

所管事項調査②

出島メッセ長崎の進捗状況について

【目次】	ページ
1 施設整備の進捗状況.....	1 ~ 12
2 誘致状況.....	13 ~ 18

文化観光部

令和2年6月

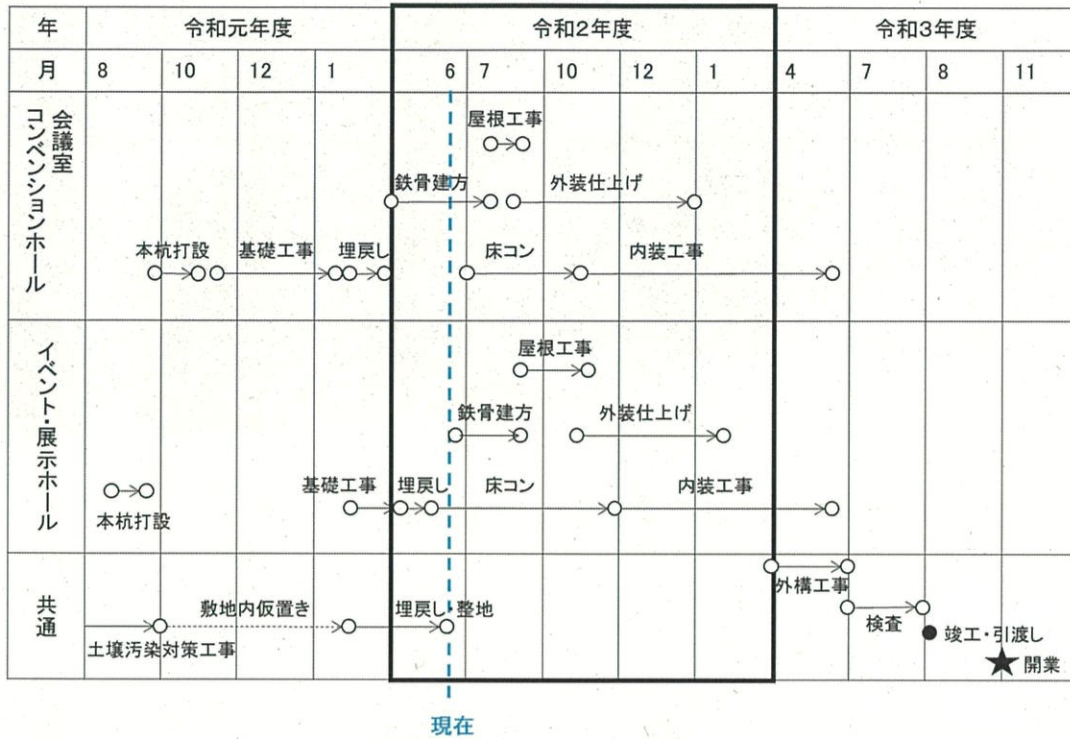
1 施設整備の進捗状況

(1) 現状

出島メッセ長崎の施設整備については、令和元年8月に工事着工後、令和3年8月の施設引渡し、令和3年11月の供用開始に向け工事を進めている。

令和元年度は、杭工事や地下の消火水槽や雨水貯留槽などの基礎工事を進め、現在、コンベンションホール棟側から鉄骨工事をやっている。

(2) 工程

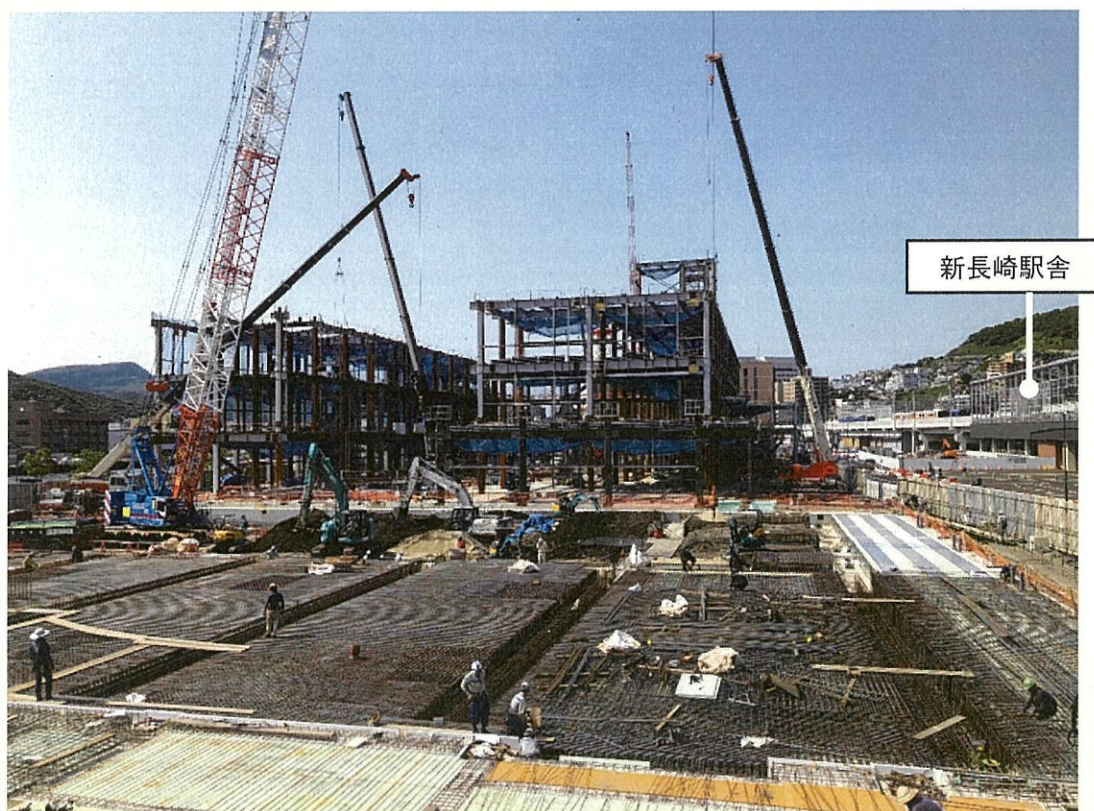


(3) 現況写真

ア 航空写真（令和2年5月中旬 浦上川上空から撮影）



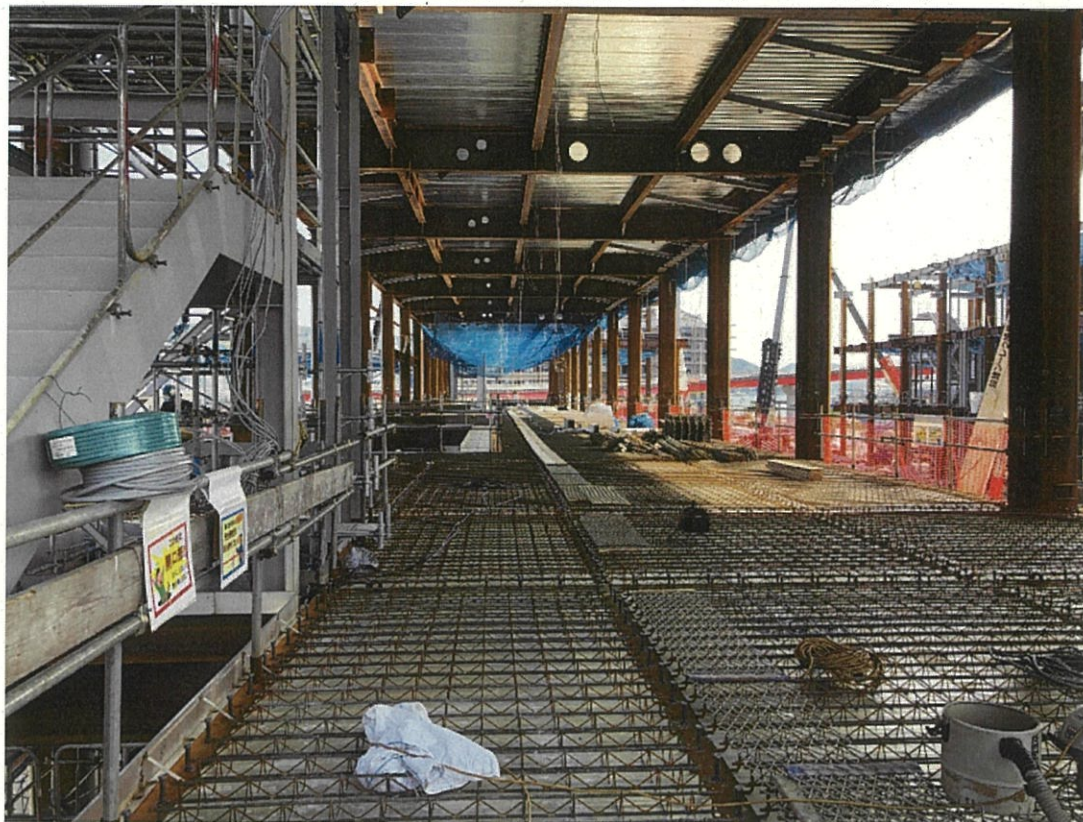
イ 南側から撮影（令和2年5月下旬）



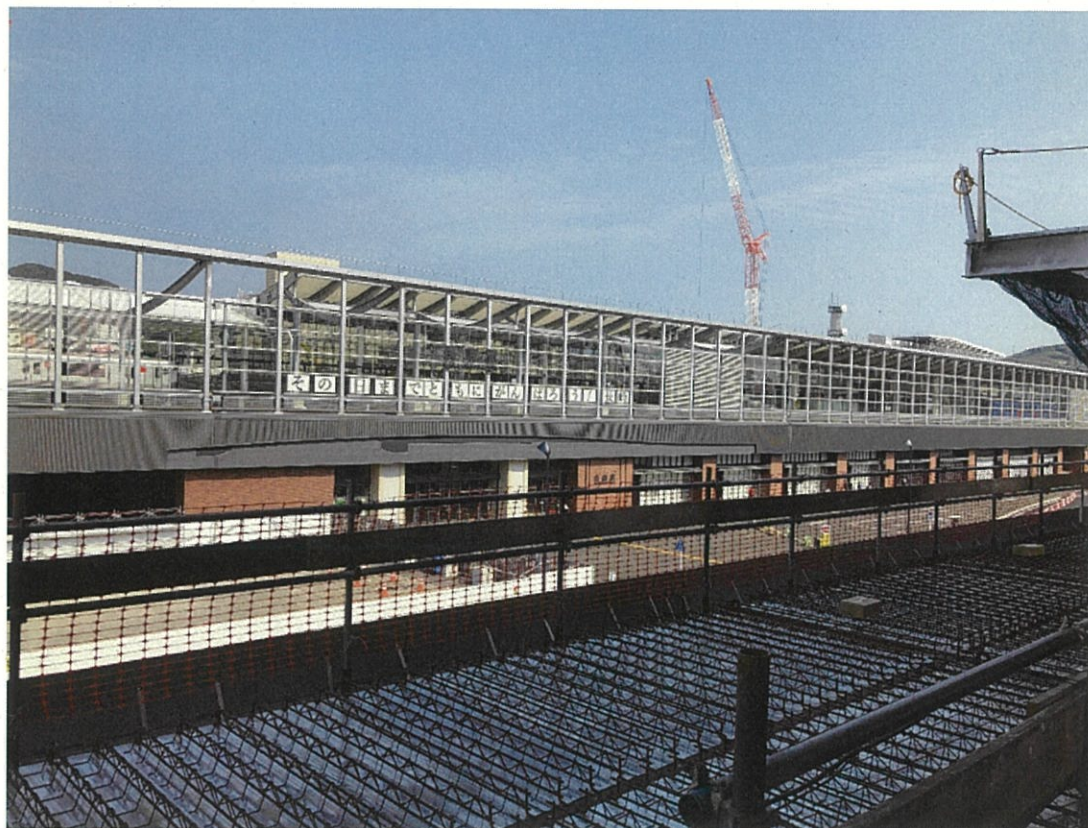
ウ 新長崎駅西口から稲佐山方面を撮影（令和2年5月下旬）



エ 建物2階ホワイエ 北側から県庁方面を撮影（令和2年5月下旬）



オ 建物2階ホワイエから長崎駅西口方面を撮影（令和2年5月下旬）





(4) 外装計画

ア 外装に係る主な変更点

提案時の外装

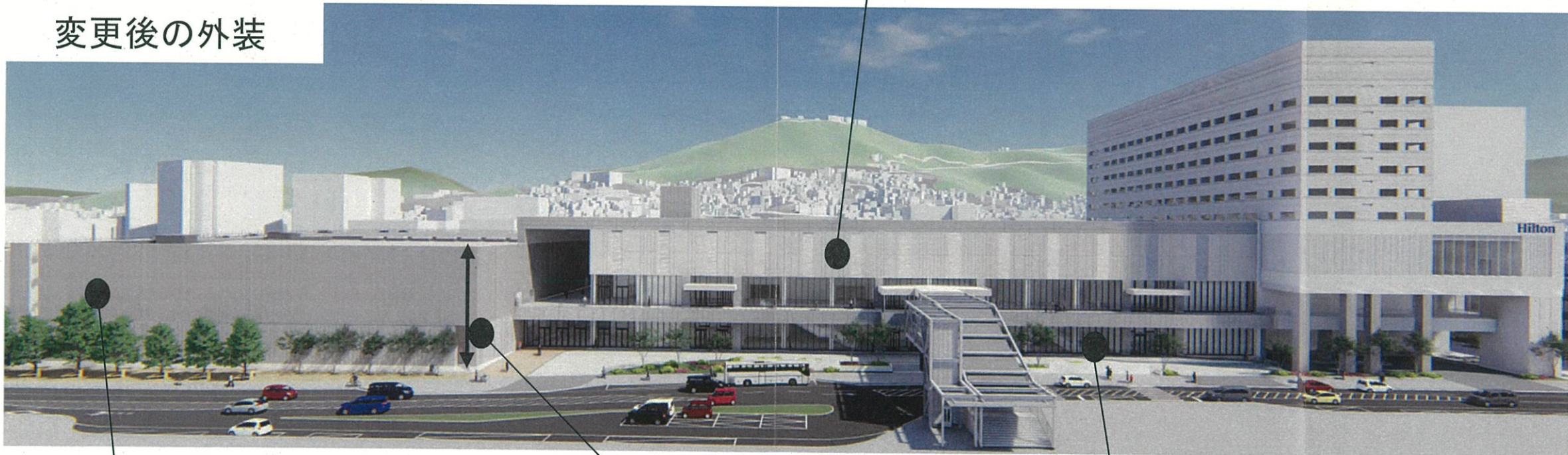


