

せとうちDMOのマネジメント体制

TEAM SETOUCHI

瀬戸内全体を俯瞰し個別に存在する観光資源を一つにまとめて瀬戸内の価値の最大化を図っています。そのため、瀬戸内らしさをコンセプトにしたテーマを設け、エリアを横断したマーケティングやプロダクト開発が行える体制を整えています。地域の皆さま、事業者の皆さまと連携したチームとして瀬戸内エリアのブランド価値向上を図ります。

Theme

【テーマ別マネジメントの役割】

- テーマ毎の瀬戸内らしいコンセプトの設定
- 事業者の発掘
- ビジネスモデルの構築
- 事業者間の連携・調整

Area

【エリア別マネジメントの役割】

- エリアの強みを生かした瀬戸内らしいコンセプトの設定
- 統一的なプロモーション
- 多言語化等統一基準策定
- 事業者間の連携・調整
- 受入環境設備

Souvenir & Goods



【 地域産品 】

世界から認められる瀬戸内ブランドの実現

多様で魅力的な食材に溢れ、農水産物加工品や伝統工芸品などの魅力ある地域産品が数多くあります。それらを磨き上げ、国内外から認められる“ブランド”にしています。

Cruise



【 クルーズ 】

滞在型クルージングリゾート「瀬戸内」の実現

瀬戸内の歴史・文化を語る上で欠かせない「クルーズ」。瀬戸内の魅力を最大限発揮できるものと位置づけており、瀬戸内を世界有数の「滞在型」クルージングリゾートエリアに形成していきます。

Food



【 食 】

「瀬戸内の食」のブランド化の実現

旅行の基本となる楽しみの「食」。独特の気候・風土に培われた“瀬戸内の食”の魅力を国内外に向けて情報発信するとともに、瀬戸内の食が堪能できるレストランなどの充実を図ります。

Cycling



【 サイクリング 】

サイクリストの聖地「瀬戸内」の実現

しまなみ海道のみならず、瀬戸内各地のコースの環境を整備し、世界に誇れる国内唯一のサイクリストの聖地として認知拡大を図ります。

Accommodations



【 宿 】

瀬戸内らしい宿の充実

魅力的なホテルや旅館はそれ自体が旅行の目的となります。瀬戸内の風情が体感できる多彩な宿の充実を図ります。

Art



草間 彌生「赤かぼちゃ」 写真:青地 大輔

【 アート 】

自然とアートの楽園「瀬戸内」の実現

歴史・文化・自然景観の融合により独自の世界観を形成している瀬戸内。歴史的背景や文化的なつながりのあるエリアごとに施策を講じるとともに、瀬戸内を広範に捉え、個々のアート資産をつなぐアートツーリズムの普及・定着を図ります。

■ マネジメントイメージ

ブランディング		エリア形成 (広域同遊拠点)		山口・萩	宮島・岩国	しまなみ海道	直島・小豆島
コンセプト	アイデンティティ	テーマ		コンセプト A	コンセプト B	コンセプト C	コンセプト D
瀬戸内らしさ	島・食・歴史	クルーズ	コンセプト I	防府	宮島	境ガ浜	牛窓
		サイクリング	コンセプト II	秋吉台	江田島	しまなみ海道	小豆島
		アート	コンセプト III	宇部・萩	厳島神社	大山祇神社	瀬戸内国際芸術祭
		食	コンセプト IV	ふぐ	牡蠣	柑橘類	オリーブ
		宿	コンセプト V	湯田温泉	宮浜温泉	尾道	ベネッセハウス
		地域産品	コンセプト VI	萩焼	しゃもじ	レモン	醤油

【エリア別マネジメント】

【テーマ別マネジメント】