

令和7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

本市の観光魅力を全国に発信し、観光誘致の推進を図るため、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うとともに様々なイベントと連携して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) 旅行会社タイアップ事業

本市に集中送客計画をする旅行会社と連携を行い、旅行商品造成から、パンフレット作成やDM送付、新聞広告掲載等の販売ツールを活用し、年間はもとより短期間も含め送客実績を得るものに対し支援を行った。

①日本航空(株) (JALパック)

宮崎市内滞在専用商品の造成のほか、宮崎で遊ぼうクーポン、ふるさと応援割として旅行代金の割引を実施。また専用HPを作成し、観光情報発信やふるさとアンバサダーを活用した観光地紹介なども実施。

期 間：令和7年8月～令和8年1月

送客実績：6,973名(11,195人泊)

②(株)読売旅行

2011年5月に、口蹄疫・新燃岳噴火で大きな被害を受けた宮崎県への復興支援ツアーとして、継続して実施されている読売ロマンの旅。旅行形態の変化にも対応しながらも、新聞折込等(新聞購読者数809万人、デジタルメディア会員90万人)でのチラシ媒体を活用し、募集型旅行企画で本市へ誘客促進(旅行商品の販売)を行った。

商品内容：令和7年度 読売ロマンの旅 in 宮崎

期 日：令和8年3月15日

前後観光を含めたJR利用・バス利用・宿泊プランを設定

送客実績：409名(421人泊)

③JTB協定旅館ホテル連盟宮崎支部

市内の宿泊施設の多くが加盟する同連盟は、地域特化型商品を長年造成しており、エリア単独での商品化を図っている唯一の組織で、JTBグループの発信力を活用した集客を行った。

商品内容：宮崎で遊ぼうクーポン付き 宿泊プラン 宿泊設定：22施設

プロ野球キャンプ 応援宿泊プラン

期 間：令和7年4月～令和8年3月

設定施設：JTB協定旅館ホテル連盟宮崎支部 全21施設(宮崎市は14施設)

送客実績：791名

④(株)JTBガイアレック

商品内容：沖縄・九州・北海道ゴルフ 宿泊設定：5施設／ゴルフ場：7会場

期 間：令和7年10月～令和8年3月

送客実績：703名

⑤(株)マリンエージェンシー

商品内容：南九州リゾートプラン、フェリー&ホテルビジネスパック

期 間：令和7年4月～令和8年2月

送客実績：202名

⑥(株)HIS九州

商品内容：首都圏・関西発 個人型フリーパッケージ商品

・宮崎チョイス2～4日間

・レンタカー付宮崎チョイス2～4日間

- ・宮崎で遊ぼうクーポン付宮崎チョイス2～4日間
- ・南九州（宮崎・鹿児島・熊本）チョイス2～4日間

期 間：令和7年5月～令和8年3月

送客実績：796名（首都圏発340名・関西発456名／1,066人泊）

⑦名鉄観光サービス（株）

商品内容：宮崎で遊ぼうクーポン付き宮崎宿泊プラン（WEB展開）

期 間：令和7年7月～令和8年3月

送客実績：191名

⑧（株）阪急交通社

商品内容：Sランクホテルに泊まる青島ライトアップ3日間

ホークス宮崎キャンプ見学ツアー等を含む全3コース

期 間：令和7年11月～令和8年2月

送客実績：126名

⑨西鉄旅行（株）（福岡発着）

商品内容：青島五感プレミアムツアー、ホークス宮崎キャンプ見学ツアーを含む全5コース

期 間：令和7年11月～令和8年2月

送客実績：245名

⑩日田バス（株）（大分発着団体バスツアー）

商品内容：日田バスしあわせツアー 宮崎1泊2日

期 間：令和7年11月～12月 7本（全日程催行）

送客実績：207名

⑪ANA-X（株）

商品内容：ゴルフ商品及び、宮崎市宿泊付きツアー

期 間：令和7年5月～12月

送客実績：11,691名

（2）旅行会社セールス事業

主要都市を中心とした旅行会社へのセールスを実施し、旅行商品造成の依頼を行うほか宮崎観光素材のPRを行った。

①東日本エリア

関東、中部エリア（ANA-X（株）、日本航空（株）、（株）ジャルパックのキャリア系旅行会社や、JTBグループ、名鉄観光（株）、（株）阪急交通社、（株）読売旅行、（株）クラブツーリズム等）の大手旅行会社に対してのセールスを実施。

②西日本エリア

関西エリア及び、福岡・熊本・鹿児島（近畿日本ツーリスト（株）、（株）クラブツーリズム、西鉄旅行（株）、（株）阪急交通社、九州産交ツーリズム（株）、南国交通（株）、（株）HIS、（株）日本旅行）へのセールスを実施。

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、宮崎市では、これまで誘致強化を促進するため、平成23年度から宿泊補助、体験学習補助の制度に取り組み、誘致・受入に努めている。受入体制については、みやざき元気体験プログラムを中心に充実を図っている。

令和7年度は、コロナ禍前の水準まで本市内の受入校数が減少したが、関西圏の中学校・高校及び県内の支援学校については引き続き県内で実施する案件が一定数みられた。

期 間：令和7年4月1日～令和8年2月28日

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

(1) 誘致対策の推進（説明会・セールス）

①関西旅行会社・学校へのセールス

期 間：令和7年8月4日～7日

令和7年12月18日～19日

内 容：関西の旅行会社及び学校へ、補助事業の説明と体験プログラムの案内
関西圏の学校について、今後の計画について調査

②九州七県合同修学旅行説明会・相談会

期 日：令和7年8月6日

内 容：（一社）九州観光機構主催の関西の旅行会社及び中学校・高等学校の関係者を対象とした説明会・相談会に参加。補助事業説明や体験プログラムの案内及び動向調査を実施。

(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誘致を図った。

プログラム数：31プログラム

①体験学習受入対応：9校（県内5校、県外4校）

学校内訳：支援学校5校 小学校1校 高校3校

②視察受入

次年度実施予定校3校を実施。

マリン体験の視察を中心に実施した。

(3) 令和7年度実績

補助事業

宿泊補助：13校 757名	※前年度実績 10校 1,055名
---------------	-------------------

補助額：757,000円

体験補助：9校 409名	※前年度実績 5校 879名
--------------	----------------

補助額：684,000円

補助金計 1,441,000円	※前年度実績 4,721,500円
-----------------	-------------------

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、観光地やグルメ、温泉、体験、イベント等、本市の魅力ある観光情報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。

また、物価高騰に加え、新燃岳の噴火、大阪・関西万博、猛暑など、さまざまな外的要因による影響を受けている市内のホテル・旅館業の支援をはじめ、観光産業全体の活性化および宮崎市の認知度向上を図るため観光誘客緊急支援事業を実施し本市への誘客拡大に努めた。

1. 観光プロモーション事業

(1) メディア連携情報発信事業

①関東地区

1) ジェットスター・ジャパンの機内誌「Jetstar Magazine」7～9月号への掲載

掲載期間：令和7年7月1日～9月30日

実 績：ジェットスター国内線全便・全座席にて配本

2) SNS広告による観光情報の発信

関東圏のYouTubeおよびInstagramユーザーをターゲットに観光PR広告を配信した

表示回数：YouTube 1,162,869回 Instagram 1,260,694回

②中部・関西地区

1) 関西テレビ「HITMON!!」での観光PR動画の掲載

関西テレビ「HITMON!!」内にて、宮崎市の夏のイベント情報の紹介を行った。

実 施 日：令和7年6月3日

2) サーフトリップ誘客プロモーション

「ムラサキスポーツ」×「青島フィッシャーマンズビーチサイドホテル&スパ」×「宮崎カーフェリー」による旅行商品造成及びプロモーションに対する支援を行い、関西圏からの誘客および宮崎カーフェリーの利用促進を図った。

実施内容：ムラサキスポーツ店舗へのポスター掲出

モニターツアー実施とSNSによる情報発信

3) みやざき館KONNEでのキャンプ誘客プロモーション

KITTE大阪内にある「みやざき館KONNE」において、オリックス・バファローズと宮崎県大阪事務所と連携して、春季キャンプの機運醸成と観光情報発信を行い、春季キャンプの誘客と観光消費の促進を図った。イベント内では、宮崎市出身の横山楓選手のほか、同チームのマスコットキャラクターが来場したことで賑わいを見せた。なお、その様子は球団公式HPでの告知やInstagram（フォロワー数44.2万人）にてライブ配信された。

期 間：令和7年12月22日～23日（2日間）

実 績：ブース来場者数 400名（2日間）

4) スポーツ紙プレゼント企画による宮崎グルメのPR

媒 体：サンケイスポーツ（大阪本社）

実施内容：キャンプ地産直プレゼント企画・宮崎うなぎプレゼント

実 施 日：令和8年2月17日掲載

5) 大型ビジョンでの広告掲出

本市への航空経路が就航している名古屋にて、特に利用者が多い「栄駅」、「名古屋駅」駅構内の大型ビジョンにおける宮崎市観光PR動画の広告掲出を行った。

広告期間：令和8年3月

表示回数：7面7,900回以上

③九州地区

1) TVQ九州放送でのプレゼント企画

福岡ソフトバンクホークスの宮崎市冠試合の試合中継において、うなぎの視聴者プレゼント企画を実施し福岡県内で「宮崎＝うなぎ」という認知向上につながるようにPRを行った。

平均視聴率：世帯14.1% 個人8.7%

応 募 数：10,118件

2) 西日本新聞社「ファンファン福岡」でのLINE広告掲出

20代から50代まで幅広い年代層向けに、青島五感プレミアム体験の開催情報について掲載した記事を配信した。ファンファン福岡LINE広告の平均PV数、クリック率を大きく上回る結果となった。

