

令和6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) 旅行会社等タイアップ事業（大型）

本市に集中送客を計画する旅行会社等と連携し、旅行商品造成から販売ツール（パンフレット作成、DM送付、新聞広告掲載等）を活用し、短期間で送客実績を得るものに対し支援を行った。

① JALパック

WEB販売チャンネル（JAL便を利用した個人型ダイナミックパッケージ）を活用し、若年層をターゲットにDM告知（マイレージ会員約3,000万人）を行うほか、誘客促進（旅行商品の販売）を行った。国内の主要航空会社が直営で販売を行うことで、他旅行会社等の旅行商品設定の契機に寄与した。

商品内容：JALダイナミックパッケージ

期 間：令和6年4月～令和7年3月

設定施設：市内26施設

送客実績：15,792名

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、継続して実施し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）のチラシ媒体を活用し、募集型旅行企画で本市への誘客促進（旅行商品の販売）を行った。

商品内容：令和6年度 読売ロマンの旅in宮崎

期 間：令和7年3月16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：222名

③ JTB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：21施設

プロ野球キャンプ 応援宿泊プラン

侍ジャパン宮崎秋季キャンプ2024 <新規>

期 間：令和6年4月～令和7年3月

設定施設：市内26施設

送客実績：737名

(2) 旅行会社等タイアップ事業

各地域をカバーする主要な旅行会社に対して、年間を通しての宿泊増を図るための旅行商品造成や集客事業に対する支援を行った。

①（株）HIS九州（上期／下期）

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

・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

・宮崎&指宿3日間

・シェラトンに泊まる（宮崎&鹿児島）3日間

期 間：上期 令和6年6月～9月／下期 令和6年10月～令和7年3月

販売実績：上期 454名／下期 1,108名

②（株）JTBガイアレック

商品内容：沖縄・九州・北海道ゴルフ

期 間：令和6年10月～令和7年3月

送客実績：1,153名

③（株）マリンエージェンシー

商品内容：神戸発 南九州リゾートプラン 宿泊設定：4施設

神戸発 フェリー&ホテルビジネスパック 宿泊設定：6施設

期 間：令和6年4月～令和7年2月

送客実績：175名

④（株）阪急交通社（関東発着）

商品内容：宮崎ゴルフ 2～7日間

期 間：令和6年11月～令和7年3月4日

送客実績：247名

⑤西鉄旅行（株）（福岡発着）

商品内容：ホークス宮崎キャンプ見学ツアー

宿泊設定：3施設

期 間：令和7年2月

送客実績：122名

⑥（株）クラブツーリズム（関西発着）

商品内容：バファローズ宮崎キャンプ見学ツアー

期 間：令和7年2月

送客実績：62名

（3）旅行会社等セールス事業

主要都市を中心とした旅行会社セールスを実施し、旅行商品造成の依頼や宮崎観光素材のPRをはじめ、会員施設の宿泊プラン等の紹介を行った。

①東日本エリア

1) 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を中心にセールスを実施

期 間：令和6年5月7日～8日

2) JTBグループ、（株）阪急交通社、（株）クラブツーリズム等の大手旅行会社にセールスを実施

期 間：令和6年5月29日～31日

3) ANA X（株）及び日本航空（株）のキャリア系旅行会社に加え新規WEB展開を行う旅行会社、大手旅行会社等へセールスを実施

期 間：令和6年11月8日～9日

②西日本エリア

1) 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）にセールスを実施

期 間：令和6年5月29日～31日

2) 福岡主要旅行会社へ下期セールス

期 間：令和6年9月17日～18日

3) 新規のセールスエリアとして名古屋エリアのセールスを実施

期 間：令和6年11月8日～10日

4) 関西エリアの大手旅行会社（（株）HIS、東武トップツアーズ（株）、（株）クラブツーリズム）のセールスを実施

期 間：令和6年11月25日～27日

5)名古屋エリアで実施されるトラベルランドに、(株) ソラシドエアと連携した宮崎観光セールスを実施

期 間：令和7年3月15日～16日

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。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6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6年4月1日～令和7年2月28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(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6年8月6日～9日

内 容：関西の旅行会社及び学校へ補助事業説明と体験プログラムの案内を実施

関西圏の学校に対する今後の教育旅行計画についての調査・ヒアリングを実施

②九州七県合同修学旅行説明会・相談会

期 日：令和6年8月7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・相談会に参加し、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した。

(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：5校(県外5校)

学 校 内 訳：支援学校1校 高校4校

②視察受入

次年度実施予定校1校、台湾学校関係者1件の受入を実施。

マリン体験の視察を中心に実施した。

(3) 令和6年度実績

補助事業

宿泊補助：10校 1,055名 ※前年度実績 32校 2,113名

補 助 額：2,110,000円

体験補助：5校 879名 ※前年度実績 18校 1,335名

補 助 額：2,445,500円

補助額計 4,555,500円 ※前年度実績 7,903,550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。

8月の日向灘を震源とした地震や台風10号襲来の影響により、宿泊客のキャンセルが相次ぎ観光面で深刻な影響が生じたため、閑散期の12月～1月において、宮崎市内に宿泊する県外在

住の旅行者を対象に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) タクシーサイネージを活用したプロモーション

関東から宮崎に観光する際、飛行機の利用が大半であることから、時間的・経済的に余裕のある富裕層をターゲットとした。タクシー利用者は、「平均月1回以上ゴルフに行っている23.6%（一般消費者3.6%）」、「課長以上の役職39.4%（一般消費者12.7%）」、「ゴールドカード以上のクレジットカード保有36.8%（一般消費者12.2%）」という統計が示すように富裕層にターゲティングしやすいため、全国約70,000台のタクシーサイネージにて広告配信を行う「TOKYO PRIME」というサービスを利用して、東京都を除く関東地区（神奈川県、埼玉県、千葉県、茨城県、栃木県、群馬県）の14,790台の車内サイネージにて広告配信を行った。

期 間：令和6年9月16日～22日（7日間）

実 績：表示回数603,814回（再生完了率96.4%）

画面オフ数 104回（画面オフ率0.02%）

②関西地区

1) オリ姫デー特別タブロイド紙によるプロモーション

オリックス・バファローズが毎年、「オリ姫デー」として女性ファン向けのイベントを実施している。本イベントに合わせて特別タブロイド紙が日刊スポーツにおいて限定販売され、その紙面の1ページに夏季イベント情報（みやざきグルメとランタンナイト、みやざき青島国際ビールまつり）を掲載し、女性をターゲットにした観光プロモーションを実施した。

掲 載 日：令和6年6月21日発売

発行部数：5,000部（数量限定販売）

2) スポーツニッポンによる観光PR及びプレゼント企画

スポーツニッポン（大阪本社）発行の紙面でキャンプ地みやざき「マンゴープレゼント企画」を実施。

掲 載 日：令和6年5月17日掲載

発行部数：550,818部

3) サンケイスポーツ紙によるプレゼント企画

サンケイスポーツ（大阪本社）発行の紙面でキャンプ地産直「宮崎うなぎプレゼント企画」を実施。

掲 載 日：令和7年2月15日

発行部数：505,418部

4) 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、オリックス・バファローズの内藤選手のほか、同チームのマスコットキャラクターが来場し賑わいを見せた。なお、その様子は球団公式Instagram（フォロワー数43.3万人）でライブ配信された。

期 間：令和6年12月21日～22日（2日間）

実 績：ブース来場者数 500名

5) J SPORTS 野球大好きでのキャンプ誘客プロモーション

オリックス・バファローズのキャンプ地の紹介番組を放送し、関西圏を中心とする同球団のファンに向けてスポーツキャンプの誘客を促進した。また、番組内では宮崎うなぎのプレゼント企画を実施。

期 間：令和7年2月1日～24日放送

実 績：プレゼント応募者数 1,430名

6) 関西テレビ TVerでの観光PR動画の発信掲載

本市観光PR動画「来たらいっちゃんが！宮崎CITY！」を関西圏在住の20～40代女性のTVer視聴者をターゲットに発信。

期 間：令和7年3月

実 績：約216,000回

③九州地区

1) KTS 鹿児島テレビ「かごnew」での放送・配信

令和5年の県観光統計調査において、県外からの観光入込割合は鹿児島県（約28%）が一番多くの割合を占めている。宮崎市への入込割合も同率程度と仮定し、日帰り圏内の鹿児島県に対して、リピーターの囲い込み及び滞在性を高めるためのロケ先を選定し「宮崎で週末アクティブ旅」と題した、ナイトコンテンツを含む、新スポットを中心に観光情報を配信した。また、同番組ではYouTubeのアーカイブ配信を行っている。

