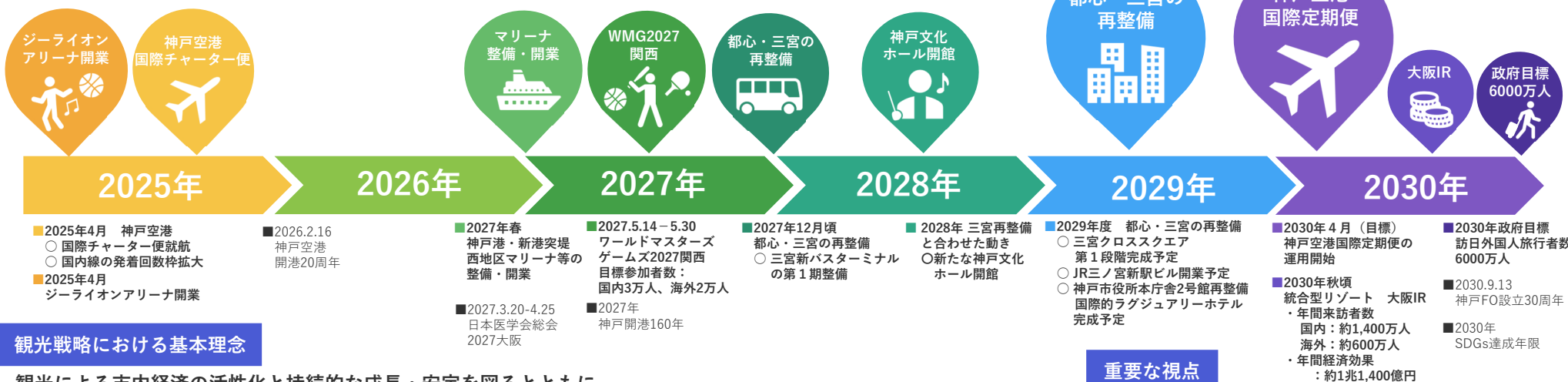


**趣旨** 2025年4月、神戸空港に国際チャーター便が就航し、神戸を取り巻く状況は大きく変容しつつある。今後、都心・三宮再整備や神戸空港における国際定期便の運用開始により、新しい国際都市として進化していく神戸において、観光振興を通じた市内経済の活性化に寄与するため、2030年を見据えたロードマップを再構築する。

## 神戸を取り巻く環境変化



## 観光戦略における基本理念

観光による市内経済の活性化と持続的な成長・安定を図るとともに、観光振興を通じて、新しい国際都市としての魅力を高め、まちとして進化していくことを目指す。

目指すべき4つの姿

- 消費額・経済波及効果を最大化
- 旅行者が増えても快適に旅行できる環境を整える
- ホテルや観光施設など観光事業者が安定して稼げる
- 旅行者と地域住民が共生できる

## 重要な視点

顧客起点・SDGs・持続可能性  
高付加価値化・DX

## 神戸観光局の目指すべき姿・方針

### ① 観光需要を拡大させる“神戸観光の中核的存在”に

- ・ 2030年4月(目標)の神戸空港 国際定期便運用開始を見据えたインバウンド戦略の推進〔神戸インバウンド戦略2030〕
- ・ “神戸人の生活文化・ライフスタイル”を感じられる「暮らすように旅する神戸」の推進〔神戸国内戦略2030〕
- 国内外共通の戦略姿勢
  - ① 観光需要の拡大・定着と消費の最大化（プロモーション、広域周遊、コンテンツ造成）
  - ② 旅行者の受入環境の整備と持続可能な観光の推進（受入環境整備、おもてなし力向上、地域共生）
- ・ 神戸を代表するイベントの継続開催による集客力の向上・消費額の拡大

### ② 「観光」「FO」「MICE」「港湾振興」が連携し、総合力を発揮する“国内唯一のDMO”に

- ・ 神戸を舞台とした映像作品制作の支援強化、ロケ地巡りによる誘客促進
- ・ MICE誘致による経済波及効果、産業・学術振興、シビックプライド向上への貢献
- ・ 満足度の高いMICE施設運営、事務局を担う国際コンベンションの開催・ノウハウの活用
- ・ 親しみやすい港づくり、年間を通じたウォーターフロントの賑わい創出、海事学習の普及啓発・海事人材の育成

### ③ 市民・事業者に寄り添い、期待に応えられる“専門集団”に

- ・ 観光マーケティング力を磨き、関係者とともに戦略を練り、事業を実施
- ・ 市民・事業者と対話を行い、ニーズを把握し、方向性を確認
- ・ 会員事業者のサポートや交流機会を創出し、部間横断・官民連携によりDMOとして組織力を高める
- ・ 広報力・メディアとの関係性強化を図り、DMOの役割や取組を広く地域内へ発信し、観光振興への理解を求める

## 〔2030年に向けた主な取組み〕

- ・ 神戸空港における国際定期便の運用開始や、日本全体の訪日客増加を見据え、外国人延べ宿泊者数 250万人（2025年：141万人）を目指す
- ・ 全国で国内の需要縮小が進む中、単なる需要維持にとどまらず、一層の需要拡大を目指す、国内延べ宿泊者数 650万人（2025年：635万人）を目指す
- ・ 神戸の多様な魅力や“神戸のライフスタイル”を活かした国内外向けコンテンツ、高付加価値・ラグジュアリー向けコンテンツの充実化
- ・ データに基づいたエリア・ターゲット別の効果的なプロモーションの実施、WEBメディア・SNSでの情報発信の強化
- ・ 神戸のロケーションを活かした作品のロケ誘致の強化、インバウンド誘客を視野に入れた海外作品のロケ誘致の開拓
- ・ 国内外の競争が激化する中で国際会議開催件数の拡大・定着、神戸空港国際定期便就航に向けたMICE誘致強化
- ・ MICEの顧客目線に立ったサービスの充実化、高い利用者満足度の確保、国際コンベンション「Techno-Ocean」の開催・運営ノウハウの活用
- ・ クルーズ客船や旅客の受入強化、ウォーターフロントの観光コンテンツ化、港湾関係団体・事業者との連携促進、海事専門分野のスキルアップ
- ・ 神戸観光局会員からの高い満足度の獲得、会員間での交流機会の創出と関係性の構築・強化、事業者のニーズ把握、広報力強化による地域住民の理解促進
- ・ 神戸観光局職員のスキルアップ・人材育成の強化、組織全体でのパフォーマンスの向上、安定的な法人運営の実現