

令和5年度認定

計画名	50 「陶の郷」を中核とした丹波焼の郷文化観光拠点計画
-----	-----------------------------

①計画目標の達成状況

目標項目名(単位)	R5			R6			R7			R8			R9		
	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率	目標	実績	達成率
入国者数(人)	60,000	54,268	90%	62,500	50,659	81%	65,000			70,000			75,000		
外国人入国者数(人)	750	627	84%	1,000	1,008	101%	2,000			2,500			3,000		
陶の郷消費額(万円)	4,800	4,404	92%	5,000	5,001	100%	5,500			5,800			6,200		
来国者満足度(%)	40	45	113%	42.5	48	113%	45			48			50		
立杭エリアの周遊人数	12,000	27,803	232%	15,625	28,686	184%	19,500			24,500			30,000		

②計画目標の達成状況に関する分析・評価

(分析)
入国者数のみ目標値を下回ったが、これは10月のイベント「陶器祭り」の開催期間を18日間から10日間に短縮した(黨元の負担等を考慮)ことを理由とする。(10月の入国者数について、昨年より30%減少。)
前回調査と比べて、30代までの若い来訪者が10%増加しており、計画上のターゲットの一つとして位置付けている、「次代の丹波焼の使い手となる若者・子ども連れ」への認知度が少しずつ向上している可能性がある。
来訪者の8割が兵庫県内からの来訪であり、距離感や生活経済圏を踏まえると、大阪圏からの来訪者増加に余地があると推測される。
外国人入国者数の目標値達成について、「日本六古窯」を巡る旅行者など、日本のやきもの文化に興味を持つ外国人来訪者が増えてきており、数名のグループでほぼ毎日来訪している。
陶の郷消費額及び立杭エリアの周遊人数の目標値達成について、丹波立杭陶磁器協同組合の運用するSNS等による情報発信や、黨元自身の営業努力が成就していると考えられる。
一方で、来訪者のうち、47%が器を購入していないというアンケート結果もあり、購買に結びつけて消費額を向上する方策を考える必要がある。
来国者満足度の目標値達成について、特に「即売場」の満足度が高い(54%)ことから、本事業6ー⑤による改修整備の効果が現れていると考えられる。
(評価)
入国者数以外の目標は達成することができた。特に、入国者数が減少している中で消費額が向上した実績については、丹波焼文化の高付加価値化につながる傾向である。
本事業の柱である展示解説整備が具現化するの令和7年度であり、その効果発現により、入国者数を含めて目標を達成できるよう着実に計画を推進していく必要がある。
来国者アンケートでは、立杭に期待することとして、「新しい発見・学び(歴史・文化)のニーズ」への回答が44.6%であり、文化展示整備による入国者及び消費額の向上に期待が持てる。

③計画で取組んだ事業の進捗状況

事業番号	事業名	R5	R6	R7	R8	事業類型ごとの実績額
1ー①	展示解説事業	黨元や学術調査に係る方々との意見交換会を実施し、丹波焼の文化観光推進のための展示解説のあり方の基本計画を策定。	黨元等に対して展示コンテンツに関するヒアリングを実施。委員会メンバー等との意見交換を経て展示に係る企画を策定。			20.9百万円
1ー②	コーディネーター・ガイドコンシェルジュ確保養成事業	若手陶工11名によるガイドを確保。ガイドに必要な情報を整理した「ガイド手帖」の原型を作成等のガイド実施環境の整備。	英語対応可能なガイド5名を確保するとともに、学芸調査員と連携した文化体験コンテンツを造成した。			
1ー③	文化学術調査研究事業	展示・解説に必要な基礎資料を得るため、UAVレーザ測量業務及び窯跡分布調査の実施。	丹波焼の歴史文化を推進するため、窯跡の発掘調査、出土品の整理調査、資料の展示活用に向けた検討委員会を実施した。			
1ー④	学芸員雇用による文化観光推進	文化観光の推進と文化的価値の向上のため、丹波焼の専門知識を有する学芸員1人の雇用を実施。	丹波焼の専門知識を有する学芸員2人を雇用。文化学術調査研究・アウトリーチ活動を通じて文化的価値の向上に努めた。			
1ー⑤	兵庫県陶芸美術館との連携推進	—	中止 (相互に周遊を促す取組等を自主事業として実施中であるため。)			
2ー①	情報通信技術を活用した展示・解説等整備事業	黨元や事業関係者との意見交換会を行い、情報通信技術を活用した展示・解説整備について基本計画を策定。	黨元等に対して情報通信技術を用いた展示に関するヒアリングを実施。委員会メンバー等との意見交換を経て世界観を表現する情報通信技術の展示方法を検討した。			11.4百万円
2ー②	多言語整備事業	黨元との意見交換会を実施、さらにインバウンドの顧客動向や他施設が多言語整備に関するリサーチを行い、基本計画を策定。	展示解説や情報通信技術を活用した展示企画を整理しながら、本市に来籍される外国人のターゲット層に合わせた多言語化整備に関する企画提案をまとめた。			
2ー③	セミナー・アートプログラム推進事業	—	—			
2ー④	「陶泊」推進事業	宿泊を受け入れる黨元を1軒確保し、受入環境の整備と民泊の勉強会・滞在交流のワークショップ等を実施した。	月1回8組17名の受入れを行った。立杭の風土、丹波焼の魅力を強く感じ、非常に貴重な体験との感想を得た。			
2ー⑤	高付加価値型パッケージツアーの実施	中止 (旅行会社の送客等が別途確保できたため。)	中止 (旅行会社の送客等が別途確保できたため。)			
3ー①	展示入館、陶芸体験・飲食物販売等のキャッシュレス化	施設全体として統一的なキャッシュレス化が可能となった。	—			

