

沼田市観光基本計画 改訂版（案）

－with コロナ時代の沼田市の観光－

<構成>

I	観光基本計画－改訂版－の位置付けと期間	1
	1. 観光基本計画－改訂版－の位置付け	
	2. 計画期間	
II	沼田市の観光の現状と課題	2
	1. 観光地としての特性と課題	
	2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響	
	3. 観光基本計画の進捗状況	
	4. 中期的な観光の見通し	
III	観光振興の理念と目標	8
	1. 観光振興の理念	
	2. 数値目標	
IV	観光振興の方向性と主要施策	
	施策の方向性	10
	主要施策	12
	1. 沼田市の比較優位（強み）に基づく観光レクリエーション魅力の訴求	
	2. 地域特性を活かした新たな市場開拓と環境及び条件整備	
	3. 観光消費促進のための観光レクリエーション魅力づくりと仕組みづくり	
	4. エリア別、魅力向上施策	
	5. 戦略的な観光マーケティングの展開	
	6. 広域連携の推進	
	7. 観光ビジネス・観光まちづくり分野における人材育成	
	8. 推進体制の整備と計画の進行管理	
V	各施策の実施時期と実施主体	16

I 観光基本計画－改訂版－ の位置付けと期間

1. 観光基本計画－改訂版－の位置付け

人口減少と高齢化が著しい沼田市では、定住人口の増加を図る政策だけでは人口減少を食い止めることは困難であり、観光振興により交流人口の増加を図る政策がますます重要となっています。

そのため、本市では観光を「軸」として中長期的な産業振興と地域活性化のための道筋をつけていくこととしました。その目的は、観光産業の育成と新たなサービス産業の開発、及び観光の波及効果としての農林業・商工業の振興、そして、郷土の自然や歴史文化に基づく市民の郷土意識の向上、さらには、観光を通じての二地域居住等の定住人口増加の入口ともなる施策です。

そして、このような観光振興のために、2017(平成29)年度から2026(令和8)年度までの10年を計画期間とした「本市観光基本計画」を2017(平成29)年3月に策定しました。この計画は「沼田市第六次総合計画」の“地域経済(ブランド力と交流による元気創生のまちづくり)”における観光部門の基本計画として位置づけられ、本市の中長期的な観光振興へ向けた「羅針盤」として性格を持っているものです。

以降、本市では本計画をもとに鋭意、観光振興政策を実施してきました。しかし、2019(令和1)年12月から始まった新型コロナウイルス感染拡大により世界の観光・旅行は壊滅的な打撃を受けました。3年目の2022(令和4)年にはようやく回復の見通しがついてきましたが、訪日観光客の回復はまだ予断を許さない状況にあり、本市の観光産業、及びその経済波及効果を受ける農林業・商工業もこの打撃からの立ち直りに苦闘しているところです。

このような観光を巡る市場環境の大きな変化を受けて、本市では「沼田市観光基本計画(平成29年3月策定)」の計画5年目までの実施状況の中間評価を行うとともに、新型コロナウイルス感染拡大による社会・経済環境の変化を織り込んで計画の見直しと修正を行い、今後の観光回復へ向けての指針とすることとしました。

2. 計画期間

計画終了年である2026(令和8)年までは新型コロナウイルス感染拡大の影響が続くものとして、新型コロナウイルスとの共存を前提とした計画としました。

開始年				中間評価	計画見直し				終了年
2017年度	2018年度	2019年度	2020年度	2021年度	2022年度	2023年度	2024年度	2025年度	2026年度
平成29年度	平成30年度	令和元年度	令和2年度	令和3年度	令和4年度	令和5年度	令和6年度	令和7年度	令和8年度
平常年			新型コロナウイルス感染拡大の期間			コロナとの共存を意識する期間			

Ⅱ 沼田市の観光の現状と課題

1. 観光地としての特性と課題

(1) 観光地としての特性

・首都圏を後背地に持ち、周辺観光ルートの結節点に立地する恵まれた交通条件

本市は首都圏から新幹線・高速道路ともに2時間程度でアクセスできる交通条件にあり、さらには、群馬県の3分の1を占める利根沼田地域の玄関口として、同地域内の田園プラザかわばやみなかみ・片品エリアはもちろん、草津や伊香保、日光・中禅寺湖など、日帰り～宿泊の広域観光の立寄観光地、観光宿泊拠点としての利用も可能な条件にあります。

・自然資源は豊富、歴史人文資源はやや貧弱

観光資源は、里山景観、河岸段丘のような特異な風景、河川と溪谷・滝などの自然資源が豊富であり、新緑や夏の花々、秋の紅葉、温泉、さらに冬のウィンタースポーツまで四季それぞれに楽しめることが特徴です。

