報道部・山里悠太朗

MICE誘致 地元一体

長崎市がJR長崎駅に隣接して整備したMICE（マイス）施設「出島メッセ長崎」が1日、開業5年を迎えた。MICEは「企業などの会議（Meeting）」「企業などの報奨・研修旅行（Incentive Travel）」「国際会議（Convention）」「展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）」の頭文字を取った総称で、出島メッセ誕生で誘致は大きく勢いづいた。経済効果を地元に還元・循環させる模索も続いている。



長崎駅に隣接して整備された出島メッセ長崎（中央手前）　＝長崎市の稲佐山展望台から望む（高月健伍撮影）

長崎スタジアムシティ（同市幸町）の会議室に10月23日、出島メッセの運営会社「ながさきMICE」、長崎国際観光コンベンション協会（DMOナガサキ）、スタジアムシティ、市内7ホテルの営業責任者ら12人が集まった。

地元事業者が一体となって、経済波及効果が高い大型の学会や会議の誘致を進める「チーム長崎」のメンバーだ。

11月中旬から3日間、首都圏での合同誘致活動の日程表を広げ、新規を中心に訪問先を出し合い、旅行代理店や学会事務局を訪ねる作戦を詰めた。

チームは2024年から活動する。指揮を執るDMOナガサキの今井秀一事業本部長は「各分野の専門スタッフの同席で深い商談ができる。地域ぐるみで迎え入れる姿勢を伝える効果もある。長崎開催への関心をつかみ、次につなげたい」と語る。

■

出島メッセは、人口減少が進む中で交流人口拡大を目指し、総事業費約216億円を投じて整備された。長崎駅に直結した立地に、大小24のホール・会議室を備え、分科会や商談会など多様なニーズに対応できる強みを持つ。

出島メッセ開業前、市内全体のMICE参加者は18年度が約34万人、19年度が約43万人だった。コロナ禍を経て、開業した22年度には約114万人と100万人台を達成。25年度は186万人に伸びた。長崎新幹線、ヒルトン長崎や長崎マリオットホテルといった高価格帯ホテル、スタジアムシティの開業も相乗効果を生んだ。5年間の歩みを鈴木史朗市長は「以前の長崎では開催できなかった規模の会合や国際会議を着実に開催できたことは、長崎にとって自信になった」と評価する。とはいえ、実績からは課題も明確だ。



首都圏での営業活動に向け、訪問先などを話し合うDMOの今井本部長（右から3人目）らチーム長崎のメンバー　＝長崎市、長崎スタジアムシティ

出島メッセ単体の25年度総利用者数は61万3366人と、市が掲げた目標の61万人を4年連続で達成したが、実績を支えたのは「イベント・展示」だった。49万2千人で目標を上回ったものの、多くは日帰り客。宿泊や飲食で高い消費効果を生む「学会」「一般会議」は目標に届いていない。

今井本部長は「学会誘致の動きは特に活発になってきており、26年度は5万人も視野に入る。5年先の案件まで誘致で追っており、開催地としての長崎の魅力からすると、もっと誘致できる」と意欲を示す。

■

誘致したMICEを円滑に運営する柱が「長崎MICE事業者ネットワーク」だ。もともとDMOナガサキがワンストップ窓口を担って業務を手配してきたが、誘致拡大に伴って地元事業者のつながりを強化した。

現在は94社が参画する。地元の4社がまとめ役となり、案件ごとにグループをつくって設営や運営、弁当などを手配する。ムスリム（イスラム教徒）やビーガン（完全菜食主義者）の客の食事対応といった受け入れ環境も整えた。25年度は主催者が発注する業務の68・2％を地元で受注した。

誘致、運営の二つの連携が実を結んだ成果が、今年6月、在京企業から誘致した約500人規模の報奨旅行だ。出島メッセでの交流会に加え、スタジアムシティのアリーナで開いたディナーではヒルトン長崎監修のフルコースが提供された。事業者の枠を超えた連携を実現し、市内観光や記念品を含め、3泊4日で計約1億3千万円の経済効果を生み出した。

