

市民ボランティア組織論からみる歴史仮装イベントの サステイナブルな運営と地域づくりにおける効果

The Sustainable Management and Their Successful Effects of Historical Costume Play Events for Regional Regeneration: From the Viewpoint of a Citizen's Volunteer Organization Theory

河井 計実(大阪城甲冑隊創始者)

KAWAI, Kazumi (Founder of Osaka Armored Warrior Costume Group)

【1】本論では、近年各地で盛んになってきた地域活性化のための歴史仮装イベントの設立、運営メカニズム、歴史を分析し、類型化する。昨今日本全国で、歴史仮装イベントが多くおこなわれているが、歴史的には以下のような構造をもつ。(第Ⅰ期)市民型「大阪モデル」2003年大阪、2007年上田における「ボランティア型」が嚆矢(こうし)である。これは筆者が主導してつくったものであり、そのきっかけは教育活動からであった。(第Ⅱ期)公共事業型「名古屋モデル」2009年名古屋では行政が主導して、広報のための武将隊を組織化した。それは「ふるさと雇用再生特別基金」を利用し、アクターを採用するところに特徴がある。(第Ⅲ期)2010年～2011年には、「名古屋モデル」に追随する自治体が増加し「おもてなし隊」が全国各地で誕生した。(第Ⅳ期)しかし2012年以降は、各地域のおもてなし隊が補助金の終了とともに解散などの衰退傾向がみられる。本論では、今後のサステイナブルな展開のためには、経営論、市民ボランティア組織論の立場から、市民型が優位であることを証明することにある。【2】「歴史仮装イベントとその分類」では、(1)主体から3分類論 Aタイプ：ボランティア市民団体型、Bタイプ：大学教育型、Cタイプ：公共事業・市町村プロモーション型(おもてなし隊タイプ)がある。(2)以上の3種類を大きく分類すると、「大阪モデル」と「名古屋モデル」にわかれる。(3)地域別分類は、全国で58件である。第1位が愛知県で9件、第2位が岐阜県で6件、第3位が兵庫県で5件、第4位が宮城県と長野県で4件、中部地方が25件で約半数、つぎが近畿地方で12件、つぎが東北地方で9件、である。(4)時系列の分類リストは、設立年をみると、最初の2003年の大阪から始まり、「ふるさと創生」の補助金のあった2010年の8件、2011年の12件の2年に集中している。【3】事例研究では「大阪モデル(Aタイプ：ボランティア市民団体型)」、「上田モデル(Aタイプ：ボランティア市民団体型とCタイプ：市町村プロモーション型の混在)」、「名古屋モデル(Cタイプ：市町村プロモーション型(おもてなし隊タイプ))」、「大学教育モデル(Bタイプ：大学教育型)」、「参加型タイプ(特定非営利活動法人 国際武術文化連盟の事例)」を検討した。【4】「事業経営モデル」として市民型と公共事業型を比較する。(1)市民型の予算規模は数十万円、自治体の公共事業型では数千万の補助を要し、予算規模も1億をこえる。(2)市民型で効果があがるのであれば、公共事業型のイベントについて、「市民主体運営+公共が応援」型の方がよい。(3)特に公共事業型は、厚生労働省の「ふるさと雇用再生特別基金事業」を利用する事により、各地方自治体が資金的負担をする事なく安易に、おもてなし武将隊を結成する事が出来、2010年以降から公共事業型が林立する。しかし、2011年度を持ってこの事業が終了した為その後各地で武将隊の解散が相次ぐ事になる。結局、公共事業型は、補助金が終われば終わりのところが多く、本論文の目標であるサステイナブルな運営とはなりにくい。(4)さらにITを使って広く資金を集めるクラウドファンディング手法も重要といえる。【5】「市民型モデルのアンケート分析ーモチベーション・ミッションモデル(非営利組織としての成功メカニズム)」としては、(1)大阪城甲冑隊のアンケート結果で、1)中年少なく、シニアと若者、2)女性の方が多い、3)入隊動機は、全体としては歴史や大阪への関心が多い、若手は人への関心、シニアは歴史やボランティアへの関心。(2)欲求段階論からの解釈、非営利組織論の中の心理学的考察により分類し分析した。1)マズローの5段階での意識レベルは第3段階以上に位置しており全員が第5段階の意識に近い状態であることが解る。2)アルダファのERG理論によるアンケート分析：アルダファのERG理論から分析すると、人間関係にまつわる関係欲求と、創造的、生産的でありたいという成長欲求が、ほとんどである。マズローの5段階仮説やアルダファのERG理論をつかうと、この団体の意識の高さが伺われる。(3)NPOがうまくいくモチベーション・ミッションモデル：注目すべき点は全員一致で「はい」と回答を得ているのは「甲冑隊の活動は楽しいですか？」と「大坂の陣の慰霊は必要ですか？」の2問であり、これから、なぜ、この歴史仮装をテーマにした特別なNPOが上手くいっているのか、それに関する筆者のモデルとして、非営利組織論的に、「モチベーションの持続のしかけ」と「慰霊・公共性などの精神的なミッションの定義」の設定がよかったという点をあげておきたい。【6】大学教育モデルに参加した学生のアンケートのテキスト分析により、「日本の歴史文化への関心」、「イベントへの驚き」、「周

困への感謝の気持ちや達成感」などの意識があり、その結果が、モチベーションや純粋な知的好奇心の満足（学習）に結びついていることがわかった。【7】成功している市民型の活動分析として、（1）2003 年に始まった市民型モデル大阪城甲冑隊の活動展開は、2006 年から大阪城の清掃・会議を開催し、2009 年から（清掃活動以外の）一般イベントが急増し、震災のあった 2011 年には（清掃活動以外の）一般イベントだけで実に年間 30 回に達した。（2）現在でも（清掃活動以外の）一般イベントだけで平均年 25 回程度あり、月 2 回程度、清掃活動をいれると月 3 回で、ほとんど毎週イベント活動をおこなっている。しかもほとんど公的支援はないボランティアである。（3）それどころか企画提案活動も強力で、甲冑隊以前には大阪府下に歴史イベントは 2 件だけだったが、甲冑隊が大阪府下の歴史イベントのほとんどを企画・提案・参加という形でかかわり、現在大阪府下の歴史イベントは約 25 程度も開催されている、などの点がわかった。さらに、市民型モデルの地域活性化活動の効果を、「天王寺幸村博」「かしはら歴史祭り」で検討した。

キーワード：市民ボランティア組織論、歴史仮装イベント、マズロー、モチベーション、ミッション

Keywords: Citizen's Volunteer Organization Theory, Historical Costume Play Events, Maslow, Motivation, Mission

第 I 章 はじめに

本論は、特に事例として 2003 年より現在まで著者が創設し代表となって活動している「NPO 法人大阪城甲冑隊」の経験から得られた歴史仮装による教育イベントの成功事例より歴史仮装イベントの可能性や NPO 法人などの市民団体による地域活性の可能性について探る。

1. NPO の定義（略）

2. NPO 法人大阪城甲冑隊とは

NPO の基本となるミッションは「利益を目的とせず、社会貢献を目的」となるのが普通である。そして先に述べたように、NPO は社会のありとあらゆる分野に存在するので、個々の NPO がそれぞれの専門分野にて社会貢献を行う。

本論の著者が立ち上げ長年代表を務めて来た「NPO 法人大阪城甲冑隊」は 2003 年に NPO 市民団体として結成され、2006 年に特定非営利活動促進法に基づき法人格を取得した法人格の NPO である。

NPO 法人大阪城甲冑隊のミッションとビジョンは、大阪の歴史文化の伝承及び地域活性化であるが、活動のテーマは「自作の鎧兜を着用しての活動によってその姿で大阪の歴史を知ってもらおう」という事とした。

今から 400 年前の 1614 年・1615 年に「大坂の陣」と呼ばれる日本史上最大規模の合戦が大阪で行われた。その大坂の陣で活躍した、豊臣側の武将である真田幸村の赤い鎧を紙で手作りし着用して活動を行う事で老若男女関係なく解りやすく大阪の歴史を知ってもらう活動を行っている。主な活動内容は「鎧姿での大阪城での清掃活動」及び「歴史仮装イベント」の企画・運営・提案・参加である。設立当初は「なんで大阪にサムライがおるねん。大阪は町人の町や」と罵倒されたりするほど、大坂の陣はおろか大阪の町が大阪城を中心とした日本最大規模の城下町であった事でさえ認知されていなかった。そのような観点からみると大阪城甲冑隊の活動は当初批判の対象になるリスクもあったが、幼稚園児から 80 歳代の高齢者までに至る多彩な年齢層の会員構成によるファミリー的な雰囲気やユーモアある手法（「大阪浄化の剣」刀の刀身がごみハサミになっている）が注目され、おもしろおかしくマスコミで取り上げられた。結果として大阪の歴史にソフトに自然とアプローチができる道筋を開拓した手法により、大阪の歴史文化を継承する学習効果がありとして成功をしている。筆者らの活動を始めとして各方面の努力により、それまで「僻地」とされ注目度の低かった大阪城がマスコミに取り上げられる機会が増えた。2008 年度 129 万 9156 人、2009 年度 124 万 7661 人、2010 年度 136 万 8058 人、2011 年度 140 万 7398 人、2012 年度 151 万 2081 人と入館者も年々増えてきて

