

令和4年度 公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー  
重点取組

1 持続可能な観光 MICE 都市の実現を目指した戦略的取組

- 市場の把握と分析に基づく戦略構築
- 民間事業者との連携による事業創出
  - ・既存資源の磨き上げと新しい資源の掘り起こし
  - 高所得者向けコンテンツの開発
  - テーマ別コンテンツの開発
  - ワーケーション向けコンテンツの開発
  - 他エリアとの連携

2 誘客・誘致のためのプロモーション強化

- 多様なターゲットに向けたセールス活動
  - ・Find Your YOKOHAMA キャンペーンの実施
  - ・ロケツーリズムの推進
  - ・MICE 国内外セールスの推進
    - 大学・研究機関等を対象としたセールス活動
    - YOKOHAMA MICE SHOWCASE の企画・実施
  - ・市内 MICE 開催への支援
- 《今伝えるべき横浜》の魅力の発信
  - ・パブリシティの拡充
  - ・ウェブサイト、SNS による情報発信の充実
  - ・海外に向けた観光情報の発信
  - ・海外レップの活用
  - ・横浜 MICE の最新情報の発信

3 受入環境・受入体制の整備

- 来訪者への案内・発信機能の強化
- 都市の受容力の基盤となる市内事業者との協働
  - ・横浜 MICE ビジネスネットワークの構築
  - ・ユニークベニュー、サステナビリティプログラム等の開発
  - ・ユニバーサルツーリズムの推進
- ICT を活用した受入環境・体制づくり
  - ・観光情報提供のデジタル化の推進

## **【持続可能な観光 MICE 都市の実現を目指した戦略的取組】**

事業展開の基盤であるマーケティング機能を強化します。観光・MICE に関連する情報を効率的に収集し市場分析を行い、多くの機会を通じて賛助会員をはじめとする事業者への共有を進めます。あわせて、技術革新、価値観やライフスタイルの多様化を含め、さまざまな環境の変化に対応するための観光 MICE 都市としての戦略を構築します。

大きな変革の時代において、来訪者や MICE 主催者等から選ばれる都市であるために、『持続可能性/サステナビリティ』(以下、「サステナビリティ」)を意識した取組が求められます。観光及び MICE 産業における横浜の事業者の現況を把握し、事業活動を通じて環境や経済など社会全体へ及ぼす影響を考慮しつつ、すべての事業運営に取り組みます。

### **1 市場の把握と分析に基づく戦略構築**

10,000 千円[企画課]

財団の各事業や外部から得られる各種観光関連データを効率的に収集し、ダイレクトマーケティングに繋げる独自のデータ収集方を強化します。令和 3 年度に導入したツールによりデータを収集・分析し、現状の把握から今後の需要予測等を広く共有し、民間事業者や市内大学との連携による事業創出を促進します。

《収集データ》人流データ、Web ログデータ、来訪意欲調査など

### **2 民間事業者との連携による事業創出**

新型コロナウイルスの感染拡大により失われた観光需要を回復していくためには、地域に眠る観光資源を磨き上げ、地域の魅力をより一層高めていくことが求められます。来訪者のニーズに合致するコンテンツの開発や、サステナビリティを意識した取組をより効果の高いものにするため、民間事業者の発想やネットワークを活用した事業創出と、地域内の連携を促進します。マーケティングにより把握する客観的事実や「外部視点」を入れることで既存資源の魅力を見直し、新たな活用策を検討します。

#### **(1) 既存資源の磨き上げと新しい資源の掘り起こし**

33,000 千円[事業開発課]

さまざまな観光資源を活用して、付加価値の高い魅力的なコンテンツを開発し商品化することにより、回遊・宿泊につながる新しい観光スタイルを創り出します。

##### **ア 高所得者向けコンテンツの開発**

より多くの観光消費が期待できる VIP、高所得層を対象とし、特別感のある高付加価値商品を開発します。令和 3 年度に検証したコンテンツについては商品化を目指し、新たに開発するコンテンツについてはモニタリングなどで検証をします。

##### **イ テーマ別コンテンツの開発**

令和 3 年度に実施した「横浜来訪者の特徴および横浜が狙うべきターゲット層の整理と分析」で得られたデータの活用や、SDGs など社会的関心が高いテーマを設定し、より多くの宿泊者の獲得につながるターゲット向けに、テーマ別のコンテンツを開発します。

