「ひろしま神楽」を活用した
“まち”のにぎわいの創出について

平成３１年３月

HIROSHIMA KEIZAI DOYUKAI

広島経済同友会
文化振興委員会

目　次

はじめに　. 1

第1章　調査・研究テーマを「ひろしま神楽」とした経緯　. 2

1.　同友会会員アンケートの実施　. 2

2.　アンケート集計結果の概要　. 2

3.　テーマの決定　. 3

第2章　当委員会における調査・研究の内容　. 4

1.　「ひろしま神楽」の歴史と現状　. 4

2.　神楽による地域活性化の可能性　. 7

3.　「ひろしま神楽」に対する県の取組み　. 8

4.　北広島町、安芸高田市　視察　. 10

5.　若手神楽団員の想い　. 16

6.　「ひろしま神楽」の源流　石見神楽視察　. 19

第3章　「ひろしま神楽」の現状分析・課題の整理　. 24

1.　「ひろしま神楽」の“強み”　. 24

2.　「ひろしま神楽」の“弱み”＝課題　. 26

第4章　提言　. 30

1.　差異化のための施策　. 30

2.　持続可能とするための施策　. 32

3.　経済効果を高めるための施策　. 34

4.　施策実現のための資金・組織について　. 36

おわりに　. 39

提言書作成までの委員会の活動内容　. 43

委員会名簿　. 45

はじめに

文化には、人々の心を豊かにし“まち”を元気にする力がある。文化の振興は地域の活力を生み、中長期的に大きな需要を生み出す可能性を持っている。
当委員会では、平成２９年度から２年間にわたり、「文化の振興による“まち”のにぎわいの創出」について調査・研究に取り組んできた。広島県の文化の棚卸しを行い「ひろしま神楽」をメインに据えて考えていくこととしたが、調査・研究を進めていく中で、広島県が誇る伝統文化であり近年ブームと言われている「ひろしま神楽」にも、様々な課題があることが見えてきた。
本提言は、卓話や視察を通じて把握した「ひろしま神楽」の強みと弱みを整理し、差異化の視点、持続可能性の視点、経済効果の視点から、「ひろしま神楽」を活用した“まち”のにぎわいの創出に向けて取り組むべき施策を取りまとめており、その内容が関係各位の今後の活動等の参考となり、ひいては地域の活性化につながることを願っている。

最後に、今回の調査・研究に関して、委員会等にお招きした講師の方々や視察にご協力いただいた皆様に、深く感謝を申し上げる。

第1章　調査・研究テーマを「ひろしま神楽」とした経緯

この章では、「文化の振興による“まち”のにぎわいの創出」を考えるにあたり、中心に据えるテーマを「ひろしま神楽」とした経緯について記述する。

１．同友会会員アンケートの実施

一口に「文化」と言っても幅広い。文化振興委員会では、広島県の文化の棚卸しを行いテーマを絞って調査・研究を進めていくため、同友会会員を対象に「広島県の文化に関するアンケート」を実施した。
アンケートでは、「広島生まれの広島育ち」という内側からの視点を持つ会員から、「転勤等で広島に来て期間限定で広島で生活している」という外側からの視点を持つ会員まで、幅広い属性の会員から回答をいただいたが、アンケートの中で「広島県が誇ることのできる独自性のある文化」として多くの支持を得たのが「神楽」であった。

２．アンケート集計結果の概要

・「広島県の文化度」は、内側からの視点を持つ会員と外側からの視点を持つ会員でギャップがあった。内側からの視点を持つ会員はやや厳しい見方が多く、外側からの視点を持つ会員は概ね好意的な回答であった。
・「広島県が誇ることのできる独自性のある文化」では、ジャンル別に捉えると「スポーツ」「世界遺産」「食文化」の順で回答数が多かったが、実際にアンケートに記入された具体名では、「カープ」に次いで多かった回答が「神楽」であった。内側からの視点、外側からの視点の属性ごとでも同様の傾向であり、転勤族の会員も「神楽」という回答が 2 位であった。
・「文化の独自性の理由」としては、ジャンル別で「スポーツ」を挙げた会員は経済効果を、神楽を含む「郷土芸能」を挙げた会員では質の優位性を答えた回答が多かった。
・その文化の「認知度」については、「スポーツ」「世界遺産」「食文化」は、ほぼ全ての会員が認知されていると回答しているが、神楽を中心とする「郷土芸能」は、県内認知度も十分ではなく、県外認知度については低いとの回答が多かった。対応策として、広範な広報の必要性を挙げた回答が多かった。
・「賑わいの創出・経済効果」は、どのジャンルも概ねやり方次第で期待できるとの回答であったが、「スポーツ」「世界遺産」「食文化」はこれ以上は難しいとの回答も一定数あった。

３．テーマの決定

アンケート集計結果では、広島県が誇ることのできる独自性のある文化として「スポーツ」「世界遺産」「食文化」に関するものもいくつか具体名が挙がったが、例えば、具体名として一番多かったカープは既に大きな賑わいを生んでおり、世界遺産も地域が限定されるなど、同友会として県全体の視点で見た場合、テーマとしてそぐわない面がある。
委員会での協議の結果、昨今の盛り上がりや広島県としての独自性、そして経済効果を含めた今後の発展性などを踏まえ、中心に据えていくテーマを「ひろしま神楽」とし、エンターテインメント性の追求や観光資源としての活用にとどまることなく、神事として誕生した歴史のある神楽の本質を伝えていくことなども織り交ぜながら、「ひろしま神楽」を活用した“まち”のにぎわいの創出について、具体策を考えていくこととした。

＜アンケート集計結果の概要（回答数２４４名）＞（詳細は、別添の資料参照）

※ 回答者プロフィール

	属　性	人　数	構成比	備　考
内側	A	51名	21．0%	広島県生まれ、広島県育ち
↕	B	112名	46．1%	広島県生まれ、広島県育ち、青年時代に県外生活経験あり
	C	33名	13．6%	広島県以外で生まれ、大人になって広島県で生活している
外側	D	40名	16．5%	転勤等で広島県に来て、期間限定で広島県で生活している
	E	7名	2．8%	その他

Q.広島県が誇ることのできる独自性のある文化は？

（ジャンル別に捉えた場合）

ジャンル	人　数
スポーツ	163名
世界遺産	89名
食文化	85名
郷土芸能	53名

アンケートに記入された具体名

具体名	人　数
カープ	99名
神　楽	37名
お好み焼き	34名
原爆ドーム	33名

Q.その文化の認知度は？

	県内認知度		県外認知度	
ジャンル	高　い	低　い	高　い	低　い
スポーツ	162名	1名	159名	4名
世界遺産	89名	0名	88名	1名
食文化	81名	4名	72名	12名
郷土芸能	36名	17名	13名	38名

Q.賑わいの創出・経済効果の期待

ジャンル	やり方次第で期待できる	構成比	これ以上は期待できない	構成比
スポーツ	135名	82．8%	28名	17．2%
世界遺産	76名	85．4%	13名	14．6%
食文化	74名	88．1%	10名	11．9%
郷土芸能	49名	94．2%	3名	5．8%

第2章　当委員会における調査･研究の内容

この章では、「ひろしま神楽」を活用した“まち”のにぎわいの創出に向けて、当委員会で調査・研究した内容について記述する。

１．「ひろしま神楽」の歴史と現状

テーマの中心とした「ひろしま神楽」の全体像の把握、基礎知識の共有のため、ひろしま神楽の盛んな地域の一つである北広島町出身で神楽に対して造詣が深い「ＮＰＯ法人広島神楽芸術研究所　理事　石井誠治氏」をお招きし、「ひろしま神楽」の歴史と現状についてお話を伺った。
石井氏は、「ひろしま神楽」の舞台芸術化を図りスーパー神楽の総合プロデュースを手掛けるなど、現在の「ひろしま神楽」の隆盛に多大な貢献をされている方である。

（以下、石井氏の卓話より）

①「ひろしま神楽」の誕生と変遷

・そもそも神楽は、日本神話の「天岩戸（あまのいわと）伝説」までさかのぼり、天照大御神を誘い出す天鈿女命（あめのうずめのみこと）が岩戸の前で舞った「舞」が始まりである。その後、八岐大蛇（やまたのおろち）、天孫降臨（てんそんこうりん）、神武（じんむ）といった神話の演目につながっていった。
・五穀豊穣を授けてくれた神々に感謝する農耕儀礼に神事、儀式が加わり、国家安泰、無病息災など、より広い祈念の舞へと発展し、米づくりとともに、地方の文化的風土に従い独自の様式を形作りながら全国に広がっていった。
・「ひろしま神楽」の源流は島根県で、出雲佐太神能の農耕儀礼（儀式舞）が発祥である。島根県石見地方で、古事記・日本書紀の神話を取り入れ、観て面白い「石見神楽」が誕生し、江戸時代に中国山地を越え広島県北西部に伝わった。

・現在、広島県には、娯楽性が高く最も人気がある県北西部の「芸北神楽」のほか、儀式舞が中心である県東部の「備後神楽」、県西部の瀬戸内海沿岸を中心に行なわれている「安芸十二神祇」、比婆郡とその周辺を中心に行なわれている国指定重要無形民俗文化財の「比婆荒神神楽」、瀬戸内海の島々とその沿岸部を中心とした「芸予諸島の神楽」がある。

・終戦後、神道色が強いものは排除されたため、郷土史研究家の佐々木順三氏が、神道色を薄め演劇性が高い新作神楽を創作する。物語性が強くスピード感・迫力がある新しい神楽は「新舞」と呼ばれ、従前の「旧舞」とは異なる神楽として芸北地方に浸透した。
・農業衰退に伴う神楽団員の減少もあり、田舎者の娯楽と呼ばれ盛り上がりに欠ける時期もあったが、1992 年に、これまでの常識を覆す派手な衣装や演出、面や衣装の早変わり等、舞台芸術として進化させた「スーパー神楽」が登場した。伝統的な農村部では批判的な向きもあったが、1993 年の広島市中心部での自主公演成功等を経て全県的に広がった。
・県内では、大小あわせて約 200 の神楽団があり、その内 150 の神楽団は芸北地方にある。広島市内にも、安佐北区を中心に 40 ほどの神楽団がある。
・団員の構成は平均 18 人で、県全体で 2,000 人前後と思われる。9 割が男性で、年齢は 20～30 代が 40%、40～50 代が 35%、60 代以上が 11%程度である。働き盛りの年齢層が多いが、40 代以下でなければ、体力的にはついていけない。
・大会、定期公演はそれぞれ 50 程度ずつあり、その他多くのイベント等に出演している。観賞人口は、大会約 5 万人、定期公演約 15 万人、イベント約 20 万人の年間約 40 万人程度である。

②「ひろしま神楽」の課題

近年、ブームといわれる「ひろしま神楽」であるが、実情は、以下のようなさまざまな課題を抱えている。

・農業の衰退や過疎化に伴い、農業従事者ではなく、都市部から通う給与生活者等が団員の 3 割を占める。近年の神楽人気により若年層が増加した神楽団もあるが、総じて 50 代以下の担い手（継承者）は減少傾向にある。一部の有力神楽団に、団員が集中する傾向もある。

・1 着 100 万円以上の衣装や楽器等、相当の費用がかかるが、一部の市を除き行政からの経済的な支援はない。

・人気のある神楽団は年間 50 程度の公演をこなし、謝礼等 600 万円前後の収入で衣装などの調達ができるが、氏子からの寄付金や公演の謝礼で賄えない部分は、団員が自費で調達している場合もある。

・地域活性化の手段として観光資源化していくことや神性が失われていくことに対し、批判がある。一方で、伝統芸能である以上、観賞する側の視点に立ち伝統文化の再生を図るべきという意見もある。

・担い手（継承者）となる若年層に、神楽の歴史や本質が伝承されていない。そもそも、伝承する側である年長者が、正確な歴史や本質を知らない場合がある。

・県外や海外の鑑賞者が増加するにつれ、芸術的な質の面での向上が望まれる。現状では、歌舞伎等と異なりプロの芸ではない。

・「ひろしま神楽」に対する対応が、自治体によって異なる。これは、主たる公演の場となる拠点の有無にもよる。

③課題解決のために

・認知度向上、担い手育成、質的向上を図るために、例えば、徳島阿波踊り会館のような拠点が必要ではないか。歴史資料等が展示されたミュージアム、体系的な教育や本質・技能等を継承できる学校、セミプロによる定期公演等の機能を持った「神楽の殿堂」的な施設を建設するべきであると考える。拠点の場所は、効果的なＰＲ、認知度向上の観点では広島市内中心部が望ましいが、神楽の原風景である米づくりの場所である農村部にあるべきという考え方もある。

