

# 文化観光推進ガイドブック（概要版）

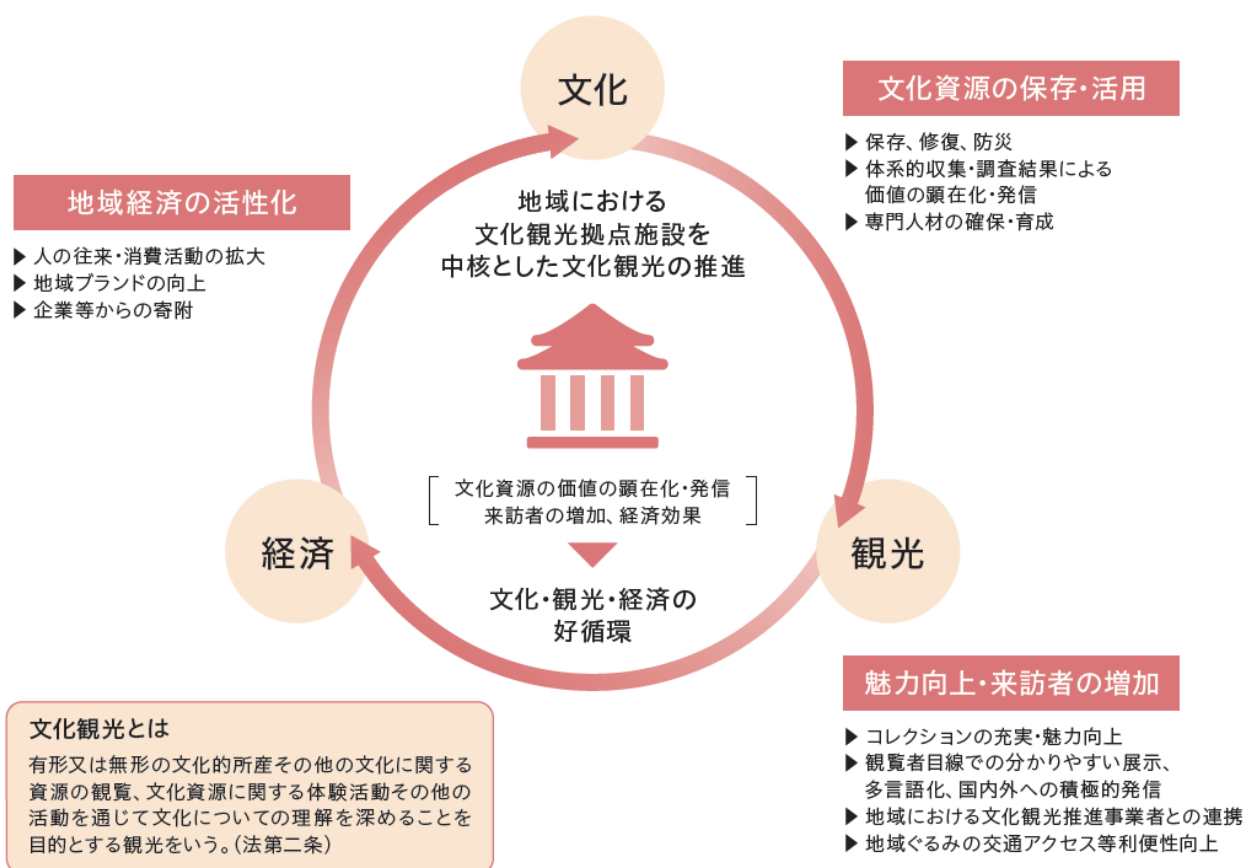
## ～文化・観光・経済の好循環に向けて～

本ガイドブック（概要版）は、文化観光推進法に基づく計画の認定を受けた事業者、新規の計画認定に向けて取り組んでいく事業者、文化観光に新たに取り組む博物館等にとって、改めて「文化観光」とは何かといった基本的な内容や、具体的な事業の遂行に当たってのポイントを押さえるための手引きとなることを目的とする。

