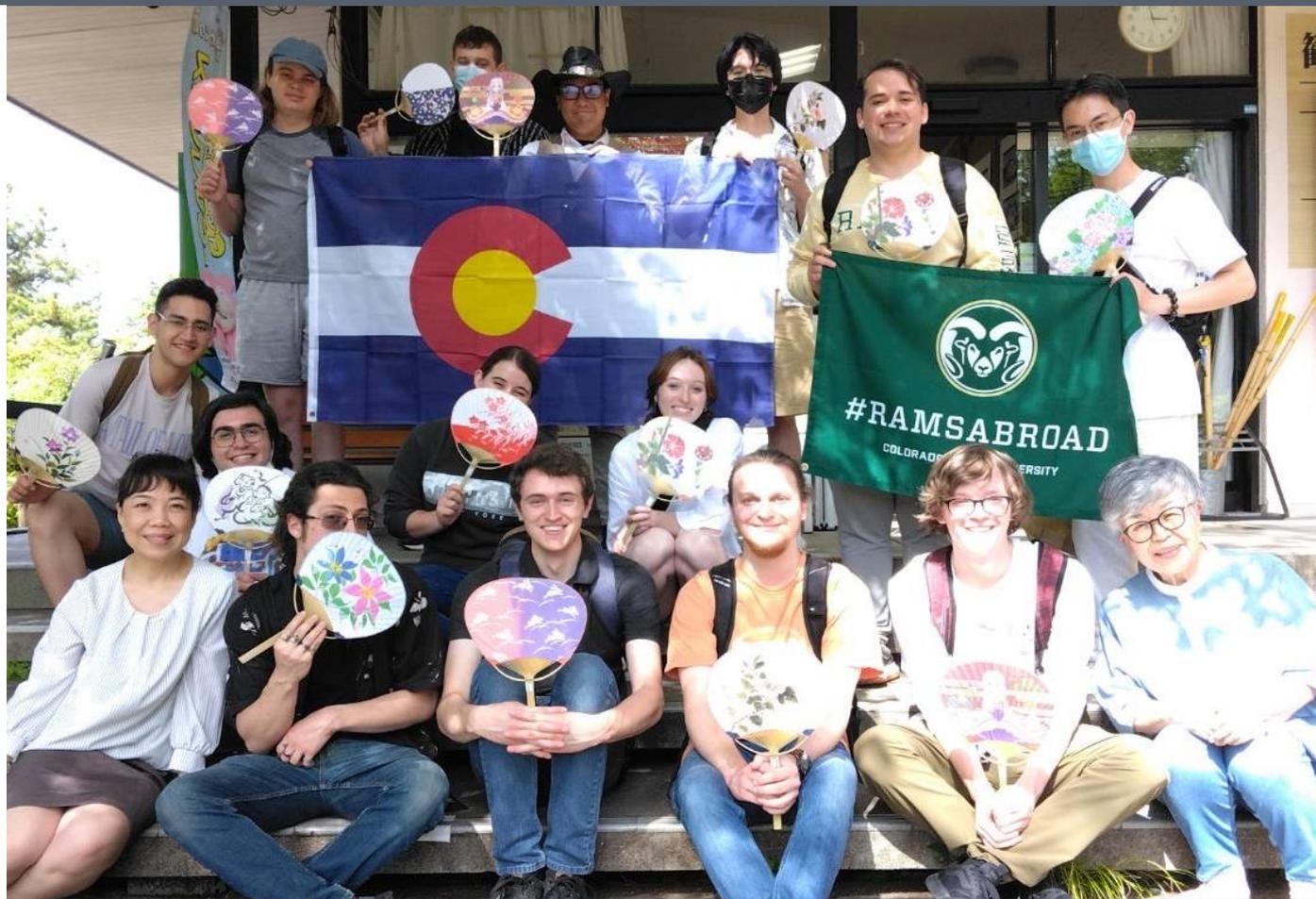


『歴史を紡ぐ、丸亀うちわニュー・マイスター31』 Spinning History ,Marugame Uchiwa New Meister 31



2023.10.10 @かがわ国際会議場
作成者:丸亀市産業観光課 宮竹

〈内容〉

- ①『丸亀うちわ』の歴史と伝統技術
- ②『丸亀うちわ』のGood Practice Story とは
- ③課題解決への取り組み
- ④成果・GDからの評価
- ⑤今後の展望
- ⑥まとめ



