
なぜ式典はイベントではないのか

Isn't a Ceremony an EVENT?

JEPC イベント総合研究所 上級研究員

藪花 健一

Jepc Event general laboratory Advanced Senior Researcher Kenichi Yabuhana

はじめに

イベント会場でアンケートを記入する時やイベント関連団体に登録を申請するとき、その用紙の業種の欄に「フェスティバル」や「スポーツ」、「展示会」、「文化」という選択肢があるのに、「式典」という選択肢があることは少ない。私はずっと式典に携わってきたので、いつもそのことがどうしても納得できず、機会があるごとに「式典もイベントである」と発言させてもらってきているのだが、残念ながら今だ、一部の方には認めて頂けていないのが現状である。

事実、実際に式典のことが書かれた本を読むと、「祭式はイベントではない。神職が神々をお迎えして執り行う厳粛な神事である。」⁽¹⁾などという記述が見られるのが現状なのである。私もかつてそうであったように、「イベント」という言葉に憧れてこの業界に入り、今日式典の業務を中心に仕事をしているスタッフは、数多くいるのである。彼らは、毎日式典がイベントのひとつであることに、何の疑いも持たずに厳しい業務をこなし、イベント業界の発展のため、日々努力や研鑽を重ねながら、誇りを持って業務に当たっているのである。

そして、ここが一番大事なことなのであるが、イベントという式典とは、表彰式や卒業式も含む「祝賀・記念などを一定の形式に従って行う行事。式。儀式。」⁽²⁾のことであり、その中の一部に起工式や竣工式といった建築工事の祭式があるのである。そして、ましてや神々をお迎えして執り行う修祓式は、その建築工事の祭式の中の単なるひとつの行事に過ぎないのである。

果たして、表彰式や卒業式もイベントとは言えないのであろうか。そうであるならば、イベントという言葉の範囲は、ずっと狭義なものになってしまう。

研究の背景

そもそもイベントの定義とは、いったい何なのであろうか。

小坂善治郎は、「イベントは一回生起の創造事業（プロジェクト）である。」⁽³⁾と述べている。

“一回生起”、“過去に同じものがなく、今後も同じものがない”と私は、訳しているのである。この定義に照らし合わせてみると、前回行われた時のマニュアルに則って、毎回似たような内容で行われる式典が、イベントの本質から外れる解釈できる面もある。「そのような解釈をしてはいけない」とはっきり言及している。

もっとも大きな疑問を持ったのに梶原貞幸は「儀式・式典はイベントでない」といっている⁽⁴⁾。この指摘は「イベントの資格のテキスト」にも述べられている点に大きな問題がある。どんな式典でも、当然同じ場所で同じ顔ぶれで、全く同じ内容で行われることは、絶対にないのであるから、“一回生起”であることは、間違いがないのである。そしてアトラクションやセレモニーもその場によって違い、千差万別なのである。

そして日本イベントプロデューサー協会が、掲げるイベント憲章には、「イベントは、何らかの目的を達成するための手段として開催される直接的なコミュニケーションメディアである。」⁽⁵⁾と記されている。この点において、「なぜ式典がイベントで

ない」のかと考えてみる。

お祝いであれ、お別れであれども、当然その目的があって式典は行われ、その場に出席することにより、そのメッセージを直接受け取ることができるのであり、この憲章に照らし合わせてみてもイベントと呼べるのではないか。

イベント学会の「設立趣意」のなかで、「イベントは、限りなく複雑多様であり、一義的な定義が困難である。」としたうえで、「イベントは、独立化した人々を、再び交流とコミュニケーションの場に呼びもどす統合装置として、機能してきた。」⁽⁶⁾と記している。梶原貞幸の論は矛盾している。

式典でも、記念式典や周年行事などは、離れてしまった人を再び交流の場に呼び戻す契機として、まさにこの役割を担っているのではないだろうか。



図1.さいたま中央郵便局除幕式 株式会社東真撮影

・研究の目的

そもそも式典が、イベントではないと考えられる根拠は何なのであるだろうか。

それは、式典が単なる厳粛な儀式であると考えられていることが根拠なのだろうか。

日本イベントプロデュース協会の小暮進アドバイザーは、「イベントには『起承転結』があり、その“起”と“結”の部分に欠かせないのが式典」といつも持論を語っている。この言葉どおりにオリンピックでも国際会議においても博覧会においても開会式と閉会式が行われる。

