

日本博総合推進会議（第5回）

議 事 次 第

日時：令和8年3月31日（火）

18時10分～18時25分

場所：官邸2階小ホール

1 開 会

2 議 事

（1）「日本博」について

（2）意見交換

3 総理発言

4 閉 会

《配付資料》

資料 「日本博」について

《参考資料》

参考資料1 日本博の取組事例と実績・成果・方向性

参考資料2 日本博総合推進会議の開催について

参考資料3 日本博総合推進会議運営要領

1. 概要

- 日本博は日本の文化芸術の魅力を世界に発信し、地域の文化振興を目的とした官民大型プロジェクト。
- 基本コンセプトは、「日本の美と心」(我が国が培ってきた自然観、共感する「心」、美意識に対する理解)。
- 大阪・関西万博と連携して、我が国の伝統芸能、舞台芸術、音楽、メディア芸術、アニメ・マンガ、障害者アート等の多様な文化に触れる機会を全国各地で提供。

2. 取組事例

音楽 × 地域資源



MUSIC AWARDS JAPAN
海外アーティストのMV撮影、
ロケ地ツアーによる聖地化

能楽 × 先端テック[万博]



能楽の様式美と現代的な臨場感を
融合、新たな世界観を体現

アニメ × まちづくり



アニメ「進撃の巨人」とコラボした
周遊施策を展開

食 × 舞踊公演



舞踊鑑賞と伝統工芸品を使用した
食事会等、異なる分野の掛け合せ

3. 成果と実績

地方の文化芸術を活用し、インバウンドの促進

ここ数年は、採択件数、来場者数ともに増加。

令和6年度の日本博事業の来場者数は約1,470万人(うち外国人180万人)。訪日外国人数全体(3,687万人)の5%に貢献。

- | | |
|------------------|--|
| <成果> | 文化芸術の分野を超えた「掛け合わせ」がインバウンドに効果的 |
| <今後の方向性> | 全国各地による文化資源の掘り起こしや新たな活用、海外富裕層の対象者拡大 など |
| <さらなる地方誘客に向けた方策> | 海外マーケティングの強化、地方と海外をつなぐ販路形成 など |

今後の日本博は、

魅力ある文化芸術の振興を図ることで、「**日本列島を美しく、強く、豊か**」に
という方針の下、新たな3つの項目に視点を当て実施。

- 【1】全国各地の文化を活かし、「**日本の可能性を拓く**」
- 【2】多様性に富んだ地域の「**伝統文化とコンテンツの活用(成長戦略や地域未来戦略と連携)**」
- 【3】横浜グリーンエクスポをはじめとする「**国際プロジェクトへの貢献**」

【1】全国各地の文化を活かし、 日本の可能性を拓く

- 地方の文化資源の再評価、魅力を国内外へ発信
- 全国各地へのインバウンド誘客、長期滞在化に資する取組強化
- 地方と海外を直接つなぐ販路形成

【2】伝統文化とコンテンツの活用 (成長戦略や地域未来戦略と連携)

- 伝統芸能と最新技術を活用した「特別な体験」の提供
(ナイトタイムを含む多様な機会の活用を含む)
- アニメ・マンガ等との更なる連携(「聖地巡礼」など)
- 海外富裕層を視野に入れた高付加価値な体験の提供

【3】国際プロジェクトへの貢献

- 文化芸術を活用し、横浜グリーンエクスポなどの国際プロジェクトへ貢献、地方周遊を促進
- 文化芸術の国際発信により、日本の「ソフトパワー」向上に貢献

日本博の取組事例と実績・成果・方向性



大阪・関西万博に伴う案件



大阪・関西万博レガシー：我が国の「いのち」の源泉である伝統文化を、新たな演出で世界に発信
多様な文化芸術表現で、新たな未来社会を模索

「2025年大阪・関西万博安全祈願奉納流鏝馬・笠懸」

(公益社団法人大日本弓馬会)



日本の古式弓馬術の
800年の伝統を世界に
発信

「未来につなぐ、能楽の世界」

(公益社団法人能楽協会)



“総合演出・野村萬斎
“と”大型映像による
ダイナミックな複合演出“

「障害者の文化芸術国際フェスティバル」

(一般社団法人全国手をつなぐ育成会連合会)



万博と全国各地を結ぶ
「文化芸術ユニバーサル・
ツーリズムプロジェクト」の
推進

「琉球祭」

(公益財団法人国立劇場おきなわ運営財団)