いることに貢献していると思う。「市民がボランティア活動で大阪城を盛り上げる」という事が注目された為、大阪府市の地元市民による大阪城の再認識及び他府県からの観光客の流入に貢献できている為、地域活性化の成功事例として受け止めることができる (Web サイト内閣府ほか都道府県別統計)。

3. NPOの根底にあるボランティアの概念 (略)

4. 構成員のモチベーション→慰霊・格好良さ

NPO 法人大阪城甲冑隊を例にとると、ミッション・ビジョンは大阪の歴史文化の伝承及び地域活性化であるが、精神的に一番重きを置いていたのは「大坂の陣で犠牲になられた方々の慰霊」である。霊魂の存在の有無や宗教的概念は人により個々様々な考え方があるので、その点については深く掘り下げることを避けているが「大坂の陣という日本の歴史史上最大規模の戦争で犠牲になられた方々を悼み慰霊の念を持って手を合わす」ということを常々心がけていた。しかし、「大坂の陣という日本の歴史史上最大規模の戦争で犠牲になられた方々を悼み慰霊の念を持って手を合わす」というレベルに留めておくことが大事である。例えば、そのことにより慰霊をする為に僧侶を呼んで法要を行ったり慰霊碑を立てるとなってくると宗教的な意向が入ってきやすくなる為に禁物である。また、鎧姿で大坂の陣ゆかりの地で合戦イベントを行うことによって、その地域で大きな合戦が過去にあり多くの方々が亡くなるという痛ましい歴史があったことを地域の方々を含め広く世間に知ってもらうことが大切である。実際活動を通じて初めて自分の住んでいる地域の歴史を知り、慰霊の心を通して地域に愛着を持ち、より地域の活性化を望む気持ちが深くなる場合も多い。

本研究ではモチベーション論・ミッション論などに基づいて、日本でも、真の市民型のネットワークを構築する時期に入っている事を証明し、「大阪・上田モデル (市民ボランティア組織型)」の「名古屋モデル (行政による広報おもてなし隊型)」に対する優位性を、「市民ボランティア組織論」、特に「ボランティア論」「ミッション論」から示し、「大阪・上田モデル (市民ボランティア組織型)」がサステイナブルである点を探る。以上のことを踏まえ本論では、事例として 2003 年より現在まで著者が創設し代表となって活動している「NPO 法人大阪城甲冑隊」の経験から得られた歴史仮装イベントの成功事例より、将来的な可能性や NPO 法人などの市民団体による地域活性の可能性について探る事とした。様々な事例を分析した本研究により、地域活性の恒久的な役割を果たし、なお且つ行政の負担を減らしながらも、効果を得られるのは NPO 法人などの市民団体の有効的活用であることが再認識される事がねらいである。

第Ⅱ章 理論的考察＝市民ボランティア組織論

1. ボランティアリズム (voluntarism) 論

(1) なぜボランティアリズムが重要になったのか。背景となる社会変化の到来

1) 超高齢化社会の到来 (略)

2) 成熟社会の到来 (略)

(2) ボランティアリズムの心理分析・・・心の充実

心の充実それぞれの人たちが千差万別ではあるが、次項で述べる分類論などから、ある程度の共通欲求を以下に並べてみることにする。「心の充実」とは「誰かの役に立つこと」「社会から必要とされること」「気の合う仲間がいること」「人から愛されること」以上をまとめると「心の充実」とは「経済的な生活が保障され、誰かの役に立ち、社会に必要とされ、気の合うよく仲間がいて、愛してくれる人がある」ということである。

2. 人間の欲求の分類論

(1) マズローの欲求段階説 (Maslow's Hierarchy of Needs) から「心の充実」を分析

1908 年～1970 年に活躍したアメリカ合衆国の心理学者「アブラハム・ハロルド・マズロー」(Abraham Harold Maslow) は、人間性心理学の最も重要な生みの親とされている。精神病理の理解を目的とする精神分析と、人間と動物を区別しない行動主義心理学の間の、いわゆる「第三の勢力」として、心の健康についての心理学を目指すもので、人間の自己実現を研究した。特に彼の主張である「自己実現理論 (欲求段階説)」の中で現わされた人間の欲求の階層 (マズローの欲求のピラミッド) を本論で利用し、ボランティア活動の参加による心理分析を行う (マズロー、小口訳 1987)。

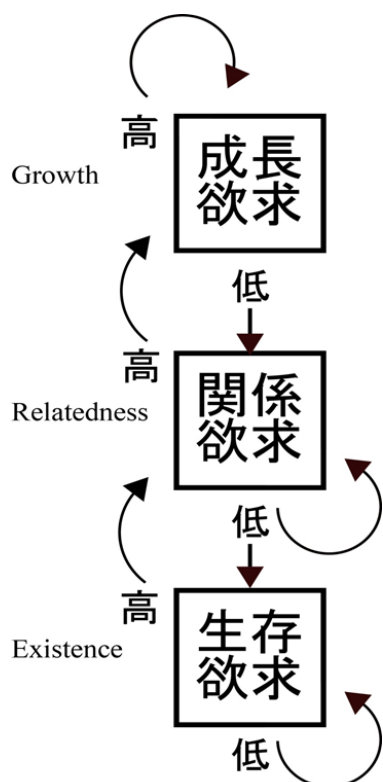
人間の欲求の階層 (マズローの欲求のピラミッド) では人間の心理欲求には基本的に 5 段階に分類され、さらにその上にはそれらすべてを超越した、自己超越の要求 (self-transcendence) が存在する。第 1 段階: 生理的欲求 (physiological needs) => 第 2 段階: 安全・安定の欲求 (safety-security needs) => 第 3 段階: 所属・愛情欲求・社会的欲求 (belongingness-love needs) => 第 4 段階: 自我・尊厳の欲求 (esteem needs) => 第 5 段階: 自己実現の欲求 (self-actualization needs) => 第 6 段階: 自己超越の欲求 (self-transcendence)

「幸せ感を満たす」=「人間の欲求の階層を満たす」と考えるマズローの自己実現理論 (欲求段階説) からみると、熟成社会の到来により現在の日本社会では、欲求階層の第 1 段階である「生理的欲求」、第 2 段階である「安全・安定の欲求」は既に満たされている事になる。第 3 段階の「所属」「愛情欲求」「社会的欲求」が、「心の充実」からみると「気の合う仲間がいること」「人から愛されること」「誰かの役に立つこと」に通じるとみられる。「社会から必要とされること」は第 4 段階の「自我・尊厳の欲求」に通じる。市民ボランティア組織論からみるとボランティア団体に所属し活動することでマズローの要求段階説での第 4 段階までは満たされる事になる。しかし人間とは「より良き自分となる」という「自己成長欲」があるので、マズローの要求段階説の第 5 段階にある「自己実現の欲求」はボランティア活動を通じて見出されるものと考えられる。さらにすべてを超越した欲求である第 6 段階の自己超越の欲求になると一部の人間だけが到達するものと考えられる。ボランタリズム論から観ると、市民ボランティア団体の対外的な活動成果 (社会貢献) の実績を出していくためには、そのボランティア団体の指導者は構成メンバーが第 5 段階、更にはそのすべてを超越した第 6 段階までメンバーそれぞれが到達する為のサポートが必要である (A.H. マズロー 1987)。

(2) アルダファの ERG 理論から「心の充実」を分析

アルダファという心理学者がマズローの欲求段階説を修正し構築した理論が「ERG 理論」である。アルダファは人間の欲求を次の 3 種類に分類した。1) 物理的、物質的な欲求である存在欲求 (Existence…生存)。2) 人間関係にまつわる関係欲求 (Relatedness…関係)。3) 創造的、生産的でありたいという成長欲求 (Growth…成長)。以上の 3 パターンの名称の頭文字をとって ERG 理論と名付けられている (※参考文献 小口孝司 (監修) (2013)『史上最強図解よくわかる社会心理学』ナツメ社)。この理論の特徴は、マズローの要求段階は低いレベルの第 1 段階から順を追って高いレベルに進んで行き並存することはないという考えであるが、アルダファは 3 つの欲求が同時に存在したり並存したり、時には高いレベルから低いレベルへと移行することもありえるとした説であり、「各欲求は必ずしも逐次的に発現するのではなく、同時に発現することもありうる」「上位階層の欲求の満足の欠如は、下位階層の欲求の強度ないし重要度を増加させる」という 2 つの仮説を追加しており、マズローの欲求 5 段階説理論より複雑である。更には、「ERG 理論の 7 つの特命課題」として、以下の 7 つの項目が追加されている。1) 生存欲求の満足が低いほど、それはより一層希求される。2) 2. 関係欲求の満足が低いほど、生存欲求はより一層希求される。3) 生存欲求の満足が高い

ほど、関係欲求はより一層希求される。4) 関係欲求の満足が低いほど、それはより一層希求される。5) 成長欲求の満足が低いほど、関係欲求はより一層希求される。6) 関係欲求の満足が高いほど、成長欲求はより一層希求される。7) 成長欲求の満足が高いほど、それはより一層希求される。



ERG理論

「幸せ感を満たす」＝「人間の欲求の階層を満たす」と考える事をアルダファのERG理論からからみると、熟成社会の到来により現在の日本社会では、物理的、物質的な欲求である存在欲求 (Existence...生存) は既に満たされている事になる。人間関係にまつわる関係欲求 (Relatedness...関係) を「心の充実」から観ると「気の合う仲間がいること」「人から愛されること」「誰かの役に立つこと」に通じるとみられる。

