

令和3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い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、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) 航空会社タイアップ事業

- ・ANAあきんど(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3年4月1日～令和3年11月30日

※下期商品販売は行わず

告知物の製作部数：90,000部（東京発5万部、名古屋発2万部、大阪発2万部）

送客実績：392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：下期) 令和3年10月～令和4年3月

告知物の製作部数：50,000部

送客実績：196名

商品名：JALで行く福岡・長崎・鹿児島・宮崎

対象地区：東京・大阪・北海道 発

販売期間：下期) 令和3年10月～令和4年3月

告知物の製作部数：50,000部

送客実績：108名

(2) 旅行会社タイアップ事業

- ・JTB協定旅館ホテル連盟

商品名：冬でもあったか 南国みやざきへ出かけよう

対象地区：全国

販売期間：令和4年1月20日～令和4年3月31日

告知物の製作部数：50,000部

送客実績：338名

- ・(株)ジャルパック

商品名：JALで行くゴルフツアー宮崎・沖縄・沖縄

対象地区：全国

販売期間：令和3年10月1日～令和4年3月31日

告知物の製作部数：50,000部

送客実績：29名

・(株)読売旅行

商品名：南九州DCキャンペーン 11コース

対象地区：北海道・東北・関東・北陸・関西・中四国・九州発

販売期間：令和4年1月～令和4年3月

送客実績：221名

(3) 旅行会社等セールス事業

旅行会社等へのセールスを実施し、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、継続的な商品造成の依頼をした。令和2年度に引き続き令和3年度も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は減少した。

① 関東地区セールス

訪問先：(株)JALパック、(株)読売旅行、(株)阪急交通社

内容：本市観光素材の提案、宮崎で遊ぶクーポン、ゴルフパラダイスセールス、ジャイアンツキャンプ

期間：令和4年3月25日～26日

② 中部地区セールス

訪問先：(株)JTB中部支店、名鉄観光サービス(株)、スポーツ合宿セミナー((株)ヤングリゾート主催)

内容：本市観光素材の提案、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)

期間：令和3年11月29日～12月1日

③ 関西地区セールス

訪問先：(株)JTB関西、(株)H.I.S関西、(株)ヤングリゾート、(株)日本ツーリスト

内容：本市観光素材の提案、スポーツ合宿、宮崎カーフェリー新船就航、オリックス・バファローズキャンプ

期間：令和3年11月29日～12月1日

④ 九州地区セールス

訪問先：(株)JTB福岡支店、西鉄旅行(株)、(株)阪急交通社

内容：本市観光素材の提案、夏季イベント、みやぎフェニックス・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3年12月2日～3日／令和4年3月17日～19日

(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、視察や協議を実施した。

① 読売旅行福岡営業所

商品造成担当者を招聘し、市内視察や素材市内視察や素材紹介等を実施し、新たに「読売旅行南九州キャンペーン」の商品造成に繋げた。

② 玉川大学野球部

監督およびマネージャーを招聘し、球場施設等の練習環境視察を実施し、令和4年3月に合宿決定となったが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止となった。今年度の2月末～3月初めに合宿実施の予定。

(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、旅行商品の造成や広報に繋げるため、連携した誘客施策をおこない、本市への誘客に努めた。

① JTB協定旅館ホテル連盟

・ニシタチ応援事業・「宮崎で遊ぶ」

期間：令和3年11月1日～令和4年3月31日

支援内容：広告費支援

送客実績：975名

(6) 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や誘客を図るため情報発信に取り組んだ。昨年度に引き続き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。(14ページメディアプロモーション事業を参照)

2. 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した。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実施した。

(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おいて、宮崎市内宿泊施設に宿泊した方に1名1滞在あたり3,000円分(500円×6枚つづり)のクーポン券「泊得クーポン」を配布。本クーポンについては、宮崎市内の飲食店、小売店、タクシー等で利用可能。

期 間：令和3年7月1日～令和4年1月31日までの宿泊を対象

※新型コロナウイルス感染症の感染状況による一時停止等：8月2日～10月10日まで新型コロナウイルス感染症拡大により本キャンペーンを一時停止

※新型コロナウイルス感染症の感染再拡大のため、1月16日に新規予約受付を終了

対 象：40,000名

※新型コロナウイルス感染症の状況を鑑み、開始から11月23日までは、宮崎県民のみを対象として実施

※11月24日以降、対象を全国に拡大（県外在住者については、ワクチン2回接種もしくは、チェックインから3日前までのPCR検査での陰性確認を条件）

参画旅行会社：宮崎市観光協会会員の旅行業者25社

参画宿泊施設：宮崎市内 54施設

泊得クーポン利用可能店舗：657店舗

②宿泊者への宮崎牛プレゼント

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を対象に抽選で宮崎牛をプレゼント

対 象：10,000名

(2) 実績	クーポン付き宿泊キャンペーン	33,343名／40,000名	※予定数に対し83.3%
	宮崎牛プレゼント	10,000名	※予定数に対し100%
	換金実績	99,613,000円	※配布数に対し99.6%

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（事務局 宮崎市観光協会）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、誘致受入体制の充実に努めた。

令和3年度は、新型コロナウイルス感染症拡大により、5月に県独自の緊急事態宣言、9月と1月～3月に掛けては、国のまん延防止等重点措置が発令されたため、発令期間中は、多くの学校が修学旅行の実施を見合わせた。県内の学校については、感染状況を考慮し県内での修学旅行を実施するケースが主となった。また、県外の学校は、沖縄や海外などから目的地を変更して、宮崎で修学旅行を実施するケースが多くみられた。

期 間：令和3年4月1日～令和4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3年4月21日～22日

内 容：県内各旅行会社へ元気体験プログラムと助成金の説明

(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誘致を図った。

プログラム数：33プログラム

①体験学習受入対応：113校（県内85校・県外28校）

県内学校内訳：小学校42校 中学校22校 高校2校 支援学校19校

県外学校内訳：中学校8校 高校20校

②申込後キャンセル：31校（県内13校・県外18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：113団体 7,909名（前年度 78団体 4,529名 前年比174.6%）