琉球舞踊の実演や
「からくり花火」の復元・展示

「人形浄瑠璃文楽」ミニ公演と特別展示「体感！文楽の世界」

(独立行政法人日本芸術文化振興会 国立文楽劇場)



多言語による解説と
「二人三番叟」の実演、展示

「BiG-i Art Project ~Spread Our Common Sense~」

(国際障害者交流センター)



障害者のアート展示を通じて、
表現の多様性とその背景を
国際的に発信

「全国各地の文化資源」×異なる分野(先端テック等)との連携により、魅力ある文化芸術事業を各地で展開し、国内外の来訪者を招致。地域における文化芸術の面的な振興を促進。 R7年度採択事業82件(約6割が大都市圏、約4割がその他の県(観光全体の動向では約3割))

【兵庫県】
音楽×地域資源



MUSIC AWARD JAPANと文化資源の連携
(一般社団法人カルチャーアンドエンターテインメント産業振興会)

◎海外アーティストのMV撮影、ロケ地ツアーによる聖地化

【石川県、富山県】
北陸工芸×アート



「Photo:Watanabe Osamu」

GO FOR KOGEI
(認定NPO法人趣都金澤)
◎欧米のアート/工芸関心層向けに特別な体験造成
⇒広域アートエリア創出

【新潟県】
越後妻有×アート



「Tunnel of Light」マ・ヤンソン・MADアーキテクトン (photo Nakamura Osamu)

大地の芸術祭(新潟県十日町市)
◎2000年から3年に1度開催している世界最大級の国際芸術祭

【福島県】
コンテンツ×まちづくり



ウルトラマンの聖地・福島県須賀川
(株式会社日本旅行、福島県須賀川市)

◎ウルトラマンを活用した高付加価値コンテンツの造成

【大阪府】
能楽×ナイトタイム



上方伝統芸能ナイト
(公益財団法人山本能楽堂)

◎体験型ワークショップ

【奈良県】
興福寺×先端テック



興福寺

(株式会社読売新聞大阪本社) 共催:興福寺

◎興福寺ビジュアルガイドの制作、特別ガイドツアーの実施



「全国各地の資源」を活用した文化事業を展開。
大阪・関西万博来場者が日本各地で日本文化を体験

【東京都】
歌舞伎×先端テック



◎松竹

歌舞伎座ギャラリー(松竹株式会社)
歌舞伎座ギャラリー企画展
「KABUKI MUSEUM 2025 ~What is KABUKI?~」

◎歌舞伎の展示、没入型体験

【沖縄県】
伝統芸能×多言語対応



沖縄伝統芸能の発信
(公益財団法人国立劇場おきなわ運営財団)

◎組踊をはじめとする沖縄伝統芸能の多言語対応公演

【熊本県】
球磨焼酎×体験プログラム



球磨焼酎・日本遺産人吉球磨
(熊本県人吉市)

◎球磨焼酎と歴史文化を味わう観光プログラムの造成

【大分県】
アニメ×まちづくり



◎諫山創/講談社

進撃の日田フェスタ
(進撃の日田まちおこし協議会)

◎『進撃の巨人』とコラボした周遊施策を展開

【静岡県】
食×舞踊公演



工芸ダイニング(MOA美術館)

◎舞踊公演の鑑賞、伝統工芸品を使用した食卓

【東京都】
音楽×先端テック



「photo by Kazuaki Hiraga」

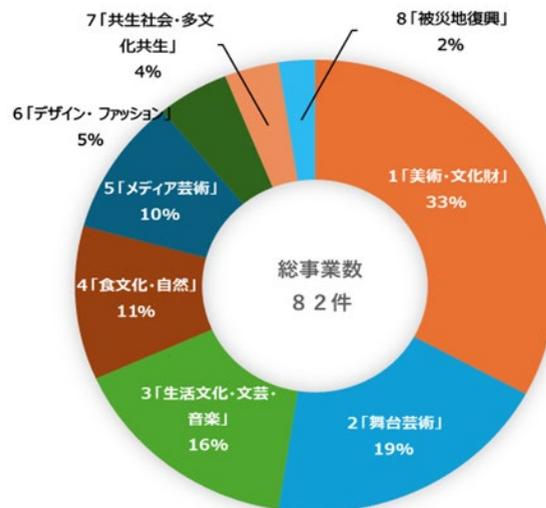
落合陽一×日本フィルハーモニー交響楽団
プロジェクトVOL.8 佐渡サテライト公演
(公益財団法人日本フィルハーモニー交響楽団)

