

令和2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に伴う外出自粛や移動制限は、経済活動を停滞させ、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及ぼした。この状況を打開すべく、収束後すぐに観光客の誘客を図る施策を講じる必要があることから、緊急観光キャンペーンに取り組み、観光業を中心とした地域経済のV字回復に努めた。また、誘致活動の推進を図るため、観光PRを促進し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) 旅行商品造成支援事業

県外からの誘客を目的に、各エリアの旅行会社や航空会社と連携して、商品造成及び広報活動をおこなった。また、コロナ禍による観光客の落ち込みを回復するため「緊急観光キャンペーン」を実施し、国内からの誘客強化に努めた。

①航空会社・旅行会社とのタイアップ

- ・ANAセールス(株)

商品名：旅ドキ九州

対象地区：羽田空港／成田空港／新潟 発

販売期間：上期) 令和2年4月 1日～令和2年11月30日

下期) 令和2年9月11日～令和3年 5月31日

支援内容：広告費支援

告知物の製作部数：各170,000部

送客実績：4,456名

- ・(株)ジャルパック

商品名：紀行倶楽部九州

対象地区：東京・大阪・北海道 発

販売期間：上期) 令和2年 4月1日～令和2年11月24日

下期) 令和2年12月1日～令和3年 5月31日

告知物の製作部数：各100,000部

送客実績：434名

②旅行会社造成支援

- ・近畿日本ツーリスト(株)

商品名：パーソナリップ九州 春・夏号

対象地区：九州発

販売期間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

支援内容：「宮崎で遊ぼうクーポン」の提携

告知物の製作部数：50,000部

送客実績：54名

- ・(株)H.I.S

商品名：WEB販売

対象地区：九州発

販売期間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

支援内容：「宮崎で遊ぼうクーポン」の提携

送客実績：67名

・(株)読売旅行

商品名：読売ロマンの旅

対象地区：九州発

販売期間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

支援内容：広告費支援

送客実績：84名

(2) 旅行会社等セールス事業

県外からの新たな商品開発や旅行会社セールス、意見交換を行うことを目的にセールス活動をおこなった。(令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりセールス実績が減少)

①長野県松本市セールス

FDAを活用し、海なし県をターゲットに相互交流を目的としてチャーター便の運航や商品造成のミーティングを行った。また、両県にないツール(スキー/マリンスポーツ)を活かした教育旅行の相互交流などの提案をおこなった。

訪問先：FDA(フジドリームエアラインズ)松本営業所、松本市役所、
ホテルブエナビスタ、(株)阪急交通社長野支店、宮崎配送センター長野営業所

(3) 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造成責任者などを招聘し、視察や会議をおこなった。

①クラブツーリズム「花めぐり」

長期滞在での周遊旅行で滞在時間を延ばし、経済効果を高めるべく、コロナ禍の中で新たな旅行スタイルを提案し、令和2年度はモニターツアーを実施した。アンケート調査等を実施し、令和3年度は商品として販売を予定。

参加人数：16名(うち女性13名/男性3名)

対象地区：関東エリア(神奈川7名/東京4名/千葉・埼玉2名/奈良1名)

新しい観光素材の発掘：花旅(ガーデンツーリズム) 神話素材(宮司・ガイドによる案内)

(4) ホテル旅館連盟連携事業

各旅行会社と紐付いている旅館連盟と連携して、旅行商品の造成や広報、連携した誘客施策をおこない、本市への誘客に努めた。

①JTB協定旅館ホテル連盟

・宮崎で遊ぼう!商品の販売

対象地区：九州着

支援内容：広告費支援

告知物の製作部数：50,000部

宿泊実績：上期)243名泊

下期)947名泊

・オンラインキャラバン

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で全国キャラバンが中止となったため、オンラインでの実施。窓口や商品造成・法人営業担当者の知識向上を図るため宮崎着地型商品の紹介等を行い、宮崎への誘客促進を図った。

参加地区：静岡/長野/愛知/富山/兵庫/大分/長崎/熊本/宮崎/鹿児島

内容：泊得クーポン、スポーツ合宿、教育旅行等の助成金紹介

みやぎきフェニックス・リーグ、みやぎきゴルフパラダイス事業の紹介

エースJTB「旅の過ごし方」、日本の旬「九州」紹介

(5) メディアタイアップ事業

各種メディアと連携して、本市の魅力ある観光素材のPRをはじめ誘客のための情報発信をおこなった。令和2年度はコロナ禍であったため、メディアプロモーション事業を中心に展開した。

(15ページ メディアプロモーション事業を参照)

○大分地区

メディア名：OBS大分放送

ラジオ「情熱ライブVoice」※電話出演

テレビ「かぼすタイム」※原稿読み

※それぞれ特産品プレゼントを実施

2. 緊急観光キャンペーン事業（新規）

新型コロナウイルス感染症拡大により大きな影響を受けた地域経済の復興に取り組むため、観光キャンペーンを実施。宿泊者への特典として、クーポン券を付与し、地域の幅広い業種で利用可能とすることで、観光業のみならず地域経済全体の浮揚を目的に事業を展開した。

(1) キャンペーン名称／宮崎市に泊まってお得 “泊得” キャンペーン

①クーポン券付き宿泊キャンペーン

旅行事業者の商品造成による対象商品にて、宮崎市内宿泊施設に宿泊した方へ1名1滞在あたり3,000円（500円×6枚つづり）のクーポン券「泊得クーポン」を配布。

クーポンは、宮崎市内の飲食店、土産品店、タクシー等で利用可能。

期 間：対象プラン予約開始 令和2年7月13日

対象の宿泊期間 令和2年8月1日～令和3年2月28日

クーポン利用可能期間 令和2年8月1日～令和3年3月10日

※GOTキャンペーンに準じた運用を行った。

・令和2年7月22日から9月末まで、東京都居住者の新規予約の受付停止

・令和2年12月22日以降、新規予約の受付停止

対 象：40,000名

参画旅行会社：ANAセールス(株)、(株)HIS、(株)近畿日本ツーリスト、(株)JTB、
じゃらんNET、(株)JALパック、東武トップツアーズ(株)、西鉄旅行(株)、
(株)日本旅行、(株)農協観光、(株)マリンエージェンシー、宮交観光、
名鉄観光サービス(株)、(株)読売旅行、楽天トラベル（50音順）

参画宿泊施設：55施設

クーポン利用可能店舗：582店舗

②宿泊者への「宮崎牛」プレゼント

クーポン付きプランで宿泊した方のうち、先着で宮崎牛をプレゼント

対 象：1万名

(2) キャンペーン実績：クーポン付き宿泊プラン	28,135名 / 40,000名	達成率：70.3%
宮崎牛プレゼント	6,380名 / 10,000名	達成率：63.8%

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。これまで以上に、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2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大による児童・生徒の安全確保の観点から宮崎県教育委員会より、各市町村・教育委員会及び各小中学校に対し、県内での教育旅行の実施について検討するよう通知が出されたため、多くの学校が県内に目的地を変更した。当初上期に来る予定だった県外の学校は、日程の見直し・中止により、実施校はなかったものの、海外や沖縄などに行く予定だった学校が、目的地変更で宮崎での修学旅行を実施するケースがあった。

期 間：令和2年4月1日～令和3年3月31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

① 県内教育旅行誘致セールス

期 間：令和2年7月29日～30日

内 容：県内各旅行会社へ元気体験プログラム、助成金の説明

(2) 受入対策の推進

宮崎の魅力を再発見してもらうことを目的に、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・誘致や一般観光客の誘客を図った。

プログラム数：33プログラム

① 体験学習受入対応 78校 (県内69校・県外9校)

県内学校内訳：小学校42校 中学校21校 高校1校 支援学校5校

県外学校内訳：中学校4校 高校5校

個人・一般団体：1件6名

② 申込後キャンセル (県内21校・県外24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 みやざき元気体験プログラム利用者数

○ 修学旅行：78団体 4,528名 (前年度 8団体 585名 前年比129.1%)

○ 個人・一般団体：6名 (前年度 163名 前年比3.6%)

(3) 視察・招聘関係

今年度実施：3校

次年度実施予定：7校

下見後、新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりキャンセル：4校

(4) 令和2年度実績

補助事業

宿泊補助：188校 11,582名 (引率・生徒合計)

※前年度6校 508名 人数前年比2,279.9%

補助額：23,164,000円

体験補助：78校 4,529名 (引率・生徒合計)

※前年度7校 563名 人数前年比 804.4%

補助額：11,036,420円

補助金計 34,200,420円 (前年比1,273.5%)

