

基本計画 中間評価シート 戦略 2 (試案)

戦略 2 文化芸術に対する効果的な投資とイノベーションの実現

文化芸術に対する効果的な投資により、我が国の豊かな文化芸術資源を活用し、さらに複合領域等の文化の萌(ほう)芽、情報通信技術等の活用推進、衣食住の文化を含む暮らしの文化の振興、文化芸術を活(い)かした観光、文化芸術に関連する産業や市場(マーケット)の育成等、文化芸術によるイノベーションを実現する。

全体評価¹

戦略 2 の進捗状況を判断するにあたっては、①アート市場の活性化をはじめとする文化と経済の結びつきの進展、②新型コロナウイルス感染症の影響を受けた文化芸術活動の停滞を考慮に入れる必要がある。

まず、計画策定時と比べても、アートの社会的・経済的価値に対する関心が高まり、市場の活性化を通じた文化と経済の好循環の創出がより一層求められるようになっている。

次に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、計画期間 2 年目終盤(2020 年 2 月)より現在に至るまで、全世界的に物理的な人の往来・接触、大規模な催物の開催等が困難となり、期間策定時に想定したものと異なる状況となっている。

こうした点に鑑み、以下の通り判断する。

計画期間当初においては、文化経済戦略(平成 29 年策定)に基づき、文化芸術に対する効果的な投資が行われ、メディア芸術の振興等が図られることにより、文化芸術によるイノベーションの実現の萌芽が見られたと考えられることから、「**想定通り進展していた**」と判断されるものの、**アート市場の活性化をさらに強力に推進する要請の高まり**がみられていた。

その後、上記のとおり、新型コロナウイルスの影響を受け、文化観光の推進等の文化と経済の好循環を創出するための取組を推進することが困難な状況であり、**文化芸術によるイノベーションの実現に向けた新たな課題に直面していると判断される**。

アート市場の活性化については、測定指標の目標値を上回る市場規模の拡大は確認できるものの、世界的なアート市場への関心の高まりを受け、更なる推進を図っていくことが必要である。

また、文化観光の推進については、文化庁における専門部署の設置や、文化観光推進法の成立により一層の進展を図っていくべきところ、新型コロナウイルス感染症の影響を強く受け、国内インバウンド需要が大幅に減少しており、ウィズコロナ時代における観光需要の復活に備えた取組が必要となっている(例えば、博物館・美術館における新型コロナウイルス感染症の感染拡大を防止するため、オンライン予約やチケットレスサービスが全国的に普及することとなった。こうしたコロナ禍への対応による進展した取組をさらに着実に推進していくことが求められている)。

¹ 全体評価の検討に当たっては、平成 30 年度以降に実施された行政機関が行う政策の評価に関する法律(平成 13 年法律第 86 号)に基づく政策評価(以下「政策評価」という。)及び独立行政法人評価を参考とした。

指標の状況

- ・政策評価における「測定指標」を用いている。
- ・目標値は特に記載がない場合は令和2年度における到達目標を示す。

①文化芸術によるイノベーション創出・国家ブランド構築

測定指標ア) 文化経済産業の経済規模（文化GDP） **（目標：令和7年度に18兆円）²**

約8.9兆円（平成28年度）→調査中

測定指標イ) アート市場規模の拡大 **（目標：7%）³**

3.6%（平成29年度）→4.3%（令和2年度）

※計画の策定後、文化統計に関する新たな測定手法の作成に関する国際的な議論の深化がなされているところ。

②文化資源を活用した付加価値創出（観光等）

測定指標ア) 整備を実施した観光拠点における外国人旅行者の満足度 **（目標：90%）⁴**

71.3%（令和元年度）→調査中（令和2年度）

測定指標イ) 整備を実施した観光拠点における訪日外国人旅行者数の目標値の達成度 **（目標：80%）⁵**

調査中（令和元年度）→調査中（令和2年度）

測定指標ウ) 有識者からなる「審査・評価委員会」において確認された訪日外国人旅行者数が目標値の80%以上となった事業者の割合 **（目標：80%）⁶**

50.6%（令和元年度）→調査中（令和2年度）

測定指標エ) 文化財を核とする観光拠点数 **（目標：200箇所）⁷**

139箇所（平成29年度）→234箇所（令和2年度）

※新型コロナウイルス感染拡大の影響を強く受けているものと推察される。

③メディア芸術の振興

測定指標ア) ライブ・エンタテインメント市場の規模（目標：設定せず）⁸

5,151億円（平成29年度）→1,106億円（令和2年度）

測定指標イ) 「日本の誇りとして「文化・芸術」を挙げる国民の割合」 **（目標：60%）⁹**

47.1%（平成29年度）→53.3%（令和2年度）

² 文化庁「文化産業の経済規模及び経済波及効果に関する調査」

³ 日本のアート産業に関する市場レポート2020（一般社団法人 アート東京）、The Art Basel and UBS Global Art Market Report 2021

