

（一社）那智勝浦観光機構 2021 年度（令和 3 年度）事業報告

I 事業実施総括

令和 3 年度は、新型コロナウイルスの感染拡大による緊急事態宣言及びまん延防止等重点措置の発令等により、予定されていた事業及びイベントの中止が相次ぐこととなった。そのような中、（一社）那智勝浦観光機構（略称：NACKT）は、令和 3 年 11 月 4 日付で「観光地域づくり法人（登録 DMO）」に登録され、国から様々な支援を受けることが可能となった。また、「那智勝浦オンラインまぐろ祭り 2022」の実施など、アフターコロナを見据えた実証的な取り組みを行い、変化する観光需要への対応を進めることとなった。

組織体制の構築（P.2～P.7）

社員、理事の増員を行い、社員総会及び理事会の機能強化を図った上で、社員総会、理事会を適宜開催した。さらに、7つの専門部会全ての開催し、目標設定やセミナー開催を通じて事業について合意形成を図った。NACKT 会員（サポーター）の募集を通年で行い、会員数を増加させた。また、会員向け説明会を開催し、事業計画等について報告を行った。

マーケティング事業（P.8～P.12）

2021 年度と同様の 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明確に把握した。調査結果に国、和歌山県の観光統計・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した。関係人口の増加、リピーターの CRM（顧客管理）を進め、持続可能な観光地経営を目指す。

プロモーション事業（P.12～P.22）

継続するコロナ禍で既存のイベント等は中止せざるを得なかったものもあったが、オンライン形式でまぐろ祭りを 2 年ぶりに開催することができた。イベント集客においては初めて SNS 広告を利用し、一定の効果をえた。また、環境省の補助金を獲得し、吉野熊野国立公園内での新規事業を 3 本立ち上げた。

旅行会社の商談会や県などが主催するキャラバンに参加し、商品造成につながった。

販促としては OTA と連携した宿泊クーポン助成事業や旅行会社に対するバス助成金事業などを実施し、誘客を促進した。

受入体制整備事業（P.22～P.27）

これまでに調査してきた観光資源を用いて、複数の商品開発を行った。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大により販売に至った商品は少なかった。

また、環境省や和歌山県の補助金を活用し、インバウンド富裕層向けの着地型旅行商品や、教育旅行向けの体験商品を開発した。

収益事業（P.28）

コロナ禍における収益事業は大変厳しく、収益の柱である平安衣装レンタルは緊急事態宣言の発令等による茶屋の休業や受け入れ人数制限などにより大きく減少となった。

さらに、古道ガイド手数料についても、秋の修学旅行のガイド依頼が殺到したが、例年までの回復は得られなかった。

実証事業（P.28～P.29）

環境省の補助金を活用し、吉野熊野国立公園内にてお寺ワーケーション実証事業を行った。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の磨きあげを行い、アフターコロナに向けての集客コンテンツとしていく。

II 事業の実施状況

I. 組織体制の構築

2021年度は、2021年6月に開催した理事会で新たに14名の社員の入社を承認し、同月に開催した定時社員総会で新たに10名の理事を選任した。このことにより、社員は総勢17名、理事・監事は総勢14名となり、社員総会及び理事会の機能強化を図った。

さらに、7つの専門部会全てを適宜開催し、各部会で目標設定、事例発表、セミナーなどを行うことにより、情報共有やヒアリングなどを通じて当機構の事業について合意形成を図った。

また、2021年11月4日付で「観光地域づくり法人（登録DMO）」への登録がなされ、国から様々な支援（情報提供支援、体制強化支援、事業支援）を更に幅広く受けることが可能となった

（1）観光地域づくり法人（登録DMO）登録

2021年7月29日に観光庁へ申請書を提出し、同年11月4日付で「観光地域づくり法人（登録DMO）」へ登録された。

（2）社員総会

下記のとおり社員総会を開催した。

実施日	会議名	内容
2021年6月25日	令和3年度 定時社員総会	令和2年度事業報告について 令和2年度収支決算の承認について 令和3年度事業計画（案）の承認について 令和3年度収支予算（案）の承認について 理事の選任について 理事及び監事の一般社団法人那智勝浦観光機構に対する 損害賠償請求の免除について 一般社団法人那智勝浦観光機構定款の変更について 観光地域づくり法人登録申請について

(3) 理事会

下記のとおり理事会を開催した。

実施日	会議名	内容
2021 年 4 月 27 日	第 8 回理事会	会員の入会承認について 施設・環境整備部員の指名について 交通部員の指名について 物販・特産品部員の指名について 令和 3 年度那智勝浦観光機構収益事業会計当初予算案について 就業規則の改正について 財務会計規程の制定について 事務局職員の任命承認について 令和 3 年度定時社員総会について NACKT 活動報告について NACKT 今後の活動について
2021 年 6 月 11 日	第 9 回理事会	会員の入会承認について 部会規程の改正について 社員規程の改正について 就業規則の改正について 施設・環境整備部会部員及びオブザーバーの指名について 交通部会オブザーバーの指名について 社員の入社承認について 令和 3 年度定時社員総会の招集について 令和 3 年度定時社員総会議案書（案）について
2021 年 10 月 26 日	令和 3 年度 第 1 回理事会	会員の入会承認について 就業規則の改正について 育児・介護休業等に関する規程の改正について 事務局等に関する規程の改正について 社員規程の改正について 令和 3 年度一般会計収支補正予算（第 1 号）について 観光地域づくり法人への登録について NACKT 活動報告及び今後の活動について
2021 年 11 月 29 日	令和 3 年度 第 2 回理事会	令和 3 年度一般会計収支補正予算（第 2 号）について 理事長の選任について 副理事長の選任について
2022 年 3 月 28 日	令和 3 年度 第 3 回理事会	会員の入会承認について 就業規則の改正について 事務局職員の任命承認について