・たとえば、日本画家が描いた神楽を展示したり、立派な和紙工芸である神楽面や専用の衣装の製造業者も巻き込んだ「神楽産業の創出」という視点も重要である。

・県北部の高校では神楽部があり、一部の大学では神楽サークルが創設されている。そういった若年層の潜在的なニーズもあり、「神楽団員のセミプロ化」は実現可能ではないか。

２．神楽による地域活性化の可能性

神楽という伝統芸能を活用した「持続的なまちの賑わいの創出」には、「長い間地域の財産として残っていく仕組みづくり」の視点が必要である。
伝承芸能による地域活性化の可能性について学術的な立場からの考えを知るため、「國學院大学文学部・大学院教授　新谷尚紀氏」をお招きし、お話を伺った。
新谷氏は、広島県出身で、日本の民俗学、民族芸能に対する造詣が深く、国立歴史民俗博物館名誉教授、総合研究大学院大学名誉教授も務める方である。

（以下、新谷氏の卓話より）

①資源活用

・芸北地方は、豊かな自然に加え、神楽に限らず古代、大和朝廷まで遡る歴史遺産（古墳、神社、仏像、観音像等）の宝庫でもある。一方、雇用を生む力は弱い。
・広島市を中心とする都市部には、資本、人口、先端技術などの資源が豊富にあり、雇用を生む力も強い。
・農村部と都市部、両者の特徴を活かし、農村部の資源（自然資源、歴史文化資源）と、広島市を中心とする都市部の資源（資本、人口、先端技術）の「交流・融合」による地域の活性化を検討するべきである。農村部単独では、行政の資金面からも活性化は難しい。

②相互交流

・「交流・融合」の手段として、都市部と農村部をつなぐ「文化資源活用ネットワーク」の構築（例えばＮＰＯ法人の活用）が有効ではないか。両者が活発に交流することにより、相互の活性化につながる。始まった交流を継続させる仕組みづくりも重要である。
・ネットワーク構築の実現には、都市部の企業等が受けるメリットの内容（何らかのインセンティブ付与等）が重要である。
・この相互交流に携わる者として、定年により退任した大学教授は、知識・能力のある優秀なボランティアとして有効である。広島にも、広島大学の元教授等、有為な人材が多数いるはずである。

３．「ひろしま神楽」に対する県の取組み

行政（広島県）は「ひろしま神楽」に対しどのような取組みを行なっているのかを確認するため、「広島県環境県民局　文化芸術課長　岡村恒氏」「広島県商工労働局　観光課政策監　梅田泰生氏」の両氏をお招きし、伝承芸能として、また観光資源として、それぞれの立場から取組み内容についてお話を伺った。

文化芸術課の施策　（伝承芸能として）

（以下、岡村氏の卓話より）

①文化に関する県の取組方針

・広島県では、平成 15 年に「ひろしま文化・芸術振興ビジョン」を制定し、21 世紀のひろしま文化の発信を目標に、各施策に取り組んでいる。

・同ビジョンは、「１．創造を促す文化・芸術環境の充実」「２．多様な主体による文化・芸術交流の推進」「３．文化遺産の活用と次世代への継承」を柱とし、ひろしま文化振興財団や各市・町と連携して推進している。

②神楽への県の取組み

・「ひろしま文化・芸術振興ビジョン」では、「１．創造を促す文化・芸術環境の充実」において、「優れた文化・芸術の鑑賞機会の充実」に取り組むこととしている。神楽については、鑑賞機会の充実に向け、「ひろしま夏の芸術祭」での神楽公演、「全国神楽フェスティバル in ひろしま」の開催、県が保有する文化施設である「広島県民文化センター」での神楽公演等に取り組んでいる。県が主体となる取組みと県が指定した民間事業者が主催する取組みあるが、いずれも、「ひろしま神楽」の魅力の発信や裾野の拡大に一定の効果があるものと考えている。

・「２．多様な主体による文化・芸術交流の推進」において、「国際文化・芸術交流の推進」、「文化・芸術情報ネットワークの基盤整備」を掲げており、県が主体となってのロシア、ブラジル、メキシコへの神楽団派遣や、広島県文化情報サイトでの神楽情報の発信等を行なっている。

・「３．文化遺産の活用と次世代への継承」において、「伝統文化の継承とそれを支える人づくり」に取り組むこととしており、神楽に関しては、高校生を対象とした「神楽甲子園」への知事賞贈呈や「広島県地域文化功労者表彰」による表彰を通じ、神楽の保存、継承に向けた取組みを行なっている。

③県内自治体との連携

・平成 23 年に、地域資源である神楽を活用した圏域内の活性化を図るため、広島広域都市圏協議会の内部組織として「神楽まち起こし協議会」を設置し、広島市をはじめとする 5 市 3 町で、神楽出張公演や後継者づくり交流会の開催等に、連携して取り組んでいる。

観光課の施策　（観光資源として）

（以下、梅田氏の卓話より）

①広島県の観光の現状と今後の方向性

・広島県では、これまで総観光客数の増加を主な目標として取り組んできており、その成果として観光客数は 5 年連続で過去最高を更新しているが、これからは、観光消費額の増加を重視し地域経済の活性化に取り組んでいきたい。

・総観光客数の増加に伴い観光消費額も増加はしているが、一人当たりの単価は横這いが続いている。単価上昇のためには、外国人をはじめ観光客の宿泊につながる取組みを強化していく必要がある。

②外国人観光客向けの取組み

・広島に宿泊する外国人の増加に向け、魅力的な観光プロダクツであり県を代表する伝統芸能である「神楽の夜公演」を実施している。

・29 年度は、8～10 月にかけ、市内中心部からのアクセスがよい広島県立美術館の地下講堂で夜神楽を 4 回実施し、各回 100 人程度の外国人観光客の来場があった。

・初めて神楽を観賞する外国人にも分かり易い演目を選定し、司会進行の英語案内、場面に合わせた英訳セリフのモニター投影、英訳パンフレットの配布等を行い、公演後には、質問コーナーの通訳対応、衣装体験や写真撮影を行なった結果、外国人観光客から非常に高い評価をいただいた。

・公演後に実施したアンケートの中では、「字幕のおかげで日本の伝統文化を深く理解することができた」「神楽は和声オペラだ」「もっとお金が取れるショーである」といった回答があった。

③今後の取組み

・30 年度は、夜神楽を回数を増やしたうえで継続実施したい。4～10 月にかけ、土・日・月を中心に計 40 回程度公演する予定である。
・今後、公演回数や外国人来場者が増加するにつれ、効果的な広報活動の実施、多言語への対応のほか、公演会場の確保が課題になると考えている。

４．北広島町、安芸高田市　視察

広島県内の神楽が盛んな地域では「ひろしま神楽」に対し、どのような取組みが行なわれているのかを確認するため、「ひろしま神楽」の本場である北広島町、安芸太田市を訪問し、視察を行なった。
視察では、それぞれの行政（市・町）の取組み内容の聞き取りとあわせ、現役の神楽団団長をお招きし、神楽団が抱える課題や将来への想いなどについて、お話を伺った。

北広島町

①北広島町の神楽振興への取組みについて

（北広島町商工観光課　課長　沼田真路氏）
（１）北広島町の概要
・北広島町は、平成 17 年 2 月、芸北町・大朝町・千代田町・豊平町が合併し誕生した。人口は毎年減少しており、平成 27 年時点で 18,918 人である。広島県や全国の平均と比較しても高齢化が進んでいる。通勤・通学者が多いため、夜間人口より昼間人口の方が多い。

・観光客は、平成 26 年の 194 万人をピークにやや減少傾向にあり、近年は 180 万人程度となっている。観光資源は、無形文化遺産にも登録された「壬生の花田植」のほか、「ひろしま神楽」「テングシデ群落」「吉川氏の史跡」「スキー場」「温泉施設」などがある。「豊平そば」や「どぶろく」といった地域の食文化もある。
・平成 20 年度より、子供や外国人を対象とした長期宿泊体験活動である「農山村体験推進事業」を実施している。

（２）北広島町の神楽

・北広島町には、子ども神楽団や高校の神楽部まで合わせると計 70 の団体があり、調べる限りでは日本一の神楽団数である。神楽は、多くの町民が関わる伝統芸能として町内で広く伝承されており、地域コミュニティーの醸成、地域振興等の役割を果たしている。
・今後の保存、伝承、振興を図るため、平成 25 年に町内神楽団の現況調査を実施のうえ「北広島町神楽振興計画」を策定している。

＜調査結果＞

▹ 団員の 8 割以上が男性で、年齢構成は、30～40 代を中心に 10～60 代まで幅広い。
▹ 練習は週 2～3 回の神楽団が多いが、中には、公演自体が地元神社の秋祭りだけなど、あまり活発ではない神楽団もある。
▹ 団員不足を感じている神楽団が多く、地区外からの入団を可能としている神楽団が大半である。
▹ 全体の上演回数は増加傾向にあるが、増加しているのは催事、イベントで、競演大会、地区外奉納等はあまり変化がない。
▹ 上演場所は、ほとんどが北広島町内または町内以外の県内であり、県外や海外での上演は少ない状況である。
▹ 神楽団の活動方針は、昔からの演目をそのまま継承したいとする神楽団と、新しい創作神楽にも取り組みたいとする神楽団の両方がある。仕掛けや演出も、最低限でよいとする神楽団とお客様を驚かせたいと考える神楽団のそれぞれがあるが、総じて、練習成果の発表の場として、可能な限り多くの出演をしたいと考える神楽団が多い。
▹ 負担や悩みとして、団員の減少、確保を挙げる神楽団が多い。若手団員の減少は、公演に支障をきたすだけでなく、今後の伝承にも影響がある。また、仕事との両立や練習時間の確保も大きな悩みである。
▹ 近年の観光資源化に対しては概ね肯定的な回答であるが、経済的な面を含む団員の負担増、仕事との両立などが課題として挙げられる。

＜北広島町神楽振興計画＞

▹ 神楽団の現況調査を踏まえ「北広島町神楽振興計画」を策定し、様々な施策を実施している。
▹ 新たなファンの拡大に向け、「農山村体験推進事業での神楽体験」や「インバウンド向け神楽バックヤードツアー」「道の駅　舞ロードでの定期公演開催」などを実施してお

り、観光協会との連携による町内神楽大会への誘致支援、ＰＲグッズの制作にも取り組んでいる。また、北広島町神楽協議会を設立し、町内横断的な繋がりの構築、出演依頼への調整対応を行なうようにした。

- ▹ 現状の課題として、継続的なファンの開拓、団員の高齢化と後継者の確保、平日昼間の上演に向けた団員のスケジュール調整の難しさ等がある。
- ▹ 課題解決に向けた将来構想として、神楽団のプロ化も検討はしているが、地域の神楽団の理解、活動拠点の確保、経済的な支援等、実現には課題も多く、具体化はしていない。

②北広島町神楽団の現状と課題

（１）北広島町神楽協議会　会長　宮上宜則氏（東山神楽団団長）

・北広島町の神楽団数は、近年微減傾向にある。子供のスポーツ行事への参加や仕事の関係で、公演が多い土曜日に出演できる団員が減っている。

・年間 50 回の公演をこなす神楽団と、地域の秋祭りくらいしか上演機会がない神楽団の差が激しい。

・どの神楽団も、総じて高齢化や団員不足に悩んでいる。特に芸北地区は団員不足が顕著で、公演回数や上演する演目数が限られる。公演で不足した団員の補充として、別の団から応援に来てもらうケースもある。

・神楽の観光資源化については、古くからの伝統が損なわれることを危惧する声も一部にはある。一方、古い神楽だけでは公演に呼ばれないため、葛藤はある。

・将来に向けた伝承を考えたとき、経済的な支援は不可欠であり、プロ化も一つの選択肢ではないか。また、地元の千代田高校のように、高校で神楽を経験した若者が地元で就職し、引き続き地元の神楽団で活躍するような状況をつくっていきたい。円滑な公演実施のためには、団員が勤める職場の理解、協力も必要である。

（２）北広島町神楽協議会　副会長　西村豊氏（西宗神楽団団長）

・西宗地区は過疎化、高齢化が進んでおり、西宗神楽団は地区外出身者が多い。練習は週 3 回、午後 8 時半から 11 時頃までやっており、日々の仕事を考えると団員の負担は大きい。

・神や鬼が着るメインの衣装は 1 着 150 万円程度かかり、5 人出演で 750 万円程度かかる。また、衣装の下に着るものが 30～50 万円程度であり、1 演目で 1 千万円程度の衣装代がかかっている。

