

観光地域づくり法人形成・確立計画

記入日：令和7年 7月17日

1. 観光地域づくり法人の組織

申請区分 ※該当するものを○で囲むこと	広域連携DMO・地域連携DMO・ <u>地域DMO</u>	
観光地域づくり法人の名称	公益財団法人前橋観光コンベンション協会	
マネジメント・マーケティング対象とする区域	群馬県前橋市	
所在地	群馬県前橋市本町二丁目12番1号	
設立時期	平成18年4月1日	
事業年度	4月1日から翌年3月31日までの1年間	
職員数	23人【常勤13人（正職員12人・出向1人）、準常勤5人、パート5人】	
代表者（トップ人材：法人の取組について対外的に最終的に責任を負う者）	（氏名） 曾我 孝之 （出身組織名） （トリニティアグリ 株式会社 代表取締役会長） 公益財団法人前橋観光コンベンション協会	前前橋商工会議所会頭であり、公益財団法人前橋観光コンベンション協会理事長として、地域の様々なパイプ役となっており、在任期間中、様々な取組で成果を挙げている。
財務責任者（CFO：チーフ・フィナンシャル・オフィサー）	（氏名） 川端 利保「専従」 （出身組織名） 公益財団法人前橋観光コンベンション協会 （元）前橋市	前橋市職員として永年勤務し、観光部門の部長職を務める。行政や商工事業者との連携・調整に実績があり、当協会の事務局長兼専務理事として持続可能な組織運営のため、運営収支や財源確保に関する検討を行う。
データ分析に基づいたマーケティングに関する責任者（CMO：チーフ・マーケティング・オフィサー）	（氏名） 藤田 朱美「専従」 （出身組織名） 公益財団法人前橋観光コンベンション協会	公益財団法人前橋観光コンベンション協会に19年間勤務。観光商品の企画造成や各種プロモーション全般に携わり、観光地域マーケティングについても見識を持つ。 地域事業者とのつながりが強く、ワンストップ窓口としての調整機能を持つ。
各部門（組織運営・財務）の担当者（専門人材）	（氏名） 青山 恵「専従」 （出身組織名）	金融機関勤務を経て、公益財団法人前橋観光コンベンション協会に7年勤務。経理・総務全般に携わり、ファイナンシャルについての見識と能力を持つ。 効率的な事業展開を図るため、CFOをサポートする。

	公益財団法人前橋観光コンベンション協会 (元) 金融業	
各部門（旅行商品の造成・販売）の責任者（専門人材）	安藤 智「専従」 (出身組織名) (株) JTB	(株)JTB に 32 年間勤務。小山支店長、新潟支店長、群馬支店長歴任。旅行業界に広く人的ネットワークを持ち、旅行商品の造成・販売、業界動向に明るい。総合旅行業務取扱管理者資格所持。
各部門（MICE 誘致）の責任者（専門人材）	(氏名) 小柴 裕輝「専従」 (出身組織名) 公益財団法人前橋観光コンベンション協会	当協会のコンベンション誘致マネージャー。県内のコンベンション開催について豊富な知識があり、県内外のキーパーソンに広い人脈を有する。
各部門（データドリブン）の責任者（専門人材）	(氏名) 寺田 絢哉 「専従」 (出身組織名) 公益財団法人前橋観光コンベンション協会	当協会のデータドリブンマネージャー。市内の観光資源に関する知識が豊富であるほか、民間企業の営業職に従事した経験から、県内観光関係者に広い人脈を有する。
各部門（プロモーション・ブランディング）の責任者（専門人材）	(氏名) 田村 美菜子「専従」 (出身組織名) 公益財団法人前橋観光コンベンション協会	当協会のブランディングマネージャー。旅行会社勤務の経験から、ツーリズムについての幅広い知識を有している。顧客目線での観光コンテンツ開発、プロモーション、ブランディングの中核を担う。
連携する地方公共団体の担当部署名及び役割	■前橋市 観光政策課（観光政策・関連団体等のコンセンサスづくり） 交通政策課（交通政策連携、MaaS） 文化財保護課（文化財活用、ガイド事業連携） 文化国際課（文化政策連携、歴史観光ガイド） 農政課（農作物ブランド推進、農業従事者との連携） 都市計画課（歴史まちづくり、前橋市歴史的風致維持向上計画） 広報ブランド戦略課（シティープロモーション、移住促進） にぎわい商業課（市街地活性化・関連団体等のコンセンサスづくり） ■群馬県 群馬県産業経済部戦略セールス局観光魅力創出課（観光政策） 群馬県環境森林部自然環境課（ビジターセンター委託元、赤城山観光政策） ■赤城山周辺市村 桐生市、渋川市、みどり市、沼田市、昭和村（サイクルツーリズムを含む広域連携）	
連携する事業者名及び役割	公益財団法人群馬県観光物産国際協会（群馬県内における地域広域連携、群馬県内をエリアとする地域連携 DMO） JR 東日本旅客鉄道株式会社高崎支社（現地交通） 株式会社 JTB（旅行業・プロモーション） 上毛電気鉄道株式会社（現地交通・旅行業） 群馬バス協会（現地交通・MaaS） 前橋地区タクシー協議会（現地交通・MaaS） 前橋旅館ホテル協同組合（宿泊受入） 赤城温泉観光協同組合（宿泊受入） 前橋商工会議所（産業） 前橋東部商工会（産業） 富士見商工会（産業） AKAGI やるき塾	

	赤城山観光連盟 敷島観光連盟 一般社団法人前橋市物産振興協会（物産振興） 公益財団法人前橋市まちづくり公社（市街地活性） 前橋市中心商店街協同組合（市街地活性） 前橋デザインコミッション（まちづくり） 前橋まちなかエージェンシー（まちづくり） 共愛学園前橋国際大学（コンベンション誘致等） 前橋市立工業短期大学（コンベンション誘致等） 群馬大学（コンベンション誘致等）
官民・産業間・地域間との持続可能な連携を図るための合意形成の仕組み	【該当する登録要件】①に該当 当協会は、管轄行政をはじめ、観光施設・旅行会社・宿泊事業者・小売事業者・交通事業者・報道機関・商工会議所・まちづくり団体を始めとする多様な事業者（賛助会員 327 団体）の参画により組織を運営しており、これにより組織される理事会を意思決定の場としている。 構成員は、外部の法人や団体の役員を中心に評議員（13 名）、理事（11 名）、監事 2 名を構成し、評議員会および理事会を開催。 〈評議員〉 前橋商工会議所 副会頭 前橋商工会議所 飲食観光部会副会長 前橋市国際交流協会 事務局長 株式会社群馬銀行 執行役員 株式会社東和銀行 執行役員 しのめ信用金庫 執行役員 一般財団法人前橋市スポーツ協会 副会長 前橋旅館ホテル協同組合 理事長 一般社団法人前橋市物産振興協会専務理事 前橋商工会議所青年部 代表幹事 公益社団法人前橋青年会議所 副理事長 前橋署講会議所女性会 会長 前橋東部商工会女性部 部長 〈理事〉 前橋商工会議所 専務理事 前橋商工会議所 地域活性化専門委員会 委員長 群馬県産業経済部 観光リトリート推進課長 前橋市文化スポーツ観光部 部長 前橋市部下スポーツ観光部 観光政策課 課長 東京電力パワーグリッド株式会社 群馬総支社 次長 東日本電信電話株式会社 群馬支店 副支店長 株式会社上毛新聞社 事務局長 株式会社 JTB 群馬支店長 公益財団法人前橋観光コンベンション協会 理事長 公益財団法人前橋観光コンベンション協会 専務理事 これに加え、当協会が当該地域のプロモーション、マネジメント、旅行商品開発やそのサポート事業等の母体となり、当該地域の戦略的な観光方針や共通の課題解決などの意思決定期間として、多業種の代表で組織する専門委員会を設置。理事会への提言機関としても機能する。 これを補完するものとして、重要課題については市内事業者が参画する各種ワーキンググループを設置し、よりスピーディーにマーケットの状況を把握し、施策に反映で

	きる体制とした。(2024 年～食ツーリズムワーキング、2025 年～ワーケーションワーキング、インバウンドワーキングを現在行政と調整中) 協会事業の内容や指針の達成状況等は、会議で報告するだけでなく、ホームページや実施事業から得られる各種データはホームページ等で公開するなど、市内事業者に提供し、多業種がエリアマーケティングについて知識を深め、持続可能な地域運営を意識し、官民共創の稼げる地域づくりを目指す。(ホームページでのデータ公開は 2026 年のリニューアル時に行う予定) 〈観光専門委員〉 東日本旅客鉄道株式会社 前橋駅長 上毛電気鉄道株式会社 代表取締役社長 前橋地区タクシー協議会 会長 一般社団法人群馬県バス協会 会長 前橋旅館ホテル協同組合 理事長(評議員と重複) 前橋市文化スポーツ観光部 部長(理事と重複) 前橋商工会議所 専務理事(理事と重複) 大胡地区代表 宮城地区代表 粕川地区代表 富士見地区代表 中心エリア地区代表 公益財団法人群馬県観光物産国際協会 専務理事 一般社団法人前橋市物産振興協会 理事長 公益財団法人前橋観光コンベンション協会 専務理事(理事と重複)
地域住民に対する観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進の取組	定期的に住民や地域事業者への観光啓発を目的としたセミナーやシンポジウム等を開催するとともに、ウェブサイトにて、当法人の活動状況、マーケティングデータ等を公開し情報発信することで、地域の課題解決を目的とした観光地域づくりに関する意識啓発・参画促進に取り組み、持続可能な地域社会づくりとそれに伴う当該エリアの活性化を促進する。

