

## II 事業関係

### 1. 観光誘致宣伝事業

神戸への観光客誘致のため、市内の宿泊施設・観光施設や旅行会社等で構成される Feel KOBE 観光推進協議会及び神戸市観光・ホテル旅館協会等との連携を通じて、国内・海外に対して、誘致宣伝事業を推進した。

#### (1) 国内観光の誘致

##### ① プロモーション

##### (ア) 就航都市等でのプロモーション

神戸就航都市等で開催されるまつりへの参加に合わせて、旅行会社・マスコミを訪問し、神戸観光の旅行商品造成及び販売促進を働きかけるとともに、マスコミを通じての神戸観光情報の提供に努めた。特に平成 29 年度は7月より就航開始した仙台でのプロモーションを強化し、航空機等を活用した神戸への観光誘致を図った。

##### (就航都市等)

|               |     |              |
|---------------|-----|--------------|
| ・平成 29 年 4 月  | 宮城  | 仙台線就航プロモーション |
| ・平成 29 年 8 月  | 茨城  | 水戸黄門まつり      |
| ・平成 29 年 8 月  | 宮城  | 仙台七夕まつり      |
| ・平成 29 年 8 月  | 宮崎  | まつり宮崎        |
| ・平成 29 年 9 月  | 福岡  | 北九州旅行会社等訪問   |
| ・平成 29 年 9 月  | 東京  | 首都圏旅行会社等訪問   |
| ・平成 29 年 10 月 | 愛知  | 名古屋まつり       |
| ・平成 29 年 10 月 | 沖縄  | 那覇大綱挽きまつり    |
| ・平成 29 年 11 月 | 鹿児島 | おはら祭り        |

##### (日本開港五都市観光協議会)

|              |     |            |
|--------------|-----|------------|
| ・平成 29 年 4 月 | 長崎  | 長崎帆船まつり    |
| ・平成 29 年 5 月 | 神奈川 | 横浜開港記念みなと祭 |
| ・平成 29 年 8 月 | 北海道 | 函館港まつり     |
| ・平成 29 年 8 月 | 新潟  | 新潟まつり      |

##### (イ) 神戸セレクションとの連携

神戸のグルメや特産品を全国発信する取り組みである「神戸セレクション」販売会の会場において観光ブースを併設し、神戸の多様な魅力を一体的に発信するとともに、マスコミ及び旅行会社訪問も併せて行い、神戸への誘客を図った。

|               |    |          |
|---------------|----|----------|
| ・平成 29 年 10 月 | 長野 | ながの東急百貨店 |
| ・平成 30 年 2 月  | 松山 | いよてつ高島屋  |

##### (ウ) 他都市との連携

##### (京都・大阪・神戸観光推進協議会；三都物語)

京都市・大阪市との共同により、首都圏・九州・中国・北陸地区の旅行会社の招聘に加え、北陸・九州エリアの観光キャラバンを実施した。また、12月～3月にかけて冬の三都キャンペーンを実施、九州方面からの旅行客の誘致につなげた。

|               |         |                  |
|---------------|---------|------------------|
| ・平成 29 年 7 月  | 金沢キャラバン | (ステージPR・マスコミ訪問等) |
| ・平成 29 年 10 月 | 旅行会社招聘  | (個人造成部門)         |
| ・平成 29 年 10 月 | 九州キャラバン | (ステージPR・マスコミ訪問等) |
| ・平成 29 年 12 月 | 旅行会社招聘  | (ハイエンド層向け造成部門)   |

(神戸・明石・姫路観光推進会議)

神戸・明石・姫路への旅行商品造成を促進するため、東京・福岡で旅行会社を対象にした観光セミナー及び商談会を開催するとともに、旅行会社及びマスコミへの訪問営業を実施し、市内観光事業者と現地旅行会社とのマッチング機会の拡大と旬の観光情報発信に努めた。また、継続的に実施してきた世界最大級の旅行博覧会「ツーリズム EXPO ジャパン」への出展にあたっては、県下5地域と連携した合同ブースにおいて国内外のユーザーへ情報発信を実施した。

- ・平成 29 年 9 月 福岡
- ・平成 29 年 9 月 東京
- ・平成 29 年 9 月 ツーリズム EXPO ジャパン 2017 出展

(エ) JRグループとの連携

JR東日本、JR西日本及びJR九州と連携し、旅行会社への観光セミナーや観光キャラバン等を実施した。

- ・平成 29 年 7 月 岡山 JRで行く！夏の旅さがし 旅ミルン
- ・平成 29 年 10 月 鹿児島 JR秋のふれあい DAY2017
- ・平成 29 年 11 月 福岡 観光素材説明会
- ・平成 30 年 1 月 福岡 山陽新幹線で関西へ行こう！観光キャンペーン

(オ) 旅連との連携

JTB 旅ホ連及び近旅連と連携し、観光キャラバンや現地研修会を実施した。

- ・平成 29 年 9 月 愛知 JTB 旅ホ連 中部キャラバン
- ・平成 29 年 9 月 愛知 近旅連 中部キャラバン
- ・平成 29 年 10 月 兵庫 JTB 旅ホ連 神戸・有馬地区 JTB 社員研修
- ・平成 29 年 11 月 東京 JTB 旅ホ連 首都圏キャラバン

(カ) その他プロモーション

- ・平成 29 年 5 月 姫路お城まつり
- ・平成 29 年 7 月 小豆島みなとまつり
- ・平成 29 年 7 月 近畿日本ツーリスト「国内大交流コンベンション」

② 滞在型観光の推進

(ア) 夜景観光の推進

市内のイルミネーションイベントを一体的に広報する「KOBE ロマンチックフェア」や 500 円と 1500 円の 2 コースの夜景を気軽に楽しめる「夜景バスツアー」等を全国に PR し、滞在型観光の推進に努めた。また、就航都市や旅行会社等への誘致活動にあたっては、日本新三大夜景に認定された神戸の夜景について国内外へ積極的に PR した。

