

平成30年7月豪雨災害について

平成30年7月豪雨により被害を受けられた皆さまに、お見舞い申し上げます。
せとうちDMOではせとうちDMOのコーポレートサイトおよび海外向けサイト「[SETOUCHI TRIP](#)」にて、瀬戸内地域の観光地の状況について国内外に向けてお知らせしています。
また、瀬戸内を拠点に活動するアイドルグループ「[STU48](#)」と共同で、インターネットによる募金活動を8月31日まで行ってまいります。ご支援ならびにご友人や周りの方へのお声掛けにご協力いただけますと幸いです。お寄せいただいた募金は、西日本豪雨災害の復興支援を目的として、日本赤十字社へ寄付させていただきます。

【募金について】

詳細・募金方法は下記を御覧ください。

https://setouchibrand.jp/cheers/project/s/project_id/16

西日本豪雨災害支援活動



STU48×せとうちDMO
共同プロジェクト



各地で続く復旧・復興の活動を応援するとともに、被災された皆さまが穏やかに過ごせる日々により早く戻られますよう、職員一同心よりお祈り申し上げます。

せとうちDMO

2020年、瀬戸大橋のたもとに四国最大級の水族館が誕生 ファンドによる資金支援を実行

瀬戸内ブランドコーポレーションは、2020年春開業予定の「四国水族館」を運営する株式会社四国水族館開発に対する観光ファンドによる支援を決定致しました。

「四国水族館」は、香川県の瀬戸内海沿岸に位置する、宇多津町のうたづ臨海公園内に新しく建設予定の近代的な水族館です。館内では、メインテーマを“四国水景”とし、鳴門の渦潮などを再現した水景を見ることが出来ます。また、宇多津塩田で生成された塩の白を基調としたエントランスや、瀬戸内の空気を感じながら過ごせる「せとうちデッキ」など、地域文化を感じる空間演出や展示が予定されています。

「四国水族館」の建設予定地であるうたづ臨海公園は、瀬戸内海に沈む美しい夕陽や瀬戸大橋が楽しめる絶好のロケーションであることから、同水族館がこうした立地を生かし、瀬戸内の魅力を体感できる新たな観光拠点となることを期待しています。

今後、せとうちDMOは、「四国水族館」の開業が周辺施設や地元経済への波及効果など瀬戸内の観光活性化につながることを目指し、各種プロモーションや地域周辺事業者との連携支援を行ってまいります。

2018年6月26日

オープンまであと約1年半、このせとうちDMONEWSで随時情報発信を行ってまいります！

株式会社四国水族館開発HP：

<http://shikoku-aquarium.jp/>



▲鳥瞰パース



▲夕陽のイルカプール



▲うずしお水槽



▲外観近景

瀬戸内Finder 7月人気記事TOP 5



地元ライターによる
瀬戸内情報発信中！
<http://setouchifinder.com>

- #1 [山口県の超絶景
マトメ8選！](#)
山口県
- #2 [愛媛の海
おすすめビーチ6選](#)
愛媛県
- #3 [周防大島の
おすすめビーチ3選](#)
山口県
- #4 [絶景すぎる稲荷神社](#)
山口県
- #5 [角島大橋と
島戸海水浴場](#)
山口県

メディア掲載実績

- 自転車輸送用ボックス共同開発
6月29日 朝日新聞
6月30日 産経新聞
7月6日 広島経済レポート
- 機構 欧米豪へ戦略強化
6月30日 日経新聞、四国新聞、愛媛新聞
- 機構 社員総会開催
6月30日 朝日新聞
- ぐるり瀬戸内活性化保証制度
7月7日 日経新聞
- せとうちDMOインタビュー
7月9日 [GLOCAL MISSION Times](#)
7月19日 [やまごころ.jp](#)
- ドイツ旅行会社ファミ
7月18日 [山陽新聞](#)
- 平成30年7月豪雨災害関連
7月19日 [徳島新聞](#)、[読売新聞](#)

ポッカサッポロが広島空港リムジンバス内でブランド登録商品をPR

ポッカサッポロフード&ビバレッジ株式会社が広島空港リムジンバス内のデジタルサイネージで、瀬戸内ブランド登録商品「瀬戸内レモンレモネード」の広告を7月より開始しました。

