

# 令和4年度事業

## I 取組方針

新型コロナウイルス感染症の影響を見極めつつ、交流のエリアを広げながら、観光需要の回復を目指し、全国旅行支援事業等と連携して、観光業界の復興に全力で取り組んだ。

一方、海外からの観光客の誘致も、他の地域に先駆けての回復を目指し、継続してPR等を行う必要があったので、観光情報の提供、受入態勢の構築など国際観光の回復に向け、関係団体等と連携を密にし、積極的に取り組んだ。

### ● 観光誘客の促進

春・夏・秋の3会期に開催された「瀬戸内国際芸術祭2022」を契機とし、観光誘客回復につながる効果的な施策を展開した。本県の知名度やブランドイメージの向上を図るため、メディアなど各種媒体の活用や企業とのタイアップなどにより、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」で提供した。また、SNS広告から「うどん県旅ネット」へ誘導し、旅行予約につなげるスキーム構築など、デジタルマーケティングにより誘客促進を図った。

### ● 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、登録観光地域づくり法人（登録DMO）（令和3年1月に観光庁登録）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させる取組みを進めた。令和2年4月に認定された新たな観光圏の事業計画の下、地域、関係団体、民間とともに、着地型旅行商品の造成や夜型観光の推進などに取り組み、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寄与した。

### ● 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、新型コロナウイルス感染症対策を徹底した上で、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ための活動を行った。

### ● 国際観光の回復

新型コロナウイルス感染症の拡大により、高松空港国際線が運休し、本県を訪れる外国人観光客が激減していたが、昨年10月11日からの大幅な水際対策の緩和により、インバウンドの本格的な回復が期待される状況となった。

そこで、高松空港国際線が就航する国や地域などに向けて、瀬戸内海の多島美をはじめとする本県の魅力を継続的に発信するとともに、現地の旅行会社に対して本

県へのツアー商品の造成を強く働きかけた。併せて、外国人観光客の満足度と利便性の向上を図るため、観光事業者への多言語対応支援を行うなど、外国人観光客が安心して、不自由なく満足して旅をしていただけるよう、受入環境の向上を図った。

## Ⅱ 事業内容

### (公益事業)

#### 1 観光情報発信事業

##### ① 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した。

うどん県旅ネットアクセス数（セッション数）9,127件/日

##### ② うどん県アート県ブランドプロモーション事業

旅行先として「選ばれる香川」になるよう、本県の認知度とブランド力の向上を図るとともに、「香川を訪れてみたい」と思ってもらえるように、テレビや雑誌、企業とのタイアップ等により、本県の魅力や楽しみ方等を発信するプロモーションを戦略的に展開した。

○ パブリシティサポート活動を行い、首都圏、関西圏を中心としたテレビ、雑誌等に香川県のコンテンツの露出を図り、誘客促進を図った。

・旬のイベント、県産品食材、観光情報等の情報をまとめ、メディアに向けたニュースレター・ニュースリリースを配信した。

8月 瀬戸内国際芸術祭夏会期開幕

9月 「ヤドンパラダイス in 香川 2022」開催

10月 瀬戸内国際芸術祭秋会期開幕

11月 「ヤドンと楽しい仲間たち」開催

12月 全国年明けうどん大会2022 in さぬき開催

3月 「ヤドンパラダイス in 香川」とヤドン公園の開園（ニュースレター）

3月 弘法大師空海生誕1250年祭開催

3月 桜とアウトドアを楽しむ香川旅（ニュースレター）

・メディアへの働きかけを行った。

(TV) テレビ朝日系列の旅番組「朝だ！生です旅サラダ」

8月13日 父母ヶ浜、雲辺寺、うどん、骨付鳥の紹介

10月29日 小豆島、豊島の紹介

(TV) 日本テレビ系列の情報番組「ヒルナンデス！」

12月23日 滝宮駅、高屋神社、父母ヶ浜、栗林公園、グルメの紹介

(TV) よみうりテレビ系列の旅番組「遠くへ行きたい」

2月19日 小豆島の郷土料理などの紹介

○ 株式会社ポケモンとタイアップし、県外からの観光誘客を目的にイベントを展開した。また、県内のヤドンのコンテンツを生かした観光パンフレットの制作や、ヤドンをモチーフにした新しい観光資源の開発を行った。

4月14日～「香川めぐり旅」スタンプラリー

12月31日

8月10日 「週末いやしヤドン部」動画公開

- 10月15日 「ヤドンパラダイス in 香川 2022」(高松空港)開催  
～16日
- 12月10日 「ヤドンと楽しい仲間たち」(道の駅 小豆島オリーブ公園)開催  
～11日
- 12月10日 ヤドンのタクシーお披露目
- 3月12日 ヤドンのフェリー2号船運航開始

