

## 都市型イベントの地域定着 —— 広島市の「広島フラワーフェスティバル」を事例に ——

徐 載 勝

### 1 はじめに

1950年代以降、日本では開催地域と何の縁もない非伝統的な都市祝祭が全国各地で創出され、広がっている。例えば、徳島の阿波踊りのスタイルを取り入れた東京の高円寺阿波踊りや、高知のよさこい祭りを取り入れた北海道のよさこいソーラン祭りなどがそれに該当する。増山(1999)は、よさこいソーラン祭りを事例として、この祭りが全国的に拡大にする要因をよさこい祭りと比較して考察したが、このような祭りの特徴として「どちらの祭りも既存の祭りのスタイルのどこかに地域らしさを加えることで独自性を出し、短期間で成立している」と述べている(増山、1999、p.122)。これらの祭りが全国的に拡大している状況や地域社会に定着するプロセスについては既にいくつかの研究がなされている(松平、1993; 増山、1999; 真野、1999など)が、これらの研究では主に祭りの中身の変化や行事運営の仕方、財政的な面などで祭りの拡大の要因が探られており、地域住民や行事への参加者、特に実際に訪れた訪問客の視点からの考察はあまり行われてこなかった。また、行事の中で地域らしさをどのように見せているかについて、十分に研究されているとはいえない状況にあり、地域と縁のなかった行事であっても事後的に地域性がなぜ必要になるのかについてあまり議論されてこなかった。

それらの先行研究の問題点を踏まえて、本稿では広島市の「広島フラワーフェスティバル(以下、広島FFと称する)」を事例に、全国的に分布している花を素材にした新しいイベントが行事の中で地域性(地域らしさ)をどのように見せているか、また行事の中で地域性をどのように作り出し、参加者や訪問者がそれをどのように受け取っているかを明らかにする。また、行事の継続性に焦点を当てて参加者や訪問者の意識から新しい行事の「地域らしさの必要性」について考察を加える。

研究方法として、まずイベントと祭りの概念に関わる参考文献を踏まえた上で、新しい祭りの概念を整理し、新しい祭りとして考えられる事例を選択した。また、祭りがどのように誕生し、どのように運営されているか祭りの運営側のキーパーソンにインタビューを行った。また、祭りへの思いや意識・対応など具体的な内容については祭りに参加・訪問した人々を対象にインタビューとアンケートを行った。その具体的な調査については後述する。

数多くある非伝統的な行事から広島FFを事例に選んだ理由はいくつか挙げられる。花をテーマにしたフラワーフェスティバルは本稿の事例である広島FFを始め、東京都の代官山フ

ラワーフェスティバル、名古屋の堀川フラワーフェスティバル、青森県のおももりフラワーフェスティバルなど全国各地で開催されているが、広島 FF は花をテーマにしたイベントの中で非常に長い継続性<sup>1)</sup>を持っており(2011年35回目)、また、他のテーマの非伝統的都市祝祭と比べても比較的長い継続性<sup>2)</sup>を持っている。ここで継続性という語を用いたが、本稿ではこの語を「同じテーマの行事が同じ地域で毎年行われること」の意味で用いる。

広島 FF を事例とするのは、新しい行事の継続性を検討する上で適切な事例であることに加え、広島市を代表する程度の認知度(観光コンベンションビューロー、2011)や日本のGWの期間中に行われる祭りの中で福岡の「博多どんたく」の次に訪問客数が多いこと(毎年100万人以上)など、ある程度地域で定着した新しい行事として認識されていることが事例に選択した理由である。

また、最近では、広島 FF と似ている新しいイベントが他の地域でも行われていることが、今回の研究事例として選択したもう一つの理由である。例えば、広島 FF は、広島で35年間「花」を素材に「平和」を祈る祝典として開催されているが、2011に始めて開催された東京都の代官山フラワーフェスティバルも、「花」を素材に東北の「被災地のために」という視点を持って、「平和」のフラワーメッセージを届けるイベントとして開催された(代官山コレクション実行委員会、2011)。代官山フラワーフェスティバルの企画趣旨は、「ファッションに花と緑を、世界に愛と平和を」であるが、広島 FF のコンセプトは「平和の尊さと花を緑と音楽に託してうたい上げる」で、一貫したサブタイトルは「広島と世界を結ぶ平和と花の祝典」であり、「花」を素材に「平和」を「(世界に)広げる」という点が似ている。また、広島 FF の主催側の一つである中国新聞社が代官山フラワーフェスティバルを後援している。

つまり、広島 FF は継続性、訪問者の数、他地域のイベントにも影響を及ぼしていることで、新しい行事における地域性を検討するために適切な事例であるといえよう。

本稿では、広島 FF が誕生した背景と毎年地域で行われるようになるプロセスの中で、祭りの運営及び市民参加、また2010年広島 FF に訪れた訪問者の意識を調査分析することで、その結果の考察を元に行事の地域性を探った。非伝統的な都市祝祭は、参加者が自らのアイデンティティを形成するため自然発生するものは少なく、個人や団体が何らかの意図を持って発生させる行事が多いため、行事の地域性や継続性を検討するためには行事の運営側(主催側)と行事の参加者、また、行事を訪れる訪問客という三者の意見を聞く必要がある。

調査は、2010年5月3日から5日まで行われた広島 FF に直接参加し、訪問客160名にアンケート調査を行う形で実施した。また、より多角的な視点で広島 FF を考察するため、広島 FF に関わっている参加団体や実際に広島 FF への参加者など11カ所へのインタビューを行った<sup>3)</sup>。その他に、広島 FF を調査した広島銀行研究所の資料などの調査を実施した。以下、参考文献

