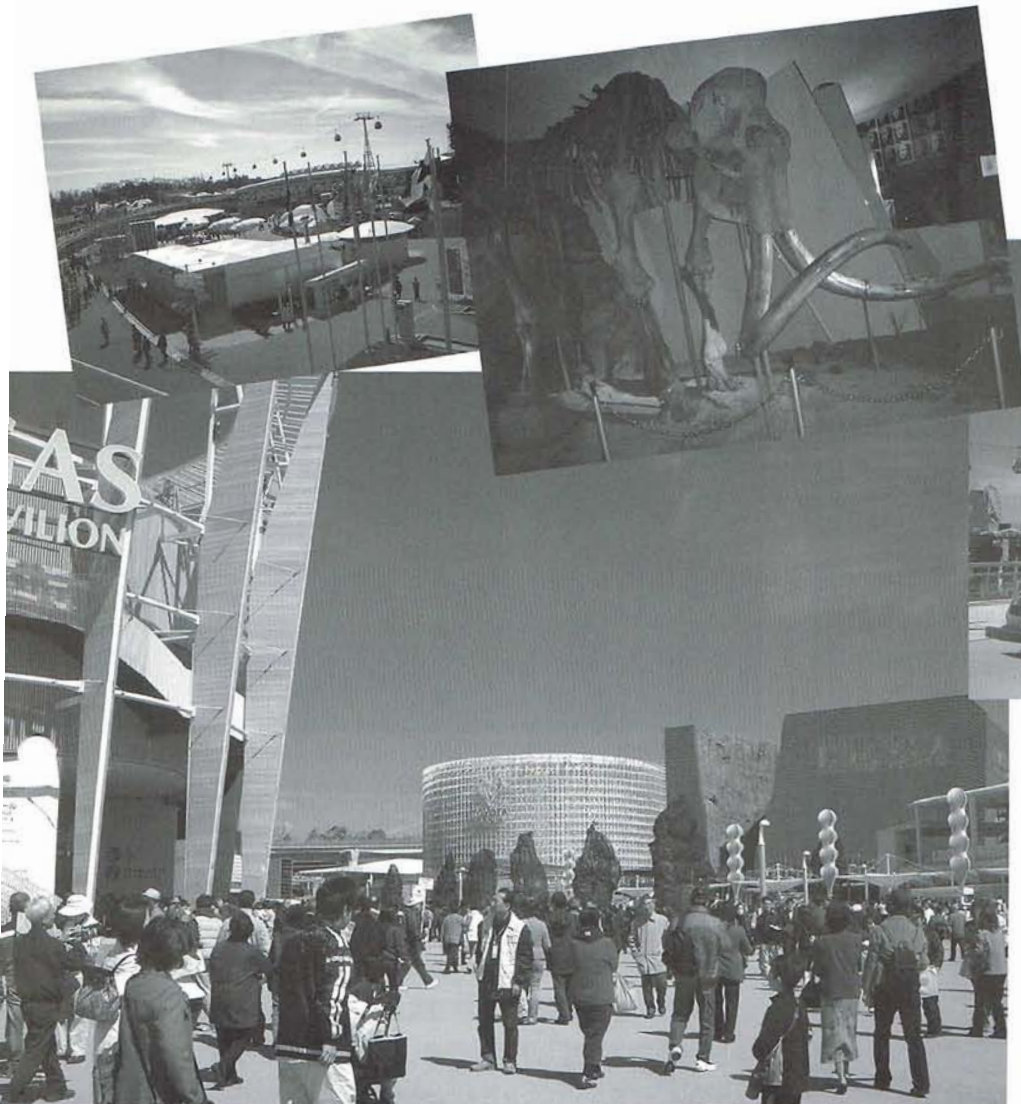


No. **15**
2005.Aug.

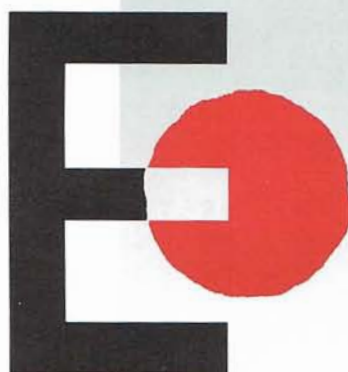


イベント学会 2005年度研究大会・総会

博覧会スタイルの イベントの行方

CONTENTS

プログラム／開会挨拶 堺屋太一	P2
パネルディスカッション	P3~5
『博覧会スタイルのイベントの行方』	
泉眞也／橋爪紳也／宮本倫明／田中里沙	
研究発表	P6~7
『イベントの評価指標に関する研究』 岩崎博	
『展示会の効果測定手法「D.E.E.M」について』 栗原毅	
『高齢社会におけるイベントの役割』 高田佳子	
2005年度総会報告	P8~9
学会員リレーエッセイ 『イベント雑感』	P10~11
インフォメーション	P12



イベント学会会報「イベントロジー」

EVENTOLOGY

2005年度研究大会・総会プログラム

2005年7月8日、イベント学会の2005年度研究大会が東京グリーンパレス（千代田区二番町）にて開催された。「愛・地球博」にちなんだ今回のテーマは『博覧会スタイルのイベントの行方』。博覧会イベントの第一線で活躍する研究者、関係者が集まり、活発な議論の場となった。