3-②	コンテンツWeb予約・決裁システム導入事業	組合事務局による一元管理と代理販売を通じた効率的な集客ができるスキームを検討し、「電動ろくろ体験」の予約から運用を開始。	中止 (令和5年度において導入が完了し、運用を継続している。)			4.0百万円
3-③	E-BIKEレンタル・サイクリングツアー造成事業	計8台のE-bikeを導入し、運用を開始した。E-bikeを活用した立杭散策モニターツアーを実施した。	E-bikeの利用者数162名 エリアの周遊に活用されている。			
3-④	黨元周遊情報提供システム整備事業	株式会社DNPブランニングネットワークの「MAPベース地域周遊情報発信プラットフォーム」を導入し、運用を開始した。	中止 (令和5年度において導入が完了し、運用を継続している。)			
4-①	カフェ・スタンド事業	黨元や事業関係者との意見交換会を行い、丹波焼の魅力が実感できる内容で基本計画を策定。	—			4.1百万円
4-②	即売場生産性向上事業	販売状況を黨元がリアルタイムに確認できるタブレットアプリを開発、導入した。売上確認と分析が可能となった。	—			
4-③	丹波焼グッズ開発・販売事業	—	中止 (別途、お土産になるお菓子を開発して販売中。)			
5-①	Webサイト多言語化等整備事業	—	多言語Webサイトを作成し、公開。ツアー情報にリンクしており、外国人の文化理解、施設入園者増加や周遊増につながる。			2.0百万円
5-②	民間事業者や広域連携DMO等との連携による情報発信	—	延期 (伝習会館の改修が令和7年度までかかることから、令和8年度から順次プロモーションを実施予定。)			
6-①	展示棟(伝産会館)改修整備事業	—	—			
6-②	展示棟(伝習会館)改修整備事業	—	伝習・伝産会館の実施設計を策定。伝習会館の1階・2階展示エリアの解体撤去並びに美装を実施し、次年度工事の下準備を完了した。			46.2百万円
6-③	オープン・ラボ整備事業	—	—			
6-④	カフェ・スタンド整備事業	—	伝習会館の2階カフェスペースに関する実施設計を策定、解体から内装仕上げまで実施した。			
6-⑤	即売場改修整備事業	来訪者が場内をスムーズに回遊し、どの黨元のブースにも辿り着きやすい導線の見直しなど、売上向上につながる改修整備を実施。	昨年度に引き続き、改修整備を実施。組合員各ブースの魅力化整備、器が綺麗に映える照明器具の整備等。			
各年度ごとの実績額→		32.6百万円	56.0百万円			88.6百万円

④事業の進捗状況に関する分析・評価

(分析) 1-① ヒアリングや対話を通して、伝習会館における展示コンセプトと展示テーマを策定し、組合及び推進委員会メンバーとの合意形成ができた。 1-② 外国語対応可能なガイドを5名程度確保するとともに、インバウンドツアーへのアテンドも実施した。また、学芸員と連携したツアーも造成するなど、所期の成果を得ることができた。 1-③ 丹波焼の窯跡2基についての発掘調査、出土品の整理調査を実施し、資料の展示活用に向けた検討委員会を2回開催した。事業成果の展示計画への情報提供など所期の成果を得ることができた。 1-④ 丹波焼の専門知識を有する学芸員2人を雇用するとともに、文化学術調査研究の面での調査員として窯跡の現状確認、伝世・所蔵丹波焼の調査、専門知識に基づいたアウトリーチ活動を行ない評価を得ることができた。 2-① 展示棟の情報通信技術を活用した企画提案や、オンラインコンテンツの企画提案をまとめた。従来の「見せる展示」から「体験する展示」へと進化させ、ターゲット層のニーズに応えるコンテンツの提供につながった。 2-② 展示解説事業の中で多言語化整備事業に関する企画提案をまとめた。音声ガイド及び配付資料の多言語化についても導入することとし、インバウンド観光客への満足度向上につながった。 2-④ 丹波焼ならではのプログラムを継続的に実施することができ、「陶泊」というフレーズで認知度を高めることにつながっている。 3-③ 継続的にエリアの周遊に活用されている。 5-① 外国人が丹波焼の文化について興味を持ち、施設入園者の増加につながる情報発信媒体を整備することができた。外国人へのアンケートでも満足度が高く一定の評価を得ることができた。 6-② 伝習会館と伝産会館の実施設計を策定。それに基づき伝習会館1階・2階において解体撤去工事を行い、計画どおり次年度工事の下準備を終えることができた。 6-④ 伝習会館(カフェスタンド部分)の実施設計を策定。それに基づき伝習会館2階において解体撤去工事を行い、計画どおり内装工事まで終えた。 6-⑤ 即売場売上額の増加につながっており、丹波焼の魅力向上につながった。 (評価) 全体を通して、概ね目標に向かって事業を進捗することができていると考えられる。 文化財調査員や学芸員が、ガイドツアー等を通してアウトリーチ活動を実施することで、文化観光をきっかけとして、陶工の作陶における感覚や一般来訪者との接点を得て、学芸の世界に閉じずに開いていく感覚を養うことができた。 兵庫陶芸美術館と丹波立杭陶磁器協同組合、観光関連事業者が連携することで、外国人来訪者に向けた一連のツアーコースを整備することにつながり、立杭全体を周遊してもらうための有機的な結びつきが確立されつつある。

