



MPIリレー連載

第9回 MPIジャパンチャプター
 (株)イベントサービス 代表取締役 森本 福夫 氏

～インバウンドインセンティブグループに～ “テーマパーティメニュー”で 提案型の営業

Profile
 森本 福夫 (Lucky Morimoto)
 旅行会社でインバウンド・アウトバウンド業務に16年、ビジネスホテル/ホールの運営に5年携ったあと、1981年、インセンティブイベント企画・運営に特化した(株)イベントサービスを設立、国内外のホテル、コンベンションセンター、ユニークベニューで数多くの企業の表彰式・パーティ・チームビルディングなどのインセンティブイベントを手がける。2012年、優秀なインセンティブイベント会社に贈られるSITE Master Motivator Awardを受賞している。

展示会とMICE



「展示会とMICE」
 ビジネスイベント(展示会、Meeting、Incentive、Convention、Event)の専門誌。当連載では、同誌のメールマガジンとコラボレーションし、ホテルやイベント関係者に向けてMICEの現状と課題、ビジネスとしての可能性を発信する。

会場はホテルが優位

1981年から、企業の主催するインセンティブイベントの企画・運営の仕事を国内・海外の両方で行ってきました。表彰式とガラディナーが多く、会場はコンベンションセンター、ホテル、その他のいわゆるユニークベニューですが、実績が多いのはやはり宿泊するホテルです。移動費・移動時間が掛からない、既設の音響・照明・映像設備があり外部から持ち込まなくとも良い、食事の品質・サービス・価格などの面が優れていて安心である、などが選ばれている理由です。ヘビーユーザーは、美術館・博物館・歴史的建造物・和風の会場などユニークベニューの提案を頻繁に求めてきます。しかし、公的施設開放と利用条件緩和が遅れている日本では、民間の和風会場かホテルに落ち着くことが多いようです。

ガラディナーはテーマパーティが主流

表彰式は、表彰の方法、装飾や演出、エンターテインメントの程度の違いはあるものの、セレモニーとしての流れはあまり変わりません。インバウンドで何種類も提案を求められるのは、1つのテーマのもとすべてが構成されるテーマパーティです。たとえばSAKURA NIGHTでは、桜をテーマにした入口の装飾から、ステージセット、Props(立体の飾り物)、空間装飾、照明、エンターテインメントなどをすべて

テーマに沿って構成します。ホテルの飲食もテーマに配慮したものをお願いしています。

テーマパーティメニューの制作を

海外ホテルのバンケットセールスではお薦めの〈テーマパーティメニュー〉をあらかじめ用意している所があります。たとえばアメリカではHollywood、Las Vegas、Wild Wild West(西部テーマ)、Silver & Goldなどのテーマを装飾・音響/照明・エンターテインメント・FB(飲食)をパッケージ化して写真はもちろん客単価も添え、クライアントに選びやすくしてあります。テーマパーティには抽象的なテーマ、例えばPassion(情熱)とか、See & be Seen(見たり、見られたり)、Black & White(色のテーマ)もありますが、これらは例外と言えるでしょう。日本のホテルでも、一般的なテーマ、例えば〈Japan〉、〈Four Seasons〉、〈Bon Festival〉、〈Mt. Fuji〉、〈Cool Japan〉、〈Sakura〉、などの各種のパッケージの用意・提案が歓迎されると思います。

