

〔4〕令和7年度事業報告

令和7（2025）年度は、「GLION ARENA KOBE」の開業、「大阪・関西万博」の開催、神戸空港への国際チャーター便の就航等があり、神戸の観光を取り巻く環境は大きく変化した。その結果、2025年の神戸市年間延べ宿泊者数は776万人と過去最高を記録し、うち外国人宿泊者数は141万人となり、2025年のKPIを10月で達成した。

今後2030年の神戸空港国際定期便の運用開始や都心・三宮再整備等。神戸を取り巻く環境が大きく変化することを踏まえ、新たに2030年に向けたKPIを設けるとともに戦略を策定し、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、相乗効果を発揮しながら、KPI達成に向けて取り組んでいく。

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観光地域マーケティングの推進

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、会員事業者にマーケティング情報を「マンスリーレポート」として毎月提供するとともに、神戸市内の訪日外国人の旅行実態調査等の独自調査を通じて、現状の的確な把握と観光マーケティング分析に努めた。

また、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回発行し、会員事業者に情報提供するとともに、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 CAFE」を開催し、ステークホルダーに寄り添いながら、会員事業者の新たな知見の発見や、関係者との交流による関係構築の場を提供した。

・神戸観光LINK CAFE 参加者数：3回 495名

（2）観光コンテンツの充実

①国内向け観光コンテンツの充実

ア 魅力的な体験型プログラムの造成

「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」において、国内外の観光客が手軽に楽しめる「神戸ビーフ」「灘の酒」「スイーツ」等神戸が有する多様な食や、「里山・農村」、「六甲山系」の自然を活用したトレイルランニング、地産地消体験等神戸ならではのコンテンツを造成・販売した。

また、事業者主催のプログラム造成も促進し、観光素材の充実をはかった。

・「神戸のとびら」プログラム数90（事業者主催69）、参加者数885名

イ K O B E 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「K O B E 観光スマートパスポート」を販売した。

- ・販売枚数：3,719枚

ウ 公民共創事業・神戸夜市（ナイトタイムエコノミー）

ナイトタイムエコノミー推進の一環として、「K O B E B A R M A P 2025」をQRコード化し、市内でのイベントや就航都市等でPRした。また、夜の観光情報を発信するサイト「コウベdeナイト」のナイトバーページやコラム記事を充実するとともに、バーをテーマにしたスタンプラリーの実施やジャズコンテンツを組み込んだ旅行商品の造成を推進した。

- ・「神戸のとびら」で2本開催

（ア）「バー×ウスターソース」をテーマにした早がけバー巡り

参加者：14名（定員18名）

（イ）「オリジナルカクテル×オリジナルチョコレート」をバーでペアリング

参加者数：18名（定員9名×2回）

- ・民間事業者との連携

（ア）阪急交通社、「J A Z Z（S O N E）とルミナリエツアー」の協力

参加者数：116名

（イ）鉄道会社が行うデジタルスタンプラリー、T O T T E I K O B E 1周年企画のバー巡りスタンプラリー（5月末まで開催）

- ・メディア掲載実績

新聞3件、テレビ1件、ラジオ1件、WEBメディア5件、広報誌1件

エ 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した。

（ア）神戸ルミナリエの実施

（主催：神戸ルミナリエ組織委員会、事務局：神戸観光局）

阪神・淡路大震災の犠牲者への鎮魂と大震災の教訓を語り継いでいくとともに、まちのさらなる魅力発信と神戸地域への集客を目的に、「第31回神戸ルミナリエ」を実施した。

- ・開催期間：令和8年1月30日（金）～2月8日（日）10日間
- ・開催場所：東遊園地 旧外国人居留地 メリケンパーク
- ・来場者数：2,327,000人（うち有料エリア：130,700人）

(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)

2026 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、ステージイベント、南龍游行（なんろんゆうこう）等のイベントを実施した。

- ・開催期間：令和8年2月17日（火）、21日（土）～23日（月・祝）
- ・来場者数：196,000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。

