

(一社) 那智勝浦観光機構 2021 年度 (令和 3 年度) 事業計画



心を遠くへ。  
那智勝浦町

## I 目次

組織作り (P.3~P.4)

マーケティング事業 (P.5~P.7)

プロモーション事業 (P.8~P.12)

受入体制整備事業 (P.13~P.16)

収益事業 (P.17)

実証事業 (P.18)

## II 事業計画

### 1. 組織作り

2020年度は、4月に組織設立後、新型コロナウイルス感染拡大の影響により組織作りのスケジュールが変更になる中、専門部会の設立や会員組織の創設など組織体制を構築した。同年10月には、「観光地域づくり候補法人」として観光庁への登録を達成した。2021年度は、社員・理事を増員し、社員総会及び理事会の機能強化を図る。さらに、7つの専門部会を本格的に運営し、集計データなど様々な情報の共有やヒアリングを行い、会員（サポーター）の募集、観光庁や県観光連盟、他の観光地域づくり法人や町内の関係組織とも引き続き連携することで、観光地域づくり法人（登録DMO）への登録に向けて更なる組織体制の充実を図る。

<那智勝浦町長期総合計画との関連>  
Ⅲ産業 1観光(1)「稼いで潤す」観光地域づくりの推進

#### (1) 観光地域づくり法人（登録DMO）への本登録

「観光地域づくり候補法人」へ登録されたことに伴い、2021年度は、「観光地域づくり法人」への本登録を目指す。

#### (2) 社員・理事の増員

現状3名の社員、4名の理事及び監事を社員17名、理事及び監事14名に増員し、意思決定の高度化及び多様化を図ることで、時代の変化を的確に捉えた組織運営を行う。

#### (3) 理事会の開催

収支予算、実施事業計画、各種規程など重要事項を審議し、的確な業務執行の意思決定を行うため、適宜理事会を開催する。

#### (4) 専門部会の開催

各種調査結果など様々な情報の共有を行い、当機構の事業について合意形成を図るため、必要に応じて、以下7つの専門部会を開催する。

部会名	目的
宿泊部会	滞在型観光地づくりを目的に宿泊事業者が連携して観光客の利便性向上のためのサービス開発や実行、地域生活者の雇用機会の拡充と生活向上に関する当機構の事業についての情報共有及びヒアリングを目的とする。
飲食部会	滞在型観光地づくりを目的に飲食事業者が連携して観光客の利便性向上のためのサービス開発や実行、地域生活者の雇用機会の拡充と生活向上に関する当機構の事業についての情報共有及びヒアリングを目的とする。
文化財・歴史部会	那智勝浦町内の歴史・文化財などに関する当機構の事業についての情報共有及びヒアリングなどを目的とする。

観光資源・体験部会	那智勝浦町内の観光資源・体験などに関する当機構の事業についての情報共有及びヒアリングなどを目的とする。
物販・特産品部会	滞在型観光地づくりを目的とした観光客の利便性向上につながるサービスの開発及び実行、旅マエ・旅アト消費につながる魅力的な商品開発及び販路拡大に関する情報共有及びヒアリングなどを目的とする。
交通部会	観光客の交通利便性向上を実現するためのサービス開発、実行及び観光客の交通安全を実現するための情報共有及びヒアリングなどを目的とする。
施設・環境整備部会	那智勝浦町内の観光に関するインフラ整備についての情報共有、ヒアリング及び那智勝浦町内の観光に関するインフラ整備に伴い検討する必要がある交通安全及び防犯対策に関する施策の検討を目的とする。

