

令和2年度事業について

I 取組概要

令和2年度は、新型コロナウイルス感染症の影響が続く中、まずは県内、近県、国内と、交流のエリアを少しずつ広げながら、観光需要の回復を目指し、県内宿泊促進助成や国のGoToトラベルキャンペーンと連動し、観光業界の復興に全力で取り組んできた。

そして、秋からは、「絶景」と「美食」をテーマとした観光誘客キャンペーンや、次年度の四国デスティネーションキャンペーンに向け開催された全国宣伝販売促進会議を活用するなど、需要回復と今後の誘客につながる取り組みを行った。

しかし、12月28日からのGoToトラベルキャンペーンの全国一律停止、1月から3月に関東に出された緊急事態宣言など、新型コロナウイルス感染症の影響は非常に大きく、先行きが全く見通せない状況となった。

こうしたなか、新型コロナウイルス感染症の拡大によって、県内の観光関連業界は大きな影響を受けたことから、旅行需要の早期回復を図るため、時機を逸することなく6月19日から県内宿泊促進のための「うどん県泊まって癒され再発見キャンペーン」事業を展開した。

この事業においては、県民の「近場へ行く」という新たな需要を生み出すとともに、「宿泊に出かける」という機運の醸成がなされ、その後のGoToトラベルキャンペーンと相まって旅行需要の喚起に大きく貢献した。

一方、海外からの観光客の誘致は、他の地域に先駆けての回復を目指し、継続してPR等を行う必要があり、観光情報の提供、観光振興のプラットフォーム機能の整備、新たな生活様式に対応した受入態勢の構築など、国際観光の回復に向け、市町観光協会や関係団体等と連携を密にし、より一層積極的に取り組んできたが、海外航空路線の運航再開は全く予定が立っておらず、訪日旅行の回復はできなかった。

●観光誘客キャンペーンの実施

令和元年度の瀬戸内国際芸術祭から令和3年度の四国デスティネーションキャンペーン開催まで、切れ目のない誘客を図るため、県や市町、市町観光協会、関係団体等と連携して、「絶景」と「美食」をテーマに観光誘客キャンペーンを展開した。

●観光情報の提供

本県の知名度やブランドイメージの向上を図るため、映像等の各種プロモーション素材を制作し、企業とのタイアップや各種媒体の活用などにより、適時で効果的な発信を行うとともに、観光客等が必要とする旬な情報を、県公式観光サイト「うどん県旅ネット」やSNSで提供した。

また、初の取組みとして、「かがわ絶景カレンダー2021」を発行し、コロナ禍の香川への応援と、地元香川が元気であることを伝えた。

●観光振興のプラットフォーム機能（観光圏、登録DMO）の整備

「香川せとうちアート観光圏」（令和2年4月に国土交通大臣が認定）を推進するプラットフォームとして、また、登録DMO（令和3年1月に観光庁更新登録）として、本県の強みである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

として確立するとともに、着地型旅行商品の造成や夜型観光の推進などにより、令和2年4月に認定された新たな事業計画の下、圏域内での周遊・滞在の促進、来訪者への情報発信等滞在型観光地域づくりに地域、関係団体、民間とともに取り組んだ。

●香川の“おもてなし力”の向上

激化している観光客誘致の地域間競争に勝ち抜き、旅行先として選ばれ続けるためには、観光地の魅力向上や情報発信に加え、地域をあげて“おもてなしの心”で観光客をお迎えすることが大切であることから、観光関係者はもとより、県民の方々が地元を知り、郷土愛を醸成し、誇りを持って来訪者に接してもらえるよう、全県的なおもてなし機運を高め、「おもてなし力」や観光客の利便性の向上に取り組み、国内外から訪れる多くのお客様を、「おせったいの心」で温かくお迎えするにあたり、令和2年度は新型コロナウイルス感染症への対策を第一に、研修会を実施し、約300人の聴衆が集まった。

●国際観光の回復

新型コロナウイルス感染症は、海外からの観光客にも多大な影響を及ぼしており、香川県への誘客が止まったままの状態である。今年度は、これまでの国際観光推進の取り組みによる、アジアを中心とした海外旅行マーケット、ネットワークの構築を維持し、回復期には全国に先駆けて誘客が図れるよう、準備を進めてきたところである。特に、高松空港の国際線就航先の国・地域に密着したプロモーション活動に重点を置いて実施したほか、その他の国・地域に対しても本県の魅力を広く発信した。また、外国人旅行者が安心して不自由なく旅をしていただけるよう、受入環境の向上に取り組んだ。さらに、香川県内での長期宿泊をベースに、他県へ日帰り往復するプランの造成にとりかかり、団体旅行から個人旅行へのシフトに対応する準備を進めた。

