ＵＳＨＩＯＮＩ　～牛鬼で宇和島の未来を救え～

愛媛県宇和島南中等教育学校

芳谷　華林
宇都宮　梨那
鶴井　遼
中島　稜巌

1　研究の目的

近年、宇和島では著しく過疎化が進行している。国勢調査による宇和島市の総人口は1965年の12.2万人を境に減少傾向が続いており、2010年には8.4万人にまで減少した。また、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると2040年には2010年の38.4%減の5.2万人、2060年には58.8%減の3.5万人を下回ると予測された。さらに2014年には日本創成会議によって、少子化に伴う人口減少で存続が危ぶまれると指摘された全896市町村、いわゆる消滅可能性都市に指定された。

人口減少に歯止めをかけ、地域に活気を与えるためには、オリジナリティーがあり、将来にわたり持続的かつ効率的な戦略が必要である。

私は宇和島の伝統文化に着目し、集客率が期待できる宇和島の代表的な6つの祭り（走り込み、八ツ鹿踊り、ガイヤカーニバル、闘牛、うわじま牛鬼祭り、秋祭り）を調査した。比較検証したところ、うわじま牛鬼祭りは過度の練習をしなくても参加できる上に、全国的にも珍しい祭りであるとわかった。そこで、うわじま牛鬼祭りを通して地域を活性化できないかと考えるようになった。研究に先立って、宇和島市民のうわじま牛鬼祭りに対する意識を知るため、街頭インタビューと校内アンケートを行った。質問内容は以下の通りである。

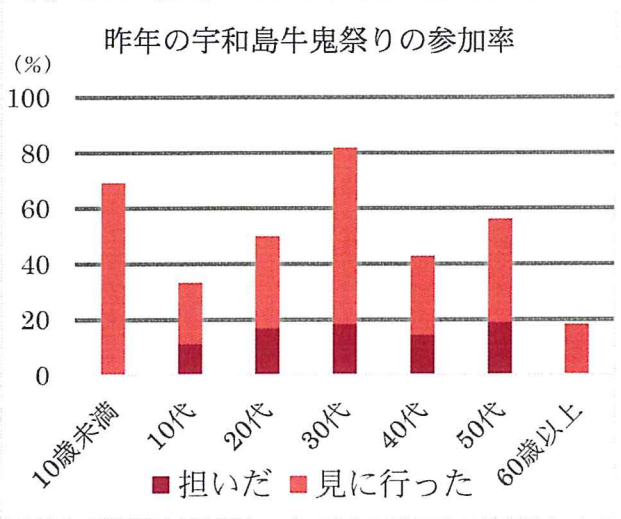
(1)　昨年うわじま牛鬼祭りに参加したか。（担いだか。見物したか。）

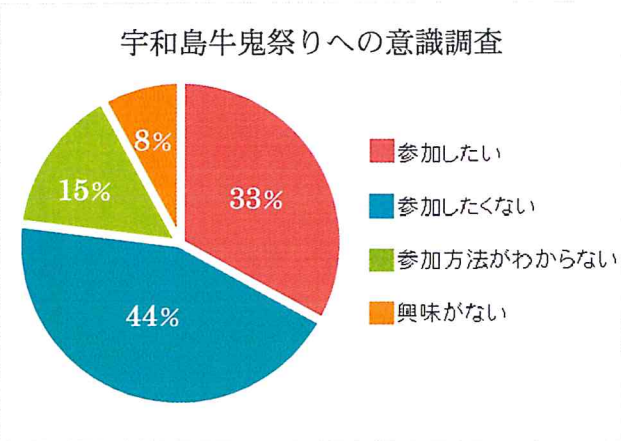
(2)　うわじま牛鬼祭りに参加したことはあるか。

(3)　うわじま牛鬼祭りに参加したいと思うか。

(4)　うわじま牛鬼祭りは何年の歴史があるか。

(5)　牛鬼に頭を噛まれるとどうなると言われているか。





アンケートの結果、保育施設等での行事として親子で参加した10歳未満と30代の参加率は比較的高かったが、全体的な参加率は低く、担いだ人は各世代の20%にも満たなかった。また、牛鬼に関する知識も乏しいことがわかった。校内アンケートでは、宇和島の歴史を学んでいるためクイズの正答率は高かったが、「参加したい」と回答した生徒は全体のおよそ3割で、「参加したくない」「興味なし」と回答した生徒が約半数を占める結果になった。その理由として、部活動や学校行事で多忙であることや、うわじま牛鬼祭りに対して「重そう」「大変そう」等のネガティブなイメージを持っていることが挙げられた。他に「参加方法が分からない」との回答も多く、ＰＲの不十分さもうかがえた。