2. 県内教育旅行誘致強化事業 (新規)

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、児童・生徒の安全確保の観点から宮崎県教育委員会より、各市町村・教育委員会及び各小中学校に対し、県内での教育旅行の実施について検討するよう通知が出されたため、本市への教育旅行の誘致に努め、観光事業者へ経済波及効果を得ることを目的に、市内宿泊施設に宿泊する宮崎県内小中学校に対し、本県が全国に誇る宮崎牛A4・100g相当を各宿泊施設での夕食時に提供した。

対象者：宮崎県内小中学校で市内宿泊施設への教育旅行実施学校の先生(引率者)及び生徒

期間：令和2年8月1日～令和3年3月30日宿泊分迄

(1) 事業の推進

① 県内各旅行会社セールス (案内)

期 間：令和2年8月3日から実施

内 容：県内各旅行会社へ事業概要の説明、活用の推進

(2) 令和2年度実績

修学旅行実績 (令和2年9月～令和3年3月合計)

宮崎牛提供補助：169校 10,162名

補助額：15,241,500円

内 訳：小学校136校 中学校22校 支援学校11校

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取りながら、コロナ禍の中、まずは国内からの誘客を中心とした誘客展開に努めた。観光地やグルメ、温泉、体験等をリニューアルした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、宮崎への旅の動機づけを喚起させ来訪の促進に努め、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の展開を図った。

1. 観光プロモーション推進事業

(1) メディアプロモーション事業

① キャンプ地PR

プロスポーツキャンプへの誘客を図るため、関西エリアでの観光プロモーションを実施。

(情報番組内での宮崎PR企画を実施)

新型コロナウイルス感染症拡大防止のためWEB会議で協議を重ね事業を展開した。

媒体：兵庫サンテレビジョン「4時キャッチ」

放映日：令和3年2月18日・25日 3月4日・11日

内容：青島・一ツ葉・ニシタチ・宮崎グルメ

視聴者プレゼントとして総勢80名に宮崎特産品セット

② 大型ビジョン放映用観光PR動画リニューアル版制作

宮崎市の魅力を視聴者にわかりやすく、かつ効果的に伝えるため新たに宮崎市観光PR動画を作成。

撮影地：宮崎駅前、フローランテ宮崎、宮崎ブーゲンビリア空港、道の駅フェニックス、青島、ニシタチ

③ 関東地区

1) 電車広告

路線：都営浅草線（全27編成 1編成8車両）

期間：令和2年10月15日～令和3年2月28日

掲出内容：宮崎市泊得キャンペーン広告ポスターを車両の妻面へ掲出

④ 関西地区

1) メディア

・サンケイスポーツ関西版 令和3年2月17日朝刊

「がんばれキャンプ地！産直プレゼント」として宮崎牛プレゼント企画

・J SPORTS「野球好き オリックスキャンプ」内にて特産品のブースでの掲示やプレゼント企画を実施。

⑤ 中部地区

1) メディア

・テレビ愛知「お宝ちゃん」

放送日：令和2年10月17日

内容：地域のお宝情報を発信するテレビ番組にて「宮崎ぎょうざ」のPR

2) 旅行会社

・名鉄観光との商品造成意見交換会

令和3年度以降の新商品開発と地元自治体との意見交換会へ参加し、宮崎への誘客促進を図る企画提案をおこなった。

期日：令和3年3月15日

内容：宮崎ゴルフパラダイス事業の商品内容を提案

⑥九州地区

1)メディア

- ・KYT鹿児島読売テレビ
番組名：ユメイロ@ネット「おうち旅行at宮崎」
期 日：令和2年7月11日
内 容：番組内で宮崎STYLE動画放映
- ・アサデス。WEBツアー
期 日：令和3年2月6日
参加者：101名
内 容：番組内で宮崎観光PR、宮崎STYLE動画放映、特産品のPRを行った。
参加者の中から抽選で宮崎牛1万円分、ホークス肉まんて有名なホークスビレッジ出店者である東天閣の肉まんをそれぞれ18名様にプレゼント。
- ・RKB×MRTキャンプフェスタ
期 日：令和3年2月14日
内 容：RKBラジオとMRTラジオが2時間同時生放送。
ホークスキャンプ情報に合わせて宮崎特産品や観光情報をPR。
聴者プレゼントとして宮崎特産品詰め合わせセットをプレゼント。

⑦新聞、旅行雑誌への広告掲載

各新聞社への広告掲載（毎日新聞、宮崎日日新聞、日刊スポーツ等へ掲載）

旅行雑誌への広告掲載（「みちくさ8月号」に掲載）

⑧宮崎市出身のタレント「紗栄子」を起用したPR動画の制作

発信媒体：宮崎市観光協会公式HP・SNS、紗栄子公式アカウントSNS等で発信

動画内のPR素材：アミュプラザみやざき（日向夏ポスト）、青島、ニシタチ、宮崎ぎょうざ

※参考：紗栄子Instagramフォロワー数160万人、

YouTubeチャンネル登録者数20万人（最高156万回再生）

(2) プロ野球本拠地情報発信事業

①福岡PayPayドーム観光情報発信事業

福岡PayPayドームの野球観戦者に対して、福岡ソフトバンクホークスキャンプ地宮崎市の観光情報をホークスビジョンにて放映し、視覚的な効果を図りながら宮崎への誘客に努めた。

期 間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

内 容：ホークス主催公式戦の際、PayPayドーム内ホークスビジョン及びテレビモニターにおいて、球場来場者に宮崎市の観光情報を発信した。

②京セラドーム大阪観光情報発信事業

京セラドーム大阪の場内看板と外部向けビジョンにおいて「キャンプ地みやざき」の観光情報を掲出・放映し情報発信を行った。

期 間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

内 容：プロ野球公式戦やライブのドーム来場者にビジョンや看板を利用して広報活動を行った。
通年で観光地（青島）を紹介した。

(3) デジタルサイネージ等情報発信事業

①市街地サイネージを活用したイベント情報等の発信

- ・ニシタチキャンペーン、宮崎ぎょうざ情報
- ・ゴルフパラダイスPR（リコーカップ・ダンロップフェニックストーナメント）＜中止＞
- ・キャンプ情報（3球団連携事業・球春みやざきベースボールゲームズ）＜中止＞

②宮崎ブーゲンビリア空港内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：神話・自然・食／サーフィン／みやざきゴルフパラダイス／
みやざきの湯／みやざきキャンプマンス

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

観光客のニーズと時代に適した効果的で有効的な情報発信を目指し、観光客への利便性を考え観光情報ページや旬の情報発信に努めた。

そのような中、新型コロナウイルス感染症の緊急事態宣言が発令された時期、当協会HPの閲覧数は減少した。2月のスポーツキャンプ時期は、無観客で実施されたにも関わらず、キャンプページに多くのアクセスがあり、キャンプへの関心の高さがうかがえた。

また、コロナ禍での新しい生活様式の中、テイクアウトやデリバリーサービス等、新たな事業を積極的に取り組んでいる飲食店の情報を宮崎市民向けに紹介するため、テイクアウトやデリバリーサービス情報を収集し、当協会のホームページにおいて特設サイト「宮崎おうちdeたべてん」を運営しコロナ禍での情報発信に努めた。

多言語ページにおいては、作成業者とWEB会議を重ねながら、おもに国内在住外国人を対象に、特集ページを作成し宮崎市内の観光情報について発信を行なった。

各種SNS「Facebook」、「Instagram」、「Twitter」においては、宮崎市観光協会公式アカウントを開設。週に4～5回のペースで宮崎市内の観光地や名産品等を中心に投稿し発信に努めた。

それら以外にも、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、こまめに情報発信を行い、宮崎市の観光情報の周知を図った。

○各SNSアカウントのフォロワー数 <令和3年3月31日現在>

- ・Facebookフォロワー数：363名
- ・Instagramフォロワー数：1,599名
- ・Twitterフォロワー数：803名

(2) ホームページ管理事業

令和2年度HP閲覧数：約208万回（前年度 約245万回 前年比 84.9%）

・アクセス回数 上位5県 <令和3年3月31日現在>

宮崎県（27%）大阪府（17%）東京都（13%）神奈川県（9%）福岡県（9%）

(3) 観光消費活性化事業

観光案内所をはじめ、観光・宿泊施設、インフォメーションや観光客に配布するパンフレットを作成し、誘致宣伝に活用した。

- | | |
|--|---------|
| ①宮崎市総合パンフレット（日本語）「宮崎STYLE」 | 50,000部 |
| 今までのA4サイズ冊子からA2サイズ6回折りへとコンパクト化。また、協会HPにアクセスできるQRコードを掲載し、最新の観光情報を得られるようにリニューアルした。 | |
| ②ウォーキングマップ（日本語） | 40,000部 |
| ウォーキングマップ（英語・簡体語・繁体語・韓国語） | 各2,000部 |
| 宮崎駅周辺や宮崎市街地に大きく変更があったため、修正。ぐるっぴー運行情報追加。 | |
| ③宮崎の神話 | 20,000部 |
| ④神話めぐりルートマップ | 30,000部 |
| ⑤ぎょうざマップ<新規作成> | 4,000部 |
| ⑥「2020宮崎で遊ぼう」クーポンパンフレット | 10,000部 |