をあげていない場合、聞き取り調査に基づいた説明となる。

## 2 広島市の非伝統的都市祝祭「広島 FF」

### 2.1 広島 FF

広島 FF とは、広島を代表する祭りの一つで、1977年5月3日、初めて開催された。「花と緑と音楽」「平和」「国際交流」を基本理念としている広島 FF（中国新聞、2009.12.7）では、広島 FF に相応しいテーマを毎年、市民の募集によって選択し、採用されたテーマに合わせてステージやパレードなどが企画されている。2010年のテーマは全国から応募があった計1218点の中、「きっと咲く！つないだ手と手に平和の花が」が採用された。祭りの形式は「パレード、ステージ、広場」の構成で、毎年5月3日～5日（GW 期間中に3日間）に広島平和記念公園と平和大通り（通称=100メートル道路）をメイン会場に開催される。メイン行事であるパレードは、現在3日と5日に行われており、ステージ・広場での行事は4日を中心に行われている。広島 FF は祭りのシンボルである「花の塔」が存在し、広島 FF 実行委員会で毎年採択されたテーマに合わせて「花の塔のデザイン」を募集している。2010年の「花の塔」のデザインは「ピンク地に平和を願う人たちの手を白いハトで表現した被爆2世の池田恭子(33)さんの図案」が選ばれた。高さ8m、直径9.1mの十二角錐の「花の塔」にパンジーなど約8千鉢を並べて描いた(写真1)が、池田さんは「両親から平和の大切さを教えられてきた。祝典が受け継がれ、被爆者の心を癒し続けてほしいとの願いを込めた」という（中国新聞、2010年3月2日）。



写真1 広島 FF のシンボルである「花の塔」(2010年)

### 2.2 広島 FF の特徴

毎年、5月3日正午には、広島平和記念公園内にある「平和の灯」を使って「花の塔」の先端にともす「平和の灯の点火セレモニー」が行われ、原爆慰霊者への黙祷によって広島 FF の行事が始まる。また、祭りの期間中は、「花の塔の平和の灯」を消さず、3日間慰霊者を追慕しながら平和を祈るのが広島 FF の特徴である。その特徴は中国新聞(2008年10月31日)の以下の記事からよりはっきりと読み取れる。「FF がその第1回から平和記念公園での黙祷で始まるのをご存知だろうか。居合わせた人は誰も不思議と思わないほど定着しているが、都市型の祭りが

全国にたくさんある中で、祈りで始まる祭りはおそらくほかにはない・・・新しい都市型祭りにはそれ（宗教的要因）がない。祭りが大型になるほど行政が関係せざるを得ないが、行政が加わると宗教的色彩は一掃されるからだ・・・広島は例外なのだ。あらゆる機会に世界平和を祈り続けるのは、やはりこれから繰り広げる太いバックボーンであり続けるだろう」。この記事からも広島FFが平和を祈る新しいイベントであることが特徴としていえる。広島FF企画実施本部の祭り担当者は、広島FFの名前に「フラワー」を使った経緯としてこのように述べた。「原爆が広島に落ちて、その後長い間花が咲いてなかったが、およそ1970年代から花が少しずつ咲くようになった。人々の口伝で花が咲いていることが伝わり、平和が戻ったというイメージが形成され、フラワーという名前を選んだ。広島FFは他の地域で開催されている園芸性のフラワーフェスティバルとは趣旨が違う」と述べた。この表現から、「花（フラワー）」という素材が「平和」のイメージを形成しており、特別な意味付けがなされていることが分かる。また、「花」を使って絶えず「平和を祈り続けようとする」ことから、広島FFは原爆投下地である広島の地域性を内包していると考えられる。

### 3 広島FFの運営組織と誕生背景

#### 3.1 広島FFの運営組織

現在も、広島FFは中国新聞社と中国放送が共同で主催している。広島FFは広島FF実行委員会が中心となって行事の運営や管理などの全般について総括しているが、その中には広島県庁をはじめ、広島市役所、広島FF企画実施本部、広島FF事務局、広島商工会議所など多様な団体が入っており、互いに協力をしている。また、広島FFの実行委員会は、広島FF企画実施本部と広島FF事務局を総括した上部組織である。

広島FF企画実施本部は、民間企業である中国新聞・中国放送社が主に推進している部署であるが、広島FFのプログラムの企画や祭りの運営、スタッフの管理、予算支援など広島FFに関する行政支援以外の部分を担当している。一方、広島FF事務局は行政側である観光コンベンションビューローが事務局を担っていて、主に広島FFの行政的な支援を担当している。例えば、警察や消防所・医療・道路整備などの行政的な支援を行っている。また、経済団体では広島商工会議所や青年会議所などが実行委員会に入っており、主に祭りの予算支援のための寄付金募集を行っているが、広島FFの運営には殆ど関わっていないことが今回の調査で分かった。

即ち、広島FFは多様な団体によって運営・管理されているが、行事の運営については広島FF実行委員会だけでなく、市民の意見も重視されている。2.1で触れたように広島FFのテーマやシンボルのデザイン募集など核心事項は市民の意見から選択したが、それ以外にも、2010

年度の広島 FF に関する市民募集は、「2010年度広島 FF テーマ募集（中国新聞、2009.12.7）」、「花の塔総合パレード・ステージ出演・ひろば展開の参加団体募集（中国新聞、2010.1.18）」、「花の塔デザイン募集（中国新聞、2010.1.26）」、「きんさい YOSAKOI・広島きんさい花車連の参加募集（中国新聞、2010.2.10）」、「キャンドル・メッセージ募集（中国新聞、2010.2.15）」、「折りづるみこし連参加団体募集（中国新聞、2010.2.1）」、「広島 FF フラワークイーン募集（広島 FF 実行委員会、2010）」などがあった。つまり、市民が参加者として祭りのなかで重要な役割を果たしていることが分かる。運営側の絶えまない市民参加誘導が行事の強い継続性に繋がっていると思われる。

