

平成 30 年度事業報告

事業関係

1. 戦略的マーケティング及び公民連携事業

(1) マーケティングによる観光戦略の推進

新たに「マーケティングディレクター」を配置し、各種データや、都市でありながら自然に近い暮らしができる神戸の特色を踏まえ、「滞在型国際観光都市～暮らすように旅する神戸～」を目指すインバウンド戦略を策定した。また、神戸の観光実態を主体的に把握するため、観光庁の行う「訪日外国人消費動向調査」や「宿泊旅行統計調査」、神戸市観光動向調査等に加え、公式観光サイト「Feel KOBE」のアクセスログの継続的なモニタリング等により各種データの定点観測に取り組んだ。

(2) 公民連携による新たな観光コンテンツ開発とプロモーション

民間企業等と連携協定を締結したほか、インバウンドを含めた滞在型観光の推進を図るため、観光誘客に効果が見込まれる「ナイトタイムエコノミー」「食」をテーマに、新事業の提案を民間から募集・選定し、「公民共創事業」として民間事業者と神戸観光局が協働で展開した。

また、事業者交流イベント「神戸観光 LINK café」を定期的に行うなど、DMO のプラットフォーム強化に努めた。

2. 観光誘致宣伝事業

神戸への観光客誘致のため、市内の宿泊施設で構成される神戸市観光・ホテル旅館協会等との連携を通じて、国内・海外に対して、誘致宣伝事業を推進した。

(1) 国内観光の誘致

① プロモーション

(ア) 就航都市等でのプロモーション

神戸就航都市等で開催されるまつりへの参加に合わせて、旅行会社・マスコミを訪問し、神戸観光の旅行商品造成及び販売促進を働きかけるとともに、マスコミを通じての神戸観光情報の提供に努めた。

(就航都市等)

5回（水戸、仙台、宮崎、鹿児島、那覇）

(日本開港五都市観光協議会)

5回（長崎（2回）、横浜、函館、新潟）

(イ) 神戸セレクションとの連携

神戸のグルメや特産品を全国発信する取り組みである「神戸セレクション」販売会の会場において観光ブースを併設し、神戸の多様な魅力を一体的に発信するとともに、マスコミ及び旅行会社訪問も併せて行い、神戸への誘客を図った。

・平成 30 年 8 月 静岡 静岡伊勢丹

(ウ) 他都市との連携

(京都・大阪・神戸観光推進協議会；三都物語)

京都市・大阪市との共同により、首都圏・九州・中国・北陸地区の旅行会社の招聘に加え、北陸・九州エリアの観光キャラバンを実施した。また、12月～3月にかけて冬の三都キャンペーンを実施、九州方面からの旅行客の誘致につなげた。

(姫路市及びその他近隣都市との連携)

姫路市との共同により、東京で旅行会社を対象にした観光セミナー及び商談会を開催し、市内観光事業者と現地旅行会社とのマッチング機会の拡大と旬の観光情報発信に努めた。また、継続的に実施してきた世界最大級の旅行博覧会「ツーリズム EXPO ジャパン」への出展にあたっては、県下5地域と連携した合同ブースにおいて、国内外への情報発信を実施した。

(瀬戸内四都市広域観光推進協議会)

東瀬戸内エリアへの観光誘致を促進し、回遊性を高めるため、鳴門市・倉敷市・琴平町と共同で、名古屋で開催された旅行博に出展し、来場者へ各市町の魅力を一体的に発信した。

(エ) JRグループとの連携

JR西日本と連携し、福岡の旅行会社への観光セミナーや観光キャラバン等を実施した。また、JR東海・兵庫県・姫路市と連携のうえ、関東圏からの観光客を誘致すべく「あいたい兵庫 2019 冬」キャンペーンを実施し、東京駅へのデジタルサイネージ掲出等を行った。