(3) 視察・招聘関係

令和3年度実施：5校

令和4年度実施予定：2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：1校

(4) 令和3年度実績

補助事業

宿泊補助：221校 17,106名（引率・生徒合計）

※前年度188校 11,582名 人数前年比147.7%

※平成13年のオーシャンドーム営業時（宿泊実績19,000名）以来の実績数

補助額：34,212,000円

体験補助：113校 7,909名（引率・生徒合計）

※前年度 78校 4,529名 人数前年比174.6%

補助額：19,364,130円

補助金計 53,576,130円

（前年度実績34,200,420円 前年比156.7%）

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、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キャンプ地みやざきPR

1) 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し、ドーム内外でプロモーションをおこなった。

2) サンケイスポーツ関西版 令和4年2月12日朝刊

「キャンプ地応援産直プレゼント」内にてキャンプ地の特産品を紹介し、宮崎牛のプレゼント企画を実施した。

②関東地区

1) 新聞広告

媒体：旬刊 旅行新聞

掲載日：令和4年3月1日発行 臨時増刊号

掲出内容：ぎょうぎ日本一、青島の観光情報、宮崎で遊ぼうクーポン、宮崎元気体験プログラム

③関西地区

1) メディア

・J SPORTSキャンプ地中継「野球好き オリックスキャンプ」内にてプレゼント企画と宮崎食堂のPR（動画放映）を実施。

- ・オリックス・バファローズキャンプガイド内にて宮崎食堂や観光情報を掲載。
- ・スポーツニッポン「勝ったらプレゼント企画」内にて日本シリーズでオリックス・バファローズが勝利した際に宮崎牛プレゼント企画を実施。

④中部地区

宮崎ぎょうざの日本一のプロモーションのため、静岡県浜松市（静岡朝日テレビ）にて観光PRを実施。

⑤九州地区

1)メディア

- ・KBC九州朝日放送×ABC朝日放送
期 日：令和3年6月4日
内 容：「鷹虎対決2021」
KBC九州朝日放送「アサデス。KBC」とABC朝日放送「おはよう朝日です」のスペシャルコラボ企画として福岡と大阪でのトークバトルを実施。九州を代表するブランド食材「宮崎牛」10万円分を視聴者プレゼント。
- ・RKB×MRTキャンプフェスタ
期 日：令和4年2月13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。
視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。
- ・KBC九州朝日放送×北海道HTB
期 日：令和4年3月25日、28日
内 容：「鷹ハム対決開幕SP」
KBC九州朝日放送「アサデス。KBC」と北海道HTB「イチモニ！」のスペシャルコラボ企画として福岡と大阪でのトークバトルを実施。九州を代表するブランド食材「宮崎牛」10万円分を視聴者プレゼント。

⑥新聞、旅行雑誌への広告掲載

各新聞社への広告掲載（宮崎日日新聞、報知新聞、日刊スポーツへ掲載）

旅行雑誌への広告掲載（るるぶドライブ、みちくさへ掲載）

(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、「キャンプ地みやざき」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3年4月1日～令和4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3年4月1日～令和4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）や宮崎グルメを紹介した。

(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

- ・宿泊キャンペーン、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）
- ・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）

②宮崎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

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。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、当協会のHPの閲覧数は減少したが、令和3年度は「宮崎市に泊まってお得“泊得”キャンペーン」やワーケーション特集ページをはじめ、コロナ禍の中、時代に即したドライブやサイクリングのモデルコースの作成等により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情報の発信に努めた。特に、2月はHPの閲覧数の高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。また、各種SNSを活用し、宮崎ぎょうぎや桜の開花情報等、旬の情報をいち早く発信したことによりフォロワー数が増加した。

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むことで、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4年3月31日現在>

- ・Facebookフォロワー数：1, 150名 (前年比 315.6%)
- ・Instagramフォロワー数：2, 371名 (前年比 148.3%)
- ・Twitterフォロワー数：1, 337名 (前年比 166.5%)

(2) ホームページ管理事業

令和3年度HP閲覧数：約299万回 (前年度 約208万回 前年比 143.8%)

(3) 観光消費活性化事業

観光パンフレット制作

- | | |
|------------------------------|----------|
| ①宮崎の神話 (全面リニューアル) | 5, 000部 |
| ②2021宮崎で遊ぼうクーポンパンフレット (内容更新) | 10, 000部 |
| ③宮崎ぎょうぎ食べ歩きMAP (増刷) | 3, 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

宮崎県内のアクティビティをお得に利用できる2,000円(200円×10枚綴り)クーポンを販売。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を5市4町の37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：5市4町(宮崎市・西都市・串間市・えびの市・日南市・国富町・綾町・新富町・高千穂町)

参画施設：37施設 (※季節により変動あり)

アクティビティ数：95種類 (※季節により変動あり)

メニューの期間：令和3年4月1日～令和4年3月31日

販売価格：1冊2,000円(10枚綴り)

販売冊数：4,498冊 (前年度 3,731冊 前年比 120.6%)

利用実績：31,606枚 (前年度17,455枚 前年比 181.1%)

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(スマホ対応)

「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あきんど(株)
商品名：旅ドキ九州（羽田・成田発）
設定期間：令和3年4月1日～令和3年11月30日
- ・(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3年4月1日～11月24日
令和3年1月6日～6月27日
商品名：JALで行く九州（東京・大阪・札幌・その他）
設定期間：令和3年4月1日～11月27日
令和3年10月1日～令和4年3月28日
商品名：ゴルフツアー沖縄・宮崎・高知
設定期間：令和3年10月1日～令和4年3月31日
- ・(株)JTB
商品名：宮崎で遊ぼう！（九州発）
設定期間：令和3年4月1日～9月30日
令和3年10月1日～令和4年3月31日
商品名：九州オプショナルプラン
設定期間：令和3年4月1日～9月30日
令和3年10月1日～令和4年3月31日
- ・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（九州発）
設定期間：令和3年4月1日～9月30日
- ・(株)日本旅行 赤い風船西日本事業部
商品名：いい値!!宮崎
設定期間：令和3年4月1日～10月31日
令和3年10月1日～令和4年3月31日（～5月31日まで継続）
- ・(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（羽田発・成田発）
設定期間：令和3年5月1日～令和4年3月31日

