

[研究区分： 地域課題解決研究]

研究テーマ： 神楽をテーマとした地域活性化の研究	
研究代表者： 経営情報学部 経営学科 准教授 和田崇	連絡先： t-wada1969@pu-hiroshima.ac.jp
共同研究者：	
【研究概要】 本研究では、広島広域都市圏の神楽を事例にとりあげ、都市と農村の関係、文化と産業の関係の2点から、地方伝統文化の振興可能性を検討した。その結果、都市と農村の関係については、神楽が御神楽から里神楽、さらに街神楽へ変化してきたことを指摘した。街神楽は農村から引き出され、都市で「創られた伝統」として消費されるものであり、最近では“クールな農村”の象徴としても捉えられている。文化と産業については、都市に引き出された神楽が、商品化する過程で、保護する対象から活用すべき資源として位置づけを変化させるとともに、消費されやすい神楽と消費されにくい神楽に二分していることが明らかになった。	

【研究内容・成果】

広島広域都市圏のうち広島県西部 15 市町には 145 の神楽団があり（2013 年現在）、それらは安芸高田市と北広島町、安芸太田町を中心に分布する「芸北神楽」、廿日市市や大竹市を中心に分布する「安芸十二神祇」、呉市に分布する「芸予諸島の神楽」、三原市を中心に分布する「備後神楽」に分類される。これらの神楽はいずれも農村集落の神社の秋祭りに奉納される神事であったが、高度経済成長期以降、競演・共演大会や地域振興イベント、小売店やレジャー施設等での集客イベント、定期公演などでの上演機会が増加し、神楽が農村集落や神社から切り離されたコンテンツとして通年で上演されるようになった。また、こうした動きに対応するかたちで、行政も従来は神楽を文化財に指定し保護に努めてきたが、近年は地域産業資源への指定等を通じて、地域・観光振興に積極的に活用するようになった。

こうした状況の下、広島県内の神楽団は近年、団員数の減少と団員の高齢化が進行している。32 団の調査結果（2000 年・2012 年）を比較すると、団員数が増加した神楽団が 15 みられる一方、団員数が減少した神楽団が 12、活動を休止または解散した神楽団が 5 みられた。また、神楽団が抱える課題（2012 年）として、練習・公演時間の調整困難と団員確保の困難が多くの神楽団から挙げられた。前者は上演機会の増加に伴う問題、後者は所在地域の過去・高齢化に起因する問題とみることができる。

2013 年 12 月から 2013 年 3 月にかけて 6 市町 14 神楽団を対象に実施したヒアリング調査では、神楽団の運営実態を詳細に把握することができた。神楽団が所在する集落は、人口と世帯数の減少、少子・高齢化が進展し、地域活動の運営が困難となっているケースが多い。若年層のほとんどが進学または就職時に他地域へ転出するため、多くの神楽団にとって団員確保が困難となっている。その対応策として、子ども神楽団を組織し、卒団後に正式の神楽団に入団させたり、それまで氏子や男性のみとしてきた入団条件を緩和・撤廃して氏子以外の者や女性も入団させたりする神楽団も増加している。活動資金については、従来からの収入源である秋祭りの花代が個数減少や景気低迷により減少する一方、集落外での上演機会の増加により出張公演料が増加し、収入総額の中で大きな割合を占めるようになってきている。主な支出費目は衣装や道具の購入または修理費であるが、上演機会の増加に伴い、その金額は増加する傾向にある。上演機会としては、従来からの各集落の秋祭りに加え、上述したイベント等での出張公演数が増加する傾向にあり、年間 40 回以上の出張公演をこなす神楽団もみられる。しかし、出張公演で観客に喜ばれるのは娯楽性の強い芸北神楽、とくに新舞であり、芸北神楽の一つである旧舞や安芸十二神祇、芸予諸島の神楽、備後神楽は娯楽性がやや弱いことから、観客からの反応はあまりよくない。そのため、

