

- イベント学会 2000年度研究大会
「デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性」
開会挨拶 木村 尚三郎 イベント学会会長 —1
- 基調発表
「イベント環境としてのデジタルネットワークの
現状と未来」 長谷川 文雄 —2
- 「観客流動シミュレーションによる博覧会会
場計画の評価」 小松 史郎 —3
- 「インターネットを活用した地域イベント」
田邊 大輔 —4
- 「インターネットとイベントの相性」～イベント
の告知から効果測定まで～ 宮本 宗治 —5
- 「インターネット博覧会(インパク)からみたグ
ローバル・イベントのあり方」 田中 秀範 —6
- 「IT活用による会議イベントの革新の検討」
犬塚 潤一郎 —7
- 「ITを利用した商店街の活性化」～事例報告～
小林 彰 —8
- シンポジウム
「デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性」 —9
- お知らせ —10

2000年度 研究大会

デジタルネットワーク 時代における イベントの可能性

2000年6月23日(金)、第2回研究大会が中央大学駿河台記念館で開催された。今回のテーマは「デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性」。ITの進展によって、社会をとりまく環境は急速に変化している。イベントはどのように変わっていくのだろうか。大会では、研究発表とシンポジウムによって最先端の動向を探り、今後を予測した。

開会挨拶 イベント学会会長 木村 尚三郎

今年の5月にシチリアに半月ほど滞在したが、交通の便が必ずしもよくないこの島に、さわやかさ、明るさ、楽しさを求めて世界中から大勢の人が訪れる。フランス、スペインなども同様であり、経済を活性化させている。シチリアにも素晴らしい美術館、博物館があったが、人は、この「ためになる楽しさ」を求めて旅に出る。デジタル化、IT革命がこのような動きを促進し、イベントの中身を「ためになる楽しさ」に変えて、私たちの五感に元気や様々な楽しさを与える助けができるなら、21世紀は素晴らしい時代になるはずだ。



プログラム 司会:望月 照彦 研究大会実行委員長 / 多摩大学教授

10:00	開会挨拶	木村 尚三郎 イベント学会会長
10:40	基調発表	『イベント環境としてのデジタルネットワークの現状と未来』 長谷川 文雄 東北芸術工科大学副学長
11:15	研究発表	『観客流動シミュレーションによる博覧会会場計画の評価』 小松 史郎 (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
12:45		『インターネットを活用した地域イベント』 田邊 大輔 (株)地域生活総研バリーオ代表取締役社長
13:20		『インターネットとイベントの相性』～イベントの告知から効果測定まで～ 宮本 宗治 (株)博報堂 事業カンパニー市場管理部長
13:55		『インターネット博覧会(インパク)からみたグローバル・イベントのあり方』 田中 秀範 (株)電通 プランニング・プロデュース局次長
14:30		『IT活用による会議イベントの革新の検討』 犬塚 潤一郎 リベラルアーツ総合研究所代表
15:05		『ITを利用した商店街の活性化』～事例報告～ 小林 彰 (株)CSK EC事業本部 eコミュニティプロジェクト部長
15:50	シンポジウム	『デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性』 コーディネーター:長谷川 文雄 東北芸術工科大学副学長 シンポジスト:研究発表者の6氏
17:10	2000年度 通常総会	議長:井関 利明 イベント学会副会長
17:50	懇親 パーティー	中央大学駿河台記念館1階レストラン「プリオール」

イベント環境としてのデジタルネットワークの現状と未来

長谷川 文雄氏 (東北芸術工科大学 副学長)

日本のインターネット人口は、この1年間で約1000万人増加し、ついに2700万人を突破した。デジタルネットワーク化の進展によって、イベントの位置づけはどのように変わっていくのだろうか。

デジタル社会のイベントを 考えるため3つの概念

コンピュータの処理能力は、1年間に4倍、10年間でおよそ100倍の勢いで進化を続けている。新幹線で例えれば、3時間かかっていた東京-大阪間の移動時間が、10年後には2分弱に短縮されるぐらいの変化だ。それだけではなく、小型化、軽量化、低価格化も凄まじい勢いで進んだ。移動しながらどこからでもアクセスできるモバイル環境も日常的になった。

このようなデジタル社会の中で、イベントというものを考える時、私が注目する原点は、カール・アラブットの提唱で1996年に開催された『インターネット・エキスポ』である。最初は、インターネットの開発に協力した人々の肉声や映像を、「今週のハイライト」としてインターネットで流す予定だったが、議論を重ね『インターネットエキスポ』という概念ができた。日本の企業も多数参加し、最終的には約500万人の人間が参加した。

このイベントの中に、重要な3つの概念が含まれているのではないだろうか。それは、「パビリオン」と「イベント」、「場所」だ。「パビリオン」とは、架空の物、通常でいうホームページなので、原則としてだれでも自由に参加できた。そのような公開制が、「パビリオン」という概念に込められている。また「イベント」は、インターネット上でライブで行われている催しものを意味していた。例えば、私がここでしゃべっている模様を、インターネットを通じてライブで送れば、今、ここで起こっていることを世界中でみられるし、ネットワークを通じてライブに参加もできる。つまり、ネットを通じてライブを世界中で共有することを「イベント」と呼んでいる。3つ目の「場所」という概念は、現実の場所があるということだ。つまり、ネットワークの中で全て完結するのではなく、それに関連した催しが、イベント会場などのリアルな空間でも行われるのである。1996年当時に観察された、この3つの概念は、インターネットを使ったイベントを考える時に、非常に重要な視点になるのではないだろうか。

デジタルネットワーク社会と イベントの未来

ネットワーク化とリアルな空間の関係には、次の4つがある。まず、第1は「代替」。本来、その場所を訪れるところを、ネット上で完結させることで、小売店のオンライン・ショッピングなどがこれに当たる。2つ目は「補完」で、会場

