

# みんなくりポジトリ

国立民族学博物館学術情報リポジトリ National Museum of Ethnology

## 産業と文化の経営人類学的研究

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2012-02-29 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	<a href="http://hdl.handle.net/10502/4504">http://hdl.handle.net/10502/4504</a>

### 第三部 文化活動を機軸とする産業と都市の協働関係

## 都市経営の「ビジネスモデル」としての祭り —青森・五所川原・弘前の「ねぶた」調査を中心として—

三井 泉

日本大学

#### 1. 問題意識

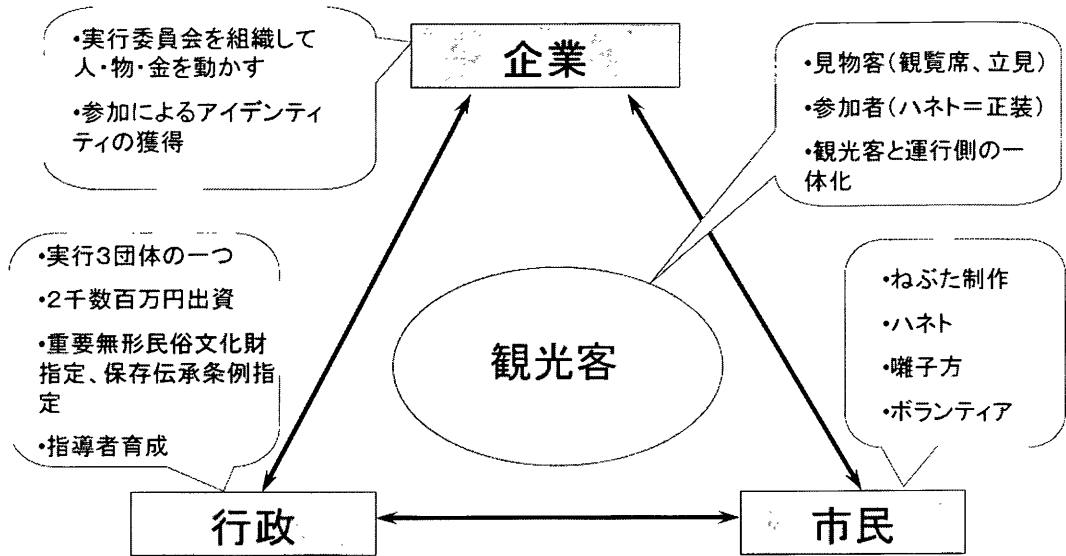
企業は事業活動のみならず、それを取り巻く共同体と多様な関係によりその存在意義を表明している。「祭り」というのは共同体と企業の接点ともなる儀礼の一つである。われわれ（出口竜也、竹内恵行、三井泉）の研究では、都市の大きな文化イベントともなった「ねぶた祭り」「阿波踊り」「よさこい祭り」の調査を通じて、企業と共同体との相互関係を内在的に明らかにすると共に、地域に根ざした風土や文化が再解釈され新たな伝統として創造されていくプロセスを探っていくことを目的としている。この研究を通じて、産業と文化が「祭り」によって結びつくことで、ひとつの「都市経営のビジネスモデル」となりうるということを示そうと試みた。本稿では、特に青森「ねぶた」・五所川原「立佞武多」・弘前「ねぶた」の調査について報告したい。

#### 2. パイロット調査（2004年度～2006年度）の結果概要

われわれは昨年までに青森市、弘前市、徳島市、高知市においてパイロット調査を行っており、以下のような一応の結論を得ている。青森ねぶた祭りに関しては、以下のような一応の結果が提示された。尚、以下に関しては、三井 泉「地域文化と企業の関わりに関する経営人類学的考察—青森ねぶた祭りの事例を中心として—」（福島大学経済学会『商学論集』第75巻第1号,2006）に詳しい。

- ① 青森ねぶた祭は、村落共同体の祭り（七夕、ねぶた流し）として出発し、途中から都市の祭りとしての性格を強めていき、見世物としての大型の人形行灯（ねぶた）や行列が発達した。この大型化するねぶたへの経済的支援を得るため、早期から商業との結びつきが強く、神社との結びつきは弱かった。港祭りという性格もこの商業化、観光化を加速させていた。
- ② この傾向は、戦後の高度成長期に加速され、運行経費の増大とともに運行団体に企業の占める割合が高くなった。企業の参加目的は、広報・宣伝効果という以上に、地元への社会貢献、従業員の親睦、本店としての威信等、それぞれの企業ごとに異なっており、しかも複合的なものである。
- ③ 多くの企業の従業員は祭り期間も会社の仕事との両立を求められ、手当ても出ない企業が多く、手弁当でボランティアとして参加していることが、祭りへ誇りとモチベーションは極めて高い。
- ④ 行政も市民も運行団体としての信頼から、企業色が祭りに出ることに特別の違和感を感じて

## 図1. 青森ねぶたをめぐる関係



いない。青森ねぶた祭の場合、市民も観光客も祭りへの参加は自由であり、観光客も運行側も一体化していた。しかし、最近管理体制強化の中でこれが崩れ始めている。観光資源としての祭りであるということ、さらに無形文化財にも指定されていることから、行政側から市民への教育も働きかけている。

- ⑤ 企業は資金面や人的動員等を通じて、祭りという「舞台」でその組織力や経済力を遺憾なく発揮できる。そのようなことも含めた宣伝効果もある。しかし、このような「経済合理的」な側面の説明のみでは、特定企業の祭り支援の持続性を説明することは不可能である。
- ⑥ 長年に渡ってねぶたを出し続けている企業は、古くから青森で事業活動をおこなってきた「老舗」企業が多い。このような企業は、経済的関係のみならず政治的、文化的、社会的に時代を超えて多様な関係を構築している。このような関係性の「結節点」として祭りは存在していると考えられる。
- ⑦ 生活共同体における祭りは、その地域メンバーの「存在証明の場」でもある。企業は年に一度のねぶた祭りを通じて自らの存在を知らしめ、地域の一員であることを相互に確認し、共同体への変わらぬ貢献を約束する。そのことによって、来るべき年の安全な活動が約束される。もし祭りに参加できないような事態になれば、それは企業と共同体との関係の「何かが変わった」ことを意味する。そのような、いわば「定点」として祭りがあるとは考えられないであろうか。

ねぶたをめぐる行政、企業、市民の関係は図1に示してあるとおりである。

### 3. 2007年度調査の結果

上記のパイロット調査で得られた結果にもとづいて、2007年度には運行団体である代表的企業と、制作者であるねぶた師にインタビュー調査を行った。また、青森ねぶたと対比

させる意味で、近年観光客の増加が著しい五所川原の立佞武多調査も行った。その結果の概要は以下のとおりである。

#### (1) 青森市調査

企業の取り組み体制にはそれぞれ大きな違いがあることが理解された。長年参加しコンテストでの受賞歴のある企業でも、年ごとの本社の方針や地元の中心となる運営者の熱の入れ方などにより、その予算や運営方法にはかなりの違いがあることがわかった。

大企業の支社では、本社との折衝でねぶた予算を毎年どのように獲得するかという「ロビー活動」がかなり重要であるとのことであった。しかし、近年、祭りに対しての出費はこの企業でも減額されており、ねぶたから撤退した企業も多い。また、参加していても一社で一体のねぶたを運行する企業は今では少なく、数社での共同運行となっている。また、資金の支援の面でも地元関連会社からの寄付を募っているところがほとんどである。調査した企業のうち、本社からの応援が余り得られない企業では、当日も地域代理店のスタッフ全員が日常業務をこなしながら、本社や関連会社から観光に訪れてくる人々のために衣装を用意するなど、接待の準備にめまぐるしく動いていた。特に「ねぶた小屋」（ラッセランド）で出陣準備を行いながら、一方では支社で接客に追われているスタッフの献身的な姿が印象的であった。しかし、経済的・人的に苦しい中でも、地元の方々の応援を受けて頑張っているとのことであった。また、老舗他企業が運行を続けている中で撤退することはできない、という他社への対抗意識もあるように感じられた。

一方で、本社からの強力な支援がある団体では、ねぶた祭り専属スタッフを本社から配し、名刺やポスターや団扇にいたるまでねぶたのカラー写真を入れた特別なものを用意して、関係者を迎えて賑やかに接待をしていた。本社からビデオスタッフも訪れ、この一連の活動を録画していた。画像はインターネットなどを通じて流されるとのことで、全社をあげてのまさに「お祭りムード」であった。また、現在は青森にその企業本体は存在しないが、古くからの「老舗」企業運行団体では、その企業を支えてきた地元企業を中心に強固な協力体制が築かれており、本社からの支援を受けながら、毎年変わらぬ姿勢で運行が継続されていた。また、このような地元企業のまとめ役の人々はねぶた祭り全体の「パトロン」的役割を果たしており、ねぶた祭りという地域文化を守り継承していくために、ねぶた師や囃子方の育成などにも力を入れていることが明らかとなった。また、海外への祭りの派遣にも力を入れているということであった。

これらのインタビュー調査とともに運行調査も行ったが、ねぶたそのものの違いもさることながら、囃子方、ハネト、運行形態にいたるまで、それぞれの運行団体の運営方法や資源配分などが反映されていることが理解された。また、運行調査から明らかになったのは、巨大ねぶたを市街地で引き回すために、当日の交通規制を含めて運行状況を管理する必要があり、そのシステム設計が今後の課題になっているということであった。

## (2) 五所川原市調査

五所川原市の「立佞武多」は、明治時代に存在していた巨大な人形ねぶたを1996年に地元有志が復元したことをきっかけとして、五所川原市が98年から本格的に支援して作り上げられてきた。五所川関係者へのインタビューでは、その時の市長は立佞武多（高さ約20メートル重さ15トン）による街おこしを市長選の争点のひとつとしており、公約実現のために駅前電柱の地下埋設などをはじめ、多くのインフラ整備を行ったということであった。市の公表資料によれば、98年の入込数は31万人であったが、2006年には172万人にまで増加しており、青森ねぶた、弘前ねぶたとともに全国から観光客を集める大きな祭りに成長している。観光協会や市役所関係者のインタビューによれば、東京ドームへの出展や丸ビルへの出展などを契機として全国からも注目を集めるようになり、次第に街の人々の意識も変わっていったという。また街の小・中・高校生などのボランティアも増加しているという。（表1. 立佞武多の歩み）

五所川原の街のほぼ中心に位置し、観光拠点となっている「立佞武多の館」は、立佞武多の展示施設と制作施設、ならびに格納庫を兼ねた建物として2003年に建設されたものである。敷地面積32000㎡、地下1階、地上7階のビルディングの中に、通常3台の立佞武多が展示されており、その歴史や解説ならびに運行状況などが年間を通じてパネルやスクリーンで紹介されるとともに、入館者が制作に参加することもできる。この運営管理は、市からの補助を受けた「特定非営利プロジェクト五所川原倶楽部」という組織によって行われており、年間14万人（2006年度）ほどの入館者を数える市の観光拠点になっている。

五所川原市の立佞武多の特徴のひとつは、人形の大きさもさることながら、そのテーマの現代性にある。例えば、そのタイトルは「親子の旅立ち」「鬼が来た」「軍配」「北の守護神」「白神」「五穀豊穰」「杭」「炎」などとなっており、その形も力強い武者人形を模らされているが、その中に込められたテーマは「家族の絆」「不況からの脱出」「環境問題」など、今日の社会問題であるという。また、最近では、アニメの主人公を題材とした「ガンダムねぶた」なども登場して話題となった。

これらの制作者（市職員）へのインタビューによれば、テーマや立体モデルの作成については頭の中で可能であるが、実際の作成には巨大建造物の建築と同じような工程が必要となり、大型クレーンで骨組みを組み立てるには経験も必要であるとのことであった。その後の紙はりや色付け作業などに関しては、ボランティアの援助なくして完成はありえないとのことであった。つまり、設計者である制作者、建設者、そしてボランティアの力の総合力により、この巨大な立佞武多が出来上がっているのである。これらは2年ごとに1台ずつが更新（焼却＝昇天と呼ばれている）されていき、常に3台は展示館に保管されて出陣のときを待っている。

実際の運行調査（前年度は引き手としても参加）を行ってみて感じたことは、夜空に20メートルほどの人形行灯がゆらゆらと動いていく姿はまさに圧巻であり、観光客も市民も

表1. 五所川原立倭武多の歩み

1993年3月	(平成5年)	五所川原市八重菊在住の「秋元陸奥雄」宅より明治時代の台座の設計図発見
1994年10月	(平成6年)	五所川原市の劇団「橋の音」公演「ハルニレとともに」の劇中、舞台美術として、昔をイメージした高さ7mのネプタ登場。
1996年2月	(平成8年)	高さ約 20m の巨大ネプタを復活させようと、市民有志による「立倭武多復元の会」を結成。
1996年4月	(平成8年)	写真をもとに復元開始。題材は「武者」。 (元写真の題材は不明・明治40年頃)
1996年7月	(平成8年)	岩木川河川敷にて立倭武多を運行・昇天。 (7月1日～3日:組立作業, 4日～6日:運行, 7日:昇天)
		※現在のような5m位の低い山車(わぶた)との違いをはっきり区別できるように「立倭武多」と命名。
1997年2月	(平成9年)	「第2回活彩あおもりイメージアップ賞」活彩あおもり推進賞受賞。
1997年10月	(平成9年)	文化観光立県宣言記念イベント連絡会議にて、平成10年12月4日東京ドームにて開催の「活彩あおもり大祭典」に立倭武多展示の要請。
1997年12月	(平成9年)	「立倭武多をつくる会」結成。
1998年3月	(平成10年)	題材「親子の旅立ち」製作開始。
1998年7月	(平成10年)	立倭武多の展示開始。
1998年8月	(平成10年)	市の夏祭り「虫おくりと火まつり」に出陣。約90年ぶりに市街地を練り歩く。 (8月5・6・7日で約 39万人の人手を数える)
1999年4月	(平成11年)	全国ふるさとイベント大賞・優秀賞受賞。
1999年7月	(平成11年)	「鬼が来た」完成。
1999年8月	(平成11年)	夏祭りを「五所川原立倭武多・火と虫の祭典」と改め、立倭武多2台が出陣。
1999年8月	(平成11年)	東京ドーム展示のための修復作業開始。
1999年11月	(平成11年)	「活彩あおもり大祭典」(11月26・27・28日/東京ドーム)に出陣。 445,300人の入場者。
2000年1月	(平成12年)	「半島地域活性化優良事例表彰」国土庁長官賞受賞。
2000年2月	(平成12年)	第12回あおもり活性化大賞受賞。
2000年7月	(平成12年)	「軍配」完成。
2000年8月	(平成12年)	「五所川原立倭武多」と祭り名を改め、大型立倭武多3台が出陣。 祭り人手129万人。(主催者発表)
2000年10月	(平成12年)	奥津軽2000年祭(ゆく年くる年)開催。「親子の旅立ち」昇天。
2001年3月	(平成13年)	2000年度「毎日地方自治大賞」優秀賞受賞。
2001年4月	(平成13年)	東日本鉄道文化財団地方文化事業支援を授ける。
2001年7月	(平成13年)	「北の守護神」完成。
2002年7月	(平成14年)	「白神」完成。
2003年1月	(平成15年)	「立倭武多の館」(仮称)着工。
2003年6月	(平成15年)	東京「丸ビル」へ「白神」出陣。
2003年7月	(平成15年)	「五穀豊饒」完成。
2003年8月	(平成15年)	福岡市「キャナルシティ」へ「北の守護神」出陣。
2004年4月	(平成16年)	「立倭武多の館」完成。製作所移転。
2004年7月	(平成16年)	「杭」完成。
2004年9月	(平成16年)	仙台市 JR 仙台駅前で立倭武多のキャンペーン。
2005年6月	(平成17年)	札幌市 JR 札幌駅前で立倭武多のキャンペーン。
2005年7月	(平成17年)	「炎」完成。
2006年7月	(平成18年)	「幹」完成。
2006年9月	(平成18年)	札幌ドームにて開催の「日本まつり」に立倭武多出陣。

