

イベント業務志向者の人材開発の研究

Research of an event operating intention person's
human-resources development

JEPC イベント総合研究所研究員 小林 秀之

Jepc Event general laboratory researcher Hideyuki Kobayashi

I. はじめに

あの希望に燃えた大勢の若者達はいったい何処に 行ってしまったんだろう？、そして今は何を しているんだろうか？ 最初はまだ自分達の 行く先もほとんど 掴んでいなかった君たちだっ たんだが、卒業後に社会 に出て何を、どん な暮らしをしているんだろうか・・・ここで云う 若者とは実は専門学校に入学してからまだ間も 無い学生達のことである。勿論このような現役の 学生以外に現在は別の業界に勤務しながらもイ ベント業界での業務をしたいと思っている人や 地方 自治体、各種の団体、一般企業、一匹狼な どでイベント関連のような実務を行っている 方々もこの対象に入れながら話を進めていき たい。

実は私が現在学校をはじめ各種団体、地方自治 体、な どを対象に『イベント・プランニング』 の講座や『関連分野』の講師を勤めているからで ある。講師をはじめて 15 年間 (1998 年～) 毎 年同じことを考え同じ気持ちで彼等に接してき た ことではあるが、ふと過去を振り返ってみたら愕 然となりびっくりしたの が今回のテーマの源で ある。

1. イベント業務志向者の底辺拡大

ここで云う「イベントの底辺」とは以下の二つ の層のことである。

- (1) 主としてイベント業務に携わってみたいと思 っている層 (専門学校生、大学生など)・・・

- (2) 現在既にイベント業界で働いてイベントの 業務を行っている若年者層達など・・・

いわばまだイベントに関しては初心者と云わ れる人たちのことを中心に考えてみることにす る。

★★～100 名から 10 数名へ～★★

この数字は私が過去も含めて四つの専門学校 を受け持った時の一つのクラスの学生数のこと である。この数は時代や年度によって変わって いくのだが、その時代に流行っていたり、何かの弾 みでブームになっていたりしたイベント関連の クラスの学生達の人数である。

たまたま釣りがその時の若者の興味を引いて いればその分野の学部にとっと集まりスノーボ ードが流行すればそちらの方の学部を受験する のが多くなったり、まだ自分のこれからの方向 を見出ししていない学生達の行動であった。

だけど、基本的なイベントっていうのは「音 楽・ライブ」にあり、彼等がかなり簡単に観たり 聞いたりができるジャンルの学部が集まってい た。(まさにその専門学校のメインの学部であるのは云うに及ばず)



図 1. イベント JAPAN 2010

100名という学生数は当時の学生達や若者の間で人気があった『フィッシング学部』でのことであり、まあ、実習として具体的な釣りの道具などを作る授業があり、富士五湖の裾野でキャンプしながら釣り糸をたらし『つり大会』などのイベントを開催して楽しむなどの若者を集めたことが成功の原因であった。

とにかく一つの教室には納らず三つの教室に分散して一日に三度同じ授業を行ったのである。講師としては同じ講義を続けて三度もやるのは苦痛なことであったが、この同じ授業を一時間前に聞いた学生が紛れ込んでいるのが一番いやであった（直前の授業で使ったギャグや笑い話は二度使えないからである 笑）

彼等に対しては、卒業後フィッシングの分野に就職できて、後輩達にイベントの基本を伝授してくれることがあるようにと祈りながら講座を進めてきた。

2. 学生数の変遷

ただこうして過去を振り返るとイベントの授業はその学校の新生の増減に大きく左右されることが分かったが、残念ながら具体的にはイベントを教える学生（初心者）が徐々に減ってきていることである。

(1) 学生数のあれこれ（事例）

またある別の専門学校では学生数がやっと二桁に届いたところもあり、少人数を覚悟で講座を行っていくうちに、インターシップで勤務先に出払ってしまったたり、勝手な欠席者も出たりで、教室に来たのがわづか2名であることもあった。それでも講義の中止もままならず授業を進めたこともあった。

(2) 学生数の減少による学部・学科閉鎖

15年間には4つの学校を掛け持ちと云った授業もしていたが、学生数の増減によって専門学校の学部・学科が左右されるといった厳しい現実を経験してきた私には、来年度の学生集めの人事担当

者の方々の努力には頭が下がる一方で、我々講師にとってもその厳しさと難しさが骨身に突き刺さるように分かってきた。

学校側としては、現状は勿論としても、来年度の学生の集まりによって学生数が減少した場合には講座が成り立たなくなり、講座の『カリキュラムを閉鎖』したところや、『イベント・プランニング科そのものを閉鎖中止した例』などもあり、確実に学生数の減少を原因とした学校の都合や、考え方がそのような型として現れたこともあったのである。



図2. イベント検定特別講義

(3) イベントの将来を支える若手の傾向

これはひとえに日本の人口構成にも関わってきているのではあるが、1998年日本の総人口の減少（日本史上、はじめての少子高齢化）、2010年の日本の出生率は1.39人単純に夫婦二人が二人の子供をつくれれば総人口はキープ。死亡率が低い日本では出生率2.07人で、人口が維持されると云われているが、ただ世界的には人口が増えているところもあると云うなかで、日本が減ってきているという特殊な現象の原因はどこにあるのだろうか？（事例 ニッポンの地域力、日本経済新聞出版社）