Ⅱ 事業内容

(公益事業)

1 観光情報発信事業

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、旬できめ細かな観光・イベント情報をテーマごとに発信するなど、観光客等のニーズに合った情報を効果的に提供するため、「香川旅帖」の記事を「体験」「アート」「絶景」「島旅」「食」などをテーマに充実させた。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）：7,562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「絶景」「美食」「アート」をテーマにした動画を制作し、ウェブ配信や首都圏でのサイネージ広告による情報発信を行った。
- うどん県副知事の要潤氏や宮本亞門氏が出演する「観光誘客キャンペーン」

の CM 動画を制作するとともに、うどん県副知事の木内晶子氏がプレゼンターを務めるプレス発表会を 8 月 27 日に開催し、マスメディア等によるキャンペーンの情報発信を促し、キャンペーンへの誘客促進を図った。(うどん県観光誘客キャンペーン関連事業)

- 三菱地所と高松空港との共催で、9 月 24 日～9 月 30 日の期間、東京・丸の内のパブリックカフェ「Marunouchi Happ. Stand & Gallery」にてキャンペーンの PR イベントを開催した。(うどん県観光誘客キャンペーン関連事業)
- JR 四国と連携し、12 月 1 日～12 月 24 日の期間、マリンライナーにてキャンペーンのポスターを掲示するとともに、12 月 1 日～12 月 31 日の期間、JR 岡山駅地下にてサイネージ広告を放映し、キャンペーンへの誘客促進を図った。(うどん県観光誘客キャンペーン関連事業)
- 包括連携協定を締結した JAL 及び ANA と連携し、両社のウェブサイトにも本県を掲載し、今後の誘客につながるプロモーションを行った。
- 株式会社ポケモンと連携し、下記日程でイベント、スタンプラリーを実施することで、本県のブランド力の向上と誘客促進を図った。
 - 【イベント】 9 月 26 日・27 日 うたづ臨海公園 (来場 1,218 人)
 - 11 月 21 日・22 日 丸亀市民ひろば (来場 662 人)
 - 12 月 12 日・13 日 高松シンボルタワー (来場 736 人)
 - 【スタンプラリー】 (第 1 期) 8 月 8 日～11 月 1 日 応募総数 1,210 件
 - (第 2 期) 11 月 2 日～2 月 28 日 応募総数 1,991 件
- 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 会社にパブリシティ活動を委託し、香川県のコンテンツがメディアに露出することで、高い広告効果と香川県に興味を持ってもらうきっかけ作りを狙った。
- 讃岐うどんを PR するためのツール「さぬきうどん百店満点」を発行した。さらに、アートを PR するためのツール「KAGAWA ARTTRAVEL」を配布した。

た。

※「さぬきうどん百店満点(令和 3 年 3 月発行)」

掲載うどん店 100 店舗を見直し、20,000 部作成、県内市町・観光協会、掲載うどん店等に 4,600 部配布。

③ 香川フィルムコミッション事業

映画、テレビ、コマーシャルなどの撮影の相談に対して、ロケ地の紹介やエキストラ・ボランティアの募集、県内の施設や観光情報・特産品の情報提供など、撮影の円滑な実施のために必要な支援等を行い、映画のロケハンにも同行した。また、本県でロケを行った映画「喜劇・愛妻物語」のロケ地マップを作成し、全国の上映館で配布した。

④ 全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業

全国 13 観光圏が連携し、広域周遊モデルコースを 8 コース造成したとともに、「Undiscovered Japan」のウェブサイトや SNS で情報発信を行った。