主催者資料より

共にその勇姿に圧倒されているという印象であった。また、引き手として参加した体験から、上記のように市長の努力によりインフラが整えられているとはいえ、まだ電柱や信号機などに注意を払わなければならない所もあり、囃子、ハネト、立倭武多本体を一体としてリーダーがうまく先導しながら運行させていくには大変な注意力と労力を要するということがわかった。また、これら3台の大形立倭武多のほかにも、地元の高校生による小型

から中型のものが数台参加しており、街中が一体となって盛り上げている祭りであることがうかがえた。

青森市のねぶた祭りとの大きな違いは、大企業やその支社が少ないこともあるが、企業の色が前面に出ていないところである。つまり、市、観光協会、商工会議所や市民のボランティアによって成り立っていることが五所川原の大きな特徴である。企業は祭りに対する寄付などの形で参加しており、中には少数であるが社名入りの浴衣でハネトとして参加している企業もあったが、祭り中に会社名が溢れているという印象は薄い。五所川原では、行政指導による観光資源として祭りを復活させ、市民ボランティアも一丸となって祭りを盛り上げて観光客を集めており、現在では弘前のねぶた祭りに迫り、青森ねぶたに次ぐ集客力があるということであった。（表2参照）

表2. 青森県内主要夏祭りにおける観光入り込み客数の推移  
(単位:千人)

年	青森ねぶた祭	弘前ねぶたまつり	五所川原立佞武多
1999年 (平成11年)	3,790	1,450	1,110
2000年 (平成12年)	3,800	1,385	1,145
2001年 (平成13年)	3,760	1,360	1,200
2002年 (平成14年)	3,550	1,480	1,225
2003年 (平成15年)	3,630	1,730	1,380
2004年 (平成16年)	3,350	1,610	1,625
2005年 (平成17年)	3,340	1,440	1,690
2006年 (平成18年)	3,370	1,660	1,720
2007年 (平成19年)	3,100	1,680	1,660
2008年 (平成20年)	3,190	1,690	1,630

出典:「青森県刊行統計概要」等

(注) 青森ねぶた祭には「花火大会」および「海上運行」の入り込み客数を含む。  
五所川原立佞武多には「花火大会」の入り込み客数を含む。

#### 4. 2008年度調査の結果

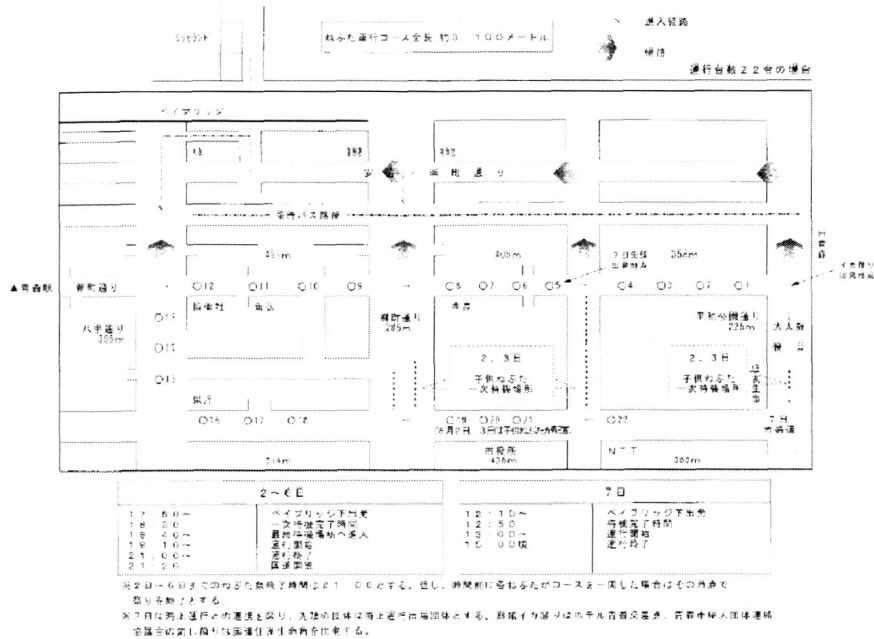
前年度までの調査を踏まえ、2008年度には青森市におけるねぶた運行本部での調査ならびに弘前ねぶた祭りにおけるネットサービスの調査を行った。また、弘前ねぶた祭りの調査では、特に運行状況をリアルタイム配信している「ねぶたがり屋」について、弘前市商工会議所ならびに開発関係者にインタビュー調査を行った。その概要は以下の通りである。

##### (1) 青森ねぶた運行調査 (青森警察署、ねぶた運行本部)

青森市のねぶたは、前述のように大形人形ねぶた (囃子、ハネトを含む) が市街の中心通りを運行することから、人や車の交通規制を含めた運行コントロールが祭りの成功を決める大きな要因となる。2008年度の調査では、ねぶた運行中に青森警察署内のねぶた運行本部にて、運行コントロールの様子を観察することができた。2008年度は8月2日～7日

までの毎日、最多で22台の大形ねぶたが運行されたが、その運行コースは次の資料に示されている。(図2. 運行コース)

図2. 平成20年度ねぶた運行コース



青森ねぶた祭実行委員会資料より

青森ねぶた祭り実行委員会によって示された「大形ねぶた運行に伴う遵守事項」は以下のようなものである。まず、(基本的考え方)としては、①ねぶたの移動や交通規制に支障をきたさないこと。②全団体一周するため円滑な運行を行うこと。③道路標識や信号機等を破損しないこと。以上に基づいて示される(遵守内容)としては、①小屋出し順序、待機時間、②運行開始時間、③帰路や交通規制解除時間、③本部の指示、④カラスハネト対策、⑤ねぶたの回転による運行の遅れ、⑥運行体形距離(110m)と運行体形、⑦先導者の位置、などが細やかに決められている。(「青森ねぶた祭 ねぶた運行要領」より)また、実際の運行管理態勢についても、人員の配置を含めてかなり細やかに決められており、事前の打ち合わせから当日の実施にいたるまで、運行コントロールには厳格な体制と細やかな配慮が行き届いていることが理解できる。

今回の運行本部調査では、運行中のコントロールの様態を観察することができた。現場では緊迫した雰囲気の中で、実行委員会メンバー、市職員、警察官が一体となって、数台のモニターを使用しながらねぶたの運行状況を確認すると共に、現場からのタイムリーな情報収集に努めながら安全かつ円滑に運行が行われているかを見守っていた。特に、各ねぶたの運行担当者から送られてくる位置情報の確認を頻繁に行い、ねぶた間の距離を一定に保つよう配慮していた。また、迷子、事故、トラブルなどには速やかに対応できるような体制が敷かれていた。



われわれ研究グループは、前年度の聞き取り調査に基づき、各ねぶたの位置情報についてのコンピュータ・シミュレーションモデルを作成し、今回の調査で実験的に作動させてみた結果、比較的有効な成果が得られたが、まだ改善の余地があることもわかった。今後はさらに改良し、来年度以降に再度現地で実験を行い、いずれ実際に活用してもらえりようなモデルを提供する予定である。

## (2) 弘前市ねぶた祭り調査 (弘前商工会議所ほか)

前述のように青森市のねぶた祭りは大形ねぶたの作成費用や人件費などの面を含め、企業の支援による祭りであるという特徴がある。弘前市のねぶた祭りはこれとは対照的に、昔ながらの町内会単位の祭りであり、企業色はほとんど見られない。この要因の一つは、毎年作り変える青森の人形型行灯と異なり、扇面という木組みの構造が繰り返し使えるために、ねぶた作成費用を抑えられることも大きな理由のひとつであると言われている。しかしながら、そのみならず、青森市の企業色に対する批判や古い城下町であることの誇りの堅持というような意味合いもあるのかもしれない。いずれにせよ、五所川原をふくむ青森県の3つの年の「ねぶた祭り」はそれぞれに特色を持ち、相互に観光客をめぐる「競争と協力」の関係にある。

2008年度の弘前調査では、近年注目されている弘前市の祭り情報システム「ねぶたがり屋」(<http://www.neputagariya.jp/>)についての調査を行った。これは、8月1日～6日までのねぶた期間中に、当日の運行順序・待機場所情報・団体の紹介・天気や出店・トイレなどの位置情報をリアルタイムで配信している商工会議所主催のホームページであり、パソコンや携帯電話からアクセスできる。また、ねぶた期間以外でもねぶた情報を一年を通じて配信しており、広告効果も高いことから、地元商店のPRなどの場としても機能している。2007年には215万件のアクセスを記録し、国土交通省の「時代を切り開け-G I S 躍進レポート」にも紹介されたという。

今回の調査では、商工会議所の開発関係者を訪れインタビューすると共に、ねぶた運行時間には、運行現場にて、どのようにしてリアルタイムの情報が各地点で収集され、ネット配信されていくのかということを観察した。その結果、明らかになったことは以下のようなことである。

第一に、弘前ねぶた祭りは観光客のためという以上に、地元の町内会が主体の祭りであるということから、上記のネット情報も、観光客のみならず祭りに参加する地元の市民にとって有用であるということである。つまり、自分が参加しようとする町内会のねぶたは現在どの地点にいるのか、あるいは見学するにはどの地点がよいのか、そのあたりの出店状況はどのようになっているのか、ということを実リアルタイムに把握しながら行動できるということである。第二には、初めての観光客やツアー客というよりも、リピーターや個人観光客にとって、自分自身で見学するための有効な情報を手軽に入手できるということ

である。第三には、このようなホームページを地元企業のPRの場として提供することにより、商工会議所には広告料収入が得られるということである。

つまり、ねぶた祭りそのものは昔も今も変わらずに引き継がれているとしても、その情報をどのように伝えていくかによって、祭りの楽しみ方や参加の仕方、さらには地元の宣伝や経済効果等に大きな違いがでてくる。そのような「情報化時代」にふさわしい仕組みを提供したという点で、この「ねぶたがり屋」は次世代の祭りのあり方に対して大きな示唆を与えてくれると言えよう。その意味については、今後更なる調査と検討が必要となる。また、同様の位置情報システムを用いた祭り情報の配信については、高知の「よさこい祭り」などでも活用されているとのことである。この点についても、今後の調査課題としていきたい。

## 5. まとめと課題

2004年からのパイロット調査を含めて2008年までの4年間の調査を通じて、青森県内の4つの「ねぶた祭り」の特徴がある程度明らかになったと思われる。それを簡単に整理すると以下のようになる。

青森市の「ねぶた祭り」は、その起源は弘前のねぶた祭りに遡ることができるとしても、もともと青森市の「港祭り」に端を発しており、人形行灯の大きさや派手さを競う結果として、大店や地元企業の経済的支援をあおぐ結果となった。しかしながら、これは企業にとっても、地元への自己アイデンティティの証明ならびにPRともなっており、高度成長期を中心に地域と企業が共に支えあう形で祭りを発展させてきたといえる。その「装置」としてのねぶたそのものの豪華さ、囃子やハネトのパフォーマンスが多く観光客をひきつける結果となり、次第に「観光のため」の祭りへと変化を余儀なくされた。しかしながら、そのような「装置型」の祭りは、経済効果も大きくなる代わりにそれを支えるためのコストも多大なものとなる。このような祭りは、今日の経済状況の中ではどのような変容を迫られるのであろうか。地元市民のための祭りとして復権させる必要があるとすれば、そのためにはどのような仕組みが今後必要となるのであろうか。

五所川原市の立佞武多は、「観光資源創造」のために行政主導型で「作られた」祭りである。

祭りを中心に、市街地のインフラを整えるほどまでに、祭り中心の都市経営モデルを構築したと言っても過言ではない。その効果は確かに一時的に現れてはいるが、現在は頭打ちであるという。都市経営としての「祭り」を考えた場合、経済的ないし社会的収支が釣り合わないままでは、その祭りは継続し得ない。その点をどのように考えていくのかが課題となろう。

弘前市のねぶた祭りは当初から地元市民の祭りであり、今もそれは変わっていない。青森ねぶた祭りと共にツアーの観光客を集めた時期もあるが、現在は上記二つと比べてかな

りその数は減少しているという。しかしながら、そこに「情報化」という視点を持ち込むことにより、新たな祭りの「楽しみ方」を示唆している。それは、従来のツアー客や一度限りの観光客を対象としたものより、地元の市民や個人で楽しむ観光客、あるいは本当にねふた好きのリピーターのための情報提供である。つまり、祭りの「意味」を一元的かつ一方的な観光情報の押し付けではなく、多様性をもつものにして個人で利用してもらおうとする試みであるとも理解できる。このような方向性は、今後、ほかの祭りのあり方に何らかの展開をもたらしうるものであると考えられる。

祭りの本来の意味は、宗教上の祭祀や農事の節目の祭礼などを起源とするものであった。それは、共同体の人々にとって「ハレ」の日であり、日頃の苦労を忘れて共に楽しみ、特別なことを許される日でもあった。上記で紹介した三つの祭りは、祭りという名称は与えられているが、そのような神事や農事との直接的なかわりは薄れ、共同体の祭りの意味をはずされて、「イベント」として「観光資源」という意味合いを持つこととなった。われわれが当初「都市経営のビジネスモデル」として祭りを位置づけたのは、このようなイベントとしての祭りの効果を強調してのことであった。この調査では、企業とのかかわりや管理運営体制、ネットワーク化の試みなどを通じて、そのような都市経営のビジネスモデルの一端を示すことはできたのではないかと思う。

