

〔4〕令和4年度事業報告

令和4年度は、新型コロナウイルス感染症の影響は依然として継続したものの、わが国では緊急事態宣言等の行動制限を伴う措置が発出されず、世界的にもコロナと共存する形で経済活動が展開されたことから、観光関係業界への影響は過去2年と比べて大幅に緩和された。

当法人でも、国の全国旅行支援やインバウンド解禁の動きを踏まえ、日本はもとより海外から神戸への誘客に努めた。

1 事業報告

(1) 情報プラットフォーム機能の強化・事業者との協働

① マンスリーレポート

神戸の観光実態を主体的に把握するため、各種統計データの定点観測を行い、会員事業者マーケティング情報を「マンスリーレポート」として毎月提供した。さらに、インバウンド解禁に関する国のガイドライン等、事業者に必要な情報を「マンスリーレポート臨時号」として配信した。

② 神戸観光LINK café

多種多様な業種の会員に対し、会員間の“学びと交流の場”として「神戸観光LINK café」をコロナ禍前以来3年ぶりに対面で開催した。

・神戸観光LINK café セミナー参加者数：92名／3回

(2) 観光コンテンツの充実

① 神戸のとびら（観光体験商品の造成および販売）

「特別感・上質感・神戸らしさ」が体験できるプログラムを提供する「神戸のとびら」を令和4年10月より開始し、首都圏やインバウンドにも通用する「神戸ビーフ」「灘の酒」「スイーツ」等神戸が有する多様な食を体験できる高付加価値の旅行商品を造成、販売した。

また、近年、「自然」を活かした観光コンテンツの需要が高まっていることから、神戸ならではの「里山・農村」や「六甲山系」等の自然を活用したサイクリング、エコツアー、地産地消体験等のコンテンツの開発を支援し、観光素材の充実をはかった。

・神戸のとびら参加者数：366名／31プログラム

・上質な食の観光体験参加者数：15名／3プログラム

・自然を活かした新たな体験型コンテンツ造成数：8プログラム

② 公民共創事業

神戸らしさを活かした滞在型観光を促進するため、事業者と協働で新たな観光コンテンツを造成した。

加えて、ナイトタイムエコノミーの充実をはかるため、昨年度に引き続き「神戸夜市」を開催し、神戸観光の夜の賑わいを創出した。

・実施事業：神戸夜市の開催4件・45,600名、その他事業5件・2,500名

③ KOBE観光スマートパスポート

市内観光施設等の周遊促進を企図した定額制フリーパスポート「KOBE観光スマートパスポート」について、コロナ禍で低迷する観光需要の底上げ、および市内経済の活性化を目指して、国の交付金を活用し半額で販売するキャンペーンを実施した。

・半額販売枚数：25,422枚

④ ユニバーサルツーリズム

NPO法人が運営する「KOBEどこでも車いす」の運営支援を行うとともに、神戸公式観光サイト内にユニバーサルツーリズムを紹介するページを開設し、ポータルページを使って巡るモデルコースのPR動画や観光施設のバリアフリー情報の掲載等、高齢者や障がい者に向けた情報発信を行った。

また、神戸市観光ホテル・旅館協会会員企業向けに、ユニバーサルツーリズム研修を実施し、受入環境意識の醸成に努めた。

・神戸市観光ホテル・旅館協会会員企業向け研修

テーマ：ユニバーサルツーリズム推進の意義と取組みのポイント

参加者数：14施設・23名

⑤ ゴルフツーリズム

市街地からのアクセスの良さやアフターゴルフの豊富な観光コンテンツを活かし、国内外からのゴルフ旅行者の受入拡大をはかるため、ゴルフ関係事業者や宿泊施設、近隣市等とともにゴルフ旅行商品の造成や販売、空港や商業施設でのプロモーションやイベントを実施した。

