

瀬戸内Finder 2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  [農家直営いちごカフェ
ソオタス](#)
山口県

#2  [絶景すぎる稲荷神社](#)
山口県

#3  [周防大島に行ったら
山に登ろう♪](#)
山口県

#4  [山口県の超絶景
マトメ8選！](#)
山口県

#5  [日本三大秘境！
徳島『祖谷』](#)
徳島県

メディア掲載実績

- 瀬戸内ミーティング
2月8日 愛媛新聞
- NYタイムズ掲載
2月19日 [TABIZIN](#)
- 環境省 パートナーシップ
2月7日 広島経済レポート
- STU48関連
2月14日 朝日新聞
- 2月26日 山陽新聞、[徳島新聞](#)、[47news](#)
- 2月27日 中国新聞、日経新聞、四国新聞、47news
- UMAINJOR TOUR
2月26日 中国放送
- ヒルトンホテル広島
2月7日 広島経済レポート

第4回瀬戸内ミーティングを開催しました

2月7日（木）、愛媛県松山市のピュアフル松山において「第4回瀬戸内ミーティング」を開催しました。

当日は愛媛県内外から多くの方にご参加賜り、定員300人の会場は満員御礼となりました。開催にあたり愛媛県 経済労働部 観光交流局長 宮本 泉さまより開会のごあいさつをいただきました。

第1部の基調講演では（一社）日本インバウンド連合会の中村 好明さまより「観光立国とシビックプライド～世界最高水準のDMO実現への道とは～」と題しお話しいただきました。シビックプライドの醸成の必要性、そして世界の事例もご紹介いただきながら、日本の観光業界では「ここでしか体験できないこと」の価値が価格に反映されていないことに触れられ、地域固有の観光資源を磨き上げることの重要性についてお話しされました。続いてせとうちDMOより、今年度の取組状況や4月以降開始予定のせとうちDMOメンバーズの新サービスの紹介をさせていただきました。

第1部



講師の中村好明さま



第1部講演「観光立国とシビックプライド
～世界最高水準のDMO実現への道とは～」の様子

第2部では㈱ポケットマルシェの高橋 博之さまによる「消費者を巻き込む共感マーケティング」、㈱リクルートライフスタイルの井手本 和夫さまによる「着地型観光事業をOTAを活用して伸ばす、シンプルだけど重要なこと」の2つのセミナーを実施しました。

高橋さまからは「リオ五輪で日本人が最も感動したのは卓球の福原選手であったのはなぜか」という事例も交えて最近の消費者行動の特徴として「共感」がキーワードとなっていることや、共感を得るためのサービス・商品開発の重要性をわかりやすくご説明いただきました。

井手本さまには、体験・観光費用が全国総計で1,000億円におよぶ現状や、集客に向けて地元ならではの魅力と価格満足度が重要な要素となることをご紹介いただいた上で、井手本さまが手がけるじゃらんの「遊び・予約」サービスの概要や、OTA（オンライントラベルエージェンシー）サイトへ体験商品を掲載する際に押さえておきたいポイントについてご説明いただきました。



第2部セミナー「消費者を巻き込む
共感マーケティング」の様子



第2部セミナー「着地型観光事業を
OTAを活用して伸ばす、
シンプルだけど重要なこと」の様子

第2部

第3部では、参加者の皆さま同士で自由にご歓談いただける交流の場を提供。会場にはせとうちDMOメンバーズ会員さまのブースや、瀬戸内おみやげコンクール受賞商品の試食コーナーもあり、たくさんの方が足を止められて、展示内容の説明を受けたり、試食をするなど、会場のおちこちでさまざまな交流がなされました。

