

# 開国博 Y150 における市民参加に関する一考察

## A study of citizen participation in Y150

JEPC イベント総合研究所研究員

志 塚 昌 紀

Jepc Event general laboratory researcher

Szuka Masanori

### はじめに

2009年9月27日に開幕し、153日間にわたる会期を終えた「開国博 Y150」。日本の開国、横浜港の開港を祝う催事として、事業予算150億円を投じ、3エリア8会場で行われた大博覧会であるが、終えてみれば有料入場者予想を400万人近く下回る、延べ124万人に留まり、その責任の所在を問う声が上がっている。

ところで、興行的な側面ばかりが指摘される一方、入場者数や経済効果という指標とは異なるアウトカム効果を評価する声もある。それは、本格的に市民の参加が大きな力を発揮した博覧会としての評価である。

本稿は、開国博 Y150 市民創発事業（以下、市民創発事業）を対象とし、イベント本番のみならず、準備プロセスを含めた一連の事業について考察する。

### 開国博 Y150 の概要と変遷

#### 1. 開国博 Y150 の内容

開国博 Y150 とは、「横浜、150年目の大博覧会」として、1859年(安政6年)における横浜港開港から150周年を記念し、神奈川県横浜市で開催された地方博覧会である。正式名称は、「横浜開港150周年記念テーマイベント「開国・開港 Y150」」であり、「開国博 Y150」はイベントの愛称となっている。主催は本イベントの為に設立された、財団法人横浜開港150周年協会が担い、7つの力のたね（創造力、想像力、共感力、共生力、市民力、横浜力、交流力）をコンセプトに、3エリア8会

場で実施された。

みなとみらい地区を中心としたメイン会場「ベイサイドエリア（図1）」は、2009年4月28日から9月27日までの153日間開催した。フランス・ナント市のアート劇団「ラ・マシン」による高さ12mの巨大クモのパフォーマンスや、岩井俊二脚本、北村龍平監督のSFファンタジー「BATON」の上映、地球環境をテーマとしたCG映像「HOME」を直径約20mのアースバルーンにて夜間上映、「スーパーハイビジョンシアター」における高精細高解像度映像の上映、月周回衛星「かぐや」の撮影映像の公開などを展開した。



図1 ベイサイドエリア全景

また本稿で取り上げる「市民創発事業」を展開した、よこはま動物園ズーラシア隣接地域を会場とした「ヒルサイドエリア（図2）」は、7月4日から9月27日までの86日間、1万人を超える市民が180を超える「市民創発プロジェクト」を、86日間週替りで実施した。来場客と出展者である市民、自然・環境がつながり、さらに、これからの未来にもつながり続けるイベントとして、参加、

対話、体験型のコンテンツを展開した。



図2 ヒルサイドエリア全景

横浜駅周辺から横浜中華街などを含めた山下・山手地区で、山下公園会場を中心とした無料会場で開催された「マザーポートエリア」では、2009年の一年間を通じて、地域で観光客をもてなす場としてスタンプラリーや優待割引制度を実施していた。

## 2. 開国博 Y150 の統計実績

これらのイベントを通じて、会期中、会場全体における来場者数は716万6300人であり、そのうち有料会場における来場者数は123万9325人(ベイサイド111万3403人、ヒルサイド12万5022人)となっている<sup>(1)</sup>。2007年(平成19年)10月11日に発表した事業概要において有料入場者数を予定500万人と設定していたため、376万675人少ない来場者数となった。そして、来場者消費による経済波及効果(生産誘発額)は248億円、イベント運営にかかる支出による効果が141億円で、「開国博 Y150」としては389億円、それに「ラ・マシ」プレイメントによる効果18億円をあわせると、407億円の経済波及効果となる。これは、2009年4月に浜銀総合研究所が試算<sup>(2)</sup>した550億円を約140億下回る数字となっている。ただし、他の関連イベントを含めた、開港150周年事業全体で試算すると622億円の経済波及効果<sup>(3)</sup>となり70億円以上上回る成果となる。また、この波及効果の結果「開国博 Y150」による雇用発生数は約3600人に及んだ。