加えて、寒暖差のある気候が生み出す野菜や果樹、蜂蜜などの観光農産資源が豊富であり、特にフルーツは関東有数の多彩な種類と数多くの観光農園が立地しています。

・歴史・人文資源では沼田城址や迦葉山、集落・街系資源では南郷等の里山の集落景観や田園風景が挙げられます。

・観光拠点は5つのエリアに分かれ、市内に広く分散

本市の観光拠点は、吹割の滝エリア、老神温泉・南郷エリア、白沢エリア、沼田城址・沼田の街並みエリア、玉原高原・迦葉山エリアの5エリアに分かれており、それぞれを結ぶ道路沿線に、観光農園・道の駅とレストラン・土産品店、温泉施設等の立寄系の観光施設が散在して立地しています。

・市内の二次交通体系が弱いためマイカー客とバスツアー客が中心

市内の広域に散在する観光拠点を回遊するための二次交通機能が弱いために、観光入込はマイカー利用の日帰り客や野外レクリエーション家族客、そしてバスツアー利用の高齢者団体などが中心となっています。特に首都圏客の玄関口となるJR上毛高原駅からの公共交通機関が弱いために、首都圏からの中老年個人客の誘客に不利となっています。

・観光産業は施設・園地の老朽化、経営人材の高齢化が進行

本市の観光は自然資源が中心であるため入込客の季節変動が大きく、また積雪状況等、当年の天候変動にも大きな影響を受けます。このため市内の観光産業は小規模・零細な事業者が多く、生産性が低いために施設・設備や農園樹木の老朽化が進行しています。

また経営・運営人材も高齢化が進行しており、特に、小規模事業者が多く、かつ高齢化が進行していることから、IT、DX人材の不足が顕著となっています。

(2) 検討すべき重要な課題

・消費単価の高い首都圏からの宿泊観光客、保養滞在客の誘致

市内の観光消費額を増やすためには宿泊客の比率を高めること、宿泊消費単価を上げることが重要であり、そのためには、宿泊拠点である老神温泉、迦葉山周辺の民宿、玉原のペンション群、及び市街地ゾーンのビジネスホテル等の宿泊魅力向上が必要です。

・二次交通体系の整備

団体客から個人客への変化がますます進行するなかで、「尾瀬から吹割の滝」～「中核宿泊拠点である老神温泉」～「歴史・文化拠点である沼田城址エリア」～「野外レクリエーション拠点である玉原高原」～「首都圏からの玄関口である上毛高原駅」を結び、かつ沿線上の観光農園、観光立寄施設等を周遊できるような二次交通の整備が重要となっています。

・歴史・文化系資源を市内中心で磨き上げ

歴史・文化系資源がやや弱いため、これらを磨き上げて訴求する演出が必要であり、その中核となるのが沼田城址とその周辺の街並みです。

・宿泊拠点の滞在魅力づくり

主要な3つの宿泊拠点では以下の魅力づくりが重要となっています。

1. 老神温泉

- ・温泉保養滞在の目的づくり
- ・周辺での自然体験の訴求
- ・温泉街での散策できる街並みの演出
- ・南郷の里山体験、自然体験との連携

2. 玉原高原のペンション群と迦葉山の民宿群

- ・グリーンシーズンの自然体験プログラムの開発

3. 市街地のビジネスホテル、シティホテル等

- ・沼田城址と周辺の街並みにおける街歩き、食べ歩きの魅力づくり
- ・大正ロマンの街並み資源の磨き上げ

・フルーツによる観光地イメージ向上と来訪魅力づくり

関東有数の多彩な観光農園の魅力を訴求して観光地イメージを高めること、また、フルーツの食材への加工、料理への工夫、スイーツとしての商品化をとおして、食の魅力向上を図ることが必要です。

2. 新型コロナウイルス感染拡大による影響

・入込客数と客層の変化

新型コロナウイルス感染拡大による入込客数の減少を、ほぼ平常年であった2019(令和元)年の宿泊旅行客数と比較すると、全国計では2020(令和2)年は▲44%、2021(令和3)年は▲47%と、需要は大きく落ち込みました。しかし、国内旅行客については、2021(令和3)年には▲35%まで回復し、2022(令和4)年9月には▲5%まで回復しました。一方、訪日外国人客数は依然として▲90%の水準にあります。

