

REPORT | 「CHANGE to HOPE 2022」に見る、MICE 都市：丸の内の可能性



2022年10月24、25日の2日間にわたって丸の内エリアで開催された「CHANGE to HOPE 2022」。ニュースプラットフォーム『NewsPicks』(<https://NewsPicks.com/>)が主催するもので、東京會館、MY PLAZA ホールを中心に丸の内エリアを代表する道路空間である丸の内仲通りを含むエリア内9拠点において、2日間で30あまりのトークイベント、セッションが展開されました。

丸の内エリア一帯に染み出して開催されたこのイベントは、都心型エリア MICE の好事例のひとつとなったばかりか、エリアマネジメントの多様な可能性を示唆するものとなりました。

● 未来への希望を探るイベント



CHANGE to HOPE2022 のテーマは「変化は希望だ」。NewsPicks 代表取締役 Co-CEO の稲垣裕介氏は、単独インタビュー（記事後半）の中で「大きな枠組みで耐久性のあるテーマ」と述べていますが、暗い材料ばかりが並び、未来に希望が持てない時代だからこそ、希望を見出すために変化の兆しを見出そうというメッセージです。CHANGE to HOPE のサイトには、次のように書かれています。

「我々は日本を諦めない。新しいビジネスも、個人の自己実現も諦めない。日本経済の中心『丸の内』から、希望という灯をともし、自信を取り戻す——」

その意味で、キーノートスピーチを行ったハーバード大学教授のスティーブン・ピンカー氏は、まさにうってつけの人選であったといえるでしょう。スピーカーは総勢 90 名を超え、参加登録は 4000 名超、2 日間の現地での参加者は 2050 名。同時並行で配信も行われました。

サブテーマ

<8つのテーマ>

●地球規模の希望:

#GreenTech (FoodTech, 環境インフラ, 持続可能エネルギー)

●ビジネスの希望:

#Creative × Technology (Web3, ライフサイエンス, UXTech)

#New Capitalism (投資, コミュニティ, サステイナブル経営)

#Start-up Ave. (オープンイノベーション,アントレプレナーシップ)

#Global Initiative (グローバル市場, 脱・日本経営, 国際都市化)

#Boost Region (CityTech, 地域連携, 新しい越境)

●個人の希望:

#Future Work (DI&E, ウェルビーイング, 次世代の働き方, New Insights)

#Corporate Innovation (人的資本経営, 組織論, パーパス経営, ガバナンス)

セッションは個人と社会のリンクが意識された構成となっており、「変化は希望だ」をテーマに、「地球/個人/ビジネス」の3つの視点からこれからの希望を探るという仕立て。さらにそこから「GreenTech」、「Creative × Technology」など軸となる8つのテーマを設定して、多様なセッションが開催されました。プログラムは2日間でスピーチセッションが15、トークセッション&ワークショップが7。また、アフターパーティ、「スタートアップCxO 交流会」などの交流プログラムも行われました。



まち全体を使い、会場から会場を渡り歩くようにイベントを構成したのも、CHANGE to HOPE の特徴でした。例えば、植物性素材でアイスクリームを作るフードテック企業「エクリプス・フーズ」のシェフ、トーマス・ボウマン氏が登壇したセッション（「元ミシュランシェフが巻き起こす、地球に優しい『アイスクリーム革命』」）では、まず MY PLAZA ホールで、植物由来の代替タンパク質とそのビジネスについて語ったあと、会場を「Have a Nice TOKYO！」へと移し、セッションで紹介のあったエクリプス・フーズのアイスクリームを試食して交流するイベントが持たれました。イベントにはトーマス・ボウマン氏とともに、共同設立者のアイロン・スタインハート氏がサプライズで登場し、会場を盛り上げていました。



トーマス・ボウマン氏は、ミシュランで三つ星をとったこともある名シェフ。MY PLAZA ホールでのスピーチ



Have a Nice TOKYO ! での試食・交流イベントの様子。(写真下右) 中心がアイロン・スタインハート氏。

● 健全な新陳代謝と活性化



NewsPicks の稲垣氏に、CHANGE to HOPE と都心型エリア MICE について話を聞きました。

——今回、丸の内で CHANGE to HOPE を開催した理由、意義について教えてください。

「やはり、経済が動くためには、人が多く集い、出会いを触発し、ビジネスのきっかけを作っていくことが大切かと思います。それが、ただ飲み屋で仲良くなって……ではなく、ビジネスの場であること、また、イベントでの体験を共有していることが、良い方向に導くことになるんじゃないかと考えていました。そのことは、大阪でのビジネスカンファレンス『West Ship』（2021 年 11 月）で経験していたのですが、今回はそれを、経済の中心地である丸の内で実施したというもの。丸の内のグローバル性に期待している面もありますが、一方で、地域と接続されているハブとしての機能にも注目しました。丸の内は日本全体の地域とグローバルをつないで経済を活性化する、重要なピースになっていると思います」

——街を回遊する仕組みについて教えてください。

「会場を複数にすることでキャパを大きくできるということはありますが、出会いを創出できる点がポイントです。ちょっと会場を移動するだけで、知人や友人をはじめ、いろいろな人に出会ってしまって、名刺交換したり挨拶したりで、なかなか行き先にたどり着けない（笑）。これだけでも意味がありますよね。こういう街をジャックするような形をずっとやりたくて、3年くらいDMO東京丸の内さんと相談して、ようやく実現することができました」

——コミュニティの設計と空間設計がポイントになるかと思いますが、どのような点を意識しましたか？



開催中、まちなかでは CHANGE to HOPE のイベントグッズを持った参加者が溢れていた。

「まだ試行錯誤中ではありますが、空間の特性を活かすことを意識しました。会場となる空間のイメージを踏襲し、内容とミックスさせる。今回で言えば、東京會館は王道的で対象者も広い印象になっていると思いますし、MY PLAZA ホールは、ポップでエッジの利いた感じになっています。

