群馬県観光振興計画

～「GUNMA」を世界に誇るリトリートの聖地へ～

２０２４～２０２７

群　馬　県

ごあいさつ

「GUNMA」を世界に誇るリトリートの聖地へ」

日本国内における観光を取り巻く社会情勢は、新型コロナウイルス感染症の影響から順調に回復している一方で、人口減少と少子高齢化により、将来的な日本人旅行者の減少及び消費額の低迷、それに起因する観光地の活力低下が懸念されています。また、近年は、物価高騰や労働力不足、デジタル技術の活用、急速に増加する外国人旅行者といった新たな変化への迅速かつ柔軟な対応も求められています。

このような課題に対応していくため、旅行の長期滞在化や高付加価値化等を推進することにより、旅行消費額を向上させ、観光産業の活性化につなげていく必要があります。これは、地域経済の振興や雇用の創出のみならず、地域資源や伝統文化の保全・継承、地域コミュニティの強化といった地域の持続可能性の向上につながることが期待されており、日本の成長戦略の柱としての重要な役割を担っています。

今回策定する「群馬県観光振興計画」では、その基本理念に「『GUNMA』を世界に誇るリトリートの聖地へ」を掲げました。「リトリート」とは、忙しい日常生活から離れ、心や身体を癒やす過ごし方であり、旅行の長期滞在化や高付加価値化を推進するものとなります。

群馬県は、東京から非常に近い位置にありながら、大都市圏にはない温泉、自然、食、伝統文化などの多くの魅力を有しているという「強み」を持っています。この「強み」を最大限に活用して、群馬県ならではの旅行スタイルであるリトリートを推進していくことは、群馬県の勝ち筋の１つであると考えています。

本計画では、基本理念を実現するための３つの柱(基本戦略)として「持続可能な観光地域づくりのための基盤整備」「国内外から選ばれるコンテンツの創出」「データに基づく戦略的プロモーション」を設定しました。
この基本戦略を着実に推進することにより、観光産業の活性化を図るとともに、再び訪れたいと思っていただけるような満足度の高い持続可能な観光地域の実現を目指してまいります。

令和６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　群馬県観光の現状と課題　・・・・・・・・・・・・・・・・・5

第２章　目指すべき方向性　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・24

第３章　達成指標と基本戦略　・・・・・・・・・・・・・・・・・・30

第４章　実現に向けた具体的施策　・・・・・・・・・・・・・・・・35

資料編　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・47

はじめに　本計画について

1　策定の趣旨・目的

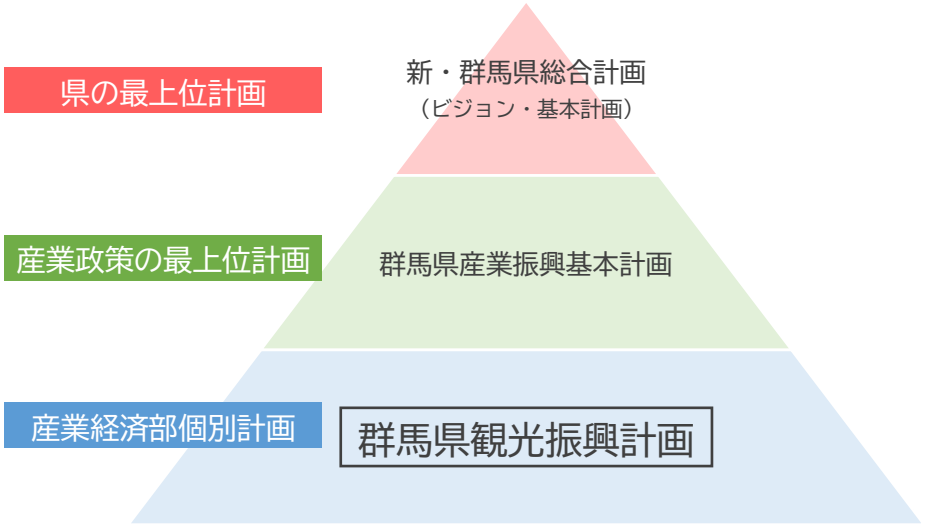
群馬よいとこ観光振興条例第17条に基づき、群馬県の観光振興に関する施策の総合的かつ計画的な推進を図るために策定するものです。

2　計画期間

2024年（令和６年）４月から2027年（令和10年）３月までの４カ年計画とします。

3　計画の位置付け

本計画は、県産業経済部の個別計画に位置付けられており、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）の下位に位置付けられるものです。



４　計画の構成

第１章　群馬県観光の現状と課題

　世界、日本及び群馬県における観光の現状についてデータに基づき分析し、その上で、群馬県の観光における「強み」と「弱み」を、外的環境要因である「機会」と「脅威」を含めて整理し、その課題を明確にします。

第２章　目指すべき方向性

　群馬県の観光における課題を解決するために取るべき対策と方向性を示します。

第３章　達成指標と基本戦略

　目指すべき方向性を踏まえ、本計画の３つの基本戦略を定めます。
　また、計画全体に係る評価指標として７項目のＫＰＩを設定します。

第４章　実現に向けた具体的施策

　基本戦略を推進し達成指標を実現するための11の具体的施策を定めます。

第１章　群馬県観光の現状と課題

赤城南面千本桜（前橋市）

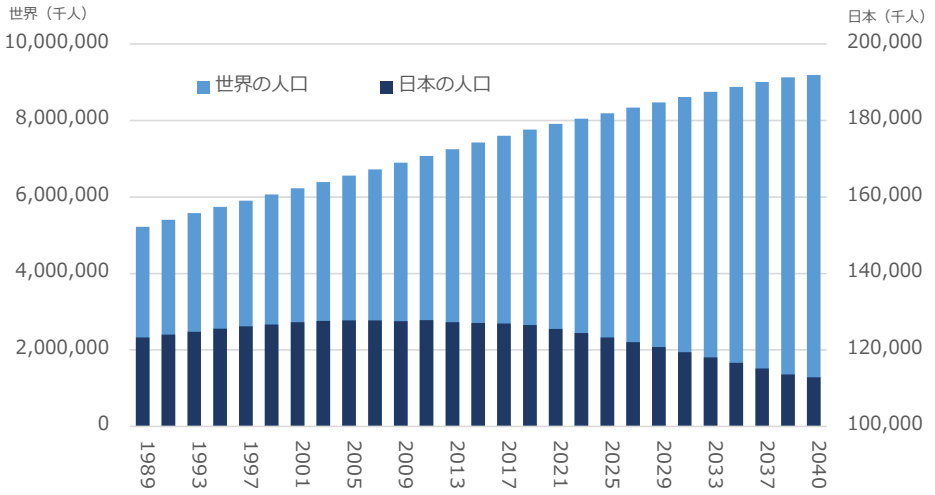
１　世界の観光の現状

国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、日本の総人口は今後減少を続け、2022年(令和４年)の１億2,495万人から、2040年(令和22年)には１億1,284万人に減少すると見込まれています(図表Ⅰ－１)。

日本が人口減少を迎えている一方で、世界の総人口は増加の一途をたどり、2040年(令和22年)においては91億8,825万人になる見込みとなっています(図表Ⅰ－１)。

また、世界的な人口増加とともに世界の旅行者も増加しており、新型コロナウイルス感染症(以下「新型コロナ」といいます。)の影響により一時的な落ち込みはあったものの、2022年(令和４年)には前年から２倍の伸びを記録しており、大きく回復しています(図表Ⅰ－２)。

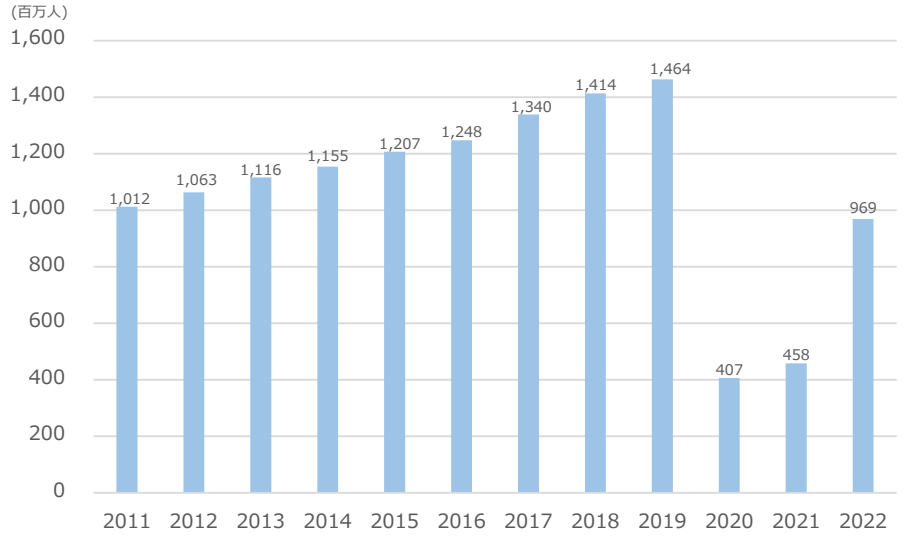
図表Ⅰ－１　世界の人口と日本の人口の推移



日本の人口について、2022年までは総務省統計局「人口推計」、2023年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(令和5年推計)をもとに群馬県にて作成

世界の人口について、国際連合（UN） World Population Prospectsをもとに群馬県にて作成

図表Ⅰ－２　世界の観光客数の推移



UNWTO　Global and regional tourism results「International tourist arrivals」をもとに群馬県にて作成

１　世界の観光の現状

世界の旅行者数と世界の実質ＧＤＰの関係を見ると、新型コロナの影響を受ける前の2019年(令和元年)までは、国際観光客数と世界の実質ＧＤＰについては相関関係が見られます(図表Ⅰ－３)。

世界旅行ツーリズム協議会(WTTC)の「エコノミック・インパクト・リポート2020」によると、2019年(令和元年)における世界全体のＧＤＰに占める観光産業の割合は約10.4%と大きな比重を占めており、また、世界の観光関連従事者は10人に１人を占め、新規雇用では４人に１人が観光関連であるという結果となっています。

新型コロナで大きな影響を受けた観光産業ですが、国際観光客数が急速に回復している状況を踏まえると、今後の回復と更なる成長が見込まれています。

図表Ⅰ－３　国際観光客数と世界の実質GDPの推移

資料：UNWTO（国連世界観光機関）、IMF（国際通貨基金）資料に基づき観光庁作成。
注１：世界の実質 GDP は、1998 年（平成 10 年）を 100 として指数化。

出典：令和5年版観光白書

２　日本の観光の現状

日本の観光の現状について、観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によれば、日本人国内延べ旅行者数（図表Ⅱ－１）は、新型コロナの影響により2020年（令和２年）以降に大幅に落ち込み、2021年（令和３年）には2019年（令和元年）比で「宿泊」「日帰り」の双方で**50%以上減少**しました。

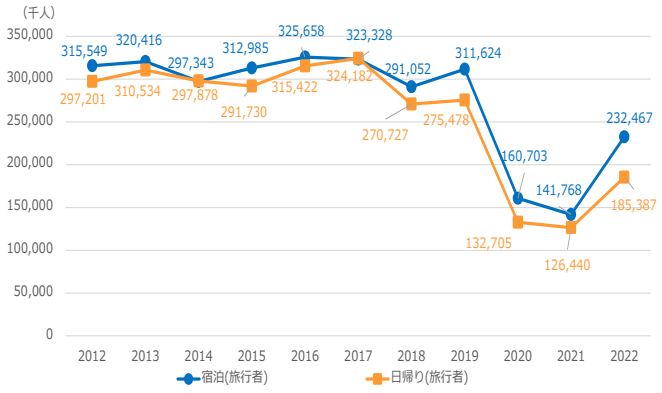
その後、ワクチン接種の普及と全国旅行支援等の需要喚起策等により、旅行需要が回復し、2022年（令和４年）における国内延べ旅行者数の「宿泊」区分では、2019年（令和元年）比で**74.6%まで回復**しています。

また、同様に、日本人国内旅行消費額（図表Ⅱ－２）について見ると、「宿泊」区分では、2022年（令和４年）は2019年（令和元年）比で**80.2%まで回復**しています。

一方、日本人国内旅行消費額単価（図表Ⅱ－３）について、コロナ禍においても旅行者数や消費額と比較して大きな減少は見られませんでした。

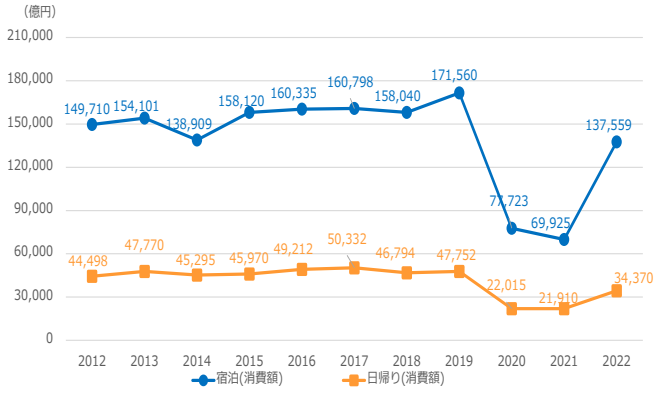
ただ、2022年（令和４年）においてはコロナ前よりも高い単価となっており、近年の原材料費等の高騰や全国旅行支援等の影響を受けていることが考えられます。

図表Ⅱ－１　日本人国内延べ旅行者数（全国）



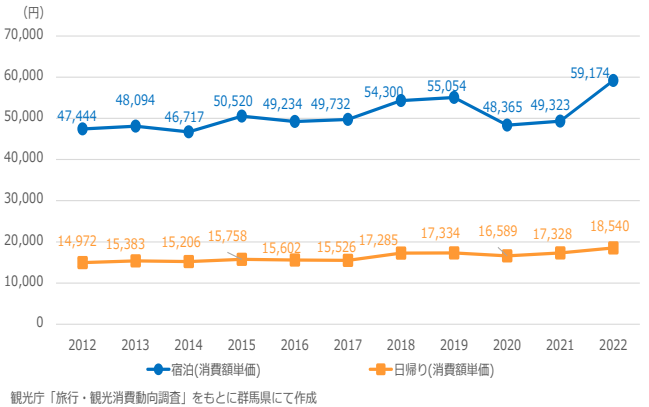
観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－２　日本人国内旅行消費額（全国）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－３　日本人国内旅行消費額単価（全国）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

２　日本の観光の現状

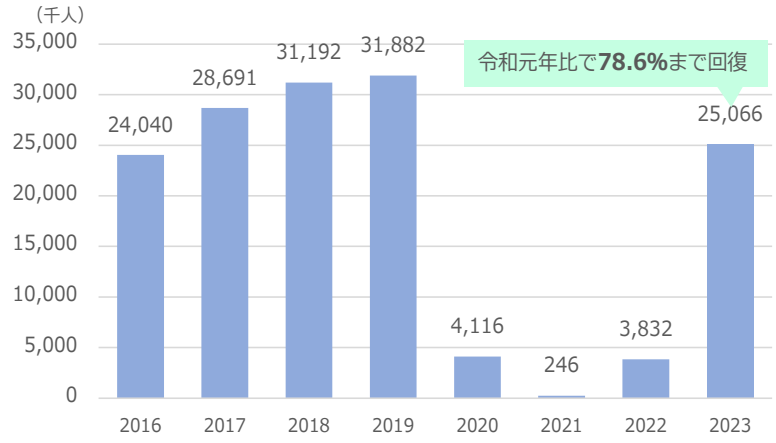
日本を訪れる外国人旅行者の状況について、これまで増加を続けていた訪日外客数(図表Ⅱ－４)は、2019年(令和元年)に約3,188万人まで達していましたが、2020年(令和２年)からは新型コロナの影響により日本への入国が制限されたことから大きく減少しました。

2022年(令和４年)に入国制限が緩和されると、訪日外国人旅行(インバウンド)も回復し、2022年(令和４年)には約383万人となっています。

また、2023年(令和５年)は約2,507万人で、2019年(令和元年)比で**約78.6%まで回復**しており、今後も更なる増加が見込まれています。

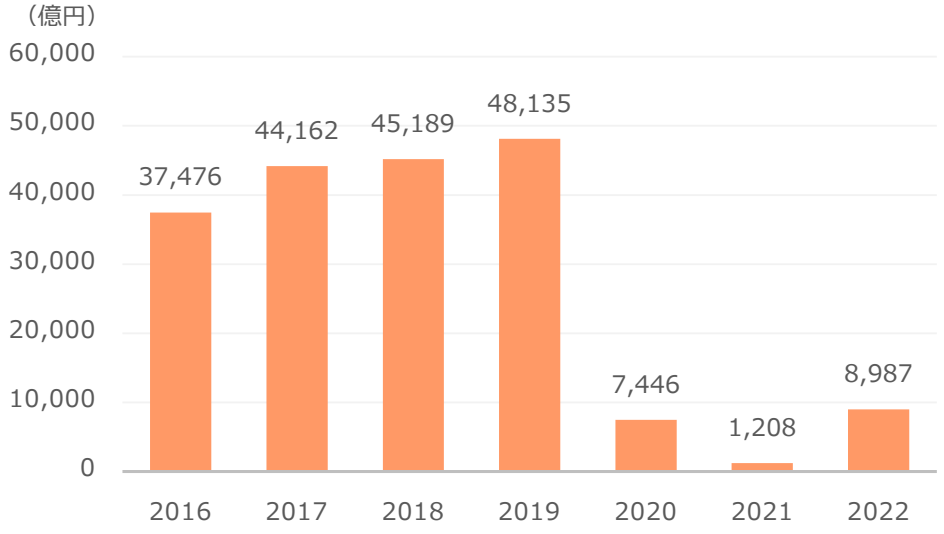
2022年(令和４年)における訪日外客の国別構成比(図表Ⅱ－６)は、東アジアが全体の約47.0%と最も高く、東南アジアが約24.4%、欧州諸国が約7.7%、米国が約8.4%といった構成になっています。

図表Ⅱ－４　訪日外客数



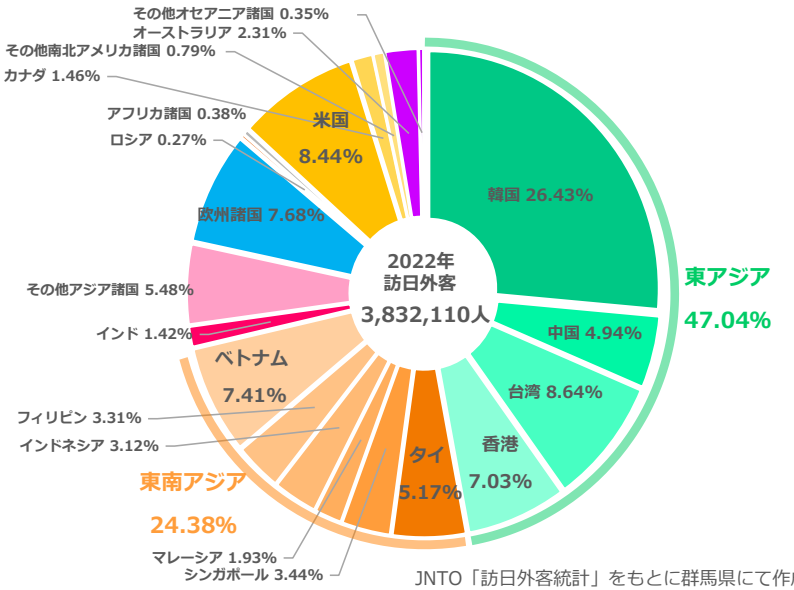
JNTO「訪日外客統計」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－５　訪日外国人旅行消費額



観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに群馬県にて作成
新型コロナウイルス感染症の影響により、2020年及び2021年は試算値による

図表Ⅱ－６　2022年における訪日外客の国別構成比

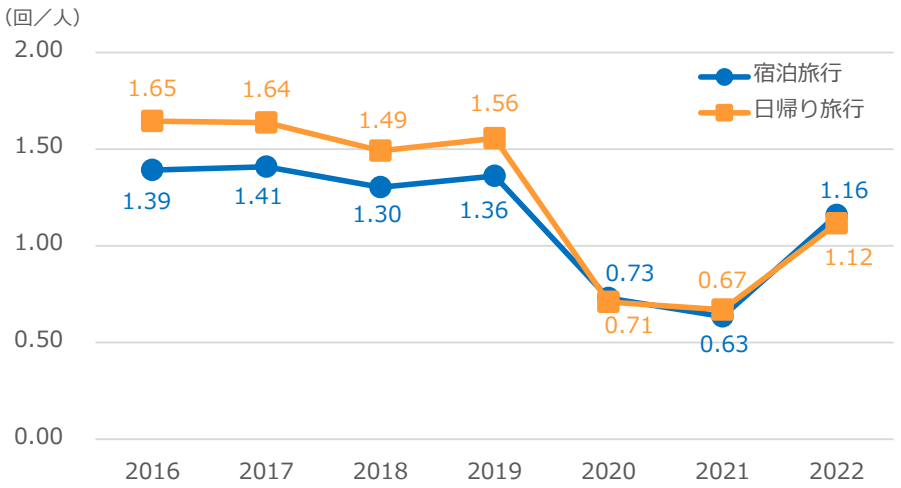


JNTO「訪日外客統計」をもとに群馬県にて作成

２　日本の観光の現状

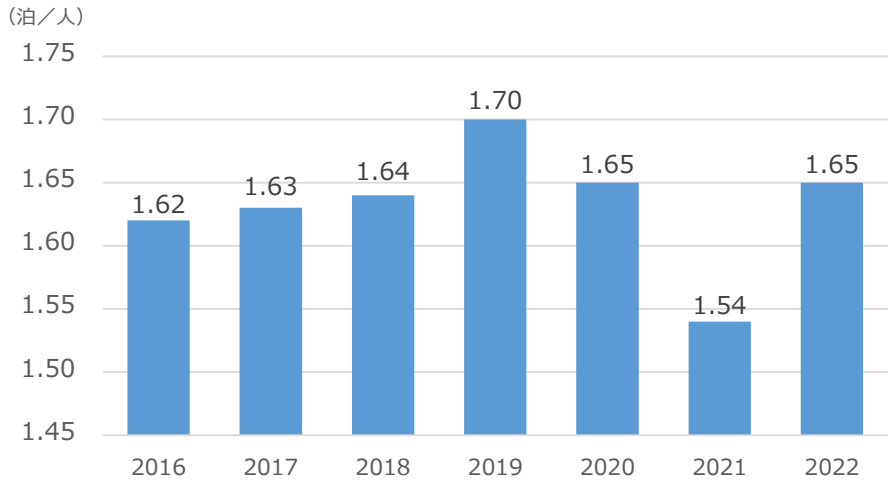
日本人の旅行平均回数(図表Ⅱ－７)を見ると、2019年(令和元年)以前までは緩やかな減少基調が見られました。
一方で、日本人の宿泊旅行における平均泊数(図表Ⅱ－８)については、2019年(令和元年)以前までは増加基調が見られました。
旅行平均回数、平均泊数ともに、新型コロナの影響により大きく減少しましたが、2022年(令和４年)においては回復しています。

