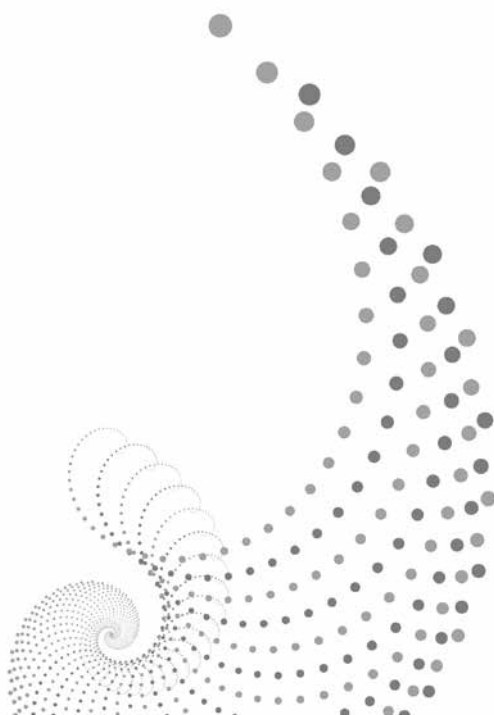


レポート

3 住民主導による 地域イベントの 開催効果と 持続的な運営

前(一財)和歌山社会経済研究所 研究員
(株式会社紀陽銀行 営業統括部)

松尾 悠佑



1. はじめに

地域イベントには、講演会や展示会、伝統行事、花火大会など様々な形態があるが、これらのイベントは「楽しみ」や「地域のつながり」の強化・維持に加え、「地域振興」や「地域活性化」など地域の発展を目的として開催されていることが多い。

地域イベントの開催によって多様な効果を最大限引き出しながら、効果的かつ継続的に実施するためには、イベントの開催目的と種類に応じた運営を心掛けることが重要である。また、過疎化が進む地域においては、イベントの担い手自体が不足しているため、その地域をよく知り、愛着を持つ人材の活躍がポイントになると考えられる。

以上を踏まえて本研究では、地域住民が主導役となり、地域イベントを継続しているモデルケースとして、大阪府大阪市で開催されている「靱公園バラ祭」(以下、「バラ祭」という)に筆者自身がボランティアスタッフ(以下、「ローズサポーター」という)として関わり調査した内容を基に、住民主導の地域イベントを成功へ導くための秘訣について考察する。

2. 住民主導の地域イベントの取り組み事例 ～「靱公園バラ祭」～

(1)「靱公園バラ祭」について

大阪市西区に位置する靱公園では、毎年5月中旬に2日間にわたって「靱公園バラ祭」が開催されており、両日合わせて約5万人の来場者が訪れ、開催当初から約20年近く続く恒例のイベントとして定着している。

靱公園でバラ祭が開催されるようになったきっかけは、2005年の靱公園設立50周年となる節目の年に、公園事務局や自治体職員、当時大阪市西区のまちづくりに関する活動を実施していた人物が中心となり、「靱公園の未来50年を良くしよう」というコンセプトのもと、イベント企画が進められたことから始まる。

現在では、靱公園周辺の飲食店及び雑貨店からの出店や子ども向けワークショップが実

施されるとともに、バラ園内中央ではコンサートが実施される等、老若男女が楽しめるイベントプログラムとなっている。

(2)「韮公園バラ祭2024」アンケートについて

①アンケートの概要

実施日	2024年5月18日(土)、19日(日) 10:00~17:00
対象者及び回答数	① 来場者 【回答数:67名】 ② ローズサポーター(ボランティアスタッフ)【回答数:15名】 ※ 主催者(2名)及び当方参加者(2名)を除く
実施方法	2次元バーコードWEBアンケート及びインタビュー

②アンケートの結果

ア) 来場者

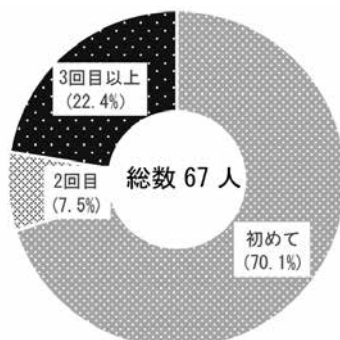
来場者の現住所は図1のとおり「大阪市西区」及び「大阪市西区以外の大阪府内」と回答した人が8割以上を占め、地元や地元周辺の地域の人々が多く来場していることがわかった。また、来場回数については「初めて」が7割を占めた。

