

令和
7
年度

地域伝統行事・民俗芸能等の 継承に向けた取組事例集

担い手確保の取組紹介



はじめに

INTRODUCTION

日本各地には、多様で豊かな伝統行事・民俗芸能等が数多く存在します。それらは、その地域に暮らす人々の心のよりどころとして、また、地域のコミュニティを形成するうえで極めて重要なものであり、確実に次世代に継承していくことが求められています。しかし、人口減少や少子高齢化等の社会状況を背景とし、各地の伝統行事・民俗芸能等は継承が危ぶまれています。

昨年度に引き続き、令和7年地域文化財総合活用推進事業（地域伝統行事・民俗芸能等）で採択された補助事業者の中から、地域文化の存続に向けた先進的な取り組みを行っている4団体にご協力をいただき、具体的な手段やノウハウについてヒアリングを行い、事例集としてまとめました。担い手の確保の取り組みを昨年度以上に深掘りし、「資金確保の実例」「若年層の巻き込み」「新たな試みを取り入れる際の地域理解」「情報発信」など、具体的なアプローチ手法をご紹介しますので、皆様の抱える課題を解決するヒントとしてぜひご活用ください。

目次

INDEX

はじめに	01
事例の紹介	
CASE STUDY 1	
磯津の鯨船神事（三重県四日市市）	02
CASE STUDY 2	
富貴市場区祭礼（愛知県武豊町）	05
CASE STUDY 3	
宇佐八幡宮秋季例大祭（香川県高松市）	08
CASE STUDY 4	
おおむた「大蛇山」まつり（福岡県大牟田市）	11
まとめ	13



CASE STUDY

1

三重県四日市市

磯津の鯨船神事

ISOZU NO KUJIRABUNESHINJI

休止を乗り越え再始動！ 「磯津の鯨船行事」の变革と継承の工夫

三重県四日市市、伊勢湾を望む漁師町・磯津に伝わる「磯津の鯨船行事」。勇壮な鯨船が町を練り歩くこの祭りは、青年漁師たちの誇りでありながら、時代の荒波に揉まれ、二度にわたる休止を余儀なくされた。近年、再び復活を果たした磯津鯨船保存会の今村太一氏、伊藤精洋氏、磯津南町自治会の石田充氏にインタビューを行った。2022年には21年ぶりに休止から復活。以降、担い手を増やすために、地域内外の方々の受け入れや、子どもに伝える場を設けるなどの取り組みを実施している。現代のライフスタイルに合わせ、柔軟に行事を変えていく姿勢など、新しい祭りの形を探る話を振り返る。

磯津鯨船保存会



今村 太一 氏

磯津鯨船保存会 執行役員(元会長)。磯津出身。かつて途絶えていた磯津の鯨船行事を再興させた父の背中を見て育ち、自身も10歳頃から担い手として祭りに参加する。行事に誇りを持ち、20年間祭りが無い時期が続いた寂しさを感じ、2022年の行事復活の中心となった。



伊藤 精洋 氏

磯津鯨船保存会 事務局長。磯津在住。「盆暮れ以外にも顔を合わせ、世代を超えたコミュニケーションの場を生み出す」ことを大事にしながら、磯津の鯨船行事への強い思いを持って活動に参加している。2022年の行事復活に今村氏とともに携わった。



石田 充 氏

塩浜地区連合自治会 磯津大町自治会長 兼 磯津南町自治会 会長。地域の歴史と伝統を深く理解するとともに、自治会総会を通じた祭り運営の意思決定にも関わり、その土台を支えている。昭和61年の一度目の行事復活に携わった経験を持つ。

磯津の鯨船とは？

—— 磯津の鯨船についての基本情報と、復活のきっかけやその経緯を教えてください。

石田さん 毎年9月に四日市市の磯津地区で行われる祭りで、金色に輝く鯨船「大正丸」を男衆が曳き、踊り子たちが船上で勇壮な演技を披露しながら、張りぼての鯨との攻防を再現するのが特徴です。磯津の鯨船行事は、もともと地元漁師の青年団による「漁師の祭り」で、塩崎神社を拠点に、鯨船が港、各神社、商店、新築や出産があった家などを回っていました。

歴史をたどると、昭和39年(1964年)を最後に一度途切れています。その後、昭和61年(1986年)に私たちが中心となって一度目の復活を遂げ、15年ほど続きました。しかし再び活動が休止し、2022年に西野さん(会長)、伊藤さん(事務局長)、今村公一さん(副会長)、本日同席している今村太一さん(執行委員)の同級生4人が中心となって、21年ぶりに二度目の再開を果たしたという経緯があります。

一度目の復活の際は、休止期間が長かったため船も飾りも傷んでおり、修復に莫大な費用がかかることが課題でした。町民から寄付を募り、4~5年の準備期間をかけて修復を行いました。当時は「これは漁師の祭りなのだから、サラリーマンが中心になってできるものか」という葛藤や、厳しい意見もありました。それでも当時の青年団の最後の世代(当時60代の方々)に相談し、作法を教えてもらいながらなんとかスタートさせました。その後15年続けましたが、資金や担い手の問題で再び中断することになったのです。



大正丸

今村さん それから2022年に、二度目の復活へと至ります。祭りが止まっていた間、時期が来て何も無い寂しさがずっと心にありました。下の世代からも「どうにかできないか」と相談を受け、やる気のあるメンバーを集めたところ非常に熱意があったため、復活へと動き出しました。最初は人数集めからのスタートでした。友人や若い子たちに一人ずつ「協力してほしい」とお願いして回りました。

伊藤さん 立ち上げ時には資金がゼロだったので、まずは「磯津に鯨船がある」ことを思い出してもらうためのイベントを開き、21年間蔵に眠っていた船をあえて外に出して見てもらいました。初めて見る子どもたちや、懐かしむお年寄りもいて、再開への機運は高まりました。



町を練る張りぼての鯨と大正丸

新たな担い手へ幅広く門戸を開放。 誰もが楽しめる祭りへ

— 担い手確保のために、周囲の方々にとどのような声かけをしていますか。

伊藤さん 保存会員は、基本的には地区の住民と出身者です。そこで集まった祭り復活のメンバーが、自分の会社の人たちや友達に声をかけて、人を集めています。

今村さん 相手によって声のかけ方も変えています。地元の身内には「やっぱり祭りを復活させようよ」という熱い感じで言いますし、その他の友達たちには「めっちゃ楽しいよ」と、興味を持ってもらいやすい言い方をしています。

伊藤さん 「楽しそうだな」と思ってもらえるように、実際に見に来てくれたお客さん用に法被もいくつか用意しています。まずは一緒に参加してもらるように声をかけています。

— 祭りには若い世代の方々が多く参加されているようですが、どのような巻き込みの工夫を行っていますか。

今村さん 祭りを復活させるにあたって、将来的に担い手が足りなくなることが予想されたため、若い世代にどのように保存会に入ってもらえるかを考えました。まずは地域の小学校の育成会に協力していただき、共同で塩崎神社の掃除を行ったり、一緒に神事を行う時間を作ったりしました。そうすることで、地域の子どもたちにとって幼少期からの「親しみのある祭り」にしたいと考えたのです。ほかにも、小中学生全員にパンフレットを配って、祭りの存在を周知しています。