図表Ⅱ－７　日本人の旅行平均回数



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－８　日本人の平均泊数（宿泊旅行）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

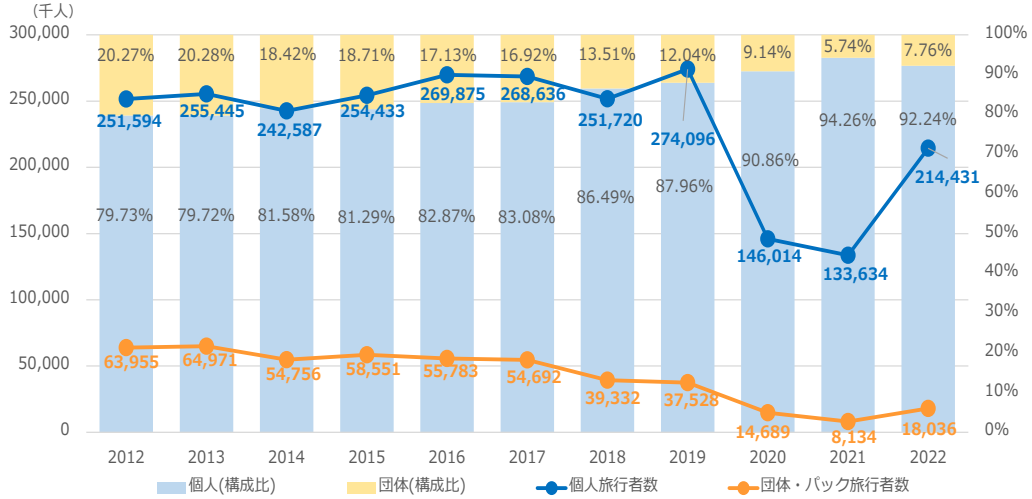
２　日本の観光の現状

日本人及び訪日外国人の旅行形態については、団体旅行の比率が減少し、個人旅行へ推移していますが、コロナ禍を経て、個人旅行の比率が更に増加していることが伺えます。

日本人の旅行スタイルにおいて、前ページの統計指標から、平均回数が減少し、平均泊数が伸びていることから、旅行機会が減少する中、旅行者を獲得するために、**国内観光地における地域間競争が一層激化する**ことが見込まれます。

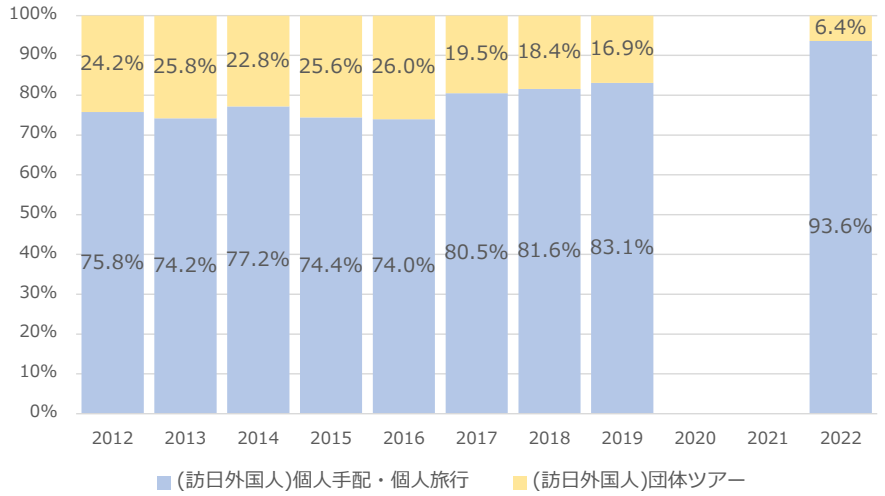
また、国内外の旅行客の旅行形態が個人旅行が主体となっていることから、**個々の需要を取り込むためには、多様化する旅行ニーズに対応していく**ことが求められます。

図表Ⅱ－９　日本人の国内宿泊旅行における旅行形態（個人・団体）の推移



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－10　訪日外国人の旅行手配方法に係る構成比率の推移



観光庁「訪日外国人消費動向調査」をもとに群馬県にて作成
2020年及び2021年は新型コロナの影響により調査中止のためデータなし

２　日本の観光の現状

国内宿泊旅行について、2030年(令和12年)までの日本人及び訪日外国人の人数の推移を表したものが図表Ⅱ－11です。

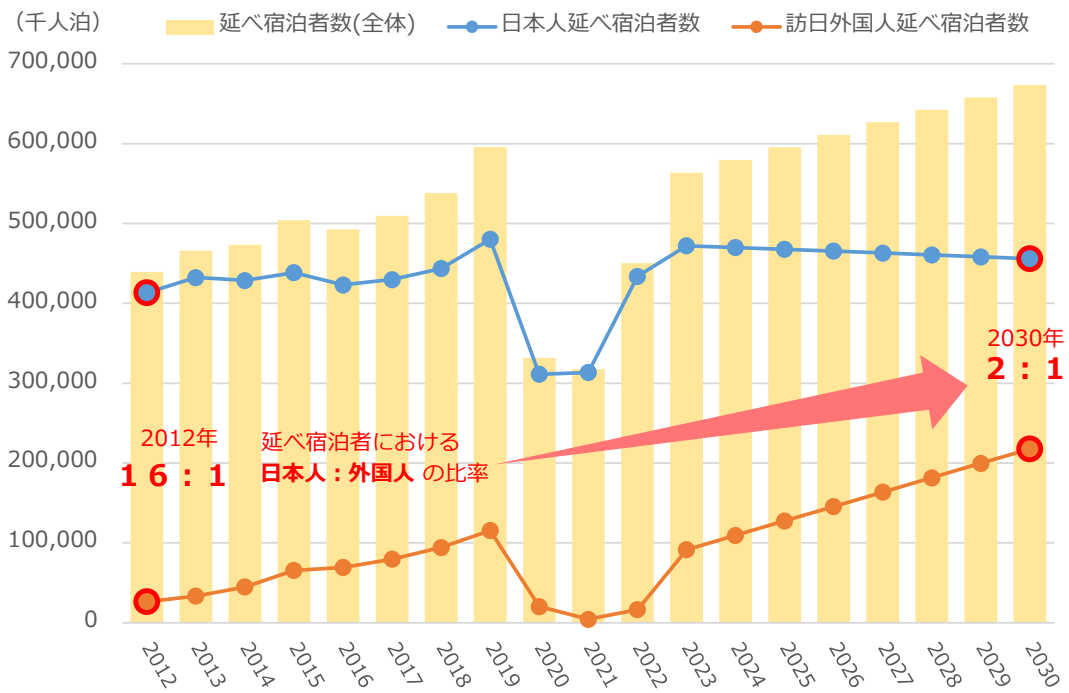
日本人においては、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」をもとに、人口に対する延べ宿泊者数の比率をもって試算したものですが、その動きは微減といった推移が見込まれます。

一方で、訪日外国人においては、国の2016年(平成28年)の「明日の日本を支える観光ビジョン」において、2030年(令和12年)の訪日外国人旅行者数の目標値である6,000万人をもって、今後の訪日外客数の推移と、それに対応した延べ宿泊者数を試算したものです。2023年(令和５年)以降は右肩上がりでの推移が見込まれます。

この試算では2012年(平成24年)時点において16：１であった日本人：外国人の比率が、2030年(令和12年)においては２：１となることが推測されることから、急速に拡大するインバウンド市場に対し、早期に対応していくことが求められています。

また、今後の観光需要の増加に伴い、旅行者が集中する一部の地域や時間帯等によっては、自然環境への負荷や、過度の混雑やマナー違反による地域住民の生活への悪影響(オーバーツーリズム)、旅行者の満足度の低下などへの懸念が生じています。

図表Ⅱ－11　日本人・訪日外国人の延べ宿泊者数の将来推計



日本人延べ宿泊者数について、R5年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」における推計人口から、過去の人口に対する 旅行者数の比率を指標として、群馬県にて試算したもの
訪日外国人の延べ宿泊者数について、過去の延べ宿泊者数に対する訪日外客数の比率を指標とし、訪日外客数に係る国の目標値(2030年)まで増加するものとして群馬県にて試算したもの

2　日本の観光の現状

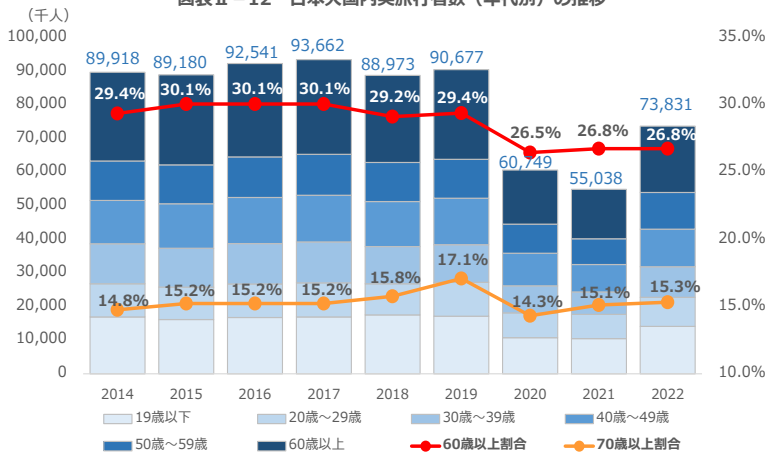
日本の人口減少とそこから試算した延べ宿泊者数の将来推計から(12ページ参照)、将来的な縮小が見込まれる日本人の国内旅行者ですが、年齢別の構成を見ると、60歳以上の割合は**26～30%程度**で推移していますが、70歳以上になると**14～17%程度**と大幅に低下しています(図表Ⅱ－12)。

さらに、高齢者層の旅行平均回数についても、70歳以上の世代から男女ともに大きく減少しています(図表Ⅱ－13)。

また、「宿泊旅行をしなかった理由」に係る調査によれば、70歳未満と比較して70歳以上で大きく増加したものが「**健康上の理由**」となっています(図表Ⅱ－14)。

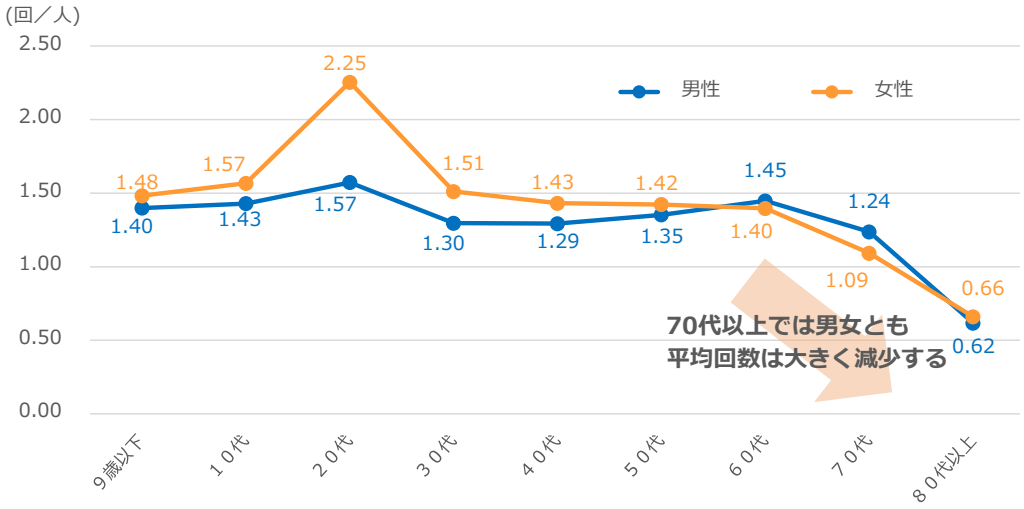
こうしたことを踏まえ、国の「観光立国推進基本計画」においては、高齢者等の受入環境を整備することにより、旅行需要を喚起し、新たな市場の開拓につなげるため、ユニバーサルツーリズムの推進が掲げられています。

図表Ⅱ－12　日本人国内実旅行者数（年代別）の推移



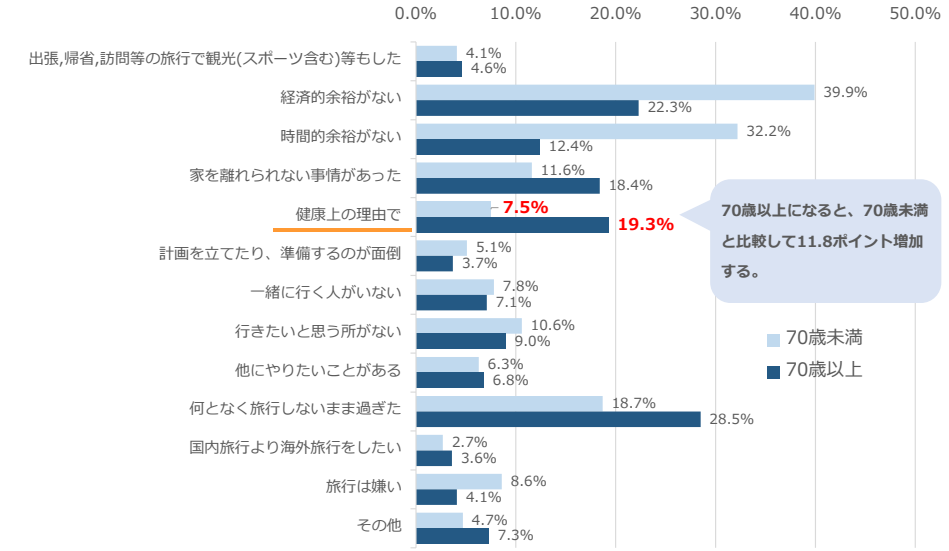
観光庁「旅行・観光消費額動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－13
2019年における日本人の年齢階層別宿泊旅行平均回数（観光・レクリエーション目的）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅱ－14　（令和元年度 国内調査）宿泊観光旅行をしなかった理由



(公財)日本観光振興協会「令和2年度版 観光の実態と志向」をもとに群馬県にて作成

２　日本の観光の現状

厚生労働省の調査(図表Ⅱ－15)では、2018年(平成30年)時点における国内の障害者数は936.6万人であり、年々増加基調で推移しています。

2024年(令和６年)４月からは、改正障害者差別解消法が施行され、**事業者の合理的配慮の提供が義務化される**ことからも、ユニバーサルツーリズムの推進は、観光産業にとって必須の取組といえます。

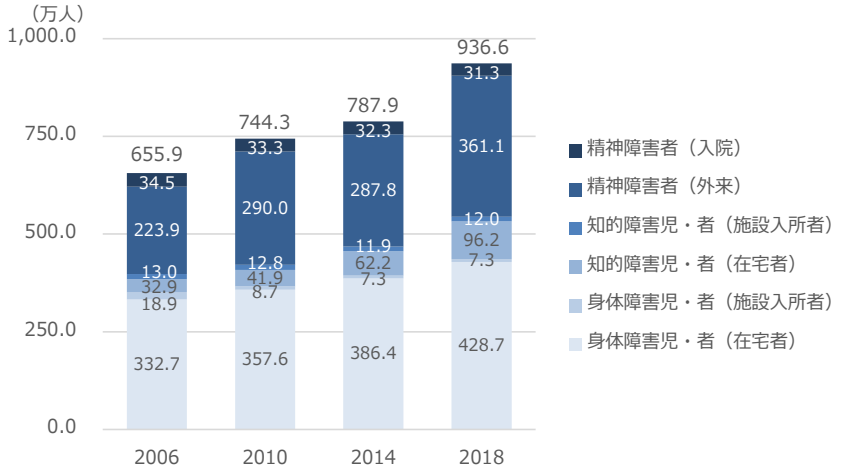
また、旅行の阻害要因について、高齢、障害といった理由の他に、ペットを飼育していることも挙げられます。

(公財)日本交通公社が実施するJTBF旅行意識調査の結果によれば、「旅行の阻害要因」として、「ペットがいる」を理由に掲げた人の割合は、2023年(令和５年)は**14.6%**でした(図表Ⅱ－16)。

2022年(令和４年)の全国犬猫飼育実態調査によれば、例えば「犬の飼育世帯数」は全世帯に占める割合が**約10%**であったことから、その市場規模は大きいことが分かります。

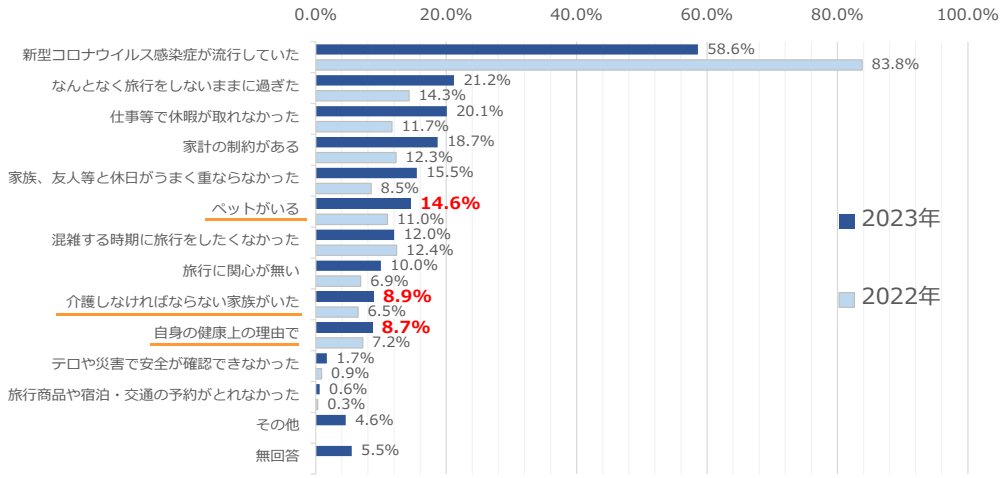
このように、**新たな旅行市場であるユニバーサルツーリズムやペットツーリズム等に積極的に対応していくことで、新たな客層の獲得につながります。**

図表Ⅱ－15　障害者数の推移



内閣府「障害者白書」より厚生労働省政策統括官付政策評価官室作成資料をもとに群馬県にて作

図表Ⅱ－16　「旅行の阻害要因」(複数回答)



出典：（公財）日本交通公社「旅行年報2023」「旅行年報2022」

調査年の前年の１月～12月中に国内旅行または海外旅行に行かなかった人に「行かなかった」理由として当てはまるものをあらかじめ用意された選択肢からすべて選んでもらった結果によるもの。

２　日本の観光の現状

観光を巡る情勢の変化を踏まえ、国においては、観光立国推進基本法に基づき、観光立国の実現に関する施策を総合的かつ計画的に推進し、国民経済の発展、国民生活の安定向上及び国際相互理解の増進を図るため、新たな「観光立国推進基本計画」が閣議決定されました(令和５年３月31日閣議決定)。

観光立国推進基本計画の概要

１　方向性

- 観光はコロナ禍を経ても成長戦略の柱、地域活性化の切り札。国際相互理解・国際平和にも重要な役割。
- コロナによる変化やコロナ前からの課題を踏まえ、我が国の観光を持続可能な形で復活させる。
- 大阪・関西万博も開催される2025年に向け、「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」をキーワードに、「持続可能な観光地域づくり」「インバウンド回復」「国内交流拡大」に戦略的に取り組み、全国津々浦々に観光の恩恵を行きわたらせる。

２　目指す2025年の姿

- 活力に満ちた地域社会の実現に向け、地域の社会・経済に好循環を生む「持続可能な観光地域づくり」が全国各地で進められ、観光の質の向上、観光産業の収益力・生産性の向上、交流人口・関係人口の拡大がコロナ前より進んだ形で観光が復活している。
- 万博の開催地である我が国が世界的潮流を捉えた観光地として脚光を浴び、「持続可能な観光」の先進地としても注目されている。

３　観光立国の実現に関し、政府が総合的かつ計画的に講ずべき施策

①持続可能な観光地域づくり戦略	主な施策
□ 観光振興が地域社会・経済に好循環を生む仕組みづくりを推進する □ 観光産業の収益力・生産性を向上させ、従事者の待遇改善にもつなげる（「稼げる産業・稼げる地域」） □ 地域住民の理解も得ながら、地域の自然、文化の保全と観光を両立させる（「住んでよし、訪れてよし」）	● 観光地・観光産業の再生・高付加価値化 ● 観光DX、観光人材の育成・確保 ● 自然、文化の保全と観光の両立等、持続可能な観光地域づくり

②インバウンド回復戦略	主な施策
□ 消費額５兆円の早期達成に向けて、施策を総動員する □ 消費額拡大・地方誘客促進を重視する □ アウトバウンド復活との相乗効果を目指す	● コンテンツ整備、受入環境整備 ● 高付加価値なインバウンドの誘致 ● アウトバウンド・国際相互交流の促進

③国内交流拡大戦略	主な施策
□ 国内旅行の実施率向上、滞在長期化を目指す □ 旅行需要の平準化と関係人口の拡大につながる新たな交流需要の開拓を図る	● 国内需要喚起 ● ワーケーション、第2のふるさとづくり ● 国内旅行需要の平準化

