（一財）地域活性化センター
令和６年度　国内調査研究事業

祭り×地域活性化

地域創生・情報グループ　　中村　太一
地域創生・情報グループ　　笠　　千尋
企画・人材育成グループ　　吉永　芽以

目次

１　はじめに　・・・

1. はじめに

（1）調査の背景と目的

現在の日本では、都市部への人口集中と少子高齢化により、地方の人口減少が加速している。その影響を減らすため、全国各地で地域活性化に向けた取組が高まっている。

今回、地域活性化の一例として注目したものが、多くの地方で行われ、その地域の歴史・伝統や魅力を伝えることのできるコンテンツ「祭り」である。昨今では伝統として行っている祭りだけではなく、高知県高知市の「よさこい祭り」や茨城県大洗町の「大洗あんこう祭り」のように、参加者自身が祭りを盛り上げる一員となるような祭りも増えてきている。

令和 2 年から続いていた新型コロナウイルスの影響も徐々に緩和され、国内外で観光や旅行を楽しむ人々が戻りつつある。特に、海外からの旅行者はコロナ禍前の水準に追いつく勢いを見せており、観光地などへの需要は今後もさらに増加していくと予想される。

祭りの期間中には多くの観光客が訪れ、地元の商店や飲食店などへの経済的な効果が期待される。地域外からの集客や交流が促進されることで地域経済が活性化し、特産品や観光資源の PR にもつながるため、地元住民と来場者双方にとって有益なイベントといえる。

本調査では、長い歴史を持ち、祭りの主役が地域住民である青森県八戸市の「八戸三社大祭」、宮城県仙台市の「仙台七夕まつり」、埼玉県川越市の「川越まつり」を選定した。これらの祭りの歴史、開催の経緯、取組内容とその効果、そして課題と今後の展望などを調査することで、祭りが地域活性化にどのように貢献しているかを検証していく。

（2）調査事例の選定

事例	開催地	選定理由
八戸三社大祭	青森県八戸市	約 300 年の歴史を誇り、昭和 54 年に国の重要無形民俗文化財に指定、さらに平成 28 年にはユネスコ無形文化遺産にも登録されている。3 つの神社の神輿行列と山車行列が曳かれ、神楽や虎舞といった演舞も披露される。
仙台七夕まつり	宮城県仙台市	東北三大祭の一つに数えられている大規模な祭りで、踊りや催しで賑わう他の祭りとは異なり、商店街に飾られた七夕飾りを眺めて楽しむというゆったりとした雰囲気が特徴である。現在はステージイベントなども実施して

		いるため、観光客向けのコンテンツも充実している。
川越まつり	埼玉県川越市	江戸（東京）の「天下祭」を再現した山車行事が特徴で、祭りの期間中は町内会ごとに人形を飾った山車が巡行する。約 370 年の歴史があり、平成 17 年に国の重要無形民俗文化財に指定、さらに平成 28 年にユネスコ無形文化遺産に登録されている。明治時代初期に作られた山車も現存しており、一部は県指定の有形民俗文化財にもなっている。

2. 調査内容

（1）八戸三社大祭（青森県八戸市）

① 八戸市の概況

八戸市は青森県の東部に位置し、人口が 20 万人を超える都市で、近隣市町村の中で最も規模が大きく、三戸郡や岩手県北部を含めた地域の中枢都市となっている。市内にある八戸港は太平洋に面しており、サバやイカの水揚げ量が多いことで有名だが、漁業以外にも苫小牧西港との間のフェリーの運航や工業港としての役割を持つ重要港湾となっている。

今回の調査対象である八戸三社大祭をはじめ、伝統芸能のえんぶりや騎馬打毬は、いずれも国の重要無形民俗文化財に指定されている。これらはすべて神社に由来する伝統芸能であり、地域と神社の結びつきが古くから強いことが窺える。

