

令和4年度事業計画

《事業活動方針》

新型コロナウイルス感染症は未だ収束の気配を見せず、国内外の観光需要は大幅に減少し、観光産業は昨年に引き続き極めて深刻な影響を受けております。

昨年度は、感染拡大防止策の徹底を前提に、観光需要の回復を担う県内・九州域内を中心とした国内旅行の需要喚起に取り組んでまいりました。

令和4年度においては、ポストコロナを見据え、地域経済を支える観光の本格的な復興の実現を図ることが必要であり、中長期的な滞在者や反復継続的な来訪者の増加へ向けたワーケーション等の推進や、稼げる地域の看板商品となる各種コンテンツの創出等に向けた取組を推進してまいります。

また、25年ぶりに宮崎－神戸間を結ぶカーフェリーの新船が就航することに伴うプロモーションの実施をはじめ、「青島ビーチパーク」のリニューアルオープンや、隣接地には「青島ビーチヴィレッジ」が開業されるなど、新たな観光地としての「青島」の復活も期待されます。

さらに、「食の宝庫宮崎」の推進を図る上では、これまでの宮崎牛・地鶏・チキン南蛮・マンガー、釜揚げうどんに加え、宮崎市が2021年のぎょうぎ購入額・購入頻度とともに日本一となったことを受け、新しい観光コンテンツとしてのプロモーション、イベントを実施いたします。加えて、日南海岸、青島地域の活性化策として、伊勢エビを活用した外貨獲得及び消費喚起に努めてまいります。

一方で、アフターコロナに向けた観光素材の磨き上げと課題解決を図るため、宮崎市と連携し、青島やアツ葉など各分野に特化した部会を設置いたします。

新型コロナウイルス感染症については、未だ不透明な状況にありますが、今後の感染状況や観光需要の動向等も踏まえつつ、会員の皆様と一丸となってこの危機を乗り越え、宮崎の観光再生に取り組んでまいります。

各事業は、公益法人認定基準に準じ、事業グループ毎に分類。

公益目的事業

公1. 誘致活動事業

1. 観光客誘致拡大事業

本市の観光客数がコロナ禍で激減した中、国内観光客の呼び戻し及び国内を中心とした積極的な誘客を図るため、昨年に引き続きウィズコロナ・アフターコロナに即し、新しい観光の流れを見据えた旅行商品の研究開発・造成支援をはじめ、継続的な旅行商品の造成、効果的な情報発信や旅行会社へのセールスが必要であるため、航空会社や旅行会社とタイアップした誘客企画、効果的なセールスを実施する。さらには、旅行商品造成者やキーマンを招聘の実施を通して、ターゲットや時期を絞った継続した旅行商品の造成、魅力的な旅行商品の造成支援を行い、本市への観光誘客を図る。

また、旅行会社や航空・鉄道会社と連携し集中送客キャンペーンを行い、観光客の誘致拡大に努める。

県内・九州域内を中心とした宿泊需要を高めるような施策を展開し、消費拡大と宿泊効果に繋がる取組みや情報発信に努め誘客を図る。

(1) 国内観光誘客推進事業

旅行会社等タイアップ事業

旅行会社等への効果的なセールス活動を実施し連携を図りながら、本市への誘客を促進するターゲットや時期を絞った旅行商品造成に繋げ、観光入込客数や宿泊者数の増加に努める。

2. 教育旅行支援事業

平成28年に発足した宮崎県教育旅行誘致推進協議会の会員と共に県内関係機関が一体となった「オールみやざき」で県内外の誘致受入事業を展開し教育旅行の誘致に努める。コロナ禍で宮崎での教育旅行を実施した学校の定着を図るとともに、また例年沖縄や海外でマリン体験を行っていた学校を取り扱っている旅行会社に対してプロモーションを展開し、宿泊・体験プログラムを通じ宿泊者数の増加を図る。

(1) 教育旅行推進事業

教育旅行の誘致を通じて宿泊者数の増加を図るため、教育旅行で宮崎市内に宿泊された方、みやざき元気体験プログラムを利用された方を対象に補助を行う。

宿泊補助は、1人あたり2,000円、体験補助は、1人あたり上限3,000円。

3. 観光情報発信事業

宮崎市の「豊かな食」、「恵まれた自然」を生かし、観光やグルメ、温泉、体験、イベントの情報を旅行雑誌や新聞掲載、ビジョン広告等の各種媒体や各種メディアを活用した情報発信、イベントを絡めた新たなアプローチ、効果的な観光プロモーションによる幅広い年齢層へのPRを通して、宮崎への旅の動機づけを喚起させ誘客に努める。

