

Ocean's Fukuoka

公益財団法人
福岡観光コンベンションビューロー
機関誌

オーシャンズ・フクオカ



- 02 | 福岡の“いま”を伝える情報コラム
＜福岡2020レポート＞
- 04 | クラウドファンディングで宿泊施設
への応援を募る企画を実施
- 05 | 福岡の魅力と安心安全をPRする
動画を制作
- 05 | 2020年福岡市開催予定のMICEの動向
- 06 | ポストコロナのインバウンドマーケティング

「タワーアクアリウム」
写真提供：福岡タワー 株式会社

HPにて配信中です!

福岡2020レポート>

福岡2020レポート

検索



<https://www.welcome-fukuoka.or.jp/info/3135.html>

鉄道会社がギフト通販を通して伝える 地域の魅力と一体感

JR九州 サービス事業部 高橋 晶さん

ギフト商品の販売は30年ほど前から主に社員向けとして行っていたのですが、2年ほど前から、取り扱う商品やカタログデザインの見直し、インターネット販売の強化を進め、社員だけでなく一般のお客様にも広く販売できる環境を整えてきました。

そこで2018年から着手したのが、「九州のいいもの、美味しいもの」をセレクトした企画の立ち上げとカタログデザイン・構成の見直しでした。「実際に手に取り、味わったときの満足感をお客様に伝えること」を念頭に置き、自社スタッフが九州各地の産地を訪れて、生産者と話し、生産の現場を見て、商品を見極め、さらにはオリジナル商品の提案・開発にも取り組みました。

私たちが手がけているギフト事業において、九州各地の名品・逸品のセレクトショップとしての機能を高め、一つ一つの商品の素晴らしさをもとより、そうした「九州はひとつ」という一体感をお客様にご提供できたら大変嬉しく思います。



Sightseeingから Peopleseeingの時代へ

(株)イベントサービス 森本 福夫(Lucky Morimoto)さん

海外からのインセンティブツアーやミーティングの受入を増やしたいと思うのであれば、主催者の費用負担が極力少なくなるような工夫が必要です。そうした観点からは、日本国内のMICE施設において、インフラのさらなる整備がこれからの課題です。

個人旅行者については、滞在型・体験型の旅への志向がより強まるでしょう。これまでアジアの旅行者に顕著だった「観光スポットやレジャー施設を巡る旅」から欧米豪の旅行者の間で好まれていた「何もしない贅沢を享受する旅」へシフトするということです。

また、これまで観光地に求められるのは「見どころ」「グルメ」「ショッピング」という3要素だといわれてきましたが、今後求められる4つ目の重要な要素が「人」です。これからの観光は「Sightseeing」の時代から「Peopleseeing」の時代へと転換していくでしょう。そうした新しい観光のかたちに対応できるように、観光・MICEに携わる一人ひとりが思いを新たにしていける必要があります。



地域とつながる 世界とつながる “コミュニティホステル”

WeBase 博多 高木 友子さん

「Work」と「Vacation」を組み合わせた造語で、リゾート地などで休暇をかねてリモートワークを行う「ワーケーション(Workation)」や、「Business」と「Leisure」を組み合わせた造語で、ビジネスパーソンが出張に休暇を合わせて現地で観光や旅行をする「ブレジャー(Bleisure)」といった新たな労働・旅行形態が注目されており、そうした動きに合わせて、登録されたホテルやゲストハウスに定額で住み放題となる定額制住居サービスも登場しています。

また現在、「WeBase 博多」では、チェックイン時の検温や館内の消毒など感染症対策を徹底することももちろんですが、キッチンの改修、館内セキュリティの向上、お客様のニーズに合った客室のリニューアル、車いす利用のゲストも過ごしやすい設備の改良など、お客様が快適に滞在できる環境づくりを進めています。

