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

実施計画

目　　次

1　体系図　・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・1

2　各主要施策における具体的取組及び工程

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

主要施策１　観光地域の基盤整備(インフラ・観光ＤＸ等)　・・・８

主要施策２　インバウンドの受入環境整備　・・・・・・・・・・・16

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　・・19

主要施策４　観光人材の育成・確保・定着　・・・・・・・・・・・22

基本戦略Ⅱ　国内外から選ばれるコンテンツの創出

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）　・・・・・・・・・・25

主要施策６　新たな旅行スタイル確立　・・・・・・・・・・・・・36

主要施策７　群馬ブランド創出・育成(食・物産)　・・・・・・・・40

基本戦略Ⅲ　データに基づく戦略的プロモーション

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　・・・45

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　・・・47

主要施策10　関係機関・団体との連携強化　・・・・・・・・・・・54

主要施策11　移住・関係人口の増加の促進　・・・・・・・・・・・63

1　体系図

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

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
１　観光地域の基盤整備(インフラ・観光ＤＸ等)	観光魅力創出課	観光施設等特別維持整備（指定管理施設）	県有の指定管理施設について、利用者が安全で快適に過ごすことができるよう、指定管理者と相談しながら施設の老朽箇所の修繕等の必要な整備を実施する。
	観光魅力創出課	データマーケティング高度化事業	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、観光データの可視化による情報発信や各地域におけるデータに基づく効果的な施策立案を支援する。
	観光魅力創出課	観光施設等特別維持整備（谷川岳登山指導センター）	谷川岳登山指導センターを多くの登山者に利用いただくため、施設の維持整備を行う。
	観光魅力創出課	谷川岳登山指導センター運営	登山指導員による山岳情報の発信を行うほか、パトロール、登山指導や遭難救助を行うなど、山岳遭難防止を図る。
	観光魅力創出課	高崎観光案内所業務委託	群馬県内の観光案内を行う観光案内所の運営委託を行う。
	交通イノベーション推進課	MaaS社会実装支援事業	スマホから購入可能な電子チケットを「GunMaaS」において販売することで、群馬県での移動に対する観光客のストレスを軽減を図る。
	自然環境課	尾瀬設備クオリティアップ事業	尾瀬国立公園において、年齢・体力の異なる幅広い層の利用者や外国人利用者が安心、安全、快適に尾瀬を楽しめるよう、県有施設の設備整備等を行う。
	自然環境課	県立赤城公園活性化整備	大沼キャンプフィールドと赤城ランドステーションを整備し、県立赤城公園の利用者数を増加させる。
	林政課	森林公園の維持整備事業	森林が持つすぐれた自然環境を保全し、森林空間の利用を通じて県民の保健、休養及び学びに資するため、森林公園の管理、整備を実施する。
	野菜花き課	フラワーパーク整備事業	民間のアイデアをフル活用して、独立採算で運営できるような施設へと整備を実施し、集客力と収益性を高めた施設にリニューアルする。 また、“花き振興の拠点”と位置づけ、花に興味を持ってもらうきっかけとなり、幅広い世代へ花き需要を喚起する。
	都市計画課	観光振興を支える道路ネットワークの構築	観光業の発展を図り、本県経済の活性化を促進するため、交流人口の拡大に寄与する「賢くつくる・賢くつかう」道路ネットワークの構築を推進する。
	都市計画課	地域の誇れる景観づくり	地域の特性・風土を活かした景観づくりを促進するため市町村の「景観まちづくり」の取り組みを支援するとともに、観光ルート等における良好な景観形成を図りぐんまの魅力とブランド力を高めるため地域特性に応じた屋外広告物の規制誘導を推進する。
	都市計画課	居心地が良く歩きたくなるまちなかの創出	にぎわいと活力のある、エリア価値の高い、持続可能なまちづくりを目指し、官民が連携して、公共空間の新たな活用方法の検討や、沿道との一体的な活用を前提とした街路整備などにより、居心地が良く歩きたくなるまちなかの創出を促進する。
	都市整備課	県立都市公園の整備や運営管理	県民に憩いとレクリエーションの場を提供するため、県立都市公園の整備や適正な運営管理を行う。 また、誰でも安全で安心して公園を利用できるよう、公園施設や樹木の適正な管理とともに、公園施設のバリアフリー化を推進する。

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

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
２　インバウンドの受入環境整備	観光魅力創出課	予約・移動における受入環境整備	路線バス表記の多言語化やGunMaaSを活用した交通チケット等のデジタル化等を通して、予約手配、移動・交通等におけるストレスフリー化を図る。
	観光魅力創出課	観光施設における受入体制整備	インバウンド受入可能施設の拡大・レベルアップ支援やセミナー開催及び国際認証取得支援等を通じた「サステナブルな観光」の推進により予約手配、滞在等におけるストレスフリー化を図る。
	観光魅力創出課	ラグジュアリーホテル誘致	群馬県の魅力を活かすことのできる外資系ホテルを誘致し、外国人富裕層が快適に滞在できる受入環境整備を図る。
	自然環境課	尾瀬設備クオリティアップ事業	【再掲】 尾瀬国立公園において、年齢・体力の異なる幅広い層の利用者や外国人利用者が安心、安全、快適に尾瀬を楽しめるよう、県有施設の設備整備等を行う。
３　新たな旅行スタイルを推進するための環境整備	観光魅力創出課	群馬のリピーター獲得事業（ユニバーサルツーリズム対策）	誰もが楽しめる旅行である「ユニバーサルツーリズム」を推進するため、相談窓口の運営や情報発信・普及啓発等を行う。
	観光魅力創出課	ぐんまビジタートイレ認証制度	観光地のイメージを左右する大きな要因であるトイレを清潔に維持し、県内観光地のイメージアップと集客を図るため、誰もが清潔で安全・安心・快適に利用できるトイレの認証を行う。
	観光魅力創出課	ペットツーリズム推進	ペット連れ旅行の需要に対応するため、ペットを同伴できる施設等をまとめたホームページを作成する。 県有施設でペットと一緒に行動できたり、一時預かりしたりするペットカート・ケージを整備する。
	観光魅力創出課	リトリート基盤整備	心と身体を癒す滞在型観光の一大拠点を目指すため、地域一体となった長期滞在客の受入環境整備の取組（リトリート、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等）を支援する。
4　観光人材の確保・育成・定着	観光魅力創出課	群馬のリピーター獲得事業（ユニバーサルツーリズム対策）	誰もが楽しめる旅行である「ユニバーサルツーリズム」を推進するため、セミナー等を開催する。
	観光魅力創出課	教育現場における観光への理解促進	県内観光の状況及び行政施策についての理解促進を目的とした大学における講義を行う。
	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課	群馬県多文化共創カンパニー認証制度	県内事業者の外国人材受入環境作りを促進し、外国人材に群馬県を「働く場」として選んでもらうため、「多文化共創」を実践する事業者をロールモデルとして認証し、その取組を多言語で情報発信する。
	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課	外国人材発掘支援	県内事業者による高度外国人材の獲得を支援するため、国内外国人留学生等向け合同企業説明会（オンライン含む）を実施する。
	労働政策課	ＵＩターン就職支援事業	大学生等の県内就職促進のため、就職支援ポータルサイト、ＳＮＳ等による情報発信の強化、ニーズに沿った各種イベント等の開催による大学生等と県内企業のマッチング支援を行う。

基本戦略Ⅱ　国内外から選ばれるコンテンツの創出

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
5　魅力あるコンテンツ創出(温泉・自然・食・伝統文化等)	観光魅力創出課	指定管理施設管理運営	県有の観光施設を指定管理により適正かつ円滑に管理運営する。
	観光魅力創出課	インバウンド向けコンテンツ創出支援	ターゲットのニーズを熟知した専門家によるブラッシュアップやモニターツアー等の伴走支援を通して、コンテンツ創出を実施する。
	観光魅力創出課	山岳観光事業	バラエティに富んだ群馬の山々での山歩きや山麓の観光などの魅力を発信するため、登山アプリと連動した山岳観光推進キャンペーンを実施する。
	文化振興課	埴輪王国ぐんま発信事業	群馬が世界に誇る埴輪や榛名山噴火関連遺跡などの文化観光資源を活用しながら、古墳や遺跡などの関連施設と結びつけ、フィールド全体で群馬の歴史や文化を体感できるツアーの造成や、商標HANIを活用した商品開発等に取り組み、広域的な観光誘客や経済活性化に繋げていく。
	文化振興課	世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」及び世界遺産センターを活用した誘客事業	世界遺産の価値や魅力を発信するとともに、絹産業、ぐんま絹遺産、日本遺産を併せたイベントやツアー造成等に取り組み、広域的な観光誘客に繋げていく。
	文化振興課	県立美術館・博物館の運営	近代美術館、館林美術館、歴史博物館、自然史博物館、土屋文明記念文学館において、地域の文化資源と結びついたメリハリのある企画展を中心とした展示や、講演会、講座、ワークショップ等の教育普及事業を実施する。
	文化振興課	デジタルミュージアム事業	県立博物館等が収蔵する文化資源をデジタル技術を用いて館外で活用し、活力と魅力に溢れた公共空間を創出する。 　博物館等へ訪れない方へ広く収蔵品の魅力を発信することで、博物館等への来場者の増加につなげる。
	文化振興課	温泉文化のユネスコ無形文化遺産登録推進	「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への登録推進活動を通じ、日本固有の文化である「温泉文化」の価値や魅力を国内外に発信する
	湯けむり国スポ・全スポぐんま準備課	「伊香保国スポ2025」開催事業	令和7年1月に第79回国民スポーツ大会冬季大会スケート競技会（スピード）【愛称：伊香保国スポ2025】を開催する。（会期）R7.1.26～29　（会場）伊香保リンク
	スポーツ振興課	プロスポーツ地域活性化事業	県内を拠点に活動するプロスポーツチームと連携し、スポーツの成長産業化やプロスポーツを活用した地域活性化を図るための取組を推進する。
	スポーツ振興課	ぐんま県境稜線トレイル事業	群馬県ならではの素材「豊かな自然環境」を活かし、県境の山々の稜線100kmを活用したロングトレイルを整備し、アウトドアスポーツ振興や観光誘客、地域活性化等を目指す。
	蚕糸園芸課	フラワーパーク整備事業【再掲】	民間のアイデアをフル活用して、独立採算で運営できるような施設へと整備を実施し、集客力と収益性を高めた施設にリニューアルする。 また、“花き振興の拠点”と位置づけ、花に興味を持ってもらうきっかけとなり、幅広い世代へ花き需要を喚起する。
	道路整備課、 河川課、 下水環境課	橋・ダム・マンホールカードの配布	インフラ施設の魅力を伝えるためのカード（橋・ダム・マンホール)を配布する。
	河川課	八ッ場ダム周辺地域の観光振興	八ッ場ダム周辺地域の観光振興を促すためＳＮＳ広告（Youtube,TVer等）の活用やYoutubeに職員自ら出演・制作している「グンマー×ヤンバー」で観光ＰＲを実施する。