観光庁「（参考）観光立国推進基本計画（第４次）概要」をもとに群馬県にて作成

３　群馬県の観光の現状

次に、群馬県の観光の現状について分析します。

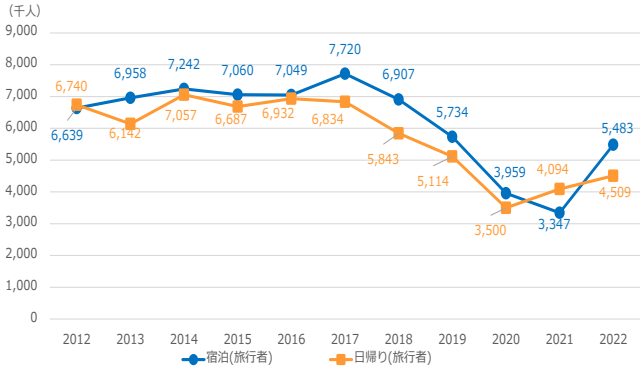
観光庁の「旅行・観光消費動向調査」によれば、群馬県を主目的地とする旅行について、日本人国内延べ旅行者数（図表Ⅲ－１）の推移を見ると、2017年（平成29年）から減少基調であり、2020年（令和２年）以降には新型コロナの影響も受けたことが分かります。

その後、2022年（令和４年）には、国の動き（８ページ参照）と同様に需要が回復し、「宿泊」区分では、2019年（令和元年）比で**95.6%**まで回復しています。

また、同様に、日本人国内旅行消費額（図表Ⅲ－２）の「宿泊」区分では、2022年（令和４年）は2019年（令和元年）実績を上回る値まで回復しています。

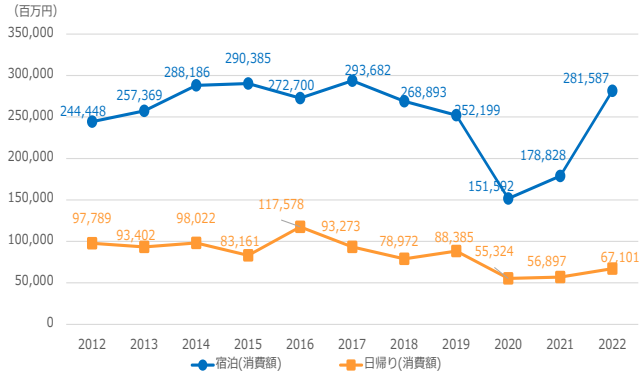
日本人国内旅行消費額単価（図表Ⅲ－３）について、「宿泊」区分の推移を見ると、2021年（令和３年）に高い数値となっており、群馬県が実施した県民に対する観光需要喚起策である「愛郷ぐんまプロジェクト」の影響を受けていることも考えられます。

図表Ⅲ－１　日本人国内延べ旅行者数（主目的地：群馬県）



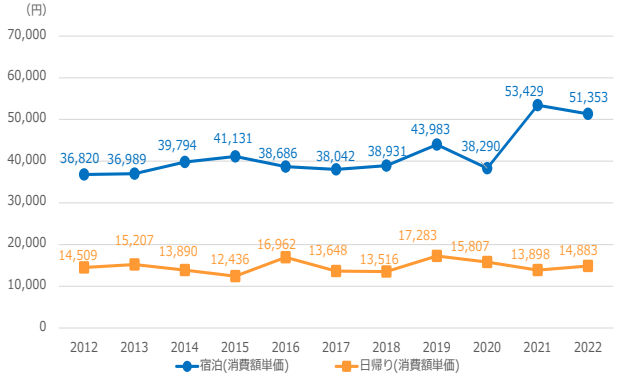
観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅲ－２　日本人国内旅行消費額（主目的地：群馬県）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅲ－３　日本人国内旅行消費額単価（主目的地：群馬県）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

３　群馬県の観光の現状

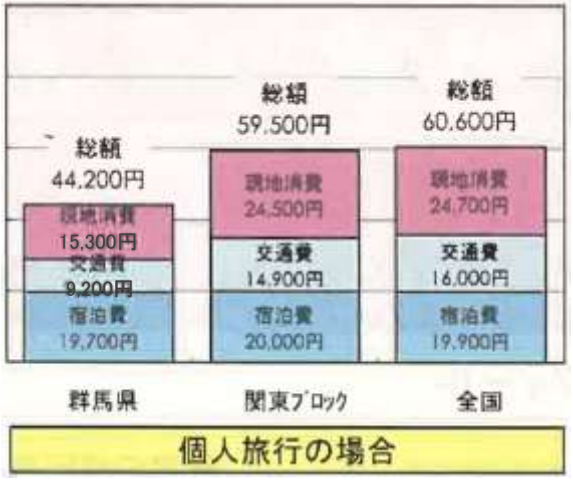
2022年(令和４年)旅行・観光消費動向調査における「旅行の主目的地」別の各数値(「宿泊」区分による)について(図表Ⅲ－４)、群馬県の全国順位を見ると、延べ旅行者数及び消費額は上位に位置していますが、旅行消費額単価は全国32位と下位に位置しています。

「じゃらん宿泊旅行調査」(図表Ⅲ－５)では、群馬県における宿泊旅行においては「現地消費」が他と比較して低くなっています。また、群馬県は**首都圏からの来訪が主である**ことから「交通費」が低くなっています。

これらのことから、群馬県の観光の課題として、いわゆる**「安・近・短(費用が安く、距離が近く、日程が短いこと)」の旅行志向**や、**遠方からの誘客力の弱さ**といったことがあげられます。

図表Ⅲ－５　宿泊旅行１回あたりにかかった費用(数値回答)

※各県への旅行件数ベース
※全体の1.0%トリム平均、かつ、有効回答



※金額については、百の位までの四捨五入で示しているため、合計が合わない場合がある。
※現地消費とは、旅行中に現地で消費した費用の合計。具体的には、宿泊プラン・ツアー以外に追加で実施した、買い物、飲食、体験・観光、移動などの費用の合計であり、当該都道府県の「宿泊エリア」以外への周遊による費用も含む。

出典：株式会社リクルート
じゃらんリサーチセンター「じゃらん宿泊旅行調査2023」

図表Ⅲ－６
延べ宿泊者数における宿泊者居住地に係る構成比
(2019年・群馬県への宿泊における分析)

順位	都道府県	構成比
1	東京都	21.9%
2	埼玉県	15.6%
3	群馬県	14.4%
4	神奈川県	8.9%
5	千葉県	7.6%
6	国外	7.3%
7	茨城県	3.4%
8	新潟県	3.0%
9	愛知県	2.7%
10	栃木県	2.6%
17	山梨県	0.6%

首都圏（群馬県含む）からの来訪が**75%**を占める。

観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅲ－４
2022年(令和4年) 旅行・観光消費動向調査による各指標の都道府県別順位

順位	延べ旅行者数		旅行消費額		旅行消費額単価	
	旅行の主目的地	(千人)	旅行の主目的地	(百万円)	旅行の主目的地	(円)
1	東京都	16,041	北海道	1,086,304	沖縄	130,718
2	北海道	15,314	東京都	1,065,700	三重県	89,210
3	静岡県	11,615	沖縄	771,749	青森県	72,736
4	大阪府	10,625	大阪府	716,864	北海道	70,937
5	千葉県	10,218	千葉県	712,613	千葉県	69,742
6	神奈川県	9,704	静岡県	536,629	石川県	68,857
7	長野県	8,806	神奈川県	513,076	大阪府	67,470
8	京都府	7,921	京都府	490,520	徳島県	67,393
9	愛知県	7,874	長野県	484,067	東京都	66,438
10	兵庫県	7,753	三重県	481,690	秋田県	62,191
11	福岡県	7,041	福岡県	420,441	京都府	61,923
12	栃木県	6,310	兵庫県	395,253	長崎県	61,488
13	沖縄	5,904	愛知県	383,779	広島県	61,181
14	**群馬県**	**5,483**	栃木県	289,752	宮城県	60,138
15	三重県	5,400	大分県	284,920	和歌山県	59,777
16	大分県	5,044	**群馬県**	**281,587**	福岡県	59,715
17	福島県	4,736	宮城県	271,502	岩手県	59,466
18	岐阜県	4,516	石川県	268,877	鹿児島県	58,562
19	宮城県	4,515	福島県	240,031	高知県	58,063
20	新潟県	4,460	新潟県	238,730	大分県	56,486
21	山梨県	4,115	広島県	223,346	熊本県	56,441
22	石川県	3,905	山梨県	206,641	長野県	54,971
23	埼玉県	3,705	長崎県	204,204	愛媛県	54,896
24	広島県	3,651	和歌山県	199,223	香川県	54,727
25	茨城県	3,527	岩手県	175,346	山口県	54,267
26	和歌山県	3,333	熊本県	172,274	鳥取県	54,145
27	長崎県	3,321	岐阜県	165,933	宮崎県	54,104
28	熊本県	3,052	埼玉県	159,127	新潟県	53,529
29	岩手県	2,949	鹿児島県	155,706	福井県	53,187
30	富山県	2,877	山口県	154,116	神奈川県	52,873
31	山口県	2,840	富山県	147,437	山形県	51,766
32	滋賀県	2,700	香川県	146,457	**群馬県**	**51,353**
33	香川県	2,676	愛媛県	139,002	富山県	51,250
34	鹿児島県	2,659	青森県	132,368	兵庫県	50,983
35	愛媛県	2,532	福井県	125,872	福島県	50,680
36	福井県	2,367	茨城県	125,234	山梨県	50,212
37	山形県	2,304	山形県	119,287	愛知県	48,742
38	岡山県	2,100	滋賀県	103,395	佐賀県	47,683
39	島根県	2,084	鳥取県	100,908	奈良県	47,230
40	鳥取県	1,864	島根県	97,793	島根県	46,934
41	青森県	1,820	高知県	95,549	静岡県	46,201
42	奈良県	1,736	徳島県	93,677	栃木県	45,918
43	高知県	1,646	岡山県	90,880	岡山県	43,268
44	徳島県	1,390	秋田県	83,171	埼玉県	42,949
45	宮崎県	1,347	奈良県	82,012	滋賀県	38,292
46	秋田県	1,337	宮崎県	72,897	岐阜県	36,746
47	佐賀県	1,327	佐賀県	63,283	茨城県	35,509

観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

３　群馬県の観光の現状

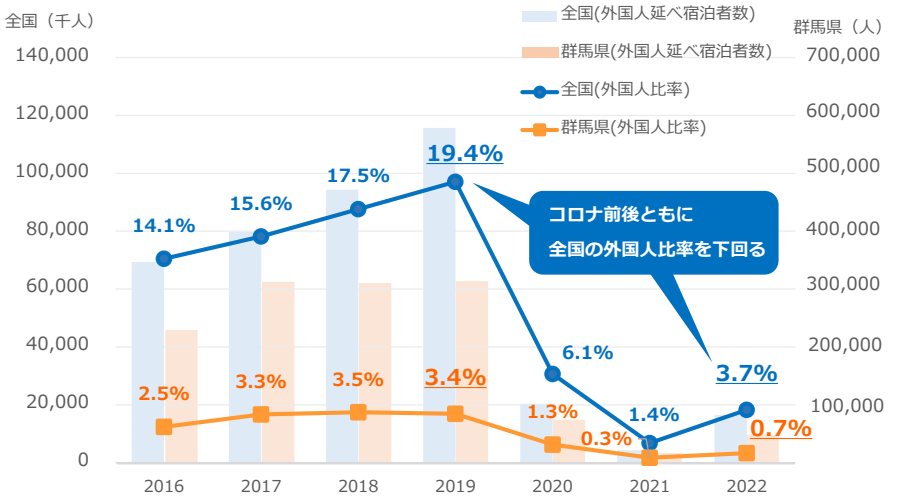
群馬県は、延べ宿泊者に占める外国人の割合が、全国と比較して低くなっています(図表Ⅲ－７)。

外国人旅行者の平均滞在日数は8.8日間(2019年 訪日外国人消費動向調査)であり、東京都に滞在している割合が高くなっています(図表Ⅲ－８)。

群馬県は、東京からのアクセスが良いことから、そこに滞在する外国人旅行者を、いかに呼び込めるかが重要になります。

ただし、群馬県が実施した観光関連事業者へのアンケート結果(図表Ⅲ－９)によると、外国人の誘客に対する課題について、高い割合を占めたものが「外国語への対応」「案内表示等の整備」であったことから、県内におけるインバウンドの受入環境整備といった点が課題であることが分かります。

図表Ⅲ－７　外国人延べ宿泊者数及び外国人比率の推移



観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに群馬県にて作成

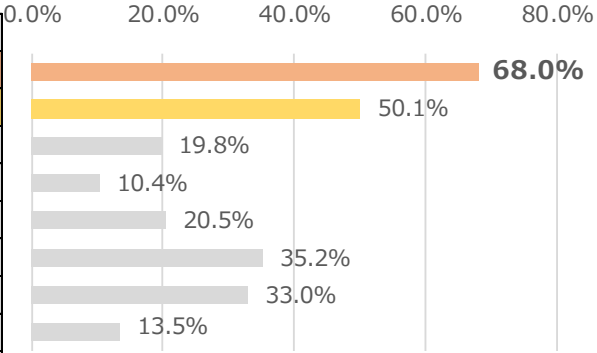
図表Ⅲ－８
2019年　宿泊旅行統計調査
外国人延べ宿泊者数に係る
都道府県別構成比

順位	都道府県	構成比
1	東京都	25.38%
2	大阪府	15.50%
3	京都府	10.40%
4	北海道	7.61%
5	沖縄県	6.70%
6	千葉県	4.15%
7	福岡県	3.69%
8	愛知県	3.14%
9	神奈川県	2.81%
10	静岡県	2.16%
35	**群馬県**	**0.25%**

図表Ⅲ－９

■設問　「外国人（特に外国人観光客）の誘客に対する課題は何ですか。」（複数選択可）

選択肢	回答数
外国語への対応	282
案内表示等の整備	208
キャッシュレス決済への対応	82
Free Wi-Fiの対応	43
SNS等による情報発信	85
食文化への対応（ハラール・ヴィーガン・ベジタリアン等）	146
日本の習慣やマナーに係る周知啓発	137
特になし	56
合計	1,039



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」より

３　群馬県の観光の現状

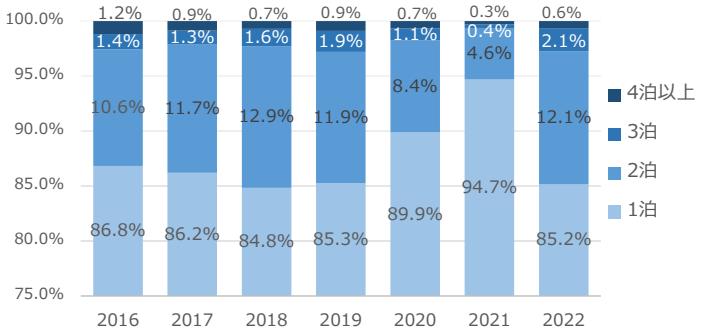
群馬県を訪れた旅行者の県内宿泊日数について、観光地点パラメータ調査の結果(図表Ⅲ－10)、2018年(平成30年)までの推移では「１泊」の構成比が減少し「２泊」以上の構成比が増加基調にありました。その後、新型コロナの影響により「１泊」の構成比が増加しましたが、**2022年(令和４年)においては再び「２泊」や「３泊」の構成比が大きく増加**しました。

また、宿泊施設１箇所当たりの平均泊数の推移(図表Ⅲ－11)を見ると、全国的には増加傾向にあり、群馬県はコロナ禍から急速に回復し、**2022年(令和４年)はコロナ前よりも平均泊数が増加**しています。

群馬県内における旅行の課題に、「日程が短い」ことがあげられますが、全国的に旅行１回当たりの平均泊数が伸びている現状(10ページ参照)も踏まえると、群馬県においても**長期滞在化の流れ**が現れているものと考えられます。

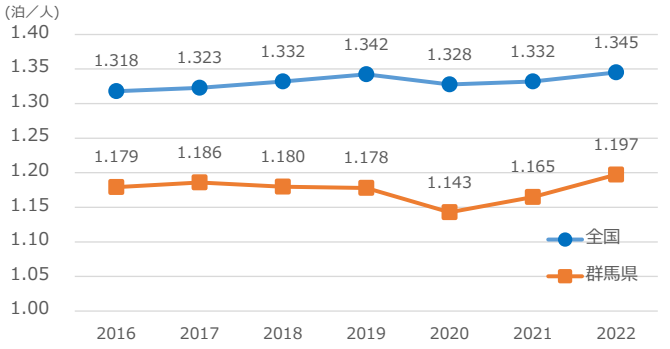
ただ、長期滞在を図る上での課題について、群馬県が実施した観光関連事業者へのアンケート結果(図表Ⅲ－12)によると、群馬県の施策(リトリート)に係る情報発信不足の他、**長期滞在のための施設・環境が整備されていないこと**や、**長期滞在につながる観光コンテンツ不足**と回答した割合も高かったことから、ハードとソフトの両面で長期滞在を可能とする整備が必要であると考えられます。

図表Ⅲ－10　宿泊旅行者の群馬県内宿泊日数に係る構成比



群馬県「観光地点パラメータ調査」結果より

図表Ⅲ－11　宿泊施設１箇所あたりの宿泊者の平均泊数

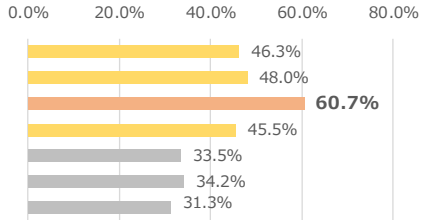


観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに群馬県にて作成

図表Ⅲ－12

■設問　「長期的にゆったりと過ごすことを目的とする新しい旅のスタイル（リトリート）を推進するにあたり、貴事業所や地域が抱える課題は何だと思いますか。」（複数選択可）

選択肢	回答数
長期滞在を見据えた施設や環境が整備されていない	192
長期滞在につながる観光コンテンツが不足している	199
リトリートに関する情報が不足している	252
リトリート推進に対する地域一体となった気運醸成が不足してい	189
異業種との連携が不足している	139
エリアをまたいだ連携が不足している	142
外国人観光客の受入体制が整っていない	130
合計	1,243



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」より

4　群馬県の観光の課題

世界、日本及び群馬県の観光の現状と、群馬県が実施した観光関連事業者へのアンケート結果を踏まえ、群馬県の観光における「プラス要因」と「マイナス要因」を内部・外部環境それぞれに区分し、**代表的な要素を抽出して現状を整理したもの**が下表になります。

	プラス要因	マイナス要因
内部環境	**Strength 強み** ○温泉や美しい山川など自然資源が豊富にある ○登山やスキー、キャンプなどの四季を通じたアクティビティの提供が可能である ○豊かな自然に育まれた農畜産物の生産地である ○世界に誇る歴史・文化遺産の宝庫である ○東京から近郊であることの地理的優位性がある ○地震等の自然災害が少ない	**Weakness 弱み** ○長期滞在を可能とする施設やコンテンツが不足している ○インバウンド受入環境の整備が不十分である ○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 ○観光地における過疎化や労働力不足により、コンテンツ提供施設や食事場所等の整備が十分でない ○安・近・短の旅行傾向がある ○ユニバーサルデザインの導入が進んでいない
外部環境	**Opportunity 機会** ○外国人旅行者の増加 ○宿泊日数の増加基調 ○温泉文化の世界文化遺産登録への取組 ○コロナ禍を経てデジタル技術の浸透・普及 ○観光ニーズの多様化・旅行者層の幅の拡大 ○ワーケーションや○○ツーリズム等の新たな旅行スタイルの浸透	**Threat 脅威** ○人口減少による国内市場(旅行者)の縮小 ○物価高騰・労働力不足 ○自治体間による旅行者獲得のための競争激化 ○旅行者の増加による自然・生活環境への悪影響リスク ○異常気象や感染症の流行による観光産業への被害リスク ○国際紛争による政治・経済不安

４　群馬県の観光の課題

Strength　×　Opportunity　群馬県の「強み」を使って「機会」をいかす
Strength　×　Threat　群馬県の「強み」をいかして「脅威」を克服する

群馬県の「強み」は、東京から非常に近い位置にありながら、大都市圏にはない魅力的な「温泉」「自然」「食」「伝統文化」等を有していることにあります。

これは、観光地点パラメータ調査（図表Ⅳ－１）で群馬県を訪れた旅行者が、「自然」や「温泉」等を主な目的としていることや、訪日外国人消費動向調査（図表Ⅳ－２）において、訪日外国人が高い期待を示す項目と重なることからも分かります。

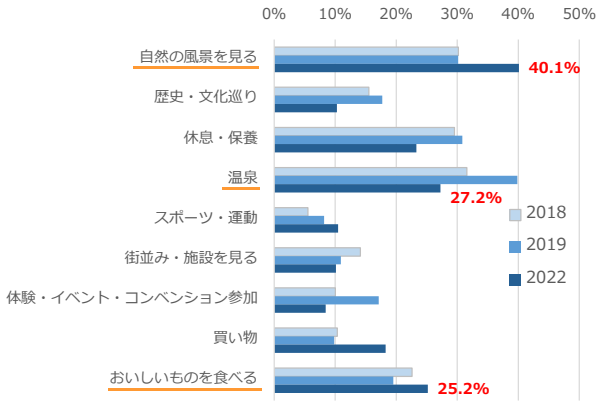
群馬県の「強み」である観光資源は国内外に通用するものであることから、長期滞在化の流れを逃すことなく積極的に推し進めるとともに、新たな旅行スタイル（ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙﾂｰﾘｽﾞﾑ、ﾍﾟｯﾄﾂｰﾘｽﾞﾑ、ｶﾞｽﾄﾛﾉﾐｰﾂｰﾘｽﾞﾑ等）を推進することで旅行者の新市場を開拓していくことが必要です。そのための基盤やコンテンツ整備も不可欠となります。