観光客のニーズにあわせた効果的・効率的な手法として、WEBやSNS等のデジタルメディアを活用した情報発信のさらなる強化、戦略的な観光誘客と観光客のニーズを捉えた効果的な事業展開を図る。

(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

本市の魅力ある観光資源や各種イベント情報など話題性のある旬の素材を、テレビ番組や新聞社などのメディアとのタイアップをはじめ、WEBやSNSといったデジタルメディア等も十分に活用しながら、マーケティングに基づき、ターゲットを絞り込んだ戦略で全国に発信し、更なる誘客を促進するためのプロモーションを実施する。

また、プロ野球春季キャンプへの誘客を図るため関西エリアや首都圏で観光プロモーションを実施する。

②デジタルサイネージ等情報発信事業

市街地サイネージおよび宮崎ブーゲンビリア空港において、宮崎の観光情報やそのシーズンに応じたイベント等の告知看板を掲出し幅広く情報発信を行う。

(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、情報収集手段が、紙媒体からモバイル端末を活用したWEBへ移行している。令和元年度にリニューアルした当協会ホームページやSNSを活用し、マーケティングに基づく戦略で誘客数と観光消費額の増に繋げるため、観光客のニーズを的確に捉えた効果的かつ有効的な情報発信に努める。また、WEBを活用したインバウンド向けの情報発信は継続的に行い、本市の魅力国内外に効果的・効率的に発信し、観光入込客数の増加に努める。

②観光消費活性化事業

観光案内所をはじめ、観光・宿泊施設、観光客に配布する観光パンフレットやその他関連するパンフレットを作成し誘致宣伝に幅広く活用する。

(3) 宮崎で遊ぼうクーポン事業

本事業は、令和4年度で8年目の取り組みとなる。県内の各観光協会の協力で、現在では、35施設・約95種類のアクティビティを一つにまとめた観光商品となった。本商品をとおして観光客の周遊性・滞在力を向上させ、点から面への観光地づくりに寄与する。

また、旅行会社を通しての販売が落ち込んでいることから、直接お客様への販売を強化する。

4. 観光資源活性化事業

県内の観光地と連携を図りながら、本市の魅力ある観光資源を活用した事業や新たな観光素材の開発、幅広い観光客層をターゲットにした誘客事業を展開する。

神話の舞台となっている一ツ葉・青島をはじめ、日向神話の魅力を県内外に効果的に発信し、滞在型観光を推進、さらには宮崎ならではの「自然」「伝統」「文化」「食」等を取り入れた特色・魅力ある体験プログラムの提案や受入することで観光客の誘致に努め、観光による地域振興に寄与する。

(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年度の10年間取り組んだ「記紀編さん1300年記念事業」をベースに、神話のふるさと宮崎にしかできない神話の魅力発信や神話を素材とした旅行商品の造成に努めるとともに、さらなる観光誘客に努める。

(2) 体験プログラム受入事業

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け入れや、誘致、一般観光の誘客を図る。

5. 広報宣伝活動事業

宮崎への誘客を図るため、各地で開催される祭りの参加や本市の「自然」や「イベント」「食」「文化」などの誘客素材を取り入れた観光宣伝物（観光ポスター、観光カレンダー等）の作成、さらには、宮崎の魅力ある景観を素材にした観光名刺の販売、各種イベントを記載した機関紙等の配布等、様々なツールを活用し、宮崎の観光情報を全国に発信し誘客活動を行う。

令和4年度は第36代宮崎サンシャインレディの募集及び選考会を実施する。

(1) 宮崎サンシャインレディ観光PR事業

観光客の誘客を促進するため、観光宮崎の親善使節として県内外での観光宣伝、各種大会、イベント等の歓迎行事に参加し、宮崎を幅広くPRする。令和4年度は、第36代宮崎サンシャインレディの募集及び選考会を実施する。

(2) 観光宣伝ツール製作事業

ポスター、カレンダー、ミッシちゃんのグッズを製作・販売。

当協会のポスターは、イベント等の様々な場面において幅広く活用されているが、さらなるイメージアップを図るため、多様性のあるツールとして幅広く誘致宣伝に活用し、本市の魅力ある観光情報を国内外に発信する。

