

- イベント学会—浜松大会'99
- 『起街家時代を拓く』————— 1
- 開会挨拶／井関利明 北脇保之————— 2
- 記念講演／イベントの世紀、そして浜松
木村尚三郎————— 3
- イベント大学 浜松講座 第4講
パネルディスカッション
中心市街地活性化とイベント————— 4
- 学会員と地元住民が「街づくりを語ろう」
やらまいか街塾————— 6
- 街頭イベント————— 8
- イベント大学 講演
人間賛歌 山本寛斎————— 9
- 基調講演————— 11
- 『起街家時代を拓く』望月照彦
オープニング映像+ミニフォーラム
パネルディスカッション
「21世紀の文化発信都市へ」————— 13
- イベント大学 浜松講座
第1講 第2講 第3講 第5講————— 14
- お知らせ————— 16

『起街家時代を拓く』 ～人が人を集めるタウン・イベント～

イベント学会と地域住民が協力してイベントをつくり、効果を体験する第2回イベント学会大会が99年12月10日～11日の2日間にわたって浜松で開催された。

これからの都市づくりや地域活性化には、ソフト優先の発想が大切だ。そこで、イベント学会では、多くの世界的起業家を輩出した浜松市で、今度は「起「街」家を育てよう」と提案した。大会は、下のプログラムで進行し、会場には2日間で約1,600人、街頭イベントには3,500人の市民が参加した。大会は、5回シリーズでイベントを学ぶ「イベント大学—浜松講座」の第4講およびイベント実習の場にもなったが、各講座の概要もまとめて紹介する。



■新しい浜松の顔となったアクトシティ

イベント大学 浜松講座

第①講
地域活性化と
イベント
99年9月24日

第②講
イベントの
マーケティング・アプローチ
99年10月18日

第③講
商店街の
活性化の事例研究
99年11月19日

第④講
中心市街地
活性化と
イベント

第⑤講
イベント展開と
しくみづくり
2000年1月21日

イベント学会—浜松大会'99 プログラム

12月10日(金)

■開会挨拶 午後1時30分～ アクトシティ浜松(中ホール)
井関 利明 イベント学会副会長／慶應義塾大学教授
北脇 保之 浜松市長

■記念講演
「イベントの世紀、そして浜松」
木村 尚三郎 イベント学会会長／東京大学名誉教授

■イベント大学 浜松講座 第4講
パネルディスカッション「中心市街地活性化とイベント」
●パネリスト
井関 利明 イベント学会副会長／慶應義塾大学教授
鴨志田 厚子 (株)鴨志田デザイン事務所代表
北本 正孟
イベント学会浜松大会'99実行委員長／(株)カントリー代表
マリ・クリスティーン コミュニケーター
●コーディネーター
上野 征洋 (株)コミュニケーション科学研究所専務

■街頭イベント 午後5時～ ギャラリーモール(浜松駅前)
光と音の市民参加型のイベント

■やらまいか街塾 午後7時～ 浜松市内飲食店
パネラーや講演者などイベント学会の会員と参加者の気さくなふれあいの場

12月11日(土)

■イベント大学(講演)
午前10時30分～ アクトシティ浜松(中ホール)
イベントと人、人とイベント「人間讃歌」
山本 寛斎 デザイナー／プロデューサー

■起街家シンポジウム
オープニング映像+ミニフォーラム
井関 利明 イベント学会副会長／慶應義塾大学教授
杉本 信昭 映像監督
映像制作チーム

■基調講演
「起街家時代を拓く」
望月 照彦 多摩大学教授

■パネルディスカッション
「21世紀の文化発信都市へ」
●パネリスト
猪口 邦子 上智大学教授
木村 尚三郎 イベント学会会長／東京大学名誉教授
鈴木 重子 ジャズ ヴォーカリスト
南條 道昌 (株)都市計画設計研究所代表取締役
石川 嘉延 静岡県知事
●コーディネーター
山本 肇 NHK解説委員／(財)静岡県文化財団副理事長

開会挨拶

「イベント学会－浜松大会'99」は井関利明イベント学会副会長と北脇保之浜松市長の挨拶で幕をあけた。



井関利明氏

イベント学会副会長
慶應義塾大学教授

活性化の決め手は経験演出

第2回イベント学会浜松大会開催にあたり、静岡県、浜松市、市民の皆さまをはじめ、大勢の方々のご協力を得られたことに心から御礼申し上げます。

「イベント学」は、大学の研究室で行う学問ではありません。それは、人々が喜んだり悲しんだり驚いたり、集まることで、そういう体験を経験することから始まる学問です。私は、マーケティングを研究していますが、その分野で「経験演出マーケティング」という考え方が生まれてきました。初期のマーケティングは、いかにして商品をお金を売るかを考える「物財マーケティング」であり、次に出てきたのが、物財よりもサービスが大切だという「サービス・マーケティング」。それに対して、「経験演出マーケティング」は、モノを十分に持つ、豊かな社会の人々が最後に求めるもの

は、驚きや喜びなど、「記憶に残る経験を約束してくれるもの」だ、という考え方です。そうした経験をつくるのがイベントです。モノの購買は、経験（イベント）のあとについてくることが多い。モノを売る場である百貨店が不振なのに、イベントの場である東京ディズニーランドで飛ぶようにモノが売れているのはその好例です。

イベントを通じた共通体験が、経済活性化、街づくりの起動力につながると考えられるわけです。ここに参加されたみなさんが、「イベントは面白い」「これからも続けていこう」と考え、新しい経験のために、お互い協力して、そうした場をつくっていくようになることが、経済の活性化、不況脱出の大きな決め手になるのではないのでしょうか。今夜、街のいくつかの飲食店で、みなさまと私たちの共通体験が始まります。そこから生まれてくる、あえていえば「民間学問」、それが「イベント学」なのです。



北脇保之氏

浜松市長

技術と文化の世界都市へ

本日は、「イベント学会－浜松大会'99」に、全国各地から大勢の方にお集まりいただき、本当にありがとうございました。

私は、浜松市の新しい都市ビジョンとして「技術と文化の世界都市・浜松」ということを提案しています。他都市と比べて浜松の大きな特徴は「技術」ではないか。浜松では、多くの起業家によって、新しい技術が次々に生まれ、新しい産業に育ち、今では世界に名だたる企業がいくつもあります。

たとえば、木材の加工業を土台として楽器の生産が始まり、さらに音響、エレクトロニクス産業につながっていきました。同様に、繊維産業から織機産業、そしてオートバイ、自動車産業に発展してきました。都市ビジョンの「技術」には、このような特徴を21世紀に残していきたいという意味を込めています。

都市ビジョンの「文化」は、世界一の生産都市から、それをベースにした「音楽文化の街」に転換するための文化施策や、「浜松まつり」のような伝統文化を大切に、浜松を文化的により豊かにしていこうと思っています。

このような「技術」「文化」に加え、世界的企

業が数多く立地していること、また、数多くの外国人の方が居住していることなど、その世界性を活かし、世界都市への飛躍が可能であると考えています。

今、浜松市は、中心市街地の街づくりに取り組んでおりまして、土地区画整理事業、再開発事業、静岡文化芸術大学の開学などハード面での都市基盤整備は、ここ数年で完成するよう進めています。また、ソフトの部分については、中心市街地活性化のための「都心にぎわい市民会議」を立ち上げまして、市民の方から広く意見を求めているところです。

