



Title	YOSAKOIソーラン祭りというスポーツイベント
Author(s)	石本, 千晴
Citation	北海道大学大学院教育学研究院紀要, 123, 189-200
Issue Date	2015-12-25
DOI	10.14943/b.edu.123.189
Doc URL	<a href="http://hdl.handle.net/2115/60579">http://hdl.handle.net/2115/60579</a>
Type	bulletin (article)
File Information	AA12219452-123 (15).pdf



[Instructions for use](#)

# YOSAKOIソーラン祭りというスポーツイベント

石本千晴\*

## 【目次】

1. はじめに
  2. YOSAKOIソーラン祭りの現状
    - 2.1. お祭りとイベント
    - 2.2. 拡大を続けていた頃のYOSAKOIソーラン祭りの実態
    - 2.3. YOSAKOIソーラン祭りのスポーツイベント化
  3. YOSAKOIソーラン祭りというスポーツイベント
    - 3.1. スポーツイベントの経済効果研究の概観
    - 3.2. YOSAKOIソーラン祭りに対する私論
- 引用・参考文献
- 【キーワード】 YOSAKOIソーラン祭り, スポーツイベント, お祭り

## 1. はじめに

北海道札幌市には、いくつかのメガスポートイベントが存在する。その中の一つにYOSAKOIソーラン祭りというイベントがある。このイベントは20年以上の歴史を有し、今日では道内外より100チームが参加するメガスポートイベントである。こうした歴史の中で、2006年、北海道夕張市のYOSAKOIソーランチーム「夕張寅次郎」が解散した。夕張寅次郎は、1996年に夕張市を宣伝し活性化することをテーマに夕張市役所のメンバーを中心として作られたチームであった。最盛期には札幌にも班を設け、総勢150人の大所帯チームの一つであり、YOSAKOIソーラン祭りでファイナル優秀賞を受賞するほど名実ともに力のあるチームであった。受賞チームの多くは、札幌市内で活動するチームであった。その中で、夕張市という地方チームの活躍は、YOSAKOIソーラン祭りのコンセプトの一つである「地域活性化」に適していると言われ、各地方のチームのモデル的存在になっていた。

この夕張寅次郎チームで活動していた方々を訪れてインタビューをすると、「夕張市の経営破綻が大きな原因だったかな」と、チームが無くなった理由として元メンバーの誰もが口を揃えて答えた。夕張市の経営破綻とは、2006年の夕張市財政再建団体の指定を国に申請したことである。このことは記憶に新しいが、なぜ夕張市の経営破綻とともに一つのスポーツチームまで終わりを迎えなければならなかったのか。本稿では、フィールドの現実から浮上したこの問いを追求する前段階として、まずはYOSAKOIソーラン祭りの現状を整理することを目的とした。

---

\*北海道大学大学院教育学院  
DOI : 10.14943/b.edu.123.189

具体的には、(1) 先行研究より、お祭りとイベントの定義をそれぞれ整理することで、YOSAKOIソーラン祭りがスポーツイベント化した現状を押さえる、(2) 経済・経営的側面からみた場合、スポーツイベントの経済効果への疑義を述べる、(3) 上記2つを踏まえて、YOSAKOIソーラン祭りに対する私論を展開する、の三点とした。

## 2. YOSAKOIソーラン祭りの現状

### 2.1. お祭りとイベント

現在、新聞やインターネットに多くの‘お祭り’という文字を見かける。神社のお祭りや地域のお祭り、各大学で行われる学園祭まで様々なお祭りが世の中に存在している。また、その目的も地域の神社を祀るものから販売促進の為のものまで様々である。その儀式や目的と同じように、お祭りの定義も様々であった。そこでまず、これまでのお祭りの定義を吟味し、お祭りの定義を整理した。

佐々木(2007)は、「お祭りは、神仏などを祀るために行われており、また、地域社会から自発的に運営されている、もしくはされていたもの」と定義していた。また、鈴木(2011)も「神のもとに平等に保証されるとの観念を認め、こうした観念を継続的に保証する儀礼だ」としていた。これより、「お祭り＝起源が神仏に関係する行事」ということが考えられた。

しかしながら、岐阜県で行われる郡上踊り祭りや徳島県の阿波踊りなど、文化庁(2013)が‘お祭り’と指定しているものの中に起源が神仏に関係していないものが存在した。例えば、郡上踊り祭りのように文禄四年の朝鮮戦役の勝利を祝って行われたものや阿波踊りのように城下町で町人が踊っていた(小林,2005)のが発祥のお祭りが存在している。これらを‘お祭り’と捉えるならば、起源が神仏に関係しているという佐々木や鈴木らの定義は、お祭りとは言い切れないことがわかる。

