

よさこい永続発展論

～祭りから学ぶ老舗学～

1140475 藤本 有佳理

高知工科大学マネジメント学部

1. 概要

高知県といえば思い浮かぶものの中に必ずと言って良いほど「よさこい祭り」があげられる。1954年に21の参加チームで始まって以来、年を追うごとに盛んとなり、2013年には、参加チームは200団体を越えた。県内だけでなく全国各地から参加し、観光客もこの時期に多く訪れる。

2014年1月1日付高知新聞によると、現在、「よさこい祭り振興会」が一般財団法人化を視野にいれ、県や高知市などと共に体制見直しの検討を行っている。「本家よさこい」の地位確立と祭りのさらなる発展を目的とし、県の産業振興計画に位置付けることも求めている。よさこい祭りには、全体を振興会が主催しつつ、会場となる競演場や演舞場は商店街などが独自に資金を集めて運営する、高知独特の仕組みがある。高知市商店街振興組合連合会の代表理事は、よさこい法人化案に関して、「現状、会議所や商店街が中心になって、絶妙なバランスの中で運営されている。ただ商店街も経済的、人的に厳しい面があるのは事実。バランスを保ちながら、祭りを継続し発展させるにはどうすればいいか、一緒に考えていきたい」と前向きに捉えている。高知商工会議所側も高知市商店街振興組合連合会側もよさこい祭りの継続と発展を強く願っている。

私自身もよさこい祭りに対して、継続と発展を強く願う一人である。私は、高知工科大学のよさこいチームに4年間携わってきた。大学に入るまで、「よさこい」を見たことがなく、どんな祭りかさえも分からなかった。そのような私が高知工科大学のよさこいチームに所属することとなったきっかけは、アカペラ部の先輩に誘われたことだ。2010年から2012年は裏方として、2013年は裏方兼歌手として携わった。裏方には、練習の受付、踊り子の体調管理、鳴子の修理、保険の加入、お弁当やドリンクの注文、参加費収集など数えきれない数の仕事がある。それでも、4年間続けようと思えたのは、裏方の「踊り子さんに楽しんでらおう！そのために、自分たちは頑張って支えるんだ！！」という強い責任感があり、裏方自体のチームワークが良かったからだと思う。2013年には、歌手としても携わることができた。この年は、シンガーソ

ングライターとして有名な織田哲郎氏をゲストに招き、楽曲の提供、地方車の上でギター演奏をしていただいた。私は、裏方・歌手以外にも、テーマの設定や衣装のデザイン、地方車デザイン、曲の制作などの企画にも携わってきた。4年間、よさこい祭りを経験し、不安で押しつぶされそうになり、食事ものどに通らないほど辛い思いをしたこともあった。それでも、踊り子と観客の楽しそうな笑顔を見ると、またよさこい祭りに参加したいと思える。だから、私自身、よさこい祭りの継続と発展を強く願っているのである。

そこで本研究では、よさこい祭りを衰退させない発展させるための方策を提案したい。その際に、まず祭りには「永続性・老舗性」があることを明らかにし、老舗マネジメントについて特徴を述べておきたい。次いで、「老舗祭」である阿波踊りを検証し、よさこい祭りとの共通点・相違点を浮き彫りにする。そして最後に、よさこい祭りの継続と発展についての方策を述べる。

その結果、よさこい祭りを永続・発展させるためには、変化しないものと変化するものの共存が必要であることが明らかとなった。さらにそのためにも、新たな発想と行動で伝統を積み重ねることと、踊り子・裏方・観客の強いコミットメントが欠かせない。

2. 背景

祭りには、大きくは古くから続く祭りや衰退していく祭りの2種類ある。永続するものは、どうして衰退せずに発展しているのだろうか？衰退するものは、発展要素となる何が足りなかったのだろうか？

例えば、高知県にも、「高知の祭り」と呼ばれる、須崎市で毎年10月20日に開催される賀茂神社秋祭りがある。500年以上の歴史を誇り、保護無形文化財に指定されているほどであるが、あまり知られていないのが現実である。「高知の祭り」と言えば、誰もがよさこい祭りを思い浮かべる。今年、よさこい祭りは60周年を迎えた。県内だけでなく県外からの参加者や観客が増えたり、著名な俳優や作曲家をチームに招いたりするなど、ますます盛んにな

ってきている。このように「高知の祭り」と呼ばれていても高知県民の記憶から遠ざかっていくような祭りもあれば、よさこい祭りのように高知県民だけでなく県外・国外の方にも広く愛され、浸透するようになった祭りもある。高知県民の記憶から遠ざかっていくような祭りは、おそらく伝統という変わらないものだけを重んじてきた結果ではないかと考える。とはいえ、よさこい祭りが「高知の祭り」として何百年も続いていく保障はない。それゆえ、よさこい祭りが、伝統を積み重ねつつ、発展していくための案が必要である。

