

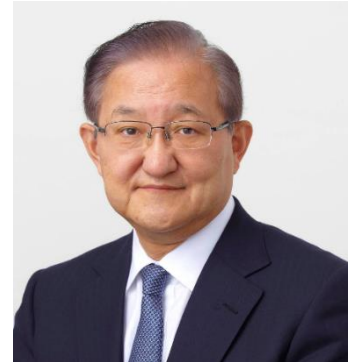


2022

## 新年のご挨拶

新年あけましておめでとうございます。旧年中は、せとうちDMOの活動にご理解とご支援を賜り、誠にありがとうございました。

昨年、せとうちDMOは発足から5年が経過し、既に次の5年に入っています。せとうちDMOは、発足時から欧米豪をメインターゲットに誘客促進と供給整備の両面から取り組みを進めて参りましたが、この2年間は新型コロナウイルス感染拡大の影響により、インバウンド・国内観光も含め、観光業は大きなダメージを受けました。昨年からは国内観光も含めた取り組みを進めているところですが、最終的にインバウンドに繋がるような「withコロナ」、「afterコロナ」を見据えた取り組みを強化していくことが必要だと考えています。



2025年には大阪・関西万博が開かれます。瀬戸内海は1934年に日本初の国立公園として指定され、2024年には指定から90周年を迎えます。皆様と今一度、瀬戸内海全体の資源・設備を見直し、海外から注目される着地整備など、活性化の議論を進めていかなければなりません。

今年は瀬戸内国際芸術祭もあり、せとうちエリアに注目が集まるチャンスです。せとうちDMOとして、将来も見据えながら県や参画企業の皆様と議論し、しっかりと瀬戸内観光の成長を図って参りたいと思います。

本年も宜しくお願い申し上げます。

一般社団法人せとうち観光推進機構 会長 真鍋 精志

## 新年のご挨拶



新年あけましておめでとうございます。旧年中は瀬戸内ブランドコーポレーションの活動にご理解とご支援を賜り、誠にありがとうございました。

昨年は、新型コロナウイルスの感染拡大に伴い観光は大きな打撃を受ける形になりました。それだけでなく、観光客の価値観や行動が大きく変化したことで、観光業界は変革を迫られています。

弊社は、開業以来「瀬戸内ブランド確立」のために数多くの観光コンテンツを瀬戸内エリアの事業者様と共に展開してまいりましたが、今年は私達自身が大きく変わらなければこの難局を乗り切れないとの思いを強く抱いています。世界の観光地は、この状況をビジネスチャンスとして捉え、次のステージに行動を移していることでしょう。

私たちも、これからの競争に勝ち抜き「瀬戸内」が世界で輝くために、結束して行動に移す時だと考えておりますので、本年も引き続き倍旧のご厚情を賜りたく、お願い申し上げます。

株式会社瀬戸内ブランドコーポレーション 社長 井坂 晋

# 「2022年 with・afterコロナに向けて！ わが県のいいところ」

2022年with・afterコロナの時代に備え、瀬戸内7県における観光情報を紹介していきます。

## 兵庫県



兵庫県では、2023年7～9月、JRグループ6社と地元自治体、観光事業者等が一体となって全国から誘客を図るデスティネーションキャンペーン（DC）が開催されます！

テーマは『私の感動、その先へ。兵庫テロワール旅』。2022年は、それに先立ちJR西日本と連携したプレDCとして“兵庫テロワール旅”を盛り上げます。

“兵庫テロワール旅”で提案するのは、各地域に根差した食や文化を味わい楽しみながら、それらが生まれたルーツや背景を探り、受け継いできた人の想いや技術に触れる旅。大地からの恵みへの感謝を実感できる旅。…それは、あなたの価値観やライフスタイルに影響を与えるような出来事になるかもしれません。「私の感動、その先へ。」さあ“兵庫テロワール旅”へ出発しましょう。

下記情報を利用して“兵庫テロワール旅”へ！

◎公式ガイドブック2021秋冬号『おいしいひょうごがすき』

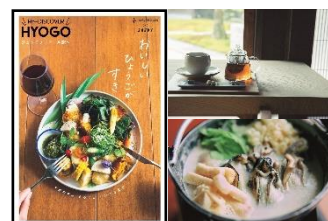
<https://www.hyogo-tourism.jp/feature/>

◎ひょうご観光本部公式Instagram

[https://www.instagram.com/hyogonavi\\_official/](https://www.instagram.com/hyogonavi_official/)