LINE配信日：令和7年9月19日 17時14分

PV数：5,991回

遷移先（宮崎市観光サイト）へのクリック数：71回 クリック率1.2%

3) キャンプ地からのラジオタイアップ企画として、RKBラジオ・MR Tラジオにて同時生中継番組によるホークスキャンプ情報、特産品の紹介や観光PRを実施。

・RKBラジオ エリア人口約600万人 ・MR Tラジオ エリア人口約103万人

4) SNSを活用した情報発信

鹿児島県・大分県で活躍するインフルエンサー4名を起用し、宮崎市の観光資源や食の魅力を発信。4～6月の閑散期に隣県から幅広い年齢層の誘客促進を図る取り組みを行った。

④旅行・観光企画媒体への広告掲載

・各新聞社への広告掲載（読売新聞九州版・県内版）

・旅行雑誌、その他媒体への広告掲載（温泉博士・九州ラブウォーカー・みちくさ）

⑤デジタルメディアを活用した情報発信

1) ANA（全日本空輸）と連携した観光情報発信

ANA公式アプリ「ANA Pocket」を活用し、青島エリアに設けたチェックインポイントでANAマイルの付与を行い、青島エリアへの誘客・滞在促進を図った。また、ナイトタイムコンテンツの認知度向上につなげるためPUSH通知を行うことで青島を‘泊まる拠点’とした周遊型の宮崎観光情報発信を行った。

実績：令和7年9月27日～10月29日 10,476名

令和8年1月1日～31日 9,311名

ポイント：青島神社、宮交ボタニックガーデン、道の駅フェニックス、青島屋

ムラサキスポーツ宮崎青島店、港あおしま、ニシタチ、みやざき物産館KONNE

2) JAL（日本航空）と連携した観光情報発信

JAL公式SNS（Instagram）での広告を活用した、観光情報発信と宮崎市専用商品の宣伝を行った。専用商品HPには客室乗務員でJALふるさとアンバサダーが発信するSNS（facebook）をリンクさせ、おすすめ観光地や専用商品である「宮崎でまっちょるよ！」キャンペーンの告知を行い、効果的なPRを図った。

Meta広告の期間：8月（5日間） 表示回数

（インプレッション数 181,973 エンゲージメント数 2,671）

10月（8日間）表示回数

（インプレッション数 223,940 エンゲージメント数 14,039）

3) WEBを活用したプロモーション

大手旅行サイトを閲覧するユーザー向けに広告動画を配信。認知拡大と閑散期（4～6月）における誘客促進を図った。

広告配信エリア：首都圏及び九州

配信期間：2026年3月中

表示回数：3,245,267回

(2) イベント関連プロモーション

①神戸まつりでの宮崎ブース出展

宮崎カーフェリー（株）、宮崎県大阪事務所、（一社）日南市観光協会と連携して観光PRブースの設置を行った。

（SNSフォロー抽選会）

期 間：令和7年5月18日

実績：89,000名

②ツーリズムEXPOジャパン2025

世界最大級の旅行・観光の展示会において、宮崎県を含む九州各県のブース設置が行われ本市の出展を行った。

期 間：令和7年9月25日～28日

場 所：愛知県常滑市

実績：令和7年9月25日 20,316名（業界日）

26日 18,144名（業界日）

27日 41,799名（一般日）

28日 47,418名（一般日）

③ソラシドエアPresents グリーンスカイフェスタ2025

就航都市の観光や特産品のPRを目的として39の自治体・団体が出展。ブースではSNSフォロー抽選会とサンプリングを実施した。

期 間：令和7年11月15日～16日

実績：29,601名（15日15,012名、16日14,589名）

④トラベルランド2026への出展

観光地域の旅情報・特産品・グルメなどを一堂に集めた旅イベント。名古屋の中心地でのブース出展と、中京テレビの番組との連動で中部エリアの消費者に向けて効果的なPRを行った。

期 間：令和8年3月14日～15日

実績：154,885名（14日65,440名、15日89,445名）

2. 地域ではじめる宮崎観光DX推進事業

観光地としての持続可能な観光経営の実現を目指し、観光庁「全国の観光地・観光産業における観光DX推進事業」の補助を受け、観光分野におけるDX化推進による地域課題の解決や旅行者の利便性向上を図る取組を実施した。

(1) 実施内容

専門人材によるプロジェクト推進体制を構築し、地域事業者のG B P整備～インサイトデータの収集～インサイトデータの分析～施策立案までを一気通貫で実施。分析結果からは本取組の有用性を確認することができた。

(2) 支援を受けた専門人材とその役割

①NTTビジネスソリューションズ（株）

・プロジェクト体制の運営 ・参画店舗G B Pの管理運営 ・インサイトデータの収集

②宮崎大学 杉山 智之 教授

・学生ワークショップの対応 ・インサイトデータの分析

③横浜市立大学 黒木 淳 教授

・インサイトデータの分析 ・分析結果に基づいた施策立案

(3) 分析結果

・G B Pの整備が客の行動指標に影響することが確認された。検索者の多くはモバイル検索とマップ検索に依存しており、リアルタイムの判断で行動が決まっていくことが示されているため情報整備の重要性を示した。

・G B Pの利活用は検索者のポジティブアクション（通話や経路検索など）に繋がっている可能性を示唆しており、来訪者数の増加や滞在時間の延伸などの複数の経路を通じて地域経済に寄与することを示した。

・分析結果および本市の強みや課題を認識された上で、3つの施策提案を受けた。

①エリア別施策の検討

店舗の所在エリアごとにトレンドのピークの差が見られたため、各エリアの特徴に合わせた施策を講じることが重要。

②店舗向け対策として「口コミ件数」を増やす施策

口コミ件数はポジティブアクション（通話や経路検索など）との相関が見られた。尚、評価よりも件数の重要性を伝えると効果的。

③イベント開催時の地域との連携

イベント来客者数はポジティブアクション（通話や経路検索など）に貢献している可能性があるため、開催エリアの店舗と連携した取組を積極的に行う。

3. 観光魅力情報発信事業

(1) ホームページ・SNS情報発信事業

本市観光の個別の事業で発信する情報を集約し、効果的・効率的に国内外に本市観光の情報発信を行った。用途に応じ観光パンフレットを配布し、観光案内所、観光施設等での案内業務の迅速化や受入サービスの向上に努めた。各種SNS「Facebook」、「Instagram」、「X」においては、宮崎市内の観光やイベント、キャンプ情報などを定期的に投稿し観光情報の発信に努めた。

SNSアカウントのフォロワー数 <令和8年3月31日現在>

・Facebook フォロワー数：2, 005名（前年度 1, 975名 前年比101.5%）

・Instagramフォロワー数：15, 718名（前年度11, 225名 前年比140.0%）

・ X フォロワー数：41, 338名（前年度41, 426名 前年比 99.8%）

(2) ホームページ管理事業

令和7年度HP閲覧数：約346万回（前年度約361万回 前年比 95.8%）

(3) 観光パンフレット等製作

・ウォーキングマップ（内容更新） 20, 000部

・宮崎STYLE（内容更新） 20, 000部

・宮崎STYLE多言語 各1, 000部

・2025宮崎で遊ぼうクーポンDXチラシ（内容更新） 5, 000部

(4) その他製作物（ポスター、キャラクター）

①ポスター

宮崎市の観光イメージをアップさせるため、ポスターを作成し、観光・宿泊施設や各地のイ

ベントなどに配布して広く活用した。

作製内容：青島（新）70枚／青島（日の出）70枚

②本市観光イメージキャラクター

本市の観光イメージキャラクターである「ミッシちゃん」を通じて、市内外のイベント出演やSNSからの情報発信で観光PRを行った。

派遣回数：5回

公式SNS：X フォロワー数：1, 175名／Facebook フォロワー数：540名

4. 観光誘客緊急支援事業

“ほっとけない、みやざき” 宿泊応援キャンペーン

物価高騰に加え、大阪・関西万博の開催、猛暑等の外的要因による影響を受けた市内の宿泊事業者等を支援するため、本市への誘客を図ることを目的とした観光誘客（宿泊料金割引）キャンペーンを実施した。また、本キャンペーンを契機として、本市の観光の魅力を全国に発信し、観光客を誘致することで、市内の宿泊事業者はもとより、観光産業全体の活性化及び本市の認知度向上を図った。利用者数は当初の想定 8, 000名に対し、7, 883名と概ね計画通りの結果となった。宿泊補助の執行率は94.8%に達し、前年度(92.9%)を上回る効率的な誘客を実現した。

また、参画施設へのアンケートでは、約6割の施設が本キャンペーンを通じて新規顧客の獲得につながったと回答。利用者のうち観光目的(スポーツ目的含む)が約6割(4, 967名)を占めており、宿泊需要の喚起のみならず、本市への観光誘客の促進に大きく寄与した。

宿泊料金割引の実施（対象者：宮崎市内に宿泊するすべての者）

期 間：令和7年12月 1日～令和8年1月31日

※除外日：令和7年12月27日～令和8年1月 3日

内 容：1人1滞在につき、宿泊料金全体額の2分の1（上限額3, 000円）を割引く

参画宿泊施設：64施設

延べ宿泊数：8, 760泊

延べ宿泊者数：7, 883名

宣伝広告、各種プロモーション：WEB・SNS広告で約2, 480万回の情報発信を行った。

5. 宮崎で遊ぼうクーポン事業

令和7年度も、宮崎ならではの観光資源を活用したソフト事業として、地元観光施設と連携した電子クーポン「宮崎で遊ぼうクーポン」を運営した。本事業は、旅行需要の喚起と他都市との差別化を目的としており、大手旅行会社のパンフレット掲載等を通じて広く情報発信を行った。