		令和4年度事業について
--	--	-------------

(4) 専門部会

下記のとおり専門部会を開催した。

i. 宿泊部会

実施日	会議名	内容
2021年7月30日	第3回宿泊部会	ミニセミナー「日本の観光政策の方向性とDMOについて」 ～NACKT設立までの経緯含む～ 2020年度事業報告、2021年度事業計画について 2020年度調査結果の報告及び意見交換
2021年10月19日	第4回宿泊部会	セミナー「フードダイバーシティ・セミナー」 ～食の多様化に対応して、新たなお客さまを受入れよう！～ 「町内飲食店・インバウンド対応力向上プロジェクトについて」

ii. 飲食部会

実施日	会議名	内容
2021年7月30日	第2回飲食部会	ミニセミナー「日本の観光政策の方向性とDMOについて」 ～NACKT設立までの経緯含む～ 2020年度事業報告、2021年度事業計画について 2020年度調査結果の報告及び意見交換
2021年10月19日	第3回飲食部会	セミナー「フードダイバーシティ・セミナー」 ～食の多様化に対応して、新たなお客さまを受入れよう！～ 「町内飲食店・インバウンド対応力向上プロジェクトについて」

iii. 文化財・歴史部会

実施日	会議名	内容
2022年3月25日	第2回文化財・ 歴史部会	現状と課題（解決策） ビジョン（部会としての方向性） 情報共有

iv. 観光資源・体験部会

実施日	会議名	内容
2022年3月25日	第2回観光資源・ 体験部会	現状と課題（解決策） ビジョン（部会としての方向性） 情報共有

v. 施設・環境整備部会

実施日	会議名	内容
2021 年 5 月 13 日	第 1 回施設・環境整備部会	部会長及び副部会長の互選について ミニセミナー「日本の観光政策の方向性と DMO について」 ～NACKT 設立までの経緯含む～ 2020 年度 NACKT 活動報告
2021 年 12 月 16 日	第 2 回施設・環境整備部会	施設・環境整備部会の概要と目標設定について 情報共有と意見交換 「自動車専用道路の整備状況について」 「那智勝浦町の観光関係施設について」 「施設整備と観光について」

vi. 交通部会

実施日	会議名	内容
2021 年 5 月 13 日	第 1 回交通部会	部会長及び副部会長の互選について ミニセミナー「日本の観光政策の方向性と DMO について」 ～NACKT 設立までの経緯含む～ 2020 年度 NACKT 活動報告
2021 年 12 月 8 日	第 2 回交通部会	交通部会の概要と目標設定について 情報共有と意見交換 「南紀白浜空港について」 「南紀白浜空港リムジンバスについて」 「那智勝浦町営バスについて」

vii. 物販・特産品部会

実施日	会議名	内容
2021 年 5 月 13 日	第 1 回物販・特産品部会	部会長及び副部会長の互選について ミニセミナー「日本の観光政策の方向性と DMO について」 ～NACKT 設立までの経緯含む～ 2020 年度 NACKT 活動報告
2021 年 7 月 29 日	第 2 回物販・特産品部会	2020 年度事業報告・2021 年度事業計画について 2020 年度調査結果の報告及び意見交換
2021 年 11 月 9 日	第 3 回物販・特産品部会	今年度の物販・特産品部会の目標設定について ロケット関連のお土産造成に関して 修学旅行団体のお土産購入に関して機会損失を防ぐには 前田商店あさひや様と太田農園様のコラボ商品について紹介

(5) NACKT 会員（サポーター）募集及び会員向け活動報告会の開催

会員（サポーター）を通年で募集し、2022 年 3 月末時点で、90 事業者/個人が会員として入会している。（830,000 円の年会費収入）

また、2021 年 10 月 6 日、那智勝浦町体育文化会館で会員向け説明会（会員 20 名参加）を開催し、2020 年度 NACKT 事業報告及び 2021 年度 NACKT 事業計画について報告を行った。

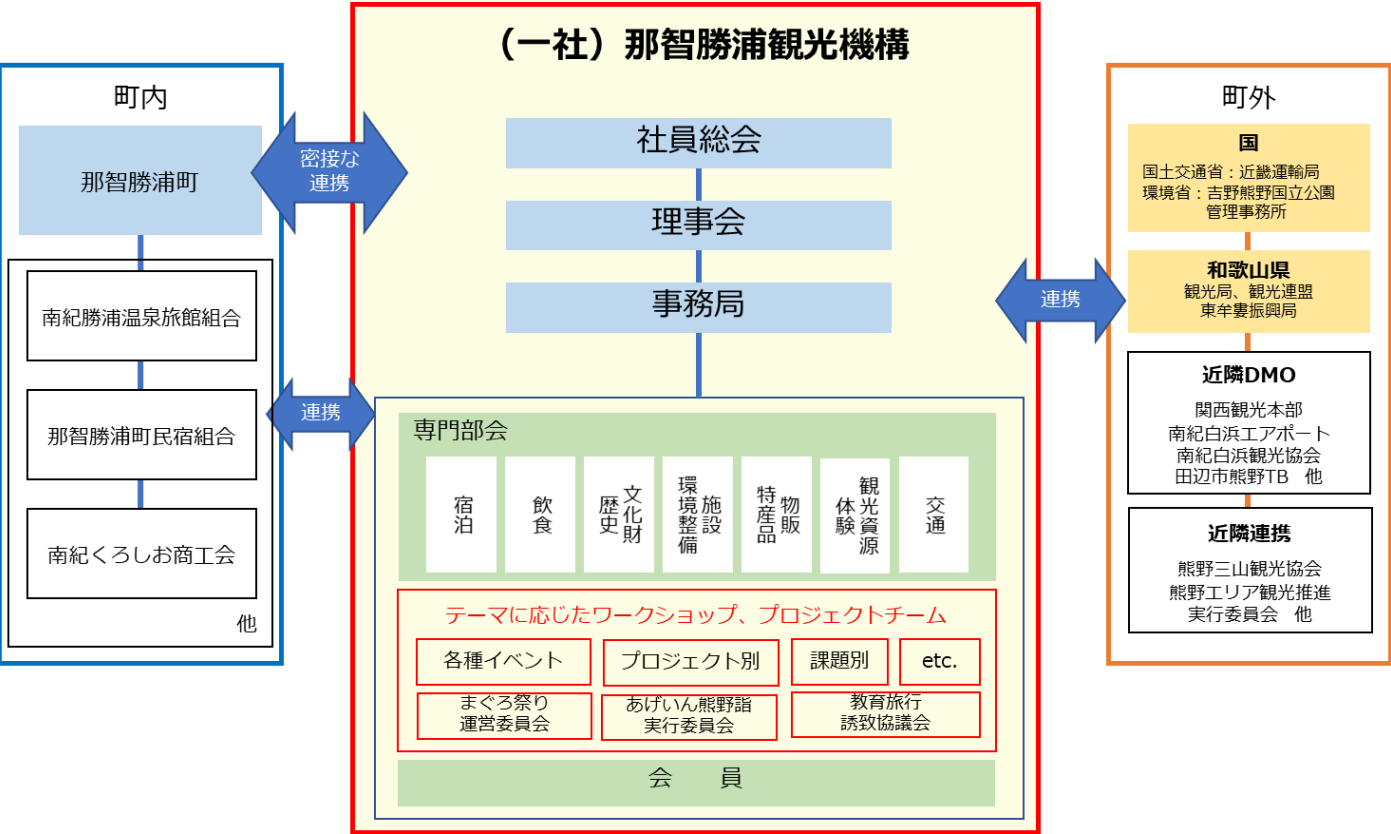


(6) 町内外の組織との連携

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、連携強化に努めた。連携団体とその内容については下記の通り。