II、研究の背景

1. イベント花盛り

バブル崩壊、大震災、出生率の落ち込み就職氷河期、理由はとにかくとしてもこのような言葉を聞き流していた頃の予測がそのまま現代に当て

はまることになり、2005年「日本の総人口がはじめて減少する」と云った予測が適中！

そして、さらに20年後の未来予測では出生率は確実に下降線をつづけ、激減するという不安感が日本を覆いはじめてきた。さらにその先には人口表示グラフはキレイな逆ピラミッドになっていき、大学・専門学校で学ぶ世代の人口は減少してくるとの予測がある。

このような現代の若者達の未来を見てみるとまだまだ先のコトのように見えるのであるが、我々には無関係だと見ながしていても良いのだろうか？

イベントに携わって約40年、広告代理店（博報堂）勤務時代（25年間）はイベント本体の構築・実務を行ってきた実際の『実務活動』を行い、そして定年退職と同時に講師活動を行うようになった。

それから現在までの15年間は在社時代に培ってきたイベントの知識と体験を基に研修・講義・セミナーなどの『講師活動』を続けている。

この40年と云う長い期間はイベントの「創世期」から華やかな「熟成期」などを自分自身で経験し、現在に至っている。たしかに現在は過去のイベントとの形や表現方法は変わってきてはいるが、今からは本当の意味で今後のイベントの在り方を研究する時期が来たとも言えるのである。

私が入社したのが1964年であり、その間はPR局と云うセクションで、PR（広報）活動を行っていたが、広報活動の一環として行っていたのがパブリシティ活動であった。

一見イベントとパブリシティ活動はあまり関係ないように見えるが、この両者は表裏一体のものとも言えるのである。

パブリシティ活動とはマスメディアに対してクライアント（主催者）の情報を流し、一般社会からの「好感を得る」のが目的の一つで有るのだが、マスメディアに提供できる『情報（ネタ）』がそんなに簡単は見つからず、いつも大変苦勞をしていたのである。

そこで逆に「何かのネタ作り」をと考えて行き

着く先が「クリエイティブ・パブリシティ」1と云う手法であった。つまり、パブリシティ活動のネタ創りに一番則しているのがイベントだったのだ。

まさにこれが『イベントと私との出会・出発点』となったのである。

時を同じくして日本初と云う「大阪万国博覧会（1970）」が開催されて、その五年後には「沖縄国際海洋博覧会（1975）」が開催されたが、何が何やら分からないうちに二つの博覧会の実行委員会が発行する「博覧会ニュース」（大阪と沖縄の二つの博覧会）を担当する業務に就いたのである。

だが、『日本初』そして『国際博覧会』などの言葉を初めて聴いて大変な重圧の中で博覧会は無事終了したのである。

特に沖縄博覧会では実行委員会のPR活動を担当したのであるが、博覧会の告知PRキャラバン隊を仕立てて日本全国を回るのはまさに「小型イベント」そのもので、告知と集客を目的としたものであった。

以下「国際科学博覧会（つくば'85）」と大きな国際博覧会を三度経験し、実務を行ってきたのである。

この「つくば'85」では今迄のニュース制作と博覧会のPRの業務から離れて、実際に展示パビリオン「KDDテレコムランド」と政府出展の「こども広場」（屋外展示）を担当することになったのである。

このように大きな博覧会が成功すると、イベントと云う言葉が日本中に拡がり、イベント担当者を始め関連スタッフになりたいという志望者もかなりの勢いで伸びて来たのだった。

それにつれイベントの実務者の数も増え、各広告代理店や、小規模なイベントを行っていたプロダクションや装飾会社などのイベント関連分野では新しくこれがチャンスと考え、俄にイベント関連部署や新しいイベント会社が登場するなど雨後のタケノコ的な様相を示し、イベント分野が急に脚光を浴び賑やかになってきたのである。

更にはそれに火を注ぐような出来事が当時の竹下登総理大臣自らが発案、日本中を騒がせる公共事業の一貫として『ふるさと創世一億円』³と云う施策が行われたのである。

ちょうどそんな折りに地方自治体や企業・団体でも今迄の事業とは違う何かもっと一般に知らせる効果の高い手段（PR効果の高いものなど）がなかろうかと模索しているところに博覧会と云う手ごろなイベントが出現し、一時的には日本列島総博覧会・総イベントと云う現象が起きたのである。

幸い担当者達もあちこちのイベントの現場で経験を積み、主催者側の目指す効果も出てきたし、世の中は「博覧会をはじめ、各種のイベントブーム」となっていた。



図3.雨後のタケノコ状態だった公式ガイドブック

ただ、あまりにも急な増え方をしたイベントに対応する為にまさにアルバイト的な未経験者なども関わってきたのである。（イベントの知識的底辺と名付けた・い）

そんな状況のもと、スタッフ達の中には見よう見まねで仕事を覚え、確かにその場限りの断片的な人材が多く、現在のような基本から終了迄の一本の拠り所と云うものが無く、それぞれがいわゆる「自分流」の知識と経験でものを考え、ものを造ると云ったありさまも、ままあった。

その結果は確かに客集めのための仕掛けも面白い内容の企画なども生まれてきたが、まだ、当時にはイベントの全てが確立していなかった為に各種の問題なども起こってきたのである。

そして出展者のイベント担当者達もあちこち

で開催されているイベントに出かけていき、イベントの基礎やポイントなども学び、一応初期の目的は果たしたところも多くあったが、中には『金太郎アメ』的なものなど云う同じ内容のものを幾つか作ったりして出展者ぜんとして担当者也いて、何も分からない手探り状態から、スタッフの知識アップも要求されてくるようになってきたのである。