○六甲山

- ・神戸六甲ミーツ・アート 2025 b e y o n d

令和7年8月23日（土）～11月30日（日）、来場者数 72,314名

- ・六甲山名建築探訪ツアー

令和7年10月2・23・30日、11月13日の4回開催、参加者数 91名

○摩耶山

- ・マヤカツ：370回開催、参加者数 1,572名

- ・摩耶山・マヤ遺跡ガイドウォーク：3回開催、参加者数 36名

- ・リュックサックマーケット：7回開催、出店者数 141組 313名

- ・ワンコインハイク・サンセットツアー：53回開催、参加者数 187名

②インバウンド向けコンテンツの充実

ア 欧米豪向けコンテンツ開発および販路開拓

ラグジュアリー層を中心とした欧米豪からのインバウンドを取り込むため、着地型プロダクトを開発し、欧州・北米の旅行商談会で販路開拓を行った。

- ・開発プロダクト：「神戸の伝説的な真珠産業の舞台裏に迫るツアー」

「究極の F a r m t o T a b l e に出会おうツアー ～酒編～」

- ・販路開拓：

英国 B t o B 商談会「W o r l d T r a v e l M a r k e t」

高付加価値旅行会社・メディア向けイベント

「J a p a n T h r o u g h S a k e」

フランス B t o B 商談会「T o p R e s a」

カナダ B t o B 商談会「J N T O 商談会@バンクーバー」

イ ゴルフツーリズムの推進

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。

特に、神戸空港国際化により増加が期待できる韓国を中心に、神戸商品の新規取り扱いに意欲を持つ旅行会社・OTA 5社を招請したFAMトリップ等を実施した。

あわせて、神戸・兵庫を世界的なゴルフデスティネーションとしての認知度を向上するため、兵庫県等と連携した「World Golf Week in Hyogo・Kobe 2025」を実施した。

・FAMトリップ実績：韓国：旅行会社・OTA関係2回、メディア関係4回
中国：旅行会社・OTA関係1回

※連携している神戸拠点のゴルフ専門ランドオペレーター2社の送客実績
韓国：5,995人泊（平均2.8泊）、その他：522人泊（平均3.2泊）

（3）観光プロモーションの推進

①国内プロモーション

ア 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においては、京都・大阪・神戸の3都市連携「三都スペシャルキャンペーン」に参画し、冬季における観光需要の活性化を推進した。あわせて、旅行エージェントを対象とした「観光素材説明会」や「商談会」を実施し、神戸観光の魅力を戦略的にアピールした。また、大阪・関西万博からの周遊促進を目的として、JR大阪駅で開催された「大阪・関西万博プラスワントリップ」をはじめ、各種イベントやプロモーションへの出展を行った。

航空会社やフェリー事業者との連携のもと、各就航都市のマスメディアや現地の集客施設等を活用したプロモーションを展開し、神戸への新たな人の流れの創出に努めた。

※現地プロモーションを就航16エリア・フェリー4エリアで実施。

※メディア掲載実績：新聞18社、テレビ16社、ラジオ6社

イ 首都圏プロモーション

アフター万博に向けた誘客促進として、JR品川駅構内で「神戸ルミナリエ」のポスター掲出や、観光動画の放映ならびに観光PRブースの展開等、多角的なプロモーションを実施した。また、ヴィッセル神戸の主催試合が開催された国立競技場や、二子玉川で開催されたソラシドエア主催の「グリーンスカイフェスタ」にも出展し、首都圏において神戸観光の魅力を広く発信した。

東京国立競技場 4月6日、グリーンスカイフェスタ 11月15日～16日
品川駅 12月15日～28日（動画は22日～28日、観光ブースは19・20日）

ウ 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、神戸への来訪数が多い地域の旅行会社へのセールスの強化や、市内宿泊施設および観光施設と連携した教育旅行に特化した商談会を名古屋市で初開催した。

