

地方イベントと広告

——北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」に関する事例研究——

真 鍋 一 史

I 問題の所在

日本では、すでに数年前から「イベントの時代」とまでいわれるようになり、それにもなあってイベントをめぐるさまざまな議論がなされてきた。この点に関して、ここでは、つぎの2つの問題点をあげておきたい。

(1)これらの議論を何らかの枠組によって整理し、論点や論拠を明らかにするという作業はほとんどなされていない。そのために、さまざまな活発な議論がかえって混乱をまねいているようにも思われる。

(2)これまでの議論の多くは印象論的あるいは評論的なものであり、実証的研究や科学的データにもとづく議論はきわめて少ない。そのために、さまざまな議論が単なる「水掛論」に終わってしまうこともしばしばであるように思われる。

そこで、この小論においては、以上の問題点を解消するためのひとつのアイディアを提示するとともに、そのようなアイディアにもとづいて北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」に焦点を合わせて、実証的研究を展開していくための準備作業の成果を報告したい。

しかし、具体的な研究の手順に移る前に、なぜここで北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」を分析の課題として取り上げるかについて述べておかなければならない。これについては、つぎの2点から答えることができるであろう。

(1)最近「官製イベント花盛り」という表現が使われたりするようになってきたが、確かにここ数年来のイベント・ブームの特徴のひとつとして「行政主導型イベント」の急増ということがあげられる。それは、とくに全国の主要38都市が市政施行100年を迎える1989年を中心に大型イベント

の計画が続出していることに端的に示されている。

(2)イベント・ブームは「企業主導型イベント」から「行政主導型イベント」へと変化してきたが、それら行政主導型イベントはつぎのような性格を持っている。

- ①「中央志向型」であるよりも「地方志向型」である。
- ②「科学・技術志向型」であるよりも「人間・自然志向型」である。
- ③「お祭り志向型」であるよりも「地域開発志向型」である。
- ④「画一化志向型」であるよりも「個性化志向型」である。
- ⑤「都会志向型」であるよりも「ふるさと志向型」である。

そして、以上の5つの性格に照らしてみると、北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」は最も典型的な地方イベントのひとつであるといえる。

II 分析の視点

今回の研究テーマは「地方イベントと広告」としたが、このテーマに関してはつぎの2つの分析の視点が可能となってくる。

- ①「地方イベント」と「その広告(広報・宣伝・PR活動を含めて)」というとらえ方。
- ②地方イベントそのものが広告であるというとらえ方。

さて、①の場合には、地方イベントの広告・広報・宣伝・PR活動の目的はイベントの開催をできるだけ広範に多くの人びとに知らせることによって一人でも多くの来場者を獲得するということにある。それは、最近の地方イベントが「税金や寄付のみに依存する無料行政型」から「入場

料を取る採算制を導入した有料経営型」へと移行しており、そのために来場者が多くて収支が合うということがイベントのひとつの評価基準になってきているということからも、やはり重要なポイントといわなければならない。これはいわば「商品（ここではサービス・興行・案内）広告」に対応するものであるといえよう。

つぎに、②の場合は、その地方イベントを構成する諸行事・諸催事・諸要素（たとえば、それが博覧会である場合は、行政の展示館や企業のパビリオンなど）がそれぞれ何を訴求しているかという点から分類されるであろう。ここでは「商品広告」もさることながら、その中心はやはり「企業（あるいは起業）広告」に対応するものといわなければならない。つまり、主催者である地方自治体のイメージの創成、その知名度の高揚、その地域のアイデンティティの確立、その地域の開発などをねらったものといえるのである。ここでつぎの点が問題となってくる。それは、「イベントそのものが広告である」という場合は、イベントづくりの過程がそこにかかわる人びとに対して持つさまざまな機能というのではなく、むしろ出来上がったイベント（たとえば、博覧会であればその展示というように）が来場者に与えるさまざまな機能ということに焦点が合わされてくるということである。しかし、そこでも、じつは後者の側面に前者の側面がまざり合っていることは否定できないのである。

さて、分析の視点について、以上のように考えてくるならば、いうまでもなく、ここでの分析は①の範囲にとどめるべきものではなく、さらに②の領域へと広がりをもたせることに重要な意義があるといえる。なぜならば、公共広告の出現の場合と同様に、それが広告概念の再検討をうながす重大な契機となるとも考えられるからである。もちろん広告はこれまで多くの研究者によってさまざまに定義づけられてきた。しかし「ものごとはあまり厳密に定義しすぎると、かえって身動きがとれず、自由な発想をさえぎって、発展しがたいということもある」（吉村融，大由充『現代のエスプリ 第46号 情報化社会』，至文堂，1970年，17頁）。こうして「イベントは広告である」という命題には広告の原点とそのあるべき姿の探究という

きわめて重要な今日的意味が含まれているといわなければならないのである。

III 実証的研究のための準備作業

1. 研究のフロー・チャート（流れ図）の作成

分析の視点のところで述べたような問題関心（原問題）から出発して具体的な戦略的問題を選ぶまでのプロセス（手続き）は、つぎのようなフロー・チャートに示される。

このようなフロー・チャートが作成された背後には、「社会調査」についての基本的な考え方があってのことであるが、ここではとくに今回の研究の方法論上の特色という点からつぎのことを述べておきたい。

1) 研究は文献研究から出発するが、その場合、その文献をその「認識様式」—「認識内容」でなく—にもとづいて、「日常的記述」「評論的記述」「学問的記述」（「哲学的・思想的記述」と「科学的・実証的記述」）に分けた点である。

「日常的記述」「評論的記述」「学問的記述」（とくに「科学的・実証的記述」）の「認識様式」の性格については、つぎのようなことが指摘されよう。

①日常的記述の具体的な例としては、イベントについての個人的印象にもとづく各種の「手記」「日記」「新聞投書」などがあるが、これらにおいては、イベント一般ということよりも、ある特定のイベントの個別的な面や具体的な例が取り上げられる傾向があるといえる。このような日常的記述については、言葉の用法が明確でなく日常語のもつ多義性と曖昧性と流動性が見られること、判断の基準や論旨の脈絡がはっきりしていないこと、などの問題があげられる。しかし日常生活の体験や実感にもとづく記述がきわめて示唆を含んでいる点は重要である。

②評論的記述の具体的な例としては、イベントについての個人的体験と個人的解釈にもとづく各種の「評論」がある。日本においては、現在、ジャーナリズムに乗ることによって、さまざまな社会科学的エッセイが生産されている。これはジャーナリスティック・アカデミズムと呼ばれることもある。これらの社会科学的エッセイとして

