

Japan Cultural Expo Report

「日本博」開催に係る
効果検証報告書
令和4年3月

独立行政法人 日本芸術文化振興会 委託事業
令和3年度「日本博」開催に係る効果検証

報告書

令和4年3月

目次

プロローグ 日本博の概要004

開催概要
実施概要

第 I 部 事業実施の効果013

第 1 章 検証概要014

検証方針
調査手法

第 2 章 事業者向け調査結果018

アンケート調査結果018

1. アンケート概要
2. アンケート結果

ヒアリング調査結果033

1. ヒアリング概要
2. ヒアリング結果
3. ヒアリング対象事例

分析・考察053

効果検証の枠組み
各指標からみた日本博事業の効果分析結果

1. 基礎的效果
2. 文化的効果
3. 社会的効果
4. 観光インバウンド拡充効果
5. 経済的效果
6. 新型コロナウイルス感染症関連

第 3 章 経済波及効果の調査071

経済波及効果の枠組み
ガイドラインの適用事例
経済波及効果に関する考察

第 4 章 プロモーション活動の主な実績090

公式ウェブサイト等における多言語発信
国内外メディアを通じた発信
インフルエンサーによる投稿
バーチャル日本博

第 II 部 事業の紹介097

プロジェクト紹介098

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
国際的 문화フェスティバル展開推進事業（長期開催型）
地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業
参画型プロジェクト

プロジェクト一覧163

日本博の概要

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」の下開催し、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、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. ロゴマーク紹介



〔ロゴが表すメッセージ〕

大海原に連なる雲の間（あわい）から昇る太陽。
自然へのおそれと敬いのまなざし、
人と人がつながる心、
震災からの復興への希望を込めています。

◎ロゴは、工芸作家である宮田亮平元文化庁長官が、日本博の企画委員等の意見を聞きながら、デザインしたものです。

ロゴマーク使用パターン



4. 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：内閣総理大臣、座長：津川雅彦氏〔～平成30年8月〕・小林忠氏〔平成31年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（平成30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。

平成30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た。

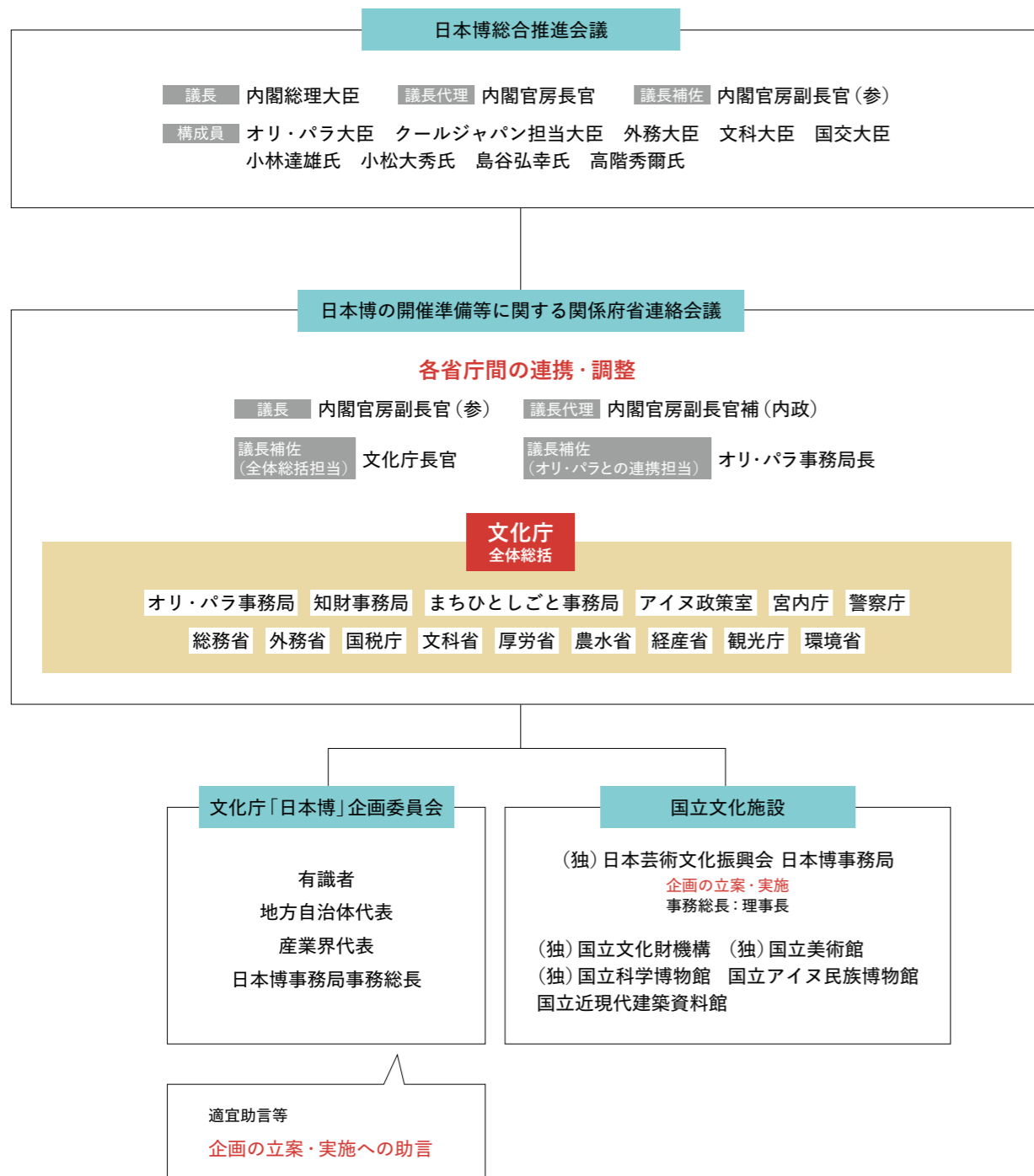
また、第2回の同推進会議（令和2年3月12日開催）が開催され、新型コロナウイルス感染症拡大を踏まえ、「新型コロナウイルス感染症の収束が視野に入った段階では、日本のすばらしさを国際社会に向けアピールするため、「日本博」を一層強力に推進していく。」との総理の発言があった。

「日本人と自然」の総合テーマの下、四季折々、年間を通して「日本博」を体系的に展開するとともに、新型コロナウイルス感染症の状況に鑑み、開催地での新型コロナウイルス感染症拡大防止の徹底、新しい生活様式を踏まえた魅力あるコンテンツの発信などを通じて、国内観光需要の一層の喚起や日本文化に関心がある海外層の訪日意欲を喚起することとしている。

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

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3つの枠組みから成り立っている。

令和3年度「日本博」として採択された「主催・共催型」及び「公募助成型」の事業数は137件、認証された「参画型」は120件（令和4年3月時点）である。

「日本博」プロジェクトの枠組み

主催・共催型	
総合大型プロジェクト	日本博の中核となる総合大型プロジェクトで、政府、日本芸術文化振興会と、文化施設、民間団体、民間企業等が共同で企画・実施。
分野別大規模プロジェクト	分野別大規模プロジェクト日本博の総合テーマ及び基本コンセプトを加味した展示・公演等のプロジェクトで、全国的な活動を行う団体等が企画・実施。
公募助成型	
イノベーション型プロジェクト	日本博プロジェクトとして企画・実施する新規性・創造性が高い文化芸術プロジェクト等であって、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」の拡充、「文化芸術立国」としての基盤強化（日本文化の魅力やすばらしさを発見・再認識する機会の拡充）に資するもの。
文化資源活用推進事業	文化資源活用推進事業日本博の開催を契機として、地域住民や芸・産学官とともに取り組む、地域の文化芸術資源を活用した文化芸術事業であって、観光インバウンドの拡充に資するもの。
国際的文化フェスティバル展開推進事業（長期開催型）	日本博を契機として行う新規・新規性の高い事業であって、地域の文化力を生かして国外からの誘客に資する一定の期間開催する芸術祭等の文化芸術事業について、国際文化交流を推進し、国際的な注目度の高い文化芸術事業として発展・充実させることで観光インバウンドの拡充に資するもの。
地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業	国等有する地域ゆかりの文化資産を借用等により活用するとともに、多言語解説を含む分かりやすい展示解説や体験型コンテンツの整備等により、当該地域の歴史・文化・風土・芸術等を効果的・魅力的に展示・発信する取組。
参画型	
参画型プロジェクト	各地域の団体の特色ある企画を公募し企画内容を認証。

3. 日本博プロモーション

(1) 日本博事業の新たな展開「リアル体験」と「バーチャル体験」の融合

本半年である2021年度は、「日本の美」を体現する展覧会・舞台公演・文化祭等を、四季折々、年間を通じて、開催地での主催・共催型事業を中心に「リアル体験」と「バーチャル体験」を融合させた日本文化の全国各地で実施される文化の博覧会として展開。

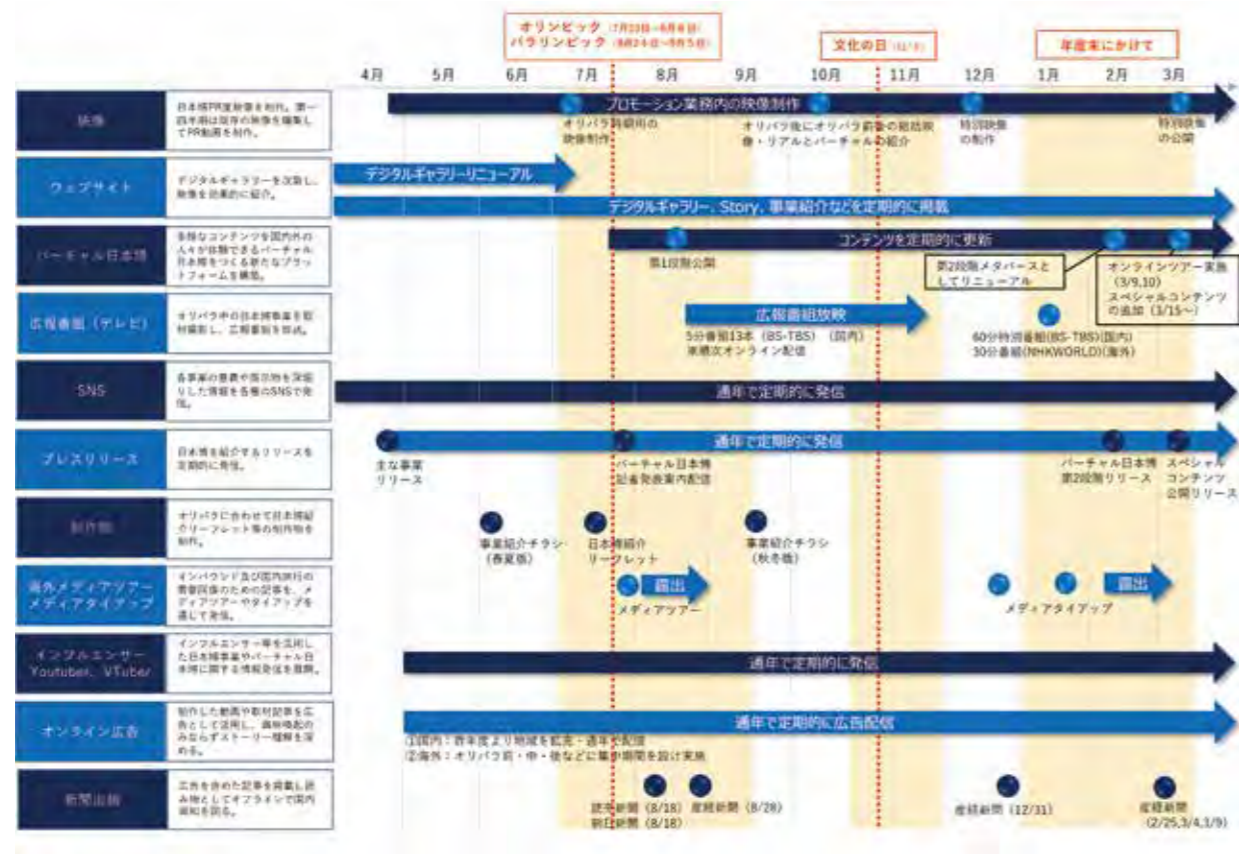
- 新型コロナウイルス感染症の万全の対策を講じた上で、各地の会場で様々な「リアル体験」を提供。「バーチャル日本博」から実際のリアル会場へ誘う。
- 国内外の多くの方々が自宅等でも日本博を楽しむことができるよう、8月より「バーチャル日本博」を開始し、デジタルコンテンツの発信を一層強化。
- 新たな環境を見据え、「デジタル」から「リアル」への誘導による国内観光需要・将来のインバウンド需要回復を目指す。

(2) コンテンツ発信を通じた国内観光・インバウンド需要回復に資する新たな展開

「バーチャル日本博」による文化観光情報のデジタルトランスフォーメーション(DX)促進を目指した、海外向けのコンテンツ発信ツールの試行・モデル開発・普及を促進。安全・安心な感染症対策を講じて実施している様子も発信。

上記の具体的な施策についてはP.90を参照。

〈参考〉令和3年度プロモーションスケジュール



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て日本の復元技術の取組を紹介する。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はかり、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、発信を行っていく。

日本博事業に盛り込むべき観点

- 「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。
- 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。
- 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。
- 文化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。
- 「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活かして継続していく観点が含まれたプロジェクトであること。
(プロジェクト実施後において、組織体制や地域における支援体制、人材育成、ノウハウの構築など、プロジェクトの成果が文化芸術活動に具体的に活かされ、評価されるものであること。)
- 下記のいずれかを満たすこと。(複数選択可)
 - 子供・若者・高齢者等の文化芸術活動の促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)。
 - 障害者等の文化芸術活動の促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)。
 - 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)。
 - 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。
- 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型のみ)。
- 下記のいずれかを満たすこと。(複数選択可)
 - 訪日外国人の関心が高い内容であること等のインバウンド需要回復に資する取組の工夫がなされていること。
 - 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等のインバウンド需要回復に資する取組の工夫がなされていること。
 - 訪日外国人や海外への「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活用を含む多言語での情報発信等が行われる等の、インバウンド需要回復に資する取組の工夫がなされていること。
- 地方での長期滞在を促進する取組等を含む地方への誘客に資するプロジェクトであること。
- 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。
- 「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活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。
(プロジェクト実施後において、組織体制や地域における支援体制、人材育成、ノウハウの構築など、プロジェクトの成果が我が国・社会に具体的に活かされ、評価されるものであること。)
- 「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。
- 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、プロジェクトを実施することが可能な体制を有していること。
- 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。
- 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。
- 資金計画が、経費や規模の面で合理的であること。
- 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。
- 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。

【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

- 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。
- 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。
- 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が期待される。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。
- 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

オリンピック憲章(2019年版)

- 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、生き方の創造を探究するものである。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)」

【参考】

国、東京都、東京2020組織委員会などが連携して実施する文化プログラム

文化庁が進めるプログラム

日本博



日本博は、「縄文から現代」及び「日本人と自然」というコンセプトの下、「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、四季折々・年間を通じて、日本全国で展開していきます。

beyond2020プログラム



beyond2020プログラムは、2020年以降を見据え、地域性豊かで多様性に富んだ魅力のある日本の文化を世界へ発信していく取組です。障害者の方や外国人の方も、みんなと一緒に楽しめる日本の文化事業等を認証し、日本の文化を次世代に継承し拡げていきます。

東京都が進めるプログラム

Tokyo Tokyo FESTIVAL



オリンピック・パラリンピックが開催される東京を文化の面から盛り上げるため、多彩な文化プログラムを展開し、芸術文化都市東京の魅力を伝える取組です。

東京2020組織委員会が進めるプログラム

東京2020 NIPPONフェスティバル



世界の注目が日本・東京に集まる2021年4月から9月にかけて、あらゆる境界を超えた連帯の象徴となるよう、公式文化プログラムとして「東京2020NIPPONフェスティバル」を実施します。東京2020 NIPPONフェスティバルでは、東京2020組織委員会が主催する三つの文化プログラムを「主催プログラム」、自治体・文化団体等と連携して行う文化プログラムを「共催プログラム」として展開します。

東京2020参画プログラム



東京2020参画プログラムは、全国のあらゆる方々と共に、スポーツだけでなく幅広い分野の事業・イベントを通じて、東京2020大会の盛り上げに向けたオリンピック・パラリンピックの機運醸成と、大会後のレガシー創出に向けて取り組むプログラムです。

第I部

事業実施の効果

第1章 検証概要

第2章 事業者向け調査結果

第3章 経済波及効果の調査

第4章 プロモーション活動の主な実績

第1章 検証概要

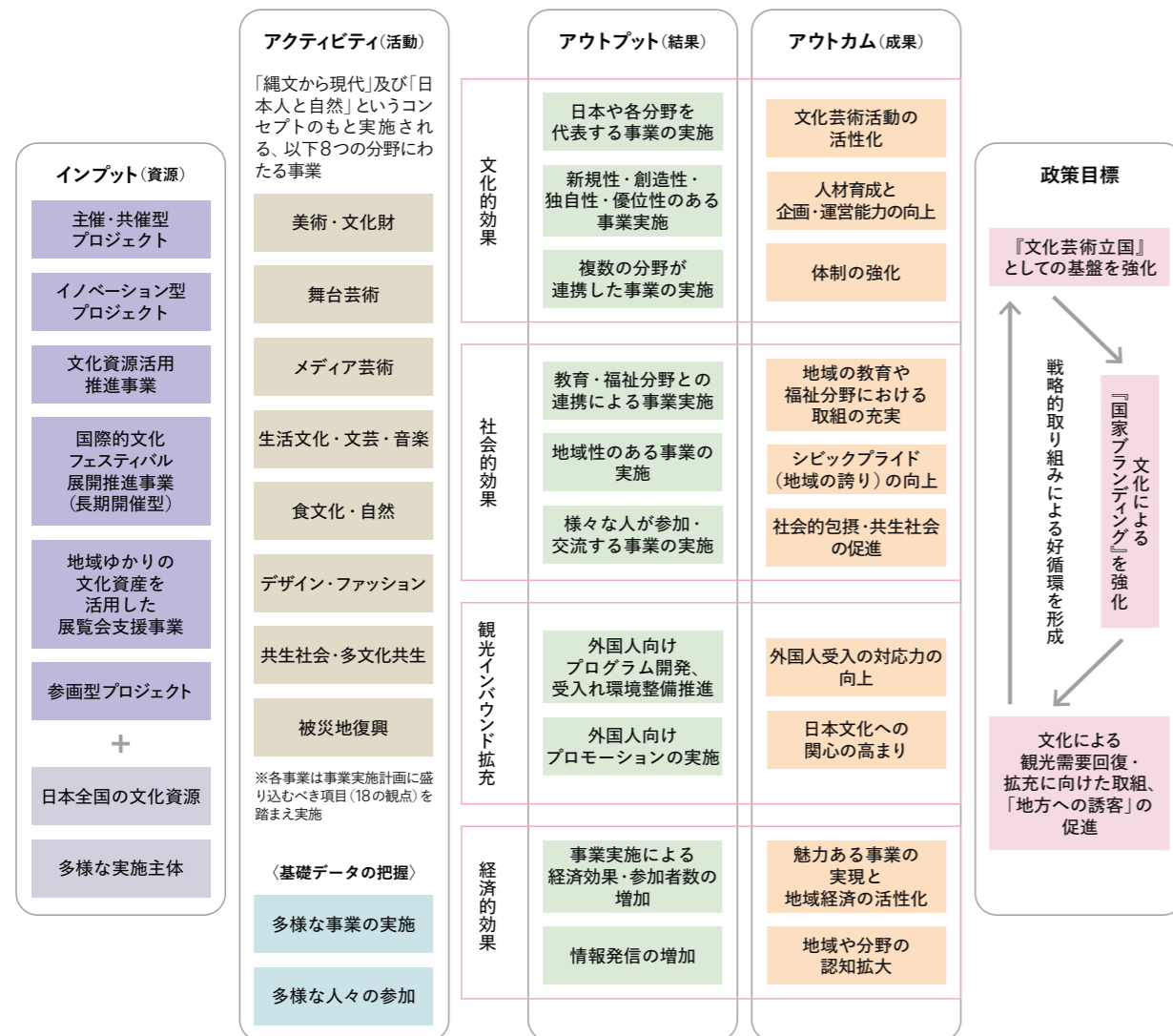
検証方針

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3つを政策目標としており、このうち「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」については、新型コロナウイルス感染症の拡大を踏まえ、国内観光需要の一層の喚起も図るため、令和2年度において、「文化による観光需要回復・拡充に向けた取組、『地方への誘客』の促進」へ目標の見直しを行っている。

令和3年度の検証では、この3つの政策目標を軸に、令和元年度から令和2年度までの検証を踏まえ、文化的効果、社会的効果、観光インバウンド拡充効果、経済的効果の4つの側面から日本博事業についての効果を下図のように整理した。

「日本博」における効果検証マトリックス



2. 基本的な考え方

日本博事業では、日本文化の展示・公演・体験事業等の実施を通じて、年齢、性別、国籍、言語等の違いを超えた様々な取組や、訪日外国人向けの取組、そして日本文化の認知・理解を広めるためのプロモーション活動を実施している。こうした取組は、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経済に影響を与えるものと考えられる。

上記を踏まえ、令和2年度の効果検証業務では、令和元年度に整理した効果検証のための指標を念頭に、多様な取組のアウトプット(結果)とそれによって生じたアウトカム(成果)を分析し、日本博事業の取組・効果を検証した。

なお、令和3年度も新型コロナウイルス感染症により、日本博事業も、事業の延期や一部中止など大きな影響を受けている。一方で、感染症対策の拡充やオンライン配信等への事業転換など、コロナ禍における様々な工夫も広がりがつつある。

日本博の令和3年度事業の状況については、こうした新型コロナウイルス感染症による影響や対応についても調査及び整理を進めていくこととする。

調査手法

検証の方針に基づいて令和3年度の日本博事業の効果検証を進めていくため、以下に示す調査を実施した。

1. 実績報告書、申請書の整理・集計

令和2年度の事業実施結果の報告書及び令和3年度の申請書の内容を整理するとともに、集計可能な項目について集計を実施し、事業内容の傾向等について調査を行った。

実績報告書、申請書の整理・集計概要

	対象事業	集計対象項目
令和2年度 日本博を契機とする 文化資源コンテンツ 創成事業実績報告書	<ul style="list-style-type: none"> 主催・共催型 イノベーション型 文化資源活用推進事業 国際的文化的フェスティバル 展開推進事業 地域ゆかりの文化資産を 活用した展覧会支援事業 参画型 	(1)事業概要 プロジェクトのタイプ (2)事業別分析 ①主催・共催型 実施回数、実施日数、参加者数(目標値、実績値) ②イノベーション型 実施回数、実施日数、参加者数(目標値、実績値) ③文化資源活用推進事業 参加者数(目標値、実績値、域外者数、外国人数) ④地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業 参加者数(目標値、実績値、域外者数、外国人数) ⑤参画型 実施日数、参加者数、外国人数、取組の実績
令和3年度 日本博を契機とする 文化資源コンテンツ 創成事業申請書	<ul style="list-style-type: none"> 主催・共催型 イノベーション型 文化資源活用推進事業 国際的文化的フェスティバル 展開推進事業 地域ゆかりの文化資産を 活用した展覧会支援事業 参画型 	(1)事業概要 プロジェクトのタイプ／申請者の住所エリア／申請者の団体属性 ／事業の分野／事業の性格／総事業費の想定 (2)事業内容 国家ブランディング／新規性・独自性／先端技術／観光インバウンド (3)期待するレガシー (4)目標とする経済波及効果 目標とする経済波及効果の数値／想定している経済波及効果検証手法

2. 事業者向けアンケート調査

令和3年度の日本博事業者に対し、実施状況や効果の内容を把握するためのアンケート調査を実施した。

事業者向けアンケート調査概要

アンケート調査概要	設問概要
調査方法:ウェブアンケート調査 調査時期:第1期 令和3年11月17日～12月10日 第2期 令和4年1月26日～2月10日 調査対象:日本博事業の実施主体 回収結果:280票配布、有効回収数246票 有効回収率 88%	1. 団体事業概要 2. 事業内容 3. 事業の特徴・効果 4. 広報等の活動・効果 5. 効果測定の手法、測定結果 6. 新型コロナウイルス感染症拡大の影響、対応策

〈参考〉政府の「beyond2020プログラム」認証団体にも同様のアンケート調査を実施し、東京2020大会に関わる文化プログラムの把握を行った。

3. 事業者へのヒアリング調査

令和3年度の日本博事業のうち以下の15事業に対し、実施状況や実施経緯、日本博として実施したことによる効果、変化及び新型コロナウイルス感染症への対応状況等についてヒアリング調査を実施した。

ヒアリング調査対象一覧

タイプ	実施団体名	事業名
主催・共催型	1 白老文化観光推進実行委員会	白老文化芸術共創 —ROOTS&ARTS SHIRAOI—
	2 三陸国際芸術祭推進委員会	三陸国際芸術祭 縦
	3 独立行政法人日本芸術文化振興会	ユネスコ無形文化遺産 特別展「体感!日本の伝統芸能—歌舞伎・文楽・能楽・雅楽・組踊の世界」
	4 一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構	令和3年度文産官プラットフォームによるファッション文化創造プロジェクト(連携:経済産業省)
	5 株式会社エヌケーピー	「日本博 × CLUB RED」
	6 認定NPO法人趣都金澤	北陸工芸の祭典「GO FOR KOGEI 2021」
	7 日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバルに向けた全国会議	日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバル
イノベーション型	8 田んぼアート米づくり体験事業推進協議会	“Edible Art”～田んぼアート米を活用した6次化製品開発と田んぼをキャンパスに描かれる壮大なアートの魅力国内外発信プロジェクト～
	9 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	ないじえる芸術共創ラボ 古N典ボラリーアート! IN NIPPON PART II
	10 東京藝術大学	東京藝大「I LOVE YOU」プロジェクト2021
	11 公益財団法人日本フィルハーモニー交響楽団	落合陽一×日本フィルハーモニー交響楽団プロジェクト VOL.5(醸化する音楽会)
	12 一般社団法人 KYOTOGRAPHIE	KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭 2021
	13 一般社団法人メディアアンビショントウキョウ	Media Ambition Tokyo 2021
	14 株式会社 W TOKYO	「バーチャルTGC×文化財」最先端テクノロジーを活用した新しい魅力発信
国際的文化的フェスティバル 展開推進事業	15 アース・セレブレーション実行委員会	アース・セレブレーションを核とした佐渡の国際的フェスティバル展開事業

4. 経済波及効果についての調査研究

日本博事業の経済波及効果を推計するため、産業連関表を用いた推計方法を検討し、ガイドラインを整備するとともに、令和3年度に実施された以下の3つの事業を適用事例として、経済波及効果の推計を行った。

経済波及効果調査対象一覧

	実施団体名	事業名
1	宗教法人 延暦寺	「伝教大師1200年大遠忌 最澄と比叡山」
2	株式会社朝日新聞社 (東京都現代美術館との連携)	「GENKYO 横尾忠則」展の関連プロジェクト 「横尾忠則と滝シリーズ、WITH CORONA体験展示」
3	山口市	山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業

5. プロモーション活動の実績及び分析

日本博事業では国内外へ日本文化及び日本博の趣旨を伝えるプロモーションを実施している。令和3年度は、公式ウェブサイト等における多言語発信(公式ウェブサイト、デジタルギャラリー、公式SNS、YouTube 日本博チャンネル)、国内外メディアを通じた発信(日本博広報番組、海外メディアとのタイアップ広告による情報発信)、インフルエンサーによる投稿(インフルエンサーを活用した国内外への情報発信)などの取組を実施した。さらに、デジタルコンテンツ・プラットフォームの構築及びプラットフォームを活用した、「バーチャル日本博」の公開を行った。

第2章 事業者向け調査結果

アンケート調査結果

1. アンケート概要

令和3年度の日本博事業者に対し、実施状況や効果の内容を把握するためのアンケート調査を実施した。

調査の目的

日本博による文化的・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、すべての日本博プロジェクトの実施主体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

調査時期

第1期：令和3(2021)年11月17日～12月10日

第2期(第1期の未回答事業者対象)：令和4(2022)年1月26日～2月10日

調査対象

日本博事業の実施主体

回収結果

主催・共催型	配布数：44 / 回収数：44	回答率：100%
イノベーション型	配布数：38 / 回収数：36	回答率：95%
文化資源活用推進事業	配布数：23 / 回収数：20	回答率：87%
国際的文化フェスティバル展開推進事業	配布数：2 / 回収数：2	回答率：100%
地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業	配布数：26 / 回収数：26	回答率：100%
参画型	配布数：147 / 回収数：118	回答率：80%
合計	配布数：280 / 回収数：246	回答率：88%

調査内容

- ・団体事業概要
- ・事業内容
- ・事業の特徴・効果
- ・広報等の活動・効果
- ・効果測定の手法、測定結果
- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響、対応策

2. アンケート結果

日本博事業者に対して実施したアンケート調査の主要な調査結果を示す。比較可能な設問項目については、令和元年度(2019年度)、令和2年度(2020年度)と同じ設問を用い、経年変化を捕捉できるようにした。

■1 延べ日数・回数／参加者数

展示事業	延べ展示日数	8,412日
舞台公演事業	延べ公演回数	2,074回
参加・体験型事業	延べ実施回数	635回
その他(日数)	延べ開催日数	686日
その他(回数)	延べ実施回数	153回
オンライン配信	延べ実施回数	495回

活動数 合計 12,455活動

来場者・参加者数	：	4,440,820人
うち外国人数	：	114,301人
うち地域内者数	：	205,743人
うち有料来場者数	：	855,021人
うち運営ボランティア数	：	8,258人

■2 オンライン配信プログラム回数／オンライン参加者数

有料オンラインライブ配信プログラム回数	150回
無料オンラインライブ配信プログラム回数	345回

オンラインライブ配信プログラム回数 合計：495回

オンラインライブ参加者数	：	7,475,231人
うち外国人参加者	：	857,981人
うち有料参加者	：	3,693人

■3 デジタルコンテンツ制作件数／配信件数

有料VR/ARコンテンツ制作件数	11件 (うちオンライン配信件数：11件)
無料VR/ARコンテンツ制作件数	104件 (うちオンライン配信件数：34件)
有料映像コンテンツ制作件数	87件 (うちオンライン配信件数：84件)
無料映像コンテンツ制作件数	590件 (うちオンライン配信件数：409件)

オンラインライブ配信プログラム回数 合計 792件 (うちオンライン配信総数：538件)

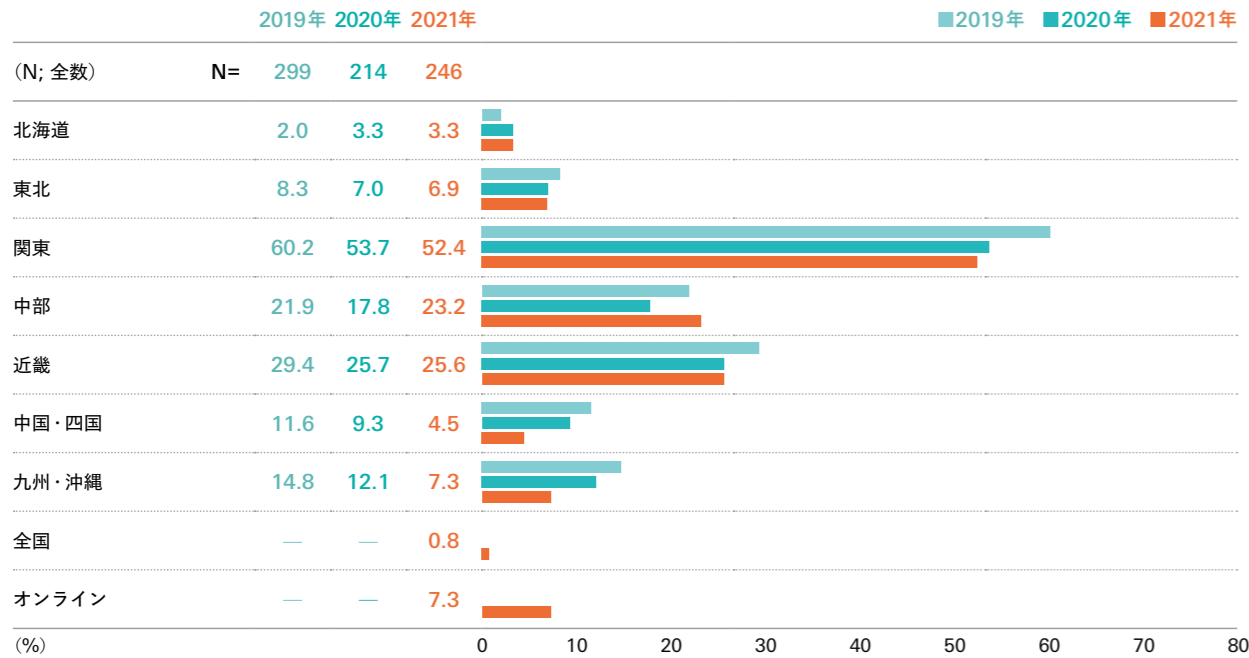
デジタルコンテンツ延べ視聴・再生回数	：	6,949,454回
うち海外からの視聴・再生回数	：	3,192,500回
うち有料視聴・再生回数	：	2,636回
有料／無料映像コンテンツ延べ分数	：	9,971分

■4 開催場所

地方ブロック別に見ると、関東ブロックが52.4%、次いで近畿ブロック25.6%と続く。今年度は中部ブロックが23.2%となり、昨年度の17.8%から5%近く増加した。「オンライン」を選択した割合は7.3%となった。

※2019年と2020年は「全国」、「オンライン」の選択肢なし

設問 プロジェクトの開催場所をお答えください。(複数回答可)

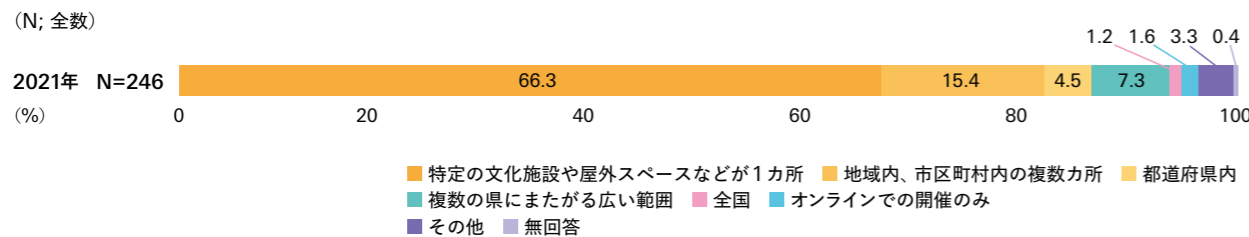


■5 実施場所・会場

「特定の文化施設や屋外スペースなど1カ所」が66.3%と最も多く、次に、「地域内、市区町村内の複数カ所」15.4%、「複数の県にまたがる広い範囲」7.3%、「都道府県内」4.5%、「オンラインでの開催のみ」1.6%、「全国」1.2%と続く。

「オンラインでの開催のみ」は日本博事業全体の1.6%となったが、事業区分別に見ると「イノベーション型事業」の5.6%がオンラインのみで開催したと回答しており、コロナ禍の影響を受けながらも工夫しながら開催したことがわかる。また、「それぞれ特定の文化施設での開催とインターネット環境を活用したオンラインの事業発信を組み合わせた」といった回答もみられた。

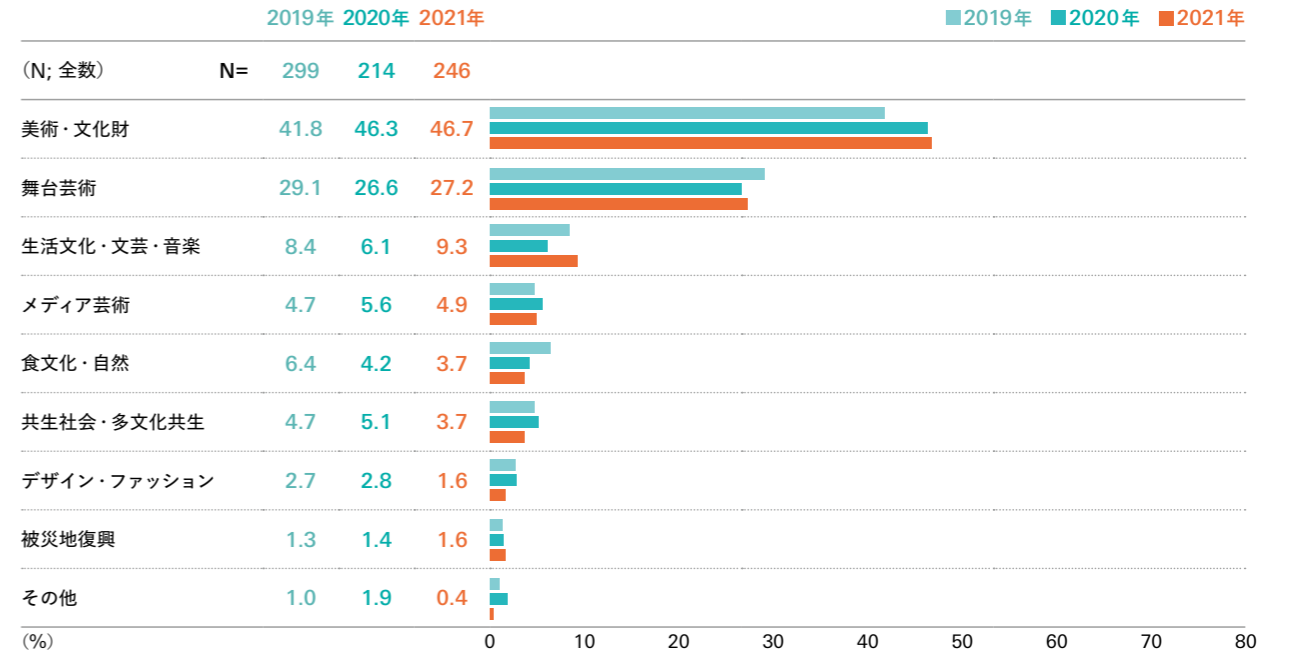
設問 プロジェクトの実施場所(会場)をお答えください。(単一回答)



■6 主なジャンル

実施プロジェクトの主なジャンルは「美術・文化財」が46.7%で最も多く、「舞台芸術」が27.2%で続く。

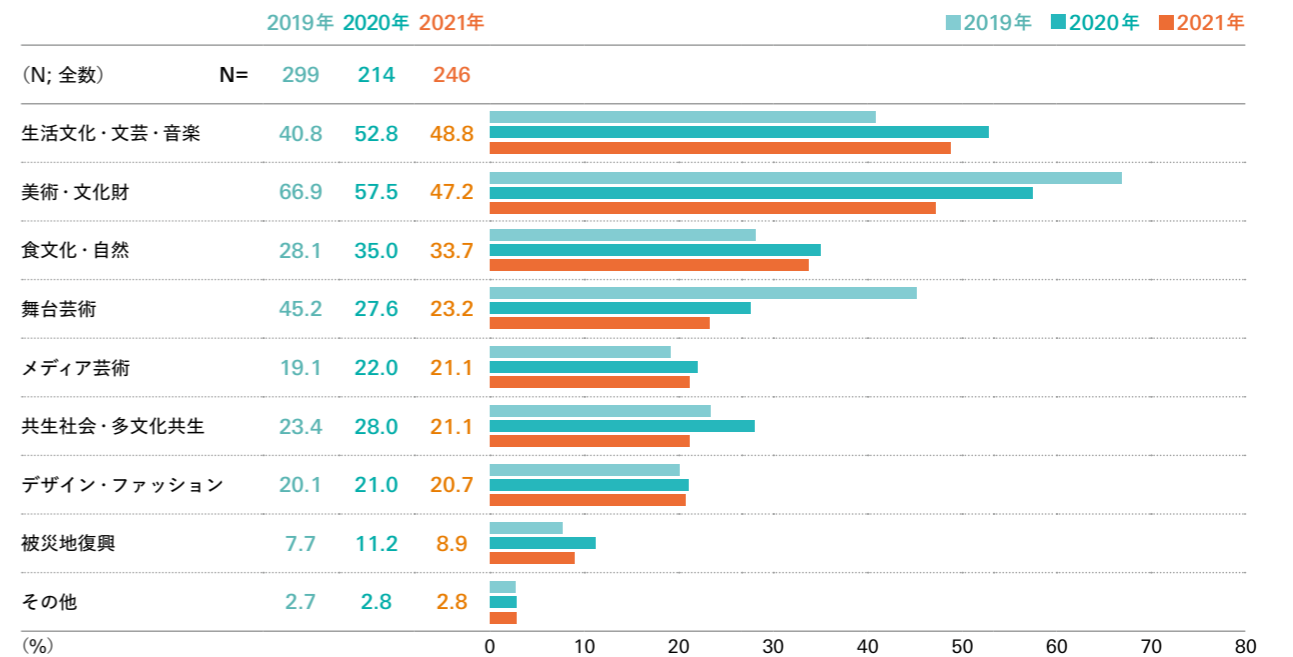
設問 主なジャンルとして当てはまるものをお答えください。(単一回答)



■7 サブジャンル

主なジャンルのほかに関係するジャンルとしては、「生活文化・文芸・音楽」が48.8%でトップとなった。

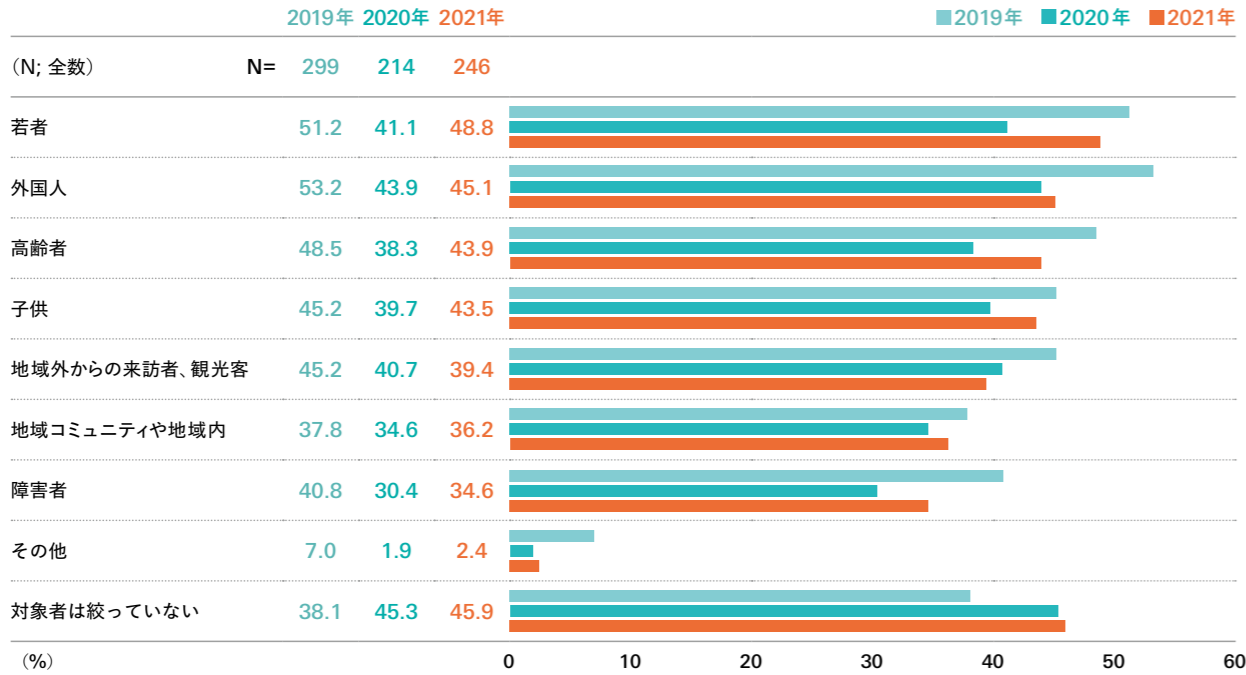
設問 主なジャンルのほかに関係するジャンルとして、当てはまるものを全てお答えください。(複数回答可)



■8 対象者

全体では「若者」が48.8%と最も多く、次いで「対象者は絞っていない」45.9%、「外国人」45.1%、「高齢者」43.9%、「子ども」43.5%と続く。オンラインライブ配信事業では視聴できる全世界の人々が対象者となり、コロナ禍で「対象者を絞っていない」事業が増加する傾向がみられる。

設問 プロジェクトの主な対象をお答えください。(複数回答可)



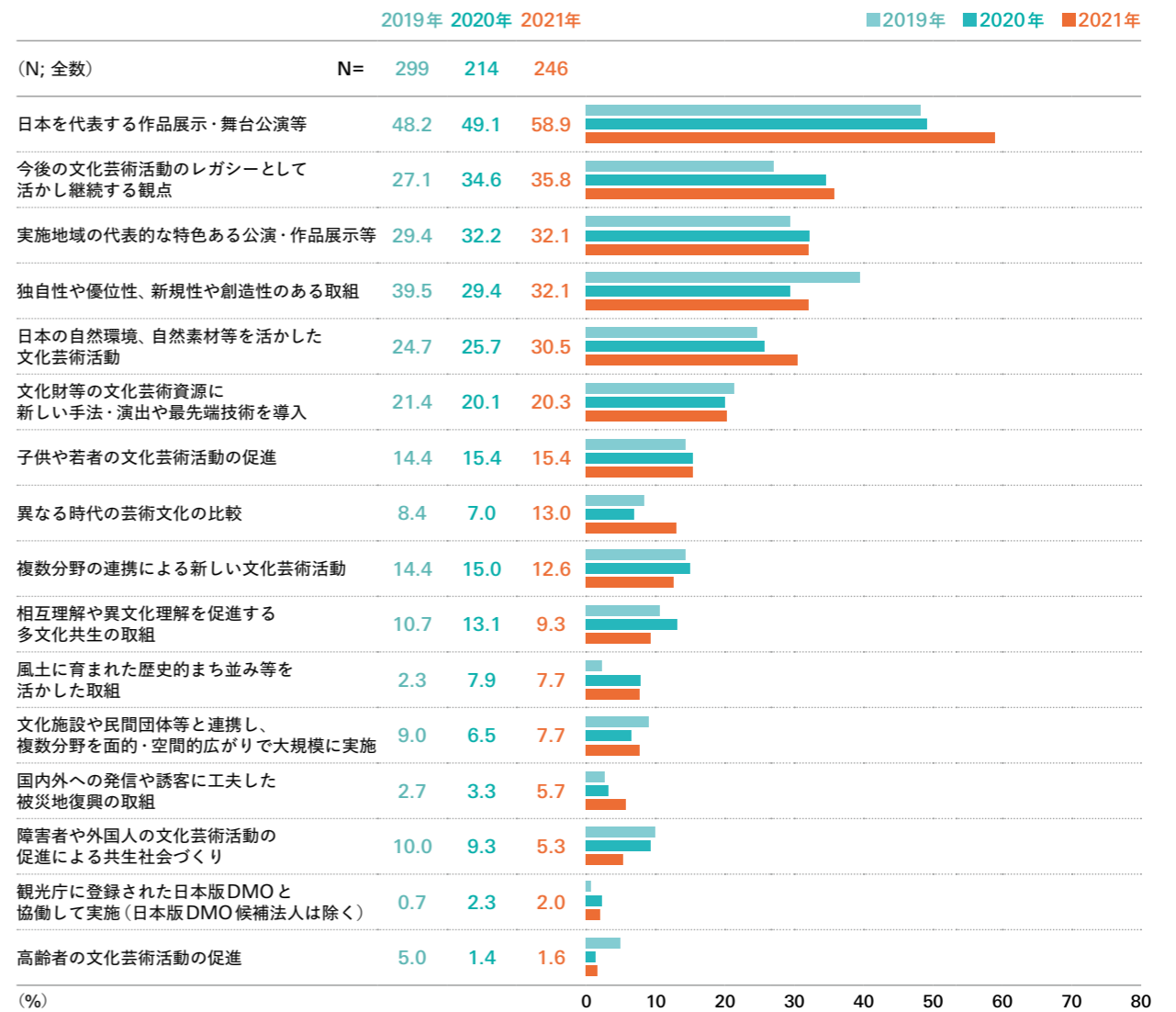
■9 事業における重点事項

全体では「日本を代表する作品展示・舞台公演」が58.9%で最も多い。「今後の文化芸術活動のレガシーとして活かし継続する観点」、「実施地域の代表的な特色ある公演・作品展示等」、「独自性や優位性、新規性や創造性のある取組」、「日本の自然環境、自然素材等を活かした文化芸術活動」がいずれも30%台の僅差で続く。

事業別にみると、「日本を代表する作品展示・舞台公演等」は、『主催・共催型』と『参画型』において多い傾向がみられた。『イノベーション型』は「独自性や優位性、新規性や創造性のある取組」を重視する事業者が多かった。『文化資源活用推進事業』と『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』は、「実施地域の代表的な特色ある公演・作品展示等」を多く選択する結果となった。それぞれのプロジェクト区分ごとに事業の重点事項の傾向が現れることがわかる。

また、割合としては大きくないが、「国内外への発信や誘客に工夫した被災地復興の取組」が昨年度の3.3%から5.7%と伸びた。令和3年度は、東京オリンピック・パラリンピック競技大会本番年と東日本大震災10年の節目とも年が重なり、該当する地域の事業者において復興状況を披露するシンボリックな事業が数多く企画されたことが反映された。

設問 このプロジェクトにおいて特に重点を置いたことを3つまでお答えください。(3つまで複数回答可)

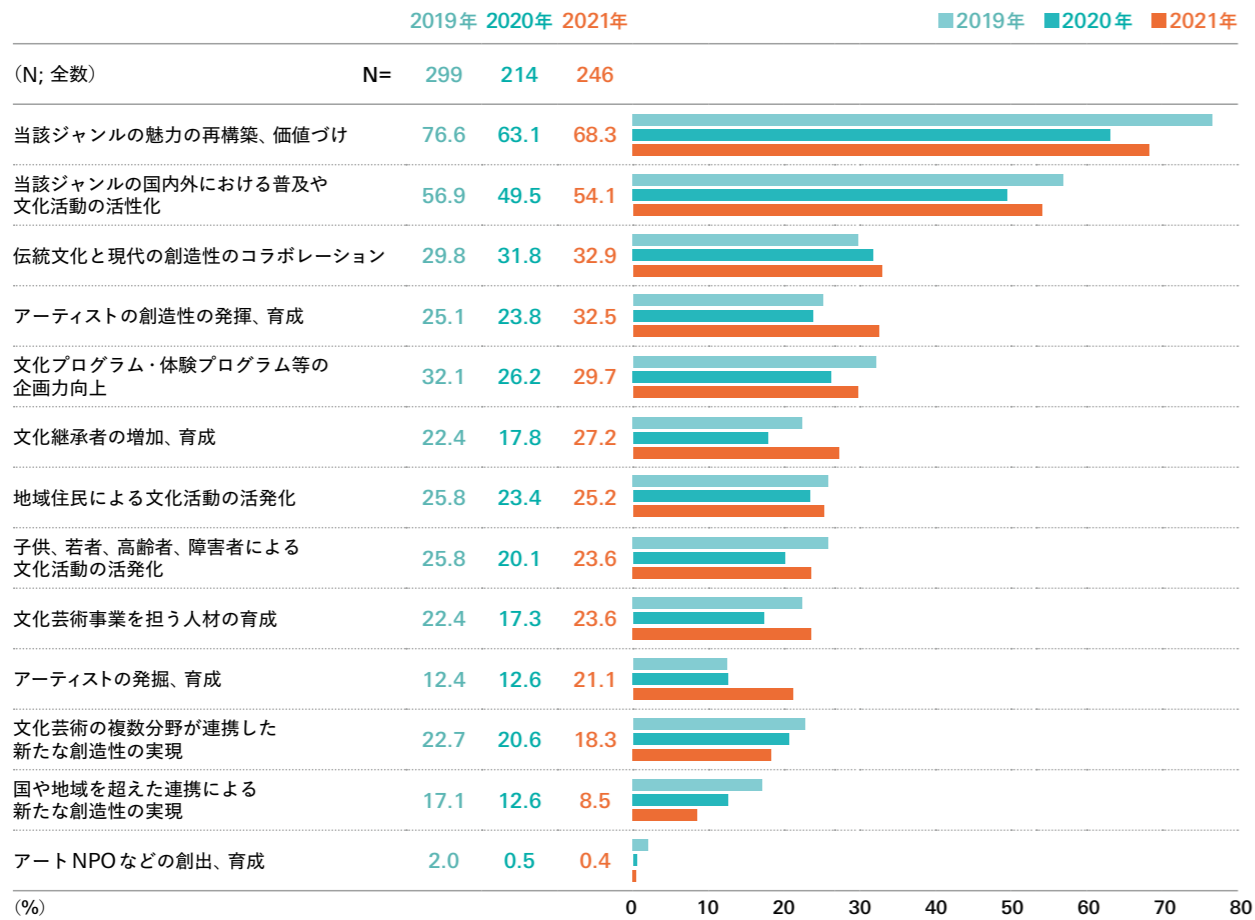


■10 文化芸術的效果

文化芸術の本質的な価値に関わる効果として、「当該ジャンルの魅力の再構築、価値づけ」が68.3%と最も高くなった。次いで「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」54.1%、「伝統文化と現代の創造性のコラボレーション」32.9%、「アーティストの創造性の発揮、育成」32.5%となった。

「当該ジャンルの魅力の再構築、価値づけ」は、『主催・共催型』の86.4%、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』の73.1%、『イノベーション型』の72.2%の団体が文化的効果として挙げており、多くの事業者が、日本博を契機に、自分たちの事業分野の魅力の高度化や価値向上に取り組んだことがうかがえる。

設問 このプロジェクトにより、文化芸術の本質的な価値に関わる効果がありましたか。(複数回答可)



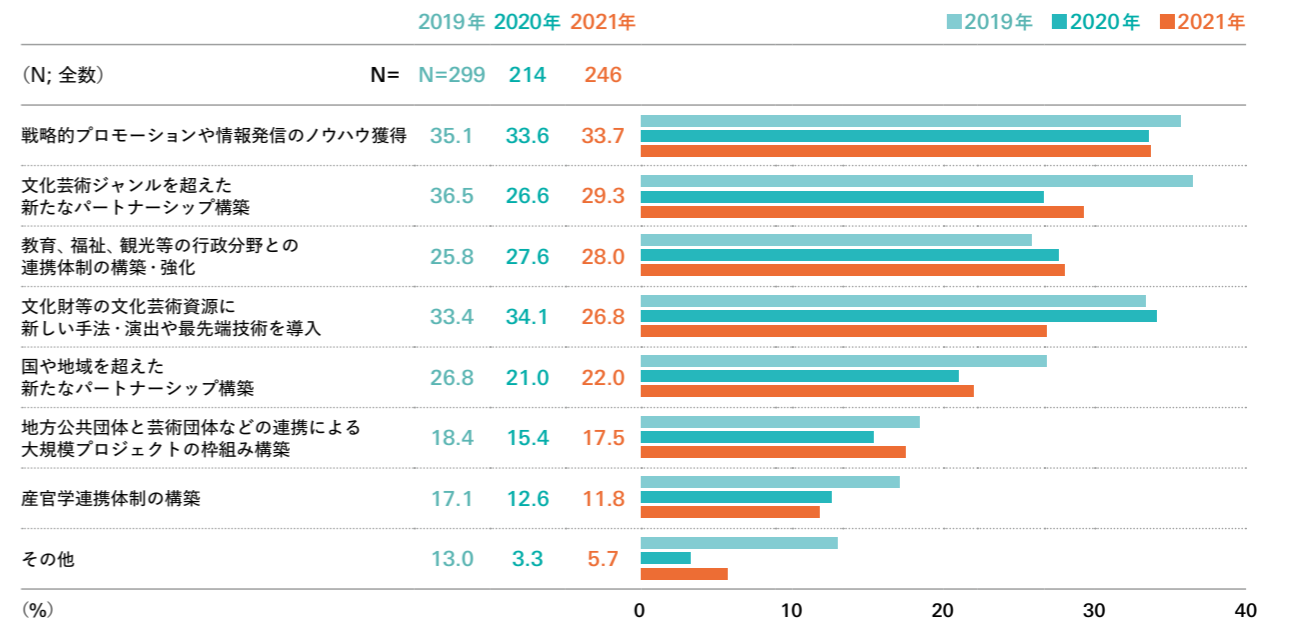
■11 プラットフォーム形成効果

文化芸術を支えるプラットフォーム形成に関わる効果として最も多かったのは「戦略的プロモーションや情報発信のノウハウ獲得」で33.7%となった。次いで「文化芸術ジャンルを超えた新たなパートナーシップ構築」、「教育、福祉、観光等の行政分野との連携体制の構築・強化」、「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」がいずれも20%台後半の割合で続いた。

「文化芸術ジャンルを超えた新たなパートナーシップ構築」は、『主催・共催型』の4割、『イノベーション型』の5割強で取組が実施されていた。これら2つの事業タイプにおいては、「国や地域を超えた新たなパートナーシップ構築」も4割近い割合で実現しており、日本博を契機に、様々なタイプの連携やパートナーシップの構築が実現したことがうかがえる。

その他として、「各種メディアとの連携強化」や、「国立機関や国立施設どうしの連携」といった連携事例も挙げられた。

設問 このプロジェクトにより、文化芸術を支えるプラットフォーム形成に関わる効果がありましたか。(複数回答可)



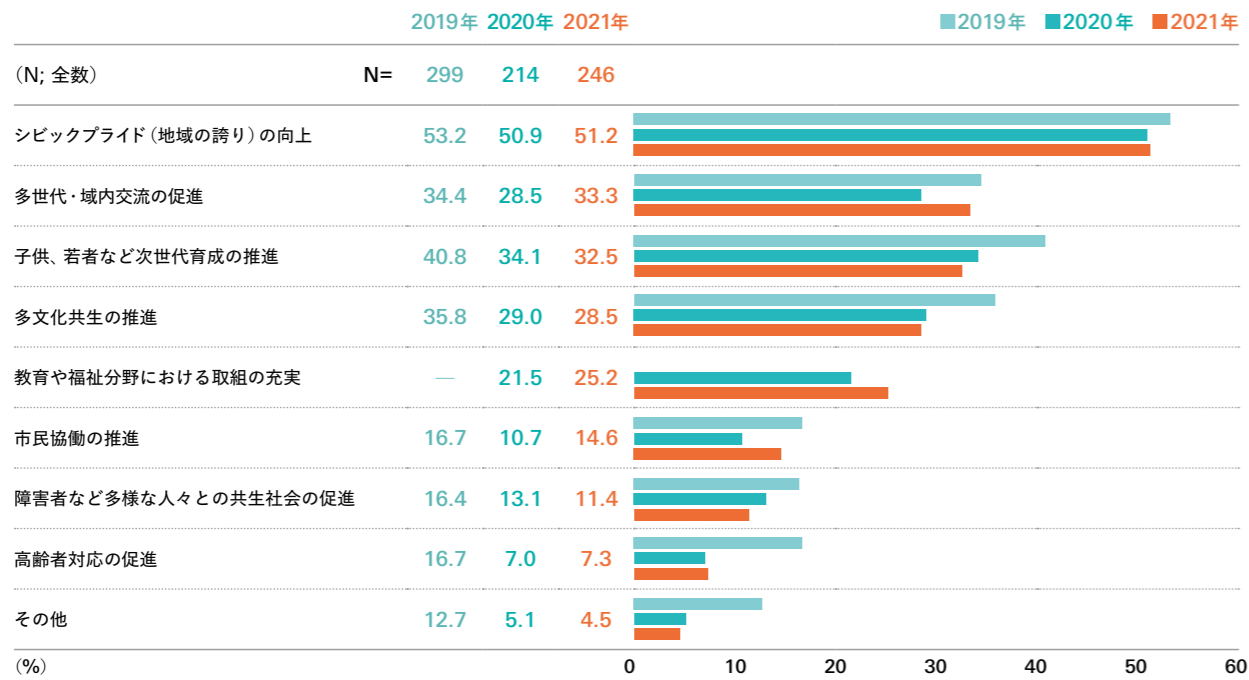
■ 12 社会的効果

日本博事業による社会的効果としては、「シビックプライド(地域の誇り)の向上」が51.2%で最も多く、次いで「多世代・域内交流の促進」33.3%、「子供、若者など次世代育成の推進」32.5%、「多文化共生の推進」28.5%と続く。

「シビックプライド(地域の誇り)の向上」の回答が多かった事業タイプは、『文化資源活用推進事業(85.0%)』と『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業(76.9%)』となり、地域の文化資源・文化遺産の活用を通して地域住民の地域への愛着や誇りの醸成などに取り組んだことがうかがえる。「シビックプライドの向上」は、『主催・共催型』、『イノベーション型』でも6割近い事業者がプロジェクト効果として取り上げており、日本博に参加した幅広い事業において実現されたことがわかる。

2位となった「多世代・域内交流の促進」も、『主催・共催型』、『イノベーション型』、『文化資源活用推進事業』のいずれの団体の5割近くが選択しており、社会的効果として大きな成果が得られたことがうかがえる。

設問 このプロジェクトにより、社会的効果がありましたか。(複数回答可)