2001年に東海道四〇〇年祭、2002年にワールドカップサッカー、2003年に静岡国体、そして、2004年には、これまで浜松地域が経験したことがない大規模な「国際園芸博覧会」が開催されます。

つまり、これからの4年間は、この地域にとってイベントを再認識し、また、浜松を街づくりの面でもう一歩飛躍させる大切な時期にもなっています。

その意味で、本日大勢の方にご参加いただき、いろいろ議論されることは素晴らしいことだと思いますし、今後の浜松の発展のため意義あることと期待しています。

イベントの世紀、そして浜松

なぜイベントの時代なのか。どんなことがイベントに期待されているのか。そのためには何をすればいいのか。イベント学会会長の木村尚三郎氏が、今後の「イベント」、これからの浜松について語った。



木村尚三郎氏

イベント学会会長
東京大学名誉教授
静岡文化芸術大学学長就任予定

「思わぬ出来事」「いい生き方」を求めて海外旅行に

静岡県では、2004年くらいまでにざっと15の大イベントが開催される予定です。来年は「世界お茶祭り」や「東海道四〇〇年祭」、2004年には、最大イベントの「国際園芸博覧会」が浜名湖に面した庄内半島で開催されます。このようなイベントに、どう取り組めばいいのか。

今、私たちはモノにあまり関心を持たなくなりました。産業技術や工業製品が成熟して、昭和30年代から40年代にかけての自動車や洗濯機のように、持つだけで全身に大きな喜びと幸せを感じるようなモノがなくなってしまったからです。必要とされるモノはすでに持っており、新製品が出て、今まで使っていたもので我慢すれば特に支障はない。だから、ボーナスをもらうと、モノを買わずに海外旅行に行く。

海外には、その土地ごとの街並み、風俗、伝統などがあります。その土地にしかない「いい生き方」。普通は、これを「文化」と呼び、全世界に共通する「いい生き方」を「文明」と呼びます。明治以降100年間、私たちは「技術文明」「物質文明」などを追求してきましたが、大きな意味で技術が成熟し、それに代わって、その土地にしかない「いい生き方」に大きな関心を示すようになりました。海外でブランド品を買ってくるのは、イタリア製にはイタリアの、フランス製にはフランスの、その土地なりの「いい生き方」が凝縮されているからです。

最近の海外旅行者がジーパンのような汚い格好をするのは、海外の街をブラブラ歩くためです。歩くことで思わぬものに出会える。パンのいい匂いがしたら食べてみる。その土地なりの暮らし、知恵、生き方を学んでくる。

イベントは、もともと「事件」を意味しており、そこに求められるのは、海外旅行と同様「思わぬこと」。驚いたり、楽しんだり、時には悲しんだり、怒ったりする出来事に出会う。今は、モノではなく、そのような「思わぬこと」が求められている時代だと思います。だから、モノが売れず、景気が低迷している。「経済がうまくいかない」「成功できない」。こういう時代に生きていると人々の気持ちは暗くなり、何とかして明るさを取

り戻したくなる。初詣や海外旅行に大勢出かけるし、驚きや楽しみや夢を与えてくれるイベントを求めるわけです。

イベントに課せられた課題

浜松には5月に勇壮にして華麗な、浜松まつりがありますが、みんなの心が明るく幸せになり、同時に明日を拓いていく知恵と活力を生み出していく、新しい祭り、イベントも、今だからこそ必要ですね。世界の人々が浜松にやってきて、買い物したり、食べたり飲んだりして楽しめれば、その中に賑わいが起こり、新しい知恵も生まれるはずですよ。

これまでは、全世界にいかにして安くいいものを沢山供給するかが繁栄の基礎でした。しかし、今のようどこでも同じようなものを同じ値段で売っている時代は、全世界の人を浜松なら浜松に集め、新しい賑わいをつくり、知恵を集めることが繁栄の基礎となるはずですよ。

静岡県はもともとそのようにして発展してきました。東海道五十三次のうち、静岡県には22もの宿場がある。浜松は品川から29番目の宿場です。宿場にはたくさんよそ者が来た。江戸時代には270もの国と言葉があった。薩摩と会津の人間が出会い、「能の言葉」を共通言語として話をしたというぐらい言葉は通じなかった。分からない、気心の知れない人たちと付き合っ交流文化を築き、繁栄してきたのです。そのような歴史の上に、「農業観光」と並び、次代の観光の目玉だと期待される、「工場観光」の資源も沢山あります。さらに海もある。明るさ、暖かさのある海は、不安な人々の心に開放感や安心感を与えます。地中海や南シナ海沿岸など、どの国でも海の近くに人が集まり発展しています。

「モノからコトへ」、「モノから心へ」、そして「モノから知恵へ」。全世界の人が求めているこの3つを満たすのがイベントに課せられた課題です。イベントが起爆剤になって新しい発展が始まる。そんなイベントの時代が、21世紀、あるいは次の1000年ではないかと思えます。豊かな資源をもった浜松が、この大会で、明日への知恵と活力をさらに高めていただければ幸いです。

イベント大学 浜松講座 第④講

パネル
ディスカッション

中心市街地活性化とイベント

現在、浜松市では東地区、鍛冶町など、中心市街地の再開発を着々と進めているが、楽しい町、元気がいい町、また来たい町にするにはどうすればよいのか。



鴨志田厚子氏

(株)鴨志田デザイン事務所
代表取締役
静岡文化芸術大学教授
就任予定

■高齢者も障害者も平等に楽しめる街づくりを

静岡県は今年の4月に『ユニバーサルデザイン推進室』というセクションを新設しました。全国で一番早い取り組みです。街づくりの前提として、まず「ユニバーサルデザイン」の推進があると思います。

これまでは「ユニバーサルデザイン」ではなく、「バリアフリー」という言葉が親しまれていました。もともと「バリアフリー」は、障害をもつ人たちが不自由のないように、街の段差をなくしてスロープにしたり、危ないところには手摺りをつけるといった主にハード面での配慮でした。

友達は階段を上がるのに、車椅子の方は遠回りのスロープを通らなければなりません。「あなたは車椅子だから向こうを回ってください」となるわけです。それは、親切でありながら差別

を感じさせます。

「バリアフリー」が、障害者のためといった発想であるのに対して、「ユニバーサルデザイン」は、障害・健常、年齢、男女などに関係なく、誰もが同じように利用できるという考え方が基本です。設計段階から、たとえば段差をつくらない、適当なところに休める場所を設ける、トイレの扉は外開きにするなど、車椅子の人も自立して活動できるような配慮をした設計・デザインをするといったことです。超高齢社会に向かって、体の機能が低下した人も増加します。障害をもつ人や高齢者の方が、自由に外出して、買い物なども楽しめる。街をつくる時に、そうした思いやりで設計したり、サービスシステムを提供すれば、住みやすく、便利ないい街になると思います。