3月までにお出かけなら  
但馬産松葉ガニを、ぜひ現地で。



Re-DISCOVER HYOGO  
『おいしいひょうごがすき』



## 岡山県

岡山県では、2022年の7月から9月にかけて、県内各地で「岡山デスティネーションキャンペーン」を開催します。

岡山には、ミシュラン・グリーンガイド・ジャポンで三つ星認定された「岡山後楽園」や、白壁の町並みが美しい「倉敷美観地区」、西日本屈指の高原リゾート地「蒜山高原」をはじめとする雄大な自然、美作三湯を中心とする温泉地など、魅力あふれる観光素材がたくさんあります。

岡山の豊かな自然や温泉、歴史、町並み、アート、フルーツなどに安心して触れ、体験していただけるよう感染症対策を施しつつ、新しい旅のスタイルに対応した様々な企画をご用意しますので、皆様のお越しを心よりお待ちしております。

詳しくは、岡山観光WEB内の岡山デスティネーションキャンペーン特設サイトをご覧ください。

★特設サイトアドレス：<http://www.okayama-kanko.jp/dc/>

〈問い合わせ〉岡山デスティネーションキャンペーン推進協議会事務局

TEL：086-233-1802



岡山デスティネーションキャンペーン  
2022.7.1 ☉ ▶ 9.30 ☉



蒜山スターウォッチング



mt project

※イメージです



吹屋ふるさと村



# 広島県

広島には、原爆ドームや宮島などの観光名所、牡蠣やお好み焼などのグルメだけではなく、会うと元気もらえるような魅力的な人々がたくさんいます。

そこで、広島県観光連盟（HIT）では、“人に会いに行く新しい旅”を提案する新しい観光ガイド本「ひろしま元気本」を昨年12月に発売しました。

SNSで一般公募をした157名の中から、アウトドアの達人や、ストリートパフォーマンス、難病を乗り越えたサンバダンサーの方など23名が登場しています。

取材、編集、出版までオール広島で制作しました。  
一部の書店やアマゾン、楽天等で販売中です。価格は1,650円（税込）是非ご覧いただき、人に会いに行く新しい旅をお楽しみください。

出版社：株式会社ミチコーポレーション

【「ひろしま元気本」発売のお知らせ】

<https://www.hiroshima-kankou.com/news/961>



ひろしま元気本



# 山口県

『山口県』では『プレミアム宿泊券』の発行など観光需要の回復に向けた取組を強力に進めてきました。本年も、さらに多くの方に山口県の豊かな自然、多彩な観光資源、豊富な山の幸と海の幸を楽しんでいただけるように、新たに割引率30%の「やまぐち割引宿泊券」を、中国、四国、九州地方を対象に発行いたします。（1月5日から抽選受付を開始します。）

また、コロナ禍で生まれた新たな旅行ニーズに対応するため、宿泊施設の高付加価値化等を図る設備投資に対して本県独自に補助を行うなど、アフターコロナを見据えた取組に対しても重点的に支援します。山口県へのお越しを心からお待ちしております！

★やまぐち割引宿泊券HP：<https://waribiki.ikouyo-yamaguchi.jp/>



山陰線観光列車「OOのはなし」  
【山口県萩(は)～長門(な)～下関(し)間】



秋吉台でのアクティビティ  
【セグウェイ】【山口県美祿市】



唐戸市場【山口県下関市】

# 徳島県

昨年10月、県土の約4分の3を森林が占める徳島県に、自然や木の文化を活かした「おもちゃ」が満載の体験型美術館「徳島木のおもちゃ美術館」が誕生しました！！豊かな森林から受ける恩恵や木の知識、徳島ならではの木の文化や遊びを通じ、考え、学ぶことができる美術館となっています。徳島すぎの香り溢れる心地良い空間で、五感を通じて感じる木のぬくもりや魅力をお楽しみください。

また、本県では冬の風物詩「だるま朝日」が見られるシーズンを迎えています。だるま朝日とは、大気と海水の温度差が大きいときに海面から立ち上る水蒸気で光が屈折し、太陽がだるまのように見える現象のことです。ある一定の条件下でしか見ることができない珍しい現象なので、見た方に幸運をもたらすと言われています。運良く見ることができれば、2022年が素晴らしい年になるかも？



