

# 熊野三山LPP

2024.5~2025.2

## 概要

世界遺産「紀伊山地の霊場と参詣道」が2024年7月7日に登録20周年を迎えるにあたって、熊野三山(新宮市・田辺市本宮町・那智勝浦町)で行う事業の企画・実施を熊野三山観光協会と京都産業大学と連携して取り組んだ。前年度は現地学習を通じて世界遺産に対する理解を深め、地域事業者との交流等を通じて地域課題を理解し、若年層をターゲットに20周年を盛り上げる事業を立案した。今年度は立案された「まちあるきマップ」と「デジタルスタンプラリー」の実施に加え、InstagramやTikTokの運営。チラシの作成やラジオ、テレビの出演といった広報活動といった取り組みを進めた。また、2月にはSNSのインサイト分析や参加者アンケート結果を基に、関係者に向けた成果報告会を行い、事業の成果と熊野三山の今後の展望についても考察した。

## Topic 01 主な取り組みについて

**現地実習** 5月25日(土)~26日(日)田辺市本宮町  
6月1日(土)~2日(日)新宮市・那智勝浦町

- ・アクティビティ体験
  - ・地元の事業者さんへのインタビュー
  - ・写真撮影
- スポットの概要やまちあるきマップの材料集めを行った

### まちあるきマップとデジタルスタンプラリー

→まちあるきデジタルスタンプラリーへの参加方法の周知+熊野三山内の周遊促進

- ・大学生目線でスポットを紹介・大学生目線でスポットを紹介
- ・QRコードから各観光地の情報がすぐ手に入る
- ・一目でスポットの位置が分かる
- ・世界遺産から地域の人に愛されるお店まで幅広く紹介
- ・寄り道スポットと題し、町の風景も紹介



開催地：熊野三山エリア(本宮町、新宮市、那智勝浦町)  
開催期間：2024年7月7日(日)~11月30日(土)  
対象スポット：寺社、飲食店等の36スポット

## Topic 02 広報活動

### インスタ投稿・広告

熊野三山観光協会の公式アカウントである「熊野エリア観光推進実行委員会 (@kumano.wakayama)」の投稿内容を7月~11月末まで学生が作成した。イベントの周知だけでなく、インサイト分析などを通じてマーケティング活動にも活かすことができた。また、リール動画を6つ投稿し、そのうち2つに3万円ずつ広告費をかけた。

#### 【投稿内容】

- ・各スポットの紹介
- ・おすすめグルメやスイーツ・温泉
- ・寄り道スポットの紹介
- ・インタビューの内容まとめ



## Topic 03 ラジオ・テレビ・チラシ

### その他の広告活動

- テレビ・ラジオ出演
  - 7月7日と7月10日にFM TANABEに出演
  - 9月26日にNHK和歌山「ぎゅぎゅつと和歌山」
  - 10月9日にNHK「おはよう関西」
  - 10月11日にテレビ和歌山、わくわく編集部出演

- チラシ配布場所
  - ・阪急百貨店「食祭テラス」
  - ・新宮駅・紀伊勝浦駅
  - ・名古屋観光センター・和歌山市観光交流センター
  - ・阪急ビッグマン前観光PRイベント

- TikTok運営
  - 「熊野三山エリアを盛り上げたい大学生」というアカウントを立ち上げ4つの動画を投稿
  - 【投稿内容】熊野三山エリア全体の紹介+スポットツアーの宣伝 各エリアの紹介



## Topic 04 成果と今後の展望

### 今後の展望

既存顧客を拡大する方法は？ 若者を呼び込むためには？

#### ターゲット顧客の把握

- ・現在最も多い年齢層は45~64歳で約半分を占めている
- ・主な移動手段は自家用車
- ・熊野古道目当てで訪れることが多い
- ・20~30歳前後
- ・主な移動手段は公共交通機関
- ・SNSを活用した情報収集能力に優れる

#### 懸念点

- ・駐車場の整備や案内が不十分
- ・バリアフリー化の推進
- ・多言語への対応
- ・移動手段に乏しいため金銭的な負担が大きい
- ・若者間での認知度の低さ

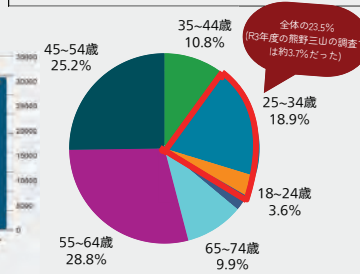
幅広い媒体での広報活動

学生向けプランの提案

### フォロワー数とリーチ数の増減



### アンケート結果(参加者の年齢層)



### 今回の目標

1. ツアー参加者数 1000人  
結果：611人

未達成

しかし、SpotTourを用いたデジタルスタンプラリーの平均参加者数である500人を超えることができた。

2. 若年層(18~34歳)3.7%を上回る  
結果：全体の23.5%

達成

しかし、あくまで参加者アンケートの結果であり、回答者数がR3年度の調査に比べて少ないため結果については一考の余地がある。