

令和3年度 公益財団法人横浜観光コンベンション・ビューロー
事業の重点取組

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
- サステナビリティを意識した取組の推進
- 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市内に眠る資源の掘り起こし
 - 高付加価値コンテンツの開発
 - 回遊・宿泊につながる着地型コンテンツの開発
 - 交流や相互送客を核とする他地域との連携
 - 多様な資源の魅力を活かした連携企画の創出
- ・横浜クリエイションスクラム助成事業

2 誘客・誘致のためのプロモーション強化

- 《今伝えるべき横浜》の魅力の発信
 - ・ ウェブサイト、SNS による情報発信の充実
 - ・ 多様なメディアとのネットワークの構築;パブリシティの拡充
 - ・ 横浜の安全・安心な観光情報の海外向け発信
 - ・ 海外レップの活用
 - ・ MICE 都市としての情報発信
- 多様なターゲットに向けたセールス活動
 - ・ 国内誘客強化/Find Your YOKOHAMA キャンペーンの継続
 - ・ 次世代誘致のための取組
 - ・ MICE 分野での市場調査
 - ・ 市内 MICE 開催への支援

3 受入環境・受入体制の整備

- 国内外からの来訪者への案内機能の強化
- 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(仮称)
 - ・ MICE 受入環境活用促進
 - ・ 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、新たな分析ツールで市場分析を行い、さまざまな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、コロナ後の社会を取り巻く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。

変化・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る中、観光及び MICE 産業における横浜の事業者の現況を把握し、さまざまな場面でのサステナビリティを推進します。

1 市場の把握と分析に基づく戦略構築

14,900 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策を構築します。新たに導入するツールによりデータを収集・分析し、横浜の課題、今後の予測等を、事業者と共有します。

また、横浜における「新たな観光のあり方」を確立するため、横浜の強みの仮説設定と検証により、今後の観光 MICE の需要に適合するコンテンツの開発に取り組みます。

2 サステナビリティを意識した取組の推進

2,000 千円 [MICE 振興課]

先行して事業展開してきた MICE 分野だけでなく、観光推進においてもサステナビリティを意識した取組の現況を把握し、広く関連事業者と共有するためのセミナー等を実施します。

「横浜ブルーカーボン・オフセット制度」(海洋資源を活用した CO2 排出量削減手法)のほか、横浜が持つ都市魅力を活かしたサステナブルな取組の把握、事業者間の理解促進を図ると共に、財団として取り組むサステナビリティの方針を策定します。

3 民間事業者との連携による事業創出

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の推進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を推進します。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施設の魅力を見直し、新たな活かし方の企画検討に基づき、令和 2 年度に実施した Find Your YOKOHAMA キャンペーンの成果を活かしながら事業を創出します。

(1) 既存資源の磨き上げと市内に眠る資源の掘り起こし【新規】 28,200 千円[事業開発課]

既存資源を活用して付加価値の高いコンテンツを開発し、モニタリング等で検証することにより、新しい観光スタイルを打ち出します。

ア 高付加価値コンテンツの開発

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、「人数の獲得から高付加価値」への転換を図ります。

- ・三溪園や匠の技を活用したプログラム 等

イ 回遊・宿泊につながる着地型コンテンツの開発

既存の資源に新たな楽しみ方を採り入れ、回遊・宿泊を誘発する仕組みを構築します。

- ・食や体験プログラムを組み込んだ回遊促進プログラム 等

ウ 交流や相互送客を核とする他地域との連携

魅力あるコンテンツを持つ地域と協働し、相乗効果の期待できる集客連携を進めます。それぞれの地域の強みであり、共通するテーマに着目し、交流や相互送客につながる事業を創出します。

- ・渋谷・横浜連携プロジェクト(仮称) 等

エ 多様な資源の魅力を活かした連携企画の創出

令和2年度の Find Your YOKOHAMA キャンペーンの一環として、『事業者との連携による集客促進企画』により形成された事業者間のネットワークを基盤に、《食》《スポーツ》《音楽》の魅力を活かした事業の調整や支援を行います。それぞれに関心を持つ層に訴求するコンテンツを活用して、『横浜に来ないと体験できない』新たな企画創出に注力します。

