

# 長崎国際観光コンベンション協会がめざす 「DMOとしてのコンシェルジュ機能」

長崎国際観光コンベンション協会 古賀 典明

## ① コンシェルジュ機能

(問い合わせから、手配、決済までを1つの窓口で対応)

3カ年計画でワンストップ機能を構築予定。コンシェルジュとして、1つの窓口で対応するためのミニPCO案。現状、会場の確保はA社に、宿泊や旅行手配はB社に、コンベンション後のユニークベニューはC社に、と窓口が分散しており、手配が大変という主催者の不満もあり、それをワンストップで対応することで解決したい。

## ② 地元事業者のとりまとめ(オール長崎での誘致と受入)

MICEをチャンスととらえる地元事業者を増やしたい。MICEによる経済効果がイメージできれば、新しい客層の訪問=既存のビジネスへの追加となるため、MICEを新たなビジネスチャンスととらえていただける可能性が高い。そのために、我々としては成功体験や実例を1つ1つ積み重ねていき、それを具体例として示していくことで、MICEへの参画事業者を増やしていきたい。

## ③ 長崎らしさの提供(地元経済の振興)

観光資源や素材が多い長崎市だが、新たな客層であるMICE参加者への準備が必要となる。長崎での体験コンテンツは、従来型の修学旅行を想定したものが多く、MICE参加者向けのアレンジや、MICE参加者として想定される富裕層や、日本各地を知り尽くした方に対して喜ばれる上質な商品・サービスの提供が不可欠となる。MICE誘致を契機に、我々は長崎の観光素材の磨き上げと新規商品の開発を行い、長崎らしさという魅力を武器に、他の都市ではなく、長崎をMICE開催の場所を選んでいただき、誘致を進めていく。

## ●「まちMICE」

我々は、MICEによる長崎市における経済効果の最大化を「まちMICE」と定義づけている。現在、そのための仕組みを構築中で、4つのポイントを掲げている。

### (1) 事業者の巻き込み

- ・ MICE関係者に対する商品・サービスの提供
- ・ お店で訪問を待つだけでなく積極的に特典・割引の提供
- ・ 集客施策への参加、MICEスクールなどの勉強会への参画

### (2) 市民の巻き込み

- ・ MICE施設の情報提供による関心喚起
- ・ 将来の訪問を意識したアンケート調査による本音の把握

### (3) 目印

- ・ 市内にMICEへの取り組みを感じさせるシンボリックな看板やサインの設置
- ・ 統一デザインを活用した事業者の参画意識の醸成

### (4) 回遊させる仕掛け

- ・ 快適に移動できる交通手段
- ・ 回遊することで得られるメリットと点から面への連続性

それらを総合的に行った実証実験が、10月に行った「出島メッセ長崎 開業1年前イベント」である。2年前イベントの開催経験を踏まえて、会場をJR長崎駅前と商店街の2会場に増やし、2会場間の移動を、既存の交通手段の路面電車に加えて、実証実験としてトゥクトゥクを活用した。港町のコンパクトシティである長崎でのトゥクトゥク移動は10分未満と時間的にも、坂を登って降りる風景的にも相性が良く、参加者からは好評であった。また、2つの会場ごとに展開したイベント内容を変えたことと、会場で得られた商品券を別の会場で利用してもらうことにより、参加者に2会場を訪問させることができた。

## ●開発中の体験コンテンツ・ユニークベニュー

我々は、まちMICEの受け入れ態勢の強化として、訪問者が長崎を楽しんでいただくための着地型旅行商品である「体験コンテンツ」と、長崎らしい空間での特別な時間を過ごしていただく「ユニークベニュー」の商品開発を行っている。

体験コンテンツについては、豊富なコースを持つ長崎のまち歩き商品「さるく」などの既存コンテンツを、MICE層に対しても提供できるように改修や磨き上げに取り組んでいる。また、長崎の大きな魅力の1つである海にちなんで体験としてのフィッシングやシーカヤックについても、コアな層ではなくカジュアル層をターゲットに設定し、内容や見せ方を変えることで、より多くの方に対して提供していくように、MICE層向けの商品開発を契機に、長崎の体験コンテンツが増加している。

ユニークベニューについては、プレ・ポストコンベンションとしてのレセプションや懇親会に使える場所の選択と整備を行っている。長崎は「和華蘭」という、多様な文化の影響を受けた歴史から、特徴ある施設や史跡を持っており、会場のみならず、提供する食事でも和食・中華・洋食、そしてそれらのフュージョンもあるため、長崎らしさを感じるユニークベニューでの体験は楽しんでもらえるにちがいない。