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＞

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（新規）

平成24年度から令和2年度まで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に努め観光誘客を図った。

- (1) 宮崎神宮神事流鏝馬支援事業
＜会場設営を行ったが雨天により中止＞
- (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＞
- (3) 宮崎神宮大祭 神々のパレード
＜新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止＞

- (4) 観光神楽事業
青島神社 裸まいり神楽
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行われた。
- (5) プロモーション・情報発信事業
多言語解説案内板作成
江田神社・みそぎ池と青島神社に設置している「宮崎の神話」看板に、多言語（英語・中国語）の案内用としてQRコードを掲出。また江田神社・みそぎ池の看板が古くなっていたことから、案内文や宮崎市内のマップ・デザインを一新。より神話に対して親しみやすい内容に変更した。

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：114団体8,047名（前年度78団体 4,529名 前年比 153.8%）

一般団体の取り扱いは無し

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

<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

本事業は令和2年度で実施し、令和3年度で清算業務を行った。

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

令和3年度は第36代レディの選考会の年であったが、令和2年度が新型コロナウイルスの影響によりイベント等が軒並み中止・延期となりレディの活動が大幅に激減したため、任期を一年間延長。コロナ禍の中、SNSを活用した観光情報やイベント情報を発信しながら、観光PRのため県内外のイベントに参加した。しかしながら令和2年度同様、新型コロナウイルス感染症の影響により例年の3分の1以下の派遣数にとどまった。

(1) 派遣

期間：令和3年4月1日～令和4年3月31日

派遣回数：13回

派遣人数：18名

2. 観光宣伝ツール製作事業

(1) カレンダー製作事業

「Southern emotion」（南国情緒）をテーマに、コロナ禍で旅から縁遠くなってしまった人々へ「また旅に出るなら宮崎へ」と感じてもらえるよう、「～世界で人々から愛されるリゾート～」をコンセプトにカレンダーを製作。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上から、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：28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）

①ポスター、ペーパーバッグ

宮崎への来県を喚起させ、来訪の決定付けに効果をもたらす観光ポスターを増刷し、誘致宣伝に広く活用した。

- ・ペーパーバッグ（小） 3,000枚
- ・ポスター（新青島） 100枚

②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の影響で各種イベント等が中止になり派遣回数が増え、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。

派遣回数：2回

Twitterフォロワー数：924名

Facebookフォロワー数：535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、ペーパーバッグやビニール袋を多方面で活用した。

- ペーパーバック（大）：860枚 / ペーパーバック（小）：450枚
- ビニール袋：100枚 / カレンダー：28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：8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.151（5月）・No.152（8月）・No.153（11月）・No.154（1月）・No.155（3月）

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、「秋・冬号」、「春号」ともに発行を中止＞

6. まつり交流事業

令和3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PR事業

＜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、令和2年度に引き続き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。

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するなど、さらなる友好関係の構築に努めているが、令和2年度に引き続き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「樫原市」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に努めた。

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し、観光客の多様なニーズに対応した環境整備に努めている中、令和3年度は宮崎駅東口に24時間利用できるコインロッカーの運用を開始した。

さらには、観光客以外にも案内所を利用してもらう新たな取り組みとして物産展の開催や、プロ野球キャンプ期間中はキャンプ関連グッズの販売など、様々な事業の展開に努めた。

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、本市の誘客に繋げるためのマーケティングやモニターツアーを実施した。

1. 宮崎市観光従事者研修会

期 日：令和4年3月22日

参加者：90名

場 所：ニューウェルシティ宮崎

内 容：パネルディスカッション形式

演 題：「宮崎の魅力を生かしたスポーツランドみやざきへの誘客について」

パネリスト：京セラ女子陸上競技部 監督 若松 誠 氏

創価大学駅伝部 監督 榎木和貴 氏

宮崎銀行女子陸上部 監督 佐伯尚彦 氏

司会進行：宮崎陸上競技協会理事長 日本陸上競技連盟理事 九州陸上競技協会理事長

宮崎県立看護大学 看護学部普遍分野教授 申間敦郎 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. 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し、貸出環境の利便性が向上したこともあり、令和3年度はレンタサイクル利用者が増加傾向となった。

また、自転車の老朽化に伴い、10台中6台を入れ替えた。

年間利用者数：734名（前年度378名 前年比194.2%）

4. 宮崎でのんびりSTAY事業

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だったが、令和3年度は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を実施した。

(1) モニターツアー（2泊3日）

マーケティング調査した企業や市と包括連携協定を締結した企業、健康経営優良法人などを対象に実施。14社22名が参加した。また、ワーケーション前中後のバイタルチェックも実施し、宮崎独自のアプローチを検証した。

(2) 利用支援

市内のコワーキングスペースやポータブルWi-Fiの利用支援を実施した。

5. 新たな旅のスタイル促進事業（新規）

観光庁の公募事業。当協会がモデル地域として採択され、アフリカ諸国の教育・雇用・食農支援などを行うNPO法人Dooooooooooがモデル企業として採択された。

「地域課題解決型ワーケーション」として3泊4日のトライアルプログラムを2度実施し、地域課題コンテンツの造成やホームページ構築、さらに商品化に向けて取り組んだ。

地域課題解決①

耕作放棄地になりかけた水田を復活させ、企業オーナー制度としてビジネス転用した。普段の田んぼのメンテナンスは地域が行い、田植えや稲刈りなどの作業は企業と一緒にワーケーションとして取り組む事で、地域と企業の関係性を構築しリピーターに繋げた。

