

# EVENTOLOGY

## CONTENTS

- プログラム1  
横浜シティオリエンテーション—1
- プログラム2  
イベントフォーラム——4
- プログラム4  
記念シンポジウム——6
- プログラム3  
第1回イベント大学——12

イベント学会会報「イベントロジー」 Vol.1 No.3 1999

## イベント学会第1回大会'98-横浜 「イベントシティの創造をめざして」 第1回イベント大学「スポーツイベント学講座第2講」

98年12月4日・5日の2日間にわたって、イベント学会第1回大会、および第1回イベント大学「スポーツイベント学講座第2講」が、横浜で開催された。本号は、この概要を紹介する。なお、スポーツイベント学講座は、第1講から第5講までの概要を併せて紹介する。

### 開会挨拶

井関利明

イベント学会副会長 慶應義塾大学教授



イベントとは何か。木村尚三郎会長は、「驚きがあって、楽しくて、そして、夢のある出来事」であると述べています。出来事ですから、この第1回大会でも、予想もしないことが生まれてきたり、突発的に新しい動きが現れたりすると、いかにもイベント学会らしくなると考えています。実行委員長の望月照彦氏も、「イベント学会を“イベント楽会”に」と希望しています。つまり、イベントの楽しい会にしたいと願っているのです。

本日は、イベント学会の記念すべき第1回

大会として、こうした機会を設けて下さいました横浜市の皆さまに、心から御礼を申し上げます。また、お忙しい中を駆けつけてくださいました、ご参加の皆様さまにも、心から御礼を申し上げますとともに、どうか積極的な参加、発言をお願いしたいと思います。それがまさに、イベントらしく予期せぬ結果をもたらすことにもなりますので、ぜひ皆様さまにご協力いただければと思います。当学会を代表して、ひと言ご挨拶させていただきます。

## プログラム1 横浜シティオリエンテーション

### 横浜の観光コンベンション都市としての取り組みと現状

(財)横浜観光コンベンション・ビューロー専務理事

佐久間健治



横浜は今から約140年前に開港し、世界に開かれた町として活躍してきました。開港当初は長い間にわたり、日本の開国や近代化に大きな役割を果たしてきたのです。昔は人の往来も船だったため、全国から多くの人が集まり、また、海外からもいろんな人が集まってきた中で町が発展していきました。それに

伴ってさまざまな情報も入ってきて、横浜からスタートした文化・文明もたくさんあったわけです。町は自ずと賑わっていたし、人を惹きつける魅力もあった。それが最近どうもはかばかしくない。もちろん、横浜は今でも世界のトップクラスの貿易港として輸出入が盛んですが、人間のほうはさっぱり来なくな

った。それは、空港ができて、人が飛行機で旅行するようになって以降のことです。海の港の時代から空の港の時代に移り、横浜に元気がなくなってしまった。

そこで、なんとか人を集めようと始めたのが、このパシフィコ横浜を中心としたコンベンション事業です。この事業は、地域外からできるだけたくさんの人を呼び込んで、地元の住民とも交流しながら情報を交換し、楽しい場をつくっていきこうと、10年ほど前から本格的に動き出したものですが、まだまだ手探り、試行錯誤の段階です。おぼろげながら分かってきたことは、ただ外から人を呼び込むだけではだめで、宿泊する人を呼び込めないかぎり、地域の活性化

にはなかなかつながらない、ということです。

横浜には、年間で約3000万人の観光客が訪れますが、そのうち宿泊客は300万人ほどと、1割にすぎません。一方で、コンベンションに出席されるお客様の大部分は、開催期間中はずっと滞在されますので、このような宿泊を伴ったお客様をいかに呼び込むかが、いま、大きな課題となっています。そこで、イベント学会の皆さんの知恵をお借りし、さまざまなことを教えていただきながら、地域の活性化のためにも、地域外からだけでなく、地元の人たちが喜んで参加してくれるようなイベント事業を誘致し、つくりだしていきたいと思っていますので、よろしくお願いたします。

## 創造的コンベンション都市をめざして

横浜市企画局 コンベンション都市推進担当部長

魚谷憲治



### “元祖コンベンション都市”こそ 目指すべき姿

横浜市は現在、「創造的コンベンション都市」を目指しています。その理由の一つに、横浜の歴史的な成り立ちがあります。横浜は開港当時、人や物資、文化が集積する一方で、日本全国に文化を発信していきました。それはまさに情報の集積地であり、発信地だったことを物語っています。そうした点からみると、横浜は“元祖コンベンション都市”と言っても過言ではありません。それが、いま、横浜市が目指している創造的コンベンション都市のあるべき姿であり、地域に新たな情報の交流の場をつくることで、新しい価値観を生み出していきたくと考えている次第です。

コンベンションの最大の特色は、人と人とが交流して出会い、その中で新しい価値を創造していくことだといわれています。21世紀を目前に控え、国内外ともにたいへん厳しい状況に置かれていますが、勇気をもってこれに立ち向かうためには、新たな文明開化ともいえる取り組みが求められます。その中で、横浜市がなんらかの貢献ができるのであれば、原点に立ち返ったコ

ンベンション都市づくりではないかと思われれます。

コンベンション都市づくりは、市民のバックアップなしには成し遂げられませんし、その規模が大きくなればなるほど、さまざまな業界や業態にかかわってくる総合戦略です。特に魅力的なコンベンション都市をつくっていくとなると、いろいろな面で他の都市に比べて少しでも優れ、自慢できるようなものをつくっていかなければ、なかなか人を呼び込めないだろうと思われれます。

横浜が自慢できる社会資本は人、つまり、多様な市民がいることです。市民が持っている、さまざまなネットワークや活動を支援することで、コンベンションが本来担っている、いろいろな交流の輪や創造的な機能をうまく生かしていくことができるのではないかと考えています。言い換えれば、政策を推進していく上で、コンベンションという手法を上手に活用できるのではないかと、ということです。これまでのコンベンションは、市民とは少し切り離されて存在していました。これからは、横浜市を支える市民の方々が、NPOや新しい福祉サービス活動を推進していく中で、世界の人たちとコ

コミュニケーションし、世界の動向をつかむことで、幅広く活躍していく。そうした活動を通じて、都市が発展していくのではないかと考えています。そのためにも、コンベンションを市民生活まで深く浸透させ、情報の流れをつくっていくことが必要になってくるわけです。また、創造的コンベンション都市をつくっていく上で、産業振興にも力を注ぐ必要が出てくるでしょう。横浜市の場合、産業的にも数々の先進的な取り組みがあり、それを見ていただくための観光産業も併せて育成していきたいと考えています。