長崎駅周辺エリアデザイン調整会議、長崎市景観専門監及び県・市の景観担当部署との景観協議を踏まえた変更



③コンベンションホールの外壁は、来館者を迎える印象的な素材とするため、白い壁から明るいライトグレーの塗装をメインに、温かみのある色のアルミの格子枠との組み合わせにより表情を豊かにする仕様に変更した。(P6参照)

変更後の外装



①イベント・展示ホールの外壁は、圧迫感を軽減し、重厚感を持たせるため、コンクリートパネルからリブ付き穴あきコンクリート板とし、縦方向のリブ（凸凹）とコンクリートの持つ素材の力強さにより表情を豊かにする仕様に変更した。(P8参照)

②イベント・展示ホール建物全体の外壁は、圧迫感を軽減させるため、高さ約6mで分節し、上段と下段の材質を変えるよう変更した。(P9参照)

④コンベンションホールの側面は、長崎駅など周辺の建物と色彩を合わせ街並みの統一を図り、重厚感を持たせるため、黒色を基調としたアルミサッシに変更した。(P7参照)

(4) 外装計画

イ JR新長崎駅舎方向からの見え方

MICE施設の正面というべき新JR長崎駅側のファサードは、水平に延びるラインを意識し、のびやかな構成で造られています。駅舎の長いファサードとも呼応するデザインです。また、建物の内部の機能を感じることができる立面構成としています。イベント展示ホールは、強固なイメージの壁面で覆い、様々な催事を開催すべく包含するようなイメージでデザインしています。コンベンションホールは内外一体となるホワイエとペDESTリアンデッキで来館者を出迎え、賑わいを発信する透過性のあるガラスファサードとしています。