3. 本論の目的

先に述べたように、私は、2010年から4年間、高知工科大学のよさこいチームで裏方や歌手、企画者として携わってきた。高知を第二のふるさとと思い、「よさこい祭り」を愛している。本研究では、よさこい祭りが永遠に続き、さらに発展していくための有用な手立てを解いていく。また、祭りの「老舗性」を導くプロセスで、祭りにもマネジメントの必要性があることを最終目的とする。

以下は、本論文の目次である。

1. はじめに～目的と背景
2. よさこい祭りの歴史と現状
3. 老舗マネジメント
 3. 1 永続する老舗の定義と特徴
 3. 2 老舗の強みと弱み
 3. 3 まとめとして
4. よさこい祭りに関する調査
 4. 1 調査結果
 4. 2 よさこい祭りからわかる2種類の特徴
5. 老舗祭といえる祭りとの比較
 5. 1 阿波踊りを例として
 5. 2 阿波踊りとよさこい祭りの共通点・相違点
6. 結論

4. よさこい祭りの歴史と現状

よさこい祭りは毎年8月9日（前夜祭）10日、11日（本番2日）、12日（後夜祭・全国大会）の4日間行われる。今年度は、高知市内9カ所の競演場・7カ所の演舞場で約200団体、約20,000人の鳴子を持った踊り子が工夫を凝らし、地方車には華やかな飾り付けをして市内を乱舞した。

そもそも、よさこい祭りは1954（昭和29）年8月にスター

トした。戦後の荒廃した市民生活が落ち着きを見せ始めたこの年、不況を吹き飛ばし、市民の健康と繁栄を祈願し、併せて夏枯れの商店街振興を促すため高知商工会議所が中心となって発足した。第1回の参加人数は約750人、参加団体は21団体だった。その後、踊り子数および参加チームが増えるにともない、伝統的な音楽からロックのバンド演奏が増え、髪型や衣装も派手さを増していった。振り付けもサンバ調、ロック調、古典の踊りと工夫を凝らすようになった。

1954年8月10日午後1時、打ち上げ花火とサイレンが第1回よさこい祭りの開幕を告げた。21団体750人の踊り子が、高知公園追手門本部競演場や、帯屋町などの特設の舞台上で、「よさこい鳴子踊り」を披露した。さらにこの年はペギー葉山の歌う『南国土佐を後にして』が全国的に大ヒットし、土佐ブームに沸きあがる。加えて日活による映画化が決定し、鳴子踊りのシーンも収録され、よさこい祭りは全国に知られるようになる。県内唯一の民放テレビ「ラジオ高知テレビ」が実況生中継した。初めてのテレビ放映で、踊り子も見物人も大騒ぎした。

高度経済成長の空気は、よさこい祭りの規模に反映した。NHKの郷土民謡全国大会にも出演、さらに高知放送テレビが全国に向け初の実況中継を放映した。「市民の祭り」から「高知県民の祭り」として浸透するようになった。また、高知駅の駅前広場に地区競演場を設けるとともに、追手筋本部競演場の栈敷席の一部を除き無料開放するなど、県外観光客に対するサービスが定着化してきた。花火の豪快な始まりの合図に喚起され、本番の鳴子踊りも一層盛り上がりを増した。また個々の踊りの進歩が、目覚ましいため、個人賞の枠を700人に増やした。メダルが競演場にて、その場で本人の首にかけられる方式に変わった。

1970年に入り、「よさこい鳴子踊り」は、日本の祭り10選に選ばれ、大阪で行われた「日本万国博」に参加した。そこで「高知の城下へきてみや」というメッセージを世界に向けてアピールした。その結果、フランスのニースで行われたカーニバルに招待された。この時のよさこいチームは新しくサンバ調にアレンジされた踊りを披露した。このリズム感に共鳴し、参加者数が飛躍的に伸びていく時代を迎える。1970年代は、「日本の祭り」から「世界の祭り」へと飛翔した時期であった。

1983年、よさこい祭りが30周年を迎えたときの参加者は1万人に達した。この頃から、各チームはそれぞれのコンセプトを持ち、個性を競い始める。踊り子の衣装や、地方車が豪華さを増して

いく中で、帯屋町チームとグッドライフカンパニーの大型トレーラーの地方車が注目の的となる。高知市制施行100周年をむかえた1989年には、よさこい祭りも盛大にと追手筋本部競演場に予約棟敷席を設けた。また、南フランスのマルセイユで行われた「ジャパンウィーク」に踊り子を派遣した。サンバのリズムのよさこい節は喝采を浴びた。