本市の宿泊入込客数は2020(令和2)年では▲34%、2021(令和3)年では▲36%と全国平均よりは落ち込みは少なかったのですが、これはもともと訪日外国人客や首都圏からの入込客が少なかったためであり、首都圏からの観光宿泊客が多い旅館やホテルでは減少率は▲40%~50%に達しました。また、客層では、もともと進行していた団体客の減少・個人客化がさらに加速し、バスツアーとして入り込んでいた高齢者団体が激減すると共に、団体・グループの人数規模自体も縮小しました。このため観光農園等の入込客はマイカー家族客が中心となりました。また、宿泊客は県外客(首都圏客)が減少し、全体に商圏が縮小しました。

・観光需要喚起のための金銭的支援策の成果と今後の見通し

2022(令和2)年1月に行った観光事業者アンケート調査によると、GOTO トラベル、愛郷ぐんまプロジェクト、愛郷ぐんま×tengoo等の観光支援策の評価は、旅館・ホテルでは57%が効果一大との回答であり、次いで道の駅・ドライブイン・温浴施設等の立寄観光施設での効果が評価されました。しかし、小規模零細事業者の多い観光農園、飲食店等では限定的な成果に終わりました。

このように金銭的支援策は観光産業存続のために一定の成果を出しましたが、これらの支援策の予算措置は終了が近づいており、今後は期待できない状況にあります。

・観光産業の体力低下、収益力低下

3年にわたった新型コロナウイルス感染拡大により観光事業者の財務は悪化しつつあり、今後の市場回復へ向けての企業体力の低下、休業から廃業への進行が懸念されます。さらに、燃料費を始めとする諸経費高騰、人手不足により、収益力の低下が著しいことも懸念材料となっています。

・経営、運営におけるIT、DX活用に遅れ

新型コロナウイルス感染拡大で日帰り観光施設においてもインターネットによる予約管理、入込管理等の動きが進みました。また、遠隔会議、遠隔(無人)接客などの営業、運営の技術革新が観光の分野でも大きく進展しました。しかし、観光産業では零細事業者が多く経営者の高齢化も進行しているため、これらの変化に対応するためのIT・DX活用で遅れが生じています。

3. 観光基本計画の進捗状況

沼田市観光基本計画の数値目標は、人数（日帰り観光入込、宿泊入込）、消費単価（日帰り、宿泊）、観光客満足度の3点ですが、このうち観光客満足度は中間の2020(令和2)年度に新型コロナウイルス感染拡大の影響で未測定に終わりました。

・観光入込数は真田丸イベント以降、減少傾向、新型コロナウイルス感染拡大でさらに減少

観光入込客総数は2020(令和2)年度までに+10%増の目標を掲げましたが、2017(平成29)年度から減少傾向となり、新型コロナウイルス感染拡大の影響が始まる前年の2019(令和元)年度には対目標▲13%まで落ち込みました。さらに、2021(令和3)年度には新型コロナウイルス感染拡大の影響により日帰り入込客数は▲44%、宿泊入込客数は▲36%の減少となりました。

・消費単価は日帰り客・宿泊客共に伸び悩み傾向

消費単価目標は2020(令和2)年度までに+5%増を見込んでいましたが、日帰り、宿泊共に伸び悩み傾向が続き、2019(令和元)年度で日帰りは対目標▲3%、宿泊は同▲4%となりました。

なお、新型コロナウイルス感染拡大の影響下となった2020(令和2)～2021(令和3)年度は国・群馬県の金銭的旅行支援策の効果もあって、消費単価は一時的に上昇しました。

・各項目別の実施状況は一部を除いて、概ね着手、または実施中

基本計画に挙げられた6つの実施項目（1. 戦略的マーケティング、2. 地域の魅力の向上、3. 地域内の連携強化、4. 広域連携の強化、5. オール沼田の観光まちづくり、6. 推進体制の整備）の進捗状況は、新型コロナウイルス感染拡大という非常事態により十分ではなかったものの概ね着手されており、未着手となったものは以下の項目でした。

2. 地域の魅力の向上

(1) 既存観光資源の魅力向上（老神温泉の遊歩道整備）、(3) 良好な景観整備（景観に関するルールづくり）

4. 広域連携の強化

(1) 広域圏を対象とした商品、滞在プログラムの開発・提案（若山牧水等の文化人の歌碑巡り協働事業）

5. オール沼田の観光まちづくり

(2) 住民参画の促進（観光まちづくりの情報発信、誰でも参加できる仕組みづくり、住民の観光意識やおもてなし力の向上）

4. 中期的な観光の見通し

新型コロナウイルス感染拡大は発生以来ほぼ3年で収束に向かいつつあり、今後は定期的に小規模な流行を繰り返すようなインフルエンザに類似した疾患として社会に定着すると考えられます。そして人々の旅行への意識や観光への志向は、新型コロナウイルス感染拡大以前の姿に戻りつつあります。

