

ユニークベニユ－
HANDBOOK

博物館・美術館編

ユニークベニユ－利用促進協議会

本書は、博物館・美術館の皆さまに、「ユニークベニュー＝“特別な場所”でのイベント実施により“特別な体験”を創造する取り組み」を知っていただくための「HANDBOOK（手引書）」です。また、イベント誘致や企画策定等で協力する、コンベンション・ビューロー、イベント・ミーティングプランナー、運営会社等の方々にも参考となるよう構成しています。

貴重な文化的資料や文化的遺産（コレクション）を有する博物館・美術館は、研究・教育活動などを通じて、地域が誇る「知」の拠点としての重要な役割を担っています。同時に、著名建築家による建築物、その魅力的な空間、専門知識豊かな学芸員など、地域資源として生かすべき多面的な魅力を有しているといえます。

近年、欧米などの博物館や美術館では、「ユニークベニュー」としての施設活用を積極的に行い、自己収入を獲得するとともに、来館者の増加につなげていこうとする動きが多く見られます。

わが国においても、博物館・美術館の魅力をより多くの人々に知ってもらう機会となる「ユニークベニュー」を検討・推進していくにあたり、本書が参考となれば幸いです。

なお、平成 25 年度観光庁「MICE の誘致拡大に向けたユニークベニューの利用促進事業」の一環として、三菱一号館美術館（東京・千代田区丸の内）、国立新美術館（東京・港区六本木）、文化学園服飾博物館（東京・渋谷区代々木）においてモデルイベントを実施しました。本書は、そこで得られた知見（実施効果や課題の抽出等）を掲載していますので、あわせてご参照ください。

目次

序章

- ・博物館・美術館の皆さまへ…………… 2

【第1部・入門】

ユニークベニューとしての施設活用を、多くの事例とともに紹介します。

第1章 ユニークベニューとは

- ・博物館・美術館を“特別な場所”として…………… 7
- ・先駆的な事例…………… 10
- ・私の考えるユニークベニュー…………… 12

第2章 ユニークベニュー・ケーススタディ

- ・都市の活性化、地域振興に資するユニークベニュー活用（三菱一号館美術館）…………… 16
- ・新たな来館者層を呼び込む、ユニークベニュー活用（国立新美術館）…………… 21
- ・施設・主催者共創による、価値向上を目指したユニークベニュー活用（日本科学未来館）…………… 25
- ・寺社という文化財を通じて、日本らしさを伝えるユニークベニュー活用（増上寺）【参考】…………… 26
- ・海外におけるユニークベニュー活用の取り組み（ロンドン自然史博物館）…………… 28

第3章 イベント開催までのステップ

- ・問合せからイベント開催までの流れ…………… 30
- ・利用者の問合せから仮予約…………… 31
- ・企画内容の確認から申込…………… 32
- ・イベント準備…………… 33
- ・イベント実施…………… 34
- ・事後確認…………… 35

【第2部・実践】

ユニークベニューとしての貸出条件の設定、情報提供等の実務を解説します。

第1章 貸出条件等の設定

- ・受入体制の構築…………… 38
- ・貸出のための条件設定…………… 40
- ・貸出関係書類サンプル…………… 43

第2章 情報提供事例

- ・情報提供の方法…………… 53
- ・情報提供事例（東京国立博物館、国立科学博物館）…………… 54

第3章 海外参考事例

- ・ユニークベニュー施設事例…………… 59
- ・ユニークベニューのワンストップ窓口事例…………… 60

第4章 Q&A

- ・Q&A…………… 62

ユニークベニューは「特別な場所 × イベント」で

「特別な体験」を創造していく取り組みです。



写真提供：東京国立博物館

▶▶▶ 詳しくは P10 へ

エントランス
×
レセプション
東京国立博物館

日本で最も歴史のある博物館「東京国立博物館」では、文化的価値の高い建物を利用し、レセプションやファッションショーをはじめ、斬新なイベントを数多く開催しています。多くの参加者に、施設の魅力を知ってもらおうきっかけにもなっています。

展示室
×
コンサート
国立科学博物館

国内最大級の総合科学博物館「国立科学博物館」では、展示室やホール、講堂などを積極的に貸し出しています。迫力のある化石標本を見ながら聴くコンサートは、参加者に非日常的な体験を提供し、普段とは異なる施設の魅力を引き出しています。



写真提供：国立科学博物館

▶▶▶ 詳しくは P11 へ

カ フ エ × トークサロン 三菱一号館美術館

赤レンガの瀟洒な洋風建築が印象的な三菱一号館美術館では、カフェスペース等を活用し、地域協議会主催のトークサロンとともに、ワインや軽食を提供するパーティ等を開催。まちの交流拠点として、地域振興に資する美術館を目指しています。



▶▶▶ 詳しくは P16 へ



写真提供：ロンドン自然史博物館

ホ ー ル × ディナーパーティ ロンドン自然史博物館

ユニークバニユーの利用が一般的なイギリスにおいて、高い人気を誇る国内最大の自然史博物館です。恐竜の全身骨格が印象的なセントラルホールをはじめ、3つのスペースを開放しており、年間約3億円の収入をあげています。

▶▶▶ 詳しくは P28 へ

第1部

入門

第1章

ユニークベニューとは

博物館・美術館を“特別な場所”として

博物館・美術館は、歴史、芸術・美術、民俗、産業、自然科学等に関する知の拠点であるとともに、建物や庭等の空間にも魅力がある貴重な観光資源です。その魅力は、国際会議や学術会議、企業のミーティング、展示会等(MICE※)におけるイベント・レセプション会場としての利用ニーズを喚起します。このように、本来業務とは異なるニーズに応じて特別に貸し出される場所を「ユニークベニュー」と呼び、MICEの開催地決定の鍵となっています。

パリのルーブル美術館、ロンドンの自然史博物館等では、国や自治体のMICE振興に歩調をあわせて、ユニークベニューとしての施設活用が積極的に行われています。博物館・美術館にとっては、自己収入を得るだけでなく、これまで接点がありませんでした組織や人々に施設を知ってもらうことを通じて、来館者や支援者の増加が期待できるといわれています。

MICEは、学会、国際機関、政府機関、民間企業が有する最先端の情報や経験を集結させて、さらに新しいことを生み出そうとする取り組みです。日本においても国や自治体がMICEの振興に取り組んでおり、開催地となることによって地域への経済効果も期待できます。しかし、開催地となるためには国内外での競争を勝ち抜かなければならず、日本や地域に固有の魅力を学術的に表現できるユニークベニューの活用が重要となっています。

※MICE: Meeting (企業・団体などのミーティング), Incentive (企業・団体などの報奨・研修旅行), Convention/Conference (国際機関・団体、学会・協会が主催する国際会議など), Exhibition/Event (展示会・見本市、文化・スポーツイベントなど)

ユニークベニュー (Unique Venue)

“特別な場所”でのイベント実施により“特別な体験”を創造する取り組み

どのような場所で

博物館・美術館、神社仏閣、歴史的建造物、公共スペースなど、日本・地域らしさを感じさせる「特別な場所」

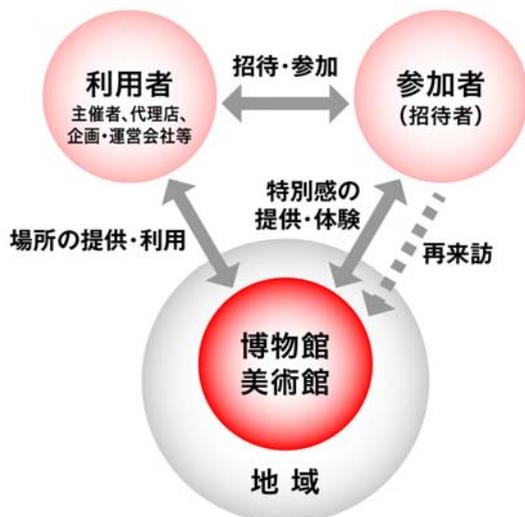
何を行い

国際会議や学術会議、企業のミーティング、展示会等のほか、開催前後のレセプション・パーティなど

どのような価値をもたらすのか

「特別な体験」がイベント参加者に日本や地域の文化等を強く印象づけるとともに、より深い理解へと導く

ユニークベニュー利活用によるメリット



【参加者（招待者）のメリット】

- ・特別な場所での特別な体験
- ・文化・歴史に触れることでの知的満足

【博物館・美術館のメリット】

- ・新たな切り口による宣伝・口コミ効果（施設の知名度向上）
- ・イベント参加者の再来訪などによる来館者の増加
- ・会場使用料収入による自己収入の獲得
- ・展示物への評価による企業・団体の賛助会員化

【地域のメリット】

- ・新たな切り口による宣伝・口コミ効果（地域の知名度向上）
- ・イベント参加者の再来訪による観光客の増加
- ・地域への経済波及効果

【利用者のメリット】

- ・新たな切り口による宣伝・口コミ効果（利用者の知名度向上）
- ・特別な場所・体験の提供によるイベントの魅力向上

利用者は、次のような用途で、

ユニークベニューとしての利用を求めています。

Meeting

企業・団体などの ミーティング

- 企業・団体の年次総会
- 企業・団体セミナー・シンポジウム など



【利用用途】

ミーティング・セミナー会場として

ミーティング・セミナー後の
レセプション会場として

【利用スペース(例)】

講堂、ホール、会議室

エントランス、ホール

コンベンションセンターで企業 ミーティングを開催

コンベンションセンターにおいて、年次総会、招待会等の華やかなイベントを開催するにあたっては、ステージをはじめ装飾や照明を工夫して、ユニークな会場づくりが行われるのが通例です。

※写真提供：(株)イベントサービス

Incentive (Travel)

企業・団体などの 報奨・研修旅行

- 業績優秀者に対する報奨旅行
- 研修や福利厚生を目的とした旅行 など



【利用用途】

報奨旅行の表彰式会場として

表彰式のイベント・
プログラムとして

表彰式後のレセプション会場として

【利用スペース(例)】

講堂、ホール、会議室

展示室(見学ツアー)

エントランス、ホール

国技館で報奨旅行のイベント を実施

国技館は、JR 両国駅より徒歩1分の立地で、10,000人以上の収容が可能です。国技「大相撲」の興行を支える付帯設備が活用でき、さまざまな催事に対応しています。

※写真提供：(株)イベントサービス

Convention / Conference

国際機関・団体、学会・協会が主催する国際会議など

- 政府関連サミット、フォーラム
- 学術会議、国際的な協会の年次総会 など



名古屋能楽堂で国際会議を開催

名古屋能楽堂は、名古屋城の前にあり、自治体の能楽堂では最大の観客席数を誇ります。多面的利用が可能な照明・音響設備を備え、国際会議や結婚式等の催事に利用されています。

※写真提供:公益財団法人 名古屋観光コンベンションビューロー

【利用用途】

国際会議の会場として

国際会議後の
レセプション会場として

【利用スペース(例)】

講堂、ホール、会議室

エントランス、ホール

Exhibition / Event

展示会・見本市、文化・スポーツイベントなど

- 新製品・ブランド発表会、展示会
- コンサート、ファッションショー など



日本科学未来館で展示会を開催

日本科学未来館は、世界初の大型地球ディスプレイ「Geo-Cosmos」が頭上に浮かぶシンボルゾーンや、300名収容のホール、約1,500㎡の無柱展示場など、国際会議、学術会議、発表会、パーティなど、さまざまな用途で利用できる施設を併設しています。

【利用用途】

展示会等のイベント会場として

イベント・プログラムとして

展示会等のイベント後の
レセプション会場として

【利用スペース(例)】

エントランス、ホール

展示室(見学ツアー)

エントランス、ホール

先駆的な事例

さまざまな「イベント」の開催

ユニークベニューのもつ高い付加価値・訴求力を活用し、さまざまなイベントに場を提供することで、広報活動の機会を得ることができます。

東京国立博物館では、独立行政法人化された平成13年から、自己収入の獲得と知名度向上の目的のもと、ユニークベニュー活用に積極的に取り組みはじめました。これまで、ファッションショーや製品発表会、コンサート、アフターコンベンションとしてのレセプション、ガラパーティ（祝祭などの特別なパーティ）など、実にさまざまなイベントを開催しています。



東京国立博物館（東京・上野）

東京国立博物館でのイベント事例

ファッションショー



海外ブランドファッションショー

製品発表会



海外カーブランド新車発表会

ガラパーティ



外資系企業ガラディナー

Column：イベントの実施が人材育成の機会につながるのもユニークベニューの特徴

BEFORE



AFTER



外資系企業新製品勉強会

法隆寺宝物館エントランスは、その先進的な雰囲気から、数多くのハイブランドによるイベントが開催されています。東京国立博物館では、企業と一緒に企画を進めることにより、先端的な表現手法を学ぶことができるため、職員の人材育成の機会としてもイベントを活用しています。

※写真提供：東京国立博物館

さまざまな「スペース」の貸出

貸出スペースは、講堂やホールだけとは限りません。エントランス、ホワイエ、中庭、展示室など、特徴的な空間を利活用することで多様な貸出形態が考えられます。

国立科学博物館では、日本館において重要文化財であるトロートン望遠鏡のある展示室、ホール、講堂、サンクンガーデン等の貸出を行っています。地球館では、実物の恐竜化石標本のあるスペースをはじめ 11 の展示室を貸し出しているほか、屋上やレストラン等の貸出も行っています（展示室内での飲食は禁止されています）。



