

令和3年度事業計画

新型コロナウイルス感染症の拡大は、観光業界に多大な影響を及ぼした。ワクチン接種が開始されたところであるが、依然、先行きは不透明な状況にある。このような中、感染拡大防止対策を徹底するとともに、国の動きや社会情勢の変化を見極めながら、with コロナの時代に相応しい取り組みを進めていかなければならない。

観光関連分野においては、近距離マーケットをメインに捉え、自然や温泉も意識した神戸の魅力の再発見、ウォーターフロントエリアの活性化等による魅力の向上に取り組むとともに、神戸愛を醸成する機会とすることで、おもてなしの向上に繋げるほか、SNSのさらなる活用等により、デジタルプロモーションを強化する。

MICE関連分野においては、オンライン中心から対面（リアル）を重視した開催への回帰に向けて、神戸MICEブランドの認知と価値向上に向けた取り組みを進める。

あわせて、継ぎ目なく after コロナにつなげていくために、世界的な移動の再開に備えた取り組みも継続して進め、神戸観光局のありたい姿である「滞在型国際観光都市の実現」「グローバルMICE都市の推進」を目指す。

1. 安全・安心な神戸観光の発信

(1) 感染防止対策「神戸観光局モデル」の継続実施

観光施設・宿泊施設等における感染防止対策を見える化し掲示する「取り組み宣言書」の取り組みを継続するとともに、ホームページなどを活用して神戸観光の安全・安心を発信する。

(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いて、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う。

2. 情報プラットフォーム機能の強化・事業者との協働

(1) 会員事業者に対する情報発信

各種統計資料や海外の動向をマンスリーレポートとして毎月、会員事業者に提供する。あわせて、国・県・市の補正予算や支援・助成制度の概要、感染防止に向けた国等の指針など、必要な情報をマンスリーレポート臨時号として適宜提供する。

また、事業者のニーズをくみ取り、オンラインによる情報提供やマッチング機会の提供を行う。

(2) 公民共創事業

自然をテーマにした取り組みなど、with コロナの時代に合致する、神戸らしさを活かした滞在型観光の促進に資する新事業の提案を事業者から募集・選定し、協働で実施する。

なお、今年度は、ナイトタイムエコノミーの充実を図るため、「神戸夜市の開催」を別枠で支援することにより、神戸観光の夜のにぎわいを創出する。

3. 近距離マーケットを意識した取り組み

(1) 平日の需要喚起による観光需要の底上げ

平日の観光需要の底上げを図るため、近隣からの市内宿泊リピーター獲得に向け、宿泊施設利用 5,000 円ごとに、次回利用できる平日限定の宿泊割引券 1,500 円分を発行する（神戸市施策）。

また、この市施策と連携し、リピーター向けの飲食店や観光施設・スポットを紹介するウェブページや冊子を作成し、SNS での拡散や広告配信を通じて、再訪意欲の喚起につなげる（神戸観光局施策）。

(2) 魅力的な体験型プログラムの造成

食・自然・温泉など魅力のある観光資源を活かし、旅行者が年間を通して手軽に楽しめる利用しやすいプログラムと、付加価値の高い限定的で特別感のあるプログラムを造成することで、神戸への誘客と滞在の長期化を促す。

また、コロナ禍において、山や海などの「自然」を活かした観光コンテンツが嗜好される傾向にあることを踏まえ、六甲山等における自然体験型の取り組みを進めるとともに、市内の風景が登場するアニメの映画公開にあわせ、スタンプラリー等を実施し、市内の回遊性向上を目指す。

(3) K O B E 観光スマートパスポート

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「K O B E 観光スマートパスポート」について、令和 2 年度の状況を参考に実施内容を見直し、引き続き販売することで回遊性の向上に努める。

(4) ゴルフツーリズムの推進

市街地からのアクセスの良さやアフターゴルフの豊富な観光コンテンツを生かし、ゴルフ関係事業者や宿泊施設、近隣市等とともに、ゴルフ旅行商品の造成や受入環境整備を進め、滞在型観光につなげていく。

(5) イベント等の実施・支援、地域観光の振興

感染防止対策に十分留意した上で、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」を実施するとともに、北野、南京町、有馬、六甲・摩耶等におけるイベント等の開催を支援する。

(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」において神戸の観光情報等の提供を行うとともに、委託を受けている「シティー・ループ一日乗車券」や、神戸観光局で発行する神戸街遊券等を販売し、観光客への利便性や回遊性の向上を図る。

4. 観光プロモーションの推進

(1) 公式観光サイトの運営

令和2年度末にリニューアルした公式観光サイトについて、検索結果で公式サイトを上位に表示させるSEO対策を行うとともに、検索キーワードと連携させたコンテンツやコラム記事を掲載するなど、さらなる改善を加え、ユーザーの興味・関心に応じた観光情報をSNSとも連動しながら国内外に効果的に発信する。

(2) SNSによるプロモーション

コロナ禍における社会情勢の変化に応じて、動画によるイメージ訴求からキャンペーン情報まで、適切な情報をターゲットに効果的に発信するほか、プロのライターやインフルエンサーによる投稿を活用するなど、神戸の認知度向上とさらなる誘客促進に向けてSNSによる発信を充実・強化する。

(3) 神戸で海外旅行

令和2年度に、神戸で海外旅行気分を味わうことができるスポットを紹介したウェブサイト「神戸で海外旅行」を開設したが、新たに動画等を作成し、SNSやGoogle広告等を活用したデジタルプロモーションを実施するほか、周遊を促進するキャンペーンの実施などにより誘客を促進する。