また、増加が見込まれるインバウンドについても、東京から足を運んでもらえるように、受入環境整備と誘客を促す取組を推進することが必要です。

この「強み」をいかし、誘客に結びつけた先に、群馬県における「長期滞在化」「高付加価値化（旅行消費額単価の増加）」の実現が見込まれます。

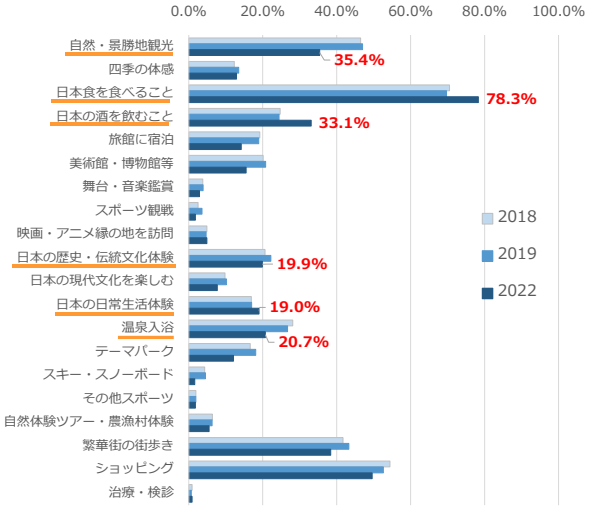
その一方で、長期滞在化を進めるということは、全国的な主要観光地を抱える北海道、東京都、京都府、大阪府、沖縄県等と比較された上で、選ばれる観光地となっていく必要があります。

図表Ⅳ－１　群馬県に訪れた観光客の主な観光目的



群馬県「観光地点パラメータ調査」結果より

図表Ⅳ－２　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



観光庁「訪日外国人消費動向調査」年次報告書より（全国籍・地域、複数回答）
2020年及び2021年は新型コロナの影響により調査中止のためデータなし

４　群馬県の観光の課題

群馬県の「弱み」について、群馬県が実施した観光関連事業者へのアンケート（図表Ⅳ－３）において、事業の課題として「**人材不足**」や「**人材育成**」が高い割合となっています。

また、別の調査項目（図表Ⅳ－４）において、「施設・環境整備について行政が取り組むべき事業」の問いに対し、「**交通拠点から観光地までのアクセス（二次交通）の向上**」や「**コンテンツ造成支援**」も高い割合となっています。

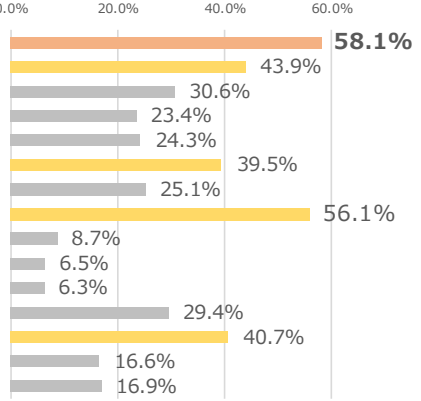
人材の問題は、地域づくりと密接に結びついていることから、**移住してでも働きたいと思えるような環境づくり**や**受け入れる観光地側での工夫や意識改革**、**外国人材の活用**、**関係人口等の創出**、**デジタルを活用した業務の効率化（観光ＤＸ）**等による働き方改革等を行政として支援することで、**持続可能な観光地域づくり**を進める必要があります。

以上のような群馬県の観光の「弱み」について、群馬県の「強み」を伸ばして補完する必要があり、そのための観光施策を推し進めていくことが求められています。

図表Ⅳ－３

■設問　「現在、事業の課題と考える事項についてご回答ください。」（複数選択可）

選択肢	回答数
人材の確保	241
人材の育成	182
事業承継	127
新商品の開発	97
ブランド戦略	101
設備投資	164
事業資金の調達	104
原材料費等の高騰	233
財務マネジメント	36
ICTによるDX	27
情報セキュリティ対応	26
効果的な広告宣伝	122
新規顧客の開拓	169
外国人客の受入体制整備	69
サステナビリティ経営	70
合計	1,768

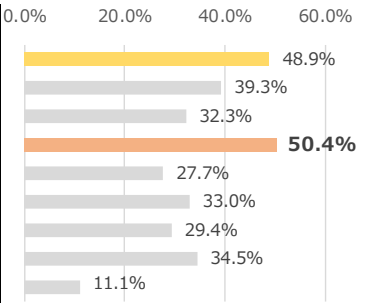


群馬県「令和５年観光関連事業者の現況と意向に関する調査」より

図表Ⅳ－４

■設問　「施設・環境整備について、行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください。」（複数選択可）

選択肢	回答数	比率
観光客等の長期滞在を促すコンテンツの造成支援	203	48.9%
ITインフラ（PCなどのハードウェアやWi-Fiなどのネットワーク等）の整備	163	39.3%
事業におけるDX推進支援	134	32.3%
鉄道等の交通拠点から観光地までのアクセスの向上	209	50.4%
ユニバーサルデザインの導入支援	115	27.7%
多言語表示の普及促進	137	33.0%
外国人客の対応に係る人材育成	122	29.4%
災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備	143	34.5%
特になし	46	11.1%
合計	1,272	



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」より

４　群馬県の観光の課題

持続可能な観光地を実現するためには、各地域の観光振興団体において、旅行ニーズの多様化にも対応しながら、地域のプロモーションやコンテンツの充実等の観光施策を、データマーケティングに基づき実施していく必要があるが、資金や人材の不足により、十分に取組が進んでいないところも少なくありません。

そこで、そうした各地域の取組を支援する専門的な知見を有する県域の観光振興団体が必要となります。

この県域の観光振興団体においては、専門人材の登用や中核人材の確保・育成・定着を進めるとともに、ビッグデータ等を活用したデータマーケティングを実施し、観光需要予測や経済波及効果の分析等による効果的な観光施策提案を各地域へ展開していくことで、群馬県全体の観光地域の施策レベルの向上を図ることが期待されています。

さらに、今後、ますます増加することが見込まれるインバウンド向けのプロモーションについて、JNTO(日本政府観光局)等と連携しながら、県域の観光振興団体が中心となって実施していくことで、より効率的・効果的に実施できるものと考えられます。

また、これらの観光施策を推進するための財源として、現在、全国で導入の検討が進んでいる法定外目的税(宿泊税等)や、海外におけるＴＩＤ等についても今後の動向を踏まえつつ、研究を進めていく必要があります。

第２章　目指すべき方向性

草津温泉湯畑（草津町）

1　現状と課題の整理と目指すべき方向性

目指すべき方向性

○インバウンド等の受入環境整備や魅力的なコンテンツ創出による旅行者数の増加
○長期滞在化・高付加価値化による旅行消費額単価の向上
○平準化等によるオーバーツーリズム対策

▶

○観光産業の収益向上
○労働環境改善
○自然・生活環境保全

▶ 持続可能な観光地

観光産業は、世界的に見て実質ＧＤＰに占める割合の高い成長産業であり、今後、旅行者はますます増加していくことが想定されます。

国内旅行者についても、人口減少に伴い日本人客は減少する見通しですが、訪日外国人旅行者の増加により、全体としては増加していくものと考えられます。また、高齢者や障害のある人などに向けたユニバーサルツーリズム等の新たな旅行スタイルを確立することで、市場を開拓していく必要性も高まっています。

群馬県においては、県内旅行者に占めるインバウンドの割合や旅行消費額単価が他県に比して低いことや、観光地における労働力不足などが課題として挙げられます。

こうした課題に対して、**インバウンドを始めとした旅行者の受入環境整備及び魅力的な観光コンテンツの創出により、旅行者数を増加させ、再び訪れたいと思っていただけるような満足度の高い観光地を目指すとともに、旅行の長期滞在化・高付加価値化による旅行消費額単価の向上を進める必要があります。**

それにより増加した収益で、**従業員の労働環境を改善し、労働力不足を解消するとともに、今後、増加する旅行者の時間や場所などの平準化を進め、自然・生活環境等への悪影響（オーバーツーリズム）を防止することで、経済・社会・環境の面において持続可能な観光地を実現していくことを、群馬県の目指すべき方向性**とします。

これは、県の最上位計画である「新・群馬県総合計画」に掲げた2030年（令和12年）に目指す姿、「持続可能な観光地域づくりが進展することで、地域の自立が実現している」、「国内客・外国人客に関わらず多様な旅行者を受入可能な環境づくりが進展している」、「群馬県を訪れる人の満足度が向上している」にも合致しています。

1　現状と課題の整理と目指すべき方向性

「新・群馬県総合計画」を推進するための基本政策の中では、「リトリートの聖地」、「クリエイティブの発信源」、「レジリエンスの拠点」の３つの近未来イメージを実現するための政策を掲げています。

リトリートとは、忙しい日常生活から離れ、心や身体を癒やす過ごし方であり、群馬県の目指すべき方向性である長期滞在化や高付加価値化、旅行者の平準化を推進するものとなります。

群馬県では「リトリートの聖地」を実現するため、本計画の基本理念として「『GUNMA』を世界に誇るリトリートの聖地へ」を掲げます。

そして、東京から非常に近い位置にありながら、大都市圏にはない温泉、自然、食、伝統文化などの魅力をいかした特別な旅の機会を提供できるという「強み」をもって、心と身体を癒やす長期滞在型観光の一大拠点を目指します。

◆群馬県の豊富な観光資源

１　現状と課題の整理と目指すべき方向性

基本理念に掲げた「『ＧＵＮＭＡ』を世界に誇るリトリートの聖地へ」を実現するため、本計画を観光活性化戦略として位置付け、３つの柱（基本戦略）を設定し、戦略的に取組を進めます。

現状・課題

- ■ 長期滞在のための施設・環境が整備されていない。
- ■ インバウンドの受入環境が整備されていない。
- ■ 旅行者の新市場に対し未開拓である。
- ■ 観光産業の労働力が不足している。　・・・etc

- ■ 長期滞在のためコンテンツが不足している。
- ■ 新たな旅行スタイルに係る需要を喚起するコンテンツが整備されていない。
- ■ 食や物産のブランド力が弱い。　・・・etc

- ■ 一歩先を予測するデータマーケティング体制が整備されていない。
- ■ 他団体と連携したプロモーションが不十分
- ■ 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。　・・・etc

目指す姿を達成するための観光活性化戦略

基本戦略Ⅰ
持続可能な観光地域づくりのための基盤整備

基本戦略Ⅱ
国内外から選ばれるコンテンツの創出

基本戦略Ⅲ
データに基づく戦略的プロモーション

基本理念

「GUNMA」を世界に誇るリトリートの聖地へ

群馬県の温泉、自然、食、伝統文化等の魅力をいかし、心と身体を癒やす長期滞在型観光の一大拠点を目指します。

2024

目指す姿（新・群馬県総合計画より）
- ・持続可能な観光地域づくりが進展することで、地域の自立が実現している。
- ・国内客・外国人客に関わらず多様な観光客を受入可能な環境づくりが進展している。
- ・群馬県を訪れる人の満足度が向上している。

2030

２　計画のねらい

１　長期滞在型観光の推進

・群馬県の誇る魅力的なコンテンツ創出・磨き上げ

・長期滞在型観光の普及・定着

群馬県内における２泊以上の実宿泊者数

2022年　88.1万人

UP

２　旅行消費額単価の向上

・高付加価値化・旅行消費額単価アップ

・観光事業者の収益向上・従業員の処遇改善

旅行消費額単価 ※日本人は宿泊客の単価

2022年　日本人　51,353円/人
2019年　外国人　53,029円/人

UP

３　リトリートの普及・定着

・「リトリート＝群馬県」の認知度アップ

・リトリートのために群馬県を訪れる旅行者増加

リトリート認知度

2023年　30.8%

UP

３　リトリートの聖地化に向けたロードマップ

戦　略	施策の方向性	2024～	2027の姿	2030の姿
基本戦略Ⅰ 持続可能な観光地域づくりのための基盤整備	・戦略的な集中投資による観光基盤の整備 ・地域の持続的な発展に向けた観光産業の収益向上や労働環境改善	・民間投資を活用した多様な旅行者の受入環境整備 ・観光産業の高付加価値化、ＤＸ化等の支援や、従業員の処遇改善の取組促進	・基礎的な観光基盤が整備され、ストレスフリーな旅行環境が整っている ・観光事業者等の持続可能な経営が可能となり、中核人材が活躍している	**リトリートの聖地 群馬県の実現** ・多様な過ごし方、楽しみ方が用意され、誰からも選ばれる観光地となっている ・長期滞在型観光が一般化し、高付加価値化が図られている
基本戦略Ⅱ 国内外から選ばれるコンテンツの創出	・長期滞在につながり、高付加価値なコンテンツの創出	・地域が取り組むリトリート視点でのコンテンツの磨き上げ支援や、群馬ブランドの創出	・多種多様な観光コンテンツが充実し、旅行の長期滞在化が進んでいる	
基本戦略Ⅲ データに基づく戦略的プロモーション	・ターゲットに応じた戦略的なプロモーションの実施 ・「リトリートの聖地 群馬県」の認知度向上・定着	・ビッグデータ等を活用し、適正なターゲット・内容・発信時期に、効果的な手段を組み合わせた情報発信	・群馬県が「リトリートの聖地」として認知され、リトリートのために訪れる旅行者が増加している	

第３章　達成指標と基本戦略

富岡製糸場（富岡市）

１　達成指標

計画の達成指標として、以下のＫＰＩ(Key Performance Indicatorの略。重要目標達成指標)を設定します。

計画における目指すべき方向性	ＫＰＩ（①、④、⑤、⑦はコアＫＰＩ）	基準値	目標値（2027年）	出典
１　長期滞在型観光の推進 ・群馬県の誇る魅力的なコンテンツの創出・磨き上げ ・長期滞在型観光の普及・定着	①群馬県内における２泊以上の実宿泊者数	(2022年) 88.1 万人	200.0 万人	観光庁 宿泊旅行統計調査 他
	②延べ外国人宿泊者数	(2019年) 29.2 万人泊	60.0 万人泊	観光庁 宿泊旅行統計調査
	③延べ宿泊者数	(2022年) 709.9 万人泊	1,020.0 万人泊	観光庁 宿泊旅行統計調査
２　旅行消費額単価の向上 ・高付加価値化・旅行消費額単価アップ ・観光事業者の収益向上・従業員の処遇改善	④日本人旅行消費額単価（宿泊客）	(2022年) 51,353 円	60,000 円	観光庁 旅行・観光消費動向調査 他
	⑤外国人旅行消費額単価	(2019年) 53,029 円	78,000 円	観光庁 訪日外国人消費動向調査 他
３　リトリートの普及・定着 ・「リトリート＝群馬県」の認知度アップ ・リトリートのために群馬県を訪れる旅行者増加	⑥旅行消費額総額	(2019年) 3,498 億円	5,700 億円	観光庁 旅行・観光消費動向調査 他
	⑦リトリート認知度	(2023年) 30.8 %	60.0 %	群馬県 インターネット調査

２　基本戦略

基本戦略Ⅰ

持続可能な観光地域づくりのための基盤整備

現状・課題

- 長期滞在のための施設・環境が整備されていない。
- インバウンドの受入環境が整備されていない。
- 旅行者の新市場に対し未開拓である。
- 観光産業の労働力が不足している。　　･･･etc

方向性

戦略的な集中投資による観光基盤の整備を行い、国際競争力の高い観光地としての基礎を構築するとともに、観光地域の持続的な発展につながるよう施策の展開を図ります。

１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

- 基礎的なインフラや観光ＤＸ等の基盤を整備
- 行政の積極投資により民間投資を呼び込むことによるハード整備の促進
- 二次交通対策、オーバーツーリズム対策等
- 県域観光振興団体における観光ＤＭＰの構築

２　インバウンドの受入環境整備

- 多言語情報サイトや案内表示等の多言語化の促進
- インバウンド誘客促進に取り組む観光施設への支援
- 外国人も安心して滞在できる質の高いサービスを備えたラグジュアリーホテルの誘致

３　新たな旅行スタイルを推進するための環境整備

- 地域一体となったリトリート推進に係る施設・地域整備の促進
- 新たな旅行スタイル（ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙﾂｰﾘｽﾞﾑ、ﾍﾟｯﾄﾂｰﾘｽﾞﾑ、ｶﾞｽﾄﾛﾉﾐｰﾂｰﾘｽﾞﾑ等）を確立するための施設整備の促進
- ユニバーサルツーリズム受入環境の整備や相談窓口の運営

４　観光人材の確保・育成・定着

- 観光事業者等の収益向上から従業員の処遇改善に還元する意識改革や取組の促進
- 移住してでも働きたいと思えるような環境整備及び国内外の多様な人材に対する就業機会の創出や情報発信等
- 産学官による観光人材の育成推進及び観光産業の成長を牽引するリーダーとなる中核人材の育成

２　基本戦略

基本戦略Ⅱ

国内外から選ばれるコンテンツの創出

現状・課題

- 長期滞在のためのコンテンツが不足している。
- 新たな旅行スタイルに係る需要を喚起するコンテンツが整備されていない。
- 食や物産のブランド力が弱い。　　・・・etc

方向性

国内外の多様な旅行者に来訪先として選ばれるため、温泉、自然、食、伝統文化等をいかした高付加価値なコンテンツを創出します。

５　魅力あるコンテンツ創出（温泉・自然・食・伝統文化等）

- 長期滞在化を推進するため、各観光地を代表するキラーコンテンツを創出し、トリクルダウンにより旅行者の周遊につなげる
- 温泉、自然、食、伝統文化等の既存の観光コンテンツの磨き上げ
- 多種多様なコンテンツの創出と組み合わせによるインバウンドを含めた幅広い誘客の促進

６　新たな旅行スタイル確立

- アラカルトのように旅行者に自由に選んでもらえるような多種多様な観光コンテンツを地域を巻き込んで創出し、時代のニーズに合った新たな旅行スタイル（ﾘﾄﾘｰﾄ、ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙﾂｰﾘｽﾞﾑ、ﾍﾟｯﾄﾂｰﾘｽﾞﾑ、ｶﾞｽﾄﾛﾉﾐｰﾂｰﾘｽﾞﾑ等）を確立
- 旅行の長期滞在化や高付加価値化の促進による旅行消費額単価の向上

７　群馬ブランド創出・育成（食・物産）

- 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による環境意識の高い客層などの誘客促進
- 地産地消の促進による持続可能な観光地づくりの推進
- リアルとデジタルの双方による販売促進と認知度の向上及び販路拡大

２　基本戦略

基本戦略Ⅲ　データに基づく戦略的プロモーション

現状・課題

- 一歩先を予測するデータマーケティング体制が整備されていない。
- 他団体と連携したプロモーションが不十分
- 交流人口の増加を契機として、関係人口の創出を促進する必要がある。　・・・etc

方向性

ビッグデータ等を活用し、ターゲットに応じた戦略的なプロモーション等を実施することで、「リトリートの聖地 群馬県」の認知度の向上・定着を図り、観光誘客と旅行消費額の増加を実現します。

8　データを活用したマーケティング体制の強化

- 観光ＤＭＰの運用による情報発信やデータに基づく観光施策の提案等の実施
- データマーケティング専門人材による各地域の観光政策立案を支援

9　ターゲットに応じた戦略的なプロモーション

- 国内外の旅行者に対して、インフルエンサー等を活用して口コミによる拡散を図るなど、リトリートの聖地化に向けた一貫性・継続性のあるプロモーションによる認知度向上と誘客促進
- インバウンドのターゲット国に応じた効果的な情報発信

10　関係機関・団体との連携強化

- 県域観光振興団体との連携による観光ＤＭＰを活用した課題解決
- インバウンドに対する県域の枠を超えた連携による誘客促進
- JNTOと連携したプロモーションや誘客施策の促進
- 市町村等と連携した地域の特色に応じた観光振興の推進

11　移住・関係人口の増加の促進

- 観光誘客やMICE開催等による交流人口の増加を契機とした関係人口の増加及び移住・定住につながる取組の促進
- インバウンド誘客や訪日教育旅行等の推進による海外との関係人口の増加促進

第４章　実現に向けた具体的施策

群馬みなかみほうだいぎスキー場（みなかみ町）

主要施策１　観光地域の基盤整備(インフラ・観光ＤＸ等)

リトリートを推進するための基礎的なインフラや観光ＤＸ等の基盤を整備します。

行政が積極的な投資を推進することにより、民間の投資を呼び込み、群馬県の温泉や自然をいかした旅行の長期滞在化、高付加価値化につなげるハード整備を促進します。

二次交通対策(MaaS、カーシェア等)やオーバーツーリズム対策など、ストレスフリーで旅行を楽しめる環境を整えるとともに、持続可能な観光地づくりを進めます。

県域観光振興団体において、ビッグデータ等を活用したデータマーケティングを可能とする観光データプラットフォームを構築し、各地域における効果的な施策立案に役立てます。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- 群馬県の自然や観光資源をいかした基礎的な観光基盤の整備が進展している
- 全ての人にとって居心地のよい街づくりが進み、持続可能な観光地域づくりの基盤が整備されている
- 大都市圏や空港から群馬県へのアクセスの向上と旅行者のストレスフリーな県内移動が実現している
- 観光データプラットフォームが稼働し、各地域においてＥＢＰＭに基づく施策立案等が進んでいる

具体的な取組

- MaaSを活用して観光地までの移動を予約から決済まで一括で行えるサービスを実施します。
- 県域団体が観光データプラットフォームを構築・運用していくための支援を行います。
- 都市公園や自然公園、フラワーパーク等の整備による誘客促進を図ります。
- 美しく良好な景観形成と、官民連携による「居心地が良く歩きたくなるまちなか」の創出を促進します。

MaaSの活用による二次交通対策

フラワーパークの改修

主要施策２　インバウンドの受入環境整備

今後、増加が想定されるインバウンドの受入環境を整えるため、多言語情報サイトや案内表示等の多言語対応を進めます。

国際水準で備わっているべき施設の整備(英語スタッフの配置、Wi-Fi環境整備、キャッシュレス決済、食の多様性への対応等)により、インバウンドの誘客促進に取り組む観光施設を支援します。

富裕層インバウンドの誘客を進めるため、外国人が安心して滞在できるコンシェルジュの配置等の高いサービスを備えたラグジュアリーホテルの誘致を推進します。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- 多言語情報サイトから群馬県を認知し来県するインバウンド客が増加している
- 群馬県へ来県した外国人旅行者のストレスフリーな県内移動が実現している
- インバウンド受入認定施設が増加し、インバウンドの受入環境が整っている
- ラグジュアリーホテルの誘致が進んでいる