- ・食の魅力での企画;和洋中のほか多彩な料理を提供する飲食店ネットワークの活用
- ・スポーツの魅力での企画;サッカー、野球等4種のプロスポーツチームの所在
- ・音楽の魅力での企画;アリーナ、ホール、ライブハウス等規模の異なる施設の集積

(2) 横浜クリエイションスクラム助成事業

8,148 千円【事業開発課】

民間事業者ならではの発想や知見を活かした提案により、新たな観光資源の開発と定着を促すため、「横浜クリエイションスクラム助成事業」を実施します。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響を勘案し、新しい生活様式を前提とし、安全・安心な観光ができ、かつ観光消費の拡大につながる事業を募集し、支援します。

[事業募集:4月以降] [審査会:6月以降]

- ・《募集テーマ(案)》 誘客や回遊促進につながる事業

新しい生活様式を前提に、市内の様々な資源の魅力を引き出し活用し、ターゲットの滞在時間延長及び宿泊増、消費促進を図る事業。

(3) イベントを活用した市内回遊・宿泊誘発

1,200 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様々な企画を加え、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 2021 実行委員会 [会期 未定]

・フォト・ヨコハマ 2022 実行委員会 [令和4年1月～3月]

《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 Y162 実行委員会 [5月]

・横浜開港祭協議会 [6月]

・DanceDanceDance@YOKOHAMA2021 横浜アーツフェスティバル実行委員会ほか

※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発生により人の移動が制限される環境下、《今伝えるべき》最新かつ正確な都市魅力の発信と、ICT 技術によりもたらされた新たな様式に対応するセールス活動を推進し、変化・変革の時代における観光 MICE 都市・横浜のプロモーションに努めます。

ウェブサイト、SNS、メディアを通じて信頼度の高い情報を提供すると共に、情報発信源となる人財の活用を強化します。さらに、遠隔で得られる現場ニーズへの対応、オンラインでの情報訴求に必須となる、居ながらにして横浜を体感できるヴァーチャル横浜の形成に取り組みます。

誘客においては、国内市場への注力を高めると共に、回復を見据えるインバウンドについても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の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 《今伝えるべき横浜》の魅力の発信

(1) ウェブサイト、SNS による情報発信の充実

24,527 千円 [事業開発課]

ア 日本語サイト；コンテンツの拡充

[通年]

- ・テーマ別サイトの制作
- ・最新の観光需要に合わせた横浜の観光情報の発信
- ・季節の特集ページや横浜の新たな魅力を紹介する企画ページの制作
- ・動画コンテンツの製作

イ 外国語サイト；ウェブサイト 8 言語運営による横浜の魅力発信

[通年]

- ・多言語サイト(英語、中国語繁体字・簡体字、韓国語、タイ語、フランス語、スペイン語、インドネシア語)の運営
- ・多言語による安全・安心な横浜の観光情報の発信
- ・影響力の高い、訪日観光情報メディアとの連携 例；トリップアドバイザーなど
- ・2020 年東京オリンピック・パラリンピック観戦客向けの情報の発信

(2) 多様なメディアとのネットワークの構築；パブリシティの拡充 5,000 千円[事業開発課]

ア ターゲットに応じたメディアの活用

[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、通信社、ウェブ媒体など国内のメディアと関係を強化します。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、ターゲットに応じてメディアを活用します。

イ ターゲットに訴求できる手段の活用

[通年]

ワイヤーサービス(プレスリリースを世界各地のメディア、財務情報の情報開示システム、投資家、ポータルサイトなどへ配信するサービス)を活用し、横浜からの情報発信回数を増やし、露出拡大を図ります。

(3) 横浜観光親善大使による情報発信の強化

1,300 千円 [事業開発課]

市民による情報発信事業と位置づけ、多方面で活躍する大使経験者も含め、情報訴求の範囲の拡大を目指します。市内で開催されるイベントを主な活動機会とする一方、企業や他団体の活動においても、横浜の魅力や最新情報を市内外に向け発信します。

- ・テレビ・ラジオ、新聞、雑誌等、各種メディアで最新の横浜情報を提供
- ・ウェブサイト専用ページでの横浜の魅力発信

(4) 横浜の安全・安心な観光情報の海外向け発信 **5,455 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、動画など、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。

(5) 海外レップの活用 **16,400 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、令和2年度に引き続き、中国とアメリカ西海岸に海外レップを設置します。現地メディアや旅行会社へのセールス活動や情報提供を通じて、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。[通年]

