

## 推薦調書（実装部門）

表彰区分	指定都市・中核市・施行時特例市等	推薦都道府県	徳島県
地方公共団体名	徳島市		
取組名称	阿波おどり未来につなぐプロジェクト（新たな時代を見据えた阿波おどり開催による関係人口の拡大）		
連携自治体、企業、団体等	ぴあ株式会社、playground 株式会社、パナソニック株式会社、株式会社マクアケ、阿波おどり団体（阿波おどり振興協会、徳島県阿波踊り協会など）		
デジタルを活用した取組の概要（デジタルを活用した取組の全体概要と解決する個別課題の具体的内容）	（種類）	①	（左記が①の場合の分野） 観光
	<p>【デジタルを活用した取組の全体概要】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>本市の伝統芸能「阿波おどり」において、ふるさと納税やクラウドファンディング（以下「CF」という。）を活用するとともに、多くの観客や踊り子の整理・誘導を効率的に行うため、顔認証技術やオンライン健康管理技術を活用して入場管理や参加者の健康チェックを行っている取組。</li> </ul> <p>【実施に至る経緯・動機】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>毎年お盆に開催している阿波おどりは期間中に 100 万人以上の観光客が訪れるなど、徳島が世界に誇る伝統芸能であるが、新型コロナウイルス感染症の影響により 2020 阿波おどりが戦後初の中止となった。</li> <li>新型コロナの収束が見通せない中、感染症対策を徹底しながら阿波おどりを開催する方策について検証するイベントとして、2020 年秋には観光庁の支援事業である「阿波おどりネクストモデル」を開催し、2021 年夏にはその検証結果も踏まえた「阿波おどりニューノーマルモデル」を開催した。</li> <li>コロナ禍における阿波おどりの課題は、観客、踊り子、スタッフの接触機会を減らし、いかに効率的に来場者の整理・誘導を行うかであり、具体的には、入場チケットをもぎる際の観客とスタッフの接触を減らすこと、また、踊り子の体調管理と事務局への報告を効率的に行うことであった。</li> <li>さらに、従前から阿波おどりへの来場者数減少が危惧されており、祭りの存続のためには全国的な阿波おどりファンの拡大を図るとともに、その関係を維持・発展させていくための仕組みづくりも課題となっていた。</li> <li>これらの課題解決に向けて、入場チケットを従来の「紙チケット」から「デジタルチケット」に切り替え、さらに、スタッフとの接触を不要とするため、タブレットに顔をかざせば本人確認ができる顔認証技術を搭載したチケットの運用について実験を行った（ぴあ㈱、playground㈱との連携）。</li> <li>また、2020 年の阿波おどりネクストモデルでは紙で踊り子の体調管理を行ったが、運営側にも参加者側にも大きな負担を伴ったため、2021 年の阿波おどりニューノーマルモデルでは、グループ健康アプリ「OND' U」を活用し、参加する踊り子の体調管理・報告がオンラインで行えるシステムの導入について実験を行った（パナソニック㈱との連携事業）。</li> <li>また、2021 年は阿波おどりを軸とした関係人口の増加を図るため、インターネット上で阿波おどりを応援できるふるさと納税や CF の仕組みを活用して</li> </ul>		

