

(一社) せとうち観光推進機構 2018年度事業報告

2019.6.4

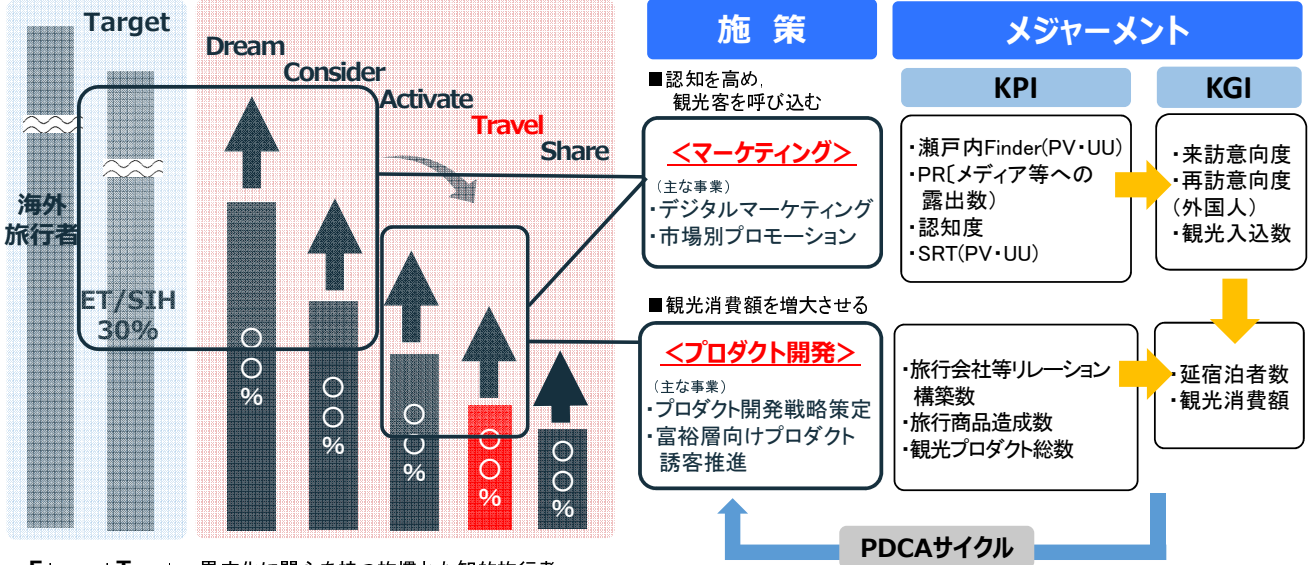
概況

- せとうち観光推進機構は、せとうちブランドの確立による域内の経済活性化と、豊かな地域社会の実現を目的とし、観光振興による交流人口の増加を通じて様々な産業と雇用の拡大を促し、自立的で持続的な成長循環の創出を図っている。
- 2018年度は、次の視点に基づき優先的に事業を実施。
 - ・ マーケティングの仕組みを有効活用し、ターゲットとする国・地域でのプレゼンスの向上と実際の集客につなげる
 - ・ プロダクト開発の知見とネットワークを再現性の高い仕組みを確立し、マーケティングとの接続により、商品造成からプロモーションまでのシステムを完成させる
- その結果、海外エージェンシーを活用したプロモーションにより、海外メディアでの露出が飛躍的に拡大し、来訪へつながる商品造成数も増えており、その効果測定もデジタルマーケティングにより把握できる状況となっている。
また、プロダクト開発は、域内の自治体、DMO、事業者と連携しながら、外国人旅行者のニーズに沿ったプロダクト開発の仕組みが確立しつつある。
- 今後、海外市場での認知・関心をさらに高め、認知・関心層を確実に来訪へ結びつけるための取組や、域内での満足度と消費増大のための魅力的なプロダクト開発を積極的に推し進めることにより、目標達成に向けて取り組んでいく。

せとうち観光推進機構の施策・メジャーメント

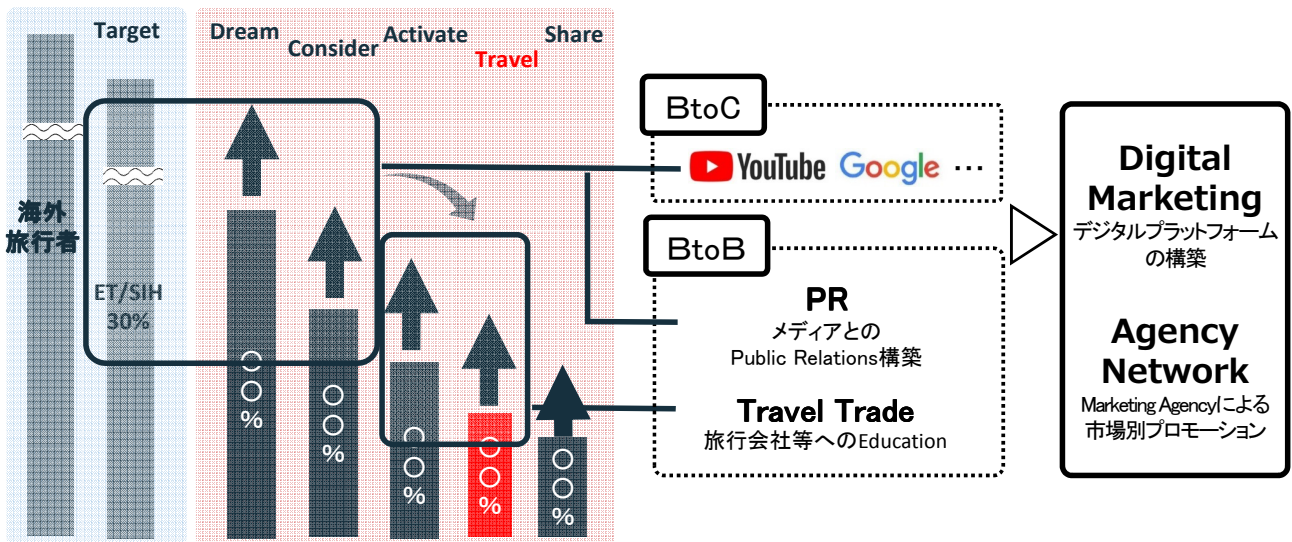
トラベルライフサイクル ~人が、その地を知り、旅行するまでのフェーズを5段階で整理

