

## 令和2年度事業報告

### 事業関係

#### 1. 感染防止対策

##### (1) 安全・安心な神戸観光の発信（感染防止対策「神戸観光局モデル」の実施）

新型コロナウイルスの感染が拡大する中、神戸全体が安全・安心であることをPRするため、観光施設及び宿泊施設が取り組む感染症対策の見える化を図る「感染防止対策取り組み宣言」を作成し、各施設で掲示を行うとともに、神戸観光局のホームページやSNSを活用して神戸の観光及び宿泊施設の安全・安心を発信した。

あわせて、会員間の情報共有、地域一体となった感染防止対策の向上を図るため、神戸市の保健師を講師に招き、感染対策についてのオンラインセミナーを実施するとともに各会員の感染症対策を実際に施設に行き、見学する相互交流研修を実施した。

##### ① 「感染防止対策取り組み宣言」の実施

- ・参画施設：189施設
- ・神戸新聞・毎日新聞・産経新聞・日経新聞・朝日新聞等の各種メディアに掲載

##### ② オンラインセミナーの実施（Youtube配信）

- ・配信期間：令和2年7月27日（月）～8月7日（金）（再生回数489回）  
令和2年8月17日（月）～26日（水）（再生回数155回）

##### ③ 相互交流研修の実施

- ・研修日：令和2年7月27日（月）、7月31日（金）
- ・参加施設：27施設
- ・見学施設：14施設（宿泊9施設、観光5施設）

##### (2) 管理施設における感染防止対策の徹底

神戸国際会議場・展示場や有馬温泉金の湯・銀の湯、神戸ポートタワー等、神戸観光局が管理する施設における、職員のマスク着用・手洗いの実施等を徹底するとともに、感染防止ガイドラインに沿った施設運営を行った。

#### 2. 情報プラットフォーム機能の強化

##### (1) 観光地域マーケティングの推進

With コロナ期に注力する柱を固めた「神戸観光局 With コロナ期ロードマップ」の策定や、感染者の増減にともない宿泊動向が大きく変化する中、OTAデータや観光統計情報を定量的に把握・分析、マーケティング情報やコロナ禍の事業者支援策を適宜更新し、会員向けに「マンスリーレポート」をタイムリーに発信した。

##### (2) 情報ハブ機能による会員支援

コロナ禍におけるDMOの情報プラットフォームを強めていくため、「神戸観光 Link café online」として、多種多様な業界の枠を超えた会員間の学びとなるよう、会員のナレッジを取材して動画制作し、会員限定に配信した。

### 3. ローカルマーケットの開拓

#### (1) 神戸の魅力を再発見する

##### ① 五感で神戸 ～Feel KOBE at home～ キャンペーン

1回目の緊急事態宣言に伴う外出自粛期間中、自宅にいながら神戸を五感で楽しんでもらうためのウェブサイトを開設し、神戸ならではの山と海の景色（視覚）、日本酒（嗅覚）、JAZZ（聴覚）といったコンテンツや商品等を紹介した。

あわせて、SNS キャンペーンを実施し、抽選で神戸を五感で楽しめるギフトセットをプレゼントした。

##### ② 神戸で海外旅行 キャンペーン

渡航制限で海外旅行が困難になる中、神戸で海外旅行気分を味わえるスポットを紹介したウェブサイトを開設した。

あわせて、神戸への訪問を促すため、海外気分を味わえるスポットの投稿により周遊クーポンをプレゼントする SNS キャンペーンを実施した。

#### (2) 神戸のまちで泊まる・巡る

##### ① STAY at KOBE ～神戸に泊まって応援キャンペーン～

神戸市観光・ホテル旅館協会会員施設で利用可能な宿泊及び食事券を半額で販売し、新型コロナウイルス感染症の影響で利用が落ち込む観光・宿泊業への需要喚起、及び新型コロナウイルス感染症とたたかう医療従事者への支援を行った。（神戸市観光・ホテル旅館協会事業）

・応募期間：令和2年6月9日（火）～6月23日（火）

・実績：発行数1,934枚（応募枚数は152,464枚）

医療従事者応援ファンドへの寄付額 1,934,000円

##### ② KOBE観光スマートパスポート

市内60施設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販売し、観光施設の利用促進と回遊性の向上に努めた。なお、市民に向けては割引価格で販売した。