2. イベントのバイブルが登場

そこへ現在の「イベント講座」の教科書が日本イベント産業振興協会（JACE）²から刊行されて大きな拠り所となって本当のイベント構築のマニュアルができたのである。

イベントのスタッフ達やイベントの分野を目指す初心者達にとってはそんなバイブルを片手に知識の習得を行いながらの業務推進に勤しんできたが、その中の若いスタッフ達は現業の業務に追われて、その折角のチャンスもあつたにも関わらず、残念ながら知識の習得ができないまま自己の守備範囲のみを歩き「イベント創りは専門家達のコラボレーションである」との原則精神も持たないまま「自己の専門の業務」を押し進めていくような現状であった。

私が云う知識的底辺と云うのは、それらの専門家達にもイベントの基本を知って貰い、「最終的にはイベントを俯瞰して見られる知識の幅」を習得して欲しいのである。（プロデュース的な感覚を持つこと）

3. 初心者を『イベント好きにさせてやろう！』

まずは講師の立場からの現状と各種の問題点を見てみたい。これは私が講師をしている為に専門学校で学生達が対象にならざるを得ないのであるが、勿論学校に行っている、いないに関わらず初心者すべてにも通じることである。

- ♥ イベント云う『言葉の取り違え』のギャップ
 - ♥ 教科書が難（難解）しすぎる
- 以上がかなり大きな部分を占めている

4. 専門学校の事例

(1) イベントを『観るから創る』へ

初心者を『イベント好きにさせてやろう!』

ただイベント関連の学科に来ると言うことはイベントに対しては大きな憧れと関心を持った若年層で、将来はイベントの分野で働きたいとの希望を抱いている今回の対象に一番近い若者(専門学校生など)であるが、ただ、実は、その彼等の憧れと云うのは我々が考えて期待していたこととは遠く離れたものであった。

ほとんどの学生達が目指していたものはひとことで言えば『観客側』から見ているもので、「ライブ」や「コンサート」などの華やかさとイベント会場でスタッフジャンパーを着て、忙しそうに各セクションへの連絡(インカムや携帯電話などを着けて)で飛び回っているスタッフの活動ぶりに憧れたり、有名タレント達と身近にふれあい、楽しく面白そうな世界を目の当りにして・・・そんなスターの周辺で何かができるのではなかろうか?と云った『まさに夢の世界に飛び込んで見たい』との希望がイベント学科を選びそれに近づきたいとの気持が「イベントの学校」を選んだ原点である。

(最初の授業で書いてもらう学生の作文からの抜粋)

図4.イベント JAPAN 2010



(2) 意識の変換

勿論誰がどんな夢を追い、憧れようと自由であり、むしろなんの目的も持たず遊び暮している学生や街中で見かける精気の無さそうな若者達とは違い、自分のこれからの将来を見つめて勉学に励もうとする学生達を「正規の道に導いて行くこ

と」が講師の使命であることを承知して、一刻も早く彼等にイベントの楽しさや面白さ、そして厳しさなどの知識や経験などを教え込み社会へ送り出したいとの義務感で毎日の講座に望んでいる次第である。

前記した通り彼等はイベント作りの本質には全く関係なく、まさに『観客』としての立場からの視点で専門学校へ入校してきたのである。(6~7割りがそうである)これは学生達が入学してきて最初のイベントの授業時に書かせる作文を分析したものからの数字である。それら若者達にイベント論を説いている講師としては折角イベントに関心を持って集まって来ている専門学校などの学生に早くそんな希望を叶えさせてやればと考えている。

(3) 次に教科書の問題であるが、・・・

専門学校の学生たちは国際博覧会はもちろんのこと、その他の大型(中型)のイベントを見た事も無いし「教科書に出て来る単語(我々が日頃何のてらいもなく使っている)」の意味が分からず苦慮していることがはっきりと分かるのである。

JACEの教科書が確かにワンランク上の「イベント業務管理士(イベントの実務経験者)」受験者レベルを対象にして作成されたんだろうってことは重々承知した上での問題点であるが・・・もちろん学生達が全てそんなレベルの学生ばかりでは無いし、実際に講座を行ってみると知識と経験が少なく理解に苦しんでいるのが良く分かるのである。

まあ、そんな学生達を対象にした講座を行い、初心者と云うに等しい学生達にいかにして講座に食い付かせるか?と云うことから講師の業務は始まるのである。確かに当初は何も意味が分からなかった教科書でも聴講生達はJACE刊行の「イベント講座」を所持しているので、教科書でいわんとしている内容が分かるにつれて面白くなってはくるが、黒板と講師と向かい合っただけの座学では二コマ(通常の時間だと100~120分)を真剣