また、「開国博 Y150」全体での市民参加事業の

市民スタッフの実人数は34,005人であり、延べ換算すると約90,000人もの市民がボランティアとして関わったこととなる。

## 3. 横浜における博覧会の歴史

横浜は開港記念として、区切りの年次に併せて、様々な周年事業を実施してきた。

横浜開港50周年にあたる1909(明治42)年には、盛大な式典の開催とともに、現在も歌い継がれる、森鷗外の作詞による「横浜市歌」や、ハマの2文字をアレンジした「横浜市章」も開港50周年を記念して作られた。さらに、現在に至るまで、公会堂として活用され続けている開港記念会館も、開港50周年記念事業の一環として、市民の寄付で建設されたものである。

また、開港100周年にあたる1958(昭和33)年には、横浜のシンボルである「横浜マリンタワー」の建設や、東京五輪のバレーボール会場としても使用された「横浜文化体育館」の開館、「横浜市民病院」や「横浜市庁舎」なども記念事業の一環として建設されている。

更に、地方博ブーム<sup>(4)</sup>が全国を席卷していた1989(平成元)年には、市政100周年・開港130周年を記念して「横浜博覧会(YES'89)」が開催された。この横浜博覧会を契機として、みなとみらい地区が整備され、横浜ベイブリッジが開通し、横浜アリーナや横浜美術館がオープンすることになる。

## 4. 開国博 Y150 開催までの変遷

2009年(平成21年)横浜開港150周年をむかえる横浜は、記念事業の取組指針となる「横浜開港150周年～市政120周年～基本ビジョン」を2005年(平成18年)6月に公表、開港150周年を5つの契機<sup>(5)</sup>としてとらえ、これらの実現を通して「チャンスあふれるまち横浜」を創造することを目指すこととした。

2006年(平成19年)6月「横浜開港150周年～市政120周年～基本計画」を公表、「まち・みなと」「ひと」「祝祭」の3つのテーマを柱として、

周年事業の具体案を提示している。特に、「祝祭」のテーマから実施する事業では、「ベイサイドステージ」と「ヒルサイドステージ」の2カ所でのイベントを展開することを示した。ベイサイドステージでは、みなとみらい地区、日本大通り、大さん橋、象の鼻地区、山下公園など、横浜の臨港部全体をテーマパーク化し、横浜の「港」と「歴史」をテーマに、エリア全体が祝祭ムードに包まれるような記念イベントとなることを示した。一方、ヒルサイドステージでは、よこはま動物園ズーラシアの未整備地区（アフリカサバンナゾーン予定地）を会場とし、「自然・環境」、「地域」、「共生」、「市民との協働」による制作・運営」をテーマに開催することをそれぞれ公表した。

2007年（平成20年）2月には横浜市が中心となり、経済界や神奈川県からの支援を受け、「財団法人横浜開港150周年協会」が設立し、同年5月に公表した「横浜開港150周年記念コアイベント実施計画」をもとにして、イベントの実施設計及び、制作運営を委託する事業者をプロポーザル方式により公募している。同年7月に受託事業者が決定、10月には、「開港150周年記念テーマイベント」として概要を発表した。そして、「ベイサイドエリア」「ヒルサイドエリア」に加えて「マザーポートエリア」を設定し、ここから「開港150周年記念テーマイベント」の開催に向けた実質的な業務が始まった。

#### ・開国博 Y150 における市民参加の背景

##### 1. 意味と意義

横浜市は、新しい公共の担い手として、市民や市民活動を積極的に受け入れ、市民が公共サービスの提供者となるとともに、行政側も市民に場を提供し、信頼し、権限を移譲することを目指してきた。行政中心の「公共セクター」からコミュニティ中心の「住民セクター」への転換、「公助」から「共助」へと具体的な活動推進が期待されている。そんな中、地域内の産業や団体、教育機関や研究組織、住民や市民グループなど、様々な層が自主的、主体的に参加して、自らが自発的に行う

内部発生的な地域作りを、積極的に支援してきた。こうした経緯から「横浜開港150周年記念事業」も過去の周年事業や、地方博ブームのような博覧会のような、従来型の開発を中心としたまちづくり事業に重きを置くのではなく、未来横浜の担い手となる市民を、この記念事業を通じて生み出していき、そんな「人づくり」を目指していた。

それは、こうした「公=行政」から「共=市民」への主体転換がなされていくような新しい時代の流れにあって、こういった「共生・共創」の理念を下支えしていくようなコミュニティ構築を担う、地域内の優れたリーダーの発掘、そして、志をひとつにする仲間を育てていくということが、必要不可欠だからである。そして、その仕組みは、市民力・地域力を高め、次世代の人材育成を支援する為の、7つの市民参加事業を通じて具体化を目指すこととなり、特に「ヒルサイドエリア Y150 つながりの森」で展開された「市民創発」は、新しいイベントの価値の萌芽を期待するものであった。