## 横浜を1枚の絵で アピールできるまちに

現在横浜市が進めているコンベンション都市推進のための基本方針づくりの中で、柱となる考え方が5つあります。

それは、1.複合的な魅力のあるまち、2.人を呼びたいようなまち、3.人だまりができるまち、4.友達ができるまち、5.物語が生まれるまち——をつくっていくことです。それらが目指すべきコンベンション都市の理想像ではないかと考えています。木村尚三郎会長は、「徒歩でないと、その土地ごとのいい生き方は見えてこない。複合的な魅力のあるまちとは、歩いて魅力を感じるまちである」とおっしゃっています。私たちも、楽しく、おいしく、ためになる場所がそこかしこにあるようなまちづくりに取り組んでいきたいと考えています。

人を呼びたいようなまちをつくっていくためには、たくさんの人に横浜に来ていただき、一緒になって感動を分かち合えるようなまちにしていかなければなりませんし、友達ができるまちをつくっていくためには、人と人が気軽に触れ合えるまちであることが大切です。そのためにも、たくさんの公園や広場をつくっていくことも必要になってくるでしょう。その上で「横浜に行けば友達ができる、世界の友達もできる」ということになれば、どんどん人が来てくれるのではないのでしょうか。物語が生まれるまちをつくっていくためには、これらの要素をうまく結びつけて、面的な広がりを持たせていくことが求められてくるかと思っています。それから、横浜に来られた方と市民の双方で、いろんなスタイルでもてなし合えるまちであることも大切ですし、市民全体が盛り上がるまちをつくっていくことも必要です。以上のことを踏まえ、最終的には1枚の絵で横浜を強烈にアピールできるような、そんなまちをつくっていけたらと思っています。

最後になりましたが、コンベンション都市としての基盤づくりの目標として、2002年のワールドカップサッカーの決勝戦は、横浜にとって必要不可欠なものであることをぜひご理解いただきたいと思います。新たな横浜物語をイベント学会の皆さまがたの力をお借りしながら、つくっていきたくて考えておりますので、よろしく願いいたします。

## 横浜市内コンベンション施設見学

横浜国際総合競技場、国立大ホールなどを視察した。



# 「いいじゃん街塾—横浜」

7つのフォーラムの概要について、それぞれの塾頭から紹介していただいた。

## 1 関内会場／勝烈庵馬車道総本店 「時代は出港する」

塾頭：望月照彦 多摩大学経営情報学部教授  
望月照彦研究所代表  
イベント学会理事

講師：山田剛義 (株)シー・ビー・アイ代表取締役  
長谷川岳 YOSAKOIソーラン祭り組織委員会専務理事

突然、青年が名刺を次から次へと配り始めた。本日の講師の一人長谷川 岳氏の登湯である。もう一人の講師、山田剛義氏は？と見ると、T字座卓の正面にでんと構えている。満席になった頃合を見計らい塾をスタート。自己紹介を兼ねて山田氏が、街づくりについての蘊蓄を横浜市との接点で披露する。すでに食卓にはカツレツが運ばれ酒も酌み交わされ始めた。長谷川氏はウズウズしている。出番がやってくると、待ってましたとばかり立ち上がり用意していた「YOSAKOIソーラン祭り」のビデオを流す。参加者全員に祭りの雰囲気を感じてもらおう作戦だ。後は、もう凄まじいばかりのYOSAKOIソーラン祭りの急成長物語とあい成った。92年に産声をあげた祭りを、昨年180万人の観客動員を誇る祭りに仕立てあげた張本人のスーパーパワーにあっけにとられた一晩であった。



関内会場

## 3 中華街会場／景德鎮 「光の時代」

塾頭：石井幹子 照明デザイナー  
(株)石井幹子デザイン事務所代表

講師：木村尚三郎 東京大学名誉教授  
イベント学会会長

増田 博 横浜増田窯  
ヨコハマズ・ベスト・コレクション会長

横浜は、石井幹子氏にとって、日本で初めて本格的なライトアップを試みた思い出深い街。イベントとして仮設で照明して評判になり、やがて歴史的建築物やベイブリッジなどの恒久ライトアップに。もっとも、最初横浜市が喜んだのは費用が安いわりに、人が大勢集まったというのがホンネと参加者を笑わせ、物理的ライトアップは人の心に光を与えるため、という。木村尚三郎会長は、コンベンション都市は客を迎えるもてなしの心が大切、JR石川町駅からこの中華街への道は暗く寂しい。安心して心弾む道にするためにもっと光を、とチクリ。増田博氏は、横浜が開港し、そこから文明開化の光がさしこんだが、逆に、この横浜で日本の伝統美を和魂洋才として花開かせ、日本の魅力を海外に認めさせた歴史がある。横浜が真の国際都市になるためには、もう一度、歴史の原点に立ち返り、何を横浜の魅力としてゆくの、皆で考えてみる必要があると訴え、熱心な議論の輪が広がった。

## 2 馬車道会場／サモアール 「客船ターミナルはイベントの舞台」

塾頭：馬場璋造 (株)建築情報システム研究所代表取締役

講師：北沢 猛 東京大学都市工学科助教授  
高橋晶子 ワークステーション主宰

会場が馬車道のサモアールだったこともあって、話の中心は自然に街の活性化になっていった。遠くは宮崎から、また東京からの参加者、商工会議所の職員、横浜市の職員に馬車道商店街の方々が加わって、なごやかなうちにも活気ある会話が弾んだ。横浜市に建築設計事務所を構える講師の高橋晶子さん、横浜市の職員から東京大学都市工学科の助教授に転じた北沢猛さんの話は、横浜に則した具体性のある興味深い話で、まちづくりの核心を衝くものがあった。そんななかで、馬車道で仮装行列をしているという話に、仮装に使う仮面=マスクは、顔を覆うことで精神的に開放されるということから、イタリア語でマスクはベルソナといい、それはまたパーソナル、個性を意味するという話で、新しい仮装行列のあり方を考えよう、という話に発展していった。楽しい、有意義な座のひとつときであった。



馬車道会場



中華街会場

## 4 新山下会場／オーシャンアベニュー 「港まち風情」

塾頭：北本正孟 (株) カントリー代表取締役  
イベント学会理事  
イベントフォーラム実行委員長  
講師：井関利明 慶應義塾大学教授  
イベント学会副会長  
近沢弘明 (株) 近沢レース店代表取締役  
協同組合 元町SS会理事長  
イベントフォーラム副実行委員長