⁴ 文化庁調べ

⁵ 文化庁調べ

⁶ 「主催・共催型」「公募助成型」プロジェクトの各事業者別報告書

⁷ 文化庁調べ

⁸ ぴあ総研調べ https://corporate.pia.jp/news/detail_live_enta20210513.html

⁹ 社会意識に関する世論調査

測定指標ウ) 新進芸術家海外研修制度により研修した者で、国内外で活躍している者の輩出 **(目標：毎年度、新進芸術家海外研修制度の研修終了者の中から、国内外の著名なコンクールや賞の受賞者を輩出する。)**¹⁰

例年、研修終了者の中から、ローザヌ国際バレエコンクールやヨハネス・ブラームス国際コンクール等の、各分野において権威ある国際コンクールでの入賞者が多数輩出されている。

※新型コロナウイルス感染拡大の影響を強く受けているものと推察される。

④我が国の生活に根ざした暮らしの文化の振興 (戦略1における主要な測定指標)

測定指標ア) 伝統文化親子教室(教室実施型)参加者への意識調査のうち、子供が教室終了後も伝統文化等に関わりたいと考える割合 **(目標：90%)**¹¹

89.7% (令和元年度) →90.3% (令和2年度)

測定指標イ) 伝統文化親子教室(教室実施型)参加者への意識調査のうち、保護者が教室終了後も伝統文化等に子供を関わらせたいと考える割合 **(目標：91.5%)**¹²

91.4% (令和元年度) →93.2% (令和2年度)

測定指標ウ) 国民文化祭の全都道府県での開催 **(目標：33 都道府県)**¹³

31 都道府県 (平成29年度) →33 都道府県 (令和2年度)

※新型コロナウイルス感染拡大の影響を強く受けているものと推察される。

⑤美術館、博物館の充実 (戦略6における主要な測定指標)

測定指標ア) : 博物館の入場者数・利用者数の増加 **(目標：1.29 億人)**¹⁴

1.42 億人 (平成29年度) →1.42 億人 (令和2年度)

※新型コロナウイルス感染拡大の影響を強く受けているものと推察される。

⑥著作権制度の整備・普及 (戦略1における主要な測定指標)

測定指標ア) : 著作権講習会受講者の理解度 **(目標：毎年度90%以上)**¹⁵

98.5% (平成29年度) →92.3% (令和2年度)

測定指標イ) : 著作権講習会の受講者数 **(目標：前3か年の平均人数以上)**¹⁶

2,626 回 (平成27～29年度) →2,206 回 (平成30～令和2年度)

※その他、著作権制度に関しては、平成30年度以降、累次の法改正が行われており、継続的に制度改善が図られている。

¹⁰ 文化庁調べ

¹¹ 伝統文化親子教室 子供たちの意識・行動に関する調査

¹² 伝統文化親子教室 子供たちの意識・行動に関する調査

¹³ 伝統文化親子教室 子供たちの意識・行動に関する調査

¹⁴ 社会教育調査調 (3年ごとに実施。なお、直近年度の実績値は直近の調査結果の数値であり、当該年度の実績とは異なる。)

¹⁵ 文化庁調べ

¹⁶ 文化庁調べ

グッドプラクティスの例（別紙）

- ①文化資源を活用した付加価値創出（観光等）
 - ア) 文化財多言語解説整備
 - イ) 日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信
 - ウ) Living History（生きた歴史体感プログラム）

主な取組

（法改正）

【平成30年度】

・著作権法の一部を改正する法律の成立

デジタル・ネットワーク技術の進展により、新たに生まれる様々な著作物の利用ニーズに的確に対応するため、著作権者の許諾を受ける必要がある行為の範囲を見直し、情報関連産業、教育、障害者、美術館等におけるアーカイブの利活用に係る著作物の利用をより円滑に行えるようにするもの。

【令和2年度】

・文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光の推進に関する法律の成立

文化・観光の振興、地域の活性化には、文化についての理解を深める機会の拡大及びこれによる国内外からの観光旅客の来訪促進が重要であり、東京オリンピック・パラリンピック競技大会が開催されることを契機に、文化観光拠点施設を中核とした地域における文化観光を推進するため、主務大臣（文部科学大臣・国土交通大臣）による基本方針の策定、拠点計画・地域計画の認定、これらの計画に基づく事業に対する特別の措置等を講ずるもの。

