

(イ) たかまつ工芸ウィーク

【概要】 高松のサイト（店舗や施設）同士がつながりあい、工芸に特化した週間をつくりあげ、高松を工芸の発信地として広く内外にアピールすることを目的として開催した。

【期間】 10月8日（木）～11月8日（日） 32日間

【主催】 たかまつ工芸ウィーク実行委員会

（高松市、高松商工会議所、高松市牟礼庵治商工会、香川県漆器工業協同組合、香川県盆栽生産振興協議会、IKUNAS、かがわ物産館「栗林庵」、kitahama blue stories、まちのシューレ 963）

【事業内容】

①イラストマップの作成

発行枚数：30,000枚

配布先：各掲載店舗、市関連施設、教育機関、駅、空港、宿泊施設等

②スタンプラリーの実施

対象店舗・施設数：26か所

景品：kitahama blue stories 賞：6,000円相当×6名様

IKUNASg 賞：18,000円相当×2名様

かがわ物産館「栗林庵」賞：8,000円相当×5名様

まちのシューレ 963 賞：18,000円相当×2名様

応募件数・・・304件

③「#たかまつ工芸ウィーク」フォトコンテストの実施（Instagramにて）

景品：#フォトコンテスト賞：10,000円相当×1名様

応募件数・・・27件

④参加店舗・施設によるイベント・ワークショップの開催

参加・協力してくれた施設・店舗・イベント数

・・・41か所・イベント（参考：令和元年度42、平成30年度11）

参加者数等（ワークショップへの参加者、店舗・施設・イベント等への来場者）

・・・延べ79,986人（参考：令和元年度23,623人、平成30年度9,802人）

○店舗・施設ごとのイベント・ワークショップ

・かがわ物産館「栗林庵」・・・ワークショップ：9コース

（菓子木型和三盆干菓子、石あかり、組手アクセサリー・時計、ミニチェア・キースタンド、引き出し、張り子虎絵付け、讃岐かがり手まり、漆絵付け、讃岐のり染）

- ・まちのシューレ 963・・・「森羅 Sinra うるし展」(10/21～11/3)
ワークショップ：金継ぎ教室
- ・IKUNAS g・・・「harico」張り子展示販売(10/23～11/14)
ワークショップ：張り子絵付け
- ・高松盆栽の郷・・・高松盆栽の郷フェスタ 2020 (10/24・25・31、11/1・7・8)
- ・香川の漆器伝統工芸士まつり・・・(10/8～10/12)
ワークショップ：蒔絵盆、堆漆箸、堆漆アクセサリー
- ・高松市美術館・・・
「第3期常設展」：明石朴景が率いた漆芸グループ「うるみ会」の軌跡を紹介(9/26～12/27)
「高松コンテンポラリーアート・アニュアル vol.09 時どきどき想像」：乾漆や螺鈿の伝統技法や3Dデジタル技術を駆使する保井智貴はじめ5人を紹介。(10/31～12/13)
- ・高松市歴史資料館・・・「心を豊かにするデザイナー—金子正則が愛したもの—」展(～3/31)
「讃岐のやきもの展」(10/2～11/8)
- ・高松市石の民俗資料館・・・「石の里のアーティストたち テーマ庵治石 Part19」(10/3～11/1)
「三枝惣太郎とコッパ-石工から彫刻家へ」(10/3～11/1)
ワークショップ：「たのしい土ねんど」
- ・香川県漆芸研究所・・・「香川の蒔絵師展」(9/26～11/3)
- ・讃岐漆芸美術館・・・「川田ツトム漆芸展」(10/2～10/18)、「岩澤佳代子漆芸展」(10/30～11/15)
- ・新光工芸・・・「日本の美・漆工 安本一夫展」(10/8～11/8)
- ・minamo (ATELIER & GALLERY SHOP)・・・若手漆芸作家の器展示(10/8～11/8)
- ・桜ショップ高松店・・・「小泊良 うつわ展」(10/23～10/29)

⑤ホームページ更新、Instagram 運用・広告、Facebook ページ開設・運用、
Instagram、Facebook での広報

【メディア取材等】

- ・西日本放送(10/16 every. フライデー内「高松シティ Clip」)
- ・西日本放送ラジオ(10/22 AM放送「さわやかラジオ おはようハイタッチ!」)
- ・山陽放送(10/8 イブニングニュース)
- ・高松ケーブルテレビ
- ・かがわ経済レポート 10/5号

【成果及び課題】

○成果

- ・イラストマップに対して好評を頂くことが多く、案内にも使え、手に取って回っていただいていた。
- ・スタンプラリーで普段とは異なる、若い層等のお客様が来店してくださっていた。また、お客様の流れをある程度知ることができた。

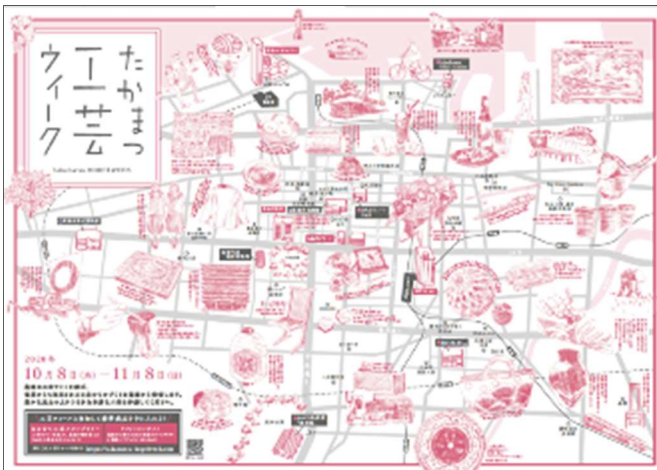
- ・ SNS での情報発信が頻繁に行われ、活気があった。
- ・ ワークショップは、地元の人が見て触れるきっかけになり、本当にしたい、大人が楽しめるものになった。

○課題

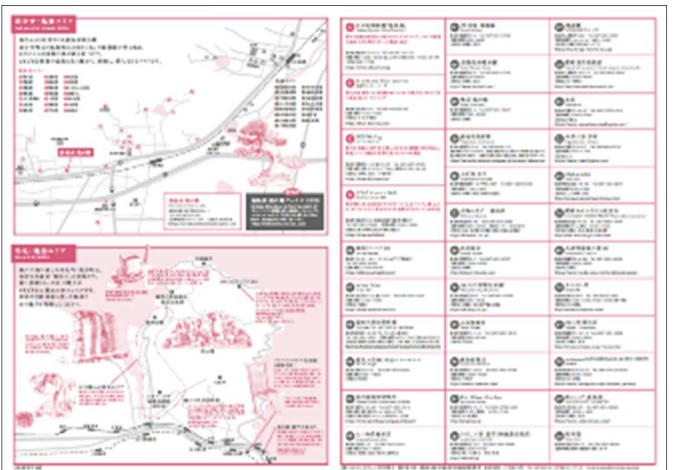
- ・ スンプラリーが購買行動に繋がっていない。押すだけで帰る人が多い。
- ・ 何度行っても空いていないお店があった。
- ・ 広報が弱い。
- ・ 現場で働いている者、若手工芸家を実行委員会に加えたい。

イラストマップ

(表)



(裏)



スタンプラリー

(表)



(裏)