具体的な取組

- インバウンドの受入可能な施設を拡大し、多言語情報サイト等を通して情報発信を行います。
- 多言語情報サイトや案内表示等の多言語対応を進めます。
- ラグジュアリーホテルの誘致に向けて、運営法人と継続的な意見交換を行います。
- GunMaaSを活用し、インバウンド向けの周遊パスの販売など、交通利便性向上を進めます。

多言語対応によるインバウンド受入環境整備

ラグジュアリーホテルの誘致推進

主要施策３　新たな旅行スタイルを推進するための環境整備

地域が一体となって取り組むリトリートを推進するための観光施設や地域の整備を促進します。
ユニバーサルツーリズム、ペットツーリズム、ガストロノミーツーリズムなどの新たな旅行スタイルを確立するための観光施設の整備を促進します。
ユニバーサルツーリズムの相談窓口の運営や情報発信・普及啓発等により受入環境を整備します。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- リトリートを推進するための観光施設の整備が進んでおり、受け入れる意識が浸透している
- ユニバーサルツーリズム、ペットツーリズム、ガストロノミーツーリズムなど、新たな旅行スタイルを楽しむ観光施設が整備されている
- 多様な観光ニーズに対応した観光施設の整備が進み、高齢者や障害のある人、ペット連れの人など、誰もが気兼ねなく旅行できる受入環境が整っている

具体的な取組

- リトリートを推進するための施設整備の支援を行います。
- 新たな旅行スタイル(ﾕﾆﾊﾞｰｻﾙﾂｰﾘｽﾞﾑ、ﾍﾟｯﾄﾂｰﾘｽﾞﾑ、ｶﾞｽﾄﾛﾉﾐｰﾂｰﾘｽﾞﾑ等)を確立するための施設整備や普及啓発を進めます。
- ユニバーサルツーリズムを推進するための相談窓口の運営や対応している施設の情報発信を進めます。
- ペットツーリズムを推進するため、ペット同伴可能な施設の情報発信及び普及啓発に取り組みます。

ペットツーリズムの推進

ぐんまユニバーサルツーリズム相談窓口の運営

主要施策４　観光人材の確保・育成・定着

観光産業における深刻な労働力不足に対し、国内外の多様な人材に対する就業機会の創出や情報発信等により人材確保につなげるとともに、大学・高校等と連携し、産学官による観光人材の育成を推進します。

また、長期滞在化や高付加価値化、観光ＤＸにより、観光事業者等の収益向上につなげ、それを従業員の処遇改善に還元する意識改革や取組を促進し、例えば、東京の若者が群馬県に移住してでも働きたいと思えるような環境（子育て環境等）を整え、人材の定着につなげていきます。

ユニバーサルツーリズムなどの新たな旅行スタイルに係る需要に対しては、その取り込みを積極的に行うなど、リトリートの聖地化や観光地の成長を牽引するリーダーとなり得る中核人材の育成に取り組みます。

2027年（令和９年）までに目指す姿

- 観光事業者等の収益向上から従業員の処遇改善につなげ、さらに人材確保を実現する好循環を生み出し、持続可能な経営が可能となっている
- リトリートの聖地化の実現等を牽引する中核人材が県内各観光地で活躍している

具体的な取組

- 観光産業における長期滞在化や高付加価値化、観光ＤＸの取組を支援し、働きたいと思えるような環境整備を促進します。
- 合同面接会等の開催により、就業意欲のある多様な人材と観光事業者等とのマッチングを推進します。
- 新たな旅行スタイルの推進に向けた研修を実施し、観光地の成長を牽引する中核人材を育成します。
- 大学・高校等における講義等を通して、県内観光への理解促進に取り組みます。

観光DXによる労働環境整備の推進

観光地の成長を牽引する中核人材の育成

主要施策５　魅力あるコンテンツ創出（温泉・自然・食・伝統文化等）

リトリートの掲げる長期滞在化を推進するため、宿泊と宿泊の間のいわゆる「旅ナカ」における過ごし方の選択肢となり得る、多くの魅力的な観光コンテンツ、とりわけ各観光地を代表するキラーコンテンツを創出し、「トリクルダウン」により旅行者の周遊につなげます。

群馬県の強みである温泉、自然、食、伝統文化等の既存の観光コンテンツを更に磨き上げるとともに、それぞれを組み合わせることによる多種多様なコンテンツを創出します。また、「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産の登録を推進するなど、総合的な魅力を高め、インバウンドを含めた幅広い誘客につなげます。

2027年（令和９年）までに目指す姿

- リトリートの推進に向け、既存の観光コンテンツの磨き上げや、新たな観光コンテンツの創出を進めることで、県内各地に多種多様な観光コンテンツが充実し、旅行の長期滞在化が進んでいる
- 魅力的な観光コンテンツが充実することで、国内外の旅行者から、より一層選ばれる群馬県となっている

具体的な取組

- リトリートの推進に向け、旅行者の長期滞在化のニーズに応える観光コンテンツの磨き上げや掘り起こしを推進します。
- 国公立公園・森林空間等の「自然」、スキー・ラフティング等の「アクティビティ」、富岡製糸場・美術館・博物館等の「歴史・文化」、中之条ビエンナーレ・群馬交響楽団等の「アート」、橋・ダム等の「インフラ」、工場等の「産業」など、様々な観光コンテンツを充実させます。
- 映画やドラマ等のロケ誘致を推進し、ロケ地の聖地化による観光誘客の促進を図ります。

魅力的な観光コンテンツ創出

主要施策６　新たな旅行スタイル確立

アラカルトのように旅行者に自由に選んでもらえるような多種多様な観光コンテンツを、地域を巻き込んで創出し、リトリートやユニバーサルツーリズム、ペットツーリズム、ガストロノミーツーリズムなど、時代のニーズに合った新たな旅行スタイルを確立します。

新たな旅行スタイルを確立することにより、長期滞在化や高付加価値化を促進し、旅行消費額の増加や観光事業者の収益向上、ひいては観光産業の振興を図ります。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- 旅行プランが多数造成されるなど、リトリートを含めた新たな旅行スタイルが確立している
- リトリートやユニバーサルツーリズム、ペットツーリズムなど、新たな旅行スタイルの旅行者が増加し、長期滞在化が進んでいる
- ガストロノミーツーリズムや富裕層インバウンド等に向けた高付加価値旅行などにより旅行者が増加し、旅行消費額単価が上昇している

具体的な取組

- リトリート視点でのコンテンツの磨き上げや、長期滞在を受け入れるためのモデル事業の実施等、地域の取組を支援します。
- 新たな旅行スタイルを推進するため、群馬の魅力をいかした観光コンテンツづくり等を支援します。
- 地域ぐるみで取り組む農泊モデルを創出するなど、グリーン・ツーリズムを推進します。

新たな旅行スタイル確立(リトリートやユニバーサルツーリズム等)

主要施策７　群馬ブランド創出・育成（食・物産）

群馬県の食や物産の魅力をもって観光誘客につなげるために、リアルとデジタルの双方による販売促進を展開し、認知度の向上と販路拡大に取り組むとともに、群馬ブランドとしての確立を図ります。

農業体験や有機農産品を使用した食の提供を促進することにより、環境意識の高い客層などの誘客を図ることで、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を推進します。

2027年（令和９年）までに目指す姿

- 有機農産品等の「食」と土産物品や工芸品などの「物産」において群馬ブランドが確立されている
- 食や物産による群馬ブランドを観光資源とし、高付加価値な観光プラン（ガストロノミーツーリズム等）による誘客が図られている
- 農産品等の地産地消が促進され、県内観光地において持続可能な観光地域づくりが進んでいる

具体的な取組

- 観光物産展等のリアルでの物産振興だけでなく、デジタルを活用した事業により、群馬県の物産品の販売促進に取り組みます。
- 優良県産品推奨制度により、物産品の魅力向上と新規掘り起こしに取り組みます。
- 有機農産品の環境負荷の低減等に係るプロモーションにより、リトリートのイメージ定着を図ります。
- 有機農産品を活用したガストロノミーツーリズムの推進を図ります。

食や物産における群馬ブランドの確立と誘客促進

主要施策８　データを活用したマーケティング体制の強化

県域観光振興団体において、統計情報やビックデータ等の情報を一元管理する観光ＤＭＰを構築・運用することで、観光データの可視化による情報発信やデータに基づく観光施策の提案等に取り組みます。

観光ＤＭＰを活用し、データマーケティング専門人材によるデータ分析に基づく施策提案等を各地域へ展開することで、各地域の観光施策立案を支援します。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- 県域観光振興団体が構築する観光ＤＭＰにより、観光データが可視化され、各地域において観光動態を容易に閲覧することができるようになっている
- データマーケティングの専門人材により、各地域に観光需要予測や観光施策の立案、コンテンツ造成支援が実施されている

具体的な取組

- 観光の現状等を把握するため、観光入込客数等の統計調査を実施します。
- (公社)日本観光振興協会と連携し、観光ＤＭＰの構築・運用を進めます。
- 県域観光振興団体にデータマーケティング専門人材を配置し、観光ＤＭＰを活用した情報発信や観光施策の提案等に取り組みます。

観光ＤＭＰの構築・運用

主要施策９　ターゲットに応じた戦略的なプロモーション

群馬県の魅力的な観光コンテンツの情報発信を、適正なターゲット・内容・発信時期に、効果的な手段を組み合わせたメディアミックスにより実施します。

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ト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。

県内におけるリトリートの普及・定着に向けた気運醸成に取り組むとともに、国内外の旅行者に対して、インフルエンサー等を活用して口コミによる拡散を図るなど、リトリートの聖地化に向けた一貫性・継続性のあるプロモーションによる認知の向上を図ります。また、ターゲットとなる客層への価値のあるコンテンツの情報発信により、リトリートの誘客促進に取り組みます。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- 群馬県が「リトリートの聖地」として認知され、そのイメージが定着している
- 戦略的なプロモーションにより、リトリートのために群馬県を訪れる旅行者が増加している
- ターゲット国に応じた効果的なプロモーションにより、群馬県を訪れる外国人旅行者が増加している
- 継続的な訪問を促進するためのプロモーションにより、リピーターが増加している

具体的な取組

- 「リトリートの聖地」のブランドイメージを構築するため、動画クリエイターの活用やＳＮＳ、ＷＥＢ動画広告等によるプロモーションに取り組みます。
- 国内外からの観光誘客に向け、群馬県の魅力的な観光コンテンツや新たな旅行スタイルに係る情報を、ＷＥＢサイトやＳＮＳを活用し、ターゲットに対して効果的に発信します。
- インバウンドに対し、多言語観光情報サイトを拡充し、誘客を促すための運営・活用に取り組みます。

リトリートの聖地化に向けたプロモーション

インバウンドに対する戦略的プロモーション

主要施策10　関係機関・団体との連携強化

県域観光振興団体との連携を図り、ＤＭＰを活用したデータマーケティングや戦略的プロモーションによる課題解決に取り組みます。

日本を周遊する外国人旅行者に対し、県域の枠を超えた広域連携による誘客促進等による効率的・効果的な施策展開を図ります。

（公財）日本観光振興協会やJNTO（日本政府観光局）との連携により、全国規模の観光データの活用や効果的なプロモーションに取り組みます。

市町村や地域の関係団体と連携し、地域の特色に応じた観光振興の推進を図ります。

2027年（令和９年）までに目指す姿

- インバウンド誘客等に係る県域の枠を超えた広域での観光施策による連携が強化されている
- 地域の観光に係る課題に対し、観光団体を始め多様な団体と共同で取り組む動きが広がっている

具体的な取組

- JNTO（日本政府観光局）との連携により、インバウンド誘客に係る効率的なプロモーションや観光データの活用による施策立案を図ります。
- 県域観光振興団体や市町村等と連携し、日本観光振興協会の全国観光ＤＭＰの構築・運用に取り組みます。
- 各地域おいて、市町村や関係団体で構成される連絡協議会等を通じ、地域の特色に応じた観光振興事業に取り組みます。
- 近隣県との連携協議会を通じた広域連携による誘客促進事業に取り組みます。

地域の特色に応じた観光振興事業

主要施策11　移住・関係人口の増加の促進

観光誘客やMICE開催等による交流人口の増加を契機として、観光地域づくりやワーケーション等の地域とより深い関わりを持つ関係人口の増加を図り、更には移住・定住にもつながる取組を促進します。

インバウンド誘客や訪日教育旅行等の推進により、群馬県への認知や理解を高め、海外との関係人口の増加につなげます。

2027年(令和９年)までに目指す姿

- 各種観光施策の実施による交流人口の増加から、より地域との関わりが深い関係人口が増加し、更には移住・定住につながっている
- 関係人口の増加による地域活性化の取組が促進され、「住んでよし、訪れてよし」の地域づくりが県内各地で広がっている
- インバウンド誘客や訪日教育旅行等により、群馬県の認知度向上と来県リピーターが獲得されている

具体的な取組

- MICE開催を促進するため、誘致営業や開催支援を実施します。
- ワーケーションを促進するため、群馬県の魅力の発信や地域との交流を推進します。
- 移住希望者に対し、群馬県の地域文化や魅力を伝えるセミナー等を開催します。
- ＵＩターン就職を支援するために、情報発信やマッチング事業を実施します。
- 訪日教育旅行を受け入れ、海外の学生との交流を深め、将来の関係人口の増加につなげます。

ワーケーションの促進(ワーケーションツアー)

移住希望者へ地域文化や魅力を伝えるセミナー

資料編

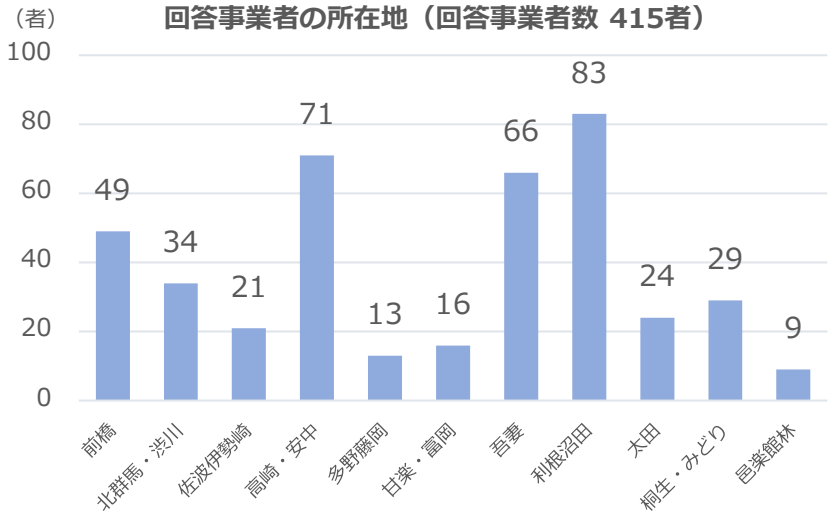
宝徳寺（桐生市）

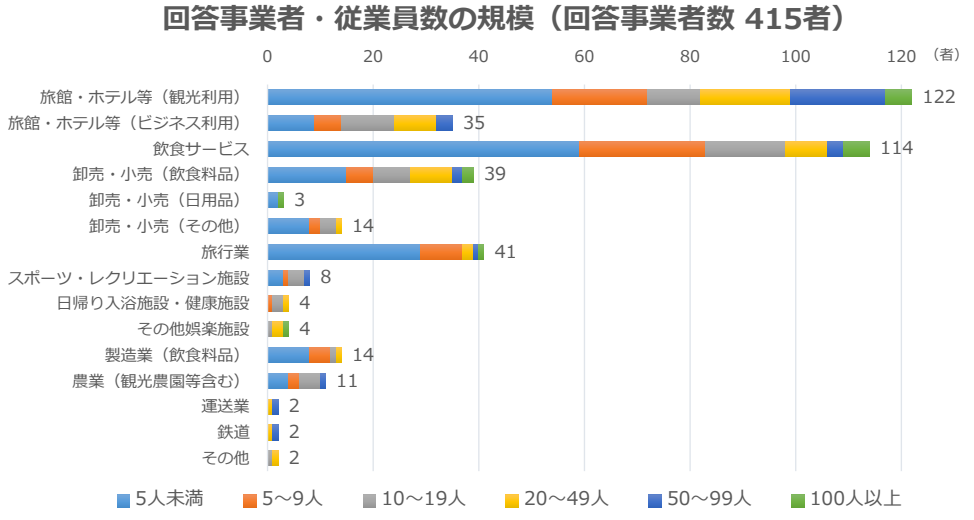
【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

実施概要

- 実施目的　次期群馬県観光振興計画を策定するに当たり、群馬県内の観光関連事業者に対し、広く意見を募り、計画策定の一助とするため、アンケート調査を実施したもの
- 実施時期　2023年(令和５年)６月９日(金)～６月28日(水)
- 調査対象　県内宿泊施設(660事業所)、県内飲食店(550事業所)、県内小売店(300事業所)、県内娯楽施設(50事業所)、旅行業社(140社)　合計　1,700事業所
- 調査手法　インターネット調査（全27問）
- 回答状況　415事業所(回答率　24.4%)

回答者の属性(設問１～４)



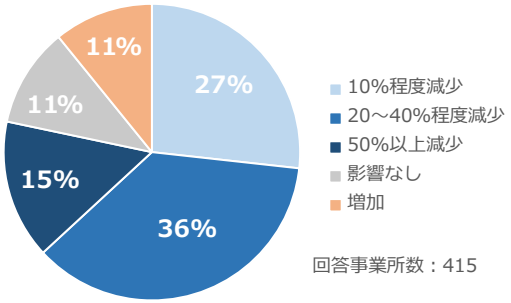


【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

【設問５】コロナ前(令和元年度以前)と比較して、現状における顧客数・売上高はどう変化していますか

◆ 顧客数の変化

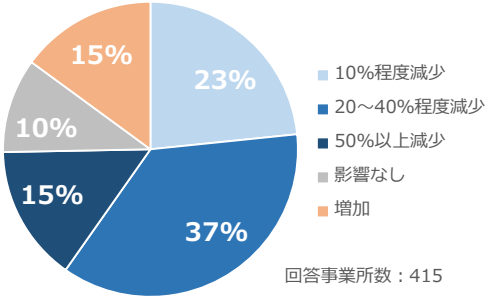
【全事業者】（従業員数区分：全て）



回答事業所数：415

◆ 売上高の変化

【全事業者】（従業員数区分：全て）

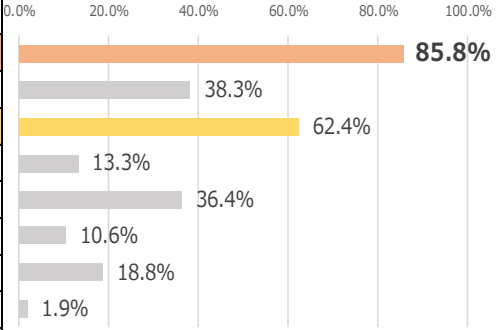


回答事業所数：415

【設問６】コロナ禍を経て、経営状況においてどのような変化が生じたと感じていますか

回答者　全事業者　　415　事業所　（従業員数区分：全て）

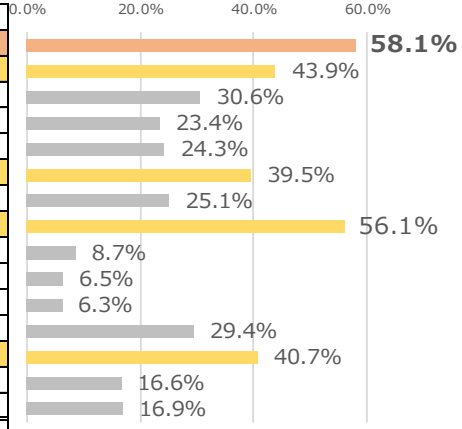
選択肢	回答数
原材料コストの高騰	356
顧客層の変化	159
顧客の増加、減少	259
ICT（情報通信技術）によるDXの浸透	55
事業主、従業員の働き方の変化	151
事業拡大（新規事業開拓など）	44
事業縮小（事業見直しなど）	78
変化を感じない	8
合計	1,110



【設問７】現在、事業の課題と考える事項についてご回答ください

回答者　全事業者　415　事業所　（従業員数区分：全て）

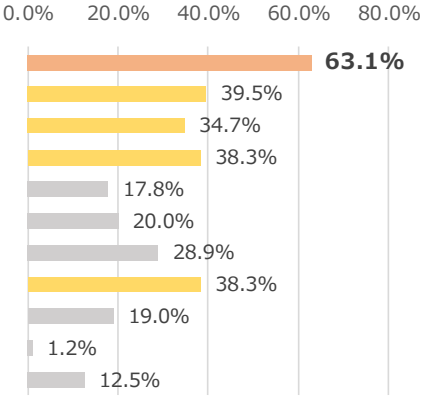
選択肢	回答数
人材の確保	241
人材の育成	182
事業承継	127
新商品の開発	97
ブランド戦略	101
設備投資	164
事業資金の調達	104
原材料費等の高騰	233
財務マネジメント	36
ICTによるDX	27
情報セキュリティ対応	26
効果的な広告宣伝	122
新規顧客の開拓	169
外国人客の受入体制整備	69
サステナビリティ経営	70
合計	1,768