また、令和5年度より完全電子化へ移行しており、利用者・参画施設双方の利便性向上、ペーパーレス化、精算作業の軽減を継続して実現した。

(1) 「宮崎で遊ぼうクーポン」の運営・販売

電子クーポンは、通常より割安でアクティビティを利用できる仕組みであり、旅行会社の通年商品にも対応している。DX化により、アプリからいつでも購入可能で、実績データがタイムリーに可視化され、集計・精算作業の負担が軽減された。

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

参画施設：22施設 ※時季などにより変動あり

アクティビティ数：約60種類（時季などにより変動あり）

販売期間：令和7年4月1日～令和8年3月31日

販売ポイント：2, 090, 300ポイント（前年度3, 136, 000ポイント 前年比66.6%）

※内 訳：直販…89,000ポイント、AGTプラン…2,001,300ポイント（1,092件）

利用ポイント：1, 133, 950ポイント（前年度1, 846, 195ポイント 前年比61.4%）

(2) プロモーション

①情報発信

利用ガイドの制作・配布

特設サイト・SNSでの情報発信

②旅行会社との連携

(株) J A L パック

商 品 名：J A L ダイナミックパッケージ オプショナルプラン

(株) J T B

商 品 名：宮崎で遊ぼう！！

商 品 名：九州オプショナルプラン「旅の過ごし方 満喫クーポン」

(株) H I S

商 品 名：九州であそぼ

商 品 名：WEB版九州で遊ぼうH I S オリジナルとびっきりクーポン

(株) 福利厚生倶楽部九州

宮崎市役所互助会、自社会員からの発注を取りまとめている代理店。通年販売。

6. インバウンド関連事業

(1) インバウンド誘客強化事業

①セールス等

本市への訪日外国人観光客の誘客強化を図るため、市が優先市場と定める台湾・香港をはじめ、これまでの関係性を継続させるための韓国、また新規市場である欧米豪、シンガポール、中国をターゲットエリアとして誘客に向けた取組を強化した。

1) 台湾・香港

・期 間：令和7年6月23日～27日（台湾・香港）

内 容：市・県及び市プロモーション委託事業者との合同セールス（商談エージェント12社ほか）

・期 間：令和7年10月19日～21日（香港）

内 容：県観光協会との合同セールス（商談エージェント3社）

・期 間：令和7年12月9日～12日（台湾）

内 容：市、旅館組合及び市プロモーション委託事業者との合同セールス（商談エージェント13社ほか）

【実 績】：台湾 年間12本 9, 344名／香港 年間12本 1, 308名

2) 欧米豪等

・WTM LONDONへの出展

期 間：令和7年11月4日～6日

内 容：ヨーロッパ最大の旅行博「World Travel Market London」出展
旅行会社等との商談

【実 績】：商談実績 47社

（旅行会社39社、ランドオペレーター3社、メディア2社、運輸2社、その他1社）

3) 韓国

・期 間：令和7年7月9日～11日

内 容：プロ野球キャンプ誘致及び現地エージェントセールス（韓国プロ野球3球団、
商談エージェント4社）

・期 間：令和7年8月24日～26日

内 容：宮崎県訪韓団への参加及び現地エージェント等セールス

【実 績】：2月末韓国プロ野球チーム（斗山ベアーズ）ファンツアーを実施（49名）
その他ゴルフ関係のパッケージ商品の造成2本程度

4) シンガポール

・期 間：令和7年7月12日～13日 PreNatas Fair

令和7年8月15日～17日 NATAS FAIR

内 容：シンガポール最大の旅行博「Natas Fair」及び「PreNatas Fair」を活用した情報発信、現地旅行会社へのセールス及び旅行商品の販売を行った。

【実 績】：造成商品4商品（2社×2商品）※九州周遊ツアー

実誘客数83名 セールス旅行会社数12社

5) 中国

・期 間：令和7年7月16日～20日

内 容：チンタオビールフェスティバルへの参加及び宮崎PR会の開催

訪 問 先：青島市西海岸政府、青島日本領事館、山東海外国際旅行社有限公司 他

【実 績】：商談事業者数：13社／23名

造成商品：ゴルフ、マラソンツアーを集客済みであったが、日中間の情勢不安の影響を受け中止

②受入環境整備支援

本市への訪日外国人観光客の誘客強化を目的として、快適な滞在環境づくりを促進するため、事業者、市民のインバウンド意識の醸成、多言語化による利便性の向上に取り組んだ。また補助金獲得に向けたインバウンド推進部会の立ち上げを行った。

1) 受入体制整備事業

多言語化促進事業

・補助対象事業者：飲食店事業者

・補助対象事業：多言語化対応、キャッシュレス決済の導入

・補助率：補助対象経費(税抜)の2分の1以内

・補助上限額：100,000円

・補助実績及び事業内容：2事業者

ゴルフ場内レストラン セルフオーダーの多言語化、外国語の食事メニュー作成、及び配備
多言語対応オーダーシステムの導入、施設の名称、営業内容を表示する看板の設置

2) 受入機運醸成事業

委 託 先：(一社) 全九州タウン情報ネットワークインバウンド推進協会

事業内容：

・インバウンド旅行者向けアンケート調査(潜在的インバウンド課題の発掘)

空港及びWEB上にて300件取得、顕在化した課題として、「公共交通機関の不便さ」「多言語化対応へ遅れ」が挙げられた。

・事業者訪問(事業者訪問数：5社)

・インバウンド推進部会の実施

アンケートで出てきた潜在的インバウンド課題解決に向け、事業者を選定し訪問。補助金獲得に向けたインバウンド推進部会を実施。

・セミナーの実施(参加事業者総数：22社)

I) 期 日：令和8年1月15日

午前の部 観光コンテンツ造成事例(日帰りツアー造成例)

講 師：ラッキー自動車 松井 浩二 氏

午後の部 情報発信へのAI導入事例

講 師：(株) ビジョンサービス 伊藤 秀行 氏

II) 期 日：令和8年1月21日

午前の部 インバウンド人材不足解決のための留学生人材の活用

講 師：(学) 宮崎総合学院 山中 鉄斎 氏

午後の部 観光コンテンツ造成事例(ガストロノミーツーリズム)

講 師：(同) ガストロノミーツーリズム研究所 代表 杉山 尚美 氏

(2) インバウンド誘客強化事業(欧米豪等新規市場プロモーション)

本市への訪日外国人観光客の誘客強化を目的とし、新規市場である欧米豪等をターゲットエリアとして、それぞれのエリアや訪日外国人に適した形で、宮崎の「食」や「自然」といった一般観光のコンテンツの効果的なプロモーションを推進した。

①旅行会社等への情報発信

JTB GMTが毎月旅行会社等約4,000社に旬な日本の旅行先を紹介しているWEBマガジン「Japan in Focus」を活用して、宮崎の情報を欧米豪の旅行会社等へ発信し、平均と比べても高い開封率を達成した。

配 信 数：3, 470社

到達数／到達率：3, 461件／99.7%

開封数／開封率：1, 178件／34.0%（※平均開封率28%）

②欧米豪ランドオペレーター向けFAMツアーの実施

期 間：令和8年2月23日～25日

令和8年2月25日～27日

事 業 者：(株)NEXUS、J-Navigator

③宮崎のキーコンテンツ「食」を中心としたプロモーションの実施

(株)テーブルクロスが運営する“訪日外国人向けの食体験特化プラットフォーム”by Foodを活用し、外国人向けの宮崎の動画を2本と市内の飲食店の掲載を行い、宮崎のプロモーションを実施した。

作成動画数：2本 Instagram投稿：2回 テーマ：宮崎牛、青島

IV. 観光資源活性化事業

県内各観光地等と連携を図って、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. 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：19団体938名（前年度6団体 892名 前年比105.1%）

一般団体：実績なし（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. 観光名刺印刷

魅力ある本市の観光地を全国に発信するため、本市内の主な観光地（5種類）がセットになった名刺台紙と本市が誇る景勝地・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：観光協会事務局、宮崎市観光案内所

販売実績：76箱

2. 機関紙

機関紙（Mコミュニケーション）の発行（年4回）

1回目：令和7年 6月（No.168）／2回目：令和7年8月（No.169）／

3回目：令和7年11月（No.170）／4回目：令和8年1月（No.171）

配布先：観光協会会員他

VI. 国内外観光交流事業

友好盟約を締結している国内外の観光協会等との相互交流として、関係者の招聘や訪問団の派遣等を行い、さらなる友好関係の構築に努めた。令和7年度は旭川に訪問し交流を深めた。

1. 海外他友好都市交流事業

平成16年から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や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における友好式典や歓迎懇親会及び宮崎の観光資源の視察等を実施。

(1) 友好式典・歓迎交流会

①日中友好式典

期 日：令和7年8月23日

場 所：こどものくに ANAホリデイ・イン リゾート宮崎側広場

参 加 者：30名（宮崎側：28名 中国側：2名 青島啤酒股份有限公司 他）

②歓迎懇親会

期 日：令和7年8月23日

場 所：ANAホリデイ・イン リゾート宮崎

2. 観光団交流事業

(1) 姉妹都市「橿原市」との交流

①「第24回橿原夢の森フェスティバル」における開会式典に出席して交流 開会式典

期 日：令和7年10月11日

場 所：橿原公苑 多目的広場特設ステージ

②宮崎市・橿原市姉妹都市60周年歓迎レセプションに出席して交流 歓迎レセプション

期 日：令和8年2月14日

場 所：橿原神宮養正殿

③橿原市市制70周年 宮崎市姉妹都市60周年記念式典の参加 記念式典

期 日：令和8年2月15日

場 所：かしはら万葉ホテル

(2) 友好盟約を結んでいる（一社）旭川観光コンベンション協会との交流 20回目となる旭川観光訪問を行った。

歓迎交流会

期 日：令和7年9月30日

場 所：アートホテル旭川

参 加 者：63名（宮崎側：27名、旭川側：36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、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て利便性、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。

