

文化資源活用事業費補助金
(文化財多言語解説整備事業)
事業実施の指針

文化庁

令和●年●月

文化資源活用事業費補助金（文化財多言語解説整備事業）事業実施の指針

はじめに

令和3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（以下「委員会」という。）において、平成30年度、令和元年度採択案件の令和2年度の評価指標達成状況や、令和元年度採択案件のネイティブスピーカーによる検証事業の結果についての検討を行いました。その中で、各事業者が文化財多言語解説整備事業を進めるにあたってのさまざまな留意点について、本委員会で議論を重ね、参考となるモデル事例についてのピックアップを行いました。これらの成果を「文化資源活用事業費補助金（文化財多言語解説整備事業）事業実施の指針」として本資料にまとめました。

今後の事業実施にあたっては、これらの指針等も活用しながら、事業の質を向上させ、継続的な改善を通じて事業の成果を上げていくことを期待しています。

「文化財多言語解説整備事業」の事業実施におけるポイント

事業者が「文化財多言語解説整備事業」を実施するにあたっては、以下のようなポイントに留意しながら進める必要があります。

1. 事業目的の設定
2. 目標の設定
3. 事業実施体制について
4. 事業の全体設計と媒体の選択・整備について
5. 案内版の設置について
6. 多言語解説文について
7. 整備後のオペレーションの工夫について
8. その他、実施にあたっての留意事項

1 事業目的の設定

(1) 「文化財多言語解説整備事業」について

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、訪日外国人観光客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ネイティブ人材をリスト化し、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。

文化庁では、この解説文を活用し、多言語事業において VR/AR 技術・アプリケーション・QR コード等の先進的・高次元な表現手法を用いた魅力的なコンテンツを制作する「文化財多言語解説整備事業」に対して、平成 30 年度より支援を行っています。

これにより、訪日外国人観光客の地域での体験滞在の満足度の向上を図り、観光振興・地域経済の活性化の好循環を創出することが期待されています。

(2) 事業目的の設定

「文化財多言語解説整備事業」は、媒体を整備すること自体が目的ではありません。媒体の整備など様々な手段を用いることで、訪日外国人観光客が、文化財および日本を理解することで「旅の経験価値」を高め、日本のファンになってもらうことが最終的な目的です。

文化財の多言語解説を整備するに当たっては、まず、現状の当該文化財への入込観光客数、入込外国人観光客数、外国人観光客への対応状況、媒体の整備状況等を改めて見直し、何が課題なのかを認識することが重要です。その上で、「この整備事業は何のために実施するのか?」「将来的にどのような状態になっていることが望ましいのか?」をイメージします。訪日外国人観光客のどのような人に対し、文化財の何を伝えたいのか、何を理解してもらいたいのか、この事業をすることにより周辺の地域にどのように貢献できるのか、などの具体的な事業目的を設定します。

事業目的を明確にすることにより、必要な事業体制、媒体選定、運用方法などの事業計画を効果的に立てることができます。

2 目標の設定

(1) 目標の設定

事業目的の達成度合を把握するためには、評価指標と目標値の設定が必要となります。令和 3 年度より、「整備媒体の利用数」及び「整備した媒体による文化財の理解度」の 2 つを必須評価指標として設定しています。必須指標以外にも、それぞれの事業特性に合わせた成果を測るために、独自の指標設定と検証が推奨されます。また、当該文化財への「入込外国人観光客数」も基礎データとして把握します。

(2) 設定した目標の検証

設定した目標に対する検証を、事業完了年度から 4 年間行うことが求められています。目標の達成状況について 1 年毎に報告を行い、文化庁からのフィードバックを受け、事業を改善し、事業の質の向上と目標達成を図ります。

(3) 目標の設定と検証方法における課題

- 検証データの取得方法が、事業者によってまちまちであり統一されていない状況です。
- 検証データをアンケートで取得する場合、アンケートを受ける側が負担となり、アンケートのサンプルを集めにくいケースがあります。

(4) 目標設定と検証方法についての参考事例

1) 「整備媒体の利用数」のデータ取得事例

① 滋賀県園城寺の事例(事業主体:園城寺)

QRコード、多言語 HP のアクセス数をカウント

<ポイント> 日本語ページへのアクセス数を含めないことなどを留意している

② 長野県文武学校の事例(事業主体:長野市)

貸出用タブレット端末にて多言語 HP のアクセス数をカウント

<ポイント> 現地貸し出しの機器を使うことにより外国人観光客の利用データを測定

③ 岐阜高山市陣屋の事例(事業主体:岐阜県)