・西宗神楽団は、過去に地元の寄付を集めて自前の衣装を作っているので、現状では衣装で困ることはないが､移動用のマイクロバス､トラックの維持費で年間 50 万円程度、ドライアイス等の消耗品費も考えると、1 公演の採算ラインは最低 5 万円程度である。ただし、神楽団によっては衣装や移動車を有償で借りているところもあり、安定的な維持、運営には 1 公演 20～30 万円程度が必要ではないか。

・神楽の技能を競う競演大会が、年々減ってきている。費用負担が大きな要因だが、将来への伝承や保存を考えると大きな課題である。行政だけに頼らず、企業スポンサーを自力で探していくことも必要ではないか。

（北広島町「道の駅　舞ロード」にて西宗神楽団公演「羅生門」観賞）

安芸高田市

①安芸高田市の神楽振興への取組みについて

（安芸高田市　産業振興部商工観光課　課長　稲田圭介氏）

（１）安芸高田市の概要

・安芸高田市は、広島県北部、島根県との県境に位置する中山間地で､平成16年3月に旧高田郡6町が合併し誕生した。人口は28,978人で、少子高齢化、人口減対策が最重要課題である。

・戦国の知将毛利元就が過ごした地で、サンフレッチェ広島の練習拠点、ハンドボール湧永レオリックのホームタウンである。島根石見神楽の流れをくむ芸北神楽や原田はやし田等、郷土芸能や文化財もある。

（２）安芸高田市の神楽

・安芸高田市には22の神楽団があり、戦後、佐々木順三氏により創作された「新舞」が中心である。

・五穀豊穣を祝う神社の秋祭りで奉納神楽として継承されてきたが、現在は、年中、県内各地のイベントに出演し貴重な観光資源となっている。

（３）神楽を活用した地域活性化への取組み

・「第2次安芸高田市観光振興計画」で、神楽を活用した特産品の開発や、外国人観光客の誘致を掲げている。衣装、小物等の特産品製造は石見地方が盛んであるが、高い技術が必要なものであり、当市での推進は時間がかかる。外国人観光客誘致は民泊の活用を考えているが、言葉の問題が課題である。

・当市における主な取組みは、以下のとおりである。

１.「神楽門前湯治村」の整備

平成 10 年に開業した神楽をテーマとする温泉・宿泊施設であり、市内最大の観光施設である。専用ドーム「神楽ドーム」は 2 千人収容、小劇場「かむくら座」は 150 人収容可能であり、本施設を中心とした振興を考えている。

２.「安芸高田市神楽協議会」の設立

市内の全 22 神楽団が参画する協議会を設立した。事務局は、商工観光課が務めている。

３．ひろしま安芸高田神楽「東京公演」の開催

当市最大のプロモーション事業として、東京公演を開催している。今年で 8 回目で、神楽団 1 団体が午後と夜に 3 演目を公演するが、当市出身者の協力もあり、収容 600 人の日経ホールが完売の状況である。市を中心に、実行委員会を設けている。

４.「高校生の神楽甲子園」の開催

日本各地の高校生が日頃の練習成果を発表する場で、互いの地域の伝統芸能を学習、交流し合う。今年で 8 回目の開催となる。昨年の第 7 回には、岩手県から宮崎県までの 16 校が参加した。神楽門前湯治村で開催し、2 日間で約 3 千人が来場した。

５．市内 22 神楽団による「神楽定期公演」の開催

神楽門前湯治村にて、金曜夜、土曜夜、日曜昼に年間 150 日の公演を行う。週末に来れば、いつでも神楽が観賞できる環境を整備した。

６.「神楽ワークショップ」の開催

神楽門前湯治村にて、後継者の発掘、育成、郷土愛の醸成を目的に、市内全小学校の 6 年生を対象としたワークショップを開催している。神楽についての講演、観賞、衣装体験を通じ、神楽に触れる機会を提供している。平日の日中に開催するため、市職員が仮神楽団を結成し対応している。

・商工観光課が所管する関連予算は、以下のとおりである。

１．大都市プロモーション事業（東京公演等）　7,500 千円

２．神楽甲子園関連（民泊受入補助金等）　5,900 千円

３．神楽協議会補助金　250 千円

４．神楽定期公演委託料　4,000 千円

５．神楽ワークショップ関連（報償費等）　500 千円

合計 18,150 千円　（その他、神楽門前湯治村の指定管理料として 36,000 千円）

・主なトピックスとして、ＮＨＫの取材、放映の他、神楽甲子園を題材とした地域ドラマの全国放映、パリコレ・ファッションショーへの出演、シンガポール航空機内誌での特集記事掲載のほか、当市の神楽を題材とした少年漫画の連載などがある。

・広島広域都市圏協議会の内部組織として設置された「神楽まち起こし協議会」に参加し、広島市をはじめとする 7 市町と連携して、神楽出張公演やＰＲ事業、後継者づくり等に取り組んでいる。今後、2020 年に開催される東京オリンピック・パラリンピックでの文化プログラム参画を目指して、プロモーションを展開していく予定である。

②安芸高田市神楽団の現状と課題

（安芸高田市神楽協議会　副会長　塚本近氏（原田神楽団団長））

・団員は、男性 20 名、女性 3 名の計 23 名で、10 代から 70 代（塚本氏）までが所属し、平均年齢は 38.6 才である。広島市や北広島町など、地域外の出身者が 6 割を占めているが、市外での公演を鑑賞した若者の入団など、神楽を通じた人脈やつながりの影響がある。

・原田神楽団の地元である高宮町の神楽団は、全てが県の無形文化財の指定を受けている。近年はイベントでの公演等も多いが、五穀豊穣を祝う神事として、神楽本来の姿も大切にしていきたい。

・年間公演回数は 35 回で、内訳は、神楽ドームでの定期公演 7 回、広島市での公演 3 回、市内・県内での競演・共演大会 11 回、宮祭り 8 回、その他イベント出演が 6 回である。宮祭り以外は 1～2 演目の場合が多いが、宮祭りは 5 演目くらい公演する。公演場所は、市内が約 4 割、広島市をはじめとする県内が約 5 割、県外も約 1 割ある。

・後継者の育成、若手の底上げに向けて、小・中学生を対象とした子ども神楽団を組織している。高校生になったら団に入れ、一人前に育てている。

・団の運営には、年間 4～5 百万円の資金が必要である。イベント出演で 7～10 万円、宮祭りで 20 万円程度の収入になるが、衣装代だけで数百万円かかる。公演の演目数で出演料が変わるが、移動にかかる費用等、演目数でコストは変わらない。資金面は厳しいが、伝統芸能である神楽を、次の世代につなげる使命感でやっている。

（安芸高田市「神楽門前湯治村」にて原田神楽団公演「土蜘蛛」観賞）

５．若手神楽団員の想い

「ひろしま神楽」の今後の在り方を考える上で、将来を担う若い神楽団員は、今どのようなことを感じているのか、その現状や課題などについて、北広島町、安芸太田市それぞれで若手神楽団員にインタビューを行なった。

質問内容は、はじめたきっかけや、神楽の魅力、団の中での神楽教育、観光資源化していくことやプロ化について等であるが、いずれの若手団員とも非常に真面目で、好きな神楽に真剣に取り組んでいる好青年たちであった。

全員が、「自分が好きでやっているだけなので、別にこのままでよい」という考えではなく、神楽に対し、何らかの危機感や将来への想いを持っていたことも印象的であった。

Q1. 神楽をはじめたきっかけは？

- 神楽は小さい頃から見ていて、友達に誘われて小学校 5 年生の時に入団した。
- 小さい頃はサッカーをしていたが、神楽も好きであった。大学生の時に誘われて入団した。
- 小学校 5 年生の頃から十二神祇の神楽団で笛を吹いていた。中学生の時に入団した。
- 母親が好きで、小さい頃から神楽を観て育った。勧善懲悪のヒーロー戦隊を観ているイメージ。「子ども神楽団」に所属して、高校生の時は、団の取り決めで準団員、大学生で正式に入団。父親も同じ神楽団に所属している。
- 小学校の頃、地元の小学校で神楽の公演を観て好きになった。幼い頃から神社の秋祭りなどで観ていて、身近に感じていた。始めてからずっと奏者として笛を吹いていたが、最近、舞も始めた。

Q2. 神楽の魅力は？

- 神楽は、子供から大人まで楽しめる。舞う側としては、観客の歓声も大きな魅力で、公演を通じていろいろな地域の人と知り合えることも、神楽ならではだと思う。
- きれいな衣装で、激しく格好良く舞うところ。観る側も、皆で楽しく見れるところ。神楽をやっているおかげで、いろいろなところに行ける。
- 舞と太鼓が一体となって、格好良い。お客様からの拍手。年配の団員と一緒になって一つのものをつくるところ。
- 神楽をやっていなければ出会えないような人と出会える。笛や太鼓の音を聞いただけでワクワクする。

Q3. 仕事との両立はできている？

- 時期にもよるが、夜 6 時位には退社でき週 2 回の練習にも間に合うので、特に支障はない。土日も基本的に仕事はない。勤務先は、自分が神楽をしていることは知っている。
- 将来的に転勤や異動になった時の不安はあるが、現在、週 3 回の練習に大きな支障はない。働きながら神楽をするつもりだったので、就職活動は難しい面があった。
- 今は学生だが、社会人になっても神楽を続けたいので、そういった勤務先を探したい。

Q4. 団の中で神楽に関する教育システムはある？

- きちんとした教育制度はない。練習の中で、身振り、手振りを交えて教えてもらう。
- 神楽のことは団長に教えてもらっているが、きちんとした勉強会は必要だと思っている。
- 団にもよると思う。所属する神楽団は、代替わりによってあまり古い団員がいない。神楽に関しては、個人的に調べたりして勉強している。
- 日々の練習は、次の公演に向けた演目の練習が中心である。演目の歴史的な背景などの勉強会はない。
- 今、演目の背景や登場人物などについて聞かれても、答えられない。将来、自分が指導的な立場になった時のことを考えると、神楽に関する教育は必要だと思う。

Q5. 神楽学校の創設についてどう思う？

- 神楽の基本的な部分に関すること、共通認識として捉えられるものを学べるのであれば、興味はある。ただ、演目や舞い方など、神楽団によって異なるところは、各団の中で学んだ方がよい。
- 若手同士、舞いの技術に関してはライバルだと思っているので、あまり一緒に学びたいとは思わない。神楽に関する歴史など、知識面の勉強ができるところの方がよい。

Q6. 神楽が観光資源化していくことはどう思う？

- 今、神楽人気は少しずつ広がっているところであり、舞い手として多くの人に観てもらうことは賛成。
- 観光資源化していくことは賛成。初めて神楽を観る人には派手な神楽で興味を持ってもらい、もっと知りたい人が、古くからの神楽を観ればよい。自分は舞う時に、秋祭りなどではきちんと舞い、イベントなどでは観客を楽しませることを意識している。
- 以前所属していた十二神祇の神楽団は、神事に近く、地味で面白みに欠けると言われていた。派手な神楽が主流となって観光資源化していくことは大きな流れなのだと思うが、神性が失われていくことを考えると、どちらが良いかは難しい。
- スーパー神楽に憧れて神楽団に入った。大切なことは神楽を絶えさせないことだと思うので、多くの人に知ってもらう中で、神事としての神楽も保持していければ。
- 神事性が全て失われることは問題だが、発祥から考えれば、神楽も時代の流れともに変化し、発展してきているものである。神事であることと観光資源化することのバランスが大切なのではないか。

Q7. 神楽団のプロ化については？

- プロとなると毎日神楽ができるんですよね・・・。いいとは思うが、考えたこともないです。
- 一部の人だけがプロになるのであれば、私は反対。プロ神楽団だけが注目されて、地域での活動が衰退するのではないか。寄せ集めの神楽団だと、舞い方や拍子など、どこに合わせるかも問題になる。常設ではなく、県外や海外での公演など、必要な時だけ一時的に活動する形態であれば、あり得るかも知れない。

Q8. 神楽の認知度はどうすれば上がると思う？

- SNSの活用。今は、ホームページでの紹介程度にとどまっている。
- SNSで発信はしているが、神楽に古いイメージがあるせいか、なかなか実際に観に来てもらうところまでいかない。
- 広島市内での公演の時は、大学の友人を誘ったりしている。ただ、県北まではなかなか来てくれない。
- 全くの他人には無理だが、友人に向けての発信はしている。公演を観に来てもらったこともあり、一度観れば良いところを分かってもらえる。
- 広島市内での公演を増やしたい。大学祭に出演したり、フラワー・フェスティバルなどの大きなイベントを活用して露出を増やしたい。

