

# 群馬県観光振興計画(原案)

2021~2023

# ごあいさつ



++++  
++++  
++++  
++++

++++  
++++  
++++  
++++  
++++  
++++  
++++

令和3年3月

群馬県知事 山本 一太

# 目次

はじめに	本計画について	.....	3
第1章	本県観光の現状及び課題	.....	5
第2章	課題解決のための対策と方向性	.....	13
第3章	基本方針	.....	14
第4章	基本計画	.....	15
資料編		.....	31

# はじめに 本計画について

## 1 策定の趣旨・目的

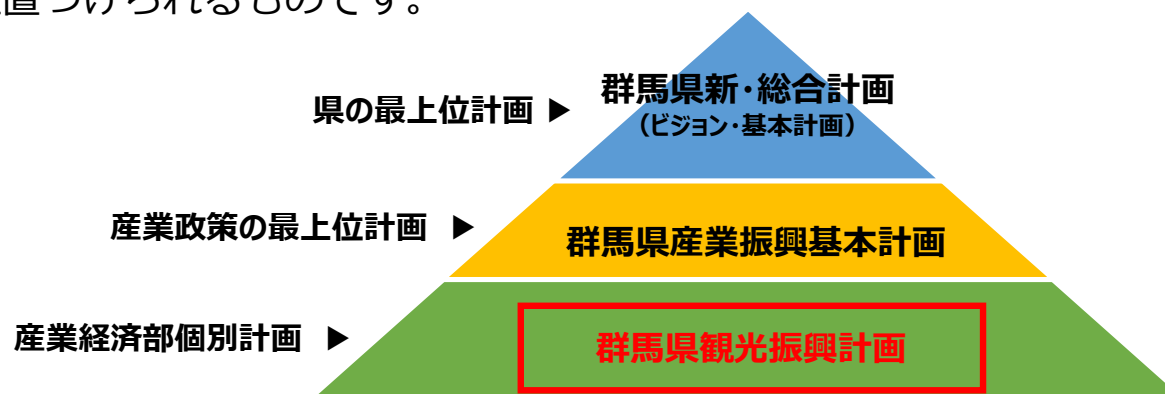
群馬よいとこ観光振興条例第17条に基づき、本県の観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定するものです。

## 2 計画期間

令和3年4月から令和6年3月までの3カ年計画とします。

## 3 計画の位置づけ

本計画は、県産業経済部の個別計画に位置づけられており、県の産業政策の計画である産業振興基本計画及び総合計画（ビジョン・基本計画）の下位に位置づけられるものです。



### 第1章 本県観光の現状及び課題

本県の強み・弱みの把握や、新型コロナウイルスの影響を踏まえた本県観光を取り巻く現状の把握及び課題の抽出を行います。

### 第2章 課題解決のための対策と方向性

課題を解決するために取るべき対策と、対策を実行するにあたっての方向性を示します。

### 第3章 基本方針

対策と方向性を踏まえ、本計画の3つの基本方針を定めます。

### 第4章 基本計画

本県観光の更なる活性化のための具体的な12の基本計画を定めます。  
また、計画の進捗を測る基本目標（KPI）7項目を設定します。

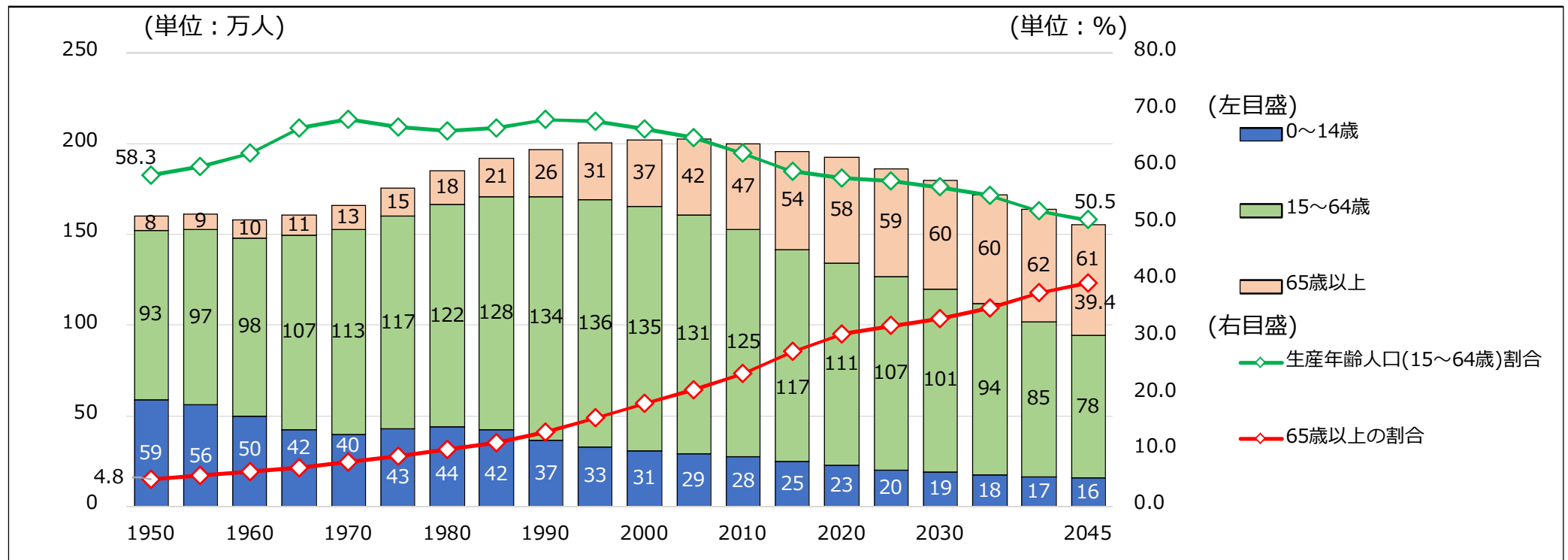
# 第1章 本県観光の現状及び課題

## 現状1 本県の強み・弱みとその変化の兆し

我が国の人口は減少局面に入っており、少子高齢化・生産年齢人口の減少も進んでいます。

本県も同様に人口減少が進んでおり、経済規模の縮小が懸念されるほか、将来的には本県を訪れる観光客が減少することが想定され、本県の弱みと考えられます。

■本県の人口推計



(出典) 群馬県「年齢別人口統計調査結果」「群馬県の将来推計人口」  
 国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口」

本県の強みとしては、首都圏から近いという位置的な利点があるということや、豊富な湧出量と上質な泉質を誇る様々な温泉、固有の自然や文化などの資源に恵まれていること等があげられます。



草津温泉 湯畑



尾瀬



世界遺産 富岡製糸場

これらの強み・弱みについて、新型コロナウイルスの感染拡大を契機に、変化の兆しが見られています。

新型コロナウイルスの感染拡大は、人々に従来の日常から「ニューノーマル（新常態）」への転換を求めるなど、大きな痛みを生み出した一方で、これまでの大都市のように「閉鎖×密」ではなく、「開放×疎」という、ゆとりある空間へのトレンドが強まることが考えられています。

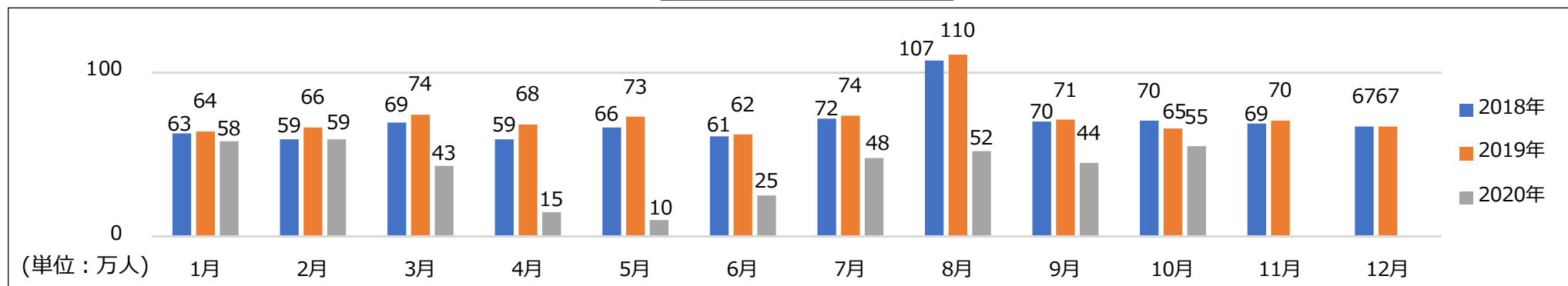
このトレンドは、本県の強みにとって追い風になると考えられるほか、弱みである人口減少も強みへと変化させる可能性があり、千載一遇のチャンスと言えます。

## 現状2 求められる観光のニューノーマル転換

新型コロナウイルスの世界的な感染拡大により、訪日外国人旅行者は激減したほか、緊急事態宣言の発令により、営業や移動の自粛、要請が行われるなど、観光産業にも大きな影響が発生しています。

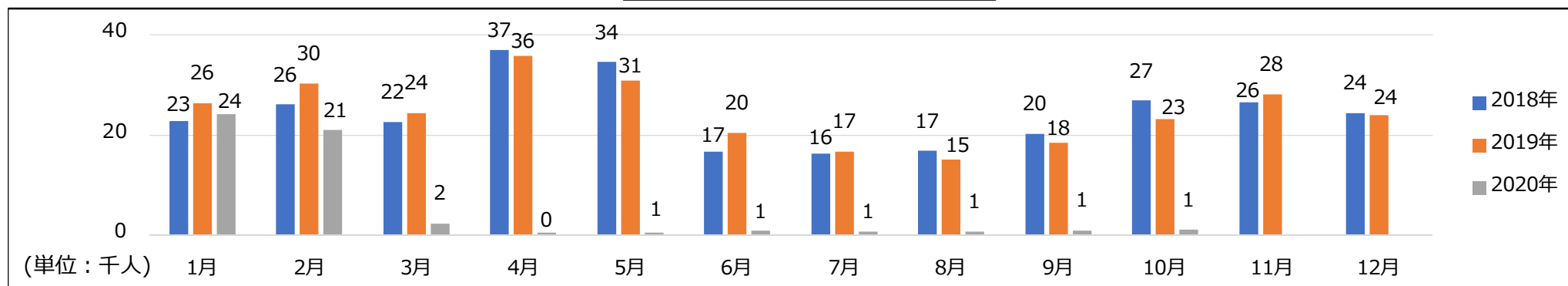
宣言の解除後にあっても、感染の収束は見通せず、感染予防対策を徹底したうえでの営業や移動が求められるなど、観光においてもニューノーマルへの転換が求められています。

■本県の宿泊者数の状況



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計」(※2020年は速報値に基づく)

■本県の外国人宿泊者数の状況

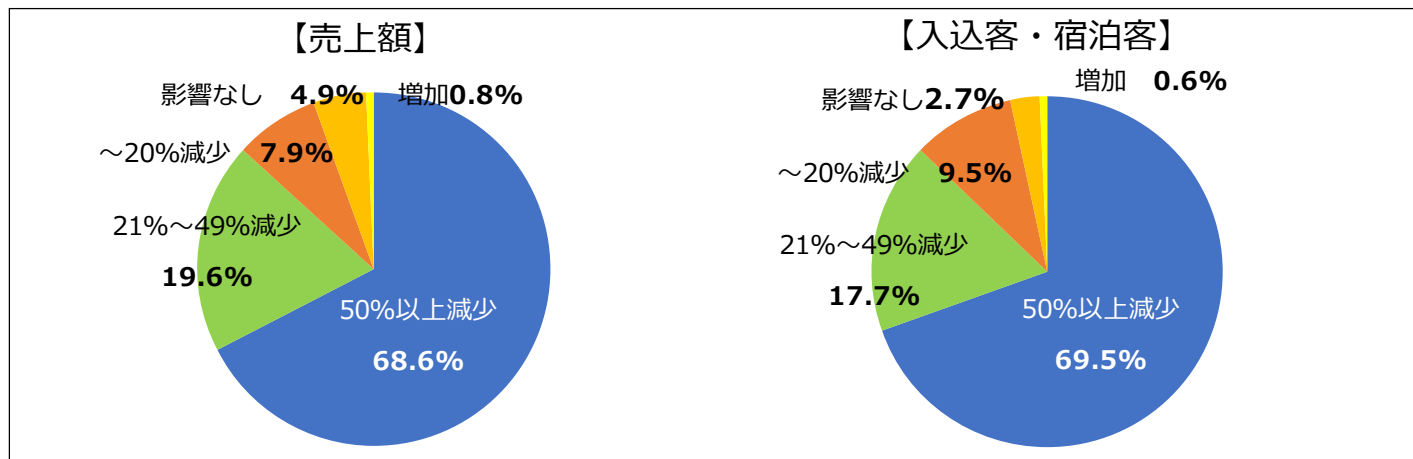


(出典) 観光庁「宿泊旅行統計」(※2020年は速報値に基づく)



