

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和6年7月30日

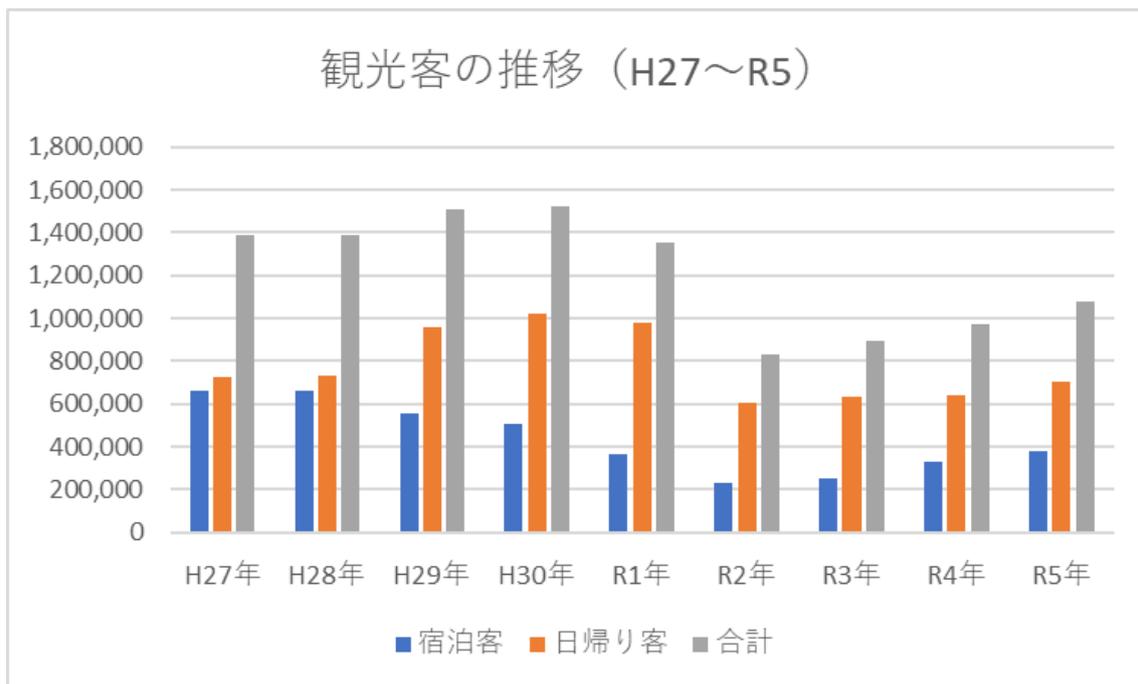
1. 観光地域づくり法人の組織		
申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	一般社団法人那智勝浦観光機構（略称：NACKT）	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	区域を構成する地方公共団体名 和歌山県東牟婁郡那智勝浦町	
所在地	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町築地6丁目1番地4	
設立時期	令和2年4月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	17人【常勤4人（正職員2人・出向等2人）、非常勤13人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 清水 貞吾 （出身組織名） 浦島観光ホテル(株)	浦島観光ホテル(株)の専務取締役兼ホテル浦島総支配人。また、南紀勝浦温泉旅館組合の組合長も兼任し、地域の観光推進の中心となる人物。また、地域内、観光関連に関わらず様々なネットワークを構築しており、現職に適した人物
事務局長 C00 （事業実施における責任者）	（氏名） 岡崎 裕哉「専従」 （出身組織名） 那智勝浦町	自治体職員として、観光行政、企画分野での業務経験が豊富。令和2年度から3年間は、観光企画課副課長を歴任しており、地域振興のための経験と知識を有する。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO）	（氏名） 丸小野 義治「専従」 （出身組織名） （株）JTB	大手旅行会社で長年勤務し、様々な観光関連業務を経験するとともに、他業種での勤務も経験しており、様々な知識、経験を有する。マーケティング業務にも知見と能力を有している。
財務責任者（CFO）	（氏名） 岡崎 裕哉「専従」 （出身組織名） 那智勝浦町	事務局長と兼務
プロモーション部門の責任者	（氏名） 丸小野 義治「専従」 （出身組織名） （株）JTB	CMO と兼務
旅行事業部	（氏名） 丸小野 義治「専従」 （出身組織名） （株）JTB	COM と兼務