- 12:30 開場
 13:00 開会挨拶.....
 堺屋太一・イベント学会会長
 13:15 第Ⅰ部 パネルディスカッション
 『博覧会スタイルのイベントの行方』
 【モデレーター】泉真也・「愛・地球博」総合プロデューサー
 【パネラー】田中里沙・「宣伝会議」編集長／橋爪紳也・大阪市立大学大学院 助教授／宮本倫明・「えひめ町並博2004」総合プロデューサー
 15:20 第Ⅱ部 研究発表
 『イベントの評価指標に関する研究』
 岩崎博 日本イベント産業振興協会主任研究員
 栗原毅 (株)電通 プランニング・ディレクター
 ～展示会の効果測定手法「D.E.E.M」について～
 『高齢化社会におけるイベントの役割』
 高田佳子 (株)アートランド会長
 16:30 2005年度総会
 17:00 懇親会
 18:30 散会



昨年に引き続き、東京グリーンパレスが会場となった

イベント学会とは

イベント研究者のみならず、さまざまな分野の研究者、技術者、専門家や実務者が経験や知識の多少にかかわらず参加し、積極的な相互作用を通じて「異質な知と技能のメルティング・ポット(るつぽ)」となる学会です。

多様な専門、異なった立場から提示される知識、ノウハウ、経験がときに競合し、干渉しあい、やがてそれらが共鳴、交響して、創造的に共同成果を生み出すような機会と場を創り出すこと、それこそがわれわれのめざす新しい学会です。

開 会 挨 拶

イベント学会会長

堺屋太一氏



本年は、愛知万国博覧会が開催されております。この万博の最大の特徴は、リピート客が多いことです。通常は2%くらいですが、愛知万博は2割近くに達しています。

万国博覧会は19世紀の「技術と珍品の博覧会」、第一次大戦後の「芸術の博覧会」、戦後の「人間の博覧会」とこれまで3回の変化を遂げてきました。21世紀に入り、次の新しい万国博覧会のカタチが、全国民ではなく、熱心なファン層によって支えられた愛知万国博覧会から始まるのかなという気がしております。新しいイベントのあり方、そして今後、博覧会がどのように展開していくのか。

現在は、知価革命が進行し、私達が経験してきた、いわゆる近代大量生産の流れと、完全に逆転する流れが生じてきました。多品種少量生産が進み、ある種の主観、ブランドをつくれれば価値があがっていく。愛知万国博覧会も、全国民運動であるよりは、ファン層の運動だと言えるかもしれません。

このような逆転現象をどうとらえ、どう活用するか。万国博覧会の3回の変化が、20世紀で終わり、次はどういうカタチになるのか…。

まだ明確には答えが出ていません。今日は、そのあたりもじっくりと語り合っていたきたいと、思っております。

プロフィール

さかいたい

1935年大阪生まれ。東京大学経済学部卒業後、通産省入省。日本万国博覧会、沖縄海洋博覧会などを手がける。1998年から2000年まで経済企画庁長官。現在、早稲田大学大学院ファイナンス研究科教授。作家。

「博覧会スタイルのイベントの行方」

21世紀最初の国際万国博覧会「愛・地球博」が開催中だ。

巨大な情報発信基地として機能してきた博覧会型の大型イベントは、どう変わっていくのだろうか。泉真也氏をモデレーターに、3人のパネラーに、大規模イベントの未来について論じていただいた。

本 日のテーマに、「博覧会スタイル」とありますが、まず、博覧会をどう定義するのか。博覧会の精神的支柱であるオーレ・フィリプソンさんは、博覧会の能力として二つあげています。一つは、自己改革の能力。そして二つ目は、世の中のイマジネーションを取り入れる能力。それによって博覧会というスタイルができるわけです。

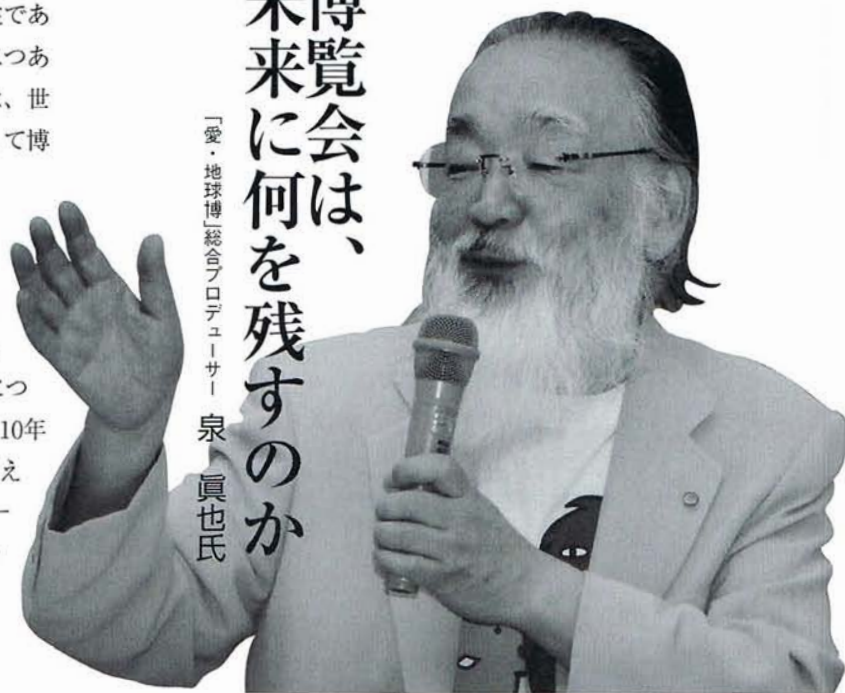
私は、大阪万博以降、日本の博覧会だけでなく、東洋で開かれたすべての博覧会を、かなり深い形で手がけております。しかし、それは当事者としての目です。きわどい話もあれば、欲目もあれば、希望もあります。本日は、そうではなく、外側から客観的に見た博覧会について、お話を伺いたいと思っています。それも、5年、10年先の話ではなく、100年後、1000年後を睨んだお話を伺えればと思っています。博覧会は何を残すのか。パネラーの皆さんには、それぞれの立場、考え方など、ご自身のスタイルでユニークに語っていただきたいと思います。

