

# 事業報告

## 概要

令和元年度は、瀬戸内国際芸術祭 2019 が、初めてゴールデンウィークを期間に含んで開催され、過去最大の 117 万人を超える来場者が作品を鑑賞した。

そのため、宿泊者も増加し、特に海外からの増加が著しく、令和元年（暦年）の対前年伸び率で、外国人全体で全国 2 位、中国、台湾は全国 1 位、ドイツが 2 位、アメリカ、オーストラリアが 3 位など、アジア以外からの伸び率も全国の中で際立って高かった。

これには、平成 30 年末に発行された欧米の 6 つの観光雑誌で「2019 年に行くべき場所」として「SETOUCHI」が取り上げられるなど、国内のみならず海外からも注目を集めることとなったために、多くの観光客が香川を来訪し、アートやおもてなしを楽しんだことも大いに貢献したとみられる。

一方、年明けから世界で猛威を振るう新型コロナウイルス感染症の影響で、海外、国内ともに観光需要が激減した状態が続いている。

こうした状況の中、当協会では、市町観光協会、関係団体等と連携を密にし、観光圏及び日本版 DMO の体制づくりを図るとともに、国際観光の推進やおもてなし力の向上に積極的に取り組んだ。

### ●観光振興のプラットフォーム機能（観光圏、日本版 DMO）の整備

平成 27 年 4 月に国土交通省の認定を受けた「香川せとうちアート観光圏」を推進するプラットフォームとして、また、平成 29 年 11 月に観光庁の登録を受けた日本版 DMO として、瀬戸内海や圏域内に点在するアート・文化資源等を独自の価値として圏域内での周遊・滞在の促進、来訪者への情報発信等に取り組んだ。

また、令和 2 年 3 月末で観光圏の認定期間が満了することから、次の 5 年間について再度認定を受けるため、新たな整備実施計画を策定し、認定申請を行った。

### ●国際観光の推進

高松空港に定期路線が就航しているソウル（韓国）、上海（中国）、台北（台湾）、香港及び台北線を利用して同日乗り継ぎが可能なタイなどを主たるターゲットとして、現地でのキャンペーンの実施や旅行展示会への出展、旅行会社やマスコミの招聘、外国語パンフレットやノベルティグッズの作成・配布等を実施したほか、旅行会社に対しツアー造成の動機付けを行うための助成を行った。また、県庁舎を利用したプロジェクションマッピングにより、インバウンドの集客及び夜型観光の推進に取り組むとともに、外国人旅行者が安心して、不自由なく満足して旅

をしていただけるよう、多言語対応の強化による災害対策マニュアルの制作や地域通訳案内士の育成・活用など、受入環境の向上を図った。

### ●香川の“おもてなし力”の向上

観光客誘致の地域間競争を勝ち抜くためには、観光地の魅力向上や食の充実に加え、地域をあげて観光客をお迎えする“おもてなしの心”が特に重要であることから、令和元年度も、観光従事者やタクシー乗務員、バス従業員、経営者を対象にした「おもてなし研修」や、県民に香川のことを学んでもらう「さめきアカデミー」などを開催し、香川の“おもてなし力”の向上を図った。

また、高松空港及びJR高松駅構内の観光案内所において多言語（英・中・韓）で対応するなど、引き続き外国人を含めた観光客等の利便性の向上を図った。

## II 事業内容

### (公益事業)

#### 1 観光情報発信事業

##### (1) 情報発信事業

###### ① ウェブ観光情報提供事業

○ 県公式観光サイト「うどん県旅ネット」において、観光客等が必要とする旬できめ細かな観光情報を分かりやすく発信し、本県への誘客を促進するため、トップページのデザイン変更を実施するとともに、本県の観光地を巡った取材記事や県内でできる体験の動画を掲載するなど、積極的に情報発信を行った。また、SNSについては、Facebook、Twitter、Instagramで本県の旬でタイムリーな情報の発信を行った。

※うどん県旅ネットアクセス数（セッション数）：9,965件/日

###### ② うどん県アート県ブランドプロモーション事業

○ 本県の知名度やブランドイメージの向上を図り、旅行先や県産品の購入先として“選ばれる香川”になるよう、首都圏を中心に全国に向けて「絵になるけん、うどん県」をテーマに、うどん県副知事の要潤氏、アートについては宮本亜門氏が出演する、瀬戸内海の島々など自然豊かな景色やマリンスポーツ等のアクティビティ、瀬戸内国際芸術祭のアートなど、絵に描いても写真に収めても美しく楽しい、「自然」と「アート」が楽しめる「絵になる」香川県の魅力を発信する動画を制作し、ウェブ配信や首都圏でのサイネージ広告等による情報発信を行った。

