様式１

観光地域づくり法人形成･確立計画

記入日：令和７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･地域ＤＭＯ	
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	１６人【常勤４人（正職員２人・出向等２人）、非常勤１２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） 松下　哲也 （出身組織名） 浦島観光ホテル(株)	町内の宿泊事業者、浦島観光ホテル(株)の代表取締役社長。帝国ホテルに長年勤務し、その後も複数の企業で経営に参画しており、様々な知識と経験を有する。令和７年６月に代表理事に就任。
事務局長 COO（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。令和６年４月から那智勝浦町より出向し、現職。
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。令和６年４月より地域活性化企業人として㈱JTBから出向し、現職。
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

様式１

<table>
<tr><td>連携する地方公共団体の担当部所名及び役割</td><td>●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）</td></tr>
<tr><td>連携する事業者名及び役割</td><td>■南紀くろしお商工会、那智勝浦町民宿組合、地元関係団体、事業者　他
・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
・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
・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
・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
・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
・着地型商品造成・販売</td></tr>
<tr><td>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</td><td>【該当する登録要件】　①②）
①　理事には、地元自治体・那智勝浦町を始め、文化、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。
＜理事＞
<table>
<tr><td>理事長</td><td>浦島観光ホテル㈱（宿泊事業者）</td><td>代表取締役社長</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>㈱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>南紀くろしお商工会</td><td>事務局長</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>合同会社 WhyKumano（宿泊・飲食事業者）</td><td>代表</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>Kitchen nicori（飲食事業者）</td><td>代表</td></tr>
<tr><td>理事</td><td>株式会社中の島（宿泊事業者）</td><td>取締役社長</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>
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。</td></tr>
<tr><td>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</td><td>＜令和２年度＞
・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</td></tr>
</table>

<table>
<tr><td></td><td>・NACKT 説明会

＜令和３年度＞
・会員（サポーター）募集及び活動報告会実施

＜令和４年度＞
・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

＜令和５年度＞
・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

＜令和６年度＞
・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セミナーを計４回開催。
・観光客の誘致ならびに地域住民のシビックプライド醸成につなげることを目的に観光フォトコンテストを実施</td></tr>
<tr><td>法人のこれまでの活動実績</td><td>【活動の概要】
<table>
<tr><th>事業</th><th>実施概要</th></tr>
<tr><td>情報発信・プロモーション</td><td>＜令和２年度＞
・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
＜令和３年度＞
・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
＜令和４年度＞
・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
＜令和５年度＞
・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
＜令和６年度＞
・世界遺産 20 周年記念の年として積極的にプロモーション
・和歌山県等が開催するプロモーション、商談会への参加
・「地方における高付加価値なインバウンド観光地づくり」事業による FAM トリップの実施、受入れ
・総合パンフレット「那智勝浦」の刷新</td></tr>
</table></td></tr>
</table>

様式１

	受け入れ環境の整備	＜令和２年度＞ ・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 ＜令和３年度＞ ・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 ＜令和４年度＞ ・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） ・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 ＜令和５年度＞ ・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） ＜令和６年度＞ ・インバウンド対応英語ガイド育成 ・事業者向けインバウンド受け入れのためのセミナー開催
	観光資源の磨き上げ	**着地型旅行商品開発** 体験コンテンツの拡充に向け、商品の造成、磨き上げ ・熊野古道ガイドウォーク 熊野那智ガイドの会と連携。毎年の研修によるガイドのスキルアップと商品の磨き上げを実施 ・平安衣装体験 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。 ・生まぐろ丸ごと体験ツアー 2024 年商品化。生まぐろ市場競り（入札方式）ガイドツアー後に、お客様本人に生まぐろの解体を体験していただき、そのまぐろを使った朝食を食べていただく体験メニューを造成。