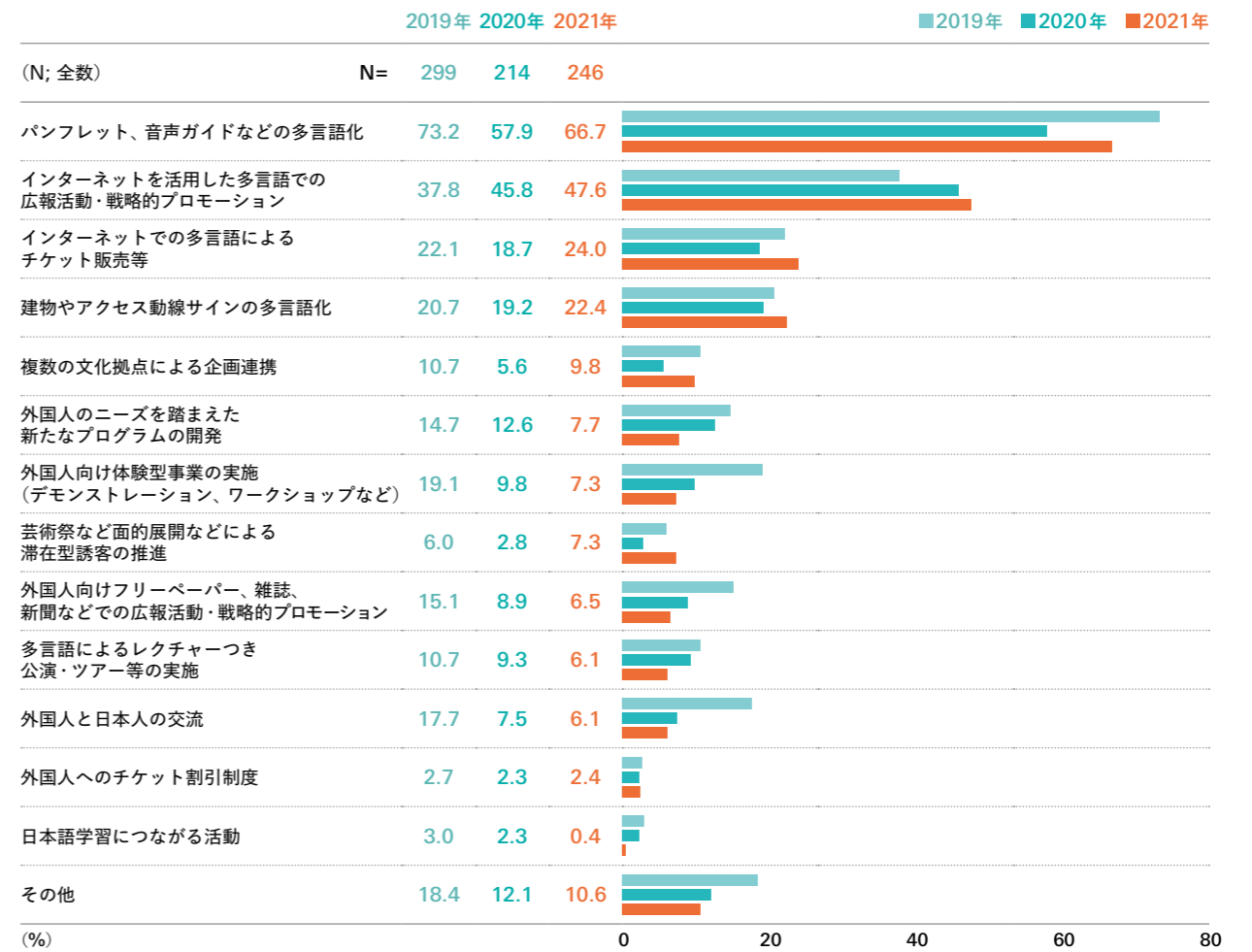


■ 13 外国人の受け入れを意識して行った取組

「パンフレット、音声ガイドなどの多言語化」が66.7%で最も多く、「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」47.6%と続く。リアル/オンラインを問わず、日本語以外の言語を用意することが取組の中心になっていることがわかる。

「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」は、コロナ禍が顕在化した2020年から毎年のように伸びている。外国人の入国制限等によってインバウンド客が激減しているにもかかわらず割合が高まっており、インターネットで海外へ向けて発信しようとする取組が進んだことがうかがえる。特に『主催・共催型』、『イノベーション型』、『文化資源活用推進事業』においては6割以上が事業の多言語での広報・プロモーション活動を実施した。

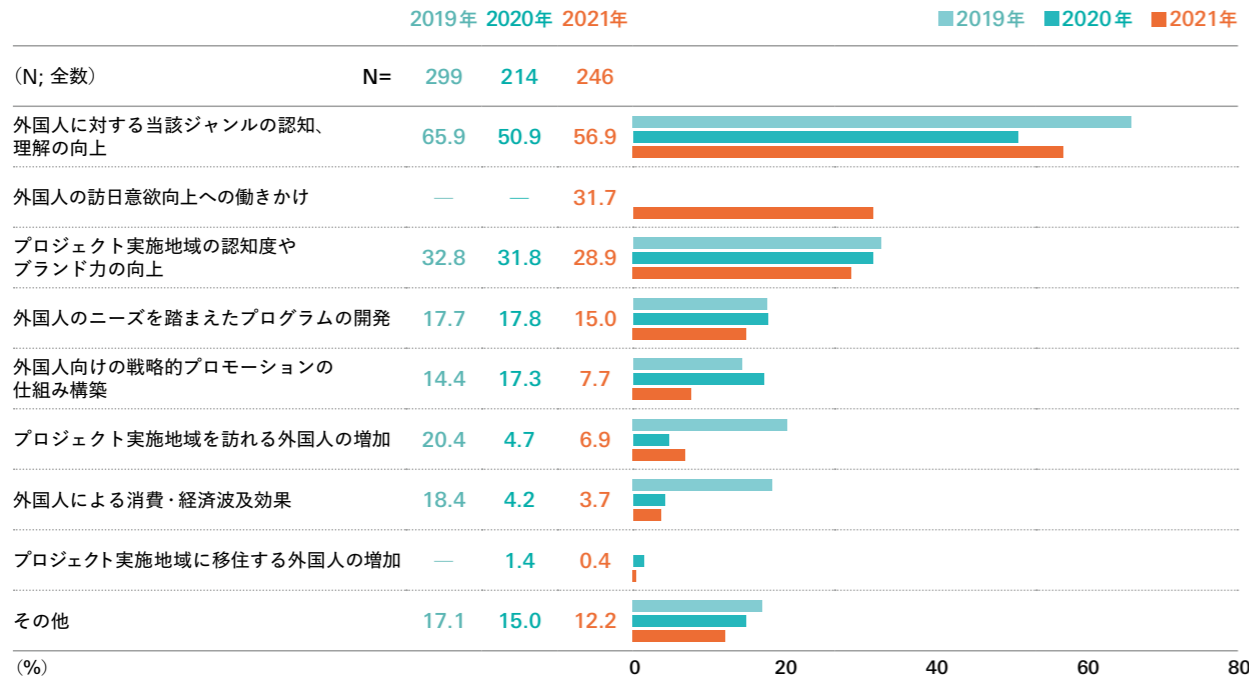
設問 このプロジェクトで、外国人の受け入れを意識して行った取組を全てお答えください。(複数回答可)



■ 14 観光インバウンド拡充効果

「外国人に対する当該ジャンルの認知、理解の向上」が56.9%で最も高かった。アフターコロナのインバウンド回復を見据え、外国人に対する認知、理解の向上や訪日意欲向上にむけて積極的なアプローチが行われていることがわかる。

設問 このプロジェクトにより、どのような観光インバウンド拡充効果がありましたか。(複数回答可)

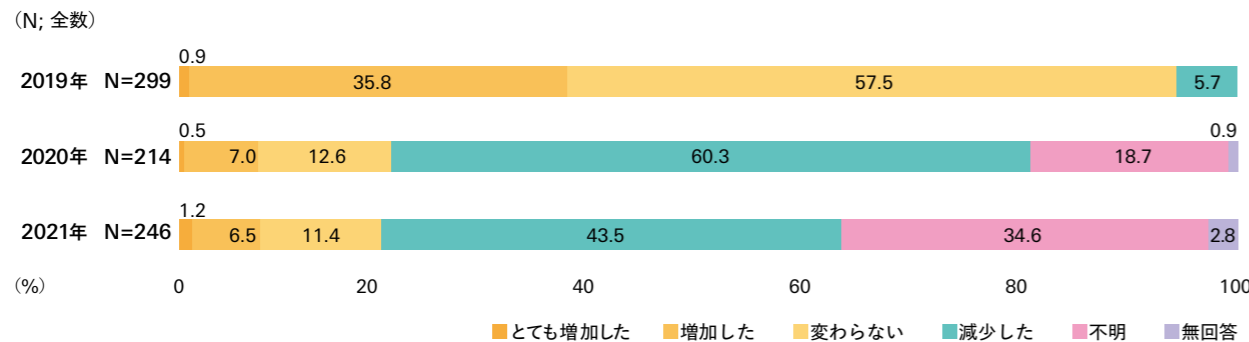


■ 15 外国人来場者数の増減

来場者数・参加者数における外国人数の変化については、「減少した」の43.5%が最も多かったが、昨年度の60.3%と比較すると割合が下がっている。一方、「不明」という回答が昨年度から倍増している。

「とても増加した」1.2%、「増加した」6.5%を合わせると7.7%を占めた。

設問 これまでと比べて、来場者数・参加者数に占める外国人数に変化はありましたか。(単一回答)



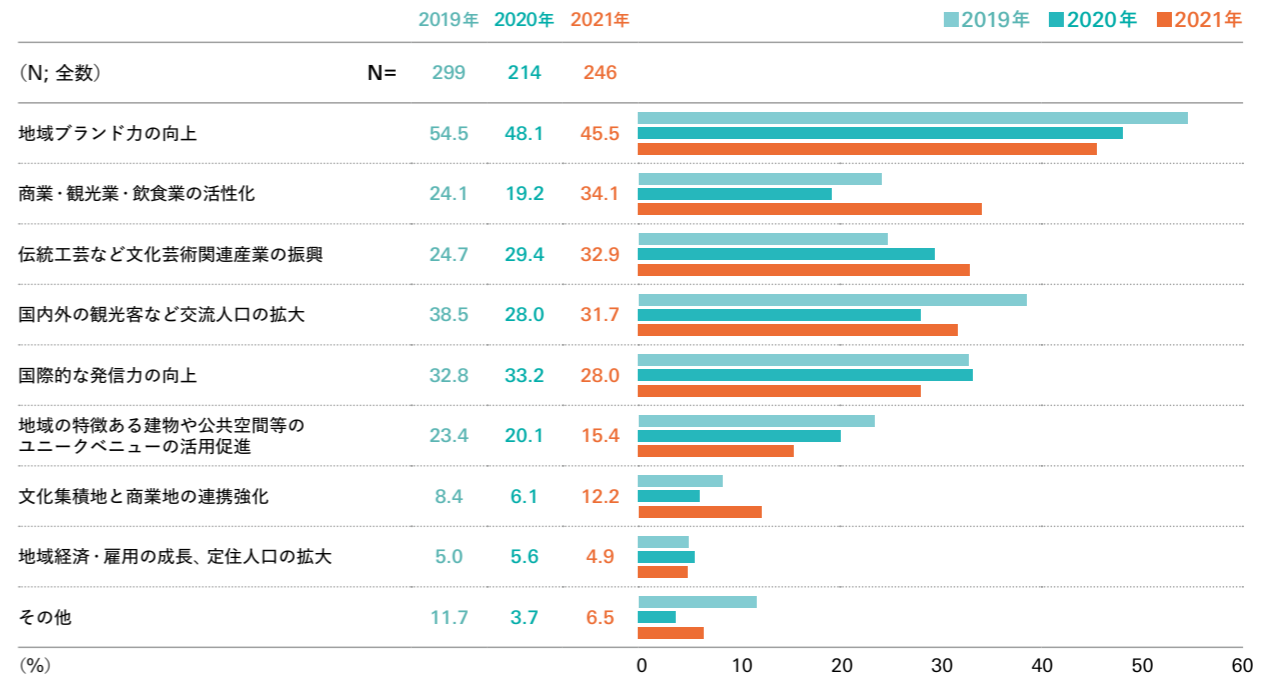
■ 16 経済的效果

全体では「地域ブランド力の向上」が45.5%で最も多く、「商業・観光業・飲食業の活性化」、「伝統工芸など文化芸術関連産業の振興」、「国内外の観光客など交流人口の拡大」が30%台で続いている。

「商業・観光業・飲食業の活性化」は昨年度の19.2%から14.9ポイント上昇して34.1%となった。

昨年度から割合が増えたものとしては、ほかに「国内外の観光客など交流人口の拡大」や「文化集積地と商業地の連携強化」が挙げられる。「文化集積地と商業地の連携強化」は昨年度から倍の割合に増加した。

設問 このプロジェクトにより、経済的效果がありましたか。(複数回答可)

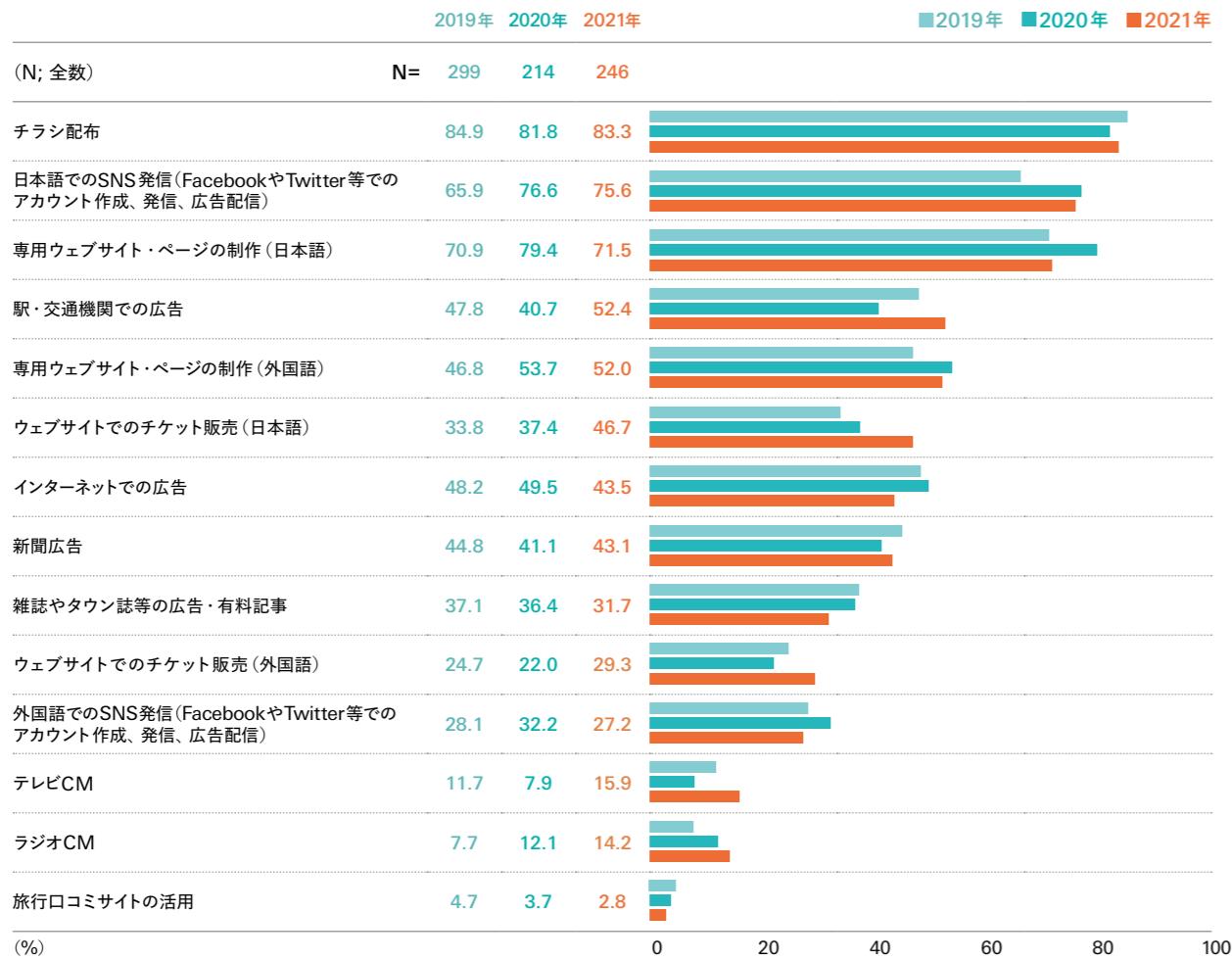


■ 17 広報等の活動・効果

広報活動・チケット販売活動として実施率が高かったのは、「チラシ配布」の83.3%であった。次いで「日本語でのSNS発信（FacebookやTwitter等でのアカウント作成、発信、広告配信）」、「専用ウェブサイト・ページの制作（日本語）」が70%台で続く。

一昨年度・昨年度よりも伸びているのが「駅・交通機関での広告」と「ウェブサイトでのチケット販売」となった。「ウェブサイトでのチケット販売」は、日本語サイトでは9.3%、外国語サイトでは7.3%も昨年度より伸びた。コンテンツのオンライン配信増加との相乗効果で昨年度よりも伸びていると考えられる。

設問 実施した広報やチケット販売活動を全てお答えください。（複数回答可）



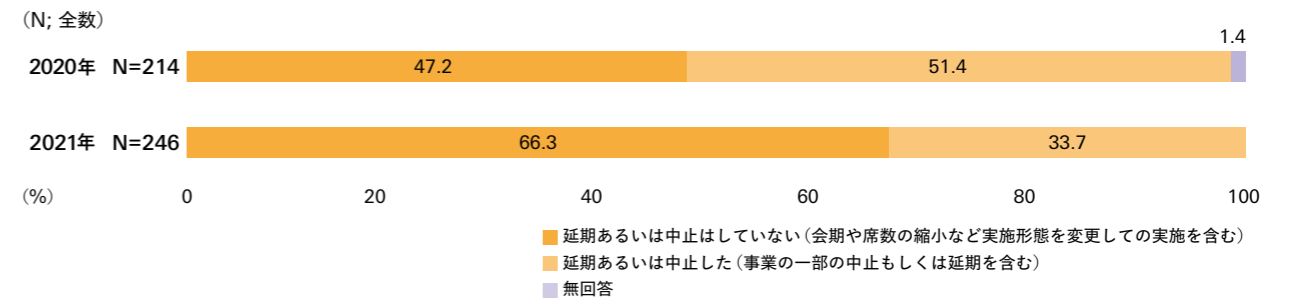
■ 18 新型コロナウイルス感染症による開催状況

新型コロナウイルス感染症によって事業を「延期あるいは中止した」は、昨年度では半数以上の51.4%を占めたが、今年度は大きくポイントが下がり33.7%と全体の3分の1となった。

一方、「延期あるいは中止はしていない」は、昨年度の47.2%から66.3%へと大きく上昇した。

事業の一部の中止や延期等にも対応しながら、感染症対策やイベント事業者向けのガイドライン等の整備が進んだことで、新型コロナウイルス感染症と共存しながら事業活動を推進していることがうかがえる。

設問 新型コロナウイルス感染症の影響で、プロジェクトを延期あるいは中止しましたか。（単一回答）



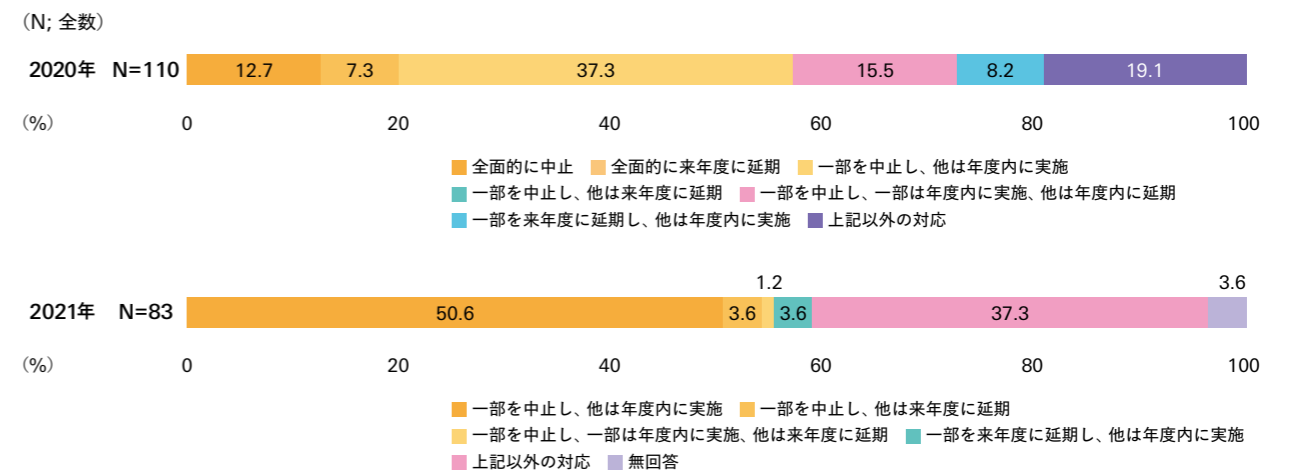
■ 19 延期・中止の形態

今年度は「一部を中止し、他は年度内に実施」が半数以上を占めた。

選択肢以外の対応としては、「対面のイベントを中止し、動画のオンライン配信に切り替えた」、「無観客として開催した」、「会期を短縮して実施した」といった回答が寄せられた。特に、「オンライン配信に切り替えた」という事例が多く見受けられた。

※2020年と2021年は回答選択肢が異なる。

設問 新型コロナウイルス感染症の影響で、プロジェクトを延期あるいは中止しましたか。（単一回答）



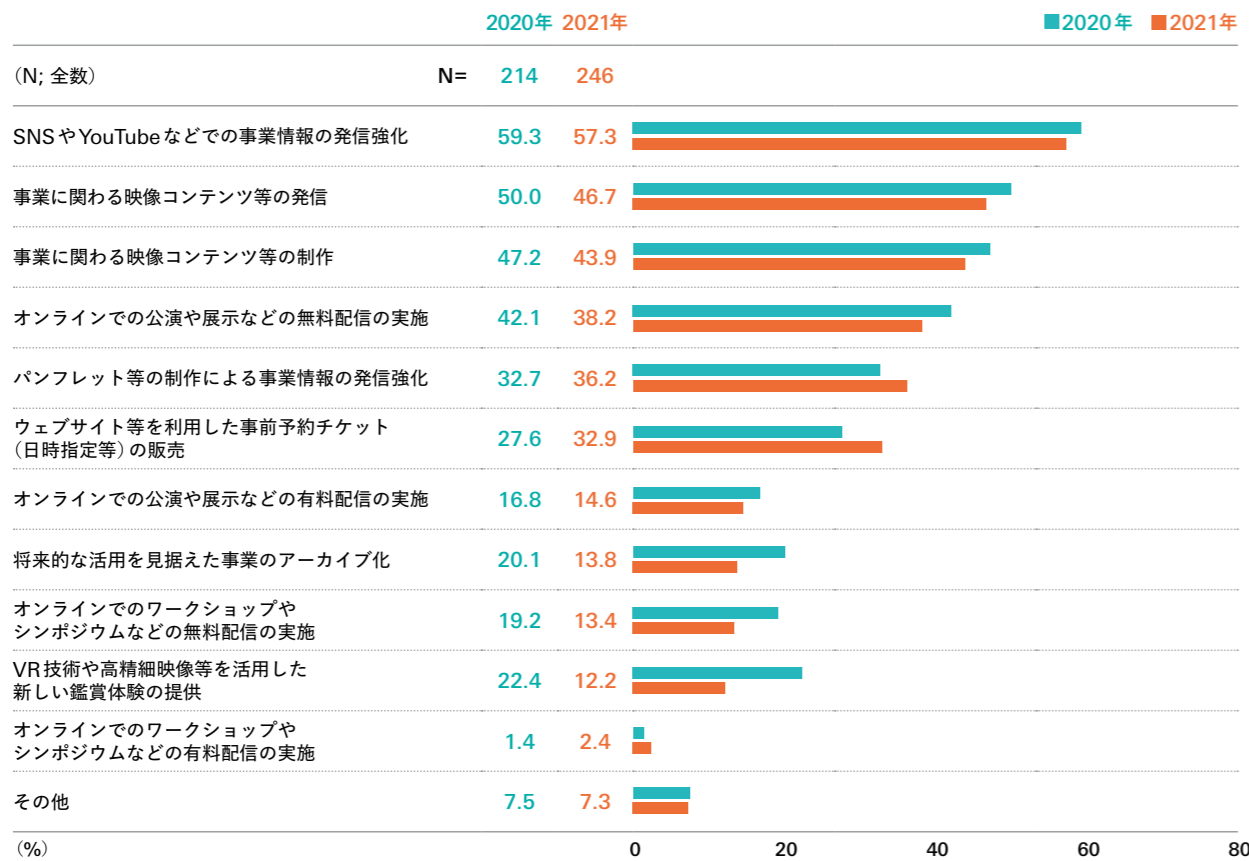
■ 20 新型コロナウイルス感染症拡大防止の取組

「SNSやYouTubeなどでの事業情報の発信強化」が57.3%で最も実施率が高かった。次いで「事業に関わる映像コンテンツ等の発信」46.7%、「事業に関わる映像コンテンツ等の制作」43.9%と続く。

「SNSやYouTubeなどでの事業情報の発信強化」は、昨年度同様、今年度もトップの回答割合を占めたことにより、コロナ禍にもかかわらず多くの事業者がSNS等で積極的に発信し、鑑賞・参加の機会を提供しつづけていることがわかる。

「ウェブサイト等を利用した事前予約チケット（日時指定等）の販売」は、昨年度から5.3ポイント伸びて32.9%となり、全体の約3分の1近い事業で実施されていることがわかる。

設問 新型コロナウイルス感染症拡大を受け実施した取組をお答えください。（複数回答可）



ヒアリング調査結果

1. ヒアリング概要

調査の目的

日本博の効果を捉えるためには、定量的な調査だけでなく、定性的な情報を具体的に把握することも重要である。そのため、日本博に採択された事業者のうち、主催・共催型、イノベーション型を中心にジャンルのバランスを考慮した15団体についてヒアリング調査を実施した。

調査方法

対面調査（リモート会議形式併用）

調査時期

令和3（2021）年11月29日～12月17日

調査対象事業と対象ジャンル

	事業名	ジャンル	開催形式
1	白老文化芸術共創 —ROOTS&ARTS SHIRAOI—	現代美術	芸術祭（現代美術）
2	三陸国際芸術祭 縦	被災地復興、伝統芸能	芸術祭（伝統芸能）
3	ユネスコ無形文化遺産 特別展「体感!日本の伝統芸能—歌舞伎・文楽・能楽・雅楽・組踊の世界」	伝統芸能	展示
4	令和3年度文産官プラットフォームによるファッション文化創造プロジェクト（連携：経済産業省）	ファッションデザイン	イベント（ファッションショー）
5	「日本博 × CLUB RED」	食文化	イベント（ディナーコース）
6	北陸工芸の祭典「GO FOR KOGEI 2021」	工芸、現代美術	芸術祭（工芸×現代美術）
7	日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバル	共生社会、多文化共生	芸術祭
8	“Edible Art”～田んぼアート米を活用した6次化製品開発と田んぼをキャンパスに描かれる壮大なアートの魅力国内外発信プロジェクト～	食文化・自然	イベント（田植え・鑑賞等）
9	ないじえる芸術共創ラボ 古典ポラリーアート! IN NIPPON PART II	古典籍、美術	展示
10	東京藝大「I LOVE YOU」プロジェクト2021	アートプロジェクト	展示、イベント
11	落合陽一×日本フィルハーモニー交響楽団プロジェクト VOL.5 《醸化する音楽会》	舞台芸術、メディアアート	コンサート
12	KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭2021	写真	芸術祭（写真展）
13	Media Ambition Tokyo 2021	メディアアート	展示
14	「バーチャルTGC×文化財」最先端テクノロジーを活用した新しい魅力発信	ファッションデザイン	イベント（ファッションショー）
15	アース・セレブレーションを核とした佐渡の国際的フェスティバル展開事業	芸能、現代美術、自然	芸術祭（舞台公演、現代美術）

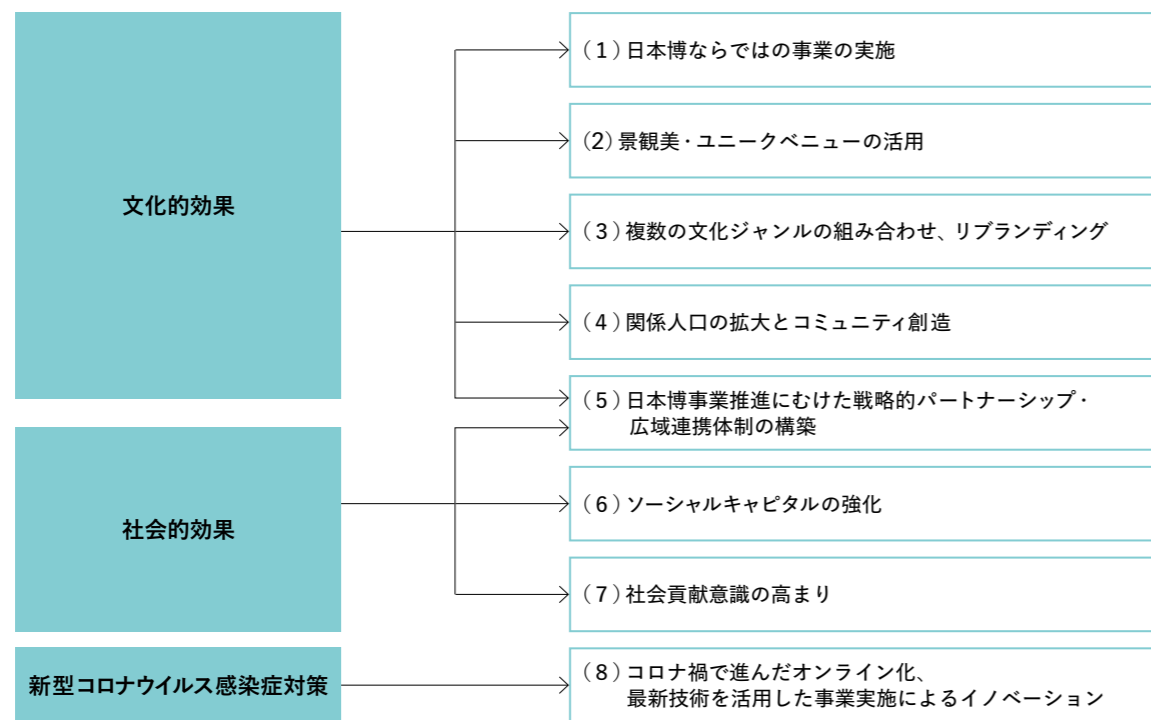
調査項目

- 実施状況（進捗状況）について
 - 経緯
 - 取り組んだ事業概要
 - 工夫した点
 - 苦労した点
- 日本博として実施したことによる効果・変化
 - 効果、成果
 - 反応、反響
 - 課題
 - 担当者の所感
- 新型コロナウイルス感染症の影響・対応状況
 - 今後の事業展開について

2. ヒアリング結果

本章では、15事業者から事業の進捗状況や日本博ならではの効果等についてヒアリングした結果をもとに、複数の事業者が指摘したり取り上げたりする共通の事項について、文化的効果、社会的効果等の整理を行った。それぞれの要点の全体像は次図のとおりである。

ヒアリング調査結果要点の全体像



(1) 日本博ならではの事業の実施

日本博は、総合テーマ「日本人と自然」や基本コンセプト「日本の美」のほか、応募にあたって事前の検討が求められている「日本博に盛り込むべき観点」などの要件を踏まえながら、日本や各分野を代表する文化をより多くの人々にわかりやすく提示する事業であるが、ヒアリング調査を実施した多くの事業者では、これらの日本博のミッションと親和性の高いテーマを選んで企画が組み立てられており、日本博の基本コンセプトを自分たちのプロジェクトの戦略として上手く取り入れながら実施されている。

日本博の「文化による観光需要回復、『地方への誘客』の促進」というミッションは、多くの事業者に新しい価値を付加し、外への発信を意識させることに繋がっている。「縄文から現代に続く『日本の美』の発信」というミッションは、伝統的な古典文化だけでなく、縄文の古墳文化や農耕稲作文化、地域遺産である有形・無形の文化財、祭礼や祭事、民俗芸能、郷土芸能、郷土食を主題にした事業にも取り入れられ、ブラッシュアップされた。共生社会、多文化共生、被災地復興などの社会課題への取り組みも必須とされていたため、障害がある人の表現や多様性、SDGs、持続可能性、コミュニティ再生といった社会課題へのアプローチも積極的に各地で行われた。

全国各地で個々に行われているように見える日本博だが、総合テーマや基本コンセプトが示す方向性を各事業者が企画に取り入れることによって、200を超える事業がひとつに結束し、大きな塊となって「日本博」というブランドを確立したことがわかる。

一方、事業者側にとって、日本博という大きなプラットフォームを活用するためには、地域の各種文化芸術を体系的に再整理することが重要になってくる。古典から現代まで、多種多様な文化的な遺産や資源を「日本博」としてどのように融合させるのか、行政が中心となって、地域で実施されている文化芸術の取組を盛り込んだ計画づくりを進めた事業者もあった。

(2) 景観美・ユニークベニューの活用

ヒアリング調査を実施した事業者では、文化施設や美術館ではない場所で実施される芸術祭事業も多かった。「日本人と自然」や「日本の美」といったテーマやコンセプトから、荘厳な寺社仏閣、重要伝統建造物群保存地区などの歴史的な街並みや、世界自然遺産やジオパークなどに登録された景観美を活かした自然環境を実施場所とする事業が多くあった。開催場所に足を運ばないと経験できない、貴重な文化体験を創出することにより、誘客の促進に繋がる魅力的な観光資源となりえることを地域の関係者にも認識してもらえるとといった成果も得られている。

(3) 複数の文化ジャンルの組み合わせ、リブランディング

多くの事業者において、自分たちの地域に根付いた伝統工芸、伝統芸能、郷土文化、郷土食などを、時代やニーズの変化に応じてブラッシュアップし、再定義、再構築しながらさらなる文化ブランドとして発信していく取組がみられた。例えば、地域の芸能を芸術祭という形でモデル的な事業を行いながら、海外にも発信できる創造的な事業としてブランディングしなおしたものや、郷土食や郷土料理を単なる料理としてではなく、文化や日本の美として魅力あるものに再構築して提供する事業などが実施された。郷土食や郷土料理は地域の食文化を具現化するものだが、その地域には古くから当たり前存在していたもので、その土地の若者でも馴染みがないものも多い。その食材や料理が、文化事業を通してリブランディングされることで、自分たちが暮らす土地で古くから伝わる郷土食を歴史文化とともに価値を再発見することで、地域に対する理解と自覚を促すことに繋がる可能性を広げた事業もあった。

ヒアリング調査では、ファッション産業に関係する複数事業も調査したが、いずれの事業においても、普段から携わっているファッション産業を文化財などと絡めたり、文化事業として取り上げたりすることで、文化によるファッションのリブランディングが、Z世代へ訴求したり、次の時代を担うデザイナー人材が育成されたりする効果がみられた。

既存の伝統工芸などのブラッシュアップのみならず、文化の受け手や担い手の拡大を目指したり、海外の人にもわかりやすくするリブランディングしたりすることによって、結果として文化コンテンツの発信力がより強化され、「文化による『国家ブランディング』の強化」の一層の推進に繋がるインパクトが生みだされていた。

(4) 関係人口の拡大とコミュニティ創造

日本博事業は誘客促進に向けた取組がミッションのひとつとされているが、ヒアリング調査を実施した事業者においては、観光客・交流人口の誘客もさることながら、都市部からきて事業をともにつくり上げる、アーティストやカメラマン、デザイナー、ディレクター、アートマネージャー等の「関係人口」との交流も重要視されていることがわかった。

地域外クリエイターや関係者といった「関係人口」が招待作家またはスタッフとして芸術祭期間中に長期滞在する機会を得ることで、次第に地域コミュニティに入り込んでいき、芸術祭終了後もたびたび地域を訪問するようになることで、新しいコミュニティが創造される好循環が生まれる可能性を秘めているといった長期的な観点からの成果が期待されていた。

こうした取組により、地域の活性化につながる起爆剤としての日本博事業の活用が各地で試みられていることがわかる。

(5) 日本博事業推進にむけた戦略的パートナーシップ・広域連携体制の構築

日本博事業では、ジャンルやテーマなどの複数分野が連携する取組であることが求められているが、実際に分野連携にとどまらず様々な形のパートナーシップが生まれている。

複数の芸術分野連携の例としては、工芸とデザイン・アート・アールブリュット、ファッションと文化財、音楽とメディアアート等があげられる。

次に、複数の都道府県が一緒に事業を実施することで、「複数の行政区域を超えたパートナーシップ」も生まれた。従来、文化的施設の運営や観光誘致などは県境ごとの行政区域で進めることが多いが、県境を越えた広域連携で事業を実施することで、エリア内の工芸の産地や芸能などを一体的にプロモーションしていくことができたり、文化予算を確保できない人口規模の小さな市区町村にも文化的な予算が再配分されたりするといった成果も得られている。

日本博事業を通して複数の行政区域を超えた連携が推進されたポイントは2つある。ひとつは、任意団体や非営利団体、民間事業者など、営利／非営利を問わず多様な団体が事業の実施主体となったこと。もうひとつは、震災や人口減少、過疎、高齢化などによるコミュニティ活動の減少などの単独の地域にとどまらない社会課題の解決といった共通の目標にむけて連携して

取り組むことで、日本博の実施効果を最大化していくことができると多くの事業者が考えたからである。

また、行政機関の連携のもうひとつのパターンとして、異なるミッションを有する行政機関どうしや部署を超えて連携する事例もみられた。観光振興課や農政課といった部署が中心となって、文化事業を構想し、文化を担務する部署や文化施設などを巻き込む例がいくつもみられた。

そのほかにも、日本博の実施事業者と同じエリアにある文化施設や金融機関、行政との連携といった「地域コミュニティ内において組織的な連携が進行するパートナーシップ」の例もみられた。日本博開催によって、地域における芸術文化の振興が、エリア内に点在する文化的拠点のみではなく、多くの関係者を巻き込んだ面的な広がりをもたらしたことがわかる。

戦略的パートナーシップ・広域連携のパターン

複数の文化芸術ジャンルの連携	伝統工芸とアールブリュット、ファッションと文化財、クラシック音楽とメディアアート、農業と美術など複数の文化芸術ジャンルを掛け合わせた事業が多くみられた。
複数の行政区域を超えたパートナーシップ事例	近隣の都道府県や市区町村、県境を越えた町村が連携した事業が多くみられた。
異なるミッションを有する行政機関どうしの連携	中央省庁や行政内部の部署の垣根を越えて連携して事業にあたる事例も多くあった。
地域コミュニティ内でパートナーシップを拡大する事例	実施主体のNPOと行政や地元の文化施設、地元の金融機関や教育委員会など、地域内の異なる組織が連携する事例が多くみられた。

(6) ソーシャルキャピタルの強化

「ソーシャルキャピタル」というキーワードは、経済活動をはじめ様々な場面で使われるキーワードだが、今回のヒアリング調査では、社会や地域コミュニティにおける人々の相互関係や結びつきを支える地域に代々伝わる文化等の「地域資産」という理解で捉えられていることがわかった。

芸術祭に参加した地域住民が、自らの充実した体験から地域への思いや、地域外から来訪する参加者・関係者との繋がりをもとに、新たな行動の芽生えが生まれることで、地域のソーシャルキャピタルは深化をみせる。

地域アイデンティティの深化や地域への思いが、地域活動への意欲の高まりをもたらす機能として着目され、ソーシャルキャピタルの達成に向けた社会的インパクト評価手法によるPDCAサイクルの環境整備を行っている地方公共団体があることもわかった。

(7) 社会貢献意識の高まり

今回の調査では、持続可能な開発目標SDGs、高齢化等によるコミュニティや人口の減少、拡大する格差等のグローバルに共通する政策課題を積極的にテーマとして取り上げた事業が行われていることもわかった。特にSDGsを取り上げた日本博事業はヒアリング調査対象団体以外でも多く見受けられた。SDGsとして設定された、世界を変えるための17の目標をアートという手段で具体化したり、再整理したりすることで、芸術文化が社会のなかで機能する新しい可能性を示すことができた成果は大きい。

多文化共生や社会包摂的な事業も多く実施され、来場者・参加者に対して、アートが社会課題に取り組むことの意義を伝える取組も実施された。

一方、日本博事業に参加した人々の社会貢献意識の高まりを顕在化させた事業もみられた。例えば、若い層を中心にクラウドファンディングによって文化事業を支援する動きが広がっており、支援者が新しい観客・鑑賞者として文化事業を享受する実態がうかがえる。

(8) コロナ禍で進んだオンライン化、最新技術を活用した事業実施によるイノベーション

1年の大半が緊急事態宣言やまん延防止等重点措置期間と重なり、東京オリンピック・パラリンピック競技大会も無観客開催されたことから、多くの文化的事業において無観客開催や人数を絞った予約制による入場制限が行われた。ヒアリング調査を実施した事業者でもほとんどがコロナ禍における対応を余儀なくされた状況にあったが、代替手段としてのオンラインによるライブ配信が行われていた。会場を収録した映像コンテンツをオンラインで配信するだけでなく、VRやARといったXR技術を活用したデジタルコンテンツや、3D映像や360度ビュー、高精細映像や最高音質にこだわった映像など、日進月歩で発展していく最先端技術を活用したコンテンツ制作に取り組み、まさに文化事業のイノベーションというべき進展がみられたことが今年度事業の特色のひとつだといえる。

コロナ禍での2年目の事業実施に取り組んだ事業者では、前年から開発していたメタバース空間に、アバターを展開した事業を行い、最先端のデジタルテクノロジーと日本文化コンテンツの融合における価値創造と情報発信に取り組んだところもあった。

様々な日本博のデジタルコンテンツは、オンライン配信を通して、すでに海外に多くの視聴者がいることもわかった。このような取組が、コロナ後のインバウンド需要の喚起や地方誘客に繋がる可能性は非常に大きいといえる。

3. ヒアリング対象事例

事例1 白老文化芸術共創 —ROOTS & ARTS SHIRAOI—

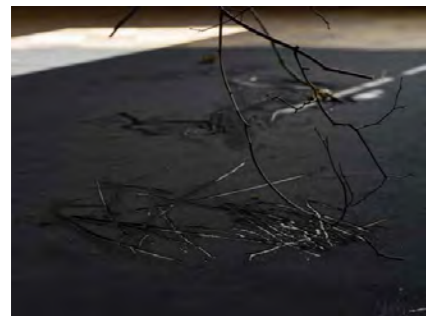
白老文化観光推進実行委員会

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト
主な分野: 共生社会・多文化共生
開催都道府県: 北海道、オンライン
開催会場: 白老町内8カ所
開催期間: 令和3年10月15日～11月7日・12日、12月27日、令和4年3月4日



相川みつぐ《盗まれた文字》



磯崎道佳《森の入口、森の出口、あるいはどちらでもない》



大西洋《炭となる葉》つながりと距離 その2》



吉田みなみ《樽前のひと・Mt.Tarumae of People》

【概要】
 北海道・白老町は、令和2年に国立アイヌ民族博物館・民族共生象徴空間「ウポポイ」が開館し、地域のリゾート開発やインフラの整備等が進み、外国人観光客が着実に増えたことで、中心市街地に若い世代が営むゲストハウスやカフェがオープンする等の賑わいが生まれ、周辺地域や北海道内にもインパクトを与える等、注目のエリアとなった。そのような中、「多文化共生・多様性」を柱にしたテーマで、実施地域の有形無形文化資源を多様な関係人口（アーティストや専門家、地域外クリエイター等）と住民とで協働する新しい芸術祭「白老文化芸術共創 —ROOTS & ARTS SHIRAOI—」が開催された。

白老に根付く文化や伝承・人の営み（=ROOTS）を住民と多様な来訪者のコミュニケーションを通した再発見・再編集・再構築により表現（=ARTS）することを目的に開催されたこの芸術祭は、共創により生まれる地域独自のコンテンツの発信をしながら、町の魅力向上を目指した取り組みとして注目された。

緊急事態宣言の影響で会期が1カ月延期し、それに伴って、連携していた事業がキャンセルとなり、パンフレットの作り直しが発生する等の困難な局面もあったが、約1カ月の会期中に多彩なプログラムが実施された。

アーティストが住民との出会いや聞き取りを通して行う継続的なリサーチ、白老町内の利用されていない公共空間、空き店舗、スペース等を活用した作業場の公開、空間展示等を行うアーティスト・イン・レジデンス、作品展示、ワークショップ。複数人のアーティストが白老の土地・地域に残された神話や伝承、歴史等に焦点を当て、テーマに即した場所での調査・研究、展示をする事業「シルキオプロジェクト」、3日間限定のライブ配信「ラジオウタリ」、音声コンテンツとして地域の人物や資源にスポットを当て、定期的に更新・発信していく「レディオしらおい」等が実施された。「ラジオウタリ」は海外から多くの視聴があり、「レディオしらおい」は会期後も多くのリスナーから期待されるコンテンツとなった。

【日本博として実施したことによる効果】

新しくスタートした芸術祭ということで、人材の育成、今後の取り組みにつながる基盤づくりが重視された。事業に先立って、先進地において行われている地域資源活用に関するフォーラムや勉強会が積極的に開催され、町民や文化芸術、観光産業の振興に興味関心のある人たちに集まってもらうことに成功した。また、白老アイヌ協会、国立アイヌ民族博物館ウポポイ、白老観光協会等の文化と観光を推進している既存の各団体と連携し、相互の優位性を発揮するための包括連携推進についての協議等も始まった。特に、今まで接点の少なかったウポポイと人的交流が生まれ、ウポポイの保有する文化的・学術的・教育的な機能と観光インバウンドへの高い発信力とを連携させることで、同地域で「共生」を掲げる文化的な拠点が面となって生まれつつある。

白老町近隣のエリアでは、他にも文化的拠点として、「飛生芸術祭」「ウイマム文化芸術プロジェクト」という2つのアートプロジェクトが数年前から活動している。小規模な民間主体による活動にもかかわらず、地域住民をはじめ地元企業、商工会を中心に反響が大きく、協力者・理解者が確実に増え続けていた。今回の芸術祭は、こうした既存のプロジェクトとも連携し、継続的な文化発信と観光インバウンド振興、その後の町の活性化につながる大きな期待を感じさせる。

同じ地域の芸術活動や文化施設との連携がトリガーとなることで、点から面へと展開し、当初の目的である新しい「関係人口」の拡大とコミュニティ創出が期待される萌芽的な事業となった。

事例2 三陸国際芸術祭 縦

三陸国際芸術祭推進委員会

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト
主な分野: 被災地復興
開催都道府県: 青森県、岩手県
開催会場: 三陸沿岸地域
開催期間: 令和3年6月29日～7月11日、8月8日・9日・15日、9月20日～22日、11月7日・28日、令和4年1月15日～3月31日



土地を彩る～シリーズ三陸の芸能～ Photo: Masaru Tatsuiki



鉄路を彩る～井上信太と三鉄ラッピング大作戦!!～マグネットで飾っちゃおう! Photo: Yuki Iida



鉄路を彩る～三人の三陸～

【概要】
 「三陸国際芸術祭 縦」は、青森県八戸市から岩手県陸前高田市に至る太平洋に面した三陸沿岸を舞台に、芸能の宝庫である三陸の魅力を国内外に伝えながら、アジアを中心とした世界の芸能や現代アーティストとの交流により、東日本大震災からの「創造的復興」の実現を目指す芸術祭。平成26年に三陸沿岸地域を訪れたアーティストと郷土芸能との出会いからスタートした。

東北地方は数多くの芸能が伝承されている。被災地の青森・岩手・宮城・福島のみならず、3,000を超える芸能団体が存在するといわれ、国内の他の地域に比べても民俗芸能が豊富な地域である。生活に根付いた、ニッチでしかも多様な文化生態を、国際的な訴求力を持つポテンシャルの高い文化コンテンツと捉え、リブランディングしていくことが初年度からのテーマであった。地域コミュニティを形成する役割の一端を担う数多くの郷土芸能の継承と発展、郷土芸能を主軸とした文化芸術活動・産業を三陸広域で推進することが主要なミッションとなっている。

令和3年度は、太平洋に面する全長600kmを舞台に15市町村と連携して、エリアごとにモデル的な事業を行った。コロナ禍の影響により、半分近いイベントが中止となる中、延べ47組の芸能団体を紹介した。また、復興の象徴でもある三陸鉄道を舞台としたアートプロジェクト等を開催した。

準備段階からインタビュー等を多く収録し、オンラインの動画コンテンツとしてパッケージ化し、ウェブサイトでも事業のアーカイブや動画にアクセスできる回路を設けることにより、海外からの訪日客が限定される状況にあっても被災地の文化を発信することができた。会期後もこれらのコンテンツをオンライン上で見られるように整備することで、アフターコロナに三陸に足を運ぶ仕掛けとして活用しやすいようにした。

【日本博として実施したことによる効果】

「三陸国際芸術祭 縦」は、1カ所の拠点ではなく、複数の行政エリアが広域に連携しながら事業を実施している。これによって文化的な予算の再配分を可能にした。人口数千人規模の市町村では文化的事業の予算獲得は難しく、人口減少の進む地域は構造的に文化から置き去りになりやすい。普段は行政区域を越えた連携が難しいが、日本博は民間団体も実施主体となることのできるため、今回のように市町村の垣根を超えて文化事業を行うことで、文化が行き届きにくい地域にも予算の配分ができる仕組みにつながった。

連携は、芸能と現代美術・写真といった異なる芸術分野間でも行われた。身の回りで当たり前であった東北地方の祭礼や芸能と、新たにやってきた写真家らとの交流によって、文化のブランディング、活力を呼び戻す契機となった。発信や集客活動にも誇りをもって取り組めたという。

連携やパートナーシップによる効果は、観光や外への発信に対する主体にも表れた。実行委員会の置かれた県内で民俗芸能等の所管課は文化財課だが、従来は文化財課のミッションに文化の活用方法は入っていない。三陸の芸能を新しい地域資源、新しい観光につなげ、複合的な政策目標を組み立てる道筋はつくりにくい状況にあった。一方、日本博には観光的なミッションが明確にあり、その視点で事業を組むことで、三陸の芸能に新しい価値をもたらすために活動すべきという意識が醸成できたことも日本博の大きなレガシーとなった。三陸の芸能も日本の代表的な文化コンテンツであり、生活に根付いた多様な文化生態が存在していると発信することは、国際的に向けた新しい日本の発見に寄与する。三陸の芸能を日本の文化としてどう発信するか、三陸地域を世界にどう訴求していくのかの視点がクリアになり、その成果として、今回のメイン事業「シリーズ三陸の芸能」のような形で結実したという。

事例3 ユネスコ無形文化遺産 特別展「体感!日本の伝統芸能—歌舞伎・文楽・能楽・雅楽・組踊の世界」

独立行政法人日本芸術文化振興会

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト

主な分野: 舞台芸術

開催都道府県: 東京都

開催会場: 東京国立博物館 表慶館

開催期間: 令和4年1月7日～3月13日



【概要】

ユネスコ無形文化遺産に登録された日本の伝統芸能—歌舞伎、文楽、能楽、雅楽、組踊—が一堂に集められ、明治末期の洋風建築として重要文化財に指定されている東京国立博物館 表慶館という空間で、それぞれの芸能が持つ固有の美とそれを支える「わざ」を紹介。伝統芸能の愛好家だけでなく、若年層や訪日外国人等の幅広い層をターゲットとし、日本の伝統芸能を紹介する展覧会事業として計画された。

劇場の雰囲気を感じることが主眼となっており、来館者は会場内に設置された実寸大に近い再現舞台に上がることができる他、実際の公演で用いられる装束(衣裳)、楽器、小道具等を間近で鑑賞できる内容となっていた。伝統芸能の特色ある世界を、臨場感をもって体験することにつながった。

視覚・聴覚の両方から楽しめる空間を目指し、会場内では公演の映像や音声の上映等が実施された。令和2年3月の前回展ではハンズオン展示や、実演家や技術者による展示室内でのデモンストレーション、ワークショップ等も計画されていたが、令和4年1月の今回展では新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止された。また前回、インタラクティブ展示(デジタル限取体験)等の仕組みを開発したが、カメラによる顔認証が必要なシステムで、運用にあたり来館者がマスクを外す必要があったため、残念ながら今回展での実施は見送りとした。

一方、オンラインでの情報発信を強化。今回展に併せて各芸能を支える「わざ」に焦点を当て、歌舞伎衣裳、能面師等、伝統芸能に従事する技術者の技を紹介する映像コンテンツを制作・配信するとともに、VR技術を活用し展示会場を360度カメラで撮影したバーチャルミュージアムをインターネット配信し、日本の伝統芸能の魅力の世界に発信した。

【日本博として実施したことによる効果】

日本を代表するコンテンツとして、日本博のウェブサイトやSNSを通じた積極的な広報が行われ、集客の追い風となった。デジタルギャラリーやバーチャル日本博といったプラットフォームが整備されたことを契機に、VRや解説映像の制作も行われた。歌舞伎、文楽、能楽、雅楽、組踊の様々な装束(衣裳)、楽器、小道具等の意匠(デザイン)から、数百年にわたり守り伝えられてきた歴史や多様性の中で育まれた日本人の美意識、特に四季や花鳥風月といった自然観を深く味わってもらったことで、日本の伝統文化の奥深さを感じさせる展覧会となった。

また、大阪の文楽や沖縄の組踊、ユネスコ無形文化遺産に登録された日本各地の民俗芸能の紹介等、地域に根差した芸能についても詳しく紹介したことで、日本の芸能の多様性と地域の魅力の再発見の促進につながった。

さらに、日本博における他機関との連携等を通して、改めて振興会の役割の重要性を認識するとともに、文化観光拠点として各劇場のブランディングの必要性について再認識させる事業にもなった。

体感型展示で培った日本の多様で豊かな伝統芸能の価値を発信するノウハウは、観光資源としての伝統芸能の付加価値を高めたといえる。今後の国立劇場が求められる観光振興や国際交流における「文化観光拠点」としての機能の強化に資するレガシーとして継承され、国立劇場再整備も視野に入れた今後の事業実施への活用が期待される。

事例4 令和3年度文産官プラットフォームによるファッション文化創造プロジェクト(連携:経済産業省)

一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト

主な分野: デザイン・ファッション

開催都道府県: 東京都、オンライン

開催会場: 渋谷PARCO、SHIBUYA TSUTAYA、渋谷ヒカリエ、東郷記念館

開催期間: 令和3年8月30日～9月4日、令和4年3月

【概要】

「文産官プラットフォームによるファッション文化創造プロジェクト」は経済産業省のファッション政策「若手デザイナー支援コンソーシアム」と連携し、その豊富なデザイナーやファッション業界団体等とのネットワークを最大限活用して、文化的視点を活かした「文化資源としてのファッション」のアーカイブ化や情報発信等を通じた理解増進等を目的としている。

国立新美術館で開催された展覧会「ファッション イン ジャパン 1945-2020—流行と社会」では、装いの文化の豊かな表現を生み出すきっかけとなった明治期以降の社会状況や流行といった現象を発端に、戦後から現在に至るまでの日本のファッションが包括的に紹介され、日本博として、この展覧会と連動したイベントとして、ファッションショー3本とファッションカルチャー展、ファッショントークセッションを実施した。

ショーは国内外に多くのファン、観客を持ち、日本を長く代表するファッションブランド blackmeans と yoshiokubo のランウェイショーを開催。Rakuten Fashion Week TOKYO 公式ウェブサイト、公式SNS、公式アプリ、ファッションメディア等のウェブサイトやチャンネルにて多角的にライブ配信も行った。

また、将来の日本ファッション産業を牽引するであろう有望な若手ファッションデザイナー 岡崎龍之祐によるファッションショーも開催。「人間と自然の境界線に衣服がある」と捉え、日本ファッション界の未来を表現した。

90年代の渋谷カルチャーを振り返る「渋谷ファッションカルチャー展」をSHIBUYA TSUTAYA と渋谷PARCO において開催。SHIBUYA TSUTAYA では、時代を越えて新しいガッリー・ムーヴメントを提案する「Bubble Dreams」にフォーカス。バブル後の1990年代の日本では、渋谷や原宿から独自のカルチャーが次々と誕生し、世界に向けて発信しはじめていたが、中でもガッリー・ムーヴメントは、女の子が自分らしさを楽しむためのニュースタンドとして、閃光の如く90年代のユースカルチャーを駆け巡り、今なおファッションシーンに息づいている。夢と希望に満ち溢れたガッリー・ムーヴメントを、新進気鋭のクリエイター 酒井いぶきが、90年代当時から今なお愛されつづけているブランドとタグを組み、独自の視点で再構築。Z世代の若者にとっては新たな刺激となり、30歳以上の年代にとってはどこか懐かしさを覚えさせる企画となった。

ファッショントークセッションは、「ファッション イン ジャパン 1945-2020—流行と社会」展を解説するような形式で、「ライフスタイルの提案 雑誌『POPEYE』とビームス」等、日本のメンズファッションに焦点を当てた企画とした。登壇者にはファッションディレクターの他、ファッション誌編集者や大学の研究者等、文化的・学術的なアプローチによりファッション文化の可能性を論じた。

【日本博として実施したことによる効果】

ファッションはベースとして「産業」の一形態であるが、日本博という「文化」の枠組みで事業を実施することによって、文化資源としてのファッション文化の価値を広める取り組みとして認知された意義は大きい。

日本のファッションはアジアの中心であり、多くの外国人バイヤーから注目されている。文化によるファッションのリブランディングを通して、ファッション産業振興と次の時代を担うデザイナー人材の育成が図れた。特に多様な手法・アプローチによる発信やアーカイブ化に注力できたことにより、世界が注目する「東京」のファッションやライフスタイル形成の歴史をブランディングし、日本への憧れ、将来的なインバウンド機運の醸成への布石も打てたといえる。

すでにつくり上げてきた経済産業省との連携による強固なプラットフォームに加えて、文化庁等各省庁施策との有機的な連携、官民連携による新たなプラットフォームが生まれたこともレガシーといえるであろう。



© Japan Fashion Week Organization

事例5 「日本博 × CLUB RED」

株式会社エヌケーピー

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト

主な分野: 食文化・自然

開催都道府県: 富山県、石川県

開催会場: 兼六園 見城亭

開催期間: 令和3年7月5日、8月2日、9月29日、10月18日、11月15日、12月8日、令和4年1月21日・22日



「日本博 × CLUB RED 日本を旅するダイニング in 北陸」



北陸の新しい郷土料理コースメニュー



兼六園 見城亭
©アートマークプロジェクト

【概要】

地域の食文化を具現化している郷土料理の魅力が、次世代に継承され、海外にも再発見され得る文化と認知されるため、工芸品や歴史的建造物等と同じ空間で「美」として再構築し提供するプロジェクト。料理人のコンペティションで勝ち抜いた次世代を代表する料理人の集団「CLUB RED」のメンバーが、地域の気候、風土、食材、生活文化を含む郷土料理の諸相を学び、さらに陶芸や漆器の器といった地域の工芸の担い手や、各地の食材生産者らを訪問し、出会いを通して搜索した新たなコース料理をダイニングイベントとして発表する。

令和3年度の「日本を旅するダイニング in 北陸」では、日本料理2名、フランス料理1名、イタリア料理1名のシェフたちが北陸の食文化、輪島塗や九谷焼、日本酒、和菓子等、6回分の勉強会 (Labo) に参加。最終ゴールとして開催したダイニングイベントは、金沢兼六園内に隈研吾によって設計された茶屋空間にてコースとドリンクのペアリングメニューが供された。Laboにて訪問した生産者の食材や北陸の伝統工芸である器等が実際に使用され、イベント前には、これら伝統工芸に関する文化体験 (トークセッションと展示) も実施した。伝統的な技の継承と革新的創作との融合を試行し、郷土料理の魅力が存分に引き出された事業といえる。

地域の食文化を具現化する郷土料理は、それを食する日常の場面が少なくなった昨今、地域で生まれ育った若い世代にとって馴染みがなく、魅力を伝えるに課題があった。本プロジェクトではLaboで「郷土料理」を取り上げ、若い料理人が郷土料理の歴史や背景の知識を学び、地元の生産者や職人とのネットワーク等のソーシャルキャピタルをつなぐための「リサーチ・プロセス」を設けた。食にリサーチを加えることで、「昔からあるもの」と距離を置いている次世代に自分事化させ、理解の促進を図った。

令和2年度は「日本を旅するダイニング in 東北」のタイトルのもと対象エリアを東北地方として予定していたが、参加料理人は東京、京都で活動していたため、コロナ禍の影響によりLaboがオンライン開催に変更されたり、開催回数が少なくなる等した。

令和3年度はその経験を踏まえて料理人の移動距離を短くするべく、北陸エリアで店舗を持つ人を対象にしたことで、リアルでのLaboの開催を6回に増やすことができた。

【日本博として実施したことによる効果】

今年度は、工房や酒蔵、生産者の畑や塩田等に直接赴いて、職人の技を見学したり議論したり、様々な土地の恵みに直接触れ、より伝統と革新の精度が高められた。

海の幸、山の幸に恵まれ、酒や醤油・塩といった調味料や昆布、幅広い発酵食等も根付く北陸。江戸時代から明治時代に多くの土地に寄港する北前船がもたらした食材からも影響を受け、独特の食文化を育んだ背景にも着目。奥能登に伝わる風習で、田の神様に1年の感謝と豊作の願いを込めた宴「あえのこと」をヒントに、ダイニングイベントを演出する等きめ細かい工夫がみられた。

また、日本博に採択されたことで事業の信頼性が増し、今年度は5つの行政機関 (石川県、富山県、金沢市、魚津市、七尾市) からの後援を受けた。所管が従来の観光振興課だけでなく、伝統工芸を扱う部署等にも広がった。

「伝統工芸と食 (郷土料理)」の魅力を発信するコンテンツのオンライン配信は海外からのPV数も高く、反響も大きかった。インバウンド再開後は、このノウハウが地域送客へつながら文化体験プログラムとして大いに役立てられることが期待される。

事例6 北陸工芸の祭典「GO FOR KOGEI 2021」

認定NPO法人趣都金澤

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト

主な分野: 美術・文化財

開催都道府県: 富山県、石川県、福井県

開催会場: 勝興寺、那谷寺、大滝神社・岡太神社、SKLo、Noetica他

開催期間: 令和3年9月10日～10月24日

【概要】

立山連峰、白山、日本海の豊かな自然や歴史に育まれてきた北陸は、ガラス、金工、陶芸、漆芸、染色、和紙、刃物、木工等、多種多様な工芸の産地がごく近い距離に集結している。「GO FOR KOGEI」は、「工芸の時代、新しい日常」をテーマに、富山、石川、福井の北陸3県を舞台に展開される新しい形の芸術祭として3年前から始まった。北陸の工芸産地をリアルとオンラインで巡るプログラムも加わった形で開催される。工芸、現代アート、アール・ブリュット、デザインの領域を横断する次世代の「アート」の姿を提案・発信し、さらに工芸の拠点として長い伝統を持つ北陸3県の広域ネットワーク、北陸に広域的な「アート」エリアを創出することを目的としている。