に聞くと云う習慣があまり無く、講義が進んでいくうちに無意識にそして徐々に真剣さが落ちてくるのである。

居眠り、おしゃべり、の対策には講師陣としてはかなり苦慮している。

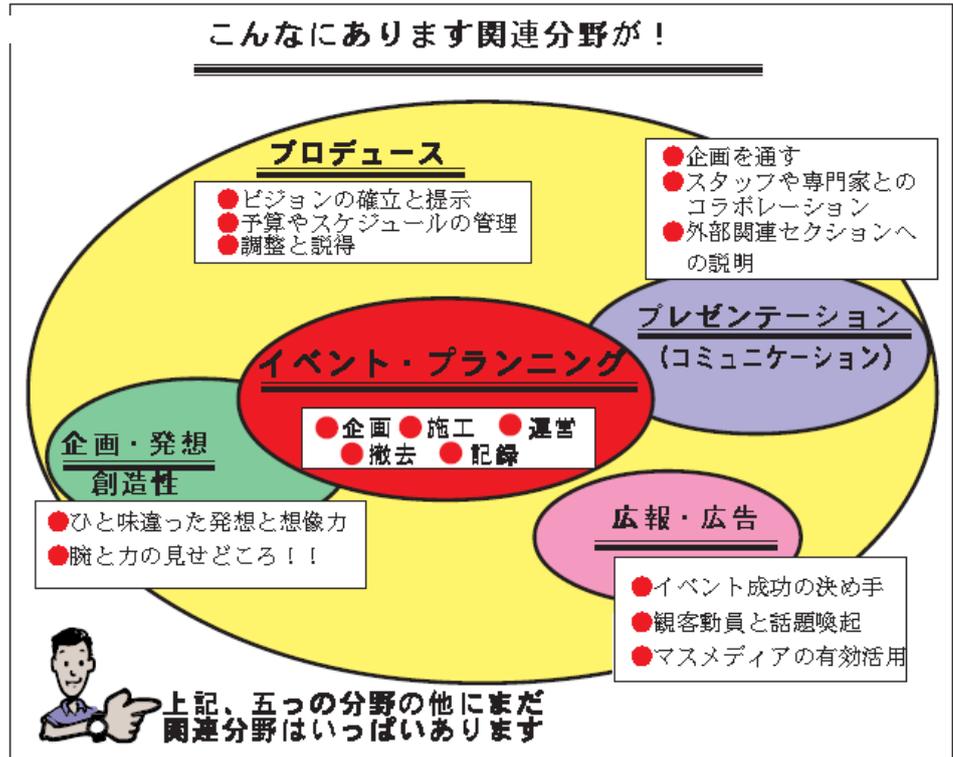
対策としてはそれらをそのままにしているのは真面目に真剣に講義を聴いている学生達にとっては迷惑なことになり、そんな空気が教室に蔓延すると教室から緊張感が消えていくことに繋がり、まあ中には講師の吸引力の無さなどということにも結びつきそうな意見さえでてくる場合もある。

講師の吸引力と云えば確かにそれも原因のひとつかも知れないが・・・

そのためには教科書を順序立てて解説を行いながらも、ビジュアルを挟むことや、私の経験談を入れながらの講義を進めていくのが彼等を授業に引っ張り込む大きな要素の一つになってくるのでないか?と考えている。

そして二つ目は彼等がほとんど知らない『イベント作りの裏方(作る側)としての面白さ』・・・イベントをスタッフ全体で作るコラボレーションのありかたなどにも興味を示し結果的には『イベント好きな人間』へと(自分の狙っていた分野)にのめり込んでいくことになるのである。

このような授業を重ねつつ『イベント好きな学生数』が増えていく姿を見ていると彼等の考えや具体的な方向もおぼろげながら見えてくるので講師との対話や質問も出てくるようになり、私が望んでいた『双方向性の授業』に近付いてくるのである。



(4) 聞くから聴くへ

人は自分に関係しないようなものはただ聞き流す「聞く (HEAR)」状態であり、まあ、云ってみれば「BGM」がそれにあたるし、逆に自分にとっては重要で役に立つと思うものには「聴く (LISTEN)」と云う習性が有るとの事で、常に後者の『聴く』状態の講座を行うように努力をしている。

そしてまず私が始めに行うのが『彼等の視点と考え方を180度転回させる』ことである。

Ⅲ. 研究の目的

これからのイベント創りの傾向としては人口減に伴う「イベント業務志向者の底辺の多くを占める若年層をどうやってイベントの世界に引き込むか?」そして現在イベントの世界で従事しているスタッフ達の知識を更に充実して、より質の高い奥行き幅広いイベント創りに影響を与えるような教育を行うのか、この二つのテーマを目的とした対応どのように行っていくかを考えてみたい。

1. まずはイベント全体を俯瞰してその関連分野とそれぞれの関係を説明する。
2. 教科書について

さて、教科書が難しいと云うところに焦点を当てての問題と提案であるが、私の場合の例であるが、『何と云ってもまずは学生達に教科書と馴染ませること』から始まるが、なかなか講師が望んでいるようにはそう簡単には教科書には懐いてくれないのである。

そこで本来であれば講師の私から読んで解説をすると云った方法を少し変えて、一次限目は先に学生達に読ませて「これは国語の授業では無いので、読めない箇所は飛ばしても結構、取りあえず先ず読んでみようヨ！」なんて気楽な雰囲気を作り数人に読ませ、全員には一緒に黙読をさせるのである。

さて問題の二次限目に入るやいなや早速「小テスト」を行い彼等の学習意識と授業への熱意と態度を確かめる方法をとっている。

勿論これには裏があり、私が前もって『小テスト用紙』を作成し、一次限目に読ませた箇所でも重要と思われる単語や文章に空欄を作り、その場所を埋めると同時に解説の講義を行いながら進めている方法であるが、学生達の食い付きが良く、覚える方法として成果も上がってくるようになった。

これには「いつ自分の番が来て人前で読まされるのか、小テストではいくつの正解ができるのだろうか？」と云う緊張感に包まれて、たとえ簡単な小テストであっても真剣味がましてくるようである。

この小テスト方式はイベント検定試験と同じよう形式なので、自然と検定試験の模擬ともなっている。

このように学生達には読んで、書いて、考えさせて、記憶させる方法だと『実際に自分はただ教室の椅子に座っているだけでは無く授業に参加して居るんだ』と云う自己意識を高め和気あいあいと双方向型の授業になってくる。