■街そのものがイベント舞台と捉える発想

海外に行くと、街づくりは「イベント」と「普段の生活の中の制度」と離しては捉えられないという思いを強くします。中でも印象に残っている地域はフィンランドのユワスキュラという町です。とても小さな町で人口は1万人もいないと思いますが、年に1度、5万人以上の人々が集まり、世界的に有名になります。それは『Rally of a thousand lakes』(フィンランドの千湖ラリー)という車のレースが開催されるからです。

町のみんがボランティアで出掛け、交通課の警察官達も一緒に、ラリーの車が通る道にテープを張ったり、周辺の農家に対して、レース当日は農場の一部を解放するよう頼みに行く。大会期間中は、農家の人たちが、観光客にコーヒーとかクッキーを提供するわけです。町を挙げてのボランティアです。

これが日本でしたら、どうでしょうか。ラリーを町にもってこようとすれば、警察の許可が必要です。横浜では、フォーミュラー・カーのレースをやろうとした時も、ル・マンのレースをやろうとした時も反対されて実現しませんでした。

浜松は2輪をつくっている街ですから、街を使ったオートバイレースを開催するとか、映画の舞台に使うとか、街そのものをイベントの舞台として使うことで、世界の人が注目するような多様な創造が生まれるのではないのでしょうか。そのためには、大舞台として、町づくりの段階から、どんな人が集まるどんなイベントを開催するのか想定することも大切だと思います。



コミュニケーター
マリ・クリスティ氏



■必要なのは一言にまとめられる街の魅力

昔、ローマ人には、内政を治めるために「パンとサーカス」という要諦がありました。パンは、生産から福祉まで。サーカスは安らぎや安心までを含んだお楽しみです。その時代時代にあった「パンとサーカス」のバランスがある。今は、パンの時代からサーカスの時代になってきた。

サーカスの一番のポイントは「魅力」。その魅力をもって交流人口を増やそうと、今、世界中が魅力＝アトラクティブネス競争になっています。「文化や歴史、自然など優れた固有の地域資源をどのように掘り起こし、価値を見だし、表現して相手に伝えるのか」ということでしょう。「魅力」とは、一言でいうとコンセプトです。私が小さかった頃は、軍事力があることが魅力で、兵隊がいる街の人は誇らしかった。それが戦後は経済

力で、トヨタや本田があることが自慢だった。

で、今はどうでしょう。それは、一言でいえるコンセプトがある街です。「京都の着倒れ」「大阪の食い倒れ」「神戸の履き倒れ、ハイカラ」。これらの地域では、地元の人の生き方が、地域全体の魅力となって、よそ者も引きつけ、人とモノの交流を生み、産業までをも成している。ところが、「浜松は何なのか」を考えるとうなぎ、浜名湖、凧揚げなどいろいろなものが出てくる。それは、ずば抜けた魅力がないことを意味しています。

魅力とは何であるか。これは一言でいえるコンセプト、9文字ぐらいで言い切る言葉にまとめることです。そのためには、情報を発信する側は目的を明確にし、信念をもたなければならない。特化して絞り込む勇気と決断も必要です。



北本 正孟 氏

イベント学会浜松大会
'99実行委員長
(株)カントリ代表取締役



井関 利明 氏

イベント学会副会長
慶應義塾大学教授

■商店街全体に協力・連携体制を

関東のある小さな町で、こんな例がありました。フランスでの修行を終えたパン屋の息子が本場仕込みのパンを焼き始めたが、隣の陶器屋は狸の置物などを売っているし、向かいの食品店ではティーバックしか売っていない。彼のパンの価値をさらに引き立てる食器も紅茶もないわけです。

商店街の魅力は商業の集積。おいしいパン屋、紅茶専門店、一流の食器屋、いいレストラン、上質な肉屋などが集まって、初めて魅力を放ちます。パン屋の青年は、同級生だった周辺の商店主を、次々に東京のおいしい店につれていったり、料理の講習会に誘ったり、食器についてアドバイスをするようになりました。町の人から誕生パーティーのアドバイスを頼まれば、ケーキ、ワイン、料理を手配する。彼の協力でワインがおいしいレ

ストランもできた。そのうち、彼は、自分の店をパン屋ではなく「コンビビアリティ（共に楽しむ）の店」と呼び始めました。

コンビビアリティの発想は非常に大切です。商店街のお客は共有するもので、うちのお客さんは向かいの店のお客さんであり、向こうのお店のお客さんなのです。ところが元気のない商店街では、うちのお客はだれにも渡さないし、あれは向こうのお客だと思っていたりする。地元の店同士が協力しながら、季節に応じて季節のメニューを提案したり、お年寄りがお買いになったら、必ずお宅に届けたりすれば、東京からやってきた大手スーパーチェーンなどとは比較にならない、いいビジネスができるはず。一店だけがどんなに頑張ってみても、商店街は活性化しないのです。

■50年後、100年後の子孫に誇れる街づくりを

各パネリストの皆さんから、具体的かつおもしろい提言をいただきました。コーディネーターとして、最後に一言感想をいわせていただきます。現在、浜松では中心市街地の活性化が謳われ、東地区には巨大なビルが沢山できつつありますが、そこで重要なのは、私どもの大学も含めて、だれのための、何のための街かということです。現在の土木技術は優れていますから、今建てている建物は、あと50年、100年はもちます。結局、この街を背負っていくのは、子供の世代、孫の世代、曾孫の世代なのです。はたして、50年後、100年後の姿まで、私たちは考えているのでしょうか。

アメリカンインディアンの中に、重大な決定をする時に、7代先の子孫に恥ずかしくないかを判断基準にしている部族があります。戦いをする時、部族が移動する時、この基準に照らして判断します。7代先というと、だいたい200年先です。

私たちには200年先のことを考える習慣はありません。ご先祖様に申し訳ないと200年前のことを考える。未来のことを考えて街づくりをするためには、ご先祖様も大切ですが、7代先の子孫の方が大事だと思っております。本日の先生方の意見も踏まえ、私は私なりに、この浜松の新しい大学で考えてまいりたいと思います。



上野 征洋 氏

(株)コミュニケーション
科学研究所専務取締役
静岡文化芸術大学教授
就任予定

学会員と地元住民が“街づくり”を語ろう

やらまいか街塾

～イベント学 起街家虎の巻～

イベント学会員と地域住民が気さくに“街づくり”を語ろう「やらまいか街塾」が、10日夜、浜松市内の飲食店5カ所で開かれた。

部屋の広さや参加者数など各会場の状況に応じて、会の進め方を工夫。どの会場の参加者も、浜松活性化につながるヒントや人脈を掴み、「街づくりやらまいか!」との思いをより一層強めた。

●「やらまいか」とは?

遠州弁で「やってやろうじゃないか」の意。浜松の起業家精神を表す。

A 会場

都市を売り込め!
浜松発でいかまいか!!

浜松への熱き思いが参加者の心をひとつに!

