

提言

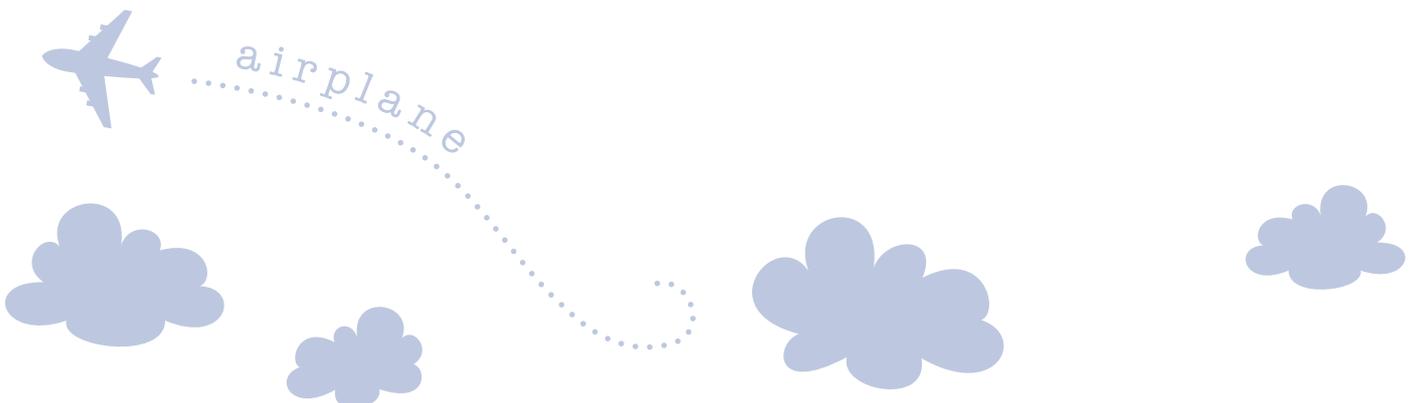
神戸空港国際化の経済効果を最大化するために



2024年12月
一般社団法人 神戸経済同友会

目次

● 序文・はじめに	1
● 提言書	2
● 参考資料	
1. 広域連携について	4
2. ハブ空港戦略について	5
3. 国際展示会について	7
4. 観光における「世界一の〇〇」について	8
5. 観光アテンドについて	9
6. 神戸空港の強みについて	10
7. 「手ぶら観光」について	11
8. 広域ターミナル化構想について	12
9. 兵庫・神戸の PR 動画	18
● 提言特別委員会メンバー	19



序文

2024年度、神戸経済同友会では“これまで以上に兵庫経済の活性化に貢献したい”という思いを込め、『我々自身の成長を加速させ、兵庫経済を牽引する』という方針を掲げ、活動を進めてまいりました。

550名を超える多様な会員の知識・経験を共有し、他地域の経済同友会、経済団体等との連携も深めてまいりました。内外の交流を深める中で、相互に学び、協力していくことが兵庫経済の発展に寄与するものと改めて確信し、今後も引き続き活動を進めていく所存です。

今年度の提言テーマは「神戸空港の国際化」と致しました。神戸空港の国際化は、兵庫経済発展に向けた多くの課題の中でも特に経済的なインパクトが大きく、広く、長期にわたるものであり、その経済効果を最大化するためには官民の緊密な連携が必要です。

本提言をきっかけに、兵庫経済の発展に向けて官民がともに考え、議論し、そして実際に取り組みが進んでいくことを願います。

2024年12月

一般社団法人 神戸経済同友会 代表幹事 井谷 憲次
代表幹事 神原 忠明

はじめに

2024年度の提言にあたり、兵庫・神戸の課題を改めて見つめ直し、そこで経営する私たちにとって何が最も必要で嬉しいことなのかを考えました。慢性的な人手不足や材料・物流コスト高騰という現実もありますが、私たちが今取り組まなければならないのは、先を見据えた経済の活性化です。そこで今回、兵庫に留まらず関西経済界全体の大きな起爆剤になり得る「神戸空港の国際化」をテーマに掲げました。

これは、神戸経済同友会として取り組むべき重要課題であり大きなチャンスの種でもあります。この種をどう育てていくのかを他人任せにせず、私たち自身が神戸経済同友会として、また、一企業の経営者として行政と共につくり上げていかねばなりません。

10年後、今回の提言が兵庫・神戸にとって意義のある成果となるよう、提言して終わりではなく、これをスタートと捉えて皆さんと共に関与し続けたいと考えています。

2024年12月

一般社団法人 神戸経済同友会 提言特別委員会 委員長 笠谷 泰宏

提言2 国際的なビジネスチャンスを拡大する

(1) 地場産業のアジア展開や、アジア向けスタートアップ企業に特化した支援

- ▶ 海外進出の大きな一歩となる現地展示会への出展等、アジアで営業ができるよう、エージェントによる支援を強化
- ▶ 本提言に含まれる「観光アテンド」、「富裕層向けサービス」、「手荷物サービス」等、新たなビジネス開発を支援
- ▶ アジアのスタートアップ企業の日本拠点として兵庫・神戸が選ばれるための支援

(2) 「広域の魅力発信拠点」として兵庫・神戸を積極活用

- ▶ 兵庫・神戸が主体となり、新アリーナ・国際展示場等を活用した瀬戸内地域・各地方のコンテンツ、魅力を発信する国際展示会を継続的に開催
- ▶ 東京ビッグサイトでは開催されない、対象を絞った企画を打ち出す

提言3 選ばれる観光産業をつくりだす

(1) 「世界一」があふれる兵庫・神戸

- ▶ 瀬戸内地域が選ばれ、兵庫・神戸が選ばれるために、圧倒的にわかりやすく魅力を発信
- ▶ 「世界一」ニッチな世界一を生み出し、磨く

(2) 観光アテンドによる最高のおもてなし

- ▶ ストーリー性のある観光体験と魅力あるおもてなしを提供できる観光アテンドの育成支援
- ▶ 観光ガイドとの区別を明確化し、副業、シニア雇用、学生の活躍の場を創出