放 送 日：令和6年12月5日

実 績：YouTube再生数 1,432回、世帯番組視聴率 1.0%（当日）

参 考：放送エリア人口1,636,000名

2) 西日本新聞社 「西スポWEB OTTO!」での広告掲出

（株）西日本新聞社が展開するスポーツメディア「西スポWEB OTTO!」の記事をソフトバンクホークス公式戦「みやざきスペシャルDAYS」の実施日に合わせて、宮崎市の観光情報の広告を掲載。ソフトバンクホークスの秋季・春季キャンプ等本市に来宮する観光客の滞在性を高めることを目的として、観光地や飲食店（ニシタチの店舗含む）、イベント（みやざきグルメとランタンナイト）等のナイトコンテンツを中心とする宮崎の魅力を発信した。

実 績：WEB記事配信 令和6年7月3日公開 クリック数 2,153回

おすすめ記事枠掲載 令和6年7月3日～10日 クリック数 825回

公式X 令和6年7月5日投稿

表示 約14,000回 クリック数67回

ホークス関連記事バナー掲載 令和6年7月3日～8日

表示 415,004回 クリック数1,134回

※実績値は令和6年8月末日時点

3) みやざきフェニックス・リーグ杯 第20回サマーベースボールトーナメント

当協会主催の小学生軟式野球大会を生目の杜運動公園を中心に九州各地から32チームが参加する大会の協賛社であるスポーツ報知西部本社において、管轄する沖縄を除く九州全県と山口県内の読者に対して、大会情報のほか観光情報の発信を合計10回にわたり行った。

実 績：スポーツ報知西部版 発行部数 約110,000部

9月1日発行：ひなたフェス掲載

9月13日・11月 1日発行：日南海岸伊勢えびスタンプラリー掲載

9月22日・10月13日発行：みやざきフェニックス・リーグ掲載

9月29日・10月 2日発行：プロ野球ファーム日本選手権掲載

10月20日・11月10日・12月1日：みやざきゴルフパラダイス掲載

合計10回掲載

4) MRT×RKBラジオ生中継

福岡ソフトバンクホークス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（配信エリア人口約600万人）・MRTラジオ（配信エリア人口約103万人）にて同時生中継番組（2時間）によるホークスキャンプ情報、観光地や特産品のPRを行った。

期 日：令和7年2月9日

実 績：生放送来場者数 約300名 プレゼント企画応募者数 124名

5) KBC九州朝日放送 「アサデス。」ツアー

KBC九州朝日放送の人気番組「アサデス。」と連携して、福岡ソフトバンクホークス宮崎春季キャンプツアーを実施した。1日目はキャンプ見学、2日目はキャンプ見学コース、野球で遊ぼうコース、宮崎観光コースの3つから選択可能とした。宮崎観光コースは市内を回るコースで、いちご狩り体験、焼酎蔵見学・試飲を行った。「アサデス。」番組内でツアーの様

子が放送されたほか、同番組YouTubeのアーカイブ配信も行い、広く観光情報の発信を行った。

期 間：令和7年2月1日～2日（2日間）

実 績：ツアー参加者382名参加（キャンプ見学コース358名、観光コース24名）
YouTube視聴数24,431回

6)九州おとなの旅日和 春号による観光情報の発信

九州産業交通ホールディングス（株）（熊本県）が発行する、観光情報誌「九州おとなの旅日和」において、閑散期の春先の誘客を図るため観光情報発信を行った。また、紙面に市内のホテル情報も掲載され、抽選で掲載宿泊施設の半額宿泊券が当たることから、宿泊を伴う観光誘客の促進を図ることができた。

期 日：令和7年3月1日発行

発行部数：約20,000部

設置場所：九産交が運行する高速バス、空港リムジンバス、
共同運行する同業他社の高速バス、熊本空港観光案内所、
福岡都市圏イオンモール等

参 考：半額宿泊券応募数（2ヶ月間） 約1,000件（過去実績）

④旅行・観光企画媒体への広告掲載

- ・温泉博士7月号（6月20日発売）
- ・月刊生活情報マガジン モグモグ 8月号（7月20日発行）
- ・読売新聞 九州版（7月27日発行）・宮崎県版（7月31日発行）
- ・ファンファン福岡 9月号（8月23日発行）
- ・みちくさ 秋号（9月20日発行）

⑤デジタルメディアを活用した情報発信

1) G B P（Google Business Profile）を活用した観光関連施設の情報発信

観光関連事業者向けに、店舗のG B P開設及びオーナー登録等を行うサービスの参画募集を実施した。参画店舗に対し、無料でG B P開設～オーナー登録～店舗情報登録～運用開始までの一連の作業をサポート。併せて、当協会公式HP内には参画店舗紹介へ導くランディングページを制作し情報発信を行った。

実 績：申込事業者数52件

2)「ANA公式YouTube」を活用した観光情報の発信

飛行機利用者の約半数が観光・レジャー目的で利用しており、国内・国際合わせて年間延べ4,800万人が搭乗するANAとタイアップし、同社が運営する公式YouTubeにおいて、現役客室乗務員が出演して宮崎市の魅力を26分にわたって紹介する動画配信を行った。特に、観光スポットやグルメに関するコメントが多く寄せられ、情報発信を通じて、まだ訪れたことのない人たちにも宮崎の魅力がしっかりと伝わっている様子が見受けられた。

配 信 日：令和6年12月2日配信

実 績：視聴回数約2,220,000回

3) J A L Wellness&Travelを活用した観光情報発信及び観光地周遊促進

毎日の歩数でJ A Lマイルが貯まるアプリケーション「J A L Wellness&Travel」内で、宮崎市内の観光地30箇所をチェックポイントとして設定し、それぞれに観光情報も掲載。

チェックポイント数に応じてマイレージのボーナスを付与することで、県外観光客の周遊を促進した。

参考：アプリユーザー数約45,000名（約8割が40代以上、約6割が首都圏在住）

期 間：令和6年11月1日～令和7年1月31日

実 績：キャンペーン総参加者数786名

（うち県外居住者701名、うち宮崎ブーゲンビリア空港発着利用者240名）

スポット訪問者延べ人数：4,502名

(2) イベント関連プロモーション事業

①神戸まつりでの宮崎市ブース出展によるプロモーション（兵庫県神戸市）

宮崎カーフェリー（株）、宮崎県大阪事務所、（一社）日南市観光協会と合同で観光PRブースの設置を行った。（青果物の実演販売、サンプリング、運玉投げ体験）

期 日：令和6年4月21日

実 績：ブース来場者数300名、サンプリング数200部

※参 考：イベント来場者数 約157,000名（雨天）

②GMOインターネットグループ（株）本社での食のプロモーション（東京都渋谷区）

宮崎市東京事務所と連携し、本市にも拠点を構えるGMOインターネットグループ（株）の第2本社の社員食堂で、同社員の本市への観光促進や宮崎オフィス出張時の観光消費促進に繋げるため、社員約700名を対象に宮崎ぎょうざ2,500個を提供し食のPRを図った。

期 日：令和6年8月30日

実 績：宮崎ぎょうざ提供数2,500個

③「KTSの日2024」でのプロモーション（鹿児島県鹿児島市）

KTS（鹿児島テレビ）が主催するイベントで、本市観光パンフレット2,000部を来場者に配布した。

期 間：令和6年9月21日～22日（2日間）

実 績：観光パンフレット配布数 2,000部

※参 考：イベント来場者数25,000名（1日目17,000名 2日目8,000名）

④ツーリズムEXPOジャパン2024（東京都江東区）

世界最大級の旅行・観光の展示会で、宮崎県を含む九州各県が一体的になったブースに本市の出展を行った。業界日は旅行会社を中心とする法人の来場者に対して観光商材の案内を行い、一般日は一般来場者に対してサンプリングのほか、運玉投げ体験（鵜戸神宮）、板木打ち体験（荒立神社）を実施して、県内市町村と連携したプロモーションを実施した。

期 間：令和6年9月26日 36,450名 ※業界日

27日 35,350名 ※業界日

28日 54,860名 ※一般日

29日 56,240名 ※一般日 合計182,900名

※28日、29日の体験者数 約1,800名

⑤THE DROP FESTIVALでの食のプロモーション（宮崎市）

ミュージックフェスである「THE DROP FESTIVAL」（会場：みやざき臨海公園）において、来場者向けの特典として宮崎ぎょうざを1,000人前提供し、プロモーションを行った。

期 日：令和6年9月28日

実 績：宮崎ぎょうざ提供数1,000人分

※参 考：総来場者数 約7,000名（主催者発表）

⑥神戸港就航10周年記念イベント（兵庫県神戸市）

宮崎カーフェリーの神戸港就航10周年を記念して、宮崎発神戸行きの船内と神戸三宮センター街において記念イベントを実施。船内イベントでは、宮崎の特産品が当たるビンゴ大会を実施し、神戸三宮センター街では、青果物の実演販売や宮崎カーフェリー乗船券等が当たるガラポン抽選会を実施。他のブースでは宮崎グルメ・加工品販売のほか、ひょっこり踊りを披露する等県全体でPRを行った。