(イ) ウエディング観光の振興

ウエディングや観光に携わる事業者等で構成する「神戸ウエディング会議」に協賛し、ウエディング観光の振興を図った。

(2) 教育旅行の誘致

① プロモーション

旅行会社等を訪問してキャラバン等の誘致活動を実施するとともに、旅行会社の教育旅行担当者を招聘し、教育旅行受入施設の実地視察や商談会等を実施した。

- ・平成 29 年 7 月 旅行会社招聘
- ・平成 29 年 7 月 全国修学旅行研究大会（東京）での資料配布
- ・平成 29 年 10 月 東海三県中学校修学旅行研究セミナーでの資料配布
- ・平成 29 年 11 月 関東地区公立中学校修学旅行研究大会での資料配布
- ・平成 29 年 11 月 近畿地区公立中学校修学旅行研究大会での資料配布
- ・平成 30 年 1 月 首都圏キャラバン(教育旅行受入施設同行)
- ・平成 30 年 2 月 東海キャラバン(教育旅行受入施設同行)

② P R ツールによる体験学習等の情報発信

旅行会社や学校関係者向けの神戸教育旅行ガイド「発見！体験！まるごと神戸」をホームページへ誘導するための要点を絞ったパンフレットとして刷新し、全国に配布するなど情報発信を行った。

③ 教育旅行ワンストップ窓口の運営

旅行会社・学校関係者からの教育旅行の問合せに対して迅速で適確な対応を行うため、「教育旅行ワンストップ窓口」の運営を行った。

(3) 国際観光の誘致

① 海外でのプロモーション

神戸への外国人旅行客増加に向け、市内の観光施設・宿泊施設とともに現地旅行会社・マスコミへの訪問誘致活動や、観光セミナー・商談会を実施し、旅行商品造成の促進を行った。また、一般消費者向け BtoC イベントに周辺自治体等と連携して参加し、神戸の認知度向上に取り組んだ。東南アジア市場においては助成制度を活用して市内施設を帯同したプロモーションを実施し、マッチング機会の拡充に取り組んだ。また、訪日客数が急増しているベトナム・フィリピンにおいて、現地での旅行セミナーや旅行フェアに出展し、旅行社及び一般消費者に対して神戸の観光 P R を実施した。

また、東アジアにおいては台湾及び韓国においてインセンティブセミナーに参加し、インセンティブツアーの誘致に努めた。また、中国においては、団体旅行者層が訪日旅行の中心である内陸部（西安）において、旅行会社及び一般消費者への情報発信を行った。さらに、欧米豪市場への取り組みとしては、アメリカ（L A）・イギリス（ロンドン）・オーストラリア（シドニー）を中心に、大阪観光局や兵庫県、大阪市・堺市、関西エアポート(株)等と共同で旅行博や日本文化イベント等に出展し、関西広域での P R を行った。

- ・平成 29 年 4 月 オーストラリア（パース）プロモーション（兵庫県観光プロモーション団）
- ・平成 29 年 5 月 JNTO(ロンドン)主催 RWC2019 開催地自治体向け商談会・セミナー
- ・平成 29 年 5 月 インドネシア(ジャカルタ)JNTO 主催インセンティブセミナー・セールスコール
- ・平成 29 年 7 月 台北セールスコール及び神戸スイーツフェア視察
- ・平成 29 年 7 月 ベトナム(ホーチミン)HIS 主催旅行博「FEEL JAPAN」出展・セールスコール
- ・平成 29 年 7 月 シンガポール・マレーシア JNTO 主催インセンティブセミナー・セールスコール・商談会
- ・平成 29 年 8 月 タイ(バンコク)JNTO 主催インセンティブセミナー・セールスコール・商談会
- ・平成 29 年 8 月 インドネシア(ジャカルタ)JNTO 主催旅行博「Japan Travel Fair」出展・セールスコール
- ・平成 29 年 8 月 韓国(ソウル)JNTO 主催インセンティブセミナー・セールスコール・商談会
- ・平成 29 年 9 月 パリセールスコール・  
ドイツ「Seatrade Cruise Europe」出展・セールスコール・五港セミナー
- ・平成 29 年 9 月 中東 関空利用促進協議会及びエミレーツ航空主催商談会
- ・平成 29 年 9 月 タイ(バンコク)JNTO 主催 FIT フェア・商談会・セールスコール

- ・平成 29 年 10 月 フィリピン (マニラ) JNTO 主催旅行博「Japan Travel Festival」出展・HIS 主催訪日旅行説明会参加 セールスコール・商談会
- ・平成 29 年 10 月 ベトナム (ハノイ) JNTO 主催セミナー・「Japan Vietnam Festival」出展・セールスコール
- ・平成 29 年 11 月 タイ (バンコク) キャラバン実施 商談会・セールスコール
- ・平成 29 年 11 月 ロンドン World Travel Market 出展、STH 社主催 RWC20190TA 向けワークショップ・商談会、セールスコール
- ・平成 29 年 12 月 オーストラリア (シドニー) JNTO 主催セミナー・商談会、日本文化イベント「Matsuri Japan Festival」出展、セールスコール
- ・平成 30 年 1 月 マレーシア (クアラルンプール) JNTO 主催旅行博「Japan Travel Fair」出展
- ・平成 30 年 1 月 台湾 (高雄・台中・台北) JNTO 主催インセンティブセミナー・商談会
- ・平成 30 年 2 月 フィリピン (マニラ) ATTIC 社主催訪日 BtoB セミナー商談会、Travel Tour Expo 出展
- ・平成 30 年 2 月 アメリカ (LA) BtoC 旅行博「Los Angeles & Adventure Show2018」出展・商談会
- ・平成 30 年 3 月 台湾 (台北) ランタンフェスティバル出展
- ・平成 30 年 3 月 マレーシア (クアラルンプール) MATTA 出展
- ・平成 30 年 3 月 中国 (西安) JNTO 主催訪日旅行 BtoB セミナー・商談会、日本旅游体験展出展

## ② 国内でのプロモーション

神戸の魅力を発信するため、海外から旅行会社を招聘し、神戸市内の視察や商談会を開催し、具体的な商品造成促進を図った。また、海外のメディアを招聘し、旅行雑誌等への露出を図ることで広くエンドユーザーへ神戸の魅力を発信した。さらに、国内で開催される商談会等へ参加して、幅広い市場の旅行会社・メディアに対して神戸の観光PRを実施したほか、海外の旅行会社に対して実際の手配を行うランドオペレーターへの営業活動を実施して神戸の情報提供に努めた。

