

CIVIC PRIDE

地域への誇りと愛着をもとう！

「みなかみ 18 湯における温泉地活性化の取り組み」



「観光の魅力」と「郷土愛」・・・人との
結

株式会社ホテル辰巳館 （温もりの宿 辰巳館）

代表取締役

深津卓也

自己紹介

深津卓也（ふかつたくや）

株式会社ホテル辰巳館 代表取締役社長（温もりの宿 辰巳館） 四代目

みなかみ町観光協会前代表理事 1981年前橋高校卒業 1987年

Cambridge Newnam Language Centre（英国）卒業、1987年早稲田大学

商学部卒業後三井物産株式会社入社、本店エネルギー部門所属。1991年7

月に株式会社ホテル辰巳館に入社。2006年より代表取締役社長。日本温

泉協会 監事・群馬県温泉協会 専務理事・群馬県観光審議委員・観光庁観

光地域づくりマネジャ・

みなかみ町商工会副会長

創業100周年

4人家族（二人娘）と母親



目次

1 みなかみ町について

FIND YOUR OASIS !!

2 群馬県の観光について

「GUNMA」を世界に誇るリト

リートの聖地へ

3 温泉文化について

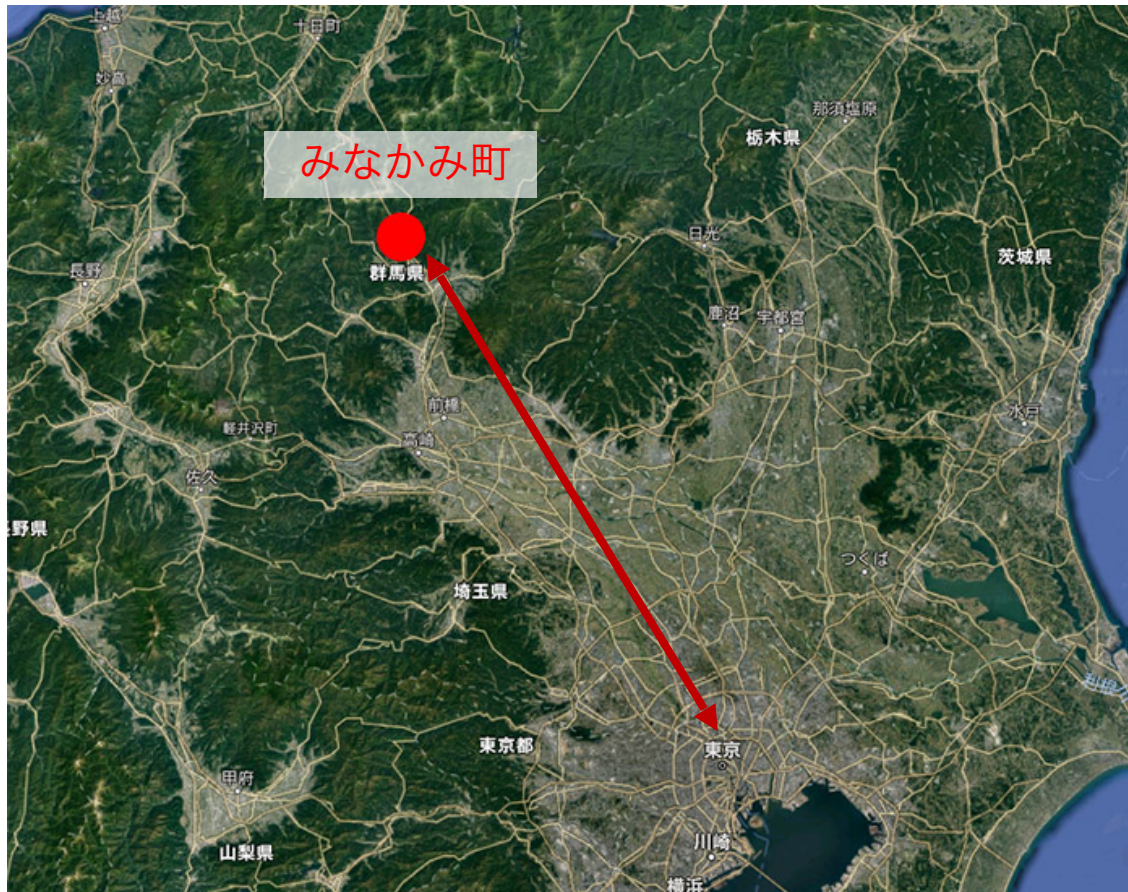
4 お伝えしたいこと (みなかみから群馬・

世界へ)

