



第三次宮崎市観光振興計画

2015-2019

～「Visit & Stay Miyazaki」（「滞在型観光」の推進に向けて）～

はじめに

雄大な自然と温暖な気候に恵まれている本市は、安全・安心で良質な食材が豊富で、プロスポーツキャンプや大会などの開催地として認知されております。また、マリンスポーツやトレッキング、ゴルフなどのレジャースポーツを気軽に楽しめる環境が整っており、神話の舞台となった名所や旧跡地など多くの地域資源が存在しています。

本市は、平成 18 年 1 月の佐土原町、田野町、高岡町との合併に続き、平成 22 年 3 月には清武町との合併によりバランスの取れた産業構造となった一方、我が国の人口は、過去に類を見ない勢いで急速に減少しており、本市におきましても、地域経済などに大きな影響を与えることが懸念されております。

そのような中、国は、人口や経済、地域社会の課題に対して一体的に取り組む施策として「地方創生」を打ち出しました。本市の経済が、持続的かつ自立的に発展していくためには、モノやサービスの市外への販売や交流人口の増加による「外貨の獲得」を推進する必要があります。

観光産業は、本市の経済を支える基幹産業の一つであり、まさに外貨を獲得する産業であると同時に、多種多様な業種が関係する裾野の広い産業であることから、観光振興を図ることは、交流人口を増加させ、地域経済の活性化につながる重要な取り組みであります。

この度、平成 22 年 3 月に策定した「新宮崎市観光振興計画」が平成 26 年度末をもって終了しますことから、新たな観光振興計画を策定いたしました。本計画では、本市が誇る「青島」「スポーツ」に、まちのにぎわいとして「ニシタチ」を加えた 3 つをみやぎブランドとして確立し、宮崎らしさを生かした誘客の推進や、受け入れ体制（おもてなし）の充実を図るための様々な取り組みを盛り込んでおります。

今後、本計画を基に、より魅力的な観光地づくりを推進するとともに、多様な主体との『共創』の考え方を基本とし、10 年後の市制 100 周年を視野に入れた施策を積極的に展開してまいりたいと考えておりますので、市民の皆様のさらなるご支援・ご協力をお願いいたします。

最後になりましたが、この計画を策定するに当たり、策定委員会や分科会等において、行政機関や観光関連事業者、学識経験者、市民公募委員等の皆様から貴重なご提言、ご協力をいただきましたことに心からお礼申し上げます。



平成 27 年 3 月

宮崎市長 戸 敷 正

目 次

第三次宮崎市観光振興計画

■ 序 章 計画の概要	1
■ 第1章 観光の動向と課題	4
■ 第2章 計画の基本的な方向	22
■ 第3章 戦略ごとの施策と具体的な取り組み	24
■ 第4章 計画の推進に向けて	53
■ 資料編	54

計画の概要

1. 計画策定の趣旨

本市では、平成 11 年度に「宮崎市観光振興計画」を、また、平成 21 年度に「新宮崎市観光振興計画」（以下、「前計画」という。）を策定し、様々な観光施策を積極的に展開しています。前計画の計画期間は、平成 22 年度から平成 26 年度の 5 年間で、本年度が最終年度となっていますが、観光産業は、本市経済を支える柱の一つであり、40 万人スクラムプロジェクトにおいても経済効果の高い滞在型観光の推進を掲げていることから、引き続き戦略的に推進していく必要があります。

このため、前計画の成果を検証するとともに、上位計画である「第四次宮崎市総合計画後期基本計画」（平成 25 年度～平成 29 年度）を踏まえつつ、急激な環境の変化に対応した観光施策を計画的かつ効果的に展開するための指針となる「第三次宮崎市観光振興計画」（以下、「本計画」という。）を策定するものです。

2. 計画の位置づけ

平成 24 年 1 月発表の国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、今後、我が国の総人口は減少していくと予想されています。また、少子高齢化の進行に伴い、産業の担い手である生産年齢人口の総人口に対する割合が低下し、国内の生産力や消費への影響が懸念されるとともに、地方における定住人口の減少が大きな課題となっています。

そのような中において、観光振興を図っていくことは、国内外からの交流人口を増加させ、地域経済の活性化につながる重要な取り組みであると言えます。

本市は、合併による市域の拡大により、新たな地域資源が加わるとともに、産業構造のバランスがより取れたことから、県都として、また南九州の中核都市としてさらなる発展が期待されています。今後、様々な地域資源を有効に活用し、市民の有機的な連携による地域一体となった魅力的な観光地づくりが求められる中で、東九州自動車道の全線開通や、2020 年の東京オリンピック・パラリンピック開催に伴う合宿誘致なども見据えた取り組みが重要となります。

このため、本計画では、前計画に定める 5 つの観光振興戦略である「個性的な観光リゾートづくりの推進」「観光ホスピタリティ（もてなしの心）の充実」「スポーツランドみやぎの推進」「青島地域の活性化」「効果的な観光情報の発信」を柱とした 19 項目の施策および 68 項目の具体的な取り組みの達成状況の評価や検証を基に、時代に即した観光施策を立案し、計画的かつ効果的に推進していくこととします。

「第四次宮崎市総合計画」の将来都市像

活力と緑あふれる太陽都市…みやざき…
～次世代につなぐまちづくり～

(関連) 基本目標 4

活気があふれ、いきいきと働けるまち

(関連) 重点目標 4-1

宮崎の特色を活かした産業のあるまち

(関連) 個別目標 4-1-2

より多くの観光客が訪れる観光都市になっている

＜総合計画に位置づけられた主要施策＞

- ① 個性的な観光リゾートづくりの推進
- ② 観光ホスピタリティ（もてなしの心）の充実
- ③ スポーツランドみやざきの推進
- ④ 青島地域の活性化
- ⑤ 観光情報の発信

整合 具現化

第三次宮崎市観光振興計画

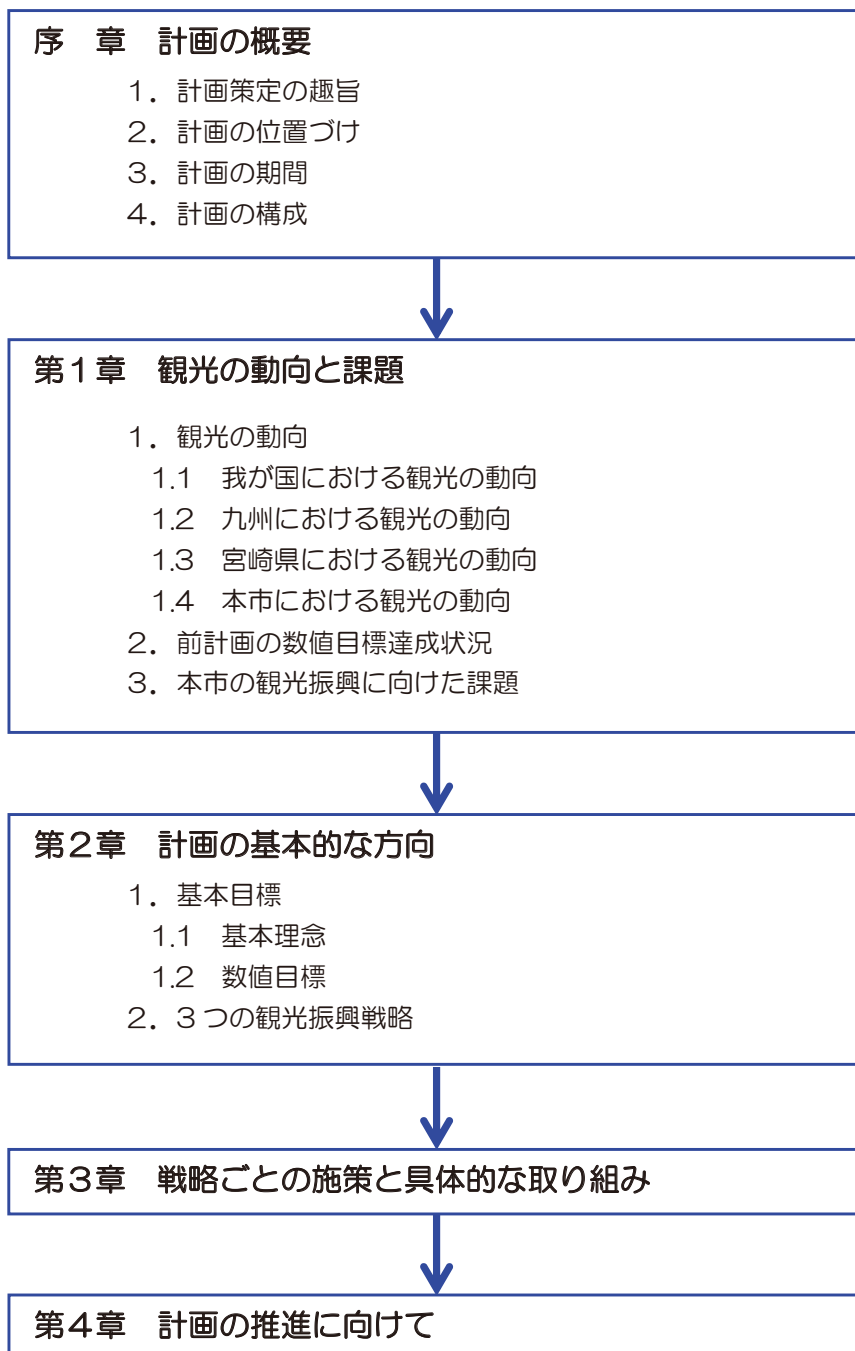
将来都市像及び目標を実現するための分野計画

3. 計画の期間

本計画には、前計画内容の検証を基に、10年後の市制100周年を視野に入れ、本市の観光振興の実現に向けた中期的展望等を盛り込む一方で、迅速に取り組みを進める観点から、計画期間は平成27年度から平成31年度までの5年間とします。

4. 計画の構成

本計画は、戦略ごとに設けた分科会における意見交換や各種調査等の結果を踏まえ、以下のような章立てで構成されています。



1. 観光の動向

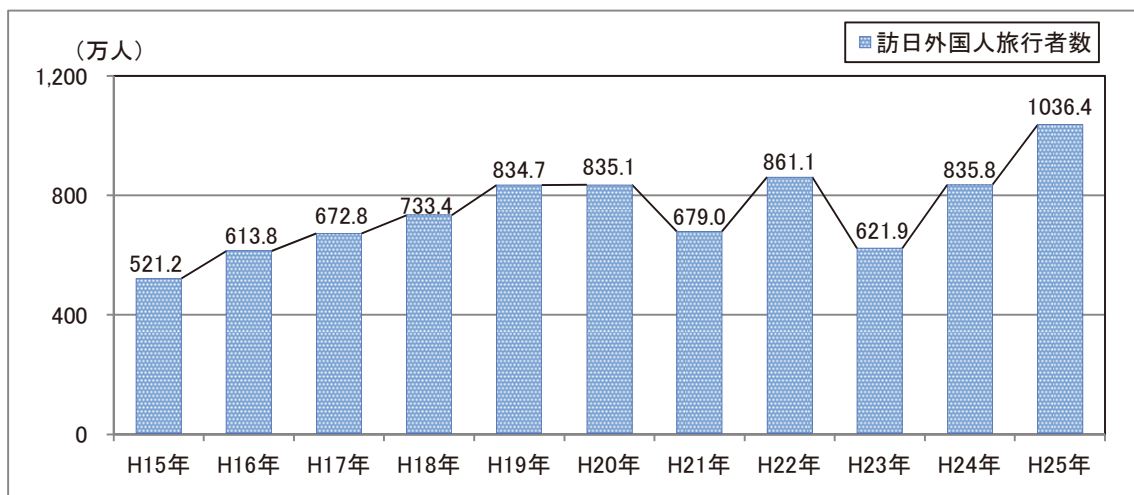
1.1 我が国における観光の動向

我が国では、「観光立国推進基本法」の制定（平成19年1月施行）や「観光立国推進基本計画」の策定（平成19年6月閣議決定）、観光庁の発足（平成20年10月）など、観光を日本の政策の重要な柱として位置づけ、観光立国の推進に取り組んでいます。観光庁「旅行・観光消費動向調査」によると、全国的に海外旅行から国内旅行に移行する動きが出てきたこと等から、平成25年の日帰り旅行は延べ2億1,155万人・回（前年比8.0%増）、宿泊旅行は延べ1億8,191万人・回（前年比5.9%増）となり、平成23年以降、増加傾向にあります。

また、平成25年には観光立国推進閣僚会議を立ち上げ、同会議において決定された「観光立国実現に向けたアクション・プログラム」（平成25年6月）の実施に政府一丸、官民一体となって取り組んだ結果、平成25年の訪日外国人旅行者数は、平成15年のビジット・ジャパン事業^{※1}開始以来の政府目標であった1,000万人を史上初めて達成しました。

目標達成の要因は、「近隣諸国の経済成長、円安方向への動き等の経済情勢の変化」「官民一体となった訪日プロモーション」「ビザ要件の緩和」「航空ネットワークの充実」が考えられ、今後、2020年に開催される東京オリンピック・パラリンピックを絶好の機会として、2020年に向けて訪日外国人旅行者数2,000万人の高みを目指すこととしています。

【図1 訪日外国人旅行者数の推移】



出典：日本政府観光局（JNTO）資料に基づき観光庁作成

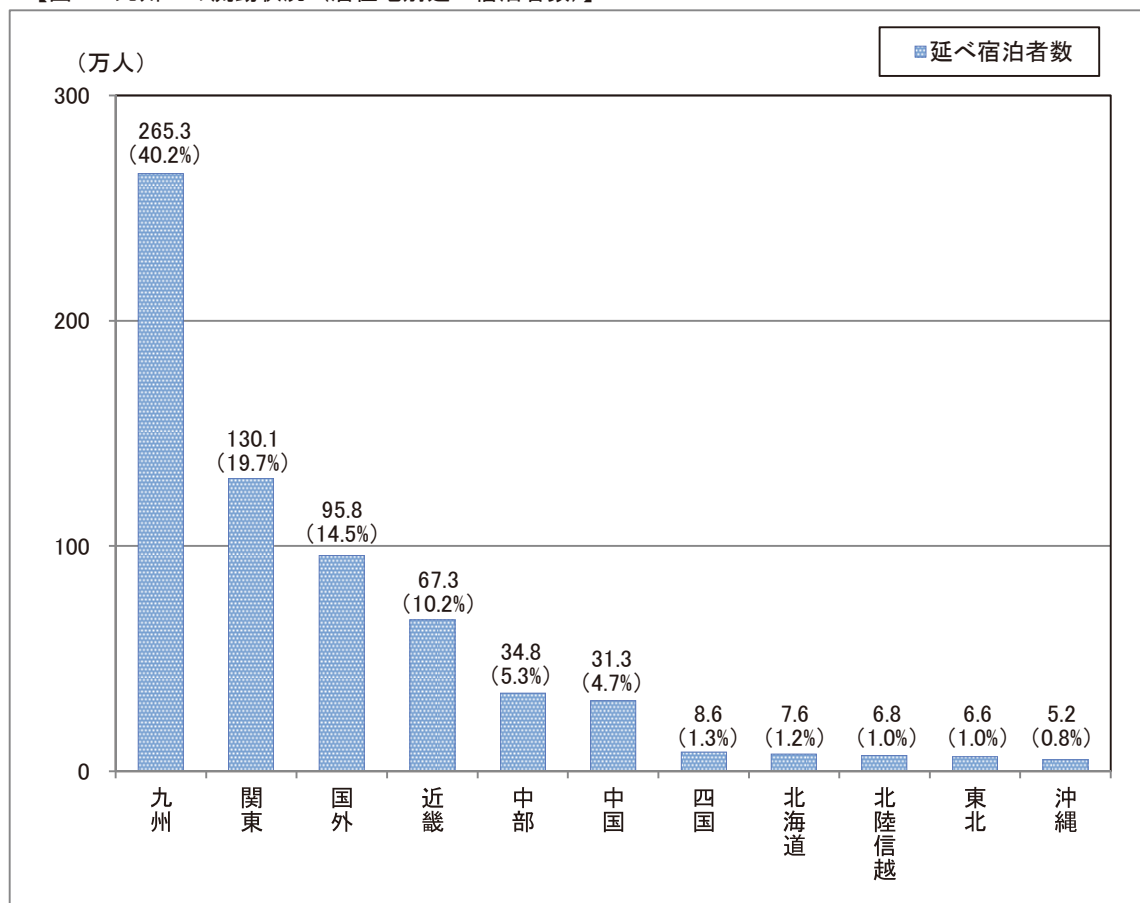
※1 外国人旅行者の訪日を飛躍的に拡大させることを目的として、国と地方公共団体、民間が共同で取り組んでいるキャンペーンの総称。