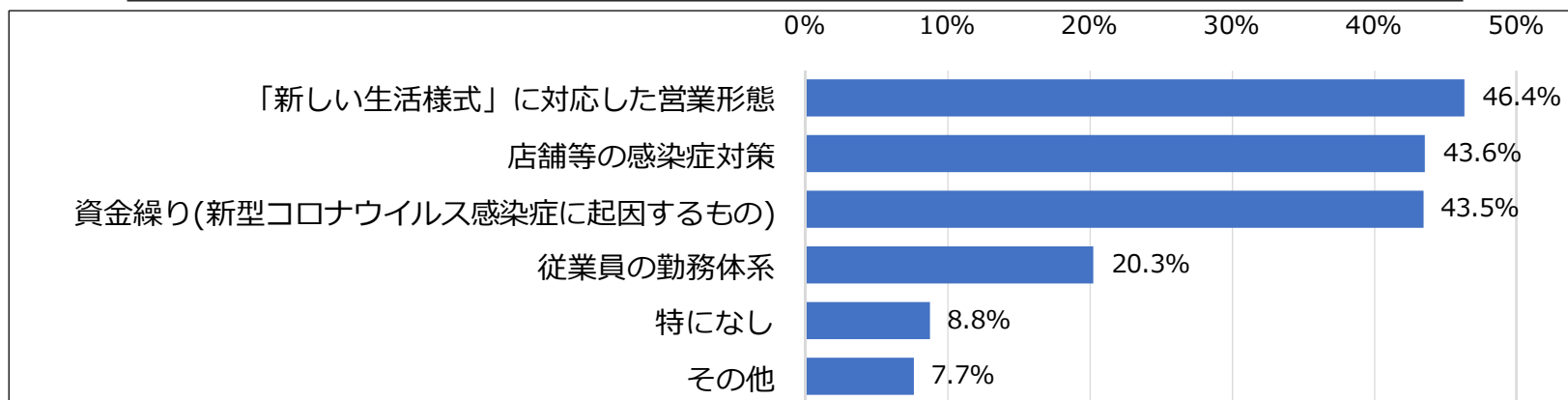
本県観光関連事業者への影響を見ると、売上額及び入込客・宿泊客が対前年比50%以上減少している事業者が約7割を占めています。また、事業者が抱える営業面の課題・問題点では、「新しい生活様式」に対応した営業形態」と回答した割合が最も高くなっており、新型コロナウイルスの影響が大きくなっていることが分かります。

■本県観光関連事業者への影響



(出典) 群馬県「観光関連事業者アンケート」(令和2年度)

■本県観光関連事業者が考える営業面の課題・問題点(新型コロナウイルス感染症関係)



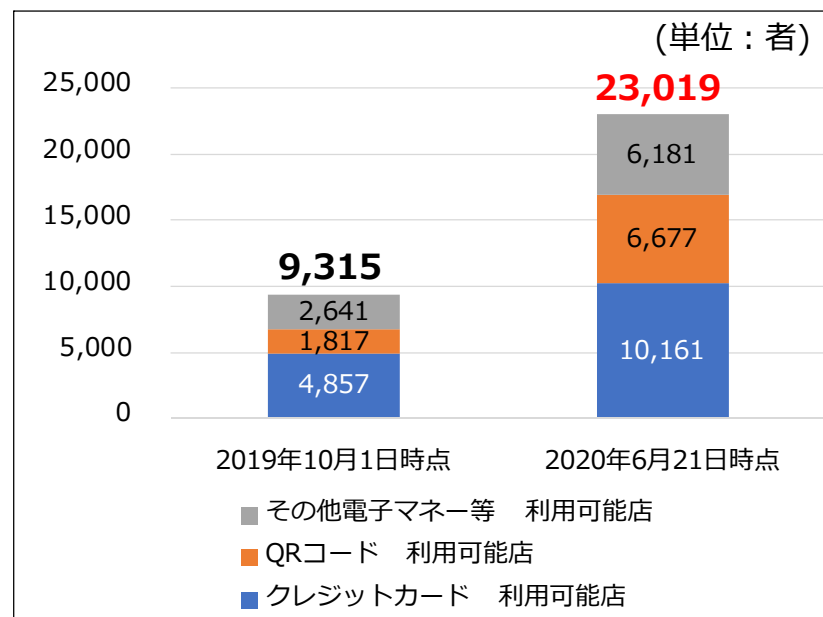
(出典) 群馬県「観光関連事業者アンケート」(令和2年度)

### 現状3 観光分野におけるデジタル化

近年の社会状況を見ると、Wi-Fi環境の整備やキャッシュレス決済の普及をはじめ、IoT（モノのインターネット）やAI（人工知能）、ビッグデータといったデジタル技術の活用や、新たなデジタル基盤である第5世代移動通信システム（5G）の運用開始等、デジタル化が進んできています。

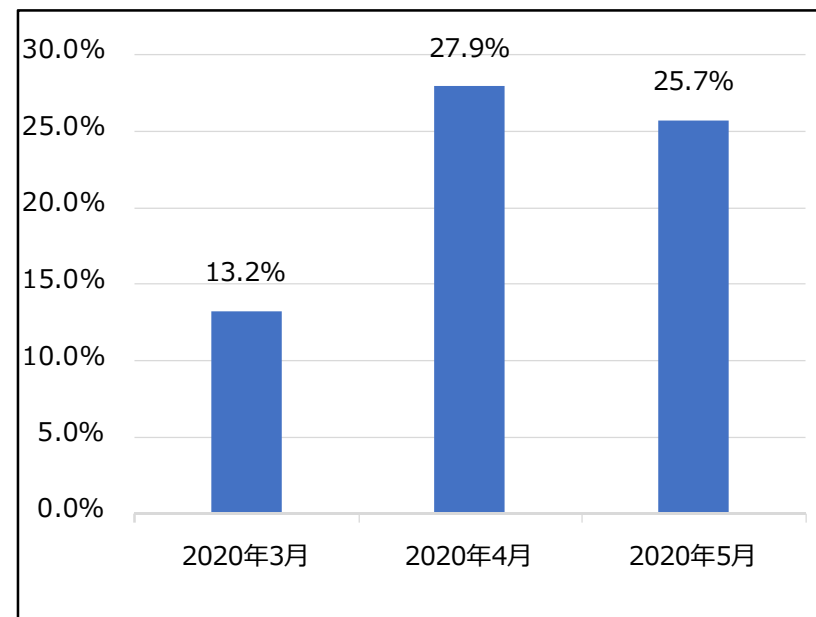
加えて、新型コロナウイルスを契機に、テレワークやネットショッピングなど、リモートでの取組も拡大しています。

■本県のキャッシュレス決済  
対応事業者の推移（ポイント事業期間中）



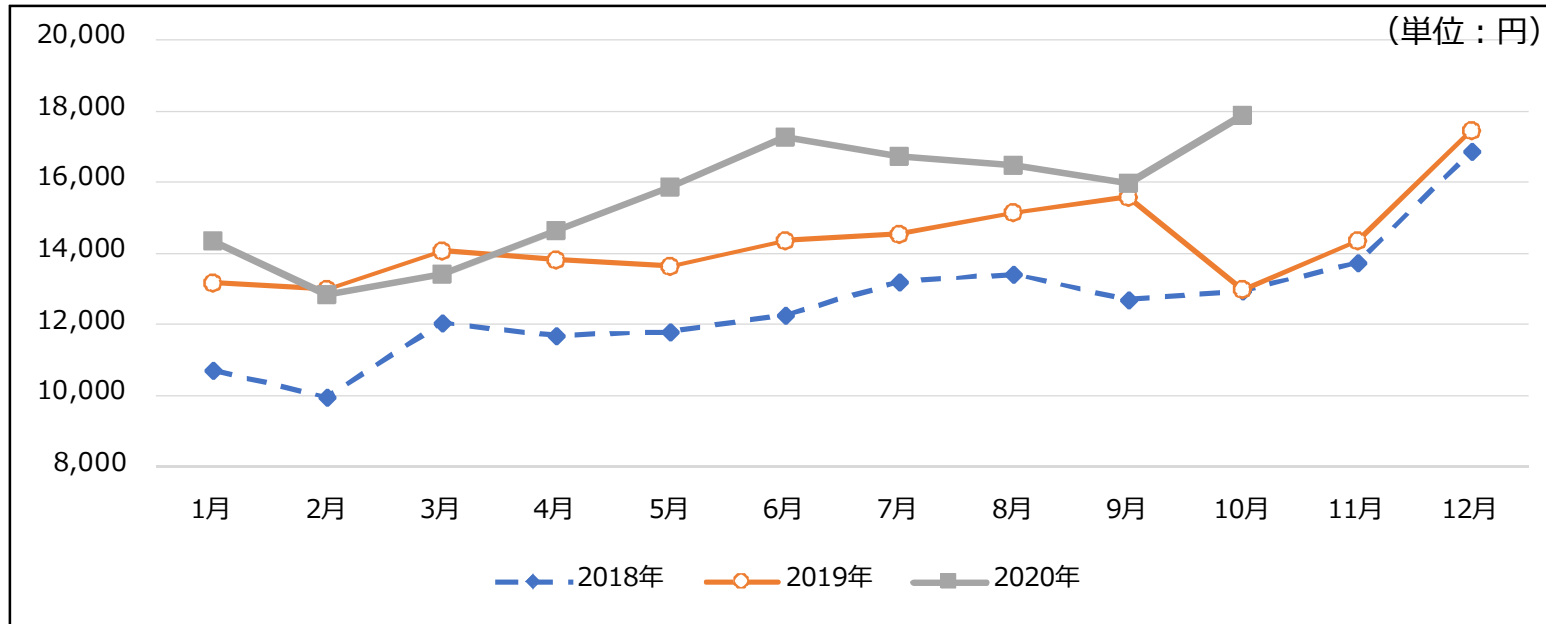
（出典）（一社）キャッシュレス推進協議会  
「ポイント還元事業加盟店数の推移」

■テレワーク実施率の推移（全国）



（出典）パーソル総合研究所  
「第三回・新型コロナウイルス対策による  
テレワークへの影響に関する緊急調査」

■ ネットショッピングにおける支出額の推移（全国）



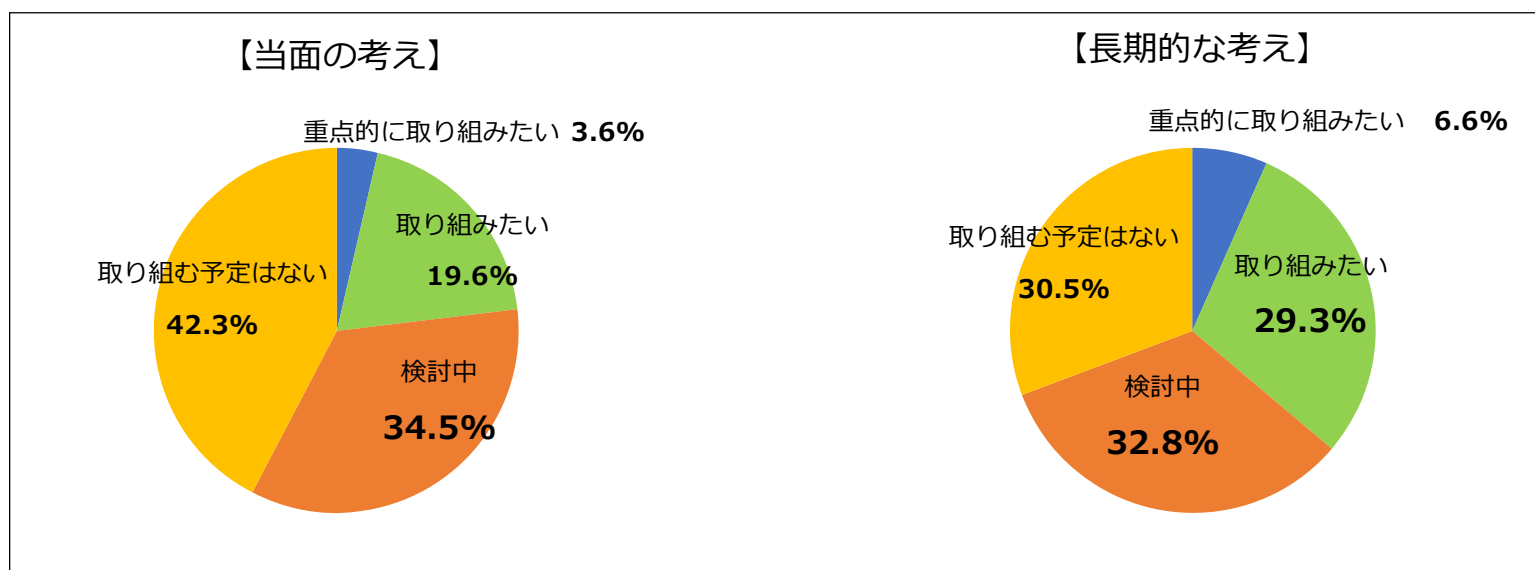
（出典）総務省「家計消費状況調査」

社会的な背景も踏まえ、観光分野においても新型コロナウイルスの影響で非対面・非接触が求められる状況下では、デジタル活用により観光産業や誘客のあり方に変革をもたらすデジタル・トランスフォーメーション（DX）への積極的な取組が求められています。

## 現状4 ウィズコロナ時代の「変化」

現在、インバウンド誘客については、難しい状況が続いており、今後数年間は、入国制限が「開閉」を繰り返すことが想定されます。本県観光関連事業者のインバウンド誘客への取組意欲を見ると、コロナ禍においては「取り組む予定はない」、「検討中」である事業者が約8割を占める一方で、長期的な考えでは「重点的に取り組みたい」、「取り組みたい」の割合が約6割となっています。

■県内観光関連事業者のインバウンド誘客への取組意欲



(出典) 群馬県「観光関連事業者アンケート」(令和2年度)

国内旅行については、「密」(密閉・密集・密接)を避ける傾向が強まっていることや、感染拡大状況によっては都道府県間の移動自粛要請が行われることが想定され、当面の観光客数は新型コロナウイルス感染症の流行前と比較して落ち込むことが考えられます。

