

afterコロナ時代における祭り・イベント関係者の意識・動向調査



祭り・イベント総合研究所
Powered by OMATSURI JAPAN

 **NTT東日本**

目次

1.調査概要	P2
2.サマリ	P3
3.調査結果 ①開催状況	P6
3.調査結果 ②祭りを取り巻く環境の変化	P10
3.調査結果 ③デジタル	P14
4.寄せられた意見	P21
5.提言	P22
6.調査実施団体紹介	P23

1 調査概要

調査目的

afterコロナ時代におけるお祭り関係者の意識・動向を把握し、地域のお祭りの保存、継承につなげていく。

調査手法

オンラインアンケート調査

調査時期

2023年7月14日～2023年7月26日

調査対象

全国の祭り・イベント関係者

有効回答数

123名

回答者の立場

演者（歌い手・お囃子・踊り手）	37
実行委員会など主催者	34
地域企業	26
有志ボランティア	25
その他	19
自治会・町会の氏子	15
保存会	7
地方自治体職員	6
商店会組合員	4
商工会議所会員	4
観光協会・DMO職員	2
青年会議所メンバー	2
祭り氏子総代会・保存会会員	2
NPO・NGO職員	2
神社・仏閣職員	1

2 サマリ

【祭り・イベントの関係者、祭りを取り巻く環境について】

01 「ヒト」と「カネ」の深刻な不足
現在抱えている課題として、多くが慢性的な資金不足、そして運営スタッフと当日ボランティアの不足と回答した。特にこれらの課題により伝統行事である「祭り」はその存続の帰路に立たされており、その収益機能の強化と、人手不足解消策が早急に求められる。

02 中小規模の祭りが大半を占める
回答者が関わる祭り・イベントの規模で最も多いのは「5,001人～10,000人」、次に多いのは「10,001人～20,000人」、「2,001人～5,000人」。全国的に見ても、中小規模の祭り・イベントがボリューム的にも最も多く、地域コミュニティの結束推進や文化継承は重要であり、継承するための戦略が求められる。

03 今後の祭りには若年層と高齢者の参加に可能性アリ
回答者の年齢分布から若年層（20代や30代）と高齢者（70代以上）の参加率が相対的に低いことが明らかとなった。若年層の参加は祭りの伝統継承や新たな視点・アイデアの創出に重要であり、高齢者の配慮として安全に参加できる環境整備も求められる。

04

祭りの実施目的は7割が「地域のため」

回答者の7割が「地域コミュニティの継続・発展のため」に祭りを実施しており、96%が「地域コミュニティに祭りが必要」と回答。祭りが地域のために必要不可欠な存在と認識されていることが改めて明らかとなった。

05

全年齢層が祭りの参加に体力の課題を感じている

回答者の87%が体力的に大変と感じており、回答者の年齢層が20～40代に集中しているにもかかわらず体力に課題があることから、今後、祭りの運用では体力を抑えた関わり方の模索が必要。

06

祭りへの関心にコロナ感染症の影響があるとは言い難い

祭りへの関心希薄化にコロナ感染症の影響があるのかについて、「そう思わない」（39%）と「そう思う」（29%）と意見が割れた。また、祭り・イベントの課題として資金難・人材難が顕著になっている中で意見が割れていることから、それら課題があっても祭りに関心を寄せる人が多いことが伺える。

2 サマリ

【デジタル化について】

01 約半数が祭りへのデジタル活用を期待

- 回答者の約50%がコロナ感染症の影響により、祭りへのデジタル活用が進むと期待。

02 運営面・対外発信面のいずれにもデジタル活用ニーズあり

- 運営面では、「オンラインミーティング」（46%）、「運営マニュアルのデジタル化」（37%）、対外発信面では、「お祭りの担い手募集」（40%）など、様々な活用ニーズが存在。
- 中規模の祭り（1万人～10万人）では、「オンラインミーティング」（61%）、「多言語対応」（57%）などのニーズが顕著で、お祭りの規模によって活用ニーズに差が見られる。

03 祭りのデジタル活用の主な課題は情報面、資金面

- デジタル活用の課題は、「デジタルリテラシー不足」（49%）、「導入メリットの理解不足」（45%）、「導入資金不足」（42%）など。
- 「デジタルリテラシー不足」は、小規模の祭り（1万人未満）において顕著（54%）。
- デジタル実装の知見を持つ民間事業者等の支援、官民での情報提供や継続のための資金確保などの仕組みづくりが必要。

3 調査結果 ①開催状況

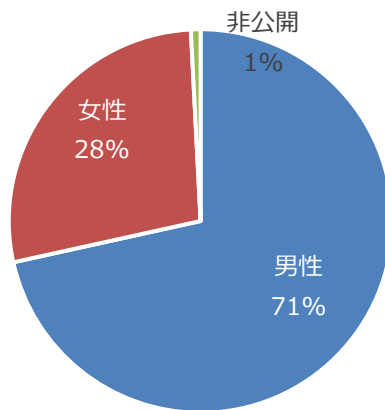
祭り・イベントにかかわる人たちの環境・お住まいの都道府県について

(ご回答者の性別をお答えください。)

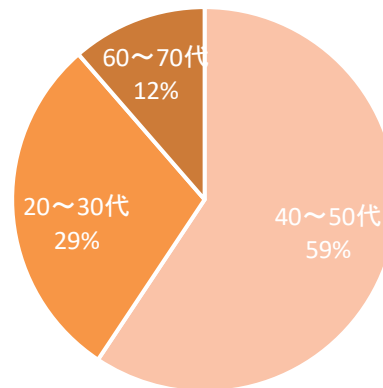
(ご回答者の年齢をお答えください。)

(お住まいの都道府県をお教えてください。)

