

日本遺産を通じた地域活性化計画実績報告書 I. 計画目標の達成に対する評価

① 日本遺産のタイトル	和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田
-------------	-----------------------

資料 7

② 設定目標に対する個別評価

設定目標	計画評価指標	具体的な指標	単位				個別評価	個別評価判定理由
					2017	2021		
(1) 日本遺産を活用した集客・活性化	観光客入込み数	行田市の観光客入込み数	万人	目標値	157	190	不可	観光客入込み数については、2016年度の基準値をもとに5%づつ的大幅な上昇を前提とした目標値を設定していたため目標値を達成できなかった。しかしながら、コロナ禍においても市及びおもてなし観光局の共催にて実施している「行田花手水week」や日本遺産である忍城などのライトアップイベントにおいては、着実に観光客は増加しており、街中を回遊する観光客数は増えている。これに伴い、土産物店である観光物産館「ぶらっと♪ぎょうだ」の売り上げも伸びている。
				実績値	144	128		
				達成率		67.4%		
	外国人観光客数	ぶらっと♪ぎょうだ、観光案内所を訪れた外国人の数	人	目標値	—	—		
				実績値	—	12		
				達成率				

設定目標	計画評価指標	具体的な指標	単位				個別評価	個別評価判定理由
					2017	2021		
(2) 日本遺産を核としたコミュニティの再生・活性化	地域の文化に誇りを感じる住民の割合	市民意識調査の「足袋の文化」や「足袋蔵」に魅力や誇りを感じる割合	%	目標値	50	66	可	ピークの2019年と比較して若干低下したものの、2022年の目標を達成した。市民10人中7人が魅力や誇りを感じている状態であり、非常に高い数値であると判断できる。
				実績値	78.7	70.2		
				達成率		106.4%		

設定目標	計画評価指標	具体的な指標	単位			個別評価	個別評価判定理由	
				2017	2021			
(3) 日本遺産に関する取組を行うための持続可能な体制の維持・確立	日本遺産のためのふるさと納税額	ふるさと納税の日本遺産活動への寄附額の上昇率	%	目標値	100	260	可	ふるさと納税については、制度厳格化により寄附額の総額が落ち込んだことや、令和2年度以降寄附金の使途にコロナ支援が加わったことにより相対的に減少した。今後はコロナも収束に向かうことが予想されること及び返礼品の拡充や掲載ポータルサイトの増加等を予定していることから、寄附額の増加が期待できる。
				実績値	100	65		
	達成率		25.0%					

設定目標	計画評価指標	具体的な指標	単位			個別評価	個別評価判定理由	
				2017	2021			
(4) その他	利活用、再活用となった足袋蔵等の件数	利活用、再活用となった足袋蔵等の件数	件	目標値	0	3	可	毎年、少しずつではあるが着実に足袋蔵の利活用、再活用を進めていき、目標値を達成した。
				実績値	1	5		
				達成率		166.7%		

③ 計画目標の達成に対する総合評価

総合評価	可	
総合評価判定理由	<p>観光客入込み数は達成できなかったが、日本遺産の魅力となる足袋蔵の整備について、毎年度増加させることができた。こうした取組の結果、「足袋の文化や足袋蔵に魅力や誇りを感じる市民」も70%の目標を達成し、多くの市民が魅力を感じている。また、ふるさと納税の日本遺産活動への寄附額の上昇率については、ふるさと納税制度の厳格化と新型コロナウイルス感染症拡大という2つの外的要因の影響を大きく受け目標を達成できなかったが、今後も様々な手法で日本遺産活動への寄附を促進していく。</p>	