◎オーケストラとテクノロジーを掛け合わせ、日本文化を発信

- 日本博事業も採択件数、来場者数は、大幅に増加傾向にあり、外国人来場者数も増加し、インバウンドの拡大に貢献。
- 従来の文化芸術の枠組みにとどまらない幅広い分野での新たな取組が加速し、全国規模で展開。

日本博の実績

	令和5年度	令和6年度	令和7年度
採択件数	48件	78件	82件
採択金額	20億円	35億円	39億円
来場者数	970万人	1,470万人	集計中
うち、外国人来場者数	100万人	180万人	集計中



- 幅広い分野での取組が進展
- 地方での取組も着実に増加

取組例

【大阪・関西万博】 能楽 × 大型映像



<成果>
万博という特別な場で、能楽の様式美と現代的な臨場感を融合させ、新たな世界観を体現。

「未来につなぐ、能楽の世界」
(公益社団法人能楽協会)

【静岡県】 食 × 舞踊公演



<成果>
舞踊公演の鑑賞と、伝統工芸品を使用した食事会など、様々なジャンルを掛け合わせた「特別な体験」を提供。

工芸ダイニング
(MOA美術館)

【京都府】 映画村 × ナイトタイム



妖怪夜祭り

江戸酒場

<成果>
外国人観光客誘客のためのキラーコンテンツ(妖怪、日本酒、忍者等)を、夜間開催も含めた形で定期的に開催。

東映太秦映画村
(株式会社東映京都スタジオ)

成果と課題と今後の取組方針

<日本博2.0(令和5年度～7年度)の成果>

○最高峰の文化の祭典

伝統芸能、舞台芸術、音楽、メディア芸術等、多彩な取組でインバウンド拡充
大阪・関西万博等を活用して、新たな取組に挑戦し、世界を魅了

○地域の魅力を総動員

大都市のみならず、地域での取組も増加。全国36県で事業実施(R5～7年度)

○最先端のバーチャル体験

最先端の技術を存分に活用して、これまでにないダイナミックな臨場感を演出

○若い力で未来を拓く

多様な表現の持つ強みや魅力を再認識し、若者、障害者芸術・多文化共生を推進

○ソフトパワーで日本の心を発信

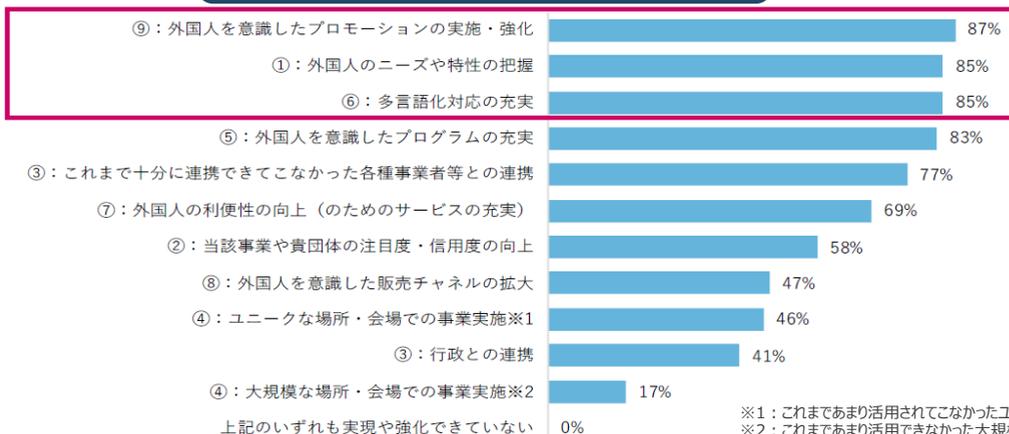
外国人旅行客の満足度は約9割以上。コロナ後の文化芸術活動の回復に貢献

<課題と今後の取組方針>

- 全国各地の文化を活かし、「日本の可能性を拓く」
- 大都市圏に限らない全国各地へのインバウンドの充実(地方周遊、長期滞在化の実現)
- 多様性に富んだ地域の「伝統文化とコンテンツの活用」
- 海外マーケティングの強化による販路拡充(自走財源の確保)
- 横浜グリーンエクスポをはじめとする「国際プロジェクトへの貢献」