1992年、よさこい祭りに魅せられた北海道の学生が、「YOSAKOIソーラン祭り」を開催した。それが、全国に波紋を投げかけ、日本各地で次々とよさこい祭りが催されるようになった。本場の高知でも、「よさこい全国大会」が開催される。各県代表と、地元を受賞チームを加えた全33チームが、後夜祭で乱舞した。今では、YOSAKOIソーランの出現により、よさこいの本場が北海道であると勘違いする人が増えてきている。

2000年に入っても、まだまだ元気祭りの発展は続く。日本のファッション発信地・原宿表参道では、スーパーよさこいが開催された。“日本人のアイデンティティーを求めて”というテーマで、よさこいのパワーを通じ日本の元気を世界に発信しようと全国から有名チームが集結した。よさこい祭りが50回を迎えると、半世紀を振り返る記念パレードが電車通りと帯屋町アーケードで行われた。初期踊りの再現から始まったパレードは、子供や地区競演場代表チームと続き転機となった1973年頃からの大賞受賞チームが踊りを披露した。よさこいの移り変わりを表現した。

チームの個性を彩る重要な、よさこい祭りを織りなす6つの要素がある。

1、衣装

古風、今風、百花繚乱、チームの個性を一目で魅せる祭りの華である。ここ数年は和紋アレンジが多く見られるが、その使い方もバリエーション豊かで衣装デザイナーの追及は尽きることがない。もちろん個性だけでなく、快適性や踊りやすさなど、様々な配慮がなされている。踊り子がチームを選ぶ段階で気になる点が衣装だ。また翌年の前夜祭出場もかかった採点基準であるため、チーム代表者の衣装への想いは深い。そうして進化を続けた結果、よさこい衣装はアートとしての斬新さや、チームのオートクチュールとしての個性に磨きかけられチームのプライドをかけた表現の一つになっている。

2、踊り

「鳴子を鳴らし前進する踊りであること」以外は、とにかく笑顔で楽しく踊ればよい。ジャンルは無制限で、ヒュージョンこそよさこ

いダンスの魅力である。100人前後の踊り子の一糸乱れぬ群舞は、見るものを圧倒させる壮観さである。一人ひとりの力が結集して、チーム全体の力へ変わる。

3、音楽

音楽は、曲のどこかに「よさこい鳴子踊り」のフレーズを盛り込むことがルールである。それ以外は、どんな音楽を取り入れようがかまわない。自由がゆえにその音源は無敵大である。ボーカルが踊りに激を飛ばす。ドカンと始まったかと思えば、優美な世界へ誘うメロディーへ…。一曲に様々なメロディーが交錯する。原点の「よさこい鳴子踊り」は、1954年、祭り発足のために愛媛県出身で高知県在住の武政英策が民謡「よさこい節」をベースに作った曲である。全国大会では、武政英策賞もチームへ授与される。武政氏の「自由に変えてかまわない」という音楽の新しい斬新な考え方が武政氏のすごい所であり、よさこい祭りの音楽を無限大に楽しむことができている理由の一つだ。

4、地方車

地方車「じかたしゃ」は、移動可能なチームの櫓であり音楽の発信源でもある。夜になるとネオンを灯したり、ドライアイスが吹き出たりと奇想天外な装飾を凝らした地方車も少なくない。いざ、踊りが始まると、そこはミュージシャンのステージとなる。ボーカルによるマイクパフォーマンスや、太鼓の音などが響き渡り、祭りを一層盛り上げる。地方車は大抵、企業からのレンタルのため借りられるのは祭り直前である。装飾を担当する看板職人は、祭りの数日前から徹夜続きで仕上げる場合も多く、職人たちの汗と努力の結晶とも言える。近年、地方車の制限も増えてきた。トラック約200台が一つの地域を永遠とグルグル回る。他県では、ありえないことだろう。高知県警の寛大さと苦勞が見てわかる。

5、鳴子

朱色に黄色と黒の昔ながらの鳴子から、チームの衣装に合わせたオリジナル鳴子まで千差万別である。良い鳴子の条件は「まず壊れないこと。そして良い音がきちんとすることだ」と鳴子職人は語る。良い鳴子は、手首のスナップを上手に効かせて鳴らすと、涼やかな音をかなで、決める時にはピシッと音が止まるのだ。鳴子の打ち方も審査基準の一つになり、踊り子たちは、まず鳴子の鳴らし方から練習に入る。全国的には、鳴子をあまり持たずに踊るチームもあるが、やはり鳴子あつてのよさこいである。