・券種 1Dayパスポート 2,000円（市民向けに1,000円で割引販売）

2Dayパスポート 2,700円

・販売・使用期間 令和2年7月21日（火）～令和3年2月28日（日）

・販売状況 (単位：枚)

期間	1 Day (一般販売)	2 Day (一般販売)	市民1 Day (抽選)	市民1 Day (市補正助加分)	合計
限定枚数	2,000	2,000	3,000	10,000	17,000
販売枚数	2,000	1,987	1,836	3,584	9,407

##### ③ 六甲山～有馬温泉 アート・ナイト・プロジェクト

六甲ミーツ・アートと連携し、夜間に鑑賞できる作品を有馬温泉にも設置することなどにより、六甲山～有馬温泉エリアにおける滞在型観光とナイトタイムエコノミーを推進した。

・六甲山ナイトタイム来場者推計（計：六甲ガーデンテラス, 高山植物園, オルゴールミュージアム）

27,133人（昨年27,660人）※前年対比98.1%

#### ④ 公民共創事業

With コロナの時代に必要で、観光課題の解決や地域創生に資する新事業の提案を民間から募集する「公民共創事業」を実施した。六甲山でのワーケーションやオンラインツアーなどに取り組む5事業者を選定し、協働で事業を展開した。

#### ⑤ 体験型プログラムの造成

神戸の食・自然・歴史的背景等の楽しみ方等を取り入れた体験型プログラムを造成するとともに、ガイド育成にも取り組み、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進した。

#### ⑥ アニメを活用した誘客プロモーション

市内の風景が登場するアニメ映画の公開にあわせたスタンプラリー、まちの風景にキャラクターが現れるアプリ配信や飲食店での限定メニュー提供等を実施し、市内回遊性の向上を図った。

#### ⑦ ゴルフツーリズムの推進

ゴルフは自然の中で、密を比較的避けて楽しめるレクリエーションコンテンツであり、市街地からゴルフ場へのアクセス良好な神戸ならではの魅力をもとに、近隣の三木市との連携、神戸・兵庫ゴルフツーリズム協議会内で造成したゴルフ旅行商品の販売を始めとした国内ゴルファーの誘客を図る取り組みを行った。

#### ⑧ 観光案内所の運営等

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、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・ルーパー日乗車券」及び市内の主要観光施設で使用できる観光クーポン等を販売し、観光客の利便性や回遊性の向上を図った。

- ・案内件数 63,853 人（三宮 42,781 人、新神戸 12,277 人、北野 8,795 人）  
前年度比 19.1%

### (3) 神戸の露出強化

#### ① 神戸公式観光ホームページ・SNS の運営

国内外に効果的に神戸の観光情報を発信するため、公式観光ホームページや SNS の運用を継続した。ホームページでは、ページの更新性を上げユーザーの興味関心を惹きつけるために、コラム記事コンテンツの作りこみと掲載を行ったほか、ウェブ検索結果で神戸公式観光ホームページを上位に表示させる対策（SEO 対策）を行った。

SNS では既存フォロワーに向けた密な投稿によるファンの獲得に加えて、ユーザーのエリアや興味・関心をもとにしたターゲティング広告（Facebook/Instagram）や、検索キーワード広告（Google）の内製化を本格的に実施し、費用対効果の高い情報発信を行った。

#### ② 積極的な誘客プロモーションの実施

東京に拠点を構える PR 会社と連携したメディアリレーションを活用し、旬な神戸の情報のリリース配信や TV、雑誌などの有力メディアへの露出を展開した。

また、神戸空港の利用促進として就航都市先の旅行会社に神戸観光の旅行商品造成及び販売促進を働きかけたほか、札幌、青森では現地のテレビ番組、新聞、雑誌、イベント等での露出により神戸誘客プロモーションを実施した。

### ③ 教育旅行プロモーション

新型コロナウイルス感染拡大の影響により、例年実施してきたリアルプロモーションを、ダイレクトメールやオンライン商談会に切り替え、近畿圏や首都圏の大手旅行会社をメインとした誘客に努めた。

また、迅速な対応を行うための「教育旅行ワンストップ窓口」を引き続き運営するとともに、教育旅行のホームページをリニューアルするなど、学校関係者や旅行会社の利便性の向上を図った。