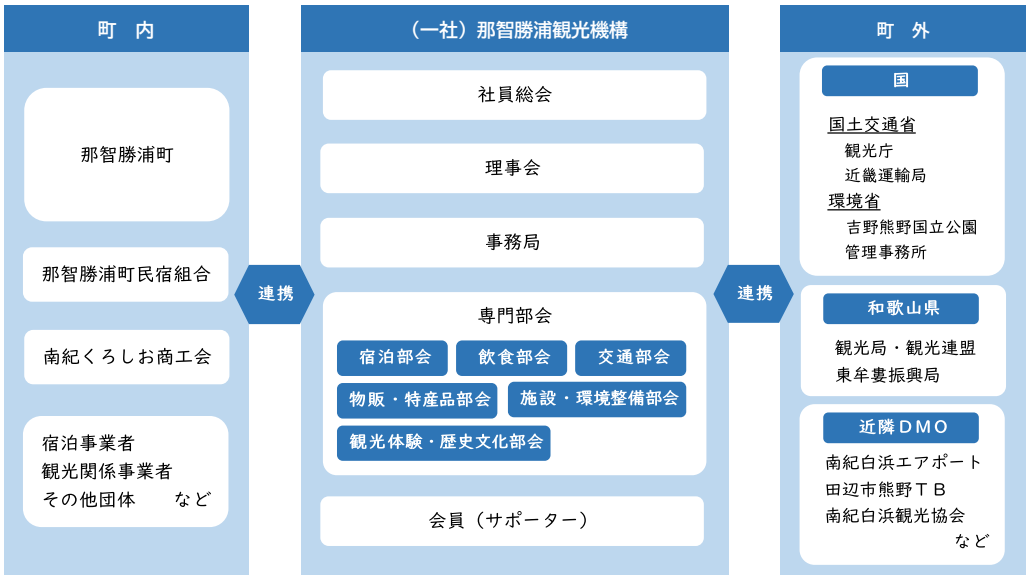
【定量的な評価】

那智勝浦町観光客動態

令和 3 年	892,248 人	うち宿泊客：255,690 人	（外国人宿泊客　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 6 年	1,253,885 人	うち宿泊客：434,875 人	（〃　80,693 人）

旅行消費額（全体及び一人あたり平均）

様式１

	令和３年　　9,251 百万円（一人あたり平均 12,463 円） 令和４年　 13,892 百万円（一人当たり平均 14,299 円） 令和５年　 18,043 百万円（一人あたり平均 16,557 円） 令和６年　 20,293 百万円（一人あたり平均 16,686 円） 観光客数で言えば、順調にコロナ禍から回復している。特に外国人観光客は大きく増加しており、令和６年は過去最高の外国人観光客数となった。この傾向は現在も続いている。この流れを継続させていきたい。
実施体制 ※地域の関係者との連携体制及び地域における合意形成の仕組みが分かる図表等を必ず記入すること（別添可）。	**【実施体制の概要】** 一般社団法人那智勝浦観光機構の社員、理事は、行政、有識者（大学教授）、各種団体、金融機関、寺社仏閣、地元事業者等で構成されており、また、会員は宿泊や飲食、交通事業者など観光関連事業者に限らず、農林漁業者、建設業者、県外事業者や団体など多様な関係者が参画しており、官民が密接に連携した運営を行うことで地域経済の好循環を目指す。 一般社団法人那智勝浦観光機構　実施体制図 