## Ⅰ．総論

### 《文化観光推進の意義》

- 文化観光推進法は、文化の振興を起点として、観光の振興と地域の活性化につなげ、これによる経済効果が文化の振興へと再投資される**好循環**を創出することを目的としている。
- 多くの人々に我が国の文化資源の魅力を伝えることは、文化の保存・継承の意義の理解につながり、新たな文化の創造・発展へもつながる【＝文化理解】。文化の振興を起点とした観光の振興が、消費活動の拡大・地域の活性化をもたらし、その経済効果が新しい文化の創造を含めた文化振興に再投資される好循環が創出されること【＝経済循環】で、**持続的な発展**が可能となる。



### 《文化観光拠点施設の役割》

- 拠点施設では、以下の点を踏まえて、文化についての理解に資するような解説・紹介を行う必要がある。
  - ① 文化資源の由来、他の文化資源との関連性、歴史上、芸術上、学術上又は観賞上の価値などの当該**文化資源の魅力**に関する情報を適切に活用すること。
  - ② **情報通信技術の活用**を考慮した適切な方法を用いること。
  - ③ 外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に**外国語**を用いること。
- このため、拠点施設においては、歴史的・文化的背景やストーリー性を考慮するとともに、地域の**文化観光推進事業者等と連携**した積極的な情報発信や、交通アクセスの向上、多言語・Wi-Fi・キャッシュレスの整備を行うなど、施設そのものの機能強化や、さらに地域一体となった取組み（地域において伝えていきたい文化の方向性の共有や、文化資源の価値の再認識を含む。）を**持続的かつ発展的**に進めていくことが必要である。

# 《文化観光推進の目標》

- 文化観光推進法に基づいて主務大臣が策定する基本方針において、下記の目標が定められている。
- ① 文化の振興を起点として、観光の振興、地域の活性化につなげ、その経済効果が文化の振興に再投資される**好循環が創出**されること。
- ② 文化観光拠点施設と文化観光を推進する事業を実施する者（文化観光推進事業者）、地方公共団体との**連携体制が構築**されること。
- ③ 文化観光拠点施設等における魅力ある解説・紹介等の取組みを通じて、多くの来訪者の文化への理解が深まり、**満足度が高まる**こと。
- ④ 文化観光拠点施設及び地域への国内外からの**来訪者が増加**すること。特に、国外からの来訪者が今後10年間で現在の2倍程度まで増加すること。

## 《目標設定と評価》

- 基本方針に定められる目標を踏まえ、計画期間に応じて適切に目標値を設定することが求められる。
- 来訪者の満足度については、アンケート調査に加え、これを補完するべく、グループインタビュー等の双方向でのコミュニケーションがとれる形で意見聴取による補完を行うことや、NPS（ネット・プロモーター・スコア。他者への推奨度を測る指標。）等の指標を採用することも考えられる。
- 加えて、例えば、地域経済への波及効果を追う指標として、リピーター数の増加、来訪者の消費総額や消費単価の増加、来訪者に占める地域内宿泊者数の割合等、実施する事業の効果を適切に評価するための明確な目標を設定することが求められる。そのためには、**地域の観光動態を熟知し、誘客戦略を所管する観光関係者とともに、指標や目標値を検討**する必要がある。
- この際、各事業のアウトプットが、計画に定める目標達成にどう貢献していくのか、事業が合理的に設計されているか、**ロジックモデル**を用いることで、計画に記載した各事業と目標の関係性が整理できるとともに、進捗状況と課題が把握でき、事業中の取組み改善も容易になる（ロジックモデルについては末尾参照。なお、ガイドブックではロジックモデルの具体的な作成方法も紹介。）。

### 目標設定と達成評価の概要

例えば、「地域経済への波及効果」を生むことが、事業の役割であれば

KPI(Key Performance Indicator/重要業績評価指標)



来訪者数



来訪者の消費総額・消費単価



来訪者に占める地域内宿泊者数

拠点施設、各事業者が収集しているデータ(アンケート含む)や、地域のDMO等が一元管理しているデータ等の中から、事業効果を評価するための指標を検討する。

エリア全体で  
目標設定と  
達成評価を  
実施

DMO等の事業者が、拠点施設の  
指標も協働して把握する。

拠点施設



小売事業者



飲食事業者



宿泊事業者



旅行業者



観光バス・タクシー



各事業者が収集しているデータ(アンケート含む)

