

地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造に関する研究：北九州市の地域イベントを事例として

梶谷, 克彦

<https://doi.org/10.15017/1654892>

出版情報：九州大学, 2015, 博士（芸術工学）, 課程博士
バージョン：
権利関係：全文ファイル公表済



KYUSHU UNIVERSITY

地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造に関する研究
-北九州市の地域イベントを事例として-

Strategy of Regional Events That Contribute to Creating Regional Brands
—Case Study of a Regional Event in Kitakyushu—

梶谷 克彦

Katsuhiko Kajitani

2016年3月

地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造に関する研究
-北九州市の地域イベントを事例として-

もくじ

序章 一研究の背景と目的一	2
1. はじめに	2
2. 研究の背景について	2
2. 1 イベント産業について	2
2. 1. 1 イベントに関する産業振興、教育および研究に関連する各機関の設立	2
2. 1. 2 イベントの戦略・分析・評価等の研究	3
2. 2 地域ブランド論の高まり	3
2. 3 地域ブランドに寄与する地域イベントの戦略・分析・評価の課題	4
3. 先行研究	4
3. 1 先行するイベントの定義について	5
3. 2 先行するイベントの分類について	5
3. 2. 1 「公共性」と「営利性」という観点からの分類	5
3. 2. 2 参加者に着目した分類	6
3. 2. 3 「イベントの形態」による分類	7
3. 3 先行するイベントの戦略・評価・分析に関する研究	8
3. 3. 1 観光学分野でのイベントの最適化戦略	8
3. 3. 2 イベントのコミュニケーション効果の評価研究	8
3. 3. 3 イベントに従事する業務者能力評価	9
3. 3. 4 地域イベントの経済波及効果について	10
3. 4 地域ブランドに影響を与える「ブランド論」	11
3. 5 地域ブランドのとらえ方について	14
3. 6 地域ブランディングの特異性—企業のブランディングとの比較—	16
3. 7 地域ブランドの育成と地域コミュニティの参画	17
3. 8 地域ブランディングを成功裏に導く仕組みについて	19
3. 8. 1 企業のブランド戦略について	19
3. 8. 2 地域ブランドで語られるゾーニングについて	20
3. 8. 3 地域ブランドで語られるアクターについて	21
3. 8. 4 地域ブランディングを成功裏に導く戦略的な枠組み	21
3. 9 地域ブランディングのプロセス	22
4. 本研究の目的	24
5. 用語使用について	24

6.	研究の方法について一本章の構成について一	24
6.1	第1章 日本における地域イベントの時代変容	24
6.2	第2章 地域ブランドに寄与する地域イベントの戦略構造の仮説について	24
6.3	第3章 地域イベント戦略構造仮説の検証	25
6.4	第4章 まとめと今後の展望	25
6.5	本論文の構成図	25
序章：参考資料一覧		26
第1章 日本における地域イベントの時代変容に関する研究		29
1.	概要	29
2.	研究方法	29
2.1	本章でのイベントの捉え方	29
2.2	分類について	31
2.2.1	情報（テーマ）についての分類	31
2.2.2	演出（形態）についての分類	31
2.2.3	受容についての分類	31
2.2.4	地域イベントのサンプル抽出	32
2.3	イベントの時代比較について	34
2.4	リサーチクエスチョン	34
3.	分類結果	36
3.1	テーマ別分類	36
3.2	形態別分類	39
3.3	受容別分類	41
4.	時代による比較	43
4.1	テーマの変化	43
4.2	形態の変化	44
4.3	受容の変化	45
5.	考察	46
6.	まとめ	46
第1章：参考資料一覧		47

第2章 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説について	49
はじめに	49
1. 研究の方法	49
2. 本章に関係する先行研究	49
3. 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説モデルについて	50
3. 1 トライアングルモデル適用の試み	50
3. 1. 1 ゾーンデザインの適用	50
3. 1. 2 エピソードメイキングの適用	51
3. 1. 3 アクターズネットワークの適用	51
3. 1. 4 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説モデルの提示 ..	51
4. 事例研究	52
4. 1 事例：わっしょい百万夏まつりについて	52
4. 2 リサーチクエスチョンと検証資料について	52
4. 3 「わっしょい百万夏まつり」事例の検証	54
4. 3. 1 「百万」というイベント名称	54
4. 3. 2 わっしょい百万夏まつりの実施の場について	54
4. 3. 3 イベントコンセプトとその演出について	55
4. 3. 4 わっしょい百万夏まつりの体験・記憶・再生のプロセス	55
4. 3. 5 北九州青年会議所から始まったアクターのネットワーク	56
5. 考察	57
5. 1 ゾーニングを意識したイベントのコンセプトと企画構成	57
5. 2 エピソードメイキングを意識したイベント演出	57
5. 3 わっしょい百万夏まつりのアクターズネットワーク	57
5. 4 地域イベントにおける、地域プランディングの二重構造	58
6. 研究のまとめ	58
第2章:参考資料	60
第3章 地域イベントの戦略構造の仮説検証— 地域イベントの実施による事例研究— ..	62
概要	62
はじめに	62

1.	研究の方法	62
1.	1 ブランドの評価方法について	62
1.	2 イベントの評価方法について	63
1.	2. 1 コミュニケーションの視点から論じられたイベント評価手法について	63
1.	2. 2 評価指標について	64
2.	北九州×にじのはし	66
2.	1 「北九州×にじのはし」について	66
2.	2 虹が出現する原理	66
2.	3 北九州×にじのはしのイベント戦略構造	67
2.	3. 1 イベントコンセプト	67
2.	3. 2 エピソードメイキング	68
2.	3. 3 アクターズネットワーク	68
2.	3. 4 評価指標について	69
2.	4 実施	69
2.	4. 1 実施一覧	69
2.	4. 2 アンケートの実施	70
2.	5 アンケート結果	72
2.	6 報道について	74
2.	6. 1 NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」(8月20日 18:10)	75
2.	6. 2 読売新聞（西部本社夕刊 9月26日掲載）	75
2.	6. 3 各社の報道内容について	76
2.	6. 4 報道の広告換算について	76
2.	7 報道による波及効果	77
2.	8 「北九州×にじのはし」の評価	78
2.	9 考察	79
3.	こくらハロウィン 2015	80
3.	1 「こくらハロウィン 2015」について	80
3.	2 「こくらハロウィン 2015」の地域イベント戦略構造	80
3.	2. 1 イベントコンセプト	80
3.	2. 2 エピソードメイキング	81
3.	2. 3 アクターズネットワーク	82
3.	2. 4 評価指標について	82
3.	3 実施	83
3.	3. 1 こくらハロウィン実施結果概要	83
3.	3. 2 アンケートの実施	85
3.	3. 3 アンケートの実施結果	87
3.	4 報道について	93
3.	4. 1 参加者・来場者への告知時の報道	94
3.	4. 2 こくらハロウィン当日の報道	95

3. 4. 3 報道内容について	97
3. 4. 4 報道の広告換算について	97
2. 4. 5 報道による波及効果	97
3. 5 評価方法への適用	98
3. 5. 1 こくらハロウィン 2015 の評価	98
3. 5. 2 考察	99
4. 「地域イベントの戦略構造」に関する評価	99
5. まとめ	99
第3章:参考資料・注	100
第4章 結論と今後の展望	102
1. はじめに	102
2. 本研究で指摘された地域イベントの知見からの考察	102
2. 1 本研究で示した地域イベントの地域ブランド創生への寄与について	102
2. 2 地域イベントのブランディングの二重構造について（地域イベントのブランド化）	102
2. 3 地域イベントのコミュニケーションの外部性	103
2. 4 地域イベントの実施場所と実施時期	104
2. 5 繰り返しによるエピソード記憶再生効果と非日常性の劣化	104
2. 6 フィードバックするプロセスの必要性について	104
2. 7 互恵性によるアクターのコミット	105
2. 8 地域イベントと企業アクターの関係の可能性	105
3. 地域イベント創生に寄与する地域イベントの戦略構造の提示	106
3. 1 サイクル状の時間軸の導入	106
3. 2 イベントの内部・外部へのコミュニケーション	106
3. 3 アクターの互恵性によるコミットの強化	106
3. 4 地域イベントの実施場所と時期の設定	107
3. 5 新規性と定番によるエピソード・メイキング	107
3. 6 この地域イベントの戦略構造の地域ブランド創生への寄与について	107
4. 期待できる効果の予想	108
4. 1 「北九州×にじのはし」への適用	108
4. 1. 1 イベントコンセプトの最適化	108
4. 1. 2 アクターズネットワークの最適化	109

4. 1. 3 エピソードメイキングの最適化	109
4. 1. 4 地域イベントのブランド化	109
4. 2 「こくらハロウィン」への適用	110
4. 2. 1 イベントコンセプトの最適化	110
4. 2. 2 エピソードメイキングの最適化	111
4. 2. 3 アクターズネットワークの最適化	111
4. 2. 4 地域イベントのブランド化	111
 5.まとめと今後の展望	112
5. 1 地域ブランディング作業における、この地域イベントの戦略構造の位置づけ ..	112
5. 2 この地域イベントの戦略構造の精度について	112
5. 3 地域イベントの持続性について	112
5. 4 今後の展望	112
 第4章：参考資料	113
 資料編	115
 第1章	115
1. 分類化のため使用した各地域イベント 984 件と出典（URL）	115
2. 開始時期のわかるイベント 264 件	127
 第2章	129
1. 事務局へのヒアリング概要	129
2. 実行委員長へのヒアリング概要	131
 第3章	132
1. にじのはしアンケート集約表	132
2. こくらハロウィン来場者アンケート集約表	133
3. こくらハロウィン参加者アンケート集約表	134
4. TV オンエア概要	135
4. 1 北九州×にじのはし 2015 年 8 月 20 日 NHK 北九州放送局制作内容	135
4. 2 こくらハロウィン 2015 年 10 月 18 日 NHK 北九州放送局ニュース内容	136
4. 3 こくらハロウィン 2015 年 10 月 22 日 KBC 九州朝日放送 サワダデース	136
4. 4 こくらハロウィン 2015 年 10 月 28 日 NHK 北九州放送局ニュースブリッジ北九州 ..	138
 第4章	139
こくらハロウィン 2014 での事前告知によるメディア報道について	139

序章

研究の背景と目的

序章 一研究の背景と目的一

1. はじめに

本論文は「地域イベント」による地域ブランド創出の可能性について研究するものである。

昨今の地方創生政策の後押しもあり、地方社会活性化の議論が高まりつつある。これにともない、「選ばれる地方」に向けた「地域ブランディング」の活動も今後さらに注目されると予想される。

一方で、イベントは、現在のコミュニケーションビジネスにおけるツールとして一般的に実施されている。また、まちのにぎわいづくりの一環として地域イベントが各地域で行われていることも周知のとおりである。

地域ブランディングの作業では、地域独自のパーセプションを形成させるためのコミュニケーション活動が必要となる。そして、地域イベントはその際のコミュニケーション・ツールの一つとして機能すると考える。このことから、効果的な地域イベントの実施を行うことは、地域ブランドの創生を加速させる可能性を秘めていると考える。

しかし、地域イベントのプランニング手法に関しては、昨今の地域ブランド論で語られる戦略的な研究が進んでいない状況にある。

このため、地域社会において効果的なコミュニケーション活動に導く地域イベントの戦略について研究を行うことは、地域ブランドの創出に寄与する可能性がある。筆者は、ここに本研究の社会的意義を見出している。

2. 研究の背景について

本論文の導入として、「イベント」および「地域ブランド」について、研究に至ったその背景を述べておく。

2. 1 イベント産業について

1998 年に 42,807 億円であった国内のイベント全体の市場規模[1]は、その後成長を続け、2014 年には 155,200 億円に達している[2]。この拡大するイベント産業においては、現在、「産業振興」「教育」「研究」を目的とした諸機関が設立されている。ここでは、それら機関と、本論文に関係するイベントの戦略・分析・評価等の研究について、その概観に触れておく。

2. 1. 1 イベントに関する産業振興、教育および研究に関連する各機関の設立

イベントに関する業界団体としては、1986 年に一般社団法人日本イベントプロデュース協会が設立されている。1989 年には通商産業省（現経済産業省）の外郭団体として一般社団法人日本イベント産業振興協会が発足し、1994 年からイベント業従事者育成のための「イベント業務管理者制度」を開始している。地域イベントに関する教育や研修は、1988 年に一般財団法人地域活性化センターが「地域イベントを考える」という実務研修会を開催しており、また、同センターは 1996 年から各地方の地域イベントの審査を行う「ふるさとイベント大賞」を実施している。そして、学術分野においては 1998 年にイベント学会が発足している。

2. 1. 2 イベントの戦略・分析・評価等の研究

イベントの戦略や分析評価手法に関しては、イベントを最適化するプロセスと効果確認のプロセスを循環したサイクルで説明したホール(1996) [3]や、コミュニケーションビジネスにおけるメディア評価の視点でイベントの評価手法について述べた岩崎(2004) [4]、岩崎・栗原(2005)の研究 [5]、そして、田村、清須美、佐伯、森田(2006)による、複合した構成からなる地域イベントの総合評価と個別および要因評価の関係を調査した研究[6]などがある。

また、実務者向けのノウハウとしては、イベントのプランニングから展開実施までのプロセスの戦略を説いた湯澤(1992) [7]や、その業務者の能力評価について述べた J A C E イベント職務能力評価システム高度化共同体(2009) [8]がある。

塚原、浅見、関(2002)の、企業で語られるブランド論の戦略の手法で地域イベントを行なったミュージアム都市つくばのイベント事例[9]は、時代を先見的に捉えた研究であるが、現在の地域ブランド研究では企業ブランディングとは違った「地域」特有の相違点が指摘されており、また、田村、金田(2001)が指摘した運営組織の諸問題[10]などの地域イベント特有の課題も存在している。

2. 2 地域ブランド論の高まり

後藤(2010)は昨今の「地域ブランド」の関心の高まりの背景を4つに区分し説明している。その概要を集約すると、表 0-1 のような内容となる[11]。

表 0-1 地域ブランドの関心の高まりの背景 出典：後藤（2010）pp.3-6 の概要を筆者一覧表化

①下記のような政府・各省庁の政策誘導により、地域ブランドが促進されている。 ・JAPAN ブランド育成支援事業（中小企業庁：2004 年） ・中小企業地域資源活用プログラム（中小企業庁：2007 年） ・地域食品ブランド育成・管理 支援事業（農林水産省：2005 年） ・頑張る地方応援プログラム（総務省：2007 年） ・地域団体商標制度（特許庁：2006 年） ・農商工等連携促進法（中小企業庁と農林水産省の連携：2008 年） (カッコ) 内は主幹省庁名と実施年
②国土計画の転換 高度成長期からの産業基盤整備への公共投資を偏重した国土計画の結果、地域間の激しい格差を生み出した。人口減少・高齢化、国境を越えた地域間競争・環境問題の顕在化、財政制約、中央依存からの転換を迫られる中で、多様な主体による国土の将来像の確立とその実現に向けて、地域開発は国ではなく地域自治体・住民によってその責務を全うするという、新しい国土づくりへの転換を始めた。
③地域ブランドの担い手、主体の問題 従来の地域活性化の諸方策は、行政の誘導策による施設等の整備が多く、事業の管理運営が行政主導となり、特色のない地域形成が行われた。地域再生への取り組み強化のために 2005 年に制定された「地域再生法」では、地域活性化の担い手が完全に「民」に移行し、国は、地域による自主的・自律的な取り組みを尊重しながら支援する施策を打ち出した。
④大量消費への疑問と地域の特徴を活かした产品販売の動き 農林水産物の大量生産・大量流通の進展や輸入の増加が顕著になるに従い、需要の飽和とともに、環境破壊・資源の大量消費への疑問が呈されるようになった。そうした中、地域の自然条件などの特徴を活かした产品を、大量生産・規格化品と差別化して販売しようとする動きが活発になった。

①～③は地域ブランドを供給する者に対する行政の政策誘導について説明したものであり、④は地域ブランドの商品を受け入れるいわば需要側の背景について述べた内容である。

白石（2012）は、かつての「外発的開発」によって展開された地方開発と現在の「内発的開発」を比較し、地域ブランドで求められる開発手法は「内発的開発」であると述べた。戦後に展開された地方開発は、前近代的な地域に工業を中心とした産業を導入するため、工場誘致や道路建設などのハードに重点をおいた社会資本整備が中心であった。この開発手法は、地域の外部から国が開発を行うため「外発的開発」と呼ばれる。ただし、それは一律的・一般的な手法であり、地域の独自

性が消えていくという弊害が伴う。それに対し、「内発的開発」においては、地域住民が主体となって地域の持つ自然的・文化的・社会的資源を掘り起こし価値創造を行う。地域ブランドの開発は基本的に「地域」が独自に持っている歴史・文化・自然などをみつめ、そこに秘している価値を自発的・自律的に開発する[12]。ただし、地域住民のこのような活動は、自主的なモチベーションだけで持続的発展をとげるものではない。日本における「内発的開発論」の先駆けとなった研究者の鶴見・川田（1989）は、内発的発展においては、地域レベルにおける自力再生（self-reliance）、自立的発展のメカニズム形成が重要な政策用具となると述べている。そして、国家、地域、都市、農村等あらゆるレベルの地域的産業関連、地域内受容の形成による地域的発展、地域的共同性の創出が、巨大開発や多国籍企業による外部からの分業設定や資源吸収、单一文化の押し付けに対して地域のアイデンティティを守る経済的基盤になると説明している[13]。

内発的開発における地域住民の主体的な取組みの背景には、国の国土計画の転換や法的整備などの政策誘導が関与している。先の後藤（2010）による地域ブランドの背景は、こういった供給者側の内発的開発の姿と、需要側の地域志向の消費意識醸成が投影されたものと捉えることが出来る。

2. 3 地域ブランドに寄与する地域イベントの戦略・分析・評価の課題

地域ブランドとは、かつての外発的開発によって失われた地域の独自性を再び取り戻す作業でもある。地域プランディングの作業では、地域独自のパーセプションを形成させるためのコミュニケーション活動が必要となる。地域イベントはその際のコミュニケーション・ツールとして機能すると考えることが出来よう。

しかし、イベントのプランニング手法に関しては、前述した「イベント業務管理者制度」等で実務者向けに述べられているが、昨今の地域プランディングの視点で語られる戦略的なアプローチに関しては研究が進んでいない状況にある。

また、本研究においては、戦略の効果を分析するイベントの評価手法の一般化が進んでいないことも考慮しなければならない。コミュニケーションビジネスでは、広告メディアは情報伝達の評価指標が設定されているが、イベントに関しては一般化された指標が確立されていない。栗原（2008）は、その理由として、①イベントの存在が多様的であり統一した考え方での設定が難しい、②イベント参加者の心の質的变化を継続的に計測することの難しさ③主催者側が制作することに力が入り伝達効果の考えがおろそかになっている、という点を挙げている[14]。

3. 先行研究

現在、イベントは年間15兆円強の市場規模の産業で、コミュニケーションビジネスにおいても一般的に使用されている。しかし、その定義づけは難しいとされ、戦略・分析・評価方法も一般化されていない状況にある。これは、イベントというものが単なるメディアの機能だけでなく、様々な目的や内容、そして形態や規模を持ち、その効果も複雑多岐にわたることが原因にある[15]。

本研究では、イベントの捉え方の視点を明確にするため、イベントを概念として提示した上でその分類を行う。その具体説明は第1章で行うが、本節ではその準備として関連する先行研究をまとめておく。

また、イベントの戦略・分析・評価に関する研究の概略に関しては前節の冒頭で述べたが、ここでは、その中から本論文に関連する研究の内容を記載しておく。

一方、現在の地域ブランド論では、ビジネス界で先行して語られてきたブランド論の影響を色濃く受けつつ、「地域」特有の相違点も指摘されている。このことを把握するため、ブランド論と現在の地域ブランド論についても記述しておく。

3. 1 先行するイベントの定義について

イベントの戦略的な企画・展開・運営のプロセスを説いた湯澤（1992）は、イベントをワンウェイシステムのマスマディアと比較し、イベントを最良のコミュニケーションの手段と論じている[16]。日本における博覧祭のイベントプロデューサーとして知られる堺屋太一は、イベントを「非日常的な情報環境を計画的に創ることで、人々により強烈な心理的効果を与える人間の営み」と定義している[17]。イベント業務管理者資格試験のための教科書である「文化・スポーツイベント全般の構成と業務管理」では、イベントとは「最適な行・催事を採択・構築することによって、相当数の人間を集め、時間と空間を共有することで、ある目的を達成しようとする組織管理的手段をいう」と定義している[18]。日本イベント産業振興協会は、イベントの定義のためには、「イベントは単一産業の枠を超えた新産業の基盤」「イベントはコミュニケーションのメディアである」「イベントはあらたな文化であり技術革新をもたらす」という三つの側面から考えることが必要だと述べている[19]。イベント業界で最初に誕生した専門家集団である日本イベントプロデュース協会は「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」と定義している[20]。梶原（2008）はイベントの5つの必須条件として、「非日常性」「目的」「場の創出」「コミュニケーション表現」「計画性」を挙げている[21]。

本論文の第1章ではこの研究でのイベントの捉え方を明確にするため、これらの定義を踏まえ、イベントを概念的に提示することとする。

3. 2 先行するイベントの分類について

日本イベント振興協会は（1999）は、複数の視点からイベントの分類を行っている[22]。その内容は次のとおりである。

3. 2. 1 「公共性」と「営利性」という観点からの分類

この分類の大別は、国・地方自治体などの行政機関が中心になって行う「コミュニティイベント」と、企業や業界団体が中心となって行う「プライベートイベント」としている（図0-1）。

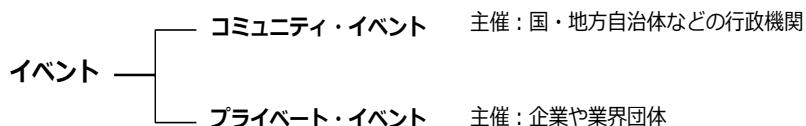


図0-1 イベントの基本分類 出典：イベント産業振興会（1999）の図表を加筆修整

本論文では、公共性をともなうコミュニティイベントの中から、地方に根ざしたもの「地域イベント」として扱うこととする。また、第1章での分類作業においては、昨今のまちづくりにおいて語られる、公・共・私がクロスした新しいコミュニティの存在を考慮し、地方自治体のみならず、地域社会やまちづくり団体が主催するイベントも視野に入れた。さらに、業界団体が主催するイベ

ントに関しても、そのテーマが、地域の文化や産業・経済に根ざしたテーマと捉える事ができると判断したものは本研究の対象とした。（例：静岡市のホビーショー等）

3. 2. 2 参加者に着目した分類

イベントの受け手である参加者に着目した分類について次のようにまとめている。これらは、受け手である参加者の一連の体験を、「イベント参加中の情報との接触行動」（表 0-2）と「イベント参加中のモチベーション」（表 0-3）に関して分類したものである。

表 0・2 参加者のアクティビティ分類 出典：イベント産業振興会（1999）の内容を図表化

参加型（体験する・体感することが中心となるイベント）
非参加型（見る・鑑賞することに重点をおいたイベント）

表 0・3 参加者の期待内容別分類 出典：イベント産業振興会（1999）の内容を図表化

利益享受型イベント（景品やサービスを得るタイプ）
啓発学習型イベント（知識や情報を得るタイプ）
複合型イベント（上記両者が複合されたタイプ）

3. 2. 3 「イベントの形態」による分類

「イベントがどのような形で行なわれるのか」という演出の形態の視点で分類されたものである（表 0-4）。

表 0-4 先行するイベントの形態による分類 出典：イベント産業振興会（1999）の内容を図表化

1. 展示会・博覧会系イベント
1) 國際博覧会
① 國際博覧会条約に基づく國際博覧会（万博）
② 國際博覧会条約に基づかず開催国が任意に開催する（國家としての参加は条約で禁止）
2) 地方博覧会（自治体や地域団体が地域振興を目的として開催）
① 國の定める特定博覧祭制度に、國の認定を受けた地方博覧会（ジャパンエキスポ）
② 國の認定を受けずに任意に開催される地方博覧会
3) 私的博覧会
① 企業や業界団体が開催する博覧会
4) 見本市・展示会イベント
① 國際総合見本市・展示会
② 國際専門見本市・展示会
③ 国内総合見本市・展示会
④ 国内専門見本市・展示会
⑤ 地域見本市・展示会
⑥ 業界統一見本市・展示会
⑦ 企業単独の見本市・展示会
⑧ 新製品・新技術発表会・展示会
⑨ 全国物産展示会・即売会（伝統工芸・特産品・名産品など）
⑩ 地域物産展示会・即売会（伝統工芸・特産品・名産品など）
2. 祭り系イベント
① 伝統的・継続的祭り（浅草の三社祭・大阪の天神祭など）
② 創作的・継続的祭り（札幌のヨサコイそーらん祭・仙台や平塚の七夕など）
③ 伝統的・単発的祭り（地域の伝統を基盤にして、その都度創作される祭り）
④ 創作的・単発的祭り（開催の旅に新たに創作される祭り）
3. 会議・集会系イベント
① 各種会議・集会など
② 講演会・シンポジウム
③ 講習会・研修会・セミナーなど
④ 式典・祝賀会・大会・レセプション・パーティーなど
4. 文化・芸能系イベント
① 音楽イベント
② 演劇イベント
③ 文化芸術イベント
④ 映像・テレビイベント
⑤ 科学イベント
⑥ 芸能イベント
⑦ アミューズメント・エンターテイメントイベント
5. スポーツ系イベント
① チャンピオンシップイベント（世界選手権大会）
② エキジビションイベント
③ トライアルイベント
④ レクレーションイベント
⑤ スポーツフェアイベント

3. 3 先行するイベントの戦略・評価・分析に関する研究

3. 3. 1 観光学分野でのイベントの最適化戦略

観光学の分野からイベントを研究したコリン・M・ホールは、優良イベントを「定期的または1回起的なベースで開かれる大きなフェア・祭、博覧会、文化イベント、スポーツイベント」と定義した上で、優良イベントの分析の枠組みを図0-2のように示している。

ここでのイベントの効果は、費用対効果や経済波及効果等の有形の「経済的便益」と、貨幣的な利益とは別の「社会効果」による総合的な便益として語られている。そしてこの効果を企画・運営にフィードバックさせ分析することでイベントを最適化に導く[23]。

これは、国際観光市場を見据えた「博覧会」や「ワールドカップ」「オリンピック」等の大型イベントを対象にした研究であり、本研究で対象とするイベントと比較すると規模的な乖離がある。しかし、観光ビジネスの経済志向に偏りがちな分析の枠を越え、イベントの社会的効果にまで視角の幅を広げた点は本研究の参考としたい。

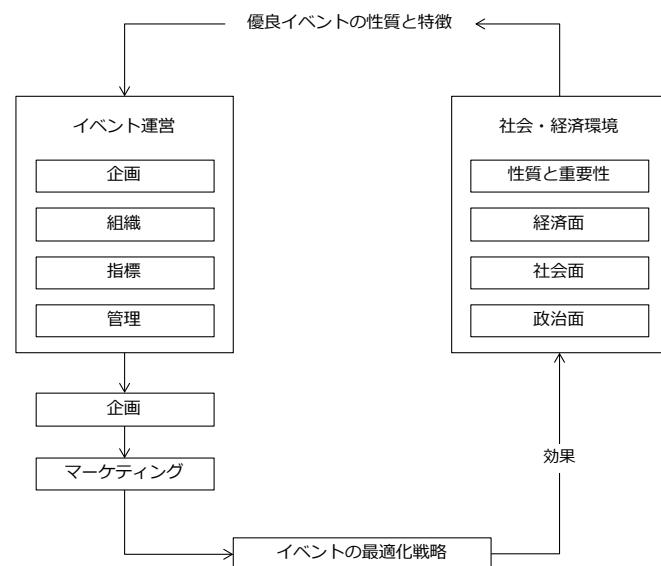


図0-2 優良観光イベントの分析の枠組み 出典：ホール（1999）一部筆者修正

3. 3. 2 イベントのコミュニケーション効果の評価研究

イベントはコミュニケーション・ビジネスにおいて、企業（送り手）と生活者（受け手）のコミュニケーションのメディア（媒体）として一般的に用いられている。同ビジネスにおいて活用される広告メディアの大半は評価手法が確立している。例えば、テレビやラジオCMでは視聴率や聴衆率が第三者によって測定され、新聞や雑誌であれば販売部数、ネットであればクリック数といった数的評価が指標として利用される。広告出稿計画のメディア選定においては、これらの指標をもとに、生活者への情報伝達の予測を行い、複数のメディアを組み合わせたオプティマイズ（最適化）が行われる。また、その結果についての効果測定および評価もこれらの指標を用いて行うことが可能で

ある。しかし、イベントに関しては、「来場者数」が評価の判断材料として用いられることが多いものの、広告メディアのような標準化された評価手法としては確立していない。

昨今の広告プランニング作業においては、標準的指標をもとにした「オプティマイザー」と呼ばれるメディア露出の最適化算出の自動化技術開発が進められている。この動向にイベント業界が対応するためには、標準的な指標による客観的評価の確立が必要となる。この課題に向けて岩崎・栗原（2005）は、イベントの評価手法について研究を行っている[24]。

同研究は、イベント評価を次の二つの軸からなるマトリックスで表現している。

一つ目は、「情報伝達力」と「心理的影響力」の軸である。これは、コミュニケーションの果たす役割が、生活者に情報を提供し、受け手のパーセプションチェンジ（認識変化）をもたらすことであるという認識より導かれた効果の軸である。

もう一つは、イベントの場での「直接効果」と、マスメディア等が扱うことによる「波及効果」というコミュニケーションの効果軸である。図0-3はその評価の概念を表現している。

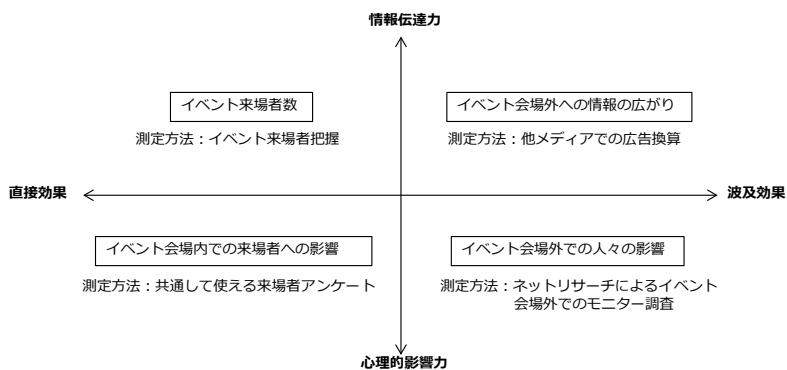


図0-3 イベントのコミュニケーション効果の評価 出典：岩崎・栗原（2005）一部筆者修正

3. 3. 3 イベントに従事する業務者能力評価

日本では、イベントの企画・運営業務従事者に関する評価体系が構築されている。JACEイベント職務能力評価システム高度化共同体（2009）による、「イベント業務者能力評価システム高度化事業」がそれに該当する。これは、イベント人材の育成と職務能力の向上を目的とした職務能力評価システムである[25]。この事業での「イベント人材育成プラットフォーム構築」により、イベント業務における職種別・職位別スキル標準とその評価制度の策定が行われ（表0-5）、「イベント業務管理士（通商産業大臣認定資格）」の資格制度が実施されている。ただし、現在この制度は日本における唯一のイベント資格であるが、これを取得していなければイベント業務に携われないという業務制約が伴う内容ではない。

表 0・5 イベント業務における職種別・職位別スキル

出典：JACE イベント職務能力評価システム高度化共同体（2009）一部筆者修正

職種		職位	スタッフ	アシスタント ディレクター	ディレクター (部門責任者)	プロデューサー (統括責任者)
企画職	イベントの企画・計画書の策定、又は、プロデュースを行う。その為の、調査、情報管理、デザイン管理、マーケティング、プロジェクトマネジメント、プレゼンテーション、法令、契約、イベント全体のリスクマネジメント及び品質・日程・予算管理、等の知識・技能を有し、加えて、イベント全体のプロジェクト進行管理業務を遂行する。		イベントの基礎的な知識を有し、与えられた持ち場で、定められた手順に従って、指示を受けながら基本的・定型的業務を遂行する能力が求められる。	イベントの企画・制作・運営に関する幅広い共通実務知識を有し、且つ、自らの専門分野の知識・技能・経験・ネットワーク等による、限られた業務の遂行担当者としての能力が求められる。	イベントの企画・制作・運営に関する、幅広い共通実務知識を有し、且つ、自らの専門分野の高度な知識・技能・経験・ネットワーク等と、部門長としてのリーダーシップを有した、担当部門全体の責任者としての能力が求められる。	イベントに関する極めて高度な知識・経験・ネットワークと、社会的・文化的・経営的実務能力を有し、主催者に代わるイベント・プロジェクト全体の統括責任者としての能力が求められる。
制作職	会場制作関連（設営・施工・装飾等）と、プログラム制作関連（音響・照明・映像・ステージ構成演出等）の各専門制作職に分かれる。各専門制作業務の実施計画策定に加え、制作チーム編成と品質・日程・予算・安全等の管理業務、及び、担当分野の制作実務業務の専門的知識・技能を有し業務を遂行する。					
運営職	イベントの開催事務局関連（広報・告知・集客、関係機関との折衝、会期中の全体運営管理等）と、会場運営関連（接客・案内誘導・サービス・プログラム運営・清掃・警備等）の専門職に分かれる。運営スタッフ編成・管理、会場安全管理、会場サービス、来場者案内誘導、プログラム進行等の知識・技能を有し、担当業務を遂行する。					

3. 3. 4 地域イベントの経済波及効果について

福岡県企画・地域振興部調査統計課は、経済波及効果を簡易的に図ることが出来る Microsoft Excel のファイル「福岡県経済波及効果分析ツール」を提供しており、その中で図 0-4 のようなイベント・観光消費の波及効果を測ることが可能なテンプレートを配布している[26]。

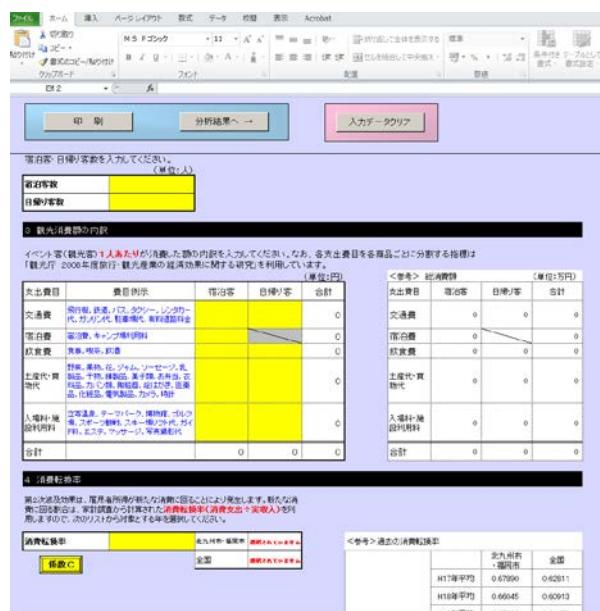


図 0・4 福岡県経済波及効果分析ツール（ふくおかデータウェブよりダウンロードしたテンプレート）

3. 4 地域ブランドに影響を与える「ブランド論」

次に地域ブランド研究に大きな影響を与えていたりいる「ブランド論」の研究の流れを概観しておく。安原（2000）は、「市場の成熟化」「企業のグローバリゼーション」「企業のロングセラー志向」という三つの潮流による環境変化によってブランドがマーケティング戦略の中心に据えられるようになったと述べている[27]。石井（1999）は、ブランドが長期にわたって国や文化圏を超えて生き続ける現状を示し、現代の資本主義経済にあって、社会の富は「膨大な商品の集積」というより「ブランドの集積」として現れると説明した[28]。

ブランドの目的は、商品やサービス等を、他の同カテゴリーの商品やサービスと差別化することにある。また、ブランドによる識別の強さは他社の新規参入を阻む要因となる[29]。ただし、実際の市場には多くの競合他社が存在する場合が多い。そのような市場環境では、ある企業が築いた競争優位性は、他社の追従によって同質化し差別性を失い「コモディティ化」と呼ばれる価格競争の状態に陥る。恩藏（2007）は、コモディティ化の進行はとどまることなく、今日ではマーケティング課題というよりも、ビジネス全体の課題であると指摘する[30]。

青木（2014）によると、「脱コモディティ化」の手段としてのブランド構築とその戦略的な活用・管理の関心が、1990年代以降急速に高まったという。その契機となったのが「ブランド・エクイティ論」である。ブランド・エクイティ概念のユニークさは、さまざまなマーケティング活動の結果として、ブランドという「器」の中に蓄積されていく資産的な価値に着目し、その維持・強化と活用の仕方を提案した点にある。また、それまで個別に議論されることの多かったブランドイメージやブランド・ロイヤルティなどの諸概念を、エクイティを構成する次元として包括的に扱った。すなわち、ブランドをより全体的な視点からとらえることの重要性を強調するとともに、「マーケティングの結果」としてブランドをとらえるという新たな視点を提示した[31]。

ブランド・エクイティ論をリードしたアーカーは、ブランド・エクイティの基礎となる5つの構成次元「ロイヤリティ」「ブランド認知」「知覚品質」「ブランド連想」「その他ブランド資産」を取り上げ、図0-5のようなモデルで説明した[32]。これら一つひとつの構成概念は、アーカーが提唱したものではないが、ブランド・エクイティという概念のもと体系的に示した点が、当時、きわめて斬新な考え方として受け止められた（青木2014）。

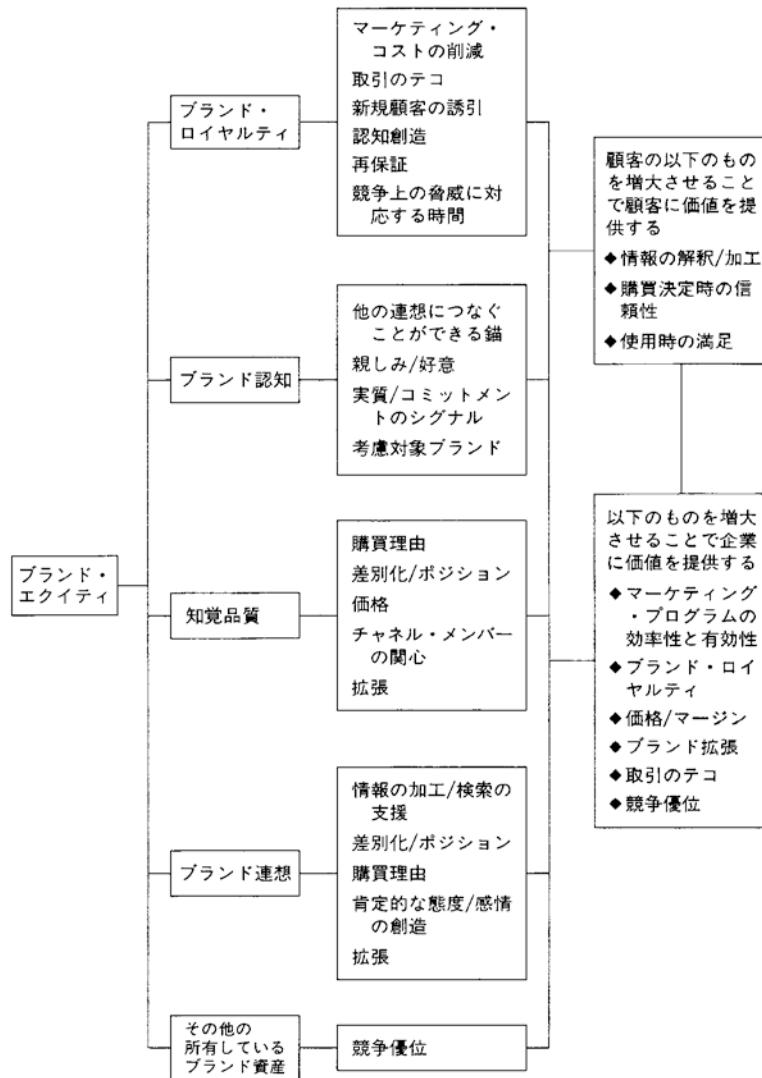


図 0-5 アーカーのブランドエクイティの構成概念(出典:ブランドエクイティ戦略 1999 年)

また、ケラーは、ブランド・エクイティの源泉として消費者のブランド認識構造に着目し、ブランド構築の枠組みを体系的に示し「顧客ベース・ブランド・エクイティ」論にまとめた。この概念は、「ブランド要素の選択」「マーケティングプログラムの開発」「二次的な連想の活用」というブランド構築の手法が、ブランドの認知効果をもたらし、便益につながるものである(図 0-6)。この顧客ベースのブランド・エクイティは、消費者がブランドに対して高いレベルの認知と親しみを有し、自らの記憶内に強く、好ましく、そしてユニークなブランド連想を築いたときに生まれる[33]。

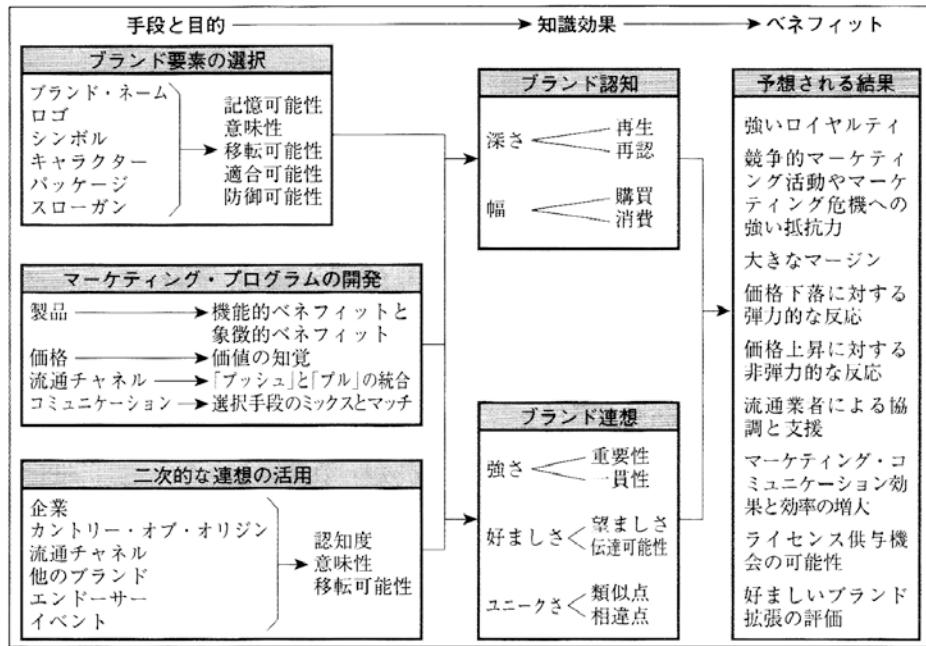


図 0・6 ケラーによるブランドエクイティ論（出典：ケラーの戦略的プランディング, 2003 年）

1990 年代後半にはブランド論は、「いかにして強いブランドを構築するか」といった実践論へと急速に移行した（青木 2011, 2014）。例えば、片平（1999）は、優良なブランドをケーススタディとし、ステークホルダーと企業の関係性による「パワーブランドの法則」として記している[34]。

青木（2011）は、ブランド・エクイティ論登場以降のブランド研究の変遷について、ブランド構築における「価値」と「関係性」という 2 つのキーワードに焦点を当て、その系譜の整理を行っている[35]。

ブランドの経験価値に関しては、パインとギルモアによる「経験経済」に関する議論[36]やシュミットが提案する「経験価値マーケティング」などを契機とする一連の議論がある。「経験価値マーケティング」の戦略的活用の代表的論者であるシュミットは、「sence: 感覚的経験価値」「feel: 情緒的経験価値」「think: 創造的認知的経験価値」「act: 肉体的経験価値」「relate: 準拠集団や文化との関連づけ」といった 5 つの戦略的価値モジュール（SEM: Strategic Experiential Module）を総合的に使用することでブランド構築を図るとしている[37]。

青木（2011）は一方のブランド構築における関係性に関して、1990 年代以降に展開された IMC（統合型マーケティング・コミュニケーション）と、ブランド・リレーションシップの二つの議論の流れを説明している。

1990 年代の初めに提唱された IMC 論は、ブランドと顧客との関係性の構築・維持のあり方を問題とする一連の研究である。MC（マーケティング・コミュニケーション）とは、商品の販売実現に特化したコミュニケーションを意味する。MC は当初「商品広告」「販売促進」「人的販売」「商品パブリシティ」「ダイレクトマーケティング」の 5 つの基本的な要素から構成されると理解してきた。やがて企業間の広告競争の激化に伴う商品広告の販促力低下により、MC 戰略の依存度が増すにつれ、各構成要素のシナジー効果が語られるようになった。そして質的に完全に統合された新たな MC 戰略観として生まれたのが統合型 MC（IMC）である[38]。IMC 論をけん引したシュルツは、マーケティング活動の焦点は「企業が開発・実施したことを伝達する作業」から「企業の将来価値を増す可能性を秘めたブランドの創造」へと移ったと述べている[39]。

もう1つの議論の流れの「リレーション」に関しては、ステークホルダーとの良好な関係性を構築するリレーションシップ・マーケティング[40]やブランド・パーソナリティ論と関連しつつ、顧客とブランドとの直接的な関係性としてブランド・リレーションシップを捉え、情動的な絆や愛着などの問題を重視する立場の研究がある[41]。

3. 5 地域ブランドのとらえ方について

ブランド・エクイティの概念が登場して以来、ブランド研究は急速に発展を遂げ、今日においても、その重要度は依然として高い位置を占めている。そして、これらのブランド研究の蓄積は地域ブランド論にも大きく影響している。次に、今まで語られてきた地域ブランド論について概観していく。

本論文での地域ブランドの定義は、本章の「3. 8. 4 地域ブランディングの成功裏に導く戦略的な仕組み」で述べるが、ここでは先行する研究の中で地域ブランドがどのように定義され、その研究が行われているかをレビューする。

表 0-6 沈による地域ブランドの定義レビュー 出典：沈（2010）

著 者	定 義
Rainisto (2003)	企業の傘ブランドのようなものである (p.50)
内田(2004)	それぞれの地域の持つイメージ（景観、自然環境、歴史背景、文化・風土、特産品など）が、固有の価値があるものとして、地域を取り巻く様々なステークホルダーによって広く認知されたものである (pp.37-38)
青木(2004)	一般企業における企業ブランドと同じく、個々の地域資源ブランドを東ね導いていく存在である (p.15)
Blichfeldt * (2005)	あるエンティティ（デスティネーション）に関する、消費者（観光客）の記憶にある連想を反映する知覚によって構成される (p.393)
生田ら(2006)	地域ブランドとは、屋根（地域）と柱（人材・定住、観光・交流、地産品販売拡大、投資促進・産業振興）のうちの屋根の部分を指す (p.33)
小池ら(2006)	ある地域から財またはサービスを識別し、競争地域のそれから差別化しようとする特有の名前かつまたはシンボル (p.129)
阿久津&天野 (2007)	地域の活性化を目的とした、ある地域に関係する売り手（あるいは売り手集団）の、当該地域と何らかの関連性を有する製品を識別し、競合地域のものと差別化することを意図した名称、言葉、シンボル、デザイン、あるいはその組み合わせ (p.15)
佐々木(2007)	「地域発の商品・サービス」や「地域イメージ」に対して顧客（消費者や観光客等）が高い評価をくだし、それが地域経済の発展・活性化につながっていくもの (p.112)
行政関連文献で見られる定義	
北海道経済産業局(2004)	それぞれの地域イメージ（景観、自然、歴史、風土、文化、素材など）と関連させながら、製品・商品、サービスの開発や高付加価値化に地域全体で取り組むことにより、一種の差別化された価値を生み出し、その価値が広く認知され求められることで形成されるもの (p.1)
知的財産戦略本部(2005)	地域名+商品（役務）名 (p.15)
中小企業基盤整備機構(2005)	地域に対する消費者からの評価であり、地域が有する無形資産の一つで、地域そのもののブランドと、地域の特性を生かした商品のブランドから構成される (p.3)

*観光地ブランドについての定義

地域ブランドの定義に関しては、原田（2013）のように、地域ブランドに関する統一的な見解は、

確固たる形態としては定義づけられてはいない[42]という意見もある。沈(2010)は、これまでの研究における地域ブランドの定義をレビュー(表0-6)した上で、①地域の農林水産品、加工品や特定観光サービスなどに見られる「地域名+商品(サービス)名」と定義する考え方と、②傘ブランドのように個別の地域ブランドを束ねる存在として「地域イメージそのもののブランド化」と定義する考え方、という2つの流れがあるとした[43]。田中(2012)は、この両者を区分するため、前者を「地域資源ブランド」、後者を「地域ブランド」と述べている[44]。

国内外の地域ブランドを研究した小林(2014)は、日本では「地域資源ブランド」の研究が主流を占め、海外では「地域ブランド」向上を図る研究が主流を占めると述べている。この両者の違いが生まれた背景として、日本では、2005年に施行された「地域団体商標制度」や2004年の「JAPANブランド育成支援事業」によって、地域がもたらす製品やサービスのブランド力向上という形で地域ブランド研究が進展したことをあげている。これに対し、海外では1990年代初頭アメリカの地方政府の深刻な財政難から「地域マーケティング」の概念が登場し「地域プランディング」の手法が生まれた事をあげている[45]。

これらの二つの地域ブランド論は、企業のブランド論に適応させて議論されることがある。たとえば、初谷(2012)は、地域ブランドをさらに細分化した上で企業ブランドの階層構造と比較し、図0-7の様な階層構造で説明している[46]。

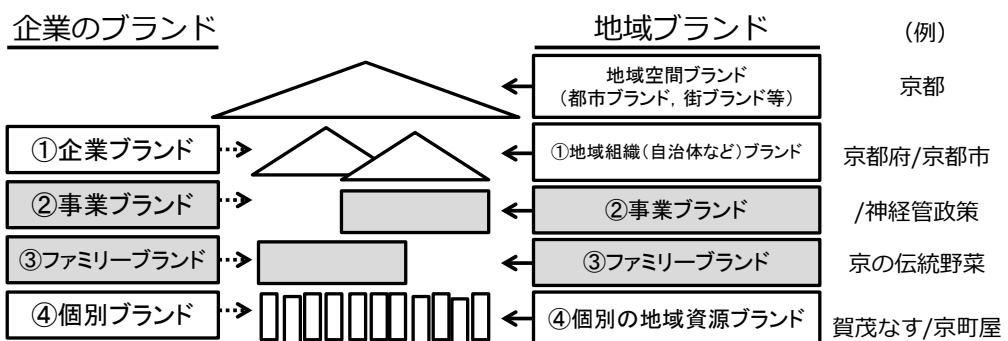
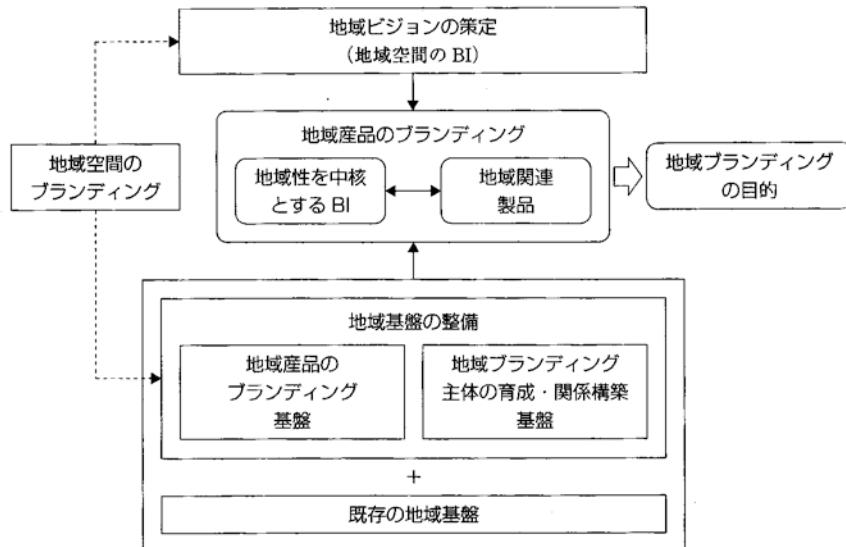


図0-7 企業のブランドと地域ブランドの体系比較 出典: 初谷(2012)

また小林(2014)は、「地域プランディングは、「地域の経済的、政治的、文化的発展のために、企業でのプランディングの考え方や技法を地域マーケティングに適用すること」を意味するとし、図0-8のような地域プランディングの政策モデルを提示している。