北陸3県にはもともと各産地の特徴を活かした工芸祭がいくつも存在している。例えば、石川県の「金沢21世紀工芸祭」「KUTANism」、福井県の「千年未来工芸祭」「RENEW」、富山県の「高岡クラフト市場街」「ガラスフェスタ」等。「高岡クラフト市場街」は10年目を迎え、「金沢21世紀工芸祭」は7年目といずれも長く継続。「RENEW」は福井県鯖江市越前町で行われている工房開放型のイベントとして、コロナ禍でも3日間約3万人が来場するほど人気が高い。こうした各所で個別に開催されていた工芸祭をひとつにつなげることで、現代工芸として発展する可能性があるのではとの観点から始まった企画が「GO FOR KOGEI」であった。

令和3年度の「GO FOR KOGEI 2021」では2つの特別展を開催した。ひとつは「工芸的な美しさの行方 工芸、現代アート、アール・ブリュット」展。大型のインスタレーション作品を文化財指定された北陸を代表する社寺仏閣の建築空間に展示し、現代アート化した工芸を印象づけた。もうひとつの特別展「工芸×Design 13人のディレクターが描く工芸のある暮らしの姿」は、13人のディレクターと13組の工芸作家や職人、生産者がチームを組んで、新たなプロダクトや活用例を生み出していくプロジェクト型展覧会。

関連企画として、オンライン上で工房を巡る企画と、実際に7つの工芸祭を巡る旅の提案 (スタンプラリー、共通パスポート等) を行った。オンラインで実施したオープンファクトリーは、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、YouTuberがナビゲーターを務めて一緒に工房をオンラインで訪ねる企画になった。

【日本博として実施したことによる効果】

各地の工芸祭をネットワーク化するプロジェクトが3年間にわたって実施され、オープンファクトリーの先行事例のノウハウの共有や実施フォーマットの統一等、多岐にわたる調整を進めながら、1年目は研究会、勉強会を開催。継続的な勉強会をきっかけにして連携やお互いの理解を進めた。工芸祭同士の横のつながりをつくることで、工房や工芸祭としての運営も互いに参考にしながら進めた。このような北陸3県の工芸祭のつながりが生まれたことが最大の効果と考えられる。

文化事業や観光誘致は県境ごとの行政区域で進められることが多いが、一方、訪れる側にとっては行政区域の境の意識は希薄である。北陸一帯に工芸のキーワードでつながる要素が豊富にあることをアピールするほうが外からの移動を促す動機づけになる。そこで、今回のように民間組織やNPO法人が窓口となり、各地の工芸祭のメンバーに参加してもらうことでつながりを構築し、関係人口を広げた。各地の工芸祭のほとんどは自治体主催、または自治体の資金が主たる財源になっていて、民間のメンバーが主体的に動いているのが実情といえる。コンテンツの重要性を認識したうえで資金を配分し、来場者から見たクオリティへの配慮が行き届く「民間の知恵」が、本事業の運営にも活かされたといっても過言ではない。

北陸を代表する文化資源である「工芸」をキーワードに、様々なジャンルや行政区域を超えた連携を行うことで、広域の「アート」エリアを創出し、まさに文化と観光をつなげ、北陸の新たな魅力を提示することに成功した好事例となった。



四代 田辺竹雲斎 (WORMHOLE) 2021年



牟田陽日 (渾々と) 2021年



桑田卓郎 (Untitled) 2021年

事例7 日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバル

日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバルに向けた全国会議

事業実施データ

プロジェクトタイプ: 主催・共催型プロジェクト

主な分野: 共生社会・多文化共生

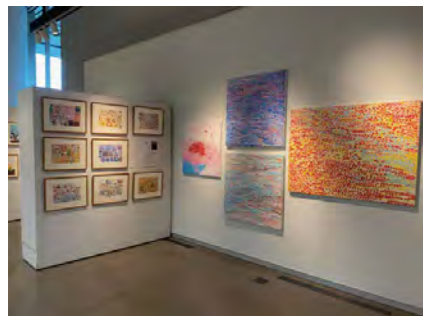
開催都道府県: 全国

開催会場: いわて県民情報交流センター アイーナ、盛岡市肴町アーケード、あしがくぼ音楽校、秩父宮記念市民会館、防災新館やまなしプラザ、日野春学舎(旧日野春小学校)、ポーダレス・アートミュージアムNO-MA、旧増田邸、まちや倶楽部、滋賀県立芸術劇場びわ湖ホール、近江八幡市文化会館、ヴィアアンジェリカ近江八幡

開催期間: 令和3年10月16日～24日、30日～11月7日、12月21日～26日、令和4年2月11日～3月21日



関東・甲信ブロック舞台公演「ハンドルス」



東北ブロック展覧会「アール・ブリュットー日本人と自然ー」



東北ブロック舞台公演 日本舞踊「松の緑」出演：花柳光明子

【概要】

「日本人と自然」を障害者の視点を通じて国内外に発信する文化芸術フェスティバルが、全国7カ所で開催・舞台芸術公演等の様々な形で展開された。障害当事者団体や福祉の職能団体等からなる全国50万人と地方自治体等と連携を図りつつ、独自の文化を持つ地方から、その作品や成果を魅力とともに国内外に発信した。コロナ禍においても障害者らが安心して文化芸術を享受できるよう、映像による発信やウェブサイト上で造形美術を楽しめる発信も行った。

令和2年2月のグランドオープニングをはじめとして、令和2年度は中国・四国、九州、北海道、東海・北陸の各ブロック、令和3年度は東北、関東・甲信ブロックを経て、近畿ブロックにてグランドフィナーレを迎える連続3年間の事業となった。障害者の文化芸術活動は多岐の分野にわたっており、絵画、彫刻、身体表現、パフォーマンス等、広がりを見せている。これを踏まえて、日本博のフェスティバルでは障害のある人が活躍することをコンセプトに掲げ、障害者の優れた作品の展示、舞台芸術公演、誰でも楽しめるバリアフリー映画、演劇等を、ブロックごとに同時開催することにより、鑑賞の機会を提供した。東北ブロックでは、農福食の連携により、障害のある人が関わった農産物を活用したレシピの公開、障害のあるアーティストによる東日本大震災の被災地の現状紹介、盛岡市内の商店街のパネル展示等を行い、盛況のうちに終了。関東・甲信ブロックは2拠点を中心に展覧会と舞台芸術公演を展開した。秩父では郷土料理をベースとしたレシピの考察、バリアフリー映画の上映とトークショーも実施。関東甲信は障害者団体の本部を構えている地域が多いため、協力関係にある障害者団体ごとにファッションショーや作品展示等を展開した。グランドフィナーレにおいては、展覧会と舞台芸術公演、バリアフリー映画の上映、農×福×食の取り組みとして、各ブロックの食材を使った総菜パンを考案し、イベントを行った。

【日本博として実施したことによる効果】

昨今の障害者の文化芸術を推進する基本計画や法律の整備に伴い、障害者の文化芸術活動を推進する事業のスキームができるようになってきていたが、単体の細かい事業で構成される傾向があった。一方、今回の日本博によって、東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の開催年と前後1年ずつ、合計3年間の事業計画が立てられるようになった。複数年にわたって開催できる意義は大きく、全国各地の障害者の小さな取り組みを紹介し、それを横展開していくことによって相乗作用が生まれ、成果の規模としても鑑賞機会としても加速、倍加する可能性があることが実証できた。

企画段階から地元の社会福祉法人が先陣を切って汗をかきながら実施していったが、日本博の旗印があったために地域の行政や自治体の参画が得やすい状況をつくれたうえ、福祉団体の連携も組みやすく、全体として大きな絵が描ける横展開が可能となったという。

障害者やその家族が、本フェスティバルを通じて自身に近い分野の障害だけではなく、異なる障害特性の人たちによる文化芸術に接し、大きな感銘を受けたという意見もあった。障害特性が異なれば必要となる配慮も変わる。例えば知的障害が中心の団体が、車椅子ユーザーや目の不自由な人、耳の聞こえない人に対する配慮を知る契機となった。それら異なる障害特性に根差した文化芸術や、障害特性ごとに必要な配慮についての知見を蓄積できたことがレガシーのひとつ。

障害者団体によって重視する政策課題の違い等もあり、団体間の連携を図る際に様々な工夫が必要な場面もある中で、日本博の開催経験を通して文化芸術がもつ力を深く掘り下げることによって、障害者に限らない大きなプラットフォームが生まれた。こうして構築された基盤がこれからの共生社会を進化させていくうえで大きな力になっていくことが期待される。

事例8 “Edible Art”～田んぼアート米を活用した6次化製品開発と田んぼをキャンバスに描かれる壮大なアートの魅力国内外発信プロジェクト～

田んぼアート米づくり体験事業推進協議会

事業実施データ

プロジェクトタイプ: イノベーション型プロジェクト

主な分野: 食文化・自然

開催都道府県: 埼玉県

開催会場: 古代蓮の里

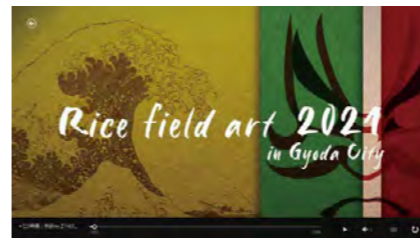
開催期間: 令和3年4月1日～令和4年2月28日



浮世絵と歌舞伎を取り入れた田んぼアート



「彩のかがやき」のライスヌードルを用いたカレーうどん



田んぼアートのメイキングムービー

【概要】

埼玉県北部に位置する行田市は、県内有数の米の生産地である。「彩(さい)のかがやき」をはじめとする行田のおいしいお米のPRや、農業体験を通じた市民の交流等を目的に、水田に複数の色の違う稲を植えて絵を描き出す「田んぼアート」を実施してきた。

日本国内100カ所以上、中国やアジア地域でも広く行われている「田んぼアート」の中でも世界最大としてギネスに認定された行田市の田んぼアート。ギネス世界記録™に認定されたことで、田んぼアートを上から見られる「古代蓮の里」の展望室は、年間10万人が訪れる観光スポットとなった。趣向を凝らしたデザインも年々評判となり、国内外の反響も増えてきているという。

田んぼアートの絵柄は毎年変化してきたが、令和3年度は日本博の事業趣旨でもある日本の芸術文化を世界に発信する点を踏まえて、世界に行田の米、田んぼアートを知ってもらうために、浮世絵と歌舞伎という日本の芸術文化を象徴するモチーフをデザインに取り入れた。

行田市の田んぼアートは、田植えの時期に毎年2日間で延べ1,000人規模、子どもから高齢者まで幅広い層の参加があるが、今年は新型コロナウイルスの感染状況が考慮された結果、人数を大幅に絞った中での実施となった。コロナ禍でも楽しんでもらえるように、田んぼアートの鑑賞に適した7～8月頃(最もデザインの絵が意図した発色をする)に、田んぼアートを見に展望室に上がる過程を体験できるVR技術を活用したデジタルコンテンツを制作する等の工夫をした。

また、その魅力のひとつである、田植えから稲刈りまで変化していく田んぼアートの姿を収めたデジタルコンテンツも作成し、日本語と英語の2言語で発信。田んぼアートの魅力を多くの人に伝えるこの2つのデジタルコンテンツが、アフターコロナの将来的なインバウンド機運にもつながる付帯事業となったといえる。

さらに、田んぼアートでつくられた米を加工し、備蓄食の開発も行った。他地域での類似の田んぼアートの事業でも、作品の素材となった米を米粉ケーキに加工する等の取り組みがあるが、行田市の場合は令和元年の台風で大きな水害が発生した背景から、防災に対する機運が高まっていた。市では、アルファ米やビスケット、羊羹等を備蓄しているが、様々な市民が避難する中で食事も様々なニーズに対応する必要があると改めて感じていた。そこで、市の特産である米を活用し、平常時でも食べたいと思えるクオリティを目指し、ライスヌードルの防災備蓄食を開発した。

【日本博として実施したことによる効果】

日本を象徴する「稲作文化」という視点で発信した結果、海外からの取材が多かったという。特に中国やアジア圏に注目された。今までほとんどアプローチがなかった地域の媒体から注目されたことは、日本博の効果・影響と考えられる。

「田んぼアート米づくり体験事業推進協議会」の事務局は、行田市農政課が担当し、日本博への応募も行われた。行田市は市町村では珍しく、市立の郷土博物館や文化財保護課、発掘調査をする部署等がある特色ある市町村。農政課がハブとなり、文化施設や文化財の部署とお互いに情報交換をして連携をとりながら準備を進めた。郷土博物館から、昔、田植えで使った農具等を借りて展示するといった連携関係も構築できた。

今後も農政課が中心となってさらに検討を重ね、コラボレーション展示や、点在している施設を鑑賞者に効果的に回遊できる仕組みを立案していくという。行田市の観光協会と連携した、田んぼアートを起点に渋沢栄一ゆかりのスポットや市内県内をまわる観光ツアー等のアイデアも生まれている。

事例9 ないじえる芸術共創ラボ 古N典ポラリーアート！ IN NIPPON PART II

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

事業実施データ

プロジェクトタイプ：イノベーション型プロジェクト
主な分野：美術・文化財
開催都道府県：東京都
開催会場：コトブキヤホール、国文学研究資料館
開催期間：令和3年4月1日～令和4年2月28日



「鉢中の天 一五十三次とジオラマの景」の様子

【概要】

「ないじえる芸術共創ラボ」は平成29年に文化庁の委託を受けて始まったプロジェクト。歴史的な文化資源である日本の古典籍を、国文学の研究者だけでなく、例えば、小説家、画家、アニメーション作家、劇作家、翻訳家等、より多くのフィールドの人々に自由な発想で利活用してもらい、新たな文化芸術作品の創出を目的とした活動である。国文学研究資料館の教員や研究者が、世界中で活躍する上記のクリエイターとともに古典籍をひもとき、その魅力を作品にして展示したり、トークイベント等で発信したりすることで、日本人にとっての様々な営為をつなげてきてくれた文化資源である古典籍の文化としての重要性を再発見し、さらに、古典籍の学術的資源としての価値のみならず、文化芸術的創造の資源となり得るという可能性を広く発信することを目指す。

3年前から日本博事業となり、令和3年度はメイン事業として、特別展示「ないじえる芸術共創ラボ展「時の束を披(ひらく) —古典籍からうまれるアートと翻訳—」を実施。国文学研究資料館に所蔵される古典籍の資料を、クリエイターたちが研究者とともに直接見て触れて、双方の気づきを交わしながら探求し、古典籍を発想の源として創出した作品群である。関連事業として、特別展示に参加したクリエイターの世界観と古典籍をイメージした映像作品の制作や、対談のライブ配信等も行われた。

通年で活動するないじえる芸術共創ラボは3つの柱から構成されている。様々な分野で活躍するアーティストを招聘し、古典籍に触れることで得た感性と知識を創作活動に活かしてもらおうアーティスト・イン・レジデンス(AIR)、日本語を母国語としない翻訳家を招聘し、まだ広く知られていない古典文学作品を多言語に翻訳し、世界に発信するトランスレーター・イン・レジデンス(TIR)、そして、AIRとTIRと研究者との共創の場をサポートする古典インタプリタの3つで、それらの活動から生まれた新たな文化芸術的価値をもつ作品世界が実現した。例えば、歌川広重の「東海道五十三次」の風景をもとに作成した鉢山(盆に石や土を盛り、植物等も使って立体化した盆栽)を絵画化した《東海道五十三次 鉢山図絵》をベースに、今年度は改めて立体のジオラマを制作する等して、古典籍への関心を喚起するための工夫を施した。

TIRの翻訳家については、昨年度はアイルランド人翻訳者が和歌を英語化し、日本を日本たるものに定義づける日本語とその記録を綴った古典籍を、様々な切り口から再考察した。オリンピックイヤーの今年度は中国人翻訳者がメンバーになり、中国を含めた海外へ積極的な発信を図った。

【日本博として実施したことによる効果】

特別展示「ないじえる芸術共創ラボ展「時の束を披(ひらく) —古典籍からうまれるアートと翻訳—」は、学術的資源の古典籍が新たな文化芸術的価値の創造の源泉となることを示す80点超の出品展示で構成され、ないじえる芸術共創ラボ開始以来の活動の集大成となった。

展示の反響は、国文学研究資料館が立地するエリアの教育委員会に波及、特別展終了後、立川市の金融機関の本店オープンスペースで、《東海道五十三次 鉢山図絵》をジオラマ化した作品展示が実現した。展示内容、作品の魅力もさることながら、「日本博」というブランドを冠することで、地元の理解と連携が得やすくなったと考えられる。また、日本文化の魅力や古典籍の新たな利活用のあり方を国際的に展示・発信する活動を通して、日本文化を深く知ってもらいたいという意識が醸成された。

事例10 東京藝大「I LOVE YOU」プロジェクト2021

東京藝術大学

事業実施データ

プロジェクトタイプ：イノベーション型プロジェクト
主な分野：共生社会・多文化共生
開催都道府県：東京都他
開催会場：東京藝術大学上野キャンパス他
開催期間：令和3年4月1日～令和4年2月28日



「SDGs × ARTs 展」展示風景

【概要】

東京藝大「I LOVE YOU」プロジェクトは、芸術が持つ可能性を社会に向けて伝え、実践によって示すための全学的な取り組みとして、3年間継続して実施されているプロジェクト。「社会課題の解決に寄与し、状況を展開できるARTsの姿を社会へ発信していくこと」等のコンセプトに沿った企画を、学内(学生・卒業生・修了生等)の若手芸術家らから幅広く公募し、学内教員や学外の専門家で審査。採択されたプロジェクトに対して、実施費用の支給を行ってきた。毎年、作品の制作や発表、演奏活動の他、行政と協働するアートプロジェクトやリサーチプロジェクト等、幅広い活動が選定されている。

令和3年度は公募テーマとして「SDGs」が掲げられ、SDGsが示す17の目標と169のターゲットに貢献する企画58件が採択された。そのうち22件のプロジェクトで制作された作品や活動を紹介するパネル等を学内美術館にて発表した展覧会「SDGs × ARTs 展 十七の目的(ま)の素(もと)には芸術がある」が、今回の日本博イノベーション型プロジェクトとして実施された主要な企画である。会期中には、「アートを通してSDGsを考える」ウェビナーや、アーティストとSDGs専門家によるシンポジウム等も同時開催された。同展は3Dデータ化され、VR空間で公開された他、学内公募で採択された企画のアーカイブ化も実施された。

日本博として社会的な視点を持ったアート作品やアートプロジェクトを発信するだけでなく、作品制作費やプロジェクトの運営資金を助成することにより、1年間を通じて、学生・卒業生等の若手アーティストが芸術によってSDGsの達成に貢献する、分野を横断した多種多様な企画群を展開した。

【日本博として実施したことによる効果】

日本博は、独自性や優位性が認められた、新規性・創造性が高いプロジェクトであることや、インバウンド需要回復に資する取り組みが求められていたため、こうした日本博の趣旨・観点を事業の全体構造や個別の活動に取り入れ、設計・構想していく中で、分野を問わず「アートによってSDGsへ貢献する」というテーマでまとめ、実践・発信することにしたという。SDGsはそもそも国際標準の枠組みであるため、SDGsにひもつけて日本の芸術文化を説明することで、海外にも理解してもらいやすくなる効果が生まれることにもなった。日本の芸術文化を知らなくてもSDGsは認知しているパターンも多いため、SDGsと芸術を組み合わせることで、より深い理解や新しい気づきにつながることを期待したという。

教育機関として、日本博事業を通じた人材育成にも目配りされている。学内公募の際には、「SDGs」の専門家を招いたセミナーやレクチャーを事前に開催し、SDGsにアートがどのように貢献できるのかを応募者が十分に理解したうえで企画書を作成する流れとした。この事業を通して藝大生が社会課題に対する理解を深めただけでなく、アートによる社会課題への働きかけを経験した学生が、卒業・修了したあとも社会において同様の活動を引き続き行っていくことができる道を開いた。日本博で培ったノウハウを、その後のレガシーとして活かしながら、若手のアーティストを積極的に参加させる仕組みにすることで人材育成にもつなげた。

さらに、SDGsというテーマを設定したことで、今まで各研究室がそれぞれ個別に行ってきた活動が、ひとつのパッケージとして統合された形になった。新しい企画も、今まで実施してきた既存のアートプロジェクトも、今回のテーマに寄せて企画が練り直されることで、もともと藝大のレガシーとして存在していたものがSDGsに照らされ、対外的にもわかりやすく再解釈されたことで大きな成果を生み出した。

事例11 落合陽一×日本フィルハーモニー交響楽団プロジェクト VOL.5 《醸化する音楽会》

公益財団法人日本フィルハーモニー交響楽団

事業実施データ

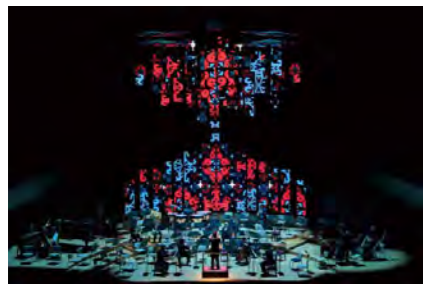
プロジェクトタイプ：イノベーション型プロジェクト

主な分野：舞台芸術

開催都道府県：東京都

開催会場：サントリーホール

開催期間：令和3年8月11日



©平舘平(3点)

【概要】

メディアアーティストの落合陽一が演出・監修を担い、日本フィルハーモニー交響楽団とともにオーケストラの「聞き方」の再構築を模索するプロジェクト。音楽を耳だけで聞くのではなく、五感・身体全体で捉える等、新しい鑑賞体験を目指している。リアルな演奏会とライブ・アーカイブ配信とのハイブリッド型企画でもあり、現代における日本のオーケストラ・コンサートの枠組みを広げようという趣旨で、これまでに5回の実験的コンサートが開催されている。

令和3年度は、「醸化する音楽会」というタイトルを掲げ、人間の五感のうち「味覚」と「嗅覚」に特に焦点を当て開催された。会場では「香り」がしみこんだスティックと、グミが配られ、舞台上の落合が指示するタイミングで観客は香りを嗅いだりグミを食べたりするワークショップも実施された。

実際の会場で開催したコンサートは、高解像度、最高音質にこだわってコンテンツ化され、その後複数回にわたって有料オンライン配信。配信の際も、実際のコンサートのプログラムと同じく、宅急便で香りのサンプルとグミが配達され、同じタイミングでワークショップを行い、五感での音楽鑑賞につなげるという徹底ぶりをみせる。

演奏プログラムは、日本博の総合テーマ「日本人と自然」から発想され、「日本の美意識や音楽観を表現し、世界に発信したい曲」「香りの文化にシンクロする楽曲」「身体性、祝祭性を伴う曲」等から構成された7曲が演奏され、ステージ後方ではデジタルデザインスタジオWOW（映像の奏者）として出演による映像のライブパフォーマンスが展開された。

東京2020オリンピックイヤーであることも意識されていて、プログラムの冒頭に、1964年東京オリンピックの開会式で、天皇陛下がスタジアムで着席する際の2分間のために作曲された電子音楽のテープ音源が蘇演された。その後、日本人作曲家の楽曲、海外作曲家による楽曲と続き、東洋の美的感覚を西洋と対比。日本文化を多角的・体系的に体験する多様な音楽鑑賞機会が創出された。

【日本博として実施したことによる効果】

日本博は「縄文から現代に続く『日本の美』の発信」というコンセプトを掲げており、このプロジェクトとしての大きな方向性と日本博のコンセプトの双方があることで、日本文化により積極的に取り組むきっかけとなったという。縄文から現代までという歴史的な流れと日本の美を表現する選曲が実現した。

また、オリンピックのレガシー、アイスを題材にした曲、生活文化としての食とのコラボレーションを取り上げ、様々な観点から「日本人と自然」というエッセンスを散りばめることができた。

特にオリンピックイヤーを契機として発想したオープニング曲は、結果的に1964年東京オリンピック以来の音源の上演実績として大きな話題を呼んだ。音楽面では、芸術的価値の高い内容を実現できたことに加えて、それを映像でも残した点も事業の成果といえる。高精細な映像として残されたコンテンツもまた、日本博の実績のひとつでもある。

コンサートホールは2,000人の上限があるが、高解像度、最高音質にこだわった映像は、実際の公演とは比べものにならないほど長い期間、多くの人々が視聴できる。コンテンツ化することの重要性について改めて気づかされたという。

また来場者の年齢層をみると、全体の5割を50歳以下が占めているが、今回の試みによって若い世代の来場が広がった。来場者アンケート結果では、9割が「非常に満足」「やや満足」、8割は「今後、同様の公演があれば鑑賞したい」と回答した。満足度が2020年の公演時よりも1割上がっており、回数を重ねることでリピーターが増加する結果につながっている。

さらに、今回はクラウドファンディング経由でのチケット販売が実施されたが、チケット売上全体の約45%がクラウドファンディング経由で購入された。プロジェクト支援意識の高い層の獲得という成果も生み出した。

事例12 KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭2021

一般社団法人 KYOTOGRAPHIE

事業実施データ

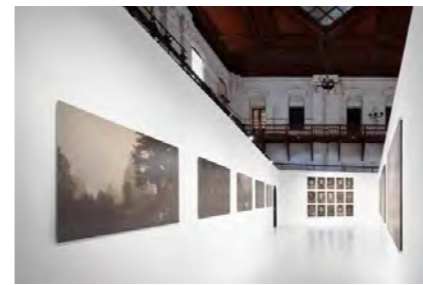
プロジェクトタイプ：イノベーション型プロジェクト

主な分野：美術・文化財

開催都道府県：京都府

開催会場：京都文化博物館 別館他

開催期間：令和3年9月18日～10月17日



©Takeshi Asano-KYOTOGRAPHIE 2021

【概要】

KYOTOGRAPHIEは、京都を舞台に開催される、日本から発信される数少ない国際的な写真祭として、平成25年からスタートした。平成23年に起こった東日本大震災及び福島原発事故を受け、新たなプラットフォームの必要性を感じ創設された写真祭として、毎年、社会的なテーマのもと、国内外の気鋭の写真家による作品展示の他、子どもから大人、アマチュアからプロ写真家までを対象とする様々な教育プログラムを開催してきた。日本と海外の重要作品や貴重な写真コレクションを、京都市内の歴史的建造物やモダンな近現代建築の空間に展開し、京都ならではの伝統工芸職人や最先端テクノロジーとのコラボレーションも積極的に行ってきた。

環境や自然、多様性、LGBTQ、少数民族、持続可能性、SDGsといったグローバルな社会問題を開催テーマとして取り上げていることも、この写真祭の特色のひとつとなっている。これらのテーマもさることながら、多国籍なメンバーからなる事務局が運営することで、毎年、海外からアーティスト、キュレーター、ジャーナリストら多くの関係者が来日し、国際的な認知度の高い事業へと成長を遂げた。

令和3年度は、共通テーマ「ECHO」のもと、9月18日から10月17日の30日間、京都市内14カ所で開催された。来場者参加型のイベントも40事業近く実施し、写真を通して建築や歴史等、関連分野にも関心を持ってもらえるよう展開した。東日本大震災、福島原発事故から10年の節目。2つの出来事から、過去の歴史と現在とが「ECHO（呼応）」するような作品を取り上げた。

新型コロナウイルスの影響で、海外との往来が制限されたり、開催時期の変更・会場変更等を余儀なくされたりと多くの困難に遭遇したが、各展示は360度ビューでアーカイブ化し、トークショー等のイベントもライブ配信に切り替える等オンラインで鑑賞できるようにした他、三密を避けることができる商店街や琵琶湖疏水記念館 屋外スペースといった屋外での開催、従来にない資金調達方法の導入等、新たな試みにも挑戦した。特に、コロナ禍に入ってから始めたクラウドファンディングは、新型コロナウイルス感染症の関係で企業協賛が厳しくなったこともあり、資金繰りのために行ったものの、今までの企業協賛のみの体制にこだわらないより幅広い支援が実現し、インデペンデントな組織が実施主体となる写真祭の継続性に関する意識を高められた。

【日本博として実施したことによる効果】

2年前から日本博の助成を受けるようになったが、それまでKYOTOGRAPHIEが行ってきた活動や目標としてきたテーマが日本博の目的と合致している部分が多く、かつ、KYOTOGRAPHIEの魅力が今の世の中に求められていたものだったと再認識することができたという。従来の広報や情報のリーチ先は結果的にアート系やファッション系のメディアと偏ってしまっていたのではないかとこの気づきもあった。今回、日本博として実施し、日本博のウェブサイトから情報発信されたことで、従来とは異なるターゲットにも届きやすくなるという効果があった。

また、日本博からの助成金をきっかけに、行政によるアドバイスをより一層得られるようになった。共催という形をとっている京都市からは場所の候補が提案される等、良好な関係で協力しながら進行している他、京都府からも後援としてサポートを受けている。京都はここ数年、急激に観光客が増え、人が市内に集中しすぎるという課題があった。KYOTOGRAPHIEの会場を京都市内に分散して設けて人流を回遊させることで、地域の課題解決にもつながった。写真祭が政策課題の解決に向けた一種の装置のような役割を果たすことで、京都エリア広域の観光や商店街の活性化につながる手応えを得たことは、文化イベントが地域社会にもたらす社会的効果の大きさを示すことにつながった。

事例13 Media Ambition Tokyo 2021

一般社団法人メディアアンビショントウキョウ

事業実施データ

プロジェクトタイプ：イノベーション型プロジェクト

主な分野：メディア芸術

開催都道府県：全国

開催会場：六本木ヒルズ 東京シティービュー他

開催期間：令和3年5月12日～6月8日



シナスタジアラボ feat. evala (See by Your Ears) (シナス
タジアX1 - 2.44 波象 (Hazo))



落合陽一 (物化する地平線)



笠原俊一 × Kezzardrix × 比嘉了 (Fragment Shadow)

【概要】

メディア・アンビション・トウキョウ (以下、MAT) は、最先端のテクノロジーアート展として過去8回開催され、六本木をはじめ、渋谷、虎ノ門、代官山、銀座、丸の内等、都内複数箇所で開催され、日々、進化していくテクノロジーとアート、映像、パフォーマンス、セミナー、ワークショップ等の積層的な展開を図ることにより、多様なプログラムを提供してきた。

9回目を迎えた「MAT 2021」は、日本博として、アーティストや先端企業との協働により、先端技術やアイデアを作品として実装し、未来を創造するテクノロジーアートの可能性を発信した。

MATの使命は、若いアーティストの発掘である。そのため今年度は会田寅次郎をはじめとする新しい世代の作品を、メジャーな評価を確立して久しいアーティストの作品とともに並べる等、キャスティングバランスを工夫した。このような組み合わせによりアーティスト間の新しいコラボレーションや影響、新素材によるシナジーといった影響が会期を重ねる中で自然と発生し、MATが多様な出会いのプラットフォームとしてさらに成長する状況が生まれた。高い技術を有するもののアウトプットの方法を持たない企業と、アイデアはあるが実現方法を模索しているアーティストとを結びつけて、新しい作品と一緒に作るコミッションワークを積み上げ、MATとして継続的にこの種のノウハウを蓄積することができた。

コロナ禍を受けた新たな取り組みとしては、これまでの活動も含めたウェブの充実化と多言語化の推進。オンラインイベントが主流となり逆にその必要性が見直されるようになったリアルな体験の場と、インターネットが繋がれば世界中の誰もがアクセス可能なオンラインの場の双方を行き来することで、より多様で重層的なプラットフォームの創出を目標とした。リアル展示企画としては、会場を六本木ヒルズ最上階の東京シティービューに集中させ、約20作品を展示した。

【日本博として実施したことによる効果】

海外アーティストや海外芸術祭のディレクター等の関係者の招聘はできなかったものの、オンラインでのコラボレーションは国内外問わず実施できた。かねてより連携・交流していた、同じコンセプトを有する海外のメディアアートフェスティバル、オーストリアの「アルス・エレクトロニカ」と共同のトークセッション等を開催。今後はオンラインコンテンツを増やし、ウェブサイト上でアーカイブする等、リアルとバーチャルのそれぞれの役割も踏まえつつ、展示のあり方を模索していきたいという。イベント時だけでなく、通年を通してMATの活動を発信する基礎を築くことの必要性に気づけたことでさらなる発展が期待される。また、コロナ禍による時代の変化についても目配りされている。

コロナ禍により移動や通信、情報を含めた都市のあり方が急速に変化している今、都市の未来を創造するテクノロジーの可能性を東京から世界へ提示することが必要であり、それにはジャンルやカテゴリーにとらわれないボーダレスな実証実験の機会を広く提供するプラットフォームがこれまで以上に不可欠となった。MATの実験的な未来への創造は、様々な社会問題の解決の糸口になり、自然への畏敬の念への思いを回帰し、また、ここから生み出される基礎技術が環境負荷の低減やユニバーサルで多様な社会環境の構築、人々の交流を促す新しいコミュニティの創設につながる種となっている。今回の日本博を通じて、MATが日本を代表するメディアアートの活動体としての継続性が担保され、ポストコロナ時代には、国際的な認知度や発信力のある大規模展として、さらに人や場所や各催事とのネットワークの拡充を行い、スケールアップした展開が期待される。

事例14 「バーチャルTGC × 文化財」最先端テクノロジーを活用した新しい魅力発信

株式会社 W TOKYO

事業実施データ

プロジェクトタイプ：イノベーション型プロジェクト

主な分野：デザイン・ファッション

開催都道府県：オンライン

開催期間：令和3年4月1日～10月31日

【概要】

「日本博 × TGC」は、東京ガールズコレクション (以下、TGC) の地方開催を行う中で、5年前から地方の魅力を発信するために、その土地の無形民俗文化財とコラボレーションしたステージがベースとなっている。

令和3年度は、かねてより開発していた「バーチャルTGC」にて、日本人独特の感性を表現する演歌と、古い歴史を持つ書道の組み合わせを、最新のデジタル技術であるXRとのコラボレーションとして披露。最先端のデジタルテクノロジーと文化財の融合における価値創造と情報発信を目指した。XRによる日本の四季を表現した演出の中、演歌歌手のさくらまやによる「夜桜お七」の歌唱に合わせ、国内外で活躍する書道家の華麗な書道パフォーマンスを実施。最後に書道家によって書かれた「日本博」の文字をXRで浮かび上がらせる演出も行った。バーチャルTGC内に「日本博ブース」を設け、日本文化の映像コンテンツを放映。「日本博ステージ」のライブ配信や、海外向けの映像の公開も行った。

このようなXRコンテンツ開発に至ったのは、コロナ禍もあり、過年度に実施してきた地域密着型の企画や、文化財の保存会と練習を重ねることが難しくなったという経緯がある。ソーシャルディスタンスが保たれ、非接触で進められる形式が好ましかった。

TGCはファッションショーではあるが、実質はアーティストライブやエンターテインメントコンテンツが複合的に組み合わされたイベントであり、普段、伝統文化に触れる機会がない層でも、エンターテインメント演出に伝統文化を取り入れれば受容されやすいとの感触を得ていた。そのため、文化財を表現する方法を工夫し、若年層が伝統文化をキャッチしやすい機会を醸成。コラボレーションステージの様子をSNSやニュース記事、映像コンテンツとして、TGCと関係のあるメディアネットワークを活かしながら国内外への露出を拡大し、日本の若年世代の興味喚起を図った。こうした各スキームが若年層への浸透へとつながった。

また、3年間採択事業を継続する中で、コラボレーションする文化財が重ならないように配慮。豊富な国内の文化財との接点をつくるため、毎回新しい文化財を取り上げ、さらに演出によっても違った見え方をするよう注力した。文化財がファッションの舞台で紹介される実績づくりとして成果が上げられた。

【日本博として実施したことによる効果】

日本博をテーマにしたことで、採択1年目の小倉祇園太鼓について地元の九州市の関係者経由で保存会メンバーや学生を紹介され、2年目の三社祭礼囃子も市の関係者に紹介された。このように地元の行政から情報提供を受けたことで、企画として実を結んだ文化財も多い。積極的な情報提供が得られたこと背景には日本博事業であったことが大きかった。

出演者の反応も好感触であった。コロナ禍において文化系のライブイベントやテレビ出演が減る中で、日本の魅力を発信できうれしかったというコメントが寄せられた。演歌歌手からも、若年層に向けて発信できて良かったといった反響があった。参加アーティスト自身のSNSで情報発信がなされ、事後ウェブ記事や新聞等のマスコミの露出もみられた。特筆すべき成果としては視聴率も挙げられる。TGCは無観客開催となったが、LINE LIVEとYouTube合わせて当日は250万人ほどの視聴があった。

コロナ禍で実現できなかったことは海外からの集客と情報の拡散。本来は、海外からの観客が日本の文化に触れ、SNS等を通じて情報を拡散、さらなる訪日のきっかけをつくる予定だった。海外向けにYouTubeの広告配信を行い、振り替えた。

今後は、今年度ベータ版として取り組んだ「バーチャルTGC」について、ステージとのパフォーマンスの掛け合いも視野に入れた発展を構想している。



© マイナビ TGC 2021 A/W

事例15 アース・セレブレーションを核とした佐渡の国際的フェスティバル展開事業

アース・セレブレーション実行委員会

事業実施データ

プロジェクトタイプ：国際的フェスティバル展開推進事業（長期開催型）
主な分野：生活文化・文芸・音楽
開催都道府県：新潟県
開催会場：佐渡島
開催期間：令和3年4月1日～令和4年3月31日



アース・セレブレーション



FRACTAL CAMP



手話狂言

【概要】

日本博の「国際的フェスティバル展開推進事業（長期開催型）」分野で採択された、新潟県佐渡市の「アース・セレブレーションを核とした佐渡の国際的フェスティバル展開事業」は、佐渡島南部で毎年開催されている和太鼓の舞台芸術祭「アース・セレブレーション」と、佐渡島全島で1カ月にわたり開催される現代美術の「さどの島銀河芸術祭」の2大イベントを柱にした複合的芸術祭事業。

「アース・セレブレーション」は、これまで30年以上にわたり開催され、海外から多くの来場者を集めてきたが、コロナ禍により2年連続で無観客開催となり、有料オンラインで配信された。昨年度試みたオンライン配信、デジタル化の経験をさらに深化させ、芸術祭と連動した番組コンテンツのストーリーミング配信等、新しい事業にも挑戦し、インバウンド再開を見据えて新展開を迎えた。

今年度が初の本祭となった「さどの島銀河芸術祭」は、佐渡全島を会場にした現代美術、メディア芸術等の20作家による22カ所での制作展示、民俗学者が案内するアートツアー、アール・ブリュット展、手話狂言、キャンプフェスを実施。国際芸術祭としての一歩を踏み出した。佐渡の自然の中で行われる1泊2日のキャンプは新潟県内に拠点を構えるアウトドアブランド、スノーピークがディレクションを務め、ノイズミュージックのライブパフォーマンスやシンポジウムからなるプログラムが展開された。

【日本博として実施したことによる効果】

国際的な知名度のある「アース・セレブレーション」を中核に、今まで文化庁の国際文化芸術発信拠点形成事業として育成してきた芸術祭プロジェクトをはじめとする複数の文化事業が、今回の日本博開催を契機に、ひとつの文化的プラットフォームとして佐渡市全体で取り組む体制ができあがった。

佐渡には縄文時代の「玉作文化」や奈良時代から室町時代の歴史的な文化人の流刑によりもたらされた「貴族文化」、江戸の天領時代の金銀山発掘がもたらした「武家文化」、海路の交流の歴史からアイヌ、琉球の痕跡、30年前の太鼓芸能等から徐々に固有の文化となったものと、歴史と文化が色濃く残る。佐渡に根付いている文化と芸術祭を両方手掛けていく中で、接点が生まれ、面的に広がり始めた。固有の地域文化と芸術祭をどのように融合させるかは難しい課題だったが、日本博という大きなプラットフォームをもったコンセプトにのせることで、お互いにとって相乗効果もたらされるよう、発想を切り替えたことが効果を生んだ。

佐渡市では地域アイデンティティの深化やソーシャルキャピタルの強化の観点から専門機関による継続的な評価を受けているが、直近では、地元で関わった人たちの意識の変化も見られたとの評価結果となった。もともと10市町村に分割されていたそれぞれの市町村・集落の歴史的背景や従事する産業の違いを超えて、最近では「佐渡市民」という意識が芽生えはじめたという。北前船の船主たちがつくり上げた集落が重要伝統的建造物群保存地区になっていたりもする。それぞれが連携し、日本博を機に協働して町並みの価値を上げていこうとすることで、連携が深化し、点から面が変わったことがわかる。

島民全体での取り組みを定着させるため、佐渡の自然、歴史、文化といった地域資源を活かした地域づくり、世界遺産を目指す佐渡金銀山、佐渡ジオパーク等、多様な資源と連携をする組織も複数設立し、戦略の構築と滞在交流の促進を図り、新しい佐渡の魅力をもっと最大限発揮させる取り組みに重点を移そうとする動きも出てきた。

今後は佐渡全島を会場にした「国際芸術祭」の長期開催により、国内外の文化芸術関係者に認知されることで、国際的フェスティバルとしてのステータス向上を目指すとともに、同一県内・地方ブロックで開催されている芸術祭とも連携を模索しているという。エリア内の周遊やインバウンド受け入れ強化等、さらなる成長が期待される。

分析・考察

日本博事業の効果を検証するためのアウトプット、アウトカムのマトリックスをP.14の図のとおり作成した。これらのアウトプット、アウトカムの視点から今回の調査結果で得られた成果指標を整理し、今回の分析・考察の枠組みとして設定した。

効果検証の枠組み



各指標からみた日本博事業の効果分析結果

前頁で示された枠組みにそって、基礎的效果、文化的効果、社会的効果、観光インバウンド拡充効果、経済的效果におけるアウトプット・アウトカムの視点からアンケート調査及びヒアリング調査結果を整理した。

1. 基礎的效果

1-1 多様な事業の実施

① 事業の実施日数、実施回数

2021年度の延べ活動数は12,455活動となった。(アンケート調査結果■1/P.19)

今年度はリアルな事業の実施回数は昨年度よりも減ったものの、オンライン配信といった実施場所に縛られない活動を積極的に展開し、事業実施機会の確保に努めたといえる。

延べ活動数：2021年度 12,455活動 【参考】 2019年度 19,269活動 2020年度 14,279活動	内訳	1. 展示事業	延べ展示日数	8,412日
		2. 舞台公演事業	延べ公演回数	2,074回
		3. 参加・体験型事業	延べ実施回数	635回
		4. その他(日数)	延べ開催日数	686日
		5. その他(回数)	延べ実施回数	153回
		6. オンライン配信	延べ実施回数	495回

舞台公演や参加・体験型事業の活動回数は過去2年間とほぼ変わらないが、展示事業と芸術祭は開催日数の短縮を余儀なくされている。例えば、展示事業においては、昨年度は101日以上長期開催した事業が26.3% (31事業)であったが、今年度は101日以上続く会期の事業は14.4% (20事業)と減少した。芸術祭等においても、昨年度は101日以上会期のある事業が37.0%だったのが、今年度は21.9%に下がった。実施期間や会期を短くコンパクトにして開催していることがわかる。緊急事態宣言(緊急事態措置)及びまん延防止等重点措置の発令は、首都圏にしか発令されていないケースでも、地域の公共施設における事業開催可否に大きな影響を与える。令和3年度の緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置期間は令和2年度の倍にあたる長期間に及んだことが、実施期間にも大きな影響をもたらしたに違いない。

また、全事業の7.3%をオンライン配信が占めた。(アンケート調査結果■4/P.20)

事業別にみると、『主催・共催型』では13.6%の事業、『イノベーション型』の22.2%の事業がオンライン配信を実施した。なかでも「オンラインでの開催のみ」といった事象も『イノベーション型』の5.6%において起きている。『イノベーション型』は日本博プロジェクトとして企画・実施する新規性、創造性を旨とする事業分野であり、アンケート結果からも文化芸術資源に新しい手法・演出や最先端技術を導入した取組が多くみられる。バーチャルのみという事業形態も新規性・創造性の試みのひとつとして考えられる。

② 開催場所・エリア

開催場所は都道府県ブロックでは一昨年度、昨年度に続いて今年度も「関東ブロック」が最も多かった。(アンケート調査結果■4/P.20)

都道府県別にみると、一昨年度は47都道府県、昨年度は46都道府県と、ほぼ全国で実施されてきたが、今年度は41都道府県での開催となった。

実施場所は、「特定の文化施設や屋外スペースなどが1カ所」が最も多いが、「オンラインでの開催のみ」が1.6%存在しており、コロナ禍ならではの対応であることがうかがえる。(アンケート調査結果■5/P.20)

事業別にみると、『主催・共催型』は約3割が「複数の県にまたがる広い範囲」、「全国」で開催したという回答結果になった。全国各地の広域で開催・展開されている事業も多くあることがわかる。

③ 活動分野

該当するメインの活動ジャンルは「美術・文化財」が約5割を占めた。他方、関連サブジャンルとしての活動分野は「生活文化・文芸・音楽」がトップとなった。昨年度まではメインもサブもいずれもジャンルとして「美術・文化財」がトップだったが、今年度はサブジャンルのトップに「生活文化・文芸・音楽」が躍り出た形だ。

音楽はもちろんのこと、古典籍と芸術文化を掛け合わせる意欲的な事業も実施された。生活文化については、伝統的でありながら今の社会に寄りそう「人の生活のありよう」が体現された文化であり、文化芸術基本法第3章第12条に例示されており、華道、茶道、書道、食文化をはじめ、煎茶、香道、着物(和装・着付け)、俳句、川柳、盆栽、囲碁・将棋や昔からの遊びといった国民娯楽まで幅広い。それゆえ日本博事業でも例えば美術・文化財の展示事業と食文化や郷土食などを絡めることで、企画や地域の特色が出しやすくなるといった状況もあったと考えられる。陶芸・焼き物のような工芸分野や和装・着付けにも広がりをもつ茶道、華道なども日本博事業の活動分野として多く実施されている。(アンケート調査結果■6、■7/P.21)

事業別にみると、『主催・共催型』は6割以上の活動が「生活文化・文芸・音楽」と関連し、4割近くの活動が「共生社会・多文化共生」に関連している。『イノベーション型』は4割近くが「食文化・自然」、「メディア芸術」、「共生社会・多文化共生」に関連していた。日本博事業はより幅広く多様なジャンルの活動が行われていることがわかる。

1-2 多様な人々の参加

① 参加者数

今年度の来場者・参加者総数は約444万人となった。(アンケート調査結果■1/P.19)

一方、オンラインライブの参加者総数は約748万人に達し、リアルの来場者・参加者数と合計すると約1,196万人となった。1年間の大半が緊急事態宣言やまん延防止等重点措置期間に伴う入場制限や人数規制のなかで、それでも事業者がオンラインライブなどの工夫をしながら多くの人々に来場・参加してもらおうとしたことが垣間みえる。(アンケート調査結果■2/P.19)

外国人の来場者は114,301人(ただし、設問や回答において、訪日外国人か在住外国人かの区別はされていない。)、外国人のオンラインライブ参加者は857,981人となった。(アンケート調査結果■1、■2/P.19)

② 事業の対象者

全体では「若者」を対象にした事業が最も多く、5割近くを占めた。特に『主催・共催型』は6割、『イノベーション型』は7割超で若者を対象にした事業が実施された。次世代へのアプローチを意識した事業が多く行われたことがわかる。

45.1%の事業が「外国人」を事業の対象とした。日本博の趣旨である「インバウンド強化」に呼応した事業が多く企画されたことがわかる。

「高齢者」、「子供」、「地域外からの来訪者・観光客」、「対象者は絞っていない」も4割前後を占めている。日本博が多様な層にアプローチしている事業だということがわかる。(アンケート調査結果■8/P.22)

2. 文化的効果

2-1 日本や各分野を代表する事業の実施

① 日本の代表的な文化コンテンツを提供

- 「日本を代表する作品展示・舞台公演等」に重点をおいた事業者は58.9%と半数を超えた。(アンケート調査結果■9/P.23)

自由記述をみると、日本を代表する国宝・重要文化財等の貴重な展示や、日本人の原始的な自然信仰と神仏習合後の展開、日本の自然の多様性、大自然が放つ美、日本人の美意識や自然観を体現した伝統文化、伝統工芸、伝統芸能などの総合的な展示・公演などが実施されたことがわかる。(自由記述)

一方、上記のようなハイカルチャーとして伝承されてきた伝統的古典文化だけでなく、山村や集落に残るプリミティブな儀式や祭礼、舞踊や民間伝承芸能に関する事業の実施者の多くも「日本を代表する作品展示・舞台公演等」を回答として選択している。

ヒアリング調査では、日本には多くの集落ごとに地元の人々が伝承する芸能が残っていることもわかった。三陸沿岸地域だけでも3,000を超える保存会を含めた郷土芸能団体が存在している。郷土芸能を伝承していくことが地域コミュニティを形成する役割の一端を担ってきた。災害や過疎化・人口減少などの社会課題のなかで、普段は身の回りがある当たり前の祭礼に対してその希少さや文化的な価値が強く意識される時代になってきたと指摘する事業者もいた。グローバルな視点でみたときに、民俗文化が日本を代表する文化としてクローズアップされてきたことがわかる。(ヒアリング調査)

若者世代の圧倒的支持を得るアイドル等が出演する舞台や展示、我が国に対する世界の「憧れ」を生むソフトパワーの源泉であるマンガやアニメなどのサブカルチャーをテーマにした事業者の多くにも「日本を代表する作品展示・舞台公演等」を実施しているという意識がみられる。(自由記述)

ヒアリング調査からは、日本博の総合テーマ「日本人と自然」や基本コンセプトの「日本の美」に沿った事業企画・立案を行われ、審査を経て採択されたことで、多くの事業者のなかで日本博というブランドにふさわしい事業になった誇りと自覚が芽生えていた。日本博事業に採択されることそのものが事業者のモチベーションアップにつながっていることがわかる。(ヒアリング調査)

日本博は、200を超える事業の集合体だが、日本博のテーマや基本コンセプトが示す方向性にむけて、各地で実施される事業をひとつに結束させ、普段であれば滅多に展示されないような貴重な文化財や伝統文化が展示・公演という形で公開され、日本文化の代表的な事業としてわかりやすい形で提供されることで、その魅力を伝えた事業であったといえる。

② 日本ならではの自然環境や自然素材を活用した事業

- 全体の30.5%が「日本の自然環境、自然素材等を活かした文化芸術活動」に重点が置かれた。(アンケート調査結果■9/P.23)
- 事業別にみると、『主催・共催型』36.4%、『イノベーション型』30.6%、『文化資源活用推進事業』40.0%の事業が日本の自然環境や素材を意識した事業になっている。

自由記述欄をみると、縄文のアニミズム的な自然信仰や土器・焼き物をはぐくんだ環境の紹介、農耕稲作文化への興味をかきたてる田んぼアート、日本の生物多様性の変遷を紹介する事業、世界自然遺産や棚田、風景の国宝といわれる景観美を誇る重要文化的景観地区での事業、大地の遺産であるジオパークを活用したフィールドワーク事業実施など、日本の自然環境を舞台に、自然素材等を活かした事例が多数あった。(自由記述)

ヒアリング調査では、アウトドアメーカー企業の協賛を得て、大自然のなかで1泊2日のキャンプをしながら芸術祭を体験する企画に100名もの参加者が押し寄せたという例もあった。コロナ禍において、ディスタンスが確保できる新しいスタイルとして野外で過ごすキャンプが注目されているが、時代を先取りする動きとして芸術祭の企画のひとつにさっそく取り入れた点が特徴的である。(ヒアリング調査)

③ ユニークベニューの活用

- 歴史的建造物や文化施設等の公共空間、神社・仏閣、城郭、庭園等の屋外空間といったユニークベニューを活用した事業は全体で15.4%にのぼった。(アンケート調査結果■16/P.29)
- 事業別にみると、『文化資源活用推進事業』では40.0%、『主催・共催型』27.3%、『イノベーション型』27.8%がユニークベニューを活用した事業展開を実施した。

自由記述などをみると、地域が誇るユニークベニューを会場に来場者を魅了する展示が多く開催されていることがわかる。参加者の意見から、「現代アートが神社に展示されていることが新鮮でした」、「美術館ではなく、自然の風景に溶け込むような現地で作品を展示すると鑑賞の意味が深く味わえます。また歴史ある神社の荘厳な雰囲気の中で作品が自然に溶け込んでいて素晴らしい企画だった」、「歴史とアートのコラボが最高で、インパクト大でした」といった好意的な意見が多く聞かれた。(自由記述)

ヒアリング調査からも、重要伝統的建造物保存地区での体験プログラムや著名な庭園内に世界的名声を誇る建築家によって設計された茶室での高級ディナーコースの提供、世界遺産登録された城郭での芸術祭開催のほか、文化財指定を受ける地域を代表する寺社仏閣でのアール・ブリュット作品展示等、数多くの活用事例がみられた。20年間修復のため外部の来場者を入れてこなかった寺社が、今回の日本博で展示会場となったことで、住民の多くが自分たちの地域にある荘厳な寺の存在を改めて認識できた事例もあった。(ヒアリング調査)

ユニークベニューを活用することで、文化を享受することの特別感や地域特性を演出できる事業が開催され、日本博ならではの祝祭感に溢れた企画を演出することができた。

2-2 新規性・創造性、独自性・優位性のある事業の実施

① 最新技術を活用した事業の実施

- 「独自性や優位性、新規性や創造性のある取組」に重点を置いた事業は全体で32.1%あった。事業別にみると、『イノベーション型』50.5%が突出している。(アンケート調査結果■9/P.23)
- 「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」した取組は全体の20.3%だった。事業別にみると『主催・共催型』25.0%、『イノベーション型』22.2%、『文化資源活用推進事業』40.0%となった。(アンケート調査結果■9/P.23)
- オンラインライブ配信プログラムを実施した事業者は全体で80団体あり、オンラインライブ配信の延べ回数は495回となった。このうち、有料ライブ配信が延べ150回、無料ライブ配信が延べ345回であった。(アンケート調査結果■2/P.19)

事業別にみると、『イノベーション型』の約2割が有料ライブ配信を実施。有料でも見たいと思わせる高付加価値のライブ配信事業が手掛けられたことがわかる。一方、『主催・共催型』と『文化資源活用推進事業』はオンラインライブ配信未実施が半数を占め、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』は大半が未実施となった。今後ますます世の中のデジタル化が進展することを考えると、当該事業分野でのオンライン化にむけた取組の進展が望まれる。

「新型コロナウイルス感染拡大という状況下でも広く国内外に発信するためにVRコンテンツを配信し、来館せずとも会場の雰囲気を十分に体験できるものとした」、「外国人クリエイターとオンラインで繋がり、日本の地方の魅力を伝える映像を共同で制作し、完成後は世界配信予定」といった意見があった。コロナ禍にあっても日本博事業を楽しんでもらえるようなVR/ARコンテンツを提供していたことがわかる。(自由記述)

同時に、近年の技術革新の成果を文化芸術分野にも積極的に取り入れ、「日本の最先端の技術を駆使し、産学連携で開発したAIを舞台芸術の世界に持ち込み、作品を世界初演するプロジェクトを実施した」、「バーチャル空間を活用し、魅力的なコンテンツを展開することを意識したステージ制作を行った」といった事業もみられた。コンサートや展覧会、文化財のDX化はまさに進行中といえる。(自由記述)

今回ヒアリングした15団体においては、なんらかの形でオンラインライブ配信やアーカイブの作成・配信を手掛けており、オンライン対応はもはや当たり前といった様相を呈していた。一方で、今年はコロナ禍も2年目に入り、日本のみならず世界中の舞台公演、コンサートや展覧会・芸術祭もオンラインで対応するようになってきた。海外の有名オーケストラの演奏や音楽祭、コンクールの全プログラムがネットワークを通して自宅にいながら鑑賞できる時代になってきた現在、逆に、日本で開催される

プログラムの配信は埋没してしまわないのか、単なる演奏会や展覧会を収録した映像をオンラインで配信しただけでは、世界の著名な文化イベントとの差別化ができないという危機感も生まれている。オンライン配信そのものが陳腐化していく前に、デジタル技術を使った新規観客獲得を目指す次の一手が求められており、次世代のオンライン配信事業にむけた最新技術に注目した実験的な試行を手掛ける例もみられた。(ヒアリング調査)

② デジタルコンテンツの制作

- 今年度制作されたデジタルコンテンツ総数は792件となった。
- 内訳としては、有料VR/ARコンテンツ11件、無料VR/ARコンテンツ104件、有料映像コンテンツ87件、無料映像コンテンツ590件。(アンケート調査結果■3/P.19)
- 事業別にみると、『主催・共催型』、『イノベーション型』では未実施が非常に少なく、多くの事業者がコンテンツ作成に取り組んだ。
- デジタルコンテンツの延べ視聴・再生回数は6,949,454回となった。うち海外からの視聴・再生回数総計は3,192,500回で、全体の45.9%が海外からの視聴で占められた。(アンケート調査結果■3/P.19)

事業別にみると、『主催・共催型』は圧倒的に「無料配信コンテンツ」が多いが、『イノベーション型』はVR/ARコンテンツ、映像コンテンツのどちらも有料となり、合わせて3割近くに達する。コンテンツの価値を高めながら、有料コンテンツに挑戦している事業者が多いことがわかる。

ヒアリング調査においても、コロナ禍の長期化を覚悟し、最先端テクノロジーであるXRを駆使した新しいコンテンツを開発した事業者もあった。特に、メタバース空間で参加者のアバター同士が交流するといった事例もあった。仮想空間のなかで文化を体験する「メタバース」に着目したコンテンツは、より没入感があり感性を刺激される体験をもたらす。アフターコロナを見据えた今後の展開が大いに注目される。(ヒアリング調査)

また、海外からのデジタルコンテンツの視聴・再生回数が300万回越えを記録した。海外における日本博事業の興味関心の高さや情報インフラの整備にともなう発信力の強化がうかがえる。(アンケート調査結果■3/P.19)

コロナ禍が明けたのちの外国人インバウンド客の誘客に繋がるのが期待される。

③ 作品制作やアーティスト発掘

- 「アーティストの創造性の発揮、育成」に効果があったとする回答は全体で32.5%にのぼり、昨年度(23.8%)から増加した。(アンケート調査結果■10/P.24)
- 事業別にみると、『イノベーション型』は44.4%の事業で効果をあげられたと回答している。
- 「アーティストの発掘、育成」は21.1%となった。(アンケート調査結果■10/P.24)

「アーティストの創造性の発揮、育成」については、「音楽、ダンス、照明芸術、プロジェクションなどの総合芸術として、技術と美術を組み合わせ、屋外、湖上といった環境を活かした新しい表現の創造をおこなうことで、それまで自分の得意ジャンルしか経験のない若いダンサーや作曲家の視野を広げた」といった事例もあった。(自由記述)

日本博の助成があったことで、若手アーティストと企業の技術を組み合わせさせたメディアアート作品のコミッションワークが可能になったという事例もあった。アーティストにとって、若手のうちからコミッションワークをさせてもらえる経験は今後のキャリアにおける貴重なチャンスのひとつだったと考えられる。(ヒアリング調査)

「アーティストの発掘・育成」は約2割だったものの、昨年度12.6%から増加した。コロナ禍にもかかわらず、年々、新しい創作や才能を求めて、アーティストやクリエイターを発掘または育成していることがわかる。

例えば、海外の芸術祭・写真祭や芸術団体とグローバルなネットワークを構築し、世界各地のフェスティバル会場に赴きアーティストと直接会って招聘に繋げたり、関係団体から新たなアーティストの紹介を受けたりする形でアーティストの発掘に取り組む事例があった。あえてキュレーターを置かず、事業実施団体自ら芸術系大学の卒業制作展や各地学生たちの自主展示会を廻ってアーティストの卵を探し、制作のサポートから作品発表までを手掛ける事業もあった。一昨年度のコロナ禍初年度は、卒業制作展などのイベントの多くが一律中止といった措置が多かったが、今年度は、感染対策として人数制限を設けながらも美術展などの多くは実施にこぎつけるケースが多かったことで、より多くのアーティストの発掘機会に恵まれたという声も聞かれた。(ヒアリング調査)

2-3. 複数の分野が連携した事業の実施

① 複数の文化分野の連携

- 「文化芸術の複数分野が連携した新たな創造性の実現」は全体では18.3%と高い割合ではなかったが、事業別にみると、『主催・共催型』25.0%、『イノベーション型』50.0%、『文化資源活用推進事業』30.3%となった。(アンケート調査結果■10/P.24)
- 「文化芸術ジャンルを超えた新たなパートナーシップ構築」については全体の29.3%で実施された。(アンケート調査結果■11/P.25)
- 事業別にみると、『主催・共催型』40.9%、『イノベーション型』55.6%の事業者でクロスジャンルのパートナーシップ構築が進んだ。

複数の文化分野の連携としては、「工芸×アール・ブリュット」、「創作太鼓芸能×現代美術」、「農業×文化芸術」など実に様々な事例がみられた。異なるジャンルの芸術が掛け合わせられることで、事業関係者にも多くの気づきがあり、それぞれの特性を活かした様々な相乗効果も生まれる。

例えば、普段は「聴覚」しか求められないクラシックコンサートに、メディアアーティストが意図する「五感」の概念を融合させ、演奏会場で香り(嗅覚)やガミの食感(味覚)を味わいながら鑑賞してもらうことで、新しい音楽鑑賞のジャンルを作り出し、会場で鑑賞することの価値を高めた事例もあった。実際に、来場者アンケートでは「音楽だけでなく、視覚や臭覚、味覚を使うことで、感動が増した」、「五感を楽しめる新鮮な経験であった」、「音楽の統合感覚性や身体性について新しい気づきが得られた」といったポジティブな意見が多く、鑑賞方法の満足度も9割以上と高かった。(ヒアリング調査)