最後は㈱伊予銀行 地域創生部長 高岡 公三さまに中締めをいただき、大盛況のうちに終了しました。

次回の瀬戸内ミーティングについては、詳細が決まり次第、今後のせとうちDMO NEWSでお知らせいたします。

2019年2月7日

第3部



第3部 交流会の様子



第3部 事業者さまの
出展ブースの様子

2019年1月は海外メディア55媒体で掲載

2019年1月は、せとうちDMO NEWS 1月号 (vol.031) でご紹介したとおり、欧米の各有力旅行雑誌が「2019年行くべき destinations」について発表する時期であることも重なり、合計 55 媒体に記事が掲載されました。(内訳: アメリカ: 16、イギリス: 19、フランス: 12、ドイツ: 8)

瀬戸内国際芸術祭を控え、アートなどにフォーカスした記事も掲載されています。

英 「The Guardian」

媒体接触者数:
約1億2,500万UU/月

Japan's arty-pelago: Naoshima and beyond 日本のアート: 直島とその他の島々

瀬戸内国際芸術祭をテーマに、その歴史や数々のアート作品が紹介されました。

[掲載スポット]

- 【香川】豊島 (豊島美術館、地中美術館、豊島横尾館、白い寮、いちご家、たかまつ家、金栄丸食堂)
- 直島 (ベネッセハウスミュージアム、直島銭湯「I♥湯」、赤かぼちゃ、黄かぼちゃ)
- 粟島 (漂流郵便局)

【岡山】犬島 (犬島精錬美術館)、倉敷 (旅館くらしき、大原美術館)

2019/1/19掲載

<https://www.theguardian.com/travel/2019/jan/19/japan-art-islands-naoshima-setouchi-triennale-benesse>



Japan's arty-pelago: Naoshima and beyond

Amongst shrimp, rice fields and abandoned buildings, contemporary art has transformed 12 rural islands into a creative paradise - the setting for the 2019 Setouchi Triennale
by Isabel Choat

I'm sitting on a concrete floor watching water droplets as they skitter across the smooth surface. Around me, other people seem equally transfixed. They stand in silent contemplation staring at beads of water bubbling up from tiny holes in the floor, or fixating at the vast domed roof, where two oval openings let natural light flood in. The slightest movement echoes around the space. I take a pen out to make some notes and a member of staff suddenly appears at my side and indicates that I should put it away. Phones are also a strict no-no.

Toshima Art Museum turns the standard idea of what a museum is on its head. For a start it's empty. Or to be precise, there is nothing on display. Instead of looking at art works or objects, the visitor is invited to contemplate nature in its purest form: light, water, air. The effect is deeply calming. After 20 minutes, I practically float out.

仏「Generation Voyage」

媒体接触者数:
約1,500万UU/月

Generation Voyage

Les 10 choses incontournables à faire à Hiroshima 広島ですべき10のこと



1. Le château d'Hiroshima



Crédit photo: Flickr - Markus Meier

Entièrement détruit par la bombe atomique du 6 août 1945, le château d'Hiroshima (Hiroshima-jo) fut érigé en 1590 et reconstruit en 1958. C'est

[掲載スポット]

- 広島城
- 原爆ドーム
- 平和記念公園
- 縮景園
- 広島市植物園
- 三瀧寺
- おりづるタワー
- 宮島
- 広島市安佐動物公園
- お好み村

2019/1/25掲載

<https://generationvoyage.fr/visiter-hiroshima-faire-voir/>

英「Travel Begins at 40」

媒体接触者数:
約2万UU/月

TRAVEL BEGINS AT 40

Japan winter festivals 日本の冬のイベント特集



One of the more unusual of Japan Winter Festivals - naked men

Japan Winter Festivals: Naked Men and Sake

Mark Ribbey Jackson

From naked men to setting off fireworks and lots of sake, here is our round up of Japan Winter Festivals ranging from the quirky to the strange.