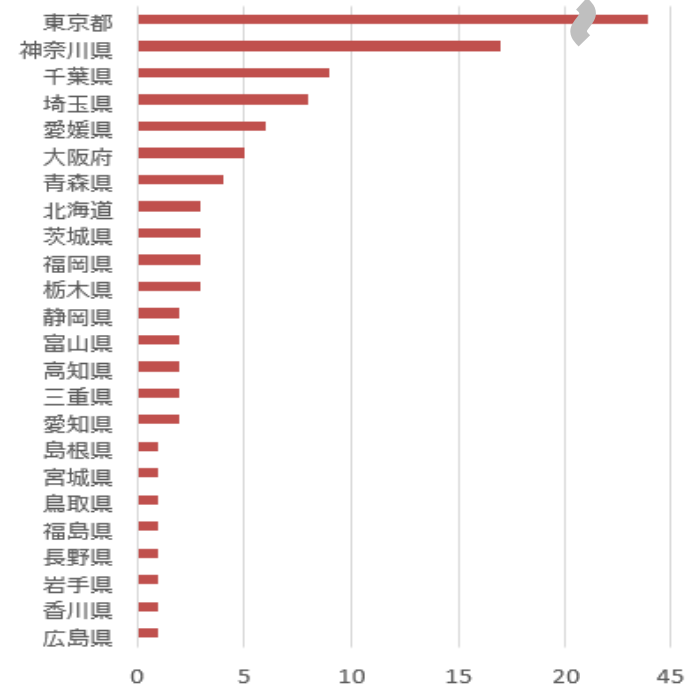
性別



年齢



お住まいの都道府県

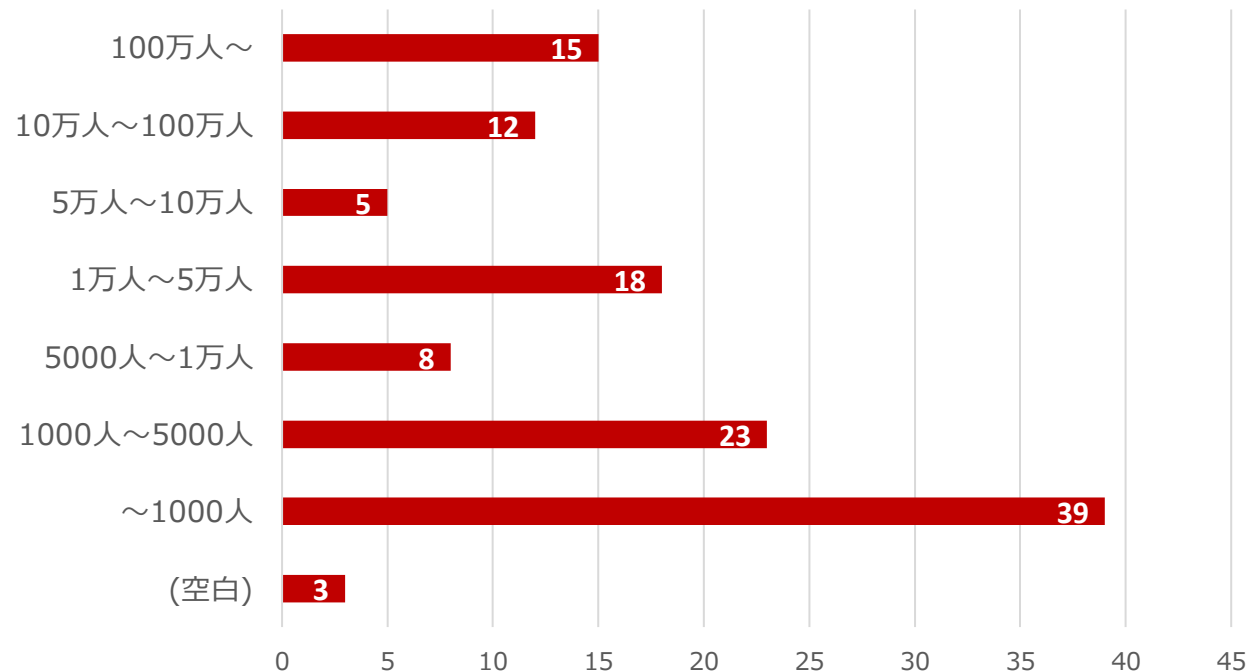


- ✓ 40～50代からの回答が最も多く、次いで20～30代となっている。60代以上からの回答が少なく、これは担い手として60代以上が少ないというより、デジタルツールを使っのアンケートに馴染みがなかった可能性が考えられる。
- ✓ アンケートの回答は4割ほどが東京在住者、次いで神奈川・埼玉となっており、いずれも関東圏内であった。「祭り」「イベント」双方の数が関東圏内に多いことがうかがえる一方、地方からの回答が散らばっていることから地方の祭り・イベントの関係人口に課題も見られた。

3 調査結果 ①開催状況

アンケート回答者が関わる祭りの規模について

(Q1 主催または関係されている祭りの例年の来場者規模をどれか一つお答えください。)



- ✓ 回答は幅広く分かれた。10～100万人規模の回答（7.3パーセント）の一方で1000人未満（31.3%）、1000～5000人未満（21.9%）と、中小規模の祭りの多さが目立つ。これは日本の祭礼・イベント自体が中小規模のものが多いことを示している。

3 調査結果 ①開催状況

昨年までにおいて、お祭りの開催断念理由・開催する上での課題

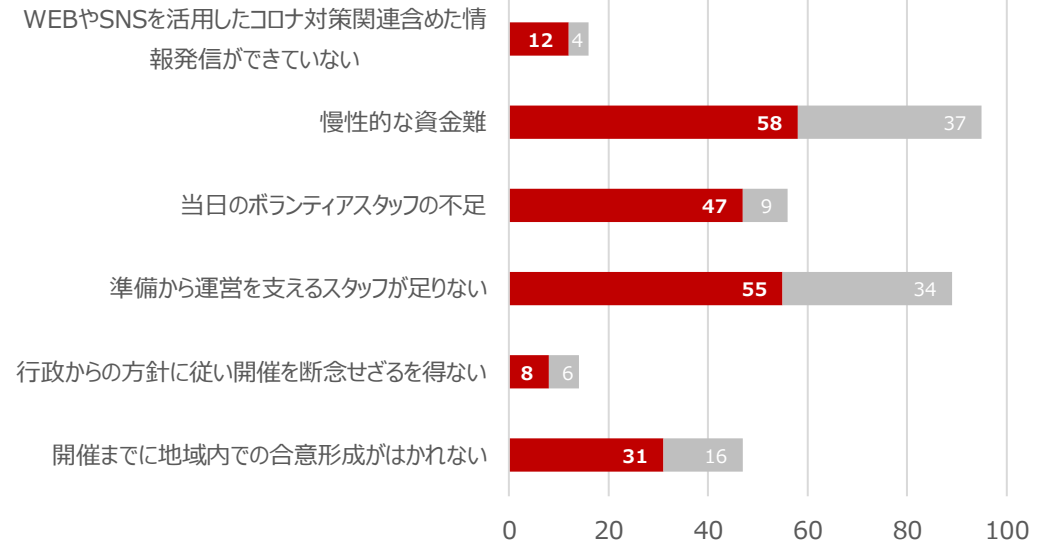
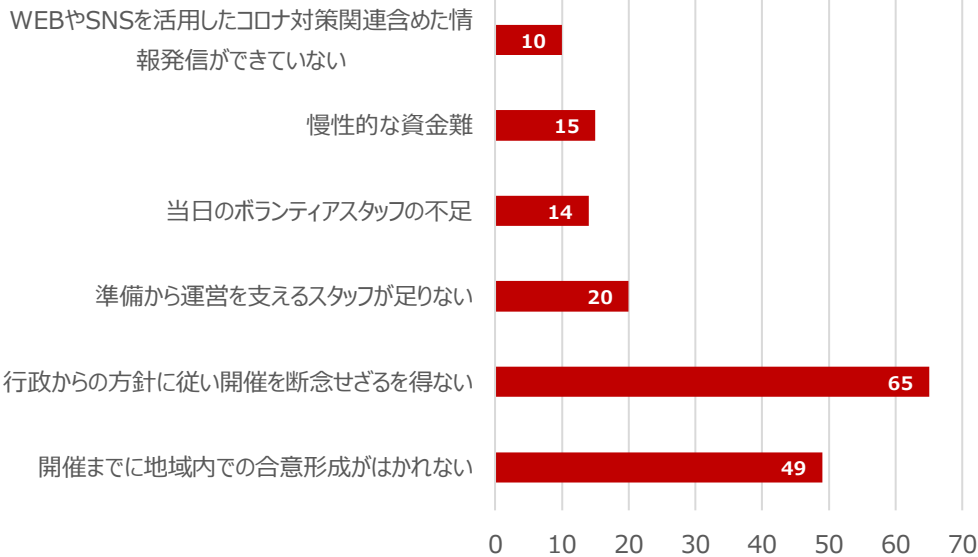
(Q2 昨年(2022年)までのお祭りについて開催を断念した理由は下記のうちどれでしたか。※複数回答可)

(Q3 祭り・イベントを開催する上で現在抱えている課題はなにですか。※複数回答可。)

(Q4 : Q3 で回答した課題のうち、もっとも解決の優先度が高い課題をどれか一つお答えください。)

断念理由

現在抱えている課題



- ✓ 1位は「行政からの方針に従わざるを得ない」。これは国・県の方針に従って開催を控えたもの。さらに「地域内での合意形成がはかれない」も2位となっており、行政の方針のみならず各地域で開催に向けて悩んだ姿が浮かび上がってきた。
- ✓ 圧倒的に「慢性的な資金難」と回答しており、地域経済の活性化「カネ」に課題があることが明白となった。それに連動し、準備から運営を支えるスタッフ、当日ボランティアという「ヒト」の不足も目立っていることから、資金難・人材難が浮き彫りとなった。事実、優先して解決したい項目も「慢性的な資金難」「準備から運営を支えるスタッフ」であった。

