

コロナ禍での「東京高円寺阿波おどり」の歩み (NPO 法人東京高円寺阿波おどり振興協会)

1. 背景

令和2年夏、新型コロナウイルス感染症拡大を受け、高円寺阿波おどり夏の大会は昭和32年の開始以来、初めての中止となった。高円寺阿波おどりは、現在のパル商店街の青年部が商店街の振興策として始めたものだ。お隣、阿佐谷の「七夕祭り」の成功に触発され阿佐谷に負けない祭りをと考えたものの、神輿は高価すぎるし、ヤグラを組もうにも商店街は狭い。その時、誰かの「四国の徳島というところには、道を踊りながら進む踊りが有るらしいよ」との声から高円寺での阿波おどりが始まった。それから63年、高円寺阿波おどりは踊り手1万人、観客100万人を集める東京の夏の風物詩にまでなった。

2. コロナ禍で「東京高円寺阿波おどり」はどうしていたのか？

■ 今だからこそできることをやる

新型コロナウイルスの世界的流行が始まった令和2年の初め、多くの人々がこの流行が一時的なもので収まると期待していた。そのような中で、高円寺阿波おどりは早々に収束後を見据えた取り組みを開始した。せっかくだからこの時期でなくてはできないことに取り組もう。こうして作成されたのが、プロジェクションマッピングを取り入れた新コンテンツ「光も踊る 東京高円寺阿波おどり plus」だ。阿波おどりは発祥の徳島では400年以上続く伝統的な芸能だ。その伝統芸能にデジタルのプロジェクションマッピングの演出を掛け合わせてみようかとチャレンジしたものである。

しかし、コロナ感染の波は繰り返し、せっかくだから作った新コンテンツも一般向けの公演ができなくなってしまった。そこで今度は、活動の場をオンラインに移し、東京2020大会後の誘客も目指して外国人を対象に実施。4回の公演で台湾、中国、アメリカ、ロシア、ベトナムなど国内外の1500人もの観客を魅了した。※1

※1 「区市町村観光インフラ緊急整備支援補助金」を活用

出演した朱雀連連長の井上氏は、新技術の導入についてこう言う。「それはそれで面白いし最初は目新しいかなと思うのですが、観客はすぐに慣れるので、更新していかないといけません。例えば、商店街の様子をプロジェクションマッピングで表現したり、高円寺の街だからそんなふうに進化していったらもっと楽しいんじゃないかなと話しています。」と先を見据える。また、同じく出演連の江戸っ子連連長平野氏はオンライン実施について、「阿波おどりは『流し』でも『舞台おどり』でも、どこで誰が見ているかわからない。人っ子1人いない商店街で踊ったこともある。ですから、オンラインでも特に変わらず、演者としてしっかりと阿波おどりを踊るだけです。」

阿波おどりは高円寺でも既に60余年続く文化となっている。変わらない部分は持ちな

がらも、これまで築いたものにとらわれずに新たな要素を取り入れ、また新たなものを作り上げていく。この創造性が高円寺らしさだ。

■ 区との連携も磨き上げ

東京高円寺阿波おどり振興協会（以下、「協会」）事務局長の富澤氏はコロナ禍の今、区の産業振興センター観光係と、文化・交流課、このふたつが車の両輪のように非常に良く連携が取れており、皆で回っている状況を作れているという。

しかし、このような連携は、コロナ禍で一朝一夕にできたわけではない。第一杉並区と協会も現在のような関係になったのは60余年の歴史の中でも、ここ10年に満たない。大会の運営等で試行錯誤を重ね、侃々諤々の論議を重ねながら協働態勢が少しずつできてきた。もともと、商店街活性化を目的に始まったことから、区では産業振興を所管する観光係や商業係が阿波おどり事業を担っていた。そこへ、高円寺阿波おどりを杉並区の文化としても発信していこうという動きの中、文化・交流課の事業へも関わりが生じた。

平成27年から始まった台湾公演は、協会と文化・交流課が協力し実現したものだ。当初は、現地の国立台湾戯曲学院の創立祭のみで踊る予定だったが、地元自治体等の協力も得て市街の大寺院前の街路という最高の場所で踊ることができた。好評を博した台湾公演は、その後コロナ前まで隔年で実施。しかし、この時、富澤氏は「もったいない」と思っていた。台湾では市民の熱烈な歓迎を受け、高円寺阿波おどり公演のために交通規制まで敷いてくれる。各会場には台北市長や高雄市長、買収後のシャープを黒字回復させた台湾企業鴻海（ホンハイ）の会長も見に来てくれた。これだけ成功しても、「台湾に行って踊るだけでは不十分。杉並区へ台湾からの観光客を呼んではじめて区と協会の双方の成功といえる。」この考えを、杉並区長らが出席した公演後のパーティーで述べたのだ。

こうしたことも契機になりその後、観光係はインバウンド獲得へ向けた旅行会社等へのPRを、文化・交流課は公演の実施による文化面での交流推進をとそれぞれの役割で大いに力を発揮することになる。さらに、その後のコロナ禍でも、上述の「光も踊る 東京高円寺阿波おどり plus」オンライン公演へ台湾からの多数の参加者を得ることができた。

富澤氏：「一つのところは観光、一つのところは文化振興と各地との交流推進。これら全てをミックスしてつなぎ合わせていく。これがお互いにwin-winになれる方法だと思っています。」

同じ区とはいえ、違う部署。立場もカルチャーも異なる。観光係、文化・交流課のそれぞれが持つノウハウを熟知したうえで、協会が核となり、信頼関係を築き、細やかに調整したからこそこの成果だ。観光資源としての活用と、文化として育てる取組の両方を有機的につなげる土壤があったこと。これが、高円寺阿波おどりがコロナの逆境でも決して負け越さず、前へと進むことができた推進力の源泉だろう。