### ④ インバウンドプロモーションの実施

新型コロナウイルス収束後のインバウンド再開に向けて、海外との往来を伴わない、SNS等のウェブや各種メディア媒体、また神戸海外観光ネットワーク拠点（タイ、台湾、フランス）を活用し、観光再開の際に神戸への旅行を想起させる内容の発信等を中心にプロモーションを実施した。

その他、他府県と連携したプロモーションや、航空会社を活用したプロモーションを実施し、一般消費者に対して旅行先としての神戸の認知向上を図った。

## (4) その他の実施事業

### ① 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、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ったほか、各種イベントを実施した。

### ② プライベートガイドツアーコンテンツの造成等

「otomo(株)」と瀬戸内7県における広域連携DMOである「せとうちDMO」と連携し、24時間前まで受付が可能なプライベートツアーを造成した。またガイド人材の育成を目的とした「プライベートガイド講座」を開催するなど、国際観光都市・神戸における旅行者の体験向上と観光振興を通じた地域経済の活性化を図った。

### ③ 神戸ルミナリエ代替の取り組み

第26回神戸ルミナリエは中止となったが、密の回避に配慮しながら、阪神・淡路大震災の犠牲者の鎮魂と来年の神戸ルミナリエ開催への願いを込め、代替の取り組みを行った。東遊園地に神戸ルミナリエ作品「カッサアルモニカ」を展示するとともに、「1. 17希望の灯り」及び芝生広場の周辺樹木に光の装飾を施した。

「光の装飾」開催期間：令和2年12月4日（金）～12月13日（日）

### ④ オンライン南京町春節祭

集客イベントからオンラインに変更して開催した。南京町では、懐かしい映像や写真を交えながら、創生期を知るメンバーが座談会形式で秘話を披露する「春節祭誕生物語」などの動画コンテンツを公開した。北野異人館街では、無観客・オンライン配信による獅子舞、中国舞踊などのステージを実施し、今後の来神や地域の魅力の再発見につながる発信を行った。

・2021 南京町春節祭：令和3年2月11日（祝・木）～14日（日）

・神戸北野春節祭：令和3年2月11日（祝・木）・13日（土）・14日（日）

## (5) フィルムオフィス事業

### ① 撮影支援活動

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。

また、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い、撮影時における感染防止ガイドラインの遵守を促し、周辺地域の住民にも安心してロケ・撮影を受け入れてもらえる環境づくりを行った。

#### (ア) 撮影支援件数

映画 6 件、TV・WEB ドラマ 8 件、TV・WEB 番組 69 件、CM その他 40 件 合計 123 件

#### (イ) 主な支援作品

##### (a) 映画

- ・「ザ・ファブル 殺さない殺し屋」(配給：松竹 令和 3 年 6 月 18 日公開)

##### (b) TV・WEB ドラマ

- ・「海と日本プロジェクト in ひょうご「ひょうご海ライブ 2020」」(サンテレビ：令和 2 年 5 月 13 日放送)
- ・「閻魔堂沙羅の推理奇譚」(NHK：令和 2 年 10 月 31 日～毎週土曜日放送 全 8 話)
- ・「DIVER-特殊潜入班」(関西テレビ：令和 2 年 9 月 22 日～毎週木曜日放送 全 5 話)

##### (c) TV・WEB 番組

- ・「じよんのび日本遺産」(TBS：令和 2 年 10 月 4 日放送)
- ・「遠くへ行きたい」(日本テレビ：令和 2 年 12 月 13 日放送)
- ・「しあわせ運べるように被災地をつなぐ心の歌」(NHK 総合：令和 2 年 3 月 13 日)

### ② 情報発信の強化

神戸で撮影された作品を活用して、公開時期に合わせて集中的に連携プロモーションを展開することにより、ロケ地としての神戸の魅力を広く発信した。

#### (ア) 「思い、思われ、ふり、ふられ」電車でロケ地を巡る

date.KOBE プロジェクトと連携し、映画ロケ地デートマップをホームページや SNS で広く発信した。また神戸市交通局、阪神電車沿線各駅でロケ地マップを配布した。