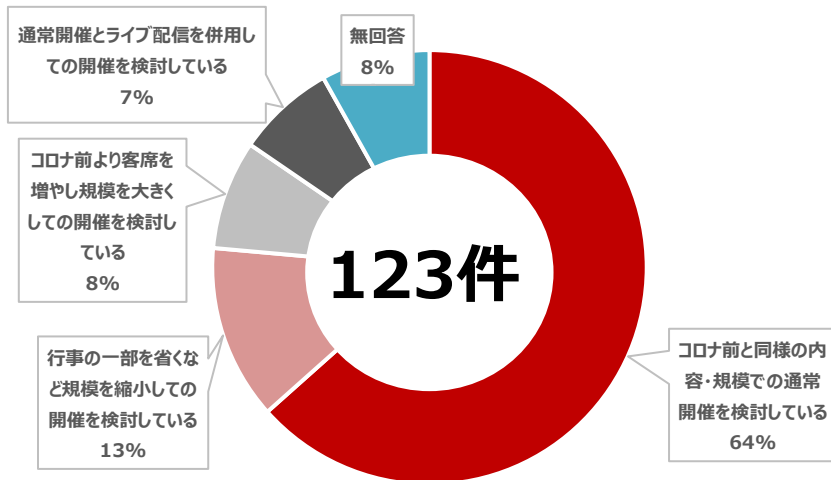
3 調査結果 ①開催状況

検討している開催方法の内訳と、本年のお祭り開催断念理由 ※断念した方限定

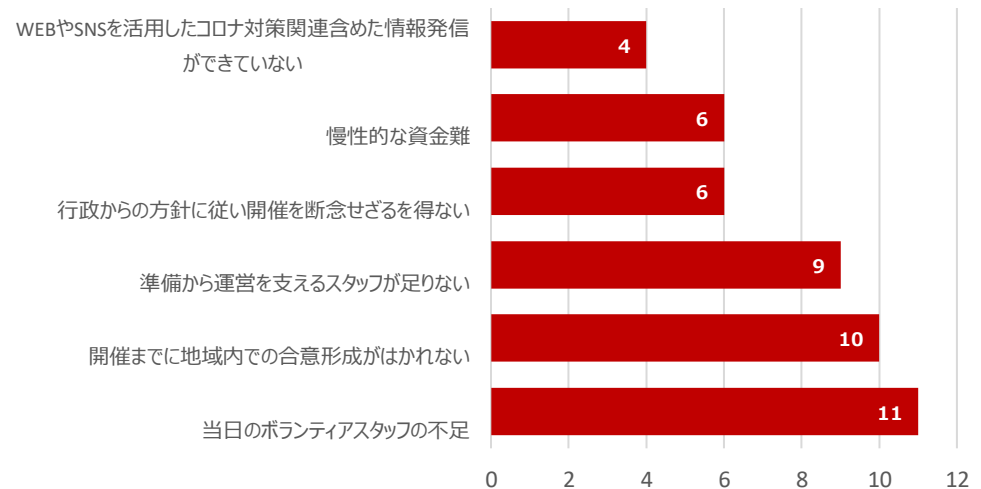
(Q5 検討している開催方法は下記のうちどれですか。どれか一つお答えください。)

(Q6 本年の開催を断念した方にお聞きます。開催を断念した理由は下記のうちどれでしたか。※複数回答可。)

検討中の開催方法



断念理由別



- ✓ 本年の祭り・イベントはコロナ前と同様規模での開催としているところが7割を超えており、コロナ前に戻ろうとする動きが感じられる。
- ✓ 一方、コロナ禍後の本年の開催を断念した場合の理由としては地域での合意形成の不成立のほか、資金難・人材難を理由に挙げているところが目立っている

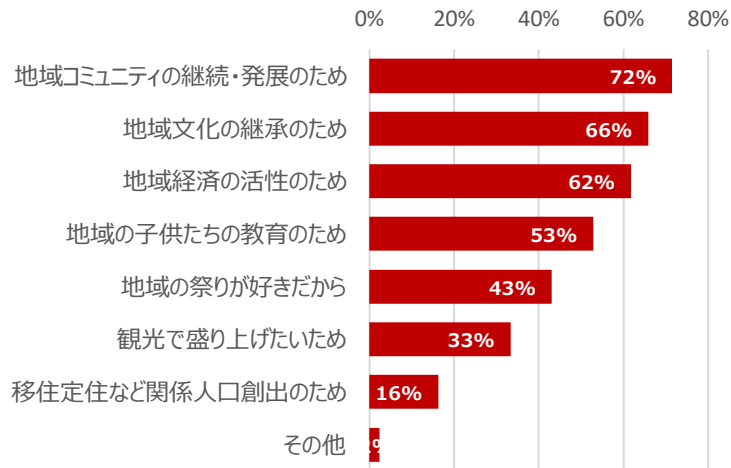
3 調査結果 ②祭りを取り巻く環境の変化

祭りの実施目的と地域コミュニティ形成との関係

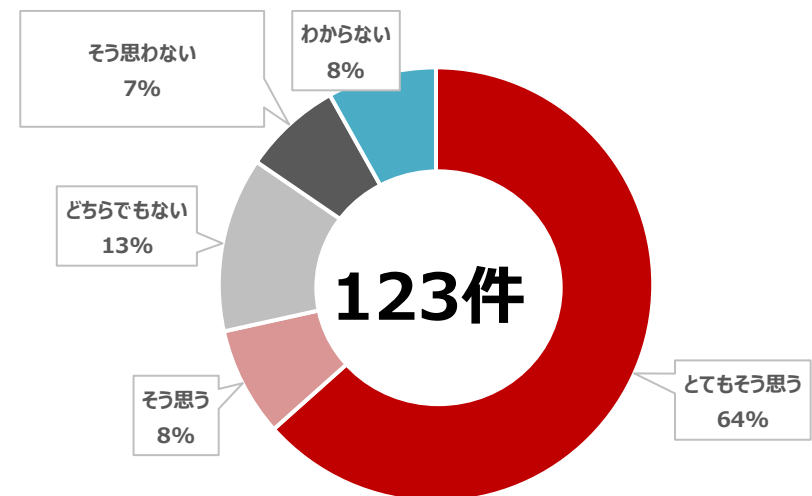
(Q1自分たちが祭りを実施する目的はどこにあると思いますか。※複数回答可。)

(Q2祭りは、地域のコミュニティ形成に必要であると思いますか。)

祭りの実施目的別



地域コミュニティにおいて、祭りは必要か

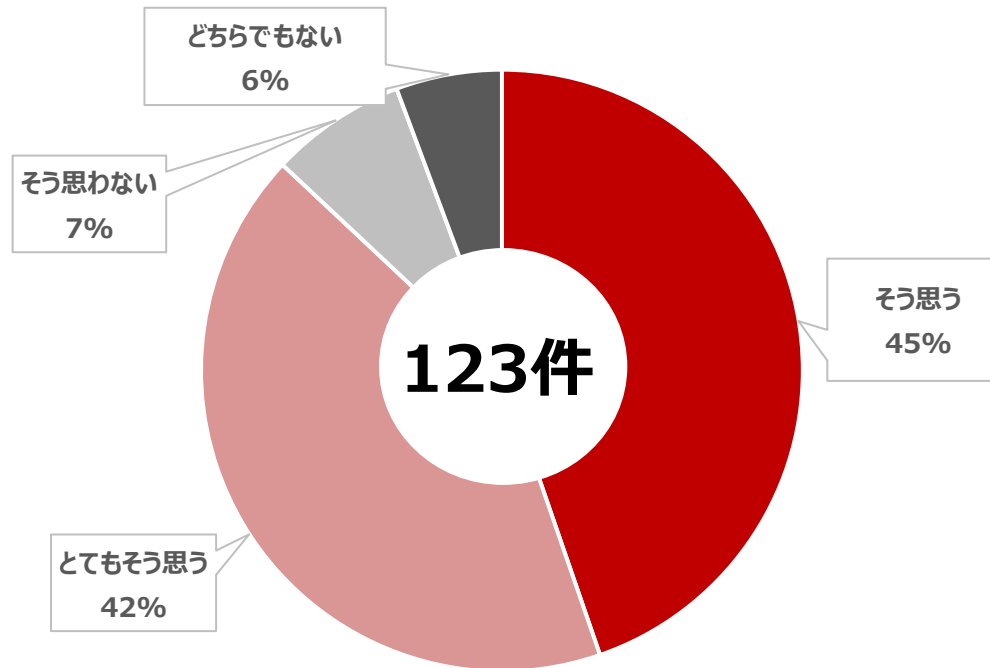


- ✓ 回答者の72%が「地域コミュニティの継続・発展のため」、6割以上が「地域文化の継承のため」「地域経済の活性化のため」と回答しているほか、53%が「地域の子供たちの教育のため」と回答しており、祭りが地域のために必要不可欠な存在であると認識していることが明らかになった。地域コミュニティの形成に祭りが必要かという問いについても64%が「とてもそう思う」22%が「そう思う」と回答しており、合わせて96%が地域コミュニティに祭りが必要と回答していることから、祭りが地域に重要な存在であると認識されていることが明確になった。
- ✓ 一方で、「祭りが好きだから」と回答した者も44%おり、現代社会においても祭りが十分に「楽しめる」存在であることがうかがえた。

3 調査結果 ②祭りを取り巻く環境の変化

祭りの体力的支障度合い

(Q3 祭りに携わるのは体力的に大変だと思いますか。)