また、Holst(2010)は‘イベント’を「ある目的を持つ人、団体、企業がその目的を達成するために特定の場所と機会、期間に多くの人々を対象として適切な行事や催事を企画して、計画を採択して構築するのがイベントである」と定義し、‘イベント’と対峙する手法より‘お祭り’を捉えていく方法を提案していた。

さらに、小松(1993)は「祭りは全体的社会的事実であり、宗教性、政治性、経済性、共演性、芸能性、象徴性などの多様な性格を内包する複合現象であるということ、絶えず念頭におかなければならない」と述べていた。また、今村(2008)は「日本の祭りとは、様々な建前を持つものである。家内安全、町内安全、大量満足など参加者全体の幸福を祈願するもの、神や先祖、死者の慰撫などは主要なものであり、さらに安産、学力増進などありとあらゆる個人的現世利益なども前述の集団建前として公認されている」と述べていた。これらより、‘お祭り’とは様々な建前や性格を持つものであることがわかる。もっと言えば、その建前の内容から‘イベント’と‘お祭り’の区別ができるものと考えられる。例えば、宗教性と芸能性を含んでも主催者が目的を達成するために開催したものは‘イベント’であるし、目的を参加者主体で考えられないものは‘お祭り’ではないのである。これまで著者(石本,2014)も、主催者の目的的手段となっているものを‘イベント’であるとし、「地域に根付き、独自の文化を持つ

しており、目的を参加者主体で考えているもの」(佐々木, 2007)を‘お祭り’と捉えるべきであると述べてきた。

他方、今村(2008)は「日本の民俗学において祭りとは、『日常(ケ)から非日常(ハレ)への転換の時空間』であるとされている。また、高齢者から見れば、民俗学的な意味でのライフサイクルの節目であり、地域の年中行事のひとつである」と‘お祭り’を定義したのもも存在した。つまり、日常を非日常に替えるものが‘お祭り’であるという定義である。Holst(2010)も‘お祭り’を「祭りは社会的な催しでありながら、無秩序と興奮を契機として、日常からの離脱傾向を含んでいる。それと同時に祭りは、民俗文化と日常の一部でもある」と定義していた。つまり、日常からの離脱できる空間を所有した民俗文化的要素が含まれているものが‘お祭り’なのである。これについては、祭りが非日常の空間であることは、一度でもお祭りに行ったことのある者であれば容易に理解できよう。

これらを踏まえると、お祭りとは以下の三点の条件をすべて満たすものと定義できた。

- ①日常から脱することのできる時空間を持つもの
- ②地域に根付き、独自の文化を持ち、地域社会から自発的に運営されているもの
- ③目的を参加者主体で考えているもの

上記の内容を用いて、以下ではYOSAKOIソーラン祭りが‘お祭り’として成立しているのか、祭りという名のイベントではないか検討していくこととした。

## 2.2. 拡大を続けていた頃のYOSAKOIソーラン祭りの実態

YOSAKOIソーラン祭りは、6月上旬の計4日間の期間に、札幌市で行われるお祭りである。高知よさこい祭りの「鳴子」と北海道の民謡「ソーラン節」を組み合わせ誕生し、札幌の大通公園を中心とした舞台上、年齢、性別や職業も様々な人々が集い、各チームの自由な創造性のもと、オリジナリティあふれる演舞を披露するお祭りである。YOSAKOIソーラン祭りの踊りのルールは2つあり、1つ目は「鳴子をもって踊ること」、2つ目は「演舞に使う曲のなかにソーラン節のフレーズを入れること」である。上限人数は150人である。また、会場は、札幌市内に毎年設けられており、約25会場ある。踊り子は、演舞の振り付けや曲のアレンジ、着飾った衣装やメイクはもちろん、地方車(じかたしゃ)の装飾、マイクパフォーマンスなどチーム毎の演出は様々で、またチームの構成も、子どもが多い可愛いチーム、若い男性ばかりの力強いチーム、男性と女性がそれぞれのよさを活かして踊るチームなど、各チームに特徴がある。

