

関係者限り

一般社団法人那智勝浦観光機構

2025年度（令和7年度）事業報告



一般社団法人 那智勝浦観光機構

Nachikatsuura Tourism Organization

本資料は、一般社団法人那智勝浦観光機構の社員総会用資料です。無断での転載・転用・外部配布は禁止します。

関係者限り

1. 2025 年度 事業報告サマリー

2025 年度は、インバウンド需要の拡大や関西圏における観光需要の高まりを追い風に、那智勝浦町において宿泊客数、外国人宿泊客数、旅行消費額がいずれも前年を上回った年度であった。

ただし、観光庁統計では、2025 年の日本人国内旅行消費額は前年比 6.5% 増となった一方、宿泊旅行統計における延べ宿泊者数は前年比 0.8% 減、日本人延べ宿泊者数は前年比 3.8% 減となっており、観光需要の回復は全国一律ではなく、地域や客層によって濃淡が見られる。

そのような環境下において、当機構がとして進めてきた国内外への誘客プロモーション、観光案内所を中心とした受入対応、来訪者動向の把握、地域資源を活用した有料体験商品の販売、広域連携など、本来の DMO としての取り組みが、宿泊客数、外国人宿泊客数、旅行消費額等の主要指標の伸長を後押ししたものと考えられる。

地域・観光地	観光入込客総数	前年比	宿泊客数	前年比	外国人宿泊客数	前年比	評価・示唆
和歌山市	6,523,627 人	106.0%	1,094,739 人泊	108.1%	144,106 人泊	151.4%	県内最大の都市型観光地。総数・宿泊・インバウンドともに大きい
白浜町	3,090,327 人	102.8%	1,817,488 人泊	105.8%	147,547 人泊	135.9%	県内最大級のリゾート。宿泊・滞在型観光地として参考となる水準を有する
串本町	2,059,528 人	107.6%	519,058 人泊	119.6%	—	—	宿泊客数の伸びが大きい。海洋観光・自然景観で成長
本宮町	1,755,460 人	108.5%	151,860 人泊	102.2%	—	—	熊野古道中心とする世界遺産観光地。日帰り比率が高い
高野町	1,460,846 人	103.0%	198,211 人泊	98.3%	117,512 人泊	110.2%	宗教文化観光・欧米豪インバウンドに強い
那智勝浦町	1,359,653 人	108.4%	462,824 人泊	106.4%	114,821 人泊	142.3%	宿泊・インバウンドでは県内上位水準

県内主要観光地と比較すると、那智勝浦町は観光入込客総数では和歌山市、白浜町、串本町、本宮町、高野町を下回っており、さらなる誘客強化が必要である。一方で、宿泊客数は 462,824 人泊と県内主要観光地の中でも一定の規模を有しており、外国人宿泊客数は 114,821 人泊と、白浜町、和歌山市、高野町に次ぐ県内上位水準にある。

特に、外国人宿泊客数については白浜町 147,547 人泊に対し、那智勝浦町は 114,821 人泊であり、白浜町の約 78% の水準まで伸長している。これは、熊野那智大社、那智の滝、熊野古道、温泉、生まぐろ等の地域資源が、海外市場に対しても高い訴求力を持つことを示している。

関係者限り

今後は、県内主要観光地の水準も意識しながら那智勝浦町ならではの世界遺産、温泉、食、自然、信仰文化をさらに磨き上げ、宿泊・飲食・体験・物販・交通を一体的に結びつけることで、観光消費額と地域内回遊の向上を図る必要があると考えている。

【那智勝浦町 主な観光実績】

項目	2025 年度実績	評価ポイント
延べ宿泊客数	462,824 人泊（前年比 106.4%）	目標 460,000 人泊を上回り、宿泊需要が着実に回復
外国人宿泊客数	114,821 人泊（前年比 142.3%）	インバウンドが全体成長を牽引
旅行消費額総額	25,460 百万円（前年比 121.7%）	来訪者数の増加から消費面に好影響
住民満足度	81.1%（前年差+9.5 ポイント）	観光振興に対する地域理解の高まりがうかがえる
Instagram フォロワー数	6,015 人（前年比+40.6%）	積極的なアプローチ、デジタル接点の拡大
平安衣装体験	売上 9,035,654 円（前年比 104.7%）	地域資源を活用した有料体験として定着
生まぐろ市場競りガイドツアー	売上 4,468,180 円（前年比 236.4%）	那智勝浦らしい高付加価値体験として大きく成長