① -1 『丸亀うちわ』の歴史と伝統技術

●『丸亀うちわ』とは、
400年以上前(江戸時代)から丸亀城下町で作られている国の伝統的工芸品。
こんぴら参詣のお土産品として普及し、丸亀藩が藩士の内職にうちわ作りを奨励したことで代表的なうちわ産業の基盤を構築。

こんぴら始点
太助灯籠



丸金うちわ



丸亀城

丸亀港



金刀比羅宮

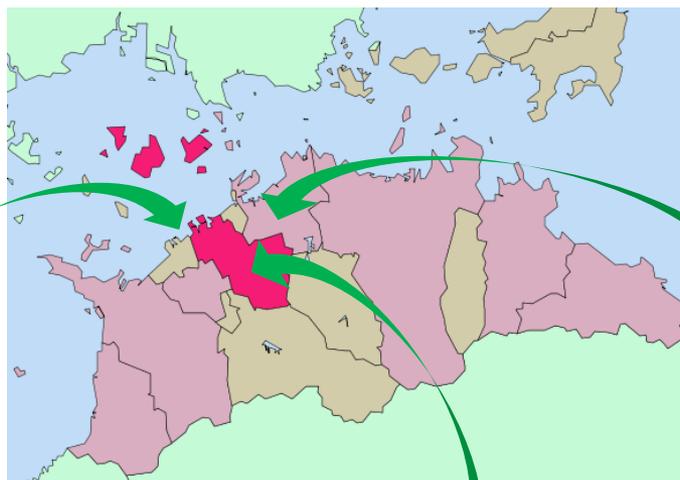


① -2 『丸亀うちわ』の歴史と伝統技術

●『丸亀うちわ』とは、

【伊予竹に土佐紙貼りて あわ(阿波)ぐれば 讃岐うちわで至極(四国)涼しい】と歌い継がれるほど、材料のすべてを四国の近隣より揃えられる恵まれた土地であったことも繁栄した要因の一つ。

伊予竹



阿波のり

土佐和紙



① -3 『丸亀うちわ』の歴史と伝統技術

●『丸亀うちわ』とは、 『1997年に国の伝統的工芸品に指定』

1本の竹から全47工程を経て、すべてが手仕事で作られる。

竹1つ、1つの特徴を見極め、卓越した職人技で唯一無二な逸品を生み出す。

ふしはだけ



割き



もみ



穴あけ



鎌削り



編み



付け



貼り



たたき



へり取り



②-1 『丸亀うちわ』のGood Practice Story とは(概要)



丸亀うちわの歴史が途絶えかける危機的状況

産業の縮小

後継者不足

伝統技術の
継承方法

【解決策】

『後継者育成講座』の開設や『丸亀うちわニュー・マイスター制度』の導入

【結果】

歴史を紡ぐ、『丸亀うちわニュー・マイスター31名』が誕生

『丸亀うちわ』
の実演販売

観光を通して
『丸亀うちわ』
のファン増加

『丸亀うちわ』
の伝統、講座
や制度のPR

『丸亀うちわ』
後継者候補
移住者獲得

観光における『丸亀うちわ』が交流人口の増加、

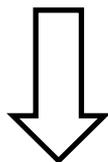
伝統文化の継承、地域振興などに大いに寄与している。

②-2『丸亀うちわ』のGood Practice Story とは(詳細)



