

(一社) 那智勝浦観光機構 2022 年度 (令和 4 年度) 事業計画



●2022年度事業計画概要●

【宣伝活動を本格的に開始】

組織設立の2020～2021年度の2年間は、プロモーション(宣伝活動)よりも受入体制整備に注力してきた。(理由：①観光客に選ばれる観光地のためには、受入体制整備が宣伝よりも優先順位が高いため ②コロナ禍) コロナ禍からの回復が見込まれる2022年度は、プロモーションの優先順位を上げ、本格的に誘客活動を開始していく。

【収益事業の販売促進強化】

組織設立から2年間で、観光資源調査・来町者アンケート調査などから複数の体験型観光商品を造成してきた。2022年度はこれらをしっかり販売していくことで、自主財源増を図る。

【イベントはサステイナブルに】

2021年度に実施したオンラインまぐろ祭りの実証結果を踏まえ、その他イベントもサステイナブルに、時代にあわせて実施を目指す。

I 目次

組織作り (P.44～P.45)

マーケティング事業 (P.46～P.48)

プロモーション事業 (P.49～P.54)

受入体制整備事業 (P.55～P.56)

収益事業 (P.57)

町内事業者との連携プロジェクト (P.58～P.59)

II 事業計画

1. 組織作り

昨年度は、2021年11月に「観光地域づくり法人」として観光庁への本登録を達成し、社員総会・理事会・専門部会などの組織を確立した。2022年度は、それらを効果的に運営し、集計データなど様々な情報の共有やヒアリングを行い協働していく。また、引き続き会員（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連携を行っていく。

<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) 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。

(2) 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。

(3) NACKT 会員（サポーター）募集

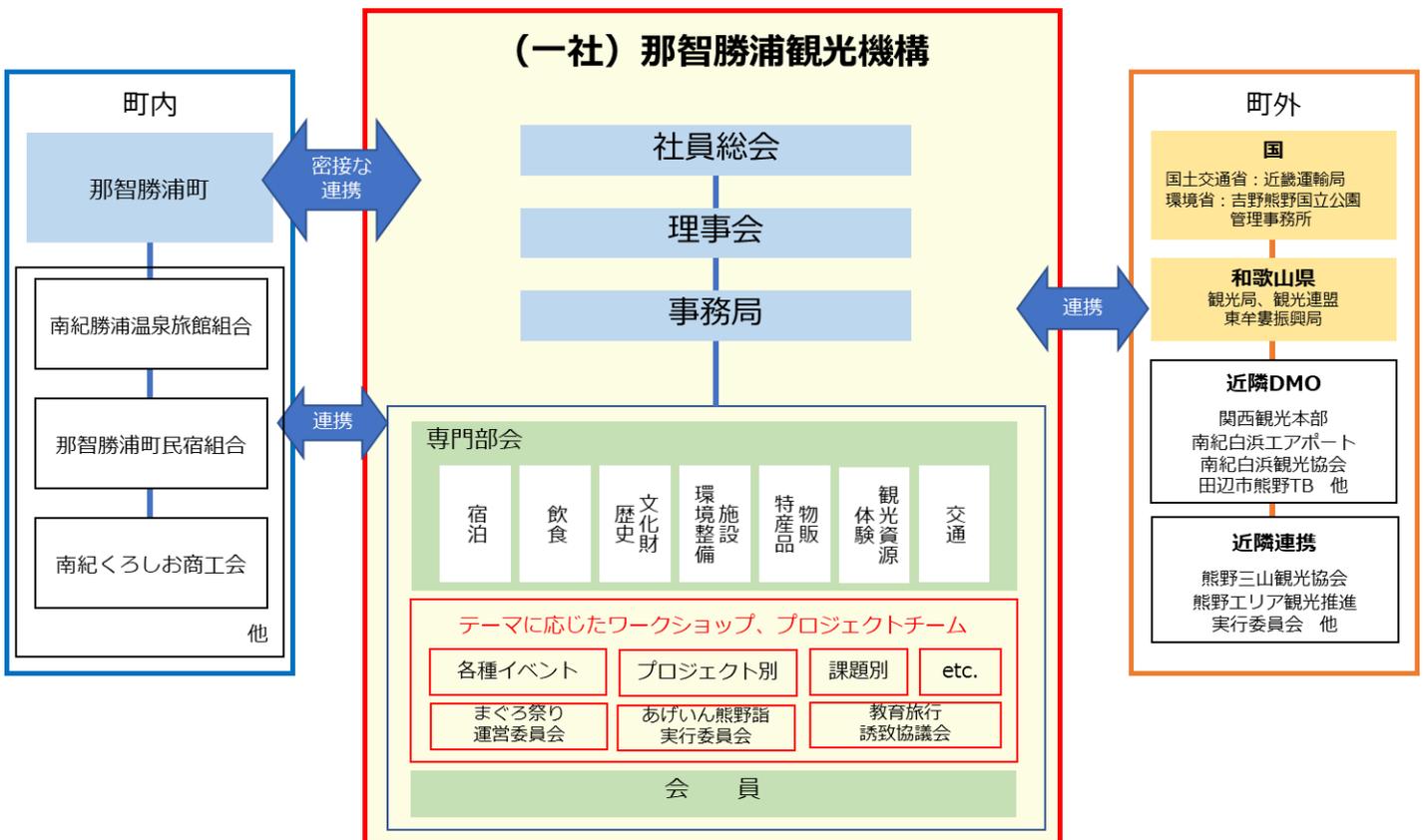
町内外の事業者及び個人から幅広く NACKT の活動をサポートいただくため、2022 年度も引き続き会員（サポーター）の募集を行う。