木のおもちゃ美術館



だるま朝日



# 香川県

瀬戸内海の12の島と2つの港を舞台に開催される現代アートの祭典「瀬戸内国際芸術祭2022」が4月に開幕します。

今回は、作品鑑賞パスポートをデジタルパスポートアプリ「通称：瀬戸芸デジパス」でも販売しています。

## ■会期

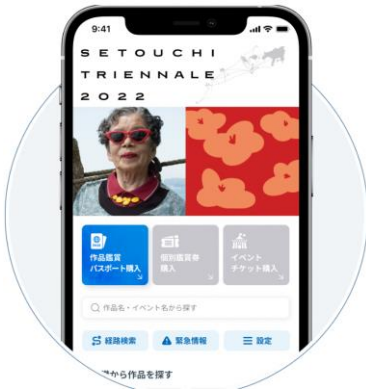
春会期：2022年4月14日（木）～5月18日（水）（35日間）

夏会期：2022年8月5日（金）～9月4日（日）（31日間）

秋会期：2022年9月29日（木）～11月6日（日）（39日間）

■公式サイト <https://setouchi-artfest.jp/>

■瀬戸芸デジパス <https://setouchi-artfest.jp/visit/passport/>



瀬戸芸デジパス

また香川県は建築も見どころがたくさんあります。

中でも「香川県庁東館」は、2021年8月にニューヨーク・タイムズ・スタイル・マガジンの特集「世界で最も重要な戦後建築25作品」の一つとして、日本の建築として唯一掲載されるとともに、2021年11月に国の文化審議会において、重要文化財に指定するよう答申されました。

世界的な建築家、丹下健三氏による日本の伝統的な建築様式を意識した設計となっています。ぜひこちらもお見逃しなく。



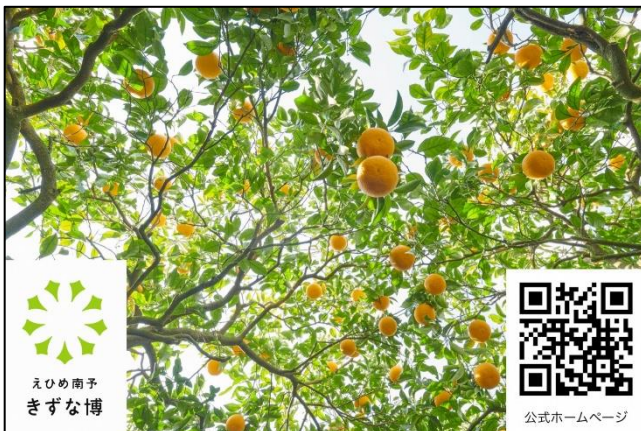
写真：小池 大

# 愛媛県



愛媛県では、県南西部・南予地域の9市町及び関係団体とともに、平成30年7月豪雨災害で被災した南予地域への元気づけと、復興の過程で生まれた地域内外の人々との絆の強化や交流の持続的拡大を図るため、本年4月24日（日）から12月25日（日）までの期間、「えひめ南予きずな博」を開催します。

音楽イベントや舞台公演などのシンボルイベントや、地域の自然や食などを活用した観光交流イベントを実施するなど、南予の魅力を発信するとともに、ウィズコロナ時代の新たな誘客、受入態勢の構築に取り組んでいきます。





## 「瀬戸内ちよい先旅」キャンペーンを開催します！

一般社団法人せとうち観光推進機構では、瀬戸内域内の周遊旅行促進を目的に、SNSを活用した「瀬戸内ちよい先旅」キャンペーンを開催します。

### 【キャンペーン概要】

瀬戸内の魅力が伝わる自然、温泉、宿、グルメ…などの旅行をしたときの写真をFacebookまたはInstagramに指定したハッシュタグ（#瀬戸内ちよい先旅）と撮影場所がわかるタグや表記をつけて投稿すると、抽選で瀬戸内の名産品が当たります。

名称：「瀬戸内ちよい先旅」キャンペーン

応募方法：①瀬戸内の魅力が伝わる自然、温泉、宿、グルメ…などの旅行をしたときの写真をFacebookまたはInstagramに指定したハッシュタグ（#瀬戸内ちよい先旅）と撮影場所がわかるタグや表記をつけて投稿

※投稿は公開アカウントで全員が見れる状態の投稿のみが対象となります。

②応募ボタンをクリック後表示されるフォームに投稿アカウントを入力しアンケートに回答

※瀬戸内賞・山陽エリア賞（兵庫・岡山・広島・山口）・四国エリア賞（徳島・香川・愛媛）・各県賞の当選は、賞に該当する県の旅行と写真投稿をした応募者のみ当選対象となります。（瀬戸内賞・山陽エリア賞・四国エリア賞はいずれか1県での旅行と写真投稿でも当選対象となります。）

※複数の県をまたぐ旅行をされた方による応募は、瀬戸内賞、エリア賞の当選対象になるほか、旅行したそれぞれの各県賞の当選対象ともなります。

※1アカウントにつき複数投稿をされても1応募といたします。

※ただし、キャンペーン期間内に複数回の旅行をした場合、その都度アンケートフォームに旅行内容を登録の上、投稿頂くことは可能です。

応募期間：2022年1月17日（月）～2022年3月13日（日）

結果発表：当選者にはキャンペーン終了から2週間以内に投稿されたSNSあてにDMを送付

当選人数：111名様

商品：旅行された県ごとに抽選を行い、当選者を確定いたします。  
瀬戸内賞（2名様）：選べる瀬戸内のお土産セット（4商品）  
山陽エリア賞（2名様）：選べる山陽地方（兵庫、岡山、広島、山口）のお土産セット（2商品）  
四国エリア賞（2名様）：選べる四国地方（徳島、香川、愛媛）のお土産セット（2商品）  
各県賞（105名様）：選べる各県のお土産（各県1商品ずつ）

