

## “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6年度定時社員総会」において、令和5年度の取組状況等について報告が行われた。

### 2 令和5年度事業の概要

#### (1) 誘客戦略

ターゲット市場（英・仏・独・米・豪）において、せとうちへの送客力がある現地旅行会社等と連携し、せとうち地域周遊ルート又はせとうち域内コンテンツが含まれる旅行商品の造成・販売を通じて、せとうちエリアへの誘客拡大などを図った。

【造成数：3社29商品、旅行消費額：9,371万円】

#### (2) 地域の魅力づくり戦略

観光庁が公募した「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり モデル観光地」に「せとうちエリア」が選定されたため、せとうちエリア全体を高付加価値な観光地としていくための指針となるマスタープランを策定した。

《マスタープランの概要》

- 目指すべき姿
  - ・観光による受益が地域社会・経済に行き渡り、経済・観光・社会の好循環が生み出されている状態
  - ・観光客数・延べ宿泊客数の増加と共に消費額が増え、観光事業収益が向上している状態
- 地域のディスティネーションブランディング
  - ・「オーセンティックジャパン：せとうち」をブランドコンセプトとし、淡路島、備後瀬戸、芸予諸島、防予・周防灘の4エリアごとのコアバリューの深堀りを行う。
- 現状の課題と取組の方向性

	課題の方向性	取組の方向性
ウリ	既存コンテンツの高付加価値化、体験型コンテンツの不足など	その地域でしか体験できない食や体験コンテンツ等のプロダクトの磨き上げや造成を支援する。
ヤド	高付加価値旅行に対応した宿泊施設の不足 など	地域のストーリーが感じられる滞在型価値の高い宿泊施設の誘致や開発ができるような支援を行う。
アシ	交通事業者の不足、スーパーヨット等の受入環境整備 など	二次交通事業者のネットワーク強化やスーパーヨット寄港地等の受入環境の整備や受入側の理解促進を図る。
コネ	商品開発力の不足、複数の県にまたがる広域な手配ができない など	せとうちDMO内にランドオペレータ機能を持った第2種旅行業者登録の「せとうちDMC」を整備する。
ヒト	ガイドやコンシェルジュの不足 など	地域に精通し、高付加価値旅行者の理解度に応じたガイドの育成やガイド同士のネットワークを構築する体制を整える。

### 3 その他（令和5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
R5. 6. 15	○グランピング施設（せとうちアイランドステイズ周防大島）開発への支援 （実行はR5年3月31日） 【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
R5. 11. 28	○リゾートスタイルホテル（FAV HOTEL 小豆島安田プロジェクト）の開発への支援 【機構】 プロモーション 【SBC】 せとうち観光サステナブルファンドによる資金支援
R5. 12. 27	○古民家改修（倉敷美観地区）による宿泊施設やレストラン開発への支援 【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