

ナイトタイムエコノミーという言葉をご存知だろうか？

一言で答えるなら「夜遊び経済」というもの。東京五輪に向けインバウンドの増加に合わせて政府は訪日外国人旅行消費額を2020年に8兆円と数値目標を掲げた。2016年の実績は3・7兆円。前年比7・8%増で過去最高を更新した。しかし2倍以上の数値目標との開きを考えた時、画期的な打開策が必要になってくる。

それが「ナイトタイムエコノミー」ではないだろうか。海外と日本の「遊び」での違いを比較した時、圧倒的に夕方以降の夜遊びスポーツが無いとの話を聞く事が多い。そんな中、日本を感じる事ができる夜遊びを生み出した時、手付かずだった消費ポイントの開拓と日本へ足を運ぶ旅行者の新たな訪日目的の一つを作れると考えられる。

先日、あるナイトクラブで我々が手掛ける「HANABI」のプロデューサーでDJの渡邊祐平がパフォーマンスを披露した。国内でダンスミュージックを牽引してきた彼のプレイに千人近くの観客は一体となって踊っていた。そんな一体感を充満させた会場に彼が送り込んだのは和装した生の三味線、尺八の奏者と狂言師。ナイトクラブでは無縁の伝統芸能の登場に一瞬会場は静まり呆気にとられていた。

## 『エンタメから考えるナイトタイムエコノミー』

文 岸本公平 text by Kouhei Kishimoto

しかしDJのパフォーマンスが進むとまず反応したのは外国人の観客だった。恐らく外国人客は日本らしい新しいものに触れたと直感し違和感なく反応したのだと推察される。

ナイトタイムエコノミーの目線で考えた時、一度に大人数を動員できるスポットはナイトクラブであり、エンタメを通じて日本らしさを表現できる場所でもあると考えられる。また繁華街などの大きなエリアでの安全管理ではなく会場内でのセキュリティチェック後の限定的なエリアでの遊興施設である為、外国人観光客も安心して夜遊びに興じる事ができるのではないだろうか。

風営法の改正で規制が見直されたDJやナイトクラブ。インバウンド向けの新たなキラーコンテンツとして結果を残す事で一躍その経済的価値、文化発信拠点としての価値が認識される日も近いのではないだろうか。



DJ「HANABI」による和のクラブパフォーマンス

### Profile

株式会社NEWTRAL代表取締役  
HANABIプロジェクトプロデューサー  
福岡県出身。日本大学中退後、テレビ番組制作会社入社。その後ディレクター、プロデューサーなどを経て、30歳の時株式会社NEWTRALを設立。メディアで学んだ企画やプロデュースの視点を生かし、企業のコンサルティングはもとより、地方創生事業やクールジャパン事業に取り組む。