法人のこれまでの活動実績	【活動の概要】	
	事業	実施概要
	情報発信・プロモーション	【情報発信】 WEB 媒体等を活用した情報発信や、着地客向けの情報媒体などを作成し来訪客とのタッチポイントに設置 ・前橋観光 WEB ページの運営（2020 年にリニューアル、2026 年検索ロボット対応の為サイト CMS のリニューアル） ・Facebook、Twitter、Instagram 等 SNS による情報発信 ・レンタルフォトライブラリー運営によるマスコミや旅行事業者への写真提供 ・駅構内デジタルサイネージ、前橋駅および赤城山の電光掲示板による情報発信 ・多言語翻訳電子ブック（カクダポケット）を活用したパンフレットの多言語化 ・前橋市観光パンフレット作成（2016 年～継続 年間 2～4 万部） ・前橋市観光マップ作成（2009 年～継続 年間 3～4 万部） ・百名山赤城山登山マップ作成（2010 年～継続 年間 1～2 万部） ・前橋市街地イラストマップ作成（2015 年～継続 年間 2 万部） ・首都圏キャラバンを活用した都内での記者発表 ・赤城山ライブカメラ（4 か所）の設置および画像配信 ・旅行雑誌パブリシティおよび広告掲出 （実績）交通新聞社「旅の手帖/おいしいプレゼント」「散歩の達人/前橋・宇都宮特集」「散歩の達人/前橋・高崎特集」角川アスキー「前橋 LOVEwalker」学研「地球の歩き方群馬」 など ・ファンマーケティングの為に LINE 導入（2015 年～） 【プロモーション】 首都圏を中心とした国内観光誘致、台湾を中心とした海外プロモーション ■国内 ◎首都圏での観光プロモーション ・都内にある県拠点「ぐんまちゃん家」等を活用し、首都圏マスコミや旅行会社を招きプロモーション「サロンド G」の開催（2010 年～2018 年まで、年間 1～2 回） ・ツーリズムエキスポへの参加（2015 年、2016 年、2017 年、2018 年） ・両毛線沿線のほほん連絡協議会と連携した県外 JR 駅（首都圏、埼玉）キャンペーン ・ググっとぐんま観光宣伝キャンペーンによる首都圏駅キャラバンの実施（2012 年～2020 年 年間 5～10 カ所） ◎前橋市内での誘客キャンペーン ・「前橋ウォークランランキャンペーン」の実施（2009～2013 年スポーツイベント連携による再来訪促進） ・レンタサイクル利用者サービス「ラン割チャリ割」（2013 年）

		・前橋に泊まって当てようプレゼントキャンペーン実施 (2014 年～継続 宿泊客アンケート・データ収集) ・旅行エージェント、首都圏マスコミの市内招請 (2009 年デスティネーションキャンペーン、2015 年大河ドラマ「花燃ゆ」、2015 年神奈川県旅行業協会、2016 年赤城山観光、2017 年臨江閣、2018 年まえばし発酵めぐりの旅) ◎アニメ・ゲームコンテンツツーリズム ・ゲーム「アイドルマスター」マップ作成、HP & SNS プロモーション (2018 年「SS3A」、2024 年「はんげつであえたら」) ・アニメ「ヤマノススメ」と連携したプロモーション (2019 年 読売エンタープライズと連携) ・小説「神々化身スタンプラリー」ロケ地スタンプラリー (2021 年ドワンゴと連携) ・アニメ「前橋ウィッチーズ」製作協力、ロケ地めぐりプロモーション (2024 年～継続中 バンダイナムコフィルムワークスと連携) ■海外 ・国内実施のインバウンド商談会における誘客活動 ・台南を中心とした海外プロモーション 2025 年 6 月台南市商談会、11 月台南市内旅行見本市参加 (前橋市と共催) 【MICE 誘致】 国際会議を含むコンベンション誘致事業 ・国際ミーティング expo への出展 ・国内 7 都市情報交換会による国内都市との MICE 連携	
	受入環境の整備	【受入環境整備】 ◎市内案内表示の整備 ・前橋駅ウェルカムボードの設置 (2009 年～「水と緑と詩のまち」「花燃ゆ」「ころとん」「赤城山」「前橋ウィッチーズ」) ・駅前フラッグの設置 (2014 年～) ・市内看板整備 (赤城山遊歩道、支部エリア案内看板等) ・国文化財「臨江閣」多言語看板、多言語案内アプリの設置 (2024 年 1 月) ◎市内事業者の人材育成 ・アクティビティ造成地域事業者のセミナーの実施 「前橋アクティビティラボ」「前橋くらし旅博覧会」(2019 年～2021 年) ・市内宿泊施設を対象とした観光説明会の実施 (2014 年おもてなし講習会、2017 年観光補助金説明会、2021google マイビジネスセミナー、2021 インバウンド研修、2025 観光地域づくりシンポジウム)	

観光地域づくり シンポジウム

meet & talk

先進事例を学び、観光の未来を考えよう！

3月11日 13:30~15:40

参加無料 ※会場でも観覧料（観覧券）を販売

基調講演 1 13:40~14:10

「お節料理とワーケーションを知らない？」
——お節料理とワーケーションの未来を語る——

基調講演 2 14:10~14:40

「人口減少時代の地域コミュニティと関係人口の役割」
——地域観光振興プロジェクトから見た関係人口ワーケーションの活用——

トークセッション

「未来の観光地をどう作るか」
——観光地づくりの未来を語る——

トークセッション 14:50~15:40

「面白い人とお節について語ろう」

——お節料理とワーケーション——

基調講演 1

13:40~14:10

「お節料理とワーケーションを知らない？」
——お節料理とワーケーションの未来を語る——

基調講演 2

14:10~14:40

「人口減少時代の地域コミュニティと関係人口の役割」
——地域観光振興プロジェクトから見た関係人口ワーケーションの活用——

トークセッション

「未来の観光地をどう作るか」
——観光地づくりの未来を語る——

◎市内事業者と連携したおもてなしプランの実施

- ・地域飲食店等と連携したロケ地マップの作成・配付(ドラマロケ地マップ、前橋ウィッチーズロケ地ブック)、コラボメニュー提供

◎案内所およびビジットジャパン案内所の運営

- ・三つの案内所での案内業務、パンフレットの設置、職員の案内研修等

1. 前橋駅観光案内所運営（～継続中）
2. 県立赤城公園ビジターセンター案内業務（～2024 年度
まで受託事業、解体のため 2024 年 3 月で終了）
3. 道の駅まえばし赤城観光案内所運営（2022 年～継続中
受託事業）

観光資源の
磨き上げ

【旅行商品造成、販売、誘致活動、観光素材の磨き上げ】

■国内

- ・都内旅行会社への旅行誘致活動（2012年～各年5～10カ所程度）
- ・観光商談会への参加による観光旅行誘致活動
- ・国際ミーティングエキスポ参加によるコンベンション誘致活動
- ・都内キーパーソンへのコンベンション誘致活動
- ・マスコミ旅行会社招請による旅行誘致および広報活動
 - 2011年7月20～21日 赤城温泉郷マスコミ取材会開催
 - 2012年10月2～3日 東武鉄道・東武トラベル
赤城温泉郷視察会開催
 - 2013年5月30日 東武鉄道・東武トラベル
赤城温泉郷商談会開催
 - 2015年3月8～9日 大河ドラマ「花燃ゆ」
旅行会社マスコミ招請
 - 2015年7月1日 大河ドラマ「花燃ゆ」
神奈川県旅行業協会招請
 - 2017年8月22日 首都圏事業説明会
 - 2017年9月26日 首都圏旅行会社マスコミ招請
 - 2018年2月6日 前橋・桐生・足利サロンドG
首都圏事業説明会開催
 - 2018年8月27日 首都圏プレス発表会開催
 - 2018年9月27日 まえばし発酵めぐりの旅
首都圏マスコミ招請
 - 2024年2月 首都圏バスツアー誘致営業
 - 2025年2月 首都圏バスツアー誘致営業
- ・モニターバスイベントによる調査（2007年～2016年）
- ・「まえばし発酵めぐりの旅」ツアー〈旅行業〉
（2019年3本、2020年2本は一旦販売し満席となったがコロナで中止）
- ・JRびゅう商品ユニット商品販売〈旅行業〉
（2010年赤城山レンタサイクル、2011年T-1豚肉料理食事券、2014年花めぐり号、2017年～前橋花火大会）
- ・JR駅からハイキングの実施協力
（2007年～年間1～7本のコースを作成・提案・実施。首都圏を中心とする参加者累計12,000人超）
- ・JR駅からサイクリング（2021年～2022年）
- ・秘密の絶景ツアー（2023年～毎年6月に実施）
- ・臨江閣の案内ルート作成、施設活用したユニークベニューメニューの作成（2023年2月）、臨江閣ユニークベニュー磨き上げ（2024年1月）
- ・地域飲食店と農業生産者を対象とした食のマッチング交流会（2024年2月）
- ・赤城山冬のアクティビティ検証（2025年2月）
（ホームページ解析図は左記のとおり）
- ・企業向けワーケーション事業（2025年～）