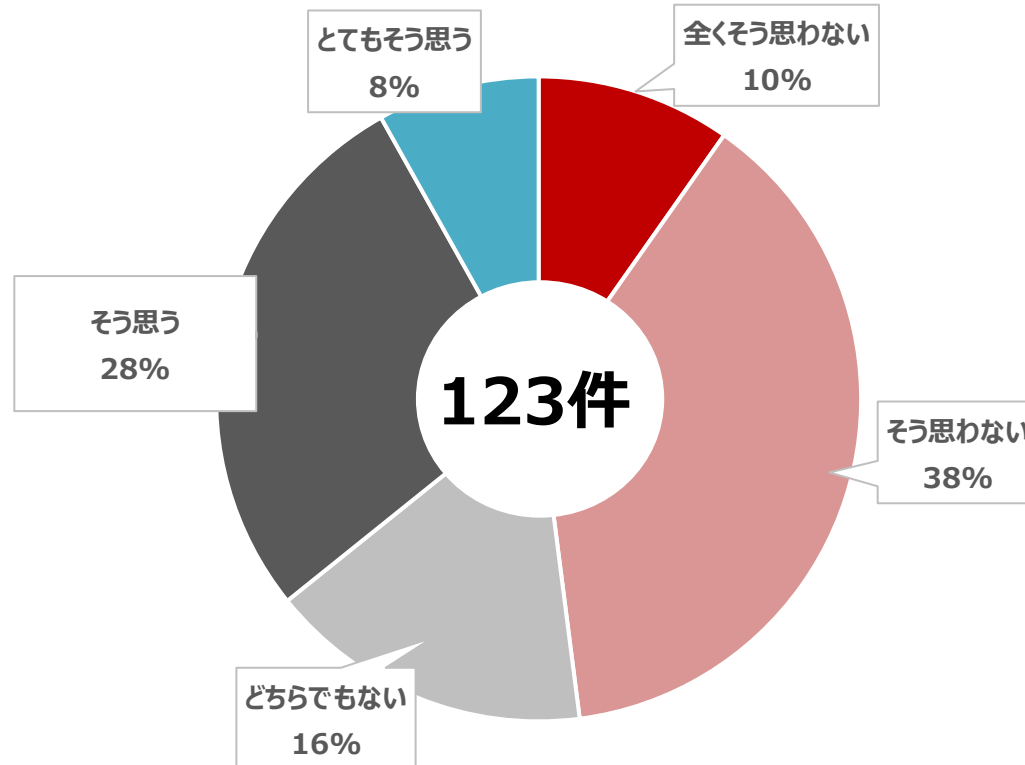


- ✓ 体力的な問題については合計87%が体力的に大変と感じている。回答者の年齢層が20～40代に集中しているにもかかわらず体力に課題があることから、今後祭りの運行において体力を抑えた関わり方の模索が急務と思われる。

3 調査結果 ②祭りを取り巻く環境の変化

コロナ感染症の影響による、祭りへの関心度の変化について

(Q4 コロナ感染症の影響によって、祭りに対する人々の関心が薄くなっていると思いますか。)

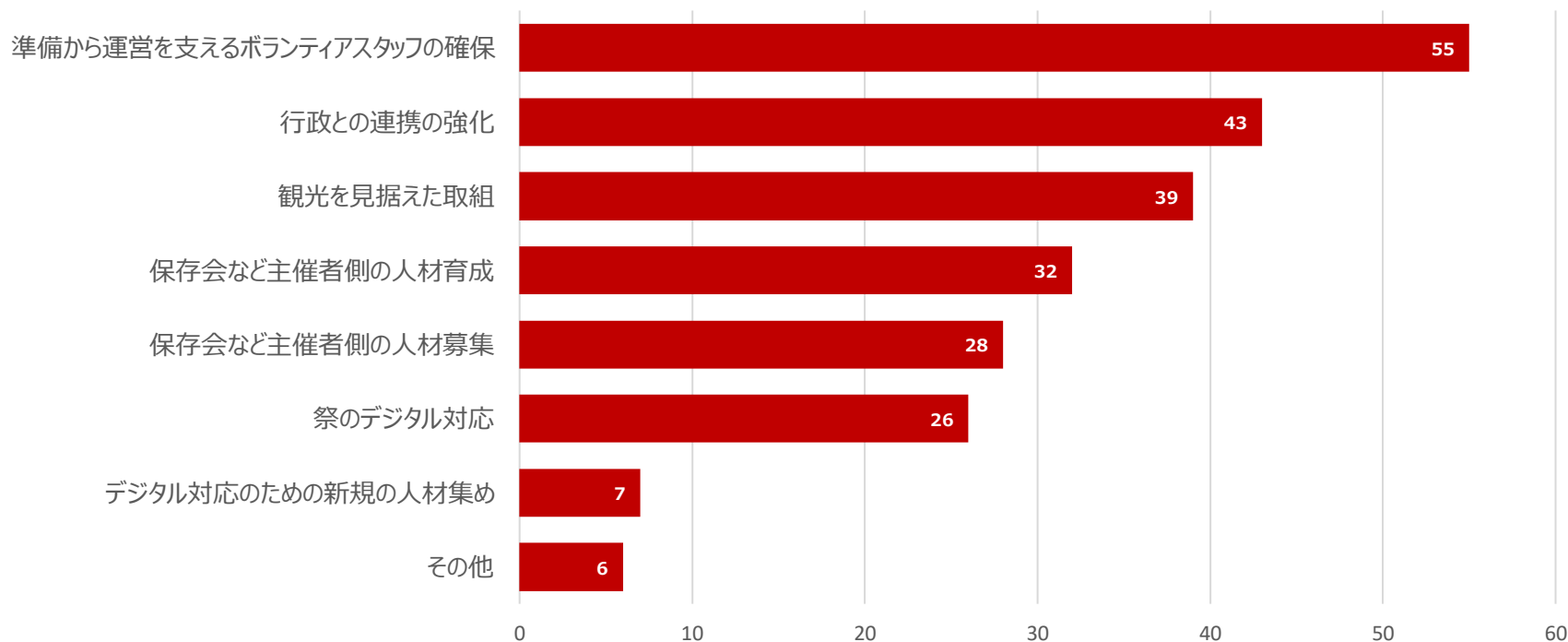


- ✓ 第1位は「そう思わない」(38%)、第2位は「そう思う」(28%)と意見が割れた。祭りの課題として資金難・人材難が顕著になっている中で意見が割れていることから、それら課題があっても祭りに関心を寄せる人が多いことがうかがえる。

3 調査結果 ②祭りを取り巻く環境の変化

コロナ感染症の影響により、運営面において継続している対策

(Q5 コロナ感染症の影響により運営で続けている対策は何ですか。※複数回答可。)

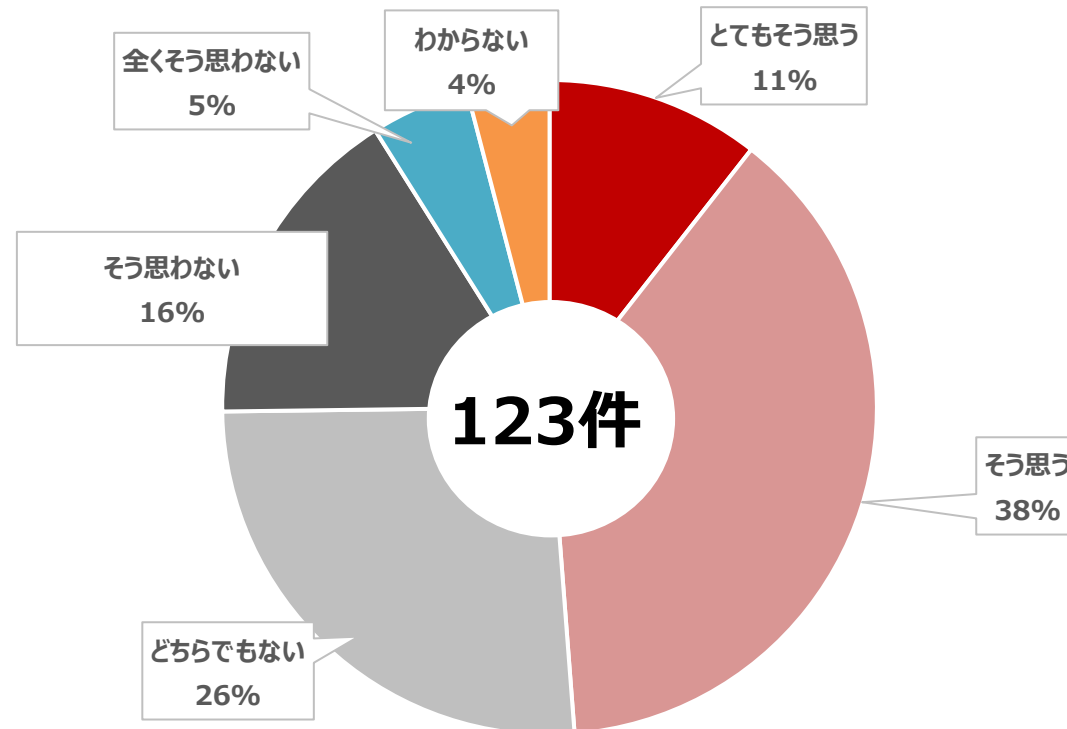


- ✓ 先の質問で資金難・人材難が顕著になっていたが、コロナ禍において祭りのために取り組んだ対策としてはボランティアの確保、行政との連携、人材育成、観光を見据えた取り組みなどがあり、コロナ禍後を見据えた取り組みに意欲的だったことが伺えた。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

