

令和4年度事業報告書

公益目的事業

公1. 誘致活動事業

I. 観光客誘致拡大事業

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、観光業はもちろん、地域経済のほぼ全分野において深刻な影響を受ける中、本市の観光魅力を全国に発信し、誘客を図る施策を講じる必要があることから、航空会社や旅行会社とタイアップした誘客企画、ターゲットや時期を絞った継続した旅行商品の造成依頼を行い、観光入込客数や宿泊客の増加を目指した。

1. 国内観光誘客推進事業

(1) 航空会社タイアップ事業

①ANAあきんど(株)

「Discover 宮崎キャンペーン」の実施

内 容：ANAあきんどHPへの掲出、宮崎食堂の動画放映、宮崎に関するアンケートの実施、抽選で100名に宮崎への航空券割引(羽田ー宮崎線)特典付与。
アンケートへの回答は1,400件、その後の予約が319名であった。

期 間：令和4年8月10日～9月10日

アンケート応募数：約1,400件

②日本航空(株) 宮崎支店

日本の文化を世界に発信することを目標に海外基地の客室乗務員が「JALふるさとアンバサダーGLOBAL」として就任。令和4年度は、そのうち2名が宮崎市内・田野町を訪れ、観光地や農業体験を行った。同行したライター、カメラマンが記事を書き、WEBマガジン「On Trip JAL」、「Youtube」、「Facebook」、「トラベルWatch」、JALの台湾専用Facebookで展開して、インバウンド誘客を図った。

JAL公式Facebookレビュー数：2,207件

③ソラシドエア 宮崎支店

宮崎の海とサーフィンをコンセプトに、ソラシドエアと女性雑誌「HONEY」と連携。WEB記事並びにSNSを活用しプロモーションを行った。

期 間：令和5年3月17日～19日

HONEY公式Facebookレビュー数：51件

Instagramでの「#honey_magazine」フォロワーによるSNS該当プロモーション投稿レビュー数：2,320件

(2) 旅行会社等タイアップ事業

①宮崎で遊ぼうクーポンなどを取り込んだ宮崎への宿泊誘客商品造成

- ・JTB協定旅館ホテル連盟(夏季)

商 品 名：宮崎誘客促進企画

対象地区：全国

期 間：令和4年6月1日～9月30日

告 知 物：パンフレット

送客実績：980名

- ・JTB協定旅館ホテル連盟(下期)

商 品 名：宮崎誘客促進企画

対象地区：全国

期 間：令和4年10月15日～令和5年3月31日

告 知 物：パンフレット

送客実績：734名

- ・ J T B 協定旅館ホテル連盟（下期特化型）
 商 品 名：宮崎誘客促進企画
 対象地区：全国
 期 間：令和4年12月15日～令和5年3月31日
 告 知 物：パンフレット
 送客実績：1,088名
- ・ (株) マリンエージェンシー
 商 品 名：オリックス・バファローズ2023春季キャンプ
 対象地区：関西
 期 間：令和5年2月3日、4日、10日、11日、14日、17日、22日
 告 知 物：会員DM、ラジオ広告、新聞広告
 送客実績：280名
- ・ 西鉄旅行（株）
 商 品 名：福岡ソフトバンクホークス宮崎キャンプ見学ツアー宿泊プラン
 対象地区：九州
 期 間：令和5年2月4日、11日、17日
 告 知 物：パンフレット
 送客実績：211名
- ・ (株) H I S 関東
 商 品 名：宮崎で遊ぼうクーポン付！シェラトン・グランデ・オーシャンリゾートに滞在宮崎2～4日間
 対象地区：関東
 期 間：令和4年4月1日～令和5年3月31日
 告 知 物：パンフレット、チラシ
 送客実績：635名
- ・ (株) H I S 関西
 商 品 名：とっておき！宮崎リゾートステイ2・3日間
 対象地区：関西
 期 間：令和4年10月1日～12月31日
 告 知 物：パンフレット、テレビCM
 送客実績：81名
- ・ (株) たびまちゲート広島
 商 品 名：FDA宮崎チャーター利用ツアー
 対象地区：広島
 期 間：令和5年2月4日～6日
 告 知 物：リーフレット、パンフレット、新聞、雑誌
 送客実績：8名
- ・ 第一観光（株）
 商 品 名：球春到来！福岡ソフトバンクホークス宮崎キャンプ応援ツアー
 対象地区：九州
 期 間：令和5年2月1日～28日
 告 知 物：チラシ、新聞、DM
 送客実績：243名
- ・ (株) 読売旅行
 商 品 名：第10回読売ロマンの旅in宮崎 ～響座和太鼓と宮崎ひよっこ踊り二大共演～
 対象地区：全国
 期 間：令和5年3月5日
 告 知 物：チラシ、新聞、DM
 送客実績：221名

- ・ (株) 読売旅行
商品名：読売新聞グループ版、ディスティネーションキャンペーン
対象地区：全国
期間：令和5年4月1日～令和6年3月31日
告知物：チラシ、新聞、DM

②ゴルフパラダイス宮崎関連商品の造成

- ・ (株) JALパック
商品名：東京発・大阪発・北海道発WEBゴルフプラン
対象地区：関東・関西・北海道
期間：令和4年7月1日～令和5年3月31日
告知物：自社ホームページ
送客実績：29名
- ・ (株) JTBガイアレック
商品名：九州・沖縄・四国ゴルフ
対象地区：全国
期間：令和4年10月1日～令和5年3月31日
告知物：パンフレット
送客実績：833名
- ・ (株) 阪急交通社
商品名：みやざきゴルフ2～4日間
対象地区：全国
期間：令和4年10月1日～令和5年3月31日
告知物：チラシ
送客実績：178名
- ・ (株) 産経旅行
商品名：バリューゴルフ旅
対象地区：全国
期間：令和4年11月28日～11月30日、令和5年1月26日～1月28日
告知物：チラシ
送客実績：54名
- ・ ゴルフダイジェスト
商品名：宮崎ゴルフプラン
対象地区：関東
期間：令和4年7月1日～令和5年3月31日
告知物：自社ホームページ
送客実績：54名
- ・ 楽天GORA
商品名：宮崎ゴルフプラン
対象地区：全国
期間：令和4年7月1日～12月31日
告知物：自社ホームページ、メールマガジン
送客実績：382名

(3) 旅行会社セールスプロモーション事業

旅行会社等へのセールスを実施。次年度以降の旅行商品造成にかかるセールスや観光素材のPR、継続的な商品造成を依頼。

① 関東地区セールス

訪問先：(株) JTB埼玉、(株) JTB教育第二事業部、(株) JTB新宿、
(株) JALパック、(株) クニエ、ソフトバンク(株)、ANAX(株)、
(公財) 日本財団、(公財) 日本ライフセービング協会

内容：宮崎で遊ぼうクーポン、ゴルフマンズセールス、教育旅行、スポーツ合宿、ワーケーション
時期：6月・7月・9月

② 関西地区セールス

訪問先：(株) JTB大阪教育事業部、(株) ヤングリゾート、(株) 阪急交通社 西日本営業部、
(株) HIS 関西公務・スポーツ事業営業所、東武トップツアーズ(株) 大阪教育旅行支店、
(株) JTB神戸支店、(株) 日本ツーリスト、(株) JTB関西、神姫観光(株)、
(株) HIS 関西、神戸市交通局、(一財) 神戸観光局

内容：スポーツキャンプ、スポーツ合宿、学生向け観光(卒業旅行等)、教育旅行、
カーフェリー新船就航プロモーション

期間：令和4年5月・6月・7月・11月

③ 中国地区セールス

訪問先：広島国際空港、(株) たびまちゲート広島

内容：補助金の案内、チャーター便実施及び定期便再開への陳情セールス

期間：令和4年11月

④ 九州地区セールス

訪問先：西鉄旅行(株)、(株) JTB福岡、(株) 西日本新聞社、RKB毎日放送(株)、
(株) 読売新聞西部本社、スポーツ報知、スポーツニッポン、日刊スポーツ、
KBC九州朝日放送、TNCテレビ西日本、FBS福岡放送

内容：夏季イベント、みやざきフェニックス・リーグ、福岡ソフトバンクホークス秋季・
春季キャンプ

期間：令和4年4月・8月・9月・7月・11月

(4) キーマン招聘事業

本市の新たな観光素材の発掘と商品造成支援のため、旅行会社や旅館連盟の旅行商品造成担当者やスポーツ関係・観光関係団体のキーマンを招聘し視察や会議を実施した。

① 関西エリアの教育旅行担当者を招聘。

宮崎市内の宿泊施設、観光地視察、当協会体験プログラム内容説明を行った。

② 関東エリア旅行会社の商品造成者を招聘

(株) クラブツーリズム、(株) ヤングリゾート、(株) 日本旅行、ANAX(株)の各社営業担当及び商品造成担当を招聘。本市の観光情報の提供、当協会補助金の説明、最近の旅行傾向や他自治体の取り組み等について意見交換を実施。

③ 女子硬式野球日本代表(マドンナジャパン)を招聘。

令和3年度から実施している女子硬式野球大会の次年度以降の大会方式や、女子野球の市場について意見交換を実施。その他には、宮崎市内の観光地を視察し、SNSでの情報発信や参加チーム増を図るための取り組みを協議。

(5) ホテル旅館連盟連携事業

各旅行会社の旅館連盟と連携し、旅行商品造成や広報に繋げるための誘客施策を行い、本市への誘客に努めた。

① 日本旅行協定旅館ホテル連盟 宮崎支部

期間：令和4年7月11日～12日

内容：首都圏キャラバン 九州域外の日本旅行グループに向けた誘客宣伝隊の実施

② 日本旅行協定旅館ホテル連盟 宮崎支部

期間：令和4年7月21日～22日

内容：京阪神・山陽地区キャラバン 九州域外の日本旅行グループに向けた誘客宣伝隊の実施

- ③ J T B協定旅館ホテル連盟 宮崎支部
期 間：令和4年7月1日～9月30日
内 容：福岡個人リテール 宮崎インセンティブ施策 宮崎県宿泊増売施策
- ④ J T B協定旅館ホテル連盟 宮崎支部
期 間：令和4年7月5日～6日
内 容：福岡キャラバン 宮崎県宿泊増売施策
- ⑤ J T B協定旅館ホテル連盟 宮崎支部
期 日：令和4年12月12日
内 容：拡大キャラバン（全国商談会） 宮崎県宿泊増売施策

(6) 旅行商品広報支援事業

各種メディアと連携し、本市の魅力ある観光素材のPRと更なる誘客を図るため情報発信を行った。令和3年度に引き続きコロナ禍の中、メディアプロモーションを中心に事業を展開した。

①宮崎カーフェリー

(株) マリンエージェンシーの旅行商品「オリックス・バファローズ春季キャンプ応援見学ツアー」及び「プロ野球春季キャンプ応援見学プラン」を、関西圏のマスメディア（神戸新聞、読売新聞、デイリースポーツ）や検索エンジンサイト「Google」、「Yahoo」でのリスティング広告でPRし、宮崎への送客を図った。

送客実績：155名

II. 教育旅行支援事業

1. 教育旅行推進事業

平成22年に発生した口蹄疫等の影響で、全国からの修学旅行生が減少したため、宮崎教育旅行誘致受入協議会が中心となり誘致活動を行ってきたが、さらなる誘致受入の強化を図るため、平成28年度より（公財）みやざき観光コンベンション協会（現：（公財）宮崎県観光協会）が、事務局となり宮崎県教育旅行誘致推進協議会を発足。みやざき元気体験プログラムを中心とした受入体制の充実に努めた。

令和4年度は、昨年に引き続き新型コロナウイルス感染症が収束せず修学旅行の実施に影響が及んだ。そのような中、県内の学校では、感染状況を考慮し昨年に引き続き県内で実施するケースが見られ、県外の学校では、昨年に本市で宿泊・体験をした学校が令和4年度も引き続いて実施したほか、沖縄や海外などから目的地を変更し、本市で実施するケースもあった。

