

(一社) 那智勝浦観光機構 2024 年度 (令和 6 年度)

事業報告



●2024 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、コロナ禍でもあり、プロモーションよりも受入体制整備に注力してきた。

コロナ禍からの回復が遅れ、2022年度下期よりウィズコロナの形での旅行形態が推奨されている中で、プロモーションの優先順位を上げ、誘客活動を展開してきた。2023年には新型コロナウイルスが5類に移行したことにより、さらに積極的にプロモーション活動を展開。

それに加え、観光庁が公募した「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくりモデル観光地選定事業」のモデル観光地に選定されたことを受け、より広域な紀伊半島全域にわたる活動へ展開し和歌山県、奈良県、三重県と協同して紀伊半島全体のプロモーション活動がスタートした。今後は、広域連携を含めたプロモーション活動を本格的に開始していく。

【世界遺産 20 周年】

2024年7月に世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」が登録20周年を迎える年であり、積極的にお客様に案内するとともに、7月6日、7日には20周年を記念して、那智山地内で「ナイトウォーク&ランタン祭り」を開催する。

また、この世界遺産登録20周年を5年後、10年後を見据えた取り組みを考える契機としたい。



【2か所の観光案内所を活用し、町内の回遊率を高める取り組み】

駅前の観光案内所を基本に、2022年12月に開設した大門坂案内所でも案内を開始している。お客様に的確に情報を提供することはもちろん那智山エリアと町なかエリアの相互の回遊率を高めることを目標にし、案内サービスを充実させる。

【収益事業の販売促進強化】

2023年度は観光客の増加により駐車場運営や、平安衣装体験、レンタサイクルなどの収益が増加した。さらに旅行業を取得したことにより着地型商品の販売も開始している。2024年度は、那智勝浦町が整備する津波避難タワー建設のため、一部駐車場収入が見込めないが、昨年以上の収入増を目指し、自主財源増を図る。

【イベントはサステナブルに】

2023年度については、ポストコロナの時代に入り、実施できていなかったイベント等を実施することができた。

これらのイベントについてPDCAサイクルをまわしてブラッシュアップし、併せて持続的に実施できるようなイベントとなるように磨き上げていく。

I 目次

- 2024 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 (P8～)
- 受入体制整備事業 (P15～)
- 収益事業 (P17～)
- 観光庁等の実証事業の活用 (P18～)

II 事業計画

I. 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。

2024 年は地域 DMO の更新の年にあたり、引き続き地域 DMO として活動すべく更新するとともに、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



→2024 年度実績

- 第 1 回：6 月 13 日
- 第 2 回：7 月 2 日

(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	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。 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、南紀勝浦温泉旅館組合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。
飲食部会	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及び雇用機会の拡充と生活向上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。 町内における食事箇所の現状把握をベースに、如何にして各事業者へ誘客を図れるかを検証し、企画、実行する。 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。
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。 2023 年度中に観光庁の補助金にて実施できた有識者との出会いをもとに、今後は有識者伴走のもとさらなる飛躍を目指していく。
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。

開催については 2023 年度より四半期に 1 回の開催を基本としたが、今年度も同様に年度当初に年間計画をたて、各部会の活性化を目指す。

また、情報共有の必要性が生じた場合は複数部会で同一開催を行う。

→2024 年度実績

2024 年度も四半期に 1 回の開催を目標としたが、全体的に部会の開催回数は昨年を下回る結果となった。

○宿泊部会	2 回	○飲食部会	5 回
○観光体験・歴史文化部会	未実施	○物販・特産品部会	2 回（役員会含む）
○交通部会	未実施	○施設・環境整備部会	未実施

（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、2024 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6年6月13日現在：109名／団体）