### ウ ワークーション向けコンテンツの開発【新規】

働き方の多様化を踏まえ、横浜ならではのアーバンリゾート環境を活かした新たなコンテンツを開発します。ホテルやコワーキングスペース、交通アクセス・グルメ・体験メニューなどを組み合わせた滞在プランを造成することで、ワークーションやブレジャーなど、さまざまなスタイルで活用できる横浜の滞在環境をアピールします。

### エ 既存の観光資源を活かした新たな魅力づくり

既存の観光資源を新たな視点で見直し、今までには無い横浜の楽しみ方を提案・提供する事業を実施します。

令和3年度の『中華街回遊促進事業/横濱中華街楽楽』で得られたデータ等をマーケティングに活用し、より来訪者ニーズに即した内容の企画に注力します。

### オ 他エリアとの連携

令和3年度に渋谷区観光協会・渋谷 MICE 協会と締結した「観光連携協定」に基づき、交流や相互送客の期待できる集客事業の連携を進めます。

## (2) イベントを活用した市内回遊・宿泊誘発

1,000 千円 【事業開発課】

主催者や興行主等と連携し、コンサートやショーを含めたイベント来場者の回遊・宿泊を誘発、促進する企画を実施します。商店街なども含め、街・エリアをあげて来場者の満足度を高めるさまざまな要素を加味し、地域を巻き込んだ観光資源としての定着を目指します。

また、以下の市内で開催される集客力の高いイベントの実行委員会の運営等を担います。

《運営イベント》

- |                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| ・横浜スパークリングトワイライト 2022 実行委員会     | [会期 未定]  |
| 《実行委員会参画イベント;主なもの》              |          |
| ・横浜開港記念みなと祭 国際仮装行列実行委員会         | [5月]     |
| ・ハマフェス Y163 実行委員会               | [5月]     |
| ・横浜開港祭協議会                       | [6月]     |
| ・横浜音祭り 2022 横浜アーツフェスティバル実行委員会ほか | [8月～10月] |

※新型コロナウイルス感染症の状況等によって、イベントが中止となる場合もあります。

## 【誘客・誘致のためのプロモーション強化】

新型コロナウイルスの感染拡大により人の移動が制限される中、《今伝えるべき》的確かつ最新の街の魅力の発信と、リモートによるセールス活動を推進し、変化の激しい時代における観光 MICE 都市・横浜のプロモーションを展開します。

誘客においては、国内市場への注力を強化すると共に、将来的な訪日観光の回復を見据えオンライン上での商談機会を活用しセールス活動に努めます。

また、中長期を視野に、市場把握や動向調査等により潜在顧客を洗い出し、ターゲットニーズに合わせたセールスを行います。

### 1 多様なターゲットに向けたセールス活動

新型コロナウイルス感染症の拡大を受けた、国内の観光目的での移動や海外からの渡航に対する制限は未だ改善の途上にあります。厳しい状況においても、観光・MICE 事業を持続的に展開するため、安全・安心な環境を整え、市内の事業者の理解と協力を得ながら、国内客獲得のための誘客活動を推進します。

一方、訪日観光(インバウンド)市場や MICE 市場においては、段階的な回復を見据えた取組が必要となります。海外の(来訪者の)出発地の旅行会社やミーティングプランナー、会議主催者キーパーソン等とのネットワークを維持しつつ、情報発信を通じて観光 MICE 都市としてのプレゼンスの向上に努めます。

#### (1) Find Your YOKOHAMA キャンペーンの実施

292,200 千円 [誘客推進課]

新型コロナウイルス感染症の影響により落ち込んだ横浜市内の観光需要の喚起・拡大と地域経済の回復を図ります。財団が有する事業者とのネットワークを基盤に、宿泊商品や着地型旅行商品を造成すると共に、新たに、滞在コンテンツの拡充を図り、利用者の使いやすさを意図した割引クーポン等を活用した誘客プロモーションを実施します。季節やイベントなど需給のバランスを考慮し、柔軟なプロモーションを実施することで広く事業効果を波及させます。

