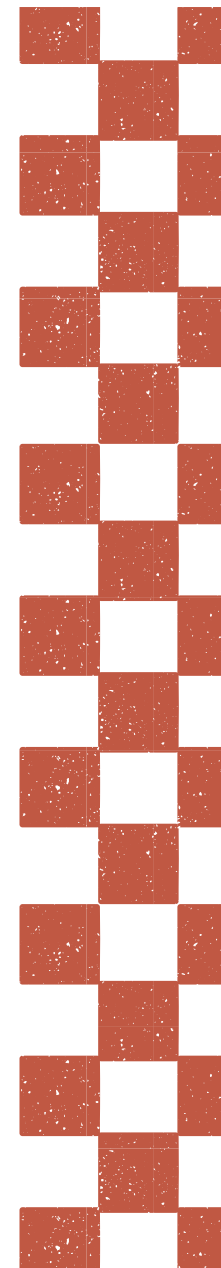


全国各地の魅力的な文化財活用推進事業

事業概要・応募様式のご案内

2024年5月23日



目次

1

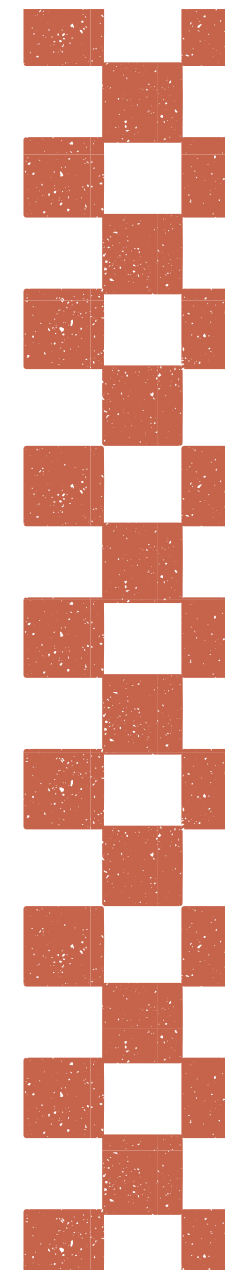
事業概要

事業概要
事業目的
補助の対象
審査の観点
全体スケジュール
伴走支援について

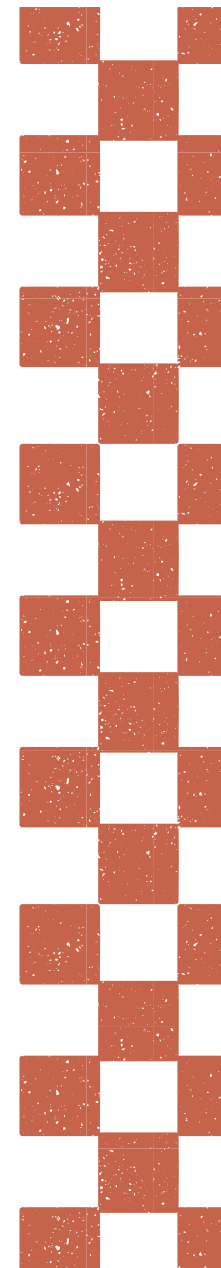
2

応募様式のご案内

様式記入にあたって
応募に必要な書類
様式記入のポイント



1 事業概要



全国各地の魅力的な文化財活用推進事業

令和6年度予算額

724百万円（国際観光旅客税財源）



機能強化した京都の文化庁が伴走し、文化財を高付加価値化して活用するためのコンテンツ造成を支援します！

背景・課題

- インバウンドの地方誘客を進める上では、我が国の宝である文化財は観光立国推進の切り札であるが、
 - ・これまで活用に取り組んでいない文化財の掘り起こしや、
 - ・これまでにない内容・方法で堪能できるコンテンツ など、
 高付加価値旅行者の知的好奇心を満たすような上質で思い切った活用が進んでいない。
- 文化庁京都移転を契機として、文化庁ならではの地方創生を実現するため、官民連携により文化財の高付加価値化を推進する必要。

事業内容

- 国宝・特別史跡などの国指定等文化財について、上質で思い切った活用（特別な歴史体験、夜間活用、ユニークベニュー等）を図り、インバウンドの旺盛な知的好奇心を満たす高付加価値なコンテンツ造成を実施し、活用から保存への再投資を図る。
- その際、活用が表面的なものに終わらないように、文化庁（本質的価値との両立等の観点）や専門家（具体的な活用プランや資金調達等の観点）が伴走支援を行いつつ、所有者等の意識改革のためのセミナー等を実施するなど、パッケージで取組を推進。



事業者	文化財所有者、管理団体、地方公共団体、民間事業者またこれらによって構成される協議会 等	主な要件等	・国指定等文化財を核としたコンテンツであること ・活用から保存への再投資を図る仕組みを可視化すること
補助率	補助対象経費の1/2、条件に応じて最大2/3まで加算	事業期間	令和6年度～令和7年度

取組イメージ

特別な歴史体験

京都府 | 二条城

二之丸御殿においてAR・VRを活用し、大政奉還を多言語で再現することで、史実に基づく歴史体験（Living History）を提供。

夜間活用

愛媛県 | 大洲城

復元された木造天守に宿泊し、滞在を通じて地域の伝統芸能・工芸・食を堪能。雇用創出・文化財への収益還元を実現。

ユニークベニュー

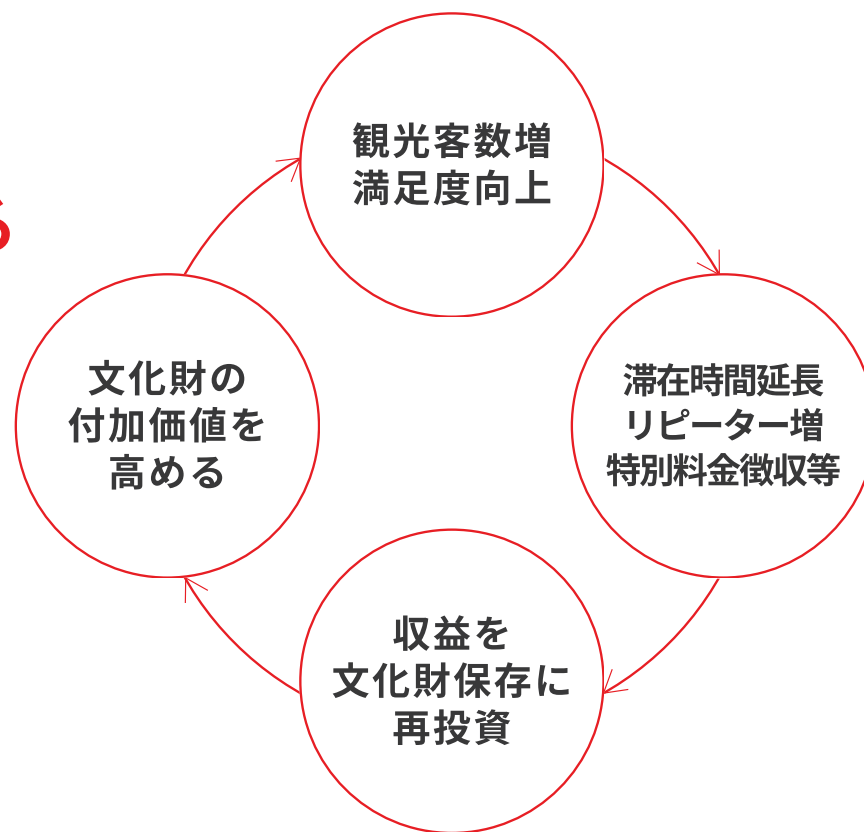
佐賀県 | 名護屋城跡

城跡で地域の食材や有田焼を活用した野外レストランを実施。厳しい規制のかかる特別史跡の積極的な活用に挑戦。

事業の目的

文化財を「活用」し 「保存」への再投資を図る

本事業は、文化財を高付加価値化し、活用から保存への再投資を図ることによって持続可能な保存・活用の好循環の創出をすることを目的としています。



事業概要

国指定等文化財（世界文化遺産、日本遺産を含む）の上質で思い切った活用による高付加価値化を支援する事業です。

事業者	文化財所有者、管理団体、地方公共団体、民間事業者 またこれらによって構成される協議会 等
主な要件等	国指定等文化財を核としたコンテンツであること 活用から保存への再投資を図る仕組みを可視化すること
補助率	補助対象経費の1/2、 条件に応じて最大2/3まで加算
補助上限	上限なし

