

「日本博」開催に係る
効果検証報告書

令和二年三月

Verification report on
the effects of
holding Japan Cultural Expo
March
2020

Verification report on
the effects of
holding Japan Cultural Expo

March
2020

I 日本博の概要 4

- 1 開催概要 4
- 2 実施概要 5

II 効果検証に関する方針 10

- 1 効果検証の方向性 10
- 2 文化芸術における効果検証手法の実例把握 12
- 3 社会的インパクト評価の考え方を組み込んだ効果検証の枠組み 13

III 効果検証結果 15

- 1 日本博事業者アンケート調査概要 15
- 2 実施事業の内容 15
- 3 開催による実施状況 20
- 4 文化的効果の検証 23
- 5 社会的効果の検証 26
- 6 観光インバウンド拡充の検証 31
- 7 経済的効果の検証 36
- 8 日本博事業者ヒアリング調査概要 42

IV 指標の検討 50

- 1 基礎的効果 50
- 2 文化的効果 51
- 3 社会的効果 52
- 4 観光インバウンド拡充 53
- 5 経済的効果 54

V 指標の設定 55

- 1 効果検証のための指標の整理 55
- 2 効果検証のための指標の全体像 55

参考：来場者向けアンケートの例 58

日本博プロジェクト一覧 60

※ 参考 では、引用元の表記を用いている。

日本博の概要

1 開催概要

「日本博」は、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会（以下「東京2020大会」という。）の開催を契機に、「日本の美」を体現する美術展・舞台芸術公演・文化芸術祭等のプロジェクトを総合テーマ「日本人と自然」の下、日本が誇る「縄文から現代」までの様々な文化を、四季折々・年間を通じ、日本全国で体系的に展開する事業である。開催時期は、東京2020大会の開催年を中心としつつ、その前後の期間も含めて幅広く展開する。

(1) 総合テーマ

「日本人と自然」

(2) 基本コンセプト

「日本の美」は、縄文時代から現代まで1万年以上もの間、大自然の多様性を尊重し、生きとし生けるもの全てに命が宿ると考え、それらを畏敬する「心」を表現してきた。

日本は、景観や風土を大切にし、縄文土器をはじめ、仏像などの彫刻、浮世絵や屏風などの絵画、漆器などの工芸、着物などの染織、能や歌舞伎などの伝統芸能、文芸、現代の漫画・アニメなど様々な分野、衣食住をはじめとする暮らし、生活様式等において、人間が自然に対して共鳴、共感する「心」を具現化し、その「美意識」を大切にしている。

「日本博」では、総合テーマ「日本人と自然」の下に、「美術・文化財」「舞台芸術」「メディア芸術」「生活文化・文芸・音楽」「食文化・自然」「デザイン・ファッション」「共生社会・多文化共生」「被災地復興」などの各分野*にわたり、縄文時代から現代まで続く「日本の美」を国内外へ発信し、次世代に伝えることで更なる未来を創生する。

この文化芸術の祭典が、人々の交流を促して感動を呼び起こし、世界の多様性の尊重、普遍性の共有、平和の祈りへとつながることを希求する。

*本報告書では、日本博事業で設定した上記8分野を表す際に「分野」と表記する。

(3) 開催経緯

これまで「日本博」に関しては、『日本の美』総合プロジェクト懇談会（主催：安倍総理、座長：津川雅彦氏〔～2018年8月〕・小林忠氏〔2019年月4月～〕）において、日本人の美意識・価値観を国内外にアピールし、その発展及び国際親善と世界の平和に寄与するための施策の検討等を実施してきた。

第6回の同懇談会（2018年6月22日開催）において、「日本博」を東京2020大会を契機として日本の全国各地で実施することについて、総理から文部科学省・文化庁に対して準備を進めるよう指示がされた。

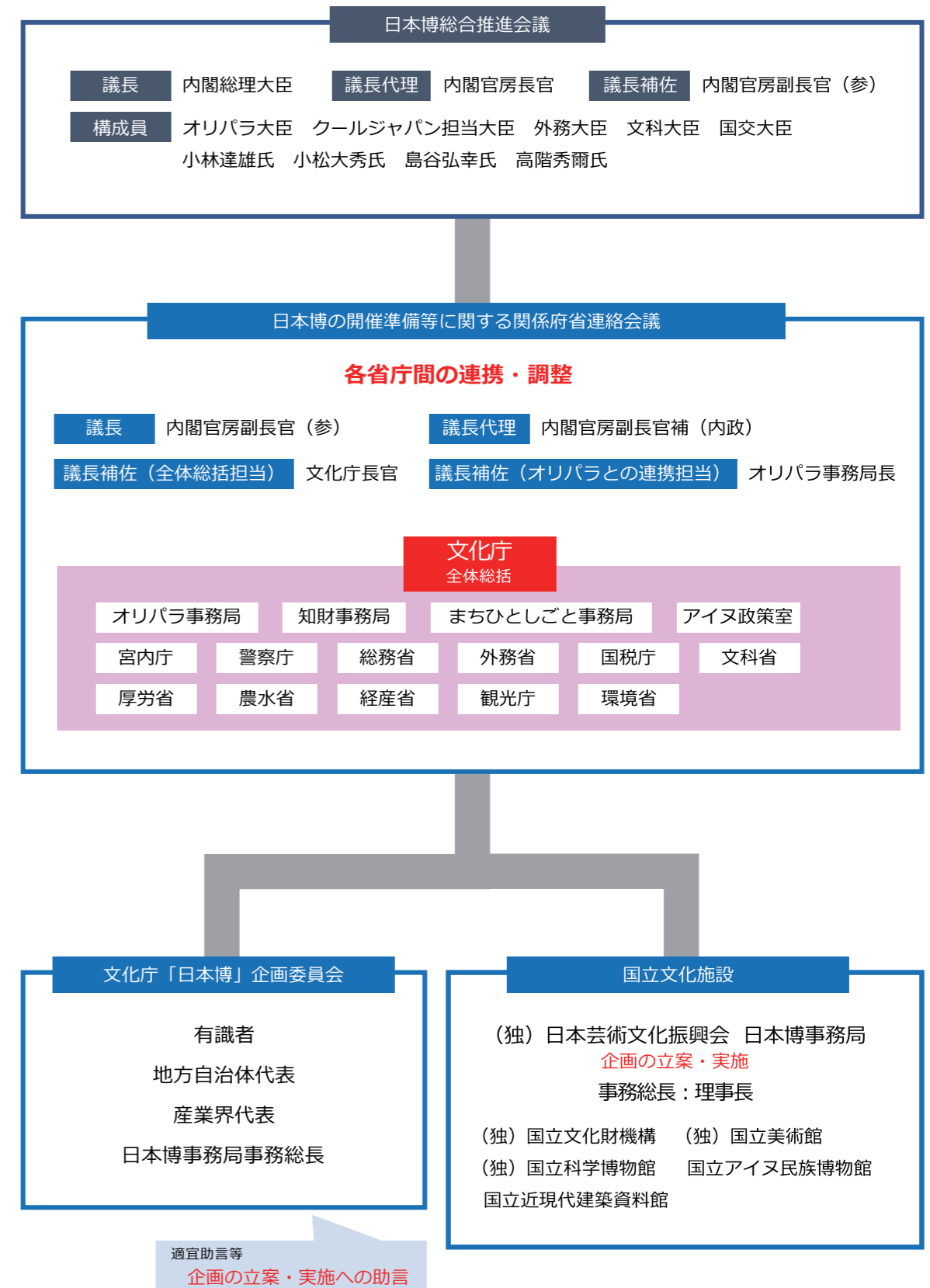
2018年12月には、総理を議長とする日本博総合推進会議が開催され、総合テーマ・基本コンセプト、開催の検討状況・実施体制などが報告され、意見交換が行われた。これを受け、関係府省庁、文化施設、地方自治体、民間団体等の関係者の皆様と連携・協力したプロジェクトとして、被災地をはじめ地域の文化資源を活用しつつ、全国で「日本博」を開催し、訪日外国人の「地方への誘客」を促進することとしている。

「日本人と自然」の総合テーマの下、四季折々に「日本博」を再び訪れてみたいくなるような戦略的プロモーションを通じて、各地域が誇る歴史、文化財、歌舞伎・能・文楽等の伝統芸能から、景観、食、祭り、文芸等様々な文化資源を一年間を通じて体系的に展開することにより、国家ブランディングを確立し、東京2020大会の期間前、期間中、期間後の観光インバウンドを拡充していくこととしている。

2 実施概要

(1) 実施体制

総理を議長とする日本博総合推進会議の下、文化庁を中心に、関係府省庁や文化施設、地方自治体、民間団体等の関係者の総力を結集し、全国で体系的に展開する大型国家プロジェクトとなっている。



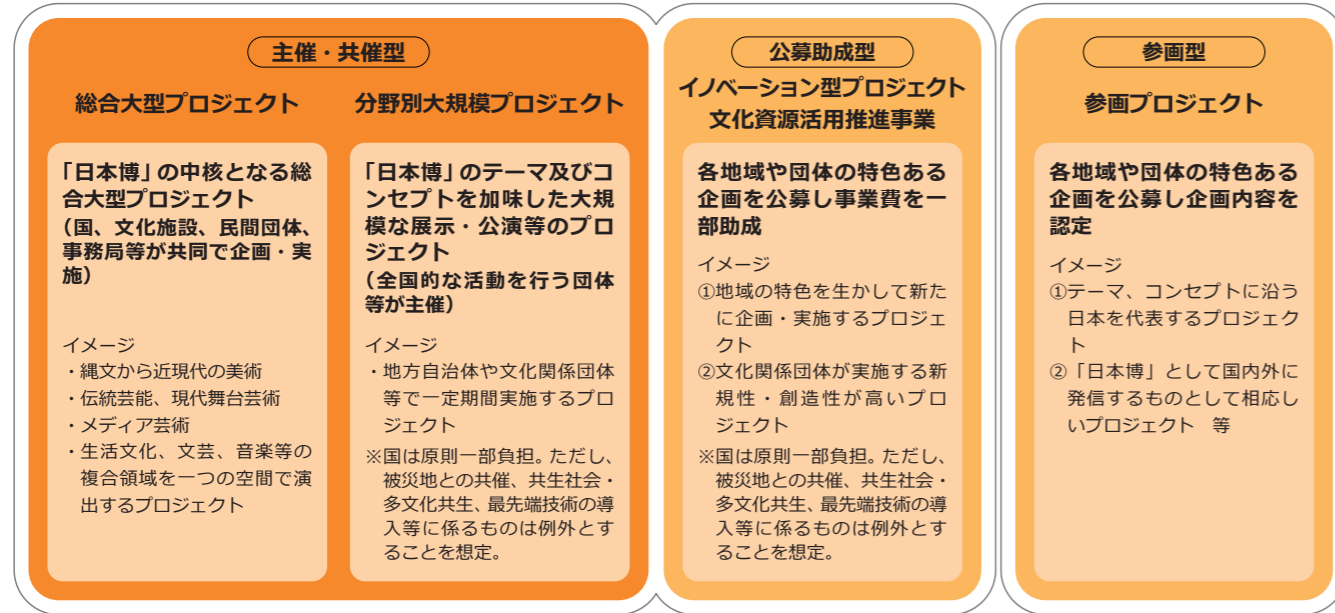
出所：第1回日本博総合推進会議（平成30年12月26日開催）配布資料より

(2) プロジェクトの枠組みと事業数

「日本博」のプロジェクトは、下記に示すように、国と日本芸術文化振興会が、地方自治体・芸術団体・企業等と一緒に企画・実施する「主催・共催型」、地方自治体・芸術団体・企業等の企画に対し助成を行う「公募助成型」、地方自治体・芸術団体・企業等の企画を「日本博」として認定する「参画型」の三つの枠組みから成り立っている。

「日本博」として認証された事業数は、2020年3月31日時点で426件である。

「日本博」プロジェクトの枠組み



事業数（2020年3月31日現在）

事業タイプ	主催・共催型プロジェクト	イノベーション型プロジェクト	文化資源活用推進事業	参画型プロジェクト	総数
認証事業数	69	39	30	288	426

各事業のリストについては、巻末一覧を参照

日本博事業の主な分野

1. 「美術・文化財」

日本人は縄文時代から現代に至るまで、自然に対する畏敬の念や感謝の心を日常生活の中で表現し、美術作品や文化財として守り伝えてきた。この分野では、縄文土器や土偶、仏像などの彫刻、浮世絵や屏風絵などの絵画作品、工芸品、現代アートや漫画・アニメを通じて「日本の美」を代表する美術品や文化財を数多く紹介する。

また、日本の自然や風土に育まれてきた社寺や住居などの伝統建築から近現代建築の建築美、美しい名勝も見どころのひとつ。これらの保存・活用に必要な和紙、漆などの自然素材を生かした修理、文化財修理の技の継承、模写・模造製作、先端技術の活用を通じた日本の復元技術の取組も紹介する。さらに、多くの方々に美術・文化財を身近に感じていただける体験型プログラムを提供する。

2. 「舞台芸術」

現代まで脈々と受け継がれる歌舞伎、文楽、能・狂言、雅楽、組踊などの伝統芸能から、各地の民俗芸能、落語や講談などの大衆芸能、現代舞台まで、日本の四季や自然への祈り（心）を表現した舞台公演を文化施設や公共空間で展開。舞台には、日本の景観や風物などをイメージした装飾、映像、先端技術を活用し、空間全体で日本の自然を感じることができる仕掛けが随所に施されている。また、訪日外国人にも親しみやすい内容の公演や体験型プログラムを提供する。

3. 「メディア芸術」

「日本博」の大きなテーマである「日本人と自然」、その様々な表情をとらえた映像の美しさ、情感を堪能できる映画やアニメーションを、全国各地で上映・展示するとともに、現代を映し未来を予感させるデジタル技術を活用した大規模なインスタレーションや、体験型のメディアアート作品を紹介する。

また、日本の伝統芸能が現代アートやテクノロジーアートとコラボレーションをして街空間を演出するなど、自然との共生を体感できるプログラムを提供する。

4. 「生活文化・文芸・音楽」

自然に対する畏敬や感謝の思いが込められた伝統的な祭りや地域芸術、日本人の美意識が表現された茶道、華道、書道、衣食住にまつわる生活文化・文芸とともに、古来から継承されてきた邦楽や、現代音楽の素晴らしさを発信する。また、日本の自然をうたった和歌や俳句等の文芸を紹介し、海外の方々にも分かりやすい解説や体験プログラムを用意した展示、公演を行う。

5. 「食文化・自然」

日本列島の豊かな自然環境とその多様性によって、日本では地域に根差した食材を生かした郷土料理が伝えられ、そこに住まう人々の生活に深く息づいている。日本人の食文化は、自然の美しさや四季の移ろいを表現し、各地の年中行事と密接に関わって育まれてきた。このような風土から生まれた「食」を分かりやすく多角的に紹介する展示や、特別な空間での体験を提供する。また、全国の国立公園をはじめとする各地の自然環境を文化・芸術的、科学的に発信する。四季折々に表情を変える姿を高精細の映像・画像で紹介するとともに、多くの人に日本の自然を体感していただけるプログラムを提供する。

6. 「デザイン・ファッション」

自然とのかかわりにおいて、日本人が生み出してきたデザインや装いの文化は世界的にも評価され多くの影響を与えてきた。伝統工芸や伝統芸能の衣類に表現される意匠の美しさや、日本古来の文様が影響を与えた最新のデザインなど、様々な展開が見られる日本のデザイン・ファッションについて「自然観」「創造性」「革新性」を切り口に紹介する。

また、作品からは自然への畏敬や感謝の念を表した「造形美」、生活に直結した「機能美」といった、多様な美意識を見て取ることができる。日本の自然、風土によって刻まれてきた作品をより深く身近に感じることができる展示や体験を提供する。

7. 「共生社会・多文化共生」

年齢や国籍、障害の有無に関係なく国内外のあらゆる人々が参加する参加型音楽祭・参加型芸術祭を開催する。手話通訳やタッチ・エキジビション（触れる展示）の導入、鑑賞サポーターの配置などで、障害者の鑑賞機会の充実をほかり、多くの方が参加できる環境を目指す。また、児童・青少年を対象にした国際交流フェスティバルでは、伝統芸能から現代舞台まで「日本人と自然」をテーマにしたプログラムを多数提供する。海外と国内のアーティストが同じ空間に出演し、多くの方が多文化共生の空間を体感するプログラムも提供する。

8. 「被災地復興」

東日本大震災以降、被災地では獅子舞などの地域に伝わる芸能や祭りが人々の心の支え、そして復興への希望の光となった。被災地の民俗芸能、食文化、美術・文化財などを全国、そして世界に伝え、震災復興をアピールするためのプログラムを被災地をはじめとする各地で提供する。

自然災害が発生しやすい国土に住まう日本人の自然観がよくわかる民俗芸能や地域に伝わる食文化の紹介を通して、復興を目指す地域の魅力をアピールする取組を紹介し、多くの方が現地へ足を運んでもらえるよう、発信を行っている。

日本博事業に盛り込むべき観点

- ①「日本博」の総合テーマ「日本人と自然」及び基本コンセプトに沿った内容であること。
- ②我が国若しくはそれぞれの分野における代表的な文化芸術プロジェクトであって、又は当該実施地域の代表的な特色ある文化芸術プロジェクトであって、国内外に発信するものとしてふさわしいものであること。
- ③それぞれの分野において独自性や優位性が大きく認められる、新規性・創造性が高いプロジェクトであること。なお、美術・文化財、舞台芸術、メディア芸術、生活文化・文芸・音楽、食文化・自然、デザイン・ファッション、共生社会・多文化共生、被災地復興等の複数分野が連携するプロジェクトであること、又は異なる時代の文化芸術を比較したプロジェクトであること等の工夫があると望ましい。
- ④文化財等の文化芸術資源を有効に活用するプロジェクトであって、新しい手法・演出や最先端技術を導入していること。
- ⑤「日本博」で培ったノウハウをその後の文化芸術活動におけるレガシーとして生かして継続する観点が含まれたプロジェクトであること。
- ⑥子供・若者・高齢者・障害者等の文化芸術活動の促進や多文化共生の推進に資する取組を行うこと（企画内容や、参加者にとっての阻害要因を取り除く取組を含む）、又は被災地に関するプロジェクトであって、国内外の発信や、被災地へ誘客する工夫がなされていること。
- ⑦文化施設、民間団体等が連携し、複数分野を一つの面的な空間又は、広域で企画・演出して行う、「日本博」の中核となる大規模なプロジェクトであること。（総合大型プロジェクトのみ）
- ⑧訪日外国人の関心が高い内容であること若しくはストーリー性に配慮した解説をするなど訪日外国人にとって分かりやすい内容であること、又は「日本博」のプロモーションのためにプロジェクト実施の映像や画像の提供等が行われる等のインバウンド促進を喚起する取組の工夫がなされていること。
- ⑨地方への誘客に資するプロジェクトであること。
- ⑩東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会を機に世界にアピールする観点を含む計画であること。
- ⑪「日本博」で培ったノウハウをその後の我が国・社会のレガシーとして生かして継続する観点が含まれたプロジェクトであること。
- ⑫「beyond2020プログラム認証要領」（平成29年5月26日文化庁作成）第2条の要件を満たすプロジェクトであること。
- ⑬プロジェクトの実現可能性が高いこと又は実施するための実績があること、かつ、プロジェクト実施することが可能な体制を有していること。
- ⑭プロジェクト内容の成熟度が高く、複数年にわたる準備が必要なものは、その計画性が示されていること。
- ⑮事業実施の効果について明確な目標を設定し、地元の大学やシンクタンク等の専門機関による効果検証を行う、又は事業実施の報告等で協力する計画であること。
- ⑯資金計画が、経費や規模の面で合理的であること。
- ⑰文化庁及び日本芸術文化振興会がプロジェクトの実施主体となる体制がとられていること。
- ⑱民間の協賛金や助成金、クラウドファンディングなどの外部資金の獲得や、自己収入等を活用する具体的な取組が設定されていること。

（令和元年度日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業公募時）

参考

○ 文化プログラムの実施方針

文化プログラムの推進に関する政府の取組の方向について（平成29年12月18日） 内閣官房オリパラ事務局、内閣府知的財産戦略推進事務局、文化庁

1. 2020年東京大会を契機として様々な主体が取り組む文化プログラムについては、政府の「オリパラ基本方針」（平成27年11月27日閣議決定）において、伝統的な芸術、現代舞台芸術、クールジャパン、ファッション、食文化、祭り等の我が国の地域性豊かで多様な文化を対象とし、日本全国で展開されている。
2. 世界中から注目が集まる2020年東京大会は、日本が持つ文化の魅力を発信する絶好の機会である。ソフトターゲットに対するテロへの対策などのセキュリティ面にも十分配慮しながら、我が国の地域性豊かで多様な文化の魅力を十分に活かし、発信力のある質の高い取組を進めていくことが重要である。
3. 同時に、2020年以降の成熟社会におけるレガシーの創出に資するよう、文化プログラムの推進に当たっても、インバウンド6000万人時代を見据えた国際化や、障害者を含めあらゆる人が活躍できる共生社会の実現を意識した取組が広がることを期待される。こうした観点から、政府としては現在、全国におけるバリアフリーや多言語への対応に配慮した取組を認証する「beyond2020プログラム」を推進しているところである。
4. このような状況の変化を踏まえ、**今後、政府としては、文化プログラムの件数ではなく、国際化や共生社会への対応といったレガシーの創出に資する文化プログラムを、大会開催地にとどまらず全国に浸透させることを目標とすることとする。**

出所：第6回「2020年東京オリンピック・パラリンピック競技大会に向けた文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議」配付資料より

○ 東京2020大会に向けた文化プログラムの枠組み

	東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会		文化を通じた機運醸成策に関する関係府省庁等連絡・連携会議
プログラム	東京2020文化オリンピックアード		beyond2020プログラム
	東京2020公認文化オリンピックアード	東京2020応援文化オリンピックアード	
概要	「オリンピック憲章」に基づいて行われる公式文化プログラム 東京大会の主なステークホルダー等が大会ビジョンの実現に相応しい文化芸術性の高い事業を実施	「オリンピック憲章」に基づいて行われる公式文化プログラム 被営利団体等がオリンピック・パラリンピックムーブメントを裾野まで広げる事業を実施。	2020年以降を見据え、レガシー創出に資する文化プログラム 営利・非営利を問わず多様な団体が実施。
実施主体	組織委員会、国、開催都市、会場所在地地方公共団体、公式スポンサー、JOC、JPC	会場所在地以外の地方公共団体、独立行政法人を含む非営利団体	文化オリンピックアードの実施主体に加えて、公式スポンサー以外の企業も対象
ロゴマーク			

出所：2016年（平成28年）文部科学白書より

○ オリンピック憲章（2019年度）

- オリンピズムは肉体と意志と精神のすべての資質を高め、バランスよく結合させる生き方の哲学である。オリンピズムは**スポーツを文化、教育と融合させ**、生き方の創造を追求するものである。その生き方は努力する喜び、良い模範であることの教育的価値、社会的な責任、さらに普遍的で根本的な倫理規範の尊重を基盤とする。（根本原則）
- オリンピック競技大会組織委員会は、少なくともオリンピック村の開村から閉村までの期間、**文化イベントのプログラムを催すものとする**。そのようなプログラムはIOC理事会に提出し、事前に承認を得なければならない。（第5章・第39条）

出所：「オリンピック憲章（2019年版）」より

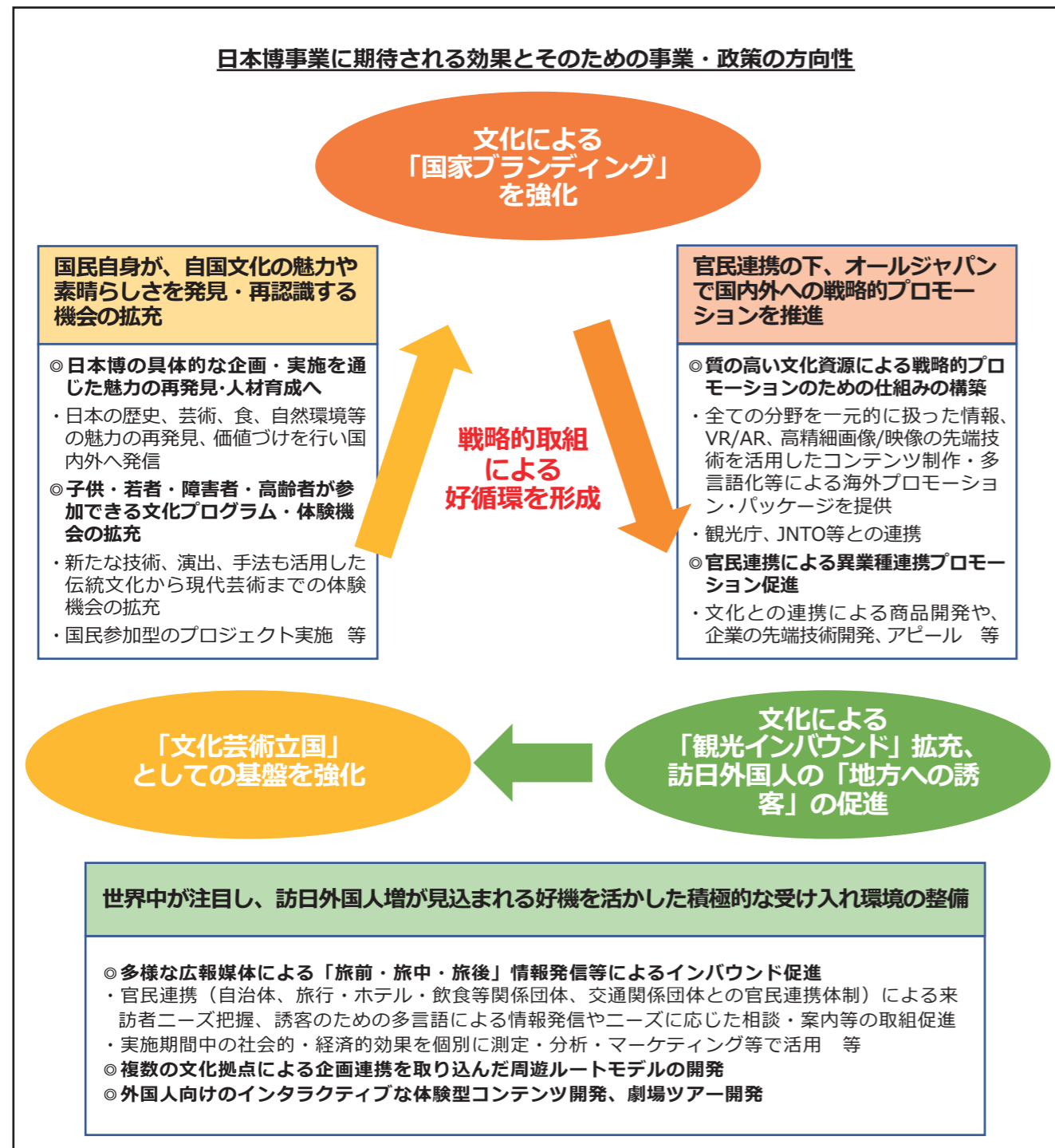
効果検証に関する方針

1 効果検証の方向性

(1) 効果検証の目的

日本博事業では、「『文化芸術立国』としての基盤を強化」、「文化による『国家ブランディング』を強化」、「文化による『観光インバウンド』拡充、訪日外国人の『地方への誘客』の促進」の三つを実現することを目標としており、そのために想定される事業・施策の方向性の整理を行っている（下図を参照）。

日本博の初年度となる2019年度は、上記三つの政策目標実現に向けて、文化的効果、社会的効果、観光インバウンド拡充及び経済的効果を把握するための指標・手法を策定することを目的とする。



(2) 基本的な考え方

今後の効果検証手法のあり方を検討するため、文化芸術及び観光についての効果検証に精通した有識者による検討を実施した。検討では、主に、文化、社会、観光及び経済に対する幅広い効果を検証するにあたっては、「社会的インパクト評価」の手法を取り入れることが適切であること、また、評価にあたっては、定量的な指標だけでなく、ケーススタディ分析等の定性的な指標も重要であることが示された。また、東京2020大会関連事業としての定量的な評価について、考え方を明確にすべきとの指摘もなされた。

検討方針

▶社会的インパクト評価の考え方を取り入れる
本事業において期待される文化芸術立国としての基盤強化、文化による国家ブランディング、文化による観光を含めた経済的な効果を検証するため、事業のインプットによる短期、中長期の変化を含め、日本博事業における多様な活動のアウトプット（結果）と、それによって生じたアウトカム（成果）を社会的インパクト評価により検証する。初年度は検証作業の起点として、アウトプット、アウトカムの関係性を整理し、短期、中長期の効果を想定した検証を行う。

本検証において、社会的インパクト評価*とは、事業の成果を定量的・定性的に把握し、事業数、参加者数など（アウトプット）に加え、受益者や、関係組織、社会全体に与えた変化・効果（アウトカム）の評価を行うものとする。

*内閣府委託「社会的インパクト評価の普及促進に係る調査」社会的インパクト評価実践研修 ロジック・モデル作成の手引き2017年、「社会的インパクト評価の普及促進に係る調査 最終報告書」（平成 29 年 3 月 内閣府）を参考に整理して記載。

▶ケーススタディ分析を行う
全てを短期間の定量的調査で行うのは難しい。ケーススタディ分析を行って、定性的に見ていく（具体的な成功のエピソードを見ていく）ことも重要。その中から、新たに普及させていくべきモデルとなる事業も出てくる。

▶東京2020大会の数量的な効果検証に向けた整理が必要
2012年ロンドンオリンピック・パラリンピック競技大会（以下「ロンドン大会」という。）では、文化プログラムの数量的な集計を統一的な考え方で行うことにより、その成果をわかりやすく示した。東京2020大会を契機として実施されている日本博事業でも、同じように数量化する整理が必要。

有識者一覧

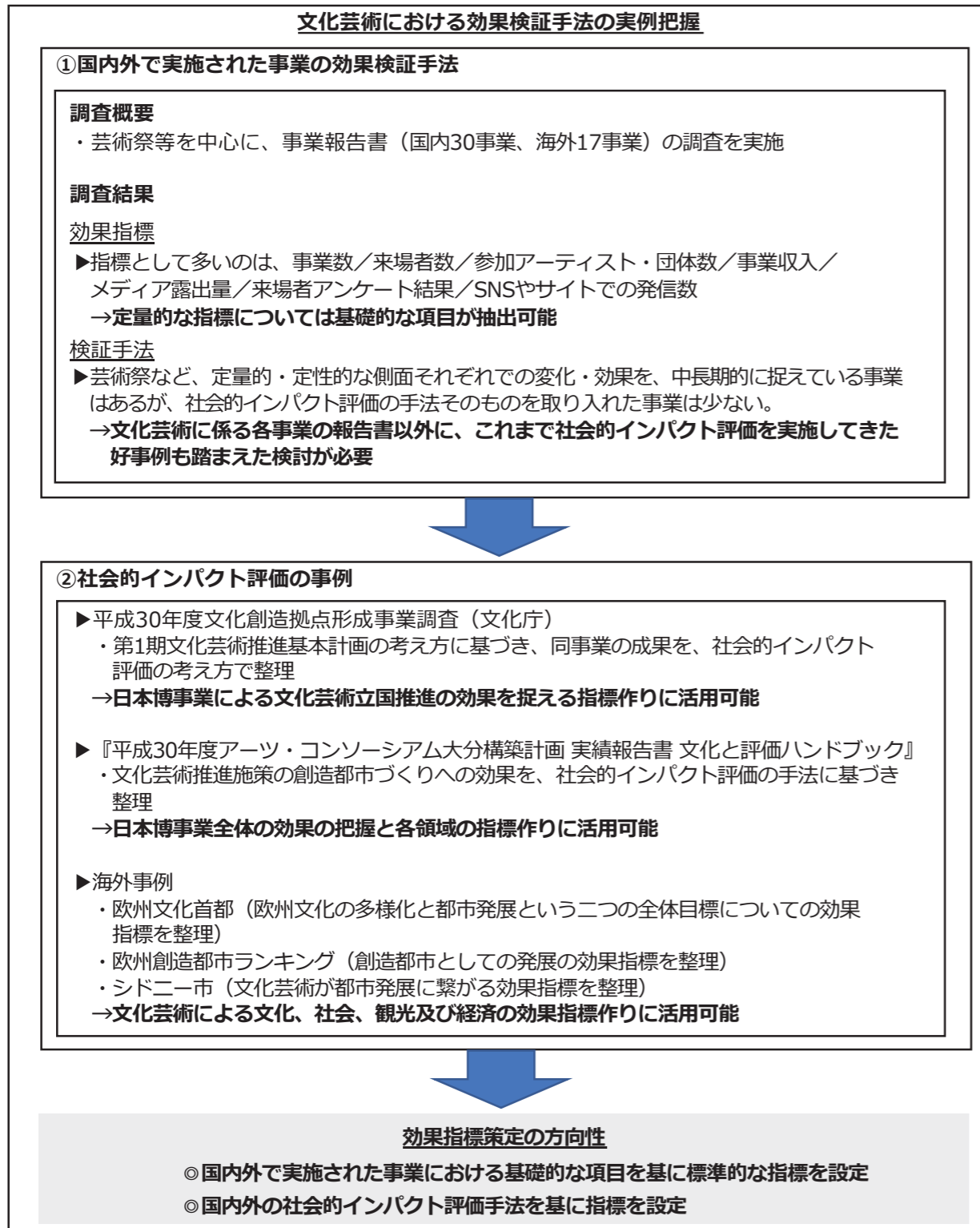
（敬称略・五十音順）

氏名	役職	主な実績
太下 義之	文化政策研究者、国立美術館理事	文化経済学会<日本>理事、文化政策学会理事、コンテンツ学会理事、政策分析ネットワーク副代表、『季刊 政策・経営研究』編集長、文化審議会文化政策部会委員、経済産業省「クリエイティブ・エコノミー研究会」委員（2011年度）、総務省「定住自立圏形成に向けた創造的人材の定住・交流促進に係る検討会議」委員（2011年度）、東京芸術文化評議会委員など。
小林 立明	学習院大学国際研究教育機構准教授、ソーシャル・ファイナンス研究会代表、日本NPO学会理事	非営利組織・フィランソロピー論、ソーシャル・ファイナンス、社会的インパクト評価、ソーシャル・イノベーション（海外の文化政策の文化事業調査について研究）。国際交流基金勤務を経て、ジョンズ・ホプキンス大学市民社会研究所、日本財団、日本NPOセンター、日本公共政策研究機構研究員を歴任し現職。
三浦 宏樹	（公財）大分県芸術文化スポーツ振興財団参与兼アーツラボラトリー室室長	別府市の芸術祭をはじめ、大分県内のアートプロジェクト評価を実施。日本評価学会認定評価士、日本ファンドレイジング協会認定ファンドレイザー、文化経済学会（日本）会員、大分市文化・芸術まちづくり会議会長など。
矢ヶ崎 紀子	東京女子大学現代教養学部国際社会学科教授	2008年より国土交通省観光庁参事官（観光経済担当）、2011年より首都大学東京都市環境学部特任准教授、2018年より東洋大学国際観光学部教授、2019年より東京女子大学現代教養学部国際社会学科コミュニティ構想専攻教授。日本貨物鉄道株式会社取締役（社外）、東武鉄道株式会社取締役（社外）。

2 文化芸術における効果検証手法の実例把握

有識者による検討を踏まえ実施した国内外の文化芸術に係る各事業の報告書の事前調査からは、定性的な項目についてはばらつきがあったものの、定量的な指標（事業数、参加者数、広報量など）について、各事業は概ね共通した項目を把握しようとしていることがわかる。また、社会的インパクト評価は国が普及促進を図り研究が進みつつあるが、文化芸術に係る各事業については、同手法そのものを取り入れた事例は少なく、日本博事業を検証するためには、これまで実施されてきた好事例を参考とすることが必要であると考えられる。

この状況を踏まえ、本検証においては、定量的な指標については、各事業で用いられている基礎的な項目を考慮しつつ、社会的インパクト評価の考え方に沿った設定を行い、共通性を見出せていない定性的な指標については、国や地域全体を対象に行われた社会的インパクト評価の事例を参考に設定する。



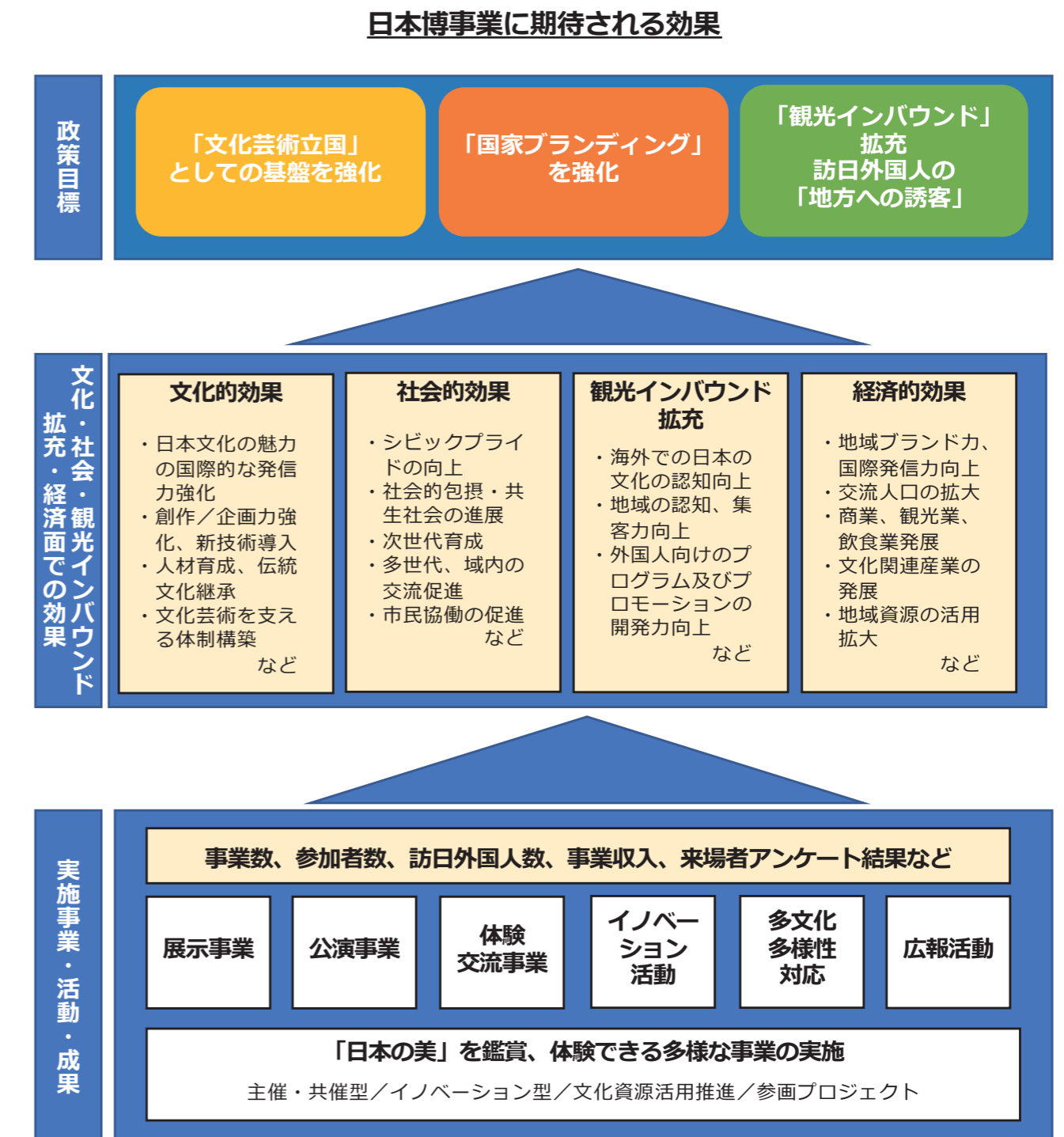
3 社会的インパクト評価の考え方を組み込んだ効果検証の枠組み

(1) 日本博事業に期待される効果

日本博事業では、日本文化の展示・公演・体験事業等が実施されているとともに、年齢、性別、国籍、言語等の違いを越えた様々な活動や、訪日外国人向けの活動、そして日本文化の認知を広めるためのプロモーション活動が実施されている。こうした活動は、直接的な事業収入の確保や来場者数の拡大をもたらすだけでなく、文化芸術の発展や社会及び経済に多様な影響を与えている。

