

令和5年度事業計画

《事業活動方針》

新型コロナの感染拡大から3年が経過し、感染者数が減少して行動制限も解除されたことから、経済活動は動き始めたものの、いろいろな方面において新型コロナの影響はまだ残っております。そのような中、新型コロナが5月8日から5類感染症に移行されたことにより、今後、人の動きそして経済活動が加速するものと期待しております。

昨年度も、コロナ禍でありましたので、国内旅行の需要喚起を中心に取り組みました。

年度末には、3年ぶりに行動制限無しでプロ野球やJリーグのキャンプを受け入れることができ、特に、6年ぶりに開催された侍ジャパン宮崎キャンプ2023には、9日間で約18万人の観客が球場を訪れ、大いに賑わったところであります。

令和5年度は、新型コロナの影響で人々の行動様式・生活様式・労働様式がそれぞれ変化し、ニーズが多様化していることを念頭に観光業が持続可能な形で「稼ぐ力」を高める取り組みやインバウンドの本格的な回復に向けての取り組みを強力的に推進いたします。

また、3月に開通した宮崎一日南間を結ぶ高速道路による日南海岸の周遊性の高まりや、シーガイアに4月に誕生した屋外型トレーニングセンター（アミノバイタルトレーニングセンター）などを有効に活用して、「スポーツランド宮崎」の価値を高められるように努めます。

さらに2000年の外相会合以来、23年ぶりに宮崎で開催されたG7宮崎農業大臣会合では、食をはじめとする本市の魅力が国内外に発信されたところであります。このことを「食の宝庫宮崎」の推進を図る上で絶好のチャンスと捉え、これまでの宮崎牛・地鶏・チキン南蛮・マンゴー、釜揚げうどんに加え、宮崎市が2年連続で購入額・購入頻度とともに日本一となったぎょうぎなどを中心に、新しい観光コンテンツとしてのプロモーション、イベントを実施するとともにSNSを活用した情報発信の充実を図ります。

この他、昨年度に引き続き、国の補助金を活用した地域一体となった取り組みとして「青島・一ツ葉・ニシタチ」を中心とした観光客の誘客・受入体制の充実を図るとともに、1年を通して、少しでも繁閑差を無くすため、閑散期の誘客策のコンテンツづくりを強化していきます。

本年度も、会員の皆様のご協力をいただきながら、県・市をはじめ各観光協会や関係機関と連携を図り、当協会独自の柔軟な発想から生み出す力を本市の観光創造に生かし、観光誘客のために様々な事業に取り組みます。

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、令和5年度はコロナ禍からの脱却に対応した、新しい観光の流れを見据えた観光コンテンツづくりと旅行商品の研究開発・造成支援、情報発信を行い旅行会社へのセールスが必要である。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。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、さらにはデジタルメディアを活用した新たな集客方法を取り入れた商品に対して支援を行い、本市への観光誘客を図る。

(1) 国内観光誘客推進事業

旅行会社等タイアップ事業

旅行会社や航空会社等への効果的なセールス活動を実施するとともに連携を図って、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やデジタルメディアを活用した商品造成に繋げ、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、旅行会社に対して誘客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

教育旅行への補助制度として、宮崎市内に宿泊された方のみ、みやざき元気体験プログラムの補助対象となる。

宿泊補助は、1人あたり一律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」を活かし、観光やグルメ、温泉、体験、イベント等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り、本市の認知拡大と誘客効果の向上及び観光消費額の増加に繋げる。

(1) 観光プロモーション推進事業

①メディア連携情報発信事業

将来的な誘客に繋がるプロモーションにより、宮崎市のイメージUPや認知度向上を図るため、既存マスメディアとの連携を行う。

②イベント関連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、主要メディアや航空会社、及びWEBやSNS等も十分に活用して、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、さら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、宮崎グルメのさらなるプロモーションを図るため都市圏等の食に関するイベントや本市と関連のある観光協会間の相互で、宮崎市の魅力である食に特化したPRを通年で行う。

(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。協会ホームページやSNS（Facebook、Instagram、Twitter）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加に繋げるため、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を継続的に行い、ホームページの充実を図りながら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観光パンフレット等

観光案内所をはじめ、観光・宿泊施設で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カレンダー製作

本市の魅力幅広くPRするため、観光カレンダーを作成。本カレンダーで使用した画像を毎月SNSでも投稿し、県内外からの宮崎への誘客に努める。

(3) 宮崎で遊ぼうクーポン事業

本事業は、県内の各観光協会の協力もあり、現在では32施設・約90種類のアクティビティを一つにまとめた観光コンテンツとなっている。本クーポンの利用者数の増加を目指し、観光客の周遊性・滞在性を向上させ、宿泊客数増加に向けた取り組みを行う。また、アクティビティの充実を図り、宮崎の観光資源のPRに努める。令和5年度から従来の紙クーポンを廃止し完全デジタル化へ移行予定。