### (ア) 商談会

- ・平成 29 年 6 月 「Visit Japan East Asia トラベルマート」(熊本) への参加  
旅行会社 (韓国・台湾・中国・香港)
- ・平成 29 年 9 月 「VISIT JAPAN トラベルマート 2017」(東京) への参加  
旅行会社 (台湾、香港、フィリピン、マレーシア、シンガポール、ロシア、インド、NZ、仏、ドイツ、イタリア、米、メキシコ、ブラジル)  
メディア (台湾、シンガポール、タイ)
- ・平成 29 年 9 月 東南アジア ランオペ向け視察付商談会 (神戸) への参加  
関東のランドオペレーター
- ・平成 29 年 10 月 中国内陸部向けセミナー・商談会 (大阪) への参加  
旅行会社 (成都、西安、鄭州)
- ・平成 29 年 11 月 「Visit Japan Asean+India トラベルマート」(大阪) への参加  
旅行会社 (インドネシア、シンガポール、タイ、ベトナム、マレーシア)
- ・平成 29 年 12 月 タイ (チェンマイ) 向けセミナー・商談会 (神戸) への参加  
旅行会社 (チェンマイ)

### (イ) 招聘事業

#### (旅行会社)

- ・平成 29 年 10 月 ベトナム旅行社・航空会社招聘(大阪観光局・和歌山県との共催)(神戸視察)
- ・平成 29 年 10 月 米国富裕層向け旅行社招聘(関空利用促進協議会・JAL 連携事業)(神戸視察)
- ・平成 29 年 12 月 インドネシア旅行社招聘(JNTO 主催)(神戸視察)

- ・平成 29 年 12 月 フランス旅行社招聘（せとうち観光推進機構主催）（神戸視察）
- ・平成 30 年 1 月 イギリス旅行社(RWC20190TA)招聘(JNTO ロンドン事務所主催)（神戸視察・意見交換会）

（メディア）

- ・平成 29 年 6 月 台湾旅行雑誌「愛玩客」、WEB メディア「ミラーメディア」
- ・平成 29 年 8 月 台湾 TV 旅行番組「Go Go Taiwan」
- ・平成 29 年 8 月 タイ TV 旅行番組「daisuki japan」
- ・平成 29 年 10 月 ロシア TV 情報番組「UTRO S GUBERNIEI」
- ・平成 29 年 10 月 フランスケーブル TV 番組「Asie Insolite」
- ・平成 29 年 10 月 タイ・マレーシア・シンガポールブロガー
- ・平成 29 年 10 月 英国(ウェールズ)元ラグビー選手(2名) (You Tube)
- ・平成 29 年 11 月 台湾ブロガー(FB・Instagram・ブログ)
- ・平成 29 年 11 月 オーストラリアブロガー(FB・ブログ)
- ・平成 29 年 12 月 北米トラベルジャーナリスト
- ・平成 29 年 12 月 東南アジア・欧米豪メディア
- ・平成 29 年 12 月 台湾 Web メディア「ETtoday」 Web 新聞「Nius News」新聞「中國時報」
- ・平成 29 年 12 月 香港旅行雑誌「WEEKEND WEEKLY Magazine」
- ・平成 30 年 1 月 フランス旅行冊子「Petit fute 大阪・兵庫版」
- ・平成 30 年 1 月 台湾 Web メディア「PopDaily」「ELLE Taiwan」
- ・平成 30 年 1 月 インドネシアマレーシアブロガー
- ・平成 30 年 2 月 タイ国営 TV 旅行番組「Panorama Discovery」
- ・平成 30 年 3 月 台湾ブロガー・メディア

（ウ）ランドオペレーターセールスの実施

- ・平成 29 年 6 月 東京
- ・平成 29 年 7 月 大阪
- ・平成 29 年 8 月 東京
- ・平成 29 年 9 月 東京
- ・平成 29 年 11～12 月 大阪
- ・平成 29 年 12 月 東京

③ 神戸海外観光ネットワーク拠点を活用したプロモーション

海外現地における営業力を強化するために、神戸海外観光ネットワーク拠点（以下、「拠点」という。）を設置し、拠点のネットワークを活用した情報発信・情報収集を強化することで、神戸の観光情報の露出強化と旅行商品造成促進を図った。平成 29 年度は、台湾、インドネシア・マレーシア、フランスに拠点を拡大し、さらなる営業力の強化を図った。

（4）観光情報の発信

① 情報誌の発行

（ア）「夜たび神戸」

宿泊促進・滞在時間の拡大とライフスタイル価値の向上につなげることをコンセプトに発行した「Night Exploring in KOBE」（英語版：平成 29 年 2 月発行）からページ数を増やし、日本語版としてバージョンアップした冊子を制作した。

ターゲット層である日本人の 20 代女性をモデルとして起用し、リニューアルされたメリケンパークのモデルコースや夜から深夜にかけて営業している店舗を追加するなど、内容をさらに充実。前作と同様に、神戸の夜の楽しみ方をイメージしてもらうために、SNS 及び YouTube を活用して動画を配信した。また、神戸公式観光サイトにて全ページを閲覧可能として PR に努めた。

(イ) 神戸観光ガイドブック「神戸観光ガイド」

10 言語対応の神戸観光ガイドブックを増刷し、国内外のプロモーション等で配布した。

※対応言語：英語・中国語（繁体字・簡体字）・韓国語・タイ語・ドイツ語・フランス語・スペイン語・ベトナム語・インドネシア語

② 情報サイトの運営・SNS の活用

神戸公式観光サイト「Feel KOBE」の運営や Facebook 等 SNS の活用により神戸の魅力を国内外に発信した。

公式観光サイト「Feel KOBE」の運営では、「Feel KOBE」内に新たに着地型の旅行商品や体験アクティビティのプラン予約ページを新設し、多言語での展開を開始した。

また、神戸公式観光写真素材サイト「Feel Photo」について、写真を大幅に刷新し、サイトのリニューアルを実施した。

SNS を用いた情報発信では、日本語 Facebook、日本語 Instagram、英語 Facebook 中国語微博（ウェイボー）のアカウントを作成、運用を開始し、投稿キャンペーンや広告配信、インフルエンサーを活用した広報プロモーションを実施した。

③ 神戸観光 P R 動画の制作・発信

中国・四国・九州地方在住の神戸に親和性を持っている 20～40 歳代女性をメインターゲットに、西日本からの誘客をはかるため、神戸観光 P R 動画「チルってる神戸」を制作し、YouTube 上で発信した。

## 2. 観光客受入事業

(1) 観光案内所の運営

市内 3 か所で観光案内所（総合インフォメーションセンター、新神戸駅観光案内所、北野観光案内所）を運営し、観光情報の提供を行った。

・案内件数 344,067 人（総合インフォメーション 192,718 人、新神戸 112,929 人、北野 38,420 人）

平成 29 年度の案内件数は前年度に比べ 98.4%の微減となった。外国人観光客については、中国からの観光客増加に加え、韓国、台湾、タイ、シンガポールのアジア圏や欧米など各方面から訪れているが、案内件数は 99,620 人で過去最高だった前年度と比較すると 93.0%と減少した。