(オ) 旅連との連携

JTB 旅ホ連及び近旅連と連携し、首都圏及び中部地方への観光キャラバンや神戸での現地研修会を実施した。

(カ) 福利厚生代行サービス会社との連携

冬の閑散期対策として、(株)リロクラブとの連携により、同社会員ページ内において宿泊補助キャンペーンを実施した。

(キ) その他プロモーション

・平成30年7月 近畿日本ツーリスト「国内大交流コンベンション」

② 滞在型観光の推進

(ア) 夜景観光の推進

市内のイルミネーションイベントを一体的に広報する「KOBE ロマンチックフェア」や夜景を気軽に楽しめる「夜景バスツアー」等を全国にPRした。

(イ) ウエディング観光の振興

ウエディングや観光に携わる事業者等で構成する「神戸ウエディング会議」に協賛し、ウエディング観光の振興を図った。

(2) 教育旅行の誘致

① プロモーション

教育旅行受入施設を帯同した首都圏及び北陸の旅行会社等へのキャラバンや、関東・東海・近畿で開催された修学旅行研究会等における資料配布などの誘致活動を実施した。また、旅行会社の教育旅行担当者を神戸に招聘し、教育旅行受入施設の実地視察や商談会等を実施した。

② PRツールによる体験学習等の情報発信

旅行会社や学校関係者向けのホームページへ誘導するための要点を絞ったパンフ

レット「神戸教育旅行ガイド」を全国に配布するなど情報発信を行った。

③ 教育旅行ワンストップ窓口の運営

旅行会社・学校関係者からの教育旅行の問合せに対して迅速で適確な対応を行うため、「教育旅行ワンストップ窓口」の運営を行った。

(3) インバウンド観光の誘致

① 海外でのプロモーション

神戸へのインバウンド誘客に向け、市内の観光施設・宿泊施設等と共同での現地旅行会社への訪問営業や、商談会への参加により、旅行商品造成の促進を行った。また、一般消費者向け BtoC イベントに参加し、神戸の認知度向上に取り組んだ。

特に、ゴールドenspーツイヤーズに向けて、ラグビーワールドカップ 2019 で、神戸での試合開催が多い英国やラグビー強豪国であるオーストラリアを中心にプロモーションを実施した。

また、タイ、台湾、インドネシア・マレーシア、フランスでは、神戸海外観光ネットワーク拠点を活用し、海外現地における定期的・継続的な情報発信等を行うことで、メディア露出及び神戸旅行商品造成の促進を図った。

【平成 30 年度実績】

12 か国 26 回（中国、台湾、韓国、タイ、インドネシア、マレーシア、シンガポール、フィリピン、ベトナム、英国、フランス、オーストラリア）

② 国内でのプロモーション

神戸の魅力を発信するため、海外から旅行会社を招請し、神戸市内の視察を行い、具体的な商品造成促進を図った。また、海外のメディア等を招請し、旅行雑誌等への露出を図ることで広くエンドユーザーへ神戸の魅力を発信した。さらに、国内で開催される商談会等へ参加し、幅広い市場の旅行会社・メディアに対して神戸の観光 PR を実施したほか、ランドオペレーターへの営業活動を実施して神戸の情報提供に努めた。

(ア) 商談会

6 回（対象：全世界、欧米豪、東南アジア、中国）

(イ) 招請事業（取材支援・協力含む）

21 回（台湾、香港、インド、タイ、マレーシア、英国、アイルランド、フランス他）

(ウ) ランドオペレーターセールスの実施

平成 30 年 4 月～平成 31 年 2 月 延べ 64 社訪問（東京）

③ その他

近年増加している個人旅行者対策として、航空会社や OTA (Online Travel Agent) を活用したプロモーションを実施し、一般消費者に対して、旅行先としての神戸の認知向上・誘客促進をはかった。

また、海外での配布を主な目的とした旅行会社向け神戸観光ガイドブック「Kobe Tourism Guide Book」を、外国人目線を取り入れながら、より魅力的な宣伝ツールとなるようリニューアルした。

(4) 観光情報の発信

① 情報サイトの運営・SNS の活用

神戸公式観光サイト「Feel KOBE」の運営や Facebook 等 SNS の活用により神戸の魅力を国内外に発信した。

公式観光サイト「Feel KOBE」の運営では、「Feel KOBE」内のイベントページにカレンダー機能を追加したほか、多言語ページの大幅なリニューアルを実施した。

また、民間企業と連携協定を締結し、公式観光サイトのQRコードを記載した観光案内プレートの市内各所への配架を開始した。

SNSを用いた情報発信では、29年4月にアカウントを開設した日本語 Facebook、英語 Facebook、Instagram について、広告配信を伴う本格的な運用により、フォロワー数を大幅に増やすなど、ウェブプロモーションを強化した。