【設問８】事業におけるＤＸの取り組みについてご回答ください

回答者　全事業者　　415　事業所　（従業員数区分：全て）

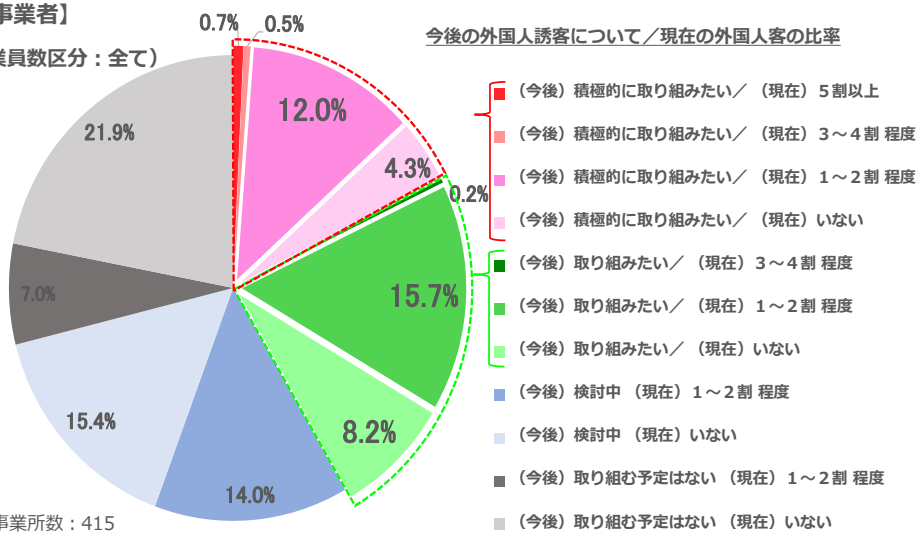
選択肢	回答数
クレジット決済の導入	262
バーコード決済の導入	164
オンライン決済の導入	144
予約システムの導入	159
勤怠管理システムの導入	74
顧客台帳システムによる管理	83
集客販促ツール（SNS・ネット広告等）の活用	120
Free Wi-Fiの設置	159
ECサイト(ネットショップ等)の活用	79
ICT映像技術（VR／AR等）の活用	5
特になし	52
合計	1,301



【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

【設問９、10】現在、外国人の利用客は全体の何%程度いますか 今後、外国人の誘客にどの程度取り組みたいと考えますか

【全事業者】
（従業員数区分：全て）

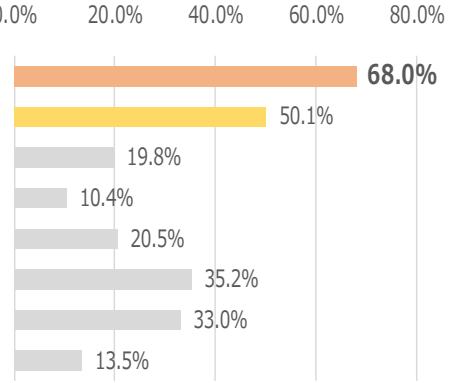


回答事業所数：415

【設問11】外国人の誘客に対する課題は何ですか

回答者 全事業者　415 事業所 （従業員数区分：全て）

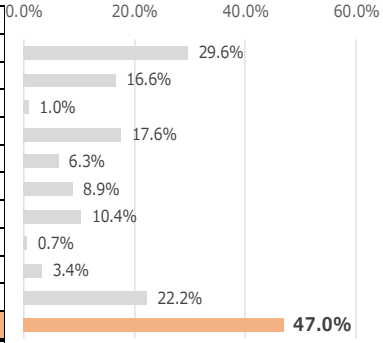
選択肢	回答数
外国語への対応	282
案内表示等の整備	208
キャッシュレス決済への対応	82
Free Wi-Fiの対応	43
SNS等による情報発信	85
食文化への対応（ハラール・ヴィーガン・ベジタリアン等）	146
日本の習慣やマナーに係る周知啓発	137
特になし	56
合計	1,039



【設問12】事業施設(店舗等)において、ユニバーサルデザインを導入していますか

回答者 全事業者　415 事業所 （従業員数区分：全て）

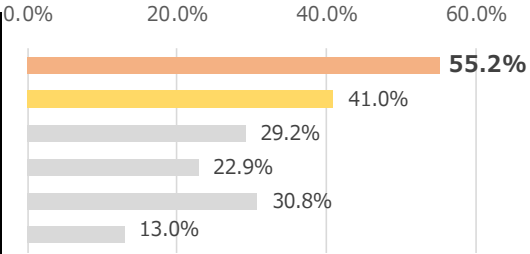
選択肢	回答数
段差の解消、スロープ設置	123
通路の広さを確保	69
映像や画像による視覚的案内、音声による聴覚的案内	4
多機能トイレの設置	73
授乳室、キッズコーナーの設置	26
食への配慮（離乳食、介護・えん下食、ハラール、ヴィーガン、ベジタリアン等）	37
車椅子の方や子供など目線が低い方への配慮（モノの配置、テーブルの高さ等）	43
色彩への配慮（カラーバリアフリー）	3
ピクトグラムの導入	14
スタッフによる積極的な支援	92
導入していない	195
合計	679



【設問13】ユニバーサルデザインの導入を進めるに当たっての課題は何ですか

回答者 全事業者　415 事業所 （従業員数区分：全て）

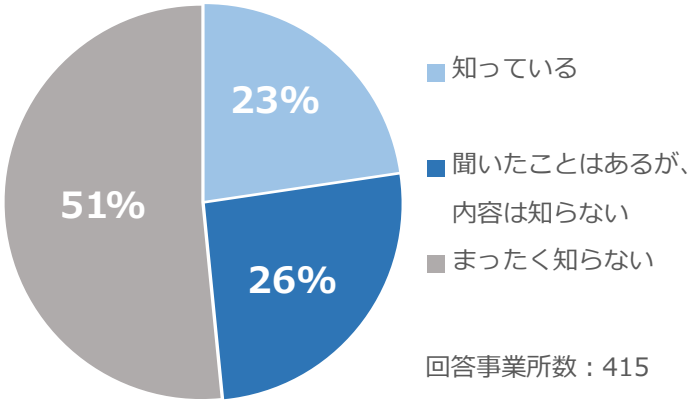
選択肢	回答数
導入コストに係る財源不足	229
知識、ノウハウを有していない	170
人手不足	121
需要があるか分からない	95
利用者が少なく整備効果が低い	128
特になし	54
合計	797



【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

【設問14】群馬県が取り組んでいる「リトリート(忙しい日常から離れ、長期的にゆったり過ごす中で、心や体を癒す過ごし方)」を知っていますか

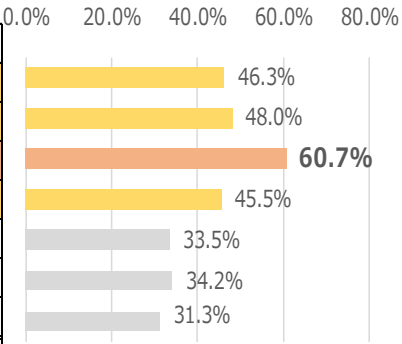
【全事業者】（従業員数区分：全て）



【設問15】群馬県では、「リトリートの聖地化」に向けて、現状の１泊２日といった短い旅のスタイルから、長期的にゆったりと過ごすことを目的とする新しい旅のスタイルの定着を図る取り組みを進めています
このリトリートを推進するに当たり、貴事業所や地域が抱える課題は何だと思いますか

回答者　全事業者　415　事業所　（従業員数区分：全て）

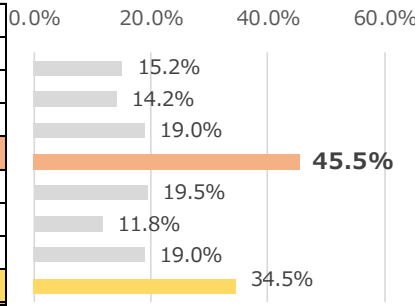
選択肢	回答数
長期滞在を見据えた施設や環境が整備されていない	192
長期滞在につながる観光コンテンツが不足している	199
リトリートに関する情報が不足している	252
リトリート推進に対する地域一体となった気運醸成が不足している	189
異業種との連携が不足している	139
エリアをまたいだ連携が不足している	142
外国人観光客の受入体制が整っていない	130
合計	1,243



【設問16】観光需要が多様に変化するなか、新しい観光スタイルの提案として、次のうち取り組んでいるものはありますか

回答者　全事業者　415　事業所　（従業員数区分：全て）

選択肢	回答数
ワーケーション等のテレワークを目的とした利用客等への対応	63
ペット同伴の利用客等への対応	59
SDGｓの目標達成に向けた取り組み	79
リピーター獲得を目的とする再来訪促進	189
地域住民と協同した誘客事業	81
自然保護の要素を取り入れたエコツーリズム	49
体験型コンテンツ（自然・文化・職業等）の導入	79
該当なし	143
合計	742

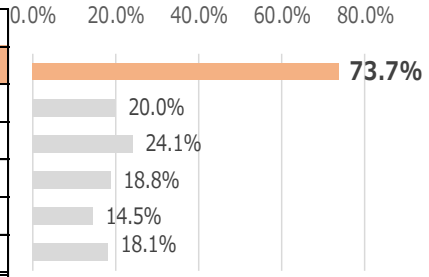


【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

【設問17】◆情報発信・広報について◆
貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

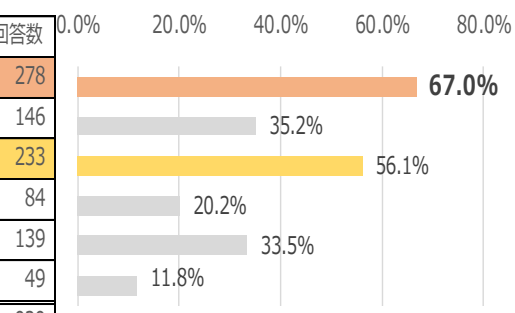
選択肢	回答数
WEBやSNSを活用した情報発信	306
インフルエンサーを活用した情報発信	83
マスコミ（テレビ・ラジオ・新聞等）を活用した情報発信	100
パンフレット等の紙媒体による情報発信	78
海外向けに特化した情報発信	60
特になし	75
合計	702



【設問18】◆情報発信・広報について◆
行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

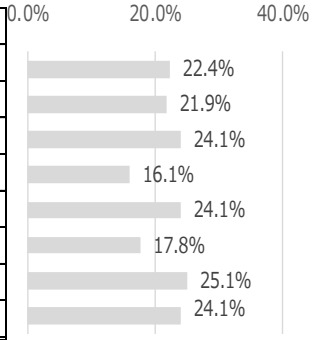
選択肢	回答数
WEBやSNSを活用した情報発信	278
インフルエンサーを活用した情報発信	146
マスコミ（テレビ・ラジオ・新聞等）を活用した情報発信	233
パンフレット等の紙媒体による情報発信	84
海外向けに特化した情報発信	139
特になし	49
合計	929



【設問19】◆施設・環境整備について◆
貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

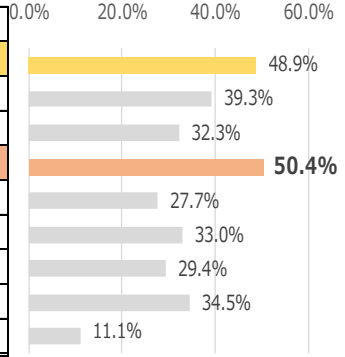
選択肢	回答数
観光客等の長期滞在の促進	93
ITインフラ（PCなどのハードウェアやWi-Fiなどのネットワーク等）の整備促進	91
事業におけるDX推進	100
ユニバーサルデザインの導入	67
施設案内表示等の多言語対応	100
外国人客の対応に係る人材の確保	74
災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備	104
特になし	100
合計	729



【設問20】◆施設・環境整備について◆
行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

選択肢	回答数
観光客等の長期滞在を促すコンテンツの造成支援	203
ITインフラ（PCなどのハードウェアやWi-Fiなどのネットワーク等）の整備促進支援	163
事業におけるDX推進支援	134
鉄道等の交通拠点から観光地までのアクセスの向上	209
ユニバーサルデザインの導入支援	115
多言語表示の普及促進	137
外国人客の対応に係る人材育成	122
災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備	143
特になし	46
合計	1,272

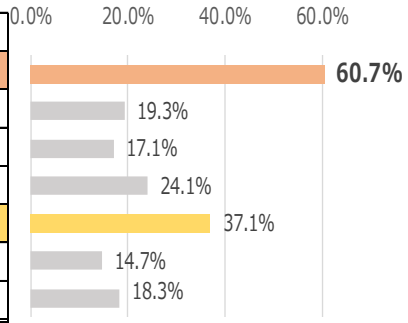


【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

【設問21】◆商品・サービス等について◆
貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

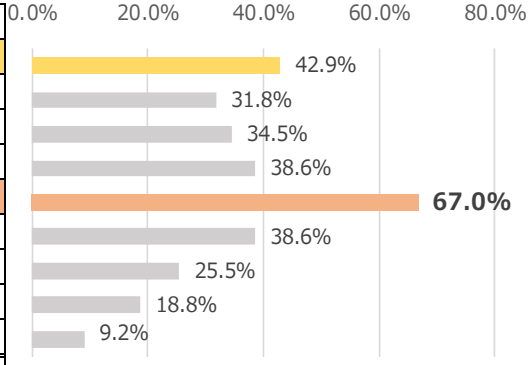
選択肢	回答数
高付加価値・高価格の商品開発	252
外国人客向けの商品・サービスの開発	80
食への配慮（離乳食、介護・えん下食、ﾊﾗｰﾙ、ｳﾞｨｰｶﾞﾝ、ﾍﾞｼﾞﾀﾘｱﾝ等）	71
体験型コンテンツの開発	100
商品のブランド化	154
海外向けの販路開拓	61
特になし	76
合計	794



【設問22】◆商品・サービス等について◆
行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

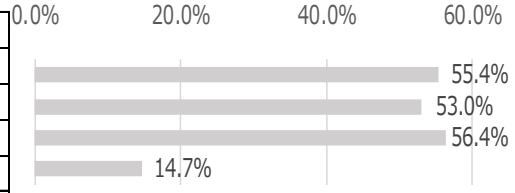
選択肢	回答数
高付加価値・高価格の商品開発支援	178
外国人客向けの商品・サービスの開発支援	132
体験型コンテンツの開発支援	143
ブランド開発支援	160
群馬ブランドの育成・PR	278
観光・物産展の開催・出展	160
海外向けの販路開拓支援	106
海外トップセールスの実施	78
特になし	38
合計	1,273



【設問23】◆事業連携・地域づくりについて◆
貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

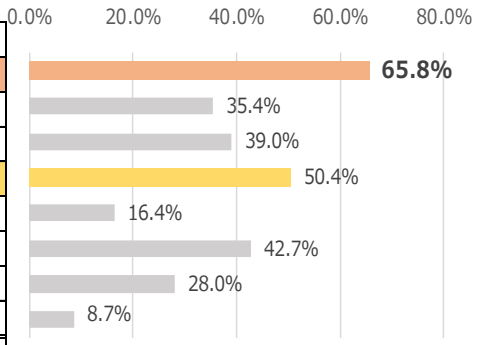
選択肢	回答数
行政機関との連携	230
関係団体等との連携	220
地域住民と一体となった観光地域づくりの促進	234
特になし	61
合計	745



【設問24】◆事業連携・地域づくりについて◆
行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全事業者　　415 事業所　（従業員数区分：全て）

選択肢	回答数
多様な関係者と連携した観光地域づくりの推進	273
異業種間連携を促すためのコミュニティ形成促進	147
観光に関するデータの収集・分析及び分析結果の展開	162
閑散期の誘客対策	209
ユニバーサルツーリズムの普及促進	68
観光地における景観対策・環境保全	177
国内・国外観光客に対するマナー啓発	116
特になし	36
合計	1,188



【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

(参考)調査項目一覧

設問	質問	選択肢
1	貴事業者名(法人・個人)をご回答ください。 (無記名でも可)	自由記述
2	貴事業所の所在地についてご回答ください。	・県内35市町村　・その他
3	貴事業所の事業内容についてご回答ください。	・旅館・ホテル等(観光客層の利用が多いもの) ・飲食サービス ・卸売・小売(日用品) ・旅行業 ・遊園地・公園等 ・日帰り入浴施設・健康施設 ・製造業(飲食料品) ・農業(観光農園等含む) ・運送業 ・旅館・ホテル等(ビジネス客層の利用が多いもの) ・卸売・小売(飲食料品) ・卸売・小売(その他) ・スポーツ・レクリエーション施設 ・歴史・文化施設 ・その他娯楽施設 ・製造業(飲食料品以外) ・情報通信サービス ・その他
4	貴事業所における従業員数についてご回答ください。(雇用形態問わず)	・５人未満　・５～９人　・10～19人　・20～49人　・50～99人　・100人以上
5	コロナ前(令和元年以前)と比較して、現状における顧客数・売上高はどう変化していますか。	(顧客数・売上高　それぞれに対して) ・50%以上減少　・20～40%程度減少　・10%程度減少　・影響なし　・増加
6	コロナ禍を経て、経営状況においてどのような変化が生じたと感じていますか。	・原材料コストの高騰　・顧客層の変化　・顧客の増加、減少 ・ＩＣＴ(情報通信技術)によるＤＸ(デジタルトランスフォーメーション)の浸透 ・事業主、従業員の働き方の変化　・事業拡大(新規事業開拓など)　・事業縮小(事業見直しなど) ・その他　・変化を感じない
7	現在、事業の課題と考える事項についてご回答ください。	・人材の確保　・人材の育成　・事業承継　・新商品の開発 ・ブランド戦略　・設備投資　・事業資金の調達　・原材料費等の高騰 ・財務マネジメント　・ＩＣＴによるＤＸ　・情報セキュリティ対応　・効果的な広告宣伝 ・新規顧客の開拓　・外国人客の受入体制整備 ・サステナビリティ（環境や社会に貢献しつつ、良好な経済活動を維持し続けること）　・その他
8	事業におけるDXの取り組みについてご回答ください。	・クレジット決済の導入　・バーコード決済の導入　・オンライン決済の導入 ・予約システムの導入　・勤怠管理システムの導入　・顧客台帳システムによる管理 ・集客販促ツール(ＳＮＳ自動運用、ネット広告等)の活用　・Free Wi-Fiの設置 ・ＥＣサイト(ネットショップ等)の活用　・ＩＣＴ映像技術(ＶＲ／ＡＲ等)の活用 ・その他　・特になし

【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
9	現在、外国人の利用客は全体の何割程度いますか。	・いない　・１～２割程度　・３～４割程度　・５割以上
10	今後、外国人（特に外国人観光客）の誘客にどの程度取り組みたいと考えますか。	・積極的に取り組みたい　・取り組みたい　・検討中　・取り組む予定はない
11	外国人（特に外国人観光客）の誘客に対する課題は何ですか。	・外国語への対応・案内表示等の整備　・キャッシュレス決済への対応　・Free Wi-Fiの対応 ・ＳＮＳ等による情報発信　・食文化への対応（ハラール・ヴィーガン、ベジタリアン対応） ・日本の習慣やマナーに係る周知啓発　・その他　・特になし
12	事業施設（店舗等）において、ユニバーサルデザインを導入していますか。	・段差の解消、スロープ設置　・通路の広さを確保 ・映像や画像による視覚的案内、音声による聴覚的案内　・多機能トイレの設置 ・授乳室、ｷｯｽﾞｺｰﾅｰの設置 ・食への配慮（離乳食、介護・えん下食、ﾊﾗｰﾙ、ヴｨｰｶﾞﾝ、ﾍﾞｼﾞﾀﾘｱﾝ等） ・車椅子の方や子供など目線が低い方への配慮（モノの配置、テーブルの高さなど） ・色彩への配慮（カラーバリアフリー）　・ピクトグラムの導入 ・スタッフによる積極な支援　・その他　・導入していない
13	ユニバーサルデザインの導入を進めるにあたっての課題は何ですか。	・導入コストに係る財源不足　・知識、ノウハウを有していない　・人手不足 ・需要があるか分からない　・利用者が少なく整備効果が低い　・その他 ・特になし
14	群馬県が取り組んでいる「リトリート（忙しい日常から離れ、長期的にゆったり過ごす中で、心や体を癒す過ごし方）」を知っていますか。	・知っている　・聞いたことはあるが、内容は知らない　・まったく知らない
15	群馬県では、「リトリートの聖地化」に向けて、現状の１泊２日といった短い旅のスタイルから、長期的にゆったりと過ごすことを目的とする新しい旅のスタイルの定着を図る取り組みを進めています。 このリトリートを推進するにあたり、貴事業所や地域が抱える課題は何だと思いますか。	・長期滞在を見据えた施設や環境が整備されていない ・長期滞在につながる観光コンテンツが不足している　・リトリートに関する情報が不足している ・リトリート推進に対する地域一体となった気運醸成が不足している ・異業種との連携が不足している　・エリアをまたいだ連携が不足している ・外国人観光客の受入体制が整っていない　・その他

【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
16	観光需要が多様に変化するなか、新しい観光スタイルの提案として、次のうち取り組んでいるものはありますか。	・ワーケーション等のテレワークを目的とした利用客等への対応　・ペット同伴の利用客等への対応 ・SDGｓの目標達成に向けた取り組み　・リピーター獲得を目的とする再来訪促進 ・地域住民と協同した誘客事業　・自然保護の要素を取り入れたエコツーリズム ・体験型コンテンツ(自然・文化・職業等)の導入　・該当なし
17	【情報発信・広報について】 貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください。	・ＷＥＢやＳＮＳを活用した情報発信　・インフルエンサーを活用した情報発信 ・マスコミ(テレビ・ラジオ・新聞等)を活用した情報発信 ・パンフレット等の紙媒体による情報発信　・海外向けに特化した情報発信 ・特になし　・その他
18	【情報発信・広報について】 行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください。	・ＷＥＢやＳＮＳを活用した情報発信　・インフルエンサーを活用した情報発信 ・マスコミ(テレビ・ラジオ・新聞等)を活用した情報発信　・パンフレット等の紙媒体による情報発信 ・海外向けに特化した情報発信　・特になし　・その他
19	【施設・環境整備について】 貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください。	・観光客等の長期滞在の促進　・ＩＴインフラ(ＰＣなどのﾊｰﾄﾞｳｪｱやWi-Fiなどのﾈｯﾄﾜｰｸ等)の整備促進 ・事業におけるＤＸ推進　・ユニバーサルデザインの導入 ・施設案内表示等の多言語対応　・外国人客対応に係る人材の確保 ・災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備　・特になし　・その他
20	【施設・環境整備について】 行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください。	・観光客等の長期滞在を促すコンテンツの造成支援 ・ＩＴインフラ(ＰＣなどのﾊｰﾄﾞｳｪｱやWi-Fiなどのﾈｯﾄﾜｰｸ等)の整備促進支援 ・事業のＤＸ推進への支援　・鉄道等の交通拠点から観光地までのアクセスの向上 ・ユニバーサルデザインの導入支援　・多言語表示の普及促進 ・外国人客対応に係る人材育成　・災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備 ・特になし　・その他
21	【商品・サービス等について】 貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください。	・高付加価値・高価格の商品開発　・外国人(観光)客向けの商品・サービスの開発 ・食への配慮(離乳食、介護・えん下食、ハラール、ヴィーガン、ベジタリアン 等) ・体験型コンテンツの開発　・商品のブランド化 ・海外向けの販路開拓　・特になし　・その他
22	【商品・サービス等について】 行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください。	・高付加価値・高価格の商品開発支援　・外国人(観光)客向けの商品・サービス開発支援 ・体験型コンテンツの開発支援　・ブランド開発支援 ・群馬ブランドの育成・PR　・観光・物産展の開催・出展 ・海外向けの販路開拓支援　・海外トップセールスの実施 ・特になし　・その他