やキャスティングの急な変更など、リアルな空間で当日変わるような情報を即座に細かく伝える機能だ。3つ目が「相乗」。『インターネットエキスポ』のように、ネットワーク機能とリアルなイベントが、互いに影響しあって参加者が膨張していくようなケース。今後、イベントを考える上で、非常に重要な概念になっていくだろう。最後が「制御」で、インターネットとセンサーの組み合わせ等によって、実際の会場のゲートの開閉を調整し、人の流れを変えることで待ち時間や混雑を緩和させる機能だ。

こうして考えると、イベントから見たデジタルネットワークの特徴は7つあげられる。第1はインターネットは通信ではなく、自己増殖できる「非階層構造のオープン型ネットワーク」。また、見るだけではなく、情報発信もできる「双方向機能」を備え、空間、国境を越えたコミュニケーションが可能な「グローバルネット」である。さらに、自分の都合に合わせてアクセスできる「時刻からの解放」をもたらし、どこにいてもコミュニケーションに参加できる「非トポス性」、移動中にもアクセスできる「モバイル性」も備えている。7つ目が、世界中の人が、同時にアクセスできる「同時性」だ。

ネットワーク社会が日常的になるにつれ、常時イベントが可能になり、「イベントの日常化、日常のイベント化」が進むだろう。ネットを通じて、情報量が増えれば、それを五感で再確認してみたいという「情報体験の現実体験化」としてのイベントが活発になる。情報過多に陥れば、自分の原点を再確認する「世界観のキャリブレーション機能」としてのイベント、個性化、多様化の進展で、バラバラになった個々の孤独感を埋める「共通認識の実証の場」としてのイベント、そして、臨死体験のような、リアルな世界では体験できない「非現実世界の体験」をするためのイベントが考えられる。



(はせがわ・ふみお)

1948年生まれ
1974年 電気通信大学大学院
1986年 東京大学工学博士

●主な著書・論文
「マルチメディアが地域を変える」
電通1997年
「建設業マルチメディア革命」
清文社1997年
「アメリカのシンクタンク」(翻訳)
ダイヤモンド社1997年

観客流動シミュレーションによる博覧会会場計画の評価

設計者の主観で作られてきた博覧会会場に、人の流れを客観的にシミュレーションできるツールを持ち込み、会場計画の欠陥を見つけることが可能になった。開発支援ツールや総合評価システムとしても期待できる。

客観的に評価するツールの開発



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

博覧会会場は建築家とランドスケープデザイナーの裁量で作られてきた。美しさや快適さを基準に彼らは会場をデザインする。そのため、主催者側は、実際に観客がどのように会場内を移動（流動）するかは経験則に頼るしかなかった。

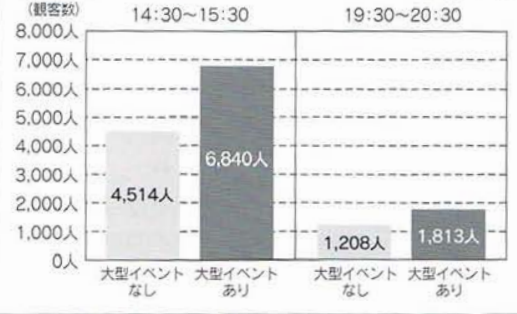
会場計画を効率良く行うためには、直感や経験に頼ってきた観客流動を数値化し、シミュレーション可能なツールを開発する必要がある。70年万博以降、こうしたツールの研究は進められ、現在ではコンピュータが高性能化・低価格化したため、汎用レベルに達している。会場計画を立てる際もっとも大きな要素は、どういう順番で観客は施設を回るのかということである。そこで、観客の行動原理は「施設の魅力に比例して施設の距離に反比例する」という仮説を立てた。施設の魅力は、事業費に比例すると見なして数値化した。

この仮説に従い、観客が施設にいる時間と事業費、施設にたどり着くまでの時間などを数式化した。その式を使い福島空港近郊で開かれた「うつくしま未来博」のシミュレーションを行ったところ、会場計画にいくつかの問題点が見つかった。

「うつくしま未来博」では輸送手段としてトラムが計画されているが、この輸送効率が問題になった。トラムは会場中央に作られた中央広場に向かって敷設される計画だったが、観客の多くは会場の左手に作られたテーマパビリオンに流れることが分かった。結果、当初想定した、中央広場を中心とした観客の流れは起こらず、トラムの輸送効率は見込みよりも下がることが分かった。また公共展示には人がほとんど訪れず、施設ではない緑地部分に多くの人が集まることも予想された。

そこで、「うつくしま未来博」では入場門の位置を当初の予定地から少し遠ざけ、トラムの乗り場をテーマパビリオン寄りに移動させることで観客の流れを変えるように提案した。また、人気のない公共展示にはテーマパビリオンの展示の半分を移動させ、中央広場には予算を追加し、開催するイベントを強化するよう提案した。その結果当初想定していた観客流動に近い結果を得られることが確認された。テーマパビリオンの半分の展示を移動させたために、そこに流れる一日の観客数が3万5000人が2万4000人にまで落ちたが、代わ

中央広場で大型イベントを行った場合の効果



りに公共展示の観客数は大きく伸びることが予測された。また大型イベントを打つことで中央広場の観客数も増えることがシミュレートされた。

これからの課題

このシミュレーションの前提である観客の行動原理は今のところ仮説だ。今後はその真偽を検証する必要がある。これには観客にGPS発信機を付けてデータを収集する、アンケート調査を行う等が考えられる。今回使用したモデルでは最小単位時間が1時間だったが、これを分単位、秒単位にシミュレーションを行うことで動態モデルを入手でき、より精度の高いシミュレーションが可能になる。現在は標識に頼るだけだが、今後は何らかのナビゲーションシステムを観客に渡すことで、混雑の状況を制御できるだろう。今のところ魅力度は事業費に換算しているが、低予算で面白いものもあるはずだ。例えば花があれば人が集まる、ランドスケープが良ければ人が集まる等が考えられる。今後はこれらを式に組み込む研究が必要だ。

