

文化庁

我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に関する 調査及びシンポジウム運営等事業

【報告書（抜粋版）】

2020/3

一般社団法人 芸術と創造
Platform for Arts and Creativity

創造
芸術
Platform for
Arts and Creativity

本報告書の目次

第1章 本事業の概要

第2章 各種公開情報に基づく調査・分析

第3章 各種有識者・採択団体ヒアリング調査

第4章 インバウンド拡大に係る採択団体の現状の調査・分析

第5章 インバウンド拡大に係る統計を基にした調査・分析

第6章 シンポジウムの開催

第7章 海外広報の実施

第8章 有識者検討委員会での検討

第9章 国際発信力向上・インバウンド拡大に係る方向性案の策定

第1章 本事業の概要

第2章 各種公開情報に基づく調査・分析

第3章 各種有識者・採択団体ヒアリング調査

第4章 インバウンド拡大に係る採択団体の現状の調査・分析

第5章 インバウンド拡大に係る統計を基にした調査・分析

第6章 シンポジウムの開催

第7章 海外広報の実施

第8章 有識者検討委員会での検討

第9章 国際発信力向上・インバウンド拡大に係る方向性案の策定

本事業の背景と目的

- 本事業の仕様書に記載の事業趣旨は以下のとおり。

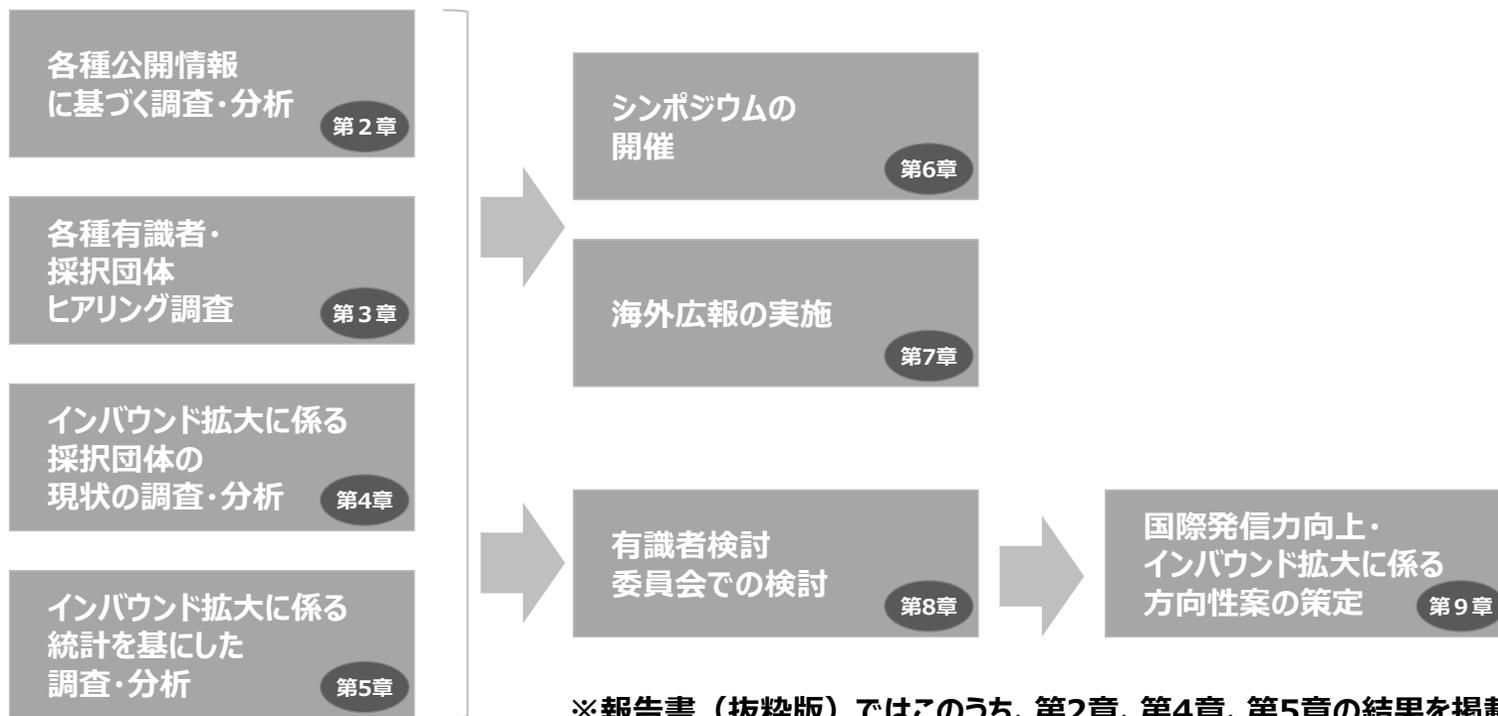
地域の文化芸術の力を活用した国際発信力のある拠点の形成により、2020東京大会とその後を見据えた効果的な対外発信を行い、訪日外国人（インバウンド）の増加、活力ある豊かな地域社会を実現するには、我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信力強化が必要不可欠である。そのため、国際的に評価されている大規模祭典に関する調査や我が国における大規模祭典の現状調査を行った上で、関係者同士の連携や情報の共有、対外的なネットワーク作りを行うため、シンポジウムを開催し、関係団体の連携を深め実情に即した課題や対応事例等の抽出や議論を行うとともに、有識者を招へいし今後の効果的な事業遂行に向けた検討を行う。

- 文化庁では、平成30年度は「我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に係るシンポジウム運営」を行い、平成31年度はこれを発展させ「我が国の文化芸術フェスティバルの海外発信に関する調査及びシンポジウム運営等事業」としている。

本事業の実施内容

■ 本事業の実施内容は以下のとおりである。

- 「各種公開情報に基づく調査・分析（第2章）」では、国際発信力の高い文化芸術フェスティバルのインバウンド先進事例について調査を行った。
- 「各種有識者・採択団体ヒアリング調査（第3章）」では、文化芸術フェスティバルの国際発信力の向上やインバウンド拡大に知見のある有識者、「国際文化芸術発信拠点形成事業」の採択団体の一部にヒアリングを行った。
- これらと「インバウンド拡大に係る採択団体の現状の調査・分析（第4章）」、「インバウンド拡大に係る統計を基にした調査・分析（第5章）」などを踏まえ、「シンポジウムの開催（第6章）」や、「海外広報の実施（第7章）」を行った。
- また、「有識者検討委員会での検討（第8章）」における議論を踏まえ、我が国の文化芸術フェスティバルの「国際発信力向上・インバウンド拡大に係る方向性案の策定（第9章）」を行った。



※報告書（抜粋版）ではこのうち、第2章、第4章、第5章の結果を掲載している。

第1章 本事業の概要

第2章 各種公開情報に基づく調査・分析

第3章 各種有識者・採択団体ヒアリング調査

第4章 インバウンド拡大に係る採択団体の現状の調査・分析

第5章 インバウンド拡大に係る統計を基にした調査・分析

第6章 シンポジウムの開催

第7章 海外広報の実施

第8章 有識者検討委員会での検討

第9章 国際発信力向上・インバウンド拡大に係る方向性案の策定

本章の構成

■ 本章には以下の事柄を記載している。

- ①調査の背景と目的
- ②調査項目
- ③調査対象とした大規模祭典
- ④調査結果
- ⑤調査結果のまとめ

①調査の背景と目的

- 本章の調査は、「国際文化交流の祭典の実施の推進に関する基本計画」に基づき、我が国においても「ベネチア・ビエンナーレ」、「カンヌ国際映画祭」に比肩するような国際文化交流の祭典の実施を目指そうとしており、その検討にあたって、国際的な大規模祭典の主要な構成要素について国外及び国内の状況を整理・比較することを目的としている。

「国際文化交流の祭典の実施の推進に関する基本計画」（2019年3月閣議決定）

1 国際文化交流の祭典の実施の推進に関する施策についての基本的な方針

(1) 我が国における国際文化交流の祭典に係る現状、課題

国際連合教育科学文化機関憲章（ユネスコ憲章）は、その前文において、「相互の風習と生活を知らないことは、人類の歴史を通じて世界の諸人民の間に疑惑と不信をおこした共通の原因であり」と述べ、「政府の政治的及び経済的取極のみに基く平和は、世界の諸人民の、一致した、しかも永続する誠実な支持を確保できる平和ではない。よって平和は、失われたいためには、人類の知的及び精神的連帯の上に築かなければならない。」とうたっている。

世界各地で行われている国際文化交流の祭典の歴史をひもとくと、現在まで続く主要な祭典が19世紀末頃には創設され、時代を鋭く捉えた芸術家の視点や、芸術家、来訪者間の交流の場を提供することにより、国際相互理解の増進に寄与してきた。

我が国においても、2000年以降、新潟、横浜、瀬戸内、愛知³等において、現代美術の分野での国際文化交流の祭典が創設され、人々に対し芸術鑑賞の機会を創出し、多くの来訪者⁴を集めているが、「ベネチア・ビエンナーレ」、「カンヌ国際映画祭」に比肩するような大規模な祭典は行われていない。したがって、創造的な内容の企画、優れた芸術家の世界の多様な国又は地域からの参加等により国際的に大きな影響力を有し、国内のみならず海外からも多数の来訪者が得られる国際文化交流の祭典の実施を目指すことが求められる。

出所)「国際文化交流の祭典の実施の推進に関する基本計画」

②調査項目

- 各芸術祭の調査や有識者のヒアリングを踏まえ、国際的な大規模祭典の主要な構成要素であり、あわせて我が国の大規模祭典の国際発信力の強化において特に重要な重要だと考えられる以下の項目について整理を行った。

調査項目一覧

- | | |
|------------------------------|--------------------|
| a. 開催の経緯 | g. フリンジ企画の実施 |
| b. 開催回数・開始年 | h. 世界中の関係者の来場 |
| c. 作品数・作家数 | i. 実施会場 |
| d. 外国人作家の数・割合・出身国数 | j. 地域住民・青少年等の参加・協力 |
| e. アーティスト・ディレクターの国籍 | k. 来場者数 |
| f. 初演の数（ワールド・プレミア、アジア・プレミア等） | l. 予算規模 |
| | m. 実施体制 |

③調査対象とした大規模祭典（1 / 2）

■ 「美術分野」、「演劇分野」、「音楽分野」、「映画分野」において以下の大規模祭典を調査対象とした。

- 現在、我が国では「美術分野」の大規模祭典が多く行われており、本分野を比較的詳細に調査した。
（なお、「国際文化芸術拠点形成事業」の採択事業も「美術分野」を中心とした事業が多い。）

美術分野

（国外の祭典）

- ベネチア・ビエンナーレ（イタリア、ベネチア）
- ドクメンタ（ドイツ、カッセル）

（国内の祭典）

- 横浜トリエンナーレ（横浜市）

-----（以下、分野内の比較において参照）-----

- ベルリン・ビエンナーレ（ドイツ、ベルリン）
- リヨン・ビエンナーレ（フランス、リヨン）
- リバプール・ビエンナーレ（イギリス、リバプール）
- イスタンブール・ビエンナーレ（トルコ、イスタンブール）
- シャルジャ・ビエンナーレ（UAE、シャルジャ）
- サンパウロ・ビエンナーレ（ブラジル、サンパウロ）
- シドニー・ビエンナーレ（オーストラリア、シドニー）
- 上海ビエンナーレ（中国、上海）

- 札幌国際芸術祭（札幌市）
- あいちトリエンナーレ（愛知県）
- 岡山芸術交流（岡山市）
- 大地の芸術祭（新潟県）
- 瀬戸内国際芸術祭（香川県・岡山県）
- リボンアート・フェスティバル（石巻市）

③調査対象とした大規模祭典（2 / 2）

※前頁の続き

演劇分野

（国外の祭典）

- アヴィニオン演劇祭（アヴィニオン、フランス）
- エジンバラ国際フェスティバル（エジンバラ、イギリス）

（国内の祭典）

- 東京芸術祭（フェスティバル/トーキョー）（東京都）
- ふじのくにとせかい演劇祭（静岡市）

音楽分野

（国外の祭典）

- プロムナード・コンサート（ロンドン、イギリス）
- ザルツブルク音楽祭（ザルツブルク、ドイツ）

（国内の祭典）

- サラダ音楽祭（東京都）
- セイジ・オザワ 松本フェスティバル（松本市）

映画分野

（国外の祭典）

- カンヌ国際映画祭（カンヌ、フランス）
- トロント国際映画祭（トロント、カナダ）

（国内の祭典）

- 東京国際映画祭（東京都）

参考) 国際文化芸術発信拠点形成事業 (2019年度) の分野の整理

■ 「美術分野」を中心とした事業が多い。

| 補助事業者名 | 事業名 | 主要な分野 |
|--------------------------|---|----------------|
| Reborn-Art Festival実行委員会 | リボーンアート・フェスティバル | 美術、音楽 |
| 六本木アートナイト実行委員会 | 六本木アートナイトを中心としたアートの拠点及びネットワーク事業 | 美術 (演劇・舞踊、音楽等) |
| 上野文化の杜新構想実行委員会 | 社会的包摂文化芸術創造発信拠点形成プロジェクト | 美術、音楽 |
| 豊島区 | 豊島区国際アート・カルチャー都市推進事業 | 演劇・舞踊 |
| 横浜市 | 横浜芸術アクション事業 | 音楽、舞踊 |
| 十日町市 | 新潟県十日町市 アートが育む里山の国際文化芸術発信拠点形成事業 | 美術 (演劇・舞踊、音楽等) |
| アース・セレブレーション実行委員会 | 佐渡から世界へ～地球の祝祭「アース・セレブレーション」による国際文化芸術発信拠点形成事業～ | 音楽 |
| 静岡市 | 「SHIZUOKA FESTIVALS」の実施によるフェスティバル・シティの構築 | 演劇 |
| 京都府 | 京都アーツ・アンド・クラフツワールド発信・流通戦略拠点形成事業 | 美術 |
| 香川県 | 瀬戸内国際芸術祭を核とした現代アートによる地域活性化推進事業 | 美術 (演劇・舞踊、音楽等) |
| 北九州市 | 北九州メディア芸術創造拠点推進事業 | サブカル |

参考) 美術分野の大規模祭典の評価

■ World's Top 20 Biennials, Triennials, and Miscellennials (アートネット、2014年5月)

※アートに関する様々な情報提供を目的に1989年に設立されたサイト

- ◆ [ベネチア・ビエンナーレ \(イタリア\)](#)
- ◆ [ドクメンタ \(ドイツ\)](#)
- ◆ [ホイットニー・ビエンナーレ \(アメリカ\)](#)
- ◆ [マニフェスタ \(各国巡回\)](#)
- ◆ [光州ビエンナーレ \(韓国\)](#)
- ◆ [カーネギー・インターナショナル \(アメリカ\)](#)
- ◆ [サンパウロ・ビエンナーレ \(ブラジル\)](#)
- ◆ [シャルジャ・ビエンナーレ \(UAE\)](#)
- ◆ [イスタンブール・ビエンナーレ \(トルコ\)](#)
- ◆ [リヨン・ビエンナーレ \(フランス\)](#)
- ◆ [ハバナ・ビエンナーレ \(キューバ\)](#)
- ◆ [ベルリン・ビエンナーレ \(ドイツ\)](#)
- ◆ [シドニー・ビエンナーレ \(オーストラリア\)](#)
- ◆ [ダカート \(セネガル\)](#)
- ◆ [リバプール・ビエンナーレ \(イギリス\)](#)
- ◆ [上海ビエンナーレ \(中国\)](#)
- ◆ [横浜トリエンナーレ \(日本\)](#)
- ◆ [マラケシュ・ビエンナーレ \(モロッコ\)](#)
- ◆ [台北ビエンナーレ \(台湾\)](#)
- ◆ [プロスペクト・ニューオリンズ \(アメリカ\)](#)

※青字は、本調査において調査対象としたもの

■ Must-see biennials, triennials and festivals in 2019 (アートニューズペーパー、2018年10月)

- ◆ [ベネチア・ビエンナーレ \(イタリア\)](#)
- ◆ [ミラノ・トリエンナーレ \(イタリア\)](#)
- ◆ [シャルジャ・ビエンナーレ \(UAE\)](#)
- ◆ [イスタンブール・ビエンナーレ \(トルコ\)](#)

■ 10 Biennial/Triennials You Must see In 2020 (アーティリスト、2020年1月)

※イギリスのアート専門情報サイト

- ◆ [シドニー・ビエンナーレ \(オーストラリア\)](#)
- ◆ [グラスゴー・インターナショナル \(イギリス\)](#)
- ◆ [リガ・ビエンナーレ \(ラトビア\)](#)
- ◆ [ソンスビーク \(オランダ\)](#)
- ◆ [マニフェスタ \(各国巡回\)](#)
- ◆ [ヘルシンキ・ビエンナーレ \(フィンランド\)](#)
- ◆ [ベルリン・ビエンナーレ \(ドイツ\)](#)
- ◆ [EVAインターナショナル \(アイルランド\)](#)
- ◆ [リバプール・ビエンナーレ \(イギリス\)](#)
- ◆ [フォークストン・トリエンナーレ \(イギリス\)](#)

参考) 文化庁「諸外国の現代美術に関する状況等に係る調査事業」での調査対象

- 文化庁では2013年度に「諸外国の現代美術に関する状況等に係る調査事業」を行っており、そのなかで大規模祭典について詳細に調査を行っている。
- 本調査では、現代美術の関係者との議論をもとに、調査対象として以下の 15 の国際美術展を選定した。
※世界の現代美術界においてアジアの存在感が高まっていたため、アジアから重点的に選出した。

世界の代表的な現代美術の国際美術展

- ◆ ヴェネチア・ビエンナーレ (イタリア)
- ◆ ドクメンタ (ドイツ)
- ◆ ミュンスター彫刻プロジェクト (ドイツ)
- ◆ リヨン・ビエンナーレ (フランス)
- ◆ イスタンブール・ビエンナーレ (トルコ)
- ◆ サンパウロ・ビエンナーレ (ブラジル)
- ◆ シャルジャ・ビエンナーレ (UAE)

アジアの代表的な現代美術の国際美術展

- ◆ シドニー・ビエンナーレ (オーストラリア)
- ◆ アジア・パシフィック・トリエンナーレ (オーストラリア)
- ◆ 上海ビエンナーレ (中国)
- ◆ 台北ビエンナーレ (台湾)
- ◆ アジアン・アート・ビエンナーレ (台湾)
- ◆ 光州ビエンナーレ (韓国)
- ◆ 釜山ビエンナーレ (韓国)
- ◆ シンガポール・ビエンナーレ (シンガポール)

※青字は、本調査において調査対象としたもの

④ 調査結果：「a. 開催の経緯」（1 / 2）

➡世界的な祭典では、国・地域の歴史（政治的状況）を踏まえた象徴的な開催理念（開催のきっかけ）を有している。

各事業の開催理念（開催のきっかけ）

| 分野 | 場所 | 事業名 | 開催理念（開催のきっかけ） |
|----|----|----------------|--|
| 美術 | 海外 | ベネチア・ビエンナーレ | 893年、イタリア国王と王妃の銀婚式を記念して、ヴェネチア・ビエンナーレの開催が市議会で決定され、その2年後の895年に初回のビエンナーレが開催。 |
| | | ドクメンタ | カッセル出身の画家であり教授のアルノルト・ボーデにより、自国の誤った啓蒙活動を自省し、ナチ独裁政権によって分断されてしまった国際社会との調和をはかる目的で開始。 |
| | 国内 | 横浜トリエンナーレ | 世界各地で新しい美術国際展が立ち上がっていることを受け、半世紀以上前に終了してしまった東京ビエンナーレの理念を受け開始。 |
| 演劇 | 海外 | アヴィニオン演劇祭 | 演出家のジャン・ヴィラルが、1947年にアヴィニオン教皇の聖堂の遺跡で野外演劇を行い、それが成功したことをきっかけに芸術週間を行ったことが起源とされている。 |
| | | エジンバラ国際フェスティバル | 戦後の人々を和解させ、偉大な芸術が魂をリフレッシュさせ、あらゆる政治的・文化的境界線を越えていくことを期待し、終戦後の1947年にエジンバラ市議会、ブリティッシュ・カウンシルなどによって開始。 |
| | 国内 | フェスティバル/トーキョー | 池袋周辺に大小さまざまな上演スペースが集積していることに注目し、「演劇の街・池袋」を旗印に池袋のまちづくりを標榜して1988年に開催された「東京国際演劇祭」を改称。 |