※昨年度、イベント実施に向けて事業者へアプローチしたことにより会員獲得増につながった。今年度も継続的にアプローチを心がけていく。

→2024年度実績

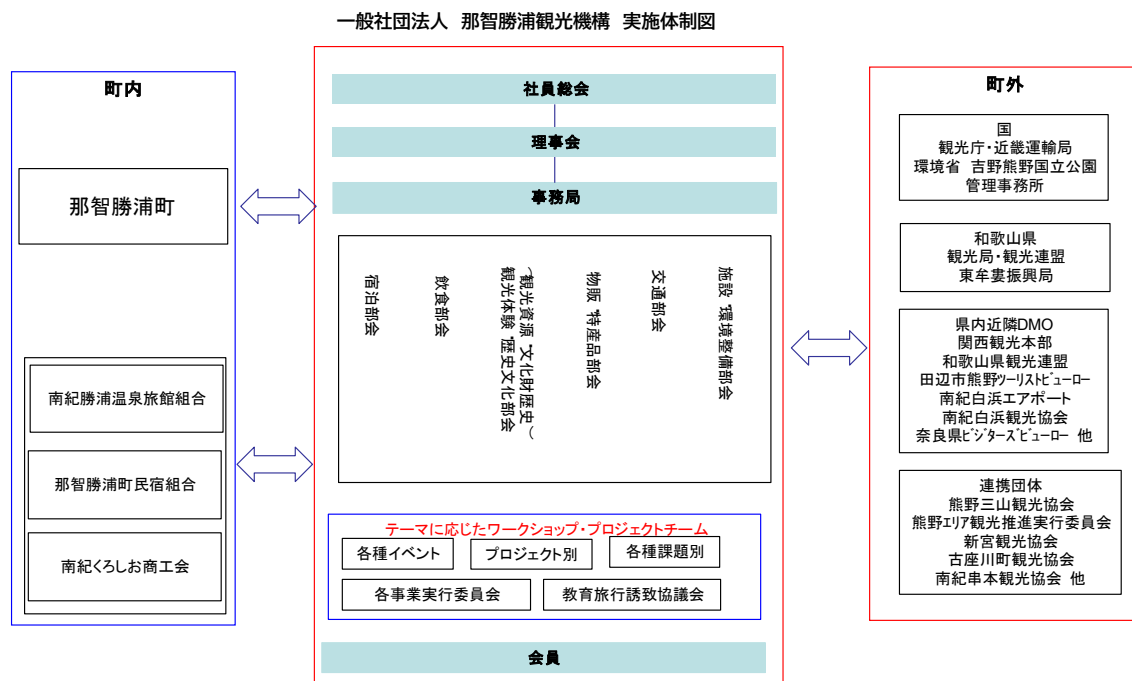
2024年度中加盟 5名／団体 2024年度中脱退 3件／団体

2024年度末現在 111名／団体

（４）町内外の組織との連携

2024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＞



（５）職員・会員に対する研修の実施

昨年度より実施した職員研修は非常に効果的であったことを受け、常に新しい情報を共有するとともに組織の強化と技能の向上、職員の定着率向上のために、職員に対する研修を実施する。

また、会員に向けた研修も併せて実施する。

1. 外部講師による観光関連情報等に関する研修の実施
2. メンター研修等外部講師による研修の実施
3. 専門家による DMO 体制整備のための学習会の実施
4. 管理職研修の実施



5. その他

→2024 年度実績

2024 年度では、職員を対象にした研修は未実施

会員向け研修として、観光庁事業「世界に誇る観光地を形成するための DMO 体制整備事業」を活用して専門家を招聘し、サポーター向けに「那智勝浦のインバウンド観光のこれからを考えるインバウンドマーケティング研修会」と題してリアル、動画配信を含めて計 4 回の研修会を実施

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、2022 年度に実施した WIFI ビーコンによる回遊率調査にかわり、新たに位置情報データを活用した情報収集、調査を実施し、観光客のデータを収集する。

さらに外国人観光客が増えていることから、外国人観光客を対象にアンケート調査を実施し、今後のインバウンドプロモーションに活かしていく。

(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。

<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

■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

※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. 月別利用客数：延べ入泊数（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。

延べ入泊数 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	富山	石川	福井	山梨	長野	岐阜	愛知	岐阜 岐阜県	徳島	高松	香川	岡山	広島	山口	福岡	佐賀	大分	熊本	鹿児島	沖縄	外国人	不明	宿泊者 合計
																													0

3. 滞在客数のうち、外国人宿泊客を以下の地域別に振り分けてください。

アジア											北米		南米		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	バングラデシュ	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	メキシコ

4. 以下は、おおよその割合でも結構ですので、お書きください。

宿泊目的の割合 (概 算 値)	観光	レジャー	仕事関係	客室 稼働率	平日	%	休日

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記入してください。

※ 教育旅行とは・・・ スポーツ合戦・入学時のオリエンテーション・修学旅行・学校（学業またはクラス）単位の実習のこと

受け入れ回数	総人数	この都道府県から
なし		
あり		

→2024 年度実績

2024 年の宿泊客は、2023 年に比較して約 55,700 人、14.7%の増となった。特に外国人観光客に関しては、前年比約 32,000 人、65.6%の大幅増となり、コロナ禍前の数値を超え、目標数値を達成できた。

なお、お示ししている数値は各年の暦年（1 月～12 月）の数値である。

		目標	実績	目標達成率	前年対比
2019 年	合 計	-	368,411	-	▲27.1%
	うち外国人	-	37,022	-	▲29.8%
2020 年	合 計	400,000	228,303	53.6%	▲61.97%
	うち外国人	42,000	2,148	0.3%	▲94.2%
2021 年	合 計	350,000	255,690	79.0%	111.9%
	うち外国人	20,000	145	0.7%	▲93.4%
2022 年	合 計	375,000	331,899	88.5%	129.8%
	うち外国人	20,000	4,136	20.7%	2,852.4%
2023 年	合 計	400,000	379,188	94.7%	114.2%
	うち外国人	37,000	46,731	104.7%	1,178.2%
2024 年	合 計	425,000	434,875	102.3%	114.7%
	うち外国人	53,000	80,693	152.3%	165.6%