■海外

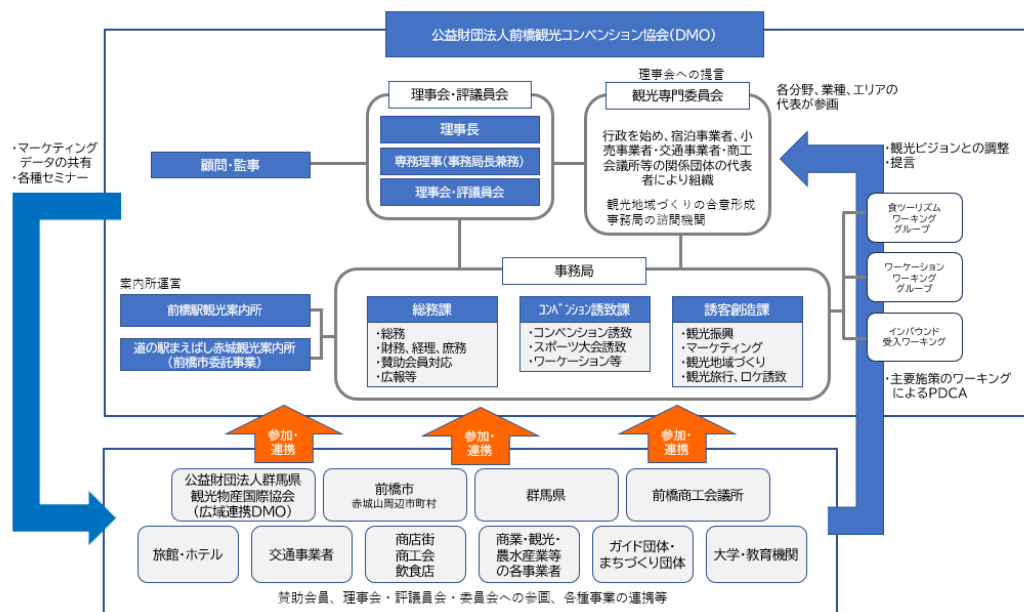
- ・インバウンド受入事業者向けの研修会（2025年～）
- ・台南市との交流事業の実施と、市民への周知

ホームページ解析図



	【定量的な評価】 (定量的な評価)		
	種別	実施概要	
		事業・業務	定量的な評価 数値の期間
	情報発信・プロモーション	WEB ページ年間ページビュー	3,578,174 R6.4.1～R7.3.31
		WEB ページアクティブユーザー	1,239,423 R6.4.1～R7.3.31
		Facebook「いいね」	3,827 R7.3.31 現在
		Instagram「フォロワー」	3,264 R7.3.31 現在
		Twitter「フォロワー」	5,300 R7.3.31 現在
		観光案内所窓口対応件数	130,591 件 R6.4.1～R7.3.31
		写真ライブラリーからの民間への画像提供	200 件 R6.4.1～R7.3.31
		2024 前橋に泊まって当てようプレゼントキャンペーン	参加者数 7,795 件 R6.7 月～R7.2 月
	受入環境の整備	観光地域づくりシンポジウム（関係人口とワーケーション）	参加者 48 名 R7 年 2 月
		二次交通（H23 年度～） 赤城南面千本桜シャトル	JR 前橋駅 86 名 赤城駅 13 名 R6 年 4 月
	観光資源の磨き上げ	秘密の絶景ツアー（R3～） レンタサイクル貸出（R3～）	259 名 330 台 R6.4.1～R7.3.31
実施体制	【実施体制の概要】 （実施体制の概要） 当協会は、主管となる行政をはじめ、観光施設・旅行会社・宿泊事業者・小売事業者・交通事業者・報道機関・商工会議所・まちづくり団体を始めとする多様な事業者（賛助会員 327 団体）の参画により組織を運営しており、これにより組織される理事会を意思決定の場としている。 これに加え、当協会が当該地域のプロモーション、マネジメント、旅行商品開発やそのサポート事業等の母体となり、当該地域の戦略的な観光方針や共通の課題解決などを行うため、多業種の代表で組織する専門委員会を理事会の諮問機関として設置。これを補完するものとして、重要課題については市内事業者が参画する各種ワーキンググループを設置し、よりスピーディーにマーケットの状況を把握し、施策に反映できる体制とした。（2024 年～食ツーリズムワーキング、2025 年～ワーケーションワーキング、インバウンドワーキングを現在行政と調整中） 協会事業の内容や指針の達成状況等は、会議で報告するだけでなく、ホームページや実施事業から得られる各種データはホームページ等で公開するなど、市内事業者に提供し、多業種がエリアマーケティングについて知識を深め、持続可能な地域運営を意識し、官民共創の稼げる地域づくりを目指す。（ホームページでのデータ公開は 2026 年のリニューアル時に行う予定）		

【実施体制図】



2. 観光地域づくり法人がマネジメント・マーケティングする区域

【区域の範囲が分かる図表を挿入】

対象区域：前橋市全域



【区域設定の考え方】

当協会は、観光連携において、前橋市（行政）や前橋市域内の企業・商工団体等と連携した事業推進を図っており、顧客目線の交通アクセスや持続可能な地域運営の観点からも、当該市を区域設定とするのが適切。

【観光客の実態等】

■観光入込客数

2017年度	6,676,300人
2018年度	6,848,400人
2019年度	7,269,100人
2020年度	3,349,200人

2021 年度 4,469,600 人
 2022 年度 6,738,355 人
 2023 年度 10,216,481 人
 2024 年度 11,055,167 人

※2022 年度末に、市内に大型の道の駅が建設され、入れ込み客数の大幅な増加があった。

■観光消費額（千円）

年度	観光消費額	日帰り	宿泊
2017 年度	12,085,494	8,347,880	3,737,614
2018 年度	13,000,112	8,376,692	4,623,420
2019 年度	14,209,038	8,998,880	5,210,158
2020 年度	6,409,496	4,019,792	2,389,703
2021 年度	7,467,157	5,055,245	2,411,913
2022 年度	13,018,898	8,841,790	4,177,108
2023 年度	13,532,034	9,573,253	3,958,781
2024 年度	14,866,879	-	-

【観光資源：観光施設、商業施設、自然、文化、スポーツ、イベント等】

●温泉

市内には赤城温泉をはじめ、多数の源泉があり、温泉宿（6ヶ所）や日帰り温泉（7ヶ所）などでさまざまな泉質の湯を楽しむことができる。また、温泉ではないが、昨今は個性的なサウナ施設を持つ宿や施設も登場している。前橋市は県内ではあまり温泉のイメージはないが、リラクゼーションスポットとして今後、観光に取り入れたい。

●自然

利根川によって造られた扇状地に広がる緑豊かな里山の田園風景から、一説に裾野面積が富士山に次いで広いと言われる赤城山の東南西麓まで、四季折々の自然が楽しめる。

赤城山内には、初心者から上級者までが楽しめる登山ルートが既に多数あるが、今後、ロングトレイルの提案やキャンプフィールドの活用、ガイド付ツアーの数を増やすなど、新たな顧客の獲得を目指すしたい。

●公園

市域内に二つの県立公園（赤城、赤城森林）があり、古墳などの史跡や季節の花があふれる都市公園法の総合公園（敷島公園、前橋公園、大室公園、総合運動公園）を有する。

県立赤城公園においては、キャンプ場やビジターセンターの 2026 年度内の建て替えが計画されており、新たな観光客の受け入れについて、市、県と強調し取り組んでいる。

●道の駅

市域内に、現在 4 つの道の駅（道の駅ふじみ、道の駅ぐりーんふらわー牧場・大胡、道の駅赤城の恵）があり、地元の特産品の販売や観光情報の発信を通じて周辺地域の活性化に貢献している。

この中でも 2023 年春にオープン道の駅（道の駅まえばし赤城）は、年間 300 万人を超える来場者がある。案内所では前橋市にとどまらず、県内広域エリアの情報発信に取り組んでいる。