### 3.2 誕生背景

「広島には、昔から住民がこぞって集い、そして楽しむような“祭り”はなぜか乏しい」（田村紀雄、1981、p.230）。この文章は「祭りの天気図」という文献で広島 FF を紹介する前に書いていた内容である。

広島 FF を計画した人物の一人である A 氏は「1945年8月6日、原爆が広島に投下され、町の破壊だけでなく日本の古い神社や仏閣を中心にした伝統的な行事もほぼ完全に消えてしまった」と述べている。およそ、1960年代から「広島に祭りがほしい」という市民の声がよく出るにつれ、1972年、中国放送社(RCC)では広島に祭りを作ろうとした計画をすることになった。その一環で中国放送社の A 氏を含めた祭り研究メンバーが集まり、当時の RCC の社長の指示を受けて民間放送の本社である東京支社に行き4年間の祭り研究が始まったという。

1973年頃、中国新聞社でも祭りを作ろうとする動きがあって、その時から両社が協力して中国放送社では主に日本の国内の祭りの資料を集め、中国新聞社では主に国外の祭りの資料を集めることで両社で祭りを作る準備を始めたと A 氏は述べた。「当時、われわれのような民間放送局はそれぞれの都市で祭りを盛んに作ってたんですよ。日本の大きな都市でね。その情報は東京(本社)に全て集まってくるので、だから東京で資料を集める。それから実際に各地の祭りの見物・見学に行くというようなことをやったわけです」<sup>4)</sup>と述べるなど、当時、広島の新しい祭りを作ろうとした動きが読み取れる。

1975年10月、広島カープが優勝し、その優勝パレードが平和大通りで行われた。そのパレードが行われることによって何十万人もの人を受容できる場所が広島にあるということが初めて認識されるようになり、あの平和大通りが使えることに、中国新聞社が確信を持ったという。しかし、中国放送は反対し、広島城の周りを主張した。その理由として A 氏は、「平和大通りは平和公園、いわば、祈りの場を中心にした囲いですから、そこでどんちゃん騒ぎをするということが市民はおろか社内すら了解が得られないだろう」と述べ、さらに、「原爆が落ちてボ

ロボロとなっていたこの周辺を広島市が長い間努力して今のように綺麗に作ったから、また、広島城の周辺は交通手段を遮断する必要もないし、しかも広さも平和通りとほぼ同じである」と述べるなど、広島 FF の開催場所による主催側間の意見対立が当時にあったことが分かる。

広島 FF の開催場所が現在の平和公園に決まった経緯について、A氏は「しかし、中国新聞社の方が広島で祭りをやる以上はあの平和公園から離れて、あそこを避けて広島の新しい祭りを作るということは広島らしくないということを言い切り、結局そこまできちんと考えてやることであればそうしましょうということで広島市と平和通りを使うという折衝に入ることになった。それは1975年に(広島)カープが優勝した直後からです」と述べ、広島 FF の開催場所の決定の際に広島の地域性が考慮されたことが読み取れる。これは、「はじめに」で取り上げた中国新聞の記事を引用すると、「平和通り」を使って絶えず「平和を祈り続けようとする、繰り広げようとする」ことではないだろうか。

このような背景で中国新聞社と中国放送社が共同に広島市から委託を受けて中国新聞・放送合同事業実施本部(現、広島広島 FF 企画実施本部)が作られ、1977年5月3日、第1回の広島 FF が開催された。

A氏は「確か、カープの優勝パレードは広島 FF を誕生させるための大きなヒントやきっかけにはなったが、あれがあったから広島 FF ができたのではない。その遥かに前から祭りを作ろうという準備は進めていた」と述べるなど、広島 FF を誕生させるための主催側の努力と祭りがほしい当時の現況がかみ合って第一回目の広島 FF は、3日間で125万人の訪問客が訪れるなど大成功であった(田村紀雄、1981、p.231)。

## 4 行事の地域性・継続性を作り出す過程とその結果

### 4.1 運営側

広島 FF は35年間の歴史を持っている広島の代表的な祭りである。広島 FF の観覧者数は1991年に171万人をピークに減少している。しかし、2005年からは平均観覧者数145万人を上回っており、2010年には168万人が訪れるなど、ピーク時とほぼ同じ観覧者数を記録している(図1参照)。

この間、広島 FF はどのような過程を経て今まで続けて開催されているのか。広島 FF の最初から関わっていた人物の一人であるB氏は広島 FF の運営について最も真剣に考える部分を以下のように述べている。「収穫祭や季節祭のような祭りは時期が来ると、(自らの)お願いや感謝の気持ちで自発的に人が集まって(来るので)、人に呼びかける必要はないが、それに反して広島 FF というのはまず何もないところから立ち上がりましたので、必ず市民が参加してくれないと始まらないということで広島 FF のどの部分(パート)に関しても参加の広報、案

内、呼びかけを強調しています。参加団体についてもこちらからまず呼びかけて参加する形になっていますし、だから、市民が参加してもらえような準備を一番の目的として考えています」。新しい祭りやイベントを地域の行事として毎年続けて行うためには市民参加が不可欠であることを示している。実際に、2010年の広島FFに「広場(ブース)」を出店した市民団体に聞き取り調査を行ったが、最初の広島FFに参加したきっかけとして、5店舗のうち、3店舗が広島FF実行委員会の呼びかけがあって参加したと答えた(表2参照)。それでは、広島FFの運営側では市民参加を誘導するためにどのような働きかけを行ってきたのか。ここでは、祭りの運営について主に担当している広島FF企画実施本部が行事の継続性を作るために行った市民参加誘導及び、訪問者向けの魅力増加の取り組みについて紹介する。