国立科学博物館（東京・上野）

国立科学博物館の貸出スペース事例

展示室



地球館 展示室
イベントやコンサート等で利用が可能です。



屋上

地球館 屋上 ハーブガーデン
イベントやレセプション等で利用が可能です。

地球館



ホール



日本館 中央ホール
イベントやレセプション等で利用が可能です。



講堂



講堂

展示室



日本館 展示室
（重要文化財：トロートン望遠鏡）

サンクンガーデン



サンクンガーデン

※写真提供：国立科学博物館

私の考えるユニークベニュー

博物館だからこそできるユニークベニュー

「ユニークベニュー」という言葉は、博物館関係者にはあまり馴染みのない用語ですが、施設貸出やイベント開催によって収入を得るマネジメント手法は今や常識となっており、その概念自体はファンドレイジング（外部資金獲得）の一手法として多くの方が認識していると思います。とりわけ、ここ数年多くの国公立博物館が自己収入の確保を求められるようになっており、ユニークベニューの試みは、博物館の隠された魅力を伝え、来館者層も拡大する救世主となることが期待されます。

近年、博物館建築が文化財の指定を受けたり、逆に文化財建造物を活用して博物館に転用している例が増加傾向にあり、また、有名建築家の設計による美術館の建物そのものが地域のランドマークとなっていることもあります。休館日や閉館後にこれを各種イベントやドラマなどのロケの撮影に使用すれば、会場使用料収入を得ながら宣伝してもらえると一石二鳥の効果期待できます。「目的外使用」と批判する向きもありますが、施設そのものの目的を変えるのではなく、むしろ他の目的に使うことによって話題性や新たな来館者層を呼び込む可能性が期待できるのではないのでしょうか。もちろん、資料の保存に影響を及ぼすような活用であれば論外ですが、外観や庭園、エントランス、レストラン等の活用であればそのような心配はなく、「特別な場所」を提供することによって館のみならず地域の魅力向上につなげることもできます。

実は、こうした取り組みは、同じ文化財を有する神社仏閣において既に積極的に行われており、境内の夜桜観賞や茶会の開催などにとどまらず、国際会議やアートプロジェクト、コンサートの開催なども行われています。これらは必ずしも本来の機能である宗教行事ではなく、まさに文化資源の有効活用であり、博物館の活用は社会教育や文化政策に限定しなければならないと自らを縛る必要はないと思います。このことは、史跡や歴史建造物、文化ホール等の活用についても同じことがいえると思われ、より柔軟な発想で、博物館の新たな可能性を切り拓いていく必要があるのではないのでしょうか。



独立行政法人国立文化財機構
本部事務局長
兼 東京国立博物館総務部長
栗原 祐司氏

1966年東京生まれ。1989年文部省（現文部科学省）入省。ニューヨーク日本人学校国際交流ディレクター、文部科学省社会教育課企画官、文化庁美術学芸課長、京都国立博物館副館長等の勤務を経て、2013年4月より現職。博物館法改正や学芸員養成課程の見直し、美術品国家補償制度の創設等に関与。日本国内5,700館、アメリカ国内1,600館以上のミュージアムを訪問。

Column : お茶会もユニークベニューとしての施設活用のひとつ

茶室をもつ博物館・美術館では、茶道文化の理解と普及を目指し、お茶会が行われています。催事としてのお茶会は、施設の自己収入の獲得につながるのみならず、海外からの招待者に日本の伝統文化やおもてなしの心を伝える手段としても最適なものです。京都国立博物館では、昨年度から館長主催の茶会を開催し、館藏品の中から国宝・重要文化財の掛け軸をかけて、招待者を歓待しています。



※写真提供：東京国立博物館

できることから一歩ずつ、進めていきます

普段来館されない方に美術館を知っていただいたり、入館料を低廉に抑えつつ財源を確保したり、ユニークベニューの取り組みは、非常に有効だと感じています。

国立西洋美術館では、国の厳しい財政状況から自己収入の増加が求められる中で、来館者数の増加や寄附金の確保などに加え、収入確保の手段として、ユニークベニューの活用を視野に入れ、検討を進めています。当館の取り組みについて紹介させていただきますので、今後の参考にいただければ幸いです。

課題——「施設」・「人」

ユニークベニューの取り組みを進めていくためには、それぞれの館でクリアしなければならない課題があります。

国立美術館の中でも国立新美術館のように広い空間を有する施設がありますが、当館の「施設」は、展示や収蔵以外で活用できるスペースが限られ、貸出を想定した施設になっていないという課題があります。この中で、当面、貸出を検討している講堂とロビー（ホワイエ）は、企画展示館の一部を構成しており、利用するための動線が企画展示室の利用者と交差するという問題を抱えています。

これらは、ユニークベニューの一般的な貸出期間である休館日や閉館後の利用により解消することが可能となります。しかし、イベントの準備や撤収の時間も考慮すると日程調整に工夫が必要となってきます。

将来的には欧米で行われているような展示室でのイベント等も可能にしていきたいと考えていますが、作品の保護という美術館の使命を果たしつつ対応を検討することになります。

また、ハード面の課題を解決すると同時により有効に運営するためには、「人」の充実も必要です。ユニークベニューを含め施設の活用を担当する職員の配置も将来的な課題であると考えています。

このような状況から、当館は、平成26年度から段階的に貸出の範囲を広げるための検討を含めて、できることから取り組みをはじめています。

最後に、美術館側は、その活動をより開かれたものにしていくという気概を持ち、ご利用いただく側には、非常に繊細な美術品を扱う特殊な施設であるということをご理解いただくことが重要だと考えています。ユニークベニューに関わる人々の意識のもち方と共通した理解により、双方がうまく連携できることで、参加者に満足いただけるユニークベニューの企画が可能になると思います。



国立西洋美術館 庶務課長
生島 達久氏

1957年東京生まれ。1975年東京国立近代美術館採用。2005年から2010年まで独立行政法人国立美術館本部勤務の後、2011年から現職。現在、国内の美術館等370館が加盟する、全国美術館会議事務局の総務担当幹事も担っている。

第2章

ユニークベニユー・ ケーススタディ

都市の活性化、地域振興に資する
ユニークベニュー活用

大丸有まちづくり協議会
設立25周年イベント X 三菱一号館美術館

丸の内のエリア特性を生かしたイベントの開催により、都市の交流を促進し、地域振興へ貢献。



P16

新たな来館者層を呼び込む、
ユニークベニュー活用

絶命展「新美編」 X 国立新美術館

美術館でのファッションショー開催により、新しい来館者層を呼び込む。



P21

施設・主催者共創による、
価値向上を目指したユニークベニュー活用

デジタルコンテンツEXPO2013
レセプション X 日本科学未来館

施設と主催者が同じベクトルのもと共創し、施設の特徴を生かしたオリジナルプログラムを実施。



P25

寺社という文化財を通じて、
日本らしさを伝えるユニークベニュー活用

TABIHAKU NIGHT
2013 X 浄土宗大本山増上寺

多くの文化財をもつ寺社だからこそその「日本らしさ」を生かしたイベントの開催。



P26

海外におけるユニークベニュー活用の
取り組み

ロンドン自然史博物館

ユニークベニューとしての施設活用をビジネスモデルとして確立している先進的な取り組み。



P28

都市の活性化、地域振興に資するユニークベニュー活用



大丸有まちづくり協議会
設立 25 周年イベント
×
三菱一号館美術館

【東京・千代田区丸の内】

2010年春、東京・丸の内に開館。JR 東京駅徒歩 5 分。19 世紀後半から 20 世紀前半の近代美術を主題とする企画展を年 3 回開催。赤煉瓦の建物は、三菱が 1894 年に建設した「三菱一号館」（コンドル設計）を復元したものです。
(延床面積：約 6,000 ㎡)

● イベント実施のポイント

日本のビジネスの中心地において、都市の魅力の発信と、まちの交流拠点としての「地域振興」に資するモデルイベントを開催しました。また、カフェの利用をはじめ、貸出経験のなかった展示室や廊下部でのアトラクションなど、全館を活用した実験的なプログラムを実施しました。

● イベント概要

2013 年 11 月 18 日、東京駅周辺に広がる大手町・丸の内・有楽町（以下、大丸有）地区の地元地権者等で構成される大丸有まちづくり協議会は、赤レンガの洋館「三菱一号館美術館」の休館日を利用して、「大丸有まちづくり協議会設立 25 周年イベント」を実施しました。

・ イベント参加者（143 名）

大丸有地区の博物館・美術館関係者、企業、行政、コンベンション・旅行業界関係者、大学関係者等

● プログラム概要

プログラムの第 1 部では、都市の交流や都市の創造力、文化についてのトークサロンを実施。第 2 部では、美術館所蔵のコレクション展『三菱一号館美術館名品選 2013』の自由観覧、展示室において日本伝統芸能を披露し、さらにカフェでパーティを行いました。

【第 1 部】トークサロン（Café1894）	
16:30～18:10	主催者挨拶、基調講演、座談会
【第 2 部】美術展観・エンターテインメント	
18:10～20:00	美術展観（3 階/2 階展示室）
	伝統芸能披露（3 階展示室）
	ドリンク提供（1 階/2 階廊下部）
	ジャズライブ（1 階廊下部）
	パーティ（Café1894）



実施内容

カフェ、通路、展示室など全館を活用して、非日常的な空間を演出

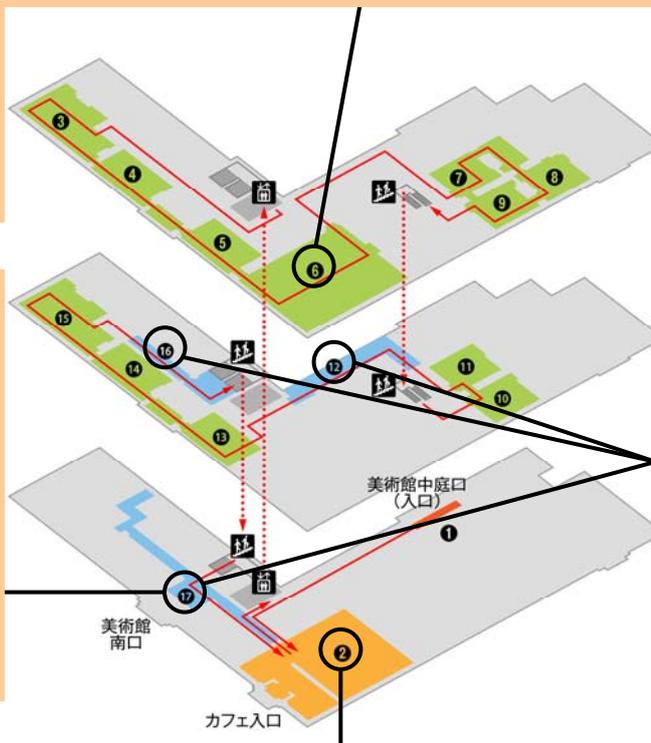
3階 展示室 (フロア図⑥)

グラフィック作品のコレクションが並ぶ展示空間で、開館以来初となる、日本の伝統芸能である鼓の演奏と日本舞踊、歌舞伎浄瑠璃を披露。東洋・西洋の融合をテーマにした大丸有地区の美術館ならではの催しに、参加者は特別な一夜を体験しました。



3階/2階 展示室

(フロア図③~⑪、⑬~⑮)
参加者は、3階から2階の展示を鑑賞し、パーティ会場へ向かいました。



- 展示室
- 廊下部
- カフェ

1階/2階 廊下部 (フロア図)
展示室の外の廊下部にて、ドリンクを提供。展示室内への持ち込みは不可としました。



1階 南側廊下部

(フロア図⑰)
ドリンクを提供し、同時にジャズライブが楽しめるスペースとしました。



Café1894 (フロア図②)

1894年の建築当時、銀行営業室として使われていたカフェにてトークサロンとパーティを開催。



写真左から
青山 侑氏 (明治大学公共政策大学院教授・元東京都副知事)
パトリシア・ペーダー・ジョンソン氏 (EGG JAPANビジネス開発コンサルタント)
久保 成人氏 (観光庁長官)
合場 直人氏 (大丸有まちづくり協議会理事長)

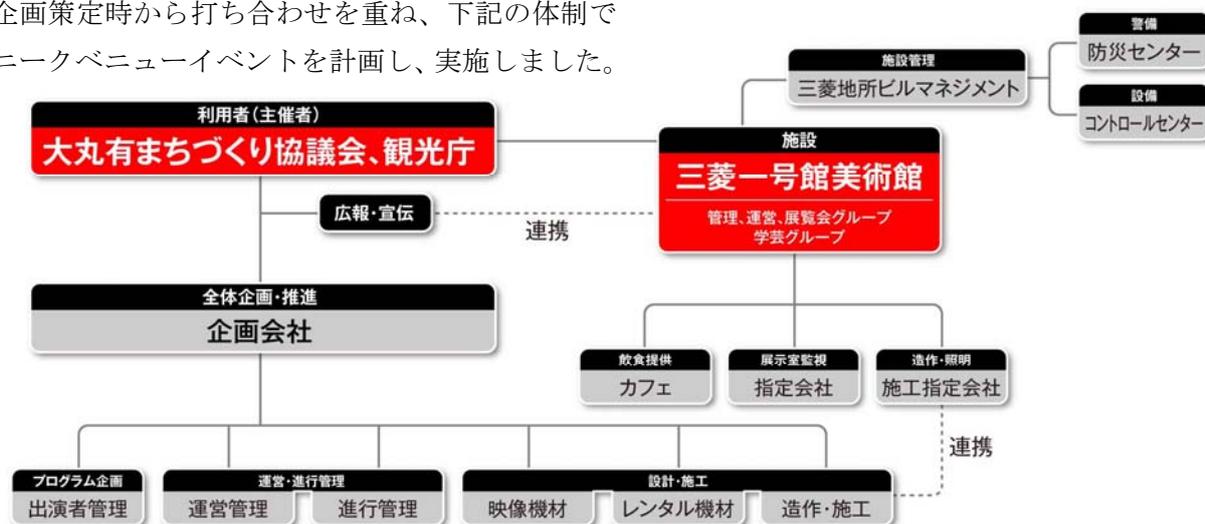


第1部のトークサロンでは、「大丸有地区に期待する都市交流・創造・文化力」をテーマに、明治大学 青山教授の基調講演を行いました。続く座談会では、「都心の魅力ー東京そして大丸有地区ー」をテーマに、世界の都市との比較も含めて、日本の都市の魅力について議論が交わされました。