基本戦略Ⅱ　国内外から選ばれるコンテンツの創出

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
5　魅力あるコンテンツ創出(温泉・自然・食・伝統文化等)	都市計画課	居心地が良く歩きたくなるまちなかの創出【再掲】	にぎわいと活力のある、エリア価値の高い、持続可能なまちづくりを目指し、官民が連携して、公共空間の新たな活用方法の検討や、沿道との一体的な活用を前提とした街路整備などにより、居心地が良く歩きたくなるまちなかの創出を促進する。
	都市整備課	県立都市公園の整備や運営管理【再掲】	県民に憩いとレクリエーションの場を提供するため、県立都市公園の整備や適正な運営管理を行うとともに、バリアフリー化を推進する。
6　新たな旅行スタイル確立	観光魅力創出課	ペットツーリズム推進	ペット連れの旅行の需要に対応するため、ペットと一緒に体験できるコンテンツ造成及び観光地におけるペットとの共生を推進するための調査・研究を行う。
	観光魅力創出課	リトリートコンテンツの充実・活用促進	旅行者が、それぞれのニーズに合ったリトリートの過ごし方を選択できるよう、コンテンツの充実・活用を促進する。
	文化振興課	埴輪王国ぐんまの文化観光推進	歴史博物館を拠点に、群馬が世界に誇る埴輪や榛名山噴火関連遺跡などの文化観光資源を活用しながら、古墳や遺跡などの関連施設と結びつけ、フィールド全体で群馬の歴史や文化を体感できるツアーの造成等に取り組み、広域的な観光誘客に繋げていく。
	文化振興課	富岡製糸場を中核とする文化観光推進	文化観光を促進する富岡製糸場を中核とした文化観光拠点計画に基づき、世界遺産の価値や魅力を発信するとともに、ぐんま絹遺産をはじめとする県内のシルク関連施設を併せた周遊促進に取り組み、広域的な観光誘客に繋げていく。
	農政課	グリーン・ツーリズム、農泊推進事業	本県農業農村の特色を活かした農泊モニターツアーやプロモーション動画制作等を行うことで、地域ぐるみで取り組む新たな農泊モデルを創出し、農村への誘客促進による地域活性化を図る。
7　群馬ブランド創出・育成(食・物産)	観光魅力創出課	物産振興対策(群馬観光物産展開催)	県内百貨店等で県産品の紹介・販売を行い、県産品の販路を拡大するとともに、併せて本県の観光地などを紹介・宣伝し、観光客誘致を図り、物産及び観光振興を図る。
	観光魅力創出課	物産振興対策(群馬の近代こけし普及PR)	群馬県が誇る創作こけしのさらなる認知度向上、販路拡大のため、全群馬近代こけしコンクールを実施する。
	観光魅力創出課	物産振興対策（魅力発信事業）	デジタル技術を活用し、県産品の普及と販路の拡大を図る。
	観光魅力創出課	物産振興対策(優良県産品推奨制度)	群馬県優良県産品推奨制度を実施することで県産品の普及と品質の向上を促進し、県民生活の向上と産業振興を図る。
	観光魅力創出課	リトリート基盤整備【再掲】	心と身体を癒す滞在型観光の一大拠点を目指すため、地域一体となった長期滞在客の受入環境整備の取組（リトリート、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等）を支援する。
	農政課	有機農業推進	地球温暖化防止及び生物多様性を保全し、農業を持続的かつ安定的に発展させるため、有機農業の生産拡大や販売促進、消費者理解の促進に取り組む。特に、有機農産物の理解促進に向け、有機農業体験ツアーを開催する。
	ぐんまブランド推進課	G-アナライズ＆PRチーム	県産農畜産物のおいしさや健康に関わる成分を分析して「強み・特長」を見いだし、その結果をもとに効果的な販売戦略に取り組むとともに、生産振興につなげる。
	地域企業支援課	ぐんまの地場産業振興	県内地場産業の新たな振興戦略を作成する。
	地域企業支援課	伝統工芸産業振興	群馬県ふるさと伝統工芸品をＰＲし、需要拡大を図る。

基本戦略Ⅲ　データに基づく戦略的プロモーション

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
8　データを活用したマーケティング体制の強化	観光魅力創出課	観光統計整備業務	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、調査結果を公表する。
	観光魅力創出課	データマーケティング高度化事業【再掲】	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、観光データの可視化による情報発信や各地域におけるデータに基づく効果的な施策立案を支援する。
9　ターゲットに応じた戦略的なプロモーション	観光魅力創出課	インバウンド向け観光情報発信	市場特性に応じた戦略的なプロモーションを通じて、外国人旅行者の誘客を促進する。
	観光魅力創出課	群馬のリピーター獲得(産業観光の推進)	産業観光の認知度向上と観光誘客の拡大を目指し、群馬県観光公式サイトに産業観光に関する特集記事を掲載します。
	観光魅力創出課	観光宣伝(ぐんま大使・特使)	本県にゆかりのある著名な方をぐんま特使として委嘱し、テレビやラジオ等のメディアを通じて、群馬県の観光資源や魅力を発信する。
	観光魅力創出課	群馬の観光イメージアップ	各大使が出演する観光PR 動画を制作し、tsulunos に掲載することで、群馬県の魅力向上・イメージアップを図る。
	観光魅力創出課	観光宣伝(山岳観光事業)	県観光公式サイト内の山岳観光情報ページに、山岳観光に関する特集記事を掲載するなど、バラエティに富んだ群馬の山々での山歩きや山麓の観光などの魅力を発信する。
	観光魅力創出課	観光宣伝(観光イメージアップポスター作成)	旅行者に向けて本県の魅力を広く普及・啓発し、本県のイメージアップ、誘客促進を図るため、ポスターを作成する。
	観光魅力創出課	観光宣伝(スノーエリアガイド発行)	群馬県スキー場経営者協会と連携し、スキー場誘客を目的としたプロモーションを実施する。
	観光魅力創出課	観光宣伝(ＪＲ東日本と連携した誘客促進)	群馬県のイメージアップ及び観光誘客促進のため、ＪＲ東日本高崎支社と連携したイベント等を実施する。
	観光魅力創出課	ペットツーリズム推進	ペットツーリズムの周知・啓発のため、動画を作成し県観光公式サイト内の専用ホームページなどに掲載する。
	観光魅力創出課	幅広い層へのリトリート情報発信	リトリートの認知を拡大するため、幅広い層に対し情報発信を実施する。
	渋川行政県税事務所	地域ＰＲ動画製作	北群馬渋川地域の観光名所等をＰＲする動画を作成する。

基本戦略Ⅲ　データに基づく戦略的プロモーション

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
10　関係機関・団体との連携強化	観光魅力創出課	群馬県観光物産国際協会運営費補助	（公財）群馬県観光国際協会の健全な組織運営及び観光振興推進のための事業に対する補助金を支出していることから、各年度においてその適正額を精査して補助金を交付する。
	観光魅力創出課	広域連携誘客促進	県内市町村や近隣県等といった広域連携による外国人旅行者の誘客を促進する。
	観光魅力創出課	観光宣伝（ツーリズムEXPOジャパンにおける観光ＰＲ）	本県への誘客促進を図るため、本県の強みを活かした情報発信を展開するほか市町村や民間等と連携した宣伝活動を行う。
	観光魅力創出課	観光宣伝(国内広域連携誘客促進)	本県への誘客促進を図るため、北関東など近県との広域連携を推進する。
	観光魅力創出課	観光宣伝(ＪＲ東日本と連携した誘客促進)	群馬県のイメージアップ及び観光誘客促進のため、ＪＲ東日本高崎支社と連携したイベント等を実施する。
	前橋行政県税事務所	赤城山観光振興	赤城山観光振興として、「赤城山夏まつり」「赤城山雪まつり」に実行委員会として参加し、企画検討及び運営を支援している。また、県立赤城公園の活性化に向けた赤城会議の委員として参画する。
	渋川行政県税事務所	日本のへそ！北群馬渋川物産市	市町村と協力し、北群馬渋川地域の特産品を販売する物産展を実施する。
	高崎行政県税事務所	三大梅林ＰＲによる観光振興	地域最大の観光資源である、秋間・榛名・箕郷の梅林を「ぐんま三大梅林」と呼び、管内市・関係団体と連携したイベント等を実施することにより、地域の魅力を県内外に広く発信するとともに、誘客促進・関係人口の創出を図る。
	藤岡行政県税事務所	かんな・かぶら∞ぐるぶらの旅	広域観光連携事業の一環として多野藤岡・甘楽富岡両地域の物産振興を目的に、富岡行政県税事務所及び市町村と連携した事業を実施する。
	藤岡行政県税事務所	多野藤岡観光開発協議会	多野藤岡地域の観光開発を広域で推進することを目的に、市町村・広域圏・商工団体及び農協が会員となり、当事務所が事務局となり活動する。
	富岡行政県税事務所	かぶら・ぶらぶら街道推進協議会	富岡甘楽地域の広域観光振興、上信電鉄の利用促進等を目的として、当該地域の観光振興施策を推進する。
	富岡行政県税事務所	かんな・かぶら∞ぐるぶらの旅	多野藤岡・甘楽富岡地域の広域観光の振興を目的として、当該地域の観光振興施策を推進します。
	吾妻行政県税事務所	吾妻観光写真コンクール	吾妻地域の観光スポットや自然・地域のイベントなど、見る人を吾妻に誘う写真を募集し、写真展の実施やパンフレット・ポスター、ホームページなどへの掲載や利用等を通し、吾妻郡の魅力を広く内外に発信するため実施する。
	吾妻行政県税事務所	吾妻地域におけるデジタル技術を用いた観光イベント	今後の吾妻広域の観光事業の企画立案に資するための地域内における観光客の属性・動向・ニーズに関する情報を収集するため、吾妻郡内の観光地をつなぎ合わせるLINEを活用したスタンプラリーを実施する。
	利根沼田行政県税事務所	観光ＰＲ・関係人口創出	管内市町村・関係団体と連携したイベントを通じて、利根沼田地域の魅力を県内外に広く発信し、誘客促進および関係人口の創出を図る。
	太田行政県税事務所	「麺－１グランプリin館林」への出展	ググっとぐんま観光宣伝推進協議会東部地域部会のエリアで最大規模のグルメイベント「麺－１グランプリin館林」に実行委員会の一員として参画するとともに、会場にてブース出展し、県内外からの来場者に対し観光誘客及び交流人口拡大を図る。
	桐生行政県税事務所	「わたらせ渓谷鉄道連絡協議会」事務局運営	地域の重要な観光資源であるわたらせ渓谷鐵道の利用促進のため、桐生市、みどり市、日光市の沿線３市とともに「わたらせ渓谷鉄道連絡協議会」を組織し、県域を越えた活性化事業、広報活動を実施する。

