

インタビュー

国際団体・イベントへの参加は ビジネスとネットワークの「機会」

～「THE SPECIAL EVENT」～

(株)イベントサービス 代表取締役 森本 福夫 氏

1月7日(火)～10日(金)、アメリカテネシー州の州都ナッシュビルで「THE SPECIAL EVENT」が開催された。このイベントに日本から参加した(株)イベントサービスの森本社長に話を聞いた。(株)イベントサービスは、1981年の創業以来、全ての参加者を笑顔にするインセンティブイベントの企画運営会社。森本社長はMeeting Professionals International(MPI)、the Society of Incentive and Travel Executives(SITE)、the International Special Events Society(ITES)といったMICE関連国際団体のメンバーとしても活躍。国内はもとより世界中を飛び回り、日々、人、モノ、情報のネットワークを拡大している。



毎年1月にアメリカで開催される「THE SPECIAL EVENT」は、Penton社が主催するスペシャルイベント業界最大のショーで、同社の出版部門を担うA Penton Publication社が発行する媒体「SPECIAL EVENTS」がメディアパートナーを務め、スペシャルイベントに関する国際団体であるITESが後援するイベントです。

「THE SPECIAL EVENT」について話を進める前に、まずはITES(アイセス: the International Special Events Society/本部: シカゴ)についてご紹介します。ITESはMPIと同様、個人を対象とする国際組織で、私は1995年に入会し、間もなく20年になろうとしています。組織名にある「Special Events」は、あらゆるイベントはスペシャルな催しであるという考えに立脚しています。アメリカでは9.11を報じる新聞に「イベント」という表現が使われたように、「イベント」の概念は、MICEはもちろんのことウエディングなどの冠婚葬祭、自治体等が主催する多様な催事、さらには寄付金集めのための催事など、あらゆる「出来事」です。ですからITESの会員は、こうした出来事に関連するプランナー、サプライヤー、デザイナーであり、会員たちはイベント運営会社やエンタテインメントを提供する会社、イベント用品の制作会社、音響や照明、招待状に特化した会社やギフト関連の会社などに所属するサプライヤーです。入会のきっかけは、まずは先輩たちから学ぼうと考えたからで、その結果ネットワークも拡大しました。

ただつい最近まで、SITEの日本の会員がイベントサービス1社だったように、日本でのITESの会員もまた、私一人に留まっています。日本の会員がいないことの原因としては、ITESが日本ではあまり知られていないことがあるのかもしれませんが。またMPI同様、言葉の問題があるのかもしれませんが。会費も、決して安価ではない金額です。しかし日本のMICE関係者は、ITESに限らずMICEに関連する国際団体、国際イベントへの参加を「機会」として捉え、積極的に活用されるともっとすばらしいのではないかと、いつも感じています。

さて、私は毎年、「THE SPECIAL EVENT」に参加します。このショーでは展示会、セミナーやショーケース、パーティ、アワードなど、さまざまなビジネス機会、関係者とのネットワーク機会がプログラムされています。私は新製品・サービスやアイデアなど有形・無形の刺激を求め、展示会のスタンドを巡り、私たちのビジネスであるインセンティブイベントに活用できるおもしろいプロダクトを仕入れるために参加しています。「THE SPECIAL EVENT」には、日本にはない発想やアイデアをカタチにしたユニークな商材が多数あり、弊社の顧客にご好評を頂いている商材には、ここで仕入れたものが多数あります。こうした商品やアイデアは、日本ではどこよりも早く活用・紹介するところに、私たちのビジネスとしての強みもあります。

展示会ばかりでなく、セミナーも例えば「ウエディングイベ

ントのトレンド」、「会場との契約の留意点」、「クライアント教育」、「イベントと法律」など、イベントを多角的に捉えた専門セミナーが多数あります。自分たちでやってみよう!という体験型の「ハンズ・オン・セミナー」も、実は非常に役立ちます。またショーケースイベントも、例えば今回は開催地「ナッシュビル」を意識したスポットライトイベントとして音楽をテーマとしたイベント、ロックスターをテーマにしたイベントのショーケースをはじめ、ガラディナー&アワード、ウエディングや寄付金集めのイベントなど、数々のイベントが開催されていました。これらのイベントは全て有料ですが、例えばウエディングイベントであれば、招待客の立場で新しいウエディングのスタイルや提案を体験することができます。寄付金イベントのショーケースでは、参加料の一部が実際に寄付金に充てられます。

ガラディナーでは、

- ・ BEST MULTIPLE-DAY INCENTIVE EVENT
- ・ BEST MULTIPLE-DAY EVENT PROGRAM FOR A CORPORATION OR ASSOCIATION
- ・ BEST INVITATION
- ・ BEST DINING TABLE DESIGN
- ・ BEST OFF-PREMISE CATERED EVENT
- ・ BEST CATERED EVENT PRODUCED BY A HOTEL

BANQUET DEPARTMENT

- ・ BEST FUNDRAISING EVENT
- ・ BEST EVENT PRODUCED FOR A NONPROFIT ORGANIZATION
- ・ BEST WEDDING: BUDGET UNDER \$1,000 / \$1,000 AND ABOVE PER GUEST
- ・ BEST EVENT STAGED IN MULTIPLE LOCATIONS
- ・ BEST NEW, INNOVATIVE EVENT PRODUCT / TECHNOLOGY
- ・ BEST ACHIEVEMENT IN TECHNICAL SUPPORT
- ・ BEST EVENT MARKETING CAMPAIGN
- ・ BEST ACHIEVEMENT IN LOGISTIC

