

令和 2 年度 事業計画 (当初)

観光の側面からの地域経済の発展に向け、インバウンド戦略、国内旅行戦略に基づき、「滞在型国際観光都市～暮らすように旅する神戸～」の実現に向けた取り組みを進める。そのためには、神戸観光局が先頭に立ち、継続的なデータ収集・分析を行い、ニーズの把握に努め、神戸全体でまちの魅力・変化を創り出していかなければならない。

特に、ゴールドenspportsイヤーズの中核となる東京 2020 オリンピック・パラリンピックの開催を迎える令和 2 年度は、「魅力的な観光資源の集積」「広域連携・プラスワントリップの推進」「首都圏、欧米豪に向けた神戸の露出強化」の 3 つを重点取組課題とし、マーケティングによる観光事業の総合展開、M I C E 誘致・施設運営、フィルムオフィス事業、および港湾振興事業を積極的に推進していく。

1. 魅力的な観光資源の集積

(1) 体験型プログラムの造成

神戸の食・自然・歴史的背景やナイトタイムの楽しみ方等を取り入れ、体験型プログラムを造成するとともに、特別感・上質感を味わうことができる「おとな旅・神戸」を継続実施する。また、「ナイトタイムエコノミー」「六甲・摩耶の活性化」等をテーマとして、新事業の提案を民間から募集・選定し、「公民共創事業」として協働で実施する。

さらに、満足度を高めるために、ガイド育成にも重点を置き、地域の魅力向上、滞在時間増加に伴う地域経済の活性化を促していく。

(2) ゴルフツーリズムの推進

訪日外国人の滞在型観光を推進するため、ゴルフ場、宿泊施設、旅行会社等の関連事業者および近隣市を含めた連携のもと、プロモーションや受入環境整備支援を行う。

(3) アニメを活用した誘客プロモーション

アニメやゲームなどの舞台を「聖地巡礼」として訪れるアニメツーリズムが各地で展開されている中、市内の風景が登場するアニメの映画公開にあわせ、スタンプラリーの実施や街の風景にキャラクターが現れるアプリ等により市内回遊性の向上を目指し、神戸限定イラストの作成、宿泊客への限定グッズの提供などにより誘客を推進する。

(4) ユニークベニュー・アフターM I C E プログラム開発の推進

高いニーズがある、「体験プログラム」、「文化体験」、「チームビルディング」を含めた独自のユニークベニュー・アフターM I C E プログラムの開発および現存プログラムのブラッシュアップを行い、主催者・参加者に対して、さらなる誘致促進に努める。

(5) インセンティブツアー誘致の推進

現地海外拠点を活用し、ツアーを検討する企業等に営業を行い、海外キーパーソンの

招聘・神戸視察ツアーの実施等、誘致促進に努める。また、東京 2020 オリンピック・パラリンピックに関連する訪日インセンティブツアー等の誘致を推進する。

(6) クルーズ客船の受入

入港手続きの円滑化等、客船のスムーズな受け入れに努めるとともに、入出港時の歓迎行事等によるおもてなし向上に努める。また、臨時観光案内所、両替所等の開設やシャトルバスの運行等を実施する。

加えて、船会社等に対して神戸市内を巡る寄港地観光プログラムの販売を働きかけ、神戸港の魅力を伝える。

(7) 神戸ポートタワー事業

灘五郷すべての酒蔵のお酒を楽しめる「SAKE TARU LOUNGE」の運営をはじめとした、地元クリエイターとの連携事業や集客イベントを実施し、みなと神戸が誇るオリジナル・タワーを通じて、神戸のまちの魅力を世界に発信する。

(8) 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」をはじめ、神戸まつり「サンバストリート」等を継続して開催する。

また、「インフィオラータこうべ」、「北野クリスマスストリート」、「南京町春節祭」、「有馬温泉入初式」、六甲・摩耶におけるイベント等の開催を支援する。

2. 広域連携・プラスワントリップの推進

(1) SNSによるウェブプロモーション

SNSを活用し、神戸の認知度向上とさらなる誘客促進を図る。ターゲットを絞り込み、旅マエでは長期休暇や大型イベントの予約時期にあわせた体験動画の広告を配信するほか、旅ナカでは国内滞在中の外国人に対し、広域周遊を促すタイムリーな情報を配信するなど、神戸の魅力をPRする。

(2) 現地プロモーション・招聘事業の実施等

インバウンド戦略に基づき、海外における商談会、旅行博への参加や旅行会社・メディア等の招聘、神戸海外観光ネットワーク拠点の活用、せとうちDMOや大阪観光局との広域連携等によるプロモーションを実施し、認知度の向上および旅行商品造成の促進を図る。

(3) 神戸海外観光ネットワーク拠点の拡充

ラグビーワールドカップ 2019 において、神戸で試合が多く行われたイギリスの現地メディアや旅行会社への営業を強化するため、せとうちDMOと連携のうえ、イギリスに拠点を設置し、認知度の向上及び誘客の促進を図る。

(4) 航空会社と連携した誘客プロモーション

訪日旅行者の大半を占める東アジアをターゲットに、現地キャラバンを実施するほか、関西国際空港に就航する航空会社と連携し、観光地としての認知度の向上と、利用者に向けたキャンペーンによる誘客促進を図る。