#### (イ) 「スパイの妻」のロケ地巡り

- ・リアルツアー：「おとな旅・神戸」で 4 回実施
- ・ビデオツアー：HIS、「おとな旅・神戸」オンライン販売

#### (ウ) 「名も無き世界のエンドロール」のロケ地マップを作成配布

- ・兵庫県(神戸市・南あわじ市・丹波市・三田市)と岡山県でのロケ地を紹介
- ・ロケ地 AR イベント(神戸市 4 ヶ所、南あわじ市 1 ヶ所)

### ③ 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。

### ④ 神戸フィルムオフィス設立 20 周年記念事業

#### (ア) 記念誌の発行

映画、ドラマを含む映像製作関係者の声から、神戸フィルムオフィスの役割、意義、課題、市民の方からの期待などを掬いあげ、それらが Civic Pride の醸成の一助になるよう、“読み物”として 2 万部作成した。

#### (イ) 上映会の実施

この 20 年間に神戸で撮影された映画を、撮影関係者及び市民とふり返ることで、今後のフィルムオフィスの活動の目標や課題を新たにするとともに神戸の映画文化の振興を図った。

### 4. 新たなビジネスイベントの開発

#### (1) 新たなMICEスタイルの実施

令和2年度は、新型コロナウイルスの影響により、オンラインを併用したハイブリッド形式での会議開催が主流になる中、ビューローが主催する Meet in Kobe 事業説明会をハイブリッド形式で開催した。そこから見えてきた主催者の課題を解決するため、全国的にもいち早く「ハイブリッド会議開催支援助成金」を創出し、安心・安全な MICE 開催を促進した。

また、誘致においては、メール及びオンラインを活用しながら、これまで培ってきたネットワークを通じて積極的に情報を収集し、国際会議誘致でのオンラインプレゼンテーションを実施し、誘致成功に至った。

#### (2) 国内の MICE 誘致プロモーション活動

首都圏、関西圏をはじめとした主催者へのメールおよびオンラインミーティング等を活用しながら、神戸への誘致プロモーション活動を行った。

また、市内8ホテル及び当法人で構成する「神戸 MICE 誘致協議会」の連携を強め、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、大規模な会議・大会・展示会の誘致に努めた。

・令和2年度 市内 MICE 施設への誘致件数：167 件

#### (3) 海外の MICE 誘致プロモーション活動

新型コロナウイルスによる渡航制限により、オンライン商談会での誘致プロモーション活動、ICCA（国際会議協会）の案件データベースを活用した誘致営業を積極的に行った。

また ICCA 総会にオンライン参加し、With コロナ時代の国際 MICE に関する最新トレンド情報の収集と他都市との意見交換に努めた。

[オンライン商談会等への出展]

##### ① 第30回国際 MICE エキスポ（IME2021）

会 期：令和3年2月24日（水）～26日（金）

参 加 者：バイヤー246名、出展者81団体

商談件数：15件

##### ② 国際会議キーパーソン招聘事業（Meet Japan）商談会

会 期：令和3年1月29日（金）～2月4日（木）

参 加 者：キーパーソン15団体、出展者10団体

商談件数：13件

③ ICCA 総会

会 期：令和2年11月1（日）～3日（火）  
会 場：台湾・高雄（オンライン参加）  
参 加 者：1,500名以上（世界79カ国より参加）

④ ICCA Asia Pacific Chapter Summit 2020

会 期：令和2年12月15（火）～16日（水）  
会 場：パシフィコ横浜（オンライン参加）  
参 加 者：294名（うち海外57名）

(4) インセンティブツアー誘致の推進

新型コロナウイルスの感染拡大により、アジア各国で都市封鎖（ロックダウン）や移動制限、海外渡航の禁止等の措置が執られる中、海外拠点（在シンガポール）を活用した営業活動を展開した。

また、これまで海外ツアーを組んでいた国内の企業が、開催地を国内へ変更している流れを捉えて、国内企業・旅行代理店への積極的なセールス活動を展開した。

(5) 神戸国際会議場・神戸国際展示場の誘致営業活動

新型コロナウイルスによる閉館やその後の催事中止、延期等の対応に加えて、他都市から開催地を変更する学会への対応等を行いながら、長期的な大型医学会の誘致営業活動を行った。

- ・令和2年度 神戸国際会議場・神戸国際展示場への誘致件数：102件
- ・令和2年度 神戸国際会議場・神戸国際展示場での開催件数：358件  
(目標件数：440件)