目標：150 名／団体（令和 4 年 6 月 17 日現在：96 名／団体）

(4) 町内外の組織との連携

2022 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

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的確に把握する。加えて、コロナ禍で中止していたインバウンド来町者調査を実施して、インバウンドプロモーション再開に備えてデータを入手する。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 <継続>

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（国内） <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：未定

■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

■予算：150万円

(3) 来町者アンケート調査（インバウンド客）<新規>

インバウンド来町者に対して、アンケート調査を行うことで、インバウンド来町者の属性や満足度、町内での動態を把握し、インバウンドプロモーション戦略に活かす。

■調査期間：未定 ※インバウンド回復の時期に合わせて

■調査方法：主要観光スポットにて、バイリンガルスタッフによる対面アンケート調査を実施する。

■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 他

■予算：60万円

(4) 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。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：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」「町内のど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

■予 算：66 万円（サイト管理費含む）

(5) 町民観光地満足度調査 <継続>

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 年度に行った調査方法の変更により、地域まんべんなく回答が集められたため 2022 年度も同様の方法で行っていく。

■調査期間：未定

■調査方法：アンケートを地域指定郵便にて町内 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にする。

■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

■予 算：40 万円

※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。

(6) ターゲティングの変更

当初、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」の順に設定していた。長引くコロナ禍と、そこから回復基調にある現状を踏まえ、2022 年度のターゲットを下記のとおりとする。

なお、年度途中においても変化する時勢に対応できるよう、随時見直しを行う。

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、愛知県を追加
白浜空港からのアクセス及び高速道路を利用したアクセスの便利さをアピール
- 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 訪日外国人（個人客） → 団体・グループ客誘致

6月10日より観光目的のインバウンド客の受け入れが緩和されたことに伴い、先ずは感染リスクの低い98カ国の観光客向けのプロモーションを優先的に実施し、今後の段階的な規制緩和に向け、その他の地域の観光客にも対応できるよう誘客プロモーションを行う。

現状、海外では「訪日旅行は規制が厳しい」「外国人が日本に行っても歓迎されないのでは？」というイメージを持たれており「Welcome」「Welcome Back!」というホスピタリティの高いプロモーションが求められている。

④ 教育旅行

■2021年度の調査結果：

- 2020年度と比較し、ほぼ同数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（企画や具体的なプランニング）を整備すれば、アフターコロナにも引き続き多くの教育旅行を誘致できると予想される。
- ※他地区での実施状況等を含めての企画樹立を目指す

⑤ 募集型団体ツアー客（メディアツアーの誘致） → 社員旅行等一般団体へのターゲット展開

■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。
- メディアの募集ツアーから確実に消費の高い一般団体の需要復活を想定してのターゲット化を移行

3. プロモーション事業

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和歌山県や那智勝浦町役場など関係団体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。

昨年度までに造成した着地型旅行商品の販売を促進するため、積極的なプロモーションを行う。

(1) 広告宣伝 <継続>

<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。(50%超)
- 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<継続>

■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：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