	<p>全国からの支援を募る（㈱マクアケとの連携）とともに、全国のファンとSNS でつながり合えるよう阿波おどりアンバサダーの仕組みを構築した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・さらに、2021年の阿波おどりでは、YouTubeを使ったオンライン配信を行い、会場に足を運ばなくても阿波おどりに触れられる機会を設けた。</li> </ul> <p><b>【解決した課題の具体的内容】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタル技術の導入などにより感染症対策を徹底したことで、全国の祭りが中止を余儀なくされる中でも、徳島市の阿波おどりは2020年の中止のみにとどめることができた（ただし、2020年秋には検証イベントを開催）。</li> <li>・2020年、2021年いずれの阿波おどりにおいても、感染症対策を徹底したことでクラスターの発生などを防止することに成功した。</li> <li>・ふるさと納税やCF、阿波おどりアンバサダーなどの取組により、阿波おどりを軸とする全国的な関係人口の拡大が図られた。</li> <li>・コロナ禍でもオンラインを活用した情報発信を行うなど、全国で大規模イベントや祭りが再開するための足掛かりを作ることに貢献した。</li> </ul>
デジタルを活用した取組による成果（成果がわかるデータ・数値）	<p><b>【取組のアウトプット】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・デジタルチケット利用者数 2020年：2,500人、2021年：1,232人（デジタル割合55.4% ※2021年は紙チケット併用）</li> </ul> <p><b>【取組のアウトカム】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・総来場者数 2020年：2,675人、2021年：2,827人</li> <li>・2021阿波おどりYouTube再生回数 2021年：93,042回</li> </ul> <p>※2021年は屋内公演のみ有観客。</p> <p><b>【総合的なアウトカム（関係人口の拡大）】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・ふるさと納税（2021年） 寄附件数：1,021件、寄附金額：23,555千円</li> <li>・CF（2021年） 寄附人数：104人、寄附金額：2,801千円</li> <li>・阿波おどりアンバサダーの登録者数（令和4年5月1日現在） 159人</li> </ul>
本取組の特徴的な点やデジタルの活用において工夫した点	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回のデジタル技術の活用はコロナ禍といった特殊事情を考慮する中で生まれた取組ではあるが、コロナ前から担い手の減少や開催経費の問題により祭りが中止になるなど、地方の祭りの存続は全国的な課題となっていた。</li> <li>・ふるさと納税やCFなど、徳島に来なくても阿波おどりを支えられる仕組みを構築するとともに、アンバサダーとして持続的につながり合えるオンラインの場を作るなど、阿波おどりを軸とした関係人口の増加につなげたことで、人口減少社会における地方の祭りのロールモデルを示した。</li> <li>・また、デジタル技術を活用することで、チケットをもぎるスタッフが不要になったり参加者とのやり取りがスムーズになったりするなど、運営が効率化されるとともに、観客にとって安心・安全な祭りとしていくことが可能となる。</li> <li>・阿波おどりという日本を代表する祭りにおいてCFの取組やデジタル技術の検証を行うことで、全国の他の祭りやイベントでの横展開が期待できる。</li> </ul>
今後の展望	<p>2022年8月：2022阿波おどり（8/12-15開催予定）</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・CFに加えて演舞場にネーミングライツの仕組みを導入予定</li> <li>・ぴあ㈱が販売するデジタルチケットを本格導入予定</li> </ul>

「阿波おどり未来へつなぐプロジェクト」概要図

コロナ禍における  
祭り運営の課題

**観客**

スムーズな入退場を促し、チケットもぎり時の接触機会を低減しなければならなかった。

**踊り子**

日々の体調管理や参加時の体調報告を正確に、かつ効率的に行わなければならなかった。

**サポーター**

阿波おどりに参加しなくても全国から支援を行える新たな仕組みが必要とされていた。



阿波おどり未来へつなぐプロジェクト

**【取組のアウトプット】**

- ◎ デジタルチケット利用者数  
2020年:2,500人  
2021年:1,232人  
(デジタル割合55.4%)  
※2021年は紙チケット併用)

**【取組のアウトカム】**

- ◎ 総来場者数  
2020年:2,675人  
2021年:2,827人  
※2021年は屋内公演のみ有観客。
- ◎ ユーチューブ再生回数  
2021年:93,042回

**【総合的なアウトカム】**

- ◎ ふるさと納税(2021年)  
寄附件数:1,021件  
寄附金額:23,555千円
- ◎ クラウドファンディング(2021年)  
寄附人数:104人  
寄附金額:2,801千円
- ◎ 阿波おどりアンバサダー登録者数  
159人(令和5年5月1日時点)