第2部のパーティでは、ワインやジュース等のドリンクとともに、軽食を提供。参加者は交流のひとときを楽しみました。

イベント実施体制

企画策定時から打ち合わせを重ね、下記の体制でユニークベニューイベントを計画し、実施しました。

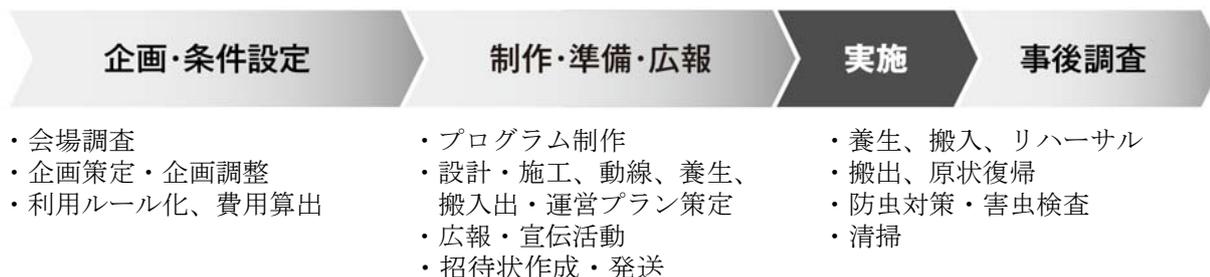


体制づくりについて

- ・全館を使った美術展覧とエンターテインメントを同時に楽しんでもらうイベントを目指し、企画・施工や動線、運営、警備など主催者側と施設側のスタッフ間で、入念な情報共有と役割分担が必要でした。
- ・展示室内のエンターテインメント企画では、展示物保護の観点から、施設の既存照明を使うこと（照明機材はもち込まない）をルール化し、施設側が通常業務で指定している会社との調整を行いました。施工についても、展示室内で使える素材（不燃、非植物性、非揮発性など）を熟知し、通常業務でも提携している会社が担当するなど、施設側の要請を満たす体制としました。

実施スケジュール

約3ヵ月前から会場調査・企画準備に始まり、イベント実施、事後調査まで含め、短期間での実施となりました。

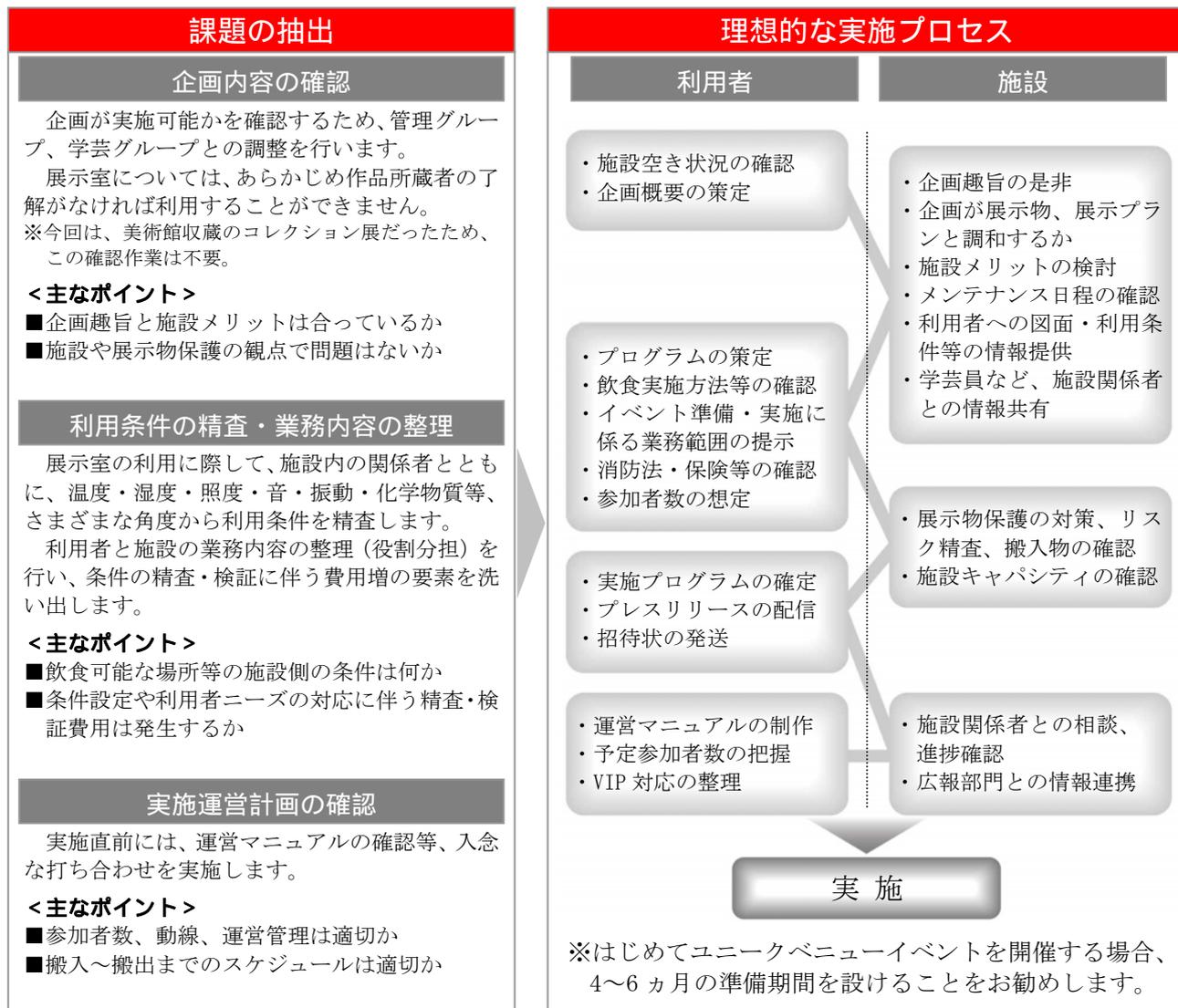


スケジュールおよびルール設定について

- ・施設としてはじめての試みが多く、関係者も多岐にわたるため、企画・プログラム実施の是非に時間を要しました。
- ・直前1ヵ月間は、利用者側と施設側の間で週1回の定例ミーティングを実施し、万全を期しました。
- ・利用者の企画を、施設の管理グループ、学芸グループなどが多面的に精査し、美術館本来の業務である作品の状態を守るために必要な基準（作品貸借時の契約条件など）や「美術品の影響に配慮したルール」（展示室内の温度・湿度・照度・音・振動・化学物質等）、施設利用の「イベント運用ルール」について、利用者に理解を促していくことがポイントです。
- ・搬入出の際の動線、セキュリティルールについても利用者に伝達する必要があります。

課題解決に向けた理想的な実施プロセス

実施までのプロセスにおける課題を抽出するとともに、今後のよりスムーズなイベント実施に向けて、利用者、施設双方にとって理想的なプロセスをまとめました。



課題と効果（イベント実施後の施設ヒアリングより）

【イベント実施における課題】

- ・ 今回、利用条件等の精査・検証に多くの時間が費やされた。どのような利用者やイベント内容であれば貸出が可能なのか、あらかじめ施設側で明確な基準を設ける必要があると考えている。
- ・ 施設や展示物保護の面で、美術館の本来業務に精通しているイベント企画・運営会社を指定することが必要である。

【イベント実施後の効果】

- ・ まちづくり、観光コンベンション業界、行政、有識者が多数来場し、美術館の存在とユニークベニューとしての積極的な取り組みを伝えることができた。また大丸有エリアの他の博物館・美術館の関心も喚起され、同エリアでのさらなる展開が期待される。
- ・ 新聞やビジネス・観光系媒体にも取り上げられ、高いPR効果が得られた。美術館のユニークベニューイベントとしての満足度や評価も高く、美術展示の質の高さ、建築空間のユニークさも広く伝えることができた。

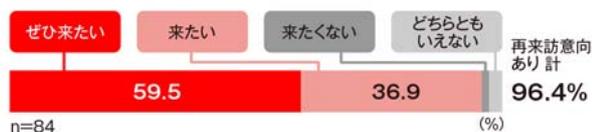
参加者アンケート結果

イベント参加者にアンケートを実施したところ、84名が回答。会場への再来訪意向の質問に対して、96.4%がこの会場への再来訪を希望しました。また、『会場』について友人・知人と話題にするか」という質問に対しては全員（100%）が「話題にする」と回答しました。

ほぼ全員がこの会場を
また訪問したいと回答

全員がこの会場を
話題にすると回答

・『会場』再来訪意向



・『会場』について友人・知人と話題にするか



三菱一号館美術館のコメント

ミッションの共有が成功環境を創る

当館は、明治時代に建てられた西洋建築物を復元した建物を美術館として使用しており、その存在自体がユニークです。そして今回はレセプションだけでなく、ロートレックの作品を背景にして、あえて日本の古典芸能を披露するなど、冒険的な試みも行いました。建物と展示空間とイベントの斬新なコラボレーションがよかったと思います。

今回のイベントを行った結果、普段はあまり当館へお越しにならない方々に当館の魅力を伝えられたと思います。また、施設の有効活用という新たな可能性も見えてきました。

大手町、丸の内、有楽町という地域は、日本のビジネスの中心地ですが、このまちの先人たちには「文化を発信するまちにしよう」という気概があったのです。今回の試みは、まさにまちづくりを志向した原点回帰のイベントといえるでしょう。

施設側スタッフから慎重な意見もありましたが、館のトップがリーダーシップをとることで、「課題を飛躍の材料にする」という前向きなコミュニケーションが生まれました。ミッションが共有されれば、成功環境は創出されます。



三菱地所株式会社
美術館室長
伊藤一孝氏

新たな来館者層を呼び込む、ユニークベニュー活用



絶命展 - 新美編 -
×
国立新美術館

【東京・港区六本木】

2007年開館。東京メトロ乃木坂駅直結。日本最大級の展示スペースをもつ美術館で、世界的な建築家・黒川紀章氏が設計した最後の建物。周辺の緑と調和した、美しい外観のガラス曲面やエントランスの巨大な吹き抜け空間が特徴です。
(延床面積：約 48,000m²)

イベント実施のポイント

国立新美術館の特徴的な空間であるエントランスを活用して、大規模なファッションショーを開催しました。美術館とファッションショーという組み合わせが作りだす、アートの発信拠点としての可能性を探りました。

イベント概要

2013年12月3日、デザイナーの山縣良和氏、坂部三樹郎氏プロデュースによる、渋谷パルコミュージアムで開催された展覧会『絶命展～ファッションの秘境』の特別企画として、トークセッションとファッションショー『絶命展 - 新美編 -』を、国立新美術館の休館日に実施しました。文化施設と若手デザイナーたちのクリエイティビティの融合が、参加者を魅了しました。

・イベント参加者（約 800 名 ^{P23}参照）

ファッション業界関係者、ファッション学校関係者、旅行業界関係者等

プログラム概要

【第1部】トークセッション	
18:30～19:30	共催者挨拶、トークセッション
【第2部】ファッションショー『絶命展 - 新美編 -』	
19:40～20:00	出展ブランド writtenafterwards/ MIKIO SAKABE/ TAKASHI NISHIYAMA/tiit/ nusumigui/Jenny Fax/ ここのがっこう等 計 30 ブランド



実施報告

特徴的なエントランスを活用し、ファッションという“美術”のいまを発信



ファッションショー

非日常的な空間と冒険的なデザインが相乗効果をもたらし、満場の参加者を魅了。エスカレーターやエレベーターを演出に使うなど、吹き抜け空間を生かした演出を試みました。

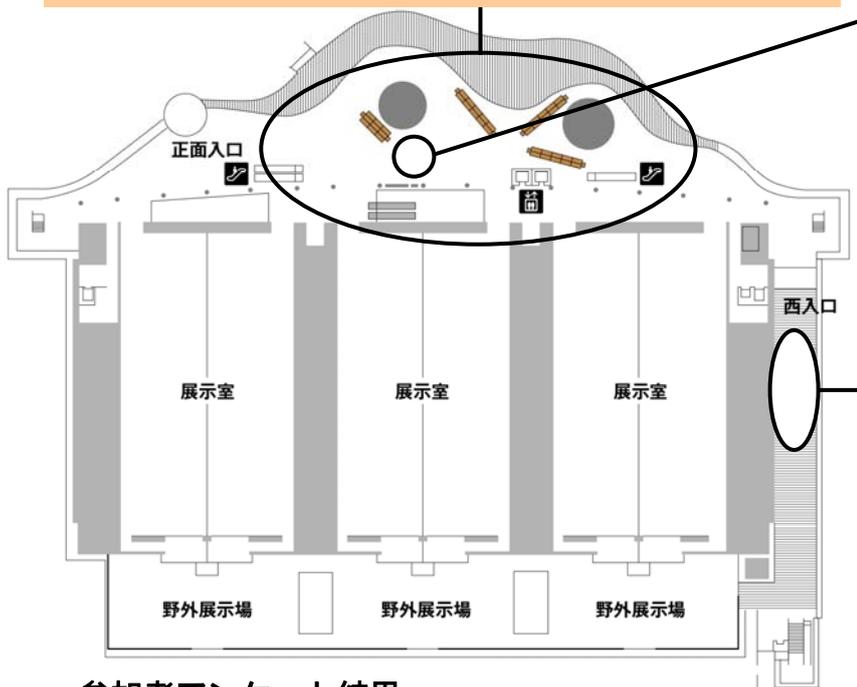
トークショー

クールジャパン推進機構代表取締役社長の太田伸之氏をゲストに迎え、デザイナー山縣良和氏と坂部三樹郎氏の3人によるトークセッションを実施しました。テーマは「これからのファッションと日本の若手デザイナー」。