【出典】Brand USA 戦略構築上でベンチマークの一つとしている米政府観光局(BrandUSA)のマーケティング基本ロジック



Educated **T**raveler: 異文化に関心を持つ旅慣れた知的旅行者
Special **I**nterest **H**unter: 特定の趣味や関心事を目的とする旅行者

マーケティング



重点市場国



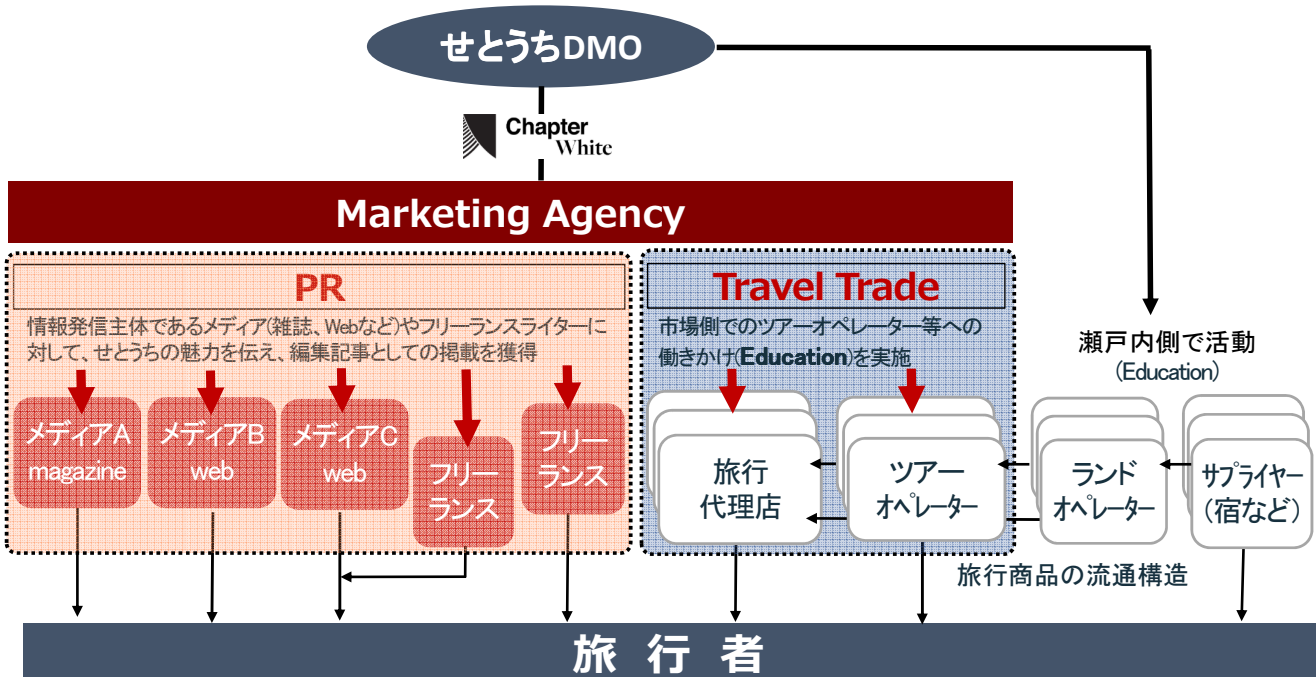
Digital Marketing

- マーケティングのデジタルプラットフォームとして、新たなWebサイト「SETOUCHI TRIP」を構築
- 海外に向けた動画コンテンツの配信や、Web・SNS等への広告・記事を掲載し、「SETOUCHI TRIP」へ流入させ、その結果を分析・検証(DMPの構築)し、成果を見える化