(3) 戦略的な富裕層の集客

- ▶ 都心近接の強みを活かし、プライベートジェットが最も利用しやすい神戸空港へ。プライベートジェット事業者の公募継続とともに、税関・出入国管理・検疫等の人材確保等受入体制整備を進める
- ▶ ランドオペレーターによる富裕層をターゲットとした体験型観光のパッケージ化とPR強化

提言4 世界一わかりやすく、便利に！

(1) 神戸空港、新神戸駅、三宮の広域ターミナル化構想で周遊・消費促進

- ▶ 誘導サイン等の統一化により、子ども1人でも空港から新幹線まで乗り継げるわかりやすさ
- ▶ ホテル、駅、空港間の手荷物移動サービスで、快適に三宮を周遊

(2) 快適に過ごせる空港へ

- ▶ トランジットでも快適に過ごせる、食、買い物、娯楽オールインクルーシブのテーマパーク化
- ▶ ビジネスでも時間の有効活用ができるよう、商談・会議に利用できるコワーキングスペースを設置

(3) 料金設定の異なる別駐車場の整備

- ▶ 利用客のニーズに沿った選択肢を提供することで、利用者満足度と混雑回避を両立



▶ ポートアイランド: 格安駐車場
(ポータライナー/バス移動)

▶ ターミナル近接: 高価格駐車場

提言5 世界中の人に知ってもらおう

(1) インパクトある広報を仕掛け、認知度向上を図るとともに

クリエイターの活躍の場をつくる

- ▶ 全国の学生による広報PVコンテストを開催し、優秀作品を実際の広報に使用する。学生・若手クリエイターが本気で取り組む機会として、コンテスト自体もPRに活用する
- ▶ 兵庫・神戸が始め、全国1700自治体の先陣を切り全国へ波及

(2) 神戸国際空港の新愛称を打ち出す

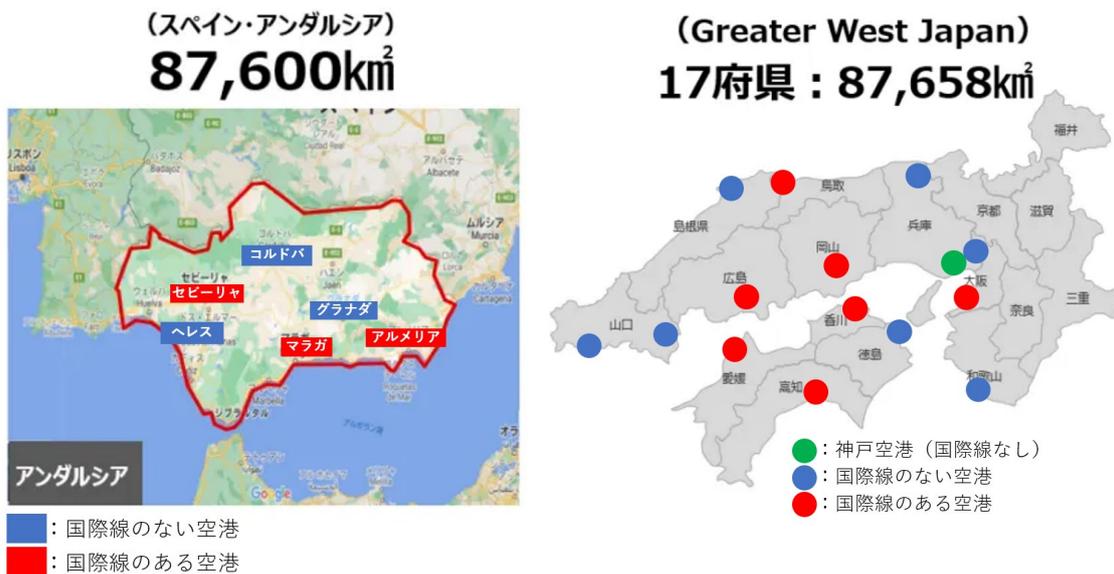
- ▶ 国際化を機に、世界に通じるインパクトある愛称に見直す。
(現状) マリンエア → (案) 神戸ビーフ空港 など

参考資料 1：広域連携について

広域連携について、スペイン屈指の観光圏であるアンダルシア地域の取り組み事例を紹介する

1. アンダルシア地域とは

- ・ 8 県で構成されるスペイン屈指の観光圏であり、ジブラルタル海峡を挟んで、アフリカ大陸をにらみ、ヨーロッパ文化とイスラム文化が融合するエリア
- ・ 気候は温暖で、観光の 3 大要素と言われる「自然」「文化」「食」にも恵まれている
- ・ 中央沿岸のマラガから東部沿岸のグラナダを 1 週間で巡る広域周遊ルートが有名で、世界中から年間 2,500 万人程度が来訪
- ・ アンダルシア地域の面積は、瀬戸内地域を含む Greater West Japan と同等



(出所) さらに大きな構えでアンダルシアに挑戦する "Greater West Japan" <https://tms-media.jp/posts/28201/> および各空港ホームページを基に当会作成

2. アンダルシア地域での歴史的建造物を活用したパラドールの広域展開

- ・ パラドールとは、古城や貴族・領主の館、由緒ある修道院を宿泊施設に改修したラグジュアリーなスペイン国営ホテル
- ・ 多くが主要都市ではなく、観光客が足を運びにくい地方に位置する。スペイン国内に 98 施設あり、アンダルシア地域では世界遺産の敷地内に立地するパラドール・デ・グラナダなどが有名
- ・ 歴史と文化に触れられるパラドールに宿泊するツアーが旅行客に人気

(出所) HIS スペインパラドール特集 <https://hotels.his-j.com/ct/area/parador/>

3. 瀬戸内地域での取り組み (案)