但し、ここ3年間の感染不安から生まれた三密を避ける行動形態は今後4～5年は継続すると考えられます。一方、同様に、半強制的に人々が習得を強いられたリモートアクセスによる会合・会議、画面を通じての遠隔接客、テレワークという3つの行動形態は、長期的に社会に定着することが予想されます。

このような社会環境の見通しのなかで、2026(令和8)年までの観光計画後半の時期は、コロナと共存する市場回復期と見なして、以下のような見通しのもとに施策を行っていきます。

- ・市場は近距離（県内）－中距離（北関東・首都圏）－中・長距離（関西等、アジア諸国）－長距離（南アジア、北米、欧州）の順に回復する見込みです。従って、まずは中距離の首都圏からの個人客を重視します。この市場は長期的にもメインターゲットとなる客層です。

一方、訪日観光客は2022(令和4)年夏から積極的な誘客活動に舵を切ったものの、完全回復には4～5年を要すると考えられます。このため、当面はターゲットとしていた台湾に絞って、小規模な誘客、知名度アップの広告宣伝に取りかかります。

- ・中期的には団体やグループでの三密を避ける旅行行動が継続すると見込まれます。これは具体的には、夫婦カップル旅行、家族旅行、少人数での友人旅行など、少人数での行動の増加となります。

- ・旅行意欲の強い人（旅行リピーター）は新型コロナウイルス感染拡大の収束により旅行を再開しますが、もともと旅行に受動的であった人は旅行再開には時間がかかり、また再開しなくなる人が出ることも考えられます。従って、中期的には“旅慣れた観光客、目の肥えた観光客”が中心となると考えられ、この点では、リピーター優遇策やその中心となる中高年層への訴求が必要となります。

- ・観光系の団体旅行（修学旅行等）は復活しつつありますが、行き先は自然体験が重視される傾向が生まれており、これは野外活動資源が豊富な沼田には有利な材料です。一方、新型コロナウイルス感染拡大でリモート会議等に変化したMICE市場（会議・会合）はリアルとリモートの複合開催となり、人数規模は小さくなると考えられます。

なお、観光イベントは当面は三密を避けて開催する傾向が試行錯誤されていますが、2025(令和7)年開催の大阪万博で払拭されると考えられます。

- ・三密を避けるために導入されたレストラン席数減、バスの定員減、宴会場の席数減などにより、運輸機関や宿泊施設、観光施設は収容力減少を前提としての経営が必要となります。

- ・三密を避ける意味で注目された自然体験・野外活動体験への志向は、今後も学生旅行や子供連れ家族客などを中心に継続すると考えられます。
- ・日帰り観光施設の入場制限とそのために導入された予約システムが定着し、日帰り観光施設を予約して利用する観光行動が増加する可能性があります。
- ・市場回復期には旅行リピーターが中心となるため、反動消費として短期的には単価アップが可能となります。従って、魅力向上による高品質化と価値に見合った適切な値付けが有効となります。これは特にインフレ傾向が生じている現状を鑑みても重要な施策となります。
- ・新たに生まれた働き方であるテレワークについては、「田舎暮らし希望者の増加・定住人口増」と、「観光旅行の滞在先での遊びと仕事の組み合わせ（ワーケーション）」の2つの可能性が生まれており、観光産業側からの視点では後者がターゲットとなります。

これは新しいタイプの滞在宿泊需要として、旅館ホテルの滞在客向客室の開発や、街の空き家の有効活用（民泊等）が期待できるところです。
- ・ホスピタリティスタイルは、新型コロナウイルス感染拡大を経てサービス側と消費者側が習熟してきた非対面サービス（画面越しの接客、遠隔注文や精算）とリアルな対面サービスの使い分けとなることが予想されます。そのため、観光産業側にはIT技術への習得とDXの意識が求められます。

Ⅲ 観光振興の理念と目標

1. 観光振興の理念と目標

(1) 理念 — オール沼田の観光まちづくり —

市民・産業・行政が一体となった「観光まちづくり」により、その観光振興の理念を以下の通りとします。

- ①市民が誇り、市民が輝くまち
- ②「森林文化都市」として、自然と歴史文化のあるまち
- ③観光をとおして、市民と来訪者が多様にふれあうまち

(2) 3つの観光振興像

- ① 来訪者が四季折々、何度も訪れたい、豊かな自由時間を過ごしたいと思うまち
 - 「四季折々の魅力、美しい景観、多様なアクティビティ、新鮮な食材」 —
- ② 健康保養増進のまち
 - 「温泉と森林、新鮮な食材」 —
- ③来訪者が市民と様々に触れあい・交流し、人の温もりを感じるまち
 - 「市民の郷土意識、地域への誇り、地域全体での“おもてなし”」 —