開会式には、皆でイベントの成功を誓う意味合いがあり、閉会式には、イベントの成功を感謝し

再会を祈願する意味合いがあり、どちらも来賓が招待されるケースも多い。

従ってここでは、挨拶や紹介、報告などが行われ、その性質上あまりに突拍子もないことや奇想天外なことをやりづらい慣例が多い。

驚かせる部分や目を見張らせる部分は、本編の“承”と“転”の部分に譲り、プロローグとエピローグのいわゆる式典は厳かに行われるのである。

だがイベントジャパンの開会式典のテープカットに恐竜のロボットが現れたように、式典にも意外性を持ったものもある。小坂善治郎のいう「一回生起の創造事業」なのである。

祭司をお迎えして行う修祓式は式典のほんの一部なのである。式典には、テープカットやくす玉開披、渡り初めといったセレモニーも含まれるし、パーティや挨拶といった全ての行事が含まれるのである。

何か皆、式典を勘違いしてはいないだろうか。

式典が何か中世ヨーロッパの宗教行事や戦前の日本ように重々しい、肩苦しいものと勘違いされてはいないだろうか。

ここでもう一度、式典がイベントであることを証明して、昼夜業務に励んでいる人間が、堂々と、「私は、イベント業界の人間です」と何の疑念もなく言えるようにしたいのである。

・研究の方法

イベントというとその概念は広く、それを体系的にまとめた書物など少なかったのだが、この度、イベント総合研究所の小坂善治郎の「イベント学概論」が発刊された。その中でイベントを「意義と機能」、「コミュニケーション」、「サービス」、「文化」という面から解説してあるのだが、ここでは、この本の内容を基に式典が小坂の定義するイベントに合致しているのかどうか検証していきたいと思う。

・研究の結果

1. イベントの意義と機能

(1) 「イベントの意義と機能」からの検証

まず、小坂氏は、イベントの定義として、「目的

を持って、特定の期間に、特定の場所で、対象となる人々に個別的、直接的に“刺激”を体感させるメディア⁽⁷⁾であることを挙げているが、これは式典にも当てはまっていることである。建物のオープンをお披露目する目的で竣工式があるのであり、平和を祈願して平和記念式典なども行われる。そして、集まった人々の前でくす玉割りや鳩の放飞などのセレモニーを行うのは、まさに視覚によって直接的な“刺激”を体感してもらうことにほかならないのである。



図2.2011年国際イベント総合展、テープカット、JACE撮影

(2)「イベントの社会的意義」からの検証

小坂は、イベントの持つ基本的な意義の一つとして『イベントこそ、このような双方向的コミュニケーション・システム構築の主要な「担い手」であり「場」であり「機会」である。』⁽⁸⁾とするが、設立記念式典や完成記念式典などは、関係者が一堂に集う「場」であり、コミュニケーションを取る「機会」でもあり、その役割を担っている。

また別に、『イベントの持つ「日常起こり得ないことが起きる」という、いわば未来志向の意義である。』⁽⁹⁾、「イベントは未来を語り、未来をイメージさせるものでなければならぬ」⁽¹⁰⁾とある。式典は、未来を語る。例えば道路の起工式であっても、それは完成後の姿を想像させてくれるのではないか。「日常起こり得ないことが起きる」という点でも、式典には、VIP クラスの来賓が勢ぞろいすることも多いのである。小さな式典であっても「長」と役職に付く方が勢ぞろいする。まさに

そうあることではない。

そして『全ての面でイベントは「目的」ではなく「手段」であり「チャンス」であり「場づくり」であることを確認し続けるべきである。』⁽¹¹⁾ともあり、式典もこれに参加することにより、様々な誓いを胸に期すのであり、「場づくり」である。

(3)「平野繁臣先生(1988)の見解」からの検証

『イベントとはそこに展開される「モノ」や「できごと」に触れ、それと自分との間、それら「モノ」や「できごと」を媒介とした自分と周囲の人々との間の新しい関係を発見し、自分にとっての意味を見いだすものであり、こうした新しい発見が感動の源泉となる。』⁽¹²⁾と平野先生は語っているが、入社式や入学式などの式典を例に挙げれば、解り易いのではないか。

