



# 2024年度改訂版

## 「せとうちエリア」における 高付加価値なインバウンド観光地づくり マスタープラン 【概要版】

2025年1月

# 2024年度改訂版 「せとうちエリア」における高付加価値なインバウンド観光地づくり マスタープラン

## Contents 目次

<b>I</b>	<b>策定主体</b>	<b>P.2</b>
<b>II</b>	<b>取組の全体像</b>	<b>P.4</b>
<b>III</b>	<b>2024年度の総括・課題と2025年度の方角性</b>	<b>P.5</b>
	・ 商流フロー図	
	・ サステナビリティ	
	・ ウリ	
	・ ヤド	
	・ ヒト	
	・ アシ	
	・ コネ	
	・ 推進体制（地域経営主体）	
<b>IV</b>	<b>地域の将来像と成果目標</b>	<b>P.10</b>

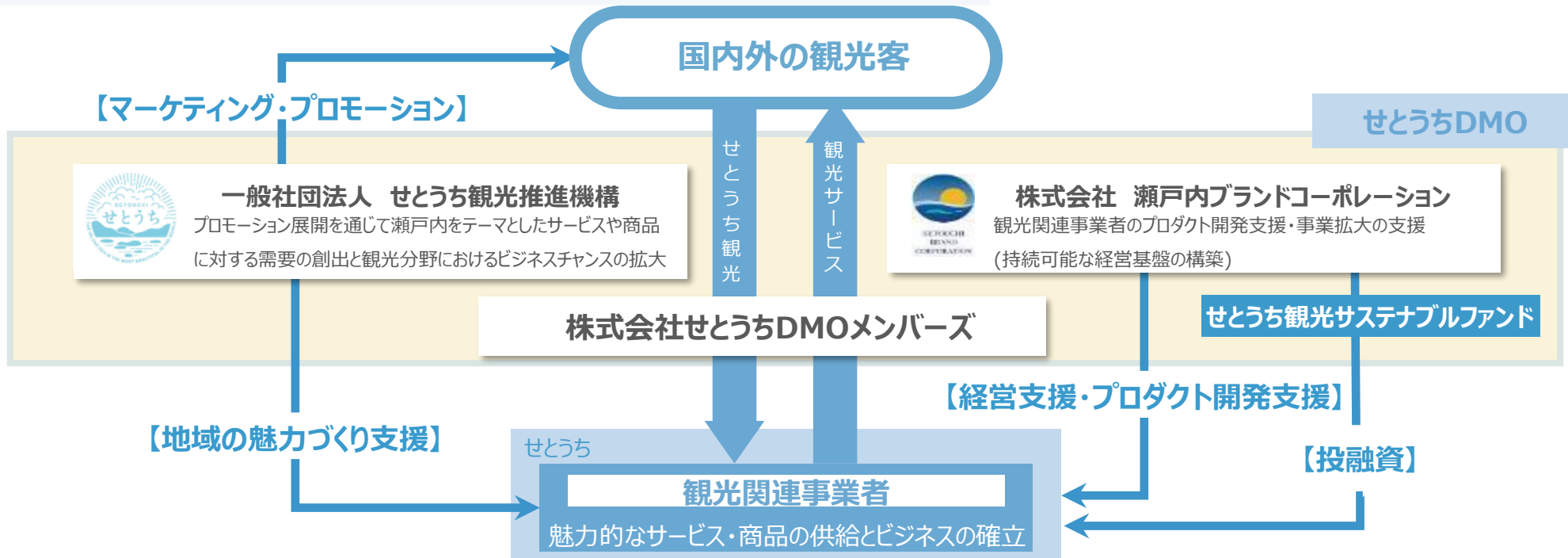


# マスタープランの策定主体

## 1. マスタープランの策定主体

- ◆ せとうちDMOは、せとうち観光のマーケティング・プロモーション、地域の魅力づくり支援を担う観光庁登録広域連携DMO（一社）せとうち観光推進機構と、『せとうち観光サステナブルファンド』などを活用した事業者支援を行っている（株）瀬戸内ブランドコーポレーション、及び（株）せとうちDMOメンバーズの3社から構成されている。
- ◆ マスタープランは、兵庫県・岡山県・広島県・山口県・徳島県・香川県・愛媛県の7県を活動エリアとしているせとうちDMOの内、（一社）せとうち観光推進機構と（株）瀬戸内ブランドコーポレーションが策定した。