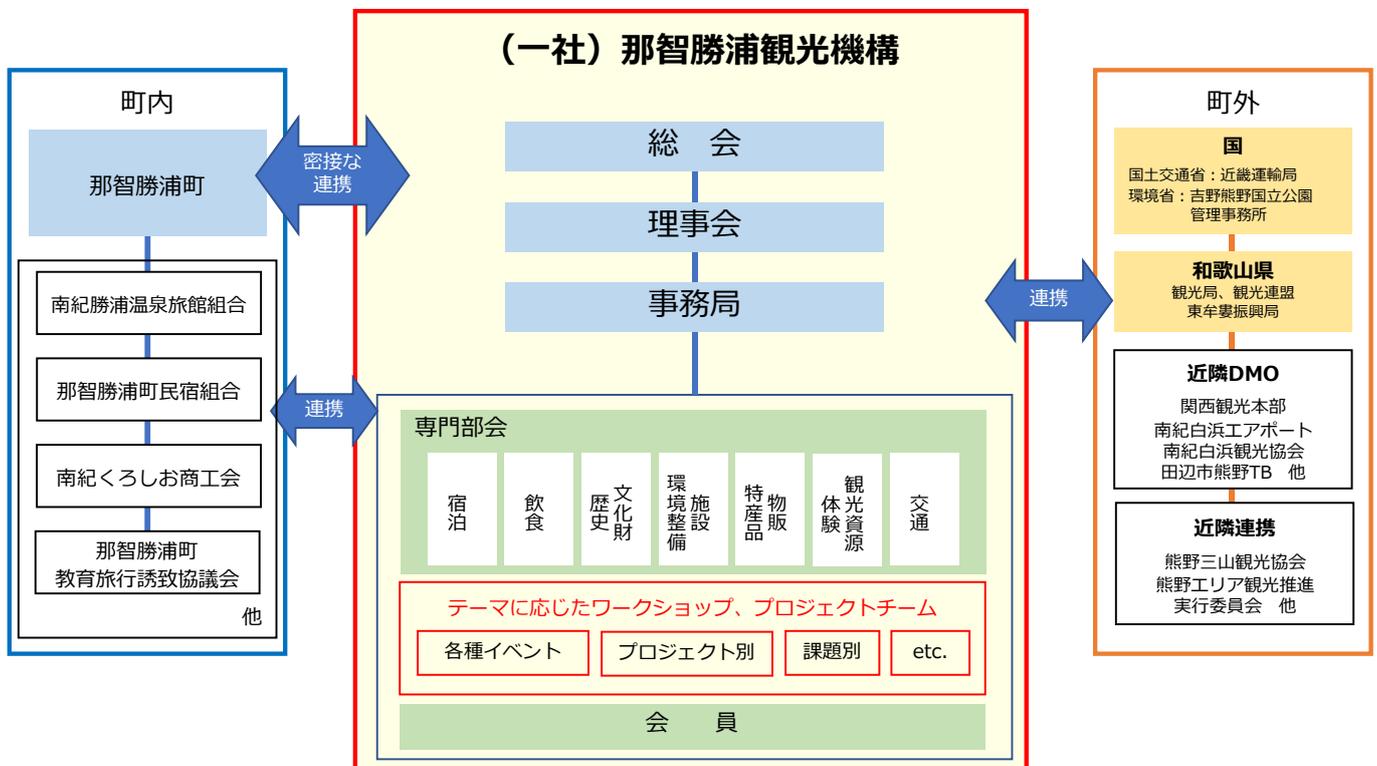
### (5) NACKT 会員（サポーター）募集

町内外の事業者及び個人から幅広く NACKT の活動をサポートいただくため、2021 年度も引き続き会員（サポーター）の募集を行う。

### (6) 町内外の組織との連携

2021 年度も引き続き、町内外の関連団体等と積極的にコミュニケーションを取り、連携強化に努める。

#### <実施体制図>



## 2. マーケティング事業

4つの調査を実施して、那智勝浦町への誘客や消費拡大を進めるべく、変化の著しい旅行者の消費実態を的確に把握する。さらに、調査結果に国、和歌山県等の観光統計・宿泊統計を加えて分析を行い、マーケティングに基づく観光戦略を策定し観光地域づくりを推進する。関係人口の増加、リピーターの CRM（顧客関係管理）を進め、持続可能な観光地経営を目指す。

<那智勝浦町長期総合計画との関連>  
Ⅲ産業 1 観光(1)「稼いで潤す」観光地域づくりの推進

### (1) 宿泊施設利用者統計調査 <新規：改善>

宿泊施設が提供する宿泊者数（日本人・外国人）データを観光庁・和歌山県が発表する統計と比較し多角的な検証を行う。

■調査期間：通年

■調査方法：毎月 25 日までに、前月分の結果を各施設から NACKT に提出していただく。

※南紀勝浦温泉旅館組合加盟施設は、同組合にて取りまとめ提出していただく。

■調査項目：延べ宿泊者数（日本人・外国人）、宿泊者の居住都道府県（外国人の場合は国）、延べ日帰り客数、教育旅行受入数とその内容

### (2) 来町者アンケート調査 <継続>

来町者に対してアンケート調査を行うことで、来町者の属性や満足度、町内での動態を把握しプロモーション戦略に活かす。また昨年度の結果と比較することで、設定した KPI を検証し、PDCA サイクルを回す。

■調査期間：2021 年 7 月～12 月 ※6 か月間

■調査方法：町内にアンケート QR コード（宿泊客用と日帰り客用の 2 種）を掲示し、アンケートに回答すると、「抽選でまぐろが当たる！」というキャンペーンを実施する。

■調査項目：旅行消費額、満足度、リピーター率、体験型観光の参加率、町内回遊率、平均宿泊日数、道の駅利用率、宿泊客と日帰り客の属性や旅マエの動態 他

■想定予算：160 万円

### (3) ウェブサイトアクセス解析調査 <新規>

NACKT 公式ウェブサイトのアクセス状況を集計し、サイト訪問者の利用状況や傾向を分析することで、目的にあった情報が提供されているかを確認し、テーマを決めた情報発信につなげていく。

