

平成31年度 北九州観光コンベンション協会 事業計画

【事業運営の理念・方針】

当協会の役割は、西日本屈指のMICE開催拠点＝小倉駅新幹線口国際コンベンションゾーンの一体的な運営によるグローバル志向のMICEを誘致開催するとともに、国内外の観光客誘致・滞在化を促進する観光事業の推進により、当地域の都市ブランド力の向上、新たな魅力創造及びシビックプライドの醸成に貢献していくことである。この役割を果たすため、次の活動方針に基づき、各種事業を展開していく。

8つの活動方針

1. 国・県・市の政策を反映した産業振興に貢献する主催事業の機能強化 公1

- ・北九州市等の政策を反映した自主事業の開催、ビジネスマッチング機能の強化、インキュベーション型自主事業の拡充、など

2. 国際会議を重視した精力的なMICE誘致開催活動 公1

- ・国際会議のキーパーソンへのアプローチ、商談会等での北九州の魅力の発信、誘致開催助成金の活用、広域ネットワークによる連携、など

3. にぎわいと新たな領域開拓による施設利用促進 公1、収1

- ・西日本総合展示場新館・本館、北九州国際会議場の3施設一体管理による、にぎわい事業の実施と、利用者の新規開拓、など

4. 利便性と顧客満足度の高い施設サービスの提供 公1、収1

- ・利用者・来場者に満足してもらうための、きめ細かいサービスの提供や、快適な施設の運営、など

5. 情報発信・受入態勢の質を高め、国内外の観光客誘致・滞在化を促進 公2、収2

- ・国内旅行客の誘客、インバウンド誘致の強化、地域資源を活用した情報発信力の向上、など

6. 観光資源、地域団体と連携したまちぐるみのおもてなし気運の醸成 公2、収2

- ・観光事業・MICE事業協働による観光資源の活用、まちの魅力向上、など

7. 業務改善、チームワーク、個人の創造性を育む組織体制の構築 全

- ・管理運営上の問題解決、職員能力向上のための教育研修の実施、など

8. 持続可能な施設運営に向けた環境経営 全

- ・創意工夫による収入確保と経費節減につながるコスト管理、コンプライアンス遵守、リスクマネジメント、など

【平成31年度の主な事業目標（指定管理計画（H31～35年度）の31年度目標）】

■来場者数（展示場本館・新館、会議場の3施設合計） ⇒ 96万人以上

■コンベンション誘致件数（九州規模以上） ⇒ 250件以上

■施設稼働率 ⇒ 展示場本館 70%以上、新館 80%以上、会議場 90%以上

【目標達成に向けた平成31年度の事業活動】

取組1. 協会主催事業の強化（公1：見本市・展示会事業） 〈167,764千円〉

北九州市の新成長戦略や地方創生総合戦略等、国・県の産業政策の動向を踏まえながら、
 (1) 産業・貿易振興型の既存事業の充実
 (2) 新規展示会の開発と展示会の構造転換
 (3) にぎわい創出型事業の開発・推進
 を柱に、協会の主催事業の強化に取り組む。

(1) 産業・貿易振興型の既存事業の充実

平成31年度は「エコテクノ2019」など8事業を開催し、九州経済の動向や北九州市の産業施策に重点を置き、ビジネスマッチングの機会や先端技術などの発信を通じて、地域の産業・貿易の振興に努める。

「西日本製造技術イノベーション」や「エコテクノ」においては、新素材や再生可能エネルギーなど、今後注目が予想される技術分野を紹介し、地域産業界の新規事業参入や新技術導入の機会を促進する。なお、平成31年度の「西日本製造技術イノベーション」は「ウェルディング・フォーラム in 西日本」との同時開催により、広報活動やビジネスマッチングなどの相乗効果を高めていく。

《平成31年度開催の事業》

事業名	開催期日	入場目標	出展目標
西日本製造技術イノベーション2019	6月19日～21日	20,000人	60社・団体
第45回ふくおか産業技術振興展			30社・団体
第41回西日本陶磁器フェスタ	9月19日～23日	60,000人	200社
エコテクノ2019 ～地球環境ソリューション展～	10月9日～11日	30,000人	100社・団体
エコテクノ2019 ～エネルギー先端技術展～			100社・団体
エコ・ベンチャー・メッセ2019			25社・団体
中小企業テクノフェア in 九州2019			70社・団体
P.P.C.2019 第21回西日本国際福祉機器展	11月14日～16日	20,000人	140社・団体
合計	8事業	130,000人	725社・団体