- ・ 瀬戸内地域、兵庫・神戸の歴史が感じられる建造物を、海外旅行客向けの宿泊施設に転用する
- ・ 広域での周遊促進を目指し、観光客が足を運びにくい地域も含めて設置検討し、直行バスを出すなどアクセスのしやすさにも配慮する

参考資料 2：ハブ空港戦略について

国内各地域と海外を結ぶハブ空港戦略について、中部国際空港の事例を紹介する

1. 中部国際空港の概要

- 中部国際空港は日本の拠点空港の一つであり、2005年2月の開港時から国内就航都市と国外就航都市を結ぶハブ空港として機能している

項目	中部国際空港	神戸空港
空港法上の位置づけ	拠点空港	地方管理空港
所在地	愛知県常滑市	兵庫県神戸市
開港日	2005年2月17日	2006年2月16日
設置管理者	中部国際空港株式会社	神戸市
運営権者	中部国際空港株式会社	関西エアポート神戸株式会社
運営時間	24時間	7時～23時
滑走路	3,500m×60m	2,500m×60m
面積	473ha	156ha
主要アクセス	電車：名古屋駅から28分 バス：名古屋駅から最速55分 船：津なごさまちから45分	ポートライナー：三宮駅から18分 バス：三宮駅から30分 船：関西国際空港から30分
駐車場	約7,800台	約2,100台
旅客数（2023年度）	国内線：595万人 国際線：322万人	国内線：344万人 国際線：-
国内線（2024年夏）	18都市74便/日	12都市37便/日
国際線（2024年夏）	20都市295便/週	-
貨物取扱	あり	なし

（出所）中部国際空港 HP <https://www.centrair.jp/>

神戸空港 HP <https://www.kairport.co.jp/>

2. 中部国際空港および中部地域におけるハブ機能強化の取り組み

(1) 国内と海外をつなぐハブ空港になるための方針を明確化

- 中部国際空港株式会社の基本理念として競争力のある国際ハブ空港作りに努めることを掲げており、2030年の長期的ビジョンとして、「地域とともにある、来たるべきメガリージョン時代を担うに相応しい年間旅客数2,000万人級の国内と海外を結ぶ拠点空港」「空港の枠を超え、先進的かつ効率的な機能を実現するとともに、価値ある顧客体験を創造するにぎわいある空港」を目指している

(2) 中部国際空港利用促進協議会による官民連携で施策を推進

- 同空港の利用促進・活用等の取り組みを総合的に推進していくことを目的に、2001年に中部国際空港利用促進協議会を設立
- 中部国際空港がその機能を十分に発揮できるよう、地元自治体、経済団体等（中部経済連合会、名古屋商工会議所）、愛知県、岐阜県、三重県、名古屋市、中部国際空港株式会社および賛助会員が参画

(3) 空港利用促進につながるコンテンツ・キャンペーン拡充

- 地元企業及び地元住民の空港利用を促進
 - ✓ 「空を取り戻せ！今こそ使おうセントレア！キャンペーン」
移動の地産地消を促し、底固い需要を対外的に示すことで、既存路線の拡充と新規路線の開設を目指す中部運輸局、名古屋商工会議所、中部経済同友会による合同キャンペーン
- 飛行機に乗らない人にも、空港に来てもらえるためのコンテンツ拡充
 - ✓ フライト・オブ・ドリームズ
ボーイング 787 の部品の約 35% が中部地区で製造されていることから、ボーイング社より寄贈を受けたボーイング初号機を展示。フライトシミュレーター等の体験エリアも配置
 - ✓ くつろぎ処
入浴・スパ・食事処・コワーキングスペースを備えた総合リラクゼーション施設

(出所) 中部国際空港 HP <https://www.centrair.jp/>中部国際空港 IR 資料 HP <https://www.centrair.jp/corporate/ir/index.html>

3. 神戸空港での取り組み（案）

(1) 地域間の相互発展を基本方針とした、広域交流の更なる促進

- 既存の地域間交流に加え、経済団体同士、産業団体同士、学校同士、社員旅行等、地域間交流を複層化することにより、継続的な地域間交流の仕組みを作る

(2) 官民一体の推進組織の設立と就航地域及び瀬戸内地域との連携推進

- 目指す姿を実現するための官民一体の取り組み主体を設立し、地域内のみならず、地域外（瀬戸内地域・就航地域）と連携する

(3) 空港内および空港周辺におけるコンテンツの拡充

- 飛行機に乗らない人にも空港に来てもらえるための神戸ならではのコンテンツを拡充する

参考資料 3：国際展示会について

国際展示会について、Food Japan の事例を紹介する

1. Food Japan の概要

- ・ シンガポールで毎年開催される ASEAN 市場最大級の日本の食に特化した見本市
- ・ ASEAN 市場向けに商品開発をする食品メーカー、流通業者、小売業者、宿泊業者など様々な業態から仕入れ担当者が集まるほか、金融機関や投資家も参加し、国際的な商談・マーケティングの場として機能している
- ・ 2024 年度は 194 事業者が出展し、7,500 人以上が来場した
- ・ 在シンガポール日本国大使館、日本貿易振興機構 (JETRO)、農林水産省 (MAFF) などが後援・協力団体として開催を支援している

(会場の様子)



出所：Food Japan HP <https://oishii-world.com/exhibition/about/>

2. 兵庫・神戸での取り組み (案)

(1) 兵庫・神戸の企業による海外展示会への出展促進

- ・ 海外ビジネス展開において、国際的な展示会への出展は大きな効果が期待される
- ・ 一方で、海外未進出の中小企業等では出展ハードルが高く、民間企業同士での挑戦の機運醸成や、出展への支援強化、競争力ある商材の発掘など、海外ビジネスへの後押しが必要
- ・ 具体的には、兵庫・神戸海外展示会パッケージサービス（出展提案、現地での設営、展示品搬出手続き、展示会後の契約・取引補助）を創設するなど、参加機会を創出する支援が有効ではないか

