

第 I 章 調査結果の要約

1. 調査の概要

本調査は、政府が 2015 年 11 月 27 日に閣議決定した「2020 年東京オリンピック競技大会・東京パラリンピック競技大会の準備及び運営に関する施策の推進を図るための基本方針」の推進にあたっての重点分野である「文化を通じた盛り上げ」にかかる試行プロジェクト（※）を実施し、その効果・改善点を調査・分析することを目的として実施した。

※試行プロジェクトのイメージ（例）

2020 年東京オリパラ大会に向けて、そして、その先を見据えて、質の高い日本文化の国内外への普及・魅力発信を進める事業・イベントであって、

- 海外に向けた情報発信や訪日外国人受入れ促進のための多言語対応を行い、外国人の日本文化への理解を促進させるもの
- 障がい者にとってのバリアを取り除き、新たな鑑賞の機会を創出したり文化活動への参画機会を拡大させたりするもの
- 障がい者がその個性・才能をいかした芸術活動を推進するプロジェクトや、共生社会の実現に向けた多様性に関する理解を促進するもの

○応募 410 件のうち 32 件を採択

試行プロジェクトの応募は、全体で 410 件（一次 71 件、二次 309 件、三次 30 件）であった。そのうち、有識者委員会による評価・審査を経て、最終的に 32 件が採択された。

採択プロジェクト一覧

採択時期	事業名	実施主体
一次採択 (8 件)	大相撲国際文化交流イベント「大相撲 beyond2020 場所」	公益財団法人 日本相撲協会
	新作能「水の輪」beyond2020	公益財団法人 山本能楽堂
	第一回超人スポーツゲームズ	超人スポーツ協会（慶応大学）
	LIGHT UP NIPPON 全国一斉花火	一般社団法人 LIGHT UP NIPPON（（株）ハレ）
	風とロック芋煮会 2016 白河の関ステージ	（株）福島民報社
	東京ハーヴェスト	東京ハーヴェスト実行委員会（（株）オイシックス）

	共創社会実現のための舞台芸術プロジェクト	スロームーブメント 実行委員会 ((株) ワ コールアートセン ター)
	東京オリンピック・パラリンピックに向けた障がい者ア ートフェスタ 2016	鳥取県
二次採択 (19件)	THE JAPAN CONNECT プレイイベント	森ビル (株)
	番組企画 多彩につぼん! まち・ひと・文化～日本各地の ホストタウンへ、ようこそ!～	(株) ジュピターテレ コム
	「“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～	公益社団法人落語芸 術協会
	あたらしい工芸 -KOGEI Future forward-	(株) 三越伊勢丹ホー ルディングス
	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	公益社団法人大日本 弓馬会
	和の心 ～雅楽&武道～	明治神宮
	いけばな JOIN プロジェクト	全国花き振興協議会 (一般社団法人 JFTD)
	レガシーの未来への継承” DRUM TAO を通じた地域コンテ ンツ魅力増進及び誘客・情報発信実証実験	竹田市
	KIMONO を活用した異文化相互理解促進プロジェクト	一般社団法人イマジ ンワンワールド
	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	(株) ライゾマティク ス
	日本の“まつり” Re-Design プロジェクト	(株) 電通国際情報 サービス
	DENIM Run ONOMICHI -ファッションと地域文化による訪日 対策事業	(株) せとうちホール ディングス
	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	(株) KADOKAWA
	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	一般社団法人日本 ファッション・ウィー ク推進機構
	多様性社会を目指した御食国“常若”文化プロジェクト	鳥羽商工会議所
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 2016」プロジェクト	一般社団法人融合研 究所	
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	特定非営利活動法人 バリアフリー映画研 究会	