Profile いずみ・しんや

「愛・地球博」総合プロデューサー。金沢美術工芸大学特別客員教授、多摩美術大学客員教授。慶應義塾大学ビジネス・スクール顧問。著書に「核兵器と遊園地」「空間創造楽」「泉真也の万有万物博覧会」等。

博覧会は、
未来に何を残すのか

「愛・地球博」総合プロデューサー 泉 真也氏



日本で独自に発展した
博覧会文化

大阪市立大学大学院助教授 橋爪紳也氏



私 は70年万博の時には大阪の小学4年生。万博会場には十数回足を運び、人生をイベントの研究に賭けようと思ひ、今ここにいるわけです。

すべての原型は、万国博覧会でしよう。世界中の珍品を集めた勧業のイベントに、後に文化・情報の展示会の意味合いが加わる。

その評価は三点。一つは、博覧会から様々なイベントスタイルが生まれたこと。物産展、見本市、美術館、水族館、百貨店、遊園地などのルーツは博覧会です。二つ目は、私たちが考える博覧会は、必ずしもグローバルスタンダードではないということ。日本人は、本来、啓蒙・産業振興の場であったはずの博覧会を、一種の楽しみの方としてとらえてきた。百貨店の催しに「博覧会」を使うのは日本だけでしょう。三つ目は、技術に支援された近未来を提示、予見、あるいは社会実験するような場であること。科学技術を含めて、切り開くべき未来がある限り、博覧会の使命は終わらないと思います。

Profile はしづめ・しんや

大阪市立大学大学院文学研究科助教授。工学博士。建築史・都市文化論専攻、著書に「集客都市」「モダン都市の誕生」等。イベント学会副会長。日本ディスプレイ業団体連合会理事。

大切なのは イベントの意図と大義

「えひめ町並み博2004」総合プロデューサー

宮本倫明氏

観 光振興とイベントは二律背反的なニュアンスがあります。イベントは、短期間で大勢人を集める手法ですが、観光振興の面から見れば、翌年ガタンと客足が落ちるのは困る。それを解決するためにどうすればいいのか。たとえば、「えひめ町並み博2004」では、それを解決するために、三つほど考えました。

一つは、パビリオンがない「街づくり型の観光博覧会」を提案しました。今日の議論にも影響するかもしれませんが、博覧会の大義と意図がはっきりすれば、スタイルにこだわることはないと思いました。二つ目は、中身。人を楽しませるためには、プロの最高の技術で演出すべきという考え方が主流ですが、ここでは、住民が自分達の手でできるおもてなしをコンテンツにしました。三つ目が、1年で終わるのではなく、ずっと続くプロセスをどうつくるか。この三つにこだわった。それが、日本イベント大賞を頂いたり、いろいろなところで評価をいただけたのだと思います。



Profile みやもと・みちあき

有限会社メディアマーケット代表取締役。日本イベント産業振興協会アドバイザー。地方の大型イベントの総合プロデューサーを務めると共に、地域ブランディングなど地方の活性化に取り組んでいる。

「博覧会スタイルの イベントの行方」

博覧会スタイルの メディア 「宣伝会議」編集長 田中里沙氏



現 在は、企業の広告だけを見て、良い会社だと鵜呑みにする生活者はいなくなりました。生活者は、企業を色んな面から見るようになったわけです。

多くの情報を生活者が持つ時代にあって、企業が、自分達の考え方、理念などを分かりやすく伝える方法は、生活者にエモーショナルな経験をしてもらうことです。それが、ブランド構築につながると思います。ですから、生活者と共有する時間と空間というメディアが必要になる。博覧会スタイルは、そんな「ブランド構築型のメディア」と定義できるのではないかと認識しています。

博覧会スタイルの中で、課題があるとすれば、「博覧会は大企業だけのもの」という認識でしょう。広告の観点から、小規模な企業でも参加できる仕組みができないかと考えています。もう一つ、理論が先行し、せっかくの楽しさに対するPRが足りないのが気になります。