日本遺産を通じた地域活性化計画実績報告書 II. 取組内容に対する評価

① 日本遺産のタイトル	和装文化の足元を支え続ける足袋蔵のまち行田
-------------	-----------------------

② 評価項目ごとの個別評価

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）	
(1) 組織整備	・個人サポーター、法人パートナー数	協議会に参加している事業者の数	5団体（2017年度～現在）	可		
	・協議会の収益額（協賛金、ふるさと納税額等）	ふるさと納税の日本遺産活動への寄附額	19,634千円（2017～2021年度）			
	取組内容		具体的な取り組み内容		評価	評価判定理由（取組内容）
	ふるさと納税返礼品の充実		<ul style="list-style-type: none"> ・体験型返礼品など、魅力ある返礼品の充実に努めた。 ・募集チラシを作成し商工会議所を通じて市内事業者にPR ・ポータルサイトの用途選択画面で認定5周年をPR（R4） 		可	
	行田おもてなし観光局による戦略的誘客		<ul style="list-style-type: none"> ・「行田おもてなし観光局」が、忍城址等でのライトアップイベントや花手水イベント、外国人散策企画等を開催。また観光情報館「ぶらっと♪ぎょうだ」を改装し、地元物産品販売等を行った。 ・観光案内所の展示を刷新（R3） 			
	ガイドンスセンター設置とNPOとの連携		<ul style="list-style-type: none"> ・ガイドンスセンター開設（H29）。「足袋蔵まちづくりミュージアム」と同じ建物内で運営し、集客効果の増大を図った。 ・構成資産4施設をNPOによって活用し、情報発信。 			
	行田足袋振興会の発足		<ul style="list-style-type: none"> ・行田足袋の発展を目指すため、足袋関連事業者により自主的に組織され、運営されている。行田足袋について、経済産業省の「伝統工芸品」に申請し、令和元年度に認定された。 			
個別評価						
可						

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）	
(2) 戦略立案	・ブランドカ、ブランド認知度	日本遺産に認定されていることを認知している割合	66%（2021年度）	可	市中心部の「あらまちアーケード」には周知のための看板なども整備され、地域における日本遺産の認知度や、コンセプトの浸透という面では一定の水準をクリアしている。	
	・地域コンセプトの浸透度（地域内、外）	市内外におけるイベントの参加者数	429人（2022年度）			
	取組内容		具体的な取り組み内容		評価	評価判定理由（取組内容）
	足袋蔵等再活用のマーケティングリサーチ	<ul style="list-style-type: none"> ・NPOによる建物現況調査（構成資産10件16棟・H29、30） ・所有者に対して今後の保存・改修等の意思確認や活用の意向調査を実施し、活用の指針とまちづくりイメージ図の作成を行った。 		可	利活用（再活用）となった足袋蔵の件数はいずれも当初の目標通りの数値を達成しており、計画的な活用が進んでいる。また、継続的な足袋蔵の詳細調査や、今後を見据えた足袋蔵ロゴマークの作成を行うなど、足袋蔵を中心とした戦略が明確化した。	
	足袋蔵等近代化遺産の詳細調査	<ul style="list-style-type: none"> ・補助事業として各1棟、構成資産の足袋蔵の詳細調査を実施（H29～R1）。 ・市独自に詳細調査を実施（H29、30、R2、3、4）。 				
	足袋蔵ロゴマークの作成	<ul style="list-style-type: none"> ・認定5周年を記念し、足袋蔵をイメージできるロゴマークを作成した。 				
	個別評価					
可						

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）	
(3) 人材育成	・地域プロデューサー数	登録DMOの数	1団体	可	観光ガイドについては、おもてなし観光局のもと活動する仕組みができあがっている。また、足袋蔵コーディネーター養成講座に参加した方については、認定後も継続的に足袋蔵開放の一助を担っている。	
	・地域プレーヤー数	足袋蔵コーディネーター及び観光ガイドの数	60人			
	・地域活性化の活動の頻度（ワークショップ数など）	足袋蔵コーディネーター養成講座への延参加人数	68人			
	取組内容		具体的な取り組み内容		評価	評価判定理由（取組内容）
	行田みらい塾の開催	・人材育成事業として、「行田みらい塾」を開催。計3回のワークショップを行い機運醸成を図った。プレ開催のH29は登録者59名、本格開催のH30は登録者48名で修了者17名、R1は登録者30名で修了者13名。		可	行田みらい塾修了者の中から有志らにより、令和元年9月に足袋をテーマにした市民や観光客参加型のイベント、「忍城オリムピック」が開催されるなど、民間レベルでの地域プレーヤーの発掘が進んでいる。観光ガイドの利用回数については、新型コロナウイルス感染症の影響を受け減少したが、今後回復が見込まれる。また、足袋業者の中には、職人の高齢化や技術の継承問題等を解決するため、高等学校卒業生を積極的に採用し、職人確保・育成に繋げており、ひいては日本遺産の振興にも寄与しているところである。	
	観光ガイド育成	・観光ガイドの新規育成と既存観光ガイドの人材育成を行うため、観光ガイド研修を実施し、H29は136回、H30は142回、R1は101回、R2は24回の利用があった。				
	足袋蔵コーディネーター養成講座の開講	・足袋蔵等の保存・活用をアシストする人材の育成を行った（H30）。21名が受講、10名が修了。 ・修了者及び受講者が、日本遺産関連イベントの際にガイドやイベントの補助等で活動を行っている。				
	足袋事業者による若者の積極採用	・足袋事業者の一部では、高等学校卒業生などの若者を積極的に採用する動きが見られるなど、世代間継承に向けた取組みが行われている。				
	「行田足袋」技術継承者育成研修テキストの作成	・商工会議所が後継者育成のための足袋のテキスト「「行田足袋」技術継承者育成研修テキスト」を作成し、各足袋事業者に配布し活用中（R3）。				
	個別評価					
可						