1.2 九州における観光の動向

九州は、アジアに近いという地理的優位性や自然、文化、歴史、近代化遺産など豊かな観光資源に恵まれ、我が国有数の観光地域としての地位を築いてきました。また、平成17年4月には、九州各県、経済団体等で構成される「九州観光推進機構」が設立され、インバウンド^{※2}対策を柱とした様々な取り組みが展開されているほか、平成23年3月には、九州新幹線鹿児島ルートが全線開業して関西までの直通運転が始まり、関西地域からも多くの観光客が訪れています。

平成25年の九州の延べ宿泊者数は4,869万人で、九州運輸局がまとめた「九州への流動状況（居住地別延べ宿泊者数）」^{※3}によると、約4割が九州域内、次いで、関東、国外、近畿の順となっています。また、国外の約7割がアジア（主に韓国、台湾、香港、中国）からの旅行者となっています。

【図2 九州への流動状況（居住地別延べ宿泊者数）】



出典：九州への流動状況（九州運輸局）

※2 訪日外国人旅行者のこと。

※3 九州への流動状況は、従業員100人以上の宿泊施設が対象。

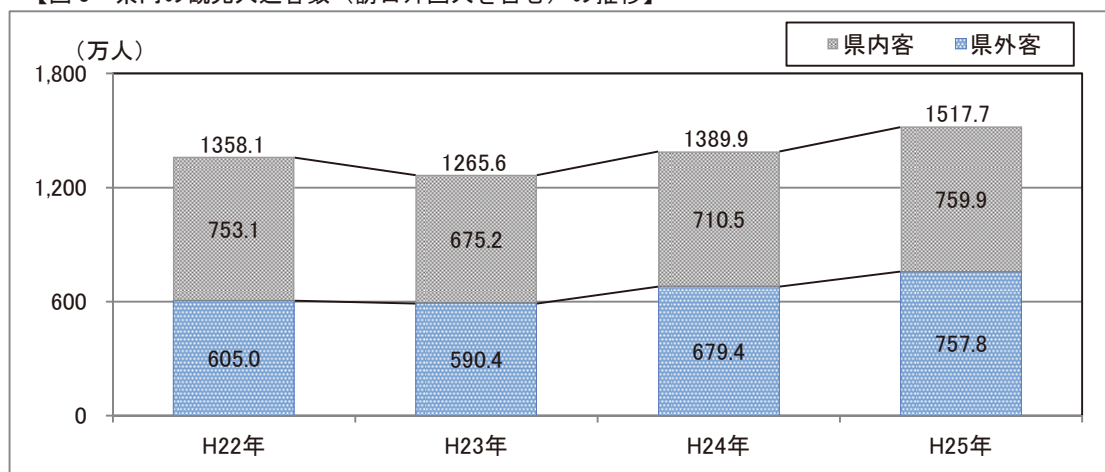
1.3 宮崎県における観光の動向

(1) 県内の観光入込客・実宿泊者数（ともに訪日外国人を含む）の推移

平成 25 年における宮崎県の観光入込客数は 1,517 万 7 千人で、前年に比べ 127 万 8 千人（9.2%）増加しました。このうち、県外客（訪日外国人を含む）は 757 万 8 千人で、前年に比べ 78 万 4 千人（11.5%）増加し、県内客は 759 万 9 千人で 49 万 4 千人（7.0%）増加しています。また、宿泊者数は 328 万 8 千人で 44 万 8 千人（15.8%）増加し、日帰り客は 1,188 万 9 千人で 83 万人（7.5%）増加しています。また、訪日外国人の宿泊者数は 9 万 8 千人で、4 千人（3.9%）減少しています。

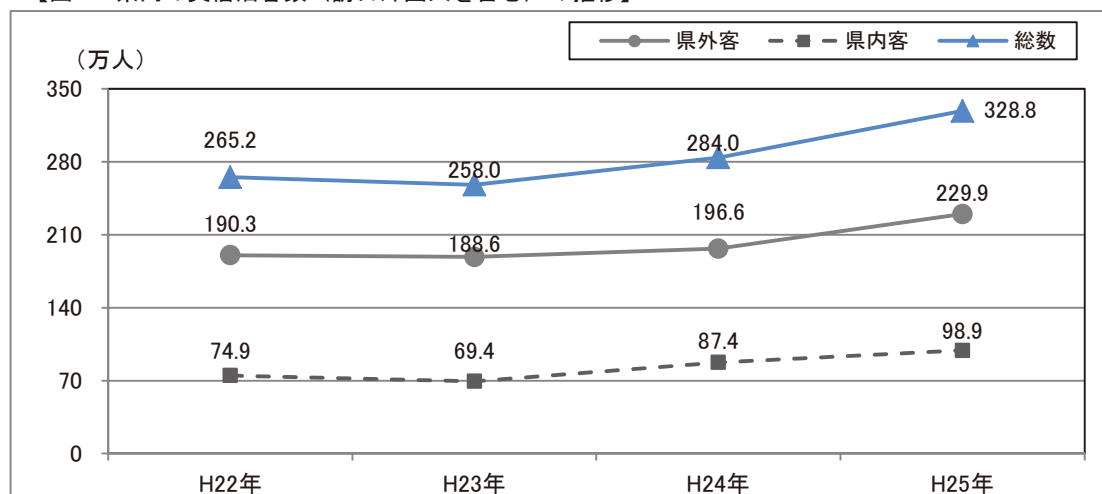
主な要因としては、順調に景気回復が進むとともに、円安の進行により海外旅行から国内旅行にシフトする動きが出てきたことで、これまで県が取り組んできた様々な誘客対策の効果が表れたものと考えられます。

【図 3 県内の観光入込客数（訪日外国人を含む）の推移】



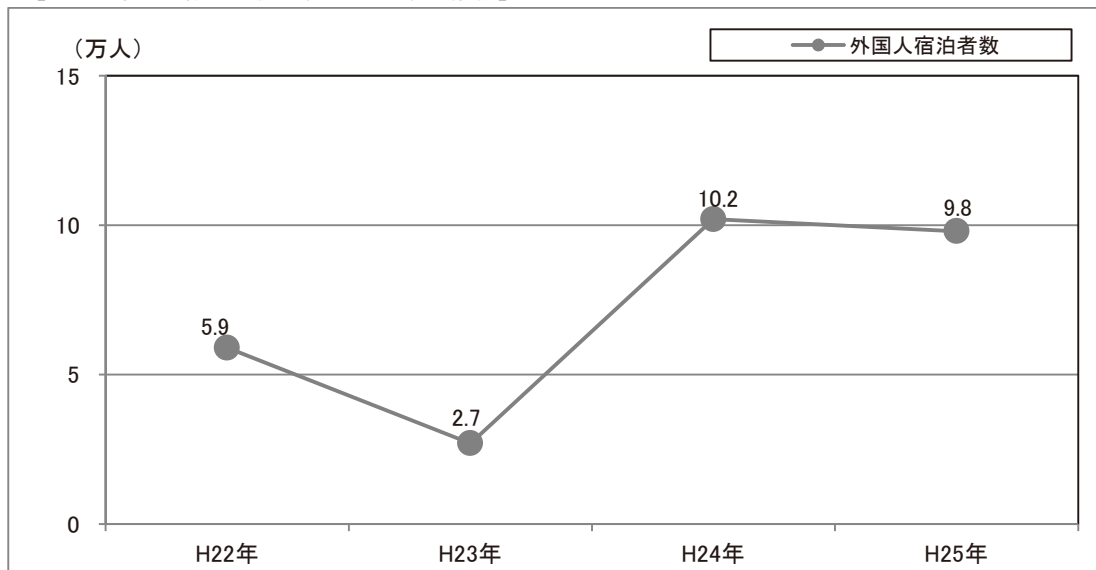
出典：宮崎県観光入込客統計調査

【図 4 県内の実宿泊客数（訪日外国人を含む）の推移】



出典：宮崎県観光入込客統計調査

【図5 県内の訪日外国人実宿泊客数の推移】

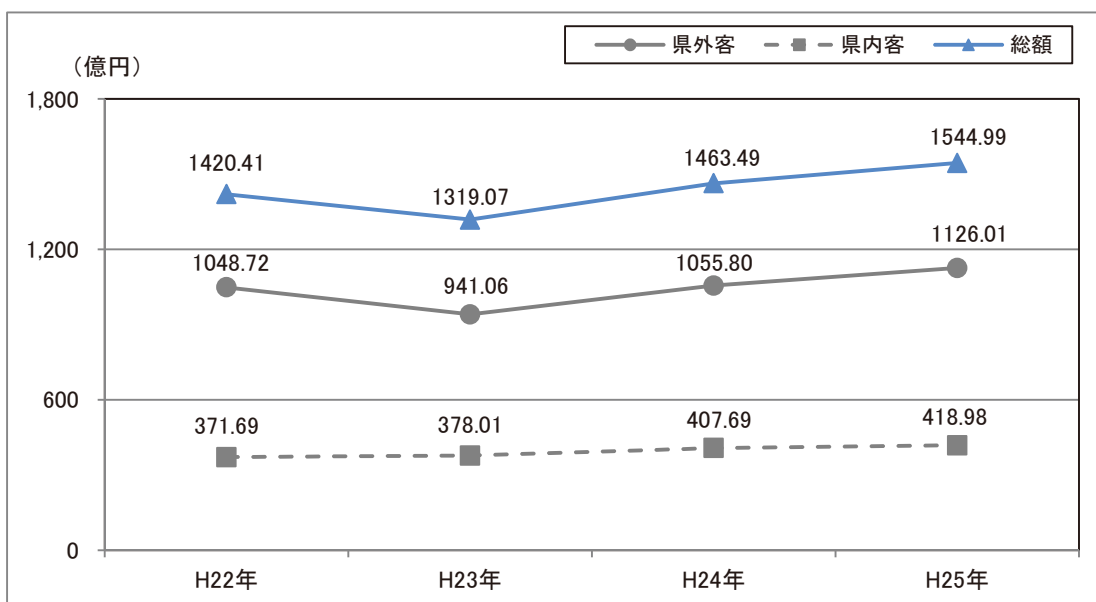


出典：宮崎県観光入込客統計調査

（２）県内の観光消費額の推移

平成25年の宮崎県における観光消費額は、1,544億9,900万円で、前年に比べ81億5千万円（5.6%）増加しました。このうち、県外客は1,126億100万円で、前年に比べ70億2,100万円（6.6%）増加し、県内客は418億9,800万円で11億2,900万円（2.8%）増加しました。また、宿泊客は868億4,500万円で141億3,400万円（19.4%）増加し、日帰り客は676億5,400万円で59億8,400百万円（8.1%）減少しています。

【図6 県内の観光消費額の推移】



出典：宮崎県観光入込客統計調査

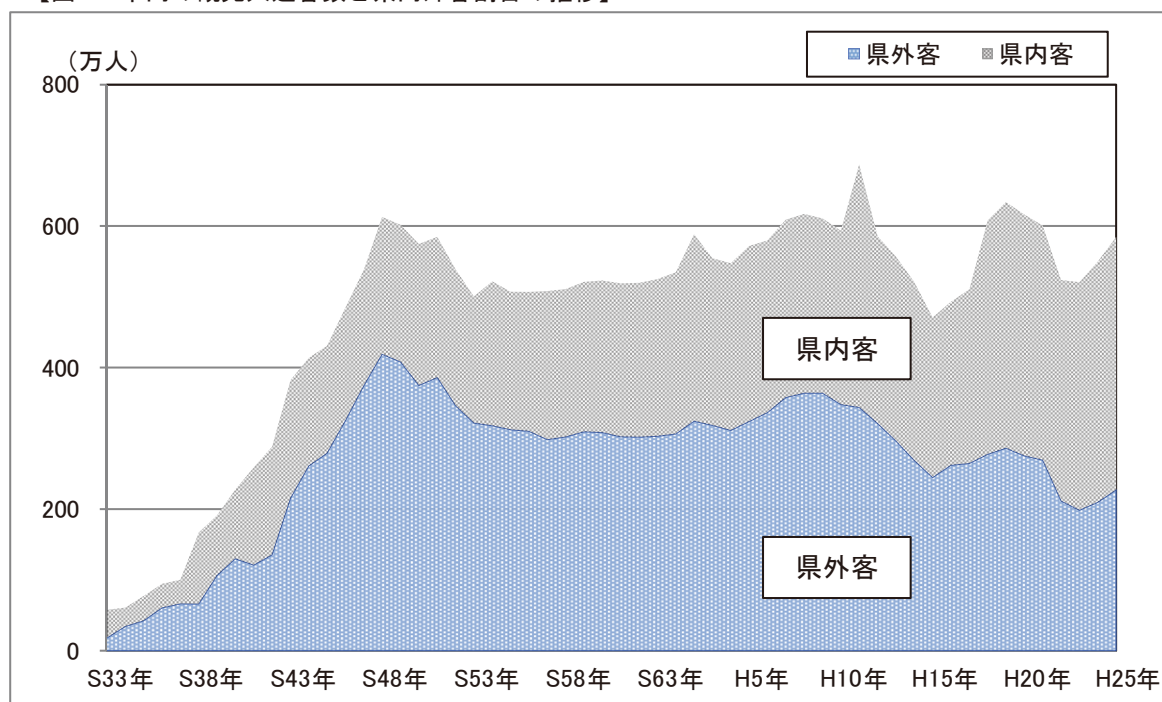
1.4 本市における観光の動向

(1) 観光入込客数と県内外客の割合

平成25年の宮崎市の観光入込客数は584万5千人となり、前年より34万8千人（前年比6.3%）増となり、県内外客の内訳は、県外客が前年比8.4%増の227万2千人、県内客が前年比5.0%増の357万3千人となっています。

月別の観光入込客数は、1年を通して8月が最も多く、次いで2月、7月の順となっている一方、最も少なかったのは6月で、次いで9月の順となっています。これは、WBC日本代表候補の合宿等の実施によるイベント入込客数の増加、好天続きによる海水浴場などのレクリエーション施設の利用客の増加、記紀編さん1300年記念関連事業の展開による集客効果、全国的に海外旅行から国内旅行へシフトする動きによるものと考えられます。