(2) クルーズ客船の誘致・受入れ

平成 29 年度は 7 月にヨーロッパ初の 10 万トンクラスの客船「コスタ・フォーチュナ」が初入港するとともに、神戸港に入港した最大級の客船「クァンタム・オブ・ザ・シーズ」に次ぐ大きさである「ノルウェー・ジョイ」が初入港した。さらには、ドイツのラグジュアリー船「オイローパ」、フランスのプレミアム船「ロストラル」、 「スーパースター・ヴァーゴ」などが初入港し、外国船籍 42 隻、日本船籍 71 隻の合計 113 隻が神戸に寄港した。

当団体は、神戸市客船誘致協議会の一員として、関係団体と連携しながら高い経済効果が見込まれるクルーズ客船の誘致・受入を行った。クルーズ客船が入港するターミナル等においては、入出港時の歓迎行事や臨時観光案内所等の開設を行うとともに、地元商店街や市内観光施設、旅行会社等とも一体となって乗船観光客及び乗組員の受入れを行い、市内経済の活性化を図った。

・外国客船歓迎行事 延べ 15 回、臨時観光案内所開設 延べ 46 日（観光案内ボランティア出務人数のべ 108 名）

### (3) 観光客の利便性及び回遊性の向上

#### ① 「神戸街遊券」の発行

市内 50 の主要観光施設の入館料等として使用できる観光クーポン券「神戸街遊券」を発行するとともに、京阪神の私鉄会社と連携し神戸への観光客の誘客を目的とした企画乗車券「神戸街めぐり 1 day クーポン」に参画し、観光客の利便性と回遊性の向上を図った。

- ・「神戸街遊券」販売実績 7,245 冊
- ・「神戸街めぐり 1day クーポン」販売実績 22,958 冊

#### ② 「シティー・ループバス」1日乗車券の販売

都心部の観光スポットの回遊性向上を支援するため、「シティー・ループバス」1日乗車券を観光案内所等で販売した。

- ・販売実績 大人 32,671 枚、小人 1,343 枚

#### ③ KOBE Free Wi-Fi 等のPR、カードの配付

外国人観光客向けに神戸市が推進している公衆無線 LAN サービス「KOBE Free Wi-Fi」及び神戸公式観光アプリ「KOBE Official Travel Guide by NAVITIME」をPRするとともに、市内約 3,000 箇所でWi-Fiが利用できる「KOBE Free Wi-Fi カード」を、市内の観光案内所や客船入港時の臨時観光案内所等で配付し、観光客の利便性向上を図った。

#### ④ 観光ガイドマップ等の配布

観光客が市内観光をスムーズに行えるよう、多言語（日本語・英語・韓国語・中国語（簡体字・繁体字））の観光ガイドマップやガイドブック等を配布するとともに、北野異人館・観光船・六甲山上施設等の市内観光施設の割引特典が付いた「ウエルカムクーポン」を観光案内所やホームページにおいて提供し、街の回遊性向上に努めた。観光ガイドマップのうち都市観光の起点となる「港・市街地版」については、10 言語（英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字）・タイ語・ドイツ語・フランス語・スペイン語・ベトナム語・インドネシア語）、「北野観光ガイドマップ」についても、4 言語（英語・韓国語・中国語（繁体字・簡体字））対応のマップを配布した。

#### ⑤ 「KANSAI ONE PASS」への協力

関西経済連合会等が中心に発行した訪日外国人専用のIC型乗車券、関西統一パス「KANSAI ONE PASS」において、提示による特典付与の協力を神戸市内の観光施設に呼びかけ（54 施設が協力）、外国人観光客の神戸への誘致と回遊性向上を図った。

### (4) おもてなしの向上

#### ① おもてなし研修の実施

##### (ア) 観光タクシー乗務員に対する研修会の実施

利用者へのサービス向上のため、観光タクシー乗務員を対象に神戸観光の情報提供と観光客への接遇に関する研修会を実施した。

- ・平成 30 年 3 月 7 日（水）（30 名参加）

##### (イ) 観光関連従事者に対する研修の実施

観光関連従事者のおもてなしの意識のさらなる向上を図るため、神戸の代表的な観光地の一つである北野地区で公開されている異人館スタッフ等を対象に、「おもてなし接遇研修会」を実施した。

- ・平成 30 年 3 月 8 日（木）（16 名参加）

## ② 「KOBE 観光の日」 関連事業の実施

KOBE 観光の日・KOBE 観光 Week

実施期間：平成 29 年 9 月 30 日（土）～10 月 9 日（月・祝）

「神戸開港 150 年」をテーマに、神戸らしい港をイメージしたデザインの市内の観光施設 84 か所の特典付きパンフレット 40,000 部とポスター500 部を制作し、市内外でPRをおこない、観光誘客をはかった。

また、10 月 3 日の「KOBE 観光の日」を迎えるにあたり、市民・地域の方々の協働により観光地を美化することを目的とした「第 13 回神戸観光地クリーンアップ&見学ツアー」を実施した。

・平成 29 年 9 月 23 日（土）(52 名参加)

## 3. 観光推進事業

神戸観光を推進するため、「神戸ルミナリエ」をはじめ様々な行事やイベントに協賛・協力するとともに、開催にたずさわった。平成 29 年度の「神戸ルミナリエ」では、神戸開港 150 年・兵庫県政 150 周年の前年であることから、それぞれの記念作品を東遊園地に設置するとともに、節目の年にふさわしく、仲町通り及び東遊園地作品を充実させると共に、東遊園地南噴水広場に設置した作品での音楽に合わせた光のショーを継続して実施した。また、「各種イベント」では、神戸開港 150 年記念事業イベントの 1 つとして、ウォーターフロントの一層の賑わいを創出するため、「神戸港ラテンアメリカン・カーニバル」を開催した。

### (1) 「おとな旅・神戸」

地域資源を活用した神戸の様々な楽しみ方の可視化・カタログ化を通じて、「神戸のライフスタイル」そのものの魅力を効果的に発信し、「神戸発の着地型観光」を推進するため、「神戸らしさ」を十分に堪能できる「特別感ある」まち歩きや体験といったプログラムを企画・実施した。また、旅行商品の造成等にも活用した。