良い博覧会会場とは会場内に均質に人が散らばっていることではない。それは設計者の考え通りに人が流れる会場だろう。人が来るべき場所に人が集まり、くつろげるスペースには人が集中しない。このように設計者の考えどおり人が流れるかどうかをシミュレーションし、会場計画の開発支援ツールとして使えるように発展できる可能性は十分にある。また施設別に目標とした観客の密度とシミュレーション結果を照らし合わせることで、博覧会会場の客観的な良し悪しの評価もできる。それは、博覧会会場にとどまらず、街づくりや空洞化対策にも利用できると思われる。

(こまつ・しろう)

1946年生まれ
1976年
三菱総合研究所入社
1999年
社会環境研究センター 集客文化環境部長 / 聖学院大学大学院政治研究科講師 / イベント学会会員
ポートピア'81、なら・シルクロード博、花博をはじめ、多様な博覧会の入場者予測や経済効果予測などを行う。「全予測・90年代の首都圏」「全予測・日本2000」「環境共生の都市づくり」など著書多数。現在の研究テーマは、博覧会・テーマパーク・複合集客施設などの入場者予測、事業計画、事業コンサルタント

インターネットを活用した地域イベント

地方自治体がホームページを活用した地域イベントを開催する例が多くなっている。今回は銚子市の世紀越え事業を事例とし、インターネットの活用方策について考察した。

銚子市の世紀越えイベントの概要

銚子市は、日本でもっとも早く初日の出が見られる都市である。その地域資源を活かして観光振興や産業振興への波及を狙った世紀越えイベントが企画された。イベントの事業期間は1999年1月から2001年12月までの3年度である。

イベントの主要な目的は、2000年および21世紀のスタートを市民みんなで祝おうというコミュニティ促進、跳ね太鼓や醤油などの地域資源を核にしながら全国に情報発信することで、逆に、他地域の人、物、情報をひきつけること、銚子の21世紀にとって何が大事なのか確認すること、このような活動を通して、人づくりや、新しい特産品の開発などに結びつけることの4つだ。

世紀越えイベントのテーマは、「ミレニアムを太陽の営みのもとで体感！」であり、ミレニアム・カウントダウンの他に、花火の打ち上げ、初日の出をバックにした和太鼓の競演、世紀越え大鍋など魅力的な催しが沢山用意された。この日は、東京ディズニーランドに次ぐ全国2位、見事に15万人の人出を記録した。また、世紀越え記念清酒、世紀越え菓子、世紀越えせんべいなど新しい特産品を募集したり開発した。世紀越え菓子コンテストには、他県からも沢山の応募があった。金融機関は、協力しあって世紀越え預金を生み出し、50億円もの預金を集めた。宿泊キャンペーンの一つには、地元の醤油メーカーが協力して醤油のプレゼントもあった。世紀越えイベントは、全国の人気イベントに浮上ただけではなく、新しい事業をいくつも誕生させ、また、地域内、地域外の新しい連携を生み出したのである。

インターネットの活用方法

効果	活用方法
広報・パブリシティ	イベント告知、メールマガジン、質問コーナー、交通案内、結果発表 等
住民参加 コミュニティ促進	掲示板、メーリングリスト、アイデア公募、テレビ会議、ボランティア募集、アンケート調査、質問コーナー、メールマガジン 等
地域産業振興	民間企業の関連（連携）事業募集 民間企業の関連（連携）商品PR 等
収益向上	協賛企業募集、チケット販売、バナー広告 等
観光振興	観光案内、宿泊案内 等
演出	ライブ中継、テレビ会議、イメージソング、ライブカメラ設置 等
地域連携促進	相互リンク、テレビ会議、メールマガジン 等

インターネットを活用した地域イベントの特徴

世紀越えイベントでは、インターネットが積極的に活用された。交通渋滞を緩和するため、初日の出の駐車場情報、キャッチコピーや世紀越えグッズプレゼントなどの公募と結果発表はもちろん、イベントやカウントダウンなどの目玉は、ライブカメラを通じてインターネットで流された。小学生による提携都市とのインターネットを通じたテレビ会議は、話題性が高く、多くのマスコミで話題になった。

このようなインターネットを生かした地域イベントの特徴と注意点は、以下の12点に集約できる。(1) 住民・観客との間にワン・トゥ・ワンでインタラクティブな関係が構築できる反面、多様な意見が寄せられるため、事務局でどう対応するかが重要である。(2) 意見交換が活発になれば、プロセスが大切になり、同時に、イベントが住民・観客志向型の事業構造に変わってくる。主催者は、柔軟性をもって、適宜変えられるホームページをつくる必要がある。(3) アクセス数で関心を持つ人を定量的、時系列に把握でき、イベントがどういう伸び方をするのか予測できる。(4) アクセスしてきた人に対して、メールやメールマガジンでアプローチできるので、実際の来場に発展させることが可能だ。(5) 誹謗中傷が流れる可能性があるため運営には注意が必要である。(6) 常に更新して面白い情報を出していくためには、コスト面からも継続性からも、事務局にホームページ制作者が必要不可欠である。(7) ホームページがきっかけで、マスメディアなどで取り上げられ、さらにアクセス数が増加するといった相乗効果がある。(8) 交通渋滞予測などの情報をネットに流すことによって、イベント運営の負担を軽減できる。(9) 企業の連携事業をホームページで紹介することで、行政と企業に一体感が生まれ、新たな商品が自主的に開発されることが期待できる(10) 協賛企業の募集やバナー広告などの導入によって収益が見込める。(11) 相互リンクなどにより、地域連合が促進される。(12) インターネットでのテレビ会議などを実施することで、遠隔地との交流が促進される。



田邊 大輔氏

(株)地域生活総研パリオ
代表取締役社長

(たなべ だいすけ)