「地域ブランド」の育成に相当する「地域空間のプランディング」は、「地域ビジョンの策定」と「地域ビジョンの実現に必要な「地域基盤の整備」の2つの活動から構成されており、さらに、後者の地域基盤の整備は、「地域資源(地域資源)のプランディング基盤」と「地域プランディング主体の育成および関係構築基盤」の2つの基盤から構成される。

地域資源(地域資源)のプランディングは地域ビジョンに沿ったものであるほうが望ましく、また、既存の地域基盤に加え、地域ビジョン実現のために整備された地域基盤をいかに活用するかが、その成果を大きく左右する。小林(2014)は、ここに、地域プランディングにおいて、地域空間のプランディングと地域資源(地域資源)のプランディングが連携を図る意義があるとしている[47]。



(注) BI: ブランド・アイデンティティの略。

図 0・8 小林による地域ブランディングの政策モデル 出典：小林（2014）

3. 6 地域ブランディングの特異性—企業のブランディングとの比較—

ブランド論における「ブランド・エクイティ」、「ブランド・アイデンティティ」などの中心的な論題について見出された知見の多くは地域ブランド研究に援用されている。しかし、地域ブランドに関してその研究の歴史はまだ浅く（沈 2010, 小林 2014 など），小林（2014）は、企業におけるブランド論の地域ブランディングへの適用は必ずしもうまくいっていないと指摘する。同氏は、企業のブランディングと比較し、地域ブランディングの特徴を次の 3 つにまとめている。

一つ目は、企業ブランドとは違い、ブランド付与対象となる「地域」の多様性と多義性が伴うこと。

二つ目は、ブランドとしての「地域」が公共性を持つということである。企業ブランドではブランド名等に排他的使用権が認められ、ブランド投資の結果得られた利益は自ら独占できる。しかし、「地域」は公共性を持つため、独占をすることが出来ない。このため地域ブランドを行う際その投資を促す何らかの仕掛けがないと、投資を躊躇してしまう。

三つめは、地域ブランディングの主体が不確定であるということである。地域ブランドは公共的性格を持つが、限られた公的資金の投入先としては優先順位が低い現状にある。また、公的機関でなければブランディングを実施できないという限定性が伴うものでもないことが、公的資金の投入を躊躇させる要因ともなっている。統制のとれた企業のブランディングでは、ブランドマネージャーによってマネジメントされるが、地域ブランドではイニシアティブをとる体制が決まっていないと語る。

さらに小林（2014）は、これらの特徴は、地域ブランディングが、①ブランディング主体の存在を前提としておらず、②その気になれば誰でもブランディング主体になれること、そして③地域ブランディング活動が広範囲かつ多岐にわたり、特定のブランディング主体がそのすべてを行うことができないことを意味していると述べている。したがって、地域空間のブランディングでは、まずブランディングを行う主体自身を育成する必要がある。そのうえ、たとえそれに成功したとしても、

プランディング主体が個々独立しており、主体間の活動を調整し各主体を関連づけ、地域空間のプランディングを一定の方向に導く仕組みが存在しないという問題は解消されず残ったままである。

この傾向は、地域產品（地域資源）のプランディングにおいても同様である。地域產品のプランディング主体にとって、特定地域との関係は多くのブランド・アイデンティティ候補の一つにすぎず、必ずしもそれをブランド・アイデンティティの中核に据える必要はない。ここに、企業という統制のとれた体制の中で、共通の目的のもと互いの活動が有機的に結びつき調整される企業のプランディングと地域プランディングの決定的な違いがあるとして、地域プランディングの組織モデルを図0-9のように示した[48]。

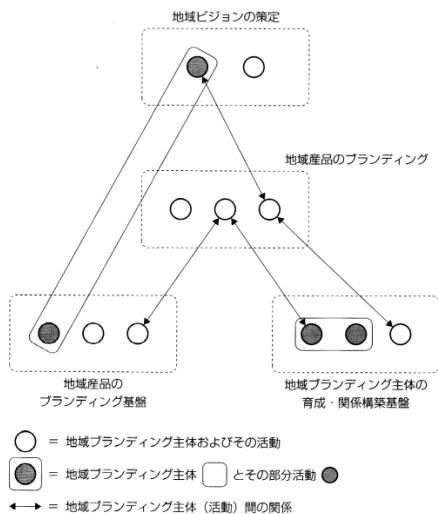


図0-9 小林による地域プランディングの組織モデル 出典：小林（2014）

林・中嶋（2009）は、「モノやサービスのブランド化では、企業と地域でそれほど違いはないと考えられる。いずれも消費者市場を対象とするからである。しかし、コーポレート・ブランド（企業ブランド）や地域自体のブランド化においては、集団内外に向けて様々な組織統一的な活動をおこなうことによって良好なイメージを構築し、望ましい効果を生み出すことを目指すという点においては同じであっても、その構築過程において目的や動機が、社会条件や地域の歴史・文化、地理的環境、社会状況等と密接に結びついている点や、ブランド構築やマネジメントに関わる組織が多様な主体によって構成されている点などが異なっている。そのため、研究アプローチも多様となり、独自の理論や方法論が必要となると考えられるのである。」と述べている[49]。

3. 7 地域ブランドの育成と地域コミュニティの参画

前記した小林（2014）が述べたように、地域ブランドの育成主体については、企業のブランド論と際立った差異がみられる。特に主体として関与する「地域コミュニティ」の存在は、中心的話題として語られることが多い。次にこの議論について掘り下げておく。

原田（2013）は、地域まわりのコンサルタントが関与して各種の補助金を獲得してきた地域プロジェクトには、短期的には一過性の成果はあがっても、数年で“元の木阿弥”的な状態になる事例が多く見出せると指摘する。一方、成功している地域振興プロジェクトの多くには、地域の主体であ

る優れたアクターやアクターズネットワークが存在しており、地域再生や振興が地域において自己組織的に展開されていると述べている[50]。

ブランドが強いブランドとして有効に機能するためには、実行段階つまり地域プランディング活動における関係者（アクターおよびステークホルダー）の理解と協力がかかせない[51]。今や、地域ブランド論では、ブランドの育成主体として「地域コミュニティ」の存在は不可避であり、コミュニティとの協働に関する「地域ブランドの育成プロセス」や「協働のデザイン」に関する議論が行われている。

例えば、日本の大手広告代理店2社は、それぞれ地域ブランドに関するプロジェクトチームを結成し、地域関係者が関与する地域ブランドの育成プロセス（後述）を提示している[52][53]。

原科・村山（2005）は、公共の場における合意形成のメンバー構成の重要性について論じ、ESHモデル（E:experts, S:stakeholders, H:hybrid）を提唱している（図0-10）。このメンバー構成は、科学性のための専門家（experts）と、民主制のためのステークホルダー（stakeholder）が混成し、両者の混成（hybrid）が導かれる。その際に重要な役割をなるのがファシリテーターであるとしている[54]。

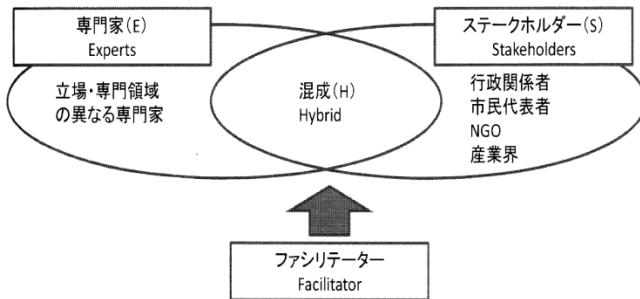
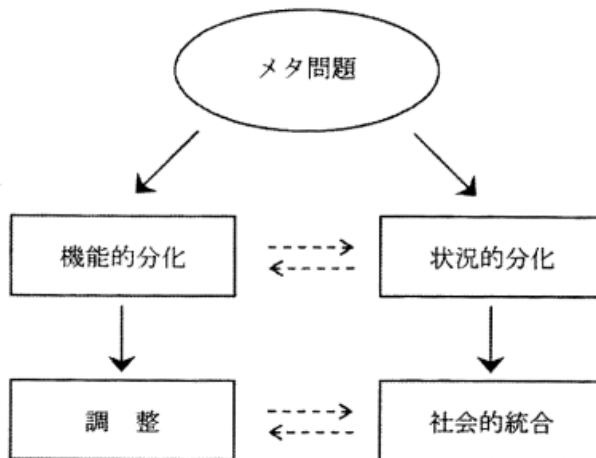


図0-10 ESHモデル 出典：原科・村山（2005）

西村（2013）は、地域の諸問題は広範かつ多面的であり個々の組織の努力では手におえない「メタ問題」であるとし、その構成メンバー自体が個人ではなく組織体である「メタ組織」によって解決される必要があると述べている。メタ組織による問題解決においては、各組織体をさらに組織化された状態へと変化させる「組織間協働」が求められる。組織は、外部環境に適合するため「分化」と「統合」という組織化のプロセスを踏む。組織間協働における「協働のデザイン」では、①「分化」において、各メンバー組織の機能的役割や責任を割り当てる「機能的分化」と、地域全体にかかるメタ問題を自己のドメインと関連付け協働の意義を理解する「状況的分化」、そして②「統合」においては、組織間の機能的分化に応じた「調整」と、仲間意識・帰属意識を浸透させる「社会的統合」が必要で、それぞれが相互促進的関係にあると説明している（図0-11）[55]。そして協働のデザインにおいては「地域デザイナー」がその展開を担うと論じている。

なお、山崎（2011）はコミュニティと呼ばれる社会集団を「地域コミュニティ」と「テーマコミュニティ」に大別した[56]が、西村（2013）は協働のデザインの概念は両方のコミュニティにも通用すると述べている。



3. 8 地域ブランディングを成功裏に導く仕組みについて

3. 8. 1 企業のブランド戦略について

原田・三浦（2011）は、ブランド戦略について、①BI（brand identity：ブランドらしさ）を創り、②BIを伝える、という2段階からなる構図で説明している（図 0-12）。これは、①まずブランドコンセプトとそれを支える機能的価値・情緒的価値、そしてID（identity）要素（ブランド要素ともいう：ネーミング、ロゴ、キャラクター、パッケージなど）からなるBIを創り、②続いてそのBIの情報を伝えて消費者の心の中にBE（brand equity：消費者がブランドと感じる価値）を形成させる仕組みである [57]。

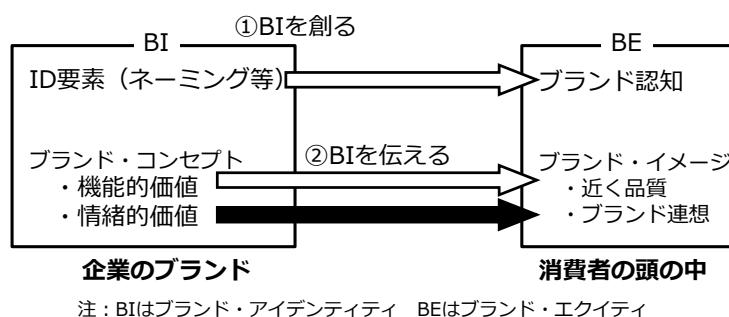


図 0・12 ブランド戦略の体系 出典：原田・三浦（2011）

また、消費者に情報を伝えるコミュニケーションについて、清水（1989）は、そのプロセスを図0-13のようなモデルで説明している。これは、情報の「送り手（ソース）」と「受け手（レシーバー）」のメッセージの伝達の仕組みをモデル化したものである。

このモデルでは、「送り手（ソース）」は伝えたい情報を媒体となるものに変換（エンコーディング）し、「受け手」がそれを解読（デコーディング）してメッセージを受け取る。ただし、「受け手（受け手）」がメッセージを取得する際には「ノイズ」が生じる。それは①チャンネルノイズ（他の

情報と混同するノイズ), ②セマンティックノイズ(送り手と受け手の経験領域の差から生じるノイズ), の二種類である。これを広告コミュニケーションに例えると、競合他社の広告メッセージなどがチャンネルノイズに該当する。また、日ごろなじみのない広告表現やメッセージに触れ、受け手がその内容の意味を理解できないような状態が、セマンティックノイズである。次に、メッセージを受信した「受け手」は、何らかの「反応」を示す。これは、広告コミュニケーションの場合、購買行動や心理変容といったものに該当する。そして、その「反応」に「受け手」が対処するため、フィードバックのプロセスが用いられる[58]。効果的なコミュニケーションを意図した場合、送り手と受け手の経験領域(エピソード記憶の領域)の重複を意識した設計を行い、受け手側の「反応」というアウトプットに注目する必要がある。また、その際、必然的に受け手の人数と、反応の質が、より多い(高い)ことが望まれる。

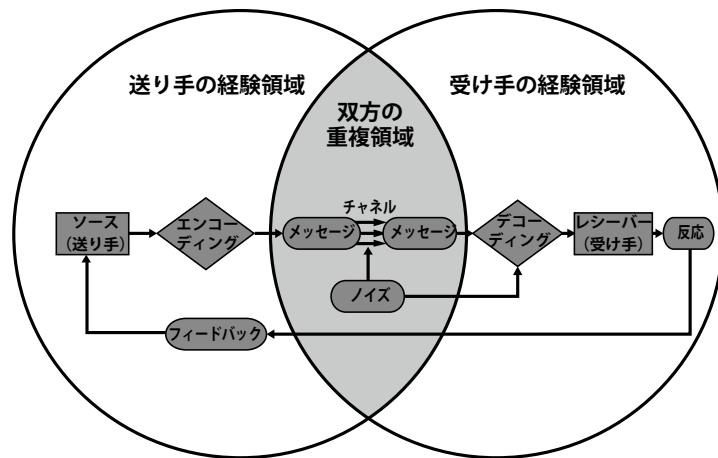


図0-13 コミュニケーション・プロセスのモデル 出典：清水（1989）を筆者修正

図0-12で示した戦略体系は、企業でのブランド戦略におけるコンセプト・メイキングとコミュニケーションの関係を端的に説明したものであるが、原田（2011）は、地域ブランドの戦略ではさらに「ゾーニング」と「アクター」の存在を考慮に入れる必要があると述べている。この二つの概念について確認するため、これらに関連する先行研究の説明を次に行う。

3. 8. 2 地域ブランドで語られるゾーニングについて

電通 abic project (2009)、原田（2013）などは、地域ブランドのコンセプト・メイキングにおける「ゾーニング」の必要性を説いている。ゾーニングとは、地域ブランド名が持つ「地域名」のゾーンの決定を行う行為であり、行政区画にとらわれることなく、広域の地域名や、中世の地域名が使用されることがある。その目的は、ゾーンの使い分けによる、地域ブランドのイメージを操作することにある。電通 abic project (2009) は、戦略的なゾーニングを「ブランド資産を基盤とした地域内の再構築、もしくは地域外との連携によって、地域独自の体験価値を創造すること」と定義し、ゾーニングにより地域独自の体験価値を生み出すことが、地域ブランド要素を付与し長期的なブランドイメージ向上につながると説いている[59]。

原田（2013）は、東京地域における三層のゾーニングによるブランドの使い分けについて説明している。これは、「江戸」「東京」「TOKYO(トキオ)」という、3種類の地域名の時間的空間的なイメー

ジの違いを地域ブランドごとに適応させる考え方である[60]。この考え方は、現在各地域で適用されている。例えば福岡市においては、「博多」という地域名を伝統的イメージの地域ブランド（博多明太子等）に使用し、先進的イメージの地域ブランドには「福岡」（例：福岡タワー）という地域名を用いており、ゾーニングが地域ブランドコンセプトの重要なイメージ要素となっている。

3. 8. 3 地域ブランドで語られるアクターについて

先に述べたように、地域ブランド論では、地域コミュニティの存在が指摘されることがしばしばある。企業ブランドの主体が企業であるのに対し、地域ブランドに関しては地域コミュニティのアクターであることが多い実情は、両者の際立った差異である。ブランドが強いブランドとして有効に機能するためには、実行段階つまり地域ブランディング活動における関係者（アクターおよびステークホルダー）の理解と協力がかかせない[61]。今や、地域ブランド論では、ブランドの育成主体としてアクターとしての「地域コミュニティ」の存在は不可避であり、コミュニティとの協働に関する「地域ブランドの育成プロセス」や「協働のデザイン」に関する議論が行われている。

3. 8. 4 地域ブランディングを成功裏に導く戦略的な枠組み

原田（2011年）は、地域ブランドを成功裏に導く戦略的な枠組みとして、ゾーンデザイン、エピソードメイク、アクターズネットワークという3つの概念を提示している（図0-14）。

ゾーンデザインとはゾーニング（対象地域の画定）とコンセプト（提供価値の画定）を同時にすることである。従来、地域ブランディングを行うに当たり、官公庁が上から行う地域おこしの側面が強く、市町村などの行政区画によって地域が指定されてきた。しかしその多くはコンテクストと行政単位とがマッチしない、あるいはコンテクストそのものが不在の市町村が多く存在し、国が地域おこしに力を入れれば入れるほど、持てる地域と持たざる地域との間の地域間格差を増長させる現象を生じさせる。この問題を解決するためには、まず従来の市町村という行政単位でのゾーンから、別の括り方でゾーンを再構成することが必要となるという。

エピソードメイクとは、ゾーニングによって括られた地域から連想される経験的なイメージを「エピソード」という形で受け手に伝えるコミュニケーションの方法である。これは、先に示した清水（1989）による送り手と受け手の重複する経験領域と同様の考え方で、人間にあるエピソード記憶に働きかけ、地域イメージを伝えるのに役立たせる手法である。ゾーニングにより設定された「地域」から連想されるもの、例えば、歴史、文化、名前等のイメージ記憶から「地域のものがたり」をつくることである。原田（2011）は、このようにして作られたエピソードを体験させ、記憶させ、再生させることにより強化することを強調しており、記憶定着と再生助成の二つのステージからなる「エピソードメイク」の戦略を提案している。

アクターズネットワークとは、地域ブランディングのプロセスでそれを実施していく組織の主体である「アクター」のネットワークのことである。原田（2011）は、①旗印を掲げるリーダーシップと、②イノベーションのネットワークづくり、が重要であると指摘している[62]。

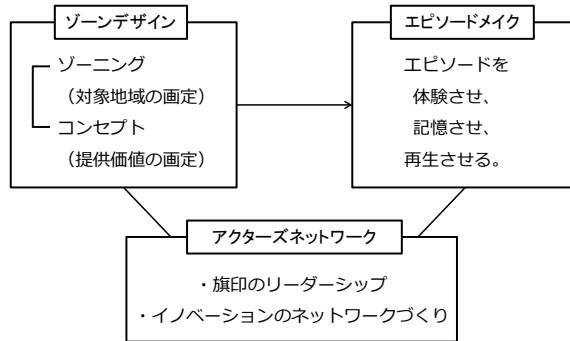


図 0・14 地域ブランディングを成功裏に導く戦略的枠組み（トライアングルモデル） 出典：原田（2011）

このトライアングルモデルを提唱する原田は、「地域ブランドは『コンテキストブランド』であり、しかも『地域』というコンテキストと『ブランド』というコンテキストによるシナジー効果を発揮しうるある種の“共振関係”と“共進関係”が見いだせる価値発現装置である」と述べ、その概念を図 0-15 のように示している[63]。

詳しくは 2 章で説明するが、本論文ではこの図 0-14 のトライアングルモデルを使用し、地域ブランドに寄与する地域イベントについて議論を進める。このため、この原田の地域ブランドの捉え方を本論文での地域ブランドの定義とする。

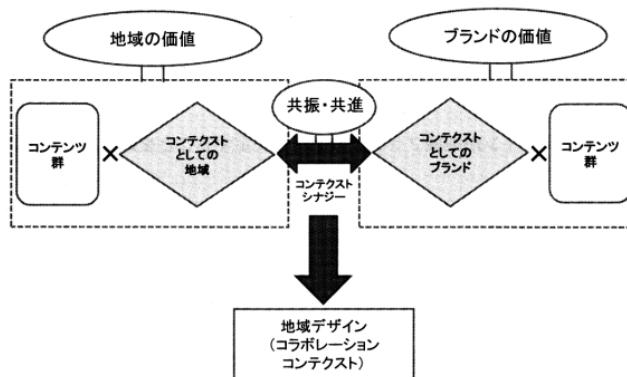


図 0・15 地域とブランドのコンテキスト共振と共進 出典：原田(2013)

3. 9 地域ブランディングのプロセス

和田（2009 年）は地域コミュニティによる地域ブランディングの行程を、4 つのフェーズにわたり計画、実行、評価を行う構成で説明した（図 0-16）[64]。

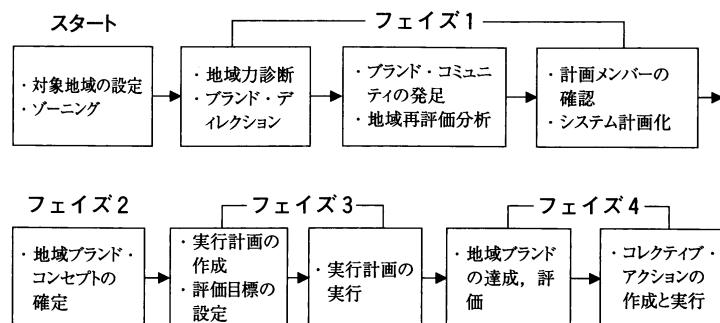


図 0・16 和田（2009）の地域ブランド構築の計画プロセス 出典：和田（2009）

博報堂地ブランドプロジェクトは、地域ブランドを「地ブランド」と言い換え、その育成プロセスを、地域の多くの人びとをまとめる「推進母体づくり」、ネーミングやマークなどの「シンボルづくり」、そして社会や生活者との「接点づくり」という3つのステップで提示している[65]。

山田（2013）は、構築→維持→修復の3つのフェーズで構成されるプロセスで提示している。構築のフェーズつまり地域デザインのフェーズは、マクロデザインフェーズ→ミクロデザインフェーズ、→計画・実行フェーズの3つのサブフェーズにさらに分けられる。マクロデザインフェーズにおける作業は、仮ゾーニング、仮ゾーンをベースとしたマクロ地域分析、マクロ地域分析による仮設定された地域の再評価と対象地域の決定、の3つである。

ミクロデザインフェーズにおける作業は、エピソードメイクのための地域ブランドプラットフォーム策定のためのミクロ地域分析、地域ブランドプラットフォームの決定、地域ブランドプラットフォームに基づいたエピソードメイク、エピソードメイクを具体化するスローガン・商標とロゴ等の決定、これらの活動の再評価（疑似体験によるテストを含む）、の5つである。

計画・実行フェーズは地域デザインを実際に実現するための、計画→実施→統制のフェーズである[66]。

4. 本研究の目的

この論文は、まちづくりの実務者のために、地域ブランド創生に寄与する地域ブランドの効果的な企画・運営方法の一助となる研究を目指している。

イベントは情報を伝えるメディアの機能を持つ。さらには、様々な目的や内容、そして形態や規模を持つため、その効果も複雑多岐にわたる。このため、定義を行うのが難しく、戦略や分析、評価方法も一般化されにくいという側面を持つ。

本研究では、この解決の糸口をイベントの「コミュニケーション機能」に見出し、地域ブランド論の戦略からアプローチを試みる。「地域」という観点で洞察されたブランディングの知見をイベントに適応させることで、地域イベントの効果的なコミュニケーションの可能性を探ると共に、その戦略の構造を明らかにすることが本論文の目的である。

5. 用語使用について

本論文のタイトルは「地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造に関する研究」としている。ここではタイトルに「戦略」と「構造」という用語を使用した理由について述べておく。

本論文では、地域ブランド創生に寄与するために、「地域イベントをあるべき方向に導く諸要素の関係」を示す。この際、「戦略」を「ある目的のために方向性を示すもの」として捉え、「構造」を「諸要素の関係で全体を形作ること」と捉えることとした。

6. 研究の方法について—本章の構成について—

6. 1 第1章 日本における地域イベントの時代変容

この研究に着手するにあたり、第1章では現在の地域イベントを概観し「地域イベントがどのように変化してきたのか」「地域イベントがどのようにメディアとして機能しているのか」という点について確認を行う。その方策は次のとおりである。

まずは本研究でのイベントの捉え方を明確にする必要がある。イベントは、他のメディアにない特殊な特徴を多様に合わせ持つており捉え方が難しい。

このため、イベントの構造について初期の設定を行なうこととする。その上で、全国の地域イベントのサンプルを用いてこの構図に対応した分類化を行なう。さらに、サンプルを時代別にわけ、その分類項目の出現頻度で変容を確認する作業を行なう

6. 2 第2章 地域ブランドに寄与する地域イベントの戦略構造の仮説について

地域イベントに、ブランド論で語られる戦略が地域イベントにも適応できるのか、その可能性を探る。その方策として、原田・三浦（2011）のトライアングルモデルをイベントの概念に適用した戦略構造の仮説を提示する。その上で、北九州の代表的な地域イベントである「わっしょい百万夏まつり」という成功事例への適用を定性的に試みる。

6. 3 第3章 地域イベント戦略構造仮説の検証

第3章では、実際の地域イベント実施において、戦略構造仮説が有効に働くかを確認するため、第2章とは逆からのアプローチを行なう。具体的には、仮説の「地域イベントの戦略構造」を意識してプランニングを行った地域イベントを実施し、その効果を確認する。また、その際の評価については岩崎・栗原（2005）の研究をもとに地域イベントに特化した評価方法を用いることとする。

6. 4 第4章 まとめと今後の展望

本研究で指摘された地域イベントの知見をまとめ、戦略構造仮説を修正して提示する。そして今後の展望をまとめる。

6. 5 本論文の構成図

最後に、本論文の構成図を図0-17に示す。

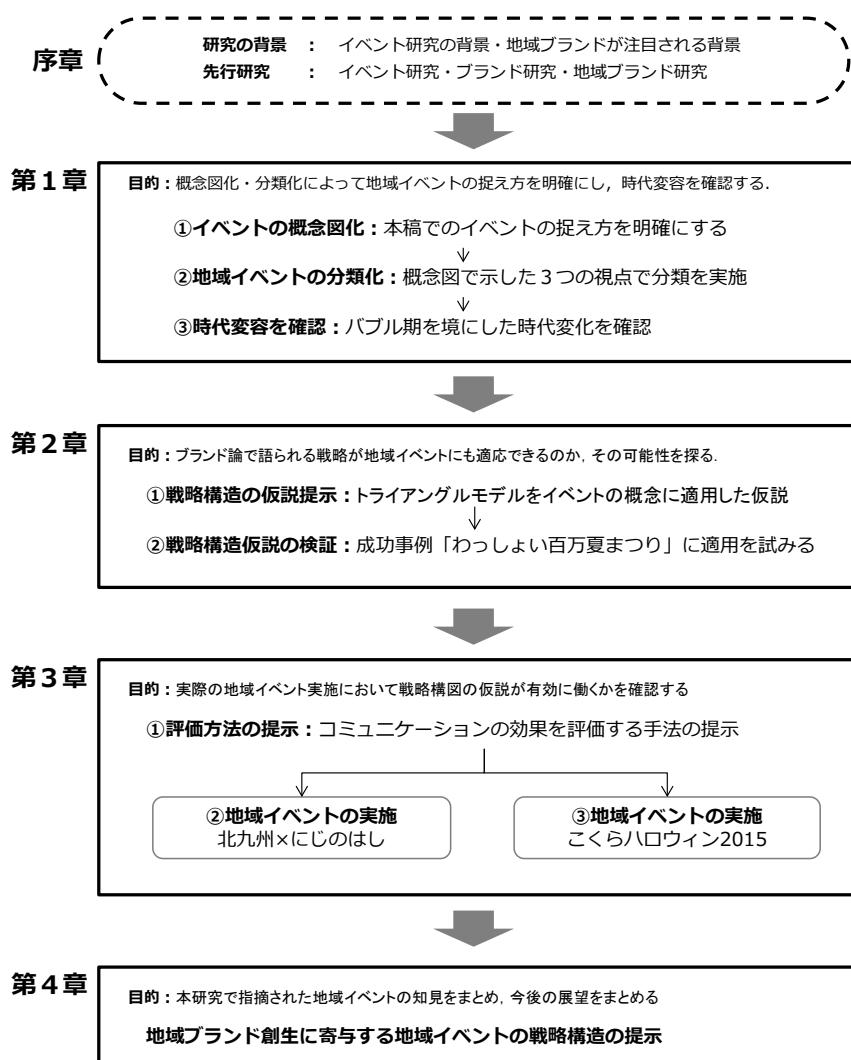


図0-17 本論の構成図

序章：参考資料一覧

- [1] 日本イベント産業振興協会,『イベント白書 2000 イベントと市民参加』,日本イベント産業振興協会, pp.171-172, 2000 年
- [2] 日本イベント産業振興協会,『平成 26 年イベント市場規模推定報告書』,日本イベント産業振興協会, p.11, 2014 年
- [3] コリン マイケル ホール・須田直之訳,『イベント観光学』,信山社,p.12, 1996 年
- [4] 岩崎博, イベント評価の研究～評価研究の現状と研究の方向～, イベント学会 2004 年度研究大会発表論文集, イベント学会, 2004 年 7 月
- [5] 岩崎博・栗原毅, イベント評価手法に関する研究, イベント学会 2005 年度研究大会発表論文集, イベント学会, 2005 年 7 月
- [6] 田村良一, 清須美匡洋, 佐伯謙吾, 森田昌嗣, 地域イベントの評価構造に関する研究：社会実験「お外に出ようプロジェクト in 美野島」をケーススタディとして,『平成 18 年度 日本デザイン学会 第 53 回研究発表大会』, 2006 年
- [7] 湯澤明,『イベント戦略入門—企画・展開・実施—』, 産業能率大学出版部, 1992 年
- [8] 『イベント業務者能力評価システム高度化事業活動報告書』, JACE イベント職務能力評価システム高度化共同体, 2009 年
- [9] 『イベントによる地域ブランドの創出戦略—ミュージアム都市つくばを創出するイベント戦略—』, イベント学会 2002 年度研究大会発表論文集, イベント学会, 2002 年
- [10] 田村國安昭, 金田秀一,『行政イベントの構造と課題』, イベント学会 2001 年度研究大会発表論文集, イベント学会, 2007 年 11 月
- [11] 後藤基「地域ブランド戦略と地域内連携構築：三重県地域ブランド戦略と地域活性化の取り組み」『三重大学法経論叢』第 27 卷 第 1 号, pp.3-6, 2010 年 3 月
- [12] 田中道雄・白石善章・濱田恵三編著『地域ブランド論』, 同文館出版, p.16, 2012 年
- [13] 鶴見和子・川田侃,『内発的発展論』, 東京大学出版会, p.33, 1989 年
- [14] 栗原毅, イベント評価学の試み,『イベント学のすすめ』, pp.209-pp212, 2008 年
- [15][19][22] 平野繁臣監修,『イベント用語辞典』, イベント産業振興会, p.3,pp3-4, 1999 年
- [16] 湯澤明,『イベント戦略入門（企画・展開・実施）』, 産能大学出版部, pp.3-4, 1992 年
- [17] 堀屋太一, イベント学会編 会長 堀屋太一『イベント学のすすめ』, ぎょうせい, 2008 年
- [18] 日本イベント産業振興協会編集,『文化・スポーツイベント全般の構成と業務管理』, 日本イベント産業振興協会
- [20] 一般社団法人日本イベントプロデュース協会ホームページ, <http://www.jepc.com/category/1582679.html> 最終アクセス 2016 年 1 月 5 日
- [21] 梶原貞幸, イベント学のパースペクティブ, イベント学会編 会長 堀屋太一『イベント学のすすめ』, ぎょうせい, P12, 2008
- [23] コリン マイケル ホール著・須田直之訳,『イベント観光学』,信山社, 12p, 1996 年
- [24] 岩崎博・栗原毅, イベント評価手法に関する研究,『イベント学会 2005 年度研究大会発表論文集』, イベント学会, 2005 年 7 月
- [25] JACE イベント職務能力評価システム高度化共同体,『イベント業務者能力評価システム高度化事業事業活動報告書』, JACE イベント職務能力評価システム高度化共同体, 2009 年
- [26] 福岡データウェブ, 福岡県企画・地域振興部調査統計課, <http://www.pref.fukuoka.lg.jp/dataweb/search-hakyuu-17-2005.html> 最終アクセス 2016 年 1 月 5 日
- [27] 安原智樹,『ブランドマーケティング：ロングセラー商品を作る実践手法』, プレジデント社, pp.1-3, 2000 年
- [28] 石井淳蔵,『ブランド：価値の創造：岩波新書』, p.4, 1999 年
- [29]マイケル・E・ポーター,『競争戦略論 I』, ダイヤモンド社, p.38, 1999 年
- [30]恩藏直人,『コモディティ市場のマーケティング理論』, 有斐閣, p.251, 2007 年
- [31]青木幸弘著・田中洋編『ブランド戦略全書』第一章ブランド論の過去・現在・未来, 有斐閣, p.1, 2014 年
- [32]デービット・A・アーカー著・陶山計介・中田善啓・尾崎久仁博・小林哲訳,『ブランドエクイティ戦略第 6 版』, ダイヤモンド社, pp375-376, 1999 年
- [33]ケビン・レーン・ケラー著・恩藏直人研究室訳,『ケラーの戦略的プランディング』, 東急エージェンシー出版部, p.42, 2003 年
- [34]片平秀貴,『パワープラントの本質：企業とステークホルダーを結合させる第五の経営資源』, ダイヤモンド社, 1999 年
- [35]青木幸弘, ブランド研究における近年の展開：価値と関係性の問題を中心に,『関西学院大学：商学論究 58(4)』, pp.43-68, 2011 年 3 月 10 日
- [36]B・J・パイン II, J・H・ギルモア 著, 岡本 慶一 小高 尚子 訳,『経験経済』, ダイヤモンド社, 2005 年
- [37]バーンド・H・シュミット著, 嶋村 和恵 広瀬 盛一 訳,『経験価値マーケティング』, ダイヤモンド社, 2000 年
- [38][40]亀井昭宏・ルーディー和子編集,『新マーケティング・コミュニケーション戦略論』, 日経広告研究所, pp.18-23, p.29, 2009 年
- [39]ドン・シュルツ, ハイジ・シュルツ 著, 上木原 弘修, 州崎 健, 宮澤 正憲 (訳),『ドン・シュルツの統合マーケティング』, ダイヤモンド社, p13, 2005 年
- [41]畠井佐織,「消費者とブランドの関係性の意義：ブランド育成と構築の視点から」『マーケティング・ジャーナル』第 22 卷第 2 号, pp.101-114, 2002 年
- [42]原田保, コンテクストブランドとしての地域ブランド,『地域デザイン学会誌「地域デザイン」』第 2 号地域ブランドと地域の価値創造』, p9, 2013 年
- [43]沈潔如, 地域ブランド研究に関する一考察：地域ブランド研究の現状と今後の課題, 小樽商科大学「商学討究」, pp.297-298, 2010 年
- [44]田中 道雄・濱田 恵三・白石 善章 編 田中道雄著,『地域ブランド論』序章「地域ブランドとは」, 同文館出版, p6, 2012 年
- [45][47][48]田中洋編・小林哲著,『ブランド戦略全書』第 7 章 2 つの地域ブランド論, 有斐閣, pp138-148, pp.152-157, 2014
- [46]田中 道雄・濱田 恵三・白石 善章 編著 初谷勇著,『地域ブランド論』第 4 章「地域ブランド政策とは何か」, 同文館出版, p60, 2012 年
- [49]林靖人, 中嶋闇多, 地域ブランド研究における研究領域構造の分析：論文書 誌情報データベースを活用した定量分析の試み,『信州大学人文科学論集』, 人間情報学編 4 3 卷, p.88
- [50]原田保, 地域デザインの戦略的展開に向けた分析視角・生活価値発現のための地域のコンテクスト活用-『地域デザイン学会「地

域デザイン』第一号』, p8, 2013 年

[51]山田啓一, 地域プランディングのプロセスと地域分析に関する考察『地域デザイン学会「地域デザイン」第一号』, p89, 2013 年

[52][57]和田 充夫, 菅野 佐織, 徳山 美津恵, 長尾 雅信, 若林 宏保, 電通 abic project 編集: 地域ブランド・マネジメント, 有斐閣, pp. 33-34, 2009 年

[53][65]博報堂地ブランドプロジェクト編, 「地ブランド」, 弘文堂, p.67, 2011 年

[54]原科幸彦・村上幸彦, 第二章アドホックな代表者による合意形成の枠組み「市民参加と合意形成」, 学芸出版社, pp.41-60, 2005 年

[55]西村友幸, 地域の問題解決と協働のデザイン・メタ組織における分化と統合・『地域デザイン学会「地域デザイン」第一号』, pp.63-81, 2013 年

[56]山崎亮著 篠裕介監修, 地域を変えるデザインコミュニティ『地域を変えるデザイン』, 栄治出版, pp.258-269, 2011 年

[57] 原田 保・三浦俊彦 編著, 地域ブランドのコンテクストデザイン, 同文館出版, p.12, 2011 年

[58] 清水公一, 『広告の理論と戦略』, 創成社, pp.103-110, 1989 年

[59][64]電通 abic project 編 和田充夫, 菅野佐織, 徳山美津恵, 長尾雅信, 若林宏保 著, 「地域ブランド・マネジメント」, 有斐閣, pp.114-117, 2009 年

[60] 原田保, ゾーンデザインとコンテクストデザインの共振・地域ブランド価値の発現に向けた新視角・地域デザイン学会編集原田保編著『地域デザイン戦略総論』, 芙蓉書房出版, pp.14-18, 2013 年

[61] 山田啓一, 地域プランディングのプロセスと地域分析に関する考察『地域デザイン学会「地域デザイン」第一号』, p89, 2013 年

[62]原田保・三浦俊彦, 第一章 地域ブランドのデザインフレーム「地域ブランドのコンテクストデザイン」, 同文館出版, pp.11-20, 2011 年

[63] 原田保, コンテクストブランドとしての地域ブランド, 地域デザイン学会誌「地域デザイン」第 2 号『地域ブランドと地域の価値創造』, p9, 2013 年

[66]山田啓一, 地域プランディングのプロセスと地域分析に関する考察『地域デザイン学会「地域デザイン」第一号』, pp.98-100, 2013 年

第1章

日本における地域イベントの時代変容に関する研究

第1章 日本における地域イベントの時代変容に関する研究

1. 概要

この研究に着手するにあたり、本章では現在の地域イベントを概観する作業から始めた。

イベントは、他のメディアにない特殊な特徴を多様に合わせ持つておる、定義等での特定が難しいことは序章で示したとおりである。このため、まずは本論文でのイベントの捉え方を明確にするため、イベントの構造について初期仮説の設定を行った。その上で、全国の地域イベントのサンプルを用いてこの構図に対応した分類化を行ない、地域イベントの概観をつかむこととした。

その結果、現在の地域イベントがテーマとする内容は、地域ブランド論で語られる「地域資源」の分類内容と近似していることがわかり、コミュニケーション・ツールとして地域イベントが地域ブランドに寄与していることが確認できた。

また、その分類を時代別にわけ、その分類項目の出現頻度で変容を確認する作業を行ったところ、現在行われている「地域ブランド」の掘り起こしの作業と連動したものであると推測できた。

2. 研究方法

イベントは多様な特徴を併せ持つため概念や内容を規定しにくい[1]。よって、本章ではまず、序章で述べたイベントの定義等から「イベントの概念図」を導き「イベント」の捉え方を明確にする。

そして、同概念図に着目して分類をおこない、日本の地域イベント全体の輪郭を明らかにする。

その後、時代を区切って比較を行い、分類した項目にどのような変化がみられるかを検証する。

その研究方法を次に説明していく。

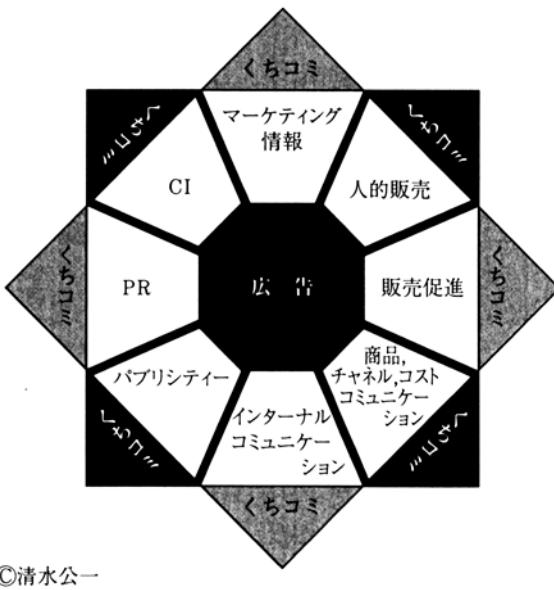
2. 1 本章でのイベントの捉え方

本研究は、地域ブランディングという地域社会でのコミュニケーション作業においてイベントがどのように寄与するかを探るものである。このため、「コミュニケーション」機能の側面からイベントを捉えることとする。

序章で述べた IMC と同様の考え方を日本で展開した清水（2004）は、マーケティング・コミュニケーション・ツールについて図 1-1 のように示している。この図によれば、イベントは「販売促進」のツールに分類されており、広告とは別のツールとして位置づけられる[2]。

日本においては、マーケティング理論で語られる 4P (Product, Place, Price, Promotion) の Promotion と、コミュニケーション・ツールとして語られる Sales Promotion が、同じ「販売促進」という言葉で訳されている。その際、前者は広義、後者は狭義の「販売促進」として区別されることが多い（清水・2004 年、日本マーケティング協会・2009 年[3]など）。なお、図 1-1 の「販売促進」は狭義の Sales Promotion に該当する。

岸・田中・嶋村（2000）は、広告には長期的にブランド・アイデンティティを構築し、好意的な態度やブランド・ロイヤルティを維持する効果があると述べている。それに対し、「販売促進」(Sales Promotion) もブランド構築の 1 手段になるが、従来は広告と対比させて、短期的な需要刺激という側面が強調されている、と説明している[4]。



©清水公一

図 1-1 清水（2004）のマーケティング・コミュニケーション・ツール

アーカーは、「販売促進」（Sales Promotion）は、購買意思決定を作り出す短期的なインセンティブを提供する一方で、価格感応度を増大させた場合などにおいてブランド・ロイヤルティを下げるリスクがあると述べている。このため、「販売促進」がブランド・エクイティを高めることのできる一つの方法は、カギとなる連想やブランド認知を補強したり強化することであると説明している[5]。

イベントは現在のコミュニケーションビジネスにおいてメディアの一つとして活用されているが、同時に、広告メディアにはない特徴を持っている。広告コミュニケーションにおけるプロセスについて、序章で清水（1989）のモデルを図0-13に示した。この図0-13に記載された、受け手の「反応」に至るプロセスについては、古くからA I DMAという理論が用いられている[6]。これは、広告にAttention（注目）し、商品にInterest（興味）、Desire（購買欲望）を示し、Memory（記憶）することでAction（購買行動）が起こることを示したものである。この理論は、マスメディア（TV/ラジオ/新聞/雑誌等）での、送り手から受け手への情報伝達の結果起る心理変容を説明したもので、複数回の情報伝達が繰り返されるうちに、受け手が情報の内容を理解し、購買の行動に至ることになる。

一方で、序章で述べたイベントの定義等からは、イベントには①伝えるべき情報が存在している、②受け手に心理的な変容をもたらす、③非日常的な場の演出を行う、という要素を含んでいることが伺える。この①と②に関しては、一般的な広告メディアと同様の要素と考えることが出来る。しかし、③に関しては「イベント」というメディアが持つ独自の特徴と言えよう。

一般的なメディアでの情報伝達において、受け手が受容する行為の大半は「見る」「聴く」である。受け手は、日常生活の中でこれらの受容行為を繰り返すうちに心理変容に導かれる。それに対し、イベントでは非日常性の演出によって多岐にわたる受容の行為が発生している可能性がある。また、非日常性の中で情報伝達が行われるため、短時間で心理変容へと導く可能性があるとも考える。

本章ではこれらのこと考慮し、イベントを主催者である『送り手』から参加者である『受け手』に「情報」伝達を行い、非日常的な「演出」による「受容」行為が発生し、その結果「意識変容」がひき起こされる機能を持つ装置として捉え、本研究での初期仮説のモデル設定とする（図1-2の右部）。

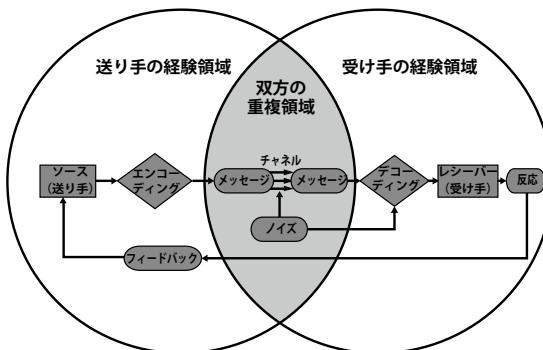


図0-13 コミュニケーション・プロセスのモデル 出典：清水（1989）
(議論理解のために再度記載)

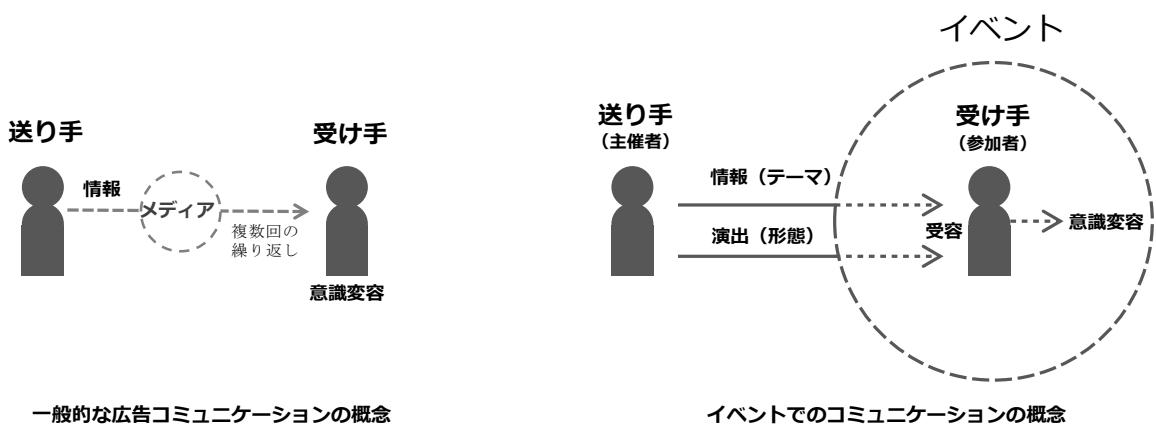


図1-2 本章で考えるイベントの概念の初期仮説のモデル設定（右）

2. 2 分類について

全国の地域イベントのサンプルを用い、図1-2の仮説の3つのポイントである「情報」「演出」「受容」に着目して分類をおこない、日本の地域イベント全体の概観を明らかにする作業を行う。

2. 2. 1 情報（テーマ）についての分類

ここで言う「情報」とは、イベントの「テーマ」として扱われるものを分類する。

2. 2. 2 演出（形態）についての分類

イベントにおける非日常の演出方法は、そのイベントの「形態」によって判断する。

これは序章表0-4の「イベントの形態による分類」で述べた分類と同様のアプローチを行う。ただし同表は、国際規模のイベントを含む日本国内の全てのイベントを網羅した分類であった。このため、本章では、地域イベントに即した形態に再編纂する。

2. 2. 3 受容についての分類

来場者の心理変容のきっかけとなるであろう参加者の「受容」行為について調べていく。具体的には、HPに記載されているイベント概要の情報から、来場者の「受容」行為を判断し分類を行なうものとする。

2. 2. 4 地域イベントのサンプル抽出

研究対象のサンプルは、全国 20 箇所の政令指定都市が公式に運営しているホームページにて紹介されているイベント 984 件をリストアップした（表 1-1）。詳細は本論文の資料編に記載するが、ここで扱う「公式に運営しているホームページ」とは、各行政のホームページおよび、各行政が運営している公式観光案内等である。

これらの地域イベントは、2013 年現在で HP に掲載されている情報をもとにしている。このため、開始当初の形式とはその姿を変えている可能性がある。ただし、地域イベントの傾向を掴む上では有効な情報であると考えた。

また、このサンプル集約作業は、2013 年 6 月に実施しており、2013 年 1 月から 6 月までに行われたイベントと、7 月～12 月に実施予定のイベントを取りまとめた。

これらの地域イベント掲示に関しては全国で統一されたフォーマットがあるわけではなく、各地方自治体で掲載数や掲載方法が様々である。このため、その集約に関しては、表 1-2 で示すように、政令指定都市名、イベント名、イベント概要、実施時期、開始年、の項目を抽出した。ただし、開始年（第 1 回のイベントを実施した年）が不明なものや、一度限りのイベントもサンプルとして含んでいる。そのデータに、筆者が「テーマ」「形態」「受容」をそれぞれ記入しデータベースを作成した。なお、「テーマ」「形態」に関しては、一つのイベントに対し一種類の記載を行ったが、「受容」に関しては多様な行為が想定されるため複数記入を行った。そして、その記入内容の一覧を別途抜き出し、分類化の作業を行った。

表 1-1 研究対象とした政令指定都市ごとのイベント数（件）

サンプル調査時期：2013年4～6月にHPアクセス

政令都市名	地域コミュニティイベント数
札幌市	48
仙台市	11
さいたま市	6
千葉市	10
横浜市	44
川崎市	30
相模原市	69
新潟市	69
静岡市	13
浜松市	5
名古屋市	11
京都市	370
大阪市	36
堺市	11
神戸市	11
岡山市	7
広島市	11
北九州市	185
福岡市	8
熊本市	29
合計	984

表 1-2 集約項目

項目	備考
政令指定都市名	HP から転載
イベント名	HP から転載
イベント概要	HP から転載
イベント実施時期	HP から転載
開始年	第一回イベントが開催された年：HP から転載
テーマ	筆者記入（テーマを一つ記載）
形態	筆者記入（形式を一つ記載）
受容	筆者記入（複数）

2. 3 イベントの時代比較について

日本イベント産業振興会は、イベント白書 2000 のテーマを「イベントと市民参加」について焦点を絞って言及している。これは、現代の「まちづくり」がもたらした市民参加型の地域イベントの新しいありかたを述べたものである[7]。同資料では、現在では一般的となった地域イベントの普及時期までは述べられていないが、市民参加型まちづくりの普及時期からその時期を推測することが出来よう。

中沢ら（1995）は 1970 年代から 90 年代に発表された論文および刊行された雑誌の調査から「住民参加型のまちづくり論」の変遷に関する研究をまとめている。同研究によると、80 年代後半から「住民主体・行政の支援」型のまちづくりの議論が増加しており、90 年代に入り、企業・行政も住民参加型のまちづくりに無関心でいられなくなっているとしている。また、同研究では、地域イベントが 80 年代後半からまちづくりに用いられはじめていることを示唆している [8]。石原・西村（2010）は、この 80 年代後半から 90 年代を、バブルで荒れた地域社会・経済の再生にむけた「地域再生へ向けた取り組みとしてのまちづくり」の時期と述べている [9]。

これらのことから、現在の地域イベントのターニングポイントは 80 年代後半から 90 年代と推測する。そこで、本研究では、そのポイントをバブル経済崩壊と呼ばれる 1991 年とし、その前後の地域イベントの変化を比べる。具体的には、各分類の項目の出現頻度を比較し、時代によるイベントの変容について探ることとする。

2. 4 リサーチクエスチョン

本章では、分類化および時代比較において、表 1-3 のリサーチクエスチョンを用意した。これは、図 1-1 の仮説モデルが地域プランディングに寄与する形で成立しているかを問うものである。

表 1-3 リサーチクエスチョン

	内容
①	現在、地域資源をテーマとした地域イベントが実施されている。
②	バブル以降の地域イベントは地域プランディングの傾向が表れている。

表 1-3 に記載した、①は情報（テーマ）の分類で集約された項目について確認作業を行う。もしこの項目が現在語られる地域資源と合致するとすれば、地域イベントが序章図 0-7 で述べた「地域資源ブランド」の推進のコミュニケーションに寄与している可能性が指摘できよう。

なお、この確認方法としては、まず情報（テーマ）の分類を行い、図 1-3 の三井情報開発㈱総合研究所（2003）が提示する地域資源の分類項目[10]と比較することとする。

②はバブル期以降の地域イベントに、地域ブランド論で語られる諸傾向と同様の変化が起きているかどうかを確認するための問い合わせである。もし、地域ブランドと同様の傾向が確認できれば、地域プランディングに地域イベントが寄与している可能性が高くなると考える。

		例
固定資源 ・地域に固定されているもの ・地域内で活用、消費されるもの	地域条件	<p>気候的条件 … 降水、光、温度、風、潮流 等</p> <p>地理的条件 … 地質、地勢、位置、陸水、海水 等</p> <p>人間的条件 … 人口の分布と構成 等</p>
	自然資源	<p>原生的自然資源 … 原生林、自然草地、自然護岸 等</p> <p>二次的自然資源 … 人工林、里山、農地 等</p> <p>野生生物 … 希少種、身近な生物 等</p> <p>鉱物資源 … 化石燃料、鉱物素材 等</p> <p>エネルギー資源 … 太陽光、風力 等</p> <p>水資源 … 地下水、表流水、湖沼、海洋 等</p> <p>環境媒体 … 風景、環境の同化能力 等</p>
	人文資源	<p>歴史的資源 … 遺跡、歴史的文化財、歴史的建造物、歴史的事件、郷土出身者 等</p> <p>社会経済的資源 … 伝統文化、芸能、民話、祭り 等</p> <p>人工施設資源 … 構築物、構造物、家屋、市街地、街路、公園 等</p> <p>人的資源 … 労働力、技能、技術、知的資源 等</p> <p>情報資源 … 知恵、ノウハウ、電子情報 等</p>
流動資源 ・地域内で生産され、地域外でも活用、消費されるもの	特産的資源	農・林・水産物、加工品、工業部品・組立製品 等
	中間生産物（付隨的資源、循環資源）	間伐材、家畜糞尿、下草や落葉、産業廃棄物、一般廃棄物 等

図 1-4 地域資源の分類：引用 三井情報開発㈱総合研究所（2003）

3. 分類結果

3. 1 テーマ別分類

地域イベントのテーマは多岐にわたる。このため、様々なコンテンツを収めた分類方法である図書分類（日本十進分類）[11]を参考に作業に着手した。そして、伝統文化に関するテーマに関しては、総務省と（財）地域創造が地域文化資産に関して行なった分類[12]の項目を引用した。さらに、地域行政の啓発イベントに関しては、総務省が提示する行政担当区分から引用した[13]。また、その他特徴的な項目は筆者が区分を設定した（表 1-4）。

表 1-4 地域イベントのテーマ別分類

大項目	中項目	内容
伝統	伝統祭事	礼[神社行事] 法会[寺院行事] 伝統年中行事 人生儀礼
	承文芸	神話 伝説 昔話 民謡
	伝統芸能	神楽 競技 田楽 音曲 風流芸 人形芸能・狂言 歌舞伎
	伝統技能	伝統的農林水産業 手工 狩猟 製紙・染色 建造
	習俗	衣・伝統食・住社会生活 礼儀 作法 伝統教育
歴史		歴史/伝記・偉人
総合的文化		市民祭り等の総合的なぎわいづくり
自然		山岳・高原・河川・海
建造物		史跡・寺社・城郭・庭園・港・通り・建造物・開発された河川・橋梁
景観		歴史景観・郷土景観・都市景観
産業		農林水産業・商業・工業他
食		地域食・B級グルメ・甘味
動植物		植物・花・生物
芸術・文化・スポーツ		美術・音楽・演劇・スポーツ・諸芸・娯楽・映画・サブカルチャー・踊り・仮装
キャラクター		マスコットキャラクター
記念・行事	記念	市政や地域政策の周年 記念日
	季節	四季・開花
	行事	現代日本の年中行事（ハロウィン・クリスマス・カウントダウンなど）
地域間交流	国内地域間交流	国内の友好関係にある地域
	国際地域交流	友好都市 該当地域に関連した国・地域
啓発	社会福祉・共生社会政策・厚生・教育	男女共同 福祉 防犯 暴追 ワークライフバランス エコロジー 教育

① 伝統

伝統祭事、承文芸、伝統芸能、伝統技能、習俗の中項目の下に、複数の伝統のテーマを集約した。「伝統」の起源をどの時代に置くかは諸説あるが、本論文では、日本が西欧化する前のものとした。このため、基本的にイベント（祭り）開始年が江戸期以前のものは伝統の項目に取り入れた。また、開始年が分からぬるものや明治以降に開始されたものに関しては、江戸期から存在していたテーマであると考えられたものは、この項目に分類した。

また、近年「ひな祭り」や「5月のこいのぼり」イベントなどが新たな演出として、日本各地で開催されている。これらに関しては、「伝統をテーマとし新たな創作を加えたイベント形態」としてとらえ、テーマの分類としては「伝統年中行事」の項目に入れることとした。例：相模原市「泳げ鯉のぼり相模川」

なお、「ハロウィン」や「クリスマス」等の年中行事に関しては、起源自体は江戸期以前であるが、日本に定着したのは、近代以降のこととして捉え、後述の「現代日本の年中行事」の項目に分類した。例：北九州市「こくらハロウィン」

分類区分参考：総務省・（財）地域創造

②歴史

歴史上の人物や・偉人にまつわるものこの項目に入れた.

