



観光産業の現況と 文化観光の推進に向けて

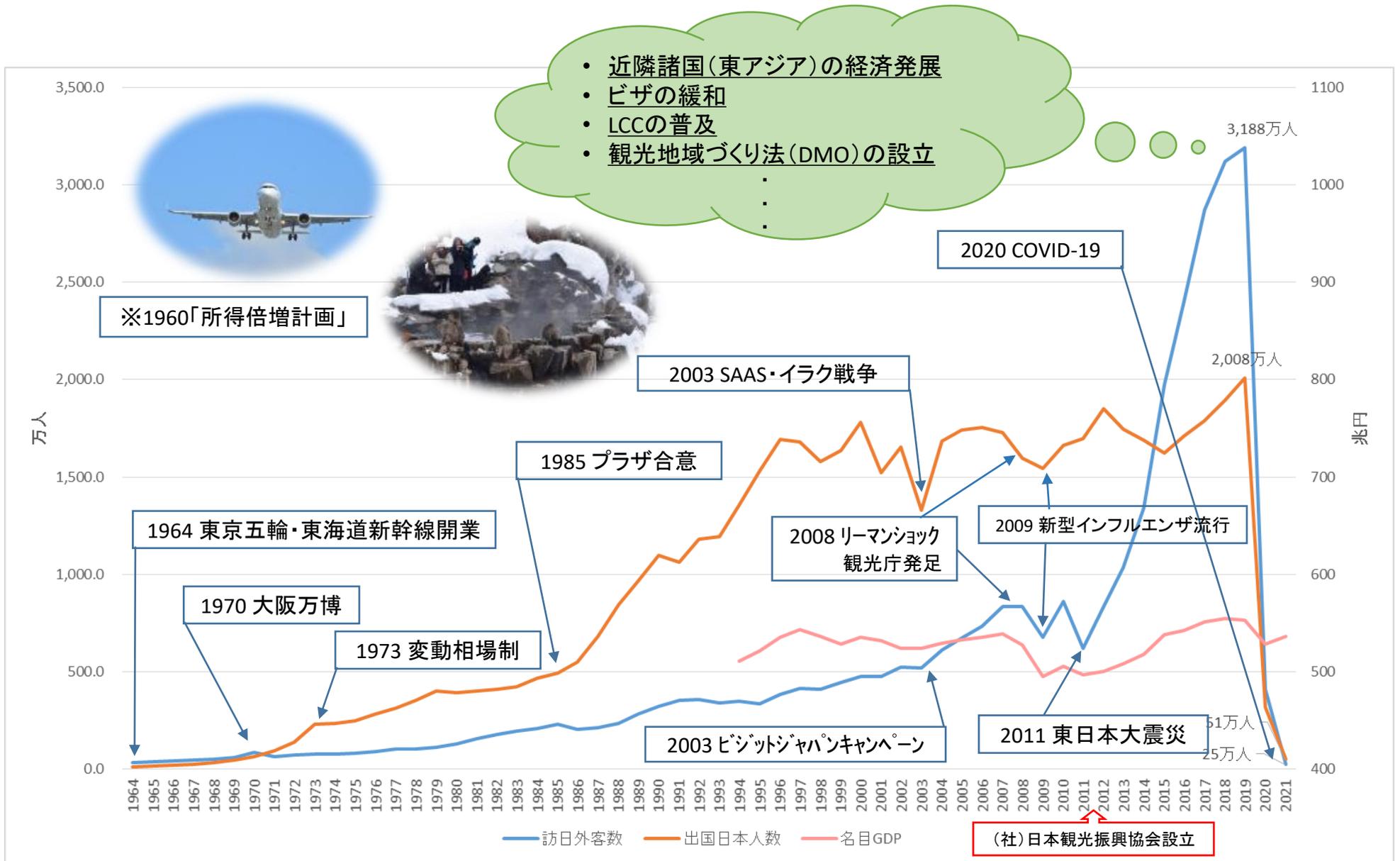
2022年9月6日



公益社団法人 日本観光振興協会
JAPAN TRAVEL AND TOURISM ASSOCIATION

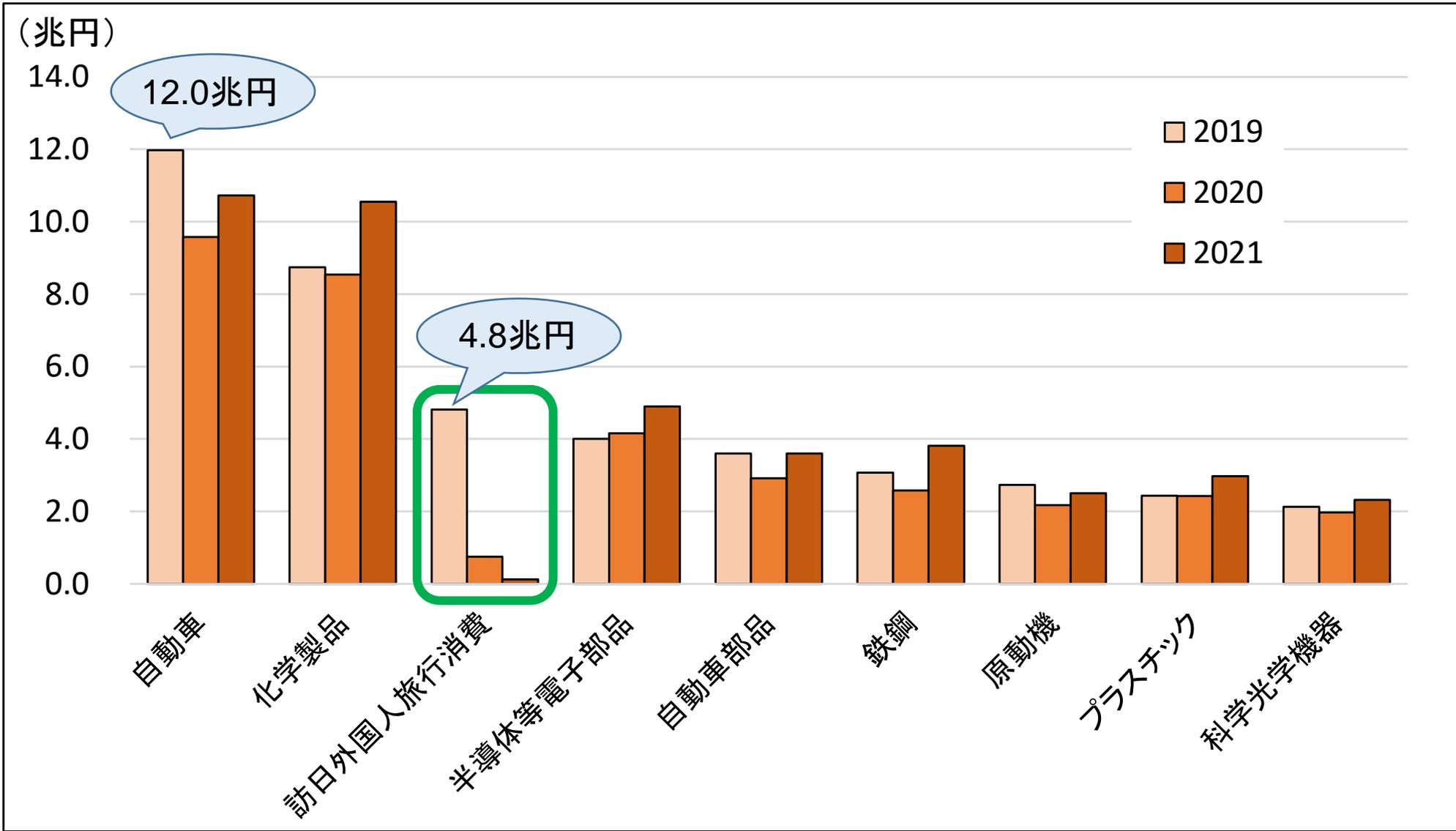
杉野 正弘

1. 旅行者数の推移



【資料】日本政府観光局(JNTO)資料および内閣府データに基づき日観振作成

2. 訪日外国人旅行消費額と製品別輸出額との比較



資料: 財務省「貿易統計」(2021年: 確々報値)、観光庁「訪日外国人消費動向調査」(2020年、2021年: 試算値)に基づき日観振作成

3. 観光ディスティネーションの国際基準



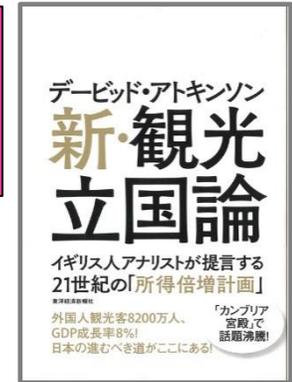
・観光4条件

気候

自然

文化

食事



・ミシュラン・グリーンガイド 9つの基準

多様性

1. 旅行者がその観光地を訪れた時に受ける第一印象
2. その場所の知名度
3. 文化財の豊かさ(記念建造物や美術館の数)、レジャーの充実ぶり(アクティビティ数)
4. 受賞歴やユネスコの世界遺産などの公的評価
5. 芸術品や史跡の固有の美術的価値
6. 美観
7. 作り物ではない本物としての魅力と調和