また、インバウンドの再開に伴い、ターゲット国である韓国や豪州等に対して、現地プロモーションおよびFAMツアーを実施した。

・神戸・兵庫ゴルフパック販売実績：40件・98人泊

・韓国プロモーションセミナー参加者数：旅行会社25社・29名

メディア3社・3名

・豪州・ニュージーランドFAM参加者数：旅行会社2社・2名

⑥ アニメツーリズム

アニメの世界観や舞台が神戸のまちと親和性の高い作品とのコラボレーションにより、スマートフォンアプリを用いたデジタルスタンプラリーやイベント、飲食店での限定メニュー提供等を実施し、市内の回遊性向上と消費拡大をはかった。

・コラボレーション作品：ペルソナシリーズ

・実施期間：令和5年2月18日（土）～3月31日（金）

・アプリダウンロード数：3,141件

・デジタルスタンプラリー参加者数：10,740名

⑦ イベント等の実施・支援、地域観光の振興

ア 神戸ルミナリエ代替事業

(主催：神戸ルミナリエ組織委員会、事務局：神戸観光局)

コロナ禍の状況を踏まえ、令和4年度の「神戸ルミナリエ」は中止としたが、神戸ルミナリエの意義の継承と、次回開催への願いを込めて、ルミナリエ作品の「カッサアルモニカ」を東遊園地に、「ロソーネ」を市内に分散して設置する「神戸ルミナリエ presents『カッサアルモニカ/音楽の宝箱』」を代替事業として実施した。

- ・開催期間：令和4年12月9日（金）～18日（日） 10日間
- ・会場：東遊園地、三井住友銀行神戸本部ビル前広場、神戸朝日ビル、南京町
- ・来場者数：74,000名

イ 南京町春節祭の支援

(主催：南京町春節祭実行委員会、委員：神戸観光局)

「2023 南京町春節祭」では、ポチ袋くじの販売や飲食店等でのフェアのほか、3年ぶりにステージイベント等の集客イベントを実施した。

- ・開催期間：令和5年1月22日（日）、27日（金）～29日（日）
- ・来場者数：151,000名

ウ 六甲山・摩耶山の観光振興

地域住民や山上事業者等との協働により、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ったほか、「山の日」等各種イベントを実施した。

(ア) 六甲山

- ・「六甲ミーツ・アート芸術散歩2022」：
令和4年8月27日（土）～11月23日（水・祝）、来場者数31.5万人
- ・「六甲山名建築探訪ツアー」：4回開催、参加者数81名
- ・「Kiss FM DJと行くハイキング」：参加者数30名

(イ) 摩耶山

- ・「マヤカツ」：381回開催、参加者数2,653名
- ・「摩耶山・マヤ遺跡ガイドウォーク」：14回開催、参加者数256名
- ・「リュックサックマーケット」：8回開催、出店者数271組605名
- ・「海、山へ行く（穂高湖でのイベント）」：参加者数200名

⑧ 観光案内所

神戸市総合インフォメーションセンター、新神戸駅観光案内所および北野観光案内所において神戸の観光情報等の提供を行うとともに、観光客の利便に資するバスチケットや周遊パス等を販売し、観光客への利便性や回遊性の向上をはかった。

- ・案内件数：196,925名（三宮 116,549名、新神戸 56,628名、北野 23,748名）
（前年度比 268.1%）

(3) 観光プロモーションの推進

① 交通事業者等と連携した観光プロモーション

鉄道事業者との連携事業として、JRグループが2023年夏に兵庫県内で実施する「デスティネーションキャンペーン（以下、DC）」のプレキャンペーンへの参画や、沿線情報誌を活用したプロモーションを実施した。

また、航空会社やフェリー船運航事業者との連携事業として、就航都市のマスメディアを使ったプロモーションや現地集客施設等でのプロモーション等により、さらなる神戸への誘客を促進した。

- ・DCプレキャンペーン：5プログラム（35回）、234名
- ・就航地プロモーション：9都市

② 首都圏プロモーション

新幹線や複数の鉄道路線が接続し大規模なターミナル駅となっている東京駅や品川駅において、首都圏から神戸への観光誘客をはかるべく、デジタルサイネージでの観光PR動画の放映、イベントの開催、神戸の名産品の販売等を実施した。