オンラインまぐる祭り 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。

今年度も引き続き町内イベントや、誘客プロモーション等に活用していく。

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、インバウンド向け商談会）

■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

他、那智勝浦への誘致セールスを AGT を中心に実行（機構職員を中心に訪問セールスの実施）

(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●

- 日帰りの旅マエの情報源として男性は「公式サイト」、女性は「Instagram」の利用が多い。
宿泊に関しては男女ともに「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<継続>

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<継続>

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、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。Instagram に力を入れてきたこともありフォロワー数が順調に伸びている。イベントと絡めた使い方(フォロワー限定企画など)をして、2022年度もより一層フォロワー数を増やしていく。

(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：2022年7月1日～2023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

■対象：受注型企画旅行を実施する旅行会社

■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

※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

・宿泊該当日が土曜日及び祝前日でないこと

・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場合のみ対象とする。

■予算：500万円

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：2022年5月1日～2023年3月31日

■補助額：25,000円～150,000円 ※人数と泊数により異なる。

■対象：合宿等を実施する団体

■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

■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：7月以降

※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名あたり1,000円

■対象：町内で宿泊する旅行者

■予算：5,000万円

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 <継続>

■実施期間：2022年10月～2023年3月上旬

■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。

・10時40分発のお客様に対して、勝浦地方卸売市場での「生まぐろ市場競り(入札方式)ガイドツアー」をオプションツアーとして販売する事が決定。冬の紀州勝浦産生まぐろの魅力を存分にお伝えし、お帰り前に町内飲食店や物販での消費額をアップさせる。

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。

- 制作時期：年内
- ポスター内容：未定
- 想定予算：136 万円

⑥湯めぐりチケット MAP のインバウンド対応にリニューアル <新規>

⑦駅前 MAP の多言語仕様にリニューアル <継続・改善>

駅周辺の食事箇所やご紹介も含めて、日本語版もリニューアル

食事については英語メニューや観光客用セットメニュー等についてもご協力いただけるよう企画予定

(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低い。理由のトップも「買いたいものがなかった」から変わらない。
- > コロナウイルスの感染拡大が落ち着き始めた 3 月頃からモデルコースの閲覧数が倍増。
(= コロナが落ち着いてきて旅行を計画する人が増えている。)

①公式ウェブサイトの「モデルコース」ページを更新。

- 時期：2022 年 7 月～8 月
- 内容：現在あるモデルコースの修正とターゲットに合わせたモデルコース作成
- 予算：53 万円

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：随時
- 方法：NACKT スタッフが公式ウェブサイト内の町内事業者情報をさらに増やしていく。

(5) イベントの実施 <新規・継続>

<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つを一部、時代の流れに合わせ「ニューノーマル」「サステイナブル」をキーワードにリニューアルして実施する。

※新型コロナウイルス感染症拡大状況により、中止する場合や各実行委員会において規模の変更等もある。

① まぐろ祭り

■実施予定時期：2023年1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、実行委員会、専門部会や各種関係団体と連携しながら実施することを検討する。
また、前年度に実施した「那智勝浦オンラインまぐろ祭り」にて得た約800名分のデータを有効活用した町内・県外双方のお客様が楽しめる企画内容、SNSを駆使したプロモーション活動を実施し、今まで以上に幅広い層への誘客に繋げる。

■予算：200万円

② ツナカップ（卓球大会）

■実施予定時期：2023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：105万円

③ あげいん熊野詣

■実施日：2022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、実行委員会、専門部会を通じて各種関係団体と連携しながら実施する。

■予算：250万円

④ ONSEN・ガストロノミーツーリズム

■実施予定時期：2022年11月～2023年3月下旬

■内容：「めぐる」「たべる」「つかる」をコンセプトに温泉地を拠点として、豊かな自然や景勝地を歩いて（ウォーキング）巡りながら、その土地でしか味わうことができない食をはじめとした地域資源の魅力、文化を体感するイベント

■協力（提供）：町内飲食店を中心に依頼

■予算：150万円

⑤ 海産物フェスタ

■実施時期：2022年12月～2023年2月

■内容：生まぐろに次ぐ第二のブランド化を目指すことをコンセプトに那智勝浦の海鮮をPRしていく。新鮮な海鮮や農作物も楽しめるイベントを実施。漁業・農業をはじめとする地場産業の融合を図りながら実施することを検討する