② 神戸観光PR動画の制作・発信

徹底した外国人目線で撮影テーマ・スポットの選定、撮影、編集までを欧米人のスタッフが担当する観光動画（長編4本、SNS向け短編40本）を制作・発信した。

(5) ゴルフツーリズムの推進

① 神戸・兵庫ゴルフツーリズム協議会の設立

ゴルフを活用したスポーツツーリズムの推進により、神戸・兵庫地域への観光誘客を図り、地域経済の活性化に寄与することを目的に、ゴルフ場、宿泊施設、観光関連事業者等のプラットフォームとして協議会を設立した。

② プロモーション

平成30年10月に三重県で開催された日本ゴルフツーリズムコンベンションに出展し、海外ゴルフツアーバイヤー28社と商談を実施した。

また、平成31年3月に海外ゴルフツアーバイヤー9社を招請し、神戸・兵庫地域のゴルフ場、宿泊施設、観光施設等の視察ツアーを実施した。

3. 観光客受入事業

(1) 観光案内所の運営

市内3か所で観光案内所（総合インフォメーションセンター、新神戸駅観光案内所、北野観光案内所）を運営し、観光情報の提供を行った。

・案内件数 325,361人（総合インフォメーション 191,674人、新神戸 103,361人、北野 30,420人）

(2) クルーズ客船の誘致・受入れ

神戸市客船誘致協議会の一員として、関係団体と連携しながらクルーズ客船の誘致・受入を行い、入港船籍は過去最高となった。クルーズ客船が入港するターミナル等においては、入出港時の歓迎行事や臨時観光案内所等の開設を行うとともに、地元商店街や市内観光施設、旅行会社等とも一体となって乗船観光客及び乗組員の受入れを行い、市内経済の活性化を図った。

・入港実績 141隻（外国船籍 67隻、日本船籍 74隻）※過去最高

・外国客船歓迎セレモニー 延べ7回

・臨時観光案内所開設 延べ68日（観光案内ボランティア出務人数のべ131名）、両替所開設のべ65日

(3) 観光客の利便性及び回遊性の向上

① 「神戸街遊券」の発行

市内49の主要観光施設の入館料等として使用できる観光クーポン券「神戸街遊券」

を発行するとともに、京阪神の私鉄会社と連携し神戸への観光客の誘客を目的とした企画乗車券「神戸街めぐり 1 day クーポン」に参画し、観光客の利便性と回遊性の向上を図った。

- ・「神戸街遊券」販売実績 7,460 冊
- ・「神戸街めぐり 1 day クーポン」販売実績 25,797 冊

② 「シティー・ループバス」 1 日乗車券の販売

都心部の観光スポットの回遊性向上を支援するため、「シティー・ループバス」 1 日乗車券を観光案内所等で販売した。

- ・販売実績 大人 32,552 枚、小人 931 枚

③ KOBE Free Wi-Fi 等の P R、カードの配付

外国人観光客向けに神戸市が推進している公衆無線 LAN サービス「KOBE Free Wi-Fi」を P Rするとともに、市内約 3,000 箇所で Wi-Fi が利用できる「KOBE Free Wi-Fi カード」を、市内の観光案内所や客船入港時の臨時観光案内所等で配付し、観光客の利便性向上を図った。

④ 観光ガイドマップ等の配布

観光客が市内観光をスムーズに行えるよう、多言語（日本語・英語・韓国語・中国語（簡体字・繁体字））の観光ガイドマップやガイドブック等を配布するとともに、北野異人館・観光船・六甲山上施設等の市内観光施設の割引特典が付いた「ウエルカムクーポン」を観光案内所やホームページにおいて提供し、街の回遊性向上に努めた。観光ガイドマップのうち都市観光の起点となる「港・市街地版」については、10 言語（英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字）・タイ語・ドイツ語・フランス語・スペイン語・ベトナム語・インドネシア語）、「北野観光ガイドマップ」についても、4 言語（英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字））対応のマップを配布した。

⑤ 「KANSAI ONE PASS」への協力

関西経済連合会等が中心に発行した訪日外国人専用の I C 型乗車券、関西統一パス「KANSAI ONE PASS」において、提示による特典付与の協力を神戸市内の観光施設に呼びかけ、外国人観光客の神戸への誘致と回遊性向上を図った。

