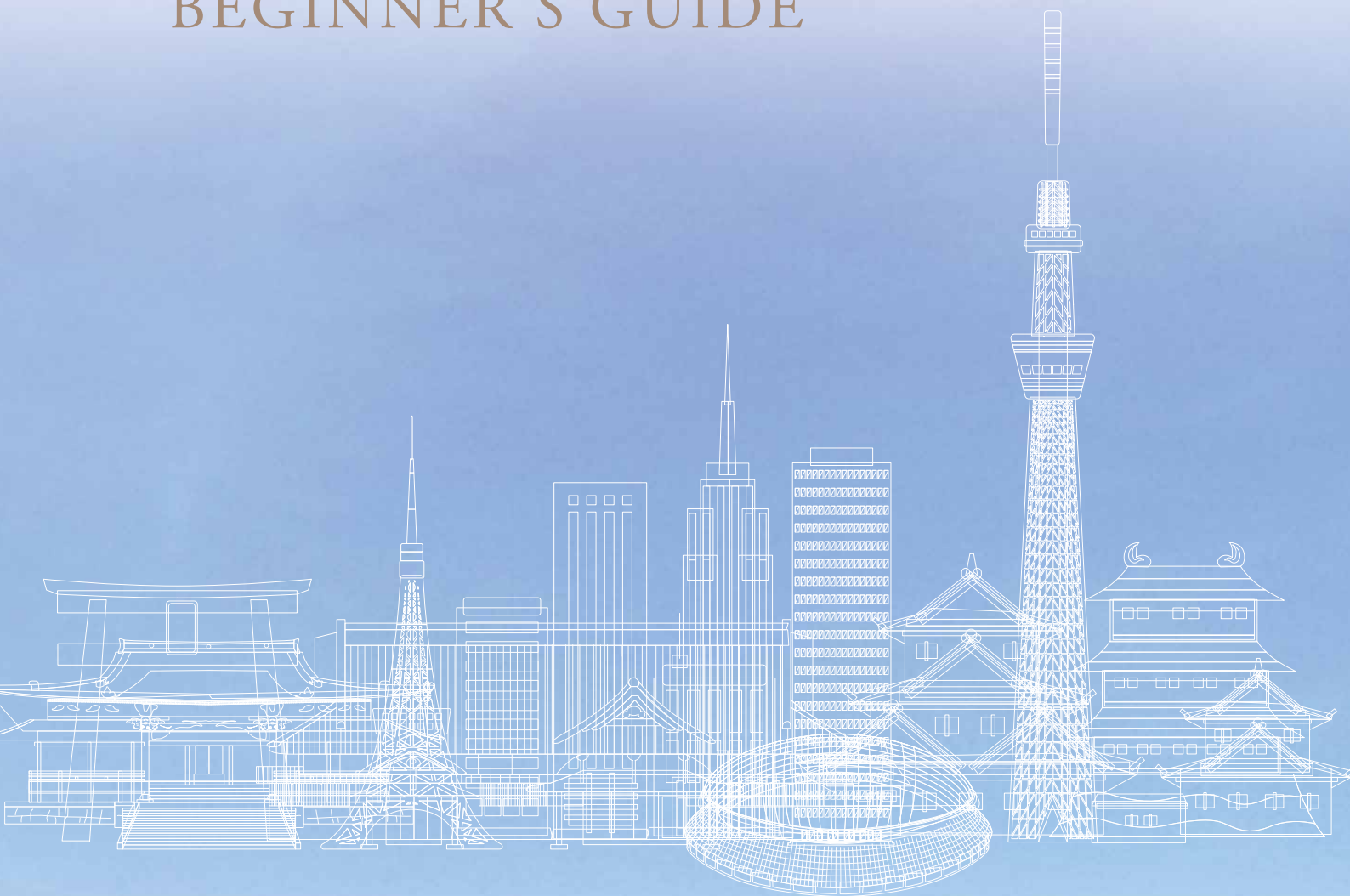


ユニークベニュー ビギナーズガイド

UNIQUE VENUE
BEGINNER'S GUIDE



はじめに

MICE^{※1}の誘致・開催の推進は、海外の人と知恵を我が国に呼び込む観点から重要な取組となっています。その誘致のための一つのツールであるユニークベニュー^{※2}は、海外各都市でも施設の開発及び利用促進が推進されており、日本でも積極的な展開が求められています。

観光庁では、これまでに施設を開放する意義や手引を記した“ユニークベニュー HANDBOOK博物館・美術館編”（平成25年度事業）と好事例をまとめた“ユニークベニューベストプラクティス集”（平成26年度事業）を編纂し、情報の提供を図って参りました。

これまでの二冊が、主に施設管理者やコンベンションビューローに対する施設開放に向けた導入編であるのに加え、本書はイベント関連事業者、広告代理店、旅行代理店、PCO等のMICEをプランニングする立場からも、より参考になるよう、ユニークベニュー活用の実例を挙げ、“演出”や“コンセプト”を設定する際のガイドラインとして編集をいたしました。

「ユニークベニュー」の利活用を検討・推進していくにあたり、本書が参考となれば幸いです。

※1 MICEとは、企業会議（Meeting）、企業の報奨・研修旅行（Incentive Travel）、国際会議（Convention）、展示会・イベント（Exhibition/Event）を総称したものを指す。