○ 本県の知名度やブランド力の向上及び観光客の来訪意欲の喚起を図るため、本県のようなコンテンツがメディアに取り上げられるよう、テレビ、雑誌、新聞、Webメディア等のマスコミに強いコネクションとノウハウを持つPR会社に委託し、パブリシティ活動を行った。

- (株)世界文化社が発行する女性総合誌「家庭画報」に瀬戸内国際芸術祭の特集記事を掲載し、アート県のプロモーションを行った。
- 包括連携協定を締結したJAL及びANAと連携し、両社のウェブ媒体等に本県の情報を掲載するとともに、両社の旅行予約サイトからの本県への旅行予約に対し、クーポン券を配布して誘客を図るなどのプロモーションを行った。
- 本県のブランド化を図るため、アート、食などの観光資源を紹介するパンフレット等を制作、配布した。

### ③ 香川フィルムコミッション事業

- 本県の知名度の向上と誘客を図るため、映画制作会社等にロケ地等の情報提供を行うとともに、地元関係団体及び県民の協力を得ながら、ロケ誘致、支援に努めたほか、「うどん県旅ネット」の専用ページにおいて、積極的な情報発信を行った。

※支援実績：映画2本、テレビ26本、CM10本、その他11本 計49本

### ④ 四国2観光圏ブランド発信事業（観光圏事業）

- 隣接する「にし阿波～剣山・吉野川観光圏」と連携し、豪州市場をターゲットに、旅行会社やメディアを対象とした2観光圏のコンテンツを体験するファムツアーを実施し、旅行商品の造成や情報発信に取り組むなど、両観光圏の認知度向上及び誘客促進を図った。

※招請ツアー：旅行会社2社2名、メディア1名を招請（令和元年11月24～28日）

### ⑤ 全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業（国補事業）

- 全国13観光圏と連携し、「ツーリズムEXPO ジャパン」でのブース出展や商談会への参加、シンポジウムの開催、「Undiscovered Japan」のウェブサイトやSNSの運用、パンフレット等の制作などの情報発信を行った。

※「ツーリズムEXPO ジャパン」でのブース出展：令和元年10月24日～27日

### ⑥ 刊行物発行事業

- 「さぬきオリジナル観光地図」を改訂し、観光案内所での配付や郵送のお申し出に対応したほか、旅行会社にも提供し、誘客に努めた。

※さぬきオリジナル観光地図 21,140部作成

## 2 観光客誘致事業

### (1) 国際観光推進事業

#### ① 海外からの観光客誘致事業

- 台北線については、台湾からの一層の観光客誘致のために、現地においてメディアを利用した情報発信を行うとともに、台湾美食展やランタンフェスティ

バル、台北・台中・高雄旅行展等に出展するなどのプロモーションを実施したほか、旅行会社に対して旅行商品造成及び送客を働きかけた。また、台北や高雄の旅行会社を対象とした現地商談会を開催したほか、航空会社と連携した旅行雑誌による情報発信を行った。

なお、台北での同日乗り継ぎが可能であるタイ等からの誘客促進を図るため、SNS を利用した情報発信等を行った。

- 上海線については、上海国際旅行博や訪日旅行イベントへの出展等のプロモーションを実施するとともに、春秋グループやKAGAWA アンバサダーの朝倉禅氏と連携した観光 PR、県内在住の中国人留学生を活用した情報発信、上海春秋旅行社と県内宿泊施設等とのマッチング活動の支援を行った。
- ソウル線については、令和元年7月以降の日韓関係の悪化に伴う旅客需要の減少により、2019 冬ダイヤから週3 往復へ減便されており、早期のデイリー運航復帰のための積極的なプロモーション等を実施した。具体的には、現地での旅行博や「日韓交流おまつり 2019 in ソウル」などのイベントへの出展、オンラインでの動画広告等を行い、現地の FIT 層に対して本県の一層の認知度向上に努めた。また、団体旅行商品については、旅行会社等と連携した販促キャンペーンや新商品開発のための招請ツアーなどに取り組んだ。
- 香港線については、香港エクスプレスと連携したプロモーションを実施するとともに、香港国際旅行展示会や香港ブックフェア等での観光 PR、JNTO 主催の BtoC イベント（深圳、珠海）への出展、各種メディア（旅行雑誌、ウェブサイト、香港エクスプレス機内誌等）を活用した観光 PR など、積極的なプロモーション活動を実施した。
- 欧米豪等からの誘客促進を図るため、四国ツーリズム創造機構やせとうち観光推進機構等と連携し、現地旅行会社や有力メディアを招請した視察ツアーにより旅行商品の造成支援及び効果的な情報発信を実施するとともに、JNTO 主催の商談会（VJTM）等への出展などを実施した。
- 夜型観光推進のため、「瀬戸内国際芸術祭 2019」や「ラグビーワールドカップ 2019 日本大会」の開催に合わせて、県庁 21 階展望室を、初めて夜間に一般開放し、プロジェクションマッピング「シティライトファンタジア」を実施した。  
実施期間：令和元年9月20日(金)～11月24日(日)（66日間）18:30～22:00  
来場者数：延べ 25,701 人（県内はもとより、県外や海外（高松空港直行便就航市場に加え、アメリカ、オーストラリア、フランス等）からの来場があった。
- アジア圏からの観光客に人気のフルーツ狩りと、本県を代表する郷土料理である押し抜き寿司を組み合わせた旅行商品を造成するため、海外向けの旅行商品を取り扱う専門家や在住外国人らによるモニターツアーを実施し、意見を収集した。
- 観光庁と JNTO が実施する「Your Japan 2020」キャンペーンサイトにおいて、高松中央卸市場のガイドツアーほか6コンテンツのプロモーションを実施した。