Agency Network

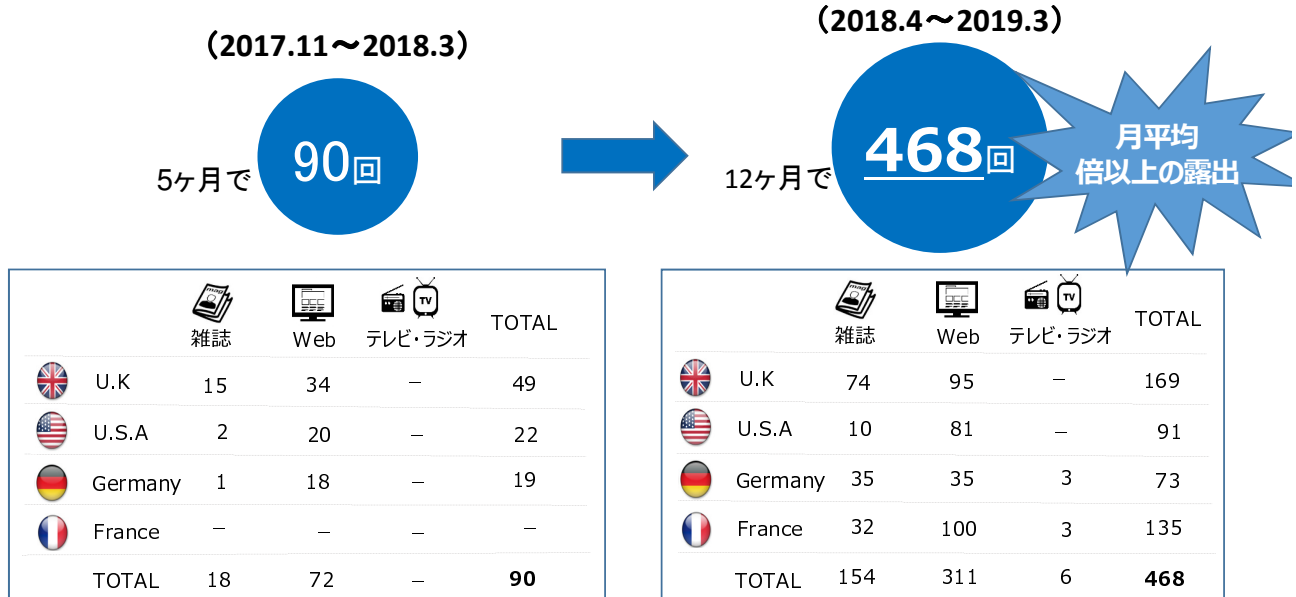
市場国の旅行業界に精通する **Marketing Agency** を市場ごとに設置し、メディアを中心とした **PR** と、旅行会社等への **Travel Trade** を効果的に展開



マーケティング～主な成果

媒体別メディア露出状況

昨年度から継続的に実施している現地メディアへのPR(Public Relations)活動により、メディア露出が大幅に増加するとともに、NEW YORK TIMESなど世界の旅行市場への影響力がとて大きい欧米の有力メディアに相次いで掲載され、行くべきスポットとして日本で唯一掲載される媒体などもあり、欧米における瀬戸内の認知度が高まってきている。



注: フランス市場は2018年度～

マーケティング～主な成果

媒体別メディア露出状況 (主な掲載事例)

The New York Times

WEB: 約6億PV/月
新聞: 約100万部/日

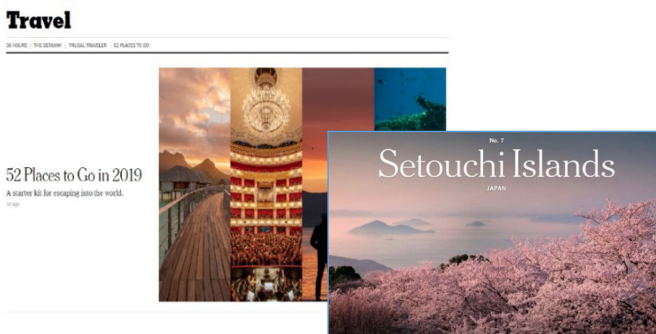
2019年行くべきデスティネーション52箇所の中で、
日本からは唯一瀬戸内がランクイン!

NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER

WEB: 月間PV: 8.2万PV
雑誌: 5.9万/copies each month

2019年行くべきデスティネーションBest19の
第1位にランクイン!

2019ラグビーワールドカップ開催エリアとしても紹介されています



The New York Times

世界最大の旅行観光情報出版社。世界初の専門的なガイドブックを出版した会社でもある。平均所得は10万ドルを上回り、Webの月刊平均PV数は2500万を誇る。米国のみならず、世界中から圧倒的な支持を受ける旅行誌。



NATIONAL GEOGRAPHIC TRAVELLER

「人と違った旅」「従来の旅ガイドではあまり紹介されてこなかった旅」を望む人たちに、究極の「新しい旅」のアイデアを提供する米国大手旅行雑誌のUK版。受賞歴を誇るジャーナリズムと写真で伝えるオーセンティックな旅の数々は、読者をインスパイアさせる。年間10冊発行される同雑誌は、イギリス国内で最も影響力のある旅行雑誌と認知され、2014・2015・2017年にはブリティッシュ・トラベル・アワードのベスト旅行雑誌賞を受賞。

マーケティング～主な成果

The Guardian 月間PV: 約8億PV



2019年行くべきデスティネーション
TOP40に日本がランクインし、瀬戸内が
瀬戸内国際芸術祭開催地として紹介

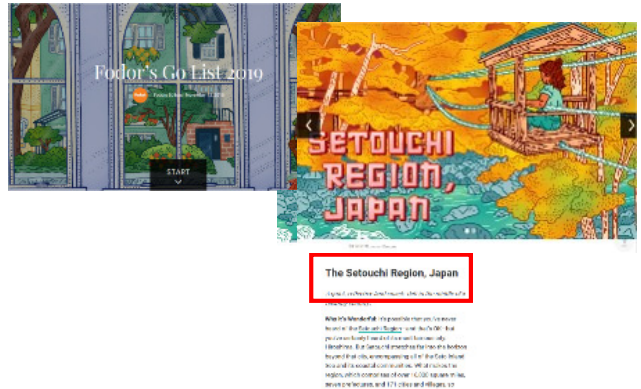


Fodor's Travel



月間PV: 1,500万PV

2019年行くべきデスティネーション
52選に日本で唯一ランクイン
瀬戸内国際芸術祭開催エリアとしても紹介されています



Fodor's

世界最大の旅行観光情報出版社。世界初の専門的なガイドブックを出版した会社でもある。平均所得は10万ドルを上回り、Webの月刊平均PV数は2500万を誇る。米国のみならず、世界中から圧倒的な支持を受ける旅行誌。