YOSAKOIソーラン祭りは、規模が大きくなった時点での高知県のよさこい祭りをモデルとしているため、将来的な課題、対処がはじめから予想、対処できていた。学生が始めたことで利害とは別の価値観を観客や市民が覚えたことももちろんであるが、祭りの創始者である長谷川氏自らが各地の求めに応じ、祭りやチーム作りの相談や紹介に出向いていくことで、祭り当初の理念が理解され、貫かれていたことも、拡大し続けた要因であると考えられる。また、リズムを増幅させる鳴子と原曲である民謡が持つ強い個性が、この踊りの枠組みを明確なものにし、ほかの踊りとの差別化が図れた。1992年に10チーム1000人の参加者から始まり、1996年の第5回で参加団体数が10000人を超えた。1954年に創設されたよさこい祭りは1985年第32回に参加

団体数が100を超え、1983年第30回に10000人を超えた。YOSAKOIソーラン祭りおよびよさこい祭りが開始されてからの二つの祭りの参加人数の推移を比較すると、1997年の第6回にはYOSAKOIソーラン祭りがよさこい祭りの参加者を上回るほどYOSAKOIソーラン祭りは拡大していたことがわかる（表1参照）。また、財源はお金を出してでも参加したいと思えるような活気あるお祭りになりたいという長谷川氏のこだわりで、参加者負担であった。観客動員数も同様に、第5回で100万人を突破し、第10回では200万人をも超えた。最近では、道外からの参加者や海外からの参加者も目立つため、道外から見にくる観客も増えている。また、学生が始めた利害とは関係のない新鮮な価値観のお祭りとして、市民にも支持されていた。

この頃のYOSAKOIソーラン祭りは、自らお金を出して出場したいという参加者が多く、学生チームや社会人のチームなど様々な人がお祭りに参加していた。それに伴い、YOSAKOIソーラン祭り実行委員会は、会場や敷席を増やすなど多くの人が見に来ることができるように工夫を凝らした。その結果、多くの観客動員数を獲得することに成功した。つまり、拡大していたころのYOSAKOIソーラン祭りは、参加者が増えることで運営側も動き、その結果多くの観客動員数を得る、という参加者が運営側と観客を支えるという、参加者主体のお祭りであった。

表1 第7回までのYOSAKOIソーラン祭りの発展

回	第1回	第2回	第3回	第4回	第5回	第6回	第7回	
年	1992年	1993年	1994年	1995年	1996年	1997年	1998年	
参加数	チーム	10	26	25	48	108	183	280
	人数	1,000	2,500	3,000	4,800	10,000	18,000	19,000
参加地域	道内	4	5	9	17	55	107	132
	道外	2	4	2	4	5	11	20
会場数		3	6	6	7	12	11	25
観客動員	(万人)	20	44	58	76	107	138	160

※YOSAKOIソーラン祭り実行委員会発表資料（2013）より作成

### 2.3. YOSAKOIソーラン祭りのスポーツイベント化

2002年第11回になると、参加チームが徐々に減少し、2015年第24回では270チーム約2万7千人の踊り子の参加に留まり、最盛期から約100チーム減、踊り子は約1万人減少した。YOSAKOIソーラン祭りの創始者である長谷川（坪井・長谷川，2002）は、当時からYOSAKOIソーラン祭りが「参加者主体のお祭り」であることを強調していた。また、チームの演舞を構成していく中で、「既存のコミュニティの序列関係とは全く別な価値観に基づく人間関係ができること」にお祭りとしての意義があるとも述べていた。確かに、スタートから数年間は、YOSAKOIソーラン祭りも北海道の市町村からの参加者という地域住民を多数巻き込んだ‘お祭り’であったといえる（石本，2014）。しかしながら、第11回より40人以下のチームは参加できないという参加制限が設定されたことで、小さな町のチームはその町の構成員だけでは参加できなくなり、近隣市町村と連合したチームで参加する、もしくはチーム自体が解散することを余儀なくされた。つまり、参加者が主体的に参加したくても参加できない形へと変えられてしまったのである。これは、先に述べたお祭りの条件③にYOSAKOIソーラン祭り

が該当しなくなったことを示している。また、第4回から鳴子やビデオなどのグッズ販売が開始、第7回から栈敷席を設置し踊りを見る場所の一部有料化を開始した。このことも、YOSAKOIソーラン祭りの経済・経営に札幌市という行政が介入してきたことを示唆している。