●歴史施設・史跡・祭り

市域内には、国指定重要文化財に指定されている「臨江閣（本館・別館・茶室）」をはじめ、世界かんがい施設遺産に指定された「天狗岩用水」、東国文化の象徴である古墳群や国分寺跡、女堀などの国指定史跡など数多くの歴史文化遺産がある。また、絹産業により支えられた本市の近代化の様子を残す歴史登録有形文化財が多い。

中でも太々神楽やどんと焼きなど、養蚕文化により発展した郷土芸能や祭事などの無形文化遺産も各地で代々継承されており、室町時代（永享 5 年 1433 年）から続く月田近戸神社 例大祭、通称月田のささら、江戸時代末期から続く大胡暴れ獅子など特徴的な祭りが現代に引き継がれている。

これらの歴史を伝える「総社歴史資料館」「粕川歴史民族資料館」「蚕糸記念館」は関東の歴史資料をわかりやすく解説するとともに、定期的に歴史資料を公開、企画展を開催するなど、市内外の来訪客を受け入れている。

歴史遺産を正しく伝えるガイドツアーなどと組み込み、個人・団体客の受け入れについて検討していきたい。(ONSEN ガストロノミーツーリズムのコース、地域のまつりのモニターツアー等)

●文化施設

前橋出身の詩人や文人の資料を所有し、さまざまな文化発信をおこなっている「萩原朔太郎記念水と緑と詩のまち前橋文学館」や、前橋の市街地エリアの文化施設と連携し、主に近代アートの企画展をおこなっている「アーツ前橋」は、その特性から市内外からの来訪客を集めており、そこから民間の文学表現者やアーティストのコミュニティが生まれている。前橋駅から徒歩圏内にあり、緑あふれる都市景観の中に広がるその他のアート拠点と併せ、一体的なアーバンエリア観光の拠点とした

い。

●商店街

昭和の雰囲気を残す商店街の風情はロケ地としての人気が高い。近年は有名建築家が設計した新規店のオープンやリノベーションなどが進み、若者やインバウンド客向けの観光地として高いポテンシャルをもつエリアに変化しつつあると考える。ロケ地めぐりのほか、商店街の魅力を発信する新たなまちあるきなど、地域と触れ合う観光コンテンツの拠点としたい。

●体験

赤城山では登山をはじめ、冬の氷上ワカサギ釣り、子ども向けのスキーや雪あそび、夏の湖上カヌー、キャンプなど、四季を通じてさまざまなアクティビティが楽しめる。また、広い裾野を活かし、ヒルクライムやポタリング、ロングライドなどのサイクルスポーツが楽しめることも特徴である。

2025 年～2026 年にかけて、赤城エリアに新たな観光施設がリニューアルオープンされる予定があり、エリア内の体験のさらなる充実が予想される。(2025 年 10 月ぐんまフラワーパーク＋、2026 年春赤城山キャンプフィールド)

●イベント

江戸時代に始まり 400 年以上の歴史のある初市(通称:だるま市)や、日本の桜名所百選に選ばれた赤城南面千本桜で行われる「赤城南面千本桜まつり」、北関東最大規模を誇る「前橋花火大会」、赤城の裾野や自然を活かした「まえばし赤城山ヒルクライム大会(自転車)」「赤城山トレイルランニングレース」「赤城大沼白樺マラソン」など多彩なイベントが各所で開催されている。

近年では、民間が主導する「まえばし book フェス」「赤城山らんたんまつり」など、県内外から多くの集客を見込む新たなイベントも生まれている。

●サイクルツーリズム

e-bike を活用して、赤城の緩やかな裾野を生かし、エリア内の拠点を有機的につなぎ、ガイドとともにめぐるツーリズムコンテンツ。車で巡る旅とはまた違う新たな魅力の発信や、国内外の新たなフェーズの顧客の獲得を目指し始動している。

E-bike のレンタサイクルのほか、サイクリストの面的受け入れを行う「サイクルオアシス」等、赤城を取り囲む 6 市村で連携して受入環境の整備を行っている。

●その他

＜前橋市＞

日本の里 100 選 粕川室沢の棚田

美しい日本の歴史的風土 100 選 赤城神社と参道松並木

日本の歴史公園 100 選 大室公園

水の郷百選 水と緑と詩のまちまえばし

疏水百選 広瀬川

＜赤城山＞

日本百名山 赤城山

新・花の百名山 赤城山

花の百名山 地蔵岳、黒檜山

【宿泊施設：域内分布、施設数、収容力、施設規模等】

●赤城山山頂エリア(旅館)

歴史ある旅館が大沼湖畔に建ち、四季を通して観光客の受け入れを行っている。

2026 年春には県が経営するキャンプフィールドが赤城大沼湖畔にリニューアルオープン予定で、スノーピークが指定管理者として運営する予定である。

●赤城南麓エリア（温泉）

秘湯 赤城温泉郷を始めとする温泉宿が赤城南麓エリア（標高 400～700m 付近）に点在している。

2025 年秋には、新たなペットと泊まれる宿がオープン予定である。（赤城山～懐～）

●赤城南麓エリア（キャンプ・グランピング）

赤城南麓を中心に宿泊が可能なキャンプ場やグランピング施設が点在している。

●市街地エリア（ビジネスホテル・ホテル）

ビジネスホテルを中心に、30 軒、約 2000 人程度の受け入れキャパシティがあり、特に前橋駅および新前橋駅周辺に集積している。2024 年にはロード型のコンテナホテルや民泊などがこれに加わり数を増やしているほか、2025 年秋には市内最大の客室数のビジネスホテルも完成予定である。

●公営研修施設

国立青少年交流の家（400 人程度）、前橋市赤城少年自然の家（200 人程度）、群馬県青少年会館（100 名程度）が立地している。

2023 年 宿数		
	宿（件数）	人数（概数）
市街地エリア	28	2000
南麓エリア（温泉宿等）	6	200
赤城山	3	70
キャンプ場・グランピング施設	5	300
公営研修施設	3	700

【利便性：区域までの交通、域内交通】

■区域までの交通

・電車利用の場合

東京からは新幹線 50 分と在来線 15 分で JR 前橋駅まで 65 分。東武鉄道 特急りょうもうで浅草駅から広域連携のスタートゴール拠点になる赤城駅までは 120 分。

・自動車利用の場合

高速道路の主なインターチェンジは関越自動車道「前橋 IC」と北関東自動車道「前橋南 IC」であるが、近隣には「赤城 IC」「駒寄 IC」「伊勢崎 IC」など、首都圏を始め多方面からの自動車によるアクセスの玄関口があり、主要幹線道路とつながる高規格な道路網が利用できる。

■域内交通

JR 前橋駅・上毛電気鉄道中央前橋駅から赤城山までの直通バス（路線バス）が接続。市の中心部は周遊バス（マイバス）、周辺部にはデマンドバスが走り、Maas 推進によるチケットレス化、キャッシュレス化が広がってきており、県外からの来訪者の利便性も徐々に向上している。

また、国重要文化財を有し、日本最古級の列車を保有、サイクルトレインとしても運行している私鉄上毛電気鉄道が前橋市と桐生市を結ぶ。

【外国人観光客への対応】

ホームページ等で、英語での情報発信（自動翻訳）を行うほか、ビジットジャパン案内所（カテゴリー 1）を主要な交通結節点である JR 前橋駅に、2022 年度には新道の駅内にカテゴリー 2 の案内所を設置している。公共交通だけでなく、レンタカー利用の外国人にも現地ならではの情報が提供できるよう観光案内所の充実を図る。

市内の迎賓館である「臨江閣」は、観光だけでなくユニークベニュー会場としても可能性があることから、案内板等の多言語化、国際対応化をすすめている。

3. 各種データ等の継続的な収集・分析

収集するデータ	収集の目的	収集方法
旅行消費額	来訪者の消費活動の動向を分析し、消費単価向上に繋げるため。	前橋市の実施する調査のデータを活用
延べ宿泊者数	宿泊者数の推移を把握するため。	前橋市の実施する調査のデータを活用
来訪者満足度	来訪者の満足（不満足）に繋がっている要因を分析し、戦略立案に繋げるため。	ツアー参加者等の来訪者にアンケート調査（紙に記入、または、ネットフォームによる回答）を継続的に実施する。
リピーター率	調査結果を観光客受け入れ体制の向上に生かし、リピーター率の向上や、顧客からの紹介による顧客増加につなげていく。	ツアー、ウォーキングイベント参加者等の来訪者にアンケート調査（紙に記入、または、ネットフォームによる回答）を継続的に実施する。
WEBサイトのアクセス状況	地域に対する顧客の関心度や施策の効果等を把握するため	Google アナリティクス（GA4）を活用して実施。
住民満足度	観光振興に対する地域住民の理解度を測る。ツーリズム事業実施におけるメリットを伝えるとともに、計画外に起こる問題などを把握するため。	前橋市域の住民に向けたインターネットを活用したアンケートや、イベント・ツーリズム開催エリアでの、実施前の説明や実施後の聞き取りなど。（調査方法については行政と検討中）