■調査期間：通年

■調査方法：公式ウェブサイトのアクセス解析を専門家に委託し、毎月分析結果の提供を受ける。

■調査項目：「設定したターゲット層が、ウェブサイト上でどのような行動を行っているのか」「町内での観光コンテンツが、ターゲット層に人気があるのか」「サイト閲覧者のうち何人が宿泊施設ページを閲覧しているのか」 他

■想定予算：66 万円（サイト管理費含む）

#### **(4) 町民観光地満足度調査 <新規：改善>**

昨年度、試験的に実施した町民観光地満足度調査から「シビック・プライドの醸成」の必要性が浮き彫りになった。2021年度は対象を広げて再度実施することで、調査の精度を上げ「住んでよし、訪れてよし」の持続可能な観光地づくりを実現するための戦略づくりに活用する。

■調査期間：未定（2021年度内に一度実施する。）

■調査方法：アンケート QRコード付きの回答依頼書を、町内戸別回覧で回す。QRコードに対応できない方のために、紙アンケートを NACKT 事務所、観光案内所、那智勝浦町役場にて配架。

■調査項目：「観光地として魅力的だと思うか」「観光が振興することで、自分の生活も豊かになると思うか」「将来、町の観光業で働きたいと思うか（対象：未就業者）」 他

※シビック・プライドとは：

直訳すると「町に対する町民としての誇り」であるが、単に町に対する「愛着」や「まち自慢」だけではなく、「自身が観光地域づくりに関わっている」という責任感を持つことでもある。シビック・プライドが醸成されると、町民一人ひとりが訪れてくれる観光客に対して「笑顔でおもてなしをしよう！」と思うなど、町全体の観光客受入体制が進んでいくと考えられている。

#### **(5) ターゲティングの変更**

観光客のターゲティングは「首都圏女性」「欧米豪の個人客」「アジア富裕層」「関西圏自然派層」の順に設定しているが、長引くコロナ禍を考慮し、昨年度の調査結果も踏まえ、2021年度は以下の通り変更及び追加する。それぞれのターゲットのニーズや観光動態に合わせたプロモーションと受入環境整備を行う（ただし、新型コロナウイルス感染症拡大状況に合わせ、臨機応変に変更する）。さらに、高速道路の延伸や南紀白浜空港拡充によるターゲット地域の範囲の拡大を行う。

【変更】

##### **① 関西圏自然派層（個人客若年層）**

■昨年度の調査結果：

- 宿泊では大阪からの観光客数が圧倒的に多く、また観光消費額も高い。
- 和歌山県内からの日帰り観光客の観光消費額が高い。

##### **② 愛知県〈追加〉及び首都圏女性（主に個人客若年層）**

■昨年度の調査結果：

- 日帰り、宿泊ともに愛知県からの観光客が多く、また観光消費額も高いため、新たに愛知県を追加した。
- コロナ禍が影響した理由と考えられるが、首都圏からの観光客は少ないものの、観光消費額は高い。

##### **③ 募集型団体ツアー客（主に熟年層）**

■昨年度の調査結果：

- コロナ禍でも、首都圏から中部エリアにかけての混載シニア募集型ツアーは一定数の来町があった。
- 那智山エリアは、圧倒的な支持を熟年層から得ている。

【追加】

① 教育旅行

■昨年度の調査結果：

- 2019年度と比較し、2020年度は約11倍の教育旅行が来町した。(ガイドツアー依頼分で調査)
- ニーズに合わせて、受入環境を整備すれば、引き続き多くの教育旅行を誘致できると予想される。

② 在日外国人（個人客）

コロナウイルス感染拡大の影響により「欧米豪の個人客」「アジア富裕層」の入国が困難であることを考慮し、在日外国人を新たなターゲットとする。在日外国人プロモーションを展開する中でコロナ収束後のインバウンド誘客が回復をすることを見据えプロモーションを行う。さらに、コロナ収束後のインバウンド誘客に備えプロモーションを行う。

③ ロケット見学者

スペースポート紀伊（串本町）から発射されるロケットを見学する観光客をターゲットとした新たなマーケットの掘り起こしを行う。

### 3. プロモーション事業

2020年度に策定したブランドビジョン「心を遠くへ」のブランディングを進め、マーケティング戦略に基づき効果的なプロモーションをGOTOトラベルキャンペーン、和歌山県の観光キャンペーンとともに那智勝浦町役場や関係団体等と協力しながら実施していく。また、新型コロナウイルス感染症拡大の状況に合わせて、安全・安心な運営体制と参加システムを構築し、イベントの開催を行っていく。

#### (1) 広告宣伝 <新規> (予算：240万円)

<那智勝浦町長期総合計画との関連>  
Ⅲ産業 1観光(2)観光宣伝の強化(効率・効果的PRの実施)、(和歌山県観光連盟との連携強化)