(3) 「連携」と「市民参加」を軸とした推進体制の構築

- ① マーケティング情報の収集と、観光産業・市民への情報提供の強化
 - 観光統計の充実、市民への観光ニュースレターなどによる告知 —
- ② 広域連携のための組織強化
 - 各地区間の連携に加えて、周辺市町村との連携 —
 - 一次産業から三次産業までの異業種間、行政の各部署の間での連携構築 —
- ③ 市民参加のための組織づくりと観光人材教育の強化
 - 学校教育、まちづくり組織などを通じての観光への理解促進 —
 - 観光産業、観光関連産業領域での企業支援 —

2. 数値目標

人口減少社会が続く我が国では、観光入込客数を追い求めることは今後ますます困難となってきました。また新型コロナウイルス感染拡大の影響が残る本計画期間中は入込客数増加の大きな期待であった訪日観光客数の伸びは大きくは期待できません。このため、当初の計画に挙げられた継続的に増加する人数目標は現実的ではなくなってきました。

そこで、今後の数値目標達成のための方策は、

- ・観光消費単価の向上＝量（人数）より質（消費単価）を重視
- ・宿泊客比率の向上＝日帰り客数より宿泊客（延宿泊客数）を重視
滞在化（平均宿泊数の増加）による延宿泊客数の増加

とすることで、観光消費額を確保することとします。

このため、残りの計画期間中の目標数値は以下の通りとします。

	1※ 2022年度 令和4年度	2 2023年度 令和5年度	3 2024年度 令和6年度	4 2025年度 令和7年度	5 2026年度 令和8年度
観光入込客数(千人日) 対前年増加率%	2,704 -	2,787	2,795 +1%	2,823 +1%	2,851 +1%
宿泊客数(千人泊) 対前年増加率%	149 -	161 +1%	162 +1%	164 +1%	165 +1%
宿泊消費単価(円/人泊) 対前年増加率%	9,171円 -	9,286円 +2%	9,472円 +2%	9,661円 +2%	9,854円 +2%
日帰り消費単価(円/人日) 対前年増加率%	1,609円 -	1,629円 +2%	1,662円 +2%	1,695円 +2%	1,729円 +2%
観光消費額 対前年増加率%	54億 78百万円 -	57億 38百万円 +5%	59億 11百万円 +3%	60億 89百万円 +3%	62億 73百万円 +3%
観光客の満足度 (来訪意向度における「是非、訪れたい」比率)	12.9%	14.2%	15.6%	17.1%	18.8%

※2022(令和4)年度の数値は推定値です。

IV 観光振興の方向性と主要施策

新型コロナウイルス感染拡大による市場動向の変化を踏まえて、前章で定めた観光振興像を実現し、数値目標を達成するための方向性と主要施策を以下のように定めます。

施 策 の 方 向 性

1. 沼田市の比較優位（強み）に基づく観光レクリエーション魅力の訴求

地域間・観光地間の競争が激しさを増す中、本市の比較優位性に根ざした本市ならではの観光レクリエーション魅力を市場に積極的に訴求していきます。

<沼田市の比較優位>

- ・四季の彩りの鮮やかさ、鮮明な移ろい、自然の美しさ
- ・豊かな森林と「森林文化都市」
- ・関東ではトップクラスの新鮮かつ多彩なフルーツの産地

2. 地域特性を活かした新たな市場開拓と環境および条件整備

経済社会環境の変化も踏まえ、本市の地域特性を活かし、新たな市場開拓に努め、そのための環境および条件整備に取り組んでいきます。

<新たな市場開拓につながる沼田市の地域特性>

- ・首都圏へアクセス可能な高速交通体系
- ・群馬県北の中心都市としての都市機能
- ・豊かな自然環境と多彩なアウトドアレクリエーション空間、身近な天然温泉

3. 観光消費の拡大と連動した各種観光レクリエーションの魅力と仕組みづくり

観光消費の様々な局面に着目し、各種の観光レクリエーション魅力づくりと仕組みづくりを工夫し、観光消費の拡大に取り組んでいきます。

<観光消費の局面>

- ・宿泊消費
- ・飲食消費
- ・移動消費
- ・土産品購入消費
- ・観光レクリエーション施設利用、体験観光商品購入消費

4. エリア別の魅力強化

沼田市は、吹割の滝エリア、老神温泉・南郷エリア、白沢エリア、沼田城址・沼田の街並みエリア、玉原・迦葉山エリアと、観光レクリエーション魅力を有するエリアが市域に広がり、それぞれ特色あるエリアとなっていることから、各エリアの特色を活かし、それぞれの魅力をさらに強化していきます。

