

概 要

平成30年は瀬戸内国際芸術祭2019の前年にあたり国内外からの集客において、とても重要な1年でありました。しかし、「平成30年7月豪雨（西日本豪雨）」の影響や高松市では昨年から今年にかけてホテルの開業が相次ぎ、客室1,000室以上が増加し競合が激化するなか、平成30年の推定観光客数は1,066,371人、対前年比97.5%（平成29年推定観光客数1,094,165人）、また、外国人延べ宿泊者数は48,718人、対前年比92.7%（平成29年外国人延べ宿泊者数52,575人）と推定観光客数と同様に外国人延べ宿泊者数も厳しい結果となりました。

小豆島観光協会では島の魅力を電子媒体で広く発信するため、公式ホームページをリニューアルし、SNSを用いてイベントやセミナーなど旬の情報を定期的に発信しました。瀬戸内国際芸術祭2016を機に発足した小豆島観光国際化チームは民間、行政、観光協会が三位一体となり英語による観光施設や産業施設の案内をYOKOSO SHODOSHIMA 英会話セミナーで学び、島めぐり観光バスに乘車しての案内やホテルロビーでの案内を行うなど実践の場を多く持ちました。平成31年2月には小豆島国際友好協会主催のギリシャ・ミロス島訪問団の来島時に同行し、寒霞溪やオリーブなどについての説明と共に国際的な親善を深めることができました。そして海外からの来島者に対して、適切な語学を用いて小豆島の魅力を伝えることが大切であると改めて認識いたしました。

今年もフィルム・コミッション事業はテレビ、ラジオ、雑誌など多くのメディアに小豆島をご紹介いただきました。本事業の傾向として、女子旅やインバウンド客を対象とした観光スポット巡りのほか、産業、文化、人にスポットをあてた内容が多くなってきており、小豆島の潜在的な魅力を考えて場合には今後は更にフィルム・コミッション事業が重要になると言えます。昭和29年に公開された映画「二十四の瞳」から継承される、島民による懇親的なエキストラ協力、撮影場所や現地情報の提供は制作側との良好な信頼関係を生み出し、完成した作品は島民に自信を与えることに繋がります。

また、近年はコト消費、すなわち「体験」が注目を集めています。醤油蔵のブレンド体験、素麺の箸分け体験、オリーブボトル作り体験、虫送りへの参加など「今だけ、ここだけ、あなただけ」をキーワードにした体験は小豆島のオリジナリティ溢れるものであり、お客様の満足度向上につながっています。また、伝統産業は食のブランドとして島外の売店や飲食店で消費者に提供され、小豆島の知名度を向上させています。観光、産業、文化、人が融合した、他地域にない新たな小豆島観光のブランド作りが急務と言えます。

平成30年の訪日外国人客数は前年から8.7%増え、3,119万人に達しました。瀬戸内国際芸術祭や東京オリンピックの開催などから波及される人の流れは、観光業が日本経済における重要な位置づけとなり需要が増加する反面、地方の成長を阻む人材不足など深刻な課題も抱えています。将来のために持続可能な「小豆島の観光」のかたちを小豆島が一体となって形成してまいります。

その他の事業項目につきましては、次のページ以降をご参照ください。