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

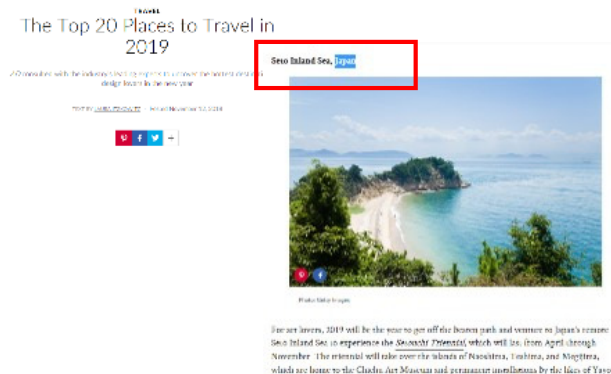
8

マーケティング～主な成果

AD 月間PV: 784万PV



2019年行くべきデスティネーション
TOP20に日本で唯一ランクイン
瀬戸内国際芸術祭開催エリアとしても紹介されています



Architectural Digest

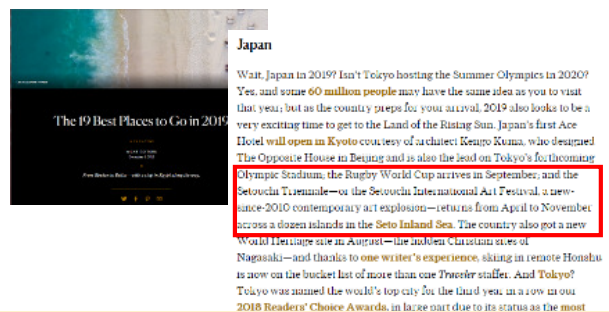
1920年に創刊された米国を代表する富裕層向けライフスタイル・デザイン誌。建築のみならず、インテリア、デザイン、旅行、アートに関するあらゆる内容を網羅し、世界中で支持される。

CONDÉ NAST Traveler

月間PV: 650万PV



2019年行くべきデスティネーション
Best19に日本がランクインし、瀬戸内国際
芸術祭開催地として瀬戸内エリアも
紹介



Conde Nast Traveler

平均世帯年収約10万ドルの高所得者を中心とした読者を持つ米国大手旅行誌の一つ。高品質の旅行、ホテル、レストラン、買い物などに関する最新情報を掲載し、月間発行部数は約80万部。「Travel+Leisure」や「National Geographic Traveler」と並び北米富裕層をターゲットとした米国有名旅行雑誌の一つ。

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

9

マーケティング～主な成果

旅行商品造成状況

ラグビーやアート関連の商品、四国エリアを多く組み込んだ旅行商品が造成されるなど、**40社**で計**64商品**の造成に繋がった。また、多くの旅行会社関係者に瀬戸内の情報をインプットでき販売できる状況になった。

	リレーション構築数※	新規商品造成数	平均商品単価 (航空運賃除く)
 U.K	41社	20社37商品	579,757円
 U.S.A	185社	4社5商品	768,623円
 German	234社	8社9商品	676,972円
 France	42社	8社13商品	243,346円
TOTAL	502社	40社64商品	Ave. 605,972円

※ リレーション構築数: 海外の旅行会社やツアーオペレーターに対して、セールスコール・セミナー・商談会・Famツアーへの参加等を働きかけ、商談できる関係が構築できた者 (2019年3月末時点)

全国平均
アジア: 15万円程度
欧米: 20万円程度

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

10

マーケティング～主な成果

主な旅行商品実績



Inside Japan Tours ~日本全般のツアーを扱うツアーオペレーター



RUCK & ROLLING INTO THE KNOCKOUTS (QUARTERS & SEMIS)

TOUR HIGHLIGHTS

- Travel that takes in four rugby matches: Quarter Finals 1 & 3, Semi-Finals 1 & 2 (excluding match tickets)
- Ride on the famous bullet train
- Visit the Akiyoshidai Plateau and Akiyosido Cave



- Have in depth guided tours in Tokyo, Fukuoka, Hiroshima and Kyoto
- Dine with a *maiko* (trainee geisha) in Kyoto
- Join our exclusive InsideJapan Tours rugby event
- Try your hand at *taiko* drumming
- Breakfast every day, two lunches & six dinners

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

11

マーケティング～主な成果



Gullivers Travel ～ラグビー等のスポーツ旅行を中心に扱うツアーオペレーター

商品名:「TANCHO TOUR – FOLLOW ENGLAND」

販売価格: £22,495(エアー代含む)



Rugby World Cup 2019™ > England Supporter Packages >

TANCHO TOUR – FOLLOW ENGLAND

DAY1~DAY5 SAPPORO, OSAKA

DAY6 OSAKA CITY TO KOBE CITY

DAY7 MUTC DAY IN KOBE CITY

DAY8 KOBE CITY

DAY9 KOBE CITY TO KYOTO CITY

DAY10~DAY23 KYOTO, KANAZAWA, TOKYO,

DAY24 TOKYO TO HIROSHIMA

DAY25-26 HIROSHIMA

DAY27 HIROSHIMA TO FUKUOKA CITY

DAY28~DAY48

FUKUOKA, OITA, OSAKA, TOKYO, KYOTO, YOKOHAMA

EXPERIENCE IT LIVE FROM

£22,495

per person
based on 2 sharing
Single Supplement: +£9345
50% deposit at time of booking
(or call us to discuss a phased deposit)