## ② 外国人観光客誘致対策補助事業

- 台北線、上海線、ソウル線、香港線を利用し、県内で宿泊するツアーを催行した旅行会社に対して補助金等を交付した。

### ◆本県における外国人延べ宿泊者数（観光庁「宿泊旅行統計調査」）

	香川県	H29(2017)			H30(2018)			R1(2019)【速報値】		
		宿泊者数	対前年比	シェア	宿泊者数	対前年比	シェア	宿泊者数	対前年比	シェア
従業者数10人以上	台湾	108,660	1.61倍	( 27.8%)	112,870	1.04倍	( 26.8%)	163,760	1.45倍	( 29.4%)
	中国	66,120	1.70倍	( 16.9%)	81,770	1.24倍	( 19.4%)	147,530	1.80倍	( 26.5%)
	韓国	53,370	1.96倍	( 13.6%)	70,800	1.33倍	( 16.8%)	61,040	0.86倍	( 11.0%)
	香港	56,550	1.83倍	( 14.4%)	62,180	1.10倍	( 14.7%)	81,550	1.31倍	( 14.7%)
	タイ	1,210	1.38倍	( 0.3%)	1,990	1.64倍	( 0.5%)	2,980	1.50倍	( 0.5%)
	ベトナム	360	0.90倍	( 0.1%)	850	2.36倍	( 0.2%)	1,190	1.40倍	( 0.2%)
	アメリカ	10,450	1.48倍	( 2.7%)	15,770	1.51倍	( 3.7%)	22,070	1.40倍	( 4.0%)
	その他	94,670	1.14倍	( 24.2%)	75,690	0.80倍	( 17.9%)	76,300	1.01倍	( 13.7%)
	計	391,390	1.53倍	( 100.0%)	421,920	1.08倍	( 100.0%)	556,420	1.32倍	( 100.0%)
	全体 (従業者数10人未満含む)	482,300	1.35倍	( - )	546,100	1.13倍	( - )	690,820	1.27倍	( - )

## (2) 観光客誘致促進事業

### ① 周遊型・体験型旅行商品（滞在プログラム）造成事業（観光圏事業）

- 観光地や伝統的町並み、現代アートをはじめとする芸術・文化や産業（農林水産業や製造業など）といった本圏域の豊かな地域資源を活かした周遊型・体験型の旅行商品（滞在プログラム）を8本造成した。

### ② 旅行商品誘客促進事業

- 県内に1泊以上宿泊する団体バスツアーや個人旅行を催行する旅行会社やバス会社に助成を行い、本県への旅行客の誘客を図り、旅館・ホテルの平日利用を促した。

※宿泊者数 5,758 名

### ③ 国内航空路線活用誘客事業

- 首都圏エリアをターゲットとし、ジェットスターと連携した誘客事業や、インスタグラム等のSNSを利用した情報発信など、国内航空路線を活用した観光プロモーションを実施した。

### ④ クルーズ客船誘致事業

- 日本船社やチャータークルーズを行うエージェント等を訪問し、香川県の観

光情報を提供するなど、旅行商品造成を働きかけた。

- 海外からのクルーズによる観光客を誘致するため、外国クルーズ船社のキーパーソン等の視察を受入れるなど、誘致活動を実施した。

※クルーズ船受入実績：マースダム等 21 回、延べ 23 日

#### ⑤ 全国年明けうどん大会開催関連事業

- 令和元年 12 月 7 日、8 日にサンメッセ香川で開催された 6 回目となる「全国年明けうどん大会」へ、広く県外からの誘客が図られるよう、大都市圏での交通広告による情報発信を行うとともに、大会へのバスツアー造成を支援（4 社）した。