1963年生まれ 1986年早稲田大学理工学部卒業 1992年早稲田大学大学院理工学研究科修士 国土庁中心市街地活性化アドバイザー、六郷町中心市街地活性化基本計画・THD計画策定・推進業務、全国商店街世紀越えキャンペーンロデュース業務(愛知県・根室市他)、富来町渤海国交流事業 計画策定・推進業務、地域イベント企画立案及び実施運営に関する調査(JACE)などを手がける。最近、宮古市まちづくりアドバイザー、上越市ミレニアムイベント指導業務、銚子市世紀越え事業推進・指導業務などを担当。「中心街元気マニュアル」(共著) 商店街建築社 2000年「大世紀越え2000年イベント」(共著) JACE 2000年イベント研究会 1999年「全国統一の商店街の日をつくらう」日本立地センター 1999年「跡地利用の実態にみる博覧会開催のインパクトと今後」総合ユニコム 2000年「'98年総括と'99年展望～イベント・博覧会市場」総合ユニコム 1999年など論文、著書多数。ピース2000倶楽部主宰、元電通社員(世界都市博覧会等担当)

インターネットとイベントの相性

インターネットはイベントの告知手段を越えた大きな力を発揮する。主催者側にとどまらず参加者側にとっても、インターネットは、イベントの新しい価値の創造、再発見のツールとして活用できるだろう。



宮木 宗治氏

(株)博報堂
事業カンパニー市場管理部長

インターネットとイベントの接点

インターネットで「イベント」を検索すると100万件以上でてくる。せっかく沢山のイベントが開催されているのに、情報が多すぎて、いつ、どこで何をやっているのか調べるのは大変な作業だ。そこでポータルサイトが必要になる。

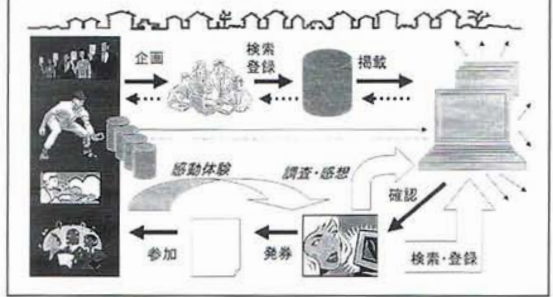
ポータルサイトとは、いわばインターネットの窓口となるサイトで、個人が必要な情報を選択して表示する機能がある。現在、日本のイベント関連の主なポータルサイトには「日本イベント産業振興協会」、「イベントナビ」、「イベントマガジン」、「イベントコンベンション最新情報」、「イベントアド」、「いべんとタウン」の6つがある。それぞれに「都道府県のイベントに強い」、「更新が早い」、「イベントの登録が簡単」などの特徴がある。

対して一般メディアのサイトでは、イベント情報をどう扱っているのだろうか？ 新聞社のサイトは多くのイベント情報を扱っているが、ジャンルは音楽会や展示会など自社が主催するものにかなり限定される。唯一、日本経済新聞社のサイトでは、各種シンポジウムの情報も大量に扱っている。雑誌社では、ぴあや角川書店の「東京ウォーカー」が善戦している。「Eプラス」も注目株だ。これはチケットセゾンにソニーの資本が入った会社で、オンラインチケット販売を行っている。テレビのサイトもイベント情報を各社掲載、ラジオでは「見えるラジオ」などインターネット放送を使って文字情報を流す試みも進んでいる。

こうした流れを見渡すと、これからはイベントに対する行動パターンが大きく変わっていくと思われる。インターネット利用者は5年後には7700万人になると言われ、iモードなど情報端末の利用者は、すでに1000万人を超えている。ユーザーがイベントのことを最初を知るメディアはインターネットになるかもしれない。

インターネットの特徴は従来のメディアと違い、ワンツーワンマーケティングを可能にしたことにある。インターネットは個人と主催者側を1対1で結びつける。たとえば割引券をサイトに掲示し、プリントアウトして使うことができる。来訪者は自分のサイトやイベントのサイトに感想を書き込んだり、友人にメールで感想を送ったり

検索・登録からすべてが始まる



することでイベントを再体験する。企業側でもアンケートを用意してユーザーにプレゼントをするなど、そうした動きを取り込もうとしている。

さらに宣伝にもインターネットは威力を発揮する。イベントを企画する際、告知予算がないということがままある。そうした場合、先のポータルサイトに登録すれば、無料で告知を行うことができるのだ。

インターネットはイベントの良きパートナー

イベントとは日常性からできる限り遠くにあり、驚きを持って迎えられる出来事だといえよう。事件との違いは、偶然ではなく、計画性があり、被害者がいないことだ。なかでも成功するイベントとは、メッセージ性が高く「人に話さずにいられなくなる」ものだ。インターネットは、そうしたイベントの本質に適した仕組みを持っている。

誰でも自由に発言できるインターネットでは、思わぬところでイベントの感想が述べられ、パワフルな展開を見せていく。実際、音楽関連のファンサイトなどには、コンサートの感想がその日のうちに書き込まれ、他のユーザーをイベントに引き込んでいる。今後、インターネットはイベントの良きパートナーとなりえるだろう。

シドニーオリンピックは14億人がテレビで観戦すると予測される。IBMは同時にインターネットで情報を流すし、オリンピック関連の個人サイトも大量に立ち上がっている。オリンピック開催期間中、それらのサイトではメッセージ性の高いイベント情報が飛び交うことになるはずだ。シドニーオリンピックは今後のイベントのあり方を考える上で、1つのモデルケースとなるだろう。

(みやき・むねはる)

1949年生まれ
1973年早稲田大学法学部卒
Y市 コンベンション都市基本
方針策定検討委員会報告書策
定、J公団 新郊外居住研究・
提言書策定、次世代まちづくり
検討調査業務などを担当、住
都公園・ひばりが丘建て替えに
関する懇談会委員、横浜市コ
ンベンション都市案内システム
整備検討委員、兵庫県大河内
高原都市構想審議委員、新映
像産業推進センター広報委員、
日本イベント産業振興協会・調
査研究委員会委員長などを勤
める 「一般市民のイベントの
イメージ」 日本イベント産業
振興協会 1998年 「シティー
コミュニケーションの時代-先
鋭化する都市へのアクセス」
総合ユニコム 1992年 「シル
バー新人類を狙え」 日本経
済新聞社 1988年「スペースメ
ディアとしての商空間のあり
方」 1991年など、著書、論文
多数。