【2025 年度の主な評価ポイント】

- ・観光需要の回復を的確に捉え、宿泊客数及び旅行消費額の増加につなげた。
- ・6 部会体制から 3 部会体制へ再編し、業種別の議論から事業推進型の体制へ転換した。
- ・太地町観光協会との連携協定、ハロン大学との連携協定により、広域連携・国際連携の基盤を構築した。
- ・平安衣装体験及び生まぐろ市場競りガイドツアーを通じ、機構の自主財源確保と地域資源の高付加価値化を進めた。

また、県内主要観光地との比較では、白浜町等との差を客観的に確認しつつ、那智勝浦町がインバウンド分野で県内上位の可能性を有していることを示した。今後は、この伸びしろを地域全体の成果につなげるため、一層強化していく。

2. 総 括

2025 年度は、インバウンド需要の拡大や関西圏における観光需要の高まりを背景に、那智勝浦町においても宿泊客数、外国人宿泊客数、旅行消費額がいずれも前年を上回る結果となった。一方で、観光需要の回復は全国一律ではなく、地域や客層によって濃淡が見られるなかで、本町が着実に成果を上げることができたことは、当機構が進めてきた組織体制の見直しと各種事業の実行、ならびに会員事業者、行政、地域関係者との連携による重要な成果である。

当機構では、従来の 6 部会体制について、業種別の枠組みから、事業推進を重視した 3 部会体制へ再編した。これにより、事業者間の連携を促進し、より実効性の高い議論と機動的な事業展開を図る体制へと転換した。

この体制のもと、海外市場へのプロモーション、旅行会社との商談、観光案内所を中心とした受入対応、地域資源を活用した体験商品の磨き上げ等に取り組んだ結果、特にインバウンドについては大幅な増加につながった。国内観光においても、宿泊客数及び旅行消費額は前年を上回っており、本町の観光は、外部環境の追い風を活かしながらも、当機構の事業推進力の強化と地域一体の取り組みによって、回復期から次の成長段階へ移行しつつある。

さらに、国内外との連携強化にも取り組んだ。太地町観光協会との連携協定を締結し、町域を越えた広域観光の推進に着手するとともに、新たにベトナム・ハロン大学との連携協定を締結した。同大学との連携は、人口減少に伴い、将来的に観光分野における人材確保がより困難になることを見据え、人材確保・育成に向けた関係構築を進めるものである。あわせて、相互の観光資源の情報発信や国際交流を通じ、将来的なインバウンド誘客及び持続可能な観光地域づくりに資する取り組みとして位置付けている。

プロモーション面においては、日本政府観光局主催のプロモーションに参加するなど海外市場への展開を本格化させ、タイ及び台湾における商談会への参加や現地プロモーションを実施し、旅行会社との関係構築を進めた。これにより、今後の旅行商品造成に向けた具体的な協議が生まれるなど、将来の誘客につながる基盤を構築することができた。また、こうした取り組みを通じて、那智勝浦町単独での誘客に加え、周辺地域と連携したエリア全体での観光振興の重要性を改めて確認することができた。

一方で、観光客数の増加を地域経済全体の成果につなげていくためには、域内での消費拡大、宿泊への転換、滞在時間の延長、来訪者データに基づく施策立案といった課題も明確となった。特に、観光消費額のさらなる向上や来訪者の動態把握については、今後の重点課題として継続的に取り組む必要がある。

関係者限り

今後は、専門人材の確保や観光 DX の推進によりデータ分析機能を強化するとともに、広域連携、インバウンド誘客、地域資源の高付加価値化をさらに進めていく。あわせて、会員事業者、行政、地域関係者との連携を一層深め、那智勝浦町が県内主要観光地と伍していけるよう、持続可能で収益性の高い観光地域づくりを推進していく。