##### ア 滞在コンテンツの利用促進

横浜ならではの体験やアクティビティ、文化芸術関連イベントなど、市内で消費される滞在コンテンツを開発し販売します。

##### イ 宿泊の促進

市内ホテルのクーポン付オンライン宿泊商品を販売し、宿泊需要を喚起します。

##### ウ 着地型旅行商品の造成・販売

横浜ならではのコンテンツや特別な体験等を含む、横浜市内で消費される着地型旅行商品を造成し販売します。

## (2) ロケツーリズムの推進【新規】

3,000 千円【事業開発課】

NHK 放映の 2 つのドラマ、大河ドラマ『鎌倉殿の13人』と連続テレビ小説『ちむどんどん』のロケ地となる郊外区と連携し、ドラマの影響力や出演者人気との相乗効果を狙った市内郊外部のプロモーションを推進します。

- ・ロケ地紹介及び郊外区観光魅力の紹介サイトの運営
- ・ロケ地訪問を含めた市内資源を活用した着地型ツアーの造成
- ・郊外区の観光資源に縁のある土産等関連商品の開発

## (3) 国内誘客 セールス

4,000 千円【誘客推進課】

首都圏を中心とする、近隣の横浜ファンを対象とするセールスを強化し、宿泊や回遊性の獲得につなげます。

教育旅行誘致においても、オンラインでのセールスや情報提供を拡充し、首都圏でも特に相互送客につながるエリアからの、集客促進に注力します。

また、国内誘客市場の多様な顧客のニーズに応えられるコンテンツ造成を目指し、市内事業者が取り組む SDGs 体験プログラムを集約した『横浜 SDGs 探求ガイド』のウェブサイト情報を拡充します。

## (4) 海外誘客 セールス

400 千円【誘客推進課】

オンライン商談会への参加やセールス活動を通じて、国内ランドオペレーターなどを中心にネットワーク構築を強化します。各国・エリアごとの訪日観光市場の動向を把握すると共に、今後横浜が狙うべき市場を選定し、集中プロモーションを行います。

## (5) MICE 開催実態調査

2,550 千円【MICE 振興課】

JNTO や国際会議協会(以下、ICCA という)が発表する国際会議統計は、MICE 都市の実力を評価するひとつの指標となっています。市内での開催実態を把握するため、引き続き、MICE 関連事業者・団体と協力し開催情報を収集します。

また、財団が保有する過去の開催実績データ等と掛け合わせた分析を行い、今後の誘致・開催支援に活用します。

## (6) MICE 国内外セールスの推進

11,040 千円【MICE 振興課】

### ア 国内セールス

#### (ア) 大学・研究機関等を対象としたセールス活動

年間を通じ、大学・研究機関や学会・協会への個別セールスを実施し、キーパーソンとのネットワーク構築に注力します。

また、市内主要大学を対象に、財団が提供する誘致及び開催支援メニューの説明会を企画・実施します。

《想定》神奈川県立大学、関東学院大学、慶應義塾大学、東京工業大学、横浜国立大学、横浜国立大学

**(イ) YOKOHAMA MICE SHOWCASE の企画・実施** [令和5年2月予定]

国内外の MICE 主催者・関係者を対象に『YOKOHAMA MICE SHOWCASE』を開催し、市内事業者が考案・開発する横浜らしいサービスやコンテンツなど、横浜の MICE 最新情報を提供します。

あわせて、市内事業者への発注促進と関係者間でのネットワーク強化を目指した商談会を企画し、事業者の対応力向上を図ります。

中長期的には、MICE 開催時に発生する直接受注の域内循環の実現を目指します。

**イ 海外セールス**

**(ア) 商談会等でのセールス活動**

横浜開催に興味、関心のある主催者等との商談を主体とするトレードショーに出展し、新規案件の開拓、継続案件でのネットワーク強化を図ります。

開催形態等の多様化など MICE における最新動向を把握すると同時に、横浜が安全・安心な開催地であることを積極的に PR します。

- ・IMEX (於:フランクフルト/メッセフランクフルト) [5月31日~6月2日]
- ・iBTM World (於:バルセロナ/フィラ・バルセロナ・グラン・ビア) [11月30日~12月2日]
- ・第32回国際 MICE エキスポ(会場未定) [令和5年予定]

**(イ) 海外ネットワークの拡充**

誘致のためのノウハウ、スキルを、他の MICE 都市の成功事例等から学び、かつ人的ネットワークを構築するため、MICE 業界の国際的交流や技能向上を目指す業界団体である ICCA に関連する会合に参加します。

- ・ICCA アジア・パシフィックチャプターサミット(於:開催地未定) [時期未定]
- ・ICCA 総会(於:ポーランド・クラクフ) [11月13日~16日]