ヘアメイクルーム

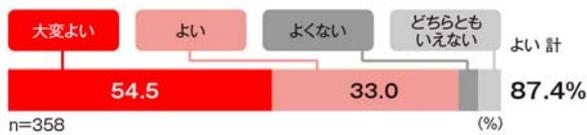
ファッションショーにおける重要な要素であるヘアメイクは、臭いや汚れの観点から、施設の外でテントを設置して実施しました。



参加者アンケート結果

イベント参加者にアンケートを実施したところ、358名が回答。会場に対して87.4%から「よい」という評価を得ました。会場評価理由の一例は以下の通りです。

・会場評価

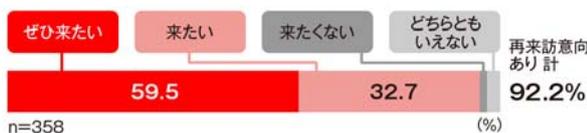


会場評価理由（一例）

国立新美術館の新たな表情を発見。新たな試みがよい本来とは異なる目的で利用されると空間の面白さが際立つ今回のショーのコンセプト・表現したいことに、建物の造りがうまく活用できていた

会場への再来訪意向の質問では92.2%が「来たい」と回答。「『会場』について友人・知人と話題にするか」という質問に対しても93.3%が「話題にする」と回答しました。

・『会場』再来訪意向

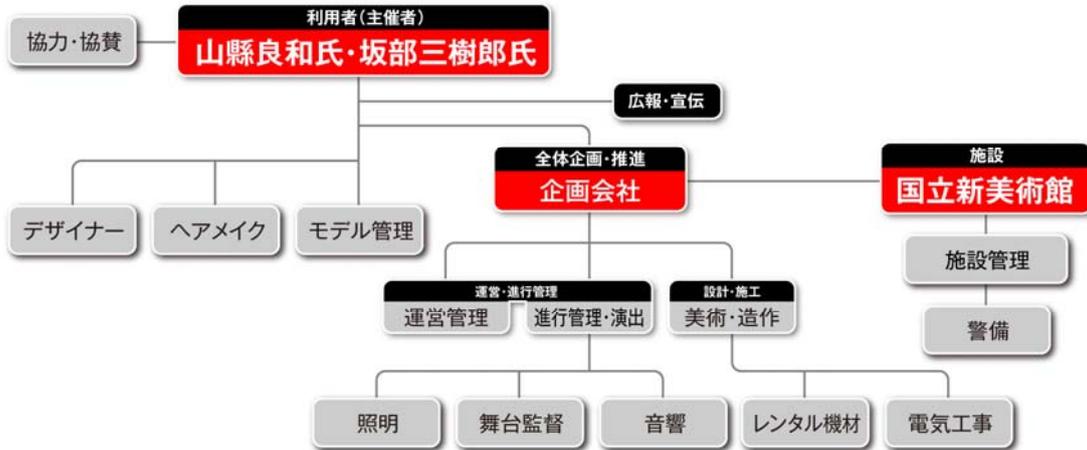


・『会場』について友人・知人と話題にするか



イベント実施体制

企画会社が全体窓口となり、下記の体制でユニークベニューイベントを実施しました。



課題と効果（イベント実施後の施設ヒアリングより）

【イベント実施における課題】

- ・利用者側は、主催者・企画会社を核に、スタッフ数が約 200 名（モデル約 80 名を含む）という規模であったため、情報共有・連携等が課題となった。
- ・招待制であったものの、利用者が招待・告知方法にソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を活用したため、想定以上の参加者数約 800 名（※当初予定 500 名）となり、入場規制を実施することとなった。また館内では、避難動線の確保が困難な時間帯が生じた。利用者への SNS の活用ルールの徹底とともに、収容人数の設定に基づき、動線確保に留意した会場設計が必要である。
- ・文化施設の利用にあたっては、通常業務の展覧会や、その作品の借受けなどに影響を及ぼすこともある。施設の特性、制限を十分に理解したうえで、施設の利用規定を遵守し、利用者側の関係者に周知・徹底することが重要なポイントである。

【イベント実施後の効果】

- ・ファッション系の媒体を中心に情報が掲載され、情報伝播力の高いファッション業界の PR を通じて、従来とは異なった層に対する広報効果が得られたと感じている。
- ・アートの発信拠点として、公道も含めた六本木エリア全体のユニークベニュー化など、さらなるエリア活性化の可能性が感じられた。

Column：ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）



SNS は、情報伝播・拡散力の高いメディアであるため、その活用には、メリット・デメリットがあります。とくに SNS を安易に活用した招待・告知は、参加者の人数把握が難しくなるため、招待制のイベントには適さないという認識をもつ必要があります。

一方で、参加者によるイベント体験のメディアへの投稿は、施設 PR につながることもあります。ただし、著作権、展示物保護の面で、撮影できる範囲は事前に伝えましょう。

Column : 学校内施設と連動した、ユニークベニュー活用



文化学園服飾博物館

【東京・渋谷区代々木】

学校法人文化学園附属機関としての文化学園服飾博物館は、豊富なコレクションをベースに、年4回程度の企画展を行っています。

(展示面積：約800㎡)

企画展・コンテストと連動した「展示解説ツアーと講演会」の実施

2013年11月27日、博物館所蔵のコレクション展『明治・大正・昭和戦前期の宮廷服 洋装と装束』と連動し、「展示解説ツアーと講演会」を特別開催しました。さらに、文化学園主催による世界最大級のファッションデザインコンテスト『2013 Tokyo 新人デザイナーファッション大賞』の開催日にあわせることで、日本の服飾文化と最新ファッションを同時に知ることができる機会をつくりました。

第1部は、学芸員がツアー形式で洋装・和装のコレクションを解説。第2部では、歴史的にも貴重な宮廷服コレクションについて、文化学園 大沼理事長・館長が講演を行いました。

今回初めて、博物館のコレクションを切り口に、学園内の複数施設を活用した連動イベントを開催しました。日本のファッション教育における中心的な存在を担う文化学園が、服飾文化の発信拠点であることを国内外に広く伝えられたとともに、新たな来館者層を呼び込む効果もありました。

【第1部】展示解説ツアー『明治・大正・昭和戦前期の宮廷服 洋装と装束』

12:00～13:30	「文化学園服飾博物館」での学芸員による展示解説ツアー
-------------	----------------------------

【第2部】講演会『宮廷服の洋装化考』

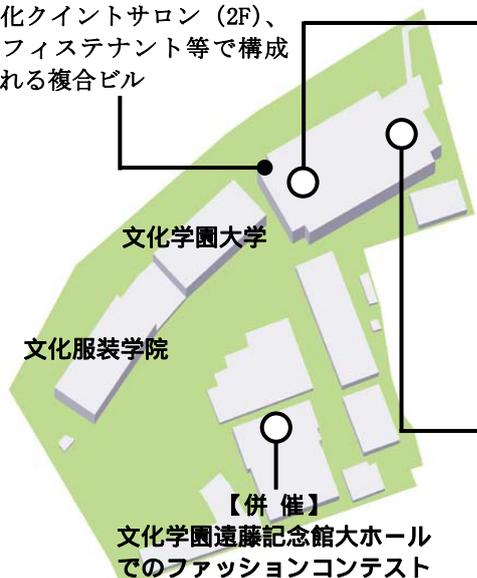
13:40～14:30	「文化クイントサロン」での館長講演
-------------	-------------------

【併催】『Tokyo 新人デザイナーファッション大賞』

15:00～16:30	「文化学園遠藤記念館大ホール」でのコンテスト最終審査会
-------------	-----------------------------

新宿文化クイントビル

文化学園服飾博物館 (1・2F)、
文化クイントサロン (2F)、
オフィステナント等で構成
される複合ビル



【第1部】
文化学園服飾
博物館での展
示解説ツアー



【第2部】
文化クイントサロン
での講演会

【併催】
文化学園遠藤記念館大ホール
でのファッションコンテスト

施設・主催者共創による、価値向上を目指したユニークベニュー活用



デジタルコンテンツEXPO2013
レセプション
×
日本科学未来館

【東京・江東区青海】

2001年開館。独立行政法人科学技術振興機構が運営する、先端の科学技術が体験できる国立のサイエンスミュージアム。世界初の大型地球ディスプレイ「Geo-Cosmos」が頭上に浮かぶシンボルゾーンが特徴の施設です。
(延床面積：約41,000m²)

イベント・プログラム概要

2013年10月24～26日、デジタルコンテンツ技術をテーマとした国際イベント『デジタルコンテンツEXPO2013』が、経済産業省、一般財団法人デジタルコンテンツ協会の主催、日本科学未来館の共催のもと開催され、そのレセプションとして、関係者を招待した立食パーティが実施されました。

レセプションでは、アトラクションの一環として、大型地球ディスプレイ「Geo-Cosmos」の科学情報可視化コンテンツの上映や、研究者、アーティスト制作により、新規コンテンツの披露が行われました。

・イベント参加者

CGやバーチャルリアリティ、ゲーム、アニメ、医療・バイオなどのコンテンツ分野の研究者や企業・団体等



課題と効果(イベント実施後の施設ヒアリングより)

【実施にあたって】

- ・本イベントへの共催としての関わりから、また、さらなる施設貸出の試みのひとつとして、シンボル展示である「Geo-Cosmos」で、研究者やアーティストによるコンテンツを初披露した。

【イベント実施における課題】

- ・デジタルコンテンツEXPOは当館共催での開催であったため「Geo-Cosmos」を活用した展開ができたが、他のイベント時における「Geo-Cosmos」の利用に関しては、イメージ、ブランド管理の観点からも、ある一定の基準を定める必要があると感じた。
- ・施設にとってより効果的なイベントにするためにも、担当職員のイベントプロデュース能力の強化が必要であると考えた。

【イベント実施後の効果】

- ・イベント趣旨と施設の親和性の高さから、広くデジタルコンテンツ業界の方に興味をもっていただき、施設のPRにつながった。
- ・「Geo-Cosmos」で他者提案によるコンテンツを初めて上映したことにより、展示物の可能性が広がり、価値向上にもつながった。

寺社という文化財を通じて、日本らしさを伝えるユニークベニュー活用



TABIHAKU NIGHT 2013

×

浄土宗大本山増上寺

【東京・港区芝公園】

浄土宗大本山増上寺は、開山から620年の歴史を有し、徳川家の菩提寺でもある日本を代表する古寺の一つ。境内には国指定文化財である三解脱門（三門）や徳川将軍家の墓所など、数々の貴重な建造物が配されています。

イベント概要

一般社団法人日本旅行業協会（以下、JATA）は2013年9月12～15日、旅行市場の活性化を目的としたイベント『JATA旅博2013』を東京ビッグサイトで開催しました。このアジア最大級の「旅の祭典」には、150以上の国や地域が参加し、開会式には54カ国の大使が出席しました。

この前夜祭として9月12日、東京・増上寺境内にて、『TABIHAKU NIGHT 2013』を観光庁・JATA共催により開催し、日本の観光資源の魅力を紹介しました。

・イベント参加者（約1,000名：半数が外国人）

各国大使や外交官、旅行会社、メディア等

プログラム概要

イベントのハイライトは、有形文化財である阿弥陀如来像の前で、盛会と世界平和を願った「御祈願」でした。旅行は世界の人々の交流・相互理解に寄与し、世界平和につながるというコンセプトに基づき、参加者に御祈願法要を体験していただきました。また、境内では“江戸の横丁”をイメージした和の空間を演出。琴や三味線、阿波踊り等の伝統芸能を披露するほか、和食、日本酒、日本茶なども提供し、日本文化の魅力を紹介しました。

ユニークベニューは、単なるイベントスペースの貸出ではありません。施設本来の文化的価値を体験してもらうことがユニークベニューの本質です。今回はその好事例となりました。



阿弥陀如来像の前での御祈願



東京・高円寺の阿波踊りを披露

参加者アンケート結果

イベント参加者にアンケートを実施したところ、日本人 54 名、外国人 105 名の 159 名が回答。会場への再来訪意向の質問では、日本人は 100%、外国人は 97.1%がこの会場への再来訪を希望。また『会場』について友人・知人と話題にするか」という質問に対しても、日本人は 96.3%、外国人は 100%が「話題にする」と回答しました。なお、イベント・会場ともに「日本らしさを感じられる」と、ほぼ全員から高い評価が得られました。

ほぼ全員がこの会場を
また訪問したいと回答

ほぼ全員がこの会場を
話題にすると回答

・『会場』再来訪意向



・『会場』について友人・知人と話題にするか



課題と効果（イベント実施後の施設ヒアリングより）

【実施にあたって】

- ・旅博の成功祈願、旅行業界としての世界平和祈願を絡めたプログラムとすることで、宗教施設である増上寺で行う意義のあるイベントとなった。観光・地域振興といった公益性の高さも、寺内の理解が得られやすかった。
- ・今回の企画・運営会社は、増上寺でのイベント経験があった。基本的なルール等を把握していたため、より緻密な調整を行うことができ、厳しいスケジュールの中でもスムーズな進行につながった。