■ オペレーションの危機

柔軟に変化へ対応しここまでやってきた高円寺阿波おどりだが、令和3年も夏の大会は2年連続の中止となった。その代わりにと人数制限をして屋内公演を企画したものの、これも8月の感染拡大を受けて中止。収録を後日有料で配信することに切り替えた。ここまでくると、一度活動を休止しようとは考えなかったのだろうか？

富澤氏：「コロナが収束すれば、観光客の方、踊り手は戻ってくださると思う。ただ、数年空いてしまうとこの事業を支えてきたスタッフ、そして地元の皆さんとの関係が途絶え、事業の再開は難しいと思っています。」

富澤氏は協会について謙遜も交え、「専従スタッフ2人のみの『情けない組織』」と呼ぶ。だから皆さんが心配して手伝ってくれると言うのだ。実際に、100万人規模の祭りの切り盛りにはボランティアの力が欠かせない。ところが、昨年1年夏の大会を中止しただけで、そのボランティアを動かす学生リーダーが20人から2人に減った。2人では、応募してくれる数百人のボランティアを仕切ることは難しい。また、町内会・商店街で手伝ってくれていた人たちの多くは後期高齢者である。その方々にとって2、3年は若い人の10年20年にあたる。コロナ禍を乗り越えて事業を継続することの難しさはこういったところにもある。

さらに、富澤氏はコロナが収束しても、いきなり元に戻すのは無理だと言う。

富澤氏：「高円寺阿波おどりを支えて下さる警察、消防、JR高円寺の駅の方々は、大抵3年で異動となってしまいます。そうすると、高円寺の雑踏を仕切った経験者がほとんどいなくなってしまう。」

いざ始めようと思ったとき、毎年改良を重ねながら綿々とならなってきたオペレーションのノウハウが途切れてしまうこと、これがかなり大きな障壁になるというのだ。

更にいくら杉並区との協働が進んだとはいえ、協会は自前で運営資金を捻出しなくてはならない。大会が開催できず、踊り連の派遣事業等もなく本来の収入が途絶した中での振興協会事務局の継続は容易ではない。

■ 地域の価値を高める

阿波おどりは、公道を閉鎖して行う事業であり、大規模な交通規制を敷き、大きな音や大量のゴミがでる。

富澤氏：「近隣へご迷惑をおかけすることもだいぶ改善してきたけれど、課題はまだまだ少なくありません。阿波おどり開催に際しては、地元の皆さんにたくさんの負担をお掛けしている。それでも、阿波おどりがあるからこそ高円寺はいい街なんだね、と言ってもらえるような状況にしなくてはいけないと思うんです。」

そのために、心がけてきたのは「多くの人を巻き込む」ということだ。

例えば、かつては子どもたちと高円寺阿波おどりの関係は踊り子になるか、ならないかしかなかった。それが今では、踊りだけでなくごみ拾いや道案内などでも小中学生がスタッフ

として一緒になって活動してくれている。

「毎年、阿波おどりに厳しい意見をくださる方が、あるとき、スタッフ T シャツを着てゴミ拾いをして下さっていました。聞くと、お孫さんが小学校のボランティアでゴミ拾いをやっている。ならば、私もやってみようと思ったとおっしゃっていて。これは有難かった。」

高円寺阿波おどりは、商店街の活性化のために始まったものだ。今でも一番目標としていることは、阿波おどりを通じてこの地域の価値を高めること。それはコロナ禍でも変わらない。

高円寺の商店街のアーケードには、阿波おどりの懸垂幕がぶら下がっている。片面は今年のタイトル「共に前へ、そして明日へ」、片面はそれぞれの協賛企業の PR デザインとなっている。同様の協賛うちわも1万本作成し、配布をしている。

地域の賑わいにもコミットメントしつつ、阿波おどり最大のコンテンツである連の練習・発表の場。これをしっかり作っていくのが協会のミッションだ。阿波おどりを取り巻く全てを丁寧に連携させる技術。これが、高円寺阿波おどりがここまで成長した秘訣だろう。

<おわりに>

観光にコト消費や文化体験が求められています。しかし、このコト消費や文化体験が企業や行政主導で行われ、地域住民の関わりが低いものとなれば、それらはただ消費される資源となり、先へ続いていきません。この点、高円寺阿波おどりは、住民が地域のために汗水流し、国内外の来街者を惹きつけ、まちのブランド化に繋がっています。

日本でも稀有なこの成功事例の中心に「東京高円寺阿波おどり振興協会」があります。これは、協会が、準備の負担や騒音など山積する課題と向き合う中で、踊り手と観客、地域の各主体、行政の各部門、そして地域住民の理解と協力を得ながら活動を続けてきたからこそ成し得たことです。

地域の多様な立場の間に立って、誠実に地域の価値向上のために舵を取り続けること。逆境に安易に折れず、多様なものを包摂して前へと進んでいくこと。この両輪を尊重して歩みを進めていく姿勢に、今後の観光産業が進むべき道へのヒントがあると考えます。

2021 夏 東京阿波おどり
Tokyo Koenji Awa-Odori 高円寺



【取材協力先】 NPO 法人東京高円寺阿波おどり振興協会 事務局長 富澤様
高円寺阿波おどり連協会会長 江戸っ子連連長 平野様
朱雀連連長 井上様
杉並区区民生活部 文化・交流課 渡邊様

【取材日時】 令和3年9月9日

【関連リンク】 NPO 法人東京高円寺阿波おどり振興協会 HP
<http://www.koenji-awaodori.com/>

(地域振興部観光インフラ整備課 中野)