② 祭りの歴史・開催経緯

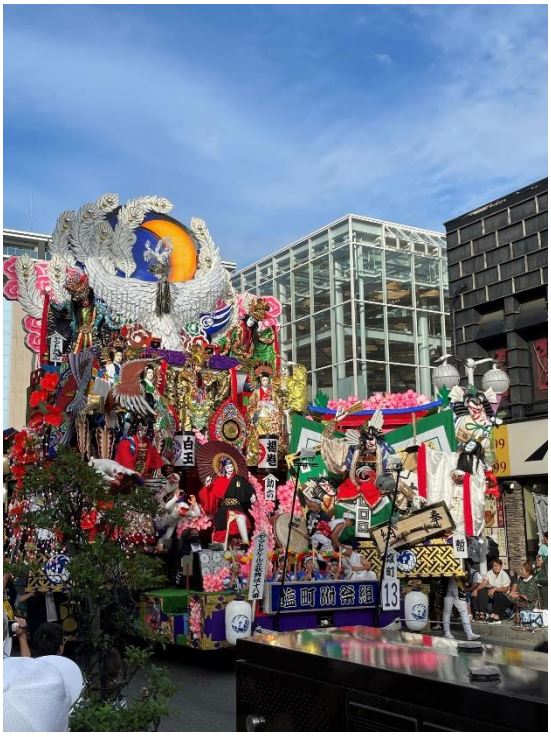
八戸三社大祭は、毎年 7 月 31 日から 8 月 4 日にかけて開催され、約 300 年の歴史を誇る県内有数の祭りである。見どころである山車は町内会ごとに制作しており、干支をモチーフにしたものや戦国武将、三国志、古事記など、様々な題材を取り入れたデザインで作られている。山車の規模は非常に大きく、中には幅 10m、高さ 5m にも及ぶものもある。祭りの期間中は、山車の巡行や夜間のライトアップ展示などを見るため、多くの観光客が訪れている。来場者は例年 100 万人を超え、令和 6 年度ではおよそ 115 万人が訪れるなど、大規模な祭りである。

祭りの始まりは江戸時代にまでさかのぼり、八戸市内の 3 つの神社(長者山新羅神社、神明宮、櫛引八幡宮)が主催して、豊作や安全を祈願する祭りとして始まった。かつては町中だけで行うような行事だったため、山車は出されておらず、現在ほどの大規模な祭りではなかった。やがて北奥羽地域から人々が集まるようになり、江戸時代の終わりごろから人形が行列に参加するようになった。当時は大きな商店に人形を飾る程度だったが、八戸藩主の指示で人形を大きく作るようになった。

時代が経つにつれ、祈願という目的に加えて、華やかさも重視するようになり、人形を山車に載せて運行する形が出来上がってきた。現在、北奥羽地域でもいくつかの山車祭りが行われているが、その中でも八戸三社大祭は特に規模が大きくなっている。

当初は、豊作祈願を目的としていたため秋祭りとして開催されていた。しかし、昭和 57 年に東北新幹線が盛岡まで伸びたことを機に、より多くの観光客を呼び込むため、同時期に開催されている青森市のねぶた祭りや弘前市のねぷた祭りに合わせ、先述の時期に夏祭りとして開催されるようになった。とはいえ、秋祭りとして開催されていた時も、来場者数は概算で 100 万人を超えていたとされ、当時から高い人気を誇っていたと窺える。

第二次世界大戦後までは神社が主催で行っていたが、山車の運行や交通規制等の許認可など、手続きが多岐にわたってきたことから、現在は八戸市三社大祭運営委員会が主催している。形は変わりながらも今日まで続いてきた歴史が評価され、昭和 54 年には国の重要無形民俗文化財に、平成 28 年にはユネスコ無形文化遺産「山・鉾・屋台行事」に登録されている。



運行している山車

山車の裏側

③ 取組内容と効果

集客の取組については、運営委員会の事務局を務める VISIT はちのへが SNS やホームページを用いて情報発信を行っている。祭りや旅行関係のサイト上でのバナー広告等も実施しており、首都圏や大阪、宮城県といった集客が見込める地域のほか、文化