##### 2. 市民創発事業が目指したもの

横浜開港150周年記念事業における市民参加事業の中核に位置づけられた、市民創発事業では、市民との対話、協働による制作・運営を目指し、会期前から会期中、会期後にわたる「つながり」の連鎖をコンセプトに開催された。それは、これまで観客としてしか楽しめなかった市民が、作り手として参加する、新しい試みの博覧会である。それは、垂直統合型メディアとして、主催者側が市民に対し、一方的に情報やコミュニケーションを与えるような機会としてのイベントの在り方ではなく、水平連携型メディアとして、これまでお客、つまり、受け手としてしかイベントに参加し得なかった市民が、自ら発信主体となり、オープンで水平的な連携協力関係から、「相互理解と信頼・協調」に基づく新しいコミュニケーションとネットワークを生み出す、イベントのパラダイムシフトを目指していた。

この一連の取り組みは、イベントを市民にとつ

での1つの契機として捉え、その活動が、ただの打ち上げ花火に終わらないようにするため、イベントの「出展」に留まることなく、継続的な市民活動として、持続的なプロジェクトになることが目的であった。その為、これまで多くの地域で実施されてきたような、主催者が計画、策定をし、提示されたメニューに対して参加する市民参加型イベントではなく、市民自身がイベントの企画を考えメンバーを募り、市民発の「この指止まれ型」のプロジェクトとして仲間や地域を巻き込みつつ拡大していくような展開を目指していた

イベントをもっと効果的に、市民参加の火種となるように機能するために、ひとりひとりが市民プランナーとして継続的な市民参加が行えるよう、プロセスから市民とともに創り上げる仕掛け作りがこうして生まれた。それは、異なる価値観や能力を持つ個人が、他者との相互作用を通して刺激し合い、「気づき」を起し、新しい価値観や企画を創造し、具体的行動を誘発していくとともに、地域や個人に思いを馳せ、イベント自体に対してオーナーシップを持ってもらう為に、出展そのもの以上にプロセスにこだわった、集客や経済的な波及効果に重きを置く、既存の価値観を180度転換する、壮大な社会実験となった。

#### ・市民創発事業から見てきたもの

##### 1. 共通の大きな目標の共有

市民創発事業は、「私からはじめるこれからの150周年」というコンセプトを掲げていた。これは、環境保護や教育、芸術文化、国際交流など、それぞれ出展を通じて表現したいテーマは多様であっても、この周年イベントへの出展を何かしらのきっかけとしたい市民にとっては共有しやすいコンセプトであった。各市民は、単なる発表や自己表現、作品の紹介・展示に留まらず、来場者と一緒にこれからの150年を考え、これからの行動へと促すきっかけを提供できる、学びの仕掛けや演出を持ち寄ろうということを目指とした。あいまいなコンセプトではあったものの、そのあいまいさゆえにそれぞれの市民が自らのテーマや

活動の中で咀嚼し、学びのプログラムという具体的な成果に結びつけることが出来た。このコンセプトは、準備期間にも何度も繰り返して共有された。掲げた大きなコンセプトを大切にしまい込むのではなく、共有する機会を多く設け、いかにこのあいまいなコンセプトを自分のものとして具体的に実現していくのかという視点で、各市民は出展を作り上げていった。

##### 2. 粘り強いコーディネーター

ヒルサイド市民創発事業は、行政側の支援によって設立された(財)横浜開港150周年協会と、それぞれ違うテーマを持った市民、そして会場となるズーラシアや、協賛企業など、違った価値観や文化をもつ関係者がせめぎあう場であった。そのため、事務局はコーディネーター役として、主催者である協会や、その他の関係者の意向を市民に向けてわかりやすいように伝え、また一方で、市民の思いや要望を主催者側に伝える、通訳のような役割を担った。このような、異なる価値観を持つそれぞれが一緒に取り組むイベントを実施する上では、違うことを前提として認め合い、どのように1つの目標を達成していくのか、という考え方を共有していくことが重要で、粘り強いコーディネーターが必要となった。