様式１

２．観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【和歌山県東牟婁郡那智勝浦町】

（一社）那智勝浦観光機構

■事業拠点

那智勝浦町の中心地である、勝浦エリア（JR 紀伊勝浦駅周辺）に事務所と観光案内所を運営していたが、令和５年３月に事務所と案内所を１か所に統合。

また、令和４年 12 月より那智山地区に大門坂観光案内所を新たに開設、運営を始める

■マーケティング・マネジメント対象区域

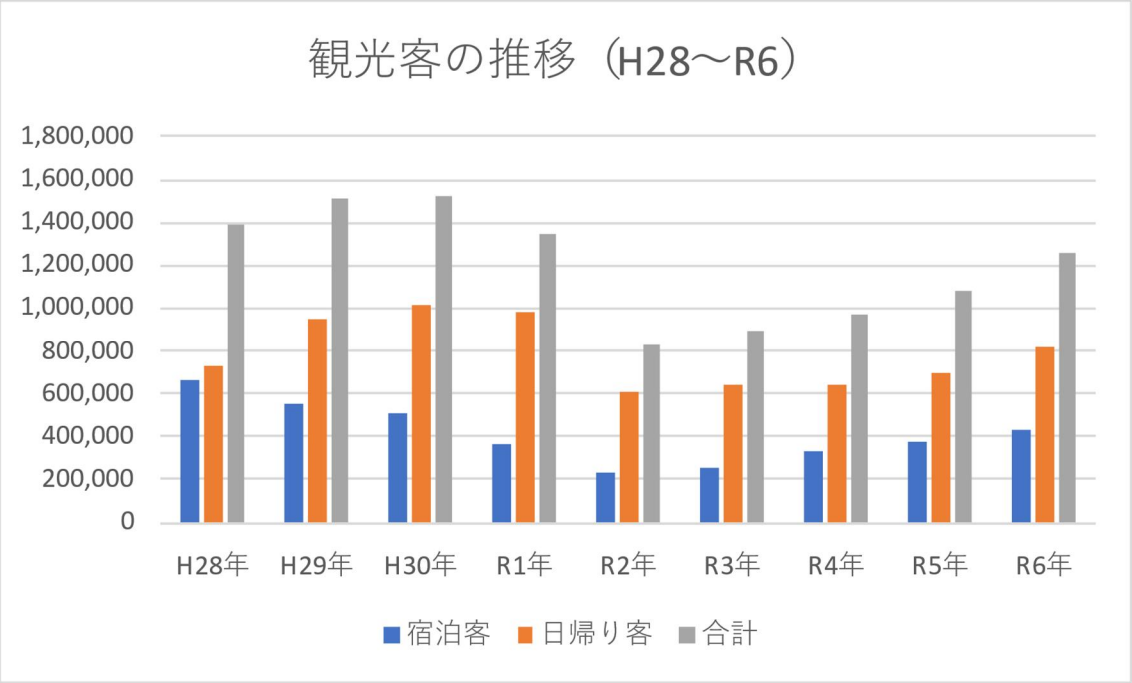
那智勝浦町全域

【区域設定の考え方】

那智勝浦町は、和歌山県東牟婁郡の町である。ユネスコ世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」の熊野エリアにあたっており、紀伊半島でも有数の観光地として多くの観光客が訪れる。 那智勝浦町の東側は海に接しており、その海岸線は典型的なリアス式海岸によって構成されている。そのため入りくみが激しく、また気候が黒潮の影響で温暖なため、町内には天然の良港がいくつか存在する。特に勝浦の港は海が狼煙半島に囲まれた入江の中にあり、さらにその入口に中の島という島があるため、その奥にある勝浦漁港には海からの荒波が全く来ない。この勝浦漁港には、一度も冷凍されていない「生まぐろ」が水揚げされる。

当機構としては、地域 DMO として自治体の行政区域全体をマネジメントするのが適当と考え、那智勝浦町全域を対象区域に設定している。ただし、お客様からすると、行政区域など関係ないため、広域の視点で考えることも重要だと認識している。

【観光客の実態等】

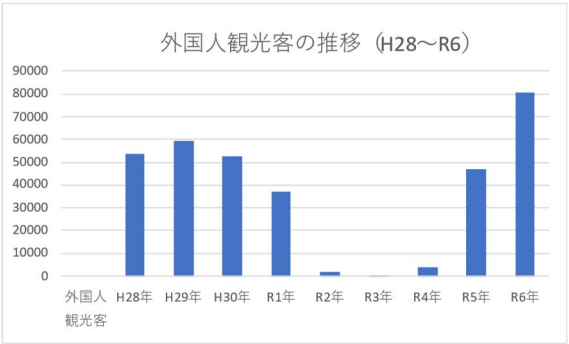


	H28 年	H29 年	H30 年	R1 年	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
宿泊客	660, 560	555, 356	505, 132	368, 411	228, 303	255, 690	331, 899	379, 188	434, 875
日帰り客	729, 361	954, 715	1, 018, 919	982, 856	604, 415	636, 558	643, 757	701, 081	819, 010
合計	1, 389, 921	1, 510, 071	1, 524, 051	1, 351, 267	832, 718	892, 248	975, 657	1, 080, 269	1, 253, 885