(6) 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

従来までの「Meet in Kobe」サポート事業に加え、新型コロナウイルス禍において変化している主催者・事務局のニーズを捉えたサポートに努めた。

① 「Meet in Kobe」サポート事業等の展開

海外から参加国数・参加者数等について、一定の基準を満たす国際会議に対して、補助金の交付、市内施設割引クーポンの提供等、12項目のサービスを提供するMICE誘致プロモーション「Meet in Kobe」を提供した。

② ハイブリッド会議開催支援助成金の創出

現地とオンラインの両方で参加出来るハイブリッド形式の会議の開催に対して、助成金を交付した。

- ・令和2年度 適用件数及び助成金額 4件：12,000千円

③ 地元大学や研究機関との連携

神戸で開催が決定していた案件の中止、延期が多数発生したため、感染状況を注視しつつ大学を訪問、延期日程の対応やハイブリッド開催に向けた開催支援等、主催者の先生方のフォローアップを行った。

#### (7) ユニークベニュー・アフターMICE プログラム開発の推進

既存メニューについては、新型コロナウイルスに対応した内容に見直し、メディカル系やテクニカルサイトツアー等のメニューを新規で創出した。(新規3種類)

- ・メディカルツアープログラム
- ・テクニカルサイトツアー (新明和工業での工場見学等)
- ・世界最長の吊り橋 明石海峡大橋塔頂体験&特別クルージングツアー

#### (8) 広報・宣伝の強化

令和2年度は神戸 MICE ブランディングの集大成を迎え、ホームページ等の広報媒体やプランナーズガイド等の制作物について、全面リニューアルを行った。

海外向け広報については、神戸の新型コロナウイルスに対する取り組み等、メールマガジンの発信頻度を上げ、より積極的に都市の認知度向上・安全性の高さを PR したほか、Meet in Kobe 協賛団体に対しては、神戸市や国の行う新型コロナウイルス救済制度の案内等も実施した。

#### (9) 自主事業の企画・運営

##### ① 「Techno-Ocean2021」の企画・開催準備

令和2年度においては、隔年開催の海洋分野を横断的に網羅する国際コンベンション「Techno-Ocean2020」を新型コロナウイルス感染症拡大の影響を鑑み中止した。次回は2021年12月9日(木)~11日(土)にて、名称を「Techno-Ocean2021」に変更し開催することを決定し、実行委員会事務局として事業内容の企画、開催準備を行った。

##### ② 「テクノオーシャン・ネットワーク (TON)」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ビジネスマッチングの機会創出、青少年を含む市民の海洋への理解促進に資するため、デジタルを活用した最新情報の発信やウェブサイトの新たなコンテンツ作成など、情報発信事業に特化した活動を行った。

## 5. ウォーターフロントエリアの価値向上

#### (1) 神戸港の振興

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、事業の中止や規模縮小を余儀なくされた。

##### ① ポートセールス関連事業

神戸港の港勢拡大を図ることを目的とし、国内外諸港等からの神戸港視察受け入れ等の交流事業、神戸港案内業務等のポートセールス事業を、神戸市や阪神国際港湾株式会社、関連業界団体等と連携して実施した。また、神戸市客船誘致協議会の事務局運営による客船誘致活動や、観光船等の振興に努めた。

- ・国内諸港等の視察受け入れ：1件30名
- ・神戸港案内業務：参加者12件849名
- ・神戸港カレンダーの発行：「神戸港の歴史」1,500部

##### ② 市民と港を結ぶイベント・広報事業

海事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ため、市民と港を結ぶイベントを開催するとともに、ホームページ、SNS等での広報を実施した。



- ・帆船・クルーズ客船等の歓送迎行事  
実施回数：3回（クルーズ客船）  
※寄港回数：19回（帆船）

③ with コロナ新規事業

- (ア) 練習船5隻同時入港記念スタンプラリー（非接触型）&フォトコンテスト
  - ・開催日：令和2年9月25日（金）～10月2日（金）
  - ・場 所：ウォーターフロントエリア（新港第1・第2・第4突堤，観光船）
  - ・参加者：339名（スタンプラリー）／424点（フォトコンテスト応募作品数）
- (イ) Global Rainbow @Kobe 2020
  - ・開催日：令和2年12月4日（金）～13日（日）
  - ・場 所：ウォーターフロントエリア（メリケンパーク周辺）
  - ・参加者：52,140名
- (ウ) Be The Light～神戸メリケンパーク・イルミネーション～
  - ・開催日：令和2年12月18日（金）～27日（日）
  - ・場 所：メリケンパーク周辺
  - ・参加者：24,426名