事業のポイント

1 国指定等文化財について、上質で思い切った活用を図る

- ・ これまであまり活用を行っていない文化財の取り組み
- ・ これまで行っていない内容での活用チャレンジする文化財の取り組み

知的好奇心を満たす

2 主にインバウンド向けに文化財の本質的価値を伝えるコンテンツ造成

3 文化庁や、専門家・コーチによる伴走支援

4 補助対象経費の1/2 条件に応じて最大2/3まで加算

補助の対象となる申請者（補助事業者）

補助事業者は、所有者、管理団体、地方公共団体、民間事業者またはこれらで構成される協議会等とします。



法人

所有者、管理団体、民間事業者等



地方公共団体



協議会等

協議会等は、補助対象事業を実施するために必要な運営上の基盤を有する、次の4つの要件を満たすことを条件とします。

- ・定款に類する規約を有すること。
- ・団体の意志を決定し、執行する組織が確立していること。
- ・自ら経理し、監査する会計組織を有すること。
- ・活動の本拠となる事務所等を有すること。

補助の対象となる事業

補助対象となる事業は、次の1～4全てを満たすこととします。

- 1 国指定等文化財（世界文化遺産、日本遺産を含む）を核として当該文化財を高付加価値化し、活用から保存への再投資を図ることによって持続可能な保存・活用の好循環を創出する事業であること。
- 2 対象文化財が、訪日外国人旅行者の来訪の見込みがある市区町村に存在すること。
- 3 外国人観光客の入れ込み数の目標値及び計測方法を設定していること。ただし、有識者により外国人観光客の入り込み数の目標値及び計測方法の妥当性を検証し、適当でないものについては、目標値修正等のうえ条件付き採択を行うこととする。
- 4 対象文化財又はその周辺において、Wi-Fi、多言語、キャッシュレス対応や洋式トイレ等の受け入れ環境の整備が出来ている又は事業年度中に整備する計画があること。

国指定等文化財（世界文化遺産、日本遺産含む）とは

世界遺産
日本遺産
国宝（建造物）
国宝（美術工芸品）
重要文化財（建造物）
重要文化財（美術工芸品）
重要無形文化財
重要有形民俗文化財
重要無形民俗文化財
特別史跡
国指定史跡
特別名勝
国指定名勝
特別天然記念物
国指定天然記念物
重要文化的景観
重要伝統的建造物群保存地区
国登録有形文化財（建造物）
国登録有形文化財（美術工芸品）
国登録無形民俗文化財
国登録有形民俗文化財
国登録無形民俗文化財
登録記念物
記録作成等の措置を講ずべき無形の民俗文化財
記録作成等の措置を講ずべき無形文化財



国宝（建造物）



重要文化財（建造物）



重要無形民俗文化財



特別史跡



無形民俗文化財



重要伝統的建造物群
保存地区

“核となる文化財”を中心に、ストーリー的に関連する複数箇所で実施することも可能です(例:日本遺産の構成文化財)。



参照：文化財の体系図

審査の観点

応募書類は、有識者を含む委員会において以下の項目に基づいて総合的に評価を行います。

審査の観点	コンテンツ造成	- 文化財の本質的価値を最大限に引き出し、新たな魅力を付与することで、来訪者の知的好奇心を満たすような上質なコンテンツ造成であること - これまであまり活用に取り組んでいない文化財でのコンテンツや、これまでにない内容や方法で堪能できるコンテンツなど思い切ったコンテンツ造成※1 であること
	事業効果	- 増えた収益を文化財の修理に充てるなど、活用から保存へ再投資を行い好循環を創出する事業内容となっていること - 訪日外国人観光客の誘客にも資する事業内容となっていること（ターゲット設定、多言語対応、便益設備、販路開拓等）
	事業の実施体制	- 将来の自走化に向けて、今年度の実施体制が適切に計画されていること - 文化財所有者はもとより、地方公共団体（文化財、まちづくり、観光等の部局）、観光地域づくり法人（DMO）、交通・飲食・宿泊事業者等の関係者との連携を目指していること

※1 一般公開だけ行ってきた文化財において、継続して提供できる体験コンテンツの造成等を想定

伴走支援について

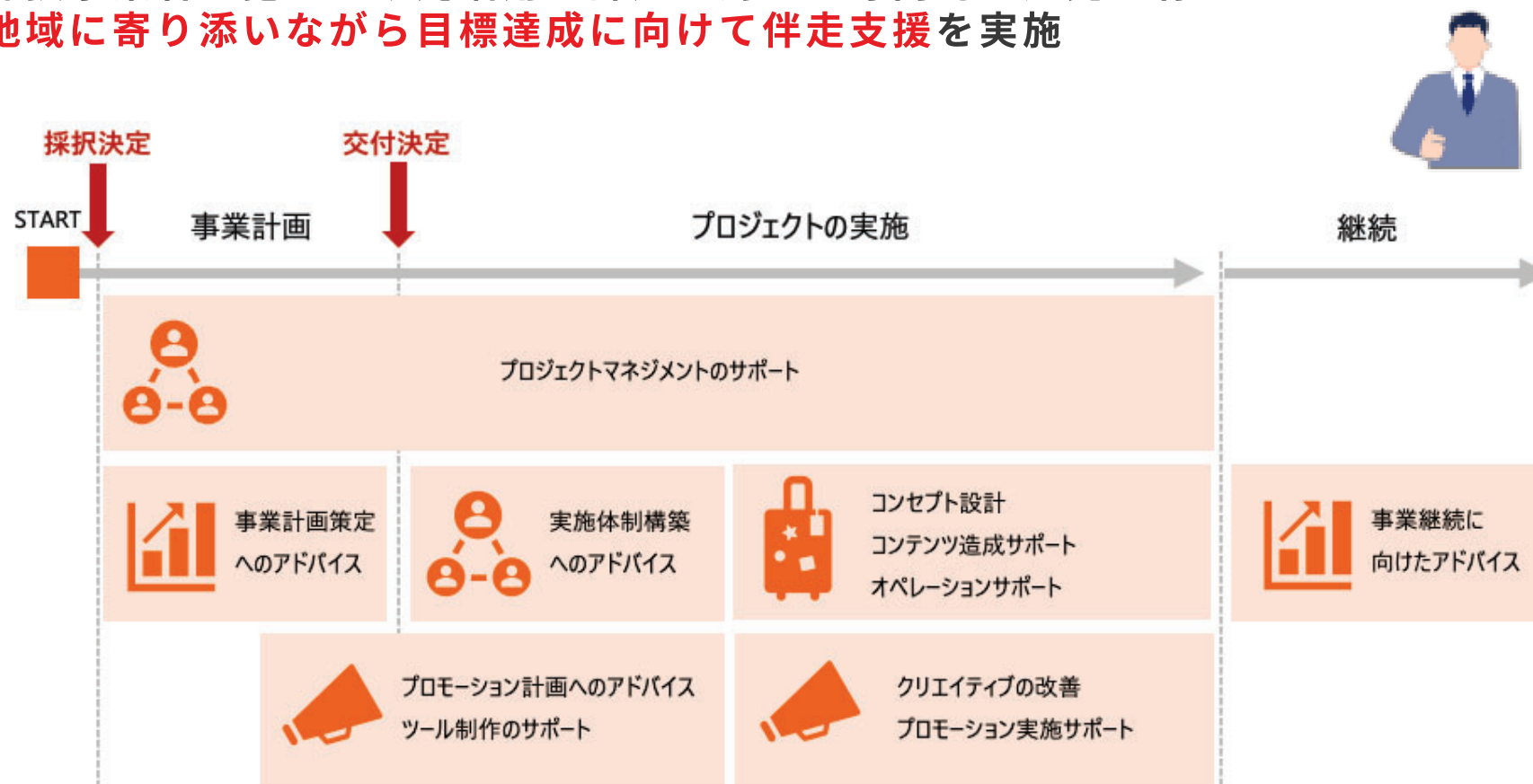
活用が表面的なものにならないように、文化庁(本質的価値との両立等の観点)や専門家・コーチ(具体的な活用プランや資金調達等の観点)で伴走支援を行います。