伊藤さん 僕たちの幼少期を振り返ると、鯨の山車をみんなで引いたり、神社の近くに露店があったりしたことが、すごく楽しかったという記憶があります。ただ、祭りを復活させた当初は、子どもたちが楽しめる要素が少ないと感じていました。そこで、後輩が経営している会社が出店を出したり、知人が営んでいるキッチンカーを呼んだり、保存会の会長の知り合いの屋台に来てもらったりして、「楽しめる場」を意識しました。

今村さん また、若い世代が多い理由の一つに、僕たちの小学生の息子たちが祭りの担い手としての適齢期だったこともあります。「ちょっと一緒にやろうや!」と子どもたちを引き入れたことで人数が増え、何人かそのまま定着してくれました。

小学生の役割としては、まず5~6年生から「踊り子」として3人選ばれ、彼らが祭りのメインを担います。それ以外の5~6年生くらいの子たちは、綱を引っ張ったり、声を出し合って祭りを盛り上げたりしてくれます。その下の世代では、年長さんから小学校1年生くらい「樽漕ぎ(ろこぎ)」が4人います。この祭りは荒っぽい行事でもあるので、子どもたちにどこまで役割を任せられるかという線引きは非常に難しく、意見が分かれることもあります。そうした点も考慮しながら進めています。



子どもたちが主役となるシーンも多々ある

— 外国人の参加も積極的に受け入れているとのことですが、どのように声がけをしていますか。

今村さん この地域には水産関連企業や縫製企業などがあり、海外から日本に来ている技能実習生の方もいらっしゃいます。彼らに対して「日本の文化を学ぶ良い機会だよ」と伝えていて、何人か参加してくれています。文化の違いもありますが、「まずはやってみないか」と声をかけています。また、地域で会社を営んでいるペルー人の方々もグループで参加してくれています。私たちが仕事で出入りしている際に顔を合わせることがあって、参加につながっています。

伊藤さん 今後の展開としては、そうした人たちのネットワークもつなげていけたらと思っています。参加してくれた人がまた次の人に声をかけたり、「見に来てな!」と広めてくれたりして、どんどん輪が広がってほしいなと考えています。

— 女性にも行事に参加してもらい、従来よりも役割の幅を広げているとのことですが、具体的にどのような変化がありましたか。

今村さん 昔は女性が鯨船に触ることすら許されませんでした。もちろん船に乗ることもダメで、そういう時代が長く続いていたのです。それを「変えていこう」と動いています。まずは船に触ってもらうところから始めました。女性を船に乗せるかどうかについては意見が割れたのですが、先ほどお話しした「樽漕ぎ」の4人を集めるのがなかなか難しくなってきたという事情もあり、「女の子も入れた方が良いのではないかと自治会の役員や鯨船の総会などで話し合い、2年ほど前から女子児童

も乗れるようになりました。時代の変化に合わせて、役割を広げていったのです。

伊藤さん まずは船に触ること、次に乗ること、その次は「太鼓まで叩いたらもっと良いよね」というふうに、今まさに少しずつ段階を踏んで進めているところです。やはりご年配の方々などは「伝統はこうあるべきだ」という強い思いがあります。そこをしっかりと説明し、一つひとつ新しい実績を積んでいくことが、信頼を得るために大切だと考えています。



現在では様々な形で女性も参加している

—— 地域外の方の参加にあたり、難しかった点がありますか。

今村さん 地域外の方が参加した結果として、遠方に住んでいるために準備や練習になかなか参加できないという問題があります。ただ、これは地域外の人に限った話ではなく、地元に住んでいても参加できない人はいるため、一概に地域外であることだけが理由とは言いにくい側面もあります。それでも、距離を理由に参加が滞ることで周囲に不満が出てしまうことは事実です。

伊藤さん 外部の人を受け入れることについては、役員や保存会のメンバーの間でも意見が分かれました。実際に4年ほど活動を続けてくる中で、「自分が思っていた祭りの形と違う」と言って辞めていく人も数名いました。また、お酒の席でのトラブルもありました。それを受けて飲酒を禁止した年もありますし、本当に問題を起こした方に対しては、保存会の退会をお願いしたこともありました。私たちは、誰のために、何のために鯨船を曳くのか…。この土台となる大切な点について、共通の認識をつくりたいと思っています。

伝統と変革の調和。 対話と透明性で得る「地域の理解」

—— 新たな取り組みに積極的ですが、「変えたくない」という声もあるのでしょうか。

石田さん 地元で伝統どおりに祭りを執り行うべきだとおっしゃるのは、主に昔の祭りを経験されている方々です。昭和39年(1964年)まで鯨船を引いていた頃の記憶があり、「自分たちが体験してきた当時の祭りの姿こそが正解である」という思いを強く持たれています。実際に経験しているからこそ、「昔はこうだった」「あそこが少し違う」「以前とは変わってきたね」という声が出てくるのだと思います。

伊藤さん ただ、そのような意見はご年配の方だけではなく、若い人や中堅層の中にもあります。「そこまで変えてしまって良いのか」という懸念の声は、世代を問わず存在します。

私を感じるのは、やはり「磯津に在住していること」や「磯津で育ったこと」が、多くの人にとっての基本としてあるということです。住民の方々が楽しむことが祭りの基本ですし、皆さんが知っている「本来の姿」でなければ、応援や声かけもしづらいのだと思います。ですから、今の高齢者や住民の方々は、「せめて中学～高校生くらいまでは地元で過ごし、地域との深い関わりがあった人たちをメインに据えて、祭りを運営してほしい」という印象を持たれているのだと感じます。

—— そのような中で新しい試みを取り入れる際、地域の方々に理解していただくためにどのような工夫をされていますか。

石田さん 磯津地区には東西南北の4つの町に自治会があり、合わせて約400軒が加入しています。各自治会長が選出された後の5月に地区総会が開かれます。そこで議題にかけ、承認を得てから、保存会が具体的な予定を立てるという流れになっています。

例えば祭りの日程に関して、これまでは「9月21・22・23日」に合わせ、無理にでも鯨船を出していました。しかし現在はサラリーマン家庭が多く、平日に人を集めるのは非常に困難です。そこで自治会に「人が集まりやすい土日にならしたい」と提案し、承認されました。また、昔は「踊り子」に選ばれた小学生は学校を休んで参加するのが当たり前という風潮もありましたが、今はなかなかそうもいきません。

伊藤さん 今までのやり方は、一部の役員だけで物事を決めていた面もあったかと思います。しかし、私たちの代からは会計を明朗にし、組織をオープンにすること、みんなで議論することで、地域全体の理解を得られるよう努めています。

自発的なSNS立ち上げ・運用により、さらなる応援を獲得

—— SNSを積極的に更新されていますが、立ち上げのきっかけについて教えてください。

伊藤さん 現在はInstagramをメインに、Facebookとも連動させて発信しています。SNSの運用については、一緒に祭りを復活させる際、声をかけたメンバーの中にSNS発信が得意な後輩がおり、活動を進めていく中で自分から「Instagramが得意だからやりたい」と名乗り出されました。

今後の展望としては、更新頻度を維持することはもちろん、ホームページの制作やYouTube公式チャンネルの開設も視野に入れていきます。より多くの人に情報を届けるために、今後も発信を強化していきたいと考えています。