出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④ 調査結果：「a. 開催の経緯」（2 / 2）

※前頁の続き

各事業の開催理念（開催のきっかけ）

| 分野 | 場所 | 事業名 | 開催理念（開催のきっかけ） |
|----|----|-------------------|--|
| 音楽 | 海外 | プロムナード・コンサート | クイーンズ・ホールのマネジャーであったロバート・ニューマンが、多くの人々に気軽にクラシックを楽しんでもらうために始められた。大勢の退役軍人らが一同に「威風堂々」を歌うことが名物に。 |
| | | ザルツブルク音楽祭 | 第一次世界大戦の末期の1920年に道徳劇「イェデルマン」がドム広場（大聖堂広場）で初演されたことをきっかけに、荒廃したヨーロッパの人々を和解させることを目的とした平和プロジェクトとして始められた。 |
| | 国内 | サラダ音楽祭 | オーケストラとダンスのコラボレーションや楽器体験ワークショップ、街なかミニコンサートなど、フレッシュで多彩なメニューにより心の活力を呼び起こすことを目的に開始。 |
| | | セイジ・オザワ 松本フェスティバル | 小澤征爾氏が、恩師である齋藤秀雄の名を冠して1992年に創立した「サイトウ・キネン・フェスティバル松本」が、2015年から改称。 |
| 映画 | 海外 | カンヌ国際映画祭 | オーケストラとダンスのコラボレーションや楽器体験ワークショップ、街なかミニコンサートなど、フレッシュで多彩なメニューにより心の活力を呼び起こすことを目的に開始。 |
| | | トロント国際映画祭 | 世界中の映画祭で上映された優れた作品を集めて上映する目的で開始。その後、多くの出資者等の協力により、影響力のある国際的に大規模な映画祭に成長。 |
| | 国内 | 東京国際映画祭 | 日本ではじめて大規模な映画の祭典として誕生。 |

出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④ 調査結果：「b. 開催回数・開始年」（1 / 3）

➡ 評価・知名度（認知）の対象となるためには、一定の開催回数が必要（ただし、開催回数が多いから評価されるわけではない）。

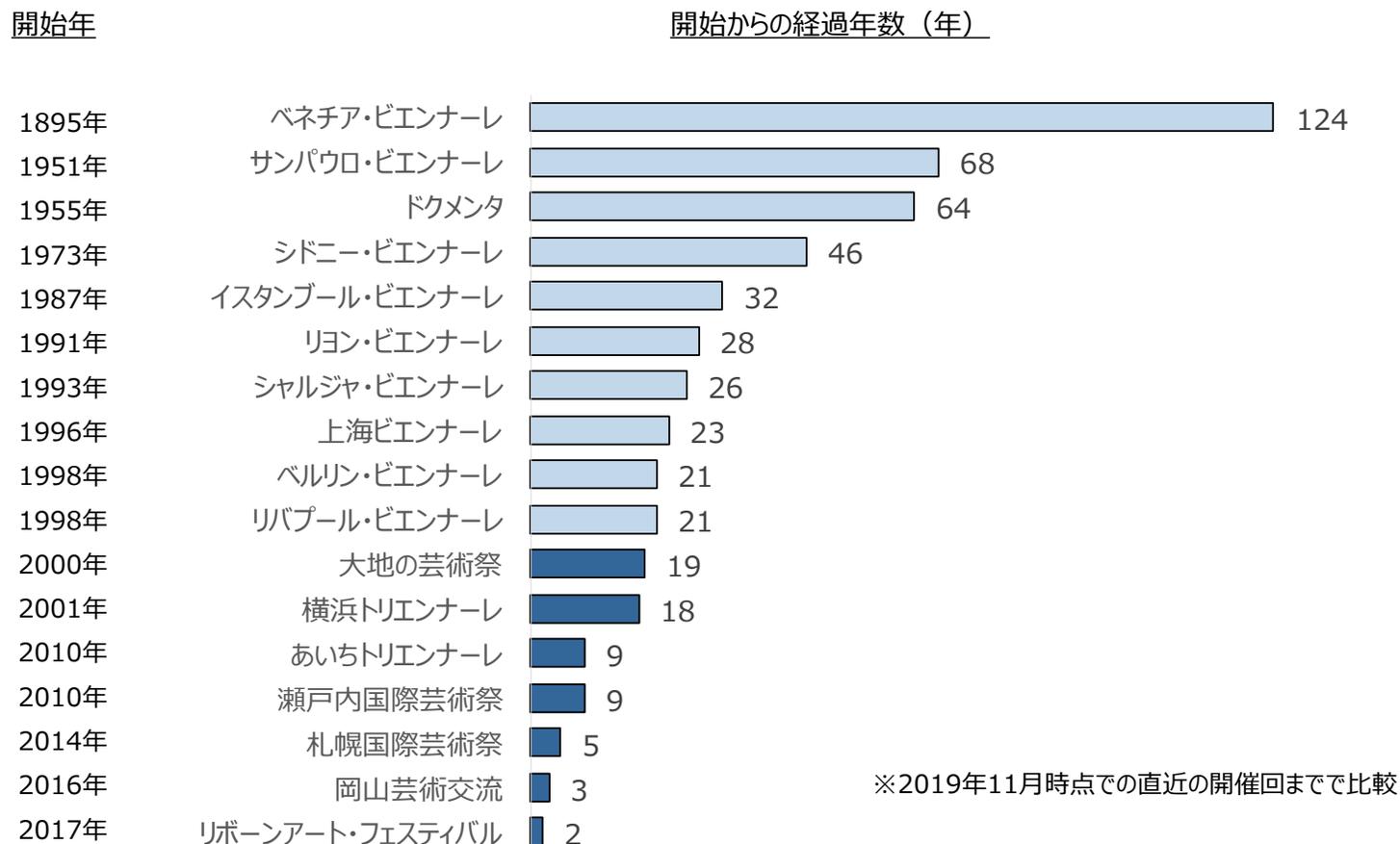
各事業の開催回数・開始年

| 分野 | 場所 | 事業名 | 開催回数 | 開始年 | 参考) 開催頻度 |
|----|----|-------------------|------|-------|-------------|
| 美術 | 海外 | ベネチア・ビエンナーレ | 58回 | 1895年 | 2年おき |
| | | ドクメンタ | 14回 | 1955年 | 5年おき |
| | 国内 | 横浜トリエンナーレ | 6回 | 2001年 | 3年おき |
| 演劇 | 海外 | アヴィニヨン演劇祭 | 72回 | 1947年 | 毎年 |
| | | エジンバラ国際フェスティバル | 72回 | 1947年 | 毎年 |
| | 国内 | フェスティバル/トーキョー | 12回 | 2009年 | 毎年 |
| 音楽 | 海外 | プロムナード・コンサート | 125回 | 1895年 | 毎年 |
| | | ザルツブルク音楽祭 | 99回 | 1920年 | 毎年 |
| | 国内 | サラダ音楽祭 | 2回 | 2018年 | 毎年 |
| | | セイジ・オザワ 松本フェスティバル | 28回 | 1992年 | 毎年 |
| 映画 | 海外 | カンヌ国際映画祭 | 70回 | 1946年 | 毎年 |
| | | トロント国際映画祭 | 44回 | 1976年 | 毎年 |
| | 国内 | 東京国際映画祭 | 32回 | 1985年 | 毎年 |

※2019年11月時点での直近の開催回までで比較

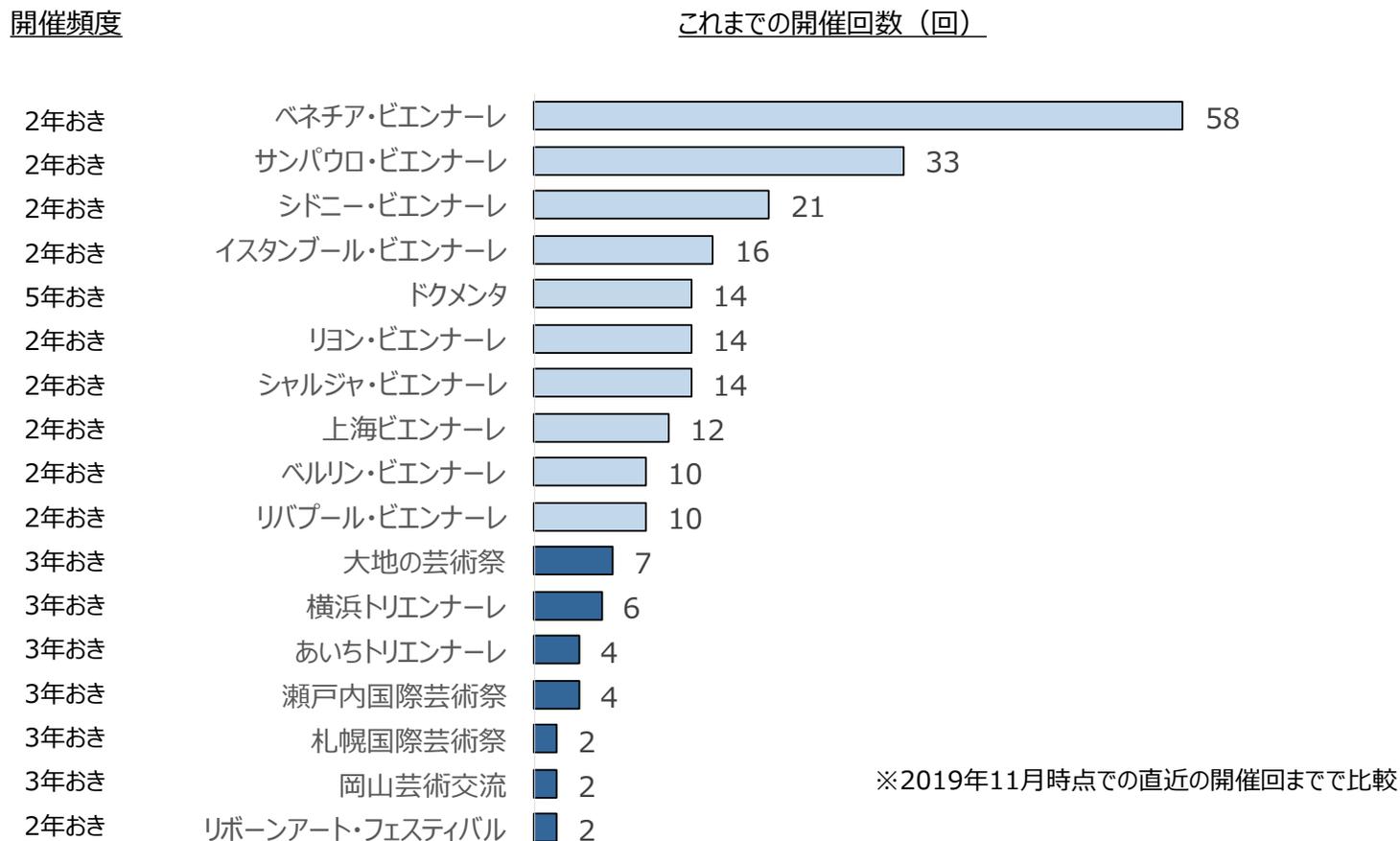
出所) 各種公式Webサイト及び報告書を基に (一社) 芸術と創造作成

④調査結果：「b. 開催回数・開始年」（2 / 3） 参考）美術分野のフェスティバルの開始年の比較



出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④調査結果：「b. 開催回数・開始年」（3 / 3） 参考）美術分野のフェスティバルの開催回数の比較



出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④ 調査結果：「c. 作品数・作家数」、「d. 外国人作家の数・割合・出身国数」（1 / 3）

➡ 国際的な祭典と認められるために、作品の数とともに、外国人作家の割合が一定以上であることが求められる（出身国のバランスも重要）。

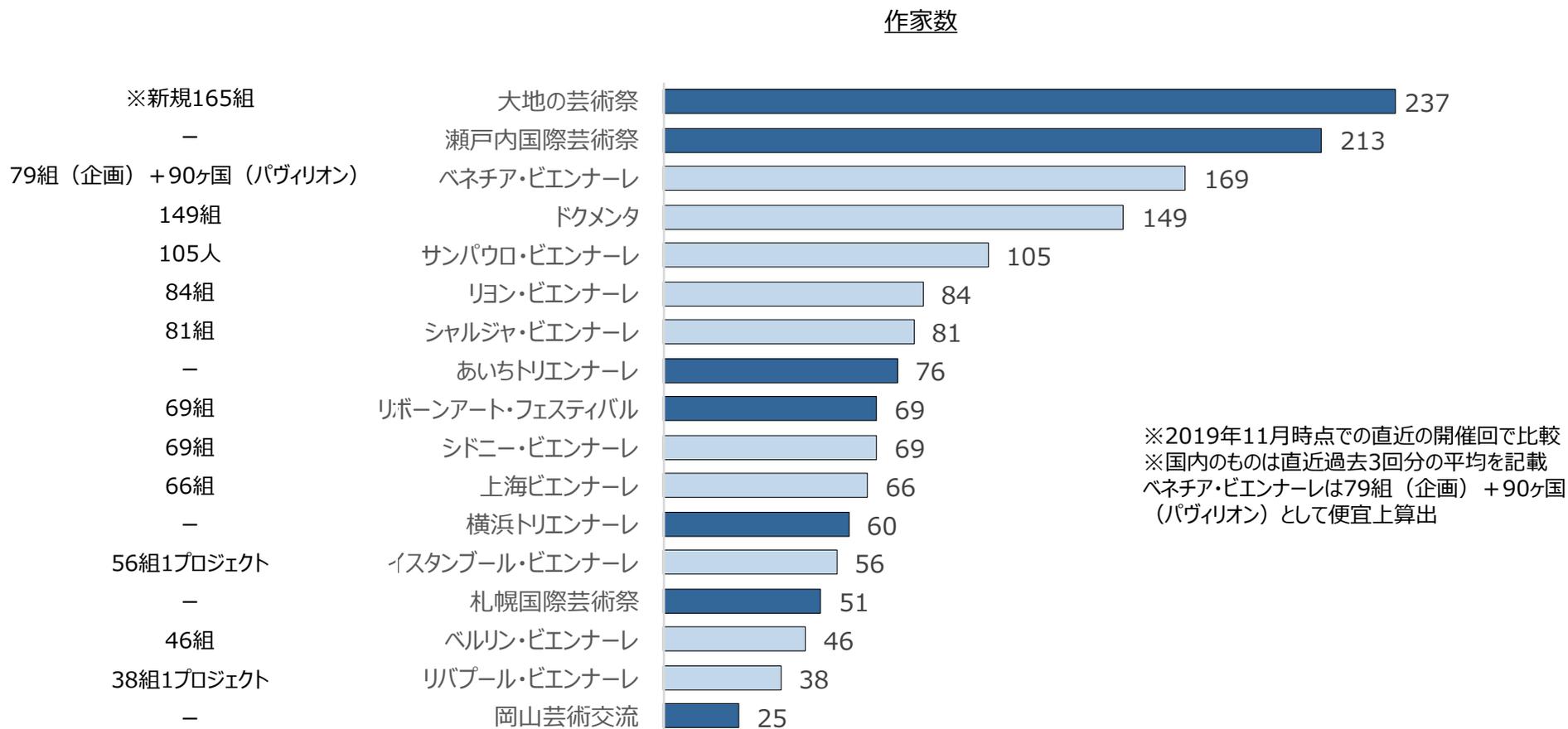
- 海外の大規模祭典は作品数・作家数は作家数が多く、それは祭典の評価における必要条件ではあるが、十分条件とはならない（作品数・作家数が多いから評価されるわけではない）。

各事業の作家数・作品数・外国人作家の数・割合等

| 分野 | 場所 | 事業名 | 作家数・作品数 | 外国人作家の数 | 外国人作家の割合 | 外国人作家の出身国数 | |
|----|----|-------------------|---------|---------|----------|------------|----------------------------|
| 美術 | 海外 | ベネチア・ビエンナーレ | 79組 | 77組 | 97% | 38ヶ国 | 2019年開催回 |
| | | ドクメンタ | 149組 | 126組 | 85% | 59ヶ国 | 2017年開催回 |
| | 国内 | 横浜トリエンナーレ | 38組 | 28組 | 74% | 23ヶ国 | 2017年開催回 |
| 演劇 | 海外 | アヴィニヨン演劇祭 | 38作品 | 22作品 | 58% | 26ヶ国 | 2019年開催回 |
| | | エジンバラ国際フェスティバル | 32作品 | — | — | — | 2019年開催回 ※演劇・ダンスのみをカウント |
| | 国内 | フェスティバル/トーキョー | 12作品 | 5作品 | 42% | — | 2018年開催回 |
| 音楽 | 海外 | プロムナード・コンサート | 75作品 | — | — | — | 2019年開催回 |
| | | ザルツブルク音楽祭 | 199作品 | — | — | — | 2019年開催回 |
| | 国内 | サラダ音楽祭 | 6作品 | — | — | — | 2019年開催回 |
| | | セイジ・オザワ 松本フェスティバル | 10作品 | — | — | — | 2019年開催回 |
| 映画 | 海外 | カンヌ国際映画祭 | 200本以上 | — | — | — | 2019年開催回 |
| | | トロント国際映画祭 | 366本 | 70ヶ国 | — | — | 2019年開催回 |
| | 国内 | 東京国際映画祭 | 187本 | — | — | — | 2018年開催回 |

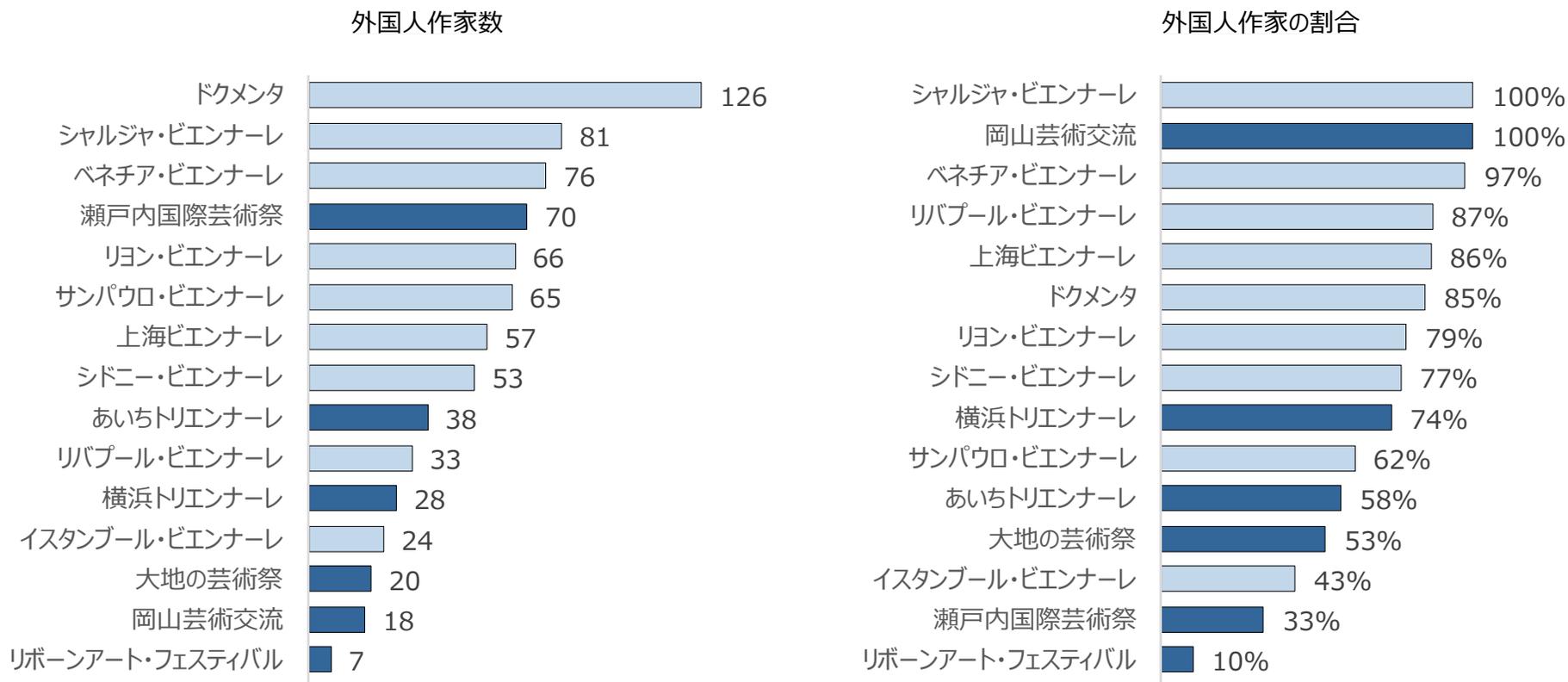
出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④調査結果：「c. 作品数・作家数」、「d. 外国人作家の数・割合・出身国数」（2 / 3） 参考）美術分野のフェスティバルの比較



出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④ 調査結果：「c. 作品数・作家数」、「d. 外国人作家の数・割合・出身国数」（3 / 3） 参考）美術分野のフェスティバルの比較



