

平成30年度 公益財団法人福岡観光コンベンションビューロー事業計画

はじめに

平成29年の福岡空港・博多港の外国人入国者数は、対前年比約16%（約40万人）増の298万人となり、6年連続で過去最高を更新した。

これは、福岡空港への格安航空会社（LCC）の新規就航や増便等により、韓国、台湾をはじめ多くの国・地域からの入国者が増加したこと、とりわけ、韓国における日本への旅行人気に伴い入国者数が大幅に増加していること、さらには、当財団の国内外での各種観光プロモーションなどが相乗的に効果をもたらしたことによるものである。

また、平成26年度に設置した「Meeting Place Fukuoka」（MPF）の活動では、日本政府観光局（JNTO：Japan National Tourism Organization）が昨年秋に発表した、平成28年の都市別国際コンベンション開催件数において、前年の363件を上回る383件を記録し、8年連続で政令市第1位を維持するとともに、昨年6月には世界各国のICCA会員及び世界の学術団体・協会VIPが一同に会す『ICCA Association Meetings Programme』（ICCA AMP 2017）がヨーロッパ以外のエリアで初めて福岡で開催され、福岡の知名度及びブランド力は大きく向上したところであり、国際観光・コンベンション都市福岡としての地位や基盤は、着実に確立されてきていると考えられる。

平成30年度は、福岡にさらに人を呼び込み、おもてなしを質の高いレベルで実施し、新たな観光客・MICEの誘致、リピーターの確保等を推進するため、関係機関との連携強化による事業の効率化・多様化、ワンストップ体制のさらなる強化を図るとともに、安定的な自主財源の確保や、事業の選択と集中をすすめ、福岡への観光客・MICEの誘致・支援の中心組織としての役割を推進していく。

1 福岡の魅力づくり 64,417千円

(1) 観光案内・観光客の利便性向上

外国人観光客を含む来福者へのニーズに応えるため、観光案内所の充実強化を図るとともに、観光情報サイトを活用し、福岡の都市型観光の魅力であるイベント情報の発信、さらに、博多旧市街を始めとした神社仏閣等や地域の商店街等の資源を活かした「まち歩きツアー」の実施など、エリア観光の充実を図りながら、来福者が快適に過ごせる受入環境の整備に努める。

① 観光案内所の管理・運営及び観光案内所のネットワーク化

観光案内所の管理・運営を行うとともに、市内をはじめ近隣の観光案内所との連携を図り、各エリアの観光情報等の共有や接遇のレベルアップ、問題点の把握、来訪者のニーズへの対応等を目的とした研修や情報交換会を実施する。

また、IoTや人口知能（AI）を活用して「いつでも」「どこでも」観光案内ができるサービスの実証に向け、福岡市観光案内所（天神）における問い合わせ情報を蓄積する。

② ホームページ及び「よかなび」の管理・運営

当財団のホームページを通して賛助会員等の集客産業関連事業者へ観光・コンベンションの最新情報を提供するほか、電子版福岡の観光ガイドブックや外国人受入ツールなどのサービスを提供する。

また、「よかなび」を通して観光スポット、ツアー、お祭り、イベント、グルメ、ショッピングなど、都市と自然の魅力が溢れる福岡の観光情報を観光客へ提供する。さらに、フェイスブック等のSNS（ソーシャルネットワーキングサービス）を活用したリアルタイムな情報発信を行う。

③ まち歩き観光振興事業

福岡・博多の歴史や祭りなどを案内する「福岡市観光案内ボランティアガイド」の運営および資質の向上を図る。

また、福岡市観光案内ボランティアガイドと協力してこれまでに企画・開発した福岡・博多の歴史資源を活用したまち歩きの定着化（継続性）を図るとともに、地域や公民館、商店街等と連携したまち歩きコースの作成等、福岡・博多の新たな魅力を開発する。

④ おもてなし推進事業の実施

市内の観光サービス業従事者や賛助会員企業等を対象に、福岡の魅力や歴史・文化に関する研修を行い、福岡市全体のホスピタリティの向上を図る。

⑤ ウェルカムサポーターの運営

外国クルーズ客船や国際コンベンション等の受入支援（通訳、案内、誘導業務等）のためのボランティア「ウェルカムサポーター」を市民や留学生等から募集登録し、外国人観光客等のおもてなしの向上に努める。