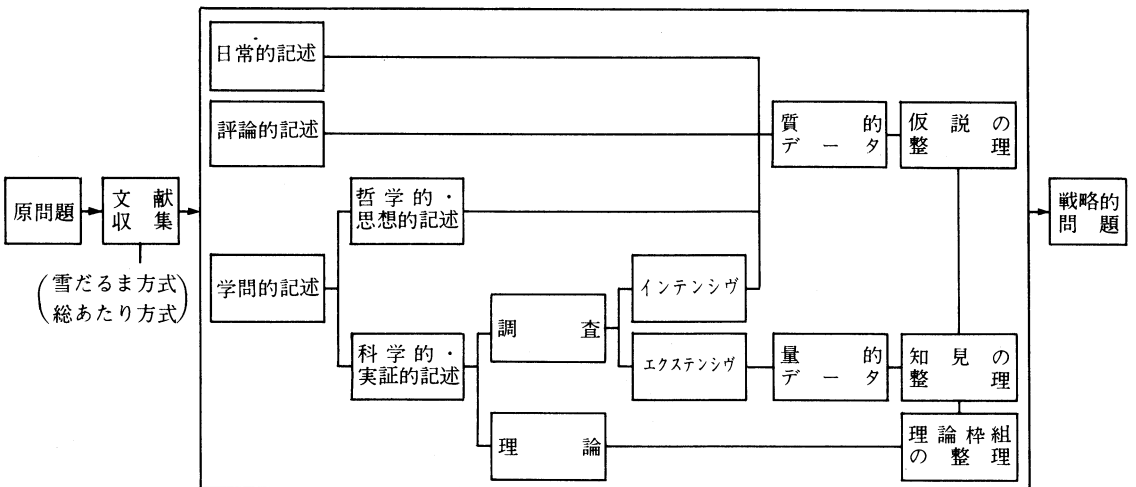
の「イベント論」もここでいう評論的記述に入れることができるであろう。さて、日常的記述と評論的記述をくらべるならば、前者がイベントのある特定の側面を個別具体的に取り上げるのに対して後者はイベントの一般的な側面を相互関連的に取り扱うこと、前者が印象的で断片的であるのに対して、後者が論証的で体系的であること、などの相違点があげられる。そこで評論的記述の問題は「イベント礼賛論・肯定論・楽観論」と「イベント批判論・否定論・悲観論」の極端な分極化というところにある。そしてこのように分極化し対立している2つの型の記述の底には、社会のさまざまな条件を捨象した論旨の展開という共通の側面があり、「イベント礼賛論・肯定論・楽観論」者と同じ文脈で評価的言辞を変えさえすれば、それが「イベント批判論・否定論・悲観論」者の評論になってしまうという問題もある。この点については、稲葉三千男が広告に関して述べたつぎのような指摘がそのままイベント論にも当てはまるであろう。「人間の思考に古来つきものの善悪二元観はそれだけに人間の思考を曇らせる。一般意味論の信奉者が説く『二値的思考の排除』という教訓は、広告についても有益であろう」（稲葉三千男「広告についての現象学」『KYOWA AD-

REVIEW』, 34 協和広告株式会社, 1967年)。

以上のように、評論的記述には科学的手順の基本的諸原則に関する問題が残されていることはいうまでもないが、これによってわれわれが対象に取り組む場合の発想や構想が豊かにされ、原問題が構成され、実証的に検証されるべき仮説が提供されることにもなるのである。

③学問的記述、とくに科学的記述の「認識様式」の性格としては、一般に、「客観主義」「論理主義」「実証主義」「普遍主義」の4つがあげられている(中野秀一郎『体系機能主義社会学』, 川島書店, 1970年, 5頁)。イベント論についていえば、まず、実証的研究にもとづく記述が少なく、大部分は印象論的あるいは評論的記述であるということが指摘できる。つまりイベントに関する議論においては、経験的データがまだわずかしかないということである。理論的研究といえるものも、また、少ない。つまり演繹的モデルによって議論が導かれるということがほとんどない。一般に、理論とは、「各種の異なった文脈において有効な、少数の、体系的に、相互に関連した命題」といえる。たとえば、R.K.マートンによれば、これは単なる経験的一般化ではなく、他の経験的一般化とも関連づけられるようなより高次の命題なのである

イベント研究のフローチャート



(注) ここで雪だるま方式と呼ぶのは文献研究の伝統的なテクニックであり、既存の文献目録やよく知られた文献をまず手がかりとして、これらの文献にあげられている他の文献に当たるというように、つぎつぎに雪だるま式に文献を、もうこれ以上つづけても成果はないとわかるところまでたぐって行くという方法である。また総あたり方式と呼ぶのは「社会学評論」とか「年報社会心理学」などの学会誌あるいは各大学の紀要とか研究雑誌を過去5年間、10年間という期間をくぎってその期間内に課題に関連のある論文が掲載されているかどうかを探したり、出版年鑑などを手がかりとして、ある期間内の出版物のうちから課題に関連する文献をすべて取り出したりする方法である。

(R. K. マートン, 森東吾ほか訳『社会理論と社会構造』みすず書房, 1961年)。イベントに関しては, このような理論の追求の試みがほとんど見られないのである。

2) 原問題から出発し, 文献研究を踏まえて, 実証研究として取り組むべき戦略的問題領域の探索が行なわれることになる。ここで戦略的という場合, それは「実践的な面」と「学問的な面」という2つの面から考えて, それが主張できるという意味を含んでいる。まず「実践的な面」については, イベントの研究には, すでに述べたような地方自治体のイメージの創成, その知名度の高揚, 地域のアイデンティティの確立, 地域の開発などの実践的課題がともなっている。これらは「行政側」にとっても, 「住民側」にとっても, きわめて重要な現実的要請となっており, このような要請に対して学問的(実証科学的)研究が応えることができるかどうか, 社会科学の relevance のひとつの重大な証左となるのである。

つぎに, 「学問的な面」については, これは(i)現在までのところ未だ研究がなされないままで残されている未開拓の問題領域に取り組むかどうかという側面と, (ii)現在, 実施しようとしている実証研究が社会学(あるいはより広く社会科学)理論の構築に対してどのように貢献するかという側面, の2つを含んでいる。そして(i)の側面は, さらに①「対象」の側面と, ②「方法」の側面, の2つに分けて検討されなければならない。ある「対象」に関する研究がこれまでまったくなされていないとすれば, そのような「対象」については, どのような「方法」による研究も有用であろう。ところがこれまですでにかなりの研究がなされている「対象」については, その「対象」を分析する「方法」を新しくすることによって研究は有用なものとされる。しかしイベント論に関するかぎり, 実証的研究は「対象」と「方法」のいずれの面においてもいまだ不十分といわなければならないのである。