本調査では、上記の状況及び有識者の意見を踏まえ、既存の国内外事業で活用されている各種の効果指標に加え、社会的インパクト評価の考え方を組み入れた検証を行う。

具体的な検証については、事業の成果（事業数、参加者数、訪日外国人数、事業収入、経済波及効果など）と、その結果、地域の文化、社会、観光インバウンド及び経済にどのような影響を与えたかを測ることにより実施する。



(2) 今回の効果検証手法

社会的インパクト評価の考え方をういて文化的効果、社会的効果、観光インバウンド拡充及び経済的効果を捉えるためには、事業実施により影響を及ぼす主要な関係者に対してその影響度合いを測定していく必要がある。今回は、有識者の意見を踏まえ、①事業者アンケートによる取組の把握、②来場者アンケートによる意向等の把握、③事業者ヒアリングによる取組の把握の三つの手法で、初年度における日本博事業の効果検証を実施した。

なお、日本博事業は現在も継続中であり、今回の結果を踏まえ、検証手法を精査し、最終的な効果検証を実施するものとする。

今回の効果検証手法

①事業者アンケート

日本博事業を実施している事業者（以下、「日本博事業者」という。）に対し、事業活動の結果と成果をアンケートで収集。

<対象>
2020年2月末時点で認証している日本博事業者

<主な内容>

- ▶事業の結果
 - ・事業数（ロンドン大会などの例を踏まえて統一的な考えの下、数量化）
 - ・参加者数（うち宿泊客数）
 - ・訪日外国人数
 - ・事業収入
- ▶事業の成果
 - ・文化的効果（文化芸術自体の発展・継承、文化芸術の基盤構築など）
 - ・社会的効果（シビックプライド（地域の誇り）向上、共生社会の推進など）
 - ・観光インバウンド拡充（海外での認知向上、インバウンド対応など）
 - ・経済的効果（交流人口の増加、関連産業の発展など）

<参考>
内閣府の「beyond2020プログラム」、東京2020組織委員会の「東京2020文化オリンピック」各々の認証団体にも同様のアンケートを実施し、東京2020大会に関わる文化プログラムの把握を行った。

②来場者アンケート

日本博事業者のうち、来場者アンケートを実施している団体から、その結果を収集。

③事業者ヒアリング

日本博事業者のうち、特色ある事業を実施した団体に対して調査を実施。

<対象>

公益社団法人日本芸能実演家団体協議会	東京国立博物館
すみだ北斎美術館	大地の芸術祭実行委員会
京都国立近代美術館	大阪市立住まいのミュージアム
奈良県	

※新型コロナウイルス感染症の影響により、上記の団体のみ実施した。

効果検証結果

ここでは、前章の効果検証に関する方針に基づき、日本博事業者に対して実施したアンケート結果・事業者ヒアリング結果を中心に、日本博事業者が来場者に対して実施したアンケート等の調査結果や文化庁等が実施した各種調査結果等も合わせ、日本博事業による効果を整理していくこととする。

1 日本博事業者アンケート調査概要

■ 調査の目的

日本博事業による文化的・社会的・経済的効果を検証し、今後のより有効な展開の参考とすることを目的として、すべての日本博事業者にアンケート調査を実施した。

■ 調査方法

ウェブアンケート調査

■ 調査期間

2020年3月2日～3月12日

■ 回収結果

配布数	回収数	有効回収数	有効回収率
389票	300票	299票	76.9%

※令和2年2月末時点の日本博事業者数と回収率

主催・共催型プロジェクト	69件 (100%)
イノベーション型プロジェクト	39件 (96.4%)
文化資源活用推進事業	29件 (100%)
参画型プロジェクト	252件 (64.7%)

※ 四捨五入により回答の合計が100%にならない場合がある。

2 実施事業の内容

(1) プロジェクトの重点

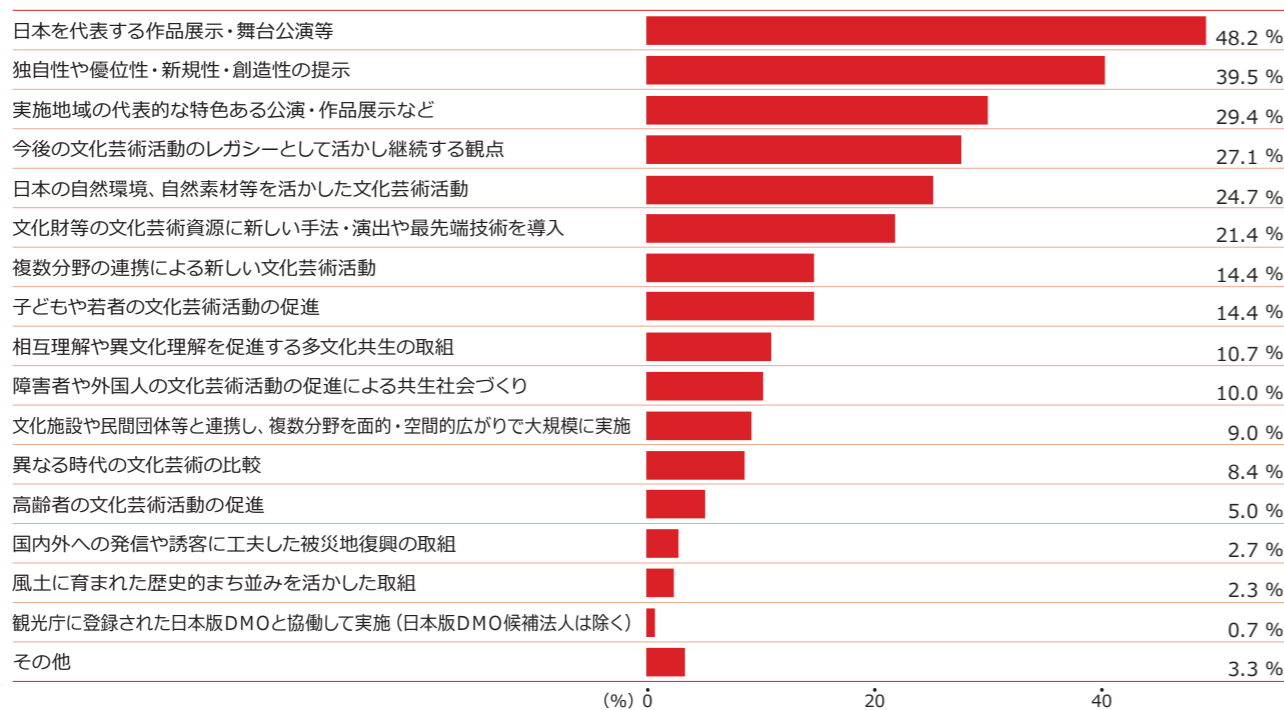
日本博の各事業の内容についての回答を見ると、「日本を代表する作品展示・舞台公演など」（48.2%）、「独自性や優位性・新規性・創造性の提示」（39.5%）と続いており、『日本の美』という「日本博」のコンセプトに則ったもの、文化芸術としての独自性を追求したものが多い。その他、「実施地域の特色ある文化」、「文化芸術活動のレガシーづくり」、「日本の自然を活かした文化芸術活動」、「新手法や最新技術の導入」等が20%以上の回答となっている。

新規性や独自性については、日本博事業への申請書類のほぼ全てに記載があり、具体的な内容として、「日本で初の展示」、「門外不出の作品の初公開」、「行事の際のみに奉納された舞踊の初公開」など、展示対象や公演形態自体に新規性があるとするものが最も多く、次に、「多様なジャンルのコラボレーション」や、「現代と過去の比較・融合」など、演出方法に独自性があるとするものが多い。

一方、何らかの先端技術に関する具体的な内容を見ると、①貴重な美術品等の保存・修理・複製等に関わる技術（CTスキャン技術、レプリカ製作技術など）、②新しい創造性としての演出・体験等に関わる技術（演出技術、VR/AR技術、撮影技術など）、③鑑賞者の作品理解を支援する技術（翻訳技術、ICTなど）など、多様な目的で先端技術が活用されていることがわかる。

■プロジェクトにおいて重点を置いたこと

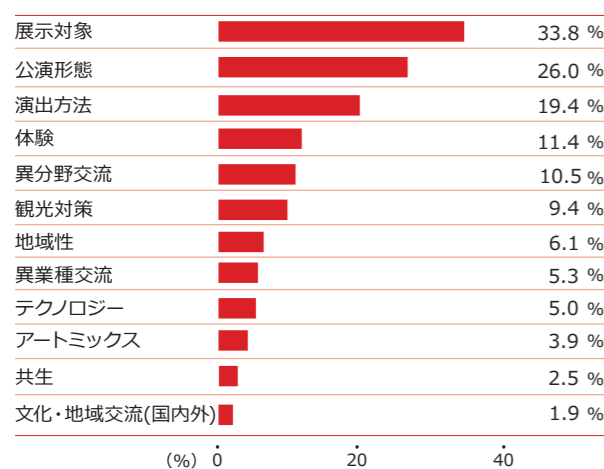
N=299 (複数回答)



出所：日本博事業者アンケート

■「新規性・独自性」の内容

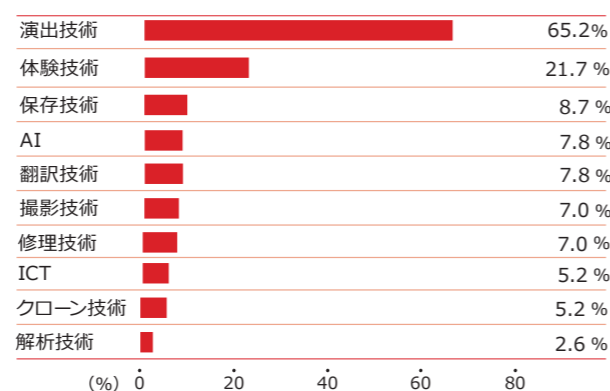
N=361 (複数回答)



出所：日本博申請書のデータ分析

■「活用する最先端技術」の内容

N=115 (複数回答)



出所：日本博申請書のデータ分析

今回の日本博事業の大きな特徴として、様々な最先端技術が積極的に投入されていることがある。一つ目は、文化財の保存や修理等に関わるもので、VR/AR技術やレプリカ製作技術に加え、高度な印刷技術を使ったリマスターの制作や、露出展示に近い展示用ガラスケース（そこにあることが意識されないガラスケース）等多様な技術が投入されている。こうした技術は、文化財の保存と活用を両立させる鍵となるものであり、今後の日本の文化財事業に関して、大きなレガシーとなるものと考えられる。

二つ目は、新たな演出や体験をもたらす技術の投入である。今回の事業では、歴史的建造物を最新の音響・照明技術とプロジェクションマッピングで舞台に変える技術や、伝統芸能の演出においてロボット型の自走できる映像装置を活用し、日本文化の美しさを新たな演出で見せる技術など、日本の伝統的な美の魅力を最先端技術で再発見させるような使い方が目立った。

三つ目は、鑑賞者支援である。具体的な事例としては、耳が不自由な方に向けて「オーケストラの音を可視化」するデバイスを投入したり、ヘッドマウント・ディスプレイ等による字幕の投影により、複数の言語に対応するなど、障害の有無や言語の違いを越えるための技術の活用が多く見られている。

こうした最先端技術は、今回の日本博事業での利用に止まるものではなく、東京2020大会後の文化芸術活動の発展に対して長期にわたって活用されうるテクノロジーのレガシーともいうべきものであり、この点で大きな成果を上げつつあることは、日本博事業の効果の一つとして評価が可能である。

日本博事業における最先端技術の導入

① 貴重な美術品等の保存・修理・複製等に関わる技術とそれらの活用（CTスキャン技術、レプリカ製作技術など）

▶文化財保護技術の解説と、高透過・低反射の新たなガラスケースの投入

明治から昭和時代の模写事業と現代技術によるVR、スーパークローン、高精細デジタルスキャンなどによる文化財保護、後世への継承などの取組を紹介した。観音像を高透過、低反射のガラスケースで展示し、露出展示に近いクリアな見え方を追求した。

主催・共催型プロジェクト（美術・文化財）

▶最新の印刷技術による文化財のリマスター・活用

大学及び当社の産学連携により文化財をリマスターするプロジェクト。大学の先生方のアイデアにより、現代の印刷技術を用いて文化財をリマスターする新たな手法がいくつも生み出された。

主催・共催型プロジェクト（生活文化・文芸・音楽）

② 新しい創造性としての演出・体験等に関わる技術（演出技術、VR/AR技術、撮影技術など）

▶プロジェクションマッピングや最新の音響・ライティング技術で歴史的建造物を新たなステージに

日本博を契機に、狂言とクラシックバレエという歴史や背景の異なる舞台芸術を、世界遺産である歴史的な文化財を活用し、特別な舞台・特殊な演出でつなぐ。特筆すべき新規性は、世界遺産である歴史的な文化財の新たな活用方法の提案で、プロジェクションマッピング・音響等の演出に加え、史上初の試みとして、広大な本殿を開放して特別ステージを設立し、特殊なライトアップで観客席から大きい仏像全体を拝観できるように演出する。

イノベーション型プロジェクト（舞台芸術）

▶伝統芸能の舞台にロボット型映像装置を導入

伝統芸能と最先端テクノロジーを融合させることで、日本文化をより洗練させた形で昇華し、表現に落とし込めた。舞台上を前後自由に動けるオムニホイールロボットに、LEDパネルを搭載し、初めて演出装置として本公演にて使用している。これまでの舞台作品やライブイベントにおいては映像装置を動かしたことはなく、今回の挑戦をきっかけに、これからの舞台装置、ライブ装置のあり方に変化を与えるきっかけになった。

主催・共催型プロジェクト（メディア芸術）

③ 鑑賞者の作品理解を支援する技術（翻訳技術、ICTなど）

▶障害者対応のための最新技術の活用

聴覚障害のある方へ向けたデバイスを活用するほか、テクノロジーにより「音の視覚化」を試みるなどの斬新な演出を伴い、ダイバーシティの高い公演となった。アンケート結果から、オーケストラに日頃より親しむ機会の少ない方、若い方の来場が特異的に多いことが示された。

「感覚を開くことの新鮮さに加えて、オーケストラの演奏も素晴らしい。新しい芸術に感動した。」
「オケはどこまで表現できるのか、もっと先を見てみたい。次回も是非、予想を超えていくものを期待する。」（アンケートより）

イノベーション型プロジェクト（舞台芸術）

▶訪日外国人向けへの多言語の字幕配信

全公演、日英二ヶ国の字幕対応を実施。さらに、多言語対応公演では中国語、韓国語の字幕も追加。ヘッドマウント型ディスプレイ「RETISSA Display（レティッサ ディスプレイ）」による字幕配信の実証実験も行った。

参画型プロジェクト（舞台芸術）

2日間の能楽の、冒頭、外国人講師による解説を行い、大学研究所の協力の下、音声ガイドと比較して安価な字幕の多言語配信を実施した。

主催・共催型プロジェクト（舞台芸術）

(2) 日本博事業を契機とするレガシー

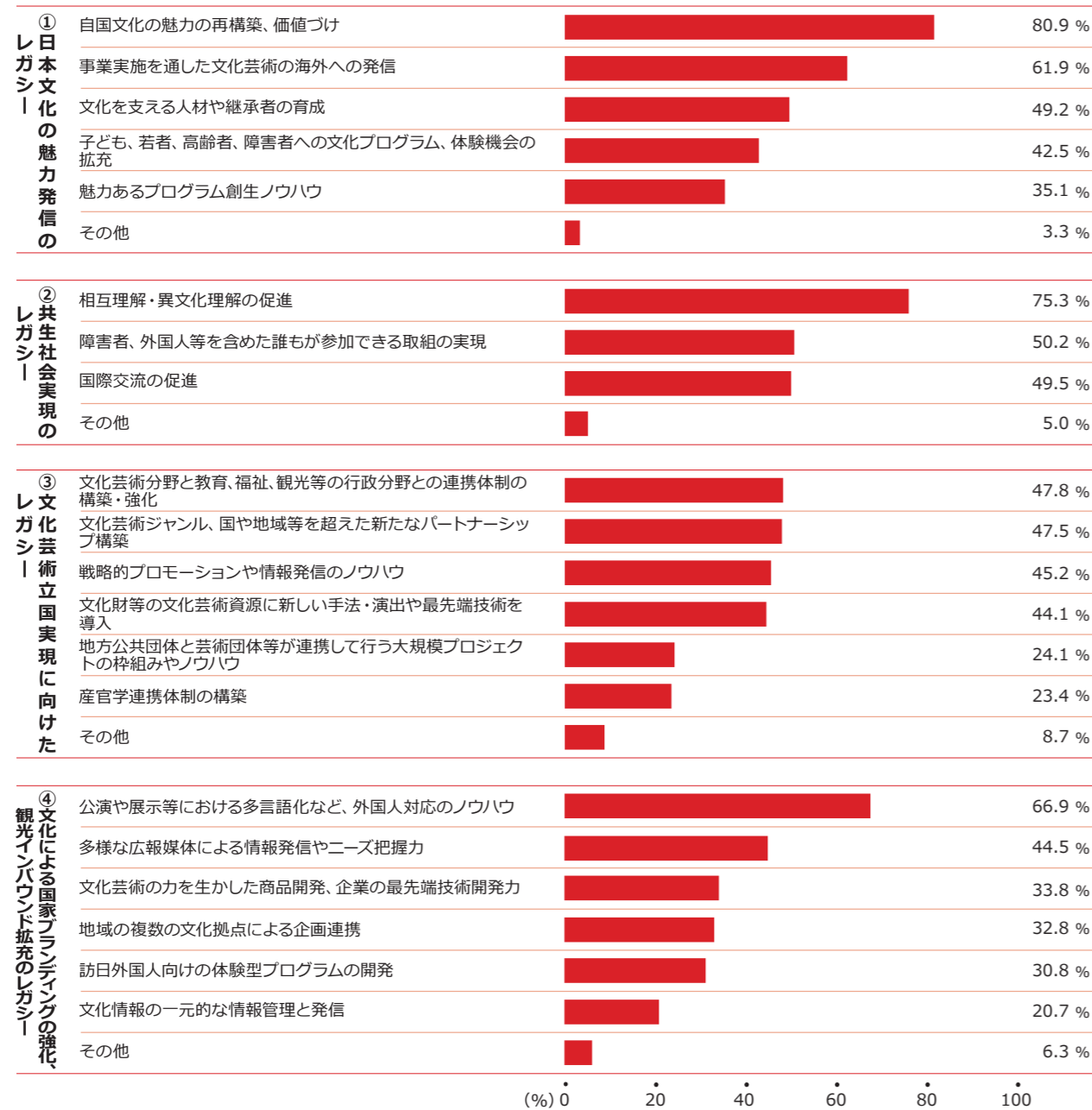
「日本博」を契機にレガシーとしたい成果の各設問においては、まず日本文化の魅力発信のレガシーでは、「自国文化の魅力の再構築、価値づけ」が80.9%と高く、次に「事業実施を通じた文化芸術の海外への発信」が61.9%となっている。共生社会実現のレガシーでは、「相互理解・異文化理解の促進」が75.3%と高く、「障害者、外国人等を含めた誰もが参加できる取組の実現」も50.2%と半数を上回っている。

文化芸術立国実現に向けたレガシーでは、「文化芸術分野と教育、福祉、観光等の行政分野との連携体制の構築・強化」が47.8%、「文化芸術ジャンル、国や地域等を超えた新たなパートナーシップ構築」が47.5%と比較的高い。また、文化による国家ブランディングの強化、観光インバウンド拡充のレガシーとしては、「公演や展示等における多言語化など、外国人対応のノウハウ」が66.9%と最も高い。

全体としては「自国文化の魅力の再構築、価値づけ」、「相互理解・異文化理解の促進」、「公演や展示等における多言語化など、外国人対応のノウハウ」の順となっており、日本文化の魅力を国内外に普及すること、その手段としての多言語化等の外国人対応力の強化が、日本博事業者が残したいレガシーとなっている。

■ 日本博事業を契機とするレガシー

N=299 (複数回答)



出所：日本博事業者アンケート

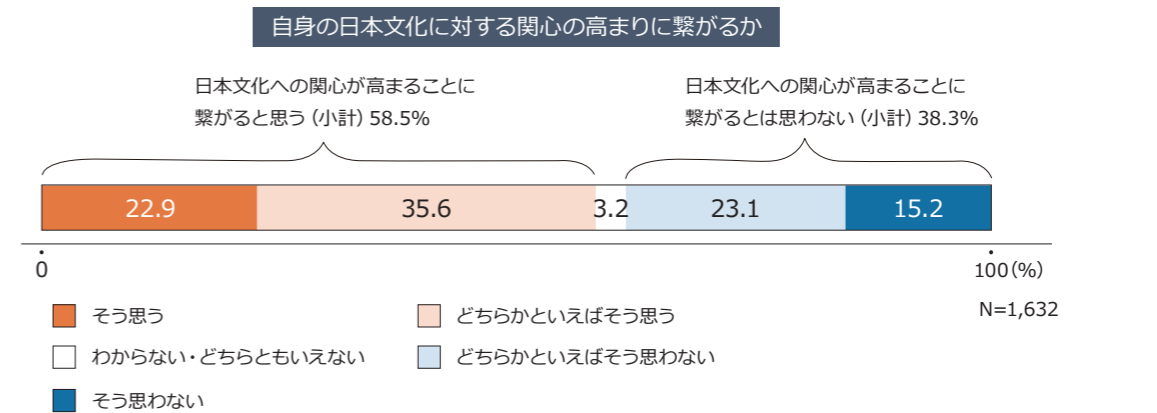
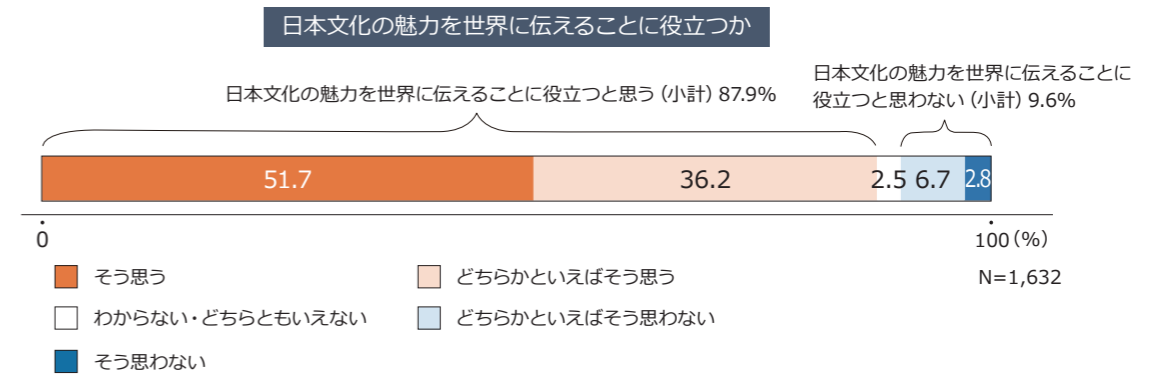
参考 日本文化発信への期待

内閣府の「2020年東京オリンピック・パラリンピックに関する世論調査」では、東京2020大会で文化芸術関連のイベントを実施することが、日本文化の魅力を世界に伝え、また、自身の日本文化に対する関心を高めるかについての問いを設定している。このうち、日本文化の魅力を世界に伝えることに役立つかという問いについては、「そう思う」が51.7%、「どちらかといえばそう思う」が36.2%となっており、合わせて87.9%の人が肯定的な回答を寄せている。

また、東京2020大会に関連した文化芸術イベントが、自身の日本文化に対する関心の高まりにつながるかという問いについては、「そう思う」22.9%、「どちらかといえばそう思う」35.6%の計58.5%が肯定的な回答となっている。

日本博事業は、「外国人に対する当該ジャンルの認知、理解の向上」という成果を上げてきており（後述6（4）参照）、これは、日本文化の魅力が世界に伝わって欲しい、という国民の期待に応えるものとなっている。また、日本博各事業の実施の重点で最も多いのは「日本を代表する作品展示・舞台公演など」（48.2%）、レガシーとして最も残したいのは「自国文化の魅力の再構築、価値づけ」（80.9%）となっていることでも示されているように、日本博事業は、訪日外国人だけでなく、日本人にとっても、日本文化の魅力を再発見する契機をもたらすものである。

これらから、日本博事業は、「文化プログラムが自身の日本文化に対する関心の高まりにつながるのではないか」という国民の期待に応える事業となっていると考えられる。



3 開催による実施状況

(1) 延べ開催日数、延べ公演回数など

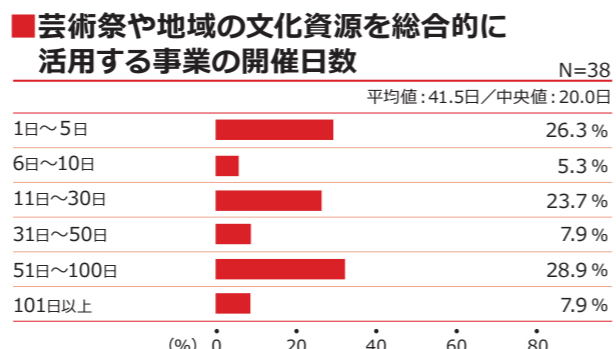
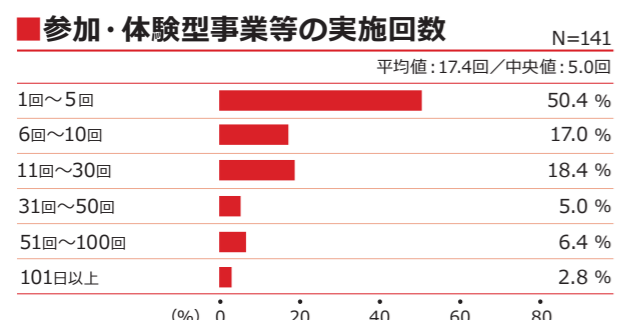
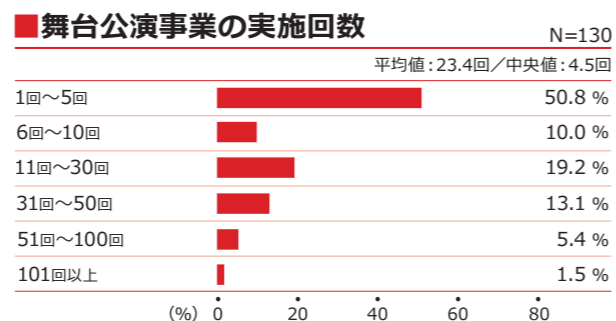
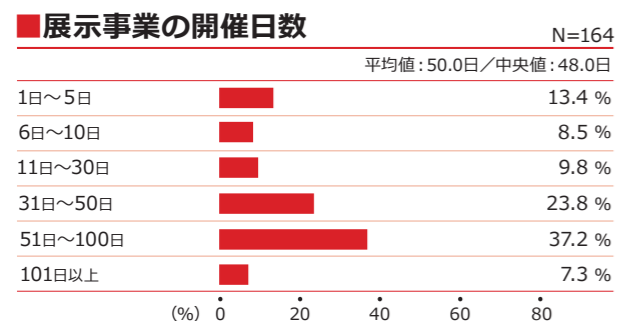
今回の日本博事業者アンケートでは、展示や舞台公演、芸術祭等多様な事業形態をもつ日本博事業の活動数を横並びで比較するために、事業形態によって1件当たりの実際の活動数が大幅に異なる事業件数での集計ではなく、ロンドン大会での文化プログラムの活動数測定の考え方にならい、展示や芸術祭等については「何日分の活動が実施されたか」、舞台公演や参加・体験型事業については「何回分の事業が実施されたか」で算出した。

事業形態別に、この活動数の平均を見ていくと、展示事業では「51日～100日」での展開が多く、平均的な活動数が50.0日と多くなっている。同様に、芸術祭や地域の文化資源を総合的に活用する事業でも「51日～100日」が最も多く、平均活動数も41.5日と多い。

一方、舞台公演事業、参加・体験型事業等及びその他（講演会など）では、「1回～5回」がそれぞれ順に50.8%、50.4%、50.8%であり、その他（撮影など）では、「1日～5日」が61.3%といずれも短期の活動が多くなっている。

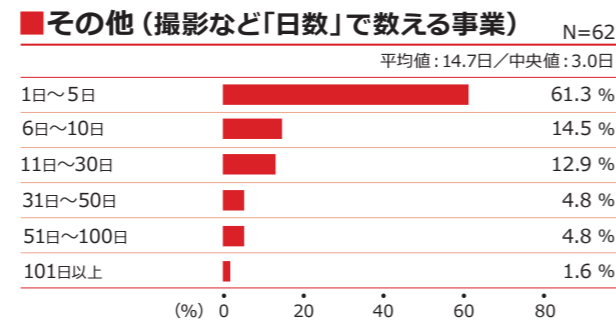
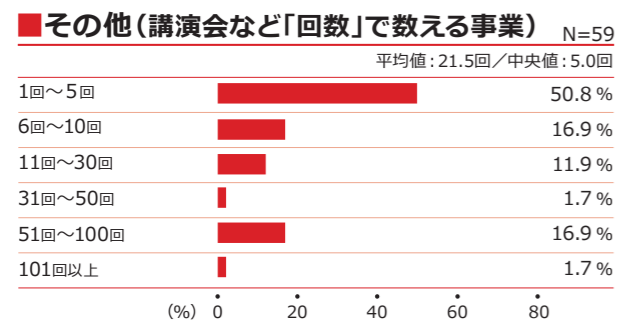
なお、事業によっては平均値と分布の中央値*との差異が大きいですが、これは、通年開催事業等日数が多い事業が平均値を押し上げていることによるものである。

*「中央値」とは、母集団の分布の中央にくる値のこと（総務省統計局・なるほど統計学園高等部より https://www.stat.go.jp/koukou/howto/process/proc4_3_1.html）



例：参加型のワークショップ、お点前体験等の体験型事業など

例：芸術祭、地域の文化資源（地域の音楽・踊り、地域の文化財や歴史資源など）を用いたフェスティバルなど



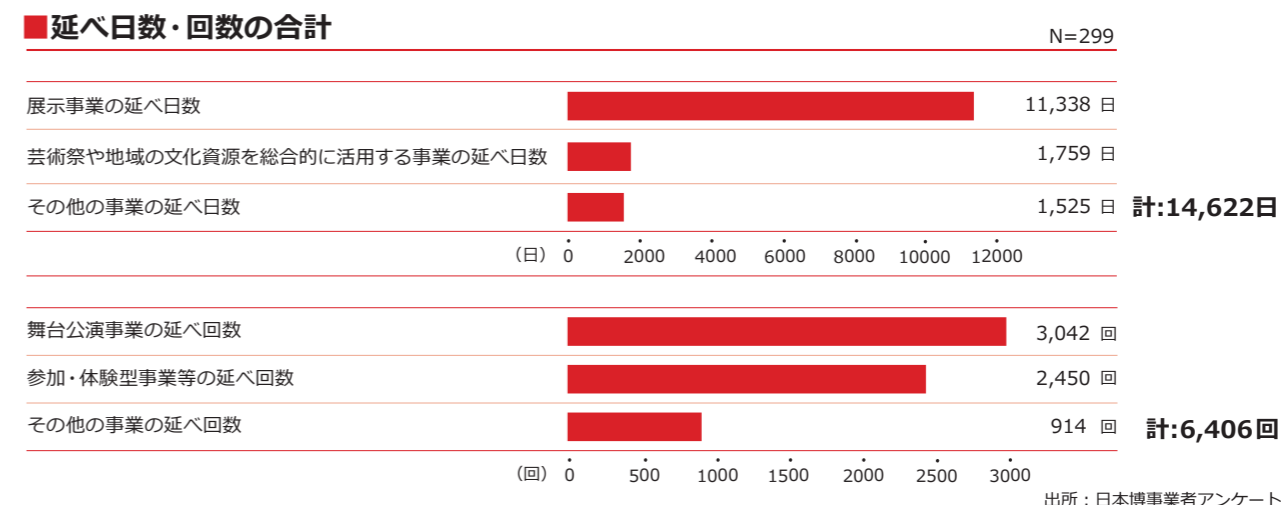
例：講演会・トークショー、コンクールや競技会など

例：プロモーションツールによる情報発信、撮影など

※「その他」については、それぞれの事業の特性から、「日数」「回数」いずれかでの回答とした。

出所：日本博事業者アンケート

なお、全ての事業から回答を得られていないこと、及び、実施されていない事業も多いことからあくまで暫定値とはなるが、調査時点での日本博事業の活動数は、展示等の事業で延べ14,622日、公演等の事業で延べ6,406回となり、全事業では延べ21,028件に上っている。



(2) 入場者数・参加者数等の総合計

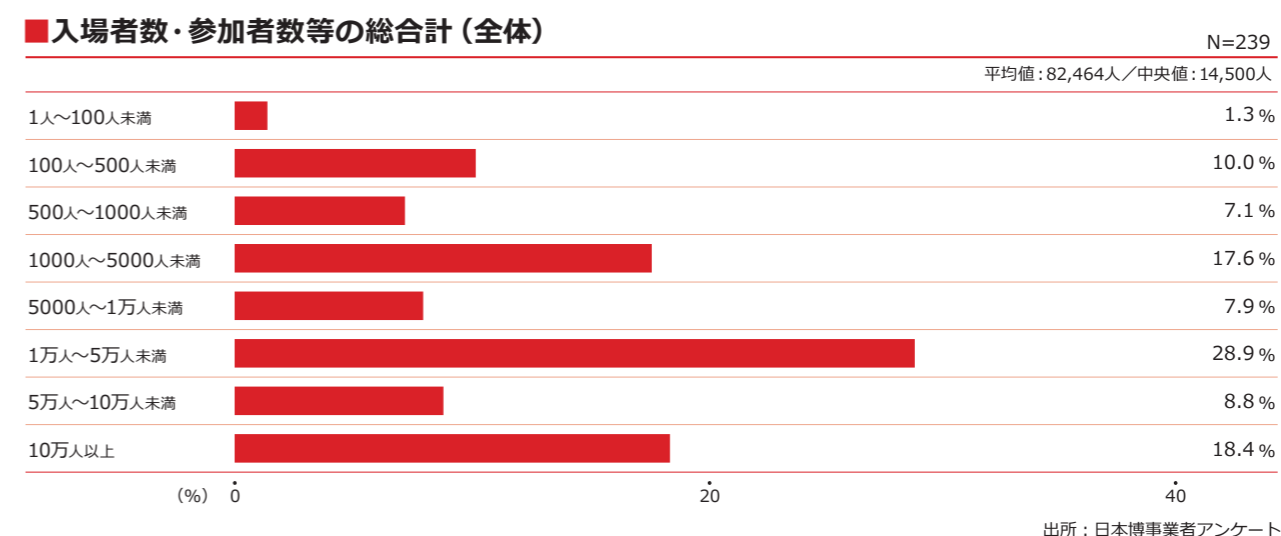
日本博事業は、芸術祭等で100万人を超える参加者数を集めるものから、体験型事業中心で入場者数をあえて少人数に絞っているものまで、多種多様である。

全体では、入場者数・参加者数等の総合計が「1万人～5万人未満」（28.9%）とする事業が最も多く、次に「10万人以上」（18.4%）、「1000人～5000人未満」（17.6%）が続く。

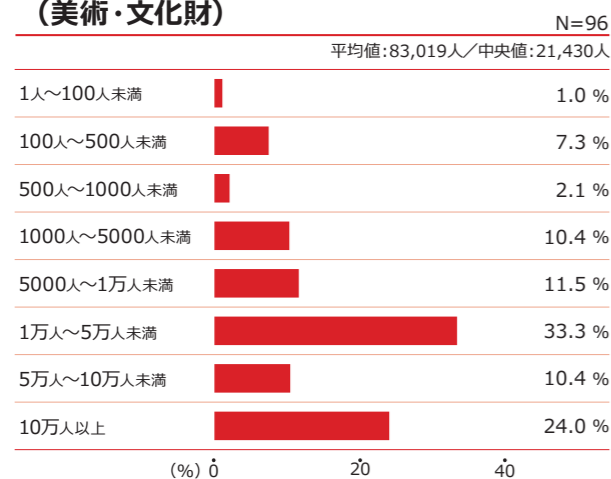
平均値は8万人以上であるが、分布の中央値は14,500人となっている。これは、100万人以上を集客するような大規模事業が全体の平均値を押し上げていることによる。

分野別には、開催日が複数日にわたる『美術・文化財』は「1万人～5万人未満」、比較して実施日数が少ない『舞台芸術』は「1000人～5000人未満」がそれぞれ33.3%で最多である。

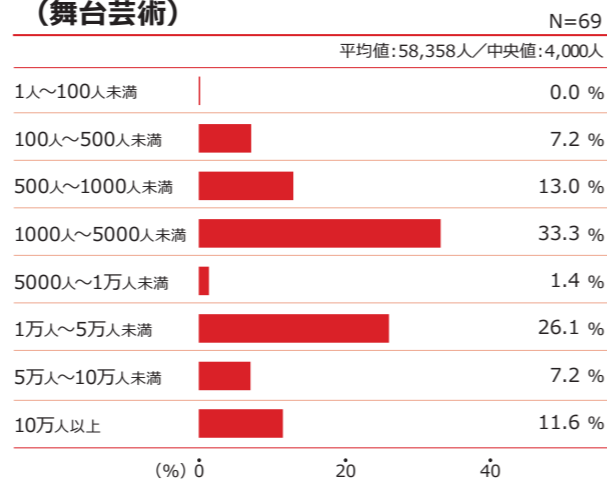
なお、暫定値ではあるが、調査時点までの総集客人数は、1,971万人、うち外国人は108万人に上っており、過去最大の成功例と言われているロンドン大会と比べ、既に5割近い実績を上げている。