- 塾長 森下 慶子氏
(株)ケービー代表取締役/イベント学会理事/やらまいか街塾塾長
- 講師 井関 利明氏
慶応義塾大学教授/イベント学会副会長
- 会場 洋風居酒屋 メッド

お店の構造から、一般のお客様との混在を避けるため、約40名の参加者を井関班、森下班に分けてA会場はスタート。「浜松への思い」を参加者一人一人語ってもらいながらの自己紹介から討議を開始。

真剣に語る一人一人の熱き思いが、いつしかみんなの心を一つにし、予定の時間があつと言う間に過ぎ去ったほどの盛り上がりであった。

「浜松らしさという個性は、浜松市民の持つ多彩な力

が組み合わせあって初めて生まれるものである。大いに『イベント』を活用して皆さんの多彩な活力・力を表現していこう」というまとめに、参加者一同あらためて「やらまいか」精神を確認しあつた。



B 会場

まちづくり知恵袋
大学使つてパワー炸裂!

外の寒さを吹き飛ばす参加者の熱気!

- 塾長 上野 征洋氏
(株)コミュニケーション科学研究所 専務取締役
静岡文化芸術大学教授就任予定/イベント学会会員
- 講師 阿蘇 裕矢氏
財団法人日本システム開発研究所 地域・環境計画研究室 室長
静岡文化芸術大学教授就任予定
- 会場 銀座ライオン

「講師や塾長にお説教したり、喧嘩を売るのが大歓迎」。上野氏のユーモアある挨拶から、B会場はスタート。懇親会形式で、約20名の参加者全員と交流を深め合った。ビールでのどを潤しつつ、熱弁を振るい合う姿は、とても初対面同士と思えない。「銀座ライオン」の個室は、終始、外の寒さを吹き飛ばすほどの熱気に包まれた。

会のまとめには、阿蘇氏が「今日の交流を通じて知り合った方々と、かなり面白いことができるのではないかと

という自信がついた」とスピーチ。今後の浜松を活性化させる力が、この会から生み出されることを予感させた。



C

会場

遠州・街衆・みな衆
創れイベント、まちづくり!!

鍋をつつき合いながら楽しい街語り

- 塾長 **木村 尚三郎氏**
東京大学名誉教授/静岡文化芸術大学学長就任予定/イベント学会会長
- 講師 **マリ・クリスティーン氏**
コミュニケーター/イベント学会会員
- 講師 **川口 直木氏**
(株)京都デザイン研究所代表取締役/イベント学会会員
- 会場 **ハートランド**

C会場のレストラン「ハートランド」のパーティールームは、天井が高く開放的な雰囲気。約40名の参加者が自由な雰囲気ですり合える場を設けた。参加者は、木村イベント学会会長ら講師陣と同じ鍋や料理をつつき合いながら、楽しい街語りの時間を過ごした。

鍋をつついての交流にちなみ、川口氏の名司会で「食と街づくり」をテーマに。クリスティーン氏が、飲食店

を核とした海外の都市づくりを例に、「お客様に楽しい時間を過ごしてもらうことが、街づくりにも重要」と発言。さらに、木村氏が「心の灯がともるような店が並ぶ“歩いて楽しい街”を作ることが大切。これらの店々が協力することで街づくりの知恵が生まれる」と結び、会は明るいまのままで幕を下ろした。



D

会場

集客装置の仕掛け方
プロデューサーの思惑とは?

「浜松の街づくりの方向性」を激論!

- 塾長 **北本 正孟氏**
(株)カントリー代表取締役
イベント学会理事/イベント学会・浜松大会'99実行委員長
- 講師 **小松 史郎氏**
(株)三菱総合研究所 社会環境研究センター 集客文化環境部長
イベント学会会員
- 会場 **さむらい**

D会場には、日本屈指のイベントプロデューサー・北本氏と、集客のプロフェッショナル・小松氏が出席。約25名の参加者を2組に分け、「浜松の街づくりの方向性」をテーマにした討論会を開催した。「音楽の街ならば、クラシックだけでなく、ロック歌手も誘致すべき」「よそから誘致するのではなく、浜松から文化を発信しなくては」…。食事を忘れて、激しく意見を戦わせる場面も見受けられた。

「楽器のある生活」「ストリートミュージックに出会う街」と2つのテーブルから結論が出たところで、塾長の北本氏が、ウィリアムスバーグやコペンハーゲンなどの成功例を提示すると共に、「『浜松とはどんなところ?』と海外の人々に聞かれた時、一言で言えるものを、花博開催までに作りあげてほしい」とまとめた。



E

会場

出でよ起街家!
浜松大変身

浜松都市計画の糸口を掴んだタベ

- 塾長 **南條 道昌氏**
(株)都市計画設計研究所 代表取締役/イベント学会会員
- 講師 **望月 照彦氏**
多摩大学教授
イベント学会会員/イベント学会・浜松大会'99実行副委員長
- 会場 **アーシェントタイム**

ガラス張りのアトリウムが印象的な「フォルテ」の八階。ビアレストラン「アーシェントタイム」の別室には、約20名の参加者が訪れた。一つの長いテーブルに全参加者が並ぶと、自己紹介を開始。その後は、料理とお酒を楽しみながら、浜松の都市計画を論じた。

会の締めには、南條氏が「気軽に市民が利用できるスペース」とフォルテを評価すると共に、「場所をどのように使うか計画することが、これからの都市計画」と提

言。さらに「市民がしたいと思う企画を市民同士で詰めていき、実施する。浜松はこうした“やらまいか精神”を持つ街であり、その長所を伸ばせば、素晴らしい街になるはず」と締めくくった。浜松活性化の方向性を示唆され、参加者は決意を新たにされた。



街頭イベント 会場：浜松駅前「ギャラリーモール」 光と音の空間イベント

「街頭イベント」は、「浜松の風物詩的な“地域活性化イベント”を作り上げるトライアル」と位置づけられ、「イベント大学－浜松講座」の参加者を中心に、企画から演出までを分担。「光と音による演出」をテーマに、市民による多様なアトラクションが、4時間半にわたって催された。会場には、学生から家族連れまで、のべ3,500名が訪れた。浜松市民は、地域を活性化するイベントの活力を実感した。

会場の「ギャラリーモール」は、イルミネーションで鮮やかに彩られた



熱がこもる
ロックバンドの演奏



地元高校生によるダンスは、
抜群のコンビネーション



流行のヒップホップダンスも
見せ場を作った

若者の参加が目立ったのも
今回のイベントの収穫



日本の伝統芸能を
現代風アレンジした創作芸能

出店では、甘酒サービスや
風船のプレゼントも



通りかかった市民は、一様に足を止め、
音と光の演出に酔いしれた



イベント大学

講演

イベントと人、人とイベント『人間賛歌』

イベントの基本は人を喜ばせる心。「ロシアの人の喜ぶ顔が見たい」。その気持ちだけで山本氏は「赤の広場のスーパーショー」という壮大な企画に一人で立ち向かった。



山本
寛齋氏

デザイナー
プロデューサー

ロシアへのプレゼントは「赤の広場のスーパーショー」

ロシアが大きく変わろうとする91年頃、日本大使館からロシアでの講演を依頼されました。私がデザイナーということもあり、講演には女性客が大勢来しました。ロシア人の初対面の印象はよく笑うこと、それにおしゃれで元気。話で聞いたロシア人像と実物は全く違う。ロシア人を一発で好きになりました。そこで、彼らに何かプレゼントしようと思いついたのがスーパーショーです。

