資料4

せとうちDMO 事業紹介

一般社団法人 せとうち観光推進機構
株式会社 瀬戸内ブランドコーポレーション

DMOの定義

観光地を活性化させて観光地域全体を
一体的にマネジメントしていく組織

＝

「観光地経営」

Marketing ＝顧客創造（顧客獲得）　域内への「新規客流入」と「リピート率向上」
Management＝「儲け」続ける仕組み作り　域内の「売上」「利益」の継続的な向上

交流人口を増やし、地域に継続的な経済的利益をもたらす組織

政府が提唱する「まち・ひと・しごと創生基本方針2015」においては地域内の官民協働・連携による魅力ある観光地域づくりを行う事業推進主体として、DMOが中心的な役割を期待されている。

日本版DMO登録法人：123
（広域連携DMO：10，地域連携DMO：63，地域DMO：50）

2019年3月29日現在（観光庁HPより）

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

せとうちDMO　ミッション と ビジョン

ミッション

瀬戸内ブランドの確立による
地方創生＝“地域再生と成長循環”を実現します。

瀬戸内ブランドを確立し、地域経済活性化や豊かな地域社会実現を目的としています。
瀬戸内の魅力を国内外に向けて発信し、来訪者（交流人口）の増加を図ります。
そのことで域内事業者と住民の意欲を喚起するとともに、新しい産業と雇用の拡大を促進し、定住人口の増大につなげ、自立的かつ永続的な成長循環を創り上げてまいります。