6、メダル

踊り子の胸にキラリと輝く「競演場・演舞場メダル」は、1964

年、各競演場で個人賞を決定し、その場で授与したのが始まりである。各競演場・演舞場（一部除く）には審査会場があり、何十年もよさこいを見てきた審査員の審美眼で、笑顔と元みなぎる踊り子へ、ねぎらいのメダルが授与される。なかでも、とびきりのご褒美が、追手筋本部競演場で、ミス高知より渡される朱色の花メダル（高知新聞社・RKC 高知放送提供）。そのほか、菜園場の菜メダル・半平太メダル、梅ノ辻の梅メダルのほか、木製メダルや鳴子メダルまで、会場ごとのご褒美が登場した。

このように6つの要素があり、それは毎年変化があるため、よさこいを無限大に楽しむことができるのである。

よさこい祭りは、もともと以下のような骨組みで作られた。

・市民のためのお祭り

*主体はあくまで市民であること。

・阿波おどりのように永続発展させる

*阿波踊りに負けず、長い歴史を作っていく。

・新しい時代にふさわしい新しいものをつくる

*古いものにとらわれず流行に敏感になる。先ほど述べた6つの要素を時代にふさわしいものに変えることができる

・高知にふさわしい「よさこい」を活かす

*「よさこい」とは、夜さり来い（夜にいらっしやい）という古語が変化した言葉である。山内一豊の高知城築城の際の工事現場でのかけ声「ヨイショコイ」が変化したものである。高知県民に愛着のある言葉であるため、「よさこい祭り」「よさこい鳴子踊り」と名付けた。

私は、上の「阿波おどりのように永続発展させる」というものに着目した。その理由として、阿波踊りに対して尊敬している気持ちがあるからだ。逆に、阿波踊りに負けたくないという気持ちもでてきたからでもある。もしも、よさこい祭りが衰退して消えてしまったら、高知の未来はないと言っても過言ではないだろう。よさこい祭りが旅館やホテル、公共交通機関など高知全体に与える影響は大きい。だから、よさこい祭りを永続発展させる必要がある。

よさこい祭りの現状を知るため、男性49名・女性51名にアンケート調査を行った。（10代が2名、20代が66名、30代が26名、40代が6名）この100名のうち、よさこい祭りに関わったことのある人は85名、よさこい祭りに関わったことのない人は15名だった。

よさこいに参加する理由として以下のようなものがあげられた。

・踊ることや踊りを見ることが好きだから

・生きがいであるから

・元気になるから

・誰かの喜ぶ顔が見たいから

・友達に参加するから

・企画物（曲・衣装・メイク・）が好きだから

・楽しいから

来年、よさこい祭りに参加したいと思っている人は81名、参加したいと思わない人は19名だった。そして、10年後、参加したいと思っている人は79名、参加したいと思わない人は21名だった。つまり、約8割の人が何年たってもよさこい祭りに関わりたいと思っていることが分かった。

5. 老舗マネジメント

よさこい祭りを永続発展させることを考える上で、私が注目したのは、老舗というキーワードである。前川洋一郎・末包厚喜編『老舗学の教科書』と岩田一平編『百年続く企業の条件 老舗は変化を恐れない』を参考にし、「老舗」についてまとめておく。

5.1 永続する老舗の定義と特徴

老舗企業の定義を、「創業や設立から100年以上経った営利法人を老舗企業」とする。近年の企業の平均年齢は、40.5年と延びている。元気な老舗は、ひたすら真面目に愚直に毎日の仕事を続けてきた。また、自社の発展だけでなく、顧客や社会の発展も望む気風が培われている。そして最後に、元気な老舗企業は、時代の変化を恐れていない。

老舗のイメージとして、信用・伝統・暖簾のように「由緒ある正しさ」といった意味が内包されている。その一方で、「古臭い」「保守的」「閉鎖的」「頑固」といったネガティブなイメージを持たれがちでもある。老舗企業の性質を漢字一文字で表してみる。老舗企業の毎日の姿を「変」や「新」と表すならば、その積み重ねとして「信」や「継」が生まれると考える。老舗企業自体の信用があつてこそ「変」や「新」であることが分かる。また、データとして、社風を漢字一文字で「和」と表現する老舗が多くある。これは、顧客+取引先+地域社会+従業員などとの「和」を重んじるという意味で表現されている。「日本」という意味でつけられることもある。

老舗にも変えてないもの（こと）と変えたもの（こと）の2種類の特徴がある。変えてないものの代表として、社名・屋号があげられる。創業時のブランドやコーポレート・アイデンティティを重視

しているように思われる。合併や統合を機に横文字の社名は増えているが、それでも歴史のある社名や屋号を大事に守っている。変えたものの例として、販売方法・商品・サービス・主力事業の内容・製造方法があげられる。どの老舗企業も変化し続けてきた。逆に、何も変えずに老舗を守り続けてきた企業の方が少ない。顧客のニーズや時代の流れに合わせて変えるべきところは変えてきた。