日本博事業に関するアンケート調査結果

日本博を通じて取り組めたこと



※1：これまであまり活用されてこなかったユニークな場所・会場での事業実施
 ※2：これまであまり活用できなかった大規模な場所・会場での事業実施

インバウンド等で来訪した外国人の事業満足度

日本博事業に参加した外国人に対して実施したアンケート調査では、各事業に対する満足度が
令和5年度91.4%、令和6年度91.8%といずれも高い評価を得ている。

※令和5年度48事業、令和6年度78事業でアンケートを実施。

地方の文化芸術を活用し、インバウンド促進を図る

【1】事業の検証：文化芸術の分野を超えた「掛け合わせ」がインバウンドに効果的

日本博事業の外国人来場者数180万人(R6)は、訪日外国人数全体(3.687万人)の5%に貢献

【新潟県】
越後妻有×アート



大地の芸術祭(新潟県十日町市)

◎3年に1度開催している世界最大級の国際芸術祭

実績：約55万人(うち外国人約9万人)

※R6年度実績、イベントへの来場者数

【石川県、富山県】
北陸工芸×アート



GO FOR KOGEI
(認定NPO法人趣都金澤)

◎北陸の歴史が体感できる会場でのアート・デザインの特別展示、作品鑑賞しながら工芸飲食体験

実績：約12万人(うち外国人約5,000人)

※R6年度実績、イベントへの来場者数

【大分県】
アニメ×まちづくり



進撃の日田フェスタ
(進撃の日田まちおこし協議会)

◎「進撃の巨人」とコラボした周遊施策を展開

実績：約276万人(うち外国人約10万人)

※R6年度実績、日田市全体の観光客数

【2】潜在的な可能性を伸ばす方策：

- ①文化資源の掘り起こし(食文化、アニメまんが等の聖地巡礼、祭りなど)
- ②文化資源の新たな活用手法(ナイトタイムなどの多様な機会の活用など)
- ③インバウンド旅行者の対象拡大(海外富裕層への高付加価値旅行の提供など)



琉球文化振興の例

【3】さらなる地方誘客に向けた方策：

- ①自走化の取組を積極的に支援
- ②海外マーケティングの強化(旅行商談会、OTAへの掲載など) → 地方と海外と直接つなぐ販路形成
- ③戦略的な広報、プロモーションの強化 ※OTA:Online Travel Agentインターネット上で取引を行う旅行会社



※1

基本コンセプト:「日本の美と心」

縄文時代から現代まで1万年以上もの間、我が国では山や海や物も含めた万物に命が宿ると考え、それらを畏敬する「心」を文化芸術や日々の暮らしで表現してきた。

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、音楽、現代アート、マンガ・アニメ、メディアアートなど様々な芸術分野に、この国の風土や日本人の自然観が反映されている。また、衣食住をはじめとする暮らし・生活様式においても、人が自然に対して共鳴、共感する「心」を具現化し、その「美意識」を大切にしてきた。

「日本博」では、縄文時代から現代まで続く我が国の文化芸術を「日本の美と心」をテーマに国内外へ発信し、多様な主体の参画と対話により、世界の多様性の尊重、普遍性の共有、社会課題の解決、経済社会の新しい成長、平和への祈りへとつながることを希求する。



※2



※3

*1)トマ・デレーム『Légumineux 菜光ーヴェルサイユ宮殿庭園の古代種ー』展示風景 両足院(建仁寺山内)

*2)名和晃平《White Deer (Meiji Jingu)》2020 ブロンズに塗装 Photo : Keizo Kioku

*3)庵野秀明展 東京会場の様子 提供 庵野秀明展実行委員会

事業目的・背景・課題

大阪・関西万博に向けて、最高峰の文化資源の磨き上げと戦略的なプロモーションの推進による訪日機運醸成と地方誘客を目指し事業を展開してきた。新規の文化コンテンツ創出等の成果がみられる一方、事業エリアのいわゆる「ゴールデンルート」への偏在解消や、インバウンドを意識した販路拡大等については、より一層取り組む必要がある。

これまでの取組を踏まえ、**地域の多様な文化資源の付加価値向上による魅力ある文化コンテンツの創出、販路拡大等を通じた国際発信により、オーバーツーリズムに配慮しつつ、日本各地への地方誘客を促進し、消費拡大を図る。**