・著作権法及びプログラムの著作物に係る登録の特例に関する法律の一部を改正する法律の成立

著作物等の公正な利用を図るとともに著作権等の適切な保護に資するため、著作権等を侵害する自動公衆送信等による被害の拡大を防止するための措置、著作権者等から許諾を得て著作物等を利用する権利について第三者への対抗力を付与する措置等を講ずるとともに、プログラム登録がされた著作物の著作権者等が自らの保有する著作物がプログラム登録されたものであることの証明を受けることを可能とする等の措置を講ずるもの。

【令和3年度】

・文化財保護法の一部を改正する法律の成立

社会の変化に対応した文化財保護の制度の整備を図るため、無形文化財及び無形の民俗文化財の登録制度を新設し、幅広く文化財の裾野を広げて保存・活用を図るとともに、地方公共団体による文化財の登録制度及び文部科学大臣への文化財の登録の提案等について定めるもの。

・著作権法の一部を改正する法律の成立

著作物等の公正な利用を図るとともに著作権等の適切な保護に資するため、図書館等が著作物等の公衆送信等を行うことができるようにするための規定を整備するとともに、放送同時配信等における著作物等の利用を放送等における利用と同様に円滑化するための措置を講ずるもの。

(税制改正)

【令和元年度】

・一定の要件を満たす博物館に特定の美術品を譲渡・寄附した際の所得税等の特例措置の創設

【令和2年度】

・美術品市場の活性化のため現代美術品の寄託に係る相続税の特例措置の拡充

(事業)

(文化芸術によるイノベーション創出・国家ブランド構築)

文化経済戦略の推進、芸術家・文化人等による日本文化発信・相互交流、国際文化ネットワークの構築及び文化多様性の保護・促進への対応、国際文化交流・協力の推進、文化芸術の海外発信拠点形成、東アジア文化交流推進、文化財の国際協力の推進

(文化資源を活用した付加価値創出（観光等）)

文化財等の多言語解説整備支援(多言語解説整備)、「日本博」を契機とした文化資源による観光インバウンドの拡充（国際観光旅客税財源）、Living History（生きた歴史体感プログラム）（文化財の活用整備）（国際観光旅客税財源）、日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信（国際観光旅客税財源）、外国人観光旅客の旅行の容易化等の促進による国際観光の振興に関する法律の一部を改正する法律

(メディア芸術の振興)

メディア芸術の創造・発信、日本映画の創造・交流・発信

(日本博をはじめとする文化プログラム)

「日本博」を契機とした文化資源による観光インバウンドの拡充（国際観光旅客税財源）、我が国の文化芸術の創造力向上と国際的発信の推進、文化芸術創造拠点形成

(我が国の生活に根ざした暮らしの文化の振興)

伝統文化親子教室、国民の文化活動を全国的な規模で発表する機会の提供

(文化芸術活動の振興)

芸術祭・芸術選奨、国民文化祭、全国高等学校総合文化祭、日本映画の創造・振興プラン、新進芸術家等の人材育成、国際芸術交流支援事業、劇場・音楽堂等機能強化推進事業、メディア芸術の創造・発信プラン

(消滅の危機にある言語・方言の状況改善)

危機的な状況にある言語・方言の活性化・調査研究事業

(著作権)

著作権行政の充実、著作権施策の推進

(組織再編)

平成30年10月 文化庁に文化経済・国際課を設置

令和2年4月 文化庁に参事官（文化観光担当）及び参事官（食文化担当）を設置

課題

- ・ アート市場の活性化については、文化審議会文化政策部会アート市場活性化ワーキンググループ報告書に基づく、アートの本質的／社会的／経済的価値の向上を進めるとともに、アートの国際的な拠点化を進める必要がある。
- ・ 文化資源を活用した付加価値創出（観光等）について、本評価期間の間に生じた新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、我が国を訪れる外国人観光客は大幅に減少していることから、ウィズコロナ時代を見据えた文化観光の推進方策について、慎重に検討を進める必要がある。

今後の方向性

指標の達成状況については、目標を達成しているものも見受けられるものの、アート市場の活性化、文化観光の推進などの分野については、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受けており、目標に達していないか、コロナ以前との比較が適切でないものが多くなっている。

残された第1期計画期間中においては、感染拡大防止策を適切に講じつつ、計画していた取組を継続して行うことにより、「文化芸術に対する効果的な投資とイノベーションの実現」を図ることとなる。