基本戦略Ⅲ　データに基づく戦略的プロモーション

主要施策	取組所属	事業名	事業概要
11　移住・関係人口の増加の促進	観光魅力創出課	訪日教育旅行受入	将来の来県リピーター獲得を目指し、訪日教育旅行の受入支援を行う。
	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課	ぐんまでテレワーク推進プロジェクト	ワーケーションを通じた地域の魅力の発信や地域との交流により、群馬県との継続的な関係性を構築し、関係人口化や将来的な移住に繋げる。
	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課	関係人口の創出・拡大	具体的なイメージが固まっていない、いわゆる「漠然層」の移住希望者に対して、まずは群馬県の魅力を知ってもらうことを目的 として、地域の文化や観光の要素をテーマとしたセミナーを開催する。
	産業政策課	MICE誘致の推進	誘致営業や開催支援、及び県内イベント産業支援により、県内全域へのＭＩＣＥ誘致を推進する。
	労働政策課	ＵＩターン就職支援事業【再掲】	大学生等の県内就職促進のため、企業情報発信の強化、ニーズに沿った各種イベント等の開催による大学生等と県内企業のマッチング支援を行う。
	前橋行政県税事務所	中部振興局管内移住促進パンフレット作成事業	中部振興局管内の移住を後押しするために、中部振興局管内市町と協力して一緒に作成予定。令和６年度のオール群馬移住フェアに参加された移住者に提供することを目指し、作成を進める。
	渋川行政県税事務所	北群馬渋川移住・定住セミナー	渋川市・榛東村・吉岡町の移住担当者及び移住者と協力し、各地域に実際に移住した方の意見や地域の魅力を発信する。
	利根沼田行政県税事務所	観光ＰＲ・関係人口創出【再掲】	管内市町村・関係団体と連携したイベントを通じて、利根沼田地域の魅力を県内外に広く発信し、誘客促進および関係人口の創出を図る。
	太田行政県税事務所	移住セミナー	管内市町と連携して移住セミナーを実施し、太田・館林・邑楽郡地域の魅力や居住環境などを県内外にＰＲすることで、移住・定住の促進を図る。
	太田行政県税事務所	「麺－１グランプリin館林」への出展【再掲】	ググっとぐんま観光宣伝推進協議会東部地域部会のエリアで最大規模のグルメイベント「麺－１グランプリin館林」に実行委員会の一員として参画するとともに、会場にてブース出展し、県内外からの来場者に対し観光誘客及び交流人口拡大を図る。

■ 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等の基盤を整備する。
- ✓ 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活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推進する。
- ✓ 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る。
- ✓ 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る。

２０２７年までに目指す姿

- ➢ 群馬県の自然や観光資源を活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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

観光施設等特別維持整備

【事業概要】
県有の指定管理施設について、利用者が安全で快適に過ごすことができるよう、指定管理者と相談しながら施設の老朽箇所の修繕等の必要な整備を実施します。

		R６	R７	R８	R９
県有の指定管理施設に係る改修工事設計業務委託	目	積算回答受領・予算協議	積算回答受領・予算協議	積算回答受領・予算協議	積算回答受領・予算協議
	実				
	目	配当替え・打ち合わせ・進捗確認　実施計画書提出	配当替え・打ち合わせ・進捗確認　実施計画書提出	配当替え・打ち合わせ・進捗確認　実施計画書提出	配当替え・打ち合わせ・進捗確認　実施計画書提出
	実				
県有の指定管理施設に係る改修工事	目	建築課へ予算配当替え　完了確認	建築課へ予算配当替え　完了確認	建築課へ予算配当替え　完了確認	建築課へ予算配当替え　完了確認
	実				
	目	工事進捗確認	工事進捗確認	工事進捗確認	工事進捗確認
	実				

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

データマーケティング高度化事業

【事業概要】
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、観光データの可視化による情報発信や各地域におけるデータに基づく効果的な施策立案に役立てます。

データマーケティング基盤・データ整備	目	データマーケティングで活用するデータの検討	
	実		
	目	データプラットフォームの構築	データプラットフォームの運用
	実		
高度データマーケティングに基づく施策提案（マーケティング専門人材配置）	目	専門人材の配置	データマーケティングの実施
	実		
データに基づく戦略的プロモーション（プロモーション専門人材配置）	目	専門人材の配置	データマーケティングの実施
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
施策提案件数	13件	目	10件		15件		18件		20件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

観光施設等特別維持整備

【事業概要】
谷川岳登山指導センターを多くの登山者に利用いただくため、施設の維持整備を行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
谷川岳登山指導センター維持整備	目	施設の維持整備							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

谷川岳登山指導センター運営

【事業概要】
登山指導員による山岳情報の発信を行うほか、パトロール、登山指導や遭難救助を行うなど、山岳遭難防止を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
谷川岳登山指導センター運営	目	谷川岳登山指導センター運営							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
谷川連峰遭難件数	29件	目	27件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

高崎観光案内所業務委託

【事業概要】
群馬県内の観光案内を行う観光案内所の運営委託を実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
高崎観光案内所業務委託	目	高崎観光案内所運営							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	交通イノベーション推進課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

MaaS社会実装支援事業

【事業概要】
スマホから購入可能な電子チケットを「GunMaaS」において販売することで、群馬県内での移動に対する観光客のストレスを軽減を図ります

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
GunMaaSでの電子チケット販売	目	電子チケットの販売							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
GunMaaSでの電子チケット販売数	―	目	6,000枚		6,500枚		7,000枚		7,500枚	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	自然環境課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

尾瀬設備クオリティアップ事業

【事業概要】
尾瀬国立公園において、年齢・体力の異なる幅広い層の利用者や外国人利用者が安心、安全、快適に尾瀬を楽しめるよう、県有施設の設備整備等を行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
大清水尾瀬沼線道路（歩道）再整備工事	目	契約 施工管理	検査・精算	契約 施工管理	検査・精算				
	実								
	目	各種許認可申請	終了報告	各種許認可申請	終了報告				
	実								
群馬県入山口多言語案内板整備事業	目	契約 施工管理	検査・精算	契約 施工管理	検査・精算				
	実								
	目	各種許認可・補助金申請	終了報告・補助金精算	各種許認可・補助金申請	終了報告・補助金精算				
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	自然環境課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

県立赤城公園活性化整備

【事業概要】
大沼キャンプフィールドと赤城ランドステーションを整備し、県立赤城公園の利用者数を増加させます。

大沼キャンプフィールドの整備及び管理・運営	目	整備工事	
	実		
	目	指定管理者の選定	指定管理者による管理・運営
	実		
赤城ランドステーションの整備及び管理・運営	目	整備工事	
	実		
	目	指定管理者の選定	指定管理者による管理・運営
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
大沼キャンプフィールドの宿泊者数 ※R6まで現キャンプ場	840人	目	840人		16,000人		25,000人		30,000人	
		実								
赤城ランドステーションの利用者数 ※R7まで現ビジターセンター	41,824人	目	42,000人		65,000人		80,000人		90,000人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	林政課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

森林公園の維持整備事業

【事業概要】
森林が持つすぐれた自然環境を保全し、森林空間の利用を通じて県民の保健、休養及び学びに資するため、森林公園の管理、整備を実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
森林公園の管理運営	目	指定管理を実施							
	実								
森林公園施設整備	目	施設の補修等を実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R４年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
森林公園入場者数	472,894人	目	535千人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	野菜花き課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

フラワーパーク整備事業

【事業概要】
民間のアイディアをフル活用して、独立採算で運営できるよう集客力と収益性を高めた施設へとリニューアルします。
また、花き振興の拠点と位置付け、幅広い世代へ花き需要を喚起します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
リニューアル工事	目	改修工事		開園、オープニングイベント					
	実								
フラワーパーク運営（指定管理業務）	目	指定管理業務（開園準備）		指定管理業務（フラワーパーク運営）					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
入園者数	189,000人	目	－（開園前）		400,000人		400,000人		400,000人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	都市計画課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

観光振興を支える道路ネットワークの構築

【事業概要】
観光業の発展を図り、本県経済の活性化を促進するため、交流人口の拡大に寄与する「賢くつくる・賢くつかう」道路ネットワークの構築を推進します。

観光振興を支える道路ネットワークの構築	目	上信自動車道の計画的な整備
	実	
	目	西毛広域幹線道路の計画的な整備
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	都市計画課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

地域の誇れる景観づくり

【事業概要】
地域の特性・風土を活かした景観づくりを促進するため市町村の「景観まちづくり」の取組を支援するとともに、観光ルート等における良好な景観形成を図りぐんまの魅力とブランド力を高めるため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。

景観まちづくりの支援	目	市町村の景観行政団体への移行支援
	実	
	目	景観まちづくりを実践するための人材育成や周知啓発
	実	
景観誘導地域の指定	目	屋外広告物の規制誘導の推進
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	都市計画課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

居心地が良く歩きたくなるまちなかの創出

【事業概要】
にぎわいと活力のある、エリア価値の高い、持続可能なまちづくりを目指し、官民が連携して、公共空間の新たな活用方法の検討や、沿道との一体的な活用を前提とした街路整備などにより、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。

官民共創による都市アセットを活用したまちづくり	目	官民連携まちづくりの実践
	実	
	目	官民連携まちづくりを実践するための人材育成や周知啓発
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策１　観光地域の基盤整備（インフラ・観光ＤＸ等）

