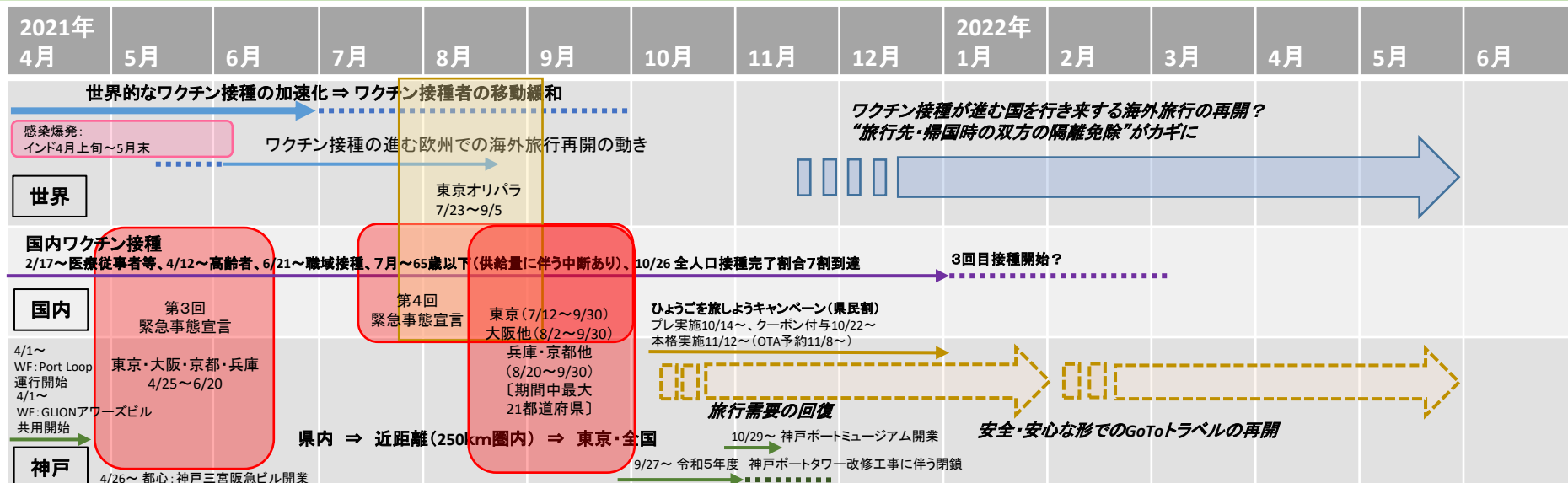


## 【趣旨】

長期化している「Withコロナ期」において、2021年度の神戸観光局の主要な柱(テーマ)と梁(事業)をまとめる。

※このロードマップでは、神戸観光局の事業の中から「Withコロナ期」に新規・拡充する事業を抜粋している。

## 国内外の動向



## 【ロードマップ 4つの柱】

### 1. 近距離マーケットの開拓

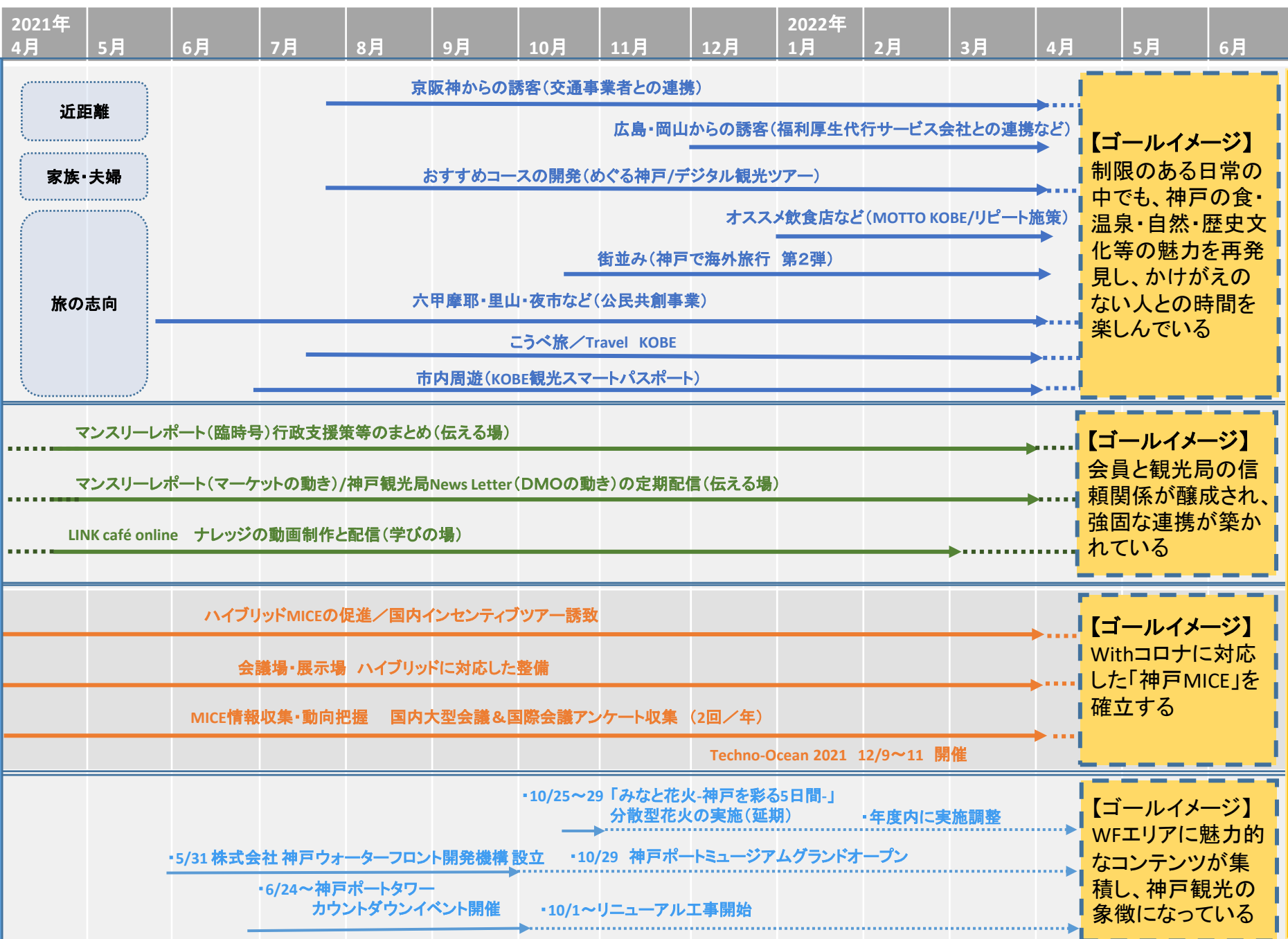
○withコロナの実態に合った誘致施策を実施

250km圏内(車で3h以内)  
×  
家族・夫婦  
×  
(withコロナ)旅の志向

※(withコロナ)旅の志向・・・  
食・温泉・宿に加え、自然アウトドア化

- ・「誰に」「何を」「どのように」を意識した施策実施
- ・コロナ後を見据えた「神戸の魅力再発見」と「神戸愛の向上」の機会としての位置付け

## 神戸観光局



コロナ後を見据えて

# 【事業内容説明】

## 1.近距離マーケットの開拓

### 近距離

・京阪神からの誘客(交通事業者との連携)

:三都連携で実施する「ICOCAポイントを付与するスタンプラリー」【冬季予定】や「ちょこっと関西歴史たび」【12月上旬予定】、「沿線情報誌への特集記事掲載【10月号】」など近畿圏をメインターゲットとする誘客策を展開する。

・広島・岡山からの誘客(福利厚生代行サービス会社との連携など)

:福利厚生代行サービス会社と連携し、広島や岡山在勤者への宿泊補助制度の実施や、KOBEO観光スマートパスをフックにした誘客キャンペーンを実施する。【12月上旬予定】

### 家族夫婦

・おすすめコースの開発(めぐる神戸/デジタル観光ツアー)

:観光アプリ「SpotTour」を活用し、「〇〇がおすすめするスポット」など市内を周遊するためのコースを数多く作成・発信することで、観光客の周遊促進や地域の魅力発信などにつなげていく。【8/5開始】