【図7 市内の観光入込客数と県内外客割合の推移】



出典：宮崎市観光統計

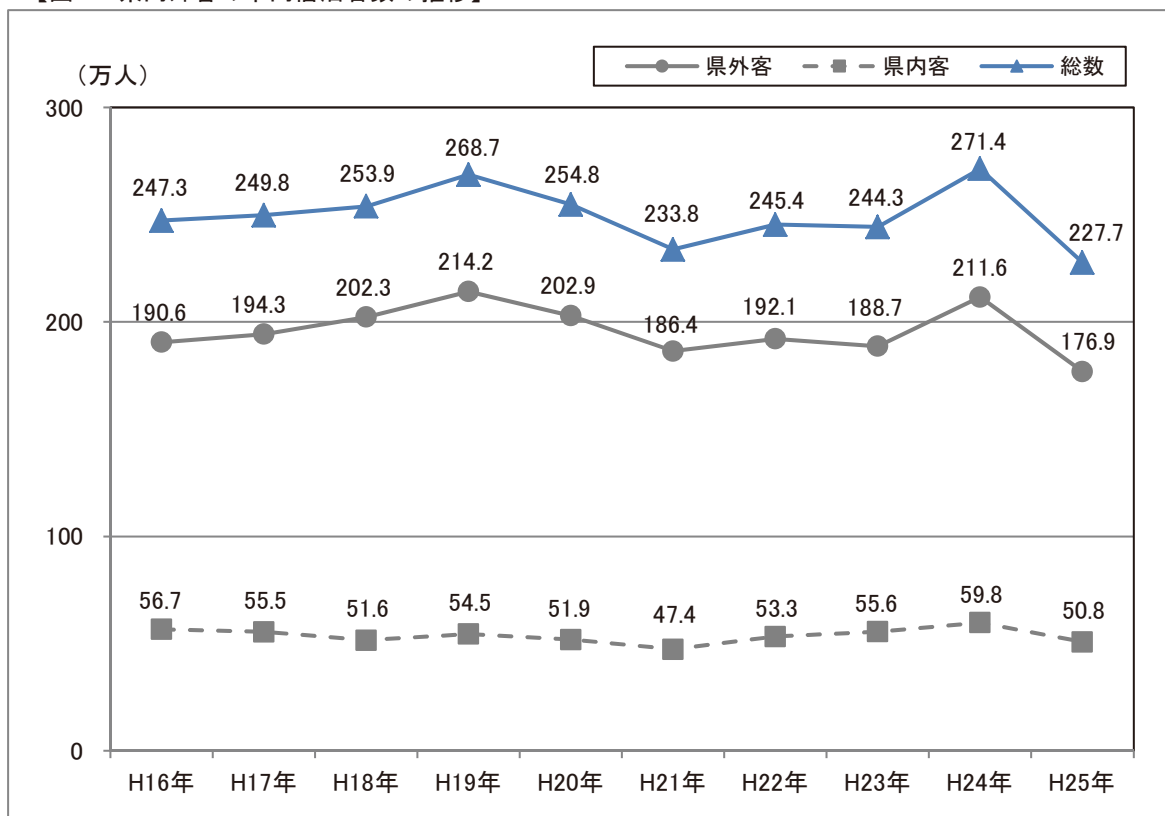
(2) 宿泊者数

平成25年の宮崎市の宿泊者数は227万7千人となり、前年より43万7千人（前年比16.1％）減となり、県内外の宿泊客の内訳は、県外客が前年比16.4％減の176万9千人、県内客が前年比15.1％減の50万8千人となっています^{※4}。地区別の内訳は、宮崎地区が前年比17.0％減の195万4千人、青島地区が前年比10.3％減の32万3千人となりました。

月別の宿泊者数は、1年を通して8月が最も多く、次いで2月の順となっている一方、1月、6月、9月が最も少なくなっています。目的別利用状況を見ると、宿泊者数のうち、観光のみを主な目的とするのは99万9千人で、全体に占める割合は43.9％となっています。

これは、廃業等による宿泊施設数の減少や通過型観光客の増加傾向、全国的な日帰り旅行割合の増加によるものと考えられます。

【図8 県内外客の市内宿泊者数の推移】



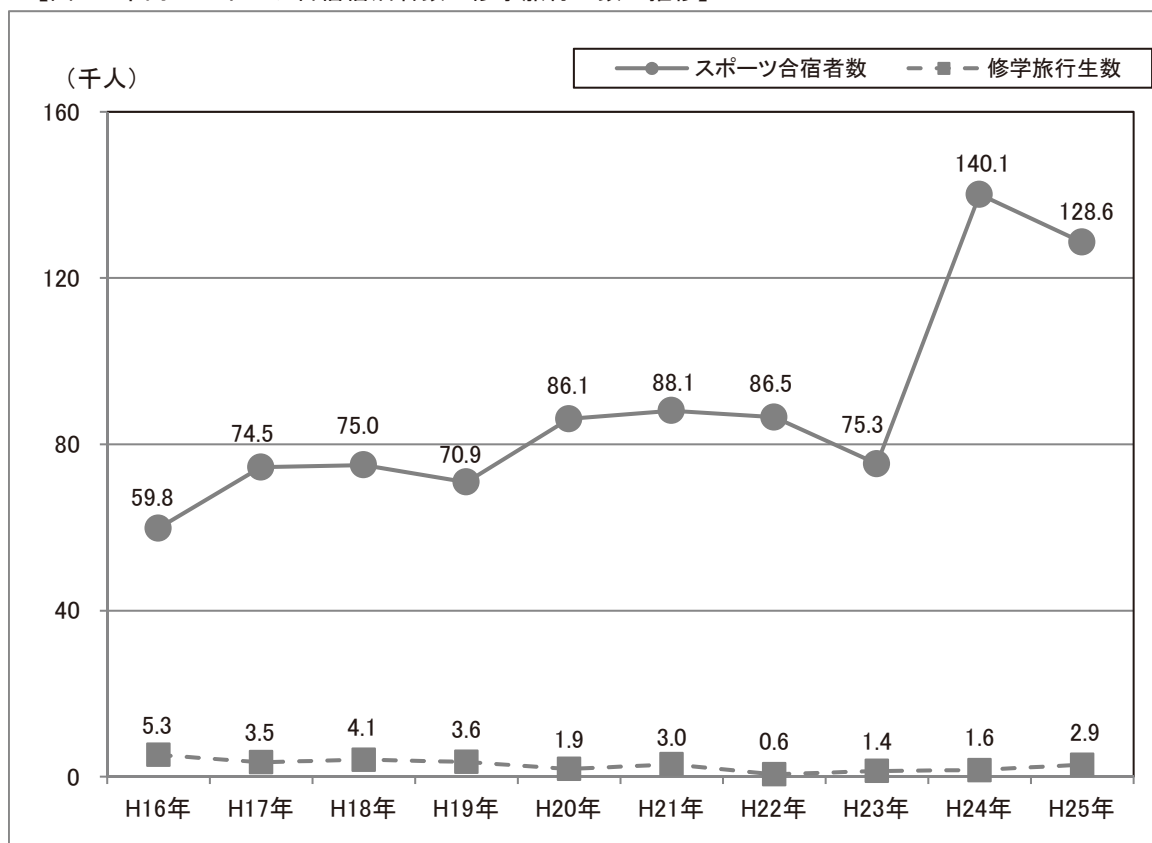
出典：宮崎市観光統計

※4 宮崎市観光統計およびP6-7における宮崎県観光入込客統計調査の宿泊者数（訪日外国人を含む）の傾向の差異は、市統計が延べ人数、県統計が実人数であることのほか、調査方法等が異なることによるもの。

(3) スポーツ合宿者数・修学旅行生数

平成 25 年のスポーツ合宿における宿泊者数^{※5}は 128,600 人で、前年より 11,500 人（前年比 8.2%）減となりました。一方、修学旅行生の宿泊者数^{※6}は 2,900 人で、前年より 1,300 人（前年比 81.3%）増となりました。

【図 9 市内のスポーツ合宿宿泊者数・修学旅行生数の推移】



出典：宮崎市観光統計

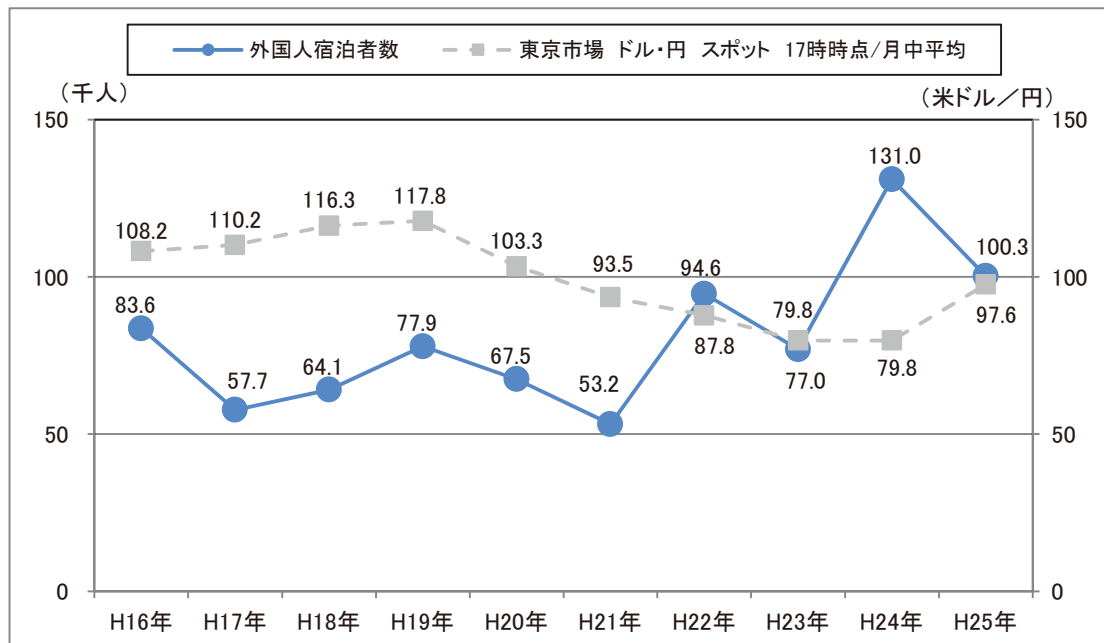
※5 平成 24 年度から、スポーツ合宿誘致強化を図るため、合宿を行う団体等へ特産品等を贈呈するとともに、スポーツ合宿者数をより正確に把握するために調査を徹底している。

※6 平成 23 年度から、修学旅行の新規誘致および継続実施を促すため、宿泊費等の補助を行っている。

(4) 外国人宿泊者数

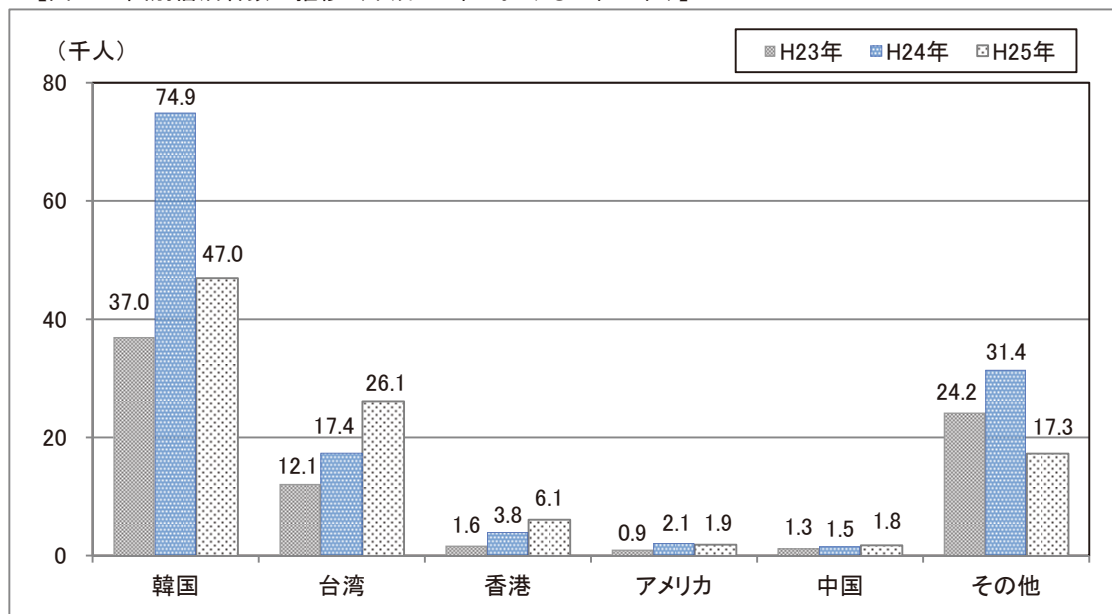
平成25年の外国人の宿泊者数は100,300人で、前年より30,700人（前年比23.4%）減となりました。国別にみると、1位が韓国で46.8%、2位が台湾で26.1%、3位が香港で6.1%、4位がアメリカで1.9%、5位が中国で1.8%の順となっています^{※7}。

【図10 市内の外国人宿泊者数の推移】



出典：宮崎市観光統計、日本銀行「時系列統計データサイト」に基づき宮崎市作成

【図11 国別宿泊者数の推移（平成25年における上位5位）】



出典：宮崎市観光統計

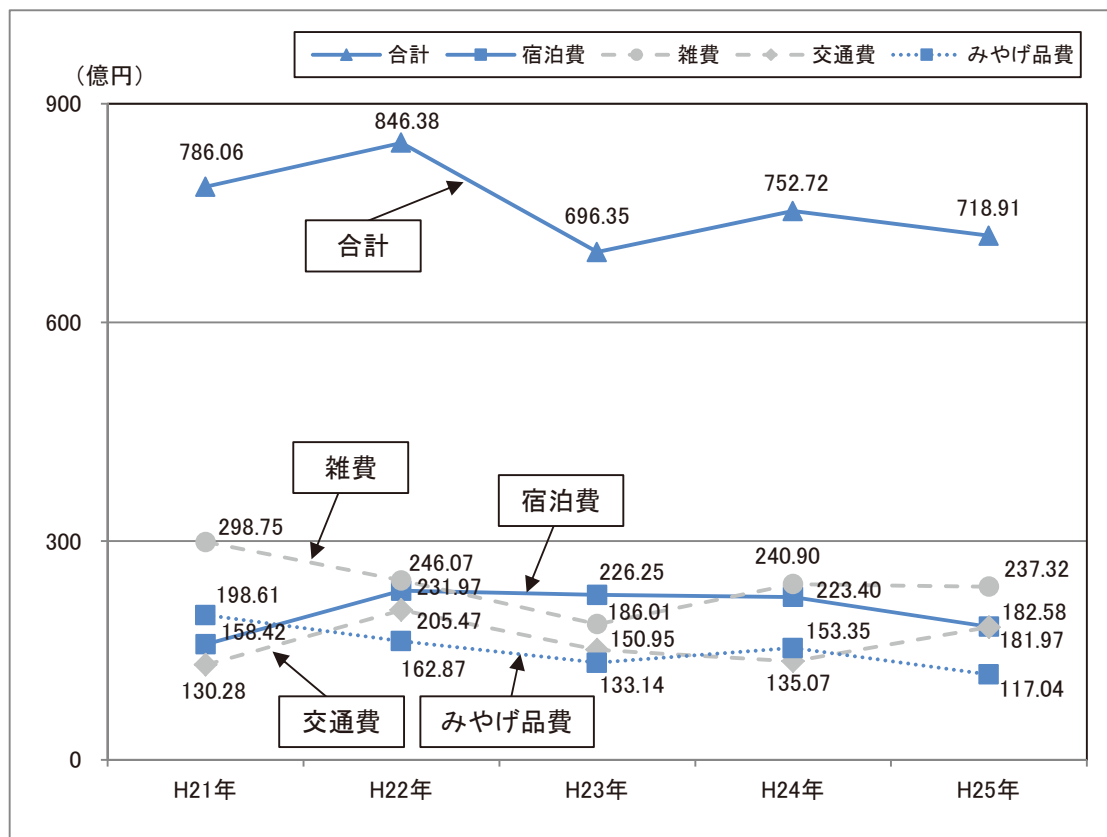
^{※7} 宮崎市観光統計およびP6-7における宮崎県観光入込客統計調査の宿泊者数（訪日外国人を含む）の傾向の差異は、市統計が延べ人数、県統計が実人数であることのほか、調査方法等が異なることによるもの。また、平成24年の外国人宿泊者数の伸びは、韓国企業の連泊が大きな要因となっている。