(4) おもてなしの向上

① おもてなし研修の実施

(ア) 観光タクシー乗務員に対する研修会の実施

利用者へのサービス向上のため、観光タクシー乗務員を対象に神戸観光の情報提供と観光客への接遇に関する研修会を実施した。

- ・平成 31 年 3 月 13 日（水）（22 名参加）

(イ) 観光関連従事者に対する研修の実施

観光関連従事者の北野の歴史・文化に対する理解度を深めるため、神戸の代表的な観光地の一つである北野地区で公開されている異人館スタッフ等を対象に、「おもてなし接遇研修会」を実施した。

- ・平成 31 年 3 月 27 日（木）（25 名参加）

② 「KOBE 観光の日」関連事業の実施

KOBE 観光の日

実施期間：KOBE 観光の日 平成 30 年 10 月 3 日（及び前後数日間：施設により異なる）
観光施設 61 か所の特典付きパンフレットを制作し、市内外で P R をおこない、観光

誘客を図った。

4. 観光推進事業

神戸観光を推進するため、「神戸ルミナリエ」をはじめ様々な行事やイベントに協賛・協力するとともに、開催にたずさわった。平成30年度の「神戸ルミナリエ」では、兵庫県政150周年記念作品及びラグビーワールドカップ開催記念作品を東遊園地に設置するとともに、節目の年にふさわしく、仲町通り及び東遊園地作品を充実させるとともに、東遊園地南噴水広場に設置した作品での音楽に合わせた光のショーを継続して実施した。

(1) 「おとな旅・神戸」

地域資源を活用した神戸の様々な楽しみ方の可視化・カタログ化を通じて、「神戸のライフスタイル」そのものの魅力を効果的に発信し、「神戸発の着地型観光」を推進するため、「神戸らしさ」を十分に堪能できる「特別感ある」まち歩きや体験といったプログラムを企画・実施した。また、旅行商品の造成等にも活用した。

(2) 第24回神戸ルミナリエ

- ・開催日 平成30年12月7日（金）～16日（日）（10日間）
- ・来場者 3,426,000人
- ・会場 旧居留地・東遊園地
- ・「神戸ルミナリエ・ハートフルデー」

障がい者の方・介助を必要とする方にゆっくりと鑑賞していただくため、12月5日に東遊園地の全作品を特別に点灯し、約14,500人（うち車椅子3,500台、介護者含む）の方々が来場した。

(3) 南京町生誕150周年記念事業

神戸観光局のプラットフォームを活かした第1弾のプロジェクトとして、公民連携により記念事業を実施した。

- ・期間 平成30年3月15日（木）～31年2月28日（木）
- ・内容 他の観光スポットと連携し、南京町および神戸市内で南京町のコンテンツを活かした27事業を展開

(4) 六甲山・摩耶山の観光振興

六甲山・摩耶山の観光入込客数の増加と更なる活性化に向けて、地域住民や山上事業者等との協働により、山上において情報発信・観光案内拠点の運営や、山の最新情報等を発信するプロモーション活動を行うほか、六甲山・摩耶山ならではのイベントを実施した。

(5) 各種イベントの実施・協賛及び協力

① インフィオラータこうべ2018

- ・期間 平成30年4月28日（土）～5月5日（土）（各会場2～3日間）
- ・来場者 445,000人（全会場）
- ・会場 元町穴門商店街、北野坂、北神戸田園スポーツ公園の3会場（開催日順）

② 第37回須磨大茶会

- ・開催日 平成30年4月29日（日・祝）
- ・来場者 1,122人
- ・茶席 須磨寺本坊席、寿楼席

③ 第48回神戸まつり サンバストリート

- ・開催日 平成30年5月20日（日）
- ・来場者 227,000人（ステージ行事全体合計数）
- ・会場 中央区京町筋
- ・出演者 市内外サンバチーム 8団体750名

④ 灘の酒蔵探訪

- ・開催日 平成30年10月20日（土）～11月25日（日）
- ・来場者 酒蔵スタンプラリー参加者：2,775人
酒蔵めぐりバス乗車券販売枚数：2,125枚
- ・会場 灘五郷酒造地帯