このように、元々存在した賞という形で参加者たちに順位をつけること、どのチームや人でも気軽に参加できなくなったこと、グッズ販売や席の有料化などを契機に、YOSAKOIソーラン祭りは‘お祭り’から‘イベント’へと変化したものと考えられる。YOSAKOIソーラン祭りをはじめ、お祭りの魅力は「参加者主体」である。これは、他の著名なお祭りでも同様であろう。例えば、徳島県の阿波踊りでも「踊る阿呆に見る阿呆、同じ阿呆なら踊らにゃそんそん」という言葉に代表されるように、お祭りの魅力は「参加者主体」にある。このように考えると、踊り子たちが主体的に参加したくても、人数制限を設けられたため参加が不可能になったYOSAKOIソーラン祭りは‘お祭り’ではなく‘イベント’になったということができよう。

ところで、YOSAKOIソーラン祭りに対しては、入賞チームとそうでないチームへの順位づけの存在が祭りをイベント化しているという批判は多いが（北海道新聞、2007）、入賞を目標とするチームや踊り子が多いのも事実である。これより、順位づけというイベント化に同調する参加チームや踊り子が増加することについては、「参加者主体」の一つの形であることは否定できない。一方、順位づけというイベント化に同調しなかったチームや踊り子は、YOSAKOIソーラン祭りから離れることを決意していることが多いと言われている。この立場からみた場合でも、YOSAKOIソーラン祭りは‘お祭り’ではなく‘イベント’であると言える。

一方、大きな問題になっているのがYOSAKOIソーラン祭りへの参加料の高さである。一チームあたり20万円もの参加料が必要で、さらに、衣装代、曲制作代、地方代などを合わせると総額で300万円以上が最低限でも必要になってくるという問題である。こうした経済的負担の問題を理由に、YOSAKOIソーラン祭りから離れることを決意したチームの中には、イベント化したYOSAKOIソーラン祭りに参加したくてもできなかったチームが多く存在していた。それ故、YOSAKOIソーラン祭りは第11回からチーム数や踊り子の参加数が減少してきているが、これにはお祭りのイベント化への批判をこめた不参加と経済的問題による不参加の2つが含まれていたと考えられる。

これらのことから、YOSAKOIソーラン祭りは‘お祭り’とは言えず、イベントとして捉えた方が適しているものと判断できる。現に、現在残っているチームのほとんどが賞を獲ることを目標にしていることは否定できない。一方で、イベント化に対する批判が少なくないのも事実である。そこで次に、スポーツイベントのあり方を経済的方面より検討した上で、YOSAKOIソーラン祭りというスポーツイベントのあり方について私論を展開したいと考える。

### 3. YOSAKOIソーラン祭りというスポーツイベント

#### 3.1. スポーツイベントの経済効果研究の概観

近年、ワールドカップやオリンピックといったメガスポートイベントは、「都市の活性化」

という言葉が旗印に政治や経済と密接に関係してきている。そもそも、メガスポーツイベントが経済と強く結びつくようになったのは、1984年のロサンゼルスオリンピックであった。当時のオリンピック組織委員会メンバーの一人であったピーター・ユベロスが、これまで新聞などのメディアとスポーツによる公共関係（誰でもみることができる）だったものを、公式スポンサーのみに大会公式マークやロゴ等の使用を許可し、独占放送権販売方式を導入した（黒田ら、2006）ことで、商業的關係（料金を払わなければみることができない）へと大きく転換させたのである。このように、ロサンゼルスオリンピックでは赤字続きだったオリンピックというメガスポーツイベントの中に、スポンサーという要素を加えることで莫大な放映権料を獲得することに成功したのであった。さらに1996年のアトランタオリンピックになると、三千万ドルの黒字を挙げ、その収入の59%が放映権料とスポンサーからの協賛金であった（杉本、1998）。

それ以降、オリンピックをはじめとするメガスポーツイベントは、経済効果の高いイベントとしてよみがえり、都市政策や地域政策のツールとして注目される時代になってきたのである（町村、2008）。これにより、メガスポーツイベントの開催都市やその地域社会に様々な経済効果や影響を与えるものと考えられ、これらを対象とした社会学的研究が数多く認められるようになった。