限定 URL による動画視聴者数

<ポイント> 現地配布パンフレットに限定した URL を記載し、外国人観光客のデータを測定

2) 「整備した媒体による文化財の理解度」のデータ取得事例

① 日光二荒山神社の事例(事業主体:日光二荒山神社)

定期的に対面アンケート実施(入場受付時に用紙を配布)

<ポイント> 最もベーシックな方法であり、確実なデータが取得可能だが、実施時期やサンプル数等について留意が必要

② 岐阜県東氏館跡の事例(事業主体:岐阜県)

HP にアンケートを実装、コメントなども参照

<ポイント> 直接、理解度に関する設問があることが望ましいが、コメントからの理解度類推も可能

3) 「入込外国人観光客数」(基礎データ)の取得事例

① 三内丸山遺跡等の事例(事業主体:民間事業者)

自治体の基礎データを活用する事例

当該文化財全体の 入場者数	×	各都道府県、市町村が把握する地域 への外国人訪問者数の割合
------------------	---	----------------------------------

<ポイント>各地域の外国人宿泊データなどから割合を算出

② 春日大社等の事例(事業主体:奈良県デジタルズビューロー)

RESAS¹を活用して外国人訪問者数を把握する事例

奈良市外国人 訪問者数	×	RESAS による奈良市の観光施設検索回数に おける当該施設の検索回数の割合
----------------	---	---

(5) 目標設定と検証方法に関するアドバイス

①評価指標の実績値の把握方法

- 1) 「整備媒体の利用数」の把握は、ウェブサイトへのアクセス数をカウントする方法や、動画の再生回数をカウントする方法などがあります。
- 2) 「整備した媒体による文化財の理解度」の把握は、アンケート形式で実施してください。対面によるアンケート実施のほか、ウェブサイトにてアンケートを実装したり、コメントを参照する方法もあります。
- 3) 「入込外国人観光客数」の把握は、多言語パンフレットの配布数などをカウントする方法のほか、自治体の観光データ、RESAS (地域経済分析システム) を活用する方法などがあります。

②アンケートの実施方法について

- 1) どのタイミング (時期) で、どのようなアンケート (設問) を、どれだけとるか (回答数) を最初に設定する必要があります。効果的な質問の内容やアンケート方法など、事業の主旨に合致しており、結果に結びついているような良い事例を参考にしましょう。
アンケートをシステム上に実装する場合は、選択肢 1～5 の様に、理解度を選択してもらう方法が簡便です。対面アンケートの場合は、入場券販売所のような外国人観光客が立ち寄るところで、あらかじめ、時期、数量を決めて配布する方法が推奨されます。
- 2) 対面アンケートの場合は、アンケートをとる曜日、人数割合などをあらかじめ設定する必要があります。外国人観光客は、週末に偏らず、平日にも多く訪問する傾向にあることなどに留意し、有意な結果となるよう、アンケート数を設定する必要があります。
- 3) アンケートをとる日時をある程度統一すると、他の事業との比較が可能となり、相対的な評価が出来ます。特に同地域でアンケートを行う場合には、日時、様式などを統一するなどの工夫により、有益なデータが得られます。

¹ 産業構造や人口動態、人のながれなどに関する官民のビッグデータを集約し、可視化をするシステム。内閣官房のまち・ひと・しごと創生本部が運用している。

③設問の設計とサンプル数について

- 1) アンケートの質問数は最低限必要な数にして、回答者の負担にならない様に留意する必要があります。また、対象年代、国籍などのサンプルカテゴリーに対して、それぞれ最低でも100程度の回答数を得ることが理想とされています。
- 2) 回答形式については、「回答はA.B.C.Dの中から選択してください」などの様に、自由回答よりも選択形式にした方が回答しやすくなり、回答率も向上すると考えられます。

④回答率アップの工夫について

- 1) アンケートの回答者に対して、何らかの特典を与えることも回収率を高める上で効果的な手法です。例えば、入場料の割引や粗品を提供することなどが考えられます。
- 2) 文化財の内容が「理解できた」あるいは「わかりにくかった」などの回答を、施設出口の壁に貼ったポスターにピンを指してもらうなど、楽しんでもらいながら、シンプルかつアナログ的な手法により理解度を測ることも効果的です。