## 本県観光が抱える課題

現状1～4から、本県が抱える課題は以下のとおりとなります。

### 現状1 本県の強み・弱みとその変化の兆し

- 本県に訪れているチャンスを実実に成果に結びつけるために、本県観光を取り巻く様々な状況・課題を正確に捉え、新たな視点で施策を実施する必要があります。

### 現状2 求められる観光のニューノーマル転換

- 観光のニューノーマル転換を行うための体制整備や、観光客が安心・安全に旅行できるような受入環境の整備が必要です。
- 新型コロナウイルスによる観光関連事業者・観光客への影響を的確に捉え、施策へ反映させるために、データマーケティングによる観光地づくりや情報発信が必要です。

### 現状3 観光分野におけるデジタル化

- 新型コロナウイルスの拡大という背景も踏まえ、最先端のICT技術を活用した施策を実施する等、デジタル化を強力に進め、新たな価値を生み出す必要があります。

### 現状4 ウィズコロナ時代の「変化」

- 観光客の減少や、他国・他都道府県への移動制限等、ウィズコロナ時代において変化する社会状況へ臨機応変に対応することが必要です。

## 第2章 課題解決のための対策と方向性

### ニューノーマル下における観光先進県へ

#### 課題解決 のための対策

ウィズコロナ時代の  
ニーズに即した  
施策の実施

DXの活用

#### 方向性 I

「量から質、さらに付加価値」への転換

- 「密」から「疎」
- 長期滞在化・高付加価値化
- ワークেশョン ● マイクロツーリズム
- 受入環境整備 ● 情報発信

- Wi-Fi整備 ● 位置情報活用
- ビッグデータ活用
- 先端技術(5G、AI、IoT等)活用
- データ一元化

#### 方向性 II

複数ターゲット層の設定・切替

複数のターゲット層の設定



状況に応じたターゲット切替

【イメージ(一例)】



基本方針

基本計画

## 第3章 基本方針

対策・方向性を踏まえ、3つの基本方針と12の基本計画を定めます。

### 基本方針Ⅰ ニューノーマルに対応した観光地づくり

ニューノーマル下における観光先進県を目指すには、「ニューノーマルに対応した観光地づくり」を進めることが重要であるため、そのための体制整備が急務です。

- ▶基本計画Ⅰ-1 県域DMOの見直しと機能強化
- ▶基本計画Ⅰ-2 データマーケティング体制の確立
- ▶基本計画Ⅰ-3 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり推進
- ▶基本計画Ⅰ-4 受入環境整備

### 基本方針Ⅱ 新しい価値や魅力を創造・発信

観光のデジタル化を強力に進め、新たな価値の創出に繋げるほか、戦略的に発信していくことが重要です。あわせて、本県の強みを生かした魅力について、更なる磨き上げを行うなど、本県への旅行需要の喚起を継続的に行うことが求められます。

- ▶基本計画Ⅱ-1 デジタルを軸とした取組の拡充
- ▶基本計画Ⅱ-2 移住・交流・関係人口の増加に向けた取組の推進
- ▶基本計画Ⅱ-3 需要を喚起するプロモーション
- ▶基本計画Ⅱ-4 県産品販路の更なる拡大

### 基本方針Ⅲ ウィズコロナ時代の「変化」に柔軟に対応

現在は厳しい状況が続くインバウンド誘客について、新型コロナウイルス感染症収束後の速やかな反転攻勢に向けた取組を進めるほか、社会や観光客のニーズの変化に対応した新たな観光のスタイルの普及・定着を図っていく必要があります。

- ▶基本計画Ⅲ-1 反転攻勢のためのインバウンド対策
- ▶基本計画Ⅲ-2 マイクロツーリズムの推進
- ▶基本計画Ⅲ-3 ワークেশョンの推進
- ▶基本計画Ⅲ-4 長期滞在化・平準化の推進

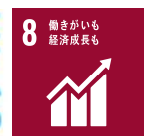
## 第4章 基本計画

3つの基本方針に基づき、本県観光の更なる活性化のための具体的な基本計画を定めます。

基本計画の実行にあたっては、本県でも重点的に取り組んでいくべきである「SDGs（持続可能な開発目標）」の達成に向け、SDGsの17のゴールを意識します。

### 基本方針Ⅰ ニューノーマルに対応した観光地づくり

#### 基本計画Ⅰ－1 県域DMOの見直しと機能強化



(公財)群馬県観光物産国際協会の県域DMOとしての体制見直しや機能の強化を図り、ニューノーマルに対応した観光地づくりを加速させます。

#### ▼具体的な取組

##### ■ 県域DMOの体制見直し

地域との関わりを重視し、ニューノーマルに対応した「持続可能な観光」を強く意識した体制に見直しを行います。

##### ■ 県域DMO機能の更なる強化

地域との関係性を深めながらデータ分析に基づく戦略策定や施策提案を行うことで、県域DMOの観光地域マーケティング・マネジメント機能の強化を図ります。



## 基本計画 I - 2 データマーケティング体制の確立

ニューノーマル下における観光客の動態や地域のニーズを把握し、施策へ反映するデータマーケティング体制を県域DMO内に確立し、旅行需要の変化に柔軟・迅速・的確に対応します。

### ▼具体的な取組

#### ■観光関係データ収集・管理の一元化

県域DMO内に観光データを一元的に管理するデータプラットフォームを設置し、データ分析を行い、その結果を地域へフィードバックする体制を構築します。



データプラットフォーム（イメージ）

#### ■データマーケティングのスキルアップ

データマーケティングに関する勉強会を実施し、県域DMO内及び地域の観光担当者のスキルアップを図ります。

## 基本計画 I - 3 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり推進

観光地域づくりを行う舵取り役であり、「官民共創コミュニティ」としての役割を持つ県域DMOや多様な関係者と連携しながら、「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくりを目指します。

### ▼具体的な取組

#### ■観光地域づくりの推進

多様な関係者が合意形成し、継続的に地域資源の発掘・磨き上げを行うことで、「様々な観光客に繰り返し選ばれ、かつ、観光振興による効果が地域全体を豊かにする」地域づくりを進めます。

#### ■観光地域づくりをリードする中核人材の育成

観光地域づくりの第一線で活躍する人材を講師として招聘し、講義やワークショップを実施します。

#### ■付加価値の向上

- 宿泊施設等の事業者に対して高付加価値モデルの提案や先進事例の紹介を行います。
- 高付加価値化に向け、関係者を巻き込みながら合意形成を行い、普及啓発を図ります。



「ぐんま観光リーダー塾」の様子

## 基本計画 I - 4 受入環境整備

- 様々な観光客が快適で、安心・安全な旅行することができるように、ニューノーマルに対応した環境づくりを進めます。
- 観光客の周遊促進や利便性向上のための二次交通対策や、地域の特性・風土を生かした景観づくりを進めます。
- 社会や観光客のデジタルシフトへ対応するための環境づくりを進めます。

▶ 関連する基本計画：Ⅲ - 1 反転攻勢のためのインバウンド対策

### ▼ 具体的な取組

#### ■ 安心・安全に旅行できる環境づくり

- 感染症の状況を含む観光地の安全情報を発信します。
- 県が業界ごとに作成している感染症対策ガイドライン等の遵守について要請することと合わせ、ガイドライン等に基づき感染症対策を適切に行っている事業者の店舗の認定を行います。
- 災害発生時の訪日外国人旅行者等への情報伝達体制等の構築を進めます。

#### ■ 観光のバリアフリー化

- 観光地のバリアフリーの普及啓発を図るとともに、バリアフリー情報の収集・発信を行います。
- 車椅子等に対応した「ぐんまビジタートイレ」の認証を推進します。

## ▼具体的な取組

■ 二次交通対策

- 市町村や関係団体などと連携し、鉄道駅等交通拠点から観光地までのアクセス向上の取組を支援します。
- 観光地間の周遊性を向上させるような道路ネットワークの構築を図ります。

■ 景観づくり

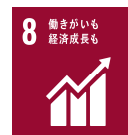
市町村の「景観まちづくり」の取組を支援するとともに、地域の特性に応じた屋外広告物の規制誘導を推進します。

■ デジタル化促進のための基盤整備

- 観光情報HPのリニューアルを行います。
- 公衆無線LANの整備等、デジタル環境整備を行う市町村等の支援を行います。
- インバウンド受入施設におけるデジタル技術を活用した情報発信やサービス提供等を促進します。
- デジタル化の効果等についての普及啓発を行います。



二次交通対策事業（イメージ）



### 基本計画Ⅱ - 1 デジタルを軸とした取組の拡充

- デジタル技術をこれまで以上に活用することで、本県の観光の新たな価値を生み出します。
- デジタル化により収集が可能となる様々なデータを施策に反映させるため、データマーケティングを行います。

#### ▼ 具体的な取組

##### ■ デジタル技術の更なる活用

- 県庁動画スタジオ「tsulunos」を活用した動画配信や、WEB広告を実施します。
- 有カメディアやインフルエンサーを活用した情報発信を観光情報HPとの連携により実施します。
- リアルな体験と連動したオンラインイベントを実施します。
- オンライン販売やカタログギフトなど、非対面・非接触型での県産品の販売を実施します。

##### ■ 収集データの活用

- SNSマーケティングを行い、国内外問わずリピーターの獲得・囲い込みを図ります。
- デジタル技術活用により収集されるデータを県域DMOのデータプラットフォームに集約することで、次の施策展開への活用を図ります。



県庁動画スタジオ「tsulunos」

## 基本計画Ⅱ-2 移住・交流・関係人口の増加に向けた取組の推進

- 展示会、学会会議、コンサート等のM I C Eや県内ロケの誘致の面からの交流人口の増加を図ります。
- 観光地域づくりやワーケーション、長期滞在化への対応等、関係人口の増加だけでなく移住・定住にも繋がる取組を推進します。

▶関連する基本計画：Ⅲ-3ワーケーションの推進、Ⅲ-4長期滞在化・平準化の推進

### ▼具体的な取組

#### ■ M I C Eの推進

Gメッセ群馬を核に、県内全域へのM I C E誘致を行います。

#### ■ ロケ誘致の推進

ぐんまフィルムコミッション（F C）と地域F C・市町村等との連携によりロケ誘致を推進します。

#### ■ 観光地域づくりの推進【再掲】

多様な関係者が合意形成し、継続的に地域資源の発掘・磨き上げを行うことで、「様々な観光客に繰り返し選ばれ、かつ、観光振興による効果が地域全体を豊かにする」地域づくりを進めます。



Gメッセ群馬



## 基本計画Ⅱ - 3 需要を喚起するプロモーション

- 豊富な温泉や歴史遺産のほか、自然や文化といった「群馬ならではの魅力」を生かします。
- データマーケティングに基づき、ターゲット別のプロモーションを行うほか、民間事業者や近隣自治体と連携したプロモーションを行います。

### ▼具体的な取組

#### ■「群馬ならではの魅力」の活用

- 温泉や自然などの「群馬ならではの魅力」を生かしたプロモーションを強化します。

#### ■ターゲット別のプロモーション

- データマーケティングに基づいたプロモーションを実施します。
- インバウンド誘客においては、滞在の長期化と消費額の増加を目指した市場をターゲットに設定し、各市場の特性に合わせたプロモーションを行います。

#### ■民間事業者との連携

民間企業とのタイアップ事業や旅行エージェントと連携したプロモーションを行います。

#### ■広域的なプロモーション

- 近隣県（北関東3県、磐越・北関東5県、埼玉・新潟3県）と連携した広域周遊を促す誘客促進事業を実施するほか、オンラインでの情報発信を行います。
- インバウンド誘客においては、ターゲット市場の転換に合わせて広域連携枠組みの見直しを行い、デジタルプロモーションを核とした情報発信を行います。



群馬の自然を生かしたアクティビティ  
「ラフティング」

## 基本計画Ⅱ - 4

## 県産品販路の更なる拡大

- 県産品の認知度向上に取り組み、販路の拡大に繋がります。
- 感染防止対策を講じた上での実店舗での取組とともに、デジタルを活用した非対面・非接触での県産品の販売を行います。

## ▼具体的な取組

■ ニューノーマル対応した物産展の開催

感染防止対策を講じた上で、百貨店等において様々な県産品を販売する物産展を開催します。

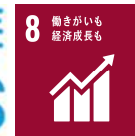
■ オンラインやカタログギフト等による県産品販売【再掲】

オンライン販売やカタログギフトなど、非対面・非接触型での県産品の販売を実施します。

■ 県産品認知度の更なる向上

リアル・デジタルでの県産品販売のほか、県産品を広くアピールする優良県産品推奨制度を活用します。





### 基本計画Ⅲ-1 反転攻勢のためのインバウンド対策

- 新型コロナウイルス収束後に起こる世界的な旅行需要をいち早く取り込むための環境づくりを行うほか、デジタル技術を活用した切れ目のない情報発信を行います。
- 旅行スタイルの変化に合わせて、量から質へとターゲット戦略の転換を図り、インバウンド需要の回復とニューノーマルに対応した持続可能な観光地づくりを行います