3) 文献研究によって収集されるイベントに関する諸記述はその記述の特性という点から「質的データ」と「量的データ」に分類することもでき

る(ここでは諸命題を統合する演繹的枠組としての理論的記述については暫く置くことにする)。この2種類のデータの特性については, 従来からさまざまな議論がある。しかしこれらがそれぞれお互いの持ち味を生かしながら統合されるべきであるという点については合意があるといえよう。そして, その具体的な方法として, 見田宗介は, つぎの2つをあげている。(i)「質的データ」によって示唆された仮説を「量的データ」を用いて検証するという方法と, (ii)「量的データ」においてとらえられた統計的な関連もしくは相関を「質的データ」を用いて意味づけし, 理解するという方法, がそれである(見田宗介『現代日本の精神構造』弘文堂, 1965年)。

さらにまた, 社会科学における観察の技術には, 「社会現象がそのうえに痕を残しているところの諸資料を分析する方法」と「社会現象を直接観察する方法」の2つがあるとされている(M. デュヴェルジュ, 深瀬忠一ほか訳『社会科学の諸方法』勁草書房, 1968年)。ここでの問題関心からすれば, 前者は「内容分析」, 後者は「質問紙調査(エクステンシブ)」と「自由面接調査(インテンシブ)」ということになる。内容分析の方法は本来「質的データ」を「量的データ」に情報変換する方法ということもできる。内容分析の方法が「量的方法」と「質的方法」に区別されることもあるが, 質的方法は「内容分析(content analysis)」というべきではなく, 「内容評価(content assessment)」と呼ぶべきであるとされるのはこのためである。このような考え方を採用するならば, フロー・チャートに示した質的データの整理という作業は, 「内容分析」というよりも「内容評価」というほうが相応しいであろう。このフロー・チャートにおける作業手続きは, さまざまな「質的データ」の「内容評価」を通してイベントに関する諸記述を「仮説」の形で整理しておき, それらの仮説を「インテンシブな自由面接調査」と「エクステンシブな質問紙調査」を通して検証していこうというものである。さらに「インテンシブな自由面接調査」と「エクステンシブな質問紙調査」の関係については, 前者から導びき出された結果には母集団に対する代表性の保証がないという問題点があるので, その結果を後者のような

調査によって検証するという形で再び統合を試みる必要が生じてくる。

因みに、質的データを仮説の形で整理する際には「カード方式」（梅棹忠夫『知的生産の技術』岩波新書、1969年）と「KJ法」（川喜田二郎『発想法』中公新書、1967年）の技法が威力を発揮するであろう。

4) イベント論に関しては、そのほとんどが「質的記述」であり、「量的記述」はきわめてわずかであるし、「理論的記述」もほとんど見ることができないということについてはすでに述べた。ここではイベントのはたらきに関する個別的で断片的な質的記述を統合し、分類し、それらに体系的な位置づけを与えるためのひとつの演繹的枠組の設定を試みたい。この作業は、まず、「はたらき」という日常語の検討から始めるのが得策といえよう。

一般に、「はたらき」という言葉には「あるものの活動自体ないしはその活動の過程」という意味と、「あるものの活動の結果ないしはその活動が他のものに対して持っている関係」という意味が、複合的に含まれていると考えられる。たとえばイベントに関するこれまでの文献においても「イベント製作論」「イベント経営論」「イベント実施論」「イベント事業論」などといわれているものでは前者の側面が、また、「イベント効果論」「イベント影響論」などといわれているものでは後者の側面が主に扱われているといえよう。ここでは、この後者の側面に焦点を合わせるのである。

さて、イベントの結果ないしはそれが他のものに対して持っている関係を体系的につかもうとするならば、R. K. マートンをして「社会学的解釈の諸問題を取り扱う現代の研究方針のなかで最も有望なもの」（R. K. マートン、前掲書、16頁）と言わしめた「機能分析の方法」の利用が有用であろう。しかし、その前に、ぜひとも押えておかなければならないのは、「効果」と「影響」の概念的区別である。ここで、前者を「送り手の目標あるいは意図という志向性」において、また、後者を「受け手にとっての関連あるいは意味という関係性」において理解とするならば（北村日出夫、「広告の効果と影響」『新聞学評論17』、1968年、15～24

頁）、今日の社会学にとっては、後者の問題がより重要であるといえよう。M. ウェーバーのいうごとく、「時代における人間性の運命いかん」という問いこそが、「社会学的発想」を支えるものだからである（田中義久「現代社会学における個人と社会」E. A. ティリヤキヤン、『個人と社会』、解説論文、みすず書房、1971年、314頁）。こうして、ここでは「地方イベントの影響」に焦点を合わせるようになるが、この問題を体系的に議論するために「機能分析の理論的枠組」の援用を試みるのである（機能の概念および機能分析の方法については、R. K. マートン、前掲書、16～75頁、および、竹内郁郎「マス・コミュニケーションの機能」『社会的コミュニケーション』〈今日の社会心理学 4〉、培風館、1967年、391～416頁）。

2. 機能分析の理論枠組

機能の概念を、「あるものの他の何ものかに対する寄与的・必要充足的な対応関係」という意味で用いるとするならば、それは、①顕在的順機能、②潜在的順機能、③潜在的逆機能、④潜在的没機能、という4つの分析概念に類別される。この分析概念では、機能の主体によって意図された結果を「顕在的機能」、意図されなかった結果を「潜在的機能」と呼び、機能の客体にとって寄与的な結果を「順機能」、非寄与的な結果を「逆機能」、寄与的でも非寄与的でもない重要性のない結果を「没機能」と名付けているのである。もちろん、この場合に、①機能の主体と客体の範囲、②機能の順・没・逆の基準、③時間の経過という問題が出てくる。

1) 機能の主体と客体の範囲については、前者で「イベントの概念と分類方法」、後者で「機能をうける単位と基準」が問われる。

i) イベントの定義とその分類方法

最近ではイベントという言葉がごく日常の会話のなかにさえ出てくるようになっており、イベントとは何かということについては、多くの人びとに何となく理解されるようになってきた。しかし、ひとくちにイベントといっても、そこにはきわめて多様なものが含まれるのであり、少し検討するならば、それがじつは複雑で広範な意味合いを持つ言葉であることがわかってくる。そこでイ

ベントの概念が明確な収斂を見ていない現在の段階においては、それを狭く限定してしまうよりも、より広い意味でとらえておくのが得策といえる。

このような考え方から、ここでは通産省の「イベント研究会」が採用した「イベントとは何らかの目的を達成するための手段として行なう行・催事をいう」という定義を利用することにしたい。このようにイベントを広義にとらえたうえで、個々の研究者が当面の分析の目的、内容、方法に従って、操作的定義を設定するのが望ましいのである。イベントの概念をさらに厳密に規定するという作業は、実証的研究のさらに進んだ段階で再び取り上げられるべき問題であるといえよう。