なお、令和7年度は「観光庁 地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」の採択を受け、訪日観光客のみならず国内観光客を対象に滞在時間の延長及び宿泊者数の増加につなげるため5つのコンテンツを整備、昨年引き続き青島エリアへの誘客を図った。また、コンベンションによる観光誘客を更に促進するため、令和5年12月から展開している“ニシタチ人情横丁貸し切りプラン”の宣伝販売を継続し行い、令和7年度は 金・土限定プランの試験造成と通常販売プランを本格始動した。

1. 宮崎市観光従事者研修会

期 日：令和7年12月5日

場 所：ニューウェルシティ宮崎

参 加 者：111名

内 容：＜第一部＞

演 題：「SNS時代の地方の勝ち筋」

講 師：microverse（株）代表取締役 CEO 渋谷 啓太 氏

＜第二部＞

演 題：「食とSNSでひらく宮崎の未来 ～ ローカルの物語を世界へ～」

講 師：（株）テーブルクロス 代表取締役 CEO 城宝 薫 氏

2. 渚の交番の整備・運営事業

平成24年4月から、第1～4期の指定管理受託者として、通算14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. レンタサイクル事業

令和2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。細やかなレンタサイクルメンテナンス等を行い、万全な受入体制を整え、利用促進のチラシの設置も行い、リピーターや新規利用者獲得に努めた。

年間利用者数：1, 153名（前年度1, 271名 前年比90.7%）

4. コインロッカー運営事業

令和3年6月より運用を開始。24時間取り出し可能なコインロッカーを宮崎駅東口の駅構外に設置。令和7年度は、スポーツ大会やキャンプシーズン時に利用者が増加し、収益アップに繋がった。（前年比105.6%）

5. 宮崎WORK&STAY推進事業

（1）体験受入の実施（田んぼオーナー制度）

ワーケーションの一環で、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。

都市圏の企業が田んぼオーナーとなり、宮崎でワーケーションや地元農産品のPRを行い、取り組みの様子は各メディアに取り上げられる等、宮崎の新しい旅の形の発信に繋がった。

オーナー企業：NPO法人CLOUDY、（株）HIRAKU

（2）ニシタチ人情横丁貸し切りプランの受入

①期	日：令和7年 9月19日	団体名：A. T. カーニー	157名
②期	日：令和7年11月 5日	団体名：エポカルインターナショナル	77名
③期	日：令和7年11月 6日	団体名：ダイキンHVACソリューション東海	62名
④期	日：令和7年11月20日	団体名：ダイキンHVACソリューション東海	81名

6. 海外クルーズ船受入体制整備事業

令和8年3月に初寄港したポナン社（フランス）の「ル・ソレアル」現地ツアーの行程調整、油津港、細島港に寄港する大型クルーズ船の観光客受入に備え、青島地区事業者へ年間を通して寄港情報を発信し、営業機会の創出と受入体制強化を図ることを目的として実施した。

内 容：寄港スケジュール、船名、乗客数、国籍等の情報整理

青島の事業者（16店舗）向けに寄港予定情報資料配布、口頭による直前情報の提供

実 績（宮崎市（青島）への来訪者数）：13件 4, 814名

7. 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。全国的なインバウンドの観光需要の回復で、訪日外国人観光客数は増加しており、上期の前年比が約1.4倍となっていたが、11月以降、中国の訪日渡航自粛や、航空便の減便の影響などにより、今年度は約1.2倍に留まった。春節で日本を来訪される中国からのインバウンド客は減少したが、韓国、欧米豪からの訪日外国人観光客数が、前年比約1.2～1.3倍に増加しており、今後、更なる入り込み数が期待される。

また、令和8年1月1日～3月28日まで、宮崎⇄ソウル線がデイリー運行となった有益な影響も後押しとなり、訪日外国人利用者の増加と、案内所収益の約7割を占めているバス乗車券販売の収益に繋がった。JNTO認定外国人観光案内所ブロック研修会へ参加し、他案内所との

連携を強化し、市内観光地の情報発信だけでなく、広域情報拠点として利用者に高い利便性を提供できる案内所となるよう、万全な受入体制に努めた。

(1) 観光案内所

案内所利用者人数：21,954名（前年比95.9%）

内 訳：日本人 16,576名 外国人 5,378名
（前年比日本人90.8%・外国人115.6%）

※前年度：22,903名（内訳：日本人18,252名 外国人4,651名）

定休日：令和8年1月1日～2日

①宿泊施設有料案内：24組 31名（前年度37組 50名）

②VISIT MIYAZAKI BUS PASS・宮崎交通バスカード等の販売（3種類）：4,793枚
（前年度：4,218枚／3種類 前年比113.6%）

③Wi-Fiルーターレンタル・SIMカード販売：50件（内 訳：日本用35件 海外用15件 SIMカード0件）
（前年度：日本用56件 海外用31件 SIMカード0件）

④手荷物一時預かりサービス：小853個・大40個（前年度：小625個・大33個）

⑤手ぶら観光サービス：0件（前年度：3件）

⑥モバイルバッテリーレンタルサービス：20件 <令和6年5月からの新サービス>

⑦宮崎ガチャ：474個 ※イベントガチャも含む <令和7年度より、新規事業開発事業より案内所の新サービスとして引継ぎ>

⑧物販：青島恋旅チケット、観光名刺、3球団グッズ、天孫降臨ヒムカイザーDVD（販売終了）
動物園・フローランテ共通入園券、ミッシちゃんストラップ（販売終了）

マンシングウェア、デサント商品

⑨手交業務：JTB-HUB（宮崎で遊ぼうクーポンDX、ぐるっぴー1回乗車券）
JR九州寺社めぐり御朱印帳手交

KYUSHU Tourism Survey九州来訪回数等調査ノベルティ配布

⑩展覧会・催事等の前売券委託販売：マッカーサーと現代日本の夜明け（アートセンターより受託）
アートセンターのなつやすみ（宮崎アートセンターより受託）
コウペンちゃん展（アートセンターより受託）
青島温泉・六湯めぐり温泉手形（宮崎市観光戦略課より依頼）
青島温泉・六湯めぐり温泉手形第二弾（株）南九州プロジェクトより依頼
青島グルメめぐり（宮崎市観光戦略課より依頼）
ドラマティック古事記（青島神話音楽劇プロジェクト公演実行委員会より受託）

⑪レンタサイクル事業：（実績はレンタサイクル事業参照）

⑫東口コインロッカー運営管理：（実績はコインロッカー事業参照）

(2) 令和7年度の取り組み

①研修会の参加（職員研修）

- ・2025年度 JNTO認定外国人観光案内所ブロック別研修会
期 日：令和7年6月26日
- ・2025年度 JNTO認定外国人観光案内所全国研修会
期 間：令和8年2月19日～20日

②チケット販売

- ・青島温泉六湯めぐり温泉手形 前売券
期 間：令和7年3月10日～4月24日
- ・マッカーサーと現代日本の夜明け 前売券
期 間：令和7年4月 7日～6月27日
- ・アートセンターのなつやすみ 前売券
期 間：令和7年5月19日～7月18日
- ・プロ野球ファーム日本選手権 前売券
期 間：令和7年9月10日～10月3日
- ・青島グルメめぐり 前売券
期 間：令和7年9月13日～10月19日
- ・コウペンちゃん展 前売券
期 間：令和7年9月22日～11月21日

- ・青島温泉・六湯めぐり温泉手形第二弾 前売券
期 間：令和7年9月22日～1月20日
- ・青島五感プレミアム体験 前売券
期 間：令和7年9月17日～12月14日
- ・2026年プロ野球オープン戦 前売券
期 間：令和8年1月13日～2月28日
- ・ドラマティック古事記 前売券
期 間：令和8年2月25日～5月6日

③情報発信

- ・JR九州寺社めぐりきっぷオリジナル御朱印帳引換
期 間：令和7年2月1日～10月31日
- ・日向坂46四期生「バースデー記念特別再上映」企画 ポスター・のぼり設置
期 間：令和7年5月19日～21日
- ・なんでも極上NANGOKUみやざきデジタルスタンプラリーキャンペー QRコード設置
期 間：令和7年7月18日～2月28日
- ・絵巻物をもって、西のゴールデンルートの旅しよう ノベルティ配布
期 間：令和7年8月27日～10月13日
- ・西のゴールデンルートGiveawayキャンペーン ノベルティ引換
期 間：令和8年1月19日～3月19日
- ・日向坂46ひなた旅スタンプラリー2026 パネル掲出
期 間：令和8年1月21日～3月15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8年2月1日～3月1日
- ・プロ野球春季キャンプ3球団グッズ販売、ユニフォーム展示
期 間：令和8年2月1日～3月3日
- ・侍ジャパン宮崎キャンプグッズ販売、ユニフォーム着用
期 間：令和8年2月14日～24日

④調査協力

- ・KYUSHU Tourism Survey九州におけるインバウンド観光客の九州来訪回数等調査
期 間：令和7年4月1日～3月31日

8. 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。令和7年度は、座学研修や現地研修活動の充実、全体研修やふれあい勉強会の内容を見直し、ガイドの更なる技術向上を図った。

また、災害発生時の対策として地震・津波に備えた避難訓練を実施した。ガイドの活動実績については、有料ガイド・無料ガイドともに前年比増となり、コロナ前に戻りつつある。

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

ボタニックガーデン青島 土・日・祝日 9:30～12:00 13:00～15:30

ガイド総案内数：16,300名 (有料ガイド1,337名 無料ガイド14,963名)
(前年度：総客数15,462名 前年比105.4%)

ガイド総受付数：6,215件 (有料ガイド102件 無料ガイド6,113件)
(前年度：総件数5,497件 前年比113.1%)