【イベント実施における課題】

- ・イベントの準備や撤去時間も含め、通常の“お勤め”への支障が出た場面もあり、積極的に開放していくためにはまだ人的・時間的な課題が残る。参詣動線の変更を檀家の皆さまにご理解いただいたり、騒音についてホテルなどの近隣施設から理解を得たりすることが必要である。
- ・屋外での開催のため、雨天時の場合は講堂を利用する、仮設テントを建てるなどの対応を想定して臨んだ。

【イベント実施後の効果】

- ・観光業界の外国人が多く参加したことから、効果的に PR が行えたと感じている。また、多くの報道がされることで、知名度向上というメリットにつながった。

海外におけるユニークベニュー活用の取り組み



ロンドン 自然史博物館

大英博物館の一部門として1753年に設立。恐竜の全身骨格を展示するセントラルホールが特徴。3つのエントランスで、3つのイベントを同時に開催することが可能です。

- 貸出時間：閉館後（18時から24時まで）
- 貸出料金（一例）：セントラルホール 230万円
- 年間貸出件数：約160件
- 貸出による年間総収入：約3億円

ロンドン自然史博物館におけるユニークベニュー

ロンドン自然史博物館は、イギリス最大の自然史博物館です。自己収入獲得の必要性からユニークベニューとしての貸出を始めました。閉館後の設営時間の関係から、ディナーパーティなどの比較的小規模なイベントが多くなっています（内訳：国内イベント約75%、国際イベント約5%、個人利用約20%）。

現在は年間約160件のユニークベニューとしての貸出があり、年間約3億円の収入をあげています。これらの収入は、調査研究費に充当されるなど、ユニークベニューとしてのビジネスモデルが確立されています。

ユニークベニュー運用体制の特徴は、イベントサプライヤーを指定している点です。施設に精通しているサプライヤーを利用することが、スムーズなイベント開催の鍵となるとともに、展示物保護の面でも安心できるため、3年に1度選定を行い、優秀なサプライヤーを確保しています。

また、企画展等も兼任するイベントマネージャーを3名配置し、利用者との企画打ち合わせやイベント管理を行うなど、専門性をもって対応しています。

BEFORE



セントラルホール（通常時）

AFTER



セントラルホール（ディナーイベント時）

第 3 章

イベント開催までの ステップ

第3章 イベント開催までのステップ

問合せからイベント開催までの流れ

準備 貸出スペースの検討

講堂やホールのほか、エントランスやホワイエ、中庭、展示室など、施設の中でどの場所が貸出可能か調べてみてください。施設の中で特徴的な空間は、ユニークベニューとして最適な場所といえます。

STEP 1 利用者の問合せから仮予約



利用者の例

- ・広告代理店 / 旅行代理店
- ・イベント企画会社、PCO（国際会議等の企画・運営会社）
- ・DMC（地域資源を活用したイベント等の企画・運営会社）
- ・コンベンション・ビューロー
- ・一般企業・団体

空間やコレクション等、施設に魅力を感じた利用者が問合せをします

STEP 2 企画内容の確認から申込



企画内容確認のポイント

- ・企画書をリスクと機会の視点から精査
- ・「できること」と「できないこと」等の条件を事前に利用者に伝達

「目的は?」「内容は?」「貸出スペースは?」... 企画内容を精査しましょう

STEP 3 イベント準備



準備のポイント

- ・学芸員等の専門職種による事前確認
- ・運営マニュアルの確認（安全面を最優先して動線や収容人数を確認）

貸出条件と照らし合わせ、具体的に打ち合わせを進めましょう

STEP 4 イベント実施



実施のポイント

- ・スムーズな催事・イベント実施のための代理店や運営会社等との連携・フォロー
- ・建物や展示物の安全管理
- ・施設としての参加者へのホスピタリティ

現場で目を配りながら、本番中に発生する課題を逐次解決しましょう

STEP 5 事後確認



事後のポイント

- ・利用者から提出される実施報告書の確認
- ・広報素材としての写真・映像記録

実施報告書を確認し、写真等の広報素材を積極的に活用しましょう

利用者の問合せから仮予約

STEP 1 “ 月 日頃に貴館は利用できますか？ ”



電話やメール等での打診が来た段階では、利用者も詳細が決まっておらず、企画内容が実現できるかどうか、可能性を知りたがっていたり、ホールなどの一般的なイベント会場や類似施設との比較検討を行っていたりする場合があります。回答できる範囲で貸出条件等を伝え、必要に応じて貸出の案内や申込書を送り、利用者の下見を受け入れます。

問合せ時における確認

- ・主催者は誰で、問合せをしている人は誰か？
- ・施設の利用目的は何か（会議、展示会、レセプション等）？
- ・何人程度の催事・イベントなのか（どれくらいの広さが必要か）？
- ・どのようなスペースを希望しているのか？
- ・特別な利用方法はあるか（飲食を提供したい、ステージイベントを行いたい等）？
- ・希望する期間、利用時間はいつか（準備と撤去も含めて）？

仮予約の期限を設定します

仮予約の受付

貸出条件等に同意のうえで利用者が希望した場合、施設利用の「仮予約」を書面にて受け付けます。イベント企画・運営会社は、コンペティションでの提案の際に、会場を仮押さえすることがありますが、その後予約解除の連絡がないケースもありますので、利用者に対して書面での意識づけが必要です。

仮予約から正式な利用申込への移行は、一定期限を設けて利用者の回答を得るようにします。期限を設けない場合、仮予約のまま曖昧な状況が続き、他の利用希望者への貸出の機会損失にもつながります。

・仮予約から正式利用申込への期限設定例

設定	例
仮予約から〇ヵ月以内に申込の回答をもらう	仮予約後、1ヵ月以内に申込がない場合は、キャンセルとみなす
利用希望日から〇ヵ月前までに申込回答をもらう	利用希望日の3ヵ月前までに申込がない場合は、キャンセルとみなす
利用希望日のある月の〇ヵ月前を申込期限とする	10月1～31日の利用を希望する場合は、2ヵ月前の8月31日を申込期限とする

KEY POINT : イベントの希望日について



イベントの希望日に施設内や、施設周辺で別の催事やイベント、神事（お祭り）、選挙や入試などがあり、騒音や交通規制、混雑が想定される場合は事前に伝えておくことで、トラブルの発生を防ぐことができます。

企画内容の確認から申込

STEP 2 “このような企画で会場を使いたいのですが”



利用者から提出される企画内容の確認は、催事やイベント実施のプロセスにおける重要なポイントのひとつです。企画に伴って発生するリスクについて、時間に余裕をもって精査することが必要です。また、このリスクを最小化するためにも、利用者に対して事前に「できること」と「できないこと」を明文化して伝えることが重要です。

企画内容の確認

・イベント企画 6W2Hの確認

Why「なぜ」？	イベントの目的や意義の確認
What「何を」？	希望する実施内容を確認
Who「誰が」？	施設側、利用者側全員の役割確認
Whom「誰に」？	イベントへの参加者、参加予定人数の確認
When「いつ」？	搬入～施工～撤去までのタイムテーブルの確認
Where「どこで」？	実施場所、搬入と撤去時の占有スペースの確認。参加者の動線の確認
How「どのように」？	準備や実施、撤去の段取りや運営方法の確認
How much「いくらで」？	貸出料金のほか、備品利用や光熱費など、利用有無の確認

KEY POINT : 「協力できること」と「協力できないこと」を伝える



博物館・美術館は、魅力的な空間であるがゆえに、利用者の催事・イベント空間としての期待が非常に大きいケースがあります。しかし、展示物保護（温度・湿度・照度・音・振動・化学物質等）や建物の構造上、実現できないイベントがあります。スムーズなやり取りを進めるために、利用者に対し「協力できること」と「協力できないこと」を契約前に伝えます。

正式利用の申込受理

必要事項を記載した利用申込書での受理となります。関係書類例は下記のとおりです。

- ・利用申込書
- ・主催者や代理店の内容が分かる会社案内等
- ・実施目的と内容の把握ができる企画書

審査・利用許可の通知

利用者および利用内容の審査を行い、審査結果を書面で利用者に回答します。

イベント準備

STEP 3 “具体的に打ち合わせを進めましょう”

主催者または代理店、企画・運営会社等と、具体的な実施内容を確認します。



専門職による確認

計画を進めるにあたり、展示物の管理や設置調整などを行う学芸員や、電気や水道などの建築設備などの専門の部門による確認・承認が重要です。とくに、展示物の被害を絶対に出さないために、リスクコントロールに万全を期します。実施後の清掃や原状復帰についても、事前に利用者との取り決めをします。

運営マニュアル、配置（レイアウト）図・設計図の確認と承認

利用者は一般的に「運営マニュアル（受付や会場運営、演出などソフト面での対応をまとめたもの）」と「配置（レイアウト）図・設計図」を作成します。

運営マニュアルで確認すること	配置（レイアウト）図・設計図で確認すること
準備から実施に至るまでの内容 ・受付方法や運営・演出内容、参加者の動線 ・緊急時対策 ・屋外イベントの降雨時の対応	施設内における各イベント等の実施位置 ・製作物のサイズや仕様と設置位置 ・電気の配線、容量、電源の位置、参加者の動線 ・看板やテントなど屋外への設置物

KEY POINT：収容可能人数の設定



通常の開館とは異なり、一度に多くの参加者が来館し滞留するため、スペースの広さや動線のほか、避難経路やトイレの配置等も勘案しながら、安全面を最優先した収容人数の設定が必要です。

公的機関への申請確認

施設周辺の公共道路を利用する場合は、所轄の警察署へ道路使用許可の申請が義務づけられています。また、飲食を提供する場合には、飲食提供会社の営業許可証の確認や保健所への申請が必要となる場合があります。必要に応じて、利用者が適切に申請を行っているかを確認します。

イベント実施

STEP 4 “さあ、本番です”



事前準備、搬入と設営、リハーサルを経て、いよいよ本番です。

催事やイベントへの参加者は、通常の来館とは目的が異なりますから、不測の事態が起きないように現場で目を配りながら、代理店や企画・運営会社等と協力しつつイベントを進めてください。

受付

開館中や閉館間際に受付を行う際は、一般来館者とユニークベニューの参加者を明確に区別します。

KEY POINT : 受付からイベントの開催までは、PR に最適な時間帯



受付時間は、施設のPRを実施するよい機会です。新しい来館者との接点として、館内・展示見学のほか、時間に余裕がある場合には学芸員による展示解説ツアーを実施したり、パネルや映像などで施設を紹介したりするなど、ユニークベニューとしての魅力を参加者に伝えてください。

施設への理解を深めてもらい、参加者の再来訪や新たな賛助会員の獲得などの機会につなげていくことが可能です。

イベントの実施

催事やイベントは、主催者がホストとなり、参加者や招待者をゲストとして迎えます。施設側担当者は、建物や展示物の安全管理に努めながら、利用者が問題なく催事・イベントを遂行できるようフォローします。終了時には、参加者に対し無料招待券や入館割引券などの記念品、次回企画展の案内などを配付してもらえれば、再来館を促すことにつながります。ただし、施設側のPRについては、利用者の承諾や協力を得て実施してください。

KEY POINT : 施設担当者のイベント管理業務



- ・スムーズな催事・イベント実施のための代理店や企画・運営会社等との連携・フォロー
- ・建物や展示物の安全管理
- ・施設としての参加者へのホスピタリティ

撤去・安全確保

催事・イベント終了後、撤去が行われます。施工・設置に比べて撤去は解体が伴い、工事時間が短いなどの理由で粗雑になりやすいため、利用者に安全管理を強く要望します。撤去に関しては清掃（廃棄物処理）と原状復帰が原則です。利用者と施設の双方の担当者立会いのもとで原状確認を行います。もし、建物や展示物に傷や汚れがあれば、カメラ等で記録し、契約に基づいて対処します。また、終了時に忘れ物があった場合には主催者と協議のうえ、通常の忘れ物と同じ方法にて対応します。

事後確認

STEP 5 “お疲れさまでした”



撤去・清掃・原状確認が完了すれば、催事やイベントは終了です。後日、レンタル費、光熱費、水道費、原状復帰に要した費用などの精算や請求、指定会社への支払いなどの経理業務、実施報告書（参加人数や記録写真を記載）など、施設として必要とするデータの提出を求めるなど事務的な手続きを行います。

報告として提出される記録写真等を施設の広報素材として利用する場合には、主催者や被写体からの許諾が必要になります。

KEY POINT : 写真や映像等でイベントを記録するメリット



- ・実際の利用シーンを広報素材として活用することで、利用者がイメージしやすく、利用促進につながる
- ・イベント管理ノウハウの蓄積と、施設関係者での共有

イベント実施後の検証と改善

施設の規模や条件により、ユニークベニューとして実施できる催事やイベントの内容は異なります。できるだけ利用者や参加者に対して良かった点と悪かった点のヒアリングを行い、利用者にとって使いやすい環境をつくるのが、ユニークベニューの利用促進に結びつき、施設の魅力向上につながるようになります。

KEY POINT : スムーズなイベント実施に向け、事前に貸出の目的を共有



「なぜユニークベニューとして施設を貸し出すのか」という目的を明確化し、あらかじめ施設関係者と共有しておくことは、イベントをスムーズに遂行するための重要なポイントです。

地域や運営母体など、施設に関わるステークホルダーに対しては、ユニークベニューとしての貸出そのものが施設の目的外利用にあたるため、丁寧な説明を行い、理解を得ていく必要があります。

また、施設関係者の「やったことがないから不安」「通常業務以外の仕事が増える」「展示物へのリスクが増える」といった不安や反対意見に対し、貸出の目的を明確に伝え、積極的な協力を促してください。