なお、第2期文化芸術推進基本計画の策定に当たっては、各事業を通じた社会への還元など、現在設定している目標や指標とは異なる観点も含め、本中間評価に基づき、各目標や指標の在り方について慎重な検討を行う必要がある。その際も、本中間評価における評価と同様に、新型コロナウイルス感染症の感染拡大による影響を適切に反映させるよう配慮が必要である。

戦略2 文化芸術に対する効果的な投資とイノベーションの実現

文化芸術に対する効果的な投資により、我が国の豊かな文化芸術資源を活用し、さらに複合領域等の文化の萌芽^{ほう}、情報通信技術等の活用推進、衣食住の文化を含む暮らしの文化の振興、文化芸術を活かした観光^い、文化芸術に関連する産業や市場（マーケット）の育成

○ 我が国が永年育んできた豊かな文化芸術資源の基盤をより強固にすることを目指す。さらに、新たなビジネスモデル、産業や市場（マーケット）の育成、他分野への活用を促すことにより、新たな文化芸術の価値を創造し、文化芸術自体のイノベーションを起こす。

○ 文化芸術関連分野と連携・協働することにより、今ある優れた我が国の文化芸術を含む多様な分野から新たな文化芸術の価値が創造されるとともに、最新の科学技術・情報通信技術を活用することにより、複合領域等の新たな文化芸術が萌（ほう）芽することを目指す。また、我が国の商品やサービスに対する海外需要の拡大を促すとともに、伝統的工芸品産業やコンテンツ産業等の文化芸術に関連する産業や市場（マーケット）を育成することを通じて、新たな文化芸術の価値を創造するなど、文化芸術によるイノベーションを実現する。

○ 世界的にも高い評価を得ている我が国のメディア芸術について、更なる芸術水準の向上を目指していくことが重要であり、各種施策を通じて積極的に海外展開していく。また、メディア芸術の将来を担うクリエイターが国際的に活躍できるようにすることや、国際的な映画祭等で日本人監督が活躍できるようにすることなどを通じて、世界に通用する監督等を育成する。

○ 古美術から近現代美術を含め、日本美術については、国内外の専門家の育成・交流促進を通じた理解増進に加え、世界的な美術展やアートフェア（見本市）等の機会を通じて、世界においてその価値を高めていく。

○ 衣食住の文化を含む暮らしの文化は、実演芸術や美術、文化財などとも互いに分野横断的に密接に関わっている。また、技術や用具、原材料の維持・継承などを通じて、暮らしの文化の活動を支えるとともに、ファッション産業等を含む地場産業が地域活性化に貢献したりするなどの可能性を秘めていることから、これらを全体として振興する。

○ 暮らしの文化の一部である食文化は、例えば和食文化で言えば、我が国の自然が育んだ食材を選び調理すること、食べる前に「いただきます」と言う感謝の気持ち、器や調度品などで季節感を楽しむこと等に現れているように、私たちの生活の様々な場面で見られる「自然の尊重」の精神に立った、食事のとり方や食に関する習わしである。このため、それぞれの分野で食文化を支えるヒト・モノの育成に資するよう、それらを食文化全体として振興していく必要がある。このような観点から、和食文化の国内外における発信、国産花きや国産茶の需要拡大、鯨類に係る文化や食習慣等に関する情報発信等を行う。

○ 文化財の積極的な保存・活用により、歴史・文化を活かしたまちづくりの推進、広域周遊観光の促進、新たな観光コンテンツの充実等も含め、地域振興や観光振興等を通じた地方創生や地域経済の活性化等を進めるとともに、そのような取組により生まれる社会的・経済的な価値を文化財の継承や地域の維持発展に役立て、文化財の保存と活用に生かす好循環を創り上げることを目指す。

○ 著作権等については、イノベーションの促進のため、我が国の成長戦略の観点から、今日、IoT (Internet of Things)・ビッグデータ・人工知能などの技術革新を活用する「第4次産業革命」に対応した知財システムの構築が求められていることや、先述（目標2参照）の文化芸術関連産業・市場（マーケット）の育成や文化芸術の基盤整備の重要性を踏まえ、社会経済の動向を捉えて適時に著作権制度の見直し等に取り組む。