5. 戦略的な観光マーケティングの展開

新型コロナウイルス感染拡大を経て、観光レクリエーション志向の変化もみられる中、戦略的な観光マーケティングを展開し、きめ細かく観光商品開発や誘客プロモーション活動に取り組んでいきます。

また新型コロナウイルス感染拡大で消失したインバウンド市場については「戻り」を注視しつつ、誘客対応を工夫していきます。

6. 広域連携の推進

利根沼田地域の玄関口として、広域観光周遊のニーズも踏まえ、地域間連携の強化を図り、引き続き地域内の観光拠点づくりを推進していきます。

7. 観光ビジネス・観光まちづくり分野における人材育成

観光マーケティングの発達や IT・DX の進展により観光ビジネスが高度化し、一方では観光まちづくりの重要性が増す中、関係者・関係団体とも連携し、観光分野での人材育成に取り組んでいきます。

8. 推進体制の整備と計画の進行管理

既存の観光協会組織の相互交流・再編・強化に引き続き取り組むとともに、多岐にわたる関係者・関係機関・関係組織と連携し、観光振興体制を整備し、計画の進行管理に努めていきます。

主 要 施 策

1. 沼田市の比較優位（強み）に基づく観光レクリエーション魅力の訴求

①四季折々の多彩なアウトドアレクリエーションの場としてのイメージアップ

- ー北関東におけるアウトドアレクリエーション活動のメッカへー
- ・「イメージ訴求と情報発信の仕方ー観光マーケティング施策」を工夫
- 春夏秋冬の多様な体験活動と卓越した活動空間（山岳・高原・水辺等）
- ー活動種別に情報訴求媒体を選択ー

②森林体験・森林レクリエーション・森林アドベンチャー魅力づくりの強化

- ー「森林文化都市」にふさわしい「森林に親しみ、森林に憩い、森林を楽しむ、森林に癒やされる『森林ライフ』」の創造ー
- ・森林空間&環境整備、体験プログラム整備・商品開発、ガイド・インストラクターの育成等

③「関東有数のフルーツ観光の名所」としてのブランディングと訴求強化

- ・フルーツ関連魅力の多元化とストーリー性（魅力の源泉・理由）の確立
- もぎ取り体験～学習～味覚
- ー「沼田の自然風土とフルーツ栽培・育成に関わる適性」の物語化ー
- ・宿泊施設・飲食施設におけるフルーツ活用とフルーツ料理の開発
- ・フルーツを活用したスイーツ開発&スイーツ開発イベントの実施

④春夏秋冬それぞれの自然景観スポットの見せ方の工夫

- ・ライトアップの検討（石墨の棚田等）

2. 地域特性を活かした新たな市場開拓と環境および条件整備

①企業ミーティングおよびワーケーション需要等に対応しうる環境・条件整備

- ・宿泊施設や観光レクリエーション施設におけるビジネス環境（施設・設備）の整備
- ・企業の「ミーティング・インセンティブトラベル」市場の誘致
- ー地域資源を生かした社会貢献・地域貢献コンテンツの体験プログラム化と商品化ー

②長期滞在や多地域居住志向に対応しうる環境・条件整備

- ・滞在志向に対応しうる宿泊施設客室の活用
- ー宿泊施設の事業再生の促進ー
- ー長期リース客室や長期リース住宅の仕組みづくり（長期連泊利用への対応）

③SDGs 推進の視点からみた既存観光商品の再評価と新規開発

- ・ SDGs 推進に寄与する体験観光商品の開発－SDGs 推進との関連性の訴求
 - －里山景観や田園景観の修景・保全等との関連－
 - －旅行会社との連携による教育旅行市場の戦略的誘致。学校団体への訴求－
 - －旅行会社との連携による企業の「ミーティング・インセンティブトラベル」市場の誘致
 - －企業研修への訴求

3. 観光消費促進のための観光レクリエーションの魅力と仕組みづくり

①宿泊消費の促進

- ・ 連泊・滞在利用の促進につながる宿泊システムの工夫
- ・ 宿泊消費の誘発につながる商品開発（サービス・料理・設備・観光ガイド等）

②飲食消費の促進

- ・ 利用者の「経験価値」の向上につながる飲食消費の工夫
 - －商品価値の説明、制作体験・〇〇教室の開催等。特にフルーツや野菜、蜂蜜等の活用－
 - －「ビーガン」等の特定市場対応の工夫など－

③移動消費の促進

- ・ 市域内周遊ルートの整備推進
 - －周遊観光・体験観光利用と連動した「交通&観光セット商品」の検討－
- ・ オンデマンドバス等の新たな交通システムの検討