(5) 観光消費額

平成 25 年の観光消費額^{※8}は 718 億 9,100 万円で、前年より 33 億 8,100 万円（前年比 4.5%）減となりました。内訳は、宿泊費が 182 億 5,800 万円、みやげ品費が 117 億 400 万円、交通費が 181 億 9,700 万円、雑費（施設料、飲食料、ゴルフ代等）が 237 億 3,200 万円となっています。また、1 人当たりの観光消費額は、宿泊費が 8,018 円、みやげ品費が 2,002 円、交通費が 3,113 円、雑費が 4,060 円となっています。また、県外・県内客別に見た平成 25 年の観光消費額の内訳は、下表のとおりで、県外客の総額が 464 億 6,400 万円、県内客の総額が 254 億 2,700 万円となっています。

なお、経済波及効果^{※9}は、945 億 1,500 万円となっており、県外観光客の波及効果は、621 億 8,000 万円、県内観光客の波及効果は、323 億 3,500 万円となっています。

【図 12 市内の用途別の観光消費額の推移】

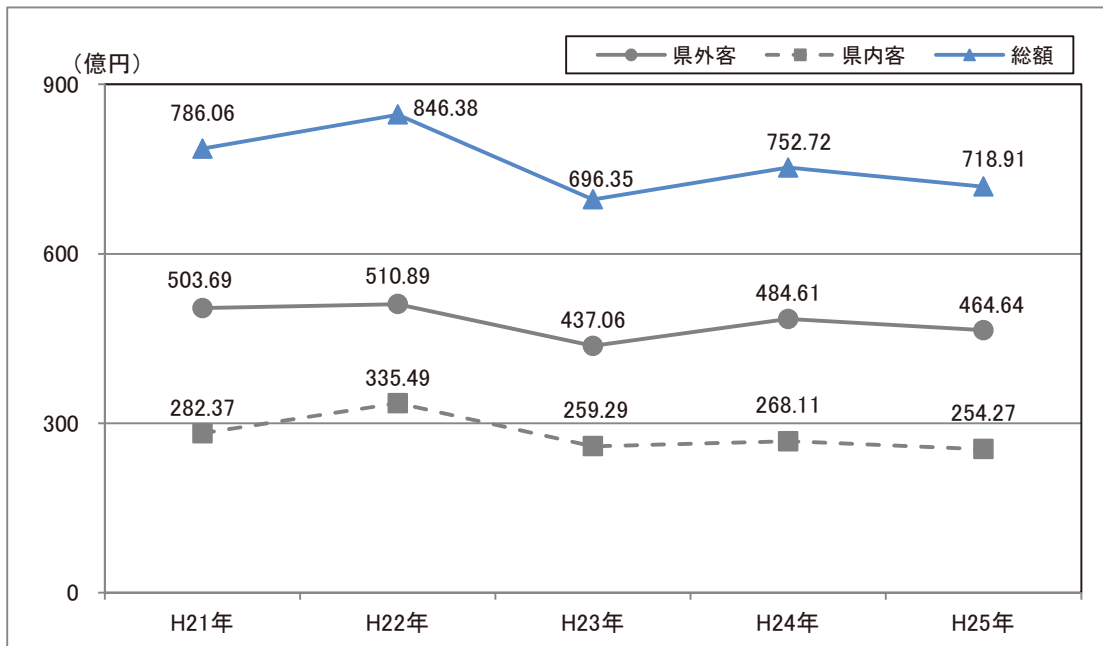


出典：宮崎市観光統計

※8 本市における観光消費額の推計は、アンケート調査、宮崎県の観光統計書を参考に、1 人当たりの県外客・県内客別の平均的単価を算出し、積算したもの。

※9 経済波及効果は、本市の観光消費額を基に、宮崎県が公表している「宮崎県産業連関表」を用いて推計したもの。

【図13 市内の県内外客別の観光消費額の推移】



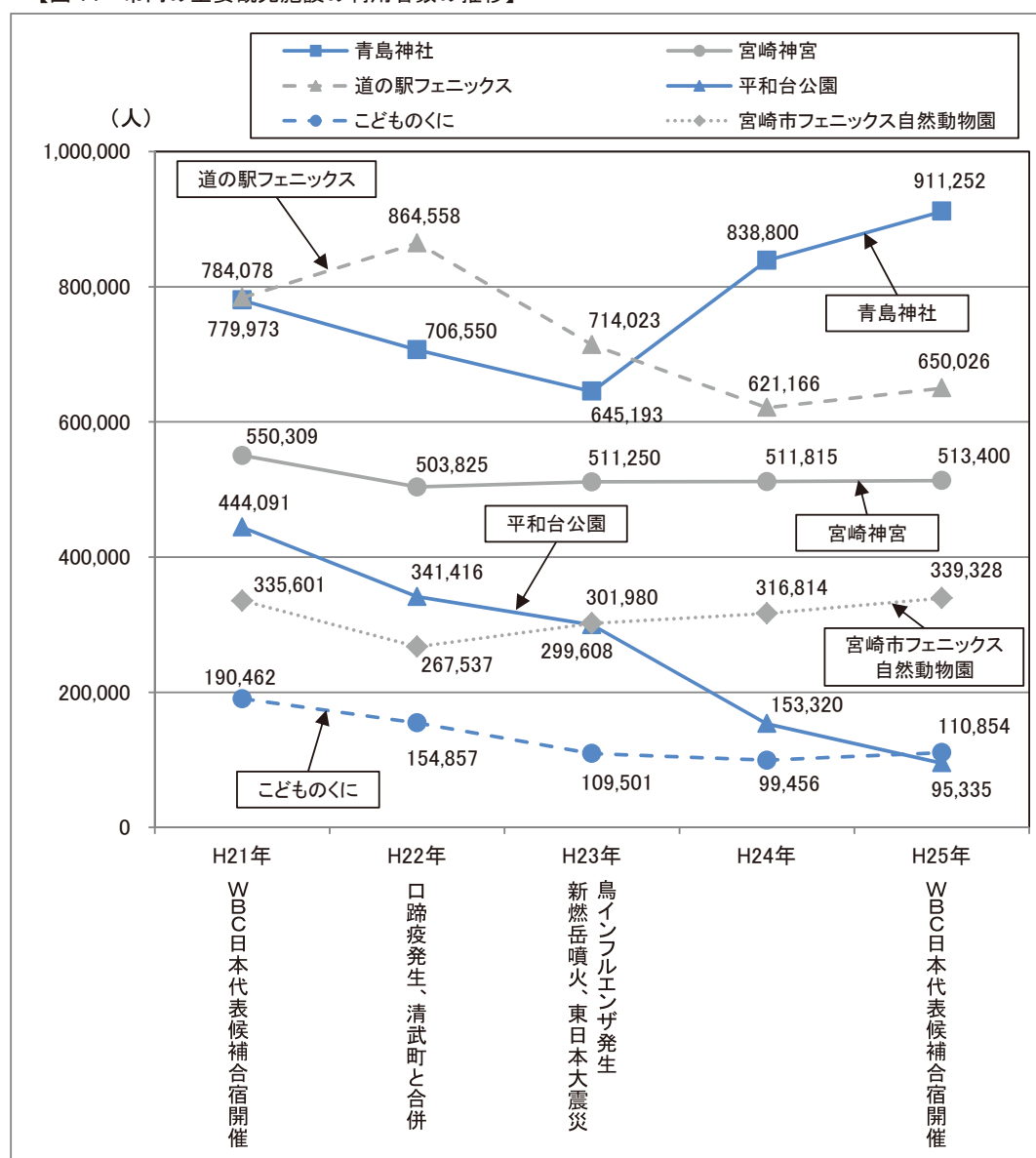
出典：宮崎市観光統計

(6) 観光資源

本市には、青島や堀切峠などの観光地や、史跡・文化財・記念物などの観光資源に加え、神話などの歴史・文化資源や、田野の大根やぐらなど風物資源、宮崎牛やマンゴー、地鶏などの食に関する資源があり、これらの資源は、本市の観光振興を図る上で重要な資源となっています。

また、平成 25 年における市内の主要観光施設の利用状況^{※10}は、青島神社の 911,252 人が最も多く、次いで、道の駅フェニックスの 650,026 人となっています。先に述べた観光入込客数の増加により、ほとんどの主要観光施設が前年と比較して増加しています。

【図 14 市内の主要観光施設の利用者数の推移】



出典：宮崎市観光統計

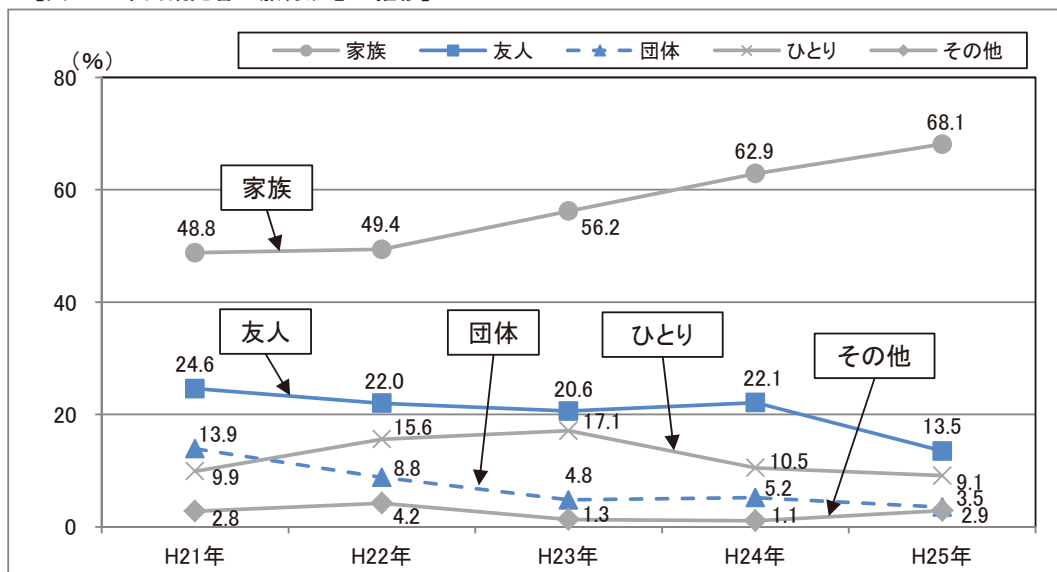
※10 こどものくには平成 24 年から、平和台公園は平成 24 年 7 月から計測方法を変更。

(7) 旅行形態および交通手段

平成 25 年における市内の観光客の旅行形態^{※11}で、最も高いのは家族旅行の 68.1%で、年々増加傾向にある一方、団体旅行は 3.5%となり、年々減少傾向にあります。

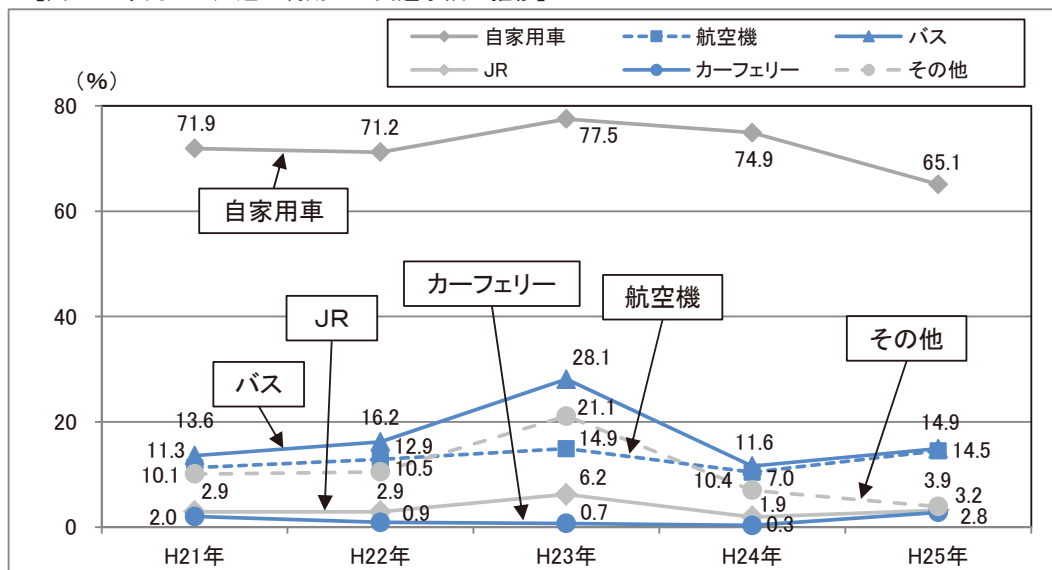
また、平成 25 年における市内への入込で利用した交通手段^{※12}は、自家用車が 65.1%と最も高くなっており、市内での移動交通手段^{※13}においても、自家用車が 72.5%、次いでレンタカーが 9.4%と自動車を利用する割合が高い状況となっています。

【図 15 市内観光客の旅行形態の推移】



出典：宮崎市観光統計

【図 16 市内への入込で利用した交通手段の推移】



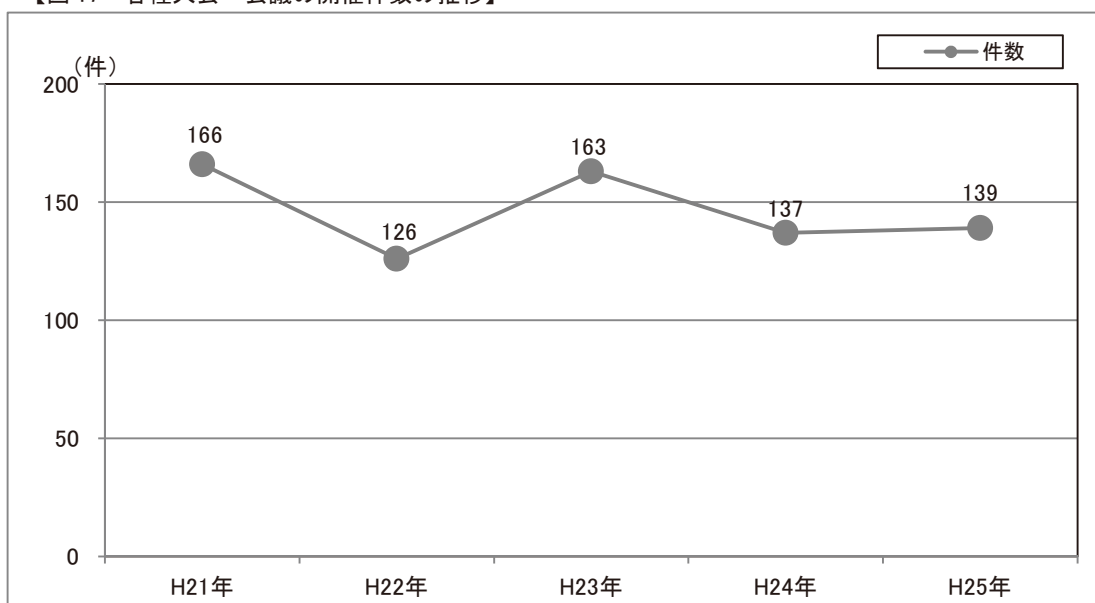
出典：宮崎市観光統計

※11※12※13 百分比は小数点第2位までを四捨五入し、小数点第1位までを表示。複数回答のため、百分比の合計は100%を超える。※13は、平成25年から調査開始。