バレエやオペラをはじめ高い文化を持つロシアに、文化モノよりも食料をあげた方がいいという意見もありましたが、もっと生活の中に入り込んだ大きなイベントをプレゼントしたいと思ったのです。スーパーショーは、国内でしか開催したことはありませんでしたが、2晩の電気代だけで2000万円もかかりました。規模がお分かりになるでしょう。それを赤の広場でやろうと思ったのです。そのためにやったことは3つ。1つ目は、赤の広場をどうやって借りるか。2つ目はお金の工面。3つ目は演出家としてどんな内容に組み立てるか。

一般国民ですから、赤の広場を借りるのは、政府間交渉になります。外務省に行ったり、モスクワに行ったり。モスクワには7回ぐらい行き、文化大臣や市長さんに会ってお願いして、やっと許可が出たのが8ヵ月目でした。ショーにはざっと2億円ぐらいかかるので、大手広告代理店に協力を依頼していましたが、赤の広場の使用許可が下りた頃に断わってきたのです。理由は日本がロシアを好きじゃないこと。シベリア抑留や、北方4島の問題もある。日本の商社が売掛金を回収できなかった話とか、いつ使用許可がひっくり返るか分からない等々、いろいろな言い訳をされました。

自分で資金を集めるしかなくなり、新聞に大きな広告を出している企業に手紙を送りました。普通の手紙ではインパクトはない。秘書が手紙を開封した途端に、社長さんに持っていきようにし向ければなりません。そこで画用紙をカラージュした便箋に、赤やピンクの文字で書かれたすごくきれいな手紙をつくりました。すると7割くらいから、会ってもいいとの返事がくる。そのうち

「お金を出してもいいですよ」となるのが3件ぐらい。約1年半、毎日手紙を書き続けました(笑)。

さらに、あらゆるシンポジウムや講演会などにも出席して寄付をお願いしました。「いったい何しに来たんだ、帰れ」なんて言われたこともあり、焦燥感で、悪夢を見て熟睡できず体重もどんどん落ちていった。じゃあ、なんで頑張れたのかというと、ロシア人がさらに好きになったという一言につきるんですよ。当時48歳。何か1つの目標に向かってこんなに必死になって取り組んだことは初めて。なんとか資金も集まり、1年8ヵ月後に赤の広場でのショーが実現したわけです。

ロシアの新聞見出しに踊った「50年ぶり」の文字

お客さまは12万人。ロシアの方たちの喜ぶ姿を見て「やって良かったな」と思いました。翌日の新聞には、「ドイツのナチスに勝って以来50年ぶりの大きなショーだった」という見出しが踊りました。「こんなことをやっているデザイナーは私しかいない、体力と知力がある限り挑戦していこう」と決め、2年後にベトナムで、さらにその2年後にはインドで大イベントを開催しました。協力企業も増え、お金もより多く集まりました。ベトナムにはファッション学校がなかったので、そのお金と私のヘソクリで、現地の芸大にファッション科を設立しました。

お金儲けにはならないけど、6年間幸せな日々を送らせてもらったと充実感が体の中に満ち満ちています。思いつきから大イベントができて、多くの人に日本への理解も深めてもらう。いいことをさせてもらったと感じるんです。

今年は「ハロー・ジャパン・ハロー21・イン・ぎふ」と名づけて8月26日と27日に青春期を過ごした岐阜で、街の活性化のために、大イベントを行います。日本ではやはりお金がかかるので、ボランティアで参加したいという県民県外の方の協力を広く募って実現しようと思っています。

何か自分もやってみたい、寛齋さんと一緒にスーパーショーを創りたいという方は、ぜひ「ウエルカム21シンボルイベント実行委員会」(電話番号は058-296-0872)まで。

起街家シンポジウム

イベントによるまちづくりには、「起街家」の存在が不可欠だ。起街家シンポジウムでは、オープニング映像＋ミニフォーラム、基調講演、パネルディスカッションの3部構成で、「起街家」を考えた。



多摩大学教授
望月 照彦氏

基調講演『起街家時代を拓く』

街づくりとは何だろうか。何をすればいいのだろうか。

今年の大会のテーマであり、また、街づくりの本質でもある『起街家』について語った

今年の大会のテーマは『起街家』です。耳慣れない言葉ですね。それも当然、実はこの大会のためにわれわれが考えた大会のテーマなのです。

浜松はもともと人が交流するコンベンション都市でした。そこでは情報や人間やお金やいろいろなものが交流をする。浜松というのは次の世紀を生み出す、新たな人間と情報創造の苗床になる風土を持っているのではないかと思います。

21世紀の新しい人間が浜松から出てくるのではないかと期待するわけです。

今はグローバルな時代と言われています。しかし、地球時代だからこそ地域を大事にして個性的な街を作っていかないと、そこで生きているというアイデンティティが生まれません。次の千年紀には、地域を元気にする人間、地域を引っ張っていく人間の登場が必要だと思います。

浜松には、街を作り出す『起街家』を育てる土壌と必然があると私たちは考えたわけです。

今、政府をあげてベンチャービジネス、あるいは中小企業創造が支援をされています。しかし21世紀はそういうビジネスだけでいいのでしょうか。

地域の個性を磨いていくには地域固有の文化がなければなりません。文化の問題をどう考えるのか。文化だけではなく、環境も重要なテーマになります。

単純にビジネスを起す起業家の時代は20世紀で終わったのではないのでしょうか。これからは文化や人間や環境というものを全部抱え込んでいる街そのものを考えていく必要があります。

企業の第1の意味というのは、コミュニティを起点にするということです。地球を考える時に、いきなり地球から考えることはできません。自分の足元から地球をどう守るか。まさに自分が立っている街、コミュニティそのものを起点にするという起街が必要なのです。

今までは「まちづくり」と呼んでいました。しかしまちを作るためにどうしたらいいのでしょうか。

街の歴史や文化や風土というものを起すということがまちづくりの本質ではないでしょうか。

浜松は日本の風土の中でも極めて優秀な起業家を次々に輩出した歴史があります。本田宗一郎さん、神話の人ですね。ヤマハやスズキというのたいへん頑張っています。ホトニックスというベンチャーも全世界を制覇するような技術開発をしています。

こういう風土だからこそ、未来に向かって大きな地域おこしが可能になる。21世紀の浜松は「起街家都市浜松」と呼ばれるようになるのではないかと、私はそんな期待をしています。

私は9月にアメリカの地方の都市を回って来ました。アメリカは今、非常に元気です。理由はいくつかあって、金融システムがうまくできているとか情報産業が活性化しているとかが挙げられます。しかし、私が特に感銘を受けたのは地域社会が非常に元気なことです。これがアメリカの元気を支えるいちばんのベースにあるなと思いました。

一方、浜松では昨年から今年にかけて中心市街地活性化をテーマに研究会が開かれました。なぜそういう研究会ができたかということ、浜松の中心部のコミュニティが元気がないからなのです。これは浜松に限った話ではありません。日本全体の地域社会に力がなくなってきています。

テネシー州に人口15万人のチャタヌーガという街があります。60年代、チャタヌーガは重化学工業で非常に発達しました。しかし、環境問題や日本製品の追い上げがあり、80年代には見る影もなくなりました。