	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～	(株) JTB コーポレートセールス
	障がい者の優れた芸術作品による文化創造プロジェクト	社会福祉法人愛成会
三次採択 (5件)	世界遺産 薬師寺 健康祈願バリアフリーイベント	共栄印刷 (株)
	外国人にもわかる”和の住まい文化劇場”ー大阪くらしの今昔館と吉田家住宅で紡ぐ和の住まい文化 体感 to 共感ー	大阪市住宅供給公社
	和食文化の発信・伝達方法のモデル構築～多言語化を視野に～	一般社団法人和食文化国民会議
	MEDIA AMBITION TOKYO デジタルースケープ	公益財団法人画像情報教育振興協会
	誰もが楽しめる自由な芸術祭「ユニバーサルアートフェスティバル in すみだ」	(株) 中日新聞社

(注) 括弧内は契約主体

○伝統芸能・工芸の採択案件が3割

採択案件 32 件の分野では、伝統芸能・工芸が 9 件で最も多く、全体の約 3 割近くを占めた。このうち 3 件が 1 つのプログラムを国内複数箇所で実施し、広範囲な対象に向けて共通の体験の機会を提供するものであった。次いで障がい者・バリアフリー関連が 7 件 (同 22%)、現代アーツ・パフォーミングアーツと生活文化が 4 件 (同 6%) 等という順である。

○都心部では実施形態多様、地方案件は野外イベント中心

採択案件の実施形態では、野外イベントが 11 件で、全体の 22.4%を占めた (1 つのプロジェクトで複数の実施形態に該当するものもある)。次いでステージイベントと体験・参加型イベントが 10 件 (同 20.4%)、展示が 7 件 (同 14.3%) 等という順であった。都市部の案件では実施形態が多様である一方、地方案件では野外イベントが中心という傾向がみられた。

2. 調査結果に基づく考察

本調査結果に基づく考察は、①2020 年大会に向けた機運醸成のための本事業全体の定量的・定性的な効果および今後に向けた課題の分析、②本事業の重点項目であり、かつ比較的取組みの多かった多言語対応、バリアフリー対応を行ったプロジェクトから得られる共通の示唆 (ポイント)・課題の分析という 2 つの視点により行った。

(1) 試行プロジェクトを通じた機運醸成

○事業全体で15万人超が参加

本事業全体の定量的効果をまとめると、表2のとおりとなる。本事業全体の参加者数は15万2,565人で、来場者・参加者へのアンケート調査を行った全てのプロジェクトにおいて、参加者の8割以上が「満足」と回答した。また、本事業を通じて延べ646件のメディア（テレビ、新聞、雑誌等）露出につながった。他にも、Facebook、Twitter、YouTube等のSNSを通じて国内外に向けて広く情報発信を行った事例もある。

試行プロジェクト全体の定量的効果

項目	定量実績
本事業全体の参加者数	<p>延べ15万2,565人 (参加者数の多かったプロジェクトの代表事例)</p> <ul style="list-style-type: none"> • LIGHT UP NIPPON 全国一斉花火： 8万2,200人（動画中継視聴者を含む） • 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： 1万3,107人（コンテスト応募者・サイト訪問者） • 障がい者の優れた芸術作品による文化創造プロジェクト： 1万0,012人（イベント来場者延べ人数） • 東京オリンピック・パラリンピックに向けた障がい者アートフェスタ2016： 2,910人
参加者満足度（CS）	<p>（来場者・参加者へのアンケート結果） 全て80%以上が満足と回答</p>
メディア露出	<p>延べ646件 (メディア露出の多かったプロジェクトの代表事例)</p> <ul style="list-style-type: none"> • 共創社会実現のための舞台芸術プロジェクト： 117件 • 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： 104件 • THE JAPAN CONNECT プレイベント： 70件
SNS・動画サイトを通じた発信（Facebook、Twitter、YouTube等）	<p>（SNS・動画サイトでの反響が大きかったプロジェクトの代表事例）</p> <ul style="list-style-type: none"> • レガシーの未来への継承” DRUM TAO を通じた地域コンテンツ魅力増進及び誘客・情報発信実証実験： 1万3,000人（YouTube動画アクセス数） • 日本の“まつり” Re-Design プロジェクト： 1万9,000人（YouTube、Facebook等を通じた視聴者数）