※2 ユニークベニューとは、歴史的建造物や公的空間等で会議・レセプションを開催することで特別感や地域特性を演出できる会場を指す。



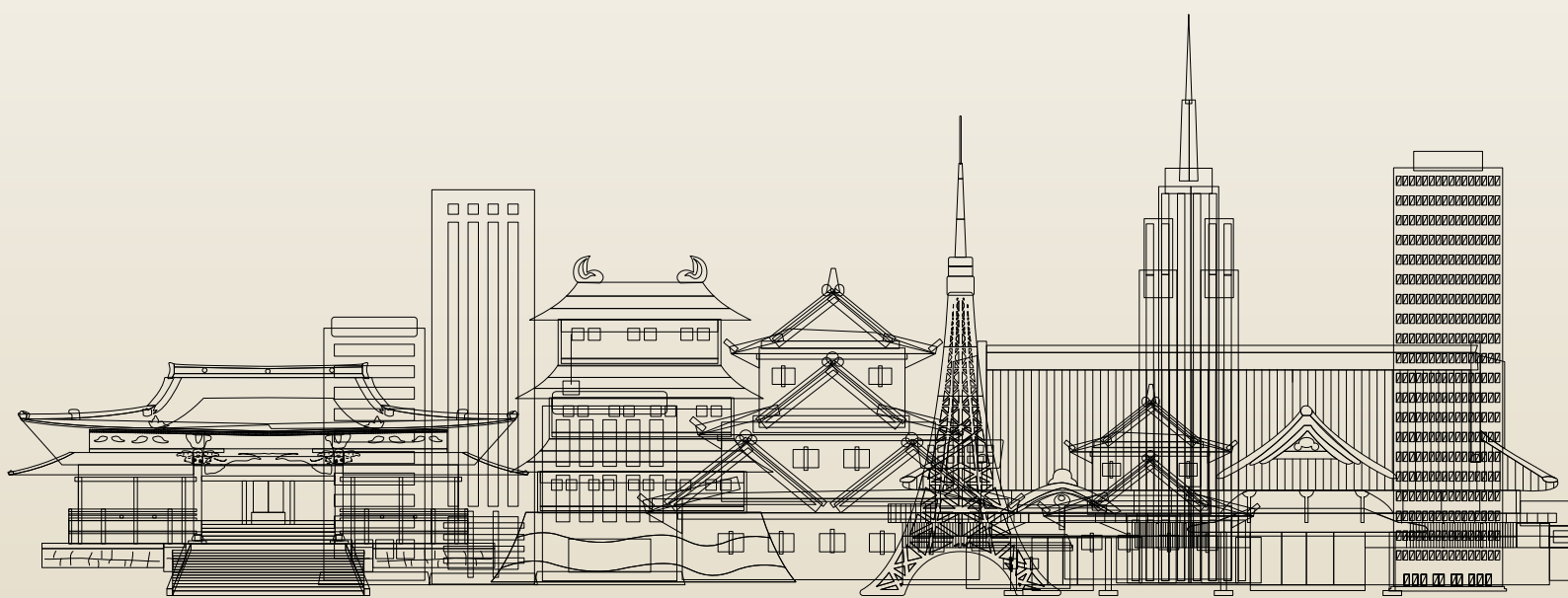
観光庁
Japan Tourism Agency

Content

はじめに	p.2
Content	p.3
ユニークベニユールとは	p.4
国内事例	p.5
岡山市の取組	p.7
岡山後楽園 岡山市	p.9
岡山城 岡山市	p.11
醍醐寺 京都府	p.13
橿原神宮 奈良県	p.15
海外事例扉	p.18
ドイツ・ベルリンの取組	p.19
ベルリン王立磁器製陶所	p.21
アルテス・シュタットハウス	p.23
AXICA	p.25
ユニークベニユールの利用に向けて	p.30
ミーティングプランナーの視点	p.31
テクニカルパートナーの視点	p.33
Q & A	p.35

UNIQUE VENUE

ユニークベニューとは



博物館・美術館、神社仏閣、歴史的建造物、庭園、公共スペース等日本各地には、その地域に根付いた自然、歴史、芸術・美術、民俗、産業等の拠点があります。地域の風土や文化を体感できるこれらの施設や空間をイベントやレセプション等の会場として利用することは、MICEを誘致する上で重要なポイントとなっています。このように、本来の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」と呼んでいます。MICEの主催者は、会議やレセプションの出席者の満足度を高めるため、常に“特別感”を求めています。その土地特有の“特別感”を演出

するために、「ユニークベニュー」の活用はきわめて効果的であり、MICE開催地決定の鍵となっています。

また、MICE誘致においては、会議施設、宿泊施設、アクセス、パーティ会場、地域の歴史・文化、周辺の観光地等、その地域で開催する利点と魅力を総合的にプロモーションする必要がありますが、その中でも他のエリアには無い“特別感”をアピールすることも重要です。ユニークベニューの活用はその“特別感”を創造するうえで欠かせない存在となっています。

JAPAN

国内事例

日本と海外とで、ユニークベニューとしての施設開放のスタンスは大きく異なります。

海外（特に欧州）では、ユニークベニューの貸出で得た副収入を施設保全に充てるなど、重要な財源としていることが多く、一方、日本においては、施設管理者が施設をベニューとして開放する目的は必ずしも収入ではなく、地域貢献や宗教的な活動に求めている場合が多いとされています。収入を目的にしないことが日本のユニークベニュー施設管理者の特徴ですが、それ故にビジネスを目的とする民間企業が、施設と主催者の仲介役になることが困難になると

いう状況が生じています。

このような状況の中、ユニークベニュー開発・利活用にあたっては、主催者と施設管理者の間をとりもつ仲介役として、MICE誘致を進める主体であるコンベンションビューローが重要な機能を果たしていると考えられます。

本項目においては、コンベンションビューローを中心に、産学官が連携してMICE誘致に取り組んでいる岡山市のユニークベニューに係る取組や、国内のユニークベニューを利用した先進事例等をご紹介します。





OKAYAMA

岡山市の取組



コンパクトシティとしての岡山市

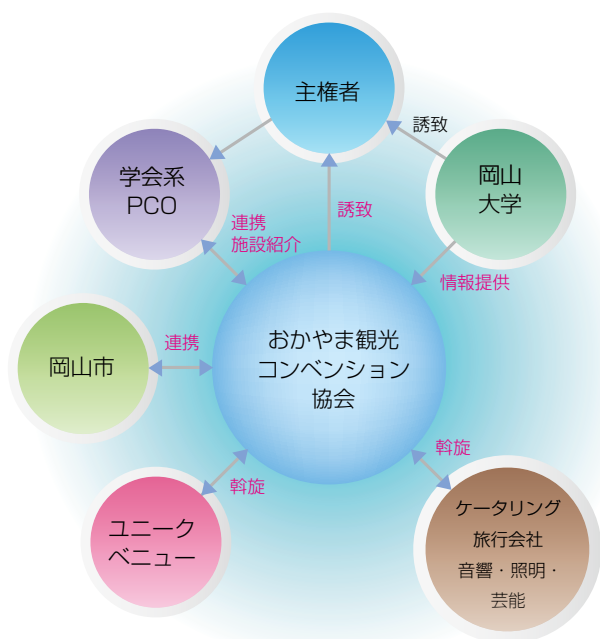
岡山市のMICE誘致におけるキャッチコピーは、「コンパクトシティ」。MICE開催の中核的な施設である岡山コンベンションセンターは、すべての発着駅である「JR岡山駅」から徒歩3分の場所に立地し、その周辺に宿泊施設が点在します。

岡山市は人口70万人の地方政令都市で、藩庁・岡山藩として古くから栄えた城下町です。日本三名園の一つである岡山後楽園と、黒い外観から「烏城（うじょう）」とも呼ばれる岡山城は、JR岡山駅から徒歩約15分の距離に位置

し、岡山後楽園周辺には岡山県立博物館や岡山県立美術館など文化施設も林立しています。

また、訪日外国人旅行者に人気の刀剣（備前刀）や陶芸（備前焼）の他、桃太郎伝説等地域を彩る伝統的な文化・芸能も多彩に揃っています。

岡山市はこのような「会議施設」「宿泊施設」「文化施設」を一つのパッケージに落とし込み、魅力が密集する街を「コンパクトシティ」とブランディングしてプロモーションを展開しています。



岡山市では、産学官が連携し、情報を共有しながらMICE誘致を推進していますが、その大きな特徴は「コンベンションコンシェルジュ」機能を持っていることです。

おかやま観光コンベンション協会のHPでは「我々は『旅行業』を取得しており、コンベンション開催の会場使用計画から会議終了後の観光エクスカーションに至るまでトータル的なサポートが可能です。」と、掲示されています。

ユニークベニューの活用において、日本ではイベントやレセプションを開催するためのコンソーシアム（施工・音響・照明等の事業者連合体）が構築されていないケースが多くありますが、岡山においては、MICE誘致の初期段階（誘致から計画立案）で、ユニークベニューの活用における計画立案をコンベンションビューローが主導する体制が整備されています。

岡山後楽園や岡山城等のユニークベニュー活用のノウハウが蓄積されつつあり、MICE誘致の大きな武器となっています。

COLUMN

偶然の雨ですら、 天候がユニークさを高めることができる

岡山は降水量が少なく「晴れの国」と言われています。その岡山のあるお寺でレセプションが開催されました。ところが、その日の岡山は雨で、関係者は残念な思いでおりました。

当日のプログラムには、お寺ならではのイベントとして「禅」の体験が組まれていました。外国人参加者の多くは、初めて禅を体験します。全員が目を閉じて静かに瞑想していると、しとしと降る雨の音が、なぜか、いつもよりも大きく聞こえてきたそうです。それは、とても神秘的な文化体験であり、外国人参加者に感動をもたらしました。

偶然の雨だからこそ体験できた禅の世界。「晴れの国」で、たまたま雨が降ったことが参加者にユニークな体験をもたらしたのです。



OKAYAMA

岡山後楽園 岡山市



岡山後楽園

❖ 歴史

岡山後楽園は、岡山市の市街地にある日本庭園で、日本三名園の一つです。江戸時代初期に岡山藩主・池田綱政によって造営された、元禄文化を代表する庭園で、国の特別名勝に指定されています。

2009年、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンでは3つ星に選ばれました。また、岡山後楽園からは岡山市のシンボルでもある岡山城を眺めることができます。