新山下会場

会場には約50名の人が集まり、熱気につつまれた中、まず「横浜らしさとは何だろう」という語らいから始まった。例えば、京都に着だおれ、大阪は食いだおれ、神戸は履きだおれ、という言い方をされることでもわかるように、関西ではそれぞれの街の個性が、うまく表現されている…。「情報」「ファッション」「港」「若者」「環境」など、たくさんのキーワードがでた。そんな中で横浜らしさとして集約された表現が「港まち」。地元代表の講師、近沢氏、藤木氏、そして地元の参加者を含めて、ウォーターフロントを中心に「横浜」を掘りさげていったところ、風情がなくなったという意見が多数。「サンズイの巷(ちまた)」をもう一度創り、「港まち風情」の復権に向けて、塾は盛り上がった。



野毛会場

## 6 伊勢佐木町会場／養成軒 「横濱を物語る」

塾頭：秋岡栄子 ジャーナリスト  
講師：西川りゅうじん 商業開発研究所レゾン所長

商業開発ではプロ中のプロである講師の西川りゅうじんさんの発言に、伊勢佐木町商店街からの参加者、地元自治体や企業からの参加者、大学生たちが、これまで実践してきた立場から、時には同調し、時には反論するといった具合に、会場一丸となった丁々発止のやりとりが続いた。「ファッションの元町、食の中華街に対して、伊勢佐木町には何がある?」。私たちが最後に行き着いた命題はこれだった。そして、その答えは「伊勢佐木町は文化の街」。天皇陛下への献上シューマイはこの伊勢佐木町から生まれ、人気グループ「ゆず」もここから育った。「シューマイと音楽のある、文化にあふれたポストモダンの街こそ伊勢佐木町のあるべき姿」、この言葉に収斂される、講師と塾生が熱く語り合った2時間にわたる議論のプロセスこそ、塾の成果です。



伊勢佐木町会場

## 5 野毛会場／万里放題亭 「欲望都市」

塾頭：榎本了亮 (株)アタマテ・インターナショナル代表  
(株)チエノワ文化計画研究所所長  
講師：団 鬼六 作家

「団鬼六倒れる!」連絡が入った時にはギョッとした。これこそイベント!なんてやっぱり言ってもらえない。鬼六夫人からの電話で我がオフィスもいきなり気色ばんだ。もしかしてバイアグラ薬過ではないのだろうか。脳梗塞で倒れてからの鬼六先生は少しロレツがまわらない。しかしそれが返って凄みを利かせていた。そして再び倒れた。さて…建設的な未来学の中かの都市にはあまり興味がなかった。アウトローの人間たちが徘徊する都市の暗部の深みにこそ、都市たる「ソソルカ」がある。自分の分かったつもりの都市など、造っていける都市など大したものではない。だから団鬼六だった。その鬼六先生の急遽の降板。しかしそこはそれ、「私でよかったら」と言ってくれたのが、鬼六夫人の黒岩安紀子さんだった。当日は参加者全員分の鬼六署名入りの単行本を持参。和服姿の媚態、額にわずかな汗の気配。参加者に仁義を切ったら急に座が和み、歓談の宴となる。これぞ都市の凄み。



元町会場

## 7 元町会場／レストラン・トレフィエ 「港の未来」

塾頭：伊東順二 美術評論家  
講師：大江 匡 (株)プランテック総合計画事務所

私が担当した塾には、地元の行政の方、店主や従業員の方が集まってこられた。一人ひとりの自己紹介の中でも、自分の街「横浜」に対する愛着と誇りが感じられた。私は自分の職業柄、できるだけ中立的な立場というものを持ち続けようとするのだが、今回のような塾の状況を見るとそれを超えて、横浜というものに相対していく気持ちが生まれたような気がした。このように愛される街「横浜」は、非常に大切な存在であると思う。こうした気持ちをどのように実際の街づくりに活かしていくのか。街の人々の気持ちを結集して、街づくりをしていくことも大切だが、それが排他的になるのではなく孤立するのではなく、だからといって他人まかせで無関心になるのではなく、調整をしていくことが必要であるとも感じた。人は自分よがりでもだめだし、他人に頼るばかりでもだめで、それは個人も街づくりも同じように立ち向かうべき大きな課題なのだということを感じた。

挨拶

高秀秀信

横浜市長



昨日、今日と、この横浜で皆様がお話しして下さることを、これからのまちづくりの指針にしていきたいと思っております。

横浜市は、まちづくりの方向の一つとして、「コンベンション都市」を掲げています。望月照彦先生が「コンベンションはイベントの中に入るのはないか」と言われていますが、私も、広い意味のコンベンションと考えています。

つい、先日、ある新聞が、「定年後住みたいまち」というアンケート調査をしたところ、横浜がダントツだそうです。定年後、とは言っても、いま皆さん元気でいらっしゃいますから、人生を楽しみたいというのが、その心だろうと思います。「楽しむ」とは、文化に

接したいとか、生涯学習をしてみたい、あるいは今日の話にあるようにイベントを企画したり参加してみたい。そんな機会が横浜は多いんじゃないかと皆さんが考えられたのではないのでしょうか。

木村尚三郎先生はイベントは「驚き、楽しさ、夢」と書かれています。まさに、これからの人たちはそれを求めていくのではないのでしょうか。そんなことで、これからの横浜の方向づけをコンベンション都市として考えていきたいと思っています。そういう中で市や市政がどうそれにかかわっていくかを、いま盛んに議論しているところです。示唆に富んだお話をいただければ幸いです。

記念講演 「イベントの時代がやってくる」

イベント学会会長 東京大学名誉教授

木村尚三郎



驚き、感動のある所に人が集まりたがる

今日、ここに入ってくる時に、戸口に「日本更年期学会」という大きな看板がありましてびっくりしたんですが、向こうも「イベント学会」を見てびっくりしたかもしれません(笑)。確かにいま時代が更年期で、子どもも生まれませんし、成長がなくなって成熟の時代に入ったと思います。そういう時は明るいものがどうしても欲しいわけです。

もうすぐお正月が来ますが、最近、8千数百万人が初詣に出かけます(註 1999年は史上空前の8,811万人、前年より117万人増)。これは何も本気でご利益を求めて行くのではなくて、お祈りすると気分がなぜか明るくさわやかになる。その気持ちの明るさ、さわやかさを皆が求めているのです。信仰の時代、宗教の時代と言ってもいいと思います。

21世紀は誰もがそのような明るさを真剣に求めています。いい光のあるところで、もしいい驚きがあれば、そこに明日に生きる力強さが生まれてくる。で、いい地域、魅力のある地域に人が集まろうとする。全世界的に、大移動の時代がはじまっています。先の見えない時はじっとしてられない。何かいい所があるんじゃないかと、皆あちらこちら探すわけです。小は散歩、大は海外旅行です。