3. 宮崎で遊ぼうクーポン事業

個性的な特徴ある観光資源の素材磨きを図り、他市町と広域的に連携し、体験メニューの開発、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。大手旅行会社と連携した広告宣伝など、宮崎のブランドイメージと地域間の周遊性を向上させ誘客促進に努めた。

①「宮崎で遊ぼうクーポン」の販売

約100種類の各アクティビティをお得に利用できる2,000円の10枚綴りクーポンを開発・販売。参画施設では旅行形態やシーズンリティに応じた宮崎グルメやアクティビティの5市3町43施設で広域展開を図ることで県内各自治体との連携を図った。

参画市町村：5市3町（宮崎市・西都市・串間市・えびの市・日南市・国富町・綾町・高千穂町）

参画施設：43施設

アクティビティ数：105種類

メニューの期間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

販売価格：1冊2,000円（10枚綴り）

販売冊数：3,731冊（前年度 5,305冊 前年比 70.3%）

利用実績：17,455枚（前年度 23,910枚 前年比 73.0%）

②プロモーション活動

1)WEB

宮崎市観光協会ホームページ上に特設ページを常設（スマートフォン対応）

「宮崎で遊ぼう」クーポン利用方法・モデルコース動画の掲載

2)印刷物

クーポン印刷 10,000冊 専用パンフレット 10,000枚

3)旅行商品とのタイアップ

・ANAセールス(株)

商品名：旅ドキ九州（羽田・成田発）

設定期間：令和2年4月1日～令和2年11月30日

令和2年9月11日～令和3年5月31日

販売枚数：4,456枚

・(株)ジャルパック

商品名：紀行倶楽部九州（関東発）・イケちやう九州（北海道発・関西発）

設定期間：令和2年4月1日～11月24日

令和3年1月6日～6月27日

販売枚数：434枚

商品名：JALで行く九州（東京・大阪・札幌・その他）

設定期間：令和2年9月7日～令和3年5月28日

・(株)JTB

商品名：宮崎で遊ぼう！（九州発）

設定期間：令和2年4月1日～9月30日

令和2年10月1日～令和3年3月31日

販売枚数：1,210名

・近畿日本ツーリスト個人旅行(株)

商品名：パーソナリップ九州 春夏号（首都圏発）

設定期間：令和2年4月1日～令和3年9月30日

販売枚数：54枚

※(株)日本旅行 赤い風船西日本事業部、(株)HISにおいては、WEBプランにて展開

4. インバウンド関連事業

(1) インバウンド誘客推進プロモーション事業

<新型コロナウイルス感染症拡大の影響より実施せず>

(2) チンタオ市観光誘客プロモーション事業

<新型コロナウイルス感染症拡大の影響より実施せず>

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。

令和2年度は、宮崎県内の主要観光協会6団体合同で、新しい魅力的な滞在コンテンツの造成について協議提案を行いながら、観光素材の開発を行い、県内ツアー造成や宿泊キャンペーンを実施し地域経済の回復に努めた。

1. 記紀編さん1300年記念事業

古事記編さん1300年（平成25年度）から、日本書紀編さん1300年（令和2年度）までを記紀編さん1300年記念と位置づけた本事業は、令和2年度で最終年度を迎えた。

本事業の盛り上げを図り、さらには、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で来年に延期となった東京オリンピック開催に向けて、再度神話を観光資源として磨き上げるため、国内外に向けた「日本をはじめた神々の国宮崎」ブランドの構築と誘客促進に努めた。

(1) 宮崎神宮神事流鏝馬支援事業

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、事前の告知を行わず、会場設営も行わなかった。

(2) 神話交流都市連携事業

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、各イベントは中止となった。

(3) 宮崎神宮大祭

令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、神賑行列は実施されなかったが、令和2年10月31日に高千穂通りを歩行者天国にし「神武さま広場」御幸(みゆき)の儀と題し、コロナ禍で開催した。防疫対策も入念に行われる中、宮崎神宮の御鳳輦を設置し、5ヶ所のステージが設けられ、例年の神武さまで行っているプログラムをはじめ、まつりえれこっちゃん宮崎に参加している学生団体等のパフォーマンスを披露する場とし、会場は盛り上がった。

期 日：令和2年10月30日

場 所：高千穂通りを歩行者天国にして実施

観 客 数：約25,000名

(4) 観光神楽事業

青島神社 裸まいり神楽

青島裸まいり前夜祭として青島神社境内にて「神楽祭」を実施。

<新型コロナウイルス感染症拡大の影響により前夜祭中止。裸参りは関係者のみで実施>

(5) プロモーション・情報発信事業

①神話ラッピングバス

神話のラッピングを高速バス1台で実施し、県外への宣伝告知と話題喚起、情報発信を行った。

期 間：通年

台 数：1台（宮崎～福岡間1台）

②その他情報発信

1)看板等設置

宮崎ブーゲンビリア空港・宮崎駅に顔ハメ看板・神話の家系図を設置しPRを図った。

設置期間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

2)おすすめ！宮崎「駅発」まち歩きガイドへの広告掲載

JR九州が宮崎各地域とタイアップし、宮崎県内の主要駅を拠点とした「食」、「泊」、「観光スポット」の案内をテーマに宮崎まち歩き情報を制作した。

配布場所：宮崎駅・宮崎市観光案内所 鹿児島中央駅 大分駅 熊本駅

博多駅・福岡市観光案内所 などのJR主要駅

発行部数：25,000部

3)月刊九州王国、特集タイアップ企画への掲載

九州一円で文化情報誌として発行している「月刊九州王国」に特集記事として、『神々が生まれた宮崎へ』と題して、市内の神話と観光を掘り下げた内容を19ページにわたり掲載。

毎月15日発行 発行部数5万部 定価500円 福岡県を中心に頒布

4)観光列車「36ぷらす3」の乗客へのプレゼント

JR九州が10月から運行開始した新しい観光列車「36ぷらす3」の運行初日に合わせて、宮崎駅で降車されたお客様に「南男猿」をプレゼント。

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：78団体 5,233名（前年度8団体 585名 前年比894.5%）

一般団体：1団体 6名（前年度 団体 163名 前年比3.6%）

3. 宮崎県内観光協会6団体合同観光素材開発・宿泊応援事業受入事業（新規）

<観光庁 誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証調査事業> 申請・採択

事業名：とことん新ルート！宮崎県内観光協会6団体合同 観光素材開発・宿泊応援事業

コロナ禍の中、県内・隣県の観光需要を高めていくため、今できることとして、宮崎県内の主要な観光協会が連携を図り、新ルートの開発に取り組み、それぞれの地域性に即した展開の中で観光市場の掘り起こしを行った。県内、隣県、九州域内からの宿泊需要を高めるための施策や宮崎県内観光地との連携及び周遊ルートの開発を行い、これまでに無い新しいコンテンツを創造し、県内・隣県向けにツアー商品を造成・販売した。また、6市町合同の宿泊キャンペーンを実施し宿泊業を中心とした地域経済の回復に努めた。

連携団体（7団体）：（一社）高千穂町観光協会、（一社）延岡観光協会、
（一社）日向市観光協会、（一社）都城観光協会、
（一社）日南市観光協会、（公社）宮崎市観光協会、
宮崎交通（株）

（1）県内モニターツアー

宮崎県の観光ルートは、宮崎空港イン・アウト・鹿児島空港イン・アウトの旅行商品が中心であるが、熊本空港や大分空港からのイン・アウトで宮崎空港を活用した旅行商品の造成が課題である。東九州自動車道を生かしたルートづくりとして、令和2年度はマイクロツーリズムの推進を図る取り組みを強化した。これらの取り組みをより効果的なものにするために参加者にアンケートを実施し、継続した着地型ツアー商品となるよう観光素材のブラッシュアップにも努めた。

