

第3章 基本方針

対策・方向性を踏まえ、3つの基本方針と12の基本計画を定めます。

基本方針Ⅰ ニューノーマルに対応した観光地づくり

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

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

基本方針Ⅱ 新しい価値や魅力を創造・発信

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

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

基本方針Ⅲ ウィズコロナ時代の「変化」に柔軟に対応

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

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

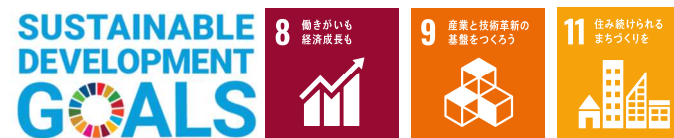
第4章 基本計画

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

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

基本方針Ⅰ ニューノーマルに対応した観光地づくり

基本計画Ⅰ－1 県域DMOの見直しと機能強化



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

▼具体的な取組

■ 県域DMOの体制見直し

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

■ 県域DMO機能の更なる強化

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

基本計画 I - 2 データマーケティング体制の確立

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

▼具体的な取組

■観光関係データ収集・管理の一元化

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



データプラットフォーム（イメージ）

■データマーケティングのスキルアップ

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

基本計画 I - 3 「住んでよし、訪れてよし」の観光地域づくり推進

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

▼具体的な取組

■観光地域づくりの推進

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

■観光地域づくりをリードする中核人材の育成

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

■付加価値の向上

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



「ぐんま観光リーダー塾」の様子

基本計画 I - 4 受入環境整備

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

▶ 関連する基本計画：Ⅲ - 1 反転攻勢のためのインバウンド対策

▼ 具体的な取組

■ 安心・安全に旅行できる環境づくり

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

■ 観光のバリアフリー化

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

▼具体的な取組

■ 二次交通対策

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

■ 景観づくり

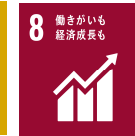
市町村の「景観まちづくり」の取組を支援するとともに、地域の特性に応じた屋外広告物の規制誘導を推進します。

■ デジタル化促進のための基盤整備

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



二次交通対策事業（イメージ）



基本計画Ⅱ - 1 デジタルを軸とした取組の拡充

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

▼ 具体的な取組

■ デジタル技術の更なる活用

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

■ 収集データの活用

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



県庁動画スタジオ「tsulunos」

基本計画Ⅱ-2 移住・交流・関係人口の増加に向けた取組の推進

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

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

▼ 具体的な取組

■ MICEの推進

Gメッセ群馬を核に、県内全域へのMICE誘致を行います。

■ ロケ誘致の推進

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

■ 観光地域づくりの推進【再掲】

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



Gメッセ群馬

基本計画Ⅱ－3 需要を喚起するプロモーション

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

▼具体的な取組

■「群馬ならではの魅力」の活用

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

■ターゲット別のプロモーション

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

■民間事業者との連携

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

■広域的なプロモーション

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



群馬の自然を生かしたアクティビティ
「ラフティング」

基本計画Ⅱ - 4

県産品販路の更なる拡大

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

▼具体的な取組

■ ニューノーマル対応した物産展の開催

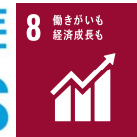
感染防止対策を講じた上で、百貨店等において様々な県産品を販売する物産展を開催します。

■ オンラインやカタログギフト等による県産品販売【再掲】

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

■ 県産品認知度の更なる向上

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



基本計画Ⅲ-1 反転攻勢のためのインバウンド対策

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

▼具体的な取組

■ デジタルプロモーションを活用した切れ目のない情報発信

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

■ インバウンド誘客再開を見据えた受入環境の高度化

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

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

■ ターゲット戦略と市場別プロモーションの実施【再掲】

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

基本計画Ⅲ－２ マイクロツーリズムの推進

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

▼具体的な取組

■ ターゲットに応じた情報発信

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

■ 近隣県との連携

近隣県と連携の上、近場旅の魅力を創出・発信します。

■ 安心・安全に旅行できる環境づくり【再掲】

○感染症の状況を含む観光地の安全情報を発信します。

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

基本計画Ⅲ－3 ワークেশョンの推進

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

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

▼ 具体的な取組

■ ワークেশョン環境の整備

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

■ ワークেশョンモニターツアーの実施

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

■ モデル地域でのトライアルや企業マッチング

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



Work



Vacation

ワークেশョン（イメージ）

基本計画Ⅲ－４ 長期滞在化・平準化の推進

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

▶関連する基本計画：Ⅲ－３ワーケーションの推進

▼具体的な取組

■旅行需要の平準化・分散化のための情報発信

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

■平日宿泊の促進

平日宿泊を促進するための取組を行う市町村等を支援します。



季節や曜日・時間等をずらした旅（イメージ）

基本目標

計画の進捗を測る基本目標として、以下のK P Iを設定します。

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