つぎに、イベントの分類については、これまでそのときどきの問題関心に応じてさまざまな分類基準が用いられている（通産省商務室編『イベントが日本を変える』、通商産業調査会、1987年、平野繁臣ほか『イベント富国論』東急エージェンシー、1987年）。それらを網羅的にあげてみるならば、だいたいつぎのようになるであろう。

①イベントの開催主体によって分けるならば、政府により拠出された公益法人や地方公共団体などが行なう「公的（行政主導型）イベント」と企業や業界団体などが行なう「私的（民間主導型）イベント」が区別される。

②開催規模を基準にするならば、まず「国際イベント」（BIE条約にもとづく国際博覧会など）と「国内イベント」に分けられ、後者はさらに「全国イベント」と「地方イベント」に分類される。

③開催目的によれば、イベント自体により一定の利益をあげてイベント運営の支出をまかなうという採算制を導入した「営利型」と、そのために、ある一定の予算を準備するか、あるいは参加者が資金を持ち寄るなどによってイベントを運営するという「非営利型」に分けられる。

④イベントをその開催形態によって分類するならば、国際博覧会、地方博覧会などの「博覧会イベント」、国際見本市、物産展などの「見本市・展示イベント」、音楽祭、スポーツ大会などの「文化・スポーツイベント」、国際会議、シンポジウムなどの「会議イベント」、などがあげられる。

⑤開催時期によって、それが継続的あるいは定

期的な「継続イベント」と、あるときに一回きりの「単発イベント」に分けられる。

⑥その開催場所、たとえば「百貨店」「スーパーマーケット」「ホテル」「劇場」「グランド」「公園」「路上」「専用のイベント会場」「恒久展示会場」などによってもイベントが分類される。

さて、いうまでもなく現実社会において実際になされているさまざまなイベントは、それぞれ以上のような基準が幾重にも組み合わされて分類されることになるのである。

ii) イベントが機能の主体として、その意図や目的を越えて、さまざまな客体に対して、さまざまな影響をもたらすということがありうるので、具体的な分析に入る前に機能の及ぶであろう領域を前もって予想して、観察リストに予記しておくという作業が重要になる。そのような領域は個々の分析ごとに異なるかもしれないが、一般的枠組を設定しておくことはできるであろう。これは、機能を受ける「単位 (unit)」についての問題である。

そこで、①個人と社会の区別であるが、これは、対象そのものからではなく、視点から出てくる概念的区別である。たとえば、社会についていえば、それは「人間における生活の共同」（福武直「社会学の基本的構造」『講座社会学、第1巻、個人と社会』、東京大学出版会、1958年、3頁）、「複数の人間の共存の営為」（中野秀一郎「社会科学的概念としての『情報』について」『社会学評論』85、1971年、58頁）などの視点から操作的に概念化されたものなのである。

つぎに、②社会という概念における領域区分であるが、これには、「横関係的な区分の方法」と「縦関係的な区分の方法」（小平修「社会的意識とその構造連関」『現代政治と人間』、ミネルヴァ書房、1971年、116～117頁）がある。前者については、社会科学の専門分化にともなう「経済」「政治」「社会」「文化」といったいくぶん恣意的で便宜的な区分が常識的にも利用されている。このような知的操作をより理論的に追求したものに T. パーソンの AGIL 理論がある。これは、広義の社会の機能分化的下位体系を A（適応＝経済）、G（目標達成＝政治）、I（統合＝狭義の社会）、L（潜在的形相維持と緊張処理＝狭義の文化）とする理

論である。

また、後者については、社会学における人間の社会関係のレベルによる区分がある。それは、「家族、友人などの基礎的關係」「地域社会、職業集団などの中間的關係」「国家、民族などの全体的關係」という3つのレベルである。

ここで広義の文化については少しばかり注釈を加えておかなければならない。まず、狭義の文化は、社会における潜在的な形相の維持と緊張の処理を分担する機能分化的下位体系として認識される。しかし、これまで、とくに文化人類学において開発されてきた文化の概念には、さらに広義の側面があることも忘れてはならない。たとえばR. リントンによって、文化とは「習得された行動と行動の諸結果の総合体であり、その構成要素がある社会の成員によって分有され伝達されているものである」(R.リントン、清水幾太郎ほか訳『文化人類学入門』、創元新社、1964年、49～50頁)とされていることから理解されるように、それは、まさに人間の社会生活のすべての側面にまで広がる概念として用いられてきたのである。そして文化をこのように認識する場合の社会との概念的区分については、「文化と社会とは对象的に重なりあっているとしても、(後者が人間と人間の関係という角度から接近するのに対して、前者はそのような関係の様式という角度から接近するということ)問題をとらえる視点が異なっている」(福武直、日高六郎『社会学』、光文社、1966年、164頁、ただし、()内は論旨にしたがって筆者が補足した)という考え方が、これらの用語の慣習的用法をはずれないものといえよう。

イベントの機能分析のための主体と客体の領域に関する理論的枠組としては、以上のような事柄を考えておくことができるであろう。

2) 機能の順・没・逆の基準については、客体のあるべき姿についての明確なイメージから演繹される「機能的前提要件」を充足する程度に従って、順・没・逆を客観的に分析するという論理的な手続が必要であろう。

3) 時間の経過についても、さまざまな事例において、イベントの機能が時間の経過とともにどのように変化するかを具体的に分析するという作業がなされなければならないであろう。

以上のような概念用具によるならば、イベントの機能といえどもきわめて体系的に分析されることになるであろうし、またこのようなスキームを、イベントの機能についてのこれまでのばらばらの断片的な記述を統合し、今後の研究を能率的なものにするためのひとつの理論枠組として用いることもできるであろう。

3. イベントの機能に関する記述の収集と分類

1) 文献の収集

現在、イベントに関してはさまざまな書籍が出版されているが、今回は以下の6種類の文献を選んだ。

①通産省商務室編『イベントが日本を変える—21世紀の産業文化戦略—』、通商産業調査会、1987年。

②平野繁臣、平野暁臣『イベント富国論—ソフト化時代の地域活性化戦略—』、東急エージェンシー、1987年。

③糸川精一『地域活性化イベント入門』、日本機関紙出版センター、1986年。

④二瓶長記『まつりイノベーション—地域はイベントでよみがえるか—』、ぎょうせい、1986年。

⑤塩沢茂『電通のイベント戦略—現代を仕掛け

機能分析の理論枠組

	個人				社会												文化			
					基礎社会				中間社会				全体社会							
	A	G	I	L	A	G	I	L	A	G	I	L	A	G	I	L	A	G	I	L
顕在的順機能	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
潜在的順機能	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
潜在的没機能	41	42	43	44	45	46	47	48	49	50	51	52	53	54	55	56	57	58	59	60
潜在的逆機能	61	62	63	64	65	66	67	68	69	70	71	72	73	74	75	76	77	78	79	80