④ 土産品購入消費の促進

- ・ 商品価値の説明、制作体験・〇〇教室の開催等による土産品購入動機の創出

⑤観光レクリエーション施設利用・体験観光商品購入消費の促進

- ・ 各種体験観光商品・着地型観光商品の開発促進と販売システムの構築
 - －（一社）沼田市観光協会の組織強化・財政基盤強化と関連－

4. エリア別の魅力強化

① 吹割の滝エリア

- ・沿道景観の修景
- ・吹割の滝の冬季の見せ方、利用の安全性の検討

② 老神温泉・南郷エリア

- ・ハード・ソフト面での温泉情緒の演出
- ・温泉街周辺の歩かせ方
- ・南郷集落における「湯の里ライフ」（温泉のある「暮らし」体験）の演出

③ 白沢エリア

- ・河岸段丘の見せ方、及び紹介の仕方の工夫
- ・温泉&アウトドア空間のイメージアップ

④ 沼田城址・沼田の街並みエリア

- ・沼田城址の活用・レトロなまちづくり・個店の紹介の仕方の工夫
- ・まちなか歩きの仕掛け方の工夫

⑤ 玉原高原・迦葉山エリア

- ・ペンション村と民宿の特徴ある魅力づくり、セールスポイントづくりによる活性化
- ・玉原高原の自然資源を活用した体験観光商品の開発
- ・迦葉山と玉原高原の連携促進

5. 戦略的な観光マーケティングの展開

①増加していく個人客対応

- ・特に中高年夫婦や一人旅の客層に対応した商品開発
ー宿泊プラン・体験観光プラン・飲食プラン・移動サービス商品等ー

②近距離圏市場対応

- ・リピート促進に向けた、春夏秋冬の多様な体験活動と卓越した活動空間（山岳・高原・水辺等）のアピール
- ・「森林文化都市」にふさわしい「森林に親しみ、森林に憩い、森林を楽しむ、森林に癒やされる『森林ライフ』」のアピール
- ・四季折々の「食」（食材・フルーツ）の魅力のアピール

③企業の「ミーティング&インセンティブトラベル市場」および教育旅行への対応

- ・地域資源を生かした社会貢献・地域貢献コンテンツの体験プログラム化と商品化、旅行会社への働きかけ

④インバウンド客対応

- ・新型コロナウイルス感染拡大前に実績のあった台湾市場への復活働きかけ

6. 広域連携の推進

- ・広域的な観光連携促進に向けた組織との連携強化
観光宣伝・PR、管内市町村の旅ナカ商品販売等に関わるポータルサイトの構築等の検討

7. 観光ビジネス・観光まちづくり分野における人材育成

①観光ビジネス分野における経営・IT・DX人材の育成

- ・商工会議所等商工団体との連携
ー観光ビジネス分野における研修プログラムづくりー

②観光まちづくりを担う人材育成

- ・市民観光ガイドの育成促進

8. 推進体制の整備と計画の進行管理

- ・既存の観光協会組織の相互交流、再編・強化
- ・観光基本計画の進行管理（観光活性化推進協議会）

V 各施策の実施時期と実施主体

注) 実施時期は2022(令和4)年度基準

注) 実施主体は、行政：主として市 事業者団体：観光協会・商工会議所・商工会・J A等
事業者：観光商工事業者・農林業者 市民・団体：一般市民・市民団体

<各施策の実施時期と実施主体>

施策概要	実施時期		実施主体			
	当面着手	3ヶ月以内	行政	事業者・団体	事業者	市民・団体

1. 沼田市の比較優位(強み)に基づく観光レクリエーション魅力の訴求						
① 四季折々の多彩なアウトドアレクリエーション地としてのイメージアップ						
・「イメージ訴求と情報発信の仕方ー観光マーケティング施策」を工夫		●	●	●	●	
② 森林体験・森林レクリエーション・森林アドベンチャー魅力づくりの強化						
・森林空間&環境整備、体験プログラム整備・商品開発、ガイド・インストラクターの育成等	●		●	●	●	
③ 「関東有数のフルーツ観光の名所」としてのブランディングと訴求強化						
・フルーツ関連魅力の多元化とストーリー性(魅力の源泉・理由)の確立	●		●	●	●	
・宿泊施設・飲食施設におけるフルーツ活用とフルーツ料理の開発	●			●	●	
・フルーツを活用したスイーツ開発&スイーツ開発イベントの実施	●			●	●	●
④ 春夏秋冬それぞれの自然景観スポットの見せ方の工夫						
・ライトアップの検討(石墨の棚田等)		●	●	●		●