広告は、広島空港と広島市内の往復区間で、今年の7月～12月の6ヶ月間、合計49,320回流される予定です。また、このデジタルサイネージは乗客の約9割が見るなど高い広告訴求力もあるとのこと。

ポッカサッポロ様は、今までも自社商品のPRを通じ、瀬戸内の風景やブランドマークの露出を高めていただいております。今回も瀬戸内ブランドの認知向上に繋がること期待されます。



リムジンバス内のサイネージに
右の広告が放映されました



オタフクソース主催「お好み焼提案会」に瀬戸内ブースを出展

オタフクソース（広島市）主催の「お好み焼提案会」に瀬戸内ブースを出展しました。

「お好み焼提案会」は、主催のオタフクソースさまがお好み焼店や鉄板焼店の店主さん達に新商品を実演して紹介する提案会で、今年で21回を数えます。時代のニーズに対応したメニューが毎年提案されて、今年はインバウンド向け、ベジタリアン向け、SNS映え、女性に人気のチーズたっぷりなどのメニューや外食トレンドなどの幅広い視点を取り入れた各種メニューが紹介されました。

瀬戸内ブースでは、せとうちDMOメンバーズの紹介パネル掲示と、オタフクソース考案の2種類の瀬戸内メニューを実演紹介しました。広島県産牡蠣とアカモク（海藻）を玉子で包んでピリ辛サルサソースを添えた「牡蠣とアカモクの玉子包み〜ピリ辛サルサ〜」の試食や、広島県産レモンと食膳酢りんごとローズマリーを水で割った「広島県産レモンのデトック酢ウォーター」の試飲に、瀬戸内ブースの実演紹介にも多くのお客様が足を止められました。

本催事全体では2日間で延べ2,300人強の方が来場され、新しいメニューをお持ち帰りになりました。

2018年6月19日～20日



▲こちらがせとうちDMOブース

「牡蠣とアカモクの玉子包み」と「広島県産レモンのデトック酢ウォーター」の紹介



瀬戸内メニューを紹介いただいたオタフクの趙様（中央）と藤本様（右）。左はせとうちDMOの増地。

自転車輸送用受託手荷物専用ボックスをお披露目

6月22日、JAL×S-WORKS×せとうちDMOの3社で共同開発した自転車輸送用受託手荷物専用ボックス「SBCON™（エスピーコン）」のお披露目会がJAL Innovation Lab（東京都品川区）にて開催されました。「SBCON™」の概要や開発経緯などが、約30社の報道関係者に向けて、説明されました。これまで、自転車を運ぶ際、車輪やフレーム、サドルなどを分解して梱包しなければならず、手間がかかるだけでなく分解や輸送中に破損する危険性もありました。サイクリストや事業者などからも同様の意見をいただいております。「サイクリングは自転車をもっと簡単に、安心して輸送することができれば、瀬戸内エリアのサイクリングがもっと身近なアクティビティとして認知され訪客数の増加につながる」という思いのもと、機構の参画企業であるJALとボックス開発の実績を持つS-WORKSにアプローチして、今回の開発に乗り出すことになりました。

このボックスは、前輪を外すだけで大半の自転車を収納することができ、フライト中でも貨物室内に安定して収納できる形状になっています。当初は国内線の団体旅行のお客さまの受託手荷物用として、2018年8月より供用が開始され、将来的には個人のお客さまにもご利用いただけるよう準備を進めています。



▲ S-WORKS 代表社員 坂本様（右から2番目）、日本航空 常務執行役員 経営企画本部長 西尾様（中央）、せとうち観光推進機構 事業本部長 村橋（左から2番目）



←供用開始に先駆け、8/24(金)出発限定の2泊3日の日程でこの専用ボックスを利用したモニターツアーが催行される予定です。現在、日本旅行にて絶賛発売中です！

▼Web予約はこちら

http://www.nta.co.jp/nta_dom_tour/tourDetail.jsp?ITEM_CD=3381382001&MODEL_COURSE_ID=001&DepartDay=20180824#top

仏にマーケティングエージェンシーを設置 & 仏旅行会社が瀬戸内を視察

せとうちDMOでは、欧米向けインバウンドプロモーションをさらに強化するため、イギリス、ドイツ、アメリカに続き、フランスに旅行業界に精通し、現地で瀬戸内のマーケティングを行うエージェンシーを設置しました。

