

祭で地方創生、  
日本を盛り上げる！



**オマツリ ジャパン**

共同代表 取締役 山本陽平



オマツリ ジャパン

## ①祭は地方に誘客できる非常に強いコンテンツ

- ・全国各地で開催され、地域の歴史文化を凝縮し、体験可能。
- ・観光活用で地域交流人口の増加、コミュニティ活性化の起爆剤。

## ②祭を活用した新たな観光戦略を創る

- ・祭は地域の消費拡大に貢献、高い経済波及効果が期待。
- ・祭を活用した地域の飲食・宿泊・他の体験型観光へと繋ぐ。

## ③観光活用のために主催者サポートが必要

- ・主催者は基本ボランティアで運営し、多くの場合疲弊。
- ・特に健全な運営のためにお金をしっかり稼ぐ仕組みが必要。

国内外の需要を取り込み、確かな地域活性化の観光資源になるために、2020年に向け、官民一体で整備に取り組むべき。

# 祭の現状

- 全国**約30万件**の祭があり、日本は世界的にも「祭大国」
- ボランティアで運営される多くの祭は年々衰退の一途

## 祭の課題

ヒト

少子高齢化  
担い手不足

モノ

マンネリ化  
集客力低下

カネ

応援者減  
資金不足

PR

域外で認知  
度PR不足

地域文化・コミュニティ衰退、地域経済の停滞

# 祭の現状（事例）

日本を代表する青森ねぶた祭や徳島阿波踊りでさえ、運営に関して多くの課題を抱えている状況に。

## 青森ねぶた祭



経済波及効果は238億円に減少

観客動員数は20年で3割減少  
380万→250万人

2016年は収支が赤字

引用：日本経済新聞記事（2016/8/1）

## 徳島阿波踊り



観客動員数は120万人

累積赤字は約4.4億

徳島市観光協会の破産申請

引用：徳島新聞（2018/3/29）



地域の誇りや活力の源になるのが祭。

祭に誰もが見に行って、参加してほしい。

祭主催者をサポートし、楽しく開催させたい。

そんな思いから誕生したのが、

日本初の祭専門会社、オマツリジャパン

「祭で日本を盛り上げる」を理念に、祭主催者のサポートを通じた事業で地方創生に取り組んでいます。



設立	2015年11月
役員	代表取締役 加藤優子 共同代表取締役 山本陽平 取締役 橋本敦央
株主	創業役員、キリンホールディングス株式会社、かんしん未来投資事業有限責任組合 他

リアル事業

## 主催者向けコンサル

- 祭の企画・運営サポート
- **祭体験ツアー企画**
- 地域の祭PR

## 企業向け祭プロモーション

- 祭を活用した企業PR
- 全国の祭コーディネーター

日本の祭りのインフラを目指す！

IT事業

## 参加者向けサイト運営

- 日本初の祭を楽しむSNS
- ユニークな祭情報発信

## 主催者向けサイト運営

- サポートサービスを提供

# 祭の役割

○ 伝統・娯楽・経済の役割に分類され、**全ての祭を観光に活用できるわけではありません。**

○ 観光活用される祭も**消費ではなく、正しく理解されることに努める必要があります。**

## ■ 祭の役割



# 事例 三原やっさ祭り (広島)

項目	内容
概要	<p>○三原やっさ祭りは8月に開催され、約40万人で賑わう中国地方を代表する夏祭り。 ○地域の関係者と連携し、若者及びインバウンド向けの参加枠を設定 ○衣裳をレンタルし、踊り練習を行い、地元住民のグループと一緒に踊れる企画を催行 ○祭体験に加え地域での飲食やリノベーションした古民家への宿泊、体験型観光を実施</p>
関係者	三原市、三原観光協会、主催者、地域おこし協力隊、地元のゲストハウス
写真	<div data-bbox="266 535 966 1035"><p data-bbox="309 542 927 614">地元住民と競演</p></div> <p data-bbox="280 1049 405 1092">1日目</p> <ul data-bbox="280 1106 956 1378" style="list-style-type: none"><li>・市内名所を観光</li><li>・郷土料理屋で昼食</li><li>・衣裳レンタル、踊り練習</li><li>・本祭への参加</li><li>・地域住民との交流会</li><li>・小佐木島に移動し、古民家で民泊</li></ul> <div data-bbox="1081 535 1777 1035"><p data-bbox="1120 542 1738 614">島の古民家に宿泊</p></div> <p data-bbox="1101 1049 1226 1092">2日目</p> <ul data-bbox="1101 1106 1777 1378" style="list-style-type: none"><li>・観光協会のクルーズ船をレンタル</li><li>・瀬戸内海をアイランドホッピング</li><li>・小佐木島の盆踊り大会の設営・参加</li><li>・小佐木島の古民家で民泊</li></ul>



