

令和5年度事業

I 取組方針

観光需要が本格的に回復しつつある状況の中、県の観光需要回復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については、他の地域に先駆けてPR等を行う必要があり、観光情報の提供、受入態勢の構築など、国際観光の一層の推進を図るため、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

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」で提供するほか、SNS広告から県内の観光情報を掲載した特設ページへ誘導し、旅行予約につなげるなどデジタルマーケティングを活用した情報発信にも取り組んだ。

また、近年注目されているジオツーリズムの視点も取り入れるなどして、本県の重要な観光コンテンツである瀬戸内海と島々を活用した各種のキャンペーンやイベントなどを実施し、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、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、民間と連携のうえ、本県の強みである瀬戸内海や圏域内に点在するアート、文化資源等を活用した着地型旅行商品の造成や夜型観光の推進、来訪者への情報発信などに取り組み、圏域内での来訪者の周遊・滞在を促進し、滞在型観光地域づくりを推進した。

● 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、県民の方々が地域を知り、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るとともに、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

全国的な外国人観光客の堅調な増加や、好調な高松空港の国際定期路線の利用により、インバウンド需要の回復が継続している。そこで、高松空港の国際定期路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もらえるよう、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(ページビュー数)17,365件/日(3月末時点)

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、観光情報等の情報をまとめ、メディアに向けたニュースリリースを配信した。

- 6月 島へ行こうキャンペーン事業開始

- 7月 第58回さかいで大橋まつり開催

- 10月 弘法大師空海生誕1250年祭記念事業

- 11月 全国年明けうどん大会2023

- 12月 香川県の冬観光特集

- 2月 ひなまつり特集

- 3月 瀬戸内海国立公園指定90周年キックオフイベント

- 県立ミュージアム 特別展「皇居三の丸尚蔵館名品選／美が結ぶ皇室と香川」

- ・ メディアへの働きかけを行った。

- 包括連携協定を締結したANA及びJALと連携し、観光情報の発信を行い、誘客促進を図った。

<ANA連携事業>

- ・ かがわ割NEXTと連携した旅行商品の造成・販売

- 実施時期：7月1日～12月27日

- ・ 香川県フェアの開催(TOCHIE DOCHIE 東京駅八重洲口店)

- 内 容：県産品の販売、観光情報の発信

- 実施時期：9月1日～29日

- ・ 搭乗キャンペーンの実施(閑散期対策)

- 内 容：キャンペーン期間中の搭乗者に抽選で景品をプレゼント

- 時 期：2月1日～29日

<JAL連携事業>

- ・ かがわ割NEXTと連携した旅行商品の造成・販売

- 実施時期：7月1日～12月27日

- ・ スカイメイト運賃(※)利用促進キャンペーン

- (※) 満12歳以上25歳以下の「JAL会員」又はお客様情報登録済の「JALマイレージバンク(JMB)会員」を対象に、出発便4時間前から予約

できる”若年層向け当日割引運賃制度”

内 容：若年層の利用促進及び閑散期における需要獲得を目的とした、「スカイメイト運賃利用促進キャンペーン」

実施時期：12月1日～3月30日

- (株)ポケモンとタイアップし、ヤドンをモチーフにした新しい観光資源の開発や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を実施するとともに、県外からの観光誘客を目的にイベントを展開した。
 - ・ 4月14日 ヤドン公園開園
 - ・ 4月24日～12月31日 「香川めぐり旅」スタンプラリー
 - ・ 10月7日～8日 「ヤドンパラダイス in 香川 2023」(イオンモール綾川)
 - ・ 2月3日～ 「ヤドンの高松空港リムジンバス(西讃観光バス)」運行開始
- (株)ディスカバー・ジャパンとタイアップし、Discover Japan 11月号において、「クルーズ旅」をテーマに、塩飽諸島(本島、広島、手島)を取り上げた記事(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。
- 三菱地所(株)、高松空港(株)等と連携し、首都圏をターゲットの中心とした誘客イベント等を実施した。
 - ・ 6月10日～11日 東京：アクアシティお台場
 - ・ 9月16日～17日 静岡：御殿場プレミアム・アウトレット

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、広告から県内の観光情報を掲載した特設ページに誘導を図り、その閲覧者情報の分析をもとにしたプロモーション等を展開することにより本県への旅行予約につなげ、誘客促進を図った。

- 「真・KAGAWA ～Authentic KAGAWA～」をキャッチコピーに、「深」「心」「新」「浸」のキーワードに沿った香川県の魅力を紹介するプロモーション動画を制作し、6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。
- 若年層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。