⑤データの精度向上について

- 1) 居住地を特定することにより、外国人観光客が訪日旅行者か国内居住者かを判断することができます。また、国籍、日本への渡航の回数、滞在日数などを合わせて質問することにより、より属性と関連付けた分析が可能となります。
- 2) 日本人観光客に対しても同じアンケートを実施することにより、外国人観光客との比較ができます。外国人観光客の傾向をより明らかにするためには、有効な手段です。

3 事業実施体制について

(1) 事業実施体制について

「文化財多言語解説整備事業」では、自治体、文化財所有者の寺社仏閣、民間事業者等、様々な組織が事業主体となり、事業を推進しています。

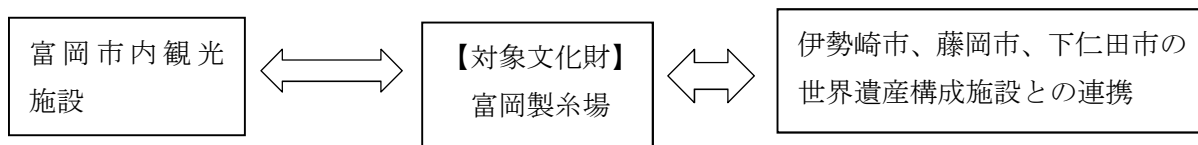
(2) 事業実施体制における課題

- 自治体の中でも、文化財関連部署が事業主体となっている場合に、観光関連部署との連携が図られていないケースがあります。
- 文化財所有者が主体である場合は、観光セクターとの連携ができていないケースがあります。
- 民間事業者が主体の場合は、媒体の制作に特化していて、観光目線での整備がされていないケースも散見されます。

(3) 事業実施体制についての参考事例

1) 観光セクター、その他関連施設と連携している事例

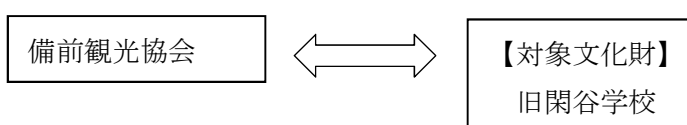
市内観光施設、世界遺産構成団体と連携 【事業主体】群馬県



<HP のリンク・パンフレットの設置などで協力>

2) 観光目線の整備事例

地元観光協会と連携「観光文化財見学ルート」として発信 【事業主体】 備前観光協会



<観光パンフレット、周遊ルート、HP のコンテンツ制作などで連携>

(4) 事業実施体制におけるアドバイス

- 1) 地域のDMO、観光協会などとの連携が必要です。特に「旅まえ」での整備媒体の活用等は観光目線での利用促進のためには必須と考えます。
- 2) 事業者が文化財管理者でない場合は、文化財管理者に媒体の利用方法を丁寧に説明し、継続的な活用の促進に協力いただくことが大切です。
- 3) 整備媒体が、旅あとの「語らうメディア」として、次の「誘い」へとつながっていくような総合的な観光戦略、文化財の保存・活用施策の中での位置づけなどについて地域全体で考えていく必要があります。

4 事業の全体設計と媒体の選択・整備について

(1) 求められること

文化財の解説文をより魅力的、効果的に外国人観光客に訴求するために、VR/AR 技術・アプリケーション・QR コード等の先進的・高次元な表現手法を用いた効果的なコンテンツを制作することが求められています。

また、媒体が使われるシーン（旅なか）だけでなく、外国人観光客の前後の行動（旅まえ、旅あと）も想定し、事業全体を設計する必要があります。

(2) 事業の全体設計と媒体の選択・整備における課題

- 旅まえ・旅あとを含めて、事業全体を戦略的に設計できていないケースが多く見られます。
- 媒体の利用方法や整備目的が不明確なケースが見られます。
- 一般的に外国人観光客は、自身の端末（スマートフォン、タブレット等）に、アプリ等をダウンロードすることに抵抗感があります。

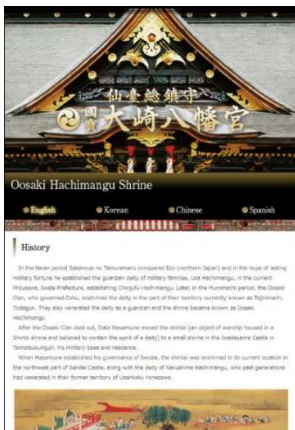
- その場で見られる文化財を単に VR にするなど、導入効果が低いケースがあります。
- 同じエリアでも、整備媒体がバラバラで、利用者にとって使いにくいケースが見られます。