※2019年11月時点での直近の開催回で比較

ベネチア・ビエンナーレはアーティストック・ディレクター監修分（アルセナーレ、ジャルディーニ内イタリアンパヴィリオン）のみの記載

出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④ 調査結果：「e. アーティスティック・ディレクターの国籍」（1 / 2）

➡世界的な祭典では“顔が見える”芸術の質に責任をもつ世界的に知名度・注目度の高いディレクターを置いている。この人選及びテーマ・作家の選定が芸術的な評価の源泉に。

■ 美術分野ではアーティスティック・ディレクターの人選を世界から行っている傾向。

各事業のディレクター名と国籍

| 分野 | 場所 | 事業名 | ディレクター名 | 国籍 | |
|----|----|-------------------|--------------------------------|-------------|----------|
| 美術 | 海外 | ベネチア・ビエンナーレ | Ralph Rugoff | アメリカ（他国） | 2019年開催回 |
| | | ドクメンタ | Adam Szymczyk | ポーランド（他国） | 2017年開催回 |
| | 国内 | 横浜トリエンナーレ | 逢坂恵理子、三木あき子、柏木智雄 | 日本（自国） | 2017年開催回 |
| 演劇 | 海外 | アヴィニヨン演劇祭 | Olivier Py | フランス（自国） | 2019年開催回 |
| | | エジンバラ国際フェスティバル | Francesca Hegyi、Fergus Linehan | イギリス、アイルランド | 2019年開催回 |
| | 国内 | フェスティバル/トーキョー | 長島確、河合千佳 | 日本（自国） | 2018年開催回 |
| 音楽 | 海外 | プロムナード・コンサート | David Pickard | イギリス（自国） | 2019年開催回 |
| | | ザルツブルク音楽祭 | Markus Hinterhäuser | オーストリア（自国） | 2019年開催回 |
| | 国内 | サラダ音楽祭 | （明確なディレクターは不在） | — | 2019年開催回 |
| | | セイジ・オザワ 松本フェスティバル | 小澤征爾 | 日本（自国） | 2019年開催回 |
| 映画 | 海外 | カンヌ国際映画祭 | Thierry Frémaux | フランス（自国） | 2019年開催回 |
| | | トロント国際映画祭 | Cameron Bailey | イギリス（他国） | 2019年開催回 |
| | 国内 | 東京国際映画祭 | 久松猛朗 | 日本（自国） | 2019年開催回 |

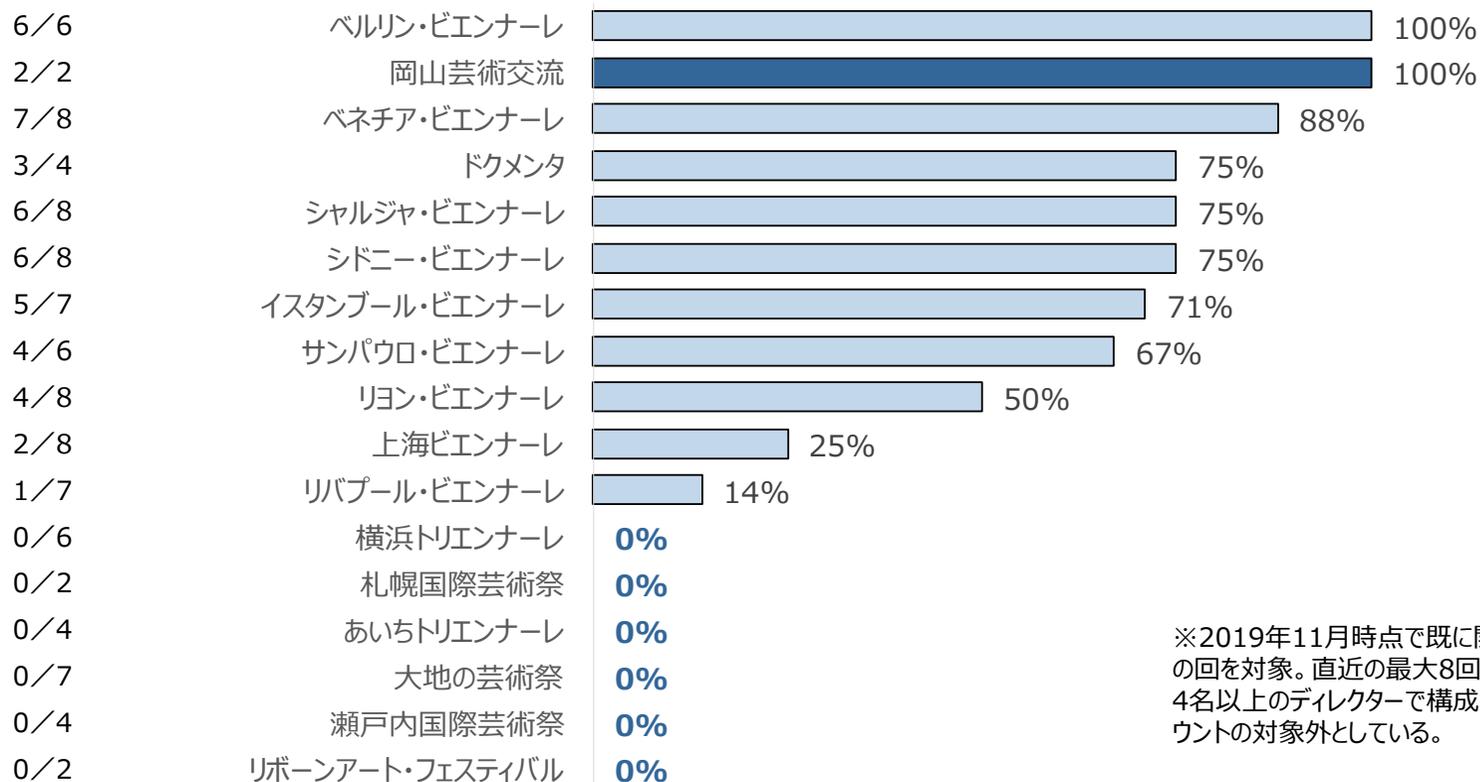
出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④調査結果：「e. アーティスティック・ディレクターの国籍」（2 / 2） 参考）美術分野のフェスティバルの比較

■ 国内の大規模祭典は日本人に偏り。

外国人ディレクター採用回／対象回

外国人ディレクターの採用割合



※2019年11月時点で既に開催されているまでの回を対象。直近の最大8回を対象としている。4名以上のディレクターで構成されている場合はカウントの対象外としている。

出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④ 調査結果：「f. 初演の数（ワールド・プレミア、アジア・プレミア等）」

➡ 舞台芸術・映画の重要なフェスティバルでは、多くの作品が世界初演（ワールド・プレミア）である。

- カンヌ国際映画祭で最も注目されるコンペ部門、ある視点部門は世界初演が前提（ベネチア国際映画祭、ベルリン国際映画祭も同様）。
- 一方で、日本の演劇祭（F/T等）や映画祭（東京国際映画祭等）は日本のものを除くと世界初演の作品は限定的。
 - アジアでの初演（アジア・プレミア）を狙いに行っている傾向があるが、それすらもアジアの演劇祭・映画祭に後塵を拝している。

アヴィニオン演劇祭のプログラム

THE PROGRAMME
JULY 4 TO 23, 2019

EXHIBITION
النوم ليس مكاناً آمناً
SLEEP ISN'T A SAFE PLACE
MIRYAM HADDAD
Paris
JULY 4/23 FROM 11:00 TO 19:00
COLLECTION LAMBERT
Syrian artist Miryam Haddad, 28, confirms the birth of a pictorial world in which colour mixes with vertigo, where photogrammatic scenes reveal the power of a unique outlook.

THEATRE
ARCHITECTURE
PASCAL RAMBERT
Paris - Avignon
JULY 4 5 6 | 8 9 10 11 12 13 AT 21:30
COUR D'HONNEUR DU PALAIS DES PAPES
Approx. duration 3h
Electronic glasses with English and French subtitles available

THEATRE
DEVOTION
LAST OFFERING TO THE DEAD GODS
CLÉMENT BONDI

THEATRE
PELLEAS AND MELISANDE
BY MAURICE MAETERLINCK
JULIE DUCLOS
Paris
JULY 5 6 7 | 9 10 AT 18:00
LA FABRICA
Approx. duration 1h45
The forbidden and tragic love of Pelleas and Melisande, two young people who were never meant to meet, and which leads to their doom.

THEATRE - CINEMA
THE LINGERING NOW - OUR ODYSSEY II
O AGORA QUE DEMORA
BASED ON HOMER
CHRISTIANE JATAHY
Rio de Janeiro - Toulouse
JULY 5 6 | 8 9 10 11 AT 18:00
AND JULY 12 AT 15:00
GYMNASSE DU LYCÉE AUBANEL
Duration 70-80
Show in Arabi, Kurdish, Greek, English, Hebrew, French, Portuguese, Kiswahili... with French subtitles
The modern odysseys of exiles in Palestine, Lebanon, Greece, and South Africa, forced by pain not to remember their past and prevented by their trials from thinking about tomorrow.

THEATRE
SNOW WHITE, STORY OF A PRINCE
BY MARIE DILASSER
MICHÉL RASKINE

THEATRE
FRIENDSHIP
BY EDUARDO DE ALIPIO AND PIER PAOLO PASOLINI
IRÈNE BONNAUD
Avignon
JULY 5 6 | 9 10 11 12 13 | 15 16 17 18 19 20 | 22 23 AT 20:00
ITINERANT SHOW
Approx. duration 1h30
A Neapolitan wise man follows the star of Bethlehem, but the fabulous encounters on the way delay him so that by the time he arrives, Christ is long dead...

THEATRE
POINTS OF NO RETURN [QUAIS DE SEINE]
ALEXANDRA BADEA
Sonia
JULY 5 6 | 8 9 10 11 AT 22:00
JULY 12 AT 15:00
THÉÂTRE BENOÎT-XII
Approx. duration 2h
Electronic glasses with English subtitles available
Three periods of history and three generations coming together, between personal story and universal history, exploring the grey areas of the massacre of Algériens on 17 October 1961 in Paris. Mending memory to rebuild the present.

THEATRE - YOUNG AUDIENCE
SNOW WHITE, STORY OF A PRINCE
BY MARIE DILASSER
MICHÉL RASKINE

DISCIPLINE
VIVE LE SUJET!
WITH LA SACO
SERIES 1
JULY 6 7 8 | 10 11 12 AT 11:00
THEY THROW THEMSELVES INTO PLACES WHERE THEY CAN'T BE FOUND
BY MARIE PAYEN AND MEHDI-GEORGES LAHLOU
AXIS MONDI
BY ANNE NGUYEN AND ÉLISE VIGNERON
SERIES 2
JULY 6 7 8 | 10 11 12 AT 18:00
THE BRIDGE ENGINEERS
BY ANNABELLE PLAYE AND ALEXIS FORESTIER
ESPLENDOR E DISMORFIA
SPLENDOR AND DYSMORPHIA
BY VERA MANTERO AND JONATHAN UJIEL SALDANHA
JARDIN DE LA VIERGE DU LYCÉE SAINT-JOSEPH
Approx. duration 1h30
DANCE
A LEAF
CÉLIA GONDOL AND NINA SANTES
Paris
JULY 6 7 AT 15:00 AND 18:00
JULY 8 AT 11:00
LES HIVERNALES - CDN D'AVIGNON

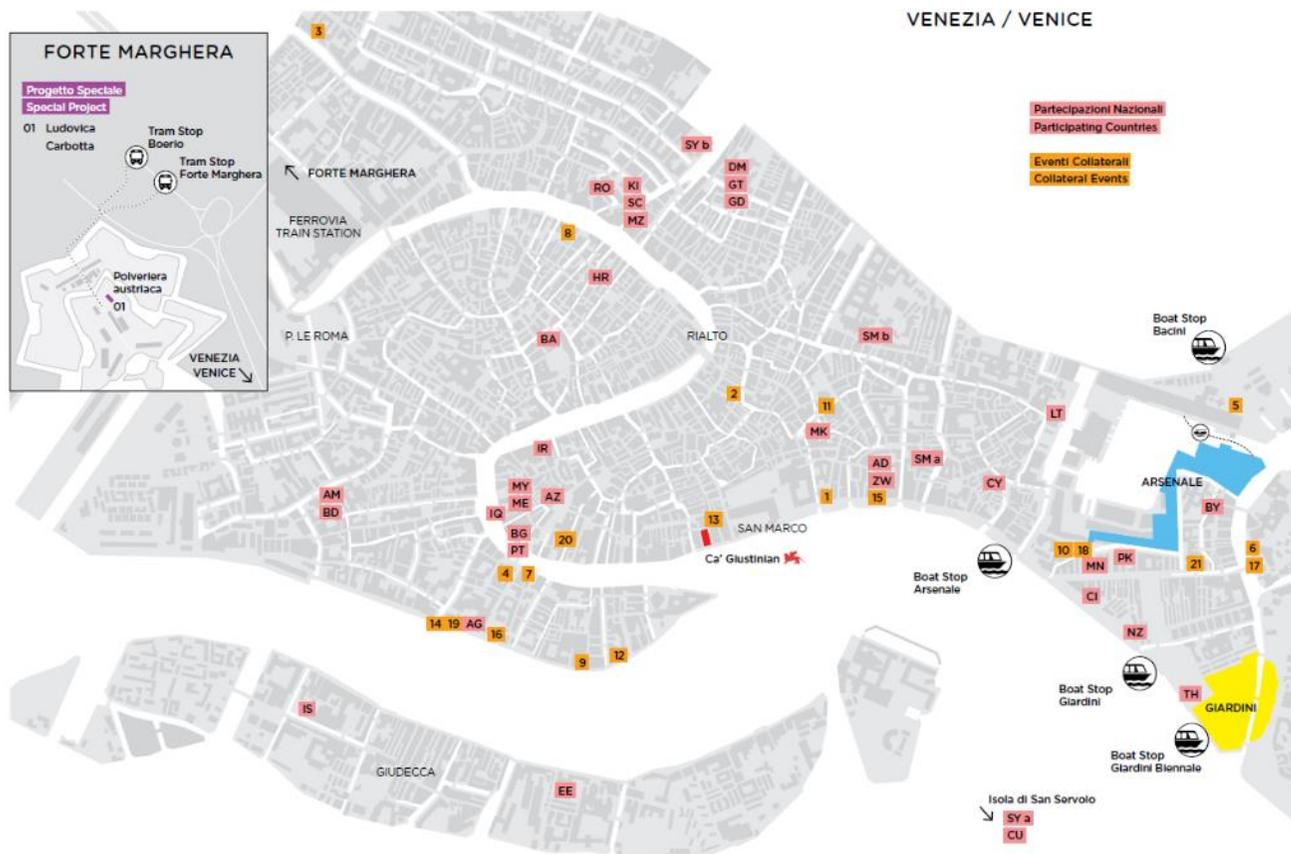
Creation2019とあるものは初演を表す。

④ 調査結果：「g. フリンジ企画の実施」

➡主催者が行う事業以外に、関連事業、関係者が行うパーティーなどが多く開催。

- 主催者以外が行う関連事業が、フェスティバルの規模を大きくしており、魅力向上に繋がっている。
- パーティーは、関係者の社交の場として機能しており、関係者が“毎回訪問する理由”になっている。

ベネチア・ビエンナーレの地図



オレンジ色のものは、ビエンナーレ主催者以外が行う関連展示

出所) ベネチア・ビエンナーレWebサイト

④ 調査結果：「h. 世界中の関係者の来場」

➡世界中から多くの関係者（専門家、ジャーナリスト）が来場。

各事業の関係者の来場状況

【ベネチアビエンナーレ】

- 開幕前の関係者向けのプレオープンウィークに24,762人が来場（期間中の全体の来場者は59万人）。
- 5,200人以上のジャーナリストが来場。

【ドクメンタ】

- 14,500人のアート関係者が来場、そのほかに11,150人のメディア関係者が来場。

【アヴィニオン演劇祭】

- 600名の認定ジャーナリストが来場。

【ザルツブルグ音楽祭】

- 35ヶ国から650人のジャーナリストが来場。

【カンヌ国際映画祭】

- カンヌ国際映画祭と同時に関係者向けの見本市が開かれており、約13,000人が参加。

出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④調査結果：「i. 実施会場」

➡国・地域の歴史に紐付いた、ユニークな会場での展示・公演が差別化要素となっている。

- 各フェスティバルでは、開催回に応じて会場の場所が若干変更があることが多いが、中心となる施設は固定されている傾向。
- これらの施設は、特別に建設されたものや歴史的な施設の活用（宮殿等）であり、国・地域の歴史に紐付いた、ユニークなものであることが多い。
- 美術分野ではいわゆる“ホワイトキューブ”型の美術館で行われることは少ない（日本の地域型フェスティバルも会場のユニークさでは世界的にも秀でている）。

ベネチア・ビエンナーレの会場郡



ドクメンタの会場郡



出所) 綿江撮影

④ 調査結果：「j. 地域住民・青少年等の参加・協力」

➡ 地域住民・青少年等の認知、参加を促す仕組み（ボランティア等）を構築している。

- 多くのフェスティバルでは地域住民・青少年等の認知、参加を促す仕組み（ボランティア等）を構築しており、事業の成果指標（KPI）として若者や学生、地域住民の参加、ボランティアの協力などを掲げている。

各事業の青少年等の参加・協力状況（成果報告書にてKPIとして示されているもの）

【ベネチア・ビエンナーレ】

- 26歳以下の来場者割合は31%。
- 34,858人の学生が教育プログラムに参加。

【アヴィニヨン演劇祭】

- 5,000人の学生を対象に延べ800時間にわたるプログラムを提供。

【エジンバラ国際フェスティバル】

- エジンバラ全域の15,000人の子どもや若者、コミュニティと30のプロジェクトに取り組む（2018年と比較して25%の増加）。

【トロント国際映画祭】

- 2,944人のボランティアが従事（延べ92,514時間従事）。
- 10,978人の学生が教育プログラムに参加（234校が参加）。

出所) 各種公式Webサイト及び報告書を基に (一社) 芸術と創造作成

④調査結果：「k. 来場者数」

➡各分野ともに海外のフェスティバルとは開き。

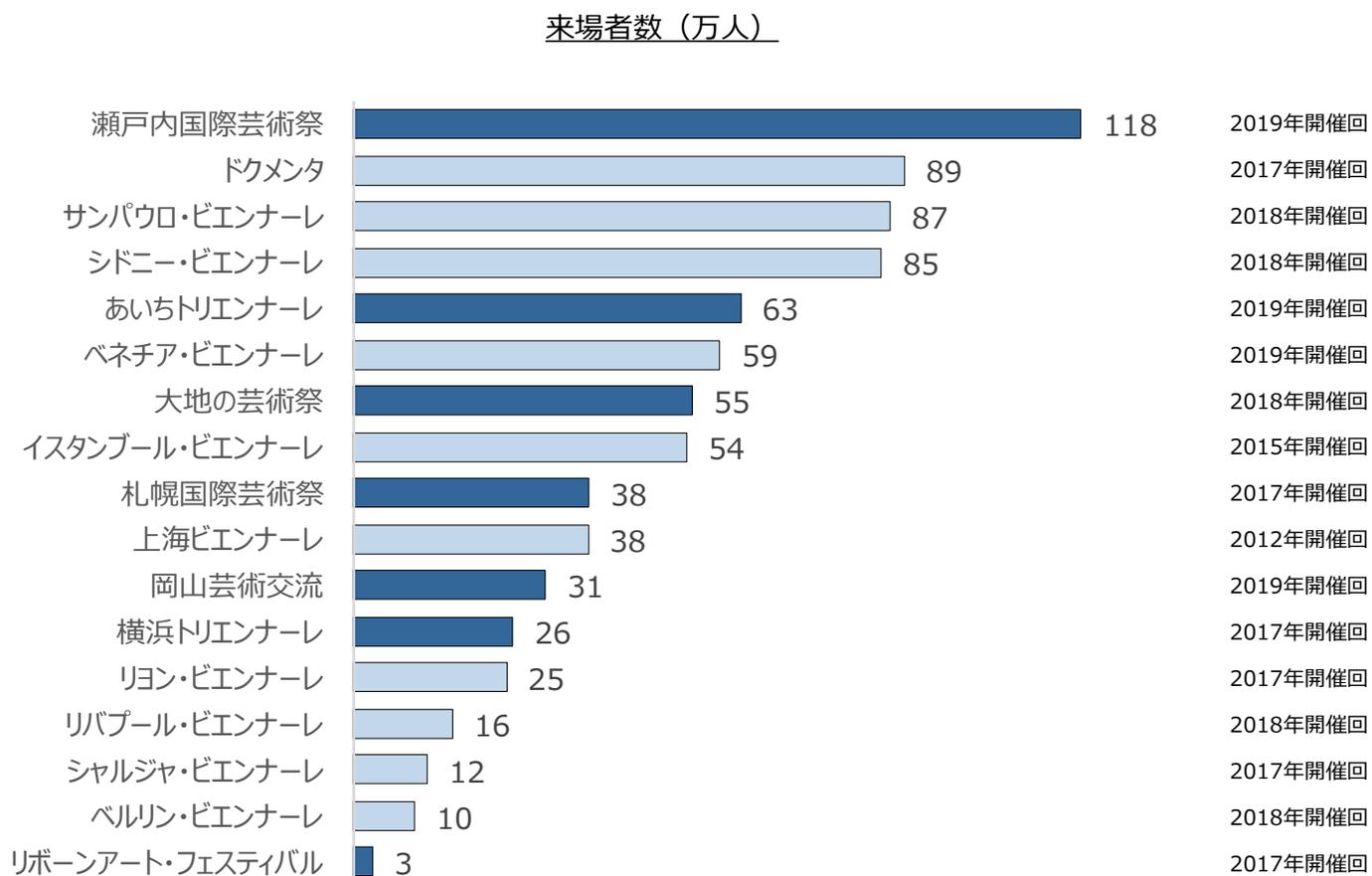
各事業の来場者数

| 分野 | 場所 | 事業名 | 来場者数 | 備考 |
|----|----|-------------------|---------|-------------------------|
| 美術 | 海外 | ベネチア・ビエンナーレ | 約59万人 | 2019年開催回 |
| | | ドクメンタ | 約89万人 | 2017年開催回、カッセルの来場者数 |
| | 国内 | 横浜トリエンナーレ | 約22万人 | 2017年開催回 |
| 演劇 | 海外 | アヴィニヨン演劇祭 | 約16万人 | 2019年開催回 |
| | | エジンバラ国際フェスティバル | (約43万人) | 2019年開催回、音楽部門なども含んだ来場者数 |
| | 国内 | フェスティバル/トーキョー | 約1.5万人 | 2018年開催回 |
| 音楽 | 海外 | プロムナード・コンサート | 30万人超 | 近年の平均 |
| | | ザルツブルク音楽祭 | 約27万人 | 2019年開催回 |
| | 国内 | サラダ音楽祭 | 約0.4万人 | 2019年開催回 |
| | | セイジ・オザワ 松本フェスティバル | 約1.2万人 | 2019年開催回 |
| 映画 | 海外 | カンヌ国際映画祭 | — | (公式には非公開) |
| | | トロント国際映画祭 | 約48万人 | 2019年開催回 |
| | 国内 | 東京国際映画祭 | 約24万人 | 2018年開催回 |