ボランティア論からみると、ボランティア団体に所属し活動することで人間関係にまつわる関係欲求 (Relatedness...関係) は満たされる事になる。日本社会に生きボランティア団体に所属し活動する事はアルダファのERG理論の既に2項目は満たされている事になる。但しまだこの段階だけでは「創造的、生産的でありたいという成長欲求」(Growth...成長) は満たされていない。

先にも述べた「より良き自分となる」という「自己成長欲」は、ERG理論では「創造的、生産的でありたいという成長欲求」(Growth...成長) に相当する。ボランティア活動の中で、そのスキルを上げたり、今までの自分ではなし得なかった事柄を克服する事で初めて「自己成長欲」が満たされる事になる。市民ボランティア組織論から考えると、市民ボランティア団体の対外的な活動成果 (社会貢献) の実績を出していく事自身が成長欲求を満たすこととなる。

(4) ハーズバーグの二要因説理論から「心の充実」を分析

ハーズバーグという心理学者は人間の欲求を「動機付け要因」と「衛生要因」の2つに分類した二要因説理論を唱えた。動機付け要因とは、自らが仕事を達成したり、自身が認められ評価を受けると満足する要因のことで、「達成」「承認」「仕事そのもの」などがある。これらが満たされると満足感を覚えるが、欠けていても職務不満足を引き起こすわけではない。衛生要因とは、仕事そのもののことではなくその外にある要因

のことで「会社の方針」「監督者との関係」「労働条件」などがある。これらが不足すると職務不満足を引き起こす。満たしたからといっても満足感につながるわけではない。単に不満足を予防する意味しか持たないという。特徴は、この2つの要因が互いに逆の方向に働くとしたことであり、衛生要因を「なければ不満をもたらす要因」と定義し、動機付け要因を「あれば強い満足を得るもの」としている。

これをボランティア論に当てはめてみると、動機付け要因は、「自らが活動を達成したり、組織で自身が認められ評価を受けると満足する」要因となり、これらが満たされると満足感を覚えるが、欠けていても不満足を引き起こすわけではないとなる。衛生要因である「会社の方針」「監督者との関係」「労働条件」は、「団体の方針」「代表者との関係」「活動条件」となり、これらが不足すると不満足を引き起こすが満たしたからといっても満足感につながるわけではない。この2つをまとめると、最善策としては「**ボランティア団体の方針や活動条件がしっかりしていて、代表者と個々の構成員との人間関係がうまくいき、組織内で構成員が活動の達成感を持ち、組織の仲間達から認められる事**」となる(ハーバード・ビジネス・レビュー2009)。

(5) マクレランドの達成動機説理論から「心の充実」を分析

人間の欲求は「文化的な背景」や「過去の経験」によって影響を受けるとし、その欲求を「達成」「権力」「親和」の3つに分類した理論である。達成欲求とは、何かを達成したい、他人より優れたいという動機で、権力欲求とは、他人を導き影響を与えたいという動機であり、親和欲求とは、友好的な人間関係を求める欲求である。人間のモチベーションや能率は、この3つの欲求がバランスよく満たされている状況において高められるとしている。反対に、どれかひとつの欲求が特出していることも好ましくないとしたことが特徴である。これをボランティア論的に考察すると、達成要求では「ボランティアで自身の目標を達成し」、権力欲求では「他人に自身のボランティア活動で導き影響を与え」、親和欲求では「ボランティア活動で友好的な人間関係を構築する」という事になる(リーダーシップイン サイト)。

3. ボランティアリズムの定義

ここであらためて原点にもどり、ボランティアの定義を確認しておく。

(1) ボランティアとは志願兵である

①**自発性**：ボランティアリズムは自発的でなければならない。②**無償性**：何か利得を得たいという動機づけによってではなく、原則的には報酬を得ない、無償のサービス提供を前提としている。③**利他性**：利他性については「利己的」に対置されるが、自己を犠牲にしても他に尽くすという、あるいは、この社会のために何かをするという前向きな心性を含意している。向社会的とされる。④**先駆性**：ボランティアリズムは自由奔放に先走ることがなくもない。その為既存の利害関係者に遠慮することなく政治や行政に対する異議申し立てもできるのである。⑤**補完性**：今後公共の行政サービスだけではこの社会の需要を充たすことができない。それだけでは必ず不足が生じる。ボランティアの活動でそれを補足しようというのが補完性である。⑥**自己実現性**：自分の中に秘められているかもしれない可能性をもっと探りたい、高めたいという気持ちになる(田尾雅夫・川野祐二編(2004))。

4. 理念を生かすための制度的仕掛けが組織や集団でありNPOである(略)

5. ボランティアとは互助社会である(略)

1995年に阪神淡路大震災が起こり行政システムだけでは被災者の救済や復興ができない状態の中、自然発生的にボランティアを行う人たちが立ち上がって活動を始めた。その為この1995年はボランティア元年と呼

ばれる事となる。その3年後の1998年にNPO法が制定され、ボランティア組織よりもう一步踏み込んだ組織であるNPO法人が続々と生まれた。その為市民ボランティア組織は、非営利組織の一種でありNPO法人の前進的な組織とみてもよい。

6. 「非営利組織」の定義と特性「企業および行政組織」との違い

非営利組織を定義付けると、民間の組織であり、「非営利性であり営利を主目的にしない」「利益配分を主としない」組織である。「営利を主目的にしない民間の組織」という非営利組織の定義には、所有形態としての「民間」という要素と、目的としての「非営利」という要素とが含まれる。近年では「非営利の民間団体」は普通に存在するが、高度成長期頃までの社会では考えられない組織形態である。非営利組織は利益を追求しないので、「ミッション」と「モチベーション」が重要となり、行政の干渉を受けない継続性を持った自立的意志決定組織である。

非営利組織と似た形態の組織に「社会的企業」がある。しかし、社会的企業はあくまでも企業である為「有料によるサービスの提供により社会的課題の解決」を行う組織である。ただ、ボランティア組織は活動資金を公的な補助金や助成金に依存していた場合、資金の出所である国や自治体、各種財団などからの事業内容への介入や事業展開の制約を受ける場合もあるが、社会的企業は主な資金源が自らの事業である為、より柔軟でスピーディーな事業展開が可能である。また企業である為に利益の分配が可能である。非営利組織は、非配分拘束がありたとえ利益が出たとしても利益の分配ができない。また「非営利組織は顧客を持たず、対価を支払われない事柄を扱う事が多いので収入減が無く、助成金や寄付など資金源が不安定である」。そのような解釈からすると「非営利組織の一番の理想的な形態は、助成金を受けず自己資金と寄付金だけで運営」するのが望ましい(田尾雅夫・吉田忠彦 2009)。

では、非営利組織の存在理由とは何であろうか。営利団体は営利を得るために存在する団体である為その組織に利益を与える事柄にのみにしか稼働することが出来ない。非営利組織を経済学的視点からみれば「企業や政府がはたせない役割の補完者」であり、市場の失敗により営利目的組織ではできない事柄を扱う事が出来る。また、政府や自治体がカバーできない需要に対応する事が出来る。その為、主体的で積極的意味である、「ミッション」と「モチベーション」という使命感を持ち合わせることが大切である。更には企業と違い、営利でないことの正当性を主張することが出来るので営利団体では行えない分野での活動を行うことができる。

しかし、一見万能な非営利組織ではあるが、数々の課題は存在する。まず、その一つとしては、経済的側面がある。営利組織と違って利益などを数字としての結果を表しにくい為にガバナンスの重要性が高くなりコプライアンス遵法性やアカウンタビリティ説明責任が必要となる。金銭が目的でない為に資源が不足しがちであり寄付金の調達や助成金情報の共有などのネットワークの重要性を持つ。次に、ボランティアの集合体のマネジメントであるが、ボランティアはあからさまなマネジメントをきらうので永遠の課題となる。たとえボランティア団体であろうとも組織を維持・運営していくにはマネジメントは必要なのだが、特にボランティアを行う人の傾向としてお金に関することを嫌う傾向が強い。

経営学者ヘンリー・ミンツバーグは、組織構造とは「単純構造」「機械的官僚制」「プロフェッショナル官僚制」「事業部制構造」「アドホクラシー」という5つの形態に大まかに分類できるとした。そのアドホクラシー理論からみると、ボランティア団体はビューロクラシー(整備されたシステム)と違う組織であり、アドホクラシー(暫定的・有機的システム)である。アドホクラシー組織とは組織内のメンバーによる管理・調整機能を重視した組織形態で、サポートスタッフは少ないが役割は大きくなる。その為のメリットは水平

分化であり階層が少ない為に柔軟な活動が行なうことが出来ることである。しかし、デメリットとしては利害が衝突しても調整できず、更には責任の所在が明確でない事が多い。その為、ミッションとリーダーシップが重要となる。非営利組織はマネージメントの独自性が必要となる。「個人の主体的意欲」の尊重と「コストの少ない組織達成」の両立の難しさがある為にミッションの重要性を周知徹底し内面化する事が重要になる。その為の教育や研修・インドクトリネーションが必要となり、活動評価基準を明確化する事が重要視される。