(3) 事業の全体設計と媒体の選択・整備についての参考事例

① 旅まえ、旅なか、旅あとで連携して活用している事例

【事業主体・対象文化財】大崎八幡宮

来訪前や来訪後のコンテンツアクセスが見込まれる為、英語サイトや SNS を随時更新し、文化財の理解度をより深めると共に、再来訪の定着に努めている



HP 画面



SNS 画面

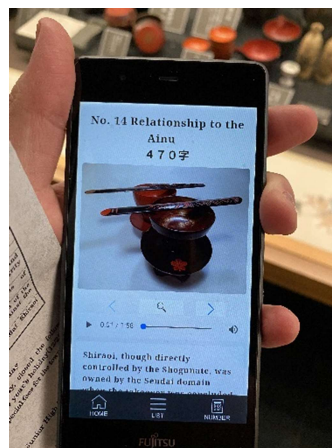
② アプリダウンロードを不要にしている事例

【対象文化財】史跡白老仙台藩陣屋路 【事業主体】 北海道白老町

英語用の貸し出し用スマホを常時用意し、自身の携帯にダウンロードすることなく解説にアクセスが可能となっている



貸し出し用スマホ



文化財関連解説文

③ 同じエリアで統一した仕様の事業となっている事例

【対象文化財】 大安寺等奈良県内文化財

【事業主体】 奈良県ビジターズビューロー

地元の事業者を活用し、奈良県内の文化財解説事業の案内板の仕様を統一している



奈良県内文化財解説整備事業
案内板 1 大安寺

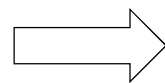


奈良県内文化財解説整備事業
案内板 2 法華寺

④ 普段は公開されていない文化財を VR 映像で視聴可能とした事例

【事業主体・対象文化財】 仁和寺

- ・非公開である文化財
- ・文化財としての価値が高い
- ・VR 上で視覚的に再現する価値が高い
- ・ゴーグルや視聴専用椅子などの VR 機器を配備



<一定の条件のもと>

理解度、満足度が向上



椅子に座って VR を鑑賞



VR で見られる非公開文化財

(4) 事業の全体設計と媒体の選択・整備に関するアドバイス

- 1) 旅まえ、旅なか、旅あとなど、外国人観光客の来訪の促進のための方策を総合的に考え、事業を設計することが大切です。
- 2) 媒体を整備する目的を明確にし、目的にあった媒体、整備方法を選択することが肝要です。
- 3) 自身の端末（スマートフォン、タブレット等）に、アプリ等をダウンロードすることに抵抗感がある外国人観光客も多いため、整備媒体で見られるコンテンツの内容や目的等を明確に表示する必要があります。外国人観光客に対して、媒体の利用方法を分かり易く説明することにより、利用の促進が期待出来ます。
- 4) 特にVR等については、直接、目の前では見ることが出来ないものを補足的に説明するためなどの、明確な整備目的が必要です。例えば、現在は残っていない昔の建物や風景を再現するなど、目的が明確になっている必要があります。
- 5) 同じエリアで複数の多言語解説を整備する場合には、案内版や使用媒体、利用方法などをできるだけ統一し、利用者の利便性向上を図る必要があります。既存の媒体整備者への確認のほか、DMOとの連携が効果的です。
- 6) パンフレットなどは、記念品として持ち帰ることも出来るため、外国人観光客に喜ばれるようです。

5 案内板の設置について

(1) 求められていること

観光客の動線上に、分かり易い案内板を設置し、媒体の利用へスムーズに誘導することが求められています。また、外国人観光客が案内板を見たときに、何をすれば良いかがわかるようにすることが大切です。

(2) 案内板の設置における課題

- 案内板の位置が分かりにくい
- 案内板の表示が見にくい
- 案内板に設置されているトリガー（QRコード等）が目立たない
- 案内板に説明がない（解説文を見るためにどのような操作が必要かが不明）

(3) 案内板の設置についての参考事例

① 動線を意識した看板の設置の事例

【事業主体・対象文化財】 日光山輪王

- ・施設の駐車場や入口付近に、案内地図とともに、文化財の説明看板を設置
- ・文化財施設内の、目につきやすい位置に設置
- ・外国人観光客向けの見学ルート案内や文化財の解説を案内板に分かり易く表示している。