※各年の数値は、暦年（1 月～12 月）の数値である

（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 サイクルをまわす。

■調査期間：令和 6 年(2024 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 ：120 万円



→2024 年度実績

アンケート結果を一部抜粋

回答数 3,001 件

①発地（都道府県）別：大阪府、愛知県、和歌山県、東京都、三重県、兵庫県、京都府の順

②年代別：50 代、60 代、40 代、30 代、20 代以下、70 代以上の順

③参考情報源：旅行サイト、NACKT の HP、旅行雑誌、ロコミ、インスタグラムの順

④リピート率（宿泊）：初めて(57.0%)、2 回目(19.2%)、4 回以上(15.7%)

〃 （日帰り）：4 回以上(37.1%)、初めて(33.6%)、2 回目(20.7%)

⑤消費金額（平均）：宿泊 30,449 円 日帰り 9,429 円 単純平均 28,656 円

⑥観光客満足度：

	総合	宿泊施設	食事 (日帰り対象)	お土産 買い物	域内移動	情報提供
2023 年度	92.0%	92.4%	93.6%	84.6%	74.7%	71.2%
2024 年度	92.4%	91.2%	94.5%	84.1%	75.3%	71.1%

※7段階評価の「大変満足」、「満足」、「やや満足」の合計が占める比率

(3) 町民観光地満足度調査 <継続>

「シビック・プライドの醸成」に取り組むため、引き続き 2024 年度も実施する。

■調査期間：2025 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 ：60 万円



参考：シビック・プライド：町に対する住民の誇り

→2024 年度実績

観光地「那智勝浦町」に住んでいることに満足しているか？			那智勝浦町に観光客が、今後もっと増えると思うか？		
	2023 年度	2024 年度		2023 年度	2024 年度
大変満足	9.6%	11.9%	大変そう思う	40.5%	34.9%
満足	35.3%	27.9%	そう思う	34.9%	37.2%
やや満足	26.8%	31.8%	やや思う	11.6%	12.4%
どちらとも言えない	15.9%	17.6%	どちらとも言えない	8.5%	9.6%
やや不満	6.7%	5.9%	あまり思わない	3.1%	3.9%
不満	2.5%	3.4%	思わない	1.1%	0.8%
大変不満	3.1%	1.6%	全く思わない	0.2%	1.3%

(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。

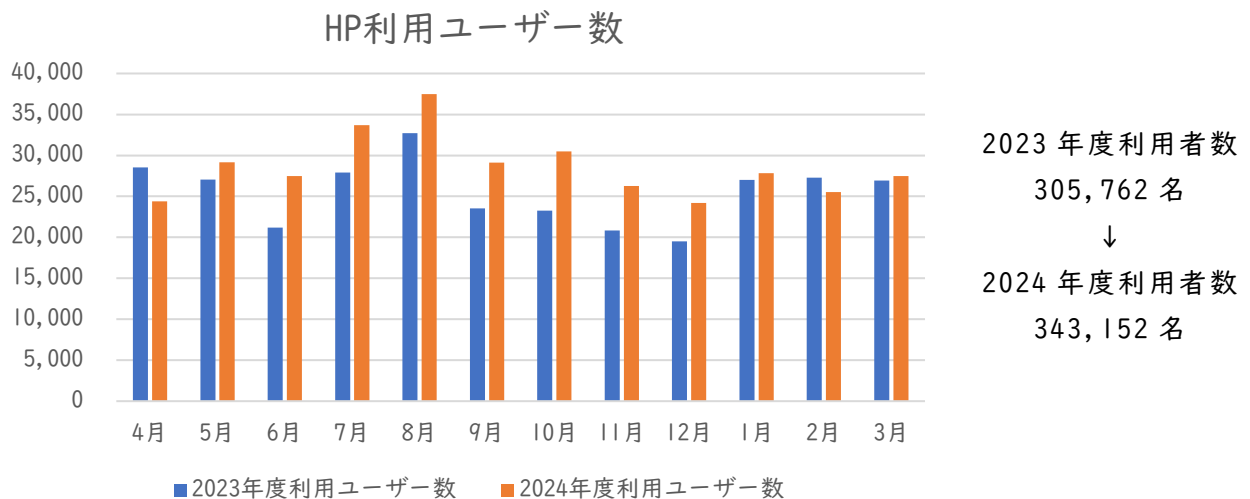
■調査期間：通年

■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）

→2024 年度実績

ホームページ利用者数は、昨年比 12.2%増、343,152 名となった。



（５）位置情報データを活用した観光客調査 <新規>

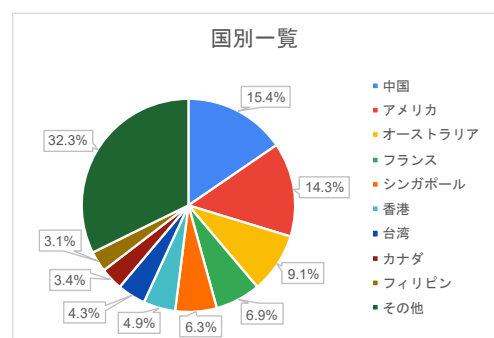
携帯電話等の位置情報を活用し、観光客に関するデータを収集。町内 5 地点を登録し、観光客の属性、来訪地、周遊等の情報を分析する。