リブ付き穴あきPC版(スパンクリート)：
コンクリートを押出成形した建材
素材の力強さや表情の印象をそのまま生かした仕上げとします。
表面を保護するために素地を生かした塗装をします。

押出成形セメント板(ECP)：上段帯
素地を生かした仕上げとします。

押出成形セメント板(ECP)：縦張り部
塗装をし表面を保護します。
日塗工25-80Aを予定しています。

アルミガラリ：
縦張りECPと調和するようステンカラー
艶消しを予定しています。



新JR長崎駅から稲佐山方向への視点

押出成形セメント板(ECP)：下段縦張り
素地を生かした仕上げとします。

アルミサッシ：
ホワイエのスラブから天井までのサッシです。
ブラックを採用予定です。
ガラスは透明ガラスを採用予定です。

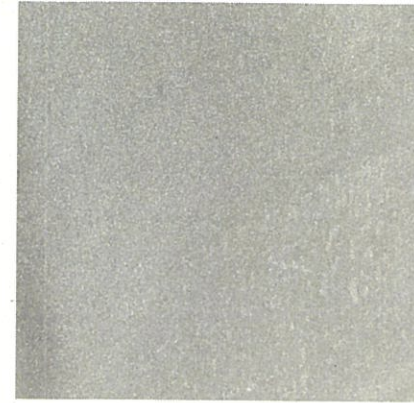
格子手摺：
スチール溶融亜鉛メッキの上、
リン酸処理仕上げN=3.5

(4) 外装計画

ウ JR新長崎駅舎方向からの見え方 拡大図

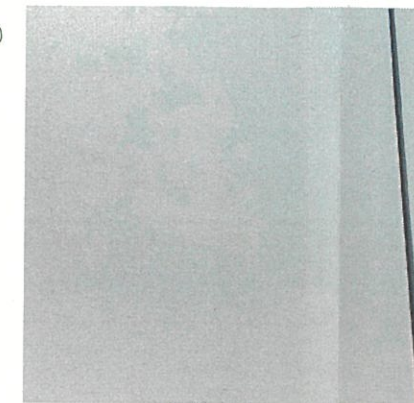
コンベンションホール側のファサードは、天井いっぱいのガラスによる明るいホワイエと建物幅いっぱいに延びるペDESTリアンデッキで来館者をお出迎えます。賑わいを発信する透過性のあるガラスファサードを主題にしています。

①



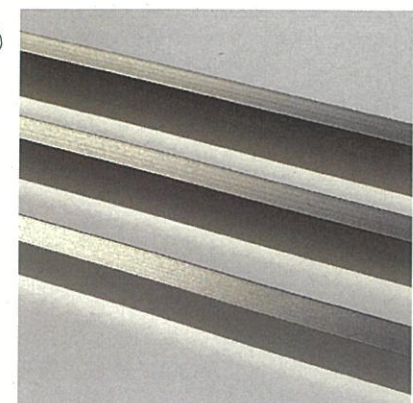
押出成形セメント板 (ECP) :
上段帯、デッキ外壁
素地を生かした仕上げとします。