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）	
(4) 整備	・観光客の理解の深まりに関する満足度	アンケート調査による観光客の満足度	79%（2021年度）	可	地元関係者にコンセプトへの理解が広まり、説明に熱がこもって観光客の満足度向上につながった。	
	・観光客の滞在時間の増加	1日体験型ツアー参加者数	17人（2022年度）			
	取組内容			評価	評価判定理由（取組内容）	
	足袋事業者による体験施設の整備・運営	足袋事業者において、足袋の仕上げ体験やマイ足袋体験のできる施設や、伝統ミシンと職人の匠技を目にすることができる施設など、体験施設の整備が進められ、体験を通じた行田足袋のPRや普及に寄与している。		可	日本遺産を伝えていく環境整備には特に力を入れており、足袋製造用具や製品の資料整備やパネル設置、サブストーリーの作成、旧忍町信用組合の移築など、様々な手法を用いて分厚い事業展開を行った。その結果、観光客の満足度につながった。同時に、日本遺産ホームページや博物館音声ガイドの多言語化も実施し、インバウンドに対応すべく外国人への情報発信も積極的に行ってきたが、令和2年度以降、新型コロナウイルス感染症の影響もあり、実績としては現れなかった。	
	足袋製造用具及び製品の資料整備	<ul style="list-style-type: none"> 『行田の足袋製造用具及び製品 資料整備報告書』を刊行（H31） その成果をもとに、「行田の足袋製造用具及び関係資料」として5,484点が国重要有形民俗文化財に指定（R2） 				
	多言語音声ガイド導入、パネル設置	<ul style="list-style-type: none"> 多言語音声ガイド導入、「足袋をつくる」「行田足袋の歴史」製作、上映（H29） 展示パネル設置（H30） 				
	サブストーリーの作成・普及	<ul style="list-style-type: none"> 構成資産ガイドブックを作成（R1）、建築に関する情報だけでなく各構成資産が持つ詳細な物語をそれぞれ盛り込んでいき、味わいのあるものに仕上げた。 				
	旧忍町信用組合店舗の移築・改修・復原	<ul style="list-style-type: none"> 旧忍町信用組合店舗について耐震補強を行い、エレベーター設置等再活用のための改修・整備も行った。現在は子育て世代が活躍できるカフェ「Vert Café（ヴェールカフェ）」として再活用を図っている。 				
案内板等の作成	<ul style="list-style-type: none"> 各種案内看板（道路案内板、総合案内板、案内看板、説明板等）の設置及びステッカーを作成（H29～R1、R4） 					
個別評価						
可						