**(ウ) 会議主催者等の視察受入、キーパーソン招請**

誘致段階の会議主催者や PCO 等の横浜視察に対応します。横浜現地での視察受入に加え、バーチャルで横浜の最新状況を体感いただくため、デジタルコンテンツの充実など、デジタル技術を駆使した対応環境を整えます。

また、JNTO 国際会議海外キーパーソン招請事業(Meet Japan)に参加し、新規案件の開拓に努めます。

- ・Meet Japan [時期未定]

**(7) 市内 MICE 開催への支援** **450,000 千円 [MICE 振興課]**

**ア 「安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金」事業の運営** [4月~12月]

令和3年度に引き続き、MICE 主催者への支援策として助成金事業を運営します。横浜市内で開催される MICE (オンサイト方式およびハイブリッド方式による開催) を対象に、必要な経費の一部を助成します。新たに、参加者の交流・回遊促進に係る経費も助成対象に追加します。

助成に際して市内事業者からの調達を条件とすることで、施設やホテル等への発注を促し市内経済の活性化につなげます。

**(ア)助成対象者**

MICE 主催者(団体、企業)

**(イ)助成対象経費**

ア 市内事業者から調達した MICE 開催経費

イ 会場費、機材費及びそれに伴う人件費、感染予防対策費、その他助成対象と認められた MICE に伴う経費

**(ウ)助成率・助成額**

助成対象経費の 2 分の 1 以内、 上限 200 万円

**(8) 「横浜 MICE 助成金」制度の運営**

**40,000 千円 [MICE 振興課]**

[1 月～3 月]

横浜 MICE 開催応援プランに代わる事業として、新たな助成制度を立ち上げます。

横浜市内で開催される MICE の経費を支援し、助成対象を「市内事業者から調達した MICE 開催経費」とすることにより、MICE 開催による市内経済活性化を図ります。

**2 《今伝えるべき横浜》の魅力の発信**

横浜を「訪れる価値のある街」にするべく、多様なメディアとのネットワークを通じてパブリシティを強化するとともに、ウェブサイト、SNS、印刷物、観光案内所など既存の情報発信手段をそれぞれの特質と強みを生かした形で有機的に連携させ、時代の変化に即した効果的な情報発信を行います。

さらに、デジタル手段の浸透により高まる「人の情報発信力」を活用するため、デジタルネイティブ世代の若年層(大学生等)を中心に、横浜に愛着のある方々のネットワークやフットワークを活かし、今まで以上に迅速に広く行きわたる横浜の魅力発信に取り組みます。

**(1) パブリシティの拡充**

**5,935 千円[事業開発課]**

[通年]

年間を通じてメディアリレーションを実施し、新聞、雑誌、テレビ、ラジオ、ワイヤーサービス、通信社、ウェブ媒体など国内のメディアとの関係を強化します。

横浜の観光資源や安全・安心対策など新たな観光スタイルに適合する情報等、ターゲットに応じたメディアにより横浜からの情報発信回数を増やし、露出拡大を図ります。

**(2) ウェブサイト、SNS による情報発信の充実**

**21,369 千円 [事業開発課]**

[通年]

公式サイト『横浜観光情報』(日本語)、『Yokohama Visitors' Guide』(英語)ほか外国語サイトにより、観光 MICE 都市・横浜の基本情報を発信します。

来訪者の回遊性促進や滞在満足度につながる情報を適時適切に発信することで、来訪者ニーズに応えられるサイトを目指すと共に、SNS により横浜観光に関する旬の情報発信に取り組みます。

**(3) 海外メディア等を活用した観光情報の発信** **5,850 千円** [誘客推進課]

海外メディアや在日インフルエンサーによる情報発信などを通じて、記事や画像、動画等、最も効果的なプロモーション手法を活用し、横浜の安全・安心な滞在環境や、新たに開発された観光資源などを紹介します。

**(4) 海外レップの活用** **7,000 千円** [誘客推進課]

現地のトレンドやニーズを捉えた誘客戦略構築・対応策考案のため、過去の来訪実績の高い中国とアメリカにおける海外レップを継続します。現地メディアや旅行会社との関係を強化し、横浜の安全・安心な滞在環境や最新の観光情報などを発信します。