- ・東京駅「週末サクッと神戸姫路旅」
開催日：令和5年2月18日（金）
内 容：ガチャ抽選会、トリックアート、香り体験、のぞき見体験等、五感を使って楽しめる展示を姫路市と共同で実施
- ・品川駅「いろいろ、神戸！」
開催期間：令和5年3月13日（日）～26日（土）
（イベントは18日（金）～21日（月・祝）の4日間）
内 容：品川駅自由通路デジタルサイネージ44面での神戸PR動画の放映、有馬芸妓や観光親善大使による観光PR、神戸スイーツや日本酒等の特産品物販イベントを実施

③ 教育旅行プロモーション

平日を中心とした市内宿泊施設および観光施設への誘客促進策として、神戸への教育旅行を誘致した旅行会社に対する助成制度を拡充の上実施した。

あわせて、新たな教育旅行ツールとして、神戸を代表する企業や公共施設、大学、ボランティア団体等と連携し、教育旅行の中でもニーズの高い「SDGs」「探究学習」「キャリア学習」の3要素を盛り込んだ「KOBESDGs探究プログラム」を開発した。

- ・教育旅行誘致助成適用件数：20,405名／94校
- ・KOBESDGs探究プログラム：29プログラム開発

④ 「めぐる神戸」デジタルスタンプラリーキャンペーン

観光客の市内回遊促進および観光素材のブラッシュアップによる地域の魅力向上を目的として、スマートフォンアプリを用いた非接触型のデジタルスタンプラリー

ーキャンペーンを実施した。

- ・実施期間：令和4年8月1日（月）～9月30日（金）（第一弾）
令和4年10月3日（月）～12月25日（日）（第二弾）
- ・参加者数：3,257名（22コース合計）

⑤ 公式観光サイト・SNSによるプロモーション

公式観光サイトについて、モデルコースやコラム記事の充実等のさらなる改善を行い、ユーザーの興味・関心に応じた観光情報をSNSとも連動しながら国内外に効果的に発信した。

また、コロナ禍における社会情勢の変化に応じて、動画によるイメージ訴求からキャンペーン情報まで、適切な情報をターゲットに効果的に発信したほか、インフルエンサーによる投稿を活用する等、神戸の認知度向上とさらなる誘客促進に向けて、国内外への発信を充実・強化した。

- ・ホームページ年間PV数（令和4年4月～令和5年3月）
日本語：約858万PV、多言語：約36万PV
- ・SNSフォロワー数（令和5年3月時点）
日本語：Instagram 39,342、Facebook 33,795、Twitter 24,317
英語：Instagram 2,093、Facebook 120,394
中国語：Facebook 39,507、Weibo 52,767、WeChat 6,676

⑥ メディアプロモーション

東京を拠点とするPR会社を通じた首都圏メディアへの直接的なプロモーション活動を実施し、神戸の旬な情報のリリース配信やTV等の有力メディアへのアプローチを行うことで、首都圏での神戸の露出増加をはかった。

- ・広告換算額：26.6億円

⑦ インバウンドプロモーション

インバウンドの需要回復を見据え、訪日旅行商品販売助成制度の創設、ムスリムマーケット調査およびガイドブック作成、海外での旅行博におけるプロモーションや旅行会社への営業、REP（海外での営業・プロモーションに関するパートナー）を活用した現地でのプロモーション、関西国際空港1階到着フロアでのプロモーション等、旅マエ・旅ナカを通じて神戸の強みを生かしたプロモーションを実施した。

- ・訪日旅行販売助成送客実績：45件 1,283名
- ・出展海外旅行博：台湾「台湾大商談会」（旅行博延べ参加者数：18万人）
シンガポール「NATAS Travel Fair」（同：10万人）
タイ「FIT Fair」（同：50万人）
マレーシア「MATTA」（同：10万人）
英国「World Travel Mart」（同：5万人）等