BOOK NOW

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL 12

マーケティング～主な成果

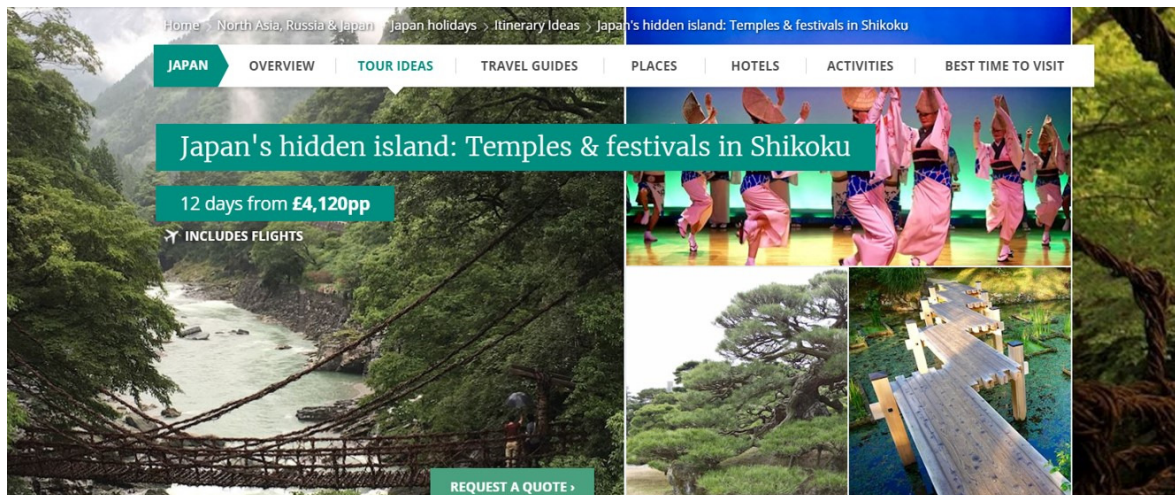


AUDLEY TRAVEL 日本への年間送客数: 約4,500人

日本滞在10泊中、瀬戸内エリア(四国)に8泊の商品を造成

商品名:「Japan's Hidden Island: Temples and festivals in Shikoku」

販売価格: £4,120(エアー代含む)



DAY1~2 東京、大阪

DAY3~4 徳島(徳島市、阿波踊り)

DAY5~6 香川(栗林公園、直島)

DAY7~8 徳島(祖谷)

DAY9~10 愛媛(松山、道後温泉)

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL 13

マーケティング～主な成果



Remote Lands

日本への年間送客数: 約250人

平和、アート、歴史をテーマとした商品
日本滞在5泊中、瀬戸内エリアに4泊

商品名: 「Peace, Art & History: Chugoku & Hiroshima」
販売価格: \$13,500(エアー代含まず)



6 DAYS
FROM
\$13,500
PER PERSON

[View more details >](#)

DURATION

6 days | 5 nights

INTERESTS

- Art
- Heritage

DAY1 広島(宮島、平和記念公園)

DAY2 島根

DAY3~4 岡山(倉敷美観地区、大原美術館)

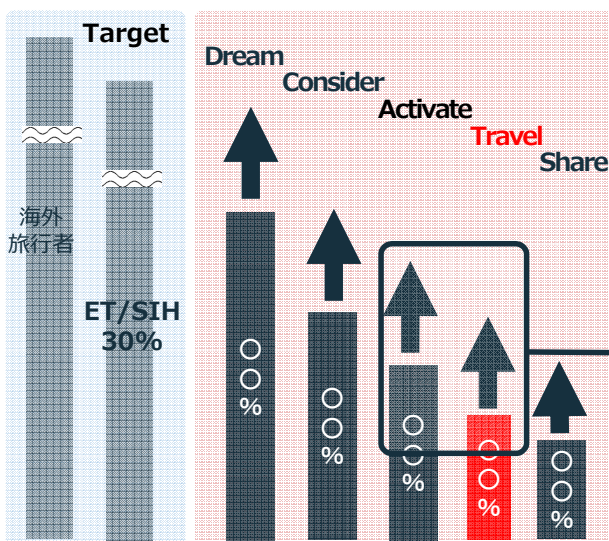
DAY5~6 香川(直島)

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

14

プロダクト開発

瀬戸内を訪問する外国人旅行者の ①観光消費額の増加、②滞在時間の延長、③満足度の向上を目指し、ターゲットとする欧米豪のET/SIH層に対して、訴求力の高いコンテンツを発掘し、付加価値を与え(プロダクト化)、旅行商品化することにより、瀬戸内の価値の最大化を図る



■ 認知を高め、観光客を呼び込む

<マーケティング>

■ 観光消費額を増大させる

<プロダクト開発>

- (主な事業)
- ・プロダクト開発戦略策定
 - ・富裕層向けプロダクト誘客推進



Educated **T**raveler: 異文化に関心を持つ旅慣れた知的旅行者
Special **I**nterest **H**unter: 特定の趣味や関心事を目的とする旅行者

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

15

プロダクト開発基本方針

プロダクト・バリューチェーンの構築～プロダクトを市場に供給する仕組みの構築

マーケット視点を取り入れて開発した良質なプロダクトをマーケティングを通して対象市場に訴求し、せとうちへ誘客～周遊を促進して地域消費を促し、地方創生を推進



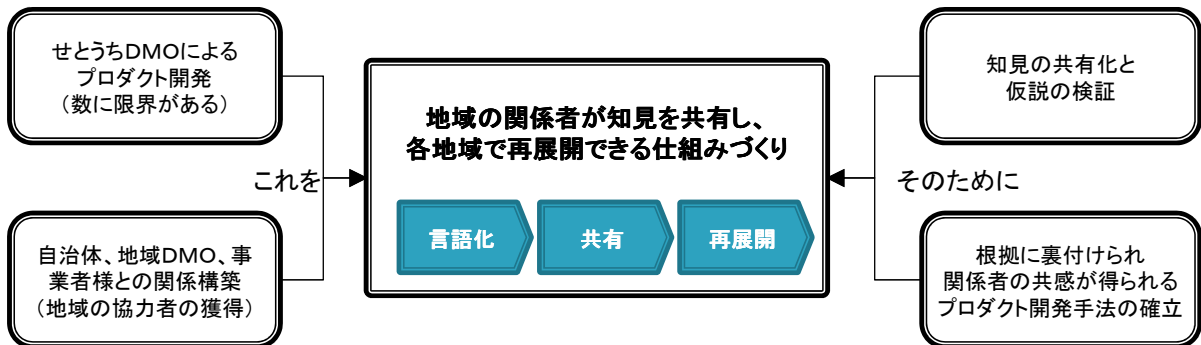
©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