② 伝統と現代の時代を超えたコラボレーション

- 「伝統文化と現代の創造性のコラボレーション」は全体の32.9%を占めた。(アンケート調査結果■10/P.24)
- 事業別では、『主催・共催型』36.4%、『イノベーション型』47.2%、『文化資源活用推進事業』45.0%と、『イノベーション型』が最も多い結果となった。

時代を超えたコラボレーションの例として、「郷土芸能・祭礼×現代美術・写真」、「ファッション×文化財」、「郷土食×現代料理」といった組み合わせで実施された事業が多く見うけられた。こうした取組によって、有形/無形文化財、伝統芸能、古来代々伝わる祭礼・祭事、料理等の日本の伝統文化が現代人のフィルターを通して新たな文化として再構築された。(ヒアリング調査)

文化財に触れる機会を醸成するために、絶大な人気を誇るアイドルグループとコラボレーションし、若い世代に日本美術の存在そのものを周知するとともに、会場以外の展示施設への回遊を図ることで、博物館の取組を紹介する貴重な機会を創出した事業もあった。また、若い世代にカリスマ的人気を誇る音楽アーティストと連携したファッションショー企画では、先進的な方法で撮影したライブを配信した実験的な取組が海外メディアに取り上げられるといった波及効果もあった。海外にもファンを持つ話題性のある旬な才能とコラボレーションすることで、グローバルに日本文化を知ってもらえる機会の創出に繋がった。(自由記述)

2-4 文化芸術活動の活性化

① 文化芸術の活性化と裾野の拡大

- ・事業における文化芸術の本質的価値として「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」をあげた事業者は全体の54.1%を占めた。(アンケート調査結果■10/P.24)
- ・事業別にみると、『主催・共催型』では63.6%、『イノベーション型』では72.2%と非常に高かった。
- ・「地域住民による文化活動の活性化」をあげた事業者は全体の25.2%、「子供、若者、高齢者、障害者による文化活動の活発化」をあげた事業者全体の23.6%となった。(アンケート調査結果■10/P.24)

「子供、若者、高齢者、障害者による文化活動の活発化」は昨年度調査結果20.1%から3.5%伸びた。日本博事業の対象者の結果(アンケート調査結果■8/P.22)をみても、子供、若者、高齢者、障害者の伸びが大きいことから、対象者の拡大が文化活動の活発化に寄与していることがわかる。

今年は劇場法施行10年目の節目にあたるが、劇場法によって日本の実演芸術は鑑賞者や担い手の裾野拡大にむけたアウトリーチなどの普及啓発活動を着実に進めてきた。日本博事業においても多様な対象者にアプローチし、参加者の裾野拡大にむけた活動が各地で実施されたことがわかる。(ヒアリング調査)

2018年からスタートした「障害者による文化芸術活動の推進に関する基本的な計画」、「障害者による文化芸術活動の推進に関する法律」制定のなかで、障害者が文化を享受する環境整備だけでなく、障害者みずからが文化の担い手として活動する機運も醸成されたと語る事業者もいた。過去に遡った文化芸術の裾野を広げる取組は今回の日本博でも確実に各地で実を結んだという声も多く聞かれた。(ヒアリング調査)

日本博は、このような近年の法整備や政策の着実な取組の成果を土台として効果を発揮している事業であると考えらえる。

② 文化芸術の再構築・リブランディング

- ・「当該ジャンルの魅力の再構築、価値づけ」は全体の68.3%を占め、3年連続で「本質的価値」におけるトップとなった。(アンケート■10/P.24)
- ・事業別にみると、『主催・共催型』では86.4%、『イノベーション型』では72.2%、「地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業」は73.1%と全体の値よりもさらに高い割合を示した。

ヒアリング調査においても、自分たちの地域に根付いた伝統工芸・郷土文化や文化財・文化産業等を、今回の日本博を契機に、時代のニーズの変化に合ったものにブラッシュアップ・再定義・再構築しながらさらに魅力的な文化ブランドへとリブランディングする取組が行われていたことがわかる。従来の郷土文化や伝統文化・文化財が遠い存在だった若い世代に興味を持ってもらえるようにアップデートしたり、海外の人にも伝わりやすく工夫することで発信力を高めたりと、日本文化の魅力やブランドを高めることを目的とした事業が実施された。(ヒアリング調査)

地域の文化的価値を日本博事業として組み立てる段階から、異なる専門家集団や複数の事業者がコミュニケーションをとりあい、観客・参加者に訴求できる価値創造を目指した事業もあった。新しい文化ブランドとして再構築した様々なプロセスを経て関係者のネットワークが強化され、日本博事業終了後も地域の文化的資産となる可能性が期待される。(ヒアリング調査)

2-5 人材育成と企画・運営能力の向上

① 企画人材の育成と次代への文化継承者

- ・「文化芸術事業を担う人材の育成」は全体の23.6%が本質的価値としてあげた。事業別にみると、『文化資源活用推進事業』が40.0%となった。(アンケート調査結果■10/P.24)
- ・「子供、若者など次世代育成の推進」の効果は全体の3割があげている。事業別にみると、『主催・共催型』と『文化資源活用推進事業』で45%にのぼった。(アンケート調査結果■12/P.26)
- ・「文化継承者の育成」は全体の27.2%の事業者が本質的価値としている。(アンケート調査結果■10/P.24)

「文化継承者の育成」の回答を事業別にみると、『主催・共催型』では29.5%と3割近くにのぼった。日本を代表する文化の展示や公演を通して、次世代へその文化が受け継がれることを目指した事例が数多くあった。(自由記述)

② 関係人口の拡大とコミュニティ創造

- ・「地域外からの来訪者・観光客」を対象にした事業は39.4%にのぼった。(アンケート調査結果■8/P.22)

日本博は都市部以外の地域でも数多く実施されているが、こうした地域では過疎化の進行に伴い、文化人材不足の問題を抱えている。会場整理のボランティアをしてくれる住民はいても、芸術祭の企画やマネジメント、デザイナー、カメラマン・映像制作等のテクニカルスタッフについては都市部から来訪してもらうことが多い。特に、近年、多くの地域でビエンナーレ形式、トリエンナーレ形式で芸術祭が行われるようになると、各地から来た人が芸術祭期間だけの運営メンバーとして有期雇用されて参加する機会も増えている。事業を直接サポートしてきた関係人口といわれる人たちが、たとえ期間限定であっても地域住民と一緒に事業を行うことで、地域のコミュニティに入り込み、芸術祭終了後もその土地やコミュニティに魅力を感じて度々訪れたり、コアな交流人口となったりすることも多いという意見が聞かれた。芸術祭を実施するなかでこうした関係人口を増やし、長期的交流に繋げていくというビジョンをもった事業もあった。(ヒアリング調査)

日本の地域コミュニティは地縁型から地域の特性に興味を持った人たちによって作られていく時代へと変化しつつあることがうかがえる。日本博事業の取組から、変化する時代の新たなコミュニティ創成の姿が示されていることがわかる。

2-6 体制の強化

① 日本博推進にむけた広域な連携体制

- ・「地方公共団体と芸術団体などの連携による大規模プロジェクトの枠組み構築」は全体では17.5%とそれほど多くはないが、『文化資源活用推進事業』では40.0%、『イノベーション型』では33.3%にのぼった。(アンケート調査結果■11/P.25)
- ・「国や地域を超えた新たなパートナーシップ構築」は全体の22.0%、特に『主催・共催型』34.1%、『イノベーション型』では38.9%となった。(アンケート調査結果■11/P.25)

今まで長らく企業協賛という資金調達方法で実施してきた芸術祭が、日本博の採択を機に、地元の行政機関の協力を得られるようになった例などがみられる。共催や協賛といった形だけでなく、地域内の施設や空きビル、空き店舗などの開催場所探しなどについての情報提供が行われるケースもある。日本博という国の事業に採択されたということで社会的信頼性が向上したことがわかる。(ヒアリング調査)

地元の行政機関や教育委員会だけでなく、地域内の国立の文化施設や地元商工会、地域を活動エリアとする信用金庫等と連携した例もみられた。今年度は人の往来が制限される厳しい時期であったが、地域の観光協会や観光地域づくり法人(DMO)と連携し、アフターコロナを想定した誘客促進への準備を整える事業者もみられた。(ヒアリング調査)

地域内だけでなく、周辺の市町村がいくつも連携するといった、複数の行政区域を超えたパートナーシップ連携もみられた。

(ヒアリング調査)

同じ行政機関でも、教育委員会や文化を所管とする課と農政課や観光振興課など、異なる分野を担当する所管が連携する事例も多くみられた。(ヒアリング調査)

それぞれのミッションを持つ組織、特に行政機関同士の連携は思っているほど容易なものではない。例えば文化施設も自分たちが立地している行政区域が基本であり、隣町の事業の企画提案を行うことなどは難しい。陶芸などの工芸も、産地である県境ごとの行政区分で事業を進めることが多く、境界を越えて工芸が一体となった枠組みで発信していくことができなかった。それにもかかわらず日本博事業では広域の行政機関や商工会、民間企業が連携した体制を組んで、エリア全体で工芸の産地や魅力を発信する事業が行われている。

市町村の垣根を超えた事業展開ができたポイントとしては、任意団体や非営利団体、民間企業等が実施主体となることを可能にした日本博事業の立て付けそのものにある。民間企業が事業のハブとなり、エリアをまたがって存在する文化資源の発信といった同じミッション・目的をもった周辺の行政機関個々に連携を働きかけることで、行政連携が生まれている。(ヒアリング調査)

都道府県レベルでの行政連携だけでなく、規模の小さな地方公共団体どうしでの連携も起きていた。町村レベルの行政機関が連携して事業を実施することで、文化的な予算の再配分の機能が働く。人口減少していく市町村では自力での文化予算の確保が難しい状況が続いているが、民間が獲得してきた助成金を各市町村と連携して行うということで、文化が届かないところにも行き届くような仕組みができていた。日本博事業の実施を通して生まれた、行政や民間との広域連携が、文化予算の再配分や再投資への道を開き、地域の文化やコミュニティの継承や再生に繋がっていく状況が生まれたことがわかる。(ヒアリング調査)

② 情報発信にむけた戦略的な連携

- 「戦略的プロモーションや情報発信のノウハウ獲得」は全体の33.7%となり、プラットフォーム形成効果の1位となった。(アンケート調査結果■11/P.25)
- 事業別みると、『主催・共催型』では45.5%、『文化資源活用推進事業』では55.0%にのぼった。

日本博事業では、新聞社が連携先として広報宣伝を担当するケースが多い傾向がみられる。

一方、イベント制作会社や代理店、地元の放送局や新聞社といったよくあるスキームに任せるのではなく、たとえノウハウがない初めて体験する業務であってもいくつかの実施拠点に自分たちでやり遂げた団体もあった。この場合、既にノウハウを有した拠点の事務局が、経験の浅い事務局と協業・協働していくことで、スキル移転の機能を果たしているといえよう。ノウハウを積んだ拠点が増えていくことで、最終的には多くの拠点で一緒に事業をするときの強みとなり、今後も日本博規模の大規模文化事業において力を発揮されることが期待される。(ヒアリング調査)

③ 国際的な事務局体制

日本博の採択を受ける前は、国際交流基金等から海外にむけた事業展開に関する支援を受け、すでに世界的なレベルで活動を実施していた事業者がいくつか存在していた。こうした事業の事務局には多国籍・多言語のスタッフが常駐し、海外プレスやグローバルな報道機関の対応もできる体制が組まれていることがわかった。アフターコロナとなれば、既に確立している国際的な体制を有する事務局の能力が大いに発揮される可能性が大きいと考えられる。(ヒアリング調査)

3. 社会的効果

3-1 教育・福祉分野との連携による事業の実施

① 教育・福祉等分野の連携による事業の実施

- 「教育、福祉、観光等の行政分野との連携体制の構築・強化」は28.0%となり、特に『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』では38.5%と多くの事業が教育・福祉の行政分野と連携した。(アンケート調査結果■11/P.25)
- 「教育や福祉分野における取組の充実」においては、全体で25.2%となった。『主催・共催型』の38.6%、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』の30.8%が充実したと回答している。(アンケート調査結果■12/P.26)
- 「高齢者対応の促進」の効果は全体の7.3%にとどまっているが、『文化資源活用推進事業』は15.0%、『イノベーション型』は11.1%が効果としている。(アンケート調査結果■12/P.26)

日本博の事業実施が、教育・福祉分野において大きな特徴あるインパクトをもたらしている。自由記述やヒアリング調査では、日本博プロジェクトを契機に地元の行政が中心となってアール・ブリュットやマンガ専用展示施設を立ち上げるようになった事例があった。フェスティバルという一過性のイベントの後に、文化芸術の発表や鑑賞の場が地域に確実に根付いていくということは重要なレガシーを残すことができたと評価できる。(自由記述・ヒアリング調査)

埋蔵文化財に関する事業では、採択された事業者が中心となって出土地・所蔵先をマップで詳細に揭示し、かつ各所蔵先45カ所の教育委員会、埋蔵文化施設と連携を図り、観覧者が自身に関連する地域の埋蔵文化財を見出しやすく提示した。これにより、観覧者が、例えば「縄文」という視点から各地域の魅力を再発見し、各地を訪問する動機付けとなったという。誘客のみならず観光客の回遊性の向上にも資する試みといえる。(自由記述)

日本博事業に採択されたことで、地域の行政分野との理解や連携が得られやすい環境がつけられ、教育面や福祉面からの協力要請があった好例であろう。こうした動きにより、日本博事業が地域の教育・福祉等へ寄与していることがわかる。

3-2 地域性のある事業の実施

① 地域の代表的な特色ある取組

- 「実施地域の代表的な特色ある公演・作品展示等」は全体で32.1%となった。(アンケート調査結果■9/P.23)
- 「風土に育まれた歴史的まち並み等を活かした取組」は全体で7.7%となった。(アンケート調査結果■9/P.23)

「実施地域の代表的な特色ある公演・作品展示等」は全体では3割だったが、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』では7割近い事業者が重視すると回答した。地域コミュニティの暮らしや文化的な特色、文化財などを核とした取組などが行われていることがわかる。

「風土に育まれた歴史的まち並みを活かした取組」は決して高い数字とはいえないが、確実に実施されていることがわかる。少なからず地域の資産や課題を見据え、日本博という文化事業に取り込む気概がみとれる。

② 被災地復興の発信を目的とした取組

- 「国内外への発信や誘客に工夫した被災地復興の取組」は全体で5.7%となった。(アンケート調査結果■9/P.23)

2021年に延期された東京オリンピック・パラリンピック競技大会では『復興五輪』のスローガンも掲げられていた。そのため、東北エリアでは、日本博の事業の枠組みでも被災地復興を感じてもらえるような企画を共同で立案する動きもあったという。長引くコロナ禍、特に首都圏で猛威を振ったが、まん延防止等重点措置が出ていない東北エリアであっても多くの文化施設が休館となった。東北エリアの事業者からはおしなべて思うように事業が実現できなかったことを残念に思うという意見があがった。(ヒアリング調査)

3-3 様々な人が参加・交流する事業の実施

① 市民協働・多世代交流の促進

- 「市民協働の推進」は全体では14.6%となったが、事業別にみると、『文化資源活用推進事業』で45.0%と高い。(アンケート調査結果■12/P.26)
- 「多世代・域内交流の促進」は全体で33.3%となり、特に『主催・共催型』47.7%、『イノベーション型』50.0%、『文化資源活用推進事業』50.0%となった。(アンケート調査結果■12/P.26)

地域の博物館や公共施設等で実施される事業には、子供から高齢者等多世代の市民を対象にしたワークショップが数多く実施されている。ある地域の博物館では、ワークショップに子供から高齢者まで楽しめる内容を盛り込むほか、高校生や大学生と協働するプロジェクトを設け、彼らが地域の伝統文化を日常に取り込むためのアイデアを提案してもらう活動が行われた。(自由記述)

② 運営ボランティア

- 運営ボランティアの総数は8,258人となった。昨年度の3,594人から倍以上増加した。(アンケート調査結果■1/P.19)

アンケートにおいては、「一般公募により募ったアルバイト、ボランティアの登録者数が多数あり、運営に従事した。市民から立ち上がる芸術祭として多くの興味ある市民と接点を持てたことで今後の活動につながる貴重な機会となった」という意見もあった。(自由記述)

3-4 地域の教育や福祉分野における取組の拡充

① 地域の教育や福祉分野における取組の拡充

福祉分野では、同じ障害者団体でも障害特性に応じてそれぞれの団体があり、特性が違うことでそれぞれの考え方や立場があるため、普段は横同士で手を携えあうことが難しい場面もあるという。今回、日本博という事業と一緒に運営するために、全国の施設や法人が連携することができ、障害者の芸術文化のプラットフォームができたという意見があった。このような連携が全国レベルで生まれることで、我が国の共生社会を進めていく上でも大きな力にしていくことも重要である。(ヒアリング調査)

我が国には文化庁と厚生労働省が共同で進めている、障害者の文化芸術活動推進事業が全国で実施されているが、今回の日本博を契機に生まれた取組の拡充は、今後の事業の推進にも大いに寄与することが考えられる。

3-5 シビックプライド(地域の誇り)の向上

① 地域への愛着・誇りの醸成

- 「シビックプライド(地域の誇り)の向上」をあげた事業者は全体の51.2%となった。(アンケート調査結果■12/P.26)
- 事業別にみると、『文化資源活用推進事業』85.0%、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』76.9%、『主催・共催型』59.1%と『イノベーション型』58.3%と高い割合を示した。一方で『参画型』が33.9%と平均を下回る数値となり、全体の割合を押し下げた。

地域の人々が地域の文化を再発見し、確実に地元への愛着を増していく状況であることから、日本博が地域のコミュニティに根差した形で実施されていることがわかる。

② ソーシャルキャピタルの強化・社会参画

ヒアリング調査においては、複数の事業者から「ソーシャルキャピタル強化」についての言及があった。地域の資産としての文化を活用し、地域アイデンティティを深化させ、地域コミュニティの成長に繋げようとする観点である。ある事業者では、社会的インパクト評価ロジックモデルによるソーシャルキャピタルの強化の観点から、成長過程を継続的に検証し、大規模な芸術祭の企画や運営スタッフとして自分ごととして関わる人を増やし、地域全体の底上げを目指す取組が行われていた。また、それぞれの移住者からなる集落の集合体でしかなかったものが、近年になってようやく合併してできた「市」のアイデンティティを起点に事業を考えたり実行したりすることがしっくりとくるようになってきたと感じているといった意見が聞かれた。(ヒアリング調査)

3-6 社会包摂・共生社会の促進

① 社会包摂・共生社会の促進

日本博事業では社会包摂的な視点を持った事業も多く実施された。例えば、日雇い労働者が多く住む「山谷」地域で開催された小さな芸術祭では、普段からダイバーシティのあり方を問題提起している外国人留学生たちが山谷の印象をテーマにした新作の発表・出展を行い、様々な格差を持つ住人とアーティストが同じ空間で過ごし、お互いを知ることで尊重や包容のビジョンを実現させたという意見が寄せられたという。(ヒアリング調査)

日本博では、上記のほかにも、社会包摂をテーマにした事業が多く実施されている。

② 社会課題解決や政策目標達成にむけた連携

SDGsや震災によるコミュニティ活動の減少、若者不在・高齢化・過疎といった人口減少、食品廃棄・フードロス等に伴う様々な社会課題や政策動向に積極的に挑戦し、アートや文化が社会課題に取り組むことの意義を検証した事業も実施された。どれもグローバルに共通する社会課題だが、今まで実施してきた既存のアートプロジェクトが「SDGs」という社会一般の人にとって共通のテーマに照らされることで、わかりやすい形で解釈されなおされたという大きな成果があった。(ヒアリング調査)

「SDGs」に対する意識の高まりを追い風に、社会課題や政策目標への取組といった共通の目標があったからこそ、行政区域を超えた地方公共団体の連携を可能にしたという側面も大きい。社会課題の解決にむけて創意工夫が役立つ可能性を感じさせる点で注目すべき動向であると考えられる。

③ 社会貢献意識の高まり

新型コロナウイルス感染症拡大に伴う会期変更・会場変更、スポンサーの撤退・縮小により、資金面での課題に直面した事業者が、新たな試みとしてクラウドファンディングを実施した事例があった。著名人による寄附行動がSNSで拡散され、次々と協力者が現れて目標金額に達したという。企業協賛や助成金による資金調達ほかに、クラウドファンディングという手段を発見することで、事業継続性が担保される意義は大きい。(ヒアリング調査)

クラウドファンディングサイトを經由してチケットを販売したコンサートの事例もあった。この公演では、チケット売上全体の45.0%がクラウドファンディングサイトで購入されたという。(ヒアリング調査)

このような「購入型(モノやサービス、体験や権利などの「リターン」を販売)」のクラウドファンディングはコロナ禍にはいって

急増しているという。クラウドファンディングを通じた支援の輪が、若者を中心に大きく拡大し、あるクラウドファンディングサイトでは若い年齢層のユーザーが1割ほど増加した。増加した理由として、クラウドファンディングを運営する事業者各社が、コロナ禍の事業者を支援するため、手数料を大幅に引き下げるキャンペーンを実施し、これによってより幅広い層の人が気軽に寄附を実践できるような環境が整ったことが大きい。

先の事例では、クラウドファンディングという形で購入した理由について、来場者アンケート回答者の8割超が「このコンサートの支援をしたかったから」と回答した。(ヒアリング調査)

若者世代を中心に寄附や社会貢献に対する意欲の高まりといった行動変容の流れが、日本博事業のような文化事業全般にも好循環をもたらすことが期待される。

4. 観光インバウンド拡充効果

4-1 外国人向けプログラム開発、受入環境整備推進

- このプロジェクトで、外国人の受け入れを意識して行った取組を尋ねると、「外国人のニーズを踏まえた新たなプログラムの開発」は全体の7.7%になった。(アンケート調査結果 ■ 13/P.27)
- 「外国人向け体験型事業の実施」7.3%、「多言語によるレクチャーつき公演・ツアー等の実施」6.1%となった。(アンケート調査結果 ■ 13/P.27)
- 観光インバウンド拡充効果については、「外国人のニーズを踏まえた新たなプログラムの開発」について15.0%の事業者が効果ありと回答。(アンケート調査結果 ■ 14/P.28)

コロナ禍による外国人の入国制限等が日本博プロジェクトにおける外国人受け入れの障壁となったものの、全体の15.0%の事業において、日本博を通じた外国人のニーズを踏まえた新たなプログラム開発に効果を感じていることがわかる。

4-2 外国人プロモーションの実施

- 「パンフレット、音声ガイドなどの多言語化」が66.7%で最も多く、「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」47.6%が続く。「インターネットでの多言語によるチケット販売等」24.0%、「建物やアクセス動線サインの多言語化」22.4%が続く。(アンケート調査結果 ■ 13/P.27)

コロナ禍によって外国人が来日できない状況下だったが、パンフレットや音声ガイドといったリアル向けプロモーションのほうの実施率が高かった一方で、状況を見て「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」を意識して行った事業も多かった。事業別にみると、『主催・共催型』、『イノベーション型』、『文化資源活用推進事業』の3事業で、いずれも6割強の事業者がインターネットによるプロモーションを実施している。

外国人を受け入れる取組としては、日本語以外の言語を用意することが取組の中心となっていることがわかる。コロナ禍にもかかわらず、昨年度よりも割合が高くなっており、インターネットを活用した多言語での広報活用は継続した活動として定着しつつあることがうかがえる。

4-3 外国人受け入れ対応力の向上

- 外国人来場者数・参加者数の総数は114,301人となった(昨年度は158,768人)。(アンケート調査結果 ■ 1/P.19)
※なお、設問や回答において、訪日外国人か在住外国人かの区別はされていない。
- 外国人来場者は総来場者数の2.6%となった。
- オンラインライブの外国人参加者は857,981人、デジタルコンテンツの海外からの視聴・再生回数は3,192,500回となった。(アンケート調査結果 ■ 2、■ 3/P.19)
- 全体では、来場者・参加者に締める外国人数の変化は、「減少した」が43.5%と最も多かった。(アンケート調査結果 ■ 15/P.28)
- 一方、「とても増加した」、「増加した」は合計7.7%であった。(アンケート調査結果 ■ 15/P.28)
- 「プロジェクト実施地域を訪れる外国人の増加」については6.9%となった。(アンケート調査結果 ■ 14/P.28)
- 「芸術祭など面的展開などによる滞在型誘客の推進」は7.3%、「外国人と日本人の交流」6.1%、「日本語学習につながる活動」は0.4%となった。(アンケート調査結果 ■ 13/P.27)

外国人の受け入れ対応に関する取組のうち、芸術祭などへの滞在型誘客や日本人との交流、日本語学習に繋がる活動についてはどれも1割以下の低い数字にとどまった。世界的なパンデミックによる国境封鎖や東京オリンピック・パラリンピック競技大会が海外からの観客受入を断念といった状況下を色濃く反映した結果だと考えられる。

4-4 日本文化への関心の高まり

- 「外国人に対する当該ジャンルの認知、理解の向上」は全体の56.9%となった。(アンケート調査結果■14/P.28)
- 「外国人の訪日意欲向上の働きかけ」は31.7%となった。(アンケート調査結果■14/P.28)

事業別にみると、『主催・共催型』では7割以上が「外国人に対する当該ジャンルの認知・理解の向上」に取組み、5割が「外国人の訪日意欲向上の働きかけ」を行った。『イノベーション型』はどちらも5割を超える事業者が実施しており、上記2つの取組が積極的に行われていることがわかる。

5. 経済的効果

5-1 事業実施による経済的効果、参加者数の増加

- 「国内外の観光客など交流人口の拡大」は全体で31.7%となり、事業別では『文化資源活用推進事業』が50.0%と多かった。(アンケート調査結果■16/P.29)
- 「地域経済・雇用の成長、定住人口の拡大」は4.9%となった。(アンケート調査結果■16/P.29)
- 「有料来場者数」総計は855,021人(昨年度は1,701,725人)(アンケート調査結果■1/P.19)、「有料オンラインライブ参加者数」総計は3,693人(アンケート調査結果■2/P.19)、「デジタルコンテンツ有料視聴・再生回数」2,636回(アンケート調査結果■3/P.19)となった。

5-2 情報発信の増加

- 「国際的な発信力の向上」は全体で28.0%となったが、事業別では『主催・共催型』45.5%、『イノベーション型』52.8%と高い割合を示した。(アンケート調査結果■16/P.29)
- 日本語での専用ウェブサイトの制作は全体の71.5%の事業が実施し、外国語サイトは52.0%の実施率となった。(アンケート調査結果■17/P.30)
- 「日本語でのSNS発信」75.6%となった。(アンケート調査結果■17/P.30)
- 専用ウェブサイトの総PV数は14,341,900PV、そのうち外国語サイトの総PV数は935,397PVとなった。

日本博事業の盛り込むべき観点として広報への取組も重要視されているため、専用ウェブサイトの設置は多くの団体で実施されているはずだが、実際には約7割という数字にとどまった。事業別にみると、『主催・共催型』77.3%、『イノベーション型』83.3%、『文化資源活用推進事業』85.0%と高いが、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』57.7%、『参画型』66.1%の割合が低迷した。インバウンドを目的とした日本博事業の趣旨に鑑みると、より多く外国語サイトが整備されることが望ましい。広報について最も多い数字をあげた手段としては「チラシ配布」で83.3%となった。(アンケート調査結果■17/P.30)

「日本語でのSNS発信」は実施率75.6%だが、費用的にも気軽に始められる情報発信ツールであることから、SNSによる情報発信の取組もより増えることが望ましい。(アンケート調査結果■17/P.30)

5-3 魅力ある事業の実現と地域経済の活性化

- 「商業・観光業・飲食業の活性化」は34.1%、「伝統工芸など文化芸術関連産業の振興」は32.9%、「文化集積地と商業地の連携強化」は12.2%となった。(アンケート■16/P.29)
- 事業別にみると、『文化資源活用推進事業』と『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』で「商業・観光業・飲食業の活性化」が多く、『主催・共催型』と『イノベーション型』で「伝統工芸など文化芸術関連産業の振興」が高くなっている。

「商業・観光業・飲食業の活性化」と「文化集積地と商業地の連携強化」は昨年度からほぼ倍増している。それまでの日本博ではあまり「商業・観光業・飲食業の活性化」といった取組は少なかったが、長引くコロナ禍で疲弊する実体経済にも配慮し、文化をトリガーにして地域経済を再浮上させようとする意識の発芽にも見える。

産業を文化という切り口で見直すことで、あらたな創造的産業として発展させようとした事例もある。例えば、それまで経済産業省の補助を受けて若手デザイナーのファッションショーを実施してきた事業では、日本博を契機に文化的視点から戦後ファッションを概観するカルチャー展を開催し、将来の日本ファッション産業を牽引する若手ファッションデザインブランドの発信につとめた。また、田んぼアートプロジェクトでは、収穫した米を加工し、備蓄食の開発も行った。(ヒアリング調査)

伝統工芸の世界でも、伝統工芸の匠の技術を活かしながら、現代人が欲しいと思う家具やインテリア製品を開発し、需要を掘り起こした事例があった。(自由記述)

それぞれの地域に根差した伝統工芸等が日本博事業を通して今の時代にアップデートされ、多くの世代や外国人にも注目されるような特産品が開発され、地域産業の再生を可能とする事業実施が行われていたことがわかる。

5-4 地域や分野の認知拡大

- 全体で見ると最も多いのは、昨年度と同じく「地域ブランド力の向上」45.5%となった。(アンケート■16/P.29)

事業別にみると、『文化資源活用推進事業』75.0%、『イノベーション型』58.3%、『地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業』57.7%、『主催・共催型』56.8%と、日本博のメインの事業分野ではいずれも5割以上となったものの、『参画型』が28.8%と低めの割合となり、全体を押し下げた形となった。

日本博のメイン事業についてはおよそ半数の事業において、事業展開が実施地域の認知度向上やブランド力の向上に繋がる取組が行われたことがわかる。

6. 新型コロナウイルス感染症関連

残念ながらコロナ禍の2年目にあたり、地域における文化的イベントや集客を伴う多くの事業が開催自粛要請と日本博の効果創出とのほごまで苦慮する日々を強いられた。他方、新型コロナウイルス感染症拡大対策にそれぞれ取り組む中で、思わぬ気づきや、コロナ後の事業拡大に繋がるノウハウの蓄積もあったと考えられる。本項では、各事業者の新型コロナウイルス感染症対策等の取組について検証する。

6-1 新型コロナウイルス感染症の影響によるプロジェクトの延期や中止

全体では66.3%が延期や中止をすることなく実施しているが、このなかには会期や規模の縮小など実施形態を変更しての実施も含まれている。延期または中止した事業は33.7%となった。(アンケート■18/P.31)

延期や中止の具体的な状況としては、「一部を中止し、他は年度内に実施した」事業が半数以上を占めた。会期を縮小して実施したり、対面や集客を伴う事業をオンライン配信に切り替えたり、無観客で開催したりといった対応も行われた。(アンケート■19/P.31)

ヒアリング調査では、延期したものの、感染状況が落ち着いた秋以降、日程変更して開催された事例が多く聞かれた。夏に予定されていた会期を秋に変更したことで、パンフレットの刷りなおしが発生した事業もあった。事業予算の十分な措置があったことでこうした対応が可能になった等の効果がみられた。(ヒアリング調査)

6-2 新型コロナウイルス感染症拡大を受け実施した取組

コロナ禍を受けて実施した取組として、57.3%の事業者が「SNSやYouTube等での事業情報の発信強化」、46.7%が「事業に関わる映像コンテンツ等の発信」をあげた。YouTubeにて映像コンテンツが積極的に発信され、鑑賞・参加の機会を提供し続けた取組が行われたことがうかがえる。(アンケート■20/P.32)

各事業が感染拡大防止に向けて取り組んだ内容で、最も効果的だった対策は、「催し物の開催制限(収容率および人数上限)による人数制限の実施」、次に「来場者への検温、マスク着用、消毒等」となった。基本的な感染症防止対策の徹底がコロナ感染症拡大対策の肝であったことがわかる。(自由記述)

一方で、ITを駆使した感染対策に取り組んだ事業者もいた。入場時にバーコードを印字した「パスポートチケット」もしくは「コロナ安心登録カード」を全来場者に配布し、登録された氏名、連絡先とバーコードナンバーと入場履歴を連携させるシステムを独自で開発。万が一、集団感染が発生した際も入場履歴を追跡でき、来場者に対して感染者と接触した恐れがあることを報告できる環境を構築・運用したという。(自由記述)

多くの事業者が、無観客公演などのオンライン配信、映像やデジタルコンテンツ制作などに取り組むことで、コロナ禍でも事業を継続し、話題性も喚起する事例をあげているが、VR/ARコンテンツをスマホで鑑賞してもらえれば、集まらずに個々で楽しむことができ、さらに密を避けられると考え、スマートデバイス用アプリで配信した事業者もあった。(自由記述)

新型コロナウイルス感染症によって対応を余儀なくされたオンライン化、DX化であったが、今後の事業拡大にむけたイノベーションが加速されたケースとして重要な経験であったという意見も多く聞かれた。(ヒアリング調査)

第3章 経済波及効果の調査

令和2年度日本博開催に係る効果検証業務においては、地域活性化につながる効果として、事業者や参加者の消費活動に焦点を当て、定量的に捉えることを目的に、『「日本博」経済波及効果推計ガイドライン』(令和3年3月)が策定された。

当該ガイドラインは、これから経済波及効果を推計する事業における手引きとして、日本博のウェブサイトにも掲載されている。(https://japanculturalexpo.bunka.go.jp/report/assets/pdf/spillover_effect_202103.pdf)

本章では、当該ガイドラインに即して推計した3つの調査事例について紹介する。

経済波及効果の枠組み

1. 2種類の経済波及効果を推計

「経済波及効果」は、新たな需要が発生することによって誘発される生産(生産誘発効果)等をいう。本調査では日本博の各種の文化事業が実施されることで新たに発生する需要を対象としている。

日本博の各種事業によって新たに発生する需要には、概ね2種類がある。経済波及効果の推計の対象は、この両方としている。

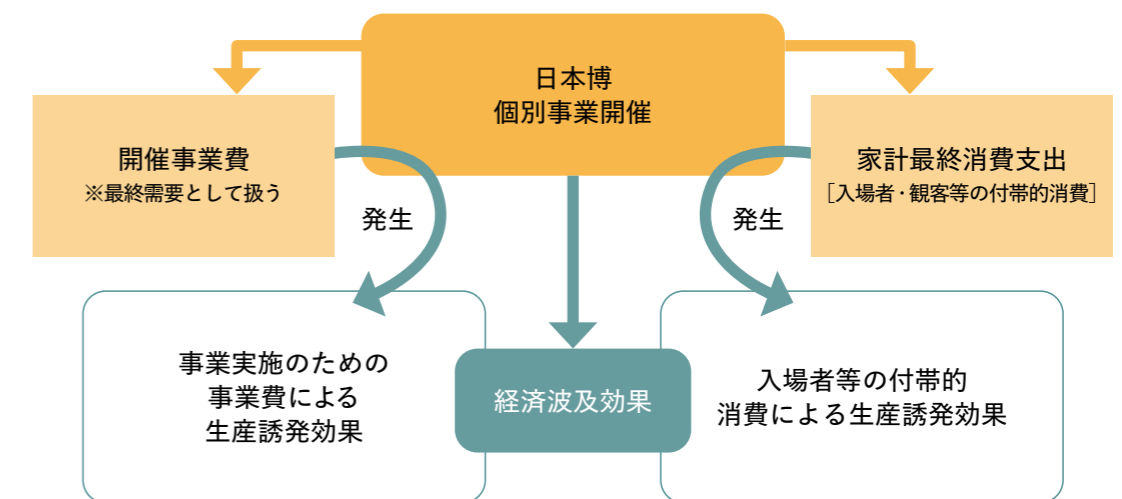
(1) 開催事業費によるもの

事業を実施するために新たに発生した需要が市場(社会)に流れ込んで生じる経済波及効果。

(2) 事業の参加者(入場者や鑑賞者等)の消費によるもの

事業参加者が、参加するために、または参加することにあわせて消費(入場料、交通費、宿泊費、お土産品等の購入費等)することで生じる経済波及効果。

【図1-1 2種類の経済波及効果】



〔「日本博」事業の経済波及効果推計ガイドライン〕

2. 産業連関表を使って推計

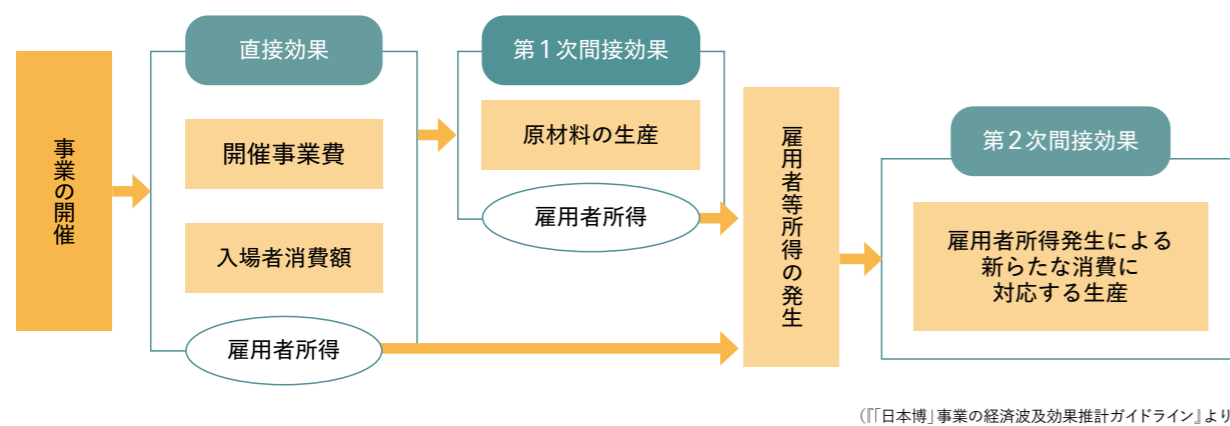
経済波及効果の推計には産業連関表を使う。産業連関表は一定期間（通常1年間）に、財・サービスが各産業部門間でどのように生産され、販売されたかについて、行列（マトリクス）の形で一覧表にとりまとめたもので、英語の頭文字を取ってI-O表ともいう。

産業連関表は、産業を何部門に分けるかによって複数の種類があるが、本調査では37部門表をベースにしている。

3. 第2次間接効果まで推計

経済波及効果は、消費が消費を生んで、何段階にも次々と波及していく。本調査では、図に示すように、「第2次間接効果」までを経済波及効果として推計している。

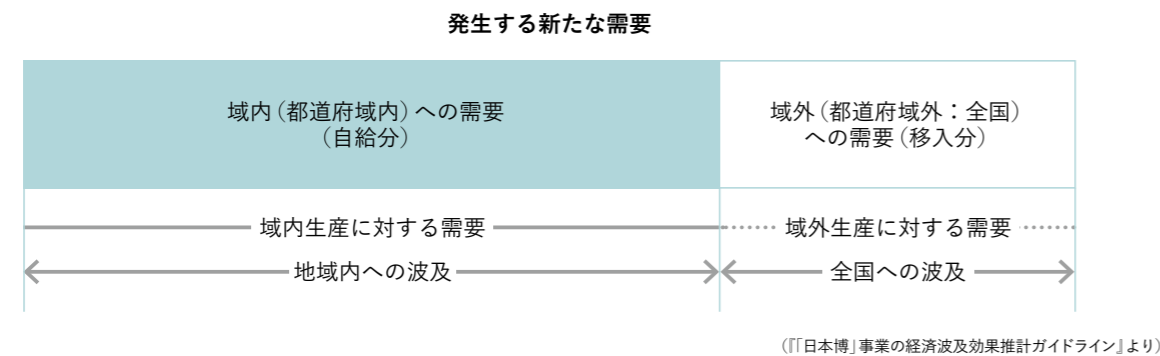
【図1-2 経済波及効果の推計範囲（ディメンジョン）】



4. 域内（都道府県内）の効果と域外（全国）の効果の推計

経済波及効果の範囲は、本調査では地域経済に対する波及効果と、我が国全体に対する波及効果の2種類を計測している。地域経済という時の地域は都道府県とし、「域内」と呼ぶ。域内の効果の推計には都道府県版の産業連関表を用い、「域外（全国）」の効果の推計には全国版の産業連関表を用いている。なお域外の推計に全国版を用いると必要のごく一部が域内に還流するが、その点は捨象している。

【図1-3 経済波及効果の推計範囲（エリア）】



5. 事業実施後に推計

経済波及効果の推計には、実際に使われた実施費用や、参加者の消費金額等のデータを使う。本調査では、事後的に得られる事業結果の速報（入場者数等）を用いているが、事業開催費等は集計決算中の時期であったので、これは予算書の数値を用いた。

ガイドラインの適用事例

事例Ⅰ「伝教大師1200年大遠忌 最澄と比叡山」

1. 当該事業の概要

類型	令和3年度「日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業（イノベーション型プロジェクト）」
事業名	「伝教大師1200年大遠忌 最澄と比叡山」
事業主体	比叡山延暦寺
実施期間	令和3年9月12日～令和3年12月12日
参加者数	46,149人
事業概要	延暦7(794)年、最澄により創建され、各宗祖師を輩出し「日本仏教の母山」と称される延暦寺において、最澄の念願であった「戒壇院」(重要文化財)と「法華総持院東塔」を特別公開する。また織田信長の比叡山焼き討ちより450年目の本年は戦乱の世から復興まで、延暦寺がどのように日本文化を育み伝えたか、文化財展示や織田家・明智家末裔の声を通じ国内外に発信する事業。

2. 直接効果の推計

(1) 開催事業費の直接効果

本事業の開催事業費（予算）は以下のものであった。この金額が直接効果に相当する。

表1-2-1 開催事業費の費目

単位：千円

費目	金額
戦国と比叡展 出陳御礼費	1,260
仏教文化講座 出演者御礼	900
仏教文化講座 出演者宿泊費	75
仏教文化講座 出演者打合せ(往復)	283
仏教文化講座 出演者打合せ宿泊	130
仏教文化講座 会場費	50
戦国と比叡展 出陳運送費	1,543
戦国と比叡展 展示台作成費	209
戦国と比叡展 出陳品燻蒸費	340
戦国と比叡展 展示キャプション翻訳費	200
最澄と比叡山 のぼり旗作製費	105
最澄と比叡山 誘導看板作製費	36
最澄と比叡山 横断幕作製費	118
ワークショップ 翻訳費	120
戦国と比叡展 図録作成費	100
仏教文化講座 誘導看板	48
最澄と比叡山 ポスター作製費	887
ワークショップ 翻訳費	120
ワークショップ 備品購入	130
最澄と比叡山 チラシ作製費	2,100
ワークショップ 消耗品購入	100
特別公開 諸堂受付スタッフ	900
特別公開 スタッフ用プレハブ	200
特別公開 スタッフ用プレハブ配電工事	120
特別公開 仮設トイレ設置	80
特別公開 説明看板	84
特別公開 誘導看板	198
合計	10,436

この開催事業費の費目を、表I-2-2のように、産業連関表産業分類(部門)への振り分けを行うとともに、実際の業務の発注先をもとに滋賀県内(域内)への支出額と滋賀県外(域外)への支出額に分ける。この振り分けは、事業主催者へのヒアリング調査に基づいて行っている。

この表は、産業部門別の直接効果を、域内(県内)と域外(全国)に分けて表している。

表I-2-2 開催事業費(最終需要額)の産業連関表の部門別整理

単位:千円

産業連関表の該当部門	域内(県内)	域外(全国)	計
39 その他の製造工業製品		100	100
41 建設	80	320	400
57 運輸・郵便		1,826	1,826
65 他に分類されない会員制団体	50		50
66 対事業所サービス	2,124	5,731	7,855
67 対個人サービス	75	130	205
合計	2,329	8,108	10,436

※四捨五入による端数処理をしているので合計値は必ずしも一致しない。

(2) 付随的消費の直接効果

付随的消費額(直接効果)は、来場者アンケート調査と来場者数により推計する。アンケート調査の概要は以下のようなものである。

〈来場者調査の概要〉	
○実施日	令和3年11月27日(土)・28日(日)
○実施方法	対面面接法
○有効回答(サンプル)数	158

表I-2-3 回答者の内訳

単位:人

居住地	日帰り	宿泊
域内(県内)	14 (8.9%)	-
域外(全国)	97 (61.4%)	47 (29.8%)
計	111 (70.3%)	47 (29.8%)
合計	158 (100.0%)	

※(注)にも記したように、端数は四捨五入処理をしているため、合計が一致しない場合がある。(以下同じ。)

表I-2-3の回答者の域内(県内)・域外(全国)別日帰り・宿泊別の比率を来場者総数4万6,149人に乗じて、表I-2-4のように来場者の域内(県内)・域外(全国)別日帰り・宿泊別人数を算出する。

表I-2-4 来場者数の内訳

単位:人

居住地	日帰り	宿泊
域内(県内)	4,089 (8.9%)	-
域外(全国)	28,332 (61.4%)	13,728 (29.8%)
計	32,421 (70.3%)	13,728 (29.8%)
合計	46,149 (100.0%)	

また「来場者アンケート調査から、表I-2-5のように県内日帰り・宿泊別の1人当たりの消費額とその内訳、表I-2-6のように県外日帰り・宿泊別の1人当たりの消費額とその内訳を算出し、表I-2-4の来場者数を乗じて、表I-2-7の消費総額(最終需要額)を算出する。

表I-2-5 域内(県内)居住者・域外(全国)居住者別1人当たりの消費額とその内訳

単位:円

費目	域内(県内)居住日帰り	域内(県内)居住宿泊	域外(全国)居住日帰り	域外(全国)居住宿泊	産業連関表の該当部門
域内交通費	2,254		1,996	9,177	57 運輸・郵便
宿泊費				6,993	67 対個人サービス
飲食・食事代	1,014		1,432	5,654	67 対個人サービス
飲食料品購入費	863		392	2,217	11 飲食料品
土産代	1,416		718	4,313	11 飲食料品 15 繊維製品 16 パルプ・紙・木製品 39 その他の製造工業製品
本事業以外の拝観料、入館料・入場料	1,108		1,058	2,520	67 対個人サービス
その他	-		0	71	67 対個人サービス
ツアー代金マージン ^{※1}	300		0	10,000	57 運輸・郵便
合計	6,955		5,596	40,945	

※1 ツアー代金については、長距離交通費、短距離交通費、域内飲食費、域内娯楽等サービス費、旅行会社マージンで構成されていると見なし、「旅行・観光消費動向調査」(2020年10月~12月の集計表(確報))の費目別構成比をもとに、各費用を算出。マージン以外は各費目に加算し平均単価を算出した。

表I-2-6 域外(全国)居住者による滋賀県外での1人当たりの消費額とその内訳

単位:円

費目	域外(全国)居住日帰り	域外(全国)居住宿泊	産業連関表の該当部門
域内交通費	3,199	18,426	57 運輸・郵便
宿泊費		17,523	67 対個人サービス
飲食・食事代	2,238	13,837	67 対個人サービス
飲食料品購入費	741	4,250	11 飲食料品
土産代	1,713	7,333	11 飲食料品 15 繊維製品 16 パルプ・紙・木製品 39 その他の製造工業製品
本事業以外の拝観料、入館料・入場料	680	4,393	67 対個人サービス
その他	0	1,833	67 対個人サービス
ツアー代金マージン	1,022	8,125	57 運輸・郵便
合計	9,593	75,720	

表I-2-7 事業参加者の消費総額

単位:千円

費目	域内(県内) 居住者	域外(全国) 居住者	最終需要額
域内(県内)分	28,439	720,639	749,078
域外(全国)分	0	1,311,273	1,311,273
合計	28,439	2,031,912	2,060,351

※滋賀県内居住者が滋賀県外で消費した額の回答はなかった。

約1,000万円の事業費が、域内(県内)で約7億4,900万円、域外(全国)で約13億1,100万円、合計約20億6,000万円の消費を誘発したと推計される。

3. 経済波及効果全体（直接効果＋第1次・2次間接効果）の推計

開催事業費と事業参加者の消費総額（最終需要額）から推計した経済波及効果（直接効果と第1次・2次間接効果）の合計は、域内（県内）と域外（全国）にわけて、域内（県内）は10億6,000万円、域外（全国）では27億6,000万円となった。

域内（県内）では、7億5,000万円の直接効果（開催事業費＋消費額）に対して、全体に10億6,000万円の経済波及効果があり、その乗数効果（初期投入に対する波及効果全体）は1.4（倍）である。

一方域外（全国）では、13億2,000万円の直接効果（開催事業費＋消費額）に対して、全体に27億6,000万円の経済波及効果があり、その乗数効果は2.1（倍）である。

表I-3-1 経済波及効果推計総額

【域内(県内)の波及効果】※2 単位:千円

項目	直接効果 a	第1次間接効果	第2次間接効果	経済波及効果 (合計)b	乗数 (b/a)倍
開催事業費	2,329	463	436	3,228	1.4
来場者の付帯的消費額	749,078	195,803	114,029	1,058,910	1.4
合計	751,407	196,266	114,465	1,062,138	1.4

※2 平成27年(2015年)滋賀県産業連関表の37部門表を用いて推計。

【域外(全国)の波及効果】※3 単位:千円

項目	直接効果 a	第1次間接効果	第2次間接効果	経済波及効果 (合計)b	乗数 (b/a)倍
開催事業費	8,108	5,055	3,491	16,653	2.1
来場者の付帯的消費額	1,311,273	926,707	509,877	2,747,857	2.1
合計	1,319,381	931,762	513,368	2,764,510	2.1

※3 滋賀県産業連関表では地域間表を作成していないため、平成27年(2015年)産業連関表(総務省)の統合大分類(37部門表)を用いて推計。ただし、全国版であることから、域内(県内)分も含まれることに留意が必要。

事例II 『GENKYO 横尾忠則』展の関連プロジェクト 『横尾忠則と滝シリーズ、WITH CORONA 体験展示』のうち 『GENKYO 横尾忠則』原郷から幻境、そして現況は？（大分県立美術館で開催）事業

1. 当該事業の概要

類 型	令和3年度「日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業(主催・共催型プロジェクト)」
事業名	『GENKYO 横尾忠則』展の関連プロジェクト 『横尾忠則と滝シリーズ、WITH CORONA 体験展示』のうち『GENKYO 横尾忠則』原郷から幻境、そして現況は？(大分県立美術館で開催)事業
事業主体	株式会社朝日新聞社
実施期間	令和3年12月4日～令和4年1月23日
参加者数	8,673人
事業概要	1960年代初頭よりグラフィックデザイナー、イラストレーターとして活動を開始した横尾忠則(1936年生まれ)は、日本の土俗的なモチーフとポップ・アートの感覚を融合させた独自の表現で注目された。1980年代には「画家・芸術家」へと活動領域を移し、斬新なテーマと表現による作品を次々と発表し、高い評価を得る。タイトルの「原郷」とは、横尾によれば、すべての人間の魂の故郷であり、現世での生を終えたのちに還っていくところでもあり、さらには宇宙でもある。画家が繰り返し立ち戻り、様々なイメージや記憶の連関を見出している、鬱蒼とした森のような領域。この「原郷」こそが、変幻自在でいつも新鮮な驚きをもたらしてくれる、その独特なイメージ世界が生み出される源泉である。 大分初の大規模個展として、絵画を中心に、グラフィックの代表作を加えた豊富な出品作品によって横尾忠則の生涯の展開を辿りながら、その芸術の特性を明らかにする。

2. 推計結果

(1) 直接効果の推計

ア. 開催事業費の直接効果

本事業の開催事業費(予算)は以下のようであった。この金額が直接効果に相当する。

表II-2-1 開催事業費の費目 単位:千円

費目	金額
監修者謝金(滝)	61
監修者謝金(WITH CORONA)	61
出演者謝金(オンラインイベント)	1,100
出演者謝金(SNSリレー)	428
字幕翻訳料・英語(オンラインイベント)	101
字幕翻訳料・英語(SNSリレー)	76
翻訳料・英語(HP)	151
監修者旅費(滝)	86
梱包・展示輸送・返却準備費(滝)	2,411
展示監視費用(滝)	667
設営撤去費・大分(滝)(WITH CORONA)	3,947
SNS拡散プロジェクトアカウント管理・SNSリレーアカウント管理運営費(WITH CORONA)	358
オンラインイベント補助費	237
配信費用/動画編集(オンラインイベント)	1,749
出演者ヘアメイク代(オンラインイベント)	165
サイト制作管理費・英語(HP)	330
合計	11,926

※端数は四捨五入しているので、内訳の計と合計が一致しない場合がある。以下同様。

この開催事業費の費目を、表II-2-2のように、産業連関表産業分類(部門)への振り分けを行うとともに、実際の業務の発注先をもとに域内(県内)への支出額と域外(全国)への支出額に分ける。この振り分けは、事業主催者へのヒアリング調査に基づいて行っている。

この表は、産業部門別の直接効果を、域内(県内)と域外(全国)に分けて表している。

表II-2-2 開催事業費(最終需要額)の産業連関表の部門別整理 単位:千円

産業連関表の該当部門	域内(県内)	域外(全国)	計
57 運輸・郵便	0	2,496	2,496
59 情報通信	0	2,437	2,437
66 対事業所サービス	3,947	2,881	6,828
67 対個人サービス	0	165	165
合計	3,947	7,978	11,926

イ. 付帯的消費の直接効果

付帯的消費額(直接効果)は、来場者アンケート調査と来場者数により推計する。アンケート調査の概要は以下のようものである。

○実施日 ○実施方法 ○有効回答	〈来場者調査の概要〉 令和3年12月5日(日)・12日(日)・令和4年1月9日(日) 対面面接法 (サンプル)数 200
------------------------	--

表II-2-3 回答者の内訳 単位:人

居住地	日帰り	宿泊
域内(県内)	154 (77.0%)	3 (1.5%)
域外(全国)	21 (10.5%)	22 (11.0%)
計	175 (87.5%)	25 (12.5%)
合計	200(100.0%)	

表II-2-3の回答者の域内(県内)・域外(全国)別日帰り・宿泊別の比率を来場者総数8,673人に乗じて、表II-2-4のように来場者の域内(県内)・域外(全国)別日帰り・宿泊別人数を算出する。

表II-2-4 来場者数の内訳 単位:人

居住地	日帰り	宿泊
域内(県内)	6,678 (77.0%)	130 (1.5%)
域外(全国)	911 (10.5%)	954 (11.0%)
計	7,589 (87.5%)	1,084 (12.5%)
合計	8,673(100.0%)	

また「来場者アンケート調査から、表II-2-5のように域内(県内)日帰り・宿泊別の1人当たりの消費額とその内訳、表II-2-6のように域外(全国)日帰り・宿泊別の1人当たりの消費額とその内訳を算出し、表II-2-4の来場者数に乗じて、表II-2-7の消費総額(最終需要額)を算出する。

表II-2-5 域内(県内)居住者・域外(全国)居住者別域内(県内)での1人当たりの消費額とその内訳 単位:円

費目	域内(県内)居住日帰り	域内(県内)居住宿泊	域外(全国)居住日帰り	域外(全国)居住宿泊	産業連関表の該当部門
域内(県内)交通費	439	2,000	2,083	10,066	57 運輸・郵便
宿泊費		12,000		20,766	67 対個人サービス
飲食・食事代	1,253	3,666	2,100	12,225	67 対個人サービス
飲食料品購入費	302	500	1,025	3,916	11 飲食料品
土産代	1,057	3,666	1,600	5,066	11 飲食料品、15 繊維製品、16 パルプ・紙・木製品、39 その他の製造工業製品
本事業以外の拝観料、入館料・入場料	495	1,000	866	1,091	67 対個人サービス
合計	3,546	22,832	7,674	53,130	

表II-2-6 域外(全国)居住者による大分県外での1人当たりの消費額とその内訳 単位:円

費目	域外(全国)居住日帰り	域外(全国)居住宿泊	産業連関表の該当部門
域内(県内)交通費	4,806	28,083	57 運輸・郵便
宿泊費		2,687	67 対個人サービス
飲食・食事代	2,593	3,750	67 対個人サービス
飲食料品購入費	326	1,875	11 飲食料品
土産代	1,400	1,000	11 飲食料品、15 繊維製品、16 パルプ・紙・木製品、39 その他の製造工業製品
本事業以外の拝観料、入館料・入場料	891	2,000	67 対個人サービス
合計	10,016	39,395	

表II-2-7 事業参加者の消費総額 単位:千円

費目	域内(県内)居住者	域外(全国)居住者	最終需要額
域内(大分県内)分	26,648	57,677	84,325
域外(全国)分	-	46,707	46,707
合計	26,648	104,384	131,032

約1,200万円の事業費が、域内(県内)で約8,400万円、域外(全国)で約4,700万円、合計約1億3,100万円の消費を誘発したと推計される。

(2) 経済波及効果全体(直接効果+第1次・2次間接効果)の推計

開催事業費と事業参加者の消費総額(最終需要額)から推計した経済波及効果(直接効果と第1次・2次間接効果)の合計は、域内(県内)と域外(全国)に分けて、域内(県内)は1億2,600万円、域外(全国)では1億1,500万円となった。

域内(県内)では、8,800万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に1億2,600万円の経済波及効果があり、その乗数効果(初期投入に対する波及効果全体)は1.4(倍)である。

一方域外(全国)では、5,500万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に1億1,500万円の経済波及効果があり、その乗数効果は2.1(倍)である。

表II-2-8 経済波及効果推計総額

【域内(県内)の波及効果】^{*1} 単位:千円

項目	直接効果 a	第1次間接効果	第2次間接効果	経済波及効果(合計) b	乗数 (b/a) 倍
開催事業費	3,947	792	901	5,640	1.4
来場者の付帯的消費額	84,325	23,328	12,333	119,987	1.4
合計	88,273	24,121	13,234	125,628	1.4

^{*1} 平成27年(2015年)大分県産業連関表の36部門表を用いて推計。

【域外(全国)の波及効果】^{*2} 単位:千円

項目	直接効果 a	第1次間接効果	第2次間接効果	経済波及効果(合計) b	乗数 (b/a) 倍
開催事業費	7,978	5,381	3,198	16,558	2.1
来場者の付帯的消費額	46,707	33,114	18,217	98,038	2.1
合計	54,686	38,494	21,416	114,596	2.1

^{*2} 大分県産業連関表では地域間表を作成していないため、平成27年(2015年)産業連関表(総務省)の統合大分類(37部門表)を用いて推計。ただし、全国版であることから、域内(県内)分も含まれることに留意が必要。

事例Ⅲ 山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業

1. 当該事業の概要

類型	令和3年度「日本博を契機とする文化資源コンテンツ創成事業(文化資源活用推進型)」
事業名	山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業
事業主体	山口市
実施期間	令和3年4月1日～令和4年3月31日
参加者数	73,130人 ※2022年2月現在で配信等による参加者を除く事業実施済みの参加人数を集計
事業概要	山口情報芸術センターを活用したメディアアートや、大内文化の薫りと幕末の歴史が交差する「大内文化特定地域」内で「和」をテーマとして実施する幅広い世代の交流を促進するイベントによる新たな価値の創造への取り組みを通じて、大内文化をはじめとする本市の歴史や文化、自然を広く発信する。

【事業実施内容】

山口情報芸術センター(YCAM)を核とした山口都市核の交流促進

事業実施期間	事業名	参加予定者数
令和3年10月8日～2022年1月30日	坂本龍一 ART-ENVIRONMENT-LIFE 2021 いま、改めて見つめ直す〈アート〉〈環境〉〈ライフ〉	①1,053人 ②9,653人 ③4,267人 計14,973人
令和2年11月12日	山口県立美術館と山口情報芸術センター[YCAM]の連携企画 オンライン+オフライン鑑賞イベント 「見ないほうがよくみえる (Invent your way to watching)」 本物をみるってなんだろう?	
令和3年10月8日～令和4年1月30日	Incomplete Niwa Archives — 終わらない庭のアーカイヴ	3,872人

大内文化をはじめ同市の歴史・文化資源を活用した交流人口拡大の取り組み

事業実施期間	事業名	参加予定者数
令和3年4月1日～令和4年3月31日	山口市菜香亭ホームページリニューアル実施事業	-
令和3年9月～12月	山口ゆめ回廊 山口市菜香亭イベント開催事業	4,533人
令和3年9月23日～10月18日	大内文化特定地域にぎわい創出ナイトイベント 「大内ナイト3」開催事業	- ※オンライン配信
令和3年4月1日～令和4年3月31日	大内氏・大内文化がわかる本(黎明期編)作成事業	-
令和3年4月～令和4年3月31日	大内文化まちづくりホームページリニューアル実施事業	-
令和3年7月16日～8月22日	「びじゅチューン!×山口ゆめ回廊博覧会 なりきり美術館」開催事業	6,937人
令和3年10月～12月27日	幕末漫画イラストコンテスト開催事業	
令和3年11月19日～11月23日	山口ゆめ回廊博覧会文化交流推進事業「まちなみアート」開催事業	15,000人
令和3年12月10日～12月12日	やまぐち×ロヴァニエミ デザインウィーク2021	12,000人
令和3年8月1日～12月26日	山口ゆめ回廊文学ラリー	1,102人
令和3年8月11日～8月29日	カラクリ博士の異常なゲーセン YAMAGUCHI PLAY LAND	12,005人
令和3年10月3日～12月3日	祈りの回廊音楽祭	※ラジオ配信・動画再生
①企画展I 令和3年7月17日～9月23日 ②企画展II 令和3年10月9日～12月12日 ③企画展III 令和4年1月8日～3月21日	歴史民俗資料館特別展	①752人 ②1,146人 計1,898人
令和3年7月～12月	旧桂ヶ谷貯水池堰堤活用事業 (小郡・旧桂ヶ谷貯水池堰堤サイクリングツアー)	17人
企画展令和3年11月11日～2022年1月23日 シンポジウム令和3年12月19日	周防鑄銭司跡発掘特別展及びシンポジウム	793人 ※令和3年12月28日現在
令和3年11月1日～令和4年1月31日	重源上人生誕900年記念事業 山口徳地・重源さんゆかりの地めぐり ドライブスタンプラリー	

