

イベント学  
の  
古古古。



イベント学会編  
会長 堺屋太一

### 3. 社会・政治

## イベントで社会を変える

～21世紀の「まつりごと」～



宮本 倫明 (みやもと りんめい) イベント学会理事

地域経済開発プロデューサー。うつくしま未来博(福島県)など地方の大型イベントの総合プロデューサーを務める。「えひめ町並博2004」(愛媛県)では「日本イベント大賞」「PRアワードグランプリ」などを受賞。地域ブランディングプロデューサーとしても評価を受ける。イベントを活用した社会起業誘発など社会変革が専門。有限会社Landa Associates(旧社名メディアマーケット)代表取締役。山口県防府市出身。大阪大学工学部発酵工学科卒。www.landalanda.com

イベントには、人と人を繋ぎ、新たな意識を芽生えさせる効果があります。時として、集的に意識の変革が起き、それが社会変革を促すエネルギーに直結する事もあります。社会をより良い方向に変化させていく上で、イベントの果たす役割は21世紀においても益々重要性を増してくると考えられます。

### 1 イベントによる社会変革の試み

#### (1) 市民社会意識の芽生え

近年、イベントによる社会変革の試みが注目されています。

㈱日本イベント産業振興協会が、平成16年から始めた「日本イベント大賞」には、全国から様々なイベントの応募がありますが、受賞したイベントには、ある傾向がうかがえます。

第一回の大賞には、私も関わった「えひめ町並博2004」が選ばれました。住民による地域づくりの活動を新たな観光資源とする事で観光振興を目指していることとするもので、持続可能な地域経済の開発という特徴が評価されました。同じく地域イベント部門賞は、江戸時代の庶民の知恵、「打ち水」をヒートアイランド現象の解消にと、一斉行動で「打ち水」を実行する「打ち水大作戦」でした。

続く平成18年の第二回目の大賞は、たばこメーカーが社会貢献事業として展開している「ひろえば街が好きになる運動」。全国のお祭りと連携し、祭りの後の清掃活動を呼びかける運動が選ばれています。準大賞にはチーム・マイナス6%の主権によるアジア各国の閣僚や大使をモデルにしたクールビズのファッションショー「COOL ASIA 2006」や、日本最大級の市民による環境

イベント「アースデイ東京」などが受賞しています。

そして昨年平成19年の第三回の選考では、障害のある人もない人も一緒に音楽を楽しみ、音楽のチカラで心のバリアフリーを目指す音楽祭として今年で8回目の開催となる「とっておきの音楽祭」が大賞を受賞しました。

「イベントによって持続可能な地域経済開発を目指す」「イベントによって環境問題への関心を高める」「イベントによって公德心を育てる」「イベントによって心のバリアフリーを体感する」など、これら受賞対象に共通することは、社会の課題解決にイベントを上手く活用している点です。イベントの特性である、「一時期に多くの参加者や世間の関心を集め、情報発信やネットワークづくりを促進する」効果を活用しながら、主催者がイベントを通して、参加者の意識の変革を促し、社会変革を行っていく活動は、今後ますます増えてくると思われます。

戦前の労働争議や戦後の安保闘争も、ある意味、社会変革を目指す運動(イベント)だったと言えるかもしれませんが、近年の動きは、かつての当事者対敵対者による告発型、実力行使型の社会運動とは明らかな違いがあります。経済の成長減速とバブル経済の崩壊、阪神・淡路大震災におけるボランティアパワーの顕現化とそれに呼応したNPO法の施行などを経て、経済優先の企業社会から、生活優先の市民社会への意識遷移が進み、生活者の視点で共感を得て、気づきを広め、お互いの意識を高めあうといった合意形成型、対話型の社会運動を目指すイベントが多くなっていることに注目する必要があります。

#### (2) 市民活動とイベント

阪神・淡路大震災を契機に、全国のボランティアの活動が注目を集めました。その前から国会で議論されていた市民活動に法的立場や税制優遇を求める声が高まり、NPO法が成立し、2008年現在、日本では3万4,000を超えるNPOが認証されています。