### (2) 第 23 回神戸ルミナリエ

- ・開催日 平成 29 年 12 月 8 日（金）～17 日（日）(10 日間)
- ・来場者 3,396,000 人
- ・会場 旧居留地・東遊園地
- ・「神戸ルミナリエ・ハートフルデー」

ハンディキャップのある方にゆっくりと鑑賞していただくため、12 月 6 日に東遊園地の全作品を特別に点灯し、約 14,500 人(うち車椅子 3,500 台、介護者含む)の方が来場した。

### (3) 六甲山・摩耶山の観光振興

六甲山・摩耶山の観光入込客数の増加と更なる活性化に向けて、地域住民や山上事業者等との協働により、山上において情報発信・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うほか、六甲山・摩耶山ならではのイベントを実施した。

### (4) 各種イベントの実施・協賛及び協力

#### ① インフィオラータこうべ 2017

- ・期間 平成 29 年 4 月 22 日（土）～5 月 5 日（金・祝）(各会場 2～3 日間)
- ・来場者 442,100 人(全会場)
- ・会場 元町穴門商店街、北野坂、北神戸田園スポーツ公園の 3 会場(開催日順)



- ② 第36回須磨大茶会
  - ・開催日 平成29年4月29日（土・祝）
  - ・来場者 1,192人
  - ・茶席 須磨寺本坊席、寿楼席
- ③ 第47回神戸まつり サンバストリート
  - ・開催日 平成29年5月21日（日）
  - ・来場者 229,600人（ステージ行事全体合計数）
  - ・会場 中央区京町筋
  - ・出演者 市内外サンバチーム 7団体900名
- ④ 第3回神戸港ラテンアメリカン・カーニバル
  - ・開催日 平成29年7月29日（土）、30日（日）
  - ・来場者 25,000人
  - ・会場 高浜岸壁北側および周辺エリア
- ⑤ 灘の酒蔵探訪
  - ・開催日 平成29年10月14日（土）～11月23日（木・祝）
  - ・来場者 酒蔵スタンプラリー参加者：3,352人  
酒蔵めぐりバス乗車券販売枚数：1,707枚  
（参考）酒蔵めぐりバス乗車券付宿泊プラン販売実績：17件50人（※）  
（※）JTB「るるぶトラベル」による
  - ・会場 東灘区・灘区の酒造地帯
- ⑥ 北野クリスマスストリート
  - ・期間 平成29年11月1日（水）～平成30年1月31日（水）  
※2月1日～3月31日は、ロマンチックフェアとして点灯を継続
  - ・会場 北野坂（北野町、山本通）、異人館街（北野町）
- ⑦ 「旅するフクブクロ」実証実験
  - ・開催日 平成30年2月10日（土）～12日（月・祝）、17日（土）、18日（日）
  - ・来場者 100組200人（うち首都圏から5組10人）
  - ・会場 東灘区・灘区の酒造地帯
- ⑧ 2018南京町春節祭
  - ・開催日 平成30年2月16日（金）～18日（日）  
平成30年2月11日（日）プレイベント
  - ・来場者 198,000人
  - ・会場 南京町及び周辺地域

※ その他、「第7回神戸マラソン」をはじめ、「第26回摩耶山俳句大会」、「第68回豊公を偲ぶ有馬大茶会」等、各種イベントに協賛及び協力した。

#### 4. フィルムオフィス事業

「神戸フィルムオフィス」を中心に関係機関と連携を図りながら、神戸での映画・テレビ（ドラマ・情報番組）などの撮影支援ならびに撮影誘致活動等を行い、神戸のまちの魅力を国内外に広く発信した。

##### （1）撮影支援活動

###### ① 撮影支援件数

映画11件、テレビドラマ8件、その他（テレビ番組・CM等）138件 合計157件

## ② 主な支援作品

### (ア) 映画

- ・「となりの怪物くん」(配給：東宝、平成 30 年 4 月 27 日公開。ビーナスブリッジにて撮影)
- ・「焼肉ドラゴン」(配給：KADOKAWA、ファントム・フィルム、平成 30 年 6 月 22 日公開予定。神戸空港島空地にて撮影)
- ・「センセイ君主」(配給：東宝、平成 30 年 8 月 1 日公開予定。東遊園地、北野坂、神戸市看護大学にて撮影)
- ・「寝ても覚めても」(配給：ビターズ・エンド、エレファントハウス、平成 30 年 9 月 1 日公開予定。神戸ファッション美術館にて撮影)

### (イ) テレビ・WEB ドラマ

- ・NHK ドラマ 10「女子的生活」(NHK 総合、平成 30 年 1 月 5 日～1 月 26 日放映。デザイン・クリエイティブセンター神戸、須磨海浜水族園、メリケンパーク 他にて撮影)
- ・NHK 特集ドラマ「どこにもない国」(NHK 総合、平成 30 年 3 月 24 日・3 月 31 日放映。旧乾邸、神戸税関、神戸大学にて撮影)
- ・「遺留捜査」(テレビ朝日、平成 29 年 7 月 13 日放映。ルミナス神戸 2、中突堤南岸壁、ポーアイしおさい公園 他にて撮影)
- ・「日本をゆっくり走ってみたよ ～あの娘のために日本一周～」(Amazon プライム・ビデオ、平成 29 年 11 月 10 日より配信。洞川教育キャンプ場、ジャンボフェリー 他にて撮影)

### (ウ) テレビ番組

- ・「ブラタモリ」(NHK 総合、平成 30 年 2 月 3 日放映。金の湯、太閤の湯殿館、天神泉源 他にて撮影)
- ・「情熱大陸 20 年記念スペシャル」(毎日放送、平成 29 年 12 月 17 日放映。メリケンパークにて撮影)
- ・「遠くへ行きたい」(読売テレビ、平成 29 年 4 月 30 日放映。高浜岸壁、東山商店街、六甲ケーブル 他にて撮影)
- ・「美しい日本に出会う旅」(BS-TBS、平成 30 年 2 月 28 日放映。北野異人館街、灘の酒蔵、須磨浦山上遊園 他にて撮影)

## (2) 撮影誘致活動

### ① 国内映像作品の誘致

国内の映像制作者にロケ地としての神戸の魅力や、充実した撮影支援内容を積極的に PR するため、見本市等に出展した。

#### (ア) 「JFC 全国ロケ地フェア 2018」への出展

会期 平成 30 年 1 月 24 日(水)

