

群馬県観光振興計画（原案）に関する意見概要、意見に対する考え方及び修正した箇所

No.	意見に係る計画 (原案)該当ページ	提出意見概要	意見内容	意見に対する考え方	意見の採択により修正箇所の有無	意見の採択により修正した箇所	
						修正前	修正後
1	-	具体的施策について	<ul style="list-style-type: none"> <li>群馬県は車移動での観光が多いが、高齢の方にとっては運転して現地まで行くのも辛い。</li> <li>宿からの観光も遠いとなれば色々と考えてしまう。</li> <li>車を有していない方に対し、1日運転手付きのレンタカーフリープランやレンタカーツアーなどはどうか。</li> <li>(宣伝文句として) 車を持っていない人に対し、車の年間維持費と比較して、運転手付きのプランが魅力的であることを宣伝してみてもどうか。</li> </ul>	公共交通による主要観光地への移動に係る利便性が低いことは群馬県の課題であり、当計画においても、デジタル技術を活用した二次交通対策等を施策に掲げております。 また、ご提案いただいたレンタカーを活用したツアー造成について、今後の具体的な施策検討の参考とさせていただきます。	無		
2	-	具体的施策について	<ul style="list-style-type: none"> <li>「1泊だと疲れてしまうので連泊したい」「ここは朝早く行かないと混んでしまうので前泊したい」というような観光スポットがあるとよい。</li> <li>群馬県は温泉や滝など、癒しスポットなどで疲れない。だから一泊で充分みたいなのがあるのではないか。</li> </ul>	長期滞在を進めるには、旅行中に楽しむことができる観光施設やコンテンツの充実が必要であることから、当計画では、魅力的なコンテンツの創出に取り組んでまいります。	無		
3	13	宿泊旅行平均回数について	日本の人口減少を背景としてインバウンドを重視するのは当然であるが、日本人国内旅行者の宿泊旅行平均回数を見ると、20代の男女の差が大きい。日本人国内旅行者20代男性の旅行促進についても課題として捉えてはどうか。	情報に敏感で発信力も高い若年層の誘客は、リゾートの聖地としての群馬県の認知度向上に不可欠であることから、ニーズを捉えたコンテンツの造成や、効果的な情報発信により、男性を含む若年層の旅行需要喚起につなげられるよう、施策を進めてまいります。	無		
4	17	現地消費額について	じゃらんリサーチの宿泊旅行1回あたりの消費額で、本文では交通費が全国、関東と比べ低い（5～6千円）との記載があるが、現地消費の差（9千円）の方が大きいにもかかわらず対応策の検討が弱い。踏み込んだ検討をお願いしたい。	現地消費額が全国と比較して低いことは群馬県の弱みであり、現地消費額についても増加させていくことが、当計画のKPIである旅行消費額単価の向上に不可欠です。 そのため、長期滞在化と高付加価値化の推進により、県内旅行1回当たりの旅行消費額の向上に取り組んでまいります。	無		
5	18,32	群馬県の観光の現状（インバウンド）	東京、大阪、京都など構成比が高い都道府県はかなり前からコロナに関係なくインバウンドを強化し、時間をかけて受入体制を整備してきた結果の現況である。コロナ後インバウンドが復活してきたから意向調査し整備始めるのでは遅く、今後、時間がかかるので自信を持って呼び込めるのはかなり先になると思うが、外国人も安心して滞在できるラグジュアリーホテルの誘致もお願いしたい。群馬県内には1件もないのでホテルが完成するのは数年先になるが、インバウンド目的だけではなく、MICE目線でも大宴会場を有するラグジュアリーホテル（外国人に名前が通じる）を必ず実現してほしい。	ラグジュアリーホテルの誘致効果として、外国人旅行者や富裕層、ビジネス客の誘客促進が期待できるほか、地域の雇用や経済発展といった観光地全体の発展・向上にも繋がるものと考えます。当計画では、主要施策2「インバウンドの受入環境整備」において、ラグジュアリーホテルの誘致を推進してまいります。	無		
6	41	リゾートについて	長期滞在のための施設・環境が整備されていないことや、長期滞在につながる観光コンテンツ不足など、課題が挙げられているが、インバウンドにおける長期滞在は可能性があるとされる。インバウンドの誘客とリゾートの推進の一体感を積極的に打ち出すべきではないか。	当計画の理念を『G U N M A』を世界に誇るリゾートの聖地へ』としており、外国人旅行者に対し、受入環境の整備やコンテンツ創出に取り組むとともに、J N T O（日本政府観光局）や近隣県と連携した広域によるプロモーションについても取り組んでまいります。	無		
