

# よさこい祭りの観光資源としての役割の地域活性化

1150490 山本 桃子

高知工科大学マネジメント学部

## 1. 概要

高知と言えば「よさこい祭り」と多くの高知県民は思い浮かべる。高知で生まれたよさこい祭りは地域活性化を目的に1954年から現在まで続く産業祭である。その経済波及効果は約86億円であり、当日はよさこい祭り一色に染まる、高知県最大の観光イベントである。しかし、よさこい祭りは県外の方には連想されることが少ない。高知と言えば、坂本龍馬やカツオのタタキ、四万十川などと連想されることが多い。高知県は古くから独自の文化を大切にしているが、よさこい祭りを県外に発信していかなければ観光イベントであるよさこい祭開催時に観光客が訪れず、地域活性につながらない。高知県は人口自然減として全国的にも過疎のモデル県となっており、地域活性化は重要なキーワードとなっている。

一方で高知のよさこい祭を模倣し、YOSAKOIの名を伝播させ、経済波及効果300億円を上げ成功を収めている北海道札幌市のYOSAKOIソーラン祭りがある。現在よさこい系の祭りは、北は北海道から南は沖縄まで全国各地200箇所以上の地で開催されている。よさこい祭りは札幌のYOSAKOIソーランが元祖といった誤った認識も多いのが事実であり、本家顔負けの規模へと発展している。

そこで、その運営方法を比較し、インタビュー調査から高知のよさこい祭りが地域や商店街に及ぼす地域活性化の実体を明らかにし、地域活性化につながるよさこい祭りの運営方法を検討する必要があると考えた。

## 2. 研究背景

よさこい祭りのはじまりは1954年、当時の高知県は南海大地

震や歴史的米の凶作などの影響から深刻な不況に悩まされていた。この事がきっかけとなり、1954年徳島県の阿波踊りを見た高知商工会議所の職員が「阿波踊りの300年の歴史に負けない永続発展していく市民の祭りを作ろう」と始めたものである。そこで、市民の健康と繁栄を祈願し、「地域活性化・商店街復興」を促すため高知商工会議所や行政が中心となり発足した。現在も商工会議所のよさこい祭り振興会を中心に運営を行なっている。そもそも祭りとは何か、その定義と要素は以下である<sup>[1]</sup>。

### (1) 「祭り」の意味

- ①『祀ること・祭祀・祭礼』
- ②『記念・祝賀・宣伝のために催す集団的行事・祭典』

(広辞苑第2版補訂版)

①は、神社や仏閣で開催される宗教的行事や儀礼のことを言い②はいわゆるイベントと考えられる。このことから、祭りとは2面性を持っており宗教的儀礼に基づく祭りイベントを伴う祭りという意味がある。

### (2) 祭りの要素は以下である。

- ①聖性
- ②日常性
- ③周期性
- ④集団関与

①御神体や仏像など様々なシンボルを用いてまつり上げ聖なる空間をつくりだす。②、①のような儀式を通じて衣服や音楽、食事から非日常を得る。また、家族などの身近なコミュニティーよりも村落共同体などの拡大したコミュニティーで共同体験をする。③1度きりの祭りはほとんど存在せず、1年に1度など周期性を持って祭りをおこなうことによって伝統文化の継承にもつな

がる。④共同で祭りをおこなうことによって共同体の中での自己アイデンティティの確認が定着し共同体の中での自己達成にもつながる。以上から、参加者に「ふるさと意識・仲間意識」「達成感」が存在するか否かが祭りとイベントを大きく分ける。祭りには肉体的・精神的・経済的効果があり、祭りで地域活性化という考えは多くの地域で存在する。

よさこい祭りは、地域活性化を目的とし行われるもので、イベントを伴う産業祭と言える。現在では、経済波及効果 86 億円 (2013, 商工会議所) であり、高知県最大のイベントである。

よさこい祭り発祥の地である高知のよさこい祭りは地域活性、商店街の発展を目的とし、86 億円の経済波及効果があるが、地域や商店街にその効果は反映されているのだろうか。シャッター商店街の現状から、その効果は反映されていないように思える。

一方、よさこい祭りを模倣してつくられた YOSAKOI ソーラン祭りがある。1991 年、当時北海道大学の学生が夏休みに高知に訪れ、よさこい祭りを見たことがきっかけとなり北海道でもよさこい祭りをやりたいと思ったことからつくられ、翌年 1992 年から始まった。運営方法としては YOSAKOI ソーラン祭り組織委員会が主に運営し、現在も学生実行委員会として大学生や専門学生も運営に携わっている。その経済波及効果は 300 億円 (2001, 週刊東洋経済) であり、北海道で成功を収めている。

先行研究では、よさこい祭りの歴史や実状、伝播していったメカニズムを書いたものは見られたが、よさこい祭りが地域活性化に具体的に貢献しているのか明らかにしたものはない。また、よさこい祭りの運営方法の模索をおこなった論文も少ない。