また、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

「SDG s」「探究学習」「キャリア学習」の3要素を盛り込んだ「K O B E SDG s 探究プログラム」を運用した。

- ・「K O B E SDG s 探究プログラム」：令和7年度実施分 10,643名/86校

エ 大阪・関西万博

関西方面への観光需要が高まる中で、国内外からの観光客を神戸に誘客するため、魅力ある着地型コンテンツの造成に取り組んだほか、市内の宿泊施設、観光施設、飲食店等の約200施設の協力のもと、一体となった観光誘客キャンペーン「神戸・姫路ばんぱくーぽん」を実施し、万博来場者の神戸への誘客に取り組んだ。また、フェスティバルステーションにおいて神戸観光ブースを設置し、万博来場者に対して神戸観光のPRを実施した。

オ 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、旬な神戸の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。

- ・露出件数：1,614件（TV：3件/WEB：1,609件/SNS：2件）
- ・広告換算額：12.6億円

カ 公式観光サイト・SNSによるプロモーション

モデルコースやコラム記事の充実等を行い、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。

- ・ホームページ年間PV数（令和7年4月～令和8年3月）

「F e e l K O B E」日本語：約743万PV、多言語：約86.5万PV

「V I S I T K O B E」：約4.5万PV*

※多言語サイトは令和8年3月に「V I S I T K O B E」としてリニューアルして公開

- ・SNSフォロワー数（令和8年3月時点）

日本語：I n s t a g r a m 61,885名、F a c e b o o k 36,506名、
X 38,900名

英 語：I n s t a g r a m 5,440名、F a c e b o o k 115,830名

中国語：F a c e b o o k 47,950名、W e i b o 87,154名、

W e C h a t 3,404名

韓国語：I n s t a g r a m 3,404名

②インバウンドプロモーション

神戸空港国際化により、さらなるインバウンド客を獲得するため、各市場で強化するテーマ(東アジア：スポーツツーリズム、東南アジア：ムスリムフレンドリー、欧米豪：食、文化、広域周遊)を設定し、各種コンテンツの磨き上げを行うとともに、現地商談会および旅行博への出展や旅行会社への営業、旅行会社やメディア等を招請したFAMトリップ、海外観光ネットワーク拠点の活用、周辺地域との広域連携による多岐にわたるプロモーションを展開することにより、商品造成・販売の促進および誘客をはかった。

ア 神戸空港ツアー・観光宿泊サポート制度

神戸空港国際線チャーター便就航に伴い、神戸空港国際線を利用して神戸を訪問するツアーを販売した旅行会社に対して、市内観光や市内宿泊施設の利用を条件に助成を行った。本制度は、兵庫県及び神戸市の地域経済の活性化等を目的としている中内力コンベンション振興財団の支援のもと令和7年度から実施している。

- ・設定期間：4月18日～3月31日（年間を4期に分けて実施）
- ・実績（東アジア）：ツアー数896件、延べ宿泊人数21,766人泊

国（発着空港）	ツアー数	人数（人）	神戸宿泊者数（人泊）	助成額
韓国（仁川）	464	6,053	10,433	45,780,000
台湾（桃園）	188	4,885	5,386	43,905,000
台湾（台中）	168	3,997	4,442	
中国（上海）	42	423	746	7,015,000
中国（南京）	34	739	759	
総計	896	16,097	21,766	96,700,000

- ・実績（東南アジア）：
国（発着空港）：ベトナム（ホーチミン） ツアー数2件、人数195人
延べ宿泊者人数330人泊 助成額3,300,000円

イ 海外商談会および旅行博への出展

- ・韓国 韓国最大級のBtoB, C旅行博
「Seoul International Travel Fair」
韓国最大級のBtoB, C旅行博「Travel Show」
- ・香港 香港最大のBtoC旅行博「香港国際旅行博覧会」
- ・シンガポール シンガポール最大のBtoC旅行博
「NATAS Holidays 2025」

- ・フランス フランス最大のB to B旅行商談会
「IMTF Top Resa」
- ・英国 欧州最大のB to B旅行商談会
「World Travel Market」
高付加価値旅行会社・メディア向けイベント
「Japan Through Sake」
- ・カナダ カナダ最大級のB to C旅行博
「Outdoor & Adventure, Travel Show」