また、賛助会員をはじめとする事業者向けの海外事業共有機会として、海外市場セミナーを実施します。 [1回、秋以降を予定]

(6) MICE 都市情報発信【拡充】 **15,000 千円** [MICE 振興課]

新型コロナウイルスへの対応で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、ディスティネーション(開催目的地)として選ばれるための情報発信の重要度が増えています。主催者や会議運営事業者への情報提供もオンライン対応が進む中、開催地決定への動機づけや参加者の来訪意欲を喚起するため、デジタル技術を活用した情報発信に注力します。

ア デジタルコンテンツ『ヴァーチャル横浜(仮称)』の構築

誘致対象となる MICE やセールス機会であるトレードショー(商談会)の開催形態がオンライン、ハイブリッドへとシフトする中で、急務となっている都市魅力を伝えるコンテンツやセールス用ツールにおけるデジタル対応策として、『ヴァーチャル横浜(仮称)』を構築します。

会議施設の視察体験やアフターコンベンションに適した体験メニューなどを搭載し、横浜での視察や滞在を仮想(ヴァーチャル)体験できるデジタルコンテンツを拡充します。

イ 横浜ミーティングプランナーズガイド 2022-2023 版の制作

開催地選定の必須情報である会議施設、宿泊施設のほか、より充実した開催に寄与するユニークベニューやアトラクション提供事業者の情報等を紹介する冊子を制作します。※隔年制作

ウ 財団ウェブサイト (MICE ページ) による情報発信 [通年]

横浜の MICE 関連情報発信サイト「YOKOHAMA JAPAN'S FIRST PORT OF CALL」を運営します。

エ 専門誌での広報

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

2 多様なターゲットに向けたセールス活動

移動や集客への制限という条件下、安全・安心な環境で観光 MICE の事業活動を展開するため、市内の観光 MICE 事業者の理解と協力を得ながら、国内からの誘客に注力します。特に、次代の横浜ファン獲得につながる若年層へのセールスを強化するため、従来の助成制度を幅広く教育旅行誘致を促進する制度に刷新します。

減少の大きいインバウンド市場での誘客や国際会議誘致の環境回復に備え、海外現地の旅行会社、ミーティングプランナー、主催者等の事業パートナーとのネットワークを維持し、横浜の観光 MICE 都市としてのプレゼンスの維持・向上に努めます。

(1) 国内誘客強化/Find Your YOKOHAMA キャンペーンの継続 250,000 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。

ア 宿泊客誘客プロモーション

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。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。 [5月～9月]

イ 着地型旅行商品の企画・造成

横浜ならではの体験ができる着地型旅行商品を造成・販売します。旅行代金の一部を助成することで、市内の観光需要回復と観光消費を最大化するとともに、旅行商品を多様化することで広く事業効果を波及させます。 [5月～9月]

(2) 次世代誘致のための取組(教育旅行誘致) 8,250 千円 [誘客推進課]

次世代の横浜ファン育成を目的とし、教育旅行セールスを継続実施します。横浜への来訪を促進するため、小中高を対象とした新たな助成制度を新設するとともに、近年需要が高まりつつある近場からの来訪についても積極的に誘致します。

従来のキャリア教育プログラムに加え、民間事業者との協力により、SDGs(サステナビリティ)の考えに基づく探求的な学びのプログラムを作り、教育旅行における横浜の来訪価値を高めます。

- ・《セールス対象地域》 北海道／東北地方／東海地方 [上期]
- 東京／神奈川／千葉／埼玉 [下期]

(3) 海外誘客 セールス 3,526 千円 [誘客推進課]

重点市場とするアジア及び欧米を対象としたオンライン商談会や、国内で開催される訪日観光・インセンティブツアー関連の商談会などに参加し、継続的に訪日誘客セールスを実施します。(※)

セールス活動を通じて横浜の安全・安心な観光スタイルを提案すると共に、需要回復の時機を逃すことのないよう、各国訪日市場の動向把握に努めます。

※具体的なスケジュールは、商談会を主催者(JNTO 等)の事業計画に連動します。

(4) MICE 分野での市場調査【拡充】

13,000 千円 [MICE 振興課]