出所) 各種公式Webサイト及び報告書を基に (一社) 芸術と創造作成

④調査結果：「k. 来場者数」 参考) 美術分野のフェスティバルの比較

- 美術分野では国内のフェスティバルの来場者数は国外のものには引けを取っていない（ただし、事業によってカウント方法が異なるため、単純比較できないことには留意が必要）。



出所) 各種公式Webサイト及び報告書を基に (一社) 芸術と創造作成

④調査結果：「1. 予算規模」

➡海外のフェスティバルは予算規模も大きい。

各事業の予算規模

| 分野 | 場所 | 事業名 | 予算規模 | 備考 |
|----|----|-------------------|-------------------|---|
| 美術 | 海外 | ベネチア・ビエンナーレ | 約17億円（約14百万ユーロ） | 2017年開催回、アーティストック・ディレクター監修分（アルセナーレ、ジャルディーニ内イタリアンパヴィリオン）のみ |
| | | ドクメンタ | 約41億円（約34百万ユーロ） | 2017年開催回、カッセルとアテネ会場の事業費の合計 |
| | 国内 | 横浜トリエンナーレ | 約9.6億円 | 2017年開催回 |
| 演劇 | 海外 | アヴィニオン演劇祭 | 約16億円（約13百万ユーロ） | 2019年開催回 |
| | | エジンバラ国際フェスティバル | 約15億円（約12.1百万ユーロ） | 2019年開催回 |
| | 国内 | フェスティバル/トーキョー | 約2.0億円 | 2019年開催回 |
| 音楽 | 海外 | プロムナード・コンサート | － | （公式には非公開） |
| | | ザルツブルク音楽祭 | 約21億円（約16.8百万ユーロ） | 2018年開催回 |
| | 国内 | サラダ音楽祭 | 約1.3億円 | 2019年開催回 |
| | | セイジ・オザワ 松本フェスティバル | － | （公式には非公開） |
| 映画 | 海外 | カンヌ国際映画祭 | 約26億円（約22百万ユーロ） | 2019年開催回 |
| | | トロント国際映画祭 | 約37億円（約45百万カナダドル） | 2018年開催回 |
| | 国内 | 東京国際映画祭 | 約10億円 | 2018年開催回、事業収支の映画祭事業の事業費 |

出所）各種公式Webサイト及び報告書を基に（一社）芸術と創造作成

④調査結果：「1. 予算規模」 参考) 海外のフェスティバルの収入構造例 (1 / 2)

各事業の収入構造

【アヴィニヨン演劇祭】

- 約16億円 (約13百万ユーロ) ※2019年
- ➔ 収入の57%を公的な助成、43%を収入 (配給、共同制作、スポンサーシップ、パートナーシップ、チケット販売等) から得ている。

【エジンバラ国際フェスティバル】

- 約15億円 (約12.1百万ユーロ) ※2019年
- ➔ 収入の43%を助成から、26%をチケット販売、29%をファンドレイジング (資金調達) から得ている (2%はその他)。

【ザルツブルグ音楽祭】

- 約21億円 (約16.8百万ユーロ) ※2018年
- ➔ 収入の40%を連邦政府から、残りを20%ずつ国、市、観光振興基金から得ている。

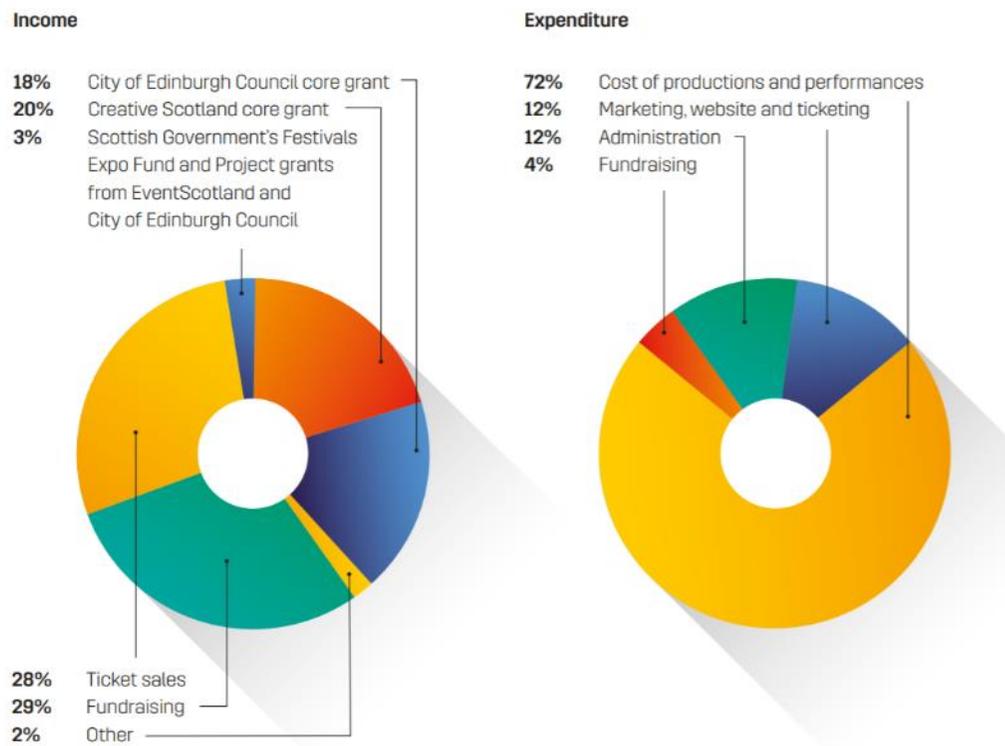
【トロント国際映画祭】

- 約37億円 (約45百万カナダドル) ※2018年
- ➔ 収入の48%を収入から、30%をスポンサー契約、13%を寄付、10%を公的な助成から得ている。

出所) 各種公式Webサイト及び報告書を基に (一社) 芸術と創造作成

④調査結果：「1. 予算規模」 参考) 海外のフェスティバルの収入構造例 (2 / 2)

エジンバラ国際フェスティバルの収支内訳 (2018年度)



トロント国際映画祭の収支内訳 (2018年度)

| | |
|---|---------------------|
| Operating Revenue | |
| Earned Revenue | \$21,524,931 |
| Contributed Revenue (Fundraising) | |
| Sponsorship | \$13,524,898 |
| Government grants | \$4,289,739 |
| Philanthropic donations | \$5,642,294 |
| Subtotal | \$23,456,931 |
| Total Revenue | \$44,981,862 |
| Operating Expenses | |
| Programming (festivals, exhibitions, film programmes, learning and outreach, collections) and operation of TIFF Bell Lightbox | \$28,401,872 |
| Marketing and communications | \$5,406,753 |
| General and administrative | \$5,632,131 |
| *Sponsorship, philanthropic, and government fundraising (8.3%) | \$4,575,729 |
| **Amortization (2.3%) | \$899,418 |
| Total Expenses | \$44,915,903 |

④ 調査結果：「1. 予算規模」 参考) 国内のフェスティバルの収入構造例 (1 / 2)

■ 横浜トリエンナーレ (2017年回)

(千円)

| | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 決算 | 事業費総額に 占める割合 |
|------------|---------|---------|---------|---------|-----------------|
| 横浜市負担金 | 65,000 | 80,000 | 351,500 | 496,500 | 52% |
| 文化庁補助金 | 0 | 0 | 180,000 | 180,000 | 19% |
| 協賛金・助成金 | 0 | 600 | 45,798 | 46,398 | 5% |
| 入場料収入 | 0 | 0 | 177,835 | 177,835 | 19% |
| カタログ等販売収入 | 6 | 439 | 1,384 | 1,830 | 0% |
| その他収入 | 228 | 86 | 241 | 555 | 0% |
| 前年度からの繰越金※ | 53,850 | 38,489 | 38,030 | 53,850 | 6% |
| 合計 | 119,083 | 119,615 | 794,789 | 956,968 | 100% |

※初年度のみ計上

出所)「ヨコハマトリエンナーレ2017記録集」を元に(一社)芸術と創造作成

■ 札幌国際芸術祭 (2017年回)

(千円)

| | 2015年度 | 2016年度 | 2017年度 | 決算 | 事業費総額に 占める割合 |
|--------------|--------|---------|---------|---------|-----------------|
| 札幌市負担金 | 39,500 | 74,000 | 239,820 | 353,320 | 53% |
| 国等助成金 | 16,000 | 28,000 | 112,503 | 156,503 | 23% |
| 参考) 文化庁補助金※1 | 16,000 | 28,000 | 64,800 | 108,800 | 16% |
| 協賛金等収入 | 0 | 0 | 12,474 | 12,474 | 2% |
| チケット・グッズ等収入 | 0 | 0 | 31,166 | 31,166 | 5% |
| 繰越金及びその他収入※2 | 9,979 | 31,452 | 24,528 | 9,979 | 1% |
| 合計 | 65,379 | 133,452 | 420,491 | 672,242 | 100% |

※1 平成27年度「文化芸術による地域活性化・国際発信推進事業」札幌国際芸術祭開催による文化芸術振興及び創造都市推進事業
平成28年度「文化芸術による地域活性化・国際発信推進事業」札幌国際芸術祭開催による文化芸術振興及び創造都市推進事業
平成29年度「文化芸術創造活用プラットフォーム形成事業」札幌国際芸術祭開催による文化芸術振興及び創造都市推進事業
受取は札幌市であり必ずしも実行委員会会計に組み入れが行われているわけではないことに注意が必要

※2 初年度のみ計上

出所)「札幌国際芸術祭2017開催報告書」、文化庁各事業採択一覧を元に(一社)芸術と創造作成

④調査結果：「1. 予算規模」 参考) 国内のフェスティバルの収入構造例 (2 / 2)

■あいちトリエンナーレ (2016年回)

(千円)

| | 2014年度 | 2015年度 | 2016年度 | 決算 | 事業費総額に 占める割合 |
|--------------|--------|---------|-----------|-----------|-----------------|
| 事業収入 | 26 | 79 | 172,360 | 172,465 | 14% |
| 愛知県負担金 | 30,313 | 118,893 | 665,500 | 814,706 | 64% |
| 名古屋市負担金 | 10,104 | 39,631 | 158,613 | 208,348 | 16% |
| 広告・協賛金等収入 | 0 | 0 | 69,050 | 69,050 | 5% |
| 参考) 文化庁補助金※1 | 20,032 | 17,436 | 120,000 | 120,000 | 9% |
| 諸収入 (利息等) | 352 | 8 | 79 | 439 | 0% |
| 合計 | 40,795 | 158,611 | 1,065,602 | 1,265,008 | 100% |

※ 平成26年度「地域発・文化芸術創造発信イニシアチブ事業」国際芸術祭「あいちトリエンナーレ」開催事業
平成27及び28年度「文化芸術による地域活性化・国際発信推進事業」国際芸術祭「あいちトリエンナーレ」開催事業
受取は愛知県であり必ずしも実行委員会会計に組み入れが行われているわけではないことに注意が必要
出所) 「あいちトリエンナーレ2016開催報告書」、文化庁各事業採択一覧を元に (一社) 芸術と創造作成

■東京芸術祭 (2019年)

| | 2019年度 | 事業費総額に 占める割合 |
|--------------|----------|-----------------|
| 東京都補助金 | 336,000 | 56% |
| 文化庁補助金等 | 164,945 | 27% |
| 事業収入・豊島区負担金等 | 約160,000 | 17% |
| 合計 | 約600,000 | 100% |

出所) 東京芸術祭実行委員会へのヒアリングを元に (一社) 芸術と創造作成

※フェスティバル/トーキョーの事業収支は非公開のため、
東京芸術祭を参考として掲載

■東京国際映画祭 ※公益社団法人ユニジャパン決算 (2018年度)

| | 2018年度 | 事業費総額に 占める割合 |
|----------------|-----------|-----------------|
| 受取会費 | 76,000 | 5% |
| 業務受託料収益・国庫補助金等 | 892,623 | 60% |
| 経済産業省 | 441,720 | 30% |
| 文化庁 | 204,627 | 14% |
| 東京都 | 121,959 | 8% |
| 国際交流基金 | 124,317 | 8% |
| 入場料収益 | 61,934 | 4% |
| 企画スポンサー収益 | 248,789 | 17% |
| その他の収益 | 213,450 | 14% |
| 合計 | 1,492,796 | 100% |

出所) 「収支決算書」を元に (一社) 芸術と創造作成

④ 調査結果：「m. 実施体制」

➡ 中長期的な継続を前提とした法人（財団法人・株式会社等）を設立し、専門性・ノウハウが蓄積され、自律的な運営が行われている。

- 海外のフェスティバルは中長期的な継続を前提とした法人（財団法人・株式会社等）を設立し、専門性・ノウハウが蓄積され、自律的な運営が行われているが、国内のものは時限的な実行委員会方式が多い。

各事業の実施体制

【ベネチア・ビエンナーレ】

- 2009年にベネチア・ビエンナーレ財団が設立され、アート、建築、映画、ダンス、音楽、演劇などのフェスティバルを運営している。

【アヴィニオン演劇祭】

- 1901年に制定された非営利団体によって運営されている。
- 団体は、国（文化通信省）、アヴィニオン市、グレーター・アヴィニオン市、ヴォークリュス県、プロヴァンス・アルプス・コート・ダジュール地方の助成を受けている。
- チームは約30名の正社員で構成されており、7月には750～800名にまで成長し、その中には季節労働者340名と技術者300名が含まれている。

【エジンバラ国際フェスティバル】

- 非営利の有限会社である「エジンバラ国際フェスティバル協会」によって運営されている。
- チームは58名の社員で構成されている。
 - 25名は制作、11名はマーケティング&コミュニケーション、10名は総務・管理、8名はファンドレイジング、4名は財務。

【カンヌ国際映画祭】

- フランス国際映画協会によって運営されている（本協会によって同時に開催される見本市も運営されている）。
- 協会では、約30人を雇用しており、会期中には約700人が従事する。

【トロント国際映画祭】

- 非営利組織によって運営されている。

⑤ 調査結果のまとめ

| | | |
|---|---|--|
| a. 開催の経緯 | ➡ | ● 世界的な祭典では、国・地域の歴史（政治的状況）を踏まえた象徴的な開催理念（開催のきっかけ）を有している。 |
| b. 開催回数・開催年（歴史） | ➡ | ● 評価・知名度（認知）の対象となるためには、一定の開催回数が必要（ただし、開催回数が多いから評価されるわけではない）。 |
| c. 作品数・作家数 | ➡ | ● 作品数・作家数は必要条件であるが、十分条件とはならない（作品数・作家数が多いから評価されるわけではない）。 |
| d. 外国人作家の数・割合 外国人作家の出身国数 | ➡ | ● 国際的な祭典と認められるために、外国人作家の割合が一定以上であることが求められる（出身国のバランスも重要）。 |
| e. アーティスティックディレクターの国籍 （有力なディレクターの参加） | ➡ | ● 世界的な祭典では“顔が見える”芸術の質に責任をもつ世界的に知名度・注目度の高いディレクターを置いている。この人選及びテーマ・作家の選定が芸術的な評価の源泉に。 |
| f. 初演の数（ワールド・ プレミア、アジア・プレミア等） | ➡ | ● 一定数の有名作家が出品（参加している）ことが注目の喚起には有効（ただし非常に話題性のある作家である必要）。映画・映劇等ではそれがプレミアであることが前提に。 |
| g. フリンジ企画の実施 | ➡ | ● 主たる祭典だけではなく、関連して行われるイベントやパーティー（関係者の社交の場として機能）などが人々の関心を惹き付け。 |
| h. 世界中の関係者の来場 | ➡ | |
| i. 実施会場（会場のユニークさ） | ➡ | ● 国・地域の歴史に紐付いた、ユニークな会場での展示・公演が差別化要素となり、注目度の向上の要素に（日本の地域型フェスティバルも会場のユニークさでは世界的にも秀でている）。 |
| j. 地域住民・青少年等の参加・協力 | ➡ | ● 地域住民・青少年等の認知、参加を促す仕組み（ボランティア等）を構築している。ただし、これには「明確な開催理念」があることが前提。 |
| k. 来場者数 | ➡ | ● 土地の魅力と相まって、多くの人々が来場。 |
| l. 予算規模 | ➡ | ● 予算規模は膨大。 |
| m. 実施体制 | ➡ | ● 中長期的な継続を前提とした法人（財団法人・株式会社等）を設立し、専門性・ノウハウが蓄積され、自律的な運営が行われている。 |

第1章 本事業の概要

第2章 各種公開情報に基づく調査・分析

第3章 各種有識者・採択団体ヒアリング調査

第4章 インバウンド拡大に係る採択団体の現状の調査・分析

第5章 インバウンド拡大に係る統計を基にした調査・分析

第6章 シンポジウムの開催

第7章 海外広報の実施

第8章 有識者検討委員会での検討

第9章 国際発信力向上・インバウンド拡大に係る方向性案の策定

本章の構成

■ 本章には以下の事柄を記載している。

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例

- 多言語化対応
- 訪日客等へのプロモーション
- インフルエンサーの招聘
- その他

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）

- インバウンドに係る現状
- インバウンド拡大に向けた取り組み

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）

- インバウンドに係る現状
- インバウンド拡大に向けた取り組み

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例：多言語化対応（1 / 2）

- 基本的にWebサイトや専用アプリ、配布物は多言語化対応がなされている。

Webサイトの対応言語

| 補助事業者名 | 事業名 | 対応言語 | | | | 備考 |
|--------------------------|---------------------|------|-----------|-----------|-----|------|
| | | 英語 | 中国語 繁体 | 中国語 簡体 | 韓国語 | |
| Reborn-Art Festival実行委員会 | Reborn-Art Festival | ● | ● | ● | ● | |
| 六本木アートナイト実行委員会 | 六本木アートナイト | ● | ● | ● | ● | |
| 上野文化の杜新構想実行委員会 | UENOYES | ● | | | | |
| 豊島区 | 東京芸術祭 | ● | | | | |
| 横浜市 | 横浜音祭り | ● | ● | ● | ● | |
| 十日町市 | 大地の芸術祭 | ● | | | | |
| アース・セレブレーション実行委員会 | アース・セレブレーション | ● | | | | |
| 静岡市 | ふじのくにとせかい演劇祭 | ● | | | | |
| 京都府 | ARTISTS' FAIR KYOTO | ● | | ● | | |
| 香川県 | 瀬戸内国際芸術祭 | ● | ● | ● | ● | |
| 北九州市 | 北九州ポップカルチャーフェスティバル | ● | ● | ● | ● | 自動翻訳 |