しかしながら、人々が「祭り」としてそこに集い共に祝い、歌って踊り、われを忘れて楽しむ、そこには古来から連綿と続いてきた地域の文化的エネルギーが息づいているように思われる。それがなければ、おそらく全国各地から多くの観光客を集め、多大な経済効果を継続的にもたらすことなどおそらく不可能であると思われる。そのような、文化的エネルギーの場としての祭りの意味と、上記のような経済的な資源としての祭りの意味の双方を踏まえ、さらにこれらを総合的に検討して、新たな意味での「都市経営のビジネスモデル」を提案する必要があるように思われる。これらを今後の課題としていきたい。



写真1  
三都市のねぶた

- (左) 青森ねぶた
- (左下) 弘前ねぶた
- (右下) 五所川原立佞武多



写真2. スポンサーシップの表現形態



会社ロゴや会社名を法被、提灯、ねぶたの下部等に表示

# 祭りの経済効果—競争と協調—

竹内 恵行

大阪大学

## 2007年度研究調査概要

大きな観光資源ともなっている各地の祭りの実地調査を行うことで、経済効果の分析の方向性を探った。まず、青森ねぶたについては、ねぶたの運行の実地調査を行うとともに、

(1) 運行団体の責任的役割を担っている人物より、当該企業が運行に関わった経緯および企業における「ねぶた」の位置付け、さらには現在の問題点や課題について。(2) 主催者である青森観光コンベンション協会の役員等より「ねぶた」運営に関する話について、(3) ねぶた師より、「ねぶた」製作に関する話、および運行団体との関係について、聞き取り調査を行った。次いで、五所川原立佞武多については、製作展示資料館である立佞武多の館の視察を行うとともに、(4) 主催者および関係者から、立佞武多復活の経緯、および運営に関する取り組みについて、(5) ねぶた師(市役所職員)より、立佞武多製作に関する話および後継者育成について、聞き取り調査を行った。加えて、立佞武多の実地調査を行った。また、青森市他の現地に於いて、運行団体の記念誌および地元紙の記事による関係情報の収集を行った。

次いで、阿波踊りについては、祭り期間中、徳島市内の各演舞場における連の運行状況の実地調査を行い、企業連の祭りにおけるプレゼンスの実態や企業連と有名連の関係の把握に努めた。さらに周辺地域の「阿波踊り」との比較を行うため、徳島県つるぎ町の阿波踊りの実地調査を行った。また現地に於いて、連団体や有名連の記念誌といった限定配布資料による、参加経緯や組織運営に関する情報収集を行った。さらに、高知「よさこい祭り」の他地域への伝播ケースとして、表参道スーパーよさこいの実地調査を行った。

## 2008年度研究調査概要

前年度に続き、「青森ねぶた」および「弘前ねぶた」運行の実地調査を行った。また、「青森ねぶた」の運行位置推測モデルのプロトタイプを作成し、「青森ねぶた」の運行管理の現場を視察するとともに、プロトタイプのテストを行った。また「弘前ねぶた」の運行位置情報システム「ねぶたがり屋」の企画・開発者にインタビューを行い、企画・開発の経緯などの聞き取り調査を行った。さらに、その運営を行っている弘前商工会議所の関係者にインタビューを行い、「弘前ねぶた」に対する運行団体、市、商工会議所の取り組み等についての聞き取り調査を行うとともに、現地において、弘前ねぶたの歴史や運行団体等に関する資料を収集した。

さらに、これまでの研究成果の一部を2008年9月にサレント大学(イタリア、レッツェ市)で開催されたヨーロッパ日本研究協会第12回国際会議で発表した。(次ページ以下参照)

# A Study on the Factors of Economic Success of Matsuri Festivals and Events<sup>1</sup>

Yoshiyuki Takeuchi  
(Graduate School of Economics, Osaka Univ.)

March 22, 2009

## 1. Motivation

Traditionally, festivals have been studied and analyzed from cultural and sociological viewpoints. However, some huge festivals which collect millions of visitors affect considerable impacts on local economy. Recently, in Japan, some local governments tend to promote festivals and events as a city-management policy to seek economical benefits.

Then, we cannot ignore economical aspects of festivals to study these. In this study, we analyze some famous matsuri festivals in Japan from economical viewpoint.

## 2. Matsuri Festival from economical viewpoint

From economical viewpoint, festivals provides situation of huge consumption. We can explain this phenomena by the concept of 'Hare' (i.e. not mundane). The festival is one of key situations consisting 'Hare'. 'Hare' stimulates consumptions with two routes; matsuri itself and matsuri participants.

For Matsuri itself, consumptions are made by luxurious floats and luxurious costume. These luxurious matsuri induces high operating expenses. For participants (including tourists), they are willing to pay much expenses for clothes, eat and drink.

Huge consumption is a remarkable feature of the City-type festival. As the city grows, it becomes to have more economic power. Then, festivals in the city becomes bigger and bigger. These festivals sustains by huge populations of the city, that is to say, they collect more participants and viewing peoples in and around the city. In addition, big economic power of the city makes floats of the festival be big and be luxurious. Supports of the float and the festival by winners of business accelerate such movement because being big and luxurious is the symbol of success. Thus, the city-type festival turns out playing a role of competition among towns (districts) and

---

<sup>1</sup> This note was prepared for the presentation at 12<sup>th</sup> EAJS International Conference (September 22, 2008 at Lecce, Italy).

businessmen.

At this stage, the festival faces to big change; from festivals to participate to festivals to sightsee.

### 3. Economic Effects of Matsuri Festivals

Economic effects of matsuri festivals are classified into two; direct effects and spillover effects.

#### (1) direct effects

There are two sources which have effects directly on the economy; operating expenses of matsuri festivals and consumption expenditure by tourists and residents. Operating expenses of matsuri festivals consists of two parts. One part is direct operating expenses of matsuri festivals. Most of famous big festivals have been spending over 100 million JPY (i.e. 0.6 million Euro) respectively only on their direct operation. In particular, the Aomori Nebuta festival and the Awa Odori festival has been spending 200 million JPY or more (see Table 1).

Table 1. Direct operating costs of famous big festivals

Matsuri Festival	Direct operating costs
2007 Aomori Nebuta	210m JPY (1.31m Euro)
2006 Awa odori:	270m JPY (1.68m Euro)
Akita Kanto:	over 100m JPY (0.6m Euro)
Yosakoi	72m JPY (0.45m Euro)

Inspecting in details, main expenditures are those for box seats (set-up and removal) and for security. Table 2 shows the account of Aomori Nebuta festival 2007. Box seats sales account for approximately three fourth of total income, whereas expenditures for box seats and security account for one third of total expenditure.

Table 2. Account of Aomori Nebuta Festival 2007

<b>Income:</b>	<b>210m JPY (1.31m Euro)</b>
Gov.Subsidiary, participation fee:	44m JPY (21%)
Box seats sales etc.:	156m JPY (74%)
<b>Expenditure:</b>	<b>210m JPY</b>
Temporary manufacturing house:	35m JPY (17%)
Promoting Subsidiary to manufacturer:	21m JPY (10%)
Relating Box seats:	54m JPY (26%)
For Securities:	15m JPY ( 7%)

Another part is expenses by matsuri participants, i.e. expenses of making appliances (ex. floats) and of making costume and dress. It should be note that making and maintaining floats which are used in the festivals needs much money. Luxurious floats are very costly. For example, to manufacture a Nebuta float approximately 10 to 20 million JPY is needed. Therefore, supports by the local community or companies are necessary. In most cases, supports have a form of ‘company sponsored team.’

For dancing style matsuri festivals, expenditures for participation, costume and hair/face makeup are not negligible amount. In Yosakoi (Kochi) case, a dancer spends 15,000 to 35,000 JPY per year for participation fee and dancing costume. In addition, a woman dancer requires approximately 8,000 JPY per day for hair and face makeup. The number of dancer in Yosakoi is over ten thousands in these years, then participating dancers total expense is expected to 300 million JPY at least.

Consumption expenditure by tourists and residents, such as food and drink, transportation, and lodging, also has made considerable effects on local economy.

## (2) spill-over effects

Consumption (i.e. expenditures) on matsuri festivals triggers spill-over effects to other industry or sectors. Table 3 shows estimation results on economic impacts of matsuri to local economy by an institution and a bank. Roughly speaking, spill-over effect to local economy is almost same as direct effect.

Table 3. Estimation of economic effects on Matsuri festivals

Matsuri Festival	tourist	Direct effect	Spill-over	Total Effect
Sapporo Snow Festival (by HIFA, 2005)	2.2m	17.9b JPY	13.8b JPY	31.6b JPY
Tohoku big 6 Festivals (by Shogin Future-sight Inst., 2007) Tourist Expenditure only	8.81m	142.6b JPY	171.8b JPY	313.4b JPY

## 4. Creation of Matsuri festival as resources for tourism

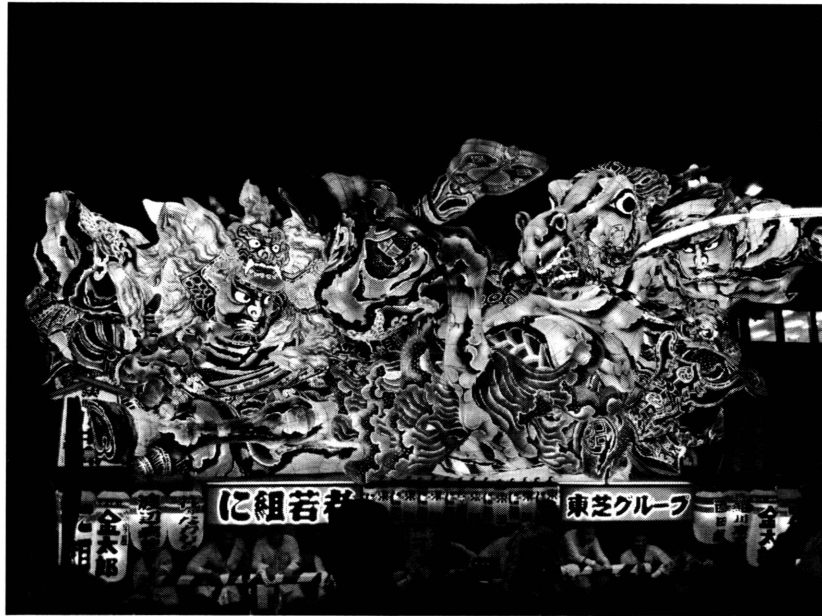
As we have seen in previous section, some big matsuri festivals have economic effect of tens of billions JPY or more. Then, some local governments and business association, such as chambers of commerce, have been creating a new matsuri festival as resources for tourism mainly for seeking economical benefits. Most of such matsuri festivals have a feature that they have no religious background. Therefore, those matsuri festivals have a event-like style. Yosakoi festival at Kochi is a good example; it



is created by Kochi chamber of commerce just after WWII.

No-religious background of such matsuri festivals have a advantage for adopting and/or mimic. Then, Awa Odori and Yosakoi have been widely spreading to all over JAPAN. Some of these mimic matsuri festivals have grown up to collect millions of people.

Picture 1. Aomori Nebuta 2008 (the float of Ni-gumi Toshiba team)



Picture 2. Yosakoi Dancing Team "Truck" in Harajuku Super Yosakoi 2008



To become a good resource of tourism, matsuri festivals have to be attractive for collecting repeat-tourists. The ways of collecting them are fourfold. The first is renewal of appliance, dance in the matsuri festivals. For example, in Aomori Nebuta festival every team manufactures new float every year. In Yosakoi at Kochi and its mimics, every team launches and appeals new dance, music, and costume every year to win the contest. The second is anticipation of happening in them; a crash happening of float speed race in Kishiwada Danjiri is a good example. The third is to give tourists feeling to become the matsuri-city residents. Around Kyoto-city residents, hundreds thousand peoples, enjoy the Gyion festival and pre-festival night. The fourth is to give tourist a chance to join festivals. Awa Odori, Yosakoi, and some dancing type festivals provide a short tour to join dancing for tourists.

### 5. Barriers for collecting tourists

Even though festivals are able to attract tourists' interest, there is a problem to make them be actual tourists. That is the limitation caused by the capacity of the city. Dislike attractive sightseeing places such as landmarks, tourists for visiting a festival are quite temporally, i.e. very short visiting period (a few days or a week). Thus, building infrastructures such as transportation and loading for them is nonsense because it causes over-investment. (Suppose over a million of peoples visit one place within a week.) Then, most of big festivals are held in big cities, such as prefectural capital or industrial city where over 300 thousand peoples are live. (See Table 4 and 5)

Table 4. Matsuri holding Cities and Their Population

Cities		Population
Local cities	Gosho-gawara	62,303
	Hirosaki	184,393
Prefectural Capitals	Aomori	308,204
	Akita	327,532
	Tokushima	265,342
	Kochi	345,420

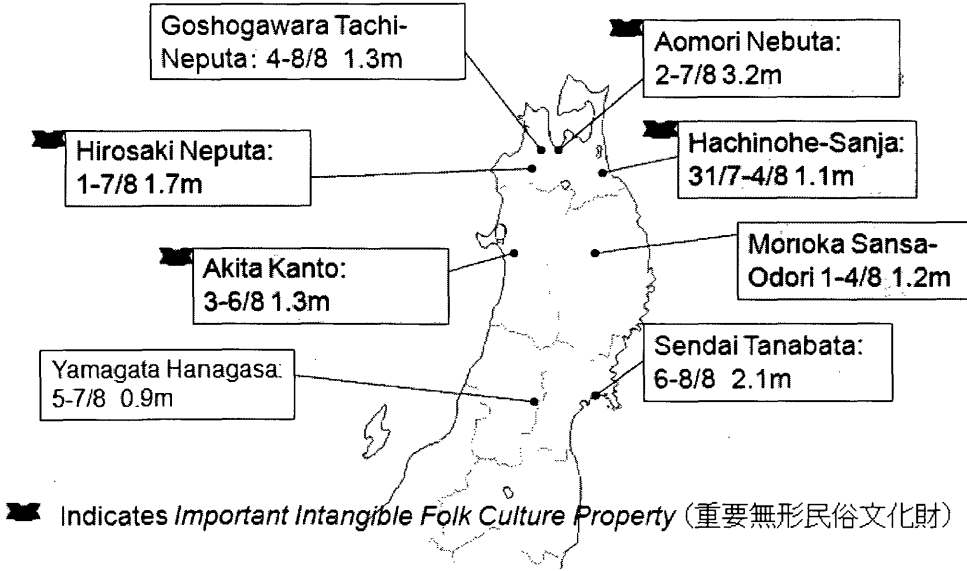
One case for overcoming such a limitation is *co-opetition* (= collaboration + competition) of matsuri festivals held in Tohoku area. Traditionally, these festivals

have been held in early August. They have adjusted opening days to collect tourists jointly. Picture 3 shows big matsuri festivals and their locations, opening days, and the number of visitors. By adjusting opening days, tourists can visit several matsuri festivals with one tour. In addition, many travel agencies can provide bullet travel tours named ‘Tohoku Big-n Matsuri Tour’ and they have been made considerable economic effects.