⑤ 刊行物発行事業

「さぬきオリジナル観光地図」などの香川の観光パンフレットを、県外客向け

に広く配布することにより、香川県の観光 PR を行った。

⑥ カレンダー発行事業

「かがわ絶景カレンダー2021」を初めて制作し、次のとおり販売を行った。

〔発行〕公益社団法人香川県観光協会

〔制作〕かがわ絶景カレンダー制作委員会（事務局：三豊市観光交流局）

〔協力〕各市町・各市町観光協会

【テーマ】「私たちの故郷・香川は、今日も元気です。

～がんばれ、私たちの故郷。がんばれ、かがわ。～」

【価格】1,200円（税別）

【サイズ】B4横 サイズ 縦 514 mm× 横 364mm（壁掛けタイプ）

【発行部数】10,000部

【販売場所】（県内）宮脇書店、セブンイレブンほか

（東京）香川・愛媛せとうち旬彩館（東京都港区新橋）

徳島・香川トモニ市場（東京都千代田区有楽町）

他に、インターネットショッピングでも販売。

海外の旅行代理店等にも、PR用に配布した。

2 観光客誘致事業

（1）国際観光推進事業

海外からの観光客誘致事業

外国人観光客の受入再開を見据え、高松空港の国際定期路線の就航先であるソウル、上海、台北、香港に加え、台北線を利用した乗り継ぎによる誘客が期待できるタイ等を中心に、各市場の最新の動向やニーズ等に応じて、SNSなどを活用した効果的な情報発信を行った。また、団体旅行から個人旅行への変化に対応するため、香川県内に連泊し、他県へ日帰りで旅行するスタイルの確立に向け、モデルプランを作成した。方面別の主な活動は以下のとおり。

（i）韓国

○香川県観光協会公式 SNS（IG）やブログ、各種メディア（旅行雑誌、オンラインメディア）等を活用した情報発信等

○「日韓交流おまつり 2020 in Seoul」（オンライン開催）への出展

（ii）中国

○香川県観光協会公式 SNS（微博、微信）や国内在住の中国人インフルエンサー等を活用した情報発信等

（iii）台湾

○現地旅行博への出展やオンライン観光商談会の実施

○香川県観光協会公式 SNS（FB、IG）や国内在住の中国人インフルエンサー等を活用した情報発信等

（iv）香港

○香川県観光協会公式 SNS（FB、IG）や各種メディア（旅行雑誌、オンラインメディア）等を活用した情報発信

（V）欧米豪

- 香川県観光協会公式 SNS（FB）や各種メディア（旅行雑誌、オンラインメディア）等を活用した情報発信等

（2）観光客誘致促進事業

① うどん県観光誘客キャンペーン実施事業

○「絶景・美食」ツアー事業

- ・熱気球体験イベント

10月から11月にかけて、屋島と小豆島において、高度20m程度まで熱気球で上昇して、空から見る絶景を体験するイベントを開催し、1,112名が熱気球の搭乗体験に参加した。

- ・「絶景」・「美食」を体感するバスツアー

熱気球体験イベントをメインとした、絶景スポット、絶品グルメを体感するツアーバスを催行し、498名がツアーに参加した。

○さぬきうどん食べ歩き事業

オリーブ牛など県産品を使用したうどん、特大てんぷらうどんなど独創的で写真映えするうどんを提供するうどん店を巡るスタンプラリーを、スマートフォンを利用したモバイル版や専用用紙にて実施し、1,479名がモバイル版において参加。参加者へのプレゼント抽選の応募は399名（モバイル124名、専用用紙275名）であった。

○美食付き宿泊プラン造成事業

県内の宿泊施設において、オリーブ牛などをメインに使用した夕食を提供する宿泊プランを設定するとともに、Webサイト上の特集ページのほか、雑誌などの媒体を活用し、県外からの誘客に努めた。

○インスタグラムによる「食レポ」、「絶景レポ」投稿企画事業

うどん県公式インスタグラムを活用し、飲食店等の県産食材を使用した料理の写真を投稿する「美食」部門と、訪れた観光地での絶景写真を投稿する「絶景」部門を設け、投稿した写真等による情報拡散や誘客促進、フォロワーの獲得を図り、3,099点の応募写真から各部門上位3作品を選定し、オリーブ牛等の県産品を贈呈した。

○インターネット等による情報発信事業

県公式観光サイト「うどん県旅ネット」に、キャンペーン特設サイトを設置するとともに、うどん県公式 SNS（Facebook、Twitter、Instagram）により、タイムリーな情報発信を行い、マスコミを活用した情報の発信による誘客なども図った。

② 周遊型・体験型旅行商品造成事業

国の補助制度を活用し、新たな生活様式に沿った旅行スタイルに対応した「まち歩き型コンテンツ」を新たに3商品造成するとともに、既存の8商品についても新型コロナウイルス感染症対策を徹底するなど旅行者の安全・安心に資する磨き上げを行った。また、観光地や伝統的町並み、現代アートをはじめとする芸術・文化や産業など、本県の豊かな地域資源を生かした周遊型・体験型旅行商品の造成に向けた協議を進めた。