NPOは、本来の社会的活動以外に活動自体の認知を拡げることや、賛同者や協賛企業から寄付収入を得ることも重要な活動となります。日本のNPOのスタッフ数は平均4人で、5人未満が54.1%、スタッフなしの法人も12.2%となっています。年間の活動事業費の規模も半数が500万円未満、3,000万円を超える法人は14%しかありません(2006年度内閣府調べ)。本来の社会的活動に手一杯で、組織の育成や寄付金をはじめとする資金の調達まで手が回らない

といった実情がうかがえます。

国際的には、政府（国・地方）を第一セクター、営利民間企業を第二セクター、NPO/NGOや任意のボランティアグループを含む公益目的の活動団体など市民活動グループを第三セクターと呼びます。日本では、第三セクターは、行政と民間企業が出資し合っつく事業体との認識が一般的で、官民馴れ合いの責任不在が原因で、失敗事例が多い事もあり中途半端なイメージがありますが、欧米では第三セクターは、行政や民間企業から独立したセクターとして認知され、非営利団体として税制優遇措置がとられているのが一般的です。米国では73万（米国内国歳入法503(c)(3)認定1998年、日本の学校法人、医療法人相当を含む）の非営利団体に寄付に関する税の優遇措置が認められており、行政（第一セクター）がカバーしきれない社会公益活動を担う重要な存在として、経済活動を担う民間企業（第二セクター）に次ぐ社会勢力として育てていこうとする理念が感じられます。

日本では、もともと地域社会に存在した相互扶助の習慣や伝統的制度が失われてしまったことや、住民のパブリックニーズが多様化してきていること、政府・自治体が独占していた公共サービスの非効率性が問題となってきたことなどが背景になり、これら新たに発生してきた「公」の領域に、市民の力を再結集しようとする動きが活発になってきつつあります。しかしながら、2001年の改正NPO法により税の優遇措置が位置づけられ「認定NPO」に対しては寄付側の課税控除などが認められるようになり、さらに2006年に認定要件が緩和されたにもかかわらず、日本における「認定NPO」は、わずか87法人（2008年6月1日現在）しかなく、同種の活動をしている米国の数十万のNPO全てが税の優遇措置を受けられる実情を見ても、まだまだ発展途上であると言えます。

NPO法案成立から10年。日本は再度、市民の潜在力を活かす環境を整え、社会を豊かにしていく骨太のビジョンを本格的に構築する必要があると言えます。こうした、ビジョン構築や制度のアピールのためにもイベントが有効な役目を果たすと考えられます。イベントの有効性のひとつに、「コミュニケーションの場を設計できる」ことがあげられます。「人と人が直接対面し対話できる場」「積み重ねられてきた議論を集約する場」「一致団結してことにあたる機運を創り出す場」「交流を深め、絆を強くする場」など必要に応じて「場」を設計することができます。特に、ビジョン構築には多くの実務者の意見集約が欠かせません。シンポジウムやパネルディスカッションといった一方通行の型にはまった形式

ではなく、イベントの持つ多様なコミュニケーションを可能にする特性を活かし、各々のNPO団体の企画力、連携力を高め「第三セクター」をイノベーションしていく大規模なイベント開催が望まれます。

ちなみに、活発に活動しているグループを観察すると、その多くはインターネットとイベントを積極的に活用していることがわかります。限られたマンパワーと資金を有効に組み合わせる中で得られたコミュニケーションの最適モデルとして、ネットとイベントが重要視されている事は注目に値します。

### (3) 企業活動の変化『企業の市民化』

市民社会意識の高まりは、企業活動のあり方にも多くの影響を与えています。市民活動やNPO/NGOの活動が活発なアメリカでは、訴訟やボイコットを避ける危機管理の観点から、いち早く企業の社会における役割についての研究、本音を言えば消費者である市民社会へのスタンスの取り方の研究が進み、CSR（Corporate Social Responsibility 企業の社会的責任）という概念を生み出しました。