【インスタグラマー】

- ・ トンちゃん：フィード3件、ストーリー3件を投稿。
- ・ Akiratrip：フィード5件、ストーリー3件を投稿。
- ・ ほりいみほ：ストーリーズハイライト、フィード4件を投稿。
- ・ ドコいく愛知県民：リール3件を投稿。

【YouTuber】

- ・ Discover Nippon：3本の動画を公開。
- ・ Yukatabi：2本の動画を公開。

- SNS(フェイスブック、Instagram、X(旧ツイッター))で、本県特有のさまざまな魅力を具体的にイメージできるよう、旅行者目線で構成した印象的な文章と写真や動画などを週3回以上情報発信することで、来訪意欲を高めるとともに誘客につなげた。

3月末現在の総投稿数は、Instagram 206本、フェイスブック 188本、X(旧ツイッター) 187本、リポスト5本。

〈フォロワー数〉

(単位：人)

	フェイスブック	インスタグラム	X (旧ツイッター)
R4. 3. 31	5, 349	28, 085	12, 456
R5. 3. 31	5, 711	30, 167	15, 452
R6. 3. 31	5, 891	34, 735	16, 738

- 県民とともに本県のイメージアップにつながる情報を SNS で発信することで閲覧者の来県意欲を高め、誘客を促進しており、香川大学の学生と連携し、以下のとおりインスタグラムにて情報発信を行った。
 - ・ 9 月 7 日「大学生がオススメする高松アイス特集」
高松市内 4 店舗掲載
 - ・ 10 月 25 日「東讃お出かけ特集①」
東かがわ市「しろとり動物園」「マーレリッコ」「ワーサン亭」
 - ・ 10 月 26 日「東讃お出かけ特集②」
東かがわ市「Beach House YAMADA」、
さぬき市「日本ドルフィンセンター」「津田の松原」
- 三豊市、小豆島町及び土庄町で活動している地域おこし協力隊及び地元観光協会と連携し、以下のとおりインスタグラムにて情報発信を行った。
 - ・ 2 月 27、28 日「地域おこし協力隊がおすすめする小豆島のおすすめスポット」
土庄町：「大坂城残石記念公園」、「銚子溪」、「オリビアン小豆島」
小豆島町：「小豆島オリーブ公園」、「MORIKUNI 酒蔵」、「二十四の瞳映画村」
 - ・ 2 月 29 日、3 月 1 日「地域おこし協力隊がおすすめする三豊市のおすすめスポット」
三豊市：「がっこうのイチゴ園財田上」、「新盛堂」、「宗一郎珈琲」、「父母ヶ浜」、「仁尾縁 多喜屋」、「古木里庫」、「café de flots」、「海鮮市場浜街道」

④ 魅力発見ハッシュタグキャンペーン事業

旅行者や県民等に県内の魅力や感動を SNS に投稿してもらうキャンペーンを実施することで、全国に向けた情報発信を行った。

実施時期：第 1 期： 6 月 1 日～9 月 30 日（投稿数：4, 764 投稿）

第 2 期：10 月 1 日～12 月 31 日（投稿数：3, 046 投稿）

⑤ 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を誘致するとともに、ロケ地の紹介、エキストラや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。

⑥ 全国観光圏推進協議会「Undiscovered Japan」情報発信事業

全国 13 観光圏と連携し、「Undiscovered Japan」のウェブサイトや SNS の運用などにより情報発信を行った。

⑦ 刊行物発行事業

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。

⑧ カレンダー発行事業

「かがわ絶景カレンダー」を作成し、香川県の観光 PR を行った。

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

インバウンドについては、コロナ禍前の水準への速やかな回復に向け、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、チャーター便の誘致や乗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や、各市場の旅行会社等へのセールス活動などを行った。（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
- 現地の観光博覧会等での観光 PR
- 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
- 新商品開発のための旅行会社の招請等

(ii) 中 国

- 香川県観光協会公式 SNS（微博、微信、小紅書）やインフルエンサー等を活用した情報発信
- 春秋旅行社と連携した旅行商品の造成
- 中国アイドルグループメンバーを招請した香川県観光情報発信
- 上海エリア以外の都市からの誘客促進事業等

(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）を活用した情報発信
- 現地の旅行博等での観光 PR
- 県内事業者との観光商談会、観光セミナーの実施等
- 現地旅行会社・航空会社へのセールスコール

(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 等を活用した情報発信
- 現地の旅行博等での観光 PR
- YouTube や Google 等でのオンライン広告配信や地下鉄での屋外広告
- 香港及び香港周辺地域のインフルエンサーの招請