期 間：令和4年4月1日～令和5年2月28日

内 容：補助金1人上限5,000円/宿泊補助（1人2,000円）体験補助（1人上限3,000円）

(1) 誘致対策の推進（説明会・セールス）

①フェリー新船を活用した宮崎県教育旅行誘致推進セミナー、学校セールス

期 間：令和4年6月26日～28日

内 容：関西の旅行会社へ補助事業の説明と体験プログラムの案内

②南九州教育旅行誘致受入対策会議、鹿児島市内ホテル動向伺い

期 間：令和4年9月8日～9日

内 容：南九州三県の関係者及び大手旅行会社との意見交換会
鹿児島市内修学旅行受入ホテルへの予約状況調査

(2) 受入対策の推進

宮崎の魅力を再発見してもらうため、マリンスポーツなどの宮崎ならではの豊かな自然、宮崎の伝統・文化を取り入れた魅力あるプログラムを提供し修学旅行の受入れ誘致を図った。

プログラム数：26プログラム

①体験学習受入対応：48校（県内31校・県外17校）

県内学校内訳：小学校12校 中学校7校 高校3校 支援学校9校

県外学校内訳：中学校4校 高校13校

②申込後キャンセル：10校（県内5校・県外5校）

キャンセル理由：新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりコース変更・中止等のため

③みやぎ元気体験プログラム利用者数

修学旅行：48団体 3,648名

視察・招聘関係

今年度実施：7校

次年度実施予定：4校

(3) 令和4年度実績

補助事業

宿泊補助：94校 7,120名 (引率・生徒合計)

※前年度221校 17,106名 人数前年比41.6%

補助額：14,240,000円

体験補助：48団体 3,648名 (引率・生徒合計)

※前年度113校 7,909名 人数前年比46.1%

補助額：8,864,460円

補助金計 23,104,460円

(前年度実績53,576,130円 前年比43.1%)

III. 観光情報発信事業

観光振興及び地域活性化を目的に各関係機関と情報共有や連携を図り、コロナ禍の中、国内を中心とした誘客に努めた。観光地やグルメ、温泉、体験等を本協会のホームページやSNSをはじめ各種媒体を通じて本市観光情報を幅広く発信し、近年多様化する観光客のニーズを的確に捉えた戦略的な観光誘客を図った。

1. 観光プロモーション推進事業

(1) メディア連携・イベントプロモーション事業

①関東地区

1)ジパング倶楽部（(株)交通新聞社）／取材日：令和4年7月中旬

JR6社が共同で運営するシニア向け情報誌「ジパング倶楽部」（会員数約200万人）の雑誌やWEB記事へ青島の記事を掲出

発行部数：20万部

2)旬刊 旅行新聞（令和5年3月号発行／部数：32,000部）

旅行会社や各観光施設を対象とした情報誌に「みやぎ元気体験プログラム」・「宮崎で遊ぼうクーポン」への広告出稿に合わせて観光PRを兼ねた観光記事を掲出。

3)スポーツキャンプ（読売巨人軍・侍ジャパン）を通じた取材受入対応

宮崎市内の観光地青島やニシタチなど広く取材。

期 間：令和5年2月1日～27日（キャンプ期間中）

主なメディア：日本テレビ／日テレG+／フジテレビ／テレビ朝日／TBS等

4)「新宿みやぎ館KONNE」でのプロモーションの実施

読売巨人軍や鹿島アントラーズと連携し、新宿みやぎ館KONNEにてキャンプ地宮崎の告知と宮崎の「スポーツ」「食」のプロモーションを実施。本市の誘客と観光PRを行った。

期 間：令和4年12月7日～8日

場 所：新宿みやぎ館KONNE

協力団体：(株)読売巨人軍、(株)鹿島アントラーズFC、宮崎市東京事務所

サンプリング数：4,000部

5)第1回宿フェスブース出展

宮崎への誘客プロモーションとして、東京ビッグサイトで開催された「第1回宿フェス」において宮崎市の観光PR、宿泊施設の案内および「宮崎ぎょうざ」のふるまいを実施。

期 間：令和5年2月7日～8日

場 所：東京ビッグサイト

来場者数：約29,000名（2日間） ブース来場者数：約1,000名

②関西地区

1) 宮崎カーフェリー新船就航 宮崎市キャンペーンの実施

4月に就航した新船「フェリーたかちほ」の船内にて宮崎市フェアを実施。本市の農産物（きゅうり、マンゴー、ピーマン）を提供し、船内イベントスペースでのDVD放映とポスターを掲出。

期 間：令和4年7月25日～31日

乗船人数：上り 860名（乗用車217台）／下り 1,003名（乗用車244台）

2) サンケイスポーツ関西版 令和5年2月14日朝刊

「がんばれキャンプ地！産直プレゼント」として、視聴者向けに宮崎市のPRとプレゼント企画を実施。宮崎牛を10名へプレゼント。

発行部数：506,165部

発行エリア：中部・近畿・中国・四国・九州地区

3) サンテレビジョンでの視聴者向け特産品プレゼント企画の実施。

10月～11月の宮崎特集企画に合わせて、サンテレビジョン公式SNSにてプレゼントキャンペーンを実施。

参 考：公式Twitter登録者数：46,818名

③九州地区

1) 天神地区プロモーション

期 間：令和4年6月17日・23日

天神地区の情報発信拠点として言われている、西鉄旅行天神支店内に宮崎市PRブースを設置し、本市の観光パンフレット類や店舗前のデジタルサイネージを活用して本市の観光PRと観光案内を行い、夏の宮崎市への誘客に努めた。

1日あたりの来店者数：約150名

1日あたりの店舗前通行人数：約10万名

2) RKB×MRTキャンプフェスタ

放 送 日：令和5年2月12日

KBCラジオとMRTラジオが2時間同時生放送。

ホークス宮崎キャンプ情報に合わせて特産品や観光情報を発信。

RKBラジオ 福岡県全域・佐賀県全域・中国四国地方の一部（合計約1,250万名）

MRTラジオ 宮崎県全域・鹿児島県、熊本県、大分県、高知県、愛媛県の一部（約164万名）

推定聴者数 約70万名（ラジオ平均聴取率5%換算）

3) 「アサデス7」キャンプ中継

放 送 日：令和5年2月1日 ※生中継

プロ野球3球団キャンプ地からキャンプの見どころ紹介や宮崎にゆかりのある選手のインタビューを実施。露出を高めてキャンプへの誘客に努めた。

視聴エリア：福岡県、山口県、佐賀県、大分県、宮崎県、鹿児島県

推定個人視聴率：3.6%

推定視聴者数：約468,000名

4) E・ZO FUKUOKA ビジョンCM放映

福岡PayPayドーム前にあるエンターテインメント施設E・ZO FUKUOKAの大型ビジョンで本市PR動画を放映し本市の魅力をPRした。

放 映 日：令和4年3月1日～令和5年2月28日

放 映 数：3ビジョン合計で30,000回以上（1日平均100回以上）

④デジタルメディア

WEBやSNSなどのデジタルメディアを活用し、マーケティングの視点を生かして、アクティブ世代をターゲットに特産品プレゼントや観光情報発信、季節ごとPR動画やPR広告を行った。

1) 韓国エリアでの情報発信

コロナ終息後の観光客回復を想定し、韓国エリアにおいて情報発信を実施。大手旅行会社のHPやSNSで宮崎市の魅力や観光情報について掲載を行った。

期 間：令和5年1月～3月

掲 載 先：アジアナ航空／STAR JAPAN／S J t o u r／MGトラベルのHP及び
SNS関連旅行会社のHPにも合わせて掲載

2) ミッシちゃんアニメーション動画の制作

宮崎市観光イメージキャラクター「ミッシちゃん」のアニメーションを製作し、各種SNS等で活用した。

委 託 先：(株) R I C E F I E L D

⑤新聞、旅行雑誌への広告掲載

1) 毎 日 新 聞 掲 載 内 容：青島国際ビールまつり

発行部数：324,907部(九州、山口県、島根県の一部)

2) 宮崎日日新聞 掲 載 内 容：青島リニューアル関連

発行部数：約207,500部(宮崎県内シェア率75%)

3) スポーツ報知 掲 載 内 容：みやざきゴルフパラダイス、宮崎ぎょうざ

発行部数：119,609部(九州、山口県)

4) 日刊スポーツ 掲 載 内 容：スポーツキャンプ特集

発行部数：178,232部(九州、山口県)

5) 旅行雑誌への広告掲載

みちくさ夏号 掲 載 内 容：青島のリニューアル関連

発行部数：100,000部

配 布 先：九州管内、神戸フェリーターミナル、羽田空港

(2) イベント関連プロモーション

①本格焼酎・うまいもんまつりでのブース出展

期 間：令和4年7月23日～24日

場 所：福岡PayPayドーム

内 容：青果物や土産品の販売

来場者数：3,340名(7月23日1,900名/7月24日1,440名)

②博多大丸『熱いぜ、宮崎展』でのPRブース展開

期 間：令和4年10月1日～2日

場 所：博多大丸1階

内 容：SNSフォロー抽選会

来場者数：23,766名(10月1日15,911名/10月2日7,855名)

③全国ぎょうざまつり in 仙台でのブース出展

期 間：令和4年10月15日～16日

開 催 地：宮城県仙台市

来場者数：45,000名(10月15日20,000名/10月16日25,000名)

(3) キャンプ地みやざきPR及びプロ野球本拠地情報発信事業

①プロ野球チーム本拠地にて観光PR動画及び静止面を制作。ドーム内外でプロモーションを行った。

1) 福岡ソフトバンクホークス本拠地(福岡PayPayドーム)

手 段：大型ビジョンにて宮崎のイメージCM、観光情報の発信

放映素材：宮崎市観光PR動画3パターン(15秒)

放映回数：1試合あたり2回 ※3パターンを順繰りで放映

放映期間：令和4年3月25日～10月9日

視聴想定人数：1試合平均31,221名×65試合=2,029,365名

2) オリックス・バファローズ本拠地(京セラドーム大阪)

手 段：大型ビジョンにて宮崎のイメージCM、観光情報の発信。

ドーム内に固定の看板の掲出。

放映素材：宮崎市観光PR動画3パターン(15秒)

放映回数：1試合あたり2回 ※3パターンを順繰りで放映

放映期間：令和4年4月1日～10月15日

視聴想定人数：1, 377, 668名

内訳：通常シーズン1試合平均19, 896名×64試合=1, 273, 344名

クライマックスシリーズ 104, 324名

固定看板 76試合 1, 609, 476名

②オリックス・バファローズと連携しプロスポーツキャンプや観光情報等を発信。

主に都市圏からの誘客強化に努めた。

期 日：令和4年12月15日

場 所：堺みやざき館KONNE

内 容：「宮崎フェア」と称し、施設と連携したガラポン抽選会やオリックス・バファローズ太田掠選手やバファローブル・ベルのステージイベントの実施。また、日本一の宮崎牛と連携し、JA宮崎経済連からキティちゃんを派遣。多くの観客で賑わった。

売上 121万円 客数 187名 屋台骨餃子 86パック

(3) デジタルサイネージ等を活用した情報発信事業

①市街地サイネージを活用したイベント情報等の発信（通年）

・ゴルフパラダイス宮崎PR（9～11月、1, 800回/1ヶ月）

・WBCキャンプ告知PR（12～2月、3, 240回/1ヶ月）

②宮崎空港内カラーコルトンを活用した観光PRの実施

掲出期間：通年（年に5回入れ替え）

素 材：3～6月自然・自然・食の宝庫/7～8月サーフィン

10～11月ゴルフパラダイス/12月温泉/1～2月スポーツキャンプ

2. 観光魅力情報発信事業

(1) ホームページ・SNS情報発信事業

昨今、観光情報をはじめとする主な情報収集手段としてどの世代においてもWEBが挙げられる。観光客の消費活動を促進するために流行を把握しつつ効率的・効果的にPRすることが大切である。新型コロナウイルス感染症拡大防止の影響で当協会のHPの閲覧数は減少したが、令和4年度はイベント情報やスポーツキャンプ、グルメ特集ページの作成等によりHPアクセス数が大幅に増加した。