16

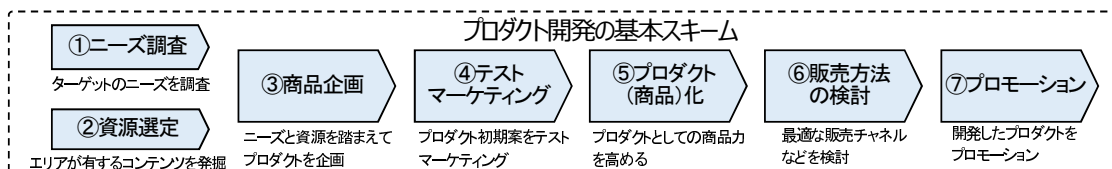
プロダクト開発戦略策定事業

滞在コンテンツの開発状況について現状を調査し、2020年に向けて瀬戸内地域で取り組むべき事業戦略案の策定と観光資源のプロダクト化の具体的手法を確立

- 事業アウトプット
- ①瀬戸内地域における観光プロダクトの充実に係る事業戦略
 - ②地域資源の発掘から旅行商品化までのプロダクト開発スキームの確立
 - ③ターゲット向け観光プロダクト化



プロダクト開発手法を言語化して関係者に共有し、連携・協力して良質なプロダクトを拡大再生産



©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

17

富裕層向けプロダクト誘客推進事業

富裕層をはじめとする海外からの誘客を促進するため、

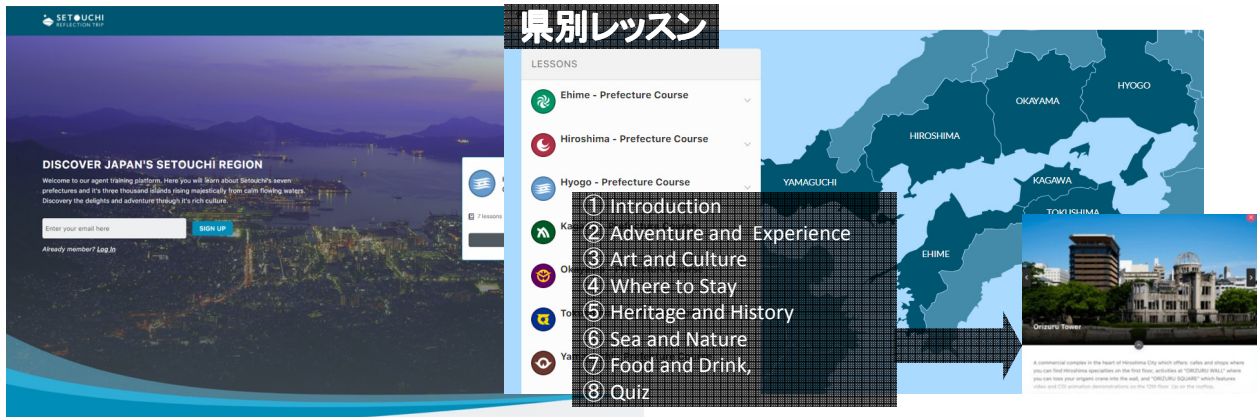
(1) 質の高い観光コンテンツ情報を収集・整理 / (2) E-ラーニングプログラムを作成

(1) 質の高い観光コンテンツ情報の収集・整理

- 「SETOUCHI REFLECTION TRIP」に既に掲載されているコンテンツ(既存コンテンツ)に加えて、富裕層を含めた欧米豪向けの質の高いコンテンツ(「特別感」がある、「背景のストーリー」が感じられる、本物のありのまま(日常)の体験など)を新たにリストアップ(新規コンテンツ)し、7県×6カテゴリー別(Adventure & Experience、Art & Culture、History、Where to stay、Sea & Nature、Food & Drink)に整理 <収集、整理コンテンツ数> 既存コンテンツ142 / 新規コンテンツ135
- 整理したコンテンツについて、情報・写真を各施設等に依頼して収集するとともに、英語、仏語に翻訳

(2) E-ラーニングプログラム

- 収集・整理したコンテンツをもとに、現地の海外旅行会社等がインターネット上で自己学習のできるセルフラーニングプログラム(E-ラーニングプログラム)を作成し、オンライン上で提供 (2019.3.26より英語版公開)



