

「守るべき伝統を魅せ方を変えることによって残す」 ～新たな魅力を引き出すことで、祇園祭を継続させていきたい～

6班メンバー

谷京子（株式会社 大丸松坂屋百貨店 大丸京都店） 濱田和成（株式会社 京都銀行） 松林貴子（株式会社 ファーストリテイリング）
伊代田浩平（京都造形芸術大学キャラクターデザイン学科2回生） 岩淵二千乃（京都造形芸術大学美術工芸学科1回生）
湯書華（京都大学大学院人間・環境学研究科修士課程1回生） 谷合敬太（京都大学法学部4回生）
田中千尋（京都大学農学部2回生） 久島博彰（京都大学総合人間学部2回生）



テーマの背景

- ・祇園祭の継続のためには、地元京都の人はもちろん、海外の人、全国から集まる学生など色々な人に祇園祭の伝統・想いに参加してもらい、興味を持ってもらえるような祭りにしていくことが大切だと考えたから
- ・そのために、祇園祭の「守るべき伝統」をより多くの人が魅力的だと感じるような方法で伝えていきたいと考えたから

調査の目的

- ・祇園祭の「守るべき伝統」とは何か
- ・観光客、山鉾町双方の現状・課題

調査方法

- ・株式会社らくたび若村社長へのヒアリング（6月22日）
- ・祇園祭当日のフィールドワーク（7月14日）



内容・結果

■ 株式会社らくたび若村社長へのヒアリング

- ・観光要素が祇園祭に取り入れられたのは近代になってから
- ・山鉾町内部で祭運営のための役割分担があり、ノウハウが受け継がれてきた
- ・現状、準備の段階では女性も活躍するが、男性の方が多い
- ・核家族化や高度経済成長に伴う、山鉾町の世帯数の減少（＝担い手の減少）
- ・資金不足の問題
- ・交通網の発達等に伴う氏神信仰の意識の薄れ

■ 祇園祭当日のフィールドワーク

- ・たくさんの屋台、観光客の多さ
→祭それ自体の規模拡大、観光行事化
- ・混雑や暑さ
→地元京都の人は足を運びづらいのではないかと
- ・提灯に書かれた企業広告など
→祇園祭への地元企業の参加の意識がみられる

考察

■ 調査対象の変化したところ

- ・祇園祭の観光行事としての側面が強まってきた
- ・京都市民の帰属意識が薄れ、担い手不足が進行している
- ・地域に愛着があるが故に参加していたものが、参加するが故に愛着を感じるようになった
- ・氏神信仰の意識が薄れ、他の地域からも多くの人が参加するようになった

■ 変化しなかったところ

- ・鉾町内部での役割分担や作業内容
- ・地域の間人という意識を持っている人たちによって支えられているということ



提言

祇園祭がこれまで継続してきたのは…

- ・人を惹きつける魅力があるから
- ・祭の運営を支える地域の人がいるから



祇園祭が今後も続いていくには…

1. まずは祇園祭の魅力を保ち続けること
2. 山鉾町に住む人の活動を他地域の人に知ってもらうこと
→プライドの維持につながる

SDGs には当てはまらないが持続可能であるために必要であると考えたこと

- ・魅力を保つ
- ・持続可能性の達成に関わる人のモチベーションを保つ

テーマへの回答

新たな魅力を引き出すというより、将来担い手となり得る地元京都の人や学生をターゲットに「今ある魅力」（＝守るべき伝統）をもっと伝え、山鉾町に住む人のプライドを維持し、プライドを持った担い手を呼び込むことが、祇園祭が今後も続いていくために重要ではないか