(2) 福岡市の魅力増進

福岡市の観光の魅力や歴史・文化・祭りなどの観光資源を活用した魅力づくりを推進する。

① 博多どんたく共催

博多どんたくの運営に参画（福岡市・福岡商工会議所・当財団）するとともに、行事期間中の来福者へ観光案内等を行う。

② 博多祇園山笠助成及び集団山見せの共催

博多祇園山笠は、観光客の人气が極めて高いことから、観光客誘致事業の一環として助成を行うとともに、博多祇園山笠振興会や福岡市との共催により、7月13日の集団山見せの運営にあたる。

③ 福岡検定の実施

福岡・博多の魅力をより広くより深く知ることで、福岡への愛着を深めてもらい、市民のおもてなし力を醸成するため、福岡市・福岡商工会議所と共催で福岡検定を実施する。

④ 各種行事への助成

博多座船乗り込み、博多伝統芸能振興会、おおほり祭り、博多おくんち、博多仁和加振興会などの伝統芸能やイベントに対し助成金を交付し、育成・発展を図る。

⑤ 「福岡おもてなし委員会」の運営

国内外から来福する観光客等の利便性の向上を図るため、観光施設や交通機関などで構成する委員会委員の意見や情報等を集約し、観光ガイドブックの制作、受入環境の充実に向けた事業を行う。

(構成団体：主要観光施設、交通機関、金融機関、宿泊業界等 29 団体)

⑥ 観光土産品の普及・促進

福岡県観光土産品公正取引協議会事務局の業務を受託するとともに、土産品の認知度向上を図る。

⑦ 着地型観光の振興

福岡の魅力ある観光素材として、着地型（体験型）観光商品である「福たび」プログラムを充実するとともに、地図、イベント、飲食店、観光情報等をまとめた観光マップを発行するなど、福岡・博多の楽しみ方を情報発信し、観光客の多様なニーズに応える。

また、舞鶴公園内の三の丸スクエアを拠点に、インバウンド向けの着地型（体験型）観光商品を造成し実施する。

2 観光客の誘致 8, 644千円

(1) 観光振興事業の推進

福岡市への観光客の増加を図るため、博多祇園山笠のPRや全国的に注目を集めている福岡の「食」を始めとした「博多ブランド」等の観光資源を海外や県外に広く発信するなど、観光振興に資する取組みを推進する。

① 博多祇園山笠宣伝隊派遣事業

福岡県外等において「博多祇園山笠」を広く宣伝し、山笠期間中（7月1日～15日）の観光客の誘致促進を図る。

② 「福岡ブランド」の発信強化

福岡の新鮮でバラエティに富んだ「食」の魅力をはじめ観光土産品、歴史、文化、ファッションの発信など、行政や関係団体と連携し「福岡ブランド」を国内外に広く発信し、観光客の誘致促進を図る。

③ 観光情報発信

- ・機関誌「オーシャンズ・フクオカ」の発行、ホームページの管理・運営
- ・福岡観光ガイドブック及び観光マップの制作・発行
- ・ソーシャルメディア等を活用した観光情報の発信

(2) 外国クルーズ客船受入事業

外国からのクルーズ客船については、平成 29 年の寄港回数が 309 回で、4 年連続全国 1 位となった。また、邦船を含めたクルーズ客船全体の寄港回数でも 326 回を記録し、3 年連続で横浜港を上回って全国 1 位となっている。

平成 30 年は約 310 回の寄港が予定されており、とりわけ欧米からのラグジュアリー船の寄港回数が前年の 4 回から今年は 10 回に増加が見込まれるなど、客層の多様化が予想される中で、クルーズ乗船客が福岡及び近郊都市で快適な旅を体験できるよう、観光案内等の充実を図る。

