

## 事業目的・背景・課題

- 個人旅行再開等の水際措置の緩和以降、インバウンドの回復が進む中、地方への誘客と消費額の拡大を進めていく必要がある。
- 観光立国推進基本計画（R5.3閣議決定）に定める新たな目標の達成、2025年大阪・関西万博開催を契機とした日本各地の魅力発信に向けて、持続可能な観光、消費額拡大、地方誘客促進をキーワードとし、国・地域ごとのニーズを踏まえた効果的なプロモーションに取り組む。

## 事業内容

- 日本政府観光局（JNTO）を通じて、コロナ禍を経た旅行者の意識変化を踏まえながら、国・地域別の戦略等に基づき、メディアやSNS、インフルエンサー等を活用し、戦略的な訪日プロモーションを実施する。

### 【令和6年度におけるプロモーションの取組】

2025年に開催を控える大阪・関西万博を契機とし、日本各地への誘客を促進するプロモーションなど、下記の取組を実施。

#### ①市場別プロモーション

例) 海外事務所を拠点としたきめ細かなプロモーション  
アジア市場のリピーター層向けの大規模キャンペーン 等

#### ②テーマ別プロモーション

例) 持続可能な観光の推進、高付加価値旅行者向けプロモーション 等

#### ③インバウンド誘客に向けた環境・基盤整備

例) 航空会社との共同広告を通じた地方路線の復便・増便等の促進  
デジタルマーケティングを活用したプロモーションの高度化 等

## 事業スキーム

事業形態：交付金 交付先：JNTO

## 事業イメージ



ウェブサイト・オンライン広告  
による情報発信



SNS投稿による情報発信



旅行会社の招請による  
ツアー造成支援



商談会による  
ネットワーキング

## 日本博を契機とした観光コンテンツの拡充

4,090 百万円

2025年大阪・関西万博に向けて、文化資源を磨き上げて観光コンテンツの拡充を行うとともに、戦略的・一体的なプロモーションを推進し、観光インバウンドの需要伸長及び地方誘客・消費拡大を促進

○大阪・関西万博の本番に向けて、最高峰の文化資源を更に磨き上げるとともに、戦略的なプロモーションを推進し、年間を通じてインバウンド需要に的確に応えることにより、訪日機運の醸成と万博から現地への誘客を図る。

### <外国人向け鑑賞プログラム・日本文化体験プログラム>



8Kで文化財  
ふれるまわせる名茶碗  
(東京国立博物館)

能楽体験  
(上)所作体験  
(下)装束体験

「転合庵」大井戸茶碗 有楽井戸  
(東京国立博物館)

### <アニメ・マンガ等の分野の拡充・多様化>



◎麻野秀明展 東京会場の様子  
提供 麻野秀明展実行委員会  
これも学習マンガだ！展  
トキの荘通り昭和レトロ館

### <プロモーション展開>



『日本博2.0』WEBサイト

○文化庁、国立博物館等が所蔵する地域ゆかりの文化財を各地方で展示



文化庁・皇居三の丸尚蔵館等の国立館・有名美術館等から、地域ゆかりの文化資産を貸与

地方博物館  
地域の歴史文化の魅力的な展示

皇居三の丸尚蔵館

○地方公共団体が主体となり、文化芸術資源を活用した新しい時代のインバウンド需要に資する文化芸術事業を支援。

国際的な芸術祭の通年プログラム：大地の芸術祭



マヤンソン / MADアーキテクツ「Tunnel of Light」(大地の芸術祭作品)  
Photo by Nakamura Osamu

## 日本文化の魅力発掘・発信

1,835百万円

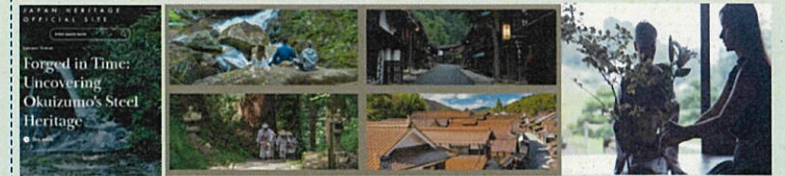
訪日外国人旅行者の満足度向上のため、文化財等に対して先進的・高次元な多言語解説整備等を行うとともに、日本政府観光局と連携し、日本文化の魅力を旅前・旅後にオンライン発信することで、上質なコンテンツを求める層の誘客・周遊・リピートを促進

○訪日外国人旅行者の地域での体験滞在の満足度を向上させるため、文化財に対して先進的・高次元な多言語解説を整備する事業を、観光庁の施策と連携させつつ実施する。

### <運慶meets鎌倉BUSHIDO2 (神奈川県)> QRとAR等を活用した多言語解説



○欧米豪の外国人目線（ネイティブ監修）でウェブコンテンツを洗練・拡充し、歴史や伝統、文化芸術への関心が高い層をターゲットとするリーチ施策を実施。



## 世界遺産をはじめとする文化財の抜本的活用の促進

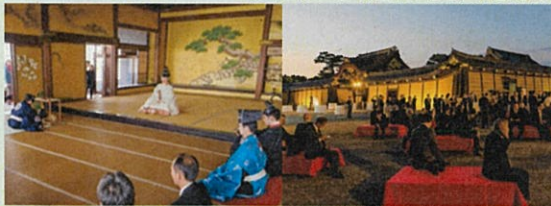
2,192百万円

文化庁京都移転を契機に、2025年大阪・関西万博に向け、高付加価値旅行者の地方誘客による地方創生を実現するため、全国各地における文化財の高付加価値化、持続可能な保存・活用をプッシュ型で抜本的に推進。

○世界遺産や国宝等の地域の魅力的な文化財の活用（生きた歴史体験 [Living History]、夜間活用、ユニークベニュー利用等）を推進。

各事業内容を高付加価値化するとともに、活用から保存への持続可能な好循環の仕組みを可視化する。

### <全国各地の魅力的な文化財の高付加価値化>



【写真提供】元離宮二条城事務所

二条城（世界遺産・国宝）では、大政奉還を多言語で再現、史実に基づく歴史体験を提供・官民連携のユニークベニュー利用で新たな客層を開拓収益を文化財修理に充当。



【写真提供】京都市観光協会

旧三井家下鴨別邸（重要文化財）では、地域の老舗料理屋による朝食体験や、夜間開館、一棟を貸し切る高付加価値化等で収入拡大、地域へ経済波及。

○モダン建築（明治以降に建てられた建造物）や重要伝統的建造物群保存地区等の文化財について、高付加価値化された宿泊施設、集客施設へのリノベーション・コンバージョン（改修・用途変更）、滞在快適性や展示環境の向上のための整備を推進。

### <高付加価値化された文化財への改修・整備>



【写真提供】株式会社TOREAL 藤井浩司

明治生命館（重要文化財）では、元々執務室だった空間に美術館を移転。古典主義様式の傑作を活用した東洋古美術の魅力的な鑑賞空間に。



【写真提供】STUDIO DUCK 内山 昭一

高岡市・金屋町重伝建地区では、築100年の伝統的建造物をリノベーションし、特産の鑄物作品の魅力を感じられる一棟貸しの高付加価値ホテルを整備。

○日本遺産や世界文化遺産など、訪日旅行者が多く見込まれる地域において、文化財の魅力向上につながる一体的な整備等を行い、観光拠点としての磨き上げを実施。



休憩所兼トイレの整備

※掲載数の関係で合計は一致しない。