インターネット博覧会(インパク)から見た グローバル・イベントのあり方

2000年12月31日から1年間にわたって、2000年を祝う国民的イベント、インターネット博覧会が開催される。ネット人口が膨らめば、インターネット市場は自然に成長する。



田中秀範氏

株電通
ブランディング・プロデューサー
局次長

10年、20年先のインターネット市場を見通した博覧会

今から30年前に開催された大阪万国博覧会の電気通信館には、携帯電話のモックアップ(模型)が展示されていた。それは、「数十年先を見越した物、しかも、産業的に意味のあるものを展示する場である」という万博の役割を象徴している。2000年を祝う『インパク』も、10年後、20年後のマーケットにフォーカスを置いた新しい演出、新しい技術を試す場となるはずだ。

政府は、『インパク』に対して、インターネットの普及率を一挙にあげる起爆剤としての役割を期待している。現在、インターネット市場の主役はアメリカであり、日本は大きく立ち後れている。アメリカのインターネット人口は約1億人、家庭普及率は40%、インターネット広告市場は4000億円であるのに対して、日本のそれは、3000万人、15%、300億円くらいに過ぎない。このような状況であるから、経済活性化の軸となるIT社会の未来像について国民的コンセンサスが得られないわけだ。インターネット人口が増加しなければ、インターネット市場の成長も、未来もない。

新しい技術は、楽しさが加わった時に、爆発的なスピードで国民全体に普及する。そこで、政府は、「便利のためのインターネットから楽しみのためのインターネットに」「インターネットを始めるきっかけに」「インターネット技術のアピールの場」に、この3つを大きな目的として掲げた。インパクのテーマは、堺屋太一長官が提案した「楽網楽座」。楽市楽座からとったネーミングで、「楽しいことをいろいろやってみようよ」という

気持ちが進められ、その裏には「21世紀のネット社会をデザインする」という意味もある。

ネット上のバーチャル会場に 集まる世界中の人々

『インパク』は、仮想の空間で開催されるため、山を切り開いて自然を破壊することもない。空間の制限がないため、パビリオンの数は無数に増やせる。入場料もないし、行列に並ぶ必要もない。交通手段も不要なので、世界中から容易に来場できる。開催期間中はリアルな博覧会以上の来場者を見込んでいる。規制緩和の1つとして、政府のサーバー以外では広告、物販も許されている。初めてインターネットに触れる人が大勢いるため、企業にとっては、新しい顧客をつくるチャンスだ。

インパク会場のイメージは、中央に広場があり、そこから、政府、自治体、企業、国際機関、NPO、個人のパビリオンにつながる。どのパビリオンが面白いのか、人気投票の場もある。

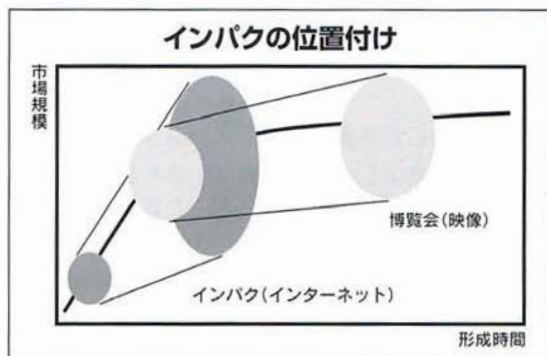
今年の3月に、『インパク』のテーマを公募すると、生物、科学、自然、地理、歴史をはじめ、約3000件のテーマが寄せられた。それを参考にして各都道府県のテーマが決まった。北海道は「アウトドアライフ」、佐賀県は「インターネット陶芸祭」、大阪は「食文化」といった具合だ。

パビリオンの出展者に対しては、単にネット上だけでなく、パビリオンに連動したリアルイベントの開催も推奨している。1つのパビリオンに入ると、「本日のイベント」に、バーチャルとリアルイベントが掲載されている。そこからリアルイベントに足を運ぶ人もいれば、逆に、ネット上の仮想イベントに入る人もいるだろう。このように、バーチャルとリアルが融合したイベントになるわけだ。博覧会は、パソコンだけでなく、今年12月から始まるBSデータ放送、モバイル機器など新しいメディアでも楽しめる予定。

ところで、『インパク』には従来の博覧会になかった課題も生じている。現実の博覧会ではゲートで入場制限ができるが、ネット上ではできないので、サーバーがダウンするかもしれない。ハッカー対策も必要だ。メインゲートやホームページなどいろいろなところからアクセスしてくるので、来場者数のカウント方法も考えなくてはならない。

(たなか・ひでのり)

1950年 佐賀県生まれ
1973年 東京理科大学(人工知能専攻)を卒業。同年、電通入社。企画プロデューサー実績
●通産省国際映像ソフトフェア●マルチメディア・グランプリ●マルチメディア国際会議●日本プロ野球公式データ情報システム(IBM BIS)●電子雑誌プロトタイプ●電子新聞プロトタイプ●アメリカ合衆国ゴア副大統領の演説集(NII)出版●サイバー・コミュニケーションズ(cci)(電通とソフトバンクのベンチャー企業)●スーパーモール(フジサンケイ・エレクトロニクス・コマース実験協議会)●電通USAデジタル・コミュニケーション・ラボなど。



IT活用による会議イベントの革新の検討

複雑化する社会状況の中で、問題把握や解決法を探る場として会議イベントに対する期待は高まっている。短期に内容を深めることの難しさもあるが、その解決には、インターネットが一役買いそうだ。

インターネットの利点と欠点



犬塚潤一郎氏

リベラルアーツ総合研究所代表

現在は、時代の大きな変わり目であり、既存の価値観や常識を大きく変えていく必要がある。会議イベントには、それを促す役割が期待されているが、討議者は、各界の専門家であり、討議内容は複雑化し高度化していく。すると、聴講者は理解しづらい。逆に、聴講者に分かる内容に限定すれば、討議の内容は革新レベルまで高まらない。もう一つの問題は、会議イベントで得た情報を、聴講者が、具体的なアクションに結びつけにくかったことだ。行動に結びつけるためには、会議の主体は、主催者側ではなく聴講者に移していかなければならない。どのようにそれを達成していくのが課題になる。