ボランティア登録数：64名 (男性：32名 女性：32名)

(2) 宮崎市観光・神話市民大学の開催

期 日：令和8年3月15日

場 所：江田神社・みそぎ池

参加者数：29名

内 容：＜第一部＞

講 師：江田神社 禰宜 金丸 孝史 氏

内 容：神社の由緒・地域に伝わる神話・正式参拝 など

＜第二部＞

講 師：宮崎在住クリエイター みやたび夫婦

内 容：“日本の始まり”を広く届ける発信術

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

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。

ガイド案内件数：1,943件（前年度1,627件 前年比119.4%）

年間の稼働日数：337日 勤務スタッフ 1名

9. 青島五感プレミアム体験事業

本事業は、観光庁の「地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」の採択を受け実施した。本市を代表する観光地「青島」のナイトコンテンツを磨き上げ、魅力を増した新たな商品を造成し、滞在時間の延長及び宿泊者数の増加につなげた。さらに、宮崎市が独自に実施する周辺での取り組みと連動させることで更なる滞在時間の延長と地域経済の好循環の創出を図った。

5つの体験コンテンツを実施し、宮崎市観光の入口である青島エリアに多くのインバウンドを呼び込み、青島エリア全体、さらには宮崎市・宮崎県全体の活性化を図った。

期 間：令和7年9月27日～12月14日 17:00～21:00

実稼働日：56日間 ※一部体験については、16:30から実施

場 所：青島本島及びその周辺

内 容：

①神聖なる本島体験

設定した日程について、青島の島内と青島神社のライトアップを実施

体 験 料：1,000円（小学生以上～）

利 用 者：6,735名（内訳：国内6,176名・海外559名）※未就学児等の無料者含む

②青島神社20代宮司等とめぐる神話体験

青島神社の長友宮司等の案内による、青島神社、鬼の洗濯板、亜熱帯植物群、本殿での神楽披露の案内、通訳ガイド付きツアーの実施を行った。

体 験 料：5,000円

利 用 者：44名（内訳：国内18名・海外26名）

③語り合えるAI宮司青島ナビ

本体験のために特別に開発された「AIガイド（スマートフォン）」を使用して、青島神社の歴史や逸話を音声で案内。

体 験 料：3,000円

利 用 者：178名（内訳：国内176名・海外2名）

④青島神楽特別体験

神楽の衣装を身にまとい、神社の舞手からレクチャーを受けながら実際に奉納する「青島神楽奉納体験」の実施。

体 験 料：10,000円

利 用 者：16名（内訳：国内15名・海外1名）

⑤Special dinner and culture experience

宮崎産の新鮮な食材をふんだんに使用した特別ディナーの実施。

体 験 料：25,000円

利 用 者：2名（内訳：海外2名）

その他：

①実施に向けた記者会見や内覧会を実施するほか、特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業に係る調査を行った。

②記者会見・内覧会の実施：

訪日観光客のみならず、地元の方々や国内観光客も含め更なる誘客を目的に、実施概要等を報道関係者向けに発表を行った。また、実施前に、青島ライトアップや一部体験を報道及び関係者、インフルエンサー向けに、内覧及び体験を行った。また、県内インフルエンサーの招聘し広く情報発信を行った。

期 日：令和7年9月24日

場 所：宮崎市青島ビーチセンター「渚の交番」

参 加 者：関係者約40名、報道関係者約6社、インフルエンサー10名

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

中国山東省青島市との友好盟約締結から22年目。観光友好盟約セレモニーを実施し、記念品交換等を行った。天候に恵まれ、予定通りに各種ステージや花火を実施できた。

また、今回から開場時間を13時からに前倒しし、宮崎交通のバス車両や警察車両、宮崎トヨタ（株）、カワサキプラザ宮崎、ハーレーダビッドソン宮崎などの車両を展示するコーナーを設けてファミリー層の集客を図ったほか、公共交通機関と連携し、JRや宮崎交通を利用して来場した方を対象に割引を行い、公共交通の利用促進と会場周辺の混雑緩和を図った。

期 間：令和7年8月23日～24日（2日間）

場 所：こどものくに（ホテル側広場）

来 場 者：5,298名（23日／3,090名・24日／2,208名）

主 催：みやざき青島国際ビールまつり実行委員会 事務局：宮交ホールディングス（株）

2. みやざきグルメとランタンナイト開催支援事業

“届けよう、宮崎から希望の灯り”をテーマに、12回目となる「みやざきグルメとランタンナイト」を開催した。会場内を彩る約1万灯の“ランタン”と“全国グルメ博”を軸として開催。

人気お笑い芸人「なかやまきんに君」の来場や宮崎だいすきポケモン「ナッシー」とのコラボイベント、韓国・台湾の直行便再開を記念した「韓国・台湾グルメフェア」など様々なイベントを実施した。

期 間：令和7年8月1日～17日（17日間）

場 所：フローランテ宮崎

来 場 者：69,548名（令和6年実績 71,058名 前年比97.8%）

来場者内訳 市内約49%、県内（本市除く）約28%、県外約23%（任意調査）

料 金：通常 おとな 600円 こども（小中学生） 300円 ※未就学児無料

団体 おとな 500円 こども（小中学生） 200円 ※未就学児無料

※団体料金は、無料入園者を除いた合計が20名以上の場合

主 催：みやざきグルメとランタンナイト実行委員会（事務局：（公社）宮崎市観光協会）

3. 行事負担金

実 績：10件（日南海岸青島美化愛護協会 宮崎空港振興協議会 他）

第39回青島太平洋マラソン2025

本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。今年はマラソン、10km、3kmの種目で、12,000名を超えるランナーが冬の日向路を駆け抜けた。

期 日：令和6年12月14日
コ ー ス：フルマラソン・10Km・3Km
参 加 者：12,398名（県外：5,683名／県内：6,715名）
同時開催：第34回視覚障害者マラソン宮崎大会

4. フラおもてなし推進事業

フラと本市の南国情緒を融合し、「フラのメッカ 宮崎」のイメージを定着させるとともに、宮崎を訪れる観光客等に対してフラによるおもてなしを行った。

おもてなしフラ披露

当初計画：年18回（25団体）

実 績：年 8回（16団体）

5. 新規事業開発事業

令和7年度は、新たな観光財源の確保を目的に計画した国補助事業の採択に向け観光庁等の訪問等を行い、意見交換等を実施した。

期 間：令和7年4月2日～3日

訪 問 先：観光庁、（株）JTBグローバルマーケティング&トラベル、（株）テーブルクロス

また、青島への来訪者の利便性向上と地域内消費の促進を目的に、青島地域の飲食店との連携について検討を行った。地元飲食店へのヒアリングを実施するとともに、「青島五感プレミアム体験」と連動した試験的運用として、通常17時に閉店する店舗に夜間営業への協力を相談し、来年度の新規事業化に向けた検証を行った。

6. 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ることで観光誘客を図った。

（1）宮崎餃子

宮崎餃子のPRのため、宮崎市ぎょうざ協議会賛助会員として本協議会に在籍し継続して助成。

①宮崎市ぎょうざ協議会総会

期 日：令和7年5月28日

②テゲバジャーロ宮崎Jリーグ入会5周年を記念して宮崎餃子の振る舞いを実施

テゲバジャーロ宮崎VSカマタマーレ讃岐戦にて実施

期 日：令和7年6月28日

③セブンイレブンとのコラボ商品「宮崎餃子」PR

宮崎県内のセブン-イレブン204店舗（2025年7月末時点）及び、熊本県、大分県、鹿児島県の一部の店舗で販売

期 間：令和7年8月29日～9月14日

④知事表敬：セブン-イレブンとのコラボ商品説明

期 日：令和7年8月29日

⑤全国餃子ランキング発表(宮崎空港ビル2階)ふるまい餃子100名分提供

期 日：令和8年2月6日

（2）伊勢えび

①日南海岸伊勢えびスタンプラリーの実施（期間：令和7年9月6日～11月30日）

助成金を活用した取り組み(宮崎県魅力あふれる観光地域づくり推進事業)

②印刷物：日南市観光協会との連携(ポスター150枚、パネル1枚、ちらし5,000枚)

③誘客セールスの実施：宮崎カーフェリー船内を利用したキャンペーンを実施

期 日：令和7年8月4日

④（一社）日南市観光協会との合同セールス（福岡）

（株）スポーツニッポン新聞社西部本社、（株）日刊スポーツNEWS、

（株）日刊スポーツ新聞、（株）スポーツ報知西部本社、RKB毎日放送（株）（生放送出演）

期 間：令和7年9月2日～3日

- ⑤日南海岸伊勢えびまつり40周年記念「伊勢えびを楽しむ会」参加
期 日：令和7年9月10日

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に努め、受入環境の整備や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。

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市内各所での賑わい創出を図り、スポーツランドみやぎの推進に努めた。

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、受入環境の充実に努めた。交通対策費として駐車場料金の徴収を行った。

【実施内容】

- ①警備（駐車場内、関係者誘導等）平日・土日祝、述べ471名
- ②臨時駐車場の整備（約5,100台）
- ③シャトルバス運行（D駐車場～）
- 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、バー、ベンチカーペット、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ホークスシーズンスタートガイドに宮崎市の観光情報を掲載
- ⑨駐車場料金徴収業務

駐車場料金：公園内・平日：宮崎市民のみ軽・普通車：100円／宮崎市民外500円
大型車両一律：1,000円

臨時A駐車場・平日：宮崎市民のみ無料／宮崎市民外500円／土日祝：一律500円

対 象：公園内の駐車場及び臨時A駐車場を利用する一般来場者

（関係車両・路線バス・タクシー・身障者・公園施設利用者等を除く）

期 間：令和8年2月1日～3月1日（休養日を除く）

時 間：10：00～18：00

(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。

キャンプ見学の来場者に、交通警備及び臨時駐車場、臨時駐車場からの無料シャトルバスを準備し、快適な環境作りに取り組んだ。

【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14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
 - ・D駐車場（JA宮崎中央南宮崎支店）

