

項目名称	No. 87	観光誘客の推進及び市産品の流通拡大並びに移住・定住を推進する情報発信				
分類	大	1	健全な行財政運営の確保に向けた取組			
	中	4	情報化の推進と広報広聴機能の充実			
	小	3	シティプロモーションによる魅力発信			
所管課	企画財政部 企画政策課					
現状と課題	<p>宮崎市東京事務所では、首都圏在住者に向け、在京宮崎市人会や宮崎市プロモーション大使を活用しながら、観光誘客の推進及び市産品の流通拡大並びに移住・定住の促進に向けたシティプロモーションに取り組んでいる。また、平成27年(2015年)12月に開設した「宮崎市移住センター」では、移住・定住を推進するため、本市への移住希望者に対して、相談受付やコーディネート、大都市圏でのセミナーなどの開催のほか、関係者のネットワークを構築による移住後のフォローアップなどきめ細かな相談対応を行っている。今後も、本市の認知向上をはじめ、効果的なプロモーションを行いながら、移住を希望する方、既に移住された方から寄せられる相談に対し、適切な情報提供と丁寧な対応を継続していく必要がある。</p>					
取組内容	<ol style="list-style-type: none"> 1 在京宮崎市人会を活用した効果的な情報発信 2 宮崎市プロモーション大使を活用した効果的な情報発信 3 移住相談者が求める情報に関する関係機関等からの情報収集 4 移住相談者に対する適切な情報の迅速な提供 5 移住を希望する方々に対する本市の特色や情報の効果的な情報発信及びイベントの実施 					
達成目標	観光誘客の推進及び市産品の流通拡大並びに移住・定住の促進					
効果	本市の認知向上、移住センターが関与した移住者の定住化促進					
指標		現状		中間年度	最終年度	
		目標値				
実施スケジュール		平成30年度 (2018年度)	令和元年度 (2019年度)	令和2年度 (2020年度)	令和3年度 (2021年度)	令和4年度 (2022年度)
1 在京宮崎市人会を活用した効果的な情報発信	計画	→	→	→	→	→
2 宮崎市プロモーション大使を活用した効果的な情報発信	計画	→	→	→	→	→
3 移住相談者が求める情報に関する情報の収集	計画	→				
4 移住相談者に対する適切な情報提供	計画	→				
5 移住を希望する方々への効果的な情報発信、イベント実施	計画	→	→	→	→	→
備考						

各年度取組実績				
令和 3年度 (2021)	中間取組状況	<p>新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、感染拡大を注意すべき地域の県外在住者の対面相談を制限したほか、8月から9月までは移住センターの窓口を閉鎖したが、オンライン相談体制を充実させたため、本年度9月までの相談件数は昨年同時期比で237件増の756件(うちオンライン370件)となった。また、SNSによる市政等の情報発信に加え、移住者の生の声を紹介するパンフレット等の作成を行った。さらに、オンラインイベントを実施し、移住希望者へのPR活動と情報提供に努めた。</p> <p>また、在京宮崎市人会は前年度に続き中止となったが、宮崎市プロモーション大使は、市産品を使用した商品開発やマルシェ開催等を行うことで情報発信に務めた。</p>		
	最終取組状況	<p>コロナの感染状況に応じ、都市部でのイベントを対面またはオンラインで開催した。令和3年度は移住相談1,351件、移住世帯数170件といずれも過去最多となった。オンラインのイベントではオンラインの優位性を生かし、先輩移住者に出演いただくことで、経験談やアドバイスなどの生の声を参加者に届けることができ、コロナ禍においても満足度の高いイベントとなっている。</p>		
	達成状況評価	○	評価理由及び次年度の取組予定	<p>コロナ禍においてもオンラインイベントを積極的に開催し、宮崎市を幅広くアピールすることができ、相談実績・移住世帯数も過去最高となった。今後は大都市を離れてもリモートワークで仕事ができる人をターゲットとし、本市の魅力でもある豊かな自然や食といった強みを発信しながら、移住促進につなげていきたい。</p>
	△:準備、検討 ○:一部実施 ◎:実施完了 -:中止			
効果額 (千円)	不用額		内容・算出内訳	
	必要額			
	効果額			
[効果額]=不要額(取組により不要となった(生み出された)額)-必要額(取組に要した額)				

項目名称	No. 88	市内外への効果的な情報発信											
分類	大	1	健全な行財政運営の確保に向けた取組										
	中	4	情報化の推進と広報広聴機能の充実										
	小	3	シティプロモーションによる魅力発信										
所管課	観光商工部 観光戦略課												
現状と課題	本市が、持続的かつ自立的に発展していくために、市外から「ヒト・モノ・カネ」を呼び込み、地域経済を活性化させる施策や戦略が求められており、そのためには、本市の魅力を効果的に発信し、全国の消費者に「宮崎市を訪れたい」「宮崎市のモノを買いたい」「宮崎市で暮らしたい」と思わせ、行動を喚起させる取組が必要となっている。												
取組内容	<p>交流人口の増加を図り地域経済を活性化させるため、宮崎市ブランド調査などのデータ根拠に基づき、エリアや趣味、年齢層別などのターゲットを明確にし、既存の観光資源を有効に活用しながら、県外から宮崎を訪れるようなプロモーションに取り組む。</p> <p>1 観光資源の効果的なプロモーションの実施</p>												
達成目標	観光資源の効果的なプロモーションの実施												
効果	交流人口の拡大や旅行消費による地域経済の活性化												
指標				現状		中間年度		最終年度					
				目標値									
実施スケジュール				平成30年度 (2018年度)		令和元年度 (2019年度)		令和2年度 (2020年度)		令和3年度 (2021年度)		令和4年度 (2022年度)	
1 観光資源の効果的なプロモーションの実施		計画		→									
2		計画											
3		計画											
4		計画											
5		計画											
備考													

各年度取組実績				
令和 3年度 (2021)	中間取組状況	本市の魅力である「食」と「自然」を生かし「宮崎ならではの、ゆっくりと過ごせる雰囲気・空気感」を訴求するため、これまで構築したブランドイメージである「宮崎食堂」を活用し、宮崎市での過ごし方を表現した動画を制作している。		
	最終取組状況	「宮崎食堂」を活用し、ターゲットや過ごし方に合わせた3パターン(一人旅・女子旅・家族旅)の動画を制作した。メディア媒体とタイアップした情報発信として、TVCM制作や情報番組特設コーナー制作、旅番組の制作を実施した。加えて、WEB・SNS等における情報発信として、公式HPでの動画掲載や、動画を使った広告掲載を実施し、多角的な情報発信に努めた。		
	達成状況評価	○	評価理由及び次年度の取組予定	引き続き、「宮崎食堂」を活用した情報発信および効果検証に努める。
	△:準備、検討 ○:一部実施 ◎:実施完了 -:中止			
	効果額(千円)	不用額		内容・算出内訳
	必要額			
	効果額			
[効果額]=不要額(取組により不要となった(生み出された)額)－必要額(取組に要した額)				