モニターバスツアーによる各地の集客状況。

高千穂町 145名／延岡市 76名／日向市 87名／都城市 107名

日南市 101名／宮崎市 114名

（2）WE=MIYAZAKI 宿泊モニタープラン

新型コロナウイルス感染症拡大により多大な影響を受けた観光地の課題を見つけ、新しい生活様式に対応したサービスの向上や新しい観光コンテンツを創造することを目的として「WE=MIYAZAKI 宿泊モニタープラン」を実施した。

募集開始：令和3年2月12日（募集開始から30分ほどで満室となった）

実施期間：令和3年2月19日～24日

募集人数：6市町からそれぞれ30名ずつ。合計180名

参画施設：合計18施設

（3）情報発信

参画6市町それぞれの新たな観光素材の開発を図るため、地元の有名タレントが県内観光地等を巡るYouTube動画を制作。本動画を通じて、宮崎を周遊する新しい旅の楽しみ方や今まで知られていなかった宮崎の魅力発信に努めた。アフターコロナのさらなる誘客を図っていきたい。

出演者：紗栄子、Mr.バニー、木村つづく、濱田詩朗 他

関連取材：民放2局（UMK・MRT）にてモニターツアー密着取材を実施。本事業の目的や取り組みについて周知を図った。

・MRT密着取材

「日向細島散策と獲れとれ海の幸！こだわりの焼酎蔵見学&延岡いちご食べ比べ」

・UMK密着取材

「とむら」で食べる！特製焼肉ランチ！泰平踊鑑賞&人力車乗車体験 飴肥満喫の旅」

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

新型コロナウイルス感染症拡大の影響によりイベント等が軒並みキャンセルとなり宮崎サンシャインレディとしての活動が激減した。令和2年度は、第36代宮崎サンシャインレディ選考委員会に向けた事業展開も予定していたが、現レディの活動がコロナ禍により限定的なイベントのみとなったため、現レディの任期延長及び第36代レディ選考会の延期を決定した。

(1) 派遣

期 間：令和2年4月1日～令和3年3月31日

派遣回数：10回

派遣人数：13名

2. 観光宣伝ツール製作事業

(1) カレンダー製作事業

「宮崎市の魅力の再々発見」をテーマに、新しい視点で見た宮崎市の四季折々の写真や宮崎市民だからこそ知っている穴場スポットの風景を盛り込んだカレンダーを作製。昨年に引き続き、SNSにて毎月カレンダーの画像を投稿し宮崎市の観光情報をより多くの人に発信した。

また、SNSとカレンダー画像のダウンロードページをリンクし、毎月スマートフォンの待ち受けを配信した。

発行部数：1,000部 販売数：44部

(2) その他製作物（ポスター、ペーパーバッグ、キャラクター）

○ポスター、ペーパーバッグ

宮崎への来宮を喚起させ、来訪の決定付けに効果をもたらす観光ポスターを作成し、誘致宣伝に広く活用した。令和2年度は、ペーパーバッグ大のデザインを一新した。

①新デザインペーパーバッグ（大） 2,000枚

②ポスター（観光5連ポスター堀切峠・高岡・田野） 各1,000枚

○宮崎市観光イメージキャラクターグッズ制作事業

例年、宮崎市のPRキャラクター「ミッシちゃん」を通じて、宮崎市内外で開催する様々なイベントに参加し宮崎の魅力を発信してきたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響で各種イベント等が中止になり派遣回数が減少したため、SNSで「ミッシちゃん」の日々の様子を積極的に投稿し、より多くの人に身近に感じられる存在となるよう発信に努めた。

令和2年度は、「ミッシちゃん」の商標登録の更新年であったため（10年毎）、更新手続きを行った。

派遣回数：1回

Twitterフォロワー数：917名

Facebookフォロワー数：527名

3. 宣伝物販促事業

当協会で作成する宣伝ツールを様々な場面において効果的に活用してもらうためのプロモーションを実施した。ペーパーバッグやビニール袋を多方面で活用した。

ペーパーバッグ（大）：100枚 / ペーパーバッグ（小）：475枚

ビニール袋：35枚 / カレンダー：44部

4. 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）

販売実績：63セット

販売場所：宮崎市観光協会事務局、宮崎市観光案内所

5. 機関紙

協会会員への情報発信を主な目的に発行

(1) 機関紙（Mコミュニケーション）の発行（年5回）

No.147（8月）・No.148（11月）・No.149（1月）・No.150（3月）

※5月は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により発行中止

配布先：観光協会会員他

(2) 「宮崎たべてん！」作成

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、令和2年度は、「秋・冬号」、「春号」ともに発行を中止した。

(3) 「宮崎おうちdeたべてん」作成（新規）

コロナ禍での新しい生活様式の中、宮崎市内のテイクアウトやデリバリーサービス等、新たな事業を積極的に取り組んでいる飲食店の情報収集を行い、当協会のホームページにおいて特設サイトを開設し、飲食店のテイクアウトやデリバリーサービス情報を随時発信した。

また、当協会会員の飲食店でテイクアウトやデリバリーサービスを行っている店舗については、店舗名やサービスを掲載したチラシを新たに作成・配布し、利用促進と周知に努めた。

①観光協会公式ホームページへの情報掲載（一般向け）

対象店舗：飲食のテイクアウトやデリバリーサービスを行っている市内の飲食店舗

掲載料：無料

掲載期間：令和2年5月11日～

掲載店舗数：104店舗

②紹介チラシの作成（観光協会会員向け）

対象店舗：飲食のテイクアウトやデリバリーサービスを行っている当協会会員店舗

掲載料：無料

掲載店舗数：38店舗

配布先：観光協会会員、読売新聞折込（特定エリア）、

明治安田生命保険相互会社宮崎支社、市役所及び市内観光施設 ほか

6. まつり交流事業

令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響に伴い本事業を中止した。

(1) まつり交流事業

「第19回 榎原夢の森フェスティバル」

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止>

(2) 姉妹都市交流事業

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止>

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を図るため、事業の実施について検討を重ねたが、今年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のためやむを得ず交流を中止した。

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年度は新型コロナウイルス感染症拡大防止のため交流を中止した。

2. 観光団交流事業

(1) 宮崎市姉妹都市「櫃原市」との交流

＜新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止＞

(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

＜新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止＞

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を図った。

令和2年10月14日に宮崎駅構内の観光案内所がリニューアルオープン。観光客の多様なニーズに対応した環境整備を強化し、さらなる機能充実に努めた。

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独自のモデルを構築し、宮崎の魅力を生かした誘客に繋げるためのマーケティング調査を実施した。

1. 宮崎市観光従事者研修会

期 日：令和3年3月12日

参加者：83名

場 所：ニューウェルシティ宮崎

講 演：

＜第一部＞

演 題：「観光産業に無縁・不動産業で46年間苦闘してきた69歳社長の
青島・宮崎への恩返し奇抜チャレンジ」

講 師：(株)マエムラ 代表取締役 前村 幸夫 氏

※第一部の講演については、期間限定でYouTubeで動画配信

＜第二部＞

演 題：「新しい観光時代の到来 ～いま、SNSで出来ること～」

講 師：(株)ウェブサイト 代表取締役社長 柳本 明子 氏

2. 渚の交番の整備・運営事業

平成24年4月より、第1期、第2期の指定管理受託者として、通算9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「38ページ 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

KITENビル1階の「スポーツプラザ宮崎 JERSEY」にて、観光客や市民、ビジネスマン向けにレンタサイクル事業を実施していたが、宮崎駅構内の観光案内所のリニューアルに伴い、令和2年10月14日より、受付窓口を宮崎市観光案内所でのサービスに変更した。

また、本サービスの受付窓口変更に合わせ、宮崎駅東口（大和口）にある宮崎市用地に新たな駐輪場を設け事業を展開した。

令和2年度は新型コロナウイルス感染症拡大の影響により例年の半分以下の実績となった。

年間利用者数：378名（前年度895名 前年比42.2%）

4. 宮崎でのんびりSTAY事業（新規）

宮崎は「自然」・「食」に恵まれた環境であり、「新しい生活様式」に対応した宮崎ならではの滞在スタイルを提供し、新たな層の獲得を図るため、本事業を実施した。

令和2年度は、コロナ禍の影響により企業へのマーケティング調査のみの実施とし、モニターツアー及びコワーキングスペース利用者への利用支援やアンケート調査などは次年度へ繰り越しとなった。