(8) 各種大会・会議の開催状況

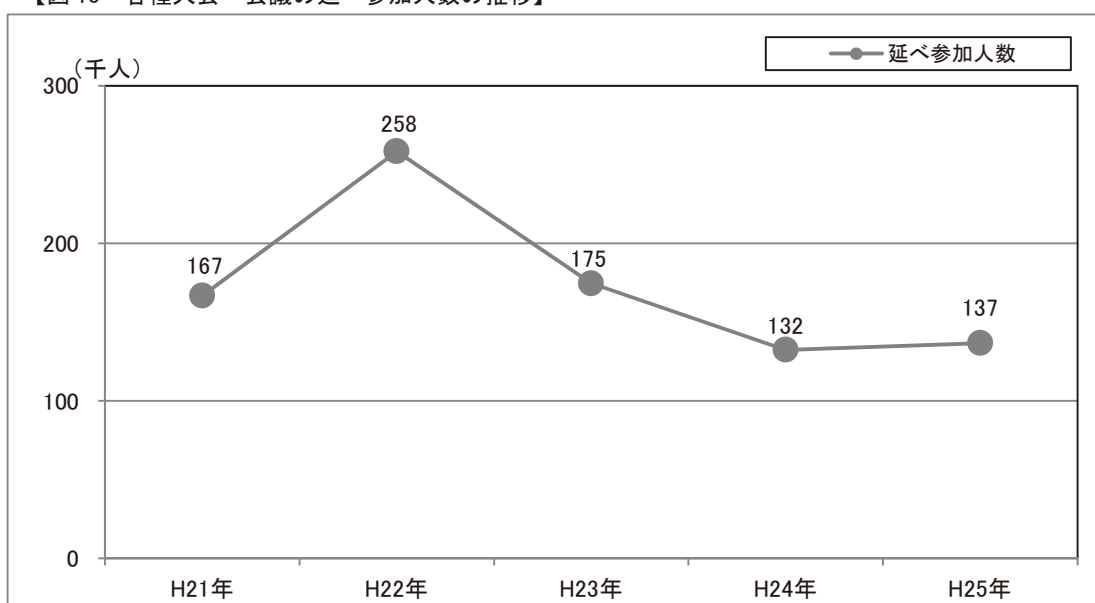
平成25年に宮崎市内のコンベンション^{※14}施設を使用して開催された各種大会・会議は、件数が前年比1.5%増の139件、延べ参加人数が前年比3.3%増の約13万7千人となりました。また、平成25年の規模別開催状況を見ると、全国規模の67件が最も多く、次いで、九州規模の54件、国際規模の14件となっています。

【図 17 各種大会・会議の開催件数の推移】



出典：宮崎市観光統計

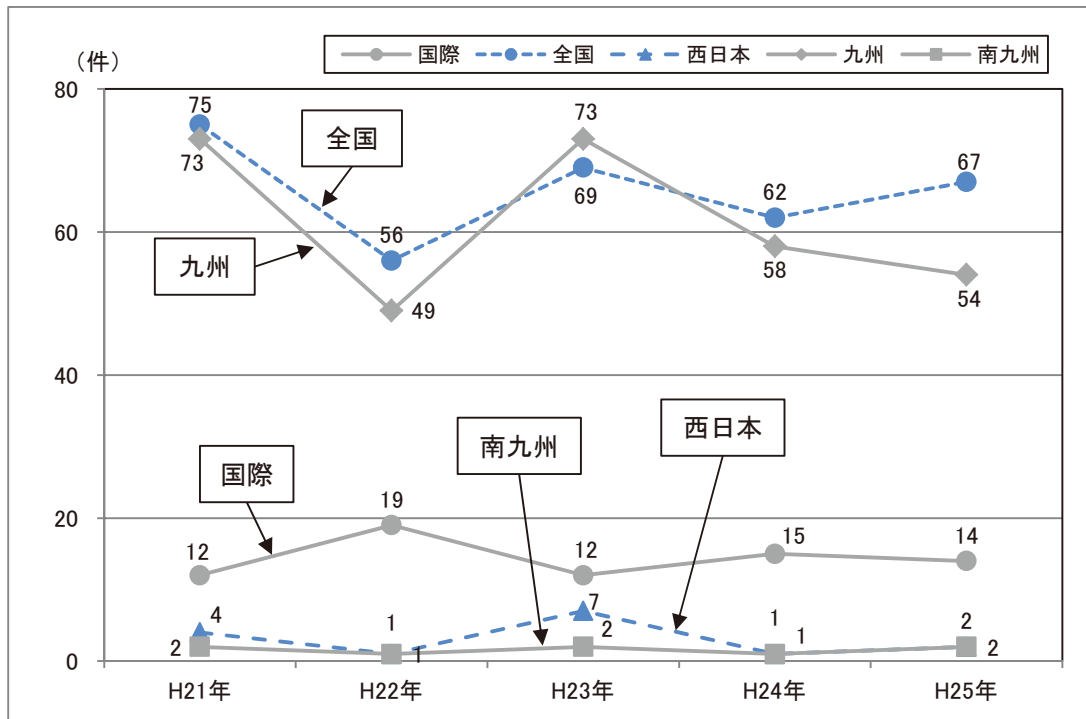
【図 18 各種大会・会議の延べ参加人数の推移】



出典：宮崎市観光統計

※14 会議、見本市、イベントなど特定の目的で多数の人々が集まること。

【図 19 各種大会・会議の規模別開催状況の推移】



出典：宮崎市観光統計

(9) 観光動向のまとめ

近年、海外旅行から国内旅行に移行する動きとともに、平成 25 年の全国および宮崎県における日帰り旅行や宿泊旅行の数は前年と比較して増加し、また、訪日外国人旅行者数も 1,000 万人を突破するなど、我が国全体において観光立国の推進に向けた誘客対策の効果が表れてきています。

一方、本市においては、前計画を策定した平成 22 年以降、口蹄疫や高病原性鳥インフルエンザの発生、新燃岳の噴火や東日本大震災の発生などの影響による旅行の自粛や、旅行マインドの低下が懸念されていました。その後、こうした状況が徐々に回復し、本市では「記紀編さん 1300 年記念事業」をはじめとした様々な誘客促進を図ってきたところです。

そのような中、本市における平成 25 年の観光入込客数は前年に比べて増加したものの、宿泊者数が前年に比べて大幅に減少し、過去 5 年間で最も低い水準となりました。宿泊者数のうち、前年比で増加したのは修学旅行生数のみで、スポーツ合宿者数や外国人宿泊者数はともに前年を下回る結果となっています。また、宿泊者数の減少は観光消費額にも影響を及ぼし、特に宿泊費やみやげ品費の減少が、観光消費額全体を押し下げています。

宿泊者数の減少に歯止めをかけ、1 人でも多くの観光客に泊まってもらえるような魅力を創出し、発信することが、今後の本市の観光振興に最も必要なことと言えます。

2. 前計画の数値目標達成状況

平成 22 年 3 月に策定した前計画において、5 つの観光振興戦略に基づいて定めた数値目標の達成状況をまとめました。前計画で定めた数値目標は、「観光入込客数」「宿泊者数（外国人を含む）」「スポーツ合宿宿泊者数」「観光消費額」「青島地域（青島神社）の観光客数」「観光ボランティア数（観光協会登録）」「通訳ボランティア数」「観光協会ホームページアクセス件数」の 8 項目です。

中でも、「宿泊者数（外国人を含む）」の数値目標の達成状況が最も低く（目標値比の 84.0%）、今後、宿泊者数の増加に向けた効果的な取り組みが必要となります。

（１）「観光入込客数」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 616 万人 ↓ ◆目標値：平成 26 年 657 万人	平成 25 年 584.5 万人 (目標値比：89.0%)

※観光入込客数の目標値については、宮崎市総合計画後期基本計画（平成 25 年度～29 年度）策定時に見直しを行い、H26 年 543 万人、H27 年 550 万人、H29 年 570 万人としている。

（２）「宿泊者数（外国人を含む）」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 255 万人 ↓ ◆目標値：平成 26 年 271 万人	平成 25 年 227.7 万人 (目標値比：84.0%)

（３）「スポーツ合宿宿泊者数」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 86,100 人 ↓ ◆目標値：平成 26 年 90,000 人	平成 25 年 128,600 人 (目標値比：142.9%)

（４）「観光消費額」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 697 億円 ↓ ◆目標値：平成 26 年 710 億円	平成 25 年 718.9 億円 (目標値比：101.3%)

(5)「青島地域（青島神社）の観光客数」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 745,368 人  ◆目標値：平成 26 年 788,000 人	平成 25 年 911,252 人 （目標値比：115.6%）

(6)「観光ボランティア数（観光協会登録）」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 48 人  ◆目標値：平成 26 年 60 人以上	平成 26 年 4 月現在 52 人 （目標値比：86.6%）

※宮崎市観光ボランティア協議会と神話の語り部ガイドボランティア協議会が平成 21 年度に統合し、「宮崎市神話・観光ガイドボランティア協議会」を設立。ガイドボランティアは、青島神社・江田神社（毎日）、宮崎神宮（毎週火・水曜日）、平和台公園（毎週木・金曜日）においてガイド活動を行っている。

(7)「通訳ボランティア数」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 56 人  ◆目標値：平成 26 年 80 人以上	平成 26 年 5 月 16 日現在 91 人 （目標値比：113.7%）

※宮崎市国際交流協会が実施しているボランティア活動の一つ。当ボランティアは、英語や韓国語、中国語などに対応でき、市民と外国人が交流する様々なイベント等における通訳活動などを行っている。

(8)「観光協会ホームページアクセス件数」にかかる数値目標の達成状況

現計画において定めた目標値	達成状況
平成 20 年 148 万件  ◆目標値：平成 26 年 200 万件	平成 25 年度 約 250 万件 （目標値比：125%）

※当ホームページでは、宮崎市観光協会が実施する事業の内容をはじめ、広く宮崎市を紹介。

また、観光客への利便性を考慮し、ホームページレイアウトの一部変更を行っているほか、スマートフォン^{※15}やタブレット型情報端末^{※16}への対応も可能としている。

◆対応言語：日本語、英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）

※15 通話やメールなどの通信機能のほか、パソコンとしてインターネット検索やスケジュール管理などの機能を併せ持った多機能な携帯電話のこと。

※16 液晶ディスプレイなどの表示部分にタッチパネルを搭載し、指で操作する板状の携帯情報端末の総称。

3. 本市の観光振興に向けた課題

観光動向や前計画の数値目標の達成状況、各種アンケート結果等を踏まえ、「宿泊者数増を念頭に置いた観光施策の展開」「観光地『青島』の徹底した磨き上げ」「観光資源としてのスポーツ環境等の整備」「『まち』や『夜のにぎわい』を観光に生かす取り組み」「誘客を図るための“仕掛け”の工夫」「ニーズを反映した受け入れ体制の整備」の6項目を本市の観光振興に向けた課題として整理しました。

(1) 宿泊者数増を念頭に置いた観光施策の展開

平成25年の観光入込客数が前年と比較して増えた一方で、宿泊者数が大幅に減少している状況は、日帰り旅行割合や通過型観光客の増加などの全国的な傾向も要因の一つと考えられます。しかし、観光客が本市に宿泊したいと思うような魅力や仕掛け、受け入れ体制等を他都市と比較された結果、本市が選ばれていないという現状を再認識する必要があります。

今後、増加傾向にある日帰りの観光客を宿泊につなげるために、すべての観光施策について宿泊者数を増やすことを念頭に置いた手立てが重要です。

(2) 観光地「青島」の徹底した磨き上げ

観光地「青島」に多くの人が集まるためには、参道商店街など観光客が立ち寄れる場の活性化や、旧橘ホテル跡地の利活用、交通アクセスの充実、駐車場の整備等が考えられます。また、地域の各団体間の連携と共通認識を図ることや、住民を巻き込んだ「おもてなし」のあり方などを構築し、青島を支える人づくりをさらに充実させる必要があります。

今後、青島を重点的に磨き上げるためのエリアとして位置づけ、青島に魅力を感じる地域内外の人で、1年中にぎわう青島にするための取り組みが重要です。

(3) 観光資源としてのスポーツ環境等の整備

東京オリンピック・パラリンピック関連の大会や合宿、キャンプの誘致を展開するためには、関係機関と連携した体制における継続的な取り組みの充実が考えられます。また、スポーツキャンプ・合宿では、施設環境や移動手段の充実、大型バス駐車場の確保など1日でも長く本市に滞在してもらえるような環境を整備する必要があります。

今後、観光資源としてのスポーツ環境を磨き上げるとともに、観光客が気軽に参加して楽しめる取り組みを充実させていくことが重要です。

(4) 「まち」や「夜のにぎわい」を観光に生かす取り組み

本市の観光資源は、自然や景観だけでなく、40万人都市として多くの人が集まる「まち」のにぎわいも魅力的な観光資源の一つと考えられます。また、街なかの繁華街や夜に開催するイベント等を既存の観光資源と結びつけ、観光客が1日中、本市の魅力を満喫できるような取り組みを充実させる必要があります。

今後、まちの魅力や夜のにぎわいを活用し、観光客に泊まりたいと思ってもらえるような様々な施策を展開していくことが重要です。

(5) 誘客を図るための“仕掛け”の工夫

本市に多くの人が訪れるための必要な取り組みについて、性別・年代別・旅行形態別などターゲット^{※17}を絞り込んだセールスおよびPRの強化が考えられます。また、「食」「スポーツ」「神話」「花」といった本市の強みを活用し、滞在につなげるための国内外におけるプロモーションや情報発信のあり方を工夫する必要があります。

今後、ニーズを的確にとらえた仕掛けに組み込み、届けたい人に届けたい情報が伝わるための情報発信を行うとともに、広域連携等による新たな魅力を創出することが重要です。

(6) ニーズを反映した受け入れ体制の整備

観光客に満足してもらう受け入れ体制について、観光地までの移動手段など交通アクセスを充実させることや、一目で分かる観光案内板等の案内サイン、外国人旅行者からのニーズの高いWi-Fi^{※18}環境・免税店の整備等が考えられます。また、観光案内所における観光情報をより充実させ、観光客の目線に立った情報提供機能等の強化を図る必要があります。

今後、宮崎ならではの「おもてなし」を確立させるため、様々な環境を整備するとともに、観光関連事業者や市民、ボランティアを巻き込んだ人づくりに取り組むことも重要です。



策定委員会の様子

※17 目標や目的、標的。

※18 無線LANのこと。LANとは「ローカルエリア・ネットワーク」のことで、パソコンなどの小規模なネットワークを指す。パソコン等の接続に有線ケーブルを用いず、無線通信を行うものを無線LANと呼ぶ。

第2章

計画の基本的な方向

本計画は、基本目標（基本理念、数値目標）に基づき、3つの観光振興戦略および戦略に取り組むための施策、具体的な取り組みなどで構成します。

1. 基本目標

1.1 基本理念

本市観光の最重要課題である宿泊者数の増加を念頭に置き、本市が他都市に誇る「青島」「スポーツ」「ニシタチ」を3大ブランドとして一層確立させるとともに、「プロモーション（仕掛けの促進）」「ホスピタリティ（受け入れ体制の充実）」を図ることで滞在型観光都市の実現を目指すことから、基本理念を「みやざきブランドの確立による 滞在型観光都市の実現」とします。