ウ FAMトリップの実施

- ・韓国 大韓航空・現地旅行会社FAMトリップ
- ・台湾 神戸ラグジュアリーFAMトリップ
- ・インドネシア JCBインドネシアの顧客（Mandiri銀行）
のラグジュアリーFAMトリップ
- ・アラブ首長国連邦 JNTOドバイ主催のインフルエンサーによる
日本PR FAMトリップ
- ・米国・英国 富裕層（5つ星・4つ星）を取り扱う旅行会社への
高付加価値商品FAMトリップ

エ 海外セミナーの開催

- ・韓国 神戸空港活用ゴルフツーリズムセミナー
- ・台湾 台中旅行業界関係者向け観光セミナー
- ・アラブ首長国連邦 日本のDMO初となるメディア向け観光セミナー
- ・豪州 神戸市・ブリスベン姉妹都市締結40年記念
「神戸観光セミナー」
- ・英国・米国 高付加価値旅行関係者向けオンラインセミナー

オ MOU関連の連携事業（台湾桃園市、JCBインドネシア）

- ・台湾 教育旅行誘致FAMトリップ
桃園ランタンフェスティバル2026への出展
神戸ルミナリエにおける桃園市のブース出展
- ・インドネシア 現地高級ショッピングモールでの共同訪日キャンペーン

カ 神戸マラソン海外ランナー誘客プロモーション

- ・香港：人気スポーツインフルエンサーによる情報発信。神戸マラソンまでのトレーニング方法や日々の食事等の情報発信を行いながら、神戸マラソンのPRを実施。過去2回の出走の様子も発信。
- ・台湾：桃園市のブース出展および選手出場。台湾人インフルエンサーによる神戸マラソンの情報発信。

※海外ランナーエントリー数：2,537名 対前年153%

(主な内訳：韓国635名、台湾595名、香港557名 3か国で全体の70%)

(4) 受入環境の充実

①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」、「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、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：220,857名（三宮117,306名、新神戸69,901名、北野33,650名）
前年度比 103.1%

②ユニバーサルツーリズムの推進

神戸ユニバーサルツーリズムセンター（NPO法人ウィズアス）と連携し、車いすの無料貸し出し事業「KOBÉ どこでも車いす」の運営支援や神戸ユニバーサルライフ情報誌「b i t o（びと）」の発行等を行った。

また、神戸公式観光サイト内において、観光施設のバリアフリー情報やポータループを使って巡るモデルコースのPR動画等、高齢者や障がい者に向けた情報発信を行った。

さらに、神戸公式観光サイト内にユニバーサルアウトドア情報ページを開設し、市内で積極的に取り組む団体の活動内容やイベント情報の発信を行った。

(5) 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、シナリオハンティング助成やロケーションハンティング助成を実施した。

- ・支援実績：劇場・配信映画 24件、テレビ・配信ドラマ 9件、
テレビ・WEB番組 89件、CM・その他 44件 合計 166件

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のPRを通じて、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。

- ・劇場公開・配信開始に合わせた連携プロモーション：
3作品（※SNS発信以外）

(6) MICE誘致・推進事業

①MICE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、MICE誘致プロモーション活動を展開した。

また、J N T Oと共同して、「I M E X F r a n k f u r t」、「i b t m w o r l d」等の海外M I C E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、S D G sやサステナビリティ等の主催者のニーズの把握に努めた。

このほか国内外のM I C E主催者への広報メールマガジンの発信等により、M I C E都市・神戸の認知向上をはかった。

- ・海外M I C E商談会（現地出展）：5回 商談件数合計：129件
- ・海外M I C E関係者メールマガジンの配信：4回 送付対象：1,054名

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F A Mトリップの実施等海外プロモーションを展開した。

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、平日の需要喚起につなげた。

- ・国内外インセンティブツアー誘致件数：243件 うち、補助適用件数：5件
- ・アフターM I C Eプログラム数：21メニュー

③主催者・事務局のサポート

M I C E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「M e e t i n K O B E」を案内したほか、M I C E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った。