事業内容

海外に高い訴求力を有するアニメ・マンガ等の活用や、多様な領域の掛け合わせ、ナイトカルチャーの充実などにより新たな価値創出を進め、最高峰の文化資源の多面的魅力を発信する。

また、**旅行商談会への出展、OTA（※1）への掲載など海外マーケティングを抜本的に強化し、地方と海外を直接つなぐ販路形成等により自走財源を確保し、年間を通じてインバウンド需要に的確に応え、地方への誘客・周遊、滞在の長期化及びリピート率向上を図る。**

複数年計画（※2）に基づいて、来場者数や創出した文化コンテンツの売上等を増加させる。

（※1）Online Travel Agent：インターネット上で取引を行う旅行会社のこと。

（※2）3年から最大5年。毎年度、KPIの進捗状況等を評価し、継続を決定する。

①新連携・新領域文化コンテンツ創出委託事業 1億円×17件程度

独自性が高く、誘客の核となる文化コンテンツを新たに創出する取組を実施

②地域固有文化コンテンツ創出補助事業 3,000万円×80件程度

地域固有の文化コンテンツを新たに創出する取組、既存の文化コンテンツの付加価値を上げる取組、インバウンドの受入環境の整備に関する取組を補助

事業スキーム

・事業形態

①直轄事業

②間接補助事業（500万円まで定額、超える分は補助1/2（最大2/3）、最低事業費1,000万円）

・対象：地方公共団体、非営利団体、文化施設、民間事業者等（※②は地方公共団体を除く）

・事業期間：令和元年度～

文化庁

（独）日本芸術文化振興会

民間事業者等

事業イメージ



アニメ・マンガ等の活用



伝統芸能と先端技術の融合



地方の魅力あるコンテンツ造成
「Tunnel of Light」
マ・ヤンソン _ MADアーキテクト
(photo Nakamura Osamu)
(大地の芸術祭、新潟県十日町市)



伝統芸能体験プログラム

日本博総合推進会議の開催について

平成 30 年 12 月 25 日
内閣総理大臣 決裁
令和 2 年 3 月 10 日
一部改正
令和 4 年 5 月 9 日
一部改正
令和 7 年 3 月 24 日
一部改正
令和 8 年 3 月 30 日
一部改正

1. 趣旨

インバウンドの戦略的な誘客、国内観光需要の一層の喚起、国際プロジェクトの機運醸成等も見据えつつ、日本の美と心を体現する我が国の文化芸術の振興及びその多様かつ普遍的な魅力の発信を目的とする日本博の実施について、関係行政機関の緊密な連携の下、総合的な検討を行うため、日本博総合推進会議（以下「推進会議」という。）を開催する。

2. 構成

推進会議の構成は、別紙のとおりとする。ただし、議長は、必要があると認めるときは、関係者に出席を求めることができる。

3. その他

- (1) 推進会議の庶務は、関係行政機関の協力を得て、内閣官房において処理する。
- (2) 前各項に定めるもののほか、推進会議の運営に関する事項その他必要な事項は、議長が定める。

(別紙)

議長 内閣総理大臣

議長代理 内閣官房長官

議長補佐 内閣官房副長官 (参)

構成員 内閣府特命担当大臣 (クールジャパン戦略)

外務大臣

文部科学大臣

農林水産大臣

経済産業大臣

国土交通大臣

文化庁長官

片岡 真実 森美術館館長
国立アトリサーチセンター長

齋藤 精一 パノラマティクス主宰
株式会社アブストラクトエンジン代表取締役

島谷 弘幸 独立行政法人国立文化財機構理事長
皇居三の丸尚蔵館長

橋本 麻里 学芸プロデューサー

平成 30 年 12 月 26 日
令和 8 年 3 月 31 日一部改正案

日本博総合推進会議運営要領

日本博総合推進会議（以下「総合推進会議」という。）の運営については、この運営要領の定めるところによるものとする。

1. 総合推進会議は原則、非公開とする。ただし、議長が特に必要と認めるときは、会議の全部又は一部を公開とすることができる。
2. 総合推進会議の議事要旨及び総合推進会議で配布された資料は会議終了後速やかに公表する。ただし、議長が特に必要と認めるときは、議事要旨又は配布資料の全部又は一部を公表しないものとする。ことができる。
3. 総合推進会議が非公開の場合は、終了後、原則として、総合推進会議の事務局が記者ブリーフを行い、議事内容を説明するものとする。