3. 主要 KPI の実績

指 標	2024年度 実績	2025年度 目標	2025 年度 実績	前年度比
延べ宿泊客数(人/泊)	434,875	460,000	462,824	106.4%
うち 外国人(人/泊)	80,693	89,000	114,821	142.3%
旅行消費額:総額(百万円)	20,923	21,308	25,460	121.7%
旅行消費額: 一人あたり単価(円)	16,686	17,520	18,698	112.1%
来訪者満足度(%)	92.4	94.0	93.5	101.2%
住民満足度(%)	71.6	73.0	81.1	113.3%
HP アクセス数(人)	343,152	394,625	336,843	98.1%

【総括】

インバウンド需要の回復が全体を牽引し、延べ宿泊客数及び旅行消費額は目標を上回った。来訪者満足度は 93.5%と高水準を維持したものの、目標 94.0%にはわずかに届かなかったため、受入環境及び滞在体験のさらなる磨き上げが必要である。また、HP アクセス数は前年を下回った一方、Instagram フォロワー数は大きく伸長しており、今後は公式 HP と SNS を連動させたデジタル導線の再設計が課題である。

4. 県内主要観光地との比較から見た那智勝浦町の成長余地

県内主要観光地との比較は、現状の立ち位置と伸びしろを客観的に確認し、地域一体で次の成長を目指すために必要である。

令和7年の和歌山県観光客動態調査速報値によると、那智勝浦町は観光入込客総数 1,359,653 人、宿泊客数 462,824 人泊となり、いずれも前年を上回った。一方で、県内最大級の宿泊観光地である旧白浜町とは、観光入込客総数・宿泊客数の両面で大きな差がある。

(1) 県内主要観光地との年間実績比較

地域・観光地	観光入込客総数	前年比	宿泊客数	前年比
和歌山市	6,523,627 人	106.0%	1,094,739 人泊	108.1%
旧白浜町	3,090,327 人	102.8%	1,817,488 人泊	105.8%
旧串本町	2,059,528 人	107.6%	519,058 人泊	119.6%
田辺市本宮町	1,755,460 人	108.5%	151,860 人泊	102.2%
高野町	1,460,846 人	103.0%	198,211 人泊	98.3%
那智勝浦町	1,359,653 人	108.4%	462,824 人泊	106.4%

出典：和歌山県「令和7年観光客動態調査（速報値）」主要観光地別数値を基に作成。

白浜町と比較すると、那智勝浦町の観光入込客総数は約 44%、宿泊客数は約 25%の水準にとどまる。これは厳しい現実である一方、宿泊・周遊・飲食・体験・物販を伸ばす余地が大きいことを示している。

また、田辺市本宮町と比較すると、観光入込客総数では本宮町が上回る一方、宿泊客数では那智勝浦町が大きく上回っており、熊野エリアにおける宿泊拠点としての役割が確認できる。

(2) 外国人宿泊客数から見た可能性

市町村	2025年外国人宿泊客数	2024年	前年比
白浜町	147,547人泊	108,531人泊	135.9%
和歌山市	144,106人泊	95,158人泊	151.4%
高野町	117,512人泊	106,673人泊	110.2%
田辺市	91,309人泊	68,695人泊	132.9%
那智勝浦町	114,821人泊	80,693人泊	142.3%

出典：和歌山県「令和7年観光客動態調査(速報値)」主要市町村別外国人宿泊客数を基に作成。

外国人宿泊客数では、那智勝浦町は114,821人泊となり、白浜町、和歌山市、高野町に次ぐ県内上位の水準にある。白浜町147,547人泊に対して約78%の水準まで接近しており、世界遺産、熊野信仰、那智の滝、温泉、生まぐろを組み合わせた観光資源が、海外市場に対しても一定の訴求力を有していることが確認できる。

(3) 年末年始における比較

地域・観光地	総数	前年比	宿泊客数	前年比
県内主要7カ所合計	1,206,570人	88.5%	103,330人泊	99.8%
和歌山市	581,050人	98.7%	14,120人泊	92.9%
旧白浜町	78,100人	99.6%	63,100人泊	99.5%
旧串本町	56,050人	99.5%	8,490人泊	112.3%
那智勝浦町	120,800人	104.3%	13,000人泊	108.3%