- 調査期間：通年（2024 年度 7 月から）
- 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：那智勝浦町に來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



→2024 年度結果

アンケート結果を一部抜粋

回答数 350 件

①国別：右記のとおり

②泊数：宿泊を伴うものが 84.0%

うち 1 泊が 41.1%、2 泊以上が 42.9%

③旅行の情報源：Website が 32.3%、友人等の口コミ 31.1%、SNS20.0%

④消費金額：40,000 円以上が 23.1%、30,000 円～40,000 円が 17.7%

(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：2024 年 5 月～8 月（写真募集期間）

■予算 70 万円



最優秀作品：お蛇浦で星浴

→2024 年度実績

8 月写真を募集。66 点の応募あり

10 月に審査会を実施し、入賞作品にてカレンダーを制作

☆ターゲットの設定

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。ポストコロナの時代に突入し、来町者の回復傾向にあることを踏まえ、2024 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

■昨年度の調査結果：

- ・来訪者は大阪府が 1 番。関西では次が和歌山県内
- ・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調査の結果比較的高い

参考)	2022 年度	2023 年度
大阪からの宿泊者数	全体の 25.2%	全体の 24.4%
消費額	平均値 25,011 円	平均値 30,982 円
県内日帰り消費額	平均値 5,436 円	平均値 8,978 円

②「東海 3 県＋静岡県」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、宿泊ともに東海 3 県及び静岡県からの観光客が多いため、東海 3 県及び静岡県を追加。特に愛知県は 2 番目の来訪者数
- ・2023 年 7 月より新型車両にて運行された「南紀号」のキャンペーンに合わせて、JR 利用の増加を想定していたが、想定するほど伸びがなかった。しかしながら、熊野エリアとしての認知度が高いことがアンケート結果からも読み取れるため、引き続きターゲットとする

- ・首都圏に対しては、白浜空港からのアクセスをメインとするが高速道路等道路環境の向上もアピール
- ・首都圏からの観光客は関西、東海地方に及ばないものの、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

- ・新型コロナウイルスの5類移行により、より多くの外国人観光客の姿が見受けられるようになった
- ・欧米豪などのFITについても顕著に伸びている。宿泊者数は、アメリカ、オーストラリア、ドイツの順
- ・アジアからの旅行客は団体・グループでの来町が大きく増加。宿泊客数では、台湾、中国、香港が上位3国
- ・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認定されているため、そちらでの調査データも活用し、広域も含めた外国人観光客の誘致に努める

④募集型団体ツアー客（メディアツアーの誘致）へのターゲット展開

- ・大門坂観光案内所にて年間を通じた団体バスの調査の結果、受注型企画旅行が少なく、募集型企画旅行が全体の60%を超えるデータとなった
- ・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
- ・すでに今年度より複数社で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）2023年4月～2024年3月までのデータ

募集型企画 403台

一般団体（修学旅行やインバウンドを含む）266台



⑤JR利用促進を含めた旅行商品造成へのアプローチ

- ・2023年度に引き続きJR西日本の「くろしお」利用及びJR東海の「南紀」による企画商品の造成に向け、旅行会社へ営業活動を展開
- ・昨年度より実施している鉄道利用促進補助金の1件当たりの単価を上げ、商品造成につなげる
- ・並行して個人旅行でのJR利用による来町者に対するアプローチも継続

→2024年度実績

各種調査実績より

発地別：近畿地方 50.3% 東海3県+静岡県 21.8% 首都圏（4都県） 15.1%

国別宿泊者：中国(31.8%)、台湾(14.8%)、アメリカ(7.4%)、オーストラリア(6.7%)、香港(5.8%)、韓国(5.1%)、シンガポール(2.5%)、ドイツ(2.4%)、イギリス(2.2%)、フランス(2.1%)の順

大門坂駐車場バス利用台数：募集企画型団体 514台 一般団体 327台

JR団体貸切列車：「特急パンダくろしお号」貸切列車で行く！あったか南紀の旅

2025年2月23日（日）～24日（月・祝）

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、ポストコロナの時代に突入し昨年度実施できた那智勝浦町としてのポイント、世界遺産・生まぐろ・温泉 の各テーマにした週間イベントを継続実施し、積極的なプロモーションを行う。

＜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 ＜継続＞

昨年及び一昨年の調査結果を見ると、概ね同様の傾向が見て取れる。費用対効果も考える必要があるが、SNS も含めどこにどうやって情報発信するか模索していく。

- ・日帰り、宿泊ともに若者の来町比率がとても低い。その中では日帰りの率が高い
- ・日帰り客の来町目的は、圧倒的に「生まぐろ」が1位であることは変わらない
- ・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 は年齢層の高い支持者が多い。X (Twitter) は男性に影響がある 等

