

令和7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

令和7年度は、令和5年から3年間かけて取り組んだ「観光・MICE推進プログラム」の最終年にあたり、その間、「ザ・リッツカールトン福岡」の開業やインバウンドの増加など、福岡市を取り巻く環境は大きく変化している。

当財団の戦略コンセプトである「歴史的交流都市としてのブランドの進化と郷土愛の醸成」を念頭に、博多旧市街や福岡城・鴻臚館などにおいて、福岡の長い歴史や豊かな伝統文化を伝える仕組みを強化し観光交流を推進するとともに、インバウンドの受入れ体制の構築や、宿泊事業者の人材確保等の課題に積極的に取り組んでいく。

また、Meeting Place Fukuoka (MPF) では、MICE開催地として選ばれるため、魅力向上や多様化するMICEニーズに合わせた支援を行うことにより国際会議の獲得を目指し、グローバルMICE都市としての地位を高めていく。

令和8年2月には日本初となる「世界観光ガイド連盟会議」が開催され、世界約60か国から観光ガイドのプロフェッショナルが福岡に集う。福岡市、そして日本の魅力を世界に発信する絶好の機会となるため、関係機関等と連携し、開催に向けて準備を進めていく。

★：重点取組

1 福岡の魅力づくり

福岡市の歴史・文化、伝統をはじめとした観光資源を活用した魅力づくりを推進するとともに、来訪者のニーズを把握しながら、地域と連携した受入環境の向上に取り組む。

(1) 地域資源を活かした観光振興及び受け入れ環境の向上

★① 歴史・文化・伝統の観光資源を活かした観光案内・まち歩きの推進強化

多様なニーズに応えられるよう、新たな「おもてなしサポーター」を育成し、ボランティアガイドの増員を図るとともに、観光案内等の体制づくりを進める。

外国人観光客に向けて、多言語対応ができる「おもてなしサポーター」と共に、令和8年2月に福岡で開催される「世界観光ガイド連盟会議」において新たなまち歩きツアーを企画・実施する。

② エリア観光の充実

ア 福岡城・鴻臚館エリアにて、観光集客や歴史に対する興味・関心を高めるため、福岡城の新たなシンボルとして復元された潮見櫓の周辺を散策するユニバーサルツアーリズムにも対応した定時ツアーを開始する。

イ 博多旧市街エリアにて、寺社仏閣や博多千年門、博多町家ふるさと館などを巡る無料のまち歩き定時ツアー（以下「定時ツアー」という。）の英語案内を試行する。

③ 観光情報の発信

ア 観光情報サイト「よかなび」で観光スポットやイベント情報などを発信する。

イ エリア特性やターゲットを踏まえた福岡市の魅力を海外に向けて発信するための観光グローバルサイトを運用する。

(2) 祭りの振興

本市の貴重な観光資源である「博多どんたく港まつり」・「博多祇園山笠」などの祭りや文化的行事の継続的な振興のための支援を行う。

(3) 福岡検定の実施

福岡への愛着を深めてもらうとともに、おもてなしの心の醸成を図るため、福岡市、福岡商工会議所との共催により、福岡検定を実施する。

(4) 受入環境の向上

国内外からの来訪者が、観光案内所（天神・博多駅）を拠点に安全安心かつ快適に過ごせる受入環境の向上に取り組む。観光案内所（天神）においては、引き続き「食」に特化した専門デスクを設置し飲食店の予約サポートを行う。

2 観光客の誘致

観光関連事業者や地域、関係団体・機関と連携し、国内外からの観光客の誘致を促進する。

★(1) 観光関連産業の連携強化

市内で行われるイベントや国際会議の時期に合わせ、地域の小売事業者や飲食店等と連携しインバウンドの受入体制づくり等を行うことにより、事業者同士のネットワーク構築及びインバウンド消費の拡大を図る。

(2) 宿泊事業者の人材確保等支援事業

観光客の受入れ体制の整備に向け、宿泊事業者等の人材確保・育成に向けた支援を実施する。

- ① 経営者や人事・採用担当者向けセミナー
- ② 宿泊事業者と求職者をつなぐ合同就職フェア
- ③ 大学生向け業界インターンシップ
- ④ 若手の宿泊業従事者等の人材育成プログラム

(3) 広域連携誘客事業

① 西のゴールデンルートの推進

西のゴールデンルートアライアンスに参画し、自治体や民間事業者と連携したプロモーション活動を行う。

② 国内向けプロモーション

「ツーリズムEXPOジャパン2025」への出展を行う。

③ 海外向けプロモーション

「旅行博ITF（台湾）」及び「旅行博ITF（タイ）」への出展を行う。

(4) 修学旅行による都市圏周遊の推進

市内に宿泊する修学旅行による周遊観光を推進するため、貸切バス代支援の拡充や情

報発信を実施する。

- ① 交通費（貸切バス）の支援（新規・遠方の学校等へ増額）
- ② 体験学習プログラムへの参加費支援
- ③ プロモーション（専用サイトの運営・モニターツアー等）

(5) 福岡型ワーケーション推進事業

本市の魅力であるビジネス環境の良さや、都市機能と自然が近接したコンパクトシティの特徴を活かした「福岡型ワーケーション」を推進し、国内のワーケーションを実施する企業及び海外のデジタルノマドに向けて滞在長期化・リピーター化を図る。