出典：和歌山県「令和7年度主要観光地における年末年始の観光客入込状況について」を基に作成。

関係者限り

令和7年度の年末年始は、県内主要7カ所全体では総数が前年度比88.5%となった一方、那智勝浦町は総数120,800人、前年度比104.3%、宿泊客数13,000人泊、前年度比108.3%と増加した。繁忙期においても増加傾向を示したことは、今後の誘客強化と受入環境整備を進めるうえで重要な材料である。

那智勝浦町は、白浜町のような県内トップクラスの宿泊観光地とはなお差があるものの、インバウンド分野では大きな可能性を持っている。今後、この可能性を地域全体の成果につなげるためには、行政、観光機構、会員事業者が一体となり、宿泊・飲食・体験・物販・交通を結びつけた観光地域づくりを進める必要がある。

5. 重点事業の実績

(1) インバウンドプロモーション

海外商談会や現地プロモーションへの参加により、旅行会社との接点を創出し、旅行商品の造成に向けた基盤を構築した。

- ①2025年9月25日～26日 VJTM2025(愛知県)
JNTO主催。海外の旅行会社との商談
- ②2026年2月6日～8日 JAPAN EXPO THAILAND2026(バンコク)
ブース出展及びタイの旅行会社との商談(太地町観光協会と共同)
- ③2026年3月3日～5日 台湾大商談会(台北・台中・高雄)
台湾の主要3都市で台湾の旅行会社と商談

【成果】

- ・海外旅行会社との商談実施
- ・商品造成に向けた具体的な協議
- ・2026年度以降の商品造成に向けた継続協議先の確保
- ・海外市場向けの広域観光素材整理及び販売基盤づくり



関係者限り

(2) 広域連携の推進

2025年12月19日 太地町観光協会との観光連携協定を締結し、エリアとしての観光価値向上に取り組んだ。

○具体的な取り組み

- ・両観光案内所にそれぞれ太地町、那智勝浦町のパンフレットブースを設置、配架
- ・JAPAN EXPO THAILAND2026 に共同出展、商談会参加

【成果】

- ・連携協定締結
- ・広域プロモーションの基盤形成
- ・両地域の観光資源を相互送客につなげる情報発信体制の開始
- ・単独自治体の『点』ではなく、周遊エリアとして『面』で観光を訴求する方向性の明確化



(3) ベトナム・ハロン大学との連携協定締結

2025年11月24日 ベトナム クアンニン省ハロン市にあるハロン大学と観光教育・人材交流を目的に連携協定を締結し、学生交流・双方の観光資源の情報発信・観光人材育成等を推進していくことで合意した。

また、2026年3月11日には締結した協定に基づき、松下理事長がハロン大学を訪問し、日本の「おもてなし」をテーマとした特別講義を実施。ハロン大学観光学部生及び日本語学部生3~4年生の約100名が受講した。

【成果】

- ・国際交流の第一歩
- ・観光人材育成、国際交流、将来的なインバウンド誘客に向けた教育機関連携の開始
- ・日本の「おもてなし」をテーマとした特別講義の実施による人的ネットワーク形成