# 事例 三原やっさ祭り (広島)

- 運営に多くの費用はかけずに地域にしっかりお金が落ちる仕組みが創れます。
- 非日常感を体験でき、SNSとの相性が良く、ポジティブな拡散性があります。

## ■ 祭による地域への経済効果

### 参加者からの収入

項目	単価	人数	金額
交通費	32,000	20人	640,000
現地参加費	23,000	20人	460,000
合計			1,100,000

※現地参加費は地域の飲食や宿泊、祭への花代に加えてお土産や追加観光等で各自平均10,000円程度消費

### 主催者の支出

項目	単価	人数	金額
調整費	75,000	-	75,000
PR費	100,000	-	100,000
合計			175,000

※主催者側に外国人対応可能な人材や現地で地域おこし協力隊がつくなど手厚いサポートにより、この金額で可能

## ■ 参加者によるSNS拡散

多くの参加者がポジティブなSNS投稿を行い、祭や地域に関して約2-3万リーチ

### オランダ人参加者のSNS投稿

Dancing at the Mihara Yassa Festival! Thank you Hiroshima Hostel En and Omatsuri Japan for making that possible!  
三原やっさ祭りで踊りま〜す！#広島ゲストハウス縁 と #オマツリジャパン に参加できたことが本当にありがたいです！



👍 超いいね!