式典は、会社や学校に入ったことによる自分が、社会の中で、これからの役割や置かれている立場を認識する場であり、これがそれ以後の活力になっていくのである。

そしてまた、「ますます巨大化し複雑化していく現代社会において、次第に忘れ去られようとしている“であい”や“ふれあい”を大切に守りながら、そこに新しいコミュニケーションの場と機会を育むものがイベント」⁽¹³⁾とも語り、式典においても、“であい”や“ふれあい”を新しいコミュニケーションの契機としている。いろいろな立場の人間が集うが、他のイベントよりも一人ひとりの立場や肩書がはっきりしている分に、より一歩踏み込んだ関係が作られることが多い。

また「イベントは地域振興の起爆剤である。」⁽¹⁴⁾ともあるが、そもそも、式典は完成記念式典や祝賀式典など、そのニュースを強くアピールするために行われるのであって、起爆剤の第一弾となり得ている。

「イベント効果、特にパブリックイベントでは入場者数や収支の結果で判断してはならない。もっと広い意味での社会経済効果の地域に及ぼす文化的・精神的効果も含めて評価すべきである。」⁽¹⁵⁾という部分については、やや説明しづらい部分が

多いのだが、式典を行うことによる“社会経済効果の地域に及ぼす文化的・精神的効果”の分かりやすいひとつの例として『「林業の町」金山町が誇り懸け誘致活動、全国育樹祭、14年に本県で開催』⁽¹⁶⁾というニュースがある。

町長は、報道陣にその意義を「元気がなくなっている新庄最上地域の林業を盛り上げ、勇気づけるためにも金山町で式典を行いたい」と述べており、このニュースでご理解いただけるのではないが。

(4)「イベントは、なぜ「力」をもつか」からの検証

小坂は、この点について大きく5つの力を挙げている。

それは、

『 コミュニケーションの進化（コミュニケーションメディア）

非定形情報を整理・生産・再生産する。（イベントは戦略的な手段）

イベントは「新しい文化をつくり、育ていく」（地域活性化・文化的つながり）

イベント文化は、さまざまな形で力を持つ。（褻（ケ）と晴（ハレ）の演出）

イベントは多くの効果を持つ（ダイレクト効果、コミュニケーション効果、波及効果、パブリシティ効果、インセンティブ効果、販売促進効果）

である。』⁽¹⁷⁾



図3.チャーターナイト5周年記念式典、撮影、市川南ライオンズクラブ

写真は、あるライオンズクラブがCN（チャーターナイト、新クラブが国際協会の一員となった

証（あかし）として交付される認証状の伝達である）⁽¹⁸⁾から5周年を迎えての記念式典の様子である。

…この式典においても、この式典に参加することにより、このライオンズクラブの情報を確実に得られる。それは、参加できなかった人間には得ることが難しい。そこにコミュニケーションメディアとしての役割がある。

…この式典において、クラブの実情やら今までの歩だの今後の目標などが明確に伝えられている。非定形情報をここで、整理・生産・再生産しているのである。

…これも当然、この日出席された方同士が、団体同士がここで交流することにより、地域にとって新たな展開が生まれてくる場合、あり得る。

…この式典も5周年という功績にスポットライトを当てることによって、「晴」すなわち、その功績を演出している。

…この式典により5周年の意義がダイレクトに伝わり、そこに居合わせた方同士のコミュニケーション効果を生む。そしてそれが、思わぬ波及効果ももたらす。パブリシティ効果はもちろん、会員にはインセンティブ効果ももたらす。

(5)「イベントとは」からの検証

イベント業界の重鎮の方々は、イベントとは、どう捉えられておられるのであろうか。

堺屋太一氏は、（1）非日常性、（2）特別な情報環境の創造、（3）強烈な心理的効果の三つを挙げられている。⁽¹⁹⁾

式典も非日常のことであり、その式典の対象である情報を関係者の挨拶であったり、スライドなどを使い一回性で発信している。そして、時には、くす玉や樽酒を割ったりして強烈な心理的効果を与えている。

また、盛田昭夫氏は、「イベントは国際間の壁を超える『コモンランゲージ（共通語）』で言葉を使わないで通じるものことである」⁽²⁰⁾とされているが、テープカットやくす玉、除幕などの式典を

みても、今ややり方は万国共通のものとなっており、その装置を見るだけで通じるものがある。

木村尚三郎氏によれば、「イベントの本義は『出来事』である。何だ、何だ、と驚き、楽しさ、夢を求めて人が集まってくるような催しがイベントである。」⁽²¹⁾ということになり、木村氏のこの定義は、オープニングの式典時に道行く人が歩みを止め、ひとだけりができることで証明されている。