●1950年代

400軒以上の業者、年間1億2千万本の日本一の生産量を誇っていた。

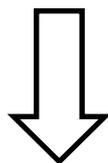


産業の縮小



●1990年代

80軒ほどのうちわ業者、年間約7千万本の生産量に減少。



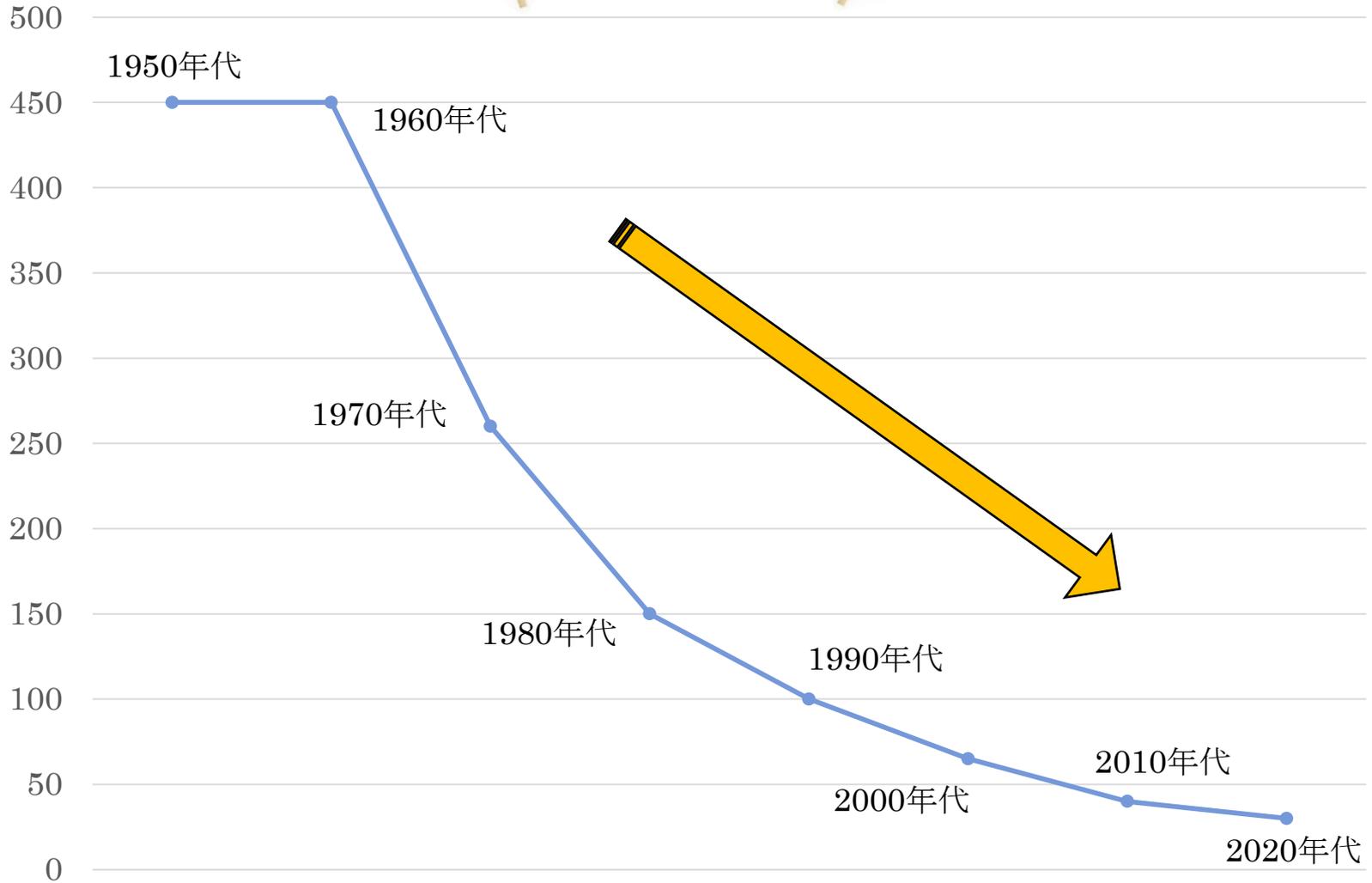
●1995年

丸亀うちわの総合博物館として『うちわの港ミュージアム』オープン！
これを好機に観光客が年間で約2～3万人来場するようになる。

しかし、観光客は増えてつつも、産業の縮小、後継者不足、伝統技術の継承方法などの問題は深刻化するばかり・・・



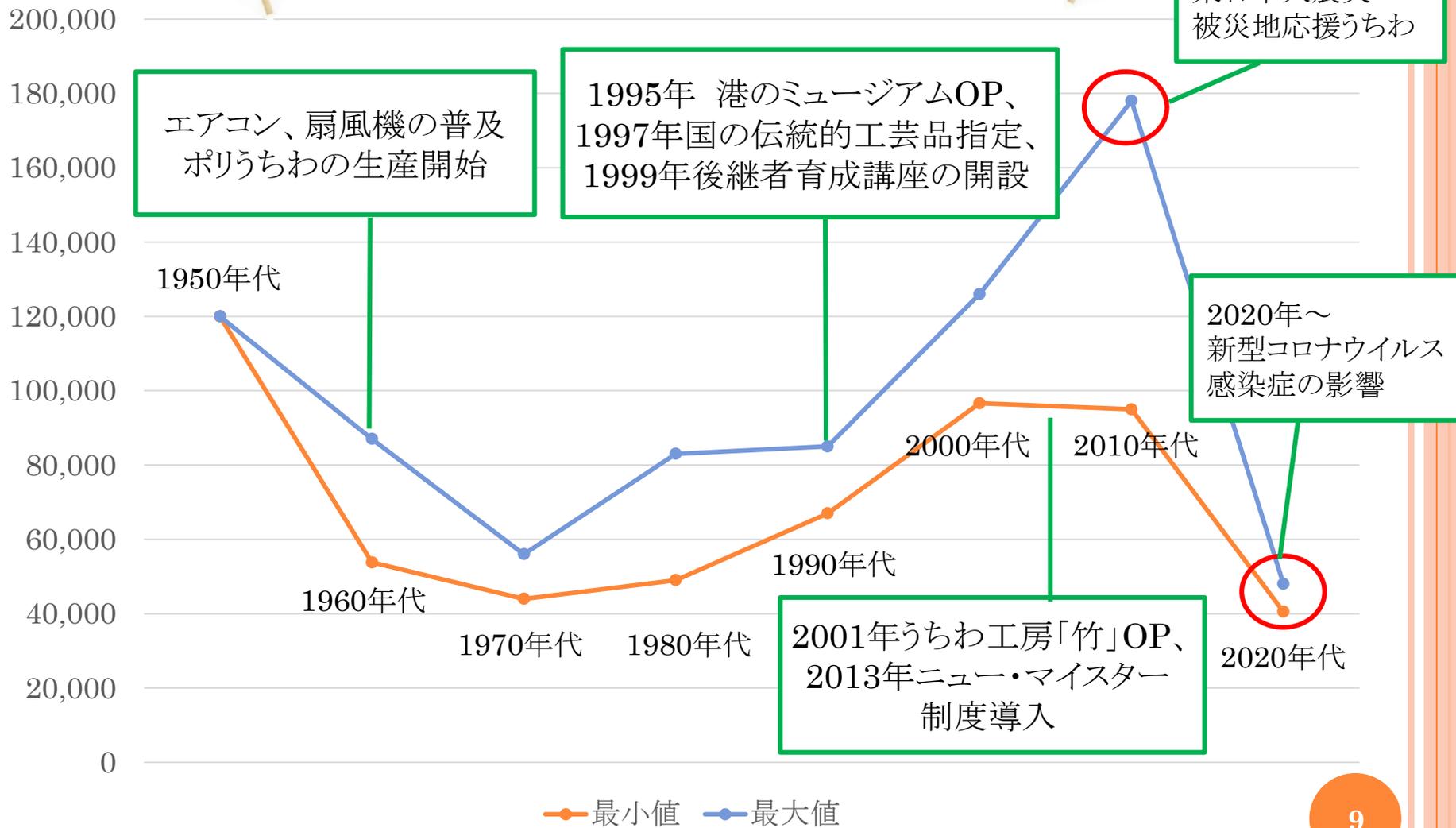
事業者数



現在の事業所数: 23



丸亀うちわ生産量(単位:千本)



グラフの説明:各年度(10年間)内の生産量の最も多い年と少ない年の乖離を表しています。

③-1 課題解決への取り組み（後継者不足、伝統技術の継承）

●STEP①:1995年

丸亀うちわの総合博物館として『**うちわの港ミュージアム**』オープン！

→観光客の誘客を図り、丸亀うちわの認知度向上を目指す。



●STEP②:1997年と1999年

