

(一社) 那智勝浦観光機構 2025年度(令和7年度)事業計画



一般社団法人那智勝浦観光機構

目次

- 2025 年度事業計画概要 (P1)
- 組織作り (P2～)
- マーケティング事業 (P4～)
- プロモーション事業 (P7～)
- 受入体制整備事業 (P12～)
- 収益事業 (P14)
- 観光庁等の実証事業の活用 (P14～)

●2025 年度事業計画概要●

2023 年 5 月に新型コロナウイルスが 5 類に移行し、日本だけでなく世界のお客様が大きく動き始めている。2023 年、2024 年と順調にお客様が増え、宿泊客数を比較するとコロナ禍前の 2019 年を超えるお客様にお越しいただいたという結果となっている。

我々としても、和歌山県や紀南エリアの団体などと合同のプロモーションに積極的に参加してきた。また、コンタクトのあった旅行会社などの旅行商品販売事業者に定期的に情報提供するなど、情報発信にも努めている。

2025 年度は、国内では新たに首都圏のお客様をターゲットにしたいと考える。本町に来られる日本人観光客は関西、東海圏が中心で、当該地域では一定程度那智勝浦町の名前が認知されていると考えている。そのため、今回東京など首都圏のお客さまに那智勝浦を認知していただけるよう取り組みを進めていきたい。

また、コロナ禍以降、外国人観光客が大きく増加しており、2024 年は外国人観光客が過去最高となった。国別としては中国、台湾、香港などアジアが中心だが、アメリカ、オーストラリア、ドイツなど欧米豪のお客さまも大きく増加している。この勢いを止めることのないよう、また外国人観光客にも満足いただけるよう情報発信や受け入れ体制も考えていく必要がある。

2023 年から事業を進めている観光庁事業「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」では、奈良県南部とともにモデル観光地として選定されていたが、今回、和歌山、三重、奈良の 3 地域で協働し、紀伊半島全体をアピールしていく広域的な事業となった。昨年度は、アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリアでの紀伊半島の認知度を高めるため、各国に設置されている関係者を通じて現地での商談会への出展や旅行会社へのセールスを実施、またメディアや旅行会社の担当者を招聘した FAM ツアーを実施してきた。効果が見えてくるのはもう少し先かもしれないが、すでに多くのメディアに掲載され、認知度があがっていると感じている。

その成果もあってか、本年 3 月にはアメリカのトップ媒体「TIME」の「The World's Greatest Places 2025 (世界で最も素晴らしい場所)」の「Places to visit (訪れるべき場所)」部門で世界遺産「熊野那智大社と那智山青岸渡寺」が選定された。大変光栄なことであり、今までの積み重ねの成果であると認識している。今後は、さらに認知度を向上させるよう引き続きプロモーションに努めるとともに、選定されたことに恥じないようさらに観光地としての受け入れ態勢の整備を整えていく必要がある。



1. 組織作り

社員や理事会、専門部会などの組織を確立し、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た。以降、地域DMOとして活動を継続してきた。

昨年、地域DMOの更新申請が認められ、引き続き地域DMOとして活動できることとなった。さらに邁進できるよう体制整備を図っていく。

また、事業者との密な関係強化を図り、サポーターの獲得に取り組むとともに、並行して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強化を行っていく。