■入場者数・参加者数等の総合計 (美術・文化財)



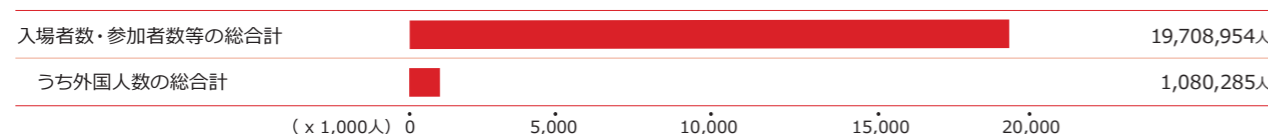
■入場者数・参加者数等の総合計 (舞台芸術)



※「美術・文化財」「舞台芸術」以外の分野は母数が少ないため、ここには掲載していない。

出所：日本博事業者アンケート

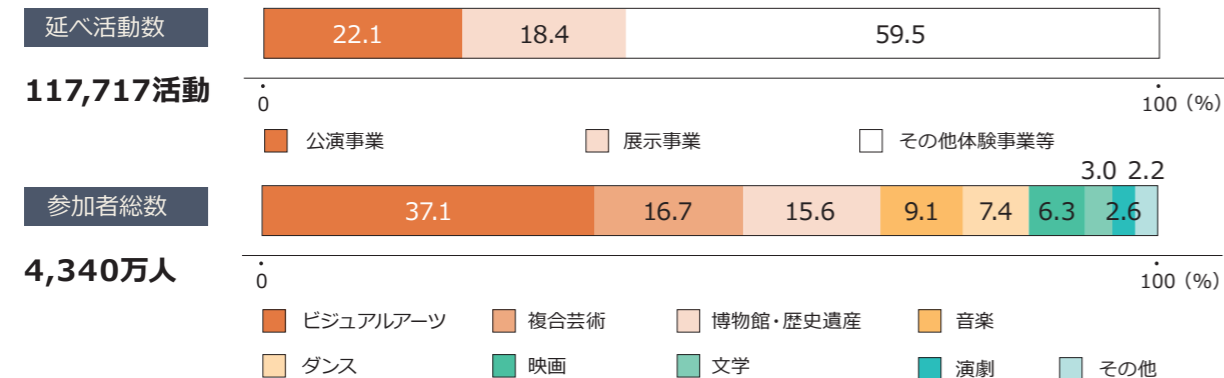
■入場者数・参加者数等の総合計と外国人数の総合計



出所：日本博事業者アンケート

参考

2012年ロンドンオリンピック・パラリンピック競技大会の文化プログラムに係る成果



出所：London 2012 Cultural Olympiad Evaluation Final Reportより算出
http://www.beatrizgarcia.net/wp-content/uploads/2013/05/Garcia-ICC-COFinalReport-UPDATES1.pdf

【文化プログラムによる効果】

①文化レベルの向上

- ・新たな作品の創造（5370作品の誕生）、文化、企業、教育、自治体等の新たなパートナーシップの誕生（10,940）
- ・文化プログラムで創出されたプロジェクトの半数が2012年以降も継続（ファンディング等により）。

②幅広い層の文化活動への参画

- ・参加者4,340万人。参加者やメディアにおける高い評価。参加者アンケートで8割以上が期待以上と回答。

③観光産業への貢献

- ・外国人観光客の集客は、2012年から2013年で約5.2%の伸び率。
- ・2012年の英国の国のブランドランキングでは、文化関連の項目の評価が向上（1ポイント）したことにより、英国は1つ順位を上げて4位に（ロンドンのブランドランキングは、2012年に1位に。）

④自国文化の誇り、自信の掲揚等

- ・81%の英国国民が、五輪大会と文化プログラム等の関連イベントを通じ、より自国を誇りに思うようになったと回答。
- ・子ども・若者の精神面やスキル形成にプラスの影響（40%のプロジェクトが子ども・若者をターゲットに。参加者の61%は18歳以下。）
- ・障害者への理解、障害者アーティストの活躍の推進（806人の障害者アーティストが参加、著名な文化施設等で障害者作品の展示・公演の機会が促進）

出所：文化審議会第14期文化政策部会（第2回）（平成28年7月27日開催）配布資料より

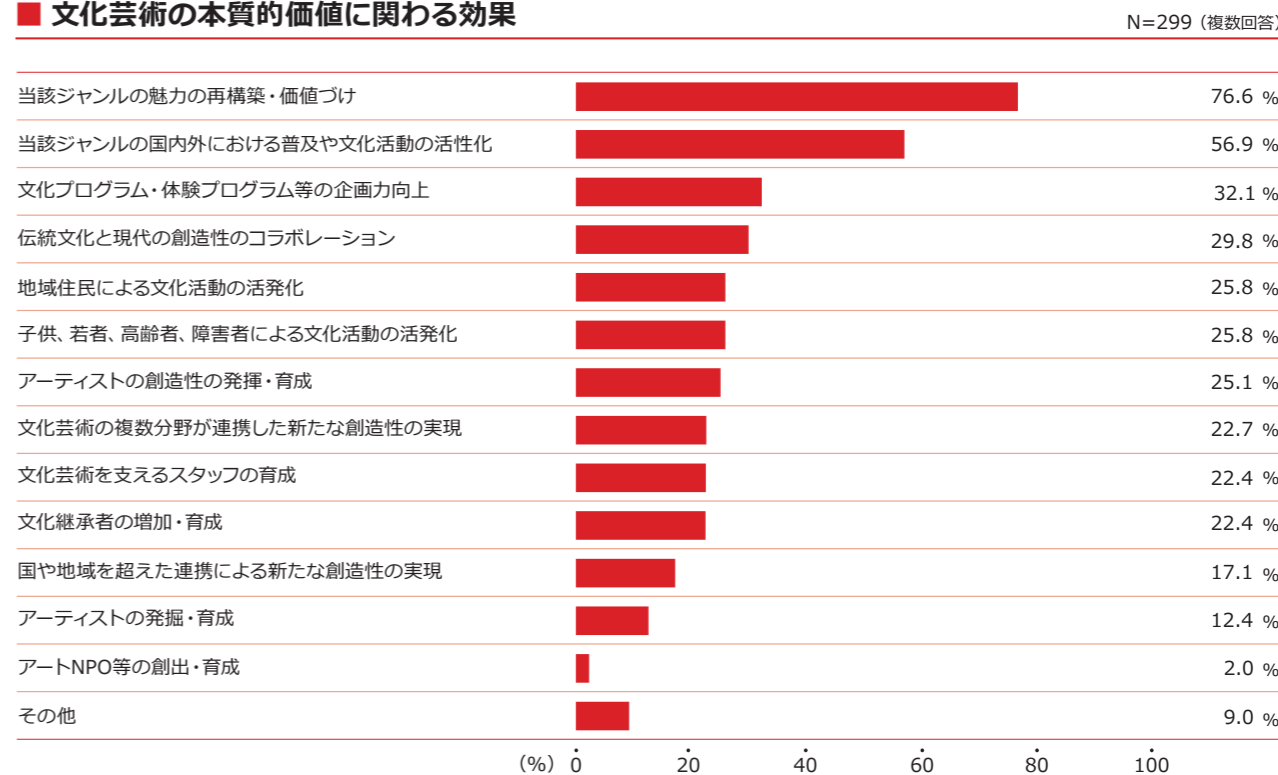
4 文化的効果の検証

(1) 文化芸術の発展・継承

文化芸術の本質的価値の向上につながる（文化芸術の発展・継承につながる）効果としては、「当該ジャンルの魅力の再構築、価値づけ」（76.6%）、「当該ジャンルの国内外における普及や文化活動の活性化」（56.9%）があったという回答が多い。日本博事業者からは、日本文化の再発見・再認識につながったという回答が多くあり、「日本の美」をテーマとした日本博事業らしい成果が確認できる。

また、文化芸術を支える協働体制や人材育成、伝統文化の継承等についても成果があったという回答があり、幅広い側面で文化芸術の発展に貢献していることがわかる。

■文化芸術の本質的価値に関わる効果



出所：日本博事業者アンケート

日本博事業では、日本の文化芸術の新たな魅力や、これまでなかなか伝えられなかった伝統文化の知識を伝え、来場者・体験者に、「日本の美を再認識した」、「古典と若者が接近するきっかけになった」など、大きな感動を与えている。

こうした事業の実施は、来場者・体験者に大きな影響を与えるのみならず、日本博事業者側にも、これまでにない事業実施の手法や実施の枠組みに取り組む機会を与えている（これまで体験講座の対象となりにくかった伝統技法の紹介、伝統芸能と最先端技術の融合、文化財の保存過程の紹介、日本遺産との連携など）。こうした事業の試みは、今後日本の文化芸術の発展や継承を図るにあたって、大きなレガシーとなるものである。

今回の調査では、日本博事業者アンケートの他に、数団体に対しヒアリングを実施している（各事業の詳細については後述）。ヒアリングを実施した事業においても、参加者から、日本文化について深く体験することができ、再認識や誇りを持てる機会となったという声が寄せられている。その中でも、外国人からは、「是非多くの方に参加してほしい」、「この事業がきっかけで訪問した」、「人に紹介する」、「また来たい」という行動につながる反応が多い。また、東京国立博物館/日本文化体験「日本のよろい！」の来場者アンケートでは、来場者の96.6%が「面白かった」と回答しており、高く評価している。

日本博事業での手応え

各事業における他にない日本文化体験の事例

- 体験型事業として、日本画技法体験プロジェクトを実施。通常触れることがない素材を一般鑑賞者に体験してもらい日本画技法を理解していただいた。体験者にとっては初めての経験であり、たいへん好評を得た。
主催・共催型プロジェクト（美術・文化財）
- 様々な日本の伝統芸能（特に舞台芸術と楽器）と最先端の映像技術を融合させ、コンセプトである「日本の美」「日本人と自然」を取り込んだ作品を制作。ご覧になったお客様の感想として「日本の美を再認識した」という声が多くあった。
イノベーション型プロジェクト（舞台芸術）
- 木簡の展示は、一般的には保存処理後に行われる。保存処理前の水漬けの状態の木簡は一般の方には普段目にする機会がほとんどないため、非常に好評であった。
参画型プロジェクト（美術・文化財）
- 伝統芸能と現代舞踊を融合した事業を実施。来場者アンケートでは、「改めて古典の底力を感じた」「古典芸能と若者が接近するきっかけになった」「伝統芸能はわかりにくいイメージがあるが、アートと繋がることでこれまで伝統芸能に触れてこなかった人にもわかりやすくなると思う」等の意見が寄せられた。
主催・共催型プロジェクト（メディア芸術）
- 日本遺産の構成文化財や国指定重要文化財等を活用、地元の小学生の協力を得た取組等を実施したことで、観覧者のみならず、地域の住民における歴史文化の理解促進も図ることができた。また、誘客の枠を国内外に広げることもつながった。
文化資源活用推進事業（舞台芸術）

日本博事業者ヒアリング調査における来場者の反応

公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会／日本遺産を活かした伝統芸能ライブ「NOBODY KNOWS」プロジェクト

▶歴史的文化財や自然から構成された日本遺産を中心に現地の民俗芸能や郷土料理の体験を提供

[来場者の声（日本人）]

- 「まさに生きた歴史と文化を体感することができた。」
- 「日本及び自分の住んでいる地域の文化に触れられてとても感激した。」
- 「日本人として大事にするべき文化を再確認するとともにこの文化に誇りをもつことができた。」

[来場者の声（外国人）]

- 「宿坊に泊まり、朝の儀式も外国人にとってはとても興味深い。是非多くの方に参加してほしい。」
- 「日本人と一緒に体験したことで、自分が観光客と感じずに過ごせたことがとてもよかった。」
- 「人生にまたとない驚くべき体験。一生忘れない。」
- 「以前から訪問したいと思っていた地域だったが、この事業がきっかけとなった。」
- 「まだまだ知らない文化遺産がある。」

すみだ北斎美術館／「綴プロジェクト」—高精細複製画で綴る—スミソニアン協会フリーア美術館の北斎展

▶米国から、門外不出の文化財高精細複製品の里帰り展示を実施、併せて屏風の前で日本のお茶等の生活文化体験を提供

[来場者の声]

- 「北斎の作品から、日本の自然を感じた。」
- 「複製画と本物を並べる趣向が面白かった。」
- 「お茶や掛け軸・屏風のたたみ方が体験できてよかった。お点前の動作の意味などお茶についてや日本人が自然にどう関わっていたかもよくわかった。」
- 「畳敷きの部屋に北斎の屏風が展示されていて、靴を脱いで近くに寄って見られて良かった。」

東京国立博物館／日本文化体験「日本のよろい！」

▶鎧の製作工程を精巧な見本で展示、着用可能な鎧を製作し、体験プログラムを提供

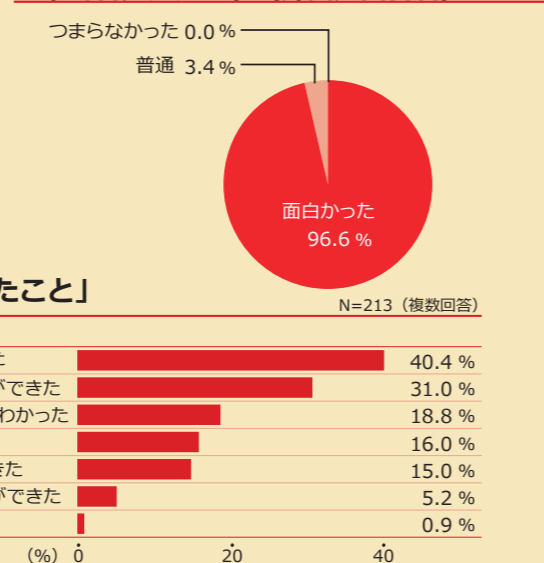
[来場者の声（日本人）]

- 「子どもにも大人にもわかりやすく、キャッチーにまとめられていて大変面白かった。」
- 「普通では見られない構造や作り方が詳しくよく分かった。実物をみながら学べたのでよかった。」
- 「戦国武将が重たい鎧を着て戦っていたのは大変だっただろうと思った。」
- 「日本のよろいと西洋の鎧の違いが分かった。」
- 「いろいろな技術が使われ、様々なタイプの鎧があることが分かった。」

[来場者の声（外国人）]

- 「博物館で一日中過ごした。」
- 「よろいの歴史についてもう少し詳細が知りたい。」
- 「とっても気に入りました。鎧を着るのは大変でした。」
- 「素晴らしい博物館なので、人に紹介する。」
- 「日本にまた来たい。」

■来場者アンケート（外国人回答者） N=208



■「一番良かったこと」



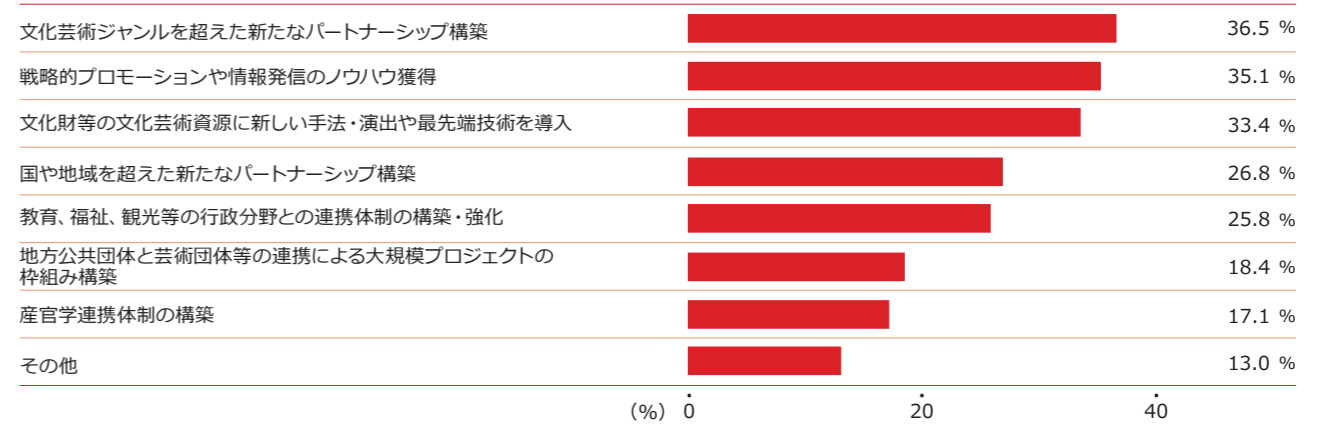
(2) 文化芸術のプラットフォーム構築への貢献

文化芸術を発展させていくためには、その基盤としての協働の体制（文化芸術のプラットフォーム）を、国内外に積極的に構築していくことが求められる。

日本博事業者アンケートでは、「文化芸術ジャンルを越えた新たなパートナーシップ構築」(36.5%)、「戦略的プロモーションや情報発信のノウハウ獲得」(35.1%)、「文化財等の文化芸術資源に新しい手法・演出や最先端技術を導入」(33.4%)等の成果を得たという回答があった。日本博事業を契機として、各地域において、文化芸術活動を支えるプラットフォームの強化や新たなプラットフォームづくりが広がっていると考えられる。

■文化芸術を支えるプラットフォーム形成に関わる効果

N=299（複数回答）



出所：日本博事業者アンケート

日本博事業では、様々な階層でのプラットフォーム構築の活動が行われている。一つは、文化芸術事業を実施するにあたっての文化芸術業界内での協働やそれを支える体制づくりであり、例えば各分野横断の事業が実施され、10以上の舞台芸術と現代アートやメディアアートをつなげようという試みもあった。また、美術館や博物館、歴史的な遺産との連携を構築していく事業も多く行われている。

他方、文化芸術の範囲を超え、異なる領域の団体・企業と連携していくケースも見られる。観光・商業といった領域との連携例が多く、中には、地域社会全体で産学官民連携のパートナーシップを構築している例もあった。日本博事業は、文化芸術業界内外で様々な協働・連携の体制が生まれていく大きな契機となっている。

日本博事業における文化芸術のプラットフォーム構築

複数の芸術分野の連携による新規性・創造性の高い事業の実施

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため一般公開は中止となったが、古典から現代までの10を超える舞台芸術を中心に、現代アートやメディアアートなど、複数の芸術分野を一つのプロジェクトとして企画・実施した前例のない事業を展開。また、実施地域の複数の博物館での文化財や食文化などの関連展覧会や、東京都が管理する最寄りの公園・道路も活用した取組などを通じて、多様な機関との連携も実現し、総合大型プロジェクトとして企画することが出来た。 主催・共催型プロジェクト（舞台芸術）

美術館・博物館の連携体制構築

「日本博」の開催を契機として、2020年移転開館予定の国立施設とも連携しながら、隣接する美術館、歴史博物館の3館を中心としつつ、県内主要美術館等と連携体制構築による県全域での文化の発信について、多言語対応のうえ、実施する予定。 文化資源活用推進事業（美術・文化財）

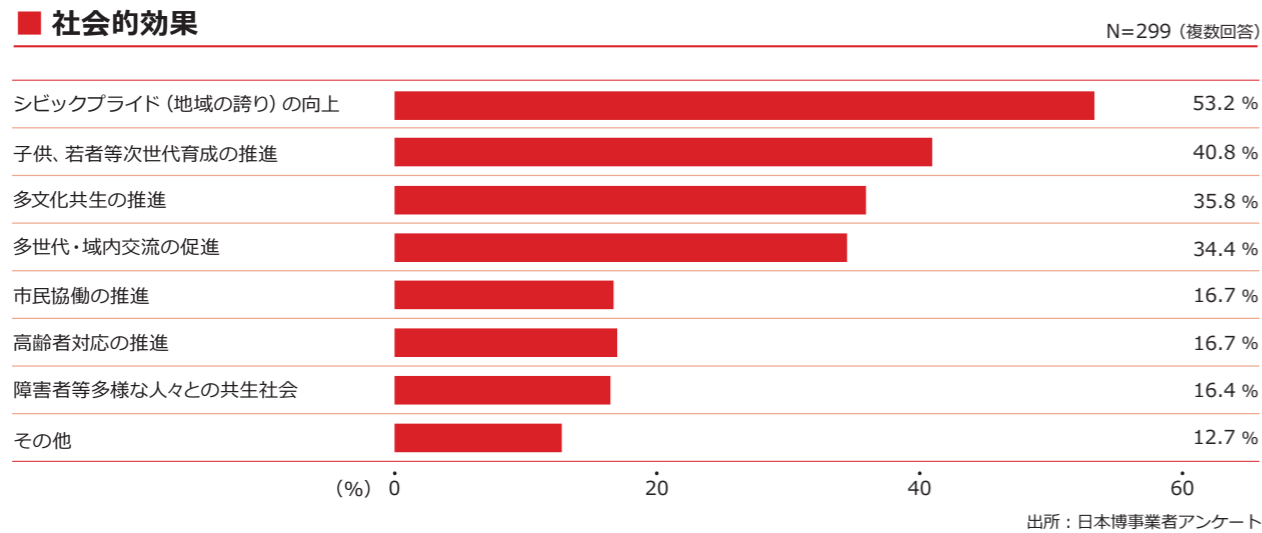
産学官民連携のパートナーシップの構築

環境運動による多文化共生と持続可能社会の構築を目指す100人会議を本プロジェクトの世界発信のメッセージの柱とし、文化芸術活動と環境活動を架橋した多様な事業を、企業・NPO・メディア等による新たな産学官民連携のパートナーシップにより展開。2019年度から2021年度までの3年計画で「エコマネー（地域通貨）システム」の構築などを含めた地域の持続可能なシステムの開発に取り組み、「環境と観光」を融合させた世界的にも先駆的な持続可能な地域社会の創出に挑戦している。

主催・共催型プロジェクト（美術・文化財）

5 社会的効果の検証

日本博事業による社会的効果として最も多く挙げられたのは「シビックプライド（地域の誇り）の向上」（53.2%）で、半数以上の事業が効果として挙げている。次に「子供、若者等次世代育成の推進」（40.8%）、「多文化共生の推進」（35.8%）、「多世代・域内交流の促進」（34.4%）と続いており、日本博事業が、社会の多くの側面で多様な成果を上げていることがわかる。



日本博事業では、多様な文化芸術活動を実施しており、その結果、様々なシビックプライド（地域の誇り）の向上に結びついたという回答があった。

一つはアーティストが住民の協力の下、その地域ならではの新たな文化芸術作品を生み出し、活動を通じてシビックプライド（地域の誇り）の向上に結びつくことである。また、世界遺産や日本遺産等の地域の文化資源を文化芸術活動の舞台として活用し、活動を通じて地域の文化に誇りを生み出すことや、地域出身のアーティストの作品に光を当てることで、シビックプライド（地域の誇り）を向上させるといった活動も行われている。

日本博事業は、地域の文化的魅力を再発見する契機となっており、シビックプライド（地域の誇り）を向上させ、地域の絆を構築させる力を持っている。

また、日本博事業では、障害者の参加に焦点を当てた事業も多く行われている。内容は多岐にわたり、障害者対応に注力した事業だけでも、合理的配慮や情報保障*に徹底して取り組むことで、これまでなかなか文化芸術に触れることができなかった障害者にとって貴重な体験となった例、プロのアーティストを目指す障害者に貴重な教育の機会となった例、文化芸術の場を通じて健常者と障害者の交流の場となった例等様々な事業が実施されている。

多様な人々が、相互に尊重しあう共生社会を進展させていくためには、文化芸術におけるノーマライゼーションを進展させるとともに、文化芸術により、人々の理解や共感を広げていくことが重要である。日本博事業によるノーマライゼーションの進展や、障害者への支援、障害の有無に関わらない交流の場づくりは、共生社会の発展に大きな役割を果たしている。

他方、子供や高齢者等を対象とした事業も多く、学校との連携や、多世代に対しての伝統文化の体験機会の提供、障害のある子供たちを対象にした事業等が実施されており、子供や高齢者等の包摂による共生社会進展の契機ともなっている。

*「情報保障」とは情報のやりとりやコミュニケーションにおいて、障害に配慮した手法（例えば、視覚障害者に点字や拡大文字、文字情報以外の方法で情報を提供する、聴覚障害者と音声以外の方法でやりとりするなど）を取ることで、障害者が必要な情報を円滑かつ正確に入手でき、また、自分の意思を伝えられるようにすること。

日本博事業によるシビックプライド（地域の誇り）の向上

住民とアーティストの協働によるシビックプライド（地域の誇り）の向上

住民が自ら芸術文化活動に参加する環境づくりを促進することにより、地域文化の育成・発展につながった。アーティストのリサーチや作品制作を介して地域の魅力や文化資源を開拓し、多様な地域文化を反映した文化芸術を創造することで、住民のシビックプライド（地域の誇り）の醸成と地域の活性化を促された。アーティストによる作品は、その地域の文化や風土、景観に基づいて制作され、その土地特有の魅力が唯一無二のものになった。
文化資源活用推進事業（メディア芸術）

世界遺産・日本遺産を活用した文化芸術活動によるシビックプライド（地域の誇り）の向上

世界遺産をユニークベニューとして活用し、県の交響楽団とポップスのトップアーティストとの共演を実現することで、通常と違う層へのアプローチを実現し、集客を大きく拡大した。また、地域の日本遺産のテーマに沿った能や音楽とともに、背景に日本遺産の映像を流したことで、自分たちの住む地域の美を再認識し、誇るべき資源であることを感じる事ができた。
イノベーション型プロジェクト（メディア芸術）

地元アーティストの活動を通じたシビックプライド（地域の誇り）の向上

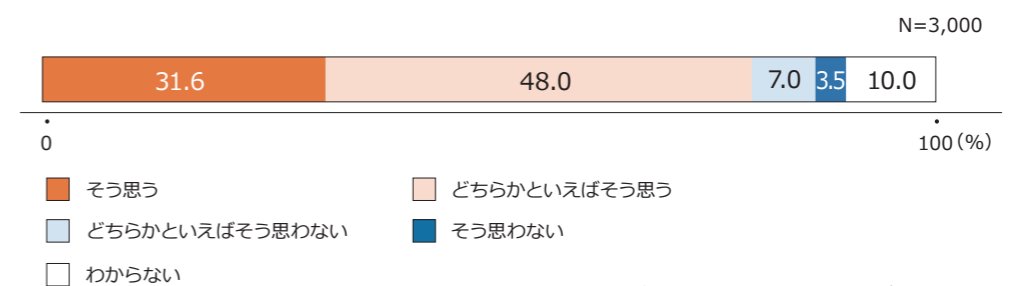
地域の日本画家の紹介により、一つの道を極めた一人の人間と、その生き方を形作った地域性を再発見した。あくなき探求心と挑戦意欲に裏付けされた作品群を紹介したことでシビックプライドを再認識することができた。また、この展示を機に親族の日本画家と地域との連携が深まり、地域における今後の文化活動の新たな息吹が生まれた。
参画型プロジェクト（美術・文化財）

参考 シビックプライド（地域の誇り）醸成への期待

文化庁の令和元年度「文化に関する世論調査 報告書」では、伝統的な祭りや歴史的な建物等の地域の文化が、人々の地域への愛着や誇り（シビックプライド）につながるかという調査をしている。この回答を見ると、「そう思う」（31.6%）、「どちらかといえばそう思う」（48.0%）の計79.6%で肯定的な回答となっており、地域の文化がシビックプライド（地域の誇り）につながるという認識を多くの国民が持っていることがわかる。

日本博事業は、シビックプライド（地域の誇り）の向上につながる成果を多数生んでいることから、国民が地域の文化振興に対して持っている大きな期待に応える事業となっていると考えられる。

「伝統的な祭りや歴史的な建物などの存在が、その地域の人々にとって地域への愛着や誇りとなる」との考え方について、あなたはどのように思いますか。



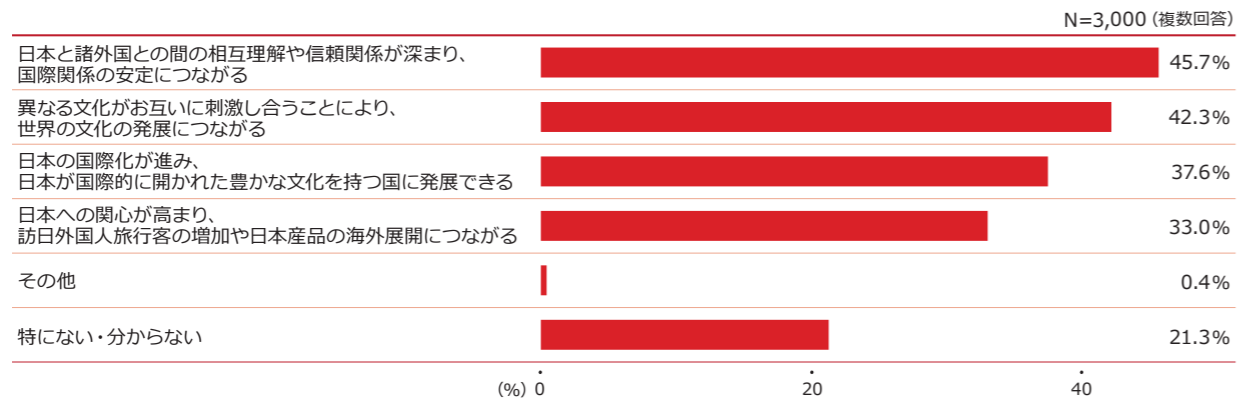
出所：文化庁「文化に関する世論調査 報告書」令和2年3月より
調査対象：母集団 全国18歳以上の日本国籍を有する者
標本数 3,000人

参考 諸外国との文化交流についての国民の期待

文化庁の令和元年度「文化に関する世論調査 報告書」では、日本と諸外国との文化交流を進めることに、どのような意義があるかを調査している。この調査では、「日本と諸外国との間の相互理解や信頼関係が深まり、国際関係の安定につながる」(45.7%)が最も多く、「異なる文化がお互いに刺激し合うことにより、世界の文化の発展につながる」(42.3%)が次に続く結果となっている。

「世界の文化の発展につながる」というこの結果から考えると、日本博事業の社会的効果として挙げられた「多文化共生の推進」は、世界各国の文化芸術の発展にも寄与する可能性があることを意味している。

あなたは、日本と諸外国との文化交流を進めることは、どのような意義があると思いますか。



出所：文化庁「文化に関する世論調査 報告書」令和2年3月より

「子供、若者、高齢者」を対象に工夫した取組事例

県内の全小中学校と連携

次世代を担う若者の文化的経験値の向上等を目的として、県内の小中学校と連携し、76校(延べ100校、3,797人)が期間中に鑑賞を行った。

日本の重要な文化のひとつである絵本・漫画に焦点をおき、それら作品に登場するきのこをテーマとして、文化としての絵本・漫画と、生物科学としてのきのこを紹介することで、低年齢層～高齢層まで全ての年齢層において、文化と科学の両面から博物学を発信することができた。

参画型プロジェクト(食文化・自然)

子供・高齢者等の多世代に伝統の技の体験機会を提供

職人の技(ワザ)や伝統工芸を紹介することにより、伝統工芸と私たちの日常生活、自然との関わりについて再認識するきっかけを提供する。小学校・中学校世代には、職業業種として「ものづくり」を知ること、受け継がれる日本の生活文化を感じるとともに、将来に向けた発想・発見等の手がかりとして、子供連れ家族や高齢者世代には、日本の「ものづくり」や「伝統」が親と子の間や若者世代と高齢者世代の間で共通の話題となるように、訪日外国人旅行者及び2020東京オリンピック・パラリンピック競技大会観戦者層には、伝統工芸の美しさを体感するとともに、日本の先進的、先端的な文化には土台となる「ものづくり」や「伝統」があることを知っていただき、興味・関心を高める機会を提供する。

参画型プロジェクト(生活文化・文芸・音楽)

障がいのある子どもに家族ぐるみ、学校ぐるみで楽しめる機会を提供

これまで障がいを持つ子どもたちや障がい者たちが花火大会のような大規模イベントに学校単位などで参加する機会がなかったが、今回、ワークショップを実施したり、花火大会への送迎バスをチャーターすることによって、子どもたちが家族ぐるみ、学校ぐるみでとても楽しそうにしている姿に、両親や学校の先生から大変感謝されました。先生方や支援団体の方たちも、子どもたち、障がい者たちの可能性が広がる機会が持てたと喜んでいただけた。イノベーション型プロジェクト(生活文化・文芸・音楽)

日本博事業による共生社会の推進

合理的配慮の徹底した推進

障害のあるなしに関わらず、文化芸術を楽しむことができるように、情報保障や合理的配慮の提供に特に重点をおいた。会場までのアクセスや会場での情報保障など障害当事者の意見を聞きながら実施した。今までイベント情報にアクセスできなかった方でも情報を得ることや、会場で文化芸術を楽しむことができた。

[来場者の声]

「知らなかった情報や見えてこなかった視点に気づかされるが多かったフォーラムでした。」
 「美術が健常者のためだけのものではないことを、展示のバリアフリー化(展示や立体図)だけでなく、作品の作者のこともだということまで考えを及ばせてくれた。」
 「これらのイベントが各地で開催され、普通になっていいたら「特別な存在」では無くなっていくのではないかと感じました。」
 「展示に参加された方の作品がどれも私の発想に到らないものばかりで、こうやって出会えて驚いている。普段お付き合いしている障害のある方も表現が独特なので活かしながらコミュニケーションにもつながると良いなと思った。」
 「ああ、うちの利用者さんも同じようなものを書いているな」と思わせてくれるものもあり、身近にかかわる人の可能性を発見し、そこをもっと自由にのびせる働きかけをしてあげたいと思います。」
 「ふだんは自分の事業所の事しか見えず…フェスティバルに来たら日本全体がこんなにも前に進もうとしていて、進んでいる福祉の現状を見てとても元気をもらいました。少しずつでも自分の事業所も前に進めます。」
 「作品を絵画ポスターや絵ハガキ等にして販売してほしい。飾りたいと思う作品ばかり。」

主催・共催型プロジェクト(共生社会・多文化共生)

アマ・プロ双方での障害者の文化芸術活動推進

今年度の実施したプレワークショップでは、障害のある人を含む参加者でおこなった。障害のある人のダンス活動においては、プロを目指すことや、プロのダンサーと共に、舞台表現活動ができる機会も少なく、今回、日本のダンス界で評価の高いダンスカンパニーを講師として起用したことで、プロを目指す、芸術性やダンスの技術の高みを目指す、障害のあるダンサーも府外から定員を超える人数の申込があった。

また、ダンスを「楽しみたい」という裾野の人たちに向けてのクラスも設け、ここでは、多様な人がダンスを通じて交流できる場となっていた。

来年度以降は、国内、アジアにこのようなワークショップを拡げ、地域で活動する団体と協働し、障害、地域、言語など様々な「違い」を豊かで魅力ある表現となる舞台づくりへとつなげていく。

主催・共催型プロジェクト(共生社会・多文化共生)

アートによる来場者と障害者の出会いの場づくり

障害のある方の作品展示だけでなく、作品の背景や過程、また作家本人にも焦点を当て、アートを活用して、来場者と障害者が出会う場として機能することに重点を置いた。

アートサポーターが鑑賞ツアーガイド等を行ったり、作家がその場で制作したり、多くの方が関わる展覧会となった。

障害のある作家が、ダンボールで作ったスペースで自作のおもちゃ作品の説明を子どもたちにし、一緒に楽しんでいる様子がみられ、自然な形での出会いの場となった。

参画型プロジェクト(共生社会・多文化共生)

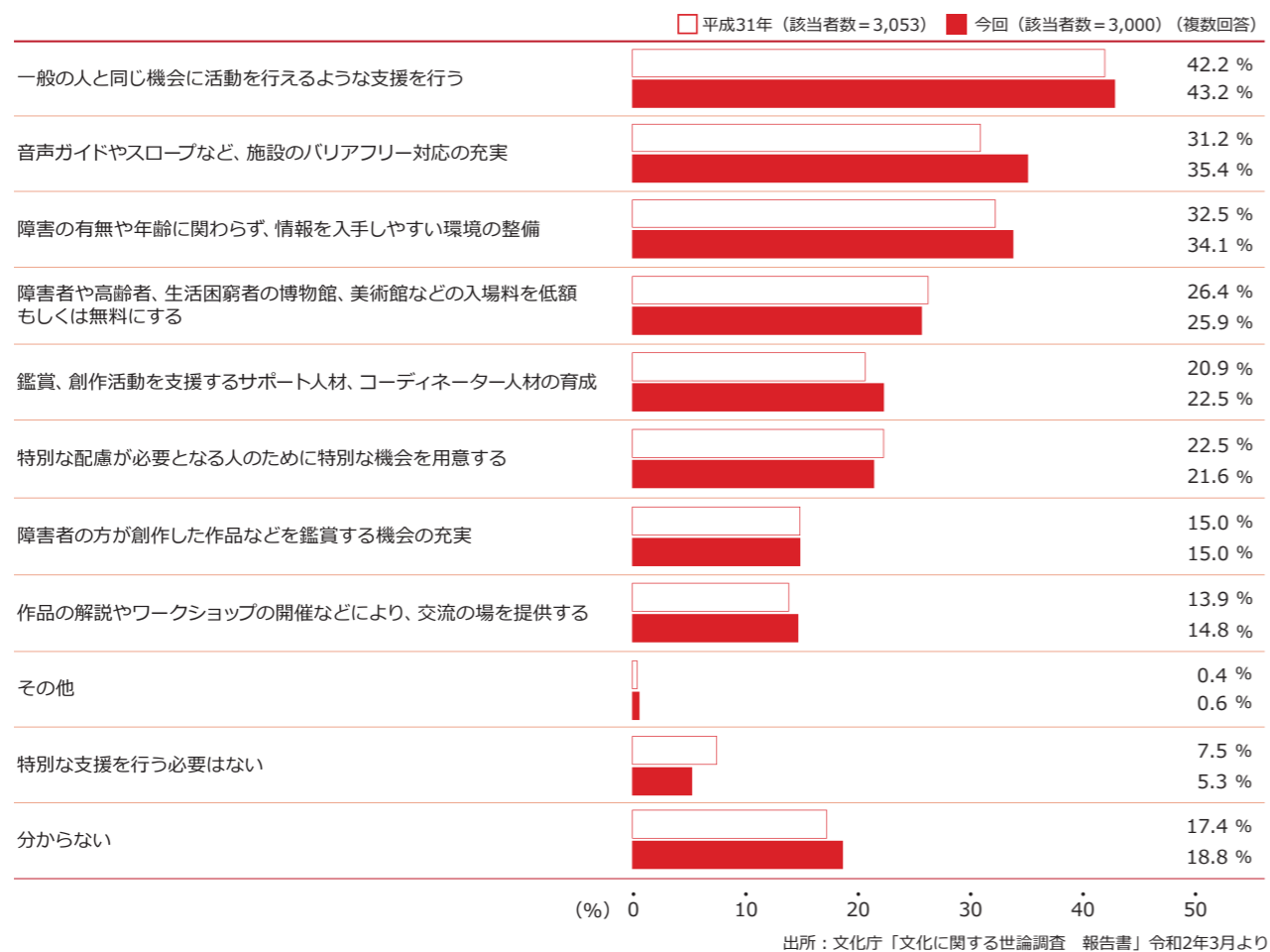
参考 文化芸術活動による共生社会実現への期待

文化庁の令和元年度「文化に関する世論調査 報告書」では、障害者・高齢者・生活困窮者等社会的に孤立しがちな人に対して、文化芸術活動を通じた交流や社会包摂を進めるためには、どのような手段が必要かを調査している。