—— SNSを用いたことによって実感できた効果などはありますか。

今村さん SNSで発信を始めたことで、地域内外から応援の声をいただけるようになりました。一番良かったのは、かつて磯津に住んでいた方から「協賛したい」というお申し出をDMでいただいたことです。SNSで「協賛を募集します」と直接的に告知したわけではないのですが、発信を見ていた方から自然に「支援したい」という声をいただきました。

伊藤さん 地元で祭りが復活したことを喜んでくれる方が多く、皆さん磯津のことを気にかけてくれているのだと改めて感じました。祭りマニアの方から問い合わせが来たり、当日に素晴らしい動画や写真を撮影してくれる方も現れたり、さまざまな反響がありました。これからは磯津地区から、日本や世界の人々を『笑顔』にできる祭りを発信していければと思っています。

—— 素晴らしいお話を聞かせていただき、ありがとうございました。



CASE STUDY

2

愛知県武豊町 富貴市場区祭礼

FUKIICHIBAKUSAIREI

伝統行事を長期投資で守る、 富貴市場区祭礼が挑む 「持続可能な祭り」への挑戦

愛知県知多郡武豊町で、天明期(1781年~1789年)から受け継がれる「富貴市場区祭礼」。知多型山車の上に「船」を載せた独特な山車が狭い住宅街を練り歩く姿は圧巻であり、桜の季節に地域住民が総出で集う、この地が誇る祭りだ。

今回、富貴市場区祭礼保存会の元実行委員長であり、長年にわたり運営の最前線に立ってきた松崎旭洋氏にインタビューを行った。あえて役職を複数年務めることで運営を効率化し、さらに「長期投資による財政基盤の構築」に挑戦。これまでになかった祭りの資金作りを模索している。伝統を「守る」だけでなく、時代に合わせて「仕組みを変える」ことで次世代へ繋ぐための取り組みについて、詳しくお話を伺った。

富貴市場区祭礼保存会



松崎 旭洋氏

富貴市場区祭礼保存会 元実行委員長。生後0歳から親に抱かれて富貴市場区祭礼に参加し、物心つく前から祭りが身近にある環境で育つ。通常1交代の実行委員長を7年間にわたり歴任したことで、合符で祭りを挙げる隣の富貴地区の代表との年齢差を埋めて地区間連携を強化。運営労力の効率化や、保存会の人数を維持して次世代の継承を実現している。普段は高校教員として教鞭を執りながら、祭りの持続可能な仕組みづくりに尽力している。

富貴市場区祭礼とは？

——「富貴市場区祭礼」の特徴や見どころについて教えてください。

松崎さん この地域の祭礼は非常に独特です。山車の形は「知多型」と呼ばれ、普通は内輪式の車輪がついた4mほどの高さがある台座の上に、唐破風の屋根が載っているのですが、当地区では唐破風の屋根の代わりに「船」を載せているのが、富貴市場区の大らかな特徴です。文久3年(1863年)頃に今の形になったと言われていますが、もともとは地上を車輪のついた船が移動していたそうです。知多型の山車は狭い住宅街の道を通るために、その道に車幅を合わせる工夫がなされており、非常に面白い構造になっています。

また、この船は地域の歴史を象徴するものでもあります。かつてこの辺りは廻船業で栄えた土地でした。江戸時代までは湾内での航行が主流でしたが、幕末から明治初期にかけてはより広範囲な沿岸航行へと本格的に乗り出していきました。あくまで推測の域は出ませんが、そうした航海の中で他地域の文化と接点を持つ機会があったのかもしれない。知多半島ではあまり耳にしない、石川県のものに酷似した「木遣音頭」が今に伝えられているのも、当時の船乗りたちの足跡といえるでしょう。

—— 地元の人にとって「富貴市場区祭礼」はどのような存在でしょうか？

松崎さん このお祭りは毎年4月の第1週の土曜日と日曜日、ちょうど桜の時期に行われ、地域の中の人たちに広く参加してもらう形で成り立っています。地元の人たちが一番集まって盛り上がるのは、夜になり提灯をつけた後です。最後に、山車を車庫にしまう場面を「さやに納める」と言いますが、その直前あたりから多くの地域住民が集まってきます。子どもたちが中心となって活躍する場面、若い衆が勢いよく神社へ走るような場面などもあり、世代を問わず多くの人が関わりながら、地域全体でこの伝統を愛し、守り続けています。

地域内外から若者を巻き込み、 知恵を共有しながら次世代へ

—— 文化継承について伺います。前年に比べて保存会の会員数が増えたとのことですが、その背景について教えてください。

松崎さん 会員数が増えているのには、いくつか理由があります。まず、私のように本来の交代時期を過ぎても役職を継続する人間がいたことで、年齢層の幅が広がったからです。上が抜けていかず、下の世代が入ってくる状況が何年か続いたため、その分だけ人数

が増えました。これは課題の先延ばしではありますが、結果として会員の確保に繋がっています。

また、地域外からも入ってきやすい雰囲気や運営していることも大きな理由です。この地域に引っ越してきた方が「一緒にやりたい」と入会してくれるケースもあります。この街は工場が多く、仕事の繋がりで引っ越してくる方が多いため、同じ会社に地元の祭りをやっている人間がいて、そこでの知り合いを通じて誘われるといったこともよくあります。

さらに厄祭(やくさい)の集まりもきっかけの一つになっています。私たちの地域では数えの厄年にあたる42〜3歳ぐらいのタイミングで、一度よそに出ていた人たちも含めて同級生で集まり、会を作って、神社への寄付を募って回る習慣があります。久しぶりに地元に戻り、縁が再び繋がることで、「子どもの時にやっていた祭りをまたやりたい」と戻ってきてくれるケースも多いですね。



祭りには多く若者が参加する

—— 若年層の巻き込みにも成功しているとのことですが、どのような背景からでしょうか。

松崎さん 保存会に入れるのは25歳以上なので、「若い衆」はそれよりも若い年代の人たちのことです。一番下は中学生から上は23歳ぐらいまでの年代が、一緒に綱を引いたり歌を歌ったりしてワイワイ騒ぐ。こうした縦と横の繋がりがあがる場所は最近減っていますが、参加する若い人たちにとっては大きな魅力になっていると感じます。学校とは違うコミュニティでの先輩・後輩という関係性は、縦と横の繋がりができて非常に良いものです。

保存会の会員を増やすためには、その下の年齢団体である「若い衆」にたくさん入ってもらうことが不可欠です。社会人になってから同僚を誘うよりも、学生が同級生を誘う方が心理的にも楽で誘いやすいため、「どんどん友達を連れておいで」と声をかけています。チラシで募集するよりも、「友達に誘われて」というきっかけが一番多いですね。学校の部活動とは違う地域独自のコミュニティが形成されるんです。

お祭りが楽しい場所であれば自然と誘いたくなりますし、そこで自分自身が一員として責任を持って活動していれば、「友達も呼びたい」という気持ちが生まれます。無理やり引っ張ってくるのではな

く、まずは楽しい場所を作り、それを知ってもらうことで自然と人が集まる流れを大切にしています。

—— 地域の参加者が、地域外の友人を連れてくることもあるとのことですが、その結果祭りにどのような効果がありましたでしょうか。

松崎さん 楽しい経験を共有することで、結果として地域外からの参加者も定着し、お祭りの活気や継続に繋がっています。私たちの地域は江戸時代から続く歴史がありますが、古くからいろいろな人が出入りしてきた土地柄でもあります。外からの参加に対しても非常に寛容な雰囲気があり、過去には地域外から来て実行委員長を務めた人が何人もいます。

