

令和4年度文化資源活用事業費補助金（文化財多言語解説整備事業） 成果検討委員会まとめ

令和5年3月

1. はじめに

文化財は、我が国の歴史、文化の正しい理解と国民の誇りのため欠くことのできないものであり、かつ将来の文化の向上発展の基礎をなすとともに、地域の活性化、さらには、世界に日本の魅力を発信していく上でますます重要なものです。

一方で、訪日外国人旅行者が文化財等の地域の観光資源を訪れた際、解説文の表記が不十分等の理由により、魅力が伝わりにくいといった課題が指摘されています。

これに対し観光庁では、日本文化に精通し多言語化に対応可能な専門人材をリスト化し、訪日外国人目線による観光資源の英語解説文を作成する地方公共団体等を支援し、そのノウハウの横展開を行っています。

また、文化庁では、平成30年度より、この解説文を活用し、訪日外国人旅行者の満足度を向上させるため、先進的・高次元な表現手法を用いた魅力的な多言語解説コンテンツを制作する事業に対して、国際観光旅客税を財源とした支援を行っています。

このたび、令和4年度文化財多言語解説整備事業成果検討委員会（以下「委員会」という。）において、平成30年度から令和2年度にかけて採択された「文化財多言語解説整備事業」（以下「本事業」という。）の補助事業者（以下、「事業者」という。）から報告された令和3年度の成果指標について、検討を行いました。

各事業者におかれましては、本資料や別紙の手引きを熟読いただき、今後の事業実施にあたっては、継続的な改善を通じて事業の質の向上を図り、本事業の成果を上げていくことが期待されます。

2. 令和3年度の成果指標について

平成30年度から令和2年度までに採択された事業者から提出された令和3年度の成果報告書においても、引き続き新型コロナウイルス感染症の影響により、訪日外国人旅行者が来ていないという困難な状況の中、各事業者が苦心して多言語解説媒体の利用状況の把握に努めている様子が見てとれました。

入込外国人観光客数及び整備した媒体の利用数については多くの事業者で取得できている一方で、アンケートによって指標を取得する必要がある当該文化財への入

込外国人満足度と整備した媒体による文化財の理解度については、3分の1程度の事業者しか取得ができていませんでした。

令和5年度以降、インバウンドの訪日外国人旅行者数の回復が見込まれる中、成果指標の確実な取得と、それに基づく事業内容の改善を図るためには、指標の取得方法（アンケート方法）の見直しを行うことが大切です。アンケート方法の見直しにあたっては、「令和3年度成果検討委員会まとめ」及び「文化資源活用事業費補助金（文化財多言語解説整備事業）事業実施の手引き」（以下、「手引き」という。）を参考にしてください。

訪日外国人旅行者数が回復していない地域においても、在日外国人や日本人に対してコンテンツの利用を促し、指標を取得するように努め、訪日外国人旅行者が訪れた際の予行練習や、コンテンツ内容の見直しに活かすことが大切です。

3. 文化財多言語解説整備事業の成果の横展開について

文化財多言語解説整備事業により整備を行う中で得られた成果については、横展開を図っていきます。事業の横展開とは、（1）他の観光資源への横展開、（2）新規の多言語解説整備事業への横展開が考えられます。

（1）他の観光資源への横展開について

地域を訪れた外国人旅行者は、通常一か所にとどまらず、あちこちを動き回ります。そのため、1か所だけを重点的に多言語化するだけでは、真に地域での体験滞在の満足度が向上するとは言えません。

補助事業を活用し、国指定等文化財への多言語解説を整備することで蓄積したノウハウをもとに、国指定等以外の文化財や、その他の観光資源にも多言語解説の整備を広げていくことが期待されます。

地域全体での体験滞在の満足度を向上させるためには、単に所有者が所有する文化財の多言語化を行うだけではなく、所有者・行政・観光関係者が一体となって、面的に統一されたインバウンド対応環境を整備することが望ましいです。特に、地域で看板のデザインを統一することにより、多言語解説がどこにあるのか一目でわかるようになります。

（2）新規の多言語解説整備事業への横展開について

新規に文化財の多言語解説整備を検討している事業者においては、ぜひ、文化庁ホームページや手引きを参照してください。

事業の実施にあたっては、インバウンドの満足度を高める目的に沿った事業計画を策定することが大切です。過去の整備事例を参考にする場合は、その整備媒体・コンテンツだけを見るのではなく、対象とする文化財や、整備事業者にも注目して、事業計画の策定に生かしてください。

4. その他文化財多言語解説整備事業における留意点について

先述の通り、令和3年度は訪日外国人旅行者の数が極めて限定されていたため、整備した媒体・コンテンツを誘客・PRに用いるなど、SNSやHPでの情報発信に力を入れている事業者が多くみられました。

一方、令和5年度以降においては、訪日外国人旅行者数の回復が見込まれることから、本事業の目標である訪日外国人旅行者の満足度向上のためにもこのようなことを行うか、という観点に重点を置いて事業を進める必要があります。

本事業は文化財の価値について、訪日外国人旅行者を対象として、わかりやすく伝えるための事業です。こうした理解促進のための取組は、地元の人、とりわけ子供を対象とした普及や解説にも応用できると考えられます。地元の人が文化財の価値を理解することで、地域でのもてなしの向上、ひいては訪日外国人旅行者の満足度向上にもつながると考えられます。

整備したコンテンツは、使い続けることで利便性が改善していきます。逆に、使い続けなければ内容がこなれていかず、不具合への対応も遅れてしまいます。訪日外国人旅行者に限らず、国内在住の外国人や、日本の観光客にも使用を促し評価を受けて事業内容にフィードバックをすることが大切です。

以上