当然、行政も市民もどうしたらいいか、頭を悩ませました。ところが80年代半ばになって、市民が街を再生させようという運動を起しました。これがチャタヌーガベンチャーという組織なんです。

これはNPO、民間の非営利組織で、女性が中

心となって運営しています。

そして市と一緒にチャタヌーガ2000というプロジェクトを立ち上げました。2000年までに具体的にできる400プロジェクトを展開しようという試みです。

有名なところでは、凋落をしてしまった中心市街地に電気バスを通す企画を実現しています。電気バスですからCO₂を出しません。環境にいいバスを作ろうというわけです。ただし、当時は世界のどこのメーカーも電気バスなんて作っていませんでした。

そこで92年に、現地の企業に勤めていた技術者が軸になってチャタヌーガバス製造株式会社を作り、これが評判を呼びました。結果として市民起業家たちがつくった電気バス製造株式会社が世界で有数の電気バスのメーカーになったのです。

こうした試みは、大手自動車メーカーを抱える浜松なら十分に可能であったと私は思います。

私は起街家の条件としていくつかあると思います。まず起業家としてのセンスです。

滋賀県の長浜に黒壁と呼ばれている土蔵が残っていたのですが、これを不動産屋さんが買ってマンションを造ろうとした。これは大変と笹原さんという方と若い人たちがお互いに金を出し合ってこの土蔵を買い取った。そして土蔵を使ったガラス産業を展開をして、今では先進的な意味でのまちづくりの成功例になっています。

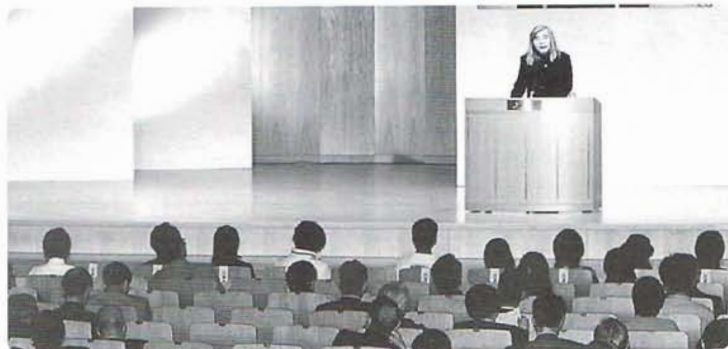
笹原さんは父親の倉庫会社を受け継いだのです

が、当時は3億円の売上だった。それを数年で15億円に伸ばしたんです。経営者として非常に優れていたわけですね。起業家としての才能は欠かせない。

その上でイメージングの能力です。ウォルト・ディズニーが言ったのですが、人々を楽しませるためにはイメージをエンジニアリングするような能力がなければいけません。そういう能力が必要になります。

さらに自分の考えを人に伝えるコミュニケーション能力、そして組織作りをできるオーガナイズ能力。イベント性を持たせる総合的な力も不可欠です。

私は静岡県に世界で最初の起街家立県になってもらいたい。静岡県のすばらしい町や村が、街の起街家によって村や町のオリンピックができる、そんなイベントを私はイメージしています。



オープニング映像＋ミニフォーラム

起街家シンポジウムは、次代を担う若者の“イベントへの思い”から幕を開けた。

オープニング映像では、浜松の街や人々の映像と共に、“人生におけるイベントの必要性”を、参加者に訴えかけた。

この映像は、映像監督の杉本信昭氏の指揮のもと、地元の大学生と専門学校生が3ヶ月以上かけて制作したものだ。上映後、制作スタッフと、井関イベント学会副会長によるミニフォーラムが行なわれた。

「最初は興味を感じなかったが、ファインダーを通すと、見慣れているものが違って見えた。すべてがイベントのように面白く感じられた」

学生が感想を述べると、井関氏は「イベントとは、このように、見慣れたものに新しい意味づけをすることではないか。イベントは決して壮大で

なくてもよい。こうした小さなイベントへの思いが、まちづくりにつながる」とまとめた。

最後には、学生スタッフが「これを機に、再び映画を制作します」と宣言。彼らの若い力が、これからの浜松を担うことを確信する瞬間だった。



21世紀の文化発信都市へ

イベント性の有無が繁栄の鍵を握る時代。

それでは、どんなイベントが求められ、どんな課題があるのだろうか。

◆パネリスト (敬称略)

猪口 邦子

上智大学教授
JCCB(日本コングレス
コンベンションビュ
ロー)会長

木村 尚三郎

イベント学会会長
東京大学名誉教授
静岡文化芸術大学学長就任予定

鈴木 重子

ジャズ ヴォーカリスト

南條 道昌

(株)都市計画設計
研究所代表取締役

石川 嘉延

静岡県知事

◆コーディネーター

山本 肇

NHK解説委員
(財)静岡県文化財団副理事長



木村 尚三郎氏

山本 今回のシンポジウムでは、イベントとまちづくり、都市づくりの接点で起こる課題と将来像を皆さんと一緒に探ってまいりたいと考えております。まずパネリストの皆さんに、どんなイメージをイベントに抱いているのかを話していただきたいと思ひます。

木村 21世紀は都市の時代だと思ひます。いままでと違って都市の繁栄が国を支える、そういう時代が来ると思ひます。寄り合い都市とか、出会いの都市、あるいは千客万来都市、など、さまざまな内外の人が集まって、知恵を出しあうのが21世紀の都市の姿ではないでしょうか。その呼び水の役割がイベントと考えています。

猪口 私にとってイベントは、日常生活にメリハリをつけるチャンスです。もう1つは、男女が一緒に何かをする場。日本では仕事でも生活でも、男女別行動が多すぎるので、特に有意義だと思ひます。また、日常にある日本の文化を保存して、発展させていくための大きなチャンスと考えれば、イベントの機能はたくさんあるかと思ひます。

鈴木 浜松というお祭り好きなこの街で育ったせいか、歌を歌う仕事につきました。私にとっては毎日がイベントというような日常になってしまったわけです。そうなりますと、日常の生活の方が私には逆にイベントのような気がしています。日常あつてのイベント、イベントあつての日常なので、そのバランスも大切なのではないかと思ひます。

山本 毎日がイベントという鈴木さんのご発言なかなかおもしろいですね。それでは石川知事、お願ひします。

石川 どうしたら静岡県が活力を維持していけるか。時代の動向や静岡県の特性を考えると、お祭り、もしくはイベントがいけるんじゃないか。そう考え、知事に当選して以来7年間、イベントに取り組んでいます。今年も大小取り混ぜて10を超えるイベントをやりましたが、いずれも大ヒット

し、手応えも感じております。

山本 どうもありがとうございました。私がNHKにいた時、イベントは報道の対象でした。グランシップの館長としてイベントを開催する立場になると、お客さんに楽しんでもらうと楽しいんです。イベントは心と心を結びつける接着剤なんだと実感しています。

歴史とイベントの関係

木村 伝統文化はとても身近なところから失われていきます。昔は地域全体がたいへん静かで、そこで金魚売りの声とか、チャルメラの音が聞こえていました。今、静かな環境の中で声を出し合うことに、大きな魅力を感じます。