新型コロナウイルス感染拡大以前は、那智勝浦町を訪れる宿泊者数は年々減少しており、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 人にまで減少。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年はさらに減少したが、新型コロナウイルスの５類移行後は増加傾向が続いている。特に令和６年は前年に比較して大きく宿泊客が増加した。特に外国人の宿泊客の増加が顕著。

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、年々自動車で日帰りのお客様が増加している。さらに道路の延伸の計画、整備が進んでおり、この傾向は今後も続くものと考える。

訪日外国人客数に関しては、コロナ禍以降大きく回復し、コロナ禍前以上のお客様にお越しいただいている。国別では中国のお客様が一番多く、次に台湾、アメリカ、オーストラリア、香港、韓国の順となっている。過去は、台湾、香港等アジアが中心であったが、近年、世界遺産が脚光を浴びており、欧米豪、特にアメリカ、オーストラリアのお客様が大きく増加している。令和６年は、外国人観光客が過去最大の 80, 693 人となった。



外国人観光客	H28 年	H29 年	H30 年	R1 年	R2 年	R3 年	R4 年	R5 年	R6 年
	53, 568	59, 447	52, 724	37, 022	1, 941	158	4, 136	46, 731	80, 693

【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】

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

イベント、着地商品に関してもこれらを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）

観光施設であり歴史的景観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（県下一 177 の泉源）

県下一の泉源数を誇る。多くの宿泊施設が独自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れる。当機構では、この生まぐろがずらりと並んでいる市場で、まぐろの漁獲から水揚げ、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。

また、2024 年度には、競りを見学した後、お客様自身に生まぐろの解体を体験いただく、「生まぐろ丸ごと体験ツアー」を造成、販売を開始した。

○イベント（2024 年度に実施したイベントについて記載）

・世界遺産熊野那智詣（2024 年 11 月 30 日、12 月７日）
・生まぐろフェス 2025（2025 年１月 26 日～２月１日）
・温泉ガストロノミーウォーキング in 那智勝浦（2024 年 10 月５日）
・温泉ウィーク（2024 年９月 21 日～10 月 14 日）

【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　4,331 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	266 名	3,330 名	291 名	216 名	173 名	55 名	4,331 名

※令和５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）

●車で

名古屋経由：東名阪・伊勢自動車道・紀勢自動車道で熊野大泊 IC へ、
R42 号を南下､那智勝浦町へ（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（約３時間 30 分）