## 2. せとうちDMOの概念図





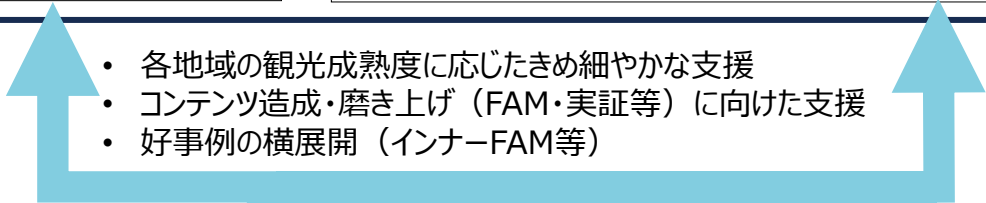
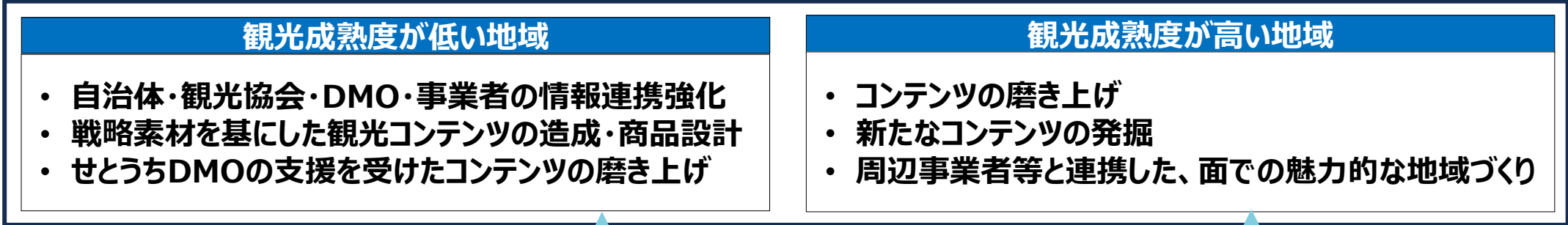
# 推進体制（地域経営主体）

高付加価値旅行者



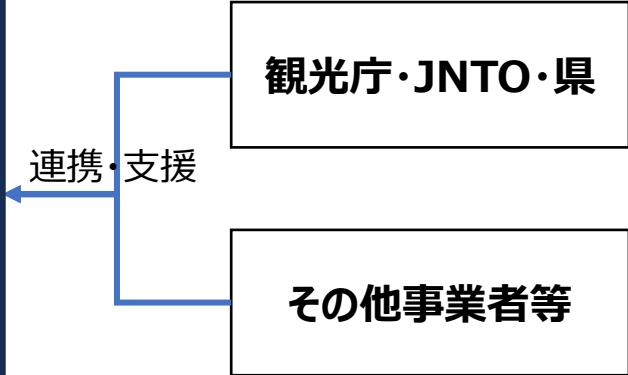
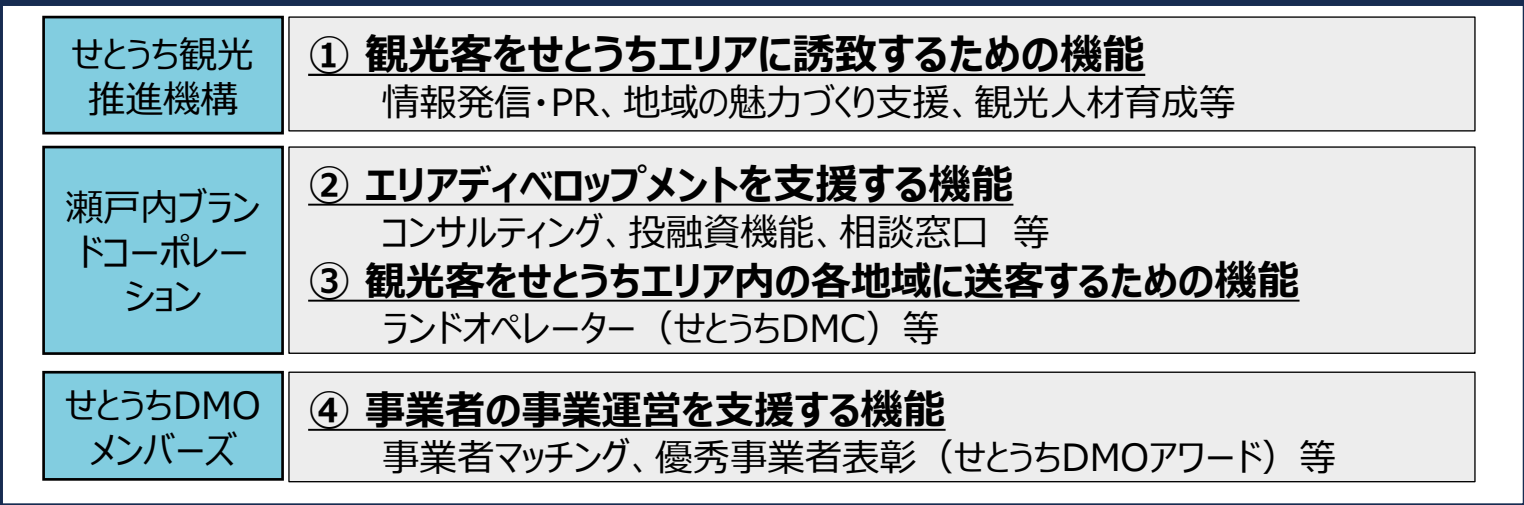
せとうちエリア内の各地域