わが国でも、メガメガスポーツイベントに限らず、地域社会におけるスポーツイベントの経済的効果についての研究が数多くなされている。地域社会におけるスポーツイベントは、単なる直接的所得の増加や雇用増加だけでなく、競技場、宿泊施設、インフラ整備や観光産業客など、多種多様な側面でビジネスチャンスや投資機会を発生させ、活発な経済活動を生み出し地域に貢献すると考えられてきた。とりわけ、地域社会の場合は観光産業の経済効果が大きいと言われている。これには、多様な要因が挙げられているが、とりわけスポーツイベントに集まる観光客が次に示す3つの特徴を有しているからであると言われている（須田、1993、1994）。すなわち、（1）平均滞在期間が長い、（2）宿泊料の高い施設を選ぶ割合が高い、（3）滞在中の平均支出が多い、の三つである。その他にも、地域社会にとってスポーツイベントは、（1）観光資源や宿泊施設の少ない地域に支出の多い長期滞在者を誘致できる、（2）観光資源や宿泊施設は多いが利用率の低い地域にとっては利用率をアップできる、（3）観光客は良質だが宿泊施設が不足している地域では、スポーツ観光を契機に必要インフラの整備・改善を促進できるといった経済効果を生起してくれると言われていた。とりわけメガスポーツイベントがもたらす経済効果を狙い、国家間あるいは地方自治体間でメガスポーツイベント争奪戦が生起しているのは承知の通りである。その他にも、市民とスポーツの新しい関係構築が可能になること、市民参加の基盤形成、人間関係のネットワークづくりなどにより良い効果をもたらすと言われていた（柳沢、2006）。つまり、スポーツイベントを通じて、人種、民族、性、年齢、職業、地位、信条などを超えて連帯させることが可能となり、市民と地域社会を心理的に一体化できると考えられてきたのであった。

上述のように、地域におけるスポーツイベントの経済効果の研究がなされてきた。こうした研究が進む中で、メガスポーツイベントがもたらす経済的効果は実は一時的なものであり、むしろ地域に多くの負債を負わせるという負の結果になるのではないかという指摘が認められるようになってきた。

イベントの経済的効果に対して最初に疑義を唱えたのは、地理学者のHallであった。Hall

(1989)は、実施者側がイベントの社会的・物理的な効果を説明する際、過大評価・報告する傾向にあり、その結果として通常の予算要求を超えた要求がなされているが、それらを取り上げたものは存在しないことを指摘していた。同様に、Roche (1992)もイベントにおける経済的効果の強調だけでなくその方法的限界の考察も重要であると指摘した。なかでも公的資金を導入した新スタジアム建設などのインフラ整備による経済効果は、不確かなことが多く地域社会にとってかなり否定的な影響があることを実証した研究が多く認められるようになった(Baade and Dye, 1988 ; Hall, 1992)。

また間宮(2000)は、長期的な計画を立てることなく、地域を元気づけるという想いだけの「思いつき開催」や一時的な経済効果を狙った「人気取り開催」のスポーツイベントが多く、これらを「一過性の花火的効果に留まるイベント」と称し批判していた。とりわけ、多くの観光客を誘致するための施設整備に代表されるハード面がスポーツイベントの代表的な遺産と言われていたが、イベント後の維持費なども含めた長期的に計画を立てた上でスポーツイベントを開催しないと、コストパフォーマンスの真のバランスは不確かになると批判した。

また、シドニー五輪検討委員会(1990)は、第二次世界大戦後の五輪ではモントリオール大会を例外としていずれも黒字を計上しているが、インフラの開発やその他の赤字は地方自治体が負担する形となっていたので、大会自体は黒字でも五輪の経済効果をトータルに計測すると不確かであったことを明らかにしていた。これを踏まえて、委員会は2000年の大会運営を検討する必要があると説明していた。

さらに、佐藤・西村(2004)はスポーツイベントの「開催前と開催中には、巨大な資本を持った企業や各種団体が誘致都市を訪れ、瞬時に多くの利潤を獲得できるビジネスを展開するが、大会の終了とともに跡形もなく開催都市を立ちさるのである。残されたものは、地方の小さな都市における巨額の負債と、これらの負債をすべて背負うことになる住民である。つまり、オリンピックやワールドカップといったスポーツイベントは、それまで数百年といった単位で、地道に築き上げてきたその小さな都市の文化や風土までも、瞬時に変えてしまうのである」と述べ、長期的な経済効果がないどころか地域が活性化する契機になると思っていたものが地域そのものの風土や特徴を壊しかねないということを指摘した。

また、スポーツイベントは地域の人々の関係を根本的に変えてしまうほど大きな影響力と可能性を持つと佐伯(2000)は述べる。例えば、国または市町村の政府が政治的に狭義の経済的利潤を追求して行われるスポーツイベントは、一つのムーブメントには成り得るが、「上からの施策と下からの要求との間にある種の齟齬をきたす」可能性が常に存在することを説明した。つまり、狭義の経済的視点からスポーツイベント開催を決めた場合、経済的利潤を追求する国や市町村、チーム上層部の人たちと、単にスポーツを楽しみたい参加者や競技に純粋に向かう参加者との間に亀裂を生み、地域の内部対立に発展する可能性があるのである。