関係者限り

(4) イベント・誘客施策

町内周遊を目的としたイベント及び生まぐろ関連イベントを実施し、誘客及び地域内消費の促進を図った。

- ①2025年11月8日 ONSEN ガストロノミーウォーキング in 那智勝浦
- ②2026年1月31日～2月7日 やりすぎまぐろフェス

【成果】

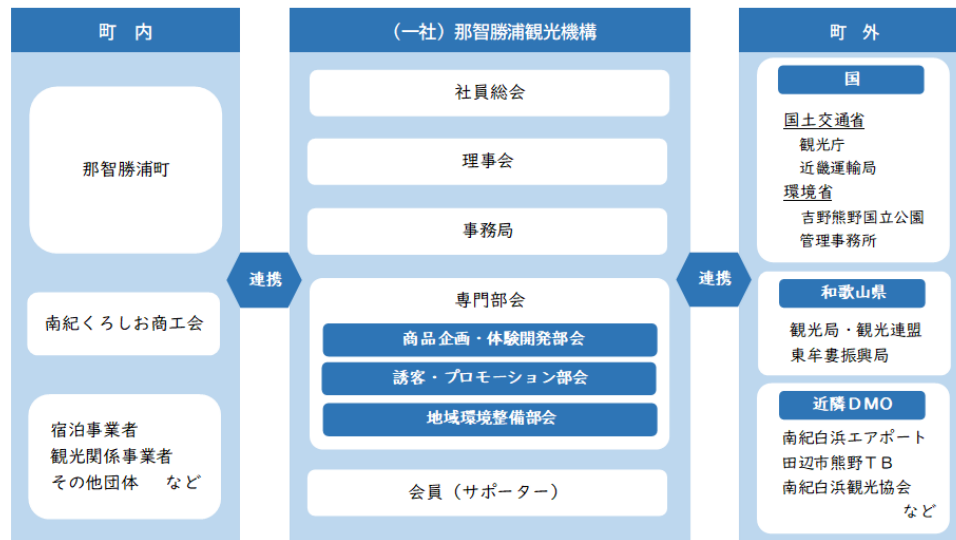
- ・来訪者数の増加
- ・地域内消費の喚起
- ・温泉、食、生まぐろ等の地域資源を活用した来訪動機の創出
- ・次年度以降は、参加者数、参加店舗数、消費効果、SNS 発信量等を継続的に把握し、事業効果をより明確化する



6. 分野別事業実績

(1) 組織運営

一般社団法人那智勝浦観光機構 実施体制図



関係者限り

① 理事会の開催

2025年度は理事会を4回開催。尚、2025年6月26日に浦島観光ホテル株式会社 代表取締役社長 松下哲也が理事長に就任した。

- 第1回 2025年6月13日
- 第2回 2025年6月26日
- 第3回 2025年10月14日
- 第4回 2026年3月19日

② 専門部会の運営

専門部会については、2025年10月に再編を実施。従来、業種ごとに6部会を設置していたが、業種ごとではなく事業ごとに3部会に再編。この3部会を様々な事業者で構成することにより、業種間の連携、意思決定のスピード、戦略性を高めることを目指す。

再編前

- 交通部会
- 宿泊部会
- 物販・特産品部会
- 飲食部会
- 施設・環境整備部会
- 観光体験・歴史文化部会



再編後

- 商品企画・体験開発部会
- 誘客・プロモーション部会
- 地域環境整備部会

③ 会員（サポーター）の状況

・2025年度中入会 5名/団体 ・2025年度中退会 3名/団体

2026年3月末現在 113人/団体

関係者限り

(2) マーケティング事業

① 宿泊施設利用統計調査

2025年の宿泊客は、2024年と比較して約28,000人、6.4%の増となった。外国人宿泊客は、前年比42.3%増と昨年に引き続き大幅増となり、目標数を達成している。

		目標	実績	目標達成率	前年対比
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%
2025年	合計	460,000	462,824	100.6%	106.4%
	うち外国人	89,000	114,821	129.0%	142.3%

※各年の数値は、暦年(1月~12月)の数値である

② 来町者アンケートの実施

本町を訪れた観光客を対象にモバイルアンケート調査を実施し、来訪者の属性や満足度、消費額、旅行動態等の把握を行った。調査結果については、今後のマーケティング戦略及びプロモーション施策立案に活用する。

【調査概要】

・調査期間:2025年10月~12月 回答数:1,299件

【主な調査結果】

- ・来訪者の居住地は大阪府が最多、次いで愛知県、東京都の順
- ・来訪時の参考情報源は「旅行サイト」が44.0%で最多、「那智勝浦観光サイト」29.0%で続く
- ・実際の町内消費額平均は、宿泊客が39,057円、日帰り客が9,158円となった
- ・来訪回数は「初回」が57.9%となり、新規来訪者の割合が高い傾向が見られた
- ・那智勝浦町の観光に対する総合満足度について、「大変満足」、「満足」、「やや満足」を合計すると93.5%

【分析・課題】

旅行サイト及び公式観光サイトの影響力が高いことから、ホームページの見直しも含め引き続きデジタルを活用した情報発信の強化が必要である。また、新規来訪者の割合が高い一方、リピーター化及び域内消費拡大が今後の課題である。