また、各種SNS「Facebook」、「Instagram」、「Twitter」においては、宮崎市の観光に関するイベントや観光地情報について、写真だけでなく動画を作成し投稿した。特に、2月はHPの閲覧数の多いプロ野球やプロサッカーチームのキャンプ情報を中心に投稿し発信に努めた。また、各種SNSを活用し、日本一になった宮崎牛や宮崎ぎょうぎのプレゼントキャンペーンを実施したことで特産品のPRに努め、フォロワー数の増加へと繋がった。

その他にも、協会ホームページで特集記事などを作成した際は、各種SNSに投稿しこまめに情報発信に取り組み、宮崎市の観光情報の周知に努めた。

SNSアカウントのフォロワー数 <令和5年3月31日現在>

・Facebookフォロワー数：1, 618名（前年度1, 150名 前年比 140.7%）

・Instagramフォロワー数：5, 170名（前年度2, 371名 前年比 218.1%）

・Twitterフォロワー数：24, 030名（前年度1, 337名 前年比1797.3%）

(2) ホームページ管理事業

令和4年度HP閲覧数：約335万回（前年度 約299万回 前年比 112%）

(3) 観光消費活性化事業

①観光パンフレット制作

・ウォーキングマップ（内容更新） 10, 000部

・A o s h i m a p（内容更新） 10, 000部

・宮崎STYLE（内容更新） 10, 000部

・宮崎STYLE（英語版） 1, 000部

・宮崎STYLE（繁体語） 1, 000部

・2022宮崎で遊ぼうクーポンDXチラシ（内容更新） 10, 000部

3. 就航都市タイアップ観光PR事業

宮崎カーフェリーの新船就航に伴い、関西地区（主に神戸）でのプロモーションを強化し、本市への誘客を図った。

(1) メディアを通じたプロモーションを実施

関西地区のメディアと連動したタイアップ企画の実施

(2) プロモーションイベントの実施

①南国リゾート！宮崎を満喫2DAYS

内 容：夏の宮崎への誘客とリゾートをプロモーションするイベント展開

期 間：令和4年8月27日～28日

場 所：デュオこうべ デュオドーム

連携団体：宮崎市（観光戦略課・農業振興課・都市戦略課）、神戸市観光局、
宮崎カーフェリー（株）

②美味しい宮崎を満喫2DAYS

内 容：宮崎の物産展の展開とスポーツキャンプのプロモーションを連動して実施

期 間：令和4年11月11日～12日

場 所：デュオこうべ デュオドーム

連携団体：宮崎市（観光戦略課・農業振興課）、県央地域観光リゾート推進会議、
宮崎県養鰻協同組合、オリックス・バファローズ、宮崎カーフェリー（株）

4. 宮崎で遊ぼうクーポン事業

宮崎ならではの観光資源を活用した事業を推進し、旅行需要の喚起を促し他都市との差別化を図るため、宮崎県内の観光素材を活用したソフト事業として、地元の観光施設等と連携したクーポン「宮崎で遊ぼうクーポン」を作成し販売を行った。また、大手旅行会社のパンフレットに掲載するなど随時情報発信を図り、地域間の周遊性の向上と誘客促進に努めた。

(1) 「宮崎で遊ぼうクーポン」の作成と販売

通常より割安で各アクティビティを利用することができる2,000円で10枚綴りのクーポン。通年で販売を行い、旅行会社の継続した商品展開にも対応。全国旅行割キャンペーンの影響もあり、販売・利用ともにコロナ流行前に迫る実績となった。

参画市町：5市4町（宮崎市・西都市・日南市・串間市・えびの市・国富町・高千穂町・綾町・新富町）

参画施設：32施設

アクティビティ数：90種類 ※時季などにより変動あり

販売期間：令和4年4月1日～令和5年3月31日

販売冊数：5,383冊（前年度 4,498冊 前年比119.7%）

利用実績：29,307枚（前年度31,606枚 前年比 92.7%）

(2) プロモーション

①印刷物

パンフレットを制作し利用店舗や販売店舗に掲出し、県内外の各種観光プロモーションにおいても積極的に配布。

②旅行会社とのタイアップ

1) (株) JALパック

商 品 名：行こう！九州へ（東京発、大阪発、北海道発）

設定期間：令和4年4月1日～令和5年3月31日

2) (株) JTB

商 品 名：宮崎で遊ぼう2022（九州発）

設定期間：令和4年4月1日～9月30日

商 品 名：九州オプショナルプラン

設定期間：令和4年4月1日～9月30日

3) (株) H.I.S

商 品 名：WEB版九州で遊ぼうHISオリジナルとびっきりクーポン

設定期間：令和4年5月1日～令和5年10月31日

4) (株) 福利厚生倶楽部九州

宮崎市役所互助会等からの発注を取りまとめている代理店。通年販売。

(3) その他

①DX化の取り組み

令和5年度からは紙クーポンを廃止しアプリを活用した完全電子化に移行。

電子決済アプリから「宮崎で遊ぼうクーポン」が購入可能となり、各店舗では専用QRコードを介して精算するシステムへとなる。ペーパーレス・人的作業の簡略化を実現させることで、より持続可能な事業へとリニューアルを図った。

4. インバウンド関連事業

コロナ禍でこれまで制限されていた外国人観光客の受入が再開されたことにより、再び外国人観光客の増加が見込まれることから、今後のインバウンド事業への取り組みに必要な基礎知識を習得するため講演会等に参加した。また、令和2年3月から運休となっているアジアナ航空の定期便再開に向け、令和5年1月から2月にかけて運行されたチャーター便の歓迎行事に参加した。

(1) 講演会・交流会等への参加

①インバウンド基礎セミナー

期 日：令和4年10月28日

※インバウンドを対象にした業務経験が少ない職員が参加

②EG Ltours 袁文英氏 特別講演会・交流会

期 日：令和5年3月9日

演 題：「コロナのピンチを“チャンス”に変える！」

(2) アジアナ航空チャーター便歓迎行事への参加

期 日：令和5年1月12日

内 容：宮崎ブーゲンビリア空港到着ロビーでのお出迎え、歓迎手旗、歓迎バナーの掲出協力

IV. 観光資源活性化事業

県内各観光地等と連携を図りながら、「神話」や宮崎ならではの豊かな「自然」や「文化」を取り入れた本市の魅力ある観光資源を活用した事業及び新たな観光素材開発の視点から、幅広い観光客をターゲットにした誘客事業を展開した。

1. 神話の魅力を生かした観光誘客推進事業

平成24年度から令和2年度まで9年間実施した記紀編さん1300年記念事業をベースに、これまで取り組んだ内容を生かし、「神話のふるさと宮崎」にしかできない神話の魅力発信や観光誘客に努めた。

(1) 宮崎神宮神事流鏝馬

流鏝馬の観覧用敷席の準備。新型コロナウイルス感染症対策として、馬場の入口に机と消毒液を設置。＜当日悪天候により流鏝馬は中止、神事のみ実施＞

(2) 神話交流都市連携

＜新型コロナウイルス感染症拡大の影響により各イベント中止＞

(3) 青島神社裸参り前夜祭

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により規模を縮小して（宮崎県内在住者限定の参加）実施。前夜祭については中止。

(4) 神々のパレード

宮崎県最大級のお祭りである宮崎神宮大祭の神賑行列において、神話に登場する11神に扮しパレードを実施。神武さま広場では11神の紹介を行い「神賑行列」や「日本をはじめた神々の国 宮崎」の魅力を全国へ発信し日向神話の機運醸成に努めた。

募集した神様11柱：

イザナキノミコト、イザナミノミコト、アマテラスオオミカミ、スサノオノミコト、ニギノミコト、コノハナサクヤヒメ、ホデリノミコト（海幸彦）、ホオリノミコト（山幸彦）、トヨタマヒメ、ウガヤフキアエズノミコト、タマヨリヒメ

期 間：令和4年10月29日～30日
場 所：宮崎神宮～大淀御旅所
観 客 数：10月29日 約80,000名
 10月30日 約60,000名
 神武さま広場 約40,000名

2. 体験プログラム受入事業

受入実績

みやざき元気体験プログラム利用者数

修学旅行：48団体3,641名（前年度114団体 8,047名 前年比 45.24%）

一般団体： 1団体 6名（前年度実績なし）

V. 広報宣伝活動事業

観光客の誘致を推進するため、観光宣伝物の作成、観光名刺や機関紙等、様々なツールを活用し宮崎の観光地や、魅力ある観光情報を全国に発信し宮崎への誘客を図った。

1. 宮崎サンシャインレディ観光PR事業

第35代宮崎サンシャインレディの任期満了に伴い、第36代宮崎サンシャインレディの募集と選考会を行った。新レディには、宮崎サンシャインレディとしての教養や知識を身に付け資質向上を図るため、マナーアップおよびメイク研修を実施した。

また、令和4年度は、これまで新型コロナウイルス感染症拡大防止で中止されていたイベント等が実施されるようになったため、観光PRのため県内外の各種イベントに派遣するとともに、SNSを活用した観光情報やイベント情報の発信にも努めた。

(1) 第36代宮崎サンシャインレディ募集

募集期間：令和4年4月25日～5月31日

告 知：チラシ、ポスター、SNS関係

(2) 選考会

①第一次書類選考

期 日：令和4年6月1日

会 場：宮崎市観光協会内

応募者数：24名

書類審査合格者：23名

②最終書類選考

期 日：令和4年6月19日

会 場：宮崎市教育情報研修センター

参加者数：19名

最終合格者：3名(内1名辞退)

(3) 派遣

期 間：令和4年4月1日～令和5年3月31日

派遣回数：33回

(4) 研修

①マナー&スピーチ研修

期 日：令和4年7月5日・7月12日・7月19日

講 師：坂井 淳子氏(フリーアナウンサー)

②メイク研修

期 日：令和5年1月12日

講 師：宮崎山形屋クリニック 美容部員 1名

③マナーアップ研修

期 日：令和5年3月17日

講 師：坂井 淳子氏(フリーアナウンサー)

2. 観光宣伝ツール製作事業

(1) カレンダー製作事業

宮崎には古くから伝わる神話伝説や、神秘的なスポット、自然エネルギー溢れる景色が沢山ある。令和4年度は、「宮崎でしか出会えない神秘的なスポット」をテーマにカレンダーを製作し、県内外に自然豊かで神秘的なパワー溢れる景色を発信した。

令和3年度に引き続きSNSを活用した取り組みとして、専用アカウントより毎月のカレンダー写真とカレンダーに掲載の楽器で演奏した音楽を配信した。

発行部数：900部 販売数：34部

(2) その他製作物（ポスター、キャラクター）

①ポスター、ペーパーバッグ

新型コロナウイルス感染症拡大防止により各種イベントが減少傾向であったが、令和4年度はイベントも増加し、観光PRの機会も増えたため在庫が少なくなったポスターを増刷した。

- ・青島(日の出) 100枚増刷
- ・田野・高岡 各50枚増刷

(3) 宮崎市観光イメージキャラクターグッズ制作事業

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため各種イベント等が中止になり、派遣回数減少が続いているため、SNSでミッシちゃんの日々の様子を積極的に投稿し、より多くの方にミッシちゃんを身近に感じてもらえる存在になるように努めた。

派遣回数：2回／オリックス・バファローズ歓迎パレード、福岡ソフトバンクホークス春季キャンプイベント
Twitterフォロワー数：1,016名
Facebookフォロワー数：542名