そして小坂善治郎は、次の5つの点を挙げている。

『 現物主義・・・コミュニケーションの受け手が、直接コミュニケーションの内容に触れることができる。

現場参加主義・・・コミュニケーションの受け手は、イベントの現場に出向く、また参加しなければならない。

一過性・・・コミュニケーションの受け手が、ほとんどの場合、イベントに触れることができる期間が決まっている（小坂は一過性について現代的に「一回生起の創造事業と改正している）。

総合芸術性・・・コミュニケーションの受け手の、全ての感覚（五感）に訴えることができる。

社会性、文化性・・・口コミやパブリシティによって、間接的受け手が拡大したとき、そのイベントは、社会性・文化性を帯びる。

その中で について、イベントは一回生起の創造事業（プロジェクト）である。』⁽²²⁾と一過性を主として訂正している。

式典も実際に現場で出席、見学することにより、そのコミュニケーションに触れることができるのであって、開催される日時も決まっている。また看板、BGM、照明、スライド、装飾などによって、受け手の五感に訴えて演出する。

(6)「イベントを捉える視点」からの検証

小坂氏は、「イベントの分類の一つは、イベントを捉える視点からその主催者によって考えられる。」⁽²³⁾として、次のように分類している。

『パブリック・イベント

- ・税金や寄付で行う / 無料行政型
- ・採算制を導入した / 有料経営型

コーポレート・イベント

- ・イベント自体から収益を求める / 営利目的型
- ・企業・商品のPRが目的 / 揚名目的型
- ・地域・組織の活性化を求める / 活性目的型』⁽²⁴⁾

前述したように、式典は、大きなイベントの中の“起”と“結”で行われることが多く、この場合どれにも当てはまっているようにも思えるのだが、その中でも、橋や道路などの竣工式や市民歌の完成記念式典など、パブリック・イベントとしての無料行政型で行われることが多い。

ただ航空会社の新規就航の際に行われる記念式典や自動車メーカーや鉄道会社が行う新型車両の発進式などは、企業・商品のPRが目的 / 揚名目的型に分類していいのではないかと。

そして地域・組織の活性化を求める / 活性目的型としては、表彰式や新しい部門などの発足式、周年記念式典などが挙げられる。

(7)「3つの視点によるイベントを考える(分類)」からの検証

そして小坂は、こうイベントを分類しているのである。

『(1) 国家・行政レベルからみたイベントの目的・効果

-) 国民ニーズ (精神的充足・文化スポーツ志向の充足)
-) 地域活性化
-) 産業交流
-) 国際交流

(2) 企業レベルから見たイベントの目的

-) 営利目的
-) 揚名効果
-) 活性化目的

(3) イベントの対象者となる生活者にとっては、イベントとは、

-) 遊び・娯楽としての直接目的
-) 知識・教養を得る場

-) 現実の生活への刺激・活力を得る場
-) 現実の生活からの逃避」⁽²⁵⁾

である。

まず(1)の国家・行政レベルからみたイベントの目的・効果でいうと、例えば友好都市締結式典などを行うことにより、それがより現実的なものに感じられ、国民的ニーズ(精神的充足)に大きく影響を与えないだろうか。そして地域活性化や産業交流、国際交流に繋がらないだろうか。

また(2)企業レベルから見たイベントの目的でいえば、これも前述したとおり、揚名効果の式典も活性化目的の式典もある。そしてそれは、突き詰めて考えれば、営利目的に繋がりはしないか。

そして(3)イベントの対象者となる生活者にとっていえば、式典は、現実の生活への刺激・活力を得る場であり、簡単にいえば、授賞式、表彰式、結成式など、それは、出席した人間の活力になり、生活のボルテージを上げていくものになる。

形態別・ジャンル別から見た分類においては、セレモニー・レセプション(例：記念式典・パーティーなど)に分類される。⁽²⁶⁾

もうひとつ生活者(イベントの対象者)から見た分類でも、帰属型イベント・体感の喜び(会議・パーティー)に分類できることは、誰にでも分かるのである。

(8)「イベントは体感型情報を創出」からの検証

コンピューターを含む通信ネットワークとの違いを小坂氏は、「イベントは『人と人とが直接ふれあい、情報の発信者と受信者が同一の場所に集う』という点である」⁽²⁷⁾としている。

また、「そこで生まれる場面の雰囲気や状況が人びとの心に共感を呼んだり、感銘を与えたりするインパクトとなる。これを『ライブ性』といってもよい」⁽²⁸⁾ともしている。