②



押出成形セメント板 (ECP) :
縦張り部塗装をし表面を保護します。
日塗工 25-80A を予定しています。

③



アルミガラリ :
縦張り ECP と調和するようステンカラー
艶消しを予定しています。

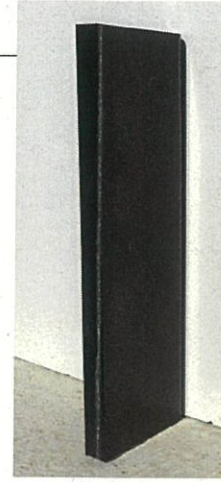


新 JR 長崎駅から稲佐山方向への視点 (拡大)

(4) 外装計画

エ 車寄せ空間

MICE施設の南北に長い敷地を生かした車寄せにより様々な来館者をお出迎えます。
1階、2階共天井いっぱいのガラスファサードで内部の賑わいを発信します。
2階のデッキではホワイエの延長としても機能し、人々の活動が滲み出す計画です。

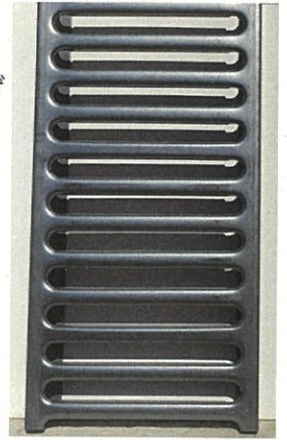


アルミサッシ：
ホワイエのスラブから天井までのサッシ
です。ブラックを採用予定です。
ガラスは透明ガラスを採用予定です。

格子手摺：
スチール溶融亜鉛メッキの上、
リン酸処理仕上げN=3.5 ± 1.0



軒天井：
ファインフロア
溶融亜鉛メッキ仕上げ



車寄せ空間を車両の入り口方向より望む

(4) 外装計画

オ イベント展示ホール外装計画

イベント展示ホールは、強固なイメージのリップ付きスパンクリート壁面で覆い、様々な催事を開催すべく包含するようなイメージでデザインしています。長大な壁面に分節すべく、上下で仕上げ材を分割し、強固なイメージ中にも浮遊感を演出しています。駅側のエリアは、歩道と一体となり、屋外イベントスペースと機能します。

リップ付き穴あきPC版(スパンクリート)：
コンクリートを押出成形した建材
力強さや表情の印象をそのまま生かした仕上げとします。
表面を保護するために素地を生かした塗装をします。



イベント展示ホールを東南方向より望む

(4) 外装計画

カ 西面外装計画

通幅の広い県道浦上線に面していることや、遠く稲佐山からの見え方を考慮し、列柱にてスケール感を強調し、東面と同じ水平線でのびやかさを演出しています。浦上川と呼応するデザイン構成としています。立面の基本構成は東側立面と同仕様になります。



リブ付き穴あきPC版(スパンクリート)：
コンクリートを押出成形した建材
力強さや表情の印象をそのまま生かした仕上げとします。
表面を保護するために素地を生かした塗装をします。