(1) 理事会の開催

<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

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。

年間想定スケジュール

第一回：6月開催

第二回：7月開催

第三回：11月開催

第四回：3月開催



那智勝浦
Nachi-Katsuura



(2) 専門部会の開催

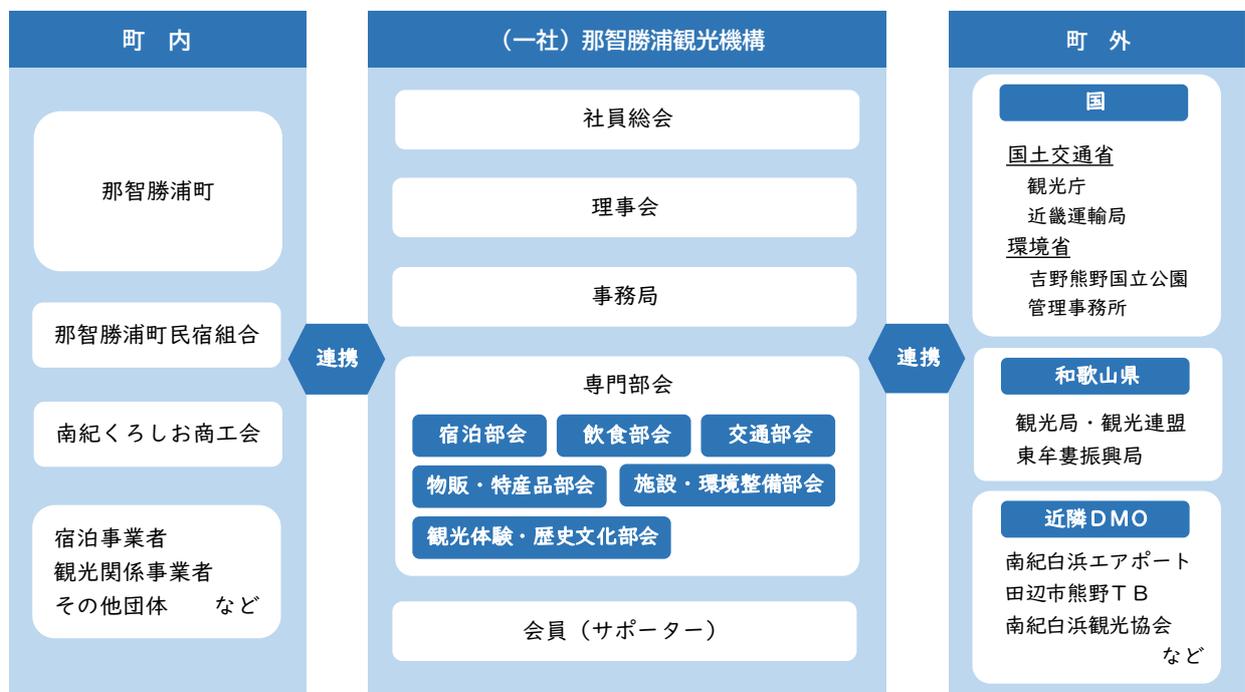
DMOの目的である地域づくりの舵取り役としての役割を果たすため、必要に応じて下記6つの専門部会を開催する。部会では、機構が行った各種調査の結果など様々な情報を共有し、今後の取り組み等について議論を行う場とする。

部会名	目的
宿泊部会	<p>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拡充などに関するヒアリングや当機構事業についての情報共有を目的とする。</p> <p>現状各事業者によりターゲット・目標が異なる点を踏まえ、宿泊事業者及び那智勝浦町民宿組合との協同のもとDMOとして宿泊客の増大に向けての方法論を模索、実行していく。</p>
飲食部会	<p>滞在型観光地づくりを目的に、飲食事業者と連携し観光客の利便性向上のためサービス開発や実行に向けた意見交換と、当機構事業についての情報共有を目的とする。</p> <p>宿泊施設において食事をとらない(とれない)お客様へのご案内や企画など来町される方への対策を検討する。</p>

観光体験 ・歴史文化部会	那智勝浦町内の観光資源（歴史・文化財などの資源を含む）・体験などに関する当機構事業についての情報共有を目的とする。 来町者アンケートによる調査結果をもとに、各事業のブラッシュアップ、環境改善に取り組む。
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意見交換と情報共有、旅行者に関連する交通安全、防犯、減災対策に関する施策の検討を目的とする。

<実施体制図>

一般社団法人那智勝浦観光機構 実施体制図



(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、2025 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 7 年 6 月 13 日現在：112 名／団体）

(4) 町内外の組織との連携

2025 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。

(5) 職員・会員に対する研修の実施

昨年度は、職員を対象にした研修を実施することができなかったが、観光庁の「世界に誇る観光地を形成するためのDMO体制整備事業」の採択を受け、会員向けにインバウンド観光客の現状や今後の動き、お客様への情報発信などに関するセミナーを動画配信も含め、計4回開催した。今年度も引き続き、本事業を活用してセミナーを開催する予定。職員向けの研修も併せて実施を検討する。

2. マーケティング事業

昨年に引き続き各種調査を実施して、観光客の属性や満足度、消費額、宿泊客数、町内での動態など変化の著しい旅行者の消費実態を把握する。その調査結果を分析したうえで今後の施策の立案、実行に繋げる。