国の伝統的工芸品指定を好機に「**後継者育成講座**」を開設

→同時に県内外への実演販売にも積極的に取り組み、国外へのPRも開始

●STEP③:2001年

丸亀城内に後継者育成講座修了生12名で『**うちわ工房“竹”**』を開設

→丸亀城に観光で訪れる人々をターゲットに実演・販売を実施

●STEP④:2003年

『うちわの港ミュージアム』、『うちわ工房“竹”』で**うちわ作り体験**を本格的に始動

→実演販売等で観光客からの要望により、実現した体験コンテンツで誘客

●STEP⑤:2013年

「**丸亀うちわニュー・マイスター**」制度を導入

→育成講座を修了して、一定条件以上の方に与える認定制度で後継者獲得へ

③-2 課題解決への取り組み(育成講座とマイスター制度とさらなる課題)

後継者育成制度

→伝統技術の継承を目的に技術研修生を募集し、毎年約1カ月の実技などの研修を実施している。
※現在、延べ261名が修了

丸亀うちわニュー・マイスター制度

→講座を修了後、3年以上、うちわ産業に尽力した中からニュー・マイスターの称号を与えている。関係団体からの仕事も受託でき、販売なども可能になり、雇用やビジネスチャンスの創出に繋がっている。

今では、31名のマイスターがいる。

●課題:認定の評価基準

①香川県うちわ協同組合連合会との連携

②丸亀うちわへの熱意