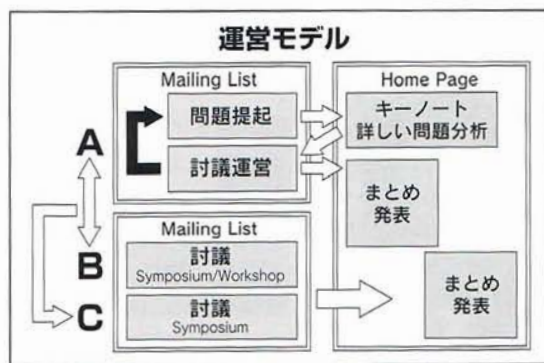
それらは、インターネットで解決できるかもしれない。その利点には、「誰でもどこでも会議に参加できる」「発言の参照が正確で容易である」「長期に渡って問題討議ができること」などがあげられる。メーリングリストを使えば、1つの発言に対して、複数の人が、意見を加えられる。もし、実際の会議で、同様に、大勢が勝手に発言すれば、議事は大混乱するだろう。

一方、インターネットの欠点は、読みやすさを考慮するため、短い文章が中心となることだ。せつかくの主張が分断される可能性がある。二つ目は、いつまでもパソコンの前に居られる暇なメンバーが会議の中心になってしまうことだ。また、会議の趣旨を拡散させる闖入者が紛れ込むこともある。さらに本質的な点からみれば、インターネットは、日本人の文章表現の弱点も露呈する。日本語では、文自体における格の明示が弱いから、誰が誰に話すか、同意しているかといったことを、領きや、目配せといった協調動作によって補うが、文章ではそれが難しい。ケンカも起こりやすくなる。またインターネットを使った会議では、パナキュラー性（地域性、土着性）がなくなるため、議論が抽象論に走りがちである。

これらの利点欠点を考えながら、インターネットを利用していかなければならない。

会議イベントへの利用例

近江商人発祥の地、滋賀県の商人文化研究・地



域産業振興組織であるAKINDO委員会は、今年の11月に会議イベント「全国AKINDO会議2000」を開催する。21世紀の商人像について話し合われる予定である。

現在、このイベントに向けて実際にインターネット会議が活用されている最中で、メーリングリスト上で実際の商業モデルを検討しており、最初のテーマは、生活工芸品をインターネット上で直販して、成功を取めているアメリカ企業のノビカ。同社は、「自分の生活を美しくする」「地域の文化に貢献する」といったミッションを強く打ち出し、実現のために、どう行動するのかを提示している。ネットビジネスでは理念が現実化するとされている。ミッション主導型のビジネスモデルはその1つの例と言えよう。

インターネット会議では、このような例を参考に、新しい技術の社会化に商人はどう役割を演じることができるかを討議している。同時に、パソコン未経験者に、インターネット会議への参加を呼びかけ、パソコンの利用を普及させている。

実際に開催される会議イベント「全国AKINDO会議2000」には、博多など近江以外の伝統的な商人文化の研究者と商人を招く予定だ。本会議に先立ち、メーリングリストで討議されるIT関連の抽象的な議論が、本会議においてパナキュラーなテーマとぶつかり合い、新しい視点を獲得できるものと期待している。また本会議の聴講者はインターネット上の会議では討議者として参加している。実際の会議を通して、聴講者が自分たちの問題として行動に結び付けていく形を作り出したい。このイベントは、複雑な問題を扱う会議イベントの、典型的なモデルとなるだろう。

(いぬつか・じゅんいちろう)

1958年生まれ
1983年筑波大学比較文化学類(哲学思想)卒業 多摩大学大学院博士課程修了(経営情報学博士)

1987~1998年まで(株)創知社ハイテックライツを経営 東芝、アスキーなどの技術者教育、マイクロソフト社、CA社などのOS・開発ツールの日本語化などを手がける。滋賀県、山梨県、東京都などの地域経営研究、介護などの組織経営研究、ファッションタウン・サミットなどのプロジェクトへ参加。実践女子大学生生活文化学 科非常勤講師。

ITを利用した商店街活性化

大阪の北千里、東京の笹塚・幡ヶ谷の商店街で、商店街活性化のための道具としてITを使った実証実験が開始された。デジタルネットワークを使って商店街のイベントを開催したり、コミュニティーの場をつくることで、バーチャルとリアルがうまく融合しそうだ。

地域ICカードとインターネット活用による北千里商店街活性化事業



小林 彰氏

(株)CSK EC事業本部
eコミュニティプロジェクト部長

CSKのグループ会社、セガのゲーム機「ドリームキャスト」はモデムを内蔵しており、インターネット端末としても使える。パソコンよりもはるかに低価格な上に、使い方は簡単で、拡張性のある周辺機器が揃っている。「このような簡易な機械が、地域情報網の次世代端末になるのではないかと」仮説をたて、通産省の平成10年度第3次補正予算「産業・社会情報化基盤整備事業」の「次世代家庭用情報端末を用いた地域・家庭情報化支援システム」の実験テーマに採択された。これを機に商店街の活性化に関わるようになった。

イベントという観点から考えると、ITは、地域活性化のどの部分で関わっていくのだろうか。まず、バーチャルな商店街に行くことが1つのイベントといえるだろう。イベントに参加することで、地域に対する親密性が高まったり、商店主に会ってみたいという需要が発生し、実際の街に来る人々が増えれば、地域のコミュニケーションに新しい関係ができあがるだろう。さらに、仮想と現実が融合した新しいイベントが誕生する可能性もある。このような発想で、実験が始まった。

千里ニュータウンにある北千里商店街では、商店街活性化対策としてICカード事業を導入し、事業推進主体として「We love千里」協議会が設けられた。このICカードは「IPPOカード」と名付けられ、VISAカードにポイントメモリー機能を組み込んだものだ。買い物をしたり、リサイクルに協力したり、バーチャルな商店街を訪れたりする度にポイントが加算され、ICカードに蓄積される。地域住民の参加を促すため、300世帯にネット