💬 コメントする

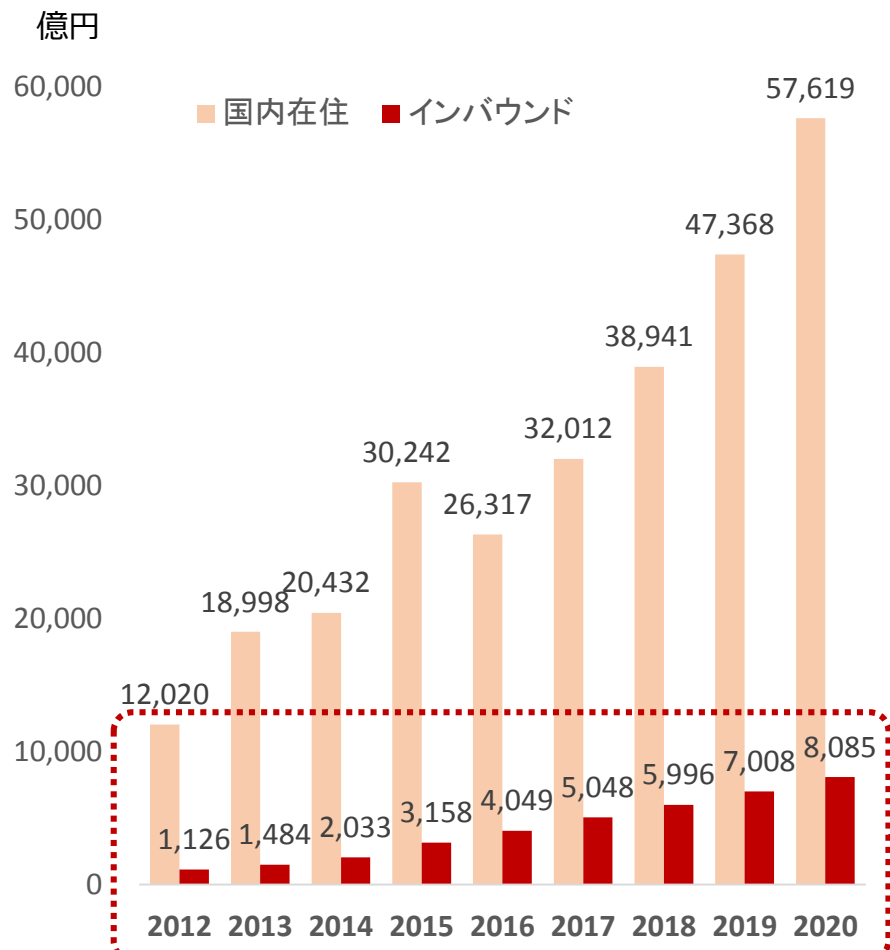
🔗 シェアする

👤 あなた、大山 勝廣さん、斎藤拓也さん、他44人

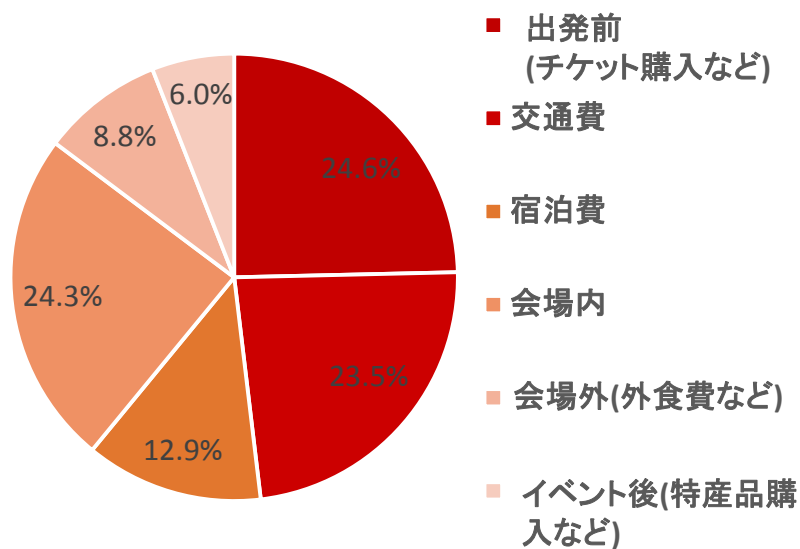
# インバウンド × 祭の市場規模

祭を活用したインバウンド受入整備が進めば、経済波及効果として、**2020年に約8,000億円**に成長すると試算しました。

## 祭関連イベントの来場者消費規模推移



## 祭関連イベントでの消費内訳



出発前からイベント後まで、  
周辺産業での需要が広く発生する

出所: 日本イベント産業振興協会『平成28年イベント消費規模推計報告書』を元にオマツリジャパン推定

# 2020年に向けてのゴール

日本の祭を世界に輝く魅力として整備し、地域で生きる人々・周辺産業の活力を生む場所と位置付けることを目指します。

オマツリジャパンが目指す祭の未来(2020年に向けて)

祭の  
特性

伝統

慣習・物品含め伝統が  
保存されている場所

娯楽

「非日常」を「無礼  
講」で楽しむ場所

経済

関係者が協力して場を  
創り、経済を回す場所

■ 海外に訴求できる文化  
発信の仕組みができて  
いる！

■ 世代・バックグラウン  
ドを超えて楽しめるエ  
ンターテイメントに！

■ 地域産業がビジネスで  
機会を得られる構造が  
祭を中心に構成！  
■ コミュニティが復活  
し、若者が帰ってくる  
きっかけになり、魅力  
的な観光資源に！

2020に  
あるべき姿

インバウンド需要取り込み

訪れた土地固有の文化を地  
元住民と共に体験できる祭

相乗効果

地方創生

地域のヒト・モノ・カネの  
活性化を生み出す祭

# 祭の観光活用に向けた具体的な提言

## 祭の観光活用に向けて官民一体となって早期の環境整備が必要

祭の観光調査、プロモーション、受入実施の多方面から進める必要があるが、特にボランティアで運営される祭主催者のサポートがないと拡大は難しいです。

	調査	プロモーション	受入実施・おもてなし
<b>観光庁</b>	<b>基礎データの整備</b> <ul style="list-style-type: none"><li>国内及び諸外国での祭観光活用調査</li></ul>	<b>効果的な誘客プロモーション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>外国人向け祭88選の選定</li><li>メディアファムトリップ実施</li></ul>	<b>主催者受入サポート</b> <ul style="list-style-type: none"><li>外国人対応可能な人材確保</li><li>育成のノウハウ集作成</li><li>外国人参加できる祭の選出</li><li>古民家や農泊事業との連携</li></ul>
<b>民間</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>古民家や農泊事業を強化するコンテンツとしての連携枠組みづくり</li></ul>	祭旅行商品のプロモーション	<b>体験型旅行商品造成</b> 祭と地域の食や宿泊、物産等を絡めた旅行商品造成
<b>主催者</b> <ul style="list-style-type: none"><li>市役所</li><li>商工会議所</li><li>観光協会</li><li>青年会議所</li></ul>	基礎データの整備への協力	<b>主催者主体のプロモーション</b> <ul style="list-style-type: none"><li>多言語対応のHPやSNS整備</li></ul>	<b>受入・おもてなし</b> <ul style="list-style-type: none"><li>参加枠の設定</li><li>参加料、観覧料の設定</li><li>コンテンツの企画運営</li></ul>
<b>サポート</b>	<b>主催者向けの運営サポート</b> <ul style="list-style-type: none"><li>地域内での消費額を向上及び健全運営に向けた体制と仕組みの整備</li></ul>		