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）	
(5) 観光事業化	・観光客の入込数・滞在時間・消費金額（客単価）	観光客入込み数	128万人（2021年度）	可	・新型コロナウイルス感染症の影響で減少したが、経済活動の回復に伴い回復が見込まれる。	
	・観光客の周遊エリアの拡大	クイズラリー参加者数	389人（2022年度）			
	取組内容		具体的な取り組み内容		評価	評価判定理由（取組内容）
	足袋蔵公開に向けた取組み（NPO活動支援など）	・足袋蔵所有者に対し、足袋蔵整備のための補助事業を案内 ・NPO主催イベント「蔵めぐりまちあるき」を支援し、公開に向け働きかけを行った。		可	足袋蔵モニターツアーや足袋づくり体験ツアーなど、メインコンテンツである足袋蔵の情報発信のためのツアーも数多く実施した。また、新たな観光客の掘り起こしや、関心のある層を対象に、令和4年度には新たにクイズラリーを実施し、構成資産の隠れた魅力を伝えることができた。また、足袋製造事業者自らが、それぞれ足袋の体験施設を整備し、足袋づくり体験や足袋の歴史に触れることのできる機会を創出した。	
	「日本遺産一斉公開」の開催	・構成資産の周知のために「日本遺産一斉公開」を開催（R1）、回遊性の向上につながった。参加者は約500名。				
	足袋蔵モニターツアー・足袋づくり体験ツアー等の実施	・足袋づくり体験を含む意見集約のためモニターツアーを実施（H29、30） ・「行田市の日本遺産を巡る～足袋蔵等近代化遺産見学ツアー～」をR3、R4に各4回開催				
	クイズラリーの実施	認定5周年を記念し、市民や観光客向けのクイズラリーを開催（R4）、申込不要として観光客が気軽に参加できるよう配慮した。また、参加賞だけでなく抽選での賞品も用意し、動機付けにも工夫を凝らした。				
	半足袋の商品化	・伝統的な行田足袋である白足袋のほか、女性や子どもをターゲットとした、色柄のついた半足袋（柄足袋）の商品化を行うことにより、購買層の拡大に寄与している。				
足袋事業者による体験コンテンツ提供	事業者が整備した体験施設で製造工程の一部を体験することで、足袋づくりに触れることができる。これらコンテンツの提供により、行田足袋のPRや普及促進に寄与している。					
個別評価						
				可		

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）
(6) 普及啓発	・学習体験をした生徒の数	日本遺産を含む郷土学習を行った小中学校数	20校（2022年度予定）	可	ふるさと学習での学びの深化や足袋事業者による小学校での足袋作り教室の開催など、児童らに郷土学習を提供できる機会が十分に確保された。また、民間主導のイベントも多く行われており、盛り上がりを見せている。
	・日本遺産の認知度	日本遺産に認定されていることを認知している割合	66%（2021年度）		
	・民間主導のイベントの数	市内における民間主導のイベント数	4回（足袋事業者による足袋の手作り体験や小学校での足袋作り教室の開催、国外での足袋や日本遺産のPR、NPOによる蔵めぐりまちあるきスタンプラリー）		
		取組内容	具体的な取り組み内容	評価	評価判定理由（取組内容）
		周知啓発の実施	・日本遺産パンフレットを全戸配布、各構成資産にスポットを当てたパンフレットの配布（H29） ・ガイダンスセンターの開設や各所でのPRブース開設、日本遺産勉強会（連続講座）開催など啓発事業の実施	可	マイ足袋づくり体験や足袋工場見学など、手足を使った実体験による学びを通して、児童生徒の中に着実に郷土愛が芽生えている。巡回展示のアンケート調査では地元足袋産業に気づきが得られたというコメントもあり、座学だけでは見えてこない歴史や文化を学ぶ良い機会となっている。また、新型コロナウイルス感染症の影響で令和2年度・3年度は中止した足袋検定については、多くの参加者を誇っていたものであり、認知度向上に多大な貢献をした。市の取組みに呼応して、平成29年度には商工会議所が日本遺産の暖簾を作成して会員に販売しており、多くの市内商店の軒先に掲げられるなど、市や協議会以外の団体による自発的な取組みも進んでいる。
		足袋の学習	・「行田の足袋」を教育課程社会科に位置づけ（H29） ・各小中学校に「ふるさと学習」を位置づけ、各学校で児童生徒の学びを深める。（H30～） ・社会科副読本の中に「行田の足袋」について資料掲載、日本遺産の記述を加えた（R2～）。		
		日本遺産サミット出展	・各地で開催された日本遺産サミットへ出展するとともに、PR映像「行田市の日本遺産・足袋蔵等近代化遺産の魅力」を作成・公開した。		
		マイ足袋づくり体験・足袋製造見学	・市内小学校全3年生がマイ足袋づくりを体験（H29、30） ・小学校の児童を対象とした足袋蔵や足袋工場における足袋製造工程の見学		
		日本遺産巡回展示	・市内小中学校における日本遺産巡回展示（R3は5校、R4は20校で実施予定）		
	足袋検定の実施	・問題作成し受付で配布、郷土博物館常設展示室等で展示資料を見ながら問題を解き、終了後に受付で答え合わせをし、全問正解なら「合格認定証」を授与する。			
	古文書講座「行田足袋商の古文書を読む」	・構成文化財「秋山家文書」「橋本家文書」をテキストとして使用した古文書講座を実施（郷土博物館で定期的に行っている講座の一環であり、今後も同様の講座を開催予定）。			
	個別評価				
	可				

