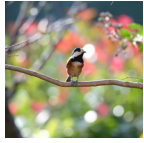


# 相撲文化を核とした観光拠点形成戦略 — 万博レガシーとしての新相撲茶屋モデル —



企業レポート

村越 義人\*

A Tourism Hub Development Strategy Centered on Sumo Culture:  
The New Sumo Teahouse Model as an Expo Legacy Initiative

Key Words: Cultural Tourism Strategy, Expo Legacy Development, Heritage-Based Experiential Design

## 1. 神話から世界へ

### — 相撲文化と新しい相撲茶屋のかたち —

2025年の大阪・関西万博(以下「万博」)は、日本文化の奥行きと魅力を改めて世界に示す大きな舞台となりました。未来社会や最先端テクノロジーが注目を集めるなか、多くの来場者の心を打ったのは、日本が長い歴史の中で育んできた精神文化でした。その象徴のひとつが「相撲」です。

万博会場内EXPOメッセ「WASSE」では、「SUMOが世界をひとつにする」という力強いメッセージが掲げられました。身体ひとつでぶつかり合い、心技体を競い合う日本の国技・相撲。その歴史は『古事記』『日本書紀』にまでさかのぼり、神々に奉納される厳かな神事として、また精神と身体を鍛える武道的スポーツとして、各地の風土と結びつきながら受け継がれてきました。

世界を見渡せば、力比への競技は古来さまざまな地域で行われてきました。だからこそ「SUMO」という言葉は、国境を越えて共感を呼ぶ力を持っています。この普遍性に着目し、相撲ゆかりの全国の市町村が連携して立ち上げた特別企画が「SUMO EXPO 2025」です。日本各地に根づく相撲文化と世界の相撲競技を広く紹介し、来場者がリアルに体験できる場として、多くの感動を生み出しました。

土俵でぶつかり合う力士の姿は迫力に満ちています。しかしそこには、礼節と調和を重んじる精神が



sumo EXPO 2025 **SUMO**が世界をひとつにする!

SUMO-EXPO 2025

息づいています。勝負の前後に行われる所作、相手を敬う姿勢、場を清める儀式。その一つひとつが、日本の「強さ」の本質を物語っています。強さと優しさが共存するその姿に、海外からの来場者も深い感銘を受けました。

しかし、万博は半年間の催しに過ぎません。真に問われるのは、この感動をいかに未来へとつなげるかです。私たちは、相撲を単なる競技や料理のテーマとして消費するのではなく、日本の精神文化そのものとして体験できる常設の場をつくりたいと考えました。その答えが「新しい相撲茶屋構想」です。(以下「新相撲茶屋」)

万博が示した理念を一過性で終わらせず、日常の中で継承し、世界と共有していくための新たな文化拠点。それが、私たちの目指す相撲茶屋のかたちです。

\* Yoshito MURAKOSHI



1974年7月生まれ  
現在、カンカラカン株式会社 代表  
TEL : 090-2477-9208  
E-mail: murakoshi@cancaracan.com  
SUMO EXPO 2025 プロデューサー :  
SUMO EXPO 2025の総合企画責任者。相撲文化の歴史的価値と国際的可能性を統合し、万博を通じて世界へ発信する文化戦略を統括したプロデューサー。

## 2. 相撲は「祈り」から始まりました

相撲の歴史は古く、『日本書紀』に記される天覧相撲にまでさかのぼります。そこでは、力比へは単なる勝負ではなく、国家の秩序を確かめる儀式でした。力士が土俵で四股を踏む動きには、邪気を払い、大地を清め、豊かな実りを祈る意味が込められています。



相撲横丁

塩をまく所作や深い礼も同じです。

相撲は勝ち負け以上に、「場を清め、心を整える文化」なのです。勝敗が決まれば、力士は静かに礼を交わします。そこには恨みも誇りも残しません。力を尽くしながら、相手を尊重する。この姿勢こそ、日本らしい「強さ」のかたちであると考えます。

### 3. 出雲と熊野に学ぶ、日本の心

相撲の精神は、日本神話とも深くつながっています。出雲の神話には、「国譲り」の物語があります。国を築いた大国主命が、新しい時代のために国を譲るという物語です。ここには「譲る強さ」という、日本独自の価値観が表れています。一方、熊野は「よみがえりの地」として知られています。

死と再生が循環するという思想は、日本人の自然観や人生観の根底にあります。出雲が「和」を象徴する地なら、熊野は「再生」を象徴する地です。相撲は、この二つの精神を身体で表現する文化と言えるでしょう。土俵は円形です。円は終わりのない循環を象徴します。負けた力士も、また次の場所で土俵に立ちます。そこには終わりではなく、新しい始まりがあります。

### 4. 江戸から続く“相撲茶屋”の文化

江戸時代、相撲は庶民最大の娯楽でした。相撲茶

屋は観客を席へ案内し、食事や土産を用意し、観戦体験を支える存在でした。それは単なる飲食店ではなく、「場を整える文化装置」でした。観客同士が枡席で語り合い、取組を楽しみ、共に感動する。そこには日本独特の共同体的な観戦文化がありました。私たちは、この歴史を大切にしながら、新しい形へと発展させたいと考えています。

### 5. 世界に広がるSUMO

いま、相撲は世界100か国以上に広がっています。女子相撲やアマチュア相撲も発展し、国際大会も盛んです。万博は、相撲が国境を越える文化であることを証明しました。力を競いながら礼を忘れない姿勢は、どの国の人にも理解されます。だからこそ、万博後も相撲を体験できる常設の場が必要です。それが新相撲茶屋の役割です。

### 6. 浮世絵とビジュアルの力

江戸時代、相撲の人気を広めたのが浮世絵でした。力士の姿は大胆に描かれ、人々を魅了しました。この浮世絵は、現代の漫画やアニメの源流でもあります。視覚は言葉を超えます。新相撲茶屋では、浮世絵をモチーフにしたデザインや番付形式のメニューを取り入れ、海外の方にも直感的に楽しんでいただける空間をつくります。



横綱提灯



相撲小路



相撲うどん

### 7. 新世界と北新地、二つの拠点

新世界では、観光客の方が気軽に相撲文化に触れられる体験型空間をつくります。土俵を模したデザイン、四股の実演、神話のわかりやすい解説などを通じて、日本文化の入口となる場所を目指すものです。北新地では、より落ち着いた空間で、日本の礼節や精神文化を感じていただける接待型の場を設けます。海外ゲストとの会食の場として、日本の「和の心」を伝えます。

### 8. 相撲茶屋は“文化の発信基地”です

私たちが目指すのは、ちゃんこ料理店ではありません。神話・歴史・礼節・再生・和の思想。それらを一つの空間にまとめた「文化体験の場」です。相撲はスポーツである前に、祈りです。相撲は力である前に、和です。万博が示した「SUMOが世界をひとつにする」という理念を、日常の空間で継続していく。それが新しい相撲茶屋の使命です。これは単なる店舗開業ではありません。日本の精神文化を未来へ手渡す挑戦です。



相撲空間