地域課題解決②

コロナの影響で焼酎の売上が落ち込んでおり、原料となる芋の畑作り、収穫、選別、仕込み、ラベル貼りなどの体験を通したワーケーションを実施。参加したモデル企業と販路開拓やブランディング等について一緒に検討するなど、アフターコロナに向けた展開を図った。

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。令和3年度も令和2年度に引き続き、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、県の緊急事態宣言や国のまん延防止重点措置等が発令の際は、営業時間の短縮や案内所の閉鎖などの対応を行った。また、職員の案内業務のスキル向上を図るため、JNTOオンラインセミナーへの参加をはじめ県内の他観光協会との意見交換会を実施した。令和3年度より宮崎駅東口コインロッカーの運用を開始するなど、受入体制の整備強化を図った。

(1) 宮崎市観光案内所

案内所利用者人数：11,276名（前年比131.9%）

内 訳：日本人11,058名 外国人218名（日本人131.1% 外国人186.3%）

※前年度：8,548名（内訳：日本人8,431名 外国人117名）

営業状況：令和3年5月4日～令和3年5月9日（感染急増圏域のため時短営業）

令和3年5月10日～令和3年5月31日（宮崎県緊急事態宣言発令のため閉鎖）

令和3年6月1日～令和3年6月3日（感染急増圏域のため時短営業）

令和3年8月6日～令和3年10月3日（宮崎県緊急事態宣言発令、まん延防止重点措置等のため時短営業）

令和3年12月30～31日、令和4年1月3日（年末年始時短営業）

令和4年1月1日～令和4年1月2日（定休日）

令和4年1月24日～令和4年3月6日（宮崎県緊急事態宣言発令、まん延防止重点措置等のため時短営業）

①宿泊施設有料案内：19組 27名（前年度5組 8名）

②定期観光バス予約受付数：0名 <令和2年度～令和3年度運休>（令和元年 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）：841枚

（前年度353枚 前年比238.2%）

④企画乗車券（ナッシー乗車券 ※大人・学生券のみ）の販売：30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、デサントグッズ、3球団グッズ

⑥Wi-Fiルーターレンタル・SIMカード販売：83件（内訳：日本用83件 海外用0件 SIMカード0件）

（前年度：日本用30件 海外用0件 SIMカード0件）

⑦レンタサイクル：734台（前年度：271台）

⑧手荷物一時預かりサービス：小177個・大18個（前年度：小108個・大6個）

⑨手ぶら観光サービス：4件（前年度：実績なし）

※⑦、⑧、⑨の前年度集計期間：令和2年10月14日～令和3年3月31日

⑩研修会の参加（職員研修）

- ・神話講座（テーマ：青島／講師：神話観光ボランティア）
期 日：令和3年5月11日、令和3年5月25日
- ・第4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3年11月30日（ZOOMでのオンラインセミナー）
- ・第5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1月19日（ZOOMでのオンラインセミナー）
- ・2021年度JNTO認定外国人観光案内所 全国研修会
期 間：令和4年2月17日～18日（ZOOMでのオンライン研修）

⑪令和3年度の取り組み

1) チケット販売協力

- ・琉球ブルーオーシャンズVS大分Bーリングス交流戦
期 間：令和3年4月13～21日
- ・タクシー協会・タクシーチケット販売会
期 日：令和3年4月23日
- ・福岡ソフトバンクホークス対オリックス・バファローズオープン戦チケット販売
期 間：令和4年1月25日～2月25日

2) デザント商品販売協力

- ・2021第10回アンブロカップ男子サッカー大会
期 日：令和3年7月18日
- ・2021第10回アンブロカップ女子サッカー大会
期 日：令和3年8月1日

3) 情報発信

- ・フローランテ宮崎より鉢植え（所内展示用）の提供
期 間：令和3年6月～通年
- ・日南マルシェ開催 所内に物販ブース設置
期 間：令和3年8月11日～23日
- ・3球団フォトスポット設置
期 間：令和4年1月28日～2月28日
- ・タカポイントスポット設置
期 間：令和4年1月31日～2月28日
- ・プロ野球3球団グッズ特設販売
期 間：令和4年2月1日～26日
- ・檜原市物産展開催 所内に物販ブース設置
期 間：令和4年2月25日～3月10日

4) 職員研修

- ・都城観光協会意見交換会
期 日：令和3年6月18日
- ・高千穂町観光協会意見交換会
期 日：令和3年6月29日

5) その他

- ・国文祭・芸文祭みやざき2020 所内に総合案内所設置／ボランティアスタッフ受入
期 間：令和3年7月4日～10月17日

- ・J N T O認定外国人観光案内所 認定更新（カテゴリー2）
期 日：令和3年12月26日
- ・W i - F i コワーキング1日無料キャンペーン
期 間：令和3年11月1日～令和4年2月28日
- ・佐賀市観光協会S A G A M A D Oコンシェルジュ視察受入
期 日：令和4年1月12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に伴い、案内活動の休止や制限などの影響もあったが、感染状況に応じて活動をした。

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

ガイド案内総客数：6, 527名（有料ガイド：1, 710名 無料ガイド：4, 817名）
（前年度 2, 464名 前年比 264.9%）

ガイド受付総件数：1, 987件（有料ガイド：107件 無料ガイド：1, 880件）
（前年度 209件 前年比 950.7%）

ボランティア登録数：64名（令和4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：375件（前年度119件 前年比 315.1%）

年間の稼働日数：178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. 行事負担金

実 績：6件（日南海岸青島美化愛護協会 宮崎空港振興協議会 他）

第35回青島太平洋マラソン2021

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。今年は2年ぶりの大会でコロナ渦における開催のため、参加定員の削減やさまざまな感染防止策を講じながら大会を実施した。

同時開催：第30回視覚障害者マラソン宮崎大会

期 日：令和3年12月12日

コ ー ス：フルマラソンのみ

参 加 者：9, 067名（県外：3, 343名／県内：5, 724名）

4. 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、宮崎の好印象付けに努め、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取り組んだ。

