

■はじめに

日本のお祭り単体で海外でお祭りをおこなってはいるが、それをパッケージ化してイベント事業としておこなっている事例はない。

昨今、世界各地で日本のアニメ・漫画を軸としたフェスティバルが全世界で20,000カ所以上で活発に行われている。しかし、日本コンテンツのイベントにも関わらず日本人が関わっているイベントが皆無に近い。

日本の「食」「コンテンツ」「文化」のようなものを販売、マッチング、ビジネス機会の創出をするのであれば、パッケージ化し販売することが最も適しているのではないかと。

その為には、「コンテンツ」だけではなく、「ハード」だけではない、展示会が必要であると考え、全てが一堂に会する展示会企画にしました。

漫画・アニメから日本の文化を知ることができるが、実際にそれがなんであるか？例えば「お神輿」であったり、「運動会」であったり、「夜店」であったり、「お祭り」であったり、それらは見聞きしてはいるが、日本人主導で行なっているイベントがないので、一体その何が楽しいのか？が理解できず、心待ちにしている人達が沢山居ます。

BtoBのマッチングとBtoCでの体験型イベントを行うことで、新たなビジネスの創出が出来ればと考えております。

またこのお祭企画は日本から海外へ外貨獲得を目指すことを第一としているが、これら日本のお祭りに触れることで、「日本」そのものへの関心が高まり、実際に行われているお祭りの来場者が増加することで各観光地への集客として活用し街の活性化と繋がるのではないのだろうか。

参考モデル

シルク・ドゥ・ソレイユ
全世界総売上高(1,100億円)
移動公演コンテンツ: 11コンテンツ

運動会企画

既に綱引きは世界大会 (tug of war) になっていることから、世界的に「運動会」を広げる土壌はあるのではないかと。(参加国61カ国/2012.3.15現在)

競技種目(例)

大玉ころがし



玉入れ



騎馬戦



棒倒し



ビジネスチャンス

- お祭り: スポンサー費 + イベント参加費
- 運動会: イベント参加費 + 店舗出店費
- 屋台: 売上 + 現地国でのBtoBマッチング
- 花火大会: スポンサー費
- 盆踊り: 現地国でのスクール事業
- 浴衣: 衣装販売

屋台(世界テキヤネットワーク)

世界各地に日本の食材、料理、グッズ等々、お祭りの中で販売するTEKIYAとして組織し、現地の物流と提携することで、日本から新しいものを海外に販売する際にお祭り内で調査をすることも可能となり、中小企業の最初の一步となるのが可能である。

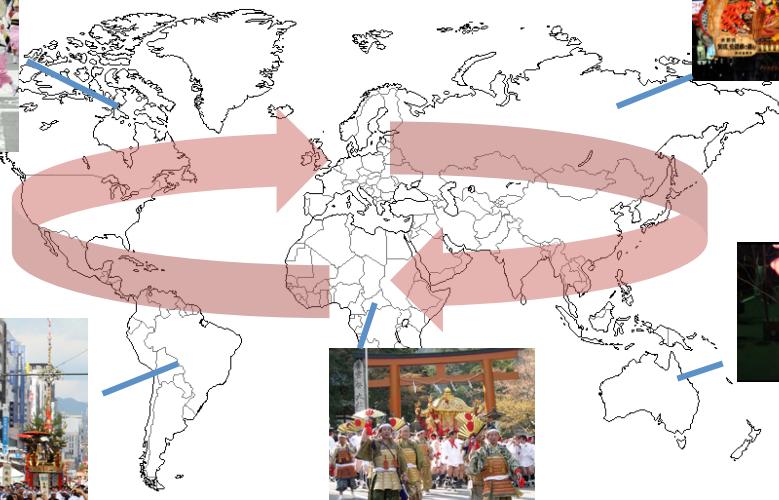
お祭り概要

お祭りの要素としては「盆踊り」「屋台」「太鼓」「花火大会」等々の組み合わせで行われる。

- 祇園祭(京都市、八坂神社) → 世界へ花火 & 大会の輸出
- 天神祭(大阪市、大阪天満宮) → 盆踊りの開催
- 神田祭(東京都、神田明神)
- 地車祭り(岸和田市・大阪)
- 博多祇園山笠(福岡市博多区) → 太鼓の技術と太鼓の販売
- ねぶた祭(青森市橋本)
- 山王祭[日枝神社](東京都千代田区)
- 西馬音内の盆踊り(秋田県羽後町)
- 郡上おどり
- 阿波踊り → ※マレーシアでは盆踊り大会に3万人が集結。

世界展開イメージ

各国でお祭りを開催し、1~3年毎に他国に移りグルグル回っていく。



農業 × 祭り



「食の祭典」
「食」と言っても、「料理人」「農家」の他に重要なのが「食べる人」である。

参加型の食のイベント(「料理の鉄人」のようなイベントをイメージ)
代表的な料理人による食のイベントで「日本の料理」を紹介
そこから出てくる料理の中に使われている「食材」にフォーカス
その食材のこだわりや、何がすごいのかを農家の方に語ってもらう
そこから見えてくる「農業技術」の凄さの紹介することで
各国に食べてもらいながら紹介していく「食の祭典」



都市型農業への落とし込み

都市型農業でのキーワードは「クラウド農業」小さく個人視点で行われる「農業」の事業開発。1億総兼業農家。
物流に関しては「貨幣」を介する方法ではなく、自分らが育てたものを「物々交換」でおこなう。ただし、生産物マーケットを構築し、各々で近場の人達同士でコミュニケーションを介した方法。
もちろん、プロの指導が必要な場合があるので、その場合はスクールを開講し、講師として一般人に実践型講義を行う
農業は身近にあるものというライフスタイルを作り、農業に関する知識を一般人が身に付けることで「農業技術の全体底上げ」をおこなうことをメインとする
お祭り×食の祭典と絡め、農業の全体化、細分化を含めた世界の情報を受信し、日本型のものも発信することでイベントにはならないだろうか。