みやざきブランドの確立による 滞在型観光都市の実現

1.2 数値目標

基本理念を達成する指標として、計画期間の最終年となる平成31年に向けて、3つの数値目標「観光入込客数（本市に来てもらう）」「宿泊者数（本市に泊まってもらう）」「観光消費額（本市でお金を使ってもらう）」を定めることとします。

	平成25年実績	平成31年
1) 観光入込客数	5,845,000人	6,500,000人
2) 宿泊者数	2,277,000人	2,800,000人
2) - i スポーツ合宿者数	128,600人	150,000人
2) - ii 外国人宿泊者数	100,300人	200,000人
2) - iii 修学旅行者数	2,900人	3,500人
3) 観光消費額	718億9,100万円	850億円

2.3つの観光振興戦略

基本目標を実現するために、次のとおり、3つの観光振興戦略を設定します。

戦略1【ブランディング】みやざき3大ブランドの確立

1-1 次世代につなぐ観光地「青島」づくり

- 施策① 重点的な素材の磨き上げによる青島のブランド化
- 施策② 新たな観光産業を生み出すための連携・交流の基盤づくり
- 施策③ 持続可能な観光地「青島」を支える人財の育成

1-2 「総合スポーツ戦略都市みやざき」※19を目指した取り組みの推進

- 施策① 東京オリンピック・パラリンピック開催等を見据えた大会やキャンプ・合宿の誘致
- 施策② スポーツキャンプ・合宿の受け入れ体制の充実
- 施策③ 見て、参加して、楽しめるスポーツの魅力創出

1-3 まちのにぎわい・交流拠点「ニシタチ」※20を核とした魅力向上

- 施策① 観光地「ニシタチ」の情報提供機能等の充実
- 施策② にぎわいと交流を促す快適な「ニシタチ」づくり
- 施策③ 周辺地域等と連携した新たな取り組みの展開

※19※20 「総合スポーツ戦略都市みやざき」の考え方はP31、「ニシタチ」の考え方はP37に記載。

戦略2【プロモーション】宮崎らしさを生かした誘客の推進

- 施策① 本市の強みを活用した仕掛けの展開
- 施策② 広域連携によるMICE誘致等の戦略的な取り組み
- 施策③ 効果的な観光情報の受・発信

戦略3【ホスピタリティ】受け入れ体制（おもてなし）の充実

- 施策① 観光客目線の観光情報案内の提供
- 施策② 主要観光地における交通アクセスの利便性の向上
- 施策③ 市民・民間との協働による魅力的な観光地づくり

第3章

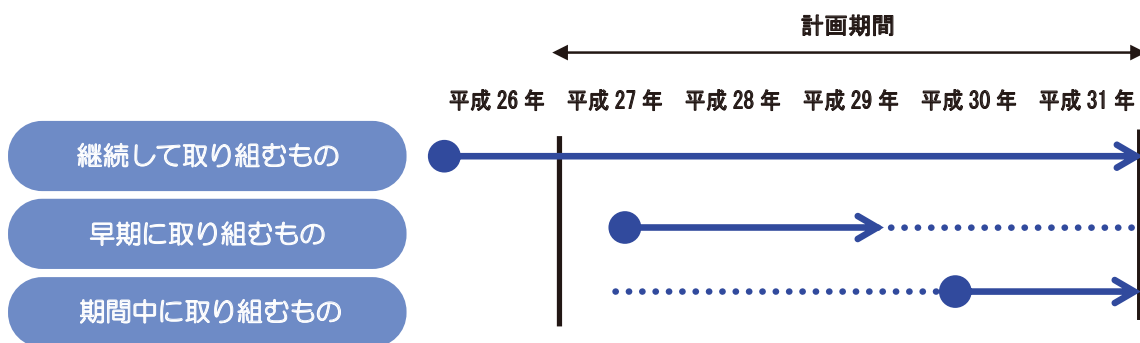
戦略ごとの施策と具体的な取り組み

戦略ごとに定めた施策の方向性に基づき、施策ごとに具体的な取り組みを示します。

「実施時期」は、着手する時期によって3つの区分に分類し、既に取り組みを実施し、今後も継続するものを「継続して取り組むもの」、計画期間の前半に着手するものを「早期に取り組むもの」、計画期間の後半に着手するものを「期間中に取り組むもの」としています。

「主な実施主体」は、「行政」「民間」「市民」の3つの区分に分類し、具体的な主な実施主体（例：宮崎市観光協会）を示すこととします。なお、具体的な取り組みは、基本的にすべての主体（「行政」「民間」「市民」）が一体となって進めていくこととなりますが、ここでは、特に中心的な実施主体として考えられるものを「主な実施主体」として整理しています。

◆「実施時期」について



◆「主な実施主体」について

行政	宮崎市、宮崎県、他市町村、国
民間	観光関連団体（宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、宮崎商工会議所、ホテル旅館組合、JA、みや PEG、宮崎物産協会など）、観光関連事業者（宿泊業、交通事業者、旅行代理店、飲食店、小売店など）、大学、マスメディアなど
市民	各種地元団体、観光ボランティアガイド、観光客（サーファー等を含む）、市内在住者など

戦略1【ブランディング】みやぎ3大ブランドの確立

1-1 次世代につなぐ観光地「青島」づくり

施策① 重点的な素材の磨き上げによる青島のブランド化

具体的な取り組み(Ⅰ) いつでも誰でも楽しめる青島ビーチ等の整備

1年を通してライフセーバー^{※21}が常駐し、海の安全を守っている「青島ビーチセンター」を核として、あらゆる年代の人たちがサーフィンをはじめとする様々なマリンスポーツ^{※22}を1年中楽しめるビーチづくりを推進します。また、ビーチでの新たな楽しみ方や人が集まる仕掛けづくり、タイムリー^{※23}な情報を発信できる取り組みを推進します。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、ホテル旅館組合、宿泊業
	市民	○	観光客

具体的な取り組み(Ⅱ) 青島の魅力を満喫できる体験メニューの充実

青島の海や砂浜、加江田溪谷等の観光資源を生かしたスポーツを気軽に体験できる受け入れ体制を整備し、教育旅行や個人旅行等の観光客が楽しめる体験メニューの充実を図ります。また、民間事業者と連携して、ゴルフや青島パークゴルフ場（通称「あおパゴ」）で楽しめるパークゴルフをはじめ、ビーチヨガ、ウォーキング等のアクティビティ^{※24}を組み合わせることにより、幅広い世代が楽しめる体験型観光を推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政		
	民間	○	宮崎市観光協会、ホテル旅館組合、宿泊業などの観光関連事業者
	市民		

※21 海水浴場などにおいて、水辺の事故防止活動に関わる人。水難救助員。

※22 海で行うスポーツの総称。

※23 時勢、時期に合っているという意味。

※24 旅行先での遊び。

具体的な取り組み(Ⅲ) 自然・景観を大切にしたいイメージづくり

国の特別天然記念物「鬼の洗濯板」や、亜熱帯性植物に囲まれた由緒ある「青島神社」など、海を中心とした自然と圧倒的な魅力を持つ景観を積極的にPRし、観光地「青島」のイメージを高めます。また、地域住民や地元団体等との連携・協働により、街並みや看板等を自然と景観との調和に配慮した統一感のあるものにするとともに、青島周辺の海岸や、神話等でつながりの深いエリアと連携することで、青島を核とした新たな魅力創出を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、ホテル旅館組合、交通事業者、飲食店、小売店
	市民	○	各種地元団体、市内在住者



青島神社の鳥居と鬼の洗濯板

施策② 新たな観光産業を生み出すための連携・交流の基盤づくり

具体的な取り組み(Ⅰ)「食」「神話」などを組み合わせた魅力演出

青島のイメージに合う「食」や、青島に伝わる「神話」を身近に感じることができる仕掛けなど食や神話、花、自然、マリンスポーツ等の資源を組み合わせた新たな魅力の創出を図ります。また、ビーチの開放的な雰囲気合う「食」のイベントを開催するなど、民間事業者等のアイデアを生かした取り組みを支援します。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行政		
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、旅行代理店
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) 青島の魅力に共感する人同士がつながる機会づくり

年齢、性別、居住地、職業に関係なく、青島の多面的な魅力に共感する人同士が、青島におけるビジネスやライフスタイルのあり方などに関するビジョン等を共有できる多様な機会を創出します。また、青島の魅力やそれぞれのビジョン^{※25}等をウェブサイト^{※26}やソーシャルネットワーキングシステム（SNS）^{※27}等の様々なメディア^{※28}を通じて広げてもらうことで、共感する人同士がつながる機会づくりを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、旅行代理店、マスメディア
	市民	○	観光客、市内在住者

※25 未来図や未来像など、将来のあるべき姿を描いたもの。

※26 インターネット上で様々な情報を提供するページ。

※27 インターネット上の交流を通して、社会的なネットワークを構築するサービス。

※28 情報伝達の媒体のこと。

具体的な取り組み(Ⅲ) 交流人口を増やすための仕掛けづくり

青島の多面的な魅力に興味や関心を持った人がいつでも訪れているような仕掛けづくりを行い、青島エリアにおける交流人口を増やす取り組みを進めます。また、交流人口を増やすことで、将来的な移住や起業につなげるための施策を研究し、新たな観光産業の創出や地域活性化を目指す取り組みを支援します。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行 政	○	宮崎市
	民 間	○	宮崎市観光協会、宮崎商工会議所、大学
	市 民		



宮崎市青島ビーチセンター

施策③ 持続可能な観光地「青島」を支える人財の育成

具体的な取り組み(Ⅰ) 核となる人や団体の育成

青島を盛り上げようとする地域住民や地元団体等を支援するとともに、団体間の連携と共通認識を図るための一体的な取り組みを推進します。また、官民一体となって観光地「青島」のおもてなし向上に取り組むために、意見交換や交流の場を創出するなど地域住民や団体等と市内外の様々な民間事業者等との連携を図ります。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、ホテル旅館組合、宮崎商工会議所、交通事業者などの観光関連事業者
	市民	○	各種地元団体

具体的な取り組み(Ⅱ) 「青島ファン」^{※29}をつなぐネットワークづくり

青島の魅力に心を動かされた市民や観光客等の「青島ファン」が気軽に参加できるようなワークショップ^{※30}等を開催し、さらなる魅力向上につながるファンならではのアイデアやヒントを生み出す仕掛けづくりに取り組みます。また、口コミ（クチコミ）やSNS等を活用し、ファン同士のネットワークづくりや新たなファンを創出する取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、観光関連事業者
	市民	○	各種地元団体

※29 熱狂的な愛好者。

※30 体験型の講座。

具体的な取り組み(Ⅲ) 未来の青島を支える人が集う機会の創出

地元の子どもたちが、神話や地元の歴史・祭り、食文化などを学ぶ機会に加え、地元団体主催のイベントや地域活動等にかかわる機会の創出をより一層支援します。また、地域住民と「青島ファン」等が交流できる機会を創出するなど、青島に関わるすべての人たちが未来の青島を共有できる様々な取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間		
	市民	○	各種地元団体、市内在住者



青島サマーフェスタの様子

戦略1【ブランディング】みやざき3大ブランドの確立

1-2 「総合スポーツ戦略都市みやざき」※31を目指した取り組みの推進

施策① 東京オリンピック・パラリンピック開催等を見据えた大会やキャンプ・合宿の誘致

具体的な取り組み(Ⅰ) 県や関係自治体との連携による誘致体制の強化

県や市町村、関係団体等で構成される「東京五輪おもてなし部会」と連携し、強力な体制のもとで日本代表やジュニア強化等の合宿、海外チームの直前合宿、各種プレ※32大会等の誘致に取り組みます。また、誘致競争に打ち勝つため、官民一体となった「日本一のおもてなし」環境を磨き上げ、関係機関と連携した受け入れ体制の強化を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、他市町村
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) 受け入れ実績等を生かした誘致活動の強化

本市の受け入れ実績や施設環境等を生かし、関係機関と連携して各国のキーマン※33との人脈を構築するなど誘致活動の強化を図ります。また、宮崎が誇る食材や食文化、神楽などを活用した宮崎ならではの誘致活動を展開するとともに、国内外の活力を取り込むことで、観光産業だけでなく地域経済全体の浮揚につながる取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、他市町村
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

※31 「総合スポーツ戦略都市みやざき」

本市が地域経済の活性化や市民スポーツの向上等のために、戦略的に施策や事業を推進する都市イメージを表現した言葉で、県が掲げる「スポーツランドみやざき」の推進のための基本的な方向性とするもの。

※32 英語の接頭語。「pre-」と表記され「以前の」「～の前」などの意味。

※33 組織における重要人物。

具体的な取り組み(Ⅲ) キャンプ・合宿の「通年化」「多種目化」の促進

スポーツキャンプや合宿のさらなる充実を図るため、本市の温暖な気候や施設環境などを生かし、1年を通してプロ・アマスポーツキャンプや合宿を誘致できるような体制づくりに取り組みます。また、野球やサッカーに加え、様々な種目のスポーツキャンプや合宿につながるよう、関係機関と連携した取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		



東京五輪おもてなし部会（平成25年12月開催）

施策② スポーツキャンプ・合宿の受け入れ体制の充実

具体的な取り組み(Ⅰ) 利用しやすい施設環境の整備

スポーツキャンプ・合宿において、団体等が利用しやすい設備や機能の維持に努めるなど、適切な施設環境の改善等に取り組みます。また、施設の多目的使用の検討のほか、他市町村等との連携による施設間の効率的な利用促進、利用者目線に立った効果的な施設情報の発信など、施設環境の充実を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、他市町村
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) 移動環境等の利便性の向上

団体等が宿泊している施設から合宿所までの移動手段において、バスを所有している宿泊施設や交通事業者等と連携して、団体等へのバス借り上げの助成や支援に取り組みます。また、団体等が乗り入れる大型バスを市街地の宿泊施設やその周辺に駐車ができるよう、宿泊施設等と連携して駐車場の確保に取り組むなど利便性の向上を図ります。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、宮崎商工会議所、ホテル旅館組合、交通事業者などの観光関連事業者
	市民		

具体的な取り組み(Ⅲ) 長期滞在につながる支援の充実

スポーツキャンプおよび合宿の誘致は、近年、地域間競争が激しく他市町村も力を入れていることから、受け入れ実績のある団体・チーム等に対するニーズ調査を定期的の実施し、特産品贈呈等の支援の充実を図ります。また、大学等との連携によるスポーツメディカル^{※34}に関する取り組みを推進し、長期かつ継続的なキャンプ・合宿を支援します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、ホテル旅館組合、宮崎物産協会、観光関連事業者、大学
	市民		



プロ野球のキャンプが行われているアイビススタジアム

※34 スポーツ選手の身体能力の強化、好成績を出すための身体の使い方、故障の予防、治療などを取り扱う総合的な専門医学分野のことを指す。

施策③ 見て、参加して、楽しめるスポーツの魅力創出

具体的な取り組み(Ⅰ) 公式戦やスポーツ関連イベントの充実

例年開催されているゴルフトーナメントをはじめ、野球やサッカー等の公式戦の誘致などを通して全国のスポーツファンを本市に呼び込むとともに、マリンスポーツ等に関するイベント・大会の充実に取り組みます。また、特に入込客が少ない時期におけるイベント内容を工夫するなど魅力の創出を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) トップレベルの選手と観光客との交流機会の創出