⑧ 東アジア相互プロモーション

近年訪日客数が増加し、神戸の訪日旅行においても大きな割合を占め、かつリピート率が高い台湾に向けて、鉄道会社（日本：阪神電鉄、台湾：桃園メトロ）のネットワークを利用した相互プロモーションを実施した。

- ・台湾の人気インフルエンサーを起用したプロモーション動画やチラシ、パンフレット等のプロモーション素材の作成、桃園メトロ車内および現地駅構内での情報発信

(4) フィルムオフィス事業

① 撮影誘致・支援活動

映画やドラマ等の神戸でのロケを支援することで、神戸のまちを国内外に広く発信し、まちのイメージアップや認知度向上、シビックプライドの醸成に取り組んだ。

また、神戸を舞台にした映像作品を誘致するためのシナリオハンティング助成を新たに実施し、神戸へのロケ誘致の強化に取り組んだ。

- ・支援実績：映画 24 件、テレビ・web ドラマ 14 件、テレビ・web 番組 125 件
CM・その他 74 件 合計 237 件（前年度比 126.7%）

② 情報発信活動

神戸で撮影された作品やゆかりのある監督等をPRすることで、ロケ地の魅力を活かした観光誘客をはかるとともに、情報番組等への支援を強化し、さらなる魅力の発信に努めた。

(5) MICE誘致・推進事業

① 国内MICE誘致プロモーション

神戸MICEブランドとしての4つの強み（港湾、福祉・防災、医療、新産業）を軸に、首都圏・関西圏の大学や学会・協会・企業等に対して、MICE誘致プロモーション活動を展開した。

また、ポスト・コロナのMICE動向を把握するため、国際会議・国内大型学会へアンケート調査を行った。

- ・アンケート調査対象：21 学会、年2回実施

② 海外MICE誘致プロモーション

日本政府観光局（JNTO）と共同で海外MICE商談会への現地出展を再開し、海外のバイヤーとの商談を行うとともに、海外のコンベンションビューローとの情報交換をはかり、継続的な関係強化に努めた。

- ・海外MICE商談会（現地出展）：4回、商談件数合計：98件

③ インセンティブツアー誘致

コロナ禍において行き先を海外から国内へ変更する流れとなっている機会を捉え、「国内インセンティブツアー誘致補助金」を活用して、国内主要都市の旅行代理

店に対して積極的な誘致セールスを行った。

また、渡航制限緩和後の海外インセンティブツアー需要回復に備えて、在シンガポール拠点において、ターゲット化しているアジア圏の企業への直接訪問セールスや有力旅行代理店のFAMツアー等を実施し、誘致活動に努めた。

- ・国内インセンティブツアー誘致補助適用件数：8件

④ 主催者・事務局のサポート

MICE主催者・事務局に対して、補助金交付等のサービスをパッケージ化した「Meet in KOBE」を案内するほか、地元大学・研究機関に対して、ハイブリッド開催のノウハウ提供等、総合的な開催支援を実施した。

また、マスコミへの定期的な情報提供や大型MICE開催時のバナー掲示等により市民への広報を行い、MICEに対するおもてなしの醸成に努めたほか、国内外のMICE主催者に対するメールマガジンを配信し、認知度向上をはかった。

- ・海外MICE関係者メールマガジンの配信：4回 送付対象：1,063名

⑤ アフターMICEプログラム

ユニークベニュー・アフターMICEプログラムについて、ブラッシュアップを行ったほか、渡航制限緩和後の海外MICE復活に向けて、新たな追加プログラムの開発に取り組んだ。

- ・プログラム名：食中酒「灘の酒」飲みくらべと地域の食とのペアリング

⑥ MICEの主催・共催

国内唯一の海洋分野を横断的に網羅する「Techno-Ocean2023」の実行委員会事務局として、令和5年10月5日（木）～7日（土）開催に向け、事業内容の企画準備を行った。