顧客データベース



顧客戦略を所管する文化観光推進事業者  
(DMO、観光協会等)

※事業者は一例

## II. 各論

### 《理解が深まる解説・紹介》

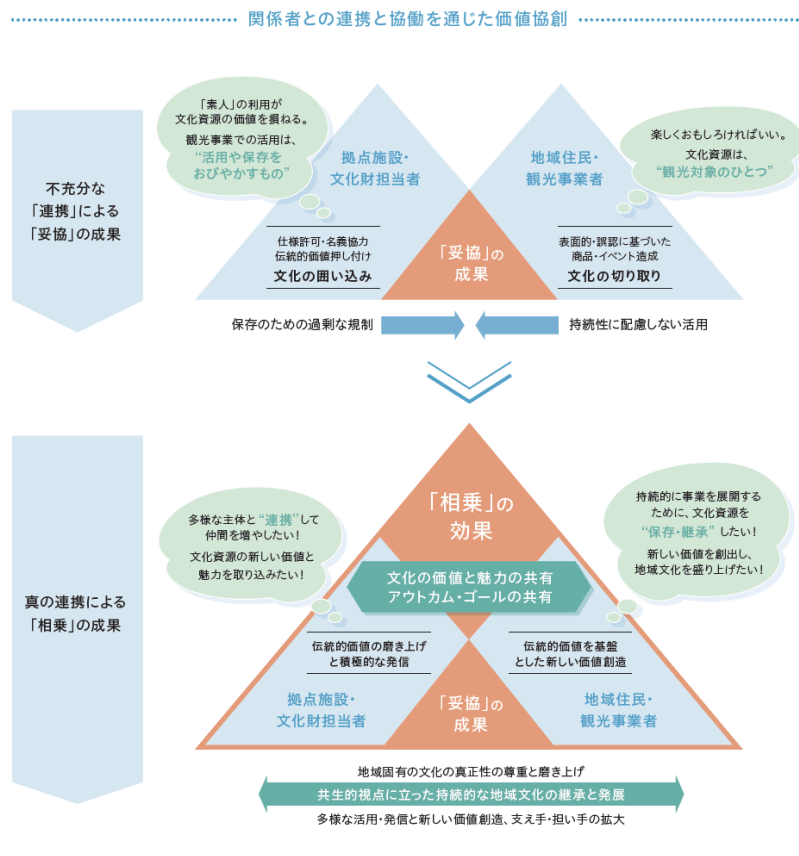
- 「文化観光」は、文化資源の観覧・体験等を通じて、文化についての理解を深めることを目的として推進されるが、ここでいう「理解」とは単に文化資源についての情報に触れたり、知識を深めてもらったりするということではない。多くの人々に文化資源の価値や魅力を感じてもらおうこと、それによって**文化の保存・継承の意義を感じ、自分事としてもらう**ことである。
- 拠点施設には、**文化資源を「自らの宝物」と感じてくれる理解者**を増やし、「裾野」が広がっていくことを目的として、文化観光推進事業者との連携とともに、理解が深まる分かりやすい解説・紹介を行うことが求められる。
- この観点から、ガイドブックでは、①来訪者目線に立った展示、②多言語化への対応、③ICTを効果的に用いた展示の3つの要素から、留意すべきポイントを紹介している。

### 《持続可能な経営・マネジメント》

- 施設が活動を続けるためには、必要な経営資源を確保することが前提となる。経営資源の獲得にあたって考えるべきステップとしては、まず、経営資源のポートフォリオを整理し、優先的に取り組むべき施策を、①公的資金、②寄附、③収益の視点から検討する。そして、それらの施策を進めた結果、**文化振興へと還元・再投資されていくかを確認**し、好循環を創出・継続することが重要である。
- この観点から、ガイドブックでは、①拠点施設におけるポートフォリオの整理、②公的資金の維持・増加、③寄附等の維持・増加（ファンドレイズ）、④収益の維持・増加（マネタイズ）、⑤文化振興への還元・再投資ができる仕組みの5つの要素から、留意すべきポイントを紹介している。
- マネタイズには多様な手法があるが、その1つである入館料については、各施設として、**持続的な運営のために適切な料金を設定することが肝要**であり、特に私立博物館においては、市場との対話を通じながら定期的に検討することが望ましい。また、利用者の属性（子供向けには無料にすること等）や特別な体験コンテンツの有無等に応じて、柔軟に料金を設定することも考えられる。