観光客が単にキャンプを見学するだけでなく、目の前で選手が練習している様子を見ることができたり、イベント等を通じて交流できたりするなど、観光客の満足度を高める機会を創出します。また、交流機会をきっかけとした新たなスポーツファンの獲得につながる取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(Ⅲ) 気軽に楽しめるレジャースポーツの推進

本市の恵まれた自然や景観、施設などを生かし、観光客が気軽に楽しめるウォーキングやトレッキング、サーフィン等のマリンスポーツ、ゴルフ、サイクリングなどのレジャースポーツの振興を図ります。また、既存の観光資源との組み合わせ等による宮崎ならではの魅力の創出を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		



マリンスポーツ体験の様子

戦略1【ブランディング】みやざき3大ブランドの確立

1-3 まちのにぎわい・交流拠点「ニシタチ」※35を核とした魅力向上

施策① 観光地「ニシタチ」の情報提供機能等の充実

具体的な取り組み(I) 観光客に分かりやすい飲食店情報等の提供

初めてニシタチを訪れる人でも宮崎の食を存分に楽しむことができるよう、フリーペーパー※36やウェブサイト等を通じて、季節やジャンル等に応じたきめ細やかな飲食店情報等の提供に取り組めます。また、ニシタチで開催される様々なイベント等に関する情報を提供するなど、関係機関と連携して観光客目線の様々な情報の提供に取り組めます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、飲食店
	市民	○	各種地元団体

具体的な取り組み(II) 「ニシタチ」観光の推進

九州の地方都市でも一定区域に飲食店が集中しているいわゆる「ニシタチ」は、多くの文化人や著名人とのかかわりを示す名所・旧跡等が存在する魅力的な観光スポットの一つです。このようなニシタチの魅力を観光資源として活用するとともに、他にはないニシタチならではの観光を推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、飲食店
	市民	○	各種地元団体

※35 「ニシタチ」

西橋通りのほか、中央通りや西銀座通りなどを含めた繁華街全体の通称。

※36 無料で誰でも持ち帰ることのできる雑誌・新聞・パンフレットなどのこと。

施策② にぎわいと交流を促す快適な「ニシタチ」づくり

具体的な取り組み(Ⅰ)「ニシタチ」を彩るイベントの充実

ニシタチの飲食店等が連携して実施するイベントをはじめ、みやざきフェニックス・リーグ^{※37}やみやざきゴルフマンス^{※38}に合わせて開催されるイベント等を支援し、魅力ある繁華街を創出します。また、観光客の満足度を高めるために、関係者や団体等と連携して既存のイベント等の磨き上げを行うことで市民や観光客の集客・交流の場を創出し、周遊を促進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、飲食店
	市民	○	各種地元団体

具体的な取り組み(Ⅱ) 観光客が快適に過ごせる繁華街環境の形成

ニシタチにおける放置自転車やゴミのばい捨て防止、ピンクチラシ等の配布行為等の規制の継続など市民や観光客が快適に過ごせる繁華街環境を確保します。また、飲食店や各種団体等の努力により確立された暴力団等の関与排除など安全・安心なニシタチの維持・向上を図る取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	飲食店
	市民	○	各種地元団体



「ニシタチ」の様子

※37 プロ野球秋季教育リーグ。プロ野球 12 球団をはじめ、独立リーグ、韓国プロ野球球団が参加し、本市や西都市、日南市、日向市で開催している。

※38 2 大ゴルフトーナメント「ダンロップ・フェニックストーナメント」「LPGA ツアーチャンピオンシップリコーカップ」が開催される 11 月を「みやざきゴルフマンス」と銘打ち、中心市街地などで様々なイベントを開催している。

施策③ 周辺地域等と連携した新たな取り組みの展開

具体的な取り組み(Ⅰ) 近隣地域との連携による魅力の創出

ニシタチ周辺の商店街（一番街・若草通り・広島通り・駅前商店街など）や大型商業施設のほか、橘通りや高千穂通りなどの中心市街地において行われる食や文化・芸術等に関する様々なイベント等と連携し、昼夜を問わず、ニシタチ周辺を満喫できるような魅力の創出を図ります。また、周辺の宿泊施設との連携を促進し、観光客に滞在してもらえるような取り組みを推進します。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、ホテル旅館組合、宿泊業、飲食店
	市民	○	各種地元団体

具体的な取り組み(Ⅱ) 郊外の飲食店や他の商店街等との連携による魅力の創出

一ツ葉地域の飲食店等をはじめ、他の地域に存在する商店街等と連携し、それぞれの特性を生かした魅力の創出を図ります。また、各地域に存在する様々な観光資源（一ツ葉地域の例：フローランテ宮崎、フェニックス自然動物園、江田神社、みそぎ池など）を組み合わせた観光ルートを形成するなど、観光客の周遊性や滞在性を高める取り組みを推進します。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、ホテル旅館組合、宿泊業、飲食店
	市民	○	各種地元団体



みやざき国際ストリート音楽祭（橘通り）

戦略2【プロモーション】宮崎らしさを生かした誘客の推進

施策① 本市の強みを活用した仕掛けの展開

具体的な取り組み(Ⅰ) ターゲットを明確に絞った観光商品の開発

本市の強み（食・スポーツ・神話・花）を生かした体験等のプログラムについて、関係機関と協働し、充実させていきます。また、東九州自動車道やカーフェリー（宮崎・神戸間）等を活用し、滞在性や周遊性を高めながら、ストーリー性のある魅力の創出や多様なニーズに応じた観光商品の開発を進めます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) 「食」を活用したプロモーションの推進

「鶏の炭火焼」「チキン南蛮」をはじめ、「宮崎牛」「伊勢エビ」「マンゴー」「日向夏」「完熟きんかん」など本市が全国に誇る代表的な食や食材を生かした誘客の展開を図ります。また、本市の主要産業である第一次産業を柱とした農商工連携等による宮崎市版6次産業化を推進し、観光客等のニーズを踏まえたオリジナル商品の開発など観光資源としての「食」の活用を進めます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、JA、みやPEC
	市民		

具体的な取り組み(Ⅲ)「神話」を活用したプロモーションの推進

「神話のふるさと」と言われ、数々の神話が伝えられている強みを生かし、記紀編さん 1300 年事業の充実を図るなど、「日本をはじめた神々の国 みやざき」をキャッチフレーズとした全国的な PR 活動を展開します。また、神話を身近に感じてもらうために、食や花などの異なる素材と組み合わせた宮崎ならではの魅力を創出し、誘客を推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、宮崎商工会議所
	市民		

具体的な取り組み(Ⅳ)「花」を活用したプロモーションの推進

市内で見られる四季折々の花々に花言葉を添えた「宮崎市版・365日誕生花」をはじめ、阿波岐原森林公園 市民の森やフローランテ宮崎、こどものくに等において1年中花を楽しめる強みを生かした誘客の展開を図ります。また、宮崎空港の愛称が「宮崎ブーゲンビリア空港」となったことを受け、南国らしい本市の魅力を国内外に発信する取り組みを積極的に推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(V) 夜の観光資源を生かしたにぎわいの創出

「みやざきグルメとランタンナイト」や「みやざき青島国際ビールまつり」をはじめ、夏の花火大会や冬のイルミネーション、さらには夜間照明の下でプレーするゴルフなど、誘客および宿泊につながる夜の観光資源を生かしたにぎわいの創出を図ります。また、事業者等と連携し、宮崎ならではの新たな観光を創出する取り組みを推進します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行 政	○	宮崎市
	民 間	○	宮崎市観光協会、みや PEC、宮崎物産協会、観光関連事業者
	市 民		



本市の代表的な食「鶏の炭火焼き」



フローランテ宮崎のイルミネーション

施策② 広域連携による MICE^{※39}誘致等の戦略的な取り組み

具体的な取り組み(Ⅰ) MICE 誘致の強化

各都市間の MICE 誘致競争に打ち勝つため、本市の強みを生かした宮崎 MICE ブランドイメージを掲げ、県や関係機関と連携して首都圏や福岡県、大学等への誘致活動に取り組みます。また、主催者や参加者の満足度を高めるため、県や他市町村等と連携してそれぞれの魅力ある資源を生かしたアフターコンベンション^{※40}やユニークベニュー^{※41}などの支援メニューの充実を図るほか、東アジアにおける商談会への参加など海外インセンティブツアー^{※42}の誘致等に取り組みます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、他市町村
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) 近隣自治体との連携強化

本市と近隣自治体が有する食や自然などの観光資源の磨き上げや魅力の向上等に連携して取り組み、収穫体験や自然体験など圏域内の観光資源を結びつけた広域的な観光地域づくりを進めます。また、教育旅行など多くの誘客や滞在につなげるため、圏域内の魅力を周遊して楽しめる仕掛けづくりを連携して行い、観光客の満足度を高める取り組みを推進します。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、他市町村
	民間		
	市民		

※39 企業等の会議 (Meeting)、企業等が行う報奨・研修・招待・社員旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会議 (Convention)、展示会・見本市、イベント (Exhibition/Event) の頭文字のこと。多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称。

※40 コンベンションの後の催しや懇親会等のこと。

※41 歴史的建造物や文化施設等において会議・レセプションを開催することで、特別感や地域特性を演出できる会場のこと。

※42 企業等が行う報奨・研修・招待・社員旅行等のこと。

具体的な取り組み(Ⅲ) 東九州自動車道の沿線自治体との連携強化

本市と東九州自動車道の沿線自治体が有する神話やスポーツなどの観光資源の磨き上げや魅力の向上等に連携して取り組み、圏域内の観光資源を結びつけた広域的な観光地域づくりを進めます。また、多くの誘客や滞在につなげるため、圏域内の魅力を周遊して楽しめる仕掛けづくりを連携して行うなど、観光客の満足度を高める取り組みを推進します。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、他市町村
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		



近隣自治体と連携して実施している観光プロモーション

施策③ 効果的な観光情報の受・発信

具体的な取り組み(Ⅰ) 観光客のニーズ把握と市民への観光の意義・効果等の理解促進

観光客のニーズなどの変化を把握しながら、ターゲットとなる属性に応じた情報提供を実施するとともに、観光エリアの広域的な連携による観光資源の充実やスケールメリット^{※43}を生かした情報発信を行います。また、あわせて、市民向けの情報発信を充実させることで、本市観光振興に対する理解と観光情報のさらなる定着・浸透を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、観光関連事業者
	市民	○	市内在住者

具体的な取り組み(Ⅱ) メディアプロモーションを活用した積極的な発信

メディアの特性を把握し、情報提供の手法を工夫しながら、主体的な参加や利用媒体の多様性を高めるなどの戦略的な情報発信に努めます。また、メディアへの働きかけを積極的に行うとともに宮崎のイメージの向上や定着化を図るため、「ロケツーリズム^{※44}」等を活用した誘客に取り組めます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市
	民間	○	宮崎市観光協会、旅行代理店などの観光関連事業者、マスメディア
	市民		

※43 規模を大きくすることにより得られる利益。

※44 映画やテレビドラマなどの舞台となったロケ地を観光資源として活用する取り組み。

具体的な取り組み(Ⅲ) ホームページやスマートフォンを活用した情報提供機能等の整備強化

観光客がスマートフォンやタブレット型情報端末等を活用し、リアルタイムで欲しい情報が得られるよう、本市の観光情報提供サイトを充実させるとともに、県や民間事業者の観光関連情報とも連携し、利便性の向上を図ります。また、口コミ（クチコミ）による情報発信が期待される SNS 等の有効活用を図るなど、情報提供機能等の整備強化を推進します。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、観光関連事業者
	市民	○	観光客

具体的な取り組み(Ⅳ) 外国人旅行者向けの積極的なPR活動の展開

外国人旅行者に対して、訴求力のある本市の強みを活用し、認知度および都市イメージを向上させるための積極的な情報発信を展開します。また、海外旅行博への出展のほか、メディアや旅行会社関係者を招聘した効果的なプロモーションに取り組むとともに、韓国・台湾・香港の3つの国際定期便等の利用促進を図るなど、広域的な連携・協働による多彩な観光資源を組み合わせた誘客を実現します。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会
	市民		



県外のテレビ局を通してPRを行う宮崎サンシャインレディ

戦略3【ホスピタリティ】受け入れ体制（おもてなし）の充実

施策① 観光客目線の観光情報案内の提供

具体的な取り組み（Ⅰ）分かりやすい案内サインの整備

初めて本市を訪れた観光客も楽しく安心して過ごすことができるよう、宮崎らしさを表現した統一感のあるデザインを取り入れた案内サインを整備します。案内サインには一目で分かるピクトグラム^{※45}等を取り入れ、道路案内標識や主要観光地における観光案内板、トイレマップなど、関係機関と連携した整備を推進します。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、国
	民間	○	観光関連事業者
	市民		

具体的な取り組み（Ⅱ）観光案内所の機能強化

観光スポットや食、プロスポーツキャンプ、交通アクセス、宿泊施設など、観光客が求める本市の観光情報をワンストップ^{※46}で提供できる観光案内所の機能強化を図ります。また、中心市街地や主要観光地、空港などにおける観光案内施設との情報共有を行い、「観光案内所に行けばすべて分かる」と思われるよう観光客の利便性の向上に努めます。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、観光関連事業者
	市民		

※45 絵文字、絵言葉のこと。文字にかわって何らかの情報や注意を示すために表示される（例：車椅子マーク、非常口マーク）。

※46 複数の部署・機関等にまたがっていた用事・手続きを1か所で行うことができること。

具体的な取り組み(Ⅲ) 外国人旅行者向けの観光案内の充実

外国人旅行者向けの快適な環境を提供するため、案内サインや観光パンフレット等の多言語表記の充実に努めるとともに、主要観光地における通訳ボランティアの体制づくりを進めます。また、スマートフォンやタブレット端末等の多言語翻訳・通訳アプリ^{※47}を活用し、コミュニケーションの円滑化や情報提供のあり方に関する検討に取り組みます。

実施時期		期間中に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、国
	民間	○	観光関連事業者
	市民	○	観光ボランティアガイド、市内在住者



JR宮崎駅構内にある「宮崎市観光案内所」

※47 「アプリケーション」の略。ワープロや電子メールソフトのように、何らかの目的を実行するため、パソコン等にインストールして利用するソフトウェアのこと。

施策② 主要観光地における交通アクセスの利便性の向上

具体的な取り組み(Ⅰ) 空港や駅などと主要観光地を結ぶ二次交通の充実

交通事業者等との協働による観光客向けの公共交通案内の充実や、公共交通機関の利便性の向上を図るとともに、市民への利用環境の整備を充実し、公共交通の利用促進を図ります。具体的には、観光客の視点に立った交通手段の組み合わせ（JR やカーフェリー＋路線バスや飛行機＋レンタカーなど）を検討し、観光客の利便性の向上に努めます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、交通事業者
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) 主要観光地を回遊するための交通アクセス情報の整備

交通事業者等と連携を図りながら、観光客の安全・安心の確保（防災・危機管理）を含めた公共データの利用促進や、ICT^{※48}を活用した主要観光地における交通アクセス情報の構築および整備を推進します。また、東九州自動車道の全線開通を見据え、沿線自治体との連携による交通アクセス情報の環境整備を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、国
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、交通事業者
	市民		

※48 「Information and Communication Technology」の略。パソコンやインターネット、携帯電話などの情報通信技術全般を指す。従来の「IT（Information Technology）」とほぼ同義。

具体的な取り組み(Ⅲ) 観光客にやさしい交通マップの作成・充実

外国人観光客にも対応できるよう、表示の多言語化やユニバーサルデザイン^{※49}の導入を促進するとともに、ICTの活用を見据えた交通マップの作成および充実を図ります。また、既存の交通マップの充実を図るとともに、スマートフォンやカーナビ^{※50}等を利用して旅行先で必要な情報を得ることができるシステムの検討にも取り組みます。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、交通事業者
	市民		