期 日：令和6年9月27日（船内イベント）／令和6年9月28日（神戸三宮イベント）

実 績：船内抽選会参加者数300名／神戸三宮抽選会参加者数400名

※参 考：神戸三宮センター街休日歩行者数 約10万人／日

⑦ソラシドエアPresentsグリーンスカイフェスタ2024（東京都世田谷区）

本市に本社を構える（株）ソラシドエア主催で、就航都市の観光や特産品のPRを目的として本イベントが実施され、31の自治体・団体が出展。宮崎市ブースでは市企画政策課と共同で特産品の販売及びサンプリングを実施した。

期 間：令和6年11月30日～12月1日

来場者数：約23,000名

⑧「ニシタチ人情横丁貸し切りプラン」によるMICE・団体旅行誘致プロモーション

令和5年12月に販売予約を開始した「ニシタチ人情横丁貸し切りプラン」は、宮崎県が誘致を強化するMICEのほか、団体旅行の誘致の商材の1つになることから、12月9日に実施された同貸し切りプランの様子を含め宣材用の写真及びPR動画の撮影を行い、当協会の特設サイト及び公式YouTubeにて配信しプロモーションを実施した。また、MICE誘致の窓口である（公財）宮崎県観光協会にも宣材の提供を行い、今後のMICE誘致の促進を図った。

期 日：令和6年12月9日

参加者数：約200名

実 績：YouTube動画再生数100回

⑨全旅連青年部全国大会での食のプロモーション（宮崎市）

全国のホテル・旅館約15,000施設で構成される団体の青年部が、年に1回開催される全国大会を宮崎市で開催した。旅行者を受入する全国のホテル・旅館の経営者が集う同大会で、宮崎ぎょうざを1,000人前ふるまい、食のPRを行った。また、同大会で行う食のPRは商談の側面もあり、各ホテル・旅館で提供する食事に採用されることが期待できる。

期 日：令和6年12月10日

参加者数：約650名

実 績：宮崎ぎょうざ 1,000人前提供

⑩トラベルランド2025（愛知県名古屋市）

中部国際空港と宮崎ブーゲンビリア空港を結ぶ航空便を運航する（株）ソラシドエアと共同で、中部エリアをターゲットにした誘客を図るため、中京テレビが主催する「旅」をテーマとしたイベントに観光ブースの出展を行った。ブースでは当協会及び（株）ソラシドエアの公式SNSフォローで宮崎特産品が当たる抽選会のほか、両日特設ステージに登壇して観光PRを来場者に対して行った。

期 間：令和7年3月15日～16日

実 績：ブース来場者数約1,000名、抽選会参加者数約800名

※約200名はソラシドエア商品の購入又はサンプリングのみ

※参 考：来場者数 約76,000名（15日 35,000名、16日 41,000名）

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

本市観光の各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。特にInstagramとXで開催した特産品や観光地の入場券などのプレゼント企画では、特産品や観光地のPRを行うとともにフォロワーも増加し、本市の魅力発見に繋がった。

SNSアカウントのフォロワー数 <令和6年3月31日現在>

- ・Facebookフォロワー数： 1,975名 （前年度 1,755名 前年比 112.5%）
- ・Instagramフォロワー数：11,225名 （前年度 8,108名 前年比 138.4%）
- ・ X フォロワー数：41,426名 （前年度35,303名 前年比 117.3%）

（2）ホームページ管理事業

令和6年度HP閲覧数：約361万回 （前年度 約330万回 前年比 109.3%）

（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） 10,000部
- ・宮崎STYLE（内容更新） 8,000部
- ・宮崎STYLE（韓国語） 500部
- ・あおしまっふ（内容更新） 5,000部
- ・宮詣（内容更新） 5,000部
- ・2024宮崎で遊ぼうクーポンDXチラシ（内容更新） 10,000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。

作成内容：青島（新）１００枚／青島（日の出）１００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を活用して情報発信し観光PRを行った。

派遣回数：５回

公式SNS：X フォロワー数：１，１６７名／Facebook フォロワー数：５４０名

3. 観光誘客緊急支援事業

“ほっと、みやざき” 宿泊応援キャンペーン

令和６年８月に発生した日向灘を震源とした地震発生の影響ならびに台風第１０号の襲来により、宮崎市内での宿泊客のキャンセルが相次ぎ、観光面で深刻な影響が生じた。そこで、宮崎市の観光の魅力を全国に発信し、観光客を誘客することで、市内の宿泊事業者はもとより、観光産業全体の活性化と宮崎市の認知度向上を図ることを目的に観光誘客キャンペーンを実施した。

宿泊料金割引の実施（対象者：宮崎市内に宿泊する県外在住の旅行者）

期 間：令和６年１２月 １日～令和７年１月３１日

※除外日：令和６年１２月２８日～令和７年１月 ５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５，０００円）を割引く

参画宿泊施設：６９施設

延べ宿泊数：１２，７７０泊

延べ宿泊者数：１０，６６４名

宣伝広告、各種プロモーション：

媒体	表示回数	クリック数	クリック率
YouTube	1,094,443	280	0.03%
Meta (Instagram、Facebook)	3,778,472	2,641	0.07%
LINE	13,088,147	18,952	0.14%
X	1,553,056	1,491	0.10%
Yahoo!ディスプレイ広告	20,877,039	88,471	0.42%
Googleディスプレイ広告	3,797,278	27,482	0.72%
合 計	44,188,435	139,317	0.32%

4. 宮崎で遊ぼうクーポン事業

宮崎ならではの観光資源を活用した事業を推進することにより、旅行需要の喚起を促し他都市との差別化を図っている。宮崎県内の観光素材を活用したソフト事業として、点在する観光素材を面で展開するために、地元の観光施設等と連携して宮崎ならではのコンテンツのPRとクーポン販売を行った。また、大手旅行会社のパンフレット掲載や県外イベントなどで効果的な情報発信に努めた。完全電子化に移行し、利用者や参画施設の利便性向上、ペーパーレス・人的作業の簡略化を進め、より持続可能な事業を目指した。

(1) 「宮崎で遊ぼうクーポン」の作成と販売

通常より割安で各アクティビティを利用することができる電子クーポン。販売は通年で、旅行会社の継続した商品展開にも対応。電子化されたことでアプリからいつでもどこでも必要なタイミングで購入可能。

参画市町：４市４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）

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６年４月１日～令和７年３月３１日

販売ポイント：3, 136, 000ポイント（前年度4, 760, 000ポイント 前年比65.8%）

※内訳：直販…362,000ポイント、AGTプラン…2,774,000ポイント（1,387件）

利用ポイント：1, 846, 195ポイント（前年度2, 386, 030ポイント 前年比77.3%）

（2）プロモーション

①印刷物

利用ガイドの制作・配布

「宮崎で遊ぼうクーポンDX」特設サイト、当協会公式SNSからの情報発信

②旅行会社とのタイアップ

1)（株）JALパック

商 品 名：JALダイナミックパッケージ オプショナルプラン

設定期間：令和6年4月1日～令和7年2月28日

2)（株）JTB

商 品 名：宮崎で遊ぼう！！

設定期間：令和6年4月1日～令和7年3月31日

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」

設定期間：令和6年4月1日～令和7年3月31日

3)（株）H.I.S

商 品 名：九州であそぼ

設定期間：令和6年4月1日～令和7年3月31日

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

設定期間：令和6年4月1日～令和7年3月31日

4)（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。

5. 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6年5月26日～30日

内 容：県及び県内各自治体・観光協会、民間事業者との合同セールス（現地旅行会社 他）

訪 問 先：エージェント等 10社

・期 間：令和6年7月14日～18日

内 容：市との市場調査及びナイトタイムセールス（現地エージェント訪問 9社）

訪 問 先：エージェント 9社

・期 間：令和6年9月3日～6日（台湾のみ）

内 容：（公財）宮崎県観光協会主催 観光セミナー

ブース訪問旅行社：新規旅行会社 10社／既セールス旅行会社 6社

・期 間：令和6年12月9日～13日

内 容：市との市場調査、ナイトタイム商品造成御礼（現地エージェント訪問 9社）

訪 問 先：エージェント等 12社

・期 間：令和7年2月20日～23日（香港のみ）

内 容：現地大手エージェント周年パーティー及び市場調査

【実 績】

（台湾）ezfly（易飛旅遊）、汎佳旅行社、五福旅行社、富士雲旅遊、燦星国際旅行社、

可樂旅遊、新進旅行社、日紳旅行社、喜美旅行社 9社 20本

（香港）EGL tours、藍亞旅遊（BlueAsia Travel）2社 7本

2) 欧米豪等

※現地へ直接訪問してのセールスについては今年度実施せず。

3) 韓国

- ・期 間：令和6年7月31日～8月4日
内 容：協会単独での市場調査及びナイトタイムセールス、韓国プロ野球セールス
訪 問 先：エージェンツ等11社、斗山ベアーズ、ロッテジャイアンツ、ハンファイーグルス
- ・期 間：令和6年10月13日～10月15日
内 容：宮崎県観光協会主催の訪韓団、韓国プロ野球セールス
訪 問 先：アジアナ航空、エージェンツ3社、斗山ベアーズ、ロッテジャイアンツ
- ・期 間：令和6年11月20日～22日
内 容：宮崎県観光協会主催 観光セミナー
訪 問 先：エージェンツ等5社及びフェア参加旅行社