Q9. ひろしま神楽を今後どうしていきたい？

- もっと外に出ていきたい。海外公演や修学旅行生向けの公演でも反応が良かった。そのためには、対応できる神楽団選抜チームが必要ではないか。
- 小学生など、子供に対するPRをもっとしていきたい。例えば衣装の無料試着体験など「ひろしま神楽」に触れられる機会や、身近に感じることができる機会を増やしたい。
- 広島市内でも、神楽に興味がある人、神楽団に入団したい若い人がもっといると思う。入りにくさ、言い出しにくさを払拭できるよう、体験入団の機会などを充実させていきたい。
- 海外、県外含め、もっと広めていきたい。神楽の認知度や社会的地位を上げて、例えば神楽をやっている学生が就職のとき有利になったり、問題のある若者の更生に役立つようなものになればよいと思う。

６.「ひろしま神楽」の源流　石見神楽視察

「ひろしま神楽」の源流は石見神楽である。石見地区は神楽が深く地域に根ざしており、神楽を広く「まち興し」に活かしている。
行政の神楽に対する取組み内容や支援の仕組み、また、神楽社中の想い（石見地区では神楽団を神楽社中という）等、「ひろしま神楽」との違いを学ぶため、石見神楽の中心地である浜田市を訪問し視察を行なった。

①石見神楽の現状と課題、浜田市の取組みについて

（浜田市産業経済部観光交流課　課長　岸本恒久氏、係長　力石雅之氏
長澤社中、亀山社中の方も交えて）

（１）石見神楽について

・石見神楽は、島根県西部石見地方で盛んに行なわれている伝統芸能である。室町時代には舞われており、明治初期に神職から地域住民に引き継がれ、昭和にかけ、奏楽の調子や衣装、道具類（蛇胴、金糸・銀糸を用いた衣装、石州和紙で造られた神楽面など）が進化した。
・石見地方には 140 程度の神楽社中（神楽団）があり、その内、浜田市には 52 団体が存在している。
・石見神楽は、浜田市が支えている自負がある。浜田市の子供は、テレビアニメよりも先に神楽に触れる。

（２）神楽を通じた観光振興

・平成 20 年度より「夜神楽定期公演」を実施し、市内外の神楽ファンに好評を得ている。運営は、市が観光協会に委託、25 年度より会場を市内の神社「三宮神社」とし奉納神楽の雰囲気を味わえるようにした。毎週土曜日の開催で、来場者は年間 3,000 名程度である。通常は 1 時間 2 演目の公演だが、年に数回、3 時間の特別公演も実施している。夜神楽定期公演自体で収益は上がっていないが、宿泊客増加のための仕組みづくりで、観光客が、ここに行けば神楽が観賞できるという場の提供と捉えている。
・市内に宿泊する団体客が割安に神楽を観賞できる「出張上演制度」がある。宿泊施設の宴会場等で、間近に神楽が観賞できる。上演費用 5 万円の内、県と市が 1.5 万円ずつ負担し、宿泊客は 2 万円の負担としている。旅行会社とも連携し、昨年度の実績は 32 件となっている。

・市内の神楽社中が県外で公演する際に、市が指定する観光パンフレットを一定数配布すると神楽社中に 3 万円を補助する「石見神楽のまちＰＲ事業補助金」制度があり、効率的な観光ＰＲにつながっている。また、浜田市が県外のＰＲイベントに参加する際の神楽公演費用は市が負担している。その他、各種神楽大会に「補助金」を支給し、公演機会の確保、交流人口の増加を図っている。
・ファンの増加に向け、平成 24 年より浜田商工会議所主催で「石見神楽検定試験」を実施している。
・地域支援型自販機「神楽自販機」を市内に 5 台設置している。石見神楽をモチーフにしたデザインで、売上の 20%が観光振興のための寄付金になり、石見神楽の振興に活用している。設置台数を増やしたいが、既存の自販機設置場所との兼ね合いもあり難しい面もある。
・浜田市の「ふるさと寄付」では、寄付金の使途選択肢に石見神楽を入れている。現在 1 億 8 千万円の寄付を集めており､夜神楽公演など石見神楽の振興事業に使用されている。
・浜田市全体で、石見神楽に関連する予算は約 1 千万円であり、内訳は、夜神楽定期公演 5 百万円、その他ＰＲ事業 5 百万円となっている。

（３）その他補足説明

・数多くの「海外公演」を実施している。費用は、国際交流基金の助成金等も一部活用するが、原則、海外の依頼者側の負担で、窓口となる神楽協議会が金額交渉をする。出張可能な団員の確保が難しく、いくつかの社中の混成チームを結成することもある。特に海外向けの広報活動をしているわけではなく、口コミで広がっている面が強い。
・市と観光協会が共同で、石見神楽に関するホームページを開設している。Facebook 等、SNS での発信もしているが、まだ改善の余地がある。各種パンフレット類の作製は、神楽に詳しい専門の業者に発注し、質を維持している。
・浜田市役所の職員は消防等も入れて約 650 人いるが、50 人程度が神楽社中に在籍している。役所内に同好会もあり、臨時的に公演することもある。なお、市議会議長も長澤社中に在籍している。
・浜田市には、衣装や神楽面等を製作する業者が数多くあり、一つの地場産業と言える。広島の神楽団も発注している。
・市、協議会、各神楽社中の取組みや、地元企業による「こども神楽大会」の開催等により、子供達が神楽に触れる機会は増えていると感じるが、担い手は減少傾向にあり、地域の氏子以外の人も社中に入れている。また、石見神楽について理解が不十分な若手もいて、教育や意識の向上は必要である。
・石見神楽の社中も参加する広島県での共演大会など、広域での交流の場が減ってきている。神楽の振興のために、山陽、山陰の広域連携をもっと考えても良いのではないか。行政間の連携が先か、神楽団、社中レベルでの連携を先に進めていくかは、難しいところである。

・神楽社中のプロ化について、以前話題になったことはあるが、各社中で考え方も違い具体的には進んでいない。来年 3 月に、大阪に常設館「石見神楽なにわ館」がオープンする。地元には、市の観光客への影響等より大阪での開設に反対する声もあるが、プロ化も含めた一つのモデルとして注視していく。「なにわ館」は、県・市ともに全面的に協力する。
・インバウンド対策は遅れている。外国人に対応できる店舗・施設が非常に少なく、来てもらえる体制になっていない。外国人観光客の呼び込み、ＰＲを推進するか、先に受入れがきちんとできる体制整備をするか、悩ましいところではある。
・神事であった神楽が観光資源化していくことを懸念する意見もあるが、「神は、地域が潤うことを喜ぶはず、地域が疲弊すること、衰退していくことは望んでいないはず」であり、多くの人に観賞、応援してもらえるよう、努力するべきと考えている。

②神楽社中の現状について

（長澤社中・亀山社中の方々）

（１）長澤社中、亀山社中について
・長澤社中は、明治時代に神楽が神職から地元住民に引き継がれた頃から活動しており、浜田市の社中の中でも歴史は古い。現在、団員は 25 名で、週 1 回水曜日に練習を行なっている。
・亀山社中は、始まってまだ 20 年程度で浜田市の中でも新しい。長澤社中をはじめ古くからある社中にいろいろ教わっている。長澤社中に比べると地区外の出身者も多い。
（２）社中の活動について
・浜田市では、県外・海外公演の出演依頼については協議会が窓口となり、各社中に順番に割り当てている。市内宴会等の公演も順番制で、特定の社中の公演回数が突出して多いということはない。長澤社中も亀山社中も、年間公演回数は 30～40 回程度である。
・社中運営の経済的な面は楽ではない。収入は全て必要経費でなくなる。広島の神楽団の方が、おそらく収入が多いと思われる。

・新舞が導入された「ひろしま神楽」は観客受けが良い。石見神楽は「ひろしま神楽」と競い合うのではなく、もっと見せ方を工夫し差別化、棲み分けを図っていく必要があると感じているが、石見神楽も観光資源化に反対する社中等もあり、難しい面もある。
・観光資源化は今後も進んでいくと思うが、舞う側としては、イベント等での公演か神社での奉納神楽か「きちんと場所をわきまえて舞うこと」、「伝統芸能としての基本を大切にすること」が重要であると考えている。
・神楽が盛んな地域で、市内のほとんどの保育園で神楽を教えている。幼少期から日常的に神楽に触れる環境ではあるが、例えば学校で神楽をやっているのは 1 割くらい、クラスで 4～5 人程度ではないか。
・長澤社中は年齢構成のバランスが良いが、亀山社中は一番若い団員が高校生で、その下の世代がいない。小・中学生含め各世代に 5 名程度は必要である。
・神楽に熱中する若者が減り、人口減少も考えると、将来の後継者、担い手の育成には不安がある。長期的な視点では社中同士の合併も有り得るのかも知れないが、各地域の住民の方々の想いもあり、社中が自由にできることではない。
・若い世代としては、石見神楽はいつまでも「神楽」であってほしい。神楽の公演を、興行ではなく奉納として捉え、日常のすぐ近くに神がいる世界、神を大切にする本当の神楽の世界を守っていきたいと思う。

③石見エリアでの神楽振興施策について

（石見観光振興協議会　主任　吉田祐基氏）

（１）石見神楽振興事業について

・平成 30 年度の振興事業（予算総額 21,520 千円）の実施概要は、以下のとおりである。

１．誘客促進（4,500 千円）

▹「石見神楽キャンペーン」として、広域（石見・県東部・山口・広島）での周遊スタンプラリーを実施している。また、広島市内で石見神楽フルラッピングバスを運行し、石見神楽のＰＲに努めている。

▹「石見神楽出張上演」として、15 名以上の宿泊客を対象に補助金を助成している。なお、西日本豪雨災害の被災者には無料で観賞できるよう助成金を増額している。

２．情報発信（14,020 千円）

▹ Facebook、YouTube をはじめとした「WEB 活用による情報発信」に加え、「石見神楽ブランディング事業」として、首都圏を中心に各種プロモーション事業を実施している。首都圏での神楽公演、首都圏向けウェブサイト「石見国」での広告、東京での石見神楽ワークショップ開催等により、石見神楽の認知度向上、ファンの拡大を図っている。東京在住の神楽社中に協力してもらうことが多い。

▹ 本プロモーション・キャンペーン事業に最も予算を割いており、石見神楽の県外認知度、ブランド価値の向上に注力している。現在、東京オリンピックでのプログラム参画を目指し、ＰＲに取り組んでいる。

３．環境整備（800 千円）

▹ 平成 24 年度より「ガイド養成講座」を開催し、石見神楽関連のツアーガイドを養成している。また、公演時に「舞台設備アドバイザー」を派遣し、公演環境の向上、社中の負担軽減を図っている。

４．機運醸成（2,200 千円）

▹ 神楽振興に向けた「協力企業の表彰」、一般向け「石見神楽講座」、および「子ども神楽体験教室」を開催している。現在は、石見神楽の保存、継承促進のため、日本遺産の登録を目指している。

（２）協力企業表彰制度について

・振興事業の機運醸成として取り組んでいる「協力企業の表彰制度」は、石見神楽の振興に寄与する地元企業を、諮問機関である「石見神楽広域連絡協議会」が表彰する制度である。協議会会長は、浜田市長が務めている。

・表彰企業は神楽社中からの推薦が中心で、公演時に舞手が参加しやすいよう休暇取得に配慮している企業、神楽グッズを開発している企業、子ども神楽祭りを開催している企業、公演に必要な場所や機材を提供した企業等となっている。

・表彰企業のメリットは、地元新聞での広告掲載によるイメージアップのほか、石見神楽が地域が誇るコンテンツであることから、従業員の募集時に神楽関係者をはじめ人が集まりやすいといった効果がある。

（３）その他補足説明

・石見観光振興協議会は石見神楽のＰＲやプロモーションに特化しており、経済的な支援を含め、神楽社中への個別の支援はしていない。

・誘客のターゲットは、首都圏と広島を想定している。首都圏からの観光客は県東部の松江、出雲大社が中心で、県西部の石見地方には交通、距離、時間の問題よりなかなか足を運んでもらえない。夜の公演が多い石見神楽を鑑賞している観光客は、広島、山口から来られた方が多い。県東部とは、距離の問題に加え、文化や気質の違い等もあり、相乗効果の発揮は難しい面もある。広島の方が距離も近く、今後一層の連携の余地はあると思う。

第3章 「ひろしま神楽」の現状分析・課題の整理

この章では、第２章を踏まえ「ひろしま神楽」のブランド価値を多面的に考察し、その存在感の向上につながる“強み”を抽出するとともに、抱えている様々な課題“弱み”を整理する。

１．「ひろしま神楽」の“強み”