また、外国人観光客が大きく増加していることから、引き続き外国人観光客を対象にしたアンケートを実施し、今後の事業展開の参考とする。

(1) 宿泊施設利用者統計調査

<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

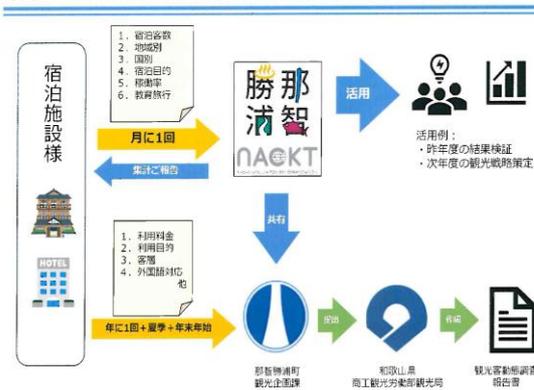
宿泊施設から提供いただく宿泊者数(日本人・外国人)データを観光庁・和歌山県が発表する統計と比較し多角的な検証を行う。

■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

役場とNACKTが収集させていただく「情報の内容」と「目的」について



1. 月別利用者数：延べ人数(国内外客すべての合計を入力ください)。※1人が2泊の場合は、2でカウントしてください。

延べ宿泊客数	人	日帰り客数	人
--------	---	-------	---

2. 宿泊客数を以下の地域別に振り分けてください。

和歌山	大阪	京都	兵庫	奈良	滋賀	三重	岐阜	愛知	静岡県	長野	山梨	北海道	富山県	石川県	福井県	山形県	秋田県	岩手県	青森県	北海道	延べ宿泊客数	

3. 滞在客数のうち、外国人滞在客を以下の地域別に振り分けてください。

アジア										北米		欧州		オーストラリア			
中国	韓国	台湾	香港	シンガポール	タイ	マレーシア	インドネシア	フィリピン	インド	トルコ	イスラエル	その他	アメリカ	カナダ	ブラジル	その他	

4. 以下は、おおよその割合でも結構ですので、お答えください。

宿泊目的の割合(概、千分率)	観光、レジャー	： 仕事関係	→	：	客室稼働率	平均	%	次日
----------------	---------	--------	---	---	-------	----	---	----

5. 教育旅行の有無について
下の選択肢のうちどちらかにふ印を入れてください。

なし	あり	受け入れ総数	総人数	延べ宿泊客数	この日の延べ宿泊客数
		人	人		

1

(一注) ？は省略可能な項目

(2) 来町者アンケート調査(国内)

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サイクルをまわす。

- 調査期間：2025年10月～12月
- 調査方法：町内にアンケートQRコードを掲示し、アンケートに回答すると、「抽選で賞品が当たる！」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：90万円



(3) 町民観光地満足度調査

「シビック・プライドの醸成」に取り組むため、引き続き2025年度も実施する。

- 調査期間：2026年1月～3月に実施
- 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

参考：シビック・プライド：町に対する住民の誇り



(4) ウェブサイトアクセス解析調査

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サイクルをまわす。

- 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) 位置情報データを活用した観光客調査

携帯電話等の位置情報を活用し、観光客に関するデータを収集。町内5地点を登録し、観光客の属性、来訪地、周遊等の情報を分析する。

- 調査期間：通年
- 調査方法：民間事業者が取得する位置情報データによる観光客の情報の提供を受ける
- 調査項目：那智勝浦町に来られた観光客の属性、発地、来訪地、周遊場所 他