《企画内容の充実》

- 『西日本陶磁器フェスタ』の新企画実施と既存企画等の強化
器と関連の深い「お茶」をテーマにした新企画と文化的要素の充実を図り、新しい層の来場者開拓に取り組む。併せて、人気コーナーとして定着した「ロールケーキフェスタ」や各種体験企画の強化により、来場者満足度のさらなる向上を目指す。
また、ビエンナーレ（隔年）開催となる「第25回日本陶芸展 九州展」（主催：毎日新聞社）の誘致、佐賀県陶芸協会とのタイアップ事業等を通じて、より芸術性の高い陶芸作品を間近で観覧いただく機会を創出するとともに、フェスタ全体で生活文化の向上と商取引の促進、地域のにぎわいづくりに貢献する。

- 『エコテクノ』の強化
主催団体の連携を強化し、DM・Webの活用など効果的な営業活動に取り組む。SDGs、IoT/AI等の分野へのアプローチの継続に加え、バイオマス発電や洋上風力発電のアピールとともに最先端技術を駆使した農業分野へのエネルギー提案を実施するほか、ビジネスマッチングを充実し、成果の上がる展示会として魅力向上に努める。

《ビジネスマッチングの開催》

- 主催事業における商談等の促進
西日本製造技術イノベーション、中小企業テクノフェア等において、高い技術的知見を有するコーディネーターと連携し、ビジネスマッチングの拡大を図る。

《国際ビジネスの推進》

- 韓国釜山広域市BEXCOとの連携
平成27年度に締結したMOUに基づき、これまで共同出展事業の実施、経営者の相互来訪を行った。平成31年度は共同主催事業に向けた会議の開催のほか、交流事業の実施や中国を含めた3か国による情報発信などを行う。

(2) 新規展示会の開発と展示会運営の効率化への取り組み

新たな産業・ビジネスモデルの創造を支援するため、北九州市と協力して新規展示会（6次産業分野・デジタルものづくり関連など）の企画開発を行う。

- 『地域ニーズを捉えた新規企画』の導入
国の地方創生総合戦略やSDGsモデル都市の推進とともに関係団体へのヒアリングから汲み取った地域ニーズに沿う新規企画を導入し、主催事業との相乗効果を図る。
- 運営効率化に向けた装飾プロポーザル制度の再構築と各種データの統一
装飾・電気工事を一体化した年間プロポーザル制度の再構築を行い、さらなる業務効率向上を目指す。また、展示会の集客等にかかる関係先のデータのスクリーニングを進め、データベース化、共有化などの業務効率化を図る。

(3) にぎわい創出型事業の開発・推進

夏休み・冬休みを中心に、市外・県外からの集客も見込める、メディア等とタイアップしたファミリー・イベントを開催し、市域の活性化に貢献する。

《夏休み等のにぎわいづくり事業》

- 平成31年度は、夏休み『トミカ博 in KITAKYUSHU』等の開催を企画

取組2. コンベンション誘致の強化（公1：会議・大会等）

〈87,686千円〉

日本政府観光局（JNTO）が発表した「2017年国際会議開催件数」で北九州市は過去最高の全国8位となった。厳しい誘致競争の中、国際・全国規模の学会・大会などを数多く誘致し、平成31年度の目標（年間250件以上）を達成するため、

- (1) グローバルレベルの誘致強化
- (2) 誘致営業活動についての取組み
- (3) ステークホルダーとの連携
- (4) MICE開催地としての総合的な魅力向上

などを柱に、積極的にコンベンション誘致に取り組む。

(1) グローバルレベルの誘致強化

国内外の商談会などに継続して参加することで、北九州市でのMICE開催の魅力を積極的にアピールする。また、現在国際会議協会（ICCA）に加入しており、それを通じて北九州開催に適した会議の情報収集を行うなど、グローバルレベルの誘致体制を整備する。さらに、中国から北九州市へのインセンティブ・ツアーの件数が顕著に増加しているため、北九州市上海事務所と連携し中国での情報発信を行い、さらなる誘致につなげる。

(2) 誘致営業活動についての取組み

現地訪問による国際ネットワークのさらなる構築、首都圏への積極的な営業、西日本総合展示場・北九州国際会議場の効率的な利用促進、主催事業とのマッチング、MICE開催助成金の効果的活用、スポーツ関係の誘致等に取り組む。

(3) ステークホルダーとの連携

地元大学と締結した「コンベンションの誘致及び開催に関する連携協定」や地元ステークホルダーと設立した「北九州市グローバルMICE推進協議会」を通じ、会議情報の共有や海外への誘致セールス、主催者に対しての開催支援活動に取り組む。また、昨年、地元ローカルホストが新たにJNTOのMICEアンバサダーに就任したことから、JNTOとの連携を深めた誘致活動を推進するとともに、JNTOを通じた情報収集や北九州市の情報発信を図る。