観光カレンダーについても宮崎市の多彩な魅力を県内外に発信するツールとして製作、活用するとともに、来宮きっかけの一助となるカレンダー画像については、SNSで広く発信し、本市の観光イメージアップを図る。

(3) 観光名刺印刷・販売

(4) 機関紙「Mコミュニケーション」の発行

会員との連携を図るツールとして機関紙を発行。

(5) まつり交流事業

まつりPR事業 姉妹都市交流事業

6. 国内外観光交流事業

中国山東省青島市文化と旅游局及び（一社）旭川観光コンベンション協会、（一社）樫原市観光協会との交流事業を実施し、本市の観光情報の発信はもとより、国内外からの観光誘客に努めるとともに地域経済の発展に寄与していく。

(1) 海外他友好都市交流事業

(2) 観光団交流事業

（一社）旭川観光コンベンション協会とは、各年で訪問交流を行っていたが、2年ほどコロナ禍の影響により交流が延期。今年度は、旭川より来宮予定。

公2. 観光客受入体制関連事業

1. 観光客受入事業

国内観光客やインバウンド観光客に対し、観光案内等の各種サービスを提供し、周辺の観光地や施設との連携を図りながら利便性や周遊性の向上に努める。また、受入体制の充実を図るため、観光関係者向けに資質向上、スキルアップを目指した研修会等も開催する。

また、コロナ禍で観光入込客数の減少する中、滞在型旅行の促進を図るため、昨年度より「宮崎での快適な生活」を体験できる独自のワーケーションモデルを構築し、コロナ禍で新たな旅のスタイルとしての定着と普及に努める。

(1) ワケーション事業

本市の魅力を生かし、時代のニーズに即した滞在型旅行の新たなモデルとして、未活用の水田や酒造体験を通じた、独自のワーケーションモデルを構築しながら受入環境の整備に努めるとともに、首都圏企業向けにセールスプロモーションを実施し、ワーケーションとして宮崎を訪れる企業を支援するなど、より多くの旅行機会の創出とリピーターの増に努める。

(2) 観光インフォメーション管理運営事業

宮崎市観光案内所

令和2年10月に観光案内所がリニューアルオープン。さらなる機能充実を図るため、観光客に快適でやさしい環境作りと空間の中で各種サービスの拡充に努める。また、特色ある観光物産商品の開発を行い、販売を強化する。

スタッフのスキルアップを図るため各種研修会に参加しサービスの向上を図る。

(3) 渚の交番整備・運営事業

青島の橘ホテル跡地の再開発を進める青島ビーチヴィレッジと協創を図り、青島エリアの滞在型観光を促進し、マリンスポーツやアクティビティの受入環境を整えるとともに、賑わい創出に努める。

令和4年度で開設から12年目を迎える渚の交番において、建物の全体的な老朽化から、日本財団からの基金残等を活用し、時代にマッチした修繕や改修を行うことで、さらなる魅力向上に努める。

(4) レンタサイクル事業

観光案内所リニューアルオープンに伴い、サイクルポートを宮崎駅東口に移設。貸出環境の利便性が向上したことによりレンタサイクル利用者が増加傾向である。

今後もレンタサイクル利用者増を図るため、現在使用している古くなった自転車を、新しい自転車へ入れ替えをしていき、更なる利用促進と利用者の回遊性の向上に努める。

(5) 観光従事者研修会

(6) 神話・観光ガイド支援事業

おもてなしボランティア事業 青島観光インフォメーション事業

2. 観光イベント推進事業

観光客をターゲットに、南国ムードを生かした、魅力ある宮崎の観光資源を活用したイベントの開催や新たな誘客素材の掘り起こしと開発を行う。コロナ禍においても開催できるイベントに取り組む。プロモーション事業とも連携を図り、具体的な誘客に繋がる仕組みを構築し事業の展開を図る。また、新たな観光資源の開発や各種観光行事等の主催団体に対して、補助金等の助成を行い、地域活性化に努める。

さらに、宮崎の魅力ある食のプロモーションを強化し、「宮崎ぎょうざ」をはじめ、新たなコンテンツの開発に取り組む。

(1) 女子硬式野球大会「みやざきブーゲンビリアカップ」〈新規〉

令和3年度に本市で開催した女子硬式野球大会について、全日本女子野球連盟や各参加チームからのヒアリングを実施した結果、継続大会として実施する。宮崎県野球協議会や関係事業者との連携を図り、スムーズな大会運営と誘客につなげる。