○ワーケーション事業に伴う協議会の発足

【宮崎市ワーケーション誘致推進協議会】

（事務局：（株）JTB宮崎支店 17の企業団体で構成）

・ひなたキャンプ&ワーケーション誘致事業

～「冬」「パワーアップ」「新たなコミュニティづくり」をテーマにしたワーケーション開発～

令和2年11月に観光庁の誘客多角化等のための魅力的な滞在コンテンツ造成に向けた実証調査事業に申請・受託。

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により相次いでMICEが中止となり、リモートワークやオンライン会議が主流となり、ビジネスを目的に来訪する旅行者が激減したため、冬の時期にワーケーションをフックにビジネス需要を誘致できる宮崎市のポテンシャルを把握し、次年度以降の具体的な誘致活動に繋げる下記の実証実験をおこなった。

宿泊事業者における受入環境調査

ターゲット企業（IT関連企業・健康経営優良法人）へのヒアリング調査

モニタリング調査（モニターツアー招聘）

モニタリング調査（コワーキングスペース利用者へのモニタリング調査）

研修会

素材制作（写真画像・映像）

5. 観光インフォメーション管理運営事業

アミュプラザみやざき開業に合わせ、宮崎市観光案内所は、令和2年10月14日にひむかきらめき市場と同日にリニューアルオープンした。リニューアル工事中は、案内所を一時閉鎖し、観光案内資料の更新やJNTOオンライン研修会に参加するなど、スキル向上とオープン後の受入体制の整備強化に努めた。

観光案内所がリニューアルオープン後、令和2年11月14日には、アミュプラザみやざきが開業したが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響と緊急事態宣言発令の影響を受け、観光案内所に訪れる観光客の入れ込み数は想定ほど伸びなかった。

（1）宮崎市観光案内所

案内所利用者人数：8,548名（前年比26.9%）

内 訳：日本人8,431名 外国人117名（日本人36.2% 外国人1.3%）

※前年度：31,751名（内訳：日本人23,279名 外国人8,472名）

※リニューアル工事のため、令和2年7月23日～10月13日まで閉鎖。

①宿泊施設有料案内：5組 8名（前年度88組 133名）

②定期観光バス予約受付数：0名 <令和2年度運休>（前年度 大人：35名 小中高0名）

③VISIT MIYAZAKI BUS PASS・宮崎交通バスカード等の販売（3種類）：353枚

（前年度9,174枚 前年比3.8%）

④企画乗車券（スーパーワンコイン・得々乗車券・1日乗車券(限定)）の販売：5,022枚

⑤物販等：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

⑥Wi-Fiルーターレンタル・SIMカード販売：30件（内訳：日本用30件 海外用0件 SIMカード0件）
（前年度：日本用45件 海外用59件 SIMカード3件）

⑦新サービス実績：レンタサイクル271台

手荷物一時預かりサービス 小 108個・大6個

手ぶら観光サービス 実績なし

※集計期間：令和2年10月14日～令和3年3月31日

⑧研修会の参加

- ・令和3年度J N T O認定外国人観光案内所 第5回オンラインセミナー ブロック研修会
期 日：令和3年2月18日 (ZOOMでのオンライン研修)
- ・令和2年度J N T O認定外国人観光案内所 全国研修会
期 間：令和3年3月4日～5日 (ZOOMでのオンライン研修)

(2) 宮崎市観光案内所リニューアル事業 (新規)

宮崎駅前再開発に伴い、駅構内の宮崎市観光案内所もリニューアルした。これまでの設置面積から増床したほか、全面的に木のぬくもりを感じられるようなレイアウトを取り入れ、観光案内所に併設する、J R九州ファーストフーズ (株)が運営するカフェ「Seattle's Best Coffee」と同調した魅力ある空間が完成した。

リニューアルに伴い、新たな取り組みとして多言語に対応した検索端末を設置、さらには、デジタルサイネージモニターを活用した観光情報発信、防疫対策の呼びかけサービスも開始した。

また、コロナ禍の中でのリニューアルオープンとなり、新しい生活様式に即した対応として、「感染症対策ガイドライン」を策定し、常設で飛沫防止アクリルパネルと消毒液の設置、職員の日々の検温や手洗い、施設消毒の徹底に努め、コロナ収束後の観光客の受入体制強化を図った。

リニューアルオープン期日：令和2年10月14日

面 積：51.83㎡ ※バックヤードを含む (旧案内所 28㎡)

営 業 時 間：午前9時00分～午後7時00分 (旧案内所 午前9時00分～午後6時00分)

スタッフ数：5名/1日3名または4名勤務 (旧案内所3名/1日2名勤務)

①新規サービス

- ・レンタサイクルの貸出 10台

宮崎駅東口 (大和口) に新たにレンタサイクルポートを整備

<利用料金> 500円/日 保証金：1,000円 (問題が無い場合は返却時に返金)

- ・手ぶら観光サービス

当施設に荷物を預けることで、荷物は宿泊施設へお客様はそのまま手ぶらで観光ができるサービス

<利用料金> 1,000円

- ・手荷物一時預かりサービス

大きな荷物などを当施設で当日のみ預かるサービス

<利用料金> 小 500円/大 1,000円 ※サーフボード、ゴルフバッグなど大きな荷物

- ・多言語に対応した検索端末の設置 2台 (駅舎開放時間は利用可)

対応言語 (英語・韓国語・繁体中文・簡体中文)

- ・デジタルサイネージモニターの設置 2台

様々な写真や映像などの観光情報及び災害情報などを発信。

②内装について

併設するSEATTLE'S BEST COFFEEと連携し、利用者に“宮崎らしい空間”を提供できるよう「みやざきスギ」を活用した“ぬくもり”と“統一感”のある内装とした。

※宮崎県「みやざき材で創る「新しい生活様式」空間づくり支援事業補助金」を活用。

(飛散防止のアクリル板及び手指消毒用アルコールの設置台にもスギ材を使用)

6. 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。その結果、案内客数、受付件数ともに順調に推移していたが、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策により、3月初旬より全待機所での案内活動を休止せざるを得なくなり、状況を見ながら活動を行った。

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

ガイド案内客数：2,464名 (有料ガイド：849名 無料ガイド：1,615名)
(前年度7,790名 前年比31.7%)

ガイド受付件数：209件 (有料ガイド：52件 無料ガイド：157件)
(前年度1,466件 前年比14.3%)

ボランティア登録数：62名 (令和3年3月31日現在)

(2) 宮崎市観光・神話市民大学の開催

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止>

(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：119件 (前年度284件 前年比41.9%)

年間の稼働日数：52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。

7. 青島・一ツ葉周遊バス運行支援事業 (新規)

一ツ葉地区と青島地区を結ぶ無料周遊バス「みやざきサマーシャトル」を運行し、観光客の利便性向上と滞在型観光の推進を図った。

運行日：令和2年8月1日～23日のうち以下の13日間

8月1日、2日、8日、9日、10日、11日、12日、13日、14日、15日、16日、22日、23日

運行本数：1日4往復(8本)×13日間=104本

運行時間：9:00～21:14

一ツ葉地区 → 青島地区 9:00発・11:30発・15:00発・18:00発

青島地区 → 一ツ葉地区 10:00発・13:30発・17:00発・20:30発

ル ー ト：宮崎市フェニックス自然動物園～シェラトン・グランデ・オーシャンリゾート～

ラグゼ 一ツ葉～コテージ・ヒムカ～ANAホリデイ・イン リゾート 宮崎～青島

※フェニックス自然動物園発着便は動物園営業時間内(午前9:00～午後5:00)のみ運行

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. 行事負担金

実 績：4件 (日南海岸青島美化愛護協会 宮崎空港振興協議会 他)

第34回青島太平洋マラソン2020<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止>

4. フライイベント推進事業

(1) 第2回カ・ラー・イ・カ・ヒキナ・フラ・フェス in 宮崎

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、例年と一部開催内容を変更して実施。実行委員会を通じて、オンライン配信やYouTube映像制作など、次回以降の大会成功に繋がる企画を実施した。

- (2) 青島神社奉納フラ「神に舞う/奉納フラ」
期 日：令和2年10月3日
場 所：青島神社特設ステージ
申込実績：＜特別奉納＞1枠 ＜オンライン＞2枠 ＜奉納ステージ＞15枠
- (3) オンライン配信
配信日時：令和3年3月10日
配信内容：「神に舞う/奉納フラ」（青島神社特設ステージ）の際の振り返り映像
クムフラ ウルヴェヒ・ゲレロによるテーマ曲の発表
公 開：オフィシャルホームページ、YouTubeチャンネル、Facebook
- (4) YouTube映像制作
配信期間：令和2年7月～11月
配信内容：宮崎から元気を発信「応援動画」 6本制作・公開
参加団体：プルメリア イン宮崎（2曲）、Na Hula Hoaloha、Na Pua Lei、
ルアナフラスタジオ、フラ ハーラウ アアリイ
- (5) 宮崎ブーゲンビリア空港 ウェルカム・フラ・ステージ
＜新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止＞