押出成形セメント板(ECP)：下段縦張り
素地を生かした仕上げとします。



西面ファサード：素材の構成は東側ファサードと同様です。

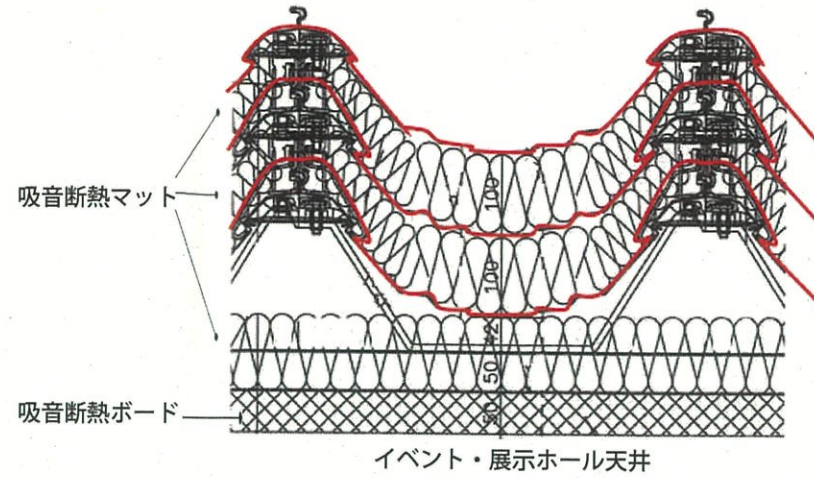


イベント展示ホール南西面を望む

(4) 外装計画

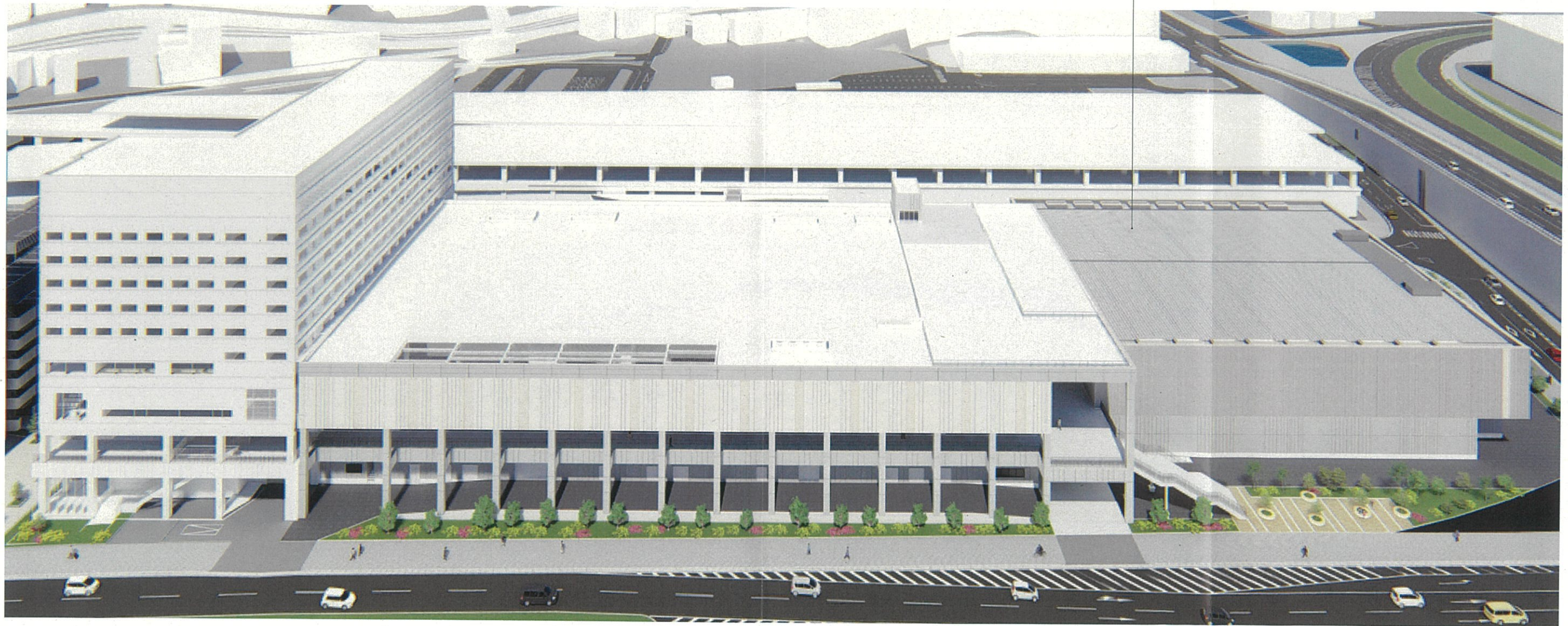
キ 浦上川方面からの見え方

長崎を代表する景観の視点からの焦点にMICE施設はあります。
周辺には新しい街区を形成する建物群があり、MICE施設はあたかも以前よりその場所に建っていたかのように周辺建物に調和することを目指しています。