※キャンペーンの詳細はこちら

<https://setouchifinder.com/ja/2022tyoisaki/>

尚、本キャンペーンは新型コロナウイルス感染症の拡大を受け、一時中断、又は中止になることがございます。

## 瀬戸内Finder 12月人気記事



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



ここでしか手に入らないお菓子『観音寺まんじゅう』

香川県



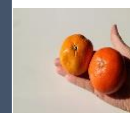
知る人ぞ知る、幻の銘菓『岩まん』

山口県



岡山銘菓『調布』は岡山人が愛するあの名店で！

岡山県



香川で生まれた奇跡のみかんは紅くて甘い！その名も『小原紅早生』

香川県



渓谷・トンネル・鉄橋が美しい、武田尾温泉を目指すプチ冒険！

兵庫県



## メディア掲載実績

■瀬戸内Finder、広島ホームテレビが運営する「ひろしまリード」と連携  
11月30日 読売新聞オンライン 他

### ★2020年メディア掲載ランキング

（雑誌、メディア、web含む）  
1位 瀬戸内ブランド登録商品  
2位 SOIL SETODA  
3位 ひろしまリードとの連携  
4位 瀬戸内フェア  
5位 せとうちライター

昨年も多くのメディアへ取り上げられました。

今年も地域の皆様を元気づけ、多くのメディアに掲載されるよう頑張ります！

## 国内事業OTA最新情報

せとうち観光推進機構では、コロナ禍後の反転攻勢に向けた欧米豪誘客（備え⇒攻め）とコロナ禍に対応する国内誘客を2021～2023年度の基本戦略とし、様々な取り組みを進めています。特に今年度はコロナ禍を受けた「新たな旅のスタイル」に最大限対応するため、7県との連携により瀬戸内の魅力を伝えるテーマ・コンテンツ等の再洗い出し・絞り込みを意識しており、目標達成するためにプロモーションを進めながら着地整備を強化しております。今回は国内誘客の柱となる事業の内容および進捗状況をご紹介します。※せとうちDMONEWS11月号にて一度共有しましたが、1月号にて最新の情報を改めて共有します。

### ◆事業名

「新たな旅のスタイル」に対応した瀬戸内らしい滞在コンテンツ企画開発・流通環境整備事業

### ◆事業概要および目的

大都市圏在住者等のワーケーション・プレジャー等のコロナ禍における「新たな旅のスタイル」に対するニーズを検証し、そのニーズに対応する地域の特色を活かした滞在コンテンツを発掘・企画開発する。

また「新たな旅のスタイル」に対応する滞在コンテンツをOTA等を活用して市場への流通を促進する。

### ◆アウトプットおよびアウトカム

#### ・アウトプット

体験プログラム造成 2 1 件以上（7県各 3 件）

宿泊と体験プログラムを組み合わせた宿泊プラン造成 4 2 件以上（7県各 6 件）

#### ・アウトカム

体験プログラムと宿泊プランの利用者数計1,000人以上、売上額2,000万以上

※期限2022年3月31日まで

上記アウトプット目標に対して12月15日時点で体験プログラム造成 3 0 件、宿泊プラン造成 1 1 2 件（連携宿泊施設 4 7）がOTA上に掲載され販売中です。

### 【OTA掲載状況】※赤字分が変更

- ①じゃらん 10月15日より4か月間特集掲載→2022年3月末まで延長
- ②楽天トラベル 11月22日より2か月間特集掲載→2022年3月末まで延長
- ③日本旅行 11月15日より4か月間掲載中

加えて現在「WEB・SNS情報発信事業」と連携し、カスタマーに向けて随時情報発信中です。



↑ じゃらん特集ページ(10月15日～)

<https://www.jalan.net/jalan/doc/news/button/1279424802/>



↑ 楽天トラベル特集ページ(11月22日～)

[https://travel.rakuten.co.jp/movement/area/setouchi/202111\\_taiiken/](https://travel.rakuten.co.jp/movement/area/setouchi/202111_taiiken/)

↑ じゃらんにて10月15日以降新たに販売開始となったコンテンツ

徳島県 / 牟岐町

**自然から命をいただく  
大切な学び**



CLICK

ハンタートレッキング「現役猟師と行く、プチ猟師体験！」

徳島県 / 三好市

**お湯とヨガで  
心も体もほかほか**



CLICK

オンラインヨガ&温めぐりでメンタルリフレッシュ  
～5カ所入れる湯めぐりバスポートで湯治気分～

兵庫県 / 豊岡市

**初めての方でも簡単！  
ふわふわの雪を歩いてみよう**



CLICK

ガイドと行く！プライベートスノーシューツアー

香川県 / 小豆島

**館長がじっくり案内してくれる  
美術館ガイドツアー**



CLICK

醬の郷現代美術館 石井館長貸切ガイドツアー  
(小豆島フォーカスポイントマップ付き)