#### ▼具体的な取組

##### ■ デジタルプロモーションを活用した切れ目のない情報発信

多言語HPを核としたプロモーションにより、旺盛な訪日意欲への対応とインバウンド誘客の本格再開に向けたブランディングを図ります。

##### ■ インバウンド誘客再開を見据えた受入環境の高度化

インバウンド受入登録施設である「パートナー施設」への支援、登録数増に取り組むことで、県内施設のインバウンド受入の気運醸成を図ります。

また、インバウンド受入認定施設である「Gunma Excellence施設」の増加を推進し、世界水準に対応した受入環境の高度化を支援します。

##### ■ ターゲット戦略と市場別プロモーションの実施【再掲】

滞在の長期化と消費額の増加に適した市場をターゲットに設定し、各市場の特性に合わせたプロモーションを行います。

## 基本計画Ⅲ－２ マイクロツーリズムの推進

県内や近隣県からの誘客を促進するマイクロツーリズムについて、誘客ターゲットへの情報発信や環境づくりを推進します。

### ▼具体的な取組

#### ■ ターゲットに応じた情報発信

マイクロツーリズムにおける誘客ターゲットに対して重点的に情報発信を行います。

#### ■ 近隣県との連携

近隣県と連携の上、近場旅の魅力を創出・発信します。

#### ■ 安心・安全に旅行できる環境づくり【再掲】

- 感染症の状況を含む観光地の安全情報を発信します。
- 県が業界ごとに作成している感染症対策ガイドライン等の遵守について要請することと合わせ、ガイドライン等に基づき感染症対策を適切に行っている事業者の店舗の認定を行い、安心・安全な環境づくりを促進します。

## 基本計画Ⅲ－3 ワークেশョンの推進

旅先で働きながら休暇を取得するワークেশョンに対応可能な環境整備等を進め、温泉地等において「群馬ならではのワークেশョン」を確立し、新たな観光スタイルの一つとして普及を図ります。

▶関連する基本計画：Ⅱ－1 移住・交流・関係人口の増加に向けた取組の推進、Ⅲ－4 長期滞在化・平準化の推進

### ▼具体的な取組

#### ■ ワークেশョン環境の整備

ワークেশョンの受入を推進するために必要な共用ワークスペースの整備や、ワークেশョンに適応した新たなコンテンツの開発支援を行います。

#### ■ ワークেশョンモニターツアーの実施

ワークেশョンのモニターツアーを実施し、体験記事をWEBやSNSで発信します。

#### ■ モデル地域でのトライアルや企業マッチング

県庁内関係各課と連携の上、先行モデルの構築を行うほか、ワークেশョンを希望する企業と受入施設の橋渡しを行います。



ワークেশョン（イメージ）

**基本計画Ⅲ－４ 長期滞在化・平準化の推進**

観光地での長期滞在や平準化・分散化旅の普及を図り、年間を通して一定の旅行需要の維持を目指します。

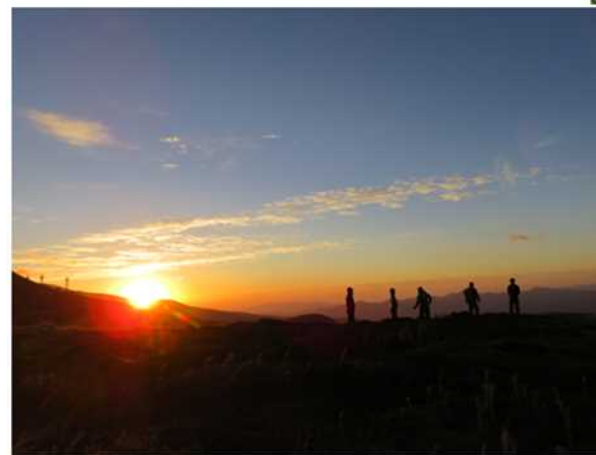
▶関連する基本計画：Ⅲ－３ワーケーションの推進

**▼具体的な取組****■旅行需要の平準化・分散化のための情報発信**

季節や曜日、時間等をずらした旅の魅力やメリットをWEBやSNS等を通じて発信します。

**■平日宿泊の促進**

平日宿泊を促進するための取組を行う市町村等を支援します。



季節や曜日・時間等をずらした旅（イメージ）

## 基本目標

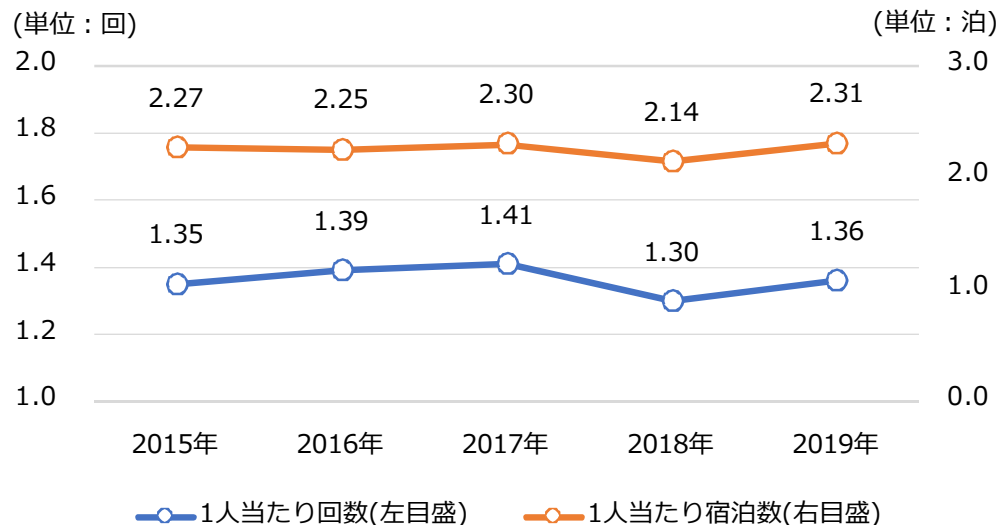
計画の進捗を測る基本目標として、以下のK P Iを設定します。

項目	現状値（R 1）	目標値（R 5）	根拠
観光消費額	2,845億円	<b>2,980億円</b>	観光庁「共通基準による観光入込客統計」 「宿泊旅行統計」、群馬県「観光客数・消費額調査」に基づき算出
観光消費額単価（宿泊客）	25,745円	<b>26,500円</b>	
観光消費額単価（日帰り客）	4,617円	<b>5,000円</b>	
延べ宿泊者数	865万人泊	<b>880万人泊</b>	観光庁「宿泊旅行統計」
宿泊者1人当たりの平均宿泊日数	1.178泊	<b>1.200泊</b>	
宿泊者のうち県内居住者の割合	16.4%	<b>20.0%</b>	
延べ外国人宿泊者数	29.2万人泊	<b>30.0万人泊</b>	観光庁「宿泊旅行統計」

# 資料編

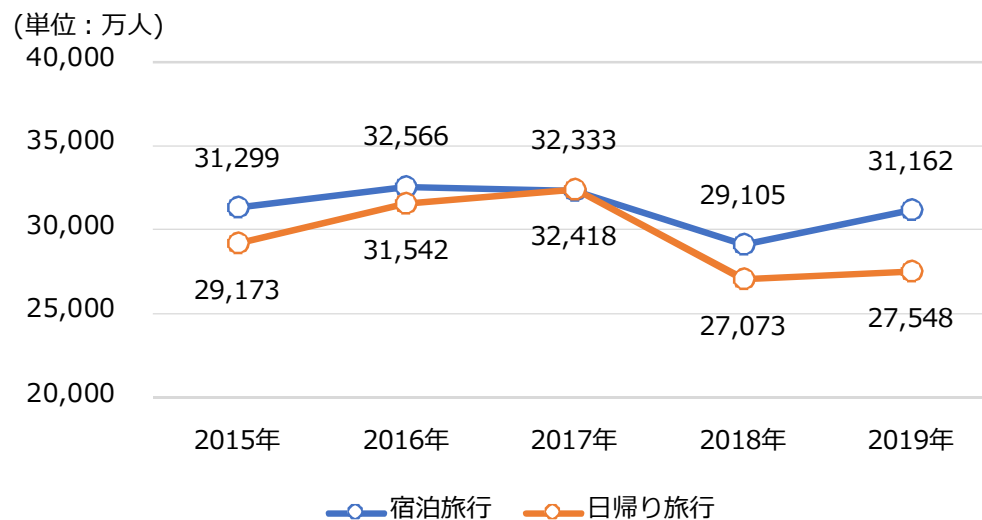
## 観光関係資料：国の状況

### ■日本人国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移



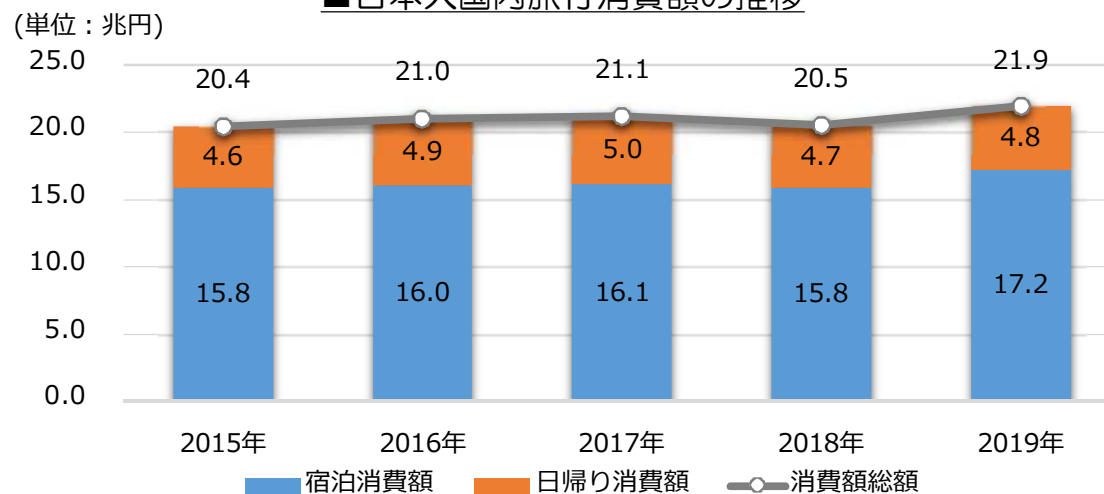
(出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」に基づき群馬県作成

### ■日本人国内宿泊旅行延べ人数及び国内日帰り旅行延べ人数の推移



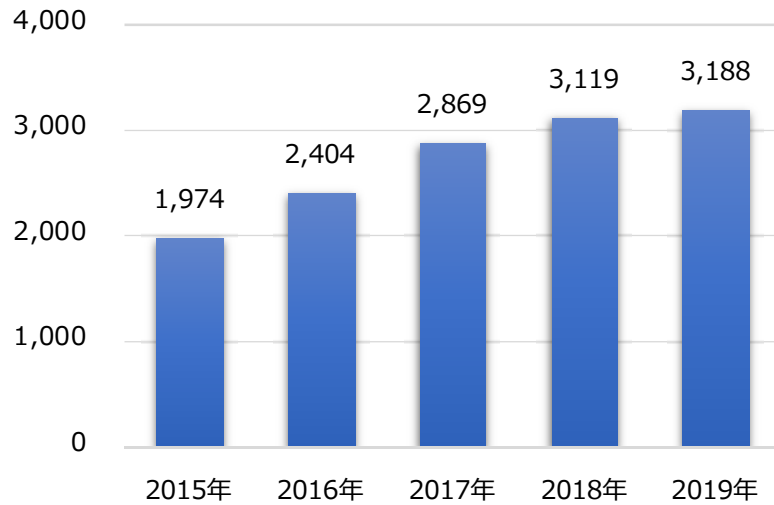
(出典) 観光庁「旅行・観光消費動向調査」に基づき群馬県作成

### ■日本人国内旅行消費額の推移



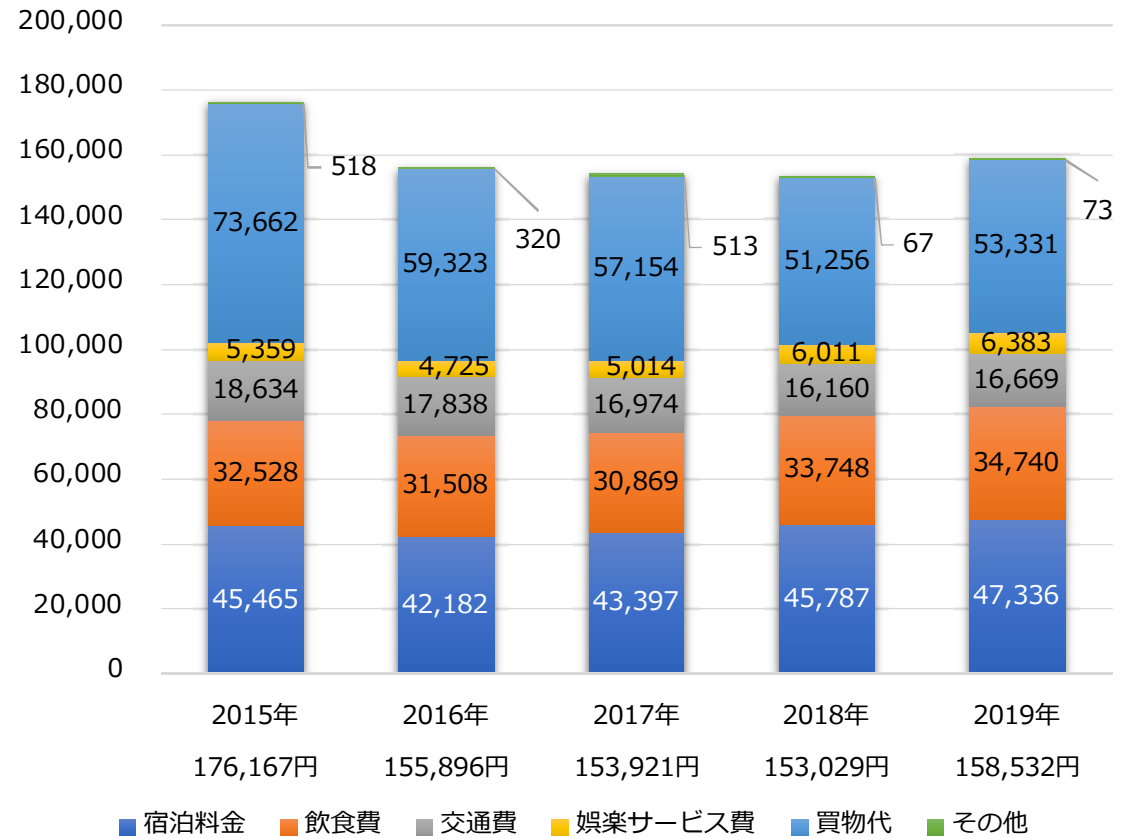
### ■訪日外国人旅行者数の推移

(単位：万人)