そして、明るい驚き、あるいは楽しさを考えていくと、イベントということに突き当たるわけです。イベントとは、平たく言えば出来事とか事件です。あっと、驚きたいわけです。いい意味での驚き、感動のあるところに人が集まりたがるのです。

「寄り合い」から新しい友情と知恵が生まれる

東京の世田谷に世田谷美術館があります。

ここは黒字に次ぐ黒字だそうです。なぜかと言えば、隣りに立派なレストランがあるからです。美術館は絵を見る所で、メシを喰う所ではない、というのが今までの発想でした。いまはそうではない。目も耳も鼻も口もすべて楽しみたいわけです。しかも一人よりも好きな人と一緒に楽しみたい。土日は結婚式の披露宴の予約でいっぱいだそうです。招かれたほうも、結婚式目当てじゃなくて、美術館目当てで出席する人も多い。帰りに美術館のデザインしたお土産も買える。参加したお客さまはニコニコ、美術館もニコニコ、両方ニコニコです。

これは江戸時代の発想と同じです。江戸の文化文政時代はさまざまな生活文化が花開いた時ですが、中でも床屋と風呂屋が大いに繁盛した。これらは本来の機能以外のところが楽しかったからです。床屋は待っている間に、字の読める人が滑稽本を読んでもくれる。風呂屋も、8文払って2階に上がって、一緒にお茶を飲んだり、将棋を指したり、あるいはいろいろな生活の知恵を教わったりする。まさに寄り合いの場だったわけです。

寄り合いのことをコンベンション (convention) と言います。convention の con は、「共に・一緒に」ということです。vention は英語の come 「来る」、つまり一緒にやってくる。平たく日本語にしますと、「寄り合い」とか、「千客万来」となるわけです。

千客万来都市、コンベンション・シティ、これがこれからの都市にとって一番大事なことではないか。たくさんの人が来てくれる、その中から新しい友情と知恵が生まれる。そういう都市を求めて、いま人は動いているわけです。何のために寄り合うかというと、そこに何か面白いことがあるからです。そこでの驚き、楽しさ、夢を提供する、その中身がイベントです。イベントとコンベンションは、その意味では同じものを2つの違う側面から見たものではないかと思うわけです。

## 「人」と「自然」と「過去」をつなぐのがイベントの役割

そのようなお互いに集い楽しむ場を、い

ま世界中が真剣に求めています。国際会議をする都市として、いま世界でどこが一番魅力的かという、定番の1位はパリ、2位はロンドン、3位がブリュッセルかウィーンです。一方、日本の中では1位は京都、2位は東京、3位になんと横浜が入っています。横浜はいま、国際会議でもたいへん人気の高い、世界でも有数の都市になってきつつあります。人が集う場として、横浜の持っている文明開花の拠点という本来の意味に加えて、最近、人が集まりたくなるような明るさや開放感があると言えます。こういう施設や、みなとみらいホールもできて、ベイスターズも優勝して、いろいろな面でいま横浜は上げ潮ですね。

ところで、いま観光というのは、いままでのように、ただ楽しませるものではなくて、勉強になる観光が21世紀の中心になるのではないか。例えば、工場観光、農業観光です。工場観光はフランスなどでは、非常に盛んになっていて、いま5800万人の国民のうち、何と年間1000万人が工場観光に出かけています。これらはすべてイベントですが、こういったものは地域産業の振興に大きく役に立つのではないか。つまり、そこを訪れた人たちに好きになってもらえる、あるいは親近感を持ってもらえるということです。

これからは好きになってもらわなければいけない。地域を、メーカーを好きになっていただくのがさまざまな催しです。そこで人と人が仲良くなる、人と自然が仲良くなる、人と過去の知恵が仲良くなる。このような3つの愛情、3つの共生——人と自然と過去 (伝統、歴史)——これが私たちがいま一番求めているものではないだろうか。その際に、それらが仲良くなるためのつなぎの役割をするのがイベントです。

自分たちの地域の良さは、よそ者から学ぶところがたくさんあります。よそ者と交流し合うことで、これからありとあらゆる産業がイベントと関わってくるのではないか。つまり、21世紀は、そのような総合産業としてのイベント産業が花開く時代です。まさに、イベントの世紀がやってきたわけです。

# パネルディスカッション 「イベントシティ横浜」

コーディネーター



井関利明

イベント学会副会長  
慶応義塾大学教授

パネラー



望月照彦

イベント学会理事  
多摩大学経営情報学部教授  
望月照彦研究所代表



近沢弘明

横浜・(協)元町  
SS会理事長

## 世界唯一の「イベントシティ」に

井関 横浜市はコンベンションシティを標榜しているわけですが、私どもが提案しているのは「イベントシティ」というコンセプトです。この概念を最初に提起された望月さんから、イベントとコンベンションはどう違うのか、イベントシティとは何をイメージしているのか、その辺からお話をいただきます。

望月 イベントシティとコンベンションシティは、お客さんが集まって皆で楽しむという点では、中身は同じものだと思います。しかし、どちらを21世紀の都市戦略のポイントとして展開していくのか。つまり、何をモチーフにして人が集まるのかというその中身（コンテンツ）が大きな問題になります。

今、アメリカを本場として、コンベンションシティを標榜している都市は、世界で約1000都市。横浜は1000分の1のコンベンションシティというわけです。しかし、イベントシティは「世界に一つしかない」というメリットが第一にあります。木村会長は、イベントとは、企画する人、出る人、見る人、皆が、楽しむ、驚く、喜ぶ、感動することだと言われました。それは、中身を優先して考える時代が来るということだと思います。

1970年代、全米一のコンベンション都市はラスベガスでした。しかし、80、90年代はもうコンベンション都市とは言わない。イベント都市を通り越したエンターテインメント都市です。その意味で、イベント学会が提起した「イベントシティ」は、21世紀の重要なキーワードだと思います。

## 常に危機意識を持って

井関 望月さんの主張は、大勢の人を外部から呼ぶためにはモチベーションや中身が大切だ。それを表現するには、コンベンションよりもイベントのほうがいいということです。その考え方を横浜にあてはめてみようと思うわけです。まず、元町商店会の近沢さんから今のお話を受けて。

近沢 「元町と言えば神戸」から「元町と言えば横浜」ということになったのは、昭和

40年代の後半からです。これは私どもの親の世代の努力のおかげでした。元町は横浜の中心街の南の外れ、戦後は米軍の駐留地でした。だから、駐留米軍の引揚げ以降は衰退して、夜逃げをする人が続出したほどでした。何かをしなければ食べていけない。そういう切羽詰まった気持ちからまちづくりが始まったんです。そこで何をするか——それがソフト＝イベントだったと思います。