戦略2 関連（5年間に講ずべき文化芸術に関する基本的な施策）

- 芸術水準の向上の直接的な牽（けん）引力となることが期待される優れた公演活動や、オリジナル性に富んだ新たな創作活動など、国内で実施する芸術創造活動の支援の充実を図る。
- 中核的国際芸術フェスティバルの国内開催や海外フェスティバルへの参加に対して戦略的に支援するとともに、メディア芸術祭については世界的フェスティバルとして一層充実する。
- 優れたメディア芸術作品を海外へ戦略的に発信するとともに、日本のメディア芸術に対する海外の評価の把握を行いつつ、国際文化交流や我が国文化への理解の促進を図る。
- 文化庁メディア芸術祭地方展を開催することで、優れたメディア芸術を鑑賞・体験する機会を地方において提供することにより、メディア芸術の創造とその発展を図る。また、地方におけるメディア芸術を活用した芸術祭の取組の振興を図るなど、メディア芸術を活用した地方創生に取り組む地方公共団体の取組を促進する。
- アニメやマンガの舞台となった場所を観光客等が訪れるメディア芸術ツアーにつながるようなコンテンツの創作支援の促進を図るなど、観光振興や地方創生に貢献する取組を推進する。
- 最新のテクノロジーを取り入れたメディアアートなど、新しい芸術分野を活用した創作活動の推進を通じて、我が国のメディア芸術の発信力を強化する。
- 映画を含む優れたメディア芸術の創造活動等を促進し、我が国のメディア芸術の創造・発信を図る。その際、新しい映像メディアなど、映像文化の創造の観点から、文化芸術の多様性を確保するなど、幅広い施策を推進する。
- 日本映画の海外映画祭への出品支援や、海外において日本映画の特別上映や人材育成につながる交流事業を実施するなど、諸外国への発信を強化する。
- 大学や製作現場等と連携しながら、若手クリエイターの創作活動支援や若手映画作家への技術・知識の習得機会の提供、アニメーターの育成支援など、次代を担う人材育成に向けた支援を行う。
- メディア芸術分野の文化資源の運用・展開を図るため、海外での作品展示やネットワーク作りなどができるよう、専門人材・技術者の育成を推進する。
- 国際交流基金を通じて、広範な層に対して影響力のある放送コンテンツについて、相手国のニーズも踏まえつつ途上国等の放送事業者に対し素材を提供し、多くの人々がテレビ放送等を通じて我が国の社会・文化等に親しむ機会を拡大する。
- 中核的な国際的フェスティバルとして東京国際映画祭を支援するとともに、国際映画祭など国際芸術フェスティバルへの支援を通じて、日本の優れたコンテンツの海外発信を促進する。また、国際交流基金を通じて、日本映画の認知度向上を図るべく、ASEAN10 各国、中国、ロシア及び豪州を中心に日本映画祭を継続的に実施する。
- 地方公共団体や関係団体の取組にも留意しつつ、「衣・食・住」に係る文化をはじめ我が国の生活に根ざした暮らしの文化について基本的調査を実施するとともに、その振興を図る。

- 和食文化の保護及び次世代への継承を確保するため、関係機関や民間等と連携しつつ国内外における和食文化の理解と関心を高めるための情報発信その他の必要な措置を講ずる。
- 花き産業及び花きの文化の振興を図るため、生け花や盆栽などの花文化継承の取組を推進する。
- 国産茶の需要を拡大するため、お茶の歴史、淹(い)れ方等の知識の普及・啓発等を推進する。
- 日本古来からの文化の一つである鯨に係る文化や食習慣の伝承及び鯨類の利用に関する多様性の確保に関する国内外の理解と関心を深めるため、広報活動の充実その他の必要な措置を講ずる。
- 伝統的工芸品については、各産地における伝統的工芸品の原材料確保対策や若手後継者の創出育成、観光等異分野との連携や他産地との連携、国内外での大消費地等での需要開拓などを推進する。
- 海外需要開拓支援機構(クールジャパン機構)の出資支援により展開する日本文化発信・販売拠点(マレーシアジャパンモール等)において、食文化や生活文化等の現地発信のための展示やイベント等を実施する。
- コンテンツ産業が持続的に発展する好循環を創出すべく、国際連携強化・海外発信、国際人材育成・技術発掘、国際見本市等を通じた海外展開基盤整備等を推進する。
- 国内外に誇るべき歴史上・芸術上・学術上価値の高い文化財の調査把握や指定等を行うとともに、適切な修理等により文化財の価値を損なうことなく次世代への継承を図る。
- 文化財の更なる公開・活用を促進するため、特に地方公共団体、博物館・美術館等の文化財所有者・管理者からの相談に対する専門的、一元的な対応等を行うセンター機能の整備に取り組む。
- 文化財の特性や適切な保存に配慮しつつ、文化財が所在する場や博物館等において、歴史的、芸術的、学術的な魅力を分かりやすく発信するとともに、従来手法に加え、先端技術の活用やデジタルアーカイブ化等も含めた多様な手法を用いて積極的な公開・活用を行い、広く国民が文化財に親しむ機会を充実する。
- 貴重な各種文化芸術資源を継承し、次代の文化芸術創造の基盤となる知的インフラを構築するため、文化財等の文化資産及びこれらの関連資料等の収集・保存及びデジタルアーカイブ化等を促進するとともに、国立美術館・博物館や国立国会図書館等の関係機関と連携しつつ分野横断的整備を検討する。
- 独立行政法人国立文化財機構は、関係機関と連携しながら、文化財の持つ潜在力を一層引き出す伝統技術と先端技術との連携による高精細レプリカ等の調査や活用の在り方等を検討する。
- 地域の美術館、博物館が中心となる文化クラスター(文化集積地区)の形成を支援し、地域文化資源を活(い)かした面的・一体的な取組を推進する。
- 地方公共団体における、域内の文化財の総合的な保存・活用に係る計画等の策定を推進し、各地域における計画的な取組を促進する。地方公共団体は、教育、景観、地域振興等の分野との連携を図りながら、文化財の所有者や地域住民、民間の団体とともに、計画的に文化財の保存・活用に取り組むことが期待される。