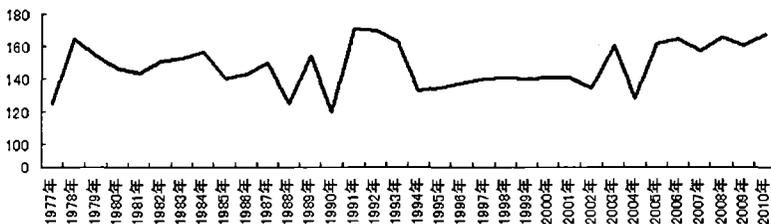


図1 広島FFの観覧者数 (単位: 万人)

資料: ひろしまフラワーフェスティバル実行委員会のデータを下に筆者が作成

宗教的な儀式が希薄化した現代の都市の祭りは、「絶えず様々な工夫が凝らされ、趣向が付け加えられることで発展する」と言われているが(ひろぎん経済研究所、1997、p.15)、広島FFも様々な工夫を実践しながら行事の中身が少しずつ変化している。

2001年までの広島FFのパレードは、5月3日が大人中心のパレードに、また子供の日である5月5日は子供中心のパレードに行われた。しかし、現在の広島FFには子供中心のパレードはない。その代わりに、2002年からきんさいYOSAKOIが新しく登場している(朝日新聞、2002.5.6)が、その経緯についてB氏は、「子供中心のパレードはあまり活気がなく、大人たちが参加しにくいので、皆が参加できるようなきんさいYOSAKOIを導入した」と述べた。きんさいYOSAKOIの応募条件は「①30人以上、ステージは20人以上の団体②楽曲と口上を合わせて5分以内③踊り手は鳴子を持ち、衣装・メイク・道具などには花をあしらうこと」に決まっており(広島FF実行委員会、2011)、それ以外は自由となっている。即ち、既存のよさこいのスタイルである「鳴子」を持ちながら、広島地域性を反映した「花」をパレードに取り入れた形になっている。また、パレードへのより多くの市民参加を誘導するため、新しい踊りも取り入れた。B氏は、「広島FFは、団体中心の参加者が殆どであるが、(1991年の)第15回目の広島FFを記念して団体だけでなく、個人でも自由に参加できるような踊り(鯉城やっさ)

を作った」と述べるなど、広島 FF のメインプログラムであるパレードの中身が参加型イベントへの充実を図るようになった。

また、パレードの変化だけでなく、広島 FF の中に新しいプログラムが導入されている。例えば、1996年からは、全国の有名な特産物や観光物産を集めて全国観光物産展を開始し、交流の充実を図っており（ひろぎん経済研究所、1997、p.7）、2005年には夜のイベントを増加させるため、フラワーキャンドルを導入（朝日新聞、2005.3.10）した。実行委員会は「『昼間の催しが終わると、見るものがない』と観光客から不満があった。夜の公園のにぎわいを通じて平和を世界に発信したい」という計画を持って夜のイベントに力を入れている（朝日新聞、2006.4.12）。即ち、より多くの市民参加を誘導するため、「交流」や市民の意見を樹立して新しいプログラムを取り入れる形にプログラムが変化している。

また、2007年にはより参加型イベントへの充実を図るため、折りづるみこしを導入（朝日新聞、2007.4.26）した。B氏は、「広島 FF は、平和をベースとしているが、同じテーマやプログラムなどを何年も続けると皆さんが飽きてしまうから平和だけを思うと楽しめないで、市民が楽しく参加できるように、あきれないようにステージやパレードを企画しています」と述べるなど、祭りのアイデンティティである「平和」をベースとしながら、最近では「楽しさ」や「交流」などを強調する形にプログラムの中身が変化している。実際に2010年度の広島 FF のパレードに参加したグループの一人は「思い出を作りたい、遊びたい」などの目的を持って参加し、パレードに参加することで「色々なことを知った。目の保養、勉強にもなる。感動をもらう。人々の応援がありがたい」などの満足感を得ていた（表2、市民1参照）。また、2010年度の広島 FF のパレードに参加したグループのもう一人は「楽しみ」のため参加したと述べ、パレードに参加することで、「障害者と知り合った、コミュニケーション交流の場になった」などの満足感を得ていた（表2、市民2参照）。この満足感は、再参加の希望にも繋がり、前者は「できる限りやりたい、参加大好き」、後者は「しますね、もちろん」という積極的な再参加希望を表した。実際に、後者は15回目の参加であるという。（表2参照）

このように、絶えず、市民向け祭りとしての性格を強め、訪問者にも充実した体験を提供する努力が広島 FF のプログラムや中身を変化させながら現在までの継続性を維持してきたと思われる。その結果、広島 FF は参加者に満足感を与える地域の行事として、発展してきたと考えられる。それでは、広島 FF のプログラムへの参加者たちはどのような形として広島 FF に参加し、広島 FF についてどのように意識しているかより具体的な参加実態を把握した。

## 4.2 市民参加

広島 FF のメインプログラムである花の総合パレードには、1997年から2010年まで、平均約

72団体、約6千人以上が毎年参加している（表1参照）。また、2002年からはきんさいYOSAKOIのパレードが新しく登場し、そこへ数多くの市民が参加している。例えば、2002年には50団体約2千人が参加（朝日新聞、2002.5.4）し、最近では2009年47チーム、2010年40チームなどの市民団体が参加している（広島FF公式ガイド、2009-2010）。

表1 年度別、広島FFの花の総合パレードに参加した市民団体及び参加者数

年度	市民参加団体	年度	市民参加団体
1997年	66団体、約5千人	2004年	70団体、約6.2千人
1999年	66団体、約4.6千人	2005年	77団体、約7.1千人
2000年	69団体、約5.5千人	2008年	85団体、約9.2千人
2001年	74団体、約5.5千人	2009年	77団体、約7.4千人
2002年	62団体、約6.1千人	2010年	78団体、約7.2千人
2003年	72団体、約6千人	平均	72団体、約6.4千人