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

※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予定

→2024 年度実績

世界遺産熊野那智詣、生まぐろフェス等のイベントで有料広告を活用

② 現地プロモーション＜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）

■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

→2024 年度実績

南紀観光宣伝協議会 JR 名古屋駅イベント

WESTEXPRESS 銀河 ツアーデスク

熊野エリア観光推進実行委員会 東京都庁 PR イベント



③各種商談会やキャラバンへの参加＜継続＞

■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

※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



→2024 年度実績

ツーリズム EXPO ジャパン 2024（東京）

わかやま観光説明会 2024（名古屋）

聖地リゾート和歌山 東京レセプション 2024（東京）

④那智勝浦独自の誘客キャラバンの実施＜継続＞

■ターゲット：旅行会社対象

■方法：町内事業者とともに旅行会社を訪問し、那智勝浦町への誘客に結びつける
※昨年度は残念ながら実施できなかったが、2024 年度については実施したい

（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。

- ・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」
- ・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
- ・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
- ・宿泊に関しては男女ともに「公式サイト」の利用が多かったが、昨年度のじゃらんふるさとお得クーポンの実施により、じゃらんサイトの利用が増加

参考）来町者数：県観光動態調査より

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

①撮影・取材・画像貸し出し・記事校正対応 ＜継続及び追加＞

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。

→2024 年度実績

撮影や取材については積極的に対応。アテンドも実施。国内に限らず、海外の事業者やインフルエンサーなどの取材、撮影にも対応。

画像提供、記事校正なども対応

②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、2023 年度はほぼ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	3,465	442	898	2024 年 3 月現在
目標のフォロワー数	3,800	500	950	2024 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

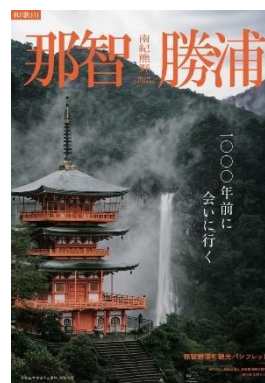
→2024 年度実績 4,277 476 1,048

Instagram、Facebook については目標を達成

③総合パンフレット「那智勝浦」のリニューアル

現在、総合パンフレットとして活用している「那智勝浦」をリニューアル。紙媒体も一定程度必要であり、情報更新も含め、今年度実施。

なお、作成した「那智勝浦」はデジタルパンフレットとしても活用予定。



→2024 年度実績

今年度「那智勝浦」をリニューアル

A4 判 4 ページ→A4 判 8 ページに

日本語に加え、英語、中国語（繁体・簡体）を整備

④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。

⑤「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> (継続)

■実施時期：2024 年 7 月 1 日～2025 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 50,000 円／1 台

10～19 名乗車の場合 30,000 円／1 台

・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

■対 象：令和 6 年 7 月～令和 7 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：令和 6 年度予算 150 万円

→2024 年度実績

32 件 148 万円 合計来町人員 972 名

②合宿等応援等補助金交付事業 <事業内容改正>

従前より実施していた合宿応援等補助金事業の補助額を改正。泊数に応じて 15 万円を上限としていたが、延べ宿泊数×1,000 円に改正し、上限も 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：2024 年 7 月 1 日～2025 年 3 月 31 日

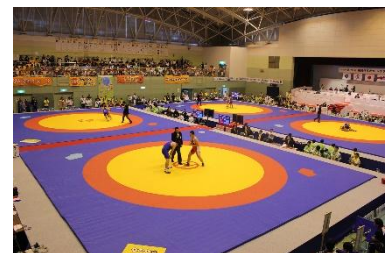
■補 助 額：延べ宿泊数×1,000 円(100 万円を上限)

■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：2024 年度予算 150 万円



→2024 年度実績

14 件 329.4 万円 合計来町人員 1,682 名 3,550 泊

③国内 JR 利用団体旅行利用促進 <継続>

■実施時期：2024 年 7 月 1 日～2025 年 3 月 31 日

■補 助 額：1 団体あたり 30,000 円

■対 象：旅行を企画手配する旅行会社

■条 件：・那智勝浦町内の宿泊施設に宿泊すること

・少なくとも片道はくろしおまたは南紀を利用すること



●2号車のグリーン車は4列シートです。
●編成は変更となる場合があります。

■ 予 算：2024 年度予算 50 万円

→2024 年度実績

実績なし

(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

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

④DX の推進

昨年度公式ウェブサイトからの着地型商品等の申込から決済まで完結できる JTB-BOKUN を導入した。2024 年度は商品バリエーションを増やしたい

→2024 年度実績

イベントや助成金等の情報発信、飲食店情報の更新などお客様に必要な情報の更新を実施
機構の事業報告や事業計画なども掲載して周知を図る

(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

昨年度目標であった町のウリである「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。今年度はこれらの企画を磨き上げるとともに、世界遺産登録 20 周年の特別企画を盛り込んだイベント実施し、誘客につなげていきたい。

①まぐろフェス 2025

■実施予定時期：2025 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仕組みを作るなど、2023 年度は今までのまぐろ祭りから形態を変えて実施。今年度も昨年度の実施内容を検証し、より持続可能な企画として定着できるよう磨き上げていく