2. 推計方法

(1) 開催事業費の直接効果

本事業の開催事業費は、19事業でおよそ218の費目に分かれる。開催事業費総額1億8,141万円のうち、山口市とフィンランド・ロヴァニエミ市の観光交流パートナーシップ協定締結5周年を記念した「やまぐち×ロヴァニエミ デザインウィーク2021」では、同市のアーティストや学生等を招へいしているため、輸入と見なされる旅費等の招へい費用558万8,000円をのぞく、1億7,582万2,000円が直接効果に相当する。

この開催事業費の費目を産業連関表産業分類(部門)への振り分けを行うとともに、域内(県内)と域外(全国)への支出額に分ける。本事業の場合、費目が多く事業主催者からの発注先の情報等の提供が困難だったことから、旅費における区域や発注業者名等から域内(県内)・域外(全国)が区分できる場合を除き、自給率データを用いて域内(県内)と域外(全国)に振り分けた。

表Ⅲ-2-1は産業分類の直接効果を、域内(県内)と域外(全国)に分けて表している。

表Ⅲ-2-1

単位:千円

産業連関表の該当部門	域内(県内)	域外(全国)	計
20 化学製品	76	187	263
39 その他の製造工業製品	2,594	18,460	21,054
46 電力・ガス・熱供給	275	0	275
47 水道	28	0	28
48 廃棄物処理	142	56	198
53 金融・保険	1,009	288	1,297
57 運輸・郵便	5,178	4,747	9,925
59 情報通信	5,910	7,610	13,520
63 教育・研究	6,095	980	7,075
65 その他の非営利 団体サービス	330	0	330
66 対事業所サービス	69,471	48,249	117,720
67 対個人サービス	3,377	760	4,137
合計	94,485	81,337	175,822

(2) 付帯的消費の直接効果

付帯的消費額（直接効果）の推計にあたっては、19事業が山口市内のいろいろな会場で開催され、アンケート調査の実施が困難であったことから、参加者の域内（県内）（宿泊・日帰り）、域外（全国）（宿泊・日帰り）それぞれの人数及び消費単価については、既存の調査等の結果を用いた。

参加人数は、まず2020年山口市観光動態アンケート調査集計・分析報告書より、域内（県内）居住者と域外（全国）居住者別の日帰り・宿泊の比率を求める。

表Ⅲ-2-2 山口市内旅行者の内訳 単位:人

居住地	日帰り	宿泊
域内(県内)居住者	154 (21.6%)	98 (13.7%)
域外(全国)居住者	74 (10.4%)	388 (54.3%)
計	228 (31.9%)	486 (68.1%)
合計	714(100.0%)	

出典：2020年山口市観光動態アンケート調査集計・分析報告書（2021年3月）山口大学経済学部 観光経済経営研究プロジェクト

表Ⅲ-2-2の域内（県内）・域外（全国）居住者別日帰り・宿泊別の比率を事業参加者総数（推計時）7万3,130人に乗じて、表Ⅲ-2-3のように参加者の域内（県内）・域外（全国）別日帰り・宿泊別人数を算出する。

表Ⅲ-2-3 参加者の内訳 単位:人

居住地	日帰り	宿泊
域内(県内)	15,796 (21.6%)	10,019 (13.7%)
域外(全国)	7,605 (10.4%)	39,710 (54.3%)
計	23,401 (32.0%)	49,729 (68.0%)
合計	73,130 (100.0%)	

※端数を四捨五入していることから、乗じた結果などが記載した数字と一致しない場合がある。

消費単価は、観光庁の共通基準による「観光入込客統計」のうち、2020年の都道府県別、観光入込客数（実）・観光消費額単価・観光消費額（日本人・観光目的）から域内（県内）（宿泊・日帰り）、域外（全国）（宿泊・日帰り）の観光消費額単価（円／人回）を設定した（表Ⅲ-2-4）。消費単価の費目内訳は、2020年山口市観光動態アンケート調査集計・分析報告書より、山口市内での平均消費額の費目をもとにした。費目の細目は公表されていないことから、その他を除いた計3万1,660円のうち、宿泊費を含む場合と含まない場合の構成比を求め、それぞれ宿泊、日帰りの比率として設定した（表Ⅲ-2-5）。

表Ⅲ-2-4 観光消費額単価 単位:円／人回

域内(県内)居住者		域外(全国)居住者	
日帰り	宿泊	日帰り	宿泊
2,734	18,605	6,422	30,175

出典：共通基準による「観光入込客統計」（観光庁）

表Ⅲ-2-5 山口市内の平均消費額 単位:円

費目	消費金額
宿泊費	16,890
飲食費	4,859
土産物	4,500
交通費	4,451
施設見学科	960
その他	1,642
合計	33,302



費目	日帰りの場合		宿泊の場合	
	単価	構成比	単価	構成比
交通費	4,451	30.1%	4,451	14.1%
宿泊費	-	-	16,890	53.4%
飲食費	4,859	32.9%	4,859	15.4%
土産物	4,500	30.5%	4,500	14.2%
施設見学科	960	6.5%	960	3.0%
合計	14,770	100.0%	31,660	100.0%

出典：2020年山口市観光動態アンケート調査集計・分析報告書（2021年3月）山口大学経済学部 観光経済経営研究プロジェクト

表Ⅲ-2-4及び表Ⅲ-2-5をもとに、表Ⅲ-2-6のように域内（県内）・域外（全国）別の日帰り・宿泊別の1人当たり消費額とその内訳を算出する。

表Ⅲ-2-6 域内(県内)居住者・域外(全国)居住者別1人当たりの消費額とその内訳 単位:円

費目	域内(県内)居住 日帰り	域内(県内)居住 宿泊	域外(全国)居住 日帰り	域外(全国)居住 宿泊	産業連関表の該当部門
域内交通費	824	2,616	1,935	4,242	57 運輸・郵便
宿泊費	-	9,925	-	16,098	67 対個人サービス
飲食・食時代	899	2,855	2,113	4,631	67 対個人サービス
土産代 ^{※1}	833	2,645	1,957	4,289	11 飲食料品、 25 窯業・土石製品
施設見学科	178	564	417	915	63 教育・研究
合計	2,734	18,605	6,422	30,175	

※ 端数を四捨五入していることから、乗じた結果などが記載した数字と一致しない場合がある。 ※1 土産代については、山口市ウェブサイトのお土産のご案内には、菓子類や地酒など食品のほか、漆器や陶器などの伝統工芸品が掲載されている。旅行・観光消費動向調査「2020年1～12月期」（観光庁）の観光・レクリエーションのうち、個人旅行の旅行単価の買い物代の中に、該当する費目として菓子類、陶磁器・ガラス製品が記載されていることから、土産物は食品と陶器とみなし、日帰り・宿泊別の各単価の計からそれぞれの比率を算出し、土産代に乗じて土産物の単価を設定した。

表Ⅲ-2-6の域内(県内)・域外(全国)別・日帰り・宿泊別の1人当たりの消費額の内訳と表Ⅲ-2-3の参加者数を乗じ、さらに各自給率を乗じて、表Ⅲ-2-7の域内(県内)・域外(全国)の消費総額(最終需要額)を算出する。

表Ⅲ-2-7 事業参加者の消費総額 単位:千円

	域内(県内)居住者	域外(全国)居住者	最終需要額
域内(県内)分	150,362	837,153	987,515
域外(全国)分	79,228	409,936	489,164
合計	229,590	1,247,089	1,476,678

※端数を四捨五入していることから、乗じた結果などが記載した数字と一致しない場合がある。

1億8,100万円の事業費が、域内(県内)で約9億8,800万円、域外(全国)で約4億8,900万円、合計約14億7,700万円の消費を誘発したと推計される。

(3) 経済波及効果の内容

開催事業費と事業参加者の消費総額(最終需要額)から推計した経済波及効果(直接効果と第1次・2次間接効果)の合計は、域内(県内)と域外(全国)にわけて、域内(県内)は15億7,000万円、域外(全国)では11億9,500万円となった。

域内(県内)では、10億8,000万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に15億7,000万円の経済波及効果があり、その乗数効果(初期投入に対する波及効果全体)は1.5(倍)である。

一方域外(全国)では、5億7,000万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に11億9,500万円の経済波及効果があり、その乗数効果は2.1(倍)である。

表Ⅲ-3-1 経済波及効果推計総額

【域内(県内)の波及効果】^{※2} 単位:千円

項目	直接効果 a	第1次間接効果	第2次間接効果	経済波及効果 (合計)b	乗数 (b/a)倍
開催事業費	94,485	19,071	19,669	133,225	1.4
参加者の付帯的消費額	987,515	279,842	169,196	1,436,553	1.5
合計	1,082,000	298,914	188,865	1,569,778	1.5

※ 端数を四捨五入していることから、乗じた結果などが記載した数字と一致しない場合がある。 ※2 平成27年(2015年)山口県産業連関表の37部門表を用いて推計。

【域内(全国)の波及効果】^{※3}

単位:千円

項目	直接効果 a	第1次間接効果	第2次間接効果	経済波及効果 (合計)b	乗数 (b/a)倍
開催事業費	81,337	49,964	34,691	165,992	2.0
参加者の付帯的消費額	489,164	354,899	185,068	1,029,131	2.1
合計	570,501	404,864	219,759	1,195,123	2.1

※ 端数を四捨五入していることから、乗じた結果などが記載した数字と一致しない場合がある。 ※3 山口県産業連関表では地域間表を作成していないため、平成27年(2015年)産業連関表(総務省)の統合大分類(37部門表)を用いて推計。ただし、全国版であることから、域内(県内)分も含まれることに留意。

経済波及効果に関する考察

同志社大学 経済学部 教授
八木 匡

1. 経済効果の種類

本報告書の第2章事業者向けアンケート調査の■16(P.29)「経済的效果」(複数回答)の結果は、「地域ブランド力の向上」が45.5%で最も多く、「商業・観光業・飲食業の活性化」34.1%、「伝統工芸など文化芸術関連産業の振興」32.9%、「国内外の観光客など交流人口の拡大」31.7%、「国際的な発信力の向上」28.0%、「地域の特徴ある建物や公共空間等のユニークベニューの活用促進」15.4%、「文化集積地と商業地の連携強化」12.2%と続いている。

経済的效果がどのようなチャンネルで発生しているのかによって、経済効果の大きさを決定する要因は異なったものになると考えられる。「地域ブランド力の向上」というチャンネルの場合には、ブランド価値上昇による消費誘発の効果は長期に亘って発生し、地域ブランドという資産から、経済的便益が長期に亘って生み出されることになる。「伝統工芸など文化芸術関連産業の振興」及び「国際的な発信力の向上」というチャンネルの場合には、地域ブランドの核となる産業の価値及び競争力が上昇するという意味で、やはり長期的な効果が大きいと考えられる。

「商業・観光業・飲食業の活性化」及び「国内外の観光客など交流人口の拡大」は、事業参加者の付帯的消費によって発生する経済効果が主たるものと考えられ、これは事業参加者が多ければ多いほど消費額が大きくなり、大きな経済的效果を生み出すと考えられる。

「地域の特徴ある建物や公共空間等のユニークベニューの活用促進」と「文化集積地と商業地の連携強化」は、ブランド価値上昇という長期的効果と流入人口増大による消費拡大という短期効果を同時に発生させるようなチャンネルとなっている。

経済効果の推計において、ブランド価値上昇に伴う長期効果を測定することは容易ではない。そのため、日本博がもたらす経済効果の推計では、短期的効果の推計が中心となる。しかしながら、短期的効果の推計を行い、経済効果の状況を把握する場合でも、焦点の当て方を変えることにより、様々な含意を導き出すことができる。本年度の経済効果推計では、常設展のような既存事業が継続している中で、特別展のような新規事業を行った場合に、どのようなチャンネルで、どの程度の経済効果が発生しているかを明らかにすることと、広域連携イベントを通じた交流促進を目的とした事業の経済効果に焦点をおいて分析を試みる。

2. 特別展の経済効果

(1) 特別展経済効果の特徴

新規事業と特別展のように既存事業(常設展)を基盤とした事業との大きな違いは、開催事業費がもたらす経済効果の大きさの違いがある。特別展の場合には、建物等の建設費用は基本的には掛からず、開催事業費としては謝礼、ポスター製作費等の広告費が中心となり、新規事業に比べて費用は少なくなる。

したがって、特別展のような事業の場合が大きな経済効果を生み出すためには、事業参加者がもたらす付帯的消費が大きくなる必要がある。

(2) 特別展事業例の検証

事例I「伝教大師1200年大遠忌 最澄と比叡山」の経済効果

本事業は、最澄によって創建された延暦寺において、最澄の念願であった「戒壇院」(重要文化財)と「法華総持院東塔」を特別公開するという事業である。本年が織田信長による焼き討ちから450年目を迎える節目にあたって、延暦寺が日本文化形成に与えた影響を文化財展示等によって示すものである。

令和3年9月12日から12月12日の3カ月間において、4万6,149人が参加したイベントであり、このイベントのために一日当たり約500人が訪れたことになる(入山料は特別展500円上乗せのため、イベント参加者の数字となっている)。令和元年には、比叡山入山者は51万3,500人で、一日当たり1,407人、令和2年には入山者が31万6,400人で一日当たり867人であることを考えると、特別展に一日当たり約500人が訪れていることは、大きな効果を持っていることを示している。

開催事業費の経済効果は、域内(県内)において232万9,000円、域外(全国)で810万8,000円となり、総額1,043万6,000円となっている。翻訳費、のぼり製作費といった対事業所サービスは、域内(県内)で212万4,000円、域外(全国)で573万1,000円と、域外(全国)が大きく上回っている。これは、隣接都市に京都、大阪があるため、域外経済効果が大きくなっ

ていることを示唆している。

参加者の内訳は、域内(県内)日帰りが8.9%、域外(全国)日帰りが61.4%、域外(全国)宿泊が29.8%となっている。付帯的消費の直接効果は、域内(県内)居住者が2,843万9,000円、域外(全国)日帰りが959万3,000円、域外(全国)宿泊者が7,572万円となっている。1人当り消費額で、本事業以外の拝観料、入館料・入場料が、域外(全国)居住・日帰り680円であるのに対し、域外(全国)居住・宿泊者の場合には、4,393円と大きな差が出ており、これは宿泊者が本事業以外にも様々な観光ポイントを訪問していることを示唆している。

開催事業費と事業参加者の消費総額(最終需要額)から推計した経済波及効果(直接効果と第1次・2次間接効果)の合計は、域内(県内)と域外(全国)にわけて、域内(県内)は10億6,000万円、域外(全国)では27億6,000万円となった。

域内(県内)では、7億5,000万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、波及効果を含めて10億6,000万円の経済波及効果があり、その乗数効果(初期投入に対する波及効果全体)は1.4倍である。一方域外(全国)では、13億2,000万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に27億6,000万円の経済波及効果があり、その乗数効果は2.1(倍)である。

事例Ⅱ『GENKYO 横尾忠則』原郷から幻境、そして現況は?(大分県立美術館で開催)事業の経済効果

本事業は、1960年代初頭よりグラフィックデザイナー、イラストレーター横尾忠則の「原郷」をテーマとした個展であり、豊富な出品作品によって横尾忠則の生涯の展開を辿りながら、その芸術の特性を明らかにしたものである。

令和3年12月4日から令和4年1月23日の1カ月半の期間において、8,673人が参加したイベントであり、このイベントのために一日当たり約170人が訪れたことになる。

開催事業費の経済効果は、域内(県内)において394万7,000円、域外(全国)で797万8,000円となり、総額1,192万6,000円となっている。設営撤去費・大分(滝)(WITH CORONA)が、最も大きな費目となっている。対事業所サービスは、域内(県内)で394万7,000円、域外(全国)で288万1,000円となり、域内(県内)需要が大きい比重となっている点は注目に値する。

参加者の内訳は、域内(県内)日帰りが77.0%、域内(県内)宿泊が1.5%、域外(全国)日帰りが10.5%、域外(全国)宿泊が11.0%となっている。一人当り付帯的消費は、域内(県内)日帰りが3,546円、域内(県内)宿泊が2万2,832円、域外(全国)日帰りが7,674円、域外(全国)宿泊が5万3,130円となっている。域外(全国)居住者による域外(全国)での1人当たりの消費額は、域外(全国)居住・日帰りが1万16円、域外(全国)居住・宿泊が3万9,395円となっている。開催事業費と事業参加者の消費総額(最終需要額)から推計した経済波及効果(直接効果と第1次・2次間接効果)の合計は、域内(県内)と域外(全国)にわけて、域内(県内)は1億2,600万円、域外(全国)では1億1,500万円となった。域内(県内)では、8,800万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に1億2,600万円の経済波及効果があり、その乗数効果(初期投入に対する波及効果全体)は1.4(倍)である。一方域外(全国)では、5,500万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に1億1,500万円の経済波及効果があり、その乗数効果は2.1(倍)である。

(3) 特別展経済効果推計例が示す、既存事業活性化のための方策

延暦寺の事業と横尾忠則展の事業を比較した時に、いくつかの点において大きな違いが存在している。その1つが、来場者数及び来場者の域外(全国)比率と宿泊比率である。延暦寺の事業では、来場者総数が4万6,149人、来場者の域内(県内)比率は8.9%で、域外(全国)からの宿泊比率は29.8%となっている。このため、延暦寺事業では、事業開催経費約1,000万円に対し、総経済効果の値が38.2億円と大きなものとなっている。これに対して、横尾忠則展では、来場者総数が8,673人で、域内(県内)来場者が77%で、域外(全国)からの宿泊来場者は11%となっており、事業開催経費約1,200万円から生み出された総経済効果は約2.4億円となっている。

延暦寺は、「日本仏教の母山」として、日本全国に信者が数多く存在し、特別展でしか拝観できない重要文化財の戒壇院と法華総持院東塔を目的とした訪問者が多く存在し、訪問価値が非常に大きかったと考えられる。これに対し、横尾忠則展は、大分で初の大規模個展であり、横尾氏の芸術特性を理解できる機会を与えている。この意味において、横尾ファンにとって、横尾忠則氏の作品に対する新しい理解とストーリーが提供されている本展覧会は、高い訪問価値を有していたと考えられる。

基本的な考え方は、延暦寺にしても大分県立美術館にしても、特別展に対して高い価値を感じると予想される既存のファンと、特別展によって新たに獲得できる新しいファンの特性を理解し、適切な情報提供を行うことによって、経済効果を高めることができるということであろう。既存ファンと新規ファンに対して訴求するためには、事業のコンセプトとメッセージを明確にし、それを効果的な方法で伝えていく必要がある。コンセプトが斬新で、メッセージが多くの人々の共感を呼び、事業が持つ貴重な価値を理解してもらうことができれば、遠方からも多くの来場者を迎えることが可能となり、経済効果は高まることとなる。

延暦寺の事例でも、横尾忠則展の事例においても、開催経費に対して経済効果は大きな額となっている。このことを考えると、企画自体の希少性を高め、ファンに対しての訴求力を高めるために、企画費と広報予算を増額することの価値は大きいと判断

できる。予算配分においても、事業の新規性の開発と新しい広報チャネルの開拓のための追加予算申請枠を設置し、事業を支援していくことも検討される必要があろう。

3. 広域連携事業の経済効果

事例Ⅲ 山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業

本報告書では、山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業を例に、広域連携事業の経済効果について分析を行った。本事業は、山口県東連携都市圏域(山口市、宇部市、萩市、防府市、美祢市、山陽小野田市、島根県津和野町)が連携しながら、人々の交流を促進するイベントを通じて、新たな価値創造と歴史文化、自然を発信するもので、そのうちの山口市分を対象に推計した。

開催事業費は、域内(県内)で約9,449万円、域外(全国)で約8,134万円、総額1億7,582万円となっており、比較的規模の大きな事業となっている。総参加者数は7万3,130人である。本事業は、複数事業で構成される事業であるため、他の2事例のような来場者アンケート調査は実施していない。そのため域内外の比率及び参加者の消費額は、県の観光入込調査を援用した。その結果、域内(県内)比率は35.3%、域外(全国)比率は64.7%とし、そのうえで推計した参加者の付帯的消費から発生した総最終需要額は、約14億7,668万円と推計し、開催事業費の8.4倍の消費需要の増大をもたらしていると推計した。

開催事業費と事業参加者の消費総額(最終需要額)から推計した経済波及効果(直接効果と第1次・2次間接効果)の合計は、域内(県内)と域外(全国)にわけて、域内(県内)は15億5,978万円、域外(全国)では11億9,512万円となっている。域内(県内)では、10億8,200万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に15億5,978万円の経済波及効果があり、その乗数効果(初期投入に対する波及効果全体)は154(倍)である。一方域外(全国)では、5億7,050万円の直接効果(開催事業費+消費額)に対して、全体に11億9,512万円の経済波及効果があり、その乗数効果は2.1(倍)である。総経済効果は、27億5,490万円となり、かなり大きな金額が推定されている。ただし、この数値は、コロナ禍での開催事業に対して、コロナ禍以前の統計である観光客入込調査を援用していることから生じるズレがあると考えられる。コロナ禍でのこのような複数データを組みあわせる(援用する)推計手法は、今後の大きな検討課題となる。以下も同様である。

参加者の付帯的消費の中身を見ると、域外(全国)からの宿泊者の宿泊費平均金額が1万6,098円となっており、域内(県内)参加者の宿泊費平均金額9,925円の約1.6倍となっていることが示されている。これらの宿泊費平均金額は、先に分析した比叡山イベントと大分イベントと比較すると高いわけではなく、むしろ低くなっているが、宿泊者比率が高いために、需要創出効果は大きな金額となっている点には、コロナ禍の推計であることに注意が必要である。

ただし、今回のこの推計を、域外(全国)客が戻ってくるアフターコロナに当てはめてみれば、以下のような考察が可能となる。すなわち今回の経済効果推定例から示されているように、広域連携事業の経済効果は、複数地点の移動をもたらす交流促進イベントによる宿泊者を中心とした付帯的消費需要によって大きなものとなる。このため、域内(県内)参加者の宿泊も比較的多くなり、需要創出効果が大きくなる。1つの域内(県内)でのイベントであったとしても、イベント会場間の距離がある程度あれば、宿泊需要が発生することになる。また、広域連携イベントが、豊かなストーリー性とメッセージ性を持って訴求できているのであれば、連携イベントの貴重性は増大し、遠方からの参加者やリピーターを増大させることが可能となる。

今後、事業を地域経済の活性化とつなげるためには、広域連携事業ならではの特徴を活かした地域特産品販売の促進が必要となろう。山口の事例は、大分の事例と比べると、域外(全国)参加者のお土産代が大きくなる傾向があるが、これは、文化観光型の広域連携事業として、複数の地点を訪問することによって生じるためと考えられる。地域特産品とイベントとの連携をより緊密にすることにより、地域経済の活性化効果を期待することができよう。

4. 総括

本報告書では、事業タイプ毎に経済波及効果の推計を、域内(県内)及び域外(全国)に分けて行った。産業連関分析を用いることにより、産業分野別自給率データを反映した域内(県内)及び域外(全国)での投入・産出構造を基礎とした精度の高い波及効果の推計が可能となっている。さらに、産業連関分析の計算過程においては、産業別の生産波及効果、付加価値創出額、雇用者所得を計算することも可能となっている。

地域住民にとって最も重要な意味を持つと考えられる雇用者所得創出効果を、比叡山でのイベントを例にとって見てみると、付帯的消費の域内(県内)直接効果による雇用者所得が2億614万円、産業部門別には第1位の運輸・郵便が9,326万円、第2位の対個人サービスが7,674万円、第3位の商業部門が2,551万円となる。しかし、産業連関に基づく投入財生産増大に基づく第1次間接効果による雇用者所得増は、地域経済全体で5,123万円、産業部門別では、第1位の対事業所サービスが1,783万円、第2位の商業部門で845万円、第3位の運輸・郵便で475万円となる。さらに、雇用者所得増に伴う消費増大がもたらす雇用者所得増は地域経済全体で2,743万円、部門別では商業部門が第1位で495万円、次に対個人サービス部門で419万円、第3位が福祉・医療部門で311万円が創出されている。

この雇用者所得増は、直接効果ではイベント誘発消費需要に直接関係する少ない産業で恩恵が及んでいるのみであるが、第1次間接効果では投入財部門すべてに恩恵が広がり、第2次間接効果では直接効果が及ぶ産業とは独立に、地域の産業構造に基づいて、すべての産業に恩恵が広がることになる。そのため、第2次間接効果に基づく雇用者所得増の第3位に医療・福祉が入ることになる。

このように、産業連関分析を用いることにより、文化イベントへの支出が、地域住民に幅広く所得増をもたらしていることを明瞭に示すことが可能となっている。このような数値を示すことにより、自治体の文化イベントへの支出根拠をより説得的なものにすることができる。産業連関分析を用いた経済波及効果の推計をより一般化し、域内(県内)での文化イベントへの投資意思決定根拠を明確なものとし、更なる文化活動の活性化を促進するためには、経済波及効果をより簡便な方法で推計できるようにする必要がある。地域産業連関表を用いた推計支援アプリケーションの開発等は、このような意味で検討の必要性が大きいといえよう。

付属資料

経済波及効果推計アンケート調査

独立行政法人日本芸術文化振興会 日本博事務局

アンケート調査へのご協力をお願い

本日は、〇〇〇〇にご来場いただきありがとうございます。この調査は、本事業の経済効果を推計することを目的として、来場者の皆さまにお尋ねするものです。お手数ですが、アンケート調査にご協力をお願いします。なお、ご回答について、全体の集計結果を発表し、個人の回答を単独で公表することはありません。

問1 お住まいはどちらですか？

- 1 〇〇県内 2 〇〇県外 3 海外

問2 今回、〇〇県内で宿泊(予定含む)されますか？それとも日帰りですか？

- 1 日帰り 2 宿泊(予定含む)(〇〇県内 泊、〇〇県外 泊)

問3 今回の来訪全体で使われた(使う予定も含みます)金額について、差し支えない範囲で教えてください。

※1人分の金額を、〇〇県内外に分けてお答えください。支出がない項目には、「0」と記入してください。

質問	県内	県外
1 交通費(通行料金・駐車代なども含みます。)	円	円
2 宿泊費	円	円
3 飲食・食事費(レストラン等での食事です。)	円	円
4 飲み物・食べ物の購入費(お弁当やお菓子の購入費です。)	円	円
5 土産代 ※内訳が分かれば、ご記入ください。その他の()内には(1)～(3)以外に購入されたお土産の種類をご記入ください。	円	円
(1)菓子類・食品	円	円
(2)小物・雑貨類(布製)	円	円
(3)小物・雑貨類(和紙や紙製・木製)	円	円
(4)その他()	円	円
6 寺社等の拝観料、観光施設等への入館料や入場料 (本事業、〇〇〇への入場料は含みません。)	円	円
7 ツアー代金(団体旅行の場合の旅行社等への支払い)	円	円
8 その他()	円	円

(注)「5 お土産代」の小項目は、当該都道府県の特産品等を考慮して適宜変更する場合がある。

第4章 プロモーション活動の主な実績

公式ウェブサイト等における多言語発信

オンライン上の様々な方法による発信を実施、ウェブサイトの認知度やアクセス数向上を高め、日本博事業の認知度向上を推進。

【公式ウェブサイト(日・英・中・韓・仏)】

- 掲載事業数-日本語：648件、英語：535件、中国語(繁)：214件、中国語(簡)：215件、韓国語：214件、フランス語：215件(令和4年1月25日現在)
- 月間閲覧数(PV数)：125,569PV
- 年間累計閲覧数(PV数)：1,414,166PV(令和3年4月1日～令和4年1月25日現在)



【デジタルギャラリー】

- オンライン上の楽しめるコンテンツ(動画やバーチャルツアーなど)ページを新設
- 各事業の動画やVRをまとめて紹介
- デジタルコンテンツを楽しめるページとして随時拡充
- 掲載動画・VR数 370本(令和4年1月25日時点)



【公式SNS】

日本博公式のTwitter、Facebook、Instagramアカウントにおいて、「日本博」に採択された事業の開催情報に加え、その制作過程など、各事業に関する情報を随時発信。

- フォロワー数
Facebook：65,714 Instagram：8,878
Twitter(日本語)：5,283 Twitter(英語)：6,382
(令和4年1月25日時点)



【YouTube 日本博チャンネル】

汎用性が高く世界中で普及しているメディア「YouTube」を活用し、効果的に国内外へ発信。

- 配信動画数 204本(R4/1/25時点)
(日本語)：132本
(英語)：83本
(中国語)：14本
(韓国語)：12本
(仏語)：13本
(インタビュー)：9本



国内外メディアを通じた発信

【日本博広報番組】

和の學校～日本人と自然～

- 放送局：BS-TBS
- 放映時期：
【5分番組】令和3年8月23日～11月15日
毎週月曜日 20:54～20:59 全13回
【60分番組】令和4年1月15日(土)
14:00～15:00 全1回
- ナビゲーター：高島礼子(「日本遺産」ナレーター)



BS-TBS公式ウェブサイトより

日本の美と心—日本博が伝えるもの (The Heart of Beauty: Message from the Japan Cultural Expo)

- 放送局：NHK WORLD-JAPAN/jibtv
- 放映日(日本時間)：令和4年1月7日(前編)
令和4年1月14日(後編)

※jibtvは「NHK WORLD TV」の放送波で全世界約160の国と地域に配信。
(※日本国内でのテレビ放送はなし)



NHK WORLD公式ウェブサイトより

【海外メディアとのタイアップ広告による情報発信】

Tripadvisor

- オンライン広告(令和3年7月下旬～)
ターゲット：〈海外〉アメリカ、イギリス、カナダ、オーストラリア、シンガポール、中国、香港、台湾、韓国
上記の各国のアート・カルチャーに関心のある海外旅行関心層
〈国内〉アート・カルチャーに関心のある国内旅行関心層
配信言語：日本語、英語、中国語(繁体・簡体)、韓国語

エクスペローラービデオ広告

令和3年度制作した、プロモーション映像を配信。昨年に引き続き変わらずパフォーマンスがよく、平均CTR*0.30%と投入動画全体的にCTRが高い結果となった。



掲載イメージ/
Tripadvisor
公式ウェブサイトより

スタンドバナー広告

平均CTR*0.10%で、クリエイティブ検証の結果を参考に、国別によりサイズした効果の高いと思われるクリエイティブを投入したことによりパフォーマンスが良かった。



※CTRとは、Click Through Rateの略語で、ユーザーに表示された回数のうち、クリックした回数の割合。

掲載イメージ/
Tripadvisor公式ウェブサイトより

Timeout

- オンライン広告(令和3年8月下旬~2週間)
ターゲット:イギリス(ロンドン)、アメリカ(ニューヨーク)、フランス(パリ)、中国(北京・上海)、香港
配信言語:英語、中国語(繁体・簡体)



掲載イメージ/Timeout公式ウェブサイトより

平均CTR*0.07%と、アートや文化に大変関心が高いタイムアウトの読者の注目を引くような広告を展開。配信タイミングを東京2020大会の期間中に合わせることで、普段よりも日本に関心を持つ人が多く、より効果を発揮できた。

*Timeout平均のCTRは~0.05%。ヨーロッパやアメリカより、アジアの国の方がCTRが低い傾向があった。

Japan Travel | ジャパントラベル

10国籍以上の在日外国人プロフェッショナルが外国人目線で日本の魅力や様々なトラベル情報を世界に向けて提供するJapanTravelに特集ページを掲載。

【特集ページ】

- Nobody Knows Isehara (Nobody Knowsプロジェクト|伊勢原ツアーについて)
- The World of Traditional Performing Arts | 「体感!伝統芸能展」
- 今後の日本博+バーチャル日本博(XD版)紹介

インフルエンサーによる投稿

【インフルエンサーを活用した国内外への情報発信】

庵野秀明展(国立新美術館)鑑賞

- moonlightice(米)
 - Instagram投稿 令和3年11月3日
 - 実績 リーチ:71,193 いいね:2,192 ブックマーク:195



フィード投稿

- Tim Hiorns(英)
 - Instagram投稿 令和3年11月19日
 - 実績 リーチ:2,867 いいね:476 コメント:69



フィード投稿

特別展「縄文2021—東京に生きた縄文人—」(江戸東京博物館)鑑賞

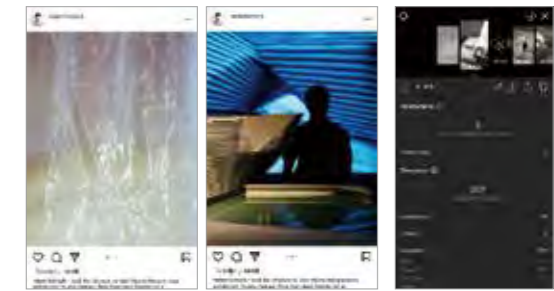
- 風信子(香)
 - Instagram投稿 令和3年10月20日
 - 実績 リーチ:5,262 いいね:99



フィード投稿

隈研吾展(東京国立近代美術館)鑑賞

- Robert Kirsch(独)
 - Instagram投稿 令和3年7月12日
 - 実績 リーチ:1,225 いいね:133



フィード投稿

ストーリー投稿

国立科学博物館・竹中大工道具館共同企画展「木組 分解してみました」鑑賞

- Ichiban Japan(仏)
 - Instagram投稿 令和3年11月15日
 - 実績 リーチ:34,377 いいね:3,545 コメント:45



フィード投稿

ストーリー投稿

- Robert Kirsch(独)
 - Instagram投稿 令和3年11月12日
 - 実績 リーチ:778 いいね:126



フィード投稿

ストーリー投稿

「工藝ダイニング(熱海会場)」鑑賞

- Sandy(中)
 - weibo投稿 令和4年1月17日
 - 実績 リーチ:696,000 いいね:2,942 コメント:342 リツイート:143



フィード投稿

バーチャル日本博

【デジタルコンテンツ・プラットフォーム構築及びプラットフォームを活用したプロモーションの実施】

バーチャル日本博の公開

実際の会場での「リアル体験」と、デジタルコンテンツによる仮想空間をオンライン上に設置した「バーチャル体験」の融合を目指し、国内外へ発信していく「バーチャル日本博」を令和3年8月17日(火)に公開。令和4年2月24日(木)にはバーチャル日本博を「メタバース」として大幅にリニューアルすることで、アバター機能の搭載で日本文化体験を没入感のあるものにし、複数のアバターとの回遊を可能とした。



水のミュージアム

巨大な滝の上に設置された空間で、美術館のようにコンテンツを鑑賞できるエリア。美術や文化財、ほか全分野のコンテンツが250点以上展示される。



メインスクエア

バーチャル日本博への来場者が最初に訪れるエリア。大型ディスプレイが設置されており、イベントなどに使用することを想定。

森のビレッジ

森の中に点在するコンテンツや、古民家内に展示されるコンテンツを探索しながら閲覧できるエリア。芸術祭や屋外アート関連のコンテンツが20点以上展示される。

木の芸術劇場

和のテイストを盛り込み、多彩な展示方法で、バーチャル空間ならではの体験を提供。舞台芸術や伝統芸能関連のコンテンツが80点以上展示される。

バーチャル日本博を活用したオンラインツアーの開催

オンラインライブツアーの開催(令和4年3月9日(水)・10日(木)の2日間)

- 特別映像「ファッション イン ジャパン」解説付きライブツアー(令和4年3月9日(水) 18:00~19:30)
令和3年6月9日~9月6日まで国立新美術館で開催された企画展「ファッション イン ジャパン 1945-2020—流行と社会」の特別ガイド映像(初公開)をアバターの参加者にご覧いただくライブツアーを開催。
- 特別映像「国立劇場舞台の裏側へ」解説付きライブツアー(令和4年3月10日(木) 18:00~19:30)
普段見ることができない国立劇場の舞台裏をアバターの参加者にご覧いただくツアーを開催。

久石譲氏のコンサート映像に日本博事業を合わせた特別映像の公開(令和4年3月15日(火))

ジブリ作品をはじめとする数々の映画音楽や、CM楽曲などを手掛ける、久石譲氏のコンサート〈ワールド・ドリーム・オーケストラ2018〉の映像と、日本博の各プロジェクトの映像を融合させた特別映像をバーチャル日本博において公開。

Vtuber、YouTuber、インフルエンサーによるバーチャル日本博についての情報発信

Vtuberによる情報発信

Vtuberによるスペシャルコンテンツをバーチャル日本博において公開する他、Vtuber自身のチャンネルにて体験動画を公開。

YouTuber、インフルエンサーによる情報発信

自身のYouTubeチャンネル、Instagramにおいてバーチャル日本博を紹介する他、日本博公式ウェブサイト上のバーチャル日本博のランディングページにおいて、バーチャル日本博の体験レポートを掲載。

第Ⅱ部

事業の紹介

プロジェクト紹介

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

国際的文化フェスティバル展開推進事業（長期開催型）

地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業

参画型プロジェクト

プロジェクト一覧

第II部 事業の紹介 プロジェクト紹介

主催・共催型プロジェクト

日本博特別企画 「アイヌ文化フェスティバル」

公益財団法人アイヌ民族文化財団

音と光、映像技術を駆使した最先端の演出で、ミュージカル公演や音楽公演、アイヌ伝統舞踊の公演を行い、自然との共生の中で育まれてきた「アイヌ文化」の多様性と調和等、その魅力を発信。多文化共生への関心を高めた。公演の様様をオンライン配信し、アイヌ文化を国内外に発信することで、多文化共生社会・持続可能な社会と豊かな未来の創生に寄与するとともに、道内各地への周遊促進を図ることができた。



「東京2020オリンピック・パラリンピック能楽祭」 及び、「能楽を旅する」デジタルコンテンツ企画

公益社団法人能楽協会

国内外に向けて、日本の魅力発信をテーマに、「日本文化の総合展示」と題した能楽フェスティバルを展開。東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会に合わせた大規模公演の開催、及び「旅」をキーワードに、能楽の魅力を「四季」「自然」「歴史」等の角度から届けるデジタルコンテンツを制作した。「能楽」を通じた日本の自然と心を多角的に伝える新たな試みであり、次世代への能楽継承に資する取り組みとなった。



左/道成寺
右上/土蜘蛛
右下/半部

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

伝統芸能の視点から日本全国の日本遺産と地域文化の魅力を再発見し、観光につなげるプロジェクト。各地の文化資産の掘り起こしと、現地来訪のためのプログラム開発に取り組んだ。3地域で日本遺産となっている地域の歴史文化・芸能にスポットを当てた映像を英語字幕付きで制作し、オンラインで国内外に発信した。2地域で地元のコンテンツを活かした芸能ライブとあわせ、日本人・外国人を対象にツアーを実施した。



石川県小松市 特別映像「うつりゆく季(とき)～花鳥風月～(那谷寺)

「本城直季 (un)real utopia」東京会場開催と 日本の自然・被災地の現状を伝える 関連プロジェクト

株式会社朝日新聞社

写真家・本城直季初の全国巡回展「本城直季 (un)real utopia」で訪れた3都市において撮り下ろした作品を展示。日本の豊かな風土を湛える宮崎の自然、東日本大震災から10年の節目の年に改めて撮影した被災地・岩手の復興の現在、そして東京2020オリンピック・パラリンピックに湧いた首都・東京の町並みを記録した。その様子はオンラインでも公開し、本城の仕事伝える多言語インタビュー映像も制作した。



(Tokyo, Japan)
2021年
©Naoki Honjo

寄席「笑楽座」2021

公益社団法人落語芸術協会

日本各地土地ごとの気候や風土、自然、四季折々の情景や行事が織り込まれた落語を軸に、寄席芸と日本人のDNAに刻まれた「笑い」の文化を楽しめる事業。落語の他に太神楽曲芸・紙切り・和妻・音曲等を組み合わせ、庶民の文化として古くから継承されてきた大衆芸能を地域の文化的資源や観光スポットで公演。実演にこだわりのながらもウェブ配信公演にも取り組み、コロナ禍の国内外へ日本の笑いを発信した。



上/仙台東照宮寄席の様子
下/イラスト・英語字幕付き落語「動物園」

特別展 「国宝 聖林寺十一面観音 —三輪山信仰のみほとけ」

独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館

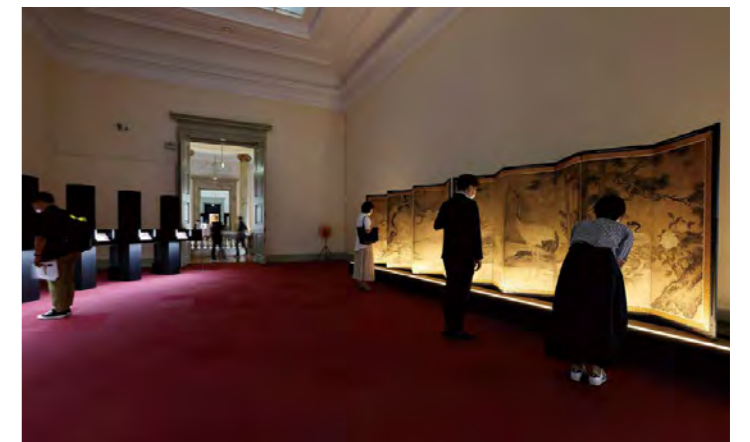
三輪山をご神体とする大神社境内の寺にあった仏像等を紹介した。明治元年の神仏分離令によって大神社を離れてから、同じ空間に並ぶのは約150年ぶりのこと。特に日本の仏像の中で屈指の名宝といわれる聖林寺十一面観音像が奈良県を出るのは初めてであり、東京で初公開する貴重な機会となった。仏教伝来以前の日本人の自然信仰を、三輪山の自然信仰を通してわかりやすく解説し、来館者に高い満足度を提供できた。



春夏秋冬／フォーシーズンズ 乃木坂46

独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館

古来、身近な自然への想いを生活の中で育み、和歌や絵等に表現してきた日本の世界観。本展は、春夏秋冬の花が表された日本美術(高精細複製品等)と乃木坂46のメンバーが花に見立てた映像インスタレーションにより、日本人々が花に託した造形の本質を、季節を巡りながら示す。乃木坂46と日本の文化、我々が生きる日常／自然とが、地続きの存在であることが鑑賞者に実感されることを目指した。



親子のギャラリー 「まるごと体験!日本の文化 リターンズ」

独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館

子どもや外国人をターゲットに、日本文化に親しむことを目的とする体験型展示の第2弾。漆工、浮世絵、きもの、よろいをテーマにデジタルコンテンツ等の体験を提供した。関連する動画コンテンツも新たに作成。体験の前後に、文化財の鑑賞を通し日本の伝統文化に触れられる、博物館の強みを活かした企画。細やかな技術や優れたデザイン、自然に題材を求める心等、日本の文化や美意識について理解を深めるきっかけをつくった。



左/浮世絵 右/漆工

伝統芸能にみる「日本人と自然」 —伝統芸能の重層性と日本人の美意識と 自然観を体感する—

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

国立劇場が昭和41年に設置されて以来培ってきたノウハウを活用し、「日本人と自然」という日本博の総合テーマに沿う催しを企画・実施。舞台公演や衣装、楽器等の資料展示を通して、古代から現代まで幾重にも積み重なりそれぞれが互いに影響を及ぼしながら発展してきた日本の伝統芸能を総覧するとともに、日本人に息づく自然を愛でる心を改めて実感するコンテンツを世界に発信した。

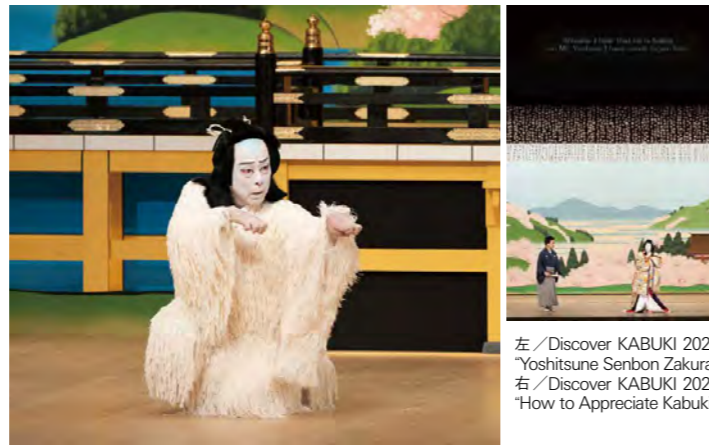


左/令和3年11月舞踊公演「舞の会」井上八千代
右/令和3年9月雅楽公演「天王寺舞楽」蘇利古

伝統芸能発見! —Discover 伝統芸能—

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場各館

訪日外国人、在日外国人をはじめとするビギナーのために、解説や多言語対応に配慮した「Discover KABUKI」や「Discover BUNRAKU」に加え、令和3年度は日本舞踊や邦楽等、対象分野を広げて初心者向けの公演を実施。国立劇場各施設が連携し、東京2020オリンピック・パラリンピック開催年に総力を挙げて伝統芸能の各種プログラムを提供する。



左/Discover KABUKI 2021
"Yoshitsune Senbon Zakura"
右/Discover KABUKI 2021
"How to Appreciate Kabuki"

北斎と江戸の文化

公益財団法人東京都歴史文化財団
東京都江戸東京博物館

特別展「富嶽三十六景への挑戦 北斎と広重」、同「大江戸の華—武家の儀礼と商家の祭—」を基盤にして展開した事業。富士山や自然景に結び付いた名所を描く葛飾北斎の画業を紹介するとともに、北斎を生んだ都市江戸に暮らす武家の儀礼や商家の祭り等から、四季のうつろいの中で営まれた人々の生活と文化を紹介した。日英2カ国語対応のバーチャルコンテンツ(オンライン)も制作し、国外にも情報発信できた。



「富嶽三十六景への挑戦 北斎と広重」会場

特別展 「縄文2021 —東京に生きた縄文人—」

公益財団法人東京都歴史文化財団
東京都江戸東京博物館

東京の縄文人による自然との共生をテーマに、縄文時代の出土品がどこでどのように利用されていたか、当時の生活空間を模型等で復元し、道具等についてもイラストや映像といった視覚表現を用いて再現した展覧会。子どもや外国人も理解しやすい工夫を行うとともに、また、出土地や所蔵先をマップ等で詳しく掲示して、鑑賞者が縄文という視点で各地域の魅力を再発見できるようにした。



左/環状集落再現模型(多摩ニュータウンNo.107遺跡)復元年代:縄文時代中期
縮尺:1/20 右/会場の様子

隈研吾展 新しい公共性をつくるためのネコの5原則

独立行政法人国立美術館 東京国立近代美術館

建築家・隈研吾の作品紹介を通じて、「アジアに住む日本人が自然や環境を通して育んできた気づき」に対する観客の理解を深めることを目的とするプロジェクト。高解像度映像のインスタレーション、タイムラプス動画、VR、プロジェクションマッピング等、最先端の技術や映像を最大限に活用した。展覧会の情報、内容を多言語で展開し、日本在住の外国人や海外の鑑賞者のニーズにも応えた。

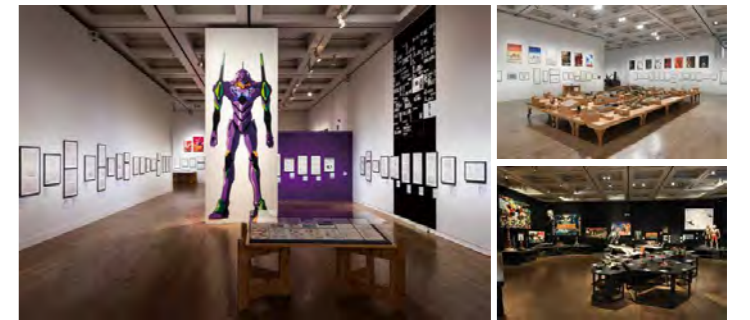


東京展会場風景 瀧本幹也 映像インスタレーション(橋原の隈建築) ©Kioku Keizo

庵野秀明展

独立行政法人国立美術館 国立新美術館

アニメ『エヴァンゲリオン』シリーズ等で知られる希代の映像作家・庵野秀明。過去作品から監督、プロデューサーとして活躍する最新の仕事までを網羅し、創作活動の秘密に迫る世界初の「庵野秀明展」を開催した。解説は多言語対応、日英字幕を付けたギャラリートーク映像も公開し、国内外に発信。関連プロジェクトとして、最新のLEDディスプレイパネルを用いた映像インスタレーションで日本の特撮・アニメ文化の魅力を紹介した。



東京会場の様子 提供: 庵野秀明展実行委員会

ショートショート フィルムフェスティバル & アジア 2021

株式会社パシフィックボイス

SNSが盛んな現代社会において、ショートフィルム(SF)はその「短い映像」という性質を活かし、重要な「メッセージを運ぶツール」として注目を集めている。令和3年6月の映画祭本祭では、女性エンパワーメントにフォーカスし、女性が築く日本の美についてのシンポジウムとSFの配信をオンラインで行った。10月には、日本の美しき文化、自然等についてのシンポジウムをバイリンガル仕様で世界中にオンライン配信した。



左上/長野県阿智村にて 左下/
Discover Beauty シンポジウム
右上/ショートフィルム「おばあさんの皮」

企画展
「発見!日本の生物多様性
～標本から読み解く、未来への光～」

独立行政法人国立科学博物館

国立科学博物館が長年行ってきた調査研究の成果をもとに、絶滅危惧種や絶滅種を中心とする多種多様な動植物の自然史標本、それら希少生物が描かれた博物図譜等の芸術・文化的資料と、高精細4K映像やプロジェクションマッピングといった最先端技術を組み合わせて展示。日本の生物多様性の過去・現在・未来を概観するとともに、そのかけがえのなさや重要性を伝えた。



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」

公益財団法人新国立劇場運営財団

日本の最先端技術を駆使し産学共同で開発したアンドロイド「オルタ3」を舞台芸術の世界に持ち込み、まったく新しいオペラを創作・世界初演。アンドロイドが子どもたちの合唱と相互に歌い、演じ、心を通わせていく物語が、オペラ歌手、合唱団、バレエダンサー、オーケストラ、そして映像やデザインも一体となって展開し、未来への共生のメッセージを世界に向けて発信した。公演記録映像は英語字幕入りでオンライン配信を行った。

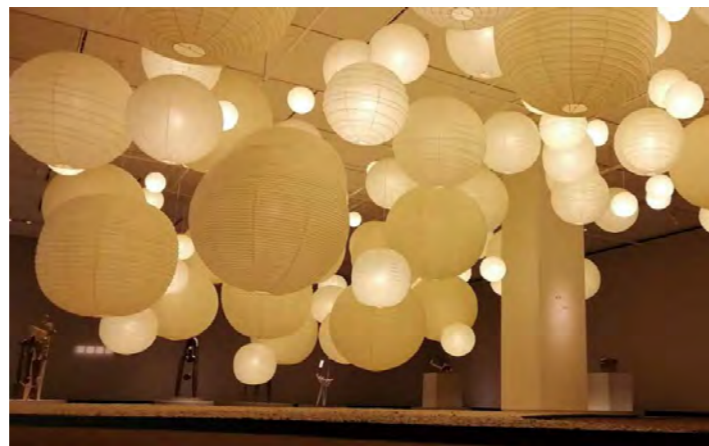


撮影：鹿摩隆司

企画展「イサム・ノグチ 発見の道」
—日本の伝統と自然美に触れるプログラム—

株式会社朝日新聞社

世界的彫刻家を取り入れた日本の伝統と自然美を、回顧展を通じて体感してもらう事業。岐阜提灯の素材と技術を用いた「あかり」シリーズのインスタレーション空間で芸術と融合した日本の伝統工芸の美を伝え、香川県高松市「イサム・ノグチ庭園美術館」の再現展示では日本の自然素材がもたらす美への理解を深めた。オンラインギャラリーツアーは日英の解説テロップ付きで世界に配信。コロナ禍で来場できない遠方客へのサービスとなった。



「GENKYO 横尾忠則」展の関連プロジェクト
「横尾忠則と滝シリーズ、WITH CORONA 体験展示」

株式会社朝日新聞社

日本を代表する現代美術家として国内外で高い評価を得る横尾忠則。その全貌を紹介する「GENKYO 横尾忠則」展で展覧される横尾作品の魅力について、関連展示やオンラインで配信するイベントを実施した。解説文によらない体験展示を通して美術ファン以外の来場者に訴求した他、日英字幕を付けた録画も公開し、聴覚障害者や外国人に対しても広く深く情報を発信できた。



「GENKYO 横尾忠則」展展示風景 撮影：山本倫子

日本の技EXPO
～文化財を守る自然の素材と匠の技術～

株式会社NHKプロモーション

長い歴史の中で生まれ、育まれ、今日まで守り伝えられてきた文化財を継承していくために欠くことのできない「選定保存技術」。特に、令和2年12月にユネスコ無形文化遺産に登録された「伝統建築工匠の技」を広く発信することを目的に、道具や素材の展示及びオリジナル映像を上映。まずは「知ってもらおう」「立ち寄ってもらおう」ことにフォーカスした演出で、新たな層を取り込むことができ、後継者の育成につながった。



東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会
安全祈願奉納流鏝馬

公益社団法人大日本弓馬会

東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会の安全と成功を祈願するため、明治神宮において流鏝馬を実施。流鏝馬は平和と幸福を祈念する神事であり、機能美あふれる古道具と古式弓馬術の洗練された技を用いる日本人の美意識が宿った伝統文化である。新型コロナウイルス感染症対策のため無観客で実施したが、日本語と英語に対応したオンライン配信（ライブ映像・流鏝馬の魅力をわかりやすくまとめた動画）により、国内外にその魅力を伝えることができた。



奉射で矢を放つ射手

自然に影響を受けた日本人の美
with Art Fair Tokyo 2022

一般社団法人アート東京

日本人の自然観に影響された最先端の現代美術を展示し、様々なアートを楽しめる機会を創出。リアルとバーチャルを融合させた若手アーティストの作品の展示、日本在住外国人アーティストとその作品を紹介するインバウンドPR、舞台芸術「乱舞」公演、ファッション分野の第一人者によるトークセッション等を展開し、美術・舞台芸術・ファッションと多様な方向性から日本の美を発信した。



上/Future Artists Tokyo
下/乱舞

陶板芸術で魅せる日本の美
国宝「風神雷神図屏風」
高精細レプリカ特別展示

株式会社読売新聞東京本社

東京2020オリンピックに併せて港区立芝公園で開催予定であった国際交流イベント「観客村」の連携事業として実施予定だったが、コロナ禍につき港区指定文化財である区立郷土歴史館の講堂に会場を移して代替開催。依屋宗達作「風神雷神図屏風」の高精細陶板レプリカと書家・岡西佑奈が書き起こした書4点の新作陶板を展示し、古来からの陶板技術の確かさと日本の伝統美の素晴らしさを発信。2カ国語表記の広報動画も配信した。



寿ぎのきもの ジャパニーズ・ウェディング展
—日本の婚礼衣裳と伝統的婚礼文化からみる日本人の自然観—

株式会社朝日新聞社

日本の伝統文化を代表する存在である「きもの」の中でも、花嫁衣裳には特に日本特有の価値観や自然観が表され、人生の節目を彩るため多彩な手仕事の技が結集している。本展では江戸から昭和初期頃までの婚礼のきものを多数紹介し、古文書から再現した宴席料理の模型等と併せて展示。さらに日本の花嫁衣裳の歴史や白無垢の着付けを解説した映像を制作、多言語（日・英・中・韓）で公開し、若い世代や海外の人々に広く発信した。



工藝ダイニング2021—工藝と食—

公益財団法人岡田茂吉美術文化財団

令和元年度より日本博の関連企画として開催している体験プログラムとして、人間国宝や若手作家の工芸品を実際に使って食事を楽しむ事業。本年度は食事を日本料理中心にし、ユネスコ無形文化遺産・和食と工芸の魅力を発信した。熱海会場では坂東玉三郎による歌舞伎舞踊公演の鑑賞を実施。伝統工芸と和食、伝統芸能を連携することで魅力を高めた日本文化を国内外に発信、普及することができた。



熱海会場の料理

国際芸術祭 BIWAKOビエンナーレ2022 に向けて

国際芸術祭BIWAKOビエンナーレ実行委員会

国際芸術祭「BIWAKOビエンナーレ」は、美しい琵琶湖を有する滋賀県の風土に育まれた江戸、明治から残る歴史的な建物を作品の一部として展示する美術展で、「地域の活性化」「人材育成」「文化の創造」を目的に「街並み×現代アートのまちづくり」の実践に取り組んでいる。今年度は、BIWAKOビエンナーレ2022の開催に向けて、地域住民の気運を高めるため、地域にアートがあふれるイベントを展開。



レジデンスにて作品制作

特別展 「京の国宝—守り伝える日本のたから—」

独立行政法人国立文化財機構 京都国立博物館

展覧会「京の国宝—守り伝える日本のたから—」の開催及び関連事業として、文化財に関わる各種映像や資料の公開、サイト作成等を実施した。主な展示作品は「御堂関白記」（陽明文庫蔵）、「平家納経」（厳島神社蔵）、俵屋宗達「風神雷神図屏風」（建仁寺蔵）、「雲中供養菩薩像」（平等院蔵）、「二十八部衆立像」（妙法院蔵）等、国宝72件、重要文化財8件で、総計120件に及んだ。



特別展 「国宝 聖林寺十一面観音—三輪山信仰のみほとけ—」

独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館

聖林寺十一面観音菩薩立像を中心とした、三輪山の自然信仰をわかりやすく解説する展示。三輪山信仰の仏像とともに東大寺のお水取り関連の文化財を通じて、日本人の自然信仰について自然との関わりを丁寧に紹介する映像コンテンツを制作、日英両言語で発信した。また、会期中は交通機関と連携して奈良国立博物館及び聖林寺を周遊するスタンプラリーを行い、域内の滞在誘引に務めた。



左／聖林寺十一面観音立像 中央／正暦寺月光菩薩立像 右／正暦寺日光菩薩立像

古代から令和の時代までつなげる文化を巡る 奈良博覧プロジェクトⅢ
世界遺産を巡る奈良博覧プロジェクト + 発掘現場・修理現場の公開

奈良県

奈良県の3つの「世界文化遺産」、及び暫定一覧表記載の「飛鳥・藤原の宮都とその関連資産群」を軸に、聖徳太子没後1400年関連事業とも連携した取り組みを実施した。また、普段立ち入ることのできない「飛鳥京跡苑池」の発掘現場や、古民家の修理現場等、貴重な文化財の現場公開を行った。特別な期間にのみ見ることのできる、貴重な体験を参加者に提供した。



左／法隆寺 芸能絵巻 右上／飛鳥京跡苑池 現地説明会 右下／古民家修理現場公開

神々の集う国「出雲」体験フェスタ ～日本博in出雲～

出雲市

太古から受け継がれてきた神々の集う国「出雲」の豊かな自然・歴史・文化を重層的に体感できるプロジェクト。まち全体を博物館に見立てた「出雲まるごと博物館」を周年展開し、市内各所の文化財や食文化の実体験と、古代出雲大社高層神殿、国譲り神話、日本遺産「日が沈む聖地出雲」の夕日、古墳の石室内等のVR/AR作品を鑑賞者が体験。多言語サイトでバーチャル体験コンテンツも提供した。

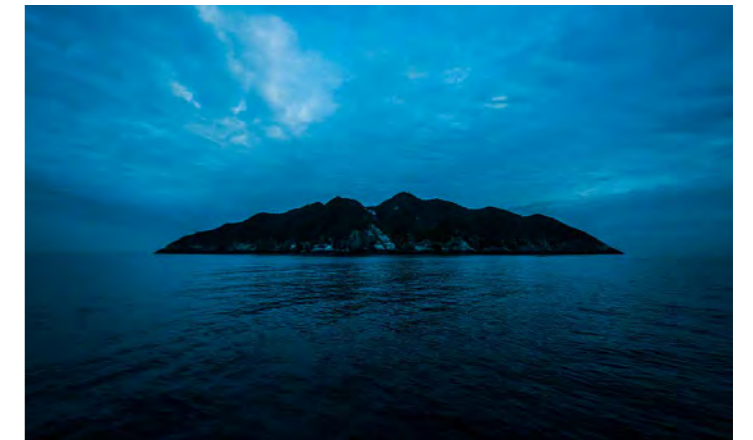


左上／国譲り神話AR 左下／夕日VR (360度画像) 右／古代出雲大社高層神殿AR

「神宿る島」 国際文化芸術プロジェクト

宗像国際環境会議実行委員会

古代日本と東アジアとの交流から生まれた文化の証である世界遺産「宗像・沖ノ島と関連遺産群」。自然の多様性を尊重する「神宿る島」への信仰は我が国の文化の生成と発展に貢献してきた。本プロジェクトは、宗像・沖ノ島と関連遺産群を舞台とし、「神宿る島」を崇拝する伝統の基層にある「海への畏敬と共生の想い」をテーマに文化芸術活動と環境活動を架橋した事業を展開。日本の心と美の魅力を世界に発信する。



特別展「海幸山幸」関連特別公開

独立行政法人国立文化財機構 九州国立博物館

特別展「海幸山幸」に関連し、九州地方に存在する国内最大級の坐像である木喰作「阿弥陀如来坐像」(宮崎・西都市蔵)及び、昭和天皇の即位時に用いられた山元春挙筆「昭和度主基(すき)風俗歌屏風(福岡)」(東京・三の丸尚蔵館蔵)を公開する特設コーナーを設け、美しい自然と人々の生業のあいだの深い絆を再確認する場を展覧会場に構築した。また、本事業を含んだ特別展「海幸山幸」の紹介動画を作成し、九州国立博物館ウェブサイトで開催した。



阿弥陀如来坐像の展示風景

琉球王朝の美 ～沖縄伝統芸能、その継承と発信～

公益財団法人国立劇場おきなわ運営財団

「沖縄独自の文化的風習や自然観が描かれた組踊」「首里城復興・首里城で行われた芸能」「次世代への継承」「コロナ禍からの復活」をテーマに公演を開催した。また、沖縄伝統芸能の多言語PR映像を制作し、SNS等を活用して国内外へ発信し、ブランディングの強化、インバウンドの拡充を図った。これらの取り組みにより沖縄伝統芸能の「自然に共感する心」を原点とする美意識を広く発信できた。