4) シンガポール

- ・期 間：令和7年2月28日～3月4日
内 容：市との現地市場調査及びトラベルフェアの祝祭
訪 問 先：エージェンツ等5社及びフェア参加旅行社

5) 中国

- ・期 間：令和6年7月18日～21日
内 容：チンタオビールフェスティバルへの参加及びナイトタイムセールス
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

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。

1) 受入体制整備事業

多言語化促進事業

補助対象事業：インバウンド誘客を目的とした整備（多言語化・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：1,000,000円

補 助 実 績：13事業者

業種	補助件数	事業内容
飲食業	6件	食事メニュー、店舗ホームページの多言語化 等
観光施設	3件	施設ホームページ、施設サイン等の多言語化
小売業 (お土産品)	2件	パンフレット、ホームページの多言語化
宿泊業	1件	館内サインの多言語化
運輸交通	1件	パンフレットの多言語化

2) 食資源を中心とした誘客事業

委 託 先：ニシタチまちづくり協同組合

内 容：「ニシタチ夜な夜なMAP」の多言語化（英語・中国語／繁体字）

英 語 版：36店舗掲載 中国語：27店舗

3) 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：

- ・企業訪問（事業者の取組状況、課題のヒアリング及びアドバイスの実施）

訪問事業者数：14社

※事業者訪問時に受入体制整備事業補助金を提案。

令和6年度補助実績のうち3施設が補助金を活用。

- ・全体勉強会の開催（受入の心構えや取組事例の紹介）
期 日：令和6年9月13日 午前・午後 計2回
参加者数：54名（26社）
- ・業種別ワークショップ（取組事例の共有と意見交換）
期 日：令和6年9月11日、12日、10月21日 計4回
対象業種：運輸交通、観光施設、飲食事業者、宿泊事業者（計18社）

（2）インバウンド市場テストマーケティング事業

本市に対するニーズ調査や新たな市場開拓のため、過去に本市の外国人宿泊者のうち、6位に位置しているシンガポールにおいて、本市から特産品のPRや誘客につなげるためのライブストーリーミングを実施し、旅行者を募り本市にシンガポールから誘客しその嗜好等について検証を実施した。

1) 特産品の販売（1事業者あたりの出演時間：20分程度）

11事業者出展：554, 761円

2) 旅行商品の販売（7泊8日（うち、宮崎市2泊）の商品を販売）

4, 588シンガポールドル×30名＝137, 640シンガポールドル（15, 415, 680円）

※34名はキャンセル待ちが発生。

アンケートの結果についても大変良好な結果を得たことから、令和7年度については、旅行博等への出展も含めて検討していく。

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：6団体892名（前年度20団体 1, 616名 前年比55.1%）

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. 宮崎サンシャインレディ観光PR事業

- （1）本事業は令和6年6月30日をもって廃止。3ヶ月間の事業期間中に4回の派遣を実施し、限られた機会ではあったが、最後まで本市の魅力発信に努めた。廃止を惜しむ声も寄せられる中、無事に事業を終えることができた。

（2）派遣

期 間：令和6年4月1日～6月30日

派遣回数：4回（県内派遣：3回 県外派遣：1回）

2. 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：9箱

3. 機関紙

(1) 機関紙（Mコミュニケーション）の発行（年4回）

1回目：令和6年 6月（No.164）／2回目：令和6年8月（No.165）

3回目：令和6年11月（No.166）／4回目：令和7年1月（No.167）

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6年度は11月に旭川観光訪問団を迎え交流を深めた。

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6年8月24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：28名（宮崎側：22名 中国側：6名 青島市文化和旅游局他）

②歓迎懇親会

期 日：令和6年8月24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「樫原市」との交流

「第23回樫原夢の森フェスティバル」における歓迎会及び開会式典に出席して交流

①歓迎会

期 日：令和6年10月18日

場 所：樫原神宮 養正殿

②開会式典

期 日：令和6年10月19日

場 所：樫原公苑 多目的広場特設ステージ

(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

2年ぶり20回目となる旭川観光訪問団を迎えた。

歓迎交流会

期 日：令和6年11月20日

場 所：宮崎観光ホテル

参 加 者：67名（宮崎側：31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。

令和6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」が採択された。地域の観光資源を活用し経済効果を高めるため、食と神話のナイトタイムエコノミー企画としてインバウンド需要をターゲットにした4つのコンテンツを整備し、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”の宣伝販売を行い、令和6年12月に初めて同プランの利用実績があった。

1. 宮崎市観光従事者研修会

期 日：令和6年12月13日

場 所：ニューウェルシティ宮崎

参 加 者：99名

内 容：＜第一部＞

演 題：「宮崎市の観光振興に向けて」

講 師：観光庁 観光地域振興部 観光地域振興課長 安部勝也 氏

＜第二部＞

演 題：「大規模地震に備えるための基礎知識」

講 師：京都大学 防災研究所 宮崎観測所 助教 山下裕亮 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13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され、利用者は増加している。令和5年度に大変好評だった、夏季の熱中症対策のドリンク配布キャンペーン企画を令和6年度も引き続き実施し、リピーターや新規利用者獲得に努めた。

年間利用者数：1, 271名 （前年度 1, 127名 前年比 112.7%）

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6年度はキャンプシーズン時に利用者が増加した。また、令和6年6月7日から料金改定を行い、収益アップに繋がった。（前年比 110.0%）

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を行った。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

期 日：令和6年12月9日

参加団体：全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部、17飲食店

利用者数：約200名

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。地震や風水害などの影響もあり、国内旅行者数は横ばいの状態が続いている。しかし、インバウンド観光需要の回復で、訪日外国人観光客の利用者数は増加しており、前年度の約1.3倍となった。令和6年11月より、宮崎⇄台北便の運行が再開、さらには令和7年3月から増便となった効果や、春節で来訪した中国からのインバウンド客の増加が後押しとなり、案内所利用者が増加し外国人旅行者専用のバス乗車券の収益アップに繋がった。

令和6年度よりモバイルバッテリーレンタルの新サービスを開始。また、各所から受託したノベルティ手交業務や、スポーツ観戦チケット販売、スポーツキャンプグッズの特設販売を行

い、収益アップを図るとともに、観光地情報を発信するだけでなく案内所への誘客・旅行者の再来訪や周遊促進にも努めた。

さらには、J N T O 研修会等へ参加し、これから更に高まると見込まれる観光需要に備え、利用者に利便性の高い案内所を目指し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：22,903名（前年比100.7%）

内 訳：日本人 18,252名 外国人 4,651名（前年比日本人95.9%・外国人125.1%）

※前年度：22,742名（内訳：日本人19,027名 外国人3,715名）

営業状況：令和6年8月28日、30日 ※台風10号接近のため時短営業

令和6年8月29日 ※台風10号本県最接近のため臨時休業

令和6年12月28日～31日、1月3日 ※年末年始時短営業

令和7年1月1日～2日 ※定休日

①宿泊施設有料案内：37組 50名（前年度36組 55名）

②VISIT MIYAZAKI BUS PASS他企画乗車券・宮崎交通バスカード等の販売（3種類）：4,218枚
（前年度：3,361枚/4種類 前年比125.4%）

③Wi-Fiルーターレンタル・SIMカード販売：87件（内 訳：日本用56件 海外用31件 SIMカード0件）
（前年度：日本用49件 海外用10件 SIMカード0件）

④手荷物一時預かりサービス：小 625個・大 33個（前年度：小 500個・大 41個）

⑤手ぶら観光サービス：3件（前年度：0件）

⑥モバイルバッテリーレンタルサービス：21件 <※令和6年度からの新サービス>

⑦物販：青島恋旅チケット、観光名刺、天尊降臨ヒムカイザーDVD、
ミッシちゃんストラップ、3球団グッズ、動物園・フローランテ共通入園券
マンシングウェア、デサント商品、その他

⑧手交業務：JTB-HUB/宮崎で遊ぶクーポンDXクーポン、ぐるっぴー1回乗車券、レンタサイクル利用券
宮崎市×YAMAPノベルティ配布、JR九州寺社めぐり御朱印帳手交、KYUSHU Tourism Surveyノベルティ配布、その他

⑨展覧会・催事等の前売券委託販売：かがくいひろしの世界展（みやざきアートセンターより受託）
木下大サーカス（宮崎日日新聞社より受託）
青島六湯めぐり温泉手形（宮崎市観光戦略課より依頼）

⑩レンタサイクル事業：（実績はレンタサイクル事業参照）

⑪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6年度の取り組み

①研修会の参加（職員研修）

- ・2024年度 J N T O 認定外国人観光案内所オンラインセミナー
期 日：令和6年7月10日
- ・インバウンドワークショップ
期 日：令和6年11月26日
- ・2024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7年2月20日～21日

