



令和6年度和歌山市稼げる観光コンテンツ創出支援事業 実施報告書

「和歌山市まちなかアウトドア事業」

株式会社わかもりラボ



和歌山市まちなかアウトドア事業とは？

【実施期間】

2024年8月1日～2025年2月12日

【コアターゲット】

和歌山城に訪問するインバウンド客(団体・個人)、
県外からの教育旅行

【事業開催場所】

和歌山城公園
道の駅四季の郷公園FOOD HUNTER PARK

【提供コンテンツ】

ツリーイング体験

「空中で和歌山城と一緒に写真を撮る体験」

「木の上で和歌山の自然を感じる体験」

【旅行会社へのコンテンツとのセット提案】

インバウンド系旅行会社、および国内旅行会社の教育旅行部門に、和歌山城での観光と、アウトドアアテビティをセット提案した。





ツリーイングとは??



ツリーイング(Tree+ing)の技術は、アーボリスト(樹木医)が樹上作業を安全に行うための技術を、安全かつ気軽に木と接することができるよう、レクリエーション化したもので、1980年代前半に、アメリカで誕生しました。

ツリーイングを体験することで、信じられない高さの木に登ることができます。

野鳥と同じ視線で森を上から眺めることも出来るでしょう。専用のハンモック(ツリーボート)があれば、はるか樹上で1泊することも可能です。

環境教育や、企業の植樹イベントなどにも活用されています。





事業実施結果①



①開催回数

目標24回 **実績24回**
(目標達成率100%)



②体験人数

目標953名 **実績285名**
(目標達成率29.9%)



③売上高

目標286万円 **実績73万6千円**
(目標達成率 25.7%)





事業実施結果②



④NPS

総合型旅行会社部門のNPSランキング
1位のJALパック3.7を目標値

回答数:239件 回収率:60.8%

NPS: 74.06

推奨者の割合: 79.50% 批判者の割合: 5.44%

参考;東京のBBQアーバンリゾート施設

キラナガーデン豊洲 NPS 64



⑤旅行会社訪問結果

首都圏企業へは3社 電話で実施

在阪企業へは2社訪問

(和歌山市観光課と同行営業)