③うちわ作りの技術レベル

⇒①②は問題ないが、③が未熟だったり、作品のばらつき等、技術レベルの可視化が問題！

●解決策:異なる立場からの審査

①②:連合会事務局の審査

③:伝統工芸士による審査

⇒講座修了後の技術レベルにおける積極的なサポートやレクチャーの実施。

⇒マイスター認定後、すぐにでも実演や体験の受入が可能なほどに！

③-3 課題解決への取り組み(成功要因)

●制度設立時の伝統工芸士の存在

2013年、丸亀うちわニュー・マイスター制度導入時点で、既に卒業後3年以上、うちわ業界に貢献している**職人18名**。

彼らの洗練された技や経験のおかげで、作り続ければ、技術も想像力も磨くことができると体現でき、**マイスターを目指す人々のモチベーション・アップにも繋がった。**

●観光客への実演とうちわ作り体験指導の経験

育成講座卒業後、すぐに販売できる『うちわ』が作れるわけではありません。デザイン性や技術レベルも未熟な人が多い。

しかし、あえて、人前で実演させたり、体験で観光客へレクチャーする機会を積極的に提供することで、3年後をより具体的にイメージさせることで成長意欲を掻き立てることができる。同時にうちわへの想いやシビック・プライドの醸成にも繋げることができた。

④-1 様々な成果(GSTCの基準を参照)