よって、老舗の特徴として以下のようなことがあげられる。

- ・危機を乗り越え、世の中に必要とされた
- ・信用が厚い
- ・伝統を守るだけでなく、日々革新している
- ・信頼のために時代のニーズに合わせて革新している

5. 2 老舗の強みと弱み

老舗の強みは、無形の財産である「信用」「伝統」「知名度」「変化に対して慣れている」という、経験として生かすことのできるものである。

老舗の弱みは、業界環境の変化にもわれ関せずという姿勢であったり、IT化や物流の進化に無関心であったりすることだ。諦めムードが漂いがちで、「とりあえず今のままでいい」という安住意識が強いことと変化への対応が遅れてしまうことが弱みである。

5. 3 まとめとして

老舗が生き残るために必要なものは、「信頼」と「進取の気性」である。時代に合わせて変化を続けなければ生き残れないということを経験者は身をもって知っていることだろう。祭りにおいても、同じことが言える。

6. よさこい祭りに関する調査

高知工科大学のよさこいチーム（2013年度メンバー）に協力を得て、調査を行った。前出のアンケート調査では、よさこい祭り経験者だけでなく、未経験者も含めた調査のため、よさこい祭りに関して深く問うことができなかった。その反省を活かし、調査対象をよさこい祭りの経験者とし、4年間参加した高知工科大学よさこい踊り子隊の方に協力を得た。

よさこいチームにはそれぞれの色というものがある。伝統的な音楽からロック、髪型や衣装も派手さを増している。振り付けもサンバ調、ロック調、古典の踊りと様々で、バラエティー豊かなものである。私の経験した高知工科大学よさこい踊り子隊は、毎年参加す

る人や指導者が変わる。テーマも曲も地方車デザインも変わる。（衣装は、何年かに1度変わる。）私は、実際に踊ってはおらず運営・企画を行う側だったが、変わるものの方が多く、変わらないものの方が少ないと感じていた。第3章で述べたように、「老舗」の特徴として、「伝統を守るだけではなく日々革新している」「信頼のために時代のニーズに合わせて革新している」とあげた。「老舗」には長年積み上げてきた歴史・信頼と変化があるから続いていくのだ。そう考えると、よさこい祭りとは、「変化があるからおもしろい」「変化があるから続いていく」のではないかと考えた。

6. 1 調査結果

問1、2013年の参加形態（踊り子・MC・太鼓・旗・リード・裏方）

- 踊り子：40%
- リード（指導者兼踊り子）：34%
- 太鼓・旗：13%
- 裏方：13%

問2、どちらが祭りのイメージか？（伝統か変化）

- 伝統：87%
- 変化：13%

問3、毎年、曲・踊り・地方車（デザイン）・衣装の変わらないチームで踊りたい・支えたいと思うか？

- 何か一つでも変わらないものがあればよい：53%
- 全部毎年変わった方がよい：29%
- 何か一つでも変わっていればよい：12%
- どれも毎年同じがよい：6%

問4、よさこい祭りが毎年変化していると思うか？

- はい：80%
- いいえ：0%
- 分からない：20%

問5、変化したと感じるところはどういったところか？

- ・県外チームが増えてきたのもあるが、音楽や踊り、衣装など、毎年新しいものをどのチームも取り入れていると思う。特に衣装は仕掛けの多いものが増えてきたように感じる。
- ・古き良き日本から現代日本の文化までより多くの影響を受けているところ。現代日本にあったものが作られていると思う。
- ・衣装の使い方や曲が変わっている。
- ・音響設備・参加チーム・会場が変わってきている。

・毎年いろいろなチームが様々なアイデアを用いて踊っていると思う。ずっと昔から参加しているチームでも、チームとしての特徴は残しつつ毎年少しずつ変化があると思う。

・昔と今とでは流行も環境(町の機能的な意味でも)違うので、根本的に出来るものには変化が生じると思う。

・メンバーが変わる

・過去の祭りと比較すると、踊り子や踊りに変化があると思う。踊り子は毎年奇抜な髪型をする人がいるし、化粧も年々派手になっている気がする。踊りに関しても全体的に派手になっている気がした。さらに個の考えが変わってきていると思う。よさこいをする目的がよさこいの起源とも違う上、知名度がチーム数とともに上昇しているので雰囲気もチームカラーも多種多様になっている感じ。

・全体的に言えば衣装や踊り、曲など毎年変化があるとともに、変わった工夫があるように思う。よさこいが人気な祭りであるのは、よさこいを踊ったチームが、来年はもっと違った踊りにしよう。もっと曲を違ったものにしよう。そんな風に考えるからこそ毎年楽しい祭りになっているのだと思う。