❖ 活用ポイント

- 庭園のライトはユニークベニューの活用の際にも利用可。
- 園内の鶴鳴館とその前庭を貸し切ることが可能。
- 日本三名園の一つ。
- 日本庭園と岡山城の展望が魅力。
- 能舞台の活用が可能。

岡山後楽園をユニークベニューとして提案する際は、夜間利用のみを推進するのではなく、昼間の庭園観賞も含めて提案することが、ユニークベニューとしての特別性を高める方法の一つです。日本三名園に数えられている美しい庭園は、まさに岡山後楽園ならではのユニークな点です。



ユニークベニュー貸出に向けた環境整備

- トイレの洋式化。
- 多言語対応の看板を設置。
- Wi-Fi環境の整備。

利用における課題例

- 椅子、テーブルは持込み。
- 養生が必要。
- 電気容量が小さい。
- 台所が小さい。
- 冷蔵庫が小さい。

施設に用意がない備品については、持込みとなります。

飲食

飲食について特に制限はありませんが、鶴鳴館を利用する際には床の養生が必要となります。規模は限られていますが、簡易的な厨房があります。

また、過去には寿司を実演で提供等、施設側との調整・検討の上で実施した実績があります。

イベント事例

event case

イベント内容

岡山後楽園は、ユニークベニューとしてこれまでに多々活用されました。その多くが、国際会議や学会等におけるレセプションです。日本ならではの美しい庭園を眺めながら、歴史的な建造物で行うイベントは、参加者に強い印象を与えます。



鶴鳴館でのバンケットの様子

演出方法

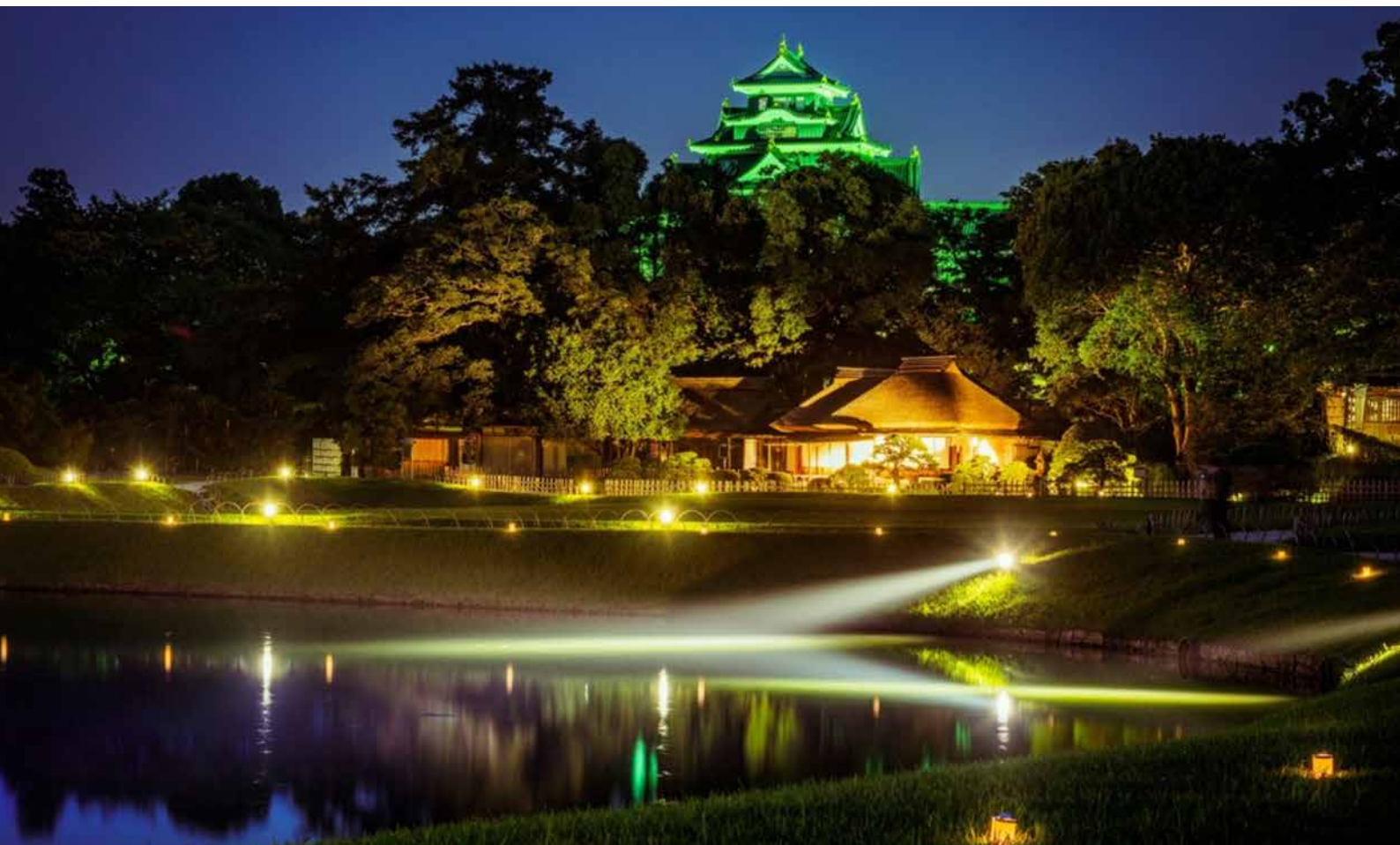
岡山後楽園には、江戸時代の遺構を基に復元した能舞台があります。こちらでは、能はもちろん、岡山の郷土芸能・備中神楽を鑑賞することができ、国際会議等における外国人参加者の関心を多く集めることができます。



前庭での飲食提供の様子

OKAYAMA

岡山城 岡山市



岡山後樂園から見た岡山城天守閣

◻ 歴史

岡山城は、宇喜多秀家が秀吉の指導を受けて築城し、8年の歳月を費やして建造されました。慶長2年（1597）に完成した岡山城は、天守閣の壁に黒漆塗りの下見板を取付け、この時代の特徴から外観が黒く、後の時代には「烏城」とも呼ばれています。戦前、国宝であった天守閣は第二次世界大戦の空襲で焼失し、現在の天守閣は昭和の高度経済成長期に復元されました。

◻ 活用ポイント

日本のイメージとも言える歴史的な城をユニークベニューとして利用することは文化財保護等の理由からあまり進んでいない現状もありますが、岡山城天守閣は復元された建造物であるからこそ、それを可能にしています。日本でこういった城を会場として利用できるのは数少ないため、岡山城でのイベント開催は参加者にとって非常に貴重な体験となり、印象に残るものになります。



ユニークベニュー貸出に向けた環境整備

- 外部からのリクエストによりトイレを一部改修。
- スマートフォンやホームページによる情報発信の強化。
- Wi-Fi環境の整備。
- 今後、多言語の看板整備を実施予定。(一部実施済)

利用における課題例

- テーブルを持ち込む際に、毎回養生が必要となるため、費用がかかる。(標準装備を検討中)
- 電気容量が小さい。
- 冷蔵庫がない。
- 台所がない。

飲食

岡山城は、復元された城であることから飲食において柔軟な対応が可能です。ホテルのケータリングサービス等の利用ができます。

イベント事例

event case

イベント内容

平成 29 年 10 月、岡山城天守閣を会場に、国際観光シンポジウムの関連イベントとして、観光庁主催のレセプションが開催され、外国人を含む約 50 名が参加しました。参加者交流と訪日した外国人参加者をもてなすこのレセプションでは、日本および開催地である岡山市の魅力を体験できる演出がなされました。



城内での着付け体験の様子

演出方法

乾杯時には、岡山特産のマスカット風味の発泡酒が振る舞われました。その他にも、ムスリムの方々に向けたノンアルコールのマスカットジュースや岡山市の魅力を活かした食事が提供されました。また、施設の特性を活かし、英語ガイドによる施設案内や着物の着付け体験を特別に実施しました。