③ 国内航空路線活用誘客事業

首都圏東部エリア等をターゲットとし、ジェットスターと連携した各種キャンペーンや SNS を利用した情報発信など、国内航空路線を活用したプロモーションを実施した。

④ クルーズ客船誘致事業

国内のクルーズ客船を高松港に誘致するため、クルーズ船社や旅行エージェント等を対象に、高松港や周辺観光地の視察の招請や船社訪問、商談会への参加等の取組みを行った。

※クルーズ船受入実績：にっぽん丸 1 回、延べ 2 日

⑤ 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多言語サイクリングマップの配布やサイクルオアシス（休憩ポイント）の設置に対する支援を 15 件行った。

⑥ 旅行商品誘客促進事業

県内で 1 泊以上宿泊する団体旅行商品に係る造成経費の一部を助成することで、本県への団体客の誘客を図り、旅館・ホテルの利用を促した。

また、今年度は新型コロナウイルス感染症の拡大により、団体客の獲得が以前にも増して厳しくなっている状況及び国の GoTo トラベルキャンペーンとの相乗効果を図るため、助成の人数要件を 15 人以上に引き下げるとともに教育旅行も対象に加えるなど、旅行会社等にとってより活用しやすい助成制度を構築した。

※助成金を利用した宿泊者数 3,012 名

⑦ うどん定期観光バス補助事業

香川を代表する観光地と、香川を代表するコンテンツであるうどん店をめぐる観光バスの運行に対し、助成を行った。新型コロナウイルス感染症の影響で長期間の運休が相次ぎ、利用者は低迷した。

※利用者数 209 名

⑧ 県内宿泊促進事業

県内宿泊促進のため、「うどん県泊まって癒され再発見キャンペーン」事業を実施し、香川県民が県内で宿泊した際に 1 人 1 泊あたり宿泊費の半額（最大 1 万円）のキャッシュバックを行った。その結果、約 1 か月半の事業期間に 28,261 人泊の利用があり、1 億 6,400 万円余の助成を行い、助成額の 2 倍以上の直接的経済効果があった。

※期間：令和 2 年 6 月 19 日から 7 月 31 日

(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において、同園の保存・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・北湖での和船運航等を行った。

しかしながら、ゴールデンウィークに休園、12月からのGoToトラベルキャンペーンの全国一律停止、非常事態宣言の発出など、新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、和船運航では、運休や減員での運航などにより、利用状況は芳しくなかった。

※令和2年度和船乗船者数：13,306人（令和元年度：27,081人）

（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

日本政府観光局（JNTO）の外国人観光案内所認定制度におけるカテゴリ3の認定を受けている、JR高松駅構内の観光案内所を運営するとともに、高松空港の観光案内所への支援を行い、外国人観光客等の利便性の向上を図った。

・JR高松駅構内 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

・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

※新型コロナウイルス感染拡大の影響による営業体制の変更・縮小あり

② 外国人観光客受入環境向上事業

県内の観光施設・宿泊施設・飲食店等への多言語通訳・翻訳サービス支援を引き続き行ったほか、グルメやショッピングなどの情報を掲載した多言語マップ（Web版）の制作や通訳案内士活用のための専用Webサイトの制作、文化財等周遊促進のためのWebウェブサイト（スタンプラリー機能付）の制作など、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った。

・多言語コールセンター利用施設数：89施設

・県内で活動する通訳案内士（全国・地域）の情報を本県への旅行を考える外国人や国内外の旅行会社等に周知し、マッチングの機会を増やすことを目的としたWebサイト「香川通訳ガイド検索サイト」を新たに開設

・県内の個々の文化財や観光地を繋ぐモデルコースを多言語（英語、韓国語、中国語(繁体字、簡体字)）で紹介し、周遊を促すスタンプラリー機能を組み込んだWebサイト「KAGAWA CULTURE COMPASS」を新たに開設

（3）観光香川おもてなし運動推進事業

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、県民向けの講座「さぬきアカデミー」や観光従事者等向けの「おもてなし研修会」の開催、「香川おもてなしタクシー」の認定等、全県的な「観光香川おもてなし運動」を展開した。