(4) インバウンド関連事業

①インバウンド誘客戦略事業

新型コロナウイルス感染症拡大の影響により2020年から停滞していたインバウンドであるが、2022年10月から水際対策が大幅に緩和され、訪日旅行客が増加傾向にある。

コロナ禍を経て変化した訪日旅行のニーズを捉え、効果的なインバウンド誘客を行い、消費額の増加に努める。

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、滞在型観光を推進するとともに、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を提案、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) 神話の魅力発信事業

平成24年度から令和2年度までの9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、さらなる観光客増に繋げる。

(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、修学旅行生や一般観光客の受入れを行う。

5. 広報宣伝活動事業

宮崎への誘客を図るため、各地で開催される県内外の祭りや各種イベントの参加を通して、本市の「自然」や「イベント」「食」「文化」などを幅広くPRし「観光宮崎」の魅力発信に努める。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など、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。

- (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し本市のイメージアップを図るため、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、イベント等に参加し、宮崎を幅広くPRする。
- (2) 観光名刺印刷・販売
- (3) 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。
- (4) まつり交流事業
姉妹都市交流事業
本市と奈良県橿原市は、神武天皇がご縁で昭和41年に姉妹都市盟約を締結。さらには平成29年に両観光協会による友好盟約を締結。
そのような中、相互訪問を通して永続的な交流を図るため、橿原市で開催される「橿原夢の森フェスティバル」に参加し、本市の観光PRを行う。

6. 国内外観光交流事業

当協会は、平成16年に中国山東省青島市文化和旅游局、昭和62年に（一社）旭川観光コンベンション協会、平成29年に（一社）橿原市観光協会と友好盟約を締結していることから交流事業を実施し、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る。今年度は、本市が旭川市へ訪問予定。

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、コロナ禍からの環境変化に対応し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やスキルアップのための研修会を開催する他、来宮した観光客や急激に増加傾向にあるインバウンド観光客に対して、時代に即した各種サービスの充実に努める。

- (1) 渚の交番整備・運営事業
青島の橋ホテル跡地に完成した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。具体的には昨年度、施設整備で改修工事を行いリニューアルしたことから、新たな企画を行い、さらなる受入体制の充実を図り地域で稼ぐ渚の交番を推進する。
- (2) 観光庁「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」
令和4年度に引き続き、令和5年度も「地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業」（地域一体型）に、宮崎市の3つの観光拠点エリア（青島・一ツ葉・ニシタチ）の地域計画を申請する。採択された場合は、宮崎市3エリアの参加事業所が地域一体となって、計画に基づいた宿泊施設の高付加価値化や観光施設の改修に取り組む。
申請主体：宮崎市観光地再生プロジェクト 事務局：（公社）宮崎市観光協会
- (3) レンタサイクル事業
レンタサイクルの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やコロナ禍で変化した観光動向により、レンタサイクル利用者が増加傾向にある。
今後もレンタサイクル利用者増を図るため、さらなる利用促進と利用者の回遊性の向上に努める。

(4) 宮崎WORK&STAY推進事業

宮崎の強みであるマリンスポーツやマウンテンスポーツ、ゴルフなどのレジャーを取り入れたワーケーションに加えて、田舎にあこがれをもって関わりを求めるニーズがあることを踏まえ、「第2のふるさと」をつくり、「何度も地域に通う旅、帰る旅」の創出を図るため、地域との継続的な交流の拡大、滞在環境の充実など新たな旅のスタイルを推進する。

(5) 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月に観光案内所を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。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。

(6) 観光従事者研修会

(7) コインロッカー運営事業

(8) 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。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。

宮崎の魅力ある食のプロモーションを強化し、「購入頻度・支出金額」2年連続1位の「宮崎ぎょうざ」のさらなる定着をはじめ、「伊勢えびロードスタンプラリー」コンテンツのPR活動に取り組む。

(1) 女子硬式野球大会「みやざきブーゲンビリアカップ」

コロナ禍で新しい取り組みとして令和3年度より本市で開催している女子硬式野球大会について、新たな誘客コンテンツとして活用する。本年度も関係事業者との連携を図り、スムーズな大会運営に努め本市の誘客に繋げる。

大会中は、様々なイベントを開催し女子野球人口の拡大に寄与する。

期 間：令和5年9月9日～10日

場 所：宮崎市清武総合運動公園

(2) みやざきグルメとランタンナイト開催支援事業

口蹄疫の翌年2011年（平成23年）より始まった本イベントは、宮崎の夏の風物詩として定着し、県内外の観光客のみならず県民市民からも愛されるイベントでありましたが、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により中止となり、今年の夏は4年ぶりに開催する。今回はメモリアルイヤーとなる10回目の開催に向け、従来の“グルメ”はもとより、“ランタン”など装飾のスケールアップを図り、夏の滞在力を高める誘客素材として県内外からの誘客を図る。