そして、歴史的に成立年や人物等の裏付けがある「伝記」を、「神話」「伝説」「昔話」と区別してこの項目に分類した.

分類区分参考：総務省・（財）地域創造

③総合文化

高度経済成長期以降に各地で発生した「市民祭り」など、都市全般をテーマとしたイベントをこの項目に記載した.

ただし、「市民祭り」「市民フェア」と記載されたものに関して、タイトルやサブタイトル内、およびイベント概要でテーマの絞り込みが行われているものに関しては、除外して考えた.

例：川崎市「花と緑の市民フェア」は「⑨動植物」に分類した.

④自然

山岳・高原・河川・海といった地域特有の自然資源をテーマとして扱ったもの.

イベント展開としては食・スポーツ等の内容であっても、地域のシンボリックな自然資源で行い、その場所性を情報発信で強調しているものは、この項目に分類した. 例：北九州市「遠賀川源流の森づくり登山植樹」

⑤建造物

史跡・寺社・城郭・庭園・港・通り・建造物・橋梁など、建築・土木技術をもって人為的に建造されたものをこの項目に分類した.

また、河川については再開発されたリバーフロントを強調したものであれば「④自然」ではなく「開発された河川」としてこの項目に分類した.

さらに、前述の「④自然」と同様に、イベント展開としては食やスポーツイベント等であっても、その場所性を情報発信で強調しているものは、この項目に分類した.

例：北九州市「紫川ダンボールボートレース」

⑥景観

歴史景観・郷土景観・都市景観などをこの項目に分類した. 歴史的な資源でも「現在見ることができる景観」がテーマのものはここに分類した.

また、建造物が複合した都市空間がテーマのものは、「⑤建造物」の項目と区分してこの項目に分類した.

例：北九州市「筑前こやのせ宿場祭」

⑦産業

現在行われている、農林水産業、商業、工業に関連するものをこの項目に分類した. ただし、伝統の手工や農林水産業をテーマにしているものは、「①伝統」の「伝統的農林水産業」や「手工」の項目に分類した.

例：京都市「西陣錐参通工芸展」は①伝統に分類した.

分類区分参考：図書分類

⑧食

地域特有の食文化や、甘味などを扱うイベントをこの項目に分類した。昨今ブームを迎えてる全国のB級グルメを集めたイベントに関しては、ご当地のB級グルメが出店し、情報発信を行っているものは、この項目に分類した。

ただし、伝統のある食（酒）文化などは、前述した「①伝統」の「伝統食」に分類した。例：京都市「伏見の清酒 新酒蔵出し 日本酒まつり」

⑨動植物

地域特有の植物・花・生物をテーマとしたものをこの項目に分類した。

また、地域特有種にかぎらず総合的に集約し市民に公開するイベントもこの項目に分類した。例：広島市「ひろしまフラワーフェスティバル」

⑩芸術・文化・スポーツ

美術・音楽・演劇・スポーツ等のテーマをこの項目に分類した。

地域で発生・制作されたものに限らず、そのテーマを集約しているものもこの項目に分類した。

例：福岡市「アジアフォーカス福岡国際映画祭」

分類区分参考：図書分類

⑪キャラクター

地域のマスコットとなるキャラクター。昨今のブームである「ゆるきやら」はこの項目に分類した。

「花見」等の季節によって名所になるものは「植物」と区分けして、この「季節」の項目に分類した。前述したように、「現代日本の年中行事」はこの項目に分類した。

⑫地域間交流

友好関係にある国内外の都市にまつわるイベントをこの項目に分類した。

⑬啓発

行政の啓発イベントに関しても、地域性が高いと判断したものは、この項目に分類した。

例：北九州市「歳末市民暴走・防犯交通安全総決起大会」

分類区分参考：総務省

3. 2 形態別分類

前述したように、イベントがどのような形で行われているかという「形態別」の分類は、序章表0-4に記載した先行事例がある。本研究では、この日本イベント産業振興協会の形態別分類を地域イベントに適合させ、簡素化するとともに必要に応じて加筆・修整した（表1-5）。

表1-5 地域イベントの形態別分類

形式大項目	形式中項目
伝統的祭り系イベント	伝統的祭り系イベント
見本市・展示会イベント	見本市・展示会
	地域物産展示会・即売会
	バザー・カフェ形式
フェスティバル系イベント	複合型イベント（フェスタ・フェア含む）
	パレード型イベント
	自治体主導型の文化祭イベント
会議・集会系イベント	各種会議・集会など
	講演会・シンポジウム
文化・芸能系イベント	音楽イベント
	文化芸術イベント
	映像・テレビイベント
	科学イベント
	芸能イベント
	ダンスイベント
アミューズメント・エンターテイメントイベント	
スポーツ系イベント	チャンピオンシップイベント
	トライアルイベント
	レクレーションイベント
	スポーツフェアイベント
ワークショップ・体験系イベント	ワークショップやまち歩き等の体験イベント
地域散策系イベント	エリア分散型のイベント
景観演出系イベント	ライトアップ・イルミネーション・花火・灯籠・景観装飾

①伝統的祭り系イベント

日本の伝統的な祭りイベントの形式をこの項目に分類した。

「伝統」の起源の判断は、表1-4の分類と同様に、日本が西欧化する前のものとした。このため、基本的にイベント（祭り）開始年が江戸期以前のものは伝統の項目に取り入れた。また、開始年が分からぬるものや明治以降に開始されたものに関しても、イベント概要から推測されるイベント形態が江戸以前のものと同様と判断されたものは、この項目に分類した。

また、近年の「ひな祭り」や「5月のこいのぼり」イベントなど、テーマ自体は「伝統」と分類したものに関しても、新たなイベント演出が行われている事例は、新たな創作をえたイベント形態としてとらえ、「⑨景観演出系イベント」の項目に入れることとした。

例：相模原市「泳げ鯉のぼり相模川」は「⑨景観演出系イベント」として分類した。

②見本市・展示会イベント

業界発表会などの見本市や即売会を含む展示会などをこの項目に分類した。また、バザーや特殊なカフェを集約して行うイベントに関しても小項目として分類した。

③フェスティバル系イベント

様々な要素を盛り込んだ、総合的形態を小項目の「複合型イベント」に分類した。また、行進するイベントをパレード型として分類した。

④会議・集会系イベント

各種会議や集会、シンポジウムなどのイベントをこの項目に分類した。

⑤文化・芸能系イベント

音楽・演劇・映像といったイベントをこの項目に分類した。

⑥スポーツ系イベント

プロのアスリートによるイベントから市民参加レクリエーションイベントに至るまでの形態を小項目として分類した。

⑦ワークショップ・体験系イベント

参加型で工作やディスカッションを行うイベントや、まちあるきや疑似体験などの体験型イベント形態をこの項目に分類した。

⑧地域散策系イベント

商店街や繁華街などに分散したイベント店舗・会場を設置し、参加者の自由なまちの散策行動を誘発するタイプのイベントをこの項目に分類した。

⑨景観演出系イベント

景観を日常とは違った演出効果で見せるイベントをこの項目に分類した。花火や灯籠と言った形態は江戸期にも存在したと考えられるが、戦後にイベント数が増えていることからこの項目に分類した。

また、前述したように、伝統的なテーマでありながらも、近年増加しているこいのぼりや雛人形の集中展示による景観演出などはこの項目に分類した。

3. 3 受容別分類

ここでは、この心理変容のきっかけとなるであろう、参加者の「受容」行為について分類を行う。まずは、イベント名およびイベント概要の内容から判断し、参加者の24種の「受容」行為を抽出した。ただし、そのの中には、「踊る」「遊ぶ」などの「能動的」な内容も含まれている。本研究においては、これらを「受け手がイベントの演出を受容した結果、行為に及んだ」ものとして分類・記載する。その内容は下記である。

「1. 疑似体験する」「2. 衣装を着る」「3. 踊る」「4. 遊ぶ」「5. 体験する」「6. 売る」「7. 買う」「8. 食べる飲む」「9. 聴く」「10. 祈願する」「11. 出会う・交流する」「12. 自然を感じる」「13. 散策する」「14. 参加する」「15 知る・学ぶ」「16. 競う」「17. 泳ぐ」「18. 走る」「19. 見せる」「20. 作る」「21. 趣味を満たす」「22. 倦ぶ」「23. 見る」「24. 歩く」

なお、この受容行為に関しては一つのイベントに対し、複数の該当行動を抽出することとした。

この受容行為の分類にあたっては、「受容行為」と「モチベーション（動機）」を関連付け統合された分類を試みることとする。なお、この受容行為に関連付ける同期因子の項目は、観光学の分野で語られる「動機因子」[14]を参考に筆者が編集した（表1-6）。

表1-6 地域イベントの受容行為別分類

動機因子		イベント受容行為分類				
新奇性	非日常的な経験や楽しい経験をする。	疑似体験する 売る	衣装を着る 買う	踊る 食べる飲む	遊ぶ 聴く	体験する 祈願する
関係性	人の絆を深める。	出会う・交流する				
自然	美しい自然を鑑賞したり、体験したりする。	自然を感じる				
現地体験	異文化を体験したり、現地の人びとと触れ合うことであらたなことを学ぶ。	散策する 参加する				
刺激による自己発達	未知のことを学んだり、自信のスキルを確認し、高める。	知る・学ぶ 見せる	競う 作る	泳ぐ 歩く	走る 趣味を満たす	
郷愁・ロマン	過去にを想いをはせる。	倦ぶ				
自然動作		見る 歩く				

①新奇性

イベントによる非日常的な経験や楽しい経験をする因子。

受容行為としては「疑似体験する」「衣装を着る」「踊る」「遊ぶ」「体験する」「売る」「買う」「食べる飲む」「聴く」「祈願する」が該当すると考える。

②関係性

イベントの空間において、未知の人や専門家・知人など、他者との絆を深める因子である。

該当する受容行為としては「出会う・交流する」が該当する。

③自然

美しい自然を鑑賞したり、体験したりする因子
受容行為としては「自然を感じる」が該当する。

④現地体験

空間において、異文化を体験したり、現地の人びとと触れ合うことであらたなことを学ぶ因子である。「散策する」「参加する」という受容行為が当てはまる。

⑤刺激による自己発達

非日常的な空間で、未知のことを学んだり、自信のスキルを確認し高める因子。
「知る・学ぶ」「競う」「泳ぐ」「走る」「見せる」「作る」「趣味を満たす」という受容行為が該当する。

⑥郷愁・ロマン

空間において、過去の歴史に想いをはせる因子。「妬む」「供養する」が該当する受容行為である。

⑦自然動作

イベントに参加することで動機に左右されなくとも必然的に発生する受容行為を「自然動作」と分類した。「見る」「歩く」といった日常動作が該当する。

4. 時代による比較

先に述べたように、まちづくりの歴史のターニングポイントをバブル経済崩壊の1991年とし、その前後の地域イベントの変化を比べる。

詳細は資料編に掲載するが、イベントが開始された年が判明している264件のサンプルを用いて、本章で分類化したイベントの「テーマ」「形態」「受容」の項目がバブル経済前後でどのように変化したかを比べた。その結果が次のとおりである。(n数:バブル以前=104件、バブル以降=160件)

4. 1 テーマの変化

バブル以降、「伝統文化」「歴史」「自然」「建造物」「動植物」等のテーマのイベントの発生が減少している。一方で、「産業」や「食(B級グルメ)」「芸術文化スポーツ」「記念・行事」「地域間交流」といったテーマのイベントがバブル以降に増加している。

前者は、「観光資源」等の古くから街のシンボルとして認知されてきたテーマと捉えることができよう。それに対して後者は市民の生活に沿ったものであると捉えることができると考える。つまり、地域イベントのテーマ設定が、地域の代表的な資源情報から、市民生活のシーンに沿ったものへと変化していると言えよう(図1-5)。

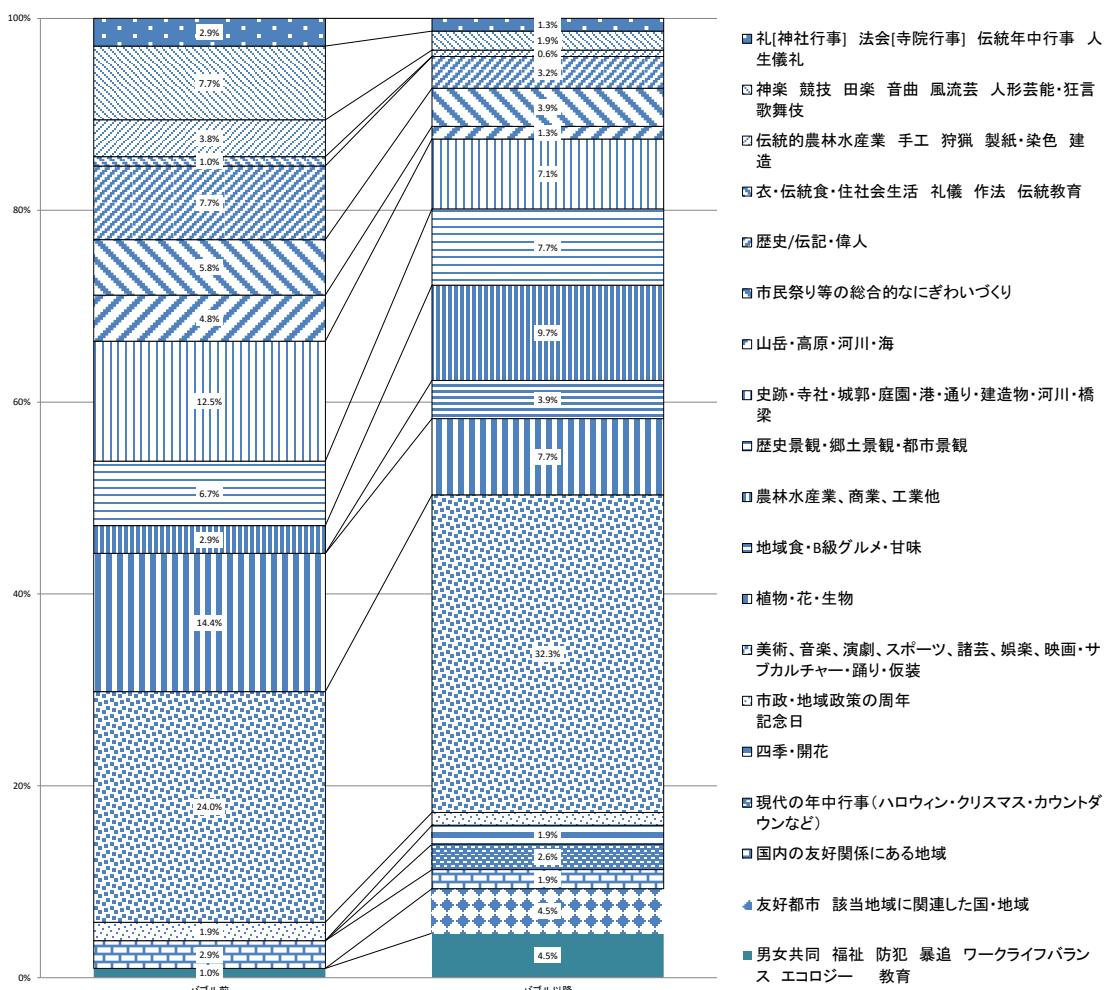


図1-6 地域イベント開始年代と「テーマ」の比較

4. 2 形態の変化

バブル以降、「伝統的な祭り」スタイルや「見本市」、総花的な「複合型」といった形態のイベントの発生が減少している。

一方で、「バザー・カフェ形式」「ワークショップ・まちあるき」「エリア分散型」「イルミネーション・ライトアップ」といったテーマのイベントがバブル以降に催されてきていることがわかる。

前者は、寺社や公園・展示場といった公共的なオープンスペースといった場所で「点」的にぎわいを創出しているのに対し、後者は商店街や繁華街といった広域なエリアで「面」的に展開している。

また、「4.1 テーマの変化」では「自然」「建造物」などのテーマは縮小傾向にあると述べたが、「イルミネーション・ライトアップ」といった新たな形態のイベントとしてバブル期以降に発生しているものもある（図1-7）。

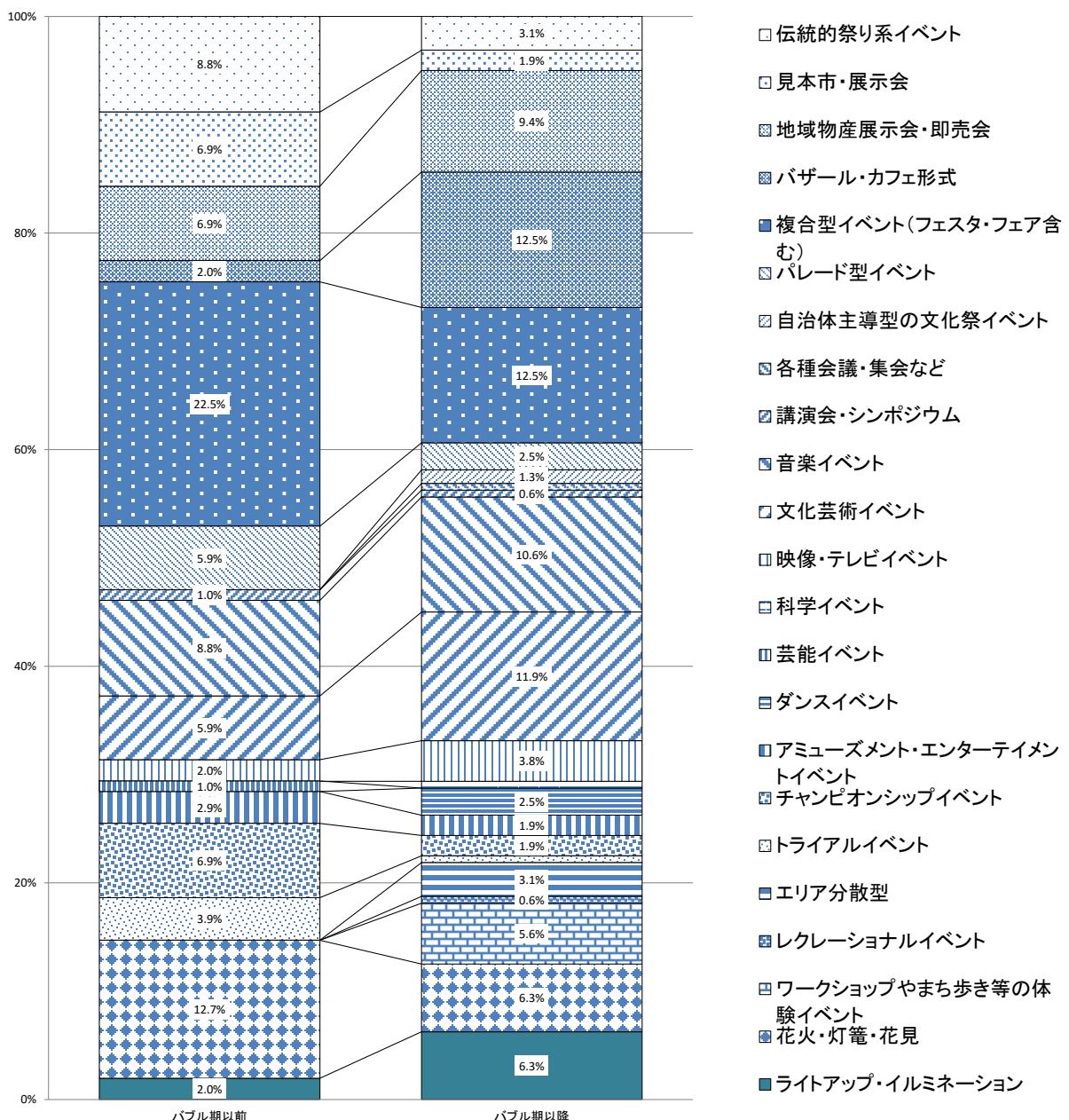


図1-8 地域イベント開始年代と「形態」の比較

4. 3 受容の変化

際立った変化が見られたのは、「現地体験-散策する」という行動がバブル期以降に増えていることである。また、表6で分類した「新奇性」の項目内の受容行為が増えている傾向にある。このことからも、よりアクティビティが高く、イベントの受け手側が主体的に関与する演出を意図する企画が考えられるようになってきていると考えられる（図1-9）。

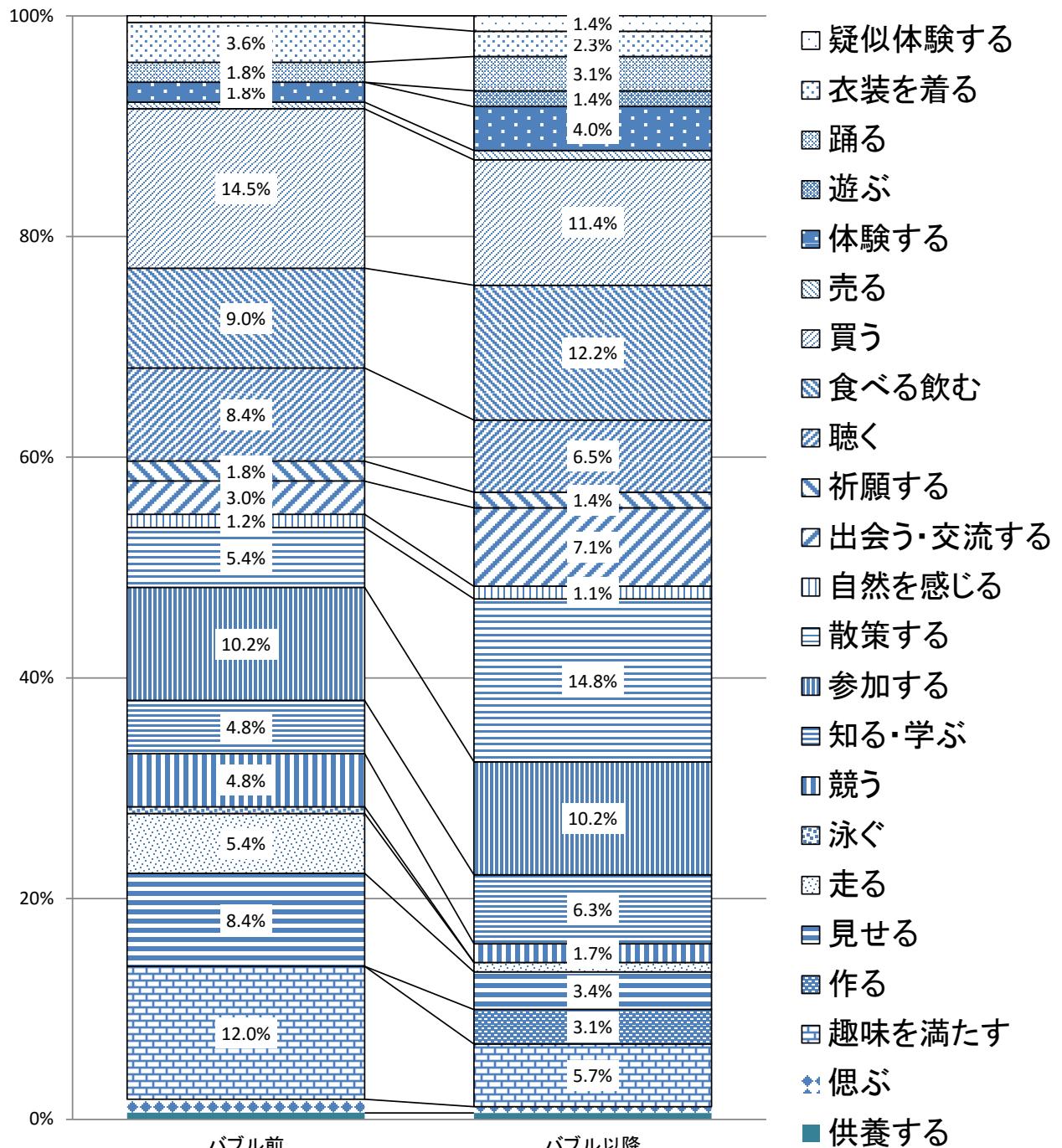


図1-10 地域イベント開始年代と「受容」の比較

5. 考察

今回のサンプルとした地域イベントは、2013年現在でHPに掲載されている情報をもとにしているため、開始当初の形式とはその姿を変えている可能性があるが、地域イベントの傾向を掴む上では有効な情報であると考え研究を行った。

その結果、表1-2で示した三井情報開発㈱総合研究所（2003）の地域資源の分類に掲載されている項目の多くは、表1-4で示した地域イベントのテーマ分類項目内容として出現していることがわかる（図1-11）。このことより、多くの地域イベントが地域資源のコミュニケーションに寄与している可能性が指摘できよう。

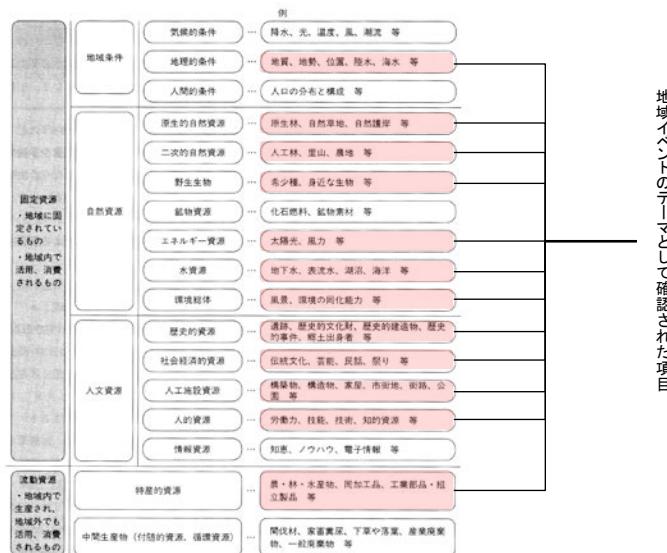


図1-12 地域イベントのテーマとして確認された項目：三井情報開発㈱総合研究所（2003）をもとに筆者作成

また、地域イベントのテーマは「観光資源」的から「市民の生活に沿ったもの」へと移り、その実施場所においても、街のシンボリックな地点から街を面でとらえるような展開が行われてきていることが分かった。この動きは、現在各地方で行われている「地域ブランド」の掘り起こしの作業と同様の傾向であると推測できる。このことより、現在の地域イベントは、地域プランディングの作業に寄与している可能性が高いと結論付けることが出来よう。

6. まとめ

本章では、地域イベントが地域資源のコミュニケーションに寄与している可能性と、昨今の地域プランディングの作業と同様の傾向が地域イベントにも発生している可能性があることが確認された。これらの結果は、地域イベントが、現在の地域プランディングの作業においてコミュニケーション・ツールとして寄与している可能性が高いことを示唆するものであると考える。

ただし、本論文で扱ったイベントのサンプルは、あくまでも地域イベントの概観を把握するために抽出したものであり、その効果に関しては玉石混合であると推測せざるを得ない。また、有効な地域イベントを創出する戦略的なアプローチは明らかにできていない。

次の章では、成功している地域イベントをもとに、その戦略について考察を加えていく。

第1章：参考資料一覧

- [1] 平野繁臣監修・イベント用語辞典編纂委員会編集、イベント用語辞典、日本イベント産業振興協会、p2, 1999
- [2] 清水公一、広告の理論と戦略第18版、創成社、p.365, 2014年
- [3] 和田充夫・日本マーケティング協会、マーケティング用語辞典、日経文庫、p.180, 2004年
- [4] 岸志津江・田中洋・嶋村和恵、現代広告論、有斐閣アルマ、p.7, 2000年
- [5] デービット・A・アーカー著・陶山計介・中田善啓・尾崎久仁博・小林哲訳、ブランドエクイティ戦略第6版、ダイヤモンド社、pp.229-236, 1999年
- [6] 宣伝会議編、広告ビジネスの基礎講座、宣伝会議、p131, 2003年
- [7] 佐藤圭一、イベントの新しいありかたと市民参加、イベント白書2000イベントと市民参加、日本イベント産業振興会、PP7-16, 2000年
- [8] 中沢篤志・鳴海邦穎・久隆浩・田中晃代、日本における住民参加型まちづくりの変遷に関する研究（1970-94）、日本建築学会大会学術講演梗概集（北海道）、PP627-628, 1995年8月
- [9] 石原武政・西村幸夫、まちづくりを学ぶ、有斐閣ブックス、2010年
- [10] 三井情報開発㈱総合研究所、いちから見直そう！地域資源・資源の付加価値を高める地域づくり、㈱ぎょうせい、p5, 2003年
- [11] もりきよし原編、日本図書館協会分類委員会改訂、『日本十進分類法』、日本図書館協会、2014年
- [12] 地域文化資産ホームページ <http://bunkashisan.ne.jp/> 最終アクセス 2016年1月5日
- [13] 行政分野分類表 http://www.e-gov.go.jp/help/public_comment/field.html 最終アクセス 2016年1月5日
- [14] 橋本俊哉編著・溝尾良隆・安島博幸・下村彰男・下代田朗編集委員、観光行動論第4巻、原書房、p 27, 2013

第2章

地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説について —わっしょい百万夏まつりの事例—

第2章 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説について —わっしょい百万夏まつりの事例—

はじめに

前章では、地域イベントが、現在の地域プランディングの作業においてコミュニケーション・ツールとして寄与している可能性が高いことを確認した。

本章ではさらに議論を進め、有効な地域イベントを創出する戦略的なアプローチについて考える。

1. 研究の方法

本章では、有効な地域イベントを創出する戦略的について考察を行うため、地域ブランド論で語られる戦略の地域イベントへの適用を試みる。

このことを、次の構成で展開する。

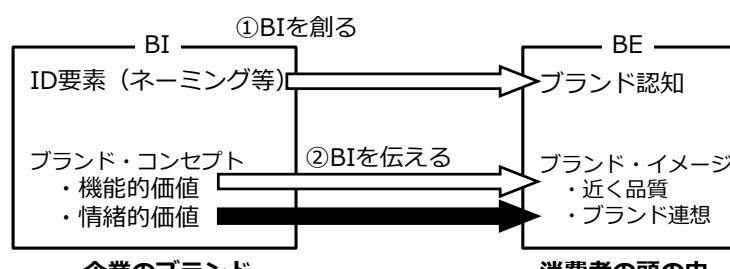
第2節では、本章に関する先行研究について再確認を行う。その上で、第3節にて地域ブランド論で語られる戦略論を参考に地域イベントの戦略構造の仮説モデルの提示を行う。

そして、第4節にて、北九州市の代表的な地域イベントである「わっしょい百万夏まつり」の事例を調査し、第3節で示した仮説への適用を行う。

さらに第5節で、仮説モデルに関する考察を行ない、その有効性を問う。

2. 本章に関係する先行研究

序章では、原田・三浦（2011）の、コンセプト・メイキングとコミュニケーションの関係を説明した「ブランド戦略の体系」[1]と、この体系に、「ゾーニング」と「アクター」の存在を考慮した「地域ブランドを成功裏に導く戦略的枠組み（以下：トライアングルモデル）」[2]を示した。ここでは、本章での議論の理解を進めるため、これらをあらためて先行研究の図2-1、図2-2として記載しておく。



注: BIはブランド・アイデンティティ BEはブランド・エクイティ

図2-1 序章で示したブランド戦略の体系 出典：原田・三浦（2011）

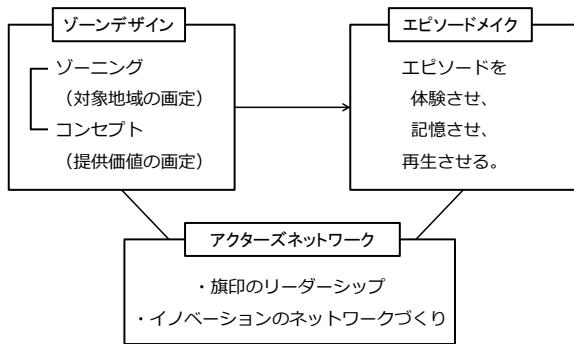


図 2-2 序章で示した地域ブランドを成功裏に導く戦略的枠組み（トライアングルモデル） 出典：原田・三浦（2011）

3. 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説モデルについて

3. 1 トライアングルモデル適用の試み

第1章で検討したイベントのコミュニケーションの概念図（図2-3として再掲載）に、図2-2のトライアングルモデルを適用させてみる。

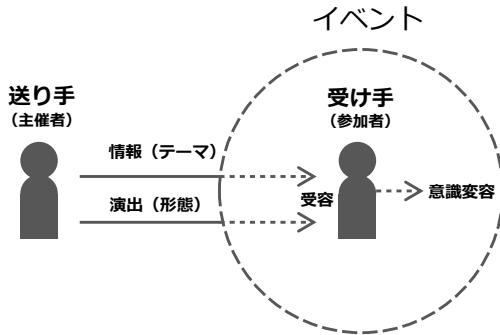


図 2-3 第1章で示したイベントの概念図（図1-2の右部）

3. 1. 1 ゾーンデザインの適用

序章で表0-5に示したJACEイベント職務能力評価システム高度化共同体（2009）では、イベント業務における職種を「企画職」「制作職」「運営職」に大別しており、企画職において企画立案の作業の存在とその必要性が述べられている[3]。一般的に、企画立案作業には企画の方向性を定めるテーマ設定やコンセプトワークという作業が伴う。

では、地域イベントではどのようなコンセプトワークが行われていると想定できるであろうか。イベントは、実施する場を非日常空間に演出し、テーマの情報を参加者に伝え意識を変容させるコミュニケーションを行う。このことを考えると、地域イベントでは、テーマの地域特性を鑑みたコンセプトの意図が存在するかもしれない。また、イベントの「場」とブランド・アイデンティティを絡めたゾーニングデザインの存在も予想される。

本章ではこのことを踏まえ、第1章で「テーマ」として扱った情報に関する概念をさらに「イベントコンセプト」という視座に捉えなおし、地域イベントの戦略構造の作成を試みる。そして、実際の地域イベントでゾーニングを鑑みたコンセプトワークが行われていることが確認できれば、トライアングルモデルの「ゾーンデザイン」と適応して考えることが出来ると考える。

3. 1. 2 エピソードメイキングの適用

図2-3で「演出」「受容」と考えた部分は、受け手に対するコミュニケーションに関する議論であった。先に述べたように、イベントのコミュニケーションにおいては、一般的な広告メディアとは違った非日常性という特性を持っている。ここから、参加者の受容がエピソードメイクにつながる演出が創出されていることが考えられる。また、非日常空間の創出そのものがエピソードメイクにつながっていることも予想される。

よって、本章では、図2-3の「演出」「受容」と示した部分を、エピソードの体験・記憶・再生を誘発する非日常体験の仕組みとしての再定義を試みる。そして、実際の地域イベントのコミュニケーションにおいてエピソードメイキングが確認できれば、トライアングルモデルを適応して考えることが出来ると考える。

3. 1. 3 アクターズネットワークの適用

第1章で調査を行ったHPの情報では、送り手（主催者）の全容をうかがい知ることは難しい。このためこの調査では、アクターという組織論からのアプローチは行っていなかった。ただし、地域イベントにおいても、アクターの存在は多数語られている[注1]。よって、事例とする地域イベントの組織運営において、効果的なアクターの関与が確認できれば、トライアングルモデルを適応して考えることが出来ると考える。

3. 1. 4 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説モデルの提示

これらのことと踏まえ、地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造（以下：地域イベントの戦略構造）の仮説を、図2-4のように示す。

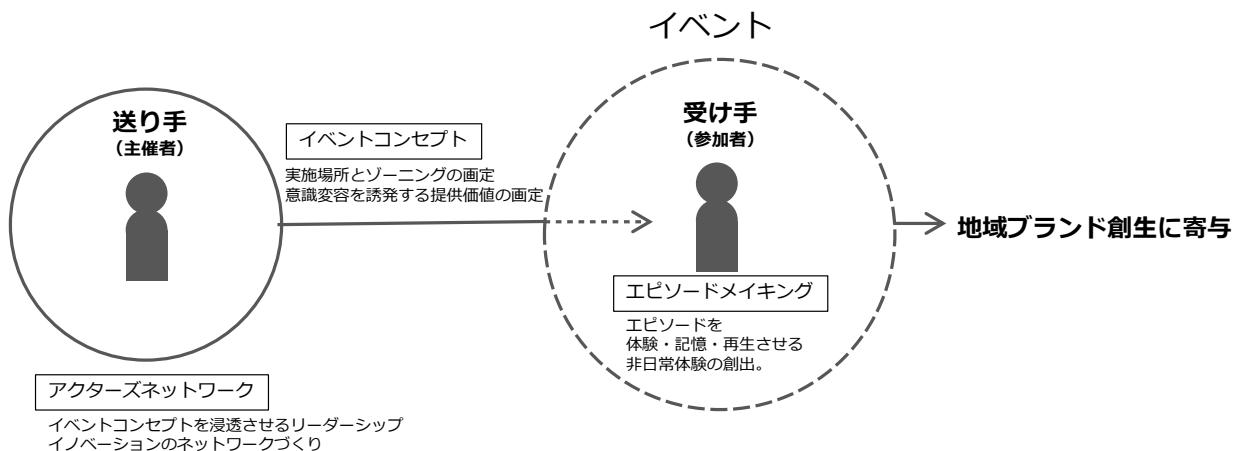


図2-4 地域ブランド創生に寄与する地域イベントの戦略構造の仮説モデル

4. 事例研究

前節で提示した「地域イベントの戦略構造」が成立するか、本節では事例をもとに検証を行う。

4. 1 事例：わっしょい百万夏まつりについて

事例として扱うのは、北九州で毎年8月の第一週の土日に実施される「わっしょい百万夏まつり」である。この地域イベントは、約8,200万円の実施費用をかけ、来場者は150万人という規模を誇る。開始から約27年間継続しており、2015年現在では北九州地域の代表的な地域イベントである。このことから、北九州市の地域ブランドに寄与する、地域イベントの成功事例と判断した（表2-1）。

表2-1 わっしょい百万夏まつりの概要

項目	内容
地域イベント名称	わっしょい百万夏まつり（わっしょいひやくまんなつまつり）
開始年	1988年
実施時期	毎年8月第一週の土日
開催場所	北九州市庁舎周辺：勝山公園・小文字通
主催者	わっしょい百万夏まつり振興会
実施内容	夏まつり大集合、わっしょい百万踊り、パレード、花火大会等
来場者人数	150万人（2日間延べ人数）
実施予算	約8200万円（協賛金約3,500万円を含む）

4. 2 リサーチクエスチョンと検証資料について

この事例研究では、定性的に「地域イベントの戦略構造」との整合性を確認する。その際、事例を読み込むための視点として、下記のリサーチクエスチョンを用意した（表2-2）。

表2-2 わっしょい百万夏まつりのリサーチクエスチョン

	リサーチクエスチョン項目	確認のテーマ
①	合理的な理由で、小倉中心市街地にてイベントを開催している。	イベントコンセプト
②	北九州というゾーンを百万という名称で表現する背景にはコンセプト的に合理的な意図を持つ。	イベントコンセプト
③	北九州の地域性に特化した、エピソード記憶の体験・記憶・再生のプロセスを意図している。	エピソードメイキング
④	同地域イベント特有の、意識変容を促す装置を継続して実施している。	エピソードメイキング
⑤	北九州地域に根差したアクターのネットワークをもち、ボランタリーな協力関係を持っている。	アクターズネットワーク
⑥	コンセプトで意図されたコミュニケーションを行い、イベントの受け手に対し心理変容を起こしている。	地域プランディング行為

表2-2に記載した①②は、ゾーニングを意識したイベントコンセプトが成立しているかを確認するものである。③④では、非日常性の演出の中で、エピソードの体験・記憶・再生のメカニズムを意図しているかを確認する。⑤では、アクターの組織構築が意図されており、また組織が継続的な視野で語られているかを確認する。また、トライアングルモデルを適用するには、地域イベントが地域プランディングを意識した行為であることが前提となる。⑥はこのことを確認する問い合わせである。

次に、これらの問い合わせの視点を軸に、「わっしょい百万夏まつり」を読み解いて検証を行う。その資料として、公式HP、主催者発表資料、報道内容を使用し、さらに主催者へのヒアリングを実施した（表2-3）。

表 2-3 検証に使用した「わっしょい百万夏まつり」関連資料

番号	項目	内容
1	公式 HP	http://wasshoi.info/ 最終アクセス 2016年1月5日
2	主催者発表資料等	2014 わっしょい百万夏まつり写真集 わっしょい百万夏まつり実施状況（1998年～2015年）内部資料 平成27年度わっしょい百万夏まつり総会資料
3	2015年新聞報道内容	5月19日西日本：「まちのチカラ」をテーマに 5月19日読売：「看板娘・息子」に4人 わっしょい百万夏まつり PR 5月19日朝日：ギラヴァンツとコラボ/筋肉自慢集合 6月27日毎日：今年で20回出場3団体を表彰 わっしょい「百万踊り」 7月1日西日本：百万踊り20回目参加3団体表彰 8月1日西日本：趣向凝らした光の大輪 九州の花火大会 8月1日朝日：わっしょい百万夏まつり 8月2日毎日：わっしょい百万開幕 8月2日読売：九州の夏集約 8月2日読売：よさこい見事な演舞に歓声 8月2日西日本：夏まつり共演北九州熱く 8月2日西日本：熱さ忘れる熱狂 8月3日西日本：百万踊りで最高潮 8月3日読売：「百万踊り」祭り最高潮 8月3日毎日：熱さへっちゃら百万踊り 8月5日西日本：熱気、躍動・・・最高潮
4	主催者ヒアリング	わっしょい百万夏まつり振興会事務局次長久保広行氏 主査大倉淳一氏 へのヒアリング 日時：2015年10月26日（月）14:00～16:00 場所：わっしょい百万夏まつり振興会事務局（北九州市小倉北区古船場街 1-35 北九州市商工貿易会館 7F） わっしょい百万夏まつり実行委員長松尾孝治氏とのfacebookメッセンジャーでのヒアリング 日時：2015年10月30日～31日 *松尾氏多忙のため、facebookでの対応となった。

4. 3 「わっしょい百万夏まつり」事例の検証

4. 3. 1 「百万」というイベント名称

「わっしょい百万夏まつり」は、もともと青年会議所が実施していた「まつり北九州」という地域イベントを、1988年の市政25周年を記念し、現在の形に発展させたものである。

主催者は、イベント名称を変更する際、そのゾーン名に「百万（ひゃくまん）」という数値を採用した。「百万」とは、北九州の市民数=100万人を意味するが、この名称が採用された背景には次のような当時の行政人と市民の意識がある。

北九州市は1963年に5つの市が合併して出来た政令指定都市である。それは世界的にも珍しい対等合併で、旧5市それぞれの主張と平等性を尊重する行政気質が生まれた。しかしその平等性を重んじるあまり、都市計画においては選択と集中が行われず、北九州を代表する「都市の顔」が形成されてこなかった。

この地域イベントが開始された1988年当時、北九州市役所には、旧5市時代に採用された行政職員が多く勤務しており、区を超えた人事異動も積極的には行われていなかった。このため、合併から生まれた行政気質による悪習が根強く残っていたという。そのような状況下で、旧5市の垣根を取り払い、市民の気持ちを一つにする仕組みを持った北九州市を代表するイベントの創出が求められた。この当時の主催者の想いは後身に引き継がれ、現在も「市民意識の一体化」がこのイベントのコンセプトとなっている。

「わっしょい百万夏まつり」のゾーニングは「北九州市全域」である。ただし、開始当時の主催者はこの地域イベントのゾーン名称を安易に「北九州」とはしなかった。このことには次の理由がある。

「北九州市」という名称は5市合併の際に公募で採用された名称である。しかし、1988年当時「北九州」とは九州の北部地方を指す名称でも用いられていたこともあり[注2]、他都市からするとゾーニングが曖昧で、市民の中でもあまりロイヤリティの高い名称ではなかった。

一方で、「百万」とは当時の北九州市の人口である。言い換えるとそれは、「北九州市民すべてを一つにした」数であり、同時に市民がシビックプライドを感じていた当時の「政令指定都市」の法定人口数でもあった。

つまり当時の主催者は、北九州市の地域と市民の一体感を表現する「百万」という言葉を用い、ゾーン名称でイベントコンセプトを伝えようとしたのである。

4. 3. 2 わっしょい百万夏まつりの実施の場について

この地域イベントは、北九州市小倉北区の小文字通と勝山公園をメイン会場として実施されている。市庁所在区の中心市街地であるこの場所が、北九州市の代表的な地域イベントに相応しい場所であるというのが選定の理由である。

開始当時は、旧5市平等の意識から各区持ち回りで実施する要望があったが、主催者はイベントのイメージを定着さるために、現在の場所での実施を固持してきたという。また、実施時期も8月の第一週の土日と固定している。これは、市民への実施時期の認知定着を行うためである。

これらの方策により、主催者は、北九州市の代表的な地域イベント実施の「場所と時間」をブランド・アイデンティティ化させる効果をもたらしていると考える。

4. 3. 3 イベントコンセプトとその演出について

わっしょい百万夏まつりでは開始当初から、コンセプトである「市民意識の一体化」の演出として、「夏まつり大集合」「パレード」「百万踊り」「花火」が催されている。

「夏まつり大集合」は、旧5市各ゾーンの代表的な伝統の夏まつりを集約し「一体化」したものである。来場者は、各ゾーンの山車や山笠などが一堂に揃う祭りの見本市的な演出により、コンパクトに北九州の祭りを体験できる。

市庁舎前の大通で実施される「パレード」では、北九州の各企業・団体が一度に練り歩く。ここに北九州の働く者の「一体感」が演出されているという。そして、代表的な公園（勝山公園）で市民が「一体」となる、「百万踊り」の参加体験や、「花火」の鑑賞が実施される。

この様に「市民意識の一体化」というコンセプトのもと、参加者・来場者ともに多彩な受容行為を導く非日常的な演出の仕組みが構築されている。そしてこれらの仕組みには地域・実施場所の理由づけが明確であり、ゾーニングが意識されていると考えられる。

4. 3. 4 わっしょい百万夏まつりの体験・記憶・再生のプロセス

「夏まつり大集合」は各区の祭りを実施する。これは、コンパクトに北九州の祭り全体の記憶を再生・体験させるプログラムである。「百万踊り」では、オリジナルソングで踊りを行う。これは、北九州に由來した歌詞により、ゾーンの記憶を再生しながら体験を誘発していると考えられよう。そして、地域のシンボルである勝山公園にて花火を打ち上げることで、場に強く結びついた非日常体験を演出している。

また、これらの定番プログラムを継続実施する一方で、イベントのマンネリ化を防ぐため、5年ごとの市政の周年を記念して、「ヨサコイ（40周年）」「ディズニーパレード（50周年）」などのプログラムを導入し、新奇性のある体験を提供している。

当地域イベントにおけるエピソード記憶の「体験・記憶・再生」という一連のプロセスは、1988年の初回実施から実施場所・時期を固定し、毎年繰り返されてきた実績を持つ。

主催者が2013年に行った調査（図2-5）では、来場者は69.3%が北州市民で、そのリピート率は76.1%を示している。また、3時間以上のイベントの滞在時間（体験を行う時間）を費やす来場者は全体の60%に上る。