営利という目的をもたないので、営利追求という目的のある営利組織以上に、非営利組織は価値・イデオロギーが大事になる。非営利組織であっても渉外担当の専門化や活動の縦割り化などが必要となり、活動記録の蓄積が重要である。非営利ゆえ、現場重視の現場主義的組織になりがちな傾向がある為、逆に組織のフラット化や専門的知識を重視し、全体としてまとめていく事に常に苦勞する。その為、組織をチーム化し小回りの利く活動が必要となる。更には、同じような活動を行っている組織同士のネットワーク化を行い情報資源の確保が重要である。

ボランティア団体であっても資金は必要である。収入は、民間の寄付金・会員の会費・行政の補助・事業委託・ボランティアの労働などから得る必要が生じるが、ボランティア団体として常に重要な事柄は、サービスの受け手がそのサービスの対価を支払う必要が無いことが重要である。いわばサービスの受け手と支払い手の分離であり、運営資金源はその組織の活動に賛同した企業や個人などからの寄付が重要財源になる。

たとえ非営利であっても競争原理が働くために、常に競争的優位性を持たなければならない。その為には、プログラムの魅力度を高め代替可能性を低め競争上のポジションを優位にする必要がある。それはサービスの支払い手だけでなく、寄付者からの支持を獲得する事となる。非営利組織は営利組織と違い財源を寄付金に頼るためサービスの提供相手だけでなく、一般社会からも高く評価されなければならない。

7. 「非営利組織」の分類

非営利組織を分類すると、「サービス提供型」と「アドボカシー・運動型」がある。サービス提供型とは、純粋にサービスを提供する活動のみであるが、アドボカシー・運動型は独自の理念を持ち、社会問題に対処するために政府や自治体などの機関に影響をもたらし、公共政策などの変容を促すことを目的とした活動である。ひとことでいうと「**社会を変える活動**」であるが、反政府・反企業といった対立構造ではなく、論理的・科学的に政策の代替案を示して提言する活動である。更には「**フロントライン型 (現場型)**」と「**インフラ型 (中間支援組織)**」に分類できる。フロントライン型とは文字通り現場主義であり、例えば社会福祉を例にとると、介護の第一線でのメンバー自らの無償の高齢者介護であり、例えばまちづくりを例にとると、地域活性の為のイベントを行うなど現場ですぐ目に見える活動を行うものをフロントライン型とする。インフラ型とは、フロントライン型とは対照的であり、行政機関などへの提言や、例えば災害時の物資の輸送に伴うディストリビューション提言などの役割など、直接的に目に見えての活動としてとらえにくい場合もある。

組織を構成員の心理的側面から、「一次組織」と「二次組織」とに分類して考察することができる。一次組織とは心理的な帰属意識をもつことのできる組織であり、二次組織とは契約によって参加した構成員からなる組織で、人々の心のありようによってつくられる組織ではない。分野的分类は、環境、まちづくり、教育、文化活動、社会福祉などあらゆる分野に存在し多種多様である (田尾雅夫・川野祐二編 2004)。

8. 非営利組織の起業家の特徴 (略)

9. 組織の変貌 (略)

非営利団体であっても組織が大きくなって行くと「管理コア (スタッフ) + サービスコア (ライン)」に分化し、更には「ボード (執行部)」があらわれる。NPO 法人を例にとると、ボードと組織のトップが理事長であり、その理事長を中心とした組織運営執行部であるボードが理事会である。その理事会の下にはサービスコアである事務局があり、その事務局をまとめるのが事務局長である。その下にスタッフである管理コアが置かれる。

10. 行政との関係 (略)

11. 企業との関係 (略)

第三章 歴史仮装イベントとその分類論

1. 定義

本論で事例とする所の歴史仮装イベントとは、「歴史仮装により地域主体で行われる地域活性化や教育目的のイベント」である。例えば時代まつりの大名行列や、武将隊による舞台イベント、大学などの教育機関での教育目的と地域活性を兼ねたイベントを含む。

2. 分類の視点

全国各地で開催されている「時代まつり」や「戦国まつり」などの場合、一時的なイベントであるのか、永続的なイベントであるかの違いがある。更には大名行列や武者行列など、大人数の歴史仮装の人達が練り歩く「行列系」と、大人数の歴史仮装の人達により行われる模擬合戦などによる「合戦系」、少人数の俳優によりステージなどで繰り上げられる「演劇系」などに分類される。

3. 分類論 イベントコンテンツの種類

主体論として考えると、これらのイベントを行っている団体や、歴史仮装イベントでおもな役割を果たしている団体、また、市町村と連携し地域活性と地域教育と共に自己の大学などの教育機関の学生への教育効果を狙って行っている事例もある。その為以下の3種類に分類できる。

(1) Aタイプ: ボランティア市民団体型: 本論の著者が運営している「特定非営利活動法人 大阪城甲冑隊」や著者が長野県上市に設立した「上田城甲冑隊」など、市民が自主的にボランティアで行っている事例。

(2) Bタイプ: 大学教育型: 大学などの教育機関が地域貢献と共に自己の学生に対する教育効果を狙って行っている事例。

(3) Cタイプ: 公共事業・市町村プロモーション型 (おもてなし隊タイプ): いわゆる「おもてなし武将隊」などと呼ばれる、市町村が地域振興のために俳優などを雇って歴史仮装させミニステージなどで、唄や踊りや小演劇を行わせている事例。

4. 地域別分類リスト

このデータはウェブサイト「平成放浪武者健助 戦国徒然記 ～小早川秀秋評価して委員会～」のデータを集計して分析する。全国で58件である。第1位が愛知県で9件、第2位が岐阜県で6件、第3位が兵庫

県で 5 件、第 4 位が宮城県と長野県で各 4 件、中部地方が 2 5 件で約半数、近畿地方は 1 2 件、東北地方は 9 件である。

5. 時系列の分類リスト

設立年をみると、最初の 2003 年の大阪から始まり、2010 年の 8 件、2011 年に 1 2 件が設立数がとびぬけて多く、「ふるさと創生」の補助金のあった 2 年に集中しているといえる。

表 3-3 全国武将隊リスト詳細 ※出典 Web サイト「平成放浪武者健闘 戦国徒然記 ～小早川秀秋評価して委員会～」

名称	活動拠点	設立年	主体	用具資金	用具作成	運営資金	契機
大阪城甲冑隊	市民ボランティア型 大阪府下	2003	NPO 法人	NPO	自作	NPO	大阪城甲冑製作教室
上田城甲冑隊	市民ボランティア型 長野県上田市	2007	市民	市民	自作	自前	上田城甲冑製作教室
信州上田観光おもてなし武将	自治体プロモーション型 長野県上田市	2008	地元劇団	行政	市販品	行政	
岐阜城盛り上げ隊	市民ボランティア型 岐阜県岐阜市	2008	市民	市民	市販品	自前	自前甲冑を着て岐阜城の散策仲間から発足
名古屋おもてなし隊	自治体プロモーション型 愛知県名古屋市	2009	俳優	行政	市販品	行政	名古屋市イベント
伊達武将隊	自治体プロモーション型 宮城県仙台市	2010	俳優	行政	市販品	行政	名古屋おもてなし武将隊に感化
白石戦国武将隊「奥州片倉組」	自治体プロモーション型 宮城県白石市	2010	俳優	行政	市販品	行政	
山形おきたま【愛】の武将隊	自治体プロモーション型 山形県内陸南部	2010	俳優	民間企業	市販品	行政	
忍城おもてなし甲冑隊	自治体プロモーション型 埼玉県行田市	2010	俳優	行政	市販品	行政	
上田おもてなし隊	自治体プロモーション型 長野県上田市	2010	地元劇団	行政	市販品	行政	甲冑隊の代替
遠州鑑仁會	市民ボランティア型 静岡県掛川市	2010	市民	市民	市販品	自前	市民参加イベントで知り合った有志で結成
勢州津高虎隊	市民ボランティア型 三重県津市	2010	NPO 法人	NPO	自作	NPO	地域振興の NPO が自主事業として甲冑教室を開催
岩出山伊達遊撃隊	市民ボランティア型 宮城県大崎市	2011	市民	市民	自作	自前	東日本大震災
後三年合戦絵詞	自治体プロモーション型 秋田県	2011	市民	行政	市販品	行政	世界 SAMURAI サミット出演
上杉おもてなし武将隊	自治体プロモーション型	2011	俳優	行政	市販品	行政	
金澤百万石武将隊	自治体プロモーション型 石川県	2011	俳優	民間企業	市販品	民間企業	
国宝松本城おもてなし隊	自治体プロモーション型 長野県松本市	2011	俳優	行政	市販品	行政	
関ヶ原東西武将隊	自治体プロモーション型 岐阜県関ヶ原市	2011	俳優	行政	市販品	行政	
掛川城・戦国おもてなし隊	市民ボランティア型 静岡県掛川市	2011	市民	市民	市販品	自前	写真撮影のボランティアから派生
グレート家康公「葵」武将隊	自治体プロモーション型 愛知県岡崎市	2011	俳優	民間企業	市販品	民間企業	
あいち戦国姫隊	自治体プロモーション型 愛知県	2011	俳優	行政	市販品	行政	
神戸・清盛隊	自治体プロモーション型 兵庫県神戸市	2011	俳優	行政	市販品	行政	
土佐おもてなし勤王党	自治体プロモーション型 高知県高知市	2011	俳優	行政	市販品	行政	
熊本城おもてなし武将隊	自治体プロモーション型 熊本県熊本市熊本城	2012	俳優	行政	市販品	行政	
福が満開 ふくしま隊	自治体プロモーション型 福島県	2013	俳優	行政	市販品	行政	
安芸ひろしま武将隊	自治体プロモーション型 広島県広島市広島城	2013	俳優	民間企業	市販品	民間企業	
支倉常長隊	自治体プロモーション型 宮城県川崎町	2014	俳優	行政	市販品	行政	
風林火山 甲斐の虎武将隊	市民ボランティア型 山梨県		市民(山梨県・企業協働)	市民	市販品	自前	
岐阜おもてなし武将隊 信義徴城軍	市民ボランティア型 岐阜県岐阜市		一般社団法人	市民	市販品	寄付	