また、大型M I C E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M I C Eに対するおもてなしの醸成に努めた。

- ・大型M I C Eにおける市内広告掲出件数：11件

④M I C Eの主催・共催

ア「T e c h n o - O c e a n 2025」の開催

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・運営を行い、M I C E開催ノウハウを蓄積するとともに「海洋」をテーマに「グローバルM I C E都市・神戸」のブランディングを推進した。

- ・会期：令和7年11月27日（木）～29日（土）
- ・会場：神戸国際展示場2号館 他
- ・参加者数：9,758名

イ 「テクノオーシャン・ネットワーク（TON）」事業の実施

「Techno-Ocean 2025」のプレ事業として、海塾「水中ロボットプログラミングと操作体験（神戸市立工業高等専門学校と共催）」、「第18回サイエンスフェア in 兵庫」へのブース出展を行い、海洋分野の産学官関係者のネットワーク構築や、青少年を含む市民の海洋への理解促進をはかった。

（7）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

ウォーターフロントの賑わいづくりとナイトタイムエコノミーの推進を目的に、“こうべ みなとの夜”実行委員会（事務局 神戸観光局）により、メリケンパーク周辺において2種類の花火イベント（みなとHANABI、神戸港ウィークエンド花火）やドローンショーをメインとしたライトフェスティバル、常設型音楽イベント（メリケンミュージックナイツ）等、年間を通じた夜型イベントを実施した。

ア 花火イベント「みなとHANABI-2025-神戸を彩る5日間」

10月20日(月)～10月24日(金) 各日18時30分～18時45分
来場者数：約10.7万人

イ 神戸港ウィークエンド花火

原則第1・第3週目の土曜日、年間30回実施。
来場者数：約11.7万人

ウ ライトフェスティバル「神戸メリケンクリスマス」

12月20日(土)～12月25日(木)
来場者数：約11.4万人

エ バレンタインデー等ナイトイベント「バレンタインライトアップ in メリケンパーク」

2月13日(金)～3月15日(日)各日17時～21時
来場者数：約3.3万人

オ メリケンミュージックナイツ

原則第2・第4週目の木曜日・金曜日、年間40回実施。
来場者数：約4万人

②神戸港プロモーション事業

神戸港の概要や主要な取組を紹介する「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」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神戸港プロモーション事業に取り組むとともに、ホームページ、SNS等で情報発信することで神戸港の活性化に努めた。

- ・神戸港オリエンテーション 参加：57社 267名
- ・神戸市港湾局事業概要説明会 参加：91社 144名
- ・神戸港案内業務 総数：42件、755名。神戸市・阪神国際港湾(株)・神戸観光局で実施。
- ・みなとの学習会（小学校3年生対象） 参加 153校、児童 10,295名
- ・神戸港フォークリフト荷役技能向上大会 参加 27名、観客延べ 2,000名
- ・初入港船、新規航路開設第1船歓迎行事 4件
- ・神戸港情報誌「港の風」 発行：年4回、16,000部
- ・神戸港カレンダー「神戸港の風景」 1,200部発行
- ・ウォーターフロントへの誘客、イベント情報を提供するホームページの公開
- ・神戸港への親しみや興味・関心を醸成するSNSの発信

③市民と港を結ぶイベント・広報事業

神戸港カッターレース、神戸港ボート天国等を開催し、海洋知識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取り組むとともに、港町の魅力を感じ、海・船・港に親しんでもらう機会の創出に努めた。

- ・第47回神戸港カッターレース：計 67チーム/31レース、観覧者延べ 4,500名
- ・神戸港ボート天国：参加官公庁 6団体/参加船艇 5隻、参加者延べ 2,500名
- ・神戸港ミニクルーズ（観光船「b o h b o h K O B E」）&トーク、参加者数 130名
- ・帆船等の寄港回数：10回

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、入出港時の歓送迎行事や旅客ターミナルと市街地を結ぶシャトルバスの運行、外国人乗船客を対象にした日本文化の体験イベント等、おもてなしムードの醸成をはかり、神戸港のイメージ向上に努めた。