ビジョン１

- 瀬戸内が一度のみならず二度、三度と訪れてみたい場所として定着している

ビジョン２

- 国内外から人々が集まる

ビジョン３

- 地域が潤う

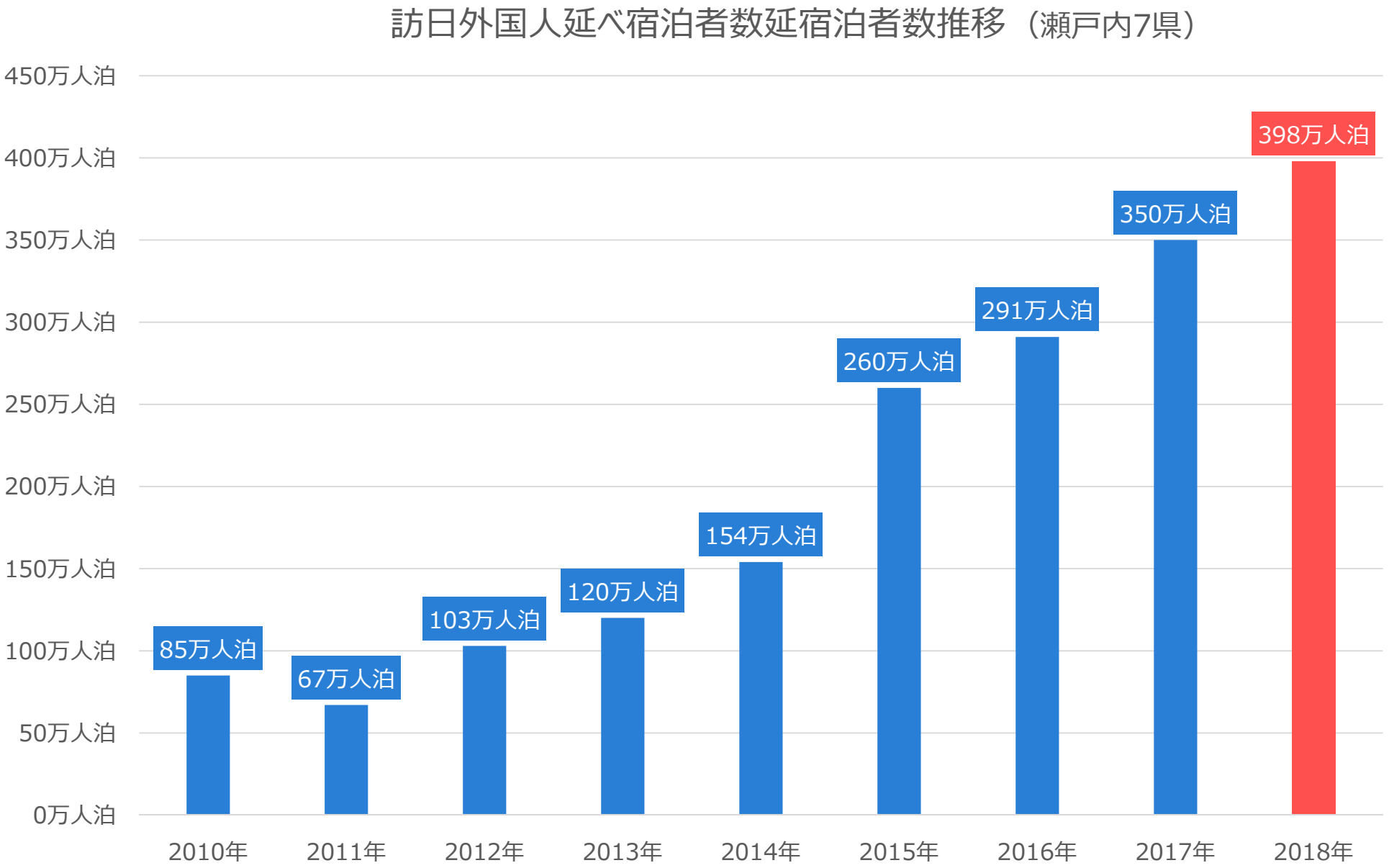
ビジョン４

- 輝かしい未来に向けて住民の間に誇りと希望が満ちている

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

数値目標

訪日外国人延べ宿泊者数：**2020年600万人泊**



©Setouchi DMO All Rights Reserved.

せとうちDMO構成メンバー

観光需要の創出と観光ビジネスの拡大を目的に、官民で構成する(一社)せとうち観光推進機構と、金融機関を中心とする民間主体の（株)瀬戸内ブランドコーポレーションが密接に連携して、せとうちDMOを構築しています。

一般社団法人 せとうち観光推進機構

2013年4月、瀬戸内を共有する7県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）により発足した瀬戸内ブランド推進連合から発展改組し、2016年春、民間の事業会社とともに一般社団法人として発足しました。綿密な調査に基づくマーケティング戦略により瀬戸内の魅力を国内外の人々に発信し新たな観光需要を創造します。また株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションと連携し、瀬戸内の魅力を体感できる新たな観光プロダクト（観光サービスや地域産品）の開発を促進します。

■参画県及び企業

- 兵庫県
- 岡山県
- 広島県
- 山口県
- 徳島県
- 香川県
- 愛媛県
- (一社)中国経済連合会
- イオンリテール㈱中四国カンパニー
- KNT－CTホールディングス㈱
- 四国旅客鉄道㈱
- ㈱JTB
- 西日本旅客鉄道㈱
- ㈱日本旅行
- 日本航空㈱
- ㈱リクルートライフスタイル
- 楽天㈱トラベル事業
- ㈱地域ブランディング研究所

計7県、11社

株式会社 瀬戸内ブランドコーポレーション

2016年4月、瀬戸内地域を中心とした金融機関と域内外の事業会社計46社の出資を得て、株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションを設立しました。せとうち観光推進機構と緊密な連携をとり、プロモーションを通じ創出された観光需要に対する受け皿として自主事業を展開するほか、事業開発支援、100億円規模の観光活性化ファンドを活用した観光関連事業者への経営支援や資金支援、せとうちDMOの会員組織の運営システム開発によるサービス基盤の提供を通じて、瀬戸内地域の価値の最大化を目指します。