3. 教科書をビジュアル化する

さらに現代の若者達はマンガ世代と云われるように文字の詰まった文章よりもある程度イラ

ストや表などが入った少し軟らかめの文章に慣れているため、少し混みいった文章や文字を読むよりも一目瞭然だと思われる箇所は私の『自作の資料』を配付して講義を行っている。(文字世代から少し離れたマンガ世代の若者にはある程度はこのようなビジュアルが有っても良いかと思われる) ***JACEの了解は頂いている*** 『自作の資料』 (後半に実物が数点がある)

(1) イベントはなんと云ったってお祭りです・・・

(2) イベントの意義

(3) イベント産業の特色と知識

(4) イベントの評価基準

(5) ドーシイベントには『計画』が必要なの！

4. イベント好きと「イベント検定」

彼等の目標の大きな通過点の一つとして『イベント検定』の受験がある。

私はこの検定への合否が今後の彼等のイベントへの意識を変え『底辺の増加に繋がってくるのだと判断しているのである』、事例を挙げると合格者は勿論自分が卒業後これから入って行きたい世界の資格の第一関門を突破したとの自身と自負を持ち自己満足で『ますますイベント好きになって行く』のである。そして残念ながら今回は不合格であった人は「自分はイベントには不向きだとの判断をして徐々にイベントから遠のいていくのである。確かに次年度、その次などと受験するチャンスも資格も持ってはいるが一年間のブランクが有ったり、イベントと云う情熱から既に離れていたりと云う状態である。

ただ私が確信を持って言えることは

決してイベント好きにはならない！

IV. 研究の方法

1. プロデュース業務の感覚

自分の専門の分野を押し進めることはもちろんであるが、やはり『現在関わっているイベントの開催目的から狙いなどまでを良く理解してか

ら』スタッフの一員として参加をして欲しいというのが私の思いであり、課題でもある。

自分の狭い守備範囲の業務から隣のスタッフが行っている業務も知り、そこには溝が無く多少はオーバーラップ的な関係ができ、ひいてはイベント全体の目指す方向や目的迄を頭に入れながら、そこには自分が担当をしているイベントを『プロデューサー』的な感覚と実務を把握してのイベント創りと云うことを行えるスタッフに成長して欲しいのである。全体のイベント像を知っている自分の業務を推進するのと、ただ「ひとえに自分に与えられた業務を推進する」のとは全く違うイベントへの接し方と愛情や業務への情熱は違うものである。

イベントはコラボレーションであり、たったひとりではできないことを知らしめることで、全く違う面白いものや予算、スケジュールにも関連できるような人材になって欲しいものである。

2. 大型イベントが一段落した後は

イベントと云う言葉は専門家や有識者達の間ではかなり前から聞いてはいたが、『イベント』と云う『名称や決まり事』なども無かったような状態だった。そう言う時代の中でも「催事」はどんどんと増え続け、スタッフ達も見よう見まねではあったが、イベント従事者達も必死でその構築に携わり1980年頃のブームを迎えたのである。

そしてこれらのイベント真っ盛りから徐々に下降線を辿りながらブームは落ち着いて行ったのである。

世間に置いては一般大衆の『耳学問』では「先細りのイベント」などと云う言葉が聞こえてくるがマスメディアやロコミでの『風評被害的な報道』の悪影響か・・・？

実はとんでもない噂話しに過ぎず、逆にイベントは今からも大きく増え、ネット検索情報によると今後はライブ、クラシックコンサート、演劇、スポーツ展示会、セミナーあらゆるイベントが目白押しの状態であるとのレポートにも見られる。

ましてや東京オリンピックの開催が決まった

後は今年開催されるオリンピックの話よりも東京オリンピックの方が早く開催されるんではと思われるようなイベント業界の動きが目立っているのだ。

これは現在のニュースの報道の仕方にもそんな傾向がなきにしてもあらずである。

ただ今後のイベントは確かに今迄とは違い規模的には多少は縮小されるかと思うが、開催目的と効果を期待した、有意義なイベントが数多く行われて行く傾向になるだろう。(ネットより)

V. 研究の結果

1. 企業・団体の例

さて前記した「底辺の拡大」に関してはあくまでもどちらかという、年代的に若者であったり、まさに知識のおいても初心者を対象にしたものであったが、以下は既にイベントの業務などに関係している層についても『知的初心者』という層に属している方々の知識を更にまだまだ深く広くグレードアップを行いたいとの狙いがある。この「知識的なレベルアップについてを行いたい」という意味からの「底辺の拡大」である。

地方自治体、企業・団体の中にも検定の取得を希望したり、断片的なイベントの制作に関与している彼等はずっと幅広い各種のイベントの知識や「現在行っているイベントを自分が担当している分野のみでは無く、そのイベントの全体像を知りたい」そのためにはそんな機会があり、チャンスがあれば・・・つまり、総合した視点から俯瞰すること『プロデュース的な立場』を目指している方々もかなりいるようである。



<事例では・・・>

(1) 福島県いわき市の例

福島県いわき市では「底辺の拡大」と「イベント知識のさらなる習得と拡張」の為に市民を対象とした講座を行ってきた。

～『いわき DIAMOND プロジェクト』～

これは 2008 年にオープンした「いわき市文化センター」(文化交流施設)のオープンを見据えて(市が主催)実行委員会方式で行ったものである。

本来だと『文化センターレベルの大きなもの』であれば、中央から経験者やスタッフを集めて実施・運営を取り行うのが通常のやり方であろうが、ここ、いわき市ではそれらを市民の手で行うと云う主旨で始まったものである。いわき市はもともとイベントに興味があり、日祭日には街のどこかで何らかのイベントを開催していると云ったイベントに対しては市民の皆さんが興味と積極性を持ったところである。