フッ素ガリバリウム鋼板三重葺き
(トリプル折板) 断面図

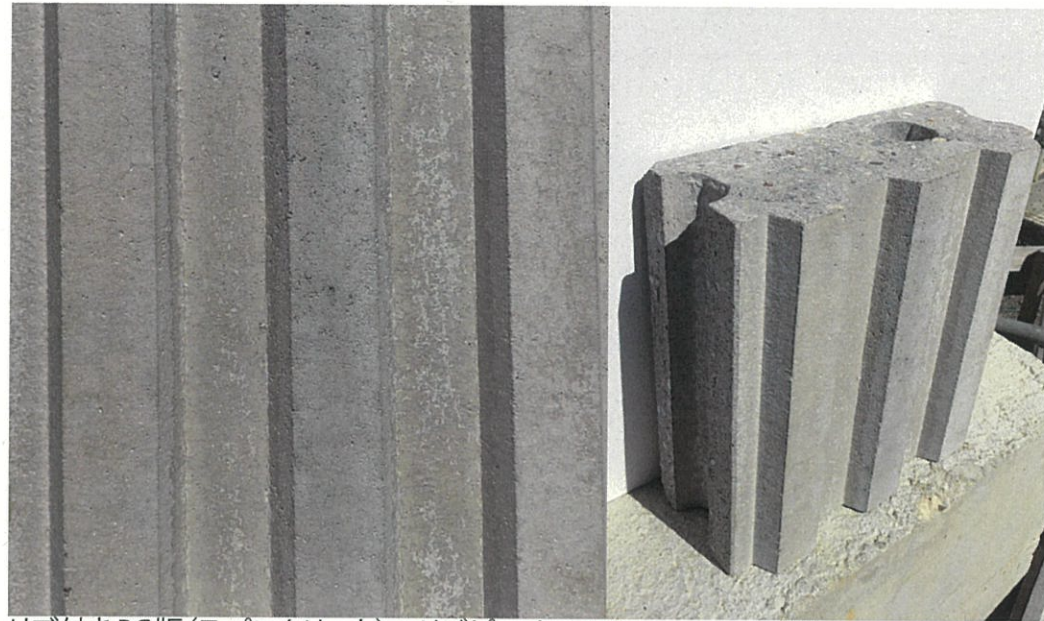
金属折版屋根：
フッ素ガリバリウム鋼板 シルバーグレー



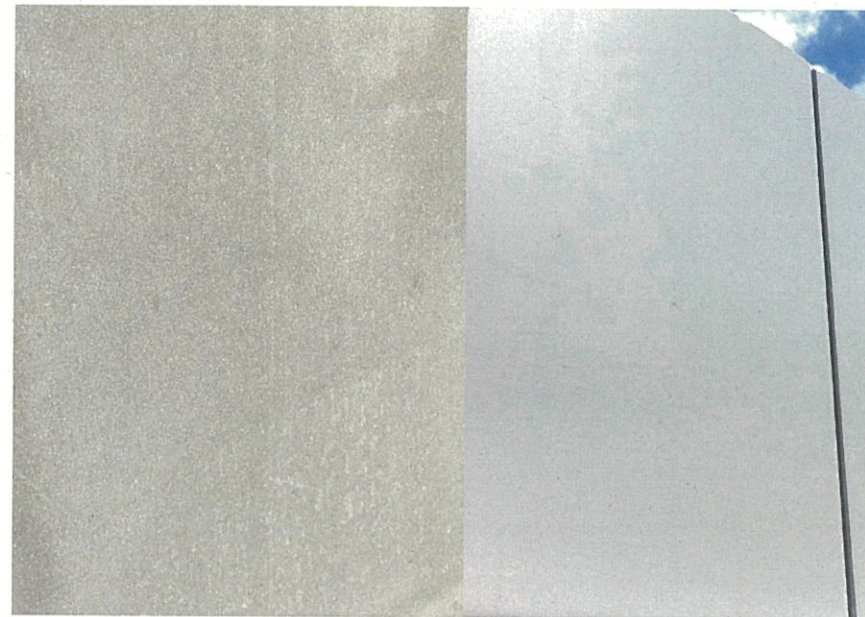
(4) 外装計画

ク 素材について

使用素材については、素材の持つイメージを最大限生かし、メンテナンス性に考慮した選定をしています。今後更に検討、検証を重ね、詰めていきたいと考えています。



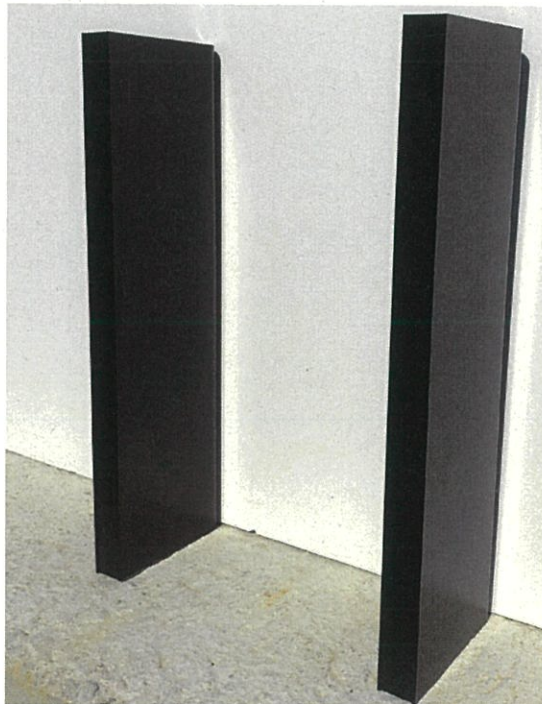
リブ付きPC版(スパンクリート)：リブピッチ@100



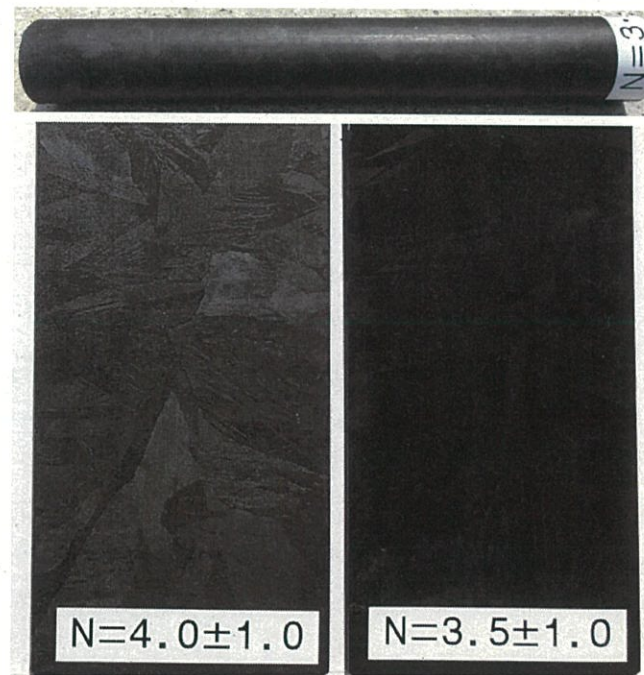
押出成形セメント版：素地仕上げと塗装仕上(25-80A)の2種類



アルミガラリ：ステンカラー



アルミサッシ：
ブラック(2次電解着色)



