

閑散期の秋の片男波を活用した マーケット型野外フェス 「PICNIC JAM」 観光コンテンツ創出事業

公開プレゼンテーション資料

自然と音楽とお買いものを詰め合わせた、朝から夜まで楽しめる滞在型イベント

開催予定地：片男波公園周辺 / 開催時期：秋季（11月予定）



PICNIC JAMの世界観

自然・音楽・マーケットが一体になった、片男波らしい屋外体験

マーケット



ライブ



芝生広場



夕方以降の音楽体験



1. 地域課題と事業目的

秋の片男波の滞在価値を高め、来訪・消費・宿泊につなげる

地域課題

- 片男波エリアは海水浴シーズン以外の来訪動機が弱く、秋季は滞在時間・消費機会が限定的になりやすい。
- 日中だけで完結する来訪が多く、夕方以降の消費や市内回遊、宿泊につながるコンテンツが不足している。
- 若年層・ファミリー層・県外来場者に向けた、和歌山らしい体験型観光コンテンツの継続化が必要。

秋季

実施時期

閑散期対策

片男波

開催地

自然資源の活用

2日間

形式

昼夜滞在型



事業目的

秋の片男波を舞台に、音楽ライブ・マルシェ・飲食・ダンス等を組み合わせたマーケット型野外フェスを開催。朝から夜まで楽しめる滞在型コンテンツを創出し、地域消費・宿泊・周辺回遊につなげる。

2. 事業概要

2日間でターゲットを分け、片男波の滞在時間を最大化する

11/14(土) ファミリー・マーケットDAY

- ・マルシェ出店 25店舗
- ・キッズダンス 15チーム
- ・大人 1,200人 / 子ども 300人想定
- ・1,000円（1ドリンク付）で参加しやすい入口を設計

11/15(日) MUSIC LIVE・MARKET DAY

- ・音楽ライブ 6組
- ・マルシェ出店 25店舗
- ・大人 1,010人 / 子ども 150人想定
- ・県外来場・宿泊につながる有料フェスとして展開



特徴

日中はファミリー層、夕方以降は音楽ファン・県外来場者を想定。時間帯ごとに消費機会をつくり、滞在時間を伸ばす。

3. コンテンツ構成

自然・音楽・買い物・飲食を一体化した観光体験

音楽ライブ 6組のアーティストによる屋外ライブ。県外来場者の来訪動機をつくる。

マーケット 地元事業者・飲食店・作家等による出店。地域消費を生み出す。

キッズダンス ファミリー層の来場を促進。子ども参加型の地域コンテンツ。

空間演出 自然を生かした空間設営・装飾で、この日限りの非日常空間を創出。

交通導線 シャトルバス運行により、来場しやすさと安全性を確保。

SNS発信 Instagram等でビジュアル訴求し、県内外の認知を拡大。



4. 実施体制・申請者の強み

主催者・出店者・発信者の視点を併せ持つ運営体制

企画運営実績

PICNIC JAM、おやつのじかん等、和歌山市内でのイベント主催実績を有する。

世界観づくり

単なる催事ではなく、音楽・出店者選定・空間演出・ビジュアル発信を一体で設計できる。

出店者視点

飲食事業「焼きいもスタンドB.S.P.B」を運営し、販売導線や来場者ニーズを現場目線で把握している。

ネットワーク

アーティスト、設営会社、協賛企業、出店者、サポーター等との関係性を有する。

SNS発信力

Instagram等を活用し、若年層・ファミリー層・県外客に向けて継続的な情報発信ができる。



地域事業者・来場者・出演者の三者にとって満足度の高い会場運営を行い、継続的に収益を生む観光イベントへ育成する。

5. 自走化に向けた次年度以降の展開

補助金に依存しない継続開催と、和歌山発の広域集客イベントへ

2026年度

片男波で2日間開催し、売上・宿泊・NPS等を可視化。
宿泊施設と連携し、宿泊付きプランの造成を模索する。

2027年度

チケット販売・協賛・出店料・
クラウドファンディングを強化。
宿泊付きプランを販売し、
補助金に依存しない収益構造へ移行する。

将来展開

片男波での継続開催を成長させながら、
和歌山マリーナシティ等の大型施設での開催も視野に入れる。



参考モデルと将来像

将来的には、愛知県で開催されている「森、道、市場」のように、地方の大型施設を舞台にした広域集客型イベントへの発展を目指す。申請者自身も約3年前から同イベントに無償スタッフとして参加し、導線づくり、出店者管理、来場者対応、会場演出等を学んできた。今後は片男波での継続開催に加え、宿泊施設との連携や宿泊付きプランの販売につなげ、和歌山マリーナシティ等での展開も視野に入れる。

6. 事業が地域にもたらす効果

閑散期対策

秋季の片男波に新たな来訪動機を創出し、季節偏重の観光課題を補完する。

地域経済効果

出店者売上、宿泊、交通、周辺飲食店利用など、地域全体への面的な消費を生み出す。

夜間消費の創出

夕方から夜にかけても楽しめる構成により滞在時間を延ばし、飲食・宿泊への波及を促す。

和歌山のブランド化

自然・音楽・買いものを組み合わせた独自の世界観により、和歌山発の観光コンテンツとして発信する。

**朝から夜まで滞在できる片男波へ。
PICNIC JAMを、和歌山の秋を代表する
「稼げる観光コンテンツ」へ。**