# せとうちDMOメンバーズ×週刊ホテルレストランコラボ事業 「新規事業や新商品のコンセプト開発研修」を実施しました。

この度、週刊ホテルレストランとのコラボレーションを行ない、「新規事業や新商品のコンセプト開発」をテーマに全6回の新研修プログラムを開催しました。

地域が持つ魅力をどう引き出し、経済的な潤いを地域の中でどう循環させていくか。本質的な「地域の魅力」のあり方を学び、地域の価値を最大限に活かした事業計画・商品企画のコンセプトをつくり上げていく実践型のプログラムで、地域の魅力を最大限に活かしたコンセプト開発手法を学び、実際のアウトプットまでを手掛けていく研修です。

地域ブランディングや星野リゾートでのコンセプト開発支援を手掛ける南雲氏を講師として招いて実施しました。

10/8～12/3の約2か月間にわたる研修で、この研修を通じて、**地域独自の魅力が整理されている「魅力の相関図」、地域独自の魅力が詰まった「コンセプト企画書」**を各受講者に作成いただき、最終回の発表会にて発表いただきました。

**宿泊事業者様による地域産品コラボの新たな挑戦、着地型商品事業者様の新商品企画**など、自分たちの地域の魅力を知ってほしい！企画内容を感じてほしい！と受講者皆様からの熱のこもった発表で、講評者、事務局一同、感謝感激でした！！

引き続き、皆様の事業に活かせる研修を企画していきます。

## 研修：新規事業や新商品の「コンセプト開発」研修

日程：2021年10月8日（金）～12月3日（金）までの全6回

形式：オンラインセミナー（最終回はハイブリッド開催）

講師：  
地域ビジネスプロデューサー  
慶應義塾大学講師  
元星野リゾート広報  
南雲 朋美 氏



▲オンラインセミナーの様子



▲成果物の一つ「魅力の相関図」  
オンラインホワイトボードツールを活用



▲発表会はリアル/オンラインのハイブリッド形式で行いました。

## プログラム内容

<b>第一回</b> 10月8日（金） 17:00-19:00	オリエンテーション & 地域資源と地域文脈の発見	土地独自の地域魅力の在り方と成り立ちの関係性を学びます。本質的な地域の魅力は、その土地の「土」「地形」「歴史」と密接に関係しています。そのロジックを理解していただきます。
<b>第二回</b> 10月22日（金） 17:00-19:00	地域の魅力の相関図づくり	オンラインホワイトボードツールMiroを使いながら、地域資源の「魅力の相関図」を作ります。
<b>第三回</b> 11月5日（金） 17:00-19:00	デザインアプローチ & コンセプトメイキング	① 魅力の相関図の発表。 ② デザインアプローチの方法をコンセプト、ビジョン、ミッションの考え方から学びます。
<b>第四回</b> 11月12日（金） 17:00-19:00	マーケティングの基礎	目指す事業の市場規模はどのくらいなのか。そこから自分の事業はいくら売り上げを立てることが可能なのかなどの算出方法や知っているようで知らないマーケティング戦略を学びます。
<b>第五回</b> 11月19日（金） 17:00-19:00	企画書の作成	① 前回の宿題の発表と質問。 ② ワーディング、写真の撮り方、ベースとなる企画書の作り方を学びます。
<b>第六回</b> 12月3日（金） 13:00-17:00	発表会と講評	企画書を発表していただきます。観光、メディア、金融などの多様な業界関係者をお呼びし、企画をブラッシュアップするための講評をいただきます。

## 訪日旅行企画担当者を招請したFAMツアーを開催

新型コロナウイルス感染症拡大により訪日旅行が困難な状況の中、アフターコロナ後の反転攻勢に向けて、せとうちDMOがターゲットとしている欧米豪市場における瀬戸内旅行商品の造成に向け、国内に拠点を置く旅行会社の訪日旅行企画担当者等を招請したFAMツアーを、12月5日から8日の間、広島～愛媛～山口を周遊するコースで実施しました。（12月15日～18日には①兵庫・徳島・香川、②香川・岡山・広島を周遊する2コースを実施しました。次号ご紹介予定です。）

実施にあたっては、感染症対策を行いながら、アフターコロナにマッチする各県の観光施設や宿の視察、アクティビティを体験いただき、商品造成に向けてのPRができたFAMツアーとなりました。