もともと本来の企業活動や納税を通じて社会に貢献するからこそ社会的存在として価値を認められているはずの企業が、さらに社会的責任を問われるのはなぜかという素朴な疑問がわきますが、この概念が生まれた背景にある、「持続可能性（Sustainability）」という人類にとってより根本的で大きな概念を下敷きしてみると、違う風景が見えてきます。

企業もその活動を長期にわたり継続させるためには、将来にわたる市場形成のみならず、従業員の幸福追求の実現や資源節約や廃棄物処理など地球環境に対する配慮が必要だと気づき始めます。そこで企業は、経済的な利益追求だけでなく、ジョン・エルキントン氏（英/SustainAbility社創設者John Elkington）のいう3つのボトムライン（経済、社会、環境）についてその活動を明確にすべきという考え方が注目を集めるようになってきました。

従って、CSRの概念を単なる環境問題への取組と狭義に解釈するのではなく、人権問題や社会的弱者とされている人々への配慮など社会面での取組も視野に入れていくことが求められてきました。特に日本で著しく立ち後れている女性の企業活動への関与を高めるために働く女性を中心としたワーク・ライフバランスの制度設計などは、企業の社会的責任として抜本的に取り組んでいく事が求められています。

加えて言うならば、日本企業の苦手としている点に、アピール力が弱いとい

うことがあげられます。せっかくいい取組をしているにもかかわらず、そのことをうまく世間に伝える事が下手だということです。社会貢献の事業遂行で手一杯でその活動のPRまでできるのは限られた大企業だけで、とてもPRまで手が回らないという事情もよくわかります。しかし、このことはNPO/NGOなど市民活動団体にも同じ事が言えますが、イベントの効用をよく理解して取組のコンセプトから考える事で、大きく改善することが可能となります。

企業に求められるこれらの諸事情は、旧パラダイムから見ると、煩雑な印象を与えるかもしれません。一部ではCSRバブルとも揶揄されています。しかし、この潮流は言い換えると『企業の市民化』(corporate citizenship)ということであり、政府や生活者と企業とのフラットな関係づくりが21世紀の社会のひとつの理想であるとする立場から見ると、企業が『地球市民』または『地域住民』として受け入れられるプロセスとも言えるでしょう。知恵を絞って積極果敢に市民社会とコミュニケーションを進める事が、企業活動の持続につながることは言うまでもありません。

#### (4) 社会起業家の出現

近年、日本でも「第四セクター」という新たな概念が形成されつつあります。

それは、「社会起業」(Social Enterprise)や「社会起業家」(Social Entrepreneur)をさします。このグループは、起業の目的を最初から社会性、公益性の高いサービスや商品を提供することにおき、利潤追求や株主に対する配当、キャピタルゲインを第一義としない点で、第二セクターとは違い、収益事業を柱

とする点で、寄付や補助を主体とし、事業性の低いボランティアグループ、NPO/NGOなどの市民活動グループすなわち第三セクターとも違うと考えられています(図1)。

この流れの中で英国では、日本の経済

産業省に相当する貿易産業省内に、社会起業局(Social Enterprise Unit)を設置し、社会の問題を事業を用いて解決しようとする社会起業家に着目し、その政府支援を検討してきました。社会起業(Social Enterprise)を、「株主や経営者の利益を最大化することを目的とするのではなく、ビジネス活動またはコミュニティ活動において利益を再投資する社会的な目的を持った企業である。広範囲の社会問題や環境問題に取り組み、あらゆる経済分野で活動する」と定義し、2004年にCommunity Interest Company Act(地域利益目的会社法―筆者訳)を施行し、2008年現在1,000を超える社会起業が、地域に利益をもたらすことを目的に立ち上がっています。