7	21	新しい旅行スタイルについて	新しい旅行スタイルについてP41などでガストロミーツーリズムが再三出てくるが、P21の本文に記載がない。また、全般的に理想論となっており、実際に観光に携わる方の姿が見えない。	ガストロミーツーリズムについて、御意見を踏まえ、計画の第1章に記載します。 ガストロミーツーリズムの推進については、他県ではオーベルジュ等の誘致による富裕層やインバウンド誘客に取り組んでいる事例があります。 今後、群馬県においても、食を活かした旅行スタイルの確立に向けて具体的な取組の検討を進めてまいります。	有	P21 群馬県の「強み」である観光資源は国内外に通用するものであることから、長期滞在化の流れを逃すことなく積極的に推し進めるとともに、新たな旅行スタイル（ユニバーサルツーリズムやベトツーリズム等）を推進することで旅行者の新市場を開拓していくことが必要です。そのための基盤やコンテンツ整備も不可欠となります。	P21 群馬県の「強み」である観光資源は国内外に通用するものであることから、長期滞在化の流れを逃すことなく積極的に推し進めるとともに、新たな旅行スタイル（ユニバーサルツーリズム、ベトツーリズム、ガストロミーツーリズム等）を推進することで旅行者の新市場を開拓していくことが必要です。そのための基盤やコンテンツ整備も不可欠となります。
8	22	交通拠点から観光地までのアクセス（二次交通）の向上について	群馬県「令和5年 観光関連事業者の現況と意向に関する調査」で二次交通の整備は、行政が積極的に取り組む必要がある回答で最も高い比率である。インバウンド誘客においては、重要な施策となるため重点課題と捉え、踏み込んだ対応をお願いしたい。	二次交通の整備は、外国人旅行者が目的地への移動をスムーズに行うため、ソフト・ハードの両面から取り組むべき課題の一つであると考えます。当計画では、主要施策2「インバウンドの受入環境整備」において、外国人旅行者がストレスフリーで旅行を楽しめるよう、二次交通対策を含めた環境整備を進めてまいります。	無		
9	23	法定外目的税について	観光は成長産業であり、波及効果もあるが、行政側に特定財源がない。そこで、法定外目的税制度を確立してほしい。	宿泊税といった法定外目的税制度については、国や他都道府県でも議論があがっており、今後、その検討が一層進むものと思われます。群馬県としても、国等の動向を注視しつつ、制度内容について調査・研究に努めてまいります。	無		
10	23,46	民間企業との連携について	国も観光を成長産業としており、多くの異業種からの参入がある。群馬でも不動産業のオープンハウスがみなかみ町の観光再生支援をしている。このような動きを取り込むことが大切であるが取組み事例として記載がない。	当計画の策定にあたっては、市町村における官民連携や行政主導の積極的な投資の事例も参考にしつつ、群馬県として、観光基盤の整備の推進と、それを呼び水とする民間投資の促進を掲げ、その実現に向けて各種施策を推進してまいります。	無		

群馬県観光振興計画（原案）に関する意見概要、意見に対する考え方及び修正した箇所

No.	意見に係る計画 (原案)該当ページ	提出意見概要	意見内容	意見に対する考え方	意見の採択により修正箇所の有無	意見の採択により修正した箇所	
						修正前	修正後
11	27	観光地域づくりの担い手となる関係人口の創出について	P27の課題「観光地域づくりの担い手となる関係人口の創出を推進する必要がある。」が基本戦略Ⅲに關係付けられているが、Ⅲのプロモーションよりは持続的に振興を図る必要性があるものであるので、Ⅰの地域づくりのための基盤整備に置いた方が自然ではないか。	基本戦略Ⅲにおいては、観光施策の発展的なねらいとして、関係人口の増加や移住・定住を促進するという施策を掲載しています。 施策の意図がわかりやすくなるよう「観光地域づくりの担い手」の文言を、「交流人口の増加を契機として」に修正いたします。	有	P27、P34 観光地域づくりの担い手となる関係人口の創出を推進する必要がある	P27、P34 交流人口の増加を契機として、関係人口の創出を推進する必要がある
12	27	現状・課題について	「食や物産のブランド力が弱い」ことを課題としてあげているが、現状でも県の観光担当以外の部署において観光へ結びつく取組を行っている(ぐんまブランド推進課等)と思う。P33、P42の「群馬ブランド創出・育成」で触れられているが、現状でも十分に連携が図れており現状どおり進めていくのか、あるいは新たな取組を行うなど連携強化を図っていくのか。	群馬ブランドの創出及び育成については、これまでも担当部局と連携して取り組んでまいりましたが、デジタルを活用した物産振興や有機農産品の活用、ガストロミーツーリズムの推進等、新たな取組についても、引き続き連携しながら取り組んでまいります。	無		
