

インタビュー=水上 圭

瀬戸内ブランドコーポレーション社長に聞く 観光振興を軸とした地域活性化事業の展開

「瀬戸内を一つの企業と捉え 企業価値の最大化を推進」

観光コンテンツ開発に伴う資金需要にはファンドで対応

穩

やかな内海とそこに浮かぶ無数の島々――。両者が織りなす多島美の世界こそ瀬戸内最大の魅力だ。しかし、年間2000万人を超える外国人観光客のうち、この美しい内海を目指して日本を訪れる人はまだ少ない。

そうした中、観光を軸とした地方創生を目指し、今年4月、前代未聞の広域連携プロジェクトが動き始めた。「せとうちDMO」のスタートである。

DMOとは「Destination Management/Marketing Organization」の略で、観光地域の活性化を目的に、戦略策定、各種調査、マーケティング、商品開発、プロモーションを一体的に実施する組織。せとうちDMOは、日本初の本格的な「広域DMO」といわれる。

せとうちDMOの一翼を担う「瀬戸内ブランドコーポレーション」は、地域の観光事業者に対する事業支援が主な役割であり、瀬戸内地域7県(兵庫・岡山・広島・山口・徳島・香川・愛媛県)の地

元銀行が出資の中心である企業。本インタビューでは、水上圭・代表取締役社長に、設立の目的や背景、事業内容などについて話を伺った。

せとうち観光推進機構と本格的DMOを構築

――まずは、せとうちDMOの誕生、ならびに瀬戸内ブランドコーポレーション設立の背景や経緯などからお聞かせください。

水上 せとうちDMOの構築は、2013年4月に「瀬戸内ブランド推進連合」を設立したことに端を発します。この推進連合は、瀬戸内ブランドの確立に向け、国内外へのプロモーションと広域連携事業に取り組むことを目的に設立されました。

推進連合では、ネットを活用した地元観光情報の発信をはじめ、瀬戸内クルーズやしまなみ海道を中心としたサイクリングロードのガイドブック作成、量販店での特産品フェアなど、瀬戸内の魅力を体感できるイベントの開催に幅広

く取り組んできました。

その後、観光関連事業を展開する民間企業の支援のためには、民間の知見・ノウハウを活用していくことが必要だということになり、地元銀行である中国銀行、広島銀行、山口銀行、阿波銀行、百十四銀行、伊予銀行、みなと銀行は、日本政策投資銀行とともに観光活性化に関する協定を締結。瀬戸内ブランドコーポレーションの前身である「事業化支援組織」を立ち上げて、事業支援の具体策について協議を重ねてきました。

そして、瀬戸内ブランド推進連合は民間人をトップに招聘し「せとうち観光推進機構」に、事業化支援組織は「瀬戸内ブランドコーポレーション」にそれぞれ組織を変更し、この二つの組織を核とする「せとうちDMO」が今年4月に誕生したわけです。

――せとうち観光推進機構と瀬戸内ブランドコーポレーションとの役割分担はどうなっていますか。

水上 従来型の観光振興事業は県単位で取り組んでいるため、連携がないことが課題です。その点、