左/組踊鑑賞教室「執心鐘入」 右上/組踊鑑賞教室「銘苺子」 右下/研究公演「伊祖の子組」

日本の近代化遺産 ～自然の力と美を引き出す力～

全国近代化遺産活用連絡協議会

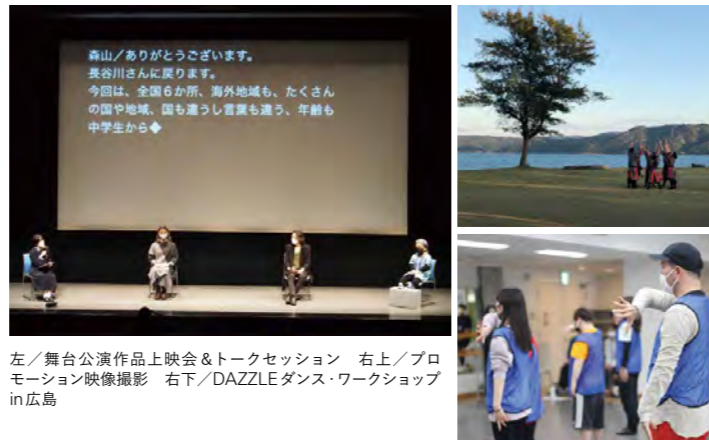
近代化遺産の魅力や役割を、英訳も含めた動画配信、オンラインツアー等の手法を用いて人々に伝えることで、より多くの人々の近代化遺産への興味を醸成し、地方への誘客及び活性化を図った。従来からの一斉公開に加え、非公開施設の公開や拠点でのプロモーションイベントにより、コロナ禍終息後の地方訪客やインバウンド拡充効果を期待できる。



障害者の文化芸術創造拠点形成プロジェクト

ビッグ・アイ共働機構

国際障害者交流センターが有する完全バリアフリーの環境と誰もが文化芸術活動を享受できるノウハウと国際交流ネットワークを最大限に活用し、誰もが文化芸術を享受できる環境の創出と推進を図る。また、日本・アジアで活躍する振付家やダンサーと障害のあるダンサーが協働し、我が国の自然や伝統文化等をモチーフにした魅力ある大型ダンスプロジェクトを通じて、誘客力のある文化芸術拠点を形成するとともに共生社会を実現する。



左/舞台公演作品上映会&トークセッション 右上/プロモーション映像撮影 右下/DAZZLEダンス・ワークショップ in 広島

企画展 「国立公園 —その自然には、物語がある—」 連携事業

株式会社日本国際放送

国立科学博物館、環境省が共同で開催する企画展「国立公園 —その自然には物語がある—」との連携事業。環境省が推進する「国立公園満喫プロジェクト」の取り組みと連携しながら、キャラバンカーによる国内移動巡回展での8Kムービーの上映をはじめ、全世界に向けたテレビ国際放送の実施等、国内外へのプロモーション活動を行う。多様で豊かな日本の自然と文化を紹介することで、全国の国立公園への継続した誘客の強化を図る。



左/At One with Nature NHKワールド JAPAN (jibtv) 放送番組 右上/キャラバンカー巡回展(那須高原ビジターセンター) 右下/ Japan House の展示(ロサンゼルス)

第II部 事業の紹介 プロジェクト紹介

イノベーション型プロジェクト

みんなの花火 ～誰もがつながり楽しめる花火～

一般社団法人日本花火推進協会

コロナ禍においてニーズが高まった花火のオンライン配信に新規性のあるコンテンツを付加し、花火鑑賞に新しい価値を生み出した。心臓に病気を患った子どもと地域の子どもがつながったオンライン花火教室や、長野県千曲川氾濫被害からの復興を応援するクラウドファンディング等、花火を軸とした人々のつながりを一連のストーリーとして映像化。オンライン配信とSNSを媒体に誰もが楽しめる花火として国内外へ幅広く発信した。



みんなの花火 りんくうスマイルプロジェクト

しあわせはこぶ旅 モッコが復興を歩む東北からTOKYOへ

公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック
競技大会組織委員会

来訪神の「かせどり」をモチーフに、東北で暮らす子どもたちのデザインをもとに制作した巨大人形「モッコ」が岩手・宮城・福島を巡る。モッコとパフォーマーが繰り出す新しい形での壮大な舞台と、地元の伝統文化・芸能を披露した。フィナーレである東京においては、東京2020オリンピック開幕直前に、世界へ東北の今とその魅力ある文化、人々の復興への思いを発信。オンラインライブ配信では、全世界で約102万人の視聴があった。

ファンタスティックいわて —復興フェスティバル—

幸せ出づる国いわて実行委員会

東日本大震災から10年の節目に高田松原津波復興祈念公園を会場にて、三陸復興祈念ガラコンサートを実施した。津波により倒壊した家屋の柱や流木を生まれ変わらせた「TSUNAMIヴァイオリン」を主役に、市民・アーティストがコラボレーションし、文化芸術の未来の担い手への貢献についての機運醸成に努める他、オンラインでライブ配信を行うことにより国、地域、世代を超えてより多くの人々に鑑賞機会を提供する仕組みを整えた。



“夢の時間”伝統芸能との コラボレーションによる 教育・地域文化への貢献プロジェクト

アートフェア東京2021

「日本の美」の表現方法のひとつである和楽器による演奏＝音楽芸術をキーコンテンツとして、世界的に活動する和楽器奏者のユニット「Rin」による日本各地の城址等での公演映像を収録した。オンライン配信により、海外を含め広く伝統音楽芸術や建築物の魅力を発信し、建築物の文化資源としての再評価やインバウンド観光の増加に向けて取り組むことができた。



会津 鶴ヶ城

エキサイト'21

まちづくり鹿嶋株式会社

訪日外国人を含む茨城県・鹿嶋来訪観光客の拡大、東京2020オリンピック・パラリンピックの機運醸成を目指した一大生活文化イベント。鹿嶋市内の各団体が各々に実施するイベントをコーディネートして、鹿嶋の夏を彩る生活文化に演出を加えて後世に継承し、日本の美を体現する新旧文化芸能を振興。その多様かつ普遍的な魅力を発信した。



自然への信仰と日本文化の形成を訪ねて ～「神宿る島」沖ノ島を中心とした 広域連携企画～

「神宿る島」宗像・沖ノ島と
関連遺産群保存活用協議会

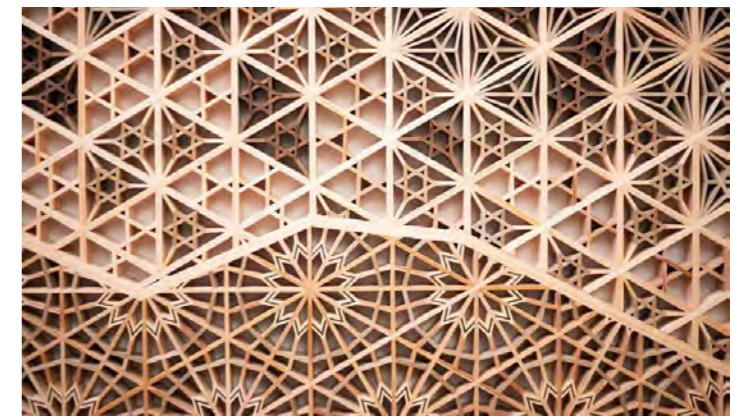
東京ミッドタウン ホールで開催された「葛飾北斎生誕二百六十年記念企画特別展 北斎づくし」において、企画展示「世界遺産・沖ノ島×北斎漫画」を展覧した。また、関東・西日本の博物館・資料館等と連携し、「日本の信仰・文化を辿る」をテーマとした広域連携・誘客促進企画「ハルカムナカタ」を行い、国内外の来訪者に向けた訴求力の高い事業を実現した。



国立科学博物館・竹中大工道具館共同企画展 「木組 分解してみました」

独立行政法人国立科学博物館、
公益財団法人竹中大工道具館

日本に息づく木組の精神。しかしでき上がった作品の表面からは世界に誇る職人の木組の技術や美意識は見てきづらいものである。本展では、いろいろな木組を分解して展示することで、職人の手仕事ならではの美意識と心遣い、そして無垢の木ならではの柔らかな風合いと繊細さを伝えた。木そのものの大きさに相まって、匠による「木組の技」を紹介することで、木に親しみ、木を活かす日本人の知恵と心を国内外に発信した。



組子細工

THE HEROES 刀剣×浮世絵—武者たちの物語

株式会社日本経済新聞社

世界最高水準の日本美術コレクションを誇るボストン美術館所蔵の浮世絵と刀剣、鐔で英雄たちの物語をひもとく展覧会。浮世絵ファン、刀剣ファンを含む幅広い層に、今日では忘れ去られてしまった武者たちの物語を紹介し、日本古来の文化を再認識する機会を創出した。



生誕260年記念企画 特別展「北斎づくし」イマーシブシアター

凸版印刷株式会社

特別展「北斎づくし」は、世界的にも随一の知名度を誇る葛飾北斎をテーマに、北斎作品が持つパワーやテクニックの再発見を目指した展覧会である。イマーシブシアターでは、最先端な画像処理技術を用いて没入型の劇場を展示し、その革新的な試みが、従来の展覧会よりも若い世代の集客につながった。さらにバーチャル展示会場をはじめ多言語でのオンライン配信を多く実施し、国内外にあまねく日本文化を発信することができた。



DIGITAL HOUSAI © 特別展「北斎づくし」撮影：凸版印刷株式会社

東北・新潟の復興と伝統文化の魅力 体験できる「東北ハウス」事業

東北・新潟の情報発信拠点事業
「東北ハウス」実行委員会

「東北ハウス」は、東日本大震災の発生から10年の節目に、支援に対する感謝の気持ちを伝え、復興に向けて実地に歩む姿や東北・新潟の魅力を経験してもらうための情報発信拠点である。東北・新潟の官民が一体となって開催し、リアル開催の他、ウェブサイト上でのバーチャル開催も実施。CG等を駆使し新たな演出方法で表現された映像やVR映像等趣向を凝らした様々な方法で、東北・新潟の美、そして「日本の美」を世界中に発信した。



映像コンテンツ「The View from TOHOKU & NIIGATA」

東京ビエンナーレ2020/2021

一般社団法人東京ビエンナーレ

東京のまちを舞台とする2年に1度の国際芸術祭「東京ビエンナーレ」は、初開催のテーマに「見なれぬ景色へ—純粋×切実×逸脱—」を掲げ、多様な都市空間に約70の領域横断的なアートプロジェクトと、5Gの通信環境に対応したAR/MRコンテンツを展開することで、東京に宿る文化資源を丁寧に読み取り、その可能性を引き出した。新常态下における都心の新たな鑑賞体験の実践とそのフィードバックを得ることができた。



宮永愛子「Praying for Tokyo 東京に祈る—ひかりのことづけ」2021年、湯島聖堂、撮影：ただ（ゆかい）

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

公益財団法人角川文化振興財団

パチカン図書館・文書館の所蔵史料を調査研究することで、日本とパチカン両国の文化交流の全体像を解明。その成果を公開シンポジウムで発表した。また、昨年度に長崎県や県内各自治体と共同開発・公開した観光補助サービスの機能を追加し、利用者の利便性を向上させた。さらに、パチカンと日本のつながりを紹介するVR映像や長崎県大村市の天正遣欧少年使節団の事績を紹介する映像を制作。長崎の自然や文化を世界中に広く発信した。



左/公開シンポジウム 東京会場
パンフレット
右上/公開シンポジウム 東京会場
右下/中浦ジュリアン像

農業×浮世絵 日本の「食文化」と「自然」

株式会社NHKプロモーション

人気食農イベントや食関連SNSサイト、インバウンドへの情報発信が得意な事業者等、5社と連携。「日本の食を支える農業や自然」「郷土料理」「和食の作法」「日本料理の技」等を連携先と紹介した。海外発信においては、NHKプロモーションが持つ浮世絵データを活用し、日本の美術と食文化を一度に発信することができた。ターゲットごとに発信方法を変えることは効果的であった。



東京2020 NIPPON フェスティバル ONE—Our New Episode— Presented by Japan Airlines Our Glorious Future ~KANAGAWA 2021~ カガヤクミライガミエル カナガワ2021

神奈川県、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会

東京2020オリンピック・パラリンピック公式文化プログラムとして、「共生社会の実現に向けて」をテーマに、文化芸術各分野のアーティストが、ダンス、演劇、メディアアート、音楽、工芸、伝統芸能等の動画を、世界に向けて発信した。大きな盛り上がりや関心と呼んだ東京2020オリンピック・パラリンピック開催期間中に配信を開始したことで、視聴者への「共生社会」の理念の浸透に寄与した。



万葉集編纂者・大伴家持ゆかりの地域 「越中国」を訪ねて 令和の万葉大茶会2021 高岡大会

万葉大茶会実行委員会2021

雲龍山勝興寺(重要文化財)にて、万葉衣裳に身を包みお茶を楽しむ「万葉大茶会」、梅の花を愛で32首の歌を読み合った「梅花の宴」の再現を行った。また、アルミを使った水素生成と、水素自動車による電源供給の実演を行い、新エネルギー普及促進による持続可能な社会の実現に向けて取り組んだ。式典では、伝統工芸高岡漆器の技によって製作した木筒を、大会キーとして次回開催地の鳥取市に引き継いだ。



令和の「万葉大茶会」

富士山をはじめ富士吉田の文化資源を活かした芸術による情報発信事業

株式会社オディプランニング

富士山の北側、古くから富士講の人々に参拝や宿泊を世話する御師の町として発展した山梨県富士吉田市。その風景や文化財、食といった外国人観光客にも関心の高い観光スポットでオペラの名曲アリアを披露する声楽家をミュージックビデオ化。その作品を公開番組方式のイベントでライブ、また動画配信することで、「オペラ」という世界共通の芸術を用いて、富士山をはじめとした富士吉田の文化・観光資源を広く発信した。



左上/動画配信サムネイル
左下/ライブ配信サムネイル
右/イベントの様子

北斎花火&歌舞伎花火 日本の伝統文化を世界にPRする山梨県市川三郷町との連携プロジェクト

株式会社GO AHEAD

花火文化の灯りを絶やさないう、そして様々な伝統工芸品がデジタル化の波に押し流されないよう、山梨県市川三郷町で北斎花火&歌舞伎花火を開催。花火の映像と合わせ、コシノジュンコが町内の和紙会社やハンコの会社を視察の様子や、同氏の考える和紙・ハンコの魅力を語る模様を編集した映像を制作し、地域・伝統工芸品の魅力を伝える動画を配信した。



やきもので繋ぐJOMON×未来 —多彩な表現展2021—

大塚オーミ陶業株式会社

やきものの里・信楽を舞台に、縄文土器から現在のやきものまでを展示活用しながら、日本人の美意識や自然観について深く体感できる機会を創出。滋賀県立陶芸の森にてやきものによる高精細レプリカの展示や、信楽の創作芸能・紫香楽太鼓との共演を行い、日本の技術力、やきものの歴史、地域の文化等について深く体感できる機会を提供した。また、その様子を配信することで、国内外に日本・滋賀の魅力を広く発信した。



伝教大師 1200年大遠忌 最澄と比叡山

宗教法人延暦寺

延暦寺の開祖である伝教大師最澄の1200年大遠忌である令和3年、最澄の念願であった「戒壇院」(重要文化財)と「法華総持院東塔」の特別公開を実施(戒壇院は初公開)。また織田信長による比叡山焼き討ちより450年目の同年に戦国時代に焦点を当てた展覧会を開催し、戦乱の世から復興まで、延暦寺がどのように日本文化を育き伝えてきたのかを文化財展示や織田家・明智家末裔の声を通じて国内外に発信した。



戒壇院

「共創」文化が繋ぐ伝統産業プロジェクト

京都市

文化・芸術の一線で活躍し、大成した一流の「使い手」と、その厳しい目と要望に応えるべく鍛えられた一流の職人「作り手」たち。双方の切磋琢磨によって形づくられた「文化」と「匠の技」を、様々な手法で発信した。とりわけ人気コンテンツを活用したコラボレーション商品の展示会や、京都の花街文化を支える工芸品を知る機会の提供等は、京都ならではの新たな文化コンテンツとして多くの集客につながった。



共創・伝統文化体験(花街)

「KYOTO EXPERIMENT ミーティングポイント」プロジェクト ~京都の文化資源を活かした交流の広場

京都市

KYOTO EXPERIMENT 京都国際舞台芸術祭2021 AUTUMNにおける「ミーティングポイント」として、国際的に活躍するアーティストによるローラーコースター型作品を、地域の文化資源を活用して京都オリジナルに仕上げ、設置した。京都の自然・歴史・文化が体感できる岡崎地域を会場とし、芸術祭の観客から観光客までの幅広い層が、ミーティングポイントを通して交流を行った。オンライン配信の実施により、国外への発信も。



撮影:岡はるか

Study:大阪関西国際芸術祭

株式会社アートローグ

令和7年の大阪・関西での万国博覧会を契機に、ソーシャルインパクトをテーマとした世界最大級の「大阪関西国際芸術祭」の開催を目指すにあたり、実現可能性をスタディするための芸術祭。大阪市内8カ所にて開催。新型コロナウイルス感染症対策でVR等の最先端技術も取り入れた。国内では初となる芸術祭のプログラムとしてアートフェアも実施し3日間で約1,000人が来場。政財界や教育委員会とも連携し今後に強い期待を得た。



上/キービジュアル 左下/笹岡由梨子(地球から消える) 右下/アートフェア

熊本城天守閣完全復旧を契機にした「熊本城下町復興周遊プロジェクト」

主催:読売広告社、熊本市
協力:熊本城事務所

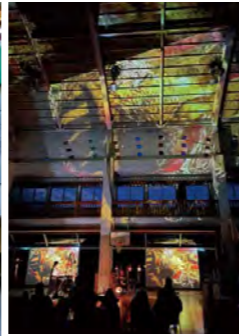
熊本地震から5年を経た令和3年春より熊本城天守閣が復旧し特別公開が始まった。これを機に多くの観光客を呼び込み、熊本城と城下町への周遊を促し、熊本の自然・文化・芸術・歴史を体験してもらうことを目的とした。昔からの建物や文化を守る強い意志と誇りを持った人々を「くまもと城下町ラストサムライ」として選定。その拠点に統一デザインによるサインを施し、城下町を町歩きする際のデジタル音声ガイドアプリを制作した。



やんばるアートフェスティバル 2021-2022

やんばるアートフェスティバル実行委員会

令和3年に世界自然遺産認定がされた沖縄県本島北部・やんばる地域にて開催された地域芸術祭。国内外から参加するアーティストが沖縄・やんばる地域からインスピレーションを得て制作したアート作品の鑑賞に加え、やちむんや木工、染色をはじめとした沖縄の多彩な工芸品等を、やんばるの豊かな自然や風土、文化とともに体感、体験する機会をつくった。期間中は地域協同型のワークショップやトーク等のエデュケーション企画も実施した。



左/メイン会場 大宜味村立旧塩屋小学校 右/usaginginen

世界遺産リレー催事による 日本文化発信プロジェクト

世界遺産リレー催事実行委員会

19の世界文化遺産を連携させ、20の催事(イベント・記念行事・宗教行事等)をラインアップするとともに、11言語のウェブサイトや映像を制作。SNS広告を通し海外への日本魅力の発信に取り組んだ。20催事中 3件が中止、5件が縮小開催を余儀なくされたが、コロナ禍にあってラインアップを維持することができ、来るべき日のインバウンド再生への大きな礎を築いた。4カ国での映像視聴者は40万人に及んだ。



神・鬼・麗 三大能∞2020

東映株式会社

映像技術と能を融合した「スペクタクル能」を配信した。丸の内TOEIに最先端CGを駆使したイマーシブシアターを特設し、3面スクリーンに映像が流れる中、舞台上実際に能楽師が「高砂」等のハイライトを舞った。日本の四季や生命の神秘を描いた名作を、日・英・中字幕付きで外国人・視覚障害者も楽しめる形に。技術と伝統の融合で幻想的な能の世界を表現し、文化芸術の発展に寄与する臨場感・立体感のある作品が完成した。



左/高砂 右上/紅葉狩 右下/胡蝶
©2021 東映 木下グループ

ONE -Our New Episode- MAZEKOZE アイランドツアー

公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック
競技大会組織委員会

「共生社会の実現に向けて」をテーマにした東京2020パラリンピック・ムーブメントプログラム。エンターテインメントの力によって多様性や共生社会の魅力をユニークに表現した9つの個性的な島を旅して、多様性のおもしろさや心地よさをオンラインで配信。約116万人がライブ視聴し、その多くが多様性や共生社会に対する「共感」や「気づき」を得ることで、意識や行動の変化の「きっかけ」を提供した。

日本元気プロジェクト2021 世界遺産ランウェイ in 富士山

株式会社山本寛齋事務所

国際交流、地域貢献・復興、ファッション、エンターテインメントといった多彩な切り口で「日本文化」の魅力を発信する市民参加型プロジェクト。世界遺産である富士山の雄大な自然を背景に、ドローン撮影によるランウェイショーの模様を映像作品として配信。世界からも高い注目を集める日本人デザイナーや、国内外から参加した学生たちの作品を通じて、日本が世界に誇る伝統文化や技術の魅力を発信した。



NINJA PROJECT

エイベックス・エンタテインメント株式会社

「NINJA (忍者)」をテーマに、ゆかりの地を周遊する聖地巡礼型の観光ルート「NINJAルート」をつくった。インフラとして、AR技術を駆使した多言語の音声ガイド「音声AR」を導入し、訪日観光客が地域の自然や風土、歴史を没入感を伴いながら体感できるように。また海外の人気YouTuberをアンバサダーとしたNINJAルートの動画で、ルートの認知度を向上と周遊モチベーションを醸成した。



第II部 事業の紹介 プロジェクト紹介

文化資源活用推進事業

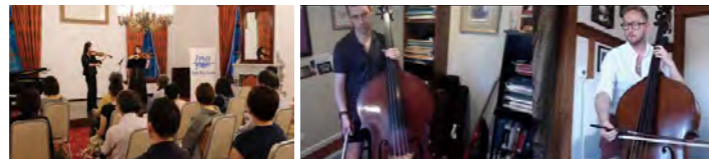
パシフィック・ミュージック・フェスティバル札幌 (PMF)開催事業

札幌市、公益財団法人パシフィック・ミュージック・フェスティバル組織委員会

国際教育音楽祭「パシフィック・ミュージック・フェスティバル札幌 (PMF) 2021」を、国内在住のアカデミー生、PMF修了生等で「PMFオーケストラJAPAN」を編成し、2年ぶりに開催。コロナ禍においても、オンラインを活用した海外教授陣の指導等、新たな取り組みに挑戦しながら、才能ある若者に音楽教育を提供し、市民や観光客に生演奏の鑑賞機会を創出することができた。



上/PMFオーケストラJAPAN
左下/札幌市・豊平館でのコンサート
右下/オンラインレッスン



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・地域経済活性化事業

札幌市

令和5年度冬季に開催予定の札幌国際芸術祭 (SIAF) に向け、市内中心部の公共空間を活用した広報展開、市内美術館等との連携による鑑賞サポートプログラム「SIAFふむふむシリーズ」、札幌・北海道の特色を活かしたアートプロジェクトを行う「SIAFラボ」の活動等を実施し、国内外の文化関係者や市民の興味関心、地域の文化力、認知度向上を図ることができた。



左/さっぽろアートステージ PRブース 右上/SIAFふむふむシリーズ 右下/SIAFラボ プロジェクト

「房総里山芸術祭 いちはらアート×ミックス」 を核としたアートによるまちづくり

市原市

都心や羽田・成田国際空港よりほど近い千葉県市原市において、チバニアンや小湊鐵道等の貴重な文化資源や、美しい里山景観やこれを守る地域住民等の地域資源と、アーティストによるサイトスペシフィックな現代アート作品を融合し展開する芸術祭を核としたアートによるまちづくりを推進。過疎地域の活性化モデル確立、地域住民の地域への愛着と誇りの醸成、SDGsの達成を図った。



レオニート・チシコフ「7つの月を探す旅「第二の駅 村上氏の最後の飛行
あるいは月行きの列車を待ちながら」

創造的イルミネーション事業 (ヨルノヨ)

横浜市

歴史的建造物や商業施設等、27施設が連動したダイナミックな光と音楽の演出を行うアートイベント。船に搭載したプロジェクターで護岸等に投影したアート映像を鑑賞しながら川を巡るクルーズや、店舗等と連携した街の回遊促進の取り組みも行い、地元の企業・団体と街ぐるみで連携することで横浜のプレゼンス向上と地域の活性化につながった。公式HP・SNSの多言語化やPR動画の作成により国外にも情報を発信した。



横浜港大さん橋国際客船ターミナルから見た光と音楽の演出

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

横須賀市

歴史、日本遺産、文化財や自然に文化芸術を融合させた横須賀ならではのコンテンツを創出し、新たな魅力を発信するため、世界的なアニメとのコラボレーションイベントや質の高い文化芸術に触れられる芸術祭。主な企画として記念艦「三笠」を会場にした「よこすか海のアニメカーニバル」、猿島での「Sense Island ー感覚の島ー 暗闇の美術島」等を実施。多言語で周知を図ることによって、国外にも情報を発信した。



Sense Island ー感覚の島ー 暗闇の美術島 2021

霊峰大山で出会う 日本の伝統・江戸の粋

伊勢原市

神奈川県の大산に300年引き継がれてきた「大山能狂言」が演じられる「大山火祭新能」の字幕解説用タブレットの配布等によるインバウンド対応、大山阿夫利神社が所蔵する歴史ある能面・装束の展覧会、重要文化財が多数収められている「宝城坊 (通称: 日向薬師)」の特別展覧会を英語解説付きで開催することで、大山・日向の歴史、地域文化や文化財の魅力について、外国人をはじめとした多くの人々に発信した。



左/宝城坊 特別展覧会 右上/大山火祭新能 右下/能面の展覧会

新潟発! 縄文からつづく文化の魅力体験・発信事業

新潟県

国宝・火焰型土器が出土した縄文文化、鼓童をはじめ100を超える団体が活動する太鼓文化、地主王国新潟が誇る豪農・豪商文化、豪雪地新潟に伝わる雪国文化等、新潟が世界に誇る文化の魅力伝える事業。体験イベントや公演等の実施に加え、その様子を撮影した動画を国内外に発信した。また、現地では手話通訳や英語通訳等を用意した他、動画やパンフレットは多言語対応とし、誰もが魅力を体験できる取り組みを行った。



左/新潟県太鼓フェスティバル(ゲスト:太鼓芸能集団 鼓童) 右上/縄文関連施設を巡る周遊体験ツアー(弓矢体験) 右下/豪農・豪商の館で日本文化を体験するツアー(着付け体験)

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

富山県

演劇の聖地として知られる富山県利賀において、世界的な演出家・鈴木忠志を中心に、演劇人が作品を創造し、演劇理念、訓練を学ぶプログラムを総合的に実施し、次世代を担う舞台芸術人材の育成を行った。演劇祭の開催により多くの観劇者が訪れた。また、演劇の聖地としての魅力発信を図るとともに、利賀に来訪する動機づけとなるよう努め、コロナ禍後も見据えた新たな誘客につなげるため、国内外へ映像配信を実施した。



SCOT サマー・シーズン2021「イェルマ」

いしかわ・金沢 風と緑の楽都音楽祭開催事業

石川県

石川、富山、福井の3県をあげて、北陸の音楽文化を発信するため、世界的で一流の音楽を鑑賞する機会を提供。また、北陸・石川の伝統芸能である邦楽をはじめとする地域に密着した企画を盛り込む等、子どもから大人まで気軽に音楽祭に参加できる環境を整備し、地域全体で盛り上げることで、地域の音楽文化の振興・発展を図った。



重要文化財「那谷寺」でのコンサート

「北アルプス国際芸術祭」を核とした アートによる持続可能なまちづくり

北アルプス国際芸術祭実行委員会

総合ディレクターに北川フラム、ビジュアル・ディレクターに皆川明を迎え、11の国と地域から36組のアーティストが参加し、北アルプスの麓、長野県大町市全域において、サイトスペシフィックな現代アートが展開された。会期中には演劇や音楽等のパフォーマンスプログラムも開催。来場者は33,000人を超えた。小中学生の無料鑑賞による情操教育への貢献、企画発表のオンライン配信等による国内外への情報発信強化等を行った。



左/トム・ミュラー〈源泉(岩、川、起源、水、全長、緊張、間)〉 右上/松本秋則〈アキノリウムinOMACHI〉
右下/マリア・ヴィルツカラ〈何が起って何が起るか〉

名古屋 | 台地の縁とHeritageをつなぐ 1万年アートプロジェクト

なごや日本博事業実行委員会

名古屋城築城と同時に熱田宮の渡しまで開削された堀川の流に現代アートで光を当て、名古屋の歴史・文化観光資源をリアルタイムに再生する「ストリーミング・ヘリテージ | 台地と海のあいだ」を開催。屋外展示だけでなく地域に開いた歴史的建造物や文化施設を活用し、最先端の技術とアート、歴史と現在を交差した空間を創出した。また会場ではユニバーサル対応の映像を制作し、歴史的建造物内の展示を体験できるようにした。



左/「ストリーミング・ヘリテージ | 台地と海のあいだ」 右上/篠田千明(黄昏)2021年
右下/市原えつこ(デジタルシャーマン・プロジェクト—現代の観音プロトタイプ)2021年、撮影:山田亘

京都府域展開アートプロジェクト 「もうひとつの京都」

京都府

日本三景のひとつ天橋立等、京都府内6エリアを舞台に、地域の歴史や風土、有形文化財、名勝等を題材に、地域文化と先端技術を組み合わせたデジタルアートによる空間演出や、アーティスト・イン・レジデンスを活用した現代アート展による京都府域展開アートフェスティバル「ALTERNATIVE KYOTO」を開催。地域の魅力をアートの視点から引き出し、新たな観光誘客や地域経済の活性化につなげることができた。



左/ALTERNATIVE KYOTO in宮津(元伊勢龍神社) 右上/ALTERNATIVE KYOTO in福知山(福知山城・伯耆丸公園) 右下/ALTERNATIVE KYOTO in八幡(石清水八幡宮頓宮殿)

京都の美・日本の美・百花爛漫 ～日本の博覧会150年～

京都市

「上村松園」展では近代の京都画壇が生んだ不世出の女性画家・上村松園の最初期から絶筆に至るまで、代表的な約100点を紹介した。「モダン建築の京都」展では、近現代建築の名作の多くが現存している京都で、京都市京セラ美術館での資料展示だけでなく建物探訪や街歩きにより鑑賞体験と建築空間体験が同時にできる機会を創出した。いずれも多言語(日・英・韓・中)で展覧会情報を作成し、国外にも情報を発信した。



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

京都市

国内外から注目される京都の文化力を最大限に活用し、マンガ・アニメを活用した新事業創出支援、クリエイターの育成支援・雇用機会の創出、コンテンツ都市としてのブランド力の強化、そして日本の文化である「マンガ」「アニメ」を海外に発信することを目的としている。今年度はオンライン配信を通じて広く情報を発信するとともに、民間団体・学校と連携した支援体制の構築ができた。



上/京都国際マンガ・アニメフェア2021
下/街歩き音声ガイド「旅まふ」

シルクロードいま昔

KYOTO STEAM—世界文化交流祭—
実行委員会

「平安拾遺譚 cirque de kyoto」の創作及び上演と、アート×サイエンス・テクノロジーの観点から、アフター・パンデミックに向けた気運を醸成する新しいマーケット「OKAZAKI MARKET+」を実施した。厄災と向き合うたび新しい行事(祭り)が生まれ、受け継がれてきた京都ならではの、生活文化や芸能に込められた祈りや願いを、公演やトーク等、様々な形で発信した。



左/平安拾遺譚 cirque de kyoto
右/OKAZAKI MARKET+

大阪文化芸術フェス事業

大阪府

多彩で豊かな大阪の文化を核とした都市魅力の創造と、国内外への発信を目的に実施。令和3年度は、万博記念公園の自然の中でくつろぎながら鑑賞できる大型アート作品の展示、ステージ公演等の複合的なプログラムを新型コロナウイルス感染症対策を講じながら実施した。また、神社仏閣等の文化資源を舞台に伝統芸能等の公演を行い、地域の魅力発信や、府民が身近で文化芸術に触れ親しむ機会を提供した。



左/万博記念公園の広大な自然の中で鑑賞できる大型アート作品 右/蟻通神社の舞殿(有形文化財)での弦楽四重奏によるコンサート

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

堺市

大阪府堺市の都市魅力を国内外に発信し、文化芸術の振興及びインバウンド需要の回復や国内観光需要の一層の喚起を目的として、世界遺産魅力発信公演や、中枢文化施設フェニーチェ堺での魅力的な公演、市民が主体となった文化芸術フェスティバル等の取り組みを実施した。また、市内の認定こども園等の未就学児施設及び支援学級を含む小中学校や、子ども食堂等にアーティストらを派遣し、文化芸術に触れる機会を提供した。



世界遺産劇場～百舌鳥古墳(リーディングシアター)

日本の美 城下町文化と日本の面影 体感プロジェクト

松江市

小泉八雲(ラファディオ・ハーン)が「神々の国の首都」と世界へ紹介した松江での1年3か月で感じた日本の歴史文化や日本人の精神性に触れる体験型プログラムを中心に展開。著書『知られぬ日本の面影』『怪談』を体験するスタンプラリー等を実施し、八雲と同じような感動を五感で感じる各種事業によって、松江の文化、日本の文化のブランド強化を図り、国内外の観光客誘客につなげる。



左/各事業チラシ等 右/文豪とアルケミスト スタンプラリー(小泉八雲) ©2016 EXNOA LLC

山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業

山口市

山口情報芸術センター[YCAM]を活用したメディアアートの特別企画展やオンラインを活用したワークショップを実施。また、大内文化の薫りと幕末の歴史が交差する「大内文化特定地域」内で「和」をテーマとしたアートイベントを実施し、幅広い世代の交流、新たな価値の創造への取り組みを通じて、大内文化をはじめとする本市の歴史や文化、自然を広く発信した。



祈りの回廊音楽祭(野田神社)

アニメの聖地とくしま! ニューノーマル対応「マチ★アソビ」による地域活性化事業

徳島県商工労働観光部にぎわいづくり課

徳島市内の飲食店と連携し、テイクアウト商品の購入でアニメのポストカードがもらえるスタンプラリーや公共交通機関との連携による人気アニメでラッピングされたバス・タクシーの運行等、安心して誰もが楽しめるイベントを実施した。また、「マチ★アソビ」ゆかりのアニメ声優による徳島の食やお遍路文化等を紹介するPR動画を制作・公開した他、海外アニメイベント等でのPRを実施し、国内外に広く情報を発信した。

東アジア文化都市北九州2020▶21 推進事業

東アジア文化都市北九州実行委員会

北九州市民とともに文芸、伝統芸能、メディア芸術、障害者芸術、食文化等、多分野において事業を実施した。特に青少年へのアプローチを重視し、次世代の文化芸術の担い手の育成に力を入れた。また、新たに制作された創作日本舞踊等をオンライン配信やSNSを活用し発信することで、国内外に日本の文化芸術の魅力を発信した。



左上/小倉城新能2021
右上/障害者芸術祭
下/創作日本舞踊「鳥獣戯画EMAKI」

創造県おおいた国際発信事業

大分県

3年間をかけて、国東半島・別府を核として、大分県内各地の特徴的な芸術文化の取り組みや優れた歴史文化の更なる魅力向上のため、新たな取り組みにチャレンジするとともに、各地の取り組みを連結させるカルチャーツーリズムを構築する事業。令和3年度は別府の自然・歴史資源を題材とするアーティストの個展形式の芸術祭として「廣川玉枝 in BEPPU」を別府市にて開催した。



廣川玉枝 in BEPPU photo by SHINYA KEITA (ROLLUPstudio.)

国際的文化フェスティバル 展開推進事業(長期開催型)

「大地の芸術祭の里」 ブランディング強化による国際的価値創造事業 十日町市(大地の芸術祭実行委員会)

平成12年から開催している国際芸術祭「大地の芸術祭」の会場である越後妻有において、コロナ禍での安全・安心な旅を提供する通年誘客事業を実施。人気作品のインターネット事前予約導入や電子アプリの開発等でポストコロナ時代における事業のノウハウが構築できた。また、YouTubeでの動画配信や、オンライン講座等も多く行い、インバウンド市場の回復を見据えたプロモーションを積極的に展開した。



イリヤ&エミリア・カバコフ《16本のロープ》越後妻有里山現代美術館 MonET

地域ゆかりの文化資産を活用した 展覧会支援事業

プライム企画展「紅と藍 ーくらしを彩るー」 Golden Red from Safflower and Japan Blue from Indigo plant

山形県立博物館

多言語音声ガイド(翻訳アプリ)や絵画資料の展示、映像資料や実物に触れられる展示により、訪日外国人や障がい者にも山形・日本の伝統的染色文化の魅力を伝える取り組みを実施。高校・大学との連携により、次世代の若者が郷土の伝統文化継承に積極的に関わる機運を醸成した。歴史・民俗資料の展示に限らず科学的な視点を取り入れることにより、郷土文化への関心の間口を広げることができた。



左/展示風景 右上/ミュージアムコンサート(林家舞楽) 右下/イメージディスプレイ

土浦市立博物館第43回特別展 八田知家と名門常陸小田氏

土浦市立博物館

地域ゆかりの名門武家を紹介する展覧会を実施。鎌倉時代の御家人(将軍譜代の武士)八田知家は源頼朝の信頼を得て、常陸国の守護職に任じられた。知家の子孫は小田を名乗ると、筑波山麓の小田を拠点とし、戦国時代の終わりまでおよそ400年間にわたり常陸国南部を支配した。国宝・重要文化財をはじめ、各地に残る常陸小田氏関連資料を計157点展示し、名門武家常陸小田氏と茨城県土浦市・つくば地域の関わりを明らかにした。



筑西市ゆかりの文化資産を活用した 「板谷波山」展覧会事業

筑西市

陶芸家・板谷波山の生誕150年を記念し、選りすぐりの名作を一堂に集め展覧し、併せて波山の人となり、故郷の人々との交流等を紹介するとともに、市内各所でイベント等を開催する。しもだて美術館、板谷波山記念館、私立の廣澤美術館の3館同時かつ官民一体で展覧会を開催し、近接する科博廣澤航空博物館等への周遊を促して、美術鑑賞にとどまらないトレンド層の確保・誘客を目指した。



左/板谷波山 右上/天目茶碗 右下/鳩杖

**茨城ゆかりの文化資産を活用した
「華麗なる明治—宮廷文化のエッセンス—」
展覧会事業(令和3年度特別展)**

公益財団法人茨城県教育財団

主に洋装の宮廷服や金工・漆芸品、西洋画等の華やかな明治期の宮廷文化とそれを支えた茨城県出身者たち、4度にわたる本県への行幸啓を紹介する展覧会を実施。展示では、展覧会図録・パネル、コンセプト・ムービー等の多言語化、「明治の宮廷服体験」や「明治のオペラ鑑賞」等の関連イベントを実施し、国籍・年齢を問わずに展覧会を楽しめる工夫を施したことで、従来とは異なる客層の集客につながった。



**益子陶芸美術館企画展
「バーナード・リーチ —100年の奇跡—」
展覧会開催事業**

益子町

栃木県・益子町とゆかりのあるイギリス人陶芸家バーナード・リーチの活動を顕彰する展覧会である。益子町の友好都市イギリス・セントアイヴスにある製陶所「リーチ工房」が創設100年を迎えたことを契機に益子町とセントアイヴスが連携し実施した「益子×セントアイヴス100年祭」の一環として開催。陶芸の交流を伝える文化財の魅力国内外に発信した。



**特別展
「開基500年記念 早雲寺
—戦国大名北条氏の遺産と系譜—」**

神奈川県立歴史博物館

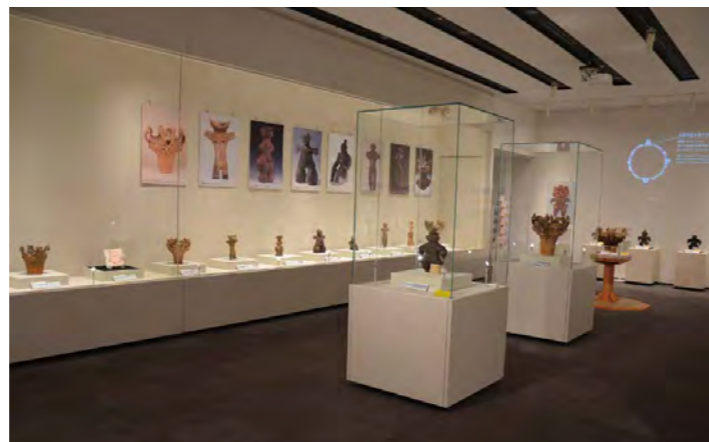
箱根湯本にある戦国大名北条氏の菩提寺早雲寺の展覧会。展示では神奈川県内のみならず、同寺とゆかりある大阪狭山市や栃木県さくら市等、県外の文化財も多く出品した。また、無料展示解説アプリ「ポケット学芸員」を多言語対応し、展示室内外へ情報発信を行った。さらに神奈川県観光協会との連携により「戦国武将カード」を箱根・小田原地域の文化施設に設置し、幅広く本事業をPRすることができた。



**新館オープン1周年記念・夏季特別展
「形をうつす—文化財資料の新たな活用—」**

新潟県十日町市

「日本の美」の原点である縄文文化と、文化財資料の新たな活用を紹介する展覧会。三次元計測データを利用して製作された高精細複製品と、その実物資料を展示した。実物では、国宝「火焰型土器」(十日町市博物館所蔵)と、重要文化財「遮光器土偶」(東京国立博物館所蔵)の国内初競演が実現している。また、複製品に触れられるコーナーを設置し、来場者が文化財を身近に体感できる機会を創出することができた。



**日本遺産サミット記念特別展
「未来への遺産 九谷焼が京焼に接すると…」**

小松市立本陣記念美術館

石川県小松市で開催された日本遺産サミットを記念して開催。県の伝統工芸品である九谷焼を国内外に発信した。インバウンド対応として、多言語(日・英・葡)による解説パネルを用意した。九谷焼の歴史を京焼との関係からたどりながら、これからの新しい表現をさぐる展示構成を試みた。講演会のオンライン配信により地域の工芸品を広くアピールする機会につながった。



**企画展
「加賀百万石 文武の誉れ—歴史と継承—」**

石川県立美術館

文武に際立った加賀藩主・前田家所縁の刀剣、書跡・典籍等の国宝をはじめ、「百万石」の自負と気概のもとに、明治時代以降に石川県で収集された茶道美術の名品、そして高山右近ゆかりの地として、キリシタンの記憶を今日に伝える文化財も併せて展示。石川県の文化的アイデンティティを歴史と継承の観点から広く発信し、日本文化に対する新たな視点を内外に提示した。また刀剣により若年層に訴求して自発的学習を喚起した。



左/展示第1章 右/展示第3章

**福井県陶芸館 開館50周年記念特別展
「ECHIZEN BRAND」**

福井県陶芸館

福井県陶芸館の開館50周年記念の特別展として、日本遺産にも認定されている日本六古窯のひとつ、越前焼の歴史と文化を広く紹介した。国内外からの来館者や越前焼作家等が越前焼の価値を再認識するきっかけとなり、地元の方が越前焼を「地域の宝」として誇りをもてるようになった。英語でのオンライン配信を通じて国外にも情報を発信した。



前期「ECHIZEN BRAND 海をわたる褐色のやきもの」

**特別展
「菱田春草—没後110年・故郷につどう
珠玉の名画—」開催事業**

飯田市

日本画家・菱田春草の没後110年を記念し、生誕地・長野県飯田市で回顧展を開催。代表作48点の年代順による作品展示とあわせ、未完成作品や下絵類関連資料82点を展示。画風と画格の変遷や制作の背景にも深く触れることで、春草の日本画の魅力を伝えた。展示概要の多言語対応や春草探訪マップの無料配布、ジュニア鑑賞ガイドを活用した鑑賞学習支援や中学生向けワークショップ等により、多くの客層に発信することができた。



右上/展示風景 右下/「雨中美人」(未完成)

特別展 「波濤を越えて —鑑真和上と美濃の僧・栄叡—」

波濤を越えて展実行委員会

鑑真の招請に尽力した美濃出身の僧・栄叡を初めて取り上げた展覧会。英文解説も付すことで幅広い鑑賞者に内容を伝えると同時に、VR映像によって展示内容の理解を補助する構成とした。さらに中高生ボランティアにより解説キャプションが作成され、郷土の歴史への親しみ、誇りの醸成につながった。また、展覧会の実施にあたっては「昇龍道」プロジェクトや、交通機関と連携し、集客を図った。



左上/「東征伝絵巻」巻3、重要文化財、唐招提寺蔵、画像提供：奈良国立博物館 左下/「金光明最勝王経」巻第5、国宝、奈良国立博物館蔵、画像提供：奈良国立博物館 右/「伝衆宝王菩薩立像」国宝、唐招提寺蔵

浜松ゆかりの文化資産を活用した 「遠州の民藝」展開催事業

民芸展実行委員会

浜松の民藝運動の潮流を検証し、民藝運動が地域の産業に大きな影響を与えた背景を紹介する企画展を開催。収蔵品や地元に残る作品の他、全国各地から、ゆかりある文化資産を網羅的に集めた、これまでにない展覧会。新たな取り組みとして、市国際課と連携し展示のほぼすべての文字情報を英語及び葡語訳（地域に多く在住する日系伯人に対応）付きで作成し、館内には多言語通訳機器を設置。外国語話者の来館促進につながった。

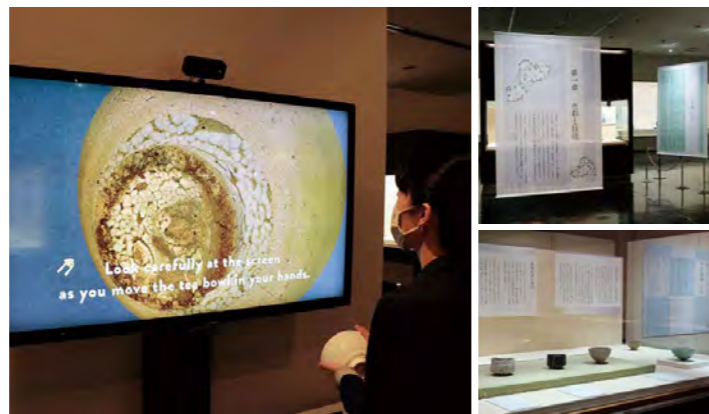


右/「藤娘」浜松市美術館蔵

中国陶磁史への概観と唐物への憧れに始まる 日本陶磁の展開プロジェクト

愛知県

愛知ゆかりの文化財を活用し、愛知の特色ある陶磁文化と関わりが深い中国陶磁を取り上げ、「花」という装飾の主題をキーワードにした特別展、常設展、特集展示を同時に開催することで、地域における中国陶磁と日本陶磁発展の歴史を多角的に網羅した展示を実施。併せて「ふれる・まわせる名茶碗」といった最先端体験型コンテンツを制作し、外国人にも容易に日本文化に触れる体験を提供できた。



左/8Kで文化財「ふれる・まわせる名茶碗」 右上/「華*花」展示風景 右下/「喫茶の碗の物語」展示風景

名古屋ゆかりの文化資産を活用した 特別展「大雅と蕪村」開催事業

「大雅と蕪村」実行委員会

江戸時代の文人画家・池大雅と与謝蕪村を紹介する特別展「大雅と蕪村」を開催。両者の合作であり名古屋ゆかりの作品「十便十宜図」（川端康成記念会蔵）を核として、その制作背景にも注目することで、文人画の魅力とともに地域の歴史を発信した。またパネル内容の英語化、広報印刷物や図録の制作におけるデザイナーへの依頼、文化財活用センターの協力による高精細複製の活用によって、幅広い層に訴求した。

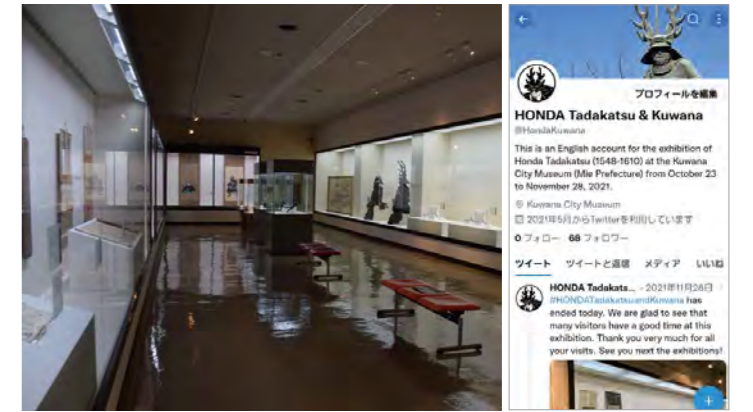


与謝蕪村「山野行楽図屏風」東京国立博物館蔵、高精細複製、協力：文化財活用センター

桑名市博物館創設50年・ 本多忠勝桑名入封420年特別企画展 「本多忠勝と桑名」

桑名市博物館

近世城下町・桑名の生みの親ともいべき戦国武将・本多忠勝を紹介する展覧会。三重県の桑名市博物館の創設50年を記念し、重要文化財「桑名江」をはじめ本多家と関わりのある資料を一堂に集め展覧した。広報面では、外国人向けのSNSを開設し、幅広い層へのPRを行うことができた。また、「刀剣乱舞-ONLINE-」の等身大パネル展示等、コラボレーション企画を通して通常とは異なる客層の開拓に成功した。



左/会場 右/英語版SNSの展開

丹波地域ゆかりの歴史文化資源を世界に 発信事業—丹波亀山城と円山応挙を 題材としたデジタル展覧会—

亀岡市文化資料館

秋と冬に会期を分けて特別展を実施。明智光秀によって築城され、その後秀吉や家康によって整備された亀山城ゆかりの文化財や、当地で生誕した画聖円山応挙の作品を中心に展示し、亀岡の魅力を発信した。特筆する点として、超高精細デジタル撮影等を行い、慶長15年（1610）に完成した亀山城の五重層塔型天守内部や、金剛寺の応挙画襖絵の当時の様子をVRで復元し、外国人観光客にもわかりやすい展示を実施した。



亀山城天守復元図

丹後地域ゆかりの文化資産を活用した 「玉の輿」大名家の栄光と苦悩—徳川綱吉・ 桂昌院と宮津藩本庄松平家」展覧会事業

京都府立丹後郷土資料館

宮津藩本庄松平家を題材にして、江戸時代の文化や武家の歴史について紹介する事業。展示では英語解説文の導入、キャラクターパネルを使った展示解説等を行い、普段とは異なる客層へ訴求した。また、展示と関連して日本刀の作刀工程の公開実演、現代アートのライブパフォーマンスを実施する等、地域の観光事業者や京都府の観光、文化芸術部局と連携して事業を展開し、今後も続く関係性を構築できた。



秋季企画展 「やわたで愛された地域のたからもの ～つながる文化財～」

八幡市ゆかりの文化資産活用実行委員会

京都府八幡市に伝わる多彩な文化財を紹介する展覧会を実施。同市に里帰りした八幡名物「大願文」（山形県指定文化財）、「小願文」等の特別展示を行った。古代から近代までの八幡の歴史の流れに加え、山形と京都をつなぐ茶の湯文化を鑑賞者に印象づける機会となった。主な八幡市立松花堂美術館蔵品の解説を英語翻訳し、館蔵品紹介ページを作成することで国外にも情報を発信した。



大阪を中心とする関西地域ゆかりの文化資産を活用した「聖徳太子」展覧会事業

聖徳太子実行委員会

令和4年に聖徳太子没後1400年を迎えるにあたり、太子が推古天皇元年(593)に創建し常に聖徳太子信仰の中核を担ってきた大阪・四天王寺所蔵の作品を中心に、国宝10点・重要文化財47点を含む約200点を展示した。観光地域づくり法人(DMO)である公益財団法人大阪観光局と協働し、インバウンド促進のためキャプションの多言語化や、四天王寺僧侶による英語絵解き法話イベントを開催した。

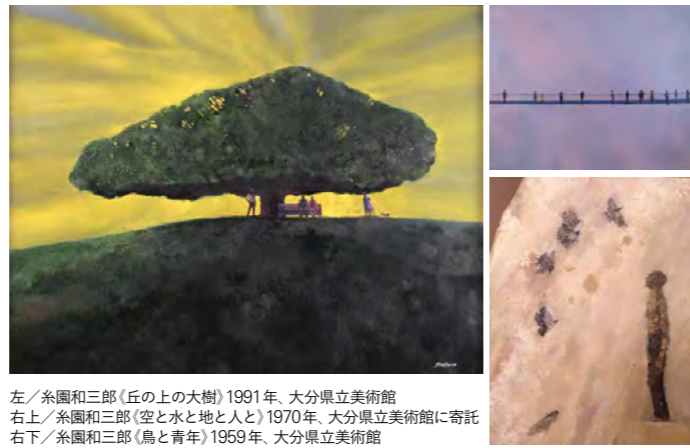


左/展示室内風景
右/英語絵解き法話イベント

生誕110年記念 糸園和三郎展 ～魂の祈り、沈黙のメッセージ～

公益財団法人大分県芸術文化スポーツ振興財団・大分県立美術館

大分県中津市に生まれた洋画家・糸園和三郎の画業を振り返る展覧会を開催。図録やパネル、ホームページに英訳を付けることで、国内外に糸園の画業を広めた。さらに翻訳ツールを用いて主要パネルを多言語で閲覧できるようにした。会期中、おおいだ障がい者芸術文化支援センターとの連携でオンラインワークショップを実施。目の見える人と見えない人が協働でZoomで絵画を鑑賞するという、これまでにない試みとなった。



左/糸園和三郎(丘の上の大樹)1991年、大分県立美術館
右上/糸園和三郎(空と水と地と人)1970年、大分県立美術館に寄託
右下/糸園和三郎(鳥と青年)1959年、大分県立美術館

都城県置県150年記念 「都城県誕生～近代都城の出發～」 開催事業

都城市教育委員会 都城島津邸

廃藩置県150年を記念し、「都城県」をテーマに実施。西洋列強を意識した近代国家の樹立を目指して人々が取り組んでいく軌跡をたどりながら、都城県が登場した意義について紹介。国宝「島津家文書」「宮崎県庁文書」、旧薩摩藩士の三島通庸関係史料をはじめ、幕末期の史料等の市内外に残る地域の歴史を伝える貴重な文化財を展示。展示にあたり外国人観光客向けに英語キャプションや多言語パンフレット制作、集客を図った。



開館40周年記念特別展 「日本美術の源流 —雪舟・狩野派から近代美術—」

都城市立美術館特別展実行委員会

中世から近世、近代までの日本美術の流れを宮崎県都城市及び南九州の美術史とともに振り返る展覧会を開催した。日本美術を代表する雪舟や狩野派による山水画や花鳥画に加え、それらに影響を受けた地元出身の絵師や作家の作品を紹介し、地域の歴史や日本絵画への関心を高めた。英訳のキャプションや解説、多言語による案内パネルの設置等を行い、外国籍の来館者に対する発信の機会とノウハウを得ることができた。



第II部 事業の紹介 プロジェクト紹介

参画型プロジェクト

国立アイヌ民族博物館第2回特別展示 「ゴールデンカムイトゥラノ アプカシアン —杉元佐一とアシリパが旅する世界—」

国立アイヌ民族博物館

野田サトルによるマンガ『ゴールデンカムイ』の内容を中心に、原画(デジタルで描かれた原稿を印刷したもの)と実物の民具資料をもとに、伝統的なアイヌ料理や動植物との関わり、当時のコタン(村)の生活等について展示した。作中に登場するサハリン北部、沿海地方及びアムール川流域に住むニヴフ、ウイльта等アイヌ民族に隣り合う先住民や、北海道の砂金、日露戦争と北海道、小樽等の当時の街の文化等、作品の中心的な歴史的背景についても紹介した。



展示室の様子 ©野田サトル/集英社

国立アイヌ民族博物館特別展/ 国立民族学博物館巡回展 「ビーズ アイヌモシリから世界へ」

国立アイヌ民族博物館

国立民族学博物館及び国立アイヌ民族博物館所蔵の民族資料と北海道内の考古資料等を中心に、世界における多様なビーズの歴史とその役割について紹介した。世界のビーズとアイヌのビーズを比較することによって、アイヌ文化の特徴を世界に発信すると同時に、地球上に普遍的にみられるビーズを通して「人類とは何か」という基本課題を正面から追求する展覧会となった。



右/下倉洋之(APENUY)

三原順の世界展 没後25年～生涯と復活の軌跡～

ムーンライティング

札幌で生まれ描き続けたマンガ家・三原順の没後25年に合わせて、北海道初となる原画展を開催した。北海道の自然や動物、生活を描いた子どもの頃の絵は初展示である。地元開催により、三原が友人のために装幀を手掛けた詩集と、その原画を発掘することができた。オンライン中継もしたトークイベントでは、北海道出身のマンガ家らが発起人となった「北海道マンガミュージアム構想」の初披露を発信した。



開催会場：札幌市民交流プラザ1階 SCARTSコート

発掘された日本列島 2021

文化庁

各地で毎年約9,000件実施されている発掘調査成果から、近年特に注目された出土品で展示を構成し、全国巡回する企画展。令和3年度は「我がまちが誇る遺跡」と題し、個性豊かな遺跡が紡ぎ出す地域の魅力を発信する展示を行った。また、展示と連動した解説動画を制作し、オンライン配信を行い、幅広い情報を発信することができた。



東日本大震災復興祈念事業 復曲能「名取ノ老女」 狂言「舟渡髻」

主催：名取市、公益財団法人名取市文化振興財団、東北放送 制作：国立能楽堂

復曲能「名取ノ老女」を狂言「舟渡髻」とともに上演。名取の伝説をもとにした能「名取ノ老女」は上演が途絶えていたものを国立能楽堂が平成28年に約130年ぶりに復活。平成29年10月に作品の舞台・名取市での上演が実現したが、東日本大震災の発災から10年となる節目の年に復興の願いを込め再び上演した。祈りをささげる老女の姿と作品に込められた未来への希望が、改めて観客に感動を与えた。



復曲能「名取ノ老女」

今石洋之の世界 『グレンラガン』『キルラキル』『プロメア』を作った男

株式会社KADOKAWA

日本が世界に誇るアニメ文化。その素晴らしさは多くのクリエイターによって生み出されている。今回はその中でも、アニメーター、演出家、監督である今石洋之に注目し、初の展覧会を企画・開催した。多くのオリジナルアニメーションの監督を務め、熱き作風で国内外の多くのファンに鮮烈な印象を与えてきた今石の4半世紀にわたるこれまでの仕事を振り返り、ひもといた。



©KN, HI, PGL ©TK/KP ©TK/XFLAG ©カラー ©nihon animator mihonichi LLP. ©SPL ©2003 I/IG/M ©TRIGGER Inc. ©今石洋之の世界 All Rights Reserved.