##### ●昨年度の調査結果●

- 日帰り、宿泊ともに若者の来町比率がとても低い。その中でも泊まらず日帰りの率が高い。
- 日帰り客の来町目的は、圧倒的に「生まぐる」が1位である。
- 宿泊客若者の一定数は、町内の世界遺産に興味がある。
- 日帰り客若者が那智勝浦町を知るきっかけは、圧倒的にInstagramが多い。
- SNSの中で効果があるのは、Instagram。Facebookはほぼ効果がない。Twitterは男性に影響がある。他

##### ① デジタル広告

- ターゲット：個人客（関西圏自然派層、愛知県・首都圏女性、在日外国人）
- 方法：効果の高いInstagramのストーリー広告等への出稿や有料プレスリリース等を、専門家を交えて検討し実施する。

##### ② 現地プロモーション

- ターゲット：個人客（関西圏自然派層、愛知県・首都圏女性）
- 方法：和歌山市、大阪、名古屋、東京などで行われる合同現地プロモーションに参加する。
- 想定連携団体：和歌山県観光連盟、和歌山県観光局、南紀白浜観光協会、わかやま紀州館等

##### ③ 各種商談会やキャラバンへの参加

- ターゲット：団体客（募集型シニア向けツアー、教育旅行）
- 方法：和歌山県等が主催する商談会に参加する。
- 想定連携団体：和歌山県観光連盟、和歌山県観光局、和歌山県体験型教育旅行誘致協議会、わかやま紀州館等

## (2) 広報

<那智勝浦町長期総合計画との関連>

Ⅲ産業 1 観光 (2)観光宣伝の強化 (効率・効果的 PR の実施)、(和歌山県観光連盟との連携強化)

Ⅲ産業 1 観光 (4)世界遺産広域連携 (和歌山県等との広域連携を図り PR の強化)

### ●昨年度の調査結果●

- >日帰り、宿泊ともに旅マエの情報源として「和歌山県公式サイト」の利用が多い。
- >町内の回遊率がとても低い。
- >宿泊者が那智勝浦を知るきっかけは、雑誌や TV などの従来型メディアの割合が高い。
- >日帰り客若者が那智勝浦町を知るきっかけは、圧倒的に Instagram が多い。他

### ① 撮影・取材・画像貸し出し・記事校正対応 <継続>

昨年度に引き続き那智勝浦町の魅力を届けるため、テレビや雑誌、ガイドブックの取材撮影協力や、情報、写真素材の提供及び記事校正を行う。また、圧倒的に那智山エリアの撮影や画像提供依頼が多いため、依頼を受けた際には他エリアの情報も提供する。

### ② わかやまフィルムコミッション HP (和歌山県観光連盟) への掲載数増<新規>

和歌山県観光連盟が運営する「わかやまフィルムコミッション HP」に町内のおすすめ撮影スポット掲載数を増やす。

### ③ 「わかやま観光」(和歌山県公式 HP) へプレスリリース<新規>

(予算：想定無し)

和歌山県公式サイトが旅マエの情報源とされることが多いため、2021 年度は、メディアへのプレスリリースの際、和歌山県観光連盟にもリリースする。

### ④ 公式 SNS による情報配信 <継続>

昨年度に引き続き、公式 SNS での情報発信を行う。特に Instagram に力を入れ、宿泊誘致を狙って、宿泊施設や早朝、夜に関する投稿数を増やす。

## (3) 販促

<那智勝浦町長期総合計画との関連>

Ⅲ産業 1 観光 (2)観光宣伝の強化 (効率・効果的 PR の実施)、(和歌山県観光連盟との連携強化)

那智勝浦町観光企画課と連携し、下記①～③の宿泊客誘致と④の町内消費促進を行う。

### ①団体宿泊旅行誘致：バス助成金交付事業 <継続>

- 実施時期：2021 年 8 月 2 日～2022 年 2 月 28 日
- 助成額：バス 1 台について、20 名以上乗車の場合 50,000 円/1 台  
10～19 名乗車の場合 30,000 円/1 台
- 条件：・那智勝浦町内の宿泊施設に、1 泊以上の宿泊をすること