新しく入ってくれた人の中でも、特に近隣の組から相当な覚悟を持って移ってきてくれたような人に対しては、より手厚く「ありがとう」という感謝を伝えるケアも欠かさないようにしています。人がいないことには祭りは繋がりませんので、こうした柔軟な姿勢は「必要なこと」だと捉えています。

自分たちの誇りを持つと同時に、他地域のやり方で良いものは取り入れていきます。昔から山車の形が似ていたり、お囃子が似ていたりするのは、お互いに良いものに憧れて真似し合ってきた歴史があるからです。実際、私も実行委員長の時に、他地域で提灯の付け方として、竹竿を上手に活用しているのを見て取り入れたことで、大幅な時間短縮に繋がりました。修理業者の情報の共有などを含め、外部の知恵を借りることは、祭りの継承に必要不可欠だと考えています。

—— 子どもの勧誘に力を入れているとのことですが、工夫されている点がありますか。

松崎さん 私たちは、子どもたちの勧誘に非常に力を入れています。現状の保存会員の構成を見ても、小学生の頃からお囃子をやってきていた子が多いです。今小学生の子たちは、10年後には若衆になり、20年後には保存会員になります。「子どものいない祭りはそのうち滅びる」という危機感もあり、先々を考えたとき、子どもの層を厚くすることは保存会の維持に直結する非常に大事なことだと考えています。

子どもを誘うために一番大切にしているのは、実際に祭りに「触れてもらう」ことです。数年前には地元の小学校の150周年行事として、山車を3台学校に集め、小学生に乗ったり引っ張ったりしてもらった体験を行いました。また、最近ではお祭りの当日、遠巻きに見ている子やその親御さんに積極的に声をかけ、法被をその場で貸し出して一緒に綱を引いてもらうようにしています。



特に工夫しているのは、子どもたちに「自分たちの力で動かした」という成功体験を持ってもらうことです。富貴地区から市場地区に向かう時に若干下り坂になっている場所があり、そこでは大人が力を抜き、小学生だけの力で山車が動くように煽って盛り立てます。あんなに大きなものが自分たちで動かせたという自己肯定感が、祭りを「楽しい」と感じるきっかけになります。

また、地元の子ども会ともタイアップし、時間を指定して山車を曳いてもらう時間を設けています。一度法被を着て1時間も曳けば、その楽しさから夜まで残ってくれる子どもも多いです。子どもが一人参加すれば、自ずと保護者もついてきてくれます。保護者に祭りの楽しさや、単なる「荒事」だけではない側面を知ってもらうことで、お囃子の練習にも安心して送り出してもらえるような良い循環が生まれています。

育成の面では、若い衆のまとめ役である「頭」やお囃子の指揮を取る「中段」といった存在が、子どもたちのロールモデルになっています。「あの人がみたいにかっこよくなりたい」という憧れが、継続のモチベーションになっています。さらに、芸能大会などの発表の場にも積極的に参加しています。練習のための練習ではなく、大勢の前で緊張感を持って発表する場を作ることで、子どもたちの練習への身の入り方が変わり、人間としての成長にも繋がります。

長期投資という新たな選択肢で、持続可能な祭りの形を模索

—— 祭りの財政課題の解決のため、長期投資の運用益で活動費を捻出しようと模索されているとのことですが、具体的にはどのような計画なのでしょう。

松崎さん 現在、お祭りの財政は基本的に寄付で賄っていますが、高齢化や定年退職による収入減が続いています。このままでは近い将来、規模を縮小せざるを得ない時期が来るという危機感があり、今のうちに寄付以外の方法で活動費を捻出する仕組みを作ろうと考えています。

そこで模索しているのが「長期投資」の活用です。伝統という100年、200年と続くものと、複利で指数関数的に資産が形成される投資の仕組みは非常に相性が良いです。具体的なプランとしては、プロに運用を任せる「投資信託」を活用し、無理に瞬間的な判断で動かさず、長い時間をかけて安定的に運用益を出していく形を目指しています。FXやビットコインのようなものではなく、あくまでも低リスクで持続可能な状況を作ることが目的です。

この構想を実現するために、NPO法人の設立を検討しています。当初は個人や任意団体で口座を作って運用できればと考えていましたが、銀行口座の開設が難しいため、法人化が必要です。一般社団法人は設立や維持にコストがかかるため、まずは維持費を抑えられるNPO法人という形態で、小さな実績を作るところから始めたいと考えています。

法人化することにはもう一つのメリットがあります。それはガバナンスが効くようになることです。資金の私的流用や不明瞭な出金を抑止し、組織としての透明性や社会的信用が高まります。犬山祭（一般社団法人犬山祭保存会）や祇園祭（公益財団法人祇園祭山鉾連合会）など、有名な祭りの保存会も法人化して社会的な信用を得ています。手法としても、名古屋ですでにNPO法人で長期投資を行い、その利回りで活動している団体の例もあります。

「今年のお祭りの寄付は今年のお祭りに使う」という考え方も大切ですが、未来に向けて種を仕込み、後の世代が苦労しない仕組みを残していくことも、今を生きる私たちの役割だと思っています。

—— 投資による資金確保は新しい手法ですが、実施にあたっての課題はありますか。

松崎さん 投資という手法に対して想定される反対意見として、一番大きいのは「大切なお金が減ってしまうのではないか」という懸

念だと思っています。しかし、これに対しては二つの視点から説明が必要だと考えています。

一つは、投資が元本割れするような不況の局面では、そもそも各家庭からの「寄付」も同様に厳しくなるという点です。家計の支出において、お祭りへの寄付は真っ先に削られる対象になり得ます。寄付が安定的にいただけなくなるリスクと、一時的な運用損が出るリスクは、結局のところ表裏一体であり、現状の「寄付一本」という状態も決してリスクがないわけではありません。



もう一つは「インフレ（インフレーション）」のリスクです。銀行に預けて額面が変わらなくても、物価が上がれば現金の価値は目減りしてしまいます。必ずしも銀行預金が安全というわけではなく、むしろ資産を分散させておく方が、長期的な伝統の維持には安心だと考えています。お祭りは「余剰資金」があってこそ成り立つものですから、不況に備えた仕組み作りこそが重要です。

こうした考えを全員に説明し、一度に意思統一を図ることは非常に大変です。ですので、まずは保存会全体で動くのではなく、お囃子の部分だけなど小さい単位で法人化して、実績を作りたいと考えています。そこで「当たり前のこと」として成功例を示すことができれば、組織全体への波及もスムーズになると見えています。

祇園祭のような歴史あるお祭りも、時代に合わせて組織の形態ややるべきことを変えてきました。むしろ時代に合わせて変わらないことの方が危ないのではないか、という危機感を持っています。お祭りを続けていくために、手法の一つとして長期投資を理解してもらい、共感を得られるよう努めていきたいです。

—— 素晴らしいお話を聞かせていただき、ありがとうございました。



CASE STUDY

3

香川県高松市

宇佐八幡宮秋季例大祭

USAHACHIMANGU SHUKIREITAISAI

地域連携で支える

宇佐八幡宮秋季例大祭。

神・産・学で祭りを継承する工夫とは？

香川県高松市の鬼無・香西・下笠居を中心とした地区で行われる「宇佐八幡宮秋季例大祭」。鎌倉時代から800年以上の歴史を誇り、獅子舞、太鼓台、小奴、飾り船など、計19連もの多彩な「練り物」がまちを練り歩くこの地域最大の伝統行事だ。