せとうちDMOは、昨年度から欧米・富裕層マーケットへの取り組みを本格化。現地エージェンシー設置を開始し、戦略的なマーケティング活動に取り組んできました。この結果、欧米4カ国の旅行会社（商品造成を行うツアーオペレーター）約20社が、瀬戸内地域への送客を行うための商品造成の検討を始め、航空会社からのサポートを受けた視察旅行も決定するなど、海外主要DMOが行う活動内容にも遜色のない充実した取組みとなってきています。

また今回、フランスにエージェンシーを設置する取り組みの一環として、フランスの旅行会社PARTIR社をお招きし、7月3日～6日まで瀬戸内地域を視察していただきました。

エージェンシーを通じて事前に「是非せとうちのアート作品を視察したい」というリクエストがあったので、直島・豊島のアート作品中心の視察となりました。視察中は島のアート作品のひとつひとつに感銘を受けられている様子で、とくに豊島のアート作品については、「アートが島の自然環境と一体化していて、大変すばらしい」と感動されていました。

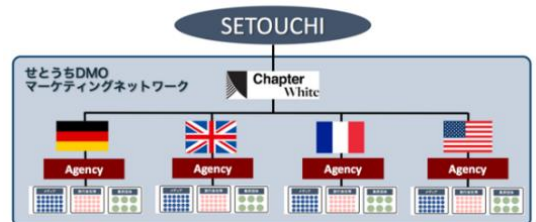
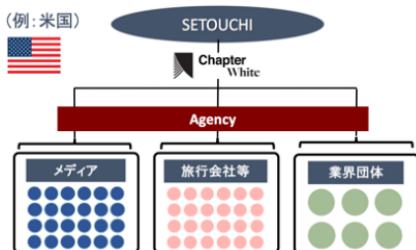
お帰りの際には、「今度は犬島にも行ってみたい」と言われ、瀬戸内地域のアートへの関心が益々高まったようでした。

今後、せとうちDMOでは、各市場における活動はもちろんのこと、欧米4カ国のエージェンシーを並行してハンドリングし、富裕層など各市場共通の旅行者に対して効果的なマーケティング活動を市場横断的に展開するため、戦略的業務提携を結んでいる欧米市場専門のマーケティング会社である(株)Chapter White社と連携し、より効果的なマーケティング活動を実施していきます。



市場毎に現地エージェンシー活動を
ハンドリング

4カ国のエージェンシーを並行してハンドリングするため、
富裕層に向けたマーケティング施策などを
市場横断的に講じることで効果を最大限発揮



テレビ東京の番組「ワールドビジネスサテライト」がせとうちDMO取材

せとうちDMOの欧米豪のインバウンドの獲得に向けた取り組みが、6月21日放送のテレビ東京系列「ワールドビジネスサテライト」で紹介されました。

番組では、欧米豪の観光客は、日本での滞在期間が長く、その分消費額もアジアからの観光客に比べて多い傾向にあるため、日本の日本政府や観光関係者が注目していることに着目。

その中で、地方への誘客に向けて先進的に取り組んでいる組織としてせとうちDMOを取り上げていただきました。

機構のマーケティングアドバイザー 村木氏がインタビューに応じ、海外の旅行会社やメディアのニーズについて「欧米富裕層は『本物』を求める傾向があり、ありのままの日本の姿を残す瀬戸内には強みがある」とした上で、「だからこそしっかりとした戦略的なマーケティングの取り組みが重要だ」と説明しました。

同放送は、アジア諸国・地域向けの放送局の情報番組「Channel JAPAN（チャンネル・ジャパン）」内でも紹介されることが決定しています！

<Channel JAPAN放送予定> <http://www.ch-japan.com/ja/>

- 2018年 8月 5日 (CNBC ASIA) 9:00/17:00
- 2018年 8月 5日 (MetroTV) 7:30
- 2018年 8月 11日 (NationTV) 14:05
- 2018年 9月 29日 (VTV2) 15:30
- 2018年 8月 7日 (USTREAM/インターネット放送) 10:00～ <http://www.ustream.tv/channel/channeljapan>



6月は海外メディア32媒体で瀬戸内の記事が掲載！

◆せとうちDMOの海外でのPR活動が徐々に浸透してきています。

6月は32媒体で瀬戸内エリアの露出に繋がりました！（内訳は、アメリカ：9、イギリス：8、フランス：10、ドイツ：5）1万2千人の富裕層向け旅行エージェントが購読するイギリス旅行業界誌『TTG Luxury』が、瀬戸内を3ページに渡って特集しています。