- ① 専用サイト「W@F（ワフ）」の運営
- ② 企業向けワーケーションプログラムのプロモーション
- ③ パートナー向け交流会の実施

(6) 多様な連携

福岡都市圏や県内の団体、九州各都市や広域観光団体等との連携による共同誘致活動などを行う。

- ① 福岡地区観光協議会、福岡県観光連盟、九州観光機構など観光団体等との連携
- ② 姉妹協会等団体との交流連携

3 MICEの誘致及び開催支援

国内外の誘致案件の調査・営業から、主催者のニーズに応じた開催支援、産業振興のためのビジネスコーディネートまで、ワンストップで実施する。

外国人参加者が多く見込め、福岡市のプレゼンス向上に資するC（Convention：大会・学会・国際会議）、経済波及効果が高い大型のM（Meeting：会議）やI（Incentive：報奨・研修旅行）、市内企業のビジネス機会の創出につながるE（Exhibition：展示会・見本市）の誘致を推進する。

(1) MICE誘致

① コンベンション誘致

市のプレゼンス向上に繋がる国際会議、また、市の重要施策や強みなどを後押しできる、市民にも分かりやすいなど福岡らしいシンボリックな国際会議の誘致に引き続き取り組む。

★ 特に、地元で開催される国際会議の誘致主体となる大学教授などとの連携を強化する。

また、開催地決定権を持つ者が多い欧州をターゲットに、SNSを活用したマーケティングを展開し、福岡市の知名度向上を図る。

② ミーティング、インセンティブツアー誘致

令和6年度にシンガポールで開催した、「福岡MICEセミナー」の参加者や、海外商談会などで繋がった旅行会社等を直接訪問するなど、更なる営業活動を行い、新たな案件獲得に取り組む。

また、大型の案件などについては、開催地選定段階で、MICE施設や食事会場の視察、体験アクティビティの体験などの支援を行い、確実な誘致につなげる。

③ 展示会・見本市誘致

商談会への出展や、展示会・見本市等の主催者が多い首都圏及び関西圏への集中営業に加え、新たに中部圏への営業を行う。

また、主催者を対象に、福岡開催の可能性や開催にかかる課題等に関する調査を実施し、新規の開催需要を開拓する。

(2) MICE開催支援

① コンベンション開催支援

国内大型会議・大会や、外国人が多く参加する国際会議に対して、費用の一部を助成する。

② ミーティング、インセンティブツアー開催支援

海外企業主催のミーティング及びインセンティブツアーに対して、助成金の支援や、参加者の文化体験、記念品などの提供を行い、参加者の満足度向上を図ることで誘致促進に繋げる。

③ 展示会開催支援

市内初開催及び施設の使用面積を拡張して開催する展示会等に対して、会場使用料の一部を助成する。

④ ユニークベニュー活用支援

博物館や美術館など、特別感や地域特性を演出できる場所（ユニークベニュー）を活用して開催されるレセプション等の費用を助成することで、ユニークベニューの活用を促進し、開催地としての魅力向上を図る。

⑤ シンボリックMICE開催支援

世界中からプロの観光ガイドが福岡に集まる「世界観光ガイド連盟会議」開催を通じて参加者がリアルタイムで福岡の魅力を発信することが期待されており、地元事業者と連携し支援を行う。

(3) MICE人材育成

将来のMICE業界を担う人材の育成を図るため、MICE主催者や関連事業者と連携し、大学生などを対象に、MICEの実務に関する講義や運営現場の体験、また、業界への就職につながるよう最終プログラムとして、MICE関連企業説明会を実施する。

(4) 関係機関・団体との連携

MICE誘致に係る情報収集や共同誘致活動などを行う。

① 観光庁、日本政府観光局(JNTO)などMICE関係機関・団体との連携

② 福岡商工会議所、福岡地域戦略推進協議会、九州経済連合会など地元経済団体との連携

③ 業界のグローバルな団体等への加盟

4 情報発信・広報、マーケティング

戦略的な情報発信を行うとともに、観光・MICEに関するトピックなどを情報提供する。

(1) デジタルマーケティング推進

① 観光関連事業者のデジタル対応支援

国内外からの集客に対応するために、店舗や観光施設のWEBでの情報発信に向けた支援を行う。

② 観光データの収集・分析・活用

来訪者の周遊行動を把握するために、携帯電話の位置情報データの活用や国内外の観光客へのアンケート調査、クレジットカードの決済情報による消費傾向分析を行い、観光関連事業者へ情報共有を行う。

(2) 海外への情報発信

① SNSを活用した海外への情報発信

② メディアへの情報提供、取材支援

(3) 広報活動

① 財団ホームページによる情報発信

② 機関誌「オーシャンズ・フクオカ」の発行

5 賛助会員・組織運営

観光地域づくりに向けた多様な関係者との合意形成の場づくりのほか、賛助会員の交流機会やサービスを充実させ、新たな会員獲得に向けた取組を行う。

★(1) ステークホルダーの理解促進

観光・MICEの意義や重要性、地域の課題等についての理解促進に向け、賛助会員と議論・検討する場（パートナーズワーキンググループ）や、観光関連事業者や市民を対象とした地域でのセミナー開催等を行う。

(2) 賛助会員交流会の開催

賛助会員間の交流促進のため、PRブースの設置等を行う。

(3) 賛助会員サービスの提供

① マーケティングレポート、コンベンションスケジュールの作成、提供

② メールマガジンの配信

③ 財団のホームページ、機関誌による会員PR・情報発信