Profile たなか・りさ

「宣伝会議」編集長。内閣官房政府広報室広報評価委員を務める他、日本広報協会広報アドバイザー、民間放送連盟CM部門審査員など、広報・広告の分野で幅広く活躍。

泉 今回の博覧会イベントの光のあて方は、プロから見るといかがですか？

田中 展示物の仕組みやパビリオンの大きさばかりが報じられ、肝心の面白さとかユーモアみたいなところが伝わっていないと思うことがあります。たとえば、リニアモーターカーは、ワクワクするような楽しいことは沢山あるはずなのに、安全性や技術のことばかりが報じられる。技術と娯楽を一緒にすると不真面目だと思うのか。もう少し、楽しさをアピールしても良いのではないかと考えています。

泉 博覧会は、思いきっていえば「何でもあり」。昔は、いろんなものを見るために行こうという人が多かった。最近は、沢山あるけど、見るのは自分の関心があるところだけという人が増えています。これがファナティック（熱狂的）なファンの時代だと思うのですが。そういう意味で、博覧会イベントの姿をここで変えないといけないのではないのでしょうか？

宮本 2010年に上海が万博をやるとか、2012年に韓国が国際博を考えているとか…。おそらく博覧会というシステムは、一種のグローバルシステム。これは、人類が獲得した世界の編集システムのひとつだと思います。その意味では形式は変わるかもしれませんが、博覧会のシステム性が永続するのは間違いないと思います。

橋爪 そうですね。博覧会は、「世界の見かた」をどう解



釈するのかという編集の方法論だと思います。だから、万国博覧会、つまり全ての国の博覧会という日本語をあてた人はすばらしい。あくまで国家の祭典なんですね。日本国として、国家を単位として世界にきちんと伝えたいメッセージがあれば、いつかまたこの国でも万博が行われるだろうと思います。

宮本 国家の枠を超えて、主催者として意図が共有できる時代が来るのでは。例えば、韓国と中国と日本が意図を共有してイベントを起こす可能性も出てくる。

泉 博覧会は、世界の編集業務であるということには、お三方とも、この会の一つの結論としてよろしいでしょうか？

もう一つ。実は、「万有万物博覧会(ばんゆうばんぶつはくらんえ)」という博覧会の翻訳があることを勉強する中で知りました。「万有」は宇宙を貫く真理、「万物」は宇宙にある総ての物。「博覧」は、大きなテーブルの上に万物を乗せて、その回囲を皆で取り囲みながら、侃侃諤諤(かんかんがくがく)議論しあうこと。「会」は仏教用語で、そのために用意された時間と空間のことです。

それで今回、私なりの万博勉強の集大成として「泉真也の万有万物博覧会」を出版する運びとなりましたので、ご興味のある方は、お読み頂ければ幸いです。

本日はありがとうございました。



研 究 発 表

イベントの評価指標に関する研究 「イベント評価の標準フォーマット」

日本イベント産業振興協会 主任研究員 岩崎 博氏

視聴率、発行部数、クリック数……。これらはそのコミュニケーション活動の効果を示す標準的な評価指標、“ものさし”として使われています。それが広告予算の判断材料となり広告市場を成立させているわけです。

しかし、イベントにはこうした“ものさし”が無い。その理由としては、イベントはそれぞれ個性が強く、多種多様であるためと言われてきました。果たして本当にそうなのでしょうか。

主催者側には、イベントの効果や意義が疑問視されやすく、出資を集めづらい状況が生まれています。スポンサー側にも、株主や市民に対するアカウンタビリティ（説明責任）の要求が高まっています。

こうした背景から、私は「多彩なイベントに対応する標準的な指標」をテーマとし、イベントのオペティマイズ（コンピュータを使っての最適化検討システム）を実現したい、と考えてきました。



「TV草創期、業界の意志が、視聴率を広告費の指標へ導いたように、今はイベントにおいても業界としての“強い意志”が求められている」

ポイント、あらゆるイベントのコミュニケーション効果は「情報接触度」「心理的影響度」「直接効果」「波及効果」の4分類で捉えられるということです。そして、その4分類にお

ける「来場者数」「マスメディアの扱い量」「来場者アンケート」「会場外アンケート」という4つの“ものさし”は、形態、内容を問わず、あらゆるイベントに適用できるということです。こうした指標によって、イベントをデータベース化していけば、イベントは、より合理的で、市場の原理にビルトインされたコミュニケーション活動として、その重要性を発揮していくと考えています。

設定した4つの領域での指標は、イベントの形態・内容によらず適用できると考える。

いずれも概念的には実行可能であると考える。

現実には、信頼性のある調査とデータ蓄積の方策（費用も含め）が問題。



「来場者アンケート」によって測る満足度や、知名度、話題性を計る「会場外モニターアンケート」を含めた4領域が、イベント評価指標の基礎となる

ける「来場者数」「マスメディアの扱い量」「来場者アンケート」「会場外アンケート」という4つの“ものさし”は、形態、内容を問わず、あらゆるイベントに適用できるということです。こうした指標によって、イベントをデータベース化していけば、イベントは、より合理的で、市場の原理にビルトインされたコミュニケーション活動として、その重要性を発揮していくと考えています。