(出典) 日本政府観光局 (JNTO) 資料に基づき群馬県作成

### ■訪日外国人旅行者費目別1人当たり旅行支出の推移

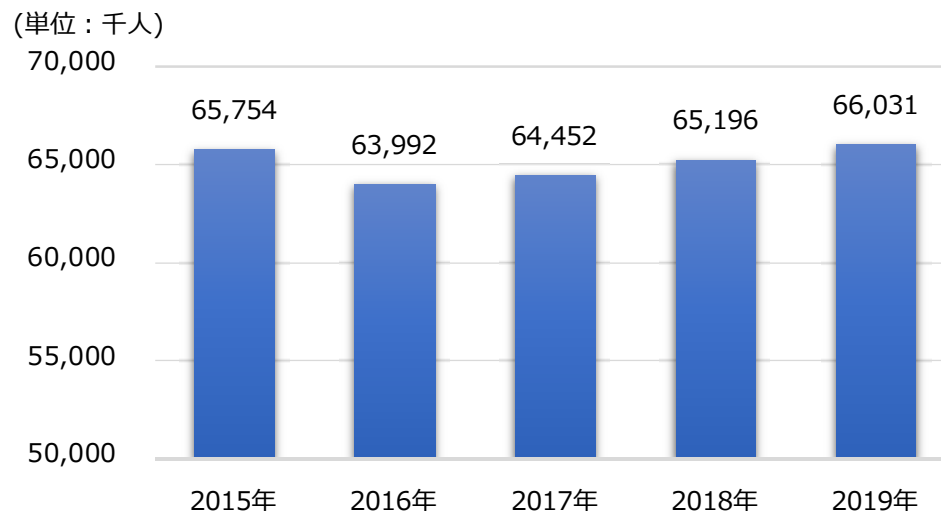


(出典) 観光庁「訪日外国人消費動向調査」に基づき群馬県作成



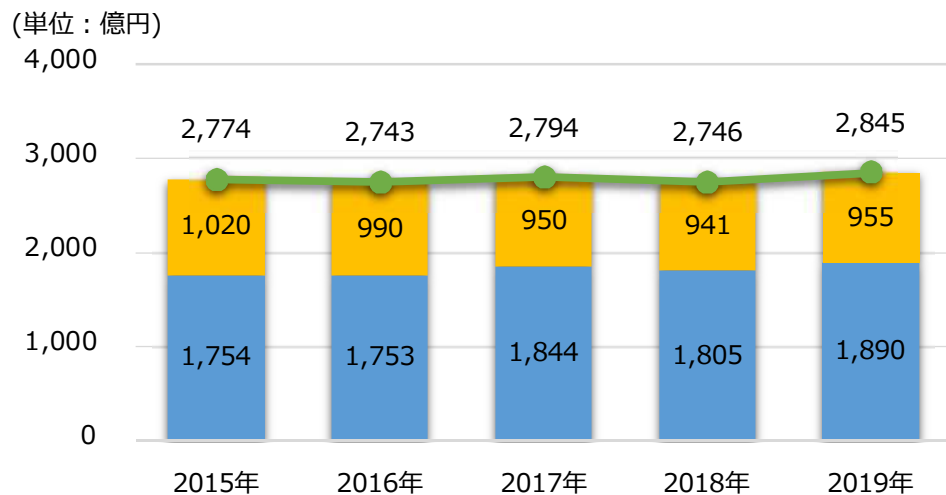
# 観光関係資料：県の状況

## ■観光入込客数の推移



(出典) 群馬県「観光入込客統計調査報告書」

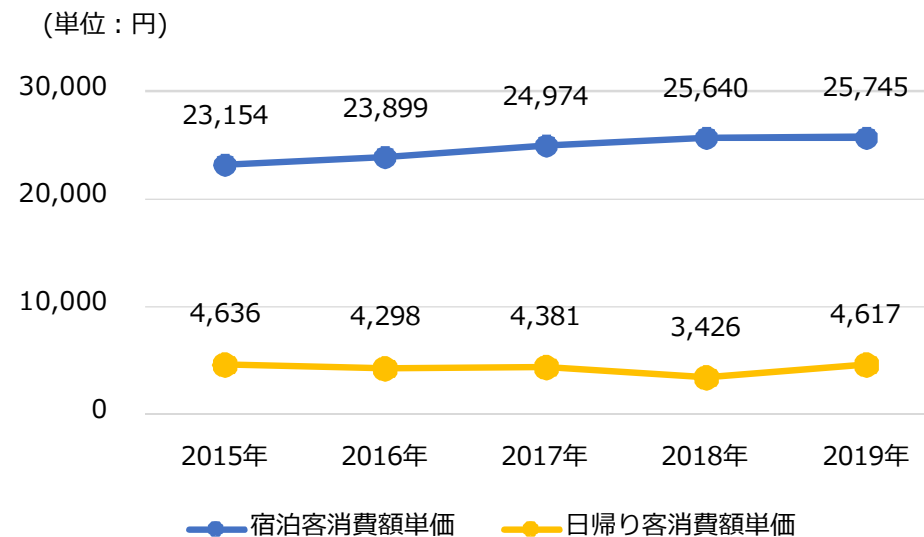
## ■観光消費額の推移



■ 宿泊客観光消費額 ■ 日帰り客観光消費額 ● 観光消費額総額

(出典) 観光庁「共通基準による観光入込客統計」「宿泊料統計」  
群馬県「観光客数・消費額調査」に基づき県作成

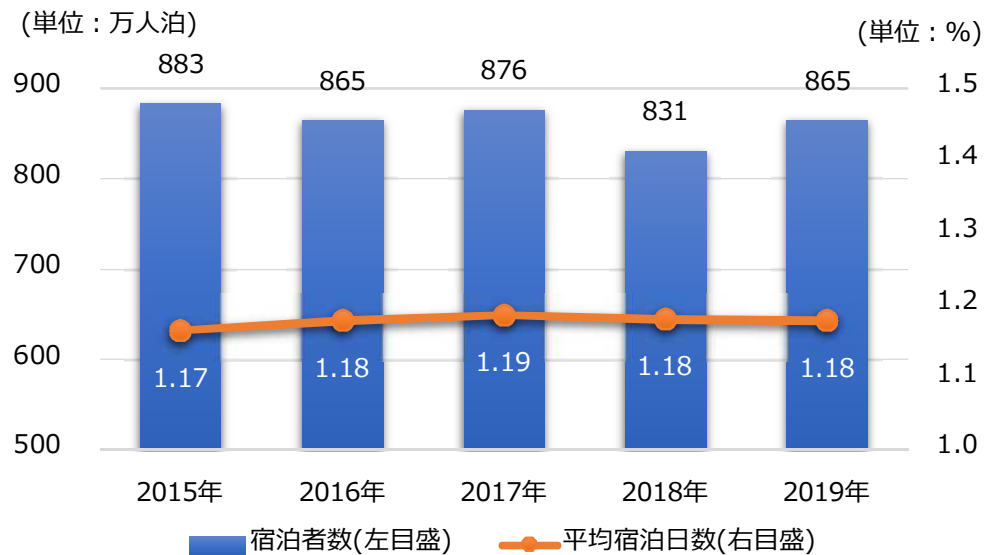
## ■観光消費額単価の推移



(出典) 観光庁「共通基準による観光入込客統計」「宿泊料統計」  
群馬県「観光客数・消費額調査」に基づき県作成

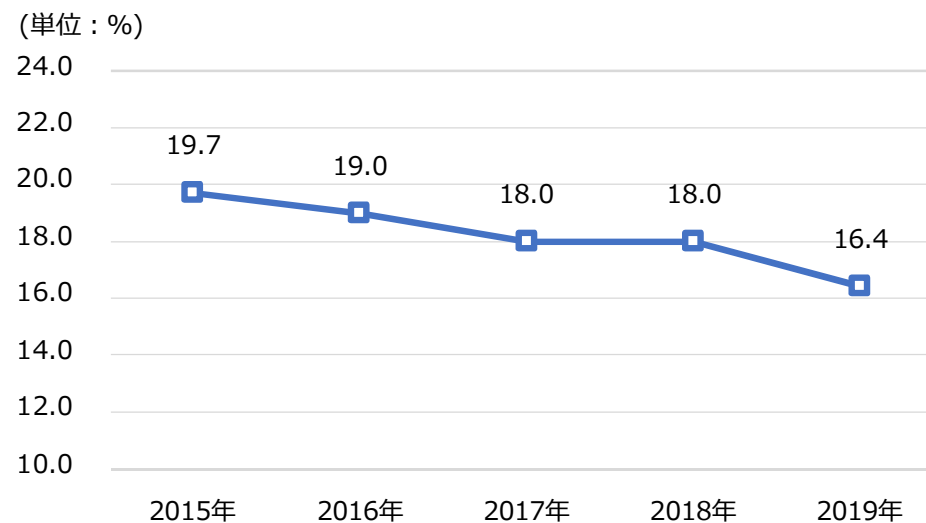


### ■宿泊者数及び宿泊者一人当たりの平均宿泊数の推移



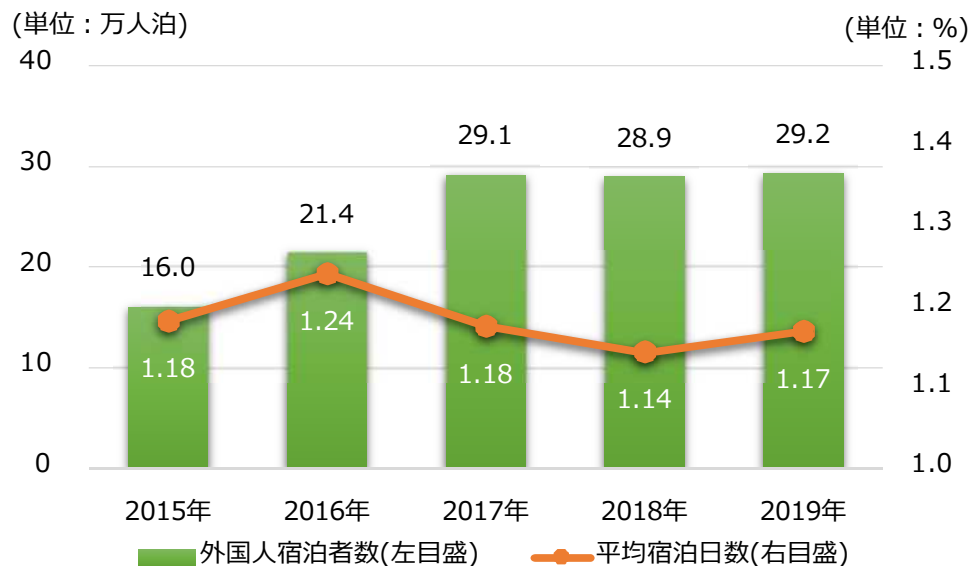
(出典) 観光庁「宿泊旅行統計」

### ■宿泊者数のうち県内在住者の割合



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計」

### ■外国人宿泊者数及び外国人宿泊者一人当たりの平均宿泊数の推移



(出典) 観光庁「宿泊旅行統計」

### ■本県の外国人宿泊者の国又は地域（従業者10人以上の施設）

2017年		2018年		2019年	
国籍	構成比	国籍	構成比	国籍	構成比
台湾	48.3%	台湾	46.1%	台湾	42.7%
香港	9.4%	中国	11.8%	中国	13.7%
中国	9.1%	香港	9.8%	香港	9.5%
タイ	6.1%	タイ	6.8%	タイ	7.2%
アメリカ	4.4%	韓国	5.0%	アメリカ	4.3%

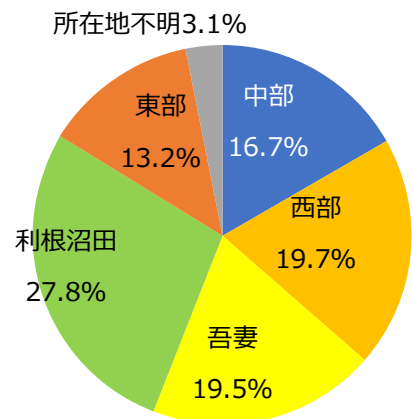
(出典) 観光庁「宿泊旅行統計」

# 観光関連事業者アンケート結果

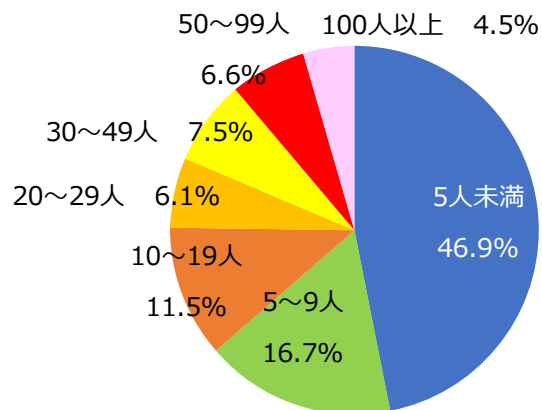
## 観光関連事業者アンケート 概要

- 実施者及び実施次期：群馬県 令和2年6月～7月
- 実施目的：計画策定の資料とし、かつ、今後の観光振興施策の検討に活用するため
- 調査対象：県内観光関連事業者 1,612者
- 回答数：819者（回答率：50.8%） ※回答者の内訳・・・宿泊施設53.0%、観光施設等43.2%、不明3.7%