- ・バスでの出発地が和歌山県外であること
- ・宿泊該当日が土日及び祝祭日でないこと
- ・1支店あたり、上限30万円まで。

※教育旅行はコロナ禍を理由に、行先を那智勝浦町へ変更したもののみ対象とする。

■想定予算：510万円

#### ②団体宿泊旅行誘致：合宿応援補助金交付事業 <継続>

■実施時期：2021年5月1日～2022年2月28日（予定）

■補助額：25,000円～150,000円 ※人数と泊数により異なる。

■条件：・那智勝浦町内の宿泊施設に宿泊すること。

・泊数×人数が延べ40人泊以上であること。（ただし泊数は連続2日以上）他

■想定予算：250万円

#### ③個人宿泊旅行誘致及び観光消費促進：OTA宿泊割引クーポン及び商工会商品券発行 <継続>

■実施期間と対象：新型コロナウイルス感染症拡大状況を随時確認しながら、適切な時期に対象を慎重に検討した上で実施する。

■クーポン券種：3,000円、6,000円、9,000円 ※宿泊料金総額によって異なる。

南紀くろしお商工会商品券（町なかで使える商品券）1予約あたり3,000円

#### ④町内消費促進：WEST EXPRESS 銀河（観光列車）おもてなしプロジェクトへの参画 <新規>

■実施期間：2021年7月16日～12月22日

■おもてなし概要：

- ・京都発、紀伊勝浦駅下車のお客様へ平安衣装でお出迎えをする。
- ・紀伊勝浦駅発乗車のお客様へ物販（町内事業者出店）を行いお見送りをする。
- ・「なちかつ銀河パスポートMAP」（町内の銀河パスポート参画店舗のみを掲載したマップ）を制作し、お出迎えの際にお客様へ配布する。
- ・9時紀伊勝浦駅着のお客様に対して、15時宿泊施設チェックインまでの町内観光モデルプラン資料を作成し、お出迎えの際にお客様へ配布する。

■想定予算：10万円（なちかつ銀河パスポートMAP作成費用として。那智勝浦町予算より）

#### ⑤那智勝浦PRポスターの制作 <新規>

「(1) 広告宣伝」の「②現地プロモーション」「③各種相談会やキャラバンへの参加」が実施される場合にPR用のポスターを制作する。新型コロナウイルス感染症拡大状況によっては、旧ポスターの観光協会名義箇所にNACKT名義のシールを貼ることで代用する。

■制作時期：未定

■ポスター内容：未定

■想定予算：未定

#### (4) 公式ウェブサイトの運営

<那智勝浦町長期総合計画との関連>

Ⅲ産業 1 観光 (2)観光宣伝の強化 (効率・効果的 PR の実施)、(和歌山県観光連盟との連携強化)

Ⅲ産業 1 観光 (7)水産、飲食、宿泊の連携 「生まぐる日本一」 にぎわい市場、まぐる CAN、飲食、宿泊

Ⅲ産業 3 水産業 (4)紀州勝浦産生まぐるのブランド化

##### ●昨年度の調査結果●

- 全般的に、旅マエの情報収集源は「那智勝浦町役場公式 HP」「NACKT 公式 HP」が 1 位と 2 位を占める。
- みやげものの消費額が総じてとても低い。
- 「みやげものを買わなかった理由」の 1 位は、「買いたいものがなかった」。2 位は「買える場所が分からなかった」であった。

##### ①公式ウェブサイトに「おみやげ」ページを追加で制作する。

■時期：2021 年 6 月～7 月

■内容：名産品の紹介（予定）と、実際におみやげが買える事業者の紹介ページ

■想定予算：55 万円

※現在は、「お食事」「世界遺産」「温泉」「お宿」「体験」「モデルコース」「新着情報」「アクセス」ページが存在する。

##### ②町内事業者の情報を公式ウェブサイトに充実させる。

■時期：2021 年 4 月～7 月

■方法：NACKT スタッフが町内事業者情報を公式ウェブサイトに日々アップする。

#### (5) イベントの実施 <新規>

<那智勝浦町長期総合計画との関連>

Ⅲ産業 1 観光 (3)観光資源の活用

従来のイベント 3 つに加え、時代の流れに合わせて「ニューノーマル」「サステイナブル」をキーワードにした 3 つの新しいイベントを環境省の補助金（予定予算：800 万円のプロジェクトの一部）を活用して実施する。  
※新型コロナウイルス感染症拡大状況により、中止する場合もある。

##### ① まぐる祭り

■実施予定時期：2022 年 1 月下旬

■内容：コロナウイルス感染防止策を講じ、町内での消費額増を見込める持続可能な新しい方法により、各種関係団体と連携しながら実施することを検討する。

■想定予算：200 万円

##### ② ツナカップ（卓球大会）

■実施予定時期：2022 年 1 月下旬

■内容：従来通りの方法で、那智勝浦町内で実施する。（感染症対策は十分に実施する）

※分析の結果、従来の方法でも域外からの参加者の割合、町内消費額が共に高いため。

■想定予算：105万円

### ③ あげいん熊野詣

■実施日：2021年10月下旬

■内容： コロナウイルス感染防止策を講じ、町内での消費額増を見込める持続可能な新しい方法により、各種関係団体と連携しながら実施することを検討する。

■想定予算：250万円

●下記④～⑥のイベントは、環境省の補助金事業である「令和2年度（補正予算）国立・国定公園での滞在型ツアー推進事業」に採択された「那智勝浦サステナブルツーリズム実証事業」の一部であり、予算はすべて補助金（予定金額800万円）で実施される。