⑤ 北野クリスマスストリート

- ・期間 平成30年11月5日（月）～平成31年1月31日（木）
※2月1日～3月31日は、ロマンチックフェアとして点灯を継続
- ・会場 北野坂（北野町、山本通）、異人館街（北野町）

⑥ 2019 南京町春節祭

- ・開催日 平成31年2月5日（火）、9日（土）～11日（月・祝）
平成31年2月3日（日）プレイベント
- ・来場者 248,000人
- ・会場 南京町及び周辺地域

5. フィルムオフィス事業

神戸での映画・テレビ（ドラマ・情報番組）などの撮影支援ならびに撮影誘致活動等を行い、神戸のまちの魅力を国内外に広く発信した。

（1）撮影支援活動

① 撮影支援件数

映画10件、テレビドラマ12件、テレビ番組98件、CM等その他40件 合計160件

② 主な支援作品

（ア）映画

- ・「フォルトゥナの瞳」（配給：東宝 平成31年2月15日公開）
- ・「轢き逃げ-最高の最悪な日-」（配給：東映 令和元年5月10日公開）
- ・「アルキメデスの大戦」（配給：東宝 令和元年7月26日公開）

（イ）テレビドラマ

- ・連続テレビ小説「まんぷく」（NHK総合 平成30年10月4日、11月7日～21日、平成31年3月2日・29日・30日放映）
- ・「BRIDGE はじまりは1995. 1. 17 神戸」（関西テレビ 平成31年1月15日放映）
- ・「レ・ミゼラブル 終わりなき旅路」（フジテレビ 平成31年1月6日放映）

（ウ）テレビ番組

- ・「旬感☆ゴトーチ！」（NHK総合 平成30年10月1日放映）
- ・「マナミのマナビ旅」（関西テレビ 平成30年11月3日～平成31年3月23日毎週土曜日放映）
- ・「報道-地域の文化、自然を宝に」（韓国KBSテレビ 平成31年1月14日放映）

（2）撮影誘致活動

各種見本市への出展や FAM ツアー等を通じ、国内外の映像制作者に対して、ロケ地としての神戸の魅力や充実した撮影支援内容を積極的に PR した。

① 国内映像作品の誘致

「JFC 全国ロケ地フェア 2019」への出展

会期：平成 31 年 1 月 24 日（木）

会場：映像産業振興機構（VIPO）会議室（東京・中央区）

② 海外映像作品の誘致

（ア）韓国

「2018 LINK OF CINE-ASIA (BIZ Matching)」への参加

会期：平成 30 年 10 月 7 日（日）～9 日（火）

会場：Paradise Hotel & Casino, Busan（釜山・海雲台）

（イ）日本

「東京国際映画祭コンテンツマーケット（TIFFCOM）2018」への出展・参加

会期：平成 30 年 10 月 23 日（火）～25 日（木）

会場：サンシャインシティコンベンションセンター（東京・池袋）

（ウ）アメリカ

「American Film Market & Conferences（AFM）2018」への参加

会期：平成 30 年 10 月 31 日（水）～11 月 7 日（水）

会場：The Loews Santa Monica Beach Hotel（ロサンゼルス・サンタモニカ）

（エ）タイ

タイの映像制作者に直接神戸の PR を行うため、セールスコールを実施した。

日程：平成 31 年 3 月 7 日（木）～8 日（金）

訪問先：7 社

（オ）その他

第 14 回大阪アジア映画祭にゲストとして来阪した映画監督を神戸に招聘し、神戸 FAM ツアーを実施した。

日程：平成 31 年 3 月 6 日（水）～8 日（金）

参加者：3 名（韓国 2 名、中国 1 名）

（3）情報発信の強化

神戸で撮影された作品を活用して、公開時期に合わせて集中的にプロモーションを展開することにより、ロケ地としての神戸の魅力を広く発信した。

（ア）date.KOBE×フォルトゥナの瞳 特設サイトオープン

（イ）神戸デート応援 プレゼントキャンペーン 実施

（ウ）フォルトゥナの瞳 in KOBE 展 開催

（エ）鉄道会社 3 社が連携した広域プロモーション 実施

（4）ロケツーリズムの推進

神戸で撮影された作品のロケ地マップを作成・配布するとともに、ロケ地ツアーやイベントの実施など、支援作品を活用した観光客誘致に取り組んだ。

神戸への MICE 誘致・推進のため、関西エリア及び首都圏をはじめ全国的に誘致活動を行うとともに、海外 MICE 見本市へ出展し、MICE 誘致プロモーション活動を展開した。

