝の心に根ざした食文化への理解を促す効果
- ・参加したインフルエンサーと高校生、地元企業、団体に対し、参加者属性に応じたアンケートを実施し、プロジェクトテーマへの理解度を調査
- ・メディア露出、鳥羽市への外国人宿泊客数の増減を測定

[分野:障害者芸術]

実施団体: 一般社団法人融合研究所

予定事業名: 漫画家が提案する障がい者スポーツ・マンガの普及プロジェクト「Be The HERO 2020」プロジェクト

実施時期: 2016年9月～2017年2月

場 所: 全国からの参加、京都・東京等での説明会・発表会開催

概 要:

日本を代表する漫画家やマンガを学ぶ学生による障がい者スポーツ・マンガの創作を通じて、障がい者スポーツの魅力を発信。雑誌連載や出版を広げる端緒とし、漫画コンテンツの魅力と共生社会に向けた取組の輪を広げる。



<http://www.jetta.jp/hero> <http://www.jetta.jp/hero> <http://www.jetta.jp/hero>

平成27年度障害者スポーツ普及啓発映像 Be The HERO
(東京都オリンピック・パラリンピック準備局スポーツ推進部障害者スポーツ課)

効果・検証方法:

マンガによる障がい者スポーツの魅力の訴求・普及可能性を検証

- ・障害者スポーツを理解してマンガにするための説明会へのマンガの学校の教員・学生、漫画家等の参加者数と理解度
- ・障害者スポーツをテーマにしたマンガ等の応募作品数と作品の質
- ・作品表彰・展示会へのマンガの学校の教員・学生、漫画家、出版社編集部、一般マンガファンの参加者数と作品評価
- ・展示会や他手法での優秀作品公開に対する漫画家、出版社編集部、一般マンガファンの期待や出版等普及の可能性

実施団体: 特定非営利活動法人バリアフリー映画研究会
予定事業名: 世界をリードする、日本の映画鑑賞用最新バリアフリー技術を活かした、多言語対応“おもてなし”プロジェクト

実施時期: 2016年10月～2017年2月

場 所: 東京都、滋賀県

概 要:

新しい映画鑑賞支援機器(UDCast)を用い、聴覚障害者はメガネ型端末に字幕を表示、視覚障害者は個々人の端末を使って音声ガイドを聴く。これらの技術を用い、障害者と健常者が一緒に最新の映画を楽しむ事業。これをきっかけに、バリアフリー社会をより身近にしていく。



効果・検証方法:

- ・UDCast の実用フェーズ入りに向けたデータ収集
 - ・上映終了後に使用者に調査を実施し、有識者による検討会を経て改善点を抽出し、普及につなげる
-

実施団体: 株式会社JTBコーポレートセールス

予定事業名: 別府ダイバーシティアカデミア～私たちが育んだやさしさと
しなやかさ～

実施時期: 2016年11月19日(土)(予定)

場 所: 大分県

概 要:

多文化が共生する国際観光都市、大分県別府市を舞台に、2020年に向け、多様性・寛容性のモデルとなる市民意識形成に向け、地元企業、大学、市民が参画したコンソーシアムを編成し、ワークショップを実施。車いす体験、障害者、外国人、LGBT 誰もが入れる温泉の入り方講座などを実施。



効果・検証方法:

- ・寛容性・多様性を育んできた別府で実践を基に知見をまとめ、可視化する効果
 - ・各参画団体の「別府ダイバーシティアカデミア」実施の総括と、今後、2020へのに向けた機運醸成に向けた、それぞれの団体での別府における活動ビジョンや、活動目標などをレポートとして提示
 - ・イベント・ワークショップ参加者へのアンケートを通じ、別府の持つ多様性・寛容性についての意識や、2020に向け、別府を舞台にできることなどの当事者意識がどう育まれたかを検証
-

実施団体: 社会福祉法人愛成会

予定事業名: 障害者の優れた芸術作品による文化創造プロジェクト

実施時期: 2016年10月～2017年2月

場 所: 東京都

概 要:

中野地域商店街と連携し、街中空間を活用して、障害者の優れた芸術作品を用いた国際的なアール・ブリュット展の開催や多様な表現に触れることのできるステージイベント等を実施。このような取り組みから人と人が出会い他者理解を深め、共生社会の実現につなげる。



効果・検証方法:

- ・街中空間を利用して作品を展示することにより、普段芸術作品と触れる機会のない人が芸術文化と出会う場面が増える
 - ・障害者が制作する芸術作品のなかでも芸術性の優れた作品を展示することにより、障害者に対する認識の変化や、障害の理解、他者理解へとつながり、ひいては協働の街づくりの新しいモデルとなる
 - ・来場者や関係者等へのインタビュー／アンケートにより効果を評価
-