縦格子手摺：
スチール溶融亜鉛メッキの上、リン酸処理仕上げ



デッキ軒天井：
ファインフロア スチール溶融亜鉛メッキ仕上げ



金属折版屋根：
フッ素ガリバリウム鋼板三重葺き シルバーグレー

(4) 外装計画

ケ ペDESTリアンデッキ、駐車場外装計画について

デザイン会議にて協議させて頂きました内容にて、
接続するMICE施設や周辺建物に調和するよう進めています。



ペDESTリアンデッキ全景イメージ 西口駅広場方向より望む

MICE施設の2階に接続する為、MICE施設の色彩や素材感を踏襲しデザインしています。

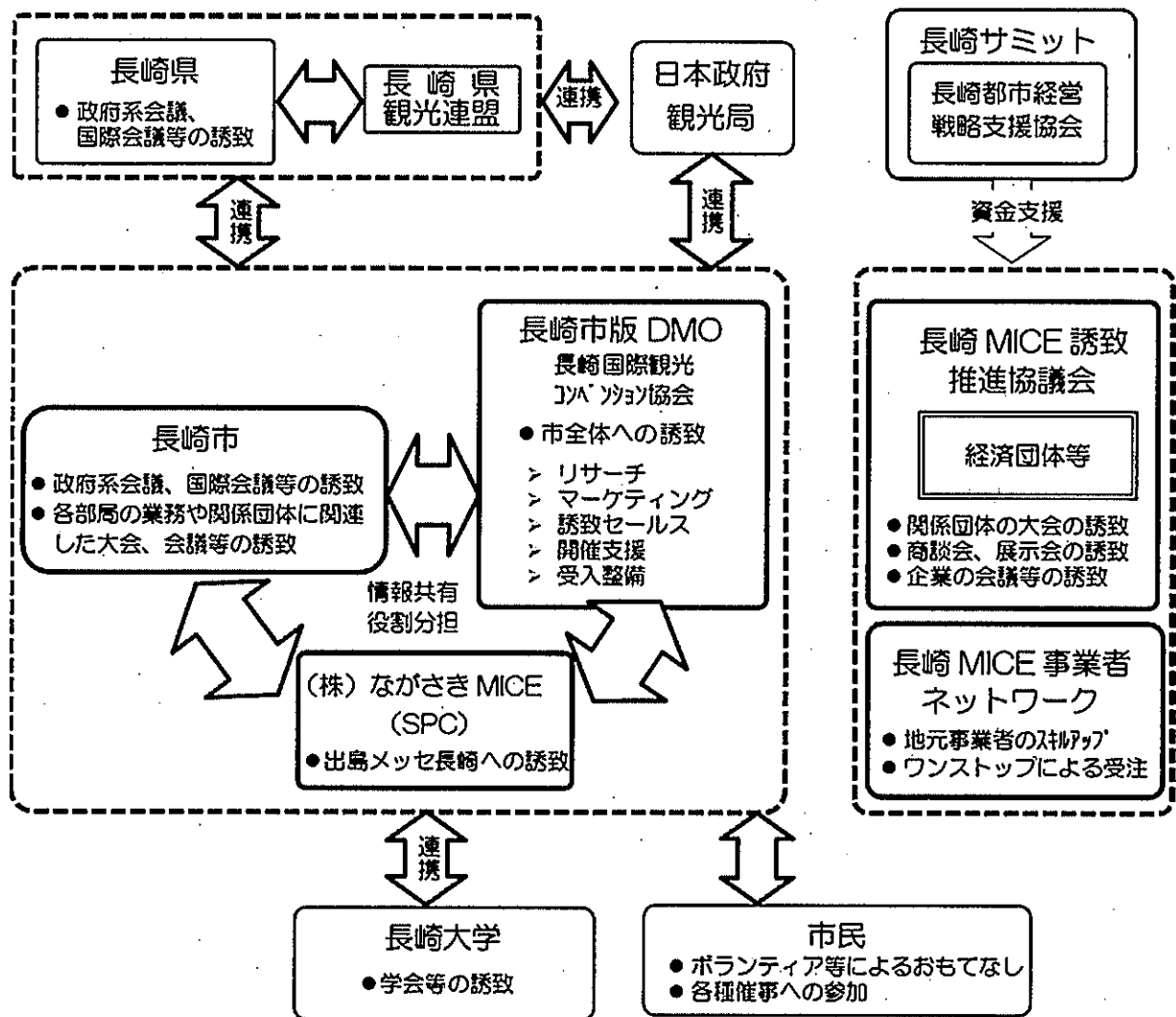


4街区駐車場全景イメージ 西口駅広場方向より望む

駐車場外装はアルミスパンドレルで設える計画です。
幅や色味の違うアルミスパンドレルをランダムに配置し、
シンプルかつ表情豊かに駐車場を装う計画です。
隣地側は主張を抑えた表現とする予定です。
EVシャフト部の塗装色をチャコールグレー系とし、全体的に上品な雰囲気にとどめます。
実際のマンセル値等は、新長崎駅舎、新長崎警察署等の周辺建物で
採用されている色彩を考慮し、決定いたします。

2 誘致状況

(1) 誘致・受入体制



ア 長崎市

主に政府系会議、国際会議及び市内各部署の業務や関係団体に関連した大会等の誘致を行うため、平成30年8月にMICE推進室を設置した。

令和2年4月、MICE推進室とDMO推進室を統合し交流戦略推進室を設置し、長崎国際観光コンベンション協会（DMO）との連携強化を図りながら、MICEの誘致・受入を推進している。

イ 長崎国際観光コンベンション協会（DMO）

MICE開催地として長崎市のプロモーションを行うとともに、MICE誘致・受入の中心的役割を担う。DMO推進局長のもと、MICE振興部長以下4名体制で誘致活動に取り組むとともに、地元事業者と連携し、受入態勢の充実とMICEビジネスの地元受注拡大を図る。

ウ (株)ながさきMICE

出島メッセ長崎の施設運営者として、組織内のPCO（会議運営会社）のネットワークと経験を活かし、出島メッセ長崎への誘致を中心に取り組む。

エ 長崎MICE誘致推進協議会

地域活性化を図るため、市内の企業や大学、あらゆる分野の団体等が連携し、MICE誘致に積極的に取り組む。

【会 長】 宮脇 雅俊（長崎商工会議所会頭）

【設立年月日】 平成 26 年 8 月 18 日

【会 員 数】 60 会員（長崎県及び長崎市はオブザーバー）

【構成員の所属業界】 医療、福祉、文化・スポーツ、経済、金融、工業、商店街組合、
宿泊、観光、旅行、交通、飲食・土産、ホール等指定管理者、大
学、その他

【事 務 局】 長崎国際観光コンベンション協会

オ 長崎MICE事業者ネットワーク

MICE業務の受注拡大を図るため、130 の地元企業・団体の会員が相互に連携し、各企業・団体が提供するモノ・サービスの質の向上等に取り組む。

【会 長】 村木 昭一郎（長崎国際観光コンベンション協会 会長）

【設立年月日】 平成 28 年 11 月 25 日

【会 員 数】 130 会員（令和 2 年 5 月現在）

【構成員の所属業界】 会議運営、機材レンタル・リース、会場サービス、広告・印刷、
人材サービス、報道・放送、宿泊ホテル・観光施設、飲食・小売、
旅客・運輸、その他

【事 務 局】 長崎国際観光コンベンション協会

(2) 誘致ターゲット

他都市との差別化が可能な長崎の強みや特色を活かし、経済効果が高く、都市ブランドの向上につながる学会、大会等を重点ターゲットとして取り組んでいる。

ア 重点分野等

- 長崎大学の研究の強み・特徴を活かした分野（熱帯医学、放射線医学、海洋科学）
- 被爆地としての強みを活かした分野（平和関係）
- 都市ブランドの向上につながる政府系会議
- 会期の長い国際会議

イ 規模

- 1,000 人～3,000 人程度の九州大会以上の学会・大会

(3) 誘致活動及びプロモーション

ア セールス活動

長崎市、DMO、(株)ながさきMICEの3者が連携して、データベースから具体的な誘致ターゲットとなる案件を抽出し、優先順位を付け、セールス活動に取り組んでいる。

令和3年11月の出島メッセ長崎開業から3年間を重点期間とし、1,000~3,000人規模の大会・学会に取り組んでいるが、令和3年11~12月については、週の半ばから週末にかけて予約で埋まっていることから、現在は令和4~6年に開催する大会・学会を中心に誘致に取り組んでいる。また、県内企業の会議やセミナーのような一般会議の受付は開業1年前の11月からを予定しており、市内企業・団体への誘致活動も始めている。

セールス等で得た情報については、3者で一元管理し、情報共有しながら、戦略的な誘致活動を進めている。

イ プロモーションの取組み

3者で連携して商談会に出展し、商談を行っているほか、学会事務局等へのDM・パンフレットの送付や専門誌への掲載、国や日本政府観光局(JNTO)を通じた情報発信などを行っている。

(ア) 商談会への参加

区分	商談会	概要
国内	MEET JAPAN	・毎年12月頃開催(東京都ほか) ・JNTO主催の国際会議のキーパーソンの招聘事業及び商談会 ・海外のコアPCOにPRできる機会
	アイミー TIME	・毎年2月開催(東京都) ・JNTOが日本コンGRESS・コンベンション・ビューロー(JCCB)と共催して開催 ・国内外の学会・大会、企業ミーティング等に関する商談会

(イ) 出島メッセ長崎の情報発信

【これまでの主なPR活動】

DM・パンフレットの送付	日本医学会加盟の学会事務局 日本展示協会の会員	132団体 55団体
専門誌への掲載	Event Biz (イベントビジネス専門誌)	発行部数10,000部
外務省との連携	グローバルネット(ホームページ) グローバル通信(メールマガジン)	地方自治体、大学、政府機関、個人等約2,000人へ配信
JNTOとの連携	ツーリズムEXPOジャパン	来場者約20万人

