

一般社団法人那智勝浦観光機構

2026年度（令和8年度）事業計画



一般社団法人那智勝浦観光機構

Nachikatsuura Tourism Organization

1. 基本方針

那智勝浦町は、世界遺産熊野古道、大門坂、那智の滝、熊野那智大社、温泉、生まぐろ等、全国的にも高い魅力を有する観光資源を有している。

熊野地域の観光は、熊野古道や熊野三山を中心とした広域観光エリアとして形成されており、多くの観光客が地域を周遊する旅行形態となっている。その中で那智勝浦町は、熊野古道大門坂や熊野那智大社、那智山青岸渡寺、那智の滝といった世界遺産観光の入口であるとともに、温泉や宿泊施設、生まぐろなどの食文化を有し、熊野地域における滞在・宿泊の拠点としての役割を担っている。

一方、人口減少や地域経済の縮小が進む中、観光は地域経済を支える重要な産業であり、交流人口の拡大と観光消費額の増加による地域経済の活性化が求められている。

那智勝浦観光機構は、観光庁 DMO ガイドラインに基づき、地域観光の司令塔として、観光地域経営の実行主体を担う組織である。

行政が担う制度設計および観光基盤整備と連携しながら、マーケティング、観光コンテンツ造成、プロモーション等の実行機能を強化し、地域経済の活性化に資する観光地域づくりを推進する。

令和8年度は、那智勝浦観光機構が観光地域経営の実行主体としての機能を一層明確化し、組織基盤の強化を図る年度と位置付ける。

これまで取り組んできた観光プロモーションや観光コンテンツの磨き上げをさらに発展させるとともに、近年増加している訪日外国人旅行者への対応として海外プロモーションも今年度より海外旅行博や商談会への参加を開始しており、令和8年度はこれらの取組をさらに強化し、国内外からの誘客強化を図る。

また、令和9年度の DMO 更新を見据え、観光データの収集・分析や観光地域経営戦略（中期計画）の策定を進めるなど、DMO としての機能強化を図る。

具体的には、以下の事項を重点的に推進する。

- ・ 誘客プロモーションの強化
- ・ 観光コンテンツの磨き上げ
- ・ 広域観光連携の推進
- ・ 観光 DX の推進
- ・ DMO 組織体制の強化

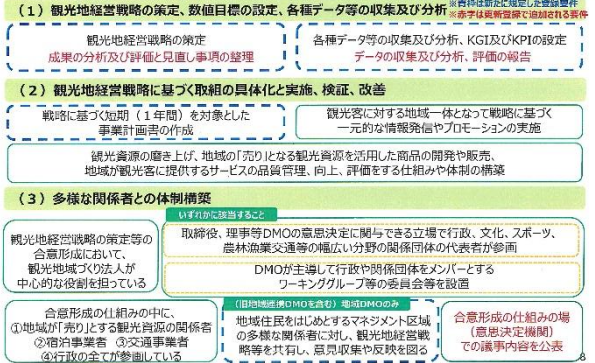
これらの取組により、熊野地域への来訪者増加と那智勝浦町への滞在促進を図り、観光消費額の拡大による地域経済の活性化を目指す。

また、観光庁 DMO ガイドラインに基づき、マーケティング、観光コンテンツの造成、プロモーション等の取組を通じて、地域の観光関係者と連携した観光地域づくりを推進する。

観光地域づくり法人 (DMO) の登録及び更新登録要件



観光地域づくり法人 (DMO) の登録及び更新登録要件



2. 重点方針

(1) 誘客プロモーションの強化

国内外の旅行市場を対象としたプロモーションを強化し、滞在型観光および高付加価値化を意識した誘客を推進し、周辺市町村と協力し熊野地域への来訪者増加と那智勝浦町への滞在促進を図る。(第5次観光立国推進基本計画との整合)