① クルーズ船観光客への観光案内情報の提供

クルーズ船観光客に対し、中央ふ頭のクルーズセンター内インフォメーションカウンターや箱崎ふ頭岸壁において、観光ガイドブックや観光マップを配布し、観光、ショッピング、飲食などの総合案内や各種情報提供を実施する。

また、多数寄港が予定されているラグジュアリー船については、市役所での観光案内を行い、クルーズ船観光客の満足度向上を図る。

② 歓迎演出の実施

継続的なクルーズ客船の寄港や個人観光客としてのリピーター増につなげるため、外国クルーズ客船の初寄港やインセンティブツアー寄港時に和太鼓やダンスなどによる歓迎演出を実施する。

③ クルーズ船観光客の市内への集客及びショッピングの受け入れ環境の整備検討

クルーズ客船で福岡を訪れる外国人観光客を地元の商業施設や商店街に送客し、福岡の魅力に触れる機会を創出することで、観光客の満足度向上を図る。

④ 新たな観光ルートの提案

外国人観光客やクルーズ客船（船社）の満足度向上に繋がる新たな観光ルートの提案を行い、寄港地観光の充実を図る。

(3) 多様な連携

① 観光団体等との連携

(ア) 九州各都市や福岡都市圏、久留米、柳川の観光団体等との連携による共同誘致事業などを展開し、エリア及び都市間の回遊性の向上を図るとともに、新たな観光コースの企画による関東方面からの観光客の受入環境の充実を図る。

(イ) 九州主要都市観光協会連絡協議会や福岡地区観光協議会など広域観光関係団体との連携を図る。

【関係観光団体】

九州主要都市観光協会連絡協議会、福岡地区観光協議会、福岡県観光推進協議会、福岡県観光連盟、九州観光推進機構

② 在福岡外国公館等との連携

各国領事館（アメリカ・韓国・中国・オーストラリア等）や台北駐福岡経済文化辦事処、韓国観光公社、各国貿易事務所等との相互交流を通して、観光客の誘客・送客

を促進する。

③ 姉妹提携・観光協力協定観光団体等との交流連携

海外姉妹提携協会等との相互交流を通して、観光客の誘客・送客を促進する。

〈姉妹関係等締結状況〉

- ・釜山廣域市観光協会（昭和 41 年）
- ・シンガポール政府観光局（平成 6 年）
- ・ボルドー観光協会（平成 10 年）
- ・中華人民共和国広州市旅遊局（平成 20 年）
- ・釜山観光公社（旧釜山観光コンベンションビューロー）（平成 22 年）
- ・タイ国政府コンベンション&エキシビションビューロー（平成 23 年）

④ 観光関係企業・団体等との連携

賛助会員などの観光関係企業や団体との連携を強化し、観光客の受入環境（宿泊・飲食・交通・言語・サイン表示・緊急時対応等）の充実やビジネス機会創出の拡充を図る。

3 MICE・海外インバウンドツアーの誘致・支援 …………… 92,728千円

国内外の誘致案件の調査・営業から、開催の受入支援や産業振興のためのビジネスコーディネーターまで、MICEの推進を専門的にワンストップで行う体制としてスタートした「Meeting Place Fukuoka」(MPF)は設立5年目を迎え、整備した各種セールスツールやMICEアンバサダー・国内外キーマンと構築したネットワークを活かし、これまでのプロモーション・セールス活動の中から効果的な事業を継続実施するとともに、日常的なMICEセールス活動に集中的に取り組む。

海外セールスにおいては、ICCAデータベースや過去の商談実績を基に、国際MICEおよびインバウンド誘致を行い、有力バイヤーが集まる海外見本市・商談会参加等の海外プロモーションや誘致事業をパートナー企業及び賛助会員等との連携により実施することで営業効率を高める。

国内セールスにおいては、拡充した第2期福岡市MICEアンバサダー及び産学連携機構九州(九大TL0)との更なる連携に基づき、MPF誘致重点分野(次世代技術/クリエイティブ産業/食/医療医学/アジア/スポーツ)を中心とする学術系/産業系/産学官連携MICE及び平成28年度から注力しているスタートアップ関連MICEの積極的な誘致に取り組む。