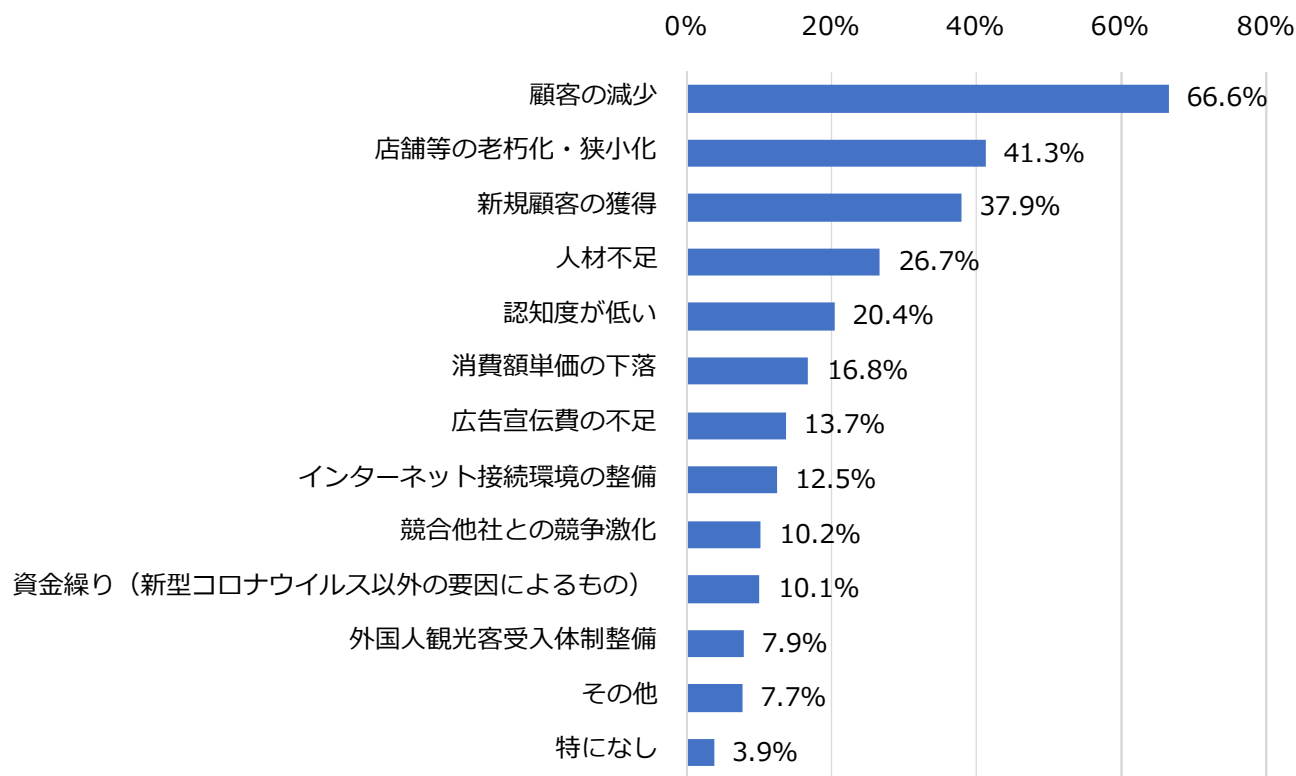
■回答施設の所在地（県内地域別）



■回答施設の従業員数

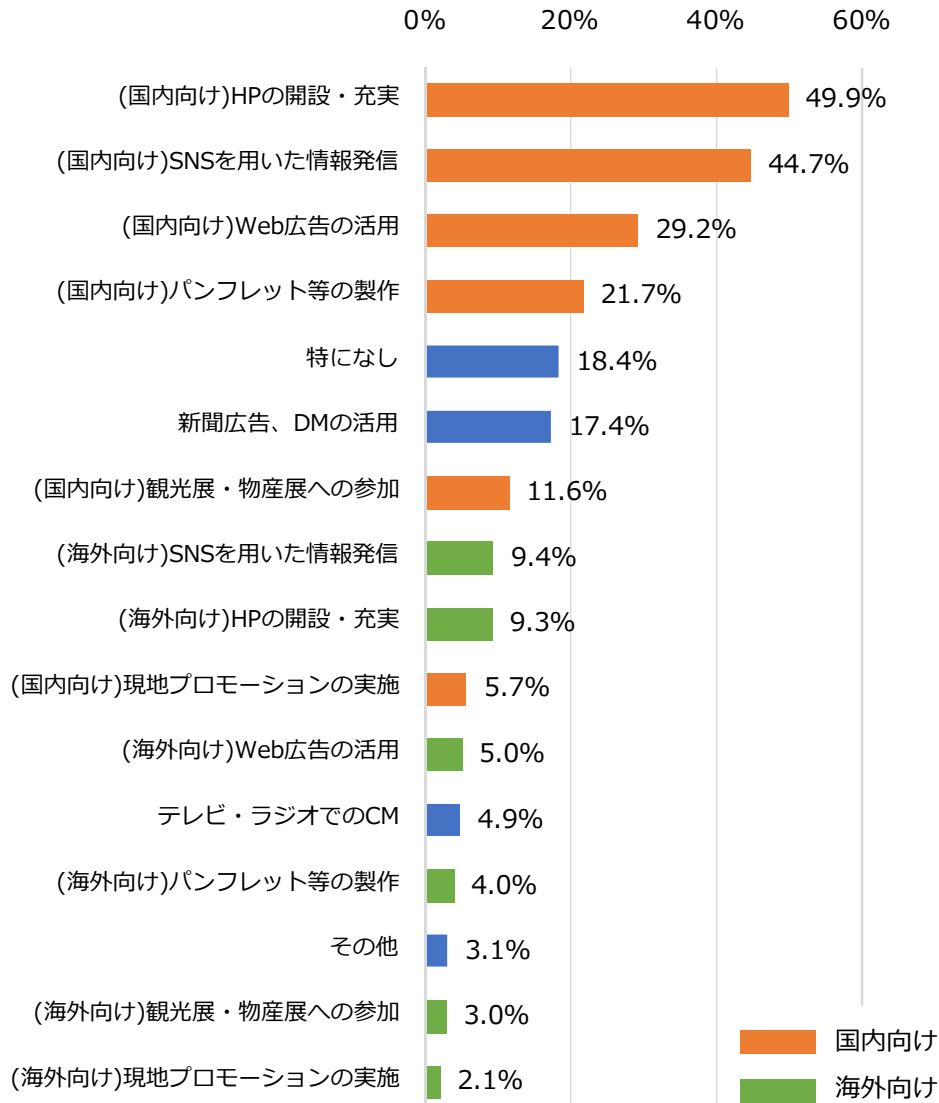


■営業面の課題・問題点

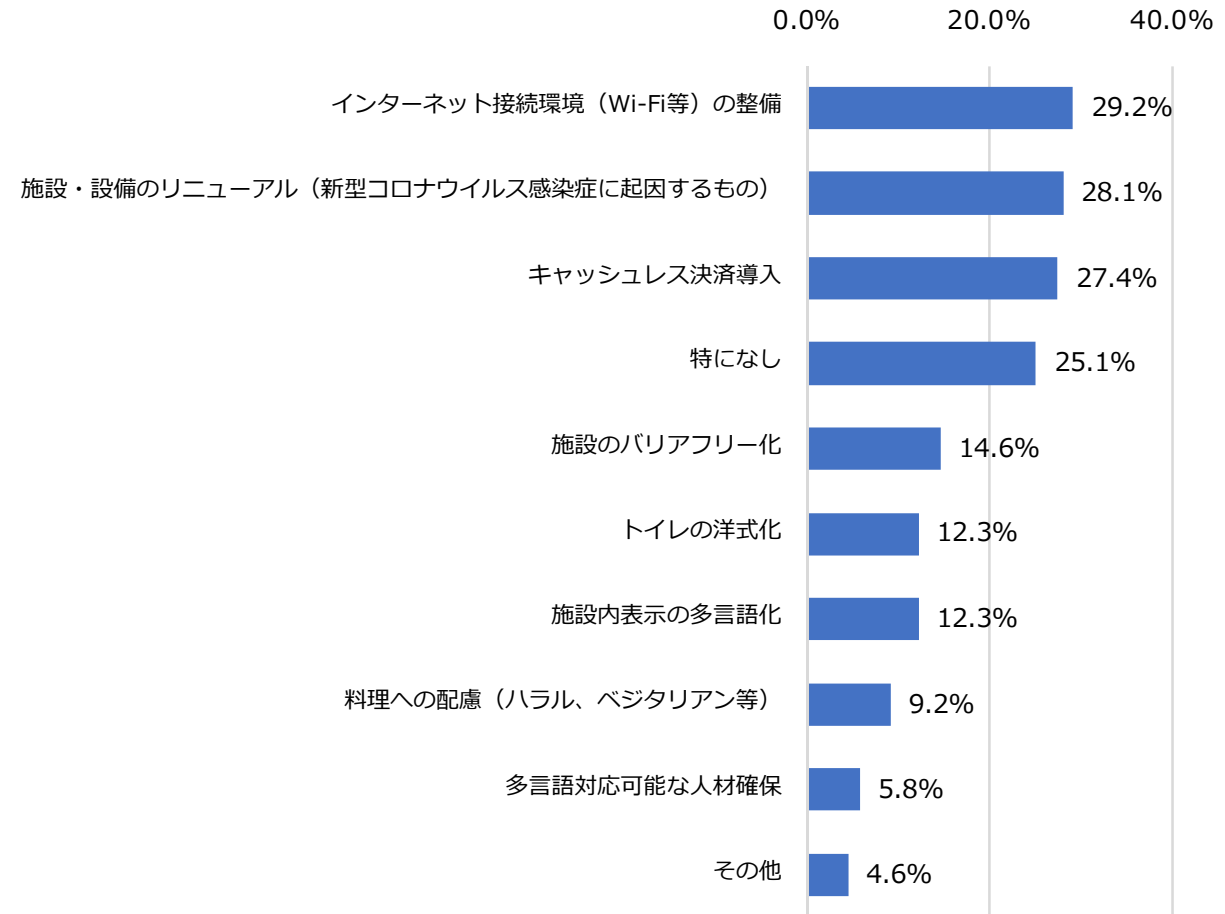


※新型コロナウイルス関係は8頁に掲載

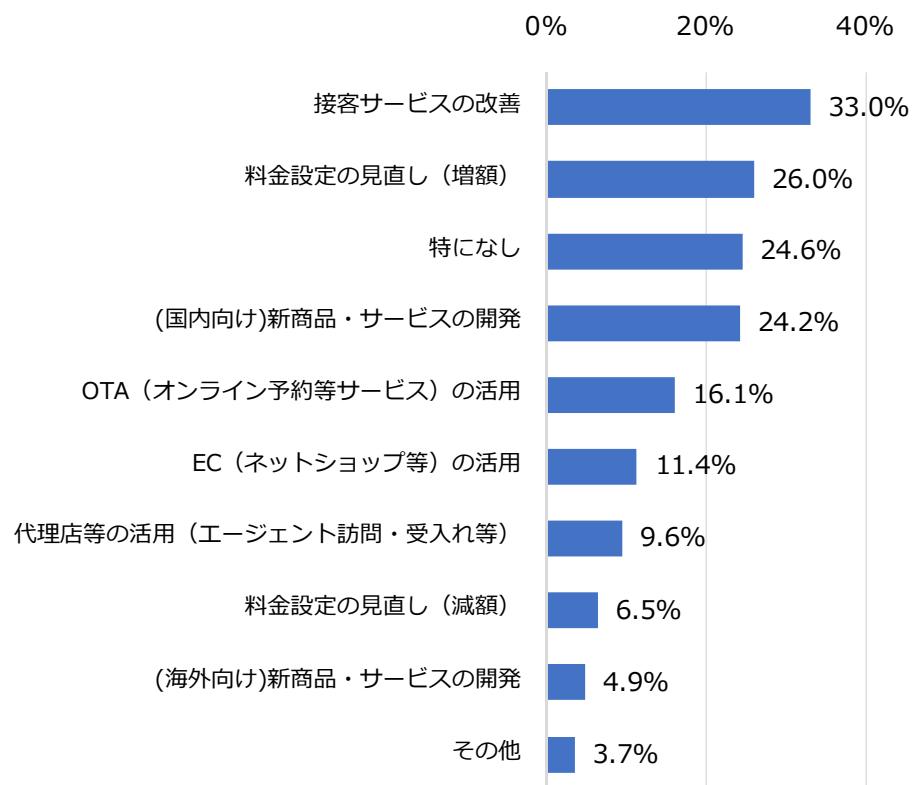
## ■ 今後実施予定の取組・PR（情報発信・広報）



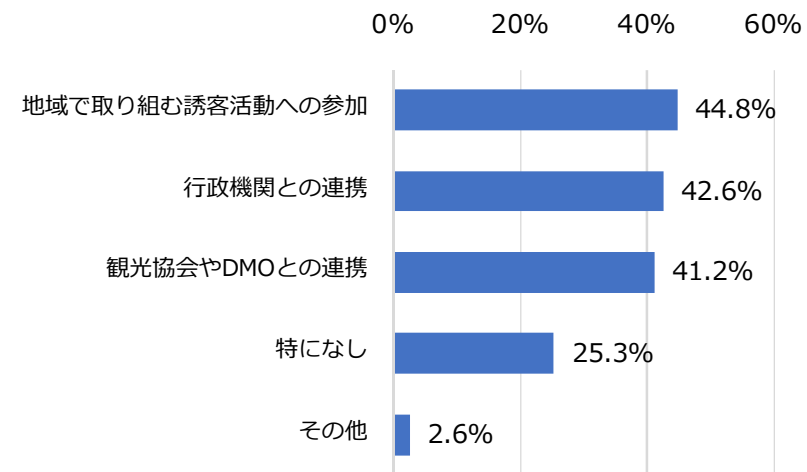
## ■ 今後実施予定の取組・PR（施設・環境整備）



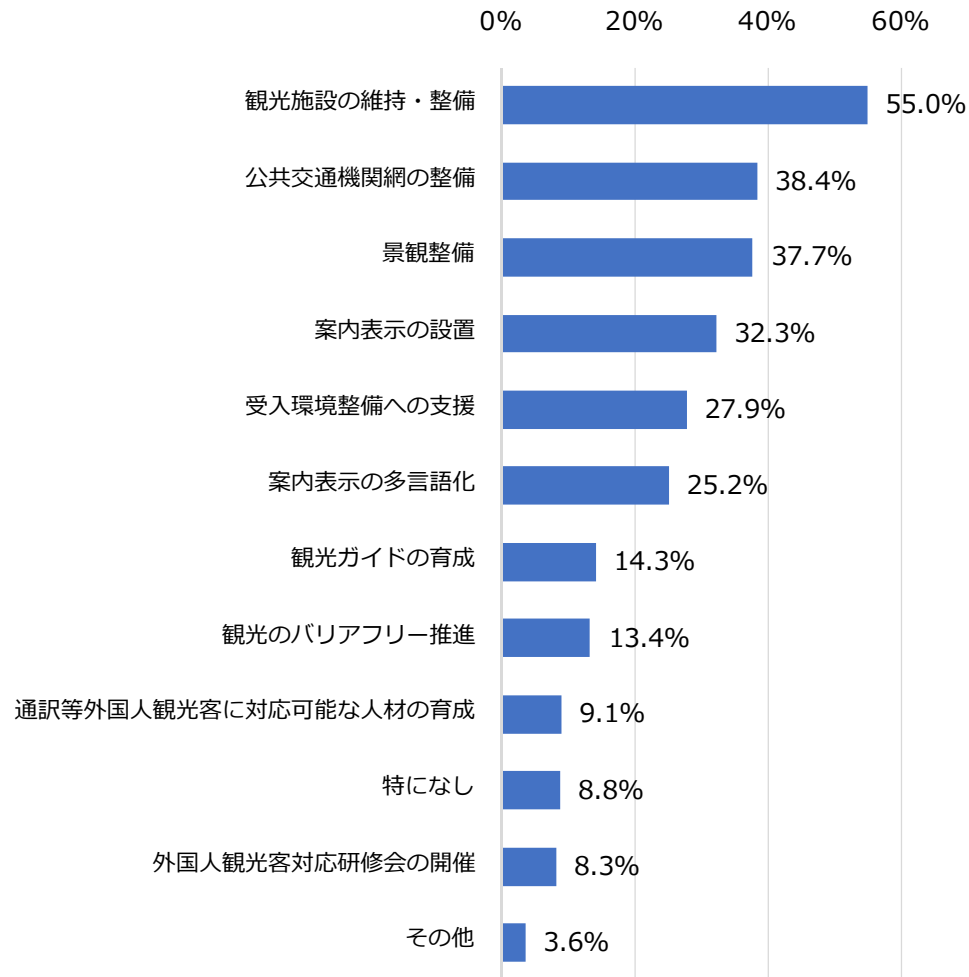
## ■ 今後実施予定の取組・PR（商品・サービス等）



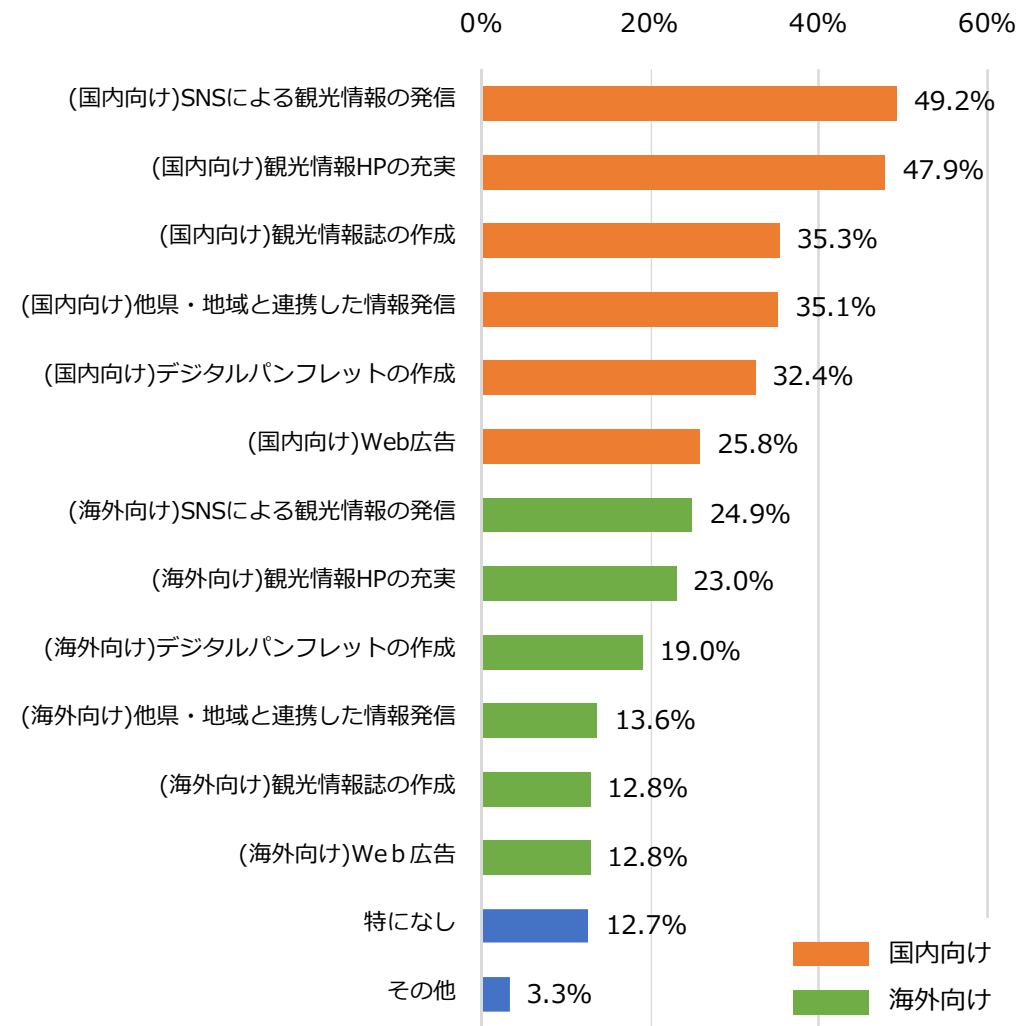
## ■ 今後実施予定の取組・PR（ほか）



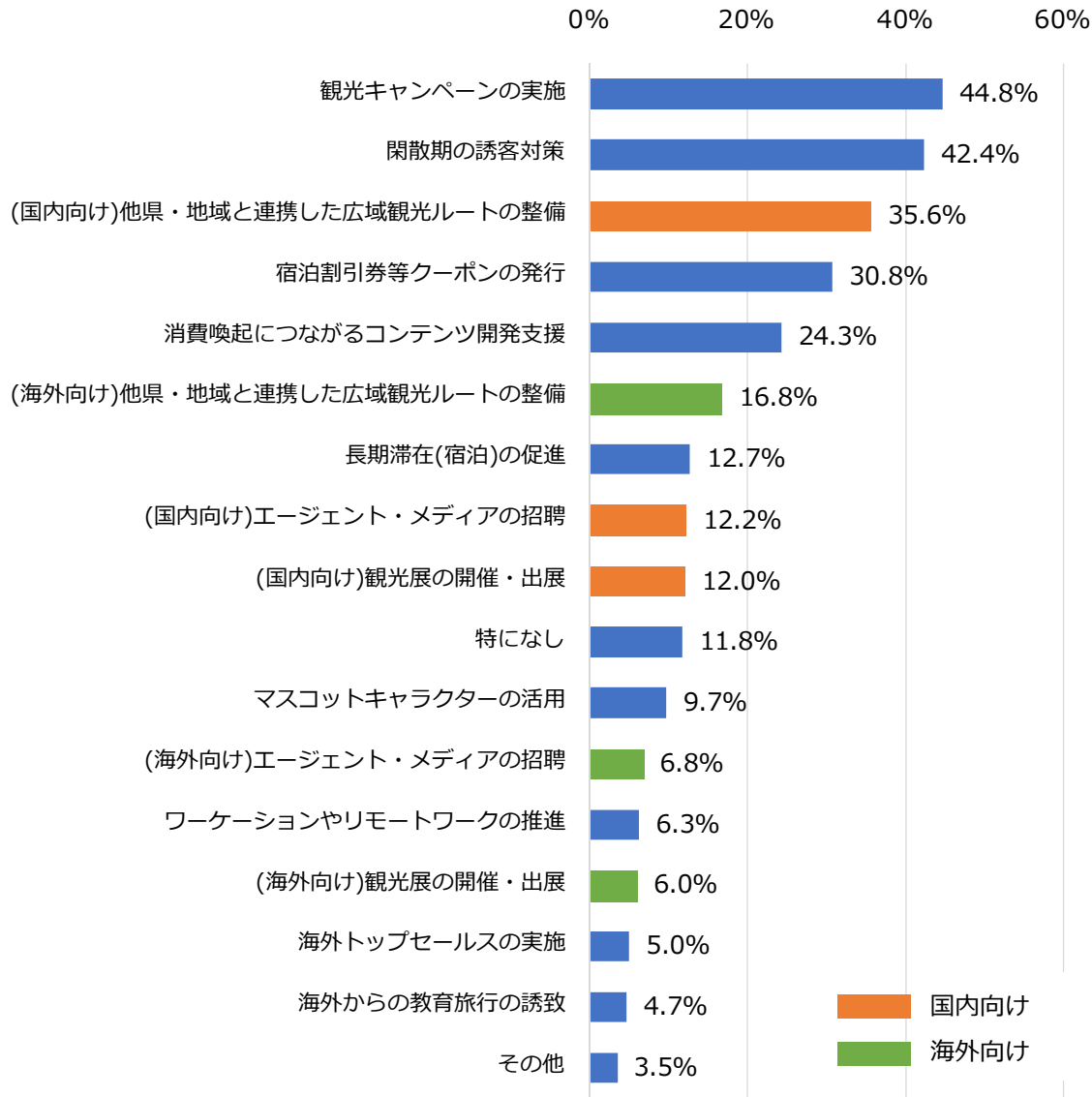
## ■行政が取り組む必要がある観光振興事業（受入環境整備）



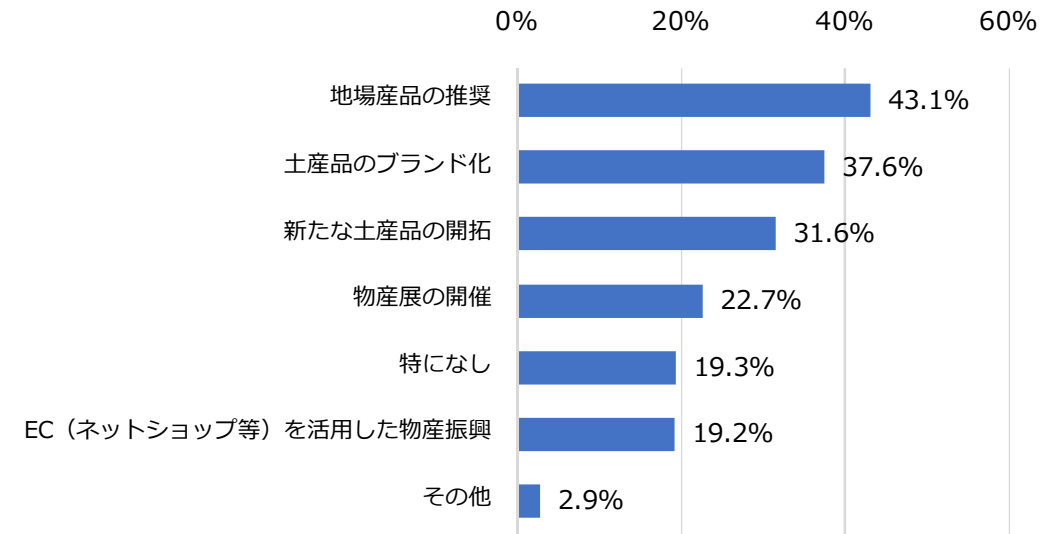
## ■行政が取り組む必要がある観光振興事業（情報発信）



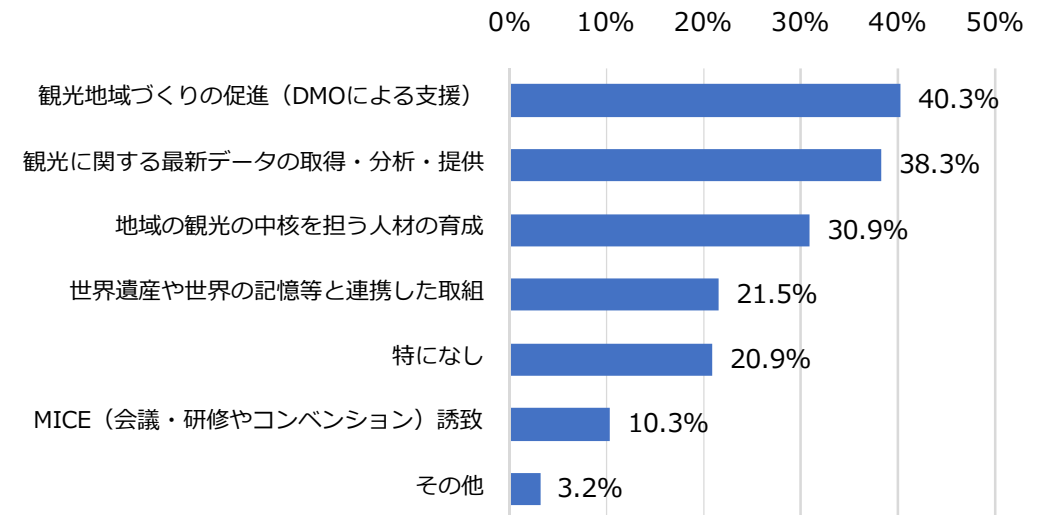
## ■行政が取り組む必要がある観光振興事業（誘客対策・プロモーション）



## ■行政が取り組む必要がある観光振興事業（物産振興）



## ■行政が取り組む必要がある観光振興事業（ほか）



## 群馬よいとこ観光振興条例（平成26年3月28日条例第34号）

「草津よいとこ一度はおいで」「上州ナー 上州よいとこ温泉（いでゆ）の名所」そして「いい湯だな」と唄（うた）われてきました。

群馬は「温泉県」です。草津、伊香保、水上、四万、万座をはじめ、百箇所を超える温泉地が、豊富な湧（ゆう）出量と上質な泉質を誇ります。

群馬は「野菜王国」です。標高差と恵まれた気候条件を生かし、多様な農畜産物が生産され、最上級の「すき焼き」の素材が全て県内産でそろいます。

群馬は「自然豊かな県」です。赤城、榛名、妙義の上毛（じょうもう）三山（さんざん）をはじめとした雄大な山々、遙かな尾瀬・野鳥の楽園渡良瀬遊水地の湿原がいざなうとともに、首都圏の生命の源である利根川が流れます。

群馬は「絹の里」です。お蚕様を大切にすることで郷土芸能が生まれ、日本の近代化に貢献した「富岡製糸場」や様々な絹遺産が語りかけてきます。

群馬県の形は、律令制のもと上毛野国（かみつげのくに）の時代から「つる舞う形」でした。

群馬は「交通の要衝」です。古代、道としての東山道（とうさんどう）は上野国（こうずけのくに）新田郡で陸奥と武蔵へ分かれ、江戸期には、中山道（なかせんどう）から三国（みくに）街道、日光例幣使街道等が分岐していました。どの時代でも主要な街道が通り、行き交う人々の賑わいを見せてきました。現在も高速道は関越道と上信越道、北関東道が十字軸を形成し、鉄道は高崎が上越、長野新幹線の結節点となっています。

群馬の風土は義理と人情、至誠を重んじる県民性を育みました。

夏の雷に驚き、冬のからっ風に凍える旅人や湯治客を、上州の旅籠屋（はたごや）や温泉宿は思いやりと真心でもてなしてきました。

こうした資産や伝統が「観光県群馬」の礎であります。

今日、観光の概念が大きく広がり変わろうとしています。

従前の、見聞を深める、温泉で安らぐ、食を楽しむ等の旅行から、滞在し、ゆったりとした時間を楽しむ、心の豊かさを求める方向に向っています。また、ビジネスやスポーツのための旅行も観光と捉える時代となりました。

こうした状況に適切に対処し、訪れやすい観光地、魅力あるまちづくり、人材の育成を進め、人々の交流を盛んにし、観光振興を通じ経済を発展させ、県民生活と地域社会を豊かで活力に満ちたものとしていかなければなりません。

天与の恵みである温泉、豊富な農畜産物、素晴らしい自然と文化、それら群馬県に与えられた輝くものを、県民が見つめ直し磨き上げ、愛情と誇りを持って「群馬はよいとこです」と発信することが重要です。そのためには、観光に携わる事業者や団体のみならず、企業、大学、そして行政等を含む全ての県民が力を合わせ、観光振興に取り組む必要があります。

ここに観光についての施策を総合的に計画的に展開して、群馬県の観光を、県民にとっても訪れる人にとっても、あたたかく安らぎのあるものとするため、この条例を制定します。

（目的）