この結果を見ると、「一般の人と同じ機会に活動を行えるような支援」(43.2%)が最も多く、次に「施設のバリアフリー」(35.4%)など、ノーマライゼーションの強化に関わる項目が上位に続いている。

日本博事業では、合理的な配慮や情報保障など、ノーマライゼーションの進展を図ることに加え、障害者自身の文化芸術活動の推進、さらには障害の有無に関わらない交流の機会拡大まで幅広い対応を行っており、国民の期待に応える事業となっている。

文化芸術活動を通じて、障害者や高齢者、生活に困窮している方など社会的に孤立しがちな人との交流を深め、コミュニティを強くしていこうという考えを実現するためにはどのような取組が必要だと思いますか。



6 観光インバウンド拡充の検証

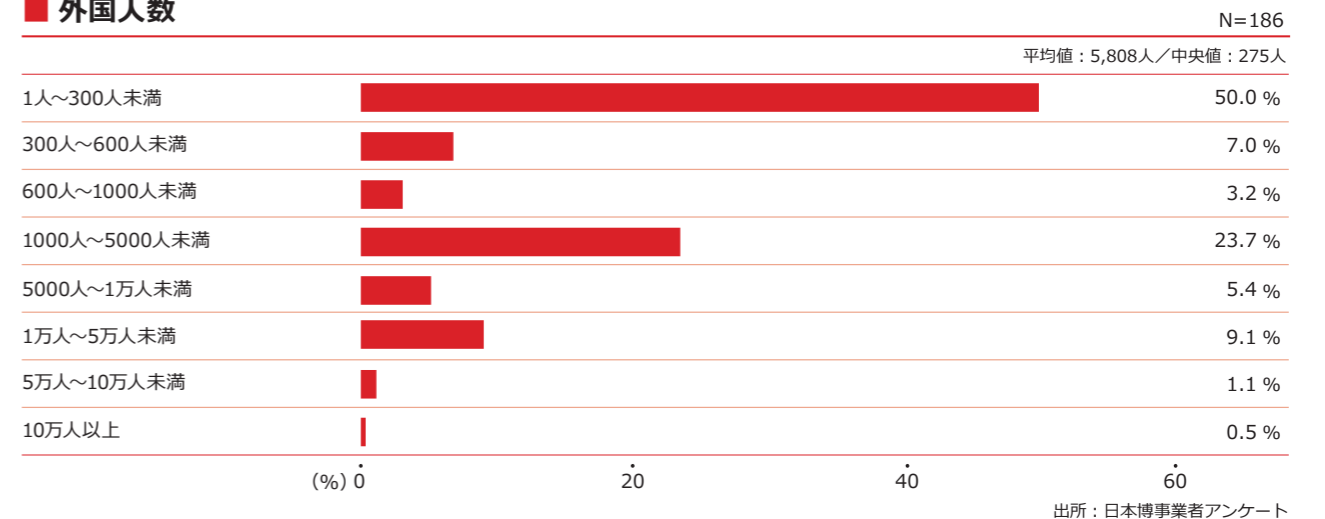
(1) 外国人数・比率

日本博事業に訪れた外国人数としては、全体では、「1人～300人未満」が最も多く、全体の半数を占める。平均値は5千人を超えるが、中央値は275人となっている。これは、数万人の外国人が訪れた事業が全体の平均値を押し上げていることによる。

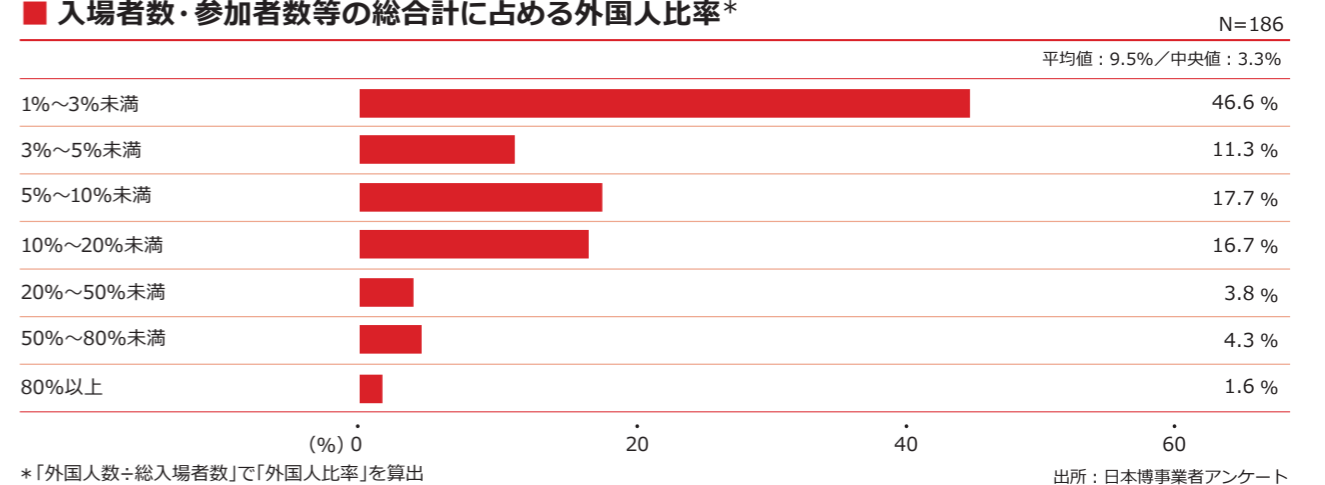
なお、事業数の多い美術・文化財分野、舞台芸術分野では、それぞれ「1人～300人未満」の割合が高いものの、美術・文化財分野では、「1000人～5000人未満」、「1万人～5万人未満」が続き、舞台芸術分野についても、「1000人～5000人未満」が続く結果となっている。

入場者数・参加者数等の総合計に占める外国人数を示した「外国人比率」では、「3%未満」が最も多く全体の46.6%を占め、「5～10%未満」(17.7%)、「10～20%未満」(16.7%)となっている。全体の半分以上が外国人という事業は5.9%である。なお、調査時点までの総外国人集客数(アンケート回答事業のみ)は108万人となっている。

■ 外国人数



■ 入場者数・参加者数等の総合計に占める外国人比率*



*「外国人数÷総入場者数」で「外国人比率」を算出

外国人比率が高い日本博事業の内容を見ると、共通点として、多言語対応による日本の伝統文化をテーマにしたプログラムとなっている。また、いずれも体験型事業となっており、レクチャーを付加するなど、単に鑑賞するだけではない形態を工夫していることが特徴となっている。

もう一つのポイントとして、事業内容だけでなく、SNS上で訪日外国人向けにPRを行うなど、広報にも工夫が見られる点が挙げられる。

外国人比率が高い事業の取組内容

SNSでの拡散を意識した「文化体験」プログラムの実施／外国人比率93.5%

日本庭園周辺にある森の外国人向け文化体験・魅力探訪ツアー。外国人からのニーズの高い「文化体験」については、SNS映えるメニューやお土産としてお持ち帰りできるメニューなどの工夫で、クチコミでの情報の拡散を図った。

また、外国人向けの通訳ガイドを対象に周辺文化施設の見どころを紹介するレクチャー会を開催し、実際に当事業のガイドを依頼することで、通訳ガイドを育成。将来にわたって地域の魅力を外国人に発信する体制の構築を図った。

参画型プロジェクト（生活文化・文芸・音楽）

充実した多言語対応プログラムによる実施／外国人比率67.1%

外国人向けの歌舞伎公演を実施。英語・中国語・韓国語・スペイン語・フランス語による音声ガイドやパンフレットの無料配布に加え、舞台上部に英語字幕を設置。また、芝居の前の解説コーナーに英語通訳のナビゲーターを出演させ、多言語対応の充実を図った。公演後には、見得や女形の基本姿勢など歌舞伎の演技、ツケの実演、大太鼓の演奏を、複数の通訳付グループに分かれ、舞台上で体験するワークショップも開催。

主催・共催型プロジェクト（舞台芸術）

外国人の嗜好を踏まえた事業展開／外国人比率60.0%

電車内を利用した移動型寄席、外国人に向けた落語の説明および展示による案内。隣接ホテルにパンフレット等を設置して参加を促した。外国人にとって、歌舞伎幕模様ラッピングされた電車は日本文化を象徴するインパクトがあったようで、記念撮影しながら「wonderful! beautiful!」の声があがり、SNSで配信された。動きながら落語家が話す光景も驚いたようで、実際に外国人が体験する場面もあった。特に正座の文化がない欧米人には、面白く貴重な体験となったとのコメントを頂いた。

イノベーション型プロジェクト（共生社会・多文化共生）

外国人講師を招いたレクチャーの提供／外国人比率59.3%

市内の能楽堂で披露された2日間の能楽では、冒頭、外国人講師による解説を行い、大学の能楽研究所の協力のもと、字幕の多言語配信を実施するという新たな技術を活用したサービスを展開した。

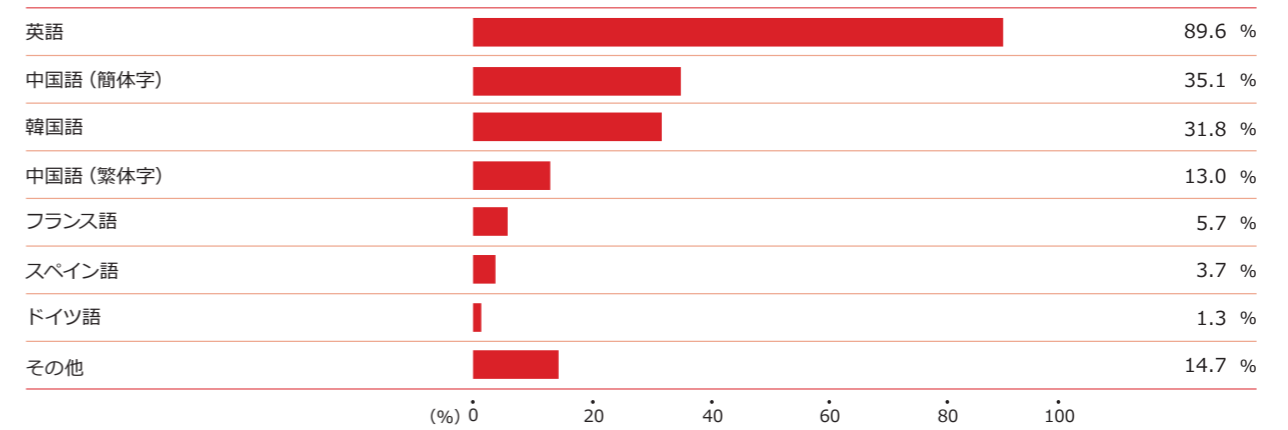
主催・共催型プロジェクト（舞台芸術）

(2) 日本博事業者が広報等に対応した言語

パンフレットや解説、広告宣伝等に対応した言語は「英語」（89.6%）が最も多く、次に「中国語（簡体字）」（35.1%）、「韓国語」（31.8%）である。

■ パンフレットや解説、広告宣伝等に対応した言語

N=299（複数回答）



出所：日本博事業者アンケート

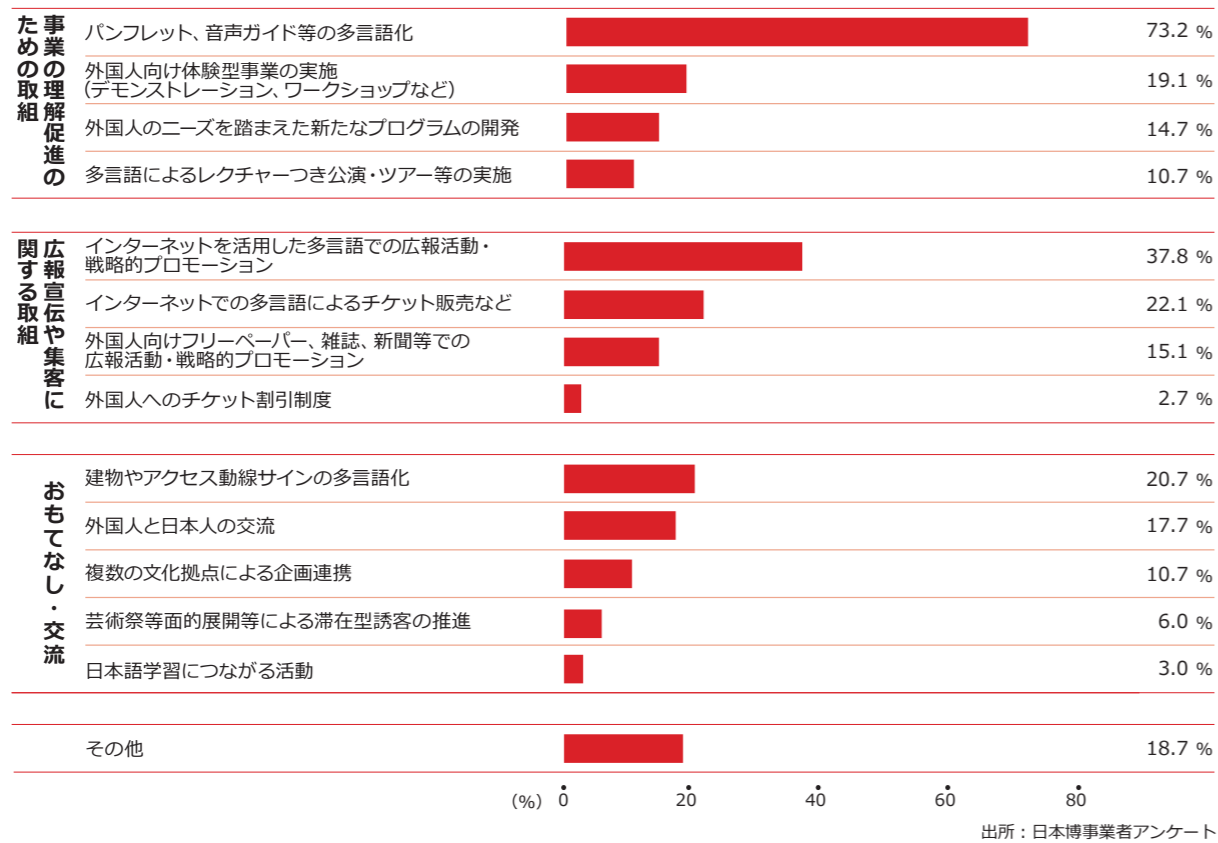
(3) 外国人の受け入れを意識して行った取組

プログラムやガイドブックの多言語化、字幕・イヤホンガイド等、事業の理解促進のための取組としては、多くの事業者が「パンフレット、音声ガイド等の多言語化」（73.2%）を実施しており、ホームページやSNS活用等の広報宣伝や集客に関する取組としては、特に「インターネットを活用した多言語での広報活動・戦略的プロモーション」（37.8%）が実施されている。また、来訪した外国人の利便性向上、周辺回遊を高める等のおもてなし・交流に関する取組としては、「建物やアクセス動線サインの多言語化」（20.7%）となっている。

日本博事業については、多くの外国人から肯定的な声が寄せられている。これは、日本の伝統文化以外についても同様で、例えば、街中でのオーケストラ演奏事業等についても、「自分の国にはない貴重な体験」という感想が寄せられている。また、日本の美を紹介する番組コンテンツについては、「是非行ってみたい」という反応が多く、映像による世界への情報発信に成功していることがわかる。

■ 外国人の受け入れを意識して行った取組

N=299 (複数回答)



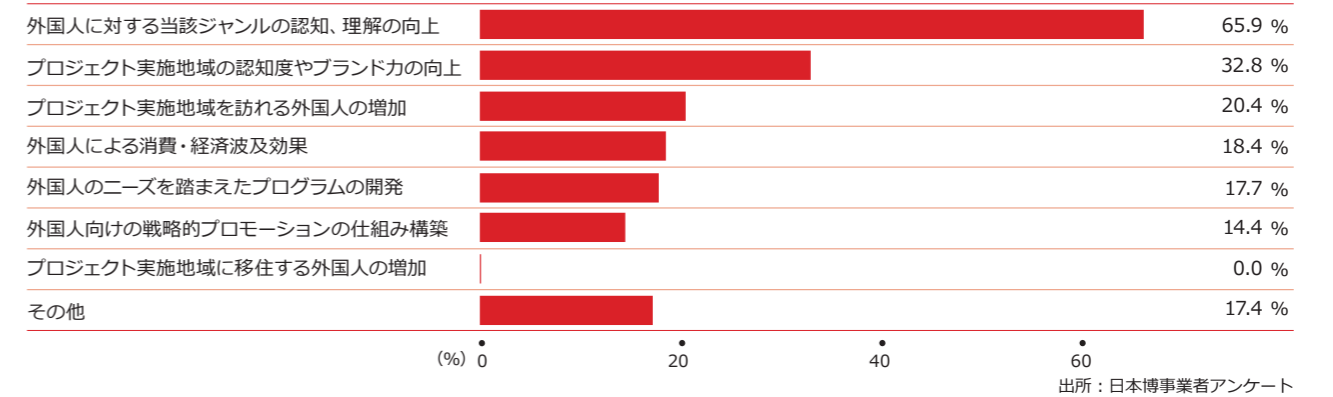
(4) 観光インバウンドの拡充効果

観光インバウンド拡充効果としては、「外国人に対する当該ジャンルの認知、理解の向上」(65.9%)が最も多く、全体の約3分の2で効果があったという回答を得ている。次に「プロジェクト実施地域の認知度やブランド力の向上」(32.8%)と続く。外国人客増の手応えを得ている割合も20.4%に上る。

前項で紹介したように、「外国人の受け入れを意識して行った取組」においても、「事業への理解促進」を重視している姿勢が強くみられたが、我が国の文化芸術の素晴らしさを伝え、理解を促すことができたという点が最も大きな効果として挙げられている。また、日本やその街・地域ならではの文化芸術体験には外国人から高い評価が得られており、事業を通じて日本や対象地域に「行ってみたい」という声も多い。こうした反応は、海外向けの番組コンテンツを見た外国人にも共通しており、観光インバウンド拡充効果は、訪日外国人以外にも広がっていると考えられる。

■ 観光インバウンド拡充効果

N=299 (複数回答)



日本博事業における外国人の反応

街中での音楽イベントへの声

「(街中での) オーケストラのライブ演奏は、レアであり、とても価値の高いギフトだと思った。」
 「ステキな街並みとピタリのイベントで、より好きになった。」
 「ロンドンではこのようなイベントはあまり見ないので、良いイベントだと思った。」
 「場所が素晴らしい。また来ます。」
 「とても良いパフォーマンス。」

主催・共催型プロジェクト (生活文化・文芸・音楽)

海外向け番組コンテンツへの声

「映画のようなテクニックが私の関心を引き続けた。近い将来、私も訪れてみたい。」(マレーシア・40代女性)
 「これほどの美しさや体験を映像で見られるならば、実際に行って体感したらどうなるだろう。環境保全活動を行っていることはもちろん、それが継続されていることは称賛に値する。」

(イギリス・60代男性)

「是非行ってみたい場所。自然を大切に、自然と共存する場所が日本中のいたるところにあるのだと思った。」
 (フランス・40代女性)

「これほど並外れた美しさを持つ。これまで耳にしなかったことを不思議に思った。」
 (アメリカ・20代女性)

主催・共催型プロジェクト (食文化・自然)

博物館で開催した民俗芸能公演への声

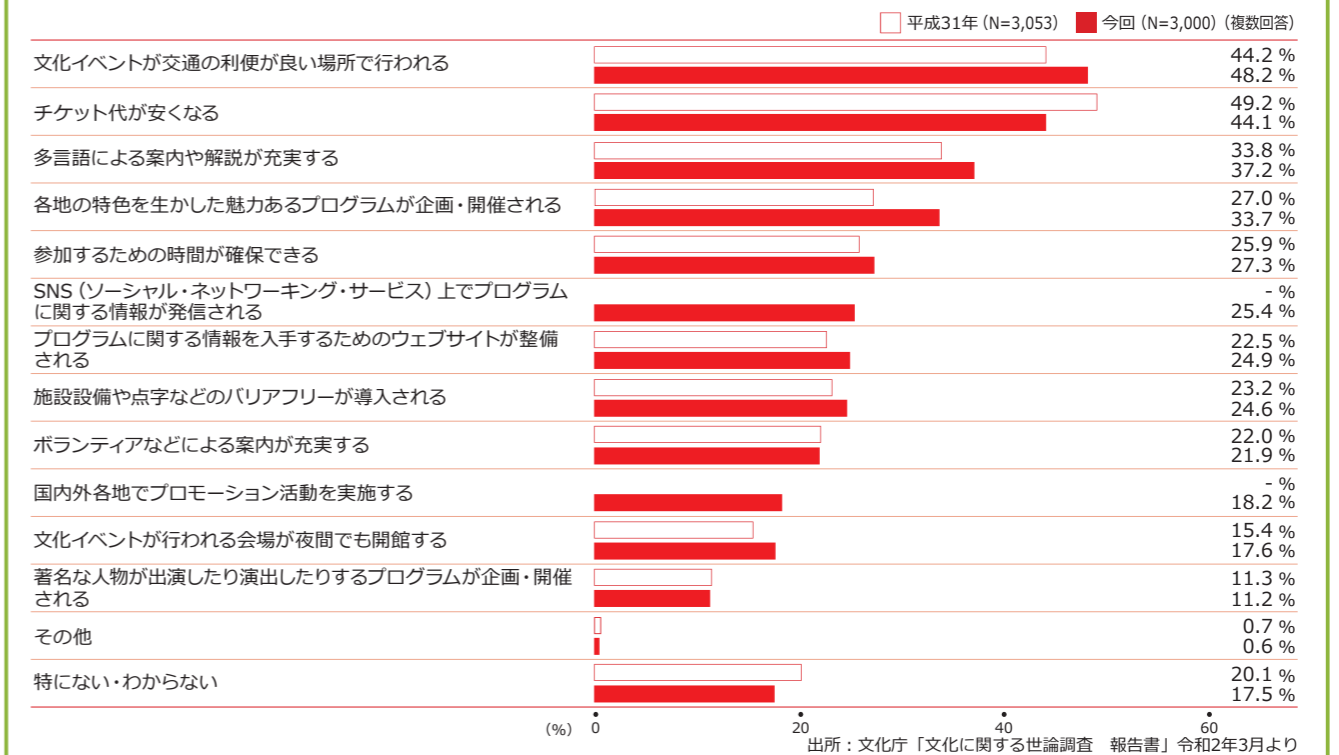
「とても素晴らしかった。他の伝統的な踊りやリズムを思い出させるようなものでもあった。美しく、演者の気迫を感じることができた。」
 「初めて見ることができ、また、見るだけでなく体験できたことが楽しかった。」
 「日本に留学に来ているが、このような文化体験の機会はありませんので貴重だった。」
 「とても楽しかった。驚きに満ちていた。」

主催・共催型プロジェクト (被災地復興)

参考 国内外の多くの人々が参加するために求められている環境

文化庁の令和元年度「文化に関する世論調査 報告書」では、東京2020大会の文化イベントに国内外の多くの人々が参加するためにどのような環境が必要か、国民の意識調査をしている。その結果を見ると、「文化イベントが交通の利便が良い場所で行われる」(48.2%)「チケット代が安くなる」(44.1%)に続き、「多言語による案内や解説が充実する」や「各地の特色を生かした魅力あるプログラムが企画・開催される」といった回答が多くなっており、日本博事業においても、それらを意識した取組を行っている。

2020年東京オリンピック・パラリンピックに関連して、文化イベントが全国各地で行われます。あなたは、文化イベントに国内外の多くの人々が参加するために、どのような環境が必要だと思いますか。

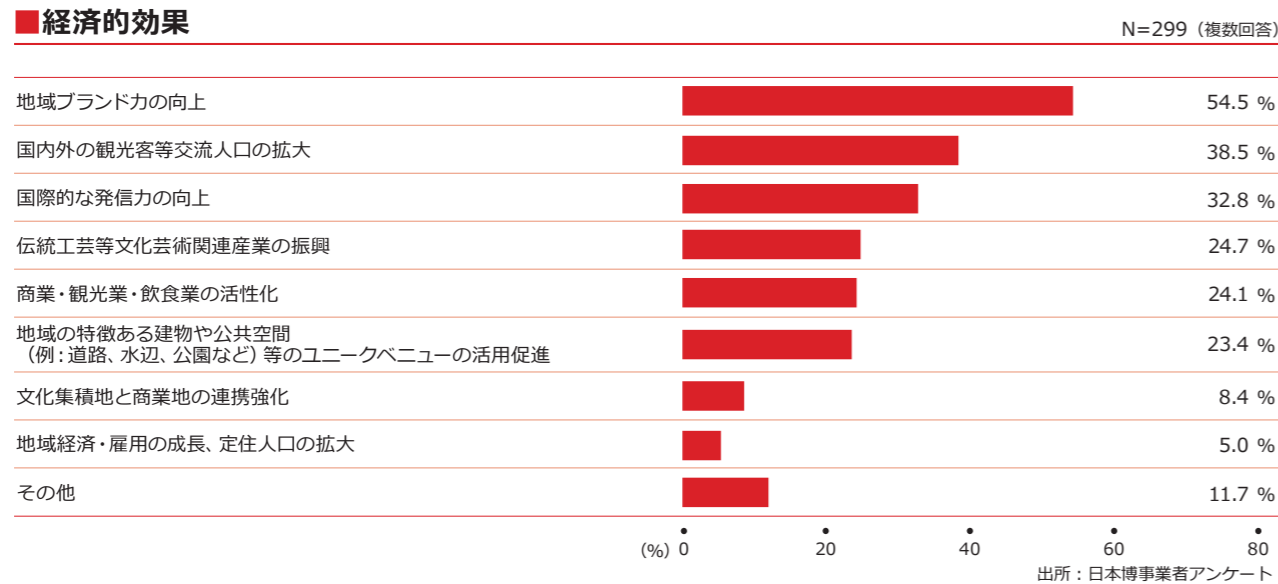


7 経済的効果の検証

(1) 経済全体への効果

地域社会に対する経済的効果について日本博事業者が最も多く挙げたのは「地域ブランド力の向上」(54.5%)であった。また、「国際的な発信力の向上」(32.8%)も挙げられたことから、地域ブランド力や発信力等に効果を見出している事業が多く、日本博事業が国内外の認知拡大やイメージ向上の点で、地域社会の潜在的な経済力向上に大きな実績を上げていることを意味している。

また、「国内外の観光客等交流人口の拡大」(38.5%)、「伝統工芸等文化芸術関連産業の振興」(24.7%)、「商業・観光業・飲食業の活性化」(24.1%)と続いていることから、地域産業の活性化や振興にも一定の効果を上げていることがわかる。特に注目すべきは、日本博事業による地域への誘客拡大に伴う商業・観光業・飲食業の活性化だけでなく、伝統工芸産業など、製造業を含む幅広い産業への効果も発生していることである。伝統工芸やアートに関わるクリエイティブ産業等の関連産業の発展は、中長期的な地域経済の発展に貢献するものであり、日本博事業の効果として大きく着目される。



日本博事業の直接的な経済効果としては、観光産業に対する成果が多く日本博事業者から報告されている。内容としては、文化芸術を活用することで、新たな魅力を付加し、訪日外国人を含む新規の顧客層を獲得したケース、アニメの聖地となることで新規の観光客層を大きく開拓したケース、地域の商業地を巻き込んで観光だけでなく商業地全体の活性化につながったケース等がある。

一方、越後妻有の「大地の芸術祭」では、長期に事業が積み重ねられた結果として、地域の社会と経済全体に大きな効果を生んでいる。日本博事業も、その成果をレガシーとして継続していくことで、地域経済全体に大きな流れを生んでいく可能性が高いと考えられる。

日本博事業による地域経済の発展

文化芸術・ナイトタイムエコノミーで観光地に新たな層の集客を実現

個性豊かな文化資源を活用・発信し、観光振興、インバウンド対応、地域活性化を図る取組とすることに重点を置いた。中でも、メイン事業の一つである「デジタルアートプロジェクト」の会場となる地域は全国的に知られる観光地で、宿泊施設も他地域と比べ充実している。夜間に観光コンテンツとなるメディアアートを核とするアートプロジェクトを展開することで、ナイトタイムエコノミーの推進を図り、さらなる観光誘客の促進、地域経済の活性化を図った。この地域は芸術鑑賞・体験機会に乏しいことから、日本博を契機として新たに芸術鑑賞・体験機会の創出も図っていった。この結果、地元宿泊業関係者や地元関係者より、「普段の観光客層(40~60代)ではない若年層や家族連れ観光客が増加した。」という声が寄せられるなど、新たな観光客の開拓に成功した。

文化資源活用推進事業(メディア芸術)

アニメの聖地化に成功し、観光客の拡大とシビックプライド(地域の誇り)向上を実現

対象のTVアニメ作品の放送から2年が経過し、良質なコンテンツと地域振興の融合に翳りが見え始めたところで、舞台となった地域で初めての公式イベントとして実施できた。以前より作品のファンだった方がこのイベントを切っ掛けで初めて地域を訪れる方が全体の30%にも及びアニメ聖地での地域活性化への可能性をつなぐことに成功。

また、地域では同作品が地元の地上波で放送されていないにも関わらず、本イベントへの市民の参加が17%にも及び、新たなシビックプライド醸成に同作品とのコラボが十分に可能性があることが想定される結果となった。スタンプラリー期間中にエリア内の飲食店などで通常期の2~7倍の売り上げを上げる店舗もあり、地域経済への貢献もあったことが証明された。

イノベーション型プロジェクト(生活文化・文芸・音楽)

屋外型の事業展開を核に、地域の多様な施設・商店街の活性化を実現

『地域をアソビ尽くす』ことを目的とし、自然環境・地理・魅力(地域のシンボルである山やボードウォークなど)を活かした屋外型の複合エンターテイメントをコアの事業として実施することを通じ、地域の展示施設や周辺商店街・JR駅周辺など多くの地域を巻き込んで、アニメやゲームの関連会社や人気声優を活用した様々なイベント展開を実現し、地域経済全体が活性化した。

文化資源活用推進事業(メディア芸術)

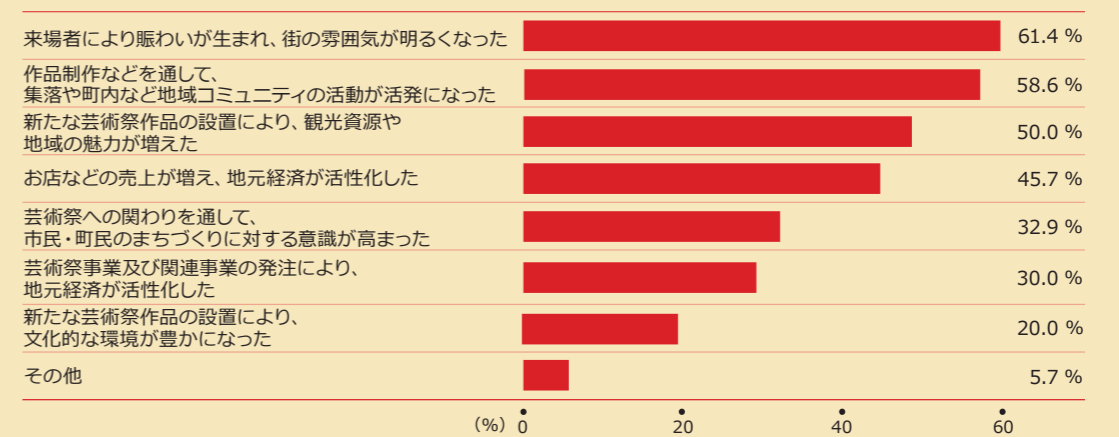
地域でのアートによる新名所づくりで幅広い経済効果を実現

「大地の芸術祭」では、世界のアーティストが、越後妻有の土地の魅力を活かしたサイト・スペシフィック・アートを、地域の住民を巻き込みながら、制作し、そのまま土地の新たな名所・景観としていく事業をトリエンナーレとして継続している。その結果、地域社会に多様な経済効果が生まれ、一部定住者を含む交流人口の拡大にも繋がっている。

主催・共催型プロジェクト(美術・文化財)

■「大地の芸術祭」の経済効果

N=56 (複数回答)



(2) 経済的効果の数値指標把握

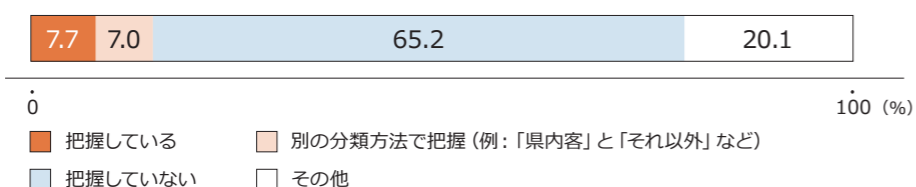
経済的効果の数値的な把握に積極的に取り組んでいる事業は、年間を通して開催する芸術祭等の事業を除き、まだ多くはない。例えば、観光客数の一つの指標となる「日帰り客」と「宿泊客」の比率について、何らかの形で把握している事業は14.7%にとどまった。

総入場者数に占める「日帰り客」の比率では9割以上とする事業が半数を超えており、近隣からの集客が中心となっている事業が数的には多い。今後は、日本文化の多様な魅力を発信していく日本博事業の特性を活かし、規模の大小に関わらず広い範囲からの集客を高めていくことが望まれる。

また、申請書段階（事業開始前）に挙げていた「経済的効果の目標値」を集計したところ、全体では「1億円未満」が最も多く34.6%、次に「1億円～5億円未満」が19.1%で、この2カテゴリで5割超となっているが、アンケートの回答では何らかの手法で測定している事業は、全体では2割弱となっており、引き続き、積極的に経済的効果を数値化していくことが重要と思われる。なお、補助経費として調査費用の計上を認めている文化資源活用推進事業については、ほぼすべての事業において把握している結果となった。

■ 総入場者数に占める「日帰り客」「宿泊客」比較把握有無

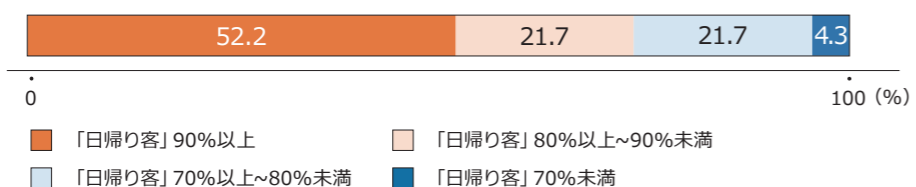
N=299



出所：日本博事業者アンケート

■ 総入場者数に占める「日帰り客」の比率

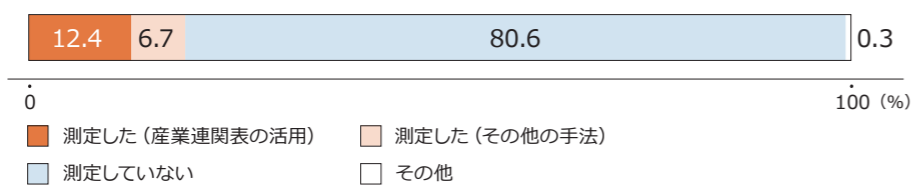
N=23



出所：日本博事業者アンケート

■ 経済的効果の測定有無

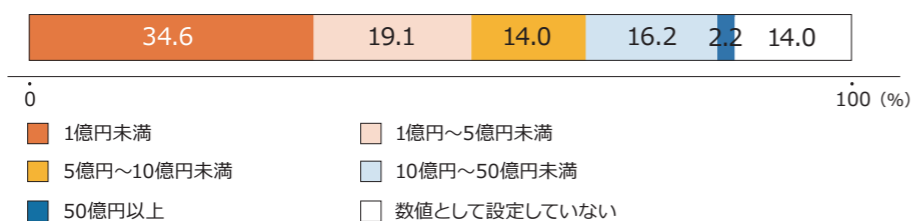
N=299



出所：日本博事業者アンケート

■ 経済的効果の目標値

N=136



出所：日本博申請時のデータ分析

(3) プロモーション効果

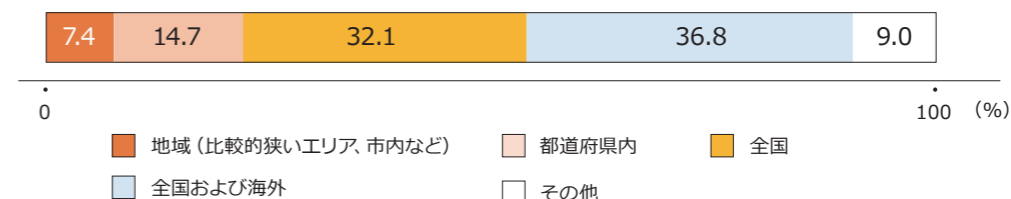
① PR範囲と手法

来場者として想定し、告知・PRした範囲としては、「全国および海外」(36.8%)、次に「全国」(32.1%)となっており、海外も含め積極的な広報を行っている。

実施したPR活動は「チラシ配布」が最も多いが、次にインターネットの積極的な活用が目立ち、約7割程度が日本語での専用ウェブサイト・ページの制作やSNSを活用し、また、半数近くが「専用ウェブサイト・ページの制作(英語・その他の外国語)」を行っている。なお、日本博公式ウェブサイトにおいては、全事業について、多言語(日・英・中・韓・仏)での情報発信を行っている。