●社会的な利益

- ・市外、県外から講座受講生の増加
- ・後継者候補として移住者もいる

後継者育成講座の通算修了生:261名

丸亀ニュー・マイスター認定者:31名

⇒市外6名、市内25名 (移住者3名)

●経済的な利益

- ・ミュージアム、工房OP後、うちわ作り体験の販売額や職人の収益の増加

うちわの通算販売額:約2億円

ミュージアム通算来場者数:約59万人

うちわ作り体験者数(通算):ミュージアム約8万人、工房約9千人

うちわ体験通算販売額:約9千万円

●環境的な利益

- ・竹林整備による環境保全への貢献
- ・電気を使用しない涼み方の文化継承で省エネへの貢献
- ・プラスチックうちわの削減とリサイクル『ポリうちわ』の促進
- ・廃棄物削減とリユースへの意識

⇒(例)海洋ゴミの漁網を再利用して「渋うちわ」という堅く・破れない・強いうちわに活用、オリーブの廃材を丸亀うちわとコラボさせた「オリーブうちわ」、竹の廃材を活用したしおりや置台、うどんのゆで網の再利用や廃棄うどんを和紙に変えて作る「うどんうちわ」等



④-2 GDからの評価



Tartu, Estonia

GREEN DESTINATIONS
TOP 100 STORIES
COMPETITION

DESTINATION
REPORT

2023

Marugame City, Japan



FIUTURE
OF **TOURISM**.ORG

 **GREEN**
DESTINATIONS



ITB
BERLIN

The World's
Leading
Travel Trade
Show®

④-3 GDからの評価

SUSTAINABILITY CHECK

The Sustainability check is the first step of the Top 100 competition. It helps ensure that destinations participating are complying with basic guidelines for sustainable tourism, before inviting them to share their sustainability Good Practice Story.

Marugame City, in Japan, was evaluated on the Core-15 criteria of the Green Destinations Standard as part of the 2023 Green Destinations Top 100 Stories competition. They have shown promising results by achieving at least 60% compliance. See page 3 for the detailed scores.

Best performed criteria

- Community involvement in planning
- Inventory of destination assets
- Landscape & Scenery

Criteria to be improved

- Tourism impact on nature
- Reducing energy consumption
- Promoting local products and services

STEP 1 SCORE TABLE

The score table shows the final score of the destination for each Core Criterion they were evaluated on. These final scores are the results of the average between the scores given by 2 independent Top 100 evaluators. Please note that these evaluations are not audits and are only based on the self-reporting done for each criterion. They will give you an overview of your current performance, as self-reported, for each criterion. For a more in-depth audit, it is recommended to join a certification program.

Criteria	Grades
Sustainable destination coordinator	3
Inventory of destination assets	4
Destination Management Policy or Strategy	3
Tourism impact on nature	2
Landscape & Scenery	4
Solid waste reduction	4
Reducing transport emissions from travel	3
Reducing energy consumption	3
Tangible cultural heritage	4
Intangible heritage	4
Community involvement in planning	5
Supporting local entrepreneurs	4
Promoting local products and services	3
Health & safety	3
Promoting sustainability among enterprises	3

Why did this story stand out?

"Its Initiatives to carry on traditions are closely related to tourism."

"Marugame Uchiwa craft, a timeless art handed down to generations, weaving tradition and innovation"

GOOD PRACTICE STORY

When destinations have achieved at least 60% compliance with the Criteria of the Green Destinations Standard, they are invited to submit a Good Practice Story - a tool to share their expertise and experience with other destinations, tour operators and visitors around the world.

Spinning History, Marugame Uchiwa New Meister 31

Culture & Tradition

This is the story that was selected as part of the 2023 Top 100 list.