(2) 兵庫・神戸での国際的な展示会の開催：『全国日本酒総合展示会』（案）

- ・ 清酒生産量、販売量ともに世界一を誇る兵庫県に日本全国各地からの参加を誘致し、日本中の日本酒を試飲、購入できる場として毎年開催
- ・ 海外でも関心が高まる日本酒のため、ビジネス目的・観光目的の両軸を捉えたインバウンド需要も期待される

参考資料 4：観光における「世界一の〇〇」について

瀬戸内地域が選ばれ、兵庫・神戸が選ばれるための「世界一」創出アイデア例を紹介する

1. 「世界一」四季を楽しめる場所、兵庫・神戸の発信

- 神戸空港に季節に合わせた花の種をまき、離着陸時の感動を演出
- 春は桜（お花見）、夏はマリンスポーツ、秋は紅葉（もみじ狩り）、冬は雪山（スキー、スノーボード）、いつ来ても、楽しめるコンテンツ・場所があふれる兵庫・神戸を、世界に向けて発信。オールシーズン楽しめるコンテンツをわかりやすく提案・発信することによって、季節による繁閑期を無くすことが期待できる
- 「ひょうご四季の楽しみ方マップ」のような、どの季節に見ても、四季を感じ旅ができるマップを作成し、兵庫県内を周遊してもらえるしかけをする
- また、“世界一高低差のある桜並木”を六甲山に作り、高度によって満開の時期が異なることを利用して、長く楽しむことができる仕掛けを展開。その横には“世界一長い滑り台”を作り、より注目度を高める

2. 「世界一」人が優しい、また行きたくなる観光地の創出

- 官民一体となった観光産業の付加価値を高める活動として、兵庫県民に対して、観光客に対しての排他的な対応を無くすためトレーニング等を県全域で行う
- トレーニングにより兵庫・神戸全体でホスピタリティを高め、Welcome な風土を醸成し、観光客の“また来たい”を作り出すのが狙い
リピーターの創出により、安定した観光収入の確保が期待される
- また、人種や言葉の壁を越えられるような、兵庫県独自の「合言葉」や「ポーズ」を考案し、それを基軸に県民のおもてなしの風土を醸成する

3. 「世界一」ノープランでもエキサイティングな旅先、 兵庫・神戸の創出・発信

- ひょうごフィールドパビリオンのコンテンツを集めたガチャを作成。
空港に降り立った観光客は、ガチャによって観光ルートが決まるシステム。
旅慣れした観光客や、いつもとは違った刺激を求めるユーザーに向けたコンテンツとして活用
- 兵庫全域への経済効果が期待できる

参考資料 5：観光アテンドについて

各観光コンテンツについて、歴史的背景や民族・国家における文化的位置づけなども含めた深い視点で語り、観光客一人ひとりに対して旅のストーリー（＝あなたにとってここを観光することにどのような意味があるのか）を訴求できる観光アテンドは、観光資源の魅力を最大限伝えることができる有効なサービスである。参考事例として、フランス政府主導の取り組みを紹介する

1. フランス政府による観光アテンドの取り組み

- フランスには guide-conférencier(「フランス政府公認ガイド」という職業があり、所定の免許を取得した観光アテンドが、フランス国内で世界遺産に指定されている歴史的建造物や美術館などを有償で案内するサービスを提供している
- 付加価値の高いサービスを提供するために、アカデミックかつ実践的な育成プログラムを整備して観光アテンドを育成している
 - ✓ 大学/大学院で1年間所定のコース（夜間のコースの場合は2年間）に通う必要があり、学習内容は美術史、歴史、言語（母国語以外に2つの外国語）、手話など、多岐にわたる
 - ✓ 座学だけではなく、ガイドとしてのインターンシップや、実際に外に出て歴史建築物や彫刻、絵画などを前にコメントをする訓練もおこなう。大学外の文化財に造詣のある有識者が指導を担当することも多く、彼らとともに文化財を的確に解説するための方法論を学ぶ

出所：Tourisme japonais <https://tourismejaponais.com/guide-conferencier/>

2. 兵庫・神戸での取り組み（案）

- これまでの無償で行うケースが多い観光ボランティアガイドとは差別化し、来訪者に特別なおもてなしができる付加価値の高い有償サービスの提供を目指す
- そのために芸術文化観光専門職大学と連携したカリキュラム提供など、観光アテンドの育成を検討する
- また、観光産業の深刻な人手不足への対応は必須であり、副業促進、シニア雇用、学生など、産官学連携で観光アテンドを産業としてつくりあげる取り組みが求められる
- 観光アテンドの充実により、富裕層旅行者へのアプローチがしやすくなり、ひょうご五国の特色を活かした観光が創造できる