	団体名	連携内容
町内	那智勝浦町役場	週 1 回または隔週 1 回の定例会議を実施し、多方面において密接に連携
	南紀勝浦温泉旅館組合	繁忙期や緊急事態宣言発令時、GoTo キャンペーン関連などにおける
	那智勝浦町民宿組合	町内宿泊施設の情報収集と周知協力・宿泊者データ収集協力 他
	南紀くろしお商工会	GoTo キャンペーン関連の町内事業者サポート・各種情報発信協力 他
町外	熊野・那智ガイドの会	事務局代行・ガイドツアー運営改善・その他体験型旅行商品の見直し等
	（公社）和歌山県観光連盟	広報・FAM トリップ・フィルムコミッション等で協力
	和歌山県東牟婁振興局	広報、周知、合同プロモーション等で協力
	熊野三山観光協会	合同プロモーション（インスタフォトアワード）等の実施
	熊野エリア観光推進実行委員会	合同プロモーション（販促物制作）等の実施
	まちなかジオツアー実行委員会	まちなかジオガイド（冊子）やオンラインツアー等の制作
	スペースポート紀伊周辺地域協議会	各種会議参画・委託事業者プロポーザル審査担当他
	田辺市熊野ツーリズムビューロー	既存ツアーのリブランド（共同開発）や販売委託
	（一社）南紀白浜観光協会	中部エリアからの誘致に対する合同プロモーション検討 他
	（株）南紀白浜エアポート	首都圏エリアからの誘致に対する情報交換 他
	南紀観光宣伝協議会	JR 利用者に対する合同販促キャンペーンの実施等
	西日本旅客鉄道（株）	観光列車「銀河」運行にあたっての販促キャンペーンの実施等
	国土交通省 近畿運輸局	関西エリア DMO/候補 DMO 意見交換会などの実施
	（一財）関西観光本部	インバウンド向け共同プロモーション等

<実施体制図>



2. マーケティング事業

2020 年度と同様の 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明確に把握した。調査結果に国、和歌山県の観光統計・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した。関係人口の増加、リピーターの CRM（顧客管理）を進め、持続可能な観光地経営を目指す。

（1）宿泊施設利用者統計調査 <新規>

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

宿泊旅行の実態を把握するため、宿泊施設から月別の延べ宿泊者数と外国人の延べ宿泊者数を提供いただき、継続的な収集を行っている那智勝浦町観光企画課と連携し、那智勝浦町や和歌山県が発表する統計と観光庁による宿泊旅行統計調査の結果と比較するなど、多角的な検証を行った。

2021 年度の目標値を「35 万人」と設定していた。しかしながら、新型コロナウイルス感染症拡大の影響が収まらず、目標値に対して 79.0%の達成率となった。前年度比 28.9%増となったが、コロナ前の 2019 年度比では 25%減となっている。外国人旅行者に至ってははまだ回復せず、目標値に対して 0.7%の達成率となった。

	目標	実績	目標達成率	前年対比
2019 年度	—	368,411	—	27.1%減
	(—)	(37,022)	(—)	29.8%減
2020 年度	400,000	214,362	53.6%	41.8%減
	(42,000)	(124)	0.3%	99.7%減
2021 年度	350,000	276,391	79.0%	28.9%増
	(20,000)	(145)	0.7%	16.9%増

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※参考：国内全体の延べ宿泊者数の前年度比較は、-5.0%（外国人は-79.3%）：観光庁発表

(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。

【モバイルアンケート調査】

旅行者の動態を調査する目的で、来訪者へのモバイルアンケート調査を実施した。

■調査期間：2021 年 7 月 1 日～12 月 31 日

(季節による変動があるか調査するため 7～9 月、10～12 月と分けて調査)

■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

■回答数：宿泊 6,680 件 日帰り 859 件

■結果（一部抜粋）

➢日帰り客と宿泊客を比較すると、宿泊客は若者（20 代～30 代）の占める割合が低い。

(2021 年度)【日帰り：40.0% ➡ 宿泊：29.6%】

(参考：2020 年度)【日帰り：43.7% ➡ 宿泊：27.7%】

➢満足度への回答は、総合的には非常に高いが、「お土産・買い物」「交通」「情報提供」の点において低い。

	食事	お土産・買い物	交通	情報提供	総合
日帰り客	88.7%	78.0%	73.3%	71.4%	88.7%
宿泊客	91.9%	81.0%	74.6%	76.8%	91.9%

※7 段階評価の「大変満足」と「満足」の合計が占める比率

➢お土産を購入しなかった人は、理由として「購入したいと思う商品がなかった」（38.3%）が昨年に引き続きトップであった。

●昨年度同様の課題（若年層の宿泊率、購入したいお土産がない）が挙がっており、明確な課題といえる。

2022 年度は有効な戦略を立て各種専門部会や町内事業者と共に効果的なプロモーションと観光客受入体制の改善に努める。

(3) ウェブサイトアクセス解析調査 <継続>

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

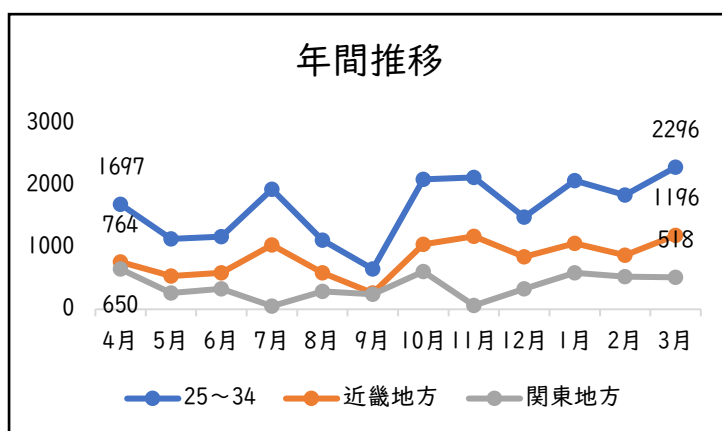
■調査方法：公式ウェブサイトのアクセス解析を専門家に委託し、毎月分析結果の提供を受ける。