みなかみ町について



群馬県みなかみ町は東京から最速で66分、練馬ICから車で90分



恵まれた首都圏
からのアクセス

新幹線駅 1
(上毛高原駅)

在来線駅 5
(後閑、上牧
水上、湯檜曽、
土合)

高速IC 2
(月夜野、水
上)

みなかみ町について



近いスキー場なら都内から1時間30分でパウダースノーが楽しめるエリア。
キッズパークや託児所のあるスキー場もありファミリーに人気。 **8つの**



スキー、スノボー



バックカントリー



スノーシュー



スノーモービル



シャワークライミング



エアボード

みなかみ町について



国内有数の激流下りのメッカ、利根川やダムを活かしたアウトドアがみなかみ町では体験できる。 Canada/ Whistler NZ/Queenstown Japan/



ラフティング



キャニオニング



レイクカヌー・カヤック



レイクラフティング



シャワークライミング



ハイドロスピード

みなかみ町について みなかみ 18 湯



法師温泉



猿ヶ京温泉



川古温泉



湯宿温泉



上牧温泉



水上温泉



谷川温泉



向山温泉



湯桧曽温泉



宝川温泉



上の原温泉



湯ノ小屋温泉

みなかみ町について



みなかみ町は広い？



みなかみ町について

1 面積は群馬県

1 位

2 全国（北海道除い
て） 5 位

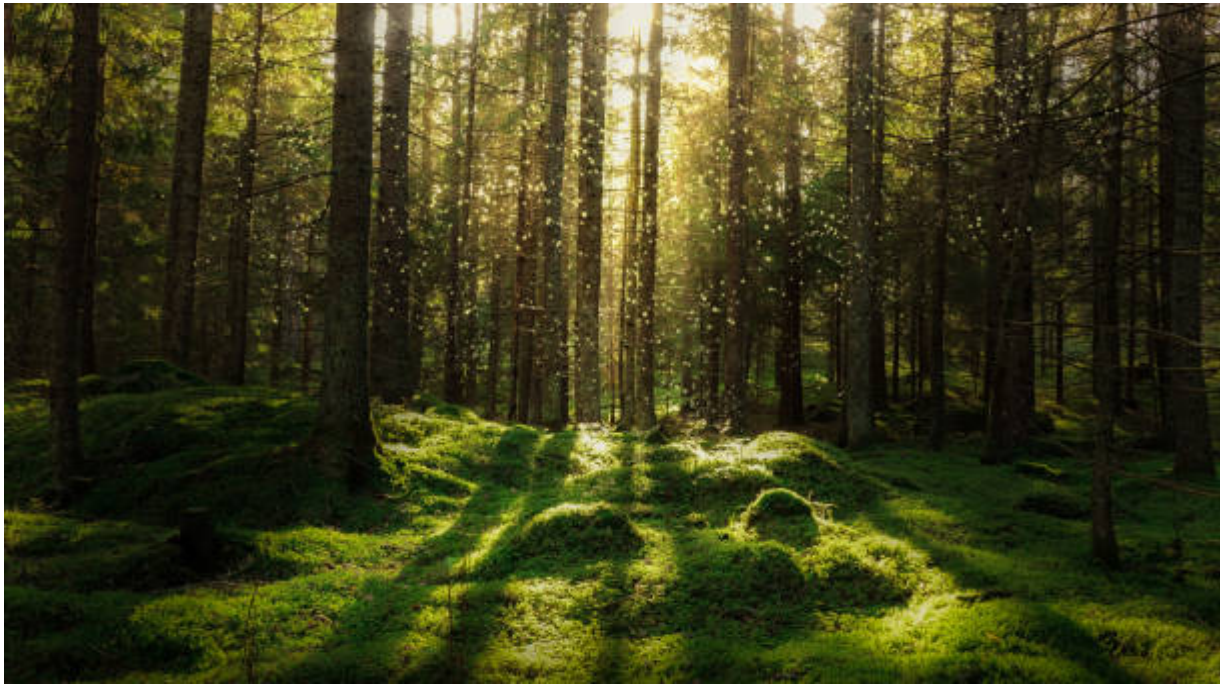
3 面積 7 8 1 . 0 8 平方キロ

みなかみ町について
○

みなかみ町の
森林は全体の
何%？

みなかみ町について

90%が森林！



日本は
70%

みなかみ町について（温泉）



みなかみ 18 湯の恵み

「温」

「温泉」 ってなあ

に？

どうして「温泉」が出る

の？

温泉文化をユネスコ無形文化遺産

みなかみ町について（温泉）



1 「温泉」は25度以上又は成分

2 ①雪解け水＋②森＋③熱源

（たっぷり降る雪、90%の森、数百万年前の地殻
変動熱）

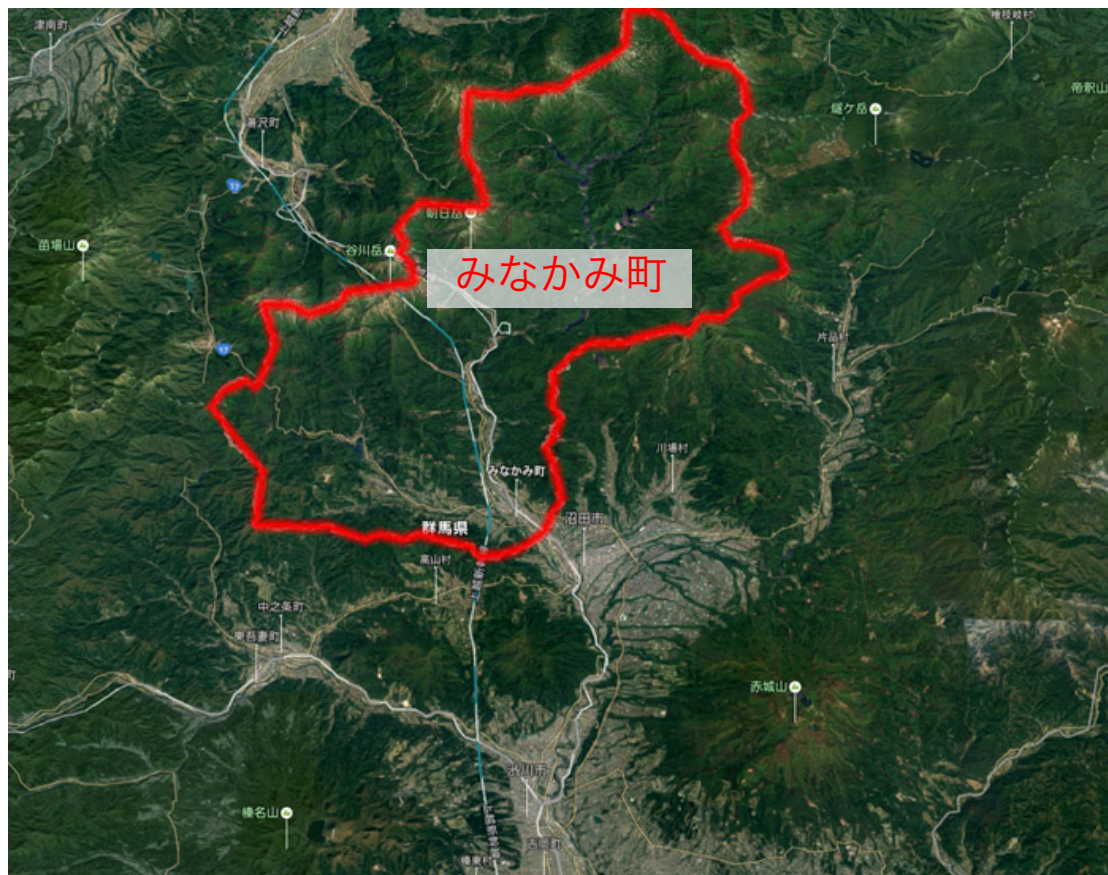
⇒reserve

3 温まる文化 （1700年前から温泉入