る頭脳集団』, PHP 研究所, 1984年。

⑥鶴見俊輔, 小林和夫編『祭りとイベントのつくり方』, 晶文社, 1988年。

2) カードの作成

以上の6つの文献のなかから, とくに①と②を選び, イベントのはたらき, 効用, 効果, 影響, 機能などに関する記述(命題)を京大型カード(梅棹忠夫『知的生産の技術』, 岩波新書, 1969年)に抜き出す作業を行なった。

3) カードの分類

このように①と②の文献から作成したカードを上述の「機能分析の理論枠組」を用いて分類していった。その結果は以下に示すとおりである。

①(個人-A)

「イベントは個人消費喚起の契機となりうる」

(①-p. 2)

「個人所得の増加」(②-p. 185)

「雇用機会の増大」(②-p. 185)

③(個人-I)

「イベントは人と人の出会いの創出への機能を有している」(①-p. 54)

「イベントは人と人, 人と物, 人と情報との生の『ふれあい』の場を創出し, さらに非日常的な体験とさまざまな『であい』の場を用意して『ハレ』の場における特殊な感性を呼びもどそうとする」(②-p. 94)

④(個人-L)

「イベントは人びとの行動を自由にし, 発想を開放する」(①-p. 12)

「創造性の発露」(①-p. 54)

「知的満足感の獲得」(①-p. 54)

「生の情報を提供する」(①-pp. 188~189)

「新しい感性への刺激」(①-p. 189)

⑧(基礎社会-生活-L)

「海外の商品が広く紹介されることは, 我が国における生活の幅を広げることに寄与することとなる」(①-p. 66)

⑨(中間社会-地方自治体・地域社会-A)

「地域産業, 伝統産業の展示館を設けるための

作業の中からこれら産業の新しい発展の方向が開拓される」(①-p. 64)

「イベントを契機として都市の整備が行われたり……また積極的にこのような街づくりを行う手段としてイベントが用いられる」(①-p. 65)

「個性ある地域づくりに寄与しうる」(①-p. 2)

「開催地の開発に大きな効果を残す」(①-p. 14)

「地域の活性化」, (①-p. 14)

「イベントは一定期間を切った集中投資によって公共施設を充実させる効果がある」(①-p. 14)

「道路も新交通システムも作られる」(①-p. 133)

「地域振興-地場産業の振興地域経済の活性化, 地域社会の再構築, 新しい地域連帯に支えられた活力ある郷土の創造-の動きに〈きつかけ〉を与え, 〈はずみ〉をつけるのがイベントである」(②-pp. 40~41)

「観光客の増加」(②-p. 185)

「企業立地の増加」(②-p. 185)

「地場産業の取引機会の増大」(②-p. 185)

⑨(中間社会-企業-A)

「小企業, 知名度の少ない企業などにおいてもイベントによって受注機会を増大することが可能となる」(①-p. 63)

「企業のセールスプロモーションの観点からもイベントがその手段として活用される」(①-pp. 63~64)

⑩(中間社会-地方自治体・地域社会-G)

「一部(たとえば料理飲食税など)の税金を増加させ, (国あるいは)地方公共団体にイベントの経済効果を還元する」(①-p. 61)

「イベントで経済が活性化すれば税金が増収になる」(①-p. 15)

「地方税収の増加」(②-p. 185)

⑪(中間社会-地方自治体・地域社会-I)

「イベントが地域に根ざした伝統的産業に従事する人びとに組織化の機会を与える」(①-p. 64)

「イベントは地域社会への地域住民の帰属意識

を高め、地域活動への参加を促進し、活気とゆとりのある地域社会づくりに貢献する」(①-p. 65)

「イベントでは、その隣接地域の人びとの協力を得ることもあり、イベント開催地を中心に、広い範囲の人びとの親密化を促す」(①-p.65)

「地域の国際化にも寄与する」(①-p. 67)

「地域意識の高揚に寄与しうる」(①-p. 2)

「自分たちの県の特徴をはっきり認識するようになり、県民意識がはっきり出てくる」(①-p. 38)

「シティ・アイデンティティ (CI) の確立に寄与する」(①-p. 192)

「全国さらには世界へとその地域の知名度が向上しイメージアップが図られる」(①-pp. 64～65)

「地域の PR」(②-p. 175)

「市民の連帯感の醸成」(②-p. 175)

「地域のアイデンティティの確立」(②-p. 175)

「地域の知名度を高める」(②-p. 185)

「地域のイメージアップを実現する」(②-p. 185)

「専門家集団などとの人的チャンネルができる」(②-p. 186)

「出展協賛企業とのチャンネルができる」(②-p. 186)

「地域住民の情報との接触機会が増大する」(②-p. 186)

⑪ (中間社会—企業—I)

「企業 (供給者) とユーザー (需要者) との商談・情報交換などのコミュニケーションの場となる」(①-pp. 61～62)

「企業内の技術者・研究者がイベントによる交流の場に集うことでその存在を社会に認知され、人的ネットワークの輪を広げて、さらに専門技術・知識を高度化することを可能にする」(①-p. 62)

「企業として同様で、対外的な PR のためにも、社員やグループの結束のためにも、イベントは重要な意味を持っている」(①-p. 13)

「イベントは企業間交流を進める絶好の場を与える」(①-p. 56)

「イベントは企業イメージの向上をはかるための新しいメディアとして認識されるようになってきた」(①-p. 56)

「企業イベントは自社の社員の意識—コーポレート・アイデンティティ (CI) —の向上にも効果がある」(①-p. 190)

⑫ (中間社会—地方自治体・地域社会—L)

「イベントによってそれまで関係がなかった文化活動がその地域に持込まれ、地域に内在していた文化性が顕在化し、育成され、また文化の享受者の増加による底辺の拡大、あるいは文化水準の向上といった形で、文化の裾野が広がる」(①-p. 64)

「地域の技術や文化の水準を高める」(②-p. 186)

「企画の設計、デザインなどの技術移転ができる」(②-p. 186)

⑬ (全体社会—日本—A)

「生産を誘発する」(①-p. 58)

「内需中心型の経済発展に資する」(①-p. 58)

「サービス業、製造業などに幅広く効果が及ぶ」(①-p. 58)

「通常の経済採算を越えた投資を可能にする」(①-p. 13)

「所得を創出する」(①-p. 61)

「雇用を創出する」(①-p. 61)

「イベントを通じて既存の業種・業態を超えた異業種交流が一層進むことにより産業交流が促進される」(①-p. 62)

「イベントは技術開発・製品開発を促進する」(①-p. 62)

「新しい商品やソフトウェアの提示により、消費パターンの変化へのインパクトとなる。……大きな新しい消費を喚起することも可能となる」(①-p. 63)

