

今求められる「瀬戸内」ブランドの確立



## “The Inland Sea, SETOUCHI”

### 世界に評された瀬戸内

瀬戸内海は世界有数の多島海であり、1860年に瀬戸内を訪れた著名なドイツ人地理学者リヒトホーフェンが、「広い区域に互る優美な景色で、これ以上のものは世界の何処にもないであろう。将来この地方は、世界で最も魅力のある場所の一つとして高い評価を勝ち得、沢山の人々を引き寄せることであろう。《中略》かくも長い間保たれて来たこの状態が今後も長く続かん事を私は祈る。」と自著で賞賛しています。(\*)

グローバルレベルでの高い観光価値を有する瀬戸内圏には、近年欧米やアジアからの来訪者が増加傾向にあることに加え、地域資源を生かしたビジネス、着地型ツーリズムが浸透してきており、さらに積極的な展開を図る大きなチャンスを迎えています。

※ 出典「支那旅行日記」上巻 慶応書房刊

### 内海に形成された独自で多様な資産

- 島** | *island* | 瀬戸(狭門)や島々を中心とする独特の多島美景観や島を臨む生活
- 食** | *food* | 変化に富んだ潮流で育まれた海の幸や温暖な気候の恵みである柑橘類などの食資産
- 歴史** | *history* | 古代から日本の交通の要衝であり、歴史の重みを感じさせる町並みや情景



### 瀬戸内を象徴するブランドマーク

「多島美」と呼ばれる鏡面のような海と大小700以上(\*)の島々が織りなす景色。瀬戸内の美しさを構成する要素を組み合わせ、瀬戸内ブランドを象徴するブランドマークをつくりました。モチーフに用いたのは、瀬戸内の多島美、温暖な気候、穏やかな海。これからの瀬戸内にふさわしい活動やものづくりにこのブランドマークを付与することで、瀬戸内ブランドを確立していきます。

※ 1986年海上保安庁調査



瀬戸内ブランドマーク