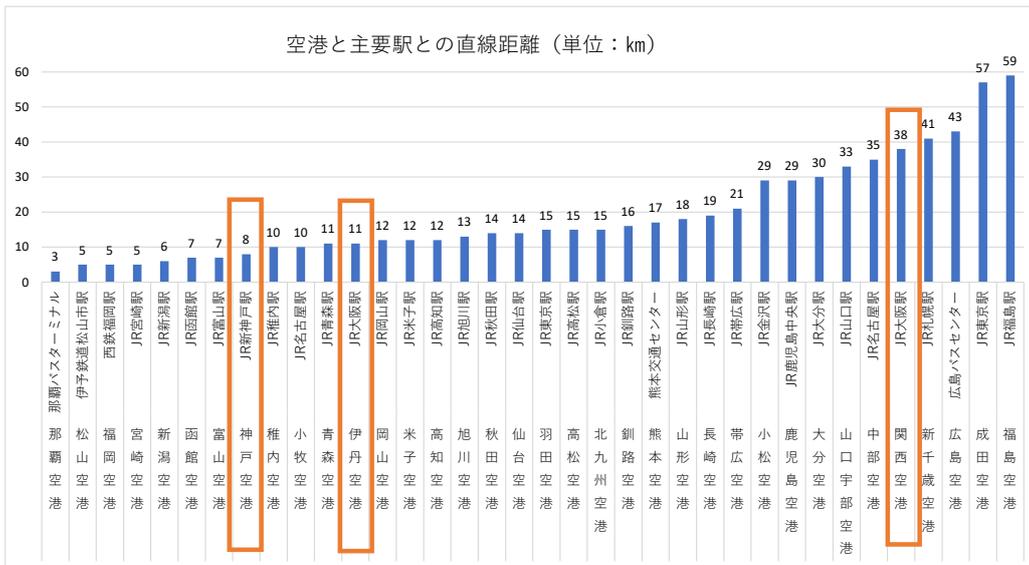
参考資料 6：神戸空港の強みについて

神戸空港・三宮・新神戸駅のアクセス面の強みを改めて確認する

1. 神戸空港と新神戸駅・三宮は非常に近い

- 日本国内の空港と、中心的なターミナル駅との直線距離を比較すると、神戸空港と JR 新神戸駅は直線距離で 8km であり、陸路へのアクセスは日本国内、また関西圏の中でも優位性がある

(空港と主要駅との直線距離)



出所：当会作成

- また、神戸空港から三宮は直線距離で約 7km であり、世界の国際空港・都市部の距離と比較しても優位性があることがわかる

(世界の国際空港と都心部への距離)

1位	トロント・シティー空港	トロント (カナダ)	3 km
2位	ローガン国際空港	ボストン (アメリカ)	4 km
3位	ロナルド・レーガン空港	ワシントン D.C. (アメリカ)	5 km
3位	ドバイ国際空港	ドバイ (UAE)	5 km
3位	ジュネーヴ空港	ジュネーヴ (スイス)	5 km
3位	松山空港	台北 (台湾)	5 km
7位	リナーテ空港	ミラノ (イタリア)	6 km
7位	ホルヘ・ニューベリー空港	ブエノスアイレス (アルゼンチン)	6 km
7位	メキシコ・シティー国際空港	メキシコシティ (メキシコ)	6 km
10位	シドニー国際空港	シドニー (オーストラリア)	7 km
10位	テーゲル空港	ベルリン (ドイツ)	7 km
10位	ストックホルム・ブロンマ空港	ストックホルム (スウェーデン)	7 km
10位	コペンハーゲン空港	コペンハーゲン (デンマーク)	7 km

出所：当会作成

- 三宮へ約 18 分 (電車：ポートライナー)、大阪へ約 45 分、京都へ約 75 分 (電車：私鉄・JR) なども含め、神戸空港の立地は改めて PR する、あるいはさらに磨いていく強みの一つである

参考資料 7：「手ぶら観光」について

韓国における「手ぶら観光」サービスの先進事例を紹介する

1. 韓国の「手ぶら観光」サービスの概要

- 仁川国際空港や金海国際空港など韓国の主要空港では旅客が入出国前後も大型荷物の煩わされことなく観光を楽しむことができるよう、空港からホテルや主要駅等へ荷物を配送できるサービスが整備されている
- 仁川国際空港における民間企業のサービス提供例
 - ✓ スーツケース配送サービス TRIPEASY
 - 仁川国際空港から韓国国内の任意の場所間で手荷物を配送可能なサービス
 - 空港内に配送カウンターがあり、14時までに預けた荷物は当日夜にホテルへ配送
 - 利用料金はサイズ・重量によらず一律 3,000 円前後
 - 利用可能時間は 7 時～ 22 時
 - ✓ 手荷物お預け入れサービス EASY DROP
 - ソウル市内弘大地区の指定ホテル（ホリデイ・イン・エクスプレス）からそのまま仁川国際空港での出国便搭乗手続きや帰国便への手荷物預け入れが可能なサービス
 - 利用料金は 3,000 円前後
- 金海国際空港における民間企業のサービス提供例
 - ✓ スーツケース配送サービス Zim Carry
 - 同空港から 30km 圏内の空港・海港・駅・宿泊施設等と相互に荷物を配送
 - 同空港内や釜山駅内にカウンターが設置されている
 - 利用料金は最低 400 円前後～（重量・サイズで変動）
 - 利用可能時間は 預け入れ 9 時～14 時 50 分 / 受け取り 15 時～ 22 時

出所：VISITKOREA 旅行ニュース <https://japanese.visitkorea.or.kr/svc/contents/infoBscView.do?menuSn=177&vcontsId=198601>

2. 兵庫・神戸での取り組み（案）

- 神戸空港において実装済みの手荷物配送サービスについて PR を強化するとともに、例えば三宮の各商業店舗、ホテルなどと提携し、手荷物配送サービスのクーポンを配布するなどによって手荷物配送サービスの利用者を増やすことが可能ではないか
- ホテルだけでなく、主要駅でも手荷物配送サービスを展開することは、観光客の周遊性を高め観光消費増加を図るとともに、大型荷物によるポートライナーの混雑緩和にも寄与すると考えられる

参考資料 8：広域ターミナル化構想について

神戸空港の国際化に伴い、人の移動が今までよりも多くなると予測される。

本提案は、どのようにすれば人の移動を円滑に行えるかをソフトの面から考えた提案である。

コンセプト



神戸空港



新神戸駅



三ノ宮

3拠点を全て含めて

“1つのターミナル”と捉える

⋮

3拠点を”1つのターミナル”と捉え、一体で整備をすることで以下2点の効果が期待できる。

① 心理的距離感を縮める

各拠点間の移動を“乗り換え”と捉えるのではなく“ターミナル内の移動”と捉えることで、移動によるストレス、煩わしさを払拭する。

② 案内を明瞭化できる

“1つのターミナル”として共通のサインを設けることで、どの拠点からでもサインを辿れば目的地へ行くことができる。
(子供でも1人で神戸空港から新神戸へ行き新幹線に乗ることができる分かりやすさが目標。)