最近 TV などでも良くみられる「スパリゾート・ハワイアン」(炭坑の町から見事に変身して、映画に迄なった

常磐ハワイアンセンター)が有る町である。

文化センターと云えば文字通り多目的な催事が開催可能なフィールド(約 2,000 人収容)が中心で、市民達が自由にイベントなども行い、そして自分達で運営をして町を活性化して行こうと云う街である。大ホールをはじめ「文化・芸術・スポーツ」など何でもあり!の施設である。

構想、企画、オープン迄の 4~5 年に亘る『地域住民を対象』とした人材の育成を行って来た(実際には机上プランなどを含めるとそうとうな検討期間や難問が山のようにあったんだと推察されるが)具体的には「イベント企画講座」をはじめ各分野の講座、実習などをその間に全て行い、市民スタッフによるオープニングセレモニーをはじめ各種の記念イベントを行い現在に至っている次第である。

市民スタッフなどと云う言葉はよく出る言葉であるが、それが本物になったのがここ『いわき市』である。

我々の行った講義、セミナーは「イベント企画コース」と云うもので、参加者はもう既に立派なイベント業務に関わり、全くこのような講座に出る必要などの無い方々も多数出席されていた。

図 5.スタッフ要養成講座のポスター



ベテランの参加者も「まあ、この機会に改めてイベントを体系付けて聴くのも良いものですネ!」と云う言葉に彼等のイベントに対する情熱とレベルアップ精神をまざまざと見せつけられて講師としての嬉しさが込み上げてきたものである。

勿論、イベントには全くの新人や若者達も熱心に講座を聴いてくれ、現在では大活躍をしていると推測される。

確かそれらのスタッフの全員が「イベント検定」を取得されていたようである。

『好きこそ物の上手なれ』をオープニングで拝見!させて頂きスタッフの働きぶりなどは昨日迄何をしていた方だろうかと思わせるようでまさか今日が初めての仕事だとは思えないほど上出来でした。

そして次年度には「イベント大賞」を獲得された。



(2) NHK でどうして講座をするの！

私も 10 数年前に講師のオーダーを頂いた時にはそうなんです、私たちはNHKには意識的にチャンネルを回したり、ほとんどNHKと云えば「紅白歌合戦」や「ニュース」、などと云った「お硬い番組」を想像しがちであるが、これは全くNHKを観ていない人が炉端会議や酒をのみながらのサラリーマンや学生達の戯言にすぎないのである。

NHK では現在放映中の大河ドラマ、連続の「朝ドラ」などの放映中に番組や次に始まる連続番組のPRの為に「関係するイベント」などを地域の公共広場やデパートの催事場などで開催をしているが、特に地方局に行けば行く程職員数が少なくなり、結果的には職員自身がこじんまりとしたイベントを行わなくてはならない事が有り、例え小さなイベントであれキチッとしたイベントの知識が必要と云うことで、「イベント・プランニング」と云う基礎を身につけさせておきたいとの考えから職員研修のカリキュラムに入れているのである。

ここNHKでも私の講座は10数年続いているが、ちなみに、こんなセミナーの参加者は日本各地の放送局の放送担当ディレクター、事業、広報、総務局をはじめ日本全国の支局の職員と云った方々である。ここNHKでも「どうしてイベント・プランニングの研修」などを行っているのか？と云う疑問があり、放送とイベントの関係を聴かれることが多い。

実はもっともっとNHKを知って貰い、特に若者

図6.NHK研修センターでの講座



達にもチャンネルを合わせて貰いたい『NHKを好きに、なって貰い、身近に感じて欲しい』と云う理由からの「イベント研修」である。

(3) 自衛隊とイベントの結びつき！

エーッどうして自衛隊の隊員への「イベントの講座」を!!って、まっ先に質問が寄せられること



であるがいまでは震災や大きな事故などの被災地での活動などで知られる自衛隊。

一般にはあまり見ることもできない”陸・海・空で行われている大演習（富士のふもと御殿場で開催）”そして武道館を二日間超満杯にする”大音楽祭”などの大きなイベントをはじめ、日本中の各地で各種のイベントを開催している自衛隊。

北海道の雪まつりなど「表になり裏になり」とイベントと自衛隊は切っても切れない関係があるのである。

その自衛隊の研修の中に「イベント・プランニング」や「情報発信（パブリシティ）」などのカリキュラムが入っているのを、私が担当をしているのである。

参加者は日本全国から集まった「各地の広報中堅幹部長期隊員の方々」である。この研修は約一月以上もの間に行われる大きなものである。

図7.イベントと関連分野の講義



担当責任者（一佐・部長）からの言葉であるが、「なかなか自衛隊の組織の中にと世間一般の方々とは接触が少なく・・・できればイベントは

勿論だが、いろいろな情報などの話しもして欲しい」などの注文もあり、「イベント・プランニング」を中心とした各分野の話などもおこなっている。

地元へ帰隊されると何かにつけて研修で得た知識とその成果を生かして、「各連隊とその地域の住民とのコミュニケーション・アップ」と云う実務が待っていて「日頃はほとんど接触が無い自衛隊員と地元住民とが触れ合いと、親近感と醸成活動がはじまるのである。