期 間：令和5年8月4日～20日

場 所：フローランテ宮崎

(3) みやざきふるさと食材アピール事業

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

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令和3年、令和4年と2年連続で日本一に輝いた「宮崎ぎょうざ」のさらなる定着を図るため、SNSや各種メディアを通じて全国に発信する。また、昨年引き続き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、「日南海岸伊勢えびスタンプラリー」のプロモーションの強化を図るなど、食を活かした観光誘客に努める。

(4) 新規事業開発事業

本市の観光産業の推進や新たな観光素材の掘り起こしを行う。

地域資源の再編集による魅力向上を目指し、会員と連携を図ることで、新たな事業の展開や本市の観光産業の確立を行う。また、コロナ禍からの環境変化に対応した新しいキーワードを常に意識し柔軟な姿勢で事業開発を行う。

宮崎市観光案内所の来場者増の一助であり、本市の魅力を県内外の方に知ってもらう機会やに努めるために宮崎特産品等が当たる「(仮称)宮崎満喫ガチャ」を実施する。

本年度も「地域一体となった観光地・観光産業の再生・高付加価値化」事業に挑戦し、「青島、一ツ葉、ニシタチ」を中心とした魅力アップに努める。

- (5) みやざき青島国際ビールまつり
- (6) 行事負担金
- (7) フラおもてなし推進事業

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の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、渋滞緩和等のため交通体制の整備や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、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

「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昨年引き続き開催される。県外からの誘客に繋がるため本公式戦への支援を行う。

本公式戦を通じて、キャンプ地みやざきを全国に発信するとともに、スポーツランドみやざきの推進を図り、県内外からの集客に努める。

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5年4月8日 ※13時試合開始

場 所：ひなたサンマリスタジアム宮崎

観 客 数：21,668名

(2) キャンプ受入事業

読売巨人軍宮崎キャンプ受入事業

福岡ソフトバンクホークス宮崎キャンプ受入事業

オリックス・バファローズ宮崎キャンプ受入事業

本市では、温暖な気候と充実したスポーツ施設を生かし、プロ野球3球団の春季キャンプ等の受入を行っている。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るとともに、十分な警備体制や臨時駐車場設置等の環境づくりに努めながら利便性の向上と誘客効果を高める。

(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、本市で合宿を行うプロ・アマスポーツ団体に継続的に合宿を実施してもらえよう、宮崎の特産品の贈呈や宿泊補助、貸切バスの経費補助を行う。さらにはスポーツ等合宿誘致セールスをはじめ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、SNS等を活用して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する。トーナメント会場や各ゴルフ場のPRとイベントの開催、ゴルフパックなどの旅行商品の造成、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など、通年を通して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

プロスポーツイベントが開催されている期間に、観光客やイベント関係者に対し、市内の主要な道路付近等に歓迎看板やバナー、フラッグ等を設置し、イベント期間中の機運醸成及び歓迎ムードの創生を図る。

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みやぎの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) キャンプ地みやぎスペシャルマッチ事業（Jリーグ）

令和5年度はセレッソ大阪本拠地にて実施

カード：セレッソ大阪 VS 浦和レッズ

期 日：令和5年7月16日 ※19時試合開始

場 所：ヨドコウ桜スタジアム

(2) みやぎ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「キャンプ地みやぎ」のPRを行う。

①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 広島東洋カープ

期 日：令和5年5月13日 ※14時試合開始

②京セラドーム大阪

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みやぎ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 北海道日本ハムファイターズ

期 日：令和5年5月20日 ※14時試合開始

※5月21日はキャンプ地宮崎応援隊が実施予定。

③福岡PayPayドーム

8月11日・12日・13日の3試合をホークス球団が中心となり、「みやぎスペシャル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5年8月12日 ※18時試合開始

(3) スポーツランド情報発信事業

京セラドーム大阪や福岡PayPayドームの野球観戦者に「キャンプ地みやぎ」をPRするため、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

野球やゴルフのスポーツ大会を通じて少年少女たちのスポーツ交歓や交流を図ること、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) みやぎフェニックス・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19回みやぎフェニックス・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

宮崎の魅力を全国に発信することで、本市の観光プロモーションに繋げ、誘客だけでなく「稼ぐ力」をつける取り組みを推進する。また商品の開発やコンテンツの開発を行う。

また、県外イベントを中心に特産品販売を行い事業の収益化に努める。

会員と連携した商品開発展開を協会し、会員一体となった事業推進を図る。

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
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るとともに、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うため、自治体及び関係団体で「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（当協会と宮崎ライフセービングクラブとのJV）
青島ビーチセンター指定管理業務（第4期）
指定管理期間：令和5年4月1日～令和10年3月31日（5年間）
 - （1）青島海水浴場管理運営業務
 - （2）青島ビーチ魅力アップ事業
青島ビーチパークの通年営業
令和5年度は、出店者及びプロモーションいずれも「（株）リバティシップ」（宮崎市青島2丁目2-7 海洋館7号）が運営。「海を身近に感じる暮らし」「多様なビーチスタイルのハブとなるコミュニティ創出」を目指して、シーズンに応じた魅力的な商品提供や様々なイベント等を実施し、年間20万人の集客を目指す。