



足袋・足袋蔵デジタルプロモーション事業

<p>事業の概要</p>	<p>足袋と足袋蔵の魅力と価値をPRするための動画を製作し、様々な場所・場面において使用しPRしています。また、行田の日本遺産を包括的に取り扱うウェブサイトを作成し、今年3月に公開しました。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px;"> <ul style="list-style-type: none"> ①BS番組放映動画及びダイジェスト版（英語字幕対応） ②日本遺産観光PR動画（英語字幕・英語ナレーション対応） ③行田足袋の歴史紹介動画 ④足袋の製造工程紹介動画 </div>
<p>活用状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・平成29年12月10日（日）BS-TBS「日本遺産」にて放映 ・YouTubeの行田動画チャンネルにて放映中 ・日本遺産ガイダンスセンター、郷土博物館ロビーにて放映中 ・市内の小中学校・公民館へ配布 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>①の番組告知ポスター</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>作成した日本遺産ウェブサイトのトップページ</p> </div> </div>

※ 観光プロモーション基礎調査については別ページに掲載

足袋・足袋蔵プロモーション事業

<p>事業の概要</p>	<p>足袋と足袋蔵の魅力と価値をPRするためのパンフレットやのぼり旗、タペストリー、看板ポスターを作製し市内各所に設置することでPRしています。</p>
<p>活用状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフレット 5万部作成（平成29年11月全戸配布） ・のぼり旗 400本作成（観光案内所や駅前広場などに設置） ・タペストリー 200枚作成（主に国道125号、県道行田蓮田線沿いに設置） ・看板ポスター（JR行田駅前広場内に設置） <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center; margin-top: 10px;"> <div style="text-align: center;">  <p>のぼり旗</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>タペストリー</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>看板ポスター</p> </div> </div>

日本遺産ガイダンスセンター開設

事業の概要	日本遺産構成資産である栗代蔵の2階を利用し、日本遺産に関する総合的な情報発信を行う場として日本遺産ガイダンスセンターを整備、開設しました。
活用状況	<ul style="list-style-type: none"> ・平成29年10月開設 ・主な展示…日本遺産ストーリーの内容や構成資産に関する説明・写真など <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>

6ヶ国語多言語音声ガイド

事業の概要	外国人観光客に対応するため、主に足袋に関連する展示の6ヶ国言語（日本語・英語・中国語・韓国語・ポルトガル語・スペイン語）音声ガイドを作成し、活用しています。
活用状況	<p>本年4月から市郷土博物館にて運用を開始。（ガイド機器25機）</p> <div style="display: flex; justify-content: space-around;">   </div>

ぱっとわかる案内板作成設置事業

<p>事業の概要</p>	<p>日本遺産のストーリーや位置図、写真等を掲載した案内・説明板、個別の説明板、歩行者用案内板などを設置しました。また、車で訪れた観光客が、足袋蔵巡りの拠点であるバスターミナル駐車場を迷うことなく利用できるよう、誘導案内板を主要道路に設置しました。</p>
<p>活用状況</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・案内・説明板 6基（行田駅前、行田市駅前、忍城址、古代蓮の里などに設置） ・歩行者用案内板 5基（主に中心市街地の幹線道路歩道に設置） ・道路案内板 1基（大字埼玉地内（「高橋家の芭蕉句碑」付近）に設置） ・説明板 4基（説明板未設置の構成資産に設置） ・自動車用誘導案内板 11基（県道や幹線市道をメインに設置） <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;">  <p>案内・説明板</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>マンホール型案内板</p> </div> <div style="text-align: center;">  <p>自動車用誘導案内板</p> </div> </div>

調査名	プロモーション基礎調査
-----	-------------

調査のねらい・目的
日本遺産の構成文化財のメインとなる「足袋」と「足袋蔵」の魅力と価値、潜在能力を見出し、今後の観光施策や基盤整備の推進に活用する。

調査手法
<ul style="list-style-type: none"> ・旅館の従業員など、足袋を普段使用している業界を対象とした足袋に関するアンケート調査 ・各業界（服飾、スポーツ、芸能関係）や外国人を対象としたヒアリング調査 ・先進事例（岡山県倉敷市）への取材調査