■ 予算：415 万円

→2024 年度実績

2025 年 1 月 26 日（日）～2 月 1 日（土）の 7 日間

なちかつクーポン販売数 2,140 セット フィナーレイベント来場者 約 5,000 名

昨年、リニューアルした形態を引き継いで 1 週間の開催。なちかつはしご酒、スタンプラリーも昨年に引き続き実施し、最終日は市場敷地内でフィナーレイベントを開催。さらに新翔高校が企画したまぐろカレーコンテストの実施や、デジタルクーポンを導入するなど改善を加えて実施した。

しかしながら、市場施設を使用できない、デジタルクーポンのシステムトラブルなどの今後の課題も残る。



②ツナカップ（卓球大会）＜継続＞

■ 実施予定時期：2025 年 1 月中旬

■ 内容：高齢化に伴い、新型コロナの影響で開催できなかった大会を、再び那智勝浦町内で実施する

※過去の分析の結果、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：105 万円

→2024 年度実績

未実施。関係者の高齢化もあり、今後も開催のめどが立たないため、事業終了

③世界遺産熊野那智詣

■ 実施予定時期：2024 年 11 月～12 月

■ 内容：2023 年度は、今まで実施してきた 1 日だけの企画だった「あげいん熊野詣」を、形態を変えて実施。募集型商品として実施したが、旅行会社の企画商品としても実施できるよう構築。今年度もさらに内容等を検証し、より多くの方にご参加いただき、持続的に実施できる企画として磨き上げる

■ 予算：200 万円

→2024 年度実績

2024 年 11 月 30 日（土）、12 月 7 日（土）

合計参加者数 49 名

世界遺産登録 20 周年の節目ということもあり、曼荼羅コース、平安衣装コース、ショートコース 2 本の計 4 本のコースを設けて実施。参加者には好評をいただいたが、参加者が 49 名と少なかったことが課題。広報や商品のブラッシュアップに取り組む必要がある



④ONSEN ガストロノミーウォーク ＜継続＞

■ 実施予定時期：2024 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。2024年度は那智山方面での実施を検討

■予算：198万円

→2024年度実績

2024年10月5日（土）実施

参加者 110名

世界遺産20周年記念ということでブルービーチから那智山で実施。8割が県外からの参加であり、実施後のアンケートでも高い評価をいただいた。



⑤海山マルシェ（かいさんマルシェ）＜新規＞

■実施時期：2025年3月

- 内容：生まぐろ以外の那智勝浦の海産物、農産物をPRし、皆さまに楽しんでもいただくイベント。2023年度は直前に悪天候のため中止となってしまったため、今年度こそ実施したい

■予算：150万円

→2024年度実績

未実施

⑥採燈大護摩大祭 ＜継続＞

■実施予定時期：2024年10月

- 内容：那智山青岸渡寺三重塔の前にて大護摩焚きを中心とする行事。機構では動画配信及び告知、当日のお手伝い等を想定

■予算：20万円（動画配信経費）

⑦温泉ウィーク＜継続＞

■実施時期：2024年9月～10月

- 内容：2022年度にスタートした企画。継続して実施してきたが、よりバージョンアップした企画を今年度も実施し、那智勝浦町の温泉についてより誘客効果あるイベントとする

■予算：280万円

→2024年度実績

9月21日（土）～10月14日（月）

販売数 601組

町内の12の入浴施設で使える半額券3枚と500円の商品券をセットにして販売。期間中には温泉ガストロノミーウォーク in 那智勝浦も実施し、ウォーク参加者にもご利用いただいた。同じく期間中に那智山青岸渡寺で行われた彩燈大護摩に参加できるチケットとセットにした商品も販売した。



また、子どもたちに温泉の良さ、那智勝浦町の良さを知ってもらうため、町内の希望児童対象に無料入浴チケットを配布した。

⑧世界遺産 20 周年企画 那智参詣曼陀羅絵解き<新規>

■実施時期：2024 年 4 月～12 月

■内容：那智勝浦町へご宿泊いただくお客様に「那智参詣曼陀羅絵解き」を週末企画として実施。宿泊の誘客やリピーターならびに町内回遊率アップへとつなげることを目的にしたい

■予算：15 万円

→2024 年度実績

世界遺産 20 周年記念として、4 月～12 月まで実施。熊野・那智ガイドの会が主催。機構はサポートに。町内 4 宿泊施設（ホテル浦島・休暇村南紀勝浦・亀の井ホテル那智勝浦・ホテルなぎさや）に協力いただき、毎週土曜日の夜、宿泊施設において宿泊客向けに「那智参詣曼茶羅絵解き」を実施。合計 38 回開催。760 名の参加をいただいた。