<p>連携する地方公共団体の担当部署名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ●和歌山県東牟婁郡那智勝浦町 観光企画課 (事業評価、体制整備、施設・環境整備等) ●和歌山県東牟婁郡振興局 地域づくり部 (観光プロモーション連携) ●和歌山県地域振興部観光局 (観光プロモーション連携) 																																				
<p>連携する事業者名及び役割</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■南紀くろしお商工会、南紀勝浦温泉旅館組合、那智勝浦町民宿組合、地元関係団体、事業者 他 <ul style="list-style-type: none"> ・情報収集、情報発信 ・誘客促進 ・イベント連携 ・着地型(体験)商品造成 ・特産品開発、販売 ・観光客受入体制整備 ■株式会社紀陽銀行、新宮信用金庫 <ul style="list-style-type: none"> ・地方創生、事業化支援 ■株式会社 JTB、近畿日本ツーリスト株式会社、クラブツーリズム株式会社、株式会社日本旅行 <ul style="list-style-type: none"> ・旅行商品造成、イベント連携 ・誘客促進・集客支援 ■熊野御坊南海バス株式会社、株式会社南紀白浜エアポート、西日本旅客鉄道株式会社、東海旅客鉄道株式会社 他 <ul style="list-style-type: none"> ・二次交通改善 ・旅行商品造成 ・誘客促進 ■熊野那智大社、那智山青岸渡寺、補陀洛山寺、大泰寺 <ul style="list-style-type: none"> ・世界遺産、文化財資源の商品活用 ・イベント連携 ■熊野・那智ガイドの会 <ul style="list-style-type: none"> ・着地型商品造成・販売 																																				
<p>官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み</p>	<p>【該当する登録要件】 ①②)</p> <p>① 理事には、那智勝浦町を始め、文化、スポーツ、商工業、交通等幅広い分野の関係団体の代表者が参画し、観光地域づくりの方向性を示すとともに強い産業基盤づくりを目指す。</p> <p style="text-align: center;"><理事></p> <table border="1" data-bbox="432 1178 1385 1671" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%;">理事長</td> <td style="width: 50%;">南紀勝浦温泉旅館組合</td> <td style="width: 30%;">組合長</td> </tr> <tr> <td>副理事長</td> <td>那智勝浦町</td> <td>副町長</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>熊野那智大社</td> <td>宮司</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>那智山青岸渡寺</td> <td>住職</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>(株)南紀白浜エアポート</td> <td>代表取締役社長</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>南紀エリアスポーツ合宿誘致推進協議会</td> <td>コーディネーター</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>合同会社 WhyKumano (宿泊部会長)</td> <td>代表</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>Kitchen nicori (飲食部会長)</td> <td>代表</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>(株) JTB 和歌山支店</td> <td>支店長</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>近畿日本ツーリスト(株)公務・地域共創事業部</td> <td>公務地域共創事業担当課長</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>(株) 日本旅行 TiS 和歌山支店</td> <td>支店長</td> </tr> <tr> <td>理事</td> <td>那智勝浦町</td> <td>観光企画課長</td> </tr> </table> <p>② NACKT の組織内に、民間企業や地元業者など地域の多様な業種のメンバーで構成する「宿泊」「飲食」「交通」「観光体験・文化財歴史」「物販・特産品」「施設・環境整備」の6つの専門部会を設置し、NACKT 事務局が主導的な役割を果たし、実務的な事業の企画立案等を行う。</p>	理事長	南紀勝浦温泉旅館組合	組合長	副理事長	那智勝浦町	副町長	理事	熊野那智大社	宮司	理事	那智山青岸渡寺	住職	理事	(株)南紀白浜エアポート	代表取締役社長	理事	南紀エリアスポーツ合宿誘致推進協議会	コーディネーター	理事	合同会社 WhyKumano (宿泊部会長)	代表	理事	Kitchen nicori (飲食部会長)	代表	理事	(株) JTB 和歌山支店	支店長	理事	近畿日本ツーリスト(株)公務・地域共創事業部	公務地域共創事業担当課長	理事	(株) 日本旅行 TiS 和歌山支店	支店長	理事	那智勝浦町	観光企画課長
理事長	南紀勝浦温泉旅館組合	組合長																																			
副理事長	那智勝浦町	副町長																																			
理事	熊野那智大社	宮司																																			
理事	那智山青岸渡寺	住職																																			
理事	(株)南紀白浜エアポート	代表取締役社長																																			
理事	南紀エリアスポーツ合宿誘致推進協議会	コーディネーター																																			
理事	合同会社 WhyKumano (宿泊部会長)	代表																																			
理事	Kitchen nicori (飲食部会長)	代表																																			
理事	(株) JTB 和歌山支店	支店長																																			
理事	近畿日本ツーリスト(株)公務・地域共創事業部	公務地域共創事業担当課長																																			
理事	(株) 日本旅行 TiS 和歌山支店	支店長																																			
理事	那智勝浦町	観光企画課長																																			
<p>地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組</p>	<p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・町民説明会 計3回実施 ・那智勝浦ブランド・ビジョン規定 ・バリアフリーコミュニケーション研修 ・はじめてのLGBTQセミナー 																																				

	<p>・ NACKT 説明会</p> <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 会員（サポーター）募集及び活動報告会実施 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 会員向けに NACKT の活動を「NACKT 通信」として定期的に配信をスタート ・ 観光庁の事業を活用し、町内事業者等を対象に、外部講師によるインバウンド対応研修会を開催 <p><令和5年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光庁の事業を活用し、町内事業者や希望者を対象に、DX 化の説明会を自治体・商工会と共同実施。 						
<p>法人のこれまでの活動実績</p>	<p>【活動の概要】</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="384 696 568 745">事業</th> <th data-bbox="568 696 1396 745">実施概要</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="384 745 568 1547"> <p>情報発信・プロモーション</p> </td> <td data-bbox="568 745 1396 1547"> <p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン形式でまぐろ祭り開催 ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 公式 SNS、公式ウェブサイトの開設、情報発信 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ Instagram、Facebook ストーリー広告 ・ 各種資料の校正及び英語版の作成 ・ 東京での現地プロモーション事業の参画 ・ 合宿誘致のための営業訪問 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公式ウェブサイトの一部リニューアル ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ Instagram、Facebook ストーリー広告 ・ 東京での現地プロモーション事業の参画 <p><令和5年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ 各種プロモーション、商談会、キャラバンへの参加 ・ ツーリズム EXPO ジャパン 2023 にブース出展 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="384 1547 568 2018"> <p>受け入れ環境の整備</p> </td> <td data-bbox="568 1547 1396 2018"> <p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 教育旅行受け入れ態勢整備 ・ 観光人材育成 ・ 旅行サービス手配業登録 ・ 那智勝浦町観光案内所の運営 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材育成 ・ インバウンド対応英語ガイド育成をオンライン実施 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材育成 ガイド研修を実施 ・ 7回にわたり公認ガイド養成としてオンライン実施 ・ DX 化の一環として着地型商品のオンライン決済機能の導入（クレジットカード及びコンビニ払いの導入） </td> </tr> </tbody> </table>	事業	実施概要	<p>情報発信・プロモーション</p>	<p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン形式でまぐろ祭り開催 ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 公式 SNS、公式ウェブサイトの開設、情報発信 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ Instagram、Facebook ストーリー広告 ・ 各種資料の校正及び英語版の作成 ・ 東京での現地プロモーション事業の参画 ・ 合宿誘致のための営業訪問 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公式ウェブサイトの一部リニューアル ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ Instagram、Facebook ストーリー広告 ・ 東京での現地プロモーション事業の参画 <p><令和5年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ 各種プロモーション、商談会、キャラバンへの参加 ・ ツーリズム EXPO ジャパン 2023 にブース出展 	<p>受け入れ環境の整備</p>	<p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 教育旅行受け入れ態勢整備 ・ 観光人材育成 ・ 旅行サービス手配業登録 ・ 那智勝浦町観光案内所の運営 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材育成 ・ インバウンド対応英語ガイド育成をオンライン実施 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材育成 ガイド研修を実施 ・ 7回にわたり公認ガイド養成としてオンライン実施 ・ DX 化の一環として着地型商品のオンライン決済機能の導入（クレジットカード及びコンビニ払いの導入）
事業	実施概要						
<p>情報発信・プロモーション</p>	<p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ オンライン形式でまぐろ祭り開催 ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 公式 SNS、公式ウェブサイトの開設、情報発信 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ Instagram、Facebook ストーリー広告 ・ 各種資料の校正及び英語版の作成 ・ 東京での現地プロモーション事業の参画 ・ 合宿誘致のための営業訪問 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 公式ウェブサイトの一部リニューアル ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ Instagram、Facebook ストーリー広告 ・ 東京での現地プロモーション事業の参画 <p><令和5年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ OTA を活用した宿泊クーポン助成事業の実施 ・ 旅行会社に対するバス助成金事業 ・ 各種プロモーション、商談会、キャラバンへの参加 ・ ツーリズム EXPO ジャパン 2023 にブース出展 						
<p>受け入れ環境の整備</p>	<p><令和2年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 教育旅行受け入れ態勢整備 ・ 観光人材育成 ・ 旅行サービス手配業登録 ・ 那智勝浦町観光案内所の運営 <p><令和3年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材育成 ・ インバウンド対応英語ガイド育成をオンライン実施 <p><令和4年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 観光人材育成 ガイド研修を実施 ・ 7回にわたり公認ガイド養成としてオンライン実施 ・ DX 化の一環として着地型商品のオンライン決済機能の導入（クレジットカード及びコンビニ払いの導入） 						