第1層



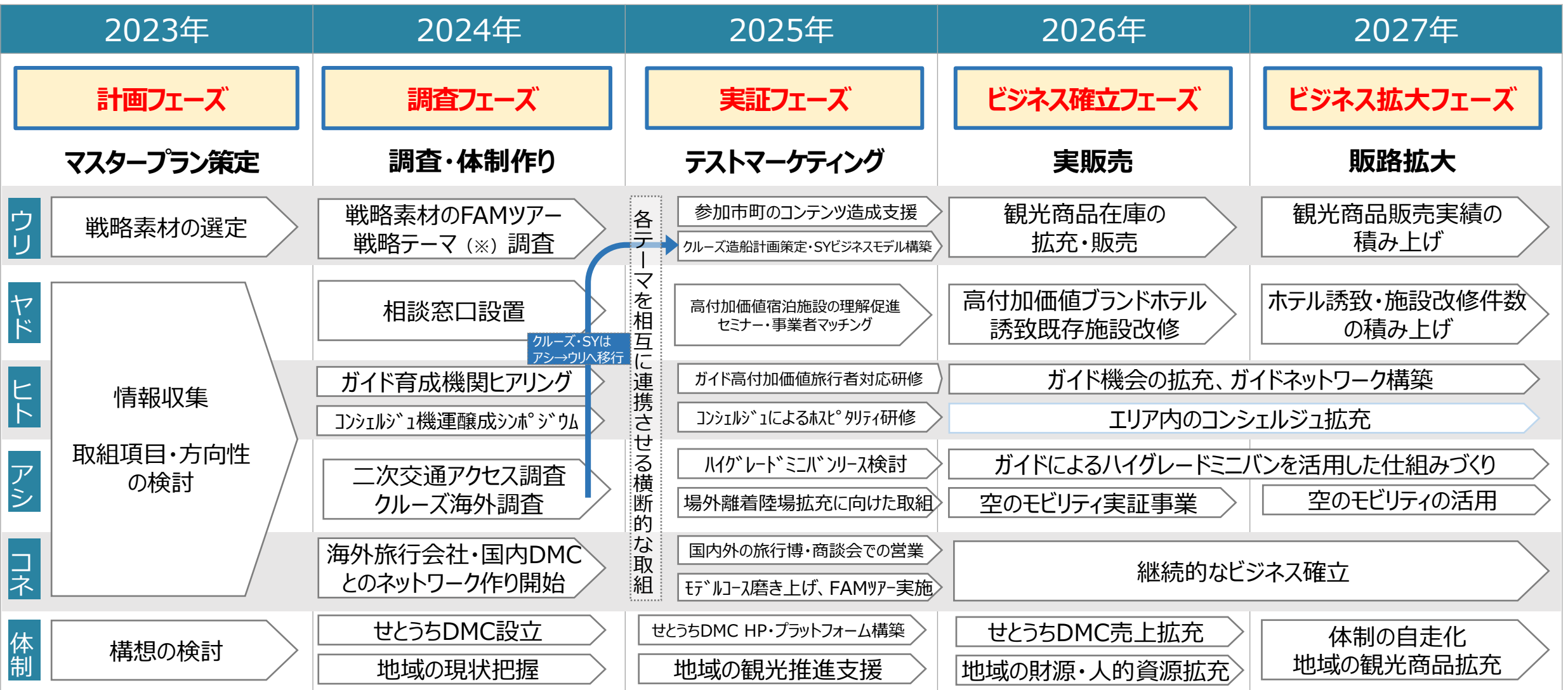
せとうちDMO

第2層



# II 取組の全体像

2027年には実際に高付加価値旅行者がせとうちエリアを訪れている姿を目指して、着実な取組を進める



各テーマを相互に連携させる横断的な取組

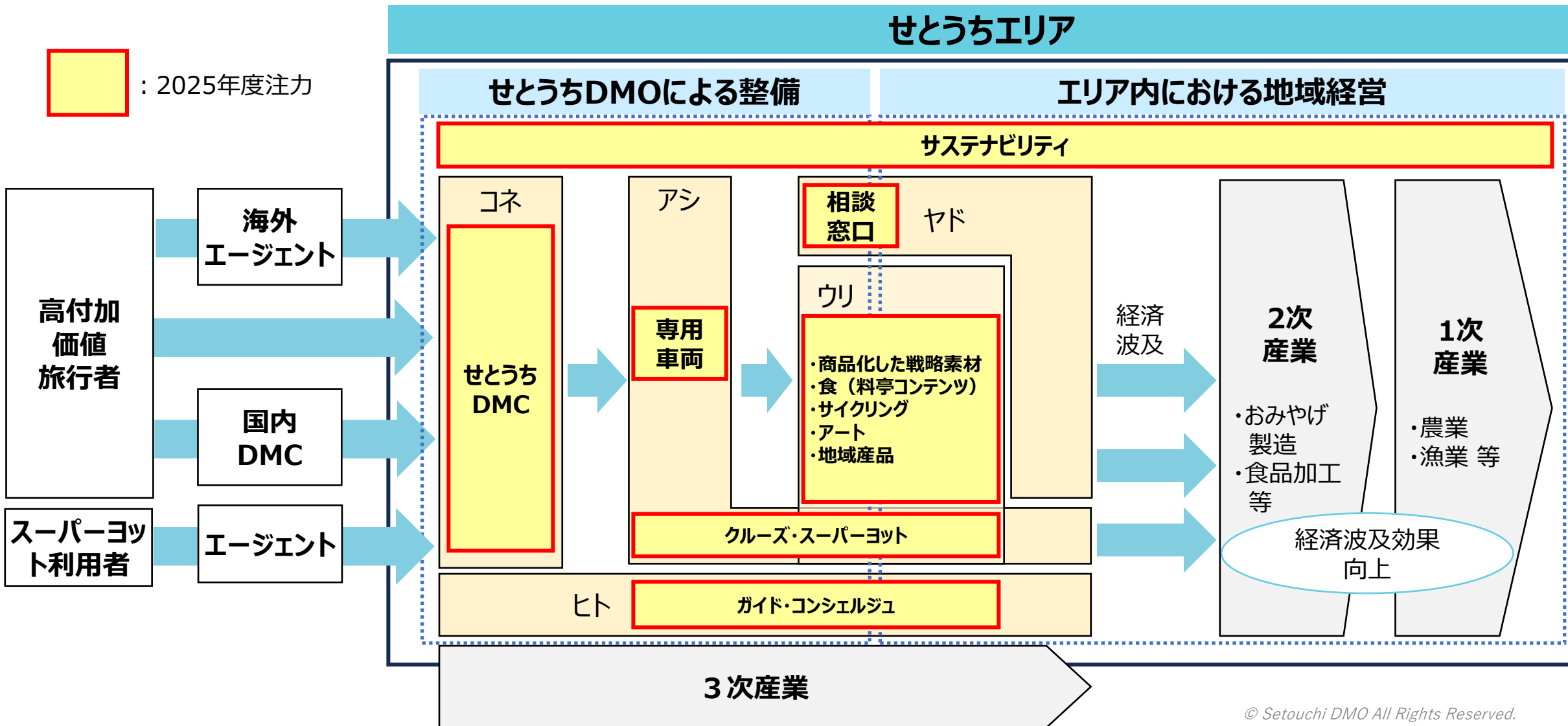
クルーズ・SYは  
アシ→ウリへ移行

※クルーズ、サイクリング、食、アート、地域産品



# 2025年度に目指す商流フロー図

2025年度は、より解像度を上げた商流フローを念頭に施策を実行し、ウリ・ヤド・ヒト・アシ・コネの相乗的な機能発揮を図る



# サステナビリティ・ウリ

## サステナビリティ

## ウリ

### 2024年度 の総括

- 国の目指す「持続可能な観光地域づくりに取り組む地域数」は全国での目標100地域に対して2024年12月5日現在46地域である。
- そのうち、せとうちエリアでは14地域となっている。
- まだ取組がせとうちエリア全域に行き渡っていないが、GSTC研修をフックに取り組む地域が増えてきている。

- マスタープランで定めた①ブランディング、②戦略素材の選定、③FAMツアーの施策を行って、年度計画を完了させた。