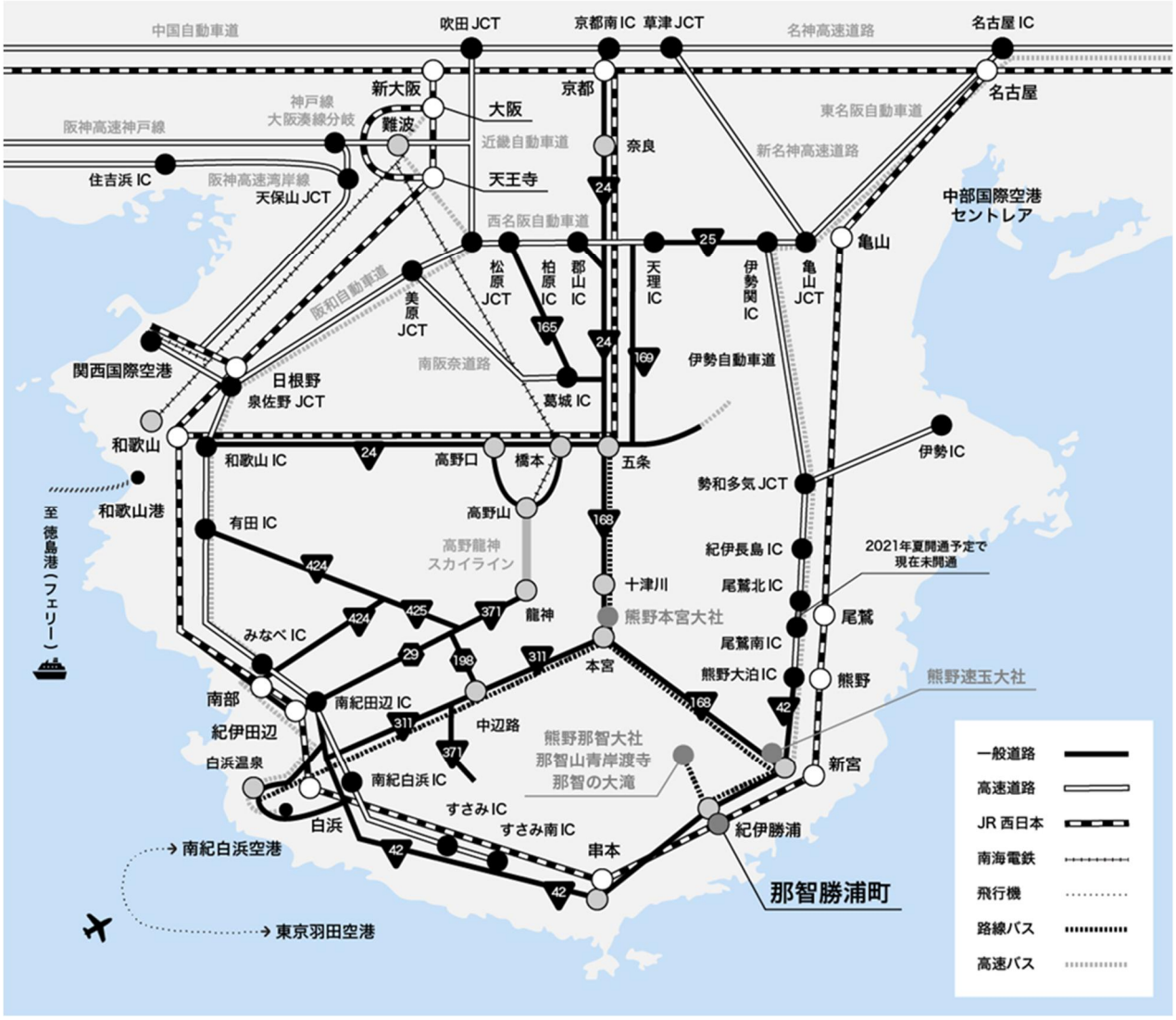
●飛行機で

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、町営バス、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