これも前述のように、式典も一つの場所に発信者と受信者が集い、開通、点灯などを通して、人びとの心に共感を呼んだり、感銘を与えたりするのである。

そして「イベントの主な機能はイベントに参加

する人びとに、『体感型情報』をつくり出していることがある。」⁽²⁹⁾ともあり、得た共感や感銘はその式典に居合わせた人間のみが得られる体感型情報であるといえる。

さらに、「イベントによってつくられる『経験共有の場』とは『情報の再生産の場』ともいえる」⁽³⁰⁾

「その時代の中で、常に新しい技術を支援機能として新たなシステムをつくり『経験共有の場』として機能しつづけている」⁽³¹⁾とも続くが、新技術を持った機械の始動式典や発進式典は、これに当てはまる。

(9)「イベントの定義」からの検証

J E P Cでは、1988年にイベントの定義をした。「イベントとは目的を持って、特定の時間に特定の場で、対象となる人々をそれぞれに、個別的に、直接的に“刺激”を体感させる双方向メディアである」⁽³²⁾である。

そして小坂は、ここで“目的”という点について、「イベントの目的とは、イベントそのものを実施することを目的化してはならない。イベントのコンセプトと表現されるが、そのイベントによって何を狙っているのかということを確認すべきである。」⁽³³⁾と述べている。

式典、特に工事式典の場合は、ややもすると、その目的が神への祈願や感謝と勘違いされているが、その真の目的は、関係者の意思統一であり、関係者相互の慰労である。

また、ここでいう“刺激”というものが、どの程度のものなのか分からないが、式典においても、道路の開通式など例にとっても、その時間で、その道路で、集まった人々に、「まだ誰も通ったことのない道路を走る」という、祈りに似た“刺激”を体感させるのであり、この定義にあてはめても式典はイベントであるのである。

(10)「イベントとは、を考える諸視点」からの検証

小坂は、鶴見俊輔の「そうやって私たちの日々の信仰、この日を生きる力をかきたて、自分たちを勇気づける。それが祭りです。祭りには『習慣

の力』に任せるといふ面が強くあります。『イベント』という少し違って、自分の才覚でつくって引っぱっていく・つまり伝統ではなく『設計の面』が強くなっていくわけですね。いずれにしても自分たちの過去から未来をパラボラのように、放物線のようにとらえるという投げかけの行為でしょう。」⁽³⁴⁾という言葉を紹介している。

鶴見氏の言葉も、小坂の言葉も「祭りもイベントも祈りから始動は同じ」といっている。

祭りの実施計画というのは、果たして毎年同じなのだろうか。神輿の順路も看板のデザインも、祭りのアトラクションも同じなのだろうか。そう、毎年同じなのは、祭りの儀式においてのみなのである。それは、「祭り」ではなく、「祀り」に関しての部分が、「習慣の力」に任せているとはいえないだろうか。

祭りも間違いなく毎年、「創造と設計の力」によっていろいろな点で変わっているのである。

2. イベントとコミュニケーション

(11) 「イベントとコミュニケーションメディア」からの検証

イベントとコミュニケーションメディアについては、まず、「さらにイベントメディアと言えるのが人と人が直接ふれ合い、情報の発信者と受信者が同一場所に集うことができる、すなわち『パーソナルコミュニケーション・メディア』と言える。」⁽³⁵⁾とある。

さらに「イベントのパーソナルコミュニケーション・メディアは、それとは著しく異なった“双方向”のコミュニケーション・メディアの機能を持っている。特にイベントは人と人とのふれ合いを基本とするところから“パーソナル”な要素を強く持っている点が特徴的で、コンピュータ・メディアでは全てがすべて双方向とはいえないが、基本的にはコンピュータと新しい情報通信機器を駆使しているという面で、その要素を十分に備えていると言える。しかしイベントの持つ“パーソナル”という面、しかもフェイス・トゥ・フェイスであることなどは、同じ双方向であっても基本

的に異なった特徴があることが明確である。」⁽³⁶⁾

「イベントとは目的を持って、特定の時間に特定の場で、対象となる人々をそれぞれに、個別的に、直接的に“刺激”を体感させる双方向メディアである」⁽³⁷⁾

「イベントは“モノ”や“出来事”“情報・知識”に触れ、それと自分との間、それを媒介として自分と周囲の人々との間、それらを媒介として自分と周囲の人々との間に新しい関係を発見し、自分にとっての意味を見出すものであり、新しい発見が感動の源泉になる。このような新しい発見、自分にとっての“意味づけ”の創造を可能にしてくれる場であり機会であるイベントは、まさに特徴的なメディアの意義を持つと言える。」⁽³⁸⁾