⑥宿泊率 目標30%

実績3.6%

自宅外での喫食率

実績45.6%





①開催回数について



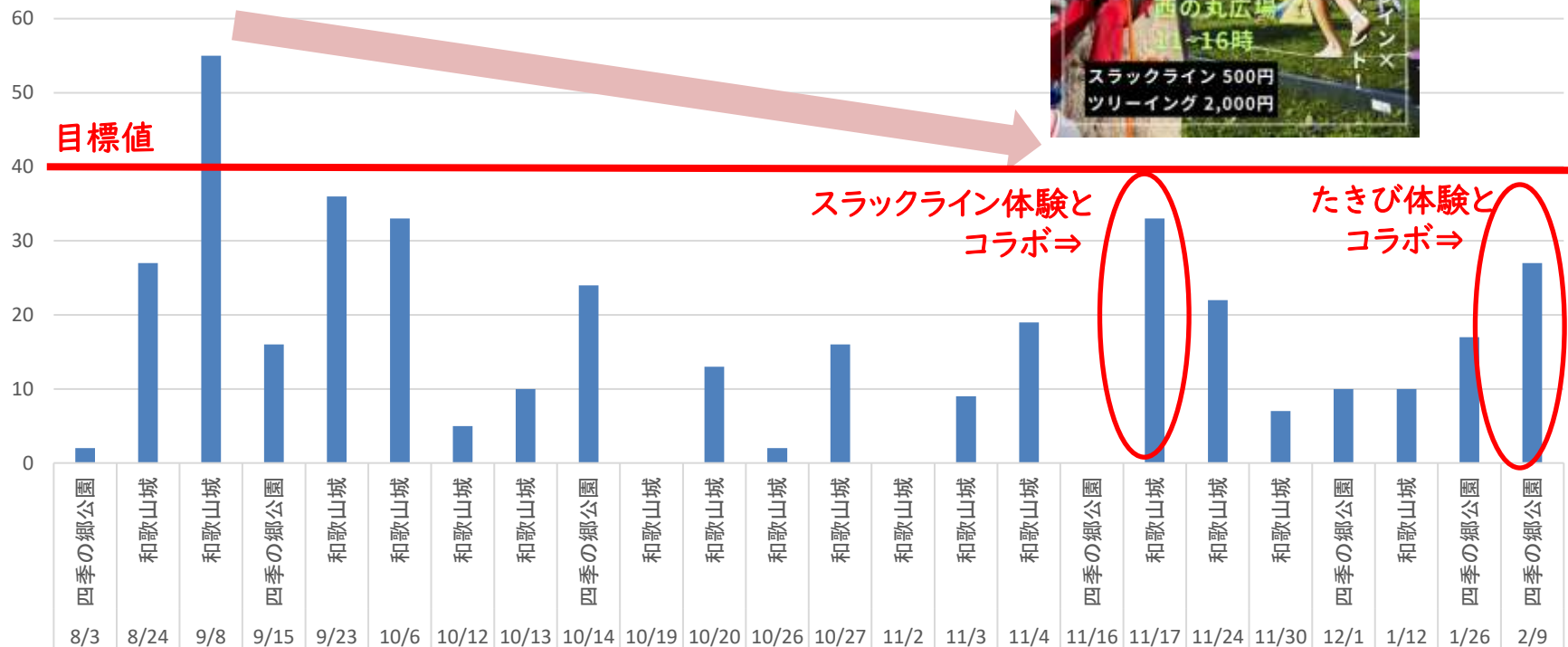
開催回数 目標24回に対し、**実績24回**（目標達成率100%）

和歌山城公園 17回、道の駅四季の郷公園FOOD HUNTER PARK 7回と十分な開催を行うことができた。自社単独開催に加え、各開催場所のイベント実施者とマッチング頂き、多くの開催につながった。

イベント開催者や、提携したイベント会社などからは、「会場内の滞在時間が長くなった」「デッドスペースを活用した売り上げ向上につながった」「視覚的な顧客誘引が強く、来場者数の増加につながった」と大変好評であった。別のイベントへの継続的出展希望や、2025年度以降での継続連携希望も、複数頂けた結果となった。



②体験人数について



目標値(40人)を超えた回は1回のみで、全体的に下降傾向
同じ場所で開催し続けることによる対象顧客の減少かと思われる。
後半は、スラックラインや、たき火体験とのとのコラボ開催により、
新たな顧客層の開拓が実施でき、体験人数が増加した。





コアターゲットの選定（提案時）

1. スポット別来訪者数合計（年間合計値）



スポット名	来訪者数	構成割合	スポット名	来訪者数	構成割合
友ヶ島	1,647.76	0.54%	雑賀崎灯台	2,480.27	0.81%
淡嶋神社	4,593.28	1.49%	雑賀崎漁港	2,402.22	0.78%
加太海水浴場	3,213.18	1.05%	浪早ビーチ	1,226.02	0.40%
磯ノ浦海水浴場	4,994.74	1.63%	和歌浦漁港	6,108.64	1.99%
南海和歌山市駅	18,285.87	5.95%	和歌浦天満宮・東照宮	14,853.29	4.83%
和歌山城	112,700.19	36.68%	玉津島神社	8,586.44	2.79%
花山温泉	31,452.08	10.24%	不老橋	1,247.44	0.41%
紀伊風土記の丘	3,504.83	1.14%	片男波海水浴場	5,162.38	1.68%
四季の郷公園	4,436.13	1.44%	紀三井寺	11,593.20	3.77%
伊太祈曽駅	5,276.64	1.72%	浜の宮ビーチ	9,577.64	3.12%
養翠園	7,183.89	2.34%	マリーナシティ	42,195.19	13.73%
番所庭園	4,523.90	1.47%	合計	307,245.24	100.00%