①広島の伝統芸能として県内外の認識が一致

同友会会員アンケートでは、県内企業会員および県外企業のブランチ会員ともに、広島の代表的な文化は「神楽」であるという結果が出ており、県内外の認識が一致している。

②400 年の歴史を持つ芸能

江戸時代初期に石見地方から伝承された芸北地方の神楽は 400 年近い歴史を持ち、紆余曲折を経ながらも守り続けられてきた芸能である。比婆荒神神楽など県内の他地域の神楽も同時期に伝承されている。

③独自の発展・オリジナリティの高い芸能に進化

伝承後、戦後のＧＨＱの統制により神話を題材とした演目が制限された中から「新舞」が生まれた。

1992 年には、舞台芸術としてさらに進化した「スーパー神楽」が中川戸神楽団によって創作され、独自の発展を遂げてきたオリジナリティの高い芸能である。＊1

伝統の神楽舞を
現代風にアレンジ
中区
照明や舞台化粧に工夫

「スーパー神楽」誕生を伝える新聞記事
（1993 年）

④県内の他の芸能と比較しての圧倒的な存在感と、それを支える熱いファンの存在

広島県内には、「壬生の花田植え」「音戸の舟歌」など古くから伝承されている芸能はあるが、規模と頻度では神楽は群を抜く存在である。そして「ひろしま神楽」は語り始めると止まらない熱い思いを持つファンに支えられている。

⑤神楽に関わる人たちの魅力

県内の神楽団は 200 以上、団員は 2,000 人を超える。視察時に伺った各神楽団の団長、若手神楽団員の話から分かるように、神楽団は幅広い年齢層によるコミュニティを形成しており、若年層の社会教育の場にもなっている。安芸高田市の神楽団は、ほぼ全神楽団が「こども神楽」を持っており、幼少期から神楽への親しみを醸成し次代につなげていこうとする姿勢が感じられた（石見神楽も同様に幼少期からの取組みを行なっている）。また、神楽に魅力を感じる若者層が神楽団に所属するために都市部からUターンしているケース、あるいは地元在住ではないが練習のために都市部から通っているケースもあり、地方創生の希望とも言える存在である。

⑥観光資源としての高い評価

近年、ロシア、中国、メキシコ、ブラジル、フランスといった海外公演＊2 のオファーが増え、その評価も高い。市内の公演では外国人鑑賞者も大幅に増えてきている。観光資源として行政（県）の期待も大きく、県民文化センターなど県の施設での公演が予算化され継続的に開催されている。公演回数が増え、県外、海外の観客に応えることで「ひろしま神楽」はさらに洗練された舞台芸術となってきている。

⑦社会背景としての「和」ブーム

昨今の「和」ブーム（刀剣、城、歴女等）、あるいは田舎への回帰など、若い層が古き良き日本を見直す傾向がある。施策次第では伝統芸能である神楽の認知度向上、鑑賞者増加を期待できる社会背景がある。

「ひろしま神楽」のブランド価値

・400 年の歴史を持ち、現在まで独自の進化を遂げてきたオリジナリティのある芸能であり、県内外ともに認める広島県を代表する伝統芸能である。
・神楽団は地域のコミュニティを形成し、熱いファンに支えられている。
・地方創生の希望である。

２.「ひろしま神楽」の“弱み”＝課題

①安閑としてはいられない神楽団の現状

・後継者不足の問題

多くの神楽団が所在する中山間地は、急激な人口減少と高齢化が進行している。北広島町の人口は平成 17 年から 27 年の 10 年間で 9.3%減少し、65 歳以上人口は 37.4%となっている。安芸高田市も 10 年間で 10.9%減少し、65 歳以上人口は 36.5%となっており、神楽団の後継者不足、団員の高齢化が課題となっている。また、人口流出による地元企業の衰退や工場の撤退などで、団員の就職先がないという厳しい現状がある。過疎地の神楽団では、団員の半数が地元以外というケースもある。

・経済的に苦慮している神楽団運営

神楽団はアマチュアであるため、出演料は全て神楽団の運営資金に回されるが、どの神楽団も維持運営のために苦慮している。1 着 100 万円を超える舞台衣装や、面、道具、楽器、移動のための交通費など、神楽団運営には年間 500 万円以上かかると言われている。存続できなくなった神楽団や合併した神楽団もある。また、地元企業の協賛で開催されていた大きな共演大会が、近年、運営資金不足で中止となるケースも出てきている。

・神性の希薄化、観光資源化への危惧

元来、氏子のみで構成されていた神楽団が、社会情勢を反映して誰でも参加できるようになり、奉納神楽だけでなく技を競う競演大会、共演大会などホール神楽が増えてきたことや舞台芸術を目指すスーパー神楽が登場したことなどにより、エンターテイメント性の高い芸能に進化してきた過程で、本来の神性が希薄になってきている。これまで神楽を担ってきた団長クラスには憂慮する声が多いが、そもそも神楽の歴史・文化的価値があまり教育されていないことが問題であると思われる。また、観客が呼べることで地域活性化のツールとして使われたり、インバウンド需要喚起のために観光資源化されていることも危惧される。

・伝統芸能としての「質」の担保

神楽団はプロ集団ではないが、団員は日々研鑽を積み、高いレベルの質を維持している。しかしながら、神楽団によって質のバラツキがあり、有名神楽団に出演要請が集中する傾向が伺える。広島を代表する伝統芸能として存続していくためには、高いレベルでの平準化が必要であると思われる。

②「ひろしま神楽」の認知度の低さ

・若年層の低い認知度

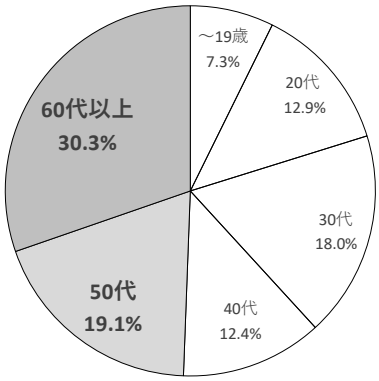
特に、若年層の神楽認知度は想定していた以上に低い。同友会のひとづくり委員会が開催している「新入社員パワーアップ研修」の際に聞いたところ、神楽を観たことがない人が約 7 割であった。また、広島経済大学の学生 134 人にアンケート調査をした結果でも、55%が観たことがないと答えている。神楽門前湯治村、広島県民文化センターの定期公演の来場者アンケート＊3 でも、神楽門前湯治村の 10 代、20 代来場者は合計 20.2%、県民文化センターの 10 代、20 代来場者は合計 15.9%と若年層は少ない。

・大多数の観客が高齢、常連であることの将来的な危惧

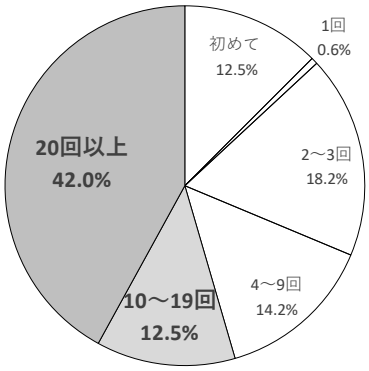
一方で、50 代、60 代以上の高齢来場者は、神楽門前湯治村が 49.4%で、県民文化センターにいたっては 72.6%と大多数を占めている。また、10 回以上の来場者は神楽門前湯治村が 54.5%で、県民文化センターが 60.2%となっている。高齢、常連の来場者が多いのが実情であり、将来的に観客が減っていくことが危惧される状況となっている。

＜神楽門前湯治村定期公演＞

年齢構成



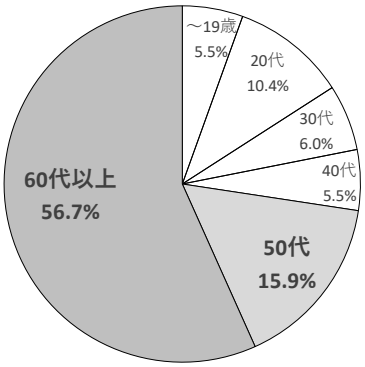
来場回数



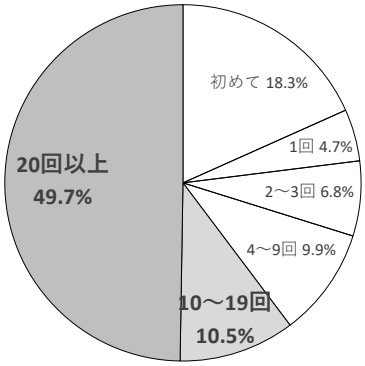
50代＋60代以上　49.4%　　10回以上　54.5%

＜広島県民文化センター定期公演＞

年齢構成



来場回数



50代＋60代以上　72.6%　　10回以上　60.2%

③戦略的な情報発信の不足

石見神楽の場合、島根県、浜田市が主体となり、質、量ともに相当なエネルギーをかけて県内外に情報発信をしている。一方、広島県の場合、県、市町あるいは神楽団が個々に情報を発信している状況で一元化されておらず、「ひろしま神楽」のイメージ訴求が明確になっていないと思われる。全体をマネージメント、プロモーションする組織が望まれる。

④地域と都市部の間での課題

情報発信はもとより、神楽振興施策についてもエリア間で方向性の違いが存在し、県全体では一貫性が見られない。また、広島市内での公演が増えていることで、「ひろしま神楽」の本場である芸北地方での公演の集客が減ってきているという現状がある。

⑤経済効果＝公演来場者の消費額の少なさ

神楽門前湯治村、広島県民文化センターの定期公演について経済波及効果を分析したが、前述のように観客の過半が高齢、常連であることから、際立った経済効果が発生しているとは考えにくい。県民文化センター来場者の飲食費消費額は平均で 982 円、物品購入費は 261 円、神楽門前湯治村は、宿泊施設が併設されている関係で宿泊客の飲食費、物品購入費は多いが、日帰り来場者の消費額は、飲食費の平均が 1,701 円、物品購入費の平均が 376 円となっている。

県民文化センター来場者平均消費額（円）

		飲食費	物品購入費
広島市内	日帰り	778	261
県内広島市以外	日帰り	1,725	219
広島県外	日帰り	1,735	475
	宿泊	2,161	244
	平均	982	261

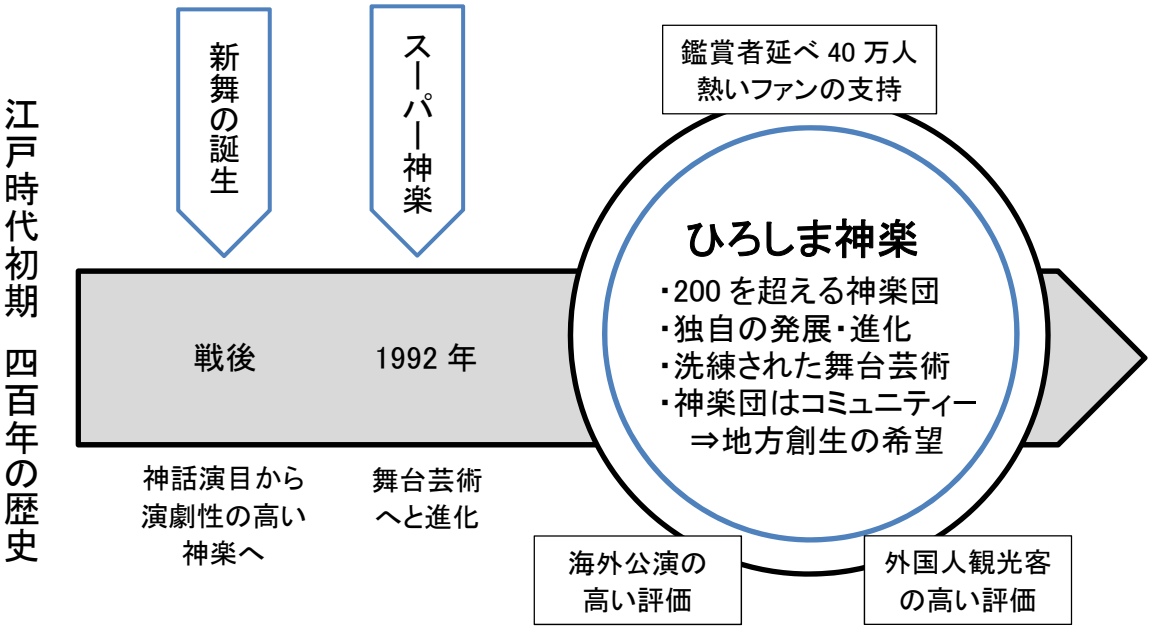
神楽門前湯治村来場者平均消費額（円）

		飲食費	物品購入費
安芸高田市内	日帰り	2,641	467
	宿泊	4,000	120
安芸高田市以外	日帰り	1,170	359
	宿泊	1,242	392
広島県外	日帰り	569	111
	宿泊	4,400	12,311
日帰り来場者の平均		1,701	376