引き続き、瀬戸内の多種多様な魅力を伝えながら、アフターコロナに向けて事業を推進してまいります。

### 愛媛・広島・山口コース



愛媛：NIPPONIA HOTEL大洲城下町視察



愛媛：内子のまちなみ散策



愛媛：クラウンブリッジ（来島海峡大橋）サイクリング



広島：Azumi Setoda視察



広島：SEA SPICA乗船



山口：錦帯橋視察



山口：玄濟寺で座禅体験



山口：セグウェイツアーin秋吉台



山口：功山寺視察

#### 【FAM行程】

- 12/5 大洲（NIPPONIA HOTEL大洲城下町視察等）～内子（まちなみ散策等）～道後温泉本館&飛鳥乃湯泉～今治市内泊
- 12/6 クラウンブリッジ（来島海峡大橋）サイクリング～来島海峡急流観潮船～Azumi Setoda視察～SEA SPICA乗船～広島市内泊
- 12/7 岩国（甲冑体験、錦帯橋、岩国寿司体験、村重酒造視察等）～山口（瑠璃光寺五重塔）～山口市内泊
- 12/8 山口（玄濟寺座禅&写経体験）～秋吉台（セグウェイツアー）～長府（武家屋敷、功山寺、長府毛利邸視察等）



## 2021年12月の新規瀬戸内ブランド登録商品について

一般社団法人せとうち観光推進機構では12月に瀬戸内ブランド登録商品として新たに3社3商品を登録しました。

これにより、瀬戸内ブランド登録商品として累計で食品等343事業者の1062商品、サービス24事業者の42商品が登録されたこととなります。(販売終了商品を含む)。

なお、瀬戸内ブランド登録制度では、瀬戸内エリア特有の「自然(島や内海)」、「食」、「歴史」といった資産をもとに、創意工夫によって開発され、瀬戸内ブランドのアイデンティティを体現するような商品(サービス商品は受付終了)を登録基準に基づき瀬戸内ブランドの商品として登録しております。

これにより「瀬戸内」のブランド価値を向上させ、広く国内外に認知が広まることを目指しています。

※「瀬戸内ブランド登録制度」については、せとうちDMOのHP内掲載：

<https://setouchitourism.or.jp/ja/service/product/>

令和3年度12月 瀬戸内ブランド登録商品【新規】登録商品一覧表

No	商品名	所在地(県・市)	企業名
1	瀬戸内限定 亀田の柿の種 牡蠣れもん味	新潟県新潟市	アジカル株式会社
2	かき醤油味付のり	広島県海田町	広島海苔株式会社
3	野菜生活100 Smoothie せとかMix	愛知県名古屋	カゴメ株式会社



# 瀬戸内アカデミー報告

## 瀬戸内アカデミー：第35回「パソナグループ地方創生チャレンジの歴史」

今回の瀬戸内アカデミーでは、「パソナグループ地方創生チャレンジの歴史」をテーマに、株式会社パソナグループの松村様にご登壇いただき、かねてより東京一極集中の是非について叫ばれている中、全国的に話題になった「淡路島」への本社機能の一部移転など、パソナグループが取り組んできた「人材誘致による地方創生」について、動画も交えながら大変分かりやすくご紹介いただきました。「地方創生の取り組みについて大変勉強になった」「淡路島の魅力を再発見した」など多数のご好評の声を頂きました！



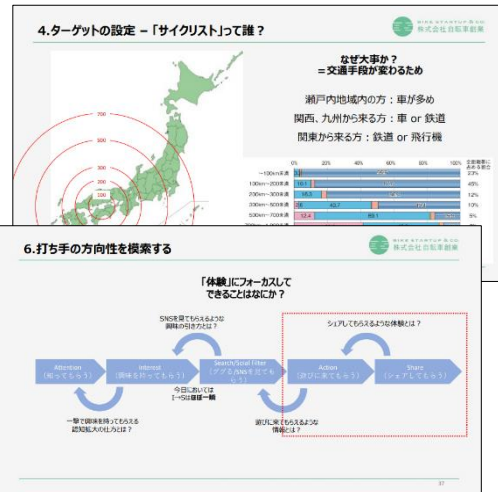
**淡路島で目指すこと**

- 1. 人材育成**  
「人創りは国創り」「国生みの島から学びの島へ」
- 2. 雇用創造**  
「ハイブリッドキャリア」を実現する
- 3. 文化創造**  
「豊かな社会のあり方」を創る