Table 5. City-type festivals as resources for tourism

Festival	date	# of Tourists
		2008 (Mil.)
Gyion festival (Kyoto)	July 14-17	1.01
Hirosaki Neputa festival (Hirosaki)	August 1-7	1.69
Aomori Nebuta festival (Aomori)	August 2-8	3.19
Akita Kanto festival (Akita)	August 3-6	1.34
Yosakoi festival (Kochi)	August 10-12	Approx. 1.20
Awa-odori festival (Tokushima)	August 12-15	1.33
Danjiri festival (Kishiwada)	Sept. 14-15	0.59

Picture 3. Big Matsuri in Tohoku held in August



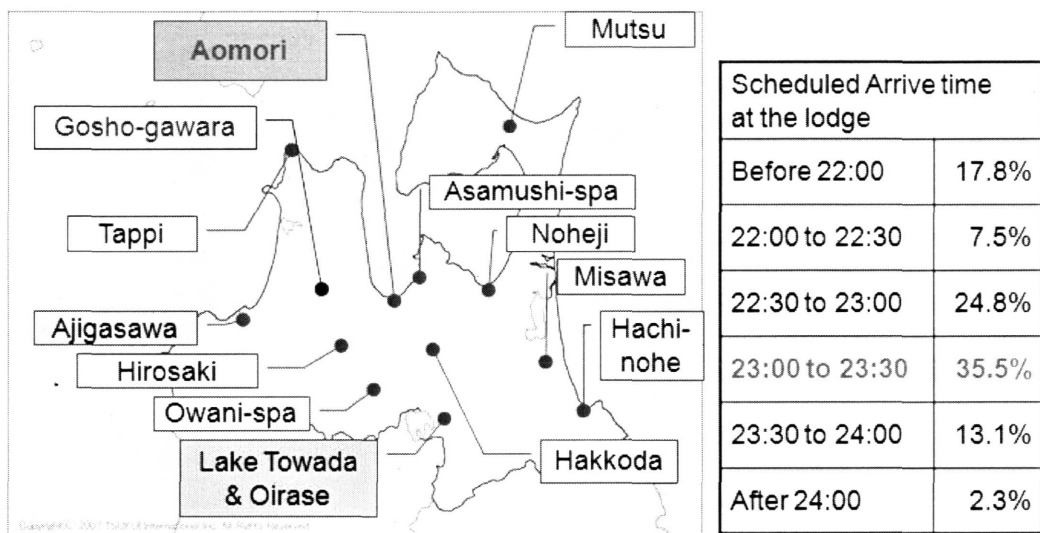
## 6. Conclusion

As mentioned in the previous section, the co-opetition policy has been making a certain outcome to collect tourists. However, the limitation of capacity for tourists, in particular shortage of lodging, makes the the matsuri festival area miss a chance to have economical effects. Table 6 presents 116 guided 'Big-n Matsuri Tour in Tohoku' from Tokyo area operated by top-3 travel agencies (JTB, KNT, Nihon-Ryoko) in 2008. From this table, Aomori Nebuta festival is most popular and almost all tours are visiting Aomori-city. However, 25% of tours stay out of Aomori Prefecture after sightseeing the festival because lodging inside Aomori-city is quite difficult and expensive due to shortage of loading.

**Table 6. 116 Guided Tours from Tokyo Area by Top-3 Travel Agencies**

Visited Festival	Fraction	Lodging Area after visited Aomori Nebuta		
		prefecture	number	fraction
Aomori Nebuta	97.80%	Aomori	86	74.10%
Aomori Nebuta sea parade	20.40%	Iwate	18	15.50%
Hirosaki Neputa	5.20%	Akita	11	9.50%
Gosho-gawara Tachi-Neputa	9.60%	Hokkaido	1	0.90%
Akita Kanto	65.20%			
Yamagata Hanagasa	15.70%			
Sendai Tanabata	62.20%			

**Picture 4. The lodging places in Aomori Prefecture and arrival times**



Picture 4 shows lodging places of these tours inside Aomori Prefecture. The lodging places scattered all over Aomori Prefecture and it takes much time to arrive. About 75% of tours arrive at the lodging place after 22:30 even though Aomori Nebuta festival ends at 21:00. Tourists of such tours would be quite tired to arrive at the lodge and such phenomena would reduce an attraction of the festival.

To collect tourists constantly and to enjoy economical effects of the festival, the organizer of the festival has to be aware of the balance between the capacity and visitors. Or the (local) area of a festival may lose economic benefits even though that festival collects millions of tourists.

# 企業と祭り

## —阿波おどり<sup>1)</sup>と高知よさこい祭りを事例に—

出口 竜 也  
和歌山大学

### はじめに

戦後、多くの地域が活性化、あるいは観光の有力な手段として祭りに注目し、活用しようとしてきた。その際、広告宣伝、社員の一体感の醸成、あるいは社会貢献の一環として企業が地域の祭りに参画するケースを多く確認することができる。筆者がかつて赴任していた四国地域においても四県がそれぞれに夏祭りを開催しており、それぞれの祭りにおいて地域の企業の協賛はもはや欠かせないものとなっている。なかでも、徳島の阿波おどりと高知のよさこい祭りは全国から見物客はもちろんのこと、多くの参加者を動員する祭りとなっている。また、県内の枠を飛び越え、多くの地域でイベントとして実施され、定着するようになっている。特に、近年のよさこい祭りの急速な全国展開にはめざましいものがあり、踊りを通じた地域交流がなされるまでに進展している。

こうした地域を超えたイベントとしての祭りの構造の移転は、全国的に見ても他に類例を見ないものである。なぜ、阿波おどりとよさこい祭りだけが全国に、時には海外にまで「飛び火」する勢いで拡大するのか。そして、これらの祭りに企業がどのようなかたちで参画するのか。本稿では、こうした点を中心に議論を進めていきたい。

### 1. 四国四大祭り

まず、四国における阿波おどりと、よさこい祭りの位置づけを確認してみよう。東北三大祭り、あるいは四大祭りという呼称があるように、四国には「四国四大祭り」という呼称のもと、四国四県の各県庁所在地における夏祭りが並び称される場合がある。それは下記の通りである。

#### (1) 徳島県徳島市の「阿波おどり」

毎年、8月12日から15日にかけて開催される。4か所の有料演舞場と3か所の無料演舞場で延べ1,000に及ぶ連（踊りのグループ）が踊り、4日間で約130万人の観客を動員する（詳細は後述）。

#### (2) 香川県高松市の「さぬき高松まつり」

毎年、8月12日から14日にかけて開催される。昭和26（1951）年7月に開催された「高松港まつり」（漁船パレード・遠泳大会・納涼花火大会を実施。後に商工港まつ

りと改称) と、昭和22年頃から屋島山上で実施されていた「盆踊り大会」の合同により昭和39(1964)年に第1回が開催された。以後、昭和49(1974)年と平成6年(1994)の渇水による中止をのぞき毎年開催されている。「高松おどり」や「さぬき踊り」による「総踊り」のほか、有名人ライブ、ゆかたショー、ヘアファッションショー、うどリンピックなどのイベントが開催される。3日間の観客動員数は公称約62万人。

### (3) 愛媛県松山市の「松山まつり」

毎年、8月11日から3日にかけて開催される。昭和41(1966)年に第1回が開催された「松山おどり」と呼ばれた。当初は能の舞いをヒントに考案されたマンゴ調の「伊予の松山鼓踊り」が踊られていたが、昭和45(1970)年に「野球拳おどり」に変わり、平成元(1989)年からは「野球サンバ」(作曲・ダン池田)も加わり、本場ブラジルからのサンバチームも参加するようになった。コンサートや花火大会などのイベントも同時に開催される。3日間の観客動員数は公称約60万人である。

### (4) 高知県高知市の「よさこい祭り」

毎年、8月9日から12日かけて開催される。高知商工会議所が中心となり、戦後復興が一段落した昭和29(1954)年に、市民の健康と繁栄を祈願し、夏枯れの商店街振興を促すため第1回が開催された。その際、徳島の阿波踊りを参考に「よさこい鳴子踊り」が考案。時期も阿波踊りの直前とした。4日間の観客動員数は公称130万人である。

以上が、「四国四大祭り」の概要である。これらの祭りの関係は下記のようにまとめることができる。

第一に、「四国四大祭り」は戦後成立したものであるという点である。さぬき高松まつり、松山まつり、高知よさこい祭りは、それぞれ徳島市の阿波おどりを参考に、商店街の振興を目的として商工会議所が音頭をとり、そこに自治体が協力することで成立している点が指摘される。また、阿波おどり自体も祭りを通じた商店街の振興が主たる目的を形成している。その意味で、いずれも祭りも企業が深くかかわっていることは明らかである。

第二に指摘されるのが、いずれの祭りも踊りを中心とした構成になっているという点である。これは、阿波おどりが参考に祭りがつくられた影響である。それぞれの祭りにおいて、「連」と呼ばれる踊りのグループが結成され、参加する。連はさまざまな組織が主体となって結成されるが、なかでも地域の企業が主体になって結成される「企業連」の存在はいずれも祭りにおいても大きな役割を果たすと同時に存在感を示している。ただし、青森のねぶたや仙台の七夕のような装置を使った東北の夏祭りと比較すると、祭りそのものの性格としては多様性に乏しいことは否定できない。

第三に指摘されるのが、四国の地域特性である。地名が示す通り、四国は「四つの国」

であり、島内の不便な交通事情も相まって、昔から地域内の交流が希薄である。したがって、「東北三大祭り」あるいは「四大祭り」のような地域間連携による観光振興はあまり意識されておらず、「四国四大祭り」という呼称はそれを言いた香川、愛媛でのみ使用されており、徳島、高知ではこうした言い方がなされることはほぼない。また、徳島では他の3件の夏祭りについてマスコミを通じて知る機会は、近年の高知よさこい祭りの盛況の様子以外にはほぼない。高知においても同様であり、阿波おどりを強く意識し、あえて時期を前にずらして開催することで阿波おどりの観客を先んじて獲得することが目指されているが、香川、愛媛を意識することはほぼないようである。また、香川、愛媛においてもお盆休みにおける地域の祭りとしての作りこみが優先されており、他県からの観光客の動員はあまり期待されていないようである。この点においても、開催時期を他地域と微妙にずらしつつも重ね合わせ、自身の祭りに独自性を持たせることで観客の奪い合いを行っている東北の夏祭りとは対照的である。

そして、第四に指摘されるのが、祭りの知名度が二極化している点である。さぬき高松まつりと松山まつりと比較して阿波おどり、高知よさこい祭りの全国的な知名度の高さは衆目の一致するところであろう。つまり、メジャー（徳島、高知）とマイナー（香川、愛媛）の構図が明確なものとなっているのである。

以上、「四国四大祭り」は、別格の阿波おどりを参考に他県が戦後新たに創作することでできあがったものであることが明らかとなった。それは、地域振興としての祭りに有効性を阿波おどりが早い時期から示していたことに由来するものである。しかし、追随する3つの祭りのうち、高知よさこい祭りのみが1990年代をターニングポイントとして急速に台頭し、いまや阿波おどりをしのぐ勢いで国内はもちろん、海外にも展開されるようになってきていることは注目すべき動きである。なぜ、高知のよさこい祭りだけが全国的に知られ、かつ全国的に普及するに至ったのか。にもかかわらず、徳島においてはよさこい祭りの普及はほとんど見られない。なぜなのか。次に、阿波おどりとよさこい祭りに焦点を絞り、それぞれの祭りについて検討するとともに、両者の関係について考察していきたい。

## 2. 徳島の阿波踊り

阿波踊りには、築城起源説、風流踊り説、盆踊り起源説、など複数の起源に関する説が提起されているが、現在では徳島県内の多くの地域において地元の「盆踊り」としての位置づけを与えられおり、地域の一大イベントとして時期を少しずつずらして開催されている（表1参照）。その規模は大小さまざまであるが、最も規模が大きいのが徳島市で開催される「阿波おどり」であり、毎年開催日にはマスコミを通じて全国にその様子が報道されており、日本の季節の風物詩としてすっかり定着している。また、昭和30年代以降には県外各地にも商店街振興等を主な目的として開催されるようになってきている（表2参照）。



その多くは徳島県出身者が主体となって普及と定着させたものか、もしくは阿波踊りの客寄せ効果に注目して徳島県出身者に依頼して連の結成と参加を促したものであり、ここでも地域を超えて相互に参加しあうことによる連の交流がはかられている。

表1 徳島県内の「阿波踊り」の開催日程

開催地	日程
小松島市	7月21日
阿南市	7月23日～24日
鳴門市	8月9日～11日
徳島市	8月12日～15日
旧脇町	8月13日～14日
旧鴨島町	8月14日～16日
旧池田町	8月14日～16日
旧貞光町	8月15日～16日

ここでは、徳島市の「阿波おどり」を例にとり、企業の参画について考察してみることにしてしよう。企業が「阿波おどり」に参画する理由とかたちは実にさまざまであるが、代表的なものを以下にあげてみたい。

表2 徳島県外の主な「阿波踊り」の開催日程

開催地	日程
大和市（神奈川県）	7月下旬の金・土・日開催（32回）
南越谷市（埼玉県）	8月20日以降の金・土・日開催（24回）
高円寺（東京都）	8月下旬の金・土・日開催（52回）
大塚（東京都）	8月下旬に2日間開催（36回）
川崎（神奈川県）	10月の第一土曜日（23回）

(1) なぜ、企業は「阿波おどり」に参画するのか

企業が「阿波おどり」に参画する第一の理由は、何よりも広告宣伝のためである。「阿波おどり」は、日本でもっとも有名な「盆踊り」であり、4日間で全国から約130万人の観客を動員する祭りであり、その広告宣伝効果は極めて大きい。特に初日である8月12

日はマスコミが全国ニュースで報道することから、4日間で最も多くの「企業連」が参加するといわれている。

第二の理由が、従業員の慰安である。もともと、企業連は職場連と呼ばれており、職場の気の合う仲間が慰安を兼ねて連を結成し参加することに対して、福利厚生の意味を含めて企業が経済的な補助をしていたという経緯を持っている。