### 旅の志向

・オススメ飲食店など(MOTTO KOBEO/リピーター施策)

:神戸観光のリピーターにおすすめしたい飲食店や観光施設等を掲載した冊子・WEBページを制作し、神戸への再訪意欲を高めていく。【1月開始予定】

・街並み(神戸で海外旅行 第2弾)

:昨年度実施した「神戸で海外旅行」キャンペーンに引き続き、コンセプト動画や特集ページの作成、各種キャンペーンを実施することで、異国情緒あふれる神戸を海外旅行気分が味わえる近場の旅行先としてリブランディングし、国内旅行マーケットの深耕を図っていく。【10/19開始】

・六甲摩耶・里山・夜市等商品開発(公民共創事業)  
・こうべ旅/Travel KOBEO

: Withコロナ時代における新たな観光コンテンツ事業だけでなく、神戸らしさを生かした滞在型観光の促進に資する「神戸夜市の開催」事業を別枠で支援する。【各事業を6月～年度末に順次実施】

・KOBEO観光スマートパスポート

:「神戸らしさ」を存分に堪能できる特別感や上質感のある体験型プログラムを、年間を通して観光局が自ら造成・販売し、宿泊連携も図りながら滞在型観光を促進していく。【7/14販売開始】

:昨年度好評であったスマートフォンを提示することで、市内の観光施設等がフリーパスで利用できる電子チケットを、実施内容を見直して引き続き販売することにより、観光客の回遊性を高める。【7/1販売開始】

## 2.情報プラットフォーム機能の強化

【伝える場】  
マーケットの動き  
DMOの動き  
行政支援策

:行政からリリースされるコロナ関連支援策等を集約して、タイムリーかつ分かりやすく発信し、側面的に会員の事業支援を行う。マンスリーレポート月次号・神戸観光局ニュースレターの制作も継続していく。

【学びの場】  
LINK café online

:神戸観光局の会員間におけるオンライン上の情報交換・交流の場としたLink café onlineを定期的実施。会員各位の取り組みや強みを収録し、配信して共有することで、新たに得られた気づきを各業務に生かしていただき、神戸観光全体の底上げを図っていく。

## 3.新たなビジネスイベントの開発

ハイブリッドMICEの促進

:少しでも神戸に参加者が来ていただくため、ハイブリッドMICEに対して支援を行い、開催促進を図る。

会議場・展示場  
ネットワークインフラ整備検討

:オンラインを活用したMICE開催が主流となる中で、主催者のニーズを捉え、ネットワークインフラの増強など、ハイブリッド会議に適した施設整備を行う。

MICE情報収集・情報発信

:国内主要医学会(約20件)と、ターゲット化している国際会議(約10件)に対して、MICE動向のアンケート収集に努める。また、国内外への誘致活動の再開と共に、情報発信も積極的に行う。

## 4.ウォーターフロント(WF)エリアの価値向上

新しい分散型花火イベント  
の開催

:感染症の影響がある中で、観光面での経済効果をはかり、ウォーターフロントエリアの賑わい創出を目的として、小規模分散型の花火イベントを開催する。(令和3年10月25日～29日の小規模花火(10分程度)打ち上げは延期、年度内での実施を検討)

エリアマネジメント会社との  
協業

:再開発が進むウォーターフロントエリアにおいて、マネジメントや地域活性化の先導的役割を担う株式会社神戸ウォーターフロント開発機構が令和3年5月31日に設立。代表取締役には神戸観光局副会長の岡口憲義が就任。また、港湾振興部担当職員も出向し、まちづくりに関わっていく。

神戸ポートタワー・カウントダ  
ウンイベント

:大規模リニューアル工事に伴い、昭和38年の開業からこれまでの歩みを時代の流れとともに振り返り、未来につながる輝かしい再生となるよう思いを込めて、様々な取り組みを実施し、神戸ポートタワーは令和3年9月26日で営業を終了。  
第1弾:モザイク観覧車にメッセージ掲示(6/26～9/26)、第2弾:ポートタワー検定とSNS写真コンテスト、第3弾:ポートタワー写真展(7/31～9/26)、ファイナルイベント(9/26)等