5. 新規事業開発事業

- (1) 「おかえりニシタチキャンペーン プレミアム飲食券事業」との連携（新規）
新型コロナウイルス感染症拡大の影響から低迷したニシタチの賑わいを取り戻すため、ニシタチまちづくり協同組合にて「ニシタチプレミアム飲食券」を販売。同組合と連携を図り、販売、告知に全面協力し、ニシタチにおける消費拡大を図った。
販売価格：1セット3,000円（額面4,000円の商品券 1,000円×4枚つづり）
※限定10,000セット
※宮崎市民限定、1人5セットまで購入可
販売場所：宮交シティ1Fインフォメーション
スポーツプラザ宮崎 J E R S E Y
販売期間：令和2年6月1日～売り切れ次第終了
利用期間：令和2年6月1日～11月30日
販売数：6,500セット
- (2) 「宮崎市ぎょうぎ協議会」との連携（新規）
2020年上半期に本市の餃子「消費額」「購入頻度」がそれぞれ日本一になったことを受け、本市の新たな観光素材（ご当地グルメ）として、宮崎ぎょうぎのPRを行った。
令和2年9月には「宮崎市ぎょうぎ協議会」が発足し、年間消費額日本一を目指し、同協議会と連携を図り、年間の消費を促進するPRポスター作製や各種メディアへの広報活動等、様々な場面において情報発信をはじめ、ぎょうぎ消費促進イベントなどを実施した。
結 果：餃子年間購入額3位、年間購入頻度全国1位

6. みやざきふるさと食材アピール事業

宮崎の魅力ある食を発信し観光誘客を図った。宮崎への旅の動機付けを喚起させ来訪の促進に努めた。

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。

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大防止のためプロ野球・サッカーの春季キャンプは全期間無観客の開催となる中、スポーツランドみやざきのさらなる推進を図った。

キャンプを実施するチームに、安心・安全なキャンプを行ってもらうため、新型コロナウイルス感染症防止対策の強化に努めた。また、本市で合宿するプロ・アマスポーツ団体へ宮崎牛の贈呈を行い、地域経済の活性化を目指した。

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

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため無観客でのキャンプ開催となった。

福岡ソフトバンクホークス春季キャンプ運営にあたり、無観客開催の案内看板や球団関係者向けの誘導看板設置、生目の杜運動公園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、無観客案内等）
- ②キャンプ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
- ③案内誘導看板の設置（球団関係者誘導、無観客開催案内等）
- 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。

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため無観客でのキャンプ開催となった。

【実施内容】

- ①警備（駐車場内、駐車場間誘導等）平日・土日とも6名体制で実施
- ②キャンプ地の告知
- ③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
- ④路上駐車対策
- ⑤案内誘導看板の設置
- ⑥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

(2) 読売巨人軍宮崎キャンプ受入事業

新型コロナウイルス感染症拡大防止のため無観客でのキャンプ開催となった。

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、コロナ禍においての、一般来場者や関係者向けへの誘導及び案内看板の設置、二次感染防止策を行うなどの実施対策にも努めた。

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

キャンプ地宮崎でしかできない取り組みとして、来宮時のセレモニーや例年実施している宮崎ブーゲンビリア空港での展示会が実施できないことから、歓迎の意をこめた装飾をおこなった。

期 間：令和3年1月30日～2月1日

3) 歓迎バナーの掲出

期 間：令和3年2月1日～28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) 無観客時における二次感染を抑える感染症対策

球場内外における、二次感染を抑えるため、検温器の設置と各所への消毒液やペーパータオル等の備品及び、カラーコーン、看板の設置を行なった。

(4) 三球シャトル運行支援事業

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため三球シャトルの運行を中止>

(5) 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、無観客となった令和3年2月の春季キャンプも3球団合同での事業に取り組んだ。

新型コロナウイルス感染症拡大防止のためWEB会議で合同ミーティングを開催し事業を展開した。

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。記念グッズや歓迎看板、ホームページなどに活用することにより、キャンプ地宮崎のさらなるPRを行った。

②グッズ製作

1) 3球団連携ロゴマーク入りグッズの製作・販売。

3球団連携ロゴマークを使用したフェイスタオル(売価1,550円)の製作・販売を行った。

販売場所：宮崎市観光案内所(宮崎駅構内) 宮崎ブーゲンビリア空港

宮崎観光ホテル 宮崎カーフェリー売店

2) 市街地盛り上げのためのユニフォーム製作

3球団連携ロゴ入りオリジナルユニフォームを製作。

キャンプ地のPRと歓迎気運を高める宮崎市内の各事業所等にて活用。

製作数：300枚

活用方法：宮崎市内ホテルや宮崎ブーゲンビリア空港、宮崎港カーフェリー乗り場、

アミュプラザみやざき等のスタッフ等にて着用

③3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。

当初は、3球団連携事業のPRおよびキャンプ地への誘客を目的に準備を進めていたが、無観客でのキャンプ開催が決定したため、無観客の案内を含めた内容にて製作。

④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球団連携ロゴ、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を行った。

(6) プロ野球キャンプ等新型コロナウイルス感染症防止対策事業(新規)

プロ野球およびJリーグの春季キャンプは、各メディアでキャンプの様子が取り上げられることで宮崎市の恵まれた環境が全国に発信され、スポーツランド宮崎の発展に大きく寄与している。

例年、プロキャンプは県内外から多くのファンが来場することで幅広い業態において大きな経済効果を及ぼしていたが、令和3年2月の春季キャンプは、新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から無観客での実施となった。そのような中、関係者の新型コロナウイルス感染症拡大防止と無観客で実施するキャンプのトラブル防止のため、様々な対策を取りながらキャンプ受入を行った。

①PCR検査の実施

キャンプを実施するチーム関係者は、来宮前とキャンプ期間中1週間に一度を目処にスクリーニング検査を実施し、陽性者の早期発見とクラスター防止に努めながらキャンプを実施した。

宮崎側の受入関係者についても、同様の検査を受検することで、期間中1人の陽性者も出ることなく全日程が終了となった。

○宮崎側PCR検査受検者

- ・キャンプ受入担当者
- ・受入施設関係者(指定管理者、グラウンドキーパー等)
- ・受入施設清掃業者等

②キャンプ受入施設における感染症対策

利用施設においては、ロッカーや食事会場におけるアクリル板の設置や、ソーシャルディスタンス確保のために例年より多めの控室用のテントを設置、諸室への消毒液設置など万全の受入対策を行った。

③無観客キャンプの対応

無観客での実施となったことから、会場における告知看板の設置や、選手入口等の目隠しを行った。

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、バス経費の補助、宮崎県産の牛肉・豚肉・地鶏・フルーツやドリンクの贈呈をはじめとした受入を行いスポーツランド宮崎の振興を図った。

①大学生や社会人の各種スポーツ団体の合宿受入

②各種大会・合宿団体へバス経費補助や特産品、ドリンクの贈呈

実績：スポーツ合宿贈呈数	134団体	(2,536名)	(前年度113団体	2,569名)
大会参加者	9大会	(1,742名)	(前年度8大会	4,073名)
合計	4,278名			

(2) スポーツ等合宿団体受入事業 (新規)

本市のスポーツ等合宿の受入れ促進のため、スポーツランドみやざきの推進及び本市の食のPR及び地域経済の活性化に寄与することを目的とし、本市でスポーツ等合宿を実施する県外の団体に対し、本市の特産品(宮崎牛)の贈呈を行った。

①特産品贈呈の実績

・プロスポーツ団体(プロ野球3球団/Jリーグ10チーム)	80万円相当	13団体
・アマチュアスポーツ等団体	20万円相当	15団体
10人以上30人未満	10万円相当	81団体
10人未満	5万円相当	38団体

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、この環境を生かすため、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、ゴルフプレー券や特産品、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、今期は夏季閑散期の誘客施策として、7月～9月をプレー対象にゴルフ場オンラインWEB予約サイトと連携し、特集ページ制作やターゲティングメールを配信。予約サイト会員への販促を実施した。

11月上旬には、ポスター掲出キャンペーンとして、宮交グループ、フェニックス・シーガイア・リゾートと合同で県内道の駅や各市町村観光協会へトーナメントと連携したポスターを掲出し、県内での周知展開を行った。

また、10月のJR宮崎駅鉄道の日イベントでPRブースを設け、スナッグゴルフ、みやざきゴルフパラダイスキャンペーンのチラシ配布を実施。トーナメントとみやざきゴルフパラダイスの周知を図った。