- ディスカバー・ジャパンとタイアップし、Discover Japan 10月号において、「心身をととのえる癒しの旅」をテーマに、善通寺や出釈迦寺等を取り上げた「お遍路」を紹介する記事(4ページ)を掲載し、同誌のウェブ版でも同記事を掲載した。
- 包括連携協定を締結したANA及びJALと連携し、両社のウェブサイトにも本県の観光情報を掲載した。
  - ・ANA:「瀬戸内の島でのアウトドア体験」をテーマにした特集ページ内で、瀬戸内国際芸術祭の情報を公開した。
  - ・JAL:香川県のアートや観光スポットを掲載した。
- 各空港会社、各自治体(静岡県・香川県・沖縄県)及び各観光協会の連携による観光PRイベントを開催した。
  - 9月24日～25日 静岡:御殿場プレミアム・アウトレット
  - 11月7日～12月4日 東京:marunouchi HOUSE

### ③ デジタルマーケティング観光誘客推進事業

SNSを中心に本県をPRする広告を配信し、認知度の向上を図るとともに、広告から県公式観光サイト「うどん県旅ネット」に誘導を図り、サイト閲覧者情報から、本県への旅行予約につなげ、誘客促進を図った。

- 「しみる うどん県～心に、カラダに、沁みる旅」をキャッチコピーに「食」、「島旅・アート」、「自然の恵み」をテーマにしたプロモーション動画を制作し、8月26日から公開するとともに、首都圏・関西圏へSNS広告を配信した。
- 若者にSNS上で大きな影響力を持つインフルエンサーを活用し、本県の魅力を発信することにより誘客につなげた。
  - ・10代～20代をターゲットとして、SNSで大きな影響力を持つインフルエンサーを活用し、本県の観光情報を紹介した。
  - 9月29日～10月13日:インスタグラム(フィード6件、ストーリー7件)
  - 10月29日:YouTube(動画1件)
- 本県の魅力を発信し、イメージアップと認知度向上を図るため、SNS(フェイスブック、インスタグラム、ツイッター)に週3回以上投稿した。総投稿数はインスタグラム215本、フェイスブック210本、シェア16本、ツイッター211本、リツイート15本。

〈フォロワー数〉

	フェイスブック	インスタグラム	ツイッター
R4. 3. 31	5,349	28,085	12,456
R5. 3. 31	5,711	30,167	15,452

### ④ 香川フィルムコミッション事業

県内の施設や観光情報、特産品など、様々な情報を提供することにより、映

画、テレビ、コマーシャルなどのロケ撮影の誘致に努めるとともに、ロケ地の紹介、エキストラ、ボランティアの募集など、撮影の円滑な実施のために必要な支援を行った。

⑤ **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、商談会への参加、「Undiscovered Japan」のウェブサイトやSNSの運用などの情報発信を行った。

⑥ **刊行物発行业**

香川県観光マップ「香川たび」など香川の観光パンフレットを作成し、県外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。

⑦ **カレンダー発行业**

「かがわ絶景カレンダー」を作成・販売・配付し、香川県の観光PRを行った。

(発行部数) 6,000部

(販売価格) 1,320円(消費税等含む)

(販売場所) 宮脇書店ほか

インターネット (YAHOO!ショッピング)

**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**

昨年10月11日から国の水際対策が大幅に緩和され、本県では、他の地方空港に先駆けて高松空港のソウル線が11月23日に、台北線が1月19日に再開した。香港線は1月22日からチャーター便の運航が開始され、4月16日から定期便として再開した。ソウル線は3月26日からデイリー運航に増便された。今後の本格的な外国人観光客の受入再開に向け、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等を行った。併せて、現地旅行会社に対して本県へのツアー商品の造成や販促支援などを実施することで、落ち込んだインバウンド需要の早期回復に向けた取組みを行った。主な活動は以下のとおり。

(i) 韓国

- 香川県観光協会公式SNS (インスタグラム) やブログ、インフルエンサー等を活用した情報発信
- 現地旅行博等での観光PR
  - ・ 航空会社との連携による韓国コーヒーショップでの消費者向けイベント【3月】
- 新聞や旅行雑誌、旅行会社ウェブサイト等での観光PR記事掲載
  - ・ 雑誌『Maison』との連携によるインスタグラムでのアート情報発信、オンラインイベント【5月】
  - ・ KBS (韓国テレビ局) の香川県取材及び番組放映【11月取材】
- 新商品開発のための旅行会社の招請等
  - ・ ランドオペレーターファムツアー【10月】