○機運醸成につながる様々な定性的な効果

2020年大会に向けた機運醸成の定性的な効果をまとめると、下表のとおりとなる。

2020年大会に向けた機運醸成の定性的な効果

項目	代表的な事例	定性的効果
地域コンテンツを活用した地方の魅力発信	<ul style="list-style-type: none"> DRUM TAO in 岡城跡 プレミアムライブ 日本の“まつり”RE-DESIGN プロジェクト 	その場所ならではの観光施設、祭り、食文化といった地域コンテンツの活用
多様な文化発信拠点としての東京	<p><伝統文化></p> <ul style="list-style-type: none"> 大相撲 beyond2020 場所 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 <p><現代文化></p> <p>「MEDIA AMBITION TOKYO デジタルースケープ」(公益財団法人画像情報教育振興協会)</p> <p>「Playable City Tokyo」((株)ライゾマティクス)</p>	伝統文化と現代文化の双方に光を当て、多様な東京の魅力を国内外にアピール
地域コミュニティとの連携、国際交流による障がい者芸術の普及	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者の優れた芸術作品による文化創造プロジェクト 	地域の盛り上げ、障がい者の優れた芸術作品(アール・ブリュット)の普及
全国的な参加意識の醸成	<ul style="list-style-type: none"> 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 「風とロック芋煮会 2016 白河の関ステージ 	2020年大会に向けた地方在住者を含む参加意識の醸成、地域住民による魅力の再発見

○公共空間・文化財等の利用に際する問題など課題が浮き彫りに

機運醸成に向けた効果がみられる一方で、試行プロジェクトの実施主体からは下表にあるような課題の声が聞かれた。

2020年大会に向けた機運醸成にあたっての課題

課題の種別	内容
行政との調整、実施場所における厳格なルール	<ul style="list-style-type: none"> 公共空間・文化財等の利用にあたって複数の関係先との調整が必要 空港でのイベント実施時は音響の使用不可、など
オリンピック・パラリンピックとの関連性	<ul style="list-style-type: none"> オリンピック・パラリンピックという用語やエンブレムの使用不可 2020年まで継続的な取組みが必要
イベント告知・集客の難しさ	<ul style="list-style-type: none"> 十分な告知期間の確保

	<ul style="list-style-type: none"> 特に地方イベントへの集客をどう図るか
資金面の問題	<ul style="list-style-type: none"> 今後の事業継続、発展のためには安定的な資金確保が必要
事業実施後の継続的な情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 事業参加者以外への関心喚起をいかに行うか

(2) 共生社会の実現に向けた多言語対応・バリアフリー対応

○各種の取組みを通じてバリアを解消

本事業において多言語対応、バリアフリー対応を行った具体事例をまとめると、下表のとおりとなる。

多言語対応、バリアフリー対応の具体事例

項目	代表的な事例	具体的な取組み
テクノロジー・デバイス（最新技術・機器）の活用	<ul style="list-style-type: none"> 新作能「水の輪」beyond2020 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 MEDIA AMBITION TOKYO デジタルースケープ 	<ul style="list-style-type: none"> スマートフォンによる字幕アプリ（日本語・英語）の活用 新しい映画鑑賞支援機器（UD Cast）の使用 UD トーク（音声認識と音声合成機能を用いてリアルタイムで字幕を作成）の使用
心のバリアフリー実現に向けた取組み	<ul style="list-style-type: none"> 共創社会実現のための舞台芸術プロジェクト 誰もが楽しめる自由な芸術祭「ユニバーサルアートフェスティバル in すみだ」 第一回超人スポーツゲームズ 	<ul style="list-style-type: none"> 障がい者と健常者が一緒にトレーニングを実施 運営スタッフ向けに障がい者に対する正しい接し方の講座を実施 得意・不得意、年齢、障がい、資格を問わず、誰もがスポーツを楽しむための施策を実施
効果的な周知・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> DRUM TAO in 岡城跡 プレミアムライブ 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～ 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 	<ul style="list-style-type: none"> アーティストの海外ファンサイトや日本政府観光局（JNTO）海外サイトで参加者を募集留学生の活用 動画の活用・発信
体験型・参加型イベント	<ul style="list-style-type: none"> 外国人にもわかる”和の住まい文化劇場”－大阪くらしの今昔館と吉田家住宅で紡ぐ和の住まい文化体感 to 共感- 和食文化の発信・伝達方法のモデル構築～多言語化を視野に～ 新作能「水の輪」beyond2020 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人が演劇シーンに参加 和食の体験型実演会 能への外国人児童の出演