る）

みなかみ町について



みなかみ町は群馬県北部に位置する町です。



みなかみ町の人口

23,310人（合併時）

（平成17年10月1日）

2005年

17,271人（外国人
473人含）

（令和6年1月31日）

2024年

1人当たりの年間消費額は
124万円とされています。

みなかみ町について（観光）

今なぜ観光の高付加価値化が必要か？

外国人旅行者の１人１回当たりの消費額は

13万7

千円

国内旅行者（宿泊）

//

4

万8千円

国内旅行者（日帰り）



//

1



万5千円



ということは１年間に・・・何人観光客が増えれば？

みなかみ町について（観光）

実際に計算してみます

消費額

平成27年度

合計

外国人旅行者 $13万7千円 \times 20,000人 = 2$

7.4億円

国内旅行者(宿泊) $4万8千円 \times 1,100,000人 = 52$

8.0億円

国内旅行者(日帰り) $1万5千円 \times 2,600,000人 = 39$

みなかみ町について（観光）

1 WORLD CLASS ADVENTURE TOURISM

人と自然との「結」

2 温泉の恵み（18湯）

3 首都圏からの好アクセス

4 食の魅力（MINAKAMI DINING）

5 水源郷（飲水思源） 首都圏70% 3000万人の飲み水

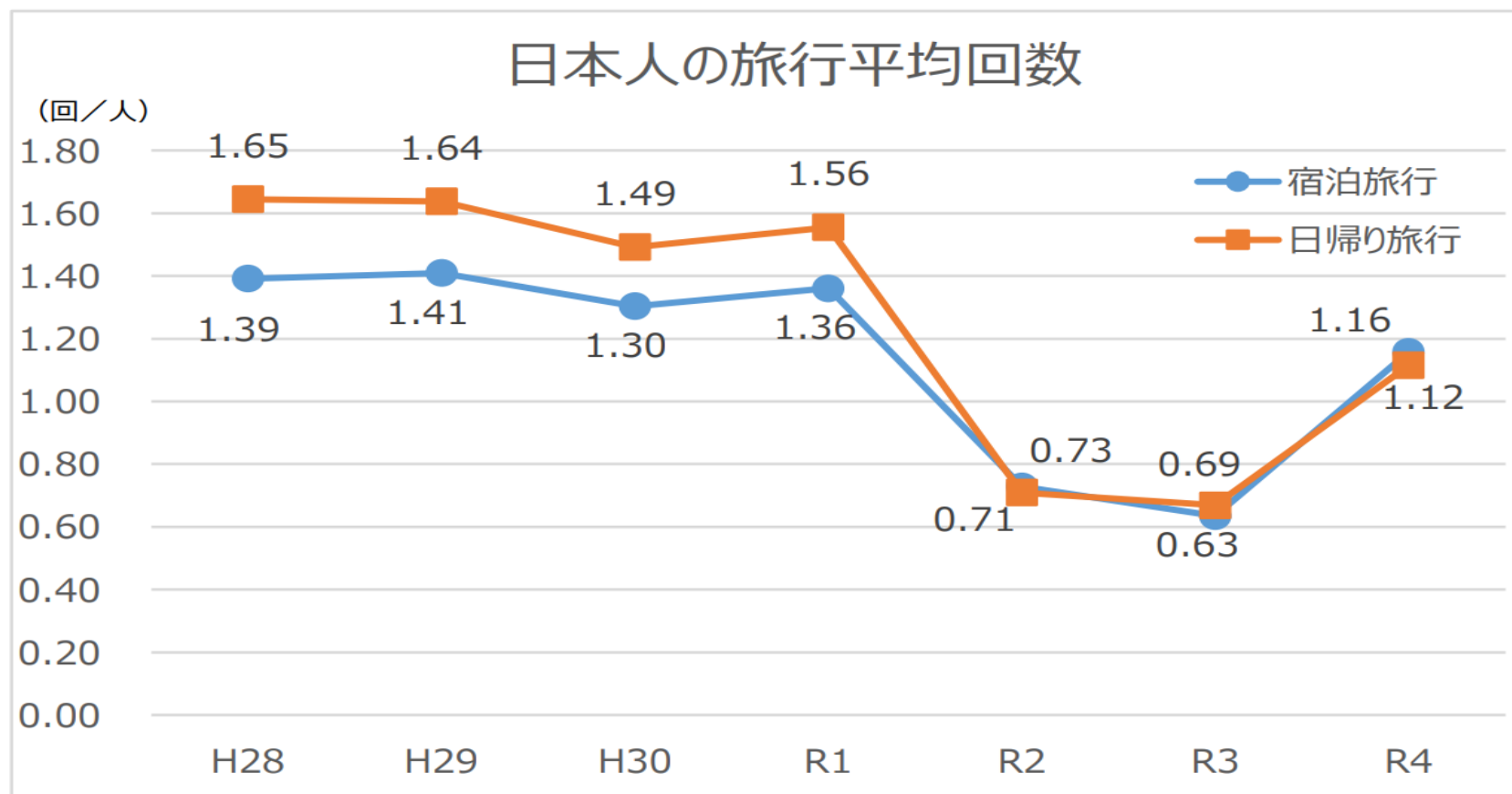
6 RETREAT（心身共に自分を取り戻す）の聖地

◆群馬県観光の特色

群馬県の観光

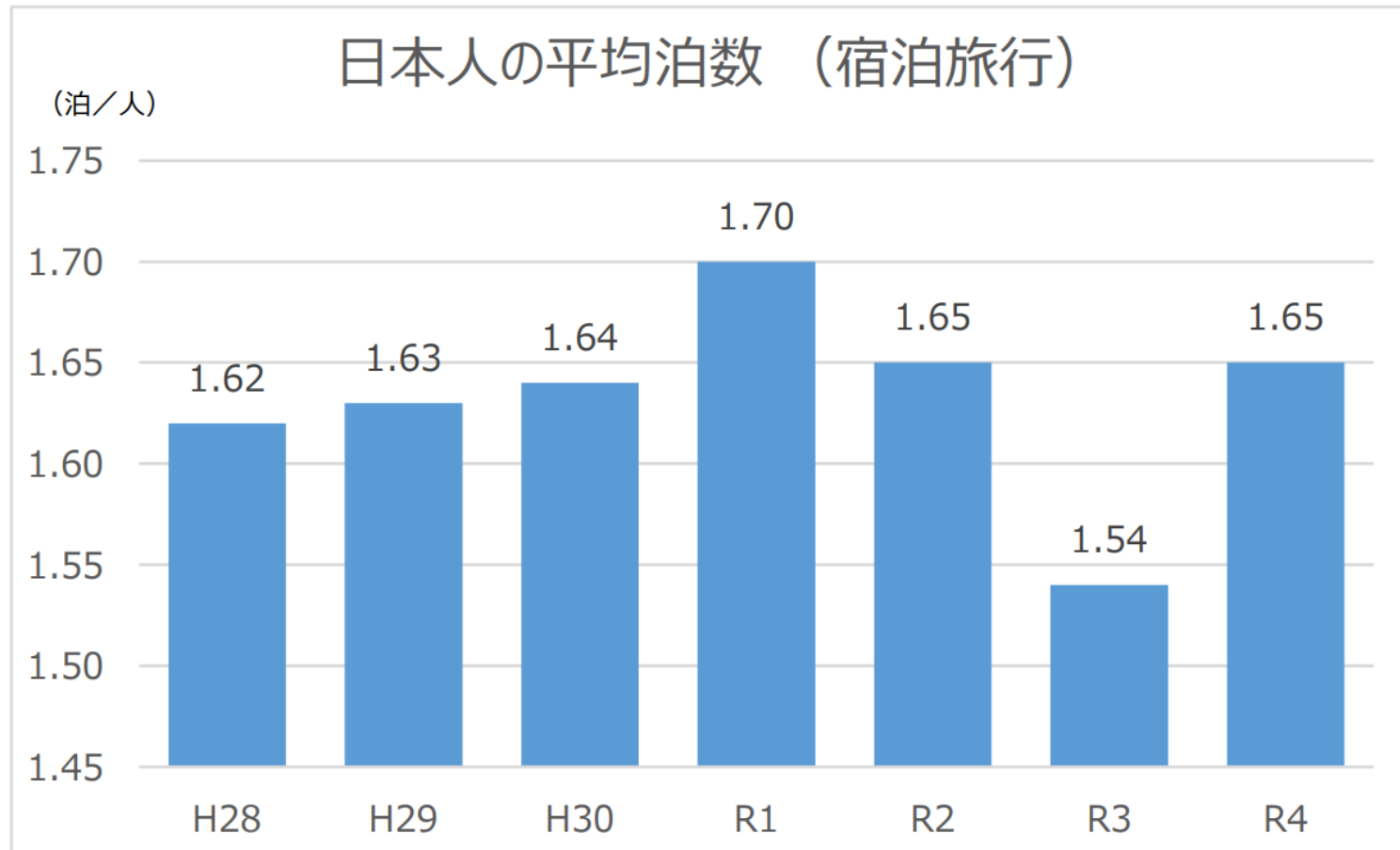
- ① 豊富な自然、温泉、歴史、文化、芸能、他 （タスキ掛け総合力観光・クロスセル）
- ② 首都圏からの好アクセス （高速道路・新幹線 但し2次交通が課題）
- ③ 首都圏がマーケット （日帰り⇒宿泊へ リピート化 滞在時間増加が課題）
- ④ 大きな災害が無い
- ⑤ 日本の四季が県内で体感できる （温暖～豪雪まで）
- ⑥ 特色ある温泉が豊富 （温泉文化 2028年ユネスコ無形文化遺産登録を目標）
(草津温泉は日本の温泉人気ランキング 20年連続1位)
- ⑦ ユネスコ登録