ウ MICEブランド開発の取組み

国際的なMICEの都市間競争の中で、長崎市が開催地として選ばれるためには、「なぜ長崎で開催するのか」をわかりやすく伝えるメッセージが必要不可欠とされている。

国をはじめグローバルMICE都市と呼ばれる先進都市においては、ブランドタグラインが存在している。

昨年度、観光庁がMICE誘致・開催に積極的に取り組んでいる都市を選定し、競争力の引き上げを図ることを目的として支援を行う「コンベンションビューロー機能高度化事業」に長崎国際観光コンベンション協会が採択され、MICEの誘致等において高度な専門知識と国際ネットワークを有する※Gaining Edge社のマイク・ウィリアムズ氏から助言、指導を受け、長崎市のMICEブランドの構築に取り組んだ。

関係者による3回のワークショップを経て、長崎市のブランドタグラインを決定した。

※ Gaining Edge (ゲイニング・エッジ) 社

世界7か所に拠点を持つMICE業界に特化したコンサルティング会社。

これまで30を超える世界各地の都市でコンベンションビューローに対するコンサルティングを実施し、世界のMICE産業の発展に貢献している。

日本でも、平成25年度から4年間にわたるグローバルMICE都市への支援をはじめJNTOの調査事業など豊富な実績を持つ。

(ア) 長崎市のブランドタグライン

Nagasaki JAPAN. A city of legacies ※ legacy (レガシー) = 遺産

(イ) タグラインの考え方

長崎は、国際貿易の道を切り開き、新しいアイデアを日本にもたらしたオープンマインドな都市であることから、平和、おもてなし、文化の多様性といった遺産(=レガシー)を世界と共有し、国際会議開催後のレガシー創出に寄与する。

【参考】グローバルMICE都市のブランドタグラインの例

横浜市 YOKOHAMA, Japan's First Port of Call

広島市 HIROSHIMA, JAPAN Meeting Resolutions

北九州市 Kitakyushu, Japan TRANSformative Meetings



(4) 出島メッセ長崎への誘致状況

現在は、コンベンションホールや会議室を複数利用するような学会・大会や会期の長い学会を中心に誘致している。経済界や大学等の協力もあり、開催決定・内定又は日程等調整中の案件は約40件ある。

※県内企業の会議やセミナーのような一般会議の受付は開業1年前の11月からの予定。

【新型コロナウイルス感染症の影響等】

- ・ 上記案件のうち、現時点で、新型コロナウイルス感染症拡大の影響でキャンセルになった案件はない。
- ・ 2月以降は、直接のセールス訪問ができないため、Webや業界誌を活用した出島メッセ長崎の情報発信や、学会・大会事務局へのダイレクトメール送付など、できる範囲でプロモーションを行っている。
- ・ 今後は、新型コロナウイルス感染症の動向を注視しながら、まずは県内、福岡から順次セールスを再開し、全国規模の学会・大会だけでなく、九州大会などブロック大会の誘致も戦略的に進めていく。

➤ 開催が決定・内定した全国大会（※公表可能な案件）

- ① 令和3年11月 全国スーパーマーケット協会全国大会 1,000人規模
- ② 令和4年10月 中小企業団体中央会全国大会 2,500人規模
- ③ 令和5年4月 全国経済同友会セミナー 1,200人規模

➤ 庁内において開催が決定した会議等

- ① 令和4年1月 LRT都市サミット（まちづくり部） 600人規模
- ② 令和4年5月 九州国道協会（土木部） 500人規模

【事業者提案におけるMICEの想定開催件数及び利用者数】

区分	事例	規模	件数(件)	利用者数(人)
学会	学会、国際会議等	500人未満	10	5,800
		500人～1,000人未満	8	13,800
		1,000人以上	6	31,200
		小計①	24	50,800
一般会議等	大会、総会、シンポ、セミナー、会議、研修会、講演会、式典等	500人未満	650	82,500
		500人～1,000人未満	34	26,000
		1,000人以上	14	47,000
		小計②	698	155,500
展示・イベント等	展示会、イベント、コンサート、即売会等	500人未満	0	0
		500人～1,000人未満	10	7,500
		1,000人以上	43	396,500
		小計③	53	404,000
合計(①+②+③)			775	610,300

(5) 経済効果を高める取組みの強化

ア DMOのワンストップ支援機能の強化

広報や飲食、物販、アトラクションなど、ワンストップで主催者のニーズを把握し、市内事業者の受注につなげていく仕組みを確立させていく必要がある。

DMOは、地域の稼ぐ力を引き出す観光まちづくりのかじ取り役として、主催者や参加者の多様なニーズに合う市内事業者のモノやサービスをマッチングさせるためのワンストップによるコンシェルジュ機能を強化していく。

イ 長崎MICEスクールによる地元事業者のスキルアップ

株式会社ふくおかフィナンシャルグループ主催で、市やDMOなどが連携し、令和元年11月に開講した。MICEビジネスをキーワードに、地元企業が「稼ぐ力」を身につけ、「交流の産業化」を推進することで、地域経済の活性化を促すことを目的に取り組んでおり、MICEビジネスの地元受注拡大を図っていく。

期間：令和元年11月～令和3年7月（計10回）

参加事業者数：75事業者（令和2年1月現在）

ウ まちMICEの推進

地域全体の活性化を図るためには、MICE参加者をまちの中に呼び込み、滞在時間と消費の拡大につなげていく必要がある。

そのため、MICE開催による効果をまち全体に波及させることを目指し、「まちMICEプロジェクト」に取り組んでいる。

「まちMICE」の取組みは、地域の稼ぐ力を引き出すことが目的であり、稼いでいくプレイヤーは民間事業者であるため、DMOを中心に市内事業者の取組みを推進させていく。

(ア) 訪問客の周遊促進・消費拡大に向けた取組み

まちなかの商店街や飲食店、交通事業者等と連携し、長崎駅周辺やまちなかの商店街を会場として、出島メッセ長崎開業に向けたPRや長崎駅周辺エリアとの回遊を促進させる実証事業を行うとともに、市内飲食店の情報検索システムを構築し、訪問客の飲食による消費拡大を促進する。

(イ) 回遊性向上に向けたユニークベニュー・体験プログラムの充実

訪問客の滞在時間の拡大と満足度の向上に向けて、長崎市内の歴史的建造物や商店街、公園、自然環境などユニークベニューとして活用可能な施設・地域資源及び体験プログラムを調査し、紹介するウェブサイトやパンフレット等を作成し、回遊性の向上を図る。