■出資企業

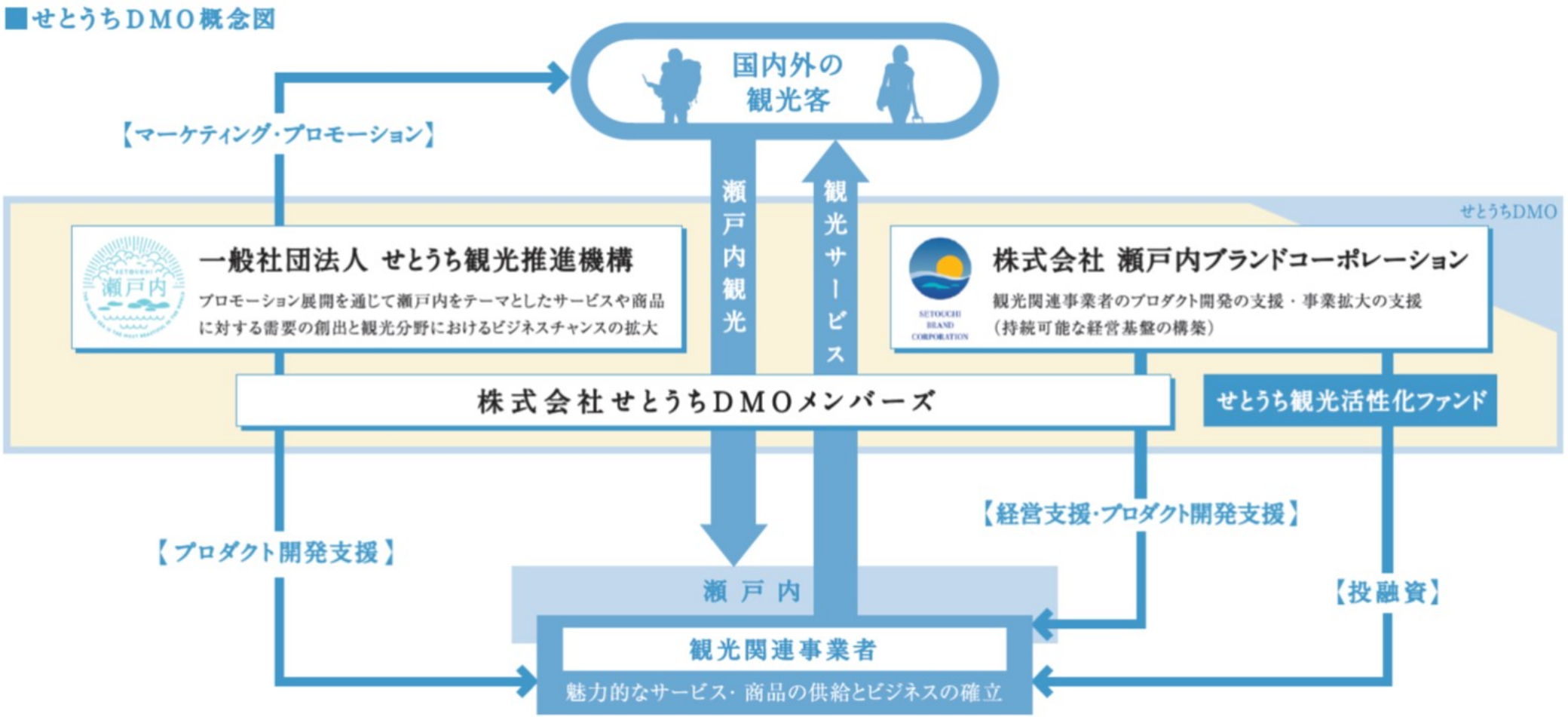
- 地方銀行：12行
- メーカー： 5社
- 政府系金融機関：1行
- 小売：4社
- 信用金庫：6庫
- 情報系･その他：11社
- 運輸:7社

計46社

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

せとうちDMO概念図

- せとうち観光推進機構はマーケティング・プロモーションを実施し、瀬戸内ブランドコーポレーションは、『せとうち観光活性化ファンド』などを活用した事業者支援を行っています。
- 瀬戸内が有する幅広い観光資源を最大限活用しながら、多様な関係者とともに情報発信・プロモーション、効果的なマーケティング、戦略策定等を行い、地域の皆さまが主体となって行う観光地域づくりを推進します。



©Setouchi DMO All Rights Reserved.

活動内容

インバウンド戦略

■最重点市場国

各国の潜在的な顧客ボリュームに着目し、
“市場規模”、“親和性”、“競合”の３つの視点から
ターゲット市場を設定しています。

・市場規模が大きく
・瀬戸内への関心の高いセグメントが多く
・国内競合の少ない国
として、以下を最重点市場国として設定

イギリス　ドイツ　フランス　アメリカ　オーストラリア

世界の旅行市場は11億人と言われており、訪日数では東アジアが上位を占めるが、海外旅行マーケットでは**圧倒的に欧･米が多い**。

■コンセプトに基づくブランディング

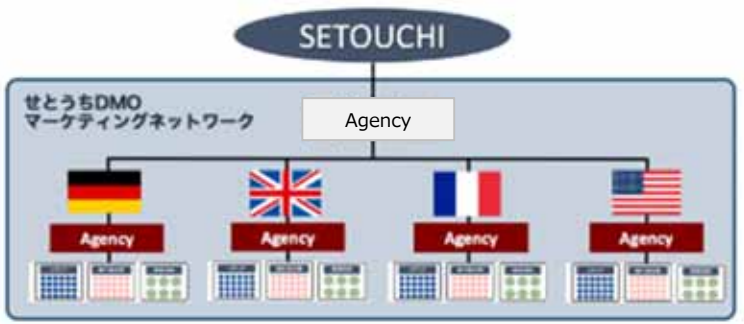
SETOUCHI REFLECTION TRIP

REFLECTION･･･反射、鏡に映る様、熟考、回想

より精神的な豊かさを求める外国人、とりわけ欧米の旅行者に対して、内海ならではの島影が水面に映り込むほど穏やかな瀬戸内で、優雅で非日常の船旅や歴史やアートに触れる旅、サイクリングなどの体験、そして、時には自分に向き合う旅、そうした旅を提供していきたいとの思いから、この瀬戸内の旅を表現する言葉に“Reflection”を用いました。