(4) with コロナ期における観光プロモーション

with コロナ期を「神戸の魅力再発見」の機会とし、近距離マーケット（主に近畿圏）における夫婦・家族をメインターゲットに、with コロナ期の旅の志向に合致するプロモーションを実施する。

あわせて、鉄道事業者や航空会社等と連携し、旅行商品造成や現地エージェントへの営業活動を行い、神戸への誘客を促進する。

また、インバウンド観光再開に備えて、日本政府観光局（JNTO）や広域連携DMO等と連携したプロモーションを行うとともに、海外観光ネットワーク拠点の活用や旅行博へのオンライン参加等を通じた認知度の向上を図る。

（５）メディアプロモーション

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、PR会社を活用したメディアプロモーションを実施することにより、都市ブランドの確立および神戸観光への動機付けを高める。

（６）教育旅行プロモーション

平日を中心とした市内宿泊施設及び観光施設への誘客促進策として、一定の条件を満たす教育旅行を誘致した旅行会社に対する助成制度を新設する。

あわせて、震災学習やSDGsに即したテーマが学べるモデルコースの紹介など、神戸ならではの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、市内事業者と連携した誘致活動を実施する。

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やゆかりのある監督等を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、情報番組等への支援を強化し、更なる魅力の発信に努める。

6. MICE誘致・推進事業

（１）with コロナ期におけるMICE誘致プロモーション

with コロナ期のMICEは、ウェブ開催もしくはハイブリッド開催が主流となっているが、開催する主催者においては、ハイブリッド開催時の費用負担が大きくなっていることから、負担軽減のため、「ハイブリッド会議開催支援助成金」を活用し、神戸市内におけるMICE開催を促進していく。

また、海外MICEの再開に備えて、リニューアルした神戸MICEのブランドを積極的に活用し、統一的なプロモーションを行い、MICE都市・神戸のブランド認知・向上を図る。あわせて、海外MICE見本市へのオンライン出展や他都市ビューローとの情報交換等を行い、時代に沿ったプロモーションを推進する。

（２）インセンティブツアー誘致の推進

これまで海外インセンティブツアーを組んでいた企業・団体が、行き先を国内へ変更する流れとなっている機会を捉え、新たに「国内インセンティブツアー誘致補助金」を

設け、積極的な誘致セールスを行い、平日需要の喚起につなげる。

また、ビジネス渡航再開後の海外インセンティブツアー需要に備えて、引き続き、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および欧米企業からの情報収集を行い、プロモーションを展開する。

(3) 主催者・事務局のサポート

MICE主催者・事務局に対して、補助金交付等のサービスをパッケージ化した「Meet in KOBE」を案内するほか、with コロナ時代に沿ったハイブリッド開催のノウハウを提供する等、総合的なコンサルティングサポートを行う。

また、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。

更に、引き続き、国内外のMICE主催者に対する広報メールマガジンを発信し、認知度向上を図るとともに、コロナ禍における神戸の取り組みをPRすることで、安心・安全な都市のイメージアップを図る。

(4) ユニークベニュー・アフターMICEプログラムによる誘致促進

ビジネス渡航再開後のwith コロナ時代のMICEに対応した「体験プログラム」「文化体験」「チームビルディング」「テクニカルサイトツアー」を含めた独自のユニークベニュー・アフターMICEプログラムについて、引き続きブラッシュアップを行い、さらなる誘致促進を図る。

(5) 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「Techno-Ocean2021」をハイブリッド形式にて開催する。国内外からの参加者に対し、これまでのリアル開催に加え、デジタル活用による更なるビジネスマッチング、イノベーション、ネットワーキング構築の機会を創出するとともに、広く一般への海に対する理解を促進することで、都市の魅力の向上を図る。あわせて、ハイブリッドでの運営ノウハウを蓄積し、神戸で開催されるMICEの主催者、参加者サポートに活かす。

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

新港突堤西地区における第1突堤基部、第2突堤の再開発事業のほか、第1・2突堤間の水域活用を含む再開発や神戸ポートタワーのリニューアル、中突堤中央ビルの再整備等が予定されている。これらの動きにあわせて、ウォーターフロントエリアの賑わいづくりに貢献していく。

(2) ポートセールス関連事業

神戸港オリエンテーションや神戸港案内業務等をオンラインで開催するなど、関係諸団体と連携しながらポートセールスに取り組み、神戸港の活性化に寄与する。

(3) 市民と港を結ぶイベント・広報事業

「みなとこうべ海上花火大会」は実施形態を変更し、短時間・複数日開催の見直しを進める。

「神戸港ポート天国」、「神戸港カッターレース」等についても、感染症対策に十分留意しながら実施を検討し、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。

(4) クルーズ客船の受入

旅客ターミナルの感染症対策に万全を期したうえで、スムーズな客船の受け入れに努めるとともに、入港歓迎行事やおもてなし事業の充実、特別感のある寄港地観光プログラムの提案等を通じて、神戸港の魅力を発信し、乗船客や船会社に選ばれる港を目指す。

(5) 神戸ポートタワー事業

引き続き感染症対策に万全を期したうえで、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発信する。

なお、リニューアル工事の実施に伴い、令和3年秋頃に営業を終了する。

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るとともに、音響機材、ネットワーク環境の整備を進めることにより、ハイブリッド会議等への利便性を高め、施設の魅力向上を図る。

(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

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。