

ブランディング戦略及び令和8年度活動計画

1. 目的

第7次中期経営計画（令和6～8年度）において、ブランディングという新たな視点で中期経営計画を捉え直し、協会の新たな魅力を創出することを目的に、取り組みを進めてきた。

今後とも持続可能な形で協会のブランディングを職員一体となり進めていく必要がある。

令和8年度においては、第8次中期経営計画に向けて、神戸市の施策と連動した新たな取り組みも踏まえ、持続可能なブランディング体制を構築する。

2. 進捗及び成果

令和6年度：・検討ワーキングの立上げ、課題の洗い出し、ブランディングの方向性検討、LNK（Living Nature Kobe）との親和性検討

・ブランディング戦略基本方針（2025年2月28日策定）

令和7年度：・3つのプロジェクト（組織内コミュニケーション活性化WG、施設横断型プレイスメイキングWG、重点施設ポートフォリオ戦略構築WG）の実施

3. 令和8年度ブランディング実施に向けて

令和8年度は第8次中期経営計画（令和9～11年度）を策定する重要な年度となる。

また、令和9年度に指定管理の公募となる須磨離宮公園、森林植物園、あいな里山公園については将来像の検討、さらに東遊園地・磯上公園の指定管理公募、王子公園再整備に伴う、賑わい施設や売店の公募が想定され、確実に獲得できるよう準備を進める必要がある。

そこで、2年間の検討・議論をもとに8つのワーキンググループで情報共有を図り、検討を行う。

- (1) 組織活性化WG・・・ソフトのブランディング、7年度の議論の深化
- (2) 広報ブランディングWG
- (3) 持続可能な公園の在り方の検討
- (4) プレイスメイキングWG・・・ソフトのブランディング
- (5) ナチュラルスティックランドスケープWG
- (6) もりの木ブランディングWG
- (7) 持続可能な里山・森林資源の活用（KOBE 備長炭プロジェクト）（新規）
- (8) 施設ポートフォリオWG・・・ハードのブランディング
 - 1) 須磨離宮公園、森林植物園のブランドポートフォリオ
 - 2) 東遊園地・磯上公園の指定管理、王子公園再整備にむけてのWG