・主な貸出の目的

話題性向上、宣伝効果

新たな来館者層へのアプローチ

施設の新たな魅力の発信



- ・自己収入の獲得
- ・賛助会員の獲得
- ・施設の知名度向上
- ・一般来館者の増加
- ・外国人来館者の増加
- ・地域への貢献

Column : 海外におけるユニークベニュー活用の目的



ロンドン、パリ、シドニーの各都市では、1990年代～2000年代に財政状況が悪化。政府から博物館や美術館への運営補助金が減少し、施設はその減少分を補うために自己収入を得る必要が生まれました。そのため、独自商品の販売やスポンサーの新規開拓などの経営努力を行い、ユニークベニュー開発もその一環として開始され、今では施設の貴重な自己収入の獲得手段となっています。

ロンドン自然史博物館では、イベントによる収入は研究や展示物の維持に活用されているほか、シドニーの Art Gallery of NSW でも新規展示物の購入をイベント収入でまかなえているため、貸出に関しての学芸員の理解も得やすくなっています。

第2部

実践

第1章

貸出条件等の設定

受入体制の構築

ユニークベニューでのイベントにおけるさまざまな関係者

ユニークベニューでの催事やイベントは、施設と利用者だけでなく、さまざまなステークホルダーとの協力関係の中で推進されます。

・施設側の関係者

責任者	統括責任者
担当者	窓口担当。利用者との調整、イベント実施時の立会い、現場監督者となる
学芸員	展示構成や展示物の内容を利用者に伝え、貸出時の公開範囲や展示物のセキュリティを担当。貸出時、ガイドツアーやワークショップ等も行う
広報・渉外	利用者の制作する広報ツール等のチェックを行い、必要に応じて利用者と共にプレスリリース等の情報発信を行う。イベント実施時の記録も担当
経理	貸出料金の請求や、協力会社への支払いを行う
建築・設備	建物の保全、電気や照明・水道などの設備に関する事前・事後確認を行う
レストラン・カフェ	実施時のレストラン・カフェの貸出やケータリングなどを行う
警備員	動線確保やセキュリティについて、警備計画の確認や開催時の警備を行う
清掃会社	施設内の清掃を行う
運営母体	施設の管理団体（独立行政法人、自治体等）。催事やイベントの規模によっては、貸出判断や企画内容の最終確認を行う

・利用者側の関係者

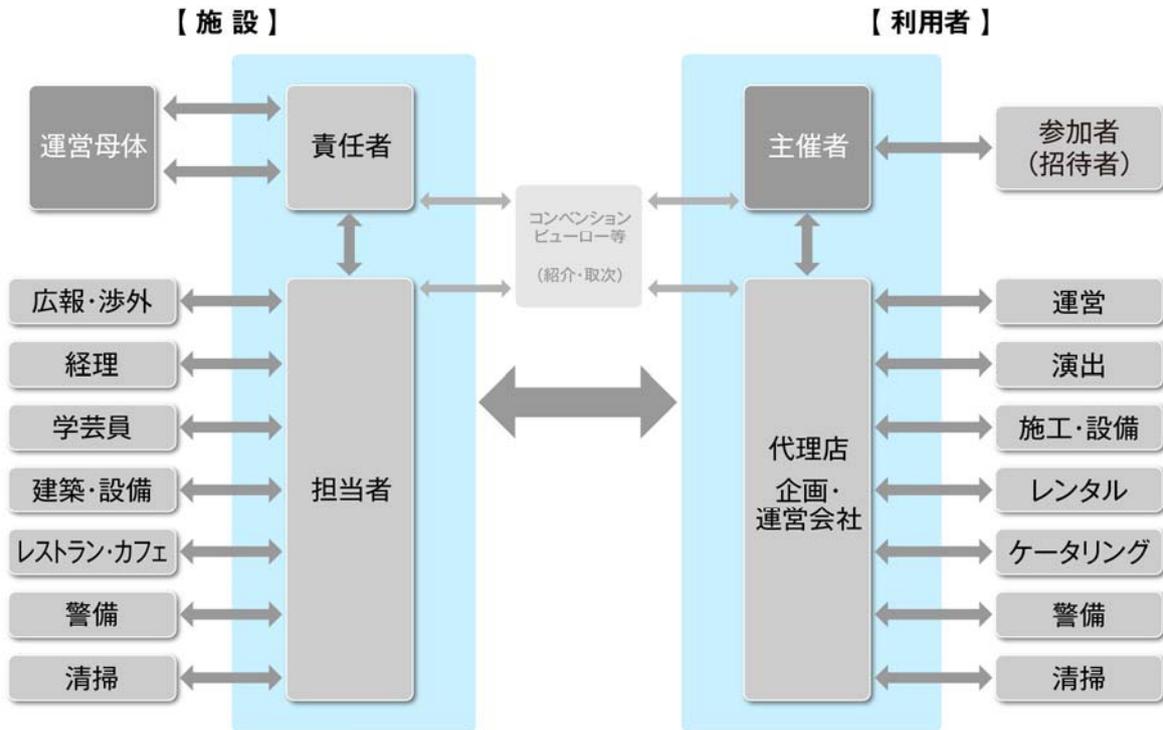
主催者	実際に行われる催事やイベントの主催者
広告代理店／旅行代理店等	施設側とのコンタクトパーソンとして、主催者に代わり、企画・運営、調整などを総合的に行う
企画・運営会社	コンベンションを専門的に扱うPCO（Professional Congress Organizer）、地域資源を活用したイベント、アクティビティの企画・運営を行うDMC（Destination Management Company）などの会社がある
演出会社	ステージや会場全体の演出を行う
施工・設備会社	会場内の装飾や演出に伴う工事を行う
レンタル会社	什器・備品、AV機器などをレンタルする
ケータリング会社	飲食を提供するためのケータリングサービスを行う
警備会社	催事やイベントに伴う警備を行う
清掃会社	施設内の清掃を行う

・ユニークベニュー利用をサポートする関係者

政府関連	観光庁、日本政府観光局など
自治体	MICE誘致等を行う
コンベンション・ビューロー	主催者と施設の仲介役を担う

「施設」と「利用者」のかかわり

施設側の担当者は、通常の施設運営に付随する業務の関係者を統括し、利用者側は主に代理店や企画・運営会社を通して運営や施工に携わる関係者を統括します。



KEY POINT : イベントサプライヤーを指定するケース



通常業務で施設と契約関係にある会社をイベントサプライヤーに指定し、イベントを企画・施工・運営することもあります。施設を熟知しているため、さまざまなメリットがあります。

施設の理解	組織、建物や設備の構造・構成、展示物の取り扱いを理解した指定会社であれば、安全で円滑な計画・実施が行うことができる
担当者や関係部門の負担軽減	ユニークベニューとしての貸出に精通する指定会社であれば、利用者との専門的な打合せの一部を、施設の担当者に代わって行うことができ、担当者や関係部門の負担を軽減できる
利用者との業務分掌	利用者側ですでに催事やイベントを実施するための専門会社を決めている場合は、指定会社が利用者の専門会社に対し、安全で円滑な利用のため、計画時よりアドバイスをを行う
経理業務の負担軽減	施工や警備など実施後に請求すべき変動費用を、指定会社と利用者との直接取引とすることで、施設側の経理業務の負担を減らすことができる

貸出のための条件設定

場所・期間/時間・料金・利用者の設定

ユニークベニューというとは何か特別なことのように感じますが、皆さまの施設や場所自体がユニーク（特別）なベニュー（場所）なのであって、そこで行われる催事やイベントは、規模の大小や内容の差異はあっても通常のものとは変わりはありません。

ただし、施設としての目的や、利用する場所の本来の利用方法とは異なるために、施設において貸出を行うための条件やルールを明確にして、利用者へ提示することが重要になります。

貸出ができる場所を決めます

貸出場所

講堂やホールのほか、エントランスやロビー、中庭、展示室など、施設の中でどの場所が貸出可能か調べてみてください。施設の中で特徴的な空間は、ユニークベニューとして最適な場所といえます。

その際、施設の歴史も紐解いてみます。「そういえば開館のときに関係者でパーティをしたことがあった」「以前この場所を使ってみたくて問合せがあった」など、ヒントが隠れているかもしれません。

また「あの場所は使えないの?」といった、想定外の場所の問合せもあります。想定外の事案については、催事やイベントの内容によって、施設にて判断します。施設としてイベントの安全性や展示物の保護などの観点から、ある程度の基準を設けておくことは、利用者に対しユニークベニューとしての貸出のスタンスについて認識してもらうことにつながります。

KEY POINT : 海外博物館・美術館の展示物へのリスク認識



- ・ ロンドン自然史博物館では、展示物はすべてディスプレイ（ガラスケース）に入っているため、イベント開催による展示物へのダメージはこれまでありませんでした。
- ・ ロンドン科学博物館では、もともと子どもの来館者が多いため、イベント開催による展示物の破損や飲食については、リスクとして考えていません。
- ・ パリの装飾芸術美術館では、イベント開催にあたって利用者との展示物破損に関する保証契約の締結を必須としています。

貸出ができる期間・時間を決めます

期間/時間

年間スケジュールの中で、施設の人員体制やメンテナンス日程等の実情に合わせ、休館日や開館日の夜間などを含めて、受入可能な期間/日程/時間を設定します。夜間の場合、施設側での管理対応が必要な場合もあるため、24時間対応なのか、時間制限を設けるのか等、あらかじめ設定が必要です。大型の催事やイベントでは、準備に日数が必要な場合もあるため、連続する複数日を設定しておきます。

休館日は、比較的自由に貸出時間を設定できますが、閉館時間中（早朝・深夜含む）であっても、閉館後の作業の有無や駐車場の利用状況などにより、貸出できる時間が変動します。

また、立地や道路状況などにより、近隣への配慮が必要な場合もあります。

貸出のための料金を決めます

貸出料金

貸出料金は、施設の状況や貸出内容（場所・期間・時間）によって異なりますが、ユニークベニューが本来の業務とは異なる目的で利用することを念頭に設定します。

諸室ごとの料金設定、面積による料金設定、時間による料金設定、それらのセット料金など、料金を体系化して設定することで、利用者に対して明確な料金提示ができます。

椅子や机などの什器、プロジェクターやマイクなどの映像・音響機材などの各種備品、駐車料金などについても必要に応じて設定します。

なお、非営利団体などの利用者に対し、減免措置を設けるケースもあります。

・料金設定にあたり検討すべき項目

- ・人件費（事前準備や閉館後・休日立会い等にかかる費用）
- ・光熱水費
- ・備品等にかかる損料
- ・その他費用（保険料・警備・清掃・検査費など）
- ・入館料（入館料を徴収し、展示を見学していただく場合）
- ・利益（ユニークベニューの利用付加価値としての利益）

・その他、設定しておくよい料金

- ・キャンセル料
- ・追加延長料金

・設定できない料金

- ・修繕費（建物に傷をつけてしまった場合などの修繕費）

事例1：東京国立博物館：法隆寺宝物館エントランス

- ・利用可能時間：開館時以外の時間帯
- ・料金：700円/㎡（全館貸切の場合の目安：約1,000,000円～）

※ご利用にあたっては展示をご覧いただけます。料金積算に展示室部
分も含まれます。

※展示室等の監視要員人件費・光熱水費、時間帯によって電気・空調
運転人件費が別途かかります。



※写真提供：東京国立博物館

KEY POINT：展示室見学をセットにした料金体系



ユニークベニューとしての貸出は、新しい来館者層の開拓につながる取り組みです。エントランス等で催事やイベントを実施する場合でも、貸出料金に展示室見学を盛り込んだ料金体系とすることで、施設の魅力を最大限に伝えることが可能になります。

第1章 貸出条件等の設定

事例2：国立科学博物館・日本館 展示室（約300 m²）

- ・利用可能時間：開館時以外の時間帯（基準使用時間 9 時～17 時、17 時以降は時間外利用料等が加算）
- ・料金：2 時間以内 49,000 円、5 時間以内 91,000 円、10 時間以内 133,000 円

※別途、実施内容により清掃料などの経費がかかる場合があります。



※写真提供：国立科学博物館

貸出できない対象者を決めます

利用者

貸出できない利用者や内容については、あらかじめ基準を設定しておき、申込があった際、明確に断る体制を構築しておきます。

ユニークベニューとしての貸出の最大の特徴は、施設の本来の目的とは異なる利用方法です。施設の状態にあわせ、催事やイベントへの貸出の可否ラインを決めます。

・貸出できない利用者（例）

- ・反社会的勢力もしくはこれに関連する団体
- ・利用者として不適当と認められるもの（政治的活動、宗教的活動を行う者等）

・貸出できない内容 下記はあくまでも一例であり、施設の規定や条例などを勘案します

- ・特定の政治や宗教・宗派の宣伝や勧誘を目的とするもの
- ・公序良俗に反するもの
- ・施設（建物）や展示物等を損傷・滅失させるおそれがあるもの
- ・大きな音量や高照度の照明を用いるもの
- ・施設や展示物の名誉や社会的評価を害し、施設の利益を損なうもの
- ・施設の設置目的に反すると認められるもの