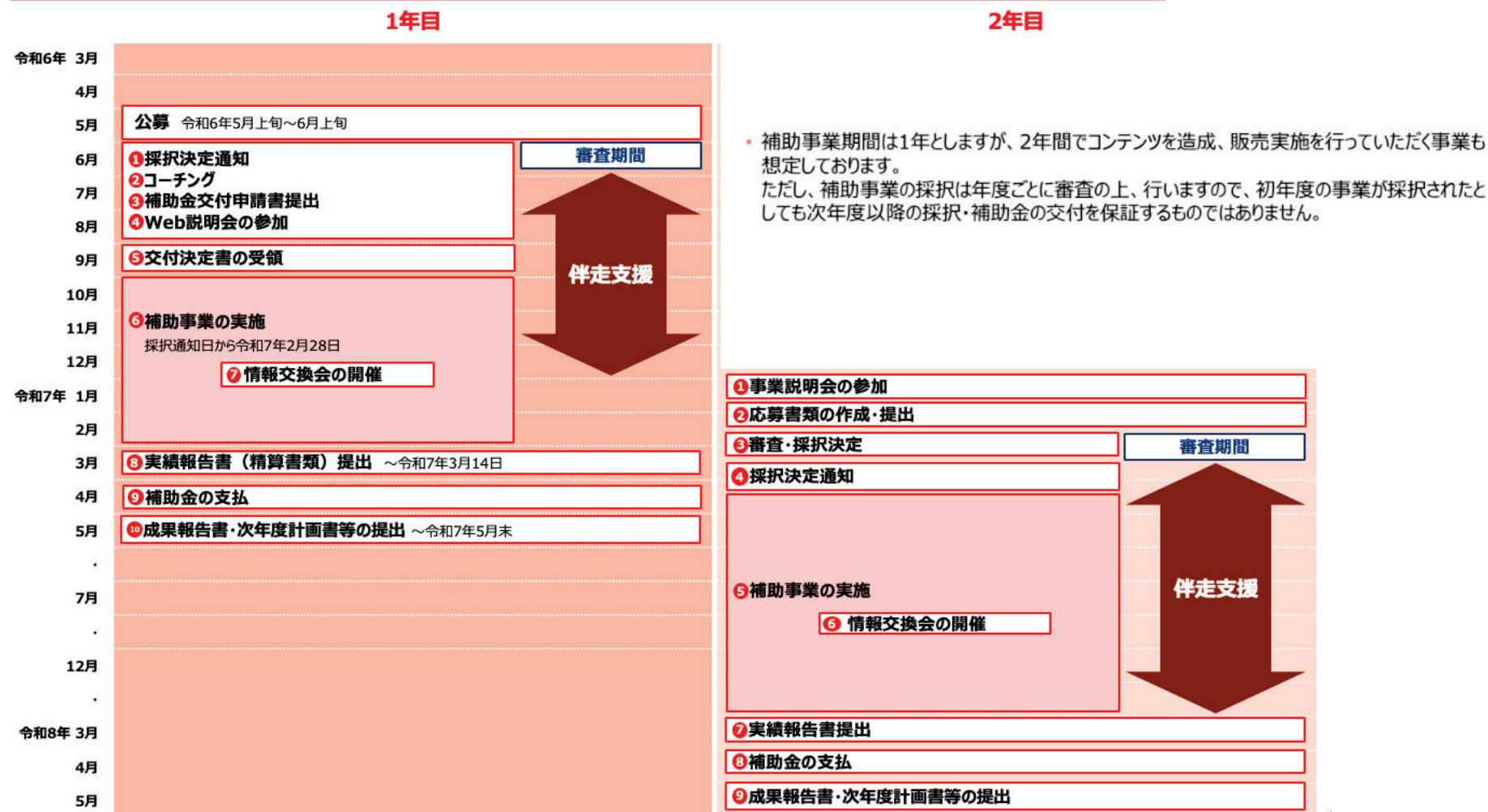
※ご提出いただいた応募様式A(事業計画書等)の内容を基に、文化庁が指摘する項目・コーチング内容を付け加えていただき、アドバイス内容を交付申請書に反映して提出をしていただきます。交付申請書提出時に、事業計画の内容の変更が生じる可能性があることを予めご理解いただきご応募ください。

コーチによる伴走支援のイメージ

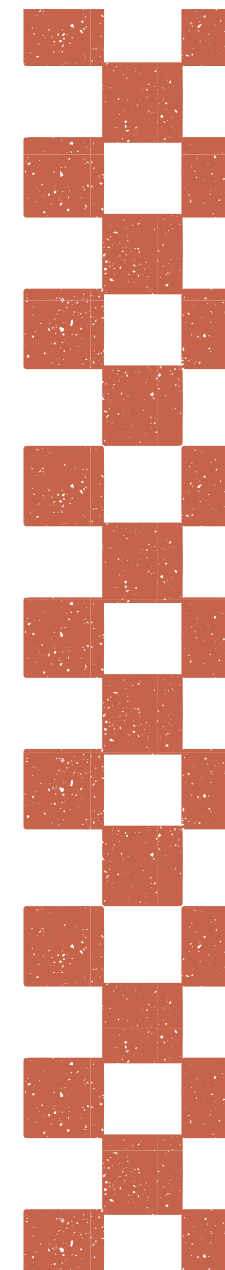
採択事業者が抱える観光活用の課題に対して専門的な知見を有したコーチが
地域に寄り添いながら目標達成に向けて伴走支援を実施



全体スケジュール（イメージ）



2 応募様式のご案内



様式記入にあたって

採択決定～交付決定までにコーチング実施をします

ご提出いただいた**応募様式A（事業計画書等）**を基に、文化庁が指摘する項目やコーチング・アドバイス内容をふまえて**交付申請書**を提出していただきます。

文化財
調査官



コーチ



事務局



コーチによる伴走支援でブラッシュアップする例

- ・文化財の本質的価値と活用の両立等の観点による助言
- ・高付加価値化のポイントの見直し
- ・収益を文化財に還元されるポイントの見直し
- ・販路開拓、情報発信などの検討
- ・指標や目標値の設定
- ・訪日外国人のターゲット設定など

応募に必要な書類

応募様式A

交付要望書（応募様式A-0）
補助事業者の概要（応募様式A-1）
事業計画書（全体）（応募様式A-2）
事業計画書（コンテンツ別）（応募様式A-3）
補助事業者の事業規模指数に関する書類（応募様式A-4）

応募様式B

収支予算書（応募様式B-1）
支出内訳明細書（応募様式B-2）

応募様式C

同意書・誓約書（応募様式C）※1

応募様式D

事業概要書（応募様式D）

様式任意

見積書 ※2

応募様式A-4の根拠となる書類
（例：損益計算書、正味財産増減計算書）

- ・提出書類について、必要に応じて上記以外の書類の提出を求める場合があります。
- ・書類は補助金交付の対象となる者（補助事業者）が作成してください。関係のない者（委任契約に基づく委任関係にある者を除く。）が作成していることが明らかな場合は不採択となることもあります。
- ・応募様式A-2、A-3に記載のコンテンツ内容や事業推進にあたって参考とする史料（歴史研究や調査の材料となる文献や遺物など）については、任意で資料をご追加ください。