「巨大化、複雑化する現代社会の中で、次第に失われ忘れ去られようとしている“出会い”や“ふれ合い”を大切に守りながら、そこに新しいコミュニケーションの場と機会を育むものがイベントである。」⁽³⁹⁾と解明。「式典」も人と人が直接ふれ合い、情報の発信者と受信者が同一場所に集うことができる「パーソナルコミュニケーション・メディア」なのである。

(12) 「イベントの機能としての『経験共有の場』」からの検証

「コミュニケーション過程に於いて、情報の発信者と受信者が同じフィールドに立つことができ、同じ時に、同じ機会において、同じ『経験の場』を持つことができたなら、そこに新しい関係、またより深い関係が構築されることになる。(中略) イベントは『経験共有の場づくり』の有力な手段と言える。」⁽⁴⁰⁾、式典においても、その会場において、情報の発信者と受信者が同じフィールドに立つ。外で行われる式典にいたっては、雨や風、暑さ、寒さに関しても含めて、「同じ『経験の場』」を持つのである。他のイベントよりもよい関係が築きやすい。

(13) 「経験共有の場としてのイベントの機能」からの検証

「イベントはイベントに参加する人々にさまざまな『体感型情報』をつくり出すことができる」⁽⁴¹⁾とある。そう式典だって、公園の落成記念式典を例にとれば、参加者に公園の中を歩いてもらい、「見て」、「聞いて」、「触って」、「嗅いで」、「歩いて」など、さまざまな『体感型情報』を受信者をつくり出して、受信者に送ることができるのである。

そして「なんらかの契機で、イベントに参加する人々は見たり、聞いたり、触れたり、といった行動でいろいろな個別的・直接的な情報を持つことになる。そこで新たな発見をし、感動をし、様々な情報を得ることができる。」⁽⁴²⁾ともあり、式典も場合によっては展示会のように見たり、聞いたり、触れたり、といった行動でいろいろな個別的・直接的な情報を持つことになるのである。

(14)「イベントとパブリシティ効果」からの検証

「情報力の発信力とは、計画の中に『情報のソース (sauce)』と『シーズ (seeds)』が記号化され媒体に取り上げてもらうことを意味している。つまり“パブリシティ”として各媒体が如何に取り上げるかということである。活動計画の推進にはパブリシティ活動が極めて重要な意味を有することになる。この『ソースとシーズ』にイベントが極めて大きな働きをする。」⁽⁴³⁾とある。

式典の場合は、この『ソースとシーズ』が公表される時に行われる場合が多いのである。その場において記念式典が行われるのである。

(15)「ギャップマネジメントとイベント」からの検証

「ギャップの対応には、それだけでなく、（発信者）と（受信者）が同一のプラットフォームにつくことであろう。その場合に、同時に同じ場所と同じ情報を共有するならば、それが一番に『ギャップ』が生まれにくい。この『場』こそが『イベント』ということになる。」⁽⁴⁴⁾

式典の場合も、まさに同じ時に同じ場所で同じ情報が、多くの人々に伝えられる。ここでいう「ギャップ」は存在しないのである。

「このギャップを取り除くものに『インセンテ

ィブ』が必要な理由になる。インセンティブは『動機づけ』とか『意欲刺激』などとされている。

一般的に表現される『やる気』の構成である。この『インセンティブ』に対して機能しているのがイベントである。」⁽⁴⁵⁾

「インセンティブ」に対して機能している式典は多い。「周年行事」「表彰式」「団結式」などである。式典を行うことで「やる気」を奮い立たせていくのである」

3. イベントとサービス

(16)「サービスの特徴とイベント」からの検証

小坂は、著書の中で、近藤隆雄「サービスは、提供者にとっては活動、顧客にとっては体験、客観的にはイベント（出来事）である。このイベントは、特定の時と場所で生起するが、その場面（サービス・エンカウンター）において、お客はその場面に登場し演ずる役者であって、その場面の外にいる観客ではない。つまり、お客の存在そのものがイベントを構成する生産活動の一部なのである。」⁽⁴⁶⁾と述べている事を紹介している。