②チケット販売

- ・木下大サーカス宮崎公演前売券
期 間：令和6年6月12日～11月25日
- ・2024年プロ野球ファーム日本選手権前売券
期 間：令和6年9月11日～10月4日
- ・かがくいひろしの世界展前売券
期 間：令和6年9月16日～11月15日
- ・2025年プロ野球オープン戦2DAYS前売券
販売期間：令和7年1月21日～7年2月21日
開催期間：令和7年2月22日アイビススタジアム／令和7年2月23日SOKKENスタジアム
- ・六湯めぐり温泉手形チケット販売
期 間：令和7年3月10日～4月24日

③情報発信

- ・ひなたフェス5館イベントステッカー配布、デジタルガイドQRコード設置
期 間：令和6年9月5日～9日
- ・宮崎市まちなか5館クイズラリーオリジナルステッカー配布
期 間：令和6年9月5日～9日
- ・宮崎市×YAMAPデジタルスタンプラリーキャンペーンノベルティ配布
期 間：令和6年10月8日～令和7年3月9日 ※延長
- ・日向坂46おひさま歓迎パネル、のぼり旗・ひなたフェスデジタルガイドQRコード設置
期 間：令和6年10月18日～12月31日
- ・侍ジャパン宮崎秋季キャンプ ユニフォーム着用
期 間：令和6年10月29日～令和6年11月6日
- ・何でも極上！NANGOKUみやざきデジタルスタンプラリーCP-QRコード設置
期 間：令和6年11月1日～令和7年1月31日
- ・プロ野球春季キャンプ3球団グッズ特設販売
期 間：令和7年2月1日～28日
- ・福岡ソフトバンクホークス 宮崎春季キャンプ ためタカポイントスポット設置
期 間：令和7年2月1日～3月2日
- ・福岡ソフトバンクホークス 宮崎春季キャンプ 宮崎クイズオリジナルステッカー配布
期 間：令和7年2月1日～3月2日
- ・J R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 ※予定

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6年7月1日～令和7年2月28日
- ・第五次宮崎市観光振興計画策定に係る調査周知
期 間：令和6年8月7日～6年9月30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。令和6年度は、役員改選により新体制で活動がスタートし、コロナ収束に伴い活動が効率化された一方で、地震や台風で活動が一時中断されることもあった。また新たな試みとして、英会話研修等のインバウンドへの対応に向けた研修会も実施した。

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

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

案内総客数：15,462名（有料ガイド：1,172名 無料ガイド：14,290名）
（前年度：総客数13,565名 前年比 113.9%）

受付総件数：5,497件（有料ガイド：94件 無料ガイド：5,403件）
（前年度：総件数5,040件 前年比 109.0%）

有料ガイド料金：客数1名に500円を活動協力金として徴収

ボランティア登録数：62名（男性：31名 女性：31名）

(2) 宮崎市観光・神話市民大学の開催

期 日：令和7年3月14日

場 所：青島神社・宮崎神宮 ほか（移動は貸切バスにて実施）

参加者数：26名

内 容：＜第一部＞

講 師：青島神社 宮司 長友安隆 氏

内 容：宮司による青島まるわかりツアー

＜第二部＞

講 師：宮崎神宮 権宮司 河野公俊 氏

内 容：宮崎神宮魅力再発見ツアー

(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）

ガイド案内件数：1, 627件（前年度1, 323件 前年比 122.9%）

年間の稼働日数：350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。

8. 宮崎市青島に新たに生まれる食と神話のナイトタイムエコノミー事業

本事業は、観光庁の「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」を活用した事業で国の委託事業として取り組んだ。本市を代表する観光地「青島」エリアにおいて、現在、夜のコンテンツがなく、この資源（歴史、文化、地形、食）を活かすために、初めて青島神社の夜間入場をはじめ、神楽や神話、日本最古のラブレター、書道体験、ミシュランシェフによるガストロノミーなど夜の特別なコンテンツを提供した。

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、さらには宮崎県全体の活性化を図った。

(1) ナイトタイムエコノミー事業

食と神話のナイトタイムエコノミー企画として訪日観光客を対象に4つのコンテンツを実施
有料入場者数：1, 150名（内訳：国内 903名・海外 247名）

期 間：第1回目令和6年10月12日 16:00～21:00

第2回目令和6年10月19日 16:00～21:00

第3回目令和6年11月 3日 16:00～21:00（ガストロノミー企画実施）

第4回目令和6年11月 4日 16:00～21:00（ガストロノミー企画実施）

第5回目令和6年11月10日 16:00～21:00

場 所：青島エリア（青島本島内）

料 金：1, 500円（税込）

内 容：

①上質なガストロノミー企画

本県出身のミシュランシェフ柏田幸二郎氏と共同で開発。宮崎の食材を潤沢に使った上質なガストロノミーの提供を行った。

利 用 者：令和6年11月3日 8名（内訳：国内 6名・海外 2名）

令和6年11月4日 9名（内訳：海外 9名）

②世界的なバーテンダーが監修した、宮崎のフルーツと焼酎を使用したカクテルと、宮崎の食材を活用したワンプレートメニューの提供を行った。

利 用 者：36名（内訳：国内 36名）

③青島ナイトタイム体験ツアー企画

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を行った。

利 用 者：64名（内訳：国内 50名・海外 14名）

④「日本最古のラブレター」書道体験企画

世界的な書道家岩尾諭志氏による、豊玉姫と山幸彦の間に交わされたとされる「日本最古のラブレター」書道手紙体験を行った。

利 用 者：15名（内訳：国内 14名・海外 1名）

(2) 青島エリアを灯りにより潜在力を高めるコンテンツ造成事業（宮崎市補助金）

本事業は宮崎市補助金で取り組む。宮崎市を代表する観光地「青島」エリアにおいて、昼間の観光コンテンツとして青島ビーチパークや青島ビーチヴィレッジなど、民間投資も含め

ソフト面及びハード面の拡充が行われている。

しかし、夜間の観光コンテンツは未成熟なものが多く、取り組みも少ないことから、夜間の観光コンテンツを造成することで、青島エリアのみならず本市への誘客促進と滞在率の向上、消費拡大に繋がる、持続可能なコンテンツの造成を行った。

期 間：令和6年10月12日～11月17日

※実施期間のうち、以下の日程において、観光庁より採択された事業（宮崎市青島に新たに生まれる食と神話のナイトタイムエコノミー）を実施。

期 間：令和6年10月12日・10月19日・11月3日・11月4日・11月10日

※天候の影響や、照明機材メンテナンス等により開催を行わない日程として、36日間で、8日間は休止日。稼働日を28日間にて実施。

来場者数：3,933名（国内3,401名・海外532名）

※有料日：1,150名（国内903名・海外247名）

（3）青島ナイトタイムエコノミー事業に係る二次交通モデル事業

宮崎県観光協会と連携し、着地型企画として「二次交通モデル事業」を構築し、訪日外国人を含む旅行者の青島への二次交通の交通手段を設定することで周遊性の拡大検証を行った。

①実施区間および期間

・愛和リゾート⇄青島 間 運行バス1台

運行期間 5日間 乗車人数 40名

・フェニックスリゾート⇄青島 間 運行バス 2台

運行期間 5日間 乗車人数 103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。

令和6年10月より宮崎市観光案内所にて国内外観光客に本市の魅力ある観光資源を広く発信するため、旅の記念や思い出に残る宮崎らしいグッズ、宮崎牛や本市ならではの景品があたる「みやざきガチャ」の販売を開始した。

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21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が、日向灘沖地震及び南海トラフ大地震注意情報の発出の影響を受け、昨年度の来場者を下回る結果となった。

また、開催場所を例年の「こどものくに（大地の広場・みずべの広場）」からANAホリデイ・イン リゾート宮崎横の芝生広場に変更し、レイアウトを大幅に変更することで賑やかさの演出を図った。

期 間：令和6年8月24日～25日（2日間）

場 所：こどものくに（ANAホリデイ・イン リゾート宮崎側広場）

来 場 者：4,877名（24日／2,409名・25日／2,468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、11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、様々なイベントを実施した。また宮崎市と連携し宮崎市制100周年記念キャラクター“みやねこ”シールの配布等も行い本市のPRに努めた。

期 間：令和6年8月2日～18日（17日間）

※日向灘沖地震の影響により8月8日は17時15分から臨時休園

場 所：フローランテ宮崎

来 場 者：71,058名（令和5年実績 67,703名 前回は104.9%）

来場者内訳 市内約50%、県内（本市除く）約30%、県外約20%（任意調査）

料 金：通常 おとな 500円 こども（小中学生） 250円 ※未就学児無料
団体 おとな 400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. 女子硬式野球大会