会場 映像産業振興機構(VIPO)会議室(東京・中央区)

#### (イ) 「関西フィルムミーティング 2018」への出展

会期 平成 30 年 3 月 24 日(土)

会場 大阪科学技術センター貸会場(大阪・西区)

### ② 海外映像作品の誘致

海外の映像制作者にロケ地としての神戸の魅力や、充実した撮影支援内容を積極的に PR するため、国際映画祭見本市等に出展・参加するとともに、セールスコールや神戸 FAM ツアーを実施した。

(ア) 韓国

「2017 LINK OF CINE-ASIA」への参加

会期 平成29年10月15日(日)～17日(火)

会場 Paradise Hotel & Casino, Busan (釜山・海雲台)

(イ) 日本

「東京国際映画祭コンテンツマーケット (TIFFCOM) 2017」への出展・参加

会期 平成29年10月24日(火)～26日(木)

会場 サンシャインシティコンベンションセンター (東京・池袋)

(ウ) アメリカ

「American Film Market & Conferences (AFM) 2017」への参加

会期 平成29年11月1日(水)～8日(水)

会場 The Loews Santa Monica Beach Hotel (ロサンゼルス・サンタモニカ)

(エ) 香港

「Hong Kong International Film & TV Market (FILMART)」への参加

会期 平成30年3月19日(月)～22日(木)

会場 Hong Kong Convention & Exhibition Centre (香港・ワンチャイ)

(オ) タイ

タイの映像制作者に直接神戸のPRを行うため、セールスコールを実施した。

日程 平成30年2月27日(火)～28日(水)

訪問先 6社

(カ) その他

第13回大阪アジア映画祭にゲストとして来阪した映画監督を神戸に招聘し、神戸FAMツアーを実施した。

日程 平成30年3月18日(日)～20日(火)

参加者 3名 (フィリピン2名、台湾1名)

(3) 情報発信の強化

① イベントの実施

神戸で撮影された作品を活用して、神戸フィルムオフィスの活動を紹介するとともに、ロケ地としての神戸の魅力を発信した。

(ア) 神戸「べっぴんさん」展

会期 平成29年10月4日(水)～17日(火)

会場 ジェイアール名古屋タカシマヤ 8階 ローズパティオ

(イ) 映画『鋼の錬金術師』公開記念「鋼の錬金術師 in KOBE 展」

会期 平成29年11月30日(木)～12月24日(日)

会場 旧ハンター住宅 (神戸市立王子動物園内)

② 「KOBE on SCREEN」の発行

神戸で撮影された作品をまとめたパンフレットを作成・配布し、神戸フィルムオフィスの活動を紹介するとともに、ロケ地としての神戸の魅力を発信した。

③ 「ロケ候補地検索」システム英語版の開設

キーワードやカテゴリーなどから検索できる「ロケ候補地検索」システムの英語版を開設し、海外の映像制作者の利便性向上を図るとともに、新たな神戸の魅力を発信した。

④「ロケーション動画ライブラリ」の開設

神戸の多様で魅力あるロケーションの動画を制作・配信し、映像制作者の利便性向上を図るとともに、新たな神戸の魅力を発信した。

(4) ロケツーリズムの推進

神戸で撮影された作品のロケ地マップを作成・配布するとともに、ロケ地ツアーやイベントの実施など、支援作品を活用した観光客誘致に取り組んだ。

## 5. MICE 誘致・推進事業

神戸への MICE 誘致・推進のため、関西エリア及び首都圏をはじめ全国的に誘致活動を行うとともに、海外 MICE 見本市へ出展し、MICE 誘致プロモーション活動を展開した。

また、MICE 関係団体と連携のもと、主催者・事務局へのサポートサービス提供に努めた。

(1) 国内の MICE 誘致プロモーション活動

医学系学会、工学系学会、大学・研究所や企業等を中心に関西エリア及び首都圏をはじめ全国的に営業を行うとともに、京王プラザホテル（東京）で開催された「国際 MICE エキスポ（IME）」に参加し、MICE 全体の誘致活動を展開した。

また、市内 8 ホテル及び当団体で構成する「神戸 MICE 誘致協議会」の連携を強め、全市レベルでの対応が必要な大型会議の受け入れについて調整を行うとともに、メールマガジンでの共同プロモーションを行い、官民一体となった誘致活動を推進した。

さらに、ポートピア 81 記念基金や（公財）中内カコンベンション振興財団からの助成金、展示会開催助成制度を活用し、大規模な会議・大会・展示会の誘致に努めた。

・平成 29 年度 市内 MICE 施設への誘致件数：244 件

(2) 海外への MICE 誘致プロモーション活動

日本政府観光局（JNTO）と共同して IMEX Frankfurt、ibtm world、AIME といった海外 MICE 見本市に出展し、国際 MICE 誘致プロモーション活動を展開した。

また、世界のバイヤーとの商談のみならず、ICCA（International Congress and Convention Association：国際会議協会）総会にも出席し、海外のコンベンションビューローとの情報交換を図り、継続性を持って関係強化に努めた。

(海外 MICE 見本市への出展)