3. 観光名刺印刷

魅力ある宮崎の観光地を全国に発信するため、宮崎市内の主な観光地（5種類）がセットになった名刺台紙と宮崎が誇る景勝地・青島の名刺台紙2種類の販売を行った。

販売価格：350円（100枚）

販売場所：宮崎市観光協会事務局、宮崎市観光案内所

4. 機関紙

(1) 機関紙（Mコミュニケーション）の発行（年4回）

No.156（6月）・No.157（8月）・No.158（11月）・No.159（1月）

配布先：観光協会会員他

5. まつり交流事業

各都市で開催される「まつり交流事業」に宣伝隊、宮崎サンシャインレディを派遣し、宮崎市の観光PRを行った。

(1) まつりPR事業

①「第41回大分七夕まつり」

期 間：令和4年 8月5日～6日 開催地：大分市

②「佐賀インターナショナルバルーンフェスタ2022」

期 間：令和4年11月1日～2日 開催地：佐賀市

③「くま博2022」

期 間：令和4年11月2日～3日 開催地：熊本市

④「第71回 鹿児島おはら祭」

期 間：令和4年11月2日～3日 開催地：鹿児島市

(2) 姉妹都市交流事業

期 間：令和4年10月15日～16日

開 催 地：奈良県橿原市

参 加 者：18名（内訳：踊り隊 TEAM白華16名、（公社）宮崎市観光協会2名）

VI. 国内外観光交流事業

国内外を問わず友好盟約締結等、本市との相互交流として訪問団の派遣等を行い、地域振興に直結する経済波及効果や地域の活性化に努めた。令和4年度は、コロナ禍で3年ぶりに旭川より観光訪問団を招き交流を深めた。

1. 海外他友好都市交流事業

平成16年より、宮崎市観光協会と観光友好盟約を締結している中国山東省青島市文化和旅游局より青島ビール工場の方々等を招聘し、みやざき青島国際ビールまつりや宮崎の観光資源を視察し、さらなる友好関係の構築に努めているが、令和2年・3年度に引き続き令和4年度も新型コロナウイルス感染症拡大防止により交流を中止した。

2. 観光団交流事業

(1) 宮崎市姉妹都市「樫原市」との交流

「第21回樫原夢の森フェスティバル」開催に伴い、歓迎会及び開会式典に参加し交流を深めた。

① 歓迎会

期 日：令和4年10月14日

場 所：樫原オークホテル

② 開会式典

期 日：令和4年10月15日

場 所：樫原神宮前表参道

(2) (一社) 旭川観光コンベンション協会との友好盟約による交流

旭川より観光訪問団を受入し3年ぶりに交流を図った。

期 日：令和4年11月16日

場 所：宮崎観光ホテル ディアマンルージュ

参 加 者：旭川観光訪問団19名／宮崎市観光協会側22名

公2. 観光客受入体制関連事業

I. 観光客受入事業

受入体制の充実を図るため、来宮した観光客に対し、観光案内等の各種サービスを提供しイメージアップに努めた。また、周辺の観光地および施設等と連携しながら、利便性、周遊性の向上を図り、観光客の滞在時間の増加と満足度の向上に努めた。

また、コロナ禍において、国が推進するワーケーションについて宮崎ならではのアクティビティをはじめ、地元企業や農家などとの交流を体験できる独自のモデルを構築し、ワーケーションの受入に取り組み、さらには本市でワーケーションを実施する企業等への支援金制度を開始した。

1. 宮崎市観光従事者研修会

期 日：令和4年12月19日

場 所：宮崎観光ホテル

参 加 者：111名

内 容：＜第一部＞

演 題：地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業説明

講 師：地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業事務局

＜第二部＞

演 題：「地域デザインで大切なことはビジョンと行動力 ～デザイン経営とまちづくり～」

講 師：(株) シークルーズ 代表取締役／球磨川くんだり (株) 代表取締役

瀬崎 公介 氏

2. 渚の交番の整備・運営事業

平成24年4月より、第1～3期の指定管理受託者として、通算10年間（特非）宮崎ライフセービングクラブとの連携のもと、多くの観光客が訪れる観光地青島の「安心・安全、きれいで楽しい海づくり」を目指して各種事業に取り組んだ。

（詳しい内容については、その他関連事業の「7. 渚の交番青島プロジェクト実行委員会」を参照）

3. 観光庁「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」

（1）観光庁「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」の取り組み

令和4年度「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」（地域一体型）に、宮崎市の3つの観光拠点エリア（青島・ツ葉・ニシタチ）の地域計画が採択され、宮崎市3エリアの9事業者が地域一体となって、計画に基づいた、宿泊施設の高付加価値化や観光施設の改修に取り組んだ。

申請主体：宮崎市観光地再生プロジェクト 事務局：（公社）宮崎市観光協会

参加団体：（株）青島グランドホテル、地蔵庵（株）、青島リゾート（株）、（株）新福、
（株）宮崎観光ホテル、（株）エアラインホテル、（有）ホテルセンチュリー、
（株）フェニックスリゾート、（公社）宮崎市観光協会

総事業費：約3億4千万円

（2）宮崎市観光協会の関連施設、青島ビーチセンター渚の交番の改修

観光庁の補助事業を活用し、利用者がこれまで以上に、快適で利便性に優れた施設として青島ビーチセンター「渚の交番」を利用してもらうため環境整備を行った。老朽化していたシャワールームの再整備を重点的に行い清潔な環境づくりに努めた。

整備期間：令和4年11月1日～令和5年1月20日

総工事費：10,500,000円（うち補助額4,772,727円）

また、「渚の交番」の積立資産を活用し「渚の交番」の事務スペースと貸し出しスペースをわけるなどの改修工事を実施。観光客の滞留スペースの拡充、アクティビティ拠点となる備品等を充実させるなど、青島エリアの観光拠点となる施設整備に努めた。

リニューアル内容：オープンスペースのスペース拡充

スポーツ機能の拡充（バイク置き・サーフボード置き・エアコンプレッサー）

総工事費：14,499,340円

※特定資産 渚の交番の整備・運営事業積立資産

4. レンタサイクル事業

2020年の観光案内所リニューアルオープンを機にサイクルポートを宮崎駅東口に移設し、貸出環境の利便性が向上したことで、令和4年度もレンタサイクル利用者が増加した。

また、自転車の老朽化に伴い4台を買い替え、前年度の入替えと合わせ全て新車で稼働。

年間利用者数：1,107名（前年度734名 前年比151%）

5. ワークेशन事業・宮崎WORK&STAY推進事業

（1）体験受入れの実施

地域課題解決型ワークेशनとして、宮崎市内の農業体験の受入れを行った。

①田んぼオーナー制度

ワークेशनの一環で、木花地区の田んぼで米の収穫を7月末に田植えを3月末に実施。

1企業1団体が田んぼオーナーとなり、宮崎でワークेशनや地元農産物をPRした。

また、地元企業とのマッチングを実施するなど新たな展開に向けて取り組んだ。

体験企業：NPO法人CLOUDY、（株）HIRAKU

②大根やぐら（日本農業遺産）体験

田野町内で大根収穫、結束、水洗い、やぐらかけまでを一貫して体験

体験後には、地元農家の皆さんの手作り料理を囲み交流を図った。

体験企業：マリオット・インターナショナル、（株）リコー

③その他体験

きゅうり、ナス、バナナ、ブドウなど、ハウス施設や収穫体験を実施。（住吉地区）

味噌造りについて工場視察や試食などを実施。（青島地区）

(2) 新たな体験プログラムの開発

(株) JTBに委託して、以下の体験プログラムの開発を行った。

「お洒落な古民家で味噌づくり体験とアジアランチ」（高岡町）

「朝採れスイートコーン収穫体験～早起きは美味の得～」(田野町)

(3) 宿泊費支援及び受入企業支援

①宿泊補助（2泊以上で1泊あたり 3,000円/人）

延べ10社 255千円をワーケーション実施事業者に補助

②受入企業支援（農家や事業者へ最大100,000円/年）

延べ5団体 320千円をワーケーション受入団体に補助

6. 観光インフォメーション管理運営事業

年間を通して宮崎県内の観光地を案内。また、職員の案内業務スキル向上を図るため、JNTOオンラインセミナーへ参加した。また、青島ビーチセンター「渚の交番」での職員研修及び観光業界の裾野を広げるためインターンシップ学生の受入を行った。

新規の取り組みとして宮崎市フェニックス自然動物園・フローランテ宮崎共通入園券の委託販売を開始し、観光客の利便性向上を図った。

(1) 宮崎市観光案内所

案内所利用者人数：17,419名（前年比154%）

内 訳：日本人 16,405名 外国人 1,014名（前年比 日本人148% 外国人465%）

※前年度：11,276名（内訳：日本人11,058名 外国人218名）

営業状況：令和4年 4月 1日～ 3日 （まん延防止重点措置のため、時短営業）

令和4年 9月17日～19日 （大型台風14号本県接近のため、時短営業）

令和4年12月29日～31日 （年末年始時短営業）

令和5年 1月 1日～ 2日 定休日

令和5年 1月 3日 （年末年始時短営業）

①宿泊施設有料案内：46組 68名 （前年度19組 27名）

②定期観光バス予約受付<令和2年度～令和4年度運休>

③VISIT MIYAZAKI BUS PASS・宮崎交通バスカード等の販売（3種類）：1796枚

（前年度841枚 前年比214%）

④物販・サービス等：青島恋旅チケット、観光名刺、天孫降臨ヒムカイザーDVD、

ポストカード、宮崎で遊ぼうクーポン、デザートグッズ、3球団グッズ、コインロッカー

⑤Wi-Fiルーターレンタル・SIMカード販売：107件（内訳：日本用100件 海外用4件 SIMカード3件）

（前年度：日本用83件 海外用0件 SIMカード0件）

⑥レンタサイクル：1,107台（前年度：734台）

⑦手荷物一時預かりサービス：小 567個・大13個（前年度：小 177個・大 18個）

⑧手ぶら観光サービス：5件（前年度：4件）

(2) 令和4年度の取り組み

①研修会の参加（職員研修）

・第1回JNTO認定外国人観光案内所オンラインセミナー

期 日：令和4年7月28日

・JNTO認定外国人観光案内所全国研修会

期 間：令和5年3月2日～3日

・渚の交番勤務

期 間：令和4年10月～令和5年3月

②チケット販売協力

・TSUBURAYA EXHIBITION 2022宮崎（前売り券）

期 間：令和4年6月6日～7月15日

- ・2022年プロ野球ファーム日本選手権（前売り券）
※試合日：令和4年10月8日（阪神タイガース VS 東北楽天ゴールデンイーグルス）
期 間：令和4年9月12日～10月7日
- ・カーネクスト侍ジャパンシリーズ2023壮行試合（前売り券）
※試合日：令和5年2月25日、26日（侍ジャパン VS 福岡ソフトバンクホークス）
期 日：令和5年1月7日 ※初日完売
- ③デザート商品販売協力
 - ・第2回アンブロカップ女子サッカーフェスティバル in 西都での販売協力
期 日：令和4年7月2日
 - ・第11回アンブロカップ第24回西都市長旗少年サッカー大会での販売協力
期 日：令和4年7月9日
- ④情報発信
 - ・福岡ソフトバンクホークス VS 埼玉西武ライオンズ 公式戦（ユニフォーム着用、配布協力）
期 間：令和4年5月 1日～10日（ユニフォーム着用）
期 間：令和4年5月12日～25日（ユニフォーム配布協力）
 - ・侍ジャパンユニフォーム着用
期 間：令和5年2月1日～27日
 - ・侍ジャパン、プロ野球3球団グッズ特設販売実施中
期 間：令和5年2月1日～3月2日
 - ・春季キャンプ 3球団フォトスポットパネル設置
期 間：令和5年1月23日～3月2日
 - ・読売巨人軍 宮崎春季キャンプNFT QRコードスポット設置
期 間：令和5年2月1日～14日
 - ・福岡ソフトバンクホークス 宮崎春季キャンプ ためたポイントスポット設置
期 間：令和5年1月31日～3月2日
- ⑤メディア露出 ※取材内容は、全て侍ジャパンキャンプ、WBCについて。
 - ・放送日：令和5年2月 3日 MRT放送 /番組名：チェック
 - ・放送日：令和5年2月 7日 UMKテレビ宮崎 /番組名：スーパーニュース
 - ・放送日：令和5年2月11日 TBSテレビ /番組名：まるっとサタデー
 - ・放送日：令和5年2月17日 フジテレビジョン /番組名：めざましテレビ
 - ・放送日：令和5年2月25日 読売テレビ /番組名：ウェイクアップ
 ※その他、新聞掲載等あり。
- ⑥インターンシップ受入（意見交換）
 - ・期 日：令和4年4月 4日 大正大学1名
 - ・期 日：令和4年8月18日 宮崎大学1名、大分大学1名
 - ・期 日：令和5年2月14日 宮崎大学2名、西南学院大学1名
 - ・期 日：令和5年2月17日 宮崎大学2名
- ⑦調査協力
 - 宮崎産業経営大学の観光群流データ収集・解析実証実験センサー設置
期 間：令和4年12月23日～令和5年5月31日