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例：多言語化対応（2 / 2）

- 一方で、実際に来訪した場合に、口頭のコミュニケーション上は、各事業のターゲットに沿った言語の対応ができる方を配置している傾向。
 - アジアを始めとした世界からの来訪者が比較的教養が高く英語を話せる割合が高いため、英語対応に注力。（アース・セレブレーション）
 - 「地域通訳案内士」を配備。
 - 海外からのボランティア参加が多く、結果的に多言語対応を行っている状況に。（瀬戸内国際芸術祭、大地の芸術祭）
 - インフォメーションセンターは基本的に英語対応はできるようにしており、場所によっては中国語対応も可。
- 外国語でのツアーを実施する事業も。
 - 2018年から英語でのレクチャーツアーを実施。（六本木アートナイト）

六本木アートナイトのレクチャーツアー（2019年）

🕒 5/25(土) 17:00～23:00、5/26(日) 10:00～16:00
※レクチャーは英語で行われ、毎時0分より開始。所要時間は、約20分。
それ以外の時間は、英語、中国語、韓国語のスタッフが常駐します。

📍 六本木ヒルズ ノースタワー1F(予定)

💰 無料
※事前申込み不要

[協力] Art Translators Collective(田村かのこ、山田カイル)

海外からの来場者等に向けた外国語ガイドレクチャーを開催! 出展作品の文化的背景や、街の歴史を織り交ぜながら、アートナイトをより楽しく巡るポイントを専門スタッフがレクチャーします。

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例：訪日客等へのプロモーション

■ DMOとの連携

- リボンアート・フェスティバル：石巻圏観光推進機構
 - リボンアート・フェスティバルのツアーの企画・販売は本機構が行っている。
 - サイクルツーリズム（ツールド東北）など外国人にとって関心があるプログラムを通じて外国人に訴求。
- 六本木アートナイト：DMO六本木
 - 東京ミッドタウン、森ビル、ザ・リッツ・カールトン東京、グランドハイアット東京、虎屋、乃木神社等が構成員。
 - DMO構成団体を通じた六本木アートナイトの広報（ホテルの客室でのチラシ配布、コンシェルジュからの情報提供等）を実施。
 - また、DMOから商業施設情報の提供を受け、六本木アートナイトのインフォメーション・センターなどで案内。
- アース・セレブレーション：一般社団法人佐渡観光交流機構
 - 機構では、古民家再生による民泊での活用など、インフラ整備などを行っている。

■ 日本在住のコミュニティに対するFacebookを通じた情報提供。（アース・セレブレーション）

- 国外市場の開拓を支援する会社（ジャーマン・インターナショナル社）を通じて、日本の駐在者の家族など特定のコミュニティに対して、アース・セレブレーションの情報を発信。

■ 石巻市の行う「訪日外国人にSIMカードを配布する事業」を通して周知。（リボンアート・フェスティバル）

SIMカード配布事業概要



サービス概要 Service overview

- ✓ スマホにつながる
- ✓ 情報につながる
- ✓ 石巻につながる

「ISHINOMAKI TRAVEL SIM」は、石巻市が提供する訪日外国人観光客向けの無料SIMカード（期間限定・枚数限定）です。2017年春にサービス提供を予定しています。

Ishinomaki City 石巻市

Free SIM Card

通信料無料で
特定期間ご利用可能

石巻市の観光スポットや
グルメ情報をお届け

さらに
石巻市内の提携店舗で
お得なサービスも

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例：インフルエンサーの招聘（1 / 2）

■ 事業を通じて海外のインフルエンサーとなる作家（ツイッターのフォロワー数が多い等）を招聘。
 （北九州市・海外マンガフェスタ、アジアMANGAサミット、北九州国際漫画祭等）

- 北九州市では、マスに対して広報を行うというよりは、ポップカルチャーファンに対する口コミでのリーチに配慮した事業を展開。
 - インフルエンサーに「東京コミコン」など北九州以外的大型イベントとあわせて来日してもらえるように、事業のスケジュールを意識。
- ※六本木アートナイトでも、世界的に知名度の高いアーティストを、「メインアーティスト」として起用している。

海外マンガフェスタチラシ

アジアMANGAサミットチラシ

2019 北九州海外マンガフェスタ
 Kitakyushu International Manga Fest

11.30 SAT Talk Show トークショー11:30-12:00
 トークショー12:00-12:15

12.1 SUN Talk Session トークセッション12:15-13:00
 Live Drawingライブデューイング13:00-14:00

世界のマンガクリエイターが大集結

11月30日(土) 12月1日(日) 10:00-18:00

会場：西日本総合展示場 新館 北九州海外マンガフェスタ・スタジオ102019年

www.kaikaimangafesta.com

ARTIST PROFILE

海外アーティストの紹介とプロフィールが掲載されたアーティスト Alley の写真。

The 18th International Comic Artist Conference
 アジアMANGAサミット北九州大会

11.30 (土)-12.1 (日)

会場：AIMビル2Fギャラリー（北九州市小倉北区浅野3-8-1）

The 18th International Comic Artist Conference アジアMANGAサミット北九州大会

「マンガは世界の共通語」を掲げ、1996年よりアジア地域の漫画家を中心に国際漫画家協会としてアジアMANGAサミットは始まりました。日本、韓国、香港、台湾、中国と23年間17回開催され、本年は北九州大会として第18回が開催されます。今年度はテーマを「アジアマンガ」にしてカンパレンス、共演賞、交流賞が行われます。また、期間中に各地の漫画家の作品展覧会が開催されます。一帯の漫画界に目を向けようとする意図が込められて357名による漫画家の展示会を開催この機会にご覧ください。

アジアMANGAサミット北九州大会作品展

展示会場：AIMビル2階ギャラリー 11月30日(土)10時-21時
 12月1日(日)10時-18時

同時開催

海外マンガフェスタエリア内にてマンガジャパンブース設置

九州コミティアエリア内にて6会場のスタッフを揃えてオリジナルグッズをもらおう！

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例：インフルエンサーの招聘（2 / 2）

■ そのほか、作家ではないインフルエンサーを招聘している事例も。基本的にはアジアからの招聘が多い。

● 台湾のコスプレイヤーを招聘（北九州市）

- 「今月開催の「北九州ポップカルチャーフェスティバル」控え、台湾の人気コスプレイヤーが北九州を訪れ、PR活動をしている。訪れているのは「フェイスブックのフォロワーが65万人」という「NENEKO（ネネコ）」さんで、コスプレのキャリアは約10年以上、日本のコミケにも頻繁に出演しているという。市産業経済局MICE（マイルス）推進課が「親日家の多い台湾でイベントをPRし、誘客につなげたい。スターフライヤー直行便の存在や、『日本新三大夜景都市』のイメージを広めたい」と、代理店を通じてネネコさんにオファーした。」

（小倉経済新聞Web版2019/11/9）

● 中国のインフルエンサーを招聘（瀬戸内国際芸術祭）

- 「中国で人気のSNS「微博（ウェイボー）」で、100万人以上のフォロワーを抱える3人のインフルエンサーが、高松港を訪れました。」「中国人観光客の誘致を図ろうと、香川県と県の観光協会が招いたものです。」「3人は8日から4泊5日の日程で香川県を訪れていて、10日と11日は小豆島や女木島・男木島のアート作品などを見て回ります。」（瀬戸内海放送2019/7/11）

● 様々なインフルエンサーを招聘（六本木アートナイト）

- 2018年は中国（オンラインメディアのライター）、韓国（グラフィック・アーティスト）、台湾（ファッションに係るインフルエンサー）から1名ずつ招聘。インフルエンサーの招聘は2017年より実施。

※上記以外でも、アース・セレブレーション（佐渡市が実施）、大地の芸術祭（JETROと連携して実施）などでも招聘を行っている

①採択団体のインバウンド拡大に係る取り組み事例：その他

■ 同じターゲットを狙う国内の他都市との連携。（北九州市）

- 北九州市では、2019年にアニメツーリズム首長サミットを開催。
- 岩手県、鳥取県、横手市、飛騨市などのマンガ・アニメによる観光に力を入れている自治体との連携を深めている。

アニメツーリズム首長サミットチラシ

アニメツーリズム首長サミット in 北九州

アニメツーリズム 首長サミット in 北九州

ANIME TOURISM SUMMIT
in 北九州

日本政府が推進する「観光立国」及び「クールジャパン戦略」の中で、「アニメツーリズム」はその機会をつくり、クールジャパンの資源になりうることから、作品との協業を積極的に取り組みアニメの舞台となった先進的領域（地方自治体）の代表、作品の作り手であるアニメ制作会社のプロデューサーをお招きして「アニメツーリズム」の現状や今後の展望など、交流人口の拡大に向けて、「アニメツーリズム」の可能性を検証していく新しいプロジェクトです。

2019 **12.1** (日) **9:00-11:30** 入館・観覧無料
北九州国際会議場 メインホール・西日本総合展示場 新館

session 2 GOVERNORS & MAYORS SUMMIT

知事、市長による 首長サミットを開催!

アニメツーリズムによる交流人口の拡大に向けて

◎ 9:50 - ◎ 北九州国際会議場 メインホール

| | | | | |
|---------------|--------------|---------------|----------------|----------------|
| | | | | |
| 福岡知事 運増 拓也 | 横手市長 高橋 大 | 飛騨市長 藤竹 淳也 | 岩手県知事 平井 伸治 | 北九州市長 北俣 健治 |

一般社団法人アニメツーリズム協会
〒802-0072 東京都千代田区新大塚 1-12-21
TEL: 03-6861-1111 | animeturisummit.com

事務局は2019年12月1日の開催日です。お問い合わせは事務局まで。TEL: 093-881-1111

IN KITAKYUSHU

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンドに係る現状（1 / 2）

➡来場者アンケートでは約24%が国外からの来訪者。なかでも台湾が最も多い。

■ アンケートも4言語（日・英・中・韓）で作成。

来場者の属性 ※来場者アンケートより

来場者居住地

| 居住地 | 回答数 | 割合（前回割合） |
|-------|-------|-----------------|
| 香川県 | 1,913 | 28.1% (30.9%) |
| 岡山県 | 718 | 10.5% (9.8%) |
| その他国内 | 2,578 | 37.8% (45.9%) |
| 国外 | 1,606 | 23.6% (13.4%) |
| 合計 | 6,815 | 100.0% (100.0%) |

国外来場者居住地

| 順位 | 国／地域名 | 回答数 | 割合（前回順位） |
|----|---------|-------|-----------|
| 1 | 台湾 | 561 | 34.9% (1) |
| 2 | 中国 | 428 | 26.7% (3) |
| 3 | 香港 | 177 | 11.0% (2) |
| 4 | オーストラリア | 75 | 4.7% (6) |
| 5 | アメリカ合衆国 | 65 | 4.0% (5) |
| 6 | 韓国 | 45 | 2.8% (8) |
| 7 | フランス | 36 | 2.2% (4) |
| 8 | カナダ | 27 | 1.7% (12) |
| 9 | イギリス | 19 | 1.2% (7) |
| 10 | シンガポール | 16 | 1.0% (15) |
| — | その他 | 157 | 9.8% (—) |
| 合計 | | 1,606 | 100.0% |

出所) 瀬戸内国際芸術祭2019報告書

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンドに係る現状（2 / 2） ➡ニューヨーク・タイムズなどの有力紙をはじめ国外メディアでも各種取り上げ。

国外メディアでの掲載・放映実績（主なもの）

新聞・雑誌・テレビ

- ・「東京建築女子」12月掲載（22P）【中国】
- ・「u magazine 周刊TRAVEL」2月掲載（2P）【香港】
- ・「THE TIMES」2月掲載（1P）【英国】
- ・「Reise und Preise」7月掲載（5P）【独国】
- ・「Metro」9月掲載（2P）【英国】
- ・「MUZIK」9月掲載（15P）【台湾】
- ・「Paris Match」10月掲載（5P）【仏国】
- ・NHK国際放送局「NHK WORLD Direct Talk」
9/17放送（15分）【海外160カ国】

ウェブサイト

- ・「Fodor's Travel」11/12、2/4、7/15掲載【米国】
- ・「ARCHITECTURAL DIGEST」11/12、4/26掲載【米国】
- ・「The Guardian」11/16、1/5、1/19掲載【英国】
- ・「Condé Nast Traveler」12/4、2/28掲載【米国】
- ・「National Geographic Traveller」12/4掲載【英国】
- ・「Forbes」12/24、7/9掲載【米国】
- ・「The New York Times」1/9、11/12掲載【米国】
- ・「Telegraph」4/25掲載【英国】
- ・「USA TODAY」8/26掲載【米国】
- ・「VOGUE」8/30掲載【米国】

開幕前から、米紙ニューヨークタイムズや英誌National Geographic Travellerなど欧米メディア※のオンラインサイトなどで、2019年の旅行目的の一つとして瀬戸内国際芸術祭2019が取り上げられた。また、世界1位のシェアを誇る旅行ガイドブックLonely Planetのウェブサイトで2019年7月に発表された「BEST IN ASIA PACIFIC」において、直島などの島々を巡る瀬戸内国際芸術祭の開催などを理由に、四国が日本で唯一、2位に選ばれた。

※欧米メディアに対しては、せとうちDMOがPR活動を行っている。

世界大手の旅行予約サイト ブッキングドットコム（オランダ）が2019年10月に発表した「2020年に訪れるべき目的地10選」で、高松市が国内の都市で唯一選ばれた。また、世界中で利用されている旅行比較サイト スカイスキャナー（イギリス）が同年12月に発表した「アジア太平洋地域の2020年の旅行トレンド」では、注目すべき新興目的地のTOP10に、日本で唯一、高松市が選ばれた。

出所）瀬戸内国際芸術祭2019報告書

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（1 / 6） ➡個人のボランティア（こえび隊）では約18%が海外からの参加者。現地で説明会も実施。

こえび隊

2018年秋から始まった作品制作、企画発表会の運営補助、会期中の作品受付やイベント運営補助、閉幕後の作品撤去に、延べ7,165人（実数 1,324人）が参加した。

1,324人のうち、約18%は国外からの参加者であった。中国や台湾をはじめとしたアジアの国と地域からの参加者が全体の約1割にのぼった。

作品受付に参加した「こえび隊」のうち、約35.6%は国外からの参加者で、参加者の出身国／地域は、中国、香港、台湾、タイ、マレーシア、シンガポール、カナダ、イタリア、スペイン、フランス、ドイツ等であった。

遠方からの参加者が、宿泊しながら長期にわたり活動することができるよう、高松市内に「こえび寮」を開設した。2019年3月から11月までの9カ月間で、延べ4,122人が利用し、そのうち約54%（2,227人）が国外在住者であった。

芸術祭の趣旨やこえび隊の活動内容について説明し、新たな参加者を募る「こえびミーティング」を15回行った（台湾1回、香川県以外の国内4回、香川県10回）。

出所）瀬戸内国際芸術祭2019報告書

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（2 / 6） ➡通常のツアーとあわせて、カスタマイズツアーを実施。後者の方が海外からの参加割合が高い。

1 | オフィシャルツアー

■ チャーター船、チャーターバスを利用し、芸術祭の新規作品を中心に作品を鑑賞する7コースを準備した。

参加者数

| 会 期 | ツアー本数 | 定 員 | 参加者数 | 参加率 |
|-----|-------|--------|--------|-----|
| 春会期 | 43本 | 1,662人 | 1,468人 | 88% |
| 夏会期 | 32本 | 1,192人 | 1,116人 | 94% |
| 秋会期 | 54本 | 2,040人 | 1,913人 | 94% |
| 合 計 | 129本 | 4,894人 | 4,497人 | 92% |

※台風や海上の天候不良のため、春会期は1本、夏会期は6本、秋会期は9本のツアーが催行中止となった。

■ ツアー参加者へのアンケート調査の概要

- ・香川県・岡山県からの参加者は40%、国外からの参加者は14%であった。
- ・瀬戸内国際芸術祭に初めて来場したのは、国内の参加者は40.6%、国外からの参加者は80.6%であった。
- ・オフィシャルツアー全体の評価として、国内の参加者は96%、国外からの参加者は95%が「満足」「やや満足」と評価している。

2 | カスタマイズツアー

特定非営利活動法人瀬戸内こえびネットワークが主体となり、旅行者の希望に応じた旅の企画、手配、ガイドを行うカスタマイズツアーを138回実施し、延べ3,084人が参加した。国外からの参加者は30%、ツアーの参加目的は、観光が58%、視察・研修が37%であった。

出所) 瀬戸内国際芸術祭2019報告書

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（3 / 6）

➡国外でも企画発表会、プロモーションを実施。

| 1 企画発表 | | | |
|-------------|-----------------|--------------------------|------|
| 開催日 | 会場 | 名称／内容(主な内容) | 来場者数 |
| 2018年12月18日 | CHAOホテル日光会堂(北京) | 中国発表会／企画概要発表(作品、中国人作家紹介) | 100 |

| 2 プロモーション | | |
|-----------------|-------------------------------|-------------------------------|
| 開催日 | 会場 | 名称等 |
| 2017年8月10日 | 北京 日本大使館 | 日本大使館アートイベント |
| 2018年6月27日-28日 | 北京 朝陽区 CRAVINGS | 瀬戸内アートイベント |
| 2018年8月25日-26日 | 香港 セントラル・ハーバーフロント・イベントスペース | 賞想文創節 |
| 2018年11月11日 | 上海 環貿IAPM THE CUT Roof top | 瀬戸内アートイベント |
| 2018年11月13日 | 台湾 台中市 集思台大会議センター | 台湾・香港観光キャンペーン2019瀬戸内国際芸術祭セミナー |
| 2018年11月14日 | 香港 香港浸会大学 | 台湾・香港観光キャンペーン2019瀬戸内国際芸術祭セミナー |
| 2019年4月18日-21日 | 上海 上海展覽中心 | WTF2019(上海世界旅行博覧会2019) |
| 2019年5月24日-28日 | 台湾 高雄市 高雄展覽館 | KTF2019(高雄市旅行公会国際旅展2019) |
| 2019年5月31日-6月3日 | 台湾 台中市 大台中国際会議センター | ATTA2019(台中国際旅行展示会2019) |
| 2019年6月13日-16日 | 香港 香港コンベンション&エキシビジョンセンター | ITE2019(香港国際旅行展示会2019) |
| 2019年7月17日-23日 | 香港 香港コンベンション&エキシビジョンセンター | BookFair2019 |
| 2019年7月25日-27日 | 台湾 台北市 台北世界中心展覽一館A区 | 台湾美食展 |

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（4 / 6） ➡ウェブサイトは5言語で発信。海外からのアクセスが約2割。

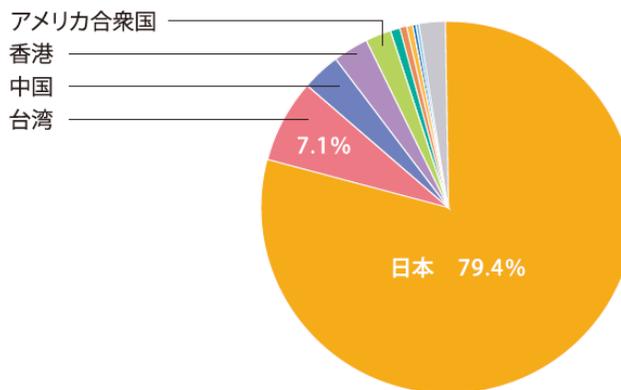
オウンドメディア(ウェブメディア)

公式ウェブサイト

公式ウェブサイト(setouchi-artfest.jp)は、2018年11月7日の企画発表会にあわせてリニューアルを行い、瀬戸内国際芸術祭2019に関する情報の集約拠点として、5言語(日・英・中(簡体字・繁体字)・韓)で発信した。

■ 79.4%は国内からアクセスしたユーザーで、残りの20.6%(356,520件)が国外のユーザーであった。

| 順位 | 国名 | ユーザー | 割合 |
|----|---------|-----------|--------|
| 1 | 日本 | 1,473,913 | 79.44% |
| 2 | 台湾 | 131,945 | 7.11% |
| 3 | 中国 | 62,998 | 3.40% |
| 4 | 香港 | 53,566 | 2.89% |
| 5 | アメリカ合衆国 | 44,682 | 2.41% |
| 6 | シンガポール | 11,478 | 0.62% |
| 7 | 韓国 | 11,465 | 0.62% |
| 8 | オーストラリア | 9,945 | 0.54% |
| 9 | イギリス | 7,985 | 0.43% |
| 10 | フランス | 5,201 | 0.28% |