私が大学生の頃には北海道から九州まで、1カ月に3～4軒のデパートを「元町チャージセール」の名で、商品を持ってキャラバンをして廻りました。おかげで「元町と言えば横浜」が全国区になった。今では、50%は他県からのお客さまという広域型、買い回り型の商店街になることができました。

こうした危機意識をまち全体で共有すること——これが第一のコンセプト。だから、商店街の皆さんには賦課金を出していただいております。先ほどのチャージセールという名のバーゲンセールも35年前からですが、当初の30軒から今では加盟店240軒、2月、9月に開催して、1日10～15万人が集まるイベント＝お祭りになっております。

## 世界に誇れる祭りを

井関 次に、馬車道商店街の六川さんから、イベントをどのように受けとめておられるのかをお伺いします。

六川 馬車道は慶応3年にできたという日本でも有数の古い商店街です。しかも、この馬車道は外国人の居留区と日本人のまちを結ぶための計画道路でした。アイスクリーム、街路灯や街路樹などの発祥の地でもあります。しかし、歴史に埋もれているだけで、なかなか厳しい環境にあります。この歴史を現代に生かすために、昭和51年に第1回のまちの再開発をしました。その時のまちづくりの協定書は全国のモデルにもなっていますが、業務型店舗が約3分の1もあって、元町のようなファッションナブルな雰囲気が出てこない。考えた末、英国から本物の馬車を購入し、馬車を街のシンボルとして走らせました。古い乗り物——馬車



# を創造する」

や人力車を走らせて古い町並みを再現しようという祭りです。年々人が集まるようになり、今年11月3日の馬車道祭りは、ベ이스ターズの優勝パレードと重なって大変な人出でした。再活性化のために、ガス灯などで外国情緒の町並みをつくり、外国企業が集まってくるような街にしたいと考えております。

横浜で最大のパレード、5月3日の「横浜国際仮装行列」は、昭和28年が第1回、今年が46回目でしたが、戦後の復興を力づけようという目的は失われました。今は、1日のお祭りやパレードではなく、1~2週間スパンの祭りにしたいと考えています。例えば、前段にマーチング・バンドの全国大会を開催して、そのトップ5が優先的に出られるとか。ぜひ、横浜市民が誇れる行列にしていきたい。ホテルも現在1万5000人くらいは宿泊できますので、外国からも来て泊まっていただく。そういう滞在型のお祭りにしていきたいと考えております。

## 8年間で3万人参加の祭りに成長

井関 次に札幌、YOSAKOI ソーラン祭りの長谷川さんに、自分たちのお仕事についてご紹介いただきたいと思います。

長谷川 YOSAKOI ソーラン祭りは、高知の「よさこい祭り」を参考にして7年前につくったものです。北海道のソーラン節をロック、民謡、正調などいろんな形にアレンジして、1チーム100人の団体でパレードするお祭りです。今年の第7回は、参加チーム289チーム、約3万人が出場。合計5日間、

準優勝、優勝、YOSAKOI ソーラン大賞を決める——いわばリオのカーニバルの日本版とご想像いただければいいと思います。

このお祭りは学生と私のような社会人の専属の者と、市民ボランティアによって運営されています。行政からの援助をほとんど受けていないのが、このお祭りの特徴ではないかと思っています。

実は私は名古屋の出身で、北海道の大学を選びました。しかし、厳しい自然環境に半ばノイローゼになって、何か燃えるものが欲しい。本州が梅雨の頃、北海道は一斉に花が咲きます。この時期にお祭りのようなものがあればいいと思ったんです。それと、8年前にたまたま汗の飛び散る高知のよさこい祭りを見ました。非常に驚いたのは、参加者が1人当たり2~3万円の参加費を払って参加しているということです。

そこで登山仲間が集まって、YOSAKOI ソーラン祭り実行委員会をつくって、10チーム1000人で始めようと。学園祭の延長で考えたのがそその始まりです。第1回は、全道16大学・専門学校が参加しました。

ところが、道路使用の許可が警察からおりない。困り果てていた時に、「思想の自由の中にデモ行進がある。これでいこう」という友人がいて、何とか許可を得た。1000万円からスタートして、今、お祭りには2億2000万くらいかかっていますが、公からの補助金は0.5%、広告協賛も2割くら

## パネラー



六川勝仁

横浜・馬車道商店街(協)  
副理事長



長谷川岳

札幌・YOSAKOI  
ソーラン祭り  
組織委員会専務理事



熱気に満ちたYOSAKOIソーラン祭り

い、残りの8割は自主財源です。

その自主財源の1つは、公式グッズの販売などによる事務局の努力。2つ目は、参加者の協力。参加費だけでなく、1カ月100円の運営協力金を払わないと参加できません。3つ目は音響とか衣裳などの業者さんの協力。4つ目は、有料棧敷等の観客の協力です。

これからの事務局としては、NPOという市民活動法人の形になりながら、この祭りの運営を続けたいと思っています。

**井関** いやあ、大変すばらしい話です。行政や企業に頼らず、市民の中からこういう祭りが生まれ、育ったというのはすばらしいことだと思います。横浜ではこういう例はありませんか。

**近沢** 10年くらいになるでしょうか。野毛の大道芸祭りがこれに似ています。波及効果もでてきました。初めはやはり警察にも怒られたりしましてね。

**井関** そうですか。警察から叱られるようなことが新しいことのような感じですね(笑)。

## 21世紀のイベントへの4つの視点

**井関** 次に、横浜の未来を考えるとすると、やはり新しいコンセプト、新しい言葉が必要になってきます。そこで望月さんから、横浜の未来にける話をお聞かせください。

**望月** 今のお話から深い感銘を受けました。その感銘の結果として、私は、イベントについて4つの大事な視点を申しあげたい。

1つは、21世紀の一番大事な観光資源は、イベント観光だということです。長谷川さんは200万人の人を集めていますが、これは決して時計台見物や産業観光ではありません。イベントを体験しに行くわけです。イベント観光は21世紀の大きな産業のインフラになると強く感じました。

2つ目は、警察の許可をもらうのに、デモで許可してもらったというお話です。イベントとは何か。その地域の個性や文化の表現、自己主張がイベントだということになると、イベントの主要な基礎概念はデモ=デモンストレーションです。デモンストレーションのない都市は減びます。横浜が魅力的なのは、到る所にデモンストレー

ションがあるからです。長谷川さんの話のように、小人数でスタートして、しかも社会を変えた。時代のデモンストレーション、地域のデモンストレーションという考え方は非常に刺激的ですね。