4. 戦略

（１）地域における観光を取り巻く背景

前橋市では、MICE 誘致や観光を、持続可能な地域経営のための重要な経済戦略の一環として位置づけ、地域の文化継承と市民豊かなくらしを将来に繋げるべく取り組んでいる。

しかしながら、従来からマスツーリズムに対応した観光拠点が少なく、個人の周遊による日帰り観光地となる傾向が強く、観光入れ込み客数に対し観光消費額が少ないことが特徴的であった。また、観光担い手の高齢化が進み、就業者や事業者が減少傾向にある。

感染症の拡大による交流人口の減少は回復したが、従来、観光シーズン以外に交流人口増に寄与していたコンベンション等がオンライン開催に変わる場合なども増えたため、中小規模の MICE や企業ワーケーション等、新たな誘客施策の取り組みが急務である。

こうした地域の課題に対し、観光地域づくり法人（DMO）を中心として、地域資源を見直し、他地域との差別化を図りつつ継続的にデータ志向のマネジメントを行い、地域住民を巻き込んだ観光地域づくりに取り組み、新たな雇用の創出や担い手不足の解消、インバウンドも視野に入れた交流人口の増加につなげていくことが必要となっている。

（２）地域の強みと弱み

	好影響	悪影響
内部環境	強み（Strengths） ・自地域で積極的に活用できる強みは何か？ ・東京から 2 時間のアクセス ・自然を体感するアクティビティ（自転車、氷上ワカサギ釣り、果物狩りなど） ・赤城山の自然が織りなす環境と絶景	弱み（Weaknesses） ・自地域で改善を必要とする弱みは何か？ ・前橋独自のブランドイメージが弱い ・1 都 3 県から日帰りできる距離感 ・二次交通（主にバス）が脆弱 ・新幹線の乗り入れがない

	・北関東を一望する赤城山の裾野の景観 ・農畜産物の豊富さ新鮮さ ・枝豆、キュウリ、ナス、ブロッコリーなどの野菜や、豚肉、牛乳など、良質な農畜産物の生産量の高さ ・古墳や城跡などの歴史遺産 ・アーバンデザインによるウォーカブルな市街地デザインや建築美 ・市内の日帰り温泉の豊富さ、近隣温泉地へのアクセスの良さ	・地域内のまちづくりや観光に携わる団体の連携不足 ・FITなどの旅行ニーズに対応しきれていない ・観光客受け入れについての市内事業者の知識不足 ・観光施設、宿泊施設の老朽化 ・wifi 設置、オンライン決済への対応の遅れ ・外国人観光客への対応の遅れ
外部環境	機会 (Opportunity) ・自地域にとって追い風となる要素は何か？ ・Maas の利用拡大や交通利便性の向上、電子決済やルート検索などのトランスフォーメーション化など ・前橋市アーバンデザイン推進による官民連携まちづくりの気運の高まり ・「前橋市歴史的風致維持向上計画」の策定による歴史的地域や施設の保存活用に向けた機運の高まり ・リノベーション物件増加による市街地の魅力の高まり ・県立赤城公園活性化に向けた基本構想の策定による赤城山山頂エリアの魅力の高まり ・国民の健康や自然への関心の高まり ・新しい道の駅のオープン ・県立赤城公園や赤城南麓エリアの観光資源のリニューアル（キャンプ場、フラワーパーク等） ・マイクロツーリズム等、観光志向の変化による、国内の魅力再発見の気運の高まり ・前橋アーバンシティ構想による市街地エリアのリニューアル ・前橋を舞台にしたアニメ（2025 年 4 月）	脅威 (Threat) ・自地域にとって逆風となる要素は何か？ ・国内の他地域の競合 ・人口減少と少子高齢化 ・観光の担い手の高齢化 ・農業従事者の高齢化による耕作放棄地の増加等に起因した景観の変化 ・新型コロナウイルス感染症の拡大による市場の縮小 ・温暖化による自然環境の変化 ・物価高騰 ・バス運転者の改善基準告示の公布（2024 年問題） ・市内集客施設の閉館

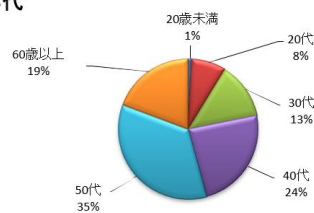
※上記に加え、P E S T 分析等の他のマーケティング分析手法を用いて分析を行っている場合は、その内容を記入（様式自由）。

（３）ターゲット

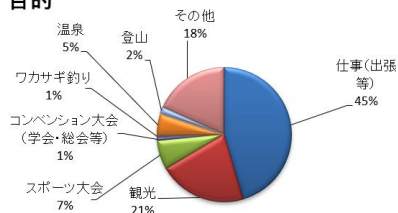
ターゲットについては、前橋市と協議を重ねており、今後のデータなどを見据え、調整や絞り込みを行う予定である。2024 年度から、データドリブン経営や地域ブランディングに取り組んでおり、2025 年内には、市とともに観光ビジョンの策定に取り組んでいる。（スケジュールは 4 コンセプト欄に記載）このため、本書のターゲットは、候補 DMO 申請した当初のターゲットを記載する。 ○第 1 ターゲット層 【国内】 首都圏を中心とした、知的好奇心の旺盛な 20 代～50 代の男性ビジネスマン。 【海外】 東京に長期滞在しているアドベンチャーツーリズムを求める欧米豪の訪日外国人 ○選定の理由 【国内】
--

2014 年より、市内に宿泊した方を対象に行っているキャンペーンのアンケート集計(下図参照)から見ると、従来より前橋市の宿泊者傾向は、ビジネス利用の男性の割合が高い上、市内や近隣エリアで行えるアクティビティや食の素材などは、男性に好まれるものが多い。(キャンプ、登山、肉、サイクルツーリズム、大盛りごはん等)

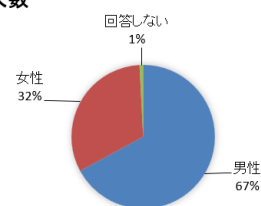
年代



目的



男女別 人数



(2024 年度「泊まって当ようプレゼントキャンペーン 2024」アンケート結果より アンケート取得数 7,795 件)

当該ターゲット層はコロナ禍においても一定の割合をもって推移しており、安定的な顧客層であると考え、従来は、最も入ってきているこの世代の滞在時間内の動向に注目したマーケティングを行っておらず、まずはこのターゲットを掘り下げる必要性を感じている。

このターゲット層に、前橋市での一人時間をどう楽しんでもらえかが、リピーター獲得の鍵であると考え。

【海外】

欧米豪の方の訪日時の滞在期間や、普段の生活の中で、登山やハイキング、サイクリングを行う頻度が高いこと、アドベンチャーツーリズムの市場が増えており、観光客ばかりでなく日本人が行く場所に行きたいという志向の若者が増えていることなどから選定。

また、日本在住の欧米豪の方々へのヒアリングやアドバイスを元に設定した。

○取組方針

【国内】

アンケート調査の充実などにより、再来訪意向につながる要因を分析し、その結果に基づいてターゲット層に訴求するコンテンツを磨き上げる。

このターゲットの集客については、観光やコンベンションのみならず、食泊分離による魅力の向上や、開発会議誘致によるビジネスマンの長期滞在など、新しいコンテンツを取り入れ、地域一体となって受け入れる地盤づくりと合わせて進めたい。

【海外】

外国人向けガイドなどを実践しているの方々からのご助言をもとに、日本在住の欧米豪外国人に体験していただき、満足度や紹介意向などに繋がる要因を分析し、コンテンツを磨き上げ、販売へ。

同時に、外国人向けガイドの育成、SNSのほか、海外メディアへのプロモーションを行っていく。

○第 2 ターゲット層 (挑戦的ターゲット層)

【国内】

1 都 3 県(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)在住の情報収集・発信力の高い女性客およびその家族層。

都会から少し離れた場所でのゆったりとしたアクティビティを求め、登山やキャンプ、農業、サステナブルな暮らしの実現、癒しや休息などに興味のある世代。

【海外】

台湾、ベトナム

○選定の理由

【国内】

過去の調査においては、比較的来訪の少ない層である。若い世代への継続的な訴求のため、核家族の中でも決定権を持つことが多いと考えられる女性の思考を調査し、前橋市内におけるコンテンツ造成に反映したい。

【海外】

台湾は、前橋市と歴史的結びつき(台湾の衛生・医療行政に貢献した羽鳥重郎、台南市の市長を担った羽鳥又男は前橋市出身)が強く、また、県内においても多くの旅行者が訪れていることが