レセプションの様子

KYOTO

醍醐寺 京都府



醍醐寺

歴史

醍醐寺（だいごじ）は、京都にある仏教寺院、真言宗醍醐派総本山で、山号を醍醐山（深雪山とも）と称します。

本尊は薬師如来、開基（創立者）は理源大師聖宝です。多数の国宝・重要文化財・古文書を所蔵しています。

また、古都・京都の文化財として、平成6年に世界遺産に登録されています。

活用ポイント

- 世界遺産での開催
真言宗醍醐派総本山。国宝五重塔をはじめ数々の国宝・重要文化財を蔵する存在感は圧巻です。
- 「霊宝館」での国宝に囲まれたイベントレセプション
いにしへの昔から今につづく、時空を超えた雰囲気に含まれます。
世界遺産に登録されている醍醐寺で開催するイベントは、参加者に日本ならではの特別感を与えます。
- 通常開放していない空間での開催
通常は開放していない施設ですが、イベントの趣旨が医薬の仏とされる薬師如来を本尊とする醍醐寺と関連性の深いもの等、理念が共通する場合にのみ利用が許可されます。



利用における課題例

- 通常は、ベニューとして開放していません。
- イベントの主旨が、醍醐寺の理念等に共通する場合にのみ、利用が許可されます。

飲食

ケータリングにてアルコールの持込みも可能です。火気の使用は禁止されています。

イベント事例

event case

イベント内容

平成29年9月に、第23回世界神経学会議のSocial Networking Eventとして、霊宝館・平成館の国宝「薬師三尊像」や重要文化財「木造五大明王像」が展示された空間でレセプションが開催されました。レセプションに先立って、重要文化財に指定されている「三宝院」の自由拝観を実施しました。日本の文化を海外の方に体感いただき、日本の古き良き伝統文化を各国からの参加者にアピールし、今までにない特別な空間を演出しました。



イベントの様子

演出方法

ご本尊である薬師如来の前で、医学の発展を祈念するレセプションの開催は、「人々の幸せを祈る」というキーコンセプトのもと実施されました。

僧侶による声明で祈りの場を形成し、琴や尺八による演奏は日本の国宝の文化財の魅力を一層引き立てました。また、ケータリングのサービススタッフも着物を着用する等、世界遺産や国宝という圧倒的な資源と、「和」の雰囲気醸成する細かな演出が、ここだけにしかない“特別感”を創り出しました。



飲食提供時の様子



琴による演奏



僧侶による声明

NARA

橿原神宮 奈良県



橿原神宮

❖ 歴史

奈良県の橿原市にある橿原神宮（かしはらじんぐう）は、我が国の第一代天皇である神武天皇（じんむてんのう）と皇后の媛蹈躰 五十鈴媛命（ひめたたらいすずひめのみこと）が祀られている神社です。

橿原は日本書紀に、日本建国の地と記され、“日本のはじまり”の地として伝えられています。

❖ 活用ポイント

- 重要文化財「文華殿」の利用
通常は一般開放していない重要文化財「文華殿」で、飲食を含めたイベントを実施可能です。屋内から眺める寝殿造式庭園の前庭は風情有り特別感を醸成します。
「文華殿」は、イベントの主旨が橿原神宮の方針に適合した場合のみ、貸出の許可があります。
- 特別参拝
イベント開催前に、内拜殿で行う神前挨拶や成功祈願等の特別参拝で身も心も清々しくなることで、イベントには特別な雰囲気宿ります。



利用における課題例

- 施設の養生が必要
使用にあたっては、施設と入念な打ち合わせが必要です。

飲食

連携しているホテルによるケータリングサービスの利用が可能です。また、配膳等についてはホテルスタッフによって行われます。ケータリングにてアルコールの持込みも可能です。安全に配慮した上で火気の使用も認められています。

イベント事例

event case

イベント内容

平成30年2月に、ユニークベニューの利用促進を目的とした観光庁主催のビジネスセミナーを開催し、イベント関連事業者等、およそ80名が参加しました。スクール形式のセミナーを橿原神宮会館において実施するとともに、ユニークベニューの活用例紹介として文華殿を特別開放しました。また、セミナー開催に先立ち、内拝殿で関係者による特別参拝を行いました。



特別参拝の様子



文華殿での模擬演出の展示

演出方法

橿原神宮は、“日本のはじまり”の地と言われています。その「はじまり」をキーワードに、セミナーの参加を機（はじまり）に今後のユニークベニューに関わるビジネスの発展を祈るというコンセプトのもと、以下の演出を実施することで、参加者に強い印象を与えました。

①和楽器による演奏

琴と尺八を用いて、季節のはじまりである春に関連する楽曲を演奏しました。

②照明による会場演出

障子には、演奏の音に合わせて変色する照明を設置しました。照明の色は、春を表す桜色等の暖かい色をテーマに選択しました。

③献酒のおさがり

会場の特性を活かし、事前に献酒した甘酒を参加者へ振る舞いました。



和楽器による演奏の様子

NARA

UNIQUE VENUE Domestic Case



橿原神宮 奈良県

COLUMN 施設管理者の声

橿原神宮 御鎮座百三十年祭事業 事務局長 新鞍 知規様

今までに施設を「ユニークベニュー」として貸出を行ったことはありませんでしたが、今回のようなセミナー等の会場として貸出を行ったことにより、施設として新たな可能性があることが分かりました。

また、多くの人が参加するイベントの会場になることで、参加者に「日本のはじまり」と言われている橿原神宮を訪れてもらうきっかけとなったことはとても素晴らしいことでした。ユニークベニューとして施設を開放することは、MICEをきっかけに訪日する外国人旅行者が橿原神宮を訪れる良い機会となります。橿原神宮ではかねてより外国人旅行者に対して日本を訪れる際はぜひ橿原神宮を訪れて

いただきたいという想いもあり、ユニークベニューにおける取組は、その想いと一致しました。今回のセミナー開催にあたっては、こういったことを主催者側と共有できた点はとても良かったと思います。

一方で、初めての取組であったことから、ユニークベニューとして施設を貸出する上で必要な情報が整理されていなかったことが、今後改善すべき課題の一つとなりました。例えば、貸出可能な椅子や机の数、利用料金、利用条件等。そのため、毎回確認をとるために回答するまでに時間を要しました。今後はイベント開催に向けて円滑な準備を行うために、貸出を行う上で必要な情報を整理していきます。



ライトアップした文華殿

GERMANY



海外事例



ガラディナーやレセプション等のイベントの会場としてユニークベニューを活用することは、参加者に特別感を与え記憶に残るイベントとなります。ただ単に会場としてユニークベニューを活用するのではなく、イベントのコンセプトを基に行う「演出」は、ユニークベニューの魅力に加え、さらに特別感を与えます。「演出」は、音響、照明、映像、ケータリング等様々な観点から行うことが可能です。

ユニークベニューの活用が日本より盛んな海外では、演出による工夫に先進的に取り組んでいます。次項では、海外の中

でも国際会議等の誘致やユニークベニューの利活用が盛んなドイツ・ベルリンを事例として紹介します。ベルリンはICCA（国際会議協会）統計において、世界のトップ5に数えられています。2001年から大きくMICEマーケットが発展しており、ロケーションの半分がユニークベニューです。また、ユニークベニューによるイベントは経済効果が高く、ベルリンのMICEマーケットによって生まれた売上高は過去10年間で約66%上昇しました。