(5) 旅ナカプロモーションの徹底

東京 2020 オリンピック・パラリンピックも見据えながら、「プラスワントリップ」として神戸を選択してもらうために、東京、京都、大阪の空港や新幹線主要駅での露出を強化する。あわせて、京都、大阪の観光案内所やホテルコンシェルジュに神戸の魅力を直接伝え、欧米豪を中心とした訪日外国人に神戸への周遊を働きかけてもらうきっかけとする。

(6) 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」において観光情報の提供を行うとともに、「シティー・ループ一日乗車券」や、訪日外国人向け交通 I C カード「KANSAI ONE PASS」等を販売し、利便性や回遊性の向上を図る。また、市内の主要観光施設で使用できる観光クーポンを引き続き発行する。

3. 首都圏、欧米豪に向けた神戸の露出強化

(1) 公式観光サイトの運営、有力ウェブメディアの活用

国内外に効果的に観光情報を発信するため、公式観光サイトを多言語で運営し、ウェブユーザーの興味・関心や検索キーワードと連携させたウェブ広告を活用する。また、検索結果で公式サイトを上位に表示させる対策を行い、多くのユーザーへ情報を届けていく。さらに、有力ウェブメディアへの広告出稿により、神戸の認知度とイメージの向上を図る。

(2) 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、イメージアップや観光集客等に繋がるよう、「神戸フィルムオフィス」の運営を行う。

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図るとともに、情報番組等へのアプローチを強化し、さらなる魅力の発信に努める。また、今年度は、「神戸フィルムオフィス」設立 20 年を迎えることから、これまでの活動を振り返り、これからの 20 年を見据えた記念事業を実施する。

(3) パブリシティを活用したメディアでの情報発信

首都圏における神戸のブランディング強化を図るため、PR 会社を活用し、メディアへのプロモーションを実施する。ターゲットと合致した有力雑誌とのタイアップによ

るガイドブックの作成や宿泊予約サイトを活用したプロモーションを実施する。

(4) 首都圏・就航都市等への観光プロモーション

近隣自治体や鉄道事業者等と連携し、首都圏に対するプロモーションの強化を行うとともに、神戸空港の就航都市等に対して観光コンテンツのPRを行う。

また、宿泊・観光施設と旅行会社とのマッチング機会を設け、旅行商品の造成に繋げることで、誘客促進を図る。

(5) 教育旅行プロモーション

震災からの復興の過程を学ぶことができる震災学習メニューを組み入れたモデルコース等、神戸教育旅行の魅力を引き続き発信するとともに、教育旅行ワンストップ窓口の運営や、市内事業者とのキャラバン等による誘致活動を実施する。

4. MICE誘致・推進事業

(1) 国内のMICE誘致プロモーション

大学（医学・工学系）や学会・協会、企業等を中心に、関西圏・首都圏をはじめ全国に誘致プロモーションを行う。また、「神戸MICE誘致協議会」や医療産業都市との連携を一層強化し、神戸市全域のMICE誘致に繋げていく。

さらに、ポートピア81記念基金や（公財）中内力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た誘致展開を図る。

(2) 海外のMICE誘致プロモーション

海外へメールマガジンを送付し、神戸の最新情報を発信するとともに、PR動画を活用し、グローバルな神戸MICEブランディングを行う。

また、日本政府観光局と共同し、海外MICE見本市に引き続き出展し、誘致プロモーションを行うとともに、海外バイヤーとの商談、海外コンベンションビューローとの情報交換を図り、継続性を持った関係強化に努める。

その他、首都圏で開催される「国際MICE・エキスポ（IME）」での商談会や海外キーパーソン招聘事業「Meet Japan」に参加し、誘致に努める。

(3) 主催者・事務局のサポート

MICE主催者・事務局に対し、広報活動の支援やユニークベニューの紹介、補助金交付等のサービスをパッケージ化した「Meet in KOBE」の案内といった総合的なサポートを行い、経済効果が大きい国際会議等の誘致促進を図る。

また、地元大学・研究機関等の先生方の相談窓口としてアドバイスを行う等、大学独自の国際会議等の誘致や開催の支援を行う。

さらに、マスコミへの定期的な情報提供や大型MICE開催時のバナー掲示等により市民への広報を行い、MICEに対するおもてなしの醸成に努める。

(4) M I C Eの主催・共催

海洋科学技術に関する国際コンベンションとして日本で唯一定期開催されている「Techno-Ocean」等、まちの魅力や施策の発信につながるテーマの展示会等を主催・共催することにより、神戸への集客に資する。あわせて、運営ノウハウを蓄積し、神戸で開催されるM I C Eの主催者、参加者サポートに活かす。

5. 港湾振興事業

関係諸団体と連携しながら、神戸港オリエンテーションや神戸港案内業務等のポートセールスを実施し、神戸港の活性化を図る。

また、「みなとこうべ海上花火大会」、「神戸港ボート天国」、「神戸港カッターレース」等の市民と港を結ぶイベントを実施し、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。

6. 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、引き続き大型M I C E等の誘致に努めるとともに、それぞれの強みを活かし安定した管理・運営を行い、コンベンション関係業界の活性化に努める。

また、安全・安心を最優先に快適で効率的な施設の維持管理に努め、施設の魅力および利便性向上を図るため、施設の調度や機材の更新等、必要な投資を行う。

(2) 有馬温泉4施設

有馬の外湯「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」、「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

神戸ポートタワー、須磨ヨットハーバー、神戸ポートターミナル・中突堤旅客ターミナル等、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。