### ④ オンラインで町長とアドベンチャーツーリズム

■実施期間：2021年7月～2022年2月の間に2回実施予定

■概要：動画コンテンツ整備 ※内容未定

### ⑤ ONSEN ガストロノミーウォークモニターツアー

■実施期間：2021年11月予定

■概要：「世界遺産と生まぐろと温泉の町」の魅力をたっぷり詰め込んだウォークツアー

### ⑥ ナイトサファリテストマーケティング

<那智勝浦町長期総合計画との関連>  
Ⅲ産業 2農林 (6)鳥獣害対策の推進

■実施期間：2021年9月予定

■概要：町内の地域課題の一つである獣害。特に鹿の被害が農林業に大きな影響を与えている。那智高原までのバス内で、獣害について学び、夜の鹿の生態を観察する教育旅行向けのツアー

## (6) その他

<那智勝浦町長期総合計画との関連>  
Ⅲ産業 1 観光 (3)観光資源の活用

### 温泉地としてのPR強化

2020年度実施したアンケート調査によると、宿泊目的の中で最も高いものは温泉であり、日帰りの場合は、食（生まぐろ）だった。那智勝浦町の温泉は源泉数が県下の177カ所あり泉質も多様で勝浦温泉の宿泊施設にはそれぞれ特色ある泉質の温泉があることが町の大きな魅力の一つである。2021年度は、温泉目的以外の来訪者に効果的なプロモーションを南紀勝浦温泉旅館組合等と連携し実施する。

■温泉目的以外の想定される来訪者

・イベント目的の来訪者

「まぐろ祭り」「あげいん熊野詣」「ツナカップ」「WEST EXPRESS 銀河」など

- ・日帰り観光客（年間 100 万人以上）

#### ■アクションプラン

- ・紀伊勝浦駅前足湯（滝の湯）の早期復旧
- ・各種イベント参加者やアンケート回答者への外湯チケットプレゼント
- ・湯めぐりマップの見直し

### 4. 受入体制整備事業

昨年度は、ハード整備に重点を置いた観光資源調査を行い、大辺路アクセスルートマップの作成や多言語対応を行った。2021年度は、国（観光庁、環境省）の観光戦略に即した観光客受入体制を整備する。高速道路の延伸に伴い、那智勝浦町の観光拠点として大門坂駐車場の活用を検討し、旅行者の町内回遊を促進する。好調な「教育旅行」のニーズに合わせた体験交流型の観光資源調査及び商品開発を行うと同時に串本町のロケット発射基地へのツアー、地域資源を活かしたアドベンチャーツーリズムの商品を整備し、国内外向け BtoB 商品の OTA 等へのセールスを開始する。コロナ禍に強い「募集型企画ツアー」「教育旅行」のニーズに合わせた観光資源調査及び商品開発を行う。また、ポテンシャルの高い「神秘ウォーク」のリブランド、インバウンド客回復に向けた準備として多言語ガイドテストマーケティング（環境省補助金活用）等を行い、受け入れ体制も併せて整備する。2021年度の観光人材育成としては、町内の子どもたちにモニターツアーを実施する。また昨年度のアンケート結果を専門部会で共有し、観光庁、和歌山県、和歌山県観光連盟、他の観光地域づくり法人とも連携しターゲットを絞って受入体制を整備する。

#### <那智勝浦町長期総合計画との関連>

- Ⅱまちづくり 2都市 (2)講演整備
- Ⅲ産業 1観光 (3)観光資源の活用
- Ⅲ産業 2農林 (1)効率的・効果的な農業の振興

#### (1) 観光資源基礎調査

「那智の滝」「那智山青岸渡寺」「熊野那智大社」は認知度が高く観光名所になっており、多くの観光客が訪れている割には消費額が圧倒的に低い。その一つの要因として『通過型観光』になっていることが挙げられる。そのため、Wifi ビーコン調査により判明した課題である通過型観光から滞在型観光へのシフトを促すために、新たな観光素材・イベント展開をすることで一人あたりの消費額を高め、新たな素材を発掘するとともに魅力を発信していくことが最重要課題である。

観光資源基礎調査結果から、下記のような商品開発を検討する。

#### ■ターゲットやテーマを明確にすることで顧客が商品を選択（バリエーションを増やす）

通常の観光×新素材を組み合わせた商品

- ・那智の滝、大門坂+目覚山に生息しているシイノトモシビタケ
- ・熊野三山+熊野三山の奥の院「玉置神社」
- ・熊野那智大社、大辺路（駿田峠）、中辺路（小獅子峠）
- ・住職とめぐる新春初詣

#### ■那智勝浦でしか体験できない付加価値

- ・那智の滝ライトアップ
- ・くろしおいちご狩り（まりひめ）
- ・三滝詣+かけ抜け道または大辺路（二河峠、清水峠）

#### ■他団体既存イベントへの連携を検討

- ・紀の国わかやま文化祭 2021「八咫鳥シンポジウム」
- ・落語家・桂枝曾丸「熊野詣」公演
- ・文化財ウィーク（串本・新宮市の社寺に協力を仰ぎ文化財を一斉公開）