富山の高岡では、万葉集を市民1人ひとりが2首ないし3首、3日2晩夜となく昼となく歌い継ぐということを10月にやっています。夜中でもだれかが聞いているわけです。それを通して市民には高岡に住む自信とか誇り、市民同士の連帯が生まれております。たとえば1日完全に車を街からシャットアウトして、昔からの鐘の音とか、昔からの人の声、こういったものがよく通るようにしたら、それ自体が大イベントになると思ひます。

猪口 国際政治では、イベントや国際会議、コンファレンスなど人が集まる場は重要です。国際関係は基本的に人間関係です。グローバルイゼーションの中で重要なのは、人間でも国でも街でも個性でしょう。それは、自分の歩んだ道、歴史の中からしか出てこない。歴史から個性をどう獲得するかという

ことは非常に重要だと思ひます。

南條 街には街ごとの歴史がある。いくらいい街があつても、それをまねしてもしょうがない。浜松は工業の街ですから、その特色を活かした到達点があるはず。そのためにはどうしたらいいか。それを考えるために歴史を学ぶ必要があると



猪口 邦子氏



山本 肇氏

思います。

行政主導か、住民主導か

山本 次は、イベントは一体だけれど、何のためにやって、どういう効用があるのかを考えてみたいと思います。行政主導か、住民主導かでは単純に割り切れないイベントがいくつもあります。

南條 私の結論は1つで、行政と市民、その協調がないかぎり、イベントにならないと思います。お金の面でもエネルギーの面でもみんなそうだと思います。

木村 イベントには、全身で驚いたり喜んだりする仕掛けがほしいですね。それには、場を提供してくれるところが必要で、行政の役割は小さくありません。でも、一番大切なのは、心底楽しみたいという主体の気持ちではないかと思っています。

鈴木 そうですね。私がステージで歌う時、私が楽しくなければ、お客さんは楽しくないだろうなとも思います。やることそれ自体が純粋に自分のためになるという楽しみ方が大事なんじゃないかなと思います。山本 行政サイドとしては経済効果も当然考えなくては。そのあたりをお聞かせ下さい。

石川 今の日本経済の長期不況の原因は、国民の消費支出が動かないこと。これを動かすために、小売商業分野でもイベント性を盛り込むことに努力している。その一番最新の成功例は、東京・臨海副都心のヴィーナズフォート。行政も、イベントの経済政策に占める意味を大いに認識すべきだと思うのです。何か感動するかもしれない、それを予感させるものを仕掛ければ必ず人がワッと集まってきて、お金を消費してくれる。これが、成熟段階に達した経済を動かす機動力になると思うのです。今静岡県では、経済対策で公共投資とかいろいろやっていますが、イベントにもすごい波及効果がある。ここにもっと着目して、企画にも知恵を絞り、大いに各地でイベントを次から次へやっていこうと思っています。

山本 経済的効果というお話がありましたが、猪口さんはJCCBの会長さんもやっていて、コンベンションを中心としたイベントの仕掛けにも携わっているわけですが。

猪口 JCCBの活動は、主として国際的な会議を世界から誘致することです。会議をきっかけに海外から来た人に日本を知ってもらう。それが平和への礎になると思っています。けれども、コストの問題が常にある。だから、本来は関わる市民がある程度負担するべきでしょうが、行政が関わることはありがたいし、活動の価値を社会も認めることになると思うのです。

山本 最後に、21世紀を視野に置いた時、何が求められるのかを考えてみたいと思います。

南條 イベントの原点は、なにかの形で競争をする、コンペティション的なものですね。しかし一方で交流、自分たちがそれまで知らないものと出会うことがある。ハレの場、みんなに注目されるというような場をつくることも不可欠な要素ですね。反対にしみじみとした喜びもあっていい。

本来のイベントはこの4つのバランスでしょう。ただ、今まではこのうちのどれか1つに突出したものはなかった。今後は4つの要素を自由に組み合わせる多様なイベントが発案されなければいけない。マニュアル的な考え方を打ち込むというのはやめた方がいいと思いますね。

猪口 コンピュータを利用すれば、イベントの情報を世界中に発信できます。交通が非常に発達しましたから、イベントの品質が高くなればなるほど、その水準に魅了されて広範囲から人が集まる。イベントをきっかけに、定住する人も出てくるでしょう。平凡ですが、「20世紀は対決の時代」。それに対して「21世紀は交流の時代」だと思います。木村 昔の人の街作りは、美しく機能性に富んでいました。花もあれば実もあった。しかし戦後、機能性は取り入れましたが、花のほうは忘れられてしまったのです。これからは昔の知恵を今日に活かす、「モノから知恵へ」の時代が始まろうとしていると思います。次の時代の価値観とか生き方に深く関わるようなイベントが期待されます。鈴木 私は、日常生活をきらめかせるイベントというようなものをこれから私自身も演出できたらいいと思います。

山本 どうもありがとうございました。木村先生がおっしゃった「モノから知恵への時代」、あるいは、猪口先生がおっしゃった「対決の時代」から「交流の時代」に。こうした大きな視点で、新しいイベントを考えていくことが大切なのですね。



南條 道昌氏



石川 嘉延氏



鈴木 重子氏



業を起こすのが「起業家」であれば、業を育てる街をつくるのは「起街家」。

これからは「起街家」が大切な時代である。

イベント学会では、昨年9月から今年1月にかけて、「起街家」育成の苗床となる「イベント大学浜松講座」(5回シリーズ)を開催した。その内容を報告する。

(第4講についてはP4~5で紹介)

第1講

9月24日(金)

地域活性化とイベント

■講師 望月 照彦氏 多摩大学教授

地域活性化のために、なぜイベントが重要なのか。なぜ「起街家」が必要なのか。第1講では、イベント大学のテーマ「起街家」とイベントが必要になってきた背景について、「地域の時代」「グローバル時代」「地域が宝の時代」「柔らかい都市の時代」「365日楽しい生活をする時代」等のポイントに分け、それぞれ国内外の豊富な事例やスライド上映等を交えて分かりやすく解説した。

たとえば、自動車から自転車へとライフスタイルを変えることを「イベント」にして、世界の自転車の首都を狙うカリフォルニアの街・デービス。毎日楽しく過ごすために、食事やインテリア等にお金をかけ、また地域社会の文化や商業施設を充実させる反面、ディズニーランドの人気がさっぱり出ないフランス人のライフスタイル。大

学生の企画で始まり、現在では年間200万人も集める大イベントに育った北海道YOSAKOIソーラン祭等々。

いずれの話も具体的で「イベントによってコミュニティが元気になる仕組み」「どんなことでもイベントになりうること」「ライフスタイルが変わればイベントの中身も変わる」といったイベントの企画の方向、役割などがよく分かった。イベントが増えれば、大量のイベントプロデューサーが必要になるし、金をかけないイベントにも知恵を絞らねばならない。

街の役割、住民と街とのかかわり方、そして浜松における「起街家」の必要性が、日常感覚で理解できる講義だった。

第2講

10月8日(金)