第三の理由が、祭りへの参加による従業員の一体感の醸成である。踊りを通じて職場のまとまりが良くなるのであれば、企業側にとっては好都合であるとは言ってもないことであろう。

第四の理由が、地域貢献である。年に一度の地域の大きな祭りに人もお金も出し、参加することで盛り上げることは日頃の愛顧に対するお礼の意味が込められている。

第五の理由が、経営者によるアイデンティティの確認である。これは地元・徳島に本社を置く企業の経営に特に当てはまる理由である。徳島の経営者にとって、阿波おどりに自社の連が参加できるということは、ビジネスがうまくいっていることの何よりの証であり、阿波おどりに連を出すために頑張るという話を聞くほどである。

そのことと関連して第六に指摘される理由が、阿波おどりを通じた威信の表明である。徳島県民にとって、阿波おどりは世界に誇るべき祭りであり、後に詳述するように企業にはそれ相応の参画が暗黙のうちに要請されている。格に応じた参画がなされているどうかを評価されていると言い換えることができるかもしれない。たとえば、連の規模、踊りや鳴り物の優劣、タレントの動員の有無、はっぴやゆかたのデザイン、参加日数など、前年と比べて今年はどうなのか。目の肥えた観客はこうした比較をもって当該企業の阿波おどりに対する意識や、事業の盛衰の姿を見てとっているのである。

## (2) 多様な参画のかたち

では、具体的に企業は阿波おどりに対してどのような参画を試みるのであろうか。そのかたちは企業の規模、業種、あるいは阿波おどりに対する考え方によって実にさまざまである。

まず、何よりも「連」の結成と参加があげられる。阿波おどりに参加する連は、いずれもカラフルで多様なデザインのはっぴやゆかたを着用する。企業連は、ロゴマークやブランド名が入った服装に身をまとうことになる。派手な色・デザインのはっぴやゆかたを毎年新調する企業、伝統的で落ち着いた色調の服装を毎年着続ける企業、踊りのうまさで勝負する企業、自前の鳴り物にこだわる企業等、単に連を参加させるだけではなく、その姿勢自体にも企業の個性をうかがい知ることができる。祭り期間中は休みである製造業とは異なり、小売、サービス、銀行、運輸関係など、祭り期間中も営業を続けている企業の連の参加は、連員の調達にどこも苦心しており、参加するだけでも、地域に対する貢献意識と企業としての威信を見る思いである。

第二に、「タレント」の動員があげられる。日本のどの祭りに比較しても、阿波おどりほどタレントの動員が盛んな祭りはないといってもよいほど、多くの企業連がタレントを動員し、いわゆる「タレント連」を結成する。自社のイメージキャラクターを招くケースが多く、たとえばNTTドコモ四国は高橋英樹（写真1参照）を、大塚グループの大村昆夫妻（写真2参照）を、サンスターは三田村邦彦が登場するのが恒例である。彼らの多くが



写真1 NTTドコモ四国連で踊る高橋英樹

阿波踊りの魅力にとりつかれ、リピーターとしてやって来るようになる。彼らは演舞場でマイクを持たされ、異口同音に徳島と阿波踊りの魅力を語るのが定番となっており、地元民にとっては徳島で生まれ育ったことを、観光客にとっては阿波おどりを見に来た事を心の底からよかったと思える瞬間を提供することになる。

第三に、「連員」の一般公募があげられる。大規模な連を結成するために、多数の連員の調達が必要であり、家族や親戚縁者を頼って調達することが多いと聞かすが、なかには地元の徳島新聞の広告を介して一般連員の募集を行う企業も見られる。新聞で公募、抽選の結果、当選者の名前と顔写真を新聞に掲載し、何回かの練習を経て、当日は動員したタレントとの記念撮影後に演舞場で踊るのが、一般公募のプロセスである。非常に手間のかかる作業だが広告宣伝、地域貢献、そして不足しがちな連員を確保するための有効な手段として活用されている。



写真2 大塚製薬グループ連で踊る大村昆夫妻



写真3 女性による男踊り

第四に、「阿波踊り教室」の開催があげられる。地元の有力な祭りとはいえ、近年は若い人を中心に「踊り離れ」が深刻な状況となっている。なぜなら、多くの連が年間を通じた練習を課すことから、自由時間を欲する若い世代が踊りへの参加を忌避する傾向が見られるからである。こうした傾向に歯止めをかけるべく、サンスターは新聞で阿波踊り教室に参加する子供を募集し、踊り手の地道な養成に貢献していることは注目すべき動きである。



写真4 有名連による総踊り(南内町演舞場)

第五に、「囃子方教室」の開催があげられる。阿波踊りにとって、踊り手以上に囃子方の養成は深刻な問題となっている。比較的熟達の速い鉦や太鼓はまだしも、笛や三味線は熟練を要し、短期間で要請できるものではない。地元の和楽器店はこうした状況に鑑み、囃子方教室の開催によって次世代の人材育成を行っている。

第六に、「関連イベント」の開催があげられる。先述のように、企業は阿波おどりに対して相応の貢献が要請されている。地元徳島の有力企業である、大塚製薬グループは、こうした要請にこたえ、祭り期間中に2度にわたって大規模な音楽イベントを無料で開催することで祭りに彩りを添えている。また、祭り期間中は客引きがはばかれがちなパチンコ関連の地元グループ企業は、あえて阿波踊り期間を外すかたちで民謡コンテストを開催し、その告知をあえて阿波おどり期間を中心に行っているのも注目される動きである。

第七に、「無料演舞場」の設営と解放があげられる。4つの有料演舞場と3つの無料演舞場があるとはいえ、多くの連が過ごすほとんどの時間は、実は出番待ちである。なぜなら、四日間で延べ1,000にもものぼる連をさばくには演舞場のキャパシティは小さいからである。また、演舞場で席に陣取ることができる観客は一部に限られて降り、大部分の観客は立ち見を余儀なくされる。こうしたもっと踊りたい、あるいは踊りを見てほしい連とじっくりと踊りを見物したい観客の双方のニーズを満たすべく、中心部に敷地を持つ商店や企業は私設の演舞場を設営し、開放するという動きを市内各所で観察することができる。特に、四国電力が解説する無料演舞場では、いわゆる協会加盟の「有名連」を中心とした踊り自慢の連を招待した独自のプログラムが組まれており、有料演舞場よりも近距離で、しかも中身の濃い内容で観覧できることが地元を中心に評判をとっている。

第八に、「阿波おどり」にちなんだ新聞広告の掲載があげられる。徳島市の阿波おどりは徳島市観光協会と徳島新聞社が主催しており、事実上の主催は徳島新聞社であることから、阿波踊りにちなんだ新聞記事や広告が他地域の新聞社が地元の祭りを取り上げる場合と比

較して非常に多いのが特徴である。新聞を通じた連員の一般公募や、タレント連が登場する日時と演舞場の告知記事、タレントを動員する企業のユニークなデザインの広告、実際に踊ったタレントの写真や感想にかかわる記事、そして阿波おどりを見物に来た大手企業の役員の好意的なコメントをつづった記事など、自社が主催する祭りをこれでもかと言わんばかりに記事や広告を通じて盛り上げようとしている。これは他地域にはない傾向であると強く指摘することができる。

第九に、市街地での「お接待」である。この時期、地元の商店などを中心に冷たい飲み物やおしぼり、軽食をふるまうテントやブースがあちこちで臨時開設される。いわゆる当地におけるお遍路の「お接待」の「阿波おどり版」である。連を出すことはできないかわりに、踊り手のお接待をすることで祭りに参画しようという意識の表れとして理解することができそうである。

### 3. 高知よさこい祭り

先述のように、高知よさこい祭りは、昭和29（1954）年に高知商工会議所の有志が経済復興の足がかりとして企画され、県や市の賛同を得ることによって誕生した祭りである。祭りの中心を担う「よさこい鳴子踊り」は、徳島の阿波踊りを参考に地元の作曲家である武政英策氏が楽曲とともに発案し、昭和25（1950）年の南国高知産業大博覧会で初めて披露されたものである。阿波踊り同様にパレード形式で披露されるように作られており、日本舞踊を踏襲した盆踊りスタイルの踊りとゆかたに鳥追い笠のスタイルを正調としたが、武政氏が自身の楽曲の自由なアレンジを許したため、その後さまざまなバリエーションの楽曲を許すとともに、服装も多様化し、現在に至っている。

よさこい祭りの基本は自由さにある。しかし、祭りのパンフレットやガイドブックには、下記に示される要素だけは守らなければならないとされている。4つの場合と5つの場合があるが、ここでは5つの要素として紹介される場合で説明する。

#### （1） 衣装

第一の要素は「衣装」である。ここでいう衣装とは揃いであるという意味ではなく、あくまでも衣装を着けていなければならない（つまり、裸でなければどのような衣装でも自由。お揃いの衣装である必要もない）という意味で解釈されるが、多くの連ではさまざまな趣向を凝らした衣装とメイク（おおむね派手め）による統一感が意識される。

#### （2） 音楽

第二の要素が「音楽」である。各連は「よさこい鳴子踊り」のフレーズを含んだ音楽を用意しなければならない。ただし、フレーズさえ含んでいれば、どのような曲調でも、またどのような歌詞を付けたしてもかまわないため、アレンジの仕方が作曲家の腕の見せど

ころであり、衣装とともに連自体のイメージを大きく決めるアイテムとなる。

### (3) 踊り

第三の要素が「踊り」である。この要素には、踊り子という意味と踊りそのものの意味があり、一つの連で踊る踊り子は40名以上で最大150名まで、隊列は4列までと決められている。しかし、踊りそのものについては、前に行進し続けなければならないというルールを除き、すべて自由である。

### (4) 地方車（じかたしゃ）

第四の要素が「地方車」である。各連は、PA機器を搭載した自前の地方車を1台用意し、音楽を流さなければならない。音楽は録音された曲を使用する場合もあれば、生バンドが乗り込む場合もあるなど、さまざまである。また、車検証による車長が9メートル以内、高さが3.6メートル以下であれば、どのようなデコレーションを施してもかまわないことになっており、個性の打ち出しどころとなっている。

### (5) 鳴子

そして、第五の要素が「鳴子」である。作物を狙う鳥を追い払うことを目的とした「すずめ脅し」をヒントにつくられたものであり、踊り子は必ず両手に持って踊らなければならない。いわゆる「正調」の鳴子を中心に、さまざまなデザインないしはサイズの鳴子が出回っており、各連は自身のイメージをもとに鳴子の持ち方や鳴らし方にも工夫している。

よさこい祭りでは、上記の5つの要素さえ備えていれば、基本的に連として認められ、祭りへの参加が許される。逆に言えば、衣装を着て、鳴子を両手に持ちながら、150名以下で、4列以下の隊列を組んで、地方車が先導し、よさこい鳴子踊りのフレーズを含んだ音楽に乗せて、前へ行進するスタイルで踊りさえすれば、あとは何をしても自由なのがよさこい祭りにおける連のルールである。

こうした性格を持つ踊りが中心をなす、高知よさこい祭りにおいて、企業はどのようなかわりを示すのであろうか。阿波おどりのケースと対比させて考察してみたい。

第一は、連の結成と参加の面である。阿波おどりと同様、さまざまな業種の企業が連を結成して参加するが、演舞場を提供する商店街も連を出すのがよさこい祭りの特徴である。ただし、後述するように阿波おどりと比較して連員の集め方がよりオープンであり、公募によって参加できる連が多く見られるのが特徴である。なお、企業連を含めたすべての連についての情報は、高知商工会議所よさこい祭り振興会が毎年発行する「よさこい読本」などで確認することができるようになっている。

第二は、タレントの参加である。高知よさこい祭りにおいてもタレントの参加は見られ

るが、地元の地方銀行のイメージキャラクターをつとめている島崎和歌子や、実家が地元の商店街で家業を営んでいる関係で参加している広末涼子など、ごく数名に限られており、阿波おどりのようにマスコミや無料で配布されるガイドブックを通じて大々的に報道されることはない。そのかわりに、NHKを含めた地元の放送局が連日のようにリレー形式で祭りの様子を生や録画で中継しており、ほぼ常にどこかのテレビ局で祭りの様子を視聴することができる。この点は、地元の民放が1局しかなく、ケーブルテレビによるテレビ中継にほぼ限られる阿波おどりとは好対照である。

第三は、連員の集め方である。先述のように、阿波おどりの場合は一部の企業連が新聞等で連員の公募を行うにとどまり、基本的に社員、社員の家族、社員の親戚縁者、社員の知り合い、および取引先等、企業が保有する人的ネットワークを通じて連員が招集される。これに対して、よさこい祭りの場合は、対象年齢、参加費、申し込み方法、公募か非公募かも含め、その年の「よさこい読本」に参加するすべての連の情報が掲載されるシステムとなっている。

第四は、演舞場の設営と運営である。阿波おどりの場合は、阿波おどり実行委員会のコントロールのもとで、すべての公式の演舞場の設営と運営がなされ、エリア内に敷地を持つ一部の企業が別途演舞場を用意するかたちとなる。これに対して、高知よさこい祭りは商工会議所のコントロールのもとで現在市内15か所の会場が用意されるが、会場の設営と運営に関しては、すべて各会場の自主性にゆだねられている。いわば自律分散型の運営形態を採用しており、演舞場ごとに開演時間も異なっている。

#### 4. 両者の比較

ここまで、阿波おどりと高知よさこい祭りについて、企業とのかかわりなども交えながら、考察を進めてきた。ここからは、祭りの構造について、もう一歩踏み込んで考察を進めていきたい。

徳島市の阿波おどりが、江戸時代まで起源をさかのぼると言われている地元の盆踊りを商店街の振興を目的にイベント化したものであるのに対して、高知よさこい祭りは阿波おどりを参考に戦後新たに立ち上げたイベントであり、どちらも都市の祝祭として位置づけることができ、また企業との深いかかわりを確認することも可能である。

しかし、祭りの中心に位置づく踊りの性格については、かなり対照的であることも指摘できる。それは下記の通りである。

第一は、踊りにおけるルールの構造である。阿波踊りの場合はゆかたやはっぴを身にまとい、「よしこの」と呼ばれるお囃子を自ら演奏し、鳴り物に乗って決められたかたちの踊りを踊るのがルールである。服装が違えば正式な連として認知されることはないし、よしこのとは異なる曲調のお囃子では、阿波踊りとは認められない。これに対して、高知よさこい祭りは、服装、音楽、踊りに関するルールが阿波踊りのように厳格ではない。これ