7. 神話・観光ガイド支援事業

(1) おもてなしボランティア事業

平成12年に宮崎市観光ガイドボランティア協議会が設立されて以降、神話ガイドボランティア協議会の設立などを経て、組織運営面や事業など活発なガイド活動を行ってきた。新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として一時期活動の休止も余儀なくされたが、感染状況を見ながら活動を行った。（※9月、2月、3月は活動休止）

ガイドボランティア基本情報

青島神社	9:30～12:00	13:00～15:30
江田神社	9:30～12:00	13:00～15:30

宮崎神宮 火・水曜日 9:30～12:00 13:00～15:30

平和台公園 木・金曜日 9:30～12:00 13:00～15:30

ガイド案内総客数：8,348名（有料ガイド：1,405名 無料ガイド：6,943名）
（前年度 総客数6,527名 前年比 127.9%）

ガイド受付総件数：2,814件（有料ガイド：107件 無料ガイド：2,707件）
（前年度 総件数 1,987件 前年比 141.6%）

ボランティア登録数：70名（男性：35名 女性：35名）

(2) 宮崎市観光・神話市民大学の開催

期 日：令和5年1月21日

場 所：宮崎ブルーゲンビリア空港 レセプションルーム

参加者数：52名

講演名：＜第一部＞

演 題：「大地震はすぐそこ？宮崎県民なら知っておきたい地震のあれこれ」

講 師：京都大学防災研究所宮崎観測所 助教 山下 祐亮 氏

＜第二部＞

演 題：「宮崎神宮のおまつりと日向神話について」

講 師：宮崎神宮 宮司 本部 雅祐 氏

(3) 青島インフォメーション管理運営事業（宮崎市観光・神話ガイドボランティア協議会 運営）

ガイド案内件数：677件（前年度375件 前年比 180.5%）

年間の稼働日数：228.5日 勤務スタッフ 1名

青島神社までのガイドを中心に、観光客への青島地区の観光案内を行った。

II. 観光イベント推進事業

観光客を対象とした、南国ムードを生かした魅力ある宮崎の観光資源をPRするイベントの開催や支援、また、新たな誘客素材の掘り起こしと開発を行うなど、地域活性化に努めた。

1. みやざき青島国際ビールまつり

＜新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止＞

2. みやざきグルメとランタンナイト開催支援事業

＜新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止＞

3. 女子硬式野球大会

令和4年度で2回目の開催。クラブチームの「九州ハニーズ」も参加し、規模を拡大して実施した。令和4年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止対策のため、無観客で行った。

また、決勝戦前には宮崎県野球協議会と連携して野球に触れ合うイベント、決勝戦終了後には、九州ハニーズによる野球クリニックを実施し、試合以外でも野球を根付かせる大会運営に努めた。

期 間：令和4年9月23日～25日

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎

優勝チーム：九州ハニーズ（福岡）

準優勝チーム：履正社高等学校（大阪）

参加チーム：九州ハニーズ（福岡）、履正社高等学校（大阪）、秀岳館高等学校（熊本）、熊本国府高等学校（熊本）、神村学園高等学校（鹿児島）、日南学園高等学校（宮崎）、沖縄ティードバル（沖縄）

4. 行事負担金

実 績：8件（日南海岸青島美化愛護協会 宮崎空港振興協議会 他）

第36回青島太平洋マラソン2022

宮崎市の中心市街地を疾走できるコースとして人気を有し、近年のランニングブームなどに伴い、全国的にも人気の高い大会として定着。2年ぶりに開催した昨年の大会より参加定員を増加し、さまざまな場面において新型コロナウイルス感染症対策を講じながら大会を開催した。

同時開催：第31回視覚障害者マラソン宮崎大会

期 日：令和4年12月11日

コ ー ス：フルマラソンのみ

参加者：10,784名（県外：6,142名／県内：4,642名）

5. フライイベント推進事業

宮崎市の推進する「フラのメッカ宮崎」のイメージ定着とフラを通じ県外からの観光誘客を図るため、宮崎を訪れる観光客等に対して、イベント会場や観光地等の様々な場所において、フラによるおもてなしを計画していたが新型コロナウイルス感染症拡大防止により各種イベントが中止となり、当初の予定ほどおもてなしフラの披露ができなかった。

(1) おもてなしフラ披露

当初計画：年18回（20団体）

実 績：年 1回（新型コロナウイルス感染症拡大防止による各種イベント中止のため）

6. 新規事業開発事業

新型コロナウイルス感染症拡大防止により中止や規模縮小となった県内外のイベントと連携し、来場者のニーズについての情報収集と魅力ある本市への観光誘客に努めた。

また、本市と似たような環境で集客力ある観光先進地の視察や意見交換を行い、課題解決に向け情報収集等に取り組んだ。

(1) 県内外イベントとの連携

①餃子サミットとの連携

期 間：令和4年10月14日～17日

開 催 地：宮城県仙台市

内 容：宮崎ぎょうざPR及び観光プロモーション

②THE DROP FESTIVAL 2022 in JAPANとの連携

期 間：令和4年10月29日～30日

場 所：宮崎市青島こどものくに 飲食ブース

内 容：宮崎市餃子協議会と連携し、餃子のふるまい（約3,500食）を実施

③おかえりニシタチプロジェクトとの連携

期 間：令和4年8月～令和5年3月

内 容：ニシタチまちづくり共同組合が設置する提灯に応援メッセージを掲出

(2) 観光先進地視察

期 間：令和5年9月6日～8日

行 先：東京都・神奈川県

内 容：日本ライフセービングクラブ認定海水浴場に向けた協議、藤沢市江の島視察、新宿KONNE館との連携事業に関する協議 他

7. みやざきふるさと食材アピール事業

宮崎の魅力ある食材や食文化を発信し、宮崎への旅の動機付けを喚起させ観光誘客を図った。

宮崎のご当地グルメである宮崎牛、地鶏、チキン南蛮、マンゴー、釜揚げうどんに加え、2021年度から2年連続で総務省調査購入頻度・支出金額日本一の「宮崎ぎょうざ」や豊かな黒潮に育てられた「伊勢えび」などを新たなコンテンツとして、食の宝庫宮崎としてさらなる推進を図るため、プロモーションやイベントを実施した。

(1) 伊勢えび

日南市と連携し、「青島～日南」を伊勢えびのプロモーションエリアとして定着させるためスタンプラリーを実施。抽選で賞品（宿泊券等）が当たる企画を行い、周遊性と宿泊効果の向上に努めた。

名 称：日南海岸伊勢えびスタンプラリー

参画店舗：宮崎市 11店舗 / 日南市 14店舗

期 間：令和4年9月2日～10月31日

スタンプラリー参加応募数：1,835件

メディアセールス：西日本新聞社他、6社訪問

特設HPの作成

知事表敬 期 日：令和4年9月6日

(2) 宮崎ぎょうざ

「宮崎市ぎょうざ協議会」と連携し「餃子のまち！宮崎市」を全国に向けプロモーションを継続的に実施。2022年の総務省統計調査において、2年連続購入頻度・支出金額日本一を獲得。

① 2022年「宮崎市ぎょうざ」支出金額・購入頻度順位発表セレモニー開催

期 日：令和5年2月7日

内 容：2022年の餃子 支出金額・購入頻度ランキングの年間発表

結 果：2022年総務省統計調査 ぎょうざ 購入頻度・支出金額 全国1位

② 第1回宿フェス～宿観光旅博覧会～への協賛

期 間：令和5年2月7日～8日

場 所：東京都江東区 東京ビックサイト

内 容：東京ビックサイトで開催された「第1回宿フェス～宿観光旅博覧会～」の宮崎県ブースにおいて約890人前の「宮崎ぎょうざ」をPRするとともに本市の魅力を発信した。

③ 「宮崎ぎょうざ」の特徴 見える化の取り組み

「宮崎市ぎょうざ協議会」と「宮崎県食品開発センター」と共同で「宮崎ぎょうざ」の特徴について見える化を行った。見える化することで、「宮崎ぎょうざ」をさらに身近に楽しんでもらい、食の魅力による観光誘客に繋げた。

Ⅲ. スポーツ観光受入事業

スポーツキャンプや各種大会の実施に伴う支援体制の充実を図り、受入環境の整備や来宮した観光客の満足度を高めるため利便性と周遊性の向上に努めた。

プロ野球3球団やJリーグチームの春季キャンプは、新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めながら有観客で実施され、キャンプ地は連日多くの観戦客で賑わいを見せた。

キャンプ期間中は、渋滞等の交通緩和対策をはじめ、歓迎ムードを盛り上げるために宮崎市内各所での賑わい創出を図り、スポーツランドみやざきの推進に努めた。

1. キャンプ受入事業

(1) 福岡ソフトバンクホークス宮崎キャンプ受入事業

福岡ソフトバンクホークス春季キャンプ運営にあたり、案内看板や球団関係者向けの誘導看板設置、各駐車場への警備員配置、公園利用者と球団関係者の導線整備など様々な場面において、コロナ禍に対応した受入環境の充実に努めた。

【実施内容】

①警備（駐車場内、関係者誘導等）平日8名、土日祝40名

②臨時駐車場の整備（約4,150台）

③シャトルバス運行（臨時C駐車場・D駐車場～公園内南駐車場間で土日祝のみ運行）

キャンプ期間中週末9日間は、各日5台を配車予定だったが、駐車場の利用状況を鑑み、18日以降は台数を減らし運行。

④キャンプ期間中のラッピングバス広告を路線バス2台で実施

⑤期間中のカラーコーン、イレクターフェンス、ゴムマットの設置

⑥路上駐車対策（土日祝の午前中より定期巡回を実施）

⑦案内誘導看板の設置

⑧ホークスシーズンスタートガイドにキャンプ地周辺の交通関連情報や観光情報を掲載

(2) オリックス・バファローズ宮崎キャンプ受入事業

オリックス・バファローズの春季キャンプを実施するため、受入環境の充実に努めた。また、キャンプ観戦の来場者に、交通警備及び臨時駐車場を準備するなど、快適な環境作りに取り組んだ。臨時駐車場と運動公園内第1駐車場間で無料のシャトルバスを運行した。