資料：朝日新聞記事内容を元に筆者が作成（1997-2010年）

2010年度の広島FFの聞き取り調査によると、広島FFに参加した目的は様々であるが、大きく「交流」や「楽しみたい」、「平和」といった3つの部類に分けて参加していた（表2参照）。この結果は、広島FFの運営側が市民参加を誘導するため行った「交流」や「楽しみ」を増やす努力と「国際交流」と「平和の祝典」という広島FFの基本理念にマッチして人々は参加していると考えられる。参加団体は広島FFに参加することで、「人々との交流」や「周りの人とのコミュニケーション」ができて良かったと述べ、また、「人がたくさん集まって地域が明るくなった」という地域イメージの変化やモノを販売するなどの経済的な面の地域活性化も感じていることが分かった。また、広島FFのインタビュー対象者全員が各々の満足感を得ながら広島FFに参加しており、高い再参加希望を表した。再参加する際には自発的に参加する傾向が強く、実際に、広島FFへの再参加は2回目から34回目まで多様に見られた。

表2 広島FFの参加者インタビューのまとめ①

対象者	参加目的	参加動機	再参加希望	良かった点	回数
広島ふれあい委員会	交流の場 商品の販売	呼びかけ→ 自発的な参加	はい	交流 コミュニケーション	6～7 回
広島経済大学	地域貢献 皆で祭りを 楽しみたい	呼びかけ→ 自発的な参加	はい	親子のふれあい 一所懸命やっている姿	2回
国際ひろばあそびのくに	子供が遊べる 場所を提供	自発的な参加	はい	子供達が楽しむ姿	34回

パレードに参加した市民1	思い出を作りたい。遊びたいなど色々	自発的な参加	できる限りやりたい。参加大好き	色々なことを知った。目の保養、勉強にもなる。感動をもらう。人々の応援	—
パレードに参加した市民2	楽しみのため	自発的な参加	しますね、もちろん	障害者達を色々知り合った・コミュニケーション交流の場	15回
広島女学院大学「折りづるひろば」	平和のメッセージをかく	呼びかけ→自発的な参加	はい	コミュニケーション交流の場	2回
Abolition 2010	核兵器廃絶のために	最初から自発的な参加	したい	平和についての意見を聞く。いろんな人に会える。平和の大切さをアピールできる	10回

一方、広島FF実行委員会では、広島FFへの市民参加誘導以外にも、広島FFを活用して「広島らしさ」と「平和」をアピールしようとしている（広島市役所、2010）。その一環として、「平和の祝典」というキャッチフレーズを35年間使っているが、広島FFに参加している市民団体や一般市民たちは行事の中で「広島らしさ」を、「広島FFそのもの」、「皆と楽しんでいる姿」、「折鶴」のようなところで感じていた（表3参照）。これらの共通点は「平和」と「原爆投下地」といった広島地域性と繋がりがあると見られる。また、「平和」を感じているところでは、「広島FFのテーマ」、「たくさんの人が広島FFに集まる」、「広島FFの開催場所（平和公園）」、「花の塔の点火」、「来られた方に笑顔で楽しんでもらうこと」、「広島FFを開催するその自体」などで感じていた（表3参照）。これらの共通点も「原爆投下地」といった広島という特殊性から出た平和への願いに繋がっており、「広島FF→広島らしさ＝平和」のイメージの構築が考えられる。

以上のインタビューの内容から、参加者達にとって広島FFは地域性や平和の祝典という行事のアイデンティティを感じられる祭りとして位置づけられており、また、平和と楽しさ、交流などを感じられる地域の行事として参加者に満足感を与えながら継続性を維持してきたと考えられる。

表3 広島FFの参加者インタビューのまとめ②

対象者	広島らしさを感じるどころ	平和を感じるどころ
広島ふれあい委員会	よく分からない	メインステージのテーマ、広島FFのテーマ、毎年何百万人の人が広島FFに集まる
広島経済大学	広島FFその自体が広島の祭り	広島FFの開催場所、花の塔の点火、来られた方に笑顔で楽しんでもらうこと

国際ひろば「あそびのくに」	祭りが好きなどころとかが広島人	広島FFを開催するその自体
パレードに参加した市民1	広島FFは平和と花が入っている	平和がないとこのようなパレードができない。平和のプラカードを持ってパレード
パレードに参加した市民2	皆の楽しんでいる姿	皆楽しそうになったのが平和
広島女学院大学折りづるひろば	原爆で亡くなった人を折鶴で慰霊しようとする	平和＝折鶴というイメージ
Abolition2010	自分が被爆3世	平和をアピールするこのブース自体

### 4.3 訪問客

4.1で触れたように、最近の広島FFの観覧者数は、ほぼピークの時に戻っている。広島FFはどのような要因で相変わらず訪問客の関心を受けているか、訪問客の意見を元により具体的な訪問実態を把握した(サンプル数160名)。アンケートの中で一つの項目については、広島在住の人と広島在住ではない人に分けて質問した。後述するが、例えば、地域に対する誇り・愛着などは広島在住の人のみ記入することにした。

アンケート回答者は、女性の方が男性(40%)より多い。また、居住地は広島県が87.5%であるため、約9割が広島出身の回答者となる。年齢は40代(25%)と30代(24.4%)、20代(21.3%)の順番が多かった。広島FFについての情報収集を聞いた結果(複数選択可)、新聞(33.5%)とTV(25.5%)がそれぞれ2・3位であった。1位は「その他(38.5%)」であるが、「その他」の内容をみると、「昔から知っていた」、「もともと知っていた」、「広島人だから知っている」などの内容が殆どであり、この結果から広島FFは地域である程度の認知度をもっていることが読み取れる。