**(5) 横浜 MICE の最新情報の発信【拡充】** **17,000 千円** [MICE 振興課]

開催形態が多様化する(オンサイト方式、オンライン方式、両方を組み合わせたハイブリッド方式など)MICE において、通信インフラや配信設備といったハード面でのニーズだけではなく、参加者の来訪意欲を喚起するための、開催地ならではのコンテンツ開発が求められています。MICE 開催地として選ばれるため、国内外の主催者や会議運営会社を対象とした情報提供に加え、参加者向けの情報発信を強化します。

**ア 財団ウェブサイト(MICE 専用サイト)による情報発信** [通年]

令和 3 年度に開設した『バーチャル横浜 Virtual YOKOHAMA』のコンテンツを拡充します。MICE の開催形態がハイブリッド方式へとシフトする中、現地参加者を増やし市内回遊性向上につながる施策は急務であり、現地でしか体験できない横浜ならではのプログラムを民間事業者と連携して提供します。

**イ 専門誌での広報**

MICE 関連の専門誌に広告出稿し、グローバル MICE 都市・横浜の最新情報を発信します。

## 【受入環境・受入体制の整備】

国内外からのビジターの利便性、満足度を向上させ再来訪意欲を醸成するため、質の高い情報を提供する案内体制の整備に注力します。

また、MICE 誘致に際して利点となる地元の受入体制の充実のため、市内事業者の MICE への理解を促進し、開催される MICE の経済効果を市域内に誘導し、市内経済の振興と MICE 関連産業全体の活性化につながる取組を推進します。

### 1 来訪者への案内・発信機能の強化

30,350 千円【事業開発課】

市内 3 か所(横浜駅、桜木町駅、新横浜駅)の観光案内所において、外国語対応スタッフが利用者ニーズに応える観光案内を行います。

デジタルサイネージでのイベント情報掲載や利用者が自由に情報収集できる機器や資料の配備、ボランティアスタッフによるおすすめ回遊ルートの提案など、横浜の滞在をより快適にするための情報発信拠点として充実を図ります。

また、民間事業者との連携により、市内外での案内体制を整備します。

「横浜トラベルインフォスポット」(現在112か所)に登録する観光施設、商業施設や交通機関、駅などへの情報提供のほか、意見交換会、案内に役立つテーマのセミナーなどを実施します。

都内等での横浜情報の発信拠点「横浜タッチポイント」(現在35か所)に対しては、協力施設のスタッフ向けに横浜最新情報の見学会・勉強会など、横浜に関する理解を深めてもらう機会を提供します。

### 2 都市の受容力の基盤となる市内事業者との協働

MICE 都市において、会議開催への対応力を有する関連企業が多く所在していることは重要です。MICE が都市にもたらす効果を理解し、自分達の業務領域においてビジネスを獲得できる、あるいは新たに横浜での MICE ビジネスに関わる意欲ある事業者を育成することを目的に、研修等を主体とするネットワークを立ち上げます。

#### (1) 横浜 MICE ビジネスネットワークの構築

10,000 千円【MICE 振興課】

##### ア 横浜 MICE 人材育成講座の企画・実施

[通年]

横浜の MICE ビジネス振興には、MICE ビジネスに従事する事業者の増加だけでなく、業種・業態の拡大が重要です。

関連する業務の幅が広い MICE ビジネスの実態や商機について、市内のさまざまな業界団体や事業者の理解を促すため、事業者を対象に、MICE ビジネスにおいて求められる知識やノウハウの習得を目的とした講座を運営します。

最新テクノロジーやサステナビリティなど実務に即したテーマを取り上げ、会議主催者や会議運営会社のニーズに合った提案能力のある、MICE 関連産業事業者の育成を目指します。

## イ MICE 受入コンテンツの開発 [通年]

市内にある魅力的な資源を活かし、MICE 参加者の回遊促進のための仕組づくりを進めます。観光施設、商業施設、商店街など多様な市内事業者と連携し、対象とする MICE の会期に合わせた、期間限定の、参加者向け特典企画等を実施します。

## ウ 市内開催 MICE と市内企業の連携促進

MICE 都市としての価値向上を目指し、市内及び近郊に所在する企業の本社や R&D 施設と市内開催の MICE との連携を産み出す仕組づくりに注力します。

令和3年度に引き続き、市内の本社機能や R&D 施設の実態調査や MICE への関心・関与意向の確認等を行い、MICE を受け容れる力の高い都市であることを主催者にアピールします。