- ・高松ーソウル線再開記念メディアファムツアー【11月】
  - ・韓国旅行会社ファムツアー【3社、11月】
- (ii) 中国
- 香川県観光協会公式SNS（微博、微信）やインフルエンサー等を活用した情報発信
    - ・上海春秋旅行社との連携によるライブ配信【年4回、4テーマ】
    - ・WeChat ミニプログラムでの情報発信【7月～】
    - ・KOLファムツアー、SNSでの情報発信（岡山・高知・JR四国連携）【10・11月】
    - ・中国在住KOLによるライブ配信（愛媛連携）【11月】
  - 新商品開発のための旅行会社の招請等
    - ・中国旅行会社・ランドオペレーターファムツアー【在日担当者（3社3名）、10月】
- (iii) 台湾
- 香川県観光協会公式SNS（フェイスブック、インスタグラム）やインフルエンサー等を活用した情報発信
    - ・KOLファムツアー、SNSでの情報発信【7月】
    - ・ユーチューバーファムツアー、SNSでの情報発信【12月】
  - 現地旅行博等での観光PR
    - ・「2022台湾美食展」出展【8月】
    - ・「2022台北国際旅行博（ITF）」出展【11月】
    - ・「台湾ランタンフェスティバル in 台北」出展【2月】
  - 現地旅行会社の招聘、県内事業者との観光商談会、観光セミナーの実施等
    - ・C I キー旅行会社等ファムツアー、商談会（高知連携）【9社、2回、11月・12月】
    - ・台湾現地セミナー・セールスコール事業（四ツ創事業）【1月】
    - ・台湾旅行会社と県内事業者との現地商談会（高知連携）【2月（台北）】
    - ・訪日台湾教育旅行国内招請事業（日観振事業）【2月】
- (iv) 香港
- 香川県観光協会公式SNS（フェイスブック、インスタグラム）や香港エクスプレス公式SNS、各種オンラインメディア等を活用した情報発信
    - ・香港エクスプレスオウンドメディア等を活用した情報発信【8月～】
  - 現地旅行博等での観光PR
    - ・「香港国際旅行展示会（ITE）」出展【8月】
    - ・香港ショッピングモールでの消費者向けイベント【3月】
- (v) タイ
- 香川県観光協会公式SNS（フェイスブック）での情報発信
  - 県内事業者向け勉強会【3月】
  - タイ旅行会社向け旅行商品造成のためのファムツアー【3社、3月】
- (vi) 欧米豪

- 航空会社との連携による香川県観光情報発信、首都圏空港からの乗継促進
  - ・航空会社と連携した誘客促進事業（JAL サイト内「JAL VACATIONS」への着地型旅行商品の掲載）【通年】
- ゴールデンルートから本県に関心を向けるため、首都圏や関西圏で発行される媒体等を活用した本県観光情報の発信
  - ・『あっと！日本(att. JAPAN)』（フリーペーパー）への記事掲載【9月】
  - ・ベルギー旅行会社招請ファムツアー【10月】
  - ・豪州富裕層市場向け流通環境整備事業（国広域事業）【12月～3月】
  - ・東京観光財団との連携事業（情報発信、映像制作、米国・豪州の旅行会社との商談会への参加等）【通年】

## ② 外国人観光客誘致対策補助事業

外国人観光客を本県へ誘致するとともに、県内宿泊・観光施設の利用促進を図るため、高松空港に就航している国際航空路線を利用し、県内で1泊以上宿泊するツアーなどを実施した海外旅行会社等に対する助成等を行った。高松空港国際線の再開に伴う就航先からの送客実績に応じて、旅行会社からの申請に基づき支援を行った。【12月以降】

## (2) 観光客誘致促進事業

### ① 周遊型・体験型旅行商品造成事業

- 周遊型・体験型旅行商品造成事業

観光地や伝統的町並み、現代アートをはじめとする芸術・文化や産業など、本県の豊かな地域資源を生かした周遊型・体験型の旅行商品の造成に向けた協議を行った。

- 新しい観光スタイル推進事業

多様化する観光ニーズに対応するため、OTA（オンライン旅行会社）と連携し、地域資源を活用した13の体験型コンテンツを造成し、10月より販売を行った。

◆ 体験型コンテンツの販売を強化するため、コンテンツの紹介情報をOTAサイトに掲載するとともに、宿泊者が旅行中でも参加申込みができるよう宿泊施設にもパンフレット等の提供を行うほか、各種キャンペーンを実施した。（第1回：9月1日～10月31日、第2回：11月1日～12月31日、第3回：1月1日～2月28日）

- ◆ 弘法大師空海御誕生1250年祭を活用した誘客促進事業

弘法大師空海の生誕から1250年となる令和5年に向けて、「弘法大師空海御誕生1250年祭」の各種イベントや、善通寺市を中心とした中讃エリアの観光スポットや周遊コース等の情報発信を行った。