① IMEX Frankfurt

毎年ドイツ・フランクフルトで開催される世界最大級の MICE 見本市。

日程：平成 29 年 5 月 16 日（火）～18 日（木）

会場：ドイツ・フランクフルト

来場者：14,826 名（世界 150 カ国以上）

商談件数：19 件

② ibtm world

IMEX Frankfurt と並ぶ欧州の二大見本市。IMEX に比べ欧州のバイヤーが多く、インセンティブ・企業会議の誘致に強い。

日程：平成 29 年 11 月 28 日（火）～11 月 30 日（木）

会場：スペイン・バルセロナ

来場者：13,474 名（世界 74 カ国以上）

商談件数：22 件

- ③ AIME (Asia-Pacific Incentives & Meetings Expo)  
アジア太平洋地域最大級の MICE 見本市。インセンティブ・企業会議・国際会議のバイヤーが数多く参加する。  
日程 : 平成 30 年 2 月 20 日 (火) ~ 2 月 21 日 (水)  
会場 : オーストラリア・メルボルン  
来場者 : 3,102 名 (世界 31 カ国以上) ※平成 29 年実績  
商談件数 : 15 件
- ④ シンガポール国際会議主催者セミナー  
日本政府観光局 (JNTO) 主催の商談会。シンガポールの国際会議主催者を招聘し、参加都市のプレゼンテーション及び商談を行う。  
日程 : 平成 29 年 10 月 24 日 (火)  
会場 : シンガポール  
来場者 : 約 50 名 (バイヤー 35 名、出展者 13 団体)  
商談件数 : 7 件
- ⑤ 韓国大規模インセンティブセミナー  
日本政府観光局 (JNTO) 主催の商談会。保険会社、ネットワークマーケティング会社等、韓国の大規模インセンティブツアーを取り扱う旅行会社と商談を行う。  
日程 : 平成 29 年 12 月 19 日 (火)  
会場 : 韓国・ソウル  
来場者 : 約 25 名 (バイヤー 15 名、出展者 7 団体)  
商談件数 : 9 件
- ⑥ 平成 29 年度 国際会議キーパーソン招聘事業 (Meet Japan) 商談会  
日本政府観光局 (JNTO) が主催者する国際会議キーパーソン招聘事業。国際会議のキーパーソンを日本へ招聘し視察ツアーと商談会を行う。  
日程 : 平成 30 年 3 月 1 日 (木)  
会場 : 東京 (京王プラザホテル)  
来場者 : 約 40 名 (キーパーソン 14 団体、出展者 24 団体)  
商談件数 : 7 件
- ・近年の誘致成功案件  
ICANN64 (IT 系大型国際会議) ※IBTM World 2016 商談後、誘致成功  
会 期 : 平成 31 年 3 月 9 日 (土) ~ 14 日 (水)  
会 場 : 神戸国際会議場、神戸ポートピアホテル  
参 加 者 : 2,500 名 (内 海外 2,000 名)
- ⑦ ICCA 総会  
ICCA が主催する年一度の総会。海外における最新の MICE トレンドを学ぶ教育プログラムや各ビューローの国際会議誘致情報を共有するビジネスエクスチェンジ、会員同士のネットワーキングイベントが行われる。  
日程 : 平成 29 年 11 月 10 日 (金) ~ 15 日 (水)  
会場 : チェコ・プラハ  
参加者 : 1,278 名
- (観光庁による MICE 誘致強化支援事業の活用)  
観光庁の「MICE 誘致・開催プロジェクトマネジメント力強化支援事業」を活用し、海外の MICE 専門家による神戸の事業者を巻き込んだトレーニングを受け、MICE 誘致力の強化を図った。

### (3) インセンティブツアー誘致の推進

#### ① インセンティブツアーの誘致営業

平成 28 年度に行った現地マーケット調査及び誘致活動によって顕在化したシンガポール・マレーシア・タイにおけるインセンティブツアー実施予定企業に対して、シンガポールの海外拠点を活用した継続セールスを行った。

実施期間：平成 29 年 4 月～平成 30 年 3 月

アプローチ数：2,001 件

(シンガポール 1,179 件、タイ 253 件、マレーシア 544 件、その他 25 件)

#### ② ファムトリップの実施

神戸へのインセンティブツアーを検討する企業・ミーティングプランナー・インセンティブハウスの計 19 社を神戸に招聘し、ファムトリップを実施した。

実施日程：平成 29 年 11 月 27 日（月）～30 日（木）

参加国：19 社

(シンガポール 4 社、タイ 7 社、マレーシア 5 社、香港 1 社、中国 2 社)

##### ・主な誘致成功案件

平成 29 年 自動車会社インセンティブツアー（中国） (90 名、延 180 泊)

平成 29 年 下着メーカーインセンティブツアー（国内） (550 名、延 1,100 泊)

平成 29 年 生命保険会社インセンティブツアー（国内） (820 名、延 820 泊)

平成 30 年 製薬会社インセンティブツアー（香港） (80 名、延 80 泊)

平成 32 年 クルーズインセンティブツアー（世界各国） (200 名、延 200 泊)

#### ③ コンテンツ開発

神戸のインセンティブツアー誘致に繋がる各国のマーケットに応じたコンテンツ開発を行った。

##### ・開発されたコンテンツ

神戸ビーフと他の和牛の食べ比べイベント、日本酒の利き酒イベント

### (4) 神戸国際会議場・神戸国際展示場の誘致営業活動

神戸市の MICE 中核施設である国際会議場・国際展示場については、コンソーシアム構成団体間の連携を強化し、中長期の営業ターゲットである大型国際会議、大型国内会議や、都市固定化傾向にある大型医学会の誘致に努めた。

また、短期のターゲットに対する誘致営業についても、ホテルが得意とするミーティング、インセンティブ等を中心に一体的な営業展開を行った。

・平成 29 年度 神戸国際会議場・神戸国際展示場への誘致件数：144 件

・平成 29 年度 神戸国際会議場・神戸国際展示場での開催件数：428 件  
(会議場：268 件、展示場：160 件)

目標 418 件 (会議場：265 件、展示場：153 件)

### (5) 主催者・事務局への総合的なサポート及び地元大学・研究機関との連携

神戸における MICE の誘致・開催にあたり、誘致コンサルティング、広報活動の支援、交通機関等関係機関との連絡調整、助成金の申請やユニークベニユーの紹介等、豊富な経験と実績を活かしたサービス提供を行った。

#### ① 「Meet in Kobe」サポート事業等の展開

経済・文化等への波及効果が大きい国際会議の誘致促進のため、MICE 関係団体と連携して、補助金交付をはじめ様々なサービスをパッケージにした国際会議誘致プロモーション「Meet in Kobe」の実施及び主催者のニーズに合わせたサービスメニュー改定を行った。

## ② 地元大学や研究機関との連携

地元大学や研究機関等の先生方と、これまでに構築してきたネットワークにおいて、学内で開催される会議の調査及び総合的な相談窓口として対応を行うとともに、大学が独自に国際会議を誘致・開催する場合にも、誘致コンサルティングや補助制度の活用、会議開催に関するノウハウの提供、ワイン等の物資の提供等、サポートを行った。

・平成 29 年に市内大学で開催された会議の支援件数：

207 件（神戸大学 137 件、理化学研究所 46 件、甲南大学 13 件、その他 11 件）

## (6) 広報・宣伝の強化

国際 MICE の誘致力強化のため、MICE 主催者向けホームページのリニューアルを行うとともに、神戸の MICE を象徴するタグラインやロゴを作成し、MICE 都市神戸のイメージ統一とブランド力の強化を図る取り組みを開始した。また、海外 MICE 主催者向けのメールマガジンを作成し、神戸の最新情報の配信を行った。

・ホームページリニューアルによる数値上昇

閲覧者数 : 150%増 (13,076 ユーザー ← 8,761 ユーザー)