■ 予 算 : 38.5 万円

(6) 来町者アンケート調査（インバウンド客）

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：通年

■ 調査方法：観光案内所にて、外国人スタッフによる対面アンケート調査を実施
大門坂観光案内所においても、可能な範囲で実施

■ 調査項目：居住国、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、宿泊客と日帰り客の属性 他

■ 予 算 : 15 万円

(7) 那智勝浦町観光フォトコンテンツの実施

那智勝浦町の魅力ある自然と行事等を主体にした観光カレンダーを制作し、観光客の誘致ならびに住民のシビック・プライドの醸成につなげることを目的に実施する。

カレンダーについては、販売することはもとよりマスコミや旅行会社向けの PR ツールとしても活用する。

■ 実施期間：2025 年 5 月～8 月（写真募集期間）

■ 予算 70 万円



☆ターゲットの設定

2024 年度は、観光客のターゲティングは「関西自然派層」「東海3県及び首都圏」「訪日外国人」「募集型団体ツアー客」の順に設定していた。新型コロナウイルスが5類に移行し、国内外含め大きくお客様が動いており、本町へのお客さまもコロナ禍前をしのぐ勢いで回復しており、特にインバウンドのお客様は過去最高となったことを踏まえ、2025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 首都圏のお客様（主に個人客若年層）

■ 昨年度の結果

- ・ 都道府県別では、東京都4番、神奈川県8番、埼玉県10番と続く
- ・ 関東のお客様は観光消費額が高いと言われており、新たなターゲットとして獲得を目指す

② 訪日外国人観光客（個人客・団体・グループ客誘致）

■ 昨年度の結果

- ・ 2024 年は、外国人観光客が8万人を超え、過去最多の数字
- ・ 国別では、中国、台湾、アメリカ、オーストラリア、香港の順となっている
- ・ 全体的にはアジアのお客様の割合が高いが、欧米豪のお客様も大きく増加
- ・ 観光庁が実施する「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり事業」のモ

デル観光地としてターゲットとしている欧米豪をターゲットに

③関西圏自然派層及び東海3県

■昨年度の調査結果

- ・来訪者は大阪府が1番。都道府県別では次が愛知県、和歌山県、三重県、兵庫県の順
- ・地理的にもこの地域のお客様に多くお越しいただいているため、引き続きプロモーションに努める

④募集型団体ツアー客（メディアツアーの誘致）

- ・コロナ禍が明けてから、募集型団体ツアーのお客さまにも多くお越しいただいております、旅行会社に対して積極的にアプローチし、募集型ツアーの造成を求めていく
- ・すでに新たに募集型企画旅行の商品化もされており、実績にも表れている
- ・今年度も観光バス助成金事業を実施し、商品造成につなげる

参考) 2024年4月～2025年2月までのデータ

募集型企画 469台

一般団体(修学旅行やインバウンドを含む) 293台

※大門坂駐車場利用バス台数



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、撮影や取材、雑誌の記事校正などメディアへの露出に対応することやホームページ、Instagramなど公式SNSを活用してお客様にとって有用な情報を積極的に情報発信する。

<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) 広告宣伝

広告宣伝に関しては、費用対効果を考え、どういったお客様に対してどういった情報を発信するのかを考えて発信する必要がある。

SNSではInstagramが一番効果が大きいと言われており、Facebookは年齢層の高い利用者が多いと一般的に言われている。有料広告等も選択肢にはあるが、まずは当機構の公式ホームページやInstagram、Facebookなどの公式SNSで的確に情報発信していくことを中心に展開していく。

また、国や和歌山県などの地方自治体や各種団体が実施する現地プロモーション、商談会等にも積極的に参加していく。

①デジタル広告

■ターゲット：個人客

■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

※イベントの告知に SNS 広告を使用し効果が見られた。今後も継続して活用の予定

②現地プロモーション

■ターゲット：個人客

■方法：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



③各種商談会やキャラバンへの参加

■ターゲット：団体客

■方法：和歌山県等が主催する商談会に参加

※インバウンドに特化した JNTO や関西観光本部主催の商談会へは積極的に参加する他、那智勝浦への誘致に向け AGT を中心に継続

(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)

アンケート調査の結果などを分析し、必要なところに効果的な情報を発信するよう取り組む。

- ・来町のきっかけは、旅行サイト、口コミ、旅行雑誌、旅行会社、Instagram の順
- ・来町の情報源は、旅行サイト、公式 HP、旅行雑誌、口コミ、Instagram の順

参考) 来町者数：和歌山県観光動態調査より

	2021年	2022年	2023年	2024年
宿泊者(人泊)	255,690人	331,899人	379,188人	434,875人
日帰り	636,558人	643,758人	701,081人	819,010人