■結果（一部抜粋）：

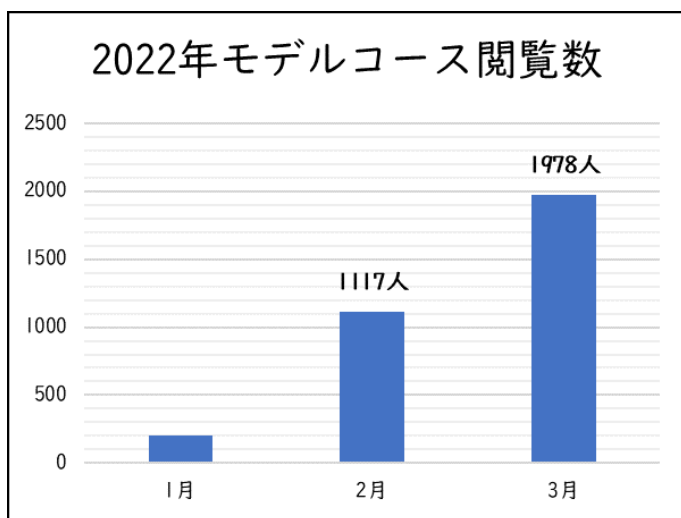
○ターゲット層：20 代後半～30 代前半の女性（近畿地方および関東地方）、自然アクティビティが好き

●2021 年 4 月～2022 年 3 月までの期間で調査をおこない、ターゲット層からの閲覧が増えていることが分かった。コロナウイルスなどの社会情勢が原因で、途中大きく下落しているが、現在も（4 月時点）上昇傾向にある。

《ターゲット層の年間推移》



●直近 3 か月でも月々のデータ分析をする中で、モデルコースの閲覧者が増えていることがわかった。3 月に和歌山県のコロナ蔓延防止が解除され、その後も全国で制限が解除されたため、旅行を計画している人が増えていると思われる。



これから感染が拡大しなければ、より一層旅行客が増える見通しである。旅行を計画している人が増えていることから、今後新型コロナウイルスの状況が大きく変わらなければ、さらにターゲット層の集客が見込める。

また、現在掲載されているモデルコースは営業していない施設の情報なども掲載されているため早急な更新が必要である。

(4) 町民観光地満足度調査 <新規：改善>

2020 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 年度は調査方法を変えたことで、対象を広げることができた。今年度の調査方法で「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：2022 年 2 月 25 日～2022 年 3 月 11 日

■調査対象：那智勝浦町在住の 2,000 人

■調査方法：前回の調査で在住エリアの偏りがあったため地域指定郵便にて

アンケート用紙を町内 2,000 戸に配布。

返信用封筒での返送、または QR コードからのデジタル回答を促す。

回答率 10%以上を目指すために、回答者の中から抽選で賞品があたる設計。

■結果：（一部抜粋）有効回答数 386 件

「町にとっての観光振興の位置づけ」として、「とても重要である」、「重要である」と回答したのは、70.2%であったが、一方で「那智勝浦は魅力的な観光地であるか」との質問に対し「大変そう思う」、「そう思う」と回答したのは、46.1%にとどまった。また「観光が発展すると自分たちの生活も豊かになるか」との質問に対し、前年度は「大変そう思う」、「そう思う」との回答は 39.2%と非常に低かったが、今年度は 26.2%とさらに下がる結果となった。昨年は回答者が勝浦エリアに多かったことから、勝浦エリア以外では魅力的と感じている割合が低いと考えられる。

町にとって観光振興はどの位置づけか		
とても重要である	118	70.2%
重要である	153	
どちらかといえば重要	74	19.2%
どちらともいえない	31	8.0%
どちらかといえば重要でない	4	1.0%
重要ではない	4	1.0%
まったく重要ではない	2	0.5%

那智勝浦町は魅力的な観光地であるか		
大変そう思う	57	46.1%
そう思う	121	
ややそう思う	89	23.1%
どちらともいえない	44	11.4%
あまり思わない	52	13.5%
思わない	16	4.1%
まったく思わない	7	1.8%

観光が発展すると、自身の生活も豊かになる		
大変そう思う	30	26.2%
そう思う	71	
ややそう思う	75	19.4%
どちらともいえない	110	28.5%
あまり思わない	51	13.2%
思わない	35	9.1%
まったく思わない	14	3.6%

また観光業が町の基幹産業であるにも関わらず、未就業者への「将来、町の観光産業で働いてみたいと思うか」との質問に対し「大変そう思う」、「そう思う」と回答したのは、昨年 21.4%と低い結果だったが今年度は 8.7%とさらに低い結果となった。また、未就業の子どもを持つ親を対象に「将来、子どもを町の観光産業で働かせてみたいと思うか」への質問に対しては「大変そう思う」、「そう思う」と回答したのも昨年より低い 10.5%だった。（昨年 15.3%）

将来、町の観光産業で働いてみたいと思いますか、 (未就業の方対象)		
大変そう思う	2	8.7%
そう思う	12	
ややそう思う	30	18.8%
どちらともいえない	52	32.5%
あまり思わない	22	13.8%
思わない	29	18.8%
まったく思わない	13	18.1%

将来お子さまを町の観光産業で働かせてみたいと思いますか(未就業の子を持つ親対象)		
大変そう思う	6	10.5%
そう思う	15	
ややそう思う	21	10.5%
どちらともいえない	84	42.0%
あまり思わない	23	11.5%
思わない	27	13.5%
まったく思わない	24	12.0%

●今回の調査方法を変更したことによって、年齢・性別・職業・居住エリアの偏りは減少されたと
言える。よって今回の調査結果が町民全体の調査結果だと言える。引き続き今年度の調査方法で進め
ていく。