また、MICE 関係団体と連携のもと、主催者・事務局へのサポートサービス提供に努めた。

(1) 国内の MICE 誘致プロモーション活動

医学系学会、工学系学会、大学・研究所や企業等を中心に関西エリア及び首都圏をはじめ全国的に営業を行うとともに、東京国際フォーラムで開催された「国際 MICE エキスポ (IME)」に参加し、MICE 誘致活動を展開した。

また、市内 8 ホテル及び当法人で構成する「神戸 MICE 誘致協議会」の連携を強め、全市レベルでの対応が必要な大型会議の受け入れについて調整を行うとともに、メールマガジンでの共同プロモーションを行い、官民一体となった誘致活動を推進した。

さらに、ポートピア 81 記念基金や (公財) 中内力コンベンション振興財団からの助成金、展示会開催助成制度を活用し、大規模な会議・大会・展示会の誘致に努めた。

・平成 30 年度 市内 MICE 施設への誘致件数：262 件

(2) 海外の MICE 誘致プロモーション活動

日本政府観光局 (JNTO) と共同して IMEX Frankfurt、ibtm world、IMEX America といった海外 MICE 見本市に出展し、国際 MICE 誘致プロモーション活動を展開した。

また、世界のバイヤーとの商談のみならず、ICCA (International Congress and Convention Association: 国際会議協会) 総会にも出席し、海外のコンベンションビューローとの情報交換を図り、継続性を持って関係強化に努めた。

[海外 MICE 見本市への出展]

① IMEX Frankfurt

日程 : 平成 30 年 5 月 15 日 (火) ~17 日 (木)
会場 : ドイツ・フランクフルト
来場者 : 14,500 名 (世界 150 カ国以上)
商談件数 : 16 件

② ibtm world

日程 : 平成 30 年 11 月 27 日 (火) ~29 日 (木)
会場 : スペイン・バルセロナ
来場者 : 15,000 名 (世界 140 カ国以上)
商談件数 : 16 件

③ IMEX America

日程 : 平成 30 年 10 月 16 日 (火) ~18 日 (木)
会場 : アメリカ・ラスベガス
来場者 : 6,352 名 (世界 63 カ国)
商談件数 : 17 件

④ 平成 30 年度 国際会議キーパーソン招聘事業 (Meet Japan) 商談会

日程 : 平成 31 年 2 月 28 日 (木)
会場 : 東京 (東京国際フォーラム)
来場者 : 40 名 (キーパーソン 14 団体、出展者 21 団体)
商談件数 : 7 件

⑤ ICCA 総会

日程：平成30年11月10日（土）～14日（水）

会場：アラブ首長国連邦・ドバイ

参加者：1,156名（世界79カ国より参加）

・海外 MICE 見本市出展による近年の主な成果

ICANN64（インターネット関連大型国際会議） ※IBTM World 2016 商談後、誘致成功

会期：平成31年3月9日（土）～14日（水）

会場：神戸国際会議場、神戸ポートピアホテル

参加者：1,759名（内 海外134カ国より1,388名）

（3）インセンティブツアー誘致の推進

① 神戸セミナー実施

シンガポールの海外拠点を活用し、平成29年度に引き続きマレーシア、タイのほか、今後、訪日ビザの緩和が期待されるインドネシア、フィリピン、ベトナムの合計5カ国において、現地インセンティブ検討企業を対象として、神戸セミナーを開催した。

実施日程：平成30年8月～9月

実施国：マレーシア、タイ、インドネシア、フィリピン、ベトナム（5カ国）

参加企業：5カ国 合計89社 144名

② Incentive Travel & Conventions, Meetings Asia(IT&CMA) 出展

アジア太平洋地域最大の旅行博・MICE見本市へ出展した。

会期：平成30年9月18日（火）～20日（木）

開催場所：タイ・バンコク

来場者数：バイヤー45カ国462名、出展者316団体

商談件数：18件

・平成30年度誘致実績

海外案件 12件（4,505名、延5,444泊）

国内案件 9件（3,984名、延9,128泊）

（4）神戸国際会議場・神戸国際展示場の誘致営業活動

神戸市の MICE 中核施設である国際会議場・国際展示場については、コンソーシアム構成団体間の連携を強化し、中長期の営業ターゲットである大型国際会議、大型国内会議や、都市固定化傾向にある大型医学会の誘致に努めた。