### 3. 目的

本研究の目的は、よさこい祭りが及ぼす地域活性化の実態を明らかにする。また、運営方法のモデルとして YOSAKOI ソーラン祭りとの比較をおこない、地域活性化に反映される運営方法の検討をする。

## 4. 研究方法

### 4.1 文献・論文調査

よさこい祭りと YOSAKOI ソーラン祭りの資料収集をおこな

い、歴史と規定や運営方法を含めた現在の実情を調べ、比較・検討する。

### 4.2 インタビュー調査

高知商工会議所にインタビュー調査をおこない、よさこい祭りが地域活性化に果たす役割と具体的にどのように貢献しているのかを調査する。

### 4.3 質問紙調査

YOSAKOI ソーラン祭り組織委員会に高知商工会議所のインタビューと同じ内容の質問紙に答えてもらい調査結果からよさこい祭りと比較・検討を行う。

## 5. 結果

### 5.1 文献調査結果

よさこい祭り

前述したように、当時不況であった高知県の地域活性化を図るため誕生した産業祭である。1954 年、第 1 回には 21 チーム、750 人の踊り子でスタートし、2014 年の第 61 回には 192 チーム 1 万 7 千人の踊り子が高知県だけでなく全国から参加した<sup>[2]</sup>。よさこい祭り本番では、高知市内 16 か所を踊り子たちは練り歩き、8 月 9 日に前夜祭と花火大会が行われ、10・11 日が本祭、12 日は全国大会と後夜祭である。ルールは曲のどこかに「よさこい鳴子踊り」のフレーズが入っていればどんな曲でも良く、原則として鳴子を持って前進しながら踊る。衣装・踊り・音楽・地方車・鳴子などで各チーム個性をアピールしており、今では南国土佐の夏の風物詩となっている。運営をおこなっているのは以下である。

(1)高知商工会議所(よさこい祭り振興会)：よさこい祭り全体の運営

(2)高知市観光協会：花火大会(前夜祭)・全国大会 (後夜祭)

(3)よさこい祭り競演場連合会：競演場・演舞場

商工会議所を中心に大きく 3 つの団体から運営されている。資本金は 7 千万円を超える総予算であり、その半分は協賛金や寄付から成っている。また、9 か所の地区共演場の運営は地元商店街振興会などに任されている。一方、各参加団体の費用負担も大きくなり、寄付金に依存する町内会では、競技場の設営、チームの

運営と費用負担が大きい<sup>[3]</sup>。

## YOSAKOI ソーラン祭り

高知のよさこい祭りを見た北海道の大学生がよさこい祭りを模倣して作った祭であり、1992年6月に100人以上の北海道の大学生実行委員会を中心に資金集めや道路使用許可などの課題をクリアし開催された。現在はYOSAKOI ソーラン祭り組織委員会が中心となり運営を行っており、YOSAKOI ソーラン祭りをつくった当時の大学生が以前YOSAKOI ソーラン祭りの組織委員会専務理事であった。第1回に、10チーム、参加者1000、観衆20万人で始まり<sup>[2]</sup>、わずか10年後の第10回には参加者4万人、観衆200万人にまで急成長した<sup>[4]</sup>。ルールは鳴子を持って踊ること、曲のどこかにソーラン節のフレーズをいれることであり、毎年6月の第2日曜日を最終日とする水～日曜の5日間、札幌市の約25会場でおこなわれている。

YOSAKOI ソーラン祭り組織委員会では、助成金や協賛金にできるだけ頼らない運営を目指しており、約4分の3が参加者負担金および収益事業による自主財源、約4分の1がスポンサー契約による協賛金である。企業などのスポンサーはYOSAKOI ソーラン祭り自体につく企業と各チームにつく企業に分かれる。資本金は2億円の総予算額であり、その財源は、約30%が祭のグッズ販売・テレビ放映権料、約19%が有料栈敷席、約20%が踊りチームの参加費、約25%が企業の協賛金、約1%の札幌市の補助とその他5%となっている<sup>[5]</sup>。

## 5.2 インタビュー調査結果

高知商工会議所と商店街、出場チームのリーダーの方にインタビューをおこなった。商工会議所では、地域経済に活力をもたらす原動力として効果を表している。地域・全国の人を巻き込んで楽しませ、地域づくりの祭りであり、86億円の経済波及効果から、高知県として最も重要な観光資源であると考え。しかし具体的によさこい祭りをPRしているものや参加・観客を誘致することは行われていない。一方、出場チームのリーダーの中には意見が反映されないという意見や商店街の方からは、伝統や参加する喜びを感じる人もいる中で、参加費の値上げなど毎年資金集めに苦労しているという声も聞かれた。さらに資金集めだけでなく、設営や当日の騒音に悩まされ、商店街で店を運営するには

当日は商売にならず地域活性化とよさこい祭りが結びつかないという声もあった。苦労を重ねながらも、よさこい祭りを毎年実現させているが、お金の流れは参加者・協力者にとって見えにくい状態である。