令和6年度で4回目の開催。全国から7チームが参加。

本事業を通して、「野球」コンテンツの新たな可能性と女子スポーツの受入を行い、幅広いスポーツ事業の展開と閑散期9月の宿泊客増に努めた。

期 間：令和6年9月14日～15日

場 所：宮崎市清武総合運動公園 ※雨天のため、大会不成立

参加チーム：読売ジャイアンツ女子チーム（東京）、MSH医療専門学校（広島）、
折尾愛真高等学校（福岡）、折尾愛真クラブ（福岡）、熊本国府高等学校（熊本）
日南学園高等学校（宮崎）、備前サンラッキーズ（岡山）

4. 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38回青島太平洋マラソン2024

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5年ぶりに10km種目も復活し、1万人を超えるランナーが日向路を駆け抜けた。

同時開催：第33回視覚障害者マラソン宮崎大会

期 日：令和6年12月8日

コ ー ス：フルマラソン・10Km・3Km

参 加 者：12,338名（県外：5,832名／県内：6,506名）

5. 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

実 績：年 8回（11団体）

6. 新規事業開発事業

（1）みやざきガチャ

令和6年度は宮崎市観光案内所の来場者増の一助として、インバウンド客や県内外の観光客に宮崎の味や観光地を知ってもらうため旅の記念や思い出に残る宮崎らしいグッズをはじめ、宮崎牛や本市ならではの景品が当たる「みやざきガチャ」の販売を開始した。

期 間：令和6年10月11日～

金 額：500円／1回

景品内容：・レギュラー景品（すべてのカプセルに封入）

「宮崎市観光イメージキャラクターミッシちゃん」グッズ

「はにわをモチーフとした指サック」「南男猿」など宮崎らしい景品

・目玉商品（レギュラー商品に追加で一部のカプセルに封入）

「宮崎牛」「みやざきフェニックス・リーグ始球式参加権利」「アミュプラザ商品券」

実 績：143個（令和7年3月31日時点）

(2) 大型商業施設観光プロモーション

宮崎県内の観光地や各所の魅力を情報発信し誘客につなげるため、イオンモール宮崎サウスモールにおいて8台のポスター掲示枠を設置。季節ごとに県内のイベントや観光情報を発信した。

期 間：令和6年8月28日～

掲 載 料：無料

7. 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った。

宮崎のご当地グルメである宮崎牛、地鶏、チキン南蛮、マンゴー、釜揚げうどんに加え、2020年度から5年連続で総務省調査購入頻度日本一となった「宮崎ぎょうざ」や豊かな黒潮に育てられた「伊勢えび」などをコンテンツとして、食の宝庫宮崎としてさらなる推進を図るため、プロモーションやイベントを実施した。

(1) 伊勢えび

日南市と連携し、「青島～日南」を伊勢えびのプロモーションエリアとして定着させるためスタンプラリーを実施。抽選で賞品（宿泊券等）が当たる企画を行い、周遊性と宿泊効果の向上に努めた。

名 称：日南海岸伊勢えびスタンプラリー

参画店舗：宮崎市 8店舗／日南市 15店舗

期 間：令和6年9月7日～11月30日

スタンプラリー参加応募数：2,676件（前年比124.3%）

メディアセールス：西日本新聞社他、6社訪問

特設HPの制作

知事表敬 期 日：令和6年9月10日

(2) 宮崎ぎょうざ

「宮崎市ぎょうざ協議会」と連携し「餃子のまち！宮崎市」を全国に向けプロモーションを継続的に実施。2024年の総務省統計調査においては、購入頻度全国1位・支出金額全国2位を獲得した。

① 2024年「宮崎市ぎょうざ」支出金額・購入頻度順位発表セレモニー開催

期 日：令和7年2月7日

場 所：宮崎ブルーバード空港2階

内 容：2024年の餃子支出金額・購入頻度ランキングの年間発表

結 果：2024年総務省統計調査 ぎょうざ 購入頻度全国1位・支出金額全国2位

② 「Jリーグ宮崎キャンプサッカーフェスティバル」参加のJリーグ6チームに宮崎ぎょうざを贈呈

チーム名：鹿島アントラーズ、横浜F・マリノス、ファジアーノ岡山、ロアッソ熊本、

セレッソ大阪ヤンマーレディース、ヴィアマテラス宮崎

8. 大型イベント開催支援事業

(1) ひなたフェス2024の開催

宮崎で開催された大型野外イベント日向坂46の「ひなたフェス2024」において、中心市街地等への回遊性を高めるため、賑わい創出を図るとともに観光PRを行い来場者へのサービス向上と充実を図り、宮崎の認知度と来宮時の滞在時間の向上に努めた。

期 間：令和6年9月7日～8日

来場者数：約56,000名（推計）

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園（ひなたサンマリンスタジアム宮崎）

【実施内容】

① 中心市街地へ賑わい創出を目的としたバナー・フラッグの設置

期 間：令和6年8月7日～9月10日

場 所：橘通アーケード及び国道220号等

内 容：日向坂46のひなたフェスのロゴ等を活用した歓迎のバナー及びフラッグの設置

②ぐるっぴーの装飾

期 間：令和6年8月14日～9月10日

内 容：ひなたフェスのロゴ等を活用したラッピングの実施

③大のれんの掲出

期 間：令和6年9月4日～9日

場 所：一番街アーケード入り口

内 容：日向坂46のメンバーが載った大のれんの設置

④宮崎市PRブースの運営

期 間：令和6年9月7日～8日

場 所：ひなた宮崎県総合運動公園（第二陸上競技場）市町村PRエリア

内 容：宮崎市観光PR、ふるさと納税PR、義援金箱の設置、経済効果アンケートの実施

⑤臨時駐車場の運営補助

イベント実施における臨時駐車場利用料金への補助

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賑わい創出を図り、スポーツランドみやざきの推進に努めた。

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。令和6年度から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7名、土日祝32名（特別日34名）述べ498名

②臨時駐車場の整備（約5,100台）

③シャトルバス運行（C駐車場・D駐車場～）

キャンプ期間中週末10日間は、計65台を配車。

2月8日・9日・15日・16日、3月1日は来場者が多くなることを想定し1台追加。

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、パンチカーペット、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キャンプ地周辺の交通関連情報や観光情報を掲載

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

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7年2月1日～3月2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。また、令和6年度から交通対策費として駐車場料金の徴収を行い看板やHPにて告知を行った。

【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）～第1駐車場
- ・D駐車場（JAみやざき南宮崎支店）

※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

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7年2月1日～3月2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7年2月3日～3月2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7年1月20日～2月25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等の補助を行った。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。

①スポーツ合宿セールス

- ・各エリアの旅行会社や競技団体に補助内容の説明及び宮崎市内の施設の案内等を行った。

セールスエリア：関西（神戸・大阪・奈良）

期 間：令和6年8月5日～9日

セールス先：名鉄観光サービス（株）大阪（教育・スポーツ事業部）

東武トップツアーズ（株）大阪教育・大阪支店

大阪府立市岡高校（修学旅行・合宿セールス）、（株）JTB大阪教育旅行

（株）ヤングリゾート大阪（合宿）、（株）HISスポーツ事業部

九州7県合同説明会（旅行会社招集）

奈良市内（（株）JTB、（株）ロイヤルツーリスト、東武トップツアーズ（株）

名鉄観光サービス（株）名鉄観光サービス（株）、近畿日本ツーリスト（株））

橿原市教育委員会、大和高田高校（教育旅行）

- ・県合同スポーツ合宿誘致セミナー参加

期 間：令和6年11月26日～27日

セールス先：大阪近隣の大学部活監督及びマネージャー招集（20校）

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・代表チーム等は除く）に対して①宿泊費補助（一人一泊につき1,000円を助成（上限10万円））、②特産品、③貸切バス・レンタカー等の費用負担の中から選択した内容の補助を実施。

実績：96団体（2,764名 12,821泊）（前年度：90団体 2,606名）

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）へ宮崎の特産品贈呈

実績：26団体（前年度：21団体）

主な贈呈先：ラグビー日本代表、スピードスケート日本代表、プロ野球自主トレ等

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、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6年 7月1日～令和6年9月30日

令和6年10月1日～令和7年1月31日

ゴルフパラダイスツアー特典期間：令和6年10月1日～令和7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6年7月1日～令和7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6年10月30日～12月2日

エアポートゴルフリゾート 期間：令和6年11月 5日～26日

(1) ダンロップフェニックストーナメント

宮崎ブーゲンビリア空港オアシス広場で、前年度優勝者 杉浦悠太選手の歓迎セレモニーを実施した。

その他、ギャラリーサービスの向上を図るため、日南コース1番ホールで「こどもふれあい広場」を運営。ふれあい広場では託児所を設け親子で楽しめるトーナメント会場作りに努め、みやざき杉の木育遊具や子どもたちに人気の“ふわふわ”を設置し多くの利用者で賑わいを見せた。

さらに11月16日は中学生以下の子どもとその保護者を対象にトーナメント中の会場内を案内付きで巡る「わくわく探検ツアー」を実施した。予定定員数以上の参加があり賑わった。