以上の調査結果より、祭り自体は変化よりも変わらない伝統というイメージの方が強い。つまり、「永続性」のあるものであるとわかる。よさこい祭りとは、「変化があるからおもしろい」「変化があるから続いていく」のではないかと考えていた。しかし、問3で得た結果は、約半数の方が「何か一つでも変わらないものがあれば良い」と答えた。何か一つでも変わらないものがあればいいという意識には、「伝統」という祭り自体の意識が根付いている象徴でもある。問4・5に関しては、とても興味深い調査結果となった。問2・3では、「伝統」をおす結果が多かったが、問4・5では「変化」を感じる人が80%を占め、「変化」を感じない人がいなかった。よって、よさこい祭りには「伝統」「変化」と相反するものの共存が生まれていることが分かる。

6. 2 よさこい祭りからわかる2種類の特徴

調査の問5から「変化」を感じるものには、目に見えるもの(有形)と目に見えないもの(無形)の2種類に分かれている。

老舗企業には変化させていない伝統と時代の流れに対応した変化がある。変化させていない伝統は、顧客第一主義・本業重視・品質本位・従業員重視がある。これは、目に見えない価値観である。時代の流れに対応した変化は、顧客ニーズの変化への具体的で現実的な対応・商品やサービス、販売チャネル、新規事業開発・家訓な

どがあげられる。これは、目に見えるかたちのものだ。

「老舗企業」と「老舗祭」の違いとして、「老舗祭」は、「変化」の中にも目に見えるものである(有形)と目に見えない(無形)にわかれる。「老舗祭」は、変化させていない伝統だけが、目に見えない価値観ではない。

7. 老舗祭といえる祭りとの比較

7. 1 阿波踊りを例として

阿波おどりは、徳島県(旧・阿波国)を発祥とする盆踊りで、約400年の歴史を誇る、日本三大盆踊りの一つである。夏季になると徳島県内各地の市町村で開催されるが、なかでも徳島市阿波おどりは毎年130万人以上の人出があり、四国三大祭りのひとつとして有名だ。近年では全国各地で阿波踊りが行われるようになってきている。

阿波おどりが正確にいつ始まったについては、資料が乏しいこともあっていまだ定説はない。阿波に入国した蜂須賀家政が、1586年(天正14年7月)に現在の徳島公園に城を完成させた際、その祝いとして乱舞したのが始まりという「築城記念説」が有力である。しかし、阿波踊りがその時に突如として始まったと考えるのは不自然であり、多くの郷土史家が指摘しているように、先祖の霊を慰めるための精霊踊りを阿波踊りの起源とみるのが本筋とされる。阿波踊りは当時、狂気踊りまたは、孟蘭盆踊りと呼ばれていた。

話は飛んで、明治半ばの1890年には金融恐慌の影響で踊りも盛り上がりせず、1892年には中止の憂き目に遭った。1893年は久しぶりに盛況だったが、1894年は日清戦争のため、またも中止になっている。ちなみに、服装はこの頃自由だった。縮緬(ちりめん)ものをピラつかせるのが少しばかりある一方、阿波縮緬に寒冷紗の墨画などが多かった。ふんどし一つの児童や仮装と思われるが俵をかぶりぼろをまとして踊る男もいた。今では阿波踊りの代名詞のように思われている伴奏歌「よしこの」は、当時はまだ一般的ではなかったようである。しかし、夏の盆踊りはコレラがまん延したため中止され、その後も退潮ムードが漂った。

大正期の阿波踊りは、明治期後半以来の衰退ムードがしばらく続くが、次第に盛り返していった。花柳界の芸舞妓による踊りが前面に出てきて、商業会議所などは観光資源として力を入れ始めるようになった。日露戦争時の祝勝踊り以来、盆以外に踊る傾向が強まった。なお、「阿波踊り」の名称が初めて登場するのは、1909年11月8日付の大阪朝日新聞阿波付録「阿波踊」の見出しで当時の

様子や江戸時代の踊りについて触れている。

明治末期ごろから阿波踊り観光化の兆しうかがえる。それとともに服装は、だんだん統一されるようになり、芸者も揃いの浴衣が多くなっていった。鳴り物にも変化があり、大正期になるといろんなものが使われ始めた。もちろん三味線や鼓が主体ではあったが、大正から昭和初期にかけてはバイオリンやマンドリン、ハーモニカ、クラリネットといった西洋楽器が広く用いられた。その時代に流行したものは、すぐに阿波踊りに取り入れられていることが分かる。楽器の変化とともにコミックダンスの装いでおどってゆく者も現れ、踊りそのものも多様化していった。ただ、1923年以降、不景気や疫病のまん延で阿波踊りは全体的に盛り上がりには欠けた。同時に規制も強まり、午前0時までを厳守、学生は参加できない、奇異な変装は厳禁、左側通行の4点を厳守するよう条件が付いた。