近年、現在減少傾向にある野球人口を回復させるため、野球とふれあえるようなイベントも同時並行で実施する。

期 間：令和4年9月23日～25日

場 所：宮崎県総合運動公園 ひなたサンマリスタジアム宮崎

参加チーム：8チームを予定

(2) みやざきふるさと食材アピール事業 〈新規〉

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、観光誘客を図る。

2021年度の総務省統計局家計調査結果で購入頻度、支出金額ともに本市が初の日本一に輝いた「宮崎ぎょうざ」をSNSや各種メディアを通じて全国に発信するとともに、宮崎が誇る日南海岸の豊かな黒潮に育てられた「伊勢エビ」にスポットをあて、新たなコンテンツとしてプロモーションやイベントを開催し食を生かした観光誘客に努める。

(3) 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実施し、宮崎の好印象付けを図る。また、フラを通じた県外からの観光誘客を図るための情報発信にも努める。

(4) 新規事業開発事業

アフターコロナに対応し、本市の観光産業の推進や新たな観光素材の掘り起こしに取り組む。

協会会員と連携・コミュニケーションを図ることで、新たな事業の展開や本市の観光産業の確立に取り組む。また、新しい時代のキーワードになるものについてアンテナを立て、常に意識して事業を展開する。

また、コロナ禍から観光に対するニーズも多様化しており、本市は、安心・安全でおもてなしの文化が定着し、人に対して寛容であることなどから、誰もが公平に生活できる環境を発信し、LGBTツーリズムについて研究する。

また、昨年度から研究しているECサイトの構築についても更なる深掘りを行う。

- (5) みやざき青島国際ビールまつり
- (6) 行事負担金

3. スポーツ観光受入事業

プロ野球やJリーグなどの宮崎キャンプ期間中、円滑なキャンプ受入環境を整備し、宮崎キャンプの継続実施を図る。

キャンプ観戦の観光客の周遊性や利便性の向上に努め、渋滞等の対策緩和のため交通体制の整備、観光客の満足度を高める取り組みを行う。また、宮崎市内各所で、歓迎ムードを高め、賑わい創出に努める。

さらなる「スポーツランドみやざき」のPRに努め、プロ野球3球団連携事業など本市でしかできない取り組みを行い、本市のイメージアップを図る。

(1) 福岡ソフトバンクホークス公式戦開催支援事業<新規>

<雨天のため試合中止>

「福岡ソフトバンクホークス公式戦 ファイト!九州デー」がキャンプ地宮崎市で開催されることから、県外からの誘客に繋がるため本公式戦への支援を行う。

令和3年度は、人数を制限しての開催となったことから、今年度は多くの来場者を迎えるように県・市と連携し集客に努める。

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4年5月10日

場 所：ひなたサンマリンスタージアム宮崎

(2) キャンプ受入事業

プロ野球3球団連携事業

1つの市で3球団がキャンプを行うのは全国的にも本市だけである。宮崎キャンプの話題性と3球団のキャンプ地の周遊性の向上を図り、誘客効果を高める。3球団のロゴマークを組み合わせ「宮崎キャンプ3球団連携ロゴマーク」を製作。キャンプ地宮崎のシンボルマークとして活用する。また3球団キャンプへの誘客や周遊促進のため、ポスターや特設サイトを製作する等、スポーツランドみやざきへの集客を通し、観光振興に寄与する。

(3) スポーツ等合宿・大会誘致受入事業

スポーツ等合宿受入支援事業

本市のスポーツに適した気候や充実した施設環境を全国に発信し、本市で合宿するプロ・アマスポーツ団体が継続的に合宿を実施してもらえるよう、宮崎の特産品の贈呈や宿泊補助を行う。さらには新たな団体の誘致を強化し、スポーツランドみやざきのさらなる推進に努め、地域経済の活性化を図る。

(4) みやざきゴルフパラダイス事業

11月に開催される「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」の2大トーナメント、3月に開催される「アクサレディスゴルフトーナメント」など各トーナメントと連携しながら「宮崎＝ゴルフ」のイメージアップを図る。