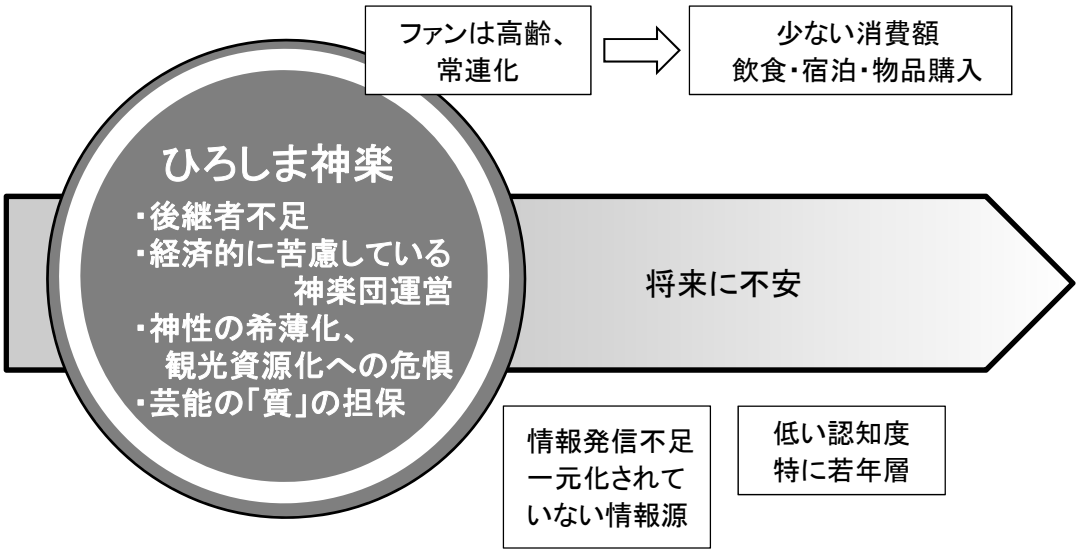
「ひろしま神楽」の課題

・神楽団は後継者不足、高齢化、運営資金に苦慮している。
・エンターテイメント性が高まり神性が希薄化し、観光資源化の危惧がある。
・若年層の認知度が低く高齢の常連客に支えられており、将来が不安である。
・経済効果が薄い。
・一元化された戦略的な情報発信ができていない。
・都市部での公演が増え、芸北地方での公演の観客が減少傾向にある。

ひろしま神楽の「強み」



ひろしま神楽の「弱み」＝課題



第4章　提言

この章では、第３章での整理を踏まえ、以下の３つの視点を軸に、当委員会からの提言を記述する。

１．	差異化の視点	（ブランド価値の認知度を高めるために必要な施策は何か）
２．	持続可能性の視点	（持続させていくために必要な施策は何か）
３．	経済効果の視点	（経済効果を高めるために必要な施策は何か）

１．差異化のための施策

第３章で述べたように、「ひろしま神楽」は広島の伝統芸能として十分なブランド価値を有している。しかしながら、「認知度の低さ」、「観客層が高齢、常連が過半を占めること」などから、将来に向けて安閑としていられる状況にはない。
戦略的に差異化を進めていくことが課題であるが、差異化につながるブランド価値を整理すると、以下の２点が挙げられる。

- **広島を代表する伝統芸能であり、独自の発展を遂げたオリジナリティのある芸能である。**
  - ▹ 他地域の神楽に比べて、洗練された舞台芸術として進化している。
- **神楽団は社会教育の場であり、神楽団で人間性が育まれている。**
  - ▹ 幅広い年齢層によるコミュニティが形成され、今どきの若い人たちには希少な人間性（誠実さ、協調性）が育まれている。＊4

問題は、この優れたブランド価値が認知されていないことである。現状は、市町ごと、あるいは神楽団個々の情報発信であり一貫性に欠ける。情報の質、量も、効果を生み出すレベルに達しているとは言い難い。石見神楽の場合は、情報発信は行政（県・市）が主体となって一元化され、目標数値を設定して展開している。クリエイティブの質も高く、メディアの選択、情報の量にも戦略的な発想がある。
「ひろしま神楽」のブランド価値の認知度を高めることが必要であり、以下の施策を提言する。

①ひろしま神楽情報センター（仮称）の開設

「ひろしま神楽」に関する全ての情報がワンストップで入手できる場所を、広島市内に開設する。

＜当施設の役割＞

・公演スケジュールや各種イベント情報の開示

・「ひろしま神楽」の歴史や特徴がわかる情報の収集・開示

・県内神楽団の情報の開示

・「まちの賑わいの創出」につながる取組みの企画・運営

▹ 例：神楽と親和性が高い地元料理・地酒等の紹介・販売・提供、衣装試着などの体験、神楽グッズの販売、神楽写真展やフォトコンテストの開催等

②一貫性のある戦略的な広報の展開

広報戦略の基本を明確にした上で、効率的な展開を行う。

「誰に」 ⇒新規需要の掘り起こしを狙う

・メインターゲット ＝ 「ひろしま神楽」未体験の若年層

・サブターゲット ＝ 30 代、40 代の未体験層

「何を」

・歴史、伝統、オリジナリティのあるエンターテイメントである「ひろしま神楽」

・「ひろしま神楽」に関わる人たち（神楽団、団員）の魅力

「どうやって」

・テレビ、ラジオ、新聞等マスメディアの活用、ＳＮＳの活用

・戦略的なプレス対応の実施

各マスメディアに向けて「ひろしま神楽」に関わる情報を積極的にリリースし、メディアでの露出を増やしていく。

・一元化されたＷＥＢページの立ち上げ

現状は、各神楽団や団員、各市町等の少量、断片的な情報発信となっている。これを一元化し、「ひろしま神楽」全体を網羅した効果的な発信をする質の高いＷＥＢページを立ち上げる。

・プロモーション映像の制作と活用

メディアへのリリース、ＳＮＳでの展開のために、質の高いプロモーション映像を制作する。

▹ イメージ：ひろしま神楽の歴史・特徴を映像化
神楽の里の風景、神楽団員の古里を想う気持ち、伝統芸能を守る心意気、
形成されている地域のコミュニティ等

・ＳＮＳの活用

若年層開拓にはＳＮＳが必須であり、Facebook、Instagram、YouTube で展開する。なお、ＳＮＳ活用のためにはインフルエンサーをどう取り込むかが肝要である。

③「ひろしま神楽応援団」の形成

・既存の神楽ファン（特に若年層）の組織化

最大の応援団は、「ひろしま神楽」を心から愛し、機会があればどこへでも追い掛け声援を送る既存の神楽ファンである。定期公演来場者の過半を占める常連神楽ファンの中には、アクティブな女性ファン、部活などで熱心に神楽に取り組んでいる高校生や大学生がおり、彼らに協力を要請し「ひろしま神楽応援団」として組織化し、周囲の同世代へのＳＮＳを通じた広報など、「インフルエンサー」として活躍してもらう。

・県外広島出身者への協力要請

県外の広島県人会への働きかけも有効と思われる。創立 70 年の東京広島県人会は会員数 1,000 人を超える全国でも有数の県人会であり、関西にも会員数 360 人の近畿広島県人会がある。県人会会合に神楽団が出演してアピールすることで、会報やＳＮＳへの掲載、神楽振興基金への寄付などが期待できる。

２．持続可能とするための施策

第３章で述べたように、神楽団には「後継者不足」、「神楽団運営に関する経済的な問題」があり、将来に不安を持っている。「ひろしま神楽」を持続可能としていくためには、経済的な支援、後継者の育成、幼少期からの経験・認知・愛着の醸成が必要であり、以下の施策を提言する。

①「ひろしま神楽振興基金（仮称）」の創設

「ひろしま神楽」の振興に寄与するための基金を創設し、経済的な支援を行う。

＜基金の使途＞

・「ひろしま神楽情報センター（仮称）」の運営費用
・「ひろしま神楽」認知度向上のための広報に関わる費用
・「神楽歴史文化学校（仮称）」の運営費用
・「ひろしま神楽応援団」の維持・運営費用
・小中学生啓発活動支援
・神楽団への経済的な支援（衣装・楽器・面等の購入費用）
・各共演大会、ＰＲイベント等への助成
・県外、海外公演への助成
・マネージメント組織の運営費用

＊基金の原資、マネージメント組織の概要については後述

②「神楽歴史文化学校（仮称）」の開校

神楽のエンターテイメント性が高まるにつれ、若い団員が神楽の本質を理解していないことに対する憂慮も見られる。このため「神楽歴史文化学校（仮称）」を開設し、若手神楽団員を対象に、神楽の歴史、文化的価値などを教育する。各演目の時代背景やその演目が創られた経緯なども学べるものとし、神楽の本質を伝えるとともに、舞台芸術としてより高い質を目指す。

＜カリキュラムの例＞

・団長クラスの講話

・大学教授等による学術的な解説（歴史、文化的価値）

・他ジャンルの担い手（劇団四季演出家など）による「ひろしま神楽」の評価等

③小中学生への啓発活動

・教育委員会の協力を得て、授業に広島の伝統芸能「ひろしま神楽」を取り入れる。

▹ 地元広島の子供たちに「ひろしま神楽」に興味を持ってもらい、裾野の拡大を図る。

▹ 神楽ファンの増加だけではなく、伝統芸能の保存・継承、後継者育成につなげる。

▹ 座学だけではなく、神楽団による公演の鑑賞も実施する。

＊小中学校への神楽団派遣は、県内神楽団に「ひろしま神楽」の啓発活動として理解、協力を得て「ひろしま神楽ひろめ隊（仮称）」として恒常的に活動してもらうことが望ましい。＊5

・小中学生向けに分かりやすく解説した小冊子「ひろしま神楽読本」を制作し、各学校に配布する。授業の一環として取り上げてもらうことで理解を深める。

④県内神楽団の連携強化

現在、広島市、安芸高田市、北広島町など 5 市 3 町で構成する「神楽まち起こし協議会」があり行政主体の組織として活動しているが、神楽団が主体となる横断的な組織の設立が望まれる。各地域の主な神楽団団長へのインタビューでも、継承者の問題など、共有する課題を話し合う場が必要と答えている。＊6

石見地域にも同様の組織「石見神楽協議会」があり、神楽団が主体となっている。自治体により温度差もあると思われるが、神楽団同士が連携する組織が必要である。

⑤初心者向けの仕組み作り

初めて神楽を鑑賞する人は、舞台を観ただけでは演目の背景、ストーリー、演者の役割など全てを理解することは難しい。神楽門前湯治村では、有料で受信セットを貸し出し場面ごとの見所を実況しており、ストレスなく鑑賞できるサービスを実施している。「ひろしま神楽」を理解する第一歩として非常に有効である。

音声ガイドやモニターによる解説など、初心者向けの仕組みを各公演会場に浸透させていくことが望まれる。

３．経済効果を高めるための施策

アンケート調査の結果、神楽門前湯治村の神楽鑑賞来場者は年間約 30,000 人、広島県民文化センターは約 12,000 人となっており、どちらの施設も多くの来場者で賑わってはいるが、第３章で述べたように高齢、常連の来場者が過半を占めているため、物品購入等の支出額は少ない。

今後、経済効果を高めていくためには、神楽ファンの絶対数の増加を図るとともに、飲食や宿泊につながる仕組みづくりが必要であり、以下の施策を提言する。

①新たな神楽ファンの獲得

本章の１．で述べた「ひろしま神楽情報センター（仮称)」の開設や戦略的な広報展開によって「ひろしま神楽」のブランド価値を訴求し認知度の向上を図り、特に、将来に向けての消費が期待できる神楽未体験の若年層および 30 代、40 代を取り込む。

県内外の神楽ファンの絶対数が増加することにより、消費額の増加も見込まれる。

②飲食店とのタイアップ

公演会場の周辺にある飲食店とのタイアップを行い、消費額の増加を図る。タイアップの例としては、神楽公演来場者を対象とする割引サービス、神楽関連メニューの提供、飲食店での定期公演告知等が考えられる。

③神楽団員との親睦の場の提供

県民文化センターの定期公演をはじめ、公演終了後、写真撮影、衣裳体験などを実施しているケースが多々あるが、公演鑑賞だけでなく、神楽に携わる人達の魅力を身近に感じてもらうことで「ひろしま神楽」のトータルでの理解促進や新たな神楽ファンの獲得につながっている。これらの体験・親睦の時間を設けることで、公演後の宿泊者の増加も見込まれる。