■ 来場者として想定し、告知・PRした範囲

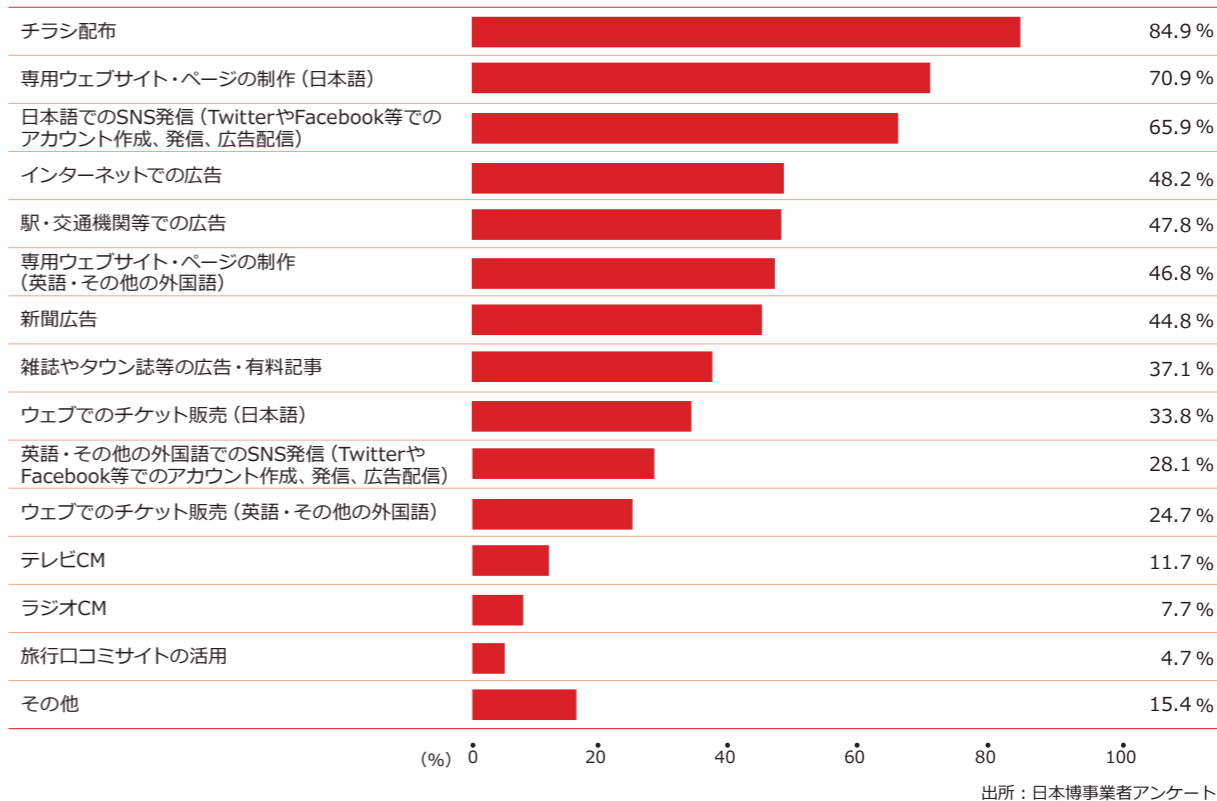
N=299



出所：日本博事業者アンケート

■ 実施した広報活動

N=299 (複数回答)

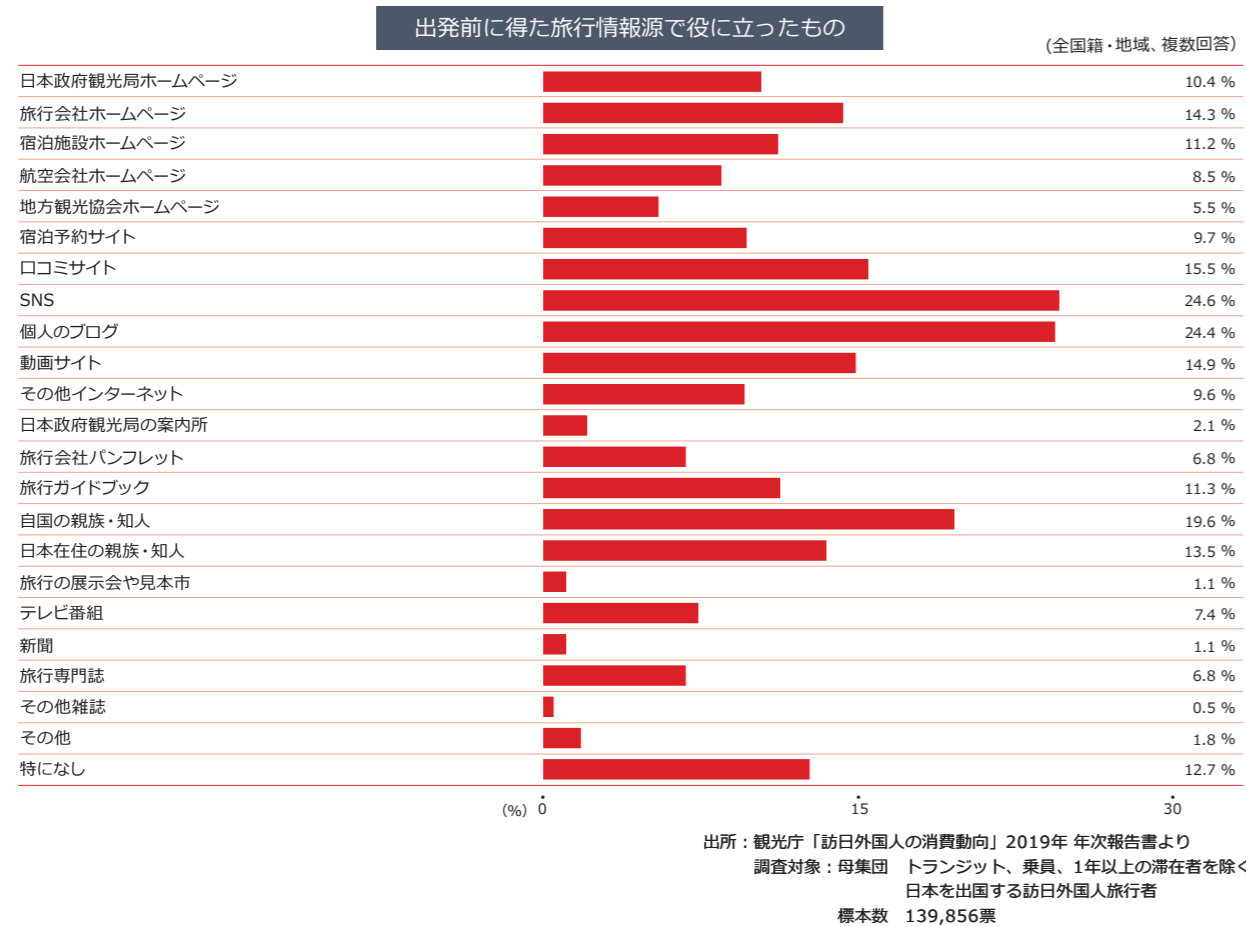


出所：日本博事業者アンケート

参考 訪日外国人が出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの

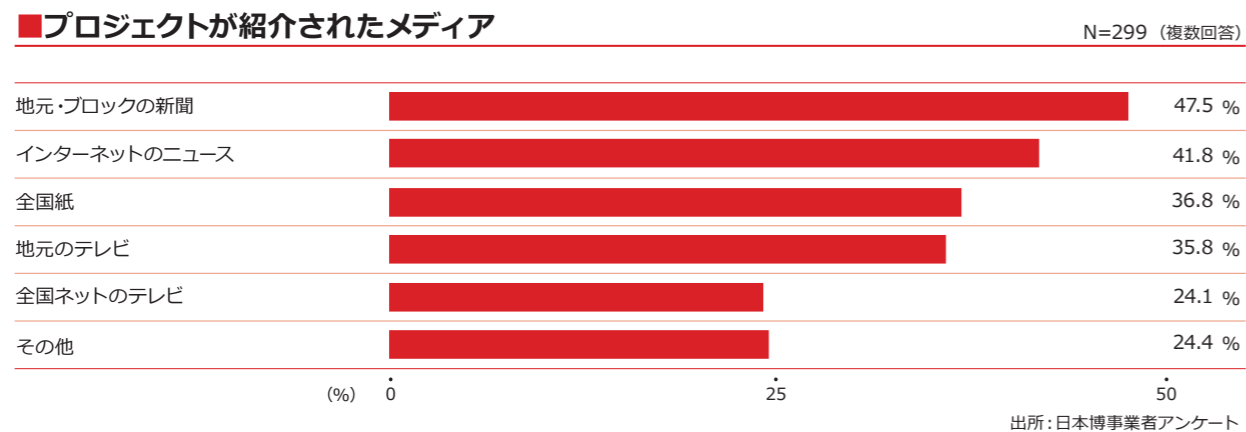
観光庁の訪日外国人消費動向調査では、訪日外国人に対し、出発前に得た旅行情報源で役に立ったものを調査している。その結果では、「SNS」(24.6%)や「個人のブログ」(24.4%)、「自国の親族・知人」(19.6%)、「口コミサイト」(15.5%)に多くの回答が集まっている。

日本博事業では、約半数の事業者が外国人向けの専用ウェブサイトを立ち上げるなど、外国人向けの情報発信に努めており、次のステップとして、いかにSNSや口コミサイト等と連動し発信するかが重要となってきている。



②メディアでの紹介

メディアでの事業の紹介については、47.5%が「地元・ブロックの新聞」で紹介されたと回答した。次に「インターネットのニュース」(41.8%)、「全国紙」(36.8%)と続いている。



日本博事業では、海外を意識したプロモーション活動を積極的に展開している事業者が多く、ウェブサイトやSNSの情報発信だけでなく、広告展開、海外取材への対応、海外メディアへのPR活動など、多彩な活動が展開されている。また、国内では、テレビの特別番組放映にまでつなげた例もあり、日本博事業の発信力の高さが随所にみられる結果となった。

世界へと情報発信を行う日本博事業

トリップアドバイザーへの広告展開で若年層、外国人に訴求

広告の一つとして「トリップアドバイザー」に掲載を行ったところ、数人ではあるが「サイトを見て訪問したい」という問合せをいただいた。「焼酎」の今までのイメージに対して、芸術・新しさを取り入れる事によって、今まで接点のなかった若年層へのアプローチが出来た。

イノベーション型プロジェクト (食文化・自然)

SNSやホームページで英語発信を強化、街頭イベント・交通広告にも手応えあり

訪日外国人の方々が鑑賞しやすい環境整備と広報強化のため、一部の演奏会や教育セミナーでは英語による同時通訳、逐次通訳を実施したほか、SNSやホームページ、公演プログラム等で英語による情報発信を拡充。また、演奏会の映像を世界に無料配信を行い、世界中のクラシックファンに魅力を体験する機会を提供し、更なるインバウンドの強化に向けた取り組みも実施した。

インバウンド客へのアンケート/インタビュー調査では「街頭コンサートにたまたま通りかかった」「地下鉄やポスター等で知って参加した」といった街中でのプロモーションの効果も出ている。

文化資源活用推進事業 (生活文化・文芸・音楽)

参加者自身のウェブ発信を梃子に、専門誌掲載や海外メディア取材を実現

参画した各国の連携団体や登壇者個人が、ウェブサイトやSNSを通じ、本プログラムを発信することができた。また、専門誌等への掲載がされるとともに、海外メディアにおいて取材記事が国際発信された。

主催・共催型プロジェクト (共生社会・多文化共生)

海外メディアへのプロモーション活動で外国人集客が3倍増に

海外向けの情報発信として、これまでの広告出稿を軸とした広報展開ではなく、海外メディアへの積極的な情報発信とリレーション構築に軸を置いた。結果、外国人の来場者数に占める割合は約7%と前回に比べ3倍以上の伸び。

文化資源活用推進事業 (美術・文化財)

積極的な記者会見で多数の媒体に掲載、最後にはテレビの特集番組まで実現

プレスリリースを3号まで配信し、記者発表を2度行った。1回目の記者発表は、当日のNHKのニュースにとりあげられた他、約60件の新聞報道と、約300件のWEB掲載があり、一般の注目を集めるのに効果があった。最終的に目標値の500%となる掲載数があった。また地域の美術館と計画段階から連携、当展覧会と同時期に所蔵三部作の大小図を公開する特別展示の実現につなげた。これを受け、当展覧会と抱き合わせた広報活動をした結果、テレビ東京系列の美術番組「新美の巨人たち」の番組放映につながった。

主催・共催型プロジェクト (美術・文化財)

訪日外国人向けプロモーションの実施

訪日外国人向け観光文化情報サイトとして世界各国で支持を得るTime Out Magazineとの連携を図り、同媒体の日本版を発行する日本法人ORIGINAL Incにより、訪日外国人をターゲットとしたプロモーション映像を制作。伝統と自然が育んだ「日本の心」と「日本の美」を「世界目線」で編集した。YouTube等で世界に発信し、イベント、メディアを通じて地域の歴史と文化の今日的価値を外国人に発信。海外からの来訪者の促進とともに、地域の新たなブランディングに貢献した。

また、世界遺産エリアのインバウンド向けアクセス情報事業「Maas+ARシステムによる旅なか機能ワンストップ化」とも連携を図り、訪日外国人への利便性を高める取り組みを積極的に推進した。

主催・共催型プロジェクト (美術・文化財)

インフルエンサーを起用したマーケティングの展開

外国人YouTuberを起用したコンテンツ配信を実施。YouTuber本人のチャンネルでは2カ月で280万回、そこからの拡散を含めると500万回以上の視聴回数となった。

イノベーション型プロジェクト (共生社会・多文化共生)

8 日本博事業者ヒアリング調査概要

日本博事業による文化的、社会的、観光インバウンド拡充及び経済的な効果の検証を目的として、特徴的な事業を実施した団体に対して、ヒアリング調査を実施した。

①調査の対象団体と対象事業

1. 展示事業
 - ・東京国立博物館：日本文化体験「日本のよろい！」
 - ・すみだ北斎美術館：「綴プロジェクト」—高精細複製画で綴る— スミソニアン協会フリー美術館の北斎展
 - ・京都国立近代美術館：円山応挙から近代京都画壇へ VRと日本画技法体験プロジェクト
 - ・大阪市立住まいのミュージアム：特別展「世界遺産をつかった大工棟梁—中井大和守の建築絵図細見」
2. 舞台公演事業
 - ・公益社団法人日本芸能実演家団体協議会：日本遺産を活かした伝統芸能ライブNOBODY KNOWSプロジェクト
3. 芸術祭や地域の文化資源を総合的に活用する面的な文化事業等
 - ・大地の芸術祭実行委員会：越後妻有 雪花火/Gift for Frozen Village 2020
 - ・奈良県：古代から令和の時代までつながる文化を巡る奈良博覧プロジェクト

②調査項目

1. 当該事業の特徴
2. 事業実施の背景と事業目標
3. 事業実施効果（文化的効果、社会的効果、観光インバウンド拡充、経済的効果）
4. 事業を実施しての課題、今後の展開

③結果概要

文化芸術の発展・継承については、最新技術等を駆使した新しい手法や演出が用いられ効果を実感しているところが多い。一方で、集客に関する広報やプロモーション、地場産業や地域活性化等については、必要性を認識しているが、試行錯誤の過程であり、更なる強化が必要との認識が高い。また、これらを強化するための試行的取組には、資金が必要なため、資金調達と財源確保も大きな課題である。

こうした広報・集客面と活動資金面の課題はあるが、日本博事業への参画は団体にとって大きな成果を上げており、大きなメリットをもたらしている。

【文化的効果】

日本博事業の一環として取り組んだ、バーチャルリアリティー映像、精巧な鎧の製作、高精細複製画等の展示、さまざまなワークショップや体験会等の実施により、人材育成や体制の強化及び事業内容の充実が図られ、ハード・ソフト両面での文化の本質的価値の構築がなされている。

また、事業実施によって新たな手法を用いた展示・公演運営ノウハウが蓄積され、運営に関わる人材の育成にもつながっている。

【社会的効果】

共生社会や多文化共生等の社会的効果については、子供や障害者の参加を意識し、教育普及や社会福祉のためのノウハウ蓄積を目的としているものが多くみられた。また文化芸術が地域住民にとって身近なものとなるよう、地域住民のコミュニティへの参加を重視した取組もみられる。

【観光インバウンド拡充】

観光インバウンド拡充についてはいずれの事業も力を入れており、多様な工夫と取組がなされている。言語面では、英語のみならず、アジアからの訪日客が増加していることから中国語や韓国語でのパンフレットや解説の作成や通訳（ボランティアを含む）を配置しているところが多い。さらに、日本語の単なる翻訳・通訳ではなく、「日本や日本文化を知らない」ことを前提とした視点、あるいは、相手の国の文化や歴史的背景を考慮した翻訳・通訳を心掛け、初めて日本文化に触れる外国人が共感し、理解を深めることができるようにもしており、これらの取組については、外国人来場者から好意的な意見が多く寄せられている。

集客プロモーションについては、旅行会社や旅行サイトと連携してツアーを実施したり情報発信をする等の取組が多く、中には、海外での商談会に参加したり旅行業者と交渉する等積極的なところもある。

【経済的効果】

地域への来場者の増加、グッズや地場産品の販売の増加及び当該地域への移住定住者の受け入れなど、既に多くの効果が上がっている事業もある。また、今回の事業を契機に当該ジャンルの文化事業や当該地域への認知が進んでおり、中長期的な地域ブランド力の向上による地域経済の活性化への基盤作りにつながっている。

日本文化体験「日本のよろい！」

東京国立博物館

〈事業概要〉

日本人の美意識やものづくりの結晶である鎧(よろい)。東京国立博物館で開催された日本文化体験「日本のよろい！」展では、鎧がもつ美しさや機能性をあますところなく伝え、来場者を魅了した。鎧の美や機能性を生み出す技術や技法をわかりやすく紹介するほか、体験型展示では、伝統的な技法をふまえて現代に作られた鎧や兜に実際に触れるハンズオン展示や、鎧の着用体験により、「防具としての機能性」と「武士が追求した美」が共存する日本独自の甲冑の魅力を体感する参加型展示であった。



ハンズオン体験コーナー



現代に作られた鎧にさわることができる



鎧の着用体験



家族連れで賑わう会場



子供用のサイズも用意

【特徴的な取組】

◆日本の鎧の機能性と美を理解してもらうことに注力し、江戸時代以前に製作された鎧の展示はもちろん、精巧なパーツ見本や着用できる鎧を製作。着用できる鎧は子供用も含め4サイズ揃えるなど、体験型プログラムの実施により、日本文化への理解や文化財活用の新たな手法の開発を促進した。

◆会場の模様を撮影した動画をYouTubeで公開。体験された外国人のインタビューも含むかたちで制作し、訪日外国人の誘客を図った。

【文化的効果】

◆今回製作した鎧は、武器武具の研究者や専門家が細部にこだわって仕様書を作成し、パーツ見本は鎧修理の技術保持者が製作。鎧の技術・技法の伝承や人材育成に寄与した。

◆他館の学芸員や教育担当者からの問合せも多く、経験や情報を積極的に発信する意向である。

◆2020年度は「よろい」をテーマに含む参加型展示『まるごと体験!日本の文化』を開催予定。会期後も日本文化をテーマにしたコーナーの定期開催を構想中である。

【社会的効果】

◆障害のある方々の来場者数は、日本人・外国人ともに想定以上であった。

◆導線への配慮やハンズオン展示の充実、また、点字や大きな文字のブックレットを用意することによる、子供や障害者を含む様々な人に向けた、日本文化の理解促進につながる体験型コンテンツの創生が重要と考える。

【観光インバウンド拡充】

◆これまでの経験から、靴の脱ぎ方、キャンセルポリシーなど、外国人向けのオペレーションを工夫。外国人来場者からは「素晴らしい博物館なので、友人に紹介する」など高評価を得た。

◆来場者の約3~4割が外国人来場者であり、滞留時間が長い傾向がみられた。

◆当館では外国人来場者の増加を受け、館内の展示室や作品を解説する日・英・中・韓4カ国語対応の音声ガイド(スマホアプリ)の無料提供を開始。

【経済的効果】

◆「ナショナル・ギャラリーだから来た」という人が多く、インターネットでのチケット販売を開始したことで、海外でチケットを購入して来場する人も出てきた。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	美術・文化財
開催期間	2019年7月17日~9月23日
来場者数	144,733人(うち外国人 51,312人)
来場者インタビュー動画	https://www.youtube.com/watch?v=Wuy1HchqZK0&t=3s

「綴プロジェクト」—高精細複製画で綴る— スミソニアン協会フリーア美術館の北斎展

すみだ北斎美術館

〈事業概要〉

江戸時代の浮世絵師、葛飾北斎——。その名は海外でもよく知られ、作品を所蔵する美術館は多い。すみだ北斎美術館では、高精細複製画制作プロジェクト「綴(つづり)プロジェクト」(正式名称:文化財未来継承プロジェクト)と連携しフリーア美術館(米国ワシントンD.C.)の門外不出の北斎肉筆画を高精細複製画で紹介するとともに、自館で所蔵する北斎の作品約130点を展示。また、江戸の生活文化に関わる体験型ワークショップを通して、北斎の絵を中心に日本の自然や文化の理解が深まる展覧会を開催した。



日英表記のチラシ



お点前体験



掛け軸の扱いを学ぶ

【特徴的な取組】

◆特定非営利活動法人京都文化協会が推進する「綴プロジェクト(文化財未来継承プロジェクト)」(2007年～)は、デジタル画像技術と表装等の伝統工芸技術を用い、屏風や襖絵等日本の貴重な文化財を高精細に複製して有効活用することを目的とする。この先端技術プロジェクトにより、今回、フリーア美術館(米国ワシントンD.C.)の北斎肉筆画コレクション13点の高精細複製画が制作され、里帰り公開となった。

【文化的効果】

◆複製画はオリジナル作品に比べ持ち運びが容易であるため北斎への関心が高い中、様々な場での活用が期待される。複製画を活用し学校等へのアウトリーチプログラムの開発も構想中である。

【社会的効果】

◆ミュージアムグッズの約6割が墨田区内の企業製。講座室には、地元企業名を冠したり、企業へ画像を貸し出す等信頼関係の構築に尽力した。
◆毎年秋に開催される北斎祭りを、地元の町内会と協働で実施。「自分たちの館」という意識をもってもらう等、良好な関係を構築しており、地域の活性化に貢献している。

【観光インバウンド拡充】

◆館内講座室に畳を敷き、日英バイリンガルの説明で楽しめるお茶席体験や屏風、掛け軸の扱いを学ぶワークショップを実施。北斎ゆかりの地、墨田区に建つ美術館の特別にしつらえた和室の中で、江戸時代を感じられるそれぞれの体験は国外からの旅行者にも大好評であった。

◆施設ガイド、フロアガイドは6言語(日・英・仏・韓・中国語簡体字、繁体字)、本展の作品解説は日英で対応。インバウンドの来場者が半数近くを占め、通常よりも多いインバウンドの集客に成功した。

◆今後、インバウンド対応をさらに拡充したい。

【経済的効果】

◆北斎が描いた日本の自然美を効果的に提示することで、描かれた日本各地への誘客効果に寄与している。今では見ることができない日本の姿が描かれている北斎の作品から、日本の自然を感じ、複製画の特性を生かした体験型の展示とすることで、特にインバウンド来場者に日本の自然や北斎に対する興味喚起と理解を深めた。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	美術・文化財
開催期間	2019年6月25日～8月25日
来場者数	29,134人(うち外国人 約9,000人)

円山応挙から近代京都画壇へ VRと日本画技法体験プロジェクト

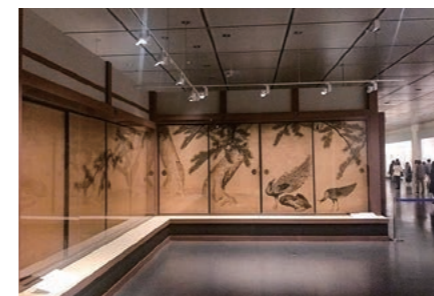
京都国立近代美術館

〈事業概要〉

本事業は、「円山応挙から近代京都画壇へ」展の関連事業である。展覧会は、円山・四条派の全貌に迫るとともに、その始まりから近代京都画壇にいたる様相を明らかにする試みであった。この展覧会を深く理解する関連事業として、第一に、大乗寺(兵庫県)の襖絵を360度VR技術で再現展示し、襖絵群を立体的に体験する機会を提供した。第二に、日本独自の絵画技法に親しめるよう、日本画技法体験プログラム(以下、体験プログラム)を実施した。両事業により、日本美術に関する理解をより深められる機会となった。



VR展示ブース



展示風景



本物の画材を使用



多言語対応のチラシ

【特徴的な取組】

◆VR展示では、襖絵を360度見渡すだけでなく、スマートフォンでQRコードを読み込み、画面とそれを観る人の動きを同期できる技術によって、大乗寺の襖絵群をその場で体感しているかのような、ダイナミックな鑑賞体験の提供を目指した。

◆体験プログラムは、国内で初めて、東京藝術大学大学院美術研究科保存修復日本画研究室協力のもと行われた。同研究室の講師が日本独自の絵画技法を解説・実演し、それに従い参加者が絵を制作する内容だったが、岩絵具など本物の材料を用いたことが特徴的である。

【文化的効果】

◆実際とは異なる場所において、作品とそれを取り巻く空間を一体的に体感できるという観点から、VR映像によって得られる鑑賞体験は作品をより理解する上で有効であるとわかった。また、本事業のVR映像は、円山応挙を紹介する他の展覧会等への貸出しを想定しており、応挙作品鑑賞ツールとして幅広い活用が期待される。

◆多言語対応で実施した体験プログラムは、本事業での成果を基本パッケージとして、今後も日本独自の絵画技法を体験できるコンテンツとして国内外での利用に対する提供を視野に入れていく。

【社会的効果】

◆大乗寺監修のもと、官民連携で最先端技術を文化施設において活用することで、美術館にしながら実際に作品が置かれ

た空間そのものを体感でき、美術鑑賞の幅が広がった。

◆VR映像では大乗寺がある兵庫県美方郡香美町香住区の自然風景を紹介し、同地域の魅力を発信した。

【観光インバウンド拡充】

◆広報物、VR展示の音声情報及びキャプションを4カ国語(日・英・中・韓)で作成した。外国人を京都国立近代美術館だけでなく、大乗寺とその周辺地域へ誘引する契機となった。

◆体験プログラムでは、東京藝術大学の学生が講師の指導・手ほどきを的確かつわかりやすく同時通訳し、好評を得た。[注:同時通訳の利用は英に留まった。]

【経済的効果】

◆広報物では、大乗寺及び兵庫県美方郡香美町香住区の魅力を紹介し、併せて同地域に直接アクセスできるよう、香美町香住観光協会のウェブサイトURLを掲載した。VR展示を鑑賞した方が実際に大乗寺へ足を運ぶ機運を高め、同地域への誘客を促進した。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	美術・文化財
開催期間	2019年11月2日～12月15日
来場者数	東京会場 76,918人(うち外国人 1,500人) 京都会場 60,122人(うち外国人 1,000人)

特別展「世界遺産をつかった大工棟梁—中井大和守の建築絵図細見」

大阪市立住まいのミュージアム

【事業概要】

日本の伝統的修復技術は美術工芸品や歴史的建造物などに幅広く継承されているが、その取組が公開されることは少なかった。今回、重要文化財の修復を行っている施設(当館、京都東寺宝物館、京都国立博物館・文化財保存修理所)が連携し、修復技術や修復例を展示する展覧会を構想した。本展は、プロジェクト第一弾として開催された特別展である。二条城や江戸城の創建に携わった京都の大工棟梁・中井大和守の建築絵図を6年かけて保存修理して、蘇らせた絵図をはじめ、中井家資料の修理技法を多角的に紹介した。



千利休 妙喜庵待庵の茶室起こし絵図

文化財修復に関するコーナー展示

茶室「養庵」実物大模型の組立工事見学会

大工棟梁による実演

展覧会のチラシ

【特徴的な取組】

◆建築絵図(指図や起こし絵図)の展示に加えて、茶室起こし絵図にちなんで実物大模型の「養庵」も作成し、日本の貴重な文化財がどのような技や創意工夫によって伝承されているか、また、いかにして今回の修復がなされたかを伝えた。

◆日本の伝統的修復は、作品を構成する漆や和紙、木材など自然素材の様子や、用いられている技法、製作された年代等を見極め、作業が進められる。製作年代や用途に応じて使い分けている修復素材や道具などを展示して、修復のプロセスをわかりやすく掲示した。

【文化的効果】

◆中井正清とその子孫の建築作品のうち、現存するものは国宝や重要文化財に指定され、一部は世界遺産に登録されている。重要文化財「大工棟梁中井家関係資料」(中井正知氏・中井正純氏蔵)の建築絵図は、中井家の建築作品の全容を伝える貴重な資料。建物の平面図や立面図だけでなく、儀式図、庭園図、起こし絵図など多岐にわたる。資料は破損や老朽化が進み、平成25年(2013)から文化庁の指導監督の下、保存修理に取り組んできた。こうした取組を綿密に紹介することで修復への興味と関心を喚起することに成功した。来場者からは「修復のプロセスがわかって面白い」という声が多かった。

◆修復文化財を軸に各施設が多様な展示を図ったことで今後の文化財修復成果の公開において、より多くの人に見てもらえるような働きかけ方などの可能性が拡大した。

【社会的効果】

◆65歳以上の大阪市民、中学生以下、障害者手帳等を所持している人(介護者1名を含む)を無料とした。小学生などの若年層も家族で訪れ、幅広い層の鑑賞者を呼び込んだ。

【観光インバウンド拡充】

◆通常でも来場者の6~7割は外国人。トリップアドバイザーのエクセレント賞も受賞し続けているが、その要因として、解説の多言語化はもちろんのこと、音声ガイドの日本語解説の内容を、それぞれの国の文化事情などを交えながら変えてきたことがあげられる。

◆台湾の人気ユーチューバーに館の紹介動画を配信してもらうことにより、台湾からの来館者が増えた。

【経済的効果】

◆各地域の風土・文化に根ざす文化財産の修復の紹介は、地方からの誘客に寄与するものである。

◆増え続ける外国人入館者のためにキャプションの多言語化や通訳付き大阪まちやツアーの実施を構想している。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	美術・文化財
開催期間	2020年2月22日~2月28日(新型コロナウイルス感染拡大防止に係る国からの要請を受け、計6日間のみ開催となった。)
来場者数	1,641人(うち外国人848人)

日本遺産を活かした伝統芸能ライブ NOBODY KNOWSプロジェクト

公益社団法人日本芸能実演家団体協議会(芸団協)

【事業概要】

民俗芸能をはじめとする地域の多様な文化は、観光資源として大きな潜在力がある。しかし、その魅力はまだ多くの人に周知されていない。芸団協は「NOBODY KNOWSプロジェクト」を全国6地域で連続開催した。各地域では、日本遺産の伝統建築や史跡等を舞台に伝統芸能や地域芸能を中心とする公演を行うとともに、日本遺産を構成する文化財を中心とするガイドツアー、伝統技術や食・生活文化・信仰文化等の体験ワークショップ、地域住民や出演者を交えた交流会等を実施し、地域への関心を喚起した。



メインビジュアル

倉敷公演 竹林をライトアップ

鶴岡公演 半能「葛城」の上演

高山公演 公演後の交流会

伊勢原公演 外国人の「講元」体験

豊後高田公演 修正鬼会「火合わせ」

【特徴的な取組】

◆「NOBODY KNOWS」には「その場に行かなければ味わえない瞬間」や「まだ知られていない」という意味が込められている。当該地域での唯一無二の体験の提供などで、新たな「ライブ・ツーリズム」の可能性を拡大した。

◆伝統芸能を中心としたライブでは、敷居が高い、馴染みがないといったイメージを変えることに注力した。地域芸能・伝統芸能を再解釈し、新たな演出によって再提示し、本質を伝えることを目指した。その結果、初めての鑑賞者も楽しめるステージが実現するとともに、一流の演者と地域の芸能伝承者が一緒に舞台をつくり、地域の継承への新たなモチベーションの醸成に寄与した。

【文化的効果】

◆非営利組織の芸団協が企画・推進することで、各地で自治体や観光事業者、企業、文化保存団体、イベント制作団体など、様々な連携の関係を築くことができた。

◆都市部で質の高い舞台芸術を創造する人材と、地域で芸能を継承する人材が出会い、協働することにより地域芸能・伝統芸能分野の新たな演出や運営方法のノウハウが共有され、地域文化や文化財を活用したツーリズムの可能性が拡大した。

◆各開催地では「自分たちが守ってきた文化を外部の視点から再認識し、今後の活動への励みになった」という声が多く聞かれ、他地域での展開も企画している。

【社会的効果】

◆地域芸能の公演では、次世代の育成に課題を抱えていることから、若手の演者を起用するとともに地域の子供達に披露する

ことで地域芸能の再認識へとつなげた。

◆公演後の交流会に外国人も参加し、通常の観光では体験できないような、地元住民との交流機会を提供することができた。

【観光インバウンド拡充】

◆訪日外国人も楽しめるノンバーバルの要素—画像や映像・実演を多く取り入れるとともに、英語によるパンフレットの配布を行い、外国人の日本文化への理解を深めることとなった。

◆通訳には地域の人材を採用し、普段では経験できない同時通訳業務等により、ノウハウの蓄積が図れた。

【経済的効果】

◆各地域の観光の基盤をつくることを目的に、自治体や観光事業者、企業、文化保存団体、イベント制作団体等幅広い連携が実現。文化財活用の体験を共有したことで、文化の観光コンテンツ化の促進が期待される。大手旅行会社や鉄道会社等との連携も実現し、インバウンド消費も含めて経済波及効果が生まれた。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	舞台芸術
開催期間	高山公演(日下部民藝館、2019年9月23日)、南砺公演(井波別院瑞泉寺、10月6日)、倉敷公演(箭田大塚古墳、10月13日)、伊勢原公演(大山阿夫利神社下社・東学坊、10月26日)、鶴岡公演(出羽三山神社・三神合祭殿、11月2日)、豊後高田公演(天念寺、11月30日)
来場者数	1,274人(うち外国人40人)

越後妻有雪花火／ Gift for Frozen Village 2020

大地の芸術祭実行委員会

〈事業概要〉

越後妻有(新潟県十日町市・津南町)で3年ごとに開催される「大地の芸術祭」は、里山を舞台に現代アートを制作展示し、過疎化・高齢化が進む地域の活性化をはかるアートフェスティバルの先駆けとして知られる。春は山菜、夏は水遊びや里山、秋は収穫や食、冬は雪をテーマに、企画展やワークショップ、公式ツアーなどを実施するプログラムとなっている。本事業はその一環であり、アートワークや花火、LEDが雪原を彩る。コンサートの開催や日本酒や地域の食材を使った飲食の提供もあり、地域の自然や伝統的雪国文化を発信している。



冬の夜空を彩る雪花火
Photo by YANAGI Ayumi



高橋匡太によるライティングインスタレーション
Photo by YAMADA Tsutomu



絵本と木の葉の美術館



地元の人たちがもてなす雪見御膳
Photo by NAKAMURA Osamu



マ・ヤンソン/MAD アーキテクト
『Tunnel of Light』

【特徴的な取組】

◆大地の芸術祭及び四季プログラムの狙いは、自然・景観や食を含めた生活文化など地域が持つ魅力を次世代、また国内外の人々に伝えていくことである。

◆「雪花火」は、日本の雪国が誇る圧倒的な自然美と、国内有数の豪雪地帯であり、縄文時代から自然と共存しながら生きてきた雪国人の心を、現代アートと掛け合わせて国内外に発信するものである。

【文化的効果】

◆3年ごとの開催である大地の芸術祭を軸として、間の2年間に四季プログラムなどを実施することにより集客力が向上した。雪花火は前年度までに6回開催され、全国から5,900人が来場している。

◆地域住民は現代アートが地域の活性化につながるツールであることを認識している。

【社会的効果】

◆芸術祭本体をはじめ、事業実施においては、運営ボランティア組織やまちづくりNPO、地域住民、民間企業などの幅広い連携でサポート体制を構築している。

◆地域住民は来場者へのおもてなしを楽しんでおり、市民協働の場、交流促進の場となっている。

【観光インバウンド拡充】

◆2020年の雪花火は中止となったが、民間旅行業者のバスツアーが19本予定され、そのうち3分の1が外国人観光客を

対象とするツアーであった。なかでも現地での商談会に参加した台湾や中国等のアジアの訪日観光客を対象としたものが多い。

◆来場者が延べ54万人を超えた前回(2018年)のアンケート調査では、外国人来場者の割合が8.7%を数えた。鑑賞パスポートのネット販売を利用し、個人で訪れる外国人も多かった。しかも、芸術祭ボランティアとして関わる外国人も増え、全体の半数、約100～150人を外国人が占める。

【経済的効果】

◆大地の芸術祭を通じて、農業収穫体験など地域への様々な支援活動が起き、芸術祭公式グッズや地場産品の開発・販売が進み、地場産業のブラッシュアップが図られている。

◆市のふるさと納税制度において、芸術祭の地域活性化への寄付を対象メニューに加えている。

◆また、交流人口の拡大による経済効果や、移住・定住者の促進などに寄与している。

◆海外へプロモーションに出かけるなど大がかりな集客を図る一方、担当者が地域に足を運び、住民とコミュニケーションをとりながら理解を求めるといった地道な努力の積み重ねで、地域に根ざした芸術祭として、着実に成果を上げている。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	美術・文化財
開催期間	2020年2月29日予定

※開催に向けた準備段階でヒアリングを実施したが、新型コロナウイルス感染拡大防止のため直前に事業中止を決定した。

古代から令和の時代までつながる文化を巡る 奈良博覧プロジェクト

奈良県

〈事業概要〉

奈良県は古代から中世にかけての文化財の宝庫。2020年1月、世界遺産・平城宮跡を主会場に「大立山まつり」が開催された。県内39市町村の伝統行事やまつり、食文化が結集する大規模イベントに、2万人を超える人が訪れた。また、県では、県内各地への観光客誘致や周遊につなげようと、奈良県立万葉文化館で「にぎわいフェスタ万葉」や「万葉コレクション展」などの展示会を開催するなど、県内各地の文化資源を活用した事業と連携し、複合的に奈良文化の魅力を強くアピールしている。



オープニング風景



県内のまつりや伝統行事が集結



会場に設置された大立山(四天王像)



平群町・へぐり時代祭りの時代行列



外国人の参加者も

【特徴的な取組】

◆「大立山まつり」には県内39の全市町村が参加し、奈良県全域にわたる魅力を発信した。県内の伝統行事や伝統芸能を披露する場を創出し、食文化の紹介、文化財の活用など、各地域の歴史文化資源を活用したプログラムを持ち寄ることで地域の活性化につなげた。今後も県内全域の取組として継続していく意向である。

【文化的効果】

◆古代奈良の文化を深く知ってもらうためには、伝統行事や食の紹介だけでなく、様々なアプローチが必要になる。「大立山まつり」をはじめとする事業では、体験ワークショップ、住職による講話など、常に新しいコンテンツを積極的に導入した。

【社会的効果】

◆「にぎわいフェスタ万葉」では、万葉文化館の設立趣旨である『万葉集』と古代文化への理解を深めてもらうため、古代の歴史を語る講談と音楽のコラボレーションコンサートや、和綴じ本づくり体験などを実施し、家族連れにも楽しんでもらえるよう工夫を凝らした。

◆「大立山まつり」では、小さな子供でも楽しむことができる紙芝居の実演や、奈良をホームとするスポーツクラブのチームキャラクターがまつりに参加するなど、子供や地域住民にとっても身近なものとなるよう工夫した。

【観光インバウンド拡充】

◆県内には観光資源が豊富にある。そこで、庁内にインバウンド宿泊戦略室を設置し、インバウンド誘致に取り組んでいる。

特に、県内39の市町村と連携した面的に広がりのある取組を実施し、訪日外国人に奈良公園周辺だけでなく万葉文化館や平城宮跡等を訪れてもらい、さらに県内を回遊してもらうことを目指す試みとなった。