私が講義をする場合は、対象者を敢て自衛隊の方々と思わず一般社会（ヘテロ社会 HETEROGENEOUS）つまり異質、異種、雑多な社会の人たちとして、自衛隊の凄く大きな「有る意味では垣根に囲まれた別社会」の住人としては見ないでお話をするのが彼等隊員達には好評であり、担当部長からはもっと下世話な話？なども聞かせて欲しいと、担当時間の延長も良くあることであつた。イベント論やイベントを取り巻く関連分野、

そして経験談などは通常の自衛隊活動や生活に思わず役立ち、参加者の帰隊彼等の口からまだ若い部下などにイベント」の面白さや楽しさなどが伝わって行って欲しいとはいつもの願いである。

VI 考察

イベントはコミュニケーションツールである。たまたまここにあげた三つの例から観てみると、それぞれのやりかたは違が、その目的はほぼ同じようで、それぞれのところが地域住民とのコミュニケーションが必要不可欠であることが良く分かる。

そしてそれらの対象は『次世代を担う若者』達であり、詳しくは述べなかつたが目的の一番奥にあるのが目的達成の為の『ムード造り』『下地醸成』『地ならし』なのである。

あえて今回のイベントを中心にして考えた場合は・・・

♥いわき市の場合

より良いスタッフの育成、スタッフとしての知

識からプロデューサー志向を持ったオールマイティの感覚の養成。若いスタッフのより知識の充実などなど

♥NHKの場合と自衛隊の場合

この二つは奇しくも言葉はそれぞれ違っても・・・

若者達とのコミュニケーションアップと取り込み「ひらたく云えば好きになって欲しい。

♥隊員募集、NHK 離れ、聴取料、地域住民

そしてそれぞれの団体（若手市民、若手隊員、若手局員達へのより高く深く、幅広いイベントの知識の習得が有ればと願いつつ。

VII. 今後の課題

今回はいろいろな事を書き連ねたが、私に限って云えば過去15年間学生達からの質問はほぼ同じで『先生！このイベント検定に合格したらどんな得点があるのですか？』（どこかに就職できるんですか？ってことが彼等の頭の中にある一番大きな疑問です）

この質問は「イベント業務管理士」からも出る疑問である。

答えは簡単！

世の中には沢山の検定や資格制度があるだろ！

例えば「英語検定」今流行りの「漢字検定」みなさんは必死になって挑戦して取得しているだろ。だけど何かの資格を取ったからどこに就職できるって訳ではないだろ！

答えておいて非常に悔しいのだけど・・・

私が就職先の審査員だったら検定取得者とそうで無い人が面接に来たら間違い無く『検定保持者』を優先しますヨ！

もし「イベント業務管理士」からの同じ質問の場合は流石にそんな単刀直入な質問はあまり無いが、『同じ資格を持ってイベントを毎日行っているし、何かの折りに集合したらそこで自分のネットワークを広げ同じ管理士同志からの情報収集の場としてコミュニケーション作りを行うヨ！

いささか子供っぽい幼稚な言葉だけど今の私に返す言葉である。

「イベント検定」や「イベント業務管理士」という資格が業界は勿論、世間一般に知れ渡りもつと若者達最後のまとめにしては唐突ではあるが、学生からの質問で出てくるのが「イベント検定」受験料などに関するもろもろのことである。

勿論我々講師の出るまくではないが、検定は受験したいが『先生なんとかありませんか?』と云う問題である。

ある学生がネットで調べたり友人に聴いたりしたのを見せて貰うと確かに「イベント検定」は郡を抜いて高い数字がでていた。

ちなみにそれらの受験料金を列挙してみると

★ワープロ検定 (1~4級)	1.500円
★英語検定 (2~4級)	3.000円
★パソコン検定 (3級)	2.000円
★漢字検定 (1~4級)	2.000円
★日照簿記検定 (3級)	2.500円
同上 (2級)	4.500円
同上 (1級)	7.500円
★色彩検定 (3級)	7.000円

♣ イベント検定

イベント関連の費用が高価である。

教科書〇〇〇〇円、受験料〇〇〇〇円、登録料〇〇〇〇円など

これは専門学校で他の検定受験料の 4~5 倍である。

* これに日本イベント業務管理者協会も若干円

過去の例で見ると資格がありながら受験しなかった学生が1割程度いたが、受験料関係で欠席した学生で日頃の授業では間違い無く合格するレベルにいたのが残念であった。



副読本事例 ① JACE イベントの基礎知識
その形態・役割・仕組みと作り方
第1章を参照

1. イベントはなんと云ったってお祭りです・・・

観客はイベントに「楽しさ」や「面白さ」を求めてやってきます。

観客はこんなことに興味を覚えます

- 娯楽性 (祭り気分)
- 非日常性 (目新しいもの)
- 新奇軸 (新機軸) (驚き・ワクワク感) (日頃経験できないもの)

主催者やスタッフは他とひと味もふた味も違ったものを模索!!

イベントは **目的** ではなく **手段** です!

良いイベントとは・・・?