今回、香西観光協会の久保田 慎一氏と、宇佐八幡宮宮司であり早稲田大学理工学術院 創造理工学部で先生を務める泉川 時氏にインタビューを行い、神社(神)・地域産業(産)・教育機関(学)が共同する「神産学連携」による地域活性化など、次世代へ祭りを繋ぐための挑戦について詳しくお話を伺った。



久保田 慎一氏

大阪出身、結婚がきっかけで妻の出身地である宇佐八幡宮のお膝元に移住。それ以来、12年間、地域に根付いた活動を続けてきた。外から移住したという視点を生かし、香西観光協会の立場から祭りに関わる。



泉川 時氏

東京出身で、祖母が宇佐八幡宮の先代宮司。幼少期は夏休みや正月に、親の実家がある宇佐八幡宮に帰っていた。その後、大学に進学してから神職の資格を取得し、実家に戻り神社に奉仕する宮司となる。また早稲田大学理工学術院 創造理工学部助手であり、学生と連携しながら祭りに関わる。

宇佐八幡宮秋季例大祭とは？

—— 宇佐八幡宮秋季例大祭がどのような祭りかを教えてください。

泉川さん 宇佐八幡宮秋季例大祭は、鎌倉時代の創建以来およそ800年にわたって受け継がれてきた、非常に由緒あるお祭りです。当社は嘉禄年間(1225~1227年)に、現在の大分県に鎮座する宇佐神宮から分霊を勧請して創建されたと伝えられています。その際、神様は2艘の船に乗って海を渡ってきたとされ、神様とともに来島した一族は「神人(じにん)」と呼ばれ、上陸後にその装束を整えた家系は「装束家(しょうぞくけ)」として、現在まで続いています。

大きな特徴は、この神人と装束家が今も祭りの中心的役割を担っている点です。神人は秋季例大祭における「儀式」そのものを司り、装束家は獅子舞や太鼓台、小奴、飾り船といった練り物や行列の差配を代々担ってきました。例大祭当日は、宮司である私と神人、装束家の三者が並んで座し、祭り全体を統括するという特徴があります。

また、練り物の豊かさも大きな見どころです。各地区から獅子14連をはじめ、太鼓台や小奴、飾り船など、計19連もの練り物が奉納されます。これらは、神様が船で渡来したという創建の伝承を今に伝えるもので、祭り当日にはお神輿3基とともに、神社からお旅所まで約350メートルにわたる壮大な行列が練り広げられます。



儀式の様子 ©宇佐八幡宮

—— 地元の人にとって「宇佐八幡宮秋季例大祭」はどのような存在でしょうか？

久保田さん このお祭りは、地域の人が年に一度、一堂に会する、一種の「無礼講」のような日として昔から大切にされてきました。連の形も地区ごとにさまざまで、子ども連や小奴*だけの連、大人だけの連など、それぞれの地域性が色濃く表れています。特に子ども連のある地区では、次世代を育てる意識が強く、練習期間を通じて世代を超えた交流が生まれます。さらに、演者だけでなく、賄いを作る方々など多くの裏方が関わり、約一ヶ月かけて地域総出で一つの行事を作り上げていきます。単一自治会に一つの練り物連がある地区の自治会加入率が非常に高いのも特徴です。祭り連が機能している地域ほど自治活動も活発です。そうした点から、このお祭りは単なる伝統行事ではなく、地域の自治やコミュニティを支える存在だと感じています。

*小奴 地域の子どもたちが、大名行列の「奴(やっこ)」に扮して毛槍や挟箱を持ち、独特の所作で練り歩く。

地域外人材の受入基準と、「神産学」連携による自立への挑戦

—— 地域外の方が参加することについて、どのようにお考えをお聞かせください。

久保田さん 練り物の運営は、ほとんどの連が各地区の自治会と一体となって成り立っており、基本的には「自治会員でなければ参加できない」という前提があります。ただし、この考え方をそのまま今の時代に当てはめると、地域を離れて暮らす子ども世代など、本来は縁のある人まで排除してしまいます。

そこで私たちは「地域外の人」を距離感によって三段階に分けて考えています。まず、かつて地域に住み、現在は外に出ているものの地縁を持つ人、次に自治会の枠を超えるものの、同じ小学校区内など、ある程度地域性を共有する人、そしてこれまで縁はなくても純粋に祭りへの強い思いを持つ第三者ですね。

どこまで受け入れるのか、最終的な判断は各連に委ねられています。それぞれに守るべきしきたりや考え方があり、受け入れの範囲も異なります。そのため、どこまでなら参加を認められるのかを連の中で丁寧に話し合っているのが現状です。地域外の人を地域を支える「仲間」としてどう捉えるのか。その線引きこそが、今まさに向き合っている大きな課題だと考えています。

—— 地域外の方の参加は、具体的にはどのような形になりますでしょうか。

久保田さん 例えば私の出身地区での天神小奴の連では、少子化で人数が足りないこともあり、「出身者が責任を持って呼び込んだ親子」であれば受け入れる仕組みを続けています。その場合、練習から奉納まで全てに参加してもらうこともあります。

一方で、連によっては荷物運びなどの裏方のみを担っていただいたり、神社での神事には関わらず、区内を回る「村遣い」だけに参加していただくなど、部分的な参加を認める例も増えてきました。ただし、秋祭りには800年続く伝統や装束家の存在があり、安易に形を変えることはできません。受け入れる側が「どこまでなら伝統を損なわずに門戸を開けるのか」を慎重に見極める必要があります。

—— 3~4年止まっていた連を復活させたとのことですが、止まっていた背景や復活にあたって行ったことをご教示ください。

泉川さん 活動が止まっていたのは港町の獅子連です。平成16年の高潮被害により、もともと進んでいた高齢化に拍車がかかり、急激な人口減少で子どもがいなくなっていました。その結果、数年間にわたり活動を休止せざるを得ない状況が続いていました。

そこでまず、地元の方々や香西観光協会が協力し、地元の小学校で獅子舞を教える活動を始めました。現役で動ける港町の方に講師をお願いし、授業を通じて獅子舞を伝えることで、文化の継承を図りました。小

学校での取り組みは総合学習の時間を活用し、地域学習の一環として行っています。さらに、早稲田大学の学生と連携し、節分祭の際に宇佐八幡宮を拠点とするだけでなく、港町の船玉神社を練り歩きのゴール地点とすることで、人が集まる場を意図的に作りました。その結果、子どもたちの笑顔や賑わいが戻る様子を地元の方に実感していただくことができました。

こうした積み重ねが自信と機運につながり、「獅子も復活させよう」という流れが生まれ、昨年ようやく再開に至りました。

—— 泉川さんは宮司でありながら早稲田大学に在籍し、学生と共同で年間を通じた外部連携プロジェクトに取り組んでいるとのことですが、具体的にはどのような内容でしょうか。

