

# 「日本のユニークベニューを創造する」

## 連載・第1回 日本のユニークベニューの現状と課題

世界各地が MICE 誘致の推進に注力するなか、特にアジア地域の競争が激化している。

国際競争力が求められる今、インセンティブツアーや国際会議前後のレセプションやパーティ会場などにもニーズの高い「ユニークベニュー」。パーティや表彰式の会場として使用する事を主目的として作られていない会場・スペースは全て「ユニークベニュー」と言えるだろう。MICE 誘致のひとつの有力なコンテンツとなるユニークベニューの日本の現状と今後の展望について、35年以上にわたり国内外でさまざまなイベントを運営してきたイベントサービスの森本氏に話を伺う。全4回のシリーズを通じて、日本の魅力を世界に発信するためには何が必要か、また世界に誇るユニークベニューの掘り起こしの可能性と実現に向けた展望を考察したい。



森本 福夫 氏 (イベントサービス・代表取締役)

旅行会社で16年間アウトバウンド・インバウンド旅行・イベントの企画、営業などの業務を経て、1981年にイベントサービスを設立。当時は大型インセンティブ旅行でセールスマンを海外に連れて行く時代の黎明期だったが、ただ旅行に招待することから、現地に近い将来必ず表彰式やパーティなどのインセンティブイベントの企画・制作が求められると予測し、インセンティブイベントの制作に特化した会社を立ち上げた。現在は海外でのイベントだけでなく、インバウンドのグループに向けたイベント制作も多数制作している。

海外では MICE 開催の際、レセプション等の会場に文化施設や公共のスペースを使用したユニークベニューが一般的とのことですが、どのような事例があるのでしょうか。

インセンティブツアーや国際会議などのレセプション、特にインセンティブでは、非日常の特別感が求められます。普段味わうことのできない感動体験ができる特別な場所ということで、パーティ開催以外の主目的で作られた場所、美術館や博物館、歴史的建造物などが、海外では古くから会場として解放されています。

例えば、パリのルーブルやニューヨークのメトロポリタン美術館、フランスのベルサイユ宮殿はずいぶん前からパー

ティ会場として使用することができましたし、そのほかにもタイでは鉄道の駅、オーストラリアでは刑務所、またニューヨークでは航空母艦のデッキ、オーストラリアでは宮殿でパーティも行なえます。

MICE 誘致に力を入れている海外各国では公共施設の開放にも積極的で、ユニークな会場を使用できることをひとつの MICE 誘致の強みにしています。



事例① ロンドン・タワーブリッジでのユニークベニュー



街の夜景が一望できる



事例② 沖縄・万国津梁館でのユニークベニュー



海の中をイメージしたパーティ

日本のユニークベニューの現状はどうでしょうか。

日本の場合、大きいグループに対応できる会場に限られています。近年、インバウンドが好調でインセンティブツアーに関しても1,000人から3,000人といった大型のものが増えている傾向にあります。またこういった大型のツアーは首都圏をはじめ大都市での開催が多く、ホテルのバンケットルームやコンベンションセンターではなく別の会場で開催したいというニーズが高いのですが、例えば関東ではホテルの大型バンケットルームや幕張メッセ、東京ビッグサイトなどのコンベンション施設を使うか、ユニークベニューでは2,000人の場合500人ずつ4回に分けて開催するといった対応しか選択肢がありません。一般の観光旅行ではなく MICE の場合、参加者全員が一同に集まり、表彰式やパーティを開催できる会場というのは、連帯感や一体感を持たせる意味で非常に重

要です。東京の場合、もし皇居の一部を開放出来たり、ユニークベニュー会場としても使用できる江戸城の復元などが将来実現できれば、もっと魅力的な提案を行なうことができます。インバウンドは今上げ潮ですから、和のテイストの巨大な会場をこれから作るのもひとつの有望な事業とも言えるでしょう。企業の投資も見込める可能性が高いですね。是非とも実現を期待したいものです。海外の方々が日本のユニークベニューに求めるものは「日本らしさ」や「Destination にそぐうテーマ性」です。ホテルのバンケットルームを使用したパーティでは、大きな鳥居や五重の塔、竹、茶室、仏像などの立体装飾物を設置した和風テイストなものや、Cosplay や Anime などサブカルチャーのテーマが好まれ、沖縄などでは海をテーマにしたパーティや緑のジャングルテーマが好まれます。

今後の発展には何が必要でしょうか。

近年、ユニークベニューの必要性が徐々に浸透してきたことから、国も力を入れ始めています。会場がないと国際的な競争に負けてしまうということで、観光庁による「ユニークベニューベストプラクティス集」などがまとめられましたが、これは調査研究・啓蒙を目的にしたものと言え、実際の開発事業とは異なるもの、と私は理解しています。今年、ユニークベニューの活用促進事業としてユニークベニューを活用したレセプションや会議などに対する財政支援が開始されています。商業施設はビジネスとして当然広く開放されていますので、利用には全く問題ありませんが、ビジネスを目的としていない公共の施設に対しては今後はさらに踏み込んで、観光庁や JNTO、Bureau などの方々から直接、解放の依頼をされるのが正しい方向であろう、とこれら組織のご担当者各位へ常々お話ししています。民間企業からのアプローチは経験上有効ではないからです。

最近の流れとしては、東京の迎賓館が一般公開日を増やし

たり、大阪城の迎賓館が2014年から一般のパーティ会場としての営業を始めたり、またこれも大阪市の市公館が私企業に運営委託したりと風向きが良くなってきました。美術館なども、絵画を飾っている場所のパーティ会場としての利用を求めず、ホールや庭園など展示物に影響のないスペースの開放にまず限定することで、今後開放される施設が増えていくことでしょうか。公共施設であるため、主催者は費用の支払いを会場費として支払う方法のほか、例えば入場券を多数購入しそれを各方面に寄付するなどの手段もあり、柔軟に対処出来るでしょう。公的施設にとっては遊休スペースの活用による収入が見込まれ、来館客数も増加し、その結果、知名度も高めることができます。常に私は言っていますが「原則 YES. 例外 NO.」精神ですね。公的施設が今後規制緩和・開放の求めに応じ、柔軟に対応していくことでユニークベニューが増加します。これこそ今後、日本が MICE 開催国として世界に広く認められるために必要、と確信しています。

ありがとうございました。

次回のテーマ 東京と大阪の首都圏でのユニークベニューについて