BERLIN, GERMANY

ドイツ・ベルリンの取組



©visitBerlin, Photo:Wolfgang Scholvien

国際会議都市ベルリンについて

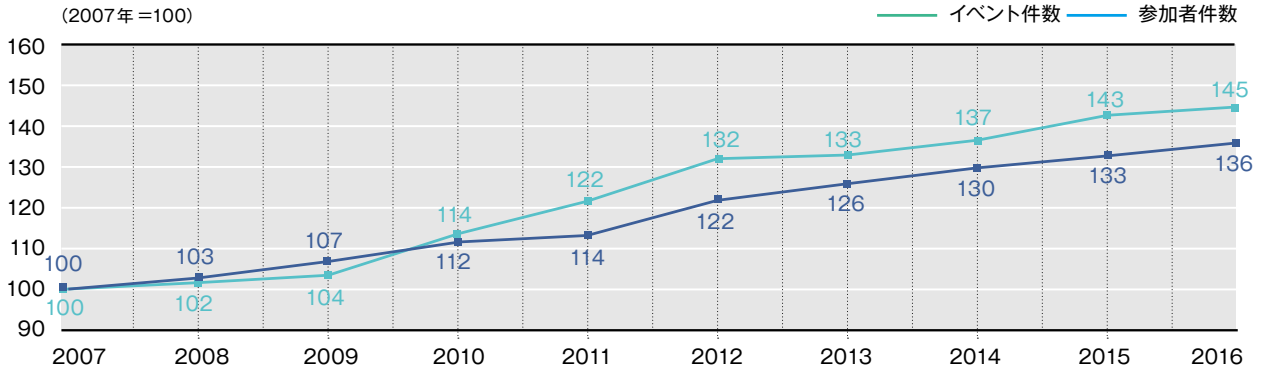
国際会議協会 (ICCA: International Congress and Convention Association) による2016年の調査によると、国別の国際会議開催件数でドイツはアメリカに次いで第2位です。また、首都・ベルリンでは176件の国際的なコンベンションやミーティングが開催され、都市別に見るとパリ、ウィーン、バルセロナに次いで世界第4位にランクインするとともに、2004年以來、国際会議都市のトップ5に入り続けています。

これらから分かるように、ドイツ・ベルリンは世界的に見てもMICE誘致における先進国です。





MICE 市場の現状



Source: ghhconsult 2017 per congress-berlin.net

日本のコンベンションビューローにあたる「The Berlin Convention Office of visitBerlin」のデータによると、ベルリン全体では、2016年に約13.7万件のイベントが開催されており、ベルリンを訪れる参加者は約1,160万人に上ります（内、約240万人が外国人参加者である）。その内コンベンションセンターでは、約2,250件（前年比9.2%増）のイベントが開催され、約112万人（前年比4.6%増）を動員し、前

年を上回る力強い伸びを示しています。既存会場の収容力は限界に達しており、ユニークベニューのような新しい巨大なスペースが必要とされています。さらにドイツの首都ベルリンに大規模な国際会議を誘致するためには、収容能力の増強が喫緊の課題と考えられています。そこで、ベルリンでは、利用されていない空きスペース（工場や邸宅等）をMICEイベントの会場として新たに有効活用しています。

なぜ、ベルリンは MICE 開催のディスティネーションとして選ばれるのか？

① アクセスの良さ



ヨーロッパの中心に位置しており、国内外の主要都市から、車、鉄道、飛行機でのアクセスが可能な交通の要衝であるため、インフラ・公共交通機関が充実しています。

② 宿泊コストが安い



ヨーロッパ内で最もモダンなホテルが集まっており（約14万室）、高品質のサービスを維持しつつ、他の国際会議都市よりも比較的宿泊コストを抑えられます。

③ 都市としての魅力



様々な歴史があり、国際的な都市（cosmopolitan atmosphere）です。また、観光・文化・メディアが盛んです。

④ 学術都市

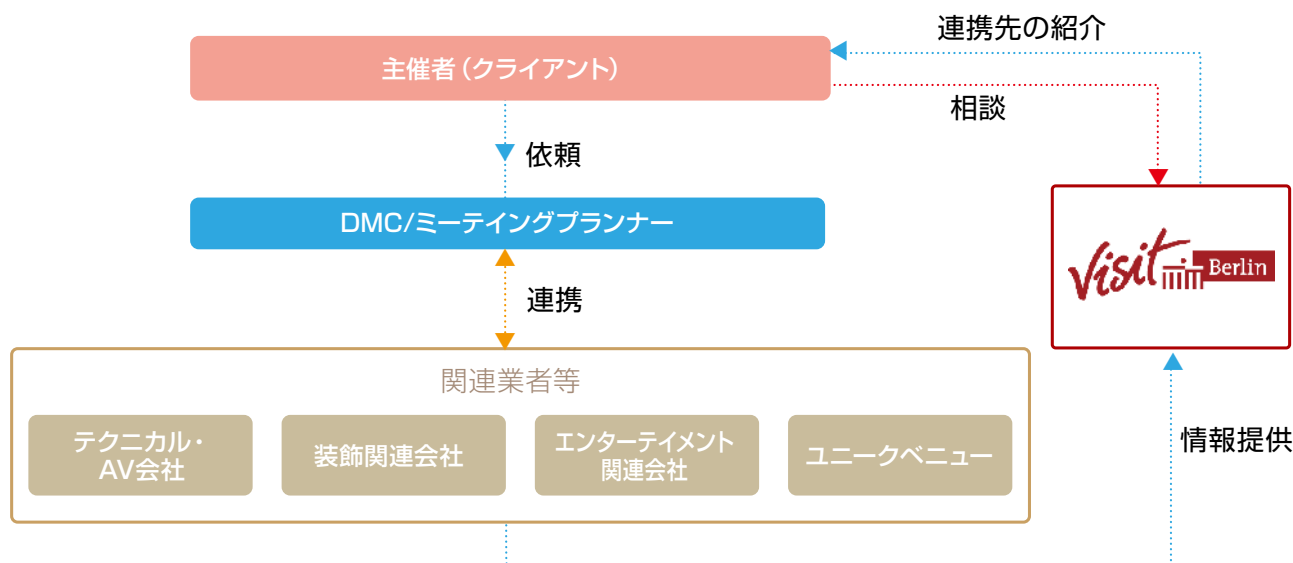


市内に大学や研究機関、製薬関係の団体・組織をはじめ、主要な協会や組織団体の本部が多数あるため、薬学・科学・IT・電子工学・コミュニケーション等の先進的な分野に関連する国際会議が多く開催されます。

BERLIN, GERMANY

ドイツ・ベルリンの取組

ドイツでのイベント開催・運営体制



ドイツでは、主催者からイベント運営を託されたDMC (Destination Management Company) やミーティングプランナーが、主催者のニーズをもとにイベント構成を組み立て、それを実行するのに必要な各関係機関 (音響・照明・映像等) を取り扱うテクニカル/AV会社、装飾関連会社、エンターテインメント会社、ユニークベニュー等の施設) と連携を行い、全体を統括します。ユニークベニュー等の会場を探す際は、自ら会場を探し新規開拓することもあります。

また、日本におけるコンベンションビューローにあたる「visitBerlin」では、ベルリン市内に所在している会場の他、テクニカルプロバイダーやロジスティック、ケータリング、PCO、MICEイベント会社等の地元イベント関連組織・団体とのネットワークを約100程度構築しています。その関係機関が構築されているネットワークを活用し、イベント主催者のニーズを満たしたプロバイダーやミーティングプランナーとのマッチングを提供しています。

MICEのイベント会場の需要について

近年のベルリンにおける会議ビジネスの市場は大きく成長しています。2002年に245社だった会場のプロバイダーは、2016年には45%増の355社を数え、各社が所有するミーティングスペースの延床面積の合計は約50万㎡に達しています。うち4つのコンベンションセンターのスペースが約5万㎡(構成比10%)、次いで196社のホテルが14万㎡(構成比28%)、残り155社はそれ以外の特別な会場やロケーションが31万㎡(構成比62%)を占めています。

ホテル以外の特別な会場やロケーションには、工業地帯の使われなくなった倉庫、工場跡地、冷戦時の核シェルター、郊外の空き家となった邸宅等が含まれます。スペースを積極的に利活用してビジネスにしようとするプロバイダー側のニーズと、印象に残るイベントづくりを目指して、目的に応じた会場を探すミーティングプランナーや、そのクライアントの需要側のニーズとが合致することで、ミーティングスペースの市場はさらに成長を続けると考えられます。



