

光と音とアイデアの祭典「Vivid Sydney」

～シドニー市内が光のアートに変身～

シドニー事務所

1 シドニー市内が光と音のテーマパークに変身！

2013年5月24日から6月10日の間にかけて、シドニー市内で Vivid Sydney が開催されました。今年で5回目となるこのイベントは、今年から会場を増やすなど毎年魅力を増しています。



なんとといっても、このイベントの魅力は約10万個のLEDで装飾されたシドニー名所のオペラハウスとハーバーブリッジですが、それだけではありません。市内の著名な建物も光のアートで、普段とは全く違う装いを見せています。私も家族で出かけ Vivid Sydney を楽しみましたが、「日本でもこんなことができないだろうか？」そんな思いでこのイベントを少し調べてみることにしました。

2 シドニーを世界で最も成功した都市とするために

このイベントは、デスティネーション・ニューサウスウェルズ（NSW州の法定設置機関、以下「DNSW」）によって運営されており、州の新しい観光戦略の1つでもあります。

DSNWでは、シドニーとNSW州を世界で最も成功した観光・イベントの目的地とすること、NSW州内の来訪者による支出を2020年までに2012年比で2倍にする



ことを目的にしており、特に、新たな観光及びイベントの戦略に対して2016/2017年までの4年間に約5億ドル（約500億円）を投資するとしています。NSW州の副首相も「Vivid Sydneyは、シドニーがアジア・太平洋の中の、創造的産業の中心として確固たる地位を築くのに大いに貢献している」と述べるなど高く評価しています。

3 観光の閑散期の冬季の対策として

第1回目の2009年には20万人だった来場者が、2010年には30万人、2012年には50万人、そして今年は55万人の来場者が見込まれています。2012年には4万5千人の方が州外や外国から訪れ、約150か国のメディア関係者が集まるなどし、

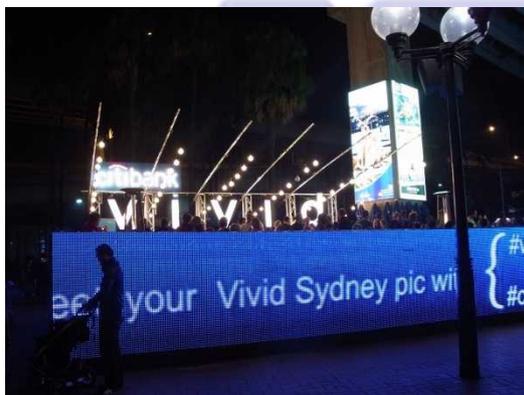
約 10 億ドル (約 1,000 億円) の経済効果があったとしています。また、伝統的に冬季が閑散期で会ったシドニーの小売業者、レストラン関係者、ホテル業界からも「18 日間もニューイヤー・イブが続いているような感じだ。このイベントがシドニーを変えた」と喜びの声も上がっています。



また、経済の好調な大市場である中国をターゲットと捉え、中国で使用されているウェイボーを対象とした SNS キャンペーンを実施し、約 4,000 人の中国人観光客を獲得。ビジネスイベントの目的地としてシドニーのプロモーションを図る機関 (Business Event Sydney) と連携し、韓国企業から約 500 人、中国企業から 300 人のインセンティブツアーを獲得し、その経済効果は 380 万ドル (約 3.8 億円) となるなど、効果的な誘客戦略も見逃せません。

4 重要な役割を果たす協賛企業

少し古い数字ですが、2010 年の時の Vivid Sydney にかかる経費が約 700 万ドル (約 7 億円) で、そのうち 4 分の 1 が州政府予算から拠出されています。残りの多くは、



協賛企業からの拠出金で成り立っているようです。また、協賛企業の中には、まるで株主優待のような特典を観客に与えてくれるところもありました。とある銀行のブースでは、銀行のキャッシュカードを持っていると、光のショーを見ることができる特等席付きのバーに無料で入ることができ、アルコールも無料で 1 杯提供してくれ、多くの「顧客」の方が楽しんでいました。

5 「光を当てるだけでこんなに街が変わるのか!？」

これが、私が率直に思った感想です。もともと観光都市、ビジネスの中心都市であるシドニーは一言で言うならば「かっこよくて」「おしゃれ」な街です。ただ、その街並みに色々な光を当てることで、音楽で雰囲気を作り出すことで、観光客はもとよりシドニー市民も活気にあふれ、街の様子は一変したように思えます。

官民そして市民が一体となってシドニーのプレゼンスを高めていく取り組み、閑散期の冬季への誘客を目的として既存の建築物や街並みをうまく活用した取り組みから、日本の自治体が参考にできることも多いような気がしています。

(迫田所長補佐 北海道鹿追町派遣)