日本においても環境問題や高齢化の進展による医療福祉負担増、労働力減少、子育て支援などの様々な課題を解決していかなければなりません。特に地域社会においては、農林水産業の担い手不足問題など、待ったなしの変革が求められています。このような事情をイベント的な手法で解決しよう、イベントで社会変革を試みようとする動きが今、三重県で進んでいます。

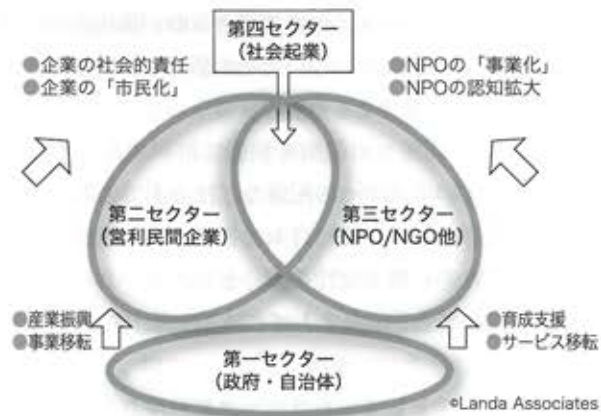
## 2 「新しい時代の公」の担い手

### (1) 地域社会から始まる意識改革

20世紀に進化した、というより肥大化した「単一世界主義」(globalism)と「個人主義」(individualism)の狭間で、すっぱり抜け落ちてきた感があるのが、「地域社会」(community)に対する関心です。これは、日本に限らず各国共通の問題で、21世紀初頭から、前項の英国での取組をはじめ、世界で様々な試みが行われています。

日本でも市制100周年を記念した地方博覧会ブームも一段落し、自治体あがりのイベントも少なくなってきましたが、変化する社会情勢に合わせてイベントのもつ特性を上手く活用して社会変革を目指す自治体も現れています。三重県では、野呂昭彦知事(2003年4月～)が、戦前の「軍事力」優先、戦後の「経済力」優先と言われた時代からの変化をとらえ、「文化力」による地域づくりを提唱、地域住民主体による新たな地域の価値創造に取り組んでいます。また、「新しい時代の公(New Public Governance)」を標榜して、市民活動グループをはじめとする多様な主体が地方自治を支え合う仕組みづくりを進めています。この「文化力」と「新しい時代の公」の2つの政策理念をふまえて、全県的な意識改革運動を新しいイベントのスタイルを活用して進めようとするの

図1 持続可能な社会の役割分担

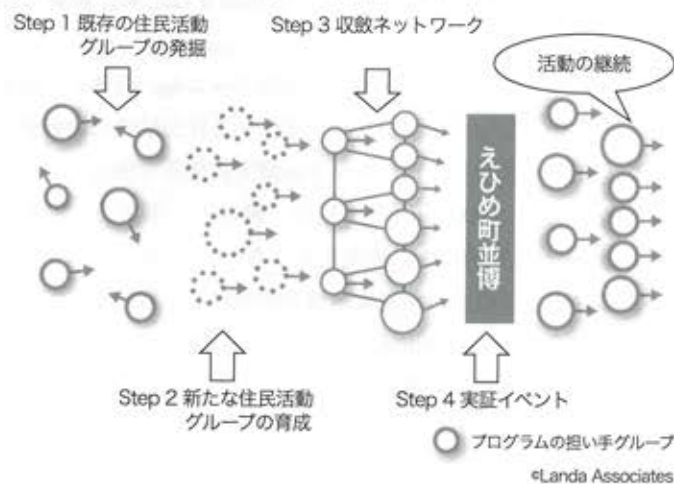


が、「美し国おこし・三重」です。昨年度、基本構想をまとめ、現在、基本計画を策定中で、来年2009年から2014年までの6年間にわたる「地域づくりを加速する」壮大な計画が進行中です。