この言葉の通り、たとえば、くす玉やテープカットの式典にしても、そこに多くの客が、創造的な賑わいを演出してくれているのである。

(17)「イベントとサービスの特質」からの検証

サービスの特質として、次の6点が挙げられている。⁽⁴⁷⁾

「サービスは、欲求を満たせる形のない活動である。」

式典も五感に訴えていく、形を持たない活動である。「見る」、「聞く」ということで、サービスを受ける人を満足させる。

「サービスは消失してしまう。ベネフィットも同じく消失してしまう。」

式典も、始まった時にベネフィットが生まれるのであり、それはたったの一回限りのことである。式典が終わった時にベネフィットも消えるのである。

「サービス業は、人間に依存する度合いが多い。

ことに人間のスキルによる面が多い。」

式典こそ、サービスを発信する方の人間の経験や常識に依存するところは多い。ここに式典の成否の鍵があると言っても過言ではない。

「消費者自身がサービスの生産にかかわる場合が多く、サービスの結果は消費者それぞれによって異なるのが普通である。」

式典はそこに参加する人により、受け止め方は様々である。人それぞれによって感動する度合いが違って来る。

「サービスは即時性を持つ。サービスをする人とサービスを受ける人の間で、リハーサルなしで、リアルタイムで行われるものが多い。」

式典はもちろん、ここでいうサービスをする人と裏方の人とでリハーサルをやる場合は多い。だが当日は、裏方の人は表から消え、サービスを受ける人が集まった時に、待たなしで行われる。

「サービスには個性がある。サービス利用者は千差万別である。」

式典にも個性はある。例えば成人式などを例にとっても、参加する人それぞれによって、思い入れは違うのであり、その結果、満足度は人によって違ったものになるのである。

(18) 「イベントの品質管理」からの検証

小坂は、「イベントプロデュースにおける品質管理は、制作等にかかわる『技術的品質』と運営管理にかかわる『機能的品質』とに分けて考察するとよく理解できる。」⁽⁴⁹⁾とコトラーの考え方から品質の管理を説明している。

式典において「技術的品質」といえば、会場の設営の部分ではないだろうか。その式典に最適で、天候等も考慮した会場づくりが求められ、看板、舞台等のデザインもこの部分に含まれる。

そして、「機能的品質」の部分が運営スタッフである。

参加者が、より快適に式典に参加できるような態度や行動が求められるのである。

また、「イベントは非日常的といわれるが、『脱日常』と表現すべきことが極めてわかりやすいこ

とが多い」⁽⁵⁰⁾ともあり、ものごとの節目に行われることが多い式典は、終われば日常に戻るものであり、まさしく「脱日常」という方がぴったりである。

4、イベントと文化

(19) 「イベントと文化」からの検証

小坂は、「イベントは、この世の人類が存在することと同時に、その価値があって、今日までさまざまな社会状況の変化の中でも多様な形態を持ちながら現在まで続いている。」⁽⁵¹⁾とある。

式典においても、縄文時代には、すでに行われており⁽⁵²⁾、形態を変えながら今日に至っているのである。

次に、「イベントは社会生活の中で文化を求める多様な人に「文化記号装置」を用意して、大きく機能していたし、またし続けている。」⁽⁵³⁾

具体的な例になってしまうが、式典においてもエアドームテントやインクジェットによる看板制作、水や電気、工事が不要のトイレなど、その時代において「文化記号装置」を用意しているのである。

さらに、「イベントはイベントを創る主体となる人たちがいて、同時に、客体となるさまざまな支援機能とによって形成（構築）される。だから、優れたイベントであるためには、さらに『時代』や『歴史』という社会的背景をそのために据えて『今』を関連づけておくことが前提となる。近未来を予測し予告するための記号装置を創り持ち得られるか、ということが義務づけられている。」⁽⁵⁴⁾と続く、ここは、式典においても重要な部分でもあり、時代によって、例えば儀式など簡略されてきている部分がある。またアトラクションや演出など、時代の先をいく部分もあるのだ。

そして、「イベントは自分たちがそのような時代（歴史）の中で、生きてきたか、その中でいまままでより文化記号装置を創るためのテクノロジーの革新を先取りしてきたかを常に確認する必要がある。そして、一方でテクノロジーの革新への要請を日常生活の場や産業社会の中より一歩先に求め