- せとうちDMOの戦略テーマであるサイクリング・アート・地域産品・クルーズの取組は、調査・分析を行って現状把握・課題抽出を行った。なお、食については料亭コンテンツを造成した。

### 2025年度 の方向性

- 取り組み地域の拡大を図るための機運醸成を実施する。具体的には「せとうちサステナブル協議会」を発足させ、情報共有や交流を促進する。
- GSTC研修を継続開催し、JSTS-Dロゴ使用承諾の取得に向けたサポートを実施する。
- 先進地研修を実施し、各地域の課題解決サポートを実施する。

- 参加市町における戦略素材について、継続的な高付加価値旅行者向けのコンテンツ造成を支援する。
- サイクリング・アート・食・地域産品について、体験コンテンツ造成やタリフ作成などを実施する。
- クルーズについて、協議会を立ち上げて周遊クルーズ船等の船舶造船計画を策定する。
- スーパーヨットについて、経済循環創出に向けたシェアリングサービス等ビジネスモデルを構築する他、商談会でのPR実施や寄港先としてのプレゼンス向上を図る。

# ヤド・ヒト

## ヤド

## ヒト

### 2024年度 の総括

- 2024年8月にSBCサイト内に「ホテル誘致・開発相談窓口」を開設し、自治体・事業者からのホテル開発ニーズが把握できる体制を構築した。
- 民間企業5先、自治体4市から相談があった。

- 2024年度は、ガイド育成をしている自治体やDMO、ガイド当事者に対して取組や課題等のヒアリングを実施した。
