

# 神戸港の遊覧船におけるマーケティング調査及びプロモーション業務 仕様書

## 1. 業務目的

遊覧船は神戸港の重要な観光コンテンツであるが、直近 10 年では平成 24 年をピークに乗船者数が減少している。さらに新型コロナウイルス感染症の影響を受けて、令和 3 年の乗船者数はコロナ禍以前（令和元年）の 3 割弱と厳しい状況である。

本業務はポストコロナ時代を見据え、遊覧船コンテンツの現状の把握と分析を行い、効果的なプロモーション手法を検討・実施することにより、観光需要の喚起・神戸港の振興を図る。

## 2. 業務期間

契約締結日から令和 5 年 3 月 31 日まで

※調査、方針検討・計画策定は令和 4 年 9 月末までに完了し、プロモーションについては令和 5 年 3 月末までとすること。

## 3. 対象遊覧船

- ・boh boh KOBE（早駒運輸株式会社）
- ・ロイヤルプリンセス（神戸ベイクルーズ株式会社）
- ・御座船 安宅丸（神戸ベイクルーズ株式会社）
- ・コンチェルト（株式会社神戸クルーザー）
- ・ルミナス神戸 2（株式会社神戸クルーザー）

計 5 隻

## 4. 業務内容

### （1）定性調査

- ・神戸港の遊覧船の利用状況・運営状況の調査および課題の抽出
- ・各遊覧船事業者や周辺施設事業者へのヒアリングにより、コロナ禍前後も含めた乗船者の特徴やニーズの調査および課題の抽出（周辺施設事業者は 5 社程度を想定）
- ・ヒアリング内容の整理・分析

### （2）定量調査

- ・神戸における観光の実態調査
  - ①関西圏（神戸市外）及び首都圏、東海、中四国在住者を対象に、観光客の意識（ニーズ）に関する調査
  - ②必要サンプル数（神戸来訪経験者約 1,000 名を含む 2,000 名以上）
  - ③回答者の居住地、年齢、性別、職業等での比較分析を行えるようにすること

- ・データの集計等の内容整理・分析
- (3) その他調査
  - ・既存の各種調査のデータ分析や他都市の事例分析など(1)(2)以外の調査・分析
- (4) 方針検討・計画策定
  - ・各種調査結果を踏まえたターゲットの選定
  - ・最適なプロモーション手法の提案及びプロモーション計画の策定  
(プロモーションについては、各遊覧船事業者が共通で行えるものが望ましい。)
  - ・調査結果の分析による遊覧船の利用促進に繋がるコンテンツ企画提案
- (5) プロモーションの実施
  - ・策定した計画に沿ったプロモーションの実施

## 5. 成果品

- (1) 報告書
  - ・電子データ (CD-R) 1部【ファイル形式：ワード、エクセル、PDF】

## 6. その他

- ・乗船者へのアンケート等を実施する場合は、各遊覧船事業者と協議の上、実施すること。