※1

- ・発注予定金額が50万円（税込み）以上の場合に見積書を徴取して添付。
- ・発注予定金額が100万円（税込み）以上の場合は、複数者から徴取した見積書を添付。
- ・複数者から見積書を徴取できない場合は、理由書(様式任意)を添付。
- ・見積書は写しを添付（原本は、申請者において保管すること）。

※2

- ・同意書については補助事業者と文化財所有者又は管理団体が異なる場合に提出ください。

様式記入のポイント ― (A-0) 交付要望書 ―

着手日：採択通知日となりますので申請時点は空欄で良いです

事業の名称					
補助事業の着手及び 完了の予定期日	着	手	年	月	日
	完	了	年	月	日
補助金の交付要望額	(補助対象経費 円 円 の補助率 1/2)				

補助率は自動入力されます

応募様式 B - 1 の収支予算書の「補助対象経費」の額を記載してください

応募様式 B - 1 の収支予算書の「本事業による補助金の交付要望額 (C)」の額を記載してください

様式記入のポイント ー（A-1）補助事業者の概要ー

(ふりがな)	〇〇かぶしきかいしゃ		代表者職・氏名	代表取締役 社長 山田 太郎	
団体名	〇〇株式会社				
所在地	〒602-8959 京都府京都市上京区下長者町通新町西入藪之内町85番4		代表申請者について記入してください		
担当者部署	コンサルティング部		電話番号	075-123-4567	
担当者氏名	鈴木 太郎		E-mail	suzuki@mail.com	
団体設立年月	2010年 4月	法人設立年月	2010年 4月	法人番号	5150000000000
組 織	役 職 員		団体構成員及び加入条件等		
	実施主体：プロジェクトリーダー（鈴木 太郎） 委託先A：〇〇団体（コンテンツ造成） 委託先B：〇〇株式会社（プロモーション）				
沿 革	※自社企業、団体の沿革を記載				
目 的	経営理念、団体の発足目的などを記載				

連携先	団体名	〇〇株式会社	担当者の氏名、役職	鈴木 太郎	役割	プロジェクトリーダー
	団体名		担当者の氏名、役職		役割	
	団体名		担当者の氏名、役職		役割	

様式記入のポイント ―（A-2）事業計画書（全体）―

活用する文化財のうち核となるものを記載してください

プルダウンから選択してください

基本情報		
事業の名称		
核となる文化財の名称	指定等	
文化財所有者名	世界遺産	
事業実施エリア	日本遺産	
	国宝（建造物）	
	国宝（美術工芸品）	
	重要文化財（建造物）	
	重要文化財（美術工芸品）	

事業実施エリアを「〇〇県△△市」のように記載してください。

事業内容（全体）	〇〇年〇〇が建てたとある本事業は、創業宝暦年間（1799-1804）の「スモールラグジュアリー」のコンセプトに基づき、開門後の通常立入禁止の時間帯において、建造物を専有し、仕立による建造物の歴史・文化を体験できるパーティを愉しむ。最後に「〇〇ホテル」で歴史や文化に深く溶け込む。
伝えたい文化的価値	独自性：1000年前から変わらず同エリアに鎮座し、多くの時代で必要とされてきた〇〇 地域性：〇代を超えて地域住民に愛され続け、地元の方々からはシンボリックな場所であり、建造物である 歴史的背景：古くは歴史的武将である〇〇もこの建物を愛し、戦の最中に郷土料理である〇〇を持ち込み、この場で食したと言われる

事業の目的や、コンテンツ全体の企画内容、文化財活用によって文化的価値をどのように伝えるか記載してください

活用する文化財ならではの独自性、地域性、歴史的背景等を踏まえ、本事業により造成するコンテンツを通じて伝えたい文化的価値を記載してください。

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ― (A-2) 事業計画書 (全体) ―

参照した研究資料 (史料、論文等)	都道府県や市町村の文化財保護課・博物館の報告書や、 関連する学術論文、古文書や史料など
事業内容の検証体制 (学芸員の参画等)	学識経験者や建築専門家との協働、文化財修復の専門家、歴史研究者など
高付加価値化のポイント	・〇〇文化財にて、閉門後の時間帯で境内、建造物を専有 ・住職による一般非公開の時間帯での建造物の歴史・文化の講話（多言語ガイドとのプログラム開発） ・〇〇をテーマにしたオリジナルの料理・ペアリング、ドリンク開発（MICEと宿泊VIPプランの両方を開発） ・〇〇の道沿い
収益を文化財に 還元させるポイント	収益を文化財に還元させる事業モデルや仕組みについて記載してください。 本事業を通じて、文化財の価値を守り、高めていくための仕組みや 方針について記載してください。 ・高単価高付加価値なVIP体験を販売することにより、建造物の使用料として収益の一部を直接的に還元し、建造物の収入が向上され文化財の保存へ再投資、持続可能な文化財の運営に寄与する。

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ー（A-2）事業計画書（全体）ー

申請時にわかる範囲で記載してください

販路開拓・情報発信に向けたツール・連携先の現状	
コンテンツが予約可能な ホームページ	※既存のものがある場合はURLを記載ください。 自社HP
旅行会社（海外・国内）	・国内ランドオペレーターからの販売 ・海外インバウンドAGTからの販売
OTA等の オフライン販売プラットフォーム	・観光再始動HP
地域内の宿泊事業者	
地域内の交通事業者	
その他の連携先等	

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ― (A-2) 事業計画書 (全体) ―

申請年の前年実績を基準として、事業終了から4年間で想定される目標値を記入ください。
R5の実績値について計測できていない場合は、「未計測」と記載ください。

		具体的な指標及び目標値					
		R5 (実績値)	R6	R7	R8	R9	R10
指標・目標値① 【必須】	対象文化財に来訪した 観光客総数	未計測	120	450	600	600	600
指標・目標値② 【必須】	対象文化財に来訪した 外国人観光客数	未計測	40	150	200	200	200
指標・目標値③ 【必須】	本事業で造成した コンテンツの参加者総数	—	120	450	600	600	600
指標・目標値④ 【必須】	本事業で造成した コンテンツの外国人参加者数	—	40	150	200	200	200
指標・目標値⑤ 【任意】							
指標・目標値② の測定方法 【必須】		イベント参加者の人数カウント					

「対象文化財に来訪した外国人観光客数」の測定方法を具体的に記載してください。

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ― (A-3) 事業計画書 (コンテンツ別) ―

コンテンツの名称			
コンテンツの内容			
● 個々のコンテンツについて、実施場所、実施回数や参加人数、販売価格、実施図など、現時点で想定している内容を記載してください			
コンテンツで活用する文化財 ※活用する文化財の数に応じて行を追加ください。			
名称		指定等	
所在地			
現在の当該文化財の活用状況	● 当該文化財の活用の状況を率直にご記載ください。過去に当該文化財で文化庁・観光庁等のコンテンツ造成に関する補助金を活用した実績などあれば、その内容と事業名を簡潔に記載してください。		

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ー（A-3）事業計画書（コンテンツ別）ー

誘客する訪日外国人のターゲット									
ターゲット国籍・地域									
ターゲット設定理由									
具体的なスケジュール									
項目	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
コンテンツが造成される時期 (年度内に終えること)				令和 年 月頃					
販売開始の目標時期				令和 年 月頃					

項目例) 調査、企画、実証実験、モニター実施、ツール制作、プロモーション等

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ― (B-1) 収支予算書 ―

区分	金額 (予定を含む)	内訳	備考
収入 (A)			
本事業以外の補助金・助成金	0	0	
その他収入	0	0	
小計 (A)	0		
①収入合計 (A) + (B) + (C)	13,620,000	0	