はよさこい鳴子踊りの作者である武政英策氏が曲のアレンジを許可したと深く関連している。曲の一部のフレーズが含まれていればどのように曲をアレンジしてもよいという自由度が与えられることによって、そして曲調に合わせたコスチュームの着用が認められることによって、よさこい祭りの連はさまざまなバリエーションを持つようになった。あくまでも正調を守り抜く連、独自の路線を突き進む連など、それぞれが自らをイメージし、自己表現することが可能となっていたのである。

第二は、踊りと鳴り物についてである。決まった型を持ち、自前の鳴り物が必須の阿波踊りでは、熟達の度合いは素人目にも明らかである。これに対して、よさこい祭りは、いわば鳴子を持った組み体操でもあり、音楽は録音でも構わないので、阿波踊りほどには熟達の度合いは問われない。各自のレベルで参加してもそれなりに観賞に耐えられる性格のものであるとあってよいものである。

第三は、連への参加のありようである。阿波踊りにおいては複数の連に同時に参加すること、コロコロと参加する連を変えることは心情的にはばかられる。これに対して、よさこい祭りはコアメンバーを除き毎年異なる連に参加することは何ら恥じるのではなく、むしろそれが普通である。今年はこの連で踊ってみよう。最近、あの連のコスチュームが素敵だから一度参加してみよう。あるいは、今年こそ早めに申し込んでこの連に何としても入りたい。よさこい祭りの大部分の連は6月ごろから連員の募集をはじめ、7月過ぎから練習をはじめ、8月の本番で踊った後は、パッと解散し、次の年にはまた新たにメンバーを募り、踊りに臨む。実に新陳代謝が活発なメンバー構造になっているのである。

第四は、踊りや鳴り物に対する評価の仕方である。阿波おどりにには大学対抗のコンテストは存在するものの、あざやかな踊りや見事なお囃子を公式に表彰することで、互いに競わせる仕掛けは用意されていない。これに対して、高知よさこい祭りには個人にも、連にも評価を与える仕掛けが用意されている。まず、個人に対しては、各演舞場がオリジナルに制作したメダルが与えられる。与えられるメダルはすべて各演舞場による持ち出しであり、審査員がその場で踊り子の首にかけてあげる様子があちこちで見受けられる。授与の基準は完全に審査員の主観であり、踊りがうまかったから、可愛かったから、連の中で一人だけメダルがかけられていないからかわいそうなど、さまざまな理由がその場その場で調達される。メダルは参加者に対するご褒美的な要素が強く、多くの踊り子がどこかの演舞場でメダルを獲得するそうである。

個人に対する評価は牧歌的ではほえましいが、連の踊りや音楽、そして地方車に対する評価は真剣勝負となる。現在、高知よさこい祭りは8月9日の前夜祭、10日・11日の本番、そして12日の後夜祭・全国大会という構成になっているが、それぞれにコンテストの仕掛けが巧妙にセットされている。

まず、前年の各賞受賞した連に前夜祭への参加資格を与えることで翌年への高い参加意欲をかきたてている。2日間にわたる本番では、地区表彰と本部表彰が用意される。地区



表彰は地区競演場連合会による奨励賞であり、地方者に対して3本、連に対して12本以内で受賞する連が選抜され、連に対する受賞は後夜祭の参加資格となる。本部表彰は、よさこい大賞1本、金賞・銀賞各3本、そして審査員特別賞が1本であり、受賞を果たした連には後夜祭への参加が認められる。そして、最終日の全国大会では、本番で賞を受けた連とともに、全国からエントリーした最大46の連が競演し、夕方には表彰と後夜祭が開催され、受賞した連による競演が繰り広げられる。そして、初参加ないしは県外の連にはトロフィーが授与され、2回以上の連続参加を果たした連には優秀旗の授与がなされる。つまり、参加の労をねぎらうとともに、優れた演舞を披露した連に対しては表彰し、特別な舞台を用意することで参加連のモチベーションを高めているのである。

## 5. 近年の傾向

以上、阿波おどりと高知よさこい祭りについて、さまざまな切り口から比較を行ってみた。こうした点を踏まえ、伝統ある阿波踊りと新進であるよさこい祭りの近年の傾向について検討してみることにしよう。それは停滞する阿波踊りと躍進するよさこい祭りとして示すことができる。

### (1) 停滞する阿波踊り

平成10（1998）年に明石海峡大橋が開通し、関西と四国が地続きとなった。これにともない、徳島では阿波おどりへの来客が大幅に増えることが大いに期待された。しかし、景気の低迷が続いたこと、交通の便が大きく改善したことなどから、宿泊せずに日帰りする観光客が増加し、開通前と比較して人出のピークとなる時間帯が早まり、午後9時を過ぎると閑散とする演舞場も見られるなど、思うように観光客の増加を見込むことができない状況である。また、長期にわたる景気の低迷は企業の阿波おどりへの参画意欲の相対的低下傾向も同時にもたらしており、連の小型化ないしは不参加の決定や参加日の短縮を決める企業が相次いでいる。さらに、高度経済成長期に一気に展開された域外への普及も近年では完全に一段落しており、阿波踊りを新たに始めようとする地域はほとんど見られなくなっている。

### (2) 躍進するよさこい系

これに対して、1990年代以降のよさこい系の祭りの躍進はすさまじいものがある。きっかけは何と言っても、平成4（1992）年に第1回が開催された「YOSAKOIソーラン祭り」であろう。当時北海道大学の学生だった長谷川岳氏が母親のお見舞いのついでに見物した高知よさこい祭りに魅せられて、地元の民謡であるソーラン節をミックスしてつくったこの祭りは、瞬く間に参加者を増やし、いまや北海道を代表する代表的なイベントに成長している。

長谷川氏の最大の貢献は、「よさこい」の記号化（YOSAKOI）と、ハイブリッド型の祭りの可能性を提示したことにある。よさこいのアルファベット化によって踊りから高知色を取り去り、どの地域でも取り入れられる記号とした。また、高知よさこい祭りが阿波おどりを参考にしてつくられたように、長谷川岳氏は高知よさこい祭りを土台にして、ソーラン節を組み入れることで新たなかたちの踊りを創作した。これは、高知のよさこい祭りのかたちを地元の祭りとの融合し、再構成することが可能であることを広く知らしめるものであった。

このことは、多くの地域にとって町おこしの新たな手段を獲得することを意味した。既存のイベントにはマンネリ感が漂い、若い人がなかなか参加してくれない。しかし、よさこい祭りやYOSAKOI ソーラン祭りには老若男女を問わず、本当に多くの人々が自らお金を支払って喜んで参加し、大盛況である。なぜなら、単に音楽に乗せて踊ることが楽しいだけでなく、自分自身を生き生きと、そして自由に表現する場が用意されているからである。つまり、この日だけは自分が主人公になりきることができ、こうした魅力が一度参加したら何度でも参加したくなる人々をどんどん作り出し、同時によさこい系の祭りも全国に次々と作り出しているのである。

現在、高知観光協会が補足しているよさこい系の祭りは、全国で102か所にわたっている（表3を参照）。北は北海道から南は沖縄まで幅広い地域で実施されており、既存の祭りやイベントに何らかのかたちでよさこい系の踊りが組み込まれているものを含めると、さらにその数は増えることが予想される。こうした急拡大は、地域を超えた連の参加と、それらの連が中心となった地元でのよさこい系祭りの展開によって下支えされている。そして、こうした急展開に企業が果たしている役割が大きいことは言うまでもない。

表3 全国のよさこい祭り

No	都道府県	開催地域名	祭り名	開始年
1	北海道	札幌市	YOSAKOI ソーラン祭り	1992
2	北海道	恵庭市	恵庭すずらん踊り	1973
3	北海道	北見市	ぼんぼん祭り／冬祭り	1996
4	北海道	阿寒郡阿寒町	YOSAKOI ほろろん祭り	1996
5	北海道	江別市	えべつ北海鳴子まつり	1995
6	青森県	弘前市	よさこい津軽	2000
7	青森県	八戸市	はちのへ YOSAKOI 祭り	2000
8	青森県	三沢市	YOSAKOI 三海祭り	2000

9	青森県	十和田市	とわだ yosakoi 夢まつり	2001
10	青森県	南津軽郡尾上町	津軽よさ恋フェスティバル	2001
11	青森県	下北郡東通村	ひがしどおりよさまい鳴子踊り	2000
12	岩手県	大船渡市	kesen よさ恋フェスタ	2000
13	岩手県	盛岡市	YOSAKOI さんさ	1998
14	宮城県	仙台市	みちのく YOSAKOI 祭り	1998
15	秋田県	秋田市	ヤートセ秋田祭	1998
16	山形県	村山市	村山徳内まつり	1995
17	福島県	安達郡本宮町	あだたら YOSAKOI 祭り	2000
18	福島県	郡山市他	うつくしま YOSAKOI 祭り	2001
19	福島県	双葉郡富岡町	さくら YOSAKOI (夜の森桜まつり)	2001
20	茨城県	東茨城郡茨城町	小鶴よさこいまつり	1997
21	茨城県	竜ヶ崎市	竜 KOI ソーラン祭り	2001
22	栃木県	宇都宮市	宮っこよさこい (ふるさと宮まつり)	1996
23	栃木県	小山市	よさこいおやま	1999
24	群馬県	桐生市	桐生八木節まつり (ダンス八木節)	1997
25	群馬県	前橋市	だんべえフェスタ	2002
26	埼玉県	朝霞市	関八州よさこいフェスタ (あさか・彩夏祭 <朝霞市民まつり>)	1994
27	埼玉県	所沢市	武州よさこい TOKOROZAWA odorin'祭	1999
28	埼玉県	坂戸市	坂戸よさこい (坂戸市民まつり)	2001
29	千葉県	松戸市	新松戸まつり	1996
30	千葉県	八日市場市	よかっぺ祭り	2001
31	千葉県	沼南市	MY 舞フェスタ (沼南まつり)	2001
32	東京都	品川区	大井どんたくよさこい祭り	1998
33	東京都	新宿区	東京よさこい祭り (大高田馬場祭り)	1997
34	東京都	町田市	町田夢舞生ッスイ祭	1999
35	東京都	豊島区	ふくろ祭り (東京よさこい)	2000

36	東京都	渋谷区	原宿表参道元氣祭スーパーよさこい	2001
37	東京都	調布市	調布よさこい（調布ふるさとまつり）	2001
38	東京都	渋谷区	大江戸人祭	2001
39	東京都	台東区	花と江戸文化と夜さ来い踊り	2002
40	東京都	臨海副都心	ドリーム夜さ来い	2002
41	東京都	日野市	ひのよさこい祭り	2001
42	神奈川県	海老名市	海老名市産業まつり	1999
43	神奈川県	小田原市	ODAWARA えっさホイおどり	1999
44	神奈川県	座間市	ZAMA・燦夏祭	1998
45	神奈川県	足柄上郡大井町	よさこいひょうたん踊り大会	1996
46	神奈川県	相模原市	相模台夏まつり	1981
47	神奈川県	横浜市	ヨコハマカーニバル（ハマこい踊り）	1998
48	神奈川県	横浜市	夜さ来い RANBU!祭り	1999
49	新潟県	柏崎市	どん GALA!祭り	2000
50	新潟県	佐渡郡佐和田町	よさこいおけさ	2001
51	新潟県	新潟市	「新潟総踊り」祭り	2002
52	富山県	富山市	YOSAKOI とやま	2000
53	石川県	七尾市	能登よさこい祭り	1997
54	石川県	羽咋郡押水町他	YOSAKOI ソーラン日本海	2000
55	石川県	金沢市	てんこまつり	2001
56	福井県	福井市	YOSAKOI イッチョライ	2000
57	長野県	南安曇郡穂高町	YOSAKOI 安曇野	2000
58	岐阜県	瑞浪市	美濃源氏七夕まつり	1998
59	静岡県	沼津市	よさこい東海道	1997
60	静岡県	伊東市	よさこいソーズラ伊東	2000
61	静岡県	浜松市	浜松よさこい祭り	2001
62	静岡県	御殿場市	よさこい御殿場	2002
63	静岡県	富士市	あっぱれ富士	2003

64	愛知県	名古屋市	にっぽんど真ん中祭り	1999
65	愛知県	豊川市	よさこい in おいでん祭	2000
66	三重県	津市	安濃津よさこい	1998
67	滋賀県	甲賀郡甲賀町	ござれ GO-SHU!	1999
68	京都府	京都市	京都まつり	1996
69	京都府	京都市	京都よさこゐ	2002
70	大阪府	貝塚市	yosakoi ソーリャ!祭り	1998
71	大阪府	箕面市	箕面まつり	1998
72	大阪府	泉大津市	よさこい in 泉大津	1999
73	大阪府	大阪市	こいや祭り	2000
74	大阪府	大阪市	大阪メチャハッピー祭	2000
75	兵庫県	加古川市	KAKOGAWA 踊っこまつり	1999
76	兵庫県	神戸市	神戸垂水よさこいまつり	2000
77	兵庫県	姫路市	ひめじ良さ恋まつり	2000
78	兵庫県	城崎郡城崎町	きのさき温泉 YOSAKOI 祭り	2000
79	兵庫県	明石市	よさこい兵庫	2002
80	兵庫県	小野市	おの恋おどり	2001
81	兵庫県	明石市	明石「子午線どんとこいおどり」(明石市民夏まつり)	2001
82	兵庫県	宝塚市	宝塚 YOSAKOI フェスタ(宝塚・夏フェスタ)	2002
83	兵庫県	神戸市	KinKi 世さこい踊り真釣	2001
84	奈良県	奈良市	バサラ祭り	1999
85	和歌山県	橋本市	紀の国やっちょん祭り	1997
86	和歌山県	田辺市	紀州弁慶よさこい踊りコンテスト(弁慶祭)	1998
87	鳥取県	米子市	がいな祭り	1997
88	島根県	簸川郡斐川町	斐川よさこい祭	2001
89	岡山県	岡山市	おかやま夏まつり うらじゃおどり	1996
90	広島県	呉市	よっしゃこい祭	1998

91	広島県	広島市	きんさいYOSAKOI (広島フラワーフェスティバル)	2002
92	山口県	豊浦郡豊浦町	ドラゴンダンスフェスティバル (川棚温泉まつり)	2000
93	香川県	観音寺市	銭形まつり踊りコンテスト	1996
94	香川県	丸亀市	まるがめ婆娑羅まつり	2000
95	愛媛県	新居浜市	新居浜夏まつり	1997
96	愛媛県	川之江市	四国かわのえ紙まつり	1998
97	福岡県	福岡市	ふくこいアジア祭り	2000
98	福岡県	糟屋郡粕屋町	福来いかすや祭り	2002
99	長崎県	佐世保市	YOSAKOI させぼ祭り	2000
100	熊本県	荒尾市	あらお荒炎祭	1997
101	大分県	別府市	夢・泉・郷 BEPPU ドリームバル	1997
102	沖縄県	那覇市	もーれもーれチャンプルー祭り	2002