【実施内容】

- ①警備（駐車場内、駐車場間誘導等）平日は8名、土日は13名で実施
 - ②臨時駐車場の整備（約380台）
 - ③シャトルバス運行
 - ・A駐車場（谷之口農村公園）～第1駐車場間
 - ・B駐車場（クロスモール清武）～C駐車場（JA宮崎中央南宮崎統括支店）～第1駐車場※土日祝のみ
 - ④キャンプ地の告知、臨時駐車場の広報
 - ⑤キャンプ期間中のプレハブやカラーコーン、ゴムマットの設置
 - ⑥路上駐車対策
 - ⑦案内誘導看板の設置
 - ⑧キャンプ期間中のラッピングバス広告を路線バス2台で実施
- (3) 読売巨人軍宮崎キャンプ受入事業
- 読売巨人軍宮崎キャンプが円滑に運営できるようキャンプ地の環境整備やジャイアンツタウンの周知を行うとともに、一般来場者や関係者向けへの誘導及び案内看板を設置した。
- ①ジャイアンツタウンの歓迎創出
 - 1) ジャイアンツバスの運行
通年運行:バス2台
 - 2) 宮崎ブーゲンビリア空港での歓迎装飾
来宮時のセレモニーや宮崎ブーゲンビリア空港でのエアポートボールパーク内でグッズ等の展示を行った。
期 間：令和5年2月2日～28日
 - 3) 歓迎バナーの掲出
期 間：秋季 令和4年10月24日～11月22日
春季 令和5年 1月16日～ 3月 3日
内 容：中心市街地の橋通りアーケード及び江平商店街、橘橋、南バイパスに掲出
掲出枚数：100枚
 - 4) プロ野球3球団連携事業
宮崎市内でキャンプを行うプロ野球球団は巨人、ソフトバンク、オリックスの3球団。
1市で3球団がキャンプを行うのは全国的にも本市だけであり「キャンプ地みやざき」を全国に発信し、各キャンプ地の周遊促進を目的に事業を実施した。
 - ①ロゴマークの製作・活用
宮崎キャンプを行う3球団のロゴマークを使用し「宮崎キャンプ3球団連携ロゴマーク」を製作。歓迎看板、ホームページなどに活用することにより、キャンプ地宮崎の更なるPRを行った。
 - ②3球団連携事業ポスター製作
3球団キャンプのPRポスターを製作。
スタンプラリー、三球シャトルのPRを行うとともに、キャンプ地での新型コロナウイルス感染症対策に関する注意事項等の告知を行った。
 - ③フォトブースの設置
宮崎駅構内の宮崎市観光案内所に、3球団連携ロや宮崎市観光イメージキャラクター「ミッシちゃん」を使用したパネルを展示。フォトブースとして活用した。
 - ④その他情報発信
プロ野球春季キャンプの露出や3球団のプロモーションのため3球団のマスコットやイメージガールが宮崎に来宮し、キャンプ前に各種媒体やテレビ番組企画に参加。
期 間：令和5年1月20日～21日
内 容：UMKテレビ宮崎「U-d o k i」
MRT宮崎放送「つづくさんのどようだよ」「c h e c k」出演

(5) 三球シャトル運行支援事業

野球ファンにより宮崎市を楽しんでもらう環境と周遊性を高めるとともに、交通対策の一助として、3球団のキャンプ地を巡る無料シャトルバス「三球シャトル」を運行した。

三球シャトルの運行：1日6往復×2ルート（土・日・祝日運行）

総乗車人員数：2,200名（前年度957名 前年度比229.9%）

1)木花ルート：読売ジャイアンツ（木花）— オリックス・バファローズ（清武）

運行本数：48運行（4日間×6往復）

運行期間：令和5年2月4・5・11・12日 計4日間

乗車人員：793名

2)生目ルート：福岡ソフトバンクホークス（生目）— オリックス・バファローズ（清武）

運行本数：108運行（9日間×6往復）

運行期間：令和5年2月4・5・11・12・18・19・23・25・26日 計9日間

乗車人員：1,407名

(6) スポーツイベント 新型コロナウイルス感染症対策事業

プロ野球およびJリーグの宮崎キャンプは、チーム関係者の新型コロナウイルス感染症対策はもちろんのこと、キャンプ観戦に来場するファンに対しても安心、安全なキャンプ地運営を行うために、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策としての様々な施策を実施したうえで受入を行った。

①チーム関係エリアの感染症対策

- ・消毒液等備品購入
- ・密集防止対策／選手動線 プラ柵等設置
- ・密集防止対策／選手入場口目隠し等
- ・関係者エリア（テント等）の増設

②来場者の感染症対策

- ・入場管理用備品（検温器、消毒液）
- ・感染対策注意喚起 看板
- ・場内アナウンスによる注意喚起

2. スポーツ等合宿・大会誘致受入事業

(1) スポーツ等合宿受入支援事業

スポーツ合宿、大会誘致を図ることを目的に、本市で合宿する各種スポーツ団体を対象に宿泊費等の補助を行った。またアマチュア以外のスポーツ団体（プロスポーツ・日本代表）には、宮崎の特産品を贈呈し、スポーツランドみやぎの振興を図った。

①スポーツ合宿セールス

関東エリアの旅行会社や競技団体に補助内容の説明及び、宮崎市内の施設の案内等を行った。

期 間：令和4年6月12日～14日／令和4年6月19日～20日

セールス先：（株）JTB埼玉、東日本実業団陸上競技連盟、創価大学駅伝部、SUBARU陸上部等

②アマチュアスポーツ合宿補助

県外のアマチュアスポーツ団体等（プロスポーツ・代表チーム等は除く）に対して①宿泊費補助、②特産品、③貸切バス・レンタカー等の費用負担の中から選択した内容の補助を実施。

内 容：一人一泊につき1,000円を助成（上限10万円）

実 績：204団体（5,164名）

③アマチュア以外のスポーツ団体への特産品贈呈

内 容：アマチュア以外のスポーツ団体（プロスポーツ・日本代表）へ宮崎の特産品贈呈

実 績：20団体

主な贈呈先：ラグビー日本代表、スピードスケート日本代表、プロ野球自主トレ等

3. みやざきゴルフパラダイス事業

宮崎市では、11月にダンロップフェニックストーナメントとJLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ、3月にアクサレディスゴルフトーナメント in MIYAZAKIの計3大会が開催される。ゴルファーにとって、この良い環境を生かし、より多くのゴルフ観光客を取り込むことを目的に誘客促進を図った。

ゴルフパラダイスキャンペーンでは宮崎市近郊を含む18のゴルフ場と連携し、ゴルフプレー券やゴルフグッズ、宿泊券などが当たるスタンプラリーを実施。また、JA宮崎中央と連携し、宮崎の安心・安全な食をPRするため、両トーナメントへ野菜・果物の提供を行った。

また、令和4年度は夏季閑散期の誘客施策として、7月から9月までをゴルフ場WEB予約サイトにて販促を展開。10月から翌年1月までは、「みやざきゴルフパラダイスキャンペーン」と銘打ち、各種イベントを開催。両トーナメントPRとともに、「ゴルフ=宮崎」の発信に努めた。

ゴルフパラダイスキャンペーン期間：令和4年10月1日～令和5年1月31日

ゴルフパラダイスツアー特典期間：令和4年10月1日～令和5年3月31日

○プロモーション

WEB予約サイトキャンペーン	期	間	：令和4年 7月 1日～3月31日
鉄道の日イベント	期	日	：令和4年10月29日
宮崎駅ステーションゴルフパラダイス	期	間	：令和4年11月 1日～30日
エアポートゴルフリゾート	期	間	：令和4年11月 3日～11月28日

(1) ダンロップフェニックストーナメント

宮崎ブルーゲンビリア空港オアシス広場にて、前年度優勝者チャン・キム選手の歓迎セレモニーを実施した。その他、ギャラリーサービスの向上を図るため、日南コース1番ホールで「宮崎市こどもふれあい広場」を運営。ふれあい広場では託児所を設け親子で楽しめるトーナメント会場作りに努め、みやざき杉の木育遊具や子どもたちに人気のふわふわを設置し多くの利用者で賑わいを見せた。また、土日限定でポニーの乗馬体験も実施し、平日は市内の幼稚園児を子どもふれあい広場へ招待した。

大会期間：令和4年11月17日～20日

総観客数：7,614名

園児招待：11月17日 49名 住吉幼稚園
11月18日 36名 宮崎ひがし幼稚園

(2) JLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ

(※1日あたり5,000名の観客動員制限あり)

宮崎ブルーゲンビリア空港オアシス広場にて、前年度優勝者三ヶ島かな選手の歓迎セレモニーを実施した。また、トーナメント会場となる宮崎カントリークラブ周辺に歓迎バナー・看板等を設置するとともに、ギャラリープラザ内においては、宮崎観光PRブースの運営やギャラリーインフォメーションの補助、宮崎市役所職員と連携し宮崎の特産品や宿泊券が当たるお楽しみ抽選会を行った。

大会期間：令和4年11月24日～27日

総観客数：9,705名

(3) アクサレディスゴルフトーナメント in MIYAZAKI 2023

(※1日あたり5,000名の観客動員制限あり)

大会プログラムの広告として、ゴルフパラダイスの紹介、餃子のまち宮崎市、宮崎牛の記事を掲載した。

大会期間：令和5年3月24日～26日

総観客数：8,332名

(4) トーナメントとの連携

ダンロップフェニックストーナメント・JLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ優勝者ニシタチ手形モニュメントニシタチまちづくり協同組合と連携し、令和4年度優勝者の手形モニュメントを宮崎市内の繁華街・ニシタチに展示。コロナ禍で集客が落ち込んでいる観光地ニシタチの盛り上げと3月に開催の「アクサレディスゴルフトーナメント in MIYAZAKI 2023」の話題喚

起を図るため、除幕式を開催した。

期 日：令和5年3月22日

参 加 者：山下 美夢有選手（2022リコーカップ優勝者）

J L P G A副会長 小田 美岐氏

ダンロップフェニックストーナメント参与 安達 利也氏、関係者等

(5) 企業との連携によるPR活動

- ・「宮崎県産PR」の実施
- ・「FBS女子プロチャレンジゴルフ2022」協賛
- ・「スポニチ54ホールチャレンジゴルフin宮崎」協賛
- ・「スポーツインダストリーゴルフトーナメント2023」協賛
- ・「パーゴルフ杯inフェニックス2023」協賛
- ・「全国ゴルフスクール対抗スクランブルゴルフ選手権」協賛

4. 観光スポーツイベント歓迎装飾事業

スポーツイベントが開催される期間、中心市街地及び北バイパス・南バイパスの道路付近に歓迎看板やバナー・フラッグを設置し、市民や宮崎を訪れた観光客に対しイベント開催ムードの醸成及び歓迎を目的に実施した。

10月：みやざきフェニックス・リーグ

11月：みやざきゴルフパラダイス

1月~2月：Jリーグキャンプ

2月：プロ野球春季キャンプ、3球団連携ロゴ入り歓迎看板

3月：アクサレディスゴルフトーナメント

5. 福岡ソフトバンクホークス公式戦開催支援事業

2年連続となる福岡ソフトバンクホークスの公式戦を「ファイト！九州デー」としてひなたサンマリスタジアム宮崎で開催。当協会は施設調整、事前広報活動、交通対策、大会の盛り上げの協力を行ったが、試合は残念ながら雨天中止となった。

期 日：令和4年5月10日

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎

主 催：福岡ソフトバンクホークス

後 援：宮崎県 宮崎市 宮崎商工会議所（公財）宮崎県観光協会（公社）宮崎市観光協会

カ ー ド：福岡ソフトバンクホークス VS 埼玉西武ライオンズ

結 果：雨天中止

観 客 数：未発表 <※当日のユニフォーム配布来場者は約14,000名>

IV. スポーツ観光セールス事業

宮崎でキャンプを行うプロ野球本拠地においてキャンプ地宮崎のPR及び宮崎キャンプへの誘客に努めた。また、旅行会社やスポーツ団体等に対して、宮崎が全国に誇るスポーツ施設や、全国有数の日照時間・温暖な気候などの恵まれたスポーツ環境や支援・受入体制についてセールスを行い、スポーツランドみやざきの情報発信と受入体制の充実に努めた。

1. スポーツランド情報発信事業

京セラドーム大阪で開催されるオリックス・バファローズの試合観戦者に「キャンプ地みやざき」をPRし、宮崎への誘客促進のために場内看板と外部向けビジョンを活用し観光情報を掲出・放映した。

期 間：令和4年4月1日～令和5年3月31日

内 容：公式戦やライブのドーム来場者に看板等を利用して広報活動を行った。

2. キャンプ地みやざきスペシャルマッチ事業

長年にわたり宮崎市でキャンプを実施している鹿島アントラーズの本拠地にて、来場しているサポーターに向けプロモーションを行った。令和3年度は新型コロナウイルス感染拡大防止に伴う入場制限やイベント実施制限のため、当初の計画よりも大幅に縮小する内容の実施となったため、令和4年度は再度仕切りなおしの開催となった。「サポートタウン宮崎DAY」と銘打ち、様々な企画を実施。