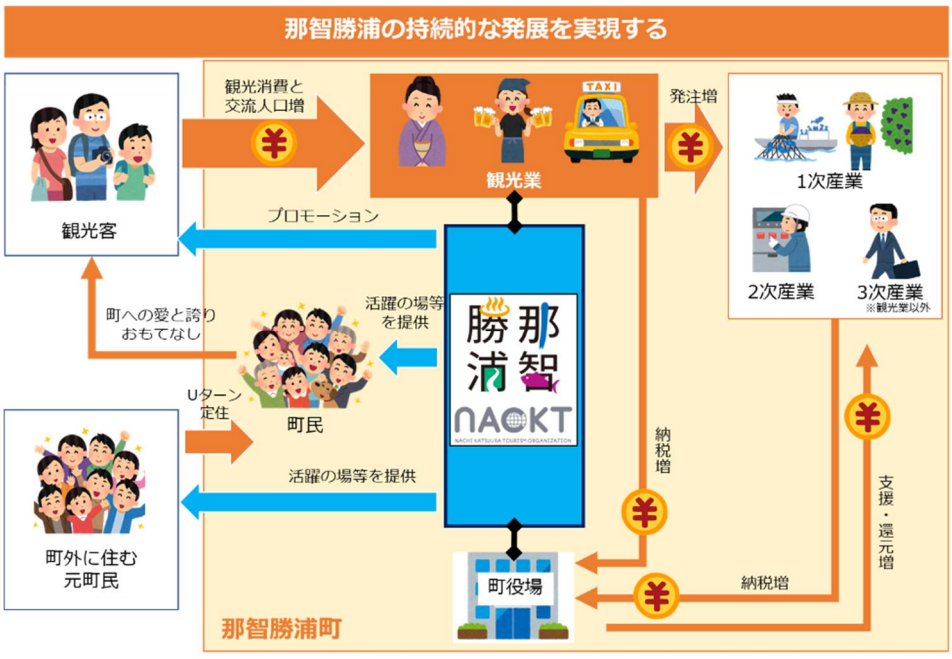
様式１

		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
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、定点観測を行う
ＷＥＢサイトのアクセス状況	地域に対する旅行客の関心度や施策の効果、旅行客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。ホームページ内のどんな情報をどういう方が見ているかを解析し、ホームページの情報充実等につなげる
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	地域住民対象に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。



様式１

（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）** ・世界から評価されている世界遺産がある ・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） ・シニア層に認知度が高い	**弱み（Weaknesses）** ・SNS での情報発信力が弱い ・二次交通が脆弱 ・インバウンド向け旅行商品が少ない ・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）** ・和歌山県や近隣地域による熊野古道 PR ・欧米豪で日本のトレッキングツアーが人気 ・自動車道の整備による交通利便性向上 ・アメリカ誌「TIME」にて「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	**脅威（Threat）** ・人口減少、少子高齢化の進行。 ・全国的な観光地の成長 ・地震、台風など自然災害の不安

※上記に加え、ＰＥＳＴ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

○第１ターゲット層
首都圏のお客様

○選定の理由
地理的要件を考えれば当然だが、本町を訪れる日本人観光客は大阪府が一番、続いて愛知県、和歌山県、東京都、三重県と続く。（神奈川県 8 番、埼玉県 10 番）
関東のお客様は観光消費額が高いと言われていること、新たなお客様の獲得を目指したいことなどから、今回、首都圏のお客様を第 1 のターゲットとした。また、今後のリピーター化を勘案し、若年層の来訪者増を目指す。

○取組方針
ホームページや公式 SNS 等での情報発信の強化、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。和歌山県など各種団体が実施する商談会やプロモーションにも積極的に参加し、旅行会社向けのアプローチも並行して実施。

○第２ターゲット層
訪日外国人観光客

○選定の理由
2024 年、外国人観光客が 80,000 人を超え、過去最高の数字となった。
訪日外国人は中国、台湾、香港等アジア圏が中心だが、昨年は欧米豪のお客さま、特にアメリカ、オーストラリアのお客様が増加している。人数ベースで考えると団体旅行が多いアジア圏のお客様が多くなるのが当然と考える。
現在、欧米豪のお客様の間で日本のトレッキングツアーが人気になっており、熊野古道中辺路ルートのトレッキングも人気となっている。
そのため、外国人観光客、特に欧米豪のお客様を第 2 ターゲットとして設定した。過去からのプロモーション等で中国、台湾、香港などでは一定程度認知度は高まっていると考え、新たに欧米豪のお客さまを獲得すべくターゲットとして設定。

○取組方針
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紀伊山地及び周辺地域として認定されており、この枠組みの中で、欧米豪の富裕層、アメリカ、イギリス、

フランス、オーストラリアをターゲットにしたプロモーション活動、FAM トリップの招聘等を展開していく。

〇第３ターゲット層
関西圏及び東海３県

〇選定の理由
　前述しているが、本町を訪れる日本人観光客は大阪府が一番、続いて愛知県、和歌山県、東京都、三重県と続く。地理的もこの地域のお客様に多くお越しいただいているため、引き続きターゲットとして設定。