「イベントは既存の商品流通経路以外に新しい流通経路を開発する契機を与えるものである。イベント会場そのものが流通の場を提供することもあれば、イベントにおける商談の成立が全く新たな流通経路を作り出すこともある。」(①)

-p. 63)

「第3次産業を中心とする民間設備投資の促進に資する」(①-p. 2)

「人、物、情報の集積の場を積極的に創出するというイベントの機能を活用することにより産業の高付加価値化に寄与しうる」(①-p. 2)

「社会資本の整備に関してスムーズなコンセンサス形成に資する」(①-P. 2)

「内需の振興の点でもイベントの効果は大きい」(①-p. 14)

「公共事業にくらべても需要振興効果ははるかに大きい」(①-p. 14)

「会場施設建設・入場者の消費などによる生産の誘発」(②-p. 185)

⑬ (全体社会—国際社会—A)

「海外の商品が広く紹介され、輸入の促進が行われることは貿易摩擦の緩和に資する」(①-p. 66)

⑭ (全体社会—日本—G)

「一部(たとえば料理飲食税など)の税収を増加させ、国(あるいは地方公共団体)にイベントの経済効果を還元する」(①-p. 61)

「イベントで経済が活性化すれば税金が増収になる」(①-p. 15)

⑮ (全体社会—国際社会—I)

「国際交流の促進」(①-p. 66)

「イベントを開催することにより、海外からの人、物、情報が我が国のそれらとが交流する場を増加させ、我が国に対する国際的な理解を増進させることができる」(①-p. 66)

「イベントは人の交流と相互理解を増進する効果を有する」(①-p. 67)

「イベントは人と人との国際交流の場として重要な役割を果たしうるものである」(①-p. 57)

「イベントは国際的な文化、産業、技術交流の場である」(①-p. 57)

⑯ (全体社会—日本—L)

「文化的なイベントが国民全体の文化水準の向上に資する」(①-p. 68)

「文化的なイベントにより興業としては成立しにくい文化活動の場が提供されたり、文化の継承が促される」(①-p. 68)

⑰ (文化—A)

「高度に情報を伝達するため、オーディオ・ビジュアル機器を利用した音と映像によるプレゼンテーションが発達するなど、イベントは映像、展示、説明技術の進歩に寄与している」(①-p. 63)

「イベントは産業文化の開発にも絶大な効果を果たし得る」(①-p. 14)

⑱ (文化—I)

「イベントは文化の開発と文化の普及に繋がる」(①-pp. 11~12)

4) 分類の結果

以上のカードの分類作業の結果から少なくともつぎのような点が指摘されよう。

①機能分析の理論枠組の縦軸に設定した「顕在的順機能」「潜在的順機能」「潜在的逆機能」についていえば、ここで取り上げた文献の記述がすべて「顕在的順機能」についてであったということである。

②機能分析の理論枠組の横軸に設定した「個人のAGILの諸領域」「基礎社会—生活—のAGILの諸領域」「中間社会—地方自治体・地域社会と企業—のAGILの諸領域」「全体社会—日本と国際社会—のAGILの諸領域」「文化のAGILの諸領域」については、それぞれ次頁の表のような記述数となった。この結果から、まず第1に、記述数が最も多いのは「地方自治体・地域社会」(33^ヶ)であり、つぎが「日本社会」(20^ヶ)、さらに「個人」(10^ヶ)「企業」(8^ヶ)「国際社会」(6^ヶ)とづつだが、「文化」(3^ヶ)と「生活」(1^ヶ)についての記述の数はきわめて少ないということがわかる。また第2に、「地方自治体・地域社会」と「日本社会」をくらべるならば、前者では「Iの領域」の記述が最も多くなっているのに対して、後者では「Aの領域」のそれが最も多くなっていることがわかるのである。

③はじめに述べた「イベントとその広告・広

イベントの機能に関する記述の分類

領域		記述数		
個人	A	3	10	
	G	0		
	I	2		
	L	5		
社会	基礎社会 (生活)	A	0	1
		G	0	
		I	0	
		L	1	
	中間社会 (地方・地域自治体)	A	11	33
		G	3	
		I	16	
		L	3	
	中間社会 (企業)	A	2	8
		G	0	
		I	6	
		L	0	
全体社会 (日本)	A	16	20	
	G	2		
	I	0		
	L	2		
全体社会 (国際社会)	A	1	6	
	G	0		
	I	5		
	L	0		
文化	A	2	3	
	G	0		
	I	1		
	L	0		

4. 先行研究—イベントに関する既存の実証的研究—

イベントに関する上述の6つの文献のなかで紹介されているイベントに関する既存の実証的研究はつぎの4種類のものである。

(A)

- i) 調査主体：自治省
- ii) 調査対象：全国の都道府県と政令都市
- iii) 調査対象時期：昭和60年（1985年）
9月15日～12月15日
- iv) 調査内容：①イベント件数
②主催団体
③時期
④目的

(B)

- i) 調査主体：自治省と地域活性化センター
- ii) 調査対象：全国の都道府県と政令都市
- iii) 調査対象時期：昭和61年（1986年）
9月～昭和62年（1987年）2月
- iv) 調査内容：①イベント件数
②主催団体
③時期
④目的

(C)

- i) 調査主体：通産省・東京通商産業局地域振興室
- ii) 調査対象：首都圏近郊の地方自治体（1都10県）および商工会議所・商工会・公益法人
- iii) 調査対象時期：昭和59年度（1984年度）
- iv) 調査内容：①イベント件数
②主催団体
③回数
④実施イベントの種類
⑤目的
⑥効果
⑦成功の原因
⑧条件
⑨地域振興からみたイベントの

報・宣伝・PR活動との関係という視点」あるいは「イベントそのものが広告であるという視点」にかかわってくる記述は若干あるものの、イベントのはたらき、効用、効果、影響、機能などを媒介する—上述のいずれの視点をとるにしても—ものとしての広告の位置づけを試み、そのメカニズムについての仮説を展開するという記述は見られない。

重要度

⑩共催機関

⑪今後重要視していく必要のあるイベントの種類

(D)

- i) 調査主体：全国余暇行政協議会
- ii) 調査対象：全国の都道府県と政令指定都市
- iii) 調査対象時期：①昭和53年（1978年）度
②昭和59年（1984年）度
- iv) 調査内容：①イベント件数
②主催団体
③規模
④実施イベントの種類
⑤今後重視するイベントの種類
⑥開始年度
⑦告知動員方法