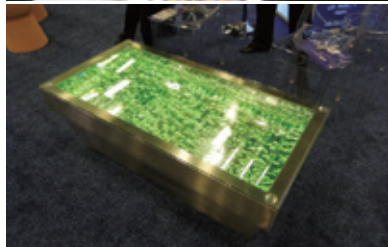
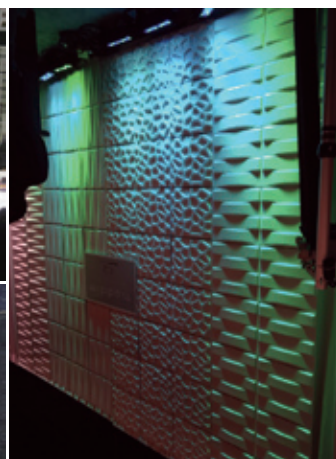
など、30以上のカテゴリー別に世界中から優れたイベントを募集し、その中から選ばれた優秀イベントの表彰式が執り行われます。以前、私たちイベントサービスも海底をテーマとしたテーマパーティで3位と、世界中の強豪と競い合い、グローバルな評価を頂いたことがありました。

この一次審査を通過しノミネートされた応募は、媒体「SPECIAL EVENTS」に写真1点と簡単な概要が紹介されます。カテゴリーごとにホテルやイベント会社、ケータリング会社をはじめとするサプライヤーが、「私たちはこんなに素敵な、ユニ



↑左：会場ではイベント専門誌の書店もスタンドを出す。これは<レスビアンのカップルのための結婚式プランニングガイド> 右：<あなたのイベントの色は何いろ？>テーマカラー・テーマ照明の啓蒙書。

←左：テーマパーティ装飾の展示販売スタンド。これは<アラブ風>のセット。 右：こちらは<幽霊船>のテーマパーティ装飾。日本ではどうか。



↑左：小さな凹凸のパネルを組み合わせて吊り、照明をあてる<装飾ウォール>。会場に合わせてサイズが変えられる。／中：明かりがつかくオシャレなく演台> Lectern, podiumなどと呼ばれる。

↑上：経済的なテーブルセンターピース製造を専門にしているサプライヤー。／下：移動式のテーブル。水とバブルが水平に流れる仕組み。照明も付いている。

上：注目をあつめるため、実演にも工夫。ここはWrapping paperの会社。→ 下：フリルのテーブルスカート。可愛い。各色ある。



ークな、他にはない商品、サービス、アイデアでイベントを開催しました!」と、アワードへの入賞を通じて認知度の向上を図り、魅力的で効果的なイベントを実行するクリエイティブ力を実績としてアピールしています。中には、ノミネートや受賞の常連たちもいます。

私たちは〈インセンティブニュースレター〉等を通じて、できるだけ事例を紹介していこうと心がけていますが、MICE Japan 誌が企業や旅行会社、イベント会社、ホテル等に「インセンティブイベントを紹介したい、取材したい」と申し出られても、殆どの場合、取材に応じてもらえないと聞いています。とても残念な事です。と言うのは、異なる業界・異なる企業の成功例を主催者・旅行会社・イベント会社などで共有し、そこから勉強し、ヒントにし、改善し、応用する事がより良いインセンティブ旅行やイベントに繋がり、結果としてモチベーションな旅行・イベントが生まれる事になるからで、それこそが主催者が常にめざしている事です。企業秘密に触れる数字や個人情報を除き、イベントの場合、装飾やエンターテインメント、成功したWow! 事例などを広く公表し合う度量や風土が望まれます。

特にインセンティブは報奨、ご褒美です。企業（主催者）は対象者（成績優秀者）に喜んでもらい、次へのモチベーション、アクションに繋げることがゴールとなります。業界が事例をシェアし、より切磋琢磨することで、より高い満足度をめざすことができるのではないのでしょうか。あるいはこれまでは現金や

商品インセンティブにしてきた企業が、旅行やイベントがいかに効果的な報奨になるか、日常業務では果たせない対象者とのコミュニケーションを実現し、相互理解、より深くつながることができる大きなメリットを生み出すことをご理解いただく絶好のチャンスにもなるはずで。信頼関係で結ばれた強い組織を創り、それを持続することで、企業は成長します。現金や商品を与えることを、否定するわけではありません。「従業員を、どのように活かすか」が、企業の主眼点です。人間的に広く深い、引出しの多い企業人を育てるのも、インセンティブイベントやインセンティブ旅行ならではの成果です。だからこそインセンティブには高い満足度、クオリティが求められるのであり、インセンティブイベントや旅行を進化・促進させるためには、旅行会社やイベント会社、また提案型の営業をめざすホテルなどが、協調・連帯しながら優れた事例やアイデアを公開し、皆でシェアすべきだと考えるのです。日本にも、将来的には「THE SPECIAL EVENT」で行われるようなアワードがあつて欲しいと思います。

MICE ジャパンでは旅行イベント「旅MICE」で、2015年1月6日（火）～8日（木）、アナハイムで開催される「THE SPECIAL EVENT」の視察を検討しています。関心をお持ちの方は、編集部までご一報ください。(TEL.03-3261-7817 e-mail:contact@micejapan.jp)



↑上：これもRoving character. 本格的なロボット衣装を作った。
 ◀左：Wow! 歩き回る<シャンパンガール>。キャスターがついている。Funny tableと呼ばれる。カクテルパーティには面白いパフォーマンスだ。

空気で膨らむ、移動式の仕切りのメーカー。→
 Inflatable wallと言っている。音も静か。



↑バルーンで作ったステージ背景幕。

↑舞台装飾幕の製造・レンタル専門会社の展示。どこへでも送る。