3つ目は、今までは行政主導・市民参加だったものが、札幌では市民主導・行政参加の形になってきているということです。ハコ物——コンベンション・センターだったら、民間ではできません。しかし、イベントだったらつくることができます。NPOは利益を上げてはダメというのではない。利益を個人的に配分しないということで、次のプレゼンテーションのために投資すればいいわけです。つまり、イベントは自己増殖的なパワーを持つということです。

4つ目は人の問題です。今、まちづくりで大変注目を浴びているのは長浜の黒壁です。地元の倉庫業者だった笹原さんという方が、地域の文化を残さなければいけないということで、プロパーで、まちづくり会社を立ち上げた。行政の力を全く借りない。後から行政も「株式に入れてくれ」と、1億数千万の資金を出した。民間で「秀吉祭り」をやって、集まらないよという中で、数十万の人を集めた。優秀な人間がNPOを通してイベントの世界に入ってくるということを感じました。

**井関** 望月さんのさすがのお話でした。21世紀を目指して、大変な見通しをして下さったと思います。これを受けて、六川さん、いかがですか。

**六川** 横浜は国際仮装行列、中華街の春節、国慶節の祭り、横浜西口の横浜カーニバルなど、平均20~30万人を集めるお祭りを、毎月1回くらいは開催しているんですが、どうも単発です。そこで、商工会議所や横浜市が中心になって、「横浜のお祭り協議会をつくろうよ」という話があります。

**近沢** 横浜は国際都市だと言いますが、実は一番日本のない街です。国際都市というからには外国人と付き合わなくてははいけない。ところが、日本を見たい外国人は、鎌倉や京都に行こうといったことになります。そういうことも考えていかなくてははいけないと思います。

## パネルディスカッション 「イベントシティ横浜を創造する」

### 21世紀への出島たれ!!

井関 長谷川さんから、横浜がイベントシティに生まれ変わるためのご提言を一つ。

長谷川 今まで、行政が主催のものには必ず予算がつく。ところが行政が1000万円つけると、1000万円の効果しかない。1000万円で1億、10億円の効果を生み出していくのがNPOだと思うんです。ボランティア団体や市民団体がお願いしておカネを貰うのではなく、専門性を持って、ノウハウ的にいただくぐらいの発想がないと、これからのまちづくりやお祭りは継続していかないとと思います。

望月 日本の近代にとって、横浜の位置づけは非常に重い。もし、横浜がなかったら日本の近代はなかった。海に向かって広がっているが故に、金銀や絹の道を海外に広げることができた。日本は経済的にも文化的にも救われたんです。その意識を次の千年に向けてもう一度持つべきだ。そこで、今日いいヒントをいただいたのはイベント観光ということ。長谷川さんがリオのカーニバルに大きな影響を受けたとしたら、横浜は絹に代わる新しいソフトとしてのカーニバル都市づくりをめざしてもいいんじゃないか。その意味で、21世紀に向けての文化を集中した出島になってもらいたいと思います。

### イベント・マインド溢れる都市に

井関 学会ですから、少し学問くさいことを最後に申しあげたい。望月さんが4つの視点を挙げてくれました。その第1番目がイベント観光。従来の歴史は物財で支えられてきました。これからはソフトが重要になります。日本経済の60%が第3、4次産業であることはご存じの通りです。しかし、これは1、2次産業が消えることではありません。物的生産や農業までが情報の原理によって行なわれるようになるということです。

21世紀のビジネスはイベント観光だと私も思います。しかし、もう一つここにつけ加えたいのは、イベント・マインドということです。ものをつくる時、サービスをする時、地域でも自治体でも、このマインド



があらゆる所になければいけない。横浜のすべての地域に、それが浸透し、溢れているならば、それこそをイベントシティというべきだと思います。

第2には、地域のデモンストレーションです。デモンストレーションが、地域の、あるいは自己の表現だとするならば、横浜——その自己は何でしょう。私の専門である行動科学では、自己について4つの要素があるといいます。それを横浜にあてはめて考えると、まず、自分自身が考える横浜市は何なのか。次に、横浜について語る人々にとっての横浜は何なのだろう。横浜についての文献や言説は何とっているか。3番目に横浜の歴史(過去の姿)を考えなくてはなりません。そうして4番目に、横浜が未来に向かってこうなりたいという姿が見えてくるのです。そう考えた時、横浜の歴史遺産はそのまま生かしながら未来につなげていく必要があります。もう一つ、横浜は海や川があるのに、水に触れることができない。この水際を考える必要があります。水際は自由であって欲しい。

第3は、市民主導と行政参加です。行政の方にはぜひ市民を活性化しながら、刺激しながら、市民から学んでいって欲しい。つまり行政と市民が共に未来を学んでいく学習関係に立てるかどうかが問われているのです。

第4に、イベントが新しい分野だとすると、そこには新しいタイプの人たちが集まります。いつも時代時代に光り輝いている分野には、優秀な人材が集まるのです。

最後に、望月さんが言われたように、ここは出島で、21世紀へ向けての情報発進地にならなければいけないということです。

私も今日いいヒントをいただきました。これをヒントに、新しいイベント学を考えてみようと思います。そうすれば、来年、さらに再来年、もっといいことが言えるかもしれない。そうです。たえず期待を未来につないでいくことが、イベントの大事なところだと思います。皆さん、今日は本当にありがとうございました。

# 「マルチメディア時代のスポーツイベントは

コーディネーター

順天堂大学教授

間宮聡夫

わが国のスポーツイベント市場規模は、1995年の推計で総額5兆5452億円（順天堂大学スポーツマーケティング研究室調べ）であり、同年の日本の広告費5兆4363億円と肩を並べる規模に達しているが、スポーツイベントへの理解は未だ充分ではない。

スポーツイベントのグローバルスタンダードは、選手、競技団体、地域住民、自治体、観客、マスコミ、スポンサー、施設、広告会社などスポーツを支えるすべての関係者によって構築されねばならない。そのために海外の成功事例と日本の事例との比較や、マルチメディア時代のスポーツイベントはいかにあるべきかという視点から、国際的に活躍されている方々を講師に招き、基調講演とパネルディスカッションを通して、21世紀のスポーツイベント像を検証した。以下、第1回イベント大学「スポーツイベント学講座」全6回の講義の概要である。