続けることである。」⁽⁵⁵⁾ともあり、これに対しては、式典でも、近年は風船を使う場合は、太陽光によって分解されてしまう風船が使われていたり、花火を打ち上げる場合も燃えカスが少ない、ほとんどが燃え尽きる化学材料を使った花火が開発されるなど、環境にやさしい技術への取り組みが行われているのである。

・ 考察

このように小坂善治郎の「イベント学概論」を基に式典を「意義と機能」、「コミュニケーション」、「サービス」、「文化」という点からさまざま検証を試みた。「式典」は、イベントである。

では、なぜ一部の方に式典がイベントとは、認められないのであろうか。

それは、ここで記述したように、「式典」を修祓式と勘違いされているからでは、ないだろうか。修祓の部分においては、神職しか立ち入れない部分が多く、そのやり方も毎回同じような場合が多い。この部分だけを捉えられてしまい、その前後の受付や記念行事や記念式典、祝賀会などの部分が抜け落ちてしまったがために、イベントではないという結論に達してしまったのではないか。

これと同じ例に結婚披露と葬式もあるのではないか。結婚式や葬儀の部分だけが独り歩きしてしまい、この二つもイベントと言われることが少なくなっただけではないだろうか。

それは、余計なお世話になってしまうので、それぞれの業界の方にお任せしてここでは触れない。ここでは、式典はイベントのひとつなのであるという結論を述べさせていただくのみとする。

小坂は「全てを含めてイベントと考える。区分けすることが極めて不合理で不可能である」と云っている。

・ 今後の課題

今回、この論文を記述していて痛切に感じたのは、「式典」について書かれたものが、少ないということである。

修祓式に関して書かれたものならいくつか手に

することが出来たのであるが、くす玉やテープカット、除幕などのセレモニーや祝賀会についても詳しく記述されているものは、全く見ることができなかった。

ましてや周年行事や成人式の担当に就いた人が、参考にできるような参考本などないのが現状である。これでは、いつまでも前例に倣うだけの旧態依然とした式典が多くみられるのも仕方がないのではないか。

そこで、式典というものを包括し、イベントの概念を著した本があってもいいのではないかと強く感じたのである。

【注】

- 1) 「建築工事の祭式」編集委員会編著 / 学芸出版社 / 2001年 13P
- 2) 「Japan yahoo 大辞泉」
http://dic.search.yahoo.co.jp/search?ei=UTF-8&fr=top_ga1_sa&p=%E5%BC%8F%E5%85%B8#JJ
- 3) 「イベント学概論」小坂善治郎著 / 株式会社リベルタス・クレオ / 2011年 16P
- 4) 梶原貞幸「イベントの概念と構造」(「イベントプロフェッショナル」の第1章1節の文章) JACE2012
- 5) 「日本イベントプロデューズ協会ホームページ」イベント憲章
<http://www.jepc.com/category/1582679.html>
- 6) 「イベント学会ホームページ」イベント学会設立趣意
<http://www.eventology.org/3/index.html>
- 7) ~15) 「イベント学概論」小坂善治郎著 / 株式会社リベルタス・クレオ / 2011年 7P ~ 11P
- 16) 「山形新聞 HP、県内ニュース 2012年10月1日」
http://yamagata-np.jp/news/201210/01/kj_2012100100018.php
- 17) 「イベント学概論」小坂善治郎著 / 株式会社リベルタス・クレオ / 2011年 14P
- 18) 「白浜南ライオンズクラブ事務局HP、用語解説」
<http://www.aikis.or.jp/~s-hamalclions-yougo/lions-yougo-ta.html#cn>

19) ~ 51) 「イベント学概論」小坂善治郎著 / 株式会社リベルタス・クレオ / 2011年 15P ~ 64P

52) フリー百科事典・ウィキペディア、縄文時代」
<http://ja.wikipedia.org/wiki/%E7%B8%84%E6%96%87%E6%99%82%E4%BB%A3>

「落葉性堅果類、すなわちクリやいわゆるドングリは秋の一時期に集中的に収穫され、比較的大きな集落による労働集約的な作業が必要となるため、土偶を用いた祭祀を行うことで社会集団を統合していたのではないかという考え方であ

る」とされ、縄文時代には祭祀が行われていたのである。

52) ~ 55) 「イベント学概論」小坂善治郎著 / 株式会社リベルタス・クレオ / 2011年 64P

【参考文献】

- ・「建築工事の祭式」編集委員会編著 / 学芸出版社 / 2001年
- ・「イベント学概論」小坂善治郎著 / 株式会社リベルタス・クレオ / 2011年