広島FFを訪れた人々の目的としては「気分転換」が6割以上で一位を占めており、次が「人々との交流(13.8%)」となった。また、「平和の祝典」といったキャッチフレーズを使っている広島FFに「平和を祈る」ため訪れている人も4.4%占めていた(図2参照)。

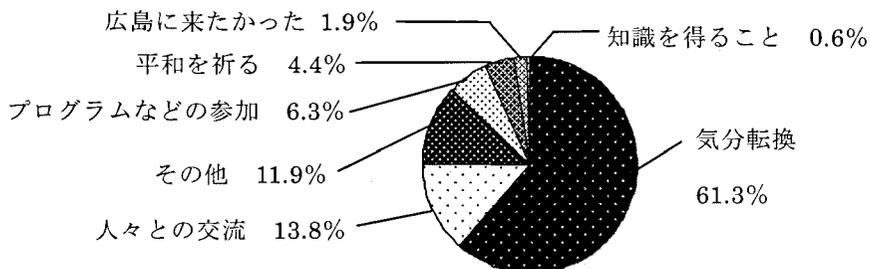


図2 広島FFのアンケート回答 -訪問目的-

広島 FF に来年にも再訪問したいかその意思を聞いた結果、「やや訪問したい」が45.6%、「とても訪問したい」が41.3%となり再訪問の意思の肯定評価が非常に高かったが、実際のリピータも約9割を占めている。特に、10回目以上の訪問が41.6%で一番多く、初めて訪問した人は約1割しかいないことから、広島 FF の再訪問率は非常に高いことが分かる。

訪問客達は広島 FF に訪れることでどのような認識の変化があったか聞いてみた。この項目のみ広島在住の人と広島在住ではない人に分けて質問したが、「地域に対する愛着・誇り、広島の経済的な豊かさ、広島の文化の質」は広島在住ではない人に聞きにくい（相応しくない）項目であると判断し、除外した。その他の質問は同一である。「生の幸せ・楽しみ」を一番高く感じており、次が、「広島 FF に対する愛着・誇り（平均値1.98）・地域に対する愛着・誇り（平均値1.98）」、「国際交流意識（平均値1.99）」の順で意識が向上したと答えた。また、「地域イメージの変化（平均値2.06）」、「周りの人とのコミュニケーション（平均値2.15）」の向上が項目の全体の平均値（2.15）を上回った。しかし、「広島の経済的な豊かさ（平均値2.56）」と「広島の文化の質（平均値2.41）」は低い評価が出た（図3参照）。

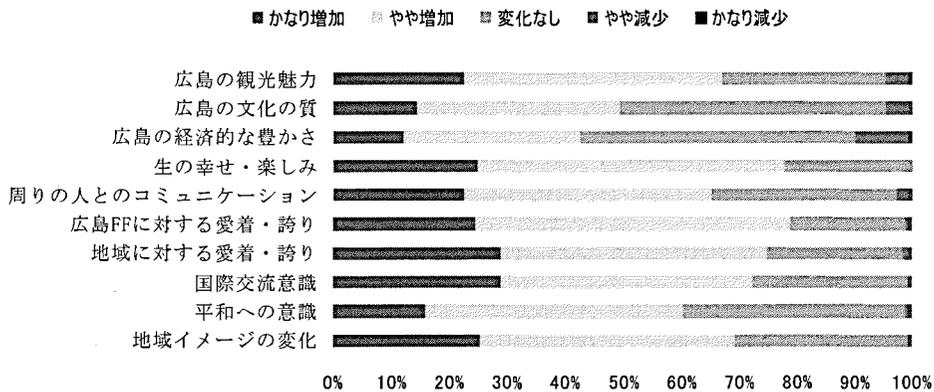


図3 広島 FF のアンケート回答 — 認識の変化 —

次に、広島 FF の運営側では広島 FF を活用して「広島らしさ」と「平和」をアピールしようとしているが、実際に広島 FF に訪れた人々は広島 FF の中で「広島らしさ」と「平和」を感じているのか、また、感じているならばどのような部分で感じているのか18項目をあげて複数選択で訪ねてみた。まず、「広島らしさ」を感じる場所は160名の中、約半分（約46%）が「広島 FF の開催場所」と答え、次は広島 FF のシンボルである「花の塔（約42.9%）」、広島 FF のメインプログラムである「花の総合パレード（約31.7%）」の順で多く感じていた（図4参照）。これらの項目の共通するところは「広島 FF が始まった時から存在しているもの」と、「原爆投下地域といった広島の地域性と繋がりがあがるもの」である。また平均値を上回った（平均30名.18.8%）項目は、「フラワーキャンドル」、「折鶴みこし」、「国際交流ステージ」、「花の

塔の灯・広島カープの応援パレード」、「慰霊への黙祷」の順となるが、「国際交流ステージ」や「広島カープの応援パレード」以外に、平均値を上回った項目の共通するところは原子爆弾が投下された広島の地域性と繋がりが強い。