【経済的効果】

◆「大立山まつり」は、冬季の宿泊観光客を増やすことを目的に始まり、文化、食の体験プログラムを提供することにより、県内各地への回遊を誘うPRの場としての役割を担っており、県内での滞在の長時間化を目指している。また、「各地域の歴史文化資源を活用したプログラムを持ち寄ることで、総体として奈良県の良さを伝えながら、個々の地域もアピールでき、活性化につながる」とさらなる事業の拡充も計画している。

◆豊かな文化資源を生かした奈良のさらなる広報と、通年の誘客に向け、PDCAマネジメントサイクルで事業を検証している。

事業実施データ

プロジェクトタイプ	主催・共催型 分野別大規模プロジェクト
分野	美術・文化財
開催期間	万葉文化館「にぎわいフェスタ万葉」「万葉文化館展覧会」 2019年9月28日～2020年3月31日 (ただし2月28日～新型コロナウイルス対策のため休館) 「大立山まつり」奈良ちとせ祝く寿ぐまつり 2020年1月25日・26日
来場者数	万葉文化館「にぎわいフェスタ万葉」「万葉文化館展覧会」 17,116人(うち外国人 約90人) 「大立山まつり」21,367人

指標の検討

前章で示したものは、令和元年度の開催実績を踏まえた単年度の効果であるが、日本博による「文化芸術立国」としての基盤強化、文化による「国家ブランディング」の強化、文化による「観光インバウンド」拡充、訪日外国人の「地方への誘客」の促進という短期的、中長期的な政策目標を達成するためには、単年度で測る効果と複数年にわたる日本博の実施期間における変化による効果を捉えて検証を行う必要がある。

そのためには、変化を捉えるための指標設定に当たり、有識者による検討により示された社会的インパクト評価の考え方を踏まえ、政策目標の達成に向けて、事業実施によるアウトプット（結果）と中長期的な観点も含めたアウトカム（成果）の関係性を整理することが必要である。

本章では、アウトプット及びアウトカムを整理するとともに、それらを捉えるため、今後の検証において参考となる指標の設定等について方向性を検討する。検討に際しては、政策目標との関係性に加え、「文化芸術基本法」及び「文化芸術推進基本計画」のほか、日本博事業に求められる「18の盛り込むべき観点」や有識者からの助言、日本博事業者に実施したアンケートやヒアリング調査、文化芸術に関連する世論調査及び各調査報告書の分析など、今回実施した全ての調査を踏まえ総合的に行う。

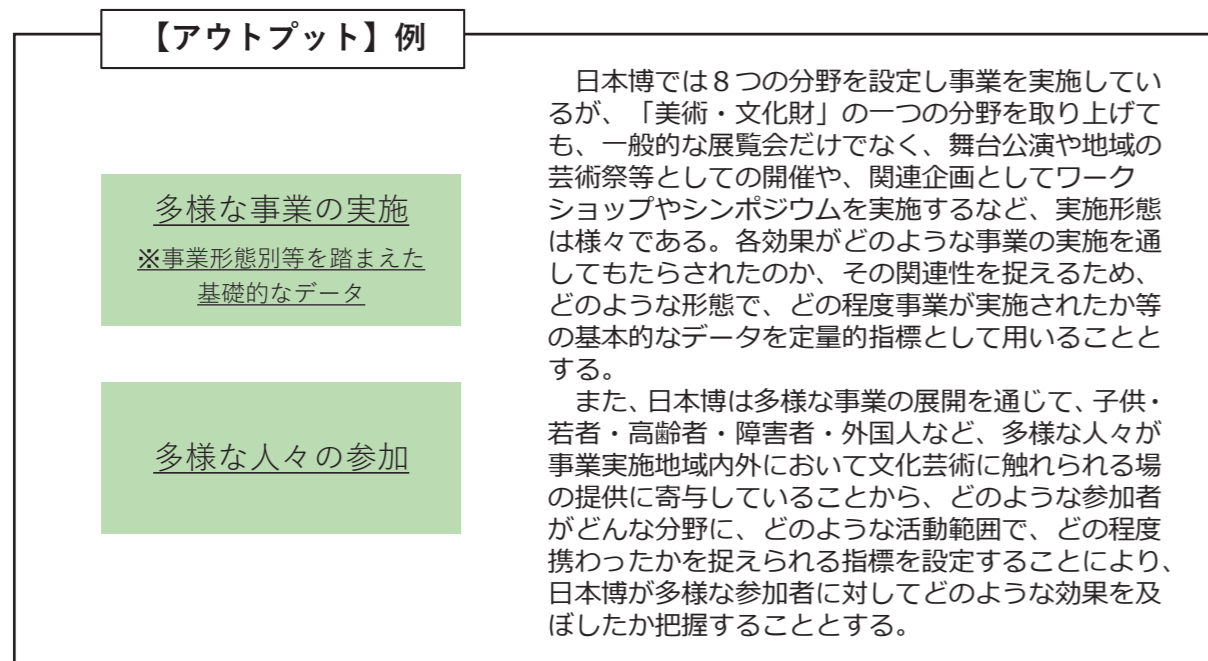
また、アウトプット、アウトカム及び参考となる指標を整理することにより、日本博事業者自らが、各事業を通じた成果を想定・意識したうえで取組を実施し、活動内容をより深く考察し、より良い成果へとつなげられるよう留意することとする。

1. 基礎的効果

文化的効果、社会的効果、観光インバウンド拡充及び経済的効果を短期的、中長期的な観点から検証するためには、単年度のみならず経年変化等を踏まえた基礎的な効果を把握することが必要である。このため、それぞれの効果の検証に必要な基本的なデータとして、全ての日本博事業に共通して求める事業年度ごとのアウトプットを例示し、今後の検証に活用していくこととする。これらのデータは中長期的な効果測定を行う際に活用することを意識し、経年変化などを踏まえたアウトカムの検証にも活用することとする。

基礎的効果に係るアウトプットを測るために参考となる指標としては、事業数や参加者数等の事業規模を把握するための定量的指標や、日本博事業者や参加者等の多様なステークホルダーに対する意識調査を踏まえた定性的指標等が考えられるが、実態を正確に捉えるためには、取組内容の違い（分野、実施形態など）を念頭に置く必要があるなど、集計方法について考え方を整理する必要がある。

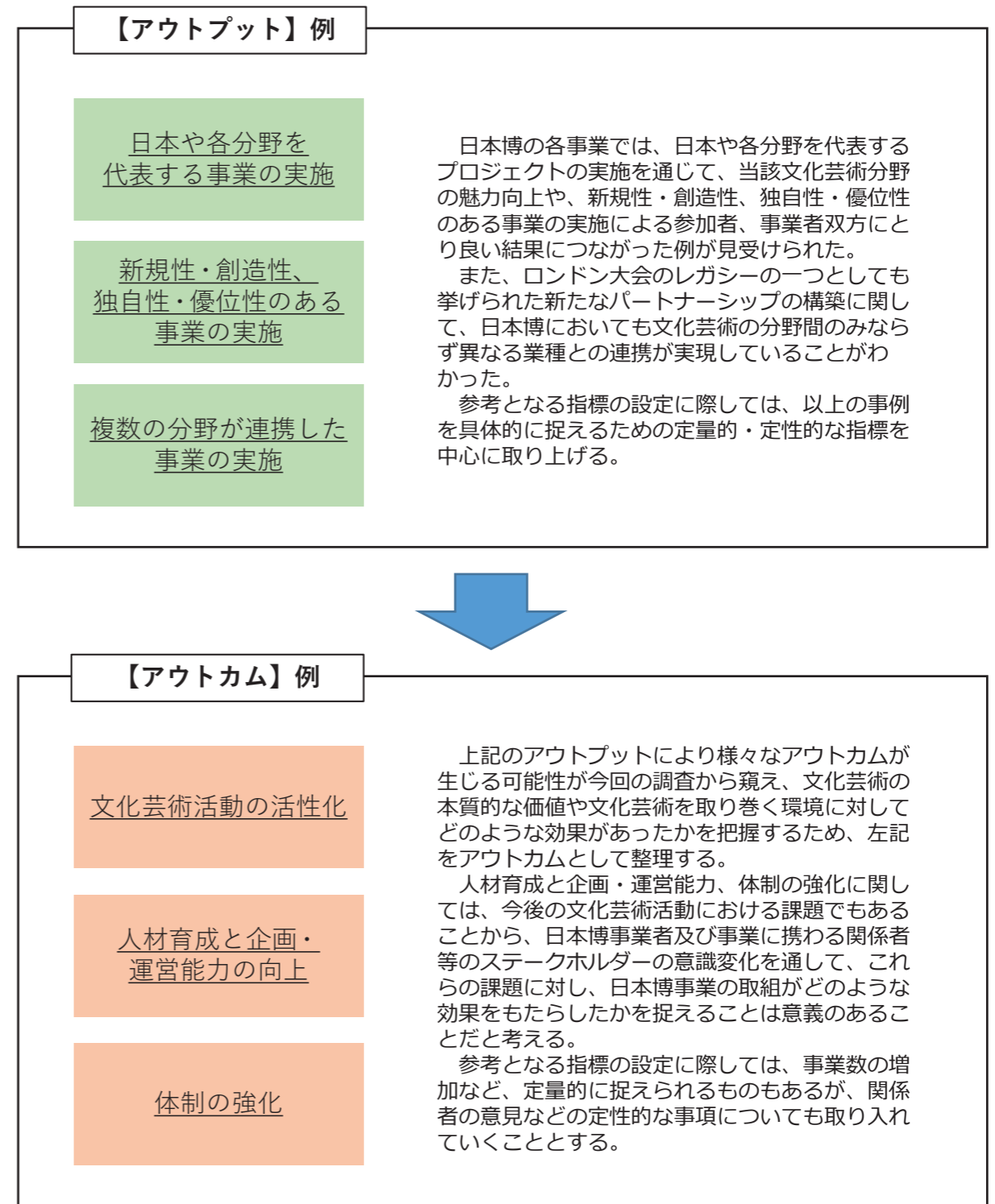
今回は、大規模な文化芸術に係るプロジェクトの中でも成功事例として一般的に評価されている、ロンドン大会における文化プログラムの調査で用いられた考え方を踏まえ整理することとする。



2. 文化的効果

日本博事業には、我が国もしくはそれぞれの分野における代表的なプロジェクト、事業実施地域の代表的な特色ある文化芸術プロジェクト、新規性・創造性、独自性・優位性が高いプロジェクト等といった特徴が挙げられるが、こうした特徴を有する事業は、文化芸術そのものの発展に寄与するとともに、文化芸術活動を企画・実施する人材の育成や能力の向上、体制の強化につながる事が前章から窺える。

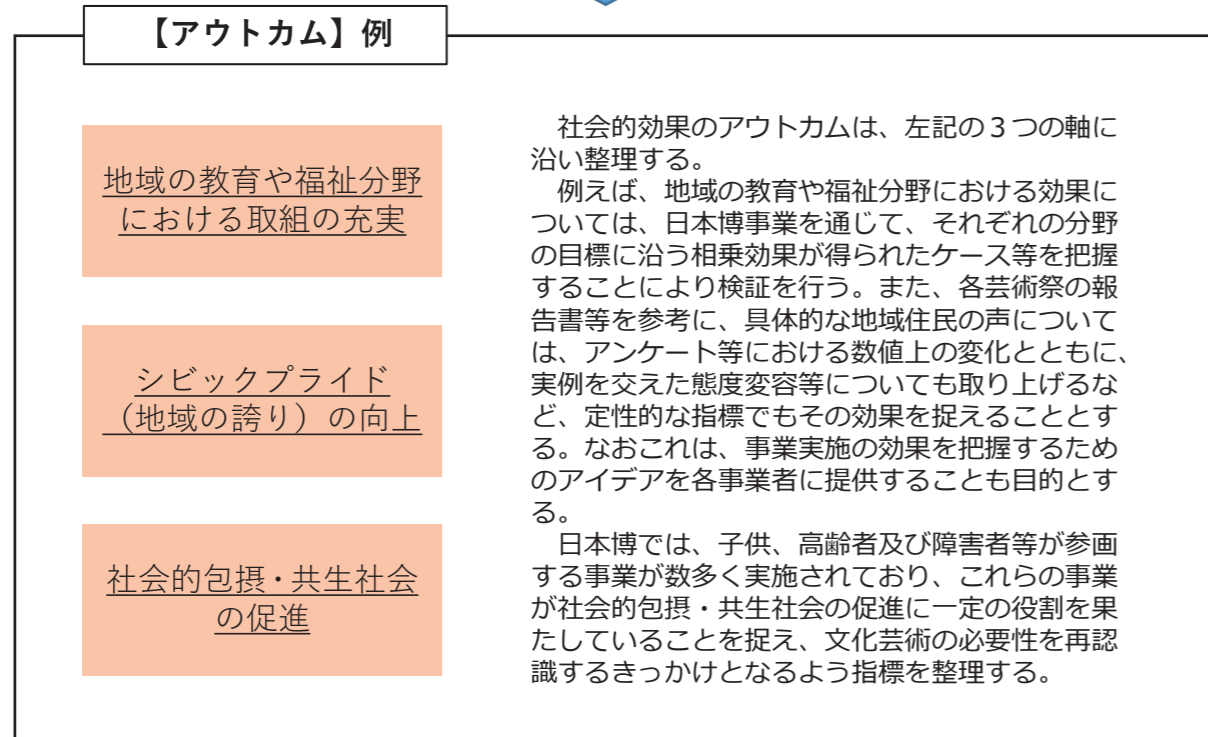
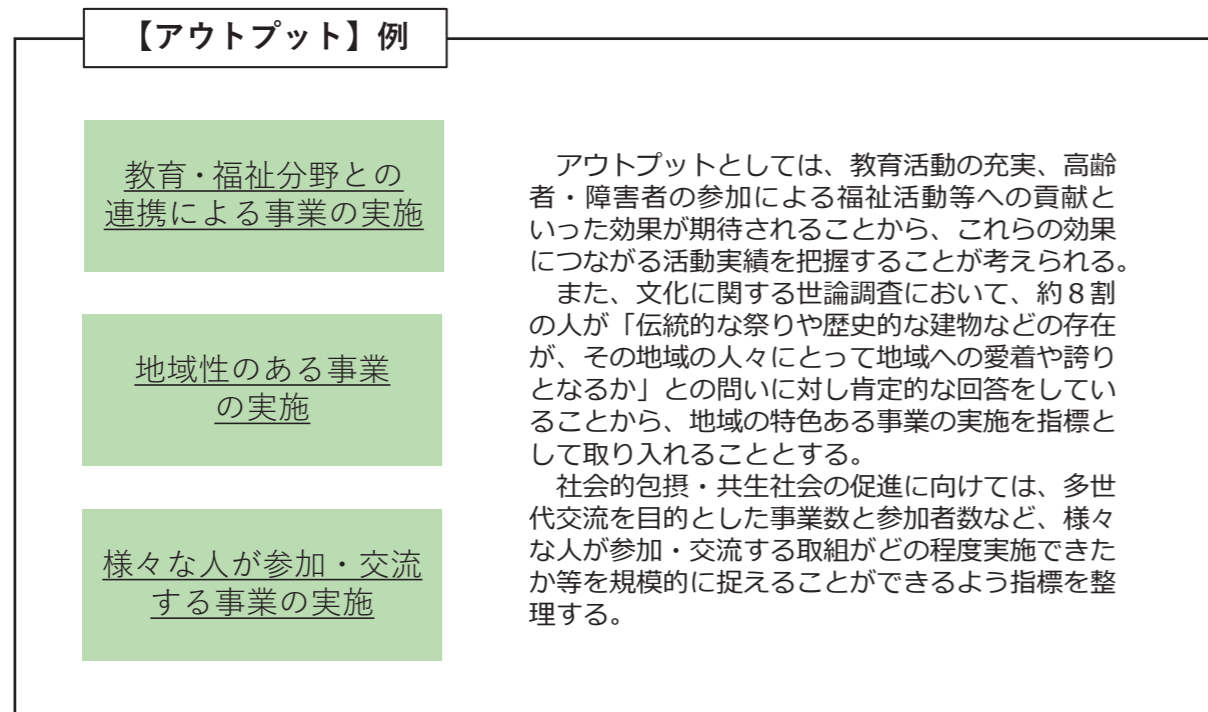
日本博事業が文化芸術に与える文化的効果をより明確にするため、以下をアウトプット、アウトカムとして整理し、国内外に向け魅力ある取組を発信することができたか、また、新たな取組が具体的にどのように文化芸術の発展へとつながり、どのような影響を及ぼしたかを定量的・定性的に捉えていくこととする。



3. 社会的効果

日本博事業による社会的効果には、教育活動の充実や高齢者・障害者の参加による福祉活動への貢献、地域の文化資源を活用した取組や地域出身アーティストの作品に光を当てること等で地域の文化に誇りを感じ、シビックプライド（地域の誇り）が向上すること等が考えられる。また、様々な違いをもった人が交流することのできる場の提供を通じて生まれる理解や共感、尊重しあう心の醸成による社会的包摂・共生社会の促進も効果として考えられる。

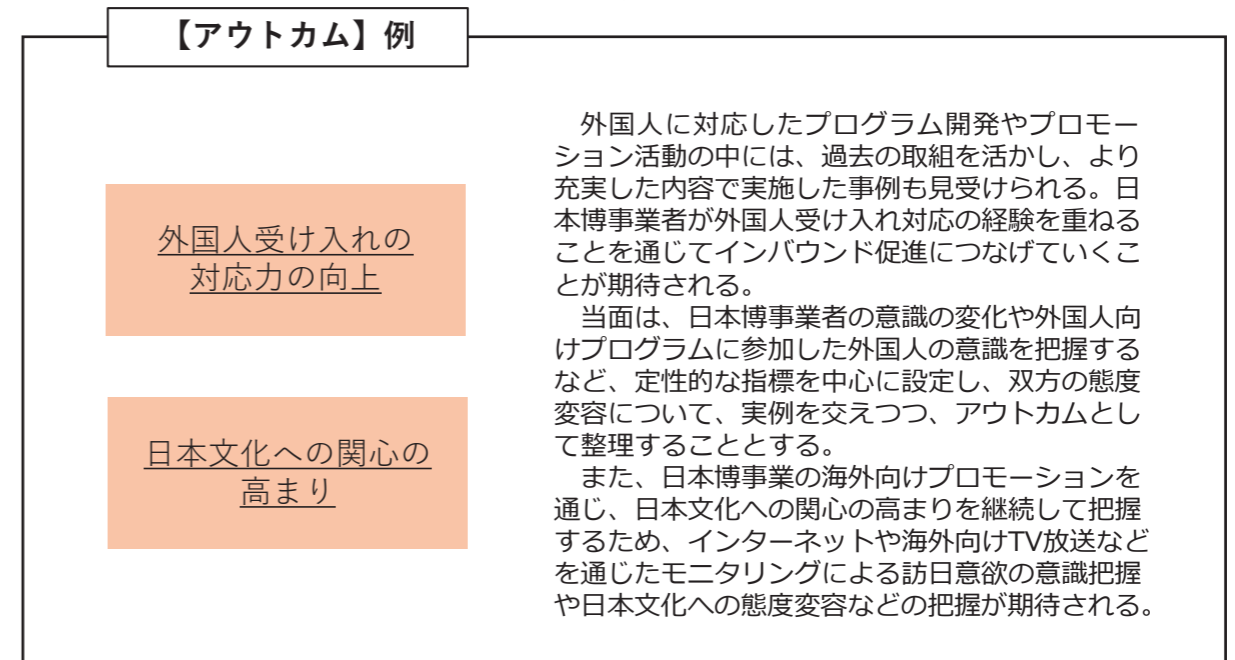
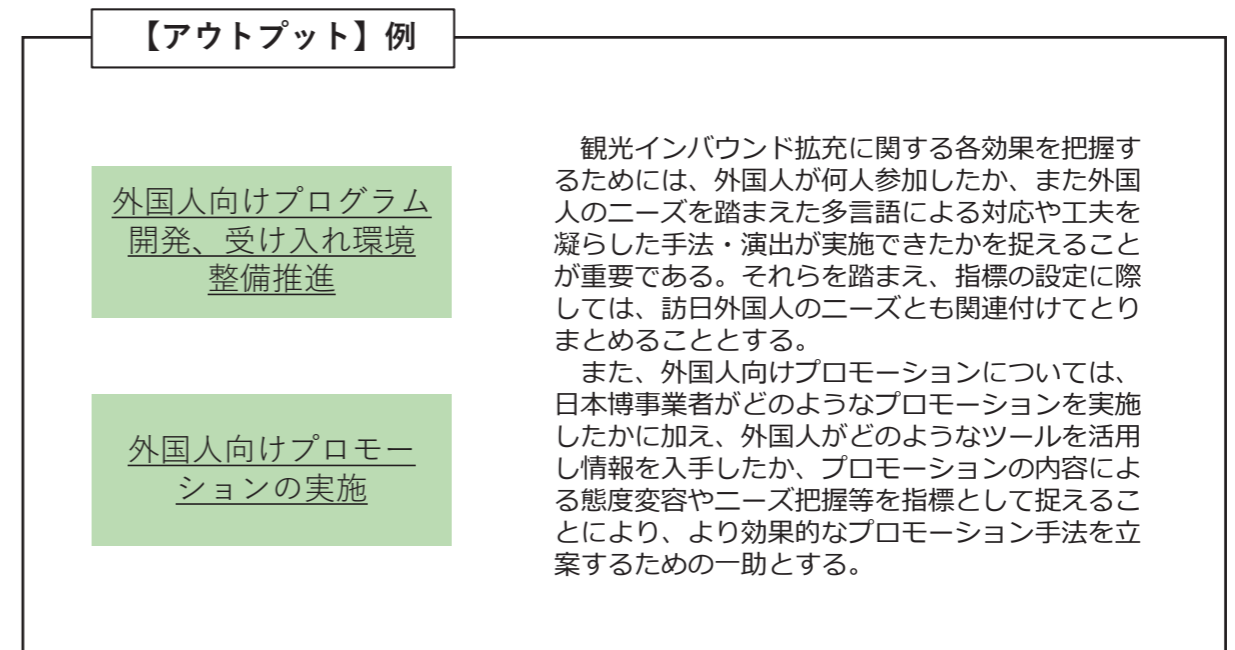
これら、教育・福祉分野や地域にとっての文化芸術の影響、社会的包摂・共生社会に関する日本博事業の社会的効果の把握にあたっては、文化芸術活動により得られる成果を以下の指標の考え方にに基づき提示していくこととする。



4. 観光インバウンド拡充

令和元年度の日本博は、東京2020大会を契機に実施される文化芸術事業によるインバウンド促進を目的としていることから、訪日外国人も主要な対象としており、日本文化の魅力外国人に訴求する取組を数多く実施している。

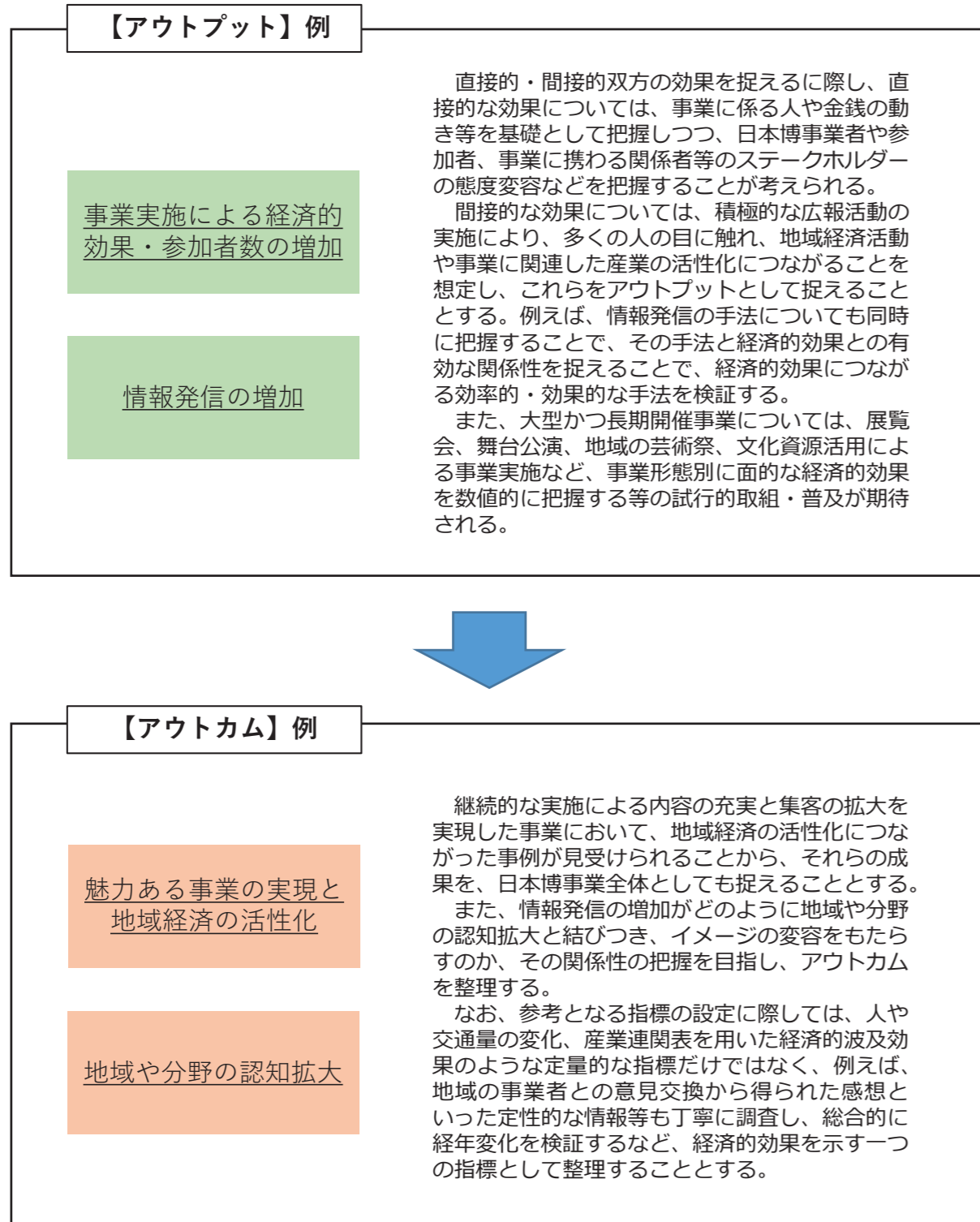
事業者向けアンケートの結果をみると、大きく分け二つの方向でインバウンドの拡充や各地域への外国人誘客に効果をもたらしていることが窺える。一つ目は、解説の多言語対応などの外国人向けプログラムの開発等による対応力の向上、インバウンド促進のための多言語によるプロモーションの推進や外国人への対応体制の整備等であり、二つ目は、プロモーション活動を通じた日本文化及び実施地域の認知度の拡大やイメージの向上であった。これらを踏まえ、以下のとおりアウトプット及びアウトカムの例を整理することとする。



5. 経済的効果

令和元年度の日本博は、既に延べ2千万人以上の集客を達成しており、10万人以上を集客した大規模事業も全体の2割弱に及ぶ。こうした大規模事業は、実施地域に多くの消費を生み出しており、交通・宿泊・飲食産業など、経済的な波及効果は大きい。また、地域のブランド力の向上、観光関連産業の成長、文化芸術活動に伴う伝統工芸などの関連産業の開発、あるいは、歴史的な施設のユニークベニュー化など、地域の産業や資源等を活用した取組が地域経済の活性化につながることへの期待が意識調査等から窺える。

上記のとおり経済的効果には、事業実施期間中の参加者の消費額といったような直接的かつ短期的に表れてくる効果とともに、地域ブランド力の向上など、間接的かつ中長期的に影響を受ける効果もあり、これらは定量的・定性的両側面から捉えていくことが必要であり、経年変化などを把握する検証が期待される。



指標の設定

1. 効果検証のための指標の整理

前章では日本博事業がもたらす幅広い効果をアウトプット、アウトカムとして整理し、それらを測る際に参考となる指標について検討を進めた。本章では、今年度の調査から想定される参考となる指標について、定量的・定性的側面を考慮し、具体的に取りまとめることとする。

取り上げる指標は、日本博として初年度である令和元年度事業のアンケート調査やヒアリング調査の他、世論調査等の外部のデータを用いることによって得ることが可能なものを中心にまとめるが、経済的効果に係る指標など、より専門的な調査を実施する必要がある指標については、今後、次年度以降の結果を踏まえた検証を通じて、具体的な手法についても併せて提案する。

今回取り上げた指標は、日本博の効果を捉えるために取り上げたものではあるが、各日本博事業者がこれらの指標を意識した取組を実施することにより、計画・実行・検証・改善（PDCA）サイクルが構築され、より充実した事業の実施へとつながることにも期待したい。現時点では事業者へのアンケートやヒアリングの結果を参考に検討したことから、主に事業者側の視点を中心に掲げられているため、次年度以降、多様なステークホルダーや有識者からの意見等を踏まえた指標を検討する必要がある。

なお、日本博の実施が幅広い効果を生み出している状況について、取り上げた指標のみでは、そのすべてを把握することが困難であることにも留意する必要がある。当該指標に加え、関連する情報も含め、継続して多角的な評価を行うことが重要である。

また、東京2020大会の期間前、期間中、期間後も含めて広く展開する日本博は、新型コロナウイルス感染症の拡大による影響など、外的要因を考慮せざるを得ない状況ともなりうることから、より有効な指標の在り方については不断の検討を実施し、改善につなげることが求められる。

指標を捉えるための主な手法（例）	
<参加者アンケート> ◎属性や消費額、意向を把握 ・参加者把握の属性や消費額、事業に対する意向等を把握。	<事業者アンケート・ヒアリング> ◎成果把握 ・事業の目的に則った成果の有無をアンケートでは定量的側面を中心に、ヒアリングでは定性的側面を中心に把握。
<世論調査・各種統計等の分析> ◎世論の把握 ・事業への参加者だけではなく、一般の人々の意見を把握。 ◎有識者ヒアリング ・各効果に関する有識者の意見を聴取、分析。	<数値分析> ◎経済波及効果 ・関連産業（事業実施地域・関係事業者）や観光、サービス産業など事業者に対するヒアリングを通じた態度変容の把握。 ・事業実施に伴う直接需要額と関連の観光需要額及びその結果地域経済にもたらされた波及効果、雇用効果の分析。
<実績報告書分析> ◎実施状況把握 ・アンケート調査の結果を補うためのものとして分析を実施。	

2. 効果検証のための指標の全体像

	基礎的効果	参考となる指標の例
アウトプット	多様な事業の実施	・事業の実施日数、実施回数、開催地 ・事業の分野、分類 ・事業の実施形態 など
	多様な人々の参加	・総参加者数 ・有料/無料参加者数 ・入場者数の達成率 ・世代別・男女別参加者数 ・国籍別参加者数 ・事業形態別参加者数 など

文化的効果		参考となる指標の例
アウトプット	日本や各分野を代表する事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> 日本の代表的な文化コンテンツを主題とした事業数 世界的なレベルで代表的な文化コンテンツを提供した事業数 日本ならではの素材、伝統的な作品、技術を活用した事業 代表的な施設等のユニークベニユーの活用数（歴史的建造物、景観、自然など） など
	新規性・創造性、独自性・優位性のある事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> 新たに制作した作品、数 新たな展示・演出等の手法を用いた展示事業、数 新たに企画したワークショップ、人材育成他の事業、数 新たに開発されたユニークベニユー、数 最新技術を投入した事業、数 新規に登用したアーティスト数（演出家、クリエイターなどを含む） 新たに提携、連動した団体数 など
	複数の分野が連携した事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> 複数の団体、複数の分野が連携した事業の数 複数団体の連携によって実現した内容 など
アウトカム	文化芸術活動の活性化	<ul style="list-style-type: none"> この事業により、当該ジャンル、取組への関心が増したといった意見 この事業を通じて、再度当該ジャンルの文化芸術を鑑賞、体験したいといった意見（リピーター増） 今後継続してプロジェクトを実施したいといった意見 など
	人材育成と企画・運営能力の向上	<ul style="list-style-type: none"> この事業で、いままで体験したことのない新規性・創造性を感じたといった意見 この事業で、文化芸術表現上の新しい挑戦ができたといった意見 この事業で、スタッフの文化・体験プログラムの企画力が向上したといった意見 この事業で、スタッフにおけるプロモーションの企画・実施力が向上したといった意見 この分野を次世代への継承につなげたい、後継者へスキルを伝えたいといった意見 など
	体制の強化	<ul style="list-style-type: none"> 連携により事業内容が充実したといった意見 今後、今回の連携やネットワークを維持していくといった意向 など

社会的効果		参考となる指標の例
アウトプット	教育・福祉分野との連携による事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> 子供、高齢者、障害者等を対象とした事業数と参加者数 事業に参画、連携、協力した教育機関数、福祉団体数 など
	地域性のある事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> 地域の文化芸術を主題とした事業数 ユニークベニユーの活用数（歴史的建造物、景観、自然など） 参加、連携、協力した地域の団体数（自治会、教育団体、まちづくり団体など） 地域住民の参加者数、ボランティア数 この事業をみて、地域の文化に誇りを感じたという人の割合 など
	様々な人が参加・交流する事業の実施	<ul style="list-style-type: none"> 多世代交流を目的とした事業数と参加者数 次世代育成を目的とした事業数と参加者数 多文化交流を目的とした事業数と参加者数 上記の人によって制作された作品数 など
アウトカム	地域の教育や福祉分野における取組の充実	<ul style="list-style-type: none"> この事業を通じて連携した教育、福祉分野等における相乗効果 教育、福祉分野における文化芸術に関連する取組の導入 子供や家庭を取り巻く環境において、文化芸術に関心が持てるようになったという意見 子供や高齢者等への文化芸術活動を支援したいという意見 など
	シビックプライド（地域の誇り）の向上	<ul style="list-style-type: none"> 有意義な事業への参画活動、ボランティア活動ができたといった意見 この事業に参加して、地域の絆が深まったといった意見 地域の文化を再認識し、興味・関心が増したといった意見 この地域の魅力を広く伝えていきたいといった意見 など
	社会的包摂・共生社会の促進	<ul style="list-style-type: none"> この事業により、文化芸術活動に参加しやすくなったといった意見 この事業により、互いに共感、尊重しあえるようになったといった意見 など

観光インバウンド拡充		参考となる指標の例
アウトプット	外国人向けプログラム開発、受け入れ環境整備推進	<ul style="list-style-type: none"> 外国人参加者全体の人数、傾向 新たなプログラム開発の手法・演出 外国人向けに実施した事業数とその参加者数、傾向 多言語対応数、スタッフ数 誘導用のサイン、看板の多言語化、対応率 （展示事業の場合）解説板、音声ガイドの多言語化率 チラシ、パンフレットの多言語化、対応率 ウェブサイトのコンテンツの多言語化、対応率 など
	外国人向けプロモーションの実施	<ul style="list-style-type: none"> 新たに外国人向けに実施したプロモーションの企画・運営（マーケティング、DMO・観光協会・旅行会社等との連携など含む） ウェブサイトの国別の閲覧数、ユニークユーザー数推移 事業者が投稿したSNSの国別の閲覧数、ユニークユーザー数推移 訪日外国人向けの広告出稿費と媒体のリーチ数、チラシ配布枚数 プレスリリースなどを配信した海外メディア数（広告出稿実績含む） ウェブサイトでのチケット販売対応数 など
アウトカム	外国人受け入れの対応力の向上	<ul style="list-style-type: none"> 外国人向け事業の企画・運営力が向上したといった意見 外国人向けプロモーションの企画・運営力が向上したといった意見 日本博を契機に、観光インバウンド拡充のための具体的な計画につながったといった意見 など
	日本文化への関心の高まり	<ul style="list-style-type: none"> 事業参加者、プロモーションを通じた態度変容など この事業を通じて、日本の文化に魅力を感じたといった意見 この事業を通じて、自国の人に日本文化について伝えたいといった意見 この事業を通じて、日本を訪れたいといった意見の増加 など

経済的効果		参考となる指標の例
アウトプット	事業実施による経済的効果・参加者数の増加	<ul style="list-style-type: none"> 総事業収入額 チケット収入額、協賛金収入額、寄附金収入額 事業に係る商品の開発販売などを実施した企業数とその売上額 関連して生まれた新商品、新サービスの数 来訪回数、滞在日数、事業参加・滞在中の消費動向・状況 ツアー数 など
	情報発信の増加	<ul style="list-style-type: none"> ウェブサイトの閲覧数、ユニークユーザー数推移 事業者が投稿したSNSの閲覧数、ユニークユーザー数推移 実施地域外に対する広告出稿費、全国紙・雑誌・全国放送等メディアでの紹介回数 国内、実施地域内の経済活性化を意識した情報発信の実施（観光、特産物の情報を交えた広告記事など） この事業の広告、記事などを見た人の割合 口コミ、地域コミュニティ内での情報共有 など
	魅力ある事業の実現と地域経済の活性化	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊の有無 交通費 当該地域における消費額（飲食費、物販費、宿泊費、レジャー費） 何度目の来訪か、再訪の意向 売上増に繋がった比率、雇用増や継承者増に繋がった比率 今後の継続、事業拡大意向 事業費、観光関連需要額等から算出した経済波及効果 長期滞在したい（したかった）といった意見 など
アウトカム	地域や分野の認知拡大	<ul style="list-style-type: none"> 事業の広告、記事などを見た人の割合 事業の広告、記事を通じてこの地域に魅力を感じたといった意見 関連地域への観光意欲 など

※経済波及効果の算出について

経済波及効果については、総務省において、エクセルで簡易に計算できる計算シートが提供されている。

https://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/data/io/hakuyu.htm

また、より簡易なものとして、観光庁「MICE簡易測定モデル」https://www.mlit.go.jp/kankocho/page07_000018.htmlがある。これは、観光庁が日本各地で開催されるMICE（会議、インセンティブ旅行、コンベンション、展示会など）の経済効果を把握するために開発、提供しているツールで、事業の参加人数（日帰り、宿泊）、総事業費、実施地域、期間などを入力するだけで、自動的に、産業連関表に基づく経済波及効果を算出してくれる（事業によってはMICEとは異なる形態の事業もあるが、経済波及効果においては、投下される事業費よりも、集客される人々の落とすお金の方が中心となるため、個別に算出した値とほぼ変わらない結果が得られるため、文化芸術活動のように集客を伴う事業では、このツールでほぼ正確な値の算出が可能である）。

参考：来場者向けアンケートの例

来場者向けアンケートは、実施する事業の内容や形態、日本博事業者の問題意識、アンケートの実施手法（会場での手渡し、会場での対面、QRコード誘導によるスマートフォンアンケートなど）が異なるため完全な統一は難しいが、一部項目を標準化することで、共通の効果検証の指標構築を図ることが可能である。