【追加】

① 教育旅行

■2021 年度の調査結果：

➤2020 年度と比較し、2021 年度もほぼ同数の教育旅行が来町（約 80 校、7,000 名）

（調査は古道ガイドウォーク、平安衣装体験などのほんまもん体験を予約した学校数ベースで調査）

➤度重なる緊急事態宣言、まん延防止等重点措置が発令され 2021 年春の受け入れ校数は壊滅的であ
ったが、9 月以降より予約が急増し来校数自体は 2020 年度とほぼ同数であった。2021 年度は和歌山
県観光連盟主催のスクールキャラバンや、大手旅行会社へのセールスへの参加ができた事も大きく
起因している。

引き続き、マーケットのニーズにあった企画提案や受け入れ態勢整備、県や域内と連携したセールス
活動を行っていく事でアフターコロナにおいても多くの教育旅行の誘致ができると予想される。

3. プロモーション事業

継続するコロナ禍で既存のイベント等は中止せざるを得なかったものもあったが、オンライン形式でまぐろ祭
りを 2 年ぶりに開催することができた。イベント集客においては初めて SNS 広告を利用し、一定の効果を
得た。また、環境省の補助金を獲得し、吉野熊野国立公園内での新規事業を 3 本立ち上げた。

旅行会社の商談会や県などが主催するキャラバンに参加し、商品造成につながった。

販促としては OTA と連携した宿泊クーポン助成事業や旅行会社に対するバス助成金事業などを実施し、誘客
を促進した。

(1) 広告宣伝

<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)

① デジタル広告

オンラインまぐろ祭り 2021 にて SNS 広告を使用。初めての試みだったが、非常に安価でターゲット層をピンポイントで集客することができた。

■目的：オンラインまぐろ祭り 2021 若年層の集客

■ターゲット：25～35 歳までの男女

東京都、千葉県、埼玉県、神奈川県、大阪府、京都府、兵庫県、愛知県、香川県 在住
無料、祭り・フェスティバル、シーフード、観光、オンライン、旅行に関心がある人

■費用：34,985 円

└ クリックあたり：46 円

└ 申し込み 1 人あたり：108 円

■結果：インスタ広告を見た人数：37,880 人

インスタ広告から申し込みサイトまで飛んだ人数：759 人

インスタ広告経由で申し込みをした割合：57%

参加者の半数以上を SNS 広告で獲得。

またターゲットとして設定していた層を確実にイベントに呼び込むことができた。

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 月に愛知県刈谷ハイウェイオアシスで開催予定だったが新型コロナウイルスの感染拡大により中止

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

（旅行会社へ各種商談会）

2021 年度は予定していた営業先が新型コロナウイルス感染拡大の影響により相次ぎ中止となった。

開催された 4 団体の商談会に参加し、2 社から商品造成が採択された。

目的：那智勝浦町（隣接地域含め）の観光素材を発信し、ツアー造成に繋げる

旅行会社（顧客）・市場のニーズを把握

日程：2021 年 7 月 8 日

主催：和歌山県観光交流課主催

参加旅行会社：東南アジア等をメインターゲットとする在京ランドオペレーター 15 社

日程：2021 年 12 月 8 日

主催：株式会社阪急交通社／国内旅行推進協会 近畿・東海支部

⇒名古屋支店より商品造成（2022 年 6 月発）

日程：2022 年 3 月 9 日

主催：和歌山県観光振興課／白浜で開催

参加旅行会社：9 社（JTB、クラブツーリズム、ジャルパックなどが参加）

日程：2022 年 3 月 15 日～16 日

主催：和歌山県観光交流課

行き先：福岡 5 社、広島 5 社

主な旅行会社：第一観光、西日本新聞旅行、阪急交通社、農協観光、たびまちゲート広島など

⇒阪急交通社より商品造成（11 月貸切チャーター）

（教育旅行関係）

日程：2021 年 10 月 6 日～8 日（中京圏セールスプロモーション）

主催：和歌山県観光交流課

訪問先：愛知県、岐阜県、三重県の手旅行会社 全 20 支店訪問（2 班で分割）



日程：2021 年 11 月 17 日～19 日（中四国セールスプロモーション）

主催：和歌山県観光交流課

訪問先：岡山県、広島県、香川県の大手旅行会社 全 17 支店訪問（2 班で分割）

日程：2021 年 12 月 22 日（和歌山県教育旅行素材説明会@JTB 滋賀支店）

主催：和歌山県観光交流課

訪問先：JTB 滋賀支店様の教育旅行担当 10 名へ、県内の各誘致協議会がプレゼンを実施。



(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。

■2021 年度メディア掲載件数

- ・映画、ドラマ、テレビ CM 等撮影・・・15 件
- ・雑誌、Web、パンフレット掲載記事・・・90 件

■メディア露出事例

旅サラダ

(21 年 5 月 1 日放送)



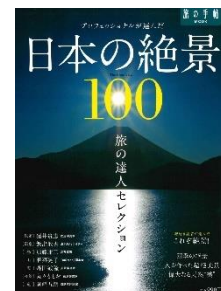
音楽の日

(21 年 7 月 17 日放送)



旅の手帖 MOOK「日本の絶景 100」

(21 年 9 月発売)



② SNS 公式アカウント

2020 年 5 月より各種 SNS 公式アカウントを開設し、2 年目となる今年度はより SNS 発信に力を入れてきた。結果としてフォロワーが Instagram（日本語）2,359 名（+606 名）、Instagram（英語）41 名（+6 名）※日本語アカウントと統合のため 22 年 6 月をもって閉鎖、Facebook 714 名（+87 名）、Twitter 309 名（+129 名）となり、昨年より合計 828 名の増加（2022 年 3 月末時点）。

■実施内容：・2～3 日に 1 回の更新（主に町内の飲食店や、メディア掲載告知など）

・町内イベントの告知

・ハッシュタグ #なちかつ旅 の普及活動

他

（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った。

①団体宿泊旅行誘致 ＜バス助成金交付事業＞

■助成対象：2021 年 8 月 2 日～2022 年 2 月 28 日に町内に宿泊する団体旅行（旅行会社に支給）

※12 月 29 日～1 月 3 日は除く

■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 泊以上宿泊すること

・バスでの出発地が和歌山県外であること

※南紀白浜空港に到着する飛行機又は徳島港から和歌山港間の南海フェリーを利用した場合

バスでの出発地が和歌山県内でも可

・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。

■結果：299 万円で、ツアー数：34 件、バス台数：63 台、誘客人数：2,189 名を誘致。

（1 名誘致するにあたり 1,366 円）

②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＞

じゃらん net にて宿泊割引クーポンを配布。チェックイン時に町なかで使える商工会商品券を配布し（第 1 弾は 1 組 3,000 円、第 2 弾は 1 人 1,000 円）、個人の宿泊旅行誘致と、町内飲食店・物産店等への消費促進に努めた。