(v) タイ及びベトナム

- 香川県観光協会公式 SNS（フェイスブック）での情報発信
- 現地旅行会社の招請、県内事業者との観光商談会、観光セミナー実施
- 現地旅行会社・航空会社へのセールスコール

(vi) 欧米豪

- 航空会社との連携による香川県の観光情報発信、首都圏の空港からの乗継促進
- 富裕層の誘客促進に繋げるため、海外有力メディア及び富裕層向け旅行会社等を対象とした県内視察支援

- インバウンド向けフリーペーパー等を活用した観光情報の発信
- 東京観光財団と連携した誘客プロモーションの実施
- JNTO 及び他県と連携した現地旅行会社の招請

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等を利用し、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。

(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・体験型の旅行商品を造成することにより、県内での滞在時間及び旅行消費額の拡大を図った。

- 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8つの体験型コンテンツを造成・販売し、誘客促進を図った。

- ・ 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のOTAサイトへの掲載及び割引キャンペーンを実施した。（第1回：7月3日～9月30日、第2回10月2日～1月3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Instagram等SNSを利用した情報発信など、成田ー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。

機内誌『ジェットスター・マガジン』への観光情報の掲載やインフルエンサー（ジェットスター・アンバサダー）を活用した情報発信などを実施した。

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50社）、クルーズ船社等との商談会への参加（3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り情報発信を行うとともに、サイクルオアシス（休憩ポイント）の整備に対する支援（5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・バス会社に助成を行い、本県への誘客を図り、旅館・ホテルの利用を促した。