ドイツでのユニークベニューの考え方

ベルリンが国際会議都市と呼ばれるようになる前から、ドイツではイベント会場として特別な会場やロケーションが活用される歴史が長かったため、「ユニークベニュー」という単語は一般的ではなく、Extra Venue、Off-site Venue またはOff-site Location等と呼ばれています。

ホテルのバンケット・スペースにはない特別感を演出できるユニークベニューの価値は、会場自体の持つ魅力よりも、様々な演出や仕掛けを施せる「箱」としての使い勝手と、契約条件および使用に関するガイドラインの有無等によって判断されます。会場の運営管理については、会場の

所有者とは別に、マネジメントを担う会社が存在しており、音響・照明・映像会社を兼業している場合が多いです。

一方、ミーティングプランナーは、イベント主催者（クライアント）の意向に沿ってコンセプトを作成するとともに、ユニークベニューを含む数々のミーティングスペースから適切な会場を選定し、目的に応じた演出を施す役割を担っています。このように、ドイツでは、ユニークベニューそのもののユニークさよりも、コンセプトのユニークさを重視しており、色々な演出が可能でかつ使い勝手のよいベニューほど利用度が高まりビジネスとして成立します。



©Bolle Festsäle



©ewerk



©arminiusmarkthalle

BERLIN, GERMANY

ベルリン王立磁器製陶所 KPM - Königliche Porzellan-Manufaktur



©KPM

🌐 KPM の概要

ベルリン王立製陶所 (KPM) は、1763年9月19日にフリードリヒ2世によって創立されました。製品マークである選帝侯ブランデンブルグの紋章からできているコバルトブルーの王の笏（しゃく）が、すべての製品に付けられています。現在でも、次世代へと受け継がれ続けた伝統的な手法によって、製品が製造されています。

文化的・歴史的に重要な施設であり、ベルリンでもとても古い産業遺産の1つです。

🌐 施設貸出のはじまり

1963年に磁器製陶所での陶器の製造が終了したため、使用しなくなった磁器製陶所の空間を利用するために、ユニークベニューとして一般貸出を始めました。

🌐 年間貸出件数

約50~60件



施設利用について

陶器を焼く炉が残っている歴史的な「Kiln hall」（最大収容人数300名）をはじめ、「Boccherini saloon」（最大収容人数22名）、「Saloon amor and frederick's」（最大収容人数90名）、「Saloon berlin」（最大収容人数228名）、「Saloon arcadia」（最大収容人数140名）の5つの部屋が利用可能で、部屋ごとの貸出をしています。

利用については、施設へ直接問い合わせします。施設から、利用規約（赤ワインの提供は禁止等）について説明があります。また、イベント開催に向けては、施設と提携しているイベント関係の業者（設営・ケータリング等）があります。

施設の利用目的

貸出可能な各部屋において、宴会、会議、製品発表、パーティー、記念日、結婚式等様々なシチュエーションでの利用ができます。現在は、ガラディナーやパーティーでの利用が多く、ベルリン国内はもちろん、海外の顧客による利用も多数あります。

イベント事例

event case

演出例：ポイント

ベルリン王立磁器製陶所では、伝統のある磁器の食器を使用して、ディナー時のテーブルセットを用意することができます。また、イベントの参加者へのギフトとして、「KPM」ブランドのマグカップやカレーソーセージ（ベルリンの名物）専用のお皿を用意する事も可能です。施設外でも、入り口の前オープンスペースを活用し、自動車の展覧会等を実施した事例があります。



©KPM



©KPM

BERLIN, GERMANY

アルテス・シュタットハウス Altes Stadthaus



©BIM

🌐 アルテス・シュタットハウスの概要

アルテス・シュタットハウスは、ベルリンの旧市庁舎であり、現在もいくつかの行政機関がオフィスとして利用しています。その中でも、「The Bärensaal(Bear Hall)」は、ベルリン市のマスコットでもある熊の銅像が設置されており、ベルリンの歴史的な集会所でもあります。

🌐 施設貸出のはじまり

2002年頃からイベント等の会場として一般貸出を行っています。それまでは一般市民が施設に入ることができませんでしたが、施設が歴史的建造物でもあることもあり、ベルリン市民のために一般開放すべきだと市が考えたことから、施設の解放に至りました。

🌐 年間貸出件数

約60件



施設利用について

メインホールである「The Bärensaal」を含め、7箇所以上の部屋を利用することができます。利用時は、施設を管理しているベルリン市が管轄している会社（BIM Berliner Immobilien management GmbH）に問い合わせを行います。

施設の利用目的

ガラディナーの会場として使用されることが多く、映画のロケ地としても非常に人気があります。ドイツ国内・海外双方からの需要があります。行政機関のオフィスがあることから、騒ぐようなイベントや政治的なイベントの開催を目的とした施設利用はできません。

イベント事例

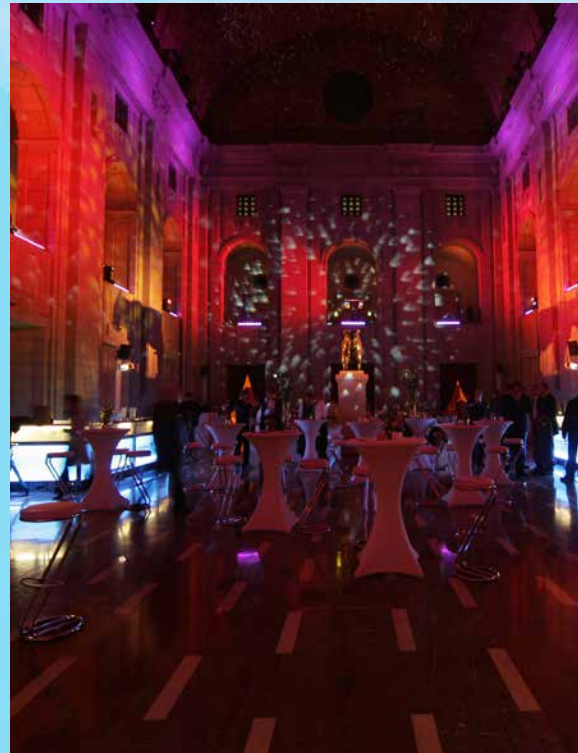
event case

演出例：ポイント

高さ約19メートルある「The Bärensaal」では、その高さを活かしたライティングが会場を印象づけます。また、前方に鎮座している熊の銅像はベルリン市のマスコットでもあるため、それを活かした会場のセッティングもベルリンらしさを感じさせます。



©BIM



©BIM

BERLIN, GERMANY

AXICA



©AXICA

AXICAの概要

ブランデンブルグ門のすぐ近くに位置するAXICAは、1996年頃、元々は銀行の本社としてアメリカの有名建築家Frank O. Gehry氏のデザインにより建築されました。ガラス張りの特徴的な建造物は、魚の優雅な動きをイメージしています。

施設貸出のはじまり

元々、AXICAは銀行の本社として建てられましたが、本社の行先が変更となり、空いた施設の利活用を図る必要が生じたため、一般貸出を始めました。

年間貸出件数

約190件



施設利用について

「The Plenum」(最大収容人数80名)、「The Forum」(最大収容人数500名)、「The Auditorium」(最大収容人数100名)、「The Sky Lobby」(最大収容人数80名)等を部屋ごとに貸し出しています。

利用時の問い合わせについては、施設に直接行くことが可能です。また、設営に関してはAXICAでの設営経験があるAXICA専門のテクニカルパートナー(照明・音響・映像設営会社)に依頼することで、スムーズな会場セッティングが可能となります。また、飲食についても施設内にキッチンがあり、ニーズに合わせた料理をオーダーすることが可能です。