浮世絵劇場 from Paris

公益財団法人角川文化振興財団

巨大映像空間へ没入する360度体験型展覧会である。パリをベースに活動するアーティスト集団「ダニーローズ・スタジオ」が浮世絵にテクノロジーとストーリーを掛け合わせてつくった12幕の異なる映像シーンを1,100㎡を超える大空間に映し出した。さらに浮世絵を紹介するコーナー、加えて日本の現代浮世絵師たちの作品も紹介し、進化を続けている浮世絵の今を観客に伝えた。



FOODEX Japan 2021 出展事業

日本酒造組合中央会

國酒である本格焼酎・泡盛について、アジア最大の食品・飲料専門展示会である「FOODEX Japan 2021」にブース出展することで、酒類流通関係者に対し、正しい情報を発信し、その認知度を高めることにより、単式蒸留焼酎業界の経営基盤の安定を図る。会場では国内外の来場者に対し、試飲及びパンフレットの配布を行った。



アートフェア東京 2021

一般社団法人アート東京

日本の歴史ある古美術・工芸から、日本画・近代美術・現代アートまで、幅広いジャンルのアート作品の鑑賞と所有の体験を創出する国内最大級の国際的なアートフェア。国際色豊かな来場者を迎え、また、オンライン上でもVR技術によるバーチャルアートフェア体験を提供することで、日本の多様な芸術文化を国内外に発信した。



伶楽舎 雅楽コンサート

西東京市保谷こもれびホール指定管理者

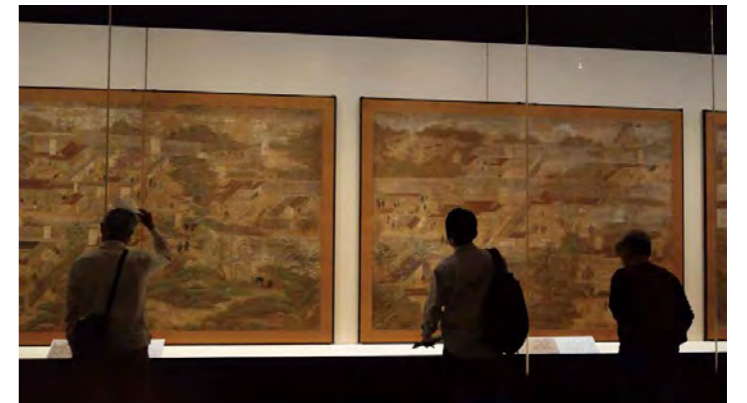
敷居が高いと思われる雅楽に親しみを持ってもらうことを目的に、伶楽舎による雅楽コンサートを初めて参加する方もわかりやすいように実施。中国から訪れた鑑賞者にはプログラムも司会も理解しやすくおもしろかったと好評だった。また車いすによる来場者には、会場まで続くスロープと、座席に設けられた車いすスペースで快適な鑑賞環境を提供できた。



聖徳太子1400年遠忌記念 特別展「聖徳太子と法隆寺」

独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館、
独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館

歴史的な聖徳太子の実像に始まり、その後日本仏教の根幹として発達した聖徳太子信仰の広がりや法隆寺所蔵の作品を中心とした207点により展覧した。特に法隆寺の歴史や場、儀式といった文脈の中で作品がどのように伝わり使用されてきたのか展示を通じて表現することに留意した。その結果、これまで法隆寺の歴史や美術に親しみのうすい来館者にもわかりやすい展示となり、満足度の高い鑑賞体験を提供できた。



奈良国立博物館 会場

【開館55周年記念特別展】
川合玉堂
—山崎種二が愛した日本画の巨匠—

山種美術館

日本の山河をこよなく愛し、豊かな自然とそこに暮らす人々の姿を叙情豊かに描き出した川合玉堂。玉堂の画家としての足跡をたどり、その芸術世界を紹介する展覧会を開催。京都修業時代の《鶉飼》から、狩野派、琳派等、様々な研究を経て新たな境地を拓いた作品、晩年の《早乙女》まで、代表作を中心とする名作の数々を展示。画家の人柄を偲ぶエピソードも交えながら、70年以上にわたる画業を紹介した。



川合玉堂《山雨一過》
山種美術館蔵

【開館55周年記念特別展】
百花繚乱 —華麗なる花の世界—

山種美術館

日本では古くから、四季折々を彩る花を愛で、絵画のモチーフとしても様々に描いてきた。開館55周年を記念し、花を描いた絵画で美術館を満開にする特別展を開催。梅、桜、牡丹、紫陽花、朝顔、菊、桔梗等、日本美術に描かれた代表的な花を通して、華麗なる花の絵画の魅力を紹介した。横山大観、菱田春草、小林古径、加山又造等の近代・現代の日本画を中心に、春夏秋冬の花を描いた多彩な作品約60点を展示した。



川端龍子《ハッ橋》(左隻) 山種美術館蔵

【開館55周年記念特別展】
山種美術館所蔵 浮世絵・江戸絵画名品選
—写楽・北斎から琳派まで—

山種美術館

山種美術館所蔵の浮世絵、江戸絵画の優品を厳選して展示。浮世絵は、鈴木春信、鳥居清長、喜多川歌麿、東洲斎写楽、歌川広重、葛飾北斎等、保存状態がよく、専門家のあいだでも高く評価される名品を紹介した。江戸絵画では、重要文化財・岩佐又兵衛「官女観菊図」、椿椿山「久能山真景図」や重要美術品・酒井抱一「秋草鶉図」等をはじめ、琳派、狩野派、円山・四条派等、各流派の作品を出品した。



葛飾北斎「富嶽三十六景 凱風快晴」山種美術館蔵

【開館55周年記念特別展】
速水御舟と吉田善彦
—師弟による超絶技巧の競演—

山種美術館

山種美術館のコレクションの顔ともいえる日本画家・速水御舟と、その弟子で令和3年に没後20年を迎える吉田善彦を取り上げる展覧会。古典の模写や徹底した写生を通じて習得した技術で、次々に新たな様式と技法に挑んだ御舟。その御舟の教えや法隆寺金堂壁画模写の経験等から、独自の「吉田様式」と呼ばれる繊細な色調の画風を編み出した善彦。この2人に焦点を当て、彼らが超絶技巧により生み出した作品の数々を紹介した。



速水御舟《名樹散椿》重要文化財、山種美術館蔵

【開館55周年記念特別展】
奥村土牛
—山崎種二が愛した日本画の巨匠 第2弾—

山種美術館

山種美術館所蔵の約1,800点の中でも、最多の135点を有する奥村土牛に焦点を当てた展覧会。瀬戸内海の鳴門の渦潮を描いた《鳴門》や、小林古径を偲んで制作した《浄心》、《醍醐》等の代表作をはじめ、活躍の場であった院展の出品作を中心に約60点を展示。初期から晩年に至る土牛100年の足跡をたどり、画業へ専心し、今なお人々から愛されている土牛の作品を紹介した。



奥村土牛《醍醐》山種美術館蔵

【開館55周年記念特別展】
上村松園・松篁 —美人画と花鳥画の世界—

山種美術館

山種美術館と縁が深い日本画家・上村松園と、その長男の上村松篁の作品を中心に紹介する展覧会。美人画の名手として知られる松園は、生涯にわたり気品ある女性像を描き続けた女性画家である。その長男の松篁は花鳥画を得意とした。本展では館所蔵の松園の美人画18点、松篁の花鳥画9点が、初めて一堂に会した。併せて、松篁の長男である上村淳之、さらに松篁の長男である上村淳之や、同時代の画家による作品を展示した。



上村松園《春芳》山種美術館蔵

岩崎家のお雛さま

公益財団法人静嘉堂 静嘉堂文庫美術館

三菱第四代社長・岩崎小彌太が孝子夫人のために誂え贈った丸平大木人形店・五世大木平蔵による雛人形・雛道具を中心とした展覧会。上巳の節句にふさわしく、重要文化財・野々村仁清「色絵吉野山図茶壺」や岩崎小彌太「紅梅図」等、春の風景や草花をモチーフにした絵画・工芸品も展示し、「日本人と自然」というテーマを体感できる展覧会を実現した。ウェブサイトには、英語、中国語(簡体字・繁体字)、韓国語で情報を掲載した。



「岩崎家雛人形」の内裏雛

喜劇 お染与太郎珍道中

松竹株式会社

昭和54年に明治座で初演された小野田勇の「与太郎めおと旅」を、新たに「喜劇 お染与太郎珍道中」と題して、寺十吾の新演出、渡辺えりと八嶋智人の喜劇初顔合わせにより上演した。江戸時代の東海道五十三次の旅を描いた珠玉の道中喜劇であり、落語や歌舞伎といった古典作品の要素を巧みに織り込みながら、当時の生活文化や音楽、自然を忠実に描き、複数分野が連携する舞台作品となった。



©松竹

未来記の番人

松竹株式会社

築山桂の同名小説をもとに、聖徳太子の予言書を巡る青春時代活劇エンターテインメント「未来記の番人」を舞台化。寛永19年(1642)の徳川三代将軍家光の治世、千里眼の異能を持ち、天海大僧正に仕えていた忍者・千里丸を主演に、自然と共存し、自然科学を超越した存在である忍者が予言書を手に入れるため様々な出会いを重ね、生きる意味を追求するさまを描いた。殺陣やダンス、芝居を融合させた新たな形の舞台作品となった。



©松竹

二月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



三月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



渋谷・コクーン歌舞伎 第十七弾 夏祭浪花鑑 (シアターコクーン)

松竹株式会社、Bunkamura

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



四月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



五月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



六月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



七月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかんかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



十月新派特別公演

松竹株式会社

市井の人々の心の機微を描き続けてきた劇団新派が、十月新派特別公演において日本の伝統文化のひとつと言える芸者をヒロインとした2作品を上演した。「小梅と一重」では、女形と女優の競演により、新橋と新富町の芸者の物語を上演し、「太夫さん」では、京都島原の老舗妓楼を舞台に当時の生活文化をはじめ、太夫道中の幕切れを華やかに描き出した。



「太夫さん」©松竹

九月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



十月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



舟木一夫特別公演

松竹株式会社

浅田次郎原作の『壬生義士伝』とシアターコンサートを上演した。前半の『壬生義士伝』では幕末の下級武士・吉村貫一郎とその家族が故郷の盛岡の自然の中で飢饉に苦しみながらも懸命に生きる姿をはじめ、脱藩後に新選組の一員として武士の忠義を尽くし、旧友の大野次郎右衛門のすすめで切腹に至るまでの人生を描いた。後半のシアターコンサートは日本人の心に残る名曲を集めたプログラムとなった。



©松竹

吉例顔見世大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



十二月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



渋谷・コクーン歌舞伎 第十八弾 天日坊 (シアターコクーン)

松竹株式会社、Bunkamura

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



壽 初春大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



二月大歌舞伎 (歌舞伎座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



国立劇場2月文楽公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

文楽を代表する、それぞれに異なる風景を描いた名作を5演目上演し、四季の変化に恵まれた日本の豊かな自然美を堪能できる公演。特に「伽羅先代萩」は東北地方の大家を描いていることから、同地の震災復興に供して上演する。またこの公演を通して、子ども・若者・高齢者等の文化芸術活動の促進に資することを目的とする。



令和3年3月歌舞伎公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

歌舞伎は、日本人の洗練された美意識と感性に根付いた舞台芸術である。俳優の演技だけでなく小道具や衣裳、背景の大道具等から、四季折々の自然の美を賞鑑し、文化芸術に取り入れてきた日本人独特の自然観を感じ取ることができる。3月歌舞伎公演は「歌舞伎名作入門」として、四世鶴屋南北作「時今也桔梗旗揚」を上演。解説を付けることで、歌舞伎初心者や外国人にも親しみやすい構成とした。



「時今也桔梗旗揚」二幕目 本能寺馬場の場

外国人のための能楽鑑賞教室

Discover NOH & KYOGEN

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂

能・狂言を初めて鑑賞する方にもわかりやすい作品を、冒頭に英語による解説を付け、さらには多言語化されたパンフレットや字幕を用意しコンパクトに上演し、外国人をはじめ日本人の能楽初心者にも能楽に触れる好機会となった。また、公演の様子は後日映像配信を行い国内外へ我が国の伝統文化の魅力を発信することができた。



月間特集 日本人と自然

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」として、月ごとにテーマを据えゆかりの能・狂言の作品を集中的に上演した。4月は「春夏秋冬」をテーマに我が国の四季を色濃く反映した作品を、5月は「草木成仏」をテーマに草木の精や動物が登場する多彩な作品を、6月は「花鳥風月」をテーマに日本人の美意識に通底する花鳥風月が強く意識される作品を特集。前の座席の背面に小型液晶画面を設置する座席字幕で英語解説を用意し、一層の誘客を図った。



復曲能「泰山木」

特別展

「日本人と自然 能楽と日本美術」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂

「日本博」総合テーマ「日本人と自然」に沿って国立能楽堂で行う自主公演「日本人と自然」の開催にあわせ、資料展示室において同テーマの展示を行った。月間特集テーマ「春夏秋冬」「草木成仏」「花鳥風月」や、個々の曲目にあわせ、能・狂言の装束や楽器のモチーフと、意匠や画題が共通する日本美術を比較して展示を行い、能楽と「日本の美」の素晴らしさを国内外へ発信。展示PR動画の日本語版・英語版を配信した。



入門展「能楽入門」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂

初めて能楽に接する来場者を想定し、伝統的な舞台芸術である能と狂言の理解を深める入門展を行った。能と狂言のいでたち(扮装)に注目し、登場人物の面、装束、小道具等、室町時代から江戸時代に実際に舞台上で使用されていた文化財を中心に展示し、能楽と能楽文化財の素晴らしさを国内外へ発信した。特に能・狂言装束や扇の意匠は、自然の意匠の資料を多く選び展示した。



国立劇場5月文楽公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

文楽を代表する、それぞれに異なる風景を描いた名作を4演目上演し、四季の変化に恵まれた日本の豊かな自然美を堪能できる公演とした。「心中宵庚申」は初夏の農村、町屋の風景を描き、上演する季節との一体感がある。「生写朝顔話」は盛夏を舞台にし、同じ夏でも微妙な違いを見比べることで堪能できる。またこの公演を通して、子ども・若者・高齢者等の文化芸術活動の促進に資することを目的とした。



国立劇場文楽若手会

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

農村の美しさを描いた「菅原伝授手習鑑」、盛夏の大河の流れを映す「生写朝顔話」雪原を舞台にした「鷺娘」等、四季の変化に富んだ日本の風景を描いた文楽を通して、日本の四季の美しさを体感できる公演を実施。またこの公演は大半の出演者が20～30歳代であり、特に若者の文化芸術活動の促進に資することを目的とした。



国立能楽堂 7月・8月企画公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂

7～8月の企画公演では能楽初心者や子どもにもわかりやすい演目を、講演や実演解説、物語を付けて上演した。各公演では日本の植物や動物、妖怪が登場したり、あるいは日本人の宗教観が描かれたりする等、日本の風土の中で育まれたものがテーマで「日本人と自然」にふさわしい内容となった。座席字幕での英語解説、さらに親子向けの公演には子ども向けの解説やパンフレットを用意することで誘客を図った。



企画公演「働く貴方の能楽公演 装束付け実演解説」

令和3年8月歌舞伎俳優既成者研修発表会 第27回稚魚の会・歌舞伎会合同公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

国立劇場の歌舞伎俳優研修修了者により発足した「稚魚の会」、そして幹部俳優に直接入門した名題・名題下俳優を中心とする「歌舞伎会」の両会が開催する合同公演。今回は「対面花春駒」「釣女」「新血屋舗月雨傘一魚屋宗五郎」の3演目を上演し、日頃の修練の成果を発揮することができた。若手中心の出演者でわかりやすい作品を上演することで、同年代の観客へ歌舞伎の魅力を発信した。



「新血屋舗月雨傘一魚屋宗五郎」

令和3年8月歌舞伎音楽既成者研修発表会 第23回音の会

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

国立劇場の歌舞伎音楽（竹本・鳴物・長唄）の研修修了者及びその他の既成者が日頃の研鑽の成果を発表する場として「音の会」を開催した。今回は鳴物研修修了者らが長唄「四季の山姥」、鳥羽屋三右衛門社中所属の長唄研修修了者らが長唄「楠公」、尾上菊五郎劇団音楽部所属の長唄研修修了者らが長唄「新柱立」を演奏した。さらに竹本研修修了者が演奏する歌舞伎「桂川連理柵一帯屋の場」も上演し、充実した公演となった。



長唄「楠公」

演芸資料展

「江戸の名どころ噺めぐり」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立演芸場

国立演芸場は昭和54年の開場以来演芸資料の収集に努め、現在では大衆芸能に関する資料を体系的に活用できる数少ない機関のひとつとなった。本展は、落語の噺の中からかつての日本人が見た江戸・東京の風景の豊かな表現に着目した。それは観光名所的な美しさだけでなく、庶民の生活文化と結びついた日常風景の美しさである。また、開催文・解説文及び展示リストに英語を併記し、外国の鑑賞者にも楽しんでもらえる展示とした。



企画展示

「舞台の花鳥風月一装いの美」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

歌舞伎や新派等、日本の芸能の舞台に取り入れられ、舞台を彩って来た「花鳥風月」の自然観に着目し、それらのモチーフが、衣裳や小道具の装飾やデザインに表されていることを伝える展覧会を実施。同時に「装い」の美しさを支えている技術者の技にも焦点を当て、丁寧に繊細な伝統の技が、無形の文化財として次世代に継承されていくことの重要性を発信することもできた。



令和3年10月歌舞伎公演 「遠し狂言 伊勢音頭恋寝刃」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

10月歌舞伎公演は、国立劇場開場55周年記念として、通し狂言「伊勢音頭恋寝刃」を上演した。江戸時代の実際の殺傷事件を題材とする本作は、伊勢神宮の御師（神官の一種）福岡貢を主人公に、伊勢の名所や風物を織り込み、妖刀「青江下坂」を巡る物語が展開される。これを錦秋にふさわしい二幕七場の通し狂言にまとめ、適材適所の配役で上演した。



二幕目第二場 古市油屋奥庭の場

令和3年11月歌舞伎公演 「一谷嫩軍記」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

11月歌舞伎公演は国立劇場開場55周年記念として「一谷嫩軍記」を上演した。今回は、三段目「熊谷陣屋」を上演されることが少ない冒頭部分から上演し、この場面の重要な背景となる「御影浜浜辺」（宝引）を序幕として構成することで、「熊谷陣屋」で描かれる出来事がよりわかりやすく鑑賞できる公演となった。「熊谷陣屋」は、めずらしい芝翫型の演出で上演した。



二幕目 生田森熊谷陣屋の場

令和3年10月 第198回 邦楽公演 「文楽素浄瑠璃の会」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

日本の自然や人情の美しさを高らかに歌い上げ、豊かな物語性と音楽旋律に満ちた義太夫節の醍醐味をじっくり鑑賞する会として実施。文楽の第一線で活躍する8名の太夫、三味線弾きによる至芸が披露され、国立劇場ならではの高い芸術性を持った演奏会となった。この会を通して、子ども・若者・高齢者等の文化芸術活動の促進に資することを目的とした。



令和3年12月文楽公演 『仮名手本忠臣蔵』

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

日本の風土や自然と密接に関わり合いながら磨かれてきた人形浄瑠璃文楽の魅力を国内外に向けてアピールする事業。今回は赤穂義士の仇討ちを描いた大作『仮名手本忠臣蔵』を上演した。日本人がこれまで大切にしてきた世界観を今に伝える名作を取り上げ、往年の日本人が生活していた環境とそこに根づく生活や思想の捉え方を見直す契機となることを目指した。



塩谷判官切腹の段

令和3年12月文楽鑑賞教室 解説 文楽の魅力・『新版歌祭文』

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

初めて人形浄瑠璃文楽を見る観客層に訴え得る、日本人がこれまで大切にしてきた世界観を今に伝える名作を取り上げ、往年の日本人が生活の中で大切にしてきた文化の捉え方を見直す契機となることを目指す事業。人形浄瑠璃の醍醐味である「人間の情」が余すところなく盛り込まれた名作『新版歌祭文』の公演とともに、事前に実演解説を行い、文楽の魅力を出演者のリアルな言葉を通して訴えた。



野崎村の段

令和4年初春歌舞伎公演 『通し狂言 南総里見八犬伝』

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場

令和4年の初春歌舞伎公演は国立劇場開場55周年記念として「南総里見八犬伝」を通し狂言にて上演。江戸後期を代表する戯作者・曲亭馬琴の読本を原作とする本作を、今回は戦後初の劇化である渥美清太郎の脚本をもとに、さらに練り上げて上演した。日本人の洗練された美意識と独特の感性に根付いた舞台芸術・歌舞伎ならではの幅広い魅力を楽しめる企画として、新春にふさわしい趣向満載の舞台となった。



大詰(上野)扇谷定正居城奥庭の場

企画展 彩られた紙 ～料紙装飾の世界～

公益財団法人大倉文化財団 大倉集古館

ユネスコ無形文化遺産に登録された和紙の技法やその歴史の変遷を伝える国宝等の文化財の展覧会。和紙の美しさを広く海外に紹介することを目的とする。奈良時代の荘厳な写経をはじめ、王朝貴族の栄華を伝える「古今和歌集序」や、江戸時代の大津絵、「平家納経」の料紙を精巧に再現した田中親美の模本までの作品約50点を、マイクロスコプの拡大画像とともに紹介。人々の願いや美意識を反映した各時代の料紙装飾に光を当てた。



上/国宝「古今和歌集序」(部分)
下/詩書巻(部分)

「あやしい絵展」

独立行政法人国立美術館 東京国立近代美術館

上村松園の《花がたみ》、鏑木清方《妖魚》等の一度見たら忘れられない「あやしい」魅力にあふれた名画等、神秘的で不思議な「美しい」だけでは括ることのできない魅力をもつ作品を「あやしい絵」として紹介した。また、作品のどこが「あやしい」のか、描かれている物語や作品の成り立ちがわかる絵解きを用意し、「あやしい」絵の謎が、展覧会を観ることで解き明かされる体験を提供した。



旅立ちの美術

公益財団法人静嘉堂 静嘉堂文庫美術館

令和4年10月に東京丸の内・明治生命館に移転予定の静嘉堂文庫美術館の世田谷岡本での最後の展覧会であり、同美術館の国宝7点が一堂に会する最初の機会とあって、美術ファンのみならず近隣住民、学校団体等も多数来館し、庭園も含めにぎわった。「静嘉堂史」を含む図録も好評で文化財の次世代への継承という観点からも有意義であった。



伝教大師1200年大遠忌記念 特別展「最澄と天台宗のすべて」

独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館、独立行政法人国立文化財機構 九州国立博物館、独立行政法人国立文化財機構 京都国立博物館

令和3年の最澄1200年大遠忌という節目を機に、日本天台宗の開宗から江戸時代に至るまで、その教えの真髓や信仰の広がりや物語る全国各地の遺品や名宝を展観した。東京、九州、京都の3会場での開催で、それぞれの地域性を活かした展示構成とした(京都会場は令和4年度に開催)。東京会場では、寺外初公開を含む天台ゆかりの秘仏を紹介する機会となった。



東京マンドリン・アンサンブルコンサート2021

東京マンドリン・アンサンブルコンサート実行委員会

日本有数のマンドリン合奏団、東京マンドリン・アンサンブルによるコンサート。クラシック音楽の他、日本人作曲家の現代音楽や叙情歌・演歌のメドレー等も演奏。第1部ではマーラーの交響曲第5番・第4楽章「アダージェット」、原田甫による田園小曲集「Madrigales」他。第2部での「Back in 1964」は東京2020オリンピックにちなみ、1964年をテーマに当時の日本の流行をメドレー音楽で演奏した。



2021日本博 「ウイズコロナ時代、まち・ひと・しごと 地域循環共生圏」東京&富山フォーラム

未来観光戦略会議

「2021東京オリンピック・パラリンピック文化プログラム」を通じて次世代につなぐ、活力あふれる「地域循環共生圏」づくりを目的とする事業を展開。政治経済のトップランナーが会するフォーラムイベント等を通して、ウイズコロナ時代の新たな日本・北陸・富山の課題を浮き彫りにし、その解決策を探るきっかけを議論した。



東京国立博物館 総合文化展

独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館

東京国立博物館の総合文化展では、膨大なコレクションから、年間約300回の展示替えを通して館蔵品を展示している。「博物館でお花見を」や「博物館に初もうで」のような季節に合わせた展示や、秋の恒例企画「博物館でアジアの旅」では、日本だけではなくアジア諸国の芸術作品も含めて紹介した。日本美術のもつ奥深さや多様さ、魅力を味わう機会を来館者に提供した。



フジフィルム スクエア 企画写真展 立木義浩写真展「遍照」 ～世界遺産 東寺～

富士フィルム株式会社

長きにわたり日本の写真界の第一線で活躍し、今なお果敢に新たな表現に挑みつづける写真家・立木義浩が、世界遺産である真言宗総本山 東寺(教王護国寺)の仏像群を撮影した写真展。真理は目に見えなくてはならないとする密教の精神を顕す「両界曼荼羅図」を立体で表現した仏像群を見渡し、立木の琴線に触れた瞬間を集めた本展は、いにしえから光あふれる世界を願ってきた人々の心に出合う機会となった。



〈帝釈天半跏像 東寺〉 ©Yoshihiro Tatsuki

フジフィルム スクエア 企画写真展 「魅力発見!日本の世界文化遺産」 ～写真が語る日本の歴史～

富士フィルム株式会社

現在、日本国内にある世界文化遺産19件をすべて取り上げ、日本の歴史を通観しながら紹介した。日本を代表する写真家による格調高い写真作品を通して、19の世界文化遺産から日本の歴史の流れを理解しながら、日本列島の豊かな自然と風土が育んだ独自の美と文化を再発見し、さらに迫力ある美しいプリントで旅する気分も味わうことができる写真展となった。

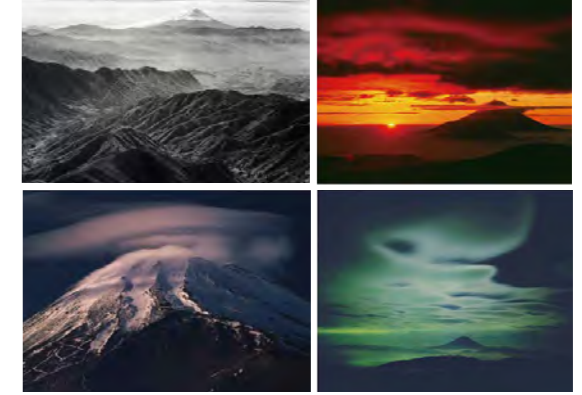


土門拳(平等院鳳凰堂夕焼け)1961年 ©土門拳写真研究所

フジフィルム スクエア 企画写真展 「日本人の魂・富嶽今昔(こんじゃく)三十六景」 ～北斎と4人の巨匠たち～

富士フィルム株式会社

19世紀西洋美術に大きな影響を与えた江戸後期の浮世絵師・葛飾北斎。その「富嶽三十六景」の複写プリントと、日本を代表する写真家、岡田紅陽・白旗史朗・竹内敏信・大山行男の4人がそれぞれの個性で撮影した迫力あふれる富士山の写真作品を銀写真プリントに仕上げ展示し、千変万化に表情を変える富士山の姿を伝えた。

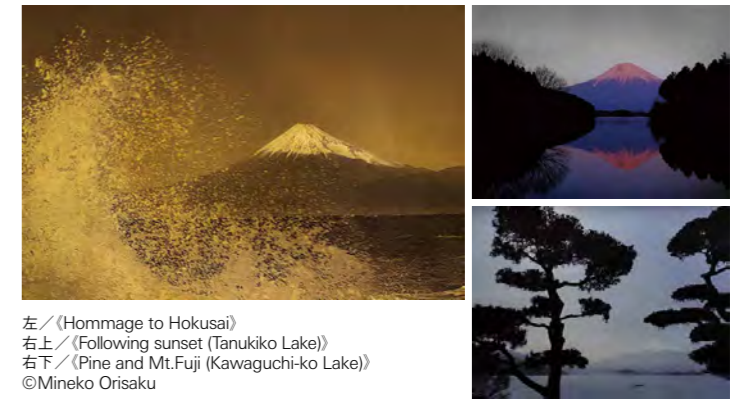


左上/岡田紅陽(山波)岡田紅陽写真美術館蔵 右上/白旗史朗(南アルプス千枚小屋から「真紅に燃える朝雲と富士山」) 左下/竹内敏信(静岡県裾野市から「笠雲」) 右下/©Yukio ohyama

フジフィルム スクエア 企画写真展 織作峰子写真展 「Hommage to Hokusai」 ～悠久の時を旅して～

富士フィルム株式会社

写真家・織作峰子は、日本の伝統工芸である箔と写真の融合を試みる作品づくりに取り組んできた。本展は北斎へのオマージュとして、織作が「富嶽三十六景」の作品が描かれたポイントを巡り、世界に誇る美しい独立峰「富士山」に祈りを捧げながらシャッターを押した作品を独自の手法で表現した。

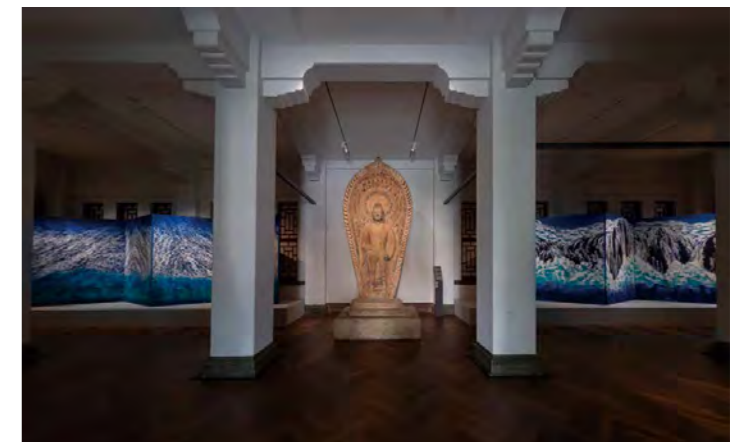


左/「Hommage to Hokusai」 右上/「Following sunset (Tanukiko Lake)」 右下/「Pine and Mt.Fuji (Kawaguchi-ko Lake)」 ©Mineko Orisaku

Fusion ～間島秀徳 Kinesis/水の宇宙& 大倉コレクション～

公益財団法人 大倉文化財団 大倉集古館

現代日本画家・間島秀徳による水をテーマにした絵画作品と、大倉集古館の古美術及び近代日本画のコレクションをコラボレーション展示。日本美術史における山水図や水墨画が現代までにどのように発展し、受け継がれてきたのかを探った。大倉コレクションと間島作品を取り合わせて同じ空間に配し、美術鑑賞における自由で多彩な視点を生み出すことをコンセプトとした。



OTAKU SUMMIT 2020

OTAKU SUMMIT 2020実行委員会

日本が世界に誇るマンガ・アニメ・ゲームを中心としたコンテンツを愛する仲間たち(=オタク)。古今東西の日本各地を舞台に描かれた多くの作品を通じて、世界中のオタクは日本文化・日本人の価値観を学び、都市を越え、国を越え、大陸を越え世界をつなぐ輪を形づくっている。オタク文化を結集し、世界に発信するイベントとして豊島区と共催で開催した。



こどものためのバレエ劇場 2021 「竜宮りゅうぐう」～亀の姫と季(とき)の庭～

公益財団法人新国立劇場運営財団

日本の御伽草子「浦島太郎」をもととした新作バレエを新国立劇場バレエ団が令和2年7月に初演。竜宮城にある不思議な四季の部屋や、玉手箱を開けて老人になった太郎が鶴になり、亀姫とともに長寿を願う夫婦明神になる鶴亀伝説につながる等、よく知られたおとぎ話とは一味違うストーリーが森山開次の振付により親子でも楽しめるバレエ作品となった。幻想的な海を舞台とした日本人の美意識・自然観を表現することができた。



撮影：鹿摩隆司

新国立劇場ダンス 2020/2021シーズン Co.山田うん 「オバケッタ」

公益財団法人新国立劇場運営財団

ダンサー・振付家として国内外で活躍する山田うんが振付・演出した大人も子どもも楽しめる世界初演のダンス。「トイレの花子さん」「座敷童」「河童」等いずれも日本各地に伝承され、自然界に宿る等、日本の風土や生活に深く関わってきたものを描く作品。同時に人間が本来持っている怖さ、寂しさ、悲しさ、くやしさをダンスを通じて表現した「人間の生死」とも向き合った作品。英語版ウェブサイトでも海外にも積極的に発信した。



撮影：長谷川清徳

第8回日展 —日本美術展覧会—

公益社団法人日展

日展は、明治40年の文部省美術展覧会(文展)より始まり、令和3年で114年を迎えた。時代の流れに沿って多様な変革を重ねながら、常に日本の美を創作し続ける伝統と歴史ある総合美術展覧会である。日本画・洋画・彫刻・工芸美術・書の5部門からなり、日本の現代作家がコロナ禍の厳しい状況下で制作に情熱を傾け取り組んだ渾身の新作が一堂に会し、新たな「日本の美」を鑑賞者に伝えた。



展覧会場「日本画」

川瀬巴水展—旅と郷愁の風景— (SOMPO美術館)

損害保険ジャパン株式会社、
公益財団法人 SOMPO 美術財団

大正・昭和期に活躍した版画家、川瀬巴水。「新版画」を確立させ、「旅情詩人」「昭和の広重」とも呼ばれた画家としての生涯を、その作風に強く影響を与えた関東大震災の前後、そして太平洋戦争後の時期の3つの章に分け、代表的な作品とともに、まとめて見る機会の少ない連作作品を取り上げ紹介した。コロナ禍ではあったが、多様な年齢層の入場者があり、日本画に馴染みのない世代にも広く魅力を届けることができた。



生誕120年 円谷英二展

独立行政法人国立美術館 国立映画アーカイブ

日本の映像界が世界に誇る特殊撮影技術を切り拓き、「ゴジラ」や「ウルトラマン」等の作品を生み出した特撮の父・円谷英二の生誕120年を記念し、その生涯の功績をたどる展覧会を開催した。著名な特撮映画を対象とするだけでなく、本展覧会のために本格的に調査した特撮以前の円谷の功績は、今後の日本の映像技術史を語る際の基礎的知識となったと考えられる。



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

東京都、公益財団法人東京都歴史文化財団 アーツ
カウンシル東京、港区、六本木アートナイト実行委員会

六本木アートナイトは、生活の中でアートを楽しむという新しいライフスタイルの提案と、大都市東京における街づくりの先駆的なモデル創出を目的に開催するアートの饗宴。様々な商業施設や文化施設が集積する六本木を舞台に、現代アート、デザイン、音楽、映像等の多様な作品を街中に点在させ、非日常的な体験をつくり出す本イベントは、東京を代表するアートの祭典として平成21年3月に開始し、年々発展を続けている。



©六本木アートナイト実行委員会

三井記念美術館コレクション名品展 自然が彩る かたちとところ —絵画・茶道具・調度品・能装束など—

公益財団法人三井文庫 三井記念美術館

日本・東洋美術に表された様々な「自然のすがた」をテーマに、三井記念美術館コレクションの名品を紹介。四季それぞれの風景・草花・樹木等を描いた絵画、卓越した技法で自然の瞬間を捉えた工芸品、銘と造形を自然に例えて愛でた茶道具等、「自然」がどのように美術に表現されているのか、9つのテーマに基づいて作品を展示した。



第68回日本伝統工芸展

公益社団法人日本工芸会

日本の工芸は自然と密接に関わりながら発展してきた。昭和25年、文化財保護法が施行され、歴史上、もしくは芸術上特に価値の高い工芸技術を国として保護することとなった。日本工芸会は、その趣旨にそって、昭和29年以来日本伝統工芸展を開催している。第68回日本伝統工芸展は、重要無形文化財保持者(いわゆる人間国宝)の最新作と一般公募作品より厳正な鑑査を経て選ばれた入選作の計560点を一堂に展示した。



左/小林佐智子
《風通織木綿着物
(青海)》 右上/
高田和司(木芯桐
塑和紙貼(蒼天))
右下/三浦信一
《黒檀嵌荘匣(深
山の彩)》

KAMI CHARISMA 東京2022 アワード

KAMI CHARISMA 実行委員会

フランスには「食」のミシュランがあるように、日本における「美」のカミカリスマを懸賞する事業。日本人の精神性の根底にある「研ぎ澄ます」意識を高め、美容文化を広めることを目的として、日本の最も優れた美容師たちを表彰し、国内外に情報を発信した。第3回目の開催となる今回は、初めて美容師、ヘアサロンの選定・格付けを全国に広げ、新たに「素晴らしい能力と無限の可能性を持つ個人・美容室」の選定も行った。



表彰式の様子

Birth それぞれの始まり

公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団

公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団は、伝統文化の発展や継承に尽力した個人及び団体を「伝統文化ポーラ賞」として顕彰している。当事業は、各受賞者の卓越したワザや伝統文化をつなぐ想いが生まれる瞬間を展示会形式で一般に紹介した。映像やパネルで、各受賞者の実像を紹介する等、伝統文化になじみのない層にも親しみの持てる展示内容とし、伝統文化の魅力を発信することができた。



四季と生き物たち(写真展)

独立行政法人国立科学博物館

国立科学博物館附属自然教育園は、天然記念物及び史跡に指定され、大都市・東京の都心部にあって今なお豊かな自然が残る、貴重な森林緑地である。その自然の四季折々の変化を捉えた写真作品を展示することで、春夏秋冬の変化に富んだ日本の自然の素晴らしさを来園者に発信した。コロナ禍で特に野外で散策を楽しみ、自然に癒しを求める人々にも好評を得た。



バーチャル運慶 meets 鎌倉BUSHIDO ～写経とミニ仏像作成で発願体験する～

鎌倉武士文化活用協議会

神奈川県・浄楽寺に安置されている5体の運慶作の仏像(重要文化財)を対象として、造像当時の鎌倉時代の歴史を追体験。参加者は仏像に内包されていた陀羅尼の写経を行ったり、運慶の木彫刻の追体験としてミニ仏像を作成したりする。鎌倉幕府成立に大きく関わった武士たちの歴史をたどりながら、「仏師運慶の仏像に込められた人々の願い」をVRでも体験。



イマジンワンワールド「2020+1」 ～世界はきっと、ひとつになれる～写真展

一般社団法人イマジンワンワールド

世界200以上の国と地域の自然・文化・歴史を着物に映した「KIMONOプロジェクト」の写真展。会場では写真に加えフランス領ポリネシア(タヒチ)の実物の着物と帯を展示。各国大使館等から同法人代表の手嶋信道あての応援レターも展示され、「BLUE PROJECT」の映像が上映された。写真展を通して世界の人々の健康と繁栄と平和を願い、「世界はきっと、ひとつになれる」というメッセージを世界へ届けた。



令和2年度さんじょう遺跡物語展示会 『遺跡発掘調査速報展 2021』

三条市

コロナ禍ということもあって新潟県三条市内からの参加が多く、地元の歴史を知ろうという機運が高まる中、近年発掘調査を行った八十里越や長畑遺跡・成就院脇遺跡の土器復元等の最新の成果を遺物出土品と写真パネルで展示した。三条市と福島県只見町をつないだという古道・八十里越に興味をもって参加する人が多かった。八十里越は整備に向けた調査を行っている最中であり、その成果を迅速に発表できたことは大きな成果だった。



笛人本宮宏美ふるさとコンサート2021

オトノハコ株式会社

日本の自然にインスパイアされて誕生したフルート奏者、笛人本宮宏美のファーストオリジナルアルバム『息吹』。10年を経た今、コロナ禍で制作してきた新作『Flute』のリリースとともに、10周年の感謝を込めた記念コンサートを開催。急速な時代の移ろいをフルートの音色でやさしく包み込むリアルライブは日本の自然美と日本発独自音楽の融合でオンラインでも発信。約20カ国からの視聴があり、顧客層を広げられた。



佐渡金銀山 世界遺産登録推進事業 第3回 秋の収穫祭

特定非営利活動法人食と夕日の佐渡島

世界遺産登録を進める新潟・佐渡金銀山の地域資源の魅力を伝える事業。講演、地域の農作物の提供、販売等を行った。佐渡の森林の多くは、江戸時代に相川の金銀山の経営によって伐採されたが、現在、樹齢300年を超えるスギが注目を集め、この天然スギは大佐渡の北部の尾根沿いに残っている。サドオケラは江戸時代に中国から導入され漢方薬の材料として一度途絶えたが、今またその栽培への機運が高まっている。



左/柿の提供、販売 右上/コーヒーの提供 右下/講演会の様子

奥能登国際芸術祭2020+

奥能登国際芸術祭実行委員会

石川・能登半島の先端に位置する珠洲市には、世界農業遺産(GIAHS)に認定された美しく豊かな里山里海が広がり、その自然環境を背景に、特色ある生業や生活文化、伝統文化が今もなお受け継がれている。奥能登国際芸術祭は、世界のアーティストと地域住民とが協働し、地域の魅力を表現した珠洲市ならではのアート作品をつくりあげる。コロナ禍の開催となったが、海外の大使館から視察に訪れる等、国外へ情報を発信できた。



スボード・グブタ《私のこと考えて》

春の加賀百万石文化めぐり

兼六園周辺文化の森等活性化推進実行委員会

「近代絵画の名品」をテーマに、国外で高い評価を受ける本県出身の絵師・小原古邨の国内最大の展覧会及び国立美術館から多くの作品を借用展示した「かお・すがた・こころ展」を近接する歴史博物館及び美術館で開催。令和2年に移転開館した国立工芸館の館長による講演会や、開館500万人を達成した、しいのき迎賓館を会場とする「加賀百万石まちなかめぐり」も開催し、本プロジェクトにより、近接文化施設の連携が強化された。



加賀百万石まちなかめぐり

夏の加賀百万石文化めぐり

兼六園周辺文化の森等活性化推進実行委員会

近隣の文化施設3館が連携し、「加賀百万石の武家文化」をテーマとして、歴史博物館では、加賀の名刀が一堂に集結する「大加州刀展」を、県立能楽堂では、刀剣に関する演目を含む「観能の夕べ」を、県立美術館では、能装束を含む、加賀藩前田家ゆかりの美術品を展示する「文武の誉れ展」をそれぞれ開催する等、石川県及び我が国を代表する「武家文化」を発信した。



能楽堂能(草薙)

秋の加賀百万石文化めぐり

兼六園周辺文化の森等活性化推進実行委員会

新型コロナウイルス感染症の影響により、9月末まで石川県主催イベントの中止・延期を余儀なくされたが、その後開催されたイベントの中でも、特に国宝「源氏物語絵巻」をはじめ大名文化の最高峰とも言える尾張徳川家ゆかりの名品を一堂に集めた「尾張徳川家の至宝」展や、ろうそくの幻想的な灯りの中で加賀宝生能を上演する「ろうそく能」等によって、藩政期から培われてきた県文化を強力に発信した。



左/「徳川美術館展 尾張徳川家の至宝」展 右/ろうそく能

冬の加賀百万石文化めぐり

兼六園周辺文化の森等活性化推進実行委員会

周辺文化施設の連携を強化し、石川県が誇る多彩な文化をより強力に発信。展覧会に加えて、藩政期から連綿と受け継がれてきた茶屋文化を体験する「金沢芸妓の舞」や本格的な加賀宝生能を気軽に鑑賞できる「冬の観能の夕べ」の他、ミュージアムコンサートやレトロ建築見学会等を組み合わせ、エリア内において文化イベントを切れ目なく実施した。



ミュージアムコンサート

金沢城・兼六園 四季物語

石川の四季観光キャンペーン実行委員会

石川ファンの増加と観光誘客を目的に、城郭の壮観な建築美が楽しめる金沢城公園(荘厳空間)、音と光による演出が魅力の玉泉院丸庭園(幻想空間)、四季折々の美しさを楽しめる廻遊式の庭園の兼六園(幽玄空間)を「回遊して楽しむ三者三様の魅力」のコンセプトのもと、園内のライトアップ等を行うことで、夜の観光の魅力を県内外に発信した。



四季物語 秋の段

国立工芸館石川移転開館記念展Ⅲ 近代工芸と茶の湯のうつわ —四季のしつらい—

国立工芸館

豊かな自然に育まれた感性によって生み出され、特に個としての想いを造形や意匠に表している工芸家の作品＝茶の湯のうつわに焦点を絞り、茶の湯に対する作家の思考や、現在(いま)における茶の湯の造形について紹介する展覧会。会場内に仮設の茶室をつくり、茶の湯のうつわを取り合わせた展示を行った。また、会場のQRコードからスマートフォンに3Dデータをダウンロードし、手元で茶碗を回しながら鑑賞できる鑑賞方法を提供した。



安藤源一郎《紙胎陶器風籾茶器》2020年、内田銅一《白金彩茶器》2020年、新里明士《光器水指》2020年、すべて東京国立近代美術館蔵

たんけん!こども工芸館 ジャングル⇄パラダイス

国立工芸館

自然と人工とのあいだを行き来しながら、美を磨き、私たちの生活と支えてきた工芸の魅力を展開し、コロナ禍で疲弊した心に癒しと明日への活力を届けることを目的とした展覧会。臨時休館により、当初予定より大幅に会期が短縮されたが、「ジャングルトーク」、「ジャングルえほん」の2種の家族向けオンラインイベントを実施し、他の家族との交流に加え、自身の家族の意外な表情を発見する機会となった。



左/稲垣稔次郎(木綿地型絵染壁掛 虎)1960年 右/田嶋悦子(Cornucopia 08-Y2)2008年、いずれも東京国立近代美術館蔵、撮影:斎城卓

国立工芸館石川移転開館1周年記念展 《十二の鷹》と明治の工芸 一万博出品時代から今日まで 変わりゆく姿

国立工芸館

明治の工芸作品にこめられた「熱量」と、明治以降の作品における「熱量」のゆくえをめぐって、社会の変化に柔軟に対応してきた多様な工芸の変遷を展覧した。大きな変革の中、明治の工芸家たちがいかに苦境を乗り越えてきたかという作家のドラマに着目し、新たな視点から明治工芸を捉える機会を提供した。国立工芸館の石川移転1周年を記念する企画展として、同館の東京での活動の歴史的な歩みも特集した。



左/鈴木長吉《十二の鷹》(12番)1893年、重要文化財、撮影:エス・アンド・ティフォト 右/七代錦光山宗兵衛(上絵金彩花鳥図蓋付飾壺)1884-97年頃、撮影:アローアートワークス、いずれも東京国立近代美術館蔵 ©2005

めぐるアール・ヌーヴォー展 モードのなかの日本工芸とデザイン

国立工芸館

19世紀末から20世紀初頭のヨーロッパで流行したアール・ヌーヴォーの誕生に影響を与えた日本美術。アール・ヌーヴォーは最先端の芸術運動であると同時に、モードへと還流した日本の姿を映し出す鏡でもあった。本展では、アルフォンス・ミュシャやアンリ・ヴァン・ド・ヴェルドの作品、そしてアール・ヌーヴォー風の表現を取り入れた初代宮川香山や杉浦非水等、同時代の日本の工芸やデザインの展開を紹介した。



左/アンリ・ヴァン・ド・ヴェルド《トロポノ》1898年頃 右/初代宮川香山《色入菖蒲図花瓶》1897-1912年頃、いずれも東京国立近代美術館蔵、撮影:アローアートワークス

梅之木縄文ムラ Living Prehistory 体感プログラム事業

梅之木縄文ムラ活用促進協議会

日本列島の自然環境に適応し高度な狩猟採集漁撈文化を育んだ縄文時代において、八ヶ岳山麓の縄文中期の土器文化は優れて特徴的な造形を生み出した。本事業は山梨県北杜市の史跡梅之木遺跡を舞台に縄文土器製作体験、電動アシスト4輪自転車を使って黒曜石原産地遺跡を目指すロングトレイル体験、史跡公園での縄文生活体験を提供する。英語対応可能な指導者及びガイドが催行し、3泊4日程度の滞在型プログラムを含む。



左/縄文コスプレ 右/竪穴住居で土器づくり

tomoni アートフェスティバル2021 音楽座ぎふプレゼンツ 第6回清流ふれ愛コンサート

公益財団法人岐阜県教育文化財団

障害の有無に関わらず、ともに新たな創造活動を行う「tomoniプロジェクト」の一環として、障害者週間(12月3日~9日)にあわせて、障害者が中心となって活動している文化芸術団体等のコンサートを開催した。本公演を通して国内外の幅広い層に、障害者の可能性及び共生社会の素晴らしさを体感する機会を提供した。



全国障害者芸術・文化祭サテライト開催事業 tomoni アートのフェスティバル2021 いろいろなみんなの展覧会 芽が、でる。

公益財団法人岐阜県教育文化財団

県内外の障害者の作品展示を中心に、制作風景を動画で伝えたり、デジタル技術を使った制作手法を紹介し、制作意欲の向上を図った。また、サポーター活動を多く取り入れたり、大学との連携で鑑賞会を行ったり、多様な参加者や支援者を増やす取り組みをし、人材の育成につながった。さらにSNSやオンライン、動画配信等による広報や報告等を行い、様々な障害で来場できない人にも発信することができた。



クイズで楽しむ 富嶽三十六景と東海道五十三次

公益財団法人岡田茂吉美術文化財団

日本人の自然観をよく表現した葛飾北斎「富嶽三十六景」と歌川広重「東海道五十三次(保永堂版)」は、浮世絵風景版画シリーズの双璧をなすことに加え、あまり一般に知られていない興味深い情報にあふれている。例をあげるとそれぞれの枚数は「三十六景」が46枚、「五十三次」は55枚である。そこで、これら全作品を公開し、スマートフォンを使ったクイズで楽しみながら、美術品について学ぶ展覧会を企画した。



左/葛飾北斎「富嶽三十六景 神奈川沖波裏」 右上/歌川広重「東海道五十三次之内 庄野」 右下/葛飾北斎「富嶽三十六景 凱風快晴」

#琳派

公益財団法人岡田茂吉美術文化財団

日本独特の琳派の美意識やその情報を多くの人々と共有することを願い、展覧会タイトルを「#(ハッシュタグ)琳派」とした。所蔵する琳派作品を展示し、作品の解説ではQRコード読み取りによる普段見えない部分の画像を活用して、よりわかりやすい解説に努めた。また、SNSを通じて学芸員による琳派に関するレアな情報の発信を行った。新たな手法の導入により普段とは異なる客層も集客することができた。



左/琴高仙人図 右上/樵夫時絵硯箱 右下/鏤絵染付梅花散文蓋物

所蔵 茶の湯の道具

公益財団法人岡田茂吉美術文化財団

日本独特の文化である茶の湯を取り上げ、室町幕府の収集品から江戸時代初期にいたる茶道具の数々を展覧した。若い世代に茶道具の使い方を伝えるため、新規に撮影した動画をQRコードの読み取りによって視聴できるようにした。また、茶碗についてはお茶席における「拝見」と同様に、その細部を見られる動画を公開。新たな手法の導入により普段とは異なる客層も集客することができた。



Grandscape 浜名湖@館山寺 2021

株式会社 Hamanako Destination

浜名湖・館山寺の景観を活かし、湖上に浮かべた台船を舞台にした光とダンスの舞台作品。火祭り等の地域の神事をモチーフにして、人と自然の関わりを描いた。トップクラスのクリエイターと地域のダンサーの共同作業で伝統を現代の感性で再現。質の高い作品を創造した。湖面を照らす炎や照明、読経の効果音が客席を囲むサラウンド音響で、五感を刺激する独特な体験を提供。浜名湖ならではのナイト・エンターテインメントで宿泊滞在型観光を促進。



右上/湖上舞台フィナーレ 右下/洪水の場

「第一次天正伊賀の乱」体感プログラム ～忍道初伝の巻～

日本忍者協議会

映画『忍びの国』の舞台にもなった天正6年(1578)～7年(1579)の第一次天正伊賀の乱を追体験する中で、古来から伝わる伝統的な忍術「忍道」の修行を行い、三重県・伊賀に実在した忍びの者達の技術と文化を学ぶ。忍者衣装に身を包み、中世城郭で忍術の修行をし、史跡の中で、昔の忍者が実際に行った偵察や模擬戦を体験することのできるプログラムを実施した。



三月花形歌舞伎(南座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



南座七月 坂東玉三郎 特別舞踊公演

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



南座八月 坂東玉三郎 特別舞踊公演

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



吉例顔見世興行(南座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



京都着物Runway 2021

京都着物Runway事務局

日本の民族衣装「着物」には、日本人の固有の感性、美意識が備わっている。その魅力を幅広い世代に伝え「着物は日本が誇る伝統文化」であることを国内外に発信することを目的として開催。世界でも希有な「自分で着られない民族衣装＝着物」を参加モデルが準備期間のうちに克服し、誇りを持って晴れやかなステージで着物の美を表現することで会場を魅了。大きな感動を生むとともに、新たな着物ファン層の開拓を図ることができた。



NAKED FLOWERS 2021

—桜—
世界遺産・二条城

株式会社ネイキッド

日本を代表する歴史的建造物である二条城でその歴史と伝統を知るための夜間イベントを実施。50品種300本の二条城の桜の魅力を最大化させ、開花状況に頼らず魅力を発信するアート展。伝統的なものを若者に伝え、ユニークなペニュー活用としても意味ある歴史的建築物とデジタルを融合させた。コロナ禍における今回は現地だけでなくオンラインで体感できるVRも発売。実際に来ることができない人へも二条城の価値を発信した。



唐門 ©naked inc.

二条城×ネイキッド
二条城夏まつり2021
～ネイキッド万華鏡花火～

株式会社ネイキッド

新型コロナウイルス感染症の蔓延継続により、未だ季節行事を楽しむことが難しい状況である。そこで、手指のアルコール消毒やソーシャルディスタンスの確保を演出の一部として捉え、感染症対策を楽しみの一部に昇華する取り組みを行ってきた。今回も新たな「除菌アート」施策や感染症に配慮した運営計画の実施を行い、これまでの夏祭りの雰囲気や安心して楽しむことを目指した事業を展開した。



内堀 ©naked inc.

「CONNECT ⇄」
～つながる・つづく・ひろがる～

文化庁、
独立行政法人国立美術館 京都国立近代美術館

アートを通して多様性や共生社会についてともに語り合い、考え、実践するプロジェクトの2年目。京都・岡崎地域の美術館・劇場・図書館・動物園等の文化施設を中心に、京都市域、府域にも取り組みを広げ、障害者の作品の展示や、「障害」について理解を深めるための展示・上映、障害の有無に関わらず参加できるワークショップ等を開催した。



左/メインビジュアル 右/障害のある人の表現について考える京都市京セラ美術館での展示

鷹野隆大 毎日写真1999-2021

独立行政法人国立美術館 国立国際美術館

作品集『IN MY ROOM』(2005年)で木村伊兵衛写真賞を受賞した鷹野隆大の美術館における初の大規模な個展を開催。女なのか男なのかというような曖昧なものの可視化を試みた件の出世作のみならず、近代化した東京の街と人々の見過ごされがちな情景を捉えた作品等を通じて、我が国の現代美術作品を国内外へ発信することができた。



企画展示「文楽の景色」
同時開催「文楽入門」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

文楽作品の自然の風景が描かれた舞台背景画(道具帳)、大道具の一部や舞台模型、衣裳・小道具等を用いて自然の美しさを紹介した。文楽の世界に表現された景色により、近代以前から続く日本人の美意識と自然観を再確認する展示となった。また、展示資料品だけでなく、映像でも文楽にみる花鳥風月を紹介し、来場者がより深い興味を持って鑑賞できる展示内容にした。



第38回文楽鑑賞教室
「五条橋」「解説 文楽へようこそ」
「卍三間堂棟由来」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

日本の自然や四季を巧みに織り交ぜながら、繊細な人間心理を様式美によって表現する我が国を代表する伝統芸能のひとつである人形浄瑠璃文楽を初めて鑑賞する人に向けて、わかりやすい解説と見ごたえのある名作により、その魅力を伝える鑑賞教室を上演した。英語版ウェブサイトによって外国人の誘客を図るとともに、パンフレットを英語にも対応させ来場にそなえた。



第38回文楽鑑賞教室

第163回文楽公演
夏休み文楽特別公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

大阪発祥の人形浄瑠璃文楽は、日本の自然や四季を巧みに織り交ぜながら、繊細な人間心理を様式美によって表現する、我が国を代表する伝統芸能のひとつである。夏休みの子どもたちが親子で鑑賞できる第1部「親子劇場」、第2部「名作劇場」、短い時間で仕事帰りにも鑑賞できる第3部「サマーレイトショー」の3部制で、夏らしい演目を上演した。



第164回文楽公演
錦秋文楽公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

第一部の「蘆屋道満大内鑑」は、人間の父と狐の母とのあいだに生まれたと言われる陰陽師安倍晴明の伝説をもとにした演目。日本人の感性が自然や動物をととても近いものと捉えていることを感じさせる。第二部は平家と源氏の盛衰を描いた「ひらかな盛衰記」の三段目。第三部は軽妙な舞踊の小品「団子売」を挟んで、第二部から引き続き「ひらかな盛衰記」の四段目を上演。三部制ながら、名作の半通しに近い形での上演を実現した。



第24回文楽素浄瑠璃の会

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

大阪発祥の人形浄瑠璃文楽は、日本の自然や四季を巧みに織り交ぜながら、繊細な人間心理を様式美によって表現する我が国を代表する伝統芸能のひとつである。人形の演技に頼ることなく、太夫・三味線のみによって語り物音楽の精髓・義太夫節浄瑠璃の演奏を鑑賞する催し「文楽素浄瑠璃の会」を実施した。大阪における文楽幹部技芸員による本格的な演奏会として継続してきた。



常設展示

「文楽入門～文楽へようこそ～」

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

文楽鑑賞教室、夏休み文楽特別公演の観劇に来場する観客層を対象とし、日本の伝統芸能である文楽に関する基本的な解説と文楽作品に見る「日本の美」を紹介。前期と後期で展示資料を入れ替えた。同期間中に新型コロナウイルス感染症対策のため「Discover BUNRAKU」公演が中止となったが、文楽入門小冊子5か国語版(英・中(簡)・韓・仏・西)を配布し、来場の外国人への文楽普及を図った。



第165回文楽公演

文楽座命名一五〇年 初春文楽公演

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

その成り立ちが江戸時代初期までさかのぼる人形浄瑠璃文楽は、太夫・三味線・人形が一体となって演ずる大阪が誇る日本を代表する伝統芸能のひとつである。今回の上演演目「寿式三番叟」では厳かな中にも正月のめでたさがあふれ、「絵本太功記」は夏、「染模様妹背門松」は冬、「辰鴛色相肩」は春と、日本の四季の美しさや情感を背景として物語が展開していく。



第196回大衆芸能公演

浪曲名人会

独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場

三味線等の音色にのせて節と啖呵で物語を伝える浪曲は、浪花節とも呼ばれ、我が国を代表する語り物の芸能のひとつである。本公演では関西浪曲界の第一線で活躍する浪曲師が出演した。赤穂義士伝からの一席「元禄秋晴れ街道」、隅田川の花火を舞台に若い夫婦の絆を描く「両国夫婦花火」、吹雪の中で倒れた少年が母親の幻を見る「母恋あいや節」他、日本の四季を背景に義理人情の世界を描く演目が選ばれた。



七月大歌舞伎(大阪松竹座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



十月花形歌舞伎

GOEMON 石川五右衛門(大阪松竹座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



坂東玉三郎 初春特別舞踊公演

(大阪松竹座)

松竹株式会社

歌舞伎は400年以上にわたる歴史の中で様々な演目を上演してきたが、中でも季節感の表現はすべての演目において最も重要な要素のひとつである。歌舞伎は、常に日本の豊かな自然との関わりの中で物語を表現してきた。現在の歌舞伎公演においてもそのコンセプトは変わらず、日本人の生活に不可欠な季節感の中で人間がいかに生きているかを表現する演目を上演している。そうした歌舞伎の代表作を優れた演者で上演した。



ARS VITA ESTA 藝術は人生

～色彩画家の軌跡～

積水ハウス株式会社

「ARS VITA ESTA 藝術は人生」を謳い、ひとつのスタイルに甘んじることなく常に進化を続ける色彩画家・絹谷幸二の展覧会を実施。ヴェネツィア留学時代のフレスコ画(壁画の古典技法)から、極彩色に彩られた富士山や風神・雷神等、日本と自然をテーマとした最新の絹谷藝術までを時系列で展覧。当時の写真を交えた年譜パネルも展示し、今や国民的画家として活躍をする絹谷幸二の軌跡をより深く伝える構成にした。



絹谷幸二(アドリア海の珠宝・サンマルコ遠望)2006年

**永遠にあたらしい!!
人類最古の壁画技法 アフレスコ**

積水ハウス株式会社

人類最古の壁画技法・アフレスコ(フレスコ画)の日本における第一人者であり、令和3年度年度文化勲章を受章した絹谷幸二の展覧会を実施。ヴェネツィア留学時代に描かれた貴重なアフレスコから、色彩豊かでエネルギー溢れる富士山や大阪城、龍神や風神・雷神等、日本と自然をテーマとした最新の絹谷藝術までを展示。さらに絵の中に飛び込む3D映像と、絹谷幸二が自ら館内やアトリエを解説するVR映像により、新たな映像体験を国内外に発信した。



絹谷幸二《リンダと2つのピラミッド》1972年

特別陳列「お水取り」

独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館

東大寺二月堂のお水取り(修二会)の歴史とその信仰に関わる美術作品を紹介する展覧会。お水取りにまつわる絵画、工芸品、歴史資料をはじめ、実際に法会で用いられた道具類、法会を行う練行衆の衣装等を展示した。さらに、日本博主催・共催事業である特別展「国宝 聖林寺十一面観音一三輪山信仰のみほとけ」の事業の一環として、奈良国立博物館研究員による展示解説動画を制作しYouTubeで配信した。



**特別展
「奈良博三味
—至高の仏教美術コレクション—」**

独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館

明治28年に開館して以来約2,000件にのぼる館蔵品のうち、合計246件(うち国宝13件、重要文化財100件)の作品展示により、日本仏教美術1400年の歴史を示すことができました。考古遺物、近代の絵画等、普段展示する機会の少ないコレクションについても展示機会を設け、展示キャプションについて子ども向けのわかりやすいものを用意する等の工夫を行い、当館の魅力をさらに幅広い年齢層に伝えることができました。



第73回正倉院展

独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館

正倉院宝物は、奈良・東大寺の正倉に伝わった約9,000件に及ぶ宝物である。正倉院展は、これらの中から毎年選定された60件余りの品を公開するもので、奈良国立博物館での開催は令和3年で73回目を迎えた。1200年以上もの時を経て伝えられた宝物と間近に接し、華やかな天平文化の一端に触れる機会を来館者に提供した。会期中は、関連動画をYouTubeで公開する等、幅広く情報を発信することができた。



左・右上/展覧会場 右下/動画

なら仏像館 名品展

独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館

日本の仏教に関する美術工芸品、主として仏像を展示することで、日本の仏教美術の流れを来館者に伝える展示を目指した。保存修理が完了後、仁王門の修理が終わるまで公開予定の、金峯山寺の重要文化財、木造金剛力士立像2軀を令和3年度に引き続き特別公開した。また、観覧前後に視聴することで本像に関して理解を深めることのできる解説動画をYouTubeチャンネルにて公開した。



なら仏像館展示室

**令和3年度 飛鳥資料館 夏期企画展
第12回写真コンテスト「飛鳥の木」**

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

「飛鳥の木」をテーマに、子どもから大人まで広く応募作品を募り展示をした。展示に際しては、木を通して飛鳥の歴史と風土に培われた人々の営みをより親しみやすく感じさせるよう心がけた。また、作品の撮影場所を紹介することで、来館者が実際に現地を訪れるきっかけになるよう工夫した。さらに木の写真を通して飛鳥地域の新たな魅力を紹介するとともに日本の歴史や文化の奥深さを発信した。



南都大安寺天平伽藍CG復元プロジェクト

宗教法人大安寺

南都大安寺の旧天平大伽藍をCGにて復元、体験機器を寺内に設置し、参拝者に往時の大安寺の様子を伝える。大安寺はかつて26万㎡の境内地に90余りの堂塔と887名の学僧を要した国家筆頭の大寺であった。その当時の大伽藍を奈良文化財研究所監修のもとCG再現する。体験機器はコントローラー操作にて自由に境内を散策、飛行でき、学術的に担保された古代建築CGを主体的に体験できる仕様となっている。



北西上空から俯瞰した境内

**第36回国民文化祭・わかやま2021、
第21回全国障害者芸術・文化祭
わかやま大会「川柳の祭典」**

第36回国民文化祭、第21回全国障害者芸術・文化祭有田市実行委員会

江戸時代に由来する川柳は我が国の伝統文化を代表するひとつであり、言葉のリズム感を兼ね備えた五七五の17音から表現される短詩は、国内外に日本らしさを発信できる要素を持ち合わせた文化である。この度、国民文化祭、全国障害者芸術・文化祭の分野別交流事業として「川柳の祭典」を開催。12,723句の応募のうち10句については海外からの応募で、国外にも情報を発信することができた。



左/記念撮影 右上/講評 右下/受賞

一般社団法人瀬戸内アーツカウンシル 設立記念コンサート

一般社団法人瀬戸内アーツカウンシル

国内外の優れた芸術家と市民との協働により、質の高い芸術文化に触れる機会を提供し、音楽等の芸術を通して豊かな心を育み、幅広い福祉文化の向上に寄与すべく活動する地域アーツカウンシルの設立を記念したコンサート。少年少女合唱団や、市民合唱団の合唱、美とっかーず、今福座による太鼓の演奏を行った。日本の四季を感じる楽曲、日本の魂である太鼓の演奏で、自然への感謝の思いへつながることを目的とした。