補助金交付件数：70件

⑥ 島へ行こうキャンペーン事業

県民をはじめ多くの観光客に、多島美を誇る瀬戸内の素晴らしさを改めて

感じてもらい、島を訪れるきっかけづくりや、島を含めた本県への誘客促進を図った。

○ 島のお手伝いを組み入れた「島お手伝い旅」やクルーザー等で優雅に島を巡る「島クルーズ旅」のツアー造成・販売

- ・ 「島お手伝い旅」実績：4コース、計75名

10月8日（日） 男木島コース 20名参加

10月14日（土） 広島・本島コース 15名参加

10月21日（土） 志々島・栗島コース 20名参加

10月28日（土） 伊吹島コース 20名参加

- ・ 「島クルーズ旅」実績

販売旅行商品数：12商品（宿泊付き2コース、日帰り10コース）

催行実績数：7商品（宿泊付き2コース、日帰り5コース）

参加人数：81名（宿泊付き10名、日帰り71名）

<宿泊付き>

- i 瀬戸内ガストロノミー・クルーズ（高松港発着、豊島・小豆島）

催行日：10月20～22日、5名参加（8名定員）

- ii 神戸発！食とアートを満喫、大人のせとうちクルーズ（神戸港発・

高松港着、家島・豊島・直島）

催行日：11月23～25日、5名参加（8名定員）

<日帰り>

- i 3島巡り！プライベートサンセットクルーズで瀬戸大橋を一望！

（坂出発）

催行日：8月30日 6名参加（8名定員）

催行日：10月13日 6名参加（6名定員）

- ii Setoピリカで行く栗島「海ほたる」ショー（丸亀・詫間発）

催行日：9月23日（詫間発） 23名参加（24名定員）

催行日：9月30日（丸亀発） 24名参加（24名定員）

- iii 1か月に2回だけ海底が現れる絶景スポット「園の洲」に上陸！

（坂出発）

催行日：9月15日 6名参加（6名定員）

- iv 貸切船上BBQコース

催行日：10月29日 6名参加（6名定員）

○ サポート高松ハーバープロムナードで民間事業者が実施する交流イベント（真夏の夜の夢2023inマザーポート高松）への支援を行った。

開催日：8月4～6日

参加人数：延べ19,000人

⑦ 新たな旅行需要開拓事業

大阪・関西万博が開催される2025年に向け、瀬戸内海、アート、遍路等のコンテンツを生かした旅行商品の造成やプロモーション活動により新たな市場開拓に取り組んだ。

○ 札幌や仙台など国内航空路線誘致に向けた市場開拓

旅行会社への商品造成・広告支援、高松空港と連携したプロモーション

の実施

- i 国内航空路線誘致に係るセールスコール in 仙台（8月17～18日）
訪問先：旅行 AGT（4社）、仙台国際空港、宮城県庁
 - ii 国内航空路線誘致に係るセールスコール in 札幌（11月5～8日）
訪問先：旅行 AGT（4社）、新千歳空港、丘珠空港、北海道庁、札幌市
 - iii 国内航空路線誘致に係る観光 PR イベント in 札幌（11月7日）
内 容：観光 PR 及び旅行ニーズの調査（アンケート回答者：225名）
場 所：複合商業施設「マルヤマクラス（三菱地所関連施設）」
- 大阪・関西万博 2025 に向けた富裕層の誘客促進
富裕層を対象とした商品を造成・販売している旅行会社を招請する FAM ツアーの実施等
- ＜FAM ツアー（実績・計画）＞
- i ワールド航空サービス（国内担当）（8月24～26日）
主な視察先：小豆島、本島、広島、高松
参加人数：4名
 - ii 三越伊勢丹ニッコウトラベル（国内・インバウンド担当）（9月5～8日）
主な視察先：直島、小豆島、本島、広島、三豊、高松
参加人数：3名
 - iii ConciergeBANK（国内担当）（9月14～16日）
主な視察先：直島、小豆島、琴平、三豊、高松
参加人数：3名
 - iv JTB ロイヤルロード（国内担当）（2月13日～15日）
主な視察先：直島、小豆島、豊島、三豊、高松
参加人数：2名
 - v 郵船クルーズ（ツアー造成担当）（3月6日～7日）
主な視察先：直島、多度津、宇多津、坂出、高松
参加人数：1名

⑧ せとうち讃岐ジオ・ガストロノミーツーリズム推進事業

令和4年度の観光庁補正予算事業「地域一体型ガストロノミーツーリズムの推進事業」の採択を受け、香川大学が中心となって、ジオの専門機関、地元の旅行会社をはじめ、三豊市観光交流局、小豆島観光協会や食材に関わる関係団体等で構成された研究会が実施するジオグルメの開発・普及、ジオグルメガイドの養成、グルメツアーの造成・実施等に連携して取り組んだ。

- i キックオフセミナーの実施
9月26日（かがわ国際会議場） 参加人数：107名
- ii 専門ガイド養成講座の実施（2回）
10月27日、11月7日 参加人数：延べ30名
- iii モデルツアーの実施
12月13、14日（小豆島、坂出、三豊） 参加人数：延べ34名
- iv せとうち讃岐ジオグルメ発表会の実施
12月22日（高松国際ホテル） 参加人数：90名

v 第2回セミナーの実施

2月2日（かがわ国際会議場） 参加人数：101名

⑨ 瀬戸内海国立公園観光ポスター展事業

瀬戸内海国立公園指定90周年を記念し、瀬戸内海の魅力を発信して本県の認知度向上と誘客促進を図るため、県内市町と瀬戸内海国立公園指定区域となっている県外自治体の観光ポスターを展示する観光ポスター展を開催した。

3月17日（高松シンボルタワー（市民ギャラリー）） 参加人数：309人

（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、県からの委託による造園補助や南湖・北湖での和船運航等を行った。

令和5年度和船乗船者数：27,906人（令和4年度：22,525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

外国人観光客が安心して快適に県内を観光できるよう、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ー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、JR高松駅の新駅ビル建設に伴い移転リニューアルを3月22日に行い、旅行者目線に立った受入環境の充実強化を図った。

移転先：高松駅新駅ビル（高松オルネ北館1階）

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、食の多様性に関する研修会、通訳案内士と旅行会社のビジネスマッチングなどを行い、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。

（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」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、県内各地域で活動する観光ガイドを対象とした「地域観光ガイド育成研修」の開催等、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

実施日：10月16日

参加人数 171 名

- ・ さぬきアカデミーの開催（全 8 回）
実施日：10 月 11、18、21 日、11 月 1、15、18、22、29 日
参加人数延べ 340 名
- ・ 地域観光ガイド育成研修の開催（計 6 回）
実施日：9 月 16、23、29、30 日、10 月 21、28 日
参加人数延べ 39 名
- ・ おもてなし研修会の開催（計 6 回）
実施日：1 月 23、25、31 日、2 月 6、8、9 日
参加人数 51 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 11 月 26 日に実施した。

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ており、協議会に 6 回（5 月 16 日、9 月 26 日、11 月 28 日、12 月 11 日、1 月 15 日、3 月 11 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」を作成・配布した。（53,000 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」を推進する。今年度は、新規認証の 1 施設と、更新時期となる 2 施設について調査を実施した。

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、県内の観光地等を学ぶ研修会を 3 月 7 日に実施した。（参加人数 11 名）

④ 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、その費用の一部助成を行った。

交付決定：高松琴平電気鉄道の栗林公園駅など 6 施設

(6) 四国4県観光協会連合事業

四国内交流促進のため、様々な機会を捉え、イベント情報等のPRを実施するとともに、「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。

大賞受賞事業者：【香川県】四国空市場（高松空港株式会社直営店舗）

(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5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。