第一条 この条例は、本県の観光振興に関する基本理念を定め、県の責務等を明らかにするとともに、観光振興に関する施策の基本となる事項を定め、県民総参加による本県の強みを生かした観光振興を推進し、もって県民生活の向上及び県民が誇れる地域社会の実現に寄与することを目的とする。

（定義）

第二条 この条例において、次の各号に掲げる用語の意義は、当該各号に定めるところによる。

- 一 観光事業者 旅行業者、宿泊業者、飲食業者、交通事業者、物販業者その他の観光に係る事業を営む者をいう。
- 二 観光関係団体 観光事業者及び行政機関で構成する団体その他の観光に係る活動を行う団体をいう。
- 三 県民等 県民、観光事業者、観光関係団体その他の地域社会を構成する者をいう。

（基本理念）

第三条 本県の観光振興は、次に掲げる事項を基本として行われなければならない。

- 一 観光振興に関する地域における主体的な取組を尊重するとともに、県民が地域の魅力を再発見し、誇りと愛着を感じることでできる地域社会を形成するため、県、市町村、県民等が一体となって取り組むこと。
- 二 豊かな自然、温泉、歴史、文化、食、産業等の本県の魅力を再認識し、誇りを持つとともに、観光資源として有効な活用を図ること。

三 観光産業は幅広い分野の産業に波及効果があり、観光振興が地域経済の活性化、雇用機会の増大をもたらし、活力に満ちた地域社会の実現に寄与するものであること。

四 首都圏に位置するという地理的条件、高速交通網が整備される等交通拠点としての特性が最大限発揮されること。

五 従来の観光の概念にとらわれず、多様化する観光需要を的確にとらえ、対応すること。

(県の責務)

第四条 県は、前条に定める基本理念にのっとり、観光に関する情報の収集及び整理に努めるとともに、観光振興に関する施策を総合的に策定し、実施する責務を有する。

2 県は、市町村及び県民等が自主的にかつ相互に連携して、観光振興に関する取組を行うことができるよう、必要な調整及び支援を行うものとする。

(県民の役割)

第五条 県民は、旅行者を温かく迎えるよう努めるとともに、地域の観光資源を活用した魅力ある観光地づくりに積極的な役割を果たすよう努めるものとする。

2 県民は、県が実施する観光振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(観光事業者の役割)

第六条 観光事業者は、その事業活動を通じ、旅行者が満足できるサービスの提供及び安全で安心な旅行ができる環境の整備等旅行者の満足度の向上に努めるものとする。

2 観光事業者は、県が実施する観光振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(観光関係団体の役割)

第七条 観光関係団体は、観光事業者間の連携の促進を図りつつ、観光に関する情報の発信、旅行者の受入体制の整備その他の観光振興に関する取組を行うよう努めるものとする。

2 観光関係団体は、県が実施する観光振興に関する施策に協力するよう努めるものとする。

(国等との連携)

第八条 県は、観光振興に関する施策の推進に当たっては、観光資源の有効な活用、国内外からの旅行者の来訪の促進等を図るため、国及び他の地方公共団体との連携を図るものとする。

(大学等との連携)

第九条 県は、観光振興に関する施策の策定及び人材の育成等を推進するに当たっては、観光に関連する研究又は教育を行う大学、専門学校その他の研究教育機関との連携を図るものとする。

(魅力ある観光地の形成等)

第十条 県は、観光資源の発掘と磨き上げ及び活用等に必要な施策を講ずることにより、地域の特性を生かした魅力ある観光地の形成を図るものとする。

2 県は、新たな観光地又は観光需要を創出するため、豊かな自然を生かしたスポーツの振興、フィルムコミッションの活動等に対する支援を講ずるものとする。

(観光情報の発信)

第十一条 県は、全国的に知名度の高い温泉等の観光素材を核とし、各地域の自然、歴史、文化、食、産業等も生かしながら、本県の観光地としてのイメージを確立するために必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、様々な機会に、広報誌、インターネット、本県ゆかりの人材等を活用して、重点的かつ効果的に本県の魅力、地域の観光資源その他の観光情報を発信するものとする。

(人材の育成)