出所) 瀬戸内国際芸術祭2019報告書

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（5 / 6）

➡視察もかなりの件数を受け入れ。

視察申込み数

(件)

| 区 分 | | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 合 計 |
|-----|--------|--------|--------|--------|-----|
| 国 内 | 行政機関等※ | 5 | 10 | 20 | 35 |
| | その他 | 4 | 1 | 9 | 14 |
| 国 外 | 行政機関等※ | 3 | 4 | 23 | 30 |
| | その他 | 4 | 2 | 7 | 13 |
| 合 計 | | 16 | 17 | 59 | 92 |

視察内容

レクチャー

(件)

| 区 分 | | 2017年度 | 2018年度 | 2019年度 | 合 計 |
|-----|--------|--------|--------|--------|-----|
| 国 外 | 行政機関等※ | 1 | 3 | 14 | 18 |
| | その他 | 1 | 2 | 4 | 7 |

現地視察（瀬戸内国際芸術祭実行委員会事務局員が視察者に随行したもの）

(件)

| | | | | | |
|-----|--------|---|---|----|----|
| 国 外 | 行政機関等※ | 2 | 1 | 11 | 14 |
| | その他 | 3 | - | 5 | 8 |

出所）瀬戸内国際芸術祭2019報告書

②インバウンド先進事例（瀬戸内国際芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（6 / 6） その他の取り組み

- 「平成30年11月5日～6日にアメリカの旅行ブロガーを1組、平成31年3月7日～10日、中国の旅行ブロガー3組を招聘し、瀬戸内のアート作品などを紹介するFAMツアーを実施。」 ※実績報告書より

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンドに係る現状（1 / 3）

➡来訪者の約13.3%が海外からと推計。

- 「総合案内所やインフォメーションセンターの来訪者割合から算出すると海外からの来訪者は全体のおよそ13.3%となり、前回の約5%から大幅に増加した。また、資料編にある来訪者アンケートを見ると、海外からの来訪者の割合が8.7であり、前回の1.8を大きく上回った。中国で開催した企画発表会や香港国際空港でのPRをはじめ、海外メディアや旅行会社の招へい事業など、過去3年間で継続してきたインバウンド事業により、大地の芸術祭の認知度が向上したものと考えられる。」 ※成果報告書より

来場者の属性 ※来場者アンケートより

■地域

| 県内 | 北海道 | 東北 | 北陸 | 関東 | 中部 | 近畿 | 中国 | 四国 | 九州・ 沖縄 | 海外 | 不明 |
|-------|------|------|------|-------|------|------|------|------|-----------|------|------|
| 28.9% | 0.2% | 3.2% | 3.1% | 39.1% | 5.8% | 5.1% | 0.5% | 0.6% | 0.9% | 8.7% | 5.9% |

ホームページアクセス数

■大地の芸術祭の里ホームページ 2018年1月から9月までのログ情報（海外訪問数）

| | 2015年 | 2018年 |
|-------------------|----------------|------------------|
| 海外訪問数 (セッション数) | 65,575 (全体の6%) | 151,638 (全体の10%) |

出所) 大地の芸術祭2018報告書

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンドに係る現状（2 / 3）

➡会期中には台湾を始め多くの海外ボランティアが協力。会期中は約半数に。

- 「海外からこへび隊として参加する外国人が大きく増加し、会期中はサポーターの半数近くが外国人だった。外国人観光客の増加に対して、外国人のこへび隊が英語や中国語で対応する光景も多く見られた。」※成果報告書より
- 「圏外からのサポーター「こへび隊」は延べ活動人数で3,010人、うち海外1,561名となった。前回に比較して海外サポーターの増加は顕著であり、台湾を中心とした若者延べ200名が当地に滞在し、大地の芸術祭の運営に携わった。」※実績報告書より

■こへび隊全体の登録人数及び延べ活動人数 (2018年10月末現在)

| 登録人数 | 延べ活動人数 | | |
|--------|---------------|---------------|----------------|
| | 2016年 (2013年) | 2017年 (2014年) | 2018年 (2015年) |
| 2,742名 | 827名 (1,685名) | 736名 (1,195名) | 3010名 (3,424名) |

※2018年の3,010名のうち芸術祭会期中の延べ活動人数は2,355名

■こへび隊のうち外国人の実働・延べ活動人数 (2018年10月末現在)

| 活動時期 | 実働人数 | 延べ活動人数 |
|-----------------|------|--------|
| 会期前 (6/15～7/28) | 78名 | 536名 |
| 会期中 (7/29～9/17) | 120名 | 1,025名 |

※会期前内訳：台湾19名、香港22名、中国15名、オーストラリア14名、ドイツ1名、ニュージーランド1名、イギリス1名、フランス1名、不明4名

※会期中内訳：台湾68名、香港23名、中国16名、ドイツ1名、スペイン1名、カナダ1名、アメリカ1名、シンガポール：1名、不明：8名

出所) 大地の芸術祭2018報告書

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンドに係る現状（3 / 3）

➡中国をはじめとした海外メディアが積極的に取り上げ。

- 「海外メディアへの掲載・報道が前回に比べて4倍以上増え、世界各地に越後妻有の情報を発信することができた。特に中国、台湾、香港など東アジアのメディアに多く取り上げられた。世界各国が抱える都市と農村の格差や過疎高齢化などの課題と向き合ってきた地域芸術祭の先進事例として、世界的な関心の高まりを感じられた。」 ※成果報告書より
- 台湾の国民的絵本作家のジミー・リャオ氏が2015年に展示を行ったことから（2018年にも作品追加）、台湾からの取り上げ、訪問が増加。

■海外メディアへの掲載・報道数（2018年4月～11月末）

| 国・地域名 | Web | 雑誌 | 新聞 | テレビ | その他 | 合計 |
|---------|-----|----|----|-----|-----|-----|
| 中国 | 269 | 32 | 6 | | 1 | 308 |
| 香港 | 29 | 11 | 3 | 1 | 5 | 49 |
| 台湾 | 26 | 4 | | | | 30 |
| フランス | 2 | 3 | | | | 5 |
| タイ | | 1 | | 2 | | 3 |
| フィンランド | | 2 | | | | 2 |
| オーストラリア | 1 | | 1 | | | 2 |
| 韓国 | 1 | | 1 | | | 2 |
| イギリス | 2 | | | | | 2 |
| ドイツ | | 1 | | | | 1 |
| アメリカ | 1 | | | | | 1 |
| マレーシア | | 1 | | | | 1 |
| オランダ | 1 | | | | | 1 |
| ロシア | | 1 | | | | 1 |
| その他広域 | 10 | | | | | 10 |
| 合計 | 342 | 56 | 11 | 3 | 6 | 418 |

出所) 大地の芸術祭2018報告書

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（1 / 5） ➡4言語対応のスマートフォン・アプリを開発。

- 「2015年からスマートフォン（iPhone、Android）のアプリを活用したシステム「十日町ナビ」の運用を開始し、今回展でも作品情報を更新し運用した。さらに今回は、オーディオガイドアプリ「onthetrip」（有料）で主要作品の詳細な説明と位置情報を、多言語で展開した。」
- 「onthetrip」により、これまで求められてきた作品の理解をより深めるガイドツールができた。また、多言語展開により外国人観光客への対応強化にも繋がった。」※上記、成果報告書より

■運用実績（7月29～9月17日）

| | 分析項目 | カウント数合計（括弧内前回展） |
|-------------|--------------|--|
| 十日町ナビ | インストール数（※1） | iOS 1,661件（2,667件） |
| | | Android 1,933件（1,187件） |
| | ユーザー数（※2） | iOS 5,857件（2,869件） Android 2,149件（1,041件） |
| | スクリーンビュー（※3） | iOS 623,926回（142,002回） Android 134,523回（38,448回） |
| on the trip | 購入数（※4） | iOS（日本語）565件 iOS（英語）96件 iOS（簡体語）76件 iOS（繁体語）76件 |
| | | Android（日本語）48件 Android（英語）2件 Android（簡体語）4件 Android（繁体語）3件 |

出所）大地の芸術祭2018報告書

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（2 / 5） ➡県の関連部署と積極的に連携。

■「新潟県産業労働観光部観光局観光企画課を中心に、広く県庁内の各部局と連携し、様々な支援を受けた。」※成果報告書より

- 国際課（知事政策局）：
 - 国際交流員（アメリカ、中国、韓国、ロシア、ベトナム）5名による大地の芸術祭視察とFacebookによる情報発信
- 商業・地場産業振興課（県民生活・環境部）：
 - 会期中に来圏した外国人を主な対象とした、県産品の試用体験や販売（会場：道の駅クロステン十日町）
- 国際観光推進課（県民生活・環境部）：
 - 海外エージェント、メディア招聘の視察先として大地の芸術祭を設定
- 空港課（交通政策局）：
 - 台湾地下鉄での広告掲出
 - 新潟空港旅客ターミナル2階でのPR展示スペースの設置調整
 - 新潟空港内ショップでのフェア実施調整
- 高等学校教育課（教育庁）：
 - 十日町高校の学生アシスタントによる外国人向けインフォメーションの実施支援

出所）大地の芸術祭2018報告書を元に作成

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（3 / 5） ➡国外でのプロモーションを精力的に実施。開催年だけではなく定常的に行っている。

- 「JNTOや新潟県観光局、中国の民間企業HUBARTPRODUCTIONや香港政府の協力により、主に東アジアを中心とした海外メディアやエージェントに対し、積極的なプロモーションを行った。また、平成29年度から湯沢町と連携し、合同で海外メディアやエージェントの招聘ツアー、PRイベントや現地セールスを実施した。」
- 「さらに、ガイドブックの繁体字版が台湾の遠流出版から、北川ディレクターの著書『美術は地域をひらく大地の芸術祭10の思想』の韓国語版（韓国国土研究院）が、繁体字版（遠流出版）、簡体字版（清華大学出版社）、英語版PrincetonArchitecturalPressに続き刊行され、韓国の建築家・ランドスケープアーキテクト等による『芸術が農村に行った理由はデザイナー9人の視線』（ミセウム）も出版された。」※上記、成果報告書より
- 「中国で開催した企画発表会には、37社・約50人のメディアを含む130人の参加を得たほか、記者会見での5つの報道機関からのインタビューが実施された。会場のライブウェブキャストにより8,768人がオンラインで視聴し、中国での大地の芸術祭アプリには1,280人が登録された。記者会見後には、中国国内40件のメディアに掲載された。」
- 「香港国際空港では、新設された「香港ハウス」の周知を中心とした、大規模なPRがなされた。」※上記、実績報告書より

参考) 2018年度の活動

- ・海外アート系大手サイト「UniverseinUniverse」広告出稿（2018/4・6・8月に出稿、18,200件配信）
- ・中国プレス記者発表会（主催：HUBARTPRODUCTION）（2018/5/8、中国・北京CHAOホテル、プレス・美術関係者約130人参加）
- ・海外メディア招聘ツアー（主催：株式会社アートフロントギャラリー）（2018/5/18-19、越後妻有、中国・台湾・日本計15メディア）
- ・海外アートイベントを広範囲へ発信する大手サイト「e-Flux」広告出稿（2018/5/22に出稿、9万件配信）
- ・「台湾プロモーション現地セールスコール」（主催：新潟県）（2018/6/21、台湾・台北）
- ・「十日町市観光PR物産展」（主催：十日町市）（2018/6/21-24、台湾・台北・微風広場）
- ・「日本の観光・物産博2018」（主催：湯沢町・十日町市）（2018/6/22-24、台湾・台北市・台北駅）
- ・「大地の芸術祭説明会in台北」（主催：十日町市）（2018/6/25、台湾・台北・CeaserParkHotel）
- ・「香港ミュージアムフェスティバル」展示、北川フラム講演会（主催：香港特別行政区政府康樂及文化事務處）（2018/6/30、香港・香港科学博物館、参加292人（申込849人））
- ・香港国際空港内展示（主催：香港特別行政区政府康樂及文化事務處）（2018/7/26-9/7、香港・香港国際空港）
- ・中国プレスツアー（主催：HUBARTPRODUCTION）（2018/7/20-24、10メディア、新潟県十日町市・津南町）
- ・「大地の芸術祭越後妻有アートのトリエンナーレ2018オープニングツアー」（主催：大地の芸術祭実行委員会）（2018/7/27-29で日帰り、1、2泊の3コース実施、新潟県十日町市・津南町）

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（4 / 5） ※前頁の続き

参考) 2016・2017年度の活動

- ・「CountryofDreams:ArtFestivalasSocialChange」基調講演(主催：JapanSociety) (2016/4/26、アメリカ・ニューヨーク、ビデオ出演)
- ・「ビジット・ジャパン台湾訪日教育旅行現地説明会」(主催：JNTO) (2016/6/14、台湾・台北市／台中市／高雄市)
- ・「VisitJapanEastAsiaTravelMart2016」(主催：JNTO) (2016/6/22、仙台国際センター)
- ・「新潟県観光プロモーション(韓国)」(主催：新潟県) (2016/8/31－9/2、韓国・ソウル)
- ・「湯沢町十日町合同香港&台湾セールスクール」(主催：湯沢町) (2016/11/15－18、香港／台北)
- ・「VisitJapanFITTravelFairWinter2016」(主催：JNTO) (2016/11/4－11/6、タイ・バンコク)
- ・「VJ日本旅遊商談会・台中国際旅行展覧会ATTA、台湾旅行会社訪問」(JNTO・新潟県)
(2017/6/7－11、台湾・台中・大台中国際会議展示場)
- ・「香港国際旅行展示会2017及び現地旅行会社訪問セールス」(主催：JNTO・新潟県) (2017/6/14－16、香港)
- ・「VisitJapanEastAsiaTravelMart2017」(主催：JNTO) (2017/6/26－29、熊本県・グランメッセ熊本)
- ・「韓国新潟県観光説明会・商談会」(主催：新潟県) (2017/9/3－5、韓国・ソウル・ロッテホテルソウル)
- ・「中国・広州国際旅遊産業博覧会2017及び上海・南京セールスクール」(主催：CITIE2017事務局・湯沢町)
(2017/9/7－11、中国・広州／上海／南京)
- ・「VisitJapanTravel&MICEマート2017」(主催：JNTO) (2017/9/21－23、東京ビッグサイト)
- ・「VisitJapanF.I.TTravelFair2017」(主催：JNTO) (2017/9/22－9/23、タイ・バンコク・サイアム・パラゴン)
- ・「台北国際旅行展2017及びセールスクール」(主催：JNTO) (2017/10/26－30、台湾・台北・台北世界貿易センター)
- ・「ハルビンエージェント商談会」(主催：新潟県)
(2017/11/10、新潟市・万代シルバーホテル)
- ・「VJ日本旅遊商談会・台中国際旅行展覧会ATTA、台湾旅行会社訪問」(JNTO・新潟県) (2017/6/7－11、台湾・台中・大台中国際会議展示場)
- ・「香港国際旅行展示会2017及び現地旅行会社訪問セールス」(主催：JNTO・新潟県) (2017/6/14－16、香港)
- ・「VisitJapanEastAsiaTravelMart2017」(主催：JNTO) (2017/6/26－29、熊本県・グランメッセ熊本)
- ・「韓国新潟県観光説明会・商談会」(主催：新潟県) (2017/9/3－5、韓国・ソウル・ロッテホテルソウル)
- ・「中国・広州国際旅遊産業博覧会2017及び上海・南京セールスクール」(主催：CITIE2017事務局・湯沢町)
(2017/9/7－11、中国・広州／上海／南京)
- ・「VisitJapanTravel&MICEマート2017」(主催：JNTO) (2017/9/21－23、東京ビッグサイト)
- ・「VisitJapanF.I.TTravelFair2017」(主催：JNTO) (2017/9/22－9/23、タイ・バンコク・サイアム・パラゴン)
- ・「台北国際旅行展2017及びセールスクール」(主催：JNTO) (2017/10/26－30、台湾・台北・台北世界貿易センター)
- ・「ハルビンエージェント商談会」(主催：新潟県) (2017/11/10、新潟市・万代シルバーホテル)

③インバウンド先進事例（大地の芸術祭）：インバウンド拡大に向けた取り組み（5 / 5） その他の取り組み

- 「看板類で表示した文字は日本語とともに全てに英語表記を行った。駐車場から作品までの道のりがわかりづらい場所は注意書きを英語表記することにより、海外からのお客様にも記載内容を理解してもらえるように対応した。」
- 「海外からのオフィシャルツアー誘客に対する取り組みとして、Facebookによる予約受付を行い、およそ13%の海外旅行者が利用した。」
※上記、成果報告書より
- 「英語版ガイドブックを1,500部制作して頒布したほか、中国語版ガイドブックの監修を行い、海外からの来訪者の旅を支援した。」 ※実績報告書より

第1章 本事業の概要

第2章 各種公開情報に基づく調査・分析

第3章 各種有識者・採択団体ヒアリング調査

第4章 インバウンド拡大に係る採択団体の現状の調査・分析

第5章 インバウンド拡大に係る統計を基にした調査・分析

第6章 シンポジウムの開催

第7章 海外広報の実施

第8章 有識者検討委員会での検討

第9章 国際発信力向上・インバウンド拡大に係る方向性案の策定

本章の構成

■ 本章には以下の事柄を記載している。

①調査の概要

②訪日外国人の全体像に係る分析

- 国・地域別訪日外国人数（2019年）
- 入国空港・海港別の割合
- 東京・大阪以外の空港からの入国の割合
- 【参考】空港別の入国の割合（国・地域別詳細）

③文化芸術の観点に係る分析

- 訪日への期待（複数回答）
- 国・地域別美術館・博物館等を期待している割合
- 訪日への期待（単一回答）
- 次回したいこと
- 「訪日前に期待していたこと」と「次回したいこと」の差分
- 出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの
- 【参考】出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（国・地域別詳細）

① 調査の概要

- 本調査・分析は、「国際文化芸術拠点形成事業の採択団体」や「その他の文化芸術フェスティバルの関連団体」に対して、インバウンド拡大に係るファクトを提供することを目的として、大きく「訪日外国人の全体像に係る分析」と「文化芸術の観点に係る分析」に分けて掲載している。

- 本調査・分析は観光庁が行う「訪日外国人消費動向調査」を基に行っている。
 - 本調査は、「トランジット、乗員、1年以上の滞在者等を除く日本を出国する訪日外国人旅行者」を対象に25空海港※において行われている。
 - ※新千歳空港、函館空港、青森空港、仙台空港、茨城空港、東京国際空港（羽田空港）、成田国際空港、富山空港、小松空港、富士山静岡空港、中部国際空港、関西国際空港、岡山空港、広島空港、米子空港、高松空港、福岡空港、佐賀空港、宮崎空港、鹿児島空港、那覇空港、境港、関門（下関）港、博多港、厳原港
 - 空海港の出国ロビーにいる訪日外国人に調査員が協力を求め、タブレット端末又は紙調査票を示しつつ、聞き取る方式（他計方式）により行っている。

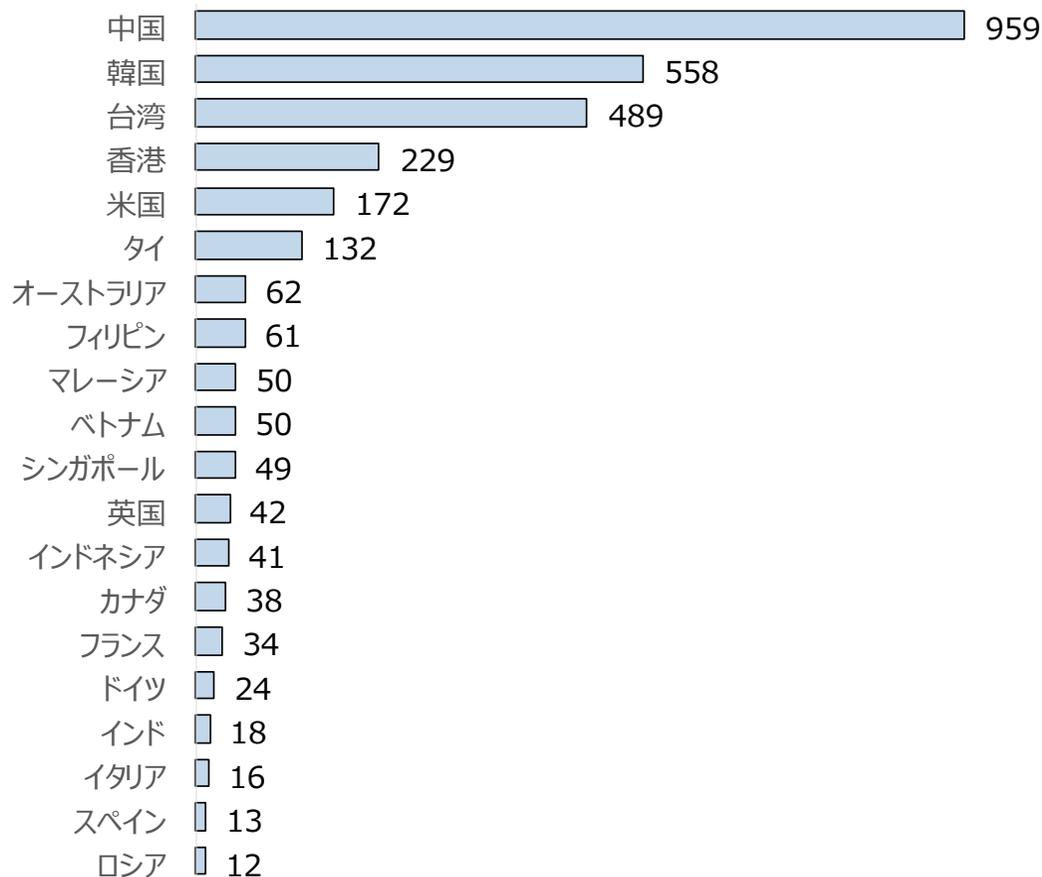
- 本調査・分析では「訪日外国人消費動向調査」の2019年の通年データを活用した。