- 文化財建造物や史跡，伝統的建造物群，伝統芸能・民俗芸能等の各地に所在する有形・無形の文化財について，その価値の適切な継承に資するよう，地域振興，観光・産業振興等への活用のための取組を進める。このため，個々の文化財の保存活用計画の策定を推進し，地域の博物館等の文化施設や文化財建造物等を生かしたユニークベニュー等による公開・活用の取組，歴史文化基本構想や「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」（平成 20 年法律第 40 号）等を活用した，建造物・史跡等の文化財とその周辺環境の一体的な保存・活用等を図る。
- 我が国の優れた文化財を海外に向けて広く紹介するため，海外の美術館・博物館と国内の文化財所有者，管理団体，美術館・博物館と協力し，海外において日本の美術品に係る展覧会の開催や，研究員，学芸員等の交流によるネットワークの構築により，日本文化の歴史的・芸術的・学術的な魅力発信，我が国の学芸員等の国際的な発信力向上を推進する。
- 「日本遺産（Japan Heritage）」を認定し，歴史的魅力にあふれた文化財群を地域主体で国内外に戦略的に発信するなど，地域の複数の文化財を総合的かつ一体として活用する取組を支援する。
- 我が国の多様な文化芸術の情報について整理し，デジタル技術，インターネット等を活用したネットワーク化やアーカイブ化を進めるとともに，国内外への発信等を推進する。
- 地域の伝統文化，美しい自然，歴史的景観，魅力ある食文化等，地域の観光資源を活かした各地域の周遊を促進するため，DMO が中心となって行う，地域の関係者が連携して観光客の来訪・滞在促進を図る観光地域づくりを推進する。
- 新たな観光コンテンツの拡充・支援を図る中で，VR（仮想現実）やAR（拡張現実）等の最先端の情報通信技術を活用した文化財等の観光資源の付加価値化の取組を支援する。
- 「地域における歴史的風致の維持及び向上に関する法律」（平成 20 年法律第 40 号）に基づく歴史的風致維持向上計画の策定を推進し，歴史的建造物の修理，無電柱化等を通じて，良好な景観を形成するとともに地域固有の観光資源である歴史・文化・風土を生かしたまちづくりを推進する。
- 明日香村における歴史的風土の保存，生活環境及び産業基盤の整備を図るために，「古都における歴史的風土の保存に関する特別措置法」（昭和 41 年法律第 1 号）及び「明日香村における歴史的風土の保存及び生活環境の整備等に関する特別措置法」（昭和 55 年法律第 60 号）に基づき，村全域にわたる土地利用規制を行うとともに，明日香村整備計画（奈良県作成）に基づく取組に対する支援を行う。
- ユネスコの公表した国内における消滅の危機にある言語・方言や東日本大震災被災地域の方言について，その実態を把握するとともに，言語・方言の保存・継承のための調査研究と情報の収集を行い，その成果の普及等を通じて，消滅の危機にある言語・方言の状況改善につなげる。
- デジタル化・ネットワーク化の進展等に伴う著作物等の創作，流通，利用環境の変化に対応して，著作権等の保護及び著作物等の適正な流通の促進を図るための著作権制度・運用等に関する課題について検討を行い，必要な措置を講じる。