(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（コロナによる各種イベント中止のため）

(2) フラストージ

「国文祭・芸文祭みやざき2020開幕記念イベント」

期間：令和3年7月3日～4日

場所：宮崎ブーゲンビリア空港 1階 オアシス広場

出演：宮崎市フラ協会会員 15団体

5. 新規事業開発事業

(1) 「宮崎市ぎょうざ協議会」との連携

年間消費額日本一を目指し、同協議会と連携を図り、「ぎょうざのまち！宮崎市」を全国に向けプロモーションを継続的に実施。年間の消費を促進するPRポスターの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に努め、さらには、ぎょうざ消費促進イベントなども実施した。その結果、2021年の総務省統計調査 購入頻度・支出金額において日本一を獲得した。

結果：餃子年間購入額全国1位、年間購入頻度全国1位

(2) 女子硬式野球大会の開催

「宮崎ひなたシリーズ 宮崎ブーゲンビリアカップsupported byファンキースタジアム宮崎」

野球界において、全国的に女子野球大会の認知度が高まっている中、全日本女子野球連盟と連携を図りながら、女子硬式野球大会を実施した。また、本大会だけでなく野球の振興イベントとして宮崎県野球協議会との取り組みで、ボール遊びのイベントを実施し、野球振興に努めた。

期間：令和3年11月20日、21日、23日

場所：ひなたサンマリンスタージアム宮崎（20日、23日）

都城運動公園野球場（21日）

参加チーム：9チーム

履正社高等学校（大阪）、折尾愛真高等学校（福岡）、折尾愛真短大（福岡）、秀岳館高等学校（熊本）、熊本レッドホークス（熊本）、神村学園高等学校（鹿児島）、南部商業高等学校（沖縄）、沖縄ティードバル（沖縄）、日南学園高等学校（宮崎）

優勝：履正社高等学校

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SNSや各種媒体等を活用し、観光誘客を図り、宮崎への旅の動機付けを喚起させ来訪の促進に努めた。

また、宮崎の魅力ある土産品や特産品の再発掘に努めながらPR活動を行った。さらにぎょうざ消費量日本一を目指し、宮崎ぎょうざの周知を図るツールとして、ぎょうざマップを活用し食のPRを図った。

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。

新型コロナウイルス感染症拡大防止に努めながら、プロ野球3球団の春季キャンプは、2年ぶりに有観客で実施した。Jリーグチームは、全10チームが宮崎市市内にて、一般へは非公開でキャンプを実施した。

春季キャンプを実施するチームをはじめキャンプ観戦客の受入については、十分な感染症対策を行い、万全な受入体制を整えコロナ禍の中でも宮崎キャンプを楽しんでいただいた。

スポーツランドみやぎのさらなる推進に努めた。

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名で実施
- ②臨時駐車場の整備（約2,000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）
C駐車場（遊古館）と生目の杜運動公園間でシャトルバスを運行
キャンプ期間中週末10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、11日以降は各日3台で運行。
- 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キャンプ期間中のカラーコーンや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の準備等を実施し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14名で実施
- ②臨時駐車場の整備（約360台）
- ③シャトルバス運行（第1駐車場～臨時駐車場間で平日1台、休日2台で運行）
（清武谷ノロ農村公園、クロスモール清武）
- 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の設置など対策に努めた。

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) エアポートボールパーク2022（空港展）

県内で春季キャンプを行うプロ野球やJリーグチームの選手ゆかりのグッズの展示を宮崎ブーゲンビリア空港オアシス広場にて開催。

期 間：令和4年2月2日～2月28日

3) 歓迎バナーの掲出

期 間：令和4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、橋橋、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、「キャンプ地みやぎき」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に取り組んだ。

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、キャンプ地での感染症対策に関する注意事項等を告知した。

③特設ホームページ製作

3球団キャンプの特設ホームページを製作。各チームのキャンプスケジュールやイベント情報のほか、3球団連携スタンプラリー、三球シャトルなど連携事業の情報発信を行った。

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した。

⑤3球団連携スタンプラリーの実施

3球団キャンプ地の周遊性を高める事を目的に3キャンプ地のうち2か所のスタンプを集めて応募すると、抽選で球団グッズや宮崎の特産品が当たるスタンプラリーを行った。

⑥その他情報発信

キャンプ地への誘客および3球団キャンプ地の周遊促進のため、新聞広告を出稿。

まん延防止等重点措置適用下でのキャンプとなったため、宮崎県内向けに発信した。

(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：957名（前々年度2,847名 前々年度比33.6%）

※前年度は無観客のため、運行なし

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4年2月5・6・11・12日 計4日間

乗車人員：269名

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

運行本数：120運行（10日間×6往復）

運行期間：令和4年2月5・6・11・12・13・19・20・23・26・27日 計10日間

乗車人員：688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（新規）

プロ野球およびJリーグの宮崎キャンプは、新型コロナウイルス感染症拡大防止のため様々な施策を実施し万全の体制で受入を行った。チーム関係者の感染症対策はもちろん、2年ぶりにプロ野球キャンプは有観客での実施となり、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に取り組んだ。

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 プラ柵等購入
- ・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
- ・関係者エリア定期消毒・空気清浄機導入

②来場者の感染症対策

- ・入場管理・受付用テント等 リース

- ・入場ゲートスタッフ等人件費
- ・入場管理用備品（検温器、検温済確認シール等）
- ・感染対策注意喚起 看板
- ・休憩ブース 感染対策のためテーブル増設
- ・体調不良者隔離用コンテナ・テント

③その他

- ・チーム宿舎、交通事業者等の感染対策（PCR検査費含む）費用補助
- ・受入スタッフ等の定期PCR検査実施

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、宿泊費の補助を行った。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ざきの振興を図った。