③町民満足度調査の実施

町民を対象に観光に対する意識調査を実施し、観光振興に対する住民意識や課題の把握を行った。

【調査概要】

・対象：15歳以上の町民 回答数：527件

【主な調査結果】

- ・那智勝浦町に居住されていることに満足が81.1%
- ・観光客誘致に賛成が87.8%
- ・観光地として誇りを感じるが84.4%
- ・観光による経済効果を感じるが84.6%
- ・一方で、「観光が生活に良い影響を与えている」と回答した割合は46.1%に留まった

【分析・課題】

調査結果からは、町民の多くが観光客誘致に賛成し、那智勝浦町が観光地であることに誇りを感じ、観光による経済効果についても高い割合で認識していることが確認できた。これは、観光振興そのものに対する町民理解が高い水準にあることを示している。

一方で、「観光が生活に良い影響を与えている」と回答した割合は46.1%に留まっており、観光経済の成長が、町民一人ひとりの生活実感としては十分に表れていないことがうかがえる。

観光機構は、主に誘客促進、情報発信、観光案内、受入環境整備、事業者連携、体験商品の造成等を担う組織である一方で、観光によって生まれた経済効果を、道路・交通・公共空間・生活環境・地域商業・雇用・所得など、町民生活の向上へ結びつけるためには、行政施策との連動が不可欠である。

当機構としては、来訪者データや観光消費の実態把握を進め、その結果を行政と共有することで、観光振興の成果を地域全体の政策課題として提起していく。

関係者限り

(3) プロモーション事業

① デジタルプロモーション

Instagram、Facebook、公式ホームページ等を活用し、町内観光情報及びイベント情報等を発信した。
また、ターゲットに応じた情報発信を行うことで、認知度向上及び来訪動機の創出に取り組んだ。

【実績】

- ・HP アクセス数:336,843 人(前年比▲1.8%)
- ・Instagram フォロワー数:6,015 人(前年比+40.6% *2026 年 3 月末現在)
- ・イベント告知等に SNS 広告を活用

【分析・課題】

旅行サイト及びデジタル媒体からの流入割合が高いことから、今後も WEB を中心とした情報発信強化が必要である。一方で、ホームページアクセス数は前年を下回っており、見直しを含めたコンテンツの強化が課題である。

今後は、公式ホームページを観光情報の蓄積・予約導線の基盤とし、SNS を認知拡大・旬の情報発信の接点として位置付け、両者を連動させた情報発信体制を強化する。

② 現地プロモーション・商談会への参加

国内外の旅行会社及び観光関係事業者に対し、商談会や現地プロモーションを実施した。

特に 2025 年度は、タイ及び台湾など海外市場への展開を本格化させ、旅行商品の造成及び販路拡大に向けた営業活動を実施した。

【主な実績】

- ・ツーリズム EXPO ジャパン 2025 出展(和歌山県観光連盟と共同出展)
 - ・VISIT JAPAN トラベル&MICE マート 2025 参加
 - ・首都圏旅行会社商談会(和歌山県東京観光センター(和歌山県観光連盟)主催)
 - ・JAPAN EXPO THAILAND2026 出展
 - ・台湾大商談会 参加
- など

関係者限り

【成果】

- ・国内、海外旅行会社との商談実施
- ・旅行商品造成に向けた協議
- ・広域連携によるプロモーション体制の構築

(4) 受入環境整備

①観光案内所の運営

紀伊勝浦駅前、大門坂駐車場の2か所で観光案内所を開設、運営した。

案内所来訪者数は下記のとおりで、昨年度に比較して外国人来訪者が大幅に増加した。

	日本人	外国人	合計	前年比
紀伊勝浦駅前案内所	20,674名	24,848名	45,522名	106.5%
大門坂観光案内所	9,105名	8,020名	17,125名	87.4%
合計	29,779名	32,868名	62,647名	100.5%

(5) 助成金、補助金交付事業

①観光バス助成金事業

昨年度に引き続き、町内に宿泊する団体旅行を実施する旅行会社にバス1台当たりの乗車人数に応じて助成金を支給した。

【事業内容】

- ・実施時期:2025年6月1日~2026年2月28日
- ・助成金額:バス1台あたり
20名以上の場合 30,000円/1台
10~19名の場合 10,000円/1台