別紙

文化芸術推進基本計画（第1期） 中間評価
グッドプラクティス

◆ 文化財多言語解説整備事業

日光 二荒山神社等（栃木県） ～ 2次元コードから多言語音声コンテンツ ～



二荒山神社 神橋

通信環境を必要とせず、2次元コードにスマートフォンをかざすと、英語・韓国語・中国語など多言語解説文のテキスト表示と音声を読み上げられる。（看板設置13資産）

熊野古道 ガイドアプリ整備事業（和歌山県）

基本画面



- 熊野古道を英語で楽しむことができる総合WEB制作。位置情報と連動して現地においてスマートフォンから多言語による動画等コンテンツを楽しんでもらうことを想定。
- 現地ガイドによる案内動画、360度VR映像等が主なコンテンツプログラム
- アンケートページを実装。満足度やどこが気に入ったのかマーケット調査を行うことができる。

● 動画：現地ガイドによる案内



現地ガイドならではのポイントを英語（テロップ、ナレーション）で紹介

● 360度映像



360度カメラ撮影による各スポットの動画で、VRゴーグルを使えばその場所にいるような疑似体験も可能

佐渡 佐渡金銀山遺跡等（新潟県） ～ 高精細なVRコンテンツ ～



ヘッドマウントディスプレイから多言語ナレーションによるVR動画コンテンツ（普段見れない場所の360度映像、空中から見るVR体験等）を楽しむことができる。これらコンテンツは最先端の技術を利用して高精細に撮影されたものであり、まるでそこにいるかのような体験をすることができる。



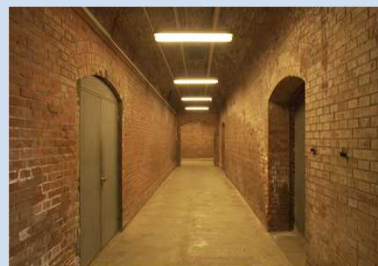
佐渡金銀山遺跡（普段立ち入れない場所）



観光案内所等へ設置

文化財としての酒蔵を活用した訪日誘客事業（東京都）

- 東京都内に現存する日本酒関連文化財施設を、英語解説付きの映像で紹介し、外国人観光客に日本酒の歴史や文化及びその魅力を理解してもらうためのコンテンツ制作。
- 360度の撮影によるVR映像を制作、観光客のスマートフォンや、酒蔵における貸し出し用タブレットなどでも視聴できるよう整備。
- アンケートページを制作し、文化財としての酒蔵に対する満足度や気に入った点などを聞くことで、来場者のマーケティング調査も行うことができる仕様。



通常是非公開の建物内部も、映像・360度VRで公開



360度カメラ撮影による各スポットの動画は、VRゴーグルの使用によって、現地にいるような疑似体験が可能

◆ 日本が誇る先端技術を活用した日本文化の魅力発信

● 空港等における日本文化の魅力発信

«新千歳空港における大規模展示によるアイヌ文化の発信「カムイのいる世界」「100年の軌跡」»

【主な取組内容（概要）】

新千歳空港の国際線ターミナル到着コンコースにおいて、アイヌ文化をテーマとしたメディア芸術作品を展示し、独創性あふれるアイヌ文化の魅力を国内外に発信。全長26mに及ぶ大型アニメーション映像作品（「カムイのいる世界」）及び全長40mに及ぶアイヌ文様による窓面装飾作品（「100年の軌跡」）を展示。

【評価点】

空港の到着コンコースの壁面及び窓面という空港ならではの場所を展示スペースとして活用し、美術館等の施設では難しいスケールの大きな展示が実現した。

アイヌの人たちが独自に発展させ、今日まで受け継がれる伝統的な文化を、アイヌ民謡をベースとした音楽とともに視覚的に見せることにより、日本の文化の豊かさを外国人観光客に効果的に伝える展示となっている。



● 文化財所有者が行う日本文化の魅力発信

«大分県竹田市「史跡岡城跡」のAR技術等を用いた魅力発信事業」»

【主な取組内容（概要）】

AR技術を用いた多言語対応スマートフォンアプリを開発し、アプリ用の解説ポイントを城内29か所へ設置。

また、ミュージアム施設内に設置する60インチの大型タッチパネルで、航空写真・古地図が切り替えながら閲覧できるデジタルマップを制作。

【評価点】

本年4月の竹田市歴史文化館の開館に合わせたコンテンツの公開を予定していたが、コロナ禍の影響もあり、同館開館が本年10月に延期となり、それに伴いコンテンツの公開も延期となった。そのため、現時点で具体的な成果等を提示できないが、外国人観光客数の回復に向け、市や市民の期待度は高まっている。



● 渡航前・帰国後の日本文化の魅力発信

«文化遺産・観光コンテンツバンク»