KEY POINT：条件やルールの設定にあたって

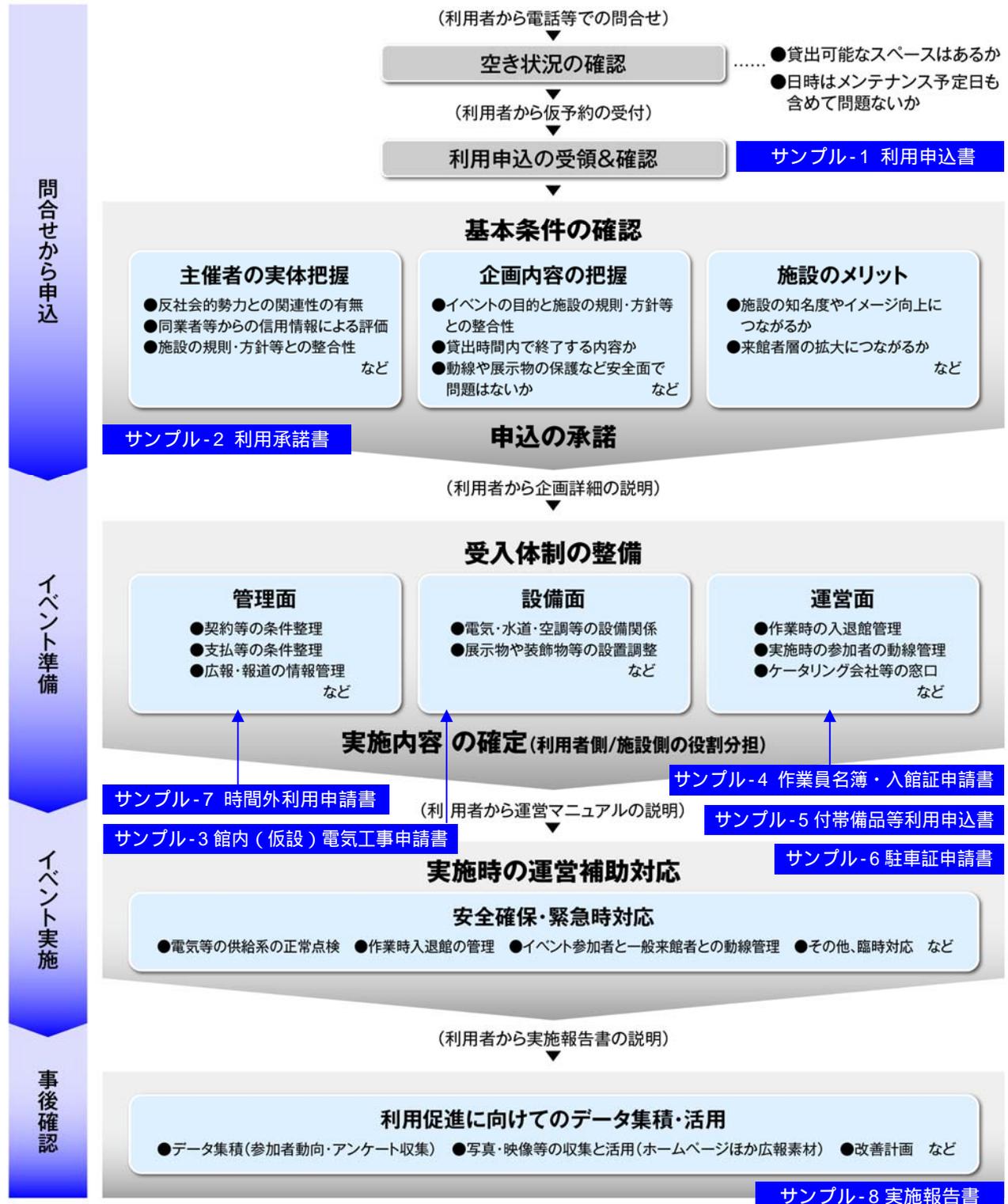


貸出のための条件やルールをあまりにも詳細に定めると、イベントが画一的な内容になり、ユニークベニューとしての可能性を限定してしまうこともあります。施設の状態にあわせて、柔軟かつ安全な運用ができる条件やルールを設定してください。

貸出関係書類サンプル

貸出における重要なポイントと関係書類

催事やイベントの実施プロセスにおける重要ポイントと、使用する書類について、申込から実施、事後確認までの流れに沿って紹介します。



第1章 貸出条件等の設定

サンプル-1

利用申込書

平成 年 月 日

主催者	法人・団体名			
	住所	〒		
	電話	()	F A X	()
	U R L			
申込者	法人・団体名			
	担当者名			
	住所	〒		
	電話	()	F A X	()
	Email	@	携帯電話	- -
申込内容	催事・事業等名称			
	利用目的			
	共催・後援等			
	実施日	平成 年 月 日 ~ 平成 年 月 日 (日間)		
	設営日	平成 年 月 日 時から		
	撤去日	平成 年 月 日 時まで		
	利用場所	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他 ()		
	利用者数	名		
特記事項				

【添付いただく資料類】

- 主催者の活動内容がわかるもの（会社・団体案内のパンフレットなど） ○部
- 事業等の概要がわかるもの（申込日段階での企画概要書など） ○部
- その他補足資料 ○部

第1章 貸出条件等の設定

サンプル-3

館内（仮設）電気工事申請書

平成 年 月 日

催事・事業等名称				
利用期間	実施日	平成 年 月 日 ～ 平成 年 月 日		
	設営日	平成 年 月 日 (時から 時まで)		
	撤去日	平成 年 月 日 (時から 時まで)		
主催者	法人・団体名			
	担当者	氏 名 連絡先 (携帯電話)		
工事者	法人・団体名			
	工事士 登録番号			
	担当者	氏 名 連絡先 (携帯電話)		
	期間中担当者	氏 名 連絡先 (携帯電話)		
工事内容		工事内容	使用電力 (KVA)	備考
	講堂・ホール			
	エントランス・ロビー			
	会議室			
	展示室			
	その他 ()			
	特記事項			

【添付いただく資料類】

工事計画図

部

付帯備品等利用申込書

平成 年 月 日

催事・事業等名称						
主催者	法人・団体名					
	担当者	氏名 連絡先（携帯電話）				
利用期間	実施日	平成 年 月 日 ～ 平成 年 月 日（日間）				
	設営日 （お渡し）	平成 年 月 日（時 分）				
	撤去日 （返却）	平成 年 月 日（時 分）				
備品申込	品名	仕様	単価	数量	金額	備考

【注意点】

実施日の○日前までに、当施設担当者まで提出してください。

サンプル-6

駐車証申請書

平成 年 月 日

催事・事業等名称				
主催者	法人・団体名			
	担当者	氏名		
		連絡先（携帯電話）		
利用期間		平成 年 月 日 ～ 平成 年 月 日（日間）		
車両申請	利用日	車種	ナンバー	備考
	/	大型・中型・乗用車・二輪		

【注意点】

- 実施日の○日前までに、当施設担当者まで提出してください。
- 駐車証はフロントガラスの見やすい場所に掲出してください。
- 場内では係員の指示に従ってください。

第1章 貸出条件等の設定

サンプル-7

時間外利用申請書

平成 年 月 日

催事・事業等名称				
主催者	法人・団体名			
	担当者	氏名	連絡先（携帯電話）	
利用日	利用予定時間	利用場所	実施内容	立会責任者
/	時 分から 時 分まで	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他（ ）	搬出入・工事・リハーサル・ その他（ ）	氏名： 連絡先：
/	時 分から 時 分まで	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他（ ）	搬出入・工事・リハーサル・ その他（ ）	氏名： 連絡先：
/	時 分から 時 分まで	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他（ ）	搬出入・工事・リハーサル・ その他（ ）	氏名： 連絡先：
/	時 分から 時 分まで	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他（ ）	搬出入・工事・リハーサル・ その他（ ）	氏名： 連絡先：
/	時 分から 時 分まで	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他（ ）	搬出入・工事・リハーサル・ その他（ ）	氏名： 連絡先：
/	時 分から 時 分まで	①講堂・ホール ②エントランス・ロビー ③会議室 ④展示室 ⑤その他（ ）	搬出入・工事・リハーサル・ その他（ ）	氏名： 連絡先：

【注意点】

実施日の○日前までに、当施設担当者まで提出してください。

時間外利用に伴う利用料等については、当施設担当者までお問合せください。

サンプル-8

実施報告書

平成 年 月 日

主催者	法人・団体名			
	住所	〒		
	電話	()	F A X	()
	U R L			

【報告書内容について】

本施設をご利用いただき、誠にありがとうございます。

終了された事業等について、本様式とともに報告書をご提出ください。

報告書の体裁について指定はありませんが、下記の項目についてわかりやすく記載ください。

- 開催概要（実施内容など）
- 開催実績（参加者数、広報実績など）
- 写真等
- 参加者アンケート等を実施した場合は、アンケート結果（概要）をご提供ください。
- その他、本施設のご使用に際してのご意見、ご感想など

ご提出いただいた報告書は、本施設の利用満足度の向上のための参考とさせていただくほか、本施設の広報活動に利用させていただきます。

第 2 章

情報提供事例

情報提供の方法

ユニークベニューとしての貸出情報を公開

情報発信は、貸出リーフレットやホームページで行います。貸出情報を掲載する際には、「特別」を求めるユニークベニュー利用者の「琴線」に訴えます。施設の特徴や空間の雰囲気、施設から提供できる体験やサービスなどをアピールします。また、過去の開催経験がある場合はその事例を掲載するとわかりやすくなります。

貸出リーフレットについては、施設に設置するだけではなく、施設のステークホルダーへの送付、自治体やコンベンション・ビューロー等の団体、近隣の宿泊施設などへの配布も効果的です。ホームページでの告知に関しては、観光関連サイトとリンクすれば、間口が広がります。

KEY POINT : さまざまなイベントへの対応



大規模の施設であれば、展示室+ホール、レストラン+中庭など、館内諸室の組み合わせを提示したり、諸室に限りがある中小規模の施設では、近隣施設との連携等を提案したりするなど、利用者の可能性を広げることができれば、ユニークベニューとしての貸出の可能性も広がります。

・海外への情報発信

国際会議の主催者、ミーティングプランナー等のMICE関係者や各国のMICE関連誌に向けた情報発信がポイントです。「貸しスペースがあります」というアピールではなく、施設のもつ文化的意義を世界に向けて発信してください。

言語対応例（英語、中国語、韓国語等）

- ・ホームページ、貸出リーフレット、申請・契約書等の外国語表記
- ・展示説明の外国語表記、展示ガイド等の同時通訳対応

観光関連団体との連携例

- ・国内のMICE関係者、旅行代理店、ミーティングプランナーへの働きかけ
- ・自治体や外国人利用者が多い近隣ホテル、企業への働きかけ
- ・外国の旅行会社・旅行代理店への働きかけ

Column : ファムツアー（招待視察旅行）の活用



より積極的に告知を行う場合には、日本政府観光局やコンベンション・ビューローなどと連携し、利用者となる主催者側のキーマンやマスコミ、旅行代理店、広告代理店などを招待するファミツアーを行い、施設の魅力をPRすることも効果的です。

※写真提供：高台寺（京都）

情報提供事例：東京国立博物館（施設概要）

<h2>東京国立博物館</h2>		http://www.tnm.jp/										
		施設の種類										
		博物館	総合									
 <p>外資系企業新製品勉強会</p>		施設の特徴										
		芸術的	伝統的									
 <p>外資系企業ガラディナー</p>		その他の特徴										
住所		〒110-8712 東京都台東区上野公園13-9										
交通・アクセス		<ul style="list-style-type: none"> ・JR「上野」駅公園口、または「鶯谷」駅南口から徒歩10分 ・東京メトロ 銀座線・日比谷線「上野」駅、千代田線「根津」駅から徒歩15分 ・京成電鉄「京成上野」駅から徒歩15分 ・台東区循環バス 東西めぐりんで「上野駅・上野公園」バス停から乗車し、1つ目のバス停が「東京国立博物館前」(2分) 										
施設紹介		駐車スペース										
<p>東京国立博物館は、明治5年に創立された日本で最も歴史のある総合的な博物館です。日本を中心に広く東洋諸地域にわたる文化財が観覧できます。構内には重要文化財に指定されている本館や表慶館、また平成11年度建築学会賞を受賞した法隆寺宝物館、庭園内には江戸時代のお茶室などさまざまな様式の建築物が点在しています。</p>		<table border="1"> <tr> <td>駐車</td> <td>大型バス:3台 普通車:20台</td> </tr> <tr> <td>停車</td> <td>スペースあり</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td></td> </tr> </table>		駐車	大型バス:3台 普通車:20台	停車	スペースあり	その他				
駐車	大型バス:3台 普通車:20台											
停車	スペースあり											
その他												
開催可能な催事・イベントの目的		付帯スペース										
		小講堂:89㎡ 講師控室:30㎡										
開催可能な催事・イベントと最大収容人数		提供可能なアクティビティ										
<table border="1"> <tr> <td>レセプション・交流会等</td> <td>250名</td> </tr> </table>	レセプション・交流会等	250名	<table border="1"> <tr> <td>学術会議・セミナー等</td> <td>390名</td> </tr> </table>	学術会議・セミナー等	390名	<table border="1"> <tr> <td>展示会・発表会等</td> <td>250名</td> </tr> </table>	展示会・発表会等	250名	<table border="1"> <tr> <td>ショー・コンサート等</td> <td>390名</td> </tr> </table>	ショー・コンサート等	390名	講演・ギャラリートーク ワークショップ 展示見学ツアー 会場貸出のみ その他:展示室開放
レセプション・交流会等	250名											
学術会議・セミナー等	390名											
展示会・発表会等	250名											
ショー・コンサート等	390名											
利用可能な会場		指定協力会社										
法隆寺宝物館 エントランス 	平成館 ラウンジ 	<table border="1"> <tr> <td>イベント企画関係</td> <td>指定なし</td> </tr> <tr> <td>設営・施工関係</td> <td>指定なし</td> </tr> <tr> <td>ケータリング関係</td> <td>指定なし</td> </tr> </table>		イベント企画関係	指定なし	設営・施工関係	指定なし	ケータリング関係	指定なし			
イベント企画関係	指定なし											
設営・施工関係	指定なし											
ケータリング関係	指定なし											
平成館 大講堂 	茶室 	お問い合わせ先										
		総務部総務課 警備・お客様担当 Tel.03-3822-1131										