このことから、バラ祭の開催は韮公園周辺の住民が交流する身近なイベントである一方、初来場者も多く、リピーターの獲得次第では、今後も潜在的に大きな集客が期

図1 来場者の現住所(単一回答)



図2 来場回数(単一回答)



待できるイベントであると考えられる。

イ) ローズサポーター

(「韮公園バラ祭」のボランティアスタッフ)

今回調査におけるローズサポーターは、地元周辺在住の者が8割以上を占めており、参加回数は「3回目以上」が最も多い。複数回参加者に参加理由を尋ねると、『「地域との交流」や『普段出会うことのない新たな人との出会い』ができることへの満足感や喜びがあるから』と回答した人が多い。その他、「地域の活性化につながる取り組みに参加したかった」という理由も多く、イベント運営を通して地域に貢献したいという強い想いを持ったスタッフが参加していることがわかった。

(3) バラ祭の担い手について

地域イベントの担い手にはリーダーの存在が必要であり、バラ祭では、開催当初から大阪市西区のまちづくり活動に貢献されていた人物が現在もイベント全体の指揮を執っている。

リーダーの活動状況を踏まえ、リーダーに求められる資質と能力を次のとおり整理した。

<地域イベントを先導するリーダーに求められる資質と能力>

- [1] 自治体や地域の民間企業との良好な関係性や人脈を有すること
- [2] 流行や新しいことを察知し、即座に取り入れられること
- [3] 自らの意志に基づき、主体的に活動を実践できること

地域イベントのリーダーは、上記の資質と能力を駆使して、これまでの習わしを単に継続するのではなく、常に新しい気づきや考え等に基づき、活動を実践していく姿勢が必要であると考えられる。

また、バラ祭ではローズサポーター活動の

心構えとして「ローズサポーターの活動は基本的に自由で自身の思い立ったことを気にせず実行すること」としている。この心構えには「イベントスタッフは仕事と思わず、まず自身が来場者と同様にイベントを楽しみ、その中で欠点の発見や改善対応をすることでイベントの質向上につなげていきたい」という想いが込められている。

その他、公園所有者である大阪市や大阪府から委託を受けた公園管理者の韮公園運営に関する考えや方針を理解・共有すると共に、イベントに関わる事業者や地域住民との良好な関係を構築・維持することもバラ祭を担っていく上で重要であると考えます。

(4) バラ祭開催の経済的効果と社会的効果

ア) 経済的効果

「韮公園バラ祭2024」の開催に伴う地域への経済効果（経済波及効果）の分析結果を次のとおりまとめた。その方法は、来場者とローズサポーターに対するアンケート結果に基づき、バラ祭に参加することで消費総額（「交通費」、「飲食費」、「観光・娯楽費」、「買い物代」の項目に分けて質問）を算出し、大阪市及び大阪府の産業連関表（37部門）を用いて推計した。来場者数については、5月19日（日）が終日悪天候となり客足が少なかったため、例年の来場者数（約5万人）の半分以下となる「2万人」と仮定し、推計した。

表1 来場者及びローズサポーターの平均消費額と来場者を「2万人」と仮定した消費額（回答者数：82名）

	来場者	
	a: 平均額（円）	b: 金額（百万円）
交通費	1,041	20.8
宿泊費	※「宿泊」回答なし。	
飲食費	2,663	53.2
買い物代	1,710	34.2
観光・娯楽代	265	5.3
総計		113.5

表2 来場者数を「2万人」と仮定した場合の経済波及効果の推計結果

	金額(百万円)	
	大阪市	大阪府
①直接効果	80.1	92.5
②第1次間接効果	21.0	27.4
③第2次間接効果	14.2	19.5
④総合効果(①+②+③)	115.3	139.4

「韮公園バラ祭2024」の開催による経済波及効果は、表2の推計結果のとおりで、大阪市への経済波及効果は115.3百万円である。また、大阪府内は139.4百万円で、来場者平均消費額総計のおよそ1.2倍である。今年度は悪天候で来場者が少なく上記の結果となったが、例年通りの来場者数「5万人」で推計した場合、大阪市への経済波及効果（総合効果）はおよそ284百万円となり、来場者消費額総計のおよそ2.5倍の経済波及効果が見込まれる。

