

車座 2019

株式会社オマツリジャパン

お祭りクリエイター 菅原 健佑氏

1992年生まれ 宮城県仙台市出身、アクセント株式会社にて大手企業へのアウトソーシング等の業務改革ソリューション提案・実行支援業務に従事。

参画以前からオマツリYoutuberとして活動しているくらいのお祭り好き。お祭りに携わる人々の懸命な姿やカッコいい表情を一人でも多くの人に知ってもらうため、日夜お祭りで頭を一杯にしている。

株式会社オマツリジャパンとは

お祭りを盛り上げることで日本を盛り上げる、日本唯一のお祭り主催者のサポート専門会社。お祭りの企画・運営サポートから、企業向けのプロモーション、情報配信サイトや主催者向けサイトの運営など幅広く行う。お祭りを通して、人と人のつながり、ワクワク感、地域の魅力発信、経済活動に貢献していく。

お祭りが秘める

魅力・可能性

日本に存在するお祭りの数、推定約30万。これは世界でも群を抜いている。日本人の誰しもの原体験であることが、お祭りの可能性の一つだと菅原さんは言う。

コンサルティング会社に勤めるかわらプライベートで日本全国のお祭りを廻る中で、各地域のお祭りの魅力や、抱える課題に気付いた菅原さん。持続可能なビジネスの手法でお祭りの課題を解決できないかと考えていた折にオマツリジャパンと出会い、参画した。

オマツリジャパンではお祭りの魅力・可能性をもとに、実際のお祭りの企画・運営のサポートから、お祭り情報のWEBプラットフォームの作成など、幅広く事業を展開している。地域のお祭り一つひとつを盛り上げることで、地域からさらに日本全体を盛り上げようというのがオマツリジャパンのミッションだ。

少子高齢化、赤字…

お祭りが抱える課題

大きな魅力と可能性を秘めたお祭りであるが、深刻な課題と直面し、開催取りやめとなる事態もまた数多く発生している。問題を抱えるお祭りに大小は関係なく、有名な青森のねぶた祭も2016年度は収支が赤字、お祭りの踊り手である跳人も10万人から減少を続け4.9万人に、観客は3割減少している。

菅原さんは、少子高齢化による担い手不足など「ヒト」の問題、マンネリで集客力低下という「モノ」の問題、協賛減で資金不足という「カネ」の問題、地域外でのPR不足など「PR」の4つの面からお祭りが直面する課題を捉えている。この課題解決にはお祭りとの「関わり方」を今一度見直すことが重要であると言う。

協賛企業との関わりを例に挙げると、これまでは、企業は協賛金を支払い、企業名が入った提灯や木札を掲げる、受け身的なお付き合いの関わりに留まっていた。この関わり方を、より企業に実のあるマーケティング活動へと能動的に変えていこうというのだ。

あるたばこメーカーは、喫煙規制の厳しい昨今、地域の飲食店等でのように営業を進めていくが苦悩していた。そこでオマツリジャパンと連携し、地域を溶け込む実践的な社員教育を目的に祭りの運営メンバーの一員として地域のお祭り支援を行ったところ、互いに顔が見える関係性となることで信頼感や責任感が生まれ、実際の販売プロモーションにも効果が表れ、双方にメリットのある結果となった。

お祭りには地域経済のハブ・起爆剤になりうる強みがある。先に挙げた青森のねぶた祭も、経済波及効果は238億円にのぼる。この強みを生かし、観光資源としての活用、企業や製品と連携したプロモーション等、今後も新たな活用方法が生まれていこう。

まずは地域参加の

第一歩を

これまで民間の力に支えられ、伝統として、地域が密接に繋がる場として存在し続けてきた日本のお祭り。そこには様々な地域活性のカギが眠っている。

お祭りに限らず、地域には非営利団体、町内会、PTAなど、地域のハブ・起爆剤になりうる強みがありながら、存続が危ぶまれる行事・組織はお祭りに限らず存在している。

企業の能動的な関わりがお祭りや企業の双方にメリットを生んだ事例のように、デンソーグループ社員一人ひとりが能動的に地域の行事・組織に関わっていくことでも、地域活性と自己成長に繋がるだろう。

あなたも、地域参加の第一歩を踏み出してみませんか？まずは、地元の行事に少し足を運んでみる所から。

【オマツリジャパンHP】

<https://omatsurijapan.com/>

【 Facebook 講演アーカイブ動画】

<https://www.facebook.com/DensoHeart/videos/674289229763725/>