## 第1講

## 「21世紀のスポーツイベント」

千代田区 ザフォーラム '98 11/2 (月) 17:00～20:30

記念講演 マーク・マコーマック

IMG会長

### パネラー

大西久光

ダンロップスポーツエンタープライズ社長

倉本昌弘

日本トーナメントプレイヤーズクラブ会長

樋口久子

日本女子プロゴルフ協会 会長

まず、世界最大のスポーツマネージメント会社IMGのマーク・H・マコーマック会長による記念講演「21世紀のスポーツイベント」が行なわれた。「60年代半ばまでは、新聞やテレビがスポーツを取りあげることは少なかった。そのあり方を激変させたのは、ジェット機の登場とメディアの発達である。当初は広告会社も、スポーツマーケティングを理解しなかった。しかし、ゴルフのアーノルド・パーマー選手がゴルフクラブやウエアなど試合で使う製品に名前を付けて商品化したことが始まりで、コカ・コーラ社がパーマーやジャック・ニクラウス、ゲーリー・プレイヤーなど有名選手に同社製品の愛飲ぶりを際立させたり、ニクラウスを企業接待に起用したりというようなマーケティング手法が出現した。さらに、ウィンブルドン大会などを最も効果的な時間に最も効果的なメディアで流すように広告会社がパッケージ購入をしたり、企業が制作したスポーツ番組が世界で好評を博した。企業はウィンブルドン大会を主催することはできないが、企業協賛を通じて最も権威あるイベントと自らのイメージを同化することができる。今後はインターネット

での情報発信や、スポーツ中継映像への企業名のバーチャル表示などが、スポーツマーケティングの有効な手法となっていくだろう」と述べた。

パネルディスカッションは、「スポーツイベント学的課題① スポーツビジネスとして自立していないゴルフトーナメントの再生」をテーマに、大西久光氏、倉本昌弘氏、樋口久子氏をパネリストに迎え、間宮コーディネーターの司会で行なわれた。「商工会議所や地域が支えるツアーに企業が協賛するアメリカのトーナメントシステムに対し、企業主体の日本の現状は30年の遅れを感じる」の指摘など、積極的な討論がされた。当日の議論がその後の紛糾していた日本ゴルフツアー機構のスタートのきっかけとなったタイムリーなものであった。

スポーツイベント学講座 主催 イベント学会  
「マルチメディア時代のスポーツイベントはいかにあるべきか」



# いかにあるべきか」

## 第2講

横浜市 パシフィコ横浜 '98 12/5 (土) 10:00~12:30

## 「メディアとスポーツイベント」

基調講演

杉山 茂

スポーツプロデューサー

パネラー

音 好宏  
上智大学講師

後藤完夫  
(株)ワールドスポーツネットワーク社長

杉山 茂

イベント学会第1回総会「イベントシティの創造をめざして」と同時開催で「スポーツイベント学的課題② メディアとスポーツイベント」は開講された。杉山茂氏の基調講演「マルチメディア時代のスポーツイベント」では、「多チャンネル時代のスポーツには、イベント感覚が必要である」に引き続き、後藤完夫氏、音好宏氏に杉山氏を加えたパネルディスカッションが行なわれた。「最大公約数向けの地上波のスポーツ番組に対し、CSは一緒になって応援する同好会的な存在である。欧米での急速なペーパービュー番組化は、結果的にはスポーツ熱を冷ます危険性もある」などの指摘もあり、メディア界でのスポーツ自体の媒体価値について意見が出された。米国では、か

つては3大ネットワーク主導で、テレビスポンサーの負担によって、無料でスポーツ放送を楽しんできた市民も、今や、FOXやCATVなど有料でもスポーツを楽しもうとする人々が激増している。さらに衛星放送は世界規模でスポーツ放送権を独占し、視聴者の囲い込みを進めつつあり、わが国でもその影響を逃れ得ない時代を迎えている。巨大化したスポーツイベントへのメディアの責任は看過できない。



## 第3講

文京区 順天堂大学有山講堂 '99 1/18 (月) 17:00~20:30

## 「地域振興とスポーツイベント」

基調講演

佐伯聰夫

筑波大学教授

パネラー

帖佐寛章  
(財)日本体育協会常務理事

米倉 實  
(株)博報堂役員待遇

魚谷憲治  
横浜市企画局部長

「スポーツイベント学的課題③ 地域振興とスポーツイベント」のテーマで開講され、佐伯聰夫氏による「国際的スポーツイベントにおける地域貢献：ウインブルドンテニス、マスターズ・ゴルフの事例から」の基調講演が行なわれた。「地方の時代を迎え、先進各国では生活を享受するソフトの充実が大切になり、スポーツイベントが地域振興を担うようになった。その高いメディア性や、高揚感がコミュニティ・アイデンテ

ィティを醸成する。商業主義を徹底的に排除して、地域社会と良き隣人の関係を保ち、地域住民がボランティアで運営に参加することなどで両イベントは共通している。プライベートクラブゆえに理念の崇高さと、高い競技水準を維持できたことも重要である」と述べた。

パネルディスカッションは、「国体は必要か？地域振興へのスポーツイベントの役割」をテーマに、帖佐寛章氏、米倉實氏、魚谷憲治氏で、「開催県が一巡しインフラが整ったいま、メディア価値が低下した国体の継続開催の意義や、開催経費回収目的のスポンサー導入の可能性、国際大会や国内の他の競技会とのスケジュール調整の必要性など、国体の役割の再検討」になった討論であった。



第4講

「企業とスポーツイベント」

文京区 順天堂大学有山講堂 '99 2/8 (月) 17:00~20:30

基調講演 成田重行

(株) ヒューマンルネッサンス研究所 代表

パネラー

井原 敦  
読売新聞運動部次長

岡村賢三  
(株) 電通役員待遇

若林 覚  
(株) サントリー宣伝事業部長

成田重行氏の「企業経営とスポーツイベント」の基調講演が行なわれた。経済不況にて、企業のスポーツチームの廃部やイベントの協賛の中止が相次いでいることに関して、長年親会社のオムロンで経営戦略とコミュニケーションの策定に携わっていた成田氏は、「①担当部門と責任者、②意志決定のプロセス、③最高意志決定、④長期経営構想の各面で、企業スポーツは根なし草ではないのか、と疑問を呈し、この4項目が外部から問われたときに、明確に答えられることが肝要であるとした。外国人株主が40%を占めるオムロンでは、投資対効果が厳しく求められ、企業価値以外に社会文化的価値を取り入れることが重要となる。10年以上続いている大分市での車椅子マラソン支援などは、社会貢献費目として、業績には関係なく一定のモノ・ヒト・カネを提供できる仕組みを採用している」と述べた。