- ◆日時：2021年12月2日（木）14時～15時
- ◆講師：松村 卓司 氏  
株式会社パソナグループ  
常務執行役員

## 瀬戸内アカデミー：第36回「今更聞けないサイクルツーリズム入門編～サイクリストを引きつけるためには？～」

地方創生の可能性を秘めた「サイクルツーリズム」全国各地にさまざまなサイクリングロードが設置されるといった動きも積極的に行われています。今回のアカデミーでは10年近くにわたってサイクリスト向けのイベントを開催し、サイクリストの生の声とデータに触れ続けてきた株式会社自転車創業の吉田様にご登壇いただきました。「自転車を楽しむ人の視点」から、サイクリストを誘客するために必要なターゲット層の設定・分析や、サイクリストが求めているコトなど、大変わかりやすくご紹介いただきました。



- ◆日時：2021年12月7日（火）14時～15時
- ◆講師：吉田 圭佑 氏  
株式会社自転車創業  
自転車メディアFRAM  
プロダクトマネージャー



## 瀬戸内アカデミー：第37回「ゴミゼロを目指す自治体（徳島県上勝町）及び提携企業の具体的な取り組みについて」

今回の瀬戸内アカデミーでは、昨今注目の「SDGs」を具現化する取り組みを長く行っている、徳島県上勝町をテーマに、株式会社BIG EYE COMPANY 共同代表 小林様にご登壇いただき、ゴミとは何かを問いかける、世界に類を見ない上勝町ゼロ・ウェイストセンターのプロジェクトの始動から現在に至るまでの軌跡をご講演いただきました。



また、後半ではサーキュラーエコノミー分野の具体的な事例紹介等もしていただきました。「上勝町まで実際に視察に行きたい」「環境問題について大変勉強になった」など多数のご好評の声をいただきました！

- ◆日時：2021年12月16日（木）14時～15時
- ◆講師：小林 篤司 氏  
株式会社BIG EYE COMPANY 共同代表

※2021年10月からの瀬戸内アカデミーは月3回の開催を予定しております。ぜひご覧ください！

- 1月13日（木）：宿泊施設の持つ可能性を追求～宿泊客と地域をつなぐ瀬戸内の隠れ家リゾートの取り組み～（仮）
- 1月20日（木）：地域連携による観光振興施策（仮）
- 1月27日（木）：「限界集落を救え！」行政・地域社会・民間企業が三位一体となった食を通しての地域活性化（仮）



# 海外メディア29媒体で掲載されました！

11月は欧米市場29媒体で、瀬戸内エリアの記事が紹介されました。(内訳は、アメリカ：4、イギリス：9、フランス：5、ドイツ：11) コロナ禍において、海外旅行が大幅に制限されている昨今ではありますが、瀬戸内エリアへの関心は根強く、世界的に人気の高い旅行ガイドブック「Lonely Planet」が発表する2022年にお勧めの旅行先「Best in Travel 2022」の地域部門で「四国」が第6位に選出されました。また、イギリス老舗新聞「The Independent (オンライン版)」や、フランス最大手通信社「AFP通信」でも瀬戸内に関する記事が取り上げられるなど影響力のある露出となりました。その他においても、瀬戸内ならではのアートや食を中心に数多く掲載頂きました。

## 英「Lonely Planet」

月間閲覧者数：  
約1,400,000PV



< Welcome to our 2022 Best in Travel list >  
(2022年お勧めの旅行先へようこそ)



### Shikoku

The birthplace of revered ascetic and founder of the Shingon Buddhist sect Kūbō Daishi (774-835), Shikoku (四国) is synonymous with natural beauty and the pursuit of spiritual perfection. It's home to the 88 Sacred Temples of Shikoku, Japan's most famous pilgrimage.

### 掲載内容

世界的に人気の高い旅行ガイドブック「Lonely Planet」が発表する2022年にお勧めの旅行先「Best in Travel 2022」の地域部門で「**四国**」が**第6位に選出されました**。

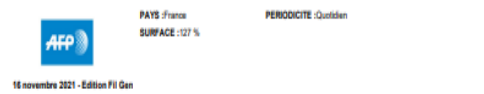
<https://www.lonelyplanet.com/japan/shikoku> 2021/11/1掲載

## 仏「AFP」

< La Japan National Tourism Organization (JNTO) propose d'explorer un aspect unique de l'hébergement au Japon : les temples et les châteaux >



(JNTOが紹介するユニークな宿泊施設：寺院や城)



L'Europe. Ce résultat extrêmement positif a permis de révéler le potentiel commercial de l'hébergement en château.

Le château a officiellement commencé à offrir des nuitées au début de cette année. Un unique groupe d'invités peut y séjourner pendant la nuit, ce qui leur permet d'avoir le château pour eux seuls tout en respectant les règles de distanciation sociale. La nuitée luxueuse avec deux repas (y compris un dîner fusion franco-japonais à base de fruits de mer frais locaux) coûte environ 70 000 JPY (620 USD) par personne.

Depuis la lointaine époque Nara, Hirado est la porte d'entrée entre le Japon et le monde. Aujourd'hui, la ville continue de proposer aux voyageurs un aperçu de son histoire et des merveilles inédites.