【属性】

▶年代

1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代 6. 60代 7. 70代 8. 80代以上

▶性別

1. 男性 2. 女性 3. その他

▶居住地

1. 市町村内 2. 都道府県内 3. 他の都道府県（ ） 4. 海外（ ）

▶この地域への訪問回数

1. はじめて 2. 2回以上 →（ ）回程度

▶宿泊・日帰り

1. 日帰り 2. この地域内に宿泊 3. この地域外で宿泊 → 宿泊地域名（ ）

【認知経路】

▶この事業を知った情報媒体

1. 事業のウェブサイト 2. 旅行口コミサイト 3. SNS／動画サイト 4. 当日知った
5. その他（ ）

※他の選択肢は、事業の告知媒体、広報先の媒体を踏まえて設定

【事業への評価】

①全体

▶この事業の満足度

1. とても満足した 2. どちらかといえば満足した 3. どちらともいえない 4. やや不満 5. 不満

②文化的効果関連

▶この事業を契機に、日本の文化に誇りを感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶この事業を契機に、□□□（文化芸術の分野等を具体的に記載）への関心が強まったか

1. 強まった 2. ある程度強まった 3. どちらともいえない 4. あまり強まらなかった 5. 強まらなかった

▶この事業を契機に、□□□（文化芸術の分野等を具体的に記載）を再度鑑賞、体験したいと思ったか

1. そう思った 2. どちらかといえばそう思った 3. どちらともいえない
4. あまりそうは思わなかった 5. そうは思わなかった

▶この事業を契機に、□□□（文化芸術の分野等を具体的に記載）を継承すべきと思ったか

1. そう思った 2. どちらかといえばそう思った 3. どちらともいえない
4. あまりそうは思わなかった 5. そうは思わなかった

▶この事業において、これまで体験したことのない新しい技術などを感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

③社会的効果関連

▶様々な人との交流により、互いに共感、尊重しあえるようになったと思うか

1. とてもそう思う 2. どちらかといえばそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそうは思わない
5. そうは思わない

▶この事業を契機に、世代を超えた交流ができたと思うか

1. とてもそう思う 2. どちらかといえばそう思う 3. どちらともいえない 4. あまりそうは思わない
5. そうは思わない

<地域住民向け事業>

▶この事業を契機に、この地域の文化に誇りを感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶この事業を契機に、地域の文化を再認識し、興味・関心が増したと思うか

1. そう思った 2. どちらかといえばそう思った 3. どちらともいえない
4. あまりそうは思わなかった 5. そうは思わなかった

▶この事業を契機に、この地域の魅力を広く伝えたいと感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

<子供（高齢者、障害者など）向け事業>

▶子供（高齢者、障害者など）に向けた対応が十分に行われていたか

1. 十分に行われていた 2. ある程度行われていた 3. どちらともいえない
4. あまり行われていなかった 5. 行われていなかった

▶文化芸術活動に参加しやすくなったと感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶この事業の実施は、教育活動（福祉活動）に良い影響を与えると感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

④観光インバウンドの拡充効果関連

▶この事業を契機に、日本の文化に魅力を感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶外国語での案内や解説は十分に行われていたか

1. 十分に行われていた 2. ある程度行われていた 3. どちらともいえない
4. あまり行われていなかった 5. 行われていなかった

▶この事業を契機に、自国の人に日本文化について伝えたいと感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶この事業を契機に、再度日本を訪れたいと思ったか

1. そう思った 2. どちらかといえばそう思った 3. どちらともいえない
4. あまりそう思わなかった 5. そう思わなかった

▶事前にこの事業について情報を得られていたか

1. 日本に来る前から得られていた 2. 日本に来てから情報を得た 3. この地域に来てから情報を得た
2. 得られていなかった

⑤経済的効果関連

▶この事業を通して、地域を訪れる人が増えたと感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶この事業が地域経済の活性化につながると感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった 5. 感じなかった

▶この事業の広告、記事を通じてこの地域に魅力を感じたか

1. 強く感じた 2. ある程度感じた 3. どちらともいえない 4. あまり感じなかった
5. 感じなかった 6. 広告、記事を見ていない

▶この事業の前後に立ち寄った場所、立ち寄る予定の場所

1. この地域の飲食店 2. この地域の土産店 3. この地域の観光施設 4. この地域以外の観光地
5. 立ち寄る予定は無い

▶この地域における消費額（参加費、飲食費、物販購入費、宿泊費等の合計額）

1. 0円～5,000円 2. 5,000円～10,000円 3. 10,000円～15,000円 4. 15,000円～20,000円
5. 20,000円～25,000円 6. 25,000円以上

「日本博」主催・共催型プロジェクト一覧

(令和2年3月31日現在)

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
1	文化庁企画調整課 (国立アイヌ民族博物館設立準備室)	アイヌ文化魅力発信プロジェクト ～アイヌが歩む。アイヌと歩む。～	共生社会・ 多文化共生	北海道 他	令和元年11月頃 ～令和2年10月頃
2	一般社団法人 国際児童青少年舞台芸術協会 (アシテジ)日本センター	2019国際子ども舞台芸術 未来フェスティバル in 全国	舞台芸術	青森県 宮城県 石川県 東京都 愛知県 福岡県	令和元年7月30日 ～令和2年2月6日
3	公益社団法人 日本芸能実演家団体協議会	日本遺産を活かした伝統芸能ライブ 「NOBODY KNOWS」プロジェクト ～日本の自然と折り、自然と技～	舞台芸術	山形県 神奈川県 富山県 岐阜県 岡山県 大分県	令和元年9月23日～11月30日
4	独立行政法人 国立科学博物館	きのこ・カビ・酒 ～日本の自然と人が育んだ食文化	食文化・自然	茨城県	令和2年10月頃
5	文化庁、国立近現代建築資料館	安藤忠雄初期建築原図展に伴う 教育普及講座及び関連展示	美術・文化財	東京都	令和元年6月8日～9月23日
6	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	邦楽公演 「日本音楽の流れ～三味線～」 「親子で楽しむ舞踊・邦楽」 「浮世絵の音風景～歌川広重『東海道五拾三次』を たどる～」 「邦楽鑑賞会 長唄の会・三曲の会」	舞台芸術	東京都	令和元年6月8日、7月6日、 9月15日、10月4・5日、 令和2年1月18日・19日
7	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	DiscoverKABUKI ～外国人のための歌舞伎鑑賞教室～ 『解説 歌舞伎のみかた』『神霊矢口渡』	舞台芸術	東京都	令和元年6月17日、18日
8	公益財団法人 墨田区文化振興財団 すみだ北斎美術館	「綴プロジェクト」～高精細複製画で綴る～ スミソニアン協会フリーア美術館の北斎展	美術・文化財	東京都	令和元年6月25日～8月25日
9	株式会社ライゾマティクス	MANSAI 解体新書 その参拾特別版「5W1H」	メディア芸術	東京都	令和元年7月9日～14日
10	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	日本文化体験「日本のよるい!」	美術・文化財	東京都	令和元年7月17日～9月23日
11	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	「雅楽・声明」公演 ～日本の音と声～	舞台芸術	東京都	令和元年7月20日、11月9日
12	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	民俗芸能公演 ～祝福と神話 自然を背景に～	舞台芸術	東京都	令和元年7月27日、 令和2年1月25日
13	独立行政法人 国立美術館 京都国立近代美術館	円山応挙から近代京都画壇へ VRと日本画技法体験プロジェクト	美術・文化財	東京都 京都府	令和元年8月3日～12月15日
14	宮崎県	みやざきの神楽 魅力発信プロジェクト ～神と人との舞い遊び～	舞台芸術	東京都 大阪府 福岡県	令和元年8月27日 ～令和2年2月15日
15	凸版印刷株式会社	日本文学展2019 ―文学とメディアの千年譚―	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和元年8月～令和2年3月
16	豊島区	日本博を契機とした野外公演事業	舞台芸術	東京都	令和元年9月21日～11月10日
17	東京アート&ライブシティ構想 実行委員会	日本の伝統芸能、メディア芸術、美術ミックスで インバウンド促進 ～能楽・歌舞伎・時代劇～	メディア芸術	東京都	令和元年10月3日～17日
18	組踊上演300周年記念事業 実行委員会	沖縄の伝統芸能・ユネスコ無形文化遺産「組踊」 ～300周年の誇りを世界に～ 琉球芸能の美と心―組踊「執心鐘入」との交感 ちがうぞ 色彩、所作、旋律	舞台芸術	東京都 新潟県 長野県 兵庫県 鳥根県 福岡県 大分県	令和元年10月11日～11月10日
19	日本橋地域ルネッサンス100年 計画委員会	日本博 in 日本橋	美術・文化財	東京都	令和元年10月25日～11月4日
20	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	「鑑木清方 幻の《築地明石町》特別公開」 44年ぶりの再発見作品の特別公開	美術・文化財	東京都	令和元年11月1日～12月15日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
21	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場歌舞伎公演 『通し狂言 孤高勇士 爆高清一日向嶋一』	舞台芸術	東京都	令和元年11月2日～25日
22	独立行政法人 日本芸術文化振興会	「工藝2020 自然と美のかたち」 及び「工藝と食」プログラム	美術・文化財	東京都 京都府	【工藝と食】 令和元年11月6日、21日 ※工藝2020は令和2年9月開 催予定
23	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	舞踊公演「京舞」～舞から感じる京都の四季～	舞台芸術	東京都	令和元年11月29日、30日
24	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	Discover BUNRAKU ―外国人のための文楽 鑑賞教室―『解説 文楽の魅力』『平家女護島』	舞台芸術	東京都	令和元年12月9日、14日
25	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	所蔵作品展 「パッション20 今みておきたい工芸の想い」	美術・文化財	東京都	令和元年12月20日 ～令和2年3月8日
26	独立行政法人 日本芸術文化振興会 独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館・文化財活用センター	ユネスコ無形文化遺産 特別展「体感!日本の伝統芸能 一歌舞伎・文楽・ 能楽・雅楽・組踊の世界」	舞台芸術	東京都	令和2年3月10日～5月24日 (開催中止)
27	独立行政法人 国立美術館 国立新美術館	古典×現代2020―時空を超える日本のアート	美術・文化財	東京都	令和2年3月11日～6月1日
28	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	特別展「法隆寺金堂壁画と百済観音」	美術・文化財	東京都	令和2年3月13日～5月10日 (会期検討中)
29	独立行政法人 日本芸術文化振興会	日本博特別公演 「日本の音と声と舞」	舞台芸術	東京都	令和2年3月14日
30	株式会社朝日新聞社 (独立行政法人国立科学博物館との共同 事業)	特別展「和食～日本の自然、人々の知恵～」	食文化・自然	東京都	令和2年3月14日～6月14日 (開催中止)
31	神宮の杜芸術祝祭実行委員会 一般社団法人 アートパワーズジャパン	「神宮の杜芸術祝祭」 祭る。祈る。創る。 ―持続可能な自然と芸術文化―	美術・文化財	東京都	令和2年3月20日 ～令和3年3月
32	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	特別展「きもの KIMONO」	デザイン・ ファッション	東京都	令和2年4月14日～6月7日 (予定)
33	東京2020オリンピック・パラリンピック 記念書展実行委員会	日本の自然と書の心「日本の書200人選 ～東京2020大会の開催を記念して～」	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和2年4月25日～5月10日
34	独立行政法人 国立美術館 国立新美術館	ファッション イン ジャパン 1945～2020 ―流行と社会	デザイン・ ファッション	東京都	令和2年6月3日～8月24日
35	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	特別展「聖林寺十一面観音菩薩像と三輪山 信仰」―日本人の自然観と造形美―(仮称)	美術・文化財	東京都	令和2年6月16日～8月31日
36	独立行政法人 国立美術館 国立新美術館	MANGA都市TOKYO ニッポンのマンガ・アニメ・ゲーム・特撮2020	メディア芸術	東京都	令和2年7月8日～9月22日
37	文化庁文化財第二課 国立近現代建築資料館	「丹下健三 1938～1970」展	美術・文化財	東京都	令和2年7月11日～9月22日
38	独立行政法人 国立科学博物館 (環境省との共同事業)	企画展「国立公園展」(仮称)	食文化・自然	東京都	令和2年7月28日～10月25日
39	株式会社日本国際放送 (環境省及び独立行政法人国立科学博物 館との共同事業)	企画展「国立公園展(仮称)」連携事業	食文化・自然	東京都	令和2年7月28日～10月25日
40	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	隈研吾展	デザイン・ ファッション	東京都	令和2年7月～令和2年3月
41	公益財団法人 新国立劇場運営財団	子どもたちとアンドロイドが創る新しいオペラ 「Super Angels スーパーエンジェル」	舞台芸術	東京都	令和2年8月
42	独立行政法人 国立科学博物館 (国立近現代建築資料館との共同事業)	日本のたてもの ―自然素材を伝統技術に活かす知恵	美術・文化財	東京都	令和2年11月～令和3年2月 (予定)
43	独立行政法人 国立文化財機構 東京文化財研究所	日本美術の魅力(在外古美術品保存修復協 力事業による修復作品里帰り展)	美術・文化財	東京都	令和3年2月下旬～4月上旬 (調整中)
44	横浜市	日本博を契機とした横浜版文化資源 コンテンツ創成事業	生活文化・ 文芸・音楽	神奈川県	令和元年9月15日～11月15日
45	アース・セレブレーション実行委員会	日本博を契機とした佐渡の文化資源コンテ ンツ創成事業	舞台芸術	新潟県	令和元年8月15日～18日
46	十日町市	越後妻有 雪花火/ Gift for Frozen Village 2020	美術・文化財	新潟県	令和2年2月29日(開催中止)

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
47	静岡市	大道芸ワールドカップin静岡2019	舞台芸術	静岡県	令和元年11月1日～4日
48	障害者の文化芸術国際交流事業実行委員会 (厚生労働省：連携)	2020 東京大会・日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバル ー 2020 グランドオープニング ー	共生社会・多文化共生	滋賀県	令和2年2月7日～3月31日
49	独立行政法人日本芸術文化振興会、独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館、真言宗総本山 東寺 宝物館、大阪市立住まいのミュージアム大阪くらしの今昔館	我が国の美術工芸品等修理の技と自然の原材料を活かした伝承と活用ー国宝重要文化財(美術工芸品)保存修理成果の現地公開ー	美術・文化財	京都府 大阪府	令和元年6月～令和2年3月
50	公益財団法人 日本博物館協会	ICOM京都大会2019における日本文化の発信ー開会式における無形文化財：能「石橋」の上演と閉会式における日本舞踊「季の葩三番叟」の上演ー等	舞台芸術	京都府	令和元年9月2日～7日
51	独立行政法人 国立文化財機構 京都国立博物館	特別展「流転100年 佐竹本三十六歌仙絵と王朝の美」開催記念 十二単お服上げの再現ー現代につながる王朝の美	美術・文化財	京都府	令和元年11月9日
52	京都府	日本博を契機とした「ARTISTS' FAIR KYOTO 2020」	美術・文化財	京都府	令和2年2月29日、3月1日
53	文化庁 独立行政法人 日本芸術文化振興会	特別展「京の国宝ー守り伝える日本のたからー」	美術・文化財	京都府	令和2年4月～6月(予定)
54	独立行政法人 国立美術館 京都国立近代美術館	人間国宝 森口邦彦 友禅/デザインー交差する自由へのまなざし	美術・文化財	京都府	令和2年5月23日～7月12日
55	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	Discover BUNRAKUーBUNRAKU for Beginnersー『The ABC of BUNRAKU』『菅原伝授手習鑑』	舞台芸術	大阪府	令和元年6月15日
56	国際障害者交流センター ビッグ・アイ ビッグ・アイ共働機構 (厚生労働省共催)	障害者の文化芸術創造拠点形成プロジェクト 大型ダンスプロジェクトDANCE DRAMAー多様性こそが私たちを進化させるー	共生社会・多文化共生	大阪府	令和元年10月21日～令和2年3月24日
57	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	春期特別展「骨ものがたり 環境考古学研究室のお仕事」	美術・文化財	奈良県	令和元年4月23日～6月30日
58	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	わくわくびじゅつギャラリーー「いのりの世界のどうぶつえん」	美術・文化財	奈良県	令和元年7月13日～9月8日
59	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	2019年度平城宮跡資料館夏のこども展示「ならのみやこのしよくぶつえんー土の中の花鳥風月ー」	美術・文化財	奈良県	令和元年7月20日～9月5日
60	奈良県	古代から令和の時代までつながる文化を巡る奈良博覧プロジェクト	美術・文化財	奈良県	令和元年9月28日～令和2年3月
61	フェスティバル奈良実行委員会	フェスティバル奈良	舞台芸術	奈良県	令和元年10月22日～令和2年3月29日(一部、開催中止あり)
62	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	特別展「毘沙門天ー北方鎮護のカミー」	美術・文化財	奈良県	令和2年2月4日～3月22日
63	せとうちパレット日本博実行委員会	「響きあう、人・海・芸術ーせとうち交響」プロジェクト	舞台芸術	岡山県 広島県 山口県 愛媛県 香川県	令和元年11月2日～令和2年3月21日
64	瀬戸内国際芸術祭実行委員会	瀬戸内の島々を舞台としたパフォーミングアーツ実施事業	美術・文化財	香川県	令和元年7月20日～11月2日
65	独立行政法人 国立文化財機構 九州国立博物館	特別展「京都 大報恩寺 快慶・定慶のみほとけ」	美術・文化財	福岡県	令和元年4月23日～6月16日
66	独立行政法人 国立文化財機構 九州国立博物館	特別展「室町將軍ー戦乱と美の足利十五代」	美術・文化財	福岡県	令和元年7月13日～9月1日
67	宗像国際環境会議実行委員会	「神宿る島」国際文化芸術プロジェクト	美術・文化財	福岡県	令和元年8月24日～令和2年1月26日
68	独立行政法人 国立文化財機構 九州国立博物館	特集展示「縄文王国やまなし」	美術・文化財	福岡県	令和元年10月29日～12月22日
69	公益財団法人 国立劇場おきなわ運営財団	沖縄の伝統芸能・ユネスコ無形文化遺産「組踊」ー300周年の誇りを世界にー琉球王朝の美ー組踊と琉球舞踊、その継承と発信ー	舞台芸術	沖縄県	令和元年10月4日、5日、19日、12月21日、22日 令和2年1月11日、3月21日

「日本博」イノベーション型プロジェクト一覧

(令和2年3月31日現在)

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
1	一般社団法人 日本花火推進協会	「みんなの花火ー障害者も健常者も一緒に楽しめる花火ー」	生活文化・文芸・音楽	北海道 秋田県 福島県 東京都 長野県 愛知県	令和元年8月～11月
2	公益社団法人 日本児童青少年演劇協会	障害者及び外国人等「共生社会」実現に向けての児童青少年演劇公演	舞台芸術	北海道 埼玉県 東京都 愛知県 兵庫県 愛媛県 広島県 島根県 山口県 大分県	令和元年6月～令和2年1月
3	国立大学法人 東京藝術大学	文化芸術による「東京2020復興支援プロジェクト」ー次世代を担う若い力によるレジナシー創出ー	被災地復興	岩手県 宮城県 福島県 東京都	令和元年6月～令和2年3月
4	幸せ出ずる国いわて実行委員会	ファンタスティックいわてー復興フェスティバル	被災地復興	岩手県	令和元年8月～11月
5	国立大学法人 東京藝術大学	東京藝大「I LOVE YOU」プロジェクトー芸術は人を愛するー	その他	岩手県 東京都	令和2年1月～2月
6	福島県	「SAMURAI SPIRIT x FUKUSHIMA PRIDE」	美術・文化財	福島県	令和元年10月12日(台風により中止)
7	一般社団法人 東北ユースオーケストラ	全国の激甚災害地域の人々を、音楽の力で繋ぐ復興支援プロジェクト(仮称)	生活文化・文芸・音楽	福島県 東京都	令和2年3月27日～29日(新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止)
8	まちづくり鹿嶋株式会社	地域芸能文化の創成ー鹿島神宮を舞台とする地域ゆかりの芸能文化振興プロジェクトー	生活文化・文芸・音楽	茨城県	令和2年2月～3月
9	世界遺産リレー催事実行委員会	世界遺産リレー催事による日本文化発信プロジェクト	美術・文化財	栃木県 京都府 兵庫県 奈良県 和歌山県 長崎県 沖縄県	令和元年10月～令和2年3月
10	群馬県戦略的文化芸術創造事業 実行委員会	「日本の美」=「日本の四季」を守り伝えるー伝統と革新の舞台芸術プロジェクトー	メディア芸術	群馬県	令和元年10月20日、11月9日
11	一般社団法人 アニメツツーリズム協会	海外でも評価の高いTVアニメを活用したコンテンツツーリズムの実証事業(仮称)	生活文化・文芸・音楽	群馬県	令和2年2月11日～29日
12	一般社団法人 日本の節句文化を継承する会	節句 Japan	生活文化・文芸・音楽	埼玉県	令和2年4月～令和3年3月
13	一般社団法人 映像配信高度化機構	NIPPON IMMERSIVE THEATER(最先端の超高臨場感技術による日本の自然・文化・芸術等の大画面上映・鑑賞事業)	メディア芸術	千葉県 東京都	令和2年1月～2月
14	公益財団法人 日本フィルハーモニー交響楽団	落合陽一x日本フィルハーモニー交響楽団プロジェクト Vol.3	舞台芸術	東京都	令和元年8月20日、27日
15	浜離宮大江戸文化芸術祭2019 実行委員会	浜離宮大江戸文化芸術祭2019	生活文化・文芸・音楽	東京都	令和元年8月23日～25日
16	一般社団法人 東京ビエンナーレ	東京ビエンナーレ2020	美術・文化財	東京都	令和元年10月12日～11月24日
17	一般社団法人 武家武道文化伝承保存会	茶会「戦国の武将の茶の湯」	生活文化・文芸・音楽	東京都	令和元年10月20日
18	日本酒蔵ツーリズム推進協議会	晴れの酒 花の宴	食文化・自然	東京都 大阪府 ベルリン	令和元年10月～令和2年3月
19	凸版印刷株式会社 九州事業部	焼酎のススメ。ーリブランディングによる焼酎文化の振興と焼酎を軸とした九州地域の魅力発信事業ー	食文化・自然	東京都	令和元年11月1日～12月4日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
20	東北絆まつり実行委員会	東北の6つの伝統的夏祭りが一体となった「東北絆まつり」による東北の復興、魅力発信プロジェクト ～2020年を契機とした首都圏巡回プロモーション～	被災地復興	東京都	令和元年12月21日
21	国立大学法人 東京藝術大学	特別展「あるがままのアート 一人知れず表現し続ける者たち」2019-2020プロジェクト	共生社会・多文化共生	東京都	令和2年1月、2月
22	一般社団法人 メディアアンビシヨントウキョウ	メディアアンビシヨントウキョウ2020 (MAT2020) ※日本博オープニングセレモニー関連事業を実施 (パブリックビューイング等) (仮称)	メディア芸術	東京都	令和2年2月25日～3月14日
23	大学共同利用機関法人 人間文化研究機構国文学研究資料館	翻訳とパフォーマンスによる 日本文学探案イニシアティブ	美術・文化財	東京都	令和2年2月29日、3月25日 (新型コロナウイルス感染症拡大防止のため延期)
24	一般社団法人 林家こん平事務所	～移動型寄席お披露目パレード1・2・3～ 「ようこそ! 江戸落語の世界へ」	共生社会・多文化共生	東京都 新潟県	令和2年2月～3月
25	東京文化資源会議	上野ナイトパーク ～文化資源でつながる夜の新しい楽しみ方～	美術・文化財	東京都	令和2年3月 (新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止)
26	公益財団法人 角川文化振興財団	日本とパチカン文化交流プロジェクト ～長崎の自然と文化体験コンテンツの創成	共生社会・多文化共生	東京都 長崎県	令和2年6月～11月
27	クリエイティブ・ライト・ヨコハマ 実行委員会	NIGHT SYNC YOKOHAMA (ナイトシンクヨコハマ)	メディア芸術	神奈川県	令和元年11月1日～12月27日
28	十日町市文化協会連合会	時を超えて、日本の美<国宝のある薪狂言>	舞台芸術	新潟県	令和元年8月8日～9月20日
29	認定NPO法人 趣都金澤	「北陸工芸プラットフォーム」形成プロジェクト	美術・文化財	石川県 福井県	令和2年2月23日・24日
30	株式会社W TOKYO	「TGC×文化財」～東京ガールズコレクション地方開催との連携による地域無形民俗文化財の振興～	デザイン・ファッション	静岡県 福岡県	【福岡会場】令和元年10月5日 【静岡会場】令和2年1月11日
31	「CONTACT/CONNECT展」 実行委員会	CONTACT/CONNECT つなぐ・むすぶ 日本と世界のアート	美術・文化財	京都府	令和元年9月1日～8日
32	国立大学法人 京都工芸繊維大学	KYOTO Shaping Future ～文化財×デザイン×建築×テクノロジーによる都市のイノベーション実現～	デザイン・ファッション	京都府	令和元年11月9日 ～令和2年3月23日
33	株式会社バイタルアートボックス	「宇宙姫 SORAHIME ～竹取物語より～」	舞台芸術	大阪府	令和2年3月1日～30日
34	公益財団法人 関西・大阪21世紀協会	「八十島奉祝祭 プレイベント (仮称)」	舞台芸術	大阪府	令和2年3月27日 (新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止)
35	株式会社オディプランニング	薬師寺国宝東塔大修理落慶記念事業 「奈良薬師寺時空間絵巻」	舞台芸術	奈良県	令和元年12月24日
36	世界文化遺産東大寺 国際芸術プロジェクト実行委員会	世界文化遺産東大寺国際芸術プロジェクト	舞台芸術	奈良県	令和2年5月23日～6月7日
37	祭りアイランド九州実行委員会	祭りアイランド九州 レガシープロジェクト ～祭りを活用した地域文化の情報発信と観光振興のモデルケース創出への挑戦～	生活文化・文芸・音楽	山口県 福岡県 佐賀県 長崎県 熊本県 大分県 宮崎県 鹿児島県 沖縄県	令和元年10月～令和2年2月
38	大塚オーミ陶業株式会社	多彩な表現展 ～陶板で魅せるジャポニスムの時代～	美術・文化財	徳島県	令和2年1月11日～3月3日
39	一般社団法人 創作芸団レキオス	～黒潮が結ぶ宴～ 歌舞の鼓魂	舞台芸術	沖縄県	令和2年2月11日

「日本博」文化資源活用推進事業一覧

(令和2年3月31日現在)

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
1	札幌市	パシフィック・ミュージック・フェスティバル札幌 (PMF) 開催事業	生活文化・文芸・音楽	北海道	令和元年7月1日～8月2日 (会期外コンサートは通年実施)
2	札幌市	札幌国際芸術祭を核に地域の文化芸術資源を活用した文化芸術振興及び観光インバウンド活性化事業	美術・文化財	北海道	平成31年4月25日 ～令和2年3月31日
3	山形県	山形県文化芸術交流発信事業	舞台芸術	山形県	平成31年4月25日 ～令和2年2月9日
4	益子町	土の暮らしが生きるまち文化創造発信事業	美術・文化財	栃木県	平成31年4月25日 ～令和2年3月31日
5	群馬県	群馬県戦略的文化芸術創造事業	舞台芸術	群馬県	令和元年9月7日 ～令和2年3月27日
6	豊島区	東アジア文化都市及び東京2020大会を契機とした国際アート・カルチャー都市の推進事業	舞台芸術	東京都	平成31年4月28日 ～令和元年11月24日
7	横須賀市	日本遺産等を活用した旧軍港都市・横須賀東海岸 「文化財×自然×文化芸術」推進事業	美術・文化財	神奈川県	令和元年6月30日～12月1日 (「ヨコスカ街なかミュージックLIVE」は通年実施)
8	伊勢原市	霊峰大山で出会う日本の伝統・江戸の粋 事業	舞台芸術	神奈川県	令和元年10月2日 ～12月14日
9	長岡市	越後長岡時代絵巻「米百俵」発信事業	生活文化・文芸・音楽	新潟県	令和元年10月5日
10	富山県	利賀から世界へ・世界から利賀へ ～世界的舞台芸術拠点形成事業	舞台芸術	富山県	平成31年4月25日 ～令和2年3月31日
11	石川県	いしかわ・金沢 風と緑の楽都音楽祭開催事業	生活文化・文芸・音楽	石川県	平成31年4月28日 ～令和2年2月20日
12	石川県	時代を彩る日本の工芸発見プロジェクト	美術・文化財	石川県	令和元年11月1日 ～令和2年2月11日
13	三重県	日本のあけぼのと祈りのみやこ ～壬申の乱の時代と初期齋宮～	その他	三重県	令和元年10月21日 ～令和2年3月31日
14	愛知県	「あいちトリエンナーレ」における国際現代美術展開催事業	美術・文化財	愛知県	令和元年8月1日～10月14日
15	京都府	「もうひとつの京都」アートプロジェクト事業	メディア芸術	京都府	令和元年7月13日 ～令和2年3月22日
16	京都市	京都の文化・観光資源を活用した メディア芸術・コンテンツ産業振興事業	メディア芸術	京都府	平成31年4月25日 ～令和2年3月31日
17	京都市	劇場文化創造事業 ～新たなトラディションの創造～	舞台芸術	京都府	令和元年5月21日 ～令和2年3月21日
18	京都市	京都の美・日本の美・百花爛漫 ～日本の博覧会150年紀～	美術・文化財	京都府	令和元年11月15日 ～令和2年3月31日
19	京都市	シルクロードいま昔	舞台芸術	京都府	令和元年8月3日 ～令和2年3月29日
20	京都市	現代アートを基軸にした文化芸術創造拠点形成・観光インバウンド 拡充事業 ～日本版ボンピドーセンター 京都・岡崎～	美術・文化財	京都府	令和2年3月19日、20日、23日 (新型コロナウイルス感染症の影響により内覧会のみ実施)
21	大阪府	「大阪文化芸術フェス」事業	生活文化・文芸・音楽	大阪府	令和元年9月16日～11月17日
22	堺市	ものの始まりなんでも堺・文化芸術創造都市プロジェクト	舞台芸術	大阪府	令和元年9月26日 ～令和2年1月 (「まちなかコンサート」は通年実施)
23	神戸市	アートプロジェクトKOBÉ「TRANS-」	美術・文化財	兵庫県	令和元年7月22日～11月10日
24	鳥取県	未来へつなぐ!とっとり文化遺産魅力創造発信事業 「とっとり博」	美術・文化財	鳥取県	令和元年6月11日 ～令和2年3月28日
25	岡山市	「岡山芸術交流」を核とした文化資源活用推進事業	美術・文化財	岡山県	令和元年9月27日～11月24日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
26	福山市	福山城築城400年記念事業 一城のあるまち 福のまち	美術・文化財	広島県	令和元年9月21日 ～令和2年1月13日
27	徳島県	アニメの聖地徳島! 日本博における「マチ★アソビ」を活用したインバウンドの獲得強化 及び地域活性化事業	メディア芸術	徳島県	【春のマチ★アソビ】 令和元年5月4日～6日 【秋のマチ★アソビ】 令和元年9月28日～10月27日
28	愛媛県	愛媛国際映画祭開催事業	メディア芸術	愛媛県	令和2年1月17日～2月16日
29	北九州市	東アジア文化都市2020北九州推進事業	その他	福岡県	令和元年7月1日 ～令和2年3月28日
30	大分県	創造県おおい国際発信事業	美術・文化財	大分県	令和元年9月21日～11月10日

「日本博」参画型プロジェクト一覧

(令和2年3月31日現在)