ア 研究者の国際活動調査

誘致セールス活動の強化を目指し、研究者とのネットワークを拡充します。主に市内の大学・研究機関に所属する研究者について、国際学会での活動実績、研究論文の被引用件数などを調査し、国内外に影響力のあるグローバルリーダーを抽出しセールス活動の対象とします。 [実施時期;上期]

イ コンベンション実態調査

市内で開催される会議の主催者、参加者にヒアリングを行い、開催地に求められるニーズや参加者のプレ/ポストコンベンション(会期前後)の行動実態を把握し、今後の誘致・開催支援事業の企画検討に活用します。

ウ 国際会議統計

JNTO 国際会議統計や国際会議協会 (ICCA) 国際会議統計などで集計・公表される、一定期間に都市で開催された会議件数は、MICE 都市の対応力を図る指標になっています。市内での会議の開催実態をより正確に把握するため、開催情報の収集力を強化します。

(5) MICE 国内外セールス

15,860 千円 [MICE 振興課]

ア 国内セールス

大学・研究機関や学会・協会への個別セールスを通じてネットワークを構築します。大学向けには、財団が提供する誘致及び開催支援のメニューに関する説明会を企画・実施します。 <想定大学> 神奈川大学、関東学院大学、慶應義塾大学、横浜国立大学、横浜市立大学

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。

会議の開催形態等の最新動向を把握すると同時に、横浜での安全・安心な開催について PR を実施します。

- ・IT&CMA

(於:バンコク/バンコクコンベンションセンター)

[9月28日~30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31回国際 MICE エキスポ(会場未定)

[令和4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、スキルを主要 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して活動する業界団体である『国際会議協会 (ICCA)』関連の会合に参加します。

- ・ICCA アジア・パシフィックチャプターサミット(於:中国・厦門)

[時期未定]

- ・ICCA 総会(於:コロンビア・カルタヘナ)

[10月24日~27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 等を対象に、横浜視察の機会を提供します。

デジタルコンテンツを充実させ、オンライン視察への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]

(6) 市内 MICE 開催への支援

200,000 千円 [MICE 振興課]

ア 「新たな生活様式」に対応した MICE 開催への支援

[4 月～9 月]

「安全・安心な横浜 MICE 開催支援助成金」制度を運営し、横浜市内で開催される MICE (オンサイトおよびハイブリッド開催)に必要な経費を支援し、MICE 開催による市内経済活性化を図ります。

補助対象経費を「市内事業者から調達した MICE 開催経費」に限定し、主催者による市内発注を促し、MICE 施設、ホテル等をはじめとする市内事業者の支援につなげます。

(ア)補助対象者 MICE 主催者(団体、企業)

(イ)補助対象経費 (市内事業者から調達した MICE 開催経費)

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

(ウ)補助率・補助額 補助率 2 分の 1(上限 300 万円)

(7) 「横浜 MICE 開催応援プラン」の運営

22,000 千円 [MICE 振興課]

新型コロナウイルスの影響を受け、新たに主催者負担となる機材や感染症対策備品等の手配、既存メニューである参加者向けノベルティ製作、広報媒体の確保など、横浜開催のメリットを感じていただけるサービスや、市内事業者の受注機会拡大につながる各種メニューを提供します。

SDGsに関連したメニュー例:

ペットボトルを再利用したコングレスバッグ、環境に配慮した水素バス、海洋プラスチックを利用したボールペン

[10 月～令和 4 年 3 月]

【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促進するため、質の高い横浜体験を提供する受入環境や受入体制の整備に注力します。

また、誘致に際して利点となる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 国内外からの来訪者への案内機能の強化

37,856 千円 【事業開発課】

市内 3 か所(横浜駅、桜木町駅、新横浜駅)の観光案内所の基本機能に加え、それぞれの場の強みや特性を活かし、横浜の文化や歴史を案内するボランティアと協働します。顧客満足度調査を実施し、利用者ニーズの把握に努めます。

「横浜トラベルインフォスポット」(現在114か所)への支援として、資料や情報等の提供、意見交換会、おもてなしセミナーなどを実施し、案内機能の充実を図ります。

都内での横浜情報の発信拠点「横浜タッチポイント」での情報提供により、都内近郊から横浜への送客を促すため、登録施設等を対象とした横浜最新情報の勉強会などを行います。