■現地メディア及び旅行会社との関係構築

対象国ごとにトラベルエージェンシーを設置し、メディア、旅行会社、業界団体等を適切に選択。これにより、「PR」、「Promotion」、「Travel Trade」等の活動に効果的･持続的に取り組み、市場深耕を図っています。



エージェンシーを通じ、イギリス、ドイツ、アメリカ、フランスの4市場を横断したマーケティング活動を実施中。

Public Relations（PR）

認知度向上やムーブメントを起こすため、旅行業界のみならず消費者も含め幅広く行うPR活動（Human Relationship構築）

Promotion

広告を用いた積極的な情報発信等を行うことで、旅行会社の商品造成意向の向上を図る

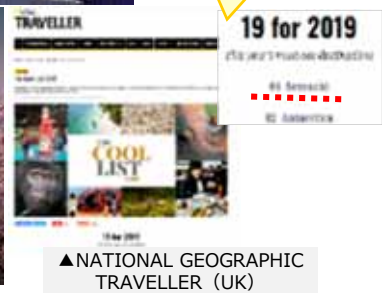
Travel Trade

最終的に送客を行う旅行事業者を対象とした招聘ツアーやセールスコール、トラベルショーへの出展等

瀬戸内国際芸術祭、しまなみサイクリング、サイクルシップブラズリも紹介！

▲The New York Times

2019行くべき旅行先 **第1位** にランクイン！



▲NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER（UK）

約800社の旅行会社等と商談できる環境ができ、有力旅行会社との商談機会を持つことが容易になりました。また、海外メディアにも多数取り上げられ、複数の有力海外メディアが毎年発表する“2019年行くべき旅行先”に瀬戸内が選ばれました。

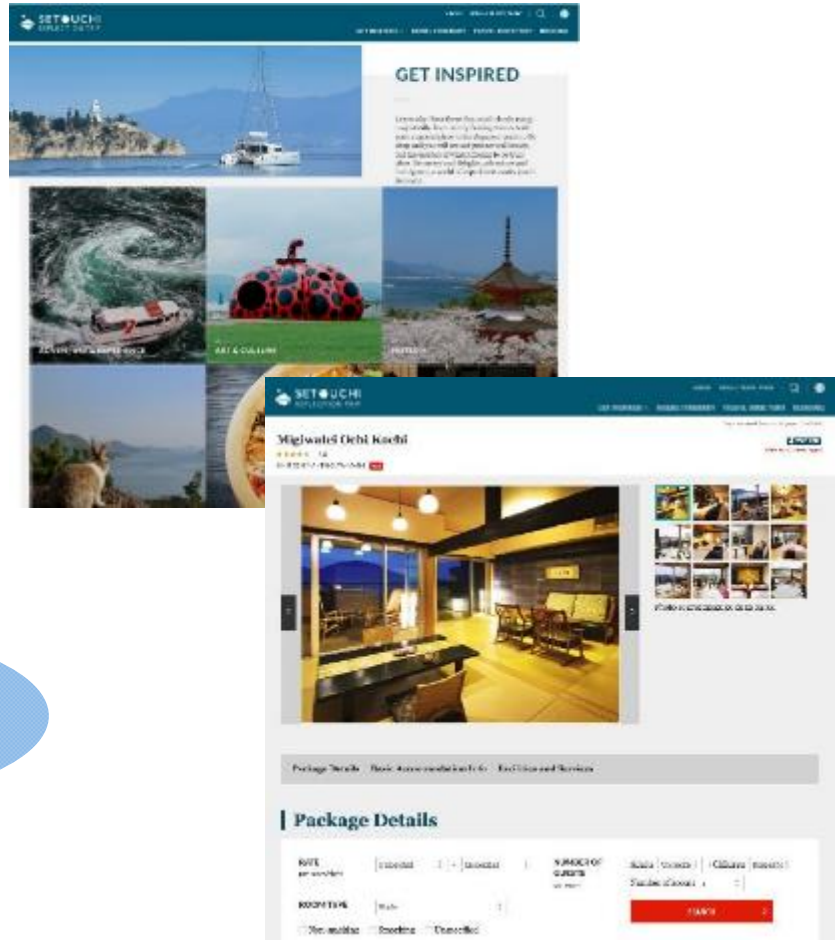
©Setouchi DMO All Rights Reserved.