④芸北地方等への鑑賞ツアーの仕組み構築

都市部の定期公演等で「ひろしま神楽」を知り興味を持った人達を、芸北地方などの本場へ誘導する「鑑賞ツアー」を定期的に実施し、宿泊、飲食、物品購入などの経済効果につなげる。

本章の１．で述べた「ひろしま神楽」の認知度向上に向けた取組みと、各地の「ひろしま神楽」以外の魅力づくりや情報発信が必要であるが、都市部と芸北地方などの本場を結ぶ仕組みは、広域での経済効果が期待できる。

参考：目指すべき経済波及効果の指標

施策の実行によって来場者数、来場者宿泊率が向上した場合を想定し、広島市、安芸高田市での定期公演について、以下の条件で経済波及効果をシミュレーションした。

＜広島県民文化センター定期公演の場合＞

①来場者数　10%増加

2018 年度年間来場者 11,852 人　⇒　目標来場者 13,037 人

②来場者宿泊率　20%（現在 11.3%）

2018 年度年間宿泊来場者 1,345 人　⇒　目標宿泊来場者 2,607 人

＜観光消費及び運営支出による経済波及効果＞　（単位：万円）

	直接効果	間接 1 次効果	間接 2 次効果	総合効果
目標値	6,494	2,301	1,303	10,098
2018 年実績	4,754	1,576	936	7,266
増　加	1,739	725	367	2,831

・ 経済波及効果の合計は、2018 年実績では 7,266 万円だが、目標値を達成した場合は 1 億 98 万円となり、2,831 万円の増加となる。

＜神楽門前湯治村定期公演の場合＞

①来場者数　10%増加

2018 年度年間来場者 37,000 人　⇒　目標来場者 40,700 人

②来場者宿泊率　40%（現在 31.3%）

2018 年度年間宿泊来場者 11,562 人　⇒　目標宿泊来場者 16,280 人

＜観光消費及び運営支出による経済波及効果＞　（単位：万円）

	直接効果	間接 1 次効果	間接 2 次効果	総合効果
目標値	36,643	14,923	7,640	59,206
2018 年実績	28,598	11,483	5,935	46,017
増　加	8,044	3,440	1,705	13,189

・ 経済波及効果の合計は、2018 年実績では 4 億 6,017 万円だが、目標値を達成した場合は 5 億 9,206 万円となり、1 億 3,189 万円の増加となる。

４．施策実現のための資金・組織について

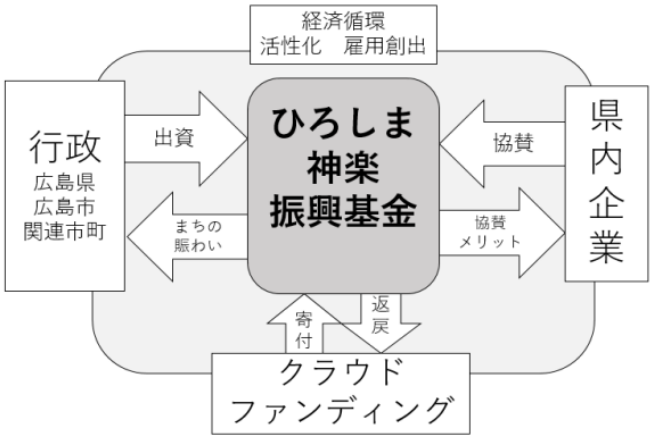
これまで述べた施策を実現させるためには、２の①で述べた「ひろしま神楽振興基金（仮称)」の創設が必要であり、同時に、この基金を活用し施策を実行していく組織の立ち上げが必須である。

①「ひろしま神楽振興基金（仮称)」の原資の確保

基金は、広島県及び関係市町（広島市・安芸高田市・北広島町・安芸大田市など）の拠出および県内企業の協賛、クラウドファンディングによる神楽ファンからの寄付で創設する。
基金の使途は前述のとおり、「ひろしま神楽情報センター（仮称)」の運営費用、「ひろしま神楽」認知度向上のための広報に関わる費用、「神楽歴史文化学校（仮称)」の運営費用などである。
いずれの使途も「ひろしま神楽」の課題解決には欠かせないものではあるが、全てを一度に実行するには多額の資金が必要となるため、施策の優先順位を検証し、順次実行に移していくことも考えられる。

＜伝統芸能を企業が支援することの意味・協賛メリット＞
伝統芸能を支援する企業に消費者は共鳴する。その企業のファン醸成に繋がり、ブランド価値が高まっていく。支援活動によって地域に経済循環が起き、雇用も生まれていく。
また、協賛した企業は、協賛額に応じて以下のメリットが享受できることとする。
・ＷＥＢページ、広告、宣材物への企業名掲出
・商品への「ひろしま神楽」キャラクター使用権
・神楽公演招待券
・企業が主催する行事への神楽団出演料助成

＜クラウドファンディングの見返り＞
１の③で述べた「ひろしま応援団」の一員として登録され、「神楽グッズ」「公演招待券」などが寄付の見返りとして授与される。



②マネージメント組織の立ち上げ

石見神楽の場合、行政の規模や文化資源が限定されているため神楽振興のマネージメント・プロモーションは島根県、浜田市といった行政が主体となって行なっており、予算も観光予算のかなりの割合（島根県西部エリア観光予算の 1/3）を占めている。

一方、広島県の場合、行政規模が大きいことと、文化芸術課、観光課が対象とする文化芸術、芸能などが多岐にわたるため、行政内に神楽のみを対象とした組織を置くことは難しいと思われるが、これまで述べた施策の実行のためには、神楽に特化した独自のマネージメント・プロモーション組織の立ち上げが必須である。

なお、組織の業務範囲のイメージは以下のとおりである。

＜組織の業務範囲＞

１．「ひろしま神楽情報センター（仮称)」の運営に関する業務

２．「ひろしま神楽」に関する情報発信に関する業務

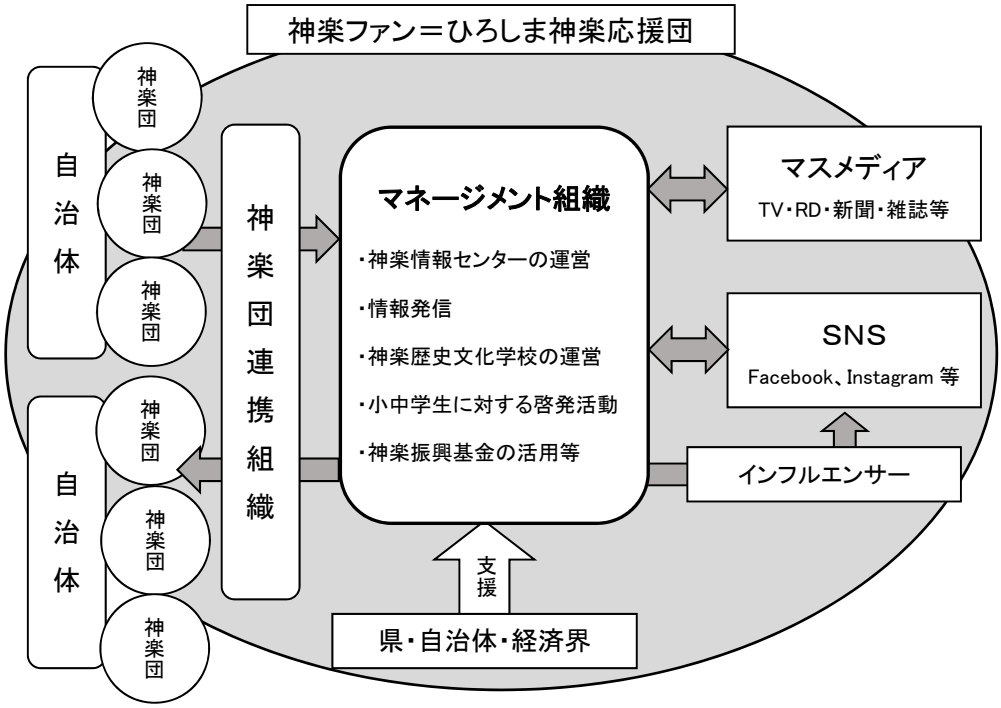
　　広報素材制作（ＤＶＤ、パンフレット等)、マスメディア対応、ＷＥＢメディア対応

３．神楽歴史文化学校（仮称）の運営に関する業務

４．小中学生に対する「ひろしま神楽」啓発活動に関する業務

５．「ひろしま神楽」振興基金（仮称）の活用に関する業務等

【施策の全体イメージ】



提言の施策　まとめ

１．差異化のための施策

①「ひろしま神楽情報センター（仮称）」の開設

②　一貫性のある戦略的な広報の展開

③「ひろしま神楽応援団」の形成

２．持続可能とするための施策

①「ひろしま神楽振興基金（仮称）」の創設

②「神楽歴史文化学校（仮称）」の開校

③　小中学生への啓発活動

④　県内神楽団の連携強化

⑤　初心者向けの仕組み作り

３．経済効果を高めるための施策

①　新たな神楽ファンの獲得

②　飲食店とのタイアップ

③　神楽団員との親睦の場の提供

④　芸北地方等への鑑賞ツアーの仕組み構築

４．施策実現のための資金・組織について

①「ひろしま神楽振興基金（仮称）」の原資の確保

②　マネージメント組織の立ち上げ

おわりに

ダーウィンの**「生き残る種とは、変化に最もよく適応したものである。」**という言葉が色褪せないのは、このフレーズが企業の継続、優れた商品のライフサイクルを考察する上で「永遠の摂理」だからである。

伝統芸能に当てはめるのはいささか乱暴かもしれないが、歌舞伎など優れた古典芸能が活き活きと存続しているのは、時代の変化、環境の変化に適応してきたからであり、変遷を遂げるなかで批判を浴びることがありながらも、先人たちが未来を見据えた確固たる信念で取り組んできた結果である。

改めて述べるが「ひろしま神楽」は、江戸時代初期に石見地方から伝承され、その後、戦後の「新舞」、1992 年の「スーパー神楽」の登場を経て、独自の進化を遂げたオリジナリティのある芸能である。神性の希薄化を憂慮する声、エンターテイメント性を見下す声もあるが、「ひろしま神楽」を担う人たちは、神楽の歴史と存在意義を十分認識した上で進化の道を選択してきた。若手神楽団員に対して神楽の本質を教えることの必要性も課題としてしっかりと捉えている。＊7

そして何より、石見神楽視察時に伺った**「神楽がその形を変えても、地域が賑わうことは神様も喜んでいるはず」**という言葉に象徴されるように、地域あってこその伝統芸能である。地域が廃れば芸能もその寿命を断たれる。
これまで述べてきたように「ひろしま神楽」の未来は必ずしも明るくはない。課題は山積している。

「ひろしま神楽」が広島を代表する伝統芸能であることは間違いない。「まちの賑わい」を創出する重要なファクターであるし、今後、東京 2020 オリンピック・パラリンピックもあり、急速に増加する県外、海外からの観光客にとっても魅力のあるパフォーマンスである。
「ひろしま神楽」を持続可能とするために、そして更なる健全な発展のために、本提言で取りまとめた施策の実効性を検証し、確実性のあるところから取り組んでいくことが必要である。

＊1　参考論叢・文献「新舞」「スーパー神楽」

「新舞」

終戦直後、神楽は存続の危機に直面した。進駐軍ＧＨＱが日本の神国思想や封建思想を撤廃しようと動き、日本神話を演目の主軸にすえ、宗教的要素が強いとされる神楽に様々な規制が加えられた。これに対し当時、高田郡北生中学校校長であった佐々木順三は、従来の記紀神話に結び付く神楽の内容を修正し、新たに歌舞伎などの演目も取り込んだ演劇性の高い神楽を創作した。

「スーパー神楽」

コンテンツとしてソフト面での神楽ブームを引き起こしたものが、平成 5（1993）年、山県郡北広島町の中川戸神楽団による自主公演「ＳＵＰＥＲＫＡＧＵＲＡ神々の詩」であり、いわゆる「スーパーカグラ」の登場である。音響や照明に演出が加えられ、舞台芸術としての神楽の誕生であった。

（「地域の祭りと民俗芸能の資源化に関する研究　中国地方の神楽の事例から」
慶応大学　川野裕一郎　2014）

「我が郷土に愛と誇り」を抱き、その証でもある郷土芸能、神楽をあえて広島市で公演した若者たちの気持ちは、伝統芸能の担い手という先祖たちから脈々と受け継ぐというシバリから舞台芸術を舞う役者へと変わったのです。