※各年の暦年の数字である

①撮影・取材・画像貸し出し・記事校正対応

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。

積極的に記事広告に取り上げてもらえるように、プレスリリースを積極的に実施していきたい。

プレスリリース時には和歌山県東牟婁振興局の報道資料提供も活用する。

②公式 SNS による情報配信

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、2024年度はInstagram、Facebookに関して目標を超えるフォロワー数を確保できた。

今年度も目標設定を行い、フォロワー数を具体的に数値で設定していく。

	Instagram	X (Twitter)	Facebook	
現在のフォロワー数	4,243	472	1,046	2025年3月現在
目標のフォロワー数	4,900	500	1,200	2025年度目標

※Facebookについては中高年の利用が多いことを鑑み当面継続

③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。

④「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もあるため、メディアへのプレスリリースは、和歌山県観光連盟にもリリースする。

(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)

下記の補助金交付事業を実施し、旅行会社向け販促商品にするなど、宿泊客誘致につなげる。

①バス助成金交付事業

■実施時期：2025年7月1日～2026年3月31日

■助成額：・バス1台について

20名以上乗車の場合 30,000円/1台(前年比20,000円減)

10～19名乗車の場合 10,000円/1台(前年比20,000円減)

・宿泊当日が土日及び祝祭日でないこと

・1支店あたり、上限15万円(前年比15万円減)まで

■対象：2025年7月～2026年2月28日に町内に宿泊する団体旅行を実施する旅行会社等(年末年始は除く)

■予算：2025年度予算150万円

②合宿等応援等補助金交付事業

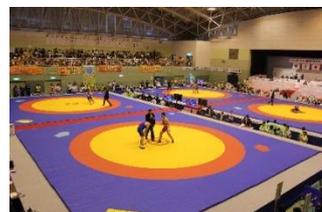
昨年度より合宿応援等補助金事業の補助額を改正しており、延べ宿泊数×1,000円、上限100万円までとする。

また、補助金の対象を合宿される団体に加えて、各種スポーツ大会を実施し、町内で宿泊される団体に関しても本補助金の対象とする。

■実施時期：2025年4月1日～2025年3月31日

■補助額：延べ宿泊数×1,000円(100万円を上限)

■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等

■ 予算：2025年度予算150万円

③ ロケーション支援事業補助金（新規）

■ 実施時期：2025年7月1日～2026年3月31日

■ 補助額：1団体あたり 50万円

■ 対象：日本の法律に基づいて設立された映像作品等を制作する法人、団体

- 条件：・映画やドラマ、CMやMV等の映像作品の撮影を町内で行うこと
・那智勝浦町内の宿泊施設に宿泊すること

■ 予算：2025年度予算100万円

（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 (4) 紀州勝浦産生まぐろのブランド化

旅マエの情報収集源は「NACKT 公式 HP」が上位にあることから、引き続き公式 HP の充実に努める。

- ① 公式ウェブサイトの「モデルコース」ページの検証と更新
- ② 町内事業者の情報を公式ウェブサイトに充実
- ③ 公式ウェブサイトの「体験企画」ページの増設
- ④ DX の推進



（5）イベントの実施

<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

昨年度は町のウリである「世界遺産・生まぐろ・温泉」に対応するイベントを実施してきた。今年度も引き続きこれらの企画を磨き上げていきたい。

① 生まぐろフェス

■ 実施予定時期：2026年1月下旬ごろ予定

■ 内容：生まぐろの町として世界に誇る那智勝浦町を大きくアピールし、美味しい生まぐろを気軽にお召し上がりいただけるイベントとして実施。町内飲食事業者等にも参加いただき、クーポンの販売やスタンプラリー、飲食店をはしごしていただく「なちかつはしご酒」など、1週間の開催期間で最終日には勝浦漁港敷地内でフィ



ナーレイベントを開催したが、市場敷地内の利用制限やクーポンの販売等の課題に取り組む必要がある。

■ 予算：480万円

②世界遺産熊野那智詣

■ 実施予定時期：2025年11月～12月

■ 内容：2024年度は、世界遺産20周年記念として実施。平安衣装コース、曼荼羅コースなど4コースを設けて2回実施。参加者には好評をいただいたが、参加者数が少なかった。今年度は実施するかどうかを含め、検討する。