財関連のサイトにも表示されるようにしている。そのほか、八戸市が主体となって、県内の駅や米軍基地のサイネージ表示のほか、集客施設（ショッピングモール等）でのプロモーションビデオの配信を行っている。

これらの情報発信は、祭りだけではなく、八戸市の魅力ある観光地についても一緒に行うことで、「オール八戸」で PR をしていきたいようである。八戸市には、八戸港横丁や朝市、種差海岸沿いの景観など、魅力ある観光コンテンツが多数ある。さらに、同時期に開催されている、青森市のねぶた祭りや弘前市のねぷたまつりを巡ることができる観光ツアーもあり、それは、国内旅行者だけではなく、インバウンドへの効果もあると考えられている。

また、祭りの期間以外では、近隣市町村で山車祭りがあった際、山車の貸し出しや制作の手伝いを行っている。周辺で最も山車の規模が大きいこともあり、山車関係のノウハウを提供することもある。他にも「青森都市大祭典」という、県内の祭りが集まる催しに参加するなど、参加できる行事には積極的に出るようにしているとのことだった。

これらの取組により、年間 100 万人以上の来場者は維持している。これからも、魅力ある八戸市を情報発信していくことで、歴史と伝統のある祭りを開催し続けることを目標に頑張っていきたいとのことだった。

④ 課題と今後の展望

祭りの来場者数は高い水準を誇っているものの、各町内会の参加者、つまり祭りの担い手が減少してきており、今後、現在の規模を維持して開催し続けることができるかが課題となっている。子供たちは、小学生のときからお囃子や山車の制作に関わり、将来は祭りの全体的な運営ができる立場として祭りを承継できるようになってもらうことが期待されている。しかし、40 歳代以下の担い手が目に見えて減少してきており、これは、都会への人口流出によるものである。八戸市としては、これらの問題に対して、教育委員会を通じ、子供たちの積極的な参加を呼びかけ、魅力ある祭りを知り、参加し、将来的にも八戸に残る人を増やす試みを行っている。

また、町内会に属していない人や市外の人でも気軽に祭りに参加できるよう、法被等の衣装の貸し出しや町内会との調整を行っている。

この祭りは、神社の祭事であり、祭り氏子として参加する以上、伝統的なルールに則る必要があるが、若者の興味を引き付け、参加を促すために祭りの形態についても議論されてきている。さらに、今までは地元の町内会の住民が主に参加者であったが、地域外の人たちが祭りの期間中だけ手伝いに来てくれることもあることから、ワ―ケーションという形で他地域から幅広く参加者を募ることも検討している。

（2）仙台七夕まつり（宮城県仙台市）

① 仙台市の概況

仙台市は、宮城県の県庁所在地で、東北地方最大の都市であり、人口 100 万人以上を有する、同地方唯一の政令指定都市である。「杜の都」として知られ、緑豊かな都市景観と歴史的・文化的な魅力を兼ね備えている。慶長 6（1601）年に伊達政宗公により城下町が築かれ、仙台城跡や瑞鳳殿など歴史的な観光地も多く残っており、令和 5 年の観光客数は 6800 万人を擁する。また、東北地方の商業の中心地でもあり、経済的な発展も遂げている。

② 祭りの歴史・開催経緯

仙台七夕まつりは東北三大祭り※の 1 つに数えられ、毎年 200 万人以上が訪れる仙台市の夏の風物詩となっている。例年 7 月 7 日の月遅れである 8 月 7 日を中日として、8 月 6 日から 8 日の 3 日間にわたって開催される。

中国の乞巧奠（きこうでん）という行事が奈良時代の日本に伝わったものであり、約 400 年以上の歴史を持ち、伊達政宗公の時代から続く伝統行事として受け継がれている。初期の七夕まつりは手芸の上達や豊作を祖霊に祈る素朴でつつましいものだったが、明治維新の変革期の一時衰退や戦争による中断期を経た後、地域を元気にしたいという思いから復活を遂げた。昭和 22 年に昭和天皇が仙台を巡行した際には約 5000 本の飾りを披露した。これが仙台七夕祭りとして定着するきっかけとなった。昭和 23 年以降に今のスタイルの 3 日間の開催が通例となり、翌昭和 24 年に現在の主催団体である協賛会が設立された。