■

半面、MICE参加者は長崎駅周辺にとどまりがちで、まちなかへ誘客する取り組みは道半ばだ。繁華街の飲食店からは「客が増えた実感は見えにくい」という声が根強くある。

DMOナガサキはMICE参加者向けに市内の観光情報を発信する一方、飲食店やタクシー事業者にはMICEの予定を提供するなどの取り組みを強化している。

出島メッセは構想時から財政負担を懸念する声があがり、住民投票を求める運動も起きた経緯がある。単なる「箱物」にとどまらない成果が求められている。

学会、会議伸び悩み　まちなか周遊課題

出島メッセ長崎の利用状況と経済波及効果の経年比較

長崎市調べ。2024年度以前と25年度では、担当したシンクタンク、経済波及効果の算出方法が異なるため、単純比較できない

催事種別	規模・人数	目標		2022年度		23年度		24年度		25年度		26年度（見込み）	
		件数	利用者数	件数	利用者数	件数	利用者数	件数	利用者数	件数	利用者数	件数	利用者数
学会	500人未満	10	5,800	20	2,830	8	1,678	14	2,442	9	1,564	2	700
	500人以上1,000人未満	8	13,800	5	3,558	2	1,230	2	1,471	6	4,185	3	1,900
	1,000人以上	6	31,200	4	6,754	14	49,464	12	36,101	8	21,045	14	47,350
	小計	24	50,800	29	13,142	24	52,372	28	40,014	23	26,794	19	49,950
一般会議	500人未満	650	82,500	1,815	51,142	1,892	49,111	1,724	46,499	1,766	51,726	1,387	51,823
	500人以上1,000人未満	34	26,000	18	10,795	9	5,942	12	7,352	14	9,821	16	10,080
	1,000人以上	14	47,000	9	17,098	8	10,409	9	24,538	14	32,336	12	25,700
	小計	698	155,500	1,842	79,035	1,909	65,462	1,745	78,389	1,794	93,883	1,415	87,603
イベント展示	500人未満	－	－	27	4,617	27	3,977	36	6,133	49	7,789	36	6,255
	500人以上1,000人未満	10	7,500	4	2,325	7	5,088	8	5,930	9	6,395	8	5,500
	1,000人以上	43	396,500	37	543,024	45	535,236	34	498,656	43	478,505	34	387,600
	小計	53	404,000	68	549,966	79	544,301	78	510,719	101	492,689	78	399,355
総計（達成率）		775	610,300	1,939（250%）	642,143（105%）	2,012（260%）	662,135（108%）	1,851（239%）	629,122（103%）	1,918（247%）	613,366（101%）	1,512（195%）	536,908（88%）
経済波及効果		約114億円		約122億円		約136億円		約136億円		約94億円		－	

前長崎市長 田上富久氏に聞く

「標準装備」主体的に仕掛けを



田上前長崎市長

出島メッセ長崎の整備を当時の長崎市長として進めた田上富久氏に計画に込めた思いや現状の受け止めを聞いた。

―MICE施設の整備を推進してきた背景は。

長崎は開港から450年にわたり交流で発展してきた。戦後は国内向けの観光が中心となったが、会議、スポーツなどでも人を呼び、まちを活性化させる仕掛けが必要だと考えていた。市長就任前から、経済界からも「コンベンション施設を造ってほしい」という要望が市に繰り返されていた。1期目の最終年に必要性を検証する委員会をつくり、検討を進めた。

―MICE建設関連の議案が市議会で否決されたり、整備の是非を問う住民投票の動きもあったりした。

多様な意見や批判があるのは当然。ただ、長崎の歴史や素材からするとMICE施設は贅沢品でなく、不可欠な「標準装備」と考えてきた。市長の役目は次代に基盤を残すこと。反対意見を聞き、計画を練り直す中、経済界や市民とも理解を深め合えた。

―自身が思い描いた未来に今、近づいているのか。

「交流の産業化」を掲げたが、出島メッセはあくまで集客装置。市民や事業者が主体的に使いこなすことを期待している。弁当受注を地元業者が連携して担う取り組みなどが生まれたことはうれしい事例だ。どんな学会や大会が開催されるかを把握し、ビジネスチャンスと考えて自らで仕掛けをつくってもらいたい。