6. 全国における「歴史仮装イベント組織」のアイディアの出現の経緯と流行の伝播

(1) 第 1 期 2003 年～2008 年まで・・・市民型の立ち上げ

2003 年に大阪で市民ボランティア型である「大阪城甲冑隊」が発足する。

(2) 第 2 期 2009 年・・・公共事業・自治体型 名古屋モデル

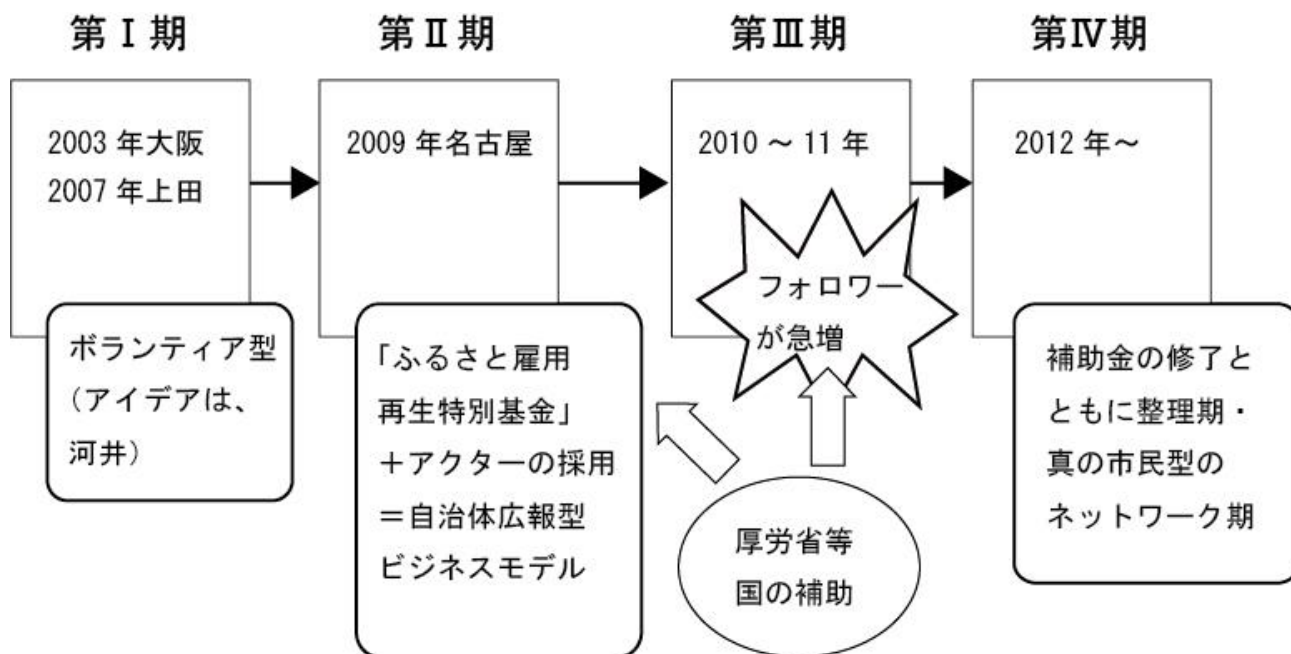
名古屋開府 400 年祭のため甲冑隊を名古屋市が構想。これも苦肉の策で本来当初は大阪城甲冑隊を見習い、手作り甲冑教室を開催し「名古屋城甲冑隊」を結成する予定であった(著者に打診があった)。しかし、リーマンショックの影響で名古屋開府 400 年祭の事業予算が縮小された名古屋城甲冑隊の構想は無くなった。その為著者がたまたまテレビで見かけた「ふるさと雇用再生特別基金事業を使って地方自治体が劇団を結成する」という報道を観たことから、武将隊劇団結成の提案をする事になる。その後、一般公募による劇団が結成され「名古屋おもてなし武将隊」が創られた。2009 年には名古屋市が「名古屋開府 400 年祭」にあわせて「ふるさと雇用再生特別基金事業」として「名古屋おもてなし武将隊」が結成される。

(3) 第 3 期 2010 年～2011 年ごろ 他都市が追従

その後その成功を観た各地の地方自治体が追従する。2010 年には 5 団体、2011 年には 9 団体結成し、本論

で「名古屋モデル」と定義づける。「自治体型」が急増した。「NPO法人大阪城甲冑隊」のような「市民型」も多数あるが、法人格は少数である。市民型は中部以西に多い。

但し、2011 年度を持ってふさと創生補助金事業が終了した為その後各地で武将隊の解散が相次ぐ事になる。



以上の3種類A、B、Cを大きく分類すると、「大阪モデル」と「名古屋モデル」に別れる。

大阪モデルとはサステイナブル型であり、サービス提供型である。更には、フロントライン型（現場型）で、心理的な帰属意識をもつことのできる一次組織である。行政との関係はパートナーシップ型で同等の立場を保つ。構成員達の参加動機は複数あり「自分探し」動機、「利他心」動機、「理念の実現」動機、「自己成長と技術習得・発揮」動機、「レクリエーション」動機、「社会適応」動機、「テーマや対象への共感」動機などがある。マズローモデルの段階では第4段階「自我・尊厳の欲求」(esteem needs)、第5段階「自己実現の欲求」(self-actualization needs)、第6段階「自己超越の欲求」(self-transcendence)にあたる。イベントコンテンツの種類は、「行列系」で主に歴史仮装をしてのパレードなどで、舞台上で踊ったり歌ったりはしない。大阪モデルを更に細分化すると、Aタイプ「ボランティア市民団体型」とBタイプ「大学教育型」に別れる。「ボランティア市民団体型」の主体はNPO法人であることが多い。

名古屋モデルとは、営利型であり、サービス提供型である。更には、こちらもフロントライン型（現場型）であるが、組織は二次組織であり契約によって参加した構成員からなる組織で、人々の心のありようによってつくられる組織ではない。行政との関係は行政主導型で、行政から委託を受けた業者である（税金で雇用）。いわゆる賃金を元にした雇用関係であるためマズローモデルの段階で分類する事は難しい。あえて当てはめるとすれば、第1段階の「生理的欲求」(physiological needs)、第3段階の「所属・愛情欲求・社会的欲求」(belongingness-love needs)、第4段階の「自我・尊厳の欲求」(esteem needs)にあたる。イベントコンテンツの種類は、「演劇系」で主に歴史仮装をして舞台での演劇や、歌ったり踊ったりとのエンターテインメントである。市町村プロモーション（おもてなし隊タイプ）であり、主体は行政から業務委託を受けた民間企業である。上記「A」「B」「C」タイプ以外にも、「参加型タイプ」「ネットワーク型」タイプなども存在する。

第Ⅳ章 事例研究 1－大阪モデル（Aタイプ：ボランティア市民団体型）

1. 特定非営利活動法人 大阪城甲冑隊設立経緯

（1）教育過程＝こども甲冑製作教室より始まる

本論の著者は、2000 年より「大阪城鉄砲隊」の一員として全国各地の歴史イベントで火縄銃を撃つ活動を行っていた経緯で、中村博司大阪城天守閣館長と親しくなり、「鉄砲隊のように見るだけのものでは無く家族で参加出来るものが出来ないか考えて欲しい」と依頼を受ける。丁度その頃、ある団体が勝手に大阪城から依頼を受けていると語り、有料で鎧を貸し出し大阪城公園で鎧を着て歩くという大阪城を語った商売を行った問題が起こった為、私が提案した「大阪城のオフィシャルな市民団体を創り大阪城の活性化を図る」という提案が受け入れられた。著者が鉄砲隊の一員として活動しているときに手先の器用さをかわれ、隊の貸し出し甲冑の修理などを行っていた兼ね合いで、鎧の構造を熟知する事となり、紙で製作する鎧の開発に成功する。また、甲冑の歴史からみると日本甲冑の素材には「鉄」「革」「紙」で作られたものが存在することを知り、江戸期頃に作られた紙甲冑の部品入手に成功し、それを分析し復元に成功する。その為、その復元された紙甲冑は今までにあった段ボールで作られたような紙甲冑とは一線を引くクオリティであり、触って確かめるまでは紙とはまったく気づかない程のである。写真の赤い甲冑が著者が開発した甲冑である。後ろにある三体の甲冑は既存の紙甲冑である。非常に平面的で粗悪な作りであり紙という事がすぐに解る作りである。特殊紙（黄板紙といわれる厚紙）を積層した後に布を貼り最後は特殊なペンキで固めるという行程で製作する為に非常に丈夫である。この工程は研究のために入手した江戸期の紙甲冑を分析して（江戸期の紙甲冑は和紙を積層して漆で仕上げられていた）復元された製造工程である。大阪城甲冑隊としての活動を予定しているのでイベントなどでの使用を考慮して堅牢度を高めた作りになっている。当時の大阪城天守閣館長であった中村博司氏から「大阪城は日本一の城。甲冑教室も日本一のクオリティで行って欲しい」とリクエストされた。その為、非常に贅沢な作りとなり、本体は紙で製作されているが付属部品（紐やコハゼ）は博物館収蔵品の鎧の修理に使われるクオリティのものを使っている。