⑨世界遺産 20 周年企画 那智山ナイトウォーク&ランタン祭り<新規>

■実施時期：2024 年 7 月 6 日、7 日

■内容：世界遺産登録日に合わせて実施する世界遺産 20 周年企画。補陀洛山寺での夜間御開帳、竹灯籠を灯した大門坂、最後はライトアップされた三重塔と那智の滝を背景にランタンを上げ、幻想的な世界を感じていただく 2 日間限定の特別企画

■予算：170 万円



→2024 年度実績

2024 年 7 月 6 日（土）、7 日（日）

世界遺産 20 周年記念イベントとして実施。補陀洛山寺での夜間特別御開帳、竹灯籠を灯した大門坂の散策のあと、三重塔前でランタンを掲揚。那智の滝、三重塔のライトアップと相まって幻想的な世界を演出。2 日間で 166 名参加

（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

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。那智勝浦町の観光の 3 つの柱 温泉・世界遺産・生まぐろをテーマに、2022 年度よりスタートした温泉ウィークを基本に、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温泉があることが町の大きな魅力の一つである点を重視し、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。

また、スペースワン株式会社が運営するロケット発射場「スペースポート紀伊」から小型ロケット「カイロス」の打ち上げが見込まれる。初号機は 2024 年 3 月に打ち上げられたが、残念ながら、発射後すぐに飛行中断措置により爆破という結果となった。同社は一刻も早く原因を究明し、打ち上げを再開すべく挑戦を続けていくとしており、今年度中に 2 号機が打ち上げられるものと見込まれる。このロケット打ち上げに関しても多くのお客様にお越しいただけるよう仕組みづくりを検討する。

なお、町内では 1 年を通じて各種団体等が主催する様々なイベント等があり、それらも積極的に情報公開し、誘客に繋げていく。

■ 2024 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 21 日
・ 世界遺産 20 周年記念イベント	
那智山ナイトウォーク&ランタン祭り	7 月 6, 7 日
・ 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	7 月～ 9 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
・ 採燈大護摩大祭	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	10 月 19 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
・ ツナカップ（卓球大会）	1 月
・ 生まぐろフェス 2025	1 月
・ 神秘ウォーク	2 月～ 6 月
・ 海山マルシェ	3 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

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を開催し、受け入れ体制の整備を進める。2021 年度立ち上げた「なちかつハッピー★クルー」人材は、2023 年度より「NACKT 公認日本語ガイド」として活動しており、さらなるガイドの確保と育成強化に取り組んでいく。

確保の難しい当地域における英語ガイドについては、2023 年度につながりが出来た和歌山県通訳案内士会ならびに Kumano Trek と連携し、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。

<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(継続)

「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、那智山エリアの観光客に対して町内回遊への誘導を目的に「大門坂観光案内所」の運営を行い、通過型観光から滞在型観光へのシフト、周遊率の増加を目指す。

また、新たなコンテンツの造成など一人あたりの消費額をさらに高め、魅力を発信していくことを継続して行う。

■那智勝浦と周辺関連団体との開発協力による新しいコンテンツの造成

- ・ロケット打ち上げに伴う企画の造成
- ・新ディステーションとして紀伊半島エリア「三重～和歌山～奈良」でのプロモーション企画等
- ・レンタサイクル（Eバイク）の相互乗り捨て
- ・温泉を活用したコンテンツの造成

(2) 観光資源調査事業(継続)

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・宣伝力は今後も必要不可欠である。旅行会社向け FAM ツアー等を実施し、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。町内資源の知識を取り込み、事業者（旅行会社）へ発信（営業）し、誘客へ繋げていく。

(3) 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）ガイドツアーなど様々な着地型商品を造成して販売している。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。



→2024 年度実績

2024 年度は外国人観光客の増加もあり、平安衣装体験、生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアーの売り上げも順調に増加した。

また、8 月に生まぐろ競りガイドツアーで入札方式の競りを見学した後に、水揚げされたばかりの超新鮮な生まぐろの解体を体験できる新アクティビティ「生まぐろ丸ごと体験ツアー」の販売を開始。認知度をあげ、売り上げ増につなげていきたい。



（４）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、テーマを絞ったセミナーや研修を 2024 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」人材は、「NACKT 公認日本語ガイド」として活動していただいている。当機構としては、ガイドのさらなる育成とガイドの確保に取り組んでいく。

英語ガイドについては、2023 年度に繋がりができた和歌山県通訳案内士会ならびに Kumano Trek と連携し、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。

→2024 年度実績

ガイドに関しては、生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアーのガイドの育成と確保に取り組んでいる。特に英語ガイドの需要が多く、現在 1 名しか対応できない英語ガイドの確保、育成のため、10 月から町が採用した地域おこし協力隊の隊員を英語ガイドとして育成。2025 年度には英語ガイドとしての活躍を期待している。

また、世界遺産関連ガイドに関しては、熊野・那智ガイドの会と連携してガイドを実施しているが、こちらも英語ガイド確保が課題。

2025 年度には、外部講師を招聘してガイドの育成等に関する研修会等を実施予定。引き続きガイドの育成、確保に努める。

（５）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。

なお、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：5 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

（６）大門坂観光案内所の運営

2022 年 12 月に開設した大門坂駐車場における案内所の運営を実施する。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：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