交付要望額は、「(A-2) 事業計画書 (全体)」の補助率の加算要件で算出した「補助率」をふまえた額を記載してください

備考欄に補助金等の交付元 (都道府県等)、当該補助金等の名称を記載ください。

補助率の加算要件は事業説明書P5を参照してください

6 補助率および補助金の支払い時期・方法に

補助金の額に上限はありませんが、補助対象経費の1/2を限度と
ただし、持続的な実施によって観光客の増加および満足度の向上
事業者の財政状況、事業の集中投下及び事業の遂行による収入額
認められる場合には、補助対象経費の2/3を交付の上限として、予
します。

全国各地の魅力的な
文化財活用推進事業

事業説明書

特に必要と認められる場合

項目	必要な要件
自治体による文化財 等に関する地域計画 の策定	文化財保存活用大綱、文化財保存活用 基本構想又は歴史的風致維持向上計画 公共団体の域内において実施される事業である場合
	(ア) 地方公共団体の場合=財政力指数が0.5以下

区分	総事業費	補助対象経費	交付要望額	総事業費のうち自己負担額等
主たる経費	13,620,000	13,570,000	6,785,000	6,835,000
賃金	84,000	84,000	42,000	42,000
共済費	0	0	0	0

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ― (B-2) 支出内訳明細書 ―

プルダウンで選択

支出内訳明細書

※【応募様式B-1】収支予算書の詳細について、可能な範囲で記載ください。内容はコーチングにより見直しを行う場合があります。

経費内訳											補助対象経費	交付要望額	自己負担額等
主たる経費 ※プルダウンから選択	支出内容	見積 番号	対象経費・ 対象外経費	単価		数量	単位		数量	単位	小計		
【報償費】	(例)運営会議有識者 (報償費内訳①)		対象経費	10,000 円	×	1	回	×	5	名	= 50,000	50,000	0
	その他 (補助対象経費外)		対象経費 対象外経費	50,000 円	×	1	回	×	1	名	= 50,000		
【備品購入費】	お皿、カトラリー等		対象経費	1,500,000 円	×	1	回	×	1	名	= 1,500,000	1,500,000	
【使用料及び賃料】	施設利用料		対象経費	250,000 円	×	6	回	×	1	名	= 1,500,000	1,500,000	
【委託費】	料理提供		対象経費	1,100,000 円	×	5	回	×	1	名	= 5,500,000	5,500,000	
	インバウンドガイド シナリオ、運営マニュアル制作		対象経費	4,750,000 円	×	1	回	×	1	名	= 4,750,000	4,750,000	

補助対象範囲は
事業説明書P8参照してください

8 各費目における単価上限、補助対象範囲等

費目／細分	注意事項
資金	非常勤事務員資金 資料整理資金 作業員資金 会場整理等資金
経費	備品保険料 社会保険料 会議出席謝金 講師等謝金 指導謝金 座談執筆謝金
経費	翻訳謝金 通訳謝金

POINT①	POINT②	POINT③
少額経費でも、申請可能	補助金上限設定なし	補助金一円単位で申請可能

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



様式記入のポイント ー応募様式Dー

事業名（全体）を記載してください

全国各地の魅力的な文化財活用推進事業 事業概要書

応募様式D

事業背景 伝えたい文化的価値		
1. 基本情報		
事業主体		
連携先		
核となる 国指定等文化財		
事業実施エリア		
企画の具体的内容		
総事業費		
2. 高付加価値化のポイント		
3. 収益を文化財に還元させるポイント		
4. 事業イメージ		

（A-2）事業計画書（全体）に記載の内容をまとめて記載してください

事業の内容が分かるイメージ図、写真等を添付してください。

専門家・コーチによる伴走支援で助言が入る場合があります



全国各地の魅力的な文化財活用推進事業

受付期間

令和6年5月10日(金)～6月7日(金) 17:00 《締切厳守》

- 応募書類は、文化庁HPの「全国各地の魅力的な文化財活用推進事業」ページよりダウンロードください。
- 提出は、締切までに必要な書類をすべて揃え、メールにて下記事務局まで提出してください。
- やむを得ない理由によりメールでの提出が困難な場合には、事前に事務局までご相談ください。

応募書類 提出先

「全国各地の魅力的な文化財活用推進事業」事務局

TEL：03-3553-2222（10時00分～18時00分、土・日・祝を除く）

e-mail：info@bunkazai-katsuyo.jp

「全国各地の魅力的な文化財活用推進事業」文化庁HP



令和6年度全国各地の魅力的な文化財活用推進事業

説明会資料

2024.05.23

本日のゴール

有形・無形の文化財を活用した観光事業における
よくある課題と課題を乗り越えるためのポイントを知り、
文化財の魅力的な活用を具体的にイメージできている状態になる

文化資源は**保存と活用の両輪**が重要

文化観光は文化財を次世代に**安心して継承していくための取り組み**

【背景】

- ・ 人口減少・少子高齢化による税収の減少
- ・ 文化財の指定・登録が年々増えている
- ・ 社会全体で文化財を支えていく仕組みが求められている

文化財の観光活用ステップとポイント

step 1

事業計画

中長期視点の事業計画策定と、
適切なプライシングや実行のための原資の確保



中長期計画



プライシング



原資の確保

step 3

振り返り・改善

定期的に、実施体制や人材育成状況、コンテンツの
内容、収益モデル、情報発信・販路等を見直す



プロセス見直し



改善計画

step 2

プロジェクトの実行

適切なステークホルダーを巻き込んだ実施体制を構築して、来訪者目線に立った魅力ある文化財コンテンツを造成・販売・運用する

体制構築・全体管理



実施体制

制作・実施



ターゲティング



コンテンツ
造成・実施



付帯コンテンツ
開発

発信・販売



情報発信



販売チャネル

文化財の観光活用ステップとポイント

step 1

事業計画

中長期視点の事業計画策定と、
適切なプライシングや実行のための原資の確保



中長期計画



プライシング



原資の確保

step 3

振り返り・改善

定期的に、実施体制や人材育成状況、コンテンツの
内容、収益モデル、情報発信・販路等を見直す



プロセス見直し



改善計画

step 2

プロジェクトの実行

適切なステークホルダーを巻き込んだ実施体制を構築して、来訪者目線に立った魅力ある文化財コンテンツを造成・販売・運用する

体制構築・全体管理



実施体制

制作・実施



ターゲティング



コンテンツ
造成・実施



付帯コンテンツ
開発

発信・販売



情報発信



販売チャネル

中長期視点の事業計画策定と適切なプライシング！

脱・コスト積み上げによる価格決定 & 補助金頼み



中長期計画：収益増 & 支出改善に向け、中長期的な視点に立った事業計画を策定する



プライシング：市場のベンチマークや事業計画に基づいて、相応の価格を設定する



原資の確保：必要に応じて、新たにクラウドファンディング・ふるさと納税（企業版含む）を活用する

文化財の観光活用ステップとポイント

step 1

事業計画

中長期視点の事業計画策定と、
適切なプライシングや実行のための原資の確保



中長期計画



プライシング



原資の確保

step 3

振り返り・改善

定期的に、実施体制や人材育成状況、コンテンツの
内容、収益モデル、情報発信・販路等を見直す



プロセス見直し



改善計画

step 2

プロジェクトの実行

適切なステークホルダーを巻き込んだ実施体制を構築して、来訪者目線に立った魅力ある文化財コンテンツを造成・販売・運用する

体制構築・全体管理



実施体制

制作・実施



ターゲティング



コンテンツ
造成・実施



付帯コンテンツ
開発

発信・販売



情報発信



販売チャネル

文化財の観光活用における課題と解消ポイント

多様なステークホルダーを巻き込んだ実施体制の構築と人材の確保・育成



実施体制

事業設計や企画段階から、文化財所有者だけでなく観光に携わる民間事業者まで多様なステークホルダーを巻き込む

特に必要な人材

- コンテンツやイベント制作・運営に関する経験・実績が豊富な外部人材
(特に、コンテンツ造成をディレクションできる専門家との連携。)
- 継続的に運営に関わることができる地域の支え手・担い手となる文化財所有者または地域の事業者
(運営実務者として必ず入れるべき。そのための発掘が重要。)
- 富裕層向けガイドが可能な人材の育成、運営マニュアル作成

