

東北 VALUE SIGHT

秋田



OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVAL実行委員会
実行委員長

菅原 圭位 (すがわら・よしみ)

1969年、男鹿市生まれ。秋田市の工業高校を卒業後、秋田県内にてサラリーマンとして働く。25歳のときに退職し、単身渡米。

31歳で地元男鹿市に戻り、帽子製造を行う株式会社443プランニングを創業する。

地元愛の強さのあまり、2007年にOGA NAMAHAKE ROCK FESTIVALを立ち上げ、以降、実行委員長を務める。

OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVAL実行委員会

秋田県男鹿市船川港船川字海岸通り2-2-4

(株式会社443プランニング内)

TEL 0185-24-2226

OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVALは、2007年に産声を上げ、今年で10年目を迎える音楽イベントである。実行委員長を務める菅原氏が「地元男鹿を元気にしたい」との思いで発案したこのイベントは、約400人の動員からスタートし、今では2日間で約1万5千人もの来場者を集めるイベントへと成長した。

菅原氏は、このイベントを地域活性化のための手段と位置付けている。目指すのは、地元男鹿を元気にすること、そして地域の人々の郷土愛を育むことである。

音楽の力で 地域活性化 ～男鹿ナマハゲロックフェスの場合～

生まれ育った男鹿の魅力

漁師の長男として生まれ、家の目の前は海、背後には山という自然いっぱいの環境で育った。幼いころ、夏になれば父親の友人や親戚などが毎週のように遊びに来ては「良いところだねえ」と口々に言っていた。

私自身が成長し、高校の同級生や職場の同僚を実家に招いた際も、皆「良いところだねえ」と言ってくれた。

自分が住んでいるところを褒められるのは気分が良いもので、気が付いたら地元が大好きになっていた。地元を人々を呼ぶのが好きになっていた。

「地元で明るい話題を！」 「地元を元気に！」

高校卒業を機に地元を離れ就職し、その後渡米した。15年ほど経って地元に戻ったとき、活気がなくなっていたと感じた。母校の小中学校は統廃合によりなくなり、大型スーパーは廃業、人口は1万人以上減り、地元では明るい話題も少なくなっていた。

地元に戻って起業し何年か過ごすにつれ、自分に何かできないかとぼんやり考えるようになっていた。地元を誇りを持ってやるような何かを、地元を人々をいっぱい呼べるような何かを……。

そこで考えついたのが、渡米生活中に得たミュージシャンとの人脈を使って「ロックフェス」を開催する、ということだった。

ロックフェスを手段に地域活性化を

それまでに知人が出演するロックフェスの現場に立ち会う機会が何回かあったのだが、そこでは地域の方々のロックフェスに対する理解があり、参加しているお客さんも皆笑顔で、とても幸福な時間が流れていた。「こんなことを地元男鹿でできればいいなあ」と考えるのも自然なことだった。

同時に、ロックフェスは規模も事業費も大きいので、一人や二人ではできないことも理解していた。そこで、地元若手経営者による異業種交流団体に、同団体の事業として開催することを提案した。全体の理解は得られず、同団体として取り組むことはできなかったものの、賛同してくれる仲間を得ることができ、彼らを中心に実行委員会を組織してイベントの開催を目指すこととなった。

開催に反対した人の意見はどれも理性的で論理的なものだった。「こんなことをやっても男鹿ではうまくいかない」「失敗したらどうする?」「素人集団でできるはずがない」。今ではフェスブームとも言われるくらいロックフェスは浸透してきているが、当時はまだ開催数は少なく、成功例はどれも大規模なもので、情報も少なかったのだ。

しかし、われわれは「無理だ」「無謀だ」で終わらせたくはなく、「どうやったら成功できるのか?」をとことん考えた。その中で、イベントの名前は「OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVAL」と決めた。NAMAHAKEは全国的にも有名で、イベントの名前をアピールするには有効だと考えた。また、いずれイベントの名前が広がることで「男鹿」の知名度も上げられればとの思いも込めた。2007年の春のことだ。

OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVAL VOL.0

2007年11月、男鹿市民文化会館小ホールで「OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVAL VOL.0」を開催した。野外開催が目標だったが、いきなり素人集団が向かうにはかなりハードルが高かったため、試験的な意味も込めて屋内の小ホールで開催することとなった。「野外1回目をVOL.1にしよう」という思いがあり、このときは「VOL.0」としての開催だった。

知名度の小さいイベントで集客には苦戦したが、

約400人を動員した。イベントの収益は赤字だったが、生で見るロックバンドの演奏に心を打たれ、実行委員会のメンバーは「続けよう!」と結束を強めた。

継続こそ力

野外開催はまだ尚早と判断し、その後3回は小ホールでの開催を続けた。そして2010年の夏、いよいよ野外イベント「VOL.1」の開催を迎えた。

それまでの活動で地元自治体からの理解を得ることができ開催場所は提供いただけたものの、知名度が低く宣伝費にも余裕がなかったことから動員に苦戦し、決算は大赤字であった。それでもステージパフォーマンスのクオリティーは高く、顧客満足度も高かった。これで終わらせるわけにはいかないと考えた。

翌年夏、海辺の埠頭に会場を移してVOL.2を開催した。普段数人の釣り人しかいない埠頭で繰り広げられるステージは夢のようで、秋田市にも来たことがない有名アーティストが地元で演奏している風景にはとても感動した。VOL.2も赤字となったが、VOL.1よりも動員は伸び、続けていけば赤字は解消すると信じ、その後も開催を続けた。2014年のVOL.5からは2日間開催となり、動員もぐっと増え、累積赤字もあと一歩で解消できるところまで来た。

活動を続けるうちに、地元の方々からの理解も得られるようになった。2日間開催となってからは宿泊客の増加など地元への経済効果も分かりやすくなった。この頃には、「こんなことをやっても男鹿ではうまくいかない」「若者が好きなことをやっているだけ」といった意見は、もう聞こえなくなっていた。

われわれが考える地域活性化とは?

これまで、ロックフェスを手段、地域活性化を目的として活動してきた。ロックフェスの開催自体が大変であるが故、手段と目的を何度も履き違えそうになったが、その都度目的を明らかにし、ここまでやって来た。

昨今使い古した感もある「地域活性化」というキーワードだが、われわれが考える「地域活性化」とは、「男鹿にたくさん人を呼ぶこと」「男鹿の知名度を上げること」「地元を誇りを持つこと」である。1年のうちのたった2日間のイベントなので集客に関しては瞬間的なことかもしれないが、ロックフェスが魅力的なイベントとして認知されることにより年間を通し持続的に話題に上がり、それにより地元に住む若者が地元を誇りを持ち、地元愛を育むことができれば本望である。

この活動をする中で「フェスがなければ一生男鹿に来ることもなかった」「盆も正月も帰ってこなかった孫がフェスには帰ってくる」「フェスがあるので地元で就職したい、地元に残りたい」といった声を聞くことができた。こうした声に触れたときこそ、われわれが考える「地域活性化」が実現できたと思うのである。



OGA NAMAHAKE ROCK FESTIVAL VOL.8
2017年7月29日、30日の2日間にわたり開催された。