これらはいずれも、長崎らしさの見える化であり、多様な歴史と文化を持つ長崎の独特な特徴を、他都市との差別化として提供していく取り組みである。

# 変わりゆく環境、顧客ニーズに沿ったサービス提供し、選ばれ続けるMICE開催地「長崎」へ 参加者が長崎を楽しみ 地元で経済効果をもたらす 攻めのオンライン活用提案



(一社)日本在宅薬学会は、7月、長崎ブリックホールで開催が予定されていた「第13回 日本在宅薬学会学術大会」を、誌上開催(抄録集の発行)を伴うWeb開催(ライブ&オンデマンド配信)へと開催形式を変更し、9月13日(日)～27日(日)の日程で開催した。「薬剤師進化で加速する「在宅薬学」:地域包括ケアの最前線」をテーマに、講演、セミナー、シンポジウム、フォーラム、ワークショップ、

一般口演、スポンサードレクチャー、そして開会・閉会式、会員総会、記者会見、さらに懇親会と多彩なプログラムが展開された「第13回 日本在宅薬学会学術大会」を事例に、(一社)長崎国際観光コンベンション協会 DMO推進局の古賀 典明 MICE振興部長がMICEデスティネーションとしての長崎の柔軟な対応力、ステークホルダー連携が実現した「リアル学会に負けない楽しみ」を紹介する。

## リアルな学会に負けない 楽しみの提供を目指す長崎

コロナ禍の中で、急増しているMICEのオンライン開催やハイブリッド開催。(一社)長崎国際観光コンベンション協会 DMO推進局の古賀 典明 MICE振興部長は、「今後、増えるであろうオンラインやハイブリッド開催など『新しいMICE様式』を追求する中で、『リアル学会に負けない楽しみ』を提供する長崎ならではのコンテンツを提案し、主催者、参加者の満足を生み出しながら地元にお金が落ちる仕組みを構築・展開しようと考えたと、同大会への取組みを振り返る。

本来ならば、7月、長崎ブリックホールに約1,300名の参加者を迎えて開催が予定されていた「第13回 日本在宅薬学会学術大会」。近づく会期を前に、①リアル開催 ②延期してリアル開催 ③Web開催 ④誌上開催 ⑤中止の5案で検討が行われ、まずは①②③に絞られた。さらに①については、新型コロナウイルス感染症の影響が長期化する可能性が高いと判断、②は年度内に会場が確保できないことから、開催時期を延期し、開催期間を延長する「誌上開催を伴うWeb開催」が決定された。

## 参加者の楽しみと地域事業者への ビジネス創出と経済貢献の両立

変更開催にもかかわらず、想定約2倍、1,001名の事前参加登録者を記録した「第13回 日本在宅薬学会学術大会」。「①地域産品の販売 ②Web懇親会の実施 ③長崎バーチャル観光の提供」に取組んだ今大会は、「長崎の名物や観光情報、伝統芸能のパフォーマンスなどのご当地感」にポイントをすえた。大会事務局からの「長崎らしさ」というリクエストに対し、長崎市の協力を得て「市

長のメッセージ(動画)」と「観光情報(冊子と動画)」を提供した。しかし「コンベンション協会のミッションは、地元事業者へのビジネスの創出と経済貢献」とする古賀氏は、「参加者全員への長崎土産の提供」と「長崎の地域産品の販売」の提案が採用され、実現には至らなかったが、長崎土産や地域産品の事業者PR動画の放映企画も協議した。長崎MICE事業者ネットワークに依頼した長崎土産は、150万円以上もの売上を実現した。地域産品販売も長崎MICE事業者ネットワークの事業者へ声がけを行い、希望者すべての商品が大会ホームページに掲載された。商品をクリックすると、リンク先(事業者のHP)が展開される仕組みである。多数の希望者が集まり、バラエティに富んだ商品紹介が実現した理由を「事業者にとってリスクがなく、障壁が低い」とした古賀氏は、「コロナ禍の観光地において、一番打撃が大きいのは地域産品事業者・土産物事業者だと感じている。ホテルは助成金による割引施策やGo To トラベルなどのキャンペーンが行われ、飲食は地元住民が日常の中で手を伸ばす可



## リアル開催の課題を克服しながら 開催地「長崎」を味わったWeb開催

(一社)日本在宅薬学会

### 学会のアカデミックな発展に向けて 活動先進地域・長崎での開催を決定

日本在宅薬学会学術大会は、学会事務局が所在する大阪、加えて東京・横浜での開催をしてまいりましたが、活動を全国的に拡大するために、2019年度は名古屋で開催しました。2020年度の開催にあたり、当初は金沢での開催を計画していました。しかしながら、例年開催している海の日を含む開催日に1,300～1,500人規模の会場が確保できないことから、日程か開催地の変更が余儀なくされていました。