〇取組方針
　ホームページや公式 SNS での情報発信の強化と併せて旅行会社へのアプローチも実施する。

（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

山の向こうへ。
海の向こうへ。
空の向こうへ。

追いかけてくる日常が、
届かないくらい遠くまで。

その距離が、
日々の暮らしから
心を自由にしてくれる。

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。

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。

Let your heart travel, your soul be free

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

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

The further we travel
The freer our soul becomes

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

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。

様式１

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。	当機構の社員及び理事は、多様な分野の皆さ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。基本はこの社員総会、理事会で事業計画、事業報告等を議論し、情報共有している。 また、分野ごとに６つの部会を設置しており、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。個々については部会によるが、１回から５回程度開催されている。
	承認された事業計画や事業報告は、公式ホームページにて公表している。
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	観光客来訪者満足度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。 アンケート結果により数値化された課題等を各専門部会と情報共有し、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。
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	当機構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。

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		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2025（Ｒ７）年度	2026（Ｒ８）年度	2027（Ｒ９）年度
●旅行消費額（百万円）	目標	11,793	15,282	18,945	21,308	22,160	22,825
		(412)	(412)	(1,356)	(2,538)	(2,640)	(2,719)
	実績	13,892	18,043	20,293			
		(152)	(1,292)	(2,417)			
●延べ宿泊者数（千人）	目標	375	400	425	460	485	510
		(37)	(37)	(53)	(89)	(96)	(102)
	実績	331	379	435			
		(4.1)	(47)	(81)			
●来訪者満足度（%）	目標	93	94	94	94	94	94
		(93)	(94)	(94)	(94)	(94)	(94)
	実績	90	92	92			
		(—)	(—)	(—)			
●リピーター率（%）	目標	68	69	52	48	50	50
		(4.9)	(5.0)	(5.1)	(5.0)	(5.0)	(5.0)
	実績	48	50	45			
		(—)	(—)	(—)			

※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、来訪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。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、毎年実施する来訪者満足度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７年度以降の目標額は、令和６年度の結果、現在の来訪者の状況を勘案して再設定。

●延べ宿泊者数

令和元年は、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年の目標を「40 万人」と設定していた。コロナ禍で足踏みし、後ろ倒しとなったが令和６年に「40万人」を達成できた。今後も、過去からの年間25千人増を継続し、令和９年に「50 万人」突破を目指すとして目標数値を再設定。

●来訪者満足度

来訪者満足度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、ここ数年、94%を設定しているが達成できていない。まずはこの数字の達成を目指す。

●リピーター率

こちらも令和２年度から継続して実施している来訪者満足度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令和６年に目標値を修正したが、未達成。改めて目標を下方修正。まずはリピーター率 50%を目指す。

（２）その他の目標

指標項目		2022（Ｒ４）年度	2023（Ｒ５）年度	2024（Ｒ６）年度	2024（Ｒ７）年度	2025（Ｒ８）年度	2026（Ｒ９）年度
●Web サイドアクセス数（人）	目標	196,200	235,000	322,100	394,625	443,953	488,348
		(20,000)	(20,500)	(20,900)	(28,789)	(32,388)	(35,627)
	実績	226,155	292,842	343,152			
		(10,505)	(18,198)	(25,034)			
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	69	72	74	73	74	75
		(—)	(—)	(—)	(—)	(—)	(—)
	実績	53	72	72			
		(—)	(—)	(—)			

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。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。

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）	
2022（Ｒ４）年度　実績	151,101,427 円	【町からの補助金】 【県からの補助金】 【国からの補助金】 【受託事業】 【会費収入】 【収益事業】 【その他】	49,981,015 円 370,840 円 1,759,800 円 78,720,939 円 785,000 円 17,252,549 円 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　実績	102,931,094 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】	61,318,790 円 10,793,764 円 880,000 円 21,488,105 円 8,450,435 円