インバウンド戦略　～デジタルマーケティング～

■せとうちDMOの戦略的デジタルマーケティング

観光客がその地を認知し、旅行するまでのフェーズを段階毎に整理した「トラベルライフサイクル」をベースにマーケティングを展開しています。
そのマーケティングのプラットフォームとして、新たなWebサイト「SETOUCHI TRIP」（http://setouchitrip.com/）を構築しました。

「SETOUCHI TRIP」は、瀬戸内のブランディングに向けて効果的に情報発信をするだけでなく、宿泊施設や体験アクティビティの予約機能を有しています。また、動画配信を始めとしたデジタルプロモーションを組み合わせ、予約成立状況や動画の視聴結果などの様々なマーケティングデータを蓄積しています。



英語、ドイツ語、フランス語、
中国語（繁体字）、韓国語、
タイ語の
計6言語に対応

＜特徴＞
- 予約機能を実装
- 外国人の編集による情報コンテンツを掲載
- 動画配信等のデジタルプロモーションを実施
- デジタルでデータを分析し、より精度の高い効果検証（PDCAサイクル）を実施

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

魅力的な商品・サービス創出に向けた取り組み

■ 瀬戸内のハイエンド向けクルーズ船（guntû）事業に対する支援　／㈱せとうちクルーズ

Photo-Tetsuya Ito　Courtesy of Setouchi Cruise　　写真提供／㈱せとうちクルーズ

- 瀬戸内ブランドコーポレーションは、事業計画策定における支援、観光ファンドを活用しての資金支援等を実施
- せとうち観光推進機構は、旅行商品の開発、プロモーション等の支援を実施

■ 四国初進出「ホテルビスタ松山」への資金支援

- 「ホテルビスタ広島」(2018年8月開業)に続き開業資金の一部を拠出

▲ホテル外観図

▲客室イメージ

■ 中野製菓新工場建設への資金支援／㈱中野製菓

- 香川県で商品化に成功した希少糖 を使用した「希少糖芋けんぴ」を製造・販売する中野製菓の「新工場建設」に対して資金支援を実施
- 瀬戸内ブランドおよび地域産品の普及や発展に取り組む

■ AKB48姉妹グループ『STU48』の運営会社に対する支援／㈱STU

▲STU48号

STU48の運営会社である㈱STUへの資本金出資および、せとうちDMOの機能を活用した瀬戸内エリアでのSTU48の活動に関する各種業務サポートや事業開発を実施

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

魅力的な商品・サービス創出に向けた取り組み

■ 徳島県鳴門市の複合レジャー施設に対する支援／ノヴィル㈱

鳴門市が進める複合レジャー施設の開発・運営事業を行うノヴィル社に観光ファンドを活用した資金支援を実施

■ ㈱広島北ホテルへの資金支援

- 広島県北西部の北広島町へのファンドを活用した資金支援
- 設備更新や、露天風呂付客室の増設（2室）を実施

■ 登山・アウトドアユーザー向け地図アプリ運営会社への出資　／㈱ヤマップ

YAMAP

オフラインでも稼働するスマートフォン用地図アプリ「YAMAP」の提供と登山・アウトドアユーザー向けコミュニティプラットフォームを運営するベンチャー企業への出資

■ しまなみ海道への「サイクルシップ・ラズリ」導入支援

▲サイクルシップ・ラズリ

▲2Fデッキに設けたサイクルスタンド

- 船舶保有会社「瀬戸内チャーター」の設立
- 自転車をそのまま持ち込める「サイクルシップ」を新たに建造し、尾道⇔生口島（瀬戸田）を結ぶ定期航路で運航を開始
- イベント時は貸切チャーター船として運航

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

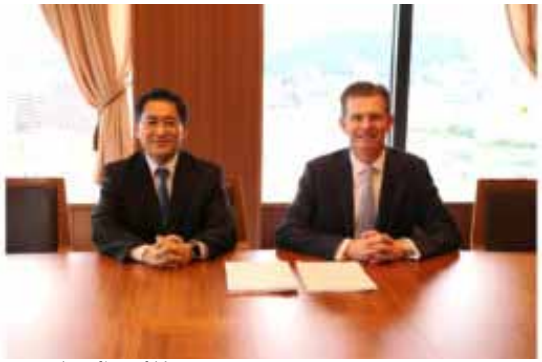
魅力的な商品・サービス創出に向けた取り組み

■ 瀬戸内の新たな観光拠点「四国水族館」への出資／㈱四国水族館開発

▲四国水族館鳥瞰パース

- 2020年春開業予定の「四国水族館」へのファンド出資
- 香川県の瀬戸大橋のたもとのうたづ臨海公園内に建設
- 瀬戸内海に沈む美しい夕陽や瀬戸大橋も楽しめる新たな観光拠点となることを目指す