重要な3つの要素

離れた位置にある各拠点を“一つのターミナル”として認識してもらう為に重要な3つの要素。

① デザインテーマの統一

離れている3拠点のデザインテーマを合わせることで一体感を出す。

② 共通の名称の設定

従来の固有名詞の呼び方でなくターミナル内での共通の名称を各拠点に設定する。

③ テーマカラーの設定

各拠点にテーマカラーを設定し、サインや案内図に落とし込む。

これらを踏まえて整備を行うことで

世界一わかりやすく便利に！ を実現する。

提案内容

デザインテーマ

「やま側」「うみ側」+「そら側」

神戸人には「やま側」「うみ側」で通じる独特の方向感覚・土地勘がある。

そんな神戸人ならではの感覚を本ターミナル化構想に落とし込み、

「やま側」「うみ側」に加えて神戸空港エリアを「そら側」と位置づける。

そうして各拠点のデザインを統一することで、神戸らしい独自の”ターミナル”となる。

名称について

○○section

「section」- 区分・区域を表す英語

テーマカラー

KOBE INK 物語 /NAGASAWAり抜粋

神戸の老舗であるナガサワ文具センターが「神戸」へ想いを込め開発した「Kobe INK物語」よりテーマカラーを抜粋。

参考URL:<https://kobe-nagasawa.co.jp/>



やま側 ——— やまSECTION

新神戸駅



Kobe INK物語 No.1
六甲グリーン

港町を見下ろす六甲山の
落ち着きある色を採用。
神戸っ子の心を癒す色で
もある。

うみ側 ——— うみSECTION

神戸駅周辺



Kobe INK物語 No.2
波止場ブルー

空と海のコントラストを
贅沢に感じられるメリケン
波止場の色を採用。

NEW! そら側 ——— そらSECTION

神戸空港



Kobe INK物語 No.63
東遊園地トーチオレンジ

震災の復興の意味が込め
られた「東遊園地トーチ
オレンジ」を採用。
空港から見える美しい夕
日を連想させる。

ロゴサイン

各拠点のロゴサインイメージ。

漢字の「区」(section)を模したデザイン。

案内サインや誘導サインに共通で使用する。

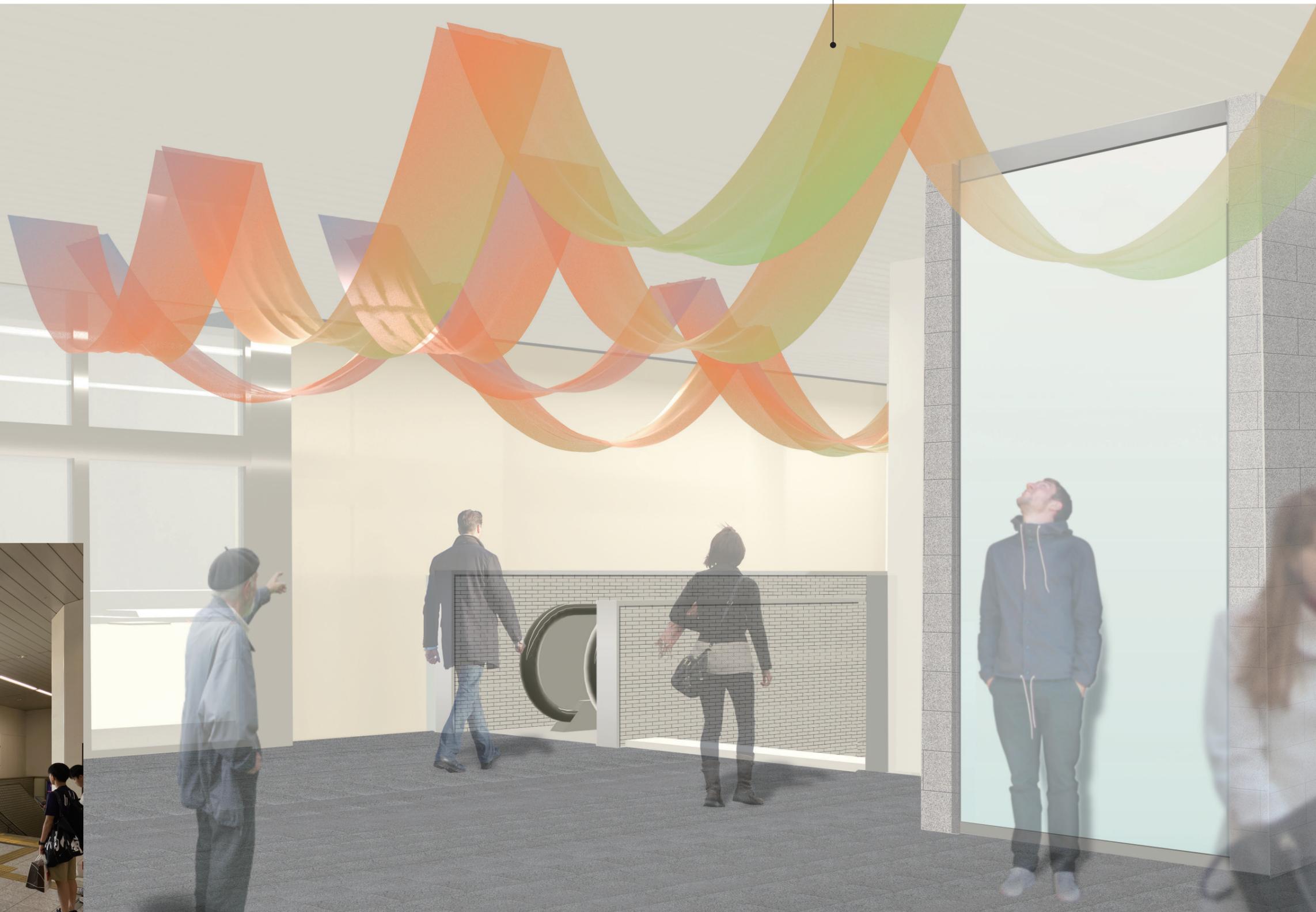
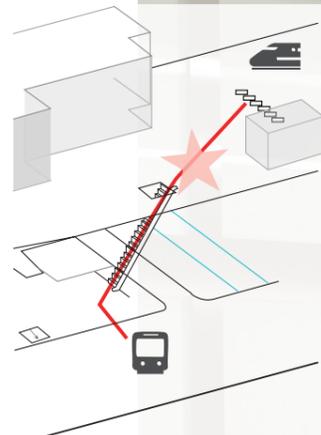