### 《地域との連携体制の構築》

- 拠点施設には、文化観光推進事業者との連携が求められており、計画推進にあたっては自治体の関係部局や、地域住民や団体、企業、教育機関、研究機関等との連携も重要になる。
- この観点から、ガイドブックでは、**①計画作成に当たっての行政の役割**  
**②文化観光推進事業者との連携**  
**③担い手・支え手の育成・確保**  
の3つの要素から、留意すべきポイントを紹介している。
- 右図のとおり、**関係者との連携・協働を通じた価値共創**を進める姿勢が求められる。



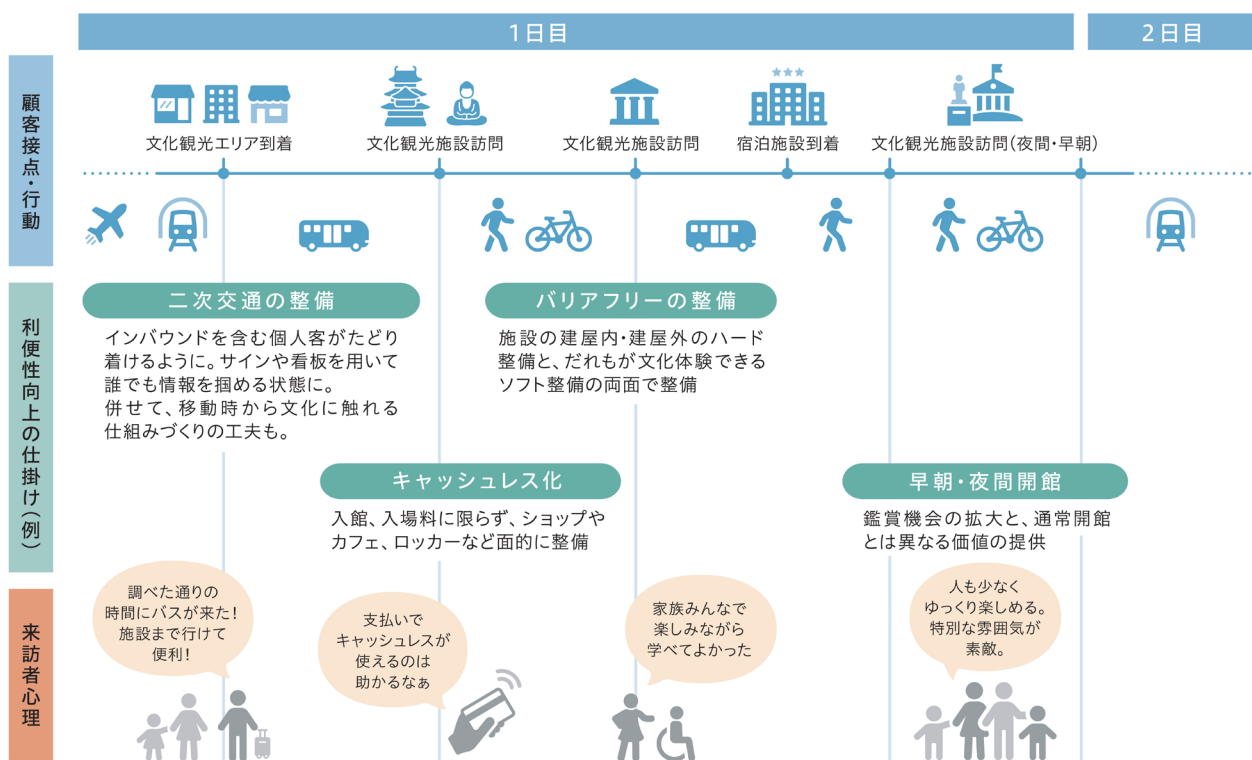
(関係者との連携と協働を通じた価値共創)