- 航空会社等と連携したワーケーション誘客事業

航空会社等と連携し、ワーケーション商品の販売広告等を行った。

- ・ANA：塩江地区を対象にしたワーケーション商品を販売した。
- ・JAL：小豆島、高松を対象にしたワーケーション商品を販売した。

- ◆ 「ワーケーション推進事業」モデル実証事業

ワーケーション普及促進のための実証事業として三菱地所（株）と連

携し、本県におけるアートを活用したまちづくりを学ぶための直島・男木島を巡るワーケーションプログラムを実施した。(第1回：11月15日～11月18日、第2回：12月20日～12月23日、第3回：1月24日～1月27日)

#### ② 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インスタグラム等SNSを利用した情報発信など、成田～高松線を活用した本県への誘客を図る観光プロモーションを実施した。

具体的には、ジェットスターの公式HPに瀬戸内国際芸術祭2022をPRするアート記事を掲載するほか、インフルエンサーを活用した情報発信、ジェットスターの旅行商品を造成する旅行会社を対象としたファミツアー等を実施した。

#### ③ クルーズ客船誘致事業

国内外のクルーズ客船を高松港に誘致するため、クルーズ船社等の高松港や周辺観光地の視察の招請(3回)、クルーズ船社や旅行エージェント等への誘致訪問(延べ71社)、クルーズ船社等との商談会への参加(2回)などに取り組んだ。

#### ④ 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サイクリングマップの配布などによる情報発信やサイクルオアシス(休憩ポイント)の整備に対する支援(1件)を行った。

#### ⑤ 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を催行する旅行会社・バス会社に助成(バスツアー助成)を行い、本県への旅行客の誘客を図り、旅館・ホテルの利用を促した。

補助金交付決定件数：106件

#### (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。

令和4年度和船乗船者数：22,525人(令和3年度9,698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1～3の認定を受けた観光案内所(JR高松駅構内)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。

##### 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行うほか、グルメやショッピングなどの情報を掲載した多言語ウェブサイト等での情報発信や外国人観光客向け文化財等周遊促進のためのウェブサイト（スタンプラリー機能付）の運営、外国人観光客へのウェブ等を活用した災害時等の情報提供などを行い、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。

加えて、インバウンドの受入再開に向け、県内の観光事業者向けの研修などを通じて、観光施設や宿泊施設などの受入態勢の整備に取り組んだ。

- ・インバウンド対応能力強化研修【9月】
- ・観光香川おもてなし運動県民集会での講習会【11月】
- ・通訳ガイド研修【3月】

### **(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、「観光香川おもてなし運動県民集会」や県民向けの講座「さぬきアカデミー」、観光従事者等を対象とした「おもてなし研修会」、「香川おもてなしタクシー」の認定のほか、新たに観光ガイドの育成を行うなど、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集会の開催 参加者 160 名
- ※さぬきアカデミーの開催（全8回）参加者延べ 370 名
- ※地域観光ガイド育成研修（全7回）参加者 36 名
- ※おもてなし研修会（全11回）参加者延べ 138 名
- ※香川おもてなしタクシーの認定 80 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）について、8月7日、11月13日及び1月22日に調査を行った。

#### **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、属性、消費金額、満足度等の調査を実施することとし、アンケート調査に協力いただける宿泊施設において1月末まで留置調査を実施した。

#### **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った。

#### **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った。協議会には6回（5月24日、7月12日、9月27日、11月29日、1月16日、3月14日）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」をリニューアル・配布した。(32,000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」の推進に取り組み、更新時期となった9施設の調査を実施した。

③ **県内観光案内所機能向上事業**

県内の観光案内所の職員を対象に、県内外の観光地等を学ぶ研修会を開催した。

・広域観光案内所研修会【2月】参加者7名

④ **観光施設等のトイレ洋式化事業**

観光施設及び交通施設が行うトイレの洋式化の整備費用の一部について、2施設に助成した。

助成対象：丸亀城観光案内所、金刀比羅宮

(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」として顕彰した。

- ・四国おもてなし感激大賞「民宿室戸荘」(高知県)
- ・同準大賞「レオマリゾート」(香川県) 他

(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」で紹介し、圏域内での滞在時間の拡大を図った。

○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 (令和5年3月13日更新)

(法人会計) **組織活動事業**

- (1) 通常総会その他の諸会議の開催
- (2) 観光関係団体との連絡会議などの開催
- (3) 関係団体の実施する各種行事の後援・協賛
- (4) 会員拡大による運営基盤強化

## 事業報告の附属明細書

令和4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。