Château d'Osuz (ville d'Osuz, préfecture d'Ehime)

Comme sous le nom de "Petit Kyoto dans la région d'Iyo", la ville d'Osuz regorge de beautés naturelles et historiques. Son château a commencé à proposer des nuitées l'an dernier sous la direction d'une société hôtelière. Pour qu'ils puissent connaître l'expérience complète d'un seigneur du château, les clients sont accueillis à l'aéroport par le personnel de l'hôtel, conduits au château dans une voiture de luxe et accueillis à la porte par une troupe de samouraïs. Les invités peuvent même se déguiser en enfant des armures de samouraï ou des kimonos pour jouer le rôle d'habitants du château.

Un séjour au château d'Osuz comblera les clients de nostalgie et d'enchantement.

### 記事概要

大洲は、「伊予の小京都」と呼ばれ、歴史と自然の美しさにあふれた町。大洲城では昨年からは管理会社の運営のもと宿泊ができるようになった。



【愛媛】大洲城

2021/11/16掲載

## 英「The Independent」

月間閲覧数：  
約90,000,000PV



< JAPAN CONVERTS BUS INTO MOBILE SAUNA TO REVIVE FLAGGING PUBLIC TRANSPORT >

(日本ではバスを移動式サウナに改造し、低迷する公共交通機関を復活させた)



### 掲載内容

【兵庫】神姫バス (サウナバス)

<https://www.independent.co.uk/travel/news-and-advice/japan-bus-sauna-public-transport-b1958583.html>

2021/11/16掲載

## 米「LYX PLANET」

月間閲覧数：  
約250,000PV



< JAPAN'S NEW CULINARY HOTSPOT- SETOUCHI >  
(日本の新しい料理のホットスポット - 瀬戸内)



### 掲載内容

【兵庫】神戸牛、南京町【岡山】バラ寿司、吉備団子【広島】お好み焼き、牡蠣の水揚げ体験【香川】うどんタクシー、おいり、ヤマロク醤油

<https://www.lyxplanet.com/japans-new-culinary-hotspot-setouchi/>

2021/11/4掲載

その他の記事は、サイト「SETOUCHI REFLECTION TRIP」の「In the News」をご覧ください。

<https://setouchitrip.com/news>

# DMO社員企業の活動紹介（株式会社リクルート）

いつもDMO NEWSをご愛読いただきありがとうございます。今回は私、田代の出向元である株式会社リクルート旅行 Divisionの「**じゃらんリサーチセンター**」に関して紹介いたします。

じゃらんリサーチセンター(JRC)は、旅行に関する調査・研究をし、観光産業および地域経済の発展に寄与することを目的として活動 <https://jrc.jalan.net/>

## ◆宣言および使命

**変わる地域の、力になります。**

世の中が変わっても、地域が元気であり続け、いま以上に輝くためにも、守ることと、変えること。私たちは、日本中の「変わる決意」に伴走します。



<p>JRCのメソッド 1</p> <p><b>みつける</b></p> <p>今ある魅力の再発見</p>	<p>JRCのメソッド 2</p> <p><b>そだてる</b></p> <p>新しい魅力の形成</p>	<p>JRCのメソッド 3</p> <p><b>つたえる</b></p> <p>伝達力の強化</p>
---	--	--

## <情報発信>

『とーりまかし』（季刊情報誌 年4回発行）



## ◆活動領域



## ◆具体的な活動内容（一部抜粋）

<調査データ> <https://jrc.jalan.net/surveys/>

### じゃらん宿泊旅行調査

観光などを目的とした宿泊を伴う旅行実態を把握するために1年に1回、一般消費者を対象として行っている調査です。

※2005年より毎年実施



### 「新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」調査

新型コロナウイルス感染症（COVID-19）拡大の国内宿泊旅行への影響度を旅行者の視点から測り、回復期に向けた具体的施策に役立てていただくために、インターネット調査を実施しました。



<研究プロジェクト> <https://jrc.jalan.net/research/>

地域、県との役割分担で存在意義が見えてくる広域連携DMOについて考えよう

日本でDMOの制度が生まれ、初の候補法人が登録されてから今年で5年。

商品造成や環境整備を担う地域DMO、地域連携DMOとは大きく役割の異なる広域連携DMOについて、その意義やあるべき姿を考えてみよう。



インバウンド再開に備え、世界水準のデジタル手法を実践、SNS活用で進化する広域連携マーケティング

新型コロナウイルス流行により旅行需要が落ち込む中、各国政府や地域の観光組織が特に注力しているのがフェイスブックやインスタグラムなどのSNSである。日本においても広域連携DMOと県や市が横断的に連携、国内外のニーズに沿ったコンテンツを収集し発信する、需要回復期に備えた新たな取り組みをレポートする。