以上のことから、韮公園バラ祭は、韮公園周辺地域さらには府全体に対する経済効果を創出し、地域経済を活性化させていく上での重要な取り組みの一つであることがわかった。

イ) 社会的効果

2005年当時の韮公園はホームレスの問題を抱え、子どもが近づきにくい公園であった。しかし、バラ祭の開催をきっかけにそのような状況とならないよう韮公園の未来を見据えた活動を継続してきたことで、子ども達が安心して遊べる公園の姿に変化している。

このことから、これまでの韮公園バラ祭の継続的開催は、地元の住民が愛着を持てるような機会づくりを行ってきたことで、数字では表せない社会的な効果の創出に寄与していると考えられる。

(5) バラ祭の持続的な開催要因

アンケートやインタビューの結果に基づき、「韮公園バラ祭」がこれまで20年近く継続開催できた要因は、次の3つであると考えられる。1つ目は、イベント企画・運営の中核的な存在である人物が「韮公園の未来50年を良くしたい」という情熱や信念を関係者と共有し、自身の幅広いネットワークや行政及び民間企業の共感を得ながら、信頼関係を構築してきたことである。2つ目は、組織マネジメント・運営管理の徹底によって毎年、安定的にローズサポーターを確保し、協力を得ながら、無事故・無事件で続けて来られたことである。3つ目は、個々のローズサポーターの主体的な活動や地元へ貢献したいという強い想いとそれを尊重するリーダーの存在がローズサポーターのモチベーション維持につながったことである。以上の3つが相まって20年の継続的な開催につながったのではないかと考えられる。

3. 住民主導の地域イベントの持続的な開催の秘訣

韮公園バラ祭の事例を通じて、地域住民が主体となった地域イベントの開催は、経済的な効果（経済波及効果）や社会的な効果（関係人口増加・地域コミュニティ内の連携や自立性向上等）を創出し、地域の活性化につながることがわかった。このような地域イベントを持続的に開催していくための秘訣は次の3つであると考えられる。

その1つ目は、地域イベントの担い手となる人物（キーパーソン）の発掘・育成である。特に少子高齢化が進む地域においては喫緊の課題である。キーパーソンに求められる資質と能力は、自治体や民間企業等との幅広いネットワークを有し、主体的にまちづくりや組織マネジメントを行えることである。また、多くの住民とまちの将来像を共有し、共に試行錯誤を繰り返しながら、実現に向けて取り組んでいく姿勢も求められる。

2つ目は、スタッフの安定的な確保である。

スタッフの募集には、イベントの目的や意義を明確にし、「地元への貢献度」、「人や組織とのつながり」に対し、いかに共感を得て参加してもらえるかが重要である。また、スタッフは、指示に従った作業ばかり行いがちであるが、バラ祭の事例のように、スタッフそれぞれが自ら主体的に来場者の満足度を高めるための創意工夫を行いながら、イベントを盛り上げていく等の意識づけも重要である。

3つ目は、運営資金の確保である。イベントの内容によっては、自治体からの支援や企業の協賛等の支援が必要である。最近ではイベントを開催するための資金確保手段としてクラウドファンディングを活用する等、様々な方法で資金調達が行われている。活動資金を確保するためには、自治体や民間企業等の共感を得ながら関係性を構築しつつ、協力を得ることが重要である。また、イベント実施による資金確保の拡大を更に図るためには、出店者等の協力者からの収入の他、イベント開催時期以外にもその地域への来訪者の増加を促し、収入につながる仕掛けづくりを企画・検討することも考えられる。

以上の3つの秘訣を踏まえ、地域イベントを持続的に開催することで、地域内外の住民がその地域の魅力を再認識し、愛着心の醸成が進み、さらには交流人口や定住人口の増加につながることが期待される。

4. 参考文献

①鳥取大学地域学部教授 多田 憲一郎

「地域発展戦略としての地域イベントの意義 ―地域イベントの長期的効果―」
公益財団法人日本都市センター「都市とガバナンス」第38号（2022年9月）

②公益財団法人日本都市センター研究員
中川 豪

「地域イベント開催の意義について ―消費行動と自治体の役割―」
公益財団法人日本都市センター「都市とガバナンス」第39号（2023年3月）

③韮公園くらしとみどりのネットワーク

2011年5月14日 韮公園バラ祭5周年記念
刊行

「韮公園しんかろん ～公園を活かした都
心の暮らしづくり～」

④総務省 人材活性化・連携交流室

「地域づくり人育成ハンドブック」(2013
年3月)