## 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

① 施設の魅力向上と維持管理に向けた取り組み

国際会議場のネットワーク環境を更新・拡充，さらにプロジェクター及び音響機器の更新により，今後，主流となるオンラインを併用したハイブリッド形式の会議形態に対応可能とした。

また，国際展示場では，催事進行状況の把握及び防犯等，セキュリティの機能向上のため，最新の監視カメラシステムを導入した。

さらにコロナ感染症の拡大防止の一環として，非接触型検温アラームシステム（サイネージ兼用）を導入・提供した。

② 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ている。コロナ禍により参加者は激減したが，マップ等に周辺施設の公式 HP を一括表示する QR コードを引き続き掲載し，参加者の利便性向上を図った。

③ 利用実績

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため，神戸市の対応方針により，4月9日～5月31日を休館とし，6月1日より利用制限等を行ったうえで開館した。感染拡大の懸念等による催事の中止及び延期，縮小が相次ぎ，会議場・展示場のキャンセル件数は138件となった。

(ア) 神戸国際会議場の利用実績

項 目		令和2年度	令和元年度	増△減
件 数 (件)	国際会議	9	30	△ 21
	国内会議	234	291	△ 57
	合 計	243	321	△ 78
参加のべ人員 (人)	国際会議	27,209	360,451	△ 333,242
	国内会議	39,656	137,908	△ 98,252
	合 計	66,865	498,359	△ 431,494

(イ) 神戸国際展示場の利用実績

項 目		令和2年度	令和元年度	増△減
件 数 (件)	国際会議	6	18	△ 12
	国内会議・展示会等	109	147	△ 38
	合 計	115	165	△ 50
参加のべ人員 (人)	国際会議	14,537	245,393	△230,856
	国内会議・展示会等	198,648	429,525	△230,877
	合 計	213,185	674,918	△461,733
日数 (日)		144	251	△107

(2) 有馬温泉4施設

指定管理者として、有馬の外湯「金の湯」、 「銀の湯」に加え、有馬温泉の歴史資料館「太閤の湯殿館」および「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。

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響を大きく受ける結果となった。神戸市の対応方針に従い、休館や時短営業、入場制限を行い、金の湯・銀の湯では、前年度対比で54.2%となった。

利用実績

(単位：人)

項 目	令和2年度	令和元年度	増△減
金の湯	158,833	290,702	△131,869
銀の湯	70,689	132,725	△62,036
有馬の工房 ( )内は有料入場者数	64,314 (314)	113,342 (743)	△49,028 (△429)
太閤の湯殿館	6,073	12,154	△6,081

(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した。

緊急事態宣言による休館（4/9～5/31）の他，営業再開後も入館者は例年の20%程度に落ちこみ，令和2年度の入館者は昨年度の31.5%となった。

利用実績 (単位：人)

区 分	令和2年度	令和元年度	増△減
有 料	34,886	111,137	△76,251
無 料	7,394	22,905	△15,511
合 計	42,280	134,042	△91,762

#### (4) 港湾関連施設

##### ① 神戸ポートタワー

みなと神戸のシンボルとして市民・観光客に親しまれている神戸ポートタワーでは，民間事業者との連携をはじめとした，各種イベントを実施し，集客に努めた。

令和2年度は，新型コロナウイルス感染拡大防止の取り組みとして，神戸市等の要請に従い，5月31日まで臨時休館措置や入場制限，時短営業等を講じた影響により，入場者数は大幅に減少した。

一方，地上1階に，神戸産の原材料にこだわったローカル・ビールを提供し続ける「IN THA DOOR BREWING」を期間限定で出店し，またナイトマーケットの開催等，施設のさらなる魅力向上を図った。

利用実績 (単位：人)

区 分	令和2年度	令和元年度	増△減
有料入場者数	91,239	302,731	△211,492

##### ② 須磨ヨットハーバー

指定管理者である共同運営事業体（代表企業：当法人，構成企業：㈱ヤマハ藤田，当法人）の構成団体の一員として須磨ヨットハーバーの管理運営を行った。

近年，ニーズが高まっている大型艇の受入や，ビジター利用サービスを積極的に行い，利用者の満足度向上及び受け入れ体制強化を図った。また，利用者以外の市民も対象とした飲食店の運営，近隣地域と連携した行事を展開し，海洋思想普及に努めた。