特に、11月13日に開催した新型コロナウイルス感染症対策研修会では、コ

コロナウイルスの基本的な知識や効果的な対策法を分かりやすく学び、今後の対応に役立ててもらった。

また、全国的にマスクが入手しにくい状況を鑑み、県外からの来訪者と直接接する機会の多い事業者団体に、138,000枚のマスクの配付を行った。

※観光香川おもてなし運動県民会議の開催：令和2年11月13日開催、295名参加

※さぬきアカデミーの開催：8回開催 延べ445名参加

※おもてなし研修会：12回開催 参加者数176名

※香川おもてなしタクシー認定数：50名

※観光案内所従業員向けおもてなし研修会：1回開催 参加者数4名

(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

本県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4回に分けて実施することとしており、昨年度は3回調査を行った（4回目の調査は新型コロナウイルス感染症拡大のため中止）。

② 全国観光圏マーケティング調査事業

全国13の観光圏が共同で、多言語の調査票を用いて、外国人観光客を中心に、属性、消費金額、満足度等の調査を実施することとしており、アンケート調査に協力いただける宿泊施設16施設において1月末まで留置調査を実施し、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

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、観光圏の整備を担う人材育成等を行うこととしており、今年度は観光圏戦略会議を4回、ワーキンググループ（体験プログラム商品化、農泊推進、夜型観光推進、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事業

全国13の観光圏で構成する「全国観光圏推進協議会」に参画し、情報共有や観光圏の質の向上を図ることとしており、今年度は協議会へ6回出席した。また、観光地域づくりマネージャーがレベルアップ研修に出席した。

(5) 観光客の利便性・満足度向上事業

① 観光パスポート発行事業

周遊型観光ツールとしての観光パスポート「うどん県おもてなしパスポート」を作成・配布した。

また、今年度は、うどん県観光誘客キャンペーン仕様のパスポートを作成し、配布した。

※パスポート発行部数：45,000部

② 観光品質認証制度推進事業

平成 29 年度から導入している宿泊施設など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」を推進した。

③ 観光施設等のトイレ洋式化事業

観光施設及び空港、港、鉄道駅、バスターミナル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：2 件

(6) 四国 4 県観光協会連合事業

「おもてなし」により観光客等に感激・感動を与えた事業者等を「四国おもてなし感激大賞」として顕彰するため、12 月末まで体験談を募集し、審査を行った結果、県内では「GLASS ART STUDIO 創作工房どい」（観音寺市）が準大賞を受賞した。

※四国おもてなし感激大賞

応募総数 98 件

大賞 松山城総合事務所（愛媛県）

準大賞 GLASS ART STUDIO 創作工房どい（香川県）

有限会社坂東タクシー（徳島県）

集落活動センター「奥四万十の郷」カフェ・イチョウノキ（高知県）

(収益事業) 旅行業

県内を周遊・滞在する着地型旅行商品や体験プログラムを「うどん県旅ネット」のオンライン予約サイトで販売し、圏域内での滞在時間の拡大を図る。

○旅行業の登録について

・登録番号 香川県知事登録旅行業 2-250 号

・種 別 第 2 種旅行業務

・登録年月日 平成 30 年 3 月 13 日

※販売実績：受託販売 7 件

(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総会

期日：令和 2 年 6 月 29 日

内容：令和元年度事業報告及び決算について

令和 2 年度事業計画（案）及び予算（案）について

役員を選任についてほか

②理事会

○ 第 1 回（書面表決）

期日：令和 2 年 6 月 5 日

内容：通常総会提出議案の審議ほか

○ 第 2 回

期日：令和2年6月29日

内容：役員を選定について

○ 第3回

期日：令和2年12月25日

内容：会員の入会についてほか

○ 第4回（書面表決）

期日：令和3年3月31日

内容：令和2年度事業計画変更（案）及び補正予算（案）について
令和3年度事業計画（案）及び予算（案）についてほか

③その他

- ・高松観光コンベンション・ビューロー理事会などへの出席
- ・日本観光振興協会四国支部四国ブロック広域観光振興事業推進協議会などへの参加
- ・四国ツーリズム創造機構商談会などへの参加

（2）観光事業功労者等の表彰

観光事業に功労のあった者の顕彰、観光事業従事者の資質の向上を図るため、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2名1団体、優良従事者17名

（3）関連団体事業への協力

四国運輸局、四国ツーリズム創造機構ほか関連団体事業に協力

（4）各種行事の後援

十八本山巡拝キャンペーン（四国霊場7ヶ所まいりプロモーション企画）など

（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の送付などにより、会員の確保に努めた

※令和2年度末会員数264名（令和元年度末会員数：263名）

事業報告の附属明細書

令和2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。