しかし、当初は、出展ルールはもちろん、会場すらはっきりしていない中で、市民からの問いかけにはっきり返答できない場面も多く、市民との信頼関係を損ねる事も見受けられた。こうした状況であっても、「伴走役」と呼ばれる、市民の出展に個別アドバイスする専門スタッフを設置するなど、可能な限り柔軟に、誠実に粘り強く対応していった。その結果、出展者である市民から、徐々に信頼を得るようになっていった。

多様な価値観が存在する中で、これらをコーディネートしていくということは、それぞれの価値観や意見に対し共感的に理解し、尊重した上で、より良い解答を求めていかなければ、共に先に進むことはできない。揺るぎない軸と、柔軟に対応していく力が、信頼を得ていくことには必要不可

欠である。

違いがあることを前提とし、その違いがあるからこそ、よりよいイベントになるのだという信念と、心の姿勢が大切になる。横浜開国博 Y150 の総合プロデューサー小川巧記氏は、様々なセクターが関わりあって発展していく博覧会について、「「協働」の学校となり、セクターを超えてつながる<sup>(6)</sup>」と言った。違いを否定せずに、その人がどうしてそのように考えているのかという背景を知ることによって、意見や文言がすれ違う議論から、より深い相互の理解を生み出し、建設的な答えが見つかることがある。これこそが「違いが集うこと」の意味であり、イベントをコーディネートすることの醍醐味となる。

### 3. 出展に向けての準備プロセスの共有

市民創発事業では、「創発支援プログラム」として、約18ヶ月にも及び、イベント出展に向けての研修プログラムを実施した。

これは、イベント出展のために、必須で参加しなければならないものだけで約30回、出展の質の向上のため、任意で参加するものも含めると70回近く実施している。こうした膨大なプロセスを通じ、「横浜らしさの検討」「自分の能力再整理」といった自分自身や対象者、イベントに関する理解から、「プロジェクトの事例紹介」「広報計画」といったイベントの基礎的な知識、「予算計画」「会場レイアウト検討」「プレイベント」といった企画制作や運営業務に関する技術まで、「コ、ココ、ココロ、ココロミ<sup>(7)</sup>」というプログラムコンセプトに基づき研修していった。そして、より来場者に共感と呼び、楽しんでもらえる出展、そしてイベントの完成、さらに、イベント終了後も活動を維持・発展していけるような知識やノウハウ、ネットワークを創りだすことを目指したのである。

#### (1)ねらいは、出展の質の向上

出展する市民の多くは、こうしたイベントへの出展が初めての個人であった。また出展したことはあっても、博覧会という多様な来場者が集まる

場で、何かを発表するという経験をしたことがある人は、ほぼ皆無であった。

創発支援プログラムでは、出展自体が、単なる発表や自己表現、作品の紹介・展示にとどまらず、来場者と一緒になってこれからの150年を考え、行動へと促すきっかけを提供できる仕掛けや演出、視点を持つことを期待していた。具体的には出展を通じて「伝えたいこと」を一方向的に発信するだけのコミュニケーションから発展し、来場者自身も発信者となりうるような双方向のコミュニケーションが生まれるような、来場者の参加性、体験性、対話性の高いものを目指した。まさに、「垂直統合型」から「水平連携型」出展への転換であり、こうした出展を通して「ココロが動く機会」を提供することで、来場者との「創発性」を期待するものであった。

このように、具体的な展示や、一般来場者に対する「参加、体験、対話」型のプログラムを作ることを目標とし、展示のいろはから、来場者のコミュニケーションまで、出展のクオリティアップをねらって用意された。

#### (2)現場で生きた絆づくり

出展する市民同士の相互理解と絆づくりも狙いの1つとなっていた。プログラムの中では、展示企画や展示物の詳細などを、市民同士で発表したり、アドバイスしあったりする機会を設けた。相互の理解を深め、また、環境保護や教育、芸術文化、国際交流など、それぞれ出展を通じて表現したいテーマに造詣が深くない、いわゆる一般の来場者に対しても、わかってもらうにはどうするかを考える、よい機会となった。

こうした絆づくりの機会を積極的に生み出すことで、イベント準備が佳境にさしかかる中、提出物などの様々な課題を共有していき、協力しあい、同じ目標に向かっていく同士としての意識が醸成され、信頼関係が育っていった。創発支援プログラムは、出展を作りあげることがゴールであったが、それ以上に、市民相互の信頼関係や絆づくりに役立っていたのである。個々の出展を作り上げていくことだけではなく、市民同士が協力して生