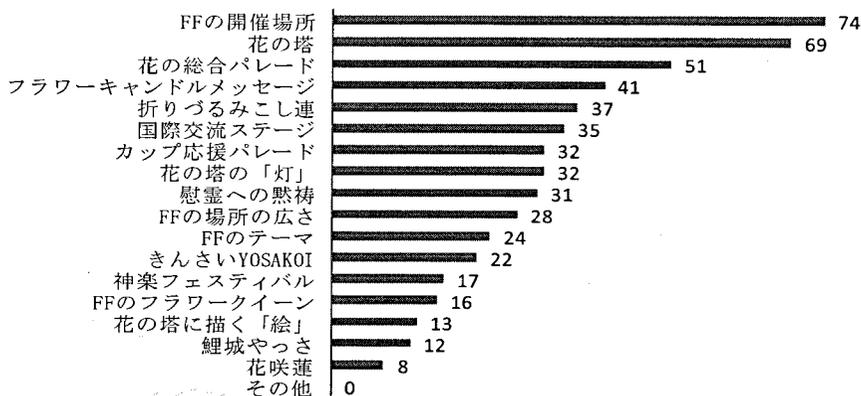


図4 広島FFのアンケート回答 — 広島らしさを感じるもの（単位：人） —

また、広島FFの中で「平和」を感じているところは、「折りづるみこし」が約31.1%で一番多く、その次は、広島FFのシンボルである「花の塔」、「慰霊への黙祷」、「開催場所」の順で平均値（約13.8%）を約2倍程度上回った（図5参照）。また、「花の塔の灯」、「花の総合パレード」と、「フラワーキャンドル」、「国際交流ステージ・花の塔の灯の絵」が平均値を上回った。これらの項目の特徴は「広島らしさ」を感じたところの内容とほぼ重なっており、広島地域性（原子爆弾投下地域）から感じた辛さ（悲劇）と、その辛さから分かった大切なところが交わって「広島らしさ」=「平和」のイメージが形成されていると考えられる。

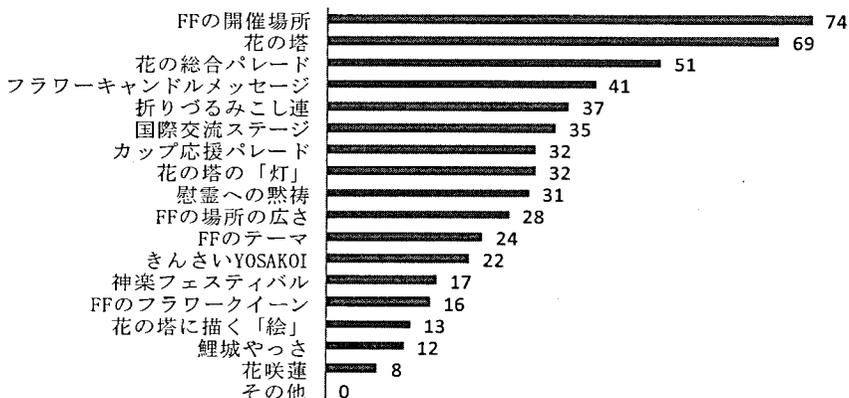


図5 広島FFのアンケート回答 — 平和を感じたところ（単位：人） —

以上のことから訪問客にとって広島 FF は、「平和」といった祭りのアイデンティティと広島地域の地域性を感じられる行事として認識されており、広島 FF に訪問する際の各々の目的を様々な形で達成していることが分かった。また、広島 FF への再訪問意思が高かく、実際のリピータも多いことが分かった。さらに、訪問客は広島 FF への誇り・愛着を感じており、広島 FF が開催されている地域への誇り・愛着も感じていることが分かった。この結果は、長い間、行事のアイデンティティや広島らしさをプログラムの中に反映しつつ、なお訪問客が期待している楽しみを適切に調和させたことが、訪問客の満足度や再訪問率、行事への愛着などを向上させたと考えられる。また、それらの要因によって広島 FF の継続性は維持してきたと思われる。

## 5 まとめ

本稿では、広島 FF を事例に、全国的に分布されている花を素材にした新しいイベントが行事の中で地域らしさをどのように見せているか、また、行事の地域性をどのように作り出し、それは参加者、訪問者がどのように受け入れているかを明らかにすることを目指した。

まず広島 FF の特徴をみると、「花」という素材が原爆投下地域という広島地域性を内包している。この「花」は、他の地域や全国のどこでもある花ではなく「平和」のイメージを持っている「花」である。そこから広島の「フラワーフェスティバル」は単なる花を見せるイベントではない「平和の祝典」という行事のアイデンティティを構築させている。このアイデンティティは広島地域性を強く反映しており、長い間、地域性を活かしたテーマ設定や地域性を反映したプログラムの企画などで、「平和の祝典」という行事のアイデンティティをより明確に見せている。また、行事のアイデンティティを生かして演出ではあるが、「祈りの場」も構築している。例えば、毎年行事が始まる前に行う「原爆慰霊者への黙祷」や平和への願いを込めた「平和の灯火の点火」、また、少数ではあるが平和を祈るために参加・訪問する人々の存在などがそれに該当する。

また、広島 FF は行事のアイデンティティや開催場所、祝祭のテーマ、シンボル、プログラムなどに地域性を上手く反映している。その結果、行事のアイデンティティと地域性は上手く融合され、広島 FF → 広島らしさ = 平和というイメージ構造を作っている。その結果、広島 FF について参加者や訪問者は行事の中で、「広島らしさ」と「平和」を多様なところで感じている。

次に、行事の継続性に焦点を当てて参加者や訪問者の意識から新しい行事の「地域らしさの必要性」について考察したい。

まず、広島 FF の参加者・訪問者の参加・訪問実態について上で触れた。その結果、彼らは

広島FFについて愛着・誇りを持っており、また行事への自発的な参加や高い再参加率（再訪問率）を見せていた。しかし、最近の広島FFの運営はより多くの参加・訪問者を誘導するため、彼らが飽きないように行事のアイデンティティである「平和」を維持しながら、プログラムの中身を交流や楽しみなどを強調する形に変化している。この結果を言い換えれば、新しい行事が継続性を持つためには行事の地域性だけでは限界があるということを示す。即ち、地域性をベースにしたうえで、時代の変化に合わせて絶えず、市民や訪問者を意識して行事の中身を変化させる必要があるということになる。確かに、広島FFの長寿の源は広島の地域性を十分考慮した行事の企画と、行事のプログラムなどに地域性を上手く反映して地域住民や行事の参加者・訪問客に十分アピールできたことが非常に大きいと考えられる。しかし、それだけでなく、行事の地域性のアピールと共に絶えず、市民を意識した中身の変化は、これから新しい行事の継続性を実現するために重要な課題であると考えられる。