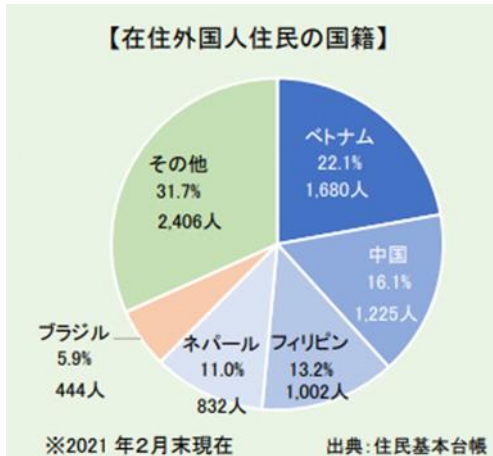
ら、親和性が高く、観光プロモーションを行うことで誘客が期待できる。

ベトナムは、留学生などを中心に前橋市への国別の在住者数が最も高く、今後プロモーションに力を入れることで、将来的なインバウンド客誘致の可能性が期待できる。

○取組方針

WEB アンケートやモニター実施などによるターゲット層の意向と前橋市の観光資源とのギャップを調査し、興味のあるコンテンツを磨き上げた上で、イメージ戦略やプロモーションを行うとともに、OTA (Online Travel Agent) を活用した体験プログラムや着地型ツアーなどの販売、またその担い手となる地元人材の育成を行う。

【参考：前橋市在住外国人国籍/第7次総合計画より】



○第3ターゲット層（挑戦的ターゲット層）

県内に支社等を置く首都圏企業

○選定の理由

首都圏企業の「社員研修」や「開発合宿」について調査すると、前橋市内の宿泊施設や赤城エリアもその受け入れの選択肢になり得ること、また宿泊施設等もこの受入に積極的であることがわかった。

前橋市は自然豊かでリフレッシュの場として有効なスローシティエリアと、交通アクセスがよく生活の利便性も高いアーバンシティエリアの双方があることから、利用者のニーズに沿った前橋オリジナルのワーケーションプログラム作りが可能である。

感染症の拡大により働き方が大きく変容し、大規模コンベンションなどが減少していることから、比較的小規模で開催される企業のワーケーション事業の受け入れを進め、新たな受け入れコンテンツとして新規のターゲット層に設定する。

この活動は、将来のコンベンション誘致にもつながるものと考える。

○取組方針

市内にあるコワーキングスペースやバンケット機能を持つ宿や施設と連携し、「開発合宿」や「ハッカソン」といった用途にターゲットを絞った「企業誘致型テレワーク」の誘致を行う。前橋市のデジタル田園都市国家構想に賛同する首都圏企業や、大学と連携することで、モニター実施からスタートし、赤城山の自然と、緑あふれる地方都市環境の双方を生かしたワーケーションの受け入れによる交流人口の増加を図る。

（４）観光地域づくりのコンセプト

①コンセプト

※2025 年、前橋市とともに観光ビジョンの策定に取り組んでおり、コンセプトの見直しを進めている。本書には候補 DM0 申請当初の概要を記載する。観光日シヨンは 2025 年度中に策定し、2026 年から 5 か年計画で推進する予定である。

(参考：前橋市観光ビジョン策定スケジュール等)

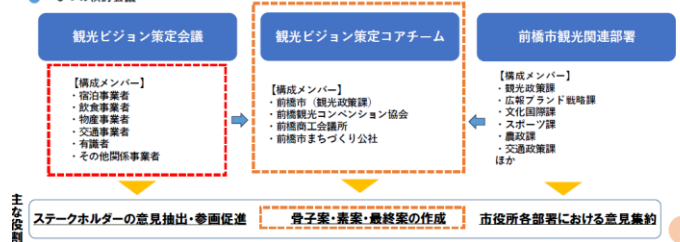
1. 策定体制について

1 基本方針

観光振興を進めるうえで地域共通の意図「前橋市観光ビジョン」として策定し、令和 8 年度当初運用開始を目指して検討する。

2 検討体制

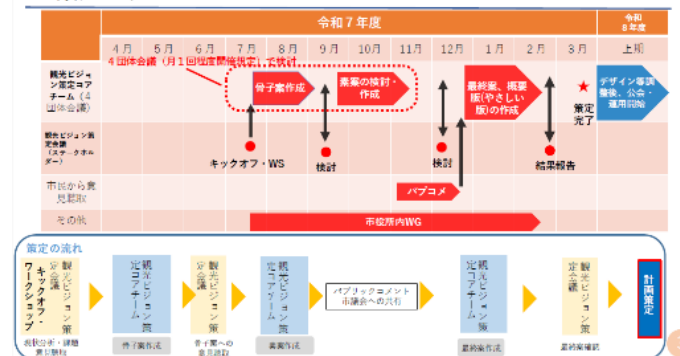
3 つの検討会議



主な役割

ステークホルダーの意見抽出・参画促進 骨子案・素案・最終案の作成 市役所各部署における意見集約

2. 策定スケジュール



【コンセプト（ビジョン）】

前橋&赤城山 retreat trip 「日常の先・つなぐ」

東京から約 90 分 赤城山のふもととのまち「前橋」で Retreat（リトリート）

※リトリートとは

数日間住み慣れた土地を離れて、仕事や人間関係で疲れた心や体を癒す過ごし方のこと。観光が目的の旅行とは違い、日常を忘れてリフレッシュすることを目的とするもの。語源は retreatment であるが、近年欧米では「日常から離れてリフレッシュする時間を持ち、心身ともにリセットする」意味に使われるようになった。

【ミッション】

前橋に「観光」で貢献すること

私たちが目指すのは三つの Happy

- ・来る人の Happy（来訪者）
- ・住む人の Happy（住民）
- ・つなぐ人の Happy（地域従事者）

前橋に人が訪れることによって生まれる交流を住民のシビックプライドや国内の経済活性につなげ、持続可能な未来につなげるための「観光」を目指す。

②コンセプトの考え方

群馬県は首都圏でありながらも、青く澄んだ空の下、美しい自然や人々を癒す温泉、地方都市らしい緩やかな暮らしの風情がある土地である。特に前橋市はその県都でありながら、どこかホッとできるまちであると、多くの人々が言う。1 都 3 県（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県）から見て、日常から離れたと感じることのできる程よい時間的距離感のある街であると言える。感染症拡大後は、人の多い都会よりも地方の方が過ごしやすと感じる世代

	が一定数あり、観光地として成熟していない地方都市や身近な土地の魅力を見つめ直す気運が高まっている。 「リトリート」は、このような状況下において世界的に旅の意味が変化したこと、緑あふれるアーバンシティと自然豊かな赤城山とその裾野のスローシティの双方が楽しめる前橋はリフレッシュ・リラクゼーション・リセットの場所としてふさわしいことからコンセプトに取り入れたものである。人々が日常を忘れ、自分を取り戻していく地域としての「前橋」を磨き上げることで、新たな顧客の獲得を目指す。
--	---

5. 関係者が実施する観光関連事業と戦略との整合性に関する調整・仕組み作り、プロモーション

項目	概要
戦略の多様な関係者との共有 ※頻度が分かるよう記入すること。	当協会には、観光施設・旅行会社・宿泊事業者・小売事業者・交通事業者・報道機関・商工会議所・まちづくり団体を始めとする多様な事業者（賛助会員 327 団体）が参画しており、この会員により組織される理事会・評議員会を意思決定の場としている。 ・理事会（年 4 から 5 回） ・評議員会（年 4 から 5 回） （この内、特に観光地域づくりに関連する意思決定については、当該地域の相互的な観光方針や共通の課題解決などを行うため、関係団体を集めて組織する「観光専門委員会」にて行い、活動の意義・内容・成果、KPI の達成状況や、各種取り組みによる経済効果分析結果等を、理事会や評議員会などで説明するとともに、必要に応じ、各種事業の関係者を招集し情報共有を行う。 ・観光専門委員会（年 3 から 4 回） ・研修会、セミナー等（年 2 ～ 3 回） ・その他ワーキング（民間事業者と連携した協議の場） （食ツーリズムワーキング、ワーケーションワーキング等） ※ワーケーションワーキングについては、企業向けのワーケーションについて、2025 年度に宿泊事業者をはじめとする各種事業者と連携し、稼推進、2026 年度には具体的プランの販売を目指している。
観光客に提供するサービスについて、維持・向上・評価する仕組みや体制の構築	・関係団体、事業者を主対象としたセミナーや、地域住民に観光地域づくり法人やその取り組みへの理解を促し参画を促進するシンポジウム等を年 2～3 回程度実施し、受入体制の向上を目指す。 ・イベントやツーリズム事業などを対象としたアンケートの実施や、宿泊キャンペーンを活用した動向調査などを行い、来訪客の評価を調査し、評価結果を事業者に還元するとともに、各種の計画策定に反映させる。
観光客に対する地域一体となった戦略に基づく一元的な情報発信・プロモーション	本年度、前橋市が策定する「観光ビジョン」に基づき、地域一体となった観光戦略のもと、地域の多くの事業者が参画できるコンテンツを創出し、そのブランディングを進める。各種データ分析やブランド戦略の元、効果的なプロモーションを目指す。 ・情報サイトの一元化と HP 基盤の刷新 2025 年度内に前橋市域の複数の観光 WEB サイトを「まえばしまるごとガイド」に一元化し、情報発信を行う。（現在進行中）また、2026 年にサイト CMS のリニューアルを行い、検索ロボットが読み取りやすい構造化データも出力できるサイトとし、AI 時代の顧客ニーズに対応する。

