

## 〔5〕令和8年度事業計画

2025年の神戸市における延べ宿泊者数（速報値）が過去最高の776万人を記録し、特に外国人延べ宿泊者数は目標である100万人を大きく突破する141万人を達成し、全体の宿泊者数に占める外国人の割合が2割に迫る等、2025年4月の神戸空港の国際化を契機に、神戸観光を取り巻く環境は大きく変化している。

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、神戸のまちが大きく変わっていくなか、戦略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として総合力を発揮しながら、取り組みを一層強化していく。

### 1 事業計画

#### （1）マーケティング調査、情報プラットフォーム機能の強化・事業者との協働

神戸の観光実態を主体的に把握し、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、2030年のKPI設定と併せて更新した各種戦略の更なる磨き上げを行っていく。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 国内向け観光コンテンツの充実

国内旅行における着地型コンテンツとして、エリアごとの特性および“神戸らしさ”や“特別観”のあるプログラムを造成し、「神戸のとびら」を通じて発信・販売するとともに、ペットやフォトの各種テーマに沿ったコンテンツの充実や、「KOBÉ観光スマートパスポート」等で回遊性の向上をはかり、神戸への誘客と滞在の長期化を目指す。

また、山・海・街が近接する神戸ならではの夜景と港町神戸が育んだバー文化やジャズを通じてナイトタイムエコノミーを推進するとともに、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」の開催や、北野、南京町、有馬、六甲・摩耶等の各地域におけるイベント等の開催を支援することで、市民と協働して神戸観光の振興をはかる。

##### ② インバウンド向け観光コンテンツの充実

神戸の有する歴史・文化・自然・食等の魅力を幅広く味わうことのできる着地型のガイドツアー等のコンテンツを神戸観光局独自で造成するだけでなく、当該プロダクト等を造成する事業者への支援を行うことで、「神戸ファン」や「神戸リピーター」の

獲得に繋げていく。また、「ただ見る・食べる」でなく、背景にある歴史や文化を伝え、知的満足度を高めるとともに、特別感のある空間を演出するようなコンテンツを造成し、高付加価値旅行者の獲得を目指す。

加えて、ゴルフ、マラソン等のスポーツに特化した旅行商品を各種専門の旅行会社と連携のうえ造成し、神戸市内の滞在時間および宿泊者数の増加をはかる。

### (3) 観光プロモーションの推進

#### ① 国内プロモーション

航空会社や鉄道事業者等の交通事業者および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。

震災学習や「KOBE SDGs 探究プログラム」等のコンテンツをツールとして、国内外の旅行会社等へのプロモーションや、宿泊施設、観光施設と連携して教育旅行に特化した商談会を実施し、認知度の向上と誘致の促進をはかる。

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積極的な発信に努めるとともに、神戸観光公式ホームページ「Feel KOBE」について、モデルコースやコラム記事の充実、エリアガイドやアクセスページの改善等により利便性の向上に取り組むとともに、ユーザーの興味・関心に応じた観光情報を各国の利用者の多いSNSを通じて国内外へ積極的に発信する。

#### ② インバウンドプロモーション

来神意欲の醸成および需要喚起に繋げるために、マーケティングデータを活用し、市場ニーズや時代の流行を捉えた手法で、各市場のインバウンド客獲得を目指す。

東アジアに対しては、神戸空港国際化を契機に、主に直行便就航都市に、就航航空会社等と連携したプロモーションや各国に有効なSNSを活用したデジタルプロモーションを中心に展開する。

東南アジアに対しては、経済成長著しく、今後の旅行者の増加が見込まれるため、現地旅行博等でのプロモーションを展開する。

欧米豪に対しては、神戸の歴史・文化に関心のある高付加価値層を顧客に持つ現地旅行会社等を対象とした招聘視察ツアー（FAMトリップ）や現地商談会等でのプロモーションを展開する。

また、各市場の属性に合う形で、淡路島や姫路等の近隣周遊やせとうち地域、西のゴールデンルート等の神戸を拠点とした周遊の魅力を各種手法で展開し、宿泊客の増加を目指し、さらにリニューアルした多言語サイトや各市場に合わせた適切なマスメディアやインフルエンサーを活用した情報発信を行うことで、神戸の露出機会の拡大もはかる。

### (4) 受入環境の充実

神戸を訪れた観光客の誰もが安心して楽しむことができるよう神戸の観光情報を市内3か所の観光案内所において発信するとともに、神戸観光公式サイト「Feel

KOBE」において観光施設のバリアフリー情報の発信や、車いすの無料貸出事業（KOBE どこでも車いす）等を通じてユニバーサルツーリズムの取り組みを推進する。

インバウンドにおいては、ガイド育成プログラムやネットワーキング事業を実施し、市内事業者のガイド力の底上げをはかり、訪日観光客の満足度を高める。

## （５）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、観光部門と連携・協働し、情報番組等で神戸の様々な魅力が取り上げられるよう取り組む。

## （６）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、JNTOと共同し、「IMEX Frankfurt」、「ibtm world」等の、海外MICE見本市へ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の誘致に向けて、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、補助金交付など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である「Techno-Ocean2027」の事務局として、企画立案や運営の開催準備を行う。

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。

### (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

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取り組む。

安全・安心かつ持続可能な平日5日間の花火イベントである「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」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」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、乗船客や船会社には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。

### (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

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。