また、クルーズ客船の入港時は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、クルーズ客船の受入れを通して神戸観光や地域経済の活性化に取り組んだ。

- ・クルーズ客船入港実績（暦年）
 - 隻数：143隻（うち外国客船 108隻）
 - 船客数：177,512名

(8) 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。

大型学会誘致時期の4年前から宿泊場所や機材の確保、スタッフ人件費の高騰等、主催者側の「万博の影響」への懸念により、令和7年度の予約は当初より低調であった。最終的に対前年比実績は、国際会議場の利用件数は85.6%、参加延べ人員は大幅に減少し54.3%となった。国際展示場の利用件数は86.4%となり、参加延べ人員もこれに比例し、84.5%となった。

イ 施設の維持管理に向けた取り組み

老朽化に伴う設備や機器・備品等の故障・不具合にも催事に影響を与えないよう迅速に対応を行った。

ウ 利用実績

(ア) 神戸国際会議場の利用実績

項 目		令和7年度	令和6年度	増△減	(参考) 令和元年度
件 数 (件)	国際会議	18	32	△14	30
	国内会議	303	343	△40	291
	合 計	321	375	△54	321
参加のべ 人員 (人)	国際会議	99,742	236,738	△136,996	360,451
	国内会議	88,409	104,360	△15,951	137,908
	合 計	188,151	341,098	△152,947	498,359

(イ) 神戸国際展示場の利用実績

項 目		令和7年度	令和6年度	増△減	(参考) 令和元年度
件 数 (件)	国際会議	13	12	1	18
	国内会議・展示会等	159	187	△28	147
	合 計	172	199	△27	165
参加のべ 人員 (人)	国際会議	132,572	203,235	△70,663	245,393
	国内会議・展示会等	430,350	462,856	△32,506	429,525
	合 計	562,922	666,091	△103,169	674,918

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。

「金の湯」は施設改修工事により、令和8年1月7日(水)から3月16日(月)まで、休館した影響で対前年比83.6%に留まった。一方、「銀の湯」は対前年比115.3%、「有馬の工房」で109.1%、「太閤の湯殿館」で125.9%とそれぞれ増加した。

【利用実績】

(単位：人)

項 目	令和7年度	令和6年度	増△減	(参考) 令和元年度
金の湯	234,656	280,628	△45,972	290,702
銀の湯	138,576	120,143	18,433	132,725
有馬の工房 ()内は有料入場者数	135,618 (317)	124,312 (272)	11,306 (45)	113,342 (743)
太閤の湯殿館	13,947	11,076	2,871	12,154

③萌黄の館

北野町の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。

【利用実績】

(単位：人)

区 分	令和7年度	令和6年度	増△減	(参考) 令和元年度
有 料	89,254	49,393	39,861	111,137
無 料	18,861	18,176	685	22,905

合 計	108,115	67,569	40,546	134,042
-----	---------	--------	--------	---------

※「風見鶏の館」は耐震改修工事のため、令和5年10月1日～令和7年7月17日まで休業

④港湾関連施設

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した。

対前年実績（隻数）は、外国船・日本船とも増加したことにより、神戸ポートターミナルは119.8%、中突堤旅客ターミナルは141.2%、合計124.4%となった。

また、令和元年度比でも合計隻数132.7%と、コロナ前の水準を上回っている。

【利用実績】

（単位：隻）

項 目	令和7年度	令和6年度	増△減	（参考） 令和元年度
神戸ポートターミナル	151	126	25	94
中突堤旅客ターミナル	48	34	14	56
合 計	199	160	39	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

（9）ポートピア81記念基金による補助事業

令和7年度は、国際会議は最大500万円、大型国内会議は神戸市からの補助と合わせて最大200万円を上限に補助を行った。

- ・国際会議等 補助件数：13件 補助額：38,323千円
 - ・大型国内会議 補助件数：2件 補助額：2,000千円
 - ・取り崩し等 1件 取崩額：5,000千円
- 合計 補助等件数：16件 補助額等：45,323千円