		<ul style="list-style-type: none"> ・大門坂観光案内所の設置・運営 那智山エリアの入り口にあたる大門坂駐車場に設置 <p><令和5年度></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光人材育成 着地型商品のガイドの確保・育成 ・インバウンド向け英語ガイドの手配の検討 ・一部の着地型商品の公式ウェブサイト内での予約/決済機能の導入 ・町内事業者のグーグルマイビジネス登録サポートの実施 (自治体、商工会との共同) 																																											
	<p>観光資源の 磨き上げ</p>	<p>着地型旅行商品開発</p> <p>体験コンテンツの拡充に向け、商品の造成、磨き上げ</p> <ul style="list-style-type: none"> ・熊野古道ガイドウォーク 熊野那智ガイドの会と連携。毎年研修によるガイドのスキルアップと商品の磨き上げを行っている ・平安衣装体験 最近、外国人（特にアジア圏）に人気。受け入れ体制を強化 ・生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアー 2022年商品化。生まぐろがずらりと並ぶ市場でまぐろの種類、漁法、競りの方法などをガイドが説明。終了後はオプションでまぐろ尽くしの朝食も可。2024年には、ガイドツアーとセットで生まぐろの解体体験を販売開始予定 ・ロケット打ち上げ見学ツアーの企画・造成 日本初の民間のロケット打ち上げ事業者が本町と串本町の領域にロケット発射場を整備。2024年3月に初号機打ち上げが実施され、それに合わせて旅行商品として見学ツアーを造成・販売した。ロケットの打ち上げはうまくいかなかったが、商品は即完売という人気だった。需要があることは確認できたので、今後の商品開発、磨き上げを検討 																																											
	<p>【定量的な評価】</p> <p>那智勝浦町観光客動態</p> <table border="0"> <tr> <td>令和元年</td> <td>1,351,267人</td> <td>うち宿泊客</td> <td>: 368,411人</td> <td>(外国人宿泊客</td> <td>37,022人)</td> </tr> <tr> <td>令和2年</td> <td>832,718人</td> <td>うち宿泊客</td> <td>: 228,303人</td> <td>(</td> <td>// 1,941人)</td> </tr> <tr> <td>令和3年</td> <td>892,248人</td> <td>うち宿泊客</td> <td>: 255,690人</td> <td>(</td> <td>// 158人)</td> </tr> <tr> <td>令和4年</td> <td>975,657人</td> <td>うち宿泊客</td> <td>: 331,899人</td> <td>(</td> <td>// 4,136人)</td> </tr> <tr> <td>令和5年</td> <td>1,080,269人</td> <td>うち宿泊客</td> <td>: 379,188人</td> <td>(</td> <td>// 46,731人)</td> </tr> </table> <p>旅行消費額（全体及び一人あたり平均）</p> <table border="0"> <tr> <td>令和3年</td> <td>9,251,427千円</td> <td>(一人あたり平均</td> <td>12,463円)</td> </tr> <tr> <td>令和4年</td> <td>13,892,354千円</td> <td>(一人あたり平均</td> <td>14,299円)</td> </tr> <tr> <td>令和5年</td> <td>18,042,600千円</td> <td>(一人あたり平均</td> <td>29,048円)</td> </tr> </table> <p>観光客数で言えば、順調にコロナ禍前に戻りつつある。令和5年度はコロナの5類移行で大きく動き始めた。特に外国人観光客は大きく伸びており、この傾向は現在も続いている。この流れを一過性に終わらせることなく、取り組みを進めていく必要がある。</p>			令和元年	1,351,267人	うち宿泊客	: 368,411人	(外国人宿泊客	37,022人)	令和2年	832,718人	うち宿泊客	: 228,303人	(// 1,941人)	令和3年	892,248人	うち宿泊客	: 255,690人	(// 158人)	令和4年	975,657人	うち宿泊客	: 331,899人	(// 4,136人)	令和5年	1,080,269人	うち宿泊客	: 379,188人	(// 46,731人)	令和3年	9,251,427千円	(一人あたり平均	12,463円)	令和4年	13,892,354千円	(一人あたり平均	14,299円)	令和5年	18,042,600千円	(一人あたり平均	29,048円)
令和元年	1,351,267人	うち宿泊客	: 368,411人	(外国人宿泊客	37,022人)																																								
令和2年	832,718人	うち宿泊客	: 228,303人	(// 1,941人)																																								
令和3年	892,248人	うち宿泊客	: 255,690人	(// 158人)																																								
令和4年	975,657人	うち宿泊客	: 331,899人	(// 4,136人)																																								
令和5年	1,080,269人	うち宿泊客	: 379,188人	(// 46,731人)																																								
令和3年	9,251,427千円	(一人あたり平均	12,463円)																																										
令和4年	13,892,354千円	(一人あたり平均	14,299円)																																										
令和5年	18,042,600千円	(一人あたり平均	29,048円)																																										

【観光客の実態等】

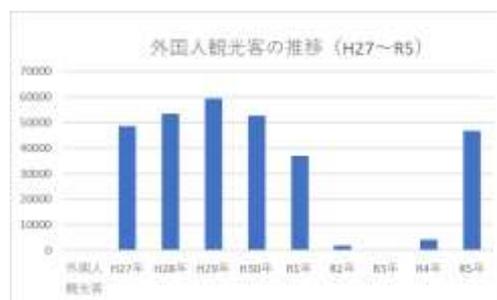


	H27年	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年	R4年	R5年
宿泊客	665,181	660,560	555,356	505,132	368,411	228,303	255,690	331,899	379,188
日帰り客	723,361	729,361	954,715	1,018,919	982,856	604,415	636,558	643,757	701,081
合計	1,388,542	1,389,921	1,510,071	1,524,051	1,351,267	832,718	892,248	975,657	1,080,269

平成 27 年には那智勝浦町を訪れる宿泊者数は、665,181 人であったが、その後、徐々に減少していき、平成 30 年度には 505,132 人となった。町内大型宿泊施設の耐震工事等が行われた令和 1 年は、368,411 人に減少。新型コロナウイルス感染症拡大の影響を大きく受けた令和 2 年、3 年はさらに減少。少しずつお客様は戻ってきているなか、令和 5 年 5 月に新型コロナウイルスが 5 類移行となった。お客様は国内、国外問わず活動を再開しており、令和 5 年は大型宿泊施設の耐震工事中だったとはいえ、コロナ禍前の令和 1 年並みに回復しており、特に外国人観光客は、コロナ前の数字を大きく超えるものとなった。