輪王寺拝観順路付き案内板



輪王寺文化財建築物案内板

② タッチパネル付きの案内板を目立つ位置に設置した事例

【対象文化財】興福寺等 【事業主体】奈良県ビジターズビューロー

- ・観光客が多く通る場所に、目立つ様に設置
- ・操作方法などが、一目で分かるシンプルな仕様



興福寺前大通り設置タッチパネル



タッチパネルリンク解説 HP

(4) 案内板の設置に関するアドバイス

- 1) 観光客の動線を意識した設置が必要です。見学のコース等の文化財が配置されている要素にお

いて、文化財の説明を見ることが出来るようにすることが必要です。

2) 案内板の文字の大きさ、フォントなどが読み易くなる様、留意する必要があります。

読み易くするためには、看板の色調と調和を持たせることも必要です。

3) トリガー (QR コード等) は見やすい位置に表示し、そのコンテンツ内容について明示する必要があります。看板上のトリガーは、見やすいところに設置しないと見逃されてしまうことがあるので、注意が必要です。

○参考資料：文化財多言語解説案内板の制作指針

https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/joseishien/tagengokaiseki_seibijigyo/92892501.html

[リンク先要検討](#)

6 多言語解説文について

(1) 求められていること

質の高い翻訳と、外国人観光客にも興味がわく内容が求められます。

(2) 多言語解説文における課題

- ネイティブの視点から検証すると、文化財を理解するには不十分な解説文が散見されます。

(3) 多言語解説文についての参考事例

英文の質が高く、外国人観光客にも興味がわく内容となっている事例

【事業主体・対象文化財】沖ノ島宗像大社

- ・ 周遊プログラムなどを取り入れ、分かり易く解説
- ・ エリアについての解説、歴史的な背景についての解説など、外国人観光客の興味がわく内容となっている
- ・ 利用者が歩くエリアの歴史的背景についての分かりやすいナレーションも聞くことができ、観光客の体験の質を高めるものである。

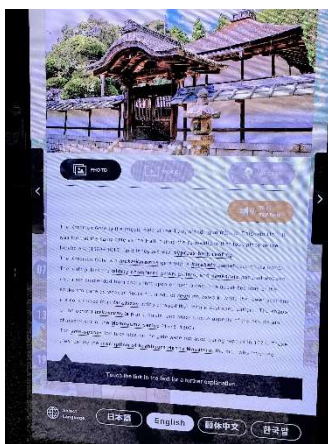


ビジターセンターでの QR コード設置

周遊プログラム、エリアについての解説サイト

【事業主体・対象文化財】園城寺

- ・案内板のタッチパネル、分かりやすい英語解説、内容の充実した三井寺文化遺産ミュージアムにアクセスできるQRコードなど観光客目線での配慮、外国人目線での質の高い解説がされている。
- ・広大な境内の周遊案内も取り入れており、全体の説明からエリア毎の説明まで外国人が理解しやすい配慮がされている。



境内に設置のタッチパネル



境内の周遊案内版

(4) 多言語解説文制作に関するアドバイス

- 1) 多言語解説文を制作するにあたり、外国人観光客に伝えたい対象文化財の価値は何かを改めて考え、まずは日本語で、伝えたいことや説明すべき内容を整理することが大切です。
- 2) テキストについては、当該言語のネイティブスピーカーによる監修が必須となります。その言語を母国語としていない人が翻訳した場合、基本的な表記方法や不自然な言い回しなどに気が付かないケースがあります。
- 3) 専門的な表現や説明にならないよう配慮し、歴史的な背景説明等を含んだストーリー性のある内容にすると、外国人観光客にとって興味のある内容となります。外国人観光客は、専門的な知識を求めているのではなく、文化財の基本的な理解が出来る様な解説を求めています。
- 4) 日本人にとっては当たり前であると思われることについても、外国人観光客にはその前提となる知識を丁寧に説明することにより、理解を深めてもらうことができます。文化財の背景となる歴史・文化については、基本的な用語についても、丁寧に説明することが求められます。

○参考資料：観光庁「地域観光資源の多言語解説整備支援事業」

- ・How To 多言語解説整備
- ・地域観光資源の英語解説文作成のためのライティング・スタイルマニュアル

<https://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kankocho/multilingual-kaisetsu.html>