キャンプ地みやざきPRブースは大盛況で、多くの方に“宮崎市”を知ってもらうきっかけとなった。今後の「キャンプ地みやざき」への誘客に繋がるものとなった。

期 日：令和4年7月16日
場 所：県立カシマサッカースタジアム
カ ー ド：鹿島アントラーズ VS ヴィッセル神戸
結 果：1 対 1
観 客 数：20,602名

3. みやざきスペシャルゲーム開催事業

宮崎市でキャンプを行うプロ野球球団の本拠地である「福岡PayPayドーム」、「東京ドーム」、「京セラドーム大阪」で「みやざきスペシャルゲーム」を開催し、「キャンプ地みやざき」のPRやイメージアップや宮崎のイベント等のPRを行った。

令和4年度は3球団共に来場者の制限もなく、ビジョンや球場内の広告、来場者プレゼントを実施し「キャンプ地みやざき」のPRに努めた。

(1) 京セラドーム大阪「みやざきスペシャルゲーム」

期 日：令和4年5月14日
カ ー ド：オリックス・バファローズ VS 千葉ロッテマリーンズ
結 果：1 対 0
観 客 数：16,761名

(2) 福岡PayPayドーム「みやざきスペシャルゲーム」

期 日：令和4年6月25日
カ ー ド：福岡ソフトバンクホークス VS 北海道日本ハムファイターズ
結 果：3 対 0
観 客 数：35,637名

(3) 東京ドーム「みやざきスペシャルゲーム」

期 日：令和4年7月9日
カ ー ド：読売ジャイアンツ VS 横浜DeNAベイスターズ
結 果：0 対 2
観 客 数：39,821名

4. スポーツセールス事業

宮崎市はスポーツ施設をはじめ、天候などもスポーツに適した環境があり、プロスポーツをはじめ、アマチュアスポーツキャンプの受入も行っている。

地域間競争が激化している近年、プロ、アマ問わず関係者と連携を密にする必要があるため、誘致活動および情報収集を行った。

V. 少年少女スポーツ大会支援事業

少年少女たちが、スポーツ大会を通じてスポーツ交歓や交流を図るほか、未来を担う子どもたちの健全な育成及びスポーツ振興に寄与することを目的に、ジュニアスポーツ大会の開催及び支援を行った。

1. みやざきフェニックス・リーグ杯 少年少女サマーベースボールトーナメント

プロ野球の受入を中心として構築されてきた“スポーツランドみやざき”だからこそ出来る大会を目指し、野球を通じて他県の少年少女との交流を深め、憧れのプロ野球選手が使用するグラウンドでのプレーが大きな目標となり、未来を担う子供たちの健全な育成に寄与することを目的とした大会であり、今回で18回目の開催となった。

期 間：令和4年7月30日～8月1日 ※8月1日は、準決勝・決勝のみ実施

試合会場：宮崎市生目の杜運動公園、宮崎市清武総合運動公園、ひなた宮崎県総合運動公園

参加チーム：宮崎県外14チーム（福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、鹿児島県、沖縄県、高知県）
宮崎県内18チーム

優勝チーム：住吉ベースボールクラブ（宮崎県）

準優勝チーム：宮崎鷹黒（宮崎県）

2. ゴルフパラダイス観光推進事業

(1) みやざきゴルフパラダイス第17回宮崎ガスジュニアゴルフ選手権

ストロークプレーの部

期 日：令和4年9月10日

場 所：宮崎カントリークラブ

参加者：143名（小学校6年生以上高校生以下）

レッスン会

期 日：令和4年9月11日

場 所：フェニックスゴルフアカデミー

参加者：21名（小学生以上中学生以下）

(2) Miyazaki ダンロップ・フェニックスカップ第2回中学生ソフトテニス大会

期 間：令和4年10月22日～23日

場 所：宮崎市生目の杜運動公園

参加者：約500名

収益目的事業

収1. 宮崎ブランド商品魅力発信事業

1. 本市の魅力の商品化し、様々な場面において情報発信を図り地域の魅力アップに努めた。商品化に伴う新たな観光事業の展開や新たな観光資源の発掘を目的に様々な事業に取り組んだ。

また、会員企業と連携を図り、新しい魅力商品の開拓に努めたほか、ふるさと納税事業にも積極的に取り組んだ。

新しい取り組みとして、県外でのプロモーションイベントの際に特産品販売等を行い、観光PRと収益事業に取り組んだ。

(1) デサントジャパンとのタイアップによるグッズ販売

「スポーツランドみやざき」の魅力発信のため、デサントジャパン（株）とタイアップして商品の開発及び販売を行った。

販売商品：ポロシャツ、トートバック、スポーツキャップ、スポーツタオル、ハンドタオル、
宮崎産マスク

(2) ふるさと納税との連携事業

宮崎市企画財政部と連携し、当協会オリジナル商品をふるさと納税の返礼品として展開した。

返 礼 品：みやざきゴルフパラダイスゴルフボール、宮崎産マスク

(3) 宮崎市中央卸売市場との連携

本市の青果物を取扱う宮崎市中央卸売市場のワーキンググループに参加し、今後、誘客素材として取り扱いができるよう意見交換を行った。令和3年度から当協会として、仲買人登

録を行い、市場内での仕入れが可能になっており、県外でのプロモーション時に青果物の販売事業に取り組んだ。

(4) その他

販売事業実績

①本格焼酎とうまいものまつり

期 間：令和4年7月23日～24日

場 所：福岡PayPayドーム

②宮崎県観光フェアinせんちゅうパル

期 間：令和4年11月25日～26日

場 所：せんちゅうパル（大阪府豊中市）

収2. プロ野球公式戦・オープン戦等の開催事業

1. プロ野球オープン戦等開催業務

(1) 2022プロ野球ファーム日本選手権

本市で10年連続12回目となるプロ野球ファーム日本選手権を開催。阪神タイガースと東北楽天ゴールデンイーグルスが対する一戦となった。一定の新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じた上で、コロナ禍前に取り組んでいた地元小学生の招待企画やグラウンドでの特産品の贈呈式などを実施した。

期 日：令和4年10月8日

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎

カ ー ド：阪神タイガース VS 東北楽天ゴールデンイーグルス

結 果：2 対 8

観 客 数：4,099名

2. その他 野球関連受入

(1) 侍ジャパン宮崎キャンプ2023

3月に実施されたワールド・ベースボール・クラシック（WBC）に参加する野球日本代表侍ジャパンのキャンプが5年ぶりに開催。

県内外から多くのファンが来場したほか、連日、キャンプの様子が報道され、大きな盛り上がりを見せた。

今回のキャンプでは、球場への入場および臨時駐車場を含む駐車場利用について、整理券等を事前販売することで周辺の渋滞対策等に努めた。

主 催：（一社）日本野球機構、（株）NPBエンタープライズ

後 援：宮崎県、宮崎市、（公財）宮崎県観光協会、（公社）宮崎市観光協会
国内外代表合宿受入実行委員会

期 間：令和5年2月17日～27日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園（ひなたサンマリスタジアム宮崎ほか）

観 客 数：180,002名

(2) 2023ワールド・ベースボール・クラシック（WBC）強化試合 宮崎

ワールド・ベースボール・クラシック（WBC）本戦に備えた強化試合が宮崎市にて開催され、受入の支援を行った。

主 催：WORLD BASEBALL CLASSIC INC./読売新聞社

期 間：令和5年3月6日～7日

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎、アイビススタジアム

参 加 国：中国、チェコ、オーストラリア

※チェコは、事前に宮崎入りし合宿を実施、当協会が窓口となり、施設の調整および受入環境整備を行った。

法人会計

1. 会議の開催

(1) 定時総会 令和4年6月24日

(令和3年度事業報告、収支決算、令和4年度事業計画、収支予算、理事及び監事の選任について、他)

(2) 理事会

第1回 令和4年6月2日

(令和3年度事業報告、収支決算、令和4年度事業計画、収支予算、令和4年度補正予算(案)について、令和4年度定時総会の開催について、他)

第2回 令和4年10月20日

(新規事業について、令和4年度補正予算(案)について、会長、副会長、専務理事・常務理事(業務執行理事)の職務執行状況について、主な事業の報告について、他)

第3回 令和5年3月16日

(令和4年度補正予算(案)について、令和5年度事業計画(案)、収支予算(案)について、役員設置委員会の設置について、役員選任に関する規程の変更について、会長、副会長、専務理事・常務理事(業務執行理事)の職務執行状況について、他)

(3) 総務企画委員会

第1回 令和4年5月25日

(観光功労者の選考について、令和3年度事業報告、決算報告について、令和5年度新規事業(案)について、他)

第2回 令和4年9月30日

(令和4年度補正予算(案)について、令和4年度上期事業報告・下期事業計画について、令和5年度以降の新規事業(案)の進捗について、他)

第3回 令和5年3月9日

(令和4年度補正予算(案)について、令和5年度事業計画(案)及び収支予算(案)について、他)

(4) 監事会 令和4年5月17日

2. 観光功労者の表彰

期 日：令和4年6月24日

受賞者：個人6名

宮崎カーフェリー(株)	黒木 政典 氏
(株)UMKエージェンシー	甲斐 英宣 氏
テレビ宮崎商事(株)	池澤 勝人 氏
フェニックスリゾート(株)	岩切 美恵子 氏
(有)洗樹園	馬登 誠 氏
宮崎交通(株)	岩瀬 和浩 氏

3. 九州主要都市観光協会連絡協議会総会の開催

期 間：令和4年11月17日～18日

総 会・意見交換会：令和4年11月17日

参加団体：9団体(16名)(北九州市、福岡市、佐賀市、長崎市、熊本市、大分市、久留米市、鹿児島市、宮崎市)

エクスカッション：令和4年11月18日

コース：<コース1>ダンロップフェニックストーナメント(男子ゴルフ) 視察

<コース2>青島視察

4. (公社)宮崎市観光協会リブランディング

(公社)宮崎市観光協会の愛称およびロゴ・マークを各事業にて活用し、観光協会の明るくキラキラしたイメージの定着に努めた。

5. 職員採用試験の実施

(1) 嘱託職員採用試験

第一次試験 書類審査

合格発表 期 日：令和4年9月 9日

第二次試験 期 日：令和4年9月16日、22日

合格発表 期 日：令和4年9月28日

採用人数 1名

6. 健康宣言

職員が心身ともに元気に働ける健康づくりを目指し毎朝ラジオ体操を実施。

健康づくりの一環として、野菜摂取量が測定できる機器「カゴメ ベジチェック」のレンタルを行い、各職員の健康を見直す機会の一助とした。

経済産業省 健康経営優良法人2023（中小規模法人部門）認定

7. 職員観光視察研修の実施

職員の資質向上とスキルアップを図るため、全国の観光先進地等への視察研修を実施。

期 間：令和4年8月末～令和5年3月

8. 勤怠管理システム「勤怠クラウド」の導入に伴う操作指導の受講

期 間：令和4年10月～令和5年3月

9. 観光業界意見交換会

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で多大な被害を受けた観光業界が官民一体となり、コロナ禍からの脱却に向け、地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業者や観光関係者、宮崎市観光・スポーツ振興議員連盟との意見交換会を実施。

(1) 「青島」・「一ツ葉」・「ニシタチ」各エリアを観光視点とした地域創生についての意見交換会

期 日：令和4年8月4日

場 所：K I T E Nビル8階 大会議室

参加者：35名 地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業者
総務企画委員（抜粋）、宮崎市観光・スポーツ振興議員連盟（抜粋）、
その他団体、（公社）宮崎市観光協会