#### ■熊野古道大辺路の活性化

2020年度に実施した熊野古道「大辺路」を要とした滞在を促進する誘客多角化事業で得たノウハウを活かし、那智勝浦町内の大辺路を活用した滞在型観光を促進する。

#### ■ブルーツーリズムの推進

県下の広大な砂浜を有するブルービーチ那智で、SUPなどマリナクティビティを充実させる。また、ブルービーチ那智の通年利用を促すため、オープンエアで楽しめるイベントを検討する。

#### ■ロケット見学場の利活用

ロケット見学場（旧浦神小学校）からのロケット見学を組み込んだ旅行商品の開発を行う。

さらに、ロケット見学場からの星空観賞会や星空観賞ガイドの育成を行うことを検討し、ロケット発射時以外でも観光客にお越しいただくことにより、ロケット見学場の利活用を促進する。

#### ■サイクリングルート「クマイチ」の活用

紀伊半島南部（紀南エリア）を一周するサイクリングルート「クマイチ」を自転車や将来的にはEバイク（電動アシスト付きマウンテンバイク）で周遊することを促し、那智勝浦町内での宿泊や飲食につなげる。

#### ■オンラインツアーの実施

まぐろ、イセエビに続き、トコブシ（流れ子）、蠣（かき）など他の地元食材の販路拡大を目指した実証実験として新たなオンラインツアーの実施を検討する。

## (2) 着地型旅行商品開発

### ① 人気商品「神秘ウォーク」のリブランドを行い、内容を磨き上げる。

専門家からの助言を活かし、「神秘ウォーク」をリブランドした「三滝詣 ～那智の滝 その向こうへ～」を田辺市熊野ツーリズムビューロー、熊野・那智ガイドの会と共に、富裕層向け及びインバウンド向けBtoB旅行商品としてOTA等へ販売することを目指して、その内容を磨き上げる。

また、熊野那智大社の公式参拝を含んだ内容で、外国人向け多言語ガイドテストマーケティングを行う。

※神秘ウォークとは

那智の滝（通称「一の滝」）のその奥に、普段立ち入りが禁止されている神域がある。熊野那智大社で正式参拝（禊）を受け、公認ガイドを帯同することで入山が許される。手つかずの原生林と美しい「二の滝」「三の滝」などを巡るガイドツアー。期間限定（毎年2月～5月）

## ② 教育旅行向け体験型商品開発

町内事業者、外部専門家の協力を得て新商品を2つ開発。

### ■ホテル浦島 SDGs 謎解きクイズラリー

SDGsを体感学習できる謎解きクイズラリー。チームに分かれて、クイズにチャレンジ。チームビルディング、自主性促進、課題解決などの要素が取り入れられたプログラム。

集合場所でルール説明（マップ配布） チームに分かれて謎解きスタート。チームで自由に探検して、各ポイントで謎を解き、クイズのポイントをゲット。クイズに正解すればオリジナルグッズをプレゼント。

<時間> 11:00～15:00の間で、1時間程度

※ホテル浦島での、「宿泊」「昼食」「日帰り温泉」のいずれかとのセット

### ■那智高原・野生動物観察バスツアー

バスの車内から、夜の野生鹿を観察。自然豊かな那智高原で、野生鹿の生態を観察し、昼間では出会えない野生の表情と、暗闇に光る瞳に出会えるアドベンチャー。獣害などについても学べる。

<時間> 日没後～21時くらいまでの間で、90分程度

### ■ビーチクリーニング体験

吉野熊野国立公園にある浦神海岸で地元の人と一緒にビーチクリーニングを行うことで、海の環境を考えるきっかけとする体験。

<時間> 約2時間

## ③ 営業ツールの制作（パンフレット）を制作

各種関連団体や町内事業者の営業チームに共有。2021年5月より営業を開始。

## (3) 観光人材育成

町内の観光事業従事者に対し、受け入れ環境整備の一環として「多様性を理解し、すべてのお客様に笑顔とおもてなし！」を合言葉に、テーマを絞ったセミナーや研修を2021年度も実施する。

SDGsをテーマにした町内の子どもたち向けモニターツアーを実施して、観光人材の育成につなげる。

## (4) 那智勝浦町観光案内所の運営

JR紀伊勝浦駅前の那智勝浦町観光案内所の運営を引き続き実施する。那智勝浦町観光企画課から出向のCIR（国際交流員）2名とともに、観光客への案内サービス等を実施する。様々な調査の結果を考慮した結果、観光案内所の規模や場所の再検討を行う必要があるため、大門坂駐車場の活用を一つの案として検討する。

■営業時間：9時～18時（年中無休）

■職員数：3名（パートタイム）+CIR2名

■主な業務内容：

- ・観光客への観光情報提供
- ・町内観光事業者へのサポート（各種クーポン、パンフレット等の受け渡し等）
- ・観光資料の発送（個人、事業者）
- ・レンタサイクル貸し出し業務
- ・ガイドツアー、平安衣装体験の予約受付等