■実施期間と対象

配布期間	宿泊対象期間	対象
2021 年 3 月 1 日～ 3 月 14 日	2021 年 3 月 5 日～ 3 月 14 日	和歌山県民限定【第 1 弾】 金・土・日曜日を含む 宿泊のみ適用
2021 年 3 月 1 日～ 3 月 30 日	2021 年 3 月 19 日～ 3 月 30 日	和歌山県民限定【第 1 弾】
2021 年 4 月 8 日～ 4 月 19 日	2021 年 4 月 8 日～ 5 月 30 日	全国対象【第 1 弾】 ※コロナ感染拡大により 4 月 19 日から配布停止
2021 年 10 月 15 日～12 月 24 日	2021 年 10 月 15 日～12 月 24 日	全国対象【第 1 弾】
2022 年 1 月 5 日～ 1 月 21 日	2022 年 1 月 5 日～ 2 月 27 日	全国対象【第 2 弾】 ※コロナ感染拡大により 1 月 21 日から配布停止

■じゃらんでの周知

- ・じゃらん net 掲載：2021 年 3 月 1 日～2022 年 2 月 27 日
- ・じゃらん本誌：2022 年 1 月号

■結果

クーポン助成額：30,993,000 円
 利用件数：3,829 件
 利用人数：8,992 人泊
 取 扱 額：106,864,315 円（町内宿泊利用料）

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>

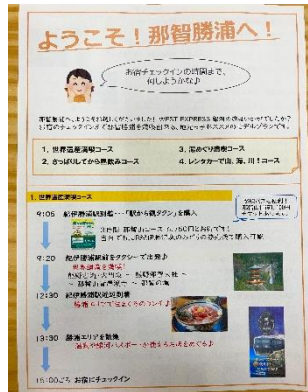
■実施期間：2021 年 7 月 16 日～12 月 22 日

■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。
- ・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。
- ・「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。
- ・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。

■結果：おもてなしプロジェクトの目的に対する評価

乗客アンケート結果（有効回答数 670）より、「WEST EXPRESS 銀河で満足頂けた点」という項目にて 1 位が「車窓からの風景」2 位が「列車自体の内装や装備」3 位に「各駅でのお出迎えやお見送り」がランクイン。自由記述回答においても「地元の方とのふれあい、おもてなしが温かくてよかった」と全体を通して高評価であった。町内関係者へアンケート結果を共有し今年 10 月～翌 3 月の 2 回目のプロジェクトにおいても同事業において那智勝浦町の良さをお伝えしご満足いただける様、受入体制整備を整える。



那智勝浦町モデルコース



チェックインまでの過ごし方提案

⑤那智勝浦 PR ポスターの制作 <新規>

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を NACKT 名義のシールを貼ることで代用する。

⇒令和 3 年度内において新型コロナウイルス感染症の収束が見通せなかったため、令和 4 年度に見送り。

(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「生まぐろ日本一」にぎわい市場、まぐろ CAN、飲食、宿泊

Ⅲ産業 3 水産業 (4)紀州勝浦産生まぐろのブランド化

●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。

公式ウェブサイト「おみやげ」ページを追加制作。

■時期：2022 年 2 月～2022 年 3 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

■費用：55 万円

■結果：物販・特産品部会員を中心にお声掛けし、現在 4 か所の情報を日英版で掲載済み。

英語ページに関しては海外ウェブサイトを参考に支払い方法や、海外発送の可否を追記。

※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。

(5) イベントの実施 <新規>

従来のイベント3つのうち、あげいん熊野詣、ツナカップは中止。まぐろ祭りはオンラインにて実施し、好評をいただいた。その他環境省の補助金を活用し、3件の実証イベントを実施した。

① まぐろ祭り（オンラインにて実施）

■実施期間：2022年3月13日（日） 14時～15時30分

■概要：2020年度、新型コロナウイルス感染拡大の影響で中止になってしまった人気イベント「まぐろ祭り」を26年間の歴史で初の完全オンラインにて実施。「紀州勝浦産まぐろを有効的に活用し、町全体を宣伝する。来町に繋げる」をテーマに約1時間半のツアー中に生まぐろ、世界遺産、温泉をふんだんに盛り込んだ内容で実施。配信中に生まぐろをはじめとする豪華賞品が当たる抽選会を実施。期間限定特設サイトや、「なちかつパスポート」を作成し将来的な来町を促すきっかけ作りも担った。比較的安価で効果のあるSNS広告を使った初のプロモーション方法の実証もできた。

■申込者数：1,018名（ウェビナー設定枠を超えた為、締め切りを待たず募集終了）

当日の視聴者数：790名（約8割が参加。通常オンラインツアーは当日参加4割程度が定石）

■費用：約182万円

■町の経済効果：約100万円（特設サイトと配信中の即売会の売上のみ）

夏休み期間、シルバーウィークのなちかつパスポート利用を考えると更に増えると予想。

■視聴者アンケート抜粋：「まぐろはもちろん町の目玉だが、まぐろだけでなく温泉、自然なども見所だと改めて感じた。必ず遊びに行きます！」「今回は漁に関する専門的な事が勉強になった。SDGsにも関連するのは知らなかった。まぐろ！美味い！という安直なテーマでなく、学びを入れるのは現代的で良かったと思う」などなど。

■結果：オンライン開催について否定的なご意見も頂いたが、参加者・町民双方の安心を守りながら効率的に紀州勝浦産まぐろ、そして那智勝浦町の魅力を日本全国へPR出来た。また、約800名を超える全国の視聴者より来年度のまぐろ祭りの運営に生かせるデータを集める事ができた。