この取組の特筆すべき点は、徹頭徹尾「市民グループ」に焦点を当てるといえる点です。まず最初に、既存の市民活動グループに加えて、様々な分野でのテーマをもとに新たな住民グループをいくつも組織し、テーマごと地域ごとの連携を強化していきます。さらにグループのニーズに応じて、専門分野の勉強会や資金調達・広報スキルなどの研修を行い、グループが積極的に活動を展開できるよう支援していきます。あわせて各グループの取組の途中経過や集大成のタイミングにイベントを開催し、社会的認知を高めていこうとするものです。

この手法は、私が愛媛県から企画/プロデュースの依頼を受けた「えひめ町並博2004」での経験が下敷きになっています。2002年から2年間の準備期間中に最優先で取り組んだのが、住民グループの発掘、育成でした。観光振興が目的だったので、住民グループに来訪者をもてなす様々な企画を考えたもらい、実際に実行してもらいました。いわば、地域づくりの活動を観光資源化するということだったのですが、83のグループがそれぞれの創意で来訪者を楽しませ、イベント終了後も8割の66グループが活動の継続を意思表示してくれました。翌年、着型旅行業（観光における中間支援組織）を民間で組織し、現在は3つの着型旅行業者が町並博を契機に開業したこともあり、地域資源を活

図2 持続する仕組みのデザイン



用した各種体験やもてなしのプログラムを有償で提供する登録グループは115グループに上っています（図2、写真）。



開明学校で明治の授業体験

この実証結果をふまえ、三重県では、観光振興のみにとどまらず、産品開発や産業振興、さらには経済領域だけでなく、直接的な経済効果が反映されにくい、教育振興や環境復元、福祉や安心安全などの生活振興などの領域にまで市民グループのパワーと可能性を拡大していこうと計画中です。「第三セクター」のエンパワーメントはもちろん、「第四セクター」に相当する社会起業の創業促進や、地域資源を活かしたベンチャービジネス（営利民間企業「第二セクター」）の創業支援にも取り組んでいくことなどが考えられています。雇用創出を含む地域経済の活性化を進めると同時に、地域社会における社会貢献の活動を活発にし、地域の絆を強くしていこうとする『自立・持続可能な地域づくり』を住民のグループダイナミズムを活かして実現しようとする試みです。

地方博のように会場を囲い込んで開催するタイプでもなく、関連イベントを散発的に全県で開催するというタイプでもない、新しいイベントスタイルを構築できるのではないかと考えています。翻って考えてみると、地域づくりの活動は、全国で日々取り組まれています。行政組織の中には、NPO支援室といった相談や支援の窓口を設けているところもたくさんあります。地方行政は、起業支援やコミュニティの研修、新しいブランドづくりに代表される売れる産品開発、地域住民による福祉サービス、子育て支援等様々な取組をしています。しかしながら、そういった取組が広く市民に認知されているかというと、はなはだ心もとないというのが現実です。三重県の取組は、全県でのイベントという手法をとることで、