■予算：150万円

(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

2021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。2022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

■アクションプラン

- ・紀伊勝浦駅前足湯（滝の湯）の早期復旧
- ・WE銀河のおもてなしと連携した町内温泉のPR
- ・各種イベント参加者やアンケート回答者への湯めぐりチケットプレゼント等
- ・湯めぐりマップの見直し
- ・オリジナルタオルの作成

4. 受入体制整備事業

観光資源基礎調査は、組織設立から2年間で主なものは完了した。2022年度はプロジェクトごとに必要な調査を行っていく。

着地型旅行体験商品は、複数造成してきた。よって2022年度はそれらをしっかりと宣伝・販売していくとともに、ガイドツアーはバリエーションを増やしていく。

観光人材育成は、引き続き町内の観光従事者向けのセミナー等の開催を検討する。昨年度立ち上げた「なちかつハッピー★クルー」人材は、本格的な稼働と育成強化によりガイドツアーの品質向上を図る。

(1) 観光資源基礎調査

<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

組織設立から2年間で、主な観光資源調査は完了したと言える。2022年度は各プロジェクトにおいて、必要な調査を行う予定。

(2) 観光資源調査事業

今後はOTAが主流と言われているが、発信力や顧客の囲い込みができていない旅行会社の集客・宣伝力は今後とも必要不可欠である。旅行会社企画担当者に実際に現地で体験していただき、フィードバックされた助言を参考に素材の磨き上げをおこない、企画造成販売(ツアー)へと繋げる。観光素材をPRしていくには三現主義(現場・現物・現実)は必要不可欠。成功している地域の視察やガイドと一緒に町内資源を下見することで知識を取り込み、事業者(旅行会社)へ発信(営業)していく。以上2点を遂行し地域活性化へ繋げていく。

■内容：①旅行会社企画担当者招待下見費用

②町内外資源調査・視察費

■予算：50万円

(3) 着地型旅行商品開発

2021年度は、様々な体験型商品を造成した。2022年度はこれらをしっかりと宣伝・販売していき、魅力ある商品開発とともに販売ルートの開発を行う

<2021年度造成した商品>

・インバウンド向け英語ガイドツアー4種

「那智山ガイドウォーク」(大門坂～那智大社～青岸渡寺～那智の滝)

「補陀洛山寺と那智参詣曼荼羅絵解き」

「三滝詣 ～那智の滝 その向こうへ～」

「生まぐろ市場競り(入札方式)ガイドツアー」※このツアーは日本人向けにも同時開発

・旅行会社向け団体ツアー

・教育旅行向け「ホテル浦島SDGs謎解きクイズラリー」→探究活動を組み込んだ企画の樹立

(4) 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2022年度も実施する。2021年度に立ち上げた「なちかつハッピー★クルー」と「NACKT 公認英語ガイド」を育成していくことで、ガイドツアーのブラッシュアップとクオリティコントロールを行っていく。

(5) 誘客促進 体験型プログラム

観光客をより多く誘致していくためには体験コンテンツを提供（お客様が選択）、イベントを開催、プロモーションをおこない期待度（見込顧客）を高めていく必要がある。和歌山県土砂災害啓発センター、宇久井海と森の自然塾など事業者と連携して実施を検討していく。（顧客獲得イメージとして見込み客⇒新規顧客⇒優良顧客）

(6) 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派遣の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する。

観光案内所は町の顔となりうるため、接遇・おもてなし力向上を目的とした研修を行う。

■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

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 になることを目指す。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。平安衣装レンタル、レンタサイクル事業については、昨年度の結果を分析したのち、適切な計画を立てて実行していく。

(1) 平安衣装体験

インバウンドの復活が見込まれる中、多言語案内ツールの充実など受入体制を強化する。申し込みの間口を広げるため、アクティビティ予約サイトの有効活用などを行い客数増につなげる。

(2) レンタサイクル

コロナ禍でも、三密回避の手段としてレンタサイクルの利用は伸びている。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）

2021 年度に熊野・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ことが出来た。2022 年度も宣伝と事務局代行を担っていく。

(4) なちかつハッピー★クルーを活用したガイドツアー

新商品「那智勝浦 生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアー」を中心に、新しい収益源としてなちかつハッピー★クルーを活用した事業を育てていく。