日帰り客に関しては、大阪府側、愛知県側の両方から高速道路の延伸による道路環境の改善が大きく、年々自動車の日帰りのお客様が増加していた。コロナによる減少はあるものの、さらに道路の延伸が進んでおり、この傾向は今後も続くものと考えます。

訪日外国人客数に関しては、コロナ禍前から増加傾向にあり、国別では台湾、中国、香港等アジアが中心であったが、世界遺産が脚光を浴び、欧米豪、特にオーストラリアのお客様が増加傾向にあるところにコロナ禍となった。令和 4 年 10 月の水際対策の緩和に続き令和 5 年 5 月のコロナの 5 類移行により、外国人観光客も戻ってきており、アジア圏はもちろん、欧米豪のお客様も数多くお越しいただいている。



外国人観光客	H27年	H28年	H29年	H30年	R1年	R2年	R3年	R4年	R5年
	48,488	53,568	59,447	52,724	37,022	1,941	158	4,136	46,731

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

本町では、「世界遺産と温泉、生まぐろの町」として売っており、大きくはこの3つが町の観光資源の中心となっている。

イベント、着床品に関してもこれらと素材にしたものが中心となる。

○世界遺産（熊野那智大社、那智山青岸渡寺、那智の滝、補陀洛山寺、熊野古道等）

観光施設であり自然であり文化財でもある。見て楽しんでもらうに加え、着地商品としてガイドツアーを造成、販売している。

○温泉（県下 177 の泉源）

県下の泉源数を誇る。大抵、宿泊施設ごとに泉源を持っており、各施設で趣向を凝らした温泉を楽しむことができる。また、町内には日帰り入浴施設、足湯も整備されている。

○生まぐろ（サステナブルなはえ縄漁法で漁獲される生まぐろ水揚げ日本一）

勝浦漁港ははえ縄漁法で漁獲される生まぐろの水揚げが日本一と言われている。生まぐろとは、一度も冷凍されていない生のままのまぐろのことで、漁獲後、船上で絞めて氷詰めにしてそのまま水揚げさる。機構では、この生まぐろがずらりと並んでいる市場で、まぐろの漁獲か水揚げ、競りについて説明する「生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアー」を造成、販売している。

○イベント（2023年度に機構が種になって実施したイベントについて記載）

- ・世界遺産熊野那智詣（2023年10月）
- ・生まぐろフェス 2024（2024年1月）
- ・温泉ガストロノミーウォーキング in 那智勝浦
- ・温泉ウィーク（2024年2～3月）

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

町内の宿泊施設

<ホテル及び旅館> 57軒 4,340名収容

種別	ホテル	旅館	民宿	ゲストハウス	休暇村	キャンプ場等	合計
軒数	5軒	11軒	10軒	28軒	1軒	2軒	57軒
宿泊定員	279名	3,330名	281名	217名	173名	60名	4,340名