和歌山市内でも、
来訪者数の割合が
大きい和歌山城を
メインフィールドに選定。

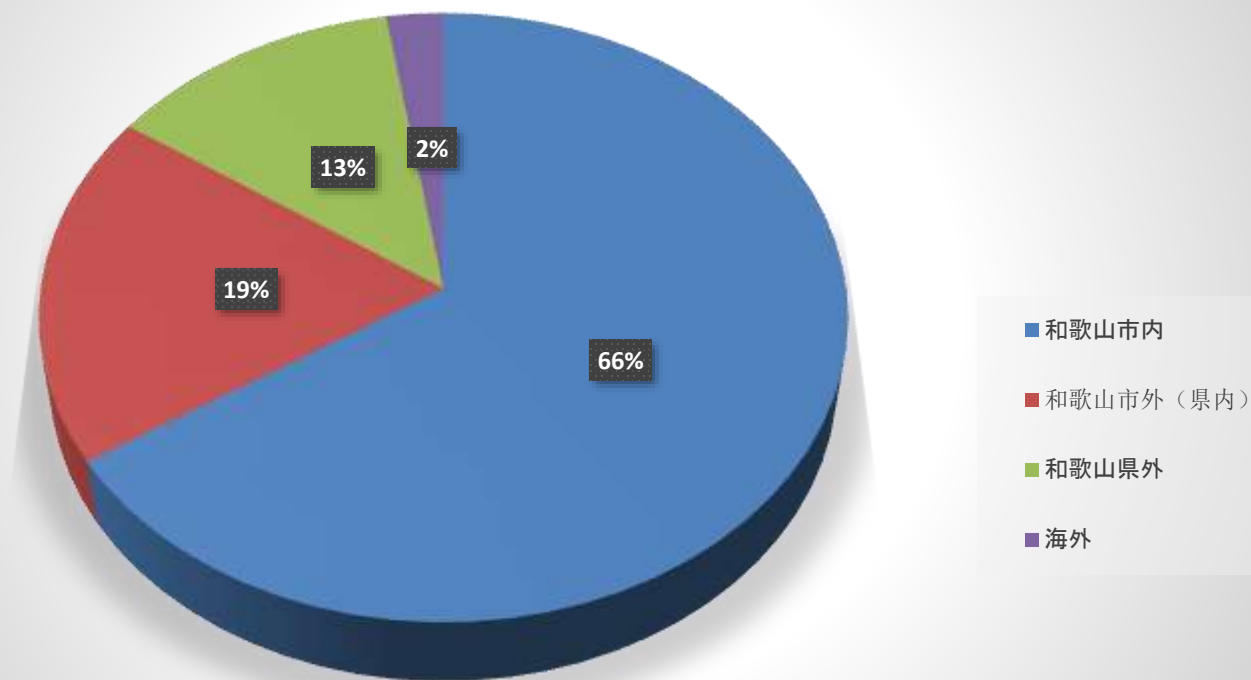
和歌山城に訪問するイン
バウンド客(団体・個人)、
県外からの教育旅行
(日本人)をコアターゲット
に選定。

出典:和歌山市 位置情報データを活用した観光客
動態調査



参加者分析

参加者エリア分布



アンケート回答数:239件 アンケート回収率:60.8%
想定より海外参加者が少なかった。



参加者分析

事業計画時よりインバウンドの利用率が低い。(海外比率は2%程度)

和歌山城は、インバウンドの利用者は回遊しているものの、アジア系の団体バス利用者が多く、時間的制限があり、興味をもって頂いたが体験は実施できない場合が多かった。

⇒近畿大学の調査とギャップあり

参加者の比率

和歌山市内：65.8% 和歌山市外：18.8% 和歌山県外：12.9%
海外：2.5%

想定より外国人比率が少なかった関係で、宿泊比率も減少した。

実際のメイン体験者は和歌山市内であった。

また同じ場所で実施を重ねることでのリピーターも発生したが、参加人数が減少する傾向となっていた。



③売上高について



目標286万円 **実績73万6千円**（目標達成率 25.7%）

体験人数が目標未達と関係で、同様に売上高も目標未達となっている。

また体験人数だけでなく、体験料も提案時は3,000円/人だったが、テストイベント実施時に、複数の参加者より、3,000円は高い。兄弟複数や、友人同士の参加がしづらい。回誘客も参加しやすい値段設定がいいのではとの意見が多かったため、2,000円/人に変更したのも要因。



④NPSについて



総合型旅行会社部門のNPSランキング1位のJALパック3.7を目標値

回答数:239件 回収率:60.8% NPS: 74.06

推奨者の割合: 79.50% 批判者の割合: 5.44%

参考;東京のBBQアーバンリゾート施設 キラナガーデン豊洲 NPS 64

NPSは大変高い評価であった。目標のJALパック3.7を大きく超えて、74.06の実績となった。

アンケートは大部分が高い評価となっており、「こどもが頑張る姿や、笑顔がたくさん見れた」「家族や兄弟と一緒に参加できてよかった」「高いところで、ドキドキした」など

悪い評価としては、大人数が一気に参加してしまったときなどで、「もう少しじっくり教えてほしかった」「インストラクターがすぐに他の人のところにいった残念」等は要改善の部分である。