13	32	地域住民の観光への参加について	P32戦略Ⅰ 持続可能な観光地域づくりのための基盤整備、4 観光人材の育成・確保について、既存従事者、移住等について触れられているが、地域で農業や製造業に携わっている方の中なかでも体験学習ができたり、地元案内ができる方もいる。観光業も人手不足の状況であり、観光以外からの担い手を増やすためには、「地域で観光に携わる者の育成」も必要ではないか。	観光産業においても人手不足が問題となっており、当計画においても観光人材の育成・確保を施策に掲げております。 地域で観光に携わる者を育成し、その数を増やしていくためには、地域の観光産業を牽引する中核人材が必要不可欠であることから、中核人材を育成するための施策に取り組んでまいります。	無		
14	21, 33, 42	群馬県の観光の課題・達成指標と基本戦略・実施に向けた具体的施策について	観光地点パラメーター調査による「群馬県に訪れた観光客の主な観光目的」に「買い物・美味しいものを食べる」割合が高く、「訪日外国人が滞在中の行動において訪日前に期待していたこと」についても、「日本食を食べること・ショッピング」の割合が圧倒的に高い。 達成指標と基本戦略・実施に向けた具体的施策の中でも「■食や物産のブランド力が弱い」課題に対して、「■食や物産の群馬ブランド化の推進」「■農業体験や有機農産品を使用した食の提供」「■地産地消の促進」「■リアルとデジタルの双方による販売促進」の戦略が記載されているが、「■主要施策7 群馬ブランド創出・育成（食・物産）」の中でも、オンラインイベント等による販売促進以外に具体的な販売増強策（店舗・物産紹介）など直接消費に繋げるためのシステムづくりが書かれていない。	インバウンドを始め、食事や買い物旅行の目的とする方の割合が高いことから、群馬県の「食」や「物産」の魅力向上が重要であると考えております。 直接消費に繋げるためのシステム等について、「食」や「物産」の魅力を高め、ブランド力を向上させるとともに、データに基づく戦略的なプロモーションにより販売促進を図ってまいります。	無		
15	33, 42	消費単価向上策について	群馬県は現地消費単価が低いとのことであるが、向上のための具体的な施策が記載されていない。群馬県優良県産品制度が記載されているが、効果はあるのか。農業、スポーツ、織物業などいままでも観光と関係が薄い分野との連携や県産品をPRする施策などが必要ではないか。	長期滞在化及び高付加価値化を推進することにより、旅行消費額単価の向上を図ってまいります。また、群馬県優良県産品制度についても、加工食品や民・工芸品などの県産品の普及と品質向上を推進する制度であるため、当制度が県産品の消費額向上、ひいては、旅行消費額単価の向上に資するものであると考えます。 他分野との連携について、様々なニーズに対応した魅力あるコンテンツを創出するため、観光と関係の薄い分野についても連携を図りながら取り組んでまいります。	無		
16	36	スマート観光の推進について	現在、国や他地域で進められているスマート観光について、ほとんど触れられていないが、GunMaaSを県は推進しており、二次交通に苦慮されていると記載があるので、検討を要するのではないか。	当計画では、GunMaaS等のデジタル技術を活用した公共交通機関による移動の効率化等を推進し、二次交通対策を講じてまいります。	無		
17	37	インバウンドについて	P9の令和4年訪日外客表を見ると、1位韓国・2位中国・3位台湾となっているが、群馬県のターゲットはこの国なのか具体的に挙げた方がいいのではないか。	当計画では、群馬県を訪れる外国人旅行者の滞在の長期化、観光消費の拡大に向け、滞在日数が長く、滞在中の支出額が高い欧米豪地域や訪日リピーター率の高いアジア地域を主なターゲットとしたいと考えています。また、具体的なターゲット国については、本計画に定めるのではなく、旅行のトレンド、国際情勢等を勘案して、柔軟に対応してまいります。 御意見を踏まえ、こうした方針を当計画へ反映いたします。	有	P44 インバウンドのターゲットとする国や客層に対し、群馬県への誘客に結びつく情報内容・発信手法による効果的なプロモーションを実施し、県内における長期滞在と消費額の増加を促進します。	P44 インバウンドにおいては、滞在の長期化や観光消費の拡大が期待できる欧米豪や訪日リピーター率の高いアジア圏をターゲット市場とし、各市場特性に応じた情報内容・発信手法による効果的なプロモーションを実施し、県内における長期滞在と消費額の増加を促進します。
