

日本政府観光局（JNTO）
インバウンド戦略部
地域プロモーション連携室

文化芸術推進基本計画の策定について（回答）

標記に関し、幣局の意見、コメントを以下の通り回答いたします。

総論

貴庁の基本的な計画案については、異存はないと考える。
幣局としてはこれまでと同様、SNSやウェブサイトを通じた情報発信や、海外での旅行見本市などを通じたPRによって、協力させていただきたい。

P. 26 食文化

海外でも引き続き、和食、日本食は訪日旅行を動機付ける大きな誘因要素となっている。

一方、これまでの食文化のPRツールはややもすると、文化的な側面、ファクトなどに比重が置かれる場合が多かったため、今後は食文化の重要性を意識しながらも、「食文化をどのように楽しめるか」という点も考慮したPR活動を進めるべきと考える。

P. 28 情報発信

① JNTOがウェブサイトやSNSを通じて海外に情報発信をした場合に、その取り上げた地域や観光スポットが外国人観光局に対する受入環境が不十分であった際には、訪日体験の印象が著しく悪いものとなる可能性が高い。こうした観点から、受入環境整備が旅行者の目線にたって推進されて行くことが重要であると考えており、一層の取り組みがなされることを期待する。

②こうした情報発信にあたって用いられる映像や画像についても、文化財の魅力や歴史が十分に伝わることはもちろんであるが、旅行者の目線で楽しめるかという観点でその文化財の魅力を伝えるような画像となっているかは、インバウンドに向けた発信においては重要となってくる。なお、映像や画像等の素材提供をいただく場合においては、著作権や肖像権といった権利関係の処理がなされていることは情報発信にあたっての前提条件となることに留意されたい。

P. 28 メガ・スポーツイベントとの連携

ラグビーワールドカップ、東京オリンピック・パラリンピックの開催にあたっては、海

外のメディアやスポーツ関係者の注目があたることは間違いなく、訪日旅行者も増加していくとともに、そのニーズや期待も多様化していくことが想定される。具体的には、スポーツイベントのみならず、文化体験イベントや日頃公開されない文化財に触れる機会など、日本でしかできない体験を期待する訪日旅行者は増加していくことが見込まれる。こうした期待に応え、海外に情報発信するため、こうした文化体験イベントや文化財の特別公開などのスケジュールの共有とともに、有料であってもこうした期待に応える用意のある文化施設・機関などの情報共有をお願いしたい。

以上