ゴルフパラダイスキャンペーン期間：令和2年10月1日～令和3年1月31日

ゴルフパラダイスツアー特典期間：令和2年10月1日～令和3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2年7月1日～令和3年1月31日

JR宮崎駅鉄道の日イベント 期 日：令和2年10月31日

(1) ダンロップフェニックストーナメント(無観客開催)

大会事務局の協力のもと、地元の小学生を対象に新しいスタイルのスポーツ観戦を体験し、ゴルフ観戦の楽しさやトーナメントについての理解を深めてもらうため、リモート観戦会を開催した。

また、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、みやざきゴルフパラダイスロゴ入りの携帯除菌スプレーを製作し、大会関係者(選手・キャディ)への配布を行った。

大会期間：令和2年11月19日～22日

リモート観戦会：令和2年11月20日 宮崎東小学校 48名

(2) J L P G A ツアーチャンピオンシップリコーカップ（無観客開催）

リコーカップ開催20周年記念として、宮崎牛や伊勢海老など、宮崎が誇る特産品を視聴者に抽選でプレゼント。大会中継を通じて、特産品のPRを行った。

また、今大会でも関係者向けにみやざきゴルフパラダイスロゴ入り携帯除菌スプレアの配布を行った。

大会期間：令和2年11月26日～29日

リコーカップ20周年記念宮崎特産品プレゼント

応募者数：6,586名（当選者数：25名）

(3) アクサレディスゴルフトーナメント in MIYAZAKI

新型コロナウイルス感染症拡大防止が徹底され、1日の観客上限数を1,000名に制限し開催された。

大会事務局と連携し、会場の沿道や街中に歓迎装飾を実施。ギャラリー向けのシャトルバスには応援マグネットステッカー（ゴルフパラダイスロゴ入り）の掲出を行った。また、大会関係者への携帯除菌スプレアの配布を行った。

大会期間：令和3年3月26日～28日

総観客数：2,501名

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。

11月：みやざきゴルフパラダイス、みやざきフェニックス・リーグ

1月～2月：Jリーグキャンプ

2月：プロ野球春季キャンプ

2月：球春みやざきベースボールゲームズ

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、スポーツランド宮崎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2年4月1日～令和3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

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため中止>

3. みやざきスペシャルゲーム開催事業

コロナ禍の中、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」にて、「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とイメージアップと、宮崎のイベント等のPRを図った。

令和2年度は、現地に職員を派遣せず今できる最大限のプロモーションをおこなった。

- (1) 福岡PayPayドーム「みやぎきスペシャルゲーム」
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
期 日：令和2年7月31日
結 果：5 対 4
入 場 者 数：4, 647名
- (2) 東京ドーム「みやぎきスペシャルゲーム」
カ ー ド：読売ジャイアンツ VS 広島東洋カープ
期 日：令和2年9月23日
結 果：3 対 7
入 場 者 数：13, 605名
- (3) 京セラドーム大阪「みやぎきスペシャルゲーム」
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
期 日：令和2年9月27日
結 果：12 対 8
入 場 者 数：9, 732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であるため、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を行っている。

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、誘致活動を実施していたが、令和2年度は、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、例年実施していたプロチーム本拠地に出向いての誘致セールス活動は控えることとなった。

コロナ禍での新しい生活様式の中でWEBミーティングの実施で情報収集等を積極的に行った。

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. みやぎきフェニックス・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ぎき”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に第16回みやぎきフェニックス・リーグ杯 少年少女サマーベースボールトーナメントを開催予定だったが、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため大会を中止した。

2. ゴルフマンス観光推進事業

みやぎきゴルフパラダイス第15回宮崎ガスジュニアゴルフ選手権への支援。

主催は、宮崎ガス(株)、事務局を(株)宮崎放送で実施。

本事業は、宮崎のゴルフ観光とジュニアゴルファー育成のため、ダンロップフェニックストーナメント大会事務局からの寄付金により運営。

(1) ストロークプレーの部

期 日：令和2年9月12日

開催コース：宮崎カントリークラブ

大会参加者：116名

(2) レッスン会

期 日：令和2年9月13日

開催コース：フェニックスゴルフアカデミー

参加者数：26名

収益目的事業

収1. スポーツプラザ宮崎 J E R S E Y 運営業務

1. スポーツプラザ宮崎 J E R S E Y の運営業務

宮崎駅西口 K I T E N ビル 1 階の「スポーツプラザ宮崎 J E R S E Y」では、プロ野球 1 2 球団を中心とした商品販売やキャンプ地宮崎に関連する展示物等の充実を図り、様々な企画を実施しながら、情報発信及び誘客に努めた。令和 2 年 1 0 月 1 4 日にリニューアルした宮崎市観光案内所に一部機能を移管し、当該施設を閉鎖。令和 3 年 3 月 3 1 日をもって事業廃止とした。

来訪者数：3, 9 5 6 名

【令和 2 年度の主な取り組み】

- 4 月：春の特別企画として、一定額以上商品を購入した方に、くじ引きを実施、景品をプレゼント。
- 5 月：新型コロナウイルス感染症拡大の影響で公式戦が開催できない中、1 2 球団どれかのグッズを購入した方に景品をプレゼント。
- 6 月：新型コロナウイルス感染症拡大の影響で低迷したニシタチの賑わいを取り戻すため、「ニシタチプレミアム飲食券」を販売。
- 7 月：マイバッグを持参され商品を購入されたお客様限定で、ガラポン抽選会を行い、景品をプレゼント。
- 8 月：8 月 9 日（野球の日）にちなんで、店内商品を 8 9 0 円（税込）以上購入した方に、景品をプレゼント。
- 9 月：お客様への日頃の感謝を込めた感謝セール（半額セール）を開催。
- 1 1 月：店内にチラシやポスターを貼り、イベントの周知と盛り上げを図った。

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) 2 0 2 0 プロ野球ファーム日本選手権

本市で 8 年連続 1 0 回目のプロ野球ファーム日本選手権を開催。宮崎市でキャンプを実施する福岡ソフトバンクホーク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。新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、応援スタイルの規則やマスク着用、入退場時の検温や手指消毒等の対策を徹底して行った。

期 日：令和 2 年 1 1 月 7 日

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎

カ ー ド：福岡ソフトバンクホークス VS 東北楽天ゴールデンイーグルス

結 果：4 対 6

観 客 数：4, 2 1 5 名

法人会計

1. 会議の開催

(1) 定時総会 令和2年6月26日

(令和元年度事業報告、収支決算、令和2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2年6月9日

(令和元年度事業報告、収支決算、令和2年度事業計画、収支予算、令和2年度補正予算(案)について、令和2年度定時総会の開催について、他)

第2回 令和2年6月26日

(会長、副会長の選定について、他)

第3回 令和2年10月21日

(新規事業について、令和2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4回 令和3年3月17日

(令和2年度補正予算(案)、令和3年度事業計画(案)、収支予算(案)について、収益目的事業 収1の事業変更について、規則等の改正(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)

(3) 総務企画委員会

第1回 令和2年5月29日

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

第2回 令和2年8月17日

(令和3年度 新規事業(案)について、他)

第3回 令和3年3月6日

(令和2年度補正予算(案)について、令和3年度事業計画(案)及び収支予算(案)について)

(4) 監事会 令和2年5月20日

(事業及び会計の監査)

2. 観光功労者の表彰

期 日：令和2年6月26日

受賞者：個人4名

3. (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積極的に活用し、より親しみやすい観光協会のイメージ定着に努めた。