○具体的取組及び工程

取組所属	都市整備課

		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
県立都市公園の整備や運営管理	【事業概要】 県民に憩いとレクリエーションの場を提供するため、県立都市公園の整備や適正な運営管理を行うとともに、バリアフリー化を推進します。								
民間の力を活用した維持管理	目	指定管理者制度の導入（５公園）							
	実								
バリアフリー化の推進	目	バリアフリートイレの導入（５公園）							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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る。
- ✓ 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する。
- ✓ 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する。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

予約・移動における受入環境整備

【事業概要】
路線バス表記の多言語化やGunMaaSを活用した交通チケット等のデジタル化等を通して、予約手配、移動・交通等におけるストレスフリー化を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
案内表示多言語化	目	県内観光地の案内表記多言語化検討･調査研究							
	実								
交通チケット等デジタル化	目	関係者（交通事業者等）との協議	チケット開発	プロモーション実施					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
GunMaaS上でのデジタルチケット掲載数	―	目	5件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策２　インバウンドの受入環境整備

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

観光施設における受入体制整備

【事業概要】
インバウンド受入可能施設の拡大・レベルアップ支援やセミナー開催及び国際認証取得支援等を通じた「サステナブルな観光」の推進により予約手配、滞在等におけるストレスフリー化を図ります。

観光施設における受入体制整備	目	受入体制整備向上のための事業内容の検討	事業実施
	実		
「サステナブルな観光」取組推進	目	セミナー開催/国際認証取得に向けた市町村等の募集	
	実		
	目	国際認証取得に向けた専門家によるｻｽﾃﾅﾌﾞﾙ評価・ｺﾝｻﾙﾃｨﾝｸﾞ等の実施	
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
基本的なインバウンド受入体制が整っている施設数	83施設	目	90施設							
		実								
サステナブル国際認証取得に取り組む市町村等	―	目	3市町村							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策２　インバウンドの受入環境整備

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

ラグジュアリーホテル誘致

【事業概要】
群馬県の魅力を活かすことのできる外資系ホテルを誘致し、外国人富裕層が快適に滞在できる受入環境整備を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
ラグジュアリーホテル誘致	目	建設候補地の決定に向け、外資系ホテルブランドや市町村と継続対話							
	実								
	目	アジア資本の外資系ホテル調査	アジア資本の外資系ホテル接触						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
継続対話企業数（ホテルブランドまたは経営を企図する企業）	1社	目	2社							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	自然環境課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

尾瀬設備クオリティアップ事業【再掲】

【事業概要】
尾瀬国立公園において、年齢・体力の異なる幅広い層の利用者や外国人利用者が安心、安全、快適に尾瀬を楽しめるよう、県有施設の設備整備等を行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
大清水尾瀬沼線道路（歩道）再整備工事	目	契約　施工管理	検査・精算	契約　施工管理	検査・精算				
	実								
	目	各種許認可申請	終了報告	各種許認可申請	終了報告				
	実								
群馬県入山口多言語案内板整備事業	目	契約　施工管理	検査・精算	契約　施工管理	検査・精算				
	実								
	目	各種許認可・補助金申請	終了報告・補助金精算	各種許認可・補助金申請	終了報告・補助金精算				
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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する。
- ✓ 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する。
- ✓ 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する。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

群馬のリピーター獲得事業（ユニバーサルツーリズム対策）

【事業概要】
誰もが楽しめる旅行である「ユニバーサルツーリズム」を推進するため、相談窓口の運営や情報発信・普及啓発等を行います。

ユニバーサルツーリズム相談窓口運営	目	UT相談窓口の特設サイトの開設	コンテンツの発信、情報のアップデート
	実		
	目	電話やメールによる相談対応	
	実		
観光施設等におけるユニバーサルツーリズム対応状況の情報収集・発信	目	UT相談窓口の特設サイトへの情報移行	
	実		
	目	UT対応状況の情報収集・発信	
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
ユニバーサルツーリズム対応状況掲載件数	845件	目	900件		950件		1,100件		1,150件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

ぐんまビジタートイレ認証事業

【事業概要】
観光地のイメージを左右する大きな要因であるトイレを清潔に維持し、県内観光地のイメージアップと集客を図るため、誰もが清潔で安全・安心・快適に利用できるトイレの認証を行います。

ビジタートイレの新規認証

	R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
目	委託契約	業務完了	委託契約	業務完了	委託契約	業務完了	委託契約	業務完了
実								
目	ビジタートイレの新規認証		ビジタートイレの新規認証		ビジタートイレの新規認証		ビジタートイレの新規認証	
実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

ペットツーリズム推進

【事業概要】
ペット連れ旅行の需要に対応するため、ペットを同伴できる施設等をまとめたホームページを作成します。
県有施設でペットと一緒に行動できたり、一時預かりしたりするペットカート・ケージを整備します。

ホームページ作成に係る業務委託契約業務

	R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
目	委託業者選定 作成	公開	更新					
実								
目		広告						
実								

県有施設におけるペットカート・ペットケージの用意

	R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
目	県有施設への配布希望調査	県有施設からのヒアリング						
実								
目	（適宜）ペットカート・ケージの管理替え							
実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
ﾎｰﾑﾍﾟｰｼﾞｾｯｼｮﾝ数	―	目	10,000回							
		実								
ﾍﾟｯﾄｶｰﾄ・ｹｰｼﾞの管理替件数	―	目	1件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

リトリート基盤整備

【事業概要】
　心と身体を癒す滞在型観光の一大拠点を目指すため、地域一体となった長期滞在客の受入環境整備の取組（リトリート、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等）を支援します。
・地域が一体となって取り組む長期滞在化及び付加価値向上のために必要な面的な環境整備の支援（補助）
・長期滞在客の受入に向けた地域の新たな取組の動き出しの支援（補助）

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
リトリート環境整備（ハード事業）	目	説明会等の開催・事業募集	次年度募集						
	実								
	目	地域による事業実施							
	実								
長期滞在客受入促進（ソフト事業）	目	説明会等の開催・事業募集	次年度募集						
	実								
	目	地域による事業実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
事業採択件数	ﾊｰﾄﾞ　：１ ｿﾌﾄ　：－	目	ハード2件：ソフト12件		ハード2件：ソフト12件		ハード2件：ソフト12件		ハード2件：ソフト12件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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する。
- ✓ 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推進し、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る。
- ✓ 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む。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
群馬のリピーター獲得事業（ユニバーサルツーリズム対策）	【事業概要】誰もが楽しめる旅行である「ユニバーサルツーリズム」を推進するため、セミナー等を開催します。								
ユニバーサルツーリズムセミナーの開催	目	ユニバーサルツーリズムセミナーの開催							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
セミナー受講者延べ人数（アーカイブ含む）	144人	目	200人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
教育現場における観光への理解促進	【事業概要】県内観光の状況及び行政施策についての理解促進を目的とした大学における講義を行います。								
県職員による出張講義の実施	目	出張講義の実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策４　観光人材の確保・育成・定着

○具体的取組及び工程

取組所属	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

群馬県多文化共創カンパニー認証制度

【事業概要】
県内事業者の外国人材受入環境作りを促進し、外国人材に群馬県を「働く場」として選んでもらうため、「多文化共創」を実践する事業者をロールモデルとして認証し、その取組を多言語で情報発信します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
認証事業者の決定	目	認証事業者の募集・選定							
	実								
認証事業者の取組を情報発信	目		情報発信素材の取材・撮影・公開						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

外国人材発掘支援

【事業概要】
県内事業者による外国人材の獲得を支援するため、特定技能外国人材向け及び高度外国人材向け合同企業説明会（オンライン含む）を実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
業務委託契約	目	プロポーザル・審査会・契約・検査等							
	実								
合同企業説明会	目	募集・実施・事後フォロー							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R3年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
合同企業説明会における内定者数	3名	目	9名							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策４　観光人材の確保・育成・定着

○具体的取組及び工程

取組所属	労働政策課

	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
ＵＩターン就職支援事業								
合同企業説明会、インターンシップマッチング会等の就活イベントの開催 目	県内中小企業の魅力発信、知る機会やマッチングの創出							
合同企業説明会、インターンシップマッチング会等の就活イベントの開催 実								

【事業概要】
大学生等の県内就職促進のため、企業情報発信の強化、ニーズに沿った各種イベント等の開催による大学生等と県内企業のマッチング支援を行います。

※上段が「目標」、下段が「実績」

■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る。
- ✓ 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する。
- ✓ 「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る。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

指定管理施設管理運営

【事業概要】
県有の観光施設を指定管理により適正かつ円滑に管理運営します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
指定管理の選定	目	指定管理者の選定 選定委員会の開催	指定管理者の指定			指定管理のあり方検討	実施方針の策定	指定管理者の選定 選定委員会の開催	指定管理者の指定
	実								
条例改正	目	改正条例の策定 議会提出・議決		施行					
	実								
指定管理による施設運営・維持管理	目	管理運営状況議会報告	事業計画書の受領	基本協定・年度協定締結 管理運営状況議会報告	事業計画書の受領 年度協定締結	管理運営状況議会報告	事業計画書の受領 年度協定締結	管理運営状況議会報告	事業計画書の受領 年度協定締結
	実								
	目	業務報告書の受領・確認		業務報告書・事業報告書の受領 業務報告書の受領・確認		業務報告書・事業報告書の受領 業務報告書の受領・確認		業務報告書・事業報告書の受領 業務報告書の受領・確認	
	実								
	目	評価委員会の実施 労働条件評価の実施 評価委員会実地調査	評価委員会実地調査	評価委員会の実施 評価委員会実地調査	評価委員会実地調査	評価委員会の実施 評価委員会実地調査	評価委員会実地調査	評価委員会の実施 労働条件評価の実施 評価委員会実地調査	評価委員会実地調査
	実								

■ 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）

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

インバウンド向けコンテンツ創出支援

【事業概要】
ターゲットのニーズを熟知した専門家によるブラッシュアップやモニターツアー等の伴走支援を通して、コンテンツ創出を行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
インバウンド向けコンテンツ創出支援	目	事業説明会 ●	専門家による素材等調査（年３回）● ― ● ― ●						
	実								
	目		専門家によるフィードバック（年６回）● ● ● ● ● ●						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
伴走支援を行うコンテンツ数	－	目	5件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