泉川さん 現在、私たちは「神産学連携」という形を掲げて取り組んでいます。これは「神(神社)」「産(地域産業)」「学(教育機関)」の三者が連携する仕組みです。早稲田大学の学生たちがこの仕組みの実践に至ったきっかけは、私自身が早稲田の理工学術院 創造理工学部 に在籍しているというご縁から始まっています。そこから「ReGENE」という学生団体を立ち上げ、「地域再生」という共通の文脈において、研究と実践を共に行っていくということ、今のプロジェクトがスタートしたのです。

具体的な取り組みの一つに、夏越し(なごし)のお祭りで、地元の伝統的工芸品である讃岐提灯を模した提灯を飾るプロジェクトがあります。これは数年前から始めたものですが、提灯を作るのは、地元の幼稚園児から小・中・高校生、そして大学生に至るまで、さまざまな世代の学校に協力してもらっています。子どもたちを積極的に巻き込むのは、彼らが将来、この地域を自分のアイデンティティの一部として誇りに思い、「いつでも帰ってこれる居場所」だと感じてほしいと願っているからです。昨年は、神社の境内や周辺に約600張もの提灯を飾ることができました。また、これらを繋ぐスタンプラリーを行うといった仕掛けもしています。



神産学連携の取り組みには多くの地域住民が参加している

—— 上記の取り組みを通じて感じた成果や、今後の展望について教えてください。

久保田さん 早稲田大学の学生さんが活動を始めるとき、まずはフィールドに出て地域の方々への聞き取り調査を行うのですが、実はその「聞き取る」という行為自体が、地域にとっての大きな起爆剤になっています。私たち住民にとっては当たり前すぎて、「もうやめてもいいのではないか」と思っているような日常のことで、学生さんが丁寧に聞き取ってくれることで、答える側も「あ、ここに驚きがあるんだ」「これは新鮮なことなんだ」と初めて気づかされるんです。「それなら、やっぱり残していけないといけなよね」という気運が、そこから生まれてきます。また、地元だけで活動していると、どうしても最後は「ああ、楽しかった

ね]で終わってしまい、取り組みの内容やネットワークの広がりや可視化することなく終わってしまいがちです。そこに早稲田大学の方々が入ってくださることで、事象を客観的に捉え直し、文章や図表で説明しやすい形にまとめていただけます。客観的な分析によって「今後どのような展開が必要なのか」「どこが弱点なのか」が明確に見えるようになり、次のアクションへ繋がるスピードが格段に早まったことも、非常に大きな成果だと感じています。

泉川さん 地域の方々の賛同に手応えを感じる一方、この活動をいかに「自立」させていけるかが、今後の大きな課題であるとも考えています。現在はトヨタ財団の助成をいただいています。ただし、補助金に頼り続けることが自治の本質ではありません。助成期間中に活動基盤を固め、将来は支援なしで運営できる状態を目指しています。今は香西観光協会や神社といったバラバラの組織で動いていますが、そうではなく、地域の資源をしっかりと活用しながら経済を回していけるような統合的な組織化を図っています。

個々の連を観光協会が「後方支援」。 広報と事前周知で広げる協賛社募集

— 祭りをを行うための自己資金はどのように集めているのでしょうか。

久保田さん 宇佐八幡宮の練り物連(全19連)は、地元の店や企業を回り、奉納の対価として「お花(祝儀)」をいただくことで活動資金を賄ってきました。しかしコロナ禍を経て、馴染みの店が次々と廃業してしまう一方、お祭りと繋がり薄い郊外の大規模店舗が増えたことで、各練り物連が突然訪ねていっても、「準備ができていない」とか「うちは寄付の慣習がない」といったお断りをいただくことが増え、それぞれの連の集金力が弱まっていました。

個々の連が大企業へ新たにアプローチするのは困難です。そこで香西観光協会が後方支援として、「このお祭りには800年の歴史があり、これだけ多くの地域住民が関わっている大切な行事である」という風に伝えるPR活動を強化しました。また、あらかじめ各企業へ「この日に各連が伺います。もしよろしければ少額からでもご協力をお願いします」と事前アナウンスを行うことで、心理的なハードルを下げたのです。こうした活動が最近少しずつ実を結び始め、これまでご縁がなかった企業様からも、「練り物連が来たらお花を渡せたよ」という報告が聞けるようになってきました。このように、組織的な広報を通じて少しずつ協賛の裾野を広げています。

— 協賛社との関係づくりの事例を詳しく教えてください。

久保田さん 象徴的な事例として、近くにあるイオンモールさんとの取り組みがあります。宇佐八幡宮の秋祭りのちょうど一週間前に、イオンモールさんの駐車場をご提供いただき、集まれる人で演舞を披露する場を作っています。これは地域に新しく進出してきた大型店舗と地元をお祭りを通じて繋げていきたいという想いと、このお祭りは大きな規模のお祭りでありながら地区以外の人にはほとんど名前も知られていないという現状がありました。これまでは「神様に奉納するものだから、あえて外に見せるものではない」という空気感があったのも事実です。しかし、それではお祭りの存続も難しくなります。

そこで、あえて一週間前にイオンモールという開かれた場所へ行き、「来週、秋季例大祭があるので是非見に来てください」というPRを仕掛けることにしたのです。イオンモールさんには、単にお金をいただくということではなく、会場や広告媒体を使わせていただき、「祭り連が来る」という告知を無償で行っていただいています。イオンモールさん側にとっても集客に繋がるという、互いにメリットのある関係を丁寧に築き上げてきました。こうした地道な関係作りの甲斐あって、今では縁の繋がった各練り物連が、改めてお店へお花(御祝儀)をいただきに行けるような、良い循環が生まれ始めています。

住民・学生・プロが連携する デジタル発信体制と、その効果

— 宇佐八幡宮様のホームページや、各種SNSなどで積極的な祭り情報の発信を行っていますが、どのように運営されているのでしょうか。

久保田さん YouTubeを活用した発信は、昨年度、文化庁の「地域文化財総合活用推進事業(地域伝統行事・民俗芸能等)の記録作成・情報整備事業」の一環として、お祭りの動画を撮ってみようとなったのがきっかけでした。その際、この広大なお祭り全体を網羅して記録するのは一人では難しいという話になり、急遽、地元のカメラ愛好家やプロカメラマン、各練り物連の方々などに協力をお願いし、それぞれが撮影した映像を集めてくるためのネットワークを構築したのです。それがYouTubeで定期的に動画を公開し続けるという取り組みに繋がっています。

「YouTubeを見ました」という声を本当によく聞くようになりました。それだけでなく、地元の学校が教材として「お祭りとは何なのか」を教えるための事前学習用の資料として、そのまま活用して下さっています。また、最近では文化財調査を進める先生方の間でも、基礎的な情報源として見ていただいています。



泉川さん 私の方では神社のホームページやInstagramの更新をしています。まずホームページに関しては、先輩をお願いして制作していただきました。単に「宇佐八幡宮だけ」のサイトではなく、私が奉仕させていただいている宗教法人格のある19社、法人格のない社も含めると50社以上を網羅して掲載しています。カメラの得意な後輩を連れてひたすら各神社を回り、一つひとつ撮影して現在のホームページができました。私自身が直接、新しい情報を更新しています。

Instagramについては私も更新しますが、例大祭の当日はずっと神職として奉仕しているため、早稲田大学の学生たちに撮影をお願いしています。ただ学生だけではどこに行けば良い写真が撮れるかわからず、地元の方が「あそこの連が今こういうことをやっているから、あそこに行けばいいよ」「今いいポーズをするから撮って!」などと声をかけてくださいます。そうした地元の皆さんのサポートにより、円滑に写真を収集し、発信することが実現できています。