4. 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。

新型コロナウイルス感染症拡大防止対策として、飛沫防止アクリルパネルや消毒液を設置し、職員の日々の検温や手洗い、消毒を徹底した。

経済産業省 健康経営優良法人2021(中小規模法人部門)認定

5. 事務局内の環境整備

事務局内レイアウトの変更 期 日：令和2年12月19日

事務局内Wi-Fi環境の導入とリモート会議環境の整備

6. 講演会講師派遣

宮崎菱友会

期 日：令和2年9月10日

演 題：「観光宮崎市のあゆみと未来について」

日向商工会議所

期 日：令和3年1月25日

演 題：「プロ野球等キャンプ誘致研究会」

7. 会員管理・交流

会員との情報共有を図るため当協会会員へのメール調査を実施

当協会会員を対象に新型コロナウイルス感染症拡大の影響に関するアンケート調査を実施。

宮崎県議会 コロナ対策委員会で現状を発表。

8. 宮崎市関連観光業界勉強会の開催（新規）

新型コロナウイルス感染症拡大に伴い、多大な被害を受けている観光業界が官民一体となりこの難局を乗り越えるために宮崎市観光戦略課の幹部向けに勉強会を開催。

講師は、観光協会役員他の7名（運輸交通・宿泊・旅連関係・ゴルフ）

期 間：令和2年4月27日・4月30日

場 所：宮崎観光ホテル

9. 宮崎県内主要観光協会意見交換会（7回開催 WEB会議含む）

第1回 期 日：令和2年 6月18日 場 所：みやざき県民協働支援センター

第2回 期 日：令和2年 7月 8日 場 所：都城グリーンホテル

第3回 期 日：令和2年 7月16日 （WEB会議）

第4回 期 日：令和2年 9月24日 （WEB会議）

第5回 期 日：令和2年10月12日 場 所：ホテルベルフォート日向

第6回 期 日：令和2年12月25日 （WEB会議）

第7回 期 日：令和3年 3月26日 （WEB会議）

10. 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。

11. スポーツランドみやざき推進プロジェクト事業（新規）

「THE SPARK OF SPORT」オリジナル商品の製作・販売

「スポーツランドみやざき」のさらなる発信を図るため、宮崎県西都市に自社工場があるスポーツブランドのデサントジャパンと共同でオリジナルグッズを製作し販売を行い、観光客やスポーツイベント等での販促に努めた。

製作商品：ポロシャツ 6,600円 トートバッグ3,000円

スポーツタオル1,500円 ハンドタオル 800円 マスク1,300円

販売箇所：宮崎市観光案内所 宮崎観光ホテル 宮崎カントリークラブ

宮崎ブーゲンビリア空港 フェニックスリゾート

会員数

令和2年3月31日	正会員	339会員
	賛助会員	6会員
	合計 会員	345会員
令和2年度増減内訳	正会員増	16会員
	賛助会員増	1会員
	正会員減	8会員
	合計 正会員 増	8会員
	賛助会員 増	1会員
令和3年3月31日	正会員	347会員
	賛助会員	7会員
	合計 会員	354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

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため無観客で開催>

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、9回目の開催となった。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3年2月23日～25日

参加チーム：福岡ソフトバンクホークス、オリックス・バファローズ
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23日

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

オリックス・バファローズ 10対6 千葉ロッテマリーンズ (SOKKENスタジアム)

○2月24日

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

オリックス・バファローズ 5対4 埼玉西武ライオンズ (SOKKENスタジアム)

○2月25日

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

オリックス・バファローズ 4対4 埼玉西武ライオンズ (SOKKENスタジアム)

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

3年連続リーグ優勝と日本一を目指す読売巨人軍が宮崎で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の観点から無観客での実施となったが、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を行なった。

春季キャンプ：令和3年2月1日～14日（一軍選手）

令和3年2月1日～28日（ファーム選手）

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

2年連続リーグ優勝と5年連続日本一を目指す福岡ソフトバンクホークスが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の観点から無観客での実施となったが、WEBやSNSを活用しファンサービスや宮崎観光・特産品のPRを行った。

春季キャンプ：令和3年2月1日～28日

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、7回目となる春季キャンプを新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から無観客で実施。コロナ禍でのキャンプ実施となり、感染防止策の徹底に努めながら受け入れを行った。キャンプの休養日には新人選手によるイベント実施のほか、リモートを活用したトークイベント、さらには球場からSNSを活用した情報発信など、球団と連携した取り組みを行った。

春季キャンプ：令和3年2月1日～28日

5. Jリーグ等宮崎協力会

新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、全チームが無観客でのキャンプとなった。

各チームと連携し感染拡大防止対策を施した受入体制を整えた。

(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）

①サンフレッチェ広島（J1）

期 間：令和3年1月24日～31日

場 所：シーガイアスクエアI

②徳島ヴォルティス（J1）

期 間：令和3年1月25日～2月7日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園ラグビー場

③アビスパ福岡（J1）

期 間：令和3年1月30日～2月9日

場 所：宮崎市生目の杜総合運動公園陸上競技場

④セレッソ大阪（J1）

期 間：令和3年1月31日～2月13日

場 所：宮崎市海浜エントランスプラザ

⑤ツエーゲン金沢（J2）

期 間：令和3年1月31日～2月13日

場 所：宮崎市清武総合運動公園

⑥鹿島アントラーズ（J1）

期 間：令和3年2月3日～2月13日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園陸上競技場

⑦ファジアーノ岡山（J2）

期 間：令和3年2月5日～13日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園サッカー場

⑧FC岐阜（J3）

期 間：令和3年2月9日～21日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園ラグビー場

⑨横浜F・マリノス（J1）

期 間：令和3年2月11日～20日

場 所：シーガイアスクエアI

⑩ベガルタ仙台（J1） ※1

期 間：令和3年1月25日～2月2日

場 所：清水台総合公園B面

期 間：令和3年2月14日～26日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園陸上競技場

⑪V・ファーレン長崎（J2） ※2

期 間：令和3年2月3日～13日

場 所：清水台総合公園C面

※1 1次キャンプにて宮崎市内ホテルを利用し西都市で実施、3次キャンプを宮崎市内で実施。

※2 グラウンドは西都市内、ホテルは宮崎市内に宿泊し実施。

(2) チーム本拠地への表敬訪問

<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため実施せず>

(3) 市民交流サッカー教室

<新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から春季キャンプが無観客対応となったため実施せず>

6. みやざきフェニックス・リーグ支援実行委員会

新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から無観客での開催となった第17回みやざきフェニックス・リーグは、NPBファーム全12球団で実施した。

実行委員会では（一社）日本野球機構と各球団と連携し、観戦のために本市へ来宮できないプロ野球ファンのためにSNSを通じて交流イベントの実施や宮崎の特産品のPRを行なった。

期 間：令和2年11月8日～29日（22日間）108試合

実施試合：108試合（雨天等により4試合中止）

場 所：アイビススタジアム、SOKKENスタジアム、ひなたサンマリンスタージアム宮崎 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）

当指定管理事業も令和2年度より第3期（3年間）がスタートした。「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）及び「（特非）宮崎ライフセービングクラブ」と連携しながら、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」を図ることにあるが、新型コロナウイルス感染症拡大による緊急事態宣言の下、施設営業をコントロールしながら、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寄与した。また令和2年度は、青島中学校に全国初の中学校サーフィン部が発足したため、ウェット貸与や施設提供などの支援を行った。

【主な行事】

- ・宮崎市消防局普通救命講習会（AED・BLS）

期 日：令和2年6月26日 参加者：15名

- ・青島白浜水難救助合同訓練 期 日：令和2年7月 1日

- ・宮崎市青島海岸アオウミガメ漂流調査 期 日：令和2年7月23日

- ・ワークショップ（グリーンカレー、青パパイヤサラダ講習会）の開催
期 日：令和2年12月25日 参加者：8名

- ・青島海水浴場管理運営業務委託
期 間：令和2年7月4日～8月30日
- ・青島中学校サーフィン部支援活動
- ・渚の交番運営委員会の開催<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため書面決議での開催>
期 日：第1回 令和2年6月26日
第2回 令和3年3月29日

【年間状況】

年間施設利用者数：14,580名（前年度56,026名 前年比26.0%）

(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、臨時更衣室の新設やコインロッカーの屋外設置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客の誘致に努めた。

開設期間：令和2年7月4日～8月30日[56日間]

※遊泳禁止 累計2日（終日2日間、短時間禁止処置5日間累計6時間）

来場者数：25,406名（前年度91,339名 前年比27.8%）

救助件数：12件 12名（重溺、軽溺救助、安全移送、迷子、その他）

救護状況：339件（クラゲ刺され、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、早朝から夜間まで幅広いお客様に楽しんでもいただける場所「青島ビーチパーク」を開設した。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、一般公募から選出した飲食4店舗、物販1店舗を設置した。

6年目となる令和2年度は、新型コロナウイルス感染症対策の下営業を行ったものの、期間中、新型コロナウイルス感染症拡大による影響を受け、大幅な来場者減となった。また、海水浴場のオープンに合わせ7月からオープンし、約3ヶ月の営業期間となった。

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2年7月4日～9月27日（86日間）

入 場 料：無料

営業日数：86日間 定休日：4日間 臨時休業：8日間(台風接近等のため)

場 所：青島海水浴場 渚の交番東側公園内

来場者数：68,241名（海水浴場来場者 25,406名）

（前年度 107,091名）

1日最高来場者数 3,282名 令和2年8月6日

出店店舗：5店舗(SUNS Blue Line,みつをこぼせ,Coco Bowls,Beach Living,ALWAYS)