・新神戸駅内 新幹線改札口～バス乗り場 ルートサインイメージ

各拠点を天井から垂らした「布」の装飾で繋ぎ、乗り換えルートが目印となるようにした。
床には点字ブロックがあり干渉するのを避ける為、天井から垂らすデザインとした。

布の色は各拠点間の色のグラデーションをイメージ
(例) やま section → そら section

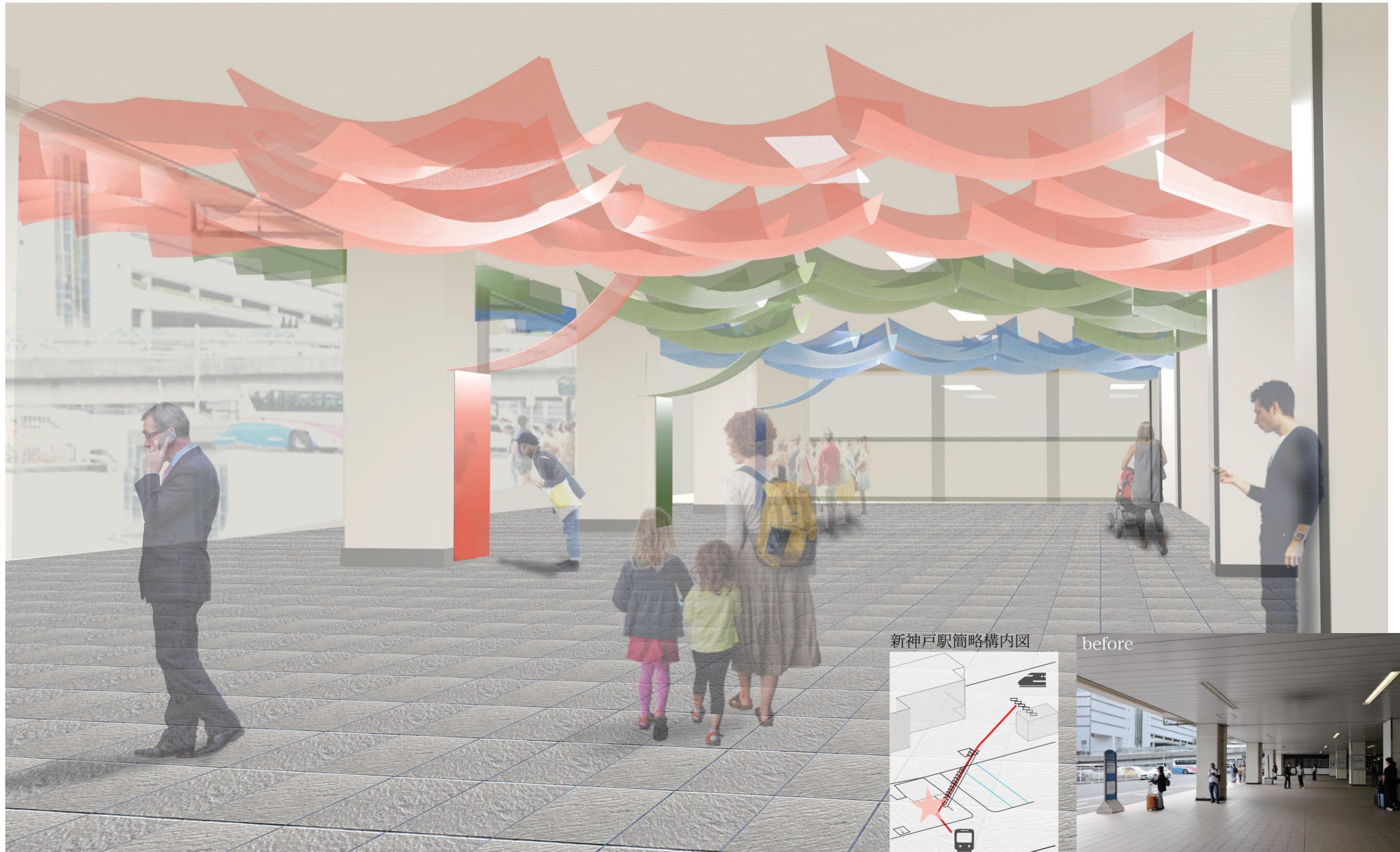
新神戸駅簡略構内図



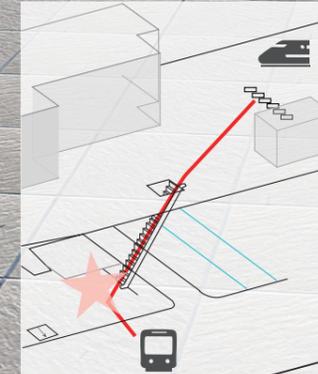
・新神戸駅内 バス乗り場 全体イメージ

バス乗り場は行先ごとに「布」の装飾により色分けを行うことで、直感的に行先を理解できるようにする。

「布」の装飾により、光を優しく拡散し全体的に明るく楽しい空間になる。



新神戸駅簡略構内図



before



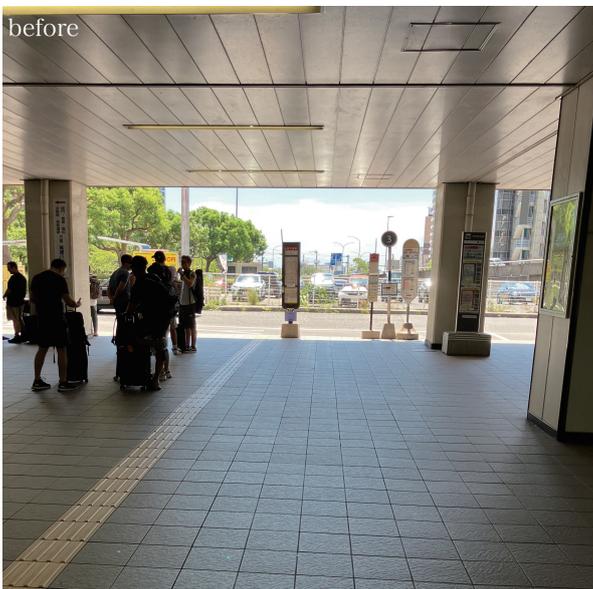
・バス乗り場 部分イメージ

バスの待合いスペースには大きく行先を表示し、近接して掲示板を設置することで誰でも分かりやすいデザインとする。

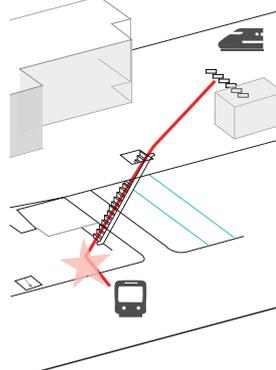
行先・拠点の表示
ロゴを使って表現



・案内・時刻表の掲示



新神戸駅簡略構内図



既存の柱型を掲示板として利用する。
現在立て看板で設置している時刻表等をここに掲示し掲示物を整理する。



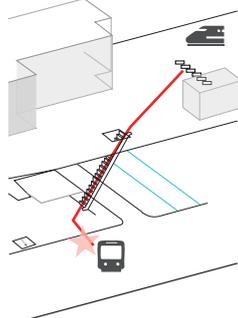
・バス昇降口 イメージ

庇部分に風でそよぐ「布」を設置。

バスを待つ人も、バスに乗って来る人も視覚的に楽しく移動中の高揚感を生む場所とする。



新神戸駅簡略構内図



参考資料 9：兵庫・神戸の PR 動画

インパクトある広報の一つとして、「映像作家という新ジャンル&新勢力」を提案する

画像：大阪芸術大学 映画研究会有志制作「Magic of Hyogo」https://m.youtube.com/watch?v=hL80d_3NNVU 抜粋



自転車航空 安全ビデオ



まもなく神戸空港に着陸いたします
We will be landing at Kobe Airport soon



近年、映像制作機材が低価格化し、編集ソフトウェアの品質向上により、個人で映像制作を請け負う映像作家という新たな仕事のジャンルが生まれた。

この流れは、企業や行政が新たな視点を必要としていることを反映しており、大手企業と映像作家とのコラボレーションも珍しくなく、日清食品やマクドナルドのCMなどは話題となった。新たなトレンドをいち早く取り入れた映像は斬新かつオタク風味を感じられ、映像作品としても高評価を得ただけでなくいわゆる「バズる」映像となり、商品や理念を広く世間に知らしめる手段となった。