情報提供事例：東京国立博物館（会場詳細）

法隆寺宝物館 エントランス		エントランス・ホワイエ	
		利用日時	
		開館日	開館時以外の時間帯
		休館日	終日
		バリアフリー対応	
		対応	非対応
		利用可能な用途	
ドリンク	ソフトドリンク		
	アルコール		
	その他指定(赤ワインは禁止)		
食事	スナック類		
	コールドミール・弁当		
	ホットミール(調理・調温)		
喫煙	可能		
	不可		
	近隣に喫煙スペース有		
販売	飲食品(調理・調温)		
	商品(包装された食品含む)		
	その他()		
火気	ケータリング機器		
	舞台演出		
	その他()		
動物持込	可能		
	不可		
音響	音量制限()dB以下		
	迷惑にならないレベル		
	規定なし		
	ドラム・太鼓は禁止		
その他制限			
利用料金の目安			
1㎡:700円 ご利用にあたっては展示をご覧いただけます。料金積算に展示室部分も含まれます。展示室等の監視要員人件費及び光熱水費がかかります。使用時間帯によっては電気・空調運転人件費がかかります。すべて貸し切った場合:約1,000,000円～			
開催可能な催事・イベントと収容人数			
レセプション・交流会等	学術会議・セミナー等	展示会・発表会等	ショー・コンサート等
150名		150名	150名
会場詳細情報			
面積	251㎡		
会場備品	映像	スクリーン	プロジェクタ
		場内撮影記録カメラ	DVD(BD)プレイヤー
	音響	AV操作卓	CDプレイヤー
		マイク・スタンド	
	照明	スポットライト	
	什器	テーブル	イス
		司会者台・演台	ステージ
パーテーション		ホワイトボード	
サインスタンド・案内板		卓上灯	
同時通訳	同時通訳ブース	バナガイド	
控室			

情報提供事例：国立科学博物館（施設概要）

国立科学博物館				http://www.kahaku.go.jp/		
				施設の種類		
				博物館	科学	
 				施設の特徴		
				伝統的	近代的	
その他の特徴				重要文化財： 施設「日本館」、 展示「トロートン望遠鏡」		
住所				〒110-8718 東京都台東区上野公園7-20		
交通・アクセス				・JR「上野」駅公園口から徒歩5分 ・東京メトロ 銀座線・日比谷線「上野」駅から徒歩10分 ・京成線「京成上野」駅から徒歩10分		
施設紹介				駐車スペース		
国立科学博物館は、1877年に創立された日本で最も歴史ある博物館のひとつであり、国立で唯一の総合科学博物館です。常設展示では「人類と自然の共存をめざして」をテーマとし、良質で豊富な実物標本資料を、調査研究の成果とともに体系的に分かりやすく展示しています。				駐車		スペースなし
				停車		スペースなし
				その他		近隣に大型駐車場あり
開催可能な催事・イベントの目的				付帯スペース		
販売会等の営利目的のイベントは不可 展示室での飲食は不可				大会議室(日本館)：137㎡		
開催可能な催事・イベントと最大収容人数				中会議室(日本館)：46㎡		
レセプション・交流会等		100名	学術会議・セミナー等	150名	多目的室(日本館)：95㎡	
			展示会・発表会等	100名	特別会議室(地球館)：75㎡	
			ショー・コンサート等	100名	講義室(地球館)：133㎡	
利用可能な会場				レストラン(地球館)：291㎡		
展示室		中央ホール		ラウンジ(日本館)：365㎡		
				提供可能なアクティビティ		
講堂				講演・ギャラリートーク		
				ワークショップ		
				展示見学ツアー		
				会場貸出のみ		
				その他：		
				指定協力会社		
				イベント企画関係	指定なし	
				設営・施工関係	指定なし	
				ケータリング関係	指定なし	
				お問い合わせ先		
				施設利用 担当 Tel. 03-5814-9826		

情報提供事例：国立科学博物館（会場詳細）

展示室 (日本館6スペース、地球館11スペース)		展示室・ギャラリー	
  		利用日時	
		開館日	17:30～21:00(応相談)
		休館日	9:00～21:00 (毎週月曜日、祝日除く)
		バリアフリー対応	
		対応	非対応
		利用可能な用途	
ドリンク	ソフトドリンク		
	アルコール		
	その他指定()		
食事	スナック類		
	コールドミール・弁当		
	ホットミール(調理・調温)		
喫煙	可能		
	不可		
	近隣に喫煙スペース有		
販売	飲食品(調理・調温)		
	商品(包装された食品含む)		
	その他()		
火気	ケータリング機器		
	舞台演出		
	その他()		
動物持込	可能		
	不可		
音響	音量制限()dB以下		
	迷惑にならないレベル		
	規定なし		
その他制限	禁止		
	展示室での飲食は不可		
	展示(標本)に影響のないよう注意		
		利用料金の目安	
		日本館展示室:49,000円～(2時間以内) / 91,000円～(5時間) / 133,000円～(10時間以内) / 10時間以上は別途 使用電気容量等応相談 地球館展示室:フロアごとの単価	
開催可能な催事・イベントと収容人数			
レセプション・交流会等	学術会議・セミナー等	展示会・発表会等	ショー・コンサート等 50～100名
会場詳細情報			
面積	約400～1,000㎡(展示面積含む)		
会場備品	映像	スクリーン	プロジェクタ
		場内撮影記録カメラ	DVD(BD)プレイヤー
	音響	AV操作卓	CDプレイヤー
		マイク・スタンド	
	照明	スポットライト	
	什器	テーブル	イス
		司会者台・演台	ステージ
		パーテーション	ホワイトボード
		サインスタンド・案内板	卓上灯
	同時通訳	同時通訳ブース	バナガイド
控室			

第 3 章

海外参考事例

ユニークベニュー施設事例

ロンドン科学博物館（ロンドン）・・・ほぼすべての展示室を貸出

ロンドン科学博物館は、子どもの来館者が多く、壊れやすい展示物はディスプレイ内に置かれているため、ほぼすべての展示室を貸し出しています。歴史的な飛行機の天井展示等の特徴的な会場は、IT、エンジニアリング業界のディナーパーティなど小規模なイベントによく利用されています。ユニークベニューとしての貸出によって、大企業を新規スポンサーとして獲得するなど、財政面でも大きなメリットを生んでいます。

貸出目的	知名度の向上および新規スポンサーの獲得
貸出日時	開館日：閉館後（18時45分から23時30分まで） ※シアタールーム除く 休館日：貸出なし（休館日は年末のみ）
運営・管理方法	閉館後のみの貸出で、短時間での準備を実現するため、イベントサプライヤーを指定して実施



Making the Modern World
写真提供：ロンドン科学博物館

シドニー現代美術館（シドニー）・・・スポンサー企業にのみ展示室を貸出

シドニー現代美術館は、ホールやテラス等の貸出専用スペースのほか、スポンサー企業にのみ展示室を貸し出すことで、付加価値を高めています。ディナーパーティ、新製品発表会、ウェディングパーティが中心で、飲食も可としています（展示室内は赤ワイン禁止）。

貸出目的	自己収入の獲得
貸出日時	開館日：15時から24時まで （貸出専用スペース） 休館日：貸出なし（休館日は年末のみ）
運営・管理方法	ケータリング、音響・照明会社を指定して実施



装飾芸術美術館（パリ）・・・破損に対する保証契約でリスク対策

装飾芸術美術館は、一般公開されていない貸出専用スペースをメインに、展示物のあるエントランス・ホールの貸出を行っています。イベント主催者に対して施設利用の注意事項を徹底して説明するほか、万が一破損した場合のための保証契約を結ぶことを利用条件としています。

貸出目的	知名度の向上
貸出日時	開館日：閉館後（18時以降）※木曜日除く 休館日：終日（毎週月曜日）
運営・管理方法	貸出専用スペースが多く、準備時間に余裕があるため、イベントサプライヤーは指定せず実施

ユニークベニューのワンストップ窓口事例

Unique Venues of London (ロンドン) <http://www.uniquevenuesoflondon.co.uk/>

・立ち上げの経緯

Unique Venues of London (以下、UVL) は、イベント誘致を共同で行うことを目的として、ロンドン市内の18施設が自主的に集まり、1993年に設立されたユニークベニューのワンストップ窓口組織です。

設立の背景には、国の補助金削減により自己収入の確保を余儀なくされた博物館や美術館が、共同でマーケティング活動を行い、ユニークベニューとして収益を上げていこうという明確な目的がありました。今では大英博物館、ロンドン自然史博物館、ロンドン科学博物館、ウェストミンスター寺院など世界的に有名な施設を含む81の施設が会員となっています。

・ブランド価値

UVL は、そのブランドイメージを維持するため加入条件を設けています。具体的には、美術館やギャラリー、城や宮殿などの歴史的建造物、劇場、宗教・教育施設などのジャンルに限定しているほか、施設内環境だけではなく、ロケーションや一般評価を含めた総合的なユニークさがあることも条件です。このような条件が設けられているため、UVL の会員になることは、施設のブランド価値向上につながると思われています。

Sydney's Unique Venues Association (シドニー) <http://www.suva.com.au/>

シドニーのユニークベニューワンストップ窓口である Sydney's Unique Venues Association (以下、SUVA) は、2000年に設立されました。UVL との一番の違いは、UVL が施設側のみで構成された運営組織であるのに対し、SUVA はイベントサプライヤー等も参画している点です。会員施設の担当者は運營業務を通常業務と兼任することになるため、イベントサプライヤーが運営面に関わることで、担当者の負担を軽減します。登録会員は65施設。財源は各施設からの年会費でまかなわれています。

Column : ロンドンオリンピックでのユニークベニュー活用



2012年はロンドンオリンピックが開催されたため、ユニークベニューのPR活動が強化されました。各国のオリンピック委員会は、現地でのレセプションなどを開催地ならではの特徴豊かな会場に求めることが多かったため、結果として期間中およびその前後で100カ所を超えるユニークベニューが活用されるという成果を残しています。

また、オリンピック開催後も施設側が主体となって、“London, Now See It For Yourself” というキャンペーンを実施。多くのユニークベニューが活用され、通常オリンピック開催後は減少する観光客数が前年同期比で7%増加となりました。

第 4 章

Q & A

Q 国際会議等を受け入れる場合、1,000名程度を収容できないと、貸出はできないのでしょうか？

A 国際会議は、数百名程度の場合も多くあり、企業のミーティングは50名程度の小規模のものもあります。また大規模の国際会議でも、VIP数十名で開催するレセプションもありますので、貸出は可能です。

Q 貸出料金の設定は、どのようにすればよいのですか？

A 面積（㎡）や時間単位で料金設定をするなど、施設の方針により一律ではありません。通常は㎡単価を検討したうえで、会場全体の料金を設定します。なお、公的・私的目的によって金額を変動させることもあります。

Q 海外の企業・団体からの問合せ、申込対応には、外国語対応スタッフが必要ですか？

A 利用者が海外の企業・団体であっても、ほとんどの場合、日本の代理店や企画・運営会社を通じて、問合せや申込みをします。そのため、外国語対応のスタッフや通訳の確保は、必須ではありません。

Q エントランスやロビーのようなスペースでもニーズはありますか？

A 施設の方が普段何気なく使用しているエントランス等のスペースが、利用者にとって魅力的であるケースがあります。利用者のニーズや外部からみた施設評価を参考に、魅力的な貸出スペースを開発していくとよいでしょう。

Q 学芸員をはじめ、多くのスタッフを動員しなければならないのでしょうか？

A 基本的に、利用者側が多くの業務を行いますので、施設側は確認・管理業務が主となります。展示物の移動や、展示室に関わるイベントでは、学芸員等の専門職による確認や連携が必要となります。

Q 展示物は見てもらいたいけれど、展示室の貸出には抵抗があるのですが。

A 飲食を伴ったレセプションは、展示室と区切られたエントランスや中庭等で行い、アルコール等が入る前のオープニング・プログラムとして、展示見学ツアーを実施する等の企画を検討してもよいでしょう。

Q イベント実施にあたって、どのような業務負荷がありますか？

A 閉館後の貸出は、撤去作業が深夜に及び、施設側の立会いが必要となります。そのため、撤収も含めた貸出時間のリミット（例えば23時）を設定し、運用していくことで負担を軽減します。休館日も時間設定をして貸し出しましょう。

Q イベントの設営等で、施設や展示物が汚されたり、壊されたりしないか不安です。

A 施設利用の注意事項等のルールを明文化し、利用者側で徹底してもらうことが重要です。そのうえで、ルールに則ったイベントの内容や運営方法を企画・設計してもらうことで、リスクが低減されます。

お問合せ先

観光庁 MICE 担当参事官室	電 話	03-5253-8938
	メー ル	jp-mice@mlit. go. jp
日本政府観光局 (JNTO) コンベンション誘致部	電 話	03-3216-2905
	メー ル	convention@jnto. go. jp
公益財団法人 日本博物館協会	電 話	03-3591-7190
	メー ル	webmaster@j-muse. or. jp

本書は、観光庁、文部科学省、文化庁等からなる「ユニークベニュー利用促進協議会」による検討を経て作成しています。

ユニークベニュー HANDBOOK
MICE の誘致拡大に向けたユニークベニューの利用促進事業

平成 25 年 12 月
国土交通省 観光庁

企画・編集 凸版印刷株式会社

本書の全部または一部を無断で転載・複製することを禁じます。