また、短期のターゲットに対する誘致営業についても、ホテルが得意とするミーティング、インセンティブ等を中心に一体的な営業展開を行った。

・平成30年度 神戸国際会議場・神戸国際展示場への誘致件数：124件

・平成30年度 神戸国際会議場・神戸国際展示場での開催件数：484件

（目標件数：426件）

（5）主催者・事務局への総合的なサポート及び地元大学・研究機関との連携

神戸における MICE の誘致・開催にあたり、誘致コンサルティング、広報活動の支援、交通機関など関係機関との連絡調整、助成金の申請やユニークベニューの紹介など、豊富な経験と実績を活かしたサービス提供を行った。

① 「Meet in Kobe」サポート事業などの展開

海外から参加国数・参加者数などについて、一定の基準を満たす国際会議に対して、

補助金の交付、ポータライナー割引、市内施設割引クーポンの提供など、12 項目のサービスを提供する MICE 誘致プロモーション「Meet in Kobe」を提供した。

② 地元大学や研究機関との連携

地元大学や研究機関等の先生方と、これまでに構築してきたネットワークにおいて、学内で開催される会議の調査及び総合的な相談窓口として対応を行うとともに、大学が独自に国際会議を誘致・開催する場合にも、誘致コンサルティングや補助制度の活用、会議開催に関するノウハウの提供、ワイン等の物資の提供などのサポートを行った。

・平成 30 年度に市内大学で開催された会議の支援件数：

304 件（神戸大学 181 件、理化学研究所 100 件、甲南大学 10 件、その他 13 件）

(6) ユニークベニュー・コンテンツ開発の推進

神戸へのインセンティブツアー誘致促進のため、「日本文化を学ぶ」「特別な体験ができる」「チームビルディングができる」といった、楽しむだけではない「学び」の要素を含んだ特別な内容のコンテンツ開発（全 12 種類）を行った。

・開発されたコンテンツ

日本ソース発祥の地 神戸で学ぶ お好み焼き体験とソース工場見学

日本一の酒どころ 神戸 樽職人の技見学と日本酒利き酒体験

特別に拝殿内を貸し切りで生田神社参拝と雅楽体験 など

(7) 広報・宣伝の強化

海外 MICE 主催者向けのメールマガジンの配信を行うほか、海外 MICE 見本市での Daily Magazine に記事掲載するなど、海外向け広報の充実を図った。

また、MICE 誘致の活動を広く発信するために、国際会議開催の告知のほか、新しい取り組みや発行物に関してのプレスリリースを積極的に行った。

・メールマガジン配信対象者・回数・開封率

配信対象者：約 545 名（海外 MICE 主催者、プランナー、メディア）

配信回数：6 回

・プレスリリース：37 件

・掲載実績：紙媒体 20 件、WEB 掲載 34 件、ラジオ出演 1 件

(8) 自主事業の企画・運営

① 「OCEANS' 18 MTS/IEEE Kobe/Techno-Ocean 2018 (OTO' 18)」の開催

日本で唯一定期的（隔年）に開催している海洋の科学技術に関する総合的な国際コンベンション「第 17 回 Techno-Ocean」をアメリカの国際コンベンション「OCEANS」（主催：IEEE/Ocean Engineering Society および Marine Technology Society）と「OCEANS' 18 MTS/IEEE Kobe/Techno-Ocean2018 (OTO' 18)」として合同で開催し、実行委員会事務局として事業の企画及び運営を行うとともに、開催によって得たノウハウを活かし、神戸開催のコンベンション主催者や参加者に対する開催サポートを行った。

② 「テクノオーシャン・ネットワーク」事業の実施

海洋分野の産学官関係者のネットワーク構築やビジネスマッチングの機会を創出するとともに、広く市民の海洋についての理解を深めるためのセミナーやワークショップ

プを実施した。

7. 国際会議場、国際展示場の管理・運営

(1) 利便性向上の取り組み

コンソーシアムの構成団体である日本コンベンションサービスの国際性と神戸ポートピアホテルの高品質なおもてなしを併せて、他都市にないオペレーションスタイルを展開し、神戸ならではの MICE ブランドの構築を図った。さらに、コンソーシアム内でメンバー会議を組織し、接客サービス向上のための取り組みや、危機管理対策等を協議した。