（2）厳しい課題を解決（略）

約半年間の準備期間の後、大阪城天守閣のホームページや大阪市の広報並びに新聞などで参加者を募り 2003 年 8 月 2 日より「第一回甲冑製作教室」を開催する（多い場合は抽選）事となった。会議室の広さの問題もあり受講生は 20 名限定とした。しかし、告知が行き渡らなかったのか第一回は 7 名にとどまった。受講条件は「小学校 1 年生から中学校 3 年生まで」と限定し「子供限定」とした。当初は「大阪城甲冑隊」は「大阪城こども甲冑隊」としての結成を考えていたので子供限定としている。また、子供だけでは製作は無理なので必ず保護者同伴という条件を付けた。（家族の共同作業で家族の絆を深めるという教育目的もある）例えば子供が小学校 1 年生であっても「自分が出来る事は自分で製作する」という事を教えた。更に教室の準備（ブルーシートを敷き詰めたり机を配備したり）は教室参加者が自ら行う事とし、清掃作業も参加者が行う事とした（お客さんではなく、誇りある大阪城甲冑隊になる為の修行という概念）。参加費は 1 領あたり 1 万円とした。実際の制作費は材料費及び指導料で 1 領あたり 10 万円程かかるが、そのほとんどは大阪城天守閣の運営母体である「財団法人 大阪観光コンベンション協会」が負担する事にした。鎧を完成後無料でイベントに出演してもらえるので製作経費を負担したとしても、鎧武者をアルバイトとレンタル衣装で揃えるよりも安くなる為、年間のイベント経費が安く抑えられながら規模の大きなイベントを行えるようになった。また、「こども甲冑隊」とする事で、子供の晴れ姿を見ようと父兄や祖父母までもがイベントを見に来る

為に集客が増える事を見越していた。8月2日より31日までの毎週土日10日間で教室を開催した(子供の夏休みを考慮。学校の夏休みの工作の宿題としても利用する事を考慮)。教室終了後9月21日に修了式を開催した。

(3) 有名になる

「市民参加型のワークショップ」という大阪城初の試みとして世間の注目を浴びる事となり、新聞などで大きく取り上げられた。その報道によりNHKからイベント出演依頼があり、2003年11月2日にはNHK大阪放送局の特設会場にて開催された「関西ウィーク」の舞台に出演して甲冑隊のPRを行った。更には甲冑の制作などを説明して次回の教室参加を呼びかけた。2003年11月9日には大阪城天守閣が主催する「大阪歴史三景2003」が開催され、大阪城での初の甲冑隊のお披露目を行った。現在まで延べ200名以上の受講生に甲冑製作を指導し、その教室の卒業生を集め2003年に「市民団体 大阪城甲冑隊」を創設し、大阪城天守閣からの要望で2006年には法人格とし、「NPO法人 大阪城甲冑隊」となり現在に至る。

2. 組織 (略)

3. 運営 (略) (1) NPO法人大阪城甲冑隊のおもな活動場所。(2) 活動テーマ。(3) 活動の特色。(4) 活動の理念。(5) 目的。

4. NPOとしての公式内容

(1) 活動に係る事業の種類: 街おこし活動支援(企画の提案、イベント企画、イベント参加 主催 等)。歴史イベント、歴史文化教室等の 指導者育成支援。各種イベントの企画運営。文化教室等の企画運営。史跡並びに、歴史施設の有効運用 案の提案。(2) 定款。(3) 行動規範について。(4) 教育効果 (メンバー数): 2003年8人→2004年40人→2005年50人→2006年75人→2014年50人。自作した甲冑でイベントに出るため来場者から、大阪城の歴史や甲冑の事を聞かれる事が多いため、各自歴史の勉強などを行っている。青少年に関して多く見受けられるケースは、内向的な子供が、甲冑隊に入隊してその活動で、社交的及び活発になり学校などの運動系クラブに所属する事が多く見受けられた。また引きこもりや不登校の改善に繋がった。高齢者に多く見受けられるのは、病気で引きこもりがちであった高齢者が、活動により病気が改善し健康で活発になった。

河井計実 (2016)「市民ボランティア組織論からみる歴史仮装イベントのサスティナブルな運営と地域づくりにおける効果」
『創造都市研究e』11巻1号 (大阪市立大学大学院創造都市研究科電子ジャーナル) <http://creativity.osce.osaka-cu.ac.jp/eicc>



図4-6



図4-7



図4-1

第V章 事例研究2－上田モデル（Aタイプ：ボランティア市民団体型とCタイプ：公共事業・市町村プロモーション型の混在）

1. 上田城甲冑隊の事例（Aタイプ：ボランティア市民団体型）

（1）設立経緯

2007年に長野県上田市で結成。著者が上田市からの「大阪城甲冑隊のような組織を上田市に作りたい」という依頼により、著者が2ヶ月間毎週末に上田市に出向き甲冑製作教室を開催しアドバイスして、地元で結成された市民ボランティア団体。結成当初は20名であったがメンバーが集まって独自の甲冑を製作し現在では50名程の会員で構成されている。長野県上田市にある上田城での週末に観光客へのサービスや上田市の観光PR・真田まつりなどに参加している。法人格やNPOではなく市民有志の集まりであるボランティア団体である。

（2）組織（略）

（3）運営

毎月会議を行っており、歴史の勉強会などを行っている。上田市行政からの依頼での出動が多い。大阪と上田の民間交流として毎年5月には大阪で、大阪城甲冑隊と合同で各イベントに参加。8月は上田市真田町で行われる「真田まつり」に大阪城甲冑隊が参加している。この団体もNPO法人大阪城甲冑隊と同じく、すべて手作りの甲冑のみ着用で、衣装用に販売されている甲冑などは着用不可である。メンバーのほとんどは60歳以上で年配層が高い。

2. 信州上田おもてなし武将隊の事例（Cタイプ：市町村プロモーション型）

（1）設立経緯

長野県上田市を拠点に活躍するミュージカル劇団「TOKYO BOWZ」（水嶋義人代表）が、2010年に長野県上田市より業務委託を受けて設立された団体である。厚生労働省の「ふるさと雇用再生特別基金事業」を資金源として運営を行っている。上田市の観光PRとして、上田市のイベントや県外のイベントに参加している。

（2）組織

「TOKYO BOWZ」がそのまま「信州上田おもてなし武将隊」になっているので、代表の水嶋義人氏が真田幸村役を扮し団員が真田十有志ゆかりの武将に扮している。

（3）運営

ふるさと雇用再生特別基金事業資金・上田市観光PR業務委託費を資金源として活動を行っている。その為活動のほぼすべてが上田市からの依頼である。おもな活動内容は、毎週土日に行われる上田城公園内での記念撮影・観光案内業務・上田市観光会館での観光客との談話会など（Webサイト「信州上田観光情報 信州上田おもてなし武将隊」）。

第VI章 事例研究3－名古屋モデル（Cタイプ：公共事業・市町村プロモーション型〈おもてなし武将隊タイプ〉）

1. 名古屋モデル 名古屋おもてなし武将隊設立経緯

名古屋おもてなし武将隊は、開府400年にあわせ2009年11月にデビューした。名古屋の魅力を全国に

伝えるため名古屋にゆかりのある武将 6 人 (織田信長、豊臣秀吉、徳川家康、加藤清正、前田利家、前田慶次) と 4 人の陣笠隊で結成されている。おもてなし武将隊系の多くは厚生労働省の「ふるさと雇用再生特別基金事業」を資金源として結成されている。事業は、当初愛知県ふるさと雇用再生事業を活用して、武将隊事業の運営、オリジナルグッズの企画開発及びホームページの制作・運営などについて 2009 年から 2010 年度まで実施されていたが 2012 年度からは名古屋おもてなし武将隊を活用した観光 P R 事業のみについて名古屋の歴史的な魅力を活かした観光客の誘致及び地域の活性化を目的として市の財源により実施されている。

2. 組織 「事業に関する協定」

(1) 市と (株) 三晃社は、2012 年度より「名古屋おもてなし武将隊の事業に関する協定書」を締結しており、当該協定書によれば、(株) 三晃社は名古屋おもてなし武将隊 に係る商標及び著作物の非独占的使用権が与えられており、甲冑、陣羽織、武具、音 響機器などの無償貸与を受けている。また、(株) 三晃社は、市と (公財) 名古屋観光 コンベンションビューローが実施する観光振興に関する事業及びその他の取り組みに対し最大限協力するものとされている。

(2) 市は、名古屋おもてなし武将隊事業によって (株) 三晃社が得た収入の 3 % を商標及び著作権使用の対価として得ることができる。2012 年度の当該収入は、205 万 7002 円であった。また、「名古屋おもてなし武将隊」は 2010 年度に商標登録をしており (商標登録 第 5364564 号)、市及び (公財) 名古屋観光コンベンションビューローは名古屋 おもてなし武将隊に関する商標、肖像、著作物を対価なくして使用することができることとなっている。