ワーク端末としてドリームキャストを配布した。

昨年12月には、仮想と現実を融合させたXマストリー大会を行った。現実の会場に制作希望者が集まって、回収資源を利用したクリスマスツリーをつくり、審査希望者は、ネット上で投票するのである。イベントに参加すれば、リサイクルのポイントが、投票に参加すれば、仮想商店街を訪れたことでポイントが加算される。今年7月からは、買い物で貯めたポイントで駐車場を利用できるシステムも始まった。ICカードは、まだ3000枚しか発行されていないが、ICカードを核に、住民と商店街が協力しあって支えていくサイバー社会を育てれば、地域活性化に結びつくだろう。

笹塚・幡ヶ谷商店街地域Web事業「ささはたドットこむ」

新宿や渋谷など全国区の商業地域に隣接する笹塚・幡ヶ谷商店街では、昨年10月、東京都と渋谷区の助成金を使って地域Web「ささはたドットこむ」を立ち上げた。次のステップは、笹塚・幡ヶ谷の10商店街、700の商店全てからの情報発信だ。このWebには掲示板があり、既にパソコンユーザーの間の活用は、活発だ。「昔、バイク野郎でしたが、今はケーキ屋です」といったユニークなプロフィールを掲載し、そこで創作ケーキをPRしたら、売り上げが4倍に伸びたという事例もある。ところが商店主の中には、パソコン費用の捻出が難しい人や、パソコン操作が分からない人もいる。こういう人々の参加を促すために、今年6月、100人の店主に対し、情報発信の端末としてドリームキャストを配布したのである。

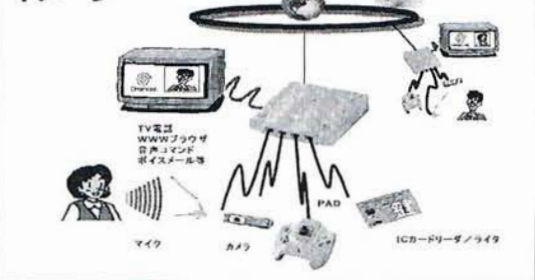
この他、神戸では、CATVや高速ネットを使用したテレビ電話による地域コミュニケーションの実験をした。また、ゲーム機に、普通のカメラとマイクを組み合わせた安価なテレビ電話をつくり、それを使って、大手通信販売会社のニッセンの商品を販売する実験も試みた。同社の有力顧客200人をモニターに、オペレーターが、テレビ電話を通じて商品のコンサルテーションをすれば、これまでのカタログ販売よりも売上が伸びるかもしれないという実験だ。いずれも、まだ検証の段階だが、北千里とささはたの結果は秋にまとめられるので、CSKなどのホームページで発表される予定である。

(こばやし・あきら)

1948年生まれ

日本ユニシス(株)入社、労働省-雇用保険トータルシステム開発・運用のプロジェクトマネジメント、日本エアシステム-新総合旅客管理システムのプロジェクトマネジメントなどを手がけ、その後、(株)CSK。中央官庁-PC/LAN整備事業(建設省・人事院)のシステムインテグレーション、沖縄県マルチメディア推進協議会委員、「沖縄県マルチメディアアイランド構想」の策定、通産省平成10年度補正予算事業「次世代家庭用情報端末を用いた地域・家庭情報化」プロジェクトなどを推進

次世代家庭用情報端末のイメージ



デジタルネットワーク時代におけるイベントの可能性

大会で研究発表を終えた6氏が、デジタルネットワークの未来について意見を交換した。

●コーディネーター(敬称略):長谷川 文雄

●シンポジスト(敬称略):小松 史郎/田邊 大輔/宮木 宗治/田中 秀範/犬塚 潤一郎/小林 彰

●長谷川 文雄 東北芸術工科大学 副学長

インターネットに代表されるデジタルネットワークがどのようになるのか、その将来についてはまだまだ未知数だ。今年開催される「インパク」がひとつの契機となって、次の段階へのブレイクスルーになってくれれば、と考える。リアル、ヴァーチャルと表現の方法は変わっても、イベントの賑わいや夢や希望といった本質は変わらないはずだ。現在、そして今後のデジタルネットワークとイベントとの関係を、プラス・マイナスそれぞれの要因を含めてパネリストの方々に伺ってみたい。

ツールとして将来性を感じるデジタルネットワーク

●小松 史郎 (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

デジタルネットワーク時代にあってもリアルに人が集まる状況を作ることが本来のイベントだと思う。人はやはりフェイストゥフェイスのコミュニケーションをはかることが大切。しかし、ツールとしては将来性を感じる。「制御」の分野で言えば、例えば何千何万もの人が行き交う会場の状況をひと目で把握でき、わずかに数人で人の流れなどをコントロールできるようなイベントの運営の効率化が期待できる。デジタルネットワークによって、リアルに人が集まるイベント会場がさらに面白いものになるだろう。

一過性のものにしないことが一層の課題となる

●田邊 大輔 (株)地域生活総研バリーオ 代表取締役社長

デジタルネットワークの利用に関しては、世代間の格差が非常に大きい。デジタルネットワークを使ってイベントへの参加を呼びかけた場合、反応は若年層が中心となっている。リアルなイベントの場では、子供から高齢者まで幅広い年代層の方が集まることを考えると、デジタルネットワーク内のヴァーチャルなイベントはまだ対象が限定されるようだ。また、デジタルネットワークによるイベント情報の発信は、熱しやすく冷めやすい傾向にある。イベントを一過性のものではなく、いかにピークを持続させてゆくかが課題だろう。

教育アプローチとしてのイベント

●宮木 宗治 (株)博報堂 事業カンパニー市場管理部長

イベントに対するイメージ調査では「活気がある」「明るい」といったポジティブな項目が80%以上ある。このイメージは教育へのアプローチとして有効だ。ひとつの目標に対して心をひとつにするという観点から、教育的効果が高い。現段階で小中学校のデジタルネットワーク普及率は36%にすぎない。教