このほか、主催者サポートの取り組みとして、神戸市みなと総局が主体となり神戸で開催した「平成 30 年度神戸港国際港湾・物流ビジネスフォーラム」の事務局業務を受託し、会議の成功に貢献した。

(2) 施設の魅力向上と維持管理に向けた取り組み

国際会議場の 4 階・5 階の机と椅子をリニューアルした。机と椅子の仕様を統一し、レイアウトの変更や、備品の移動等、お客様のご要望にスムーズな対応が可能となった。

また、国際展示場では、利便性向上のため、2 号館 1 階のトイレ工事を実施し、男女合計 11 基を洋式化したほか、施設の機能維持のため、国際展示場 3 号館の屋根改修を行い、雨漏り対策を実施した。

(3) 神戸コンベンションセンター協議会事業の展開

国際会議等の神戸開催を歓迎するとともに MICE を通じた地域の活性化に寄与するため、神戸コンベンションセンター協議会を組織し、ポートライナー記念乗車券を作成・販売するなど、会議参加者の利便性向上を図った。

(4) 利用実績

① 神戸国際会議場の利用実績

項 目		平成 30 年度	平成 29 年度	増△減
件 数 (件)	国際会議	55	46	9
	国内会議	236	222	14
	合 計	291	268	23
参加のべ人員 (人)	国際会議	411,069	120,827	290,242
	国内会議	140,976	89,918	51,058
	合 計	552,045	210,745	341,300

② 神戸国際展示場の利用実績

項 目		平成 30 年度	平成 29 年度	増△減
件 数 (件)	国際会議	26	10	16
	国内会議・展示会等	167	150	17
	合 計	193	160	33
参加のべ人員 (人)	国際会議	381,214	96,450	284,764
	国内会議・展示会等	621,722	688,239	△66,517
	合 計	1,002,936	784,689	218,247
日数 (日)		294	263	31

8. 観光関連施設の管理・運営

(1) 有馬温泉 4 施設の管理運営

指定管理者として、有馬の外湯「金の湯」、「銀の湯」に加え、有馬温泉の歴史資料館「太閤の湯殿館」および「有馬の工房」（有馬温泉観光交流センター）の 4 施設の管理運営を行い、利用者へのサービス向上を図るとともに、観光客の回遊性、利便性の向上に努めた。

また、「太閤の湯殿館」については、平成 30 年 2 月 22 日より事故のため休館していたが、営業再開に向け、神戸市による機材の増設とともに、マニュアルの見直し等の安全対策を行った。

利用実績

(単位：人)

項 目	平成 30 年度	平成 29 年度	増△減
金の湯	324,124	291,771	32,353
銀の湯	145,288	117,294	27,994
有馬の工房 () 内は有料入場者数	112,612 (790)	108,655 (753)	3,957 (37)
太閤の湯殿館	0	12,625	△12,625

(2) 萌黄の館の管理・運営

北野観光の核として国指定重要文化財である「萌黄の館」を民間所有者から借り受けて公開し、隣接する「風見鶏の館」とも連携をとりながら、北野を訪れる観光客へのサービス向上を図った。

利用実績

(単位：人)

区分	平成30年度	平成29年度	増△減
有 料	117,863	131,256	△13,393
無 料	25,560	29,801	△4,241
合 計	143,423	161,057	△17,634

(3) 須磨海浜水族園の管理・運営

須磨海浜水族園では、共同事業体（代表企業：(株)アクアメント、構成企業：(株)名鉄イ

ンプレス、(株)アクアート、当法人)の構成団体の一員として、民間企業と共に、長年蓄積してきた施設の管理・運営ノウハウを発揮し、利用者にサービス提供を行った。

9. ポートピア 81 記念基金による補助事業

国際交流と地域経済・文化の発展向上を目的として、「第 14 回アジア太平洋災害医学会」「2018 年 IEEE 主催国際超音波シンポジウム」「第 9 回アジア・オセアニア生理学会連合 2019 大会」などの国際会議等への補助を行った。

補助件数 37 件 補助額 73,142,388 円