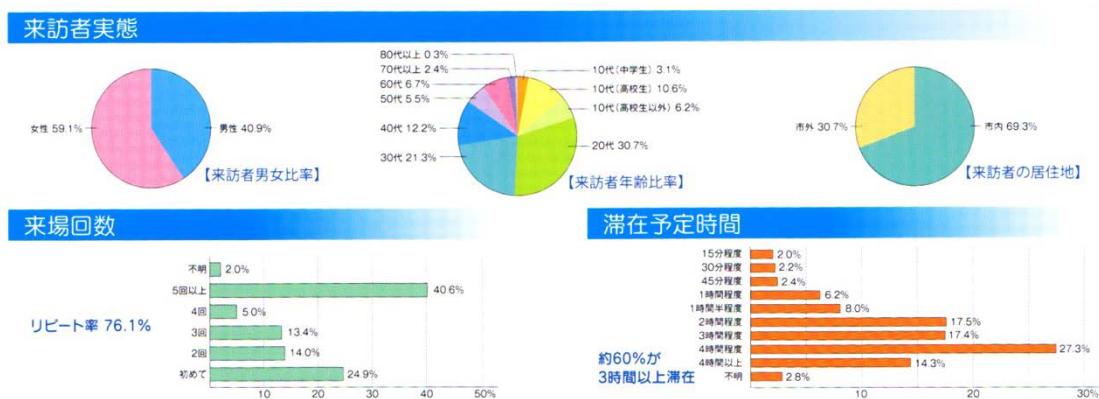


図 2-5 来場者アンケート 2013 年（資料提供：わっしょい百万夏まつり振興会）

また、1993年からは、市庁舎のブラインドの開閉による「祭」「百万」の文字装飾を行っている。市庁舎をモニュメント化したこの装飾は、「人でにぎわう大通の風景」「花火」とともに当地域イベントを表現する構図の写真として撮られ、広報資料や報道社によって配信されている（写真2-1）。また、市民も同様にその風景を撮影していると推測され、それがエピソード記憶の一連のプロセスを強化していると考えられる。



写真2-1 1993年から始まったブラインド開閉による市庁舎のモニュメント化（写真提供：わっしょい百万夏まつり振興会）

市庁舎のブラインドで「百万」「祭」という文字を浮き上がらせている風景は、わっしょい百万夏まつりの代表的風景である。1993年から始まったこの取り組みは、本来市庁舎の事務所内の蛍光灯照明をつけて文字を光らせていましたが、2011年の震災による節電を機にブラインドの開閉の表現だけになっている。

4. 3. 5 北九州青年会議所から始まったアクターのネットワーク

同地域イベントは、北九州商工会議所、北九州青年会議所、北九州観光協会、各区自治会、婦人会、企業、市民団体など約180団体で組織された「わっしょい百万夏まつり振興会（以下、振興会）」において企画・運営が行われている。

年間約8,200万円の運営経費において、人件費が発生するのは振興会事務局の2名だけであり（出演タレントを除く）、その他のアクターは経済的なメリットが伴わないボランティア的な関与である。

振興会の中で、企画・運営を行う中核組織は約65名（2015年5月現在）からなる「実行委員会」であり、その委員長は北九州青年会議所（以下、北九州JC）から選出されることになっている。

2015年の実行委員長の松尾氏によると、北九州JCへの参加メリットは、自己形成と人脈ネットワークの形成にあるという。同組織メンバーは、40歳の満期を迎えるまで、様々な社会活動を通じ、青年経済人としてのスキルアップを行なう。また、北九州JCのOB・OGとの交流も行っており、縦型の社会が内部に形成されている。

北九州JCは、わっしょい百万夏まつりの前身の「夏まつり北九州」の主催として1973年から関与し、現在も運営の主力組織として活動を続けている。

当地域イベントの立ち上げ時には、旧5市の意見を反映させるための様々な困難が伴ったという。北九州JCメンバーは、「市民意識の一体化」のために、その苦難を当時の市長とともに分かち合い、わっしょい百万夏まつりを実現させた。その先達の逸話は脈々と現在のメンバーに語り継がれており、このイベントに携わること自体が本人たちのプライドにつながっているという。このことは、北九州JCのOBにとっても、当地域イベントの振興会の一員として関与するアクターが多数存在することからも伺える。

このように、わっしょい百万夏まつりは、40年以上の歴史の中で、イベントのコンセプトがアクターに受け継がれ、結束力の強い人的ネットワークが構築されてきた地域イベントである。

5. 考察

わっしょい百万夏まつりの事例を先に示した「地域イベントの戦略構造」と照らし合わせて整理を行うと図2-6のようになると考へる。

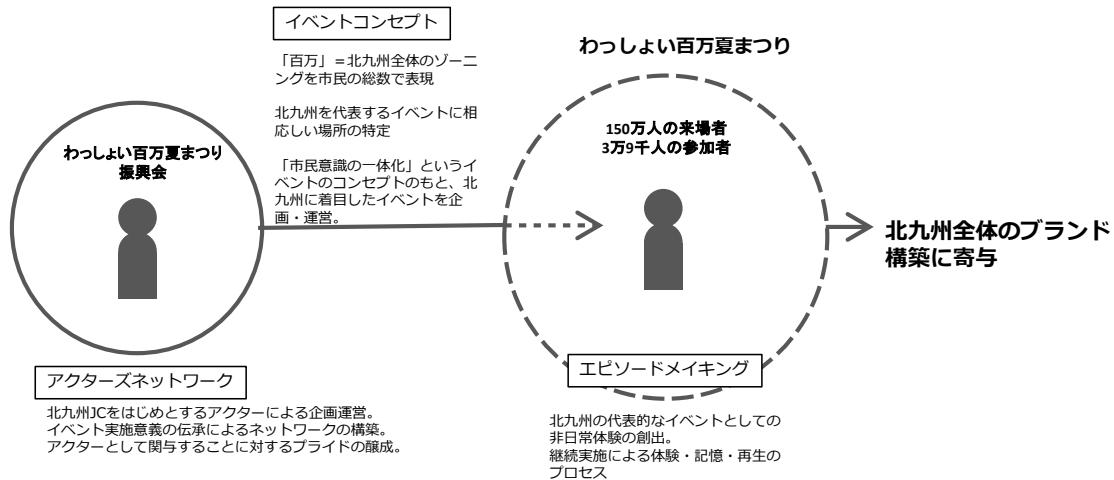


図 2-6 わっしょい百万夏まつりの地域イベント戦略構造

5. 1 ゾーニングを意識したイベントのコンセプトと企画構成

当時の「北州市」という名称への求心力の低さを背景に、市民を一つに集結した表現として「百万」という名称が選択された経緯は、名称の使い分けでブランドイメージを操作する現在の「ゾーニング」と同様の意識が働いていたと考えることが出来よう。

また、イベントの様々な企画に北九州に由来したエピソードを施し、さらに実施場所も北九州の代表的な地域イベントに相応しい市庁所在地の中心市街エリアに設定している。

これらのことから、戦略的にゾーニングを意識したイベントの組み立てが行われていると考える。さらに、主催者は、実施する「場所」と「時期」を特定し、市民に対して「夏の北九州の風物詩」としての認知を定着させている。つまり、今回の事例から、地域イベントでは、ゾーニングにおいて空間的な広がりだけでなく、そのゾーンの時間的（時期）な組み立ても行われている場合があることが示されたと考える。

5. 2 エピソードメイキングを意識したイベント演出

わっしょい百万夏まつりの各イベント施策や、市庁舎をモニュメント化する景観演出において、非日常体験でのエピソードメイキングが意図されていることが確認できた。

そして、1988年の開催から現在に至るまで、毎年実施されていることで、体験・記憶・再生のプロセスが循環している。

このことより、今回の事例では、一回の地域イベント単体の中にエピソードメイキングの仕組みが組み込まれおり、また継続実施という形態をとることで、そのプロセスが機能していくことも示されたと考える。

5. 3 わっしょい百万夏まつりのアクターズネットワーク

北九州JCを中心として、帰属性の高いアクターズネットワークが形成されていることが確認でき

た。運営組織にコミットする各アクターは、イベント実施を通じた自己の成長や人的ネットワーク形成というメリットを享受しているが、一方で、苦難の末に大成したこのイベントに携わること自体が彼らにとっての誇りになっている。

イベントのコンセプトと逸話は、今も現在の運営組織に語り継がれている。これは、運営するアクターたちの間で、イベントのエピソード記憶が体験・記憶・再生を長期にわたって繰り返されたことを意味する。このことから、アクターの帰属意識の高さは、わっしょい百万夏まつりという地域イベントそのものが、実施回数を重ねるごとに、ブランド力をもってアクターに認知されてきた結果とも考えられる。

5. 4 地域イベントにおける、地域ブランディングの二重構造

北九州市の「市民意識の一体化」というコンセプトのもと企画されたこの地域イベントは、「北九州市全域」のゾーニングを意図していると考えられる。また、図2-7のように約150万人の来場者と、47億円の経済効果をもたらしている。この、来場者数をイベントの受け手への「情報伝達量」、経済効果を受け手の「心理変容」と置き換えて考えると、この地域イベントは大規模なコミュニケーションを実現していると捉えることが出来る。これらのことから、わっしょい百万夏まつりは、序章の図0-7で前述した初谷（2012）の「地域組織（自治体など）ブランド」に該当する地域ブランド[4]創生に寄与していると考えられよう。

一方で、1988年から毎年継続してきたわっしょい百万夏まつりは、現在、北九州を代表する「地域イベント」として認知されており、いわば都市の顔を形成するシンボルの一つとして機能している。このことから、現在の北九州市において、この地域イベント自体がブランド・エクイティを獲得しているとも考えられる。それは、初谷（2012）の説明する「地域ブランド（地域資源ブランド）」に該当するもので、先に述べたアクターの帰属意識や、来場者の高いリピート率は、受け手の心理変容を裏付けるものであろう。



図2-7 経済効果に関する来場者アンケート 2013年（資料提供：わっしょい百万夏まつり振興会）

6. 研究のまとめ

これまで、「地域イベントの戦略構造」仮説モデルを構築し、わっしょい百万夏まつりを事例に定性的に仮説モデルの検討を行ってきた。その結果、わっしょい百万夏まつりにおいては「イベントコンセプト」「エピソードメイキング」「アクターズネットワーク」からなる戦略構造が成立している可能性が高いと確認できた。

また、「わっしょい百万夏まつり」の事例では、地域イベントが地域ブランド創生に寄与することだけでなく、地域イベントの存在自体が地域ブランドとなりうる可能性が確認された。ここに地域

イベントにおける、「地域プランディングの二重構造」が存在する可能性が示されたと考える。

そして、先達のアクター達がこのイベントを北九州の代表的な地域イベントにまで高めてきた経緯は、ネットワークの中で繰り返し語られ、各アクターの高い帰属意識を生み出している。これは地域イベントを運営する上で、アクターズネットワーク構築の留意点の一つとなると考える。

ただし、本章における議論はあくまでも「地域イベントの戦略構造」仮説の提示と、代表的なイベントの事例による検証である。よって、本仮説は、さらに多くの事例によって検証する必要があるとともに、実際の地域イベントを実験的に行い実証すべきであろう。

第2章:参考資料

- [1][2] 原田 保・三浦俊彦 編著, 地域ブランドのコンテクストデザイン, 同文館出版, p.12, p.20, 2011年
- [3] イベント業務者能力評価システム高度化事業活動報告書, JACEイベント職務能力評価システム高度化共同体, 2009年
- [4] 田中 道雄・濱田 恵三・白石 善章 編著 初谷勇著, 『地域ブランド論』第4章「地域ブランド政策とは何か」, 同文館出版, p.60, 2012年

注釈

[注 1] 例えば、イベント白書2000では、「イベントと市民参加」として、地域イベントとアクターの関与について記載している。

佐藤圭一, イベントの新しいありかたと市民参加, イベント白書2000イベントと市民参加, 日本イベント産業振興会, PP7-16, 2000年

[注 2] 例えば日本たばこ産業は福岡県の二日市の工場に「北九州工場」という名称を付けていた。

第3章

地域イベントの戦略構造の仮説検証

— 地域イベントの実施による事例研究 —

第3章 地域イベントの戦略構造の仮説検証— 地域イベントの実施による事例研究—

概要

第2章における議論は「地域イベントの戦略構造」の仮説提示と、北九州市の代表的な地域イベントの事例による検証であった。本章では、実際の地域イベント実施において、この仮説が有効に働くかを確認する。具体的には、仮説の「地域イベントの戦略構造」を意識して企画した二つの地域イベントを実施し、定量・定性的な評価をもって判断した。

その結果、2つのサンプルイベントで「地域イベントの戦略構造」の適応について確認ができた。

はじめに

第2章では、トライアングルモデルを地域イベントに適用しながら「地域イベントの戦略構造」仮説を提示した上で、「わっしょい百万夏まつり」を事例として、定性的に同仮説の適合を試みた。その結果、わっしょい百万夏まつりにおいては「イベントコンセプト」「エピソードメイキング」「アクターズネットワーク」が成立している可能性が高いと確認できた。

ただし、第2章における議論はあくまでも仮説の提示と、北九州市の代表的な地域イベントの事例による検証であった。よって、本章では実際に地域イベントを行い、本仮説の実証の手がかりとする。

1. 研究の方法

本章では、実際の地域イベント実施において、「地域イベントの戦略構造」が有効に働くかを確認する。その方策として、筆者が主催者となり「北九州×にじのはし」「こくらハロウィン」という二つの地域イベントをサンプルとして実施し、その評価を行う。良好な結果が得られた場合、仮説が有効であると判断できよう。

その評価方法について次に説明する。

1. 1 ブランドの評価方法に関して

刈屋（2005）は、企業戦略の構築やM&Aなどの場合における企業評価、あるいは企業のブランド戦略構築のための「ブランド価値評価モデル」が、90年代以降コンサルティング会社などを通じて提案されてきたと述べている[1]。

また、刈谷（2005）は、ブランド等の定量評価に関して次の二つのアプローチがあると述べている。

一つ目は、「残差アプローチ（BS法）」と呼ばれるもので、株価時価総額などをもって企業価値とみなす、そこから金融資産や固定資産などを差し引き無形資産の無形資産の価値とする方法である。

二つ目の「独立評価アプローチ」では、ブランドを独立に抽出し評価するもので、「コスト・アプローチ」「マーケット・アプローチ」「インカム・アプローチ」に分類される。

コスト・アプローチは、広告費などのブランド形成コストから試算する方法である。マーケット・アプローチは実際に市場で取引される類似ブランド価格の比較から算定する。インカム・アプローチは、ブランドにとって発生する将来利益に割引現在価値を測定する。

ただし、これらのブランド評価方法は、長期的なブランディング作業の成果を測定するものであり、本研究のような単発的な実施効果を検証する手段として用いられるものではない。

1. 2 イベントの評価方法について

先に述べた「ブランド価値評価モデル」の手法で、本章で実施する地域イベント実施によるブランド価値の変化を測定することは困難な作業であると判断する。

原田・三浦（2011）が「ブランド戦略の体系」で説明したように、ブランドは、ブランド・アイデンティティを創るためのコンセプト・メイキング作業を行い、それをコミュニケーションした結果生まれる。このことを鑑み、本章では事例とする地域イベントが創出した「コミュニケーション」に着目し評価を行うこととする。その評価方法を次に説明する。

1. 2. 1 コミュニケーションの視点から論じられたイベント評価手法について

現在のところ、イベントの評価手法で一般化された方法は存在せず、またその研究も数少ない。このことを鑑み、本章では、序章の先行研究の節で示した岩崎・栗原（2005）の研究（図3-1として再度掲載）を参考に、事例のイベント評価を行うこととした。コミュニケーションの視点から論じられたこの評価手法が、次のような理由より、研究成果を確認する方法として妥当と考えたからである。

まず、「情報伝達力-心理的影響力」の軸については、ブランドコミュニケーションにおける「情報伝達」と「心理変容（心理的影響）」という機能の作用を判断する上で妥当であると考えた。

一方の「直接効果-波及効果」の軸はイベントの内部と外部へのコミュニケーションについて評価を行うものである。先に仮説提示した「地域イベントの戦略構造」のコミュニケーション対象は、イベントを体験した受け手（参加者・来場者）である。この対象は図3-1の「直接効果」の領域で評価を行うことが出来る。また、イベント外部へのコミュニケーションにおいて評価に値する結果が確認できた場合は、仮説提示した戦略構造よりも高いコミュニケーションの可能性が示されたことになろう。

これらのことと鑑み、二軸に区切られた4つの領域の評価視角を適用することとした。

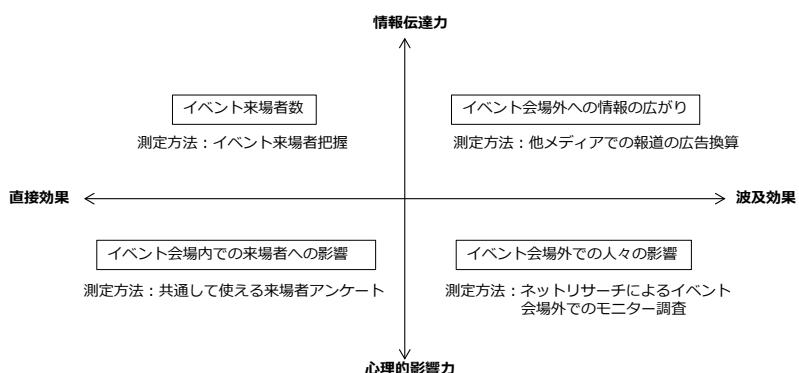


図3-1 イベントのコミュニケーション効果の評価 一部筆者修正 出典：岩崎・栗原（2005）

（議論理解のため再度掲載）

ただし、その評価方法に関しては、若干の修正を加える。この評価方法は広告代理店業界で使用される「オプティマイザー」と呼ばれるメディア露出の最適化算出の自動化技術への対応を鑑み提示されたもので、各領域を標準的な指標を用いて定量的に評価することを模索するものであった。

その評価の測定は、図3-1の4つの領域に記載されている「測定方法（イベント来場者数・他メディアでの報道の広告換算・共通して使える来場者アンケート・ネットリサーチによるイベント会場外でのモニター調査）」で行われる。

「イベント来場者数」と「他メディアでの報道の広告換算」という「情報伝達力」の測定に関しては、容易に数量化できる。一方の「心理的影響力」の二つの領域測定には修正が必要と考えた。「共通して使える来場者アンケート」に関して、岩崎・栗原（2005）は満足度を中心とした測定を提示している。本研究では満足度を測定するとともに、「地域ブランディング」に特化したアンケートも実施し、イベントコンセプトが受け手に伝達され心理変化が起きたかを確認することとした。また、「ネットリサーチによるイベント会場外でのモニター調査」に関しては、当サンプルのイベントのゾーニングが狭域であるため測定が難しいと判断した。このため、実際の外部からの反応や報道に触れたことのある来場者（参加者）のアンケート内容から判断することとした。これらの評価方法を図3-2に示す。

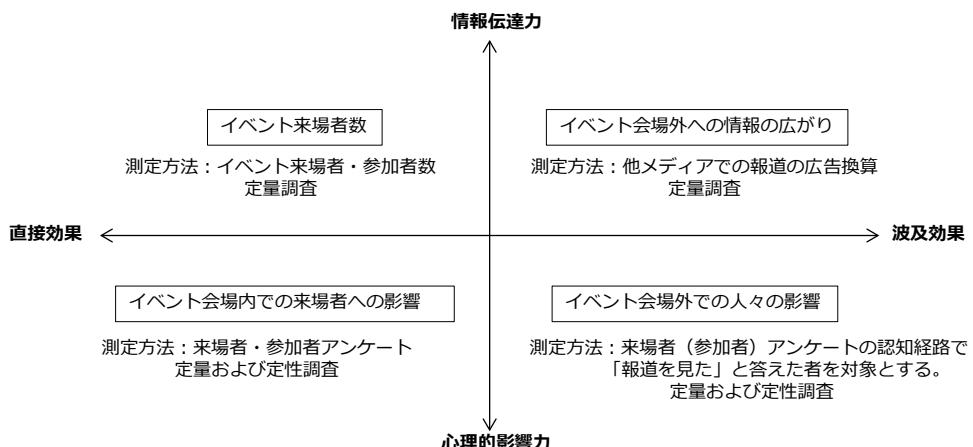


図3-2 本章での地域イベント評価

1. 2. 2 評価指標について

次に、各領域の評価指標について説明する。

図3-1の評価における数値的な指標に関して、岩崎（2008）は事例を積み上げ精度を高める必要性を指摘している[2]。しかし、この評価手法の一般普及は進んでおらず、2015年12月現在、そのデータ集積作業は進んでいない。

よって、本研究でのイベント評価では、岩崎（2008）が行った、表3-1のシミュレーション・スタディを参考にした[注1]。このスタディは首都圏での行政機関のカンファレンスを想定したもので、行政施策をアピールすることを目的としている。シンポジウムやトークショーなどから構成される半日のプログラムで、首都圏のホールで開催されることを予定している。来場者は関係者をターゲットとしているが、一般社会への認知を目的とする。また、新聞社との協力で開催を新聞記事で紹介することを考えている。

表3-1はその評価測定データを10点満点のスコアでシミュレーションしたもので、架空の数字ではあるが岩崎氏の体験から導かれた現実味を帯びた数値であると捉えた。

表3-1 イベント評価のシミュレーション・スタディ：岩崎（2008）p235を一部筆者修正

	測定データ	スコア
①	会場への来場者数（400人）	4とする（1,000人が10と判断）
②	来場者アンケートの満足傾向を示す人の割合（70%）	7とする（100%が10と判断）
③	新聞、雑誌、インターネットなどでのPRの広告換算効果（400万円）	4とする（1,000万円が10と判断）
④	首都圏を対象としたインターネット調査による開催認知率（0.3%）	3とする（1%が10と判断）

ただし、本章のイベント評価での指標については条件の違いを鑑み以下の二つの修正を加えることとする。表3-1に記載した①「会場への来場者数」はイベントの規模により変化する。このため、期待できる最大人数を10点として計算することとした。③の「広告換算効果」に関しては、スタディが首都圏で想定されており、本章で実施する北九州地域とは広告価格差がある。表3-2は、東京都と北九州市での購読される新聞の上位3社の広告単価の案分平均を示したものであるが[3]、両地域間では新聞の広告料金に約8.7倍の差がある。このことを是正するため、広告換算効果は115万円（1,000万÷8.7）を10点として計算することとした。

表3-2 東京都と北九州市の新聞購読上位3社の段単価平均（定価）

エリア	順位	新聞社名	発行部数	段単価（定価）	エリア	エリア按分平均段単価
東京都	1	読売新聞	1,215,899部	2,627,000円	東京（北海道・北陸・中部支社含む）	2,072,967円
	2	朝日新聞	1,011,817部	1,885,000円	東京本社版	
	3	日本経済新聞	595,419部	1,261,000円	東京本社版	
北九州市	1	毎日新聞	124,398部	213,000円	北九州版	237,140円
	2	読売新聞	104,121部	253,000円	北九州版	
	3	朝日新聞	102,699部	250,300円	北九州版	

段とは新聞一面を15分割した面積のことである。一般的な広告掲出の単位として用いられる。ここで「エリア按分平均段単価」と記載した数字は、上位3社の段単価を発行部数で按分して求めた平均値である。この平均値の東京（首都圏）と北九州市の差は約8.7倍である。

1.3 本章での研究の進め方

本章での研究は次の概略に従って研究を行うこととする。

第2節と3節では、「北九州×にじのはし」「こくらハロウィン2015」という二つの地域イベントの実施概要とその結果の評価を行う。第4節では、二つの事例の評価をもって、「地域イベントの戦略構造」が有効なものであるか確認する。そして第5節で、本章での研究をまとめる。

2. 北九州×にじのはし

2. 1 「北九州×にじのはし」について

現在の北九州市は、経済の停滞、少子高齢化、暴力団、福祉問題等に関するネガティブな報道が多く、市内外に暗い都市の印象を与えてしまっている。この課題に対し、都市の新たなパーセプション構築が求められるが、北九州市の厳しい財政下において、無形資産である地域（都市）ブランドに対する費用投下は限られている[注2]。

このような背景の中、「北九州×にじのはし」は、現在の市民が持つ様々な街の「エピソード記憶」に着目し、鑑賞者の心の中に新たな街の風景の記憶を生み出していくアートによる地域イベントを目指した。北九州の市民であれば、この街に対して何らかの想いがあり、この街の風景にそれぞれの思い出があると考える。「北九州×にじのはし」では、この市民のエピソード記憶に訴えることを考えた。

その素材として選んだのが「虹」である。雨上がりの空に現れた虹に出会ったとき、人はその美しさにふと心を奪われてしまう。そして誰もがそこに「希望」や「幸運」といった兆しを読みとろうとする。

「北九州×にじのはし」では、このような虹の「観る者的心を変容させる力」と、ポジティブな「エピソード記憶」を演出に活用する地域イベントである。

2. 2 虹が出現する原理

周知のとおり、虹は、夕立などの雨上がりの空に見られる自然現象である。これは、太陽光が大気中の水の微粒子によって屈折と分光が引き起こされた結果、七色のアーチ状の光が地上から見えるものである。図3-3の様に、水滴による屈折と分光の角度は約42度である。太陽の角度がこれよりも高いときには虹は観測者の目線よりも下方に現れ、低い場合は上方に現れる。自然界の虹が夕方や朝方の上空に現れるのは、その時間帯の太陽の角度が42度よりも低いためである。

この現象は、人工的に水滴を空間に散布した場合も同様の結果を得ることが出来る。このため、この作品では、大気中の水滴を、図3-4のように人工的な放水で作られたウォータースクリーンで再現し、虹を出現させている。

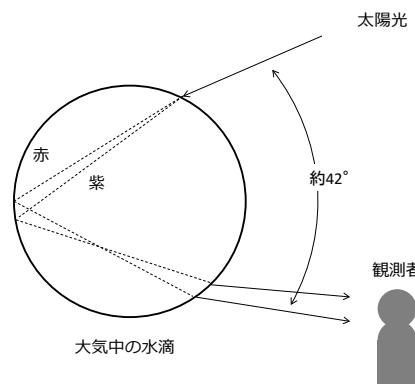


図3-3 水滴による屈折と分光の略図

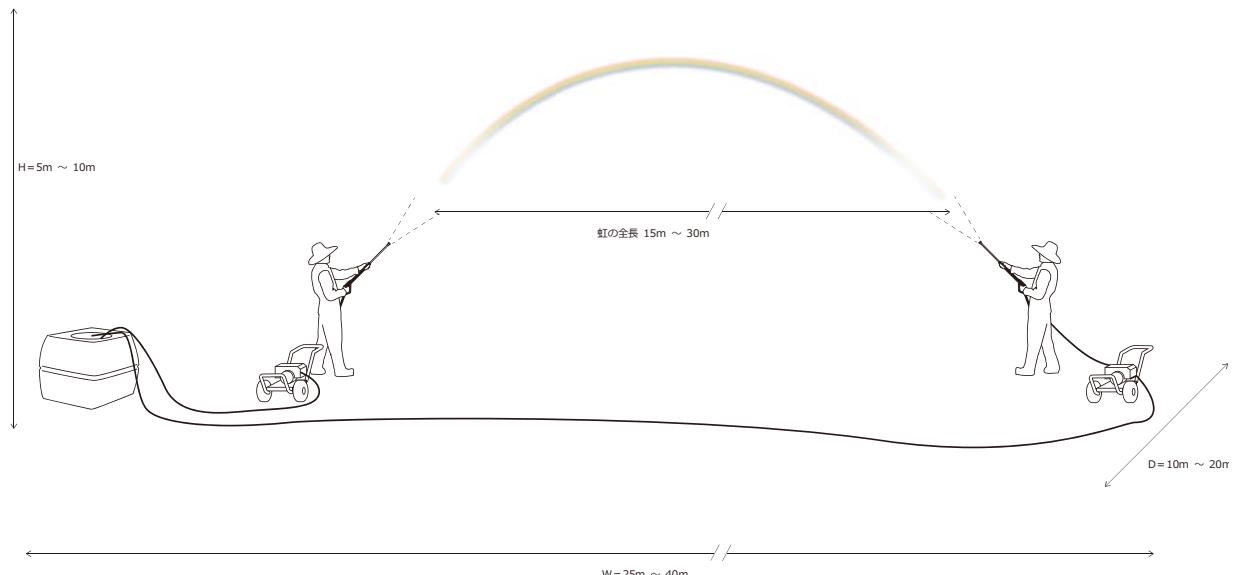


図3-4 高圧洗浄機を用いた「にじのはし」作成方法

500ℓのタンクに入れた水を高圧洗浄機で噴霧する

2. 3 北九州×にじのはしのイベント戦略構造

北九州×にじのはしのイベント企画・運営において、図3-5のように設計を行った。

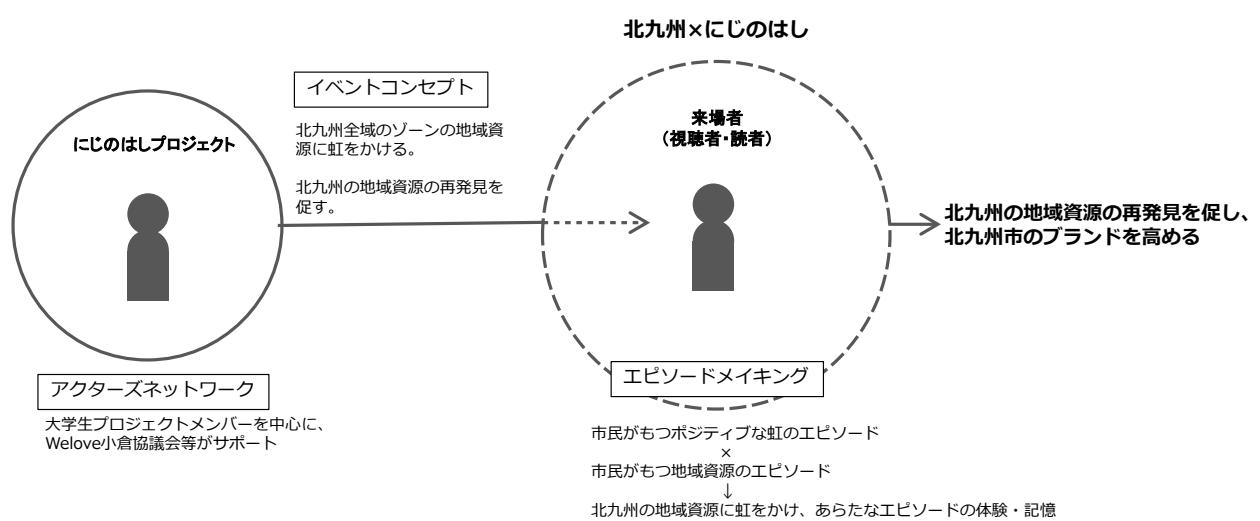


図3-5 「北九州×にじのはし」のイベント戦略構造

2. 3. 1 イベントコンセプト

近代以降、製鉄産業で栄えた北九州地域は、近年の産業構造の変化を受け、地域の活力は低下傾向を示している。平成24年の財政力指数は全国18政令指定都市中17位であり[4]、高齢化率も政令指定都市の中で最も高い。また、暴力団に関する報道も多く、暗いイメージが定着している。

そのような背景の中、この地域イベントは、北九州のさまざまな地域資源の風景に虹かけ、鑑賞者の

街に対するポジティブなイメージを生み出すことが目的である。

対象とする地域資源は、歴史的建造物・自然・構造物等であり、近代以前のものから現代のものまで幅広いが、いずれも現存するものである。このため、ゾーン名称は現在の市の名称である「北九州」を採用することとした。また夏の夕立の後に見られることが多い虹のエピソード記憶の再生を行うため、季節は夏を想起させることとした。

なお、虹の材料になるのは「水」である。これは、海外に輸出される北九州のインフラ技術であり[5]、重要な地域資源の一つである。

以上を踏まえ、北九州×にじのはしの実施においては、コミュニケーション促進のため、ブランドID要素の設定を行った（表3-3）。また、「虹」のエピソード記憶再生を鑑み、スタッフチームおよび各ツールの名称に「オズの魔法使い」の登場人物名を引用した。ただし、これは作品のサブストーリーという位置づけであり、積極的な情報展開は行っていない。

表3-3 ブランドID要素の設定

項目	名称など	マーク	備考
地域イベント名称	北九州×にじのはし		SNS上での告知展開
主催者名	にじのはしプロジェクト		
スローガン	虹による地域資源の再発見		
ゾーニング	北九州の地域資源		歴史的建造物・風景・構造物等の地域資源
スタッフチーム名称	Team Scarecrow		スタッフつなぎ作業服に印字
ツール名称（散水機）	Dorothy		散水機にカッティングシート貼付
ツール名称（水タンク）	Water Lion		タンクにカッティングシート貼付
ツール名称（PC/カメラ）	Tin woodman		IT機器にカッティングシート貼付

2.3.2 エピソードメイキング

本地域イベントでは、「一般的に人々は虹に関してポジティブなエピソード記憶を持っている」、そして「市民はそれぞれの地域資源の風景に対してなんらかのエピソード記憶を持っている」と予想した。

そのように考た上で、この地域イベントでは、地域資源の風景に虹をかけるインスタレーションアートを実施する。これは、「虹」と「地域資源の風景」というそれぞれのエピソード記憶をかけ合わせ、鑑賞者の街に対する気持ちをポジティブに変換し、新たなエピソード記憶の体験と記憶を生み出すことを目指している。

2.3.3 アクターズネットワーク

筆者の勤務する西日本工業大学大学生のアクターズネットワークを組織化する。PBLの手法を用いた教育プログラムとして実施したが、その参加においては自由とした。PBLによる自身の成長と、コンセプトに賛同した者だけが組織にコミットする形式とした。またコンセプトに賛同した、地域活性化団体「welove 小倉協議会」もアクターとして参画をいただいた。また、小倉経済新聞社に報道サポートを行っていただいた。

2. 3. 4 評価指標について

評価指標に関しては、表3-4に示すとおりに設定した。①「会場への来場者」に関しては、次のように算出した。鑑賞者から虹の見える範囲はおよそ横10m×奥行10mである。1平方メートルあたり1名の観客密度を想定し一回のイベント鑑賞者を100名と計算した。そして、虹を出現することが出来る約1時間で5回の観客入れ替わりを想定し、500名を10点満点とした。(一回の鑑賞時間を10分とし、途中10分間の休憩を含んで計算した)

表 3-4 北九州×にじのはしの評価指標

	測定データ	スコア
①	会場への来場者数	500人で10点満点とする
②	来場者アンケートの満足傾向を示す人の割合	100%で10点満点とする
③	広告換算効果	115万円で10点満点とする
④	外部の認知率	1%で10点満点とする

2. 4 実施

2. 4. 1 実施一覧

北九州×にじのはしは、表3-5のとおり実施した(写真3-1)。虹の出現には太陽光の強い日差しが必要となるため、当イベントの実施は天候に左右される。このため、事前告知で集客することは行わず、当日現地で実施することとなった。当初、実施ごとに鑑賞者へのアンケートを行う予定であったが、実際の北九州市の地域資源(観光地含む)には市民が滞留しておらず、アンケートの実施は9月22日のグリーンパークでのトマトフェスティバルイベント会場のみとなった。ただし、撮影した画像は随時SNSで公開を行った。

なお、この地域イベントの実施にかかった経費は約20万円であり、筆者の研究費から捻出した。

表 3-5 北九州×にじのはし実施一覧(2015年)

日時	地域資源(実施場所)	鑑賞者	備考
6/29 16:30	リバーウォーク北九州(小倉北区)	関係者のみ	小倉経済新聞取材対応
7/26 16:30	西日本総合展示場(小倉北区)	1名	
7/27 16:30	北九州国際会議場(小倉北区)	—	
8/3 16:30	若戸大橋(若松区)	10名以内	
8/4 16:30	リバーウォーク北九州(小倉北区)	関係者のみ	NHK取材対応
8/5 16:30	友好記念図書館(門司区)	10名程度	
8/6 16:30	メディアドーム(小倉北区)	10名以内	
8/7 16:30	小倉城(小倉北区)	—	
8/10 8:00	東田第一高炉(八幡西区)	—	
8/10 10:00	皿倉山(八幡東区)	10名以内	
9/14 8:00	吉祥寺(八幡東区)	—	
9/14 11:00	若戸大橋(若松区)	10名以内	
9/18 16:00	北前船(門司区)	関係者のみ	北前船関係者からの招へい
9/22 15:30	グリーンパーク(若松区)	約500名	トマトフェスティバルイベント会場にて実施

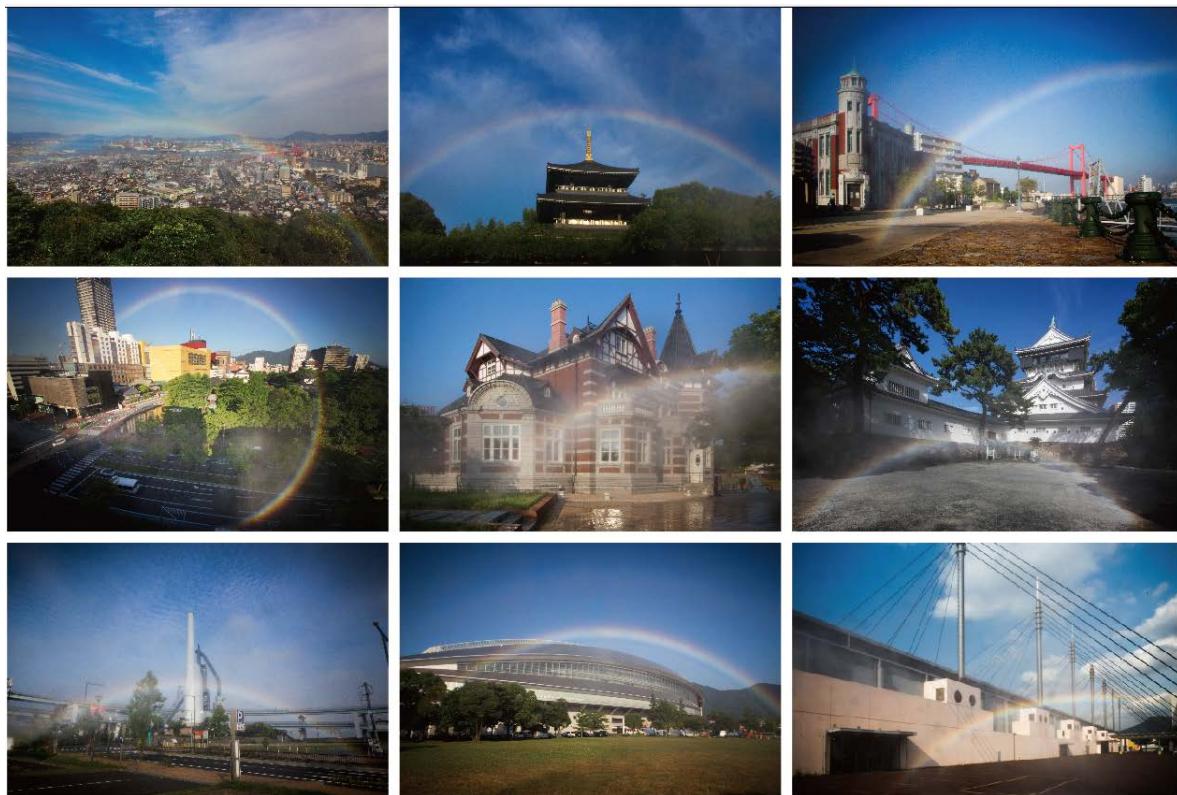


写真3-1 北九州×にじのはし実施写真（抜粋）

上段左から若松区の街並み、吉祥寺、若戸大橋。中段左から リバーウォーク北九州、友好記念図書館、小倉城
下段左から東田第一溶鉱炉、メディアドーム、西日本総合展示場

2. 4. 2 アンケートの実施

参加者アンケート（図3-6）は実施イベント会場で行った。

その際、スタッフの説明パネル（図3-7）の提示と、アンケート上部でのコンセプト説明を行った後に、参加者にアンケートの記載を依頼した。また、質問項目は、回答者の負担を考慮しA4用紙に収まる量にとどめた。

問1および問2は、当地域イベントの認知度とその経路を調べるものである。

問3は、当地域イベントへの好感度全体を確認するためのものである。好感度が高ければ参加者の心理的変容が効果的に行えたと判断する。

昨今の生活者は、携帯電話での撮影を頻繁に行っている。この撮影と画像再生の行動は、エピソード体験の記憶・再生につながると考えた。よって問4ではそのエピソードメイキングを誘発できたか判断する。

問5の「他の場所でも見たい」という回答は「イベント体験の再生要求」という心理変容の度合いを確認するものである。

問6で具体的な地域資源があげられるか否かで、イベントコンセプトの理解度が判断できると考える。

問7は、心理変容の内容を定性的に判断するために設けた。

「北九州×にじのはし」は、北九州市の様々な地域資源（観光地・名産・名所・人など）に虹をかけて、その魅力の再発見を促すアートイベントプロジェクトです。

(問1) あなたは、この取り組みを知っていましたか？（下記の数字に○を記入してください）
 1. 知っていた 2. 知らなかった

(問2) 問1の質問で「知っている」とお答えした人におたずねします。
 あなたは、どこでこの取り組みをご存知になりましたか？（複数回答可）
 1. TV 2. Facebook 3. Twitter 4. Instagram 5. 知人から聞いた 6. その他（ ）

(問3) 「北九州×にじのはし」をご覧になってどのようにお感じになりましたか？
 1. 良いと思う 2. どちらかというと良いと思う 3. どちらでもない
 4. どちらかというと悪いと思う 5. 悪いと思う

(問4) 「北九州×にじのはし」のかかる風景写真を撮ってみたいと思いましたか？
 1. 撮ってみたいと思った 2. 撮ってみたいと思わない 3. どちらでもない

(問5) 「北九州×にじのはし」のイベントを他の場所でも見てみたいと思いますか？
 1. 見てみたい 2. 見たいとは思わない 3. どちらでもない

(問6) 問(5)で「見てみたい」とお答えになった方におたずねします。
 どの場所に虹をかけてみたいと思いますか？（ ）

(問7) その他、「北九州×にじのはし」に関するご感想をお聞かせください（ ）

(問8) 最後に、あなたについて教えてください。
 お住まい： 1. 北九州市内 2. 北九州市外 性別： 1. 男性 2. 女性
 年齢： 1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代以上

図3-6 アンケート設問内容



図3-7 説明用パネル B1 サイズ×2枚

2. 5 アンケート結果

9月22日の鑑賞者のアンケート調査数は表3-6の通りとなった。その集約結果を次に示す。

表 3-6 アンケート調査数（表内数字は人数）

性別・年齢			居住地		
年齢	男性	女性	市内	市街	不明
10代	3	2	47	15	1
20代	2	7			
30代	9	21			
40代	5	8			
50代以上	2	1			
不明		3			
合計	21	42			

日時：2015年9月22日（火・祝）15:30～16:30

場所：響灘グリーンパーク（若松区）トマトフェスティバル会場にて

有効回答数：63件（関係者の回答2件は除いた数字）

鑑賞者のリピーターは確認できなかったが、認知度は9.5%（63名中、6名が認知）であった（図3-8）。その認知経路は、TV=3名、facebook=1名、クチコミ=1名である。

なお、TVと答えた回答者の問7のフリーアンサーからは、報道による心理変容は確認できなかった。

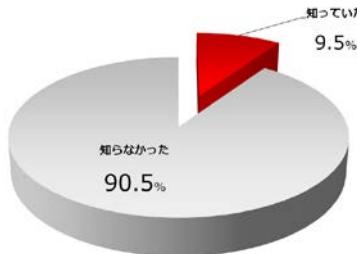


図3-8 「北九州×にじのはし」認知度（回答者=63名）

図3-9のように、「北九州×にじのはし」イベントは98.4%という高い好感度をもって鑑賞者に受け入れられていた。また「良いと思わない」傾向の回答は1名もいなかった。

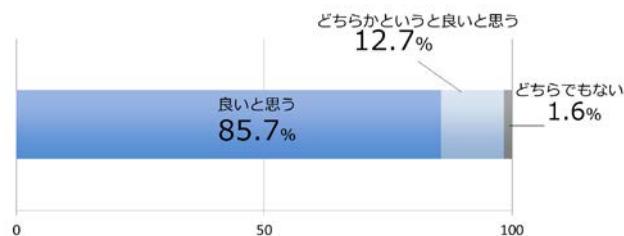


図3-9 「北九州×にじのはし」の好感度（回答者63名）

図3-10に示すとおり、8割強の鑑賞者がケータイ等での記念写真を撮影したいとの意向を示していた。これにより多くの参加者にエピソードの体験の記憶・再生が促されていると考えることが出来よう。

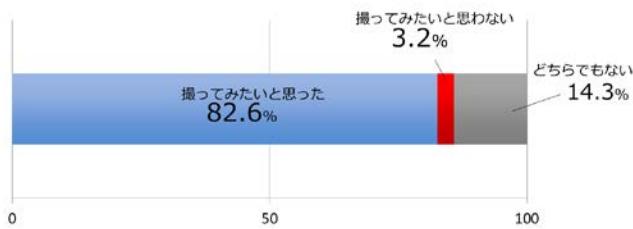


図3-10 記念写真を撮ってみたいか (回答者 63名)

図3-11に示すとおり、86%の参加者がほかの場所でもにじのはしを見てみたいと答えている。これから、「イベント体験の再生要求」という好感度の高い心理変容が引き起こされていると考える。

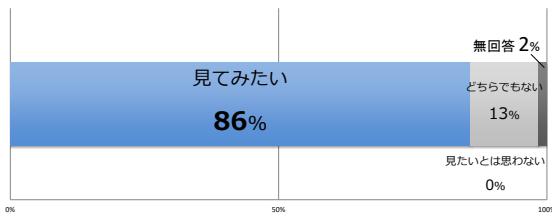


図3-11 この地域イベントを他の場所でも見てみたいか (回答者 63名)

問4(図3-11)の設問で「見てみたい」と答えた54名の中で、39名が問5に回答している(図3-12)。そのうち、具体的な北九州の地域資源を回答した者はそのうちの43.5%であった。つまり全体の約37%(86%×43.5%)の来場者が、「北九州」というゾーニングでの地域資源の取り組みであることを理解していると考えられる。

どこに「にじのはし」がかかると良いとおもうか?