評価項目	評価指標	具体的な指標	実績値	評価	評価判定理由（評価指標）
(7) 情報編集・発信	・ウェブサイトのページビュー	おもてなし観光局のホームページのページビュー（閲覧数）	150万回（2022年度推計）	可	行田おもてなし観光局が構成文化財のライトアップイベントを開催するなど、日本遺産を盛り上げる環境が整ってきている。行田おもてなし観光局への関心は高まっており、民間発信ならではの、市民の心をつかむコンテンツ作りが功を奏しているといえる。
	・更新回数、投稿数	おもてなし観光局のホームページ等の更新回数	毎日更新（SNS含む）		
	・フォロワー数などのエンゲージメント数	SNSでの情報発信に対する「いいね」の数	1,279人（JAPAN EXPO）		
		取組内容	具体的な取り組み内容	評価	評価判定理由（取組内容）
	JAPAN EXPO出展	・JAPAN EXPO（フランス・H30）に市内足袋事業者とともにPRブースを出展、パンフレット配布や足袋販売などを実施。最終日にはステージイベント（足袋のファッションコンテスト）を開催して行田の足袋をPRした。	可	JAPAN EXPO出展や日本遺産サミット出展など、魅力を遠方の方に知ってもらうための取組も積極的に行った。また、ウェブサイトやPR動画といったデジタルな情報発信だけでなく、市内でも来場者数の多い施設である郷土博物館において足袋関連の展示を充実させるなど、デジタル・アナログそれぞれの長所を生かした情報発信を行うことができた。また、新型コロナウイルス感染症の影響で一時休止したものの、文化活動を行う団体（文化団体連合会）と連携した日本遺産コンテンツの活用を定期的に行った。	
	民間企業による国外での展覧会における日本遺産PR	・市内の民間企業（足袋製造業者）が、フランスでの展覧会において、行田足袋や日本遺産のPRブースを設け、現地の方々へ積極的に情報発信を行った。			
	パンフレット等の作成	・PRパンフレット、のぼり旗、看板ポスター制作（H29） ・観光ガイドブック製作、構成文化財の所在地を記したリーフレットの作成（H30） ・構成資産のガイドブック製作（R1） ・行田足袋のリーフレットを再版（R3） ・主要構成文化財のリーフレットの作成（R4）			
	行田市日本遺産推進協議会ホームページの作成	・協議会ホームページを作成・公開し、構成資産についての解説を掲載（H29） ・英語版・フランス語版のホームページを作成し、外国人を対象とした情報発信を強化			
	ウェブサイトやSNS、PR動画等による情報発信	・ウェブサイト、多言語対応のPR動画を作成（H29） ・ウェブサイトの多言語化を実施（H30） ・インフルエンサーを活用したPR動画作成、多言語での記事発信（R1）			
郷土博物館における足袋関連の展示の充実	・国重要有形民俗文化財に指定された郷土博物館所蔵の足袋関係資料を中心とした展示（R2）。 ・企画展「足元から紐解く生活史」で足袋産業紹介（R3）				
文化団体連合会との連携による「テアトル・ヴェール」の開催	・旧忍町信用組合店舗において、文化財活用イベント「テアトル・ヴェール」を開催し、書展や絵画展、写真展やダンスの披露などを行った（R1～）。				

日本遺産セミナー・日本遺産連続講座の開催	<ul style="list-style-type: none"> ・デービッド・アトキンソン氏ほかを講師に迎え、日本遺産セミナーを開催（H29・163名来場）。 ・日本遺産連続講座開催（H29・全6回、受講者延べ110名） 	
フィルムコミッションの活用による日本遺産の情報発信	<ul style="list-style-type: none"> ・認定以降、足袋蔵等の構成文化財をフィルムコミッションで活用し、多数の映画やドラマ・情報番組などで取り上げられ、観光客の誘客につながっている。 	
個別評価		
可		