第十二条 県は、観光地づくりのリーダー、観光ボランティア等の観光振興に寄与する人材の育成を図るため、観光事業に従事する者及び観光振興に意欲を有する者の知識及び能力の向上等必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、県民が地域についての理解と関心を深めることができるよう、地域の自然、歴史、文化、食、産業等を学び、新たな魅力を発見するための機会の提供等の施策を講ずるものとする。

(外国人旅行者の来訪促進)

第十三条 県は、外国人旅行者の来訪の促進を図るため、国と連携しつつ、海外における観光需要並びに国及び地域別の旅行形態等の特性を踏まえた広報宣伝の実施、外国人旅行者の受入れ体制の整備等の施策を講ずるものとする。



(良好な景観の保全等)

第十四条 県は、県内の観光地における良好な景観及び環境の保全と適切な活用を図るため、県民等が行う良好な景観及び環境の保全に関する活動並びに美化活動に関する取組に対する支援等の施策を講ずるものとする。

(観光振興のための基盤整備)

第十五条 県は、観光に関する施設及び道路の整備、二次交通をはじめとした交通機能の充実等観光振興のための基盤整備を図るものとする。

2 県は、観光振興のための基盤整備を図るに当たっては、高齢者、障害者及び外国人をはじめ、すべての旅行者が安全に、安心して、快適に観光を楽しむことができるよう配慮するものとする。

(新しい観光分野への対応等)

第十六条 県は、グリーンツーリズム、スポーツツーリズム、産業観光、医療と連携した観光等本県の豊かで多様な観光資源を生かした新しい観光分野の開発及び普及に必要な施策を講ずるものとする。

2 県は、各種会議、展示会、スポーツ競技会、研修・視察旅行等の県内での開催を増加させるため、誘致の促進等必要な施策を講ずるものとする

(基本計画)

第十七条 知事は、観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、観光振興に関する総合的な目標及び施策に関する基本的な計画（以下「基本計画」という。）を定めるものとする。

2 知事は、基本計画を定めるに当たっては、観光審議会に諮問するとともに、市町村及び県民等の意見が反映されるよう必要な措置を講ずるものとする。

3 知事は、基本計画を定めたときは、遅滞なく、これを公表しなければならない。

4 前二項の規定は、基本計画の変更について準用する。

5 知事は、毎年度、基本計画の実施状況を検証し、議会に報告するとともに、公表しなければならない。

(推進体制の整備等)

第十八条 県は、観光振興に関する施策を推進するための体制を整備するとともに、必要な財政上の措置を講ずるものとする。

## 策定経過

### 令和元年12月

- 令和元年度第2回群馬県観光審議会において次期計画策定を諮問

### 令和2年3月

- 令和元年度第3回群馬県観光審議会において次期計画策定の方向性を審議

### 令和2年6月～7月

- 観光関連事業者（1,612者）へのアンケート
- 観光関連団体（159者）への意見聴取（第1回）

### 令和2年10月

- 令和2年度第1回群馬県観光審議会において計画骨子の審議
- ウィズコロナ時代の観光のあり方検討会構成員から意見聴取（第1回）

### 令和3年1月～2月

- 令和2年度第2回群馬県観光審議会において計画原案の審議
- 庁内関係課への意見照会
- 観光関連団体への意見聴取（第2回）
- パブリックコメント
- ウィズコロナ時代の観光のあり方検討会構成員から意見聴取（第2回）

### 令和3年3月

- 令和2年度第3回群馬県観光審議会において計画案の審議及び答申

### 令和3年3月末

- 策定・公表

※一部予定

## 群馬県観光審議会 委員名簿

氏名	所属・職名
阿部 純子	観光果樹園と農家カフェ経営 若手女性農業者組織「TNしありー's」メンバー
市川 捷次	(公財)群馬県観光物産国際協会 理事長
岡村 興太郎	(一社)群馬県温泉協会 会長
木村 法雄	東日本旅客鉄道株式会社 執行役員 高崎支社長
竹村 潤一	株式会社JTB 群馬支店 観光開発プロデューサー
田辺 友洋	じゃらんリサーチセンター 東日本グループ グループマネージャー
田村 早代	四万たむら 女将 四万グランドホテル 女将
塚越 左知子	株式会社塚越屋 代表取締役社長
星野 麻実	NPO法人キッズバレイ 理事長
南 賢二	立正大学経済学部特任教授
簗輪 欣房	育英大学教育学部児童教育専攻 教員
矢口 正子	株式会社交通新聞社「ジパング倶楽部」編集長
吉澤 あゆみ	一般社団法人富岡市観光協会 女性委員会 委員 カフェ・ドローム経営
吉田 昌弘	群馬県達磨製造協同組合 理事長 吉田だるま店株式会社 代表取締役
福富 茂	日本政府観光局 地域連携部 地域プロモーション連携室長