いわさき・ひろし

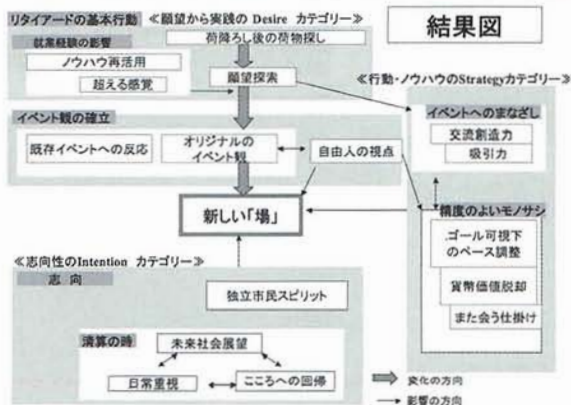
有限会社エスシー・プランニング・オフィス代表。日本イベント産業振興協会主任研究員。NPO法人合意形成研究会会員。イベントや地域活性化に関するプロジェクトマネジメント及びコンサルティングを専門分野に活躍。

高齢化社会における イベントの役割

(株)アートランド社長
高田佳子氏

高齢社会は、日本の近代工業社会とは異なる価値観の時代です。イベントの役割も、これまでの時代とは異なるでしょう。日本は2004年に65歳以上が全人口比の14%を超え、「高齢社会」となりました。高齢者は健康状態、経済力など個人差が大きく、高齢社会は「多様性」が課題です。イベント研究も、個人に注目していくことが重要だと考えました。

今回は、「修正版M-GTA法（グラウンデッド・セオリー・アプローチ）」を用いました。この研究法は限定的範囲内にお

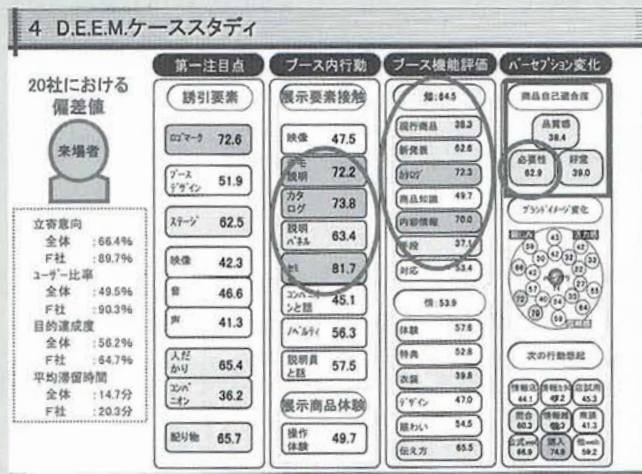


男性は退職後、しばらくの間は現役時代にできなかった旅行や趣味のために時間を使い、エンジョイする。その後、日常生活の充実、イベントが活用されるようになる

昨年「イベント学会研究活動に対する助成制度」がスタートしました。イベント学会会員を対象にして、イベントに関する研究と開発を支援し、その理論と技術の普及をはかることを目的にした助成制度です。2004年度に、この制度の対象となった3名の方から研究成果の発表が成されました。

「展示会の効果測定手法『D.E.E.M』について」

株式会社電通 IMCプランニングセンター 栗原 毅氏
プランニングディレクター



データは、M社のネットセキュリティ商品の展示会。第一注目点、ブース内行動、ブース機能評価の偏差値が高く、パーセプションの変化も軒並み高いことが、一目で分かる

クライアントからの効果測定に対する要求の高まりを受け、4年前より、展示会評価システム「D.E.E.M」を開発しました。

展示会の効果とは、来場者のココロの変化に他なりません。質的心理変化を含む諸要素を計測でき、社内外で持続可能な手法とは何か。それを踏まえ「D.E.E.M」では、展示会の要素を「第一注目点」「ブース内行動」「ブース機能評価」「パーセプション（受け止められ方）変化」と4領域・44項目の指標に細分化。その指標を基に、来場直後の人々からアンケートを採ります。数々の展示会のデータを蓄積し比較分析。再現性・

反証可能性のある「明確知」を導き出すことが狙いです。

そのデータの例が、左表。M社のネットセキュリティ商品の展示会です。難解な説明をせずに、簡潔なイメージを伝えたところ、4領域の指標が、いずれも高い偏差値を示しました。ここから「『理解』と『理解感』は別物で、来場者は『理解感』に傾きがちなのではないか」という仮説が提出されました。

131ケースの分析の結果、「来場者は目的を持ち回遊する『まぐろ』でなく、興味のおもむくまま浮遊する『くらげ』」「理解より共感を求める」と来場者のココロに対する推論が得られました。調査を続け「来場者と企業との出会い」のメカニズムを掘り下げたいと思います。

くりはら・つよし

東京教育大学大学院修了。78年(株)電通入社。マーケティング局、メディア開発局を経て電通ドイツへ。ハノーバー万博MSOGmbH出向後イベントスペース開発局でイベント効果測定手法開発に携わる。現在、同作業継続中。