以上のようなスポーツイベントの経済効果に対する批判的な意見を挙げつつ、須田(1994)は「スポーツイベントを地域社会の長期的観光開発計画の一部として位置づけ、地域住民を多数巻き込んだ、かつ地域住民がコントロールできる『地域密着型のイベント』とすること」がきわめて重要であると述べていた。つまり、スポーツイベントは、その規模が大きくなればなるほど経済面や社会面、さらには教育面なども含めて長期的な計画が必要になってくると主張していたのである。



### 3.2. YOSAKOIソーラン祭りに対する私論

ここまで、YOSAKOIソーラン祭りは一つのスポーツイベントになってきたことを述べてきた。また、スポーツイベントを真に地域に根付かせるためには、経済面や社会面、さらには教育面も含めて長期的な計画が必要になってくることも押さえてきた。そこで最後に、YOSAKOIソーラン祭りというスポーツイベントに必要な長期的計画とはどうあるべきか、私論を述べてまとめにしたいと考えた。

YOSAKOIソーラン祭りは、「地域活性化」を期待して作られたスポーツイベントである。このスポーツイベントを用いて「地域活性化」を狙うのならば、スポーツイベントの効果を狭義の経済にのみ求めて自己完結してしまうのではなく、地域におけるスポーツイベントを「文化」として形成していくという視点を取り入れるべきである。

「文化」とは、辞書的（新村，1983）な意味では「人間が自然に手を加えて形成してきた物心両面の成果」であり、「経済活動を含めて人間が自然の世界に働きかけ、社会を形成し生活様式を作り上げていくこと」と言える。経済も文化の一環として捉えることができる。経済を文化という観点から見ると、経済の源となり得るものでも人間が手付かずにいる自然そのものや天然資源などは文化ではない。自然や天然資源に人間が働きかけ、利用可能にすることで文化となり、さらにそれが生活となるのである。

ニーバー（1951）は文化の特徴を4つあげている。一つ目は、社会的遺産として受け継がれ伝達されるということである。文化は経済的に考えても、宗教的に考えても、「社会を形成し生活様式を作り上げていく」ことから人間の社会や生活と不可分である。また、一時的なものではなく、持続できる社会や生活である必要がある。故に、受け継ぎ伝達されるものが文化なのである。二つ目は、自然に手を加える、自然の世界に働きかけることから、自然とは区別されたものである。三つ目は、文化は、目的を持っている価値の世界であるということ、さらに四つ目は価値において多元性を持っているものである。つまり、文化は経済だけではなく、教育や政治、宗教など、様々な要素から成り立っているものなのである。

これら4つの特徴から考えると、狭義の経済に特化したスポーツイベントは、「文化」になり得ないことがわかる。藤本（2011）は、「地域の経済的、精神的、文化的な受益のことを『地域経済』とよぶことにする。そして、経済的自立の向上を前提として、継続的に地域利益を得られる構造を作ることが地域活性化である」と述べ、地域を活性化させるものが経済だけではないと主張していた。

また、山本（1992）は「市場経済の諸力が支配的となり、カネの力に依存する地域経済の行き方を克服する鍵が示されている。しかし一般的には、カネがもたらす魅力ある世界を一度知ってみれば、カネの世界を遮断していたものが国家であっても、硬く強い伝統的な観衆の力であっても、内面的な既判力を失ってくる限り、カネのルールが強力に働くことが、地域経済の独立性を維持させなくする。・・・地域間の経済格差が広がるにつれて、内部的独立性を不可能にして外部の経済に大きく影響を受けざるをえなくしている」と述べ、地域を発達させるには経済と切り離すことも必要なのではないかと主張していた。しかし、文化の中に経済が含まれている以上、地域の文化的特性が市場経済の力である程度支えられているため、経済と完全に切り離すことはできないものと考えられる。現に、市場経済のおかげで経済的豊かさを得ることができるというメリットが存在している。しかし、地域の中の資源や住民など、その地域の特性を無視しては、地域の活性化は始まらない。そこで必要となるのが、地域の内部にある、経

済を動かしていくに足るなんらかの力であると考え。この力を、山本（1989）は「内発性」と名付けていた。市場経済に対して「内発性」が弱すぎると、その地域の文化的特性はなくなってしまうのである。都市部の金銭収入とは違う、金銭や効率だけではないものも含めた経済的豊かさが地域には必要なのである。