文化財の観光活用ステップとポイント

step 1

事業計画

中長期視点の事業計画策定と、
適切なプライシングや実行のための原資の確保



中長期計画



プライシング



原資の確保

step 3

振り返り・改善

定期的に、実施体制や人材育成状況、コンテンツの
内容、収益モデル、情報発信・販路等を見直す



プロセス見直し



改善計画

step 2

プロジェクトの実行

適切なステークホルダーを巻き込んだ実施体制を構築して、来訪者目線に立った魅力ある文化財コンテンツを造成・販売・運用する

体制構築・全体管理



実施体制

制作・実施



ターゲティング



コンテンツ
造成・実施



付帯コンテンツ
開発

発信・販売



情報発信



販売チャネル

実現性より再現性！

来訪者目線に立った、魅力ある文化財コンテンツの造成・実施



1 ターゲティング：コンテンツを提供したい来訪者の具体的な対象を定める



2 コンテンツ造成・実施：

文化財の本質的価値を活かして顧客体験価値の高いコンテンツ造成
地域で負担なく運用できるオペレーション及びPL設計



3 付帯コンテンツ開発：「記念に何か買いたい」という文化資源にまつわる公式商品を開発

文化財の観光活用ステップとポイント

step 1

事業計画

中長期視点の事業計画策定と、
適切なプライシングや実行のための原資の確保



中長期計画



プライシング



原資の確保

step 3

振り返り・改善

定期的に、実施体制や人材育成状況、コンテンツの
内容、収益モデル、情報発信・販路等を見直す



プロセス見直し



改善計画

step 2

プロジェクトの実行

適切なステークホルダーを巻き込んだ実施体制を構築して、来訪者目線に立った魅力ある文化財コンテンツを造成・販売・運用する

体制構築・全体管理



実施体制

制作・実施



ターゲティング



コンテンツ
造成・実施



付帯コンテンツ
開発

発信・販売



情報発信



販売チャネル

デジタル化など情報発信の見直しと ターゲットに合わせた販売チャネルの選定・設計



情報発信

画像・動画を活用したウェブサイト・動画制作、SNS運用、広報戦略、メディアプロモートなど「わかりやすく見てもらえる」情報発信方法を選定し、運用を設計する

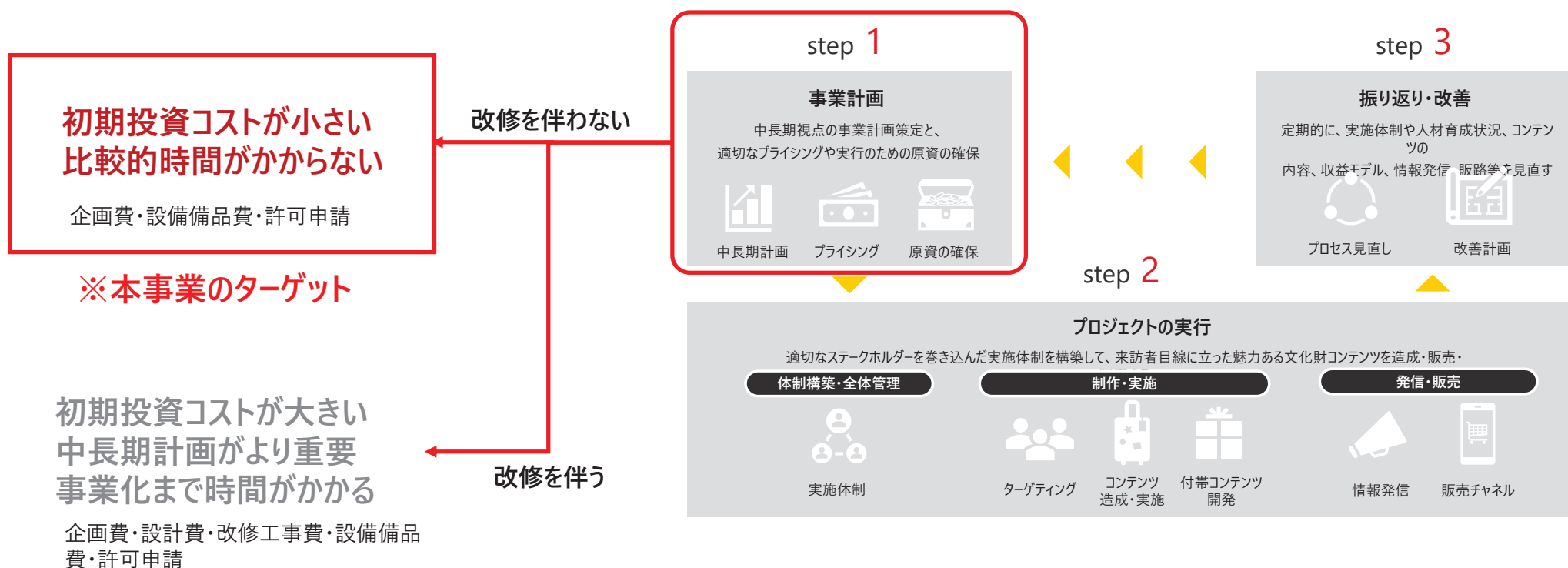


販売チャネル

ターゲットに合わせた販売チャネル（OTA、ホテル・旅行会社連携など）を選定し、認知・興味を持ってもらえる動線を設計する

有形文化財活用におけるポイント（※ここでは特に建造物・史跡・名勝・伝統的建造物群）

有形文化財活用におけるパターン



有形文化財活用におけるポイント（※ここでは特に建造物・史跡・名勝・伝統的建造物群）

改修を伴わない場合（本事業ターゲット）

有形文化財の価値を伝えるための 付加価値をつくる！

ストーリー・シナリオ

この場所で体験する意味
点ではなく、線・面で



歴史・文化ガイド

建物・場所の価値を正しく伝える
ガイド機能が重要



追加設備

改変するのではなく補う
実現するために必要なものを補う



有形文化財活用におけるポイント（※ここでは特に建造物・史跡・名勝・伝統的建造物群）

改修を伴う場合（参考）

より綿密な事業計画が重要

改修を伴う有形の活用は初期投資コストが大きく

より綿密な事業計画や準備が重要

地域の合意形成

ステークホルダーが多い
機運醸成が重要

事業計画

10年以上の中長期計画が必須

ファイナンス

大きな初期投資が必要
資金調達方法の検討

改修は文化庁別事業が活用できます！

文化庁事業「高付加価値化された文化財への改修・整備促進事業」

<https://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/joseishien/kankojujitsu/>