なお、令和3年度はスピードスケート日本代表やラグビー日本代表の合宿を受け入れた。

①関西地区の学生を対象としたセミナーの開催

期 間：令和3年11月30日～12月1日（大阪）

内 容：(株)ヤングリゾート主催の合宿セミナーに参加、各団体の合宿の現状についての報告や旅行会社のセールスを行った。

②県外のアマチュアスポーツ団体に対するの宿泊補助

内 容：一人一泊につき1,000円を助成する。（上限10万円）

実 績：120団体（3,009名）

※令和3年箱根駅伝準優勝校創価大学初合宿を実施

③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：24団体

主な贈呈先：東京オリンピック・パラリンピック宮崎合宿団体、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。この良い環境を生かして、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月から9月までをゴルフ場WEB予約サイトにて「みやざきゴルフパラダイスサマー特集」と銘打ち販促を展開。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。

キャンペーン期間：令和3年10月1日～令和4年1月31日

ツアー特典期間：令和3年10月1日～令和4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3年7月1日～12月31日

JR宮崎駅鉄道の日イベント 期 日：令和3年11月20日

(1) ダンロップフェニックストーナメント（※1日あたり5,000名の観客動員制限あり）

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やみやざき木育遊具や子どもたちに人気のスナッグゴルフを設け、親子で楽しめるトーナメント会場づくりに努めた。また、市内の幼稚園児を広場へ招待した。

大会期間：令和3年11月18日～21日

総観客数：5,470名

リモート観戦会：令和3年11月19日 日章学園中学校 ゴルフ部17名

園児招待：11月18日 49名 ひろせ幼稚園／11月19日 42名 住吉幼稚園

(2) J L P G A ツアーチャンピオンシップリコーカップ

(※1日あたり3,000名の観客動員制限あり)

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を行った。

大会期間：令和3年11月25日～28日

総観客数：7,592名

(3) アクサレディスゴルフトーナメント in MIYAZAKI

(※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、餃子のまち宮崎市、ふるさと納税商品PRの記事を掲載した。

大会期間：令和4年3月25日～27日 (2日目は雨天のため中止)

総観客数：5,920名

(4) トーナメントとの連携

①ダンロップフェニックストーナメント 香妻陣一朗プロ×日章学園中学校ゴルフレッスン&リモートギャラリー
地元ジュニアゴルファートーナメント出場選手とのゴルフを通じた交流と地元で開催される大会について理解を深めてもらうため、香妻陣一朗プロの母校である日章学園中学校ゴルフ部を対象にレッスン会とリモート観戦会を開催した。

期 日：レッスン会 令和3年11月15日

リモート観戦会 令和3年11月19日

②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3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 2022」の話題喚起を図るため、除幕式を開催した。

期 日：令和4年3月23日

参加者：三ヶ島かな選手(2021リコーカップ優勝者)、JLPGA会長 小林浩美氏、関係者等

③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2021」協賛
- ・「スポーツインダストリーゴルフトーナメント2021」協賛
- ・「パーゴルフ杯 in フェニックス2022」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
- ・「宮崎スプリングゴルフトーナメントP' MAS インビテーション」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. プロ野球公式戦開催支援事業（新規）

2008年5月以来、13年ぶりとなる福岡ソフトバンクホークスの公式戦が「鷹の祭典」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はじめ、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策等の開催支援を行った。

期 日：令和3年8月31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 東北楽天ゴールデンイーグルス

結 果：3 対 6

観 客 数：7, 484名

※新型コロナウイルス感染症拡大防止の観点から、8月17日時点でチケット販売停止

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3年4月1日～令和4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。新型コロナウイルス感染症拡大に伴う入場制限やイベント実施制限があり、当初の計画よりも大幅に縮小する形となったが、そのような状況でも本市のPRを行えたことで1人でも多くの方に“宮崎市”を知ってもらおうきっかけとなり、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3年11月7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 浦和レッズ

結 果：1 対 0

観 客 数：16, 518名 ※入場者数上限…収容率「50%以下」での試合開催

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やイメージアップ、宮崎のイベント等を行った。

令和3年度は福岡ソフトバンクホークスについては、サンプリングやステージイベントの実施はできなかったが、ビジョンや球場内の広告を中心に「キャンプ地みやざき」のPRを行った。オリックス・バファローズと読売ジャイアンツについては、コロナ禍で例年よりも小規模ではあったが最大限のプロモーションを行った。

- (1) 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3年7月1日
 結 果：10 対 4
 観 客 数：10,660名
- (2) 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 東北楽天ゴールデンイーグルス
 期 日：令和3年7月6日
 結 果：2 対 7
 観 客 数：4,942名
- (3) 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 間：令和3年9月28日～29日
 結 果：9月28日 5 対 2 / 9月29日 9 対 0
 観 客 数：9月28日 3,559名 / 9月29日 3,488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、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ほか、宮崎市のスポーツキャンプ受入に繋げるため、スポーツイベント等の情報を発信した。

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、未来を担う子どもたちの健全な育成に寄与することを目的に、第17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した。

期 間：令和3年7月31日～8月2日 ※8月2日は、準決勝・決勝戦のみ実施
 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16チーム（福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、鹿児島県、沖縄県）
 宮 崎 県 内：16チーム
 優 勝 チーム：宇土ブルーナイン（熊本県）
 準優勝チーム：長松ホークス（佐賀県）

2. ゴルフパラダイス観光推進事業

(1) みやぎきゴルフパラダイス第16回宮崎ガスジュニアゴルフ選手権

※新型コロナウイルス感染症拡大により、本県が「まん延防止等重点措置区域」に指定された状況を受けて開催中止。

(2) Miyazakiダンロップ・フェニックスカップ第1回中学生ソフトテニス大会

期 日：令和3年12月26日
 場 所：シーガイアテニスアカデミー
 参 加 者：宮崎県下の男女16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. 宮崎ブランド商品魅力発信事業

長引くコロナ禍により、本市の観光業界は宿泊・交通・飲食・物販を中心に売り上げが大きく落ち込んでいることから、新しい生活様式の中で、本市の魅力を商品化し、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、国の助成金を活用する事業にも会員企業と連携を図り魅力ある商品の開拓に努めた。