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(仮称)【新規】

10,000 千円 【MICE 振興課】

ア 横浜 MICE 人材育成講座 [通年]

MICE ビジネスにおいて、事業者に求められるノウハウを習得するための講座を企画運営します。

最近の業界トレンドである ICT 活用による開催形態の多様化や、海外主催者等のやりとりにおけるマナーなど、MICE 誘致と開催準備の諸段階に必要とされるノウハウやスキルを学び、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 サプライヤー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用し、参加者の回遊性を高めるためのコンテンツの開発を行います。

また、会議で滞在する参加者向けの特典や利便を考慮した仕組づくりなど、主催者の開催地選定に効果を及ぼすコンテンツの開発を検討します。

ウ 市内開催 MICE と市内企業の連携促進

MICE 開催を、横浜の産業振興につなげていくため、市内企業(MICE 関連サプライヤー以外)と市内で開催される MICE とをマッチングする仕組づくりを行います。

(2) MICE 受入環境活用促進【新規】

4,000 千円【MICE 振興課】

市内の MICE 受入体制整備の一環で、ユニークベニュー(※)の開拓、利用促進に注力します。助成制度を新設し、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) 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滞在を楽しめる環境の整備を目指し、ユニバーサルツーリズムを推進します。横浜のユニバーサルツーリズムのポータルサイトとしての役割を果たすことを目的としたウェブサイトページの充実、モデルコースの更新、観光関連事業者向けユニバーサルツーリズム推進セミナーの実施など、事業者の理解促進及び来訪者の滞在支援に取り組みます。

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

1,600 千円【事業開発課】

QR コードを活用した公式ガイドマップ「横浜ビジターズガイドマップ」多言語版の提供のほか、ICT を取り入れたシステムやアプリと連動させ、観光情報発信の拡充につなげるなど、民間事業者と連携し、多様な観光情報発信ツールの導入を検討します。

(2) オリパラ用情報提供ツール

6,000 千円【事業開発課】

東京 2020 オリンピック・パラリンピックの観戦目的の来訪者向けに横浜の魅力を紹介する横浜観光ガイドリーフレットを制作し、市内での回遊性を高める情報提供を行います。

【賛助会員事業】

1 賛助会員交流機会の充実

令和3年度から拡充する市場調査の分析結果や観光 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。

会合の開催形態が多様化することを踏まえ、従来、会場に参集する形式(オンサイト形式)で実施してきたものを、一部オンライン形式を導入し、より多くの会員との情報交換、交流を目指します。令和2年度(3年3月)に試行した『横浜ビジネスミーティング』については、年4回、オンラインでのテーマ別の勉強会・セミナーとして実施します。

【参考】会員数 622 事業者(令和3年3月31日)

会合種別	開催形態 (注1)	開催時期/ 予定(注2)	具体的内容
注1及び注2;開催形態・開催時期は、新型コロナウイルスの感染状況を勘案し変更することがあります。			
若手・新入職員向け 横浜観光研修	オンサイト	3年 6月～8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・名刺交換会	オンサイト	年2回 3年8月 4年2月	新規入会賛助会員向けの財団事業の説明、参加者相互及び財団職員との名刺交換会
会員の集い 講演、優良従事者表彰 及び 賛助会員交流会	オンサイト	3年 11月中下旬	賛助会員に対する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交流会
令和3年度事業概要発表会	オンライン	3年 4月上旬	財団の令和3年度の事業計画、重点課題等の説明
令和4年度事業概要発表会 及び賛助会員交流会	オンサイト	4年 2月(注3)	財団の令和4年度の事業計画、重点課題等の説明会及び交流会
注3;令和3年度事業計画については令和3年4月上旬に、オンラインで発表する予定です。			
横浜ビジネスミーティング 【新設】	オンライン	年4回 3年 6月、8月 10月、12月	財団事業と連動した、観光 MICE 分野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】

重点事業とする市場把握・調査や民間事業者との連携を基盤とする事業開発等を精度の高い事業とするため、引き続き信頼を獲得できる職員の人材育成に取り組みます。

観光 MICE が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。

計画期間の最終年度となる現行中期計画について振り返りを行うとともに、次期計画の策定に着手します。計画策定にあたっては、『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、市内で進む再開発等の動きや組織形態としての DMO の可能性なども視野に入れた検討を行い、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。