【群馬県実施】観光関連事業者の現況と意向に関する調査結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
23	【事業連携・地域づくり等について】 貴事業所において、今後、積極的に取り組んでいきたい事業についてご回答ください。	・行政機関との連携 ・地域住民と一体となった観光地域づくりの促進 ・その他 ・関係団体等との連携 ・特になし
24	【事業連携・地域づくり等について】 行政が積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください。	・多様な関係者と連携した観光地域づくりの推進 ・異業種間連携を促すためのコミュニティ形成促進 ・観光に関するデータの収集・分析及び分析結果の展開 ・ユニバーサルツーリズムの普及促進 ・国内・国外観光客に対するマナー啓発 ・閑散期の誘客対策 ・観光地における景観対策・環境保全 ・その他
25	【高付加価値化】 群馬県においては、観光消費額単価のアップを課題としておりますが、このことについて、貴事業所における顧客単価等の増加を目的とした商品・サービス等の高付加価値化の取り組みや課題等についてご教示ください。（自由回答）	自由記述
26	【高付加価値化】 顧客単価等の増加に係る課題に対し、行政が取り組むべき事業等へのご意見がありましたらご回答ください。（自由回答）	自由記述
27	その他、「群馬県観光振興計画」の策定に関する意見等があればご回答ください。（自由回答）	自由記述

【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

実施概要

- 実施目的　次期群馬県観光振興計画を策定するに当たり、群馬県内市町村及び県内観光物産関係団体等に対し、広く意見を募り、計画策定の一助とするため、アンケート調査を実施したもの
- 実施時期　2023年(令和５年)６月９日(金)～６月28日(水)
- 調査対象　県内市町村、県内各観光協会・温泉協会、群馬県旅館ホテル生活衛生同業組合、県内各旅館(ホテル)協同組合、県内各物産(振興)協会、県内商工団体(商工会連合会・各商工会・各商工会議所・各青年会議所)
- 調査手法　インターネット調査（全17問）
- 回答状況　77団体

回答者の属性(設問１)

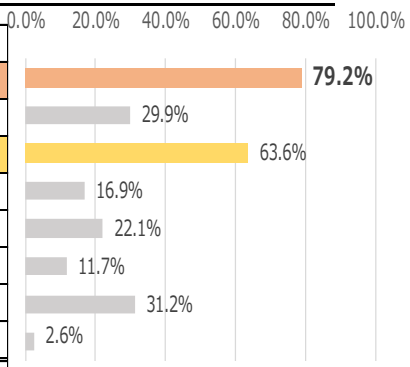
団体区分	回答者数(団体)	備考
市町村	24団体	市町村
温泉協会・組合	5団体	温泉旅館協同組合、温泉協会
観光協会	11団体	観光協会、観光機構、観光連盟
商工団体	31団体	商工会、商工会議所、物産協会　等
その他	6団体	旅行業協会、旅館ホテル生活衛生同業組合　等
合計	77団体	

【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

【設問２】コロナ禍を経て、貴団体を取り巻く環境(主に観光関連産業)においてどのような変化が生じたと感じていますか

回答者　全ての関係団体　77 団体

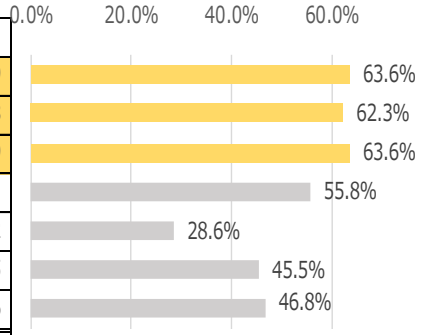
選択肢	回答数
原材料コストの高騰	61
顧客層の変化	23
顧客の増加、減少	49
ICT（情報通信技術）によるDX（デジタルトランスフォーメーション）の浸透	13
働き方の変化	17
事業者の新設の増加・事業拡大の傾向	9
事業者の倒産の増加・事業縮小の傾向	24
人材不足	2
合計	198



【設問４】群馬県が「リトリートの聖地」を目指すに当たり、業界や地域における課題は何だと思いますか

回答者　全ての関係団体　77 団体

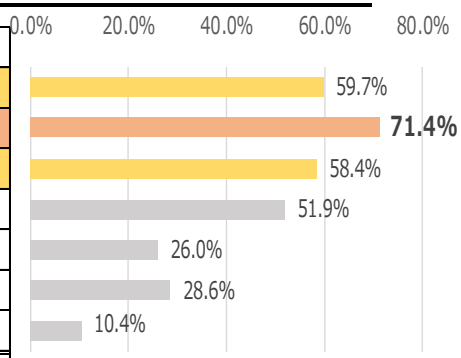
選択肢	回答数
長期滞在を見据えた施設や環境が整備されていない	49
長期滞在につながる観光コンテンツが不足している	48
リトリートに関する情報が不足している	49
リトリート推進に対する地域一体となった気運醸成が不足している	43
異業種との連携が不足している	22
エリアをまたいだ連携が不足している	35
外国人観光客の受入体制が整っていない	36
合計	282



【設問６】観光関連産業におけるDXの課題についてご回答ください

回答者　全ての関係団体　77 団体

選択肢	回答数
デジタル技術の導入に係る資金不足	46
デジタル技術に対応できる人材不足	55
DXのノウハウを有していない	45
デジタル技術への不慣れ	40
情報セキュリティへの対応が難しい	20
業務プロセスのデジタル化止まりで、業務モデルの変革まで至っていない	22
特になし（DXの必要性を感じていない等）	8
合計	236

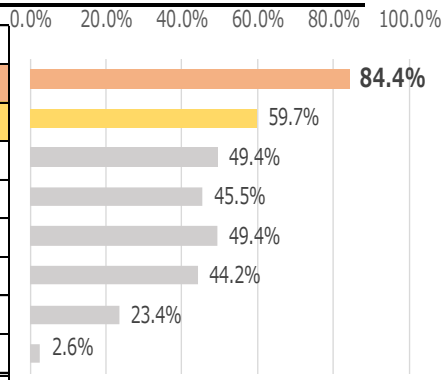


【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

【設問８】観光関連産業におけるインバウンド(訪日外国人旅行)誘客促進のための課題についてご回答ください

回答者　全ての関係団体　77 団体

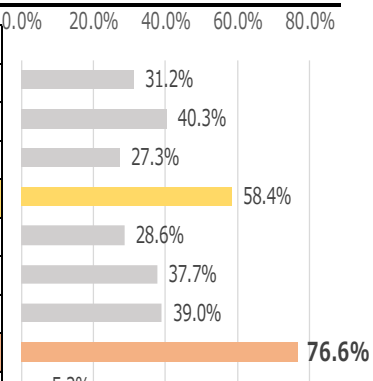
選択肢	回答数	
外国語への対応	65	84.4%
案内表示等の整備	46	59.7%
キャッシュレス決済の普及促進	38	49.4%
Free Wi-Fiの普及促進	35	45.5%
SNS等による情報発信	38	49.4%
食文化への対応（ハラール、ヴィーガン、ベジタリアン対応等）	34	44.2%
日本の習慣やマナーに係る周知啓発	18	23.4%
特になし	2	2.6%
合計	276	



【設問10】観光需要が多様に変化するなか、新しい観光スタイルの提案として、次の事業うち、普及促進を図るべきものはありますか

回答者　全ての関係団体　77 団体

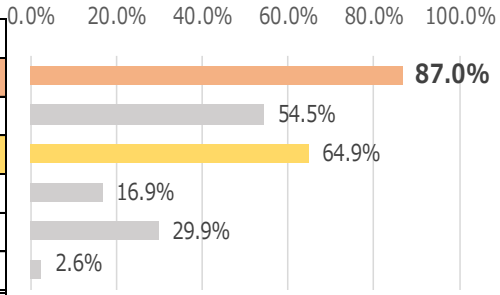
選択肢	回答数	
ワーケーション等のテレワーク利用客の受入体制整備	24	31.2%
ペットと一緒に旅行を楽しむペットツーリズム	31	40.3%
SDGｓの目標達成に向けた取り組み	21	27.3%
リピーター獲得を目的とする再来訪促進事業	45	58.4%
年齢や障害等にかかわらず誰もが気兼ねなく参加できるユニバーサルツーリズム	22	28.6%
地域住民と協同した誘客事業	29	37.7%
自然保護の要素を取り入れたエコツーリズム	30	39.0%
観光地等における体験型コンテンツ（自然・文化・職業等）の造成	59	76.6%
特になし	4	5.2%
合計	265	



【設問12】◆情報発信・広報について◆群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全ての関係団体　77 団体

選択肢	回答数	
WEBやSNSを活用した情報発信	67	87.0%
インフルエンサーを活用した情報発信	42	54.5%
マスコミ（テレビ・ラジオ・新聞等）を活用した情報発信	50	64.9%
パンフレット等の紙媒体による情報発信	13	16.9%
海外向けに特化した情報発信	23	29.9%
特になし	2	2.6%
合計	197	

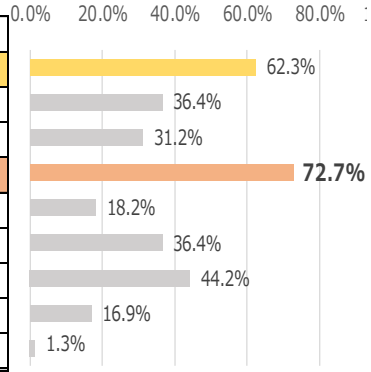


【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

【設問13】◆施設・環境整備について◆
群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全ての関係団体　77 団体

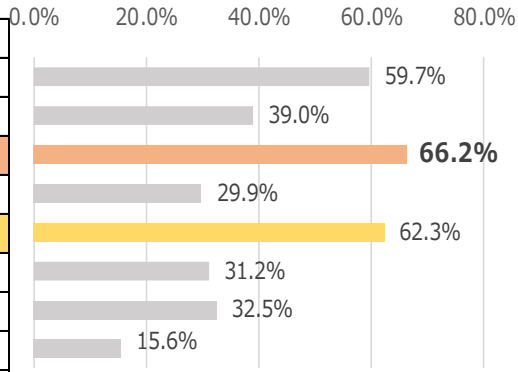
選択肢	回答数	
観光客等の長期滞在を促すコンテンツの造成支援	48	62.3%
ITインフラ（PC等のハードウェアやWi-Fi等のネットワーク等）の整備促進支援	28	36.4%
事業のDX推進への支援	24	31.2%
鉄道等の交通拠点から観光地までのアクセスの向上	56	**72.7%**
ユニバーサルデザインの導入支援	14	18.2%
多言語表示の普及促進	28	36.4%
外国人客の対応に係る人材育成	34	44.2%
災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備	13	16.9%
特になし	1	1.3%
合計	246	



【設問14】◆商品・サービス等について◆
群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全ての関係団体　77 団体

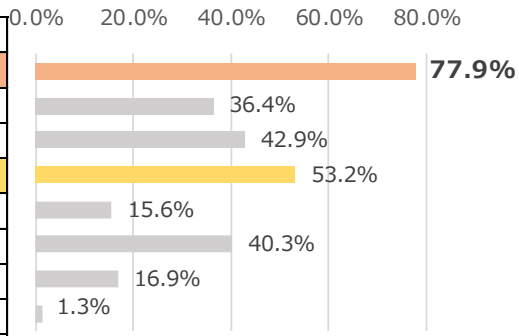
選択肢	回答数	
高付加価値・高価格の商品開発支援	46	59.7%
外国人客向けの商品・サービスの開発支援	30	39.0%
体験型コンテンツの開発支援	51	**66.2%**
ブランド開発支援	23	29.9%
群馬ブランドの育成・PR	48	62.3%
観光・物産展の開催・出展	24	31.2%
海外向けの販路開拓支援	25	32.5%
海外トップセールスの実施	12	15.6%
合計	259	



【設問15】◆事業連携・地域づくりについて◆
群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われる事業についてご回答ください

回答者　全ての関係団体　77 団体

選択肢	回答数	
多様な関係者と連携した観光地域づくりの推進	60	**77.9%**
異業種間連携を促すためのコミュニティ形成促進	28	36.4%
観光に関するデータの収集・分析及び分析結果の展開	33	42.9%
閑散期の誘客対策	41	53.2%
ユニバーサルツーリズムの普及促進	12	15.6%
観光地における景観対策・環境保全	31	40.3%
国内・国外観光客に対するマナー啓発	13	16.9%
特になし	1	1.3%
合計	219	



【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
1	貴団体名をご回答ください。	自由記述
2	コロナ禍を経て、貴団体を取り巻く環境（主に観光関連産業）においてどのような変化が生じたと感じていますか。	・原材料コストの高騰 ・顧客層の変化 ・顧客の増加、減少 ・ＩＣＴ（情報通信技術）によるＤＸ（デジタルトランスフォーメーション）の浸透 ・働き方の変化 ・事業者の新設の増加・事業拡大の傾向 ・事業者の倒産の増加・事業縮小の傾向 ・その他 ・変化を感じない
3	上記の回答について、その背景となる業界や地域の状況、課題等についてご教示ください。	自由記述
4	群馬県では、これまでの１泊２日といった短い旅のスタイルから、長期的にゆったりと過ごすことを目的とする新しい旅のスタイルの定着を図るため、「リトリート（忙しい日常から離れ、長期的にゆったり過ごす中で、心や体を癒す過ごし方）」の取り組みを進めています。 群馬県が「リトリートの聖地」を目指すにあたり、業界や地域における課題は何だと思いますか。	・長期滞在を見据えた施設や環境が整備されていない ・長期滞在につながる観光コンテンツが不足している ・リトリートに関する情報が不足している ・リトリート推進に対する地域一体となった気運醸成が不足している ・異業種との連携が不足している ・エリアをまたいだ連携が不足している。 ・外国人観光客の受入体制が整っていない
5	上記の選択肢以外で、課題やご意見等があればご回答ください。	自由記述
6	観光関連産業におけるDXの課題についてご回答ください。	・資金不足 ・デジタル技術に対応できる人材不足 ・ＤＸのノウハウを有していない（知識不足） ・ＤＸの必要性を感じていない ・デジタル技術への不慣れ ・情報セキュリティへの対応が難しい ・業務プロセスのデジタル化止まりで業務モデルの変革までいっていない ・その他 ・特になし
7	上記の回答について、その背景となる業界や地域の状況等についてご教示ください。	自由記述
8	観光関連産業におけるインバウンド（訪日旅行）誘客促進のための課題についてご回答ください。	・外国語への対応 ・案内表示等の整備 ・キャッシュレス決済の普及促進 ・Free Wi-Fiの普及促進 ・SNS等による情報発信 ・食文化への対応（ハラール・ヴィーガン、ベジタリアン対応） ・日本の習慣やマナーに係る周知啓発 ・その他 ・特になし

【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
9	上記の回答について、その背景となる業界や地域の状況等についてご教示ください。	自由記述
10	観光需要が多様に変化するなか、新しい観光スタイルの提案として、次の事業うち、普及促進を図るべきものはありますか。	・ワーケーション等のテレワーク利用客の受入体制整備 ・SDGｓの目標達成に向けた取り組み ・年齢や障害等にかかわらず誰もが気兼ねなく参加できるユニバーサルツーリズム ・地域住民と協同した誘客事業 ・観光地等における体験型コンテンツ（自然・文化・職業等）の造成 ・ペットと一緒に旅行を楽しむペットツーリズム ・リピーター獲得を目的とする再来訪促進事業 ・自然保護の要素を取り入れたエコツーリズム ・その他 ・特になし
11	上記の回答について、その背景となる業界や地域の状況等についてご教示ください。	自由記述
12	【情報発信・広報について】 群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われるものについてご回答ください。	・WEBやSNSを活用した情報発信 ・マスコミ（テレビ・ラジオ・新聞等）を活用した情報発信 ・海外向けに特化した情報発信 ・その他 ・インフルエンサーを活用した情報発信 ・パンフレット等の紙媒体による情報発信 ・特になし
13	【施設・環境整備について】 群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われるものについてご回答ください。	・観光客等の長期滞在を促すコンテンツの造成支援 ・ITインフラ（PCなどのハードウェアやWi-Fiなどのネットワーク等）の整備促進 ・事業のDX促進への支援 ・ユニバーサルデザインの導入支援 ・外国人客対応に係る人材育成 ・特になし ・鉄道等の交通拠点から観光地までのアクセスの向上 ・多言語表示の普及促進 ・災害や感染症への対策等による安全で安心できる環境整備 ・その他
14	【商品・サービス等について】 群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われるものについてご回答ください。	・高付加価値・高価格の商品開発支援 ・体験型コンテンツの開発支援 ・群馬ブランドの育成・ＰＲ ・海外向けの販路開拓の支援 ・特になし ・外国人（観光）客向けの商品・サービス開発の支援 ・ブランド開発支援 ・観光・物産展の開催・出展 ・海外トップセールスの実施 ・その他
15	【事業連携・地域づくり等について】 群馬県の観光関連施策について、積極的に取り組む必要があると思われるものについてご回答ください。	・多様な関係者と連携した観光地域づくりの推進 ・観光に関するデータの収集・分析及び分析結果の展開 ・ユニバーサルツーリズムの普及促進 ・国内・国外観光客に対するマナー啓発 ・異業種間連携を促すためのコミュニティ形成促進 ・閑散期の誘客対策 ・観光地における景観対策・環境保全 ・その他

【群馬県実施】群馬県観光振興計画の策定に係る意見聴取結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
16	【高付加価値化】 群馬県においては、観光消費額単価のアップを課題としておりますが、このことについて、観光関連産業の高付加価値化を推進するために、行政が取り組むべき事業等へのご意見がありましたらご回答ください。（自由回答）	自由記述
17	その他、「群馬県観光振興計画」の策定に関する意見等があればご回答ください。（自由回答）	自由記述

【群馬県実施】リトリート認知度調査結果

実施概要

- 実施目的　「リトリート認知度」をＫＰＩに設定するに当たり、基準となる基礎データを収集すべく、アンケート調査を実施したもの
- 実施時期　2023年(令和５年)12月28日(木)～2024年(令和６年)１月４日(木)
- 調査対象　日本国内の居住する住民(全国)
- 調査手法　インターネット調査
- 回答状況　1,157人(男性590人、女性567人　　年齢階層　18歳以上対象)

回答者の属性

全体	男性	女性
1,157	590	567
100.0%	51.0%	49.0%

全体	15歳未満	15歳-19歳	20歳-29歳	30歳-39歳	40歳-49歳	50歳-59歳	60歳以上
1,157	0	68	248	228	200	189	224
100.0%	0.0%	5.9%	21.4%	19.7%	17.3%	16.3%	19.4%

都道府県別 回答者数(人、%)

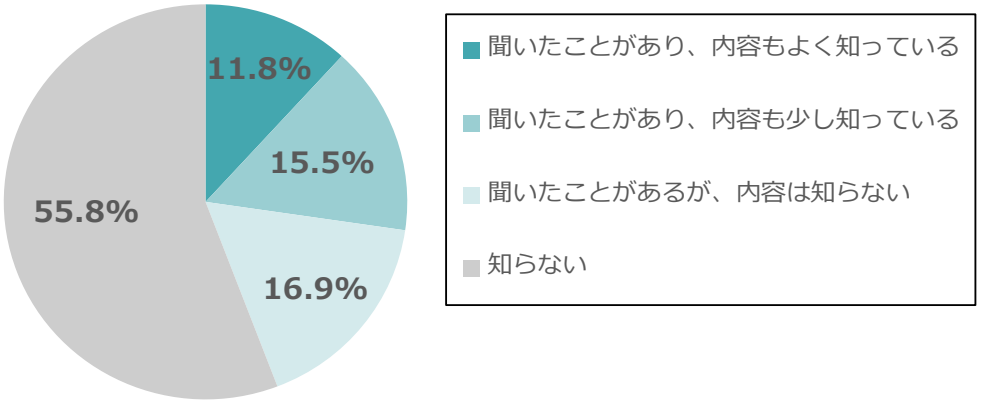
北海道	青森県	岩手県	宮城県	秋田県	山形県	福島県	茨城県	栃木県	群馬県	埼玉県	千葉県	東京都	神奈川県	新潟県	富山県	石川県	福井県	山梨県	長野県
57	8	10	14	13	6	4	24	13	11	74	46	195	105	20	9	8	12	7	11
4.9%	0.7%	0.9%	1.2%	1.1%	0.5%	0.3%	2.1%	1.1%	1.0%	6.4%	4.0%	16.9%	9.1%	1.7%	0.8%	0.7%	1.0%	0.6%	1.0%

岐阜県	静岡県	愛知県	三重県	滋賀県	京都府	大阪府	兵庫県	奈良県	和歌山県	鳥取県	島根県	岡山県	広島県	山口県
20	23	81	16	8	36	81	47	18	8	1	7	13	19	13
1.7%	2.0%	7.0%	1.4%	0.7%	3.1%	7.0%	4.1%	1.6%	0.7%	0.1%	0.6%	1.1%	1.6%	1.1%