群馬県の観光（日本の現状）



観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

群馬県の観光（日本の現状）

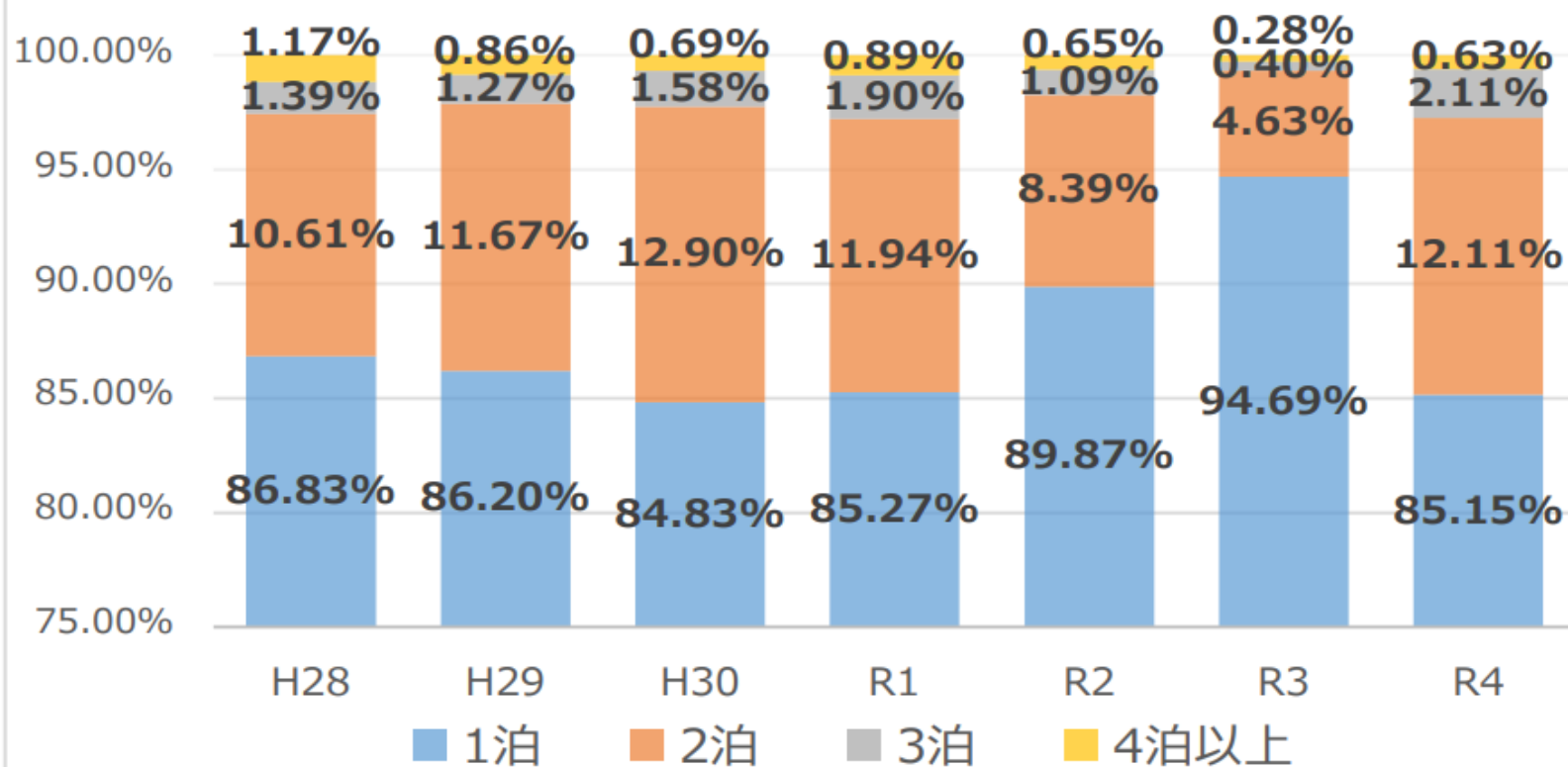


観光庁「旅行・観光消費動向調査」をもとに群馬県にて作成

群馬県の観光（群馬の現状）



宿泊旅行者の群馬県内宿泊日数に係る構成比

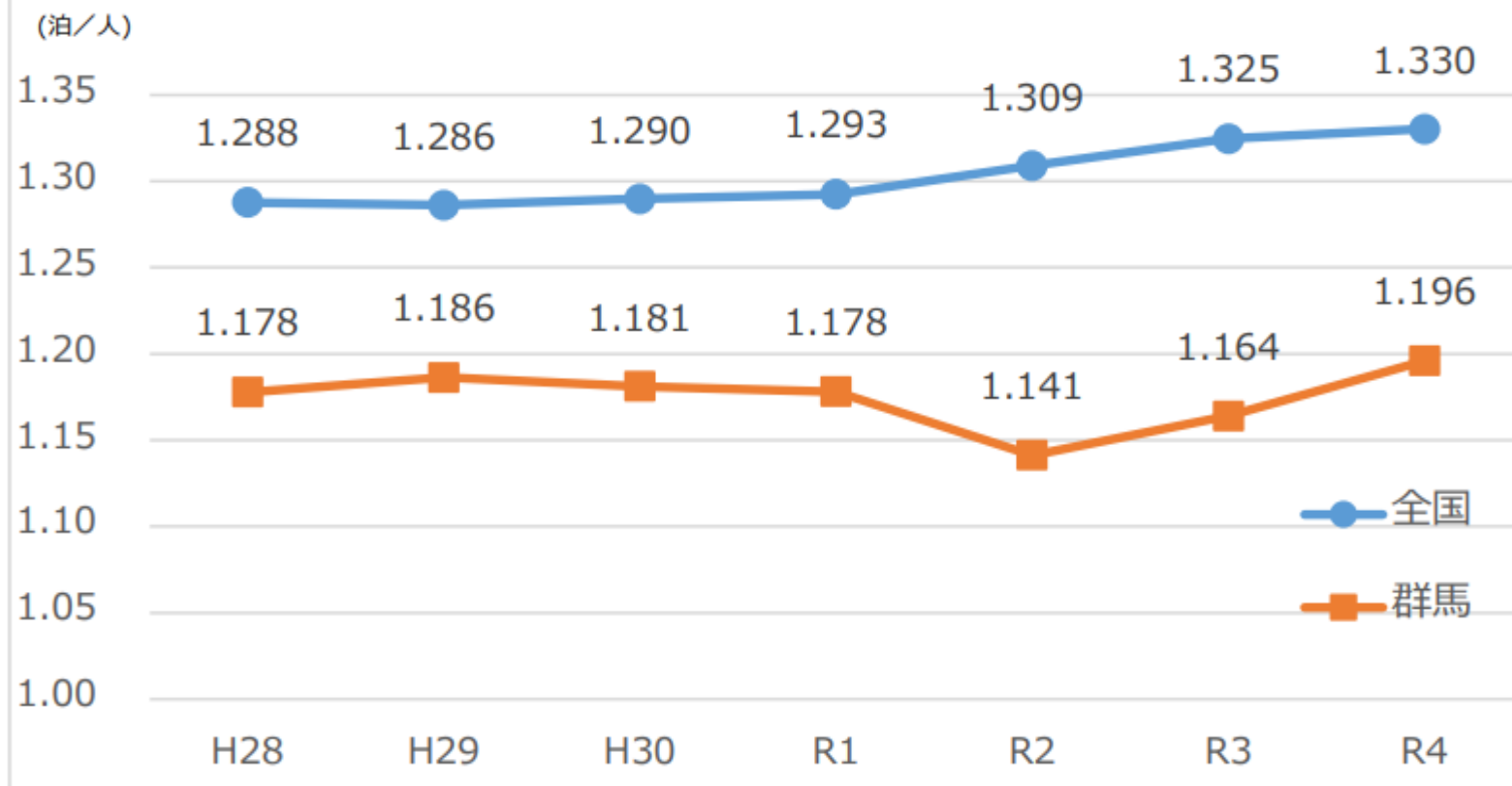


群馬県「観光地点パラメータ調査」結果より

群馬県の観光（群馬の現状）



宿泊施設 1 箇所あたりの宿泊者の平均泊数



観光庁「宿泊旅行統計調査」をもとに群馬県にて作成

群馬県の観光（群馬の現状）

2022年(令和4年) 旅行・観光消費動向調査による各指標の都道府県別順位