鶴見（1989）は、地域や農村の発展において、「地域住民の自己改革と主体性を重んじる」という意味で「内発性」を重視し、「内発性は文化遺産の創造であり、科学・技術・産業構造のほかにも、人間関係の構造、生活様式など様々な側面において重要である」と述べていた。

上述の内発性を重視し考えられたのが、内発的発達論である。内発的発達とはそれぞれの個人の目標としての可能性を十分実現できる条件を作り出すことが重要であり、そこに至る経緯と、目標を実現する社会の姿と、人々の暮らしの流儀とは、それぞれの地域の人々および集団が、固有の自然生態系に適応し、伝統に基づいて、外来の知識・技能・制度などを照合しつつ、自律的に創出するものである。一方、同じ代表論者である宮本（1989）は、内発的発達を「地域の企業・組合などの団体や個人が自発的な学習により計画を立て、自主的な技術開発をもとにして、地域の環境を保全しつつ資源を有効に利用し、その文化に根差した経済開発をしながら、地方自治体の手で住民福祉を向上させていくような地域開発」の姿であるとしていた。

「内発的発達」とスポーツ開発との関係を考えてのが、松村（1993）である。彼は、スポーツが提供する「場」が内発的発展を可能にすることを基本として、「スポーツ活動そのものを地元の人々が大いに楽しみ、その上で地域における様々な資源開発に機能する」とした。松村は、地域にスポーツを誘致するにあたって、「暮らしの場」からの視座が大切であるとした。スポーツイベントやゴルフ場などスポーツの場である前に、地域の人たちの暮らす場なのである。

さらに、地域づくりの経済的側面より社会的な活性化に重点を置き、スポーツによる地域づくりを観察した。「外からの資本力に頼った地域の開発は、その土地の人々の『創造力』を枯渇させてしまう」とし、地域の住民がスポーツを誘致することの是非を考えなければならないとした。例えば農業しか財源がない地域を振興させようとゴルフ場を誘致する、という話においても「その地域にとって本当にゴルフ場が必要なかを責任持って考えられる主体はその地域に根を張って暮らす人以外にはありません。」と松村は述べる。伝統的な地域の文化との関係性をないがしろにしたスポーツイベントによる地域振興計画は問題だらけであるからだ。

地域を発展させるには経済だけに特化するのではなく、多元的に、地域の住民の内発性を重視し、地域の伝統をもとに、新しい「文化」を創造していくことが鍵であるといえる。つまり札幌の活性化を目的として始まり、夕張市でも市の地域活性化をテーマとして用いられたYOSAKOIソーランというスポーツイベントは、それぞれの地域で「文化」として自立することが求められている、と言える。

以上のことから、夕張寅次郎チームの解散にYOSAKOIソーラン祭りのスポーツイベント化が直接的に関係しているとは言い切れないものと考えられた。つまり、元夕張寅次郎チーム所属の方々へのインタビューに「夕張市の経営破綻が大きな原因だった」と誰もが口を揃えて答えたことを考えると、チームの解散は夕張市という地域に何らかの問題があったと言えよう。あるいは、夕張市の経営破綻とは関係なく、チーム内に何らかの問題があった可能性も現時点では否定できない。今後、夕張市や夕張寅次郎チーム関係者への調査を進めていくことで、なぜ夕張市の経営破綻とともに一つのスポーツチームまで終わりを迎えなければならなかったの