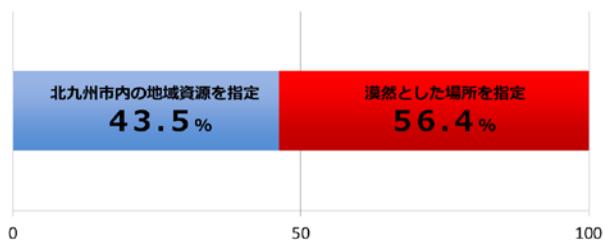


図3-12 「にじのはし」の希望意向について (回答者 39名)

フリーアンサーの感想には、約半数の30名が答えた。その要約をまとめたものが図3-13である。

その回答は、「喜んだ・楽しい・気持ちいい」「良かった」といった鑑賞で感じた「気持ち」を表現したもののが50%。「きれい」「夢・希望・幸福」といった虹の視覚や情感といったエピソード記憶と想定されるものが約30%を占めた。また、地域イベントを「応援したい」意向が10%弱となつた。

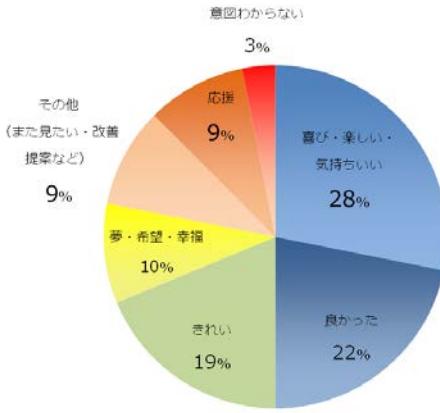


図3-13 感想（回答者30名）

2. 6 報道について

イベント実施時の報道対策の手法として、一般的には主催者が事前に各メディアに対してニュースリリースなどの情報発信で取材依頼を行なう。しかし、北九州×にじのはしの実施は天候に大きく左右されるため、メディアを現地に呼んでもイベントを実施できない場合がある。その場合、取材陣に悪い印象を抱かしてしまうことを懸念した。

このため、まずは、アクターとして協力を得た小倉経済新聞（web新聞社）で情報発信を行ない、各メディアの動向を待つこととした。小倉エリアの小さな事象を扱う同web新聞社の記事は、マスメディアが一次情報として採用することが多々あるからである。その結果、小倉経済新聞の記事がTV局の目に留まり、そしてそのTV放映が新聞社へとつながった（表3-7）。

その報道の概要を次に説明する。

表3-7 報道実績（2015年）

報道日時	報道社	タイトル
6月30日	小倉経済新聞（広報として実施）	北九州で虹をかけるアート活動 西日本工業大学生が「地域資源」素材に
8月20日 18:10	NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」	夏点描「輝け北九州の街に～学生が架ける希望の虹」6分30秒
8月21日 18:10	NHK 福岡放送局「ロクいち福岡」	夏点描「輝け北九州の街に～学生が架ける希望の虹」6分30秒
9月1日 5:00	NHK 全国「おはよう日本」	夏点描「輝け北九州の街に～学生が架ける希望の虹」6分30秒
9月4日 13:00	NHK BS1「列島ニュース」	夏点描「輝け北九州の街に～学生が架ける希望の虹」6分30秒
9月26日	読売新聞西部本社 夕刊	北九州を虹色に 学生散水し撮影 公害犯罪暗い「印象払拭」約半6段カラー

2. 6. 1 NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」(8月20日18:10)

NHK 北九州放送局から取材依頼を受け、ニュースコーナー企画のオンエアが行われた。約6分半にわたり紹介され、同ニュース素材は、他ニュース番組でもオンエアされた。その要約は、次のとおりである。

タイトル「夏点描『輝け北九州の街に～学生が架ける希望の虹』」

北九州市の中心部に現れたこの虹の風景。これは地元の大学生が人工的に生み出したものである。故郷である北九州市を元気づけるため、街に虹をかけ人に見てもらう取り組みである。学生は「虹は子供から大人までどんな人でも見たら幸せにできるもの」という思いで虹をかけている。虹は太陽の角度で見え方を予測する装置を考案し虹を作っている。学生たちは今まで市内の11か所に苦労をして虹をかけてきた。「地元の町が、虹のように輝いてほしい。」学生たちは、希望を込めて虹をかけ続けている。

2. 6. 2 読売新聞（西部本社夕刊9月26日掲載）

読売新聞北九州支社より取材要請を受け、西日本工業大学屋上にてデモンストレーションを行った。またにじのはしの画像提供を行い、約半6段の掲載が行われた（写真3-2）。



写真3-2 読売新聞西部本社9月26日掲載記事

2. 6. 3 各社の報道内容について

いずれの報道においても、「北九州の地域資源に虹をかける」という当地域イベントのコンセプトを伝えた上で、学生という「アクターの活動」であることを主軸にストーリーが構成されている。つまり取材を体験した記者にとって、この地域イベントは「アクターとして運営に携わる学生」の印象が強く残るものであったと想像できる。

2. 6. 4 報道の広告換算について

報道の広告換算については次のように考える。

NHK 報道の広告換算は、次の点に留意した。周知の通り、経営収入が受信料で賄われている NHK には CM オンエアが存在しない。このため、一般的な民放局の CM オンエア料金を換算することとした。また、福岡県の民放各局のローカルニュースは福岡全域でオンエアされるが、NHK の場合は福岡局と北九州局の二つのエリアで分割してオンエアされる。このため、CM オンエア料金を半額と換算した。

広告換算の計算式は、「CM パーコスト × (報道オンエア秒数 ÷ 15) × 視聴率」とした。これは、広告代理店で CM コストを計算する場合に使用する公式「CM パーコスト × CM 本数 × 視聴率」を報道のオンエア時間で換算したものである。CM パーコストとは 1 grp (Gross Rating Point) という視聴率 1 % の番組で 15 秒の CM を 1 本オンエアした場合の単位コストのことである。報道オンエア秒数を 15 (秒) で割るのは、報道時間を 15 秒 CM の本数に換算するためである。視聴率は株式会社ビデオリサーチ社が提供するものであるが、一般には公開されない。このため、本論文では広告代理店の協力を得て[注 3]、対象とする番組の 2015 年 4~10 月の世帯平均視聴率の情報提供を受けた。また、CM パーコストに関しても、一般に公開されるものではないため、同広告代理店に各局の平均値を推定していただいた。

例として 8 月 20 日に NHK 北九州局でオンエアされた「ニュースブリッジ北九州」での報道を広告換算してみる。

①福岡県での CM パーコスト平均は 7,000 円であると推定されたが、NHK 放送局はエリアが北九州局と福岡局に分かれるため、このコストを半額の 3,500 円と設定した。

②NHK 北九州放送局の報道素材は 6 分 30 秒でオンエアされた、これを 15 秒 CM の本数で換算すると、
 $390 \text{ 秒} \div 15 \text{ 秒} = 26 \text{ (本)}$ となる。

③NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」の 4~10 月の平均世帯視聴率は 8.5% であった。

これを前述の公式に当てはめると、①3,500 円 × ②26 本 × ③8.5% = 773,500 円となる。

この計算式で 4 回の TV 報道を CM 換算すると表 3-8 のようになり、その合計額は 22,543,300 円となる。

表 3-8 「北九州×にじのはし」の TV 報道を CM 換算した費用

	TV 局	①CM パーコスト試算	②15 秒 CM 換算本数	③4~10 月平均世帯視聴率	①×②×③=CM 換算費用
1	北九州放送局	3,500 円	26 本	8.5%	773,500 円
2	福岡放送局	3,500 円	26 本	7.8%	709,800 円
3	NHK 全国	300,000 円	26 本	2.5%	19,500,000 円
4	NHKBS	60,000 円	26 本	1.0%	1,560,000 円
5				合計	22,543,300 円

次に、9月26日に掲載された読売新聞西部本社での報道の広告換算について考える。広告業の取引においては、新聞の広告掲載料金はクライアントごとに異なる。

また、取り扱う代理店によってもその価格は違っており、その料金は一般公開されていない。新聞広告料金は掲載場所によって異なるが、一般的な料金としては段単価と呼ばれる、新聞紙面を縦に15分割した記事列面積を単位とした価格で計算される（新聞の1紙面=15段）。

今回の広告換算では、この段単価を適用して考える。また、段単価に関しても前述のTVCMと同様、代理店に依頼し妥当と考えられた予想平均値=100,000円を適応する。

さて、図9月26日の広告面積を段数に換算すると、およそ3段であると判断した。

よって新聞報道の広告換算を、段単価100,000円×3段=300,000円とする（表3-9）。

これより、TVと新聞の報道を広告換算した合計は、22,843,300円と試算した。

表3-9 「北九州×にじのはし」の新聞記事を広告換算した費用

	新聞社	①1段あたりの単価試算	②記事面積を段数に換算	①×②=広告換算費用
1	読売新聞西部本社夕刊	100,000	3段	300,000円

2.7 報道による波及効果

アクターの一員である小倉経済新聞の報道がきっかけとなり、報道社が本地域イベントを注目する連鎖が起きた。また、市内外の生活者からも表3-10の連絡・要望が寄せられた。

表3-10 報道後の連絡・要望

	報道内容	連絡者	内容	結果
1	小倉経済新聞 6月30日	NHK福岡放送局 7月2日	18:10のニュース番組での生放出演依頼	太陽光の都合上、生放送対応できず
2	小倉経済新聞 6月30日	NHK北九州放送局 7月1日	密着取材依頼	北九州放送局でオンエア（8月20日）した素材が、他地域でも放映。
3	NHK北九州 8月20日	読売新聞西部本社 8月21日	取材要請	9月26日に掲載
4	NHK北九州 8月20日	市民からの連絡4件 8月21日～22日	筆者勤務の大学に応援のメッセージ	SNSのURLについての問合せもあり、大学HPからリンクを掲載
5	NHK北九州 8月20日	市内生涯学習施設 8月21日	生涯学習での講演依頼に関して来校。	2016年8月に実施予定
6	NHK北九州 8月20日	市内アート作家 8月21日	市内での障害者アート展の作品での2次使用許諾	了承した
7	NHK北九州 8月20日	門司区役所 8月22日	門司の北前船へのにじのはし制作の依頼	9月18日に実施。 ただし、依頼者は筆者知人
8	NHK全国放送 9月1日	愛知県の生活者 9月1日	Facebookで応援メッセージ	筆者対応
9	NHK北九州 8月20日	北九州漫画ミュージアム 9月5日	カレンダーの図案としての採用相談	了承したが、社内調整の結果採用されず。

2. 8 「北九州×にじのはし」の評価

以上の結果を踏まえて図3-14のように「北九州×にじのはし」の評価表の記載を行う。

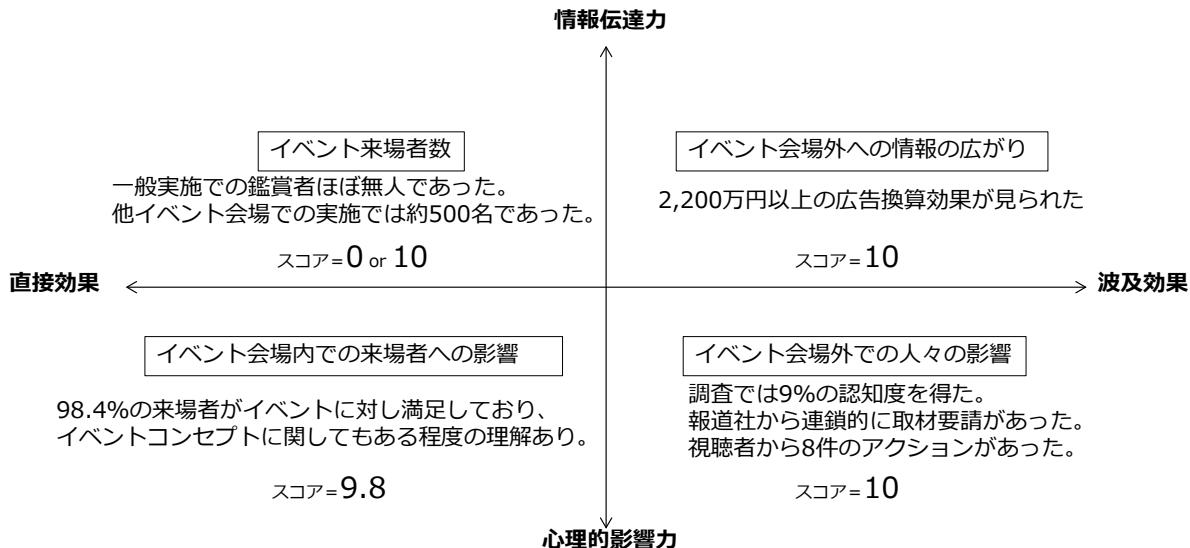


図3-14 「北九州×にじのはし」の評価表

①イベント来場者数について

単独実施時での来場者数に関しては、ほぼ集客が見込めなかった。よってスコアとしては0点である。しかし、市民が滞留しているイベント会場での実施時には、500名の来場で写真3-3のような盛況感を創出でき、来場者数としては10点の評価であった。



写真3-3 来場者が滞留するイベント会場での実施風景（9月22日実施）

②イベント会場内の来場者への影響

図3-9の調査結果からは、当地域イベントが98.4%という高い好感度をもって受け入れられ、スコアとしては9.8点の評価を得ることが出来た。また、図3-10や図3-11の調査結果からも、イベント自体のエピソード体験・記憶を創出できていることがうかがえる。イベントコンセプトもある程度の理解を示していると判断した。

③イベント会場外への情報の広がり

表3-8、表3-9で示したように、2,200万円以上の広告換算効果が見られたのは、筆者の想定外であった。スコアは10点とする。

④イベント会場外での人々の影響

イベント会場外での人々の影響に関しては、報道の視聴者から複数件の問い合わせから来ており、この地域イベントが報道を通じて外部に心理的影響を与えていていることが予想され、評価できると判断する。

図3-15の調査結果で9%の認知を得ていることよりスコアは10点とする。

2.9 考察

実施方法により来場者に差が出る結果となったが、来場者に対するプランニングを的確に行なえば、4領域とも高い評価数値を得る可能性があるイベントであることが分かった。

また、その他のアンケート項目結果や報道後の外部からの問い合わせ結果から判断した場合も、心理的影響力を有したイベントとなったと考える。

報道によるイベント外部への情報伝達に関しては、筆者の想定外の好結果となった。このきっかけとなったのは、アクターとして関与したweb新聞の報道が契機となり、マスメディアが連鎖的に報道を行つたことにある。

また、一般的に報道記者は5W1Hに沿って対象の全容について取材を行なっているが、その報道内容の組み立ては記者にゆだねられるため、主催者側からの情報提供内容がすべて採用されるとは限らない。今回の報道結果については、あらかじめ組み立てておいたブランドID要素とは別に、アクターとしての学生の姿が主軸として情報発信された。また、来場者アンケートの図3-13で示した「感想」の9%がアクターを応援する趣旨的回答を得た。このことを踏まえ、次のこくらハロウィンでは、ブランドIDとなりうる要素をさらに深耕してアンケートを実施することとした。

3. こくらハロウィン 2015

3. 1 「こくらハロウィン 2015」について

こくらハロウィンは2013年に北九州市政50周年を記念して実施されたキャンペーンであった。当初は一過性のイベントとして実施されたが、2013年の実績が認められ、2014年以降も地域活性のプログラムとして継続実施されることとなったものである。

こくらハロウィンの運営組織は、北九州市が事務局となり、産官学からなる実行委員会が形成されており、筆者は実行委員長として関与している。

3. 2 「こくらハロウィン 2015」の地域イベント戦略構造

こくらハロウィン 2015 のイベント企画・運営において、図3-15の様に設計を行った。

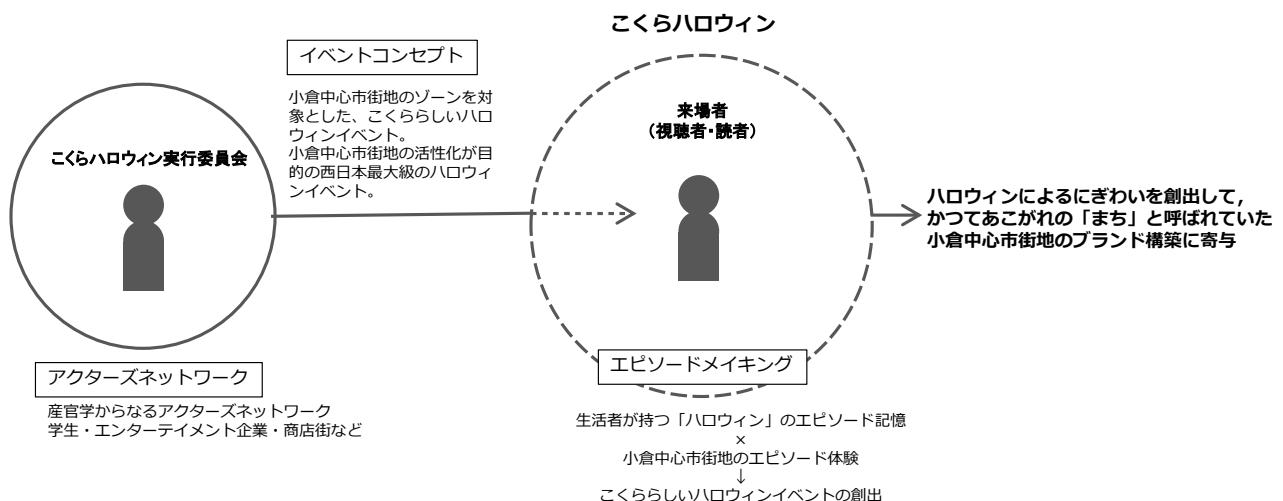


図3-16 こくらハロウィン 2015 の地域イベント戦略構造

3. 2. 1 イベントコンセプト

日本のハロウィンイベントは、仮装パレードでぎわう東京の六本木（参加者3,000名）や神奈川の川崎（参加者=2,500名），そして渋谷界隈の10月31日の若者の喧騒などが知られている。一般的に日本のハロウィンブームは都市圏の若者層を中心とした新しい文化として捉えられることが多い。「こくらハロウィン」は、この近年のハロウィンブームを小倉の中心市街地に誘引するため、2013年に始めた北九州の地域イベントである。

小倉の中心市街地は、かつて周辺地域から「まち」と呼ばれたあこがれの地であったが、北九州市経済の低迷とともにその求心力は低迷している[6]。そのような、小倉の中心市街地の求心力を取り戻すための施策の一つとして、この地域イベントを実施している。

対象地域としては小倉中心市街地である。ただし「中心市街地」という言葉の響きは固く、文字量も長い。このため、「こくら」というひらがな表記で親しみやすい名称をつけ、ゾーニングを表現した。また、実施時期は他のハロウィンイベントよりも1週間早い日曜日と設定した。これは他都市よりも早

く実施することで、先行するハロウィンイベントの参加者を誘引するためである。

昨今のハロウィンブームは若者層を中心として盛り上がりを見せており、ただしこの地域イベントでは、政令指定都市の中で最も高齢化率が高い北九州市の特性を考えて、子供から高齢者までの幅広いイベント設計を行っている。

初回時のイベントコンセプトは「小倉の街を仮装させる」と設定していた。これは、小倉の中心市街地全体でハロウィンの仮装を行うことで、日常とは違う空間を創出し、市民の街に対する印象を変えていくというものであった。2015年からは他都市のイベントとの差別化を図るために、コンセプトを「小倉オリジナルのハロウィンイベントの創出」に変更している。また、昨年度までの実績である1,000名を超す街頭でのハロウィン仮装パレードは西日本には存在せず、その点において「西日本最大」のハロウィンイベントであることを2015年よりアピールした。

先の北九州×にじのはしの考察を踏まえ、こくらハロウィンにおけるブランドID要素の設定をマークやスローガンに限定せず、表3-11の様に設定を行った。この項目に関しては、後述するアンケートや報道結果にて、その効果を確認することとした。なお、項目内容の一部は、次のエピソードメイキングの内容で詳しく説明する。

表3-11 ブランドID要素の設定

項目	名称	マーク	備考
地域イベント名称	こくらハロウィン2015		初年度のマークを継続使用 すべての広報物での展開
主催者名	こくらハロウィン実行委員会	なし	産官学で組織
主催者ストーリー	学生が企画運営を行っている		
実施内容	トリックオアトリート・仮装コンテスト・パレード・賞金10万円		
実施場所（ゾーニング）	小倉中心市街地		
実施時期	他地域よりも1週間早い実施		
ステージMC（2014年より）	よしもと芸人・アイドル		ステージで実施
広報大使（2014年より）	よしもとアイドル		メディアキャラバンで広報
実施規模（2015年より）	西日本最大級のハロウィンイベント		
コンセプト（2015年より）	こくらオリジナルのハロウィン		
審査委員（2015年より）	地域資源のお面を着用		審査時・表彰式時に着用
その他（2015年より）	地域が連携した缶バッジとハロウィン特典セール・		

3. 2. 2 エピソードメイキング

こくらハロウィンでは、開始当初から「小倉らしさ」の演出を心がけてきた。その方策は大きく二つある。

一つめは、小倉中心市街地を体験してもらう目的で、街中でのアクティビティを参加者に促す仕組みである。これは街中の店舗をまわりお菓子をもらう「トリックオアトリート：子供向け」や、街中をパレードする「仮装コンテスト&パレード：オールターゲット」の施策である。

二つ目は、小倉の著名人に登場してもらうことである。小倉には、よしもとクリエイティブ・エージェンシーが経営する九州で唯一の劇場「あるある YY 劇場（小倉北区浅野）」が存在する[注4]。この劇場に所属する地元アイドルを広報大使（こくらハロウィン大使）に任命し、さらに同劇場に所属する芸人

が各ステージを盛り上げるプランを実施してきた。また、市長にも表彰式にプレゼンターとして登壇いただいている。

これらの施策に加え、2015年のこくらハロウィンでは、エピソードメイキングを意識した新規の演出を試みた。その具体的な内容は次の二つである。

一つめは、街のファッショビル・商店街の店舗でハロウィン装飾・セールを行うことである。市民の大半はメディアを通じてハロウィンのエピソード記憶を持っていると予想し、この記憶を小倉の街で「再生させる」ことが、こくらハロウィンのエピソード体験・記憶につながると考えた。イベントコンセプトに賛同した店舗と連携し、店頭でのステッカー・ポスター掲示や、店内装飾を伴う仮装特典セール等を行った。これは、店舗の風景をハロウィン仕様に変え、中心市街地でのこくらハロウィンのエピソード記憶の定着促進を意図したものである。

二つ目は、審査委員が北九州の地域資源のお面を着用することである。これは、コンテスト会場で参加者が、審査員に注目することに着目した施策である。このお面は、北九州市立大学の学生団体である「まちなかコンシェルジュ隊」が中心市街地で使用しているもので、市民からの認知度も高い。これを審査委員がかぶることで、小倉らしさのエピソード記憶が再生されると考えた。

3. 2. 3 アクターズネットワーク

こくらハロウィン実行委員会は産官学のから組織されており、その事務局を北九州市が行っている。各委員は事務局が任命し、その中から実行委員長と副実行委員長が事務局の意向で選出され、各委員の承認を得ている。

また、実行委員会とは別に企画・運営（一部）を行う学生のワーキンググループが実行委員長（筆者）のもとに設置されている。

初年度のマスターplanはワーキンググループで立案し、詳細の実行プラン作成と広報物当の作成は、コンペで決定した委託業者が行った。

二年度目以降は、新規企画に関してのみワーキンググループで企画立案を行っている。

こくらハロウィン 2015 アクターズネットワークの強化を行うため、実行委員の各団体、およびゾーン内の商業関係者が当地域イベントにコミットすることのメリットを明確にすることとした。その施策は本章「3. 2. 2 エピソードメイキング」で説明した、二つの新規施策である。

3. 2. 4 評価指標について

評価指標に関しては、表 3-12 のとおり設定した。なお、①「参加者数」に関しては、参加定員の 2,800 名を 10 点満点とした。

表 3-12 こくらハロウィン 2015 の評価指標

	測定データ	スコア
①	参加者数	2,800 人で 10 点満点とする
②	来場者アンケートの満足傾向を示す人の割合	100% で 10 点満点とする
③	広告換算効果	115 万円で 10 点満点とする
④	外部の認知率	1% で 10 点満点とする

3. 3 実施

3. 3. 1 こくらハロウィン実施結果概要

こくらハロウィン 2015 は 2015 年 10 月 18 日（日）10:00～17:00 に実施された。その概要について表 3-13、写真 3-4 に記載する。

表 3-13 こくらハロウィン 2015 実施概要

項目	内容	備考
実施日	2015 年 10 月 18 日（日）10:00～17:00	
実施場所	小倉中心市街地	コンテスト：小倉駅 JAM 広場 トリックオアトリート：小倉中心市街地 仮装パレード：小倉中心市街地約 1.5km ストリートランウェイ：井筒屋クロスロード 表彰式：リバーウォーク JAM 広場
参加者	2,200 名	トリックオアトリート約 900 名 キッズコンテスト&パレード約 500 名 一般コンテスト&パレード約 800 名
来場者	20,000 名	事務局による推定
ハロウィンセール協力社	30 社	
審査委員	9 名	実行委員 3 名 協力企業・団体 6 名
ワーキンググループ学生	60 名	市内高校生・大学生
ボランティアスタッフ	40 名	市内高校生・大学生
実施費用	約 400 万円	市補助金：約 300 万円 協賛：約 100 万円



写真3-4 こくらハロウィン2015実施風景

3. 3. 2 アンケートの実施

参加者および来場者へのアンケートはイベント実施中に行った。

運営スタッフが対象者に用紙を手渡し、その場でのアンケート記入を依頼した。

来場者へのアンケートはイベント中に行っている。仮装参加者へのアンケートは、問6に「賞」に関する項目を記載したため、表彰式終了直後に行った。なお、質問項目は、回答者の負担を考慮しA4用紙に収まる量にとどめた（図3-17、図3-18）。

来場者用の問1は当地域イベントの認知度を調べるものである。参加者は事前に認知して参加しているので、この設問は削除している。

来場者用の問2と参加者用の問1は認知経路を調べるものである。

来場者用の問3と参加者用の問2・問3は、当イベントの好感度を調べるものである。

両者の問4は、撮影によるエピソード体験の「記憶」につながる行動が起きているかを調べるものである。

両者の問5は今後の参加意向を問うものである。今後のエピソード再生の可能性を探るものである。

両者の問6は記憶されたエピソード体験を調べるものである。ただし、参加者には「賞」というエピソードが残る可能性を考量して項目を追加している。

両者の問7は、心理変容が経済に結びついたかを確認するためのものである。

来場者用
こくらハロウィンは小倉の街の方々や学生たちが運営する西日本最大のハロウィンイベントです。

(問1) あなたは、このイベントを知っていましたか？(下記の数字に○を記入してください)
1. 知っていた 2. 知らなかった

(問2) 問1の質問で「知っている」とお答えした人におたずねします。
あなたは、どこでこの取り組みをご存知になりましたか？(複数回答可)
1. TV 2. ラジオ 3. Facebook 4. HP 5. 新聞 6. 知人から聞いた 7. 以前このイベントを見たこと(参加したこと)がある 8. チラシ・ポスター 9. 雑誌 10. その他()

(問3) 「こくらハロウィン」をご覧になってどのようにお感じになりましたか？
1. 良いと思う 2. どちらかというと良いと思う 3. どちらでもない 4. どちらかというと良いと思わない
5. 良いと思わない

(問4) 「仮装している人たちの写真を撮ってみたいと思いましたか？
1. 撮ってみたいと思った 2. 撮ってみたいと思わない 3. どちらでもない

(問5) 今後、「こくらハロウィン」のイベントに参加してみたいと思いますか？
1. 参加してみたい 2. 参加したいとは思わない 3. どちらでもない

(問6) こくらハロウィンで印象に残ったことに○をつけてください。(複数回答可)
1. 特に印象に残らなかった 2. 仮装している人たち 3. お面を被った審査委員 4. よしもとの芸人やアイドル
5. 西日本最大のハロウィンだということ 6. 小倉の街がにぎわっている風景 7. 運営している北九州の学生たち
8. 特別セールやサービス 9. ハロウィン缶バッヂ 10. 人ととの交流 11. その他()

(問7) こくらハロウィンを見て、この後お買い物(飲食)をしたい気分になりましたか？
1. 買い物(飲食)をしたい 2. 最初からする予定だった 3. したくない
→1.2.と答えた方へ(何を: 金額: 円くらい 購入・飲食したいと思う)

(問8) その他、「こくらハロウィン」に関するご感想をお聞かせください()

(問9) 最後に、あなたについて教えてください。
お住まい: 1. 北九州市内 2. 北九州市外 性別: 1. 男性 2. 女性
年齢: 1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代以上

図3-17 来場者用アンケート内容

参加者用
こくらハロウィンは小倉の街の方々や学生たちが運営する西日本最大のハロウィンイベントです。

(問1) あなたは、どこでこのイベントをご存知になりましたか？(複数回答可)
1. TV 2. ラジオ 3. Facebook 4. HP 5. 新聞 6. 知人から聞いた
7. 以前このイベントを見たこと(参加したこと)がある 8. チラシ・ポスター 9. 雑誌 10. その他()

(問2) 「こくらハロウィン」に参加されてどのようにお感じになりましたか？
1. 良かった 2. どちらかというと良かったと思う 3. どちらでもない 4. どちらかというと良くなかった 5. 良くなかった

(問3) 先ほどの(問2)の質問でそう思われた理由をお聞かせください()

(問4) 「こくらハロウィン」の思い出を、写真に撮ってみたいと思いましたか？
1. 撮ってみたいと思った 2. 撮ってみたいと思わない 3. どちらでもない

(問5) 今後も「こくらハロウィン」のイベントに参加してみたいと思いますか？
1. 参加してみたい 2. 参加したいとは思わない 3. どちらでもない

(問6) こくらハロウィンで印象に残ったことに○をつけてください。(複数回答可)
1. 特に印象に残らなかった 2. 仮装している人たち 3. お面を被った審査委員
4. よしもとの芸人やアイドル 5. 西日本最大のハロウィンだということ
6. 小倉の街がにぎわっている風景 7. 運営している北九州の学生たち
8. 特別セールやサービス 9. ハロウィン缶バッヂ 10. 人ととの交流
11. 賞をもらったことやもらえなかった事 12. その他()

(問7) こくらハロウィンに参加して、この後お買い物(飲食)をしたい気分になりましたか？
1. 買い物(飲食)をしたい 2. 最初からする予定だった 3. したくない
→1.2.と答えた方へ(何を: 金額: 円くらい 購入・飲食したいと思う)

(問8) その他、「こくらハロウィン」に関するご感想をお聞かせください()

(問9) 最後に、あなたについて教えてください。
お住まい: 1. 北九州市内 2. 北九州市外
性別: 1. 男性 2. 女性
年齢: 1. 10代 2. 20代 3. 30代 4. 40代 5. 50代以上

図3-18 参加者用アンケート内容

3. 3. 3 アンケートの実施結果

アンケートの実施の結果、表3-14のような集計結果となった。各設問項目の集約については、次のとおりである。

表3-14 アンケート集約数

有効回答者数					
来場者	81名		参加者	123名	
	男	女		男	女
10代	0名	9名	10代	5名	27名
20代	5名	13名	20代	12名	38名
30代	13名	12名	30代	8名	14名
40代	2名	7名	40代	1名	8名
50代以上	0名	11名	50代以上	1名	1名
合計	20名	52名	合計	27名	88名
不明	9名		不明	8名	
市内	市街	不明	市内	市街	不明
54名	25名	名	81名	39名	3名

図3-19より、初回から3回目を迎える今回の実施では、来場者の認知度が過半数を超えていたことがわかる。

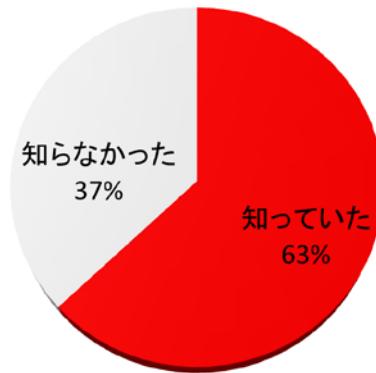


図3-19 イベントの認知度（来場者のみの設問）

図3-20より、一番大きな情報認知経路は、クチコミであることがわかる。

また、第3回を迎えたこのイベントには、20%以上のリピーターが出現していることが確認できた。

次に多いのは、「HP」「facebook」「ポスター」といった主催者の広報ツールである。

マスメディアの「新聞」に関しては、事前広報と、昨年度の実施記事の2つの可能性がある。また、この調査を行った時点ではTV報道は行われていない。よって、TVに関しては昨年度の報道を示している可能性がある。ラジオに関しては、コミュニティFM局が告知していたとの情報を実施後に関係者より聞いている。雑誌に関しては、記事掲載を行った雑誌社社員が団体で仮装参加しており、その関係者が愛社心からアンケート回答したものである。

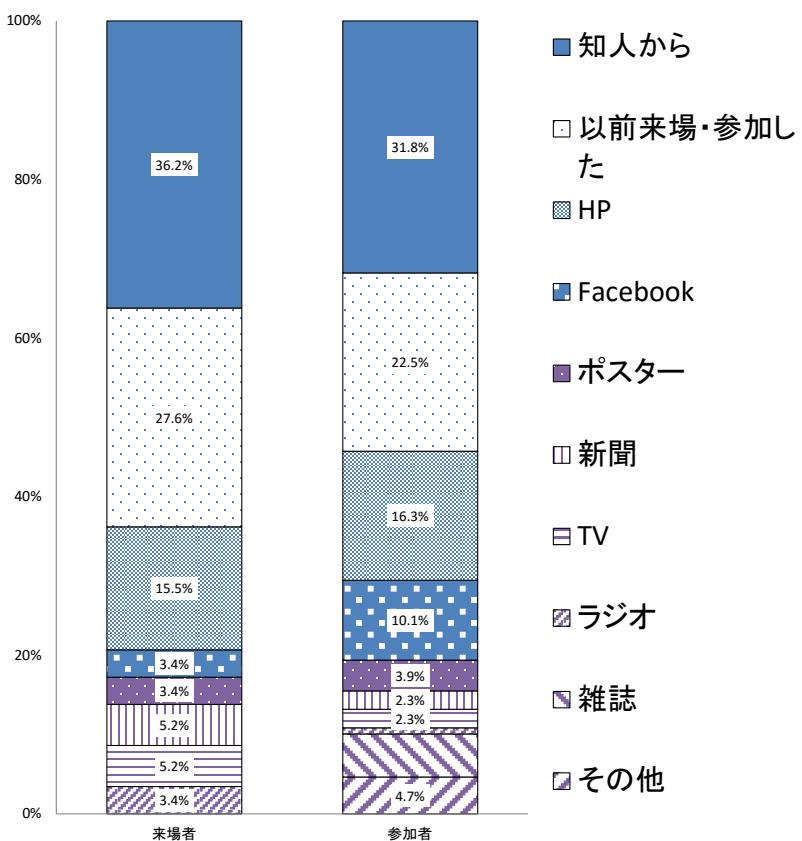


図3-20 こくらハロウィンをどこで知ったか（認知経路について）

図3-21のとおり、95%以上の参加者・来場者が好意的な回答をしており、その中でも80%以上が「良かった」と明確に好意を示す結果となった。

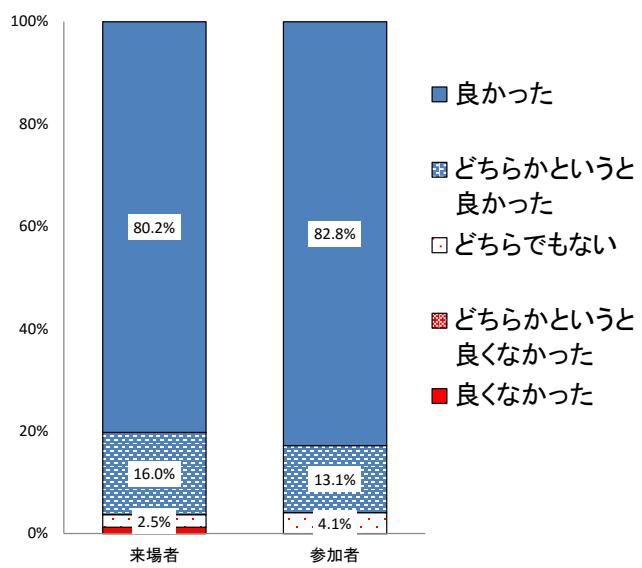


図3-21 こくらハロウィンをどう思うか（好感度）

来場者・参加者ともに過半数以上が「撮りたい」という意向を示している。また、仮装という非日常を体験している参加者の方が、「撮りたい」という意向が強い（図3-22）。

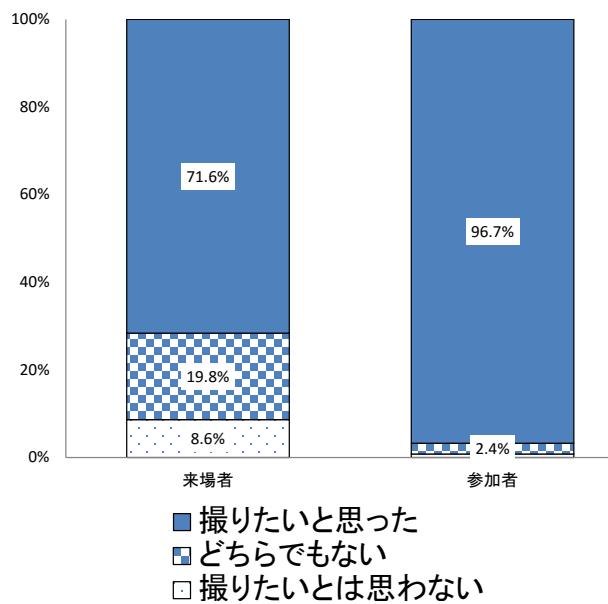


図3-22 写真を撮りたいと感じたか（エピソード体験・記憶の行動確認）

「印象に残ったこと」という設問に関しては、ほぼ全員の来場者・参加者何らかの印象が残ったことを示す結果となった。

90%以上が「仮装している人」と答えるのはイベントの特性上当然の結果であろう。

次いで、「街がにぎわっている風景」という答えが多いことから「街の活性化」という目的がある程度達成できていると評価できよう。また、「人との交流」に関する記載において、来場者と参加者の差が大きいのは、イベント体験の差であろう。

なお、「特別セールやサービス」や「缶バッヂ」といった商業的な施策の認知は進んでいないようである（図3-23）。

当初ブランドIDとして設定していた項目はほぼ10%から20%の回答となっている。今後、この認知をさらに増やす努力が必要であろう。

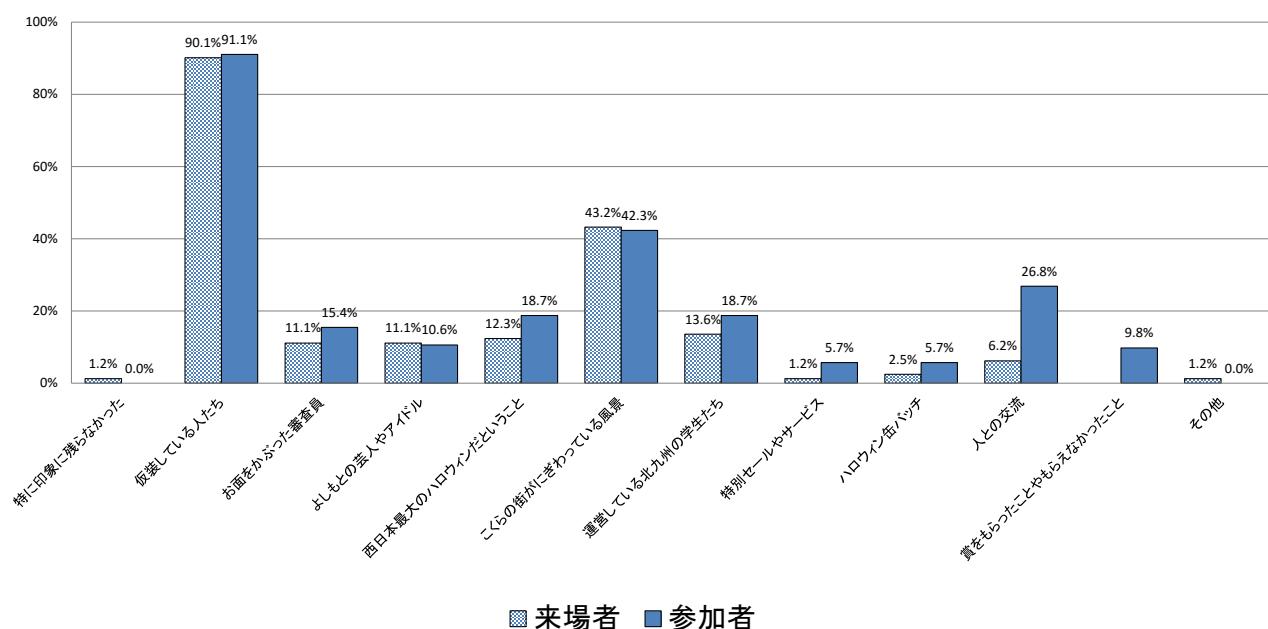


図3-23 印象に残ったこと（複数回答）

図3-24のとおり、来場者、参加者とも過半数以上が購買・飲食に対する心理変容を起こしている。来場者の方が、「(購買・飲食を) 最初からする予定だった」と答えている割合が多いのは、買い物ついでにこのイベントに寄った生活者が多いためと考えられる。また、参加者の方が「(購買・飲食を) したくない」と答えているのは、仮装メイクのわずらわしさから早く帰宅したいという意識が働いているのかもしれない。

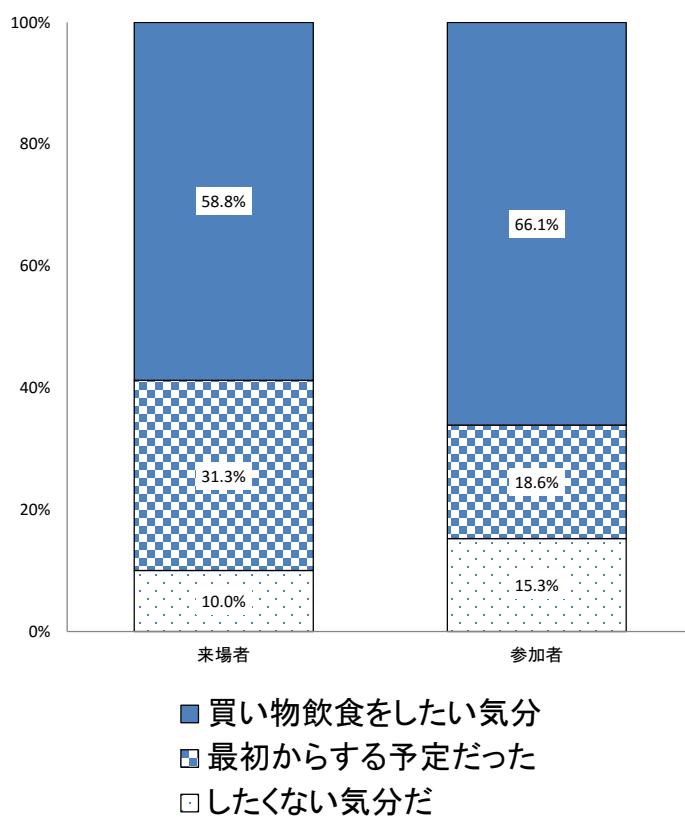


図3-24 こくらハロウィンを体験して購買・飲食をしたくなかったか

図3-25のとおり、両者とも「飲食」が過半数以上を占めている。参加者の飲食に関しては、イベントの「打ち上げ」を行う可能性が高いと考える。

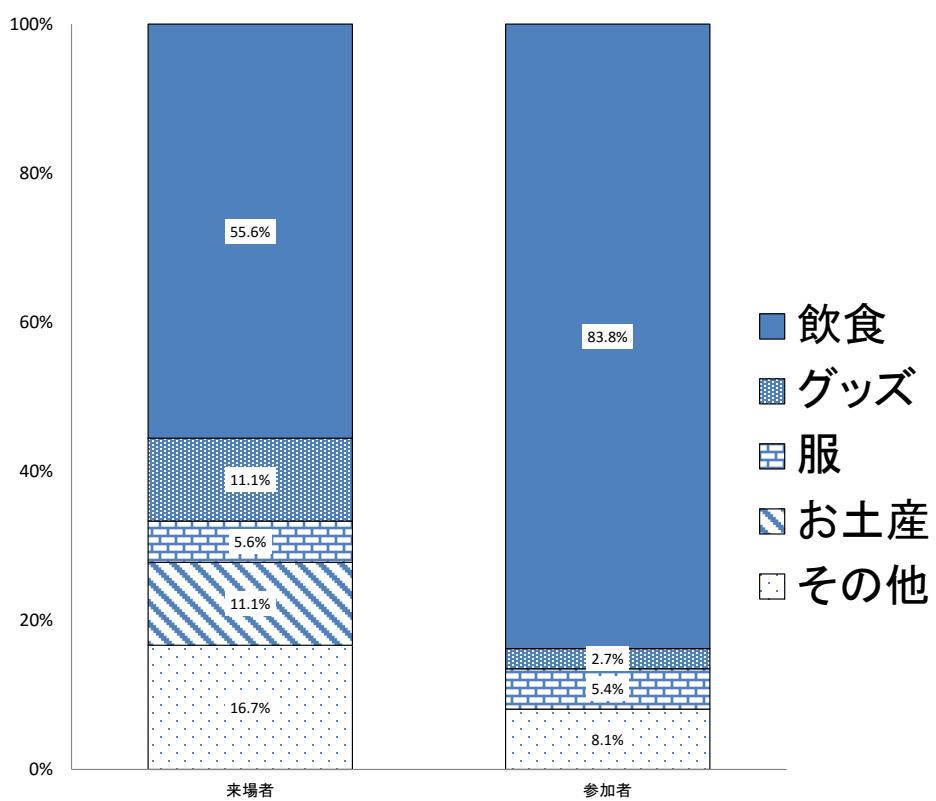


図3-25 購買・飲食の対象

図3-26のとおり、購買・飲食の費用は参加者の方が約1.4倍の金額と答えている。これらの金額から需要増額を計算すると、このイベントによって3,400万円以上の購買・飲食が発生した可能性があると推定できる。なお、福岡県経済波及効果分析ツールを使用すると、福岡県内外の経済波及効果が算出できるが、今回のゾーンは小倉中心市街地であるため、このエリアで消費されるであろう需要増額のみを算出した[7]。

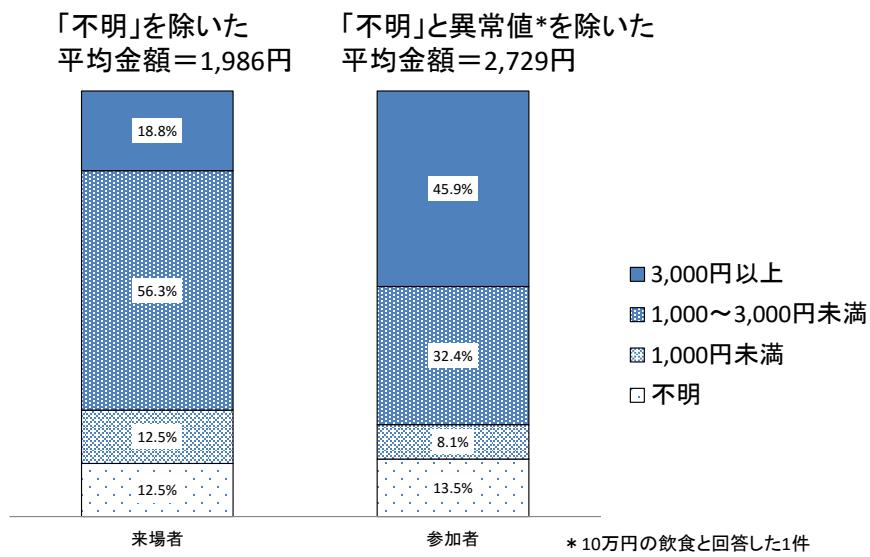


図3-26 購買・飲食金額（こくらハロウィン体験で購買飲食をしたくなった対象者のみ）

3.4 報道について

報道による情報発信を促進させるため、①参加者・来場者への告知②当日の報道対応、という2種類の施策をとった。参加者・来場者への告知に関しては、地元アイドルをハロウィン大使に任命し、市長への表敬訪問と、実際に報道社にも訪問した。当日の報道対応に関しては、ニュースリリースとして当地域イベントのコンセプト情報を各メディアに送付した。また、北九州×にじのはしの時と同様に、小倉経済新聞に協力を要請した。

その結果、参加者・来場者告知に関しては、毎日新聞（表敬訪問）と、読売新聞（新聞社訪問）の記事が掲載された。また、当日の報道に関しては、NHK 北九州放送局のニュース（2回）とKBC 朝日放送のバラエティ番組での報道が行われた（表3-15）。

表 3-15 こくらハロウィン報道結果一覧

報道日時	報道社	タイトル
7月16日	小倉経済新聞(広報として)	小倉で「ハロウィーン」開催へ 仮装コンテストに賞金10万円も
9月22日	毎日新聞西部本社 北九州版 0.5段相当	来月18日の「ハロウィン」をPR 20行
10月2日	小倉経済新聞(広報として)	小倉でハロウィーン PR大使に地元アイドル「パジャルー」
10月6日	読売新聞西部本社 北九州版 1段相当	小倉でハロウィーン楽しもう 18日 ご当地アイドルがPR
10月18日 18:10	NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」	ハロウィーンで仮装パレード 1分30秒
10月19日	小倉経済新聞(広報として)	小倉「ハロウィーン」に仮装2200人「キャツ」メークでフルート演奏も
10月22日 10:45	KBC「サワダデース」	SIJ すごくイイ情報 小倉でハロウィン 仮装が熱い5分30秒
10月28日 18:10	NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」	ハロウィーン若者でにぎわう小倉の街 1分20秒

3. 4. 1 参加者・来場者への告知時の報道

毎日新聞社と読売新聞社の報道が行われた(写真3-5、写真3-6)。



写真3-5 市長表敬訪問記事 9月22日毎日新聞西部本社 北九州版



写真 3-6 新聞社報道記事 10月6日 読売新聞西部本社 北九州版

3. 4. 2 こくらハロウィン当日の報道

ハロウィン当日の報道は、NHK 北九州放送局（2件）と KBC 九州朝日放送の報道が行われた。

①10月18日 18:10 NHK 北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」

こくらハロウィン当日の夕方にイベントの実施報告の報道が行われた。その概略は次のとおりである。

ハロウィンにちなんで、仮装した人たちが、北九州市の中心部をパレードする催しが開かれた。この催しは、北九州市などで作る実行委員会が、街のにぎわいを新たに作り出そうと一昨年から始めた。午後から行われた中学生以上のパレードには、およそ 750 人が集まり、中心市街地をパレードした。参加した人々は、お化けや妖怪、アニメのキャラクターなど、思い思いの仮装をして、街中の人に手を振りながら、楽しそうに歩いた。参加者の一人は、みんな一つになって、仲良くできて良かったと語った。実行委員長は、多くの人が訪れて街が元気になるイベントにしたいと語った。

②10月22日 10:45 KBC 「サワダデース」

番組内でハロウィンの特集が組まれ、その中で小倉の街の様子として当イベントが紹介された。その概略は次のとおりである。

（番組スタジオでのトーク）

今日の情報コーナーではハロウィンの紹介をする。10月31日はハロウィンある。ヨーロッパなどで始まった祭りだが、近年では秋のイベントとして恒例となりつつある。今月に入つて福岡でもこのイベントが行われている。先週小倉でもパレードが開催され、多くの人が仮

装をしていた。

(以下こくらハロウィンの紹介)

先週の日曜日、北九州市小倉北区でこくらハロウィン2015が行われた。一般企業や大学、そして市が一体となって開催している西日本最大級のハロウィンイベントである。

実行委員長は、子供から高齢者まで参加しており、審査委員もお面をかぶりこのイベントを盛り上げていこうと述べた。また今後は地域の方とさらに連携して、さらにこくら全体でにぎわう小倉独自のイベントにしたいと語った。

このイベントでは、小倉中心市街地を仮装パレードし、仮装コンテストでは10万円が贈られる。仮装者は「スターウォーズ」「中世ヨーロッパ風」「ディズニープリンセス」「バックトゥザフューチャー」などに仮装している。昨年のキッズ部門の優勝者は「スターバックス」の仮装をしている。

今年のグランプリに輝いたのは26歳のOL二人だった。また、スターバックスの仮装者はハートフル賞に輝いた。

(こくらハロウィン紹介終わり)

続いてのコーナーでは、ハロウィンの仮装グッズについて紹介する。

以下、ハロウィン情報が続く。

③10月28日18:10 NHK北九州放送局「ニュースブリッジ北九州」

番組内で放送エリアである北九州のハロウィンの特集が組まれ、街の様子の一つとして当イベントが紹介された。

その概略は次のとおりである。

(番組スタジオでのトーク)

ハロウィンはヨーロッパが発祥で、10月31日に自分に悪霊が取りつかないようにするために仮装するようになったと言われている。そんなハロウィンを前に、盛り上がる小倉の街を取材した。

(こくらハロウィン紹介)

18日に、ハロウィンの仮装行列が行われ2,000人が参加した。ハリウッド映画のキャラクターに、アラブ民族をイメージした衣装など、工夫を凝らした思い思いの衣装を身にまとっていた。仮装者は「仮装だから、こういうことができるって感じだよね。」と語る。

(こくらハロウィン紹介終わり)

以下北九州の商業施設でのハロウィンの取り組みを紹介。

3. 4. 3 報道内容について

報道内容が次の三つのタイプに分かれることとなった。

(1) 参加者・来場者への告知時で、「学生とハロウィン大使によるPR」という趣旨の記事とともに、ポスターを含めた写真が新聞社で報道された。

(2) 当地域イベントの実施結果をニュースとして告知するもので、イベントの目的と主催が説明され、街のにぎわいの様子が報道された。

(3) 昨今のハロウィンブームを扱う報道の中で、こくらハロウィンが紹介されている。内容としては、にぎわう市民の姿を中心に描かれている。

(1) は告知時にアクターである「学生」と「ハロウィン大使」の行動が記事化されている。

(2) (3) は主催者の思いとともに、小倉の街でにぎわう参加者の姿を中心に描かれている。ただし(3)に関しては、ハロウィンというブームの中の一つの事象として、当地域イベントが報道されている。

3. 4. 4 報道の広告換算について

こくらハロウィンの報道の広告換算は表3-16のように1,090,750円となった。

表3-16 こくらハロウィンの報道を広告換算した費用

	TV局	①CMパーコスト推定	②15秒CM換算本数	③世帯視聴率 4~10月平均	①×②×③=CM換算費用
1	NHK北九州	3,500円	6本	8.5%	178,000円
2	KBC朝日放送	7,000円	22本	3.5%	539,000円
3	NHK北九州	3,500円	5本	8.5%	148,750円
④TV合計					865,750円

	新聞社	①1段あたりの単価推定	②記事面積を段数に換算	①×②=広告換算費用
1	毎日新聞西部本社朝刊	150,000円	0.5段	75,000円
2	読売新聞西部本社朝刊	150,000円	1段	150,000円
⑤新聞合計			225,000円	
④+⑤報道合計			1,090,750円	

2. 4. 5 報道による波及効果

「北九州×にじのはし」の事例のような、アクターの一員である小倉経済新聞の報道による報道連鎖は確認できなかった。また、報道内容に対する外部からの問い合わせもなかった。

3. 5 評価方法への適用

以上のことと踏まえて、こくらハロウィン2015の評価を行う（図3-27）。

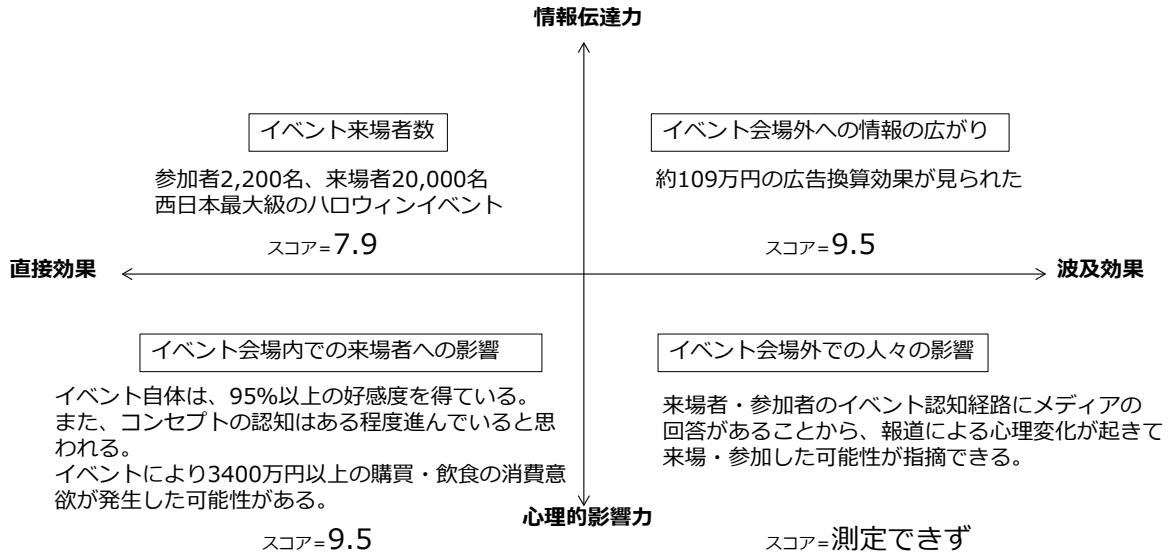


図3-27 こくらハロウィン2015の評価表

3. 5. 1 こくらハロウィン2015の評価

①イベント来場者数について

メイン会場である小倉駅JAM広場が一部工事中であったため、安全性を考慮し定員に満たない状況で募集を停止した。参加者は2,200名にとどまっている。ただしこの人数は、昨年より200名増えている。スコアは7.9点である。

②イベント会場外への情報の広がり

表3-16より100万円強の広告換算効果が見られた。評価としては9.5点である。

③イベント会場外での人々の影響

残念ながら、今回の報道による直接の問い合わせを事務局が受けた実績はない。また、認知を計るデータを得ることは出来ていない。ただし、情報認知経路の調査結果でマスメディアの項目があげられていることから、報道の結果として心理変容が起きている可能性が指摘されよう。

④イベント会場内での来場者への影響

来場者・参加者ともに、95%の好印象を与えていることから、スコアは9.5点となる。また、3,400万円以上の購買意欲がイベントの体験により沸いたと思われる点も、来場者の心理的影響の結果だと考えられる。

3. 5. 2 考察

「イベント来場者」「会場外への情報の広がり」「イベント会場内での来場者への影響」とともに比較的高いスコアを得ることが出来た。「イベント会場外での人びとの影響」に関してはスコアを測定出来なかつた。ただし、報道により来場・参加した市民の存在が指摘できる点は評価に値すると考える。

アンケート調査結果からは、ある程度コンセプトの認知が進んでいると考えられるが、報道内容が一般的な「ハロウィンブーム」の文脈の中で語られていることが多い。この点を鑑み、今後はさらに「こくらしさ」を創出する努力をするべきであろう。

4. 「地域イベントの戦略構造」に関する評価

今回の研究では、「地域イベントの戦略構造」を意識してプランニングした二つの地域イベントを実施・評価を行った。その結果、「直接効果」の評価領域において、おおむね良好な結果が残せたと考える。よって、この二つの事例に関しては、地域イベントの戦略構造が適用できたと判断する。