○主な取組

- ・国内、海外旅行博・商談会への参加
- ・メディアプロモーション
- ・PR会社を活用した情報発信
- ・SNS・動画によるデジタル発信

(2) 観光コンテンツの造成・磨き上げ

滞在時間の延長と観光消費額の増加を図る目的で、地域資源を活用した体験型観光コンテンツの造成・販売を行える仕組みを構築する。

○主な取組

- ・生まぐろ市場競りガイドツアー
- ・平安衣装体験
- ・広域観光ルートの造成

(3) 広域観光連携

昨年、連携協定を締結した太地町観光協会をはじめとする熊野地域の観光団体との連携を強化し、広域観光の推進を図る。

○主な取組

- ・太地町観光協会をはじめとした近隣観光協会との共同プロモーション
- ・熊野地域観光ルートの造成
- ・共同イベントの実施

(4) 観光DXの推進

観光案内所を中心とした DX を推進し、観光情報の高度化とデータ収集体制の構築を図る。

○主な取組

- ・デジタルサイネージ導入
- ・デジタルパンフレット
- ・観光データ収集・分析

(5) DMO 体制の強化

観光地域経営の実行主体として観光データの収集・分析およびマーケティング機能の高度化を図るため、専門人材の登用及び組織体制の整備を行う。

○主な取組

- ・専門人材（専務理事）の登用
- ・観光地域戦略（中期計画）の策定（DMO 更新認定申請に向け）

3. KPI

登録地域 DMO として設定する KGI、KPI を下記のとおり設定する。

(1) KGI

経済波及効果 ※DMO 更新時に算出（来年度算出予定）

旅行消費額 ※（2）区域全体の成果 KPI 参照

(2) 区域全体の成果 KPI

指標	2025 年度 目標値	2025 年度 実績値	2026 年度 目標値	目標
旅行消費総額(百万円)	21,308	25,460	26,733	+5.0%
一人当たり旅行消費額(円)	17,520	18,698	19,633	+5.0%
延べ宿泊者数(千人泊)	460	463	490	+5.4%
来訪者満足度(%)	94	93.5	94	
来訪者数の平準化率(%)	未設定	未計測	未設定	調査実施
観光従事者平均給与(千円)	未設定	未計測	未設定	調査実施
住民満足度(%)	73	81.1	84	

(3) DMO 活動成果 KPI

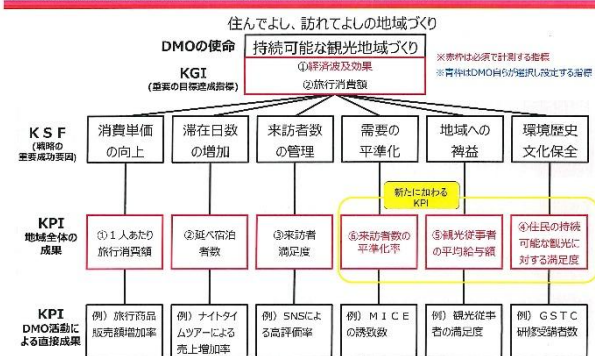
指標	2025 年度 目標値	2025 年度 実績値	2026 年度 目標値	目標
生まぐろ市場競りガイド ツアー参加者数(人)	未設定	1,001 (見込値)	1,100	+10.0%

指標	2025年度 目標値	2025年度 実績値	2026年度 目標値	目標
観光客リピート率(%)	48	42.1	50	
国内外商談会参加・ PRブース出展数(回)	未設定	10	13	

(4) DMO 組織 KPI

指標	2025年度 目標値	2025年度 実績値	2026年度 目標値	目標
職員満足度(%)	未設定	未計測	未設定	調査実施
安定財源確保率	未設定	未計測	未設定	調査実施

DMOに最低限求める外部マネジメントに関するKGIとKPI



DMOに最低限求めるKGIとKPIの整理

	マーケティング (対旅行者)	マネジメント (対観光地(マネジメント区域))
マネジメント区域 全体の成果	<ul style="list-style-type: none"> ○旅行消費額(*1) ○延べ宿泊者数 ○来訪者満足度 ○1人あたり旅行消費額 ○来訪者の標準化率(*3) 	<ul style="list-style-type: none"> ○経済波及効果(*1)(*2) ○観光従事者の平均給与額(*3) ○住民の持続可能な観光に対する満足度(*3)(*4)
DMOの成果	○実行計画を踏まえ、DMO自らが選択し設定するKPI(1つ以上)	○実行計画を踏まえ、DMO自らが選択し設定するKPI(1つ以上)

(*1) KGIである。
(*2) 更新時においてのみ最新の結果と新たな数値目標を求める。
(*3) 広域連携DMOは必須ではない。
(*4) 都道府県DMOは必須ではない。

※DMOの内部マネジメントに関するKPIとして、職員の満足度・安定財源確保率も設定すること。

4. 主な事業

令和8年度実施予定の主な事業は下記のとおりとする。

(1) 誘客プロモーション

- ・海外商談会・旅行博参加
- ・国内商談会・旅行博参加
- ・PR事業(SNS発信・メディアプロモーション)

(2) 観光コンテンツ

- ・生まぐろ市場競りガイドツアー
- ・平安衣装体験

(3) イベント

- ・ONSEN ガストロノミーウォーキング in 那智勝浦
- ・熊野フードフェス(仮称)
- ・やりすぎまぐろフェス

(4) 観光DX

- ・案内所DX

5 収益事業

DMO の安定的な財源確保及び観光客の受け入れ体制向上のため、以下の収益事業を実施する。

(1) 体験コンテンツ事業

- ・生まぐろ市場競りガイドツアー
- ・平安衣装体験

(2) レンタル事業

- ・レンタサイクル

(3) 物販事業

- ・観光案内所販売（観光案内所2か所・大門坂茶屋）

(4) 施設管理事業

- ・バスターミナル、駐車場運営
（タイムズ那智勝浦ターミナル・タイムズ那智勝浦みなとパーキング）
- ・海水浴場駐車場（7月～8月）