(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) 旅行業への登録

現行登録している「旅行サービス手配業」では BtoB への限定となり 直接観光客の方との取引ができない制限があるため、旅行業登録を取得する。（第 3 種旅行業予定）

6. 町内事業者との連携プロジェクト

町の観光における課題解決につながるプロジェクトに、積極的に参画・協力していく。

① E-Bike を活用した吉野熊野国立公園内でのサステナブルツーリズムプログラム推進事業

環境省「国立・国定公園の利用拠点の魅力創造による地域復興推進事業」に申請中。

■申請団体：合同会社 WhyKumano

■代表主体以外の事業者：

- ・株式会社 TABIPPO ツアー企画／実施、広告宣伝物の企画／制作
- ・(一社) 那智勝浦観光機構 那智勝浦地域との連携

<事業目的>

- ① 新規若年層（20代～30代）にアプローチすることで、那智勝浦町を知ってもらい、来町者の増加につなげる。
- ② 町内観光資源を繋ぐツアーコンテンツを企画することで、回遊率を上げて、町内観光消費額を増やす。
- ③ ゼロカーボンシティ宣言をしている那智勝浦町の二次交通手段の確立化。

<事業内容>

【サスティナブル×那智勝浦&吉野熊野国立公園 E-Bike を活用した若者向け観光コンテンツの創出事業】

世界遺産に登録されている那智勝浦・吉野熊野国立公園を舞台として、E-Bike を活用して周遊する若者向けのサスティナブル体験ツアーを造成する。

② 実証事業名：大泰寺を中心とした地域周遊コース整備事業

観光庁「令和3年度補正 訪日外国人旅行者周遊促進事業費補助金」に申請中。

■申請団体：宗教法人 大泰寺

■対象事業：寺泊（宿坊）のインバウンド化・体験コンテンツ造成事業

■代表主体以外の事業者：

- ・太田川流域農泊振興協議会 宿泊・体験・飲食の提供、大泰寺での体験への接続
- ・株式会社 al Stay in KUMANO 宿泊・体験の提供、大泰寺での体験への接続
- ・株式会社 NICO ツアーコーディネイト、モニターツアーアテンド

■協力：

- ・(一社) 那智勝浦観光機構 広報の支援

<事業目的>

現在、大泰寺においては宿泊客やキャンプ場の利用客、アウトドアサウナなどの利用者が増加。しかしそういった観光客が周辺の飲食店や別事業者が行う体験コンテンツを利用しておらず、お寺と地域の連携が取れていない。連携を取ることで、1人当たりの平均宿泊日数増、消費額増、また大泰寺自体の稼働率も上げていく。また、この先大泰寺での体験商品の需要が増えれば、宿泊キャパシティが不足し、周辺の民泊への相互送客導線を作る必要がある。本事業はそれらの課題を解決するものである。

<事業内容>

大泰寺を中心とした那智勝浦町内の「旧下里村」「旧太田村」「旧色川村」を含む太田川流域地域で、農業体験やトレイルランニング、マウンテンバイクなど地域資源の掘り起こしが行われている。そうしたコンテンツを大泰寺の寺泊と結びつけるとともに、(大泰寺では、1日の宿泊キャパシティが少ないため)周辺地域に存在する民泊との連携を強化する。

③ 実証事業名：365日のロケット観光の確立事業

観光庁「地域独自の観光資源を活用した地域の稼げる看板商品の創出事業」に申請中。

■実施主体：一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会

■対象事業：寺泊(宿坊)のインバウンド化・体験コンテンツ造成事業

■連携市町村：

・那智勝浦町 ・串本町

■連携先：

・(一社)南紀串本観光協会 ・(一社)那智勝浦観光機構 ・串本町商工会

・南紀くろしお商工会 ・串本町教育委員会 ・那智勝浦町教育委員会

・株式会社近鉄百貨店(和歌山店) ・西日本旅客鉄道株式会社(和歌山支社)

<事業概要>

・2年間蓄積したノウハウを観光ガイドによるロケット観光体験プログラムに進化させ、造成し、観光客に販売する。

・“ロケットのまち”にふさわしい土産品・飲食メニューの開発を促進し、地域での観光消費の拡大を図る。

・隣接する那智勝浦町との広域での取り組みに拡大するとともに、ツアー・土産・飲食メニューの販路を開拓する。

<観光機構の役割>

部会を活用した土産物開発