

群馬県観光振興計画

概要版

～「GUNMA」を世界に誇るリトリートの聖地へ～
2024～2027

群馬県

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2028年(令和10年)3月までの4カ年計画とします。

4 目指すべき方向性

群馬県の観光産業においては、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等が課題となっています。こうしたことから、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ただけの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てします。

3 計画の位置付け

本計画は、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。

県の最上位計画

新・群馬県総合計画
(ビジョン・基本計画)

産業政策の最上位計画

群馬県産業振興基本計画

産業経済部個別計画

群馬県観光振興計画

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

この方向性は、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)に目指す姿にも合致しており、これを推進するための基本政策の中で、「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、東京から非常に近い位置にありながら、大都市圏にはない様々な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、「リトリートの聖地」を実現するため、本計画の基本理念を「『GUNMA』を世界に誇るリトリートの聖地へ」として掲げ、温泉、自然、食、伝統文化などの魅力をいかし、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。



5 基本理念・計画の体系

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

- 長期滞在のためのコンテンツが不足している。
- 新しい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。

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。

2024

2030

6 達成指標 (①、④、⑤、⑦はコアKPI)

計画における目指すべき方向性	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
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	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
	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

7 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

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繋がるよう施策の展開を図ります。

主要施策

- 観光地域の基盤整備(インフラ・観光DX等)
- インバウンドの受入環境整備
- 新たな旅行スタイルを推進するための環境整備
- 観光人材の確保・育成・定着

基本戦略 II

国内外から選ばれるコンテンツの創出

方向性

国内外の多様な旅行者に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。

主要施策

- 魅力あるコンテンツ創出(温泉・自然・食・伝統文化等)
- 新たな旅行スタイル確立
- 群馬ブランド創出・育成(食・物産)

基本戦略 III

データに基づく戦略的プロモーション

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。

主要施策

- データを活用したマーケティング体制の強化
- ターゲットに応じた戦略的なプロモーション
- 関係機関・団体との連携強化
- 移住・関係人口の増加の促進