道の駅フェニックス前を走る路線バス

※49 「すべての人のためのデザイン」を意味し、性別、年代、文化、国籍等に関わらず、初めからできるだけ多くの人が利用できるようにデザインすること。

※50 「カーナビゲーション」の略。自動車の走行時において、現在位置や目的地までの経路案内等を行う機能のこと。

施策③ 市民・民間との協働による魅力的な観光地づくり

具体的な取り組み(Ⅰ) Wi-Fi 環境の整備促進および免税店の充実

外国人観光客からのニーズの高い観光インフラ^{※51}の一つである Wi-Fi 環境について、主要観光地や中心市街地、宿泊施設等における整備を積極的に支援します。また、買い物を目的とする外国人観光客の増加を背景にした免税制度の改正に伴い、本市における免税店の普及・拡大を促進し、消費拡大による地域経済の活性化の取り組みを推進します。

実施時期		早期に取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県、国
	民間	○	宮崎商工会議所、飲食店、小売店
	市民		

具体的な取り組み(Ⅱ) ボランティアの育成や支援の充実

「みやざき観光・文化検定」の啓発・普及を行うなど、宮崎の観光に造詣の深い人材の育成を図るとともに、「神話観光ボランティアガイド」等のボランティアの育成に努めます。また、多くのボランティアを必要とする大規模なスポーツ大会等に対応できるよう、ボランティアに携わる市民を育成するための支援の充実を図ります。

実施時期		継続して取り組むもの	
主な実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、観光関連事業者
	市民	○	観光ボランティアガイド

※51 「インフラストラクチャー (Infrastructure)」の略。下部構造や基盤 (社会基盤) のこと。

具体的な取り組み(Ⅲ) 市民を巻き込んだおもてなしの心の醸成

観光関連事業者等の資質向上を図るため、観光関連事業者や団体等が取り組む研修等への支援や、県が主催する講座等への参加促進に取り組めます。あわせて、観光に関する各種講演会・研修会などの情報を広く市民に周知し、参加を促すことで市民一人一人のおもてなしの心の醸成を図ります。

実施時期		期間中に取り組むもの	
実施主体	行政	○	宮崎市、宮崎県
	民間	○	宮崎市観光協会、みやざき観光コンベンション協会、観光関連事業者
	市民	○	



観光関連事業者等を対象に毎年開催している「観光従事者研修会」

計画の推進に向けて

1. 連携と協働による効果的な取り組みの推進体制

本計画は、本市のほか、（公社）宮崎市観光協会や（公財）みやざき観光コンベンション協会等の各種団体、県や関係市町村、民間事業者、大学、市民等の多様な主体による連携と協働の体制（コラボレーション）で効果的な取り組みを推進します。

2. 取り組みの展開

本計画に掲げた様々な取り組みを効果的に展開するためには、広域的な取り組みが重要になります。このため、周辺自治体、産業界、大学や金融機関など、多様な主体と連携して、観光資源の魅力の向上を図るとともに、周遊性を高め、広域的な観光地域づくりを推進していきます。

今後、県や関係市町村等との連携や、官民連携による PFI^{※52} 等を活用した新たな観光施策を創出し、インバウンド対策の強化や東京オリンピック・パラリンピック関連の大会・合宿誘致のほか、観光客目線の観光地づくりなどの施策を実現していくための取り組みを展開します。

3. 計画の評価体制

本計画の評価体制として、本計画にかかる策定組織を母体とした「（仮称）第三次宮崎市観光振興計画にかかる進捗状況検討会議」を立ち上げ、計画の目的や意義の共有を図ります。また、主たる実施主体における具体的な取り組み状況の進捗状況の把握や PDCA サイクル^{※53}に基づく評価、意見交換等を行う体制を構築するとともに、様々な社会情勢の変化等を踏まえ、必要に応じて本計画の見直しや追加を行っていくこととします。

評価に当たっては、毎年公表している観光統計や本計画で定めた数値目標等の定量的な指標を活用するなど第三者にも分かりやすい評価に努めるとともに、市民や観光客、観光関連事業者等から定期的に意見を聴取して施策に反映していきます。

※52 「Private Finance Initiative（プライベート・ファイナンス・イニシアチブ）」の略。公共施設等の建設や維持管理、運営等を民間の資金、経営能力および技術的能力を活用して行う方法。

※53 企画立案（Plan）し、実施（Do）し、その結果を評価（Check）し、改善（Action）する一連のプロセスのこと。

1. 第三次宮崎市観光振興計画策定委員会設置要綱

（設置）

第1条 （仮称）第三次宮崎市観光振興計画（以下「振興計画」という。）を策定するため、
（仮称）第三次宮崎市観光振興計画策定委員会（以下「策定委員会」という。）を設置する。

（所掌事務）

第2条 策定委員会は、振興計画策定に必要な事項について、総合的に審議するものとする。

（組織及び職務）

第3条 策定委員会は、別表1に掲げる者をもって構成する。

2 委員長は担当副市長を、副委員長は観光商工部長をもって充てる。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故あるときは、その職務を代理する。

（会議等）

第4条 策定委員会は、必要に応じて委員長が召集し、議事を進める。

2 委員長が必要と認めるときは、会議に関係者の出席を求め、意見を聴取することができる。

3 策定委員会は、会議の結果を市長に報告するものとする。

（策定庁内会議）

第5条 策定委員会の議題を事前に調整するため、庁内に策定庁内会議を置く。

2 策定庁内会議は、別表2に掲げる者をもって構成する。

3 会長は観光商工部長を、副会長は企画財政部長をもって充てる。

4 策定庁内会議は、必要に応じて会長が召集し、議事を進める。

5 策定庁内会議は、振興計画策定に必要な事項について調査研究し、その結果を策定委員会に報告するものとする。

6 副会長は、会長を補佐し、会長に事故あるときは、その職務を代理する。

（策定庁内会議幹事会）

第6条 策定庁内会議の議題を事前に調整するため、庁内に策定庁内会議幹事会を置く。

2 策定庁内会議幹事会は、別表3に掲げる者をもって構成する。

3 幹事長は観光課長を、副幹事長は企画政策課長をもって充てる。

4 策定庁内会議幹事会は、必要に応じて幹事長が招集し、議事を進める。

5 策定庁内会議幹事会は、振興計画策定に必要な事項について調査研究し、その結果を策定庁内会議に報告するものとする。

6 副幹事長は、幹事長を補佐し、幹事長に事故あるときは、その職務を代理する。

(分科会)

第7条 策定庁内会議幹事会の議題を事前に調整するため、分科会を置く。

2 分科会は、前期振興計画に定めた5つの観光振興戦略に合わせて、次の各号に掲げる事項の調査研究を行うための分科会を設ける。ただし、必要に応じて追加等の見直しを行うものとする。

- (1) 個性的な観光リゾートづくりの推進
- (2) 観光ホスピタリティ（もてなしの心）の充実
- (3) スポーツランドみやぎの推進
- (4) 青島地域の活性化
- (5) 効果的な観光情報の発信

3 分科会は、別表4に掲げる者をもって構成する。

4 分科会は、必要に応じてリーダーが召集し、議事を進める。

5 分科会は、振興計画策定に必要な事項について調査研究し、庁内策定会議及び庁内策定会議幹事会と連携調整の上、策定委員会に報告するものとする。

6 サブリーダーは、リーダーを補佐し、リーダーに事故あるときは、その職務を代理する。

(庶務)

第8条 策定委員会、庁内策定会議、庁内策定会議幹事会及び分科会の庶務は、宮崎市観光商工部観光課において処理する。

(委任)

第9条 この要綱に定めるもののほか、策定委員会、庁内策定会議、庁内策定会議幹事会及び分科会の運営に関し必要な事項は別に定める。

(解散)

第10条 策定委員会は、その役割が完了したときに解散するものとする。

附 則

この要綱は、平成26年5月8日から施行する。

別表 1 第三次宮崎市観光振興計画策定委員会

	所属機関・団体名	職 名	氏 名	備 考
1	宮崎市	副市長	田村 俊彦	委員長
2	宮崎市	観光商工部長	梶谷 欣也	副委員長
3	公益社団法人 宮崎市観光協会	会長	菊池 克頼	
4	みやPEC推進機構	専務理事	鈴木 隆	
5	国土交通省九州地方整備局 宮崎河川国道事務所	所長	竹林 秀基	
6	宮崎県観光物産・東アジア戦略局	局長	金子 洋士	
7	公益財団法人 みやざき観光コンベン ション協会	会長	佐藤 勇夫	
8	宮崎中央農業協同組合	代表理事組合長	藤原 榮伸	
9	宮崎商工会議所	会頭	米良 充典	
10	宮崎県ホテル旅館生活衛生同業組合 宮崎支部	支部長	川越 清文	
11	宮崎物産協会	会長	岡崎 富明	
12	宮崎市沿岸漁業振興対策協議会	会長	濱田 勉	
13	青島地域振興協議会	会長	椎 芳弘	
14	全日本空輸株式会社宮崎支店	支店長	池田 晴彦	
15	九州旅客鉄道株式会社 宮崎総合鉄道事業部	部長	川原 淳一	
16	宮交ホールディングス株式会社	取締役	高橋 光治	
17	フェニックスリゾート株式会社	代表取締役社長	松永 裕文	
18	株式会社JTB九州宮崎支店	支店長	緒方 保宜	
19	学識経験者		根岸 裕孝	
20	公募		齋藤 潤一	
21	公募		森 美樹	
22	公募		越替 憲汰	

別表 2 策定庁内会議

	所属及び職名	備 考
1	宮崎市観光商工部長	会長
2	宮崎市企画財政部長	副会長
3	宮崎市地域振興部長	
4	宮崎市農政部長	
5	宮崎市建設部長	
6	宮崎市都市整備部長	
7	宮崎市佐土原総合支所長	
8	宮崎市田野総合支所長	
9	宮崎市高岡総合支所長	
10	宮崎市清武総合支所長	

別表 3 策定庁内会議幹事会

	所属及び職名	備 考
1	宮崎市観光商工部観光課長	幹事長
2	宮崎市企画財政部企画政策課長	副幹事長
3	宮崎市企画財政部秘書課長	
4	宮崎市地域振興部文化スポーツ課長	
5	宮崎市地域振興部青島地域センター長	
6	宮崎市地域振興部佐土原総合支所地域総務課長	
7	宮崎市地域振興部田野総合支所地域総務課長	
8	宮崎市地域振興部高岡総合支所地域総務課長	
9	宮崎市農政部農政企画課長	
10	宮崎市農政部農業振興課長	
11	宮崎市農政部森林水産課長	
12	宮崎市観光商工部スポーツランド推進室長	
13	宮崎市観光商工部商業労政課長	
14	宮崎市建設部土木課長	
15	宮崎市都市整備部都市計画課長	
16	宮崎市都市整備部公園緑地課長	
17	宮崎市都市整備部景観課長	
18	宮崎市清武総合支所企画総務課長	

別表４－１ 分科会Ａ「個性的な観光リゾートづくりの推進」

	所属機関・団体名	備 考
1	宮崎市観光商工部観光課観光振興係	リーダー
2	公益社団法人 宮崎市観光協会	サブリーダー
3	公益財団法人 みやざき観光コンベンション協会	
4	国土交通省九州地方整備局宮崎河川国道事務所	
5	宮崎交通株式会社	
6	全日本空輸株式会社宮崎支店	
7	九州旅客鉄道株式会社宮崎総合鉄道事業部	
8	フェニックスリゾート株式会社	
9	株式会社ＪＴＢ九州宮崎支店	
10	宮崎空港ビル株式会社	

別表４－２ 分科会Ｂ「観光ホスピタリティ（もてなしの心）の充実」

	所属機関・団体名	備 考
1	宮崎市観光商工部観光課観光振興係	リーダー
2	公益社団法人 宮崎市観光協会	サブリーダー
3	公益財団法人 みやざき観光コンベンション協会	
4	国土交通省九州地方整備局宮崎河川国道事務所	
5	宮崎交通株式会社	
6	全日本空輸株式会社宮崎支店	
7	九州旅客鉄道株式会社宮崎総合鉄道事業部	
8	フェニックスリゾート株式会社	
9	株式会社ＪＴＢ九州宮崎支店	
10	宮崎空港ビル株式会社	

別表４－３ 分科会Ｃ「スポーツランドみやざきの推進」

	所属機関・団体名	備 考
1	宮崎市観光商工部スポーツランド推進室	リーダー
2	宮崎市観光商工部観光課観光振興係	サブリーダー
3	宮崎市地域振興部文化スポーツ課	
4	公益社団法人 宮崎市観光協会	
5	宮崎県観光推進課	
6	公益財団法人 みやざき観光コンベンション協会	
7	宮崎県ホテル旅館生活衛生同業組合宮崎支部	

別表４－４ 分科会Ｄ「青島地域の活性化」

	所属機関・団体名	備 考
1	宮崎市観光商工部観光課青島地域活性化対策係	リーダー
2	宮崎市地域振興部青島地域センター	サブリーダー
3	青島地域自治区地域協議会	
4	青島地域振興協議会	
5	宮崎市漁業協同組合	
6	青島商工振興会	
7	青島サマーフェスタ実行委員会	
8	青島再勢プロジェクト	
9	街市実行委員会	
10	宮崎県ホテル旅館生活衛生同業組合宮崎支部	
11	宮崎市青島商店会	
12	公益社団法人 宮崎市観光協会	
13	宮崎交通株式会社	

別表４－５ 分科会Ｅ「効果的な観光情報の発信」

	所属機関・団体名	備 考
1	宮崎市観光商工部観光課管理係	リーダー
2	宮崎市観光商工部商業労政課	サブリーダー
3	公益社団法人 宮崎市観光協会	
4	みやＰＥＣ推進機構	
5	宮崎県観光推進課	
6	公益財団法人 みやざき観光コンベンション協会	
7	宮崎中央農業協同組合	
8	宮崎商工会議所	
9	宮崎物産協会	

2. 策定の取り組み経過

月	内容	策定委員会	庁内会議	分科会
平成26年 6月	・計画策定体制の概要 ・現計画の達成状況			第1回分科会 リーダー会議 (6月23日)
7月	・「(仮称) 第三次宮崎市 観光振興計画」について	策定委員 委嘱状交付式・ 第1回策定委員会 (7月31日)	第1回策定庁内会議・ 策定庁内会議幹事会 合同会議 (7月24日)	
8月				第2回分科会 リーダー会議 (8月12日) 第1回分科会 (8月18日) 第3回分科会 リーダー会議 (8月27日)
9月				
10月				第2回分科会 (9月24日)
11月	・「(仮称) 第三次宮崎市 観光振興計画」(案)の 中間報告		第2回策定庁内会議 幹事会 (11月10日) 第2回策定庁内会議 (11月13日)	第4回分科会 リーダー会議 (11月5日)
12月		第2回策定委員会 (11月19日)		第5回分科会 リーダー会議 (12月26日)
平成27年 1月	・「(仮称) 第三次宮崎市 観光振興計画」(案)に ついて		第3回策定庁内会議 幹事会 (1月22日) 第3回策定庁内会議 (1月28日)	
2月		第3回策定委員会 (2月6日)		
3月	・パブリックコメント			

第三次宮崎市観光振興計画

発行年月/平成 27 年 3 月

発行/宮崎市観光商工部観光課

〒880-8505

宮崎県宮崎市橘通西 1 丁目 1 番 1 号

TEL.0985-21-1791

FAX.0985-20-2132