昭和に入り、阿波踊りは大正後期以来の沈滞ムードがしばらく続くが、やがて徳島商工会議所が音頭をとり、本格的に観光化への道を歩み始めた。ところが、その矢先に日中戦争の始まりで踊りは中断した。戦後、景気の低迷などから盛り上がりや欠いていた阿波踊りが、活況を取り戻したのは1953年だった。久しぶりに変装が許され、芸舞妓の手踊り、野外劇など数々の余興でにぎわった。翌年、徳島商工会議所では阿波踊りを本格的に観光資源として売り出そうと、大々的な宣伝に乗り出す。踊り期間をこれまでより一日延長して4日間とし、ポスター・宣伝ビラ・パンフレットを作り、県外へ配布した。また、徳島公園などに審査場を設け、鉄道、船、宿賃の割引をするなどを決めた。このため県外から団体見物客の申し込みが殺到し、市内の旅館に収容できるかどうか懸念される事態になった。商議所ではこれだけの県外客がやってくるのに踊り手が少なくてはいけなと、奨励金まで出して踊り手確保に努めた。

阿波踊りは全国的に有名になり、踊りを背景に時代劇の映画撮影があった。また、松竹楽劇部ではレビューに阿波踊りを取り入れ、各都市で公演、紹介した。阿波踊り宣伝のために生まれたといわれる徳島観光協会は、新町川が見渡せる堀裏埋め立て地に審査場とともに、県外客のために長さ100メートルにわたる特別見物席を作り、徳島駅前や中洲の休憩所と合わせて、計15人のサービスガールを配置した。現在と規模は違うが、観光客は年ごとに増加し旅館や交通機関は潤った。鉄道は車両を増やし、汽船は臨時便を出して乗客をさばいた。踊り自体は、ダンスのステップをまねる者が現れた。ダンダラぱち姿、法被姿などとともに、こうした踊りのジャズ化が阿波踊りの本質を失うとして非難されるようになった。戦後、

阿波踊りは年ごとに盛んになっていった。競演場（審査場、棧敷）がつくられ、優勝旗や商品を出した。競演場が充実するとともに市内全域を流していた乱舞が、そこを中心に踊る傾向が強まった。また小人数では引け目を感じるようになり、近所の者が誘い合っただけで気軽に踊っていく人たちが激減した。このほか審査があるために、変わった踊りを披露して目立とうとする連が多くなり、基準の形を保とうと設けた審査が、逆の結果を生み出すようになった。審査の基準として、整備された古典的な服装、三弦鳴り物の充実したもの、統一した踊り方、踊りと鳴り物と服装が調和しているか、10人以上の団体が大衆的という5項目をあげ、審査員が点数化した。

7.2 阿波おどりとよさこい祭りの共通点・相違点

阿波踊りとよさこい祭りの共通点は、以下のものがあげられる。

・四国三大祭り

*阿波踊りとよさこい祭りの他には、新居浜太鼓祭り（愛媛県新居浜市）がある。

・全国各地で行われる・県外からの参加者も多い

*北海道から沖縄まで数多くの県から参加している。

・地域住民の代表的な祭りである

・本場である

*よさこいの本場は北海道ではない。高知である。全国に普及したため、本場がどこかわかりにくくなっている。

・有名チーム・連以外にも踊りが好きなもの同士が集まって結成したチーム・連、企業が企業名を売り込む目的で結成した企業チーム・連、大学のサークルなどで結成した大学チーム・連、気の合う仲間間で結成したチーム・連、商店街で結成したチーム・連等、大小さまざまな数多くのチーム・連が存在する。

・女性は厚化粧する人が多い

・参加者みんなで楽しむもの

・流行をすぐに取り入れる

衣装（デザイン・色）や曲など有形のものに取り入れやすい。

・映画化

*「よさこい祭り」…南国土佐をあとにして・君が踊る、夏「阿波踊り」…眉山・平成狸合戦ぽんぽこ

阿波踊りとよさこい祭りの相違点として以下のものがあげられる。

・阿波踊りは、はっきりとわかる男踊り・女踊りがある

*男踊りは、踊りの所作の振りは大きく時には勇猛に、時には滑稽

に踊る。うちわや手ぬぐいなどを使っていることが多い。半天(法被)を着て踊る半天踊りと、男物の浴衣をしりからげにを着て踊る浴衣踊りがある女踊りは、艶っぽく、上品に踊るのが良いとされる。女物の浴衣に網笠を深く被り、下駄を履くのが特徴である。一般の浴衣と異なりじゅばん、裾除け、手甲を付け黒緋子の半幅帯をお太鼓のように結ぶ場合が多い。

