

“せとうちDMO”の取組状況について

1 要旨・目的

一般社団法人せとうち観光推進機構の「令和5年度定時社員総会」において、令和4年度の取組状況について報告が行われた。

2 現状・背景

令和4年10月以降の水際対策の緩和により、インバウンド需要が徐々に回復する中、「高付加価値なインバウンド観光地づくり」を軸に「旅行消費額の増加」「観光客の満足度向上」「住民の満足度向上」の3つの方針を推進するため、せとうちエリアへの誘客と地域の魅力づくりに向けた取組を行っている。

3 R4年度事業の概要

(1) 着地整備戦略（地域の魅力づくり）

- ・ せとうち7県の魅力を「共通テーマ」として絞り込み、「ポストコロナ」のニーズを検証し、そのニーズに応えることのできる地域の特性を活かした「せとうちならではの」体験・滞在コンテンツ、旅行商品等の発掘および企画開発を行った。【体験・滞在プログラム造成件数：91件】
- ・ 造成した体験・滞在コンテンツ、旅行商品などをオンライン旅行会社（OTA）等を活用して販売した。【国内10,998人、海外3,750人】

(2) 誘客戦略

米・仏・独・英・豪において、せとうちへの送客力がある旅行会社・ランドオペレーター等と連携し、現地旅行会社等へせとうちエリアの魅力を伝えるオンラインセミナーや商品素材説明会等を開催した。また、それらを通じて、せとうちエリアを組み込んだ旅行商品の造成を図った。
【造成数：11社16商品】

(3) エリアマネジメント戦略

瀬戸内エリアの観光を切り口とした活性化等を図るため、観光事業者等を対象とした瀬戸内ミーティングをオンラインで開催し、瀬戸内エリアの観光関連団体等の成功事例紹介など情報共有を行った。【参加者：1,550名】

4 その他（令和4年度におけるせとうちDMOの事業支援）

一般社団法人せとうち観光推進機構と共にせとうちDMOを構成する、株式会社瀬戸内ブランドコーポレーションと連携した事業支援は次のとおり。

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

年月日	支援内容等
R4.10.24	○フェアフィールド・バイ・マリオットの開発支援 【機構】プロモーション 【SBC】せとうち観光活性化ファンドによる資金支援