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。

■予算規模：105 万円

⇒新型コロナウイルス感染拡大により中止

③ あげいん熊野詣

■実施日：2021 年 10 月下旬

■内容： 新型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。

■予算規模：250 万円

⇒新型コロナウイルス感染拡大の影響により中止

●下記④～⑥のイベントは、環境省補助事業である「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、国庫補助金（7,016 千円）で実施された。

④ オンラインで町長とアドベンチャーツーリズム 2 回実施

（1）ヒオウギ貝が届く！堀町長が那智勝浦町浦神の魅力をご案内

■実施期間：2021 年 12 月 19 日（日）

■概要：抽選の当選者には浦神湾産ヒオウギ貝を自宅に送付。当日は、町長による浦神地区の紹介、住職による大泰寺の紹介、地元漁師と町長によるヒオウギ貝調理ワークショップ、の三部構成で実施

■参加者数：当日参加 69 名（申込者数 142 名）



（2）那智大社で初詣オンラインバスツアー

■実施期間：2022 年 1 月 8 日（土）

■概要：ご自宅などしながらオンライン上の仮想のバスに乗り込み、ファシリテーターの案内で那智大社（初詣）、青岸渡寺（新春法話と七福神）、勝浦漁港にぎわい市場をめぐるツアーを実施

■参加者数：30 名（満席）

■オンライン終了後、希望者だけ募りにぎわい市場で物販販売

・ 3,500 円×1 セット （どちらにもにぎわい市場の商品の詰め合わせ）

・ 5,200 円×8 セット

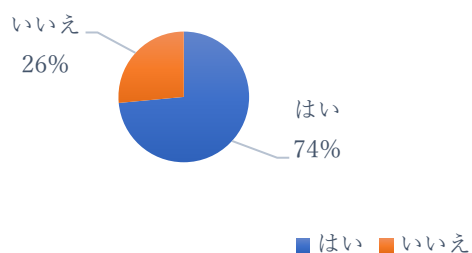
売上高計：45,100 円 ※ネット販売がコロナ禍により好調を推移しており物販の売上や PR にも繋がった



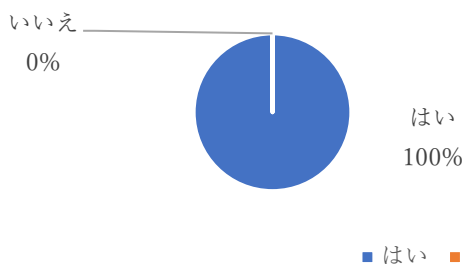
■結論

オンラインツアーに参加した顧客に、その土地の魅力を伝えることができれば、その顧客の新たな旅の候補地となり、将来の観光客を獲得できるコンテンツとなりうる。

実際に行きたい（浦神オンライン）



実際に行きたい（那智大社）



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 30 日出発（火）

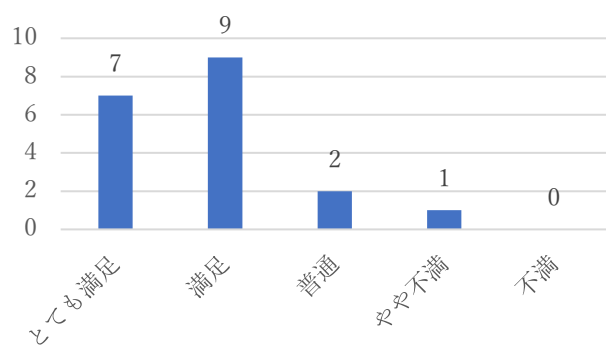
■概要：ONSEN ガストロノミーウォークは町の魅力を詰め込んだイベントである。世界遺産の熊野那智大社、温泉街、漁港等が分断された町の観光スタイルの課題を解決するため、また域内の事業者が連携できるイベントとして健康志向の高い個人旅行者を獲得する目的でこのイベントをテストマーケティング

■参加者数：17 名

■募集：クラブツーリズム株式会社／監修：ONSEN ガストロノミーツーリズム推進機構



ガストロノミーウォーキング



＜参加者からの感想を一部抜粋＞

- ・ここでしか食べられない食の美味しさはもちろん、地元の方の詳しいガイディングにより、ただの観光よりも深く地域を知ることができて興味深かった
- ・山がメインに思われがちだが、海を見ることが出来る街中散策は良かった。町の人には何でもない景色でも、他の土地から来た人には新鮮

⑥ ナイトサファリテストマーケティング

■実施期間：2021年11月28日（日）

■概要：人と獣が共存できる環境作りのために解体処理施設を立ち上げた地元の若手猟師・原裕さんの協力のもと、那智高原野生動物観察ツアーを考案。このツアーは地域環境学習のSDGsプログラムとして、人と獣とが共存できる可能性について学ぶ入口として造成を検討。

様々な観光の見識のある方々と共に実際に野生動物が多い那智高原へバスで行き、プログラムの可否を含めた可能性検討のモニターツアーを実施

■参加者数：20名（モニター14名、関係者6名）



<見識者からの感想を一部抜粋>

・獣害問題及びその原因となる山林の荒廃について、都会の子供達やその親は知る手段が無い。

その重要な機会を那智勝浦町が教育旅行として提供し、先駆的役割を担うのは意義あることと考える。また、全国でも例を見ないオンリーワンのSDGsプログラムとして、害獣駆除だけにとどまらず、その生命をジビエ料理としていただくことを地域環境学習に磨き上げることにより、那智勝浦町の誘客につながることも期待される

①獣害問題学習→ナイトサファリツアー→解体処理→ジビエ料理→寺での供養の儀式

※命をいただいているという意識を醸成

②オンライン国際学校交流として、それぞれの国の地域環境学習をお互いにプレゼンする機会を作る。

※都会の学校の学生達が当プログラムを体験し、プレゼンするという意識をもたせることにより、主体的に学ぶ意識を醸成

4. 受入体制整備事業

これまでに調査してきた観光資源を用いて、複数の商品開発を行った。しかし、新型コロナウイルス感染症の拡大により販売に至った商品は少なかった。

また、環境省や和歌山県の補助金を活用し、インバウンド富裕層向けの着地型旅行商品や、教育旅行向けの体験商品を開発した。

（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。

■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）

コロナ禍において下記に掲げた商品の大半は中止。しかしながらここでしか体験できない「シイノトモシビタケ」やストーリー性をもたらし「熊野三山と奥の院」などのコンテンツはニーズ（売れる）があることが実証できた。