山岳観光事業

【事業概要】
バラエティに富んだ群馬の山々での山歩きや山麓の観光などの魅力を発信するため、登山アプリと連動した山岳観光推進キャンペーンを実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
山岳観光推進キャンペーン	目	事業内容の検討 ● ― ●	事業の実施 ● ― ●	効果検証 ● ― ●					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
キャンペーン参加者数（バッジインセンティブ獲得者数）	23,396人	目	25,000人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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)

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

埴輪王国ぐんま発信事業

【事業概要】
群馬が世界に誇る埴輪や榛名山噴火関連遺跡などの文化観光資源を活用しながら、古墳や遺跡などの関連施設と結びつけ、フィールド全体で群馬の歴史や文化を体感できるツアーの造成や、商標HANIを活用した商品開発等に取り組み、広域的な観光誘客や経済活性化に繋げていきます。

デジタルコンテンツの整備、活用推進 ・榛名山噴火関連遺跡新コンテンツ整備・検討 ・ＶＲ、アプリの活用	目	榛名山噴火関連遺跡コンテンツ整備・検討	
	実		
	目	古墳・遺跡VR、ﾃﾞｼﾞﾀﾙ埴輪図鑑、HANIアプリ等の活用促進	
	実		
埴輪王国ぐんま周遊観光 ・解説付き周遊バスの運行 ・滞在型観光プランの造成 ・民間事業者によるツアー造成支援	目	周遊バスの運行	周遊バスの運行 / 周遊バスの運行 / 周遊バスの運行
	実		
	目	滞在型観光プランの造成	滞在型観光プランの造成 / 滞在型観光プランの造成
	実		
	目	民間事業者によるツアー造成支援	
	実		
商標「ＨＡＮＩ」を活用した商品開発・商品発表	目	官民共創による商品開発 ●商品発表	●商品発表 / ●商品発表 / ●商品発表 / ●商品発表 / ●商品発表 / ●商品発表
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
周遊観光ツアーの造成	1件	目	2件		2件		2件		2件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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）

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

世界遺産「富岡製糸場と絹産業遺産群」及び世界遺産センターを活用した誘客事業

【事業概要】
世界遺産の価値や魅力を発信するとともに、絹産業、ぐんま絹遺産、日本遺産を併せたイベントやツアー造成等に取り組み、広域的な観光誘客や経済活性化に繋げていきます。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
周遊ツアーの造成 ・民間事業者と連携した旅行商品造成 ・インバウンド向けツアー造成	目	民間事業者に旅行商品造成を働きかけ							
	実								
	目					インバウンド向けツアー造成		インバウンド向けツアー造成	
	実								
世界遺産センターを活用した誘客事業 ・ガイダンス運営 ・周遊スタンプラリー	目	ガイダンス施設の運営、情報発信、トピックス展示の充実							
	実								
	目	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー	周遊ラリー
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
世界遺産構成４資産及び世界遺産センターへの入込客数	374,647人	目	48万人		48万人		51万人		51万人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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）

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

県立美術館・博物館の運営

【事業概要】
近代美術館、館林美術館、歴史博物館、自然史博物館、土屋文明記念文学館において、地域の文化資源と結びついたメリハリのある企画展を中心とした展示や、講演会、講座、ワークショップ等の教育普及事業を実施します。

		目標	実績
展示	常設展示	目	実
	企画展の開催	目	実
教育普及事業	講演会・講座の実施	目	実
	ワークショップの実施	目	実

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

デジタルミュージアム事業

【事業概要】
県立博物館等が収蔵する文化資源をデジタル技術を用いて館外で活用し、活力と魅力に溢れた公共空間を創出します。
博物館等へ訪れない方へ広く収蔵品の魅力を発信することで、博物館等への来場者の増加につなげます。

		目標	実績
県立５館における収蔵品のデジタルデータ化	収蔵品のデジタルデータ化	目	実
デジタル展示の企画・調整・展示	集客地でのデジタル展示	目	実
	メタバース等デジタル空間での展示	目	実

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
デジタルデータ化点数	24点	目	15点		15点		15点		15点	
		実								
デジタル展示の観覧者数	3,642人	目	2,100人		2,100人					
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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）

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

温泉文化のユネスコ無形文化遺産登録推進

【事業概要】
「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産への登録推進活動を通じ、日本固有の文化である「温泉文化」の価値や魅力を国内外に発信します。

温泉文化登録推進業務	目	知事の会や全国推進協議会との連携	ユネスコ国内候補決定に向けた取組を実施 / ユネスコ登録に向けた取組を実施
	実		
	目	温泉文化調査研究　実施	
	実		
温泉文化普及啓発業務	目	民間企業等と連携した機運醸成事業	温泉文化の普及啓発にかかる取組を継続して実施
	実		
	目	普及啓発映像制作	
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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)

○具体的取組及び工程

取組所属	湯けむり国スポ・全スポぐんま準備課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

「伊香保国スポ2025」開催事業

【事業概要】
第79回国民スポーツ大会冬季大会スケート競技会（スピード）【愛称：伊香保国スポ2025】を開催します。

「伊香保国スポ2025」の開催	目	開催準備・広報・機運醸成 ― 大会開催（1/26～1/29）
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
選手団等の伊香保地域延べ宿泊数	―	目	1,200泊							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	スポーツ振興課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

プロスポーツ地域活性化事業

【事業概要】
県内を拠点に活動するプロスポーツチームと連携し、スポーツの成長産業化やプロスポーツを活用した地域活性化を図るための取組を推進します。

プロスポーツチームに係る試合情報等の広報業務	目	各チーム試合情報等広報 ― 入場者数集計
	実	
プロスポーツを活用した地域活性化に係るイベント実施	目	スポーツ教室委託契約・実施 ― 検査・精査
	実	
	目	公式戦パブリックビューイング委託契約・実施 ― 検査・精査
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
プロスポーツチームのホームゲームでの１試合あたり平均観客動員数	6,627人	目	11,000人		12,000人		13,000人		13,500人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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)

○具体的取組及び工程

取組所属	スポーツ振興課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

ぐんま県境稜線トレイル事業

【事業概要】
群馬県ならではの素材「豊かな自然環境」を活かし、県境の山々の稜線100kmを活用したロングトレイルを整備し、アウトドアスポーツ振興や観光誘客、地域活性化等を目指します。

安全等確認調査の実施	目	連携する各山岳団体による現地調査	
	実		
	目	現地調査により発覚した問題点への対応	
	実		
野反湖における安全登山啓発	目	常駐ガイドによる安全登山啓発	
	実		
	目	常駐ガイドによるSNS・HPを使用した情報発信	
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
稜線トレイル入山者数	20,513人	目	25,000人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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)

○具体的取組及び工程

取組所属	野菜花き課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

フラワーパーク整備事業【再掲】

【事業概要】
民間のアイディアをフル活用して、独立採算で運営できるよう集客力と収益性を高めた施設へとリニューアルします。
また、花き振興の拠点と位置付け、幅広い世代へ花き需要を喚起します。

		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
リニューアル工事	目	改修工事		開園、オープニングイベント					
	実								
フラワーパーク運営（指定管理業務）	目	指定管理業務（開園準備）		指定管理業務（フラワーパーク運営）					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
入園者数	189,000人	目	－（開園前）		400,000人		400,000人		400,000人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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）

○具体的取組及び工程

取組所属	道路整備課・河川課・下水環境課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

橋・ダム・マンホールカードの配布

【事業概要】
インフラ施設の魅力を伝えるためのカード（橋・ダム・マンホール）を配布します。

橋カードの配布	目	橋カードの配布・Web版橋カードを配信（橋に設置された二次元コードから取得）
	実	
ダムカードの配布	目	ダムカードの配布（県営７ダム）
	実	
マンホールカードの配布	目	マンホールカードの配布
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	河川課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

八ッ場ダム周辺地域の観光振興

【事業概要】
八ッ場ダム周辺地域の観光振興を促すために、動画広告の活用やＹｏｕＴｕｂｅ動画配信による観光ＰＲを実施します。

八ッ場ダム周辺地域観光ＰＲ動画を活用した動画広告の実施	目	広告配信　効果測定　ターゲット、媒体等見直し　ＰＲ動画の配信
	実	
八ッ場ダム周辺地域観光ＰＲに係るＹｏｕＴｕｂｅ動画の制作	目	動画制作（年４本）　動画制作（年４本）
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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）

○具体的取組及び工程

取組所属	都市計画課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

居心地が良く歩きたくなるまちなかの創出【再掲】

【事業概要】
にぎわいと活力のある、エリア価値の高い、持続可能なまちづくりを目指し、官民が連携して、公共空間の新たな活用方法の検討や、沿道との一体的な活用を前提とした街路整備などにより、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。

官民共創による都市アセットを活用したまちづくり	目	官民連携まちづくりの実践
	実	
	目	官民連携まちづくりを実践するための人材育成や周知啓発
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	都市整備課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

県立都市公園の整備や運営管理【再掲】

【事業概要】
県民に憩いとレクリエーションの場を提供するため、県立都市公園の整備や適正な運営管理を行うとともに、バリアフリー化を推進します。

民間の力を活用した維持管理	目	指定管理者制度の導入（５公園）
	実	
バリアフリー化の推進	目	バリアフリートイレの導入（５公園）
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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する。
- ✓ 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る。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

ペットツーリズム推進

【事業概要】
ペット連れの旅行の需要に対応するため、ペットと一緒に体験できるコンテンツ造成及び観光地におけるペットとの共生を推進するための調査・研究を行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
コンテンツ造成のための調査及び専門家によるコンテンツ案の造成に係る業務委託契約業務	目	委託業者選定 ニーズ調査 コンテンツ案の造成							
	実								
コンテンツの実証実験	目	委託業者選定	実証実験						
	実								
ペットとの共生のための研究（観光地におけるしつけ方教室または愛犬家向け講習会のテスト開催）	目	委託業者選定	開催準備	開催					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
調査回答数	―	目	1,000県							
		実								
コンテンツ案数	―	目	3案							
		実								
実証実験数	―	目	1件							
		実								
イベント回数	―	目	1回							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策６　新たな旅行スタイル確立

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

リトリートコンテンツの充実・活用促進

【事業概要】
旅行者が、それぞれのニーズに合ったリトリートの過ごし方を選択できるよう、コンテンツの充実・活用を促進します。
・長期滞在客の受入に向けた地域の新たな取組の動き出しの支援（補助金）【再掲】
・旅行会社を活用した商品化の促進（委託）