・阿波おどりに決められた持ち物はない

*よさこい祭りに参加するには、鳴子が必要となる。

・過去の阿波踊りは、踊り・曲・衣装等に関して、古典的なものを好んだ。

*よさこい祭りは、自由に変えてもかまわない傾向がある。

・阿波おどりは、戦争・恐慌・疫病を生き抜いた

・阿波おどりに「鳴り物」と総称される楽器がある

・阿波おどりの過去の背景として、祭り自体を批評する人が少なくはなかった

以上の相違点である「阿波おどりは、戦争・恐慌・疫病を生き抜いた」というものは、老舗企業の特徴と接点がある。戦争・恐慌・疫病が起こったとき、阿波踊りを、再度提案し踊りだしたのは市民であった。阿波踊りは、市民の心に根付く「市民の祭」として愛された。よさこい祭りも同じように、市民のために作られた祭りで、市民主体となる「市民の祭り」であると言える。「市民の祭り」から「県民の祭り」となり、世界へと大きく飛翔していく。

8. 結論

よさこい祭りが、衰退せず「老舗祭」となるために必要なものは、変化に恐れぬことである。しかし、変化させることが全てではない。阿波おどりが、古典的で基本的な踊りの形を好み大切に守っているように、よさこい祭りも、何か揺るがない芯のようなものが必要だと感じた。それは、きっと「市民のためのお祭り・阿波踊りのように永続発展させる・新しい時代にふさわしい新しいものをつくる・高知にふさわしい‘よさこい’を活かす」といったよさこい祭りの骨組みであったり、「鳴子を持つ・前進する振付・曲‘よさこい鳴子踊り’のフレーズ使用・地方車1チーム1台」という基本となるルールであったりする。それらは、目には見えない長い年月をかけ、積み重ねられた伝統と言えるものである。

今回、よさこい祭りの経験者を対象とした調査で「何か一つでも変わらないものがあればいい」という結果がでたことで、祭りに関わる人たちの多くは、祭り変わらないものと変わるものの2つを

求めていることがわかった。その変わらないものとは「伝統」を示し、変わるものとは「流行」や「ニーズ(求めるもの)」を示しているのだと分かった。「伝統」というものは、関わる人たちみんなの「信頼」というものが欠かせない。その祭りに、お金を払ってまで踊り子はチームに参加し、観客は遠いところから来て見物席を買う。踊り子と観客は、よさこいのチーム自体に何か価値のあるものやブランドを感じて集まる。だからこそ、運営側スタッフは、何か価値を創り出すようなことを行わなければならないし、真面目に誠実に運営していく必要がある。各チーム、毎年何か変えても、人が集まってくるのは、よさこい祭りや運営側スタッフへの熱い「信頼」があるからだ。毎年、少しずつの「変化」が、「伝統」へと繋がっているのだ。

よさこい祭りを永続・発展させるには、踊り子・観客・運営スタッフがよさこい祭りに主体的に参加し、「いかに、この組織でよさこい祭りを盛り上げて、頑張っていくか」という強いコミットメントが欠かせない。「価値への共感」「メンバーであり続けたい強い願望」「惜しみない努力」が高いコミットメントには必要となる。企業に「老舗」があるのなら、祭りにも「老舗」がある。まだ「老舗祭」とは言えない成長を続けるよさこい祭りが老舗マネジメントから学ぶものは、この本研究以外にもまだ数多くあるだろう。

私は今後もよさこい祭りの発展を強く願う。私は、この3月で高知を離れる。しかし、どこで住んでいても、心のどこかには熱いよさこい魂が残っている。よさこい祭りは、「よさこい時期には高知に戻りたい」「どこかのチームに参加したい」と思わせることのできる、心に根付く祭りなのだと改めて思う。よさこい祭りが「老舗祭」と認識されるのは、そう難しいことではないかもしれない。

引用文献

- [1]前川洋一郎・末包厚喜『老舗学の教科書』同友館・2011年
 - [2]岩田一平『百年続く企業の条件 老舗は変化を恐れない』帝国データバンク 史料館・産業調査部
 - [3]高木啓夫『土佐の祭り』高知新聞企業
 - [4]早稲田大学日本地域文化研究所編『土佐の歴史と文化』行人社、2011年
- <http://www.kochinews.co.jp/yosakoi/syaku33.htm>
<http://www.cciweb.or.jp/kochi/yosakoiweb/>
<http://www.awaodori.net/library/shinbun.html>