以上から、よさこい祭りはコミュニティーの場として地域活性に貢献しているが、個人や各チーム、地域の費用負担も大きいことと経済波及効果は地域や県にどのように反映しているか不透明である。このようなインタビュー結果から地域活性化につながっていないと感じる。

## 5.3 よさこい祭りとYOSAKOI ソーラン祭りの比較

YOSAKOI ソーラン祭りの成功要因として、よさこい祭りが県や市の寄付や補助金を得ているのに対し、自らグッズ販売や、放送化権料により自主財源を充実させている。また商標登録や、SNSを活用し、TwitterやFacebook、ホームページなどから活発な情報発信をおこなっている。更に年間を通じて交流会を実施し、北海道外でも他の祭りと連帯し、全国でYOSAKOI ソーラン祭りをPR、またYOSAKOI以外の祭りやイベントを応援することで相乗効果を図っている。踊り子やチームリーダー、観客に対してもニーズ調査が行われており、まるで組織委員会自体が企業運営のようだ。高知県は企業の資金力が他県と比較して弱く、祭りの運営に支障が出ている<sup>[6]</sup>。

逆に、観光として祭を見ると非日常を体験できる点は、共通している。また、参加者や運営者、観客は幅広い世代の人々で構成されている。

## 6. 考察

以上の結果から、次のことが言える。

- (1)消費者へのサービスが特に行われていないことからリピーター獲得に繋がっていない。
- (2)よさこい祭り振興会のメンバーが6人であり、他の業務と兼業しているなどの人材や、イベント事業運営のノウハウなどの情報不足から、よさこい祭りをイベント事業として発展させることが難しいと言える。
- (3)出場チーム・観戦者へのプロモーション活動などの獲得工夫がないことから出場チーム・観戦者の参加が促されない。これは、

出場チーム・観戦者数に比例し、運営資源である参加費や経済波及効果の伸び悩みにも繋がる。

(4)協賛金以外の商品化権料や放送化権料が発生するようなものがなく、自主予算がないことからサービスにかかる予算が限られるとともに、次年度への繰越金が少ないのではないかと。

(5)昭和29年の天候データに基づき日程が組まれているがデータが古く、悪天候の場合の対策が不十分であり中止となった場合に経済的ダメージが大きい。

(6)プログラムがないことから、いつ・どこで・どのチームが踊っているのか把握しにくい。

(7)よさこい祭り当日、商店街の店は閉めている店や開けていても騒音問題などから普段通りの営業が難しく、よさこい祭りによって商店街の店自体に経済効果がある店は少ない。

YOSAKOI ソーラン祭りの運営方法は商業主義に対し、よさこい祭りは非商業主義であることが分かった。よさこい祭りが地域活性化に反映されるためには補助金や参加者負担での資金ではなく、YOSAKOI ソーラン祭りのような、イベントとしてだけでなく大きなビジネスとしてあるべきではないかと考える。よさこい祭りは商工会議所では地域・観光のためイベントを盛り上げ、多くの人々と協力し合い、地域活性化につなげるため開催されているが、実際に、地域や商店街、参加者の経済的、負担額が大きく地域活性化としての役割は、コミュニティの場としてしか成り立っていないことが明らかになったことから、補助金に依存しない運営方法の提案をしたい。

## 7. 提案

比較検討の結果、よさこい祭りが地域活性化に反映され、その魅力を県外にも発信するために、以下を提案したい。

(1)商品化権料や放送化権料など自主財源を確保し、サービスを向上することで消費者によさこい祭りへの参加を促す。

(2)出場チーム・観戦者・観戦者にニーズ調査を行い、満足度の高い祭りとし、リピーターの獲得につなげる。

(3)より多くの人に参加できるよう、本祭は土・日曜とする。

(4)プログラムを作成し観客がいつ・どこで・どのチームが踊っているのかを示す。

## 引用・参考文献

[1]米子青年会議所 (2004) 「提言書」 『町づくり委員会』 3 - 4 頁。

[2]岩井正浩 (2001) 「よさこい鳴子踊進化論序説」『神戸大学発達学部研究紀要』8巻2号:211 - 224 頁。

[3]岩井正浩 (2009) 「よさこい鳴子踊りの進化論(7): 町内会・商店街チームの展開」 『神戸大学発達学部研究紀要』2巻2号: 147 - 156 頁。

[4]大坂祐二 (2007) 「「地方」から見た YOSAKOI ソーランと地域社会 (その1)」『名古屋市立大学道北地域研究所年報』25巻: 19 - 31 頁。

[5]増山尚美 (1999) 「YOSAKOI ソーラン祭りの拡大に関する一考察」『北海道女子大学短期大学部研究紀要』36巻124頁。

[6]岩井正浩 (2005) 「よさこい鳴子踊り進化論(4): 100 大会への序曲」『神戸大学発達学部研究紀要』12巻2号: 279 - 296 頁。

## 協力者

[インタビュー]

よさこい祭り振興会(高知商工会議所)

十人十彩

ひとひら

旭食品

高知工科大学よさこい運営委員会

商店街の方々

[質問紙調査]

YOSAKOI ソーラン祭り組織委員会