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
1	文化庁企画調整課	国立アイヌ民族博物館開館記念特別展 「私たちが受け継ぐ文化～アイヌ文化を未来へつなぐ～」(仮称)	美術・文化財	北海道	令和2年4月24日～6月21日
2	文化庁企画調整課	国立アイヌ民族博物館開館テーマ展 「ゴールデンカムイ トウラノ アプカシアン - 杉元 佐一とアシリバが旅する世界 -」	美術・文化財	北海道	令和2年7月11日～8月30日
3	株式会社タオ・エンターテインメント	DRUM TAO 2019年新作舞台「ザ・ドラマーズ」全国43県津々浦々ツアー (仮称)	舞台芸術	43都府県	令和元年5月～令和2年3月
4	文化庁	発掘された日本列島2019	美術・文化財	青森県 岩手県 東京都 愛知県 福岡県	令和元年6月1日～7月21日、 8月2日～9月10日、9月21日 ～11月4日、11月16日～12 月28日 令和2年1月18日～2月26日
5	八戸市埋蔵文化財センター 是川縄文館	秋季企画展「山のいとなみ」	美術・文化財	青森県	令和元年10月5日～11月24日
6	矢巾町	矢巾町の文化財を活かした歴史体感プログラム事業	美術・文化財	岩手県	令和2年3月頃
7	Reborn-Art Festival実行委員会	リボーンアート・フェスティバル	美術・文化財	宮城県	令和元年8月3日～9月29日
8	秋田市立千秋美術館	岡田謙三展	美術・文化財	秋田県	令和元年11月22日 ～令和2年1月13日
9	株式会社ヌマガワ	やさしさ、人、…心	美術・文化財	山形県	平成31年4月1日 ～令和2年3月31日
10	公益財団法人 米沢上杉文化振興財団	生誕100年 日本画家 福王寺法林 ～自然へのまなざし～	美術・文化財	山形県	令和元年6月15日～8月4日
11	公益財団法人 米沢上杉文化振興財団	日本画家 福王寺一彦・福王寺みどりこの世界	美術・文化財	山形県	令和元年6月19日～30日
12	一般社団法人 千人鼓の会	こころの架け橋～鼓の輪 人の和～	生活文化・ 文芸・音楽	福島県 奈良県 岡山県	令和元年10月14日 令和2年1月3日、3月25日
13	独立行政法人 国立科学博物館	「きのこ展」～地下にもぐったふしぎなきのこたち～	食文化・自然	茨城県	令和元年9月21日～29日
14	株式会社北前船	鼓童ワン・アース・ツアー2019「道」	舞台芸術	茨城県 埼玉県 千葉県 東京都 神奈川県 新潟県 愛知県 三重県 京都府 大阪府 兵庫県 広島県 香川県 愛媛県 長崎県 熊本県 鹿児島県	令和元年9月～12月
15	群馬県立歴史博物館	群馬県立歴史博物館100回企画展 「ハート形土偶大集合!!～縄文のかたち・美、そして岡本太郎～」	美術・文化財	群馬県	令和元年9月28日～12月1日
16	日本酒造協会中央会	国際空港国酒キャンペーン	食文化・自然	千葉県 東京都 愛知県 大阪府	令和元年7月1日 ～令和2年3月31日
17	日本酒造組合中央会	本格焼酎&泡盛を広めるプロジェクト	食文化・自然	千葉県 東京都	令和元年10月18日・19日、 令和2年3月10日～13日
18	千の葉の芸術祭実行委員会	千の葉の芸術祭	美術・文化財	千葉県	令和2年1月11日・12日、2月 23日～9月13日
19	いちばらアート×ミックス実行委員会	房総里山芸術祭 いちばらアート×ミックス2020	美術・文化財	千葉県	令和2年3月20日～5月17日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
20	一般社団法人 日本2.5次元ミュージカル協会	ミュージカル『刀剣乱舞』 髭切膝丸 双騎出陣2020 ～ SOGA ～	舞台芸術	千葉県 兵庫県	【兵庫公演】 令和2年8月29日～9月6日 【東京公演】 令和2年9月27日～10月11日
21	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	イメージコレクター・杉浦非水展	デザイン・ ファッション	東京都	平成31年2月9日 ～令和元年5月26日
22	独立行政法人 国立美術館 国立西洋美術館	林忠正 一ジャポニスムを支えたパリの美術 商	美術・文化財	東京都	平成31年2月19日 ～令和元年5月19日
23	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	桃山時代から現代へ「The 備前 一土と炎か ら生まれる造形美」	美術・文化財	東京都	平成31年2月22日 ～令和元年5月6日
24	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	歌舞伎公演「元禄忠臣蔵一御浜御殿綱豊卿 一」「積恋雪関扉」	舞台芸術	東京都	平成31年3月3日～27日
25	独立行政法人 国立科学博物館	日本館春祭り	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	平成31年3月3日～31日
26	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	高精細レプリカ展示	美術・文化財	東京都	平成31年3月3日 ～令和元年7月24日
27	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	日本美を守り伝える「紡ぐプロジェクト」一皇室の 至宝・国宝プロジェクト一 特別展 御即位30年 記念「両陛下と文化交流ー日本美を伝えるー」	美術・文化財	東京都	平成31年3月5日～4月29日
28	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	美術館の春まつり	美術・文化財	東京都	平成31年3月19日～4月7日
29	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	国宝 東寺一空海と仏像曼荼羅	美術・文化財	東京都	平成31年3月26日 ～令和元年6月2日
30	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・文化財	東京都	平成31年4月1日 ～令和2年3月31日 【メインイベント】 令和元年5月25日、26日
31	独立行政法人 国立科学博物館	日本人が育んださくらそうの文化史	食文化・自然	東京都	平成31年4月6日～14日
32	独立行政法人 国立公文書館	平成31年春の特別展 江戸時代の天皇	美術・文化財	東京都	平成31年4月6日 ～令和元年5月12日
33	独立行政法人 国立科学博物館	100年前の東京と自然 ープラントハンターウィルソンの写真からー	美術・文化財	東京都	平成31年4月13日 ～令和元年6月16日
34	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	特集「親と子のギャラリー ツノをもつ動物」	美術・文化財	東京都	平成31年4月16日 ～令和元年5月26日
35	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	MOMATコレクション	美術・文化財	東京都	平成31年4月～令和元年12 月
36	日本芸術院	近代日本芸術の100年 ー日本芸術院創設百周年記念展	美術・文化財	東京都	【第2回】 令和元年5月1日～13日 【第3回】 令和元年9月20日～10月6日 【第4回】 令和2年1月10日～23日 【第5回】令和2年7月～8月頃 【第6回】令和3年1月頃 ※第1回は平成31年1月に終了
37	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	美を紡ぐ 日本美術の名品 ー雪舟、永徳から光琳、北斎までー	美術・文化財	東京都	令和元年5月3日～6月2日
38	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	文楽「妹背山婦女庭訓」	舞台芸術	東京都	令和元年5月11日～27日
39	独立行政法人 日本芸術文化振興会	東京シシマイコレクション2020プレ ～東日本大震災から復活したシシマイ～	被災地復興	東京都	令和元年5月11日～12日 令和2年1月
40	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	特別企画公演「言葉～ひびく～身体！ 神々 の残照ー伝統と創造のあわいに舞うー」	舞台芸術	東京都	令和元年5月25日
41	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	外国人のための能楽鑑賞教室 Discover NOH & KYOGEN	舞台芸術	東京都	令和元年5月29日、10月31日
42	公益財団法人 新国立劇場運営財団	森山開次「NINJA」	舞台芸術	東京都	令和元年5月31日～6月2日、 5日、7日～9日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
43	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	歌舞伎鑑賞教室 解説「歌舞伎のみかた」「神霊矢口渡」	舞台芸術	東京都 静岡県	【国立劇場】 令和元年6月2日～24日 【静岡公演】 令和元年6月26日
44	独立行政法人 国立美術館 国立西洋美術館	国立西洋美術館開館60周年記念 松方コレクション展	美術・文化財	東京都	令和元年6月11日～9月23日
45	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	奈良 大和四寺のみほとけ	美術・文化財	東京都	令和元年6月18日～9月23日
46	公益社団法人 日本舞踊協会	第3回日本舞踊 未来座=彩(SAI)= 「春夏秋冬」「檜男=びのきお=」	舞台芸術	東京都	令和元年6月21日～23日
47	独立行政法人 国立科学博物館	四季と生き物たち	食文化・自然	東京都	令和元年6月～8月
48	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	歌舞伎鑑賞教室 解説「歌舞伎のみかた」「菅原伝授手習鑑 一 車引 一」「棒しばり」	舞台芸術	東京都	【国立劇場】 令和元年7月3日～24日 【神奈川公演】 令和元年7月26日・27日
49	パナソニック株式会社 ブランドコミュニケーション本部 パナソニックセンター東京	特別企画展「SPORTS×MANGA」	メディア芸術	東京都	令和元年7月13日～9月29日
50	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	国立能楽堂ショーケース	舞台芸術	東京都	令和元年7月24日～26日、 8月25日～27日
51	和文化・産業連携振興協議会	和文化・産業連携プロジェクト～日本橋から五大陸 へ～「日本橋和文化体験見本市2019」	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和元年7月26日、9月25日
52	独立行政法人 国立公文書館	雨に詠えば 一空模様の古典文学一	美術・文化財	東京都	令和元年7月27日～9月8日
53	公益社団法人 能楽協会	ESSENCE能 ー見どころ！ぎゅっと凝縮・能 楽アンソロジーー	舞台芸術	東京都	令和元年7月31日、8月4日
54	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	舞踊公演「花形・名作舞踊鑑賞会」	舞台芸術	東京都	令和元年8月3日
55	国立大学法人 東京藝術大学	円山応挙から近代京都画壇へ	美術・文化財	東京都	令和元年8月3日～9月29日
56	独立行政法人 国立科学博物館	江戸・東京の伝統工芸 ー職人の技(ワザ)ー	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和元年8月9日～14日
57	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	舞踊公演「舞の会 ー京阪の座敷舞一」	舞台芸術	東京都	令和元年8月31日
58	松竹株式会社	秀山祭九月大歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和元年9月1日～25日
59	東京国立博物館、九州国立博物館、 泉屋博古館、泉屋博古館分館	住友財団修復助成三十年記念特別企画 「文化財よ、永遠に」	美術・文化財	東京都 京都府 福岡県	【泉屋博古館】 令和元年9月6日～10月14日 【泉屋博古館分館】 令和元年9月10日～10月27日 【九州国立博物館】 令和元年9月10日～11月4日 【東京国立博物館】 令和元年10月1日～12月1日
60	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場9月声明公演 「黄檗宗大本山 萬福寺の梵唄」	舞台芸術	東京都	令和元年9月7日
61	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	文楽公演 第一部「心中天網島」/第二部「嬬 景清八嶋日記」「艶容女舞衣」	舞台芸術	東京都	令和元年9月7日～23日
62	公益財団法人 墨田区文化振興財団	[北斎没後170年記念] 茂木本家美術館の北斎名品展	美術・文化財	東京都	令和元年9月10日～11月4日
63	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	竹工芸名品展：ニューヨークのアビー・コレク ション メトロポリタン美術館所蔵	美術・文化財	東京都	令和元年9月13日～12月8日
64	三井記念美術館	特別展 茶の湯の名椀 高麗茶碗	美術・文化財	東京都	令和元年9月14日～12月1日
65	府中市美術館	おかえり 「美しき明治」	美術・文化財	東京都	令和元年9月14日～12月1日
66	公益財団法人 日本工芸会	第六十六回日本伝統工芸展	美術・文化財	東京都	令和元年9月18日～30日
67	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立演芸場	ワークショップ「はじめての演芸体験」・特別 企画公演「演芸大にぎわい～東から西から ～」	舞台芸術	東京都	令和元年9月28日・29日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
68	五大陸着物コレクション実行委員会	五大陸着物コレクション	美術・文化財	東京都	令和元年9月～令和2年12月頃
69	公益財団法人 日本いけばな芸術協会	第52回日本いけばな芸術展	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和元年10月1日～8日
70	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	歌舞伎公演「通し狂言 天竺徳兵衛韓斬」	舞台芸術	東京都	令和元年10月2日～26日
71	松竹株式会社	芸術祭十月大歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和元年10月2日～26日
72	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	奈良文化財研究所 第11回東京講演会「奈良の都、平城宮の謎を探る」	美術・文化財	東京都	令和元年10月5日
73	松竹株式会社	スーパー歌舞伎II 新版オグリ	舞台芸術	東京都	令和元年10月6日～11月25日
74	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	御即位記念特別展 「正倉院の世界―皇室がまもり伝えた美―」	美術・文化財	東京都	令和元年10月14日～11月24日
75	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	邦楽公演「文案素浄瑠璃の会」	舞台芸術	東京都	令和元年10月19日
76	文化庁	ラグビーワールドカップ2019関連レセプションにおける芸術文化プログラム	舞台芸術	東京都	令和元年10月28日
77	松竹株式会社	十一月顔見世大歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和元年11月1日～25日
78	東日本電信電話株式会社	Digital×北斎【序章】～先進テクノロジーで見た170年目の真実～	美術・文化財	東京都	令和元年11月1日～令和2年3月1日
79	山種美術館	東山魁夷の青・奥田元宋の赤 一色で読み解く日本画―	美術・文化財	東京都	令和元年11月2日～12月22日
80	上野文化の杜新構想実行委員会	UENOYESパルーンDAYS2019 (仮称)	美術・文化財	東京都	令和元年11月9日、10日
81	東京都江戸東京博物館	大浮世絵展―歌麿、写楽、北斎、広重、国芳 夢の競演	美術・文化財	東京都	令和元年11月19日～令和2年1月19日
82	公益社団法人 落語芸術協会	創遊・楽落 夜らいぶvol.49	舞台芸術	東京都	令和元年11月27日
83	日本酒造組合中央会	在日外国人等に対する本格焼酎・泡盛試飲セミナー	食文化・自然	東京都	令和元年11月28日
84	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	企画公演「組踊上演300周年記念 能と組踊」	舞台芸術	東京都	令和元年11月28日・29日
85	独立行政法人 日本芸術文化振興会	落語の四季	舞台芸術	東京都	令和元年12月1日～令和2年3月21日
86	松竹株式会社	十二月大歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和元年12月2日～26日
87	KAMI CHARISMA実行委員会	KAMI CHARISMA 東京2020アワード	デザイン・ ファッション	東京都	令和元年12月3日
88	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場12月文楽公演 「一谷嫩軍記」	舞台芸術	東京都	令和元年12月3日～15日
89	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場12月文楽鑑賞教室「伊達娘恋緋鹿子」「解説 文楽の魅力」「平家女護島」	舞台芸術	東京都	令和元年12月3日～15日
90	文化庁	ここから4 ―障害・表現・共生を考える5日間	共生社会・ 多文化共生	東京都	令和元年12月4日～8日
91	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場12月歌舞伎公演 Aプロ 『近江源氏先陣館―盛綱陣屋―』/チャールズ・チャップリン生誕130年『蝙蝠の安さん』 Bプロ Chaplin KABUKI NIGHT『蝙蝠の安さん』	舞台芸術	東京都	【Aプロ】 令和元年12月4日～26日 【Bプロ】 令和元年12月6日、13日、20日、24日、25日
92	松竹株式会社	新作歌舞伎 風の谷のナウシカ	舞台芸術	東京都	令和元年12月6日～25日
93	千代田中央文化交流推進機構	江戸東京あかり展	美術・文化財	東京都	令和元年12月7日～令和2年2月9日
94	公益財団法人 味の素の文化センター	特別公開講座 「江戸の食文化 ～江戸に学ぶ食の楽しみ～」	食文化・自然	東京都	令和元年12月11日
95	三井記念美術館	国宝 雪松図と明治天皇への献茶	美術・文化財	東京都	令和元年12月14日～令和2年1月30日
96	独立行政法人 国立美術館 国立映画アーカイブ	映画監督 河瀬直美 ―映像・生命・自然 (仮称)	メディア芸術	東京都	令和元年12月24日～令和2年1月19日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
97	松竹株式会社	初春新派公演	舞台芸術	東京都	令和2年1月2日～20日
98	松竹株式会社	新春浅草歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和2年1月2日～26日
99	松竹株式会社	壽 初春大歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和2年1月2日～26日
100	松竹株式会社	初春歌舞伎公演	舞台芸術	東京都	令和2年1月3日～24日
101	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場初春歌舞伎公演 『通し狂言 菊一座令和仇討』	舞台芸術	東京都	令和2年1月3日～27日
102	山種美術館	上村松園と美人画の世界	美術・文化財	東京都	令和2年1月3日～3月1日
103	文化庁	DOMANI・明日2020 日本博スペシャル展 ―文化庁新進芸術家海外研修制度の成果 (仮称)	美術・文化財	東京都	令和2年1月11日～2月16日
104	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	日本書紀成立1300年 特別展「出雲と大和」	美術・文化財	東京都	令和2年1月15日～3月8日
105	わよう書道会	和様の書展/クセ字コンテスト (仮) 同時開催	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和2年1月17日～19日
106	公益財団法人 ポーラ伝統文化振興財団	ポーラ伝統文化振興財団40周年記念展 「無形にふれる」 (仮称)	美術・文化財	東京都	令和2年1月18日～2月16日
107	株式会社LIXIL	クリエイションの未来 「九つの音色―Reflection」展	美術・文化財	東京都	令和2年1月27日～3月24日
108	株式会社ネイキッド	FLOWERS BY NAKED 2020 -桜-	メディア芸術	東京都	令和2年1月30日～3月1日
109	松竹株式会社	二月大歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和2年2月2日～26日
110	パナソニック株式会社 ブランドコミュニケーション本部 パナソニックセンター東京	ビューティフルジャパン特別展示	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和2年2月4日～3月15日
111	公益財団法人 墨田区文化振興財団	北斎師弟対決!	美術・文化財	東京都	令和2年2月4日～4月5日
112	東京都江戸東京博物館	特別展「江戸ものづくり列伝―ニッポンの美は職人の技と心に宿る―」	美術・文化財	東京都	令和2年2月4日～4月5日
113	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場2月文楽公演 第一部「菅原伝授手習鑑」/第二部「新版歌祭文」「傾城反魂香」/第三部「傾城恋飛脚」「鳴響安宅新関」	舞台芸術	東京都	令和2年2月8日～24日
114	三井記念美術館	三井家のおひなさま 特別展示 かわいい御所人形	美術・文化財	東京都	令和2年2月8日～4月5日
115	独立行政法人 国立科学博物館	きのこ展～あの『物語』のきのこたち～ (仮称)	食文化・自然	東京都	令和2年2月8日～4月17日 (予定)
116	独立行政法人 日本芸術文化振興会	歌舞伎の四季	舞台芸術	東京都	令和2年2月8日～5月25日
117	文化庁	日本遺産の日記念イベント	美術・文化財	東京都	令和2年2月11日～13日
118	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場 2月声明公演 『薬師寺の花会式 修二会薬師悔過法要』	舞台芸術	東京都	令和2年2月15日
119	日本酒造組合中央会	本格焼酎&泡盛カクテルコンペティション	食文化・自然	東京都	令和2年2月15日
120	トビタテ!留学JAPAN (日本学生支援機構グローバル人材育成部)	トビタテ文化祭 by世界を見てきた学生たち (仮称)	舞台芸術	東京都	令和2年2月16日
121	松竹株式会社	新派特別公演 『八つ墓村』	舞台芸術	東京都	令和2年2月16日～3月3日
122	株式会社明治座	明治座 三月花形歌舞伎	舞台芸術	東京都	令和2年3月2日～26日
123	松竹株式会社	三月大歌舞伎 (歌舞伎座)	舞台芸術	東京都	令和2年3月2日～26日
124	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場3月歌舞伎公演 『通し狂言 義経千本桜』 (仮称)	舞台芸術	東京都	令和2年3月3日～26日
125	独立行政法人 日本芸術文化振興会	令和2年国立劇場さくらまつり	舞台芸術	東京都	令和2年3月3日～4月6日
126	松竹株式会社	令和2年3月 喜劇名作劇場 『有頂天作家』	舞台芸術	東京都	令和2年3月13日～3月28日 ※大阪松竹座は令和2年4月2日～13日
127	独立行政法人 国立科学博物館	企画展「ボタニカルアートで楽しむ日本の桜―太田洋愛原画展―」	美術・文化財	東京都	令和2年3月14日～4月12日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
128	KDDI株式会社	5G/ARで見る日本の美術 国宝 聖徳太子絵伝 (仮称)	美術・文化財	東京都	令和2年3月14日～4月12日
129	山種美術館	【特別展】桜 さくら SAKURA 2020 —美術館 でお花見!—	美術・文化財	東京都	令和2年3月14日 ～令和2年5月10日
130	独立行政法人 国立美術館 東京国立近代美術館	「美術館の春まつり」	美術・文化財	東京都	令和2年3月17日～4月5日
131	一般社団法人 アート東京	アートフェア東京2020 artKYOTO 2020	美術・文化財	東京都	令和2年3月19日～22日 ※artKYOTO2020は令和2年 9月頃開催予定
132	株式会社日本香堂	2019年度「ふるさとのお盆の思い出」絵画コンクール 入賞作品発表展覧会「子ども絵画展 in お台場」	美術・文化財	東京都	令和2年3月20日～4月5日
133	一般社団法人 イマジンワンワールド	世界を描いたKIMONO展	美術・文化財	東京都	令和2年3月25日～4月6日
134	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・文化財	東京都	令和2年4月1日～令和3年3 月31日 【メインイベント】令和2年5月 30日・31日 (予定)
135	株式会社和光	工芸・Kōgeiの創造 一人間国宝展—	美術・文化財	東京都	令和2年4月2日～14日
136	松竹株式会社	四月大歌舞伎 (新橋演舞場)	舞台芸術	東京都	令和2年4月3日～27日
137	一般社団法人 TAKUMI Art du Japon	「現代の匠たち」 ～藝能と工芸の饗宴～	舞台芸術	東京都	令和2年4月4日
138	日本ワイナリー協会	日本ワイン祭り2020 ～日本の伝統食とのマリアージュ～ (仮称)	食文化・自然	東京都	令和2年4月4日・5日
139	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	企画展「日本人と自然 能楽と日本美術」	舞台芸術	東京都	令和2年4月8日～6月28日
140	公益財団法人 東京都歴史文化財団 東京都美術館	ポストン美術館展 芸術×力	美術・文化財	東京都	令和2年4月16日～7月5日
141	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場4月舞踊・邦楽公演 「明日をになう新進の舞踊・邦楽鑑賞会」	舞台芸術	東京都	令和2年4月18日
142	郵政博物館	「東海道と旅」展 (仮称)	美術・文化財	東京都	令和2年4月18日～6月7日
143	東京都江戸東京博物館	特別展「奇才」	美術・文化財	東京都	令和2年4月25日～6月21日
144	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	月間特集 日本人と自然	舞台芸術	東京都	令和2年4月～6月
145	松竹株式会社	五月大歌舞伎 (歌舞伎座)	舞台芸術	東京都	令和2年5月3日～27日
146	松竹株式会社	令和2年5月 歌しばい2020 石川さゆり 『あい—永遠に在り』	舞台芸術	東京都 京都府 福岡県	【新橋演舞場】 令和2年5月9日～19日 【南座】 令和2年5月22日～24日 【久留米シティプラザ】 令和2年6月6日・7日
147	一般社団法人 劇団前進座	前進座 五月国立劇場公演	舞台芸術	東京都	令和2年5月9日～20日
148	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場5月文楽公演 「通し狂言 義経千本桜」 第一部・第二部	舞台芸術	東京都	令和2年5月9日～25日
149	山種美術館	【特別展】竹内栖鳳《班猫》とアニマルパラダイ ス	美術・文化財	東京都	令和2年5月16日～7月12日
150	株式会社三越伊勢丹 三越日本橋本店 MD統括部 美術営 業部	—日本画・洋画—巨匠展2020 (仮称)	美術・文化財	東京都	令和2年5月20日～25日 (予定)
151	損害保険ジャパン日本興亜株式会社	2020年 価値あるレガシーとしての 「SOMPO美術館」開館事業	美術・文化財	東京都	令和2年5月22日～令和3年6 月6日
152	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立劇場	国立劇場5月特別企画公演 「言葉～ひびく ～身体II 今を生きる —現前する舞と生—」	舞台芸術	東京都	令和2年5月23日・24日
153	株式会社インプレザリオ	継承される伝統と現代の融合 ～能楽師 観世清和 とコシノジュンコの未来日本芸術～ (仮称)	舞台芸術	東京都	令和2年5月25日
154	品川区	第7回 品川能楽鑑賞会 品川新能	舞台芸術	東京都	令和2年5月29日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
155	株式会社SDP	映画『HOKUSAI』	メディア芸術	東京都	令和2年5月29日～7月頃
156	松竹株式会社	六月大歌舞伎 (歌舞伎座)	舞台芸術	東京都	令和2年6月1日～25日
157	株式会社 パシフィックボイス	ショートショートフィルムフェスティバル&ア ジア 2020	メディア芸術	東京都	令和2年6月4日～14日
158	公益財団法人 日本いけばな芸術協会	いけばな特別講演会「こころを育む」(仮称)	生活文化・ 文芸・音楽	東京都	令和2年6月6日
159	公益財団法人 静嘉堂 静嘉堂文庫美術館	美の競演—静嘉堂の名宝—	美術・文化財	東京都	令和2年6月27日～9月22日
160	松竹株式会社	七月大歌舞伎 (歌舞伎座)	舞台芸術	東京都	令和2年7月1日～20日
161	三菱創業150周年記念展運営委員会 三菱地所株式会社	「三菱創業150周年記念 三菱の至宝」展	美術・文化財	東京都	令和2年7月8日～9月22日
162	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	入門展「能楽入門」	舞台芸術	東京都	令和2年7月8日～10月31日
163	独立行政法人 国立文化財機構 東京国立博物館	特別展「国宝 鳥獣戯画のすべて」	美術・文化財	東京都	令和2年7月14日～8月30日
164	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	国立能楽堂ショーケース	舞台芸術	東京都	令和2年7月20日～23日、25 日、26日、8月26日、27日、9 月2日、3日
165	公益財団法人 新国立劇場運営財団	新国立劇場 こどものためのバレエ劇場 2020 「竜宮」(仮称)	舞台芸術	東京都	令和2年7月25日～28日頃
166	日本経済新聞社	The UKIYO-E 2020 —日本三大浮世絵コレ クション	美術・文化財	東京都	令和2年7月26日～9月13日
167	内子町	東西狂言2020inとしま	舞台芸術	東京都	令和2年8月9日
168	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	外国人のための能楽鑑賞教室 Discover NOH & KYOGEN	舞台芸術	東京都	令和2年10月31日
169	公益財団法人 静嘉堂 静嘉堂文庫美術館	江戸のエナジー 風俗画と浮世絵	美術・文化財	東京都	令和2年12月19日 ～令和3年2月7日
170	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	国立能楽堂 3月企画公演 復興と文化	舞台芸術	東京都	令和3年3月26日
171	公益財団法人 横浜市芸術文化振興財団	横浜能楽堂 来館促進プロモーション事業	生活文化・ 文芸・音楽	神奈川県	平成31年4月～令和2年3月
172	公益財団法人 横浜市芸術文化振興財団	横浜能楽堂普及公演 「眠くならずに楽しめる能の名曲」	舞台芸術	神奈川県	令和元年12月22日
173	信濃川火焰街道連携協議会	火焰型土器と縄文文化の魅力発信事業	美術・文化財	新潟県	令和元年6月21日 ～令和2年3月31日
174	文化庁	百花繚乱 新たな国民のたから —文化庁購入文化財展—	美術・文化財	新潟県	令和元年7月27日～8月25日
175	新潟市	わらアートまつり	美術・文化財	新潟県	令和元年8月25日～10月31日
176	第34回国民文化祭、第19回全国障害者 芸術・文化祭新潟県実行委員会 (新潟県県民生活・環境部文化振興課内)	第34回国民文化祭・にいがた2019、 第19回全国障害者芸術・文化祭にいがた大会	共生社会・ 多文化共生	新潟県	令和元年9月15日～11月30日
177	公益財団法人 日本交通文化協会	パブリックアートによる地域文化発信 (仮称)	美術・文化財	新潟県	令和2年3月中旬 ～令和3年3月中旬 (予定)
178	十日町市	新十日町市博物館開館記念特別展示 「国宝・笹山遺跡出土土鉢形土器のすべて」	美術・文化財	新潟県	令和2年6月1日～7月12日
179	十日町市	芸術を生み出す縄文文化体感プログラム	美術・文化財	新潟県	令和2年6月1日～
180	十日町市	新十日町市博物館開館記念秋季特別展「縄文の遺 産—雪降る縄文と星降る縄文の競演—」(仮称)	美術・文化財	新潟県	令和2年9月26日～11月8日
181	富山県	第2回大伴家持文学賞贈呈事業 第2回高志の国詩歌賞贈呈事業	生活文化・ 文芸・音楽	富山県	令和元年7月～令和2年7月
182	未来観光戦略会議	北陸三都(富山・高岡・金沢)美術館サミットin 高岡 フォーラム「令和時代のミュージアム像・サミット」	美術・文化財	富山県	令和元年9月22日
183	高岡市歴史文化推進協議会	高岡市の文化財を活かした歴史体感プログ ラム事業	美術・文化財	富山県	令和2年3月頃

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
184	能登ふるさと博開催実行委員会	能登ふるさと博	食文化・自然	石川県	平成31年4月1日 ～令和2年3月31日
185	石川の四季観光キャンペーン 実行委員会	金沢城・兼六園四季物語	美術・文化財	石川県	平成31年4月5日 ～令和2年2月16日
186	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立能楽堂	新作狂言鮎 ー豊かな自然ー	舞台芸術	石川県 岐阜県 愛知県	【愛知県】令和元年5月5日、 11月1日・2日 【岐阜県】令和元年5月6日 【石川県】令和元年6月14日
187	加賀温泉郷協議会	加賀四湯博2019	生活文化・ 文芸・音楽	石川県	令和元年6月1日～令和2年3 月31日
188	兼六園周辺文化の森等活性化推進 実行委員会	兼六園周辺文化の森 外国人向け文化体験・ 魅力探訪ツアー	生活文化・ 文芸・音楽	石川県	令和元年10月2日～31日
189	芸妓の技能向上実行委員会	金沢芸妓の舞	舞台芸術	石川県	令和元年10月7日 ～令和2年3月26日
190	兼六園周辺文化の森等活性化推進 実行委員会	秋のミュージアムウィーク	生活文化・ 文芸・音楽	石川県	令和元年10月20日～11月4日
191	金沢市	湯涌江戸村の文化財を活かした歴史体感プ ログラム事業	生活文化・ 文芸・音楽	石川県	令和元年11月頃
192	加賀市	加賀市の文化財を活かした歴史体感プログ ラム事業	美術・文化財	石川県	令和2年1～3月(予定)
193	兼六園周辺文化の森等活性化推進 実行委員会	冬のミュージアムウィーク	食文化・自然	石川県	令和2年2月1日～9日
194	石川県	「文化立県」いしかわの文化資源活用推進プ ログラム事業	美術・文化財	石川県	令和2年3月頃
195	兼六園周辺文化の森等活性化推進 実行委員会	春の加賀百万石文化めぐり(仮称)	美術・文化財	石川県	令和2年4月1日～6月30日
196	一乗谷朝倉氏遺跡活用推進協議会	一乗谷朝倉氏遺跡 戦国体感プログラム事業	美術・文化財	福井県	令和2年3月頃
197	長野県立歴史館	長野県立歴史館開館25周年記念特別企画 「土偶」展	美術・文化財	長野県	令和元年10月26日～11月10 日、11月23日～令和2年2月 2日
198	北アルプス国際芸術祭実行委員会	北アルプス国際芸術祭2020	美術・文化財	長野県	令和2年5月31日～7月19日
199	諏訪市原田泰治美術館	ふる里信州を描く 原田泰治の世界(仮称)	美術・文化財	長野県	令和2年6月19日～9月15日
200	浅野鍛冶屋	Make your own Japanese knife with a Certified Swordsmit!	美術・文化財	岐阜県	令和元年8月～令和2年7月
201	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	tomoni 県民ミュージカル 心の翼	共生社会・ 多文化共生	岐阜県	令和元年9月14日
202	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	tomoni ハートアトラライブ	共生社会・ 多文化共生	岐阜県	令和元年9月23日
203	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	第5回tomoniつながる和綿プロジェクト展 ～創り出そう、未来への実り～	共生社会・ 多文化共生	岐阜県	令和元年11月17日～12月8日
204	岐阜県	地歌舞伎推進プログラム 「清流の国ぎふ 秋の地歌舞伎公演2019」	舞台芸術	岐阜県	令和元年11月23日
205	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	音楽座ぎふプレゼンツ 第4回 清流ふれ愛コンサート	共生社会・ 多文化共生	岐阜県	令和元年12月1日
206	岐阜県	2020地歌舞伎勢揃い公演	舞台芸術	岐阜県	令和2年1月19日～7月
207	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	ハイパー ハイスクール パフォーマンス 2020	舞台芸術	岐阜県	令和2年2月2日(予定)
208	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	第24回岐阜県民文化祭・ぎふ文化の祭典 ひだ・みの創作オペラ	舞台芸術	岐阜県	令和2年2月8日、9日
209	岐阜県	清流の国ぎふ芸術祭 Art Award IN THE CUBE 2020	美術・文化財	岐阜県	令和2年4月18日～6月14日
210	国際陶磁器フェスティバル美濃 実行委員会	国際陶磁器フェスティバル美濃'20	美術・文化財	岐阜県	令和2年9月18日～10月18日
211	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	第25回岐阜県民文化祭・ぎふ文化の祭典 ひだ・みの創作オペラ	舞台芸術	岐阜県	令和3年2月6日、7日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
212	公益財団法人 岐阜県教育文化財団	いろんなみんなの展覧会 たわわに、実る。	共生社会・ 多文化共生	静岡県	令和元年10月24日～27日
213	竹中大工道具館	竹中大工道具館35周年記念巡回展 「木組一分解してみました」展 名古屋会場	美術・文化財	愛知県	令和2年1月11日～4月5日
214	株式会社御園座	新作歌舞伎『NARUTOーナルトー』	舞台芸術	愛知県	令和2年4月4日～26日
215	独立行政法人 国立美術館 京都国立近代美術館	京都の染織 1960年代から今日まで	美術・文化財	京都府	平成31年3月8日～4月14日
216	独立行政法人 国立文化財機構 京都国立博物館	時宗二祖上人七百年御遠忌記念 国宝 一遍聖絵と時宗の名宝	美術・文化財	京都府	平成31年4月13日 ～令和元年6月9日
217	独立行政法人 国立美術館 京都国立近代美術館	川勝コレクション 鍾漢堂・河井寛次郎	美術・文化財	京都府	平成31年4月26日 ～令和元年6月2日
218	国立大学法人 京都工芸繊維大学	京都工芸繊維大学開学120周年 創立70周年記念事業 「Re Design x KYOTO(リ・デザイン バイ キョウト)」	デザイン・ ファッション	京都府	令和元年5月15日 ～令和2年3月末
219	京都清宗根付館	京都清宗根付館 根付展	美術・文化財	京都府	令和元年7月1日 ～令和2年6月30日
220	独立行政法人 国立文化財機構 京都国立博物館	京都国立博物館夏期講座	美術・文化財	京都府	令和元年7月26日・27日
221	独立行政法人 国立文化財機構 京都国立博物館	ICOM京都大会開催記念特別企画 京博寄託の名宝 美を守り、美を伝える	美術・文化財	京都府	令和元年8月4日～9月16日
222	下鴨神社 糺の森の光の祭 Art by teamLab 実行委員会	下鴨神社 糺の森の光の祭 Art by teamLab-TOKIO インカラミ	美術・文化財	京都府	令和元年8月17日～9月2日
223	松竹株式会社	九月花形歌舞伎	舞台芸術	京都府	令和元年9月2日～26日
224	ARTISTS' FAIR KYOTO 実行委員会	京都アートラウンジ	美術・文化財	京都府	令和元年9月8日
225	独立行政法人 国立文化財機構 京都国立博物館	流転100年 佐竹本三十六歌仙と王朝の美	美術・文化財	京都府	令和元年10月12日～11月24日
226	株式会社ネイキッド	世界遺産登録25周年記念 FLOWERS BY NAKED 2019 ー京都・二条城ー	メディア芸術	京都府	令和元年10月26日～12月8日
227	独立行政法人 国立美術館 京都国立近代美術館	円山応挙から近代京都画壇へ	美術・文化財	京都府	令和元年11月2日～12月15日
228	松竹株式会社	吉例顔見世興行	舞台芸術	京都府	令和元年11月30日～12月26日
229	旧軍港市日本遺産活用推進協議会	日本遺産「鎮守府 横須賀・呉・佐世保・舞鶴～ 日本近代化の躍動を体感できるまち～」の構成文化 財を活かした歴史体感プログラム事業	美術・文化財	京都府	令和元年11月頃
230	Living History in 京都・二条城協議会	Living History in 京都・二条城 ～生きた歴史体感プログラム～	美術・文化財	京都府	令和元年12月頃
231	松竹株式会社	スーパー歌舞伎II 新版オグリ	舞台芸術	京都府	令和2年3月4日～26日
232	光と食のアンサンブル2020 開催委員会	光と食のアンサンブル2020 ～花宵の宴 Directed by NAKED～	メディア芸術	京都府	令和2年3月6日～15日
233	株式会社ネイキッド	FLOWERS BY NAKED 2020 ー桜ー 世界遺産・二条城	メディア芸術	京都府	令和2年3月20日～4月12日
234	京都祇園祭展実行委員会	特別展京都祇園祭	美術・文化財	京都府	令和2年3月24日～5月17日
235	独立行政法人 国立文化財機構 京都国立博物館	西国三十三所草創1300年記念特別展「聖地 をたずねてー西国三十三所の信仰と至宝ー」	美術・文化財	京都府	令和2年4月11日～5月31日
236	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	文楽公演 通し狂言「仮名手本忠臣蔵 ー日 本人の心と四季ー」(三公演連続上演)	舞台芸術	大阪府	平成31年4月6日～29日、 令和元年7月20日～8月5日、 11月2日～24日
237	独立行政法人 国立美術館 国立国際美術館	コレクション特集展示 ジャコメッティと I	美術・文化財	大阪府	令和元年5月25日～8月4日
238	絹谷幸二 天空美術館	「超! 多次元空間への挑戦」	美術・文化財	大阪府	令和元年12月21日 ～令和2年6月29日
239	松竹株式会社	壽初春大歌舞伎	舞台芸術	大阪府	令和2年1月3日～27日
240	独立行政法人 国立美術館 国立国際美術館	コレクションー現代日本の美意識	美術・文化財	大阪府	令和2年1月7日～3月15日

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
241	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	第158回4月文楽公演「通し狂言義経千本桜」	舞台芸術	大阪府	令和2年4月4日～26日
242	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	企画展示「文楽の四季」 同時開催「文楽入門」	美術・文化財	大阪府	令和2年4月4日～5月17日
243	公益財団法人 日本いけばな芸術協会	第53回日本いけばな芸術展	生活文化・ 文芸・音楽	大阪府	令和2年4月22日～27日
244	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	第36回舞踊・邦楽公演 新進と花形による舞 踊・邦楽鑑賞会	舞台芸術	大阪府	令和2年5月16日
245	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	第37回文楽鑑賞教室「二人三番叟」「解説 文楽へようこそ」「夏祭浪花鑑」	舞台芸術	大阪府	令和2年6月5日～18日
246	独立行政法人 日本芸術文化振興会 国立文楽劇場	第23回文楽素浄瑠璃の会	舞台芸術	大阪府	令和2年8月22日
247	松竹株式会社	十月花形歌舞伎(大阪松竹座)	舞台芸術	大阪府	令和2年10月(日程未定)
248	兵庫県姫路市	姫路城を活かした歴史体感プログラム事業	美術・文化財	兵庫県	令和2年1月～3月頃
249	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	埋(うず)もれた大宮びとの横顔 一葉・まじない・荘園の木簡	美術・文化財	奈良県	平成31年4月8日～4月26日
250	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	国宝の殿堂 藤田美術館展 一曜変天目茶碗と仏教美術のきらめき	美術・文化財	奈良県	平成31年4月13日 ～令和元年6月9日
251	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	高御座展	美術・文化財	奈良県	平成31年4月27日～6月2日
252	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	奈良文化財研究所 公開講演会	美術・文化財	奈良県	令和元年6月、11月(各1回)
253	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	2018年飛鳥藤原地区発掘調査速報展	美術・文化財	奈良県	令和元年7月1日～12月27日 (予定)
254	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	特別陳列 「法徳寺の仏像 一近代を旅した仏たち」	美術・文化財	奈良県	令和元年7月13日～9月8日
255	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	令和元年度夏期企画展飛鳥資料館 第10回写真コンテスト「飛鳥の古墳」	美術・文化財	奈良県	令和元年7月19日～9月1日
256	奈良県	古代から令和の時代までつながる文化を巡 る奈良博覧プロジェクト	美術・文化財	奈良県	令和元年7月頃 ～令和2年3月頃
257	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	平城宮跡資料館 令和元年度 秋期特別展 「地下の正倉院展 一年号と木簡」	美術・文化財	奈良県	令和元年10月12日～11月24日
258	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	御即位記念 第71回正倉院展	美術・文化財	奈良県	令和元年10月26日～11月14日
259	一般財団法人 公園財団 飛鳥管理センター	歴史ある古都奈良の伝統ある祭りの紹介 (仮称)	美術・文化財	奈良県	令和元年12月6日(又は13日) ～令和2年2月24日
260	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	特別陳列「重要文化財 法隆寺金堂 壁画 写真ガラス原板一文化財写真の軌跡」	美術・文化財	奈良県	令和元年12月7日 ～令和2年1月13日
261	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	特別陳列「おん祭と春日信仰の美術」	美術・文化財	奈良県	令和元年12月7日 ～令和2年1月13日
262	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	飛鳥資料館 令和元年度 冬期企画展 「飛鳥の考古学2019」	美術・文化財	奈良県	令和2年1月24日～3月15日
263	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	平城宮跡資料館 冬期企画展 「発掘された平城2019」	美術・文化財	奈良県	令和2年2月1日～3月29日
264	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	特別陳列「お水取り」	美術・文化財	奈良県	令和2年2月4日～3月22日
265	明日香村	明日香村の文化財を活かした歴史体感プロ グラム	美術・文化財	奈良県	令和2年3月頃
266	独立行政法人 国立文化財機構 奈良国立博物館	特別展「よみがえる正倉院宝物一再現模造 にみる天平の技一」	美術・文化財	奈良県	令和2年4月18日～6月14日
267	独立行政法人 国立文化財機構 奈良文化財研究所	令和2年度 飛鳥資料館春期特別展 「飛鳥の石造文化と石工」	美術・文化財	奈良県	令和2年4月24日～6月14日
268	和歌山市歴史体感プログラム活用推 進協議会	和歌山市の文化財を活かした歴史体感プロ グラム事業	美術・文化財	和歌山県	令和元年3月頃～

No.	組織・団体名	プロジェクト名	主な分野	開催地	開催期間
269	松江市	松江武者行列	舞台芸術	島根県	令和2年4月4日
270	島根県立石見美術館	ファッション イン ジャパン 1945-2020 流行と社会	デザイン・ ファッション	島根県	令和2年9月19日～11月23 日
271	備前市	藪井佑介 世界初5次元キーボード×AR [拡張現実]楽器による 閑・谷・幻・想	生活文化・ 文芸・音楽	岡山県	令和元年11月1日
272	一般社団法人 DAGASHIで世界を笑顔にする会	全国被災地こどもDAGASHIリレー	被災地復興	岡山県	令和2年3月6日～12日
273	ひな祭り文化普及協会	広島市文化財団助成事業 2020ひな祭り五 輪フェスティバル 和楽器ライブ	舞台芸術	広島県	令和2年3月26日
274	竹中大工道具館	竹中大工道具館35周年記念巡回展 「木組一分解してみました」展 広島会場	美術・文化財	広島県	令和2年7月18日～9月6日 (調整中)
275	徳島県	とくしま夏の音楽祭2019	生活文化・ 文芸・音楽	徳島県	令和元年7月6日・7日
276	徳島県立阿南光高等学校・あこうバ ンブーミクス	阿波竹紙を世界に広めようプロジェクト(仮称)	生活文化・ 文芸・音楽	徳島県 ハワイ	令和元年12月5日～7日
277	香川県	瀬戸内国際芸術祭	美術・文化財	香川県	平成31年4月26日～令和元 年5月26日、7月19日～8 月25日、9月28日～11月4日
278	宮崎県国民文化祭・障害者芸術文化祭課 記紀編さん記念事業推進室	みやざきの神楽福岡公演2019	舞台芸術	福岡県	令和元年7月28日
279	一般社団法人 アニメツーリズム協会	アニメツーリズム首長サミットin北九州	メディア芸術	福岡県	令和元年12月1日
280	独立行政法人 国立文化財機構 九州国立博物館	九州国立博物館開館15周年特別展 「海幸山幸」(仮称)	美術・文化財	福岡県	令和2年7月21日～9月13日
281	宮崎県総合政策部みやざき文化振興課	第25回宮崎国際音楽祭	生活文化・ 文芸・音楽	宮崎県	令和2年4月29日～5月17日
282	第35回国民文化祭宮崎県実行委員会 第20回全国障害者芸術・文化祭実行委 員会	第35回国民文化祭・みやざき2020 第20回全国障害者芸術・文化祭みやざき大会	美術・文化財	宮崎県	令和2年10月17日～12月6日
283	組踊上演300周年記念事業 実行委員会	組踊上演300周年記念展覧会 「THE KUMIODORI 300～組踊の歴史と拡がり～」	美術・文化財	沖縄県	令和元年7月11日～8月25日、 7月5日～11月14日
284	組踊上演300周年記念事業 実行委員会	組踊上演300周年記念 展示「朝薫踊り、順 則詩うー琉球王国時代の偉人」	美術・文化財	沖縄県	令和元年8月6日～12月1日
285	組踊上演300周年記念事業 実行委員会	組踊上演300周年記念 県内巡回公演(仮称)	舞台芸術	沖縄県	令和元年8月18日、9月14日、 12月1日
286	組踊上演300周年記念事業 実行委員会	組踊上演300周年記念 首里城公演・式典(仮称)	舞台芸術	沖縄県	令和元年11月2日・3日
287	国立劇場おきなわ	琉球王朝の美～組踊と琉球舞踊、その継承 と発信～(仮称)	舞台芸術	沖縄県	令和2年4月11日、25日
288	日本航空株式会社	JAL日本博特別塗装機プロジェクト(仮称)	共生社会・ 多文化共生	全国	令和2年3月3日～12月31日 (予定)

「日本博」開催に係る効果検証
報告書

令和2年3月

発行：独立行政法人 日本芸術文化振興会
日本博事務局

〒102-8656 東京都千代田区隼町4番1号

電話：03-3265-6041

FAX：03-3265-6100