8. 旅行のしやすさと利便性(施設整備、アクセス、維持管理など)
9. 旅行者の受け入れ姿勢の質

①文化財多言語整備事業の観光視点

1. 旅前（たびまえ）『観光協会、DMO等観光セクターとの連携』

- ・HPへのリンク、掲載等
- ・海外の展示会などでの映像の活用等

2. 旅中（たびなか）『訪問者が分かり易い成果物となっているか』

- ・案内板、アプリの動線（必要な場所に、的確に配置されているか）
- ・案内板の字の大きさ、色などが分かり易いか
- ・多言語の質が保たれているか
- ・説明の工夫、日本人が前提としている知識を外国人にも分かり易く説明しているか
※外国人目線、利用者目線
- ・ダウンロード等の際、手間のかからないアプリとなっているか

②文化財多言語整備事業の観光視点

3. 旅後（たびあと）『訪問者が、訪問後に発信したくなる内容となっているか』

- ・ 理解度、満足度が上がるコンテンツであることが必要
- ・ SNSなどでの発信が期待できるコンテンツであるか

※専門的過ぎず、ストーリー性があり、その地域の歴史、文化等をふまえた興味を引く説明があると印象に残り、満足度も高いと思われる。

5. 協会実施事業からの優良事例紹介

1. 日光山輪王寺文化財多言語解説整備事業

事業者

日光山輪王寺

事業内容