【実績】

関係者限り

・助成実績：バス 52 台 1,360,000 円 合計来町人数 1,371 名

②がんばれ!合宿応援補助金交付事業

当地域にて合宿及び大会等を実施する団体等に町内での宿泊数に応じて補助金を交付。

【事業内容】

・実施時期：2025 年 4 月～2026 年 3 月 31 日

・補助額：延べ宿泊数（町内に限る）×1,000 円（1 団体当たり 1,000,000 円を上限）

【実績】

・補助実績：15件 4,269,000 円 合計来町者数 3,119 名 4,548 泊

7. 収益事業

機構の自主財源確保のため、各種事業を展開。主なものとしては平安衣装体験、生まぐろ市場競りガイドツアー、駐車場運営、案内所での各種物品販売を行っている。観光客の増加に伴い、売り上げの増加が見られた。

また、人件費高騰、物価高騰を踏まえ、一部事業について料金改定を実施した。

これらの収益事業は、観光資源を有料体験として磨き上げる取り組みであり、機構の自主財源確保と地域資源の高付加価値化を両立させる重要な事業として位置付けられる。

(1) 平安衣装体験

熊野古道・那智山エリアとの親和性が高く、写真映え需要等を背景に利用者数が増加。

関係者限り

2025年度の利用者数は2,809人で、そのうち53.5%が外国人。2024年度に比較して5.4ポイント増加。初めて利用者の半数以上を外国人が占めた。特に中国、台湾などのアジア圏に人気。

また、2026年1月に料金改定を実施した。

2時間コース 3,000円 → 4,000円(税込み)

3時間コース 4,500円 → 6,000円(税込み)



【実績】

	体験者数	売り上げ	売り上げ前年比
平安衣装体験	2,809名	9,035,654円	104.7%

(2) 生まぐろ市場競りガイドツアー

2022年から始めた事業。勝浦地方卸売市場で生まぐろの競りを紹介、説明するガイドツアー。参加者は順調に増加しており、英語ガイドの確保に伴い、外国人の参加者も増加している。

2025年度の実績は、1,008人。2024年度が535人で88.4%増となった。参加者は72%が日本人。残りが外国人となっている。

2025年度はメニューとしても、従前の試食付きコースや朝食付きコースに加え、自分でまぐろに包丁を入れる「解体体験」、外国人観光客用に試食など生まぐろを提供せず、ノベルティなどのお土産をお渡しするコースなど多彩なコースを設定している。

【実績】

	体験者数	売り上げ	売り上げ前年比
生まぐろ市場競りガイドツアー	1,008名	4,468,180円	236.4%

8. 会員・地域事業者への還元

2025年度は、誘客促進、情報発信、案内所運営、商談会参加、広域連携、収益事業の拡充等を通じ、地域事業者への間接的な送客支援及び販路

関係者限り

拡大に取り組んだ。

特に、観光案内所での町内施設・飲食店・体験商品の紹介、公式ホームページ・SNS での情報発信、海外商談会での地域観光素材の紹介は、会員及び地域事業者の認知向上と利用促進につながる取り組みである。

【主な還元内容】

- ・観光案内所を通じた町内施設、飲食店、体験商品等の紹介
- ・公式ホームページ、SNS、パンフレット等による地域観光情報の発信
- ・旅行会社商談会、海外プロモーションにおける地域観光素材の提案
- ・来訪者アンケート、町民満足度調査、宿泊統計等の実施によるデータ蓄積
- ・平安衣装体験、生まぐろ市場競りガイドツアー等を通じた地域資源の有料体験化
- ・太地町観光協会との連携による広域周遊促進及び相互送客の基盤づくり

今後は、観光機構の活動が各事業者の送客、売上機会、情報発信、商品造成にどのように結びついているかを、可能な範囲で数値や事例により見える化し、会員事業者との情報共有を強化していく。

9. 課題

(1) マーケティング機能・データ分析の強化

観光客数及びインバウンドは増加している一方で、来訪者属性や消費行動等の詳細分析については十分とは言えず、データに基づく施策立案機能の強化を図り、DMOの本質であるマーケティングの強化が必要である。