	・ファンマーケティングのためのLINE導入 ターゲットとなるセグメントに効果的な情報発信が行えるツールとして、2025年よりLINEを導入。有人チャットで質問に答えたり、アンケートを実施したりすることで、観光客との関係を深め、満足度を高める。データ取得と併せて、前橋・赤城山ファンの囲い込み、効果的な情報発信を目指す。
--	--

6. KPI（実績・目標）

※戦略や個別の取組を定期的に確認・改善するため、少なくとも今後3年間における明確な数値目標を記入すること。

※既に指標となりうる数値目標を設定している場合には、最大で過去3年間の実績も記入すること。

（1）必須KPI

指標項目		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
●旅行消費額 (百万円)	目標	8.0 (0.5)	15.0 (0.5)	15.5 (0.5)	16.0 (0.5)	16.5 (0.6)	16.5 (0.7)
	実績	13.0 (0)	13.5 (0)	14.8 (0)			
●延べ宿泊者数 (千人)	目標	400 (2)	420 (3)	430 (3.5)	440 (4)	450 (5)	460 (5)
	実績	409 (0)	553 (1)	513 (※1)			
●来訪者満足度 (%) Onsen ガアンケート	目標	90 (85)	90 (85)	93 (90)	93 (90)	93 (90)	93 (90)
	実績	99.4 (0)	95 (0)	91.3 (0)			
●リピーター率 (%) Onsen ガアンケート	目標	90 (0)	80 (1)	75 (1)	70 (2)	70 (2)	70 (2)
	実績	91.9 (0)	51 (0)	51 (0)			

※ 括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※1 前橋市からの調査数値提供なし（集計中のため）

目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

前橋市の観光入れ込み客数は群馬県でトップクラスであるにも関わらず、旅行消費額が少ないことが課題となっている。

赤城山を始め、市域全体には多くの観光資源があり、そのポテンシャルは高いことから、登山、サイクリング、ウォーキングなどの魅力的なコース設定やプロモーションを実施し、早朝や夜間など滞在時間の延長につながるアクティビティの創出等により、観光消費額を増加させ、地域経済の活性化を目指す。

また、来訪者満足度、リピーター率は、実施するイベントや宿泊施設でのアンケート調査等を実施し把握する。

【設定にあたっての考え方】

●旅行消費額

前橋市が調査および集計を行っている実績をもとに、コロナ禍での顧客の減少を勘案し、成果指標の旅行消費額を設定し、当初、毎年3%増を目標値としたが、2022年に復調傾向となったことから、目標値を再設定した。

●延べ宿泊者数

前橋市が調査および集計を行っている実績をもとに、コロナ禍での顧客の減少を勘案し、成果指標の延べ宿泊者数を設定し、当初、毎年3%増を目標値としたが、2022年に復調傾向となったことから、目標値を再設定した。

※延べ宿泊数は、前橋市の集計サイクルが年一回であり、2025年1月～3月までの数字が未調査のため、記入なし。

●来訪者満足度

当協会が主体となり実施するイベント参加者アンケートより。

●リピーター率

当協会が主体となり実施するイベント参加者アンケートより。

令和4年度の実績を元に、目標設定を行う。一定のリピーター率の確保とともに、県外の参加者割合を増やし、新規顧客の開拓をすすめる施策をとり、その指標とする。

(2) その他の目標

指標項目		2022 (R4) 年度	2023 (R5) 年度	2024 (R6) 年度	2025 (R7) 年度	2026 (R8) 年度	2027 (R9) 年度
●前橋駅観光案内所来場者数 (人)	目標	4,000 (12)	5,000 (70)	5,000 (100)	3,000 (100)	3,500 (100)	4,000 (150)
	実績	4,249 (52)	4,695 (129)	2,107 (99)			
●道の駅まえばし赤城観光案内所来場者数(人)	目標	1,000 (10)	100,000 (30)	200,000 (100)	150,000 (100)	150,000 (100)	150,000 (100)
	実績	13,751 (10)	200,065 (100)	130,591 (83)			
●WEBサイトアクセス状況 () 内は多言語アクセスユーザー数 R6～	目標	1,200,000 (-)	1,500,000 (-)	1,700,000 (-)	1,800,000 (150)	1,900,000 (200)	1,950,000 (250)
	実績	1,581,578 (-)	1,650,258 (-)	1,773,281 (130)			

※括弧内は、訪日外国人旅行者に関する数値

※各指標項目の単位を記入すること。

指標項目及び目標数値の設定にあたっての検討の経緯及び考え方

【検討の経緯】

※KPIとして設定する項目や年次及び目標数値に関して、その検討のプロセスや考え方を項目ごとに出来る限り具体的に記入すること。

【設定にあたっての考え方】

●前橋駅観光案内所来場者数

前橋駅観光案内所の来場者数と目的や出発地などを測定することによって、前橋市の公共交通の玄関口である前橋駅から前橋市域や周辺地域への来訪者の動向を探る指標とする。

●道の駅まえばし赤城観光案内所来場者数

2023年にオープンした道の駅内に新設された観光案内所の来場者数を測定することによって、県央エリアに自動車アクセスする観光客の動向を探る。

前橋市域の中間地点に位置し、伊香保（渋川市）や赤城山に向かう観光客や新潟方面から群馬県の南地域に向かう観光客の立ち寄り場所となることが予測されることから、広域的な情報発信の拠点として位置付け、来場者の意向や目的、出発地、経由地などを探るアンケートなども随時実施する。

●観光情報サイトアクセス数

地域 DMO として、前橋市の情報を一元的に発信する観光 WEB サイト「まえばしまるごとガイド」と、赤城山周辺エリアの情報発信や赤城山ツーリズムの予約窓口である「AkagiTrip」を本年度中に情報統合し、よりタイムリーな情報発信を行うためアクセス数の測定を行うとともに、解析を行い利用者の動向を探り、施策へ反映させる。

7. 活動に係る運営費の額及び調達方法の見通し

※少なくとも今後3年間について、計画年度毎に（1）収入、（2）支出を記入すること。

※現に活動している法人にあっては、過去3年間の実績も記入すること。

（1）収入

年（年度）	総収入（円）	内訳（具体的に記入すること） (円)
2022（R4） 年度実績	194,628,987（円）	【前橋市からの補助金】162,080,638 【商工会議所からの補助金】900,000 【振替額】4,901,222 【国採択事業】7,020,027 【受取負担金】3,498,000 【事業収益】3,074,142 【受託事業収入】5,705,500 【賛助会費】7,040,000 【基本財産運用】2,086 【雑収益】427,372 ※観光庁看板商品創出事業を採択 ※道の駅まえばし赤城観光案内所の受託開始
2023（R5） 年度実績	230,693,811（円）	【前橋市からの補助金】161,752,062 【商工会議所からの補助金】900,000 【群馬県からの補助金】160,000 【観光庁等実証事業採択】19,965,000 8,551,750 【受取負担金】3,493,000 【事業収益】7,217,198 【受託事業収入】19,375,200 【賛助会費】6,975,000 【基本財産運用】2,090 【雑収益】59,272 【振替額】2,243,239 ※観光庁ガストロノミー事業を採択
2024（R6） 年度実績	199,357,083（円）	【前橋市からの補助金】158,359,495 【商工会議所からの補助金】900,000 【事業収益】7,285,021

		【受託事業収入】 23,627,503 【賛助会費】 6,930,220 【基本財産運用】 2,086 【雑収益】 44,655 【振替額】 2,208,103
2025（Ｒ７） 年度【予算】	210,932,066（円）	（円） 【前橋市からの補助金】 181,516,000 【商工会議所からの補助金】 900,000 【受取負担金】 0 【事業収益】 7,267,000 【受託事業収入】 11,938,000 【賛助会費】 7,500,000 【基本財産運用】 2,000 【雑収益】 10,000 【振替額】 1,799,066 ※ビクターセンター閉館に伴い、R6 で受託事業終了
2026（Ｒ８） 年度【概算】	193,500,000（円）	（円） 【前橋市からの補助金】 167,700,000 【商工会議所からの補助金】 900,000 【受取負担金】 0 【事業収益】 5,950,000 【受託事業収入】 11,938,000 【賛助会費】 7,000,000 【基本財産運用】 2,000 【雑収益】 10,000
2027（Ｒ９） 年度【概算】	193,500,000（円）	（円） 【前橋市からの補助金】 166,680,000 【商工会議所からの補助金】 900,000 【受取負担金】 0 【事業収益】 7,000,000 【受託事業収入】 11,900,000 【賛助会費】 7,000,000 【基本財産運用】 10,000 【雑収益】 10,000