そこで、今のうわじま牛鬼祭りに何が足りないのか、改善点を探すために次のような仮説を立てて研究することにした。

2　仮説

(1)　牛鬼祭りの歴史やルールを明確にし、その可能性を模索することで、より多くの人が興味を持ち、参加できる祭りにできる。

(2)　国内、国外の有名な祭りと比較することで、それらの祭りがブランド化された理由を発見し、牛鬼祭りに応用できる。

3　研究内容とその結果

(1)　まず、うわじま牛鬼祭りについて歴史やルールを明確にするため、うわじま牛鬼祭り実行委員会や宇和島観光省を訪ねた。また、新たなプロジェクトの作成にあたって、現時点の祭りから変更可能な点があるかを交渉した。

ア　現時点でのうわじま牛鬼祭り

牛鬼とは、５～６Ｍの牛をかたどった竹組みの胴体に長い首と鬼面の頭、剣をかたどった尻尾がつき、全身をシュロの毛または赤い無地の布で覆われている祭りの主役である。毎年７月 22～24 日に開催される「和霊大祭・うわじま牛鬼祭り」などの花形として、数十人の若者に担がれ、家ごとに悪魔祓いをして回る。商店街の中でパレードも行われる。主に地域ごとに団体があるが、保育施設や市役所が運営している団体もある。パレードにおいては各地域の住人であることや各施設の関係者であること等の条件を満たせば誰でも申し込むことができ、団体の許可を得て参加する。23 日に子どもが担ぐ子ども牛鬼パレード、24 日に大人が担ぐ親牛鬼パレードが行われる。担がない参加者はブーヤレ(笛)を吹き鳴らしながら牛鬼の後ろをついて回る。およそ 200 年の歴史があり、豊臣秀吉が牛の頭を掲げて戦った武勇伝が藤堂高虎によって伝えられたことが祭りの起源だといわれている。

イ　変更が可能な点

聞き込みの結果、以下に記す点が変更可能だとわかった。①サイズに規定はなく、子ども用または女性用の小さなサイズの牛鬼の作成が可能である。②骨組みおよび布の材質に制限はない。③布の色および柄に制限はない。④企業名の記入が可能である。⑤学校、企業、少人数での参加が可能である。⑥個人での牛鬼の制作が可能である。

調査の結果、うわじま牛鬼祭りには多くの変更可能点があることが分かった。サイズに規定がないことや、布の色、材質が自由であることは地元の人たちにもあまり知られていないことである。こうした変更可能な点は新しい牛鬼祭りを考えるための重要なポイントである。

(2)　うわじま牛鬼祭りを題材とした新たな地域活性化プロジェクトを考えるため、他の地域や国で有名な祭りからヒントを得たいと思い、牛鬼と比較した。比較対象としたのはインドの「ガネーシャ祭り」、中国の「龍踊り」、高知県の「よさこい祭り」であり、理由はそれぞれ以下の通りである。また、下記の表には、それぞれの祭りの特徴や共通点、相違点を載せている。

ア　ガネーシャ祭り……動物をモチーフにした祭りであるという点が共通していたから。インドのシンボルとして知られているから。

イ　龍踊り　　……動物をモチーフにした祭りであるという点が共通していたから。キリスト教布教のため長崎に伝えられた龍踊りが長崎くんちとして栄えており、海外へ伝統を輸出しているから。

ウ　よさこい祭り　……同じ四国の祭りでありながら全国的に有名で、他県や海外からの見物客や参加者も多いから。

祭りの名前	開催地	特徴	共通点	相違点
ガネーシャ祭り	インド	国全体での参加 歴史の伝承	動物モチーフ 悪魔祓いの効果	個人でも参加
龍踊り	中国	多くのスポンサー 参加地域のシンボル(競争化) 長崎に伝統輸出	動物モチーフ パレード式 女性の参加制限	練習が必要 (少人数の演技)
よさこい祭り	日本 高知県	多くのスポンサー 企業のＰＲ(競争化) 周辺の飲食店、宿泊施設の利用 参加者によるアレンジ可能	四国 パレード式	ＰＲの充実 参加制限なし 多くの賞

他の地域や国で有名な祭りと比較研究した結果、取り上げた３つの祭りからうわじま牛鬼祭りに取り入れられる新たな改善点として以下の３つが挙げられた。

ア　歴史の伝承　　……歴史の伝承は祭りに対する価値観の向上につながるだけでなく、親から子、子から孫へと伝承することで世代を超えて関心を持てる祭りとなり、後世まで廃れることがない。

イ　企業・地域の参加　……企業が自社をＰＲする目的で参加することは祭りの活性化に直結する。また、競争化することで参加者・観客が増加する。地域のコミュニケーションの場としても活用できる。