“伝統を継承する取り組みは、観光と密接な関係がある”

“丸亀うちわは、伝統と革新を織り交ぜながら、時代を超えて受け継がれてきた工芸品である”



④ - 4 GDからの評価



PERFORMANCE SCORE CARD OF Marugame City, Japan



Transparency in sustainability is key

Marugame City, Japan, has been recognised for its sustainability efforts as part of the 2023 Green Destinations Top 100 Stories. They were evaluated on the **Core-15 criteria of the Green Destinations Standard**. Find out about their performance below:

1 DESTINATION MANAGEMENT

- Sustainable destination coordinator
- Inventory of destination assets
- Destination management policy or strategy
- Managing visitor pressure
- Visitor behaviour at sensitive sites

4 CULTURE & TRADITION

- Tangible cultural heritage
- Managing tourism impacts on culture
- Intangible heritage

5 BUSINESS & COMMUNICATION

- Entrepise engagement
- Sustainability standard

2 NATURE & SCENERY

- Nature conservation
- Tourism impacts on nature
- Landscape & scenery
- Captive animal welfare

6 SOCIAL WELL-BEING

- Human rights
- Community involvement in planning
- Inhabitant satisfaction
- Supporting local entrepreneurs
- Promoting local products and services
- Property exploitation
- Health & safety

3 ENVIRONMENT & CLIMATE

- Noise
- Light pollution
- Waste water treatment
- Solid waste reduction
- Waste separation & recycling
- Reducing transport emissions for travel
- Reducing energy consumption
- Renewable energy
- Responding to climate risks

Legend

- Sufficient
- Insufficient
- Partially sufficient
- Not Applicable
- Not evaluated

Powered by GOOD TRAVELGUIDE

If you're interested in learning more about the methodology behind this scorecard then [CLICK HERE](#).

⑤-1 今後の展望(丸亀うちわのGPSについて)

持続可能な観光まちづくり「丸亀」に向けて、観光事業者だけでなく、あらゆる業種や学生、市民などの多様なステークホルダーを巻き込み、「丸亀うちわ」を起爆剤に、地域の持続可能性を向上させる意識、地域愛を醸成していく！ **それこそが世界の旅行者が求める「本物」！**

地域や観光コンテンツ × GSTC、JSTS-Dの考え



「Reborn Tourism of Marugame」を創出していく！



持続可能な観光まちづくりの武器を携えていく！

持続可能な観光まちづくりで様々な課題解決策を見出していく！

そんなまちに観光客が集まり、経済波及効果も創出されていく！

⑤ -2 今後の展望(受賞したことについて)

- ①郷土愛「シビック・プライド」の醸成
- ②地域の持続可能な取り組みへの意識向上
- ③広域連携により、“イミ消費”の相乗効果を創出

- ・市および観光協会HP、広報誌、その他SNSなどでの発信
- ・積極的な視察の受け入れ(市観光協会やDMOとの連携)
- ・市内外の教育旅行受け入れ(受賞内容などのプログラム化)
- ・インバウンド向けに関係各所に相談の上、国外への情報発信 など



⑥まとめ

今回選出されたことは、あくまでも、『丸亀うちわ』の伝統継承を考える
機運醸成になったのみ・・・(事業者、職人、行政、地域などの意識改革)
これから、行政として、企業として、地域として、
誇り高い『丸亀うちわ』をどのようにして後世へ伝えていくのか、どのようにして
活用していくのか、しっかりと自分事に捉え、全員で考え、波及効果を得られる
ようにしていくことが重要です。

報道関係者の皆様には、ぜひ、これを機に『丸亀うちわ』の伝統を継承
する価値を広く発信いただきたく存じます。
それが、うちわ産業だけでなく、地域の持続性を向上させる手段でもあります。

広く知ってもらうことで、一人でも多くのファンや後継者候補を増やし、
丸亀の古き良き工芸品であり、職人の匠の技と心が詰まった、『丸亀うちわ』で
モノづくり⇒人づくり⇒地域づくりというサイクルを生み出していきます。

そのサイクルが持続可能な観光地域づくりに結びつき、
多様な波及効果を創出できるよう継続的な取り組みを実現していく所存です。



ご清聴ありがとうございました。