このような中、今大会の中嶋 幹郎 組織委員長（長崎大学薬学部 教授）と当学会の副理事長である手嶋 無限 運営委員長が、「日本在宅薬学会の今後の方向性は、学会自体をよりアカデミックな方向に進めていくことが会の発展に繋がるのではないかと」の考えから、中嶋 組織委員長の上司で、手嶋 運営委員長の恩師である長崎大学病院薬剤部の佐々木 均 教授・薬剤部長に大会長をお務め頂くことで、学術大会の円滑な運営、組織の発展を推進できるのではないかと、学会事務局にお伝えしました。当時、佐々木先生は薬学分野では最大規模の学会である日本医療薬学会の会頭として手腕をふるっておられ、数々の学術大会の開催経験も豊富で、世界薬学連合（FIP）

や薬学研究分野においても業界を牽引される存在でした。

さらに長崎ブリックホールでは、予定していた日程での開催が可能であったことから、佐々木先生に正式に内諾を頂き、当学会の狭間 研至 理事長と面談の上、長崎での開催を最終決定しました。この決定にあたっては、長崎が全国でも先駆けて在宅医療や地域医療連携などの活動に取り組む地域の一つであったことも起因しています。

### オンラインのメリットを生かし リアル開催の課題を克服する

Web開催は、大会事務局を含め皆が初めての経験でした。大会事務局にはシステム関係に精通したスタッフが多くいるという素地があり、ホームページやSNS、動画提供サイトなどの活用には長けていたことから、リアルからオンラインへの運用変更の明確な方針が決定すれば、あとは時間勝負と思っておりましたが、参加者の申込状況の急激な増加も伴い、システム変更などの対応も必要となりました。

アクセスの集中によるシステムダウンや想定されるトラブルの検証を兼ね、会員にWeb開催を体験いただこうと、プレイベントを開催しました。第1回プレイベントは、5月31日に開催。参加者は約200名でしたが、システム上のトラブルはなく、あとはコンテンツを詰めていこうとなりました。その後、2回（6月、8月）のプレイベントを開催し、参加者の本開催への期待が高まりました。

ちなみに長崎でのリアル開催のための延期は、2021年度～2023年度までの開催地や会場が既に決定していることから、次年度への延期は検討ができません。また、リアル開催の

可能性があるが、土産物は地元住民に必要不可欠なものではなく、基本的に観光客が来なければ売れない。だからこそ、このような機会を活用して、『長崎

に来なくても、長崎を意識する機会に、長崎の商品を購入してもらいたい』と考えて実行した」という。特に「長崎お菓子定番セット」は、多くの事前参加登録者たちがSNSにアップしており、長崎を感じる機会が波及的に広がっている。

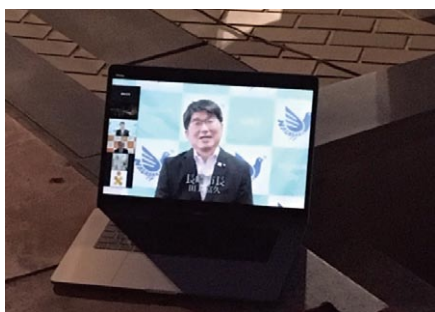
### ユニークベニューを活用した Web懇親会の活用

大会開催には、関係者のネットワーキングも重要なプログラム。今回は、長崎らしい異国情緒を雰囲気を持ち、雨天対策も可能な半屋外施設の「孔子廟」で「Web懇親会」が開催された。当日は、施設と親和性の高い変面と二胡をライブで、龍踊りを事前収録で取り入れるなどのコンテンツとともに、事前購入ができる長崎のお酒とおつまみのセット商品も用意した。また、Web懇親会ではMCと事務局が地域産品のレポートも行い、会期中はもとより終了後のお取

り寄せにも効果を発揮した。このほか大会の指定演題発表者や大会関係者などへの贈呈品として孔子廟オリジナルグッズが採用されるなど、「Web開催ではあったが、長崎を感じていただき、長崎の商品購入に繋げることができた」とする古賀氏は、「懇親会場となった孔子廟にとっても初めての経験で準備・開催には苦労をしていたが、備品の購入やルール作り、補修などの必要性和、新たなビジネスの可能性を感じてもらえた」とし、「長崎市と我々がMICE誘致を強化していく上で、施設の貸切りや特別な体験の提供は競争力に直結する。今後の孔子廟の展開と連携がとても楽しみだ」と、今回の取り組みをバネにパワーアップした「TEAM 長崎」を強調する。