# 《利便性の向上》

- ・ 国内外からの来訪者の来訪を促進するためには、拠点施設へ訪れるための、また地域内を移動するための交通手段や、**施設内や地域において快適に過ごすための環境**を整える必要がある。具体的には、拠点施設の最寄り駅や、地域内の空港・主要駅からの二次交通の整備・改善、キャッシュレス対応の促進、バリアフリー化、共通入館や早朝・夜間の開館等が考えられる。こうした来訪者にとっての利便性を高めることは、来訪者の満足度の向上に資するとともに、国内外の人々に対して、文化に触れてもらう機会や、**足運んで文化を理解したくなる仕掛け**の一つとなり得る。
- ・ この観点から、ガイドブックでは、①二次交通の整備、②キャッシュレスの整備、③バリアフリー化、④早朝・夜間開館の4つの要素から、留意すべきポイントを紹介している。

## 利便性の向上の仕掛け(例)

例:1泊2日の文化観光プラン(カスタマージャーニーマップ)



# 《情報発信》

- ・ 情報発信を行うにあたって、まずは発信する文化資源自身の磨き上げに取り組むことが前提となる。文化資源を磨き上げ、**現地での体験価値の向上を図った上で、情報発信を行う**ということに留意が必要であり、計画立案にあたってこうした視点を踏まえることが重要である。
- ・ この観点から、ガイドブックでは、①情報の整理と来訪者目線での発信、②継続した発信をするための体制・仕組みづくり、③情報発信の在り方についての3つの要素から、留意すべきポイントを紹介している。

【取組事例などを多数掲載した「文化観光ガイドブック」本体はこちら】

[https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka\\_gyosei/bunkakanko/pdf/94034301\\_02.pdf](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/bunkakanko/pdf/94034301_02.pdf)

【このほかの文化庁による文化観光に関する情報発信についてはこちら】

■文化庁 文化観光に関するWEB ページ

[https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka\\_gyosei/bunkakanko/index.html](https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunka_gyosei/bunkakanko/index.html)