英「TTG Luxury」

媒体接触者数：12,000人



The Setouchi scene

It may not be the first place that springs to mind if you think of Japan, but Setouchi, a region featuring an inland sea with 3,000 islands, may be the country's next big thing
『日本といえば一番目に思いつく場所じゃないかもしれないが、日本の次なる名観光地となる瀬戸内です』

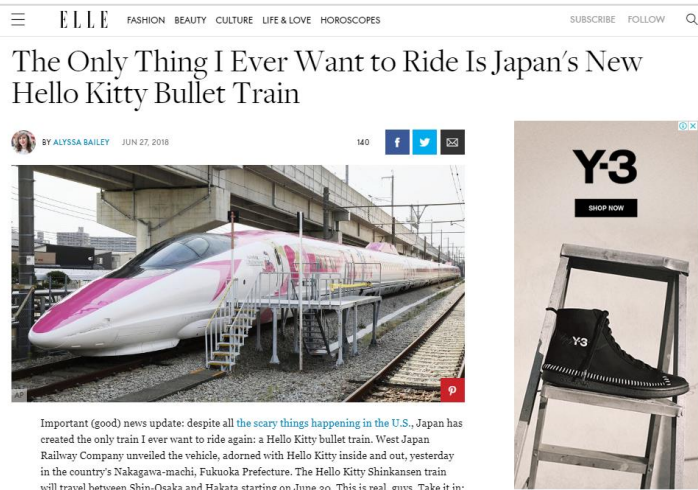
イギリス旅行業界誌『TTG Luxury』に、日本の次なる観光スポットとして紹介されました。

掲載スポット

- 【兵庫】神戸市、姫路城、灘の酒蔵、神戸牛
- 【岡山】備前長船刀剣博物館、カタマランヨット
- 【広島】厳島神社、鷗風亭、鞆の浦、しまなみ海道サイクリング、ONOMICHI U2、神勝寺、guntū
- 【香川】栗林公園、直島
- 【山口】下関（フグ）
- 【徳島】落合集落（古民家） など

米「Elle Magazine」

媒体接触者数：11,830,000人



The Only Thing I Ever Want to Ride Is Japan's New Hello Kitty Bullet Train

『これまでに乗りたかった唯一の乗り物は日本のハローキティ新幹線』

米国市場では、6月30日に運行開始となった、ハローキティ新幹線が話題に！「Elle Magazine」をはじめ、「MSN」、「Vogue」等、多くのメディアで取り上げられました。

Elle Magazine 2018/6/26掲載

<https://www.elle.com/culture/travel-food/a21950645/japan-hello-kitty-bullet-train/>

香港「South China Morning Post」

How fugu or pufferfish gets to your table: all you need to know about Japan's deadly delicacy – and the secret way it is auctioned

『フグが競売にかけられる秘密の方法』

日本唯一のフグ専門市場である下関の南風泊（はえどまり）市場をライターが密着取材！

日本におけるフグの食の歴史、調理方法、独特なセリの方法等を詳細にレポートしています。



South China Morning Post 2018/6/28掲載

<http://www.scmp.com/lifestyle/food-drink/article/2152686/how-fugu-or-pufferfish-gets-your-table-all-you-need-know-about>

その他の記事は、サイト「SETOUCHI TRIP」MEDIA & TRAVEL TRADE 「SETOUCHI in the News」をご覧ください。

広島県主催「タビナカ・タビエ対策セミナー」トークセッションに参加

外国人観光客向けに体験型の観光プログラムを提供している事業者等を対象に、広島県が「タビナカ・タビエ対策セミナー」（広島県三次市）を開催しました。機構からは二次交通の専門家として泉が参加し、セミナー講師の地域ブランディング研究所の吉田代表とトークセッションを行いました。

トークセッションでは、観光客の視点に立ち「公共交通を利用し観光地や観光施設までの経路をGoogleマップで検索できるか?」「できなかった場合、どのようにアクセスを示してあげれば良いか考えることから始めましょう」と呼びかけました。