また、事例として実施した地域イベントでは、イベント外へのコミュニケーション効果が確認できた。このことを受け、仮説提示した「地域イベントの戦略構造」の修正を次章で行う。

5. まとめ

今回の研究では、評価方法として岩崎・栗原（2005）の研究を参考にした。前述したように、企業イベントおよび地域イベントの評価方法に関しては、一般化された手法はないが、コミュニケーション観点で考案された評価方法の採用は妥当であったと考える。一方で、メディアに報道されない地域イベントは数多く存在しており、報道量による波及効果評価指標は、地域イベントにとってハードルの高いという批判もあるかもしれない。しかし、規模は小さくとも、報道による波及効果を活用した優れたイベントは多く存在する〔注5〕。よって、この評価方法自体は暫定的なもので、一般化できるものではないが、今回の研究においては妥当なものであったと考える。

本章では、二つのサンプルで「地域イベントの戦略構造」の適応について確認ができた。

また、調査の中で「アクター」の存在自体がブランドIDの一つとなりうる可能性や、地域イベントの定期実施によるリピーターへのエピソード記憶再生効果をもたらしている可能性も指摘された。

最終章となる次章では、これらの指摘を踏まえ、「地域ブランド創出に寄与する地域イベントの戦略構図」のありかたについて考察を加えていく。

第3章:参考資料・注

[1] 刈屋武昭, ブランド評価と価値創造, 日経広告研究所, pp.8-26, 2005年

[2] 岩崎博, 自治体イベントの評価をめぐって, イベント学のすすめ, イベント学会編, ぎょうせい, pp.228-237, 2008年

[3]

東京都の上位3社の発行部数は「読売新聞広告ガイド」を参考にした。

<http://adv.yomiuri.co.jp/yomiuri/download/PDF/circulation/national02.pdf> 最終アクセス 2016年1月3日

北九州市上位3社の発行部数は、西日本新聞広告局ホームページを参考にした。

http://www.nishinippon.co.jp/koukoku/download/2013_4.pdf 最終アクセス 2016年1月3日

読売新聞段単価は読売新聞広告ガイドを参考にした。 <http://adv.yomiuri.co.jp/yomiuri/download/PDF/rate/adrate.pdf> 最終アクセス 2016年1月3日

朝日新聞段単価は新聞広告.jpホームページを参考にした。

http://shinbun-ad.jp/price_asahi.html 最終アクセス 2016年1月3日

毎日新聞段単価は新聞広告.Jpホームページを参考にした。

http://shinbun-ad.jp/price_mainichi.html

日経新聞段単価は新聞広告.Jpホームページを参考にした。

http://shinbun-ad.jp/price_nikkei.html 最終アクセス 2016年1月3日

[4] 総務省:平成23年度決算財政状況資料集(北九州)

[5] 北九州市水道局, <http://www.city.kitakyushu.lg.jp/suidou/s00400009.html> 最終アクセス 2016年1月5日

[6] we love 小倉協議会, we love 小倉協議会コンセプトシート, 2014年

[7] 福岡データウェブ、福岡県企画・地域振興部調査統計課、<http://www.pref.fukuoka.lg.jp/dataweb/search-hakyuu-17-2005.html> 最終アクセス 2016年1月6日

注釈

[注1]筆者から岩崎氏に連絡を入れ、助言をいただいた。

[注2] 北九州市のH27年度ブランド創造シティプロモーション事業（都市ブランディングに関する年間予算）は678万円。

[注3]筆者が以前在籍した株式会社電通九州の協力を得た。

[注4] あるある YY劇場は、本論文執筆中の2015年12月31日に、経営不振により北九州より撤退した。

[注5]たとえば、「後久博,街イベントの最新傾向とその効果的活用事例,イベント学会2001年度研究大会発表資料,イベント学会、2001年」などにはその事例が記載してある。

第4章

結論と今後の展望

第4章 結論と今後の展望

1. はじめに

本論文では、地域ブランド創生に寄与する地域イベントの可能性に着目し、その効果的な戦略構造について研究を行ってきた。その方策として、地域ブランドで語られる戦略の枠組みの地域イベントへの適用を試み、仮説として地域イベントの戦略構造を提示した。そして、事例により検証を行なった結果、北九州を代表とする地域イベントと、同エリアで実施した地域イベントではその効果が確認できた。

最終章となる本章では、本研究で指摘された地域イベントの知見をまとめ、今後の展望を述べることとする。

2. 本研究で指摘された地域イベントの知見からの考察

2. 1 本研究で示した地域イベントの地域ブランド創生への寄与について

第1章で述べたように、マーケティング・コミュニケーションのツール群の中で、イベントは「販売促進」(Sales Promotion)に位置づけられる。岸・田中・嶋村(2000)や日本マーケティング協会(2005)は、販売促進が、短期間で効果を狙うために実施されることを述べている[1] [2]。ただし、その説明では、価格訴求の販売促進による短期間での売り上げ効果については触れられているが、イベントのどのような機能がこの効果に関与しているかは明らかにされていない。

今回の研究では、一般的な広告メディアでの受け手の受容行為が「見る」「聴く」といったものであるのに対し、イベントでは多岐にわたる受容行為に受け手を導くことが分かった。また、これらの受容行為はイベントの非日常的な演出によってもたらされる。このことは、イベントが短期的でコミュニケーション効果を創出する要因の一つが、イベントの「非日常性の演出」にある可能性を示唆するものと考える。

そして、同時にこれは、地域イベントが、短期間で地域ブランドの価値創造を加速させる可能性を予感させるが、実際にブランドの価値変化を測定し明らかにすることは困難である。ただし、第3章で行なった事例イベントの評価では、コミュニケーションにおける情報伝達と心理変容について良好な結果が確認できた。またアンケート調査では、地域ブランドのアイデンティティを考慮した地域イベントのコンセプトを、受け手に対してある程度伝達できることも確認できた。

これらのことから、本研究で仮説提示した戦略構造によってプランニングされた地域イベントは、地域ブランドディングのコミュニケーション・ツールとして、有効なコミュニケーションを果たす機能を持つ可能性があると結論付ける。

2. 2 地域イベントのブランディングの二重構造について（地域イベントのブランド化）

第2章の事例では、わっしょい百万夏まつりが北九州という都市のブランディングを行いつつも、この地域イベント自体がブランド化されている、「ブランディングの二重構造」について指摘を行なった。

アーカー(1999)は「販売促進」(Sales Promotion)のブランド化について次のように述べている。

「プロモーションをブランドとみることは有益である。ブランドと同じくプロモーションは、ブランドと結びついた連想を開発することが必要である。(中略)

ブランドやそのシンボルまたは一次連想と緊密に結びついたプロモーションは、どのブランドにも帰属しうるより包括的なプロモーションと同一視されるという問題を回避する。実際に他のブランドに帰着しないようにプロモーションをブランド化することは有用である。(プロモーション=Sales Promotion の意)」[3]この企業ブランド論で語られるプロモーションのブランド化は、地域イベントの戦略にも適用して考えることが出来るだろう。

わっしょい百万夏まつりの事例では、ゾーニングに結びついた他地域にはない独自性をもった地域イベント施策を長きに渡り実施してきた結果、北九州の代表的な地域イベントとしての認知を得ていることが分かった。このことは、地域イベントが地域ブランドのコンセプトと密接に結びつくことで差別化につながる「独自性」を持ち、「繰り返し」のコミュニケーションを行いながら認知を得ることで、地域イベント自体がブランド化につながる可能性を示していると考える。

地域イベントがブランド化は、良好なコミュニケーションの効果を導くことが予想される。このため、地域イベントのプランニングにおいては「地域イベントのブランド化」を視野に入れた戦略を考慮すべきであると考える。

2. 3 地域イベントのコミュニケーションの外部性

本研究で仮説提示した地域イベントの戦略構造において、コミュニケーションのターゲットは参加者を想定していたが、第3章での事例では、報道による一般市民への情報伝達が確認できた。特に「北九州×にじのはし」では、予算20万円の予算で約500名の参加者に情報伝達を行ったのに対し、マスコミでの報道量を広告費換算した額は2,200万を超えており、そのコミュニケーション効果は無視できない。このようにイベント内でのコミュニケーションが、イベント外の市民に波及する効果を、ここでは「イベントのコミュニケーションの外部性」と呼ぶこととする。

このイベントのコミュニケーションの外部性には、「パブリシティ」や「クチコミ・SNSによる情報発信」などの関与が考えられる。

第3章で評価した外部への情報伝達は、「パブリシティ」と呼ばれるマスコミでの報道をコミュニケーションに活用する手法であり、図1-1に示したマーケティング・コミュニケーション・ツールの一つとして位置付けられる。アーカー(1999)は、広告費を伴わず信頼性の高いメディアで情報伝達されるパブリシティの有効性を説いた上で「パブリシティが最も効果的になるためには、ニュース価値のあるイベントまたは行為が必要である。なぜなら、おそらくそれが非日常的であるからである。」と述べている[4]。また、清水(2014)は積極的パブリシティの手段として①ニュースリリースの送付②記者会見・記者発表③記者招待④スペシャルイベント⑤媒体企画などへの協力、を挙げている。

一方のクチコミに関して、清水(2014)は、「クチコミは人と人が直接口によって伝えていくことであるが、こんにち、スマートフォンが普及し、電話よりもむしろメールによって伝えることが増えてきた。また、ソーシャルメディアのアプリケーションが登場し、人々はそれを使って互いにつぶやくようになった。そのようにして人々はコミュニティを形成するようになり、特定のブランドについて支援・主張していくコミュニティとしてアドボケーター(advocater)と言われる人々が出てきた」と述べている。また、クチコミは「(図1-1で示した)九つのコミュニケーション活動によって発生した話題性

が慣性の法則で伝搬する状態と捉えることが出来よう。」と述べている。[5]

地域イベントのコミュニケーション効果を向上させるには、この外部性を有効に活用する戦略が望まれる。そのためには、ニュース価値のあるイベントコンセプトおよびエピソードメイキングのプランニングと、報道向けのリリース・記者発表等の対応を行う必要があろう。またその際には、パブリシティやクチコミが広告とは違い、情報の操作が行えないことも考慮しておく必要がある。

2. 4 地域イベントの実施場所と実施時期

わっしょい百万夏まつりの事例検証の過程で、地域イベントにおける実施場所の設定が、ゾーニングに結びついた場所性だけでなくその「実施時期」という時間軸での設定が必要になる可能性があることが指摘された。繰り返し行われる地域イベントにおいて、その実施場所と実施時期（時間）はゾーンデザインの必要要素となる可能性を秘めていると考える。

2. 5 繰り返しによるエピソード記憶再生効果と非日常性の劣化

先に、地域イベントのブランド化において、「繰り返し」の必要性を述べた。イベントを繰り返し実施した場合、エピソード記憶が複数回再生され、強化される効果が期待できよう。ただし、良好なコミュニケーションの成果がだけが得られるとは限らないと考える。繰り返しにより地域イベントの非日常性が劣化することも考えられるからだ。

こくらハロウィンでは、2014年度と2015年に地元アイドルを宣伝大使としたプロモーションを行った。これはイベントの顔となるキャラクターを定番化させることが目的であった。しかし、2014年にこの内容が報道として取り上げられたのはTV1件・新聞社4件（資料編参照）であったのに対し、2015年は新聞社2件にとどまった。つまり、繰り返し同施策を行ったため、メディア各社には、情報鮮度の低い面白味の欠けるコンテンツとして捉えられた可能性がある。

この様に、地域イベントの施策を繰り返すことは、コミュニケーションの機会を失うことにもつながりかねない。

堺屋は、2007年のイベント学会研究大会の特別講演で、イベントの「聖なる1回性」について述べている。イベント実施を繰り返す中でマンネリ化することを防がなければならない、というのがその趣旨である[6]。

わっしょい百万夏まつりでは、開始当初から実施している「夏まつり大集合」「パレード」「百万おどり」「花火」といった催しは今も継続して定番化しているが、5年ごとに新規施策を盛り込んでいる。

このことは、地域イベントの定番施策を繰り返し、エピソード記憶の再生により地域イベントのブランド化を図る一方で、新奇性のあるエピソード体験を企画する必要性を示唆するものと考える。

2. 6 フィードバックするプロセスの必要性について

本論文では、地域イベントを成功裏に導く手法として、「地域イベントの戦略構図」を仮説提示し、北九州地域での事例による検証でその効果を確認した。ただし、第3章の実施サンプルでは、当初企画した地域イベントの設計自体を見直す必要も指摘した。これは、筆者の調査設計のミスであるが、同時に、地域イベント企画運営におけるプロセスの必要性を示唆するものもあると考える。イベント最適化戦略に関してホール（1999）が、結果をフィードバックするサイクルのプロセス[7]を提示している

ように、地域イベントの戦略に関しても、「地域イベントの構図」とは別に最適化を進める時間軸の考え方方が必要であろう。

2. 7 互恵性によるアクターのコミット

わっしょい百万夏まつりは、イベント開始時から脈々と続いてきたアクターズネットワークに支えられていることが確認できた。それと同時にアクターの各人は、この北九州を代表する地域イベントにコミットすることで、誇りを得るとともに、人脈やビジネスマンとしての成長（スキルアップ）というメリットを享受できる。この事例から、アクターのコミットを生み出す背景に、アクターと地域イベントとの互恵性の関係が成立していると考えられる。

2. 8 地域イベントと企業アクターの関係の可能性

今回、地域イベントの戦略構図の確認を行った地域イベントでは、わっしょい百万夏まつりが約47億円[8]、こくらハロウィン2015が約3,400万円の経済的な需要増額が推定された。しかしいずれの地域イベントも、主催者がイベントを通じて運営資金を充分に回収できる仕組みが機能しておらず、資金の大半を行政の補助金に依存している。

わっしょい百万夏まつりは長きに渡る実施回数を重ね、今や北九州市を代表する地域イベントといわれるまでに至っている。また西日本最大規模になったこくらハロウィンについても、今後の継続次第では確固としたパーセプションを形成する可能性がある。しかし、厳しい地方財政の中、行政の補助金次第でこれらの地域イベントは継続が危ぶまれることとなる。

地域イベントの運営資金の獲得方法としては、協賛・物販・参加費等の手法が一般的に用いられているが、本研究では、企業とアクターの関係に着目し、今後の協賛のあり方について考察しておく。

わっしょい百万夏まつりとこくらハロウィンは、企業からの協賛金を一部の運営資金にあてている。その方法は、企業のロゴをイベント装飾や広報物に露出し、その対価を協賛金として収入に加えるものである。ただし両地域イベントとも、協賛金で全ての運営費を回収するまでには至っていない。このことは、企業各社にとって、この手法での協賛価値が、運営費を下回る対価とみなされていることを意味する。

このため、こくらハロウィン2015では協賛社と中心市街地の企業に対し、通常のロゴ露出に加えてイベントと連動したセール等の施策メリットを提示した。これは、イベントの非日常性という特徴を協賛の仕組みに取り組む試みであった。しかし、残念なことにこの施策による十分な効果は確認できていない。この件に関してはさらなる企画立案と企業との対話の必要がある。

地域ブランドの「地域」は公共性を持つため、主体がブランド自体を独占することが出来ない。このため企業が地域ブランドを行う際、その投資を促す何らかの仕掛けがないと投資を躊躇してしまう[9]。しかし、その一方で、鈴木（2013）は地域ブランドと企業ブランドとが互恵的な関係により成立する仮説を提示している[10]。この仮説は、地域イベントとアクターとしての企業との互恵関係により、地域イベントが自立した運営を行える可能性を示唆するものであると考える。

その具体的な展開手法に関しては、筆者の今後の研究課題としたい。

3. 地域イベント創生に寄与する地域イベントの戦略構造の提示

今までの知見を集約し、地域イベントの戦略構造を図 4-1 のように修正する。

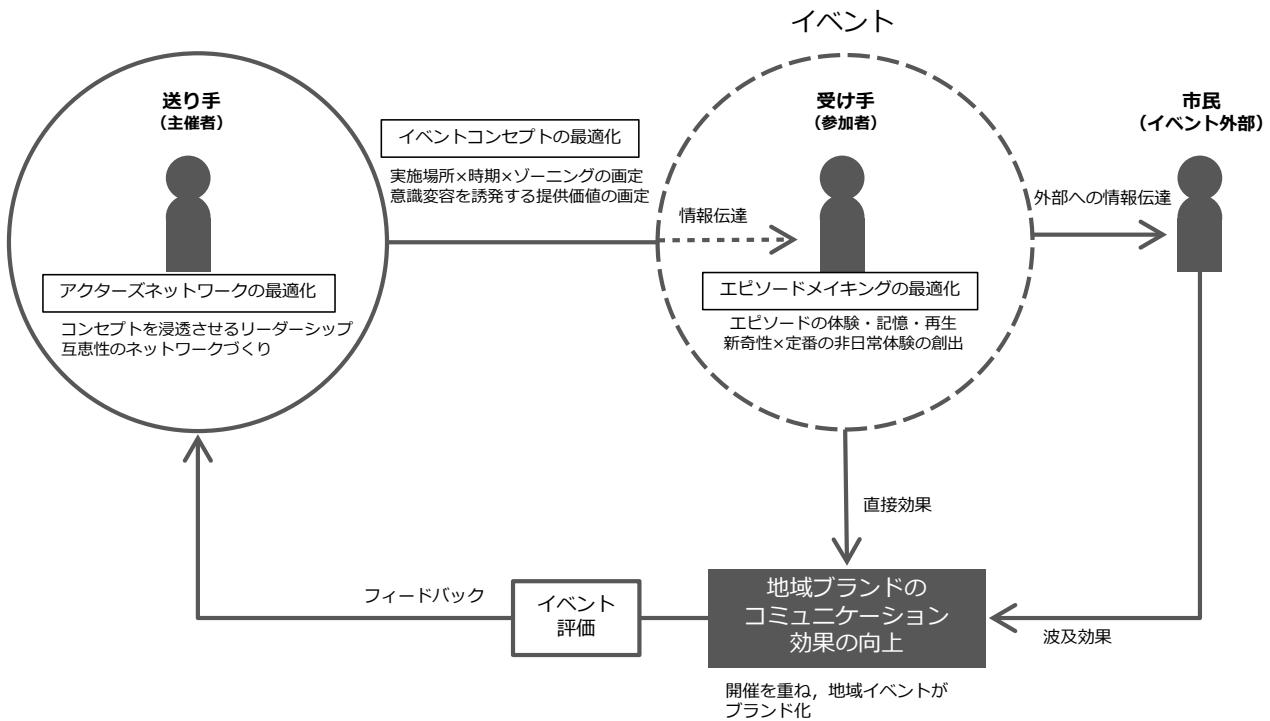


図 4-1 地域イベント創生に寄与する地域イベントの戦略構造（修整）

3. 1 サイクル状の時間軸の導入

サイクル状の時間軸を導入した理由は①繰り返し地域イベントが実施されることで受け手のエピソード記憶の再生が促進されブランドのコミュニケーションの効果が高まる、②地域イベントのブランド化が図れる、③評価測定結果のフィードバックの繰り返しにより、「アクターズネットワーク」「イベントコンセプト」「エピソードメイキング」の最適化につながる、という効果を期待している。

3. 2 イベントの内部・外部へのコミュニケーション

先に仮説提示した戦略構造は、イベント内部でのコミュニケーションのみに着目していた。これに加え、コミュニケーションの外部性を積極的に活用し情報伝達の効果を向上させる仕組みを、戦略構造に取り入れた。

3. 3 アクターの互恵性によるコミットの強化

アクターズネットワークでは、先の仮説で提示した「リーダーシップ」の要素に加え、互恵性による各アクターのコミット強化の効果を期待し、戦略構造に取り入れた。

3. 4 地域イベントの実施場所と時期の設定

イベントコンセプトには、先の仮説で提示した「地域資源のゾーニング」に加え、地域イベントの「実施場所」と「時期」を際立たせることで、受け手側のイベントに対するイメージ強化が期待されると考えた。またこれは地域イベントがブランド化する際のブランド・アイデンティティ要素になると考える。

3. 5 新規性と定番によるエピソード・メイキング

エピソード・メイキングでは、わっしょい百万夏まつりの「祭り大集合」のように当初のイベントコンセプトと強く結びつき「定番化」されたエピソードに、新奇性を持った新たな話題性を付与し、非日常体験を創出する必要があると考える。この仕組みは、受け手である参加者への直接体験だけでなく、報道者に対するニュース性を提供することにつながると考える。

3. 6 この地域イベントの戦略構造の地域ブランド創生への寄与について

これは、地域ブランドのコミュニケーション・ツールとして地域イベントを活用する際、そのコミュニケーション効果を向上さるための戦略構造として提示する、

4. 期待できる効果の予想

ここでは、図4-1の地域イベントの戦略構造を、第3章で実施した2つの地域イベントに適用させ、期待できる効果を予想する。

4. 1 「北九州×にじのはし」への適用

先に述べた地域イベントの戦略構図を「北九州×にじのはし」に適用し図4-2に示す。

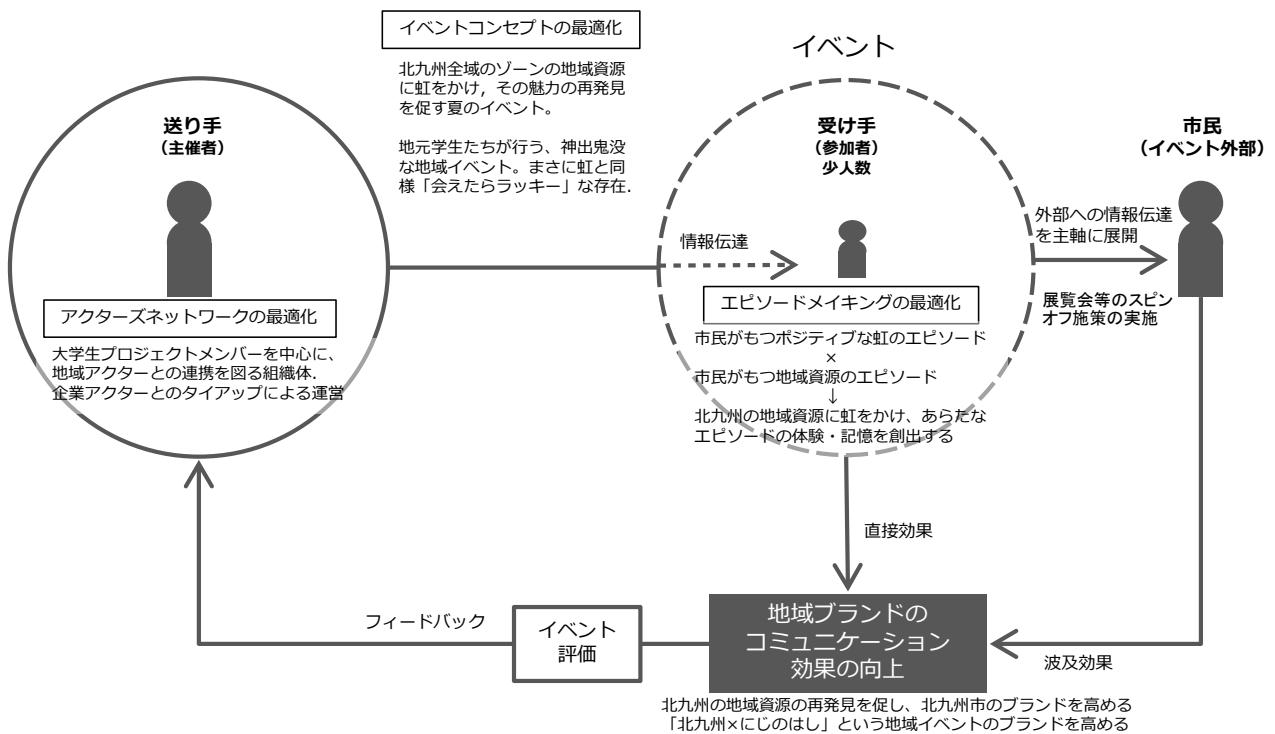


図4-2 地域イベントの戦略構図の「北九州×にじのはし」への適用

4. 1. 1 イベントコンセプトの最適化

集客が行えている他の地域イベント内での実施においては盛況感とともに、直接効果が期待できることが確認できた。アンケート調査からも、戦略構図の効果が確認できている。このことより、本研究以降もイベントを継続すると判断した。

ただし、ただし、天候の都合上、事前集客には慎重な態度で臨む必要がある。また、イベント外部へのコミュニケーション効果の高い施策であることが確認できた。このことより、今後は波及効果によるコミュニケーションを主軸においた活動を行う。

まず、学生の姿が好意的に捉えられることが確認できたことからも、「学生の夏の活動」の実態をイベントコンセプトに盛り込み情報発信を行うべきと考えている。

4. 1. 2 アクターズネットワークの最適化

本研究のイベント実施では、外部への波及効果が功を奏し、部外者との接点を得ることとなった。その際の対話の中で、彼らのメリット享受の対価としてのアクター協力という互恵関係が生まれた。ただし、これは契約書といった法規的な制約や商取引が伴うものではなく、相互の信頼のもとでのゆるやかな関係のネットワークである（表4-1）。

現在のところ、この互恵関係では金銭の取引は発生していない。しかし、今後この相互の協力関係を推進した場合、運営資金面でのサポート等の発展が見込める可能性があると考える。また、メディア関係者が「学生の活動」という側面を報道した経緯を先に説明したが、今後アクターのネットワークが拡大した場合、「北九州の地域アクターたちの活動」というさらにゾーンに根ざした情報発信の可能性がある。

表4-1 「北九州×にじのはし」のアクター

アクター	所属	メリット	アクター協力内容
A氏	ア区まちづくり団体会長	地域PR・地域イベントプロデュース依頼	ア区内での共同実施・水資源提供
B氏	ア区内の総合展示場職員	作品使用による施設PR	ア区地域での水資源提供
C氏	イ区役所	作品使用によるイ区のPR	イ区でのにじのはし実施の際の許可申請支援および水資源提供
D氏	ウ区港湾空港局	作品使用による管轄PR	ウ区港湾局管轄でのにじのはし実施の許可申請および水資源提供
E氏	市内高校教諭	教育プログラムへの活用・高校PR	高校写真部部員とのにじのはし共同実施
F氏	音楽イベント会社	企業PR・地域イベントプロデュース依頼	音楽イベント等でのにじのはし共同実施
G氏	音響制作会社	新規事業の試み	映像制作（音響）

筆者が所属する大学関係者以外のアクターの中で、互恵関係にある者のみをリスト化

4. 1. 3 エピソードメイキングの最適化

本研究における「北九州×にじのはし」実施では、来場者への「直接効果」よりも、メディアによるイベント外部への「波及効果」の方が高い効果を残すことが出来た。

このため、今後はメディアでの情報発信を意識したエピソードメイキングも考慮すべきと考える。その際、虹の風景を鑑賞させるこのイベントは、受け手に様々な受容行為を提供するものではないため、マンネリ化に陥りやすいと予想される。よって、定番化したイベント実施もさることながら、新奇性のある展開を試みる必要があると考える。

一方で、この地域イベントで使用する材料は水であり、実施経費が安価であるため、複数回の実施が行ないやすい。また、写真・映像鑑賞によるイベントの疑似体験を誘発しやすい内容でもある。これらの長所を活かせば、イベント実施内容を作品写真・映像化し、facebook等のSNSで複数回公開できる。これは、鑑賞者である受け手に対してエピソードの再生が繰り返し、記憶を強化できる可能性があると考える、またそれら作品を集約することで、展覧会等のスピノフの地域イベント展開も可能になると考える。

4. 1. 4 地域イベントのブランド化

この地域イベントと同様の取組みは他の都市にはない。よってこの活動を繰り返し続ければ、「北九州×にじのはし」という他の地域イベントとは差別化されたオリジナリティを持つものとして市民に認知される可能性がある。つまり地域イベントとしてのブランド化が行なえる可能性を秘めていると考える。

4. 2 「こくらハロウィン」への適用

こくらハロウィンに関しては、第3章の研究結果を実行委員会にフィードバック^[注 1]し、戦略構造の修正を試みた（図4-3）。詳細の企画設計は2016年の5月となるが、2016年1月時点で期待される効果を次のように示す。

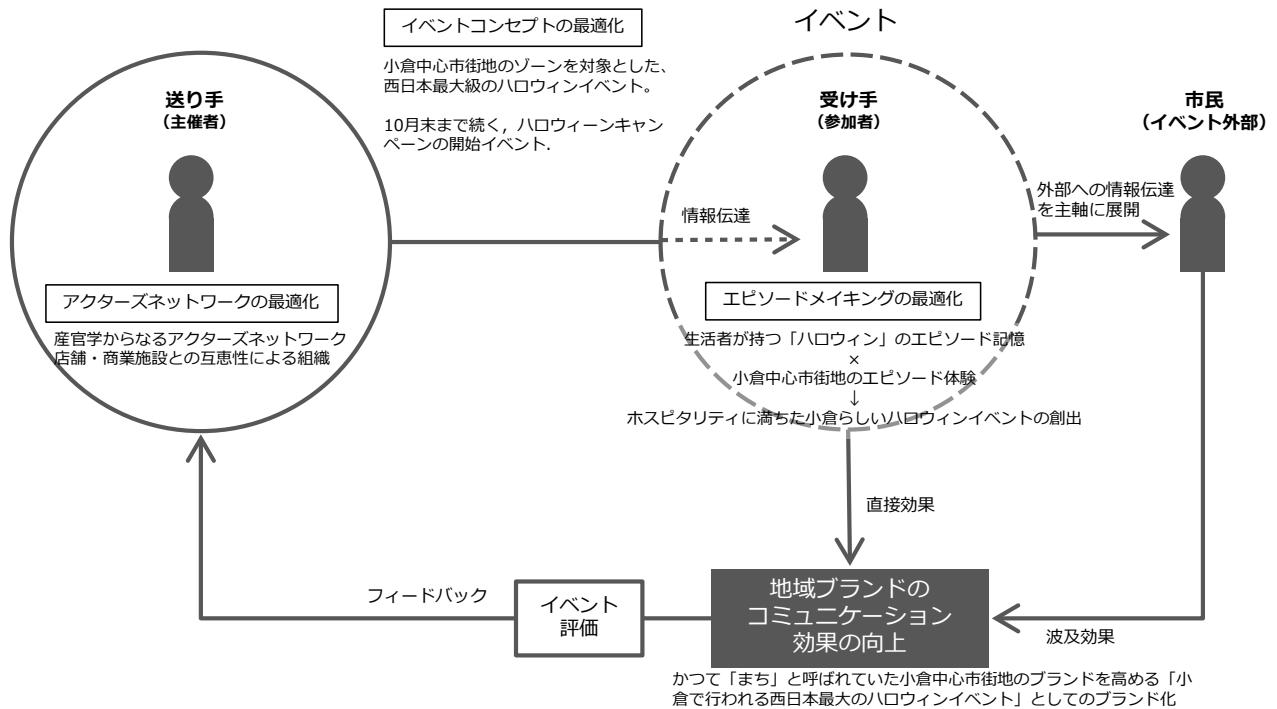


図 4-3 地域イベントの戦略構図の「こくらハロウィン」への適用

4. 2. 1 イベントコンセプトの最適化

こくらハロウィン2015には、熊本・佐賀の2地域からの視察団が訪れた。また、2015年には福岡市のまちづくり団体である WeLove 天神が500名の参加者定員でハロウィンパレードを開始している。このように近隣地域でも、ハロウィンを地域のにぎわいづくりに活かす動きがある中、他都市との差別化をはかるためには、「西日本最大規模」を維持する必要があると実行委員会は判断している。そしてそのためには、小倉（中心市街地）らしさを創出する必要があるという結論に至った。

その方策として、現在この地域イベントに活用されていない地域資源を企画に盛り込むこととなった。その一例として、福岡県で唯一天守閣を持つ「小倉城」での表彰式実施が検討課題にあげられており、実現できればメディアでの情報発信力を持った企画になると予想する。

また、このイベントは、他地域よりも1週間早いイベント実施日の設定を行なっている。そして、本研究では、一日で3,000万円以上の直接需要増が発生することが確認できた。このことより、本地域イベントを10月末まで続く中心市街地のハロウィンキャンペーンの「皮切りイベント」として位置づけ、経済活性につなげる施策を目指す予定である。

4. 2. 2 エピソードメイキングの最適化

第3章の参加者に対するアンケート調査では高い好感度を得ていたが、一方で事務局には参加者からの運営に関するクレームが複数寄せられていた。これは、大勢の参加者に対し、運営スタッフが的確に対処できていないことが原因である。ネガティブな経験は良好なエピソードメイキングを阻害する。このことを鑑み、運営面でのホスピタリティを向上させることが、さらなるエピソードメイキングにつながると考えている。

また、イベントコンセプトで述べた「小倉らしさ」の創出は、新奇性をもってエピソードメイキングにつながると予想する。

4. 2. 3 アクターズネットワークの最適化

先に述べた運営面の「ホスピタリティ」の実践は、ボランティアスタッフの行動に依存する部分が大きい。「西日本最大規模」を維持するためには、今後さらに参加者を増やす必要があり、同時に、ボランティアスタッフの数も増やさなければならない。また、ホスピタリティ向上のためには、ボランティア組織のマネジメントも向上させなければならない。この対応のため、ボランティア運営に携わる産官学アクターのネットワーク強化を図り、コンセプトの周知・ディレクションの徹底を行う必要性があると実行委員会は結論付けた。

一方で、先に述べた、中心市街地の経済活性のコンセプト理解を、中心市街地の店舗・商業施設へ促すとともに、経済的な互恵関係を導くことが出来れば、この地域イベントの社会的価値をさらに高めることが出来る可能性があると考える。

4. 2. 4 地域イベントのブランド化

こくらハロウィンは、「小倉で行われる西日本最大のハロウィンイベント」としての認知が進んだ場合、他地域のハロウィンイベントと差別化が図れる可能性があると考える。

5.まとめと今後の展望

第2章で仮説提示した地域イベントの戦略構造は、①戦略の最適化を行いながら地域イベントのブランド化を図る仕組みと、②コミュニケーションの外部性を積極的に活用し情報伝達の効果を向上させる仕組みを。取り入れることで、さらなるコミュニケーションの効果が期待できると考える。ただし、現段階では、図4-1に示した戦略構造の活用に関しては、次のような注意点を指摘しておく。

5.1 地域ブランディング作業における、この地域イベントの戦略構造の位置づけ

図4-1は、地域ブランドのコミュニケーション・ツールとして地域イベントを活用する際に、そのコミュニケーション効果を向上さるための戦略構造として提示するものである。

今回の研究では、地域イベントの単独実施における効果確認を行い、考察を重ねてきた。しかし、実際の地域ブランディングの作業では、地域イベント以外のマーケティング・ミックス・ツールを活用してコミュニケーションが展開される可能性が高い。その際の戦略立案においては、地域ブランドのコンセプトとの結びつきや、他のコミュニケーション・ツールとの連動など、総合的なコミュニケーションのプランニングが必要となろう。

5.2 この地域イベントの戦略構造の精度について

本研究で提示した地域イベントの戦略構造は、あくまでも北九州市で実施された3つの地域イベントの事例から導いたものであるに過ぎない。このため、この戦略構造の精度を向上させるためには、さらに事例を積み上げる必要があると考える。

5.3 地域イベントの持続性について

図4-1の地域イベントの戦略構造では、繰り返し行程を循環させながら戦略を最適化する仕組みを提示している。しかし、本研究では、運営コスト回収し持続的に地域イベントを運営する仕組みを明らかにはできていない。

5.4 今後の展望

今回の研究では、現在実施されている地域イベントの外観を把握するとともに、地域ブランド創生に寄与する地域イベントのありかたを模索し、北九州地域の3つの事例より知見を得ることが出来た。

その、研究の過程では、ブランディングの二重構造や、地域イベントのコミュニケーションの外部性、時間軸によるゾーニングなどの、特有の事象を発見することも出来た。これらの知見を集約し、本研究では、地域イベントの戦略構造を示すことが出来た。

それと同時に、アクターとの互恵関係により地域イベントが自立した運営を行うための具体的な展開手法等、この戦略構造には様々な改善点を残しており、筆者のこれから的研究課題となると考えている。

今後は、さらなる事例を積み上げ、地域イベントを成功裏に導く戦略構図を提示することが、地域イベントのアクターとして活躍する方々への一助となりうると考える。

第4章：参考資料

- [1] 岸志津江・田中洋・嶋村和恵, 現代広告論, 有斐閣アルマ, p.7, 2000 年
- [2] 和田充夫・日本マーケティング協会,マーケティング用語辞典, 日経文庫, p.180, 2004 年
- [3] [4]デービット・A・アーカー著・陶山計介・中田善啓・尾崎久仁博・小林哲訳, ブランドエクイティ戦略第6版, ダイヤモンド社, pp.231-232, pp.234-235, 1999 年
- [5] 清水公一,『広告の理論と戦略』,創成社, pp.379-380, 1989 年
- [6] 堀屋太一, 特別講演「スポーツイベントと都市政策」,『イベント学会 2007 年度研究大会発表論文集』, イベント学会, 2007 年

- [7]コリン マイケル ホール著・須田直之訳,『イベント観光学』,信山社, p.12, 1996 年
- [8]『第 26 回わっしょい百万夏まつり写真集』,わっしょい百万夏まつり振興会, 2013 年
- [9] 田中洋編・小林哲著,『ブランド戦略全書』第 7 章 2 つの地域ブランド論, 2014 年
- [10] 鈴木敦詞, 地域ブランドと企業ブランドの関係性に関する一考察—たねやを事例に—『地域デザイン学会誌「地域デザイン」第 2 号』, 2014 年

注釈

[注 1]2016 年 1 月 27 日（水）17:00～20:00 に実施された、こくらハロウィン 2015 実行委員会第 4 回会議にて議論が行なわれた

資料編

資料編

第1章

1. 分類化のため使用した各地域イベント984件と出典（URL）

アクセス時期 2013年4月～6月末日

- 1 さっぽろホワイトルミネーション http://white-illumination.jp/
 2 北海道神宮（正月3が日） http://www.hokkaidojingu.or.jp/
 3 スキージャンプ大会（複数個所）
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/01
 4 さっぽろ雪まつり http://www.snowfes.com/
 5 円山動物園スノーフェスティバル http://www.city.sapporo.jp/zoo/
 6 雪と虹のまつり http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/02
 7 創成川公園雪だるまカーニバル
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/02
 8 全農日本カーリング選手権大会
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/02
 9 大通公園ウインターポーツフェスティバル
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/02
 10 TOYOTA BIG AIR http://www.toyota-bigair.jp/
 11 札幌藻岩山スキー場まつり
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/03
 12 くりやま老舗まつり http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/04
 13 定山渓温泉溪流鯉のぼり http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/04
 14 平岡公園 梅まつり http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/04
 15 さけの稚魚 体験放流 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/05
 16 さっぽろライラックまつり
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/05
 17 もいわやまの日 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/05
 18 北海道を歩こう http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/05
 19 YOSAKOI ソーラン祭り http://www.yosakoi-soran.jp/
 20 北海道神宮例祭（札幌まつり）
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/06
 21 花フェスタ 2013 札幌 http://www.aurora-net.or.jp/doshin/hanafesta/
 22 サッポロ・シティ・ジャズ
 http://sapporocityjazz.jp/info/about.php
 23 PMF (パシフィック・ミュージック・フェスティバル)
 http://www.pmf.or.jp/
 24 家庭教師のアルファ PRESENTS 真駒内花火大会
 http://makomanai-hanabi.com/
 25 サッポロ豊平川イカダ下り http://www.ikadakudari.com/
 26 さっぽろ夏まつり http://www.sapporo-natsu.com/
 27 カルチャーナイト http://www.culture-night.com/
 28 さっぽろ旭山音楽祭 http://www.asahiyama.net/
 29 すすきのおもてなし縁市 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/07
 30 すすきの音楽祭 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/07
 31 豊平川花火大会 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/07
 32 モエレサマーフェスティバル http://www.moere.jp/
 33 サマージャンプ大会（各地）
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/08
 34 RISING SUN ROCK FESTIVAL
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/pickup/outdoor-event.html
 35 だい・どん・でん！ さっぽろバフォーマンスカーニバル
 http://www.daidondon.com/
 36 創成川公園サンキューフェスティバル
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/
 37 北海道マラソン http://www.hokkaido-marathon.com/
 38 さっぽろタバス
 http://ja.wikipedia.org/wiki/%E3%81%95%E3%81%A3%E3%81%BD%E3%82%8D%E3%82%BF%E3%83%91%E3%82%8B
 39 札幌国際短編映画祭 http://sapporoshortfest.jp/
 40 さっぽろオータムフェスト http://www.sapporo-autumnfest.jp/
 41 ジール・ド・北海道国際大会 http://www.tour-de-hokkaido.or.jp/
 42 さっぽろサケフェスティバル http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/09
 43 アシリチップフノミ「新しい鮭を迎える儀式」
 http://www.welcome.city.sapporo.jp/event/09
 44 札幌マラソン http://www.shsf.jp/
 45 さっぽろ菊まつり http://www.sweb.co.jp/
 46 さっぽろアートステージ http://www.s-artstage.com/
 47 ミュンヘンクリスマス市 http://www.sapporo-christmas.com/
 48 サッポロファクトリー ジャンボクリスマスツリー
 http://sapporofactory.jp/
 49 仙台国際ハーフマラソン http://www.sendaihalf.com/ja/index.html
 50 仙台・青葉まつり
 http://www.aoba-matsuri.com/html/matsuri-toha.html
 51 仙台国際音楽コンクール http://www.simc.jp/compe/about/
 52 とってもおきの音楽祭 http://totteokino-ongakusai.jp/totteoki.html
 53 夏まつり仙台すずめ踊り http://www.suzume-odori.com/page.html?p=suzume
 54 仙台七夕まつり http://www.sendaitanabata.com/rekisi/index.html
 55 定禅寺ストリートジャズフェスティバル http://www.j-streetjazz.com/
 56 みちのく YOSAKOI まつり http://www.michinoku-yosakoi.net/yosakoi.html
 57 仙台クラシックフェスティバル http://www.sendela.com/
 58 SENDAI 光のページント http://www.sendaihikape.jp/
 59 どんどん祭（大崎八幡宮）
 http://www.okos.co.jp/oosaki/festival/matsutaki/index.html
 60 さいたマーチ 見沼ゾーデーオーク http://saitamasc.jp/saitamarch/
 61 「さいたまキッズなCity 2012」
- 62 http://www.city.saitama.jp/www/contents/1352939641797/index.html
 第1回人形のまち岩槻「まちかど雛めぐり
 http://www.city.saitama.jp/www/genre/000000000000/1227525755809/event1.html
 63 さいたま新都心スポーツフェスタ 2013
 http://www.city.saitama.jp/www/contents/1329462358098/index.html
 64 第14回さいたま新都心七夕飾り
 http://www.city.saitama.jp/www/contents/1308096011102/index.html
 65 さいたま市花火大会 大和田公園会場
 http://www.stib.jp/hanabi/index.shtml
 66 千葉市科学フェスタ 2013 http://www.chibashi-science-festa.com/
 67 千葉市民芸術祭
 http://www.city.chiba.jp/shimin/seikatsubunka/bunka/simingeijyutsusai.html
 68 しばサンド&サウンドアート
 http://www.city.chiba.jp/shimin/seikatsubunka/bunka/sand&soundart.html
 69 第32回花壇コンクールの開催について
 http://www.city.chiba.jp/toshi/koenryokuchi/ryokusei/midoritohana/kadancoupons2013.html
 70 第2回長谷川良信記念車椅子バスケットボール全国選抜大会
 http://www.city.chiba.jp/shimin/seikatsubunka/sports/250302kurumaisubasketball1.html
 71 「2012 国際千葉駅伝」
 http://ja.wikipedia.org/wiki/%E5%9B%BD%E9%9A%9B%E5%8D%83%E8%91%89%E9%A7%85%E4%BC%9D
 72 中央区魅力再発見まち歩きツアー2！
 http://www.city.chiba.jp/chuo/chiikishinko/walking201202result.html
 73 第14回ウィルチェアーラグビー日本選手権大会
 https://www.city.chiba.jp/shimin/seikatsubunka/sports/27aozukurumaisu.htm
 74 第2回美浜区民フェスティバル
 https://www.city.chiba.jp/mihama/chiikishinko
 75 第20回緑区ふるさとまつり
 http://www.city.chiba.jp/midori/chiikishinko/2013furusatomatsuri.html
 76 フォト・ヨコハマ http://www.photoyokohama.com/
 77 春節（ヨコハマ中華街）
 http://www.chinatown.or.jp/event/celebration/201411_01/
 78 ヨコハマ映画祭 http://homepage3.nifty.com/yokohama-eigasai/
 79 三溪園観梅会 http://www.sankeien.or.jp/event/03.html
 80 大倉山觀梅会 http://www.city.yokohama.lg.jp/kohoku/sinkou
 81 よこはまシティウォーク
 http://www.hamaspo.com/sport/vol_s035/special103.html
 82 みなとみらい21 さくらフェスタ
 http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/tourism/eventinfo/ev_detail.php?b_id=yv6970
 83 アフリカンフェスティバルよこはま http://africanfestyokohama.com/
 84 大岡川まつり http://river-sakura.com/
 85 よこはま花と緑のスプリングフェア
 http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/tourism/eventinfo/ev_detail.php?b_id=yv2558
 86 ヨコハマ大道芸・みなとみらい21 大道芸・野毛大道芸
 http://daidogeji.jp/event/yokohama2013/mm
 87 みなと祭 ザよこはまパレード 国際仮装行列
 http://www.yokohama-cci.or.jp/parade/58/index.html
 88 ヨコハマ・ワールド・ウォーカー
 http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/tourism/eventinfo/ev_detail.php?b_id=yv2561
 89 あいすぐりむ記念日 馬車道マルシェ
 http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/tourism/eventinfo/ev_detail.php?b_id=yv2770
 90 称名寺 薬能
 http://www.city.yokohama.lg.jp/kanazawa/chishin/shogaku/8-7-2.html
 91 横浜開港記念バザー http://www.kaikoubazaar.jp/
 92 横浜開港祭 http://www.kaikosai.com/
 93 横浜セントラルタウンフェスティバル http://www.y151-200.com/
 94 横浜フランス月間
 http://www.institutfrancais.jp/yokohama/events-manager/mois-de-la-france/
 /
 95 八景島あじさい祭
 http://www.yokohama-kanazawankyo.com/event/event015.html
 96 アロハヨコハマ http://www.aloha-yokohama.com/
 97 横浜国際マリンエンターテイメントショー
 http://tokuhain.arukikata.co.jp/yokohama/2010/07/post_149.html
 98 旭ジャズまつり http://www.asahi-jazz.net/
 99 神奈川新聞花火大会 http://hanabi.kanaloco.jp/outline/
 100 関帝誕 http://www.yokohama-kanteibyo.com/kanteitan.html
 101 鶴見川花火大会 http://hanabi.walkerplus.com/detail/fw0575.html
 102 金沢まつり花火大会
 http://www.city.yokohama.lg.jp/kanazawa/chishin/chikatsu/38hanabitaikai.html
 103 タイフェア in 横浜

- 105 <http://www.thaifestivals.info/2012/05/thai-fair-in-yokohama-2012.html>
 105 ジャパン・ビアフェス横浜
<http://www.beertaster.org/gjbf/date.htm>
- 106 三溪園観月会 <http://www.sankeien.or.jp/event/09.html>
- 107 新横浜バフォーマンス <http://shinyoko.net/>
- 108 国慶節
- 109 雙十節
- 110 横浜オクトーバーフェスト <http://www.okt-fest.jp/>
- 111 横浜JAZZ ブロムナード <http://jazzpro.jp/>
- 112 アート縁日 <http://www.portside.ne.jp/cn004/pg0097.html>
- 113 ワールドフェスティコハマ
<http://www.open-yokohama.jp/event/detail.html?CN=63546>
- 114 元町クラフトマンシップ・ストリート フードフェア
http://www.welcome.city.yokohama.jp/ja/tourism/eventinfo/ev_detail.php?b_id=yv1519
- 115 ディワリ・イン・ヨコハマ <http://www.diwaliyokohama.org/>
- 116 野毛大道芸オータムフェスティバル
<http://www.noge-net.com/daidogei.htm>
- 117 馬車道まつり
<http://www.bashamichi.or.jp/matsuri/2011-11/2011-11A.html>
- 118 よこはま国際フェスタ 2011
<https://www.facebook.com/yokohama.c.festa>
- 119 金刀比羅 大鷲神社 西の市
- 120 白幡八幡大神 初卯祭(射的)
<http://www.shira80000.com/index.html>
- 121 御影供まつり <http://www.kawasakiidaishi.com/>
- 122 春の動物園まつり
<http://www.city.kawasaki.jp/shisetsu/category/30-26-0-0-0-0-0-0-0-0.html>
- 123 住吉ざくら「さくら祭り」
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-03&sp#CN77857>
- 124 かなまら祭り <http://www.tomuraya.co.jp/wakamiya.htm>
- 125 かわさきアジアンフェスタ
<http://kawasaki.mpl.net/asianfesta/>
- 126 かわさき楽大師・願い事が叶う大師（まち）－
<http://www.rakudashi.com/>
- 127 はいさいFESTA <http://lacittadella.co.jp/sp/haisai/>
- 128 生田緑地「ばら苑」春の一般開放 <http://www.ikuta-rose.jp/>
- 129 花と緑の市民フェア
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-03&sp#CN77857>
- 130 岡本太郎現代芸術賞（岡本太郎美術館 企画展）
<http://www.taromuseum.jp/>
- 131 ひなまつり—日本民家園 <http://www.nihonminkaen.jp/>
- 132 市民ミュージアム「昔のくらし・今のくらし 2013」
<http://www.kawasaki-museum.jp/>
- 133 川崎最強のアート「In Unity 2013」 <http://inunity.jp/>
- 134 日本民家園 伝え続けたいもの～郷土芸能・中野七頭舞
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-03&sp#CN77857>
- 135 『蚕影山の縁日』日本民家園
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-03&sp#CN77857>
- 136 川崎市青少年フェスティバル
<http://seisyonen.sakura.ne.jp/seisyonen-fes/seifesan/seifesan.htm>
- 137 川崎市定期能 <http://homepage2.nifty.com/k-bunkazaidan/>
- 138 さくらフェスタ日吉
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-03&sp#CN77857>
- 139 多摩川リバーサイド駅伝在川崎
<http://tamagawa-run.jp/river/index.shtml>
- 140 長尾の里 あじさいまつり
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-06&sp>
- 141 インターナショナル・フェスティバル in カワサキ
<http://www.kian.or.jp/>
- 142 川崎大師 風鈴市 <http://www.kawasakiidaishi.com/>
- 143 白幡八幡大神 義宣舞 <http://www.shira80000.com/>
- 144 川崎市制記念多摩川花火大会
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-06&sp>
- 145 横浜絵に見る 近代日本の黎明
<http://kawasaki-isagonosato.jimdo.com/>
- 146 Buyかわさきフェスティバル in たかつ
<http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-06&sp>
- 147 麻生音楽祭 2013 <http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-06&sp>
- 148 多摩ふれあいまつり <http://www.k-kankou.jp/calendar/?AM=2013-06&sp>
- 149 川崎小川町パル <http://lacittadella.co.jp/ogawachobar/>
- 150 寒中水泳大会
<http://www.e-sagamihara.com/event/january/0272/index.html>
- 151 さがみはら元旦マラソン
<http://www.e-sagamihara.com/event/january/0273/index.html>
- 152 田名八幡宮の的祭
<http://www.e-sagamihara.com/event/january/0274/index.html>
- 153 新春賀祝祭 相模大野のお正月
<http://www.e-sagamihara.com/event/january/3609/index.html>
- 154 上満だるま市
<http://www.e-sagamihara.com/event/january/0275/index.html>
- 155 灯りの街「小原宿ライトアップ」
<http://www.e-sagamihara.com/event/march/1601/index.html>
- 156 新築桜まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/march/0277/index.html>
- 157 おおさわ桜まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0278/index.html>
- 158 相模原市民桜まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0234/index.html>
- 159 津久井湖さくらまつり（花の苑地・水の苑地）
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0572/index.html>
- 160 在日米陸軍キャンプ座間桜まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/3602/index.html>
- 161 相模川芝ざくらまつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0235/index.html>
- 162 相模大野アートクラフト春の市
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/3603/index.html>
- 163 泳げ鯉のぼり相模川
<http://www.e-sagamihara.com/event/november/0266/index.html>
- 104 お三の宮秋祭り <http://www.enjoytokyo.jp/amuse/event/654932/>
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0236/index.html>
- 164 相模湖やまなみ祭
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0701/index.html>
- 165 与瀬神社例大祭
<http://www.e-sagamihara.com/event/april/0700/index.html>
- 166 こいこいまつり～和田の里交流祭～
<http://www.e-sagamihara.com/event/may/0880/index.html>
- 167 相模の大凧まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/may/0237/index.html>
- 168 クレマチスフェア
<http://www.e-sagamihara.com/event/may/0238/index.html>
- 169 藤野ぐるっと陶器市
http://www.e-sagamihara.com/event/may/0240_5189d69a42a07_5189da2511e9a/index.html
- 170 アジサイフェア
<http://www.e-sagamihara.com/event/june/0240/index.html>
- 171 城北里山まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/june/0391/index.html>
- 172 第1回ハワイアンフェスティバル
http://www.e-sagamihara.com/event/june/0240_5189d69a42a07_5189da2511e9a/index.html
- 173 中道志川あゆまつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/july/0580/index.html>
- 174 相模湖ダム祭
<http://www.e-sagamihara.com/event/july/0704/index.html>
- 175 上満夏祭り
<http://www.e-sagamihara.com/event/july/0242/index.html>
- 176 JAXA 相模原キャンパス特別公開
<http://www.e-sagamihara.com/event/july/2601/index.html>
- 177 さがみ湖湖上祭花火大会
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0705/index.html>
- 178 橋本七夕まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0243/index.html>
- 179 ひかり祭り
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0887/index.html>
- 180 東林間サマーわあ！ニバアル
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0245/index.html>
- 181 座間キャンプ日米親善盆踊り大会
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/3605/index.html>
- 182 鳥屋の獅子舞
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0583/index.html>
- 183 藤野の祭り
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0885/index.html>
- 184 小倉橋灯ろう流し
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0393/index.html>
- 185 相模原薪能
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0248/index.html>
- 186 相模大野もんじえ祭り
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0254/index.html>
- 187 大島諭防明神の獅子舞
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0252/index.html>
- 188 下九沢御嶽神社の獅子舞
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0251/index.html>
- 189 城山夏祭り
<http://www.e-sagamihara.com/event/august/0394/index.html>
- 190 相模原納涼花火大会
http://www.e-sagamihara.com/event/august/0253_513d2faa219ca/index.html
- 191 田名八幡宮の獅子舞
<http://www.e-sagamihara.com/event/september/0255/index.html>
- 192 番田神代神楽
<http://www.e-sagamihara.com/event/september/0256/index.html>
- 193 若ゆかかしフェスティバル
<http://www.e-sagamihara.com/event/september/0259/index.html>
- 194 ミュージックフレンチシップフェスティバル
<http://www.e-sagamihara.com/event/september/3607/index.html>
- 195 相模原よさこいRANB！
<http://www.e-sagamihara.com/event/september/0258/index.html>
- 196 「遙かなる友に」道志川合唱祭
<http://www.e-sagamihara.com/event/september/0585/index.html>
- 197 小松コスマスまつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0395/index.html>
- 198 相模ねぶたカーニバル
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0261/index.html>
- 199 オータムフェア
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0262/index.html>
- 200 城山もじまつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0396/index.html>
- 201 相模湖ふれあい広場
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0706/index.html>
- 202 藤野村歌舞伎
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0889/index.html>
- 203 相模原市菊花競技会
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0265/index.html>
- 204 造形「さがみ風っ子展」
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0269/index.html>
- 205 津久井やまびこ祭り
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0587/index.html>
- 206 藤野ふる里まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/0892/index.html>
- 207 相模大野かぼちゃまつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/3611/index.html>
- 208 さがみおおのハロウインフェスティバル
<http://www.e-sagamihara.com/event/october/3610/index.html>
- 209 甲州街道小原宿本陣祭
<http://www.e-sagamihara.com/event/november/0708/index.html>
- 210 相模大野アートクラフト秋の市
<http://www.e-sagamihara.com/event/november/3604/index.html>
- 211 西の市 <http://www.e-sagamihara.com/event/november/0266/index.html>