「活動的なシニアは、自分を老人とは思っていません。しかし、あと何年間活動できるかを冷静に見極めようとし、独自のモノサシで何をやるかを意思決定されます」

いて、理論構築でき、実践活用しやすいとされています。

今回の対象者は「職業人」を終了した後も何らかの社会活動に関心を寄せている、健康で経済的に自立した男性高齢者9名です。独自のイベント観を語っていただきました。

この結果分かったのは、シニアは自分の退職後の生活に向けて、新しい「場」を見つけるための手段としてイベント

を捉えていることです。自分自身の楽しみを求めて参加するのではなく、シニアにとってイベントは、自分らしい生き方を探るためのツールです。

個人の自立を援助するのが高齢社会におけるイベントの役割。今後は、具体的なアプローチの方法や手段について考えていく必要があると考えます。

たかだ・よしこ

株式会社アートランド社長。太陽工業(株)で膜構造物の設計、イベント会場の計画・設計に携わった後、1983年に独立。現在、桜美林大学加齢・発達研究所研究員、日本イベント業務管理者協会理事を兼任する。

2005年度 総会報告



7月8日(金)、東京グリーンパレスにて研究大会終了後、2005年度総会が開催され、会員110名(委任状含む)の参加を得て審議が行われました。

昨年度の活動報告と決算報告につづいて、今年度の活動計画案と収支予算案の説明が行われました。活動計画としては、

- ❶ 阪神・淡路大震災復興10周年記念事業の一環として、神戸で年次大会を開催
- ❷ イベント学先行研究調査
- ❸ 学会組織検討委員会の設置
- ❹ イベント学研究助成
- ❺ イベント学懇談会 等が予定されています。

イベント学研究助成については本会報の裏表紙をご参照の上、ふるってご応募下さる事を期待しています。収支予算では、04年度の繰越金を05年度の事業費として合わせて計上した事が、報告されました。最後に川本前事務局長にかわり、五十嵐事務局次長が事務局長に委嘱され、併せて理事に選任されました。

決算・予算

科 目		2004年度決算	2005年度予算	科 目		2004年度決算	2005年度予算
I 収入の部	会費収入 計	10,248,000	10,420,000	II 支出の部	管理費 計	5,075,832	5,270,000
	事業収入 計	1,328,075	5,520,000		事業費 計	3,990,719	13,600,000
	雑収入	48	0		前期末払金	822,444	0
	当期収入合計(A)	11,576,123	15,940,000		当期支出合計(C)	9,888,995	18,870,000
	前期繰越収支差額	1,284,695	2,971,823		当期収支差額(A-C)	1,687,128	-2,930,000
	収入合計 (B)	12,860,818	18,911,823		次期繰越収支差額(B-C)	2,971,823	41,823

懇親会



総会を終えた後は、会場隣に用意された宴席にて、懇親会が開催されました。

堺屋太一会長の挨拶と成田豊理事長による乾杯の挨拶で、会はスタート。学会員はもちろん、今大会の発表者の方々、さらに運営を手伝ってくれた順天堂大学の学生のみなさんが和やかに交流し、至るところから活発な意見交換と、談笑の音が聞こえてきました。

またこの席で、イベント学会の立ち上

げからこれまで、事務局長としてご尽力いただいた川本直彦氏の退任の挨拶がありました(今後は常務理事及び事務局参与)。

まずは電通時代からの同僚である園田氏から「本当にご苦労さまでした」と労いの言葉があり、その後、高田佳子氏からは花束贈呈と熱い抱擁のプレゼントが。場内は、盛大な拍手と温かい雰囲気になりました。

「サヨナラ」を言わないで | 前イベント学会事務局長・川本直彦

昨年来希望していた事務局長職の交代が7月の理事会で承認されたので、五十嵐嗣郎次長の事務局長昇格・理事選任人事とあわせて総会で報告されました。

イベント学会設立のときから力を貸して頂き、苦勞をともにした諸先輩や同志の会員の方々には、本当に申し訳ないのですが、昨年来予期せぬ入院が2度続き、このま、がんばり続けたら、却って迷惑を掛けてしまうことを一番懼れたからです。

私自身は、常務理事の任期が1年残っていることでもあり、「参与」という肩書きで、次から次へ「毎日がイベント」状態の事務局の手伝いをします。その意味では、退会してハイ、サヨナラというわけではなく、むしろこれからは、イベント学の門前の小僧として、やりたかったこと、学びたかったことを、会員有志の皆さんと一緒にもう一度やり直してみたいと、わくわくしているところです。

いま事務局居候先の日本イベント産業振興協会(JACE)からヒンシユクを買っている資料の山を整理していると、10年近くになる事務局人生の[起・承・転・結]が見えてきます。

[起] 97年春から、後に初代会長になら

れる木村尚三郎先生方と「イベント学」「イベントの学会」とは何かと議論していた時代で、最高の「イベント学方法論序説」といった趣きがあり、夢のある楽しい時期でした。「イベント」という言葉の国際性の検証や、世界で唯一最初の学会だから名称に「日本」は入れないとか、多様な領域の知を統合する「統合の学」として、「分析の知」を偏重するアカデミズムの学会を目ざさない、など学会の高い志を示す方針が決まりました。

一方で運営資金つくりのための入会依頼行脚もありましたが、不況の風が吹き始めていて難航しました。一緒に回っていた東急エージェンシー出身のIさんは、企業訪問の帰り道、呼吸困難に陥り、そのまま入院したほどです。