⑤旅行会社 訪問分析



首都圏企業へは**3社** 電話で実施 在阪企業へは**2社**訪問
(和歌山市観光課と同行営業)

「ツリーイングのプログラムの魅力や、和歌山のエリア的魅力も理解しているが、現状の大阪での宿泊からスイッチするほどではない。今後、万博でのホテルが取れない、交通的問題などでのスムーズな移動ができないなどが発生した場合、検討する可能性もある。

クライアントに和歌山宿泊へのスイッチを提案する際に、バス代の補助や関空からの送迎サポートがあれば、ツアーの最初の宿泊や、最終日の宿泊に選択しやすい」

⇒継続して、営業は継続するが、
和歌山を継続的に活用している
旅行会社は多くない。和歌山城の
駐車場などで、利用している旅行会
社をリスト化しては??



⑥宿泊率、食事率



宿泊率 目標30% **実績3.6%**

想定より、インバウンド比率が下がったことで、大きく宿泊率が低下している。アンケートで利用する予定の宿泊施設は、「ドーマーイン」、「かなたの里」、「磯ノ浦」、「萬波リゾート」など

自宅外での喫食率 **実績45.6%**

目標値は設定していなかったが、自宅外での喫食率はよい実績となった。特に四季の郷や食事系のイベントでは、体験参加による滞在時間の延長により、消費額の向上が見込まれるので、大変感謝頂いた。



事業の収支

収 入	区 分	決 算 額	内 訳
	自 己 資 金	758,979 円	
	売 上 高	736,000 円	ツリーイング等 イベント売上
	本 補 助 金	1,000,000 円	
	そ の 他 (国、県等の補助金等)	0 円	
	合 計 (①)	2,494,979 円	

支 出	区 分	決 算 額		内 訳
		補助対象	補助対象外	
	報 酬	0 円	0 円	
	報 償 費	0 円	0 円	
	需 用 費	28,236 円	0 円	チラシ作成費など
	委 託 料	1,602,000 円	125,623 円	イベント委託料など
	使用料及び賃借料	311,933 円	4,582 円	ギアレンタル料、臨時土地 使用料など
	役 務 費	92,990 円	0 円	保険料、輸送料など
	備 品 購 入 費	50,000 円	279,615 円	ギア購入代
	そ の 他	0 円	0 円	
	小 計	2,085,159 円	409,820 円	
	合 計 (②)	2,494,979 円		

収支 差額	合 計 (①-②)	0 円
----------	-----------	-----

初年度は、本補助金を活用+自己資本を一部投入する形になった。

実施前

ツリーイングの社内資格保有者⇒1名
提携ツリーイング事業者⇒2社

実施後

ツリーイングの社内資格保有者⇒2名
提供ツリーイング事業者⇒6社
大規模イベントも十分対応できる体制となった。

今年度の売上高の内訳は、全て体験参加料となっている。来年度はギアレンタル・購入費が不要になり、委託費も減少する見込みであるため、参加者25名程度で利益率40%可能見込。
売上50,000円 経費 人件費20,000円
会場使用料5,000円 保険料5,000円
利益20,000円/回



自走化に向けた次年度以降の事業展開



単独開催も継続して実施しつつ、和歌山市内でイベント開催する事業者と連携し、イベント出展を積極的に行うことで、和歌山県外からの観光客を誘引する。

⇒現在、既に6イベントより、ブース出展が入っています。

また同じ場所で開催し続けると、体験人数が下降傾向であるので、和歌山県全域でのイベント開催も検討する。

現在、かつらぎ町の紀北青少年の家や、熊野古道などからも、イベント開催の相談が入っている。



今後展開予定のアクティビティ



雨天時対応可能なアクティビティの導入

また今年度実施した、スラックラインやたき火の
コラボイベント等を活用し、様々な顧客との接点を
増やしていく。

平日需要なども、とらえながら、活動していきたい。



その他（広報について）



本事業に合わせて公式Instagramを開設し、有料広告なども複数行ったが、最も効果的なものは和歌山市の公式LINEであった。ヒアリングベースではあるが、イベントを知った方法の割合は、市のLINE 4割、SNS 3割、WEB 3割の割合であった。

連携団体や旅行会社より、事業内容の確認や、外国の旅行会社に説明する際に多言語対応をしてほしいといった要望も頂いたため、HPの改修も行った。

HP経由でのイベント参加や、イベント開催希望も増加している。

（2025年度においてHP経由で、4件イベントの依頼が入っている）