神楽を「スーパー神楽」と題して自主公演したのは、農村がいつの時代にも都会に追随する受け身的な生き方をするのではないという自覚と、当時の暗いイメージ等々すべてを含めて打ち破る事業に仕立て上げたかったのです。「神楽しかないマチ」から「神楽があるマチ」にしたかったのです。この郷土に生きる若者すべてが、神楽によって大自然の懐に暮らす、すばらしさと誇りを持ってほしかったのです。

（「神楽旅」ＮＰＯ法人広島神楽芸術研究所・
「ＳＵＰＥＲＫＡＧＵＲＡ神々の詩」総合プロデューサー　石井誠治）

＊2　「ひろしま神楽」主な海外公演

各神楽団から選抜された団員で編成された広島神楽団による公演

2002 年 10 月 ロシア　サンクトペテルブルグ　建都 300 年記念事業
2012 年　6 月 中国　北京　中日国民友好年政府認定事業の一環
2015 年 10 月 メキシコ　グアナファト　グアナファト州と広島県友好提携 1 周年記念事業
2015 年 10 月 ブラジル　サンパウロ　ブラジル広島県人会創立 60 周年記念事業
2017 年　9 月 フランス　パリ　フランスファッションウィーク（パリコレ）
「ＫＥＮＺＯ」のショーにゲスト出演

この他、個別の神楽団でも海外公演を行なっている。

吉和神楽団（ハワイ・ニュージーランド、シンガポール）、亀山神楽団（ハワイ、フランス）栗栖神楽団（ハワイ）等

＊3　神楽定期公演アンケート調査の概要（集計・分析：ひろぎん経済研究所）

・神楽門前湯治村定期公演（安芸高田市）

同施設では、2,000 人収容の「神楽ドーム」150 人収容の「かむくら座」で週末に年 150 回程度開催されている。今回の調査は「かむくら座」での公演を対象とした。

調 査 日：平成 30 年 11 月 30 日（金）、12 月 15 日（土）

回答者数：11/30　97 人、12/15　 87 人

・広島県民文化センター定期公演（広島市）

同施設では例年 4 月～12 月まで、毎週水曜日 40 回程度開催されている。

調 査 日：平成 30 年 12 月 5 日（水）、12 月 12 日（水）

回答者数：12/5　101 人、12/12　104 人

＊4　参考論叢「神楽団　コミュニティ」

観光資源化することで、文化の本質を失うのではないかと懸念するみかたもあるが、一概にそうとは言い切れない。観光資源化することで地域が活性化し、神楽を継承する若者が地元に残ったり、外からやってくるきっかけにもつながる。観光資源にすることが資源化の全てではない。神楽がコミュニティを維持するための場・きっかけとして重要な役割を担っているものもある。

（「神楽は地域資源」國學院大學経済学部准教授　山本健太　2015.7.1）

＊5　小中学校での啓発活動

地域によっては地元小学校の授業の一環として神楽団団長が講演を行なっているケースもある。広島県民文化センターでは、2019 年から県内小学校を対象に神楽団による「神楽体験」を実施する予定であり、現在 2 校が決定している。

＊6　神楽団団長インタビュー

団長さんどうしだけではなく、団同士であったり、一団員さん同士でもいいから、もっと交流を深めてお互いにみんなを幸せに出来るような神楽ができたら一番いいと思う。

松原神楽団（安芸太田町）　斎藤団長

以前は村意識というかですね、他の神楽団は敵だ、ライバルだと思ってやってきたんですけど、それだけでは今から無理だと思うので、いかにみんなで意見を出し合いながら、共有し合いながらやっていければと…そこが課題でもあるし、そうやっていければ、5 年後 10 年後もまだ何とか頑張っていけているんじゃないかと思う。

中川戸神楽団（北広島町）　能海団長

すでにこの地に神楽が伝わって 120 年、その先の 120 年を問われても困りますが、20 年、30 年先のことを考えると団の活動は当然考えていかにゃいけんですが、やはり他の神楽団との連携というのも非常に大事だろうと思っています。

原田神楽団（安芸高田市）　塚本団長

（以上、2018.12.29 放送　中国放送テレビ番組「神楽人」から書き起こし）

行政から言われていることをやっているだけではだめだ。神楽団から行政に働きかけるようでなければ。団員の意識をあげること、プライドを持って取り組むことを、団長どうしでも話し合っていかなければならない。

琴庄神楽団（北広島町）　崎内団長

＊7　参考論叢「観光資源化、神楽性の希薄化」

観光資源化は「純粋な文化」の真正性を歪めたり、失わせたりする可能性があるが、担い手たちはそうした状況に時には抗い、時には利用するという多様で柔軟な対応を取りながら、観光資源化に対応してきた。

（「広島県における神楽の担い手と観光資源化への対応」

県立広島大学准教授　和田　崇　2017）

提言書作成までの委員会の活動内容

＜平成２９年度＞

▹ 第１回委員会（平成２９年６月１４日）

・卓話「ひろしま文化振興財団について」

講師　公益財団法人ひろしま文化振興財団　理事事務局長　八谷　秀幸　氏

▹ 第２回委員会（平成２９年８月２日）

・卓話「広島の文化の棚卸と活用の方向性について」

講師　広島経済大学経済学部メディアビジネス学科　主任教授　北野　尚人　氏

▹ 第３回委員会（平成２９年１０月１６日）

・卓話「文化を感じることができる“まちとくらし”」

講師　広島市立大学　名誉教授　大井　健次　氏

・同友会会員向けアンケート「広島県の文化に関するアンケート」について

▹ 第４回委員会（平成３０年２月２日）

・同友会会員向けアンケートの集計結果について

・卓話「ひろしま神楽の歴史と現状」

講師　ＮＰＯ法人広島神楽芸術研究所　理事　石井　誠治　氏

▹ 第５回委員会（平成３０年３月２８日）

・卓話「文化としての神楽の振興に向けた広島県の取組みについて」

講師　広島県環境県民局　文化芸術課長　岡村　恒　氏

・卓話「外国人観光客に向けた神楽公演について」

講師　広島県商工労働局　観光課政策監　梅田　泰生　氏

＜平成３０年度＞

▹ 第１回委員会（平成３０年６月５日）

・卓話「神楽と地域活性化」

講師　國學院大学文学部　教授　新谷　尚紀　氏

・現地視察会について

▹ 現地視察会「北広島町」（平成３０年８月２６日）

・行政・神楽団ヒヤリング

説明者　北広島町商工観光課　課長　　沼田　真路　氏

北広島町神楽協議会　会長　　宮上　宜則　氏（東山神楽団団長）

副会長　西村　豊　氏　（西宗神楽団団長）

・神楽観賞「西宗神楽団公演　羅生門」

・若手神楽団員インタビュー

▹ 現地視察会「安芸高田市」（平成３０年９月２３日）

・行政・神楽団ヒヤリング

説明者　安芸高田市産業振興部商工観光課　課長　　稲田　圭介氏

安芸高田市神楽協議会　副会長　塚本　近氏（原田神楽団団長）

・神楽観賞「原田神楽団公演　土蜘蛛」

・若手神楽団員インタビュー

▹ 先進地視察会「島根県浜田市」（平成３０年１１月２０日～２１日）

・行政・神楽団ヒヤリング

説明者　浜田市産業経済部観光交流課　課長　岸本　恒久　氏

係長　力石　雅之　氏

石見観光振興協議会　主任　吉田　祐基　氏

長澤社中、亀山社中の方々

▹ 第２回委員会（平成３１年１月１５日）

・視察会の実施報告

・提言書の構成について

▹ 第３回委員会（平成３１年３月１３日）

・提言書について

文化振興委員会

（委員長）

木　坂　俊　治　　広島信用金庫　常務理事

（副委員長）

上　野　智　久　　㈱ＮＴＴドコモ中国支社　執行役員中国支社長
畝　本　耕　治　　㈱電力サポート中国　取締役社長
大　辻　　茂　　㈱広島ホームテレビ　特別顧問
小　倉　芳　暢　　㈱ＲＣＣ文化センター　常勤顧問
金　田　幸　三　　中電プラント㈱　顧問
神　田　　尚　　中国電力㈱　常務執行役員
五　弓　博　文　　㈱リーガロイヤルホテル広島　代表取締役社長
坪　井　　宏　　広島信用金庫　会長
原　田　美　穂　　㈱パルウェーブ　代表取締役社長
平　原　敏　行　　㈱ソルコム　代表取締役社長
前　　泰　弘　　㈱広交本社　代表取締役社長
益　本　卓　至　　広島ガスプロパン工業㈱　取締役会長

（運営委員）

赤　羽　克　秀　　赤羽公認会計士事務所　所長
池　田　繁　実　　㈱中国四国博報堂　代表取締役社長
井　坂　雄　幸　　広島テレビ放送㈱　経営戦略局特命局長
井手ヶ原　　誠　　広島観光開発㈱　代表取締役社長
伊　藤　豪　朗　　中国電力㈱　常務執行役員
内　海　輝　雄　　オフィスＵ　代表
大　下　洋　嗣　　㈱福屋　代表取締役社長
大　森　富士子　　㈱ガリバープロダクツ　専務取締役
奥　山　浩　司　　三菱ＵＦＪモルガン・スタンレー証券㈱広島支店　支店長
落　合　央　範　　広電エアサポート㈱　代表取締役社長
折　本　佳　典　　㈱ヒロデンプラザ　専務取締役
金　井　正　樹　　㈱はんべえ　代表取締役
岸　　洋　正　　西日本高速道路エンジニアリング中国㈱　代表取締役社長
桐　原　真一郎　　㈱桐原容器工業所　代表取締役社長
河　野　高　信　　己斐商事㈱　代表取締役
坂　　茂　雄　　広島ガステクノ・サービス㈱　代表取締役社長 社長執行役員
笹　野　圭　市　　おおたけ㈱　取締役副社長
佐　藤　　貢　　森信建設㈱　顧問
四　俵　昭　雄　　三菱重工業㈱マーケティング＆イノベーション本部　中国地区統括
清　水　ひとみ　　社会福祉法人ともえ福祉会　理事長

正　傳　盛　豪	日刊工業新聞社広島総局　中国四国産業人クラブ事務局長	
白　井　孝　司	㈱みづま工房　代表取締役社長	
高　木　廣　治	㈱エネルギアＬ＆Ｂパートナーズ　取締役社長	
高　木　芳　郎	㈱速太郎本部　取締役社長	
竹　内　徳　將	キリン木材㈱　代表取締役社長	
寺　尾　昌　彦	日本電気㈱中国支社　支社長	
土　井　康　稔	㈱広島銀行　総合企画部広報・地域貢献室長	
道　菅　宏　信	㈱中国新聞広告社　代表取締役社長	
冨　山　次　朗	㈱冨山学園　専務取締役	
豊　田　　太	㈱あじかん　代表取締役専務	
中　村　一　朗	中村角㈱　代表取締役社長	
長谷川　純　也	㈱ＮＴＴデータ中国　取締役法人事業部長	
林　　正　人	サントリー酒類㈱中国・四国支社　執行役員中国・四国営業本部長	
東　谷　法　文	中国電力㈱　契約顧問	
古　垣　　孝	東京海上日動火災保険㈱中国支店　支店長	
細　川　　匡	デリカウイング㈱　代表取締役会長	
槙　本　良　二	ネッツトヨタ中国㈱　代表取締役社長	
松　下　博　紀	弁護士法人もみじ総合法律事務所　代表社員	
松　原　淳　一	広島文教女子大学　教授	
向　井　恒　雄	㈱立芝　代表取締役会長	
椋　田　昌　夫	広島電鉄㈱　代表取締役社長	
森　元　弘　志	学校法人広島文化学園　理事長	
安　武　郁　夫	㈱電通西日本広島支社　常務取締役	
山　本　恭　瑚	ステュディオグリオット㈲　取締役	
山　本　新太郎	山本・桧垣・上垣司法書士事務所　所長	
山　本　弘　之	広島ワシントンホテル　総支配人	
山　本　美　香	新庄みそ㈱　代表取締役社長	
吉　原　　誠	マツダ㈱　常務執行役員	
米　山　真　和	三栄産業㈱　代表取締役	
大　塩　　俊	㈱スグル食品　代表取締役	（ 呉 ）
小　野　　恵	㈱マネジメント・ブレインズ　代表取締役	（三原）
岸　上　幸　由	磯村産業㈱　代表取締役	（尾道）
木　村　　哲	中国電力㈱尾道営業所　所長	（尾道）
石　井　伸　司	㈱中国新聞社備後本社　取締役備後本社代表	（福山）
増　田　茂　典	マスダランドビル㈱　代表取締役	（備北）
石　井　英太郎	亀齢酒造㈱　代表取締役社長	（広島中央）

（アドバイザー）

北　野　尚　人	広島経済大学　経済学部メディアビジネス学科　主任教授

※平成３１年３月末現在