(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）とタイアップした商品開発や販売に取り組んだ。

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て、当協会の商品をふるさと納税の返礼品として展開した。

返礼商品：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) フルーツツーリズム事業

ANAあきんど（株）・ANA総合研究所との連携事業として、観光庁助成金を活用した「フルーツツーリズム」の商品開発及びフルーツコンシェルジュの育成事業を行った。

小林市・日南市と連動したモニターツアーの立案（新型コロナウイルス感染症の影響で中止）や共同SNSを運営するなど、これまではなかった「フルーツ」をコンテンツにした新しい素材開発を行った。

(4) JR九州との連携事業

JR九州が制作する宮崎PR動画の撮影を、日南市と連携し取り組んだ。

当協会は、JR九州からの委託を受け、本市の観光素材の撮影場所の調整を行った。

(5) 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、誘客素材として取扱いができるよう意見交換を実施。令和3年度は当協会として、仲買人登録を行い、市場内での仕入れが可能になった。次年度以降は各所での販売・PR事業に努めていく。

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) 2021プロ野球ファーム日本選手権

本市で9年連続11回目となるプロ野球ファーム日本選手権を開催。千葉ロッテマリーンズと阪神タイガースが対戦する一戦となった。新型コロナウイルス感染症拡大防止のため、応援スタイルの規制やマスク着用、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3年10月9日

場 所：ひなたサンマリンスタージアム宮崎

カ ー ド：千葉ロッテマリーンズ VS 阪神タイガース

結 果：2 対 3

観 客 数：4,018名

(2) 2022プロ野球オープン戦

2年ぶりとなる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「アイビースタジアム」で、マスク着用、検温、消毒、応援スタイルの規制を行うなど、新型コロナウイルス感染症対策を講じ開催した。試合前やグラウンド整備中は、両球団のダンスチームによるコラボパフォーマンスを行い、会場を盛り上げた。

試合名：木挽BLUE Presents 2022プロ野球オープン戦

期日：令和4年2月26日

カード：福岡ソフトバンクホークス VS オリックス・バファローズ

結果：4対8

観客数：6,918名

場所：アイビースタジアム（宮崎市生目の杜運動公園）

協賛：雲海酒造(株)

法人会計

1. 会議の開催

(1) 定時総会 令和3年6月25日

(令和2年度事業報告、収支決算、令和3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3年6月2日

(令和2年度事業報告、収支決算、令和3年度事業計画、収支予算、令和3年度補正予算(案)について、令和3年度定時総会の開催について、他)

第2回 令和3年6月25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3年10月21日

(新規事業について、令和3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4年3月17日

(令和3年度補正予算(案)について、令和4年度事業計画(案)、収支予算(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、他)

(3) 総務企画委員会

第1回 令和3年5月24日

(観光功労者の選考について、令和2年度事業報告、決算報告について、令和4年度新規事業(案)について、他)

第2回 令和3年8月24日

(令和4年度新規事業(案)について、他)

第3回 令和4年3月9日

(令和3年度補正予算(案)について、令和4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3年5月21日

(事業及び会計の監査)

(5) 会長・副会長会議

第1回 令和3年4月26日

(令和3年度・4年度の役員改選について、他)

第2回 令和3年10月1日

(令和3年度のスケジュールについて、事業報告について、他)

第3回 令和3年11月4日

(事業報告について、(公社)宮崎市観光協会の経営状況、組織体制について、アフターコロナにむけて、他)

第4回 令和4年2月21日

(事業報告について、他)

(6) 役員選考委員会

第1回 令和3年5月20日

(会議スケジュールについて、会長・副会長選考についての意見交換会、他)

第2回 令和3年5月24日

(会長・副会長選考について)

2. 観光功労者の表彰

期 日：令和3年6月25日

受 賞 者：個人2名 団体1組

個 人：(特非) 宮崎ライフセービングクラブ 小玉 順規 氏

フェニックスカントリークラブ 田村 三千雄 氏

団 体：(株)西尾組

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、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。

4. 職員採用試験の実施

(1) プロパー職員試験

第一次試験 期 日：令和3年11月 7日

合格発表 期 日：令和3年11月17日

第二次試験 期 日：令和3年11月28日

合格発表 期 日：令和3年12月 8日

採用人数 1名

(2) 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3年12月 2日

第二次試験 期 日：令和3年12月 9日、13日

合格発表 期 日：令和3年12月20日

採用人数 3名

5. 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。

また、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2022(中小規模法人部門)認定

6. 街中清掃活動への参加

日本たばこ産業(株)主催の清掃活動に参加

<第1回>

期 日：令和3年11月29日 清掃エリア：宮崎市高千穂通り、宮崎駅周辺

<第2回>

期 日：令和3年12月 8日 清掃エリア：宮崎市高千穂通り、宮崎市橋通り

7. 宮崎市関連観光業界意見交換会・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、コロナ禍を乗り越えるために、地場宿泊施設の意見交換会や宮崎市観光・スポーツ振興議員連盟との勉強会を実施。

(1) 地場宿泊施設との意見交換会

期 日：令和3年9月3日

場 所：WEB会議

参 加 者：地場宿泊施設6施設、宮崎市観光戦略課、(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3月24日

場 所：みやざき県民協働支援センター

参 加 者：宮崎市観光・スポーツ振興議員連盟、宮崎市観光戦略課、(公社)宮崎市観光協会

8. 宮崎県内主要観光協会意見交換会(4回開催 WEB会議含む)

県内の観光協会と連携しアフターコロナに向けての取り組みや相互誘客を行った。

第1回 期日：令和3年 7月19日 場所：日南市

第2回 期日：令和3年 8月17日 場所：宮崎市・WEB参加

第3回 期日：令和3年 9月14日 (WEB会議)