その他二次交通の利便性が低いエリアにおける必要な施策について、参加者からも「レンタカーの活用や最寄の駅まで旅行者を迎えに行く体制が必要だ」といった発言が挙がるなど活発な意見交換が行われました。

2018年7月3日



せとうち観光推進機構 社員総会を開催

せとうち観光推進機構の定時社員総会を6月29日（金）にかがわ国際会議場（香川県高松市）で開催しました。

総会では「平成29年度事業報告及び収支決算」や「機構の戦略及び中長期目標」、「理事及び監事の選任」について審議し、決議されました。

今年度は翌年にラグビーワールドカップ、そして再来年には東京オリンピック・パラリンピックを控えた重要な一年であるとして、より一層、海外に向けてのマーケティングやプロモーション、プロダクト開発等に積極的に取り組んでいくことで一致しました。



また、会場にはSTU48の門田 桃奈さん、甲斐 心愛さんにもお越しいただき、総会に先立ちSTU48の昨年度の活動内容と今年度の意気込みについて語っていただきました。 2018年6月29日



せとうちDMO講演実績

◆講演登壇 実績(村橋)

6月28日 北淡路花緑ネットワーク会議 様

☆機構への講演のご依頼は編集部:矢野まで
Tel:082-836-3217
Mail:y-yano@setouchitourism.or.jp



せとうちDMO NEWSの ご感想をお聞かせください

せとうちDMO NEWSが皆さまのお役に立てるものとなるよう、アンケートを実施しております。下記バナーより簡単に匿名で回答できますので、ご協力どうぞよろしくお願いいたします。

アンケートに回答する

JNTOマーケティング研修会が神戸にて開催！参加申込受付中（8/15まで）

8月30日（木）に神戸市教育会館（兵庫県神戸市）において「訪日インバウンド向けプロモーションのための最新マーケティング手法」をテーマにした研修会が開催されます。

この研修会はインバウンドマーケティング・プロモーションの仕組みや手法・効果について広めることを目的に、日本政府観光局（JNTO）が開催する研修会で、今回はせとうちDMOとJNTOの連携により神戸にて開催することになりました。

参加費は**無料**。先着50人（1団体原則2人まで）で8月15日までお申込を受け付けております。

ご興味のある方は是非、ご参加ください！

【開催概要】

- 日 時 平成30年8月30日（木） 13:15~17:30
- 場 所 神戸市教育会館 501会議室（兵庫県神戸市中央区中山手通4丁目10-5）
- プログラム

- ・主催者挨拶
- ・最近の訪日旅行トレンド
- ・【座学①】欧米豪市場向けプロモーションのポイント
- ・【座学②】ラグジュアリー・トラベル市場の構造理解とアプローチ方法
- ・【座学③】JNTOが実践するデジタルマーケティング
- ・せとうちDMOの取組みについて
- ・JNTOからのご案内

★チラシ及び参加申込書（お申込締切り：8月15日(水)まで）

<http://setouchitourism.or.jp/ja/wp-content/uploads/sites/2/2018/07/20180830-jnto-kobekensyu.pdf>

<お申込先>

せとうち観光推進機構
担当：岡野、竹本
メール：dmo@setouchitourism.or.jp
FAX：082-836-3218

せとうちモデルルートコンテスト開催中（8/31まで）

せとうちDMOは、富裕層を含む欧米豪からの誘客と消費拡大を目的として、海外の旅行会社に対して魅力的な瀬戸内周遊の旅を提案し、一層の旅行商品化を図るため、「せとうちモデルルート」をコンテスト形式で開催中です！

2019年はラグビーワールドカップや3年ごとに開催される現代アートの祭典などがあり、多くの訪日外国人観光客が瀬戸内エリアを訪れることが想定されます。応募される方々には瀬戸内エリアの観光施設や体験商品等を提供するサプライヤーの皆さまとも連携いただきながら、独自性・独創性溢れるコンテンツを組み込んだ、訪日旅行者にとって魅力的で多彩なモデルルートのご提案を頂きたいと思っております。応募の中から大賞1点、入選を選出。受賞ルートは海外に向けてご紹介いたします！