「スポーツイベント学的課題④ 企業とスポーツイベント：冠イベントの社会的評価 実業団チーム企業・競技団体の責任」をテーマのパネルディスカッションは、井原敦

氏が「スポーツの国際会議でも日本代表はほとんど発言しないなど、グランドデザインをしてこなかったツケが随所に現われている。アメリカの競技団体に元パナナム出身の役員がいるように、競技出身者ではない役員も必要である」とマネジメント力の欠如を指摘し、岡村賢三氏は「企業協賛でスポーツイベントが成り立っていることを、もっとスマートに認識してもらったべきだった」と反省の弁を述べた。30年にわたり各種スポーツイベントを支援してきたサントリーの若林覚氏は「一人当たりの到達コストで考えれば、スポーツは格安なメディア。どれだけ多くの人に愛好されるかを計算して、各種飲料の販売コストとして計上している。企業としてスポンサードする対象のスクラップ・アンド・ビルドは当然である」との考えを示した。成田氏も「企業 市民面で、スポーツは高感度醸成に極めて有効であり、地域と共生する姿勢をアピールすることが大切」と語り、白熱した討論が交わされた。



第5講

「スポーツイベントは誰のために開催されるのか」

文京区 順天堂大学有山講堂 '99 3/8 (月) 17:00~20:30

基調講演

入江雄三

(株) 電通顧問

パネラー

矢内 廣  
びあ(株) 社長

秋山弘志  
東京ドーム(株) 専務

西田善夫  
NHK解説委員

富田正一  
日本アイスホッケー連盟 専務理事

入江雄三氏による基調講演「スポーツイベントプロデューサーの条件」では、「最近のスポーツの低迷は、長引く不況を背景とした企業のスポーツ離れが原因。どうすればいいのか、マスコミ、スポーツ関係者も方向を見失っている」と指摘。スポーツイベントプロデューサーの条件としては「大衆が納得すると大ブームがくるが、その心理は数値化できないので、マーケティングが難しい。時代の感性と不易流行を身につけることが大切で、お金を集めるには、社会的意義を皆が認める一流イベントである必要がある」と述べた。

「スポーツイベント学的課題⑤ スポーツイベントはだれのために開催されるのか：観客、視聴者、読者、消費者各々の立場で、スポンサー企業と並んでスポーツイベントを支えている生活者の理解が得られるスポーツイベントの開催には何が必要なのか」を、テーマにパネルディスカッションが行なわれた。スポーツ情報誌・チケット販売等で生活者にもっとも近い立場から、矢内廣氏が「コンピューター化されたチケットは、個人情報新しいメディア機能を持っている。情報のツールとしてファンをひきつけようという、裾野拡大への努力がスポ

ーツ関係者に不十分である」と指摘。施設の立場から秋山弘志氏が「これまで“みるスポーツ”は未熟だったが、エンターテインメント化と共に観客の求める利便性、アメニティ性に応えなければならない」。またマスコミの立場から西田善夫氏は、長年のオリンピック中継を通じての視聴者へのニュースの伝え方に加え、「最近のチームにお金を出す企業が悪いという風潮はおかしい。これまでの歴史を正當に理解して、一ファンの気持ちを大切にしてほしい」。さらに国際連盟副会長の立場から富田正一氏は「企業アピールのために競技をサポートする時代は終わったのではないか。スポーツ側は、エンターテインメントとしてサービス化を計るべきである。そのためには、グローバルスタンダードに基づく競技運営が求められる」と説かれた。



第6講

「スポーツ競技団体とスポーツイベント」

文京区 順天堂大学有山講堂 '99 3/29 (月) 17:00~20:30

基調講演

川淵三郎

Jリーグチェアマン

パネラー

杉山重利  
島根大学教授

海保宣生  
鹿島アントラーズ常務

山口 香  
武蔵大学助教授

最終講は、川淵三郎氏の基調講演「スポーツイベントは競技力向上に役立っているか」と「スポーツイベント学的課題⑥ 競技団体とスポーツイベント」を行政の立場か

ら杉山重利氏、チームの立場から海保宣生氏、指導者の立場から山口香氏によるパネルディスカッションを予定している。

# 1999年度 イベント学会活動予定についてのお知らせ

1999年度の学会活動のうち、総会、研究大会、大会については次のように予定されています。日程お繰り合わせの上、ぜひご参加ください。

## I. 1999年度総会・研究大会

日 時：1999年6月19日（土）13：00～19：00

会 場：東京都文京区御茶の水 順天堂大学

プログラム：1) 研究発表（発表時間25分、質問時間10分）

2) 理事会／総会

3) 懇親会

研究発表会の予定：1) 研究発表申し込み；発表を希望される方は、事務局に発表要項をご請求の上、4月16日（必着）までに申込書をご提出下さい。ただし、発表内容・方法が準備の都合上対応し兼ねる場合や、研究大会の趣旨にそぐわない場合は、実行委員会でお断りする場合があります。

2) 参加者登録；プログラム内容は4月末頃までに会員にお知らせし、参加予定を5月15日（予定）までに登録していただきます。

会 費：個人会員、自治体会員および法人会員は登録者1名につき8,000円（懇親会に出席しない場合は4,000円）  
準会員は4,000円（懇親会に出席しない場合は2,000円）。

## II. 1999年度イベント学会大会

名 称：「イベント学会第2回大会'99—浜松」

テ マ：「地域イノベーション—21世紀はイベントの時代」(仮)

主 催：イベント学会、静岡県(共催)、浜松市(共催)

会 期：1999年12月10日（金）～11日（土）

会 場：静岡県浜松市・アクトシティ

プログラム：第1日 12月10日（金）

1) シティ・オリエンテーション

2) イベント大学（ワークショップ1）

3) 記念イベント

4) イベントフォーラム「やらまいか街塾・浜松」

第2日 12月11日（土）

1) イベント大学（ワークショップ2）

2) シンポジウム

3) 交流懇談会

会 費：未定

### イベント学会入会のご案内

本学会は、事業として、①イベントに関する理論的研究・実証的調査研究  
②新しいイベント技法の研究・開発 ③イベント関連学術情報収集・研究発表  
表・発刊 ④イベント研究団体・研究者の交流・協力を行ないます。

入会を希望される方は資料を下記の事務局にご請求下さい。なお、会費は次のとおりです。

	(1)入会金(円)	(2)年会費(円)
個人会員	5,000	10,000
準会員(学生・院生など)	—	2,000
自治体会員	20,000	50,000
法人会員(1口)	100,000	100,000

### シンボルマーク制作の言葉

未来につながる言葉として、デザインとイベントがあると思う。デザインは精神性が強い言葉だ。イベントは肉体的な強い。この二つの言葉を合体させると新しい動きが出てくる。Eの字の中央線にマッチで点火した瞬間を表現した。イベント学会が爆発を起こす。



JAPAN INSTITUTE OF EVENTOLOGY  
イベント学会

アートディレクター  
浅葉克己

浅葉克己デザイン室主宰、東京ADC委員、JAGDA理事、東京TDC会長。1940年生まれ。日清食品、西武百貨店、サントリーなどの広告を多数手掛け、日本の広告界をリードする。