発信を通じて、物理的に距離がある地区同士でもかなり密に連携が取れるようになりました。夏の「夏越しのお祭り」の準備では、早稲田大学の学生たちが竹を使いたいという話になった際、竹がある場所まで案内していただき、竹の切り方をレクチャーしながら一緒に作業をして下さった方もいました。このように、情報発信をきっかけに自分たちの活動が可視化されたことで、地区の枠を越えた具体的な協力関係が生まれるようになりました。

— 素晴らしいお話を聞かせていただき、ありがとうございました。



CASE STUDY

4

福岡県大牟田市

おおむた「大蛇山」まつり

OMUTA DAIJAYAMA MATSURI

地域連携で支える大蛇山。

祭り主催者と地域団体、それぞれの資金作り

福岡県大牟田市で毎年7月下旬に開催される、おおむた「大蛇山」(だいじゃやま)まつりは、江戸時代から続く伝統行事「大蛇山祇園祭」と複数の市民行事が合わさった、同市の夏の風物詩だ。最大の見どころは、長さ約10メートル、高さ約5メートルに及ぶ巨大な山車である、大蛇山。神社の山車と地域の山車の2種類があるが、どちらも竹や木・和紙で作られた大蛇を模した山車であり、口から激しく火花を吹き上げながら街を練り歩く。官民様々な立場から、おおむた「大蛇山」まつりに関わる皆様に、次世代の担い手に繋いでいく工夫や祭りの資金作りに関するお話を伺った。



井上 透氏

大牟田市出身。おおむた「大蛇山」まつりの大蛇山の地域団体の一つ、地域の山である栄町龍榮會に高校生の頃から関わり、現在は副会長を務める。



堺 太一氏

大牟田市観光おもてなし課に所属。同課の立場として、おおむた「大蛇山」まつり振興会に加わり、運営、プロモーション、財政等を中心に祭りに関わる。



中原 誠悟氏

市の南部にある地域団体の翔龍會の会長を務め、地元の神社を大事にしたいという思いを背景に大蛇山の継承に携わる。



小野 英之氏

大牟田市企画総務部世界遺産・文化財室に所属。市の文化保存・継承などの立場から祭りに関わる。

おおむた「大蛇山」まつりとは？

— おおむた「大蛇山」まつりはどのような祭りなのでしょうか。また、この祭りに登場する、大蛇山の特徴について教えてください。

小野さん 江戸時代から続く伝統的な神事と、近代以降の産業都市としての歩みが融合して形作られた祭りで、「五穀豊穡」と「疫病退散」を願います。大きな蛇をかたどった造形物を山車に取り付け、町内を練り歩く中で、火花と煙幕を上げながら巡行するのが大きな特徴です。製作は一般的に2月・3月頃から始まり、竹の切り出しから和紙での成形まで、7月の祭りに向けて自分たちで行います。他の祭り比べて、街中を封鎖して火花を激しく使う点が珍しく、その勇壮な姿は地元以外から来られた方も驚かれるほどで、これを伝統として守り続けています。文化財的な視点で特徴的なものとしては、「山崩し」という習わしがあります。これは大蛇が天に帰るのを防ぎ、守り神として土地に留めるためだといわれています。この取り壊した大蛇の目玉、牙、耳などは厄除け、御守としてご利益があるとされ、かつては巡行の終了とともに、男達が目玉取に殺到し激しい争奪戦を行っていました。現在は、地域ごとにさまざまな特徴を持つ大蛇が存在しますが、今でも大蛇の頭部を作る細かな竹の編み方や囃子・太鼓の型といった基本の要素を変えずに、伝統を継承しています。

— おおむた「大蛇山」まつりは、様々なイベントが含まれた市民行事としての要素がありますが、その成り立ちや、現在の形に至るまでの変遷についてお聞かせください。

小野さん その起源は古く、江戸時代の1791年には原型となる伝承があり、1857年の古文書には山車の部材を保存していた記録が残されています。祭りの象徴である「大蛇山」は、山車に蛇の頭部、胴体、尻尾を模した飾り付けをし、花火や発煙筒を焚き、楽を奏でながら町内を巡行するもので、明治時代に街の発展とともに各神社がその勇壮さを競い合うことで大蛇は多様化し、現在の「祇園六山」を始めとした、おおむた「大蛇山」まつりの文化の骨格が形成されました。

堺さん 大きな転換点は昭和30年代(1960年代)です。当時は「三池争議*」により地域社会が疲弊し、市民の心は分断されていました。この停滞感を払拭し街の活気を取り戻そうと、昭和36年(1961年)に当時の市長や青年会議所が主導し、個々の祭り(祇園祭・港まつり・炭都まつり)を統合しました。これが現在の、おおむた「大蛇山」まつりの始まりです。現在は二週間にわたり開催され、なかでも大蛇山の巡行や、万人の総踊りは、かつての対立を乗り越えた「市民の融和」を象徴する行事として定着しました。

*三池争議は1960年に三井三池炭鉱で起きた日本最大級の労働争議である。石炭産業の不況の中、会社が合理化と大量解雇を打ち出したのに対し、労働組合が雇用と組合権を守ろうと長期ストライキで対抗した。争議はロックアウトや警察介入にまで発展し、最終的に組合側が後退したが、日本の労使関係と労働運動の在り方に大きな影響を与えた。

小野さん 特筆すべきは、大蛇山が特定の地域や神社に閉ざされたものではなく、商店街や新しいコミュニティによる「新しい大蛇」の参入を認めるという、非常に開放的で連帯性の強いスタイルを貫いている点です。

— 地元の人にとって、おおむた「大蛇山」まつりはどのような存在でしょうか？また、その原動力はなんですか？

井上さん 私が所属しているのは地域の山なのですが、この「祭り」を支えているのは「人」の純粋な思いです。例えば、お子さんが子どもの頃に一緒に参加していた親御さんが、お子さんの就職・自立後も、手伝いに来てくださるケースがよくあります。「子どもたちに楽しんでほしい」という思いで、賄いやお茶出しを自主的に手伝ってくださるんです。祭り前の清掃も当たり前のようにしてくださいます。「大蛇山が好きだから」「何も言われなくても、今年もまた来るよ」と、当たり前のように駆けつけてくださるその姿にとっても感謝しています。

人々を突き動かしているのは、祭りそのものへの愛着はもちろん、ここで育んだ「人とのつながり」や「みんなでひとつのことを成し遂げる一体感」です。やはり地域のまとまりが、この祭りを支えているんだと思います。大蛇山の「地域巡行」でお賽銭をいただいて火花で厄を祓うという地域の方々との繋がりも、祭りを支える大きな力になっています。ただ人口減少によって、人集めは全ての団体が直面している課題です。今後は校区外からも人を募り、思いのある方々に参加していただく必要もあるかもしれません。