平成30年度 国指定文化財40件以上を有する輪王寺の既設新設の解説看板に連動してスマートフォンやタブレット端末などで気軽に利用できる便利なアプリケーションならびにコンテンツを開発。日光山の歴史と信仰文化の魅力を伝えるため、前年度（平成30年度）に整備出来なかった箇所解説板と、多言語解説（8か国）の更なる利用を促すためのアピール案内板を追加設置した。看板に多言語HPへのアクセスのためのQRコードを設置。域内Wifi環境あり。



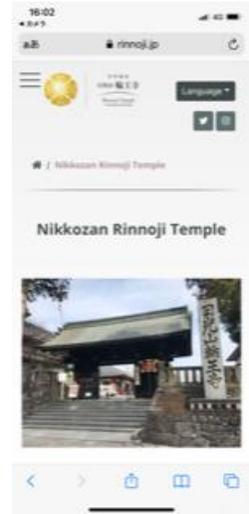
輪王寺全体案内図付き看板
多言語QRコード付き



大猷院案内図付き看板
多言語QRコード付き



施設案内看板
多言語QRコード付き



QRリンク先多言語解説

5. 協会実施事業からの優良事例紹介



1. 日光山輪王寺文化財多言語解説整備事業

事業評価

案内板の良悪	動線の良悪	テキストの 分かり易さ	アプリの 分かり易さ	総合評価	コメント
○	○	○	○	A	<ul style="list-style-type: none">外国人のニーズを事業者が理解しており英文の質、案内板の質が高い。動線を意識した案内板の位置の設計、専門的なネイティブによるテキストの作成、観光客目線でのHPの作成など、アプリを使わないシンプルな事業であるが、重要なポイントを満たしている。