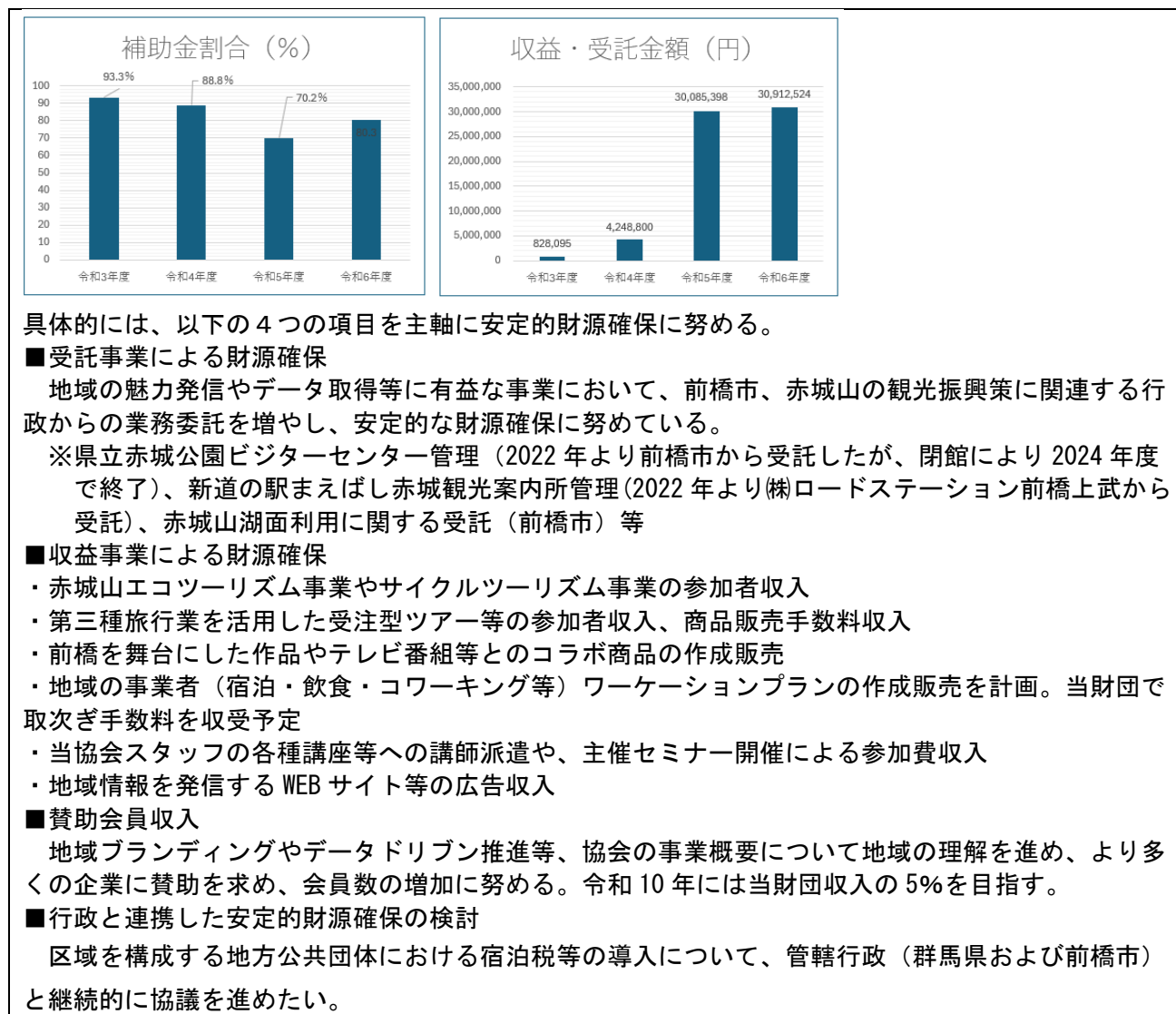
（２）支出

年（年度）	総支出	内訳（具体的に記入すること）
2022（Ｒ４） 年度実績	194,628,987（円）	（円） 【事業費】 113,382,423 【コンベンション開催助成金】 305,500 【イベント助成金等】 8,021,800 【HP、広報物等作成委託費】 48,345,563 【広告料】 4,912,074 【管理費】 19,661,627

2023 (R5) 年度実績	230,693,811 (円)	(円) 【事業費】 116,526,635 【コンベンション開催助成金】 4,188,000 【イベント助成金等】 8,794,600 【HP、広報物等作成委託費】 74,058,326 【広告料】 3,350,929 【管理費】 23,775,321
2024 (R6) 年度実績	199,357,083 (円)	(円) 【事業費】 108,688,096 【コンベンション開催助成金】 4,275,704 【イベント助成金等】 7,519,015 【HP、広報物等作成委託費】 49,500,979 【広告料】 2,284,182 【管理費】 27,089,107
2025 (R7) 年度【予算】	210,932,066 (円)	(円) 【事業費】 112,842,503 【コンベンション開催助成金】 7,333,000 【イベント助成金等】 8,130,000 【HP、広報物等作成委託費】 53,614,000 【広告料】 4,713,000 【管理費】 24,299,563
2026 (R8) 年度【概算】	193,500,000 (円)	(円) 【事業費】 116,000,000 【コンベンション開催助成金】 4,000,000 【イベント助成金等】 6,000,000 【HP、広報物等作成委託費】 40,000,000 【広告料】 3,500,000 【管理費】 24,000,000 ※ビジターセンターの受託終了
2027 (R9) 年度【概算】	193,500,000 (円)	(円) 【事業費】 116,000,000 【コンベンション開催助成金】 4,000,000 【イベント助成金等】 6,000,000 【HP、広報物等作成委託費】 40,000,000 【広告料】 3,500,000 【管理費】 24,000,000

(3) 自律的・継続的な活動に向けた運営資金確保の取組・方針

持続可能な地域経営のため、DMO 運営に当たっては、安定的な財源確保に努めている。
(添付図：令和 3～6 年度補助金割合の推移、収益事業の増加の表)



8. 観光地域づくり法人形成・確立に対する関係都道府県・市町村の意見

前橋市は、公益財団法人前橋観光コンベンション協会を市町村における地域DMOとして登録したいので同法人とともに申請します。

9. マネジメント・マーケティング対象区域が他の地域連携DMO（県単位以外）や地域DMOと重複する場合の役割分担について（※重複しない場合は記載不要）

【他の地域連携DMOや地域DMOとの間で、重複区域に関する連携や役割分担等について協議を行った（行っている）か】

群馬県の地域連携DMOである「群馬県観光物産国際協会」は、当協会の「観光専門委員会」の委員となっており、定期的に意見交換を行っている。協会主催の会議において意見交換を行うほか、双方のセミナーに参加するなど、関連する担当者との情報共有に努めている。

【区域が重複する背景】

群馬県観光物産国際協会が県全域をマネジメントの対象としているため。

【重複区域における、それぞれのDMOの役割分担について】

群馬県観光物産国際協会は県内には当協会を含め6つのDMOを含み、全体マネジメントを行う立場にある。当協会においては、前橋市内の資源の磨き上げや、市内事業者育成などを細やかに行うことで、県協会と協調しつつ、連携を図ることが可能である。

【前述の役割分担等によって、効率的、効果的な活動の遂行が期待できるか】

県内には当協会を含め6つのDMOがあり、連携して事業を実施している。県全体のマネジメントを行う団体があることにより、人的、経済的側面においても効率的に連携を図ることができ、県全域でまとまった情報発信や販路拡大など、相乗効果が期待できる。

10. 記入担当者連絡先

担当者氏名	藤田 朱美
担当部署名（役職）	誘客創造課
郵便番号	371-0023
所在地	群馬県前橋市本町 2-12-1
電話番号（直通）	027-235-2211
FAX番号	027-235-2233
E-mail	info_kanko@maebashi-cvb.com

11. 関係する都道府県・市町村担当者連絡先

都道府県・市町村名	群馬県前橋市
担当者氏名	半澤 泰平
担当部署名（役職）	文化スポーツ観光部観光政策課（主任）
郵便番号	371-8601
所在地	群馬県前橋市大手町 2 丁目 1 2 - 1
電話番号（直通）	027-257-0675
FAX番号	027-224-1188
E-mail	kanko@city.maebash.gunma.jp

都道府県・市町村名	
担当者氏名	
担当部署名（役職）	
郵便番号	

所在地	
電話番号（直通）	
F A X 番号	
E - m a i l	