なお、昭和 40 年に初めて来場者数が 200 万人を超え、その後も平均的に 200 万人前後の来場者数を誇っており、昭和 62 年には過去最高の約 265 万人を記録した。市が政令指定都市に制定されたこと、地下鉄南北線の完成や NHK 大河ドラマ「独眼竜政宗」の影響が大きい。

七夕まつりの最大の特徴は、豪華絢爛な飾り付けであり、和紙を使った吹き流しや短冊、星、鶴、亀などの飾りが街中に設置される。これらの飾りは、地域の商店や団体が協力して作成したもので、色とりどりのデザインが施されている。装飾の全長は 5m に及ぶものもあり、アーケードにずらりと並ぶその姿は彩り豊かで美しく、見るものを圧倒する。

商店街に設置される七夕飾り

※東北三大祭り：仙台七夕まつり、青森ねぶた祭、秋田竿燈まつり

③ 取組内容と効果

仙台七夕まつりは 400 年以上の歴史を有することから知名度が高く、東北三大祭りを巡るツアーパッケージは大変人気である。

祭りのプロモーションとしては、SNS やホームページなどで発信を行うことに加え、全国各地のイベントや祭りで七夕飾りを展示することで認知度をさらに向上させる取組をしている。これは、国内だけではなく、国際化促進のため海外向けにも行われている。平成 9 年には、パリの日本文化会館設立記念時や、平成 27 年のミラノ万博でも展示披露された。令和 7 年 4 月に開幕する大阪・関西万博では、東北 6 県を代表する夏祭りを集めた「東北絆まつり」にも参加してパレードを行い、七夕飾りが披露される予定であり、今般の海外旅行者向けへの情報発信にも取り組んでいる。

余談ではあるが、国内外でのイベントにおいて展示される七夕飾りは運搬がしやすいように、また会場の大きさに合わせて、サイズをダウンしたものを制作している。仙台七夕まつりにおける七夕飾りにおいても、主な材料が和紙であることから耐久性に欠け、毎年作り直しているようである。

また、若者の祭り離れ対策として、仙台七夕まつり期間中に、中心部のライトアップイベントや七夕クラフトのワークショップを開催するほか、インスタグラムでハッシュタグをつけて祭りに関する写真を投稿すると抽選でプレゼントがもらえる「仙台七夕シェアコレクション」や、中心商店街で最優秀賞、優秀賞の七夕飾りを決める七夕まつりコンテスト「T-1 グランプリ」等、参加型のイベントを実施することで、若者がより祭りに親しみを感じやすくなる効果が見込める。

④ 課題と今後の展望

仙台七夕まつり期間中は、国内のみならず海外の観光客も多く祭りに参加する。台湾、中国、香港、アメリカ、フランスなど世界中から人が集まり、近年では、参加型のイベントの効果もあり、若い世代の来場者も増えてきている。

一方で、祭りの担い手不足、後継者不足等が深刻化している。協賛会では、令和４年に七夕の在り方検討会を設置し、今後のまつりの継続方法等について検討を行っている。担い手不足対策として令和 5 年より「七夕サポーター制度」を導入し、祭りの準備や後片付けを手伝ってくれるサポーターを募っており、担い手不足に悩む商店街では好評である。また、七夕飾りは本来自身の店舗の前で展示を行うが、空き店舗になった店前等に、中心商店街に加盟していない企業が飾りの展示を行う「七夕飾りバンク」という取組も積極的に行われている。さらに、七夕飾りの作り手である竹の切り出しをする職人や和紙の制作業者等も高齢化により職人引退や、廃業が多いことか