長期滞在客受入促進（ソフト事業）	目	説明会等の開催・事業募集						
	実							
	目	地域による事業実施						
	実							
旅行会社を活用した商品化促進	目	プロポーザル実施						
	実							
	目	リトリートプランの造成・販促						
	実							

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
リトリートプラン造成宿泊施設数	19施設	目	30施設		40施設		50施設		50施設	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策６　新たな旅行スタイル確立

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

埴輪王国ぐんまの文化観光推進

【事業概要】
歴史博物館を拠点に、群馬が世界に誇る埴輪や榛名山噴火関連遺跡などの文化観光資源を活用しながら、古墳や遺跡などの関連施設と結びつけ、フィールド全体で群馬の歴史や文化を体感できるツアーの造成等に取り組み、広域的な観光誘客に繋げていきます。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
群馬県立歴史博物館の機能強化	目	榛名山噴火関連遺跡展示整備							
	実								
	目	３Ｄアーカイブスタジオ整備		３Ｄデータの公開・活用、展示コンテンツや来館者体験メニューとして活用					
	実								
歴史博物館を拠点とした歴史体感ツアー造成・旅行商品化	目	ツアー造成・催行		民間事業者による旅行商品化支援					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
群馬県立歴史博物館の入場者数	90,910人	目	95,000人		100,000人		105,000人		110,000人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策６　新たな旅行スタイル確立

○具体的取組及び工程

取組所属	文化振興課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

富岡製糸場を中核とする文化観光推進

【事業概要】
富岡製糸場を中核とした文化観光拠点計画に基づき、世界遺産の価値や魅力を発信するとともに、日本遺産やぐんま絹遺産をはじめとする県内のシルク関連施設を併せた周遊促進に取り組み、広域的な観光誘客に繋げていきます。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
「富岡製糸場と絹産業遺産群」構成資産の展示強化・連携	目	企画、設営業務等委託	事業実施	企画、設営業務等委託	事業実施	企画、設営業務等委託	事業実施		
	実								
シルクネットワークの構築事業・発型観光プラン造成、催行	目	企画（周遊ルート、体験コンテンツの検討）		発型観光ツアーを催行		民間事業者によるツアー造成支援			
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
富岡製糸場の見学者数	314,583人	目	42万人		42万人		45万人		45万人	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	農政課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

グリーン・ツーリズム、農泊推進事業

【事業概要】
本県農業農村の特色を活かした農泊モニターツアーやプロモーション動画制作等を行うことで、地域ぐるみで取り組む新たな農泊モデルを創出し、農村への誘客促進による地域活性化を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
農泊モニターツアー業務委託	目	農泊モニターツアー業務委託							
	実								
農泊プロモーション動画制作・配信	目	モニターツアー動画制作							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■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る。
- ✓ 農業体験や有機農産品を使用した食の提供を推進することにより、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する。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

物産振興対策（群馬観光物産展開催）

【事業概要】
県内百貨店等で県産品の紹介・販売を行い、県産品の販路を拡大するとともに、併せて本県の観光地などを紹介・宣伝し、観光客誘致を図り、物産及び観光振興を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
物産展開催に向けた調整業務（前橋スズラン）	目	打合せ・事前説明会	広報・準備 物産展実施						
	実								
物産展開催に向けた調整業務（高崎髙島屋）	目	打合せ・事前説明会	広報・準備 物産展実施						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
売上額（前橋スズラン）	25,757千円	目	27,044千円							
		実								
売上額（高崎髙島屋）	32,474千円	目	34,097千円							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策７　群馬ブランド創出・育成（食・物産）

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

物産振興対策（群馬の近代こけし普及PR）

【事業概要】
群馬県が誇る創作こけしのさらなる認知度向上、販路拡大のため、全群馬近代こけしコンクールを実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
全群馬近代こけしコンクールの実施	目	コンクールの実施に向けた準備	コンクールの実施						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

物産振興対策（魅力発信事業）

【事業概要】
デジタル技術を活用し、県産品の普及と販路の拡大を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
デジタル技術を活用した魅力発信事業	目	実施方法の検討・準備	事業の実施						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

物産振興対策（優良県産品推奨制度）

【事業概要】
群馬県優良県産品推奨制度を実施することで県産品の普及と品質の向上を促進し、県民生活の向上と産業振興を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
次年度開催に向けた制度見直し	目	実施方法の検討	予算要求		審査会振り返り				
	実								
優良県産品推奨審査会の実施	目	関係各課との調整・事前準備		事前説明会 商品募集	審査会 結果取りまとめ				
	実								
	目			委員委嘱	名簿作成・公表				
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
認定数	254品	目	－		280品					
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策７　群馬ブランド創出・育成（食・物産）

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

リトリート基盤整備【再掲】

【事業概要】
心と身体を癒す滞在型観光の一大拠点を目指すため、地域一体となった長期滞在客の受入環境整備の取組（リトリート、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等）を支援します。
・地域が一体となって取り組む長期滞在化及び付加価値向上のために必要な面的な環境整備の支援（補助）
・長期滞在客の受入に向けた地域の新たな取組の動き出しの支援（補助）

			R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
リトリート環境整備（ハード事業）	目	説明会等の開催・事業募集			次年度募集					
	実									
	目	地域による事業実施								
	実									
長期滞在客受入促進（ソフト事業）	目	説明会等の開催・事業募集			次年度募集					
	実									
	目	地域による事業実施								
	実									

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
事業採択件数	ﾊｰﾄﾞ　：１ ｿﾌﾄ　：－	目	ハード2件：ソフト12件		ハード2件：ソフト12件		ハード2件：ソフト12件		ハード2件：ソフト12件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策７　群馬ブランド創出・育成（食・物産）

○具体的取組及び工程

取組所属	農政課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

有機農業推進

【事業概要】
　地球温暖化防止及び生物多様性を保全し、農業を持続的かつ安定的に発展させるため、有機農業の生産拡大や販売促進、消費者理解の促進に取り組む。特に、有機農産物の理解促進に向け、有機農業体験ツアーを開催します。

有機農業の生産拡大、販売促進・消費拡大の取組推進	目	農業者・指導人材育成、畜産堆肥の活用推進等	
	実		
	目	量販店との連携、消費実態調査、学校給食への利用等	
	実		
有機農業体験ツアー（日帰り）の開催	目	事業検討	開催　開催
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
有機JAS認証取得者数	84者	目	92者		100者		109者		120者	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	ぐんまブランド推進課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

G-アナライズ＆PRチーム

【事業概要】
　県産農畜産物のおいしさや健康に関わる成分を分析して「強み・特長」を見いだし、その結果をもとに効果的な販売戦略に取り組むとともに、生産振興につなげます。

県産農畜産物のおいしさや健康に関わる成分分析	目	検体採取・分析・分析結果とりまとめ
	実	
県産農畜産物のブランディング	目	ニーズ把握・プロモーション・評価
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策７　群馬ブランド創出・育成（食・物産）

○具体的取組及び工程

取組所属	地域企業支援課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

ぐんまの地場産業振興

【事業概要】
県内地場産業の新たな振興戦略を作成します。

地場産業振興戦略策定	目	策定委託						
	実							
	目	策定委員会						
	実							

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	地域企業支援課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

伝統工芸産業振興

【事業概要】
群馬県ふるさと伝統工芸品をＰＲし、需要拡大を図ります。

群馬県ふるさと伝統工芸品展	目	開催準備	開催					
	実							
群馬県ふるさと伝統工芸士認定	目	認定準備	認定					
	実							
	目		冊子作成					
	実							

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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む。
- ✓ 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する。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
観光統計整備業務	【事業概要】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、調査結果を公表します。									
調査実施に係る業務委託契約業務		目	観光客数・消費額調査集計	検査・精算	観光客数・消費額調査集計	検査・精算	観光客数・消費額調査集計	検査・精算	観光客数・消費額調査集計	
		実								
		目	パラメータ調査実施（年４回）		パラメータ調査実施（年４回）		パラメータ調査実施（年４回）		パラメータ調査実施（年４回）	
		実								
群馬県観光入込客統計調査報告書の作成		目	観光客数・消費額調査取りまとめ・国へ報告		観光客数・消費額調査取りまとめ・国へ報告		観光客数・消費額調査取りまとめ・国へ報告		観光客数・消費額調査取りまとめ・国へ報告	
		実								
		目	調査報告書の作成	議会報告・公表	調査報告書の作成	議会報告・公表	調査報告書の作成	議会報告・公表	調査報告書の作成	議会報告・公表
		実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（Ｒ４年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
回答サンプル収集件数	32,000件	目	34,800件		36,000件		36,000件		36,000件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

データマーケティング高度化事業【再掲】

【事業概要】
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、観光データの可視化による情報発信や各地域におけるデータに基づく効果的な施策立案に役立てます。

		目標	実績
データマーケティング基盤・データ整備	目	データマーケティングで活用するデータの検討	
	実		
	目	データプラットフォームの構築 → データプラットフォームの運用	
	実		
高度データマーケティングに基づく施策提案（マーケティング専門人材配置）	目	専門人材の配置 → データマーケティングの実施	
	実		
データに基づく戦略的プロモーション（プロモーション専門人材配置）	目	専門人材の配置 → データマーケティングの実施	
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
施策提案件数	13件	目	10件		15件		18件		20件	
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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する。
- ✓ 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する。
- ✓ 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る。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む。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
インバウンド向け観光情報発信	【事業概要】市場特性に応じた戦略的なプロモーションを通じて、外国人旅行者の誘客を促進します。								
多言語観光情報サイト運営・活用・拡充	目	多言語観光情報サイトの運営(英語,簡体,繁体,タイ)							
	実								
	目	新規ストーリー記事、スポット等のコンテンツ拡充							
	実								
SNS発信	目	多言語SNSの運用・プロモーション							
	実								
現地オンライン媒体等を活用した情報発信	目	SNS等を活用したｻｲﾄ誘引ｵﾝﾗｲﾝ広告							
	実								
	目	現地ｵﾝﾗｲﾝ媒体等を活用したﾃﾞｼﾞﾀﾙﾌﾟﾛﾓｰｼｮﾝ							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
多言語観光情報サイトへの自然検索アクセス数	191,496回	目	201,070回(対前年比＋5%)							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
群馬のリピーター獲得（産業観光の推進）	【事業概要】 産業観光の認知度向上と観光誘客の拡大を目指し、群馬県観光公式サイトに産業観光に関する特集記事を掲載します。								
特集記事の制作に係る業務委託契約業務	目	委託業者選定	特集記事制作	プロモーション実施					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
セッション数	9,070件（7日間）	目	10,000件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
観光宣伝（ぐんま大使・特使）	【事業概要】 本県にゆかりのある著名な方をぐんま特使として委嘱し、テレビやラジオ等のメディアを通じて、群馬県の観光資源や魅力を発信します。								
ぐんま特使の委嘱、庶務業務	目	候補の発掘洗い出し							
	実								
	目	観光情報の提供		現特使の再意向確認					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
委嘱人数	76人	目	80人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