今回の調査では新しい行事のアイデンティティの形成及び、地域と縁がない行事を地域住民・参加者・訪問客の関心・愛着・満足を呼び起こすために地域性が大きな役割を果たしていることが分かった。また、新しい行事の継続性を強めるためには、地域性以外にも絶えず市民を意識した中身の変化が必要であることを指摘した。人為的な被害ではあるが、66年前（1945年）、広島も原爆という原子力の大きな被害を受けている地域なので、今回の事例研究が東北地方の将来の祭りやイベント研究に少しでも役に立てればと思っている。

## 注

- 1) 代官山フラワーフェスティバル（1回目）、あおもりフラワーフェスティバル（1回目）、堀川フラワーフェスティバル（5回目）、本研究の事例である広島市の「広島フラワーフェスティバル」は1977年から現在まで35年間行われている（35回目）
- 2) 高知の「よさこい祭り」は1954年から現在（2011年）まで57年間、東京都の「高円寺阿波踊り」は1957年から54年間、札幌の「よさこいソーラン祭り」は1991年から20年間
- 3) 広島FFのインタビュー対象者：①中国新聞社元社長（広島FFの最初から関わっていた人物）②広島FF企画実施本部元職員（広島FFの最初から関わっていた人物）③広島商工会議所職員④広島市都市活性化局観光化職員⑤広島ふれあい委員会団体リーダー⑥広島経済大学職員⑦広島国際青少年協会メンバー⑧広島ふれあい委員会メンバー（プログラムの参加者）⑨広島ふれあい委員会実行委員長（プログラムの参加者）⑩広島女学院大学職員⑪広島平和委員会メンバー
- 4) 広島FFを計画した人物の一人である中国新聞社の元社長のインタビューによる

## 参考文献

内田忠賢（1999）：都市の新しい祭りと民俗学—高知「よさこい祭り」を手掛かりに—。真野俊和：『日本民俗学第220号』三協社、33-41。

- 田村紀雄 (1981) : 『祭りの天気図』. 幸洋出版株式会社
- 増山尚美 (1999) : YOSAKOI ソーラン祭りの拡大に関する一考察. 北海道女子大学短期大学部研究紀要, 第36号, p.121-130
- 松平 誠 (1993) : 東京再考—都市祝祭の創造. 建築雑誌, Vol.108, No.1341, p.66-67
- 広島銀行研究所 (1997) : 都市と祭り—ひろしまフラワーフェスティバルの発展に向けて—. カレントひろしま97.6, vol.138, p.1-18.
- 観光コンベンションビューロー (2011) : <http://www.hcvb.city.hiroshima.jp/navigator/hcvb/about/> 組織概要 (2011.7.13検索)
- 広島市役所 (2010) : 『平成21年(2009年)版広島市観光概況』. 広島市役所. <http://www.city.hiroshima.lg.jp/www/contents/0000000000000/1264076313972/index.html> (2010.5.20検索)
- ひろしまフラワーフェスティバル実行委員会 (2011) : <http://www.hiroshima-広島FF.com/広島FF/guidance.html/> 観覧者数 (2011.7.13検索)
- 東京都の代官山フラワーフェスティバル (2011) : <http://www.daikanyama-FF.com/whats.html> (2011.8.17検索)
- 名古屋の堀川フラワーフェスティバル (2011) : <http://horikawa.flower-festival.com/2011/about.php> (2011.8.17検索)
- 青森県のおおもりフラワーフェスティバル (2011) <http://www.pref.aomori.lg.jp/sangyo/agri/hanakyoushinkai.html> (2011.8.17検索)

# How Urban Events Establish Roots in the Local Community: A Case Study of the 'Hiroshima Flower Festival' in Hiroshima City, Japan

SEO Jaeseung

This study investigates the case of 'Hiroshima Flower Festival (FF)' in Hiroshima city concerning the two following points: how regionality is shown in a festival using flowers as a theme and how the participants and visitors are integrated. Besides, this study also focuses on the continuity of the events and considers the necessity of 'regionality' of festivals based on the needs and interests of participants and visitors.

The FF is one of the famous festivals of Hiroshima City in Japan and one of many festivals based on the theme of flower nationwide. The characteristic of the FF is that the material 'Flower' connotes the regionality of Hiroshima where the atomic bomb was dropped. This 'Flower' is not a general flower like in other localities but the flower involving the image of 'Peace'. Therefore, the FF stands not for simple flower viewing but for the installation of the event identity as a 'Celebration of Peace'. This identity strongly reflects the regionality of Hiroshima and furthermore, setting the themes of the festival each year in reference to regionality and planning programs that reflect this regionality clearly represent the same identity over a long time.

Moreover, the FF well reflects the regionality in the identity of the event, place and theme of the festival, symbol, program contents, etc.. As a result, an image structure such as FF → 'Hiroshima regionality' = 'Peace' is installed by fusing together the identity of the event with regionality. This study showed that participants and visitors are feeling 'Hiroshima regionality' and 'Peace' at various occasions throughout the event.

However, to encourage participation and attract more visitors recent management of the FF changed the contents of programs to emphasize exchange and enjoyment while at the same time it maintained the identity theme of 'Peace'. In other words, a too strong emphasis on regionality only limits the possibility to maintain the continuity of a festival. The contents of the event is required to change based on regionality by keeping the interests of participants and visitors in mind and adapting to changes over time consistently. To adjust contents and style of an event is considered an important task for the realization of continuity of a festival in conjunction with a consistent appeal of the regionality of the event.