⑤拠点施設の要件に関する取組状況

要件	文化観光拠点施設名	丹波伝統工芸公園 立杭陶の郷	
・文化資源の魅力に関する情報を適切に活用した解説・紹介		基本計画を策定したが、貴重な陶工たちの意見等をヒアリングすることで得た新たな視点を加味するため、「窯元個々の生きざま（価値観・ものづくりの背景）」にフォーカスした展示・解説になるよう計画変更を行った。	
・情報通信技術の活用を考慮した適切な方法を用いた解説・紹介		基本計画を策定したが、産地の経済活性化につなげることを目指し、BtoBなど商談にも活用できるよう、各窯元の作品などもアーカイブを進め、印象に残りやすく、かつ多くの人に分かりやすい情報発信環境の整備に取り組むための計画変更を行った。	
・外国人観光旅客の来訪の状況に応じて、適切に外国語を用いた解説・紹介		基本計画を策定したが、丹波焼のストーリー性のある分かりやすい解説を行うために、陶工や学芸員による声を通じたオーディオガイドが有効だと考える。またQRなどで多言語化対応コンテンツを視聴できるように整備をすることで、より深く歴史文化が理解できて周遊促進にもつなげるための計画変更を行った。	
・文化観光の推進に関する多様な関係者との連携体制の構築		丹波篠山市、丹波立杭陶磁器協同組合及び兵庫陶芸美術館に加えて、地域の観光を推進するMasse丹波篠山及び株式会社JTB神戸支店の参画を得て、定期的に状況を共有する会議を開催している。	
・文化観光の推進に関する各種データの収集・整理・分析		拠点施設において、来訪者の動向に関するデータ収集・整理・分析を行っている。	
・文化観光の推進に関する事業の方針の策定及びKPIの設定・PDCAサイクルの確立		関係者による会議において、本拠点計画に沿った事業の方針確認、KPIの状況共有等を実施している。定期的に情報発信や地元住民や陶工等から意見をいただく機会を設けて適切なコミュニケーションを図っており、地域の関係者と共に歩みを進めることができるようなサイクルを設けている。	

⑥観光関係者（DMOなど）からの評価

評価者	評価内容
一般社団法人ウイズささやま(地域限定旅行業)	令和6年度、陶の郷即売場のリニューアル以降、多様な窯元の作品を短時間で紹介できる場としての活用価値が高まり、ツアー行程への組み込み機会が増加しています。特に、これまでに比べて売り場への送客後の購入率の向上が顕著で、来訪者の満足度も高まっているとの実感を得ています。また同年度、インバウンド対応の中で実施したヒアリングにおいて、外国人観光客から「六古窯（ろっこよう）」に関する関心が多く寄せられたことも特筆されます。近年、日本陶芸全般への関心が欧米を中心に高まっており、陶器・焼き物文化が一種の“Japan Craft”として注目されている背景があります。これらの点をふまえ、今後の市全体におけるインバウンド向け観光プロモーションにおいては、「丹波焼の郷」を文化的フックとして戦略的に位置づけていくことを推奨いたします。
株式会社JTB 神戸支店	目標値については、1項目の80%以上を除き、すべて100%以上と達成されており、昨年度に目標未達成であった外国人入園者数及び消費額について目標達成に至ったことは顕著な成果であると考えます。組合様の即売場改修整備事業等が寄与しているのではないかと考えます。展示のリニューアルについて、コンテンツが見えてきたことで、陶の郷の文化観光拠点化に向けたブランドイメージがより具体化されてきました。今後、多言語Webサイトの充実等も含めて、事業成果を広くPRし、一方でその取組をしっかりとデータとして蓄積（数字だけでなく、お客様評価等も含めて）していける目標も入れながら好循環サイクルでの誘客につなげていくことが求められます。

⑦今後の改善の方向性

計画目標が未達成であった入園者数が改善するよう、展示機改修整備を着実に進め、大阪・関西万博等の機会を捉えて大阪等への丹波焼文化PRを強化してまいりたい。
--