©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

18

プロダクト開発～主な成果

プロダクト開発戦略策定事業により、**27プロダクト**を企画

エリア	プロダクト
山口・萩 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大漁旗製作体験(色付け) ・ 150年の時を超え江戸時代から復刻！萩ガラス工房で忘れられない思い出を“刻む” ・ 漁師の奥様とのランチ&トーク
広島・岩国 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 神の島「宮島」を感じるツアー ・ 平和都市を感じ、体験するプライベートサイクリングツアー ・ 山賊になり山中で山の幸を味わう
しまなみ エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 隠れた現代最高峰アートの聖地を貸し切りでのんびり充足時間 ・ しまなみのんびり・アート&島時間サイクリングツアー ・ 干し柿の里で、ロハス時間
高松 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 盆栽の源流で学ぶ、「手入れ」の真骨頂 ・ 瀬戸内海の新鮮なシーフードを使った特別なディナーを堪能 ・ キャリア40年の庭師と歩く、ミシュラン三ツ星の栗林公園ガイドツアー
徳島 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 本来の手法を受け継ぐ藍染め職人を訪ね、大谷焼の甕で想い出の品を染める旅 ・ 熟練の職人に包丁オーダー体験
淡路島 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ くとうみ伝承の主役をお祀りする「伊弉諾神宮」でご祈祷と歴史を学ぶ ・ ミシュラングリーンガイド2つ星！受け継がれる淡路人形浄瑠璃500年の歴史を見て体験 ・ 伝統の香りを守る最後の職人と線香づくり体験や線香にまつわる歴史を学ぶ ・ くとうみの島 淡路島の米ぬかを使用した酵素風呂 日本の健康文化体験で体メンテナンス
神戸・姫路 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 大工の最高峰！宮大工と訪れる姫路城 ・ 日本最大規模！灘のけんか祭りを支える職人を訪問するツアー ・ 神戸茶会ハイキング
岡山 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 岡山の「じいじ」に教わる本格的な寿司の作り方体験と岡山の地酒の酒蔵見学とテイasting ・ 岡山・日生のアマモ場再生による里海学習体験 活動参加証明書付き ・ 岡山の本物の職人「備前焼の師匠」と「備前長船の刀匠」の世界に触れて、匠の技を体験する
松山 エリア	<ul style="list-style-type: none"> ・ 日本最古の歴史を誇る温泉、知られざる道後ナイトハイクと野球拳の宴 ・ 日本でここだけ！心と体のデトックス、大太鼓波動ヒーリング ・ 真言宗の別格本山「天空の宿坊・出石寺」で、早朝の雲海を眺める旅

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

19

プロダクト開発～主な成果

27プロダクト主なもの(モニターツアーの様子)



＜広島・岩国エリア＞
山賊になり山中で山の幸を味わう



＜徳島エリア＞
本来の手法を受け継ぐ藍染め職人を訪ね、
大谷焼の甕で想い出の品を染める旅



＜淡路島エリア＞
伝統の香りを守る最後の職人と
線香づくり体験や線香にまつわる歴史を学ぶ



＜岡山エリア＞
岡山の本物の職人「備前焼の師匠」と
「備前長船の刀匠」の世界に触れて、匠の技を体験する
©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL 20

プロダクト開発～主な成果

航空機自転車輸送用の受託手荷物専用ボックスを開発

せとうち観光推進機構が、自転車輸送用の受託手荷物専用ボックス(SBCON™ エスビーコン)を、日本航空株式会社、合同会社S-WORKS(以下「S-WORKS」)と共同開発。

国内線の団体旅行のお客様の受託手荷物用として、2018年8月より供用開始し、将来的には、個人のお客様にもご利用いただけるようにする予定。



SBCON™
Smart Bicycle Container



自転車をそのまま持ち込める旅客船「サイクルシップ・ラズリ」を導入

瀬戸内ブランドコーポレーションが、船舶保有会社「瀬戸内チャーター」を共同出資により設立し、サイクルシップを新たに建造

国際サイクリング大会「サイクリングしまなみ2018」(2018.10.28)の開催に合わせてデビュー



プロダクト開発～主な成果

インバウンド向け古民家宿泊施設の開発

せとうちブランドコーポレーションが、自治体や地域事業者との連携により、瀬戸内の歴史的資源を観光活用する宿ブランド「Setouchi Cominca Stays (せとうち古民家ステイズ)」を展開するとともに、海外での認知拡大に向けて情報発信



愛媛県内子町

明治時代に木蠟で栄えた町の古民家2棟をリノベーション
せとうちDMOが、内子町、地元NPO法人、金融機関と連携し、古民家の商業施設化を資金面からマーケティングまでトータルサポート

久 「久-HISA-」(ひさ)



Exterior

織 「織-ORI-」(おり)



Bedroom

広島県庄原市

庄原市と締結した観光地域づくりに係る包括連携協定に基づき、市や地域各団体からなる庄原古民家ステイ推進協議会と協働し、高品質な1組限定一棟貸し切りの宿泊2施設を開発



長者屋 (CHOJAYA) 外観

2019年9月1日開業予定
(6/4から予約開始)



不老仙 (FUROSEN) 和室
(イメージ)

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

22

プロダクト開発～主な成果

瀬戸内エリアにおける宿泊環境の向上

「せとうち観光活性化ファンド」による支援

広島北ホテル



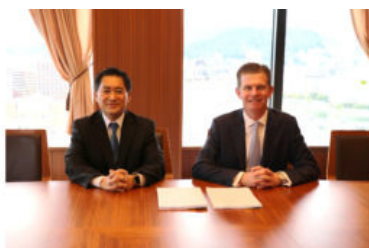
- 広島県北広島町へ資金支援
- 設備更新や、露天風呂付客室を増設(2室)

ホテルビスタ広島



ホテルビスタ松山

(仮称)



(運営受託契約調印式の様子、ホテルは2022年度夏開業予定)

中四国発 ヒルトン広島 を誘致

- 瀬戸内ブランドコーポレーション(2020年夏開業予定)設立したSPC「藤見町開発合同会社」と、ヒルトンが運営受託契約を締結
- ホテル建設に係る資金支援も実施

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

23

プロダクト開発～主な成果

四国最大級

「四国水族館」の開業を支援

(2020年春開業予定)



- 香川県の瀬戸大橋のたもとのうたづ臨海公園内に建設
- 瀬戸内海に沈む美しい夕陽や瀬戸大橋も楽しめる 新たな観光拠点 となることを目指す

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

24

プロダクト開発～主な成果

「瀬戸内のアートと島を感じる旅」を商品化

“ヨット愛好家”のマーケットだけでは採算が...