- コンシェルジュについては、コンシェルジュを活用している先進的なホテル等にヒアリングを実施。せとうちエリアの宿泊施設に向けてコンシェルジュの重要性・必要性の理解促進の機運醸成シンポジウムを実施した。

### 2025年度 の方向性

- 各エリアの自治体職員や事業者向けの、高付加価値な宿泊施設の理解促進セミナーを開催する。
- 域外事業者とのマッチング機会を創出する。
- 宿泊施設の必要な容量を検討のうえ、新規・改修などによる拡充の必要性有無を明確にし、確保・維持等に必要な計画を策定・着手する。

- ◇ガイド
  - 高付加価値旅行者に対応するためのスルーガイド育成研修を行う
  - 食・アート・ドライバーガイドに関するガイド研修を実施する。
- ◇コンシェルジュ
  - コンシェルジュを講師として招請した、エリア内の宿泊施設に対するホスピタリティ人材育成研修を実施する。





# アシ・コネ

## アシ

## コネ

### 2024年度 の総括

- 二次交通（陸）については、①二次交通アクセス調査、②事業者ヒアリングの2施策を行って、現状把握ができた。
- クルーズは、調査の中で瀬戸内海特有の課題と、他地域の成功事例を知ることができた。
- スーパーヨットは、展示会参加や調査の中で、せとうちエリアへの関心が強いことが分かった。
- 空のモビリティは、調査の中で空飛ぶクルマ・ヘリコプター、ビジネスジェットの現状と課題が分かった。

