

〔5〕令和7年度事業計画

新型コロナウイルス感染症の5類移行により、国内観光客やインバウンドは順調に回復し、2024年の延べ宿泊者数はコロナ前を上回り、コロナ禍からの完全復活を遂げている。

こうした中、今年度は「GLION ARENA KOBE」が開業し、「2025年日本国際博覧会（大阪・関西万博）」も開催される。また、神戸空港へ国際チャーター便が週40便就航し、2030年前後には国際定期便の運航が予定される等、神戸観光を取り巻く環境は大きく変化しようとしている。

このような中、中期ロードマップに掲げた方針に沿って、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、取り組みを一層強化していく。

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

2024年、全国の訪日外客数は過去最多を記録し、神戸市内の延べ宿泊者数もコロナ前を超える水準に達した。今年度は神戸空港の国際チャーター便就航や大阪・関西万博の開催により、国内外からの観光需要のさらなる拡大が見込まれる中で、神戸の観光実態を主体的に把握するため、各種統計資料や市内の観光動向等を「マンスリーレポート」として会員事業者に提供するとともに、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、会員事業者の事業のヒントになるような情報を提供するため、神戸観光局の事業進捗報告等をまとめた「神戸観光局ニュースレター」を年4回発行する。

さらに、会員事業者間の学びと交流の場として「神戸観光LINK CAFE」を開催し、会員の神戸に関する知識を深め、新たな知見の獲得に繋げるとともに、関係者との交流による関係構築の場を提供することで、神戸観光全体の底上げをはかる。

（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。

大阪・関西万博や神戸空港国際化での需要獲得のため、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や海外OTAでの販売支援を行うとともに、定番プログラムは旅行代理店等による商品化を目指し、ブラッシュアップとともに営業強化をはかっていく。

② KOBE観光スマートパスポート

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「KOBE観光スマートパスポート」を引き続き販売し、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OTA等での取り扱いを拡大するとともに、交通事業者等と連携した商品拡充を行う。

③ ユニバーサルツーリズム

神戸ユニバーサルツーリズムセンターと連携し車いすの無料貸出事業（KOBEDoどこでも車いす）の実施やユニバーサル情報誌の発行等の取り組みを進める。

また、神戸公式観光サイト内のユニバーサルツーリズム紹介サイトにおいて、観光施設のバリアフリー情報や「ひょうごユニバーサルなお宿」等の情報発信を行う。

④ ゴルフツーリズム

市街地から車で1時間圏内に多数のゴルフ場が集積する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。

⑤ ナイトタイムエコノミーの推進

ナイトタイムエコノミー推進のため、港町神戸のバー文化を切り口とした飲食店周遊促進を民間事業者と連携して実施する。

⑥ イベント等の実施・支援、地域観光の振興

阪神・淡路大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「KOBED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・関西万博の開催、神戸空港国際化に伴い、インバウンドコンテンツの磨き上げを行い、各市場のインバウンド獲得を目指す。

東アジアは、チャーター便就航地である都市を中心に、各市場のニーズに合わせた神戸滞在の魅力を訴求するとともに、チャーター便運航会社と連携したプロモーションを展開し、宿泊客のさらなる増加をはかる。

東南アジアは、食の多様化を中心に、飲食店・観光施設等の受入環境整備を推進し、「ムスリムフレンドリータウン・神戸」の確立を進める。

欧米豪は「ガストロノミー・歴史・文化」のコンテンツの開発と高付加価値向け

商品造成を進め、広域連携による現地で開催される旅行博や旅行会社への営業等のプロモーションを行う。オーストラリア・ブリスベン市においては、姉妹都市提携40周年を迎えるため、交流事業の機会を通じて、現地にて、観光プロモーションを実施する。

また、不足するインバウンドガイドや様々な着地型コンテンツを増やすために、神戸観光局主導のガイド育成プログラムやコンテンツ造成・販売等の支援も行い、訪日観光客の満足度を高め、リピートされるデスティネーションを目指す。

② 大阪・関西万博関連プロモーション

大阪・関西万博には、国内外から多くの来場者が見込まれることから、姫路市と連携し、万博来場者の両都市への誘客をはかるため、市内の宿泊施設、観光施設、飲食店等の協力のもと、一体となったキャンペーンを実施する。

その他、万博会場内でもブース出展し、誘客につなげる。

③ 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・アクセスページの改善等を継続的に行うとともに、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。

また、神戸空港国際化を機に、神戸を訪れるインバウンド向けの観光案内および情報発信を強化するため、神戸観光公式ホームページ（Feel KOBE）の多言語ページのリニューアル・機能拡充をはかる。

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

人が多く集まる機会や場所で、デジタルサイネージでの観光PR動画の放映の他、首都圏で開催されるスポーツ、エアラインイベント等を利用した話題性のある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

震災学習を中心とした神戸への教育旅行誘致を積極的に進めるとともに、新たなコンテンツとして確立した「KOBE SDGs 探究プログラム」の認知度向上、受入プログラムの増加に努める。

また、国内外の旅行会社等へのプロモーションや、宿泊施設、観光施設と連携した教育旅行に特化した商談会の実施等を通じ、さらなる認知度の向上をはかる。

⑦ 交通事業者や就航都市と連携した観光プロモーション

航空会社や鉄道事業者等の交通事業者や、航空機やフェリーの就航都市と連携し、旅行商品の造成、現地エージェントへの営業活動や観光プロモーションを実施し、神戸への誘客を促進する。

(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、インバウンド、メディアプロモーション、首都圏プロモーションのチームと連携・協働、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、国際トレンドの把握に努める。

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を行うとともに、欧米のマーケットについては、有力旅行代理店を対象とした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、MICE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 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「T e c h n o - O c e a n 2025」の実行委員会事務局として、企画・運營業務を担い開催する。

MICE都市・神戸のブランディングをはかるとともに、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

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を創出し、ウォーターフロントエリアの賑わいづくりに貢献する。

安全・安心かつ持続可能な都市型花火イベントである平日5日間の「みなとHANABI」や、隔週土曜日の「神戸港ウィークエンド花火」、冬のウォーターフロントを彩るイルミネーションイベントである「神戸ライトフェスティバル」等を開催する。

② 神戸港のプロモーションと情報発信

神戸港の概要や主要事業の紹介を目的として、神戸港進出企業向けに「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することを目的に「神戸港フォークリフト荷役技能向上大会」を実施し、関係諸団体との連携強化をはかる。

その他、神戸港情報誌「港の風～神戸港からのたより」の発行、各種SNSの活用を通して、神戸の海・船・港の魅力を積極的に発信する。

③ 市民と港を結ぶイベント

「神戸港カッターレース」や「神戸港ボート天国」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・港に親しむ機会を創出する。

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等を通じて、神戸港の魅力を発信し、乗船客や船会社を選ばれる港を目指す。また、乗船客の市内での回遊性向上に努め、神戸経済の活性化につなげる。

(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、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

「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。