地域から海外まで、大蛇山の魅力を広める多角的な活動

— 地域団体の活動で参加者を確保するための取り組みとして、祭り以外のイベントへの参加・PR活動を行っているとのことですが、具体的にはどのような内容でしょうか？

井上さん 祭りは7月ですが、それ以外の活動では、2025年10月に大牟田市内の養護施設や子ども園へ伺いました。まずは私たち「栄町龍榮會」独自の太鼓とお囃子を披露して、その後に子どもたちに太鼓体験をしてもらいました。太鼓を叩いたことがない子がほとんどなので、お囃子体験で祭り気分を味わってもらえたらなと。なかなかお祭りに来られない子どもも多いので、ものすごく喜んでくれて、太鼓を離さない子どもいっぱいいました。まだ見たことがないという方に興味を持ってもらえるのは、本当に嬉しいことですね。

堺さん またこれまでに大きなイベントには多数出演しており、過去には北九州の「わっしょい百万夏まつり」、「博多どんたく港まつり」などに参加しました。また、令和7年には、大阪・関西万博でも大蛇山を披露しています。さらに活動は海外へも広がっています。福岡県と姉妹県州関係にあるハワイの「ホノルル・フェスティバル」では毎年大蛇山がパレードのトリを務めており、山車は、現地のスタッフさんたちの手で運営されています。こうした繋がりを大切にしながら、大蛇山の魅力を地域内外にPRしています。

— おおむた「大蛇山」まつりの来場者の傾向について教えてください。

堺さん お祭りの時期に合わせて帰省される方も多く、来場者約30万人のうち、80%ほどは市内在住もしくはご出身の方なんです。それ以外の市外の方は20%ほどで、外国人観光客の方も見受けられます。アンケートをとると、知ったきっかけとしてはポスターやチラシが多いですね。市の公式LINEやテレビ、ラジオ等での告知も行い、福岡県内を中心に広い範囲で発信しています。2025年度に始めた取り組みとしては、西日本鉄道株式会社様との連携強化です。西鉄福岡(天神)駅構内のデジタルサイネージで、祭りの直前期にPR動画を流したり、改札付近のスペースをお借りしてチラシ配りも実施しました。福岡方面からの来場者を増やすためにプロモーションを強化した結果、昨年よりも、福岡方面からの来場者が増えたんです。ターゲットを設定したアプローチは効果的だなと感じています。

外国人観光客はSNSを見て来てくださる方が多いようですね。大蛇山の公式ホームページも多言語化を進めていて、現在は日本語、英語、中国語、韓国語の4ヶ国語に対応しています。

官民それぞれが取り組む収益確保の形

— お祭り運営のため、収入を増やす取り組みを行っているとお聞きしました。どのような内容が教えてください。

堺さん 大蛇山まつりは近年の物価高騰や人件費の高騰でかなりコストがかかっており、開催の維持が大変なところまで来ています。そこで、まつり関係者や若者、女性など幅広いメンバーで構成する「まつりの将来を考える会」という組織を立ち上げ、未来へ継続させるための課題解決策を立ててきました。

提言されている解決策のひとつは協賛の拡大です。すでに昨年から、市内企業を中心に公式ホームページへの企業バナーの掲載などを行っているのですが、協賛メニューを増やして、まつりの会場内に企業名を入れた看板設置など市外企業さんにもうれしい形を整えることで協賛金を増やしていく予定です。

それから新しいグッズの展開ですね。今の大きな財源の柱は、「大蛇山まつり公式Tシャツ」です。今はTシャツ一本に近い状態ですので、もっとさまざまな方に手に取っていただけるようバリエーションを検討しています。資金確保の要であるTシャツは、デザインを公募して決めています。今回は初めて大人用と子ども用でデザインを分けたのですが、子ども用がかなり人気で売り切れのサイズも出ました。あとはタオルの販売なども行っています。

また、特別観覧席を設けています。1席3500円から4500円で販売していますが、設置費も上がっており、収益というよりは「楽しんでもらうため」の設備としての側面が強いです。会場内にこれ以上の増設が難しいという立地上の課題もあります。

支出の面では、会場の一部縮小や警備費、資機材費の抑制などを提言書に盛り込んでいます。

これらの収入拡大に向けた取り組みのほか、会場の一部縮小やそれに伴う警備費、資機材費の縮減など支出の削減に向けた取り組みも解決策には盛り込まれています。

— 地域団体にも協賛が付いているとのことですが、どのような手法で協賛社を集めていらっしゃるのかを、具体的にご教えてください。

井上さん 栄町龍榮會の協賛集めは、基本は知り合いのツテです。仕事で付き合いのある方に、「今度こういう祭りをするので、協賛をお願いします」と。結局、自分たちがちゃんとした活動をしていることを示すことが大事なので、そのあたりもしっかりPRしながらお願いしています。

中原さん 参加している若い人たちも、みんな仕事に就きながらも頑張っているじゃないですか。その子たちが自分の会社の社長に、「今度地元でこういう祭りがあるんです。よければ協賛してもらえませんか？」とお願いをする。そうやって参加している人たちが自主的に声をかけて、「どここの会社からいただきました」と会に協賛を持ってきてくれるんです。一生懸命参加してくれている人たちは、そうやって動いてくれていますね。

— 地域団体へ協賛いただく場合、特典や返礼はどのようなものをご用意されているのでしょうか？

井上さん 祭りの時に「ぜひ来てください」と招待して、「私たちはこういう祭りをしています」と実際に見ていただいていますね。大蛇山は毎年作り替えていますから、その製作期間に来てもらって、協賛社の社員などの若手たちが一生懸命に作っている現場を見てもらったりもします。大体どの団体も大蛇山の格納庫を持っているので、そこに来ていただきます。また、お祭りの後、大蛇の耳や目玉といった「縁起物」をお配りすると、すごく喜ばれるんです。

— 貴重なお話をいただきありがとうございます。



まとめ

SUMMARY

本事例集では4団体の継承に対する取り組みをインタビュー形式でご紹介させていただきました。
各団体の取り組みの鍵となるポイントは以下となります。

CASE STUDY

1

磯津の 鯨船神事

- ✓ 楽しめる場を意図的に創出することで参加のハードルを下げる
- ✓ 子供や女性などが関われる範囲を広げ、誰もが楽しめる祭りへ
- ✓ 組織をオープンにし、丁寧に地域の合意形成を行うことで、新しい試みへの理解を促進

CASE STUDY

2

富貴市場区祭礼

- ✓ 地域内外から学生を参加させ、楽しんでもらうことで関わりを深める
- ✓ 外部の祭りの知恵を借り、より良い形を取り入れる意識
- ✓ 組織の法人化を行い、長期投資による資金獲得

CASE STUDY

3

宇佐八幡宮 秋季例大祭

- ✓ 「神産学連携」により学生が外部から示唆を与え、地域内のアクションが活性化
- ✓ 「連」単位でそれぞれのスタンスに合わせた段階的な外部参加受け入れを行い、担い手を獲得
- ✓ 観光協会のバックアップのもと、新たな協賛先へアプローチを行い、資金を獲得

CASE STUDY

4

おおむた 「大蛇山」まつり

- ✓ 実行委員会は協賛メニュー拡充、グッズ展開、観覧席造成で収益の受け口を拡大
- ✓ 地域団体は担い手の勤務先を巻き込むなどで独自に協賛を獲得
- ✓ 地域内外を問わず様々な形の露出で大蛇山の認知を拡大

今回作成しました事例集を参照いただき、地域の伝統行事・民俗芸能等の継承に役立てていただけると幸いです。
最後に、事例集作成に多大なる御協力を賜りました各団体や関係機関の皆様にご感謝申し上げます。