イベントのマーケティング・アプローチ

■講師 西川りゅうじん氏 (株)レゾン 代表取締役所長
マーケティングコンサルタント

学生時代から、イベントに関わり、現在では小室哲哉、坂本龍一、ドリカムなど5万人、10万人規模のコンサートなどを手がけてきた西川りゅうじん氏は、自身の成功例・失敗例も織り交ぜながら、現場感覚のイベントの法則を示した。映画のエキストラの募集告知を派手にやったら、当日、数万人の野次馬が押し寄せ町が大パニックに陥った学生時代の失敗談、コンサート中に子供を産んでしまった女性の話、「のらくろ」しか知らない世代の町で「ゲゲゲの鬼太郎」街起こしが成功した話、ストリート・ミュージシャンやダンサーなどをうまく組織化して、明るく賑わいのある街に生まれ変わった柏市…。いずれの事例も示唆に富んでおり、イベントを開催する時は「どこまでの

事故を想定しなければならないのか?」「住民を参加、協力させるためには?」「お金をかけないためには?」「イベントのポイントはどのように絞るのか?」が手にとるように分かった。

西川氏によると、イベントで大切なのはのナンパ、コンパ、ハンパの「3パ」主義。つまり、「男女の引き合い」、人が集まるところにさらに人が集まる「人の引き合い」、初期のビートルズのように、これから文化になるか、そのまま消えてしまうか分からない段階の「ハンパ」。この3つに人は猛烈に引きつけられるそうだ。

これからは「評論家」ではなく「行論家」の時代。理屈ばかり言わずに、まず実行することが大切だと締めくくった。

第3講

11月19日
金

商店街の活性化の事例研究

■講師 **近澤 弘明氏** 協同組合元町SS会理事長(横浜)
(株)近沢レース店 代表取締役

街づくりで有名な横浜元町。近澤氏は、その理事として、街づくりの二期目と現在進んでいる三期目にかかわっている。本講の前半は、自身の体験談を中心に、商店街活性化の具体策を述べ、後半では、スライドで、御神輿を担ぐための偽券まで出回る人気の三社祭など全国のイベントの成功例を、楽しい解説を交えて紹介した。

商店街活性化の成功条件は、みなが危機感をもつこと、競争があること、そしてコミュニティが存在していることだという。元町は、実は立地的に不利なところであり、危機感は持ちやすかったが、個々の店が街づくりのために出資するほどにまとめる苦労は並大抵ではなかったそうだ。道幅を広げるのになんと20年以上も費やしたという。

商店街を構成しているのは、我が道を行く社長

ばかり。そこをまとめるには、子供の頃からお互い知り合いであったり、しばしば飲みに行くといったことが大切だが、外部の人を積極的に受け入れ競争を促進していくことも欠かせない。また、高級路線から、大衆路線まで多様なクラスの店が揃っていることも集客には大切だという。たった600メートルの元町に、美容院は50軒、アクセサリー店は10軒もある。それが、街に厚みをもたせている。行政に対して権利を行使していくためには、自分の店と同じ選挙区に住むことも重要だそう。

イベントも、商店街と同じで、仕事を放り出し、金にならないことを夢中でやる人がいるかどうかにかかっているという実体験を織り交ぜた話は、説得力と迫力があつた。

第5講

1月21日
金

イベント展開と仕組みづくり ~市民のイベント時代~

■講師 **淀野 隆氏** イベントプロデューサー

イベント大学浜松講座の最終講義では、様々な事例を教材に、イベント展開や仕組みづくりについて語られた。まず、淀野氏と同じ1937年4月生まれのプロセイン・文鮮明・阿久悠、それぞれが仕掛けた壮大なイベント、また、新聞記者時代のノーベル賞や東京オリンピックなどの取材体験などを織り交ぜながら、イベントの本質は「ある目的を達成するために、人間、企業、団体等が人為的に行うこと」と説明。現在イベントが必要とされている理由は、「地域間競争の時代への転換」「駅前文化の歴史」「マーケティング競争の変化」などから、多面的に分析した。イベントを外部から呼んでくる誘致型、地元にお祭りを作り出す開発型、空海が企画した大文字焼きのように全く新し

いものを創造する創造型、の3つに分類し、生活の知恵を活かした海外事例を紹介したり、イベントプロデューサーならではの観察眼が随所に現れていた。

また、浜松に対して楽器生産の都市から出てきたコンセプト「ハーモニー都市」を提示。ハーモニーのHは浜松、AはACTIVE、RはRESORT、MはMOVEMENT、OはOPERATION、NはNETWORKING、YはYEARも意味している。今年をハーモニー計画の年にし、「音楽のハーモニー」「施設のハーモニー」等、町の特色をハーモニーの枠組みで紹介すれば、浜松に「ハーモニー」という固有名詞がつく。企画立案のヒントが随所にちりばめられた講義だった。

イベント大学最終日に、受講生から二つの報告があつた。一つは、「都心にぎわい市民会議」の中に、浜松から「起街家」を発信していくための部会をつくること。もう一つは、鍛冶町通りの「歩行者天国実行委員会」が、西川氏のアドバイスをヒントに名称を「にぎやかし応援団」に変更し、3月20日にさっそく「浜松ダンスカーニバル」をメインにしたイベントを企画した。イベント大学の精神は、浜松に根をおろし始めたようだ。

2000年度 イベント学会活動予定のお知らせ

2000年度の研究大会、総会、年次大会をつぎのように予定しています。

日程をお繰り合わせの上、ぜひご参加下さい。

(その他の活動予定については、総会においてお諮りします)

2000年度イベント学会研究大会・総会

■全体テーマ：「デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性」(仮題)

■日時：2000年6月23日(金)10時30分～18時

■会場：東京都千代田区神田駿河台3-11-5 中央大学駿河台記念館

■プログラム：①研究発表(発表時間30分・質問時間10分)

②総会

③懇親会

■発表申込み：①発表を希望される方は、事務局に発表要項・申込書をご請求の上、5月10日まで(必着)に申込書をご提出下さい。

②発表は、全体テーマに即したものでなくても差し支えありません。ただし、発表内容や方法が研究大会の趣旨にそぐわない場合や、準備の都合上、対処しかねる場合は、お断りすることがあります。

■アンケート：全体テーマ「デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性」について、自由なご意見をお寄せ下さい。テーマ・アンケートとしてまとめ、研究大会当日、参加者にお配りする他、会報イベントロジでも一部をご紹介する予定です。アンケート応募は、A4判タテ・横書き40字×40行2頁以内、署名入り原稿とし、5月31日までに事務局研究大会担当宛てにお送り下さい。

■参加登録者：会員には5月20日頃プログラム内容をお知らせし、5月末までに参加登録をしていただきます。

■会費：個人会員・自治体会員・法人会員は、参加者1名につき5,000円、準会員は1,000円とします。

2000年度イベント学会年次大会

■名称：「イベント学会大会'00-大阪」(仮称)

■日時：2000年12月15日(金)～16日(土)

■会場：大阪市

■その他：大会要項は2000年度イベント学会総会で諮る予定

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・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。

■発行人/木村尚三郎 ■編集人/藤江俊彦 ■発行日/2000年3月

EVENTOLOGY No.5 2000

■発行所/イベント学会事務局 〒102-0082 東京都千代田区一番町13(一番町法眼坂ビル1F)
TEL(03)5215-1680 FAX(03)5215-1716