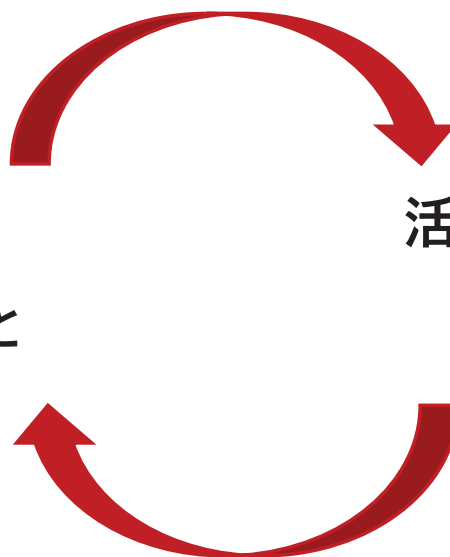
詳しくは、都道府県の文化財課にご相談ください。

持続可能な保存と活用

互いに効果を及ぼし合うWinWinが前提

体験者にとって
魅力的なコンテンツであること

活用を通じて、文化財の価値向上や
継承につながる



高付加価値旅行者の考え方

ターゲットを明確に

ターゲットイメージ

文化や独自性に重きを置く価値観を持っている

知的好奇心や探究心が強く、旅行による様々な体験を通じて地域の伝統・文化、自然等に触れることで、自身の知識を深め、インスピレーションを得られることを重視する



顧客視点の発想は持ちつつも、独自の価値を伝えることが重要

例えば、快適性 < 希少性 という考え方も成り立つ

わざわざ来られる来訪者にここでしか味わえない特別な体験を提供する

有形・無形が有機的に関わり合い価値を高める

文化財はそれ単体で形成されたものではなく、事前環境や周囲の景観、地域の歴史、そこで行われる人々の伝統的な活動などと密接に関連している・・・

事例（事業イメージ）の紹介

京都府京都市 京都東山

法観寺五重塔（八坂の塔）と京都市産寧坂重要伝統的建造物群保存地区でのプライベート宿泊プラン造成事業

応募様式D

サンプル

※記載内容はコーチの
想定事例になります

事業背景 伝えたい文化的価値	● 京都のシンボルともいえる法観寺五重塔（八坂の塔）と京都市産寧坂地区は、京都観光の中心的なエリアであるがゆえ、昨今はオーバーツーリズム問題が深刻となり、観光体験の悪化や文化財に対する価値の低下などの懸念が課題として表面化している。 ● 八坂の塔は一般公開は不定期での実施に留まり、収益面も価値に見合う十分な収益を得られているとは言い難い。また、写真や映像を通じてのその顕著な美しさやシンボル性については知名度が高いが、建物の歴史や地域とのつながりについてはあまり知られておらず、その価値を十分に伝えられていない。 ● 次の時代への維持継承のためにも、持続可能なかたちでできる収益化、より深い文化財への理解と一層の価値向上に貢献したい。
1. 基本情報	
事業主体	バリューマネジメント株式会社
連携先	法観寺他
核となる 国指定等文化財	法観寺五重塔（八坂の塔） 国指定重要文化財 京都市産寧坂 重要伝統的建造物群保存地区
事業実施エリア	京都府京都市
企画の具体的内容	① 境内貸切での副住職による京都と法観寺の歴史・文化の特別講話と塔内の特別拝観 聖徳太子にて創建されたといわれ、長く京のまちを見守ってきた法観寺を貸切り、副住職による京都と法観寺の歴史・文化の特別講話と塔内の特別拝観 ② 境内でのプライベートアペリティフ アペリティフを楽しみながら、副住職とのインタラクティブなコミュニケーションアペリティフを楽しみながら、副住職とのインタラクティブなコミュニケーションの時間を ③ 保存地区内歴史的建造物のダイニングでのディナー 八坂の塔を間近に望めるレストランにて京風フレンチでのディナーなどの付帯コンテンツを追加 ④ 同地域内のスモールラグジュアリーホテルでの宿泊 同地区内ねねの道での宿泊施設など連携先を検討・決定
総事業費	—

2. 高付加価値化のポイント

「法観寺五重塔（八坂の塔）」の境内の中で、住職から直接、法観寺や産寧坂地区（八坂地区？）の歴史を聞くという特別体験を通じて地域全体の歴史・文化も発信すること、地域事業者と連携して顧客に提供することで、地域全体の体験価値の向上に繋がる。

3. 収益を文化財に還元させるポイント

- ・貸切使用料と講話料として、効率的且つ収益還元できるため持続しやすく、継続的な収益に寄与する。
- ・通常開園以外のアイドルタイムでの活用となるため、現状の拝観料等の収益は維持しつつ、新たな収益の創出となる。

4. 事業イメージ



コーチの役割例

地域全体の価値向上による顧客満足度の向上に繋がるシナリオ作成についてのアドバイス

コーチの役割例

特別な場所での特別な体験となるような提供内容のアドバイスやディレクションなどのアドバイス

コーチの役割例

販売のための宿泊プランの造成や販売のための準備や見せ方などのアドバイス



広島県竹原市 竹原地区

重伝建地区でのマルシェイベント実施によるまちなみ活性化機運醸成事業

応募様式D

サンプル

※記載内容はコーチの
想定事例になります

事業背景 ・ 伝えたい文化的価値	● 重伝建地区 唯一の製塩町としての選定を受ける竹原市竹原地区は、江戸時代初期より塩づくりをきっかけに酒造りなどでも大いに繁栄したまちなみが今も美しく残る地区である。 ● 重伝建地区選定40年を迎え、地区内の建物の空き家・遊休施設化問題が進行していく中で、新たな地区の発展、承継の取り組みが求められている。 ● 文化財の活用を通じて、塩づくり、酒造りで栄えたまちの賑わいを取り戻すことで、重伝建地区全体の価値向上を実現したい。	
1. 基本情報		
事業主体	一般社団法人竹原観光まちづくり機構（DMO）	
連携先	竹原市・まちづくり会社・地域事業者 ※市の社会実験事業として官民連携で事業を実施した	
核となる 国指定等文化財	竹原市竹原地区重要伝統的建造物群保存地区（日本遺産）	
事業実施エリア	広島県竹原市	
企画の具体的内容	① 重伝建地区全体でのマルシェイベントを実施 まち全体に地域内外から出店者を募り、2日間のマルシェイベントをイベントを開催。地域外からの知名度向上と誘客、地域内での取り組みの認知、機運醸成を行う。 また、出店者選定においてはまちのコンセプトを踏まえて行う。 ② 参加出店者向けにまちでの出店希望を聞き、説明会・内覧会の実施 竹原に興味を持ってくれている出店者に対して、地域の説明や出店を検討する際のサポートについての説明会を実施する。 ③ マルシェイベントにあわせまちなみでのアートイベントを実施 江戸時代から育まれてまちに息づく文教の精神性をアートを通じて発信するイベントを実施。歴史的建造物×アート展示や酒蔵とのコラボレーションによるアートラベル限定日本酒の販売などを行う。	
総事業費	—	

コーチの役割例

地域全体の価値向上に繋がるイベントコンセプト設計や開催のための地域調整の進め方などをアドバイス

コーチの役割例

イベントをまちづくりにつなげるための手法など未来につなげるための進め方をアドバイス

コーチの役割例

ブランディング、価値上げのためのアドバイス、連携事業者等の検討方法などのアドバイス

2. 高付加価値化のポイント

塩づくり、酒造りで栄えたまちなみに息づく“ものづくり”の精神を、マルシェという場を通じて出店者／来訪者の双方に伝え、往時のまちの賑わいを創出する。イベントコンセプトや出店者選定などを通じて、まち全体のブランドイメージを創造する機会とし、まちの未来像を創造する場とする。また来訪者の竹原へのイメージアップを図る場にもなる。

3. 収益を文化財に還元させるポイント

重伝建地区の建物の空き家・遊休施設化問題が進行している中で、まちなみに素晴らしさをアピールするとともに地域への出店をアピールする場とする。継続していくことで、これらの課題解決の糸口となることが期待でき、また地域内での消費の創出などにも繋がる。