- ① 短期間に子供たちを含めた幅広い「地域づくり」に対する認知を得ることができる。
- ② 産品開発にせよ、地域福祉のサポートにせよ、関心はあるがどうしたら

よいかわからない人びとに、実際に参加する機会を拡げることができる。

- ③ 多様な活動グループとの異分野交流を促進することで、地域の見えない絆を再認識してもらうことができる。

など通常の行政活動では到達できない領域（集団的、体験的意識改革等）を押し進めることができると期待されています。

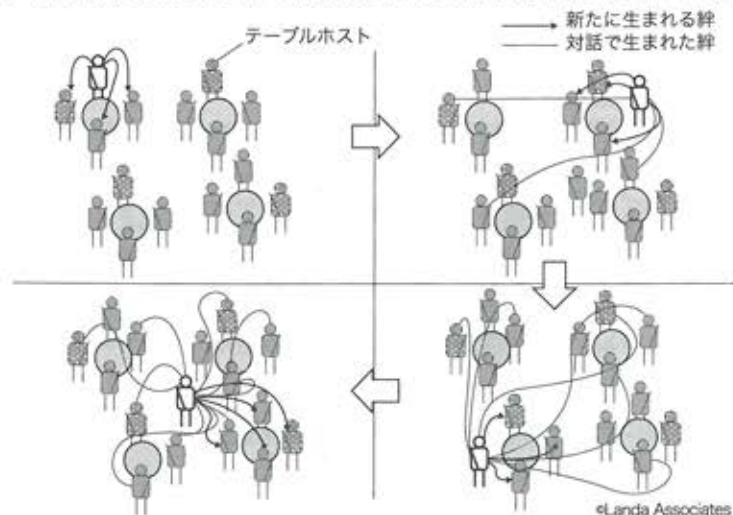
## (2) 繋がることで生まれる意識改革

「ワールド・カフェ」というユニークな対話集会イベントが注目を集めています。数十人から100人単位の大規模な集団まで対象として展開可能で、シンポジウムやパネルディスカッションのように話す人と聴く人の区別が無く、KJ法のようなワークショップやカクテルパーティーのような交流会とも違います。参加者全員のネットワークづくりにも効果があり、参加者全員が対話に参加することで、集合知を導き出すことにも絶大な効果を発揮するといった、インターネット時代にふさわしいミーティングスタイルと言えます（図3）。

具体的には、4～5人がけのテーブルを人数分用意し、巨大なカフェの場を設定します。「いいアイデアや考えはカフェでお茶しているときのようにリ

図3 集合井戸端会議（ワールド・カフェ）

テーブル間を移動してセッションを繰り返すことで多くの人と対話を通じた絆が生まれる



ラックスした会話の中から生まれる」というポリシーにより、テーブルクロスやお花や音楽といった環境演出も有効とされています。テーブルについて参加者同士であいさつや自己紹介をし、テーブルごとに参加者が持ち寄った課題や与えられたトピックについて数分間対話を重ねます。テーブルクロスは実は大きな紙で用意されており、参加者はその紙の上に自由にアイデアや意見、感じた疑問などを図や絵とともに書き込みます。その後、各テーブルにテーブルホストだけ残り、他のメンバーは、他のテーブルにランダムに移動します。

新しいテーブルに着席したら、そのテーブルでこれまでどのような対話が必要だったかをテーブルホストから教えてもらい、テーブルの課題やテーマについて再び対話を重ねます。後はこのセッションを何度か繰り返す訳です。最後にテーブルクロスを壁にはって、対話の流れを参加者全員でシェアしたりすることもあります。ただのテーブルを囲んでのセッションだけでも、いくつかの予期せぬ効果や反応が生まれます。

大学院の授業や講演会などでこのスタイルを取り入れて、その効果を検証中ですが、参加者の主立った意見や反応をあげると、以下のようなものがあげられます。

- ① 受講生や地域のグループ間で、これまでどんな人または、どんな活動をしているグループか知らなかったけど、知ることができて良かった。
- ② いろいろな課題への対処法に触れることで、自分の思考パターンや癖が、固定化していることがわかった。
- ③ 地域に色々な課題があり、それを克服しようとしている多くの人がいることがわかった。
- ④ 自分たちの課題について真剣に考えてくれる人が身近にいて嬉しかった。また、いい人を紹介してもらった。

このように、地域内の住民同士や受講生同士も普段の付き合いはあるけれど、課題解決や問題意識を共有するといった深いコミュニケーションはしたことがなく、このような場をとおして初めてお互いの理解が深まるというケースにはよく遭遇します。さらに、他者の課題解決に参加することで、知恵を絞って、または人を紹介し合って助け合うという意識が芽生えます。私を含め、人は問題を一人で抱え込む傾向にありますが、オープンにすることで助けようとする手を差し伸べてくれる人が意外と身近にいることを気づかせてくれるいい機会にもなります。