(1) 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（小狗子峠）
- ・住職とめぐる新春初詣

(2) 那智勝浦でしか体験できない付加価値

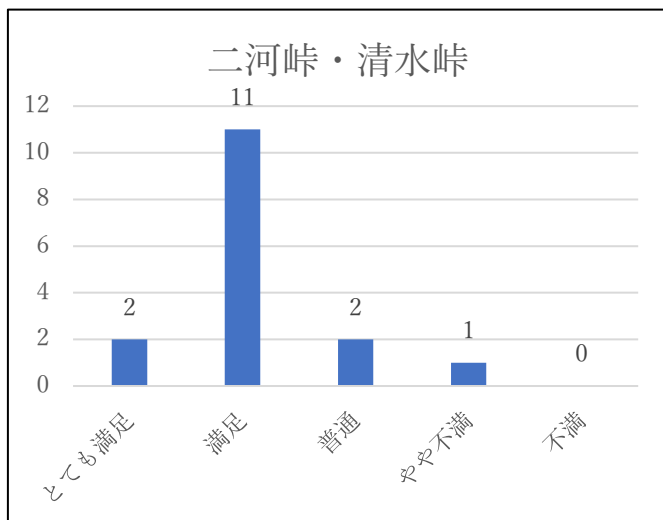
- ・那智の滝ライトアップ
- ・くろしおいちご狩り（まりひめ）
- ・三滝詣+かけ抜け道または大辺路（二河峠、清水峠）

(3) 認知拡大するためのイベント実施

- ・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

- ・那智勝浦観光機構 HP に「大辺路マップ」を気軽にダウンロード（閲覧）できる特設ページを設定
- ・他の素材と組み合わせて旅行会社へ営業（中辺路と比べ認知度が低いため、まずは実際に体験していただくことが目的）



＜参加者からの感想を一部抜粋＞

- ・海と山の両方の景色が体験できた
- ・一部峠道が厳しかったが田んぼや海が見えひと味違う熊野古道が体験できた

■ブルーツーリズムの推進

2021年度、ブルービーチ那智を活用したイベント実績なし

⇒2022年度、役場観光企画課、農林水産課などの関連部署と打ち合わせをおこない、隣接地域とも連携を取りながら進めていく

■ロケット見学場の利活用

コロナウィルス感染拡大・ウクライナ情勢悪化の長期化により部品調達が困難となり、当初予定していた発射時期より大幅に遅れたことで旅行商品開発までは至らなかった。

2022年度は第1号カイロスが年内に発射予定のため、それを踏まえ役場観光企画課と連携し、ロケットに関連した飲食メニューの開発、町オリジナルの物販・体験コンテンツを造成し観光客誘致に繋げていく。

■サイクリングルート「クマイチ」の活用

道の駅なちがサイクルステーションとして登録され、役場や関連団体と共に周知を図った。

■オンラインツアーの実施

環境省補助金事業でオンラインツアーを2回実施（※詳しくは上記参照）

オンラインツアーに参加した顧客に、その土地の魅力を伝えることができれば、新たな旅の候補地（目的地）となり、将来の観光客を獲得できるコンテンツ

（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。新たにインバウンド向けのプロモーション動画の制作も行った。

■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

⇒ 2021年11月実施のモニターツアーのアンケートにて「企画内容は素晴らしいが、生徒の車酔いやホテルへ戻る時間が遅いことから翌日の行程に支障がでるのでは？」という意見を踏まえ、日中に実施できるプログラム内容を検討中。

■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

⇒ 問い合わせは数件あったものの、那智勝浦町で受けが良いのはやはり大人数の受け入れが可能な教育旅行プログラムであることから予約までには至っていないケースが殆ど。

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。

参加をしたキャラバンや旅行会社への営業時に累計1,400部の配布を行った。



※「旅行新聞」2月1日号の「わかやま特集」にも町を挙げての取り組みとして大きく取り上げられた。

（3）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した。那智勝浦町観光企画課から出向のCIR（国際交流員）1名とともに、観光客への案内サービス等を実施した。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したが、人員確保、ハード整備費用の課題があり実現にいたっていない。

■営業時間：9 時～18 時（年中無休）

■職員数：3 名（パートタイム）+CIR 1 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、インドネシア語

5. 収益事業

NACKT 独自の収入源である収益事業は、昨年度に引き続きコロナ禍の影響を大きく受け、収益の柱となる平安衣装レンタルは昨年度比 27.1%減、一方ガイド手数料は昨年より回復し 25.3%増となった。レンタルサイクルは三輪電動自転車の配備と三密回避の商品として人気があり、昨年比 25.3%増となった。

(1) 平安衣装レンタル

年度	レンタル件数	収入額
2020年度	1,101件	2,643,995 円
2021年度	897件	1,927,260 円
前年比	19.5%減	27.1%減

※令和 3 年度休業期間：①4 月 23 日～6 月 20 日

②8 月 4 日～9 月 30 日

③1 月 27 日～3 月 21 日

(2) レンタサイクル

年度	貸出件数	収入額
2020年度	340件	298,000 円
2021年度	498件	373,401円
前年比	46.4%増	25.3%増

(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）

年度	ガイド件数	お客様数	取扱額	NACKT 売上	手数料比率
2020年度	498件	10,129 名	4,792,600 円	847,980 円	17.7%
2021年度	598件	10,582 名	5,766,100 円	1,062,366 円	18.4%
前年比	20.1%増	4.5%増	20.3%増	25.3%増	—

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を活用し、全額補助事業となっている。(補助金額 2,390 千円)

お寺ワークショップ実証事業

お寺×ワークショップの磨き上げによって、那智勝浦におけるニューノーマルな観光コンテンツの可能性を探る。そのために全国からワークショップ、観光分野の専門家を集めワークとツーリズムを体験しながらモニタリングを目的とした実証事業を実施

■実施予定：2021 年 11 月 27 日（土）～29 日（月）

■実施地域：大泰寺（太田地区）、那智山地区

■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

■参加者数：15～21 名（1 日目 17 名、2 日目 21 名、3 日目 16 名）



<参加者からの感想を一部抜粋>

- ・お寺の建物がもつ、雑念を取り払うような空間が大きな魅力だと思います。
- 文化体験も大きな魅力だと思います
- ・寺という特異な空間で集中して仕事ができること
- ・お坊さんと話すことでの自分の見つめなおしや、地域との連携