マーケティングにおいては、観光事業部と連携したセールスツールの整備・情報の発信とともに、日常的なMICE開催情報を注視し、きめ細かなりサーチ活動を行う。また、前年度実験的に始めた国際会議・大型コンベンション開催時の土産品販売手法の改良を行い、MICE参加者の満足度向上、賛助会員企業との連携促進、MPF運営自主財源の確保に努める。

[誘致目標]

- ICCA案件 43件（前年目標比+3件）
- 国内コンベンション 70件（前年目標比+5件）※1,000名以上案件
- インセンティブツアー 115班 8,000名（前年目標比+200名）

(1) セールス活動の強化

① セールス活動の強化

福岡市・福岡コンベンションセンター・MPFの三者による誘致活動を一層推進する。とりわけICCA案件および大型国内コンベンションに関する最優先ターゲットを選定し、福岡市MICEアンバサダー・産学連携機構九州（九大TLO）との連携によるターゲット案件への積極的なアプローチを行う。

さらに、従来から行っている地元大学・首都圏でのPR活動、各種学協会・経済団体の本部・地元支部への訪問を強化し、地元の学術文化・経済波及効果の高い国際会議、国内大型コンベンションおよび、BtoBビジネス機会を増大させる産業系MICEの誘致強化を行う。また、4回目を迎える『フランス-福岡（九州）経済フォーラム』（5月/在日フランス商工会議所との共催）では「フードインダストリーにおけるイノベーションとグローバルイノベーション」をテーマに、MICEアンバサダーを含む国内外パネリストと地元参加者とのビジネス交流の機会を提供する。

- (ア) 優良バイヤー・ICCA案件主催者が集まる、海外見本市・商談会への参加
- (イ) MICEアンバサダーとの連携強化による国際会議・大型コンベンションへの積極的アプローチ
- (ウ) 福岡市・福岡コンベンションセンター（FCC）・MPFとの三者連携誘致営業の強化継続（月次営業会議の他、迅速な首都圏共同誘致活動を実施）
- (エ) 戦略的パートナーを筆頭に、MICEサポート企業との継続連携
- (オ) 地元大学・団体協会向けコンベンション支援セミナーの開催継続
- (カ) 九州各都市コンベンション協会・在外公館との誘致活動連携継続
- (キ) 福岡市東京事務所との連携による省庁案件誘致、首都圏MICEセミナーの継続開催
- (ク) ICCA本部・アジア太平洋支部、観光庁・JNTO・JCCBとの連携強化
- (ケ) 福岡商工会議所・九州経済連合会等、地元経済団体、賛助会員企業との連携に基づくサイトビジットツアーの開催継続と新たなコンテンツの開発

② 福岡観光プロモーション協議会事業

国が掲げる2020年の訪日外国人旅行者数4,000万人達成・8兆円消費額の目標をふまえ、MPF・プロモーション協議会双方が従来参画してきた国内外見本市・商談会の中からMICE・インバウンド両面で、BtoB商談効果の高い団体旅行誘致事業を実施するとともに、国内外からの観光客誘致に向けて、福岡観光プロモーション協議会事業を積極的に推進し、協議会会員の拡充と事業強化を図る。

(ア) 国内誘致宣伝事業

- ・ツーリズムEXPOジャパン2018出展（平成30年9月）

『福岡チーム』による共同出展を一層強化する。（福岡県、福岡市や周辺自治体、地元企業等との共同ブース出展及び国内外の商談会参加）

- ・修学旅行誘致活動

修学旅行受入支援ツールであるマップをリニューアルするとともに、会員企業・団体と連携し、首都圏等で、高校・中学校等をターゲットとした継続的な修学旅行誘致事業を実施する。

(イ) 海外誘致宣伝事業

従来出展してきたB to C商談会・国際観光展の中から会員（自治体・施設）の集客増を目的としたプロモーション活動を行うとともに、福岡空港に直行便が就航し、かつ訪日外国人の伸び率が高いアジアにおけるインバウンド商談会への参加や現地旅行社向けセミナー・企業訪問等による新規市場開拓を図る。また、会員や九州各都市コンベンション協会と連携し、アジアからの教育旅行・企業研修旅行・パッケージツアーを取り扱う旅行社招請事業を行う。