まれた、コラボレーションによる出展も実現している。このように、適切な時間をかけ、対面して話し合う機会を重ねていくことが重要となった。

#### 4. 情報共有の仕組みの構築と活用

多くの団体や人が関わる事業の中では、共有すべき情報は膨大なものとなる。それぞれの役割や立ち位置によって必要な情報は異なり、また、同じ情報に接しても、それぞれの背景によって捉え方や理解は異なる。多すぎる情報は、必要な情報に到達するための障壁にしかない。

##### (1) 情報共有の手段

情報共有の手段としては、ソーシャルネットワークサービスを利用した市民創発事業用に開設し、市民同士の情報のやりとりはもちろん、主だった事務局からの連絡も Web 上から行っていた。こうした情報手段を用い、日頃から一方通行でない、相互のコミュニケーションを大切にしていたのである。

しかし、全ての市民が IT に慣れていただけではなく、電話や FAX など個別の連絡も必要だった。また、Web 上での議論は言葉尻を捉えたやりとりになることもあり、込み入った話は、なるべく直接会話する機会を設けることとなった。

##### (2) 市民同士の情報の引き継ぎ

会期が進み、出展を終える市民が出てくると、これから出展する市民に対して、自主的にイベント状況や出展のコツを伝えたり、展示物や什器類などを引き継いだりしていく姿が見受けられた。また、人手が足りない出展に対して、ボランティアとして手伝いをしにくる市民も現れた。

このように事務局のお膳立てではなく、経験者が経験を引き継いでいき、会期中全体として、市民創発事業を盛り上げていこうとする意識を持った動きが生まれていた。

#### 5. 市民創発事業の成果

最終的に 182 の出展に向けてのプロジェクト

が誕生、それらを指揮する 127 人のリーダーが、制作とイベントの実施及び運営を支える市民スタッフ総勢 10,868 人とともに、「ヒルサイドエリア Y150 つながりの森」の会期である 7 月 4 日から 9 月 27 日まで 86 日間を展開した。しかし、市民創発事業にはこうした数値には見えてこない成果も数多くある。

##### (1) 来場者とともにつくるイベント

「ヒルサイドエリア Y150 つながりの森」はリピート率の高いイベントであった。学校の遠足でやってきて、その週末に家族で訪れる子ども等も多く見受けられた。特に会期後半では、当初、一般来場者で訪れていた人がスタッフとなって、出展の手伝いをしているなどということもあった。

これは、「楽しみ方を来場者に提供する」という一方的なコミュニケーションではなく、「楽しみ方を来場者が創り出せる」参加・対話・体験型の出展による双方向のコミュニケーションだからこそなしたものである。来場者と出展者が、対等に会話している様子は、市民の、市民による、市民の為の、イベントという雰囲気を作り出すひとつの要素となり、市民として誰もがイベントの主役になれるような雰囲気を醸し出していた。このように、「来場者はお客様」である他のイベントとは明らかに違う、空気感を持っていた。

##### (2) 出展者が次のステップアップを目指すイベント

出展者である市民は来場者との関わりを通じて、本当に多くのことを学び、感じ、次のステップに向けてスタートを切ることになる。例えば、ニート状態だった若者は、様々な人との関わりの中で、この「市民創発事業」は自分の居場所だった事に気づき、自分もそういった居場所づくりに関わっていこうと志を新たにした。最近、息子さんのもとに身を寄せる為に横浜に越してきたおじいちゃんは、近所付き合いも無いし、やることもなく、気弱になっていたものの、来場者との関わりを通じて、自分の生き甲斐を見つけることが出来たという。ある NPO 関係者は、ここで得た経験を自分

の団体に持ち帰り、大きなうねりにしていく事を目指し、またある知的障害を持った市民は、来場者との関わりによって、沢山笑うようになった。

市民創発事業は、いわゆる日常社会では光の当たらないような場所にいる人でも、あるいは、日常社会の中に価値を見いだせなくなっていたような人でも、存在の需要が確かにされた。

## 6. イベントのコミュニティ化

コミュニティとは「情報と関係の共有の場<sup>(8)</sup>」であると定義されるように、血縁・地縁の結びつきによる集団のみならず、インターネットや情報通信が発達した現代において、ネットワークコミュニティなどで展開されるような、興味・関心の一つにする集団もまた、新しいコミュニティの形が認められるようになってきた。