18	40	「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産の登録を推進について	登録推進については、民間事業者（宿泊・交通・観光団体等）との連携強化が必要ではないか。リトリートの推進にも同様のことが言えるが、更なる「県民運動」の巻き起こしが必要である。	「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録に向けては、温泉地をはじめ県民・国民による登録運動の盛り上がりが必要で、温泉地で働く人々に誇りと希望を持ってもらい、温泉地を盛り上げるためにも、今後さらに、関係者との連携を強化して取り組んでまいります。 また、リトリートの推進についても、「リトリート」の普及・定着を図る必要があることから、民間事業者との連携強化のほか、リトリートのターゲット層に応じたプロモーションにより、その認知度の向上に努めてまいります。	無		
19	41	群馬ブランドとしての確立について	観光地における地産地消の広がりによる持続可能な観光地域づくりは、地域が一体となる必要がある。リトリートの推進についても、温泉地及び周辺観光地が一体となりイメージの定着を図るべきと考える。	リトリートの推進においては、イメージの定着を図る必要から、温泉地や周辺観光地と連携していく必要があります。 地域が一体となった取組を進められるよう、関係者・関係機関と連携しながら施策を推進してまいります。	無		

群馬県観光振興計画（原案）に関する意見概要、意見に対する考え方及び修正した箇所

No.	意見に係る計画 (原案)該当ページ	提出意見概要	意見内容	意見に対する考え方	意見の採択により修正箇所の有無	意見の採択により修正した箇所	
						修正前	修正後
20	43	主要施策 8 データマーケティングについて	データを活用したマーケティング体制の強化について、県域団体に中核人材を配置して地域へ施策提案し、地域を支援と記載されている。 施策提案だけで、脆弱な地域団体が県が求める施策を実施できるのか。 地域団体のDX人材の育成や県域団体と地域団体が連携したマーケティング戦略など具体的な支援まで踏み込まないと、県が求める計画を達成させるのは厳しいのではないかと。	持続可能な観光地域づくりには、地域一体で主体となって取り組んでいく必要があり、県域団体においては、観光DMP（データ・マネジメント・プラットフォーム）の活用等を通じて、地域観光の活性化の支援を行ってまいります。 また、主要施策 4 において中核人材を含む人材育成を掲げており、そうした取組を支援することも県域団体の重要な役割のひとつであると考えております。	無		
21	46	実現に向けた具体的施策について	MICE開催等による交流人口の増加、MICE開催を推進とあるが、MICE（特にConvention）は参加人数が多く、経済波及効果も高いが、主催者にとって群馬開催が魅力を感じるような状況になっていない。他都市にあるような助成制度などMICEの受入環境整備が必要である。	群馬県では、群馬県コンベンションビューローを設立・運営し、県内へのコンベンションの誘致・開催支援を推進しています。 また、都市部の展示商談会へ出展し、主催者に群馬県の魅力を直接PRしているほか、MICEリーフレットや専用ホームページで、県内のMICE関連情報を発信しています。 御意見をいただいた助成金制度については、「群馬のプラスワン応援事業費補助金」で、エクスカーション等のバス借上費用を助成しておりますが、その他の助成金制度も検討したいと考えています。	無		
22	-	草津温泉の知名度向上について	・群馬県の観光は第一に温泉。草津をはじめ、伊香保、水上と全国的にもトップクラス。 ・特に草津は温泉の魅力ランキングトップを持続している。 ・より知名度アップ、他県にある草津と間違えられるので、群馬草津と意識的に呼名を変更すればより群馬草津知名度がアップします。ぜひご検討をしてください。	群馬県の温泉地の知名度向上について、その呼称を工夫するといったプロモーションについては、いただいた御意見も参考とさせていただきます、戦略的に取り組んでまいります。	無		
23	-	インバウンドについて	・外国人宿泊数を増加する対策を真剣に検討すべき。	外国人旅行者の誘客は、今後の群馬県の観光振興にとって必要不可欠です。 これから更なる増加が見込まれるインバウンドに対し、日本の主要観光地から群馬県へ誘客を図るための戦略について、当計画に掲げる 3 つの基本戦略と 11 の主要施策に計画的に取り組み、外国人にとっても足を運びたい観光地としての魅力向上に取り組んでまいります。	無		
24	-	リゾートについて	・リゾートの聖地には課題が多い。スピードアップの対策を検討する。	当計画においては、リゾート聖地を実現するための道筋及び具体的な数値目標を設定し、各種施策を計画的に進めていくことで、リゾートの聖地の実現に向け取り組んでまいります。	無		
25	-	富岡製糸場の活用について	・世界遺産富岡製糸場を中心とした観光に結びつく取組を検討すべき。	富岡製糸場を始めとする歴史文化施設についても、群馬県の主要な観光コンテンツであることから、関係機関等と連携して、観光コンテンツの創出・磨き上げに取り組む、誘客促進を図ってまいります。	無		