○ハード面・ソフト面の課題などが明らかに

本事業を通じた多言語対応、バリアフリー対応の課題は下表のとおりである。

多言語対応、バリアフリー対応の課題

課題の種別	内容
ハード面・ソフト面でのバリアフリー対応	<ul style="list-style-type: none">・ バリアフリー対応の会場確保は困難（特に野外イベント）・ 外国語表示が少ない・ 受け入れスタッフの知識・経験不足・ 様々な障がいのタイプに対する対応・ 外国人の受け入れでは文化や宗教上の違いへの配慮が必要
人材・コストの問題	<ul style="list-style-type: none">・ 対応スタッフの教育、人材育成・ 付加コストの負担
外国人、障がい者への効果的な周知・情報発信	<ul style="list-style-type: none">・ ホームページの多言語化だけでは外国人の参加につながらない・ 障がい者向け周知は、福祉施設等経由以外は困難
継続性の問題	<ul style="list-style-type: none">・ 一過性の取組みに終わらず、(自主事業として) いかに継続・発展させていくか

○課題解決に向け PDCA サイクルの意識が重要

多言語対応、バリアフリー対応における課題解決のため、本事業を通じて得られた示唆（ポイント）を下図のとおり整理した。

第 1 の環境整備の段階では、山本能楽堂やバリアフリー映画研究会の取組みのようにテクノロジー・デバイスの活用によりバリアを解消するというのが参考になる。また、スロームーブメント実行委員会や超人スポーツ協会の事例のように、障がい者と健常者が一生に楽しむ場を提供するといった心のバリアフリー実現に向けた取組みも考慮すべきであろう。

第 2 の周知の段階では、自らのホームページ上の案内だけに留まらず、竹田市の事例のように他の情報発信力のあるサイトを活用するなど、より多くの参加者を呼び込むための工夫が必要となる。

第 3 の現場対応の段階では、大阪市住宅供給公社や和食文化国民会議の取組みのように参加者自らが体験、参加するイベントに仕立てるとともに、実施主体側が伝えたいと考える文化的背景・知識について映像や画像を交えて補足説明することがポイントとなる。

第 4 の効果検証・課題分析の段階は、まさに本事業の趣旨そのものであり、全プロジェクトにおいて、参加者アンケートやヒアリング等により、定量・定性的効果の検証に加え、課題の洗い出し、今後に向けた将来計画の策定を行った。

第 5 の普及・改善の段階では、事業参加者以外にも広く自らの取組みを拡散・普及

するために、大日本弓馬会などのように動画活用による対外発信というの也被えられる。そして、事業実施を通じて明らかとなった改善点を見直し、次回の企画に反映させるという視点が何より重要である。その点、日本相撲協会は本試行プロジェクトの結果を踏まえ、本場所においても外国人対応や障がい者向け対応を充実させていきたいとの意向を持っており、大いに参考になるケースである。

以上のPDCA サイクルを回すことで、健常者、障がい者、外国人の全員が同一空間で、同じレベルで楽しめるイベント・事業に少しでも近づけると言えよう。

多言語対応、バリアフリー対応のポイント<本事業から得られる示唆>