[掲載スポット]
岡山県 はだかまつり

2019/1/19掲載

<https://www.travelbeginsat40.com/news/japan-winter-festivals-naked-and-sake/>

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。

仏メディアに瀬戸内地域の伝統文化とアートをプロモーション

1月23日～30日にかけて、フランスからメディアを4社招請し、取材ツアーを実施しました。今回のツアーでは、フランスメディアからの関心が高い日本の伝統文化やアートをじっくり見ていただけるような行程を検討し、実施しました。

たとえば、徳島県美馬市の和傘工房では、職人の方に和傘の歴史をご説明いただきながら、伝統的な作業風景を見学させていただきました。また、今年瀬戸内国際芸術祭の年ということもあり、直島、豊島にそれぞれ1泊ずつ宿泊し、それぞれの島のアートもじっくりと体感していただきました。

参加者は、行く場所ごとにこだわりのアングルでたくさんの写真を撮られ、ツアー後には「ディープな瀬戸内を感じることができて、とてもいい取材になった」とおっしゃっていました。

今回は、徳島空港に就航しているキャセイドラゴン航空の航路を活用しており、フランスからの瀬戸内地域へのアクセスについて良いプロモーションにもなったのではないかと感じます。

今後、現地の各種媒体において、今回のツアーの記事が大きく露出されることを目指し、現地のエージェンシーを通じて、継続的にフォローアップを行ってまいります。

2019年1月23日～30日



徳島県美馬市の和傘工房



兵庫県篠山市の酒蔵



香川県本島から瀬戸大橋を眺める

DMO初！ 環境省と「国立公園オフィシャルパートナーシップ」を締結

せとうちDMOは、環境省と「国立公園オフィシャルパートナーシップ」を1月21日に締結しました。日本版DMOとしては初めての締結であり、せとうちDMOを含む3つのDMOが同時に締結しています。

日本で初めて国立公園に指定された瀬戸内海は、古くから人や文化の交流を支え、多島美と称される景観は、海外から訪れた多くの人々を惹きつけてきました。せとうちDMOは、瀬戸内を「Japan's Inland Sea SETOUCHI～日本の内海 瀬戸内～」と表現し、瀬戸内各地の歴史や自然の魅力を世界に向けて発信してきました。

こうした取り組みの結果、瀬戸内は、『芸術と自然の調和』のすばらしさなどが評価され、米国で最も著名な媒体の一つである「The New York Times」が選ぶ「2019年に行くべき52カ所」において、日本で唯一、7位にランクインしました。さらに、「ナショナル・ジオグラフィック・トラベラー誌英国版」を含む複数の海外メディアにて、2019年行くべき旅行先として「瀬戸内」が選ばれるなど、改めて瀬戸内の自然の美しさが世界中で認知され始めています。

国立公園は、欧米の旅行市場において有力な観光コンテンツの一つです。パートナーシップ締結後は、せとうちDMOが取り組む、欧米4カ国にマーケティングエージェンシーを設置してのデジタルマーケティングやメディア、旅行会社へのPR活動の中で、環境省により作成された国立公園のすばらしさを伝える動画や画像を素材として活用し、国立公園としての瀬戸内の魅力を効果的に発信してまいります。

また、国立公園を満喫するための体験プログラムの情報発信や海外の旅行会社や有名メディアを招聘しての視察ツアーの実施なども一般社団法人山陰インバウンド機構と連携しながら企画していくことで、更なる国立公園の認知促進と地域の活性化に貢献してまいります。

取り組みの概要については、せとうちDMOサイト (<http://setouchitourism.or.jp/ja/info/20190130nationalpark/>) をご覧ください。



▲1月21日に行われた締結の様子
原田 義昭 環境大臣 (左) とせとうち観光推進機構 会長 佐々木 隆之 (右)

観光案内所スタッフによるガイド付き飲食店ツアー 「UMAINJAR TOUR」を開始

瀬戸内ブランドコーポレーションが運営する観光案内所「Setouchi Information Center @ HIROSHIMA BANK」のバイリンガルスタッフによる外国人旅行者向けガイド付き飲食店ツアー「UMAINJAR TOUR」を2月25日より広島市内で開始しました。