瀬戸内国際芸術祭の期間以外の集客が...
島間の移動が多く、その手段の工夫が...

外国人向けのユニークなプロダクトがほしい
瀬戸内エリアのプレーヤーとのリレーションが...

合同会社 瀬戸内ヨットチャーター

NPO法人 瀬戸内こえびネットワーク

ランドオペレーター EXO TRAVEL



高見島
TAKAMIJIMA



沙弥島
SHAMIJIMA



瀬戸内国際芸術祭
こえび隊



高松港
TAKAMATSU PORT

- 瀬戸内ならではのアイランドホッピングとアートを組み合わせた島旅の楽しみ方を提案
- せとうちDMOが、課題を持つプレーヤーの発掘とその連携をコーディネートし、ツアー造成をサポート (外国人観光客視点を重視し、宿泊場所の選考やヨットでの食事などを総合的にディレクション)

移動手段 カタマランヨット ガイド アートと島好きが集まるNPO「こえび隊」
旅行会社 DMOネットワークで紹介

©2019 Setouchi DMO All rights reserved. | CONFIDENTIAL

25

プロダクト開発～主な成果

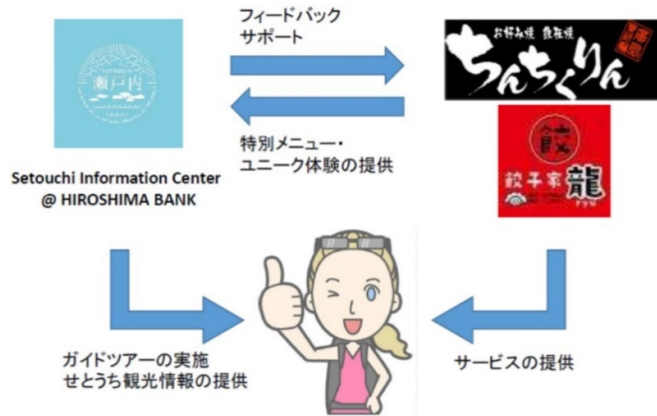
瀬戸内の夜の過ごし方を提案

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

訪日外国人の「日本の夜を楽しみたい」「日本食を楽しみたい」ニーズに応えるため、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」スタッフのガイドによる飲食店ツアーを2019.2.25から開始

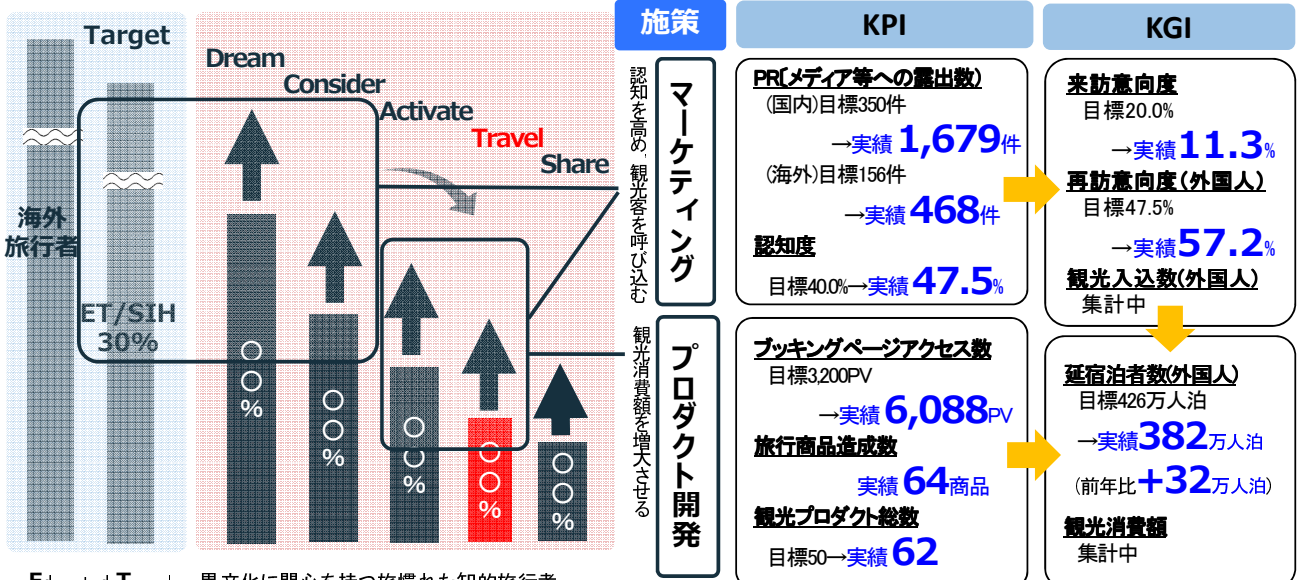


▲観光案内所ガイドツアーの様子



KPI・KGIの状況

トラベルライフサイクル



Educated Traveler: 異文化に関心を持つ旅慣れた知的旅行者
Special Interest Hunter: 特定の趣味や関心事を目的とする旅行者

事業報告の付属明細書

2018 年度事業報告においては、「一般社団法人及び一般財団法人に関する法律施行規則」第 34 条に定める「事業報告の内容を補足する重要な事項」に該当するものはない。

2019 年 5 月

一般社団法人せとうち観光推進機構