※令和4年和歌山県観光客動態調査より

【利便性：区域までの交通、域内交通】

区域までの交通

●電車で

名古屋経由：名古屋駅より JR 紀勢本線にて特急で紀伊勝浦へ（約3時間50分）

新大阪経由：新大阪駅より JR 紀伊本線にて特急で紀伊勝浦へ（約3時間30分～4時間）

●車で

名古屋経由：東名阪・伊勢自動車道・R42号を南下、那智勝浦町へ（所用時間 約3時間30分）

京阪方面経由：阪和自動車道・紀勢自動車道ですさみ南 IC へ、R42号を南下、串本を経て那智勝浦町へ（所用時間 約3時間30分）

●飛行機で

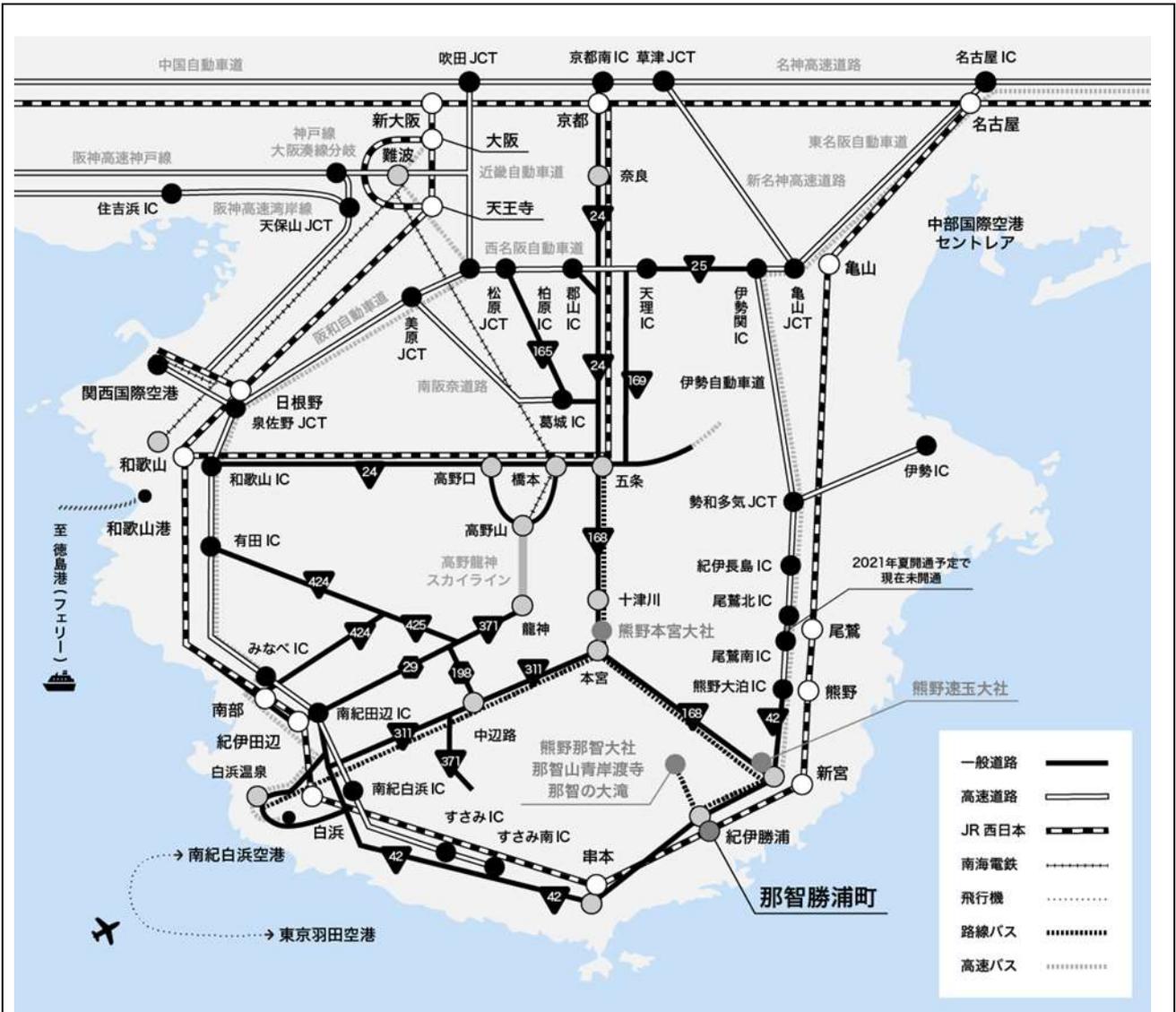
東京（羽田空港）より南紀白浜空港まで約1時間10分

南紀白浜空港からの交通：

- ・電車利用の場合：空港より路線バスにて20分。JR 白浜駅より特急にて紀伊勝浦へ約1時間25分
- ・レンタカー利用の場合：空港より R42号を南下、串本を経て那智勝浦町へ約1時間50分。
- ・リムジンバス利用の場合：空港より紀伊勝浦へ約2時間

域内交通

域内は、JR（海岸線のみ）、路線バス、タクシー



【外国人観光客への対応】

- ・多言語のパンフレット整備
- ・多言語のホームページ整備
- ・観光案内所での英語対応
- ・観光案内所内に外貨両替機を設置
- ・案内看板・説明看板・マップ等の英語併記(自治体実施)
- ・町内観光事業者へ多言語翻訳システム機器(ポケトーク)の貸与(自治体実施)

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

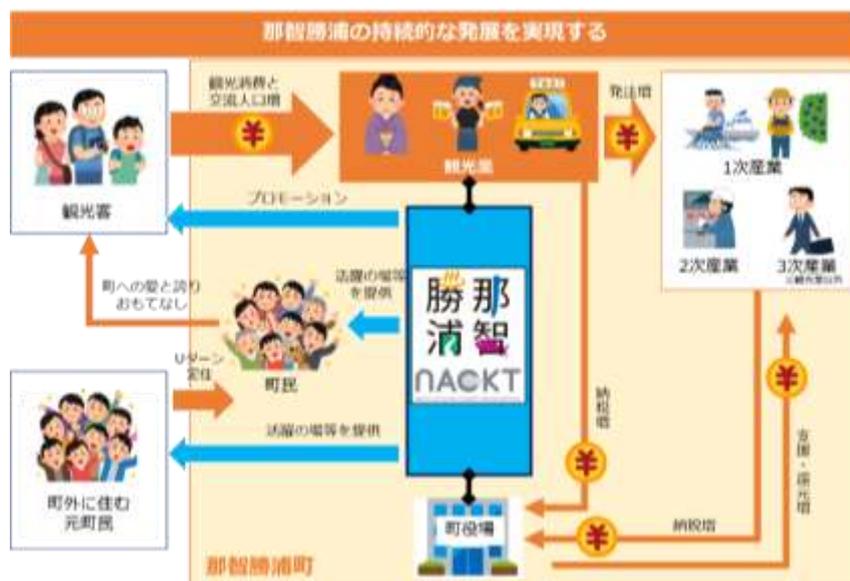
収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	地元での消費拡大による関連産業の取組の成果を確認するため。	来訪者へのモバイルアンケート調査を実施。旅行全体の予算額、そのうちの町内での予算額、実際の消費額を日帰り利用、宿泊利用に分けて調査を実施

延べ宿泊者数	日帰り観光客・宿泊観光客、県内・県外、月別、県内各地との比較等のデータによって、客層、閑散期、出発地等を分析する	宿泊施設単位で、毎月実績提供を受けており、継続することでデータ比較や精度向上のための検証が可能な体制にある。また、町や県が発表する統計と観光庁による「宿泊旅行統計調査」の結果などから多角的に検証
来訪者満足度	お客様の満足度の把握と検証。分野別、総合的などいくつかの項目に分けて把握 データに基づく戦略・KPIの策定と進捗管理、適宜見直し等のため	来訪者へのモバイルアンケート調査を実施して確認。分野別、総合的などいくつかの項目に分けて満足度を調査。
リピーター率	お客様のリピーター率の把握と検証。 データに基づく戦略・KPIの策定と進捗管理、適宜見直し等のため	来訪者へのモバイルアンケート調査を実施。過去5年以内の再来者の実態を把握する。継続的に実施し、経年での定点観測を行う
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する旅行者の関心度や施策の効果、旅行者がどのような情報を欲しがっているか等を把握するため	ホームページ運営受託企業へ依頼してデータ収集。ホームページ上でのターゲットの動向、ターゲット別の人気コンテンツ、宿泊ページとその前後のページに着目し、実際に現地に来ている人の属性や動向を分析する
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度、満足度を測る。	アンケート調査を実施し分析する

4. 戦略

(1) 地域における観光を取り巻く背景

那智勝浦町は「世界遺産・温泉・生まぐろ」と3つの魅力ある観光資源中心に観光地として発展してきた。時代の流れとともに旅行形態の変化、新型コロナウイルスの感染拡大など様々な状況の変化に対応しながら、時代にマッチした観光コンテンツの開発と新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげるとともに、既存の観光資源を活用した観光地域づくりを図り、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、交流人口の増加につなげ、「観光で稼ぎ潤う町」を実現することを目標としている。



(2) 地域の強みと弱み (SWOT 分析)

	好影響	悪影響
内部環境	強み (Strengths) <ul style="list-style-type: none"> ・ 自然鑑賞や温泉が目的のお客様が多い ・ ワールドクラスの観光資源、世界遺産がある ・ はえ縄漁法による生まぐろの水揚げ日本一 ・ 県下一の泉源数 (177 本) ・ ロケットという新たな観光資源 ・ 熟年層に認知度・満足度が高い 	弱み (Weaknesses) <ul style="list-style-type: none"> ・ 若年層に認知度が低い ・ 通貨型観光地の側面あり ・ 二次交通が脆弱 ・ 外国人対応が課題 (言語、案内看板、クレジット等)
外部環境	機会 (Opportunity) <ul style="list-style-type: none"> ・ コロナの 5 類移行による観光客の回復 ・ 外国人観光客の拡大 (水際対策緩和) ・ 自動車道の整備による交通利便性向上 ・ 生活の価値観の多様化 	脅威 (Threat) <ul style="list-style-type: none"> ・ 人口減少、少子高齢化の進行。 ・ 他の自治体との交流人口、関係人口、定住人口の獲得競争 ・ 地元観光事業者の体力減少 ・ 地震、台風など自然災害の不安