### (2) ユニークベニュー活用支援補助金の活用 4,000 千円 [MICE 振興課]

ユニークベニュー(※)の開拓、利用促進を強化し、MICE 受入環境の整備を進めます。令和3年度に新設した『ユニークベニュー活用支援補助金』制度を活用し、主催者への利用促進を働き掛けると共に、市内でユニークベニューとして活用できる施設・会場の開拓に取り組みます。

※歴史的建造物、博物館・美術館等の文化施設や公的空間など、施設の本来目的でない会議やレセプション等を開催することで特別感や地域特性を演出できる施設・会場

### (3) サステナビリティプログラム等の開発 2,000 千円 [MICE 振興課]

サステナビリティに取り組む市内事業者や団体等のプログラム造成を支援します。MICE 主催者を対象にしたプログラムだけではなく、MICE 参加者が体験可能なプログラムを開発することで、参加者の来訪意欲を喚起し現地参加者の増加につなげます。

### (4) ユニバーサルツーリズムの推進 3,000 千円 [事業開発課]

来訪者の誰もが安心して横浜での滞在を楽しめる環境整備を目指し、ユニバーサルツーリズム(UT)を推進します。

横浜の UT ポータルサイトの役割を担う『横浜観光バリアフリー情報』ページの改訂、モデルコースの拡充、関連事業者向け UT 推進セミナーなど、UT に対する事業者理解促進につながる取組を通じて UT 対応施設や事業者を拡充し、来訪者の滞在環境を整備します。

また、観光庁制定の『心のバリアフリー認定制度』を活用し、既に認定取得済み事業者の取組を賛助会員等に広く情報発信し市内事業者の UT への関心を高め、対応可能な事業者の増加を目指します。

### 3 ICTを活用した受入環境・体制づくり

#### (1) 観光情報提供のデジタル化の推進

2,650 千円 [事業開発課]

公式ガイドマップ「横浜ビジターズガイド」の改訂・増刷を行います。紙面サイズの制約で掲載できない情報(イベント情報や施設詳細情報等)を、マップ記載の QR コードから公式ウェブサイト「横浜観光情報」の関連情報にアクセスし補完することで、利用者ニーズに応えつつマップ自体の利便性向上を図ります。

また、観光案内所での対応として、デジタルサイネージでのイベント情報の発信、AI 搭載ロボットによる観光案内や民間事業者開発による案内アプリの試験的導入など、DX 化時代に適合する観光案内機能の新たな方向性を模索します。

## 【賛助会員事業】

### 1 賛助会員交流機会の充実

市場調査の分析を拡充し、分析結果や観光 MICE 分野の動向等、会員企業の事業活動に役立つ情報提供や、多様な会員が相互に直接交流できる機会を充実させます。

オンラインやハイブリッドなど、会合の開催形態の多様化に合わせ、その時々々の状況、集客効果を勘案した方式で対応することにより、より多くの会員との情報交換、交流を目指します。

【参考】会員数611事業者(令和4年2月28日)

会合種別	開催時期(予定)	具体的内容
令和4年度事業概要発表会 及び 賛助会員交流会	R4年 4月20日	財団の令和4年度の事業計画、重点取組等の 説明会及び交流会
若手・新入職員向け横浜観光 研修	R4年9月	賛助会員の若手・新入職員を対象とした市内 施設視察、グループディスカッション、チームビル ディング等
新規賛助会員向け事業説明 会・交流会	年2回 R4年9月 R5年2月	新規入会賛助会員による自社PR、既存会員との 交流会
会員の集い;講演会、優良従事 者表彰及び賛助会員交流会	R4年 11月中下旬	賛助会員への謝意を表す機会として、永年に 亘り観光及びMICEの振興に功績のある方の 表彰及び講演会、交流会
横浜ビジネスミーティング	年4回 R4年6月・9月・ 12月/R5年2月	財団事業と連動した観光MICEに関するテーマ でのセミナー または賛助会員のビジネスチャン スにつながる情報提供機会

## 【財団運営】

財団の事業展開の核となるマーケティング機能強化や民間事業者との連携による事業開発等を効果的な事業とするため、引き続き、優れた能力を備える、意欲ある職員の人材育成に取り組めます。

観光MICEに関連する業界全体の景況が厳しい中、財団の自立を支える自主財源の獲得に向け、国等の助成金や受託事業の活用も検討します。

新たな中期計画に基づき、『マーケティング』『サステナビリティ』『民間との連携』を事業展開の基盤に位置づけ、横浜版地域DMO(申請中)として将来に亘って横浜の観光MICEを振興、牽引する組織を目指します。