第4回 期日：令和3年11月11日 場所：延岡市

9. インターンシップの受入

期 間：令和4年2月16日～3月16日

受入人数：4名(スポーツキャンプ 2名/情報発信・プロモーション2名)

参加学生：宮崎大学地域資源創成学部2年生

10. 新型コロナウイルス感染症ワクチン職域接種の協力

会員数

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
令和3年度増減内訳	正会員増	13会員
	正会員減	6会員
	合 計 正会員 増	7会員
令和4年3月31日	正会員	354会員
	賛助会員	7会員
	合 計 会 員	361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、他県でキャンプを実施するチームへ宮崎での練習試合開催を呼び掛け、10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。自治体及び団体が構成される「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。

入場ゲート等にて、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策に取り組み、2年ぶりに有観客での実施となった。

期 間：令和4年2月22日～24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22日

福岡ソフトバンクホークス	4対2	埼玉西武ライオンズ	(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	4対1	千葉ロッテマリーンズ	(SOKKENスタジアム)	観衆1,200名

○2月23日

福岡ソフトバンクホークス	0対8	埼玉西武ライオンズ	(アイビススタジアム)	観衆3,700名
オリックス・バファローズ	1対4	千葉ロッテマリーンズ	(SOKKENスタジアム)	観衆2,000名

○2月24日

福岡ソフトバンクホークス	5対1	千葉ロッテマリーンズ	(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	2対2	埼玉西武ライオンズ	(SOKKENスタジアム)	観衆1,400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策を講じ、2年ぶりの有観客で実施した。

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した。

春季キャンプ：令和4年2月1日～12日（一軍選手）

令和4年2月1日～28日（ファーム選手）

観 客 数：17,900名（※2月1日～12日の観客数・球団発表）

（※令和2年春季キャンプ観客数：167,500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

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。

2年ぶりの有観客での開催となり、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じて実施。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ヴィレッジとして飲食ブースを出店し営業を行ったが、コロナ前からとすると、五分の一の売上に留まった。

秋季キャンプ：令和3年11月4日～25日

観 客 数：未発表

春季キャンプ：令和4年2月1日～28日

観 客 数：137,100名※球団発表

（※令和2年春季キャンプ観客数：304,200名（※2月1日～27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、新型コロナウイルス感染症拡大防止対策を講じ、8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を開催した。

令和3年度の春季キャンプは、宮崎キャンプ移転後初の優勝後のキャンプとなったため、チャンピオンフラッグや優勝旗の展示、祝賀看板を設置し賑わい創出を図ったほか、球場からSNSを活用した情報発信も球団と連携をしながら実施した。

キャンプ期間中はバファローズタウンを運営し、ステージイベントや飲食ブースも運営。各種観光PR等も球団と連携を執り行った。

春季キャンプ：令和4年2月1日～27日

観客数：23,300名

(※令和2年春季キャンプ観客数：118,700名(※2月1日～26日の観客数))

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横浜F・マリノス (J1)

滞在期間：令和4年1月17日～2月5日 (20日間)

②徳島ヴォルティス (J2)

滞在期間：令和4年1月18日～1月30日 (13日間)

③セレッソ大阪 (J1)

滞在期間：令和4年1月23日～2月5日 (14日間)

④アビスパ福岡 (J1)

滞在期間：令和4年1月23日～2月5日 (14日間)

⑤ツエーゲン金沢 (J2)

滞在期間：令和4年1月23日～2月4日 (13日間)

⑥鹿島アントラーズ (J1)

滞在期間：令和4年1月24日～2月4日 (11日間)

⑦ファジアーノ岡山 (J2)

滞在期間：令和4年1月26日～2月5日 (9日間)

⑧サンフレッチェ広島 (J1)

滞在期間：令和4年2月3日～2月13日 (11日間)

⑨ベガルタ仙台 (J2)

滞在期間：令和4年2月6日～2月17日 (12日間)

⑩FC岐阜 (J3)

滞在期間：令和4年2月10日～2月23日 (14日間)

⑪V・ファーレン長崎 (J2) ※

滞在期間：令和4年1月31日～2月5日 (6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。

(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. みやぎフェニックス・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2年連続での無観客での開催となった第18回フェニックス・リーグは、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を通じて試合結果の通知や宮崎の特産品のPRに取り組んだ。

期 間：令和3年10月11日～11月1日(22日間)

実施試合：108試合(雨天等により12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ジアム宮崎 他県内各球場(計:8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3期連続での実施。「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、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出来る限りの事業を展開し青島地区の地域振興に寄与した。

【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3年10月 9日
- ・青島街づくり実行委員会防災キャンプ 期 日：令和3年12月28日
- ・視察団体の受け入れ 4団体10名
下田ライフセービングクラブ・富山市・JT B等
- ・砂あそびビーチ(開催中止)
期 日：令和3年5月15日
- ・総合水難救助訓練(荒天のため中止)
期 日：令和3年6月28日
- ・青島海水浴場管理運営業務委託
期 間：令和3年7月3日～8月11日
- ・渚の交番運営委員会の開催
期 日：第1回 令和3年 6月<新型コロナウイルス感染症拡大防止のため書面決議>
第2回 令和4年12月29日
第3回 令和4年 3月29日

【年間状況】

年間施設利用者数：9,520名(上期 7,150名、下期 2,370名)
(前年度 14,580名 前年比 65.3%)

(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3年7月3日～8月11日 [40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)

※令和3年8月12日に県独自の緊急事態宣言発令に伴い、海水浴場閉鎖

来場者数：45,527名 (前年度 25,406名 前年比 179.2%)
救助件数：11件 11名 (安全移送、迷子、その他)
救護状況：254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、「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2店舗、物販1店舗を設置した。

7年目となった令和3年度は、令和2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営業し、誘客に努めた。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3年7月3日～9月26日

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：42,917名 (前年度 68,241名 前年比62.9%)

1日最高来場者数 2,673名 令和3年8月10日

出店店舗：3店舗 (Bungalow of HAWAII, BEACH LIVING, THE DOUBLE CAFE')