

7.22

有馬温泉のサイクルツーリズム促進イベントを開催

有馬-六甲Virtual Ride Race 2021

当商工会議所が事務局を務める神戸スポーツ産業懇話会は、有馬温泉観光協会青年部や地元企業と共同で、バーチャルサイクリングイベント「有馬-六甲Virtual Ride Race 2021」を開催した。

本イベントは、有馬温泉へのサイクリスト誘客を目的に開始し、今回が2回目の開催となる。有馬温泉から六甲山頂約15kmの実際のコースをAR化（拡張現実処理）し、アプリと連動したロードバイクをこぐことでアプリ内のアバターがコースを走る仕組み。本コースは屋内サイクリングアプリ「Rouvy」日本初の公式コースとして設定され、すでに世界中のサイクリストが利用。将来的にはこの利用者

らが有馬温泉に来訪することを見込んでいる。

イベント当日は、eスポーツプレイヤーによるエキシビジョンレース、1社3名のリレー方式で5社が競う企業対抗レース、プロサイクリストと全世界のオンライン参加者によるメインレースを開催。有馬温泉にあるサイクリスト拠点「CASA CICLISMO（カーザ シクリズモ）」と三宮のeスポーツ体験施設「eSPARKLe KOBE（エスパークル神戸）」を会場に、2拠点をオンラインで繋ぎ、YouTubeを通じてLIVE配信を行った。

また、実際に六甲山のヒルクライムコースをe-bike（スポーツ用電動自転車）で体験するツアーも同時開催した。



産業部産業・国際チーム

7.28

売れる営業への意識改革と基礎固め

コロナ時代の営業基礎力習得セミナー



コロナ禍でも活躍できる営業担当者に必要な基礎力習得のため、(株)セルフインプルーブ代表取締役の和田勉氏を講師に迎え、セミナーを開催した。

和田氏は、トップセールスの目標設定や営業スタイルを紹介するとともに、売れる営業は聴き上手、質問上手である点を強調。「非対面の商談でも徹底した傾聴と会話の流れに応じた質問力を駆使すれば、相手の本音（ニーズ）を引き出せる」と述べ、コロナ禍の営業ノウハウを伝授した。

会員事業部人材開発チーム

7.28

DX導入で製造現場の改善を提案

製造業のDX・デジタル化推進セミナー



次世代産業委員会は、製造業のDX推進をテーマにしたセミナーを、会場とオンラインのハイブリッド形式で開催した。地元企業である旭光電機(株)、(株)CiNK、(株)アシックスは、それぞれが提供しているIoT商品や工場向けシステム、社会課題の解決に貢献するデジタルソリューションなどについて紹介し、DX導入による製造現場の改善を提案した。

兵庫県からは、今年6月に県立工業技術センターに開設したローカル5Gのデモ設備について紹介があり、「ぜひ体験して5G通信の有効性を理解してもらいたい」と呼びかけた。

産業部産業・国際チーム

8.3

県・市の公共事業施策を聞く

公共事業説明会



建設部会は、兵庫県・神戸市の2021年度予算と公共事業の概要についての説明会を、会場とオンラインのハイブリッド形式で開催した。

まず、兵庫県県土整備部県土安全参事の鶴崎尚夫氏が、兵庫県における防災・減災対策やポストコロナ社会を見据えた社会基盤整備の取り組みを説明した。

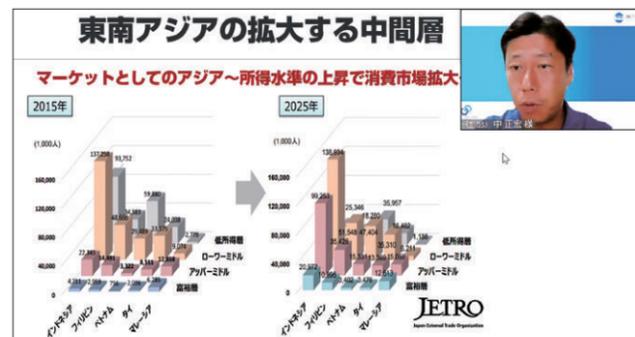
続いて、神戸市都市局長の鈴木勝士氏ならびに行財政政局局長の森川誠也氏より、都心・三宮の再整備やウォーターフロント再開発、拠点駅周辺のリノベーションなど、今後のまちづくりに向けた重点施策を紹介した。

地域政策部

8.23

中間層拡大で急速に成長する消費市場

東南アジア食市場&オンライン商談スキルアップセミナー



国際ビジネス委員会は、(一社)Glocal Solutions Japanの中正宏氏と安井フローレンス愛歌氏を講師に迎え、東南アジアの食品市場と急増するオンライン商談のノウハウを学ぶセミナーを開催した。

中氏は、有望市場として注目される主要国の食品市場の特色と注意点を解説。また「SNSをマーケティングに活用し、富裕層を取り込むことが重要」と語った。

一方、安井氏はオンライン商談のプレゼンにおいて、「視覚情報が大切。日本人特有の『謝る』『笑う』という行為は国際交渉の場では、自分の立場や条件を悪化させる可能性があるので注意してほしい」と強調した。

産業部産業・国際チーム

8.4

コロナ禍での飲食店の店舗戦略を学ぶ

飲食店経営セミナー



日本政策金融公庫との共催により、OLLDESIGN(株)代表取締役の大西良典氏を講師に迎え、飲食店の店舗戦略をテーマにしたセミナーを、会場とオンラインのハイブリッド形式で開催した。

大西氏は、コロナ禍で飲食店が生き残るためには「ダサカッコイイ」が重要だと指摘。これは見た目のダサイ、カッコイイではなく、顧客から見て分かりやすく、入店しやすい外観や看板、ご当地らしさを「見える化」することを重視する考えだ。同時に、大西氏は、実例を交えながら「作業効率やコスト削減を設計やデザインの中に反映することもより重要になる」と力を込めた。

中央支部

9.1~

複数の大手ECモールで会員企業の商品を販売中

ひょうご・神戸オンライン物産展



9月1日~12月29日の約4か月間、会員企業63社、約300の商品をオンラインで販売する「ひょうご・神戸オンライン物産展」を開催している。

本物産展は、コロナ禍で対面での商品販売が制限される中小・小規模事業者にもECを活用した販売機会を提供するため、(株)サイネックスと連携し同社ECサイト「わが街とくさんネット」を中心に楽天市場やPayPayモールなど大手ECモールに特集ページを開設し販売する事業。

会員企業は掲載料などが不要で、期間中（11月中旬まで）も出品を受け付けており、コロナ禍で落ち込んだ売上の挽回とECによる新たな販路開拓を目指している。

産業部産業・国際チーム