地域全体でこのような取組ができると、単に課題解決の相談に乗ってもらったというレベルを超えて、参加者の意識が大きく変化する可能性は高いと考えられます。

### 3 政事（まつりごと）と祭事（まつりごと）

#### (1) 人はなぜ「まつろふ」のか

三重は松阪の出身で、江戸時代の国学者、本居宣長（1730～1801年）は「古事記伝」に、祭事と政事とは同語で、その語源は奉仕事（まつりごと）にあると説いています。

自己以外の他者、例えば「神」を「まつる」ことが、祭事（まつりごと）となり、現代的に解釈するなら「民」を「まつる」ことが政治（まつりごと）となるのかもしれませんが、宣長は同時に「まつろふ」とは「服従」の概念があることを示唆します。かつては、上下関係（服従関係）に使われていたかもしれない「まつろふ」「まつろはぬ」ですが、それを「繋がる」「繋がらない」と見ることもできます。繋がりを持たない他部族に対して白か黒かの繋がりを強要していた古代においても、事後は相手方の崇拜していた「神」を神社に祭り、日本をひとつにまとめようとしていた様子が記紀からもうかがえます。戦いという手段ではありますが、古代の為政者は他者を「まつろはす」ことで「繋がりを」を拡げていったと解釈できます。

古代ローマにおいては、「パンとサーカス（福祉とイベント）」が政治の要諦とされていました。米国における大統領選挙などは、まさにイベントであり、予備選からの一連の「祭事」をとおして、多くの国民が「政事」に参加しています。「祭事」によって「繋がりを」を拡げ、世の中を治める「政事」を為すということは、人間の本能的な行為なのかもしれません。

#### (2) 21世紀の人類の「祭事」とは

19世紀半ばから始まった「万国博覧会」と、そこから国際的イベントへと飛躍した「オリンピック」は、20世紀を代表する地球規模での「祭事」でした。前者は、近代工業化社会の進展とともに進化し、地球規模の交易経済社会を現実化しました。後者は、ナショナリズムの発揚を戦争以外の場で昇華させることで、民族の誇りや人権を尊重する思想の普及に寄与しました。日本において、戦後意識を払拭し、国際社会への再デビューを演出した東京オリンピック

や、近代工業化社会のピークを謳歌した大阪万博開催の事例を見ても、また、急速な近代資本主義導入、工業化の成果として2008年、2010年と北京オリンピック、上海万博を立て続けに開催する中国政府のシナリオを見ても、これらの「祭事」がともに「政事」とも密接な関係を持っていることは明らかです。

しかし、21世紀に入って間もなく10年が経とうとしている現在、既存の「祭事」では新たな時代の「政事」を為すことは不可能もしくは限定的な効果しか得られない事を世界では多くの人びとが気づきはじめています。次に我々が挑戦すべきなのは、国家同士の「繋がりを」を基盤にした「万国博覧会」や「オリンピック」といったコンセプトではなく、「生物多様性」に代表される人類と他の生き物との「繋がりを」や「過剰資本主義」が地球上の他の人びとの暮らしに与える負の影響に学び、新たな経済の世界的「繋がりを」の構築に寄与するコンセプトを持った世界的なイベントの創出です。

主催の別、規模の別、目的の別を問わず「イベント」は、現代社会の中でお互いの深い理解を促し、絆を深め、たくさんの人やものと「繋がる」方法として、21世紀においても、社会における重要な役割を果たしていくと考えられます。

「イベント」が、人種や宗教や思想や経済的強弱を超えて、多様な人間同士の絆を繋ぎ、多様な生き物たちとの関係を繋ぎ直す、人類に与えられた手段として、今後も進化しつづけることを信じてやみません。

#### 【参考文献】

- ・『ワールド・カフェ』Juanita Brown, David Isaacs 共著、香取一昭・川口大輔訳、朝日ヒューマンバリュー出版
- ・「英国コミュニティ・インタレスト・カンパニー制度の導入をめぐる社会起業家支援に関する一考察」服部崇・服部篤子、2005年