2. 地域特性を活かした新たな市場開拓と環境および条件整備						
① 企業ミーティングおよびワーケーション需要等に対応しうる環境・条件整備						
・宿泊施設や観光レクリエーション施設におけるビジネス環境(施設・設備)の整備	●				●	
・企業の「ミーティング・インセンティブトラベル」市場の誘致		●	●	●	●	
② 長期滞在や多地域居住志向に対応しうる環境・条件整備						
・滞在志向に対応しうる宿泊施設客室の活用	●			●	●	
③ SDGs推進の視点からみた既存観光商品の再評価と新規開発						
・SDGs推進に寄与する体験観光商品の開発ーSDGs推進との関連性の訴求		●	●	●	●	●

施策概要	実施時期		実 施 主 体			
	当 面 着 手	3 ～ 5 年 目 途	行 政	事 業 者 ・ 団 体	事 業 者	市 民 ・ 団 体

3. 観光消費促進のための観光レクリエーションの魅力と仕組みづくり						
① 宿泊消費の促進						
・連泊・滞在利用の促進につながる宿泊システムの工夫	●			●	●	
・宿泊消費の誘発につながる商品開発(サービス・料理・設備・観光ガイド等)	●			●	●	●
② 飲食消費の促進						
・利用者の「経験価値」の向上につながる飲食消費の工夫	●			●	●	
③ 移動消費の促進						
・市内周遊ルートの整備推進	●		●	●	●	
・オンデマンドバス等の新たな交通システムの検討		●	●	●	●	
④ 土産品購入消費の促進						
・商品価値の説明、製作体験、〇〇教室等の開催による土産品購入動機の創出	●			●	●	
⑤ 観光レクリエーション施設利用・体験観光商品購入消費の促進						
・各種体験観光商品・着地型観光商品・「旅ナカ」商品の開発促進と販売システムの構築		●	●	●	●	

4. エリア別の魅力強化						
① 吹割の滝エリア						
・沿道景観の修景	●		●	●	●	
・吹割の滝の冬季の見せ方、利用の安全性の検討	●		●	●		
② 老神温泉・南郷エリア						
・ハード・ソフト面での温泉情緒の演出	●		●	●	●	
・温泉街周辺の歩かせ方			●	●	●	●
・南郷集落における「湯の里ライフ」(温泉のある「暮らし」体験)の演出		●	●	●	●	●
③ 白沢エリア						
・河岸段丘の見せ方、及び紹介の仕方の工夫	●		●	●		
・温泉&アウトドア空間のイメージアップ	●		●	●		
④ 沼田城址・沼田の街並みエリア						
・沼田城址の活用・レトロなまちづくり・個店の紹介の仕方の工夫		●	●	●	●	●
・まちなか歩きの仕掛け方の工夫		●	●	●	●	●
⑤ 玉原高原・迦葉山エリア						
・ペンション村と民宿の特徴ある魅力づくり、セールスポイントづくりによる活性	●			●	●	
・玉原高原の自然資源を活用した体験観光商品の開発	●			●	●	
・迦葉山と玉原高原の連携促進		●		●	●	

施策概要	実施時期		実施主体			
	当面着手	3 ～ 5 年 目 途	行政	事業者 ・ 団体	事業者	市民 ・ 団体

5. 戦略的な観光マーケティングの展開						
①増加していく個人客対応						
・中高年夫婦客、一人旅の客層に対応した商品開発	●		●	●	●	
② 近距離圏市場対応						
・リピート促進に向けた、春夏秋冬の多様な体験活動と卓越した活動空間（山岳・高原・水辺等）のアピール		●	●	●	●	
・「森林文化都市」にふさわしい「森林に親しみ、森林に憩い、森林を楽しむ、森林に癒やされる『森林ライフ』」のアピール		●	●	●	●	
・四季折々の「食」（食材・フルーツ）の魅力のアピール	●		●	●	●	
③企業の「ミーティング・インセンティブトラベル市場」および教育旅行対応						
・地域資源を生かした社会貢献・地域貢献コンテンツの体験プログラム化と商品化、旅行会社への働きかけ	●		●	●	●	●
④ インバウンド対応						
・新型コロナウイルス感染拡大以前から実績のあった台湾市場への復活働きかけ	●		●	●	●	

6. 広域連携の推進						
・広域的な観光連携促進に向けた連携組織の機能強化	●		●	●		

7. 観光ビジネス・観光まちづくり分野における人材育成						
①観光ビジネス分野における経営・IT・DX人材の育成						
・商工会議所等商工団体との連携	●		●	●		
② 観光まちづくりを担う人材育成						
・市民観光ガイドの育成促進	●		●	●		●

8. 推進体制の整備と計画の進行管理						
・既存の観光協会組織の相互交流、再編・強化	●		●	●		
・観光基本計画の進行管理（観光活性化推進協議会）	●		●			