

せとうち DMO NEWS

地域や事業者の皆さまにせとうちDMOについて理解を深めていただけるよう活動状況や観光関連情報を毎月お届けしていきます。

Japan's Inland Sea,
SETOUCHI

Vol.
120

“Japan's Inland Sea, SETOUCHI”
世界に評された瀬戸内



ABOUT US

「多島美」と呼ばれるキラキラと輝く海と大小700以上の島々、そしてそこに暮らす人々とともに息づき豊かな恵みをもたらす里山が織りなす景色、せとうち。わたしたちせとうちDMOはその恵まれた資源を「せとうちブランド」として確立し、地域経済活性化や豊かな地域社会の実現を目指し活動しています。その実現のため、せとうちエリアの自治体・観光関連事業者をはじめとする地域の皆さまと共に連携し、地域一丸となってせとうち広域での観光振興に取り組んでまいります。

せとうちDMO

発行日：2026年7月10日

発行：せとうちDMO

編集：遠藤・富田

住所：広島市中区基町10番3号

せとうちDMO

<https://setouchitourism.or.jp/ja/>

SETOUCHI REFLECTION TRIP

<https://www.setouchi.travel/en/>

瀬戸内Finder

<https://www.setouchi.travel/jp/>

広域連携DMO政策研究会に参加しました

5月29日(金)、全国の広域連携DMO10団体が集まり、観光庁、日本政府観光局(JNTO)も同席のもと、今年度1回目となる「広域DMO政策研究会(於:観光庁会議室)」が開催されました。

会議では、今年度から創設された広域連携観光促進事業に関して、より実効性の高い制度として発展させるため、実務上の課題、改善点について議論されたほか、今後の広域連携DMOの安定的な運営などについても意見交換が行われました。

当機構では、全国の広域連携DMOと連携して、せとうちエリアにおける広域周遊の拡大、地域の観光地域づくりの推進に取り組んでまいります。

せとうちエリア広域連携観光戦略策定に向けて初会議を開催しました

6月22日(月)、当機構と中国運輸局観光部が共同事務局を担う「せとうちエリア広域観光戦略会議」の第1回会議を開催しました。この会議は、広域連携DMOが策定する広域連携観光戦略のもとで、地方公共団体、都道府県・地域DMO、民間事業者が連携した取組に対して、国が総合的な支援を行うこととされたことを受けて、この度、初めて開催されたものです。

当機構では、3月に策定した「せとうち観光成長戦略2026~2030」をブラッシュアップした「せとうちエリア広域連携観光戦略」を2026年12月末までに策定し、この戦略に基づき、地域周遊観光の推進、閑散期対策、魅力的な観光地域づくり、受入環境整備、世界のトレンドに対応した情報発信・プロモーションなどの広域観光施策を推進をする役割を担ってまいります。

観光指標モニタリングレポート2025年を発刊しました

当機構では、データに基づく、せとうちエリアの広域観光の一体的な推進を目指し、観光指標モニタリングレポート(月次・年次)として、各種調査データを取りまとめています。この度、2025年の年次レポートを発刊しましたので、皆様の戦略策定、施策立案、事業計画策定にご活用ください。

【観光指標モニタリングレポート2025掲載データ】

1 インバウンド市場の動向

- ① 訪日外客数
- ② 平均宿泊数・滞在期間
- ③ 旅行消費額
- ④ 1人当たり旅行支出額
- ⑤ 延べ宿泊者数
- ⑥ インバウンド消費額と主要品目別輸出額の比較

2 アンケート調査

- ① 住民満足度
- ② 来訪者満足度・再訪意向
- ③ 外国人動態

3 経済波及効果

4 せとうち7県の実績と目標

5 せとうち7県の宿泊業の賃金動向

1. ③インバウンド消費額_せとうち7県比較(外国)

- ・ 2025年のインバウンド消費額は、兵庫県845億円、広島県832億円、香川県351億円となっている。
- ・ これに併せて、兵庫県では関西圏の旺盛な訪日需要に加え、神戸・姫路をはじめとする多様な観光資源、広島県では新幹線・航空・クルーズを組み合わせた交通アクセスの充実やG7広島リミット開催による認知度向上、香川県では高松空港の国際線回復や瀬戸内周遊観光の拠点としての強みがあるものと考えられる。



「観光指標モニタリングレポート2025」全文は、[こちら](#)をご覧ください。

ドイツにてせとうちの魅力をPRしました！

日本政府観光局（JNTO）フランクフルト事務所からお声がけいただき、草間彌生氏の大規模展覧会に合わせて、特に、アート文脈でせとうちを紹介するとともに、セールスコールを通じて現地メディア等とのネットワークを築きました。

1. ルートヴィヒ美術館連携イベント（BtoCイベント）

日時：2026年6月16日（火）

場所：ルートヴィヒ美術館（ケルン）

主催：JNTOフランクフルト事務所

参加者：JNTOフランクフルト事務所、全日本空輸株式会社、長野県、国際交流基金、せとうち観光推進機構

今回、JNTOフランクフルト事務所主催の一般向けイベントに参加しました。美術館から招待された来場者92名に対し、アートや建築を切り口にせとうち地域の魅力を直接PRするとともに、JNTOによるプレゼンテーションでもせとうちの魅力を重ねてPRしました。来場者からは「日本が好きなので行ってみたい。」「瀬戸内国際芸術祭で直島には行ったことはあるが、他の島にも行ってみたい。」といった声がありました。また来場者アンケートでは回答者の約8割が訪日未経験者であった一方、「1年以内に日本を訪問する予定がある」とする回答が約半数を占めていたことが特徴的でした。ノベルティで配布した「丸亀うちわ」も好評で、青色、水色、緑色、オレンジ色の4色うち青色や水色が男女問わず圧倒的に人気だったのが印象的でした。