育機関に普及させ、イベントと教育を絡めてゆくことが今後の社会に大変有用だと思う。また、デジタルネットワークの成熟が進むことで、時間と場所の制約から解放された新しいイベントが生まれてくるのではないだろうか。

デジタルネットワークにもユニバーサルデザインを

●田中 秀範 (株)電通 プランニング・プロデュース局次長

年齢、性別、障害・健常などに関係なく、誰でも自由に使える「ユニバーサルデザイン」という発想がデジタルネットワークには足りないと感じている。「インパク」でも、触れられない人がかなり出てくるだろう。この問題に関する議論は行政などを巻き込んだレベルで早急に行われるべきだ。「インパク」はかつてない規模で催されるデジタルネットワークのイベントだが、地方自治体などの行政機関も深く関わる国事行為であり、今後に向けてその意義は大きい。単に情報の発信・受信だけでなく、イベントのノウハウや新しいアイデアといったビジネス面の展開においても期待が持たれる。

情報をコントロールする事が課題

●犬塚 潤一郎 リベラルアーツ総合研究所 代表

以前、ポストモダニズムのムーブメントが起きたときは大変素晴らしいと思ったが、ブームが去って残されたのは、混乱した街の風景や訳の分からない文章・映像表現などだけだった。同様の事がデジタルネットワークでも起こりうる。個が一気に世界の垣根を越えてマクロ化するのがデジタルネットワークの素晴らしいさだが、スケールの違いを見誤ると大変なことになる。また、デジタルネットワークというと、均質な情報が全員に伝わるようなイメージがあるが、実際には多様性が増し、格差が出てきている。この辺りを上手くコントロールし、マネージすることが課題となるだろう。

デジタルとアナログの融合が重要

●小林 彰 (株)CSK EC事業本部 eコミュニティプロジェクト部長

機能性、利便性といった意味でデジタル化が進むのは大変に良いことだが、その善し悪しを判断するのはアナログ、人であるべきだろう。重要なのはデジタルとアナログの融合だ。融合の割合は世代により違って当然であり、その格差を縮める意識改革と努力が、人にもデジタルにも求められる。日本民族は外来の文化およびテクノロジーを上手く取り入れて融合させてきた歴史の実績があるので、楽観的に捉えているが。例えばメールやチャットなどが、若年層だけではなくもっと幅広い層に受け入れられれば、日本文化に根ざした新しいコミュニティが発生してくるものと期待している。

イベント学会・大阪大会-2000

今年は20世紀の最後の年、博覧会、オリンピックなど、19世紀に生まれた大規模イベントのあり方や21世紀的意義について、様々な議論が行なわれた。一方、ITを駆使して地方から情報発信・交流に挑戦する『インパク』の2001年開催をめざし全国で準備が進められている。

2000年度イベント学会年次大会は、21世紀の都市イベント戦略を問い直す議論の場とするため、オリンピック招致や食の博覧会、ユニバーサルスタジオジャパン開設などによって「国際集客都市」をめざす大阪市、(財)大阪21世紀協会との共催で開催。さらにこの大会を契機に地元の市民団体や経済界と協力し、大阪の新しい冬の風物詩となるイベントを育てるため「ミレニアム記念イベント」を開催する。

イベント学会 大阪大会-2000

2000年

■日程: 12月15日(金)~16日(土)

■会場: IMPホール・大阪市迎賓館他

■イベント学会大阪大会実行委員会

委員長 北本 正孟 理事

副委員長 望月 照彦 理事

副委員長 森下 慶子 理事

■プログラム

12月15日(金) / 第1日	12月16日(土) / 第2日
	13:00 講演 「大阪イベントロジー」 ※上方芸能評論家を予定
14:00 記念講演 木村 尚三郎 イベント学会会長 磯村 隆文 大阪市長	14:00 基調講演 「世界迎賓都市をめざして」 望月 照彦 多摩大学教授
15:15 オリンピック・フォーラム 「大阪オリンピックが めざすべきものは何か」(仮題) コーディネーター 間宮 聡夫 順天堂大学教授	15:00 パネルディスカッション 「世界迎賓都市・ OSAKAをめざして」
18:00 どやねん街塾	17:30 交流懇親会

ミレニアム 記念イベント

2000年

■日程: 12月15日(金)~25日(月) (予定)

■会場: 大阪城公園

■プログラム: 作成中

■ミレニアム記念イベント実行委員会(敬称略・50音順)

委員長 北本 正孟 イベント学会理事

副委員長 桐山 謙一 (財)大阪オリンピック招致委員会事務局長

副委員長 河野 猛 大阪市経済局長

副委員長 能村 憲司 イベント学会理事

副委員長 堀井 良殷 (財)大阪21世紀協会理事長

副委員長 望月 照彦 イベント学会理事

副委員長 山田 昇 大阪市オリンピック招致局長

※「イベント学会・大阪大会-2000」参加要項は、10月下旬、各会員に発送予定。

2000年度イベント学会総会報告

2000年度イベント学会総会を、2000年6月23日、東京都千代田区・中央大学駿河台記念館において開催した。

◆役員改選: 現役員を再任するとともに、新たに上野 征洋静岡文化芸術大学教授を理事として選任した(いずれも任期2年)。

◆研究部会委員長: 理事・望月 照彦多摩大学教授から理事・増田隆昭淑徳大学教授に交替。

「行政イベント研究会」参加メンバー募集

◆プロジェクト開発委員会(委員長 森下慶子理事)は、21世紀に機能する新しい学会をめざして、イベントについて積極的に提言をしていこうと考えています。

◆そのため、本年10月より、行政イベントを企業側から、たとえば出展者としての立場から再考する研究会を発足します。

◆本研究会のメンバーとして参加を希望する個人会員を公募します。希望者は、氏名、連絡先(住所・電話・ファックス)、略歴を、10月16日(月)までにイベント学会事務局までお送り下さい。

◆研究趣旨などの資料を必要とされる方は、事務局までファックスでお申し込み下さい。