### 長崎 MICE 事業者ネットワークと 取り組む仕組み作り

最後に「学会事務局にサイト作りに



年度内開催への延期についても検討はしましたが、長崎ブリックホールでの日程確保ができない、そもそもの年度内にコロナ禍が収まる確証が誰にもありません。さらに参加者の多くは、全国各地で在宅医療や病院医療の最前線で活動する方々であり、新型コロナ感染のリスク回避は絶対条件です。こうした流れの中で、Web開催が決定されました。そこで我々は、オンラインが持つ最大限のメリットを追求しようという方針を打ち出し、その準備期間の確保のために開催を延期しました。

なお、開催日程は、リアルでの開催と同じ2日間の開催も検討したのですが、リアル開催の課題である「同時時間帯に参加したいセッションが被るので、参加したくてもできない」ことを解決することと、多くのスポンサーに協賛を頂くセッションもあり、全体のスケジュール構成を検討した上で、狭間理事長と佐々木大会長、中嶋組織委員長、手嶋運営委員長の日程を勘案し、最終的に9月13日～27日の15日間での開催としました。

### 時間を有効活用できるWeb開催が 非会員の参加増加にも貢献

事前参加登録者の特典として提供した「長崎お菓子定番セット」は、非常に多くの方が「長崎を感じるもの」と喜ばれ、SNSなどを中心に目に見える反響もあります。

Web懇親会は、多くの参加者が長崎の伝統芸能や食材に感激し、当日のチャットに「コロナが落ち着いたら長崎に行きたい」という声を寄せています。長崎からの参加者も、コロナの影響で龍踊りなどを見る機会がなくなっていたので非常に喜ばれました。

学術大会の内容については、リアル開催での大きな課題である「人気のあるセッションは会場に入りきれないくらいの人が入り、立ち見でスライドも小さくしか見えない。または会場に入ることすらできない」という課題を、自身のPCやスマートフォンなどの画面でクリアに視聴できることが実現でき、オンデマンド配信の場合は繰り返し視聴が可能であることも大きなメリットと捉えられました。

薬剤師は女性の割合が多く、いつでもどこでも自身が自由になる時間に視聴ができるオンデマンド配信に、「リアル開催よりも学術大会への参加を満喫できた!」とする声も届いています。また交通や宿泊などの費用が不要な点も大きく、時間を有効活用できたことが非常に好評でした。もちろんその前提に、一定の質が担保された配信状況が大きいと思います。

当初は、zoomミーティングで全てのプログラムを実施する予定でしたが、参加者総数が1,000名を超えたこともあり、システム上の安全性を担保するために、Web懇親会やワークショップ以外は、zoomウェビナーで参加者の顔が見えない設定を採用した。zoomミーティングで実施したWeb懇親会は、参加者の表情が画面上に映り、参加者のリアルな状況を垣間見ることができました。ただ、人との直接の交流がないので、その点についてはコロナが落ち着いてからのお楽しみと思われるようです。

最後に、今回は例年より非会員の参加者が多く、九州・沖縄・山口地域の薬剤師へ参加費を若干でも考慮したことが奏功したと思います。非会員の方は初めての参加の方が多かったのですが、非常に勉強になったという感想を多く聞くことができ、学会の発展につなげていきたいと考えています。

長けた方がおられたため、スピード感をもって完成度の高い作り込みと都度の追加や更新が可能となり、SNSでの情報発信なども非常に好評を得た。また、運営委員の皆さんが『地元の良さを伝えたい、地元へ貢献したい』という強い気持ちを持っていたことも、参加者の獲得、学会の成功につながったと感じている。しかし、こうした対応が難しい学会事務局も少なくない。そのため我々は長崎MICE事業者ネットワークとともに、充実したサイトと魅力的なプログラムをパッケージ化して提供ができる仕組みを作りたい」と考えを示す古賀氏は、「我々は、現地で開催するリアルな学会に負けない、攻めのオンライン開催を提供し、長崎でのMICE誘致を推進していきたい。

コロナ禍において、実際に長崎を訪れるリアルな学会の延期が現実的かもしれないが、延期となれば長崎にとっ

て送客も売上もない時期が続くことになる。長崎らしさが楽しめるオンラインを活用した開催が実現できれば、地元経済への貢献とともに、将来的に長崎でリアル学会の開催という可能性、リアルな学会への期待感を高める効果もある。

MICEにおいて実は一番重要なのではないかとされる懇親会も、オンラインであれば、MICEにおける旅番組として、その地域の魅力をダイレクトに伝えることが可能だ。今後のハイブリッド型MICEには、少人数でのリアルな学会と、リモート参加でのオンライン学会に加えて、オンライン懇親会も重要な要素となるだろう。

我々は、豊富な食材や地域産品、魅力的なお土産、そして異国情緒あふれる場所で、変わりゆく環境に対応し、

お客様のニーズにあったサービスを提供し、長崎がMICE開催地に選ばれ続けていくことを願っている」と結んだ。