コミュニティに関して、NewsPicks の会員は、有料が 19 万人、無料は 700 万人。今回の参加者も 4,245 人の登録がありました。大きいコミュニティを荒れず破綻せずに運営する

のはたしかに難しい。テーマとルールの設定、コミュニティマネージャーの設置がポイントかと思います。今回のテーマは、絞りすぎずに、かといってぼやけないように、そして耐久性のあるものを選ぼうとして、『変化は希望だ』としたという経緯があります。

コミュニティというのは、濃密になっていく反面、リコメンドと同じでどんどん視野が狭くなり、硬直してしまいがちです。大切なのは、最適化されたりリコメンドにノイズを入れていくということ。一定の循環を生み出して、健全な新陳代謝と活性化を促すということです。今回は、空間の力もセットで使いながら、さまざまに試行錯誤しているという状態です。例えば、展示会場を分割して、コミュニティの流動と活性化を促そうとしても、結局空間の同質性が高くて難しい面があります。しかし、街をフィールドにすると、完全に会場が別。物理的に切り離されていることが、雰囲気を変えていくという面があって面白いと思っています」

――都心型エリア MICE とコミュニティ形成の可能性について、お考えをお聞かせください。

「僕らが丸の内に移転したこと自体が、今までなかったことなのかなと思っていて、まさに今丸の内という街が変わろうとしているのかなと思います。大企業とスタートアップという文脈で言うと、これまでは、出会うことも少ないうえに、出会ってもスタートアップ側からすると売上にならないとか、提携した瞬間に、ただの下請けになってしまうとか、そういう問題がありました。普通に混ざるとカラーが失われてしまうのですが、大切なのは、お互いのカラーを失わずに混ざること。

丸の内は経済の中心地ですが、一般的には、大企業ばかり男性ばかりというイメージがありますよね。今、丸の内が変わろうとしているのだとしたら、街の魅力を前提に、このビジネス街に学生や女性といった、これまでにない要素を受け入れていくこと。私たちにしても、何かしら拠点を設けてさまざまな人と触れ合えるイベントを仕掛けていくこと。そうやって動いていくことで、コミュニケーションが活性化し、文化が生まれていくように思います」

● 都心型エリア MICE が丸の内を変える



CHANGE to HOPE は、8つの会場だけでなく、仲通りも主要な舞台となりました。キッチンカーや通り沿いのカフェでは、チケットと引き換えでコーヒーを提供して人流を促し、仲通りの一角では地域とタイアップした展示やショートイベントも開催されました。





また、会期中はエリア中が、イベント看板や MAP、ポスターなどの屋外広告でジャックされ、丸の内エリア一帯が「CHANGE to HOPE」の色に染まり、街を盛り上げていました。まち全体がショーアップされ、イベントを盛り上げる。フラッグや広告を掲出するだけではなく、それぞれの個性を活かし、お互いに認め伸ばし合う、「まちとイベントのミックスアップ」が起きている現場となった事例と言えるのではないのでしょうか。

このようにまち全体を活用する取り組みは、丸の内エリアを象徴する道路空間「丸の内仲通り」や DMO 東京丸の内の事務局を担い、丸の内エリアの道路空間や屋外広告を活用したエアーマネジメントを推進する「NPO 法人大丸有エアーマネジメント協会（通称：リガーレ）」の協力により実現。丸の内エリアの道路空間や屋外広告を活用したエアーマネジメントを推進してきた実績があるからこそできたミックスアップでした。

CHANGE to HOPE 開催中、NewsPicks のテーマカラーである縞模様や若者の姿が行き交い、いつもとは違う雰囲気をもっていた丸の内エリア。都心型エリア MICE は、丸の内

という街全体を変える可能性がある。そう感じられた2日間でした。

● DMO 東京丸の内/リガーレが果たした役割と今後の可能性

今回、DMO 東京丸の内は長い時間を掛けて NewsPick と本イベントの実施について検討を重ねており、DMO 東京丸の内はもちろん、リガーレから提案し実現した取り組みも多くありました。それは、広告・バナーの掲出、ラッピングといった従来のエリアマネジメントの範疇に収まるものばかりでなく、エリア全体を有機的にリンクさせる新しい取り組みなども含みます。

- 仲通りをイベント登壇者と来街者のコミュニケーション空間として利用できるように、施設と道路を組み合わせ会場を設定
- 道路と施設をリンクさせ、エリア全体の一体性を醸成
- 地権者の協力を得て、施設・会場間の横串を通す展開を実施
- 広告やラッピングも、道路利用の点で従来の枠組みを超える内容が盛り込まれていたが、長年、千代田区等行政との実績を積み重ねてきたリガーレの協力のもと、新しい取り組みができた

特に、エリア全体の一体感については、リガーレが持つ公共空間活用のノウハウをもとに試行錯誤しながら、新たな形を展開することができました。稲垣氏のインタビューにもあるように、建物と建物をつなぎ、まち全体で一体感のあるイベントを構成しようとする例は、まだ決して多くはありません。今回の CHANGE to HOPE では、DMO 東京丸の内と NewsPicks がコラボレーションし、まちや各会場の特性をよく踏まえたうえで、まち全体の一体感をよく理解できたモデルケースとなったと言えるのではないのでしょうか。

一言でいえば、CHANGE to HOPE は、NewsPicks と DMO 東京丸の内が、丸の内というまちで合作した、ひとつの“作品”のようなもの。今後、さらにまち全体が楽しく、熱く盛り上がる作品が生まれることが期待されます。