(4) MICE開催地としての総合的な魅力向上

会議支援制度の継続実施、多彩なアフターコンベンションの提案、新たなユニークベニューの開発、主催者ニーズに応じたコンベンションボランティアによる支援、地元産業の特性を活かしたオリジナルノベルティ商品の開発など、MICE開催地としての総合的な魅力向上を図る。

取組 3. 貸館利用者の誘致・営業の強化（公1：施設の管理運営） 〈13,054千円〉

貸館利用者の定着化・拡大を目指し、施設稼働率の向上、及び収益力の強化を図るため、

- (1) リピーターの定着化及び復活
 - (2) 新規利用者の開拓
 - (3) 営業ツールの拡充
 - (4) 閑散期「にぎわいイベント」への取組
- を柱に、誘致営業に取り組む。

(1) リピーターの定着化及び復活

当協会の展示場施設の収益の安定を図るために、重要なリピーターの施設利用の定着化や復活開催を推進させる。また、特にリピーター率が高い「自動車ディーラー」や「家電メーカー」、「ハウスメーカー」等に対し引き続き営業フォローに努める。

(2) 新規利用者の開拓

新たな利用形態を開拓するため、①コンサートやゲーム大会、②資格検定試験や入学試験、③企業レクリエーション（運動会等）などを中心に営業活動を展開する。



(3) 営業ツールの拡充

営業ツールとして、B to B向け展示会用のDMを作成し、潜在顧客のデータベースの掘り起しを行い、過去の会場利用者や工作機械メーカー等へ送付することで営業促進を図る。

(4) 閑散期「にぎわいイベント」への取り組み

主に夏休みや冬休みの対策として、ファミリー向けの「にぎわいイベント」の誘致に取り組む。平成30年度の実績では、夏休みに2年ぶり3回目の開催となった「プラレール博 in KITAKYUSHU」が過去最高の収益を記録した。平成31年度は、「トミカ博 in KITAKYUSHU」の開催を予定している。継続的に「にぎわいイベント」を開催していくために、会場利用等の条件の整備、効果的なコンテンツの選定を十分に見極め、多くのファミリーに喜んで来場してもらえる「にぎわいイベント」を構築していく。

取組 4. 広報・宣伝、地域連携（公1・収1：施設の管理運営） 〈8,429千円〉

(1) 広報・宣伝

当協会ホームページに加え、情報誌「催事案内」の発行、小倉駅・JAMビジョンによるPR、新聞広告、JR主要駅やモノレール各駅へのポスター掲示など、開催告知・集客対策を中心とした会場利用者の支援につながる広報活動を実施する。

(2) 地域連携（小倉駅新幹線口振興連絡会などとの連携）

小倉駅新幹線口のにぎわいづくりと魅力アップに貢献していくため、「あるあるCity」などと連携したイベントの開催を検討。小倉駅新幹線口地区振興連絡会と連携し、地域活性化に向けた活動に積極的に取り組むとともに、小倉中央商業連合会と協調して小倉駅南北の往来活性化を図る。

取組 5. お客様満足度の向上（公1・収1：施設の管理・運営） 〈663,159千円〉

(1) サービスの向上

利用者アンケートや利用実態等を参考に貸出備品等の充実を図る。展示場については、顧客ニーズに沿った施設環境づくりに努めるとともに、当協会ホームページでの利用事例の掲載や料金シミュレーションにより、施設利用についてよりイメージしやすい環境を整える。また、MICE誘致でミクニワールドスタジアム北九州と連携し、当施設として対応可能なハード・ソフト面でのサービスメニューや来場者への満足度向上に繋がるような利用方法等を検討する。

(2) 職員の資質・能力の向上

多様化するニーズに適応できる人材育成促進のため、企画力やコミュニケーション能力を高めるための研修等を積極的に導入する。また、個人情報保護や情報公開などコンプライアンスの遵守等も意識しながら、職員資質、能力開発を図ることにより、全般的なサービスの質の向上を目指す。さらに、QC活動を取り入れて、日々の業務の見直しを行うとともに職員間の意見交換を活発にし、職員全体のレベルアップを図る。

(3) 利用料金等の見直しの検討

多種多様なコンベンション・ニーズにフレキシブルに対応できるパッケージ料金を検討するとともに、利用者目線に合わせた会議室の利用受付期間の見直しなどを、北九州市と十分に協議しながら検討する。

