

〔5〕令和5年度事業計画

コロナ禍の間、観光関係業界は多大な影響を受けたが、新型コロナウイルスの感染症法上の位置付けが、本年5月より季節性インフルエンザと同じ「5類」に引き下げられ、大きな分岐点を迎えることとなった。

このような中、7月1日からは「兵庫デスティネーションキャンペーン」が開始され、また2024年には「神戸世界パラ陸上選手権大会」、2025年には「大阪・関西万博」が予定されている。加えて神戸空港では、2025年に国際チャーター便の就航、2030年前後には国際定期便の就航が予定されており、観光関係業界を取り巻く環境は大きく変化しようとしている。

神戸観光局では、このような外部環境の変化を踏まえ、昨年度策定した2025年度を目標年次とする「神戸観光局中期ロードマップ」について、2030年度を目標年次とする内容に改定するとともに、神戸空港の国際化を見据えた上で「神戸インバウンド戦略」についても内容を更新した。

今後は、中期ロードマップに掲げた目標・方針に沿って、観光、フィルムオフィス、MICE、港湾振興という4つの事業領域が1つの組織内に存在する国内唯一のDMOとして、相乗効果をさらに発揮しながら、新たな環境下での取り組みを強化していく。

1 事業計画

(1) 情報プラットフォーム機能の強化・事業者との協働

インバウンドが本格再開し、観光動向が大きく変化していく中、各種統計資料や海外の動向等を「マンスリーレポート」として会員事業者を提供するとともに、観光マーケティング分析による効果的なターゲットの見極めや、戦略の磨き上げを行う。

また、会員間の学びと交流の場として「神戸観光 Link café」を開催し、事業者ニーズの把握や対話の機会の創出に努めていく。

(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）

神戸の魅力的な観光資源、食文化やファッション等のライフスタイルを存分に体験できる着地型観光のコンテンツを集約し、発信・販売するプラットフォーム「神戸のとびら」を通じて、“神戸らしさ”や“特別感”のあるプログラムを造成し、神戸への誘客と滞在の長期化を目指すとともに、大阪・関西万博や神戸空港国際化を見据え、インバウンド・ラグジュアリー層をターゲットとしたプログラムの開発を行う。

また、コアなファン層を持つ分野からの観光客の取り込みを狙い、神戸と関わりの深いアニメ・スポーツ等と連携したコンテンツ開発に取り組む。

② 公民共創事業・神戸夜市（ナイトタイムエコノミー）

神戸らしさを活かした滞在型観光の促進に資する新事業について広く提案を募集し、選定を行った事業者と協働で実施する。

なお、今年度は、神戸観光の夜のにぎわいに資する「神戸夜市」の定着をはかるため、市街地において複数回、定期的に開催するとともに、ナイトタイムエコノミーの充実をはかるために情報発信を強化する。

③ K O B E 観光スマートパスポート

スマートフォンを提示することで市内の観光施設等がフリーパスで利用できる電子チケット「K O B E 観光スマートパスポート」を引き続き販売することで回遊性の向上に努める。また、インバウンドをターゲットとした海外O T A等での取り扱いも拡大していく。

④ ユニバーサルツーリズム

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サイトを開設し、周遊バスを使って回るモデルコースのP R動画やバリアフリー情報等、高齢者や障がい者に向けた情報発信を行う。

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生かし、ゴルフ関係事業者や宿泊施設、近隣市等とともに、国内外のゴルフ旅行者の受入環境整備を進め、滞在型観光につなげていく。

⑥ イベント等の実施・支援、地域観光の振興

震災犠牲者の鎮魂と神戸地域への集客を目的とした「神戸ルミナリエ」を実施するとともに、北野、南京町、有馬、六甲・摩耶等におけるイベント等の開催を支援する。

⑦ 観光案内所の運営、おもてなし向上

「神戸市総合インフォメーションセンター（三宮）」、「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、周遊にお得な「loop bus ticket」や「K O B E 観光スマートパスポート」を販売し、観光客への利便性や回遊性の向上をはかる。

(3) 観光プロモーションの推進

① インバウンドプロモーション

大阪・関西万博、神戸空港国際化を見据え、インバウンドコンテンツの磨き上げを行い、各市場の回復動向を踏まえたインバウンド獲得を目指す。現地旅行博や旅行会社への営業等の現地プロモーションを行うとともに、海外観光ネットワーク拠点の活用や、日本政府観光局（J N T O）や広域連携DMO等と連携したプロモーションを行うことで、神戸への誘客をはかる。

また、令和4年度より具体的な取組みを進めている台湾プロモーションやムスリムプロモーションについても、実誘客につながる仕掛けづくりを展開する。

② 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、エリアガイドページ・アクセスページのリニューアル等さらなる改善を行う。また、ユーザーの興味・関心に応じた観光情報をSNSとも連携しながら国内外に発信する。

加えて、神戸の認知度向上とさらなる誘客促進に向けて、SNSキャンペーンやインフルエンサーを活用した発信を行う等、様々なツールを活用し、国内外への発信を充実・強化する。

③ 交通事業者等と連携した観光プロモーション

7月から9月の3か月間は兵庫デスティネーションキャンペーンが開催されるため、全国に神戸の魅力発信を行うとともに、各鉄道事業者や航空会社等と連携し、旅行商品造成や現地エージェントへの営業活動を行うことで、神戸への誘客を促進する。