- 「文化芸術の観点に係る分析」については、そもそも、我が国においてこれまで文化とインバウンドの両方をテーマとした統計・調査がほとんど行われてきておらず、最も大規模な調査である「訪日外国人消費動向調査」を基に、文化芸術に係る項目のみ抜粋して整理・掲載している。

②訪日外国人の全体像に係る分析：国・地域別訪日外国人数（2019年）

➡中国・韓国・台湾からの訪問がボリューム的には圧倒的。

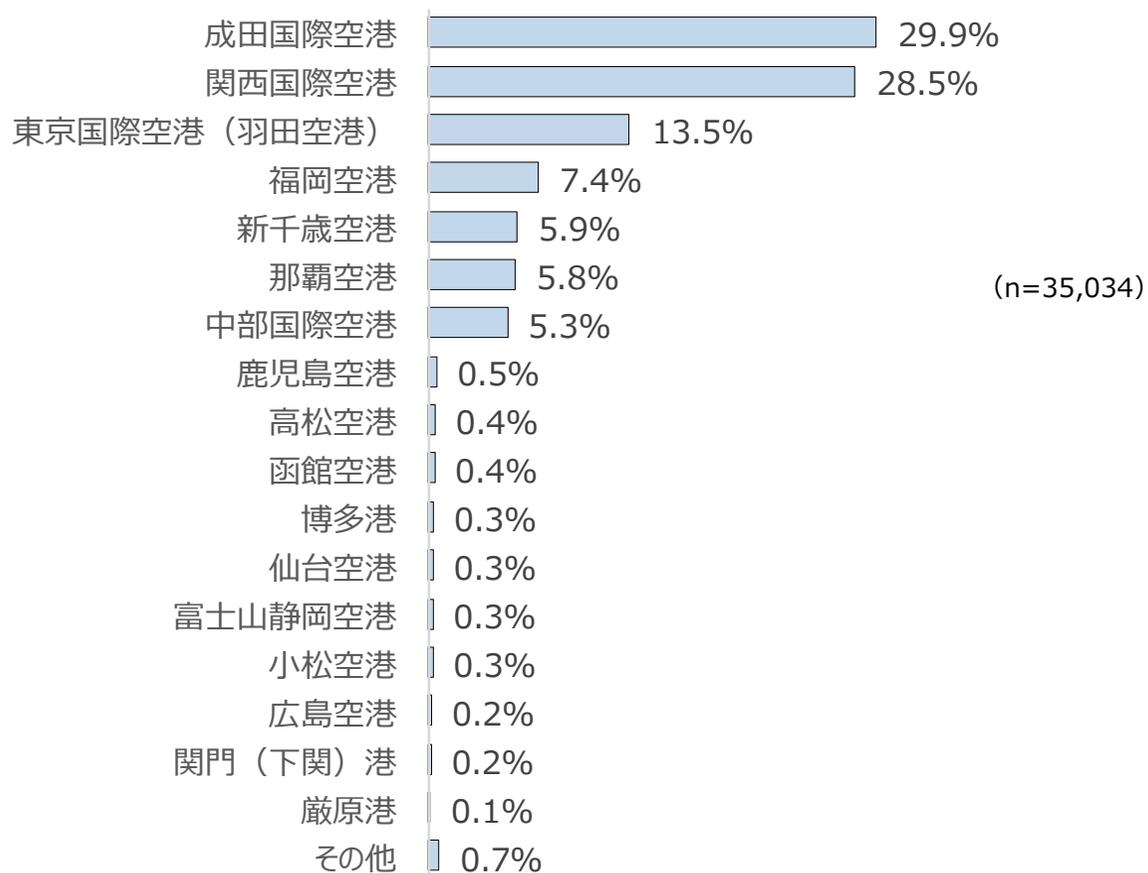
国・地域別訪日外国人数（2019年、単位：万人）



②訪日外国人の全体像に係る分析：入国空港・海港別の割合

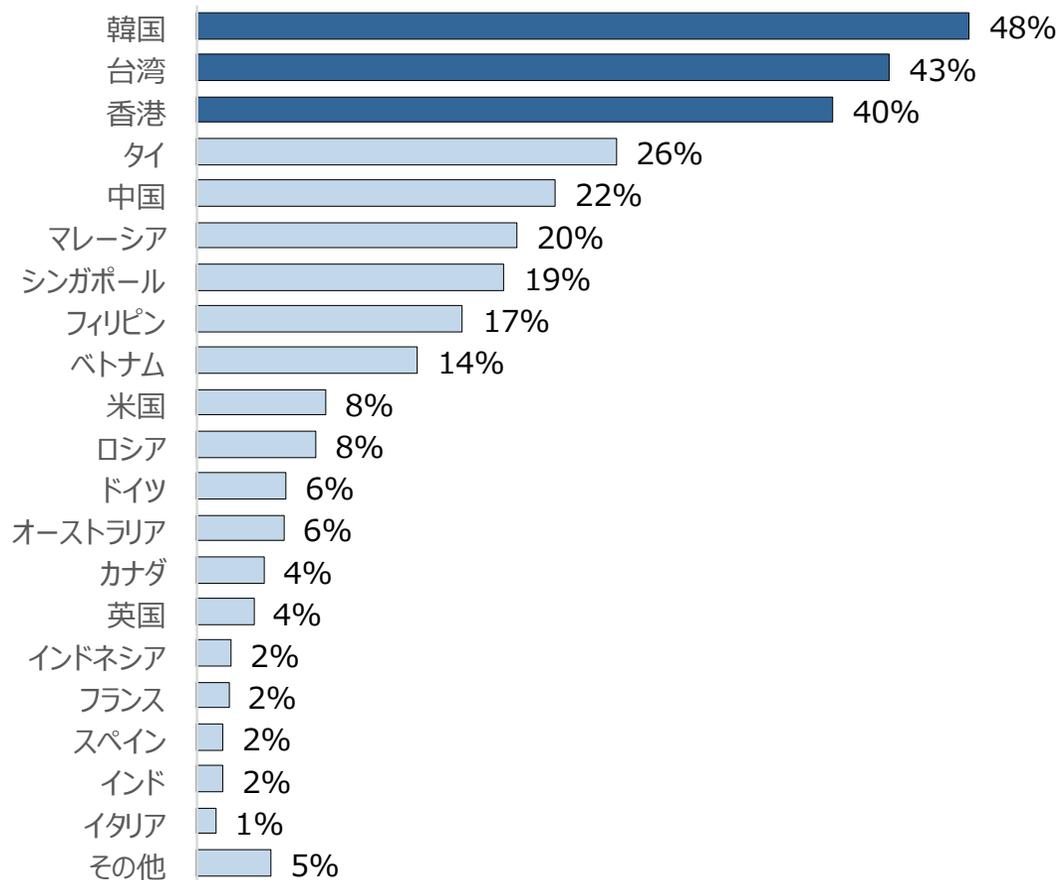
➡東京・大阪以外の空港からの入国は約28%。

入国空港・海港別の割合



②訪日外国人の全体像に係る分析：東京・大阪以外の空港からの入国の割合 ➡韓国・台湾・香港などは地方空港からの入国が4割を超える。

入国空港・海港別の割合（東京・大阪以外の空港からの入国の割合）



②訪日外国人の全体像に係る分析： 【参考】空港別の入国の割合（国・地域別詳細）

入国空港・海港別の割合（国・地域別詳細）

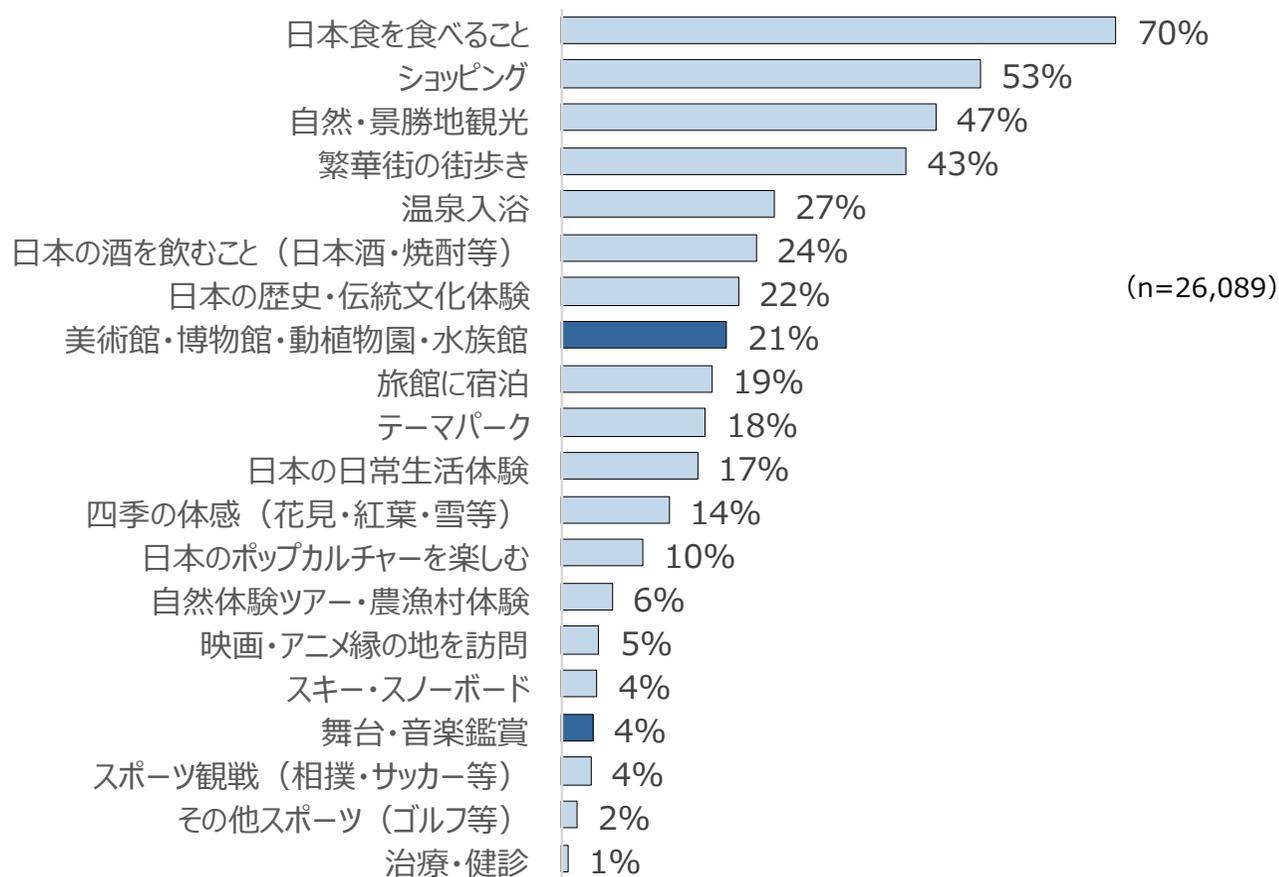
| | 全体 | 中国 | 韓国 | 台湾 | 香港 | 米国 | タイ | オーストラリア | フィリピン | マレーシア | 英国 | フランス |
|--------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|---------|-------|-------|-------|-------|
| サンプル数 | 35,034 | 4,510 | 3,618 | 2,832 | 2,914 | 5,471 | 1,423 | 1,104 | 1,107 | 1,515 | 829 | 624 |
| 成田国際空港 | 29.9% | 22.4% | 15.9% | 24.6% | 25.8% | 54.8% | 43.2% | 56.0% | 41.1% | 29.2% | 40.7% | 38.1% |
| 関西国際空港 | 28.5% | 42.4% | 28.7% | 25.1% | 28.2% | 11.5% | 22.7% | 14.3% | 29.3% | 32.3% | 10.6% | 13.9% |
| 東京国際空港（羽田空港） | 13.5% | 12.8% | 7.1% | 6.9% | 6.2% | 25.6% | 7.9% | 24.2% | 12.9% | 18.4% | 45.1% | 45.9% |
| 福岡空港 | 7.4% | 2.8% | 21.3% | 7.5% | 10.5% | 1.2% | 4.1% | 0.2% | 4.6% | 6.3% | 0.9% | 0.5% |
| 新千歳空港 | 5.9% | 4.8% | 9.8% | 7.4% | 7.4% | 1.7% | 12.5% | 3.3% | 2.8% | 13.2% | 0.1% | 0.1% |
| 那覇空港 | 5.8% | 3.6% | 7.9% | 15.9% | 8.6% | 1.5% | 2.2% | 0.2% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.4% |
| 中部国際空港 | 5.3% | 9.1% | 3.0% | 4.9% | 6.9% | 1.8% | 7.3% | 0.3% | 7.6% | 0.1% | 1.1% | 0.7% |
| その他 | 0.7% | 0.4% | 1.0% | 1.0% | 0.6% | 1.9% | 0.1% | 1.2% | 1.4% | 0.4% | 1.5% | 0.3% |
| 鹿児島空港 | 0.5% | 0.1% | 1.0% | 0.3% | 3.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 高松空港 | 0.4% | 0.4% | 0.6% | 0.7% | 1.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 函館空港 | 0.4% | 0.0% | 0.0% | 2.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 博多港 | 0.3% | 0.0% | 1.5% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.1% | 0.0% | 0.2% | 0.1% | 0.0% | 0.0% |
| 仙台空港 | 0.3% | 0.1% | 0.2% | 1.4% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 富士山静岡空港 | 0.3% | 0.8% | 0.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 小松空港 | 0.3% | 0.1% | 0.1% | 1.3% | 0.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 広島空港 | 0.2% | 0.1% | 0.2% | 0.2% | 0.8% | 0.1% | 0.0% | 0.3% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 関門（下関）港 | 0.2% | 0.0% | 0.8% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |
| 釧原港 | 0.1% | 0.0% | 0.6% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% | 0.0% |

※成田国際空港、関西国際空港、東京国際空港以外の空港が各国のトップ3に入っている場合に、赤枠でハイライトを行っている。

③文化芸術の観点に係る分析：訪日への期待（複数回答）

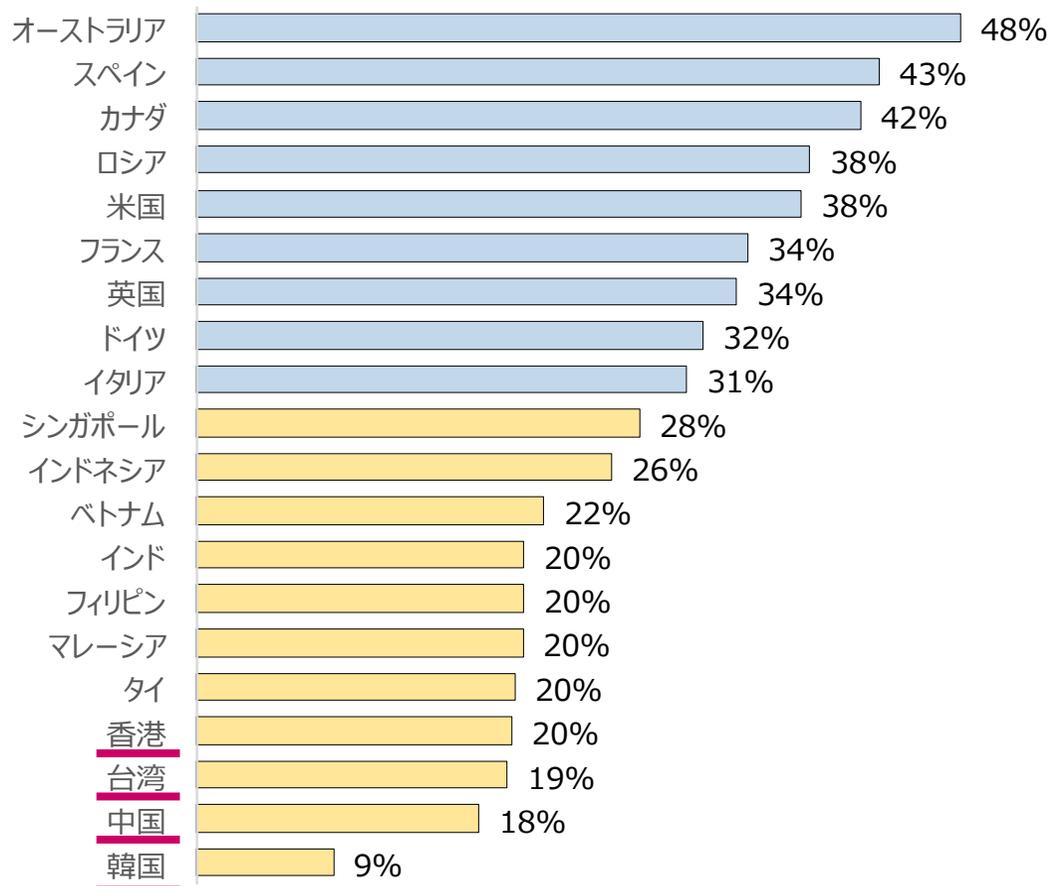
➡ 5人に1人は「美術館・博物館等」への訪問を期待。「舞台・音楽鑑賞」は限定的（4%）。