※全国年明けうどん大会集客数：45,900 人

#### ⑥ サイクリング誘客促進事業

- 国内外からのサイクリストの誘致を図るため、全県エリア版及び各地域版のルートマップ（日本語・英語・中国語（繁体字）・韓国語）を作成するなど、情報発信を行った。

#### ⑦ 交通・観光連携による付加価値向上事業（国補事業）

- 観光農園、交通事業者等をメンバーにした交通・観光連携 WG において、インバウンドに人気が高い「イチゴ狩り」と、交通不便地域で機動性が高いレンタカーをセットとした旅行商品を造成し、レンタカー利用率の高い香港市場をメインターゲットに多言語チラシを作成するとともに SNS や旅行誌で PR し、レンタカー会社 HP において販売を行った。

#### ⑧ インバウンド向け着地型旅行商品造成事業

- 高松空港の直行便を利用して香川県を訪れる外国人 FIT 観光客を対象に、公共交通機関を利用した旅行商品開発（3 本）を行った。商品開発にあたっては、モニターツアーを実施し、外国人の目線を商品に反映する手法をとった。

### （3）日本観光振興協会拠出事業

日本観光振興協会が実施する広域観光振興事業に対し、事業費負担を行った。

## 3 受入態勢整備事業

### （1）栗林公園管理支援事業

香川の貴重な文化遺産であり、主要な観光施設でもある栗林公園の保存・利用促進を目的として、県からの委託により造園補助や南湖での和船運航を実施した。

※和船乗船者数：27,081 人（対前年比 8.0%増）

### （2）外国人観光客受入整備事業

#### ① 外国人観光客受入拠点事業

- 高松空港のインフォメーションセンター（※1）及び、JR 高松駅構内のツーリストインフォメーション（※2）で観光案内を行い、外国人観光客の利便性の向上を図った

※1 高松空港インフォメーションセンター

対応言語：英語、中国語、韓国語 運営日等：年中無休、8:15～21:40

※2 香川・高松ツーリストインフォメーション

対応言語：英語、中国語、韓国語 運営日等：年中無休、9:00～20:00

## ② 外国人観光客受入環境向上事業

- 増加傾向にある外国人観光客が、言葉の壁や情報収集の不自由さを感じることなく、快適に旅行を満喫できる受入環境の向上を図るため、24時間対応の「香川県多言語コールセンター」を開設し、県内観光事業者と外国人旅行者との円滑なコミュニケーションや多言語表示を支援するとともに、令和元年10月からは県内飲食店、タクシー、宿泊施設の予約代行を行うサービスを追加し、外国人旅行者にとってもメリットの大きい内容となった。また、観光関係事業者や飲食施設関係者などを対象に、本県を訪れる外国人旅行者の現状や、欧米豪市場への取組みや夜型観光コンテンツの必要性などについて学ぶインバウンド講習会を開催した。

さらに、国や関係機関が保有する本県関連既存統計データを分析し、今後のインバウンド戦略を立案・検証するための調査事業を実施した。

※コールセンター利用施設数：139施設

## (3) 観光香川おもてなし運動推進事業

### ① おもてなし運動事業

- 国内外から本県を訪れる観光客の満足度向上を図るため、県やわがかがわ観光推進協議会などと連携し、「さぬきアカデミー」や観光従事者・タクシー事業者・バス従業員・経営者向けの「おもてなし研修会」を開催するとともに、「香川おもてなしタクシー」の認定を行うなど、全県的な「観光香川おもてなし運動」を展開した。

※観光香川おもてなし運動県民会議への出席：令和元年11月6日

※さぬきアカデミー：10回開催、延べ参加者数546名

※観光従事者向けおもてなし研修会：3回開催、参加者数29名

※タクシー・バス乗務員向けおもてなし研修会：12回開催、参加者数77名

※香川おもてなしタクシーの認定：34名

※経営者向けおもてなし研修会：3回開催、参加者数8名

※観光案内所従業員向けおもてなし研修会：3月に予定していたが新型コロナウイルス感染症の影響で中止

### ② 観光客誘致対策事業

- 人口が密集し、香川への誘客宣伝効果の高い東京、大阪地区において、観光説明会等でのPRに務めた。

#### (4) 人材育成・調査等事業

##### ① マーケティング調査（観光実態調査）事業

- 本圏域を訪れた観光客の実態調査(旅行目的、訪問回数、消費金額、満足度、再来訪意向等)を実施し、今後の本観光圏の戦略策定等の基礎資料とした。

##### ② 全国観光圏マーケティング調査事業（国補事業）

- 全国 13 の観光圏が共同で、多言語の調査票を用いて、外国人観光客の属性、消費額等を調査するなど、国外の観光客を中心とした「満足度調査」を実施し、今後の本観光圏の戦略策定等の基礎資料とした。