群馬の観光イメージアップ

【事業概要】
各大使が出演する観光PR 動画を制作し、tsulunos に掲載することで、群馬県の魅力向上・イメージアップを図ります。

			R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
動画制作業務委託、PR業務	目		プロポーザル、契約	撮影、編集	公開・広報					
	実									
	目		前年度作成動画の広報							
	実									
両大使との調整業務	目		打合せ、契約	撮影						
	実									

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R4年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
動画再生回数（中山氏編）	1.3万回	目	1.5万回							
		実								
動画再生回数（井森氏編）	1.7万回	目	2万回							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

観光宣伝（山岳観光事業）

【事業概要】
県観光公式サイト内の山岳観光情報ページに、山岳観光に関する特集記事を掲載するなど、バラエティに富んだ群馬の山々での山歩きや山麓の観光などの魅力を発信します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
県観光公式サイト内の山岳観光コンテンツの充実	目	特集記事の検討	特集記事の作成・公開	効果検証					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
セッション数	2,164	目	2,400							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

観光宣伝（観光イメージアップポスター作成）

【事業概要】
旅行者に向けて本県の魅力を広く普及・啓発し、本県のイメージアップ、誘客促進を図るため、ポスターを作成します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
ポスター作成に係る業務委託契約業務	目	プロポーザル、契約	制作、校正	配送					
	実								
	目		プロモーション						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

観光宣伝（スノーエリアガイド発行）

【事業概要】
群馬県スキー場経営者協会と連携し、スキー場誘客を目的としたプロモーションを行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
ぐんまスノーエリアガイド制作業務	目		スノーエリアガイドの制作・配布						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

観光宣伝（ＪＲ東日本と連携した誘客促進）

【事業概要】
群馬県のイメージアップ及び観光誘客促進のため、ＪＲ東日本高崎支社と連携したイベント等を実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
ＪＲ東日本高崎支社と連携した観光誘客促進事業	目	事業の検討	事業の実施						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

ペットツーリズム推進

【事業概要】
ペットツーリズムの周知・啓発のため、動画を作成し県観光公式サイト内の専用ホームページなどに掲載します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
動画作成に係る業務委託契約業務	目	委託業者選定	撮影・編集	公開・広報					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
動画再生回数	―	目	ロング動画の場合5,000回 ショート動画の場合10,000回							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
幅広い層へのリトリート情報発信	【事業概要】 リトリートの認知を拡大するため、幅広い層に対し情報発信を実施します。 ・幅広い層へ向けた情報発信（委託） ・ウェルネスツーリズムEXPOへの出展								
プロモーション実施に係る業務委託契約業務	目	委託業者選定	計画策定　プロモーション実施						
	実								
ウェルネスツーリズムEXPO出展に係る業務	目	出展準備・出展案内							
	実								
	目	出展	アンケートとりまとめ	地域関係者と共有					
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 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

○具体的取組及び工程

取組所属	渋川行政県税事務所

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

地域ＰＲ動画製作

【事業概要】
北群馬渋川地域の観光名所等をＰＲする動画を作成します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
企画・取材	目	企画・取材							
	実								
動画製作・公開	目		製作・公開						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
動画再生数	－	目	10万回							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 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む。
- ✓ 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る。
- ✓ (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む。
- ✓ 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る。

２０２７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

取組所属	観光魅力創出課	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
群馬県観光物産国際協会運営費補助	【事業概要】（公財）群馬県観光国際協会の健全な組織運営及び観光振興推進のための事業に対する補助金を支出していることから、各年度においてその適正額を精査して補助金を交付します。								
協会運営費補助金交付	目	交付決定 概算払い	概算払い 概算払い	交付決定 概算払い	概算払い 概算払い	交付決定 概算払い	概算払い 概算払い	交付決定 概算払い	概算払い 概算払い
	実								
	目		交付内示	精算(額の確定)	交付内示	精算(額の確定)	交付内示	精算(額の確定)	交付内示
	実								
次年度交付額の算定	目		交付額算定 協議 予算確定		交付額算定 協議 予算確定		交付額算定 協議 予算確定		交付額算定 協議 予算確定
	実								
協会改革に係る支援	目	改革に係る進捗確認・	協議実施・業務支援	改革に係る進捗確認・	協議実施・業務支援	改革に係る進捗確認・	協議実施・業務支援	改革に係る進捗確認・	協議実施・業務支援
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

広域連携誘客促進

【事業概要】
県内市町村や近隣県等といった広域連携による外国人旅行者の誘客を促進します。

近隣県と連携したプロモーション	目	茨城県・栃木県と連携し、事業内容の検討	事業実施
	実		
	目	関東1都10県等と連携したSNS情報発信	
	実		
	目	北陸新幹線沿線自治体と連携し事業内容の検討	事業実施
	実		
県内市町村と連携したプロモーション	目	ウェルカム・ぐんま国際観光推進協議会によるｲﾝﾊﾞｳﾝﾄﾞ誘客プロモーション事業を実施	
	実		

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

観光宣伝（ツーリズムEXPOジャパンにおける観光ＰＲ）

【事業概要】
本県への誘客促進を図るため、本県の強みを活かした情報発信を展開するほか市町村や民間等と連携した宣伝活動を行います。

ツーリズムＥＸＰＯジャパン出展に係る業務委託契約業務	目	委託業者選定	出展準備	出展
	実			

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
観光宣伝（国内広域連携誘客促進）	【事業概要】本県への誘客促進を図るため、北関東など近県との広域連携を推進します。								
ドラ割「北関東周遊フリーパス」における誘客促進事業	目	利用者アンケートプレゼント企画の実施							
	実								
「地球の歩き方」との連携事業（小冊子の制作）	目	委託業者選定	校正	納品	各イベントで配布				
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
観光宣伝（ＪＲ東日本と連携した誘客促進）	【事業概要】群馬県のイメージアップ及び観光誘客促進のため、ＪＲ東日本高崎支社と連携したイベント等を実施します。								
ＪＲ東日本高崎支社と連携した観光誘客促進事業	目	事業の検討	事業の実施						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	前橋行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

赤城山観光振興

【事業概要】
赤城山観光振興として、「赤城山夏まつり」「赤城山雪まつり」に実行委員会として参加し、企画検討及び運営を支援します。また、県立赤城公園の活性化に向けた赤城会議の委員として参画します。

赤城山夏まつり・雪まつり企画検討・実施	目	夏まつり企画・実施・振り返り
	実	
	目	雪まつり企画・実施・振り返り
	実	
赤城会議への参加	目	赤城会議への参加
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	渋川行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

日本のへそ！北群馬渋川物産市

【事業概要】
市町村と協力し、北群馬渋川地域の特産品を販売する物産展を実施します。

物産市準備・開催	目	市町村担当者打合せ
	実	
	目	開催
	実	
振り返り・実績報告	目	実績報告
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
物産市来場者数	300人	目	400人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	高崎行政県税事務所

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

三大梅林ＰＲによる観光振興

【事業概要】
地域最大の観光資源である、秋間・榛名・箕郷の梅林を「ぐんま三大梅林」と呼び、管内市・関係団体と連携したイベント等を実施することにより、地域の魅力を県内外に広く発信するとともに、誘客促進・関係人口の創出を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
イベント開催	目		イベント開催		イベント開催		イベント開催		イベント開催
	実								
ＰＲ動画作成・広報	目	ＰＲ動画作成	ＰＲ動画作成	ＰＲ動画を活用した広報	ＰＲ動画を活用した広報	ＰＲ動画を活用した広報等	ＰＲ動画を活用した広報等	ＰＲ動画を活用した広報等	ＰＲ動画を活用した広報等
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	藤岡行政県税事務所

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

かんな・かぶら∞ぐるぶらの旅

【事業概要】
広域観光連携事業の一環として多野藤岡・甘楽富岡両地域の物産振興を目的に、富岡行政県税事務所及び市町村と連携した事業を実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
物産市（仮称：みちえきマルシェ）の実施	目	企画・準備・実施	企画・準備・実施						
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
総売上額	30万円	目	40万円							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	藤岡行政県税事務所

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

多野藤岡観光開発協議会

【事業概要】
多野藤岡地域の観光開発を広域で推進することを目的に、市町村・広域圏・商工団体及び農協が会員となり、当事務所が事務局となり活動します。（近年の取組：ウェブ・旅行系情報誌への広告掲載、SNSを活用した情報発信、エクスカーションの実施、ツーリズムEXPO等への出展など）

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
エクスカーションの実施	目	企画・準備・実施							
	実								
首都圏PR（EXPO、商談会等への出展・参加）	目	企画・準備・実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	富岡行政県税事務所

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

かぶら・ぶらぶら街道推進協議会

【事業概要】
甘楽富岡地域の広域観光の振興、上信電鉄の利用促進等を目的として、当該地域の観光振興施策を推進します。
（事業：観光PR動画の作成、観光PRイベントの実施等）。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
(1)観光ＰＲ動画の制作	目	企画・制作							
	実								
(2)観光ＰＲイベントの実施	目	企画・準備・実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
(1)動画制作本数 (2)イベント抽選会参加者数	(1)10本 (2)317人	目	(1)10本、(2)500人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	富岡行政県税事務所

R6 上期 下期 / R7 上期 下期 / R8 上期 下期 / R9 上期 下期

かんな・かぶら∞ぐるぶらの旅

【事業概要】
多野藤岡・甘楽富岡地域の広域観光の振興を目的として、当該地域の観光振興施策を推進します。（事業：かんな・かぶら∞ぐるぶらの旅スタンプラリー、Instagramキャンペーンの実施等）