ここにあげたイベントに関する既存の実証的研究についてはつぎのような問題点を指摘することができるであろう。

①調査がすべて「行政指導型」で進められており、「学界あるいは研究者」が調査主体となった実証的研究が見られない。

②調査対象がすべて地方自治体・商工会議所・商工会・公益法人などの団体であり、一般成人男女を対象とする調査研究が見られない。

③調査をその種類から分類するならば、これらはすべて「実態調査」であり、「意識調査」が見られない。

④調査はすべて「実情把握型（記述志向型）」のものであり、「仮説検証型（分析志向型）」のもので見られない。

⑤イベントをめぐる法則や理論の定式化の試みが見られない。

以上から、ここにあげた問題点を克服するように計画された実証的研究は、すべてその理論的側面において戦略的価値を持つものといえるのである。したがって、このような視点から、さまざまな実証的研究の試みがなされることが今後に期待されるきわめて重要な課題といわなければならないのである。

IV 北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」に関する事例研究

さて、ここで北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」を地方イベントのひとつの事例として取り上げたことについてはすでに述べた。また、イベントの分類がこれまで「開催主体」「開催規模」「開催目的」「開催形態」「開催時期」「開催場所」などを基準にさまざまに試みられてきたことについても触れておいた。しかし北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」を取り上げたここでの問題関心からするならば、じつはこれまでに用いられてきた以上のようなイベントの分類基準とは全く異なる種類のものが必要となってくることが容易に理解できるであろう。この点についてははっきりさせておくために、北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」の性格についてより詳細に見ていきたい。そのために、ここで利用した文献はつぎの3種類のものである。

①貝原俊民『講演記録 北摂・丹波の祭典 田園交響楽』、北摂・丹波の祭典実行委員会、1987年4月。

②北摂・丹波の祭典実行委員会事務局『北摂・丹波の祭典概要』、1987年11月。

③『21世紀ひょうご 特集ひょうご'88北摂・丹波の祭典』、Vol. 38, 21世紀ひょうご創造協会、1987年3月。

これらの文献によるならば、北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」というイベントの性格として以下のような点があげられているが、これらは兵庫県がこれまでに開催した2つのイベントにも共通したものであるという。いうまでもなく、そのひとつは昭和51年（1976年）の県内陸部を東西に縫って開通した中国自動車道沿線地域の新しい発展をめざした「緑の回廊の祭典」であり、もうひとつは大鳴門橋から明石海峡大橋へのスローガンのもとに新しい島づくりをテーマとした昭和60年（1985年）の「くにうみの祭典」である。

①北摂・丹波の祭典は「単なるイベントのためのイベントでない」（①-p.3）。この文の意味は厳密に言えば必ずしも明確でない。しかし全体の文脈からすれば、それがいわゆる「お祭り」として

楽しむためだけのものに終らないというように解することができそうである。そうであるならば、この点については、T. パーソンの概念枠組のひとつである instrumental (手段的) — consummatory (完結的) という用語を用いてその性格を描写することができるであろう。つまりこのイベントはイベントづくりに参加し、あるいはこうしてつくられたイベントを観覧することを楽しむということ自体に意味があるというものではないということであり、それが何らかの目的のための手段として位置づけられてはじめて意味を持つものであるということであろう。貝原知事は、この点について、つぎのように述べている。「普通、祭典とか博覧会といえば広い土地にカラフルなテントのパビリオンが並び、会期が終ればアツという間にいっさいが撤去されてしまう。祭りの後のむなしさが残るのが常と聞き及んでいますが、北摂・丹波の祭典はこうした一過性の博覧会ではありません。」(①-p. 20)。

② それでは「その目的とは何か」ということがこのイベントの性格のもうひとつのポイントとなる。それは「地域づくり」(①-p. 3) であると表現されている。そして、これはさらに具体的につぎのように説明されている。つまり、このイベントは、「兵庫2001年計画」(昭和61年3月)を踏まえて、一方においては、兵庫県の「北摂三田ニュータウン」と神戸市の「北神ニュータウン」が合体され「神戸三田国際公園都市」という新しいネーミングのもとに共同で進められることになった地域開発をキャンペーンするものとして、また他方においては、北摂・丹波地域と、阪神地域という「成熟発展都市」との双方向の活発な交流がJR 福知山線の複線電化と舞鶴自動車道の開通(吉川～福知山間)という太いパイプで可能になったことを契機として、新しく「田園文化都市」へとその性格を方向づけた地域開発をアピールするものとして、「地域づくりの絶えざるキャンペーンの始まり」(①-p. 3) として位置づけられているのである。このような意味においては、北摂・丹波の祭典は「イベントは広告である」というこの小論における問題関心を展開するための格好の事例といわなければならないのである。

③ そこで、そのキャンペーンのねらいは何かと

いうと、それは基本的には、ホロンピア館、深田公園、クラフト創造遊園地、丹波年輪の里、たんば田園交響ホールなどの諸施設の建設と舞鶴自動車道の全線開通やニュータウンの建設などの地域のインフラ・ストラクチャーの整備といったいわゆる「物と物流という側面」にとどまらず、むしろ、それを越えて、さらに(i)地域アイデンティティの確立(『兵庫2001年計画—要約版—, 昭和61年2月, p. 13), (ii)地域にける愛と誇りの気持の高揚(①-pp. 9~10), (iii)人びとの出会いと交流(①-p. 10)の促進, (iv)地域住民の連帯感の醸成と地域づくりへの参加意識の喚起—「祭典は単に施設をつくるだけでなく、またイベントのためのイベントを実施するものでもありません。新しい田園文化都市をめざして北摂・丹波の164,000の人びとが心をひとつにして21世紀めざした地域づくりに立ち上がろうというものです。」(①-p. 21) —, などをめざすいわゆる「人と心の交流という側面」への志向性を持つものといえるのである。しかし、ここで大切なのは、上の文章で、筆者がえて「とどまらず」という表現を用いた点である。それは、文字通り「とどまらず」であって、決してこのイベントが前者の側面を軽視しているということではない。それどころか、じつは前者の側面における着実な発展を踏まえた上で、後者の側面についての提唱がなされているとも理解されるのである。それは、たとえば、(i)北摂・丹波の祭典の一部をなす「21世紀公園都市博覧会」において配布されていた「ピラ・チラシ・案内」は筆者が集めたかぎりでは60数種類になるが、そのなかのほぼ1/6は神戸三田国際公園都市の「フラワータウン」「ウッディタウン」などのニュータウンの宅地分譲に関するものであったという点、(ii)毎日新聞(昭和63年4月7日)の広告特集のページに掲載されたホロンピア'88のイラストのなかで両親と女の子の3人の家族が21世紀住宅展の前で立ち止まっているところが描かれているが、そこでその女の子に「ママここに越そうよ」といわせているという点、(iii)深田公園内の「21世紀公園都市博覧会」の跡地については、すでにテーマ館の転用を中心に「自然博物館」の建設が決定しているという点、などに端的に示されているといわなければならないのである。