##### ③ 観光地域づくりプラットフォーム人材育成事業（国補事業）

- 行政や観光協会、民間事業者などが、観光圏戦略会議やワーキンググループなどで議論を深めることにより、本観光圏の整備を担う人材を育成するため、観光圏戦略会議を 3 回、ワーキンググループ（コンテンツ造成（体験プログラム商品化、農泊推進、夜型観光推進）、交通・観光連携、インバウンド受入整備）を 25 回開催した。

##### ④ 全国観光圏推進協議会推進事業（国補事業）

- 全国 13 観光圏が連携し全国観光圏推進協議会を 5 回、観光地域づくりマネージャーレベルアップ研修を 3 回、観光圏シンポジウムを大阪府で開催するとともに、全国共通の来訪者満足度調査などを行った。

#### (5) 観光客の利便性・満足度向上事業

##### ① 公式観光パスポート発行事業

- 周遊型観光ツールとしての公式観光パスポート「うどん県おもてなしパスポート」を増刷発行した。

※パスポート増刷部数：80,000 部

##### ② 観光品質認証制度導入事業

- 宿泊施設の観光サービスの品質を第三者が評価し認証する制度「SAKURA QUALITY」を導入し、周知会を開催するとともに、申請があった宿泊施設に対して、調査員による施設調査を実施した。

※認証宿泊施設数：2 施設

##### ③ 観光施設等のトイレ洋式化事業

- 観光施設等のトイレを洋式化する施設管理者等に対し、その費用の一部を助成する事業を実施した。

※補助実績：1 件

#### (6) 四国 4 県観光協会連合事業

域内交流の促進のため、四国 4 県の主要なショッピングモール等において観光



キャンペーンを実施した。

また、「おもてなし」により観光客に感激・感動を与えた事業者等を「四国おもてなし感激大賞」として顕彰した。

※観光キャンペーンの実施

7/13 香川「イオンモール高松」 7/20 高知「こうち旅広場」  
8/3 徳島「ゆめタウン徳島」 8/18 愛媛「エミフル MASAKI」

※四国おもてなし感激大賞

応募総数 68 件

大賞 民宿 田村（高知県）

準大賞 大歩危峡観光遊船（有）（徳島県）、三豊市（香川県）、  
四国旅客鉄道（株）伊予大洲駅（愛媛県）

**（収益事業）旅行業**

第2種旅行業者として造成した旅行商品を当協会自らが販売した。

※販売実績：1本販売（催行）

ツアー：海上タクシーから見る！勇壮な伊吹島の港まつり（7/14）

**（法人会計）組織活動事業**

（1）会議の開催及び関係団体の開催する会議への出席

①理事会

○ 第1回

期日）令和元年6月3日（月）

内容）通常総会提出議案の審議ほか

○ 第2回

期日）令和元年12月25日（水）

内容）令和元年度事業の進捗状況についてほか

○ 第3回（書面による表決）

期日）令和2年3月26日（木）

内容）令和元年度補正予算及び令和2年度事業計画（案）・収支予算（案）  
についてほか

②総会

期日）令和元年6月18日（火）

内容）平成30年度事業報告・収支決算について

令和元年度事業計画（案）及び収支予算（案）について

役員を選任についてほか

(2) 地域行事等の後援等

- ・各種事業の後援等

(3) 各種関連団体事業への協力

- ・四国ツーリズム創造機構他各種事業に協力

(4) 観光事業功労者等の表彰

- ・観光事業従事者の資質の向上を図るため、観光事業の発展に寄与し功績が著しい観光事業功労者及び優良従事者の表彰を行った。

※観光事業功労者5名、優良従事者10名

(5) 会員拡大による運営基盤強化

- ・入会ご案内のパンフレットを作成し、配布した。

※令和元年度末会員数：263（平成31年度末会員数：247名）

## 事業報告の附属明細書

令和元年度事業報告には、「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律施行規則」第34条第3項に規定する附属明細書「事業報告の内容を補足する重要な事項」が存在しないので作成しない。