		R6 上期	R6 下期	R7 上期	R7 下期	R8 上期	R8 下期	R9 上期	R9 下期
(1)スタンプラリー (2)Instagramキャンペーン	目	企画・準備・実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R6 上期	R6 下期	R7 上期	R7 下期	R8 上期	R8 下期	R9 上期	R9 下期
(1)ｽﾀﾝﾌﾟﾗﾘｰ応募者数 (2)Instagram投稿数	(1)3,322人 (2)　148件	目	(1) 対前年比10%増 (2) 対前年比30%増							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	吾妻行政県税事務所

R6 上期 下期 / R7 上期 下期 / R8 上期 下期 / R9 上期 下期

吾妻観光写真コンクール

【事業概要】
吾妻地域の観光スポットや自然・地域のイベントなど、見る人を吾妻に誘う写真を募集し、写真展の実施やパンフレット・ポスター、ホームページなどへの掲載や利用等を通し、吾妻郡の魅力を広く内外に発信するため実施します。

		R6 上期	R6 下期	R7 上期	R7 下期	R8 上期	R8 下期	R9 上期	R9 下期
吾妻写真コンクール	目	企画・準備・実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R6 上期	R6 下期	R7 上期	R7 下期	R8 上期	R8 下期	R9 上期	R9 下期
作品応募総数	731点	目	800点							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	吾妻行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

吾妻地域におけるLINEを活用した周遊観光促進事業

【事業概要】
今後の吾妻広域の観光事業の企画立案に資するための地域内における観光客の属性・動向・ニーズに関する情報を収集するため、吾妻郡内の観光地をつなぎ合わせるLINEを活用したスタンプラリーを実施します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
スタンプラリー	目	企画・準備・実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
スタンプラリー参加者数	1500人	目	1500人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	利根沼田行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

観光ＰＲ・関係人口創出

【事業概要】
管内市町村・関係団体と連携したイベントを通じて、利根沼田地域の魅力を県内外に広く発信し、誘客促進および関係人口の創出を図ります。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
イベント開催	目	利根沼田地域外で年２回イベント開催		利根沼田地域外で年２回イベント開催		利根沼田地域外で年２回イベント開催		利根沼田地域外で年２回イベント開催	
	実								
パンフレット作成	目	観光パンフレットの更新（年１～２種類）		観光パンフレットの更新（年１～２種類）		観光パンフレットの更新（年１～２種類）		観光パンフレットの更新（年１～２種類）	
	実								
移住相談会の開催	目	関係団体との連絡調整	県外で年１回開催	関係団体との連絡調整	県外で年１回開催	関係団体との連絡調整	県外で年１回開催	関係団体との連絡調整	県外で年１回開催
	実								
サイクルツーリズムの推進	目	サイクルキャンペーンの開催等		サイクルキャンペーンの開催等		サイクルキャンペーンの開催等		サイクルキャンペーンの開催等	
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策10　関係機関・団体との連携強化

○具体的取組及び工程

取組所属	太田行政県税事務所

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

麺－１グランプリin館林

【事業概要】
　ググっとぐんま観光宣伝推進協議会東部地域部会のエリアで最大規模のグルメイベント「麺－１グランプリin館林」に実行委員会の一員として参画するとともに、会場にてブース出展し、県内外からの来場者に対し観光誘客及び交流人口拡大を図ります。

実行委員会への参加・麺－１グランプリｉｎ館林への出展	目	打合せ（幹事会・部会）　広報						
	実							
	目	展示・配布物調達　出展						
	実							

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	桐生行政県税事務所

R６ 上期 下期　R７ 上期 下期　R８ 上期 下期　R９ 上期 下期

「わたらせ渓谷鉄道連絡協議会」事務局運営

【事業概要】
　地域の重要な観光資源であるわたらせ渓谷鐵道の利用促進のため、桐生市、みどり市、日光市の沿線３市とともに「わたらせ渓谷鉄道連絡協議会」を組織し、県域を越えた活性化事業、広報活動を実施します。

協議会運営に係る業務	目	随時、沿線３市と情報交換						
	実							
	目	活性化事業・広報活動の実施						
	実							

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策策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推進する。
- ✓ 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る。

２０２７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

○具体的取組及び工程

取組所属	観光魅力創出課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

訪日教育旅行受入

【事業概要】
将来の来県リピーター獲得を目指し、訪日教育旅行の受入支援を行います。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
訪日教育旅行受入	目	アジア圏(台湾・香港)を中心とした訪日教育旅行の受入（学校交流調整）							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R%年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
訪日教育旅行受入件数	7件	目	10件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

○具体的取組及び工程

取組所属	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

ぐんまでテレワーク推進プロジェクト

【事業概要】
ワーケーションを通じた地域の魅力の発信や地域との交流により、群馬県との継続的な関係性を構築し、関係人口化や将来的な移住に繋げます。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
マッチング商談会	目	マッチング商談会開催							
	実								
事業内でのワーケーション実施	目	ワーケーション実施							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策策11 移住・関係人口の増加の促進

○具体的取組及び工程

取組所属	ぐんま暮らし・外国人活躍推進課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

関係人口の創出・拡大

【事業概要】
具体的なイメージが固まっていない、いわゆる「漠然層」の移住希望者に対して、まずは群馬県の魅力を知ってもらうことを目的として、地域の文化や観光の要素をテーマとしたセミナーを開催します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
移住セミナー開催	目	移住セミナー開催							
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	産業政策課

R６ 上期 下期 / R７ 上期 下期 / R８ 上期 下期 / R９ 上期 下期

MICE誘致の推進

【事業概要】
誘致営業や開催支援、及び県内イベント産業支援により、県内全域へのＭＩＣＥ誘致を推進します。

		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
群馬県コンベンションビューロー事務局運営（MICE誘致等業務委託）	目	MICE誘致等実施	検査・精算	MICE誘致等実施	検査・精算	MICE誘致等実施	検査・精算	MICE誘致等実施	検査・精算
	実								
	目	総会開催	展示・商談会出展	総会開催	展示・商談会出展	総会開催	展示・商談会出展	総会開催	展示・商談会出展
	実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６上期	R６下期	R７上期	R７下期	R８上期	R８下期	R９上期	R９下期
MICE誘致件数	10件	目	12件							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策策11 移住・関係人口の増加の促進

○具体的取組及び工程

取組所属	労働政策課

	R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
ＵＩターン就職支援事業【再掲】	【事業概要】 大学生等の県内就職促進のため、企業情報発信の強化、ニーズに沿った各種イベント等の開催による大学生等と県内企業のマッチング支援を行います。							
合同企業説明会、インターンシップマッチング会等の就活イベントの開催 目	県内中小企業の魅力発信、	知る機会やマッチングの創出						
実								

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策策11 移住・関係人口の増加の促進

○具体的取組及び工程

取組所属	前橋行政県税事務所

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

中部振興局管内移住促進パンフレット作成事業

【事業概要】
中部振興局管内の移住を後押しするために、中部振興局管内市町と協力して一緒に作成予定。令和６年度のオール群馬移住フェアに参加された移住者に提供することを目指し、作成を進めます。

パンフレット制作	目	パンフレット入稿
	実	
	目	配布開始・移住希望者からの反応確認
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	渋川行政県税事務所

R６ 上期 下期 ／ R７ 上期 下期 ／ R８ 上期 下期 ／ R９ 上期 下期

北群馬渋川移住・定住セミナー

【事業概要】
渋川市・榛東村・吉岡町の移住担当者及び移住者と協力し、各地域に実際に移住した方の意見や地域の魅力を発信します。

セミナー企画・担当者会議の開催	目	企画・会議開催
	実	
実施・実績報告	目	実施・実績報告
	実	

※上段が「目標」、下段が「実績」

取組指標（ＫＰＩ）	基準値（R5年実績）		R６ 上期	R６ 下期	R７ 上期	R７ 下期	R８ 上期	R８ 下期	R９ 上期	R９ 下期
視聴者数	22人	目	30人							
		実								

※上段が「目標値」下段が「実績値」

■ 主要施策策11 移住・関係人口の増加の促進

○具体的取組及び工程

取組所属	利根沼田行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

観光ＰＲ・関係人口創出【再掲】

【事業概要】
管内市町村・関係団体と連携したイベントを通じて、利根沼田地域の魅力を県内外に広く発信し、誘客促進および関係人口の創出を図ります。

		R６	R７	R８	R９
イベント開催	目	利根沼田地域外で年２回イベント開催	利根沼田地域外で年２回イベント開催	利根沼田地域外で年２回イベント開催	利根沼田地域外で年２回イベント開催
	実				
パンフレット作成	目	観光パンフレットの更新（年１～２種類）	観光パンフレットの更新（年１～２種類）	観光パンフレットの更新（年１～２種類）	観光パンフレットの更新（年１～２種類）
	実				
移住相談会の開催	目	関係団体との連絡調整　県外で年１回開催	関係団体との連絡調整　県外で年１回開催	関係団体との連絡調整　県外で年１回開催	関係団体との連絡調整　県外で年１回開催
	実				
サイクルツーリズムの推進	目	サイクルキャンペーンの開催等	サイクルキャンペーンの開催等	サイクルキャンペーンの開催等	サイクルキャンペーンの開催等
	実				

※上段が「目標」、下段が「実績」

○具体的取組及び工程

取組所属	太田行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

移住セミナー

【事業概要】
管内市町と連携して移住セミナーを実施し、太田・館林・邑楽郡地域の魅力や居住環境などを県内外にＰＲすることで、移住・定住の促進を図ります。

		R６	R７	R８	R９
移住セミナー実施	目	ＰＲ内容・登壇者の決定			
	実				
	目	周知・広報　実施　事後ｱﾝｹｰﾄ			
	実				

※上段が「目標」、下段が「実績」

■ 主要施策策11 移住・関係人口の増加の促進

○具体的取組及び工程

取組所属	太田行政県税事務所

R６（上期・下期）　R７（上期・下期）　R８（上期・下期）　R９（上期・下期）

麺－１グランプリin館林【再掲】

【事業概要】
ググっとぐんま観光宣伝推進協議会東部地域部会のエリアで最大規模のグルメイベント「麺－１グランプリin館林」に実行委員会の一員として参画するとともに、会場にてブース出展し、県内外からの来場者に対し観光誘客及び交流人口拡大を図ります。

実行委員会への参加・麺－１グランプリｉｎ館林への出展	目	打合せ（幹事会・部会）／広報						
	実							
	目	展示・配布物調達／出展						
	実							

※上段が「目標」、下段が「実績」