3. 運営

名古屋おもてなし武将隊の活動内容は、名古屋城における観光客のおもてなしと観光 P R イベント等への出演が主である。

(1) 名古屋城内における観光客のおもてなし：名古屋城内において、観光客のおもてなしや記念撮影、ガイドツアーなどが行われている。このおもてなしは名古屋城においてほぼ毎日行われている。

(2) 演武「殺陣」や「寸劇」、「甲冑ダンス」などのエンターテインメントショー：それぞれの武将ごとに内容が変わる寸劇パートは、史実のエピソードをもとに構成され、戦国時代を駆け抜けた男たちの想いや生きざまが感じられる演目となっている。演武は、土日祝日 (週一回以上) に名古屋城二之丸広場で行われている。

(3) 全国各地で実施する観光 P R イベントや、市内の各種イベントに出演：市が主要都市で実施する観光プロモーションに出演し、名古屋の魅力を P R している。また、名古屋まつりや市内で行う観光イベントなどにも出演している (「平成 25 年度 名古屋市包括外部監査結果報告書」)。

第Ⅶ章 事例研究 4－大学教育モデル (B タイプ：大学教育型)

1. 阪南大学国際観光学部国際観光学科 来村多加史教授の事例 (略)

2. イベント参加の学生意識の構造

これについてテキスト分析をおこなった結果を、第ⅩⅡ章に示すが、「日本の歴史文化への関心」、「イベントへの驚き」、「周囲への感謝の感謝の気持ちや達成感」、など高い意識が証明されている。

第Ⅷ章 事例研究 5－参加型タイプ(特定非営利活動法人 国際武術文化連盟の事例)(略)

第Ⅸ章 事業経営モデル－市民型と公共事業型

1. 市民型の経営構造

市民型としては、大阪城甲冑隊を例にとる。

(1) P L 分析 (略)

(2) B S 分析。(略)

(3) 小括 以上から、支出項目は(支出) 53 万円。収入項目は(会費) 28 万円、(寄付等) 25 万円、(雑収入) 70 万円である。

2. 公共事業型の経営構造

(1) P L 分析 (略)

(2) 収入と公的補助

1) 名古屋おもてなし武将隊事業については、平成 21 年度より (株) 三晃社が受託しており、平成 21 年度の事業委託費は、5515 万 4400 円 (平成 21 年 9 月 14 日「契約書」)、平成 22 年度の事業委託費は、9954 万 4998 円 (うち人件費 6182 万 8998 円、物件費 3771 万 6000 円。平成 22 年 4 月 1 日「契約書」)、平成 23 年度の事業委託費は 8987 万 2650 円 (うち人件費 5629 万 6800 円、物件費 3357 万 5850 円。平成 23 年 4 月 1 日「契約書」) となっていた。

2) 平成 24 年度の事業については、市から (公財) 名古屋観光コンベンションビューローへ支出している補助金から名古屋おもてなし武将隊を活用した観光 P R 事業の委託料として 5499 万 9597 円 が支出されている。平成 24 年度の負担金、補助金及び交付金調書によれば、名古屋おもてなし武将隊の事業を含む武将隊を活用したキャンペーンやなごや歴史観光魅力発掘事業などについて、市は (公財) 名古屋観光コンベンションビューローへ 4 回分割で 7000 万円 のコンベンション・イベント事業補助金を支出しており、年度末精算後の交付額は 6845 万 5012 円 であった (「平成 25 年度 名古屋市包括外部監査結果報告書」)。

3) (公財) 名古屋観光コンベンションビューローの報告書によれば武将観光の推進費用の内訳は、委託料の 6140 万円のうち名古屋城における観光客のおもてなしに 4396 万 9800 円 が支出された。

(3) 小括 以上から(支出) 1 億 3300 万円、(補助) 5500 万円、(自主) 6900 万円

3. ふるさと雇用再生特別基金事業とは

(1) 2008 年に厚生労働省が国の第 2 次補正予算 2500 億円を投入し創設した基金で、本来は「武将隊」設立の為だけの資金ではなく、求職者や失業者の救済対策の事業資金である。主に地方在住の求職者・失業者を地元企業への就職を推進する為のもので、雇用促進及び地方再生の為の雇用対策に使われている。

基金での雇用期間は基本的に 1 年であるが、そのまま各社の資金での雇用につながる事を期待していた。応募資格には、学校卒業後 3 年未満や一度も地元を出たことがないものであることなど、一定の条件が付く場合もあった。この厚生労働省の「ふるさと雇用再生特別基金事業」を利用する事により、各地方自治体が資金的負担をする事なく安易に、おもてなし武将隊を結成する事が出来、2010 年以降から公共事業型が林立する。2008 年以降、特に名古屋おもてなし武将隊の成功を觀た 2010 年度、2011 年度に各地におもてなし武将

隊が乱立する事になる。但し、2011 年度を持ってこの事業が終了した為その後各地で武将隊の解散が相次ぐ事になる。

(2) 市民型の予算規模は数十万円、自治体の公共事業型では数千万の補助を要し、予算規模も 1 億をこえる。市民型で効果があがるのであれば、公共事業型のイベントについて、市民運営を考える必要がある。

結局、公共事業型は、補助金が終われば終わりのところが多く、本論文の目標であるサステイナブルな運営とはなりにくい。

4. クラウド六文銭ファンド

さらに I T を使って広く資金を集めるクラウドファンディング手法も重要といえる。

天王寺区が主催する「真田幸村博」の取り組みで特筆するべきところは、このイベントにかかる経費を「ふるさと寄附金」対象の「六文銭ファンド」で賄うところである。Web やチラシなどで企業や一般人や全国の歴史ファンに呼びかけ成功をしている。単なる税金投入の地域活性ではなく、広く一般にその資金を呼びかける新しい試みである。

第 X 章 市民型モデルのアンケート分析ーモチベーション・ミッションモデル (非営利組織としての成功メカニズム)

1. アンケート概要

2. 基本集計 アンケート調査結果

(1) 中年少なく、シニアと若者が多い。(2) 女性の方が多い。(3) 入隊動機は、全体としては歴史や大阪への関心が多い、若手は人への関心、シニアは歴史やボランティアへの関心が多い。

3. 段階論からの解釈

非営利組織論の中の心理学的考察により分類し分析した。

(1) マズローの 5 段階仮説：この団体の意識の高さが伺われる。マズロー段階での意識レベルは第 3 段階以上に位置しており全員が第 5 段階の意識に近い状態であることが解る。第 3 段階：所属・愛情欲求・社会的欲求 (belongingness-love needs)：はすべてクリアしている。ただ、第 1 段階も少数ながら存在する事が伺われる。

(2) アルダファの ERG 理論によるアンケート分析：アルダファの ERG 理論から分析すると、人間関係にまつわる関係欲求 (Relatedness...関係) と、創造的、生産的でありたいという成長欲求 (Growth...成長) が、ほとんどである。

4. より精密なクロス集計の結果

- (1) 歴史的関心は男性が多い。
- (2) 楽しさ、注目され度をあげたのは女性が多い。
- (3) ボランティア、歴史性、慰霊への理解などは年齢が高いほど高くなる。
- (4) 入隊動機は、全体的には「歴史」に興味を持って入隊した方が多い、特に中年層 (41 才～60 才) が「歴史」が多くそれに次いで多いのは「ボランティア」である。逆に高齢者 (61 才以上) は突出して「大

阪・人」が多く、歴史やボランティアの興味だけでなく多様な興味が入隊動機になっている事が伺われる。

(5) 男性は交流＝国際交流など対外的な交流と組織＝しっかりした組織運営を求めている。女性は楽しさ＝活動する事による楽しみの追及と組織である。男性は外向きの発想であるが、女性は内向きの発想である。

5. NPOがうまくいくモチベーション・ミッションモデル

注目すべき点は全員一致で「はい」と回答を得ているのは「甲冑隊の活動は楽しいですか?」と「大坂の陣の慰霊は必要ですか?」の2問である。これから、なぜ、この歴史仮装をテーマにした特別なNPOが上手くいっているのか、それに関する筆者のモデルとして、非営利組織論的に「モチベーションの持続のしかけ」と「慰霊・公共性などの精神的なミッションの定義」の設定が良かったという点をあげておきたい。すなわち、歴史仮装市民活動NPOにおいて、「モチベーションの持続のしかけ」と「慰霊・公共性ミッションの定義」が重要ということである。