出展した多くの市民はイベント実施までの18ヶ月間もの間、イベント作りに向けて辛苦を共にした仲間同士、深い絆が生まれていた。自分の出展さうまく行けばと思う者はたしなめられ、お互いが気持ちよく出展出来るよう、市民自身によるルールも誕生していた。「市民創発事業」には地域コミュニティにある隣人同士の支え合い、新しい公共を生み出していく共助の仕組みがあった。「つながりの森」という会場のもとで興味・関心の一つにする集団として、血縁・地縁によるものではないコミュニティが存在していた。

またそれは、出展者である市民の口で語られる「つながり」というキーワードからも象徴される。「つながり」がどこからどこまでを指すのか、語る人によっても様々であるが、参加した市民ひとりひとりについて、「つながり」という一つのアイデンティティを感じていたことは事実であった。それでは、その「つながり」は何を背景にして醸成されていたのであろうか。

### (1) 危機感の共有

「私からはじめるこれからの150周年」という大きな目標を共有する中で、具体的な制作物や資料の提出、また、博覧会開催中には、来場者への

対応やスタッフィングなど、出展する市民同士として同じ問題に直面し、同じ時期に解決が迫られていった。こうした同じ困難や苦しみを体験したことはかけがえの無いものとなり、同じ課題を乗り越えた仲間として、結びつきを強めていった。

### (2) 共通の敵の存在

市民創発事業スタート時期における150周年協会や事務局との対立や、会期中における繁忙期の来場者対応など、向かう先を一つに共有することでコミュニティのつながりが深まったという側面がある。矛先の共有がコミュニティとしての強化につながることを示している。

### (3) 困難の共有、喜びの共有

「コからはじまる」というプログラムコンセプトのとおり個人で参加した市民も多く、出展においては仲間集めに失敗し、人手不足に悩まされ、孤独の中での出展を余儀なくされることもあった。こうした中「遠い親戚より、近くの他人」のことわざ通り、展示場所が近い者同士で協力しあい、相互に店番を行うなど、手分けして出展を成功させたケースもあった。こうした出展の困難を共有し、乗り越えた後で達成感を共有することで結びつきをより強めている。

9月の閉幕式の際には、出展を終えた満足感と寂しさを語り合う市民の姿が多く見られた。

### (4) 共に手を動かす体験

展示物の制作から、展示物の設営作業、日々の来場者対応から、展示の撤去まで、市民の手で行っていた。手作りのイベントであったため、ともに手を動かし作り上げる体験を共有することで、つながりを深めていった。市民同士で企画して新しいイベントを実施するなど、日々、新しいものをともに作り出していく仲間となっていた。

### (5) 祭りの共通体験

開国博Y150自体が一種のお祭りであったが、それぞれの出展の中に、様々なイベントが実施され



ていた。こうした大小様々な祭りが恒常的に続いている空間の中で、ともにその高揚感を共有することで、同じ皮膚感覚を持つ仲間として受け入れていった。

#### ・まとめ

本論で取り上げた、市民創発事業を中心とした、開港 150 周年事業の目的は、多くの市民の参加と、横浜市における、市民力と創造力を育むことであった。だからこそ、評価の指標は本来的には来場者数や波及効果といった短期的な価値以上に、市民の参加の深さとその広がり、そしてそのプロセスも含めた長期的な視座に立って検討すべきである。市民創発事業であれば、「「つながり」のプラットフォーム<sup>(9)</sup>」という新しい価値を持ったコミュニティの試みとして、そこにもたらされる様々な知見や、人と人との「絆」、コミュニケーションのあり方などが、次のステージに如何に活かされるかということまでも視野にいれる必要がある。

単純な集客イベントであれば、有名な芸能人や著名な文化人の招聘、あるいはコンサートや映画など、いわゆるこれまで型のエンターテイメントを実現によっても達成される。しかし、今回実現しなかったのは、地域と市民、環境と市民、歴史と市民、未来と市民、市民と市民、様々なつながりの形を提示することによって、イベントが個人の、そして社会の変化をもたらすスイッチをもたらすことである。

開国博 Y150 という大きな物語は、大きな波紋をもたらして終わってしまった。しかし、それを受け継いだ市民がひとりひとりの価値を見出し、小さな物語を紡ごうとしている。そして、この小さな物語こそが、やがて社会を動かすエンジンとなって新しい世界を生み出すことを期待している。