※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

⑨駐車場料金徴収業務

駐車場料金：軽・普通車 500 円／大型車両 1,000 円

※宮崎市民のみ平日の駐車場料金無料

対 象：公園内の駐車場を利用する一般来場者

（関係車両・路線バス・タクシー・身障者・公園施設利用者等を除く）

期 間：令和 8 年 2 月 1 日～27 日（休養日を除く）

時 間：10：00～18：00

（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はじめ、一般来場者や関係者向け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のグッズ等の展示。

期 間：令和 8 年 2 月 3 日～3 月 1 日

3) キャンプ地内での歓迎装飾

期 間：秋季 実施なし

春季 令和 8 年 1 月 28 日～3 月 1 日

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

スポーツに適した気候や充実した施設環境を生かし、多くの宿泊者数が見込まれるスポーツ合宿の誘致を行っている。補助内容は、金銭的な支援として宿泊費の一部補助や特産品贈呈、貸切バス・レンタカーの費用負担の 3 つから選択をすることとし、継続的な合宿実施及び新規団体の誘致を進め、スポーツランドみやぎの更なる推進を図った。

①セールスの実施

大阪・京都教育旅行・スポーツ合宿合同誘客セールス

期 間：令和 7 年 8 月 4 日～7 日

セールス先：（株）JTB 京都中央支店、東武トップツアーズ（株）、（株）ヤングリゾート、（株）HIS、大阪府立桜宮高校等

期 間：令和 7 年 11 月 26 日～28 日

セールス先：名鉄観光サービス（株）、ワールドツアーシステム（株）、（株）神港ツーリスト、スカイパックツアーズ（株）神戸支店、（株）トップトラベルサービス等

スポーツランドみやぎスポーツ合宿説明会（宮崎県合同説明会）

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・代表チームは除く）に対して宿泊費補助、特産品提供、貸切バス・レンタカー費用負担の中から選択した内容の補助を実施。

内 容：一人 1 泊につき 1,000 円を助成（上限 8 万円）

実 績：107 団体（前年度 96 団体 前年比 111.5%）

人 数：2,859 名（前年度 2,764 名 前年比 103.4%）

総 泊 数：12,125 泊（前年度 12,821 泊 前年比 94.6%）

宿泊補助額：6,397,964 円（前年度 6,418,468 円）

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）への宮崎の特産品贈呈

実 績：33 団体

贈 呈 先：スピードスケート日本代表、プロ野球自主トレ、競泳韓国代表等

3. みやざきゴルフパラダイス事業

本市では、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魅力的な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本市近郊を含む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みやざき宮崎中央地区本部と連携し、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・果物を提供した。

また、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7年 7月1日～令和7年9月30日

ゴルフパラダイススタンプラリー期間：令和7年10月1日～令和8年1月31日

ゴルフパラダイスツアー特典期間：令和7年10月1日～令和8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7年5月19日～令和8年3月31日

宮崎駅ステーションゴルフパラダイス 期 間：令和7年10月30日～11月30日

エアポートゴルフリゾート 期 間：令和7年11月 8日～12月 1日

(1) ダンロップフェニックストーナメント

トーナメント会場でのギャラリーサービスの向上を図り、こどもふれあい広場の運営や歓迎装飾を主とした事業を実施した。市内の幼稚園児招待に加え、ふわふわ遊具や出張動物園、ポニー乗馬体験等を行い、多くの利用者で賑いを見せた。なお、例年実施していた宮崎ブーゲンビリア空港オアシス広場における前年度優勝選手に向けた歓迎セレモニーについては、選手の来宮が叶わなかったため実施せず。

大会期間：令和7年11月20日～23日（4日間）

総観客数：12,447名（前年度12,167名 前年比102.3%）

園児招待：令和7年11月20日 広瀬共栄幼稚園 24名（引率5名含む）

令和7年11月21日 宮崎至慶幼稚園 65名（引率9名含む）

(2) JLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ

JLPGAツアー4大公式戦の1つとして毎年注目を集めるツアー最終戦。宮崎ブーゲンビリア空港にて、前年優勝者桑木志帆選手の歓迎セレモニーを実施したほか、大会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、ギャラリープラザの開設支援、インフォメーションの運営等を行い、大会事務局と連携してギャラリーサービスの充実化を図った。

大会期間：令和7年11月27日～30日（4日間）

総観客数：11,344名（前年度11,478名 前年比98.8%）

(3) アクサレディスゴルフトーナメントin MIYAZAKI 2026

大会プログラムの広告として、みやざきゴルフパラダイスの紹介、3大トーナメント会場・ニシタチ手形モニュメントの紹介の記事を掲載。

大会期間：令和8年3月27日～30日

総観客数：9,563名（前年度3,629名 前年比263.5%）

(4) ニシタチ手形モニュメントの設置

「ニシタチまちづくり協同組合」と連携して、宮崎市の繁華街ニシタチにおけるシンボル「ニシタチ手形モニュメント」に、「ダンロップフェニックストーナメント」及び「JLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ」の2025年度大会優勝者手形を新設するため、準備を進めた。設置については、ニシタチ一番街に令和8年4月28日に設置。

なお、手形お披露目や「アクサレディスゴルフトーナメントin MIYAZAKI 2026」の話題喚起、ニシタチの更なる活気づけのため、例年実施していた除幕式については、選手の来宮が叶わなかったため実施せず。

主 催：ニシタチまちづくり協同組合、（公社）宮崎市観光協会

設置手形：ダンロップフェニックストーナメント 2025年度優勝者 塚田 よおすけ選手

J LPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ 2025年度優勝者 鈴木 愛選手

（5）企業との連携によるPR活動

- ・「クイーンシリキットカップ2025」協賛
- ・「FBS女子プロチャレンジゴルフ2025」協賛
- ・「スポーツインダストリーゴルフトーナメント2025」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
- ・「VIVID GOLF CUP vol.4」協賛
- ・「ALBA杯 IN フェニックス2026」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、市民や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。

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、5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

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

プロ野球チーム本拠地にて観光PR動画及び静止画を制作。ドーム内外で「キャンプ地みやざき」をPRし、宮崎への誘客促進を図るため場内看板と外部向けビジョンを活用し観光情報の掲出や放映を行った。

（1）福岡ソフトバンクホークス本拠地（みずほPayPayドーム福岡）

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2パターン（15秒）

放映回数：1試合あたり2回

放映期間：令和7年3月28日～10月26日

視聴想定人数：3,030,760名

通常シーズン71試合：2,717,929名

クライマックスシリーズ：239,039名

日本シリーズ：73,792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7年4月1日～令和8年2月末日

視聴想定人数：1試合平均28,571名×72試合＝2,057,077名

固定看板 71試合 2,149,170名（野球試合のみ）

(3) ジャイアンツ・ファンフェスタ2025（キャンプ地宮崎PR）

プロ野球春季キャンプが行われる2月を前に、読売巨人軍と連携し、球団本拠地である東京ドームにおいてキャンプ地宮崎の告知はもとより、宮崎の「スポーツ」「食」「観光」をテーマに情報発信し、認知度向上及び観光誘客を図った。

期 日：令和7年11月23日

場 所：東京ドーム

内 容：読売巨人軍のキャンプ地宮崎のPR

宮崎観光及び特産品のPR

キャンプ地宮崎の認知度に関するアンケート調査の実施

SNSフォローで宮崎特産品が当たるガラポン抽選会の実施

実 績：来場者数：41, 138名（球団発表）

抽選件数：約2, 000回

SNSフォロワー増減：Instagram 約910件増、X 約500件増

2. キャンプ地みやざきスペシャルマッチ事業

長年にわたり本市でキャンプを実施しているアビスパ福岡の本拠地で、会場に訪れているサポーターに向けプロモーションを行った。試合前に荒天となり試合の実施が危ぶまれたが、無事に実施することができた。来場者に「キャンプ地みやざき」を知ってもらうきっかけとなり、宮崎市の誘客へ繋げることでできる効果的な内容となった。

(1) ホームゲーム日でのPR

期 日：令和7年10月4日

場 所：ベスト電器スタジアム

カ ー ド：アビスパ福岡 VS 横浜FC

結 果：1 対 0

観 客 数：9, 076名

3. みやざきスペシャルゲーム開催事業

本市でキャンプを行うプロ野球球団の本拠地である「みずほPayPayドーム福岡」、「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、宮崎のイベント等のPRを行った。

(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7年4月19日

カ ー ド：オリックス・バファローズ VS 北海道日本ハムファイターズ

結 果：4 対 7

観 客 数：31, 292名

(2) 東京ドーム「みやざきスペシャルゲーム」

期 日：令和7年6月28日

カ ー ド：読売巨人軍 VS 横浜DeNAベイスターズ

結 果：5 対 0

観 客 数：42, 211名

(3) みずほPayPayドーム福岡「みやざきスペシャルゲーム」

期 日：令和7年7月5日

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：4 対 3

観 客 数：40, 142名

4. スポーツセールス事業

本市はスポーツ施設をはじめ、恵まれた気候などスポーツに適した環境が整っており、プロスポーツはもとより、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”だからこそできる大会を目指し、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、未来を担う子どもたちの健全な育成に寄与することを目的とした大会で、今回で21回目の開催となった。

期 間：令和7年7月26日～28日 ※7月28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15チーム（福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、鹿児島県）

宮崎県内17チーム

優勝チーム：木花少年野球クラブ（宮崎県）

準優勝チーム：宮崎バファローズ（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19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7年9月13日