■文化庁 文化観光note

<https://cultural-tourism-gov.note.jp/>



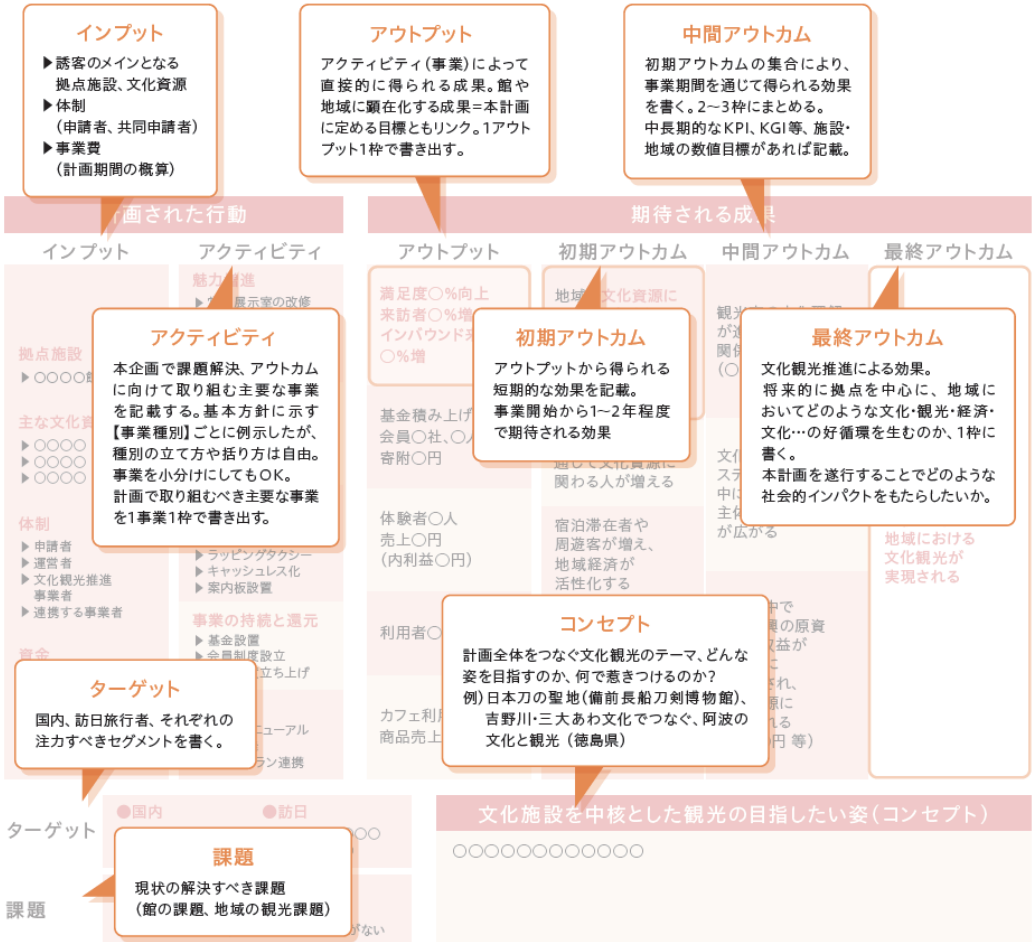


# (参考：ロジックモデルについて)

## ロジックモデルの概要

計画された行動		期待される成果			
インプット	アクティビティ	アウトプット	初期アウトカム	中間アウトカム	最終アウトカム
<b>拠点施設</b> ▶○○○○館  <b>主な文化資源</b> ▶○○○○ ▶○○○○ ▶○○○○  <b>体制</b> ▶申請者 ▶運営者 ▶文化観光推進事業者 ▶連携する事業者  <b>資金</b> ▶文化観光補助金 ▶自主事業予算	<b>魅力増進</b> ▶常設展示室の改修 ▶夜間体験○本 ▶高付加価値プログラム ▶里帰り特別展 ▶解説員配置  <b>理解促進</b> ▶導入解説パネル設置 ▶VRシアター開設 ▶多言語解説整備 ▶ガイド人材雇用  <b>利便増進</b> ▶共通入館付き乗車券 ▶楽チャリ導入 ▶ラッピングタクシー ▶キャッシュレス化 ▶案内板設置  <b>事業の持続と還元</b> ▶基金設置 ▶会員制度設立 ▶寄附制度立ち上げ  <b>飲食物販</b> ▶カフェリニューアル ▶商品開発 ▶ホテルプラン連携	満足度○%向上 来訪者○%増 インバウンド来訪者○%増  基金積み上げ○円 会員○社、○人 寄附○円  体験者○人 売上○円 (内利益○円)  利用者○人  カフェ利用者○人増 商品売上○円	地域の文化資源について理解を深める 来訪者が増える 海外在住者に地域の文化資源が認知される  寄附や会員制度を通じて文化資源に関わる人が増える  宿泊滞在者や周遊客が増え、地域経済が活性化  取組みの中で連携体制が構築される  入館料外収入が増え、サービスの維持と施設の充実化が進む	観光客の文化理解が進み国内外に関係人口が増える(○年○人等)  文化観光に関わるステークホルダーの中に担い手としての主体者意識が広がる  地域の中で文化振興の原資となる収益が継続的に生み出され、文化資源に還元される(○年○円等)	文化資源を起点とした好循環が生まれ、持続的、発展的な地域における文化観光が実現される
<b>ターゲット</b> ●国内 ○○○○○○○○○ ○○○○○○○○ ●訪日 ○○○○○○○○○ ○○○○○○○○	<b>文化施設を中核とした観光の目指したい姿(コンセプト)</b> ○○○○○○○○○○○○○○				
<b>課題</b> ●拠点 展示が分かりにくい 多言語未対応、老朽化 ●観光 日帰りばかり、 滞在短い、周遊がない					

## ロジックモデルの記入方法



※アクティビティから最終アウトカムまで、各枠をケイ線つなぐと、左から右へ因果関係が明示できる。