

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/都市戦略課					
現状と課題	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。					
取組内容	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 4年度 (2022)	中間取組状況	<p>在京宮崎市人会は本年11月5日開催(162名参加)し、宮崎の素材を活用した食事の提供や、宮崎市のニュースを報告すること、ふるさと納税のPRなどのプロモーション活動を行った。宮崎市プロモーション大使は、民間企業と協業して市産品を使用した商品開発を行ったり、マルシェ開催等を行うことで情報発信に務めた。</p> <p>また、本年度より、リモートワーカーを対象とした移住のPRを進めており、動画やパンフレットの作成を進めている。移住相談件数は減少しており、本年度9月までの全体の相談件数は昨年同時期比で41件減の715件で、うちオンライン177件と昨年同時期比193件減となった。一方で、移住支援金制度の内容の拡充(子育て世帯への支援金額の加算)と周知活動により、移住世帯数は本年度9月までで117世帯と昨年同時期比で21世帯の増となっている。さらに、公民連携の取組として、6月20日に働き方とサーフィンをテーマとした移住イベントを開催し、3名の新規移住につながるなど、民間事業者との移住イベントの連携を図りながら、移住・定住のPRに努めた。</p>		
	最終取組状況	<p>首都圏でのシティプロモーションとして、宮崎市プロモーション大使が行ったマルシェの開催を支援した(2月)。また、移住・定住を推進する取組として、新型コロナの感染が落ち着いたことから、対面でのイベントを再開した。令和4年度の相談件数は前年度実績を上回り、移住相談1,357件(6件増)、移住世帯数208世帯(39世帯増)となった。また、就業や趣味などをテーマとした民間開催のイベントと連携することで、本市の魅力や移住を効果的に発信することができた。</p>		
	達成状況評価	◎	評価理由及び次年度の取組予定	<p>【在京宮崎市人会及び宮崎市プロモーション大使を活用した情報発信】 概ね計画通りに取組を実施した。本項目は、事業評価対象であり、次年度以降は事業評価において管理する。</p> <p>【移住・定住推進の取組】 移住支援金制度の内容の拡充と周知により、相談件数や移住世帯数の増加につながった。また、対面でのイベントの再開により、より直接的に移住者へ本市の魅力や移住者の声を届けることができた。次年度は、民間事業者との連携イベントを増やし、多様な人材の移住を促し、人手不足の分野への就業や地域のコミュニティ構成の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「宮崎市に訪れたい」「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 4年度 (2022)	中間取組状況	本市のブランドコンセプト「宮崎食堂」を活用した昨年度制作した動画を、県外で行われる各種イベント等にて効果的に使用し、引き続き「食」や「自然」という本市の魅力の発信や認知向上、イメージ確立を図っている。		
	最終取組状況	「宮崎食堂」を活用し、本市で春季キャンプを行う3球団本拠地ビジョン等での動画放映やキャンプガイド・キャンプ中継等での広告掲載、カーフェリー新船就航に係る神戸イベントでの動画やポスター等を活用したPRを実施した。県外での情報発信の機会を捉え、複数のツールを用いて、認知拡大を図った。		
	達成状況評価	◎	評価理由 及び次年度の取組 予定	評価理由 「宮崎食堂」を活用した認知拡大については一定の成果を得たため。 取組予定 引き続き動画を活用し、認知拡大を図る。
	△：準備、検討 ○：一部実施 ◎：実施完了 ー：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)				