場 所：宮崎カントリークラブ

参 加 者：137名（小学校6年生以上高校生以下）

レッスン会

期 日：令和7年9月14日

場 所：フェニックスゴルフアカデミー

参 加 者：16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4回中学生ソフトテニス大会

期 間：令和7年10月11日～12日

場 所：宮崎市生目の杜運動公園

参 加 者：48チーム

収益目的事業

収1. 宮崎ブランド商品魅力発信事業

1. 宮崎ブランド魅力発信事業

本市の魅力を商品化し、様々な場面において情報発信を行い地域の魅力アップに努め、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指し各種様々な事業を行った。

また、令和7年度は、「観光庁特別な体験の提供等によるインバウンド消費の拡大・質向上推進事業」の採択を受け、インバウンド需要をターゲットに4つのコンテンツを整備し、10月から12月に青島五感プレミアム体験を実施。実施に伴い各コンテンツの仕入れや調整、内容を含めたコンテンツの造成等青島への誘客、販売促進に努めた。

(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を販売。また、地産地消商品としてマンシングウェアをベースにした「MIYAZAKI シャツ」もあわせて、高付加価値商品としての展開を行った。

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、MIYAZAKI シャツ

2. 青島五感プレミアム体験コンテンツ販売促進事業

令和7年度に観光庁「地方創生プレミアムインバウンドツアー集中展開事業」の採択を受け、9月から12月の期間中、青島五感プレミアム体験事業を実施。更なる誘客を図るため、国内外の観光客を対象に各コンテンツの販売促進を行った。さらに、開催に合わせ、無料シャトルバスを運行し、訪日観光客の満足度向上および観光における利便性の向上を図るとともに、グリーンスローモビリティ「ぐるっぴー」との連携により、市街地内での周遊性および市街地から青島への移動性の向上を目指した。

(1) コンテンツの実施・販売

期 間：令和7年9月27日～12月14日 17:00～21:00

実稼働日：56日間 ※一部体験については、16:30から実施

場 所：青島本島及びその周辺

総来場者数：6,975名（国内6,385名・海外590名）※無料利用者、コンテンツ利用者含む

(2) 来場者受入対策

開催に向けた案内看板の設置や、観光地・青島を目的地とした、訪日外国人を含む県内外の宿泊者をターゲットに、宮崎駅から青島への無料シャトルバスを運行した。

往 路：宮崎駅（17:00発）⇒ 橋公園前（17:15発）⇒ 青島（18:00着）

復 路：青島（20:00発）⇒ 橋公園前（20:45着）⇒ 山形屋前（20:55着）
⇒宮崎駅（17:00発）

(3) その他

- ・宿泊施設 ⇄ 青島 として 旅行会社へのバス補助を行った。
- ・ぐるっぴー乗車券付き青島五感プレミアム体験引換券の発行。
- ・来場時のアンケート実施者へのプレゼントとしてポストカードを製作し配布。

収2. プロ野球公式戦・オープン戦等の開催事業

2. プロ野球オープン戦等開催業務

(1) 2025プロ野球ファーム日本選手権

本市で13年連続15回目となるプロ野球ファーム日本選手権を開催。令和7年度は、場外イベントとして、野球体験コーナーの実施やキッチンカーの出店、場内イベントとして、響座の太鼓演奏、タケウチダンススクールによるダンス、試合後のグラウンド開放などを実施し、集客及び賑わい創出に努めた。中日ドラゴンズが14年ぶり7度目のファーム日本一に輝いた。

期 日：令和7年10月4日

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎

カ ー ド：中日ドラゴンズ VS 読売巨人軍

結 果：16 対 3

観 客 数：4,504名

(2) 木挽BLUE Presents 2026年プロ野球オープン戦

2025年に引き続き2026年3月にプロ野球オープン戦を福岡ソフトバンクホークスのキャンプ地である宮崎市生目の杜運動公園内「アイビースタジアム」で開催した。

試合前セレモニーの始球式では宮崎市観光協会公式SNSにて募集を行い、フォロワーによる始球式やホークスのキャラクターパフォーマンスを行い、会場を盛り上げた。

期 日：令和8年3月1日

場 所：アイビースタジアム（宮崎市生目の杜運動公園）

カ ー ド：福岡ソフトバンクホークス（3塁側）VS 埼玉西武ライオンズ（1塁側）

結 果：6 対 10

観 客 数：4,784名

2. その他 野球関連受入

(1) 侍ジャパン宮崎秋季・春季キャンプの受入協力

11月に開催された「ラグザス侍ジャパンシリーズ2025日本VS韓国」そして3月に開催された「2026 WORLD BASEBALL CLASSIC™」に出場した侍ジャパンの事前合宿を本市で受入を行った。2月22日、23日には福岡ソフトバンクホークスとの練習試合も実施され、満員の会場は大いに賑わいをみせた。

キャンプ期間中は、スムーズな練習環境の整備のほか、交通対策や周辺の装飾をはじめ飲食エリア「侍パーク」を運営し来場者サービスに努めた。また、春季キャンプにおいては、会場周辺の混雑緩和を目的として駐車整理券・パークアンドライドチケットの販売を行った。

主 催：国内外代表合宿受入実行委員会

①秋 季

期 間：令和7年11月6日～12日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園

観 客 数：43,000名

②春 季

期 間：令和8年2月14日～24日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園

観 客 数：200,000名

(2) 2026 ワールドベースボールクラシック強化試合（宮崎）受入

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、施設の調整等の受入支援、公式グッズの委託販売を行った。

主 催：WORLD BASEBALL CLASSIC INC. / 読売新聞社

期 間：令和8年3月1日～3日

公式練習：3月1日 試合：3月2日・3日（3月2日は雨天のため中止）

場 所：ひなたサンマリンスタージアム宮崎、SOKKENスタジアム

参加チーム：読売巨人軍、福岡ソフトバンクホークス、オリックス・バファローズ

オーストラリア、チャイニーズ・タイペイ、チェコ

※NPB球団はファーム

法人会計

1. 会議の開催

(1) 定時総会 令和7年6月20日

（令和6年度事業報告、収支決算、令和7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7年6月2日

（令和6年度事業報告、収支決算、令和7年度事業計画、収支予算、令和7年度定時総会の開催について、規則等の改正について、他）

第2回 令和7年6月20日

（会長、副会長、専務理事及び常務理事の選定について、顧問、参与の選定について）

第3回 令和7年10月22日

（新規事業について、令和7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8年3月17日

（令和8年度事業計画(案)、収支予算(案)について、規則の改正等について、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）

(3) 総務企画委員会

第1回 令和7年5月21日

（観光功労者の選考について、令和6年度事業報告、決算報告について、令和7年度以降新規事業（案）について、他）

第2回 令和7年10月9日

（令和7年度補正予算（案）について、新規事業について、主な事業報告について、他）

第3回 令和8年3月9日

(令和8年度事業計画(案)及び収支予算(案)について、令和8年度観光功労者表彰について、他)

(4) 監事会 令和7年5月19日

2. 観光功労者表彰

期 日：令和7年6月20日

受 賞 者：個人4名

(有) 福富造園	漆野 和久 氏
フェニックスリゾート (株)	松浦 秀信 氏
宮崎市大淀河畔温泉協同組合	渡会 悟 氏
宮崎県飲食業生活衛生同業組合	古澤 勝則 氏

3. 永年勤続表彰

期 日：令和7年6月20日

対 象 者：20年 川越 利満、10年 中尾 哲也

4. 会員管理・交流

新春・親睦ゴルフコンペの開催

新春ゴルフコンペ

期 日：令和8年1月10日 参加者：26組 102名

場 所：トム・ワトソンゴルフコース

懇 親 会

期 日：令和8年1月10日 参加者：134名

場 所：宮崎観光ホテル

5. (公社) 宮崎市観光協会ブランディングの推進

当協会の愛称およびロゴ・マーク（きらり宮崎）を活用し、観光協会の明るくキラキラしたイメージの発信に努めた。

6. 職員採用試験の実施

(1) プロパー職員採用試験

令和7年9月採用

第一次試験 期 日：令和7年6月22日

合 格 発 表 期 日：令和7年7月 2日

第二次試験 期 日：令和7年7月24日

合 格 発 表 期 日：令和7年7月30日

採 用 人 数 1名

(2) 嘱託職員採用試験

令和8年4月採用

第一次試験 書類審査

合 格 発 表 期 日：令和8年2月12日

第二次試験 期 日：令和8年2月20日

合 格 発 表 期 日：令和8年3月 3日

採 用 人 数 1名

7. 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

8. 仕事と生活の両立応援宣言の取り組み

職員が仕事と生活の両立ができるような「働きやすい職場づくり」を推進。「仕事と生活の両

立応援宣言」の登録を行った。
登 録 日：令和7年10月1日

9. 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7年4月～令和8年3月
視 察 先：兵庫、東京、大分、熊本、佐賀、鹿児島 他

10. 国土交通省 令和7年度観光政策（官民連携）研修の参加

期 間：令和7年11月18日～21日
場 所：国土交通大学 柏研修センター
参 加 者：観光誘致課長 中尾 哲也

11. ハラスメント研修

～ハラスメントの「今」を正しく理解し、ハラスメントを受けない、うけない、許さない職場
づくりへ～
期 日：令和7年7月2日
講 師：o f f i c e T I D A 代表 小野 有加 氏

12. 講師派遣

宮崎市立大塚中学校 ～総合学習の時間～
期 日：令和7年6月12日
演 題：宮崎市の観光について

13. 大型商業施設観光プロモーション ポスター掲出

イオンモール宮崎サウスモールにおいて、ポスター2枚を掲出（令和6年度～）
宮崎市観光協会2枚、日南市観光協会2枚、高千穂町観光協会1枚、延岡市観光協会1枚
日向市観光協会1枚、都城観光協会1枚
期 間：通年