施設の利用目的

ドイツ国内や海外の顧客によるガラディナーや会議を中心に利用が多いです。

AXICAは朝から貸出を行っており、企業等がミーティングで利用することもあります。日中と夜間では、同程度の利用ニーズがあります。

イベント事例

event case

演出例：ポイント

「The Forum」という部屋では、天上に常設されているライトの色を用途によって赤や青、黄色等に変えることができます。床に敷かれている絨毯においても同様に、開催するイベントの趣旨に合わせた色を用いることが可能です。また、この施設では、花による装飾をテーマに合わせて提供できる会場演出のメニューの用意があります。



©AXICA



©AXICA

ユニークベニュー の利用に向けて

On the use of
UNIQUE VENUE GUIDELINE

- ミーティングプランナーの視点
- テクニカルパートナーの視点
- Q&A



ミーティングプランナーの視点

ドイツでは、MICE 開催にあたって、全体を統括するミーティングプランナーが活躍しています。



Managing Director, teamtravel international GmbH
Yuji Andreas Wendler

teamtravel international GmbH 代表
ユージ・アンドレアス・ヴェンドラー氏

ドイツのケルンに本社を置く国際的なMICEの企画運営会社teamtravel international GmbH社の代表。東京生まれ、ドイツ育ち。ボン大学と早稲田大学への留学で、日本研究の修士を取得。ツーリズムマネジメントのディプロマも保有。teamtravel international GmbH社はインセンティブ旅行やイベント、ミーティングをグローバル規模で展開していますが、日本への熱い想いといくつものプロジェクトの成功により日本との結びつきは深く、MICEの目的地として日本をプロモートしています。

ミーティングプランナーが、イベントを成功させるために重要視しているポイントとは？

会議やパーティー等のイベントを成功に導くために、ドイツではミーティングプランナーが重要な役割を担っています。イベント開催の需要が発生すると、ミーティングプランナーは主催者から直接依頼を受け、イベントのコンセプトをはじめ、演出や宿泊等のイベント全体を統括します。

ミーティングプランナーは、異なるクライアントのニーズを満たすことを第一に目指しています。提案の際は、既存のメニューを提供するのではなく、新しいアプローチ、新しいコンセプトを考えます。イベントはそれぞれ明確な構成があることが重要で、それがクライアントにとって忘れられない思い出・体験を生み出す要因となります。ミーティングプランナーにとって最も重要なことは、クライアントが感動し、記憶に残るようなイベントのストーリーを、まさに脚本家のように創り出すことです。

例えば、2012年にとある銀行からベルリンでのパーティーの提案を依頼された際の事です。他社の提案は、価格の高い美術館や博物館が多かったそうですが、私は堅苦しい晩餐会よりもカジュアルな雰囲気が好まれると考え、ベルリン発祥のグルメ「カレーソーセージ(CurryWurst)」の博物館を提案しました。博物館では、紙コップに入ったカレーソーセージ、瓶ビール、インタラクティブなゲームを用意しました。また、集合場所では、カレーソーセージ博物館のキャラクターの着ぐるみが、会

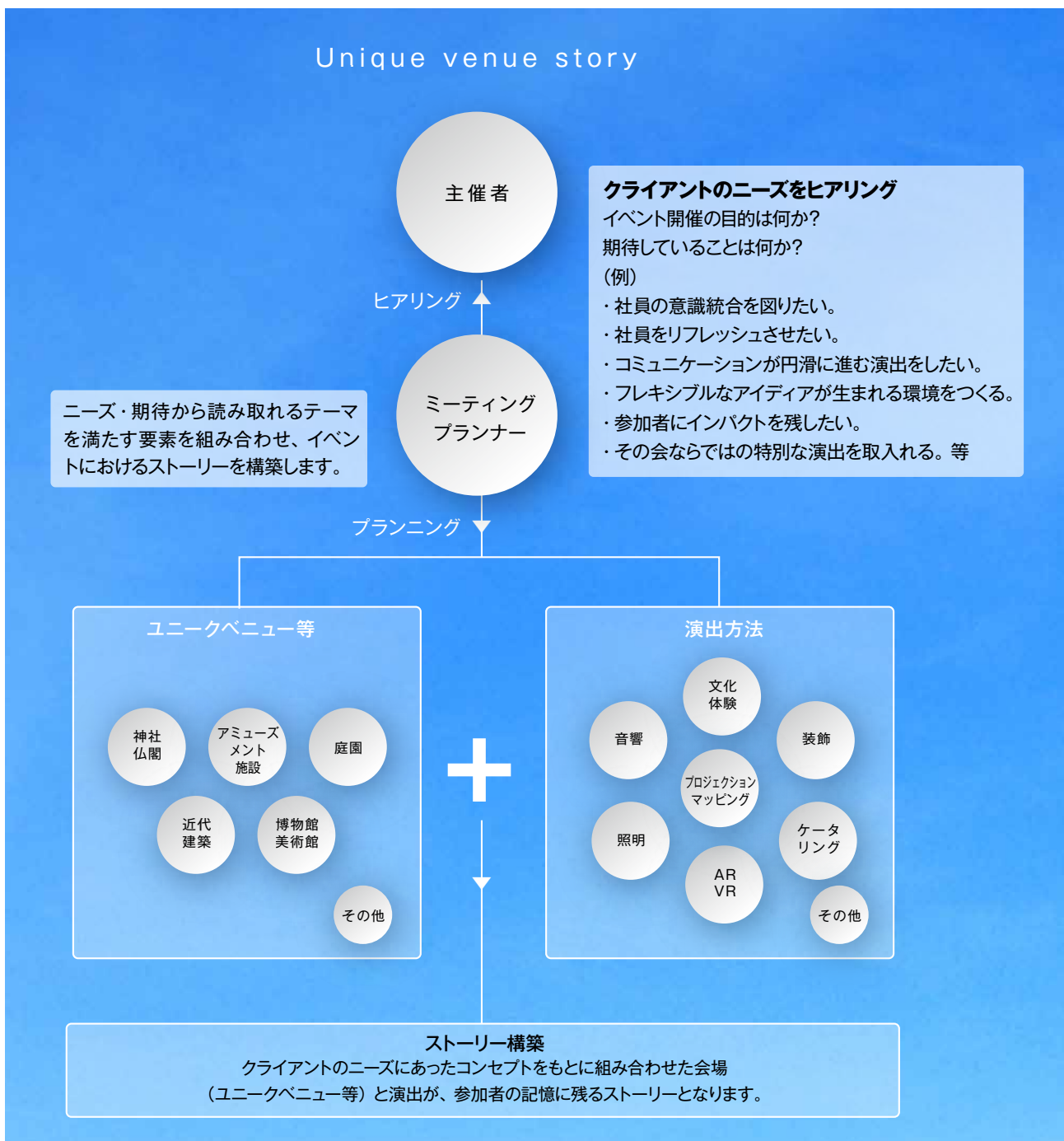
社のネームプレートを持ち、スタッフの目印として活用されました。目印として非常に分かり易いこの方法は、看板としての役割と同時にその会社の宣伝にもなりました。そして、送迎には、60年代のレトロバスを使用し、移動中にはガイドさんにベルリンを説明してもらい、ただ移動するだけではなく移動中も楽しんでもらえる仕組みをつくりました。

こういった今までにないコンセプトをもとにイベントを創り上げたことによって、現在でもこのイベントがクライアントの記憶に残り、その後も同様のイベントの依頼を受注することにつながりました。



ストーリーを意識する

クライアントのニーズを把握し、それを満たすストーリーの構成を構築します。そして、そのストーリーを実現させるために必要な要素を用意していきます。



テクニカルパートナーの視点

ドイツを含め、多くの場合、ミーティングプランナーの依頼を受けて、テクニカルパートナー（音響・照明・映像等を扱うAV会社）がイベントのコンセプトを演出するために相応しい設備を準備します。