コロナ感染症によるデジタル施策推進への期待

(Q6 コロナ感染症の影響によって、祭りのデジタルを用いた施策は進むと思いますか。)

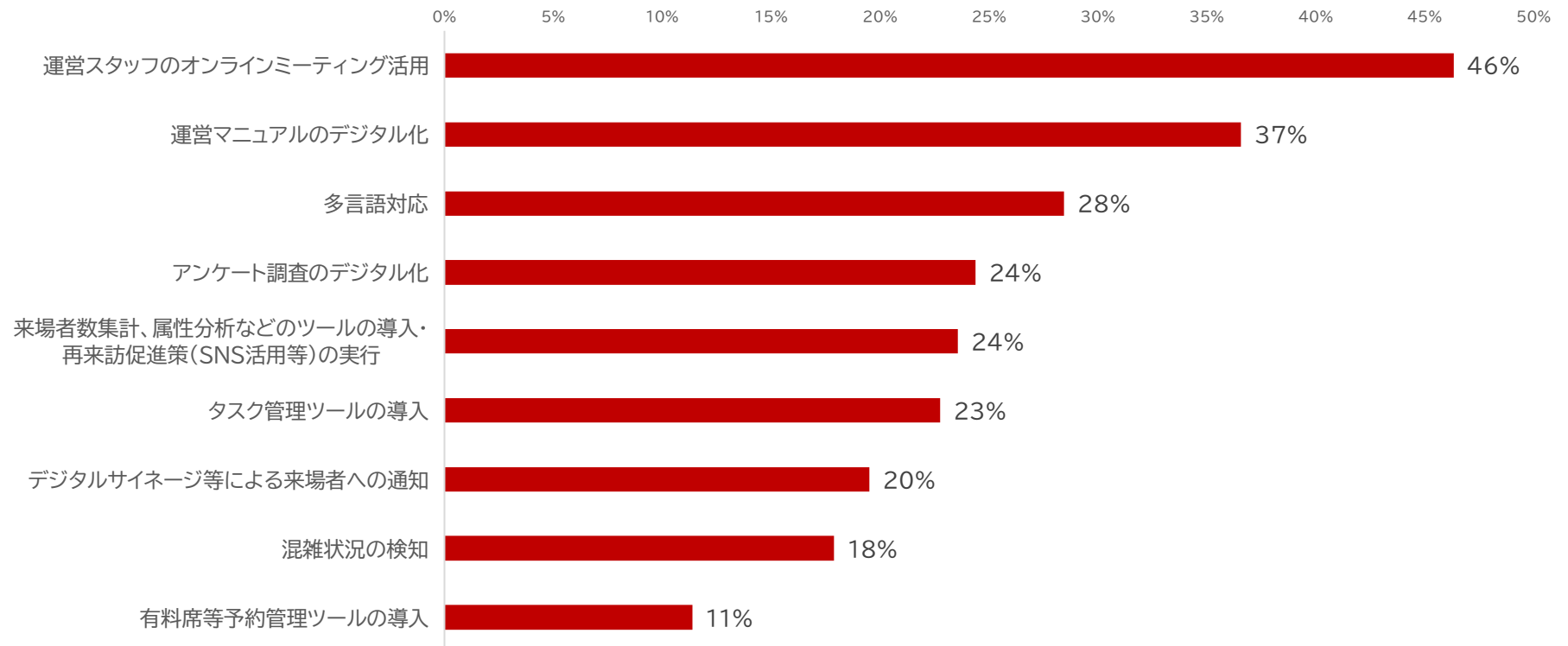


- ✓ 38%が「そう思う」と回答しており、「とてもそう思う」と合わせると約50%に達した。祭り・イベントのデジタル活用が今後進んでいく流れができつつあることがうかがえる。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

祭りの運営面における、今後のデジタル化の取り組み要望について（全体）

（Q9 今後、運営面では、どのようなデジタル活用を行っていきたいと考えますか。※複数回答可。）



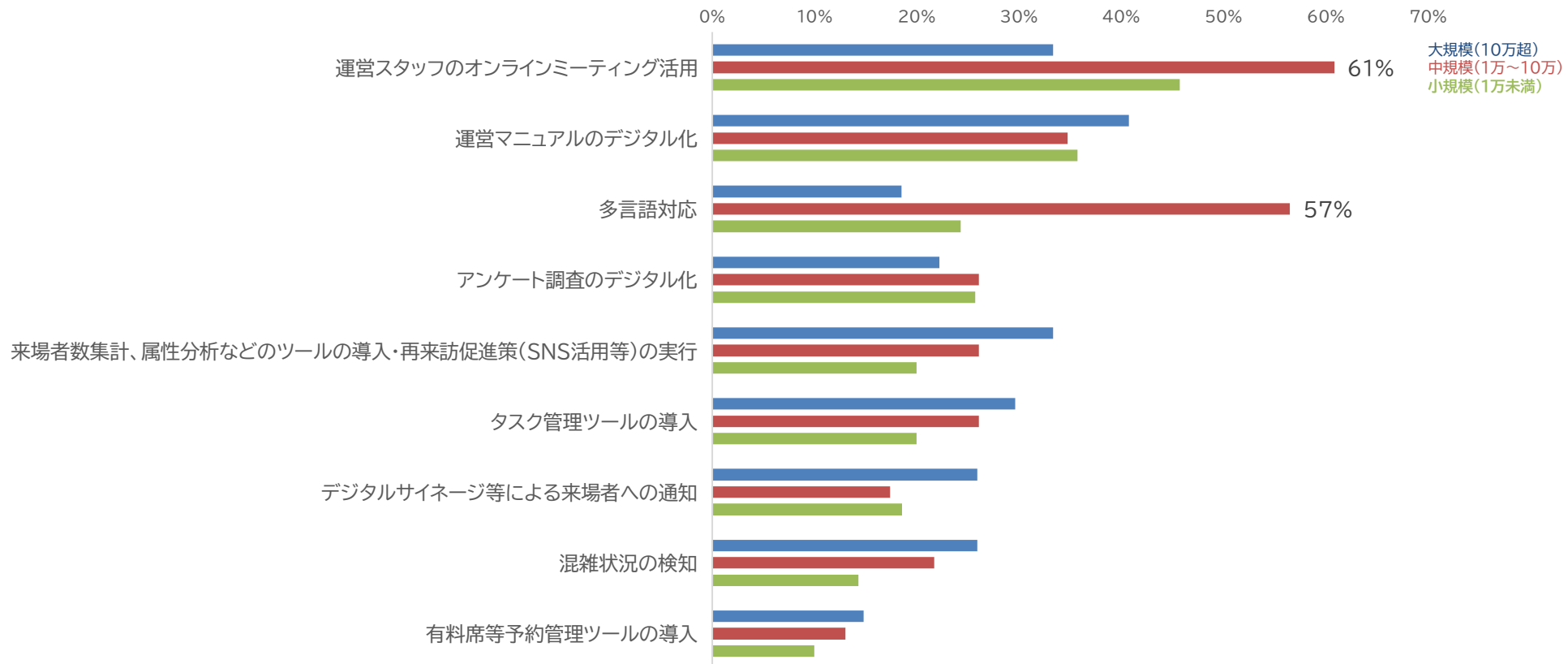
※パーセンテージは設問の回答人数に占める回答数(のべ)の割合

- ✓ デジタル活用のうち、運営面では、「運営スタッフのオンラインミーティング（46%）」がコロナ感染症を通じてニーズが高まったと考えられる他、「マニュアルのデジタル化（37%）」、「多言語対応（28%）」等も意向が高い。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