※上記に加え、P E S T 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入 (様式自由)。

(3) ターゲット

<p>○第 1 ターゲット層 関西圏自然体験層</p> <p>○選定の理由 昨年の調査結果から、大阪府からの来町者が一番多い (次が愛知県、和歌山県の順)。兵庫、奈良県などを含め、関西からの誘客に取り組む。 世界遺産、豊かな自然などがウリということから、アクティブな自然派層をターゲットに。 本来、機構では首都圏居住者 (特に女性) を第 1 ターゲットとしていたが、新型コロナウイルス感染拡大により方針を転換。コロナ禍からの復活を目指し、まずは一人でも多くのお客様に来町してもらいたいことからこの層を第 1 ターゲットとしている。</p> <p>○取組方針 個人旅行を対象とした SNS 等でのプロモーションを実施。インスタグラムのストーリー広告など有料のデジタル広告も活用。併せて旅行会社向けのアプローチも並行して実施。</p>
<p>○第 2 ターゲット層 「東海 3 県 + 静岡県」及び「首都圏女性 (主に若年層)」</p> <p>○選定の理由 「東海 3 県 + 静岡県」 昨年度の調査結果から、愛知県からの来町者が 2 番目。その他三重県、岐阜県、静岡県を含めてターゲットに設定。 「首都圏女性 (主に若年層)」 首都圏居住者は、滞在期間が長く、高い消費額が見込まれるエリアであるが、当地域ではアプローチができていなく、認知度が低い。当町を含めた南紀エリア全体の掘り起こしを狙う。</p> <p>○取組方針 「東海 3 県 + 静岡県」 個人旅行を対象とした SNS 等でのプロモーションを実施。インスタグラムのストーリー広告など有料のデジタル広告も活用。併せて旅行会社向けのアプローチも並行して実施。 「首都圏女性 (主に若年層)」 認知度向上に向け世界遺産や温泉、生まぐろなどの観光資源と飛行機を活用したアクセスの利便性を中心に当地方の魅力を発信。若い女性層に届く情報発信を検討し、活用する。</p>

○第3ターゲット層
訪日外国人（主に欧米豪の富裕層）

○選定の理由

令和4年の水際対策が緩和され、また新型コロナウイルスの5類移行もあり、外国人観光客の姿が多く見受けられるようになった。そのため、訪日外国人もターゲットとして取り組む。アジアのお客様に関しては、台湾、中国、香港、韓国等で一定程度認知されているため、欧米豪のFITを第一次ターゲットとする。海外の旅行誌などで熊野古道など「KUMANO」が訪れるべき観光地として紹介されたこと、また高額な消費が見込まれることなどから今積極的にプロモーション、認知度アップにつなげるべきと考える。

○取組方針

訪日外国人に関するプロモーション等に関する取り組みは、地域DMO単体では取り組みにも、費用対効果にも限度があると考えており、近隣地域と合同、県単位など広域で取り組むべきと考えている。現在観光庁の「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業のモデル地域に奈良県南部と合同で全国11か所の一つに認定されており、この枠組みの中で、欧米豪の富裕層をターゲットにしたプロモーション活動を展開していく。

（4）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト

- ・未来志向の観光により「稼いで潤う」観光地域づくりを目指す
- ・豊富な資源を活用し、持続可能な開発目標を意識して取り組む
- ・世界の旅行者が求めるスピリチュアルでピースフルな観光地を整備する

心を遠くへ。那智勝浦町

Let your heart travel, your soul be free

山の向こうへ。
海の向こうへ。
空の向こうへ。

On the other side of the mountains
On the other side of the sea
Even far over in the sky

追いかけてくる日常が、
届かないくらい遠くまで。

Peace awaits us
Distant from day to day business
Distant from everyday life

その距離が、
日々の暮らしから
心を自由にしてくれる。

The further we travel
The freer our soul becomes

そこに見つかる大自然。
都会と違う時間の流れ、
空間のスケール。
五感がひらく。心が動く。

Far from the rhythms of the cities
Ancient nature surrounds our soul
Our mind comes to peace and our senses awoken

神話から宇宙まで。
遠い昔も、遠い未来も見えてくる。
心を遠くへ。那智勝浦へ。

From ancient mythology to universe
Our heart travels through past and future to come

Let your heart travel to,
and your soul be free in Nachi-Katsuura



②コンセプトの考え方

昭和型の団体型観光モデルから脱却し、個人参加型の旅行者が満足する受入体制を整備する。多様化するニーズに対応するとともに、SDGsを意識した観光地の整備と商品開発を進める。

本町の観光資源の中心となる「世界遺産」、「温泉」、「生まぐろ」を活用した商品を開発し、滞在時間の延長、消費額の増額を促し、まちが稼いで潤う仕組みを構築する。

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	<p>当機構の社員及び理事は、多様な分野の皆さままで構成されており、社員総会は年に1回、理事会に関しては年に2回以上開催されている。</p> <p>また、分野ごとに6つの部会も設置しており、情報共有、事業内容検討など必要に応じて開催されている。例年では、年度当初に各部の部長、副部長に出席いただいて合同部会、個々について部会によるが、1回から7回程度開催されている。</p> <p>・NACKTの活動の意義、内容、成果、KPIの達成状況や観光地域づくりの取り組みによる地域経済の変化の分析結果等を記載したNACKT通信を定期的に発信することを目標とするが、現在は実施できていない。地域事業者、地域住民との情報共有などにも活用できることから、以前のようにNACKT通信の発行を目指す。</p> <p>・地方自治体とは、自治体から当機構に職員が派遣されていることもあり、情報共有を密に行い、お互いの方針、今後の取り組みを理解したうえで事業展開している。</p>
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	<p>観光客へモバイルアンケート調査を実施することで、本町の観光資源やサービス、取り組み状況について顧客目線での評価を数値化する。</p> <p>アンケート結果により数値化された課題等各専門部会に情報共有し、課題を明確にし、改善に関する協議、実行とPDCAサイクルを回すことにより課題解決、サービス向上につなげる。</p>
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	<p>NACKTを那智勝浦町全域の各種観光情報発信を行うワンストップ窓口としてHPやパンフレット等による一元的な情報発信と更新管理を担い、SNS等を利用した効果的なプロモーションを実施する。</p>

6. KPI (実績・目標)

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

(1) 必須KPI

指標項目		2021	2022	2023	2024	2025	2026
		(R3) 年度	(R4) 年度	(R5) 年度	(R6) 年度	(R7) 年度	(R8) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	11,450 (400)	11,793 (412)	15,282 (412)	18,945 (1,356)	19,703 (1,410)	20,294 (1,453)
	実績	9,251 (3)	13,892 (152)	18,043 (1,292)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	350 (20)	375 (37)	400 (37)	425 (53)	450 (56)	475 (59)
	実績	255 (0.2)	331 (4.1)	379 (47)			
●来訪者満足度 (%)	目標	92 (92)	93 (93)	94 (94)	94 (94)	94 (94)	94 (94)
	実績	90 (—)	90 (—)	92 (—)			