残念ながら「せとうち」を知っている方は約1割に留まりましたが、アートを契機としたせとうち地域の魅力を直接発信できたことは、訪日意欲を刺激し、今後の誘客につながってくれると期待しています。



ケルン大聖堂付近に位置する
ルートヴィヒ美術館



2. セールスコール

日時：2026年6月16日（火）、17日（水）

場所：フランクフルト、デュッセルドルフ

現地旅行会社、メディア2社、独日協会の計4社（5者）を対象にセールスコールを実施し、コロナ禍以降の訪日旅行市場の動向や旅行者ニーズについてヒアリングしつつ、せとうちにおける最新の観光コンテンツや今後の連携について意見を交わしました。先方からは、円安を背景とする訪日旅行需要は今後も堅調に推移するとの見方が示されるなかで、せとうちの情報を継続的に発信していく大切さを再認識するとともに、特に、瀬戸内国際芸術祭等をはじめとするアートイベントや多島美といった地域ならではの魅力、また、地方空港路線の充実や京都・大阪からアクセスしやすい新幹線の利便性も、誘客を図るうえで有効な訴求ポイントになると感じました。

今後は、今回構築した現地旅行会社、メディア、独日協会とのネットワークを活かして、プロモーションや情報発信がより一層充実したものになるよう努めていきます。



日本に比べて駅書店の規模が大きく、紙媒体の強みを認識

フランスメディア「Voyager Ici & Ailleurs」と アメリカメディア「コンデナスト・トラベラー」にせとうちの旅が掲載されました！

フランス人ジャーナリストによるファミトリップを、海外メディア事業の一環で昨年度実施しました。特に取材相手との気さくで温もりあふれる会話が共感を育み、2026年3月発行のフランスの高付加価値旅行メディア「Voyager Ici & Ailleurs」(52号)では、なんと!28ページにも及ぶ特集記事として、せとうちの旅が掲載されました。

また、JNTO(日本政府観光局)とのタイアップで、アメリカメディア大手「コンデナスト・トラベラー」にも記事が掲載されました。直島美術館、豊島美術館、穴吹邸といった主要なアートスポットに加え、直島観光とあわせて楽しめる宿泊施設として、尾道市の Azumi Setoda、倉敷市の旅館くらしき、燃る屋なども紹介されています。

SNSやAIから情報を得ることが多くなってきていますが、こうした信頼性の高いメディアへの掲載されることは、せとうちの魅力を丁寧に伝えるのに最適です。引き続き様々な媒体の特性に合わせた情報を発信していきます。



Voyager Ici & Ailleurs



コンデナスト・トラベラー

画像の無断転載・使用を禁じます

新メンバー紹介

瀬戸内ブランドコーポレーション 経営企画室



担当部長 平原 康久

6月1日にJR西日本から出向でまいりました平原です。JRでは駅員、運転士、指令員、駅長といった直接鉄道運行に関わる分野や新規事業等に従事してきました。これまでの経験を活かし、地元広島をはじめとした瀬戸内エリアの盛り上げに少しでも寄与できればと思っております。よろしくお願いいたします。

瀬戸内ブランドコーポレーション 宿泊事業開発本部



部長 佐伯 和彦

6月17日に宿泊事業開発本部 宿泊OP事業部に着任しました佐伯です。今まで日系ホテル運営会社や外資系ホテル運営会社にて、運営業務・開発業務・本部業務に従事してきました。現場と本部双方の経験を活かし、宿泊事業を通して、地元である広島、魅力が沢山ある瀬戸内エリアを更に多くの方々に知っていただき、盛り上げていきたいと思っています。これからよろしくお願いいたします。

せとうちブランド登録商品【新規】2026年6月登録商品

2025年12月、せとうちブランド登録商品として新たに3社9商品を登録しました。

これにより、せとうちブランド登録商品は累計379社1,238商品が登録されたこととなります(販売終了商品を含む)。

せとうちブランド登録制度では、せとうちエリア特有の「自然(島や内海)」「食」「歴史」といった資産をもとに、創意工夫によって開発され、せとうちブランドのアイデンティティを体現するような商品を登録基準に基づき、せとうちブランドの商品として登録しております。これにより「せとうち」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。

せとうちブランド登録制度について

<https://setouchitourism.or.jp/ja/service/product/>



①

株式会社ダイイチフーズ

- 瀬戸内海産 たこの唐揚げ
(1kg/300g/300gパック)



②

株式会社まんちょう

- 瀬戸内果実 れもんゼリー
- 瀬戸内果実 はっさくゼリー
- 瀬戸内果実 みかんゼリー
- まんちょう農園の瀬戸内ゼリー(上記3種セット)



③

株式会社Herbal Style

- 瀬戸内ハーブティー
ギフトボックス
- ハイビスカス・ローゼル
コーディアルシロップ
- エシカルハーブティー
きもちやわらぐ
- エシカルハーブティー
きもちすっきり