■対応言語：日本語、英語、中国語、インドネシア語

## 5. 収益事業

自立した観光施策を行うため、当面は、収益事業が NACKT 全体収入の 3 分の 1 になるよう目指す。積極的に収益事業を展開し及び商品・メニュー開発を行うことにより地域の活性化につなげる。コロナ禍で厳しい状況は変わらないと予想されるが、既存のガイドツアーについては、熊野・那智ガイドの会との役割を明確にして、事務の効率、収益力アップを図る。また、平安衣装レンタルについては、那智山エリアでの着付体験や写真スポットの案内などを行い、収益化を図っていく。レンタサイクルについては、三密回避で需要が増えると予想されるため積極的に PR を行う。新規の収益事業を観光庁などの補助金で試行し、安定した経営を目指す。

### (1) 平安衣装レンタル

大門坂茶屋で行っている衣装レンタルはコロナ禍までは、インバウンド需要もあり比較的順調だった。

さらなる利用・収益アップには那智山エリアでの着付体験や写真スポットを組み合わせた商品の開発など魅力ある商品造成が不可欠となっており、なちかつ♡ハッピークルーや専門部会などを通じて商品開発を行う。

### (2) レンタサイクル

コロナ禍ではあるが、三密回避としてレンタサイクルの利用は増加するものと予想される。また、利益率が高いので、現在稼働中の電動自転車 4 台、普通自転車 4 台の稼働率アップを図るため、JR 西日本や JR 東海などと連携して積極的に PR を行う。

### (3) 熊野古道ガイドウォーク（熊野・那智ガイドの会事務局代行）

熊野・那智ガイドの会とは役割分担を明確にし、業務効率・収益力アップにつなげる協議を行っていく。

さらに、ガイドの会の高齢化に伴う担い手不足の解消や SNS などを使い、ガイド手配などの業務効率化を図っていく。

加えて、昨年度行った神秘ウォークのリブランドによる富裕層向けの商品造成に伴い、利益率の高い商品の販売を積極的に行っていく。

### (4) 旅行サービス手配業

4 月に旅行サービス手配業登録を済ませ、那智山周辺を中心としたガイド付き商品を開発し、さらに町内全体のガイド育成及び商品開発を行い、交通や飲食の手配を行う。

### (5) バスターミナル駐車場の運営

コロナ収束に伴い、個人・観光バス共に駐車場の利用が増加するものと想定される。様々なニーズに対応できるよう、駐車場の利便性を向上させ、さらなる収益化を図っていく。

### (6) その他

昨年度開発した教育旅行商品を積極的に PR し、なちかつ♡ハッピークルーと連携し、収益化できる商品の更なる開発検討を行う。

## 6. 実証事業

町の新たな観光資源として、「吉野熊野国立公園」にてSBNR (Spiritual But Not Religious) 層に向けた熊野古道、熊野那智大社、那智山青岸渡寺、補陀落山寺等の文化財の保全と寺泊観光資源を磨き上げや情報発信を行い、アフターコロナに向けて集客のメインコンテンツとしていく。この事業は環境省の国立公園・温泉地等での滞在型ツアー・ワーケーション推進事業補助金等を活用し、全額補助事業となっている。(事業費合計 9,692 千円)

### ①お寺ワーケーション実証事業

吉野熊野国立公園の魅力発信として、コロナ禍で傷ついた心身のバランスを整えるウェルビーイング(身体的、精神的、社会的に良好な状態になること)な生活習慣を継続できることを願う人が2021年春以降に増加することが予想される。寺泊コンテンツの磨き上げを行うことにより、アフターコロナでの集客を図る。国立公園内のアクティビティでは珍しいSBNR層向けのコンテンツを磨き上げ、情報発信を行う。

■実施予定：2021年7月～2022年1月下旬

■概要：①寺泊専門家を招いてのモニターツアーとワークショップの開催(3回)

②次年度以降のプロモーションに備えた動画作成

③アンケート

■実施地域：大泰寺(太田地区)、浦神地区、那智山地区ほか

### ②那智勝浦サステイナブルツーリズム実証事業

下記の3事業を実施、それぞれのPR素材を充実させ集客につなげるWebサイト構築を行う。すべての事業はサステイナブルツーリズムで構成され、新型コロナに対応したニューノーマルな観光コンテンツである。

➤「ナイトサファリのテストマーケティング」

ゼロカーボン宣言をした那智勝浦町。教育旅行プログラムとして野生の鹿と星空を見学するツアー

➤「ONSEN・ガストロノミーウォーク・モニターツアー」

<FIT向け>世界遺産と生まぐろと温泉を併せて楽しめるツアー

➤「オンラインで町長とアドベンチャーツーリズム」

町長がオンラインで案内する珠玉の那智勝浦ツアー

■実施予定：2021年9月～2022年2月

■概要：上記記載

■実施地域：那智高原、勝浦エリア、浦神エリアほか