14. 誘致活動事業

本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7年3月31日	正会員	375会員
	賛助会員	6会員

令和7年度増減内訳

	正会員入会	19会員
	正会員退会	14会員
合計	正会員	5会員（増）

令和8年3月31日

正会員	380会員
賛助会員	6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、14回目の開催。本県でキャンプを行うオリックス、西武、沖縄でキャンプを実施している千葉ロッテの3球団と韓国プロ野球 斗山ベアーズ、ロッテジャイアンツが参加し5球団で開催。なお、本市で春季キャンプを実施してる福岡ソフトバンクは、同期間に台湾遠征を行ったため、不参加となった。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8年2月25日～3月1日 ※2月28日は試合なし

参加チーム：オリックス・バファローズ、千葉ロッテマリーンズ、埼玉西武ライオンズ
斗山ベアーズ、ロッテジャイアンツ

【試合結果】

開催日	球 場	カード	試合結果	観衆
2／25	SOKKEN	オリックス VS 千葉ロッテ	6－1	1,900名
	サンマリン	埼玉西武 VS 斗山	6－3	900名
2／26	SOKKEN	オリックス VS 埼玉西武	ノーゲーム	未発表
	サンマリン	斗山 VS ロッテG	ノーゲーム	未発表
2／27	SOKKEN	オリックス VS ロッテG	中止	未発表
	コアラのマーチ	千葉ロッテ VS 斗山	中止	未発表
3／1	コアラのマーチ	千葉ロッテ VS ロッテG	3－4	2,000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

リーグ優勝および日本一を目指す読売巨人軍が、68回目となる春季キャンプを実施。

春季キャンプでは、長嶋茂雄氏の逝去に伴う追悼展示を地方では初めて実施したほか、キャンプスローガンにちなんだファン参加型アトラクションなどを展開した。さらには、松井秀喜氏が2年ぶりに臨時コーチとして来宮するなど、話題性のある取り組みに加え、昨年に引き続き宮崎市と連携したファン参加型イベントの開催や選手参加のステージイベントなど、ファンにより楽しんでいただける環境づくりに努めた。

秋季キャンプ：実施なし

春季キャンプ：令和8年2月1日～12日（一軍選手）

令和8年2月1日～3月1日（ファーム選手）

観 客 数：117,000名（※2月1日～12日の観客数・球団発表）

（※令和7年春季キャンプ観客数：120,500名（※2月1日～13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

2025年シーズン、福岡ソフトバンクホークスは2年連続リーグ優勝を果たし、5年ぶりに日本一に輝いた。2026年シーズンも2年連続日本一を目指し、キャンプイン前日には歓迎パレードを実施し、春季キャンプを行った。球団と連携し特産品等のPRを実施した。

キャンプ期間中は「ホークスビレッジ」として飲食ブースを出店し、宮崎グルメのPRを行ったほか、ファンサービスについても日本一を目標に掲げる球団と協力しサイン会を毎日実施するなど、来場者満足度の向上に努めた。

春季キャンプ：令和8年2月1日～3月1日

観客数：218, 500名※球団発表

(※令和7年春季キャンプ観客数：256, 000名(※2月1日～3月2日の観客数))

(2) 「福岡ソフトバンクホークス歓迎パレード in みやざき」の開催

2025年シーズンにて5年ぶりに日本一を果たしたチームの歓迎と、次シーズンの2年連続日本一を祈願して、宮崎市中心部でのパレードを実施した。

期 日：令和8年1月31日

場 所：宮崎市高千穂通（宮崎駅前交差点～デパート前交差点）

観客数：45, 000名

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

清武総合運動公園内で12回目となる春季キャンプの受入を行った。

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。休養日イベントの実施やオリジナルグッズのサンプリングなどの賑わい創出に努め、期間を通してファンにより楽しんでもらうように努めた。

春季キャンプ：令和8年2月1日～27日

観客数：155, 000名

(※令和7年春季キャンプ観客数：161, 300名(※2月1日～3月2日の観客数))

5. Jリーグ等宮崎協力会

Jリーグについては、J1が6クラブ、J2が4クラブ、J3が1クラブ、Kリーグ（韓国リーグ）が1クラブの計12クラブが宮崎市内グラウンドでキャンプを実施した。

期間中の練習試合は、県内で40試合、内24試合が本市内で実施された。また、今年も開催した公開練習試合イベント「Jリーグ宮崎キャンプサッカーフェスティバル」では2日間で延べ約4, 000名の来場者で賑わった。

(1) Jリーグキャンプ（キャンプイン順に記載、移動日も含む）

○徳島ヴォルティス（J2）

滞在期間：令和8年1月12日～1月24日（13日間） 延べ宿泊数：600泊

○アビスパ福岡（J1）

滞在期間：令和8年1月12日～1月24日（13日間） 延べ宿泊数：600泊

○大分トリニータ（J2）

滞在期間：令和8年1月13日～1月19日（7日間） 延べ宿泊数：300泊

○ファジアーノ岡山（J1）

滞在期間：令和8年1月13日～2月1日（20日間） 延べ宿泊数：950泊

○鹿島アントラーズ（J1）

滞在期間：令和8年1月14日～1月24日（11日間） 延べ宿泊数：500泊

○セレッソ大阪（J1）

滞在期間：令和8年1月16日～1月29日（14日間） 延べ宿泊数：650泊

○ツエーゲン金沢（J3）

滞在期間：令和8年1月18日～2月14日（29日間） 延べ宿泊数：1, 400泊

○横浜F・マリノス（J1）

滞在期間：令和8年1月19日～1月29日（11日間） 延べ宿泊数：500泊

○サンフレッチェ広島（J1）

滞在期間：令和8年1月21日～1月30日（10日間） 延べ宿泊数：450泊

○ベガルタ仙台（J2）

滞在期間：令和8年1月26日～2月7日（13日間） 延べ宿泊数：600泊

○アルビレックス新潟（J2） NEW

滞在期間：令和8年2月7日～2月28日（22日間） 延べ宿泊数：1, 050泊

○サムスンブルーウィングス（K2） NEW

滞在期間：令和8年2月 2日～2月16日 （15日間） 延べ宿泊数： 700泊
チーム合計 8,300泊

(2) 「Jリーグ宮崎キャンプサッカーフェスティバル」の開催

令和5年度からの取り組みとして、集客を目的とした公開練習試合イベントを開催した。集客が見込める週末に当協力会主導でマッチメイクを行い公開練習試合の運営や来場者向けのサービスを展開した。来場者全員が参加できる抽選会企画も実施することでサッカー観戦以外の楽しみ方を提供し、誘客につなげた。

①鹿島アントラーズ — アビスパ福岡

期 日：令和8年1月24日 10:00キックオフ

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園ひなた陸上競技場

観 客 数：約2,200名

出 店：キッチンカー4台、『鹿島アントラーズ』・『アビスパ福岡』グッズ販売

②横浜F・マリノス — 横浜FC

期 日：令和8年1月25日 11:00キックオフ

場 所：アミノバイタルトレーニングセンター宮崎

観 客 数：約1,800名

出 店：キッチンカー4台、『横浜F・マリノス』グッズ販売

そ の 他：横浜F・マリノスによるサッカー教室の開催（参加人数：県内小学生82名）

6. みやざきフェニックス・リーグ支援実行委員会

第22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、くふうハヤテベンチャーズ静岡、初参加の新潟アルビレックスBC、韓国プロ野球から斗山ベアーズ、ハンファイーグルスに参加し、合計18球団で実施した。

期 間：令和7年10月6日～27日

実施試合：156試合（うち天候不良により29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：10球場）

7. 渚の交番青島プロジェクト実行委員会

(1) 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。第一に安心・安全に留意しながら、他団体とのネットワークを通じてでき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7年9月6日

・総合水難救助訓練

期 日：令和7年6月30日

・青島海水浴場管理運営業務委託

期 間：令和7年7月5日～8月31日

・渚の交番運営委員会の開催

期 日：第1回 令和7年6月27日

第2回 令和8年2月27日

【年間状況】

年間施設利用者数：20,006名（前年度20,948名 前年比95.5%）

上期14,339名、下期5,667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

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、7月は某漫画による地震予言の拡散や7月30日に起こったマグニチュード8.2のカムチャツカ地震発生、猛毒クラゲ「カツオノエボシ」の漂着、白浜海水浴場が開催中止等の影響により7月は来場者数が落ち込んだが、7月・8月を通じて雨が少なく台風の接近もなかったことから来場者数が増加した。

開設期間：令和7年7月5日～8月31日〔58日間〕

※遊泳禁止 累計6日（終日6日間）

来場者数：172,115名（前年度135,600名 前年比126.9%）

※目視によるカウント

救助件数：21件（内様子見15件、安全移送、迷子、その他）

救護件数：545件（内クラゲ刺され455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向上を図るため、「青島ビーチパーク」を開設して12年目、通年営業として5年目を迎えた。今年度は貨物コンテナを改造したコンテナハウスショップにおいて、飲食1店舗が通年で営業を行った。

令和7年度の来場者数は131,610名。このうち店舗「uminoie」利用者は70,040名であり、イベント開催時の利用者も含まれる。なお、令和7年度から従来の目視カウントを廃止し、「マチレボ」によるGPS滞在計測（5分以上滞在した端末をカウント）を基準とした来場者数の把握へ移行した。また、店舗「uminoie」の利用者数についても別途カウントを行った。これにより、ビーチパーク内での滞在行動や利用傾向がより明確となり、次年度以降の運営改善やエリアマネジメントに向けた検討材料が得られた。

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

入 場 料：無料

場 所：渚の交番東側公園内

出店店舗：1店舗（uminoie）