大会期間：令和6年11月14日～17日

総観客数：12,167名

園児招待：11月14日 27名 みくに幼稚園

11月17日 67名 宮崎ひがし幼稚園

(2) JLPGAツアーチャンピオンシップリコーカップ

宮崎ブーゲンビリア空港オアシス広場で、前年度優勝者 山下美夢有選手の歓迎セレモニーを実施。また、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、市職員と連携し宮崎の特産品や宿泊券が当たるお楽しみ抽選会を実施した。

大会期間：令和6年11月21日～24日

総観客数：11,478名

(3) アクサレディスゴルフトーナメント in MIYAZAKI 2025

大会プログラムの広告として、ゴルフパラダイスの紹介を掲載。

大会期間：令和7年3月28日～30日

総観客数：9,504名

(4) トーナメントとの連携

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、2024年度優勝者の手形モニュメントを繁華
街・ニシタチに展示。観光地ニシタチを盛り上げるとともに3月開催の「アクサレディスゴ
ルフトーナメント in MIYAZAKI 2025」の話題喚起を図るため除幕式を実施した。

期 日：令和7年3月26日

参 加 者：桑木志帆選手（2024リコーカップ優勝者）

（株）ダンロップスポーツエンタープライズ 代表取締役社長 旭野昌宏氏

（一社）日本女子プロゴルフ協会理事 森本多津子氏、他関係者等

(5) 企業との連携によるPR活動

- ・「ゴルフツーリズムワンストップオペレーター歓迎セレモニー」協賛
- ・「FBS女子プロチャレンジゴルフ2024」協賛
- ・「スポーツインダストリーゴルフトーナメント2024」協賛
- ・「第28回SPGオープンコンペ2024」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.3」協賛
- ・「ドリームステージ Experience」協賛
- ・「パーゴルフRZN杯 IN フェニックス2025」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

5. 福岡ソフトバンクホークス公式戦開催支援事業

4年連続となる福岡ソフトバンクホークスの公式戦を「ファイト！九州デー」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、大会の盛り上げ等に協力。

期 日：令和6年5月11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 オリックス・バファローズ

結 果：4 対 1

観 客 数：25,787名（主催者発表）

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球団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6年4月2日～10月31日

視聴想定人数：2,953,479名

内訳：通常シーズン65試合 2,726,058名

クライマックスシリーズ 120,426名

日本シリーズ 109,995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6年4月1日～10月15日

視聴想定人数：2,149,170名

内訳：通常シーズン1試合平均30,270名×71試合＝2,149,170名

固定看板 71試合 2,149,170名（野球試合のみ）

(3) プロモーション

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」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6年11月30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

青島神社「むすびこより」体験

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

来場者数：40,631名（球団発表）

抽選件数：約2,000回

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サンフレッチェ広島の本拠地で、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。スタジアムが新設されてはじめての実施であったが、PRブースの他にも様々な企画が実施でき、多くの方に“宮崎市”を知ってもらうきっかけとなった。今後の「キャンプ地みやざき」への誘客へ繋がるものとなった。

(1) ホームゲームでのPR

期 日：令和6年7月5日

場 所：エディオンピースウイング広島

カ ー ド：サンフレッチェ広島 VS ヴィッセル神戸

結 果：1 対 3

観 客 数：25,119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「京セラドーム大阪」、「みずほPayPayドーム福岡」、「東京ドーム」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やイメージアップと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6年5月18日

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

結 果：8 対 3

観 客 数：30,977名

(2) 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6年7月6日

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：0 対 4

観 客 数：38,974名

(3) 東京ドーム「みやざきスペシャルゲーム」

期 日：令和6年7月13日

カ ー ド：読売巨人軍 VS 横浜DeNAベイスターズ

結 果：6 対 1

観 客 数：41,803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20回目の開催となった。

期 間：令和6年7月27日～29日 ※7月29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14チーム（福岡県、佐賀県、熊本県、大分県、鹿児島県）

宮崎県内18チーム

優勝チーム：宮崎鷹黒（宮崎県）

準優勝チーム：那珂ライオンズ（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18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6年9月14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6年9月15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6年10月12日～13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指し各種様々な事業を行った。

また、会員企業と連携を図り、新しい魅力商品の開拓に努めたほか、ふるさと納税事業にも積極的に取り組んだ。さらに令和6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～11月にナイトタイムエコノミー事業を実施。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等、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の開発及び販売を行った。また、新たに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」を製作して、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、トートバッグ、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) ふるさと納税との連携事業

国の法改正に対応すべく、MIYAZAKI シャツの製作を行い宮崎県・西都市のふるさと納税返礼品としての登録を行った。

(3) 宮崎中央卸売市場との連携

当協会は、令和3年度から仲買人登録を行い、市場内での仕入れが可能であるため、県外でのプロモーション時に青果物の販売事業に取り組んだ。

販売事業実績

第51回神戸まつり

期 日：令和6年4月21日

来場者数：157,000名

ソラシドエアpresentsグリーンスカイフェスタ in 二子玉川

期 日：令和6年11月30日～12月1日

来場者数：約23,000名（2日間）

(4) スポーツキャンプとタイアップした受入コンテンツの造成及び受入

侍ジャパン宮崎秋季キャンプ2024に合わせてJTBとコンテンツ造成を行い、『キャンプ地みやざき』ならではで、且つ当協会独自の受入に対しての協力・運営を行った。

内 容：球団エリアや特別エリアからの観戦やオリジナル商品をプレゼント。

当協会ならではの付加価値を提案して受入を行った。

2. 宮崎市青島に新たに生まれる食と神話のナイトタイムエコノミーコンテンツ販売促進事業

令和6年度に観光庁より「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、10月～11月の期間中、食と神話のナイトタイムエコノミー事業を実施。更なる誘客を図るため、ナイトタイムエコノミー企画として訪日観光客を対象に4つの各コンテンツを実施し販売促進を行った。

全コンテンツ販売件数：1, 282枚

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) 2024プロ野球ファーム日本選手権

本市で12年連続14回目となるプロ野球ファーム日本選手権を開催。令和6年度は、ファンサービスとして、「ラグザスpresents第3回WBSCプレミア12」優勝トロフィーの展示やキッチンカーの出店をはじめ試合後のグラウンド開放などを実施し、集客に努めた。

横浜DeNAベイスターズが初のファーム日本一に輝いた。

期 日：令和6年10月5日

場 所：ひなたサンマリンスタージアム宮崎

カ ー ド：福岡ソフトバンクホークス VS 横浜DeNAベイスターズ

結 果：2 対 6

観 客 数：4, 193名

(2) 木挽BLUE Presents 2025年プロ野球オープン戦2DAYS

令和4年2月（宮崎市生目の杜運動公園内アイビススタジアムで開催）以来、3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内「アイビススタジアム」と、オリックス・バファローズのキャンプ地である宮崎市清武総合運動公園内「SOKKENスタジアム」で2日間連続開催。試合前やグラウンド整備中は、ホークス、バファローズのキャラクターパフォーマンスを行うなど会場を盛り上げた。

<1日目>

期 日：令和7年2月22日

場 所：アイビススタジアム（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オリックス・バファローズ（1塁側）

結 果：7 対 0

観 客 数：7, 848名

<2日目>

期 日：令和7年2月23日

場 所：SOKKENスタジアム（宮崎市清武総合運動公園）

カ ー ド：オリックス・バファローズ（1塁側）VS福岡ソフトバンクホークス（3塁側）

結 果：9 対 1

観 客 数：3, 516名

2. その他 野球関連受入

(1) 侍ジャパン宮崎秋季キャンプ2024の受入協力

11月に開催された、「ラグザスpresents第3回WBSCプレミア12」に出場する侍ジャパンの事前合宿の受入を実施。清武総合運動公園で9日間実施した。

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、交通警備対策に係る負担金として3,000円を徴収し、駐車整理券を販売した。

期 間：令和6年10月29日～11月6日

場 所：宮崎市清武総合運動公園

観 客 数：18, 900名

法人会計

1. 会議の開催

(1) 定時総会 令和6年6月21日

(令和5年度事業報告、収支決算、令和6年度事業計画、収支予算、理事の選任について、他)

(2) 理事会

第1回 令和6年6月5日

(令和5年度事業報告、収支決算、令和6年度事業計画、収支予算、令和6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6年10月22日

(新規事業について、令和6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7年3月17日

(令和7年度事業計画(案)、収支予算(案)について、令和6年度補正予算(案)について、役員選考委員会の設置について、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6年5月24日

(観光功労者の選考について、令和5年度事業報告、決算報告について、令和6年度以降新規事業(案)について、他)

第2回 令和6年10月10日

(令和6年度補正予算(案)について、令和5年度上期事業報告・下期事業計画について、他)

第3回 令和7年3月7日

(令和7年度事業計画(案)及び収支予算(案)について、令和6年度補正予算(案)について、他)