[承] 98年3月、150人という予想以上の発起人の参加によって設立総会を開催、引き続いて組織体制、活動計画づくり、実施へと手探りの前進が始まりました。

一番大変だったのは、年1回の研究発表大会やイベント大学ばかりでなく、自治体などと協力して地方で開催するイベント(横浜、浜松、大阪、名古屋、等の大会)の企画・実施でした。この二正面作戦について

は、今も賛否両論があり難しいところでした。
[転] 02年の役員改選で第2代会長として堺屋太一氏、初代理事長として成田豊 電通会長が就任、新しい風が入るようになりました。

まず、法人会員を中心に積極的に会員の増加をはかりました。また、堺屋会長は21世紀にイベントが果たす役割をブランド論、知価社会論、イベントファイナンスなど多面的な軸で再評価し、東大、早大などの大学院で講義を展開する一方、そこから新しい手法を創出する手がかりを求めようとしています。

イベント学会のステージは、なお[転]の動きを加速しつつ発展するでしょう。

[結] なお残された課題として、イベント学会こそが、イベントの本質であるface to faceで「イベント」を熱く語り合う「場」としての機能を充実させるべきではないでしょうか。また、最近増えている大学院受講生や学会HPからの入会者の熱意を受け止め、共創する体制を整えることが大切になるでしょう。

私の[結]は、そのことのために使おうと思っています。

私の抱負 | イベント学会事務局長・五十嵐嗣郎

昨年7月からイベント学会事務局に入り、川本事務局長の下で、イベント学研究助成制度やイベント学懇談会の立ち上げ作業に関ってきました。

今回の理事会で事務局長を委嘱されましたが、まず今年度の活動計画をスムーズ

に遂行できるよう、担当理事の方々と連絡を密にして進めていきたいと思っています。

その他、私としては、「イベント」とは何かを、会員の方々と徹底的に話し合いする機会をもうけ、その中からコンセンサスとして得られたものを、イベント学会としての「イ

ベント」の定義として、世の中に発表してみたいと思っています。

新しいイベントの理論が会員の方々から続々と発表される事を期待しています。また、そのような環境をつくっていく事が事務局の役割だと思っています。



乾杯の挨拶をする成田豊
イベント学会理事長



堺屋会長を取り囲む学生たち



高田氏の抱擁に照れる、川本前イベント
学会事務局長

学会員たちが、ざっく
ばらんに交流を深めた



が、イベント業界に入ったきっかけは、3つか4つの時、できたばかりのロスのディズニーランドに行ったこと。その時に見たシンデレラ城は、今でも心に焼き付いています。卒論は、ディズニーの街オーランド中心にテーマパークについて書きました。

今回の愛知万博「愛・地球博」では、広報プロデューサーを担当させて頂いています。広報担当として、国内はもちろん、海外各地へ出向いて「愛・地球博」の素晴らしさをお伝えすると同時に、海外からの要人のアテンドも担当しています。これまで、数えきれないほどの方をご案内しました。

「愛・地球博」のテーマは環境。世界120カ国が、環境についてのパビリオンを出しています。たとえば、ドミニカは、映像で素晴らしい自然環境を見せています。彼らにとって、自然環境は、貴重な観光資源でもあるわけです。ドイツは、鮫の肌ヒントを得てつくった、水滴をはじく壁など、自然の叡知から学んだ最先端のテクノロジーを展示しています。カメルーンは、アリ塚を真似てつくった、伝統的な民家を展示していました。同じ環境といっても、国によって捉え方が違う。もちろん、個人によっても非常に違います。そうした多面的な問題に、どうやって取り組んでいけばい

いのか。それが、地球環境の難しさであり、万博にとっても大きなテーマなのです。

ところで、「愛・地球博」は、いろいろな意味で、歴史に残る万博になるはず。まず、誘致の時には、これが先進国で行う最後の万博になるだろうと言われていました。これまでの万博は「インフラを整えるため」「都市をつくるため」「再開発のため」といった、何かを残すことが大きな目的でした。発展途上国は、これから都市を発展させようと思っていますから、万博を開催する意義は非常に高い。それに対して、先進諸国は、すでに都市ができあがり、それをもっと快適にするためには、どうすればいいかに悩んでいます。視点が違うわけです。先進国においては、従来型の万博では、その解決が難しくなってきました。

来場者の楽しさも、発展具合によって変わります。日本で比べても、大阪万博と、現在の愛知万博では、まるで違います。高度成長期の大阪万博では、新しい技術、輝かしい未来…。未知の世界を感じることが何よりも楽しかった。だから、技術の粋を集めて採取した月の石が、目玉になるわけです。また、当時は、外国人が珍しく、万博で初めて外国人を見た人が大勢いました。

～学会員リレーエッセイ～
イベント雑感
第4回

万博の過去・

異文化コミュニケーター、そして「愛・地球博」では、広報プロデューサーを担当しているマリ・クリスティーンさん。会場では、様々な国の要人のアテンドも務めています。様々な国の人々との触れ合いも交えて、万博の過去・現在・未来についてお話を頂きました。

●『イベント雑感』への寄稿募集中●

宛先

〒102-0082

東京都千代田区一番町13(一番町法眼坂ビル3F)