保管艇数 (単位：艇)

項 目	令和2年度	令和元年度	増△減
北ハーバー	5	7	△2
南ハーバー	230	215	15
合 計	235	222	13

ビジター（寄港）艇数

（単位：艇）

項目	令和2年度	令和元年度	増△減
ヨット	83	57	26
モーターボート	113	105	8
合計	196	162	34

③ 旅客ターミナル

指定管理者として、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及び中突堤旅客ターミナルの管理運営を行った。

令和2年度は、新型コロナウイルスによるクルーズ客船の寄港中止が続いたが、旅客ターミナルの安全対策および船社や保健所等と連携した実地訓練を経て、11月より日本籍クルーズ客船の国内クルーズの受入れを再開した。

利用船舶数実績

（単位：隻）

項目	令和2年度	令和元年度	増△減
神戸ポートターミナル	60	94	△34
中突堤旅客ターミナル	3	56	△53
合計	63	150	△87

※神戸ポートターミナルは国際定期貨客フェリーを含む

7. ポートピア81 記念基金による補助事業

令和2年度は、新型コロナウイルスの影響により、当初予定されていた多くの国際会議および大型国内会議が中止・延期もしくはオンライン開催となった。その中で、現地とオンラインを併用したハイブリッド形式等で開催された会議に対して、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。

(1) 国際会議等

○補助件数：6件 合計 16,160千円

(実績)

- ・第49回日本IVR学会総会
- ・第28回日本消化器関連学会週間（JDDW）
- ・第108回日本泌尿器科学会総会
- ・第60回日本核医学会学術総会/第40回日本核医学技術学会総会学術大会
- ・JOSKAS-JOSSM 2020（第12回日本関節鏡・膝・スポーツ整形外科学会・第46回日本整形外科スポーツ医学会学術集会）
- ・第14回プロテインホスファターゼ国際カンファレンス

(2) 大型国内会議

○補助件数：1件 合計 890千円

(実績)

- ・第4回日本リハビリテーション医学会秋季学術集会

合計補助件数 7件 補助額 17,050千円

1. 新型コロナウイルス感染症の拡大による主な中止・延期事業について

- ・インフィオラータこうべ2020  
（元町あなもん4月25～26日、北神戸4月29日、北野坂5月2～4日）
- ・須磨大茶会（4月29日）
- ・第50回神戸まつり「第42回神戸港カッターレース」（5月10日）
- ・第50回神戸まつり「港の行事」（5月15日）
- ・神戸まつり サンバストリート（5月17日）
- ・第36回神戸港ボート天国（7月23日）
- ・Techno-Ocean2020（10月1日～3日）
- ・第50回みなとこうべ海上花火大会（10月31日）
- ・第36回神戸港フォークリフト荷役技能向上大会（11月27日）
- ・第26回神戸ルミナリエ（12月上旬）

2. 新型コロナウイルス感染症の拡大による施設の休業等について

緊急事態宣言（1回目）による休業施設・期間

施 設 名	休業期間
神戸国際会議場	4月9日（木）～5月31日（日）
神戸国際展示場	4月9日（木）～5月31日（日）
神戸市総合インフォメーションセンター	4月10日（金）～5月29日（金）
新神戸駅観光案内所	4月10日（金）～6月18日（木）
北野観光案内所	4月10日（金）～5月31日（日）
有馬本温泉金の湯	4月10日（金）～5月24日（日）
有馬温泉銀の湯	4月10日（金）～5月24日（日）
有馬の工房	4月11日（土）～5月24日（日）
太閤の湯殿館	4月9日（木）～5月24日（日）
萌黄の館	4月9日（木）～5月31日（日）
神戸ポートタワー	3月3日（火）～5月31日（日）

2回目の緊急事態宣言の施設対応は、業種別ガイドライン等の感染防止策を徹底し、感染防止のために必要な措置を講じて、人数制限、利用時間の短縮など新たな基準での運営を行った。

※緊急事態宣言（兵庫県）は、1回目：令和2年4月7日（火）～5月20日（水）  
2回目：令和3年1月14日（木）～2月28日（日）