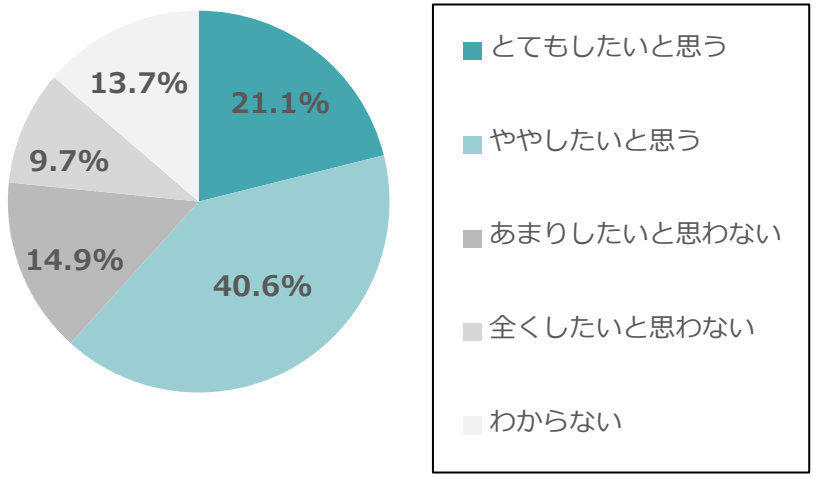
徳島県	香川県	愛媛県	高知県	福岡県	佐賀県	長崎県	熊本県	大分県	宮崎県	鹿児島県	沖縄県
7	7	10	5	41	6	9	12	4	4	8	6
0.6%	0.6%	0.9%	0.4%	3.5%	0.5%	0.8%	1.0%	0.3%	0.3%	0.7%	0.5%

【群馬県実施】リトリート認知度調査結果

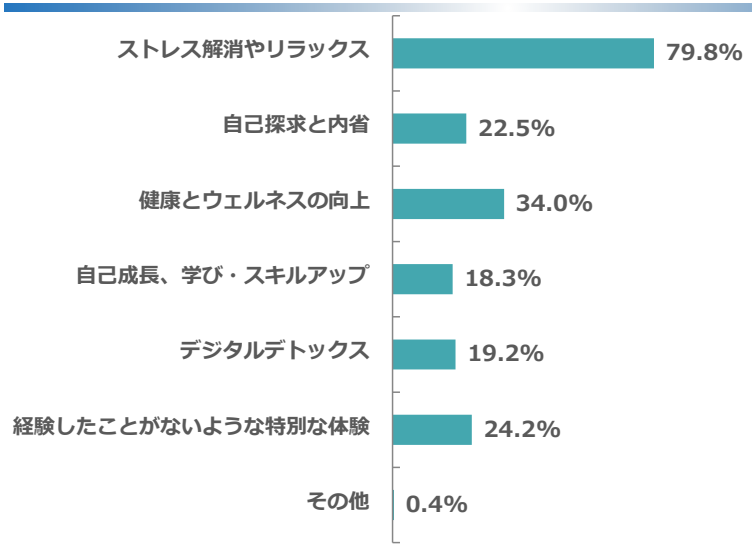
設問１「忙しい日常から離れ、温泉や自然、食、アクティビティなどの様々な体験を通じて、心と身体を癒やす長期滞在型の旅行スタイル」である「リトリート」を知っていますか



設問２「リトリート」を目的とした旅行をしたいと思いますか

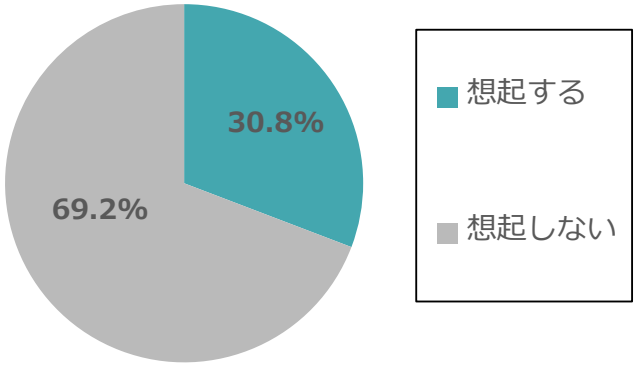


設問３　あなたの考える「リトリート」の目的は何ですか当てはまるものをすべてお選びください（複数回答）

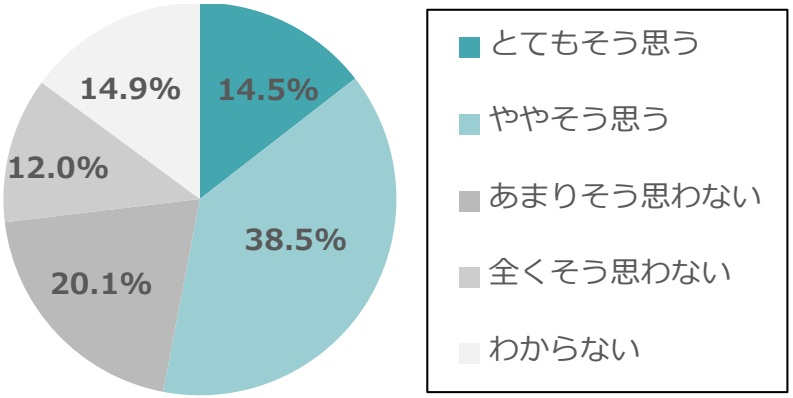


【群馬県実施】リトリート認知度調査結果

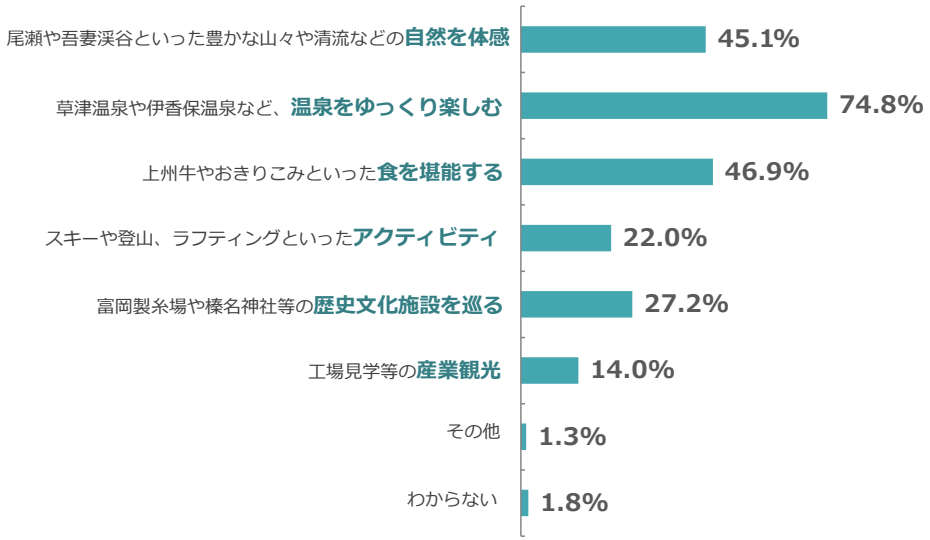
設問４「群馬県」と聞いて「リトリート」を想起しますか



設問５　群馬県には「リトリート」に適した多様な魅力(温泉、自然、食、伝統文化等)にあふれています「リトリート」を目的に群馬県を旅行したいと思いますか

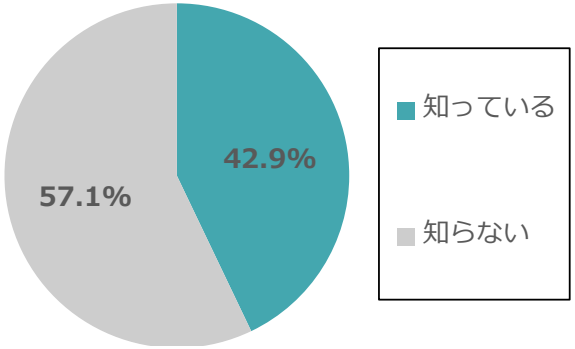


設問６「リトリート」を目的に群馬県を旅行するとしたら、どんな過ごし方をしたいですか当てはまるものをすべてお選びください(複数回答)

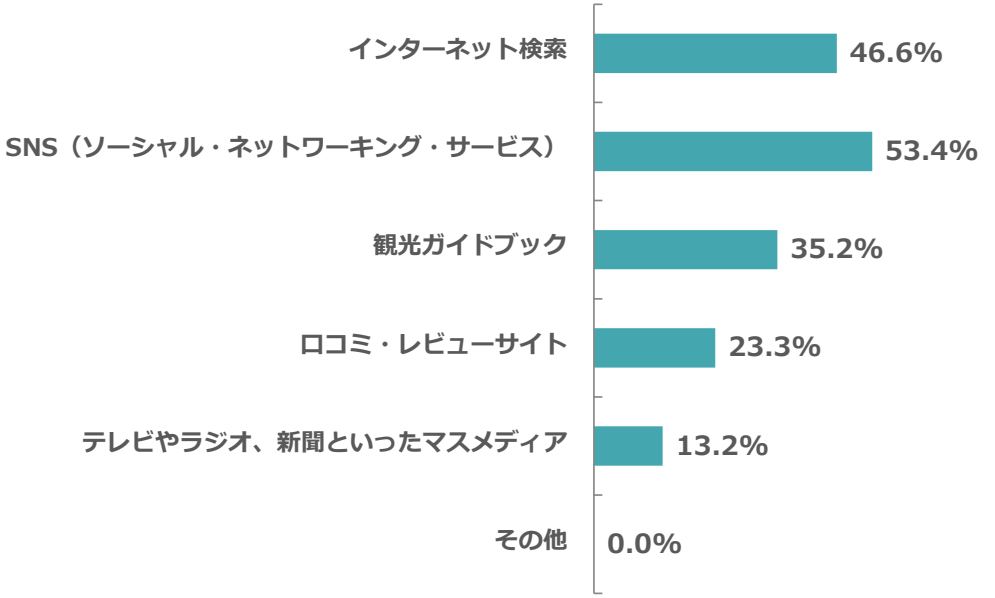


【群馬県実施】リトリート認知度調査結果

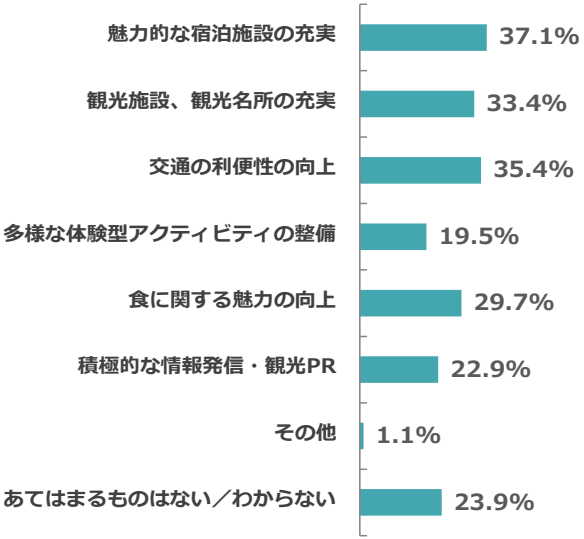
設問７　群馬県が「リトリート」を推進していることを知っていますか？



設問８　群馬県が「リトリート」を推進していることを知ったきっかけは何ですか
当てはまるものをすべてお選びください（複数回答）



設問９「リトリート」の旅行先として群馬県がより魅力的になるために、どのような改善点があると思いますか
当てはまるものをすべてお選びください（複数回答）



【群馬県実施】リトリート認知度調査結果

（参考）調査項目一覧

設問	質問	選択肢
1	「忙しい日常から離れ、温泉や自然、食、アクティビティなどの様々な体験を通じて、心と身体を癒やす長期滞在型の旅行スタイル」である「リトリート」を知っていますか	・聞いたことがあり、内容もよく知っている　・聞いたことがあり、内容も少し知っている ・聞いたことがあるが、内容は知らない　・知らない
2	「リトリート」を目的とした旅行をしたいと思いますか	・とてもしたいと思う　・ややしたいと思う ・あまりしたいと思わない　・全くしたいと思わない　・わからない
3	あなたの考える「リトリート」の目的は何ですか	・ストレス解消やリラックス　・自己探求と内省　・健康とウェルネスの向上 ・自己成長、学び・スキルアップ　・デジタルデトックス ・経験したことがないような特別な体験　・その他
4	「群馬県」と聞いて「リトリート」を想起しますか	・想起する　・想起しない
5	群馬県には「リトリート」に適した多様な魅力（温泉、自然、食、伝統文化等）にあふれています。「リトリート」を目的に群馬県を旅行したいと思いますか	・とてもそう思う　・ややそう思う　・あまりそう思わない ・全くそう思わない　・わからない
6	「リトリート」を目的に群馬県を旅行するとしたら、どんな過ごし方をしたいですか	・尾瀬や吾妻渓谷といった豊かな山々や清流などの自然を体感　・上州牛やおきりこみといった食を堪能する ・草津温泉や伊香保温泉など、温泉をゆっくり楽しむ　・工場見学等の産業観光 ・スキーや登山、ラフティングといったアクティビティ　・その他 ・富岡製糸場や榛名神社等の歴史文化施設を巡る　・わからない
7	群馬県が「リトリート」を推進していることを知っていますか	・知っている　・知らない
8	群馬県が「リトリート」を推進していることを知ったきっかけは何ですか	・インターネット検索　・SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス） ・観光ガイドブック　・口コミ・レビューサイト ・テレビやラジオ、新聞といったマスメディア　・その他
9	「リトリート」の旅行先として群馬県がより魅力的になるために、どのような改善点があると思いますか	・魅力的な宿泊施設の充実　・観光施設、観光名所の充実　・交通の利便性の向上 ・多様な体験型アクティビティの整備　・食に関する魅力の向上　・積極的な情報発信・観光PR ・その他　・あてはまるものはない／わからない

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（じようもう）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中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（かみつけのくに）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、往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関係す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関係す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の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、

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）

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。

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）

（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。

附則
１　この条例は、平成二十六年四月一日から施行する。
２　この条例の施行の際、現に策定されている群馬県観光振興計画は、第十七条第一項の規定により策定された基本計画とみなす。

計画策定までの経過

2023年６月 （令和５年）	■ 群馬県内の観光関連事業者へのアンケート調査の実施 ■ 群馬県内市町村及び観光物産関係団体等へのアンケート調査の実施
2023年７月	■ 令和５年度第１回群馬県観光審議会において計画骨子案の審議
2023年10月	■ 令和５年第３回前期定例県議会 産経土木常任委員会において計画の策定及び計画骨子について説明 ■ 庁内関係課への関連事業照会・ヒアリングの実施 ■ 外部有識者との意見交換会の実施（～11月：全６回）
2023年11月	■ 外部有識者との意見交換会の実施 ■ 令和５年度第２回群馬県観光審議会において計画素案の審議
2023年12月	■ 令和５年第３回後期定例県議会 産経土木常任委員会において計画素案について説明 ■ 計画に係るパブリック・コメントの実施
2024年２月 （令和６年）	■ 令和５年度第３回群馬県観光審議会において計画原案を諮問・審議
2024年３月	■ 群馬県観光審議会より計画原案に対する答申 ■ 令和６年第１回定例県議会 産経土木常任委員会において計画原案について説明 ■ 策定・公表

次期群馬県観光振興計画に係る意見交換会

実施概要

群馬県観光振興計画の策定に当たり、観光分野における専門的な知見を有する外部有機者との意見交換を実施し、その結果について計画策定の参考としたもの

《全６回開催》　（敬称略、所属・役職は開催日時点）

開催日	ゲスト	所属・役職
2023年10月26日 （令和５年）	矢ケ崎 紀子	東京女子大学 副学長 現代教養学部国際社会学科コミュニティ構想専攻 教授
2023年10月31日	デービッド アトキンソン	株式会社小西美術工藝社 代表取締役社長
2023年11月８日	坂村 政彦 羽根田 太郎	日本ハイアット株式会社 代表取締役 日本ハイアット株式会社 取締役バイスプレジデント
2023年11月９日	得永 諭一郎	東日本旅客鉄道株式会社 執行役員 マーケティング本部統括(MaaS)
2023年11月10日	田中 浩 宮﨑 健司	草津町愛町部企画創造課 課長 草津町愛町部観光課 課長
2023年11月13日	柏原 光太郎	日本ガストロノミー協会 会長

群馬県観光審議会 委員名簿

（敬称略）

氏名	所属・役職
飯島 邦敏	ＤＥＴ群馬　代表
小野 なぎさ	一般社団法人森と未来　代表理事
久保田 未来	株式会社読売群馬広告社　営業部 課長
指出 一正	株式会社ソトコト・ネットワーク　会長
高橋 佑司	株式会社リクルート　Division統括本部 旅行Division 地域創造部 部長
田村 早代	四万たむら　女将 四万グランドホテル　女将
遠山 昌子	赤城フーズ株式会社　代表取締役社長
ハリス マイケル ジョン	株式会社キャニオンズ　代表取締役社長
樋口 達夫	東日本旅客鉄道株式会社　執行役員高崎支社長
深津 卓也	株式会社ホテル辰巳館　代表取締役社長
福嶋 誠	有限会社きたもっく　代表 北軽井沢観光協会　会長
星野 麻実	ＮＰＯ法人キッズバレイ　代表理事
星野 美樹	有限会社農園星ノ環　取締役
山田 祐子	株式会社ツーリズムワイズラボ　代表取締役

用語説明

	用語	意味・説明
A～Z	DMP	Data Management Platformの略 観光関連の統計データや観光動態データ等の様々な情報を一元管理し、可視化されたデータによる観光施策への反映等を目的としたデータプラットフォーム
	DX	Digital Transformationの略 「進化し続けるＩＴテクノロジーの浸透は、人々の生活をあらゆる面から、より良い方向に変化させる。」 2004年にスウェーデンのエリック・ストルターマン教授が提唱した概念
	KPI	Key Performance Indicator（重要業績評価指標）の略 各プロセスの達成度や業績を評価し管理するための定量的な指標
	MaaS	Mobility as a Serviceの略 地域住民や旅行者一人ひとりのトリップ単位での移動ニーズに対応して、複数の公共交通や移動サービスを最適に組み合わせて検索・予約・決済等を一括で行うサービス
	MICE	企業等の会議(Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行(インセンティブ旅行)(Incentive Travel)、国際機関・団体、学会等が行う国際会(Convention)、展示会・見本市、イベント(Exhibition/Event)の頭文字を使った造語で、ビジネストラベルの一つの形態
	TID	Tourism Improvement District(観光産業改善地区制度)の略 旅行者がホテルなどに宿泊したときに加算して支払うもので、恩恵を受ける範囲を特定して支払を義務化する分担金
あ行	アラカルト	料理の種類または注文形式のうち、あらかじめ内容の決まったコース料理ではなく、メニューから好きに選んで単品で注文できる料理 ここでは、旅行者が多種多様な観光コンテンツを自由に選ぶことができることを指す
	インバウンド	外国人による訪日旅行
	オーバーツーリズム	特定の観光地に観光客が押し寄せることで、街中の人混みや交通渋滞といったインフラの問題や、騒音やゴミの問題などが引き起こされること 観光公害とも呼ばれる

用語説明

	用語	意味・説明
か行	カーシェア	カーシェアリングの略 必要な時に使用目的に合った車を自家用車と同じように手軽に共同利用すること
	ガストロノミーツーリズム	各地の多様な食文化やそのストーリーの魅力に触れる旅行スタイル
	関係人口	移住した「定住人口」でもなく、観光に来た「交流人口」でもない、日常生活圏や通勤圏以外の特定の地域と継続的かつ多様な形で関わり、地域の課題の解決に資する人などのこと
	クリエイティブ	「創造的な」「創造力のある」「独創的な」という意味で、幅広い概念だが、ここでは、主に映画、映像、ゲーム、アニメ、漫画、音楽等のコンテンツに関わる人材や産業を指す
	交流人口	外部からある地域に何らかの目的で訪れる人口（＝ビジター） 訪問の理由は、観光、通勤・通学、ショッピング、レジャー、スポーツ、アミューズメントなど幅広く、特定の内容に限定されるものではないが、大きく観光目的かビジネス目的に分けられる
た行	データマーケティング	様々な情報を活用して、データに基づいた合理的な施策を決めるマーケティング手法
	トリクルダウン	英語で「徐々にしたたり落ちる」という意味で、大企業や富裕層を先行して豊かにすれば、中小企業や低所得層にも富が波及し、国民全体が豊かになるとの経済理論
な行	二次交通	拠点となる空港や鉄道の駅から観光地までの交通

用語説明

	用語	意味・説明
は行	ビッグデータ	ＩＣＴ(情報通信技術)の進展により生成・収集・蓄積等が可能・容易になる多種多量のデータ
	ペットツーリズム	飼い主が犬や猫などのペットとともにする旅行スタイル
	訪日外客	法務省集計による出入国管理統計に基づき、算出したもの 外国人正規入国者から、日本を主たる居住国とする永住者等の外国人を除き、これに外国人一時上陸客等を加えた入国外国人旅行者のこと（駐在員やその家族、留学生等の入国者・再入国者は訪日外客に含まれ、乗員は含まれない）
	訪日教育旅行	海外の学校に通う生徒が引率教師の下、教育の一環として日本語学習や文化体験などさまざまな学習目的を持ち、日本を訪れる団体旅行
や行	ユニバーサルツーリズム	全ての人が楽しめるよう創られた旅行であり、高齢や障がい等の有無にかかわらず、誰もが気兼ねなく参加できる旅行スタイル
ら行	ラグジュアリーホテル	質の高いサービスを提供する高級ホテル
	リトリート	数日間普段過ごしている場所から離れて、日常の煩わしさから解放され、心と身体の赴くままにゆったりとした時間を過ごし、本来の自分を取り戻していく旅行スタイル
	レジリエンス	(急激な社会情勢や事業環境の変化の中、企業が持続的に成長するため)いつ、どのような危機や困難に直面したとしても、変化やリスクに柔軟に対応し乗り越えていく力
わ行	ワーケーション	Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語 テレワーク等を活用し、普段の職場や自宅とは異なる場所で仕事をしつつ、自分の時間も過ごすこと

群馬県観光振興計画

群馬県 産業経済部 戦略セールス局
観光魅力創出課
TEL　027-226-3381
E-mail　kankouka@pref.gunma.lg.jp
URL　https://www.pref.gunma.jp/