(4) 施設・設備の改修等

展示場・会議場をいつも安全・快適に利用していただけるよう、老朽化している施設・設備・備品などの予防保守や改修・改善に適宜取り組む。

(5) 展示場本館の対応等

経年劣化による設備等の改修に注意し、効率的・効果的な修繕計画を検討する。特に、会場利用者の会場選定や展示物の損害に直接影響を与える雨漏れの防止対策について重点的に行う。また、大規模改修工事については、定期利用者等との今後の利用日程の調整を慎重に行いながら工期の設定に向けた準備を進める。

取組 6. 観光客の誘致及び滞在化促進（公2・収2：観光事業の振興）〈15,680千円〉

（1）観光客誘致事業・滞在化促進事業

北九州市への観光客が増加している東アジアを中心とした旅行社へのセールスを強化するとともに、国内向けの観光キャンペーンを実施し、北九州市への誘客や滞在化促進を図る。

また、各都市で開催される祭り・イベント等への出展やPR活動を行い、北九州市の祭り・イベントへの参加を促すことで、都市間交流による観光客誘致につなげていく。



（2）修学旅行誘致事業

北九州市及び民間事業者で修学旅行誘致ワーキンググループを組織し、修学旅行の行程の実施状況の調査や旅行社教育旅行担当者へのセールス等を実施する。

また、修学旅行の受け入れ体制を充実させるため、修学旅行ガイドの養成や新たな修学旅行受け入れのメニュー作り等も行い、教育関係者を招いたFAMツアー（視察旅行）なども企画する。

（3）助成事業

北九州市観光振興プランでは、観光客数の目標数値〔平成31年 2,460万人（うちインバウンド26万人）〕を掲げていたが、平成29年にそれを大きく上回る数値を記録した。〔観光客数2,532万人（うちインバウンド68万人）〕

さらなる誘致強化を図るべく、国内向け旅行商品企画に対する助成や海外旅行商品企画に対する助成を行い、国内外旅行者の誘客を促進する。

また、北九州市を代表する伝統的な祭事に対し補助を行い、集客力のある祭事の継続による観光客の誘致を図る。

取組 7. 観光都市北九州の広報宣伝と観光情報の収集・調査（公2・収2）〈3,794千円〉

北九州市の観光情報やイベント・コンベンション情報を掲載した機関誌「北九州観光だより」の発行や北九州市観光情報サイト「ぐるリッチ！北九州」の運営、観光カレンダーや観光絵葉書等の観光関連書籍の発行を行う。

また、ホームページやFacebookなどのアクセス解析・分析を行うなど観光客誘致のシステムづくりに向けた調査を行い、観光客のニーズに合った観光素材のPR活動を強化していく。

取組 8. 観光に関する人材の育成及び啓発（公2：観光事業の振興）〈2,824千円〉

外国人観光客の増加に対応し、受け入れ体制の充実を図るため、観光業務従事者を対象におもてなし意識の向上や語学等のコミュニケーション能力のスキルアップを目的としたセミナーを実施するなど、観光マインド育成事業を行う。

また、観光ボランティア制度の運営や北九州観光市民大学を開講し、観光マインドの醸成を推進する。

取組 9. 観光に関する施設の管理・運営（公2・収2：観光事業の振興）〈131,191千円〉

公益目的事業では、北九州市、九州旅客鉄道株、西鉄バス北九州株、北九州エアターミナル株、当協会で組織する「北九州市観光案内所運営協議会」において、市内4ヶ所にある観光案内所において官民一体となったサービスの強化を図る。

収益事業では、門司港レトロ地区で運営する「北九州おみやげ館」において、新商品や話題の商品等を考慮した品揃えを行うことや支払い方法をキャッシュレス化することにより収益増を図るとともに、門司港レトロ駐車場及び周辺施設の安定的な事業運営を行う。

JR小倉駅3階のJAM広場及びJAMビジョンについては、北九州市の玄関口にふさわしいにぎわいの創出につながるイベントの実施や新たな顧客開拓につながる営業活動を行うことで収益増を目指す。

取組 10. 特産品の紹介・宣伝（公2・収2：観光事業の振興）〈16,052千円〉

特産品紹介パンフレットを作成し、市内各所で設置・配布を行う他、北九州市の特産品をホームページで紹介するとともに、「北九州観光市場」「楽天市場」などの通販サイトで購入できるシステムを管理運営し、販売促進に努める。

また、市内外で開催されるイベントや観光物産展のほか、MICE事業との連携を図り小倉駅新幹線口で開催される会議、大会、展示会等の会場で臨時売店を出店し、北九州市の特産品やお土産を販売していく。