日本を訪れる外国人旅行者は「日本食を楽しみたい」、「日本の夜を楽しみたい」、「地域の人と触れ合いたい」というニーズを持っています。しかしコミュニケーションの問題や、情報が少なく夜の楽しみ方が分からないことから、十分な満足が得られていない実状があります。一方、飲食店においては外国人旅行者を積極的に受け入れようと考えながらも、具体的に対応ができていない事業者も少なくありません。

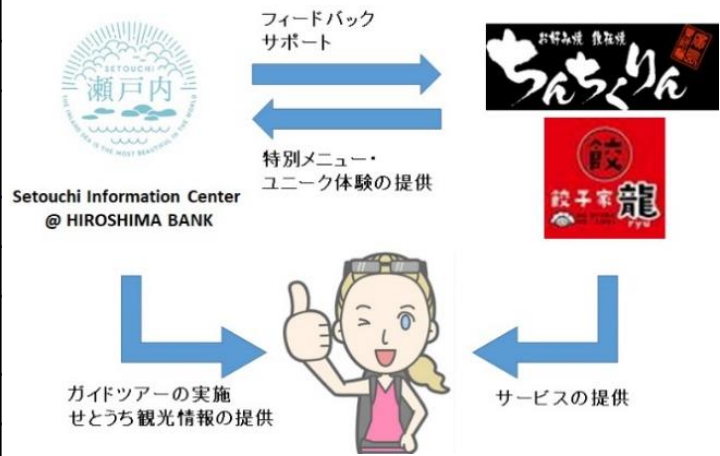
実際に観光案内所でも「飲食店を紹介して欲しい」という要望を外国人旅行者から数多く受けていることから、瀬戸内ブランドコーポレーションは、地域の事業者と連携して、地元の人との会話を楽しみながら食事ができる機会を創出し、外国人旅行者が満足できる“夜の過ごし方”を主体的に提案するため、本ツアーを開始することとしました。

「UMAINJAR TOUR」は、観光案内所のスタッフがガイドとして外国人旅行者と一緒に広島市内の飲食店を訪れ、メニューの説明や注文のフォローをするだけでなく、飲食事業者の皆さまのこだわりや食材の魅力を伝え、文化や地域への理解を深めてもらうと同時に、日本人との交流を楽しんでいただける内容としています。

瀬戸内ブランドコーポレーションは、「UMAINJAR TOUR」を通じて得た外国人旅行者の生の声を、マーケティング活動や今後のツアー企画に活用してまいります。そして、外国人旅行者の受け入れ態勢づくりへの支援を、今回参加した飲食店だけでなく地域の他飲食店へと広げ、将来的には瀬戸内地域全体でのおもてなしサービス提供の一助となるよう努めてまいります。

2019年2月25日

ガイドツアー詳細	
名称	UMAINJAR TOUR(うまいんじゃーつあー)
開催頻度	週1回の定時開催
金額	参加費5,000円/人 ※ツアー用特別コース飲食及びガイド費用を含む (小人 500円/人※ドリンク及びガイド費用)
対応言語	英語
実施店舗	ちんちくりん、餃子家龍
人数	最大5人(最少催行人数2人)にガイド1名が随行し、最大8名程度までを想定
時間	17:00～19:00
予約方法	[電話]082-211-5158(Setouchi Information Center @ HIROSHIMA BANK) /OTAサイト
サイト	https://www.setouchi-bc.co.jp/sic-tour



地元TVに取り上げられました！



「UMAINJAR TOUR」のモニターツアーを2月25日に実施し、RCC（中国放送）さまに取材いただきました。当日は瀬戸内ブランドコーポレーションの吉本&このツアーでガイドを務める観光案内所の堀がインタビューを受け、ツアー企画の狙いや担当者の想いを語りました。
(取材内容はRCC「News6」にて2月26日に放送されました)



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。
下記バーナーより簡単に匿名で回答できますので、ご協力を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