#### ・おわりにかえて

本稿執筆中の、去る 8 月 15 日、開国博 Y150 の総合プロデューサーを務めた、小川巧記氏が急逝された。興行的に不振に終わってしまった開国博 Y150 の後始末に追われ、ここ数年、精神的に辛い

時期を過ごしていたものの、今年に入ってようやく再起をかけて新しい企画を考えていたところであった。まさにこれからというところでの突然の死は、当人も悔やんでも悔やみきれない事だったかと思う。後日行われたお別れ会には多くの方々に来訪いただき、もちろん市民創発事業に関わった市民の方々にも多数、ご参加いただいた。皆、一様に、58 歳という早すぎる死を悼んだ。

私自身も、仕事の上司として、そして人生の師として、公私にわたり本当にお世話になった彼の突然の訃報に、執筆を断念しようかとも考えた。しかしここで彼の働きを改めて知ってもらおうことが、私が今、出来る最大の手向けだと思い、執筆を再開した。

生前、彼は、「博覧会は時代のエンジンを見せるショールームである。19 世紀のエンジンは国家。20 世紀は企業。そして 21 世紀は市民が時代のエンジンとなる」と言い続けていた。市民が時代のエンジンとなる 21 世紀も、まだ始まったばかりのところでは彼は逝ってしまったわけだが、彼が遺っていた市民がエンジンとなる時代の萌芽を、僕らはゆっくりと時間をかけて育てていかななくてはならないと思っている。本稿がその一助になることを期待しつつ、終わりに代えさせていただきたい。

#### 【注】

- 1) 『横浜開港 150 周年記念テーマイベント「開国・開港 Y150」事業報告書(中間報告)』(財)横浜開港 150 周年協会/2009
- 2) 『「開国博 Y150」の経済効果の可能性について -最近の経済情勢等を踏まえた一考察-』浜銀総合研究所/2009
- 3) 同上、(財)横浜開港 150 周年協会
- 4) 1981 年(昭和 56 年)兵庫県神戸市で開催されたポートピア 81' を皮切りに、博覧会を契機に、インフラ整備や跡地開発を進めるという大阪万博に倣った開発が、各地方都市で行われた。バブル景気や市制 100 周年事業と重なる 1989 年(平成元年)の前後数年間に、横浜博覧会など各地で地方博が開催されたが、バブル崩壊とと

もに沈静化し、東京の臨海部（台場地区）で行われる予定だった世界都市博覧会は中止を余儀なくされた。

- 5) 2006年に発表された「横浜開港 150 周年～市政 120 周年～基本計画」では、横浜開港 150 周年事業を、次の 5 つの契機と位置づけ横浜市の未来に繋げていきたいという目標を掲げた。

港と先人の業績への感謝及び賞賛の契機

市民であることの一体感を醸成する契機

次世代の横浜が夢や希望にあふれる街であるための礎をつくり、再発展を図る契機

「横浜らしさ・横浜ならではの」へのこだわりと創造の契機

集客力を高める絶好の契機

- 6) 『朝日新聞』2006年9月30日「愛・地球博閉幕 1 周年記念 東京シンポジウム 持続可能な社会のための“関係”創造」
- 7) 『創発の主人公であるあなた＝「コ(個、私)」、創発の舞台である横浜＝「ココ(いま此処)」、創発の方向性であるあなたの思い＝「ココロ(使命、ミッション)」、これらを糸口にして、新しいプロジェクト＝「ココロミ(試み、ミッション)」を創り出します。』(市民創発メンバー募集

のリーフレットより)

- 8) 金子郁容(2002)『新版 コミュニティソリューション』岩波書店、36 頁
- 9) 小川巧記(2006)「地球を愛する「コ」・・・「個」」小川巧記、原田鎮郎 他『地球大交流愛・地球博 つながりのプラットフォームへの挑戦』東急エージェンシー出版部、37 頁

#### 【参考資料】

- ・『横浜開港 150 周年記念テーマイベント「開国・開港 Y150」事業報告書(中間報告)』財団法人横浜開港 150 周年協会/2009
- ・『横浜開港 150 周年～市政 120 周年～基本計画』横浜市創造事業本部/2006
- ・『イベントと社会 - 新たなイベントの社会を探る』社団法人日本イベント産業振興協会/2004
- ・『地球を愛する「コ」・・・「個」』小川巧記、原田鎮郎 他『地球大交流愛・地球博 つながりのプラットフォームへの挑戦』東急エージェンシー出版部/2006
- ・『新版 コミュニティソリューション』金子郁容/2002