- 212 さがみはら菓子まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/november/0264/index.html>
- 213 相模原市農業まつり
<http://www.e-sagamihara.com/event/november/0268/index.html>
- 214 2012「第4回」津久井湖城山イルミネーション
http://www.e-sagamihara.com/event/november/0270_507bb2e23b55c/index.html
- 215 潤水都市さがみはらフェスタ
<http://www.e-sagamihara.com/event/november/4602/index.html>
- 216 相模原ウインターイルミネーション
<http://www.e-sagamihara.com/event/december/0270/index.html>
- 217 さがみ湖やまなみイルミネーション
<http://www.e-sagamihara.com/event/december/0710/index.html>
- 218 クリスマス・ゴスペル・ライブ
<http://www.e-sagamihara.com/event/december/3608/index.html>
- 219 にいがた冬・食の陣
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 220 渥にいがた 雛人形 町めぐり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 221 日本ボケ展
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 222 “新津フラワーランド”「第28回越佐雪割草展」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 223 にいがたの世界の蘭展 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 224 花の新品種 にいがた 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 225 新潟県立植物園 「チューリップ展」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 226 新津フラワーランド 「第14回後れ花舞台雪割草展」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 227 新津フラワーランド 「第15回金津焼作陶展」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 228 新津フラワーランド 「第11回春のおもと展」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 229 新潟談麗 にいがたの酒の陣 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 230 新潟ふるさと村 鋼板まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 231 アートサイト岩室温泉 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 232 水の公園 福島潟 「新芽呼ぶヨン焼き」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 233 みなとまち新潟・八重のふるさと会津 春の交流フェスタ
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 234 FM KENTO 新潟ラーメンバトル外伝
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 235 第13回 カメだ梅まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 236 日本カワイイ博 IN NIIGATA 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 237 第33回 新潟とやの湖桜まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 238 新津フラワーランド 「第20回加茂木工インテリア」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 239 白山神社春まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 240 新津フラワーランド 「第21回シャクナゲと春の花たち」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 241 新潟ふるさと村 300円横丁
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 242 ART MIX JAPAN 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 243 CITY GARDEN NIIGATA
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 244 ラ・フォル・ジュルネ 新潟「熱狂の日」音楽祭 2013 【本公演】
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 245 ラ・フォル・ジュルネ 新潟「熱狂の日」音楽祭 2013 「光のアート」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 246 にいがた花絵プロジェクト
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 247 にいがたカナーナル彩
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 248 万代アースフェスタ 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 249 農業の館北方文化博物館 藤棚ライトアップ
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 250 第7回 萬代橋サンセットカフェ
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 251 第12回 にいつ花ふるフェスタ/にいつ食の陣 当日座
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 252 平成25年度 白根大帆輿戦
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 253 新潟ふるさと村「第35回さつき競技会」
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 254 新潟花街茶屋
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 255 第4回 にいがた湊まちしもまち歴史ウォーク
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 256 古町花街ぶらり酒
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 257 まき夏まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 258 岩室温泉 冬妻（ひよつま） ほたる祭り
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 259 蒲原まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 260 白山神社夏まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 261 第13回 せきや浜大花火大会
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 262 第13回 千灯まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 263 2013 新潟まつり 音楽付き花火ショー
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 264 護國神社 万燈みた祭
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 265 第11回 萬代橋誕生祭
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 266 西川まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 267 松浜まつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 268 第39回 阿賀野川ござれや花火
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 269 第29回 黒埼まつり花火大会
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 270 月潟大道芸フェスティバル
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 271 第16回 福島潟自然文化祭
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 272 第31回 新潟シティマラソン
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 273 風と大地のみぐみ～鳳フェスティバル・産業まつり～
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 274 秋の古町どんどん
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 275 新葉区・新津石油の里 紅葉まつり 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 276 がたふえす 第4回 にいがたアニメ・マンガフェスティバル
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 277 万代ロマンチックサーカス 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 278 第22回 にいがた冬・食の陣
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 279 かもん！カモねぎまつり
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 280 2012 NIIGATA 光のページェント
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 281 鳥屋野潟公園イルミネーションライトアップ
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 282 朱鷺メッセ ウインター・イルミネーション
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 283 白玉の滝 寒簾籠
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 284 平成25年 消防出初式
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 285 東北電力スタジアム 新春フェスタ 2013
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 286 白山どんどん祭
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 287 第21回 新潟ジャズストリート
<http://www.nvcb.or.jp/tanoshimu/eventcalendar.html>
- 288 静岡まつり <http://www.shizukamatatsuri.com/>
- 289 静岡ホピーウィーク(ホピーショー)
http://www.mofaj.go.jp/mofaj/gaiko/local/pdfs/shizuoka_movie1204.pdf
- 290 シズオカ×カンヌワーキー^ク
http://www.mofaj.go.jp/mofaj/gaiko/local/pdfs/shizuoka_movie1204.pdf
- 291 安倍川花火大会
<http://www.minatokappore.jp/>
- 292 清水みなと祭り
<http://hagoromomatsuri.blogat.jp/>
- 293 羽衣まつり
<http://daidogei.tnc.ne.jp/whats/index.html>
- 294 大道芸ワールドカップ in 静岡
http://www.city.shizuoka.jp/deps/suisan/suisan_event.html
- 295 静岡おでんフェア (しづかおでんフェア)
<http://shizuokaodenfair.com/>
- 296 用宗漁港まつり
http://www.city.shizuoka.jp/deps/suisan/suisan_event.html
- 297 由比桜えびまつり
http://www.city.shizuoka.jp/deps/suisan/suisan_event.html
- 298 第37回 駿河の家具・インテリア展
<http://kikisiz.jp/event/%E3%80%8C%E7%AC%AC29%E5%9B%9E%E3%80%80%E5%85%A8%E5%98%BD%E5%98%A4%E3%82%8D%E3%81%86%E4%BC%9A%E3%80%80%E6%8B%85%E6%80%84% E5%4A%47%E4%BC%9A%E3%80%8D%E3%80%80%E9%96%8B%E5%82%AC%E3%81%AE%E3%81%94% E6%AA%88/>
- 300 静岡大祭り 「親子ふれあいフェスティバル」
<http://www.siz-sba.or.jp/daiiku/daiikumaturi.html>
- 301 弁天島花火大会
<http://homepage2.nifty.com/hct-suzuki/hanabi-2008.htm>
- 302 遠州はまたか飛竜まつり 2013
<http://hamamatsumi-city.cocolog-nifty.com/blog/2013/05/232013-af30.html>
- 303 西湖市新居町磯釣り大会 在浜名湖
<http://hamamatsumi-city.cocolog-nifty.com/>
- 304 はまたまつ春の都市緑化フェア
<http://www.pref.shizuoka.jp/kensetsu/ke-560/documents/kihonnkousouann.pdf>
- 305 はまたかグリーンフェスティバル
<http://hamamatsumi-city.cocolog-nifty.com/blog/2013/04/15-2013-c192.html>
- 306 名古屋みなと祭 花火大会
http://www.jalan.net/kankou/230000/230200/evt_0136016/?eventId=136016&afCd=&rootCd=&screenId=0UW1401
- 307 にっぽんど真ん中祭り (どまつり) <http://www.domatsuri.com/>
- 308 名古屋城さつき大会
http://www.nagoyajo.city.nagoya.jp/02_events/25/250518_a/index.html
- 309 ハナショウブまつり
- 310 栄ふんすいビヤフェスタ
<http://www.nagoyajo.city.nagoya.jp/ryokuseidoboku/page/0000047887.html>
- 311 鶴舞公園花まつり

- http://www.jalan.net/kankou/230000/230200/evt_0128885/?eventId=128885&afCd=&rootCd=&screenId=0UW1401
- 312 Gulf名古屋ノスタルジックカー 2&4 フェスティバル
http://www.nostalgic.co.jp/nagoya/index.html
- 313 御田神社御田植祭
- 314 ラベンダーフェア ～花と香りと音楽と～
http://www.jalan.net/kankou/230000/230200/evt_0133202/?eventId=133202&afCd=&rootCd=&screenId=0UW1401
- 315 クリエーターズマーケット http://www.creatorsmarket.com/
- 316 夕暮れ・おさんぽ・ひがしやま
http://www.higashiyama.city.nagoya.jp/topics/index.php?g_no=EVE00331
- 317 三千院あじさい祭
- 318 風祭り
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventdetail.php?event_tab=event&eventid=1828&year=2012&month=7&date=
- 319 七夕笹飾りライタアップ http://kibune.jp/tanabata2012/
- 320 京の夏の旅
http://www.city.kyoto.lg.jp/sankan/cmsfiles/contents/0000149/149863/natutabi.pdf
- 321 祇園祭いけばな展 http://www.kyoto-shijo.or.jp/ikebana/detail.html
- 322 御手洗祭・七夕祭 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 323 七夕祭 【地主神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 324 精大明神例祭 【白峯神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 325 高台寺七夕会 【高台寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 326 貴船の水まつり 【貴船神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 327 陶器供養会 【千本釈迦堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 328 祇園祭 鋼建・山建 【各山鉢町】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 329 虫送り 【左京区久多】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 330 祇園祭 肴山
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 331 祇園祭 屏風祭
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 332 御田祭 【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 333 祇園祭 山鉢巡行
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 334 祇園祭 神輿渡御
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 335 お涼み 【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 336 きゅうり封じ 【神光院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 337 本宮祭 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 338 辨天祭 【長建寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 339 祇園祭 神輿渡御
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 340 花傘巡行
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 341 鹿ヶ谷カボチャ供養 【安楽寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 342 宝物虫払会 【真如堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 343 きゅうり封じ 【五智山蓮華寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 344 御手洗祭 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 345 きゅうり封じ 【神光院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 346 ほうろく炎祈禱 【三宝寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 347 火渡り祭 【狸谷山不動院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 348 茅の輪神事 【御香宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 349 千日詣り（千日通夜祭）【愛宕神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 350 金剛流普及能
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=all&year=2012&month=7
- 351 京都アスニーコンサート
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventdetail.php?event_tab=concert&eventid=861&year=2012&month=7&date=
- 352 京童（きょうわらべ）えんげき祭
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventdetail.php?event_tab=concert&eventid=880&year=2012&month=8&date=
- 353 醍醐山万灯会 【醍醐寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 354 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 355 上鳥羽橋上鉢講中（念仏六斎）【清水寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 356 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 357 京都中堂寺六斎会（芸能六斎）【清水寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 358 夏越（なごし）神事 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 359 若宮八幡宮大祭 【若宮八幡宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 360 六道まいり 【六道珍皇寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 361 お精靈迎え・送り 【千本ゑんま堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 362 六波羅蜜寺万灯会 【六波羅蜜寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 363 精靈迎えと六道まいり 【千本釈迦堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 364 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 365 壬生六斎念仏講中（芸能六斎）【壬生寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 366 孟蘭盆灯供養会 【壬生寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 367 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 368 千本六斎会（芸能六斎）【千本ゑんま堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 369 三千院 万灯会 【三千院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 370 万灯祭 【車折神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 371 東大谷万灯会 【大谷祖廟】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 372 花背松上げ 【花背八樹町】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 373 六波羅蜜寺万灯会 【六波羅蜜寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 374 精靈迎えと六道まいり 【千本釈迦堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 375 嵐山灯籠流し 【嵐山・渡月橋】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 376 遍照寺 灯籠流し 【広沢池】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 377 送り鐘 【矢田寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 378 ハモハ踊り・鉄扇 【川島織物社屋広場】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 379 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8
- 380 円覚寺六斎念仏講保存会（念仏六斎）【円覚寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2012&month=8

- 2&month=8
 381 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 382 京都中堂寺六斎会（芸能六斎）【壬生寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 383 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 384 西方寺六斎念仏保存会（念仏六斎）【西方寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 385 京都五山送り火【市内各所】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 386 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 387 小山郷六斎保存会（芸能六斎）【上御靈神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 388 宵弘法（万灯会）【大覚寺、大沢池】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 389 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 390 小山郷六斎保存会（芸能六斎）【干菜山光福寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 391 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 392 上鳥羽橋上鉢講中（念仏六斎）【淨禪寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 393 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 394 小山郷六斎保存会（芸能六斎）【上善寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 395 六地蔵めぐり
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 396 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 397 嵐峨野六斎念仏保存会（芸能六斎）【阿弥陀寺（嵐峨）】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 398 化野念仏寺千灯供養【化野（あだしの）念仏寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 399 雲ヶ畑松上げ【高雲寺・福藏院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 400 広河原松上げ【広河原】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 401 久多花笠踊り【志古淵神社など】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 402 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 403 京都中堂寺六斎会（芸能六斎）
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 404 小塩の上げ松【京北・小塩】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 405 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 406 久世家六斎保存会（芸能六斎）【長岡天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 407 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 408 吉祥院六斎保存会（芸能六斎）【吉祥院天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 409 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 410 梅津六斎保存会（芸能六斎）【梅宮大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 411 六斎念仏踊り一般公開
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 412 久世家六斎保存会（芸能六斎）【藏王堂光福寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=8
 413 京都の秋 音楽祭
- http://www.kyoto-ongeibun.jp/kyotoconcerthall/business.php?y=2011&m=9
 414 第6回狂言五笑会 http://www.suja.gr.jp/schedule/item.php?id=2896
 415 桑フォーラム（建仁寺）
<http://milky.geocities.jp/kyotonosato/gyoji09/09kuwaforamu08.html>
 416 茶文献祭
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventdetail.php?event_tab=event&eventid=188&year=2012&month=9&date=9
 417 まいまい京都 http://www.maimai-kyoto.jp/
 418 京都文化祭典 http://www.k-af.com/
 419 京都映画祭 http://www.kyoto-filmfes.jp/about.html
 420 京都大アントイークフェア
<http://www.gomoku-do.com/syutenmousikomi/index.html>
 421 学生祭典 http://www.kyoto-gakuseisaiten.com/
 422 やましな駅前陶灯路
<http://www.okoshiyasu-yamashina.org/ekimaeoutou23.htm>
 423 山国さきがけフェスタ http://sakigake-festa.yamaguni.com/
 424 大陶器市 清水焼の郷まつり
http://www.yakimono.or.jp/sanchi_updates/kiyomizu/245
 425 西陣錦参工芸展 http://www14.plala.or.jp/nishizin/hokosan.html
 426 司町美術祭り http://www.teramachi-art.jp/event/
 427 菊花展【京都府立植物園】 http://www.pref.kyoto.jp/plant/
 428 二条城お城まつり～AUTUMN FESTA
<http://nihonguide.net/maturi/2622.html>
 429 えいでんまつり http://eizandensha.co.jp/contents/1049/
 430 御香宮神幸祭【御香宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 431 ずいき祭【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 432 講員大祭【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 433 壬生狂言【壬生寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 434 平岡八幡宮例祭【平岡八幡宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 435 救免地踊【秋元神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 436 秋季金比羅大祭【安井金比羅宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 437 炬火祭【三栖神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 438 粟田神社大祭【粟田神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 439 宝永祭【六孫王神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 440 今宮神社御例祭【今宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 441 えと祈願祭【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 442 秋季金比羅大祭【安井金比羅宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 443 梨木神社例祭【梨木神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 444 御会式万燈会【妙蓮寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 445 春日祭【西院春日神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 446 炬火祭【三栖神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 447 今様歌合わせの会【法住寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 448 人形供養祭【宝鏡寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 449 吉祥院天満宮例祭【吉祥院天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 450 矢代の田楽【日吉神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 451 引声阿弥陀経会【真如堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 452 粟田神社大祭【粟田神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 453 新日吉神宮例大祭【新日吉神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 454 日向大神宮例祭【日向大神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10

- 2&month=10
 455 船岡大祭 【建勲神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 456 二十日ゑびす大祭（ゑびす講）【恵美須神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 457 石座神社例大祭【石座神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 458 笠懸神事【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 459 城南祭（神幸祭）【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 460 斎宮行列【野宮神社・渡月橋一帯】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 461 大將軍祭【大將軍八神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 462 福王子神社例祭【福王子神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 463 二十五菩薩お練り供養法会【泉涌寺塔頭即成院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 464 拔穗祭【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 465 余香祭【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 466 第36回秋の古本まつり【百万遍知恩寺境内】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=10
 467 KYOTO EXPERIMENT（京都国際舞台芸術祭）
<http://kyoto-ex.jp/2010archive/about/>
 468 秋の古本まつり【百万遍知恩寺境内】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 469 亥子祭【護王神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 470 上卯祭【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 471 久我神社秋祭【上賀茂神社境外拝社久我神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 472 曲水の宴【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 473 猿谷山不動院秋まつり【猿谷山不動院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 474 十日十夜別時念佛会【真如堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 475 火焚祭【貴船神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 476 火焚祭【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 477 夕霧祭【清涼寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 478 火焚祭【花山稻荷神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 479 嵐山もみじ祭【嵐山・渡月橋一帯】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 480 空也開山忌【空也堂（光勝寺極楽院）】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 481 うるし祭【虚空藏法輪寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 482 火焚祭【新日吉（いまひえ）神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 483 法住寺採燈大護摩供【法住寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 484 火焚祭【恵美須神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 485 火焚祭【広隆寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 486 聖天様の大根供養【覚勝院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 487 筆供養【東福寺山内正覚庵】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 488 火焚祭【新熊野神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 489 もみじ祭り【地主神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 490 火焚祭【建勲神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 491 紅葉祭りと扇祈願会【長楽寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 492 火焚祭【平岡八幡宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 493 塩竈清め祭【十輪寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 494 火焚祭【車折神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 495 御茶蓋奉獻祭・口切式【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=201&month=11
 496 京都文化祭典（KYOTO ART FESTIVAL）
<http://www.k-af.com/>
 497 祇園をどり【祇園会館】
<http://www.gionhigashi.com/gion.html>
 498 京都国際学生映画祭【京都シネマ】
<http://www.kisfvf.com/>
 499 泉涌寺窯元一帯窯元もみじつり（大陶器市）【泉涌寺窯元一帯】
<http://www.seiyoukai.com/event/momiji/>
 500 献茶祭【北野天満宮】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 501 積尊成道会・大根だき【妙満寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 502 危落としの大根焚き（御会式）【三宝寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 503 しまい大國祭【地主神社】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 504 交通安全の御祈祷大祓大祭【交通神社（須賀神社）】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 505 成道会法要と大根焚き【千本釈迦堂（大報恩寺）】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 506 針供養【虚空藏法輪寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 507 針供養【針神社（幡枝八幡宮）】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 508 報恩講（大根焚）【了德寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 509 終い金比羅祭【安井金比羅宮】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 510 事始め【花街など】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 511 大福梅の授与【北野天満宮】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 512 空也踊羅念佛（かくれ念佛）【六波羅蜜寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 513 義士会法要【法住寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 514 煙払い【西本願寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 515 煙払い【東本願寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 516 南瓜大師供養【不思議不動院】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 517 終い弘法【東寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 518 かぼちゃ供養【矢田寺】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 519 つなかけ祭【新熊野神社】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 520 終い天神【北野天満宮】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 521 御身拭式【知恩院】
<http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000235>
 522 をけら詣り【八坂神社】

- http://kanko.city.kyoto.lg.jp/detail.php?InforKindCode=2&ManageCode=1000
235
- 523 邦楽を楽しむ会
<http://www.bungei.jp/cgi-bin/eventinfo/details.cgi?id=1348450985-20121205>
- 524 若水祭 【向大神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 525 心経祈祷修正会 【大覚寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 526 初大国祭 【地主神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 527 初詣大護摩祈願祭 【狸谷山不動院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 528 皇服茶 【六波羅蜜寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 529 銛(ちょうな)始め 【広隆寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 530 筆始祭・天満書 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 531 かるた始め式 【八坂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 532 跡鞠はじめ 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 533 新年竟宴祭 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 534 八千枚大護摩供 【赤山禪院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 535 白馬奏覽神事 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 536 十日ゑびす大祭 (初ゑびす) 【恵美須神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 537 祇園のえべっさん 【八坂神社境内 北向蛭子社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 538 御正忌報恩講 【西本願寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 539 初金比羅祭 【安井金比羅宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 540 初寅大祭 【毘沙門堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 541 奉射祭 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 542 楊枝のお加持と弓引き初め 【三十三間堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 543 左義長神事 【新熊野神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 544 法界寺裸踊り(修正会) 【法界寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 545 初えと祭 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 546 御粥神事 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 547 御粥祭 【貴船神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 548 左義長 (とんど祭) 【平岡八幡宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 549 武射神事 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 550 湯立神楽 【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 551 初弘法 【東寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 552 初天神 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 553 京の冬の旅：季節の和菓子作り体験
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 554 初不動 【狸谷山不動院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=1
- 555 八坂神社節分祭 【八坂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 556 須賀神社節分祭 【須賀神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 557 聖護院節分会 【聖護院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 558 強運節分会 【千本ゑんま堂(引接寺)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 559 壬生寺節分会 【壬生寺 075-841-3381】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 560 吉田神社節分祭 【吉田神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 561 北野天満宮節分祭 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 562 おかげ節分会 【千本釈迦堂(大報恩寺)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 563 追儺式鬼法樂 【廬山寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 564 節分祭 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 565 節分厄除大祭 【日向大神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 566 平安神宮節分祭 【平安神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 567 六波羅蜜寺節分会 【六波羅蜜寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 568 天龍寺節分会 【天龍寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 569 節分祭 【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 570 節分祭 【平岡八幡宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 571 追儺式 【鞍馬寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 572 狸谷山節分会 【狸谷山不動院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 573 藤森神社節分祭 【藤森神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 574 節分祭 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 575 不動堂開扉法要 【金閣寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 576 針供養 【虚空藏法輪寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 577 世継地藏尊大祭 【世継地藏上巣寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 578 初午大根焚き法要 【三千院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 579 初午大祭 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 580 城南宮七草粥 【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 581 阿含の星まつり 【阿含宗】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 582 大祈穀会 【松ヶ崎大黒天(妙円寺)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 583 燃灯祭 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 584 五大力尊法要 【積善院準提堂】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 585 五大力尊仁王会 【醍醐寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 586 幸在祭 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2
- 587 梅花祭 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=2

- 588 京都版画トリエンナーレ PATinKYOTO Archive
<http://patinkyoto.com/archive2013/>
- 589 京都・東山花灯路 <http://www.hanatouro.jp/higashiyama/>
- 590 伏見の清酒 新酒藏出し 日本酒まつり
http://www.digitestyle-kyoto.com/event/event/3_2.html
- 591 本法寺涅槃図公開 【本法寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 592 例祭 【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 593 青龍会 【清水寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 594 護王大祭 【護王神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 595 お弓祭 【わら天神宮(敷地神社)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 596 嵐峨大念仏狂言 【清涼寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 597 花供養 【鞍馬寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 598 花まつり 【清涼寺・知恩院・西本願寺・立本寺・靈山観音】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 599 桜花祭 【平野神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 600 方除大祭 【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 601 華道祭 【旧嵯峨御所 大覚寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 602 中酉祭 【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 603 十三まいり 【虚空藏法輪寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 604 嵐峨大念仏狂言 【清涼寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 605 不動大祭 【三千院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 606 賀茂曲水宴 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 607 吉野太夫花供養 【常照寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 608 春季例大祭 【白峯神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 609 やすらい祭 【今宮神社・亥武神社・川上大神宮社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 610 豊太閤花見行列 【醍醐寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 611 例大祭 【御香宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 612 例祭 【吉田神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 613 御忌大会 【知恩院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 614 御身式試 【清涼寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 615 正御影供 【東寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 616 えんむすび祈願さくら祭り 【地主神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 617 例祭 【山国護國神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 618 神幸祭 【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 619 稲荷祭(神幸祭) 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 620 壬生狂言 【壬生寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 621 法然上人御忌大会 【百萬遍知恩寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 622 吉祥院六斎念佛 【吉祥院天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 623 六斎念佛踊り奉納 【伏見稻荷大社御旅所】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 624 曲水の宴 【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 625 しゃくなげ祭と火渡り 【志明院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=4
- 626 不動大祭 【三千院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 627 賀茂競馬足次式(かもくらべうましそろえしき) 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 628 神泉苑大念仏狂言 【神泉苑】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 629 千本ゑんま堂大念仏狂言 【千本ゑんま堂(引接寺)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 630 藤森祭 【藤森神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 631 稲荷祭 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 632 狸谷山大般若祈願会 【狸谷山不動院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 633 春の祭礼 【静原神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 634 流鏑馬神事(やぶさめしんじ) 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 635 斎王代禊の儀(さいおうだいみそぎのぎ) 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 636 例大祭 地主祭 【地主神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 637 例大祭(神幸祭) 【新熊野神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 638 泰山府君祭 端午大護摩供 【赤山禅院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 639 今宮祭 【今宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 640 八瀬祭 【八瀬天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 641 歩射神事(ぶしゃしんじ) 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 642 賀茂競馬(かもくらべうま) 【上賀茂神社【賀茂別雷神社】】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 643 山蔭神社例祭 【山蔭神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 644 菅大臣神社例祭と狂言 【菅大臣天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 645 新日吉祭 【新日吉神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 646 松尾大社還幸祭 【松尾大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 647 御蔭祭(みかげまつり) 【下鴨神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 648 春季大祭 【市比賣神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 649 やすらい祭 【上賀茂地区】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 650 葵祭(あおいまつり) 【京都御所～下鴨神社～上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 651 御盡祭 【御盡神社(上御盡神社)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 652 還幸祭 【下御盡神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 653 例祭・神幸祭 【元祇園 椰神社(椰ノ宮神社)】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
- 654 三船祭 【車折神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5

- 3&month=5
655 鮎峨祭 【愛宕神社・野宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
656 五月満月祭 【鞍馬寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
657 鮎峨祭 【愛宕神社・野宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
658 葉平忌 【十輪寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
659 御懺法講 【三千院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=5
660 雷除大祭 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
661 貴船祭 【貴船神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
662 第64回 京都薪能～神・鬼・恋～ 【平安神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
663 信長忌 【阿弥陀寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
664 第26回 祇園放生会 【祇園（白川・巽橋）】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
665 田植祭 【伏見稻荷大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
666 弘法大師降誕会 【東寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
667 八坂神社例祭 【八坂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
668 青葉まつり 【智積院】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
669 竹伐り会式 【鞍馬寺】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
670 御誕辰祭 大茅の輪くぐり 【北野天満宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
671 夏越祓 【建勅神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
672 夏越大祓式 【白峯神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
673 夏越の大祓式 【貴船神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
674 夏越の大祓式 【上賀茂神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
675 夏越大祓式 【吉田神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
676 夏越の大祓式 【平安神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
677 夏越大祓 【東天王 岡崎神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
678 大祓式 【熊野神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
679 夏越しの大祓祭 【地主神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
680 夏越祓 【野宮神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
681 夏越大祓 【梅宮大社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
682 夏越の大祓式 【車折神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
683 夏越の祓 【城南宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
684 夏越大祓式 【藤森神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
685 夏越大祓式 【出雲大神宮】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
686 夏越祓（なごしのはらえ）と水無月（みなづき） 【各地の神社】
http://kanko.city.kyoto.lg.jp/eventlist.php?event_tab=tradition&year=2013&month=6
687 ドイツ・クリスマスマーケット大阪
- http://www.skybldg.co.jp/event/xmarkt/2012/index.html
688 OSAKA 光のルネサンス
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_55.html
689 平成OSAKA 天の川伝説 <http://www.osaka-amanogawa.com/>
690 大阪城公園梅林
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_12.html
691 サマーフェスタ箕面公園
http://kankou.minoh.net/main_event/summer/01.html
692 1000000人のキャンドルナイト@OSAKA CITY
<http://www.candle-night-osaka.jp/>
693 造幣局 桜の通り抜け
<http://www.mint.go.jp/enjoy/toorinuke/sakura-osaka.html>
694 みんなでkappe! 御堂筋フェスタ <http://midosuji-openfesta.com/>
695 水都大阪フェス 2012 ～水辺のまちあそび～
http://www.osaka-info.jp/suito2012/outline/pdf/suito_web.pdf
696 てんま天神梅まつり 大盆梅展～天神様と梅～
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_5872.html
697 水都大阪 光のリバースクエア <http://www.osaka-info.jp/suito/jp>
698 四天王寺ワッソ <http://www.wasso.net/index.html>
699 日本書ストリートフェスタ <http://nippombashi.jp/festa/2013/>
700 七福神詣 http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_2.html
701 水と歴史の都 大阪ウォーク <http://www.osakawalk.jp/>
702 大阪市消防出初式
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_7108.html
703 今宮戎神社「十日戎」宝恵駕行列
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_7225.html
704 大阪国際女子マラソン
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_9.html
705 高津宮さくらまつり
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_6198.html
706 愛染堂 紅葉狩り
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_6887.html
707 お初天神 節分祭
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_5882.html
708 法善寺横丁まつり <http://www.ittoko-minami.net/calendar.html>
709 毛馬桜之宮公園 観桜ナイター
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_17.html
710 月見祭 http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_48.html
711 彦八まつり
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_8621.html
712 中ノ島まつり <http://www.nakanoshima.net/>
713 大阪ヨーロッパ映画祭
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_6874.html
714 OSAKA 水上音楽パレード
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_9654.html
715 大阪城 城灯りの景
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_8557.html
716 大阪城スマーフェスティバル
http://www.osaka21.or.jp/colabo/summer_festival2012/event.html
717 Countdown Party 在 空中庭園展望台
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_7103.html
718 ラフェスタプリマヴェラ 2013
<http://www.lafesta-primavera.com/2013/>
719 帝塚山音楽祭
http://www.osaka-nami.info.jp/jp/search/detail/event_8202.html
720 大阪ミナミ 映画祭
http://www.osaka-info.jp/jp/search/detail/event_5467.html
721 大阪あきない祭り <http://www.osakaakinaiamatsuri.com/>
722 大阪ペイエイラ祭 <http://www.atc-co.com/apollon/>
723 愛染まつり
<http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?act=list&month=201310&kind=1>
724 堀市民能 <http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=117&bk=1>
725 堀の夏の風物詩「堺大魚夜市」
<http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=317&bk=1>
726 御輿渡御 <http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=96&bk=1>
727 金岡町太鼓担ぎと盆踊り
<http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=98&bk=1>
728 万灯会 <http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=99&bk=1>
729 ふとん太鼓
<http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=118&bk=1>
730 だんじり <http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=120&bk=1>
731 上神谷のこおどり
<http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=119&bk=1>
732 堀まつり <http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=121&bk=1>
733 やっさいほっさい
<http://www.sakai-tcb.or.jp/event/index.php?id=102&bk=1>
734 神戸ルミナリエ <http://www.kobe-luminarie.jp/index.html>
735 神戸まつり <http://www.kobe-matsuri.com/>
736 神戸マラソン <http://www.kobe-marathon.net/>
737 神戸ビエンナーレ
http://www.kobe-biennale.jp/about/kobe_biennale/index.html
738 KOBE 六甲山上縦走大会 <http://www.city.kobe.lg.jp/culture/event/rokko/>
739 こうべ芸術美術展
<http://www.city.kobe.lg.jp/culture/event/exhibition/>
740 神戸国際フルートコンクール
<http://www.city.kobe.lg.jp/culture/event/competition/>
741 みのりの祭典 <http://www.city.kobe.lg.jp/culture/event/minori/>
742 ウミガメ観察会「ウミガメ・エコツーリズム」
<http://www.city.kobe.lg.jp/information/press/2012/10/20121015142001.html>
743 神戸新人音楽賞コンクール
<http://www.city.kobe.lg.jp/culture/event/kmc/>
744 サンバフェスタ KOBE2013 <http://feel-kobe.jp/event/2013/06/13002810.html>
745 おかやま音楽祭 <http://www.city.okayama.jp/oimf/index.html>
746 岡山市芸術祭 <http://www.city.okayama.jp/art/index.htm>
747 岡山市文学賞 <http://www.city.okayama.jp/bungaku/index.html>
748 西川イルミ
<http://www.city.okayama.jp/contents/000140185.pdf>
749 備中高松 まほろば祭り 高松城水攻め歴史合戦

- http://www.city.okayama.jp/kitaku/takamatsu/takamatsu_s00022.html
 750 建部町納涼花火大会
 http://www.city.okayama.jp/kitaku/takebe/takebe_00180.html
 751 「市民イチバデー」
 http://www.city.okayama.jp/ichiba/jigyou/jigyou_00076.html
 752 ひろしまドリミネーション http://www.dreamation.com/
 753 ドリーム白馬車
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/01/02/233433.php
 754 宮島かきまつり
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/02/09/271258.php
 755 牛田かうちやんまつり
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/03/317818.php
 756 ひろしまフラワーフェスティバル
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/05/03/301319.php
 757 大文字まつり
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/05/25/40328.php
 758 ひろしまみなどマルシェ http://hm-marche.net/
 759 とうかさん大祭
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/06/07/11811.php
 760 路面電車まつり
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/06/09/395308.php
 761 かじか鳴く湯来温泉ホタルまつり
 http://www.hiroshima-navi.or.jp/event/2013/06/30/406604.php
 762 ピースメッセージとうろう流し
 http://www.urban.ne.jp/home/tourou/
 763 北九州市障害者芸術祭 作品展
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/ho-huku/v17600000.html
 764 ふれあいフェスタ
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/ho-huku/file_0534.html
 765 第18回花咲くまちづくりコンクール
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kensetu/file_0090.html
 766 春の音楽展 2013 IN 北九州
 http://www.hibiki-hall.jp/performance/others/2013_kidsworld.html
 767 旧松本家住宅特別公開（春）
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/tobata/file_0112.html
 768 武藏・小次郎まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/w2100071.html
 769 レディスもビフェスティバル
 http://kinroufujin-kitakyu.jp/moji/
 770 北九州・平尾台トレインランニングレース
 http://hiraodai-trail.com/
 771 吉祥寺藤まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 772 西日本インポートフェア&食メッセ2013
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 773 門司海峡フェスタ
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 774 第12回戸畠あやめまつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 775 第8回皿倉山健康ウォーク
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 776 第43回北九州市ファミリー劇場 一角笛シルエット劇場—
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 777 第70回門司みなと祭
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 778 第23回鶴ヶ谷ホタルまつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 779 北九州市民カレッジ
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 780 第51回北九州市障害者スポーツ大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 781 第22回北九州マイスター匠塾
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 782 「木の上の軍隊」
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 783 香月・黒川はたる祭り
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 784 折尾まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 785 第54回 外国人による日本語弁論大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 786 西日本製造技術イノベーション2013
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 787 「6月6日はロールケーキの日」キャンペーン
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 788 市制50周年記念事業「若松あじさい祭り」
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 789 ムーフェスタ2013
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 790 七夕茶会 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 791 第37回北九州少年合唱祭
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 792 第43回北九州市消防ポンプ操法大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 793 第34回心豊かな少年を育てる市民大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 794 小倉祇園太鼓
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 795 黒崎祇園山笠
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 796 復活!門司港バナちゃん全国大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 797 第60回戸畠祇園太鼓大山笠競演会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 798 第20回平尾台夏の高原ピクニックコンサート
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 799 若松みなど祭り
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 800 柴川夜市 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 801 夏休みこどもシアター
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 802 北九州市長杯ストリートダンスパトル 2013
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 803 第62回平尾台観光まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 804 第4回ひまわりBIGコンテスト in School
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 805 第26回 わっしょい百万夏まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 806 第46回北九州夏まつり 「小文字焼」
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 807 門関海峡花火クルージング
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 808 まつりみなみ 2013
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 809 (仮称) 第2回 柴川フェスティバル
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 810 紫川ダンボールポートレース
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 811 子ども文化ふれあいフェスタ
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 812 第10回平松よかタコまつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 813 門関よさこい大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 814 北九州市ジュニアオーケストラ第31回定期演奏会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 815 第48回年長者の祭典
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 816 「市制50周年記念(仮)まつり大集合 山笠競演」
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 817 日本スポーツマスター2013 北九州大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 818 市制50周年記念 まつり八幡東
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 819 第35回西日本陶磁器フェスタ
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 820 邪馬台国も見える！日本古代の原風景
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 821 第7回北九州无法松ツーデーマーチ
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 822 開館15周年記念市民茶会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 823 魚供養 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 824 第7回洞海湾フェスティバル
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 825 (仮) きたきゅう健づくり応援店PRイベント
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 826 空港まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 827 小倉オープンカフェマニス
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 828 第51回北九州市民体育祭総合開会式
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 829 穴生まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 830 金山川ふれあいまつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 831 「エコテクノ2012」
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 832 第50回北九州市環境衛生大会
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 833 “エコライフステージ2013”
 (シンボル事業)
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 834 第55回北九州小倉城まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 835 新国立劇場ダンス公演『Shakespeare THE SONNETS』
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 836 (仮) ハッピーハロウィン in 小倉
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 837 第37回北九州市都市緑化祭
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 838 旧松本家住宅特別公開（秋）
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 839 (仮称) 全国ご当地ちゃんぽんサミット&フェスティバル
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 840 第6回 アジア太平洋RCE地域会議
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 841 第13回産学連携フェア
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 842 紫川アート市
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 843 (仮称) 国際交流文化祭
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 844 築前黒崎宿場まつり
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 845 (仮称) 北九州の明日の子どもを育てるフェスティバル
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 846 第15回 特別企画展恋と革命に生きた女たち(仮称)
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 847 2013北九州国際音楽祭
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 848 ESS青嵐杯高校生英語スピーチコンテスト
 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
 849 小倉発祥焼うどんフェア及び小倉焼うどんバトル

- 850 槗山莊子ども俳句大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 851 元気発見！小倉北あるき ing
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 852 市制 50 周年記念事業「第 62 回若松区文化祭」
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 853 第 13 回モール大通り音楽祭&小倉南区秋の収穫祭
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 854 (仮) 水わくわくフェスタ 2013
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 855 油木ダム植樹区域除草作業（秋季）
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 856 (仮) ヤマメとわさびと水をたのしむ会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 857 第 42 回小倉城菊花展
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 858 北九州市ワーク・ライフ・バランス推進キャンペーン
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 859 第 9 回八幡東田ウルトラ 25 時間駅伝大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 860 まつり起業祭八幡
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 861 第 21 回 築前こやのせ宿場祭
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 862 自治体防災 6 5 年周年
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 863 第 25 回 星空の街・あおぞらの街全国大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 864 國際車椅子バスケットボール大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 865 第 6 回北九州市障害者芸術祭
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 866 北九州市民カレッジ
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 867 第 27 回北九州市農林水産まつり
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 868 第 18 回北九州市長杯紫川・市民ハゼ釣り大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 869 小倉イルミネーション 2013
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 870 (仮称) 全国街道まつり in 北九州
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 871 第 3 回浄水場フェスティバル
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 872 '13まいなびフォーラム
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 873 北九州市少年少女合唱団 第 39 回定期演奏会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 874 フザーリング全国フォーラム in 九州
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 875 冬の特別展（仮）仁川・旅順両博物館の名品
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 876 若松区歳末市民募追・防犯交通安全総決起大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 877 自死遺族のためのグリーフケアコンサート
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 878 北九州市民文化賞
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 879 あなたにあいたくて生まれてきた詩コンクール
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 880 すぐすく子育ちフェスタ
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 881 北九州市環境首都検定
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 882 門司港レトロイルミネーション
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 883 冬休みこどもシアター
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 884 せり初め式
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 885 小倉十日ゑびす祭恵心ご道中
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 886 平成 26 年北九州市成人祭
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 887 子どもたちのための「ストラディヴァリウス・祝祭コンサート」
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 888 葦平忌 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 889 久女忌 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 890 北九州市小学生ふうせんバレーボール大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 891 第 25 回選抜女子駅伝北九州大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 892 収蔵品展 http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 893 第 6 回「豊前海一粒かき」のかき焼き祭り
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 894 第 9 回演劇コンクール in 中谷
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 895 平成 26 年北九州市消防出初式
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 896 市制 50 周年記念北九州マラソン
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 897 市制 50 周年記念事業フィナーレイベント
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 898 平成 25 年度「人権を考える企業のつどい」
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 899 平成 26 年北九州市民スポーツ賞表彰式
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 900 北九州市応援団の集い
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 901 地域創生フォーラム
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 902 道路サポーター総会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 903 小倉食市食座
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 904 第 6 回平尾台ふゆなび
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 905 春の火災予防運動
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 906 第 37 回北九州市レディースコーラスフェスティバル
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 907 人形浄瑠璃「文楽」
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 908 合唱組曲「北九州」演奏会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 909 北九州の玄関クリーンアップ事業
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 910 第 26 回チャレンジ 100 キロ
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 911 2014 シーズン開幕幕衣イベント（ギラヴァンツ北九州）
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 912 健康被害予防事業「講演会」
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 913 第 13 回全国女性俳句大会 in 北九州
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 914 わたし記念日～記念樹プレゼント
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 915 鳥がさえずる緑の回廊第 8 回植樹会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 916 北九州市子どもノモンフックション 文学賞表彰式
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 917 第 22 回北九州ハイビジョン将棋フェスティバル
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 918 ミュージックファンタジアン 在堺町公園
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 919 平尾台クロスカントリー 2014
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 920 第 11 回中谷ウォーキング in みなみ（ひたひこウォーキング）
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 921 北九州市消防音楽隊
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 922 第 40 回定期演奏会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 923 第 22 回北九州ハイビジョン将棋フェスティバル
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 924 戸畠図書館移転オープン
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 925 四季の交通安全運動
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 926 こくら de フリマ
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 927 (仮) 市制 50 周年記念 若戸大橋ウォーキングイベント
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 928 市制 50 周年記念事業「(仮称) 若松区おもてなしイベント」
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 929 北九州フィルムフェスタ開催事業
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 930 市制 50 周年記念タイムカプセル事業
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 931 北九州市の過去・未来を語るフォーラム
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 932 (仮) 「市制 50 周年記念」地域コミュニティ活性化フォーラム
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 933 松本清張記念館平成 25 年度後期企画展
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 934 “市制 50 周年記念市民防犯大会”
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 935 北九州市立文学館開館 7 周年記念講演会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 936 第 38 回北九州市青少年育成大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 937 第 37 回北九州市青少年健全育成全市キャンペーン
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 938 レディスやはた第 3 回 FES スティバル
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 939 レディスやはた第 25 回国際交流事業
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 940 市制 50 周年記念市場まつり
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 941 第 13 回北九州市こども料理王選手権
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 942 キタキュー就職応援フェア
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 943 洞海湾クルージング
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 944 伊能忠敬献花の集い
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 945 小倉はしご酒大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 946 小倉風あげ大会
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 947 第 22 回若松区民医学講座
http://www.city.kitakyushu.lg.jp/kokurakita/menu22_00001.html
- 948 福岡城さくらまつり http://saku-hana.jp/

949 博多どんたく港まつり http://www.fukunet.or.jp/dontaku/about_dontaku/origin.html	968 くまもと春の植木市 http://kuma-uekiichi.com/index.html
950 博多祇園山笠 http://www.hakatayamakasa.com/index.php	969 城下町くまもと肥後のひなまつり http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000004290&isEvent=1
951 博多ライトアップウォーク http://hakata-light.jp/outline/	970 高橋稲荷神社初午大祭 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003568&isEvent=1
952 アジア太平洋フェスティバル福岡 http://www.asianmonth.com/festival/	971 城下町大にぎわい市 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003451&isEvent=1
953 福岡アジアマンス http://www.asianmonth.com/concept/	972 光のページェント in くまもと http://www.kmt-cci.or.jp/manage/sending.php
954 アジアフォーカス福岡国際映画祭 http://www.focus-on-asia.com/	973 みずあかり http://mizuakari.net/pc/index.html
955 ミュージックシティ天神 http://www.musiccitizen.com/about.html	974 STREET ART-PLEX http://www.artplex.jp/
956 おんだ祭り（御田植神幸式）（阿蘇神社） http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003331&isEvent=1	975 植木温泉納涼花火大会 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003620&isEvent=1
957 清正公まつり http://www.kato-jinja.or.jp/matsuri.html#概要	976 第40回植木町はつてん祭 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003434&isEvent=1
958 本妙寺顕写会 http://www.honmyouji.jp/tonsyae.html	977 くまもと S1 グランプリ http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000004991&isEvent=1
959 三角みなど祭り http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003850&isEvent=1	978 火の国まつり http://www.hinokuni-matsuri.jp/
960 竹迫観音祭り http://www.manyou-kumamoto.jp/contents.cfm?id=704	979 くまもとさるく http://www.kumamoto-icb.or.jp/sightseeing/saruku/
961 春のくまもとお城まつり http://www.manyou-kumamoto.jp/contents.cfm?id=704	980 和手ぬぐいと木目込人形展～夏祭り～ http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000003884&isEvent=1
962 出水神社新能 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000001608&isEvent=1	981 琉球の風～島から島～～ http://www.felicia.co.jp/shimakaji/
963 すいか祭り in 田原坂 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000004600&isEvent=1	982 くまモンまつり～熊本駅周辺はくまモンづくし～ http://cyber.pref.kumamoto.jp/shinkansen_kumamoto/Default.aspx
964 わくわく江津湖フェスタ http://www.manyou-kumamoto.jp/event/manyou.cfm?id=818&type=w&year=2013&month=5&day=3	983 総ぐるみくまもと環境フェア http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000005015&isEvent=1
965 くまもと城下まつり 2013 http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000004602&isEvent=1	984 棚田ふれあい探訪ツアーブル http://kumanago.jp/event/?mode=detail&id=430000005102&isEvent=1
966 熊本城坪井川大園遊会 https://mail.google.com/mail/u/0/?shva=1#inbox	
967 火の国 YOSAKOIまつり http://www.h-yosakoi.jp/	

2. 開始時期のわかるイベント 264 件

番号 時期	イベント名	開 始
1	弁天島花火大会	1908
2	川崎市定期能	1916
3	横浜開港記念バザー	1920
4	川崎市制記念多摩川花火大会	1942
5	名古屋みなと祭 花火大会	1947
6	ピースメッセージとうろう流し	1948
7	さがみ湖湖上祭花火大会	1948
8	清水みなと祭り	1948
9	武藏・小次郎まつり	1951
10	相模原納涼花火大会	1951
11	京都アスニーコンサート	1952
12	名古屋城さつき大会	1952
13	橋本七夕まつり	1952
14	みなと祭 ザよこはまパレード	1953
15	鳥屋の獅子舞	1954
16	さっぽろ夏まつり	1954
17	安倍川花火大会	1954
18	茶畠茶祭	1955
19	静岡まつり	1957
20	祇園をどり 【祇園会館】	1958
21	静岡ホビーウィーク	1959
22	博多どんたく港まつり	1962
23	寒中水泳大会	1962
24	岡山市芸術祭	1963
25	さっぽろ菊まつり	1963
26	みのりの祭典	1967
27	菊花展 【京都府立植物園】	1967
28	邦楽を楽しむ会	1968
29	雪と虹のまつり	1970
30	花と緑の市民フェア	1970
31	堺市民能	1971
32	神戸まつり	1971
33	千葉市民芸術祭	1972
34	中ノ島まつり	1973
35	第40回植木町はってん祭	1973
36	堺まつり	1974
37	相模原市民桜まつり	1974
38	田名八幡宮の獅子舞	1974
39	清正公まつり	1975
40	KOBE 六甲全山縦走大会	1975
41	サッポロ豊平川イカダ下り	1975
42	こうべ芸文美術展	1975
43	みなとみらい21野毛大道芸	1975
44	野毛大道芸オータムFES	1975
45	第39回 阿賀野川ござれや花火	1975
46	建部町納涼花火大会	1975
47	大陶器市 清水焼の郷まつり	1976
48	京の夏の旅	1976
49	札幌マラソン	1976
50	金沢まつり花火大会	1976
51	駿河の家具・インテリア展	1977
52	秋の古本まつり	1977
53	さがみはら元旦マラソン	1977
54	さっぽろ雪まつり	1977
55	ひろしまフラワーフェスティバル	1977
56	日本ボケ展	1978
57	火の国まつり	1978
58	よこはま花と緑のスプリングフェア	1979
59	新潟ふるさと村「さつき競技会」	1979
60	ヨコハマ映画祭	1980
61	横浜開港祭	1981
62	第33回 新潟とやの湖桜まつり	1981
63	さっぽろホワイトイルミ	1981
64	アシリチップスノミ	1982
65	法善寺横丁まつり	1982
66	大阪国際女子マラソン	1982
67	第32回花壇コンクールの開催	1982
68	第31回 新潟シティマラソン	1983
69	はままつ春の都市緑化フェア	1983
70	全農日本カーリング選手権大会	1984
71	羽衣まつり	1984
72	岡山市文学賞	1984
73	住吉ざくら「さくら祭り」	1984
74	仙台・青葉まつり	1985
75	Kobe International Flute Competition(KIFC)	1985
76	第29回 黒崎まつり花火大会	1985
77	サマーフェスタ箕面公園	1986
78	神奈川新聞花火大会	1986
79	越佐雪割草展	1986
80	祇園祭いけばな展	1986
81	相模原薪能	1987
82	帝塚山音楽祭	1987
83	ツール・ド・北海道国際大会	1987
84	北海道マラソン	1987
85	湖西市新居町磯釣り大会 in 浜名湖	1987
86	定山渓温泉溪流鯉のぼり	1987
87	さっぽろ旭山音楽祭	1988
88	「2012 国際千葉駅伝」	1988
89	泳げ鯉のぼり相模川	1988
90	『レディスもじフェスティバル』	1988
91	2012 NIIGATA 光のページェント	1988
92	用宗漁港まつり	1989
93	よこはまシティウォーク	1990
94	旭ジャズまつり	1990
95	PMF(パシフィック・ミュージック・フェスティバル)	1990
96	四天王寺ワッソ	1990
97	アジア太平洋フェスティバル福岡	1990
98	福岡アジアマンス	1990
99	遠州はまきた飛竜まつり 2013	1991
100	彦八まつり	1991
101	定禅寺ストリートジャズフェスティバル	1991
102	仙台国際ハーフマラソン	1991
103	アジアフォーカス福岡国際映画祭	1991
104	かじか鳴く湯来温泉ホタルまつり	1991
105	Buy かわさきフェスティバル in たかつ	1992
106	アート縁日	1992
107	第22回 にいがた冬・食の陣	1992
108	麻生音楽祭 2013	1992
109	大道芸ワールドカップ in 静岡	1992
110	東林間サマーわあ!ニバル	1992
111	YOSAKOI ソーラン祭り	1992
112	相模ねぶたカーニバル	1993
113	藤野村歌舞伎	1993
114	にいがた冬・食の陣	1993
115	横濱JAZZ プロムナード	1993
116	第21回 新潟ジャズストリート	1993
117	ドイツ・クリスマスマーケット大阪	1993
118	さがみおおのハロウィンフェスティバル	1993
119	第20回美浜区民フェスティバル	1993
120	第20回緑区ふるさとまつり	1993
121	新横浜パフォーマンス	1993
122	花フェスタ 2013 札幌	1993
123	大岡川桜まつり	1993
124	新津フワーランド 「シャクナゲと春の花たち」	1993
125	にいがた花絵プロジェクト	1993
126	泉涌寺窯元一帯 窯元もみじまつり	1994
127	新津フワーランド 「加茂木工インテリア」	1994
128	おかやま音楽祭	1994
129	大阪ヨーロッパ映画祭	1994
130	備中高松 まほろば祭り 高松城水攻め歴史合戦	1995
131	神戸ルミナリエ	1995
132	インターナショナル・フェスティバル in カワサキ	1995
133	山国さきがけフェスタ	1996
134	路面電車まつり	1996
135	川崎市青少年フェスティバル	1996
136	花咲くまちづくりコンクール	1996
137	京都の秋 音楽祭	1997
138	寺町美術祭り	1997
139	よこはま国際フェスタ 2011	1997
140	岡本太郎現代芸術賞」展	1998