副読本事例 ② JACE イベントの基礎知識
その形態・役割・仕組みと作り方
第1章を参照

3. イベントの意義

(1) イベントは新たな時代の重要なコミュニケーション (情報発信) のメディアである。

```

    graph LR
      A[地域や地方自治体] -- "住民に対して" --> B[情報発信]
      C[企業] -- "外部に対して(消費者)" --> B
      C -- "内部に対して(従業員や販売店)" --> D[情報発信]
      B --> E[地域を理解してもらう]
      D --> F[企業のことを知ってもらう商品やサービスを買ってもらう]
    
```

(2) メディアとしての特徴

マスメディアは大量の情報を“送り手”から“受け手”に対して「一方的」に伝達するメディアである

マスメディア: 受動的、連心的、拡散的

イベント: 能動的、求心的、収束的

イベントは一定の場所に受け手のほうから集まり交流する「双方向的」のメディアである

Face to Faceのナマのふれあいと交流のなかから発生する情報の伝達と再生産の『場と機会』を創出

* 現代社会では忘れられようとしている「出会い」「ふれあい」を大切にする

副読本事例 ③ JACE イベントの基礎知識
その形態・役割・仕組と作り方
第1章を参照

10. イベント産業の特色と知識

イベントの知識
イベントを創る上では
このような知識は
是非必要です!!

イベント産業の特色
イベントは多くの人達が関わってその統合によって構成されている

副読本事例 ⑤ JACE イベントの基礎知識
その形態・役割・仕組と作り方
第2章を参照

どーして? イベントには『計画』が必要なの!

計画が重要な理由 (イベントの特性)

前例
どのようなイベントでも前例をそのままなぞるケースはほとんどない。

本番
イベントには“本番”しかない。

フタ
イベントはフタを開けてみないとわからないという要素がある。

手探り
イベントの準備は手探りで済ませなければならぬ。

リスク
いずれの場合もさまざまなリスクを背負って準備を進めていかざるを得ない。

イベントを取り巻く条件や要素は常に動いている。何か一つが変わると全体が変わるという構造を持っている。

計画
流動的

副読本事例 ④ JACE イベントの基礎知識
その形態・役割・仕組と作り方
第1章を参照

8. イベントの評価基準

どんなイベントにも適用できる「絶対的な評価基準」は存在しない

<従来の評価基準>
従来からイベントの評価基準は3つあるといわれてきた。

(1) 入場者数
動員目標の達成は、予想どおりの入場者数が確保できたか

(2) 収支や採算
収支のバランスがとれて赤字にならない必要があります... 大幅な黒字が出れば大成功

(3) イベントの内容
イベントの内容がどうであったか

主観性が大きい (Subjective)
客観性が少ない (Objective)
評価がまちまち (Evaluation varies)
人によって違う評価 (Evaluation differs by person)

主観的なものに客観性を持たせる

- アテンダントなどの関係者の業務に取り組む姿勢や接客態度
- 会場の環境や清潔さ、安全性に対する主催者の姿勢
- 会場の雰囲気 (親しみやすい、暖かな雰囲気)
- イベントの内容 (明快なコンセプトとわかりやすさ)

- ・安田賀計(1993)『よい企画のたて方と企画書実例集』日本法令
- ・中谷彰宏(1993)『企画塾』サンマーク出版
- ・山名尚志(1994)『客を集める法則が変わった』日本実業出版
- ・守谷雄司(1996)『リーダーシップが面白いほど身につく本』中経出版
- ・酒井田稲之(1996)『総合プロモーション企画入門』宣伝会議
- ・平井俊哉(1996)『企画書入門講座』ぱる出版
- ・小泉俊一(1996)『企画書立て方・書き方がわかる辞典』西東社
- ・森友幸照(1997)『リーダーとして成功する人失敗する人』すばる会
- ・鎌田勝(1997)『リーダーになる33の鉄則』サンマーク出版
- ・大上級世(1998)『企画書づくりの方法』日本実業出版
- ・中谷彰宏・小室哲哉(1998)『次を作る』飛鳥新社
- ・秋山弘志(1999)『エンターテインメント・ビジネス』新潮社
- ・北岡俊明(1999)『企画能力』こう書房
- ・酒井政利(2000)『プロデュース感覚の磨き方』

<参考文献>

- ・堀貞一郎(1991)『人を集める』TBSブリタニカ
- ・渡辺信一(1992)『これが地域イベントだ』ぎょうせい

日本実業出版

- ・野口悠紀雄 (2000) 『超発想法』 講談社
- ・原田保 (2001) 『ビジネスプロデューサー』 中経出版
- ・真木勝次・平野暁臣 (2002) 『イベントの底力』 日経 BP
- ・吉見俊哉 (2005) 『万博幻想』 ちくま書房
- ・青山昌平・海田夏生 (2005) 『企画の立て方・企画書の書き方』 日本能率協会
- ・高橋憲行 (1997) 『プレゼンテーションの基本がわかる本』 大和出版
- ・ボブ・ボイラン (1998) 『プレゼンテーション成功の秘訣』 TBS ブリタニカ
- ・本田聡行 (2000) 『仕事はプレゼンテーション能力で決まる』 パル出版
- ・本田聡行 (1996) 『プレゼンテーション能力』 二期出版
- ・星野匡 (1982) 『プレゼンテーション術』 日本経済出版社
- ・高畠幸広 (1995) 『説明上手になる本』 実務出版教育
- ・山口弘明 (1997) 『プレゼンテーションの進め方』 日本経済出版社
- ・橋本雄司 (1992) 『20 代リーダーのための仕事術』 二期出版
- ・岩永嘉弘 (2002) 『真夜中のプレゼンテーション』 PHP 研究所
- ・藤田完二 (2002) 『自分を伸ばす筆戦コーチング』 ダイヤモンド社

* 上記以外にも関連図書はまだまだ沢山ありますが、ジャンルとしては

『広告』『広報』『発想・創造』なども書架に並んで出番待ちです。

* 最近の新刊などは図書館などを有効利用しています。