Sales Manager, KFP Five Star Conference GmbH
Tobias Kamradt

KFP Five Star Conference GmbH セールスマネージャー トビアス・カムラッド氏

イベント・テクノロジー・ステージ設営・音響・照明・ITサービスに関して企画・コンサル等のサービスを提供しているKFP Five Star Conference GmbHに2016年入社。販売およびマーケティング戦略を担当し、舞台設営・照明・音響・映像技術・IT技術・メディア制作等の包括的な技術を活用したソリューションを総括し、特別な体験と価値を顧客に提案しています。KFPに入社する前は、世界的なホテルチェーンである「Hyatt」「Park Plaza Europe」等で、販売促進を担当しており、MICEや事業開発等の販売部長を経験してきました。

会場の演出において、どのような点が重要視されるのでしょうか？

ユニークベニューでイベントを行う際は、設営担当者と共に、事前に会場を直接確認することが非常に重要です。ユニークであるからこそ、それぞれの会場によって電源、広さ、運搬の動線等設備や特徴等が異なるため、実際に

目にしてその会場でイベントをするには何が必要であるかが明確になります。それを行い会場のスペックを把握することによって、革新的なコンセプトが生まれます。

演出を効果的なものとするために、どのような工夫をしていますか？

照明はイベントの内容によってテーマを変えます。例えば、和やかな雰囲気を作り出すためには会場全体に使用する照明を淡い色で統一します。ネットワーキングでリラックスした雰囲気を演出する際は、ブルーを中心にライティングします。時には、利用している会場の特性（天井の形や壁の色）を活用してライティングを行うこともあります。

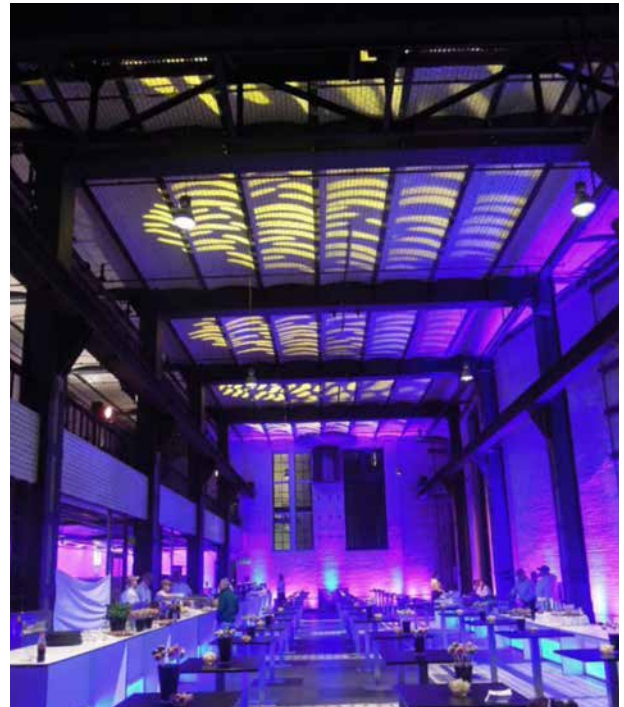
また、最新のテクノロジーを使った音響では、一部の人に狙いを定めて音を流すことも可能です。例えば、会議で外国人の方が話している英語を日本語に同時通訳し、それを決まったターゲットのみに届けることができます。

映像の分野では、イベント参加者の注目を集めるために、

12個のプロジェクターをつなげて映像を流す演出をしました。加えて、より強い印象を与えるのであれば、プロジェクションマッピングは非常に効果的です。

照明・音響・映像に関わらず、テクノロジーを活用した会場の演出は、人々に強い印象を与えるためにとても重要な役割を果たします。クライアントは強い印象を参加者に与えたいというニーズを持っており、それに加えてエンターテインメントやインスピレーションを与える演出を行うことは非常に大切であり、クライアントの記憶に留まる演出を提供できます。

Managing Innovative & Creative Events



Q & A

Step-1 会場選び

通常はベニューとして利用されていない施設であるだけに、会場選びにおいては慎重に調整を進める必要があります。施設に直接問い合わせをしても、思うような回答を得られないケースが多くあります。また、使用条件や依頼先を間違えると思ってもよらない落とし穴にはまってしまうこともあります。十分に時間をかけてじっくりと調整し、候補地を絞って行く必要があります。

Q1 ユニークベニューの会場を探しています。いくつか候補をリストアップしたいのですが、どのように探せばよいのでしょうか？

地域には複数のユニークベニューが点在していることが多いので、それらを一元的に把握している地域のコンベンションビューロー等にコンタクトを取ることも方法の一つです。地域に属するコンベンションビューローが MICE 誘致に向けたユニークベニューの活用促進を進めており、その地域ならではのニーズに沿ったユニークベニューの提案を行っています。

Q2 ユニークベニューを会場として選ぶ上で、注意すべきことはありますか？

まずは、その会場が主催者のニーズにあっているのか確認してください。その上で、主催者のニーズを実行できるか、設営等の専門業者と共に下見に行きます。ユニークベニューは、通常の施設（ホテルのバンケット会場、コンベンションセンター等）と異なるため、その会場で実施可能な事項と不可な事項があるので、「出来ないこと」をどのように実現可能にできるか、検討することも重要です。

Q3 会場を選定した後、まず、どこから手をつけたらいいですか？

会場を確認した後は、使用条件の確認が必要です。利用時間・利用できる場所・イベントの主旨等できることと、できないことの確認から始めます。そのためには、事前に何をしたいかということを整理しておく必要があります。チェックリストを作成し、施設側と認識の共有をすることをお勧めします。

また、その際には会場の工事やメンテナンスの有無についての確認も重要です。博物館や美術館等は、休館日に利用が可能なケースが多いものの、そういった日には施設内の工事やメンテナンスを行っていることもあり、イベント中に騒音が発生することや景観が損なってしまうこと、利用可能範囲が制限される等の可能性があります。

Step-2 準備にあたって

ユニークベニューをホテルやレストランと同じように考えていると意外な盲点が潜んでいます。通常は慣例に従って進めるべき手続も、ユニークベニューの活用では、一つ一つ丹念に確認をしなくてはなりません。「特別感」を創造するためには、それなりの苦勞がつきものです。ただし、その成果は大きな感動となってかえってきます。

Q1 下見の際に必要なことは何ですか？

実際に利用する会場が確定した後は、当日の設営等の準備に向けて、再度下見を行うことを推奨します。写真でイメージしている会場と実際の会場では雰囲気が違うことがあります。経験値が少ないユニークベニューでは、収容人員や椅子・テーブルの配置に関する情報が明確ではなく、まずは自分の目で確かめる必要があります。

Q2 会場の使用許可について、どのような手続きが必要なのでしょうか？

会場の利用が決定した際は、施設と書面を交わしましょう。施設側に、貸出における明確な書面が準備されていない場合があります。利用目的を明確に伝え、会場利用を確実に取り付けることで、トラブルを防ぎましょう。

Q3 スムーズにユニークベニューを活用するにはどうしたらよいのでしょうか？

まずは、ユニークベニューの活用経験が豊富な事業者を探すことです。実績のあるケータリング会社やイベント会社があればそこに問い合わせることをお勧めします。その施設特有のチェックポイントや解決策のノウハウは経験から蓄積されるものです。自分だけのイメージでことを運ぶと、取り返しのつかない事態に陥ることもあります。

Q & A

Q4 当日に向けて必要なチェックポイントについて教えてください。

駐車場・導線・クローク・下駄箱・受付・雨天対応（テントや傘立て）、運搬導線（機材関係）・VIP導線・控室・事務局室・Wi-Fi・電源・天井高・スクリーンの位置・音響・養生等の他、アルコールを含む飲食の可否、火気・冷蔵庫・ごみ出し・事前荷物の送付・トイレ・消防法・椅子・テーブル・テーブルクロス・空調等思いつくすべての項目がチェックポイントとなります。

また、イベント内容によってもチェックするポイントは異なってきます。会場側と十分なコミュニケーションを図り、イベント当日に向けて準備を行ってください。



平成30年3月
国土交通省 観光庁 国際観光課MICE推進室

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。