また、「テクノオーシャン・ネットワーク（TON）」事業として、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創出、青少年を含む市民の海洋への理解促進に資するための事業を実施した。

- ・ビジネスマッチング事業：

「OCEANS 2022 Hampton Roads」での JAPAN PAVILION ブース出展

開催期間：令和4年10月17日（月）～21日（金）

開催場所：Virginia Beach Convention Center（アメリカ）

出展者：5社・団体

- ・青少年向け事業：

海塾「水中ロボットプログラミングと操作体験」の開催

開催日：令和4年8月7日（日）、令和5年3月11日（土）

開催場所：バンドー青少年科学館

参加者数：2日間計 24名（応募者164名）

海塾「プログラミングで海・ジョブズ」

開催日：令和4年10月30日（日）

開催場所：神戸大学バリエースクール

参加者数：15名（応募者 50名）

「第15回サイエンスフェア in 兵庫」へのブース出展

開催日：令和5年1月29日（日）

開催場所：甲南大学FIRST

参加者数：1,200名

（6）港湾振興事業

① ポートセールス関連事業

神戸港の概要や主要な取り組みを紹介する「神戸港オリエンテーション」、「神戸市港湾局事業概要説明会」および「神戸港案内業務」を実施した。

また、神戸港の優秀な荷役技能の国内外への広報と港湾労働災害の防止に寄与する「神戸港フォークリフト荷役技能向上大会」を実施する等、関係諸団体と連携しながらポートセールス関連事業に取り組み、神戸港の活性化に努めた。

- ・神戸港オリエンテーション（動画配信）、
海上からの神戸港見学 参加者：190名
- ・神戸市港湾局事業概要説明会（動画配信）
- ・神戸港案内業務 参加者：86件、10,054名
- ・神戸港フォークリフト荷役技能向上大会 参加者：27名、観客数：延べ800名
- ・初入港船、新規航路開設第1船歓迎行事：8件、フェリー退役式：1件
- ・神戸港グッズ作製および配布
- ・神戸港カレンダー「神戸港の風景」発行：1,200部

② 学校連携事業

神戸市内の小中学校を対象とした神戸港見学会「みなとの学習会」の実施期間を通年に拡大し、地域学習並びに海洋思想の普及啓発や海事人材の育成事業として児童が神戸港を見学する機会を設け、海事人材育成に寄与した。

- ・参加児童数：133校、8,749名

③ みなとHANABI

「みなとこうべ海上花火大会」を、「みなとHANABI」と名称変更するとともに、コロナ禍の中での実施となることから、実施形態を平日5日間、各日10分間の音楽花火として実施した。

- ・開催期間：令和4年10月17日（月）～21日（金） 各日18時30分～40分
- ・会場：メリケンパーク
- ・打ち上げ花火数：約700発（各日）
- ・来場者数：延べ51,900名

④ ウォーターフロントエリアの賑わいづくり

新港突堤西地区における第1突堤基部、第2突堤の再開発事業や海洋思想の普及

啓発、海事人材の育成、ウォーターフロントの賑わいづくりに貢献するため、市民と港を結ぶイベントを開催した。

- ・「神戸港カッターボートふれあい体験DAY」：参加者 21 チーム、500 名
- ・「神戸港ボート天国」：参加船艇 7 隻、参加者：延べ 2,000 名
- ・「神戸港ミニクルーズ（観光船「boh boh KOBE」）&トーク」
参加者：70 組、185 名
- ・帆船等の寄港回数：19 回

⑤ クルーズ客船の受入

国が定めた旅客ターミナルでのガイドラインに沿った感染防止対策に万全を期したうえで、安全安心な客船の受け入れに努めた。

また、令和 5 年 3 月に外国客船の寄港が再開され、同月だけで 9 隻の外国客船を受け入れた。入港時には、歓迎行事やおもてなし事業の充実により、神戸港のイメージ向上をはかるとともに、旅客ターミナル等において臨時観光案内所を設置し、乗船客へ神戸観光の魅力を発信する等、クルーズと観光を結び付けることによって神戸経済の活性化につながるよう取り組んだ。