調査結果（概要）
<p>日本遺産の知名度が低いほか、足袋や足袋蔵における将来の担い手不足や、足袋蔵所有者の尊重や損壊への懸念に起因する積極的な施策の不足が見受けられる。</p> <p>また、ソフト面においては案内標識・モデルコース・多言語案内の不足、ハード面においては蔵の回遊に適した駐車場や食事・宿泊処の不足も課題である。</p> <p>足袋については、アンケート結果によると知名度もあるほか、日本の文化を表すものであり、外国人からの需要もあると思われる。しかし、行田が足袋の産地であることはあまり認知されていないため、積極的な施策の展開が必要である。</p> <p>これらを踏まえた対策として、足袋を履いて散策するなどの「異日常性」を取り入れた体験事業や、足袋に関するイベントや足袋を履くことによる特典を設けることにより、足袋のPRに繋がるほか、観光客誘致にも繋がる。</p> <p>足袋蔵については、食と結びつくような活用（レストランやカフェなど）を支援し、地域の経済活性化も視野に入れ、蔵の活用を促進する。</p> <p>また、東京オリンピック・パラリンピックやラグビーワールドカップを見据えたインバウンド対策としてウェブサイトの多言語化や体験事業の整備などを実施すべきである。</p> <p>その他、日本遺産を活用した観光施策について官民での連携が必須となるため、各種施策の目的や方針については官民で共通認識を持つことが必要である。</p>

調査結果を踏まえた今後の事業展開
<ul style="list-style-type: none"> ・この調査結果に加え、引き続き観光ガイド育成やモニターツアーを通じて、ニーズに合わせた、官民共同での観光客誘致事業を展開していく。 ・国内外を問わず、本市の観光資源を持て余すことなく周知、活用できるようモデルコースの設定や各種施設の受入体制を強化していく。 ・足袋協などの団体や民間事業者と連携し、キャンペーンやイベントを通じた足袋のPRを行う。

調査名	足袋蔵・足袋造り体験ツアー
-----	---------------

調査のねらい・目的	
「足袋と足袋蔵」の周知と体験型観光の推進のため、モニターツアーを実施し、旅行者からの視点での参加者による意見集約を行う。	

調査手法	
<ul style="list-style-type: none"> ・一般人を対象とした、足袋蔵や足袋工場を含む市内観光施設でのツアーを実施 ・メディア関係者、旅行業者、インフルエンサー、外国人等を対象とした足袋蔵や足袋工場を含む市内観光施設でのツアーを実施 ・上記2つのツアー参加者による体験レポートの作成、分析 	

調査結果（概要）	
<p>点在する足袋蔵の外観しか見学できない現状があるため、内部見学の実現に向けた対応を進めていくことが望ましい。</p> <p>また、交通アクセスや案内標識などもなく、多言語表記もないため、それらの充実化に向けた取り組みが必要である。</p> <p>ストーリー性について、分かりやすく来訪者に理解してもらえる方法を模索したほうが良い。体験事業なども豊富にあると良い。</p>	

調査結果を踏まえた今後の事業展開	
<ul style="list-style-type: none"> ・情報発信や各種施設、インフラにおける多言語化対応を進め、インバウンド観光に繋げる。 ・官民一体となり、体験型の施策（足袋づくりや足袋を履くなど）を検討し、受入体制の強化に繋げていく。 ・観光ガイド育成事業を通じて日本遺産に関する背景や知識を共有し、モデルコースの設定や各種観光案内において効果的に日本遺産を活用する。 	

調査名	足袋蔵等再活用のマーケティングリサーチ事業
-----	-----------------------

調査のねらい・目的
<p>日本遺産の構成資産である行田市の足袋蔵等歴史的建造物の現状、所有者の今後の活用意向等を把握するとともに、来訪者の視点から見た足袋蔵等の魅力、整備すべき施設のニーズを探り、日本遺産を活かしたまちづくり（地域振興）の方向性、足袋蔵を再活用の具現化について考える。</p>

調査手法
<p>行田市を訪れた方々の中で日本遺産あるいは足袋蔵等歴史的建造物に関心の高い方（約100名）を対象にアンケート調査を実施し、日本遺産を活かしたまちづくり（地域振興）を進める上で、足袋蔵等歴史的建築物を活用して整備すべき施設のニーズを探った。</p> <p>日本遺産構成資産の足袋蔵等歴史的建造物（10棟）を個別に訪問し、建造物の現況及び活用の可能性を目視等で確認調査を行うとともに、所有者等に対して保存・活用の意向等について聞き取り調査を行った。</p>