訪日前に期待していたこと（複数回答）



③文化芸術の観点に係る分析：国・地域別美術館・博物館等を期待している割合 ➡圧倒的に欧米の割合が高い。“現段階”では、マス層の惹きつけとの親和性は高くない。

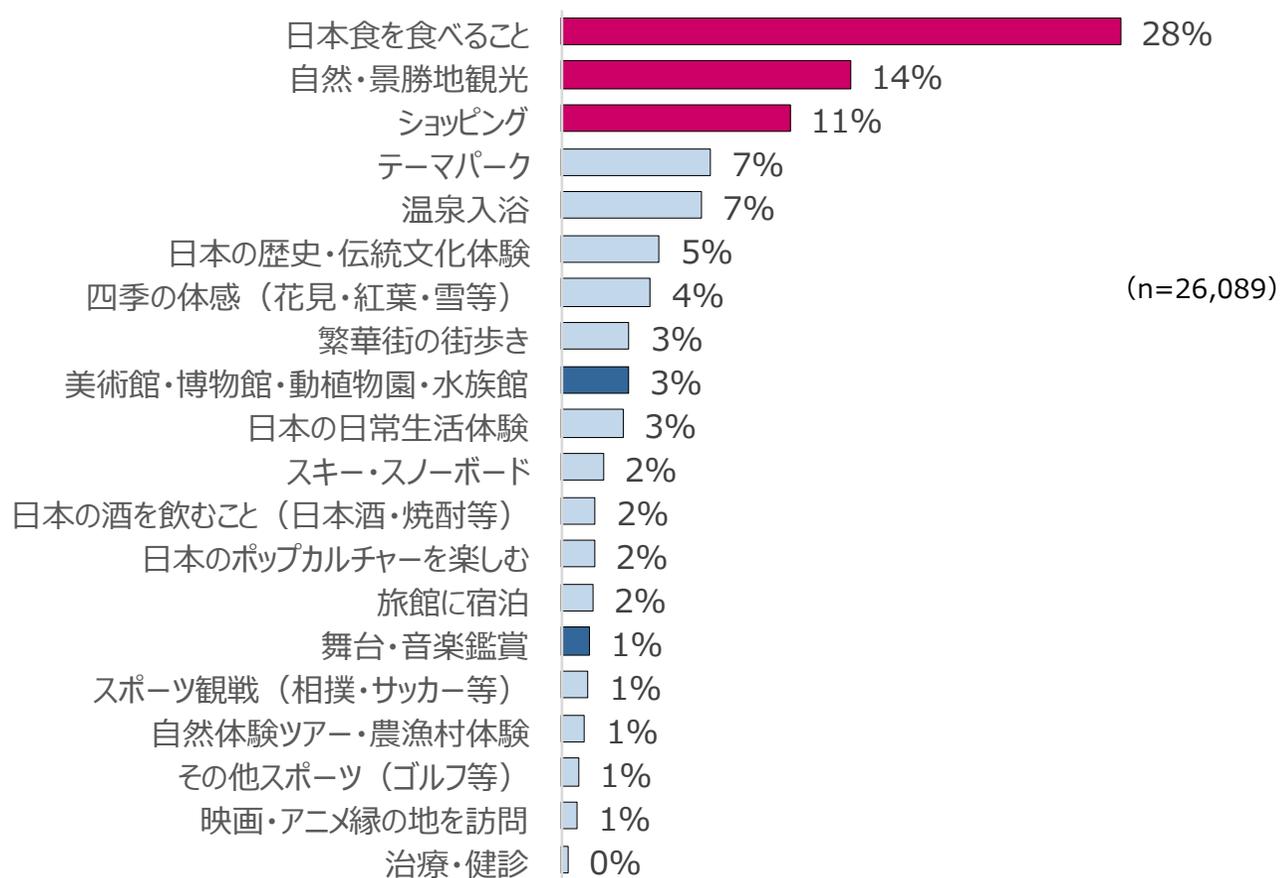
訪日前に期待していたこと（複数回答）※国・地域別「美術館・博物館等」の割合



③文化芸術の観点に係る分析：訪日への期待（単一回答）

➡単一回答だと「美術館・博物館等への訪問」は3%、「舞台・音楽鑑賞」は1%。
「日本食」、「自然・景勝地観光」、「ショッピング」は主目的として強い。

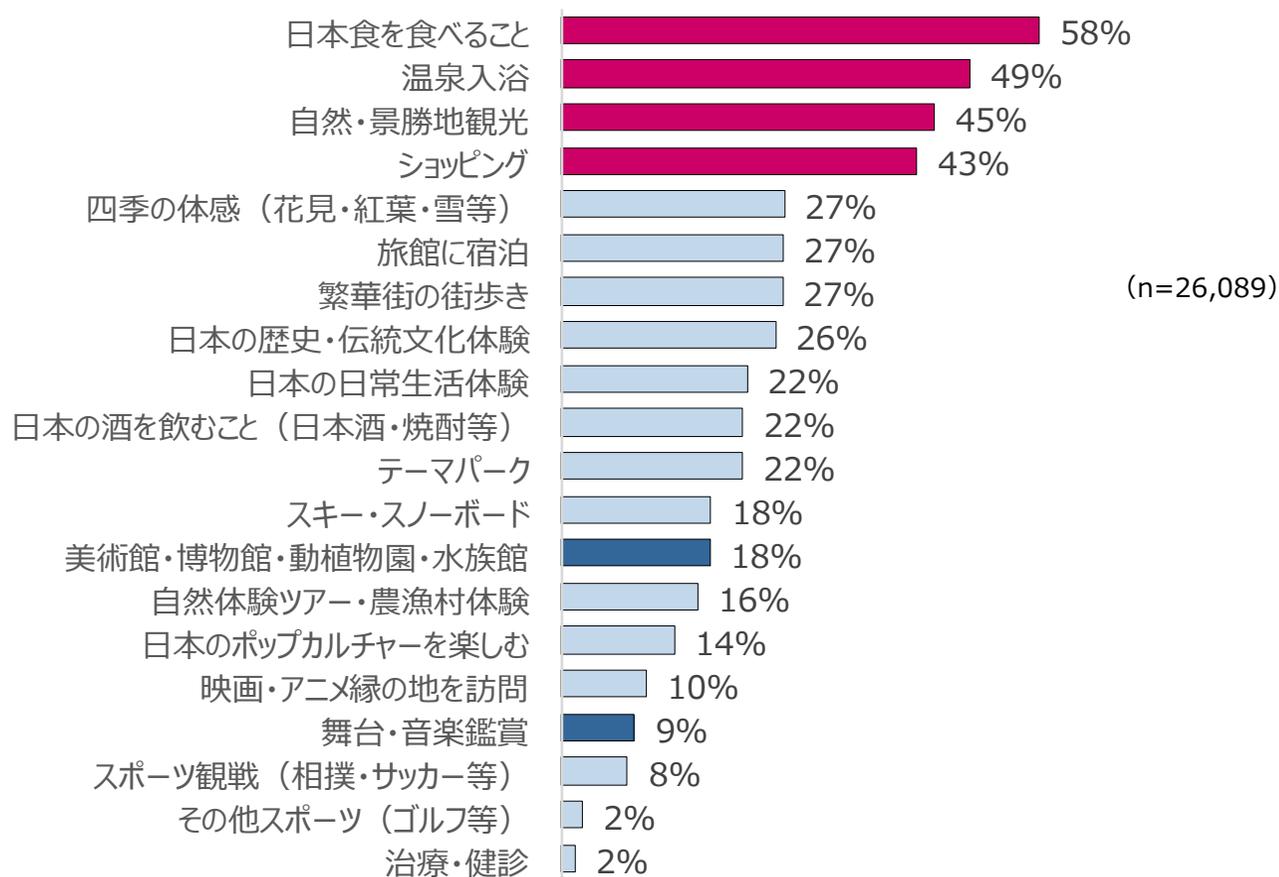
訪日前に最も期待していたこと（単一回答）



③文化芸術の観点に係る分析：次回したいこと

➡「日本食」、「温泉入浴・旅館宿泊」、「自然・景勝地観光」、「ショッピング」などが高い。

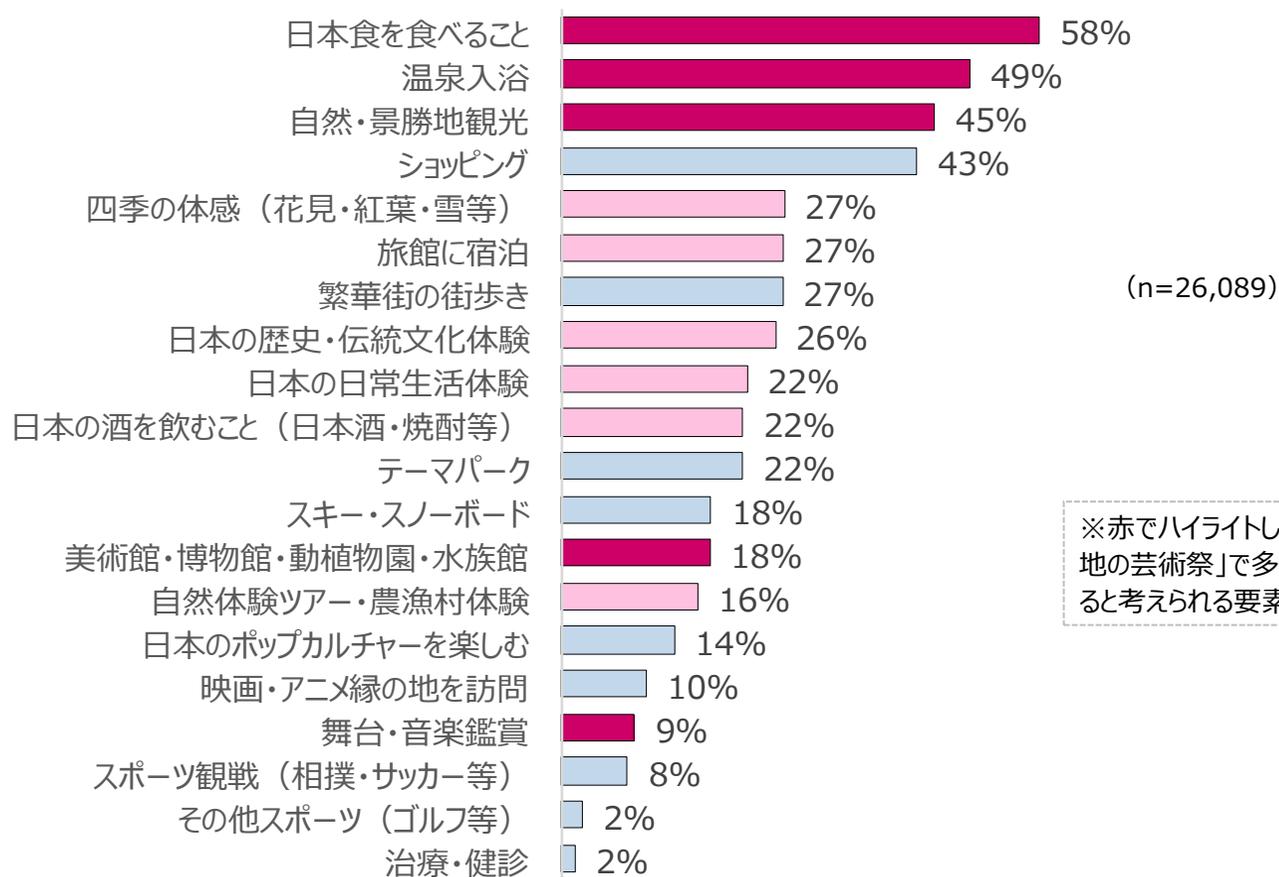
次回したいこと（複数回答）



③文化芸術の観点に係る分析：次回したいこと

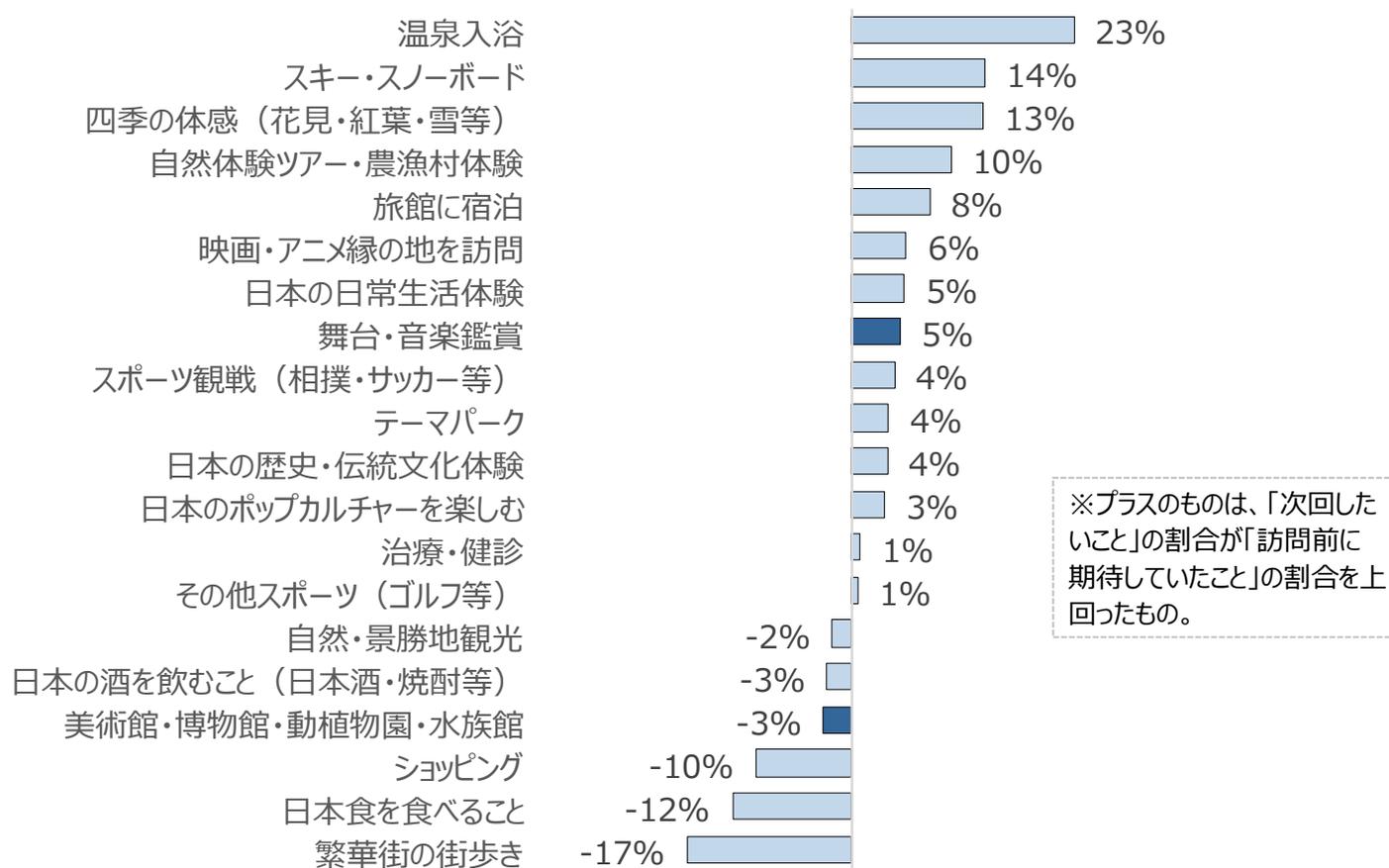
➡文化芸術フェスティバルがインバウンドの対象として選ばれるためには、「大地の芸術祭」、「瀬戸内国際芸術祭」のように芸術以外の複合的な要素を含んでいることが有効。

次回したいこと（複数回答）



③文化芸術の観点に係る分析：「訪日前に期待していたこと」と「次回したいこと」の差分 ➡「舞台・音楽鑑賞」は次回したいこととして割合が上昇。一方、「美術館・博物館等」は減少。

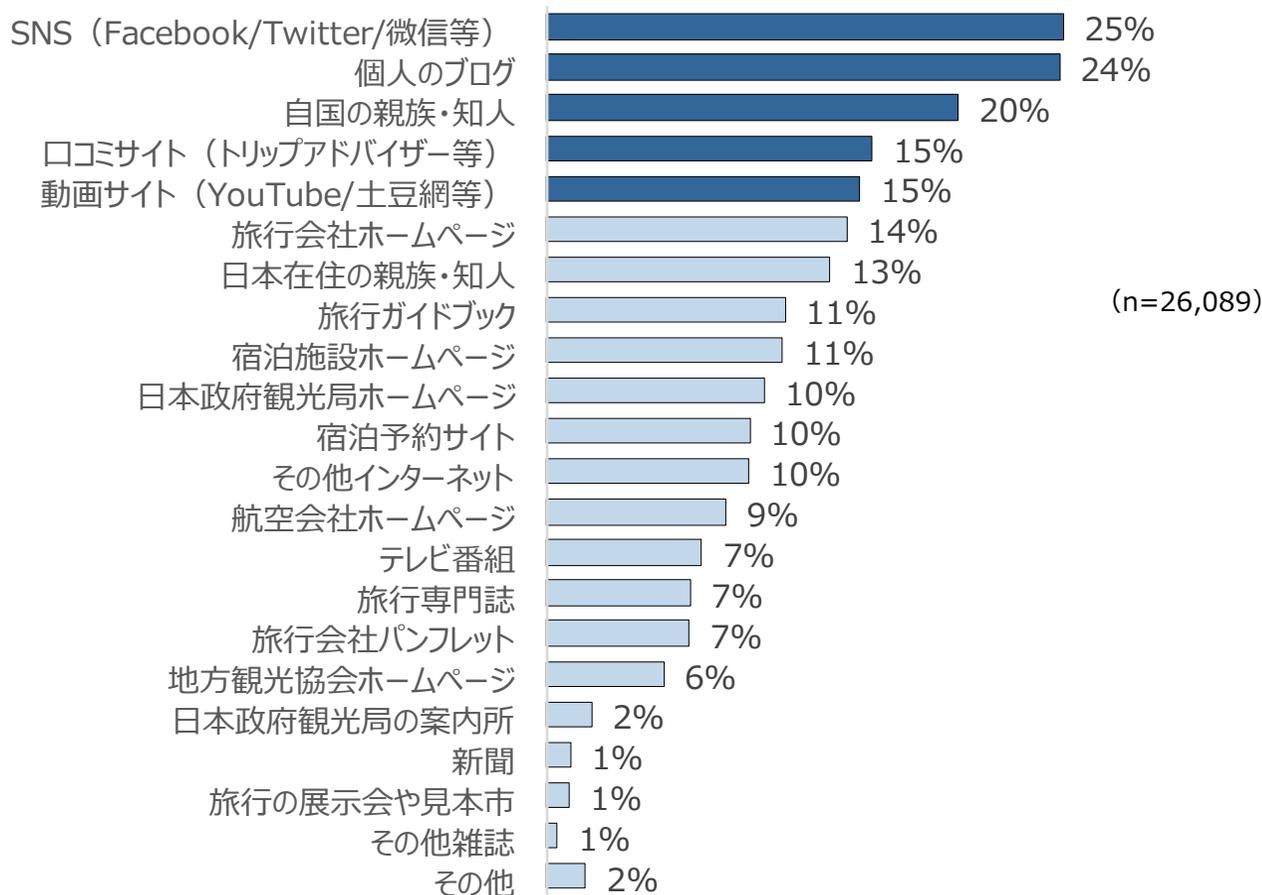
「訪日前に期待していたこと」（複数回答）と「次回したいこと」（複数回答）の差分



③文化芸術の観点に係る分析：出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの

➡SNS・個人ブログ、口コミが圧倒的。事業として“特徴的”かつ“高い満足を提供できる”ことが重要。

出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（複数回答）



③文化芸術の観点に係る分析：

【参考】出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（国・地域別詳細）

出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの（国・地域別詳細）

※各国のトップ3のものに赤枠でハイライトを行っている。

| | 全体 | 中国 | 韓国 | 台湾 | 香港 | 米国 | タイ | オーストラリア | フィリピン | マレーシア | 英国 | フランス |
|----------------------------|-------|-----|-----|-----|-----|-------|-----|---------|-------|-------|-----|------|
| サンプル数 | 6,924 | 945 | 816 | 608 | 565 | 1,070 | 261 | 213 | 198 | 235 | 163 | 138 |
| SNS (Facebook/Twitter/微信等) | 25% | 28% | 31% | 21% | 24% | 14% | 24% | 16% | 33% | 25% | 18% | 17% |
| 個人のブログ | 24% | 10% | 44% | 34% | 28% | 19% | 18% | 17% | 21% | 23% | 18% | 25% |
| 自国の親族・知人 | 20% | 21% | 11% | 18% | 14% | 28% | 20% | 36% | 30% | 23% | 26% | 27% |
| 口コミサイト (トリップアドバイザー等) | 15% | 13% | 5% | 10% | 15% | 28% | 19% | 39% | 21% | 22% | 39% | 27% |
| 動画サイト (YouTube/土豆網等) | 15% | 6% | 10% | 14% | 18% | 28% | 21% | 28% | 26% | 24% | 19% | 21% |
| 旅行会社ホームページ | 14% | 18% | 7% | 19% | 16% | 8% | 17% | 16% | 13% | 14% | 11% | 13% |
| 日本在住の親族・知人 | 13% | 10% | 9% | 9% | 6% | 29% | 13% | 18% | 32% | 13% | 26% | 22% |
| 旅行ガイドブック | 11% | 10% | 8% | 12% | 10% | 13% | 9% | 18% | 10% | 10% | 20% | 25% |
| 宿泊施設ホームページ | 11% | 7% | 7% | 11% | 15% | 16% | 12% | 28% | 17% | 19% | 27% | 13% |
| 日本政府観光局ホームページ | 10% | 7% | 2% | 16% | 20% | 8% | 20% | 16% | 9% | 13% | 16% | 18% |
| 宿泊予約サイト | 10% | 8% | 10% | 10% | 12% | 7% | 15% | 9% | 9% | 8% | 11% | 8% |
| その他インターネット | 10% | 7% | 16% | 8% | 6% | 10% | 7% | 16% | 6% | 14% | 8% | 9% |
| 航空会社ホームページ | 9% | 6% | 4% | 9% | 12% | 13% | 11% | 18% | 11% | 13% | 19% | 9% |
| テレビ番組 | 7% | 6% | 2% | 14% | 15% | 4% | 8% | 5% | 8% | 6% | 7% | 8% |
| 旅行専門誌 | 7% | 6% | 1% | 13% | 18% | 4% | 8% | 6% | 4% | 6% | 7% | 9% |
| 旅行会社パンフレット | 7% | 9% | 2% | 10% | 6% | 2% | 12% | 9% | 6% | 8% | 7% | 4% |
| 地方観光協会ホームページ | 6% | 4% | 1% | 9% | 13% | 6% | 5% | 11% | 2% | 5% | 8% | 9% |
| 日本政府観光局の案内所 | 2% | 1% | 1% | 3% | 4% | 1% | 6% | 2% | 0% | 3% | 3% | 3% |
| 新聞 | 1% | 1% | 0% | 3% | 2% | 1% | 1% | 1% | 1% | 0% | 2% | 2% |
| 旅行の展示会や見本市 | 1% | 1% | 0% | 2% | 1% | 0% | 4% | 1% | 1% | 4% | 0% | 0% |
| その他雑誌 | 1% | 1% | 0% | 0% | 0% | 0% | 1% | 0% | 0% | 0% | 1% | 4% |
| その他 | 2% | 3% | 1% | 2% | 1% | 2% | 1% | 1% | 1% | 1% | 2% | 1% |