スマホの普及と共に、一般人であっても誰もが気軽に動画制作できる世の中になり、多種多様な映像を目にする機会が増えたこともあり、従来の枠組みに収まらない映像に対する価値基準を個々が持つ時代になった。映像作家が生み出す新たな波は若者世代の柔軟な発想や感性、オリジナリティを反映し、視聴者の心を強く掴む力がある。SNSの普及により映像が瞬時に拡散されるがゆえの映像づくりにおいても、個性的でユニークなアプローチが必要と考える。

臨機応変でクリエイティブな映像作家とのパートナーシップは、企業や行政がブランドイメージを刷新するために大きな助けとなる。学生をはじめ若い世代にそうした活躍の場をつくることで、クリエイティブ兵庫・神戸のブランドを確立し、兵庫・神戸のブランドやメッセージを新たな次元へと引き上げることができる。

2024年度 提言特別委員会

		氏名	会社名・団体名	役職
1	委員長	笠谷 泰宏	(株)笠谷工務店	代表取締役社長
2	副委員長	沼部 美由紀	(株)クロシェホールディングス	代表取締役
3	副委員長	星加 ルリコ	(株)RURIKO PLANNING	代表取締役
4	委員	有本 哲也	(株)デジアラホールディングス	代表取締役会長
5	委員	平井 大介	(株)水登社	代表取締役社長
6	委員	柳本 雄基	(株)淡路屋	代表取締役 副社長
7	委員	道満 龍彦	オリバーソース(株)	取締役 企画室 室長
8	ワーキンググループ	山下 徹也	TOA (株)	社長室
9	ワーキンググループ	渡辺 光稀	TOA (株)	経営管理本部 企画管理室
10	ワーキンググループ	小縣 寿子	TOA (株)	経営管理本部 コンプライアンス部 内部統制推進課
11	ワーキンググループ	佐村 直紀	(株)三井住友銀行	経営企画部 部長代理
12	ワーキンググループ	松村 葉子	(株)神戸製鋼所	総務・CSR部 総務グループ 課長
13	ワーキンググループ	鈴木 敬弘	(株)神戸製鋼所	総務・CSR部 総務グループ 係長
14	ワーキンググループ	倉 加奈子	(株)みなと銀行	営業統括部 マネージャー
15	ワーキンググループ	佐竹 則彦	川崎重工業(株)	総務本部 総務部 渉外・ 地域共創課 担当課長
16	ワーキンググループ	粟野 幸智恵	(株)アシックス	秘書部渉外チーム
17	チーフアドバイザー	井谷 憲次	TOA (株)	取締役会長
18	アドバイザー	神原 忠明	(株)さくらケーシーエス	顧問
19	事務局	岩倉 是広	(一社) 神戸経済同友会	常務理事・事務局長
20	事務局	古川 暢哉	(一社) 神戸経済同友会	事務局次長
21	事務局	阪口 益匡	(一社) 神戸経済同友会	調査役



一般社団法人 神戸経済同友会

Kobe Association of Corporate Executives

〒650-0035 神戸市中央区浪花町 56 番地

TEL (078) 331-5584 FAX (078) 392-7236