宮崎市のゴルフ環境の良さを国内外にアピールするとともに、新たなゴルフ客向けに宮崎ブランドを構築しゴルフ客の増加に繋がる施策を展開。トーナメント会場や各ゴルフ場のPRとイベントの開催をはじめ、ゴルフパックなど旅行商品の造成、オフシーズンに本市で合宿を行うプロゴルファーへの合宿支援を通して情報発信を行い、ゴルファーの誘客に努める。年間を通して、取り組むことでスポーツランドみやざきの推進と、閑散期の誘客策に寄与する。

(5) 観光スポーツイベント歓迎装飾事業

4. 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やJリーグチームの本拠地においてキャンプ地宮崎のPRを行い宮崎への誘客を図る。また、旅行会社やスポーツ団体等に対して、宮崎が全国に誇る充実した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環境、支援・受入体制を発信し本市への誘致に努める。

- (1) キャンプ地みやざきスペシャルマッチ事業（Jリーグ）
カード：鹿島アントラーズ VS ヴィッセル神戸
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
 - (2) みやざきスペシャルゲーム開催事業
プロ野球各球団の本拠地で開催される公式戦において観光パンフレットのサンプリングや特産品の抽選プレゼント等を実施し「キャンプ地みやざき」のPRを行う。
 - ①京セラドーム大阪
宮崎市のスポンサーゲームと宮崎市内の企業団体がキャンプ地宮崎シリーズとして合同で2試合を開催予定。2日間でオリックス球団への表敬訪問や観光プロモーション、メディアとタイアップしたプロモーションを実施。
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
期 日：令和4年5月14日 ※デーゲーム
 - ②東京ドーム
球団への表敬訪問や宮崎市観光PRを実施。
カード：読売ジャイアンツ VS 横浜DeNAベイスターズ
期 日：令和4年7月9日 ※ナイター
 - ③福岡PayPayドーム
6月24日・25日・26日の3試合をホークス球団が中心となり、「みやざきスペシャルDAYS」として開催。
宮崎市のスポンサーゲームは1試合。球団への表敬訪問や宮崎観光PRを実施。
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
期 日：令和4年6月25日 ※ナイター
 - (3) スポーツランド情報発信事業
京セラドーム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、宮崎への誘客促進として、看板やビジョンへの観光情報の掲出・放映を行う。
 - (4) スポーツセールス事業
5. 少年少女スポーツ大会支援事業
少年少女たちが、野球やゴルフの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う。
- (1) みやざきフェニックス・リーグ杯サマーベースボールトーナメント（少年少女野球大会）
第18回みやざきフェニックス・リーグ杯サマーベースボールトーナメント
 - (2) ゴルフパラダイス観光推進事業

収益目的事業

収1. 宮崎ブランド商品魅力発信事業

「稼げる観光地」になるべく、商品や各種コンテンツの開発に努めることで、本市の観光プロモーションに繋げる。また、観光関連事業者と連携し、本市の観光につながるものを積極的に活用して、事業を展開していく。

収2. プロ野球公式戦・オープン戦等開催事業

1. プロ野球オープン戦等開催業務

法人会計

1. 会議の開催
総務企画委員会、理事会、監事会、定時総会等
2. 県内観光協会との連携
3. 観光功労者の表彰
4. 会員管理・交流
5. 職員研修
6. 健康宣言の取り組みと健康経営の取り組み
昨年に引き続き、令和4年3月に「健康経営優良法人2022」の認定を受けた。健康経営をとおして職員の健康への意識を高めるとともに健康維持と増進に繋げ、当協会のイメージアップを図る。
7. 職員の働きやすい環境づくりの構築

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
既存キャンプ1軍球団のキャンプ継続及び期間の長期化、キャンプ期間の実戦形式の練習環境の充実を図り、経済効果を高め、他県でキャンプを実施するチームへも宮崎での練習試合の開催を呼び掛け参加の依頼を行い、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」を構成し開催する。
2. 読売巨人軍宮崎協力会
3. 福岡ソフトバンクホークス宮崎協力会
4. オリックス・バファローズ宮崎協力会
5. Jリーグ等宮崎協力会
6. みやざきフェニックス・リーグ支援実行委員会
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
指定管理期間：令和2年4月1日～令和5年3月31日（3年間）
 - (2) 青島海水浴場管理運営業務
期 間：令和4年7月2日～8月28日
場 所：青島海水浴場
 - (3) 青島ビーチ魅力アップ事業
青島ビーチパークの開設
オープン期日：令和4年4月29日