8月31日（金）まで応募を受け付けていますので、奮ってご応募ください！

本コンテストが、瀬戸内の魅力を海外へ伝えるための新たな手法の発掘や、魅力ある旅行商品の開発促進につながるよう努めてまいります。

入選特典

特典①

せとうちDMOの海外プロモーションを通じて、モデルルートと事業者さまを**海外の旅行会社・メディアに優先的にご紹介！**



※画像はイメージです

特典②

入選したモデルルートはせとうちDMOの海外向けサイト「**SETOUCHI TRIP**」で**推奨モデルルートとしてご紹介！**



さらに

大賞に選ばれた事業者さま

せとうちDMOが11月に開催予定の、**海外の有力な旅行会社との商談会へご招待！**



※画像はイメージです

応募条件

- ・国内に手配拠点を持つ事業者（ランドオペレーター・旅行会社）であり、予約手配まで行えること
- ・旅行業登録もしくは旅行サービス手配業登録があり、旅行業法等の関係法令を遵守していること
- ・実際の商品化に向け安定的な商品手配ができるための資力を有すること（会社概要を添付すること）
- ・宿泊等のサプライヤーを組み込む場合には、該当するサプライヤーの了承を得ること。可能な限り在庫の確保や予約ができることが望ましい
- ・応募上限数は、原則として1事業者あたり各日程2点まで（合計6点とする）



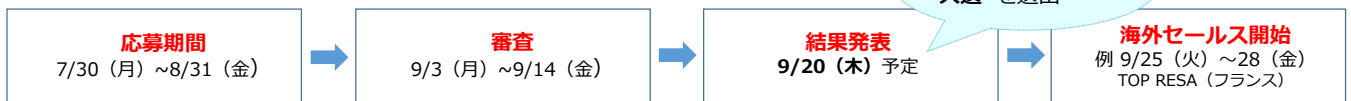
応募要領

- ①日程
2泊3日・3泊4日・4泊5日のいずれかの行程とすること
- ②ターゲット
・市場：欧州（イギリス・フランス・ドイツ）・アメリカからの訪日旅行者を基本とすること
・セグメント：「Educated Traveler」¹「Special Interest Hunter」²、若しくは富裕層とすること
※応募に際しては、ターゲットにあったグループサイズや費用感を出すこと
- ③テーマ
せとうちDMOが掲げる6つのテーマ（「食」「アート」「クルーズ」「地域産品」「サイクリング」「宿」）に加え、「History」「National Park」「Rugby」といったテーマも可とし、テーマ性を明確に示すこと（複数のテーマを選択しても可）
- ④エリア
・瀬戸内7県のうち少なくとも2県以上を周遊するものとする
・瀬戸内7県内でのより広域の周遊を確保するため、瀬戸内エリア外の隣県（例：福岡県・大阪府など）を行程の一部に入れることを可とするが、瀬戸内側を主とした目的地・行程とすること
- ⑤オリジナリティ
・新規提案ルートを基本とするが、既存商品及び既存商品の一部改変した応募も可とする
・提案するモデルルートの著作権はせとうちDMOに帰属するが、瀬戸内全体の発展のため、基本的にはコンテストに参加した事業者が活用・改変した商品の展開を可とする
※商品の独自性確保のために、特定サプライヤーとの提携により実質的に模倣困難とすることは可とする
- ⑥その他
海外でのプロモーション活動に即使用できるよう、「応募申込書」は基本英語での表記・案内とすること



1 Educated Traveler …世界の旅行業界における旅行者のセグメントの一つの分類。「異文化に関心を持つ旅慣れた知的旅行者」のこと。
2 Special Interest Hunter …世界の旅行業界における旅行者のセグメントの一つの分類。「特定の趣味や関心事を目的とする旅行者」のこと。

スケジュール



大賞（1点）及び入選を選出

応募方法・詳細

【応募方法】

下記のリンク先の「応募申込書」に必要事項を記載し、以下の提出書類を添えて route@setouchitourism.or.jp（せとうち観光推進機構マーケティング部）までメールで送付してください。

- ※提出書類…①応募申込書（必須）、②応募したモデルルートの補足説明資料（プレゼン資料）（任意）、
③旅行業登録もしくは旅行サービス手配業登録を証する書類の写し（必須）、④会社概要・直近の財務諸表（会社概要は必須）

【詳細・応募申込書のダウンロード】

<http://setouchitourism.or.jp/ja/info/modelroute-contest01/>

【お問い合わせ】

せとうち観光推進機構 マーケティング部（route@setouchitourism.or.jp）

申込締切：8/31（金）必着