ら、若い世代への伝承事業として、学校にポスターと短冊を配布して七夕について学んでもらう機会を設けている。

七夕飾りの制作には、長い時間を要するため作り手は 1 年をかけて制作する。準備は彼らの生活に根付いており、毎年その準備をやりがいに感じ楽しみにしている人も多い。祭りは一人の力では開催できない。祭りの準備運営で地域の繋がりはより強くなる。少子・高齢化、核家族化などの時代の変化から、人々の生活形態や価値観が大きく変わったことによる近所付き合いの希薄化が見受けられる今日で、祭りは地域住民の繋がりを維持するためのコンテンツであることは間違いない。祭りを通して住民同士の繋がりが強くなれば、地域イベントへの参加や地域活動も活発になり、地域住民同士の交流が深まることで、助け合いの精神が生まれることも期待できる。

地域の人々の七夕まつりにかける思いはとても強く、伝統継承はもちろん大切だが、今後は需要に合わせて祭りのスタイルを変更するなど柔軟な対応が重要になってくるだろう。

（3）川越まつり（埼玉県川越市）

① 川越市の概況

川越市は人口約 35 万人、広さ 109.1km²で、古くから産業、経済、文化、観光など、埼玉県の中核都市として発展してきた。東京都心から 30km と近く、経済的・文化的に密接なつながりがあり、江戸との舟運で栄え、江戸情緒を残す「蔵造りの町並み」と江戸天下祭の影響を受けた山車祭りがあることから小江戸とも呼ばれている。ほかにも、「時の鐘」や「菓子屋横丁」といった観光地が多く存在している。

令和 5 年には、山王塚古墳が国の史跡に指定されたほか、埼玉県武蔵野地域の伝統的農法である「武蔵野の落ち葉堆肥農法」が世界農業遺産に認定されるなど、歴史や文化の継承を行っている。

②祭りの歴史・開催経緯

川越まつりは川越氷川神社が 10 月 14 日に行う例大祭と直後に行われる神幸祭を根源とし、つづいて氏子町衆が主体となって取り組む山車行事から成り立つ。神幸祭は氷川の大神が神輿に乗って川越を巡行し、氏子町内がお迎えをした後に各町の豪華に飾られた山車が供奉し、山車行事が行われる。山車は 2 日間にわたって曳行され、他の山車とすれ違う際には、山車の正面を向け、町同士の挨拶として「曳っかわせ（囃子の儀礼打ち）」が行われる。複数の山車が集まり囃子の競演を行う様子は圧巻であり、祭りの見どころとなる。

この祭りは慶安元（1648）年、川越城主・松平信綱公が氷川神社に神輿や獅子頭などを寄進したことに始まる。慶安 4（1651）年から神輿行列が町内を渡御し、町人た

ちが屋台や踊りで供奉するようになった。川越は江戸文化の影響を強く受け、山王祭や神田祭などの天下祭を参考に発展した。江戸時代末期に登場した山車は囃子台と鉾を備え、人物像が乗せられている。鉾は二重鉾型式になっており、城門を通るために工夫された。山車は町ごとに所有し、組み立てや飾り付けなども町内で協力して行われる。祭り当日は運行責任者である宰領が判断を行い、先頭から先触れや、露払い、手古舞等が続き、子供衆等の曳き手によって山車が曳行される。

日本の都市祭礼の歴史を知る上でも重要な行事とされている。

川越まつりは、昭和 43 年から川越まつり協賛会が主催し運営されている。協賛会の会長は川越市長が務め、役員には商工会議所や観光協会などのほか、囃子連合会、山車保有町内協議会などの面々が名を連ねており、行政と地元住民が一体となり運営が行われている。

協賛会が主催となって以降、コロナ禍などで山車の曳行が中止されたこともあるが、例大祭は中断せず続いている。また、従来開催日は 10 月 14 日、15 日と定めていたが、様々な背景により、平成９年から 10 月の第三日曜日とその前日に変更している。