7 整備後のオペレーションの工夫について

(1) 求められていること

整備された成果物が十分活用され、継続的な効果をもたらすことが期待されています。

(2) 整備後のオペレーションにおける課題

- 観光客目線になっておらず、十分活用されていない成果物が散見されます。
- 整備後の運用に関し、文化財保有者との連携が不十分なケースがあります。

(3) 参考事例

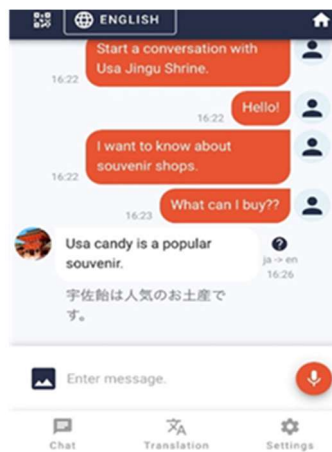
観光協会と連携し、観光客目線で成果物を活用している事例

【対象文化財】国東半島文化財 【事業主体】宇佐国東半島を巡る会

- ・ 関係市町村との連携
- ・ 観光関係事業者との連携
- ・ QR コードから誘導される WEB サイトでは、各文化財の説明動画が視聴できるほか、多言語(109ヶ国)に対応した「チャットシステム」を介し、訪日外国人観光客とのコミュニケーションツール（寄り添うツール）としても活用



QR コードから誘導される
WEB サイト



多言語に対応したチャット
システム

(4) 整備後のオペレーションにおけるアドバイス

- 1) 整備後は、「旅まえ」「旅なか」「旅あと」の観光客目線で、オペレーションを行っていくことがポイントで、整備媒体の利用促進にもつながります。
- 2) 「旅まえ」は『誘うメディア』として、旅なか（現地）の整備内容と連携できるような工夫が必要です。例えば、文化財の所在地域の観光協会の HP とリンクを貼るなど、既存メディアといかに融合させていくかがポイントです。「旅まえ」でどのような情報を外国人観光客に与

え、そのなかで何を選択させるか、「旅なか」とどのように棲み分け、連携させていくかが重要になります。

- 3) 「旅なか」では、文化財という“本物”を見てもらうための『寄り添うメディア』として、媒体が整備されていることが肝要です。ツアーガイド、施設案内人のためのツールとして活用することも有効です。
- 4) 「旅あと」は『語らうメディア』として、「旅なか」の整備内容と連携できる様な工夫が必要です。文化財の理解度・満足度の結果のアクションとして事業の成果となり、新たな訪問者を生む効果もあります。

8 その他、実施に当たっての留意事項

(1) 求められていること

特に同じエリアで、同様の事業を行っている場合は連携することにより、観光客にとって、分かり易い、伝わり易い成果物を作ることができます。テーマ別の観点からも、他の事例を参照することは有効です。今後更に地域での事業を展開し、ノウハウを残していくためには、地元の事業者を有効に活用していくことも大切です。

(2) 課題

- 同地域における事業あっても、全く異なる媒体や運用方法となっているようなケースも多くみられます。同様のテーマで実施された別の事業のノウハウがうまく活用されていなかったり、地元業者が活用されていない場合があります。

(3) 参考事例

テーマの一つとしてモデルとなるケースであり、他の地域でも活用が可能です。

【事業主体・対象文化財】 京都観世能楽堂

- ・英文の質が高く分かり易いため、他の同じテーマの文化財で活用が可能
- ・WEB サイトなども活用し、能楽の普及という事業目的が明確である。



QR コード案内板



QR コードから誘導される WEB サイト

(4) アドバイス

- 1) 同じ様なテーマで作成された他の事例や、モデルケースとされている例を参考にすることも有効です。
- 2) 同じエリアの文化財は、できるだけ同一の手法で整備するなど、地域での統一性が必要です。
(そのためには、地域の DMO や観光協会等との連携が有効と考えられます)
- 3) 媒体整備にあたっては、地元の業者を活用し、地域にノウハウを蓄積することも重要です。

9 まとめ

文化財を誰に対して、何を、どの様に伝えたいかという事業目的を明確にし、それに合わせて媒体の整備をする必要があります。また、観光視点での活用という点において、外国人観光客目線での分かり易く、理解を促進する媒体、看板の整備が基本となります。本事業は、外国人観光客をターゲットにした事業であり、外国人観光客目線で興味が持てる多言語解説の品質、コンテンツが重要です。成果物を活用するためには、本事業の対象範囲である「旅なか（現地）」だけでなく、「旅まえ」「旅あと」も意識し、観光セクターなど関係者との連携を図り、総合的な観光政策の中での位置づけを考えていくことも大切です。

これらのポイントを踏まえ、事業の効果をより一層高めることで、本事業が訪日外国人観光客の文化財の理解促進の一助となり、地域での体験滞在の満足度の向上に繋がることを期待しています。

本指針の内容は、今後の事業の検証を踏まえ、随時改定していくものとします。