祭りの運営面における、今後のデジタル化の取り組み要望について（お祭り規模別）

（Q9 今後、運営面では、どのようなデジタル活用を行っていきたいと考えますか。※複数回答可。）



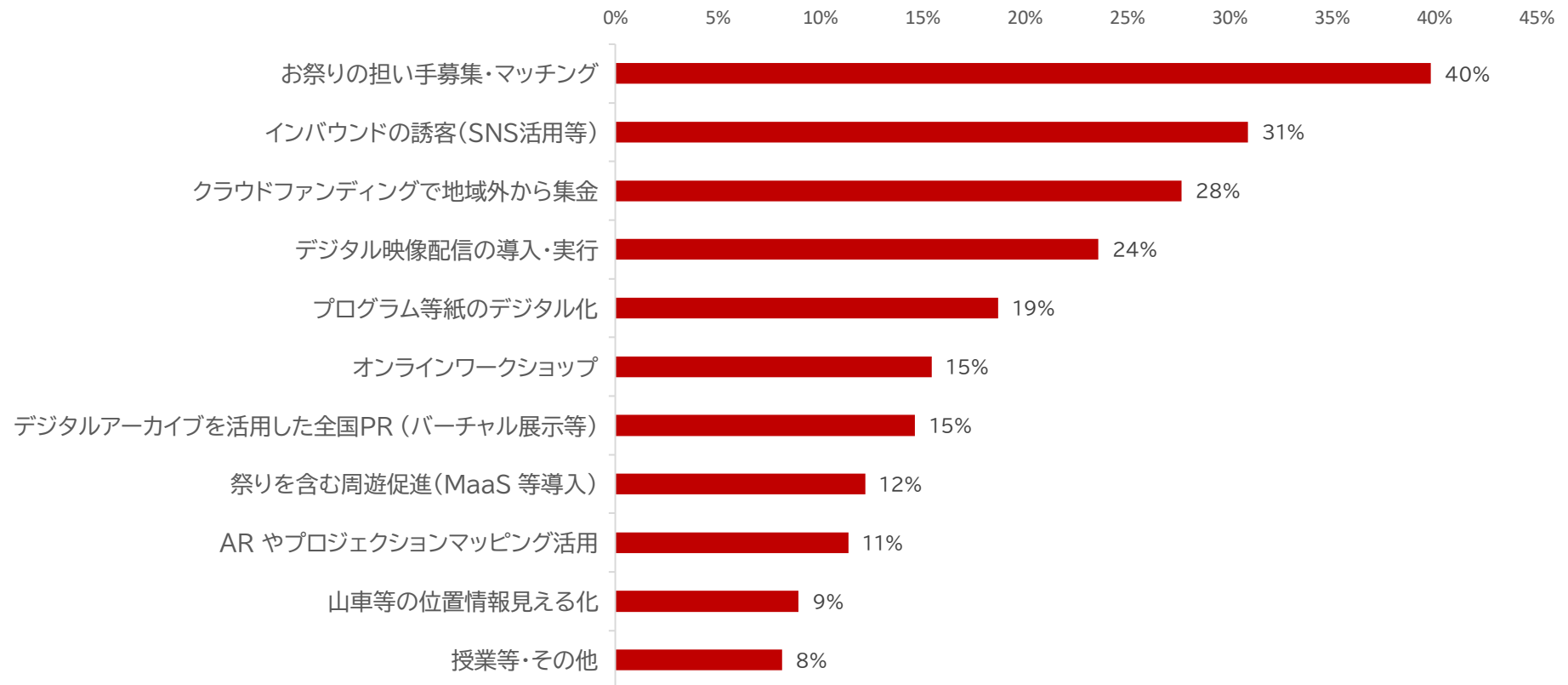
※パーセンテージは設問の回答人数に占める回答数(のべ)の割合

- ✓ 祭りの規模別では、要望するデジタル活用方法に差が存在。特に、中規模のお祭り（1万人～10万人規模）では、大・小規模と比較して「オンラインミーティング活用」や「多言語対応」のニーズが高い。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

祭りの対外発信面における、今後のデジタル化の取り組み要望について（全体）

（Q10 今後、対外発信面では、どのようなデジタル活用を行っていきたいと考えますか。※複数回答可。）



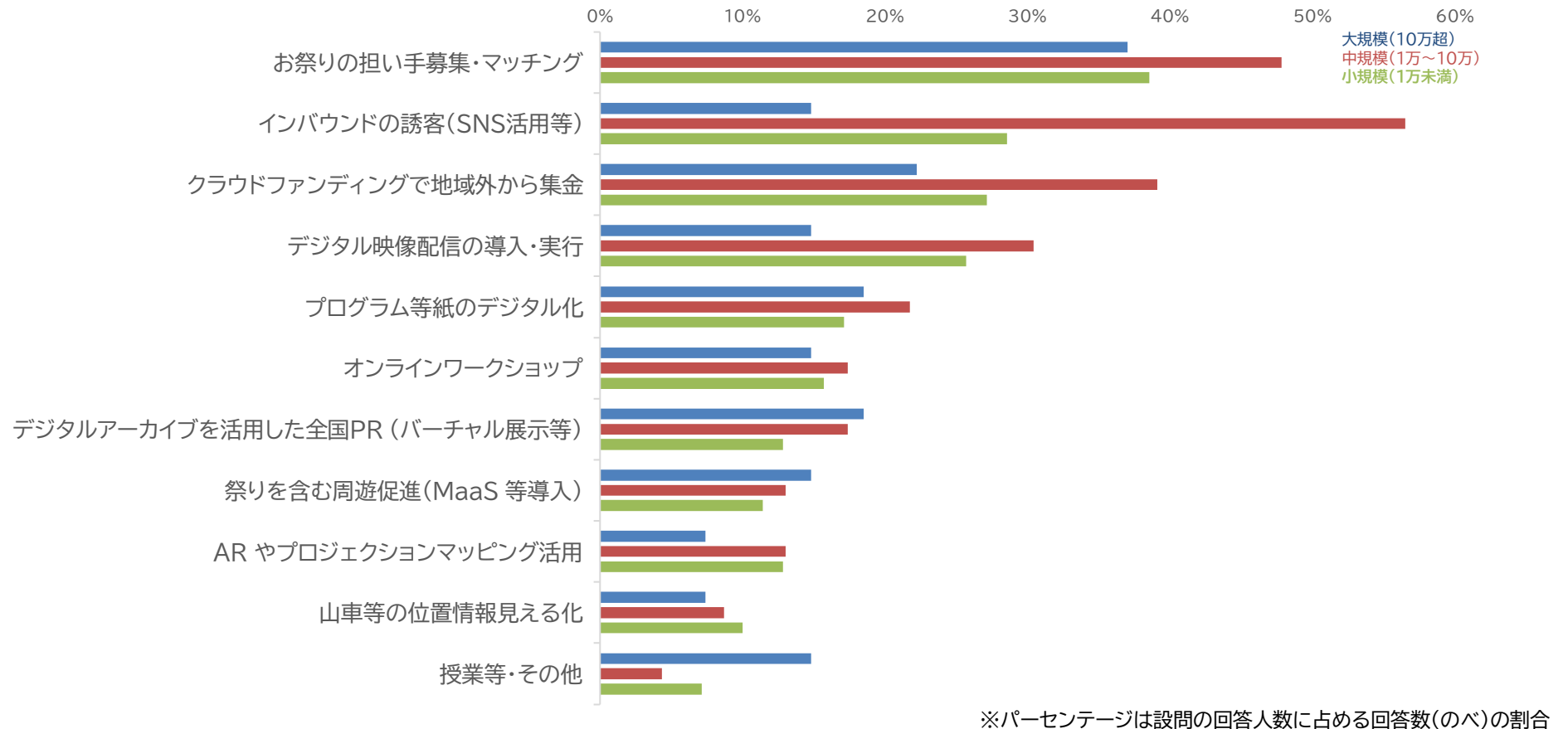
※パーセンテージは設問の回答人数に占める回答数(のべ)の割合

- ✓ デジタルの活用方法のうち、情報発信面では、「お祭りの担い手募集・マッチング（40%）」、「インバウンドの誘客（31%）」、「クラウドファンディング（28%）」等のニーズが高い。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