出所) <http://www.welcome-kochi.jp/event/yosakoi/zenkoku.html>

## おわりに

本稿では、徳島の阿波おどりと高知のよさこい祭りを題材にして企業と祭りの関係について考察を加えてきた。近年、阿波踊りはよさこい系の祭りの勢いに押されっぱなしである。しかし、よさこい系の祭りの普及が唯一進まないのが徳島であることは注目すべき事実である。現時点では、この両者は棲み分けの関係にあると筆者はとらえているが、さらなる考察が必要であろう。

また、全国的に普及が進んでいるよさこい系の祭りにおいて、企業がどのようなかたちでかかわっているのかについて、さらなる考察が必要であろう。よさこい祭りがYOSAKOIソーランに進化を遂げたように、地元の祭りとどのような融合を果たしているのか、さらなる事例の積み上げを行っていきたい。また、よさこい系の祭りを導入することで、地域の活性化がいかになされていったかについて、さまざまな地域の事例を追いかけることも重要な課題であろう。よさこい系祭りの隆盛は、徳島を含めた全国各地の阿波踊り関係者の目にはどう映っているのか、どのように対応しようとしているかを検討することも興味深い課題である。今後もこの2つの祭りについて関心を持って継続的に検証していきたい。

## 注

1) 本稿では、徳島市で開催されている阿波踊りが「阿波おどり」とされていることにもとづき、徳島市で開催されている阿波踊りのみ、「阿波おどり」と表記する。

## 参考文献

岩井正浩

2006 『これが高知のよさこいだ！ いごっそとハチキンの熱い夏』東京：岩田書院。

岡崎直温

2006 『よさこいはよさこいじゃき』高知：イープレス出版。

北川奉斗

1996 『街は舞台だ YOSAKKOI ソーラン祭り』高知：高知新聞社。

徳島出版

2005, 2006, 2007, 2008 『徳島グラフ』徳島：徳島出版。

南和秀・石田幸子・米澤紀子編集

2006 『阿波踊り本。』徳島：徳島出版。

よさこい祭り振興会

2005, 2006, 2007, 2008 『よさこい読本』高知：川北印刷。

# 異文化理解の経営人類学 —韓国・仁川市の事例—

岩井 洋  
関西国際大学

本稿の目的は、中東やイスラームに対する異文化イメージや、仁川市の都市経営が、韓国・仁川市における中東文化院の開館・閉鎖・再開のプロセスにどのように影響したかについて考察することである。したがって、本稿は異文化理解と都市経営の経営人類学的研究である。異文化理解に関しては、2020年までに韓国をイスラーム化しようとする布教戦略がある、との言説に着目した。都市経営については、プロテスタントの伝来地、韓国移民の発祥地としての仁川市の地政学的特徴や、国際都市戦略について考察した。

## 1. はじめに

本研究プロジェクトでは、環黄海経済圏の産業と都市における文化創造や文化交流について研究してきた。環黄海経済圏として構想されている主要10都市、すなわち韓国の釜山、蔚山、仁川、日本の福岡、北九州、下関、中国の青島、天津、煙台、大連のなかで、世界に向けたハブ空港を持つ都市として、仁川市は他とは異なる位置づけにある。仁川市では、2009年には「2009 仁川世界都市祝典」(Global Fair and Festival 2009 Incheon, Korea)が、また2014年には、アジア競技大会(The 17th Asian Games)が開催される予定である。さらに、仁川市には3地区からなる「仁川経済自由区域」(IFEZ: Incheon Free Economic Zone)が創設され、物流とビジネスの拠点としての都市戦略が進められている。

そこで本稿では、仁川市に焦点をあて、その都市経営に関する経営人類学的考察を試みたい。具体的な事象としては、2007年10月に開館された中東文化院(Korean Center for Arab and Islamic Culture)の動向に注目する。同館は、中東文化やイスラーム文化に対する理解を促進する目的で開館され、中東文化やイスラーム文化に特化したものとしては、アジアで初めての施設である。しかし、社会情勢の変化と仁川市の地政学的背景から、中東とイスラームに対する異文化イメージが、同館の閉鎖という事態を引き起こした。さらには世論の後押し等により、閉鎖決定が撤回され、結果的には再開される見通しとなった。

そこで本稿では、中東文化院の開館・閉鎖・再開のプロセスを描くとともに、中東やイスラームに対する異文化イメージや、仁川市の都市経営のありかたが、そのプロセスにどのように関連したかについて報告する。したがって、本稿は異文化理解に関する経営人類学的考察であるとともに、仁川市の都市経営に関する経営人類学考察でもある。以下、中東文化院の開館・閉鎖・再開のプロセスを描き、続いて、中東やイスラームに対する異文化イメージについて考えるために、韓国におけるイスラームについて概観する。そして最



後に、仁川市の都市経営について考えるために、仁川市の地政学的特徴について述べる。

## 2. 中東文化院の開館・閉鎖・再開

### 2-1. 中東文化院の開館とその背景

まず、中東文化院がある仁川市について概観する。仁川市（正確には仁川広域市）は、韓国の首都ソウルの西約30キロに位置する港湾都市で、8の区部と2の郡部からなる。人口は約260万人で、ソウル、釜山に次ぐ第3の都市である。日朝修好条規（1876年）により、1883年に開港され、日本統治時代には仁川府が設置された。1949年、仁川府から仁川市に改称され、1981年に仁川直轄市となり、1995年には仁川広域市と改称された。2001年には、仁川国際空港が開港された。

さて中東文化院は、中東文化やイスラーム文化に対する理解を促進する目的で、2007年10月22日、仁川市役所近くの商業ビルの3階に開館した（当初、2012年に独立の建物に移転する予定だった）。同館は、1,700平米のワンフロアで、中東各国の大使館等に依頼して収集した展示物が系統的に展示され、資料室やセミナー室も設置している。また、館内には中東ビジネスセンターが設置され、中東に進出する企業のためのサポートが期待されている。同館では、中東やイスラームの文化、アラビア語等に関するセミナーや、仁川のチャイナタウンとも連携し、異文化理解を促進する事業を計画している。開館記念式典には、中東各国の関係者約60名、アン・サンス仁川広域市長をはじめとする仁川市関係者約100名が参加した。アン市長は、仁川が真の国際都市として成長する契機となるとして、開館の意義を強調した。

開館にあたって、仁川市や企業から約10億ウォン（開館当時、約1億2,500万円）の財政支援があり、SK仁川精油やハンシン銀行等からは約6億ウォン（約7,500万円）の財政支援があったとされる。同館は仁川市によって設立されたが、実質的な運営は韓国中東協会（KOMEA: Korea Middle East Association）が担当している。韓国中東協会は、産業資源部の支援のもと、2002年に社団法人として設立されたもので、産官学の連携により、中東諸国との経済・産業・文化の交流を促進しようとするものである。



図1 中東文化院

仁川市が中東文化院を開館した背景には、前述のような異文化理解や中東ビジネスの促進があったが、それ以外に、2014年のアジア競技大会の召致という政治的理由があった。2007年4月18日、仁川市は、もうひとつの候補地であるインドのニューデリーを退け、アジア競技大会の開催地に決定した。この背景には、中東各国の韓国支援があったとされ、中東文化院の開館は、それに対する返礼でもあったといえる。

さて開館の時期に目をむけると、アフガニスタンにおける韓国人拉致・殺害事件があり、まだ記憶に新しい時期である。同事件は、アフガニスタンにおいて、韓国のキリスト教会「泉の水」のボランティア訪問団23人が、イスラーム原理主義組織タリバンに拉致され、牧師1名と男性信者1名が殺害された事件である（人質は8月30日に解放された）。人質解放の条件は、アフガニスタン駐留の韓国軍の年内撤退と同国内における宣教活動の中止であったという。韓国政府の対応に対して、各国からの批判があったと同時に、当該ボランティア訪問団に対しても、「渡航自粛を無視して強行に渡航した」や「現地の文化を理解しない無謀な宣教活動だった」との批判が集まった。

韓国政府の対応やボランティア訪問団の行動は別としても、この事件を介したイスラームに対する異文化イメージを考慮すると、中東文化院の開館には、社会からの抵抗があったとも考えられる。しかし、同館の文化企画理事で韓国外国語大学教授のキム・ジョンミョン氏は、筆者のインタビューに答え、「今回のアフガニスタンの人質事件は、キリスト教団体の無謀な宣教活動だったとの批判のほうが強く、本館の開館については大きな影響はなかった。むしろ、今回の事件で、中東やイスラームの文化を広く紹介することの意義を痛感した」と語った。

また、アフガニスタン人質事件は、韓国における中東理解の低さを露呈したという専門家もいる。韓国中東学会会長のチャン・ビョンオク氏（韓国外国語大学教授）は、「韓国の経済力に比して、韓国の中東社会に対する理解は恥ずかしい水準である」と指摘し、韓国中東協会会長のハン・ドッキュ氏（韓国外国語大学教授）も、「中東＝石油」という以外に、韓国社会の中東への関心が薄いと指摘する。「中央日報」（2007年9月6日）によると、事件発生当時、韓国外交部にアラビア語を話せる職員は5人のみだったという。また、韓国中東学会の会員は約200人で、実際に活動する国内の研究者は、韓国外国語大学など4大学の約50人にすぎないという。現在、韓国でアラビア語を教える大学は、韓国外国語大学、明智大学、朝鮮大学、釜山外国語大学の4大学である。

以上の背景から考えると、中東文化院は、韓国における中東文化やイスラーム文化に対する理解にとって、重要な役割を果たすと考えられるとともに、その開館時期はタイムリーなものであったともいえる。

表1 中東文化院の開館・閉鎖・再開の流れ

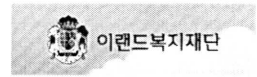
2007年 4月 18日	仁川市が2014年アジア競技大会の開催地に決定。
2007年 7月 19日	アフガニスタンにおける韓国人拉致・殺害事件発生。
2007年 10月 22日	中東文化院開館。
2008年 8月	プロテスタント系宗教放送で、「中東文化院は文化を装ったイスラーム布教の拠点」との報道。これを受けて、プロテスタント有力者の仁川市長訪問。
2008年 9月 30日	仁川市から来年度運営予算を計上しないとの通告（事実上の閉鎖通告）。
2008年 11月	仁川市から正式の閉鎖通告。
2008年 12月 7日	中東文化院のウェブサイトで閉鎖の告知。
2009年 1月	中東文化院の再開決定（「グローバルセンター」としての再開）。

## 2-2. 中東文化院の閉鎖から再開へ

当初、中東文化やイスラーム文化に対する理解と中東ビジネスの促進を期待されて開館した中東文化院は、2008年12月、開館からわずか1年あまりで閉鎖されることになった。その背景には、イスラームに対する異文化イメージが大きく関連していた。

2008年8月、あるプロテスタント系宗教放送が、「中東文化院は文化を装ってイスラーム布教をする拠点である」との報道をした。これを受けて、仁川市内のプロテスタント教会の有力者が仁川市長を訪問し、仁川市が中東文化院を支援することを批判した。このような報道やプロテスタント教会の行動の背景には、イスラームの韓国布教に対する脅威があったと考えられる。

プロテスタント系のメディアやインターネットでは、「2020年までに韓国をイスラーム化する布教戦略が進められている」との言説が流布してきた。代表的なもののひとつが、図1に示したものである。「イスラーム”2020年までに韓国をイスラーム化”...キリスト教の対応は？」という見出しのもと、モスクで礼拝するムスリムの写真が掲載されている。キャプションには、イギリスのあるモスクでの礼拝の様子であることが説明されており、イギリスにおいてはイスラームの布教がすでに進み、次のターゲットが韓国であることが述べられている。ちなみに、韓国において「キリスト教」(기독교)は、キリスト教そのものではなく、「プロテスタント」(改新教 개신교ともいう)をさすことが多い。同様の写真と内容は、確認できるかぎり2007年頃から、さまざまなウェブサイトやブログで流用されており、どの記事がオリジナルであるかを判別することは、もはや困難である。このような状況を考えると、あくまでも推測の域をでないが、「韓国イスラーム化計画」が進行しつつあるという脅威が、キリスト教信者のあいだに浸透してきたと考えることができる。このことは、韓国がブロードバンド先進国であることを考え合わせると、さらに納得できる。



선교와 세계

홈 > 선교와 세계 > 국내선교

프린트 이메일 RSS 기사 기사

- 국내선교
- 해외선교
- 특수선교

- 국제
- 중보기도
- 해외 한인교회
- WEA

- 구독신청
- 기사재보
- 편집자에게



자동차보험만 있다면 큰일난다 왜 그럴까요?

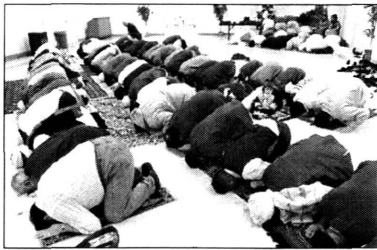


하나님의 선물

이슬람 "2020년까지 한국 이슬람화"... 기독교 대응은?

투아이즈네트워크 이달 29일 첫 세미나 열어 [2007-03-16 21:43]

20세기 후반 무슬림들은 2080년까지 전세계를 이슬람화한다는 목표를 세웠다. 이들은 우선 유럽을 이슬람화하기 위해 영국을 전진기지로 삼았으며 이 전략은 어느 정도 성공했다. 현재 런던은 극단주의 무슬림들의 요충지가 되었으며, 영국에는 120만 명 이상의 무슬림들이 거주한다. 그리고 유럽의 무



▲영국의 한 모스크에서 기도하는 무슬림들. 무슬림들은 영국을 슬림들은 빠른 속도로 증가 유럽 이슬람화의 전진기지로 한국을 아시아 이슬람화의 전진기 해 왔다. 이제 무슬림들은 아 지로 삼았다.

시아를 이슬람화하기 위해 한국을 전진기지로 삼겠다는 전략을 세우고 공격적인 선교를 펼치고 있다.

이슬람 전문가인 전호진 박사(한반도국제대학원대학교 석과교수)는 이스라엘(Israel)과 이슬람(Islam)에 대한 균형있는 이해와 접근을 논의하는 '투아이즈네트워크'(Two's Network)의 창립을 앞두고 15일 기자회견에서 국내에서 진행되고 있는 이슬람 선교운동에 관해 한국 기독교계의 적극적인 관심과 대응을 요청했다.