カテゴリー・年齢層クロス集計グラフ

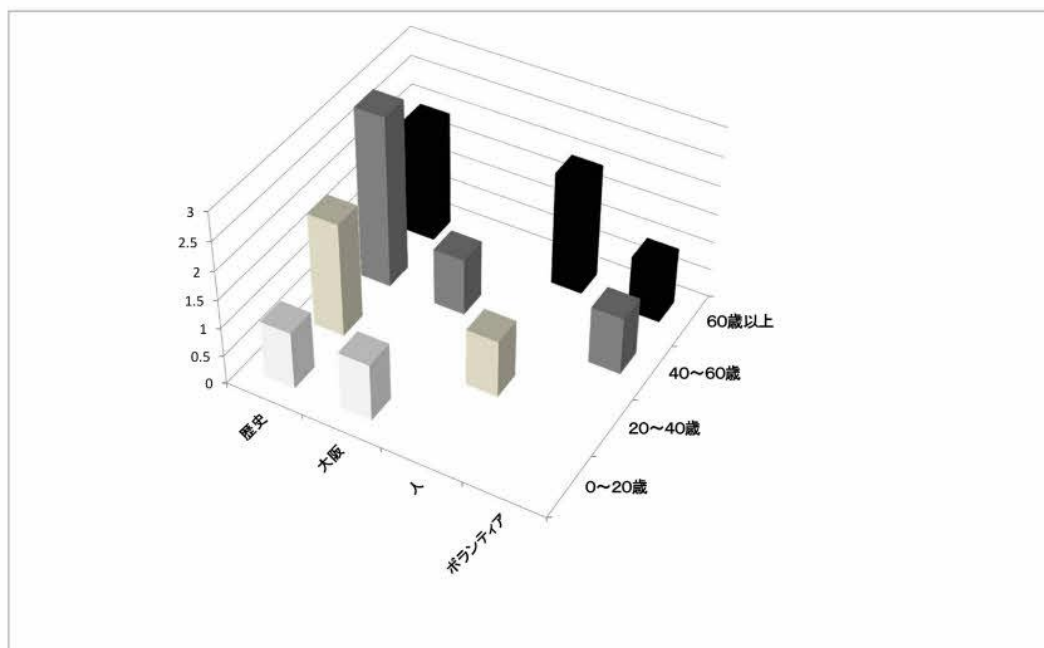


図10-5

第X I 章 大学ボランティアモデルのアンケート分析ーテキスト分析手法による参加者意識

イベントのひとつである「道明寺合戦まつり」(大阪府藤井寺市 2014 年 5 月)と「真田幸村博」(大阪府大阪市天王寺区 2014 年 5 月)の歴史仮装イベントに参加した阪南大学国際観光学部国際観光学科、来村多加史教授ゼミの学生達による匿名の感想レポートを分析した。各レポートをテキストマイニング分析手法により「意味カテゴリー分析」で以下7項目に分類し、参加学生がどのような感情を持ったかを探った。

1. 価値判断、感想、感情を表す表現の抽出 (略)

まず、各感想文中で、意味の判断 (形容詞表現)、意味の強さ (副詞的判断)、感情の表出を表すカ所を特定し、抜き出す。

2. 意味カテゴリーからの参加者意識の分類 (略)

以上から、大学教育モデルに参加した学生の意識が以下の 7 分類に典型的なものとして分類できる。これから、やはり「日本の歴史文化への関心」、「イベントへの驚き」、「周囲への感謝の気持ちや達成感」、などがあり、その結果が、モチベーションや純粋な知的好奇心の満足 (学習) に結びついていることがわかった。

①「日本の歴史」への関心。②「日本のコンテンツ文化」への関心。③「周囲の親切さ」への感謝。④「国家意識 (留学生であるという実感)」。⑤「達成感」(「最初は大変にみえる」→「終了後の達成感」)。⑥「イベント」への感動。⑦「来場者」への驚き。

第ⅩⅡ章 成功している市民型の活動分析

1. 市民型モデル大阪城甲冑隊の活動展開

(1) 活動数の分析

2003 年の設立以来の 12 年間で 300 回以上の活動を行っている。

(2) 清掃活動関連は定期的

網掛け部分は毎月定期的に行っている大阪城での甲冑姿による清掃活動と会議である。

(3) (清掃活動以外の) 一般活動が急増、活躍が認知されるようになる。

その「大阪城での清掃活動と会議」を省いたイベントなどへの出勤回数をまとめた。

1) 2009 年より急増、有名になる：2004 年は 2003 年の倍の出勤回数になり、2005 年はそのまた倍になり、その後は、年間 10 回程度で推移していたが、2009 年より、また倍になり年 20 回程度を維持している。考えられる事は、マスコミなどの報道により 2004 年から世間に衆知される事となり急激な出勤回数の増加になった。その後 2009 年より更に急激な増加になっているのは、その頃より「歴史ブーム」「武将ブーム」となった為である事が考えられる。

2) 2011 年には清掃活動以外で 30 回以上：その後 2011 年は突出して年間 30 回以上の出勤回数になっている事が伺われる。2011 年に突出して増加しているのは「東日本大震災」への募金などの支援活動関係で増えたものと考えられる。

3) 現在は、平均して年間 20 回～25 回の出勤回数であり、月平均すると毎月 2 回になる。それに毎月定期的に行っている「大阪城での甲冑姿による清掃活動と会議」を合わせると月平均 3 回となり、ほぼ毎週末活動を行っている事になる。

2. 市民型モデル大阪城甲冑隊の企画力

(1) 独自提案型企画数が 2010 年以降急増

大阪城甲冑隊が企画提案に関わったイベントの回数であるが、こちらも 2010 年以降非常に増えている。(例 1) 例えば「志紀長吉神社戦軍旗奉納祭」は、元々真田幸村ゆかりの神社であったが、真田幸村関連の神事やイベントはまったく行われていなかったが、2010 年に大阪城甲冑隊から企画提案して毎年開催される事になった (2013 年終了)。(例 2) 御霊神社「船渡御」は 2012 年に大阪城甲冑隊からの提案で、江戸時代まで

大坂夏の風物詩とうたわれていて惜しまれつつも廃れた祭りが、140 年ぶりに復活し毎年行われるようになった。(例 3) 道明寺合戦まつりは 2012 年から大阪城甲冑隊の提案で開催。(例 4) 柏原歴史まつりも同じくである。

(2) 大阪府下の歴史イベントのかなりのものを企画・提案・参加

2003 年に大阪城甲冑隊が設立されるまでは、大阪府下で鎧武者が登場する歴史イベントは、毎年 11 月に大阪城天守閣前で火縄銃鉄砲隊が砲術演武を行う事と、10 月に堺市で行われる堺まつりで火縄銃鉄砲隊が砲術演武を行うというこの 2 日間しかなかった(それぞれ別団体)。2014 年大阪城甲冑隊が参加したイベントは 25 回であるが、それは 2014 年大阪府下で開催された歴史イベントのほぼすべてといっても過言ではない。平均すると大阪府下で、毎月 3 回歴史イベントが行われており、そのうちの 1 回近くが大阪城甲冑隊の企画提案が関わった形で行われている。

3. 小括 (略)

第 X Ⅲ 章 地域活性化の実際 (1) 一天王寺幸村博 (略)

第 X Ⅳ 章 地域活性化の実際 (2) 一道明寺合戦まつり (略)

第 X Ⅴ 章 総括 (略)

第 X Ⅵ 章 おわりに (略)

【参考文献】 小長谷一之他 (2012)『地域活性化戦略』晃洋書房。田尾雅夫・川野祐二編 (2004)『ボランティア・NPO の組織論』学陽書房。田尾雅夫・吉田忠彦 (2009)『非営利組織論』有斐閣アルマ。鹿毛雅治 (2012)『モチベーションをまなぶ 12 の理論』ドラッカー.PF (上田惇生・田代正美訳) (1991)『非営利組織の経営』ダイヤモンド社。ドラッカー.PF (田中弥生訳) (1995)『非営利組織の「自己評価手法」』ダイヤモンド社。レスター・M・サラモン (入山映訳) (1994)『米国の「非営利セクター」入門』ダイヤモンド社。レスター・M・サラモン&アンハイヤー.H.K. (今田忠監訳) (1996)『台頭する非営利セクター』ダイヤモンド社。オズボーン.S.P. 編 (1999) (ニノミヤ・アキエ訳)『NPO マネジメント』中央法規出版。ヘンリー・ミンツバーグ (2007)『H. ミンツバーグ経営論』DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部。A.H. マズロー (著) 小口 忠彦 (翻訳) (1987)『人間性の心理学—モチベーションとパーソナリティ』産能大出版部。小口孝司 (監修) (2013)『史上最強図解よくわかる社会心理学』ナツメ社。DIAMOND ハーバード・ビジネス・レビュー編集部 (著) (2009)『【新版】動機づける力モチベーションの理論と実践』ダイヤモンド社。黒田基樹 (2006)『百姓から見た戦国大名』ちくま新書。長尾剛 (2004)『武士道の源流 陽明学がわかる本』PHP 研究所。「平成 25 年度 名古屋市包括外部監査結果報告書」。

【参考 Web サイト】『特定非営利活動法人大阪城甲冑隊』<http://www.osakajo-redsamurai.com/> 『特定非営利活動法人国際武術文化連盟』<http://www.koroho.jp/totalmaster.html> 『阪南大学』<http://www.hannan-u.ac.jp/index.html> 「阪南大学 大坂の陣 400 年祭の 3 大イベントを応援しました」『名古屋おもてなし武将隊』<http://busho-tai.jp/> 「平成放浪武者健助 戦国徒然記 ～小早川秀秋評価して委員会～」『信州上田おもてなし武将隊』<http://ueda-omotenashi.com/> 『厚生労働省』<http://www.mhlw.go.jp/> 『天王寺区』<http://www.city.osaka.lg.jp/tennoji/> 『大阪市経済局』<http://www.city.osaka.lg.jp/keizaisenryaku/> 『内閣府』<https://www.npo-homepage.go.jp/index.html> 『総務省統計局』<http://www.stat.go.jp/data/jinsui/2013np/> 『投資を楽しむ♪「語源から読む日・米・仏の職業観」』<http://www.pixy10.org/archives/21356478.html> 『河内長野市』<http://www.city.kawachinagano.lg.jp/> Web サイト内閣府ほか「NPO の基礎知識」「都道府県別統計とランキングでみる県民性」リーダーシップインサイト <http://leadershipinsight.jp/>