旧舞や安芸十二神祇を継承してきた神楽団の中には、出張公演用に新舞を演目に取り入れる団もみられる。こうした中で、多くの神楽団はあくまで神社で奉納する神事としての神楽が基本であるが、観光・集客目的で開催されるイベントへの出張公演は神楽本来のものではないと考えている。しかしながら、観られることによる団員の意欲と技量の向上、収入機会の確保を考えると、イベント等への出張公演が団運営のために不可欠であるのも事実である。

一方、広島広域都市圏の神楽に対する鑑賞者の意識（まぎなし）を「ひろしま神楽の日 2013（2014年10月6日）」における観客アンケート調査（回答数192）からみると、回答者の8割以上が神楽公演を「とても良かった」または「良かった」と評価しており、神楽を広島県に誘客するための観光資源として発信・活用すべきだと回答している。この回答傾向は若年層ほど顕著であり、また発信・活用すべき神楽として芸北神楽（新舞）への期待が強くみられた。一方で、神楽の観光活用に関して、いくつかの課題も浮かび上がった。一つは観客の固定化・高齢化が進んでおり、新たな観客、とくに若年層の観客を増やすことが課題となっている点である。いま一つは広島市中心部での鑑賞機会が増加する一方で、農村部で神楽を鑑賞する機会が限られており、神楽がその所在地域への誘客とそれに伴う地域振興に結びついていない点である。

さらに、企業の神楽支援の実態と神楽に対する意識を広島広域都市圏の企業を対象としたアンケート調査（2013年11月、回答数206）によると、回答企業の約半数が自治体や旅行業者を中心とした神楽の観光活用を期待していることがわかった。その上で、神楽の観光活用の際し、回答企業は情報発信やイベント運営、ツアー造成・販売、神楽団への資金提供などの協力が可能と回答している。しかし、これが具体化するためには、団員確保に苦慮する神楽団に対する支援が必要であり、これについては自治体の取組みに対する期待が大きい。

以上から、広島広域都市圏の神楽をめぐる都市と農村の関係については、神楽自体が農村の集落と神社に根ざした「里神楽」から、イベントや店舗等で上演される「街神楽」に変質してきたことが指摘できる。その結果、農村は「伝統社会で形成されてきた生態系に依拠した空間（岡橋，1993）」という性格が失われるとともに、神楽団への入団条件の緩和に象徴されるように、地域社会の開放化が進展した。一方、農村から多くの人々が転出してきた都市（広島市）では、故郷の誇りと故郷へのノスタルジーを感じるアイコンとして神楽が農村から引き出され、出郷者のみならず多くの都市住民に「創られた伝統」として消費（鑑賞）されるようになった。最近では、神楽は“クールな農村”を象徴するコンテンツとしても捉えられるようになっている。また、文化と産業の関係に着目すれば、都市に引き出された神楽が、商品化、コンテンツ化、脱埋め込み化する過程で、保護する対象から活用すべき資源として位置づけを変化させるとともに、消費されやすい神楽と消費されにくい神楽に二分していることが明らかになった。

以上の調査・分析結果を踏まえ、報告者は、広島広域都市圏における神楽をテーマとした地域活性化に向けて、以下の3点を提案する。

第1は、観光化・商品化の新展開である。脱埋め込み化、脱神事化、脱領域化を特徴とする従来の観光活用に加え、再埋め込み化、再神事化、再領域化をキーワードとして、各集落で行われる秋祭りでの奉納神楽のもつ真正性（オーセンティシティ）とともに、新舞だけでなく広島広域都市圏内の神楽の多様性（ダイバーシティ）を理解し、楽しむような観光を推進することである。

第2は、神楽支援体制の維持・強化である。文化行政と観光行政を中心に取組みられてきた神楽の保存・継承について、今後はコミュニティ行政の一環としても取り組むことが必要であると考えられる。

第3は、神楽存立基盤の維持・強化である。公演施設の整備、自然の豊かさや住環境を魅力とした定住促進といった従来の取組みに加え、雇用・創業対策の一層の充実、神楽をきっかけ（魅力）とした定住促進（「神楽移住」）に取り組むことが有効であると考えられる。