- 2024年8月に「せとうちDMC」をSBC内に設置したことで、DMCの内製化及び事業性の検証を進められる準備は想定通り実施できた。

### 2025年度 の方向性

- ◇ 二次交通
  - ハイグレードミニバンをせとうちDMOがリースし、ガイドが使用できる仕組みづくりを検討し、実証事業を行う。
- ◇ 空のモビリティ
  - 域内における場外離着陸場拡充に向けた取組を実施する。
  - せとうちエリア外の利用頻度の高い場所からの送客、およびエリア内のモデルコースの設定を目的とした実証事業をFAMツアーの中に組み込んで実施する。  
(クルーズ・スーパーヨットはアシではなく、ウリとして整理し直した上で取組を継続する)

- せとうちDMCのホームページ・BtoBプラットフォームを構築する。
- 国内外の旅行会社およびウリ・ヤド・アシ等のサプライヤーとのネットワークを構築する。
- 国内外の旅行博や商談会等を通じた営業活動を行う。
- モデルコースを磨き上げ、FAMツアー（料亭コンテンツ含む）を実施する。
- DMC機能内製化のステップとして、業務委託拡充により事業性の検証を継続する。

# 推進体制（地域経営主体）

## 推進体制（地域経営主体）

### 2024年度 の総括

- 第1層の地域について、全参加自治体が漢字ブランディングに参加したが、戦略素材選定までの過程で脱退申し出がある等一部自治体からは理解不足や不満等の態度が示された。
- STAは戦略素材の発掘、選定、地域へのフィードバックまでを行い、SBCはDMC機能の設置を行った。
- SDMはせとうちミーティングにおけるせとうちDMOアワード表彰を実施、事業者の販売支援と交流促進を図る取組を行った。

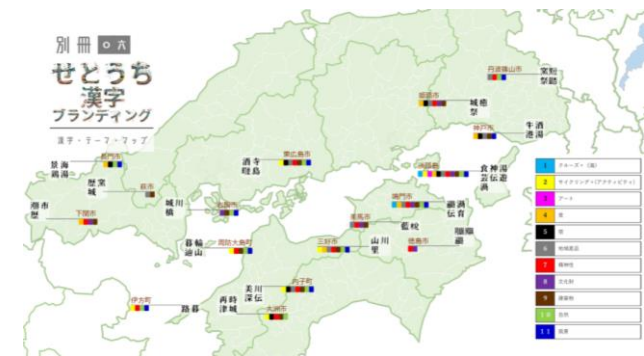
### 2025年度 の方向性

- 参加市町における継続的な高付加価値旅行者向けのコンテンツ造成支援を実施する。
- 本事業の内容について、参画自治体と密な情報共有ができる仕組みを引き続き構築する。
- 既存の定例的な調査に加えて、2024年度に設定した新KPIに関連するデータ等の分析を行い、自治体にとって有益な情報を提供する。
- 臨時的任用職員により事業推進体制を補完し、円滑な事業運営を継続する。

### <参画自治体等とのブランディング分科会>



### <漢字ブランディング冊子（抜粋）>



# 地域全体及び観光産業の成果目標 ～旅行消費額・延べ宿泊者数～

**旅行消費額は、2030年の国の目標15兆円に対して、せとうち比率、せとうち内5か国比率目標を設定し各年の目標を設定した。**  
**延べ宿泊者数は、外国人・5か国とも宿泊単価（旅行消費額÷延べ宿泊者数）上昇を基準として目標を設定した。**

## <旅行消費額>

(単位：億円)

		2024年		2025年 目標	2026年 目標	2027年 目標	2028年 目標	2029年 目標	2030年 目標
		目標	見込						
全国・外国人			81,395						150,000
せとうち7県 外国人	旧基準	627	1,211						
	新基準		1,835	2,386	2,863	3,435	4,466	5,805	7,500
せとうち7県 外国人 (対象5カ国)	旧基準	115	275						
	新基準		432	583	729	911	1,230	1,661	2,250