ページビュー : 200%増 (40,973 ページ ← 19,678 ページ)

・メールマガジン配信対象者・回数・開封率

配信対象者 : 約 200 名 (海外 MICE 主催者、プランナー、メディア)

配信回数 : 5 回 (平成 29 年 11 月開始)

平均開封率 : 28% (一般的なメールマガジン開封率は 10%程度)

さらに、プレスリリースによるメディアへの定期的な情報提供や大型 MICE 開催時の歓迎バナーの掲出等を通じて、広く市民に MICE を広報し、市民の MICE に対するホスピタリティの醸成及び MICE 都市神戸としての知名度向上に努めた。

## (7) 自主事業の企画・運営

### ① OCEANS' 18 MTS/IEEE Kobe / Techno-Ocean 2018」の開催準備

日本で唯一定期的（隔年）に開催している海洋の科学技術に関する総合的な国際コンベンション「Techno-Ocean」とアメリカの IEEE/Ocean Engineering Society と Marine Technology Society が主催する国際コンベンション「OCEANS」の合同開催に向け、実行委員会事務局業務を担い企画や準備業務を行った。

### ② 「テクノオーシャン・ネットワーク」事業の実施

海洋分野の産学官関係者のネットワーク構築や広く市民の海洋についての理解を深めるため、セミナーやワークショップを実施した。

## 6. 国際会議場、国際展示場の管理・運営

### (1) 利便性向上の取り組み

新しい MICE ブランドを構築するため、コンソーシアムの構成団体である日本コンベンションサービスの国際性と神戸ポートピアホテルの高品質なおもてなしを併せて、これまでにない新しいオペレーションスタイルの展開を図った。さらに、コンソーシアム構成団体によるメンバー会議を組織し、接客サービス向上のための取り組みや危機管理対策等を協議した。

具体的な取り組みとして、さまざまな研修の実施やユニークベニューの視察を行うほか、主催者サポートの取り組みとして、神戸開港 150 年記念事業実行委員会等が主催する「神戸開港 150 年記念式典・祝賀会」の事務局業務を受託し、会議の成功に貢献した。

(2) 施設の魅力向上と維持管理に向けた取り組み

来場者の視点に立ち、スマートフォンやタブレットなど通常使われている様々な機器で施設の情報を閲覧できるようにするとともに、英語ページの充実により、海外に向けた情報発信を行うため、国際会議場と国際展示場の施設案内ホームページを更新した。

また、国際会議場において、医学会などの開催時における多様なニーズに対応するため、映像機器の更新を順次実施しており、平成 29 年度は 4 階会議室のプロジェクター（3 台）を更新した。

(3) 神戸コンベンションセンター協議会事業の展開

国際会議等の神戸開催を歓迎するとともに MICE を通じた地域の活性化に寄与するため、神戸コンベンションセンター協議会を組織し、会議参加者の利便性向上を図るため、ポートライナー記念乗車券を作成・販売した。

(4) 利用実績

① 神戸国際会議場の利用実績

| 項 目           |      | 平成 29 年度 | 平成 28 年度 | 増△減      |
|---------------|------|----------|----------|----------|
| 件 数<br>(件)    | 国際会議 | 30       | 60       | △30      |
|               | 国内会議 | 238      | 196      | 42       |
|               | 合 計  | 268      | 256      | 12       |
| 参加のべ人員<br>(人) | 国際会議 | 129,827  | 255,684  | △125,857 |
|               | 国内会議 | 80,918   | 54,892   | 26,026   |
|               | 合 計  | 210,745  | 310,576  | △99,831  |

② 神戸国際展示場の利用実績

| 項 目        | 平成 29 年度 | 平成 28 年度 | 増△減      |
|------------|----------|----------|----------|
| 件 数 (件)    | 160      | 185      | △25      |
| 日 数 (日)    | 263      | 280      | △17      |
| 参加のべ人員 (人) | 784,689  | 891,363  | △106,674 |

7. 観光関連施設の管理・運営

(1) 有馬温泉 4 施設の管理運営

指定管理者として、有馬の外湯「金の湯」、「銀の湯」に加え、有馬の歴史を紹介する資料館「太閤の湯殿館」及び「有馬の工房」（有馬温泉観光交流センター）の 4 施設の管理運営を行い、利用者へのサービス向上を図るとともに、観光客の回遊性、利便性の向上に努めた。

また、金の湯では、シューズロッカーの一部をエントランスへ移設することにより、お客様が入館してから靴を脱ぎ券売機に至るまでの導線の向上を図った。



利用実績 (単位：人)

| 項 目                   | 平成 29 年度         | 平成 28 年度         | 増△減            |
|-----------------------|------------------|------------------|----------------|
| 金の湯                   | 291,771          | 284,116          | 7,655          |
| 銀の湯                   | 117,294          | 111,821          | 5,473          |
| 有馬の工房<br>( ) 内は有料入場者数 | 108,655<br>(753) | 100,098<br>(833) | 8,557<br>(△80) |
| 太閤の湯殿館                | 12,625           | 13,407           | △782           |

(2) 萌黄の館の管理・運営

北野観光の核として国指定重要文化財である「萌黄の館」を民間所有者から借り受けて公開し、隣接する「風見鶏の館」とも連携をとりながら、北野を訪れる観光客へのサービス向上を図った。

利用実績 (単位：人)

| 区分  | 平成29年度  | 平成 28 年度 | 増△減    |
|-----|---------|----------|--------|
| 有 料 | 131,256 | 118,539  | 12,717 |
| 無 料 | 29,801  | 28,402   | 1,399  |
| 合 計 | 161,057 | 146,941  | 14,116 |

(3) 須磨海浜水族園の管理・運営

須磨海浜水族園では、共同事業体（代表企業：㈱ウエスコ（現在は㈱アクアメントに組織改編）、構成企業：㈱名鉄インプレス、㈱アクアート、当団体）の構成団体の一員として、民間企業と共に、長年蓄積してきた施設の管理・運営ノウハウを発揮し、利用者にサービス提供を行った。

8. ポートピア 81 記念基金による補助事業

国際交流と地域経済・文化の発展向上を目的として、「日本麻酔科学会 第 64 回学術集会」「国際測地学協会及び国際地震学会・地球内部物理学協会合同学術総会」「第 38 回国際ウミガメシンポジウム」などの国際会議等への補助を行った。

補助件数 29 件 補助額 50,329,768 円