



「祭り留学」事業担当  
すがわら けんすけ  
菅原 健佑氏

# 関係人口を醸成する「祭り留学」 04

## 株式会社オマツリジャパン

### Data

所在地：東京都練馬区 設立：2015年  
 資本金：91,375千円 従業員数：20人  
 事業内容：祭りを活用したプロモーションやブランディングの立案企画、祭りの企画運営サポート、祭り団体の出演コーディネート、祭りメディアの運営

### 🔦 ここがポイント！

- 地域コミュニティと協働し、観光を通じた地域活性化を推進
- 祭りを関係人口創出の機会と捉え、新たなビジネスモデルを構築

## 1. 企業概要

株式会社オマツリジャパンは、日本初の「お祭り専門会社」である。お祭りを起点に、地域課題の解決や地域コミュニティ活性化に資するさまざまな取組を行っている。お祭りに関する情報発信ポータルサイト「オマツリジャパン」の運営から、お祭りの運営サポート、観光コンテンツの開発など、事業内容は多岐に渡る。

## 2. 取組の背景

### お祭りを関係人口創出の鍵に

地域活性化を実現させる鍵は、「関係人口の創出」だと菅原氏は語る。地域の外に住みながら地域のファンとなる関係人口を増やすには、①地域の魅力を知ってもらうこと、②地域コミュニティと交流してもらうことの2つが必要だ。今も昔も変わらず地域コミュニティの中心であるお祭りは、この二つ同時に叶えることができる、まさに最適なコンテンツである。実際に、同社のスタッフの多くは、お祭りへの参加を機に現地コミュニティとの交流が生まれ、その後もその地域に通うようになったという実体験がある。

観光客にとってこれまでのお祭りは、あくまで開催当日に楽しむコンテンツに過ぎなかった。そんな従来の概念に捉われず、地域外の人がお祭りの開催前から地域コミュニティに参加できる仕組みを作ること、継続的な送客を実現できると考えた。

## 3. 取組の内容

### 開催前から祭りに参加する「祭り留学」

「祭り留学」は、JR東日本スタートアップ株式会社が主催する「JR東日本スタートアッププログラム2020」で採択されたことを機に始まった。主なターゲットは、地域での観光交流や地方への移住定住に関心のある都市圏在住者だ。オン・オフライン両方を活用し、お祭りの開催前から地域コミュニティとの交流会やイベントを開催することで、地域住民と交流しながら伝統文化を学んでもらう。2022年2月には、秋田県男鹿市での「男鹿のナマハゲ」をテーマとする祭り留学の実証事業が無事に終了した。



### 連携① 投資会社

関係人口を増やす目的の「祭りJR東日本スタートアップ株式会社と協働で始めた「祭り留学」は、都市と地方間の人流を促進するため、旅客サービスとのシナジーが高い。ゆくゆくは、JR東日本の交通インフラと連携したサービス提供も視野に入れている。

### 連携② 観光協会

男鹿市の実証事業では、男鹿市観光協会DMO推進室と連携。表面的な観光消費ではなく、地域の本質的な文化・伝統を伝えることに重きを置いた本プログラムは、地域の担い手の協力が欠かせない。しかし、地域の外から見知らぬスタッフがやって来て、いきなり住民の信頼を得ることは難しい。そこで、観光協会の力を借り、地域内の取りまとめや、地域の担い手との調整を行った。



▲秋田県男鹿市での実証事業の様子

## 4. 工夫した点

### 地域住民の理解を得るために

“地域のために”と大手を振って動いても、当事者である住民から受け入れられなければ、その事業は本末転倒だ。その点をよく心得ていたからこそ、地域住民の理解を得る努力を惜しまなかった。

#### ①事前イベントによる実績づくり

地域コミュニティの信頼を得るために、まずは実績が必要だと考えた。男鹿市の実証事業では、事業開始前に、実験的にオンラインイベントを実施。これにより、興味関心の高いユーザーを集められるかどうかを検証すると同時に、地域の担い手に手応えを感じてもらった。

#### ②地域住民に協力依頼

多くの地域では、伝統文化の観光活用に積極的な意見がある一方、観光コンテンツとして消費されることを懸念する声もあり、地域住民の間でもさまざまな意見が存在する。そこで、男鹿市の実証事業では、保存継承に課題意識を持つ担い手に参加してもらうことで、観光体験に留まらない、本質的ななまはげ文化のプログラム造成を目指した。

男鹿市の人々にとって、民俗行事「男鹿のナマハゲ」は地域の宝だ。彼らのなまはげへの想いを尊重し、単なるコンテンツの消費にならないプログラムの趣旨を伝え続けたことで、不信感の解消に繋がり「祭り留学」は男鹿の人々に受け入れられた。

## 5. 成果

### リピーターの創出に成功

男鹿市の実証事業は、のべ150名の参加者を記録した。期間中に2回開催したオフラインイベントでは、1回目の参加者の50%が2回目も再訪。半年間に男鹿市を2度訪れたリピーターを創出できたことは、関係人口の増加という目的に適う成果だ。また参加者アンケートでも、地域への興味関心がイベントを重ねるごとに深まっていったことも分かった。事前にオンラインイベント等で地域のことを理解してもらう機会を設けたことが、地域への貢献意識が強い参加者を多く集めることに奏功した。

当初は懸念を抱いていた地域の担い手からは、「やってよかった！」との声が寄せられた。約半年間の実証事業を経て、地域にとって納得のいく観光プログラムになったことを実感できたという。

## 6. 今後の展望

### 地域と協働し、伝統文化を未来に繋げる

「祭り留学」は法人・団体向けプログラムも提供が始まり、地方創生やSDGsに関心のある企業から好評を博している。菅原氏は、「祭り留学」は地域コミュニティの担い手不足解消や伝統文化の継承といったテーマに、大いに貢献できる取組だと力強く語る。

今は実証事業を終えたばかりの段階だが、今後は持続的な収益確保のため、マネタイズ面を含めたサービス体制やプログラムを強化し、全国各地への展開を見据える。

取組の関連情報はこちら

・株式会社オマツリジャパンHP「祭り留学」  
<https://omatsurijapan.com/feature/matsuriexperience2021oga/>