様式１

2025（Ｒ７） 年度　予算	109,692,000 円	【町からの補助金】　69,995,000 円 【国からの補助金】　10,500,000 円 【会費収入】　1,000,000 円 【収益事業】　21,126,000 円 【その他】　7,071,000 円
2026（Ｒ８） 年度　予算	105,000,000 円	【町からの補助金】　65,000,000 円 【国からの補助金】　5,000,000 円 【会費収入】　1,000,000 円 【収益事業】　26,000,000 円 【その他】　8,000,000 円
2026（Ｒ９） 年度　予算	105,000,000 円	【町からの補助金】　65,000,000 円 【国からの補助金】　5,000,000 円 【会費収入】　1,000,000 円 【収益事業】　26,000,000 円 【その他】　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）
2022（Ｒ４） 年度　実績	149,143,166 円	【一般管理費】　39,617,058 円 【収益事業管理費】　15,294,288 円 【情報発信・プロモーション】　83,682,386 円 【観光資源の磨き上げ】　3,175,713 円 【マーケティング】　2,960,798 円 【イベント開催費】　4,412,923 円
2023（Ｒ５） 年度 実績	178,770,858 円	【一般管理費】　40,048,027 円 【収益事業管理費】　23,577,242 円 【情報発信・プロモーション】　104,317,020 円 【観光資源の磨き上げ】　688,700 円 【マーケティング】　766,700 円 【イベント開催費】　9,373,169 円
2024（Ｒ６） 年度　実績	101,257,513 円	【一般管理費】　41,686,295 円 【収益事業管理費】　19,814,524 円 【情報発信・プロモーション】　8,970,173 円 【観光資源の磨き上げ】　15,149,784 円 【マーケティング】　1,761,700 円 【イベント開催費】　13,875,037 円
2025（Ｒ７） 年度　予算	109,692,000 円	【一般管理費】　47,336,000 円 【収益事業管理費】　21,126,000 円 【情報発信・プロモーション】　12,370,000 円 【観光資源の磨き上げ】　13,660,000 円 【マーケティング】　2,000,000 円 【イベント開催費】　13,200,000 円

2026（Ｒ８） 年度　予算	105,00,000 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】	50,000,000 円 22,000,000 円 13,000,000 円 10,000,000 円 3,000,000 円 7,000,000 円
2026（Ｒ９） 年度　予算	105,000,000 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】	50,000,000 円 22,000,000 円 13,000,000 円 10,000,000 円 3,000,000 円 7,000,000 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、収益を期待できない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	岡﨑　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	村井　弘和
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

（登録）【地域DMO】一般社団法人　那智勝浦観光機構

様式２

記入日：　令和7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】　松下　哲也
【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】　16人（常勤4人（正職員2人・出向等2人）、非常勤12人）
【主な収入】
　収益事業　21百万円、町補助金　61百万円（令和6年度決算）
【総支出】
　事業費　40百万円、一般管理費　62百万円（令和6年度決算）
【連携する主な事業者】
　那智勝浦町、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、町内宿泊事業者、(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		2022（R4）年	2023（R5）年	2024（R6）年	2025（R7）年	2026（R8）年	2027（R9）年
旅行消費額（百万円）	目標	11,793（412）	15,282（412）	18,945（1,356）	21,308（2,538）	22,160（2,640）	22,825（2,719）
	実績	13,892（152）	18,043（1,292）	20,293（2,417）	—	—	—
延べ宿泊者数（千人）	目標	375（37）	400（37）	425（53）	460（89）	485（96）	510（102）
	実績	331（4.1）	379（47）	435（81）	—	—	—
来訪者満足度（%）	目標	93（93）	94（94）	94（94）	94（94）	94（94）	94（94）
	実績	90（－）	92（－）	92（－）	—	—	—
リピーター率（%）	目標	68（4.9）	69（5.0）	52（5.1）	48（5.2）	50（5.3）	50（5.3）
	実績	48（－）	50（－）	45（－）	—	—	—

戦略

【主なターゲット】
①首都圏のお客様
②訪日外国人観光客
③関西圏及び東海3県
【ターゲットの誘客に向けた取組方針】
①公式SNS、公式サイトでの情報発信
②誘客プロモーション、商談会への参加
③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
　生まぐろ丸ごと体験ツアー　他

【受入環境整備】
・英語ガイド育成
・事業者向けインバウンド受け入れのためのセミナー開催

【情報発信・プロモーション】
・公式SNS・HPでの情報発信
・プロモーション・商談会等の参加
・総合パンフレット「那智勝浦」刷新
・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」モデル観光地事業での海外での認知度アップに向けた取り組み

【その他】
・世界遺産登録20周年に関する取り組み