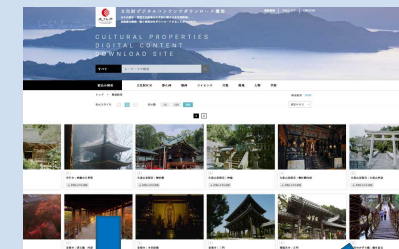
【主な取組内容（概要）】

旅前・旅後の海外向け日本文化の魅力発信として、次の2つからなる文化遺産・観光コンテンツバンクの整備を行った。

1. 文化財デジタルコンテンツダウンロード機能（日本語・英語） <https://cb.bunka.go.jp/>
国内外のメディア・旅行会社向けに、日本遺産等のVR(仮想現実)・4K（高精細）映像素材・静止画などを解説文付きで提供。
ダウンロード・二次利用を可能としている。
2. 日本政府観光局(JNTO)日本遺産特設サイト（英語） <https://www.japan.travel/japan-heritage/>

【評価点】

1. 一過性の情報発信を行うだけのデジタルコンテンツとせず、二次利用可能な権利処理やメタデータの整備を行った上で提供することで、新たなコンテンツの創造など様々な利活用が可能となった。公共交通事業者による駅構内でのデジタルサイネージ掲出やSNS等でのプロモーション、オンラインガイド旅行商品造成、大学での利用などを確認している。
2. JNTOとの連携により、一方的な情報発信ではなく、ニーズ分析・それに基づく改善などデジタルマーケティングを行う基盤として整備した。これによりコロナの影響下にあってもバーチャル旅行などをテーマに訪日意欲の向上施策を継続できた。



◆ Living History (生きた歴史体感プログラム) 事業

Living History in 京都・二条城～生きた歴史体感プログラム～ 〈Living History in 京都・二条城 協議会〉

『寛永茶会』と題し、後水尾天皇のサロンでなされたような「宮廷の美」を取り込んだ意匠を楽しむ茶会の実施、小笠原流弓奈術礼法一門による武家礼法の実演などを行った。
11月20日～22日に開催し、61人の参加者(うち外国人1名)があった。その後、コロナの影響で開催できていないが、毎年10月の開催を計画している。



二ノ丸御殿 黒書院での茶会



小笠原流弓馬術礼法の実演

伊佐爾波神社楼門 〈愛媛県松山市〉

伊佐爾波神社楼門の外観の塗装・彩色に剥落、褪色や汚損が目立ち見栄えが悪くなっているため、塗装彩色を行う。

松山市では、広域観光周遊ルートを生かし、瀬戸内の新たなツーリズムの創造を推進しており、平成28年度には187,400人だった外国人観光客は、令和元年度には228,100人に増加した。伊佐爾波神社が存在する道後地区は愛媛県内最大の観光地であり、道後温泉駅を出た正面に位置している伊佐爾波神社の朱塗りの社殿はフォトスポットとして人気が高く、主要なコンテンツと位置付けている。



楼門の塗装劣化状況



楼門での実施実績

姫路城を活かした歴史体感プログラム事業 〈姫路市〉

姫路城西の丸化粧櫓を使用し、「千姫姿絵」の絵画等に基づき復元制作した衣装の展示、及び千姫・忠刻の簡易的な着物や甲冑の着装体験を実施。また、大名行列の再現にも着手している。

侍体験事業を2月1日～29日に開催し、596人の参加者があった。その後、コロナの影響で開催できていないが、毎年11月～3月の開催を計画している。



侍体験



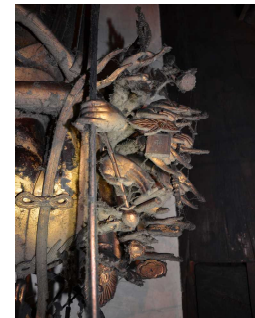
絵図より忠実に再現した大名行列の実施(写真右は従来のイベント)



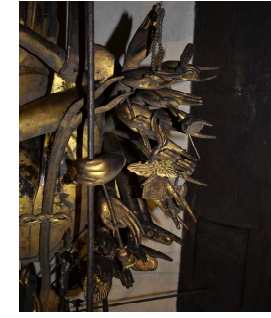
妙法院三十三間堂の国宝木造千手観音立像 等 〈京都府京都市〉

蓮華王院本堂(三十三間堂)を訪れる多数の拝観者によって持ち込まれた埃が堆積し、像の見映えが損なわれていた。本事業でこの埃を除去することによって、拝観者は本来の美しさを取り戻した仏像を鑑賞することが可能となった。

令和元年度は、磨き上げ事業の効果もあり、新型コロナウイルスの影響がありながらも、約23万人もの外国人の拝観者があった。



埃除去前



埃除去後