④ メディアプロモーション

神戸観光の奥深い魅力を、テレビ、新聞やWEB等のメディアに取り上げられるよう、PR会社を活用したメディアプロモーションを実施することにより、都市ブランドの確立および神戸観光への動機付けを高める。

⑤ 首都圏プロモーション

デジタルサイネージでの観光PR動画の放映、現地での観光プロモーションやイベントの実施、神戸の名産品の販売等、神戸への誘客効果の高い手法およびPR実施場所を検討し、首都圏において効果的なプロモーションを展開する。

⑥ 教育旅行プロモーション

一定の条件を満たす教育旅行を誘致した旅行会社に対する助成制度を継続するとともに、神戸SDGs探究プログラム利用促進策として、一定の条件を満たす教育旅行を申し込んだ学校およびそれを誘致した旅行会社に対する助成制度を新設する。

また、インバウンド教育旅行（学校交流）プロモーションや旅行会社担当者向けに、神戸の魅力を体験するFAMツアーを開催することで、さらなる認知度の向上をはかる。

(4) フィルムオフィス事業

神戸が映像を通して国内外に紹介されることにより、まちのイメージアップ等につながるよう、「神戸フィルムオフィス」の運営を行う。

また、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る。

(5) MICE誘致・推進事業

① 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する。

また、日本政府観光局と共同し、「IMEX Frankfurt」、「ibtm world」等の海外MICE見本市への現地出展を行うとともに、海外のコンベンションビューローとの情報交換を行い、SDGsやサステナビリティ等の主催者のニーズの把握に努める。

このほか、国内外のMICE主催者に対する広報メールマガジンの発信等により、MICE都市・神戸の認知・向上をはかる。

② インセンティブツアー誘致の推進

海外インセンティブツアー誘致に向けて、在シンガポール拠点活動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活動、および欧米有力旅行代理店のFAMトリップ実施等の海外プロモーションを展開する。

また、国内インセンティブツアーについても、首都圏および全国主要都市の代理店へ誘致セールスを行い、平日需要の喚起につなげる。

③ 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、ハイブリッド開催のノウハウの提供等、総合的なコンサルティングサポートを行う。

また、大型MICE開催時、市内交通機関等での広告掲出、バナー掲示等により、市内全体でのMICEに対するおもてなしの醸成に努める。

④ ユニークベニュー・アフターMICEプログラムによる誘致促進

2025年開催の大阪・関西万博に向けて、独自のユニークベニュー・アフターMICEプログラムのブラッシュアップを行い、さらなる誘致促進をはかる。

⑤ MICEの主催・共催

国内唯一の海洋分野を横断的に網羅する隔年開催の国際コンベンション「Techno-Ocean2023」を開催する。

国内外からの参加者に対し、ビジネスマッチング、イノベーション、ネットワーク構築の機会を創出することで、コンベンション都市・神戸の魅力向上をはかる。

あわせて、運営ノウハウを蓄積し、神戸で開催されるMICE主催者、参加者へのサポートに活かす。

(6) 港湾振興事業

① 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、神戸ポートタワーのリニューアルのほか、第1・2突堤間の水域活用を含む再開発や中突堤中央ビルの再整備等の動きにあわせて、ウォーターフロントエリアの賑わいづくりに貢献していく。

② ポートセールス関連事業

神戸港の概要や主要事業を紹介する「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」を実施する。

また、神戸港の優秀な荷役技能を国内外へPRすると共に、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、関係諸団体と連携を強化しながらポートセールス関連事業に取り組む。

③ 市民と港を結ぶイベント・広報事業

安全・安心かつ持続可能な都市型花火イベントとして、さらにナイトタイムエコノミーの推進を目的とした神戸の夜型コンテンツとして、分散型花火イベント「みなとHANABI」等を開催する。

また、「神戸港ボート天国」や「神戸港カッターレース」等を実施し、海洋思想の普及啓発や海事人材の育成、ウォーターフロントの賑わいづくりに貢献するとともに、港町の魅力を感じ、海・船・港に親しむ機会の創出に努める。

④ クルーズ客船の受入

旅客ターミナルにおける安全・安心な乗下船とスムーズなオペレーションに努めるとともに、入港歓迎行事やおもてなし事業の充実、特別感のある寄港地観光プログラムの提案等を通じて、神戸港の魅力を発信し、乗船客や船会社に選ばれる港を目指す。また、クルーズと観光を結び付けることによって、神戸経済の活性化をはかる。

(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

コンソーシアム構成団体との連携を強化し、それぞれの強みを活かし、安定した管理・運営を行う。

また、利用者からのニーズを的確に把握し、ネットワーク環境の強化等、サービスの向上をはかる。

② 有馬温泉4施設

有馬の外湯である「金の湯」、「銀の湯」の2館、地域の情報発信拠点である「有馬の工房」および「太閤の湯殿館」を管理・運営し、有馬地域の活性化に寄与する。

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する。

④ 港湾関連施設

「須磨ヨットハーバー」、「神戸ポートターミナル」「中突堤旅客ターミナル」等の港湾関連施設を管理・運営し、ウォーターフロントエリアの活性化に寄与する。