あわせて、旅客ターミナルと市街地を結ぶシャトルバスの運行のほか、日本文化の体験イベントの実施等、おもてなしムードの醸成をはかった。

- ・クルーズ客船入港実績（日本船および外国船）
隻数：67 隻（うち 3 月：10 隻）
船客数：26,683 名（うち 3 月：7,736 名）

⑥ 須磨と淡路を結ぶ海上航路実証実験（「スマアワ」）の実施

滞在型リゾートエリアとして再整備を進める須磨海岸エリアと、新たな観光スポット開業や、島を自転車で一周する「アワイチ」等によりサイクリストから注目を集める淡路島を結ぶ新たな海上航路実証実験を行った。

今回の実証実験では、サイクルツーリズムに着目し、兵庫県サイクリング協会や淡路市、淡路島観光協会とも連携をはかり、相乗効果による両地域の魅力向上と民間事業者による事業化を目指した。

- ・開催実績
開催日：令和 4 年 10 月 8 日（土）、9 日（日）、15 日（土）
総乗船数：504 名（1 往復／日）

（7）指定管理施設等の管理・運営

① 神戸国際会議場・神戸国際展示場

ア 管理運営概況

指定管理者として、「神戸国際会議場」および「神戸国際展示場」の管理運営を行い、施設の魅力向上や利用者へのサービス向上に取り組んだ。

新型コロナウイルス感染症の拡大によりハイブリッド会議での開催が主流になる中、現地での参加者も回復傾向にあることから、対前年実績は、国際会議場

の利用件数が 112.5%、参加のべ人員が 336.4%、国際展示場の利用件数が 154.2%、参加のべ人員が 165.9%となった。

イ 施設の魅力向上と維持管理に向けた取り組み

国際会議場内に開館当初から設置されているソファやテーブル等について、統一感とSDGsを意識した修繕に取り組むことで、新品同様の仕上がりとなり、利用者に快適で過ごしやすい空間を提供した。また、国際展示場では分かりやすい館内誘導を行うために、案内サインを更新した。

【神戸国際会議場の利用実績】

項 目		令和4年度	令和3年度	増△減	(参考) 令和元年度
件 数 (件)	国際会議	23	8	15	30
	国内会議	319	296	23	291
	合 計	342	304	38	321
参加のべ人員 (人)	国際会議	101,634	23,753	77,881	360,451
	国内会議	122,870	42,979	79,891	137,908
	合 計	224,504	66,732	157,772	498,359

【神戸国際展示場の利用実績】

項 目		令和4年度	令和3年度	増△減	(参考) 令和元年度
件 数 (件)	国際会議	9	4	5	18
	国内会議・展示会等	210	138	72	147
	合 計	219	142	77	165
参加のべ人員 (人)	国際会議	74,418	32,885	41,533	245,393
	国内会議・展示会等	353,007	224,696	128,311	429,525
	合 計	427,425	257,581	169,844	674,918
日数 (日)		254	233	21	251

② 有馬温泉4施設

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

新型コロナウイルス感染症の影響を受ける1年ではあったが、3密を回避するためにロッカー数の3割削減を行う等、各種対策を講じながら営業を行った。

国内の利用客や外国からの利用客が徐々に増えてきた結果、対前年実績は、金の湯で144.6%、銀の湯で161.6%、有馬の工房で147.3%、太閤の湯殿館で176.3%となった。

【利用実績】

(単位：人)

項 目	令和4年度	令和3年度	増△減	(参考) 令和元年度
金の湯	255,289	176,564	78,725	290,702
銀の湯	110,186	68,195	41,991	132,725
有馬の工房 ()内は有料入場者数	90,107 (421)	61,178 (441)	28,929 (△20)	113,342 (743)
太閤の湯殿館	11,829	6,709	5,120	12,154