●リピーター率 (%)	目標	67 (4.8)	68 (4.9)	69 (5.0)	52 (5.1)	54 (5.2)	56 (5.3)
	実績	55 ()	48 ()	50 ()			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

KPI については、旅行者満足度調査の結果や現状をもとに当機構にて素案を作成。自治体、理事会等で議論を経て決定。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

消費額については、毎年実施するモバイルアンケート調査より得られる宿泊客、日帰り客それぞれの一人当たり消費額に当該年度の観光客数を乗じて算出。インバウンドについては、案内所に来られた外国人観光客にアンケートを実施して一人当たり消費額を算出しているが、母数が少ないため、信頼度はあまり高くない。

令和6年度以降の目標額は、5年度の数値の5%増、6年度の4%増、7年度の3%増と設定した。コロナ禍明け以降、現在は好調だが今後の流れが読めず、この設定とした。状況を鑑みて数値を変更することも検討の余地がある。

●延べ宿泊者数

令和元年度は、大型宿泊施設の耐震工事等により、宿泊収容人員が大きく減少。工事の完了や休業施設の再開が見込まれる令和2年度の目標を「40万人」と設定していたが、コロナ禍によりさらに大きく減少。令和3年度の目標を、コロナ前の数値に戻す「35万人」と設定。以降は前年比約25千人の増加として、3年スライドとなる令和5年度に、当初の目標「40万人」と設定した。

しかしながら、令和5年度の宿泊客数も目標を達成できなかった。ただ、達成できない数字はないと判断し、以前の目標数値を引き続き目標数値として設定した。

●来訪者満足度

モバイルアンケート調査により得られた結果から、満足度を算出（那智勝浦町の観光に対する総合的な満足度への質問に対し、7段階評価で「7：大変満足」「6：満足」「5：やや満足」と回答した人の割合）。令和2年度スタートした数値をベースとし、翌年から毎年1%の増加率で設定し94%を最高に設定した。

●リピーター率

こちらも令和2年度に実施したモバイルアンケート調査より得られた結果から、目標値を算出。毎年1%の増加率で目標を設定したが、ここ数年、目標数値と実績値がかけ離れていることから今回目標値を修正。現実的な目標数値に再設定した。

(2) その他の目標

指標項目		2021 (R3) 年度	2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度
●Web サイト アクセス数 (人)	目標	296,500 ()	196,200 (20,000)	235,000 (20,500)	322,100 (20,900)	347,800 (23,500)	368,600 (25,850)
	実績	130,807 (6,551)	226,155 (10,505)	292,842 (18,198)			

令和5年度は外国人からのアクセスが急増した。全体を見てもサイトの閲覧者は増えており、お客様が動き出していることがわかる。アクセス情報を解析し、必要な情報を提供して本町への来町者増につなげる。

●住民満足度 (%)	目標	66 (一)	69 (一)	72 (一)	74 (一)	75 (一)	76 (一)
	実績	46 (一)	52.5 (一)	71.8 (一)			

住民満足度調査については、令和5年度よりアンケートの仕様を変更したことによる数字の上振れも見込まれる。

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

KPI については、旅行者満足度調査の結果や現状をもとに当機構にて素案を作成。自治体、理事会等で議論を経て決定。

【設定にあたっての考え方】

●Web サイトアクセス数（ユーザー数）

どういったお客様がどういった情報を見ているか、求めているかを知ることによって HP に必要な情報をアップするなど来町者増につなげるためにアクセス状況調査を実施している。

●観光地町民満足度調査

地元の地域住民の皆さんが観光地としての那智勝浦町をどう感じているのか？観光業をどう思っているか？現在の町の状況に満足しているか等を調査。シビックプライドの醸成、確認のためにも本町が必要と考えている。

上記にも記したが、今回、アンケートの仕様、質問内容を変更したため、今回の結果は上振れされている可能性がある。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること）
2021（R3） 年度 実績	110,728,485 円	【町からの補助金】 47,065,684 円 【県からの補助金】 1,402,500 円 【国からの補助金】 9,406,000 円 【事業受託】 42,524,136 円 【会費収入】 815,000 円 【収益事業】 9,507,794 円 【その他】 371 円
2022（R4） 年度 実績	151,101,427 円	【町からの補助金】 49,981,015 円 【県からの補助金】 370,840 円 【国からの補助金】 1,759,800 円 【受託事業】 78,720,939 円 【会費収入】 785,000 円 【収益事業】 17,252,549 円 【その他】 2,231,284 円

2023 (R5) 年度 実績	181,687,846 円	【町からの補助金】 【国からの補助金】 【受託事業】 【会費収入】 【収益事業】 【その他】	48,590,003 円 620,000 円 98,816,518 円 820,000 円 26,494,230 円 6,347,095 円
2024 (R6) 年度 予算	111,866,000 円	【町からの補助金】 【国からの補助金】 【会費収入】 【収益事業】 【その他】	75,589,000 円 5,802,000 円 1,200,000 円 21,126,000 円 8,149,000 円
2025 (R7) 年度 予算	100,200,000 円	【町からの補助金】 【国からの補助金】 【会費収入】 【収益事業】 【その他】	65,000,000 円 3,000,000 円 1,200,000 円 23,000,000 円 8,000,000 円
2026 (R8) 年度 予算	101,200,000 円	【町からの補助金】 【国からの補助金】 【会費収入】 【収益事業】 【その他】	65,000,000 円 3,000,000 円 1,200,000 円 24,000,000 円 8,000,000 円

(2) 支出

年 (年度)	総支出	内訳 (具体的に記入すること)
2021 (R3) 年度 実績	109,340,644 円	【一般管理費】 【収益事業管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光資源の磨き上げ】 【マーケティング】 【イベント開催費】
2022 (R4) 年度 実績	149,143,166 円	38,925,611 円 8,126,953 円 44,647,640 円 13,708,702 円 2,096,600 円 1,835,138 円
2023 (R5) 年度 実績	178,770,858 円	【一般管理費】 【収益事業管理費】 【情報発信・プロモーション】 【観光資源の磨き上げ】 【マーケティング】 【イベント開催費】
		39,617,058 円 15,294,288 円 83,682,386 円 3,175,713 円 2,960,798 円 4,412,923 円
		40,048,027 円 23,577,242 円 104,317,020 円 688,700 円 766,700 円 9,373,169 円