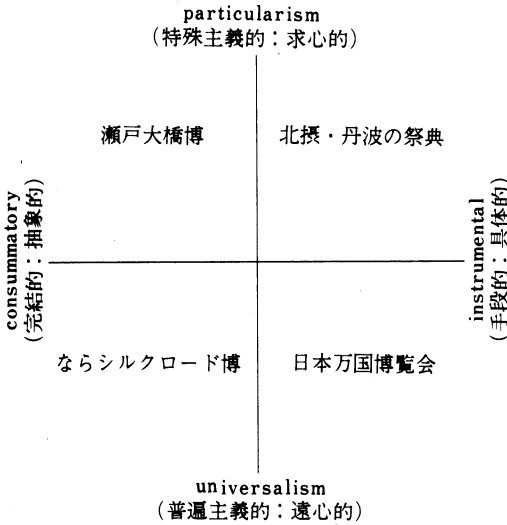
④北摂・丹波の祭典のもうひとつの性格は、「祭典の主役は地域のすべての人びとであり、祭典の舞台もまた北摂・丹波なのです」(①-p. 21) という点にある。それは具体的にいうならば、兵庫県が独自にイベントを計画し実施するというのではなく、「兵庫県も主催団体の一員として祭典の成功に向けて最大限の努力と支援を続けていく」(①-p. 1) というものであり、「大規模な開発プロジェクトを地域の発展に効果的に生かそうと願う地域住民、関係団体、関連市町の提唱とその主体的な取り組みのもとで、兵庫県が全面的に支援していく」(①-pp. 1~3) という方式ということができよう。そこで「この祭典があくまで地域づくりの祭典であり、地域住民、地域団体の主体的エネルギーで進められなくてはならないことから、地域のあらゆる団体の参加と兵庫県をはじめ関係団体の参加を得て」(②-p. 13) 実施されることとなったのである。その結果、主催団体は、地域市町(三田市、青垣町、氷上町、市島町、春日町、柏原町、山南町、西紀町、今田町、丹南町、篠山町、吉川町の1市12町の12団体)のほか、地域関連各種団体(170団体)、公共団体等(11団体)の計193団体という多数で構成されるとともに、それら諸団体がそれぞれ新たな地域づくりをめざしてさまざまな企画を打ち出していくこととなったのである。ここでは、それらさまざまな企画の内容とそれに対する以上の諸団体のかかわりについては紙面の関係で省略せざるをえないが、このことがつぎの祭典の事業計画の広範性と多様性につながっていくのである。

⑤「北摂・丹波の祭典は一カ所集中型のものではありません」(①-p. 20) というのが、このイベントの性格としてあげなければならない最後のポイントといえよう。この祭典では「21世紀公園都市博覧会」「ひょうご'88食と緑の博覧会」の2つの博覧会のほか、「青少年イベント」「健康・福祉イベント」「芸術・文化イベント」「ふるさとイベント」の4種類のジャンルのさまざまなイベントが企画されている。そして、それらさまざまなイベントの会場は地域内の各地に広がり、開催時期や運営方法にもそれぞれ特色がもたらされている。また祭典会場の地域内では全国レベルの「第3回国民文化祭ひょうご'88」「全国健康福祉祭

ひょうご大会」「昭和63年度全国高等学校総合体育大会」があわせて開催されることになっている。この点について貝原知事はつぎのように述べている。「ひとつひとつのイベントがネットワークを保ち全体としての祭典を構成していく。これがホロンピア・スタイルというわけです。その点では祭典ポスターのキャッチフレーズに『ふるさと交響詩』という言葉がありましたが、私も北摂・丹波の全市町が持つ特性と資源を生かしながら全体として調和のとれた『交響楽』をかなでる祭りであってほしいと思います」(①-p. 20)。

さて、以上において、北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」の性格を、とくに兵庫県知事の講演記録と祭典企画書によりながら、5つの点にまとめてみた。これら5つの点から収斂されるこの祭典の特徴といえ、それが「北摂・丹波の人びとの、北摂・丹波の人びとによる、北摂・丹波の人びとのためのイベント」であるということであり、そのためにそれはきわめて求心的な性格の強いものといえるのである。このような性格は再びT. パーソンの用語を用いるならば、universalism(普遍主義的)に対する意味でのparticularism(特殊主義的)なものとして描写することができるであろう。そこで、このイベントは、北摂・丹波という地域そのものに対する関心が稀薄である者にとっては必ずしも興味と魅力の豊かな祭りとはいえないかもしれないのである。この点が、その国際性を強調する「ならシルクロード博」との相異点のひとつといえよう。しかし、そのこと自体はこの祭典にとっては不名誉でも何でもないという点が大切である。

ともあれ、ここで用いた「universalism(普遍主義的:遠心的) — particularism(特殊主義的:求心的)」の軸と、すでに示した「instrumental(手段的:具体的) — consummatory(完結的:抽象的)」の軸、という2つの軸を組み合わせるならば、次頁の図のようなモデルを構成することが可能になってくるのであり、このようなモデルがじつはこれまでのイベントの分類基準とは全く異なる視点(つまりイベントの性格に焦点を合せた)新しいイベントの分類基準となっていることがわかるのである。



さて、そこで、つぎの課題は、このような目的と意図をもって企画され実施された北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」が、このような主催者側のねらいに対応する成果を生み出したかどうかということであり、この祭典の効果、影響、機能はいかなるものであったかということである。このような要請に応える実証的・科学的なデータがあるかという、じつはきわめて限られたものしかないというのが実情である。それは筆者の手元にある以下の調査データからも明らかであろう。

- 1) 太陽神戸銀行調査部『北摂・丹波の開発とホロンピア'88の経済効果』(昭和62年11月)。
- 2) 兵庫県『兵庫県民全世帯アンケート報告書(イベントの周知度を含む)』(昭和63年1月)。
- 3) 北摂・丹波の祭典実行委員会事務局『ホロンピア'88来場者数調査』(昭和63年8月31日)。
- 4) 北摂・丹波の祭典実行委員会事務局『21世紀公園都市博覧会アンケート調査結果』(昭和63年5月4日, 5日実施)。

こうして、北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」に関しても、「イベントは広告である」という視点に立って、その効果、影響、機能についての実証的研究を試みるのが今後に残されたきわめて重要な課題となってくるといわなければならないのである。

〈付記〉

この研究は昭和63年度の日本広告学会研究プロジェクトによる助成を受けてなされたものである。また北摂・丹波の祭典「ホロンピア'88」の分析に関しては、貝原俊民兵庫県知事、計盛哲夫祭典実行委員会事務総長の両氏から貴重なご示唆をいただいた。さらに祭典に関する資料の収集については、祭典実行委員会総務課長の瓢芳夫氏のお世話になった。以上ここに記して心から感謝の意を表わしたい。