祭りの対外発信面における、今後のデジタル化の取り組み要望について（お祭り規模別）

（Q10 今後、対外発信面では、どのようなデジタル活用を行っていきたいと考えますか。※複数回答可。）

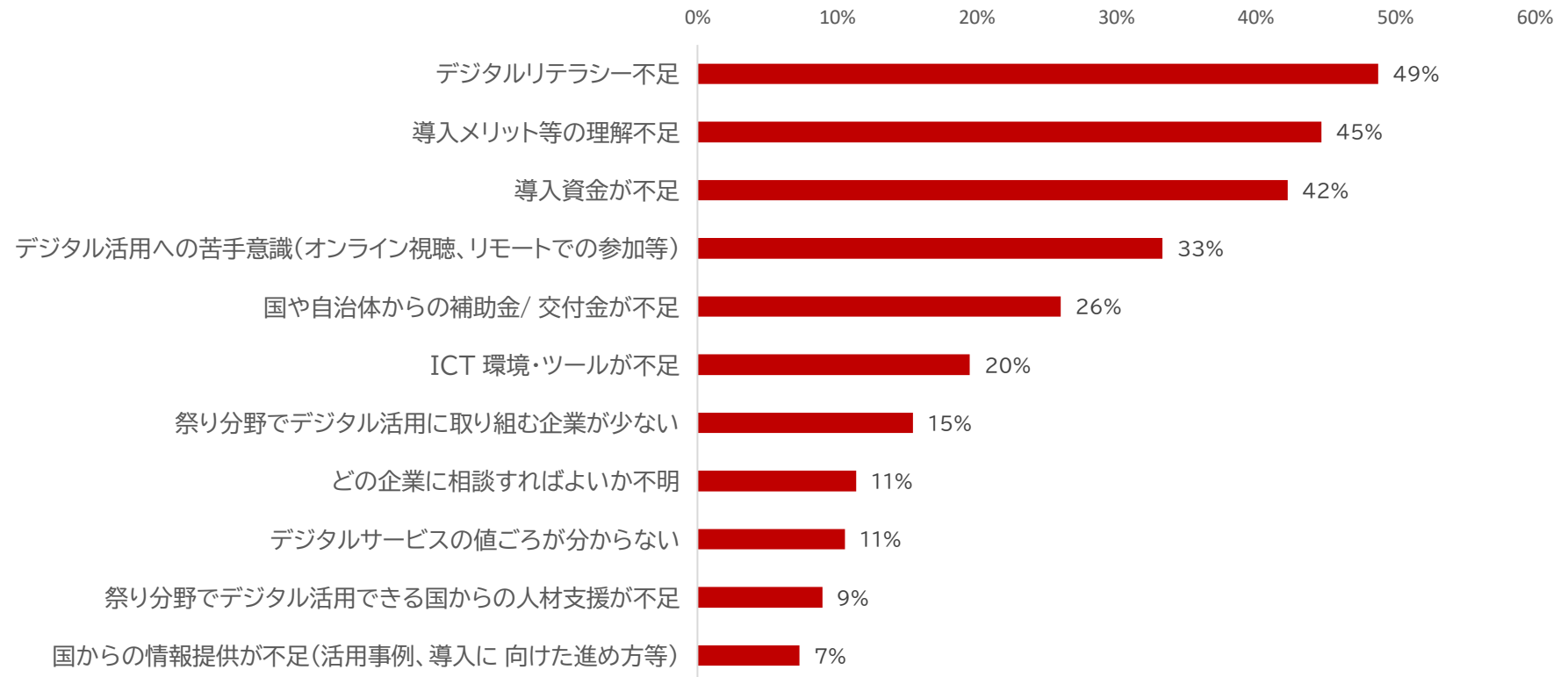


✓ 祭りの規模別では、運営面と同様に、デジタル活用方法の要望に差が存在。中規模のお祭り（1万人～10万人規模）では、大・小規模と比較して、デジタル活用の要望が高い傾向が見られる。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

祭りにおけるデジタル活用の課題（全体）

（Q11デジタル活用を行っていくにあたって資金面、人材面、ノウハウ面など何が課題だと考えますか※複数回答可。）



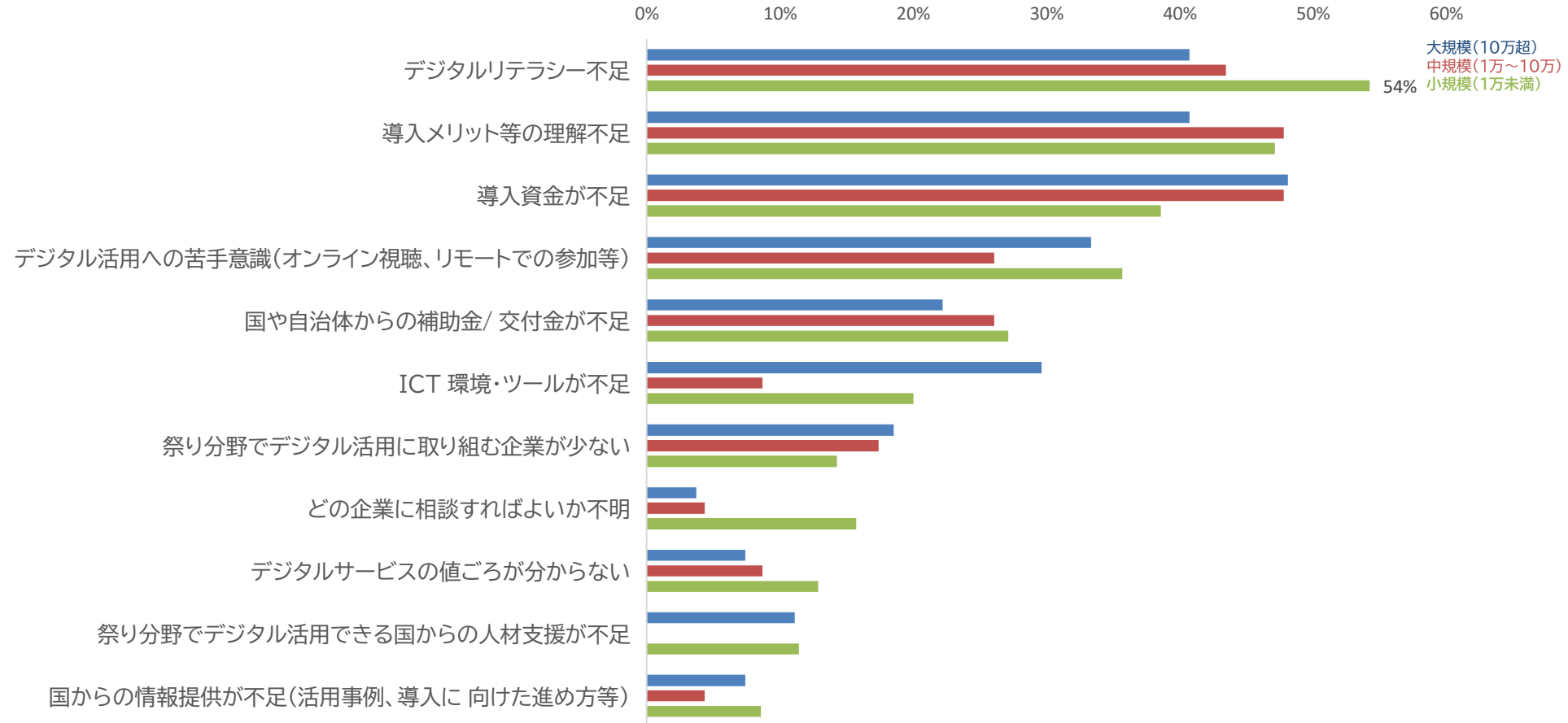
※パーセンテージは設問の回答人数に占める回答数(のべ)の割合

✓ 運営面、発信面ともに、デジタル活用のニーズは高い一方、デジタル活用には様々な課題が存在。特にデジタルリテラシー不足（49%）、メリット理解不足（45%）、導入資金不足（42%）などが高い。