■ 予算：180万円



③ONSEN ガストロノミーウォーク

■ 実施予定時期：2025年10月

■ 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。昨年度は世界遺産20周年記念としてブルービーチから那智山で実施。毎年他府県からの参加が多く、また参加者から好評いただいているため、今年度も実施予定。

■ 予算：200万円



④温泉ウィーク

■ 実施時期：2025年9月～10月

■ 内容：2022年度にスタートした企画。本町の3本柱のひとつ温泉をアピールするものとして実施。町内の方にも参加してもらい、町の良さを知ってもらおうシビックプライド醸成にもつながることを期待していたが、日帰り入浴可能宿泊施設の減少も見込まれており、どのようなやり方がいいのか、どう温泉をアピールしていくか検討が必要。

■ 予算：240万円



(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

2024年度実施の観光客を対象にしたアンケート調査によると、本町の観光目的は一番が世界遺産、続いて温泉、生まぐろの順であり、日帰り客だけでみると生まぐろがダントツの一番であった。本町では那智勝浦町の観光の3本柱である世界遺産・温泉・生まぐろを中心にプロモーションを展開しており、これを今後も続けていくと同時に小型ロケット

「カイロス」も新たな観光資源としての活用方法を検討する。

■2025年度イベント等の年間スケジュール（予定）

・奥熊野いだ天ウルトラマラソン	4月20日
・熊野那智大社例大祭 那智の扇まつり	7月14日
・海水浴場開設 （ブルービーチ那智・玉の浦海水浴場）	7月～8月
・WESTEXPRESS 銀河運行	8月～10月
・那智勝浦町花火大会	8月11日
・温泉ウィーク	9月～10月
・ONSEN ガストロノミーウォーク	10月
・勝浦湾花火打ち上げ	10月
・紀州勝浦生まぐろ市場コンサート	11月2日
・世界遺産 熊野那智詣	11月～12月
・熊野古道ヒルクライム	11月
・生まぐろフェス 2026	1月
・神秘ウォーク	2月～6月
・小型ロケット「カイロス」打ち上げ	時期未定



4. 受入体制整備事業

最近の外国人観光客の増加を鑑みて、まちなかでの多言語対応に関する整備が課題であると認識している。

町内の回遊率を高めるため、また町内での滞在時間を増やすため、着地型商品の磨き上げを行う。昨年度新たに商品化した「生まぐろ丸ごと体験ツアー」と既存商品の周知に注力し、需要があるが確保の難しい英語ガイドについて、地域おこし協力隊として赴任している隊員をガイドとして育成し、確保につなげる。

<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) 観光資源調査

現在の町内の状況を確認し、観光客の受入体制の課題について検討する。特に町内の周遊、回遊率の増加や滞在時間の増加のための取り組みについて取り組む。

また、外国人観光客の増加に伴い、町内事業者の外国人受け入れのためのサポートや情報提供を行う。

現在は、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資源の磨き上げをおこない、企画造成販売（ツアー）へと繋げる。

(2) 着地型旅行商品開発

機構では平安衣装体験、生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアーなど着地型商品を造成して販売している。昨年の夏には、新たに生まぐろの解体を体験できる「生まぐろ丸ごと体験ツアー」の販売を開始。今後も那智勝浦町の魅力発信のため、既存商品のブラッシュアップと新たな商品開発を模索していく。

また、ロケットの打ち上げに関しても今後、本町の大きな観光コンテンツになることが見込まれるため、お土産物、飲食を含めて商品の造成を検討する。



(3) 観光人材育成

町内の観光事業従事者に対し、受け入れ体制整備の一環として昨年に引き続き外国人観光客受け入れのためのセミナーを開催する。（世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業を活用予定）

英語ガイドについては、現在、地域おこし協力隊として赴任している隊員を英語ガイドとして育成。現在は競りガイドが中心だが、熊野古道、世界遺産等もガイドできるよう育成予定。また、和歌山県通訳案内士会など町外の団体も活用して外国人でもガイドツアーをお楽しみいただけるよう体制を整えていく。併せて、地元で英語ガイドができる人材の育成を図りたい。

(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派遣の 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。

■ 営業時間：9 時～18 時（年中無休）

■ 職員数：4 名（パートタイム）+ CIR 2 名（大門坂観光案内所にも勤務）

■ 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）
- ・ ガイドツアー、平安衣装体験の予約受付等
- ・ 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