4. 事業イメージ



島根県浜田市 石見神楽

伝統芸能「石見神楽」と関連産業を体験するツアー造成事業

事業背景 ・ 伝えたい文化的価値	● 島根県西部・石見地方で受け継がれている石見神楽は、神職が伝えていたものが民衆に受け継がれた氏子神楽である ● 軽快かつ重厚な囃子、躍動的な舞、豪華絢爛な衣裳、火花を吐く大蛇などの圧倒的なエンターテインメント性と関連文化の豊かさが日本遺産に認定されるなど価値が認められているが、来場者の観覧料は1000円に過ぎず、伝統文化を維持・承継するのは難しい ● 浜田市には衣裳店や神楽面工房などの伝統工芸品や史跡が多く、50を超える社中（神楽団）が切磋琢磨していて、神楽は子どもからお年寄りまで暮らしのなかに深く根付いた伝統文化であることから、本事業では神楽はもちろん関連産業の魅力も伝えたい												
1. 基本情報 <table border="1"> <tr> <td>事業主体</td> <td>浜田市石見神楽振興プロジェクト協議会</td> </tr> <tr> <td>連携先</td> <td>浜田市観光協会他</td> </tr> <tr> <td>核となる 国指定等文化財</td> <td>石見神楽（日本遺産） 石州半紙（国指定重要無形文化財ユネスコ無形文化遺産）</td> </tr> <tr> <td>事業実施エリア</td> <td>島根県浜田市</td> </tr> <tr> <td>企画の具体的内容</td> <td> ① 石見神楽を支える産業ツアーの実施 ガイド同行で神楽の衣装を制作する工房を訪れ、衣裳の縫子、着付けなど特別な体験を提供する。 ② 神社でのプライベート特別公演 石見国三宮として由緒ある三宮神社で開催される夜神楽をプライベート公演。歴史ある社殿の雰囲気の中で設えを整え、演者が神楽解説し、オリジナル弁当での飲食提供し、鑑賞する。観賞後は、演者と記念撮影したり交流する。 ③ 水族館での石見神楽の特別公演 市内の水族館「島根県立しまね海洋館」閉館後の館内に設置し、夜神楽を公演。非日常的な夜の水族館と神楽を同時に体験する。 ④ オリジナル弁当の開発 地元ホテルと共に、神楽のテーマ「おろち」を題材にした特別弁当を開発する。 </td> </tr> <tr> <td>総事業費</td> <td>-</td> </tr> </table>	事業主体	浜田市石見神楽振興プロジェクト協議会	連携先	浜田市観光協会他	核となる 国指定等文化財	石見神楽（日本遺産） 石州半紙（国指定重要無形文化財ユネスコ無形文化遺産）	事業実施エリア	島根県浜田市	企画の具体的内容	① 石見神楽を支える産業ツアーの実施 ガイド同行で神楽の衣装を制作する工房を訪れ、衣裳の縫子、着付けなど特別な体験を提供する。 ② 神社でのプライベート特別公演 石見国三宮として由緒ある三宮神社で開催される夜神楽をプライベート公演。歴史ある社殿の雰囲気の中で設えを整え、演者が神楽解説し、オリジナル弁当での飲食提供し、鑑賞する。観賞後は、演者と記念撮影したり交流する。 ③ 水族館での石見神楽の特別公演 市内の水族館「島根県立しまね海洋館」閉館後の館内に設置し、夜神楽を公演。非日常的な夜の水族館と神楽を同時に体験する。 ④ オリジナル弁当の開発 地元ホテルと共に、神楽のテーマ「おろち」を題材にした特別弁当を開発する。	総事業費	-	2. 高付加価値化のポイント 「郷土芸能の鑑賞」を特別感のある公演を企画運営するだけでなく、神楽を支える関連産業を含む地場産業や地域の観光施設（地域の水族館、ホテル等）と連携する、再現性を意識した仕組みであること。 3. 収益を文化財に還元させるポイント 神楽と関連産業両方を体験できるコンテンツをツアーに盛り込むことで、神楽を執り行う担い手たち、神社・水族館、関連産業の工房や着付け師、地元ホテルなどと収益を分配することができる。ガイドや次世代の担い手たちを育成し、文化を継承することができる。 4. 事業イメージ
事業主体	浜田市石見神楽振興プロジェクト協議会												
連携先	浜田市観光協会他												
核となる 国指定等文化財	石見神楽（日本遺産） 石州半紙（国指定重要無形文化財ユネスコ無形文化遺産）												
事業実施エリア	島根県浜田市												
企画の具体的内容	① 石見神楽を支える産業ツアーの実施 ガイド同行で神楽の衣装を制作する工房を訪れ、衣裳の縫子、着付けなど特別な体験を提供する。 ② 神社でのプライベート特別公演 石見国三宮として由緒ある三宮神社で開催される夜神楽をプライベート公演。歴史ある社殿の雰囲気の中で設えを整え、演者が神楽解説し、オリジナル弁当での飲食提供し、鑑賞する。観賞後は、演者と記念撮影したり交流する。 ③ 水族館での石見神楽の特別公演 市内の水族館「島根県立しまね海洋館」閉館後の館内に設置し、夜神楽を公演。非日常的な夜の水族館と神楽を同時に体験する。 ④ オリジナル弁当の開発 地元ホテルと共に、神楽のテーマ「おろち」を題材にした特別弁当を開発する。												
総事業費	-												

コーチの役割例：

ターゲットが満足できる内容となるよう、産業ツアーの見せ方、スケジューリング、アピールポイント・地域受け入れ方についてアドバイス

コーチの役割例：

プライベート特別公演が高価格帯なものとなるようアドバイス、価格に見合ったクオリティになっているかチェックしながらディレクション

コーチの役割例：

地域の食材を活用しながら特別感のあるお弁当をつくるためのディレクション



埼玉県秩父市 秩父夜祭

「秩父祭」を中心とした、「お祭りの街」秩父ならではの体験コンテンツ開発プロジェクト

応募様式D

サンプル

※記載内容はコーチの
想定事例になります

事業背景 ・ 伝えたい文化的価値	● 祭りと共に生活がある秩父地方では1年365日のうち300日は祭りが実施されていると言われており、祭りは生活の一部である一方、少子高齢化の影響で継続的な実施が大変厳しい状況 ● 保存と観光の両立として、これまで秩父夜祭に観光客を入れる取組みを試行錯誤しながら取組んできたが、地域の大切な祭りに観光客を入れるには地域理解が重要で、観光公害に配慮したサステナブルな取組みにすることが重要 ● 継続して祭りを実施するため経済循環型のモデル創出が望まれており、今後は「人材、予算、情報」など民間企業も巻き込んだ取組が必要
------------------------	---

1. 基本情報

事業主体	一般社団法人 秩父地域おもてなし観光公社
連携先	クラブツーリズム、秩父市他
核となる 国指定等文化財	「秩父祭の屋台行事と神楽」（ユネスコ無形文化遺産） 「秩父祭屋台6基」（国指定重要有形民俗文化財）
事業実施エリア	埼玉県 秩父市
企画の具体的内容	約300年の歴史があり、日本三大曳山祭りにも数えられ、ユネスコ無形文化遺産に登録された秩父夜祭に参加体験できるプログラム造成を目指す。 ①山車曳き体験、秩父神社見学・案内プログラム 祭りの目玉となる山車を地域の方々と一緒に曳く「山車曳き体験」プログラムを造成する。祭り衣装を着付け、秩父神社にて秩父地域や秩父夜祭について特別ガイドによる案内付きでの体験参加。 ②秩父夜祭・花火特別観覧席販売 秩父夜祭の花形である山車と花火が両方見ることができるエリアを活用し、地産地消の飲食提供による特別な観覧席を開発する。 ③日本一のお祭りの街、「秩父」の情報が分かる情報拡充 年間300日間祭りと言われる秩父地域の祭り情報をまとめたWebページの情報拡充による誘客強化。
総事業費	-

コーチの役割例

価格に応じたクオリティになっているか
ディレクション、
コンテンツがターゲットに届くよう、OTA、旅行会社での具体的な掲載・集客アドバイス

コーチ役割例：

サイト掲載のための
情報内容の整理や
クリエイティブ（打ち出し方）のアドバイス

2. 高付加価値化のポイント

「いつ行っても、祭りを体感できる場所、秩父」をコンセプトとし、祭りを学び理解する、祭りを見て楽しむ、祭りに参加して楽しむ、祭りを応援することができるような特別コンテンツを企画造成する。全国的に多くのお祭りや祭りを体感できる施設等はあるが、「いつ行っても」祭りを体感できる地域を活かしたコンテンツ開発を目指す。

3. 収益を文化財に還元させるポイント

収益の一部を秩父地域おもてなし観光公社が預かり、①秩父神社を含めた文化財への保全費協力、②地域のお祭りの実施支援、③人材育成（担い手育成・お祭り専門ガイド育成）④地域のお祭りのPRに活用することを想定している。

4. 事業イメージ