(4) 監事会 令和6年5月20日

2. 観光功労者表彰

期 日：令和6年6月21日

受賞者：個人3名

南九州大学	岩田 賢士	氏
(株) 東海	西府 隆行	氏
フェニックスリゾート(株)	井口 陽平	氏

3. 永年勤続表彰

期 日：令和6年6月21日

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7年1月11日 参加者：26組 101名

場 所：宮崎国際空港カントリークラブ

懇親会

期 日：令和7年1月11日 参加者：123名

場 所：宮崎観光ホテル

5. (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。

6. 職員採用試験の実施

(1) プロパー職員採用試験

令和6年8月採用

第一次試験 期 日：令和6年5月26日

合格発表 期 日：令和6年6月5日

第二次試験 期 日：令和6年6月23日

合格発表 期 日：令和6年7月 1日

採用人数 1名

(2) 嘱託職員採用試験

令和7年4月採用

第一次試験 書類審査

合格発表 期 日：令和7年2月20日

第二次試験 期 日：令和7年2月27日

合格発表 期 日：令和7年3月 5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. 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6年10月末～令和7年3月

視 察 先：北海道、東京、鹿児島、熊本、韓国

9. ファイルサーバー入替

新サーバーの運用開始：令和6年7月1日～

10. 宮崎県内主要観光協会意見交換会（延岡市、高千穂町、日向市、日南市、都城市、宮崎市）

期 日：令和6年7月1日 WEB会議

11. 6市町観光協会連携事業

イオンモール宮崎サウスモールにおいて、8台のポスター掲示枠を設置

期 間：令和6年8月28日～令和7年8月27日

オープニングセレモニー 期 日：令和6年9月3日

12. 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6年3月31日	正会員	365会員
	賛助会員	6会員

令和6年度増減内訳

	正会員入会	18会員
	正会員退会	8会員
合計	正会員	10会員（増）

令和7年3月31日

正会員	375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、13回目の開催。本県でキャンプを実施しているソフトバンク、オリックス、西武、沖縄でキャンプを実施しているロッテの4球団と韓国プロ野球 斗山ベアーズに加えロッテジャイアンツが初参加し6球団で開催した。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7年2月26日～3月2日

参加チーム：福岡ソフトバンクホークス、千葉ロッテマリーンズ、オリックス・バファローズ
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】

○2月26日

福岡ソフトバンクホークス	1対6	ロッテジャイアンツ	(アイビー)	観衆2,200名
オリックス・バファローズ	3対1	千葉ロッテマリーンズ	(SOKKEN)	観衆1,800名
埼玉西武ライオンズ	3対1	斗山ベアーズ	(サンマリン)	観衆900名

○2月27日

福岡ソフトバンクホークス	9対0	斗山ベアーズ	(アイビー)	観衆2,400名
オリックス・バファローズ	4対1	ロッテジャイアンツ	(SOKKEN)	観衆600名
埼玉西武ライオンズ	5対0	千葉ロッテマリーンズ	(サンマリン)	観衆1,900名

○3月1日

福岡ソフトバンクホークス	8対13	埼玉西武ライオンズ	(アイビー)	観衆5,600名
オリックス・バファローズ	4対10	斗山ベアーズ	(SOKKEN)	観衆500名
千葉ロッテマリーンズ	4対3	ロッテジャイアンツ	(都城)	観衆2,500名

○3月2日

福岡ソフトバンクホークス	9対0	千葉ロッテマリーンズ	(アイビー)	観衆5,800名
オリックス・バファローズ	4対10	埼玉西武ライオンズ	(SOKKEN)	観衆2,100名
斗山ベアーズ	7対5	ロッテジャイアンツ	(サンマリン)	観衆200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67回目となる春季キャンプを実施。春季キャンプでは、ファンサービスとして、昨シーズンのリーグ優勝を記念した特別展示や体験型アトラクションの実施などの新たな取り組みのほか、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7年2月1日～13日（一軍選手）

令和7年2月1日～25日（ファーム選手）

観客数：120,500名（※2月1日～13日の観客数・球団発表）

（※令和5年春季キャンプ観客数：137,000名（※2月1日～14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

2024年シーズンリーグ優勝した福岡ソフトバンクホークスが日本一奪還に向け秋季・春季キャンプを実施。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、球団と連携しサイン会を毎日実施するなど様々なファンサービスを行い来場者満足度向上に努めた。

秋季キャンプ：令和6年10月31日～11月15日

観客数：未発表

春季キャンプ：令和7年2月1日～3月2日

観客数：256,000名※球団発表

(※令和6年春季キャンプ観客数：269,000名(※2月1日～2月28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

清武総合運動公園内で11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、球団と連携を図りながらSNSを活用した情報発信も合わせて実施した。

春季キャンプ：令和7年2月1日～3月2日

観客数：161,300名

(※令和6年春季キャンプ観客数：247,196名(※2月2日～29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3クラブ、J3が2クラブ、WE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37試合、内23試合が本市内で実施された。また、令和6年度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3日間計3試合で延べ約3,400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)

○鹿島アントラーズ(J1)

滞在期間：令和7年1月14日～1月25日 (12日間) 延べ宿泊数：550泊

○ファジアーノ岡山(J1)

滞在期間：令和7年1月18日～2月1日 (15日間) 延べ宿泊数：700泊

○横浜F・マリノス(J1)

滞在期間：令和7年1月20日～1月30日 (11日間) 延べ宿泊数：500泊

○アビスパ福岡(J1)

滞在期間：令和7年1月20日～2月1日 (13日間) 延べ宿泊数：650泊

○大分トリニータ(J2)

滞在期間：令和7年1月20日～1月26日 (7日間) 延べ宿泊数：300泊

○徳島ヴォルティス(J2)

滞在期間：令和7年1月21日～2月1日 (12日間) 延べ宿泊数：550泊

○セレッソ大阪(J1)

滞在期間：令和7年1月22日～2月2日 (12日間) 延べ宿泊数：550泊

○ツエーゲン金沢(J3)

滞在期間：令和7年1月26日～2月16日 (23日間) 延べ宿泊数：880泊

○サンフレッチェ広島(J1)

滞在期間：令和7年1月29日～2月7日 (10日間) 延べ宿泊数：450泊

○FC岐阜(J3)

滞在期間：令和7年1月29日～2月1日 (4日間) 延べ宿泊数：120泊

○ベガルタ仙台(J2)

滞在期間：令和7年2月1日～2月14日 (14日間) 延べ宿泊数：650泊

○セレッソ大阪ヤンマーレディース(WE) NEW

滞在期間：令和7年2月11日～2月15日 (5日間) 延べ宿泊数：140泊

12チーム合計 6,040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。新たな取り組みとして「観戦ハシゴ企画」と銘打ったプレゼント抽選会を行い誘客に努めた。また、今年初の春季キャンプを行ったWEリーグのセレッソ大阪ヤンマーレディースをホームチームとして、地元チームのヴィアマテラス宮崎を迎え、女子のサッカーフェスも開催。Jリーグサポーターとは異なった客層にも「キャンプ地みやざき」をアピールすることができた。

①鹿島アントラーズ — ファジアーノ岡山

期 日：令和7年1月25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1,300名
出 店：キッチンカー4台、『鹿島アントラーズ』グッズ販売

②横浜F・マリノス — ロアッソ熊本

期 日：令和7年1月26日 13:00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人）

③セレッソ大阪ヤンマーレディース — ヴィアマテラス宮崎

期 日：令和7年2月15日 10:00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300名
出 店：キッチンカー3台

6. みやざきフェニックス・リーグ支援実行委員会

第21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、日本独立リーグ野球機構選抜、初参加のくふうハヤテベンチャーズ静岡、韓国プロ野球から3チーム参加し、過去最大の合計18球団で実施した。

期 間：令和6年10月7日～28日

実施試合：162試合（うち天候不良により62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：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6年9月7日
- ・総合水難救助訓練
期 日：令和6年6月28日
- ・青島海水浴場管理運営業務委託
期 間：令和6年5月22日～9月30日

- ・渚の交番運営委員会の開催
期 日：第1回 令和6年6月22日
第2回 令和7年2月27日
- ・体験プログラム受入
期 間：通年 利用者：295名
- ・地域連携（ワークショップ、地域交流等）
期 間：通年 利用者：2,193名

【年間状況】

年間施設利用者数：20,948名（前年度23,066名 前年比90.8%）
上期15,075名、下期5,873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、悪天の多いシーズンとなったが、雷、高潮などに注意しつつ、管理・運営に努めた。令和6年度は、8月に宮崎県を襲った震度6弱の日向灘沖地震の影響で安全への懸念から海水浴客が大幅に減少した。

開設期間：令和6年6月29日～8月25日 [58日間]

※遊泳禁止 累計2日（終日2日間）

来場者数：135,600名（前年度157,446名 前年比 86.1%）

救助件数：25件（内様子見15件、安全移送、迷子、その他）

救護件数：597件（内クラゲ刺され522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の向上を図り、「青島ビーチパーク」を開設して10年目。通年営業としては3年目を迎え、貨物コンテナを改造したコンテナハウスショップで、飲食1店舗を出店した。

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）