→2024 年度実績

2024 年度も 365 日開所。パートタイムを含む職員と CIR（国際交流員）2 名で紀伊勝浦駅前及び大門坂駐車場にある 2 か所の案内所を開設、運営した。

案内所来客者数一覧

	日本人	外国人	合計
紀伊勝浦駅前案内所	22,243 名	20,511 名	42,754 名
大門坂観光案内所	12,982 名	6,606 名	19,588 名

5. 収益事業

自立した観光施策を行うため、当面は昨年度同様収益事業が 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。

新たに登録した旅行業（第三種）での着地型商品の販売は行うが、旅行業としての手配などは優先順位を下げ、DMO として取り組むべき事業等に注力する。

（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け入れ体制を強化する。申し込みの間口を広げるため、一部アクティビティ予約サイトを活用し、客数増につなげる。

台湾からのお客様に非常に人気が高いことを受け、台湾マーケットへのアプローチを実施する。

→2024 年度実績

2024 年度は 2,700 人を超える方に体験いただいた。ここ 2 年は外国人のお客様が多く、20～30 名程度の団体で来られる場合も。台湾、中国などのアジア圏が中心だが、欧米豪のお客様にも利用いただいている。2024 年は 48.8%が海外のお客様だった。

(2) レンタサイクル

外国人を含め個人での旅行客が増えている現在、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。2024 年度も引き続き宣伝と事務局代行を担っていく。

→2024 年度実績

お客様の増加に伴い、ガイド依頼件数も増加している。依頼者は個人等が 56%、旅行会社が 44%。NACKT としては、従来どおり熊野・那智ガイドの会の一部事務代行、情報発信などを担った。

(4) NACKT 公認日本語ガイド・NACKT 公認英語ガイドを活用したガイドツアー

「那智勝浦 生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアー」をさらにブラッシュアップするとともに、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、新しい収益源となるよう取り組む。

新たなガイドツアー造成の検討も行うが、まずはこの競りガイドツアーのブラッシュアップに注力したい。

→2024 年度実績

2024 年度末で公認日本語ガイドが 3 名、公認英語ガイドが 1 名の 4 人。この 4 人で生まぐろ市場競りガイドツアーを実施してきた。これに加え、那智勝浦町が委嘱した地域おこし協力隊員を新たに英語ガイドとして育成。新たな英語ガイドとして期待している。

(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。

なお、2024 年度については築地地区津波避難タワー建設に伴い、にぎわい市場前の駐車場が利用できなくなる。駐車場減への対応策の検討が必要であることと、駐車場の賃料収入の減少が見込まれる。

→2024 年度実績

2024 年 6 月から築地地区津波避難タワーの建設に伴い、にぎわい市場前のタイムズ駐車場を閉鎖している。2025 年秋完成の見込み。タワー完成後は隣接地も整備して閉鎖前より広い駐車場を整備予定。

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。専門家による伴走支援をいただきながら、DMO としての体制強化につなげたい。事業費は 580 万円を見込んでおり、すでに観光庁の内示をいただいている。

→2024 年度実績

観光庁の専門家に、本町の外国人観光客の受け入れ体制強化や今後の方向性、町内事業者へのアドバイスなどの支援をいただく。

1 年を通してリアルと 1 回の動画配信を含めて計 4 回のセミナーを開催。延べ 41 名に参加いただいた。

(2) 地域観光新発見事業

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。

新たな文化体験素材として、修験体験を盛り込んだ事業を提案したが採択されず。現在、2 次募集に向けて企画を修正中。

→2024 年度実績

二次募集にて採択。内容としては子どもに主眼をおいた熊野修験体験と生まぐろの解体体験をセットにしたファミリー向けメニューを造成し、モデルツアーとして販売。参加者からの意見やデータを参考にして今後も検討を続ける。

(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（継続）

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観光地募集に 2022 年度に申請し、奈良県南部と合同実施することで全国 11 か所のモデル観光地として採択され、現在進行中。

現在は、奈良県、三重県、和歌山県と 3 県で連携し、「紀伊半島」をブランド化していく方向で動いている。ターゲットは欧米豪の富裕層で、2024 年度は海外からファムツアーを数多く招聘する方針としている。

→2024 年度実績

2024 年 7 月に、正式に和歌山、三重、奈良の 3 地域で連携し「紀伊半島」をブランド化するべく各種事業を推進。ターゲットをアメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア

の富裕層とし、2024 年度は各国での認知度向上に向けた取り組みを実施。各国の商談会への参加や旅行会社へのセールスを実施。併せて、各国からの FAM ツアーを数多く招聘し、紀伊半島の認知度、露出度アップにつなげた。

なお、2025 年 3 月には、アメリカのトップ媒体「TIME」の「The World's Greatest Places2025（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」が選ばれた。大変光栄なことであり、この事業も含め今まで積み重ねてきたことが認められたものと認識している。今後とも引き続き世界に認めていただけるよう取り組みを進めていきたい。