また、旅行動態や消費傾向を継続的に把握し、効果的なプロモーション及び商品造成へつなげていく必要がある。

(2) 観光消費額及び域内回遊の向上

観光客数は増加しているものの、地域全体への経済波及や消費額向上については依然として多くの課題が残っている。

特に、4市町村連携による周遊促進、高付加価値型コンテンツの造成等を通じ、域内消費額向上を図る必要がある。

関係者限り

(3) 持続可能な受入環境整備

外国人観光客の増加に伴い、多言語対応や案内機能強化など受入環境整備の重要性が高まっている。
また、観光需要拡大に対し、地域全体で持続可能な観光地域づくりを進める必要がある。

(4) 組織体制及び人材確保

事業規模拡大及び業務高度化に伴い、専門的知識を有する人材の確保・育成が課題となっている。
特に、マーケティング、データ分析、観光 DX 等を推進できる人材の確保が必要である。

(5) 観光防災への対応

南海トラフ地震等の災害リスクを踏まえると、観光客が安心して滞在できる地域づくりは、今後の重要な課題である。特に、宿泊施設、交通事業者、観光案内所、行政、警察、消防等との連携により、災害時の情報伝達、避難誘導、多言語対応、観光客支援の体制を検討していく必要がある。

10. 今後の方針

(1) データ活用及び観光 DX の推進

来訪者アンケートや位置情報データ等を活用し、観光客動態及び消費行動の分析強化を図る。
また、観光 DX を推進することで、データに基づく戦略的な観光地域づくりを進める。

(2) 高付加価値化による観光消費額向上

平安衣装体験や生まぐろ市場競りガイドツアーなど、地域資源を活用したコンテンツの磨き上げを進める。
また、宿泊及び周遊促進を図り、地域内消費額向上につなげる。

(3) 広域連携及びインバウンド誘客の推進

太地町をはじめ、新宮市・北山村等との広域連携を推進し、「熊野エリア」としての観光振興を進める。
また、海外プロモーションを継続し、インバウンド誘客強化を図る。

(4) 持続可能な組織運営体制の構築

事業推進に必要な専門人材の確保・育成を進めるとともに、業務効率化及び組織体制強化を図る。

また、収益事業拡大による自主財源確保を進め、持続可能な組織運営を目指す。

11. 2026年度に向けて(方向性まとめ)

2025年度は、新体制のもとで進めてきた各種取り組みが、宿泊客数、外国人宿泊客数、旅行消費額、収益事業の伸長という形で一定の成果につながった年度であり、足場を整える第一歩の年でもあった。運営体制の見直し、広域連携、国際連携、データ把握、自主財源事業の強化など、今後の成長に向けた土台は確実に整いつつあり、当機構が進めてきた方向性が、那智勝浦町の観光振興にとって有効であることを確認できた。

今後、これらの取り組みをさらに着実に推進していくためには、機構の運営体制についても、国際情勢、国内情勢、観光需要の変動、インバウンド市場の変化、及び地域課題に対応できる体制へと強化していく必要がある。そのためには、誘客、交通、宿泊、飲食、物販、文化・信仰、経済、教育、行政、防災、DX等の各分野における知見、実務経験、ネットワークを持つ人材の参画を進めるとともに、必要な専門人材の獲得も図り、地域全体の観光戦略を実行できる体制へと発展させていく。

あわせて、各部会については、地域事業者の幅広い参画を促し、特定の業種や個別事業者の利害に偏ることなく、現場の知見や課題意識を具体的な事業へつなげる協議・提言・実践の場として活性化を図っていく。役員は、機構全体の方向性、戦略実行、対外連携、事業推進体制の構築及び行政との協議・説明を担い、部会は地域事業者の知見や課題意識を具体的な事業へつなげる場として機能させる。

今後も、会員事業者、地域関係者、行政との連携を一層深めながら、那智勝浦町が国内を代表する観光地としてさらに成長できるよう、誘客、消費拡大、観光防災を一体的に捉えた、持続可能で収益性のある観光地域づくりを推進していく。