③ 取組内容に対する総合評価

総合評価	可	
総合評価判定理由	<p>日本遺産に認定されたことで、これまで使われていなかった足袋蔵等のリノベーションによる利活用が図られる事例も出てきており、足袋蔵の資産価値の向上につながっているものと思慮する。また、遠方からの来訪者や関心を持ってもらう方を増やすための足袋蔵ツアーも積極的に開催したほか、小中学校に協力を呼びかけ、ふるさと学習による行田市の歴史・文化・伝統の学びの提供をはじめ、副読本への資料掲載やマイ足袋づくり体験など、座学と実習をバランス良く組み合わせた効率的な学習により、児童生徒にも広く日本遺産を認知させることができた。市内の足袋事業者が自発的に学校で足袋づくり講座を開催したり、日本遺産巡回展示に協力する学校数が増えるなど、普及啓発が着実に実を結んでいるといえる。絶え間ない情報発信や文化団体連合会とも連携したコンテンツ活用の取組みによる観光客の誘客も行っており、総じて日本遺産によるまちの活性化が図られたといえる。</p>	

観光関係者（DMO等）の視点（事業者名：行田おもてなし観光局）

※観光関係者（DMO等）記載

「足袋の行田か行田の足袋か」と謳われる「行田足袋」は、最盛期には年間約8,400万足の足袋を生産するまでに発展し、それと共に明治時代後半から足袋蔵が次々と建てられていった。そして、今も日本一の足袋産地として和装文化の足元を支え続ける行田には、多くの足袋蔵等歴史的建築物が残っている。また、足袋作りに励む女工さんの間で、おやつとして手軽に食べられた「フライ」や「ゼリーフライ」は、老若男女を問わず今も行田市民から愛され、地域の食文化として定着している。

平成29年4月の日本遺産認定に加え、同年10月に行田の足袋製造会社を舞台とした池井戸潤氏の小説「陸王」がドラマ化された効果もあり、「行田足袋」や足袋蔵は県内外から観光客を呼び寄せる重要な要素となっている。そこで、さらなるブラッシュアップや付加価値化を図るため、令和2年10月から当法人と市の共催により、足袋蔵や忍城等などの歴史的建築物を花手水で飾り、周遊していただく「行田花手水week」を開始した。こうした取組みにより、歴史・文化に興味がある層だけでなく、若年層等多様な来訪者に対して、足袋の歴史・文化を積極的に発信している。

また、日本遺産の構成資産の一つである「フライ」や「ゼリーフライ」については、文化庁の認定制度「100年フード」に当法人と市で共同申請し、「近代の100年フード部門～明治・大正に生み出された食文化」にて認定を受けた。こうした認定制度も活用し、行田足袋と足袋蔵のストーリー普及と地域の食文化継承を図っている。

当法人としては、引き続き、行田足袋と足袋蔵のストーリーに関連のあるコンテンツを観光的視点で磨き上げていくことで、地域の魅力を向上していきたいと考えている。

日本遺産を通じた地域活性化計画実績報告書 別添参考資料（取組）

①取り組んでよかった点・効果が出ている点

・市及びおもてなし観光局の共催にて、構成文化財において実施している「行田花手水week」や構成文化財である忍城などのライトアップイベントを開始して以来、街中の回遊性が向上し、人で賑わうようになった。観光物産館「ぶらっと♪ぎょうだ」の売上は開始前の4倍になっている。

・「足袋蔵のまち行田」として日本遺産に認定されたことで、それまで遊休資産であった足袋蔵の価値が見いだされ、店舗施設等に利活用されるなどにより集客力のある施設へと変貌を遂げ、街に賑わいが創出された点

・これまで少子高齢化の影響を受け、足袋産業の世代間継承が危ぶまれていたが、足袋にスポットを当てたことで民間活力が引き出され、足袋の体験・見学施設が誕生したり、若者の積極雇用などが生み出されるなど、足袋に触れる・足袋を受け継ぐ体制づくりが進んだ点

②取り組んで効果が出なかった点・改善すべき点

・足袋蔵コーディネーターの養成人数は10人とどまったものの、その後も足袋蔵の公開の補助を担うなど、積極的に活動を行っている。