③ 萌黄の館

北野異人館のひとつである国の指定重要文化財「萌黄の館」を民間所有者から借り受けて一般公開し、北野地域の活性化に寄与した。

緊急事態宣言による休館や時間短縮営業等がなく、北野地区への観光客数も徐々に回復が見られたことから、対前年度実績は、217.5%となった。

【利用実績】

(単位：人)

区 分	令和4年度	令和3年度	増△減	(参考) 令和元年度
有 料	84,935	38,153	46,782	111,137
無 料	20,210	10,194	10,016	22,905
合 計	105,145	48,347	56,798	134,042

④ 港湾関連施設

ア 須磨ヨットハーバー

指定管理者として、「須磨ヨットハーバー」の管理運営を行い、利用者へのサービス向上に努めた。

近年、ニーズが高まっている大型艇の受入やビジター利用サービスを積極的に行い、海洋レジャーの最新情報を取り入れながら、保管艇の誘致やヨットハーバーのPR、利用者の満足度向上をはかった結果、対前年実績は、保管艇数が100.0%、ビジター艇数が176.4%となった。

【利用実績】

(単位：艇)

項目	区分	令和4年度	令和3年度	増△減	(参考) 令和元年度
保管艇数	北ハーバー	1	1	0	7
	南ハーバー	240	240	0	215
	合計	241	241	0	222
ビジター (寄港)艇数	ヨット	78	47	31	130
	モーターボート	109	59	50	83
	合計	187	106	81	213

イ 旅客ターミナル

指定管理者として、外航・内航クルーズ客船、国際定期貨客フェリー等の旅客ターミナルである「神戸ポートターミナル」および「中突堤旅客ターミナル」の管理運営を行った。

令和5年3月には外国船による国際クルーズが再開され、神戸港への客船寄港も増加した結果、対前年実績(隻数)は、神戸ポートターミナルが132.1%、中突堤旅客ターミナルが160.0%となった。

【利用実績】

(単位：隻)

項目	令和4年度	令和3年度	増△減	(参考) 令和元年度
神戸ポートターミナル	111	84	27	94
中突堤旅客ターミナル	8	5	3	56
合計	119	89	30	150

※神戸ポートターミナルは国際定期貨客フェリーを含む

(8) ポートピア81 記念基金による補助事業

令和4年度は、国際会議等は最大500万円、大型国内会議は神戸市からの補助と併せて最大200万円を上限に補助を行った。

① 国際会議等

補助件数：15件、合計33,360千円

- ・第95回日本整形外科学会学術総会
- ・公益社団法人日本麻酔科学会 第69回年次学術集会
- ・第27回日本緩和医療学会学術大会
- ・第68回国際食肉科学技術会議
- ・第9回IIAE インテリジェントシステムと画像処理に関する国際会議 (ICISIP2022)

- ・国際ヒトマイクロバイオームコンgres (IHMC) 2022 神戸
- ・第60回日本癌治療学会学術集会
- ・第11回国際吊構造橋梁管理者会議 (ICSBOC)
- ・新光合成国際シンポジウム「光合成の制御と再最適化」
- ・模擬国連世界大会 (NMUN) 2022 神戸大会
- ・第10回アジア生物無機化学国際会議 (AsBIC-10)
- ・第9回世界舌側矯正歯科学会
- ・The Asia-Pacific International Conference on Perovskite, Organic Photovoltaics and Optoelectronics (IPEROP23)
- ・インフィオラータこうべ2022
- ・特定MICEに対するアクセス支援事業

② 大型国内会議

補助件数：9件、合計12,704千円

- ・第24回日本医療マネジメント学会学術総会
- ・第4回日本在宅医療連合学会大会
- ・第63回日本母性衛生学会総会・学術集会
- ・第38回日本診断放射線技師学術大会
- ・第33回全国介護老人保健施設大会 兵庫
- ・第46回日本血液事業学会総会
- ・第36回日本泌尿器内視鏡・ロボティクス学会総会
- ・第25回日本臨床脳神経外科学会
- ・第17回医療の質・安全学会学術集会

③ 合計

補助件数：24件、合計46,064千円