今後の展開

①事業者コメント ②事務局コメント

- ① 令和2年度は「インバウンド復活の日」のための準備期間と捉えている。
整備内容としては、前年度で整備出来なかった箇所への解説板の増補が主だが、ネイティブ識者による監修を得た英訳文が用いることができたので、英語文化圏の来訪者に対して非常に理解しやすい内容となったと考える。
今後も、より多くの外国人来訪者に日光山の魅力を伝える方策を模索していく。
- ② 駐車場、入り口などで動線の案内なども全体の説明とともになされており、観光客目線の事業となっている。
コロナ前は、年間約660万人の外国人観光客が訪れる人気の観光地であるが、日帰りでの短時間での観光地となっており、より深く輪王寺の魅力を伝える仕組みを整備することにより、滞在時間を伸ばし、日光への宿泊滞在を誘引するきっかけとなる。

5. 協会実施事業からの優良事例紹介



2. 古都奈良の文化財多言語解説整備事業

事業評価

案内板の良悪	動線の良悪	テキストの 分かり易さ	アプリの 分かり易さ	総合評価	コメント
○	○	○	○	A	コンテンツ、英文も優れており、案内板も動線上の分かり易いところに設置されている。

今後の展開

①事業者コメント ②事務局コメント

- ① コロナウイルスの影響により、外国人観光客が整備文化財を訪れていないこと、感染症拡大防止のためデジタルサイネージの電源をオフにしていることから事業効果の検証には至っていない。代替として、令和2年度は国内向けのプロモーションを行った。また、デジタルサイネージは映像放映のみでの運用を行っている。訪日旅行の回復後は、各社寺間での連携や、県の観光部局と連携したプロモーションを検討する。
- ② DMO自体が事業者となっており、県の観光セクターとの連携によって、より活用が進んで行くことが期待される。

6. コロナ禍における文化観光について



1. 海外への情報発信について

- ・「たびまえ」にフォーカスし、地域DMOなどと相談し、コロナ禍でどのような情報発信、取り組みをしているかを踏まえて、連携する形で情報発信を検討
- ・You tubeなどの動画配信では、町の雰囲気や散策の映像や、普段非公開の文化財の映像などの情報発信の検討
- ・海外から参加できるオンラインツアーなど
- ・在日外国人誘致するための情報発信など

2. 制作した多言語解説文の活用について

- ・質の高いコンテンツであれば、地元の学生や観光学部の学生向けの学習教材として活用することも可能
- ・地域DMOや団体ガイド、ホテルのコンシェルジュ、地域の観光ボランティアなど、地域の観光関係者に整備した媒体を知ってもらう良い機会



3. 制作した多言語解説文の検証について

▪ 地元のJETプログラム (The Japan Exchange and Teaching Programme: 語学指導を行う外国青年招致事業) の講師に、制作した多言語解説媒体をモニター的に利用してもらうことも有益。ネイティブスピーカー視点からのチェック(検証)ができるほか、口コミの拡散も期待できる。

7. まとめ



- ・文化観光は、今後のインバウンド誘客の際の重要なコンテンツとなる
- ・外国人に日本の文化を伝える際は、日本人にとっては常識的なことも外国人には初めての事柄も多いので、理解してもらうための丁寧な解説が必要
- ・「たびまえ」「たびなか」「たびあと」の場面での適切な情報発信が必要
- ・文化観光推進法に基づく美術館・博物館等の文化観光拠点の更なる創出が必要
- ・観光客目線での動線を意識した解説版の設置などが必要
- ・一般的に、文化財の所在地は不便な場所である可能性もあり、二次交通、宿泊、他の観光地など地域のDMOなど観光関係者と連携して、推進することが必要