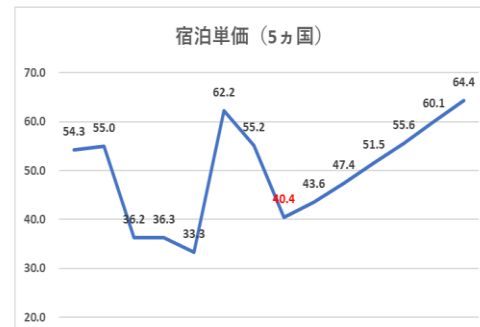
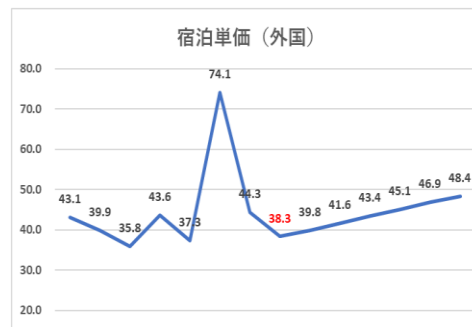
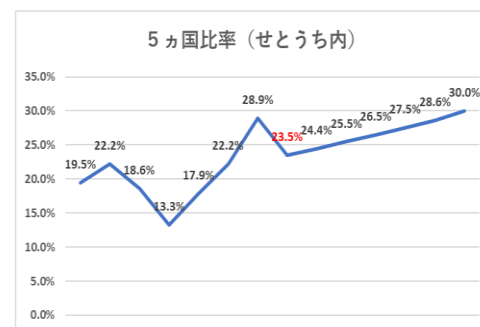
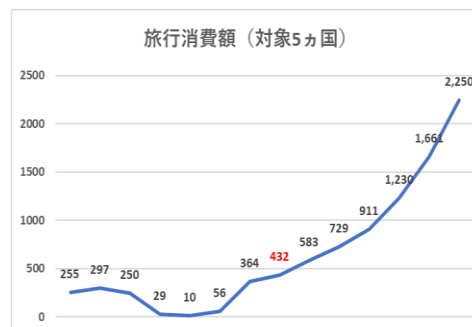
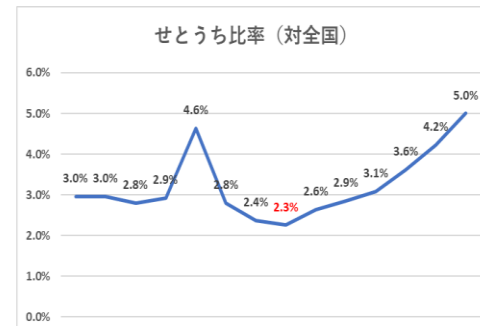
## <延べ宿泊者数>

(単位：万人泊)

		2024年		2025年 目標	2026年 目標	2027年 目標	2028年 目標	2029年 目標	2030年 目標
		目標	見込						
全国・外国人			16,155						
せとうち7県 外国人		323	479	599	689	792	990	1,237	1,550
せとうち7県 外国人 (対象5カ国)		64	107	134	154	177	221	276	350

※旅行消費額の出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」（旧基準のみ）、「インバウンド消費動向調査」

※延べ宿泊者数の出所：観光庁「宿泊旅行統計調査」（※従業者数10人以上の施設）



# 地域全体及び観光産業の成果目標 ～来訪者満足度・再訪意向度・住民満足度・新KPI～

	2022年実績	2023年実績	2024年		2025年目標	2026年目標	2027年目標	2028年目標	2029年目標	2030年目標
			目標	実績						
来訪者満足度 (対象5カ国)	61.8%	82.9%	70.0%	94.2%	75.0%	次期中期計画（2026-2030）にて検討				
再訪意向度 (対象5カ国)	61.5%	82.9%	70.0%	76.5%	75.0%					
住民満足度	45.8%	48.5%	55.0%	44.2%	60.0%					

	2017年実績	2018年実績	2019年実績	2020年実績	2021年実績	2022年実績	2023年実績	2024年実績	2025年目標	2026年目標	2027年目標	2028年目標	2029年目標	2030年目標						
高価格帯宿の単価	—	現在算出中							検討中（2025年3月確定）											
宿泊業の賃金	—	227千円	233千円	231千円	245千円	242千円	250千円	— (3月予定)												
輸出全体におけるインバウンドシェア	1.1%	1.0%	1.1%	0.2%	0.1%	0.2%	0.8%	1.2%												

※自主調査。高価格帯宿の定義：2024年9月～2025年3月の期間のいずれかの月において、1泊2食付の2名1室客室の最低価格の月平均値が10万円以上であったホテル・旅館。