アゴラ —僕たちのサイバー伝統文化むら—

公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団

日本の伝統的な「色絵磁器」「刺し子」「江戸文化」について、小中学生とその保護者が体感的に学ぶワークショップ。東京と2カ所の地方会場をオンラインでつなぐことで、遠隔地同士の会話が楽しめるようにした。このイベントで制作したワークシート等は、特設サイトに載せることで、イベント終了後も例えば学校の教員が活用できるようにしている。



「野村万作から萬斎、裕基へ」上映会

公益財団法人ポーラ伝統文化振興財団

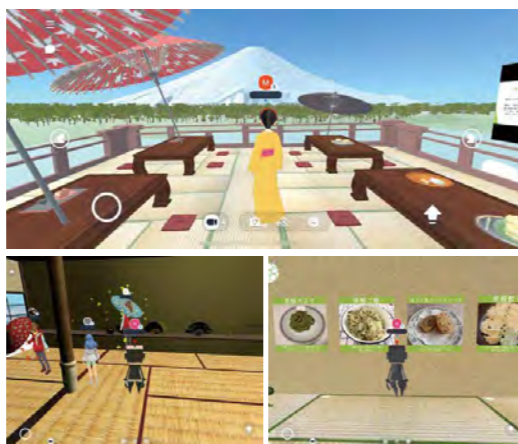
我が国の優れた無形の伝統文化を記録映画として後世に伝える事業。重要無形文化財保持者・野村万作の狂言のワザについて「野村万作から萬斎、裕基へ」の完成を記念して、一般公開の上映会を実施した。上映会では、万作、萬斎、裕基が登場し、それぞれが日本の伝統文化や狂言への想いをトーク形式で語った。また、記録映画は、DVDで無料貸出を行い、誰もが気軽に伝統文化に触れられる機会をつくった。



日本茶文化の魅力をバーチャル空間で —梅五輪プロジェクト日本茶文化発信WG—

学校法人津田塾大学 連携推進センター
津田塾大学梅五輪プロジェクト

日本茶文化は茶の湯や茶道等の自然を尊び、精神や健康促進につながる継承すべき文化である。日本を代表するこの文化の魅力を多くの人に伝えるため、仮想空間でのイベントを開催した。この仮想空間での発信という新しい手法で、国内外問わず多様な層に日本茶の魅力を発信することができた。オンラインイベントには計250名が参加した。



上／川床
左下／茶室
右下／茶殻

主催・共催型プロジェクト

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
日本博特別企画 「アイヌ文化フェスティバル」※	公益財団法人アイヌ民族文化財団	【共】	北海道	札幌文化芸術劇場 hitaru	令和3年9月18日
白老文化芸術共創 —ROOTS & ARTS SHIRAOI—※	白老文化観光推進実行委員会	【共】	北海道、オンライン	白老町内8カ所	令和3年10月15日～11月7日 ラジオ配信：令和3年11月12日、 12月27日、令和4年3月4日
三陸国際芸術祭 縦※	三陸国際芸術推進委員会	【復】	青森県、岩手県	①鉄路を彩る～井上信太と三鉄ラッピング大作戦！！～マグネットで飾っちゃおう！：YOMUNOSU多目的室、三陸鉄道久慈駅ホーム、宮古陸中ビル大ホール、三陸鉄道宮古駅車庫、カメラリアホール、三陸鉄道盛駅車庫、岩手県久慈東高等学校、久慈市長内児童保育所わんぱくクラブ、久慈市小久慈児童たんぼクラブ、久慈市大川目児童根っこクラブ、野田村生涯学習センター多目的ホール、宮古市小百合幼稚園、宮古市山口児童の家 ②土地を彩る～シリーズ三陸の芸能～：青森県八戸市鮫町浮木寺墓地、櫛引八幡宮、岩泉町民会館、津軽石公民館 ③鉄路を彩る～三人の三陸～：三陸鉄道車内 ④未来を彩る～シアタープロジェクト～：リアスホール マルチスペース及びアトリエ	①令和3年6月29日～7月11日 ②令和3年8月15日、9月20日～22日、11月7日・28日、令和4年2月17日～20日 ③令和4年1月15日～3月31日 ④令和3年8月8日・9日
「東京2020オリンピック・パラリンピック能楽祭」及び、「能楽を旅する」デジタルコンテンツ企画	公益社団法人能楽協会	【舞】	東京都、新潟県、奈良県、岩手県	国立能楽堂、大膳神社 能舞台、金峯山寺蔵王堂、中尊寺 白山神社 能舞台	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
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	【舞】	岩手県、神奈川県、石川県、徳島県、鹿児島県	中尊寺、大山阿夫利神社、那谷寺、安宅住吉神社、阿波十郎兵衛屋敷、武知家住宅、旧増田家住宅（雨天のため入来小学校）	令和3年10月1日～ 令和4年3月31日
「本城直季 (un)real utopia」 東京会場開催と 日本の自然・被災地の 現状を伝える関連プロジェクト	株式会社朝日新聞社	【美】	宮城県、岩手県、東京都	①宮城県立美術館 ②岩手県立美術館 ③東京都写真美術館	①令和3年7月31日～9月5日 ②令和3年10月16日～11月28日 ③令和4年3月19日～5月15日
寄席「笑楽座」2021※	公益社団法人落語芸術協会	【舞】	宮城県、福島県、東京都	①宮城県仙台市 仙台東照宮 ②福島県いわき市 金刀比羅神社 ③東京都新宿区 芸能花伝舎（配信会場） ④東京都港区 東京タワー ⑤東京都墨田区 江戸東京博物館	①令和3年7月22日 ②令和3年10月16日 ③令和3年11月21日 ④令和3年5月～令和4年3月の第2・第4土曜日（8月のみ第3・第4土曜日） ⑤令和3年5月30日、6月13日、7月3日・28日、8月20日・25日、9月23日、10月3日、11月13日、12月18日、令和4年1月23日・30日、2月6日・20日
特別展「国宝 聖林寺十一面観音—三輪山信仰のみほとけ」※	独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館	【美】	東京都	東京国立博物館	令和3年6月22日～9月12日
春夏秋冬／フォーシーズンズ 乃木坂46	独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館	【美】	東京都	東京国立博物館 表慶館	令和3年9月4日～11月28日
親子のギャラリー「まるごと体験！日本の文化リターンズ」※	独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館	【美】	東京都	東京国立博物館	令和3年7月20日～9月5日
ユネスコ無形文化遺産 特別展 「体感！日本の伝統芸能—歌舞伎・文楽・能楽・雅楽・組踊の世界」※	独立行政法人日本芸術文化振興会	【舞】	東京都	東京国立博物館 表慶館	令和4年1月7日～3月13日
伝統芸能にみる「日本人と自然」 —伝統芸能の重層性と日本人の美意識と自然観を体感する—※	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 大劇場・小劇場	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
伝統芸能発見！ —Discover 伝統芸能—※	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場各館	【舞】	東京都	国立劇場 大劇場・小劇場、国立文楽劇場、国立芸芸会、伝統芸能情報館	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
北斎と江戸の文化※	公益財団法人東京都歴史文化財団 東京都江戸東京博物館	【美】	東京都、オンライン	江戸東京博物館	令和3年4月24日～ 令和4年3月31日
特別展「縄文2021 —東京に生きた縄文人—」※	公益財団法人東京都歴史文化財団 東京都江戸東京博物館	【美】	東京都	江戸東京博物館 1階 特別展示室	令和3年10月9日～12月5日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
隈研吾展 新しい公共性をつくるためのネコの5原則*	独立行政法人国立美術館 東京国立近代美術館	【美】	高知県、長崎県、東京都	①高知県立美術館 ②長崎県美術館 ③東京国立近代美術館	①令和2年11月3日～ 令和3年1月3日 ②令和3年1月22日～3月28日 ③令和3年6月18日～9月26日
庵野秀明展	独立行政法人国立美術館 国立新美術館	【メ】	東京都、大分県	①国立新美術館 ②大分県立美術館	①令和3年10月1日～12月19日 ②令和4年2月14日～4月3日
ショートショート フィルムフェスティバル & アジア 2021	株式会社バシフィックボイス	【メ】	東京都、長野県、オンライン	①東京都写真美術館 ②富士見台高原ロープウェイヘブンス そのはら	①令和3年6月11日～21日、10月21日～24日 ②令和3年8月8日～16日
企画展 「発見！日本の生物多様性～標本から読み解く、未来への光～」	独立行政法人国立科学博物館	【食】	東京都	国立科学博物館	令和3年12月14日～ 令和4年2月27日
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」	公益財団法人新国立劇場 運営財団	【舞】	東京都	新国立劇場オペラパレス	令和3年8月21日・22日
企画展「イサム・ノグチ 発見の道」—日本の伝統と自然美に触れるプログラム—*	株式会社朝日新聞社	【美】	東京都	東京都美術館	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
「GENKYO 横尾忠則」展の関連プロジェクト「横尾忠則と滝シリーズ、WITH CORONA体験展示」	株式会社朝日新聞社	【美】	東京都、大分県	①東京都現代美術館 ②大分県立美術館	①令和3年7月17日～10月17日 ②令和3年12月4日～ 令和4年1月23日
日本の技EXPO～文化財を守る自然の素材と匠の技術～*	株式会社NHKプロモーション	【美】	東京都	①銀座三越 ②東京国際フォーラム	①令和4年1月8日～16日 ②令和4年2月5日・6日
令和3年度文産官プラットフォームによるファッション文化創造プロジェクト(連携：経済産業省)	一般社団法人日本ファッション・ウィーク推進機構	【デ】	東京都、オンライン	渋谷PARCO、SHIBUYA TSUTAYA、渋谷ヒカリエ、東郷記念館	令和3年8月30日～9月4日、 令和4年3月
東京2020オリンピック・パラリンピック競技大会 安全祈願奉納流籠馬*	公益社団法人大日本弓馬会	【美】	東京都、オンライン	明治神宮	令和3年6月17日～10月26日
自然に影響を受けた日本人の美 with Art Fair Tokyo 2022	一般社団法人アート東京	【美】	東京都	東京国際フォーラム	令和4年3月10日～13日
陶板芸術で魅せる日本の美 国宝「風神雷神図屏風」高精細レプリカ特別展示*	株式会社読売新聞東京本社	【美】	東京都	港区立郷土歴史館	令和3年12月3日～26日
寿ぎのきもの ジャパニーズ・ウェディング展 —日本の婚礼衣裳と伝統的婚礼文化からみる日本人の自然観—	株式会社朝日新聞社	【美】	神奈川県	そごう美術館	令和3年10月16日～11月14日
「日本博 × CLUB RED」	株式会社エヌケービー	【食】	富山県、石川県	兼六園 見城亭	学び・創造：令和3年7月5日、8月2日、9月29日、10月18日、11月15日、12月8日 ダイニングイベント：令和4年1月21日・22日 ウェブサイト：令和4年2月～
北陸工芸の祭典 「GO FOR KOGEI 2021」	認定NPO法人趣都金澤	【美】	富山県、石川県、福井県	勝興寺、那谷寺、大瀧神社・岡太神社、SKLo、Noetica他	令和3年9月10日～10月24日
工芸ダイニング2021 —工芸と食—*	公益財団法人岡田茂吉美術文化財団	【美】	静岡県	熱海市	令和3年11月21日～25日
国際芸術祭 BIWAKOピエンナーレ2022 に向けて*	国際芸術祭BIWAKOピエンナーレ実行委員会	【美】	滋賀県	まちや倶楽部、村雲御所瑞龍寺門跡、禧長、旧伴家住宅、山の湯、銀座商店街	お茶会：令和3年5月16日、10月17日 コンサート：令和3年8月21日・22日 シンポジウム：令和3年10月23日、11月3日 ワークショップ(中止)：令和3年7月31日、8月8日・29日 レジデンス(作品制作)：令和3年10月9日～24日 ヨシを活用した空間構成の提案：令和4年2月11日～3月30日
特別展「京の国宝 —守り伝える日本のたから—」	独立行政法人国立文化財機構 京都国立博物館	【美】	京都府	京都国立博物館 平成知新館	令和3年7月24日～9月12日
特別展「国宝 聖林寺十一面観音—三輪山信仰のみほとけ」	独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館	【美】	奈良県	奈良国立博物館	令和4年2月5日～3月27日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興

*新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
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III 世界遺産を巡る奈良博覧プロジェクト + 発掘現場・修理現場の公開	奈良県	【美】	奈良県	法隆寺中門前特設会場、奈良春日野国際フォーラム、奈良公園バスターミナル、奈良県立民俗博物館、橿原考古学研究所附属博物館他	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
神々の集う国「出雲」体験フェスタ～日本博 in 出雲～*	出雲市	【美】	島根県	出雲大社稲佐の浜出雲日御碕灯台、島根県立古代出雲歴史博物館、出雲弥生の森博物館、荒神谷博物館、出雲文化伝承館、平田本陣記念館、出雲市市民会館	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
「響きあう、人・海・芸術～せとうち交響」プロジェクト*	せとうちパレット日本博実行委員会	【舞】	岡山県、広島県、愛媛県	①たかはしJOYNART：岡山県高梁市成羽町吹屋地区を中心とした市内各所、高梁図書館、うかん常山公園、弥高山公園他 ②後楽園華舞台：岡山県岡山市 岡山後楽園 能舞台 ③紅葉谷ライトアップ：広島県廿日市市 宮島 紅葉谷公園 ④せとうち音回廊：広島県呉市御手洗地区を中心とした各所、乙女座、アートラボキタニ、みたらいギャラリー、旧金子家住宅 ⑤しまなみ海道アートキャンプフェスティバル：愛媛県今治市 大三島、多々羅キャンプ場	①令和3年9月25日～10月3日 ②令和3年11月1日 ③令和3年10月31日～11月23日 ④令和3年11月20日～28日 ⑤令和4年3月19日・20日
「神宿る島」国際文化芸術プロジェクト	宗像国際環境会議実行委員会	【美】	福岡県、オンライン	宗像大社	令和3年8月1日～ 令和4年2月28日
特別展「海幸山幸」関連特別公開	独立行政法人国立文化財機構 九州国立博物館	【美】	福岡県	九州国立博物館	令和3年10月9日～12月5日
琉球王朝の美～沖縄伝統芸能、その継承と発信～*	公益財団法人国立劇場おきなわ運営財団	【美】	沖縄県	国立劇場おきなわ	令和3年7月10日、10月12日・23日、11月27日、令和4年1月15日・16日・22日、2月12日・26日・27日、3月12日
日本の近代化遺産～自然の力と美を引き出す力～*	全国近代化遺産活用連絡協議会	【美】	全国	プロモーションイベントは東京都、山口県下関市	令和3年10月1日～11月30日
障害者の文化芸術創造拠点形成プロジェクト	ビッグ・アイ共働機構	【共】	全国	舞台公演作品上映会&トークセッション：八戸ポータルミュージアム、島根県民会館、蛸蔵、YMCAアジア青少年センター、グランフロント大阪北館 ナレツジシアター、那覇市ぶんかテンプス館 ダンスワークショップ：上野学園ホール プロモーション映像の制作：国営沖縄記念公園(首里城公園)、ガンガラーの谷、琉球村、屋我地ビーチ	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバルに向けた全国会議	日本博を契機とした障害者の文化芸術フェスティバルに向けた全国会議	【共】	全国	いわて県民情報交流センター アイーナ、盛岡市肴町アーケード、あしがくぼ笑楽校、秩父宮記念市民会館、防災新館やまなしプラザ、日野春學舎(旧日野春小学校)、ポーダレス・アートミュージアムNO-MA、旧増田邸、まちや倶楽部、滋賀県立芸術劇場びわ湖ホール、近江八幡市文化会館、ヴィラアンジェリカ近江八幡	令和3年10月16日～24日、30日～11月7日、12月21日～26日、 令和4年2月11日～3月21日
企画展「国立公園 —その自然には、物語がある—」連携事業	株式会社日本国際放送	【食】	全国、オンライン	国内観光地、国立公園内のビジターセンター、海外向けテレビチャンネル、ジャパン・ハウス(ロサンゼルス)他	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
*新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

イノベーション型プロジェクト

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
みんなの花火 ～誰もがつながり楽しめる花火～	一般社団法人日本花火推進協会	【生】	青森県、山梨県、長野県、大阪府、オンライン	大阪府泉佐野市、青森県弘前市、長野県長野市、山梨県笛吹市	令和3年8月10日～11月28日
しあわせはこぶ旅 モッコが復興を歩む東北からTOKYOへ	公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会	【復】	岩手県、宮城県、福島県、東京都	高田松原津波復興祈念公園、千年希望の丘 相野釜公園、雲雀ヶ原祭場地(相馬野馬追祭場地)、新宿御苑	令和3年5月15日～7月17日
ファンタスティックいわて 一復興フェスティバル*	幸せ出ずる国いわて実行委員会	【復】	岩手県	高田松原津波復興祈念公園 特設ステージ	令和3年5月1日～令和4年2月28日
“夢の時間”伝統芸能とのコラボレーションによる教育・地域文化への貢献プロジェクト	アートフェア東京2021	【生】	福島県、沖縄県、岐阜県	①鶴ヶ城、中城城 ②羽島市不二羽島文化センタースカイホール	①令和3年10月19日、11月20日 ②令和4年1月10日
エキサイト'21*	まちづくり鹿嶋株式会社	【生】	茨城県	一の鳥居側特設会場他	令和3年7月22日～10月3日
“Edible Art” ～田んぼアート米を活用した6次化製品開発と田んぼをキャンパスに描かれる壮大なアートの魅力国内外発信プロジェクト～	田んぼアート米づくり体験事業推進協議会	【食】	埼玉県	古代蓮の里	令和3年4月1日～令和4年2月28日
自然への信仰と日本文化の形成を訪ねて ～「神宿る島」沖ノ島を中心とした広域連携企画～*	「神宿る島」宗像・沖ノ島と関連遺産群保存活用協議会	【美】	千葉県、東京都、静岡県、三重県、大阪府、島根県、福岡県	東京ミッドタウン、国立歴史民俗博物館、富士山世界遺産センター、斎宮歴史博物館、堺市博物館、百舌鳥古墳群ビジターセンター、近つ飛鳥博物館、古代出雲歴史資料館、宗像大社神宝館、海の道むなかた館、カメラアホール、九州国立博物館、九州歴史資料館	令和3年7月～令和4年2月
国立科学博物館・竹中大工道具館共同企画展「木組 分解してみました」	独立行政法人国立科学博物館、公益財団法人竹中大工道具館	【美】	東京都	国立科学博物館	令和3年10月13日～11月24日
THE HEROES 刀剣×浮世絵 一武者たちの物語	株式会社日本経済新聞社	【美】	東京都	六本木ヒルズ 森アーツセンターギャラリー	令和4年1月21日～3月25日
国際将棋フェスティバル2021	公益社団法人日本将棋連盟	【生】	東京都、大阪府	東京将棋会館、浅草橋ヒューリックホール、関西将棋会館	令和3年10月15日～17日
生誕260年記念企画 特別展「北斎づくし」イマーシブシアター	凸版印刷株式会社	【美】	東京都	東京ミッドタウン・ホール	令和3年7月22日～9月17日
東北・新潟の復興と伝統文化の魅力を体験できる「東北ハウス」事業	東北・新潟の情報発信拠点事業「東北ハウス」実行委員会	【復】	東京都、オンライン	アキバ・スクエア	アキバ・スクエア：令和3年7月22日～8月7日 オンライン：令和3年8月24日～令和4年1月24日
東京ピエンナーレ2020/2021*	一般社団法人東京ピエンナーレ	【美】	東京都	千代田区、中央区、文京区、台東区にまたがる東京都心北東エリアの歴史的建築物、公共空間、学校、店舗屋上、遊休化した建物他(90会場)	令和3年7月10日～9月6日(一部延期プロジェクトあり)
日本とバチカン文化交流プロジェクトー長崎の自然と文化体験コンテンツの創成	公益財団法人角川文化振興財団	【共】	東京都、オンライン	上智大学ソフィアタワー	令和3年4月1日～令和4年2月28日
ないじえる芸術共創ラボ 古N典ボラリアート！ IN NIPPON PART II	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	【美】	東京都	コトブキヤホール、国文学研究資料館	令和3年4月1日～令和4年2月28日
東京藝大「I LOVE YOU」プロジェクト2021	東京藝術大学	【共】	東京都他	東京藝術大学上野キャンパス他	令和3年4月1日～令和4年2月28日
落合陽一×日本フィルハーモニー交響楽団プロジェクト VOL.5《醸化する音楽会》	公益財団法人日本フィルハーモニー交響楽団	【舞】	東京都	サントリーホール	令和3年8月11日
農業×浮世絵 日本の「食文化」と「自然」	株式会社NHKプロモーション	【食】	東京都、オンライン	①Farm Love withファーマーズ&キッズフェスタ：二子玉川ライズ ガレリア ②オンライン料理教室：Zoom ③みんなのきょうの料理 インスタライブクッキングショー：二子玉川ライズ ガレリア、Instagram ④海外向けFacebookライブ「浮世絵に見る江戸の食と食文化」：JAPAN concerge ⑤YouTuberが紹介する「浮世絵に見る江戸の食文化」：YouTube	①令和3年10月2日 ②令和3年11月14日、12月19日、令和4年1月16日 ③令和3年10月3日 ④令和3年11月7日 ⑤令和3年11月14日～

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
東京2020 NIPPON フェスティバル ONE -Our New Episode- Presented by Japan Airlines Our Glorious Future ~KANAGAWA 2021~ カガヤク ミライガミエル カナガワ 2021*	神奈川県、公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会	【共】	神奈川県、オンライン	①オンライン配信(無観客)：紅葉ヶ丘文化ゾーン他、神奈川県内(収録地) ②リアルイベント(一部事業)	①令和3年8月16日～9月10日 ②令和4年2月11日
万葉集編纂者・大伴家持ゆかりの地域「越中国」を訪ねて 令和の万葉大茶会2021 高岡大会	万葉大茶会実行委員会 2021	【生】	富山県	勝興寺、ホテルニューオータニ高岡	令和3年10月2日
富士山をはじめ富士吉田の文化資源を活かした芸術による情報発信事業*	株式会社オディブランニング	【舞】	山梨県、オンライン	北口本宮富士浅間神社、新倉山浅間公園(忠霊塔)、富士パインズパーク、富士山レーダードーム館、源氏(吉田のうどん)、西裏地区(いずれも収録地)、ふじさんホール(イベント雨天会場)	令和3年9月10日
北斎花火&歌舞伎花火 日本の伝統文化を世界にPRする山梨県市川三郷町との連携プロジェクト*	株式会社GO AHEAD	【生】	山梨県	市川三郷町 三郡橋下流笛吹川河畔	令和3年10月16日
やきもので繋ぐJOMON×未来 一多彩な表現展2021 一*	大塚オーミ陶業株式会社	【美】	滋賀県	滋賀県立陶芸の森	令和3年8月21日～9月26日
伝教大師1200年大遠忌 最澄と比叡山	宗教法人延暦寺	【美】	滋賀県	比叡山延暦寺他	令和3年9月12日～12月12日
KYOTOGRAPHIE 京都国際写真祭2021	一般社団法人 KYOTOGRAPHIE	【美】	京都府	京都文化博物館 別館他	令和3年9月18日～10月17日
“共創”文化が繋ぐ 伝統産業プロジェクト*	京都市	【生】	京都府	京都伝統産業ミュージアム、宮川町 花傳他	令和3年9月1日～令和4年2月28日
「KYOTO EXPERIMENT ミーティングポイント」プロジェクト ~京都の文化資源を活かした交流の広場	京都市	【美】	京都府	ロームシアター京都 ローム・スクエア	令和3年10月1日～24日
KANSAI COLLECTION 2021 AUTUMN & WINTER	関西コレクション実行委員会	【生】	大阪府	京セラドーム大阪	令和3年9月5日
Study：大阪関西国際芸術祭	株式会社アートローク	【美】	大阪府	グランフロント大阪、船場エクセルビル他	令和4年1月28日～2月13日
熊本城天守閣完全復旧を契機にした「熊本城下町復興周遊プロジェクト」*	主催：読売広告社、熊本市協力：熊本城事務所	【復】	熊本県	熊本市内各地	令和3年9月15日～令和4年2月28日
やんばるアートフェスティバル 2021-2022	やんばるアートフェスティバル実行委員会	【美】	沖縄県	沖縄本島北部地域の各会場	令和3年12月18日～令和4年1月16日
世界遺産リレー催事による日本文化発信プロジェクト*	世界遺産リレー催事実行委員会	【美】	全国	全国の世界遺産地域(19遺産・55市町村)	令和3年4月1日～令和4年2月15日
Media Ambition Tokyo 2021*	一般社団法人メディアアンビショントウキョウ	【メ】	全国	六本木ヒルズ 東京シティービュー他	令和3年5月12日～6月8日
「バーチャルTGC×文化財」最先端テクノロジーを活用した新しい魅力発信	株式会社W TOKYO	【デ】	オンライン		令和3年4月1日～10月31日
神・鬼・麗 三大能∞2020*	東映株式会社	【舞】	オンライン	丸の内TOEI(収録地)	令和3年8月27日～令和4年2月28日
ONE -Our New Episode- MAZEKOZE アイランドツアー	公益財団法人東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会	【共】	オンライン		令和3年8月22日
日本元気プロジェクト2021 世界遺産ランウェイ in 富士山*	株式会社山本寛齋事務所	【デ】	オンライン	山梨県富士吉田市(収録地)	ファッションムービー：令和3年8月21日 ドキュメントムービー：令和3年8月28日
NINJA PROJECT*	エイベックス・エンタテインメント株式会社	【美】	オンライン		令和3年12月15日～令和4年2月28日(以降も継続)

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

文化資源活用推進事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
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※	札幌市、公益財団法人パシフィック・ミュージック・フェスティバル組織委員会	【生】	北海道	札幌コンサートホール Kitara、豊平館、函館市芸術ホール	令和3年7月23日～27日(令和3年7月23日～8月1日の予定だったが、新型コロナウイルス感染症の影響により後半のプログラムを取りやめ)
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・地域経済活性化事業	札幌市	【美】	北海道	札幌市中心部他	令和3年4月1日～令和4年3月31日
「房総里山芸術祭 いちはらアート×ミックス」を核としたアートによるまちづくり※	市原市	【美】	千葉県	小湊鉄道を軸とした周辺エリア	令和3年11月19日～12月26日
創造的イlluminateーション事業(ヨルノヨ)	横浜市	【メ】	神奈川県	新港中央広場、横浜港大さん橋国際客船ターミナル	令和3年11月18日～12月26日
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※	横須賀市	【メ】	神奈川県	猿島、記念艦 三笠他	令和3年7月1日～令和4年3月6日
霊峰大山で出会う日本の伝統・江戸の粋	伊勢原市	【美】	神奈川県	①大山阿夫利神社社務局、能楽殿 ②日向山宝城坊	①令和3年10月5日・6日 ②令和3年11月27日～令和4年1月31日(令和3年12月20日～令和4年1月10日を除く)
新潟発！縄文からつづく文化の魅力体験・発信事業	新潟県	【生】	新潟県	新潟県内各地	令和3年11月7日～令和4年3月31日
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※	富山県	【舞】	富山県	富山県利賀芸術公園	令和3年4月1日～令和4年3月31日
いしかわ・金沢風と緑の楽都音楽祭開催事業※	石川県	【生】	富山県、石川県、福井県	石川県立音楽堂、北國新聞赤羽ホール他	令和3年4月9日～令和4年1月10日
「北アルプス国際芸術祭」を核としたアートによる持続可能なまちづくり※	北アルプス国際芸術祭実行委員会	【美】	長野県	長野県大町市全域	令和3年8月21日～11月21日
名古屋 台地の縁と Heritage をつなぐ1万年アートプロジェクト	なごや日本博事業実行委員会	【美】	愛知県	名古屋城、四間道、納屋橋、熱田宮の渡し	令和3年11月12日～28日
京都府域展開アートプロジェクト「もうひとつの京都」※	京都府	【美】	京都府	三津漁港、旧加悦町役場庁舎、天橋立、福知山城、JR八木駅前商店街、石清水八幡宮他	令和3年10月1日～11月7日
京都の美・日本の美・百花爛漫～日本の博覧会150年紀～	京都市	【美】	京都府	京都市京セラ美術館	令和3年4月1日～令和4年3月31日
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	京都市	【メ】	京都府	みやこめっせ(メイン会場)、京都国際マンガミュージアム、東映太秦映画村他	令和3年4月1日～令和4年3月31日
シルクロードいま昔	KYOTO STEAM 一世界文化交流祭一実行委員会	【舞】	京都府	平安神宮 神苑(尚美術館)、ロームシアター京都館内、岡崎公園	令和3年12月25日・26日
大阪文化芸術フェス事業	大阪府	【舞】	大阪府	万博記念公園、蟻通神社、水無瀬神宮、府立狭山池博物館、鴻池新田会所、楠公誕生地他	令和3年9月4日～令和4年1月16日
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	堺市	【生】	大阪府	フェニーチェ堺 大ホール他	令和3年4月1日～令和4年3月31日
日本の美 城下町文化 と日本の面影 体感プロジェクト※	松江市	【生】	島根県	小泉八雲記念館他	令和3年4月1日～令和4年3月31日
山口ゆめ回廊博覧会を契機とした「アートで奏でる大内文化」交流創造・発信事業※	山口市	【メ】	山口県	山口市内	令和3年4月1日～令和4年3月31日
アニメの聖地とくしま！ニューノーマル対応「マチ★アソビ」による地域活性化事業※	徳島県商工労働観光部にぎわいづくり課	【メ】	徳島県	徳島市内	令和3年5月15日～10月31日
東アジア文化都市北九州2020▶21推進事業※	東アジア文化都市北九州実行委員会	【舞】	福岡県	北九州市芸術劇場他	令和3年4月1日～令和4年3月31日
創造県おおいた国際発信事業※	大分県	【共】	大分県	別府市内	令和3年12月18日～令和4年2月13日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

国際的文化フェスティバル展開推進事業(長期開催型)

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
アース・セレブレーションを核とした佐渡の国際的フェスティバル展開事業※	アース・セレブレーション実行委員会	【生】	新潟県	佐渡島	令和3年4月1日～令和4年3月31日
「大地の芸術祭の里」ブランディング強化による国際的価値創造事業※	十日町市(大地の芸術祭実行委員会)	【美】	新潟県	越後妻有地域(十日町市・津南町)	令和2年4月1日～令和4年3月31日

地域ゆかりの文化資産を活用した展覧会支援事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
プライム企画展「紅と藍 ーくらしを彩るー」Golden Red from Safflower and Japan Blue from Indigo plant※	山形県立博物館	【美】	山形県	山形県立博物館	令和3年9月25日～12月12日
土浦市立博物館第43回特別展 八田知家と名門常陸小田氏	土浦市立博物館	【美】	茨城県	土浦市立博物館 展示室2・3	令和4年3月19日～5月8日
筑西市ゆかりの文化資産を活用した「板谷波山」展覧会事業	筑西市	【美】	茨城県	しもたて美術館、板谷波山記念館、廣澤美術館	令和4年4月16日～6月19日
茨城ゆかりの文化資産を活用した「華麗なる明治ー宮廷文化のエッセンスー」展覧会事業(令和3年度特別展)	公益財団法人茨城県教育財団	【美】	茨城県	茨城県立歴史館	令和4年2月19日～4月10日
益子陶芸美術館企画展「バーナード・リーチ ー100年の奇跡ー」展覧会開催事業	益子町	【美】	栃木県	益子陶芸美術館、陶芸メッセ・益子	令和3年6月13日～8月22日
「春日神霊の旅ー杉本博司 常陸から大和へー」展覧会事業	春日神霊の旅展実行委員会	【美】	神奈川県	神奈川県立金沢文庫	令和4年1月29日～3月21日
特別展「開基500年記念 早雲寺ー戦国大名北条氏の遺産と系譜ー」※	神奈川県立歴史博物館	【美】	神奈川県	神奈川県立歴史博物館	令和3年10月16日～12月5日
新館オープン1周年記念・夏季特別展「形をうつすー文化財資料の新たな活用ー」	新潟県十日町市	【美】	新潟県	十日町市博物館	令和3年6月1日～7月4日
日本遺産サミット記念特別展「未来への遺産 九谷焼が京焼に接すると…」	小松市立本陣記念美術館	【美】	石川県	小松市立本陣記念美術館	令和3年10月2日～11月28日
企画展「加賀百万石 文武の誉れー歴史と継承ー」※	石川県立美術館	【美】	石川県	石川県立美術館	令和3年7月10日～30日
福井県陶芸館 開館50周年記念特別展「ECHIZEN BRAND」※	福井県陶芸館	【美】	福井県	福井県陶芸館、越前古窯博物館	令和3年6月26日～令和4年1月31日
特別展「菱田春草ー没後110年・故郷につどう珠玉の名画ー」開催事業	飯田市	【美】	長野県	飯田市美術博物館	令和3年10月9日～11月7日
特別展「波瀟を越えてー鑑真和上と美濃の僧・栄叡ー」	波瀟を越えて展実行委員会	【美】	岐阜県	岐阜市歴史博物館	令和3年10月8日～11月23日
浜松ゆかりの文化資産を活用した「遠州の民藝」展開事業	民芸展実行委員会	【美】	静岡県	浜松市美術館	令和3年4月1日～7月30日 「遠州の民藝」展：令和3年5月15日～6月27日
中国陶磁史への概観と唐物への憧れに始まる日本陶磁の展開プロジェクト	愛知県	【美】	愛知県	愛知県陶磁美術館	令和3年10月9日～12月12日
名古屋ゆかりの文化資産を活用した特別展「大雅と蕪村」開催事業	「大雅と蕪村」実行委員会	【美】	愛知県	名古屋市博物館	令和3年12月4日～令和4年1月30日
桑名市博物館創設50年・本多忠勝桑名入封420年特別企画展「本多忠勝と桑名」	桑名市博物館	【美】	三重県	桑名市博物館	令和3年10月23日～11月28日
丹波地域ゆかりの歴史文化資産を世界に発信事業ー丹波亀山城と円山応挙を題材としたデジタル展覧会ー	亀岡市文化資料館	【美】	京都府	亀岡市文化資料館	令和3年11月3日～12月12日、令和4年2月11日～3月13日
丹後地域ゆかりの文化資産を活用した「玉の輿」大名家の栄光と苦悩ー徳川綱吉・桂昌院と宮津藩本庄松平家」展覧会事業	京都府立丹後郷土資料館	【美】	京都府	京都府立丹後郷土資料館	令和3年11月23日～12月12日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
秋季企画展「やわたで愛された地域のたからもの～つながる文化財～」	八幡市ゆかりの文化資産活用実行委員会	【美】	京都府	八幡市立松花堂美術館	令和3年10月23日～12月5日
大阪を中心とする関西地域ゆかりの文化資産を活用した「聖徳太子」展覧会事業	聖徳太子実行委員会	【美】	大阪府	大阪市立美術館	令和3年9月4日～10月24日
生誕110年記念 糸園和二郎展～魂の祈り、沈黙のメッセージ～	公益財団法人大分県芸術文化スポーツ振興財団・大分県立美術館	【美】	大分県	大分県立美術館	令和3年9月18日～10月31日
都城県置県150年記念「都城県誕生～近代都城の出発～」開催事業	都城市教育委員会 都城島津邸	【美】	宮崎県	都城島津邸	令和3年10月16日～11月28日
開館40周年記念特別展「日本美術の源流—雪舟・狩野派から近代美術—」	都城市立美術館特別展実行委員会	【美】	宮崎県	都城市立美術館	令和3年10月30日～12月5日

参画型プロジェクト

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
国立アイヌ民族博物館第2回特別展示「ゴールデンカムイ トゥラノ アプカシアン—杉元佐一とアシリバが旅する世界—」	国立アイヌ民族博物館	【美】	北海道	国立アイヌ民族博物館 特別展示室	令和3年7月3日～8月22日
国立アイヌ民族博物館特別展／国立民族学博物館巡回展「ビーズ アイヌモシリから世界へ」※	国立アイヌ民族博物館	【美】	北海道	国立アイヌ民族博物館 特別展示室	令和3年10月2日～12月5日
三原順の世界展 没後25年～生涯と復活の軌跡～※	ムーンライティング	【メ】	北海道	札幌市民交流プラザ 1階 SCARTSコート	令和3年7月22日～8月15日
発掘された日本列島2021※	文化庁	【美】	北海道、群馬県、東京都	①江戸東京博物館 ②苫小牧市美術博物館 ③群馬県立歴史博物館	①令和3年6月5日～7月4日 ②令和3年7月31日～8月27日 ③令和3年10月9日～11月21日
東日本大震災復興祈念事業 復曲能「名取ノ老女」狂言「舟渡唄」	主催：名取市、公益財団法人名取市文化振興財団、東北放送 制作：国立能楽堂	【舞】	宮城県	名取市文化会館 大ホール	令和3年10月3日
今石洋之の世界『グレンラガン』『キルラキル』『プロメア』を作った男	株式会社KADOKAWA	【メ】	埼玉県	EJアニメミュージアム	令和3年5月29日～6月27日
浮世絵劇場 from Paris	公益財団法人角川文化振興財団	【メ】	埼玉県	角川武蔵野ミュージアム	令和3年10月30日～令和4年4月10日
FOODEX Japan 2021 出展事業	日本酒造組合中央会	【食】	千葉県	幕張メッセ	令和3年3月9日～12日
アートフェア東京2021	一般社団法人アート東京	【美】	東京都	東京国際フォーラム ホールE・ロビーギャラリー	令和2年3月18日～21日
伶楽舎 雅楽コンサート	西東京市保谷こもれびホール指定管理者	【生】	東京都	西東京市保谷こもれびホール	令和3年3月7日
聖徳太子1400年遠忌記念特別展「聖徳太子と法隆寺」	独立行政法人国立文化財機構 奈良国立博物館、独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館	【美】	奈良県、東京都	①奈良国立博物館 ②東京国立博物館	①令和3年4月27日～6月20日 ②令和3年7月13日～9月5日
【開館55周年記念特別展】川合玉堂—山崎種二が愛した日本画の巨匠—	山種美術館	【美】	東京都	山種美術館	令和3年2月6日～4月4日
【開館55周年記念特別展】百花繚乱—華麗なる花の世界—	山種美術館	【美】	東京都	山種美術館	令和3年4月10日～6月27日
【開館55周年記念特別展】山種美術館所蔵 浮世絵・江戸絵画名品選—写楽・北斎から琳派まで—	山種美術館	【美】	東京都	山種美術館	令和2年7月3日～8月29日
【開館55周年記念特別展】速水御舟と吉田善彦—師弟による超絶技巧の競演—	山種美術館	【美】	東京都	山種美術館	令和3年9月9日～11月7日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
【開館55周年記念特別展】奥村土牛—山崎種二が愛した日本画の巨匠 第2弾—	山種美術館	【美】	東京都	山種美術館	令和3年11月13日～令和4年1月23日
【開館55周年記念特別展】上村松園・松篁—美人画と花鳥画の世界—	山種美術館	【美】	東京都	山種美術館	令和3年2月5日～4月17日
特別展 小村雪岱スタイル—江戸の粋から東京モダンへ	公益財団法人三井文庫 三井記念美術館	【美】	東京都	三井記念美術館	令和3年2月6日～4月18日
岩崎家のお雛さま	公益財団法人静嘉堂 静嘉堂文庫美術館	【美】	東京都	静嘉堂文庫美術館	令和3年2月20日～3月28日
喜劇 お染与太郎珍道中	松竹株式会社	【舞】	東京都、京都府	①新橋演舞場 ②南座	①令和3年2月1日～17日 ②令和3年2月21日～27日
未来記の番人	松竹株式会社	【舞】	東京都、愛知県、大阪府、福岡県	①新橋演舞場 ②日本特殊陶業市民会館 ③久留米シティプラザ ④大阪松竹座	①令和3年3月12日～21日 ②令和3年3月27日 ③令和3年3月30日 ④令和3年4月3日～11日
二月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年2月2日～27日
三月大歌舞伎(歌舞伎座)※	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年3月4日～29日
渋谷・コクーン歌舞伎 第十七弾 夏祭浪花鑑(シアターコクーン)※	松竹株式会社、Bunkamura	【舞】	東京都	Bunkamura シアターコクーン	令和3年5月6日～30日
四月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年4月3日～28日
五月大歌舞伎(歌舞伎座)※	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年5月3日～28日
六月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年6月3日～28日
七月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年7月4日～29日
十月新派特別公演	松竹株式会社	【舞】	東京都	新橋演舞場	令和3年10月2日～25日
九月大歌舞伎(歌舞伎座)※	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年9月2日～27日
十月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年10月2日～27日
舟木一夫特別公演	松竹株式会社	【舞】	東京都	新橋演舞場	令和3年12月3日～21日
吉例顔見世大歌舞伎(歌舞伎座)※	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年11月1日～26日
十二月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和3年12月1日～26日
渋谷・コクーン歌舞伎 第十八弾 天日坊(シアターコクーン)	松竹株式会社、Bunkamura	【舞】	東京都	Bunkamura シアターコクーン	令和4年2月1日～26日
壽 初春大歌舞伎(歌舞伎座)※	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和4年1月2日～27日
二月大歌舞伎(歌舞伎座)	松竹株式会社	【舞】	東京都	歌舞伎座	令和4年2月1日～25日
国立劇場2月文楽公演※	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年2月6日～22日
令和3年3月歌舞伎公演	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 大劇場	令和3年3月4日～27日
外国人のための能楽鑑賞教室 Discover NOH & KYOGEN	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂	【舞】	東京都	国立能楽堂	令和3年10月21日
月間特集 日本人と自然※	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂	【舞】	東京都	国立能楽堂	令和3年4月～6月
特別展「日本人と自然 能楽と日本美術」※	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂	【美】	東京都	国立能楽堂 資料展示室	令和3年4月7日～6月27日
入門展「能楽入門」	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂	【美】	東京都	国立能楽堂 資料展示室	令和3年7月7日～10月30日
国立劇場5月文楽公演※	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年5月12日～16日(5月9日～11日、18日～26日は中止)
国立劇場文楽若手会	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年6月24日・25日
国立能楽堂 7月・8月企画公演	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立能楽堂	【舞】	東京都	国立能楽堂	令和3年7月～8月
令和3年8月歌舞伎俳優既成者研修発表会 第27回稚魚の会・歌舞伎会合同公演	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年8月18日～22日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
令和3年8月歌舞伎音楽既成者 研修発表会 第23回音の会	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年8月13日・14日
演芸資料展 「江戸の名どころ啣めぐり」	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立演芸場	【美】	東京都	国立演芸場 1階 演芸資料展示室	令和3年8月1日～11月23日
企画展示 「舞台の花鳥風月一装いの美」	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【美】	東京都	国立劇場 伝統芸能情報館 1階 情報展示室	令和3年10月2日～ 令和4年1月27日
令和3年10月歌舞伎公演 『遠し狂言 伊勢音頭恋寝刃』	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 大劇場	令和3年10月2日～26日
令和3年11月歌舞伎公演 『一谷嫩軍記』	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 大劇場	令和3年11月2日～25日
令和3年10月 第198回 邦楽公演 「文案素浄瑠璃の会」	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年10月23日
令和3年12月文楽公演 『仮名手本忠臣蔵』	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年12月4日～17日
令和3年12月文楽鑑賞教室 解説 文楽の魅力・「新版歌祭文」	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 小劇場	令和3年12月4日～17日
令和4年初春歌舞伎公演 『通し狂言 南総里見八犬伝』	独立行政法人日本芸術文化振興会 国立劇場	【舞】	東京都	国立劇場 大劇場	令和4年1月3日～27日
企画展 彩られた紙 ～料紙装飾の世界～	公益財団法人大倉文化財団 大倉集古館	【美】	東京都	大倉集古館	令和3年4月6日～6月6日
「あやしい絵展」※	独立行政法人国立美術館 東京国立近代美術館	【美】	東京都	東京国立近代美術館	令和3年3月23日～4月24日 (4月25日～5月16日は臨時休館)
旅立ちの美術	公益財団法人静嘉堂 静嘉堂文庫美術館	【美】	東京都	静嘉堂文庫美術館	令和3年4月10日～6月13日 (4月25日～5月31日は臨時休館)
第7回 品川能楽鑑賞会 品川薪能※	品川区	【舞】	東京都	文庫の森	令和3年5月28日(中止)
伝教大師1200年大遠忌記念 特別展「最澄と天台宗のすべて」	独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館、独立行政法人国立文化財機構 九州国立博物館、独立行政法人国立文化財機構 京都国立博物館	【美】	東京都、福岡県、京都府	①東京国立博物館 ②九州国立博物館 ③京都国立博物館	①令和3年10月12日～11月21日 ②令和4年2月8日～3月21日 ③令和4年4月12日～5月22日
東京マンドリン・アンサンブル コンサート2021	東京マンドリン・アンサンブル コンサート実行委員会	【生】	東京都	日本青年館ホール	令和3年6月6日
2021日本博「ウイズコロナ時代、 まち・ひと・しごと地域循環共生 圏」東京&富山フォーラム	未来観光戦略会議	【共】	東京都、富山県	①大手門タワー・ENEOSビル ②富山国際会議場	①令和3年3月13日 ②令和3年11月27日
東京国立博物館 総合文化展	独立行政法人国立文化財機構 東京国立博物館	【美】	東京都	東京国立博物館	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
フジフィルム スクエア 企画写真展 立木義浩写真展「遍照」 ～世界遺産 東寺～	富士フィルム株式会社	【美】	東京都	フジフィルム スクエア	令和3年6月11日～30日
フジフィルム スクエア 企画写真展 「魅力発見! 日本の世界文化遺産」 ～写真が語る日本の歴史～	富士フィルム株式会社	【美】	東京都	フジフィルム スクエア	令和3年7月1日～20日
フジフィルム スクエア 企画写真展 「日本人の魂・富嶽今昔(こんじゃく) 三十六景」～北斎と4人の巨匠たち～	富士フィルム株式会社	【美】	東京都	フジフィルム スクエア	令和3年7月21日～8月19日
フジフィルム スクエア 企画写真展 織作峰子写真展 「Homage to Hokusai」～悠久の時を旅して～	富士フィルム株式会社	【美】	東京都	フジフィルム スクエア	令和3年7月21日～8月19日
日本博ポスター展	文化庁	【デ】	東京都	霞が関コモンゲート西館2階通路	令和3年3月8日～19日
Fusion～間島秀徳 Kinesis/水の 宇宙&大倉コレクション～	公益財団法人大倉文化財団 大倉集古館	【美】	東京都	大倉集古館	令和3年6月15日～8月15日
OTAKU SUMMIT 2020※	OTAKU SUMMIT 2020 実行委員会	【メ】	東京都	としま区民センター	令和3年6月26日・27日
こどものためのバレエ劇場2021 「竜宮りゅうぐう」 ～竜の姫と季(とき)の庭～	公益財団法人新国立劇場 運営財団	【舞】	東京都	新国立劇場 オペラパレス	令和3年7月24日～27日
新国立劇場ダンス 2020/2021 シーズン Co.山田うん 「オバケッタ」	公益財団法人新国立劇場 運営財団	【舞】	東京都	新国立劇場 小劇場	令和3年7月2日～4日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
第8回日展 —日本美術展覧会—	公益社団法人日展	【美】	東京都	国立新美術館	令和3年10月29日～11月21日
川瀬巴水展—旅と郷愁の風景— (SOMPO美術館)	損害保険ジャパン株式会社、 公益財団法人SOMPO美術財団	【美】	東京都	SOMPO美術館	令和3年10月2日～12月26日
企画展 能 Noh—秋色モード—	公益財団法人大倉文化財団 大倉集古館	【美】	東京都	公益財団法人大倉文化財団 大倉集古館	令和3年8月24日～10月24日
生誕120年 円谷英二展	独立行政法人国立美術館 国立映画アーカイブ	【メ】	東京都	独立行政法人国立美術館 国立映画アーカイブ展示室 7階	令和3年8月17日～11月23日
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	東京都、公益財団法人東京 都歴史文化財団 アー ツカウンシル東京、港区、 六本木アートナイト実行 委員会	【美】	東京都、オンライン	六本木ヒルズ、森美術館、東京ミッド タウン、サントリー美術館、21_21 DESIGN SIGHT、国立新美術館、六 本木商店街、その他六本木地区の協 力施設や公共スペース	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
三井記念美術館コレクション名品展 自然が彩る かたちとところ —絵画・茶道具・調度品・能装束など—※	公益財団法人三井文庫 三井記念美術館	【美】	東京都	三井記念美術館	令和3年7月10日～8月22日
第68回日本伝統工芸展	公益社団法人日本工芸会	【美】	東京都	日本橋三越本店	令和3年9月15日～27日
KAMI CHARISMA 東京 2022 アワード	KAMI CHARISMA 実行 委員会	【生】	東京都	帝国ホテル 富士の間	令和3年12月7日
Birth それぞれの始まり	公益財団法人ポーラ伝統 文化振興財団	【美】	東京都	すみだリバーサイドホール ギャラリー	令和3年12月4日～11日
四季と生き物たち(写真展)	独立行政法人国立科学博 物館	【食】	東京都	国立科学博物館附属自然教育園 展示 ホール	令和3年11月20日～ 令和4年1月30日
バーチャル運慶 meets 鎌倉 BUSHIDO～写経とミニ仏像作 成で発願体験する～※	鎌倉武士文化活用協議会	【美】	神奈川県	浄楽寺	令和3年7月～
イマジンワールド「2020+1」 ～世界はきっと、ひとつになれる ～写真展	一般社団法人イマジンワ ールド	【共】	神奈川県	横浜市開港記念会館(JACKの塔)	令和3年10月31日
令和2年度さんじょう遺跡物語展 示会「遺跡発掘調査速報展2021」	三条市	【美】	新潟県	三条市歴史民俗産業資料館	令和3年2月11日～3月21日
笛人本宮宏美ふるさとコンサート 2021	オトノハコ株式会社	【生】	新潟県	燕市文化会館	令和3年12月10日
佐渡金銀山 世界遺産登録推進 事業 第3回 秋の収穫祭	特定非営利活動法人食と 夕日の佐渡島	【美】	新潟県	あいかわ開発総合センター	令和3年11月6日
奥能登国際芸術祭2020+※	奥能登国際芸術祭実行委 員会	【美】	石川県	珠洲市内一円	令和3年9月4日～11月5日
春の加賀百万石文化めぐり※	兼六園周辺文化の森等活 性化推進実行委員会	【美】	石川県	石川県立美術館、 石川県立歴史博物館他	令和3年4月1日～6月30日
夏に加賀百万石文化めぐり※	兼六園周辺文化の森等活 性化推進実行委員会	【美】	石川県	石川県立美術館、 石川県立歴史博物館他	令和3年7月1日～8月31日
秋に加賀百万石文化めぐり	兼六園周辺文化の森等活 性化推進実行委員会	【美】	石川県	石川県立美術館、 石川県立歴史博物館他	令和3年9月1日～11月30日
冬に加賀百万石文化めぐり	兼六園周辺文化の森等活 性化推進実行委員会	【美】	石川県	石川県立美術館、 石川県立歴史博物館他	令和3年12月1日～ 令和4年3月31日
金沢城・兼六園 四季物語※	石川の四季観光キャン ペーン実行委員会	【生】	石川県	金沢城、兼六園	観桜期：令和3年3月27日～4月 2日 春の段(中止)：令和3年4月30日 ～5月4日 初夏の段(中止)：令和3年5月31 日、6月4日～6日 ホテル観賞会：令和3年7月2日・ 3日・9日・10日 夏の段(中止)：令和3年7月22日 ～24日、30日・31日、8月6日～8日、 13日～15日、20日・21日 秋の段：令和3年11月6日～28日 冬の段(中止)：令和4年1月28日 ～2月12日、18日・19日
国立工芸館石川移転開館記念展III 近代工芸と茶の湯のうつわ —四季のしつらい—※	国立工芸館	【美】	石川県	国立工芸館	令和2年4月29日～7月4日 (5月12日～6月13日は臨時休館)

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
たんけん！こども工芸館 ジャングル⇄パラダイス*	国立工芸館	【美】	石川県	国立工芸館	令和3年7月17日～30日
国立工芸館石川移転開館1周年 記念展 《十二の鷹》と明治の工 芸一万博出品時代から今日まで 変わりゆく姿	国立工芸館	【美】	石川県	国立工芸館	令和3年10月9日～12月12日
めぐるアール・ヌーヴォー展 モードのなかの日本工芸とデザイン	国立工芸館	【美】	石川県	国立工芸館	令和3年12月25日～ 令和4年3月21日
梅之木縄文ムラ Living Prehistory 体感プログラム事業	梅之木縄文ムラ活用促進 協議会	【美】	山梨県	史跡梅之木遺跡公園	令和3年4月～随時
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	岐阜県教育文化財団	【舞】	岐阜県	ぎふ清流文化プラザ	令和3年2月6日・7日
tomoni アートフェスティバル2021 音楽座ぎふ・プレゼンツ 第6回清流ふれ愛コンサート	公益財団法人岐阜県教育 文化財団	【舞】	岐阜県	ぎふ清流文化プラザ 長良川ホール	令和3年12月5日
全国障害者芸術・文化祭サテラ イト開催事業 tomoni アートの フェスティバル2021 いろんな みんなの展覧会 芽が、でる。	公益財団法人岐阜県教育 文化財団	【共】	岐阜県	ぎふ清流文化プラザ	令和3年11月19日～23日
クイズで楽しむ 富嶽三十六景と東海道五十三次	公益財団法人岡田茂吉美 術文化財団	【美】	静岡県	MOA美術館	令和3年7月30日～9月7日
#琳派	公益財団法人岡田茂吉美 術文化財団	【美】	静岡県	MOA美術館	令和3年9月10日～11月24日
所蔵 茶の湯の道具	公益財団法人岡田茂吉美 術文化財団	【美】	静岡県	MOA美術館	令和3年9月10日～11月24日
Grandscape 浜名湖@館山寺 2021*	株式会社 Hamanako Destination	【舞】	静岡県	浜名湖館山寺ベイガーデン横特設会場	令和3年11月18日～23日
「第一次天正伊賀の乱」体感プロ グラム ～忍道初伝の巻～*	日本忍者協議会	【美】	三重県	丸山城跡	令和3年3月12・13日、11月21日
三月花形歌舞伎（南座）	松竹株式会社	【舞】	京都府	南座	令和3年3月6日～21日
南座七月 坂東玉三郎 特別舞踊公演	松竹株式会社	【舞】	京都府	南座	令和3年7月24日～28日
南座八月 坂東玉三郎 特別舞踊公演	松竹株式会社	【舞】	京都府	南座	令和3年8月2日～24日
吉例顔見世興行（南座）	松竹株式会社	【舞】	京都府	南座	令和3年12月2日～23日
Living History in 京都御所 ～生きた歴史体感プログラム～*	Living History in 京都御 所運営協議会	【生】	京都府	京都御所及びその関連施設、 京都府庁舎、京都市庁舎	令和3年11月21日
京都着物Runway2021*	京都着物Runway事務局	【デ】	京都府	平安神宮会館	令和3年7月21日
NAKED FLOWERS 2021 ～桜～世界遺産・二条城	株式会社ネイキッド	【美】	京都府、オンライン	元離宮二条城	令和3年3月19日～4月11日
二条城×ネイキッド 二条城夏まつり2021 ～ネイキッド万華鏡花火～*	株式会社ネイキッド	【美】	京都府、オンライン	元離宮二条城	令和3年7月21日～9月5日
「CONNECT ⇄」 ～つながる・つづく・ひろがる～	文化庁、独立行政法人国 立美術館 京都国立近代 美術館	【共】	京都府	京都国立近代美術館、京都市セラ 美術館、京都府立図書館、京都市動 物園、ロームシアター京都、京都市勤 業館みやこめっせ、kokoka 京都市国 際交流会館、京都文化博物館、京都 芸術センター、他京都府内4会場	令和3年12月2日～19日
鷹野隆大 毎日写真1999-2021	独立行政法人国立美術館 国立国際美術館	【美】	大阪府	国立国際美術館	令和3年6月29日～9月23日
企画展示「文楽の景色」 同時開催「文楽入門」*	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【美】	大阪府	国立文楽劇場 資料展示室	令和3年4月3日～5月23日
art stage OSAKA 2021*	一般社団法人アート東京	【美】	大阪府	堂島リバーフォーラム	令和3年6月10日～13日
第38回文楽鑑賞教室 「五条橋」解説 文楽へようこそ」 「卅三間堂棟由来」*	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【舞】	大阪府	国立文楽劇場	令和3年6月3日～17日
第163回文楽公演 夏休み文楽特別公演*	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【舞】	大阪府	国立文楽劇場	令和3年7月16日～8月3日
第164回文楽公演 錦秋文楽公演	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【舞】	大阪府	国立文楽劇場	令和3年10月30日～11月21日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

事業名	組織・団体名	主な分野	開催都道府県	開催会場	開催期間
第24回文楽素浄瑠璃の会	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【舞】	大阪府	国立文楽劇場	令和3年8月21日
常設展示 「文楽入門～文楽へようこそ～」*	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【美】	大阪府	国立文楽劇場 資料展示室	令和3年6月3日～9月20日
第165回文楽公演 文楽座命名 一五〇年 初春文楽公演	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【舞】	大阪府	国立文楽劇場	令和4年1月3日～26日
第196回大衆芸能公演	独立行政法人日本芸術文 化振興会 国立文楽劇場	【舞】	大阪府	国立文楽劇場	令和4年2月19日
七月大歌舞伎（大阪松竹座）	松竹株式会社	【舞】	大阪府	大阪松竹座	令和3年7月3日～18日
十月花形歌舞伎 GOEMON 石川五右衛門（大阪松竹座）	松竹株式会社	【舞】	大阪府	大阪松竹座	令和3年10月5日～27日
坂東玉三郎 初春特別舞踊公演 （大阪松竹座）	松竹株式会社	【舞】	大阪府	大阪松竹座	令和4年1月2日～23日
ARS VITA ESTA 藝術は人生～色彩画家の軌跡～	積水ハウス株式会社	【美】	大阪府	絹谷幸二 天空美術館	令和3年7月3日～12月13日
永遠にあたらしい!! 人類最古の壁画技法 アフレスコ	積水ハウス株式会社	【美】	大阪府	絹谷幸二 天空美術館	令和3年12月17日～ 令和4年6月27日
特別陳列「お水取り」	独立行政法人国立文化財 機構 奈良国立博物館	【美】	奈良県	奈良国立博物館	令和4年2月5日～3月27日
特別陳列「帝国奈良博物館の誕 生—設計図と工事録にみる建設 の経緯—」	独立行政法人国立文化財 機構 奈良国立博物館	【美】	奈良県	奈良国立博物館 西新館	令和3年2月6日～3月21日
特別展「奈良博三昧—至高の仏 教美術コレクション—」	独立行政法人国立文化財 機構 奈良国立博物館	【美】	奈良県	奈良国立博物館	令和3年7月17日～9月12日
第73回正倉院展	独立行政法人国立文化財 機構 奈良国立博物館	【美】	奈良県	奈良国立博物館	令和3年10月30日～11月15日
なら仏像館 名品展	独立行政法人国立文化財 機構 奈良国立博物館	【美】	奈良県	奈良国立博物館	令和3年4月1日～ 令和4年3月31日
令和3年度 飛鳥資料館 夏期 企画展 第12回写真コンテスト 「飛鳥の木」	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	【美】	奈良県	飛鳥資料館	令和3年7月16日～9月12日
南都大安寺天平伽藍CG復元プ ロジェクト	宗教法人大安寺	【美】	奈良県	大安寺宝物殿	令和4年3月末～
第36回国民文化祭・わかやま 2021、第21回全国障害者芸術・ 文化祭わかやま大会「川柳の祭 典」	第36回国民文化祭、 第21回全国障害者芸術・ 文化祭わかやま実行委員会	【生】	和歌山県	有田市民会館	令和3年10月30日～11月21日
一般社団法人瀬戸内アーツカウ ンシル設立記念コンサート	一般社団法人瀬戸内アーツ カウンシル	【生】	岡山県	岡山シンフォニーホール	令和3年8月1日
日本遺産「出水籠」を活かした歴 史体感プログラム事業*	出水市	【美】	鹿児島県	出水市出水籠歴史館	令和3年3月26日～31日
アゴラ —僕たちのサイバー伝統文化むら—	公益財団法人ポラ伝統 文化振興財団	【美】	全国	江東区文化センター、伝国の杜、 長崎歴史文化博物館	令和3年8月1日
「野村万作から萬斎、裕基へ」上映会	公益財団法人ポラ伝統 文化振興財団	【美】	全国	渋谷区文化総合センター大和田 さく らホール	令和4年1月31日
動画配信クリエイターによる文化 プログラムの認知度向上に資する 動画コンテンツの制作等について	文化庁	【メ】	オンライン		令和3年3月17日～21日
日本茶文化の魅力をバーチャル 空間で 一梅五輪プロジェクト 日 本茶文化発信WG一	学校法人津田塾大学 連 携推進センター 津田塾大 学梅五輪プロジェクト	【食】	オンライン	津田塾大学 千駄ヶ谷キャンパス cluster 上のVR空間	令和3年7月23日～8月8日

【美】美術・文化財【舞】舞台芸術【メ】メディア芸術【生】生活文化・文芸・音楽【食】食文化・自然【デ】デザイン・ファッション【共】共生社会・多文化共生【復】被災地復興
※新型コロナウイルス感染症の影響を受け、期日や会場等の変更があった事業

独立行政法人 日本芸術文化振興会 委託事業
令和3年度「日本博」開催に係る効果検証 報告書

令和4年3月31日発行

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: 03-3265-7411

委託事業受託先 株式会社 富士通総研

[報告書作成]

アートディレクション・デザイン 亀井伸二、土生はづき (STORK)
編集制作 押金純士／竹見洋一郎、粕川雅 (STORK)／浅野靖菜
印刷・製本 株式会社 大應