か追求していきたいと考える。

## 引用・参考文献

- Baade,R.A.,& Dye,R.F. (1998) Sports Stadiums and Area Development:A Critical Review. *Economic Development Quarterly*, 8:265-275.
- 文化庁. 文化財. <http://www.bunka.go.jp/seisaku/bunkazai/>, (参照日2013年9月10日).
- Hall,C.M(1989)The Definition and Analysis of Hallmark Tourist Events. *GeoJournal*, 19(3):263-268.
- Niebuhr,H.R. (1951) *Christ and Culture*. Harper & Row:New York, 21-32.
- 北海道新聞 (2007) YOSAKOI好き?嫌い? (2007年6月7日付札幌版).
- 藤本理弘 (2011) 情報化による地域活性化の可能性. *地域政策研究*, 13(4):147-157.
- 今村敬子 (2008) 祭りを通じた異世代交流の地域共生研究. *正眼短期大学研究紀要*, 5:1-31.
- 石本千晴 (2014) YOSAKOIソーラン祭りの現状と課題. 北海道大学教育学部卒業論文.
- 黒田勇 (2006) W杯における「待ち伏せ広告」の意味とその社会的インパクト. *関西大学社会学部紀要*, 38(1):159-174.
- 小林勝法 (2005) 観光資源としての阿波踊りの成立過程とその要因. *文教大学国際学部紀要*, 16(1):91-92.
- 小松秀雄 (1993) 祭りの原理と組織構成 (序論). *論集*, 40(2):15-39.
- 間宮聰夫 (2000) スポーツイベントの展開と地域社会形成—ウィンブルドン・テニスからブンデスリーガ・サッカーまで—. 不昧堂:東京, pp.24-29.
- 町村敬志 (2008) メガ・イベントと都市開発—「時代遅れ」か「時代先取り」か—. *都市問題研究*, 60(11):3-17.
- 松村和則 (1993) *地域づくりとスポーツの社会学*. 道和書院:東京, pp.110-121.
- 宮本憲一 (1989) *環境経済学*. 岩波書店:東京.
- Roche.M (1992) Mega-events and Micro-modernization:On The Sociology of The New Urban Tourism. *The British Journal of Sociology*, 43(4):563-600.
- 佐伯聰夫 (2000) スポーツイベントの展開と地域社会形成—ウィンブルドン・テニスからブンデスリーガ・サッカーまで—. 不昧堂:東京, pp.29-32.
- 佐藤勝弘・西原康行 (2004) ワールドカップ新潟開催における住民の意識変容に関する研究. —特にボランティアの意識を中心として—. *新潟大学教育人間科学部紀要人文・社会科学編*, 6(1):169-176.
- 佐々木健 (2007) 長く続くお祭りの条件—祇園祭を例に—. *早稲田大学商学部卒業論文*:4-11.
- 新村出 (1983) *広辞苑第三版*. 岩波書店:東京.
- 杉本厚夫:日本スポーツ社会学会編 (1998) 変容する現代社会とスポーツ. 世界思想社:京都, pp.6-7.
- 須田直之 (1994) 地域社会におけるスポーツの役割. *都市問題*, 85(12):20-24.
- Holst.S (2010) 祭りからイベント観光へ. *福岡女子大学文学部紀要*, 74:61-84.
- 鈴木章生 (2011) 都市祭礼の伝統と変容. *目白大学人文学研究*, 7:97-115.
- Sydney Olympic Games Review Committee (1990) Report to the premier of New South Walls, 11 December.
- 坪井善明・長谷川岳 (2002) YOSAKOIソーラン祭り—街づくりNPOの経営学—. 岩波書店:東京, P.162.
- 鶴見和子 (1989) *内発的発展論*. 東京大学出版会:東京.

徳島市広報広聴課. 阿波踊り. <http://www.city.tokushima.tokushima.jp/kankou/awaodori/> (参照日 2015年6月8日).

柳沢和雄 (2006) 鹿島開発をめぐる生活課題とスポーツの組織化に関する研究—地域開発政策からスポーツ政策への変容をめぐって—. 体育・スポーツ経営学研究, 20(1): 17-28.

山本栄一 (1989) 過疎問題の財政経済分析序説. 経済学論究, 43(3): 235-252.

山本栄一 (1992) 過疎地域活性化と「内発的発展論」. 経済学論及, 46(1): 41-57.

YOSAKOIソーラン祭り組織委員会. 公式HP. [www.yosakoi-soran.jp/](http://www.yosakoi-soran.jp/) (参照日2013年12月16日).

## The sporting event called YOSAKOI Soran Festival

Chiharu ISHIMOTO

### Key Words

YOSAKOI Soran Festival, Sporting event, Festival

### Abstract

YOSAKOI Soran Festival began in Sapporo City in 1992 and has become a symbolic festival in Sapporo City. YOSAKOI Soran Festival held by students impressed with YOSAKOI Festival held in Kochi City in Hokkaido University. It is expected that the YOSAKOI Soran Festival can invigorate the local communities of Sapporo City. But, recently, the purpose of the YOSAKOI Soran Festival is changing. Goods sale began with the fourth festival, and people should charge for the shows from the seventh festival. At first, the Festival was managed by students in Hokkaido University, but now it is held by Sapporo City. The festival becomes an event for the purpose of the economic profit now. I think that will be a problem why the local team of Yubari City has been disappeared.

The purpose of this report is to have a clear grasp of present conditions of YOSAKOI Soran Festival as a preparation to solve the problem. Specifically, for three points (1) To have a grasp of the present conditions of YOSAKOI Soran Festival by defining festival and event clearly. (2) To make a suggestion that sporting events have effects to economic or not. (3) I express my view of YOSAKOI Soran Festival based on the above.