「イベント学会事務局・EVENTOLOGY『イベント雑感』係」

FAXは 03-3238-7834

このコーナーでは、学会員のみなさまの寄稿を募集しております。「イベント学会への提言」「わたしとイベント」など、イベントまたはイベント学会に関してあなたが思われていることを2000字(400字詰め原稿用紙5枚)程度でまとめ、住所、氏名、年齢、電話番号を明記のうえ、下記の宛先までお送りください。なお、掲載文は一部手直しさせていただく場合があることを、ご了承ください。

それに対して、現在の目玉は、地球の歴史に思いを馳せるマンモス。そして、パビリオンでは、最新技術を並べるよりも、出展国のスタッフと集えるところの方が人気が出ます。そうしたパビリオンでは、外国人スタッフを単に見るのではなく、一緒に踊りを踊ったり歌ったり、説明を受けたり、人と人の触れ合いがある。都市化が進むとともに、新しい技術よりも、コミュニケーションが非常に重視されるようになってきたわけです。

このような一つの分岐点に開催された「愛・地球博」では、様々な特色をもっています。まず、「自然の叡智」という一つの共通テーマに沿って、世界中がパビリオンを出展するという試みは、始めてです。キーワードはリデュース、リユース、リサイクルの3つのR。万博の跡地に何かを残すのではなく、元に戻る。環境という観点からも、万博という観点からも、これが最大の特徴だと思います。

また、お金をかけないことでも注目されています。運営には、2万人のボランティアが携わっています。ボランティアが中心になって運営する万博は、始めてです。もちろん、広告費も削られました。テレビCM、web制作まで含めて、広告予算は16億円。私も、PR活動をする中で、色々と苦勞をしました。産業振興が

伴わない万博やイベントに、国家が巨額の予算を出すことは不可能です。先進国型の地方博やイベントの運営予算をどうするのかは、これからの大きな課題になるでしょう。

それでは、これから、万国博覧会における先進国の役割は、どのように変わっていくのでしょうか？それは、万博が開催される地域に積極的に参加して、模範を示すことです。その典型はカナダ。開催地が決まれば、真っ先に、カナダは手をあげることで有名です。そして、いつも素晴らしいパビリオンをつくる。それが可能なのは、自然、歴史、食生活をはじめ、自分の国のベストを知り尽くしているからです。それは、カナダの文化を世界にPRする役割も果たします。

日本もパビリオンを通じて、世界に、日本をPRしていくためには、まず、日本のベストを知ることから始めるべきだと思います。ところが、日本の大使館には、日本の文化や自然を、専門的な立場から海外に紹介する文化担当官がいません。ですから、海外に紹介すべき文化を知っている専門家がいなわけです。日本が、未来の万博に貢献していくための第一歩は、日本文化の魅力を、海外にきちんと紹介できるシステムの構築ではないでしょうか。

現在・未来

マリ・クリスティーン

Profile

父親の仕事に伴い4歳まで日本で暮らし、その後ドイツ、アメリカ、イラン、タイ等諸外国で生活。単身帰国後、上智大学国際学部比較文化学科卒業。この頃スカウトがきっかけで芸能界へ。94年東京工業大学大学院理工学研究科社会工学専攻修士課程修了。今現在も都市工学を学んでいる。生まれながらの環境から学んだ幅広い視点から国際会議・式典等の司会、講演活動を多数こなす。国連ハビタット親善大使も務める傍ら、ボランティア活動にも積極的に参加している。



2005年度 イベント学会 研究助成受付開始

イベントに関する理論や技術の開発に資するように、2004年度から始めましたイベント学会研究助成を、今年も下記の要項で実施致します。

- 応募資格** イベント学会会員。個人およびグループで応募できます。
 - 助成金** 1件20万円以内
 - 応募期間** 2005年10月15日まで
 - 研究期間** 2005年11月1日～2006年5月31日
 - 応募方法** 申込用紙(別添)に必要事項を記入の上、学会あてに郵送・宅配または持参して下さい
 - 応募先** イベント学会事務局
- 詳しいことはイベント学会事務局までお問い合わせ下さい
- ☎ 03-5215-1680
E-mail: eventlgy@kk.ij4u.or.jp



イベント学懇談会 のお知らせ

今年度第1回のイベント学懇談会を下記の要項で開催することになりました。

- 件名** 2005年度第1回イベント学懇談会
- 日時** 2005年9月26日(月)午後5時半～午後8時(午後5時受付開始)
- 場所** 日本カメラ財団(JCII)ビル6階602会議室
(東京都千代田区一番町25 JCIIビル ☎ 03-3261-0300)
- テーマ** 「社会実験としてのイベント」
- 発表者** 望月照彦 イベント学会副会長(多摩大学教授)
- 参加費** 2000円
- 申込方法** 別紙の参加申込書にお名前・電話番号等をご記入の上、FAXで(03-3238-7834)までお送り下さい。
または、イベント学会HPのイベント学懇談会案内サイト(<http://www.eventology.org/>)からお申込下さい。
- 申込期間** 9月20日(火)までにお申込下さい。
お問い合わせ: イベント学会事務局(☎ 03-5215-1680)