(2) 宮崎市観光・スポーツ振興議員連盟との勉強会

期 日：令和4年4月26日

参加者：8名 宮崎市観光・スポーツ振興議員連盟、（公社）宮崎市観光協会

10. 宮崎県内主要観光協会意見交換会（延岡市、高千穂町、日向市、日南市、都城市、宮崎市）

第1回 期 日：令和4年 4月12日 開催地：宮崎市

第2回 期 日：令和4年12月14日 開催地：宮崎市

11. インターンシップの受入

期 間：令和5年1月21日～3月24日

受入人数：5名（スポーツキャンプ 2名／情報発信・プロモーション 3名）

12. 誘致活動事業

宮崎市への誘客を図るため様々な団体と連携し情報交換を行うなど誘致活動を図った。

会員数

令和4年3月31日	正会員	354会員
	賛助会員	7会員
	合計	361会員

令和4年度増減内訳

	正会員増	15会員
	正会員減	10会員
	賛助会員 減	1会員
	合計	正会員 増
		5会員

令和5年3月31日

	正会員	359会員
	賛助会員	6会員
	合計	365会員

その他関連事業（協力会等）

1. 球春みやざきベースボールゲームズ実行委員会

(1) 球春みやざきベースボールゲームズ

既存キャンプ球団の継続及び期間の長期化のためには、キャンプ期間中の実戦形式の練習環境が重要であることから、他県でキャンプを張るチームへ宮崎での練習試合開催を呼び掛け、11回目の開催。本県でキャンプを行う福岡ソフトバンク、オリックス、埼玉西武、沖縄でキャンプを実施している千葉ロッテの4球団にて開催された。自治体及び関係団体で構成される「球春みやざきベースボールゲームズ実行委員会」が主催となり、当協会は、実行委員会の事務局として大会運営を行った。

期 間：令和5年2月28日～3月2日

参加チーム：オリックス・バファローズ、福岡ソフトバンクホークス、
埼玉西武ライオンズ、千葉ロッテマリーンズ

【試合結果】

○2月28日

福岡ソフトバンクホークス 7対0 千葉ロッテマリーンズ (アイビススタジアム) 観衆2,500名

オリックス・バファローズ 0対1 埼玉西武ライオンズ (SOKKENスタジアム) 観衆1,800名

○3月1日

福岡ソフトバンクホークス 1対3 千葉ロッテマリーンズ (アイビススタジアム) 観衆2,000名

オリックス・バファローズ 2対1 埼玉西武ライオンズ (SOKKENスタジアム) 観衆1,700名

○3月2日

福岡ソフトバンクホークス 1対3 埼玉西武ライオンズ (アイビススタジアム) 観衆2,800名

オリックス・バファローズ 5対0 千葉ロッテマリーンズ (SOKKENスタジアム) 観衆1,700名

2. 読売巨人軍宮崎協力会

(1) 読売巨人軍キャンプ受入事業

リーグ優勝と日本一を目指す読売巨人軍が宮崎で65回目となる春季キャンプを実施。新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じつつ、通常期と同様にステージイベントやファ

ンサービスを実施し賑わいを創出した。球団と連携し宮崎の特産品などを球団公式SNSやメディアを通じてPRを行った。

秋季キャンプ：令和4年11月2日～11月20日

観客数：未発表

春季キャンプ：令和5年2月1日～14日（一軍選手）

令和5年2月1日～23日（ファーム選手）

観客数：124,600名（※2月1日～14日の観客数・球団発表）

（※令和3年春季キャンプ観客数：17,900名（※2月1日～12日の観客数））

3. 福岡ソフトバンクホークス宮崎協力会

(1) 福岡ソフトバンクホークスキャンプ受入事業

3年ぶりのリーグ優勝と日本一奪還を目指す福岡ソフトバンクホークスが秋季・春季キャンプを実施。新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じながら、宮崎特産品などのPRを球団と連携して行った。キャンプ期間中にホークスビレッジとして飲食ブースを出店し営業を行ったほか、球団と連携し様々なファンサービスを行い来場者満足度向上に努めた。

秋季キャンプ：令和4年11月3日～18日

観客数：未発表

春季キャンプ：令和5年2月1日～3月2日

観客数：251,000名 ※球団発表

（※令和4年春季キャンプ観客数：137,100名（※2月1日～28日の観客数））

4. オリックス・バファローズ宮崎協力会

(1) オリックス・バファローズキャンプ受入事業

宮崎市清武総合運動公園内にて、9回目となる春季キャンプを2年ぶりに有観客で行った。

キャンプの休養日には新人選手によるイベント実施をはじめ、BsGirls・マスコットによる交流イベントや学校訪問なども行った。

今春季キャンプは、宮崎キャンプ移転後、初の日本一としてのキャンプだったため、新たな賑わい創出に努めた他、球場からSNSを活用した情報発信を球団と連携を図りながら実施した。

キャンプ期間中はバファローズタウンを開設して、ステージイベントや飲食ブースを運営するとともに、各種観光PR等も球団と連携して行った。

春季キャンプ：令和5年2月1日～28日

観客数：207,000名

（※令和3年春季キャンプ観客数：23,300名（※2月1日～28日の観客数））

(2) 「祝・日本一 オリックス・バファローズ歓迎パレードin宮崎」の開催

令和4年シーズンにおいて日本一を果たしたチームの歓迎と次シーズン連続一位を祈願して、市街地で歓迎と祝賀イベントを県民・市民と一緒に行った。

期 日：令和5年1月31日

場 所：宮崎市高千穂通り ※全面交通規制

観客数：30,000名（主催者発表）

5. Jリーグ等宮崎協力会

J1リーグで優勝した横浜F・マリノスやYBCルヴァンカップで優勝したサンフレッチェ広島をはじめとするJ1～J3のチームが宮崎市内グラウンドでキャンプを実施。今年からは横浜FCも新たに加わり11チームの受け入れを行った。期間中の練習試合は、県内で45試合、内23試合が本市内で実施された。3年ぶりに全チームにおいて有観客で一般公開され、土日の練習試合を中心に多くのサポーターとメディアで賑わった。

(1) 春季キャンプ11チーム（※キャンプインの順番で滞在期間を掲載）

○横浜FC（J1）

滞在期間：令和5年1月 8日～1月13日（6日間）

- 横浜F・マリノス（J1）
滞在期間：令和5年1月16日～1月29日（14日間）
- 鹿島アントラーズ（J1）
滞在期間：令和5年1月17日～1月28日（12日間）
- 徳島ヴォルティス（J2）
滞在期間：令和5年1月17日～1月29日（13日間）
- ファジアーノ岡山（J2）
滞在期間：令和5年1月21日～2月4日（15日間）
- セレッソ大阪（J1）
滞在期間：令和5年1月22日～2月4日（14日間）
- アビスパ福岡（J1）
滞在期間：令和5年1月24日～2月5日（13日間）
- サンフレッチェ広島（J1）
滞在期間：令和5年1月30日～2月11日（13日間）
- ツェーゲン金沢（J2）
滞在期間：令和5年1月30日～2月5日（7日間）
- FC岐阜（J3）
滞在期間：令和5年1月31日～2月12日（13日間）
- ベガルタ仙台（J2）
滞在期間：令和5年2月5日～2月18日（14日間）
- V・ファーレン長崎（J2）※
滞在期間：令和5年1月28日～2月4日（8日間）
※グラウンドは西都市内、ホテルは宮崎市内に宿泊し実施した。受入れは西都市。

(2) チーム本拠地への表敬訪問

- ツェーゲン金沢
期 日：令和4年7月31日 場所：石川県西部緑地公園運動競技場
- FC岐阜
期 日：令和4年10月2日 場所：岐阜メモリアルセンター長良川競技場
- 鹿島アントラーズ
期 日：令和4年7月16日 場所：県立カシマサッカースタジアム
(※キャンプ地みやぎきスペシャルマッチ事業と併せて実施。)

6. みやぎきフェニックス・リーグ支援実行委員会

3年ぶりの有観客開催となった第19回フェニックス・リーグは、プロ野球ファーム全12球団と四国アイランドリーグplus選抜、日本独立野球機構選抜の合計14球団で実施した。

始球式等のファンサービスも復活、さらには新たな取り組みとして各球場にフォトスポットを設置し、来場者に喜んでいただけるよう取り組んだ。

期 間：令和4年10月10日～31日

実施試合：126試合（うち天候不良により6試合中止）

場 所：アイビススタジアム、SOKKENスタジアム、ひなたサンマリノスタジアム宮崎 他県内各球場（計：9球場）

7. 渚の交番青島プロジェクト実行委員会

(1) 宮崎市青島ビーチセンター指定管理業務（渚の交番）

当指定管理事業は平成24年度から「渚の交番青島プロジェクト実行委員会」の構成団体となっている「(公社)宮崎市観光協会」(代表構成員)、「(特非)宮崎ライフセービングクラブ」と連携し、さらには「渚の交番運営委員会」の各委員からの協力・支援等によって、より効果的な事業展開を図り、毎年魅力的な価値の創出や海水浴場の管理運営業務に努めている。

本施設の運営目的は、宮崎の「マリンスポーツやビーチスポーツの拠点」として、「海浜利用者の利便性の向上」や「観光地及び地域の振興」を図ることにある。新型コロナウイルス感染症拡大に留意しながら、他団体とのネットワークを通じて出来る限りの事業を展開し青島地区の地域振興に努めた。

【主な行事】

- ・地域パトロール事業：沿岸、青島地域パトロールの実施
- ・青島CUPサーフィン大会 期 日：令和4年10月1日
- ・青島街づくり実行委員会防災キャンプ 期 日：令和4年11月5日
- ・視察団体の受け入れ 12団体98名
和歌山渚の交番・全九州青少年自然の家所長・天草市役所・JTB等
- ・砂あそびビーチ
期 日：令和4年10月8日／参加者：86名
- ・総合水難救助訓練
期 日：令和4年6月27日／参加者：42名
- ・青島海水浴場管理運営業務委託
期 間：令和4年7月2日～8月28日
- ・渚の交番運営委員会の開催
期 日：第1回 令和4年6月17日
第2回 令和5年3月20日

【年間状況】

年間施設利用者数：18,580名（前年度9,982名 前年比186%）
上期15,818名 下期2,762名（シャワー・ロッカー等利用者含む）

（2）青島海水浴場管理運営業務

宮崎市青島ビーチセンターの指定管理業務運営に伴い、渚の交番青島プロジェクト実行委員会（(公社)宮崎市観光協会・(特非)宮崎ライフセービングクラブとの協同運営）で、夏季青島海水浴場の管理運営業務を受託し、三密回避及び、予防の取り組みなど新型コロナウイルス感染症予防対策を講じ、管理・運営に努めた。

JLA（(公財)日本ライフセービング協会）から青島海水浴場の公認申請が承認されたことで、夏場の海水浴場はもとより、地元マリンスポーツ愛好者へのアピールなど、より一層の飛躍を目指し、JLA認定の海浜としてこれまで以上の観光誘客に努めた。

開設期間：令和4年7月2日～8月28日 [58日間]

※遊泳禁止 累計4日（終日4日間）

来場者数：132,385名（前年度 45,527名 前年比 290.7%）

救助件数：473件473名（内様子見450件、安全移送、迷子、その他）

救護状況：819件（内ケガ刺され698件、虫さされ、切り傷、擦過傷、その他）

（3）青島ビーチ魅力アップ事業

青島の観光素材を生かし賑わい創出と海水浴場利用者の利便性の向上を図るため、「青島ビーチパーク」を開設。貨物コンテナを改造したコンテナハウスショップを展開し、一般公募で選出した飲食1店舗を設置した。

8年目となった令和4年度は、令和3年度に引き続き新型コロナウイルス感染症拡大の影響がありながらも、手洗場設置・3密対策看板・場内消毒などの感染対策を講じての営業を行い誘客に努めた。また、令和4年4月末から通年営業を開始した。

主 催：渚の交番青島プロジェクト実行委員会

[構成団体]（特非）宮崎ライフセービングクラブ、（公社）宮崎市観光協会

期 間：令和4年4月末より通年営業

入 場 料：無料

場 所：渚の交番東側公園内

出店店舗：1店舗（uminoie）