調査結果（概要）
<p>アンケート調査は、ドラマ「陸王」放映後に行ったが、放映前にも同様のアンケート調査を行っており、両者を対比して分析を行った。その結果、「総じて、行田市の日本遺産認定のPRにおいてとくに中年世代や県外居住者へのアプローチや、歩いて蔵巡りをする等のニーズをさらに活かせる、点在する足袋蔵のイメージ像の確立と宣伝が望まれる。</p> <p>足袋蔵のイメージ像が明確ではないため、点在する足袋蔵をゆっくり歩いて見て体験できる内容の充実が各々の足袋蔵のイメージ像になることに限らず、足袋蔵の街全体を通じてのイメージを打ち出すことが重要と思われる。TVドラマ「陸王」でも行田市内をランニングする光景が何度も描かれた。そのため行田市内の名所、とりわけ街全体に点在する足袋蔵を巡る魅力を再認識することは重要であろう。</p> <p>行田市が日本遺産に認定されたことの認知が低いことも考慮して、単に古い意味での歴史的な足袋蔵というよりも、新しい視点で足袋蔵等を体験してみたい等、中年世代でポジティブな考え方が人が行田を好むことが推察される。まずは少数であっても中年層で何度も訪れたい人に向けた情報発信からでもこれからの時代や社会に合わせて柔軟に対応する継続的な実行が、行田の歴史をつくると考えられる。」との結論が得られた。</p> <p>足袋蔵等歴史的建造物の現状、所有者の今後の活用意向についての調査では、ほとんどの足袋蔵が、公開・活用の際に何らかの補修・改修を行う必要があること、所有者の公開・活用についての意欲は個々に異なるが全体的に公開・活用に対する意欲が低いことが明らかになった。</p>

調査結果を踏まえた今後の事業展開

平成30年度に、ふるさとづくり事業で日本遺産の構成資産公開のための改修等への補助制度を新設した。また、足袋蔵の保存・公開・活用をアシストする「足袋蔵コーディネーター」の養成講座を開講する。

平成30年度も足袋蔵等歴史的建造物の現状、所有者の今後の活用意向把握の調査を継続して行い、構成資産の足袋蔵等歴史資産全棟の意向調査を完了させる。その調査結果を踏まえて、足袋蔵等の公開・活用に向けての問題点と課題を洗い出し、効果的な課題の解決施策を検討し、問題点解決への道筋を付けて行く。さらに、日本遺産を活用したまちづくりの方向性を打ち出し、それを視覚的に表したイメージ図を作成する。

<日本遺産構成資産の足袋蔵等歴史的建造物の状況>

1. 日本遺産構成資産の足袋蔵等歴史的建造物の総数 29件61棟（平成30年度認定含む）

①この内で店舗等個人用以外に活用されている足袋蔵等歴史的建造物は13件26棟

②その他の個人用等未活用の足袋蔵等歴史的建造物は16件35棟で、その内の5件10棟について平成29年度に公開・活用の意向調査を実施した。その結果は下記ア～エの通りであった。

ア：建物を他人に貸し出して活用したい 1件1棟（所有者の居住地以外に建物が立地）

イ：建物を家族を含めた団体に活用したい 1件2棟（所有者の元居住地に建物が立地）

ウ：建物を将来自分で活用したい 1件1棟（所有者の居住地に建物が立地）

エ：建物を他人に貸し出したり自分で活用する気はない 2件6棟（1件は所有者の居住地に建物が立地、もう1件は所有者の元居住地に建物が立地）

③②の調査結果から、所有者の居住地の敷地内に建物がある場合には、他人に建物を貸し出す気持ちがほとんどない事、所有者自らの手で建物を公開・活用しようとする意欲が低い事が明らかになった。その原因としては、所有者や家族が、居住する敷地内に赤の他人を引き入れることに不安がある、建物の不動産価値についての認識が不足している、建物活用の知識・資金等が不足していることなどが考えられる。建物の公開・活用を進めるには、専門的知識を持つ方が所有者や家族に建物の不動産価値や活用のノウハウをアドヴァイス（場合によっては事業者の紹介、起業のアシストも）する、所有者や家族が信頼できる方が建物の公開・活用の手助け（内部の片づけ、公開の際の案内・警備等）をする、建物の補修への費用を補助する等が必要であると思われる。