141 第 14 回 ウィルチェアーラグビー日本選手権大会 (千葉ポートアリーナ) !	1998	205 静岡おでんフェア (しそ～かおでんフェア)	2007
142 みちのく YOSAKOI まつり	1998	206 伏見の清酒 新酒蔵出し 日本酒まつり	2007
143 第 16 回 福島潟自然文化祭	1998	207 京都映画祭	2007
144 クリエーターズマーケット	1999	208 神戸ビエンナーレ	2007
145 RISING SUN ROCK FESTIVAL	1999	209 サッポロ・シティ・ジャズ	2007
146 月潟大道芸フェスティバル	1999	210 神戸新人音楽賞コンクール	2007
147 はまたきのグリーンフェスタ	1999	211 "	
148 にっぽんど真ん中祭り	1999	火の国 YOSAKOI まつり"	2007
149 金津焼作陶展	1999	212 かわさきアジアンフェスタ	2007
150 川崎 In Unity 2013】	2000	213 タイフェア in 横浜	2007
151 京都国際学生映画祭	2000	214 やましな駅前陶灯路	2008
152 第 14 回さいたま新都心七夕飾り	2000	215 さっぽろオータムフェスト	2008
153 小松コスモスマつり	2000	216 平成 OSAKA 天の川伝説	2008
154 第 14 回越後花舞台雪割草展	2000	217 ドリーム白馬車	2008
155 多摩川リバーサイド駅伝 in 川崎	2001	218 アフリカンフェスティバルよこはま	2008
156 元町クラフトマンシップ・ストリートフードフェア	2001	219 北九州市障害者芸術祭 作品展	2008
157 第 13 回 千灯まつり	2001	220 琉球の風～島から島へ～	2008
158 仙台国際音楽コンクール	2001	221 ウミガメ観察会「ウミガメ・エコツーリズム」	2008
159 とっておきの音楽祭	2001	222 水都大阪フェス 2012 ～水辺のまちあそび～	2009
160 さっぽろパフォーマンスカーニバル (大道芸)	2001	223 ラフェスタプリマヴェラ 2013	2009
161 第 13 回 かめだ梅まつり	2001	224 川崎小川町バル	2009
162 多摩ふれあいまつり	2001	225 水と歴史の都 大阪ウォーク	2009
163 第 13 回 せきや浜大花火大会	2001	226 大阪あきない祭り	2009
164 大阪城 城灯りの景	2001	227 水都大阪 光のリバースクエア	2009
165 称名寺 薪能	2002	228 にいがた湊まちしもまち歴史ウォーク	2010
166 西陣錦参通工芸展	2002	229 すすきのおもてなし縁市	2010
167 二条城お城まつり～AUTUMN FESTA	2002	230 シズオカ×カンヌウイーク	2010
168 静岡大工祭り 「親子ふれあいフェスティバル」	2002	231 にいがたアニメ・マンガフェスティバル	2010
169 ミュージックシティ天神	2002	232 KYOTO EXPERIMENT	2010
170 ミュンヘンクリスマス市	2002	233 相模大野かぼちゃまつり	2010
171 第 12 回 にいつ花ふるフェスタ／にいつ食の陣 当日座	2002	234 万代アースフェスタ 2013	2010
172 第 11 回 萬代橋誕生祭	2003	235 「市民イチバデー」	2010
173 第 29 回全国剣ろう会清水大会	2003	236 横浜セントラルタウンフェスティバル	2010
174 みんなで kappo ! 御堂筋フェスタ	2003	237 第 6 回狂言五笑会	2011
175 若あゆかかしフェスティバル	2003	238 まいまい京都	2011
176 学生祭典	2003	239 古町花街ぶらり酒	2011
177 OSAKA 光のルネサンス	2003	240 くまもと S1 グランプリ	2011
178 ひかり祭り	2003	241 神戸マラソン	2011
179 京都・東山花灯路	2003	242 くまモンまつり	2011
180 新津フローランド 「第 11 回春のおもと展」	2003	243 「さいたまキッズな C i t y 」	2011
181 STREET ART-PLEX	2004	244 津久井湖城山イルミネーション	2011
182 サンバフェスタ KOBE2013	2004	245 真駒内花火大会	2011
183 第 10 回人形のまち岩槻 「まちかど雛めぐり	2004	246 秋の古町どんどん	2011
184 はいさいF E S T A	2004	247 横浜絵に見る 近代日本の黎明	2012
185 みずあかり	2004	248 さいたまマーチ 見沼ツーデーウォーク	2012
186 金剛流普及能	2005	249 中央区魅力再発見まち歩きツアー 2 !	2012
187 えいでんまつり	2005	250 栄ふんすいビヤフェスタ	2012
188 相模大野もんじえ祭り	2005	251 京童 (きょうわらべ) えんげき祭	2012
189 横浜フランスマ月間	2005	252 京都文化祭典	2012
190 さくらフェスタ日吉	2005	253 京都文化祭典 (KYOTO ART FESTIVAL)	2012
191 さっぽろアートステージ	2005	254 長谷川良信記念車椅子バスケットボール全国選抜大会	
192 大阪ミナミ映画祭	2005	2012	
193 かわさき楽大師-願い事が叶う大師	2005	255 モエレサマーフェスティバル	2012
194 日本橋ストリートフェスタ	2005	256 TOYOTA BIG AIR	2012
195 熊本城坪井川大園遊会	2005	257 ひろしまみなとマルシェ	2013
196 1000000人のキャンドルナイト@OSAKA CITY	2005	258 京都版画トリエンナーレ PATinKYOTO Archive	2013
197 桑フォーラム (建仁寺)	2005	259 「政令指定都市くまもと誕生 1 周年記念」春のくまもとお	
198 大阪ベイエリア祭	2006	城まつり	2013
199 Gulf 名古屋ノスタルジックカー 2&4 フェスティバル	2006	260 くまもと城下まつり 2013	2013
200 さっぽろタパス	2006	261 第 1 回ハワイアンフェスティバル	2013
201 仙台クラシックフェスティバル	2006	262 牛田かうちやんまつり	2013
202 札幌国際短編映画祭	2006	263 フォト・ヨコハマ	2013
203 博多ライトアップウォーク	2006	264 クリスマス・ゴスペル・ライブ	2013
204 第 7 回 萬代橋サンセットカフェ	2007		

第2章

1. 事務局へのヒアリング概要

わっしょい百万夏まつり振興会ヒアリング対話録（敬語の語尾および、途中の雑談は省略）

実施日：2015年10月26日（月）14:00～16:00

応対者：わっしょい百万夏まつり振興会事務局次長久保広行氏 同振興会主査大倉淳一氏

場所：わっしょい百万夏まつり振興会事務局（北九州市小倉北区古船場街1-35 北九州市商工貿易会館7F）

久保氏：わっしょい百万夏まつりは、青年会議所が深くかかわっている組織である。

筆者：もともと、青年会議所が始めたイベントだと聞いているが。

久保氏：青年会議所が実施していた「まつり北九州」というイベントであったが、市政25周年を記念して市役所が主催となり、「わっしょい百万夏まつり」を始めた。

筆者：イベント名称が変わっているが、現在の名称はどうやって決定したのか？

久保氏：公募で決定した。

筆者：普通イベントのエリア名称を決めるときは「北九州」と考えがちであると思うが、「100万」という人口を採用したのは何か理由があるのか？

久保氏：このイベントを始めたのは市政25周年であった。もともと北九州は色合いの違う5市合併をした街である。ネーミングが採用された理由の一つは、当時の政令指定都市の人口単位が100万であったこと。もう一つは「北九州」を象徴するものがなかったことであろう。八幡＝製鉄所、門司＝港、といった各区にはシンボルがあった。しかし、市民全体が一つになれるシンボルがなかった。また、市政25年の頃には、合併前から各市役所に勤務していた職員が多く、それぞれの地域のプライドが強く一つの市としてのまとまりが希薄だった。

筆者：対等合併だったと聞くが。

久保氏：世界初の対等合併であった。

筆者：市が一つにまとまらなかつたのは対等合併が原因という話をよく聞く。この件もそうか？

久保氏：そのとおりである。そのため、公募を行った新市のネーミング決定も議論が分かれ、一つにまとまれなかつた。

筆者：当時は「北九州」という名称に市民は誇りを感じていなかつたのか？

久保氏：もともと、この地域は、門司は国際的な港、若松は石炭、八幡は製鉄所、小倉は陸軍、といったそれぞれの都市の顔をもっていた。当時、北九州という地名は、漠然としたエリアを示しており、全国から「北部の九州＝福岡・大分・佐賀」といったイメージをもたれていた。このため、北九州という名称が浸透していないもどかしい時期だった。

筆者：そのような時期に「100万」という名称を採用したのは？

久保氏：各区のみんなが集まって100万（人）である。「みんなで集まって力を出そう」という意味合いを意識した。

筆者：このイベントを推進したのは当時の市長だったと聞いているが、小倉で開催したわけについて教えてほしい。

久保氏：市の中核になる場所で実施する必要があった。このため、市庁舎がある小倉で始めた。新幹線の駅も小倉であったこともある。

合併してかなりの間、各区に平等な対応をしていたため、ハコモノも100万都市としての顔にふさわしい形に集約できなかつた。よって、わっしょい百万夏まつりというソフトに関しては集約を行ひたかった。最初は、各区から「なぜ小倉なのか？」という意見があり、当時の各区民の感覚としては「なぜ小倉に出ていかなければならぬのか？」という意識も強かつた。当時はわっしょい百万夏まつりの各区持ち回りの意見も出た。

筆者：やはり対等合併の発想なのか？

久保氏：たしかに各区平等という発想である。ただし、祭というものは、時期と場所を定着させることが大切である。そうしないと市民に根付かない。だから、この場所で続けてきた。

筆者：なるほど。では、この場所の祭り特有の、市民の思い出になる演出を行っていたりするのか？

久保氏：パレード・踊り、そして各区の祭りを集約し市民に北九州を知つてもらう機会にしている。コンパクトに北九州の祭りを集約しているし、各区に点在している企業群がパレードや踊りに参加することで市民の心を一つにする演出を行っている。

だから、商工会議所の会頭がわっしょい百万夏まつりの会長であるし、市長が名誉会長、そしてJC理事長が実行委員長を行つている。

筆者：市庁舎のブラインドを使用して「百万」という文字を表現しているが、あれは第一回目から行つているのか？

久保氏：当初は全館の電気をつけ、文字の部分のみをブラインドで閉めて文字を記載していた。やがて電気代の節約のため逆転し、311以降はブラインドを閉めるだけで、点灯はしていない。

わっしょいを始めたときは市庁舎の周りに高い建物がなく、どこからでも見渡せた。

筆者：あの市庁舎のブラインド文字の意味は？

久保氏：費用をかけずに巨大な広告塔として利用している。また、写真を撮られた際に「わっしょい」の演出だということがすぐわかる。

筆者：報道でも使われているように見受けるが。

久保氏：報道等の写真では、人のにぎわいとともに市庁舎の広告塔を構図に入れている。とても分かりやすい構図である。だから今でも続いている。

大倉氏：（広告塔の開始時を探して見て見つける）市政30周年の時に「祝30」という文字を書いたのが始まりである。

筆者：北九州出身の著名人もいるが、わっしょいの思い出を語つたりするか？

大倉氏：門司出身のロバートの秋山氏が語っているくらいだろうか。

久保氏：彼ら観光大使に語つていただけするとありがたいし、わっしょいにも参加してもらっている。

筆者：広報展開はどのようにおこなっているのか？

久保氏：雑誌等に記事を書いてもらえるように情報提供、チラシポスターを制作している。祭り本番の前には告知PRをしている。駅前の広告もやっている。そういう情報をリリースし、広報のベースとしている。再来年で30周年だが、8月の第一週土日をわっしょいの日に定着させているので、現在では報道から連絡をもらっている。

実施日を定着させるメリットは報道の面でも大きい。

大倉氏：市内での認知は定着している。東九州道も開通したおかげで、大分宮崎鹿児島の雑誌社への表敬をPR部隊の「看板娘」と行つている。エリアは長崎・熊本・山口も含めている。

筆者：報道へのリリースにストーリーなどを考えているか？

久保氏：ストーリーよりもタイミングをみながら、パブ対応を行つている。例えば、看板娘の決定など、主催者の作業のタイミ

ングを見計らって情報を流している。また、受け手側の意識をわっしょいに向けるようにタイミングを考えている。

筆者：施策ごとのメッセージがあるのか？

久保氏：よさこいには北九州チームが他地域の各大会に参加してPRをしている。（その他のコメントなし）

筆者：よさこいはいつ始めたのか？

大倉氏：市政40周年の時である。

筆者：市政周年授業ごとになにかやっているのか？

大倉氏：50周年の時はディズニーを呼んだ。

筆者：定例のものと新しいものを使い分けているのか？

久保氏：市民も飽きてくるからそうしている。

筆者：万博を手掛けたプロデューサーはイベントというものは毎回新しい情報提供をする必要があるといっているが、そのことについてはどう思うか？

久保氏：エキスポとこのような地域に根付いたイベントは少し考え方を変えたほうが良いと思う。地域の祭りは一年間をかけて準備する。その人たちの情熱が込められていてその中で人間関係を学んだりする。そういうものが継続性を生んでいる。だから万博系とやっている人間のスタンスが違う。

大倉氏：（対話中に、探していた報道履歴一覧を提示）

久保氏：やはり広報はパブリシティが大事だと考える。また、クチコミが大事である。クチコミが一番刷り込み効果があると感じている。クチコミが信頼感があり参加者を増やしていると考える。長く参加者が継続するのはクチコミで後輩に伝わっていくからだと思う。

筆者：SNSでのクチコミ効果はどう思うか？

大倉氏：facebookとtwitterでの広報展開は行っている。

筆者：市民の書き込みはどうか？

久保氏：「わっしょいNOW」みたいな？

筆者：そうである。手ごたえは感じているか？

久保氏：その効果は確認していない。ただし、花火などは、書き込みが多いようである。まちなかで打ち上げる花火という例は少なく、貴重なものであると感じている。

大倉氏：花火は警察はやめさせたいと思っているが・・・。

久保氏：あまり大きな花火は打ち上げられないという制約もある・・・。

筆者：あの花火が見たいという人は多いのか？

久保氏：やはり花火は、桜の花見と同じで一瞬という期間の短さに魅力を感じさせる特性があるあるのではないか？

筆者：飲み始めると観てないのだけど（笑）

久保氏：そうだと思う。騒ぐ理由を見つけているだけ。（笑）

筆者：ハロウィンも同じだと思う。ハロウィンが何の祭りかわかっている人は少ない。

久保氏：変身願望をかなえてくれるのだと思う。イベントはその背中を押してくれる。

イベントの参加は、参加するまでのプロセスが大切。

筆者：わっしょい期間中はセール等の施策を行っているのか？

大倉氏：実は商店街とあまり連携が出来ていない。そこまで手が回っていない。

久保氏：ただ、人が集まれば経済波及効果が出る。

筆者：各施策の目的はあるのか？

久保氏：25年で始まったきっかけが、北九州の代表的な祭りがなかったこと。

だから、各区の祭が見えるものにした。各山の関係者がそれぞれの組織で動いているが、わっしょいを通じて横のつながりができた。祭りを支える人たちの情報交換の場になっている。これが「祭り大集合」の目的である。

筆者：先ほどの話では、当初は「なぜ参加しなければならないのか？」という意識だと伺ったが、その考えが変わった？

久保氏：確かにそうである。今では、各祭りの優勝チームが参加てくる。だからわっしょいに参加することは、名誉なこと捉えているようである。

大倉氏：見る側にとって「北九州の祭りを一度に見れる見本市的なメリット」。参加者にとっては、「横のつながり」というメリットがある。

筆者：当初は「祭り大集合」と「花火」のほかに何をやっていたのか？

久保氏：「祭り大集合」と「花火」は前身から行っていた。わっしょいを立ち上げる時に、参加しやすさを考えて「百万踊り」「パレード」を始めた。今でも1万人が参加している。よさこいに関しては15年前から若者を取り入れるために始めた。

久保氏：どんたく、フラワーフェスといった大規模な祭りでは市民は、流出している。以外に市民がその祭りを見ていない。

筆者：北九州では？

久保氏：花火は別であるが、同じようなことが起きている。だから外部からの来場者を増やす必要がある。

筆者：アンケート調査をやっているのか？

大倉氏：やっている。150万人で一人当たり3000円弱の購買を行う。経済効果としては42億円で試算している。サンプル数は600人である。ちなみにリピート率は74%程度。来場者の75%が市内在住。

筆者：運営スタッフについて教えてほしい。

久保氏：JCが積極的に絡んでくれている。運営面でもボランティアで絡んでいる。

筆者：専門で事務所に常駐しているのは何人いるのか？

久保氏：我々2名である。

それ以外のスタッフは数百名いるが、すべてボランティアで成り立っている。

筆者：ボランティアが関与する仕組みは？

久保氏：歴代のJCの思いが、後輩に息づいているところが大きい。その他も地域貢献社会貢献として何ができるかという思いがある。その実践の場としてわっしょいが機能しており、周りの学生等にも影響している。その思いが継続につながっている。

筆者：企画はどこで考えているのか？

久保氏：部会で考えている。そして、総会で承認される。

筆者：部会はどの程度の頻度で行っているか？

大倉氏：年末もしくは年始から月一回程度で行っている。

久保氏：は、各部会に入り、事務サポートを行っている。企画と当日の運営はボランティアが行っている。

筆者：ボランティアの数は？

大倉氏：運営ボランティアは200名程度、清掃等当日ボランティアは2000名程度。

特にJTはうちの祭りに何が向いているかをかんがえて積極的に清掃活動を行っている。

久保氏：ボランティアが楽しめることが大切である。企画・運営から携わり、達成感を味わうと面白味を感じる。そのプロセスが大切である。

部活などと同じようなノリである。頑張った分をみんなで共有する一体感、かかわればかかわるほど人間関係が濃くなる。それが彼らの財産であるし、継続していく。究極としてはコミュニケーション能力が高まり、教えられ教えていくことが伝承する。

そこで培った財産が大切。

筆者：予算はどれくらいなのか？

久保氏：8000万である。市からの補助金が4000万人で協賛が4000万。協賛は1000社になる。

筆者：支出は？

久保氏：イベント装置としては花火が一番多い。また、観客席制作。一番費用が掛かるのが警備の入会費である。

筆者：現在の北九州のイベントの問題点として思うことは？

久保氏：北九州の顔がない。でもいろいろやりたがる。でも、特徴が出てこないのが問題である。

以上。

2. 実行委員長へのヒアリング概要

わっしょい百万夏まつり実行委員長松尾孝治氏とのfacebookメッセンジャーでのヒアリング

日時：2015年10月30日～31日

*松尾氏多忙のため、facebookでの対応となった。

筆者：わっしょいの祭りのコンセプトってどのようにお考えなのでしょうか？

松尾氏：昭和38年。5市合併で北九州が誕生しましたが、いつまでたっても一体感が無い事に危機感持った北九州JCの先輩が、10年後の昭和48年に北州市民の心を一つにするため、「まつり北九州」と言うイベントを小倉球場で仕掛けたのが…わっしょいの原点です。それから15年程、北九州JCの事業として続きましたが、市制25周年を記念して正式に行政イベントに格上げされて今に至ります。

コンセプトはJCが立ち上げた当時から変わらず。まずは市民の心を一体にするため。市民が故郷の歴史や文化に誇りを持ってもらうため。それを内外に発信するため。そのために開催しています。

筆者：やはり、一体感という目的であり、コンセプトなのですね？

松尾：はい。私はそのように考えております。

筆者：ありがとうございます!!とても分かりやすく、皆さん的情熱の歴史がつまつた祭りなのですね!!

松尾：はい。立ち上げ話はJC先輩や末吉前市長から直接きいてますが、ここまで続けて、今のようにするために、かなり大変だったようです。なので、その汗と涙を無駄にせぬよう、原点を忘れないよう努めています。限られた資源で…時代と共に少しずつ進化させるのはなかなか大変ですが…北九州の為になるよう前に進んでいきたいと思います。

筆者：JCメンバーの思いが今までずっと継続されてきた背景には、組織の仕組みが作用しているのですか？

松尾：ヤクザみたいな縦社会組織の良さが存分に發揮された成果ですね（笑）と言うのは悪い言い方ですが。

JCと行政、商工会議所がそれぞれ尊重しながら、良さを出しながら、組織を運営してきたのが良かったかなと思います

筆者：上下関係が厳しい体育会系みたいな組織なんですか？

松尾：JCは良くも悪くもピラミッド型組織ですね。

筆者：頂点にはどなたが？

松尾：その年の理事長を中心とした組織です。それとOBがバッカアップします

筆者：JCに所属するメリットはどのようなところですか？

松尾：青年経済人としての自己成長、人脈構築でしょうか。

筆者：事務局の方に、JTは自己成長させる後輩指導をやっていましたが、どう聞いたらいいですか？

松尾：JC自体は40歳まで所属で、毎年毎年の様々な活動機会を通して自己成長を促す場になります

筆者：先輩方の立ち上げ時の苦労とは、どのようなことがあったのでしょうか？

松尾：5市それぞれの主張を聞きながら一つのイベントに入れ込む作業が最初に大変だったと思います。

筆者：それを一つにするのは大変な事ですね!!ちなみに、そういう苦労を伴ったイベントコンセプトは、振興会全体に浸透しているのですか？

松尾：時間計画共にどうしても意識が薄くなるので、毎年の実行委員立ち上げ時には皆で再確認するようにはしています。中々難しいところですが…

筆者：目標あわせを行われているんですね。ちなみに末吉市長（1988年当時の市長名）と共に頑張ったという経験は、今でも皆さんのプライドに繋がっていると思われますか？

松尾：末吉さんと言うより、官民あげて築き上げてきたプライドには繋がっていると思います。

筆者：現在も、わっしょいに関わると言うこと自体嬉しいことだったりしますか？

松尾：それは、勿論です！

筆者：ありがとうございました！

第3章

1. にじのはしアンケート集約表

問N	1	2	3	4	5	6	7	変換1	変換2	住所	性別	年齢
1	2	2	1	1	1	動物の下				2	2	3
2	1	7	1	1	1	海岸	子どもに夢のある取り組みと思う	夢・希望・幸福		1	1	4
3	2	3	3	3						2	2	4
4	2	1	1	3						2	2	3
5	2	1	1	1						1	2	3
6	2	1	1	1	1	小倉駅裏の公園				1	1	2
7	2	1	1	1						1	2	1
8	2	1	1	1		夢のあるプロジェクトで幸せになれるなと思った	夢・希望・幸福			2	2	3
9	2	1	1	1	1	はじめて知った 子供たちが喜んでいた	喜び・楽しい・気持ちいい			1	2	4
10	2	1	1	1	1	小倉城				2	1	3
11	2	1	1	1	1	海	とてもキレイだし水が気持ちよくて子供が喜んだ 遊べてキレイでよかった	喜び・楽しい・気持ちいい	きれい	2	2	4
12	2	1	1	1	1	保育園	気持ちが良かった	喜び・楽しい・気持ちいい		2	2	3
13	2	2	1	1	3		子どもにはいろいろな体験ができるって良いと思う	良かった		1	1	1
14	2	1	1	1	1	海、ビルがたくさん建っている都會	とてもきれいで思う 写真もすてきだと思う	きれい		1	2	3
15	1	3	1	1	1	平尾台				1	1	3
16	2	1	1	1		よかったです	良かった			1	2	1
17	2	1	1	1		がんばれにじ	応援			1	2	3
18	2	1	1	1	1	門司港レトロ	子どももすごくよろこんでくれた	良かった		1	1	3
19	2	1	1	1	1	海	すてきでした			1	2	3
20	2	2	2	1	1	海の上				1	2	5
21	2	1	1	1	1	空港!	とても素晴らしい企画 できることは協力したい	良かった	応援	1	2	3
22	2	1	1	1	1	北九州各所各地	とてもきれいでと思う 写真もすてきだと思う	きれい		1	2	2
23	2	1	1	1	1	門司港レトロ				1	1	2
24	2	1	1	1		良いと思う	よかったです			1	1	3
25	1	7	1	1	1	富士山の上	自分で作ってすごい	良かった		1	1	1
26	2	1	1	1	1	門司港レトロ				1	1	3
27	2	1	1	1						2	2	3
28	2	2	3	1	1	デパートの屋上				1	2	3
29	2	1	1	1	1	子どもの周り	ガンバッター	応援		2	1	4
30	2	1	1	1	1	公園 スペースワールド	美しかった 虹がきれい	喜び・楽しい・気持ちいい	きれい	1	2	4
31	2	1	1	1	1	空 高いところ	少し虹が見えた	その他		2	2	3
32	2	1	1	1			丸い虹が見れてハッピー	夢・希望・幸福		1	2	3
33	2	1	1	1						1	2	2
34	2	1	1	1	1	平尾台				1	2	3
35	2	2	1	1	1	到津の森	きれい	きれい		1	2	1
36	2	1	1	1						1	1	3
37	2	1	3	1	3		パネルでの紹介だけでなく、開始前に直接声で簡単な意図と解説があると、より改善提案			1	2	4
38	1	1	1	1	1	駅や動物園				1	1	4
39	2	1	1	1	1	小倉競馬場の広場	はじめて知った 子どもが喜んでいた	喜び・楽しい・気持ちいい		1	2	4
40	2	1	3	1	3		子どもが喜んでいた 楽しそうでよかったです	喜び・楽しい・気持ちいい		1	2	3
41	2	1	1	1	1	海の虹				2	2	3
42	2	1	3	1	1	子どもが集まる場所				2	1	3
43	2	1	3	1						1	2	3
44	2	1	1	1	1	街中				1	2	3
45	2	1	1	1	1	黒崎駅	はじめて知った まだどこかで遭遇したい	また見たい		1	2	4
46	2	1	3	1	3		もう少し詳しく知らないとよくわからない 子供たちは水を浴びて気持ちよさそうだ	喜び・楽しい・気持ちいい	よくわからない	1	2	4
47	2	1	1	1	1	幼稚園				1	2	2
48	2	1	1	1						1	2	2
49	2	1	1	1	1	門司港レトロ				1	1	3
50	2	1	1	1	1	海	子どもも大人も楽しめる素晴らしいイベント	喜び・楽しい・気持ちいい		1	2	3
51	2	1	3	1			キレイだった	きれい		2	2	2
52	2	1	1	1						1	2	3
53	2	2	1	1	1	小倉駅前				1	1	5
54	2	1	1	1	1	海	よかったです			1	2	2
55	2	1	1	1	1	動物園				1	1	5
56	2	1	2	1	1	空	すごい	良かった		1	1	1
57	2	2	3					良かった		2	1	4
58	2	1	1	1	1	若戸大橋				1	2	
59	2	1	1	1						1	2	2
60	2	1	1	1						1	1	3
61	2	2	1	1						2	2	
62	1	1	1	1	1	小倉城	子どもも大喜び	喜び・楽しい・気持ちいい		1	2	3
63	1	1	1	1	1	海岸				1	1	4

2. こくらハロウィン来場者アンケート集約表

問No 選択肢No	問2理由										問3 性別	年齢
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1_1	1										1	2
2_2	1										2	1
3_2											1	2
4_2											1	2
5_1		1									1	2
6_1		1									1	1
7_1	1	1									2	1
8_2		1									2	2
9_1		1									2	1
10_2			1								2	2
11_1		1									2	1
12_2		1									1	1
13_2			1								2	1
14_1		1									2	2
15_1		1									2	2
16_2		1									1	2
17_1		1									1	1
18_1		1									1	2
19_1		1									2	2
20_2			1								2	1
21_1		1									2	3
22_2			1								1	2
23_1			1								1	2
24_1		1									1	2
25_1		1									1	2
26_1		1									1	2
27_1		1									1	2
28_1		1									1	2
29_2			1								1	4
30_2			1								1	2
31_2			1								1	2
32_1	1										1	2
33_2											1	2
34_1_1											1	1
35_1		1									1	2
36_1_1											1	1
37_2											2	2
38_1		1									1	2
39_1	1										1	2
40_1		1									1	2
41_1		1									1	2
42_2			1								2	1
43_1		1									1	2
44_1		1									1	2
45_2			1								2	1
46_1_1											1	1
47_1		1									1	1
48_2											1	2
49_1		1									1	2
50_1		1									1	2
51_2			1								1	2
52_1		1									1	2
53_1		1									1	2
54_2			1								2	2
55_2											2	2
56_1		1									2	1
57_1	1										1	1
58_1	1										1	2
59_1		1									1	1
60_2											1	1
61_1	1	1									1	2
62_1		1									1	1
63_2											2	2
64_2											1	1
65_2											1	2
66_1	1	1									1	2
67_1		1									1	1
68_1	1	1									2	1
69_1	1										1	1
70_2											1	2
71_1		1									2	1
72_2											1	2
73_1		1	1								1	2
74_1	1										1	2
75_1	1	1									2	1
76_1		1									1	1
77_1		1									1	2
78_2											1	2
79_2											1	1
80_1	1										2	1
81_2											1	5

3. こくらハロウィン参加者アンケート集約表

4. TV オンエア概要

4. 1 北九州×にじのはし 2015年8月20日 NHK 北九州放送局制作内容

映像 虹の静止画

テロップ 「学生が架ける“希望の虹”」

アナウンサー1 「雨の後、空に架かる虹についてです。」

アナウンサー2 「見る人を幸せな気分にさせてくれるこの虹を、自分たちの手で作り、街を元気づけようという取り組みが、北九州市の大学生たちによって始まっています。」

映像 小倉城、リバーウォークに架かる虹

テロップ右上 「学生が架ける“希望の虹”」

輝け！北九州の町に

北九州 小倉北区

アナウンサー1 「北九州市の中心部に現れた虹。実はこの虹、地元の大学生たちが、人工的に生み出したものです。」

映像 大学内、学生と先生

テロップ下 「西日本工業大学」

アナウンサー1 「虹を架けたのは、建築やデザインを学ぶおよそ30人の大学生です。」

テロップ右下 「報告坂戸修平 NHK北九州」

アナウンサー1 「故郷北九州市を元気づけようと、街に虹を架け、それを写真に撮って多くの人に見てもらおうという取り組みを始めました。」

映像 学生インタビュー

テロップ右縦 「学生」

テロップ下 「虹は 子どもから大人までどんな人でも見たら幸せにできるもの」

学生 1 「虹は、子供から大人までどんな人でも、幸せに、見たら幸せにできるものだと思います。」

映像 街中で虹をかける準備をする学生たち

アナウンサー1 「思い通りに虹を架けるには、人工的に雨を降らせるしかありません。市販のホースと散水機を使って実験しました。」

左下ワイプ 「虹を架ける条件のイラスト静止画」

アナウンサー1 「虹が見えるのは、太陽が真後ろにあるときです。さらに水滴に対する、見ると太陽との角度がおよそ40度になった時に、生まれることがわかっています。現場での目視や、勘に頼るだけでは、思うような虹を架けることはできません。」

映像 学生インタビュー

テロップ 「微妙ですよ 考えるのが難しいですね」

学生 「微妙です。考えるのが難しいですね。」

映像 3Dプリンタが動いている

映像 装置を作っている学生たち

テロップ右下 「西日本工業大学」

アナウンサー1 「これまでの経験を踏まえ、太陽の角度をもとに、虹の見え方を予測する装置が必要と考えました。」

映像 3Dプリンタが動いている

映像 装置を作っている学生たち

アナウンサー1 「3Dプリンタで精密に型を作り、プラスチックの板を半円の形に曲げて作ります。」

映像 ニジミエールDX

テロップ 「ニジミエールDX」

アナウンサー1 「その名も、ニジミエールDX。」

映像 ニジミエールDXと建物の風景

アナウンサー1 「虹が見える原理に基づいて設計されていて、ファインダーを覗き、虹の位置を決めると、それに応じた太陽の角度が分かる仕組みです。」

映像 ニジミエールDXを覗く学生たち

テロップ 「国際友好記念図書館

北九州 門司区」

映像 散水機を使う学生

アナウンサー1 「太陽が最適な位置に来るのを待ち、虹を架けたい場所に向けて水を放ちます。」

映像 建物をバックに水をかけている

アナウンサー1 「指示に合わせて、水をまく位置を調整します。」

映像 散水機を使う学生

映像 建物をバックに虹が出る

映像 カメラを構える学生

映像 建物をバックに虹が架かった静止画

アナウンサー1 「準備から、およそ一時間、狙い通りの虹が浮かび上がりました。」

映像 学生インタビュー

テロップ下 「想像してたより迫力があって、きれいに架かりました。」

学生 2 「想像してたより、迫力があって、きれいに架けられたと思います。」

映像 若戸大橋

テロップ右上 北九州市 若松区

テロップ下 若戸大橋

「北九州市北部、洞海湾に架かる若戸大橋。」

映像 若戸大橋で話し合う学生たちと野田日菜子さん

テロップ右縦 「西日本工業大学 学生

野田 日菜子さん」

アナウンサー1 「メンバーの一人、この近くで生まれ育った野田日菜子さんは、たくさん的人が訪れる場所になってほしいと願って、この場所を提案しました。」

映像 学生インタビュー

テロップ下 「ふるさと」

テロップ下 「(虹を)架けたい かかってほしい」

学生 3 「ふるさと。架けたい。架かってほしいです。」

映像 ニジミエールDXを使って準備する学生と先生

アナウンサー1 「ニジミエールで、理想の虹が架かる太陽の角度を予測したところ、午後四時二十分ごろからの十五分間ほどが最適と分かりました。」

映像 散水機で水を架ける学生たち

アナウンサー1 「ついに、その時がやってきましたが、海に向かって吹く風が強く、水をうまく撒くことができません。風が収まるのを待ちますが、その間に日は傾いていきます。」

映像 作業を中断する学生たち

アナウンサー1 「風が弱まった一瞬。」

映像 カメラ、散水機

映像 若戸大橋をバックに虹が架かる

アナウンサー1 「背景を隠してしまわないよう、細心の注意を払いながら、水を放ちます。」

映像 写真を撮る学生

映像 写真をチェックする学生と先生

映像 カメラに向かってデジカメの写真を見せる学生

学生 3 「こんな感じです。」

映像 若戸大橋をバックに架かる虹の写真

テロップ 「ちゃんと結果として 出たので」

アナウンサー1 「メンバー全員の思いが、実を結びました。」

学生 3 「なかなかの出来だと思いました。ちゃんと結果として」

映像 学生インタビュー

テロップ右縦 「野田 日菜子さん」

テロップ下 「これからもなんでもやってみようと思ったことは挑戦しようかなと思えるきっかけになりました」

学生 3 「これからも、なんでも、やってみようと思ったことは、挑戦していくかなと思えるきっかけになりました。」

映像 虹を架け写真を撮る学生たち

アナウンサー1 「大学生たちは、これまでに北九州市内の十一か所で、虹を架けました。」

映像 虹のかかった写真

テロップ 「東田第一高炉跡」

映像 虹のかかった写真

テロップ 「皿倉山の山頂から」

アナウンサー1 「撮影した写真は、インターネットで公開し、多くの人に見てもらいたいと願っています。」

映像 建物をバックに虹を架ける学生たち

映像 若戸大橋をバックに虹を架ける学生たち

アナウンサー1 「地元の町が、虹のように輝いてほしい。学生たちは、希望を込めて虹を架け続けます。」

映像 建物をバックに虹が架かっている

テロップ右下 「報告坂戸修平 NHK北九州」

4. 2 こくらハロウィン 2015年10月18日 NHK 北九州放送局ニュース内容

映像 スタジオ

テロップ下「ハロウィーンで仮装パレード」

アナウンサー「 行事、ハロウィーンにちなんで、仮装した人たちが、北九州市の中心部をパレードする催しが開かれました。」

映像 街中で仮装する人々

テロップ右上「ハロウィーンで

仮装パレード」

テロップ右下「小倉北区」

アナウンサー「この催しは、北九州市などで作る実行委員会が、街のにぎわいを新たに作り出そうと、一昨年から始めました。」

映像 駅前からパレードする人々

アナウンサー「午後から行われた、中学生以上のパレードには、およそ 750人が集まり、JR 小倉駅前を出発して、小倉北区の商店街およそ 1キロをパレードしました。参加した人々は、お化けや妖怪、アニメのキャラクターなど、思い思いの仮装をして、街中の人に手を振りながら、楽しそうに歩いていました。」

映像 ランウェイをパレード

アナウンサー「また、中心部の百貨店前では、仮装した姿をじっくり見てもらおうと、今年初めて、赤いカーペットを敷いた花道も設けられ、訪れた人たちから、お菓子を受け取ったり、カメラの前でポーズを決めたりしていました。」

映像 仮装した子供のインタビュー

仮装した子供 1「楽しかった。」

仮装した子供 2「歩けた。」

映像 仮装した人のインタビュー

仮装した人「みんな一つになって、仲良くできたんで良かったです。」

映像 実行委員長インタビュー

テロップ左縦「実行委員会

梶谷克彦委員長」

委員長「多くの人がまず訪れていただいてますし、街が元気になる、そういうイベントになっていただければと思ってます。」

4. 3 こくらハロウィン 2015年10月22日 KBC 九州朝日放送 サワダデース

S. I. J すごくイイ情報

テロップ右上 「見てるだけでトクする！すっごくイイ情報 S.

I. J.」

アナウンサー「皆さん、来週土曜日 10月 31 日は、何の日でしょうか。」

出演者「ハロウィンです」

出演者「オープニングから再三再四言ってますから」

出演者「みんなでせえの。」

出演者一同「ハロウィン」

アナウンサー「ありがとうございます。さあその、ハロウィンとはそもそも何なのか。こちらです。」

画面フリップ「ハロウィーンとは

毎年 10 月 31 日に行われる

ヨーロッパなどで始まったお祭り

秋の収穫をお祝いしたり

悪霊を追い払う意味がある

アナウンサー「ハロウィーンとは、毎年 10 月 31 日に行われるヨーロッパなどで始まったお祭り、秋の収穫をお祝いしたり悪霊を追い払う意味がある、というものなんですね。沢田さんも、関心ありますよね、もちろん。」

テロップ右上 「気分ウキウキ！ハロウィーンイベント」

出演者「もちろんですよ。」

出演者「そうですか」

出演者「乾いてる」

出演者「間が空きました。」

出演者「ちょっと空きましたね。」

アナウンサー「日本でも、もう秋のイベントとして恒例になりつつあるんですね。」

出演者「盛り上がってますよね。」

出演者「最近ですよね、こんなに盛り上がり始めたのは。」

画面テロップ下「ハロウィーン日本の起源は

1997 年に行われた

東京ディズニーランドのイベント」

アナウンサー「これね、起源と言われているのが、日本のですね、1997 年にですね、東京ディズニーランドで行われたイベント、『ディズニーハッピーハロウィン』と言われてるんですよ。」

出演者「なるほど。」

アナウンサー「これがヒットして、今では秋のね、恒例イベントということで、全国的に広まりつつあるということで、ふみさんとか、加藤さんとかはお子さんがね、変身したり。」

出演者「そうです、英語教室とかで、ハロウィンパーティとか

あるんです。まさに今週末。で、仮装させて、行くんです。楽しい…」

出演者「へえー。」

アナウンサー「なるほど。」

出演者「子供が、仮装するわけ。」

出演者「そう。」

出演者「で、街を練り歩くみたいですよ。」

出演者「すごいですねえ。」

出演者「へえー。」

出演者「で、お菓子準備するんですよ、大人たちが。」

出演者「そうそう。」

アナウンサー「男性三人はどうですか。」

出演者「まったく…」

出演者「仮装している人がいるなあ、くらい。」

出演者「西通りとか、親不孝通りとか行ったら、すごいクオリティの高い仮装が。」

アナウンサー「今回これを見るとね、あなたも参加したくなります。間違いないです。ということですね、今月に入って、福岡でもですね、各地でハロウィンイベントが続々と行われております。先週小倉で、ハロウィーンパレードも開催されましたので、みなさん、思い思いの仮装に、変身しております。」

映像

テロップ下「ハロウィーン」

映像 仮装した子供四人「ハロウィーン」

映像 小倉駅前

テロップ右上「小倉でハロウィーン！仮装がアツイ！」

テロップ右下「こくらハロウィン 2015

今月 18 日（日）・北九州市小倉北区

アナウンサー「先週の日曜日、北九州市小倉北区で行われた小倉ハロウィン 2015

映像 ハロウインステージ

アナウンサー「一般企業や大学、そして市が一体となって開催している西日本最大級のハロウィンイベントです。」

テロップ下「西日本最大

ハロウインイベント」

映像 ボランティアで運営する大学生

アナウンサー「この、イベントの実行委員長梶谷克彦さん。」

映像 地域資源のお面を持った実行委員長インタビュー

テロップ右縦「こくらハロウィン実行委員長

梶谷克彦さん」

アナウンサー「今年の盛り上がり、どうですか？」

梶谷「今年三年目になるんですけども、毎年盛り上がりが増してきます。お子様から、上は七十代の高齢の方まで。」
テロップ下「今年の参加者は2,200人超」

映像 仮装している人々

映像 地域資源のお面を持った実行委員長インタビュー
梶谷「たくさんの人達でにぎわうイベントになってます。我々審査員実行委員は、こういった地域資源のお面を被ってですね、地元北九州をPRしながら、今日のハロウィンを盛り上げていこうと思ってます。」

映像 審査員席で審査している様子

映像 お面を被った北橋市長

テロップ下「実行委員や北橋市長もお面でPR」

映像 地域資源のお面を持った実行委員長インタビュー

梶谷「今後の展望としましては、地域の方々と連携して、もっともっと小倉全体で賑わう小倉独自のハロウィンのイベントにしていきたいと思っています。」

映像 仮装している人々

映像 地域資源のお面を持った実行委員長インタビュー

テロップ下「小倉独自の

ハロウィーンイベントにしたい」

アナウンサー「思い思いの仮装をした参加者のパレードは、JR小倉駅から魚町銀天街周辺およそ1.3キロを練り歩きます・」

映像 商店街のハロウィンパレード

テロップ下「ハロウィンパレード」

テロップ下「JR小倉駅や魚町銀天街周辺を約1.3kmの仮装パレード」

「みんな、すごいですよね、楽しそうですよね。」

「楽しそうー。」

映像 ランウェイ

テロップ下「初登場！27mのストリートランウェイ

「そしてこちらが今年初登場の27メートルストリートランウェイ。見物をしている人も、身を乗り出してですね、仮装に興味津々なんです。」

映像 コンテスト会場

テロップ下「仮装コンテスト

グランプリには10万円

「そして、このイベントの目玉は、グランプリの賞金十万円の仮装コンテスト。今年も皆さん、クオリティの高い仮装を披露していますよ。」

映像 仮装した人

テロップ下「スターウォーズ？」

テロップ下「中世ヨーロッパ風」

テロップ下「ディズニープリンセス」

テロップ下「バック・トゥ・ザ・フューチャー」

映像 仮装した親子

テロップ下「ひつじのショーン」

仮装した人1「もう汗だくですけど。がんばります。」

テロップ下「(仮装をするのは)初めてです」

インタビュアー「仮装するのは初めてですか。」

仮装した人2「初めてです。恥ずかしかったんですけど、新しい自分に出会えました。」

テロップ下「新しい自分に出会えました」

映像 去年のグランプリ写真

テロップ下「2014グランプリ(キッズ部門)」

アナウンサー「去年キッズ部門で見事グランプリを獲ったご家族、今年のテーマは。」

映像 仮装した家族

テロップ下「スターバックス」

仮装した人2「今回は、一般的部にチャレンジ。テーマは、スタバです。ショート、トール、グランデ、ベンティ。一人余ったので黄色いランプ。」

テロップ下「黄色いランプ ショート トール グランデ ベンティ」

仮装した人2「背丈によって、カップの大きさを微妙なサイズの違いなんんですけど、調整しました。」

映像 半裸の男

テロップ下「53歳です」

テロップ下「美女と野獣」

仮装した人3「53歳です。でこんな格好で歩けるのは今日しかないでしょう。今日のために鍛えてますから。頑張ります。10万、もらいます。」

映像 コンテスト受賞の様子

テロップ下「こくらハロウィン2015

グランプリ

映像 グランプリ受賞者

アナウンサー「強豪ひしめく中、グランプリに輝いたのは、地元北九州在住、26歳のOLさん二人。テーマは可愛い子猫とウサギの森の音楽隊」

映像 グランプリ受賞者インタビュー

テロップ下「こくらハロウィン2015

グランプリ 森の音楽隊

グランプリ受賞ウサギ「グランプリまでは、予想外だったので、とにかく今感動します。」

グランプリ受賞ネコ「森の音楽隊をイメージしたので、演奏にも力を入れて。」

映像 スタジオ内

出演者「へえー。」

出演者「わあ、すごい。」

出演者「すごいすごい。」

出演者「あれなら参加したいです。」

出演者「家からあの恰好で来るわけでしょう。」

出演者「いいじゃないですか。」

出演者「道中が恥ずかしいよね。」

出演者「恥ずかしくない。」

出演者「電車に乗ったりするときに、ね。」

出演者「でもあそこまで変わると、もう振り切れていいんじゃないですか。」

出演者「ねえ。」

出演者「いいかもしれない。」

出演者「そうそう。」

出演者「中途半端が一番いけないから。」

映像 仮装したスタバ静止画

テロップ下「ハートフル賞」

アナウンサー「で、スタバ。ちなみにですね、今回大人の部でハートフル賞を受賞しまして。商品券一萬円をもらったということ。」

出演者「おおー。」

出演者「すごいー。」

アナウンサー「あれね、全部手作りで三日かかったそうです。」

出演者「うわー。」

出演者「これね、すごいですよね。」

アナウンサー「はい、ということで、秋のイベントとしてすっかり定着したハロウィンですが、続いてはこちら。」

4. 4 こくらハロウィン 2015年10月28日 NHK 北九州放送局ニュースブリッジ北九州

映像 スタジオ

アナウンサー1「毎年、この時期になると、こちらのかぼちゃ、よく見かけませんか。」

アナウンサー2「そうですね。」

アナウンサー3「ぼちぼち見ますね。」

アナウンサー2「ハロウィン」

アナウンサー1「あのこのハロウィンのお祭りなんですが、もともとはヨーロッパが発祥とされています。秋の収穫のお祝いですとか、悪霊を追い出すという意味合いが込められているんです。十月の三十一日になると、悪霊があの世からやってきて、自分に悪霊が取りつかないようにするために、仮装するようになったと言われています。」

テロップ下「ハロウィーン 若者でにぎわう小倉の街」

アナウンサー1「ハロウィンを前に盛り上がる小倉の街の様子を取材しました。」

映像 街中で仮装する人々

テロップ右上「秋のイベント ハロウィーン

若者でにぎわう」

アナウンサー1「ハリウッド映画のキャラクターに、アラブ民族をイメージした衣装など、工夫を凝らした思い思いの衣装を身にまといました。」

テロップ右上 二段目 「小倉北区 今月18日」

アナウンサー1「今月18日、小倉北区で行われたハロウィンの仮装行列です。今年のパレードに参加したのは2000人。」

テロップ右下「2,000人」

アナウンサー1「去年より500人多い人たちが、街をにぎやかに彩りました。」

映像 仮装している若者たちにインタビュー

仮装している人1「楽しいよね。」

仮装している人2「仮装だから、こういうことができるって感じだよね。」

映像 ハロウィングッズを売る店

アナウンサー1「ハロウィンの盛り上がりは雑貨店でも。」

リポーター「入口の一番目立つところに、ハロウィンコーナーが設けられています。そしてさらに、奥の奥までずらりとたくさん種類のグッズが並んでいるんですね。最近人気が高まっているのが分かります。」

アナウンサー1「仮装の衣装や、こちらは魔女の帽子です。売り場に並べられたのは、なんと900アイテム。」

テロップ右下「900アイテム」

アナウンサー1「今年最も人気なのが、顔や体をメイクするペイントグッズです。」

テロップ下「ペイントグッズ」

アナウンサー1「自分たちで独創的なメイクを施し、特別な1日を演出します。」

映像 店内の客にインタビュー

リポーター「どんなもの探してるんですか。」

テロップ右縦「20歳の学生」

テロップ下「ボディペイントの傷とか

この日だけは全部が許される感じがする」

客1「ボディペイントの傷とか、そういうの。その日だけは、なんか全部が許されてる感じがするんで。やるなら、ガチでやつていこうみたいな。」

テロップ下「やるならガチでいこうみたいな」

第4章

こくらハロウィン 2014での事前告知によるメディア報道について

地元アイドルを起用したこくらハロウィン 2014 の事前広報では、2014 年 9 月 4 日の FBS 朝のニュースと、下記写真 1~4 の新聞紙面での報道が行なわれた。



写真 1 2014 年 9 月 9 日毎日新聞朝刊



写真 2 2014 年 9 月 30 日読売新聞朝刊



写真 3 2014年9月10日西日本新聞

仮装パレードなど企画	
来月19日「くらハロウイン」	街を盛り上げる。
10月19日に開かれる「くらハロウイン」の毎日新聞西部本社を	「くらハロウイン」
イベント「くらハロウイン」の学生プロジェクト	個100円で小販駆で
エクトのメンバーらが訪れ、イベントをPR	販売し、売り上げを東
10月19日、小倉北区相國町	所、大学などが寒衣委
レードなどを企画し、	員会をついて企画し
	ており、子供たちが参
	加するキッズパレード
	に充てる。問い合わせ
	は小倉北区総務企画
	課093-220-3・3
	日本大震災の復興支援
	や仮装コンテストもあ
	る。また、缶バッジも
【葛葉穂子】	

写真 4 2014年9月11日毎日新聞朝刊