■ 対応言語：日本語、英語、インドネシア語、トルコ語



(5) 大門坂観光案内所の運営

2022年12月に大門坂駐車場にて大門坂案内所の運営を開始。那智山エリアから那智勝浦町内への回遊を推進するとともに、観光客への案内サービス等を実施する。

■営業時間：9時30分～16時（年中無休）※営業時間は季節により変動

■職員数：1～2名（観光案内所と事務局職員でのローテーションで運営）

■主な業務内容：

- ・観光客への観光情報提供
- ・ガイドツアー、平安衣装体験の当日受付及び現場での案内
- ・観光客（特に大型バス、外国人観光客）の実態調査

■対応言語：日本語、英語



5. 収益事業

積極的に収益事業を展開し商品・メニュー開発を行うことにより自主財源の獲得、増加を目指す。

(1) 平安衣装体験

新型コロナウイルスの5類移行後、多くのお客様に体験いただいております。外国人観光客にも好評をいただいております。特に、台湾、中国などアジアのお客様に人気があり、団体での申し込みも多くいただいております。引き続き、積極的にPRを行う。

(2) レンタサイクル

外国人を含め個人での旅行者が増えている現在、レンタサイクルの利用も伸びている。さらなる稼働率アップを図るため、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年度より熊野・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ている。2025年度も引き続き宣伝と事務局代行を担っていく。

(4) 生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアー・生まぐろ丸ごと体験ツアー

那智勝浦生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアーに加え、新たに生まぐろの解体を体験できる「生まぐろ丸ごと体験ツアー」を2024年夏から販売開始。両商品のPR、ブラッシュアップに努めるとともに、外国人向けの英語でのガイドツアーの本格実施につなげていく。

(5) バスターミナル及びタイムズ駐車場の運営

コロナの5類移行に伴い、個人・観光バスともに駐車場、乗降場の利用が増加しており、この傾向は今後も続くものと想定される。お客様の利便性を向上させ、さらなる収益化を図る。

にぎわい市場前のタイムズ駐車場は、2024年6月から築地地区津波避難タワー建設に伴い、閉鎖となっている。今年度夏以降の再開に向け、那智勝浦町始め関係者と協議を進める。

6. 観光庁等の実証事業の活用

町の観光における課題解決や更なる活性化につながる事業の実施に向け、積極的に観光庁やその他の官公庁等の事業を活用する。

事業の実施に関しては、専門のコンサルティングの活用をはじめ、より効果的、効率的な事業実施を目指す。

(1) 広域観光周遊のための専門家派遣事業（世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業）

観光庁の補助事業であり、DMO の更なる体制強化、職員のスキルアップを目的とした事業。2024 年度は専門家による伴走支援をいただきながら、外国人観光客の受け入れに関してアドバイスをいただき、事業者に向けたセミナーも実施した。今年度も引き続き、本事業を実施予定。

(2) 地域観光魅力向上事業

こちらも観光庁の補助事業。地域の観光資源を活用した地方誘客に資する観光コンテンツについて、十分なマーケティングデータを活かした磨き上げから適時適切な誘客につながる販路開拓、情報発信の一貫した支援を実施するもの。

新たな体験素材として、自然を生かしたアドベンチャーツーリズムを切り口に、学校や企業の CSR の一環とする林業体験とジオ、世界遺産等を組み合わせた商品を模索している。

(3) 「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業

こちらも観光庁の補助事業。訪日旅行における消費単価が高い傾向にある高付加価値旅行者の地方への誘客を促進するため、総合的な施策を集中的に講じるモデル事業で、全国 14 か所のモデル観光地として採択されている。

当初は、奈良県南部と本町とで採択されていたが、2024 年度から本格的に奈良県、三重県、和歌山県と 3 地域で連携し、「紀伊半島」をブランド化していく方向に転換。ターゲットは欧米豪の富裕層で、2024 年度は認知度向上に向け、現地での商談会、旅行会社へのセールスを実施。また海外からファムツアーを数多く招聘し、紀伊半島地域の認知度、露出度アップに努めた。

今年度は、本格的にお客様を迎え入れられるよう旅行商品化に向けたセールス等を実施予定。