■ 「ヒルトン広島」の運営受託契約を締結



▲調印式の様子

- 国際会議の開催などを目的に中国・四国地方で初となる「ヒルトン広島」の開業が決定（2022年度予定）
- 瀬戸内ブランドコーポレーションが設立した特別目的会社富士見町開発合同会社とヒルトンが運営受託契約を締結
- 建設にあたり資金支援も行う予定

■ せとうちDMO産品通販サイト「島と暮らす」の運営

▲通販サイト「島と暮らす」：https://www.shima-life.jp/

- 瀬戸内の産品を販売するユーアールエー株式会社のサイト運営事業を法人化し、株式会社島と暮らすを設立
- 産品を通じて瀬戸内の穏やかで豊かな暮らしを伝えることで“現地に訪れたくなる通販サイト”をコンセプトに運営
- 瀬戸内7県の魅力的な産品を生産・製造する事業者を掘り起こすと同時に、商品開発を強化中

■ 航空機自転車輸送用の受託手荷物専用ボックス「SBCON™」を共同開発

- 前輪を外すだけで収納できる自転車輸送用の受託手荷物専用ボックスをJAL等と共同開発
- 広域移動に伴う自転車輸送時の「破損リスクや梱包・分解作業の手間」を解消しマイ自転車での周遊を促進

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

魅力的な商品・サービス創出に向けた取り組み

■ 瀬戸内7県の空き家古民家を活用した商業施設（宿・レストラン等）の開発とエリアリノベーション

- 地域人口減少と空き家率増加、歴史的建築物の消失危機といった課題に向き合うと同時に、日本的な街並みの体験を希望する訪日外国人旅客のニーズに対応するため、古民家や古い街並みを観光資源化するエリアリノベーションを実施。
- インバウンドプロモーションにおいてエクスペディアグループで世界最大級のバケーションレンタル会社HomeAway http://www.homeaway.jp/）と業務提携

＜これまで開発に携わった宿＞

明治時代に木蝋で栄えた町にある古民家をリノベーション。内子町、地元NPO法人、金融機関と連携し、古民家の商業施設化を資金面からマーケティングまでトータルサポートした、せとうちDMO初の事例。

SETOUCHI COMINCA STAYS

▲護国八日市重要伝統建築物保存区の街並み

久 「久-HISA-」（ひさ）

織 「織-ORI-」（おり）

- 庄原市内の歴史的古民家をリノベーションし、古民家宿泊施設の開業を予定(9月)
- 古民家宿のオペレーションは庄原市観光協会に委託
- 庄原市の観光振興に関する様々な取り組みにおいて連携していくことを取り決め、庄原市と連携協定を締結
- 併せて、庄原ならではの伝統的な生活体験や地域住民との交流を楽しむ農村滞在型旅行「農泊」を推進するため、地域の団体、事業者と「庄原古民家ステイ推進協議会」を設立し、体験プログラムの開発等を進めている

▲長者屋-CHOJAYA- 外観

▲長者屋-CHOJAYA- リビングエリア

▲不老仙-FUROSEN- 和室

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

周遊促進と滞在時間拡大に向けた取り組み

■ 外国人向け高速道路ドライブパスキャンペーンの実施

- 瀬戸内の外国人旅行者の周遊促進を図るため、国、中四国の各県及び兵庫県、高速道路会社、レンタカー事業者と連携し、高速道路を対象としたドライブパスキャンペーンを実施
- 2017年3月25日から、レンタカーとETCカードがレンタルでき、高速道路が定額で利用できるドライブパスをスタート

■着地型商品予約サイトとの連携

瀬戸内地域独自の魅力的なプログラムをより多くの外国人旅行者に訴求するため、せとうちDMOが運営するWebサイトと、着地型商品予約サイト（Voyagin、じゃらんnet遊び体験予約）を連携。
瀬戸内の観光情報の入手から着地型商品や体験アクティビティの予約までをスムーズに行うことができる。

voyagin × SETOUCHI SELECTION TRIP
遊び・体験 × SETOUCHI Finder

■ 観光コンテンツの調査及びブラッシュアップ

事業者や治体とともに、各拠点の観光コンテンツを磨き上げ、魅力的な旅行商品の造成を実施。コンテンツ情報の収集、プロダクト候補コンテンツの選定、候補コンテンツに対する旅行商品の企画立案、テストマーケティングを経て、22本の旅行商品が完成。パンフレットを作成し、販路開拓を支援中。