3 調査結果 ③祭りのデジタル活用

祭りにおけるデジタル活用の課題（祭り規模別）

（Q11デジタル活用を行っていくにあたって資金面、人材面、ノウハウ面など何が課題だと考えますか※複数回答可。）



※パーセンテージは設問の回答人数に占める回答数(のべ)の割合

✓ 祭りの規模別に課題に差が存在。特に、小規模では、デジタルリテラシー不足が顕著（54%）。他方、大規模・中規模では、導入資金が不足している傾向が見られ、検討や実装の段階によって課題は多岐に渡ると考えられる。

4 寄せられた意見

●祭りの開催について

- ・主催者が高齢化し若者との共存図れない。祭りの目的が徐々に曖昧となり、例年化による祭りへの情熱が減少している。
- ・自治会高齢化と自治会の加入率低下により協力を得ることが難しくなっている。

●コロナによる運営対策について

- ・行政人に積極的な参加を呼びかけ、意識改革を促している。
- ・出店ではなくデジタルスタンプラリーなどによる地域店との連携をしている。
- ・少しでも練習を続け、小さなイベントでも出演すること。とにかく続けること。発信することが大切。

●祭りを実施する目的について

- ・スポーツ競技人口拡大、市民健康増進、ワールド大会誘致による地域発信力強化、訪日客誘致のため。
- ・主催事業に関しては、自分たちがやりたいため。世の中のワクワクの総量を増やしたいため。

5 提言

■ 調査結果を踏まえ、アフターコロナにおいて日本の祭り・イベントを継続していくため以下を提言

1

域内外の若年層と高齢者の参加を増やす取り組みを

若年層への取り組み

- ・ 若年層の参加が祭り・イベントの未来に深く関わってくることを鑑み、「伝統」と「革新」を掛け合わせた対策を行うことも必要。
- ・ 例えば現代の音楽やアートなど馴染みのある要素の取り入れや、SNSを通じた情報発信・参加者募集などがあげられる。

高齢者への取り組み

- ・ 参加する高齢者に対しては、利便性の改善や安全対策を強化する必要がある。
- ・ 運営側の高齢者には、観光客の案内や祭りの解説など、特に適した役割があることを再認識する必要がある。

域外からの参加を

- ・ 少子高齢化が進む地域では、域内の担い手不足が顕著なため、域外からでも参加・運営できる工夫が求められる。

2

継続性のある資金調達を官民一体で支援を

資金難の実態

- ・ 祭り・イベントの資金調達の課題は、従来の個人寄付や自治体補助金、企業協賛では集まり難くなってきている実態がある。
- ・ 主催者は本業の傍らで運営しており、中長期の収支計画を立てる余裕がないため、毎年の開催が困難な資金状況にある。

中小規模の祭りへ支援を

- ・ 地域の祭りを継続・承継するために、資金体力が低い中小規模の祭りへの資金調達支援策が必要。
- ・ 例えば、収支改善のために事業計画立案や運営支援、観覧席や体験企画支援が必要。

3

デジタル活用ニーズに応えるため実装の支援を

運営、对外発信など多様なニーズ

- ・ コロナ感染症を通じ、オンラインミーティングなどのデジタル活用が進展。
- ・ マニュアルのデジタル化（運営面）、お祭りの担い手募集、インバウンド誘因（発信面）等の多様なニーズが顕在。
- ・ お祭りの規模により、その活用ニーズも異なる。

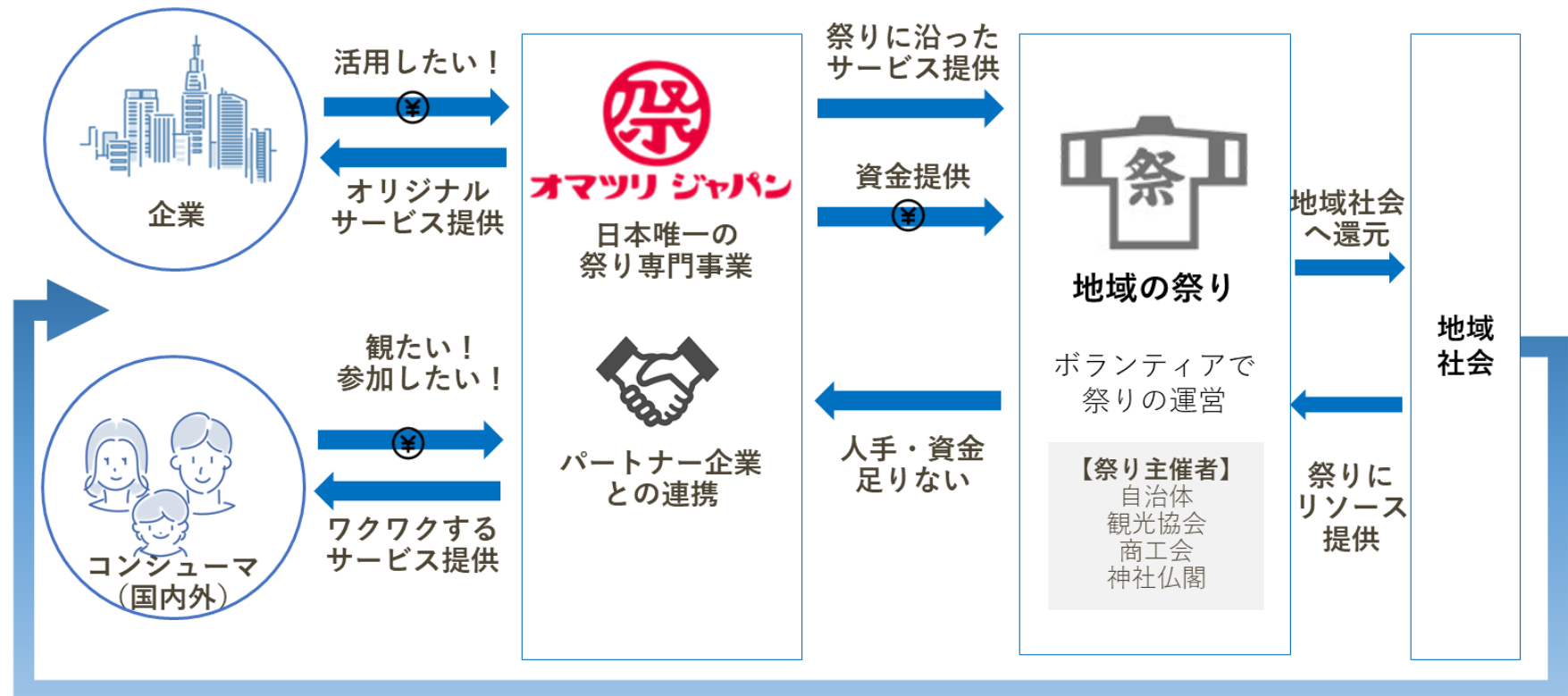
官民で導入障壁を緩和し、実装推進

- ・ デジタル導入には、情報の不足、メリットの理解不足、資金不足等の様々な課題が存在。
- ・ 小規模なお祭りにおいては、特に、情報面での課題が明らか。
- ・ 今後、お祭りの規模等も考慮しつつ、デジタル実装の知見を持つ民間事業者等も巻き込みながら、官民での情報支援や、継続のための資金確保などの仕組みづくりが必要。

6 調査実施団体紹介

祭り・イベント総合研究所は株式会社オマツリジャパン内で活動する祭りに関する調査を行うシンクタンクになります。株式会社オマツリジャパンは祭りに関する諸課題を主催者と共に解決し、祭りを通じて企業や地域との新しい相互利益モデル、「**祭りを当たり前で開催できる世界**」を創造していきます。お気軽にご相談ください。

■祭り循環モデル



6 調査実施団体紹介（デジタル活用調査）

NTT東日本 地域循環型ミライ研究所は、地域の価値・魅力である「文化・食・自然」の領域を調査・研究し、同じ思いをもって地域の未来を支えようとしている自治体・企業・住民等の皆様と手を取り合い、地域の魅力を再発見し、社会にコレクティブインパクトを与えるような、新たな価値創造を目指す地域シンクタンクです。

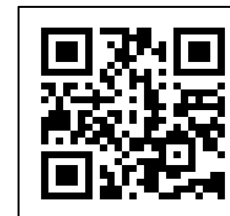


6 調査実施団体紹介

本調査/サービスに関する問合せ先

▶株式会社オマツリジャパン

info@omatsurijapan.com



本調査の「祭りのデジタル活用」に関する問合せ先

▶東日本電信電話株式会社 地域循環型ミライ研究所

https://www.ntt-east.co.jp/regional_circulation/