- 영어 왕초보 탈출! 영어가 쉬워지는 시퀀스책!
- 월 최대 300건의 문자가 무료로 쏟아진다!!

복음단 한의원

Cooper Oriental Medical Clinic

성리 병의원  
2009.2.5일(목)  
09:30 ~ 16:30

선교/세계잡이본기사 전체 많이본기사

- 1 이슬람족, CTS에 대한 언론홍채류 제소 취...
- 2 한남대, 호주 한인 목회자 재부장 지원
- 3 [유동근 목사 전도서갈래 8] 사람이 짐승...
- 4 미국장로교 산하 한인교회들, 동성애자 안수...
- 5 '가슴에서 가슴으로' 사랑 잇는 한국 캠퍼스...

www.ink1009.com 링크천국

목회자 본인, 목회자추천시

자비량사역군의

무로전화 080-365-0404

주요기사

- 세브란스, '준엄사' 소송 상고... 최종 ...
- "무의미한 치료 중단" 준엄사, 할소심사...

图2 「이슬람」2020年までに韓国をイスラーム化」キリスト教の対応は？」

(http://www.christiantoday.co.kr 2007年3月16日)

さて、2008年9月30日、中東文化院は仁川市より、2009年度の運営予算を計上できないとの通告を受けた。これは、実質上の閉鎖通告といえる。そして、11月には正式の閉鎖通告を受け、12月7日には、中東文化院のウェブサイトで閉鎖の告知がされた。一連の流れをみると、仁川市に対するプロテスタント教会からの圧力が、閉鎖の直接の理由として考えられる。

12月4日、サウジアラビアとオマーンの大使に率いられた中東諸国の大使たちは、副外務大臣や仁川市長と会談し、「中東文化院の閉鎖は、中東諸国の韓国に対するイメージを悪化させるだけではなく、経済協力にも悪影響をおよぼす」と批判した。また、10日の仁川市議会では、イ・ミョンソク議員も同館の閉鎖を批判し、「同館がアジア競技大会を召致するためのカードにすぎなかったと誤解されるばかりか、一部の宗教的な観点から閉鎖すれば、国家の信頼を失墜させ、さらなる宗教的葛藤を誘発する可能性がある」とした(「中央日報」2008年12月10日)。さらに、仁川のいくつかの市民団体も、異口同音に、「一部のプロテスタント信者の意見に迎合し、中東文化院を閉鎖することは、異文化理解の促進を妨げるものであり、多文化時代に逆行することである」との声明文をだした。

これを受け、2009年1月、仁川市は中東文化院の閉鎖決定を撤回し、宗教性を排し、多文化に開かれた「グローバルセンター」として再開することを決定した。これに伴い、運

営主体が韓国中東協会から仁川市職員に移った。また、収集された展示物も、中東諸国の大使館等に一旦返還され、仁川市があらたに展示物を収集することになっているという。筆者のインタビューに韓国中東協会関係者は、仁川市職員になれない展示運営をまかせることは、展示自体の質の低下につながるとの不安をもらしていた。なお、グローバルセンターは、3月に再開される予定であるという。

### 3. 韓国におけるイスラーム

前述のように、韓国におけるイスラームの存在は、中東文化院を一時的な閉鎖に追い込む一因となった。では、韓国におけるイスラームの位置づけは、現実にはどのようなものだろうか。ここでは、その歴史と現況について概観する。

イスラームと韓国との関係は、10世紀の高麗時代までさかのぼるとされている。しかし、当時はアラブ商人が商業的な理由で朝鮮半島を訪れたにとどまり、イスラーム布教を目的とするものではなかった。実際にイスラーム布教が行われたと確認されているのは、1955年のことである。朝鮮戦争中、国連軍の兵士として従軍したトルコ兵によって、韓国人に対する布教が行われた。そして、1955年に設立されたムスリム・コミュニティが、正式には韓国で最初のものとされる。しかし、トルコ軍が撤退すると、布教運動はしばらく停滞した。

1960年代になって、マレーシア政府がモスク建設のための資金を提供する話がもちあがった。1962年、マレーシア副首相アブドゥル・ラザック (Abdul Razzaq) が、翌年には、マレーシア国会議長ハッジ・ノア (Haji Noah) が、それぞれ韓国のムスリム・コミュニティを訪問した。ハッジ・ノアは、モスク建設の支援を求められ、帰国後、首相アブドゥル・ラーマン (Tunku Abdul Rahman) を説得し、100,000ドルの献金を約束させた。これを受け、1964年、韓国のムスリム・コミュニティは、100,000ドル規模のモスク建設に着手した。



図3 ソウル中央モスク

しかし、韓国側は100,000米ドルを期待したのに対して、マレーシア側が約束した献金は100,000マレーシア・ドル(リングgit)であった。このため、実際の献金額は33,000米ドルにしかならず、モスク建築計画は頓挫した (Moon 1987: 139)。イスラーム布教の基盤整備は、1976年、ソウル・イテウォンの中央モスクの完成まで待たなければ

ならなかった。その後、モスクが各地に建設され、現在、釜山、安養、光州、全州、大邱等にモスクがある。

1970年代、二度の石油危機は、石油と中東への関心を増加させ、結果的にはムスリムの拡大に結びついた。中東の建設作業に従事する韓国人のなかには、イスラームに入信する者も多く、1976年から86年の10年間に、約3,000から約30,000へと10倍に増加した(Moon 1987: 135-136)。現在、韓国ムスリム連合(KMF: Korea Muslim Federation) (1965年設立、67年政府公認)が、法的にも国際的にも韓国のムスリム・コミュニティを代表するものであるが、同組織は国内の支部だけではなく、サウジアラビア、クウェート、インドネシアにも支部をもっている。このことは、韓国を中心とするネットワークが海外にも広がっていることを示している。

現在、韓国のムスリム人口は、統計により若干の差異があるが、約100,000人とされている。そのうちの約30%は韓国人ムスリムであり、その他は海外からの移住者である。また、1990年代後半の「IMF危機」(アジア通貨危機)の影響で、海外からの移住者が帰国し、ムスリム人口が約150,000人から大幅に減少したといわれる。ただし、ムスリムの人口に言及する際、注意しなければならない点はいくつかある。韓国のムスリム人口は、主に韓国ムスリム連合の統計に頼らざるをえない。その積算方法によると、世帯主がムスリムである場合、家族全員がムスリムとして計算される。さらに、一度ムスリムとして登録されると、もしムスリムであることをやめた場合でも、その登録は抹消されない。そのため、ムスリム人口がいくぶん誇張されている可能性がある(Moon 1987: 138)。

#### 4. 仁川市の地政学的特徴

##### 4-1. 「プロテスタント伝来の聖地」としての仁川市

最後に、中東文化院が位置する仁川市に関する地政学的特徴についてふれておきたい。すなわち、仁川市という地理的な位置づけが、中東文化院をめぐる出来事に、どのような影響をおよぼしたのか、ということである。

まず注目したいのは、仁川市が韓国におけるプロテスタント伝来の地だという点である(関 1981)。前述のように、中東文化院と「韓国イスラーム化計画」を結びつけて考えたのは、仁川市のプロテスタント信者たちであった。「韓国イスラーム化計画」自体は、韓国のキリスト教界(とりわけプロテスタント)において流布していた言説であるが、その言説が「現実」(reality)として受け入れられたのは、仁川市という土地とその歴史が深く関係していると考えられる。

歴史的にみると、19世紀に朝鮮が開国され、プロテスタント諸派が宣教師を派遣するようになった。1884年、長老派とメソジストが最初に布教を開始し、その他の諸派がこれに続いたが、宣教師たちが上陸したのは、いずれも仁川からであった。これは、1876年の日朝修好条規により、釜山、元山、仁川の3港が開港されたことと関係する。つまり、海外

からの文物が、まずこの3港を経由して、韓国に流入してきたということである。

仁川市は、いわば「プロテスタント伝来の聖地」であり、プロテスタントが深く根付いているだけに、中東文化院と「韓国イスラーム化計画」がリアリティをもったものとしてとらえられ、聖職者たちの抗議行動にむすびついたのだと考えられる。仁川市とプロテスタントとの深い関わりは、韓国移民史博物館の展示にも示されている。

#### 4-2. 「韓国移民の聖地」としての仁川市

2008年6月13日、仁川市中区の月尾公園内に韓国移民史博物館が開館した。同館は、韓国から世界各地に広がっていった約700万人の移民を称えるために設立されたもので、2003年、ハワイで開かれたアメリカ移民100周年記念行事に、アン・サンス仁川市長が出席したのが設立のきっかけであったという。同館は、地下1階・地上3階、延べ面積約4,100平米の建物で、移民の生活を物語る、約5,000点の展示物が展示されている。同館の建設には、約115億ウォンが投入されたという。

韓国から世界への移民は、1903年のハワイ移民にはじまる。最初の移民は102人で、ゲーリック号に乗り、1903年1月13日にハワイに到着した。そして彼らは、さとうきび農場の労働者となった。ハワイへの移民は、1903年から05年まで、計64回を数え、移民の数は7,414人にのぼった。興味深いことに、最初の移民の半数以上は、仁川のネリ教会に所属するメソジスト派信者を中心とする、キリスト教信者であった。さらに、移民先のハワイにおいても、プロテスタント教会は韓国人コミュニティの精神的な中核となった。これは、移民研究で従来から指摘されてきた、エスニック・チャーチ (ethnic church) としての教会の機能であるといえる。

ちなみに、ハワイと仁川市との関係は、市内にある仁荷 (Inha) 大学の名称にもみられる。同大学は、1954年、初代大統領・李承晩の提言により、仁荷工科大学として設立された。この提言の背景には、ハワイ移民たちの意向が強く反映されており、「仁荷」の「仁」は仁川、「荷」はハワイをさす。



図4 韓国移民史博物館

#### 4-3. 仁川市の国際都市戦略

さて、このようにみると仁川市は、その地理的位置から、「プロテスタント伝来」(流入)と「韓国移民」(流出)の2つの意味で「聖地」の条件をそなえているといえる。このような条件は、港湾都市が多かれ少なかれ持っているものと考えられるが、都市経営という観点からみた場合、現在の仁川市は、この歴史的蓄積の上に、明確な国際都市戦略を展開しようとしている。

2001年に開港した仁川空港をはじめ、2005年には仁川港湾公社(IPA: Incheon Port Authority)が設立され、仁川市は、空・海ともにアジアのハブをめざすようになった。仁川港湾公社の統計(<http://www.icpa.or.kr>)によると、年間のコンテナ取扱量は、2005年に100万TEU(TEU: twenty-foot equivalent units=20フィートのコンテナ1個分)をこえ、2008年まで毎年約20%の伸びを示してきた。さらに、2003年に試行された「経済自由区域法」にもとづいて、釜山・鎮海、光陽湾圏とともに自由経済区域に指定された仁川自由経済区域(IFEZ: Incheon Free Economic Zone)は、航空、物流、観光・レジャー、国際金融等のハブ機能を果たすべく、2020年をめどに段階的な開発が進められている。また、2009年の世界都市祝典の開催と、これに歩調をあわせた「2009仁川訪問の年」(Visit Incheon 2009, Korea)の指定や、2014年のアジア競技大会の召致等も、仁川市の国際都市戦略としてとらえることができる。

さて、仁川の国際都市戦略は、中東のオイルマネーとも密接な関係がある。前述のように、アジア競技大会の招致には中東諸国の支持が必要であったし、仁川自由経済区にも、オイルマネーの投資が期待されてきた。事実、中東文化院の閉鎖が決定した際、在韓中東諸国の大使館が、世界都市祝典やアジア競技大会へのボイコットを表明する動きがあった。これは中東諸国と仁川市の国際都市戦略との関連を示唆している。

最後に、仁川市の地政学的特徴に加えて、キーパーソン<sup>1)</sup>としてのアン・サンス仁川市長の存在についてふれておきたい。アン市長は、前述の国際都市戦略において、重要な役割を果たしてきたといえる。また、興味深いことに、中東文化院と韓国移民史博物館という、正反対の性格をもつ施設の開設もアン市長の発案である。中東文化院が、中東やイスラームといった異文化イメージを喚起させるのに対して、韓国移民史博物館は、韓国人のナショナリスティックな感覚を喚起させる。韓国移民史博物館の展示の最後において、来客者の頭上に大極旗が配置されていることは象徴的である。また、移民の歴史はプロテスタントの歴史とも重なりあう。このように、ベクトルの異なる2つの施設の並存が可能になる背景には、仁川市の地政学的位置づけとは別に、アン市長の都市経営の手腕があるといえる。

#### 5. むすび

本稿では、中東文化院の開館・閉鎖・再開のプロセスを描くとともに、中東やイスラ



ムに対する異文化イメージや、仁川市の都市経営のありかたが、そのプロセスにどのように関連したかについて考察した。

一連のプロセスは、プロテスタント信者による、ムスリムの「韓国イスラーム化計画」という言説によって左右されていた。また、この言説が仁川市という土地でリアリティをもって受けとめられた背景には、「プロテスタント伝来の聖地」としての地政学的位置づけがあった。「プロテスタント伝来の聖地」という、文化「流入」の歴史と、「韓国移民の聖地」という「流出」の歴史は、港湾都市の地政学的特徴によるものであるが、それらの歴史的蓄積の上に、仁川市は国際都市戦略を打ちだした。さらに国際都市戦略は、中東のオイルマネーとも密接な関わりをもっており、そのことは中東文化院開館の背景ともなっていた。

中東文化院と、ナショナリスティックな感覚を喚起させるとともに、プロテスタントの歴史的刻印を伝える韓国移民史博物館が、仁川市に並存する背景には、国際都市戦略のキーパーソンとしてのアン・サンス市長の存在があった。仁川市の都市経営と、中東文化院をめぐる今後の展開については、アン市長を含めた複数のキーパーソンに着目する必要がある。

#### 注

1) 市井三郎(市井 1974)は、近代化について論じた際、社会変化の少ない「定常状態」(stationary state)において、変化を生み出す少数(低確率)事例をつくりだす契機となる人間を「キー・パーソン(複数)」(Key-persons)と呼んだ。この意味において、アン市長は市井のいう「キー・パーソン」になりうる。

#### 文献

市井三郎

1974 「近代化」と価値の問題」鶴見和子・市井三郎編『思想の冒険』pp.28-55, 筑摩書房。

関庚培

1981 『韓国キリスト教会史』金忠一訳, 新教出版。

Moon, Chung-in

1987 Politics and Religion: The Rise of Islam in South Korea. *Journal of South Asian and Middle Eastern Studies* 11 (1&2): 131-155.