(2) MICEワンストップ体制の運営強化

MICEアプリ等の現在のセールスツールに産業観光・パートナー企業連携・MPFグッズ等のメニュー追加を検討するとともに、MICE情報提供協力提携先である地元産業団体（約20社）との連携強化により、MICE開催のおもてなし環境を拡充し、主催者向けの付加価値向上を目指す。

(ア) MICEパートナー企業協賛広告冊子の活用

(イ) 福岡ブランド浸透の為のグッズ開発（賛助会員向けギブアウェイ制作・販売等）

(ウ) グルメガイド・MICEアプリのコンテンツメニューの更新、賛助会員による活用推進（買い物クーポン発行等）

(エ) 産業ガイドの改訂および産業系ネットワーク構築先（約20社）と情報提供・配信の促進

4 広報宣伝

..... 2,903千円

福岡の観光及びコンベンションに関する最新の情報や当財団の活動状況等を国内外に積極的に発信するなど、戦略的な情報発信を推進する。

(1) 機関誌「オーシャンズ・フクオカ」の発行

賛助会員をはじめ、全国の学会、関係機関等へ当財団の活動状況や福岡の魅力、観光・コンベンションの最新情報などを定期的に提供する。

(2) 財団ホームページ及び「よかなび」の管理・運営（再掲）

(3) 国際コンベンション開催件数実績調査

毎年、各関係機関・団体等に国際コンベンション開催件数実績調査を行い、福岡の国際コンベンション都市としての地名度向上を図る。

(4) マスコミへの情報提供及び取材受入支援

増加傾向にある海外からの取材等に対し積極的な支援を行うとともに、福岡の観光・コンベンションに関する情報をテレビ、新聞、雑誌等に情報提供を行う。

5 賛助会員へのサービス提供

..... 2,569千円

会員間相互の交流促進や会員の意見を財団の事業運営に反映させるため、賛助会員交流会を実施するほか、賛助会員名簿や福岡市で開催される会議・展示会などの情報を網羅した「コンベンションスケジュール」を提供する。

(1) 賛助会員交流会の開催

当財団の事業報告や講演会のほか、会員相互の情報交換・交流の場を提供し、会員企業によるプレゼンの機会やPRブースの出展による異業種間のビジネスコーディネート創出の充実を図る。

(2) 国内外調査団の派遣

先進地の観光・コンベンションの施策や現状などの情報を得るとともに、今後の相互交流の促進、会員同士の交流を図る。

(3) メールマガジンの配信

賛助会員に対し、最新のイベント情報や会員企業からの情報をメールマガジンで配信する。

(4) 「コンベンションスケジュール」の提供

賛助会員が、コンベンション開催予定の情報を活用し、コンベンション受入体制の基礎資料となるよう、開催が予定されているコンベンションの状況について関係機関等に調査を行い、機関誌及びホームページで情報提供を行う。

6 組織運営の強化

…………… 3,000千円

観光事業部に「事業開発課」を新設し、事業の促進を図るとともに、事業の選択と集中、効率化に取り組み、新たな財源確保の枠組みを構築する。

(1) 賛助会員維持拡大への取組み

当財団を資金面で支援頂いている賛助会員の期待に応えるため、広報、広聴機能を強化するとともに、新たな会員獲得に向けた取組みを強化する。

(2) 自主財源の確保

当財団の安定的な運営を行うため、着地型観光による自主財源の確保に努める。

また、MICEワンストップ体制の強化を図るとともに、MPF運営自主財源の確保を目的とし、MICE関連企業・団体からの広告協賛を拡充する。

(3) マーケティング機能の強化

データに基づく戦略的な事業展開を図るため、各種観光統計・観光情報の収集分析を強化していくとともに、各種アンケートや経済波及効果の調査等により、MICE誘致の重要性を広く訴求していく。

(4) 観光商品の企画・開発

企画旅行や手配旅行の実施により、新たな観光商品を企画・販売し、さらなる観光客等の誘致や来福者へのサービス提供を行う。