2024 (R 6) 年度 予算	111,866,000 円	【一般管理費】 50,247,000 円 【収益事業管理費】 21,126,000 円 【情報発信・プロモーション】 12,811,000 円 【観光資源の磨き上げ】 4,000,000 円 【マーケティング】 7,802,000 円 【イベント開催費】 15,880,000 円
2025 (R 7) 年度 予算	100,200,000 円	【一般管理費】 45,000,000 円 【収益事業管理費】 23,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 10,770,000 円 【観光資源の磨き上げ】 5,000,000 円 【マーケティング】 3,000,000 円 【イベント開催費】 13,430,000 円
2026 (R 8) 年度 予算	101,200,000 円	【一般管理費】 45,000,000 円 【収益事業管理費】 24,000,000 円 【情報発信・プロモーション】 10,770,000 円 【観光資源の磨き上げ】 5,000,000 円 【マーケティング】 3,000,000 円 【イベント開催費】 13,430,000 円

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

区域を構成する地方公共団体における宿泊税の導入、着地型旅行商品の造成・販売等の取組・方針を記載

那智勝浦町では、すでに入湯税を観光振興事業に充当しており、一部は当機構の補助金として充当されている。

経営の視点から組織の持続可能性を確保していく上で、自主財源の確保は重要であると認識しており、現在、収益事業として「駐車場運営」「着地型旅行商品の企画販売」などを行っているが、まだまだ自治体からの補助金に頼っている状況である。

自治体とは毎年の予算折衝やそれ以外でも密に連携し、現状を認識したうえで今後について議論を行っている。本町は観光が主要産業であり、観光地域づくりが必要であること、那智勝浦町が運営すべき観光案内所を当機構が運営していることなどもあり、自治体には一定程度理解をいただいている状況であるが、町の財政状況次第で状況は変わる可能性もある。すべてとはいかないが、少しでも自主財源を確保できるよう取り組みを進めていく。

8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

那智勝浦町は、一般社団法人那智勝浦観光機構を那智勝浦町における地域DMOとして登録したいので、一般社団法人那智勝浦観光機構とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

地域連携DMOである株式会社南紀白浜エアポートとは、那智勝浦町内がエリアとして重複するが、定期的な情報交換を行っているだけでなく、当機構の社員かつ理事として参画していただくことで、連携を密にしている。

当機構は、一自治体単位の地域 DMO として那智勝浦町内のマーケティング・マネジメントを担っている。株式会社南紀白浜エアポートは、地域連携 DMO として、当町を含む紀南地域一体の広域マーケティング・マネジメントを担う。主に首都圏からの誘客プロモーションや、紀南エリアの体験型周遊旅行商品造成など役割分担し、連携を図っていくことで効率的、効果的な活動が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	岡崎 裕哉
担当部署名(役職)	一般社団法人那智勝浦観光機構 (事務局長)
郵便番号	649-5335
所在地	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町大字築地6丁目1番地4
電話番号(直通)	0735-52-6153
FAX番号	0735-52-0131
E-mail	y-okazaki@nachikan.jp

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町
担当者氏名	畑下 貴幸
担当部署名(役職)	那智勝浦町観光企画課 (課長)
郵便番号	649-5392
所在地	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町大字築地7丁目1番地1
電話番号(直通)	0735-52-2131
FAX番号	0735-52-3011
E-mail	kankokikaku@town.nachikatsuura.lg.jp

都道府県・市町村名	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町
担当者氏名	山口 剛史
担当部署名(役職)	那智勝浦町観光企画課 (主幹)
郵便番号	649-5392
所在地	和歌山県東牟婁郡那智勝浦町大字築地7丁目1番地1
電話番号(直通)	0735-52-2131
FAX番号	0735-52-3011
E-mail	Kanko06@town.nachikatsuura.lg.jp

記入日: 令和6年 7月30日

基礎情報

【マネジメント・マーケティング対象とする区域】
和歌山県東牟婁郡那智勝浦町

【設立時期】 令和2年4月1日(登録DMO登録日 令和3年11月4日)

【設立経緯】 区域に観光協会があるが、役割分担等をした上でDMO新設(その後、既存の観光協会は解散)

【代表者】 清水 貞吾

【マーケティング責任者(CMO)】 丸小野 義治

【財務責任者(CFO)】 岡崎 裕哉

【職員数】 17人(常勤4人(正職員2人・出向等2人)、非常勤13人)

【主な収入】
収益事業 26百万円、委託事業 99百万円(令和5年度決算)

【総支出】
事業費 115百万円、一般管理費 64百万円(令和5年度決算)

【連携する主な事業者】
那智勝浦町、南紀勝浦温泉旅館組合、南紀くろしお商工会、那智勝浦町民宿組合、熊野那智大社、那智山青岸渡寺、新宮信用金庫、(株)南紀白浜エアポート他

KPI(実績・目標)

※()内は外国人に関するもの。

項目		2021 (R3)年	2022 (R4)年	2023 (R5)年	2024 (R6)年	2025 (R7)年	2026 (R8)年
旅行消費額 (百万円)	目標	11,450 (400)	11,793 (412)	15,282 (412)	18,945 (1,356)	19,703 (1,410)	20,294 (1,453)
	実績	9,251 (3.2)	13,892 (152)	18,043 (1,292)	—	—	—
延べ 宿泊者数 (千人)	目標	350 (20)	375 (37)	400 (37)	425 (53)	450 (56)	475 (59)
	実績	255 (0.2)	331 (4.1)	379 (47)	—	—	—
来訪者 満足度 (%)	目標	92 (92)	93 (93)	94 (94)	94 (94)	94 (94)	94 (94)
	実績	90 (-)	90 (-)	92 (-)	—	—	—
リピーター率 (%)	目標	67 (4.8)	68 (4.9)	69 (5.0)	52 (5.1)	54 (5.2)	56 (5.3)
	実績	55 (-)	48 (-)	50 (-)	—	—	—

戦略

【主なターゲット】

- ①関西圏自然派層
- ②「東海4県」と「首都圏居住者」(特に女性)
- ③インバウンド(欧米豪)

【ターゲットの誘客に向けた取組方針】

- ①デジタル広告の活用
- ②公式SNS、公式サイトでの情報発信
- ③誘客プロモーション、商談会への参加
- ④観光庁のモデル観光地事業での海外FAMの実施、受け入れ

【観光地域づくりのコンセプト】
未来志向の観光で「稼いで潤う」観光地域づくり

具体的な取組

【観光資源の磨き上げ】

- ・体験コンテンツの開発、磨き上げ
- ・生まぐろ市場競りガイドツアー
- ・平安衣装体験 他
- ・イベントの企画、開催

【受入環境整備】

- ・インバウンド対策として環境整備(ガイド育成・手配の検証)
- ・大門坂観光案内所の本格運営
- ・外国人来町者アンケート実施(情報収集)

【情報発信・プロモーション】

- ・公式SNS・HPでの情報発信
- ・デジタル広告の活用(特にイベント実施に際して)
- ・プロモーション・商談会等の参加

【その他】

- ・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モデル観光地選定事業での海外での認知度アップに向けた取り組み