■二次交通の多言語情報発信

航路、バスの二次交通情報を収集し、英語、中国語（繁体字）にて発信。既存乗換検索サービスとも連携し、Googleマップでの閲覧やルート検索も可能にしている。

■ 瀬戸内の旅行商品の充実と販路拡大をサポートするモデルルートコンテストの開催

大賞は㈱日本旅行の4泊5日で岡山、香川、広島、兵庫、愛媛の5県を巡るルートが受賞！

- 旅行会社・ランドオペレーター等を対象に、瀬戸内7県を周遊する、瀬戸内らしさあふれる旅行行程を募集
- 大賞作品は、欧米豪の旅行会社へ紹介するとともに、海外向けWEBサイト「SETOUCHI TRIP」上に推奨モデルルートとして掲載し、海外に向けて広く発信
- 応募のあった20ルートすべてを採用し、瀬戸内の魅力を紹介するルートのバリエーションとして増やすことができた

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

瀬戸内の認知・浸透を効果的に推進する様々な仕掛け

■瀬戸内Finder

瀬戸内の魅力を海外及び国内のターゲットに発信し、瀬戸内ブランドの認知、浸透を効果的に展開する独自のメディアを運営しています。
“世界で一番美しい内海”と言われる瀬戸内海の魅力を、瀬戸内7県に在住するライター、カメラマンが地元目線で取材した情報を発信しています。

＜特徴＞
- 瀬戸内で随一のデジタルメディア
- 瀬戸内在住者による情報発信
- 瀬戸内ファンからの支持

日本語、英語、中国語（繁体字）
計3言語に対応

＜瀬戸内在住のフォトライター＞

facebook

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

瀬戸内の認知・浸透を効果的に推進する様々な仕掛け

■瀬戸内ブランド登録制度

瀬戸内特有の資産を使い、創意工夫によって開発され、「瀬戸内」の目指すブランド価値を体現する商品・サービスを「瀬戸内ブランド」として登録しています。瀬戸内」のブランド価値を向上させ、広く国内外に認知が広まることを目指しています。

334社908商品41サービス登録
（2018年12月末現在）

■「Setouchi Information Center」

広島銀行内の外貨両替所横に訪日外国人向け観光案内所「Setouchi Information Center @ HIROSHIMA BANK」を開設。広島に来られた外国人観光客に向け、常駐するスタッフによる観光案内をはじめ、瀬戸内各地の外国語パンフレット設置や工芸品やお土産品の展示、瀬戸内の映像放映を行っています。

広島市中区八丁堀16-11　スタートラム広島1Ｆ
（広島銀行八丁堀支店内）

■瀬戸内おみやげコンクール開催

・旅行消費額の向上に向けて、瀬戸内のお土産商品の知名度向上と販路拡大を図るためコンクールを実施
・百貨店・量販店の食品バイヤー等の評価と一般消費者への商品販売額によりグランプリを決定
・決勝大会には22事業者が進出

▲22事業者が参加した
瀬戸内おみやげコンクール決勝大会

▲最優秀賞を受賞した
株式会社にしきおり「月へ鳴門へ」（徳島県）

地域の飲食店事業者様とタッグを組んで、同観光案内所が提供するガイド付き飲食店ツアー「UMAINJAR TOUR」。
店舗のスタッフの方や地元のかたとの会話を楽しみながら食事ができる機会を創出し、外国人旅行者の“夜の過ごし方”を主体的に提案しています。

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

メンバーシップ事業　「せとうちDMOメンバーズ」

瀬戸内でビジネスを拡大したい企業や団体の皆さまと手を取り合い、新しい瀬戸内の魅力を創出する仕組みとして「せとうちDMOメンバーズ」を開始。観光需要の高まりによるビジネスチャンスの拡大と、持続的なビジネスの発展を目指します。

申込会員数949社
（2019年3月末時点）

＜基本サービス料金（税抜き）＞
- ■小規模企業/個人の皆さま　月額3,000円
- ■その他の企業の皆さま　月額5,000円
- ■観光,経済団体の皆さま　月額5,000円