曳っかわせの様子

川越まつり開催時の大通りの様子

③ 取組内容と効果

川越まつりにおける集客の取組として、川越市は観光地としての知名度が高いため、各地の駅構内や車内にポスターを掲示し、通勤客や観光客向けの PR を行っている。また、川越まつりの魅力を年間通して発信するために「川越まつり会館」が設置されており、館内では祭礼行事の映像コーナーや実際に曳かれている山車の展示が行われている。これらにより、訪れる人々が祭りの雰囲気をいつでも体感できる環境が整えられている。

外国人観光客も多く、特に台湾や香港、タイなどアジア圏からの来訪者が多い。祭りの時期に限らず、川越という地域自体が魅力的な観光地として評価されていることがその理由と考えられる。今後は、川越まつりの歴史が古いことに着目し、歴史や文

化に興味を持つ欧米諸国への PR も強化し、新たな観光客層の開拓を目指している。

しかし、令和 2 年から令和 3 年のコロナ禍では、山車の曳行が中止されるなど大きな影響を受けた。令和 4 年には「曳っかわせ」の縮小や、曳き手同士の距離をあけるといった感染対策を講じつつ、規模を縮小して開催した。令和 5 年からは通常通りの開催が復活し、インバウンドの影響もあり、来場者数はコロナ禍前の水準にまで回復している。

山車の祭り期間外の保管や、老朽化等による修繕は県や市の補助金を活用しながら各町が行っていることから、祭りの準備等で定期的に町内で集まる機会があり、町内交流につながっているほか、囃手は元来、近郊の農村部が担当していたことから町外との交流も促進されている。

④ 課題と今後の展望

川越まつりにおける課題として、まず交通規制に対する住民からの苦情が挙げられる。祭り当日は 10 時から 22 時まで長時間の交通規制が実施されるため、特に近年移住してきた住民からは理解を得にくい状況が続いている。

また、まつりの担い手不足も深刻な問題である。囃子方や山車の曳き手が減少しており、特に若年層の参加が課題となっている。山車を所有していない町内の小学生高学年を対象に山車曳き体験を行ったり、各囃子連が自主的に小学校で囃子体験等を行って興味を持たせる活動を行っているが、高校生になると学校や部活動で離れてしまうケースが多い。現在は、町外の人々を担い手として受け入れる町も増えており、試行錯誤しながら祭りを行っている。

資金面でも課題があり、祭りの運営の多くは市の補助金で賄われているが、市の財政が厳しい状況である。そのため、「稼ぐまつり」を目指す動きもあるが、伝統を重んじる地元住民は、祭りの形態を変えることに反対する声もある。今後は、各町内によるグッズ制作などの新たな収益確保策も検討されている。

今後の展望としては、近年増加しているインバウンドを含めた観光客をさらに増やしていきたいと考えている。また、市が主催するフォトコンテストなども実施されており、観光客との交流を促進する動きも進んでいることから、住民と観光客が交流しながら川越まつりのファンになってもらえるよう、どのような形でサポートを続けていくかが問われている。

3. おわりに

今回調査した 3 つの祭りは、いずれも長い歴史と文化を背景に持ち、地域に根差した重要な伝統行事であると同時に、多くの観光客を惹きつける観光資源となっている。祭りは、地域経済への直接的な寄与に加え、地域の文化や伝統を次世代に継承する重

要な役割を果たしているほか、子供のころから祭りに関わる機会を与えることで、シビックプライドを醸成する機会にもなっている。

一方で、祭りが持続的に地域を支える存在であり続けるためには、共通の課題が存在する。少子高齢化や人口減少が進む中、担い手不足が深刻化しており、地域住民だけでは祭りの維持が困難な状況になりつつある。また、祭りの運営には多大な資金が必要であり、その調達が課題となっている。

そのような中でも、地域の子供たちに祭りに興味を持ってもらうために小学校などで出前講座や体験会を開催する取組を行ったり、地域外の住民を受け入れる体制を整えるなど、時代の変化に合わせて柔軟な対応を行う動きがみられる。

今後、地域と行政、民間が一体となり、伝統を守りつつも時代に合わせた改革を行うことで、祭りがさらに地域社会の活力を引き出すことにつながっていくと考えられる。