ウ　サービス業の活性化……参加者・観客を増加させることで周りの商店の活性化が促される。

4　考察

上記研究から、私は以下２つの新しいプロジェクトを発案する。

(1)　牛鬼デザインコンテスト

うわじま牛鬼祭り開催前に、インターネット等で日本全国、世界中から参加を募ってオリジナル牛鬼のデザインを募集する。宇和島在住でなくても参加できるので、人口減少に悩まされる宇和島でも参加者の増加を期待できる。優勝したデザイン案は組み立てられ、当日優勝発表と共にそのオリジナル牛鬼で祭りに参加することができる。その際、飾り付け賞として宇和島真珠などを贈呈することによって、宇和島そのもののＰＲにもつながる。また、地域企業の商品等も景品に採用すれば、全国各地に宣伝できるためスポンサー拡大も促せる。受賞できなかったデザイン案もオリジナルＴシャツやハンカチとしてプリントして牛鬼展覧会を開き、祭り最終日に参加賞としてプレゼントすれば来年再来年と参加者は増え続けるに違いない。現時点では牛鬼のサイズや材質は固定されているが、全て紙で作ったペーパー牛鬼や子ども数人で担げるミニ牛鬼など、参加者の自由な発想を生かした牛鬼祭りにしていきたい。企業は牛鬼に企業名を表示することが可能なので、祭りの認

知度が高まれば、市外や県外の企業の参加も期待できるはずだ。宇和島を飛び越えた、グローバルなうわじま牛鬼祭りの誕生である。このようにして参加者が増えていけば、周辺の飲食店や宿泊施設、コインパーキング等の経営も潤い、地域の活性化、企業の活性化につながる。

(2) ふれあい牛鬼

中高校生が小学校、保育園などに出向いて牛鬼に関する授業を行う。牛鬼に対する関心や知識の低下が著しい今、悪い流れを止めるのは未来を担う子どもたちである。幼いころから牛鬼に関する興味を持ってもらい、後世に伝えていけば、新しいプロジェクトを始めたとしても200年の歴史があるうわじま牛鬼祭りが廃れることはなく、持続的なものになるだろう。また、授業の最後に全員で組み立てたり、布に絵を描いたりして牛鬼を作り上げる。完成した牛鬼を使って、学校という団体で牛鬼祭りに参加してはどうだろうか。きっと保護者だけでなく地域の方々にも親しみを持ってもらえるはずだ。中高生にとっては小さな子どもたちと触れ合う異学年交流の場としても活用できる、一石二鳥ならぬ一石三鳥の行事である。

5 まとめ

先日、ＳＧＨ事業の一環で「第４期うわじま子ども観光大使」の開講式において、基礎講座の講師を担当した。宇和島に興味を持った小学生が集まり、宇和島に関する歴史や産業を学ぶ講座で、高校生が講師として参加するのは初の試みであった。私はその場を利用して、牛鬼に関する授業を行った。牛鬼の歴史はもちろん、新たな牛鬼の可能性についても伝えることができた。うわじま牛鬼祭りに参加したことがあるかと聞いたところ参加率は非常に低かったが、私が発案した新しい牛鬼にとても興味を持ち、受講が終わるころにはほぼ全員が今年は参加したいと答えてくれた。このことは私のプロジェクトの大きな第一歩になった。

私は今回の研究を通して宇和島に最も足りないのはＰＲ力だと考えた。今、多くの宇和島市民が牛鬼祭りへの興味を失っている。牛鬼の歴史を知らない、牛鬼祭りへの参加方法がわからない子どもたちがどんどん増えている。ただ、彼らは知らないだけである。たった10分話をしただけで、来年の参加率は５％から100％に変わる。うわじま牛鬼祭りには、それほど人を引き付ける魅力がある。これを利用しない手はないだろう。私は宇和島の未来を担う若者の一人として、まずは多くの人にうわじま牛鬼祭りの可能性について知ってもらいたい。そして、日本全国、世界に通じる新たな牛鬼を作るため、地域の企業や学校と連携して２つのプロジェクトを本格的に実施していきたい。

グローバル化していく現代の世の中で、求められるのは故郷を愛する人間である。自分が生まれ育った街さえ知らず、固有の文化に誇りを持たない者に世界を知ることは到底できない。これから生まれてくる子どもたちに未来ある宇和島を残すために、私たち若者の力が必要なのだ。

参考文献

宇和島市ホームページ https://www.city.uwajima.ehime.jp/
宇和島市まち・ひと・しごと創生総合戦略
https://www.city.uwajima.ehime.jp/uploaded/attachment/10600.pdf
各祭り http://www4.cncm.ne.jp/~zya/kiso.html http://www.cciweb.or.jp/kochi/yosakoiweb/
https://wakuwork.jp/archives/8371
写真 http://sake-kuramoto.blog.so-net.ne.jp/_images/blog/_48d/sake-kuramoto/E38186E3828FE38198E381BEE7899BE9ACBCE381BEE381A4E3828A.jpeg