■主要サービスメニュー

瀬戸内サロン（ビジネスサポート）

瀬戸内ミーティング

せとうちDMOの報告会や著名人による講演会・シンポジウムや、事業者様へのビジネスマッチングの機会として交流会を開催。

瀬戸内アカデミー

観光関連事業に関連するテーマで行われる特別セミナー。せとうちの歴史・文化、宿泊旅行の動向やブランド商品、地域産品開発などをテーマに開催。

メディアサービス（プロモーション）

瀬戸内Finderへの情報掲載

DMO連携プロモーション

瀬戸内コンシェルジュ（業務サポート）

外国語電話通訳、ネット通信販売サイト、クラウドファンディングサイト、着地型旅行商品販売サイト、モバイル決済サービス、越境EC

インターネットビジネス支援を目的とした「せとうちBRAND.jp」。産品販売の「せとうちマルシェ」、着地型観光販売の「せとうちエクスペリエンス」、クラウドファンディングの「せとうちチアーズ」の３つを提供。

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

瀬戸内住民のネットワーク組織「せとうちHolics」

■ せとうちHolics（ホリックス）の運営支援

瀬戸内のブランド化を図るため、瀬戸内を愛する住民をネットワーク化し、住民目線での瀬戸内の情報発信や瀬戸内の観光資源等を活かしたビジネス展開等を行なう住民組織である「せとうちHolics」の活動を支援しています。

＜各種取組実績＞
- トークイベント
  Holics Talk vol.01「食でつながる瀬戸内」
  Holics Talk vol.02「旅×教育／旅から学ぶ、旅人から学ぶ」
- ブートキャンプ「海外旅行者向けアクティビティの作り方」
- 地域クラウド交流会の開催
- コア人材の発掘

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

組織概要

概要

法人名	一般社団法人せとうち観光推進機構	株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション
代表者	会長　佐々木 隆之	代表取締役社長　藤田　明久
所在地	広島県広島市中区基町１０番３号 TEL：082-836-3217	広島県広島市中区基町１０番３号 TEL：082-836-3205
資本金	―	4億5千万円
目　的	・瀬戸内における観光関連産業の振興 ・交流人口の拡大による地域経済の活性化 ・豊かな地域社会の実現	・事業化及び事業拡大ならびに成長に必要な資金の供給と経営支援 ・瀬戸内の企業に提供する観光関連システムの構築 ・観光情報サービスの提供
設立年月日	2016年3月10日	2016年4月1日
コーポレートサイト	http://www.setouchitourism.or.jp	https://www.setouchi-bc.co.jp
参画県及び企業	■7県 兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県 ■企業11社 一般社団法人中国経済連合会／ イオンリテール株式会社中四国カンパニー／ KNT－CTホールディングス株式会社／四国旅客鉄道株式会社／ 株式会社JTB／西日本旅客鉄道株式会社／ 日本航空株式会社／株式会社日本旅行／ 楽天株式会社トラベル事業／株式会社リクルートライフスタイル／ 株式会社地域ブランディング研究所	■金融機関19行 地方銀行：12行／政府系金融機関：1行／信用金庫：6庫 ■企業27社 運輸：7社／メーカー：5社／小売：4社／その他：11社

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

沿革

	一般社団法人せとうち観光推進機構	株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション
2011年　3月	「瀬戸内 海の道構想」策定	
2012年　5月31日	「瀬戸内ブランド推進協議会」設立	
2013年　1月31日	瀬戸内ブランド認定（現在の瀬戸内ブランド登録）を開始	
2013年　4月22日	瀬戸内を共有する７県（兵庫県、岡山県、広島県、山口県、徳島県、香川県、愛媛県）による任意団体「瀬戸内ブランド推進連合」発足	
2014年　10月		事業化支援組織検討会の発足
2015年　5月20日		瀬戸内地域の地方銀行および日本政策投資銀行による「瀬戸内地域の観光産業活性化に関する協定」の締結
2015年　6月14日	広域観光周遊ルート「せとうち・海の道」国土交通大臣認定	
2015年　7月29日	「瀬戸内ブランド推進連合」一般社団法人化	事業化支援組織推進室の設置
	「瀬戸内ブランド推進連合」と「瀬戸内地域の地方銀行７行および日本政策投資銀行」による「瀬戸内ブランド推進体制に関する協定書」の締結	
2016年　2月26日	観光庁の「日本版ＤＭＯ候補法人」に登録	
2016年　3月10日	「瀬戸内ブランド推進連合」から「一般社団法人せとうち観光推進機構」に発展改組	
2016年　4月1日		新会社「株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション」を設立
	せとうちDMO事業開始	
2017年　2月15日	会員制度「せとうちDMOメンバーズ」開始	
2017年　11月28日	観光庁の「日本版DMO」に登録 ※「日本版DMO候補法人」から改めて登録	

©Setouchi DMO All Rights Reserved.

せとうちDMO

一般社団法人せとうち観光推進機構
TEL：082-836-3217

株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション
TEL：082-836-3205