順位	延べ旅行者数		旅行消費額		旅行消費額単価	
	旅行の主目的地	(千人)	旅行の主目的地	(百万円)	旅行の主目的地	(円)
1	東京都	16,041	北海道	1,086,304	沖縄	130,718
2	北海道	15,314	東京都	1,065,700	三重県	89,210
3	静岡県	11,615	沖縄	771,749	青森県	72,736
4	大阪府	10,625	大阪府	716,864	北海道	70,937
5	千葉県	10,218	千葉県	712,613	千葉県	69,742
6	神奈川県	9,704	静岡県	536,629	石川県	68,857
7	長野県	8,806	神奈川県	513,076	大阪府	67,470
8	京都府	7,921	京都府	490,520	徳島県	67,393
9	愛知県	7,874	長野県	484,067	東京都	66,438
10	兵庫県	7,753	三重県	481,690	秋田県	62,191
11	福岡県	7,041	福岡県	420,441	京都府	61,923
12	栃木県	6,310	兵庫県	395,253	長崎県	61,488
13	沖縄	5,904	愛知県	383,779	広島県	61,181
14	群馬県	5,483	栃木県	289,752	宮城県	60,138
15	三重県	5,400	大分県	284,920	和歌山県	59,777
16	大分県	5,044	群馬県	281,587	福岡県	59,715
17	福島県	4,736	宮城県	271,502	岩手県	59,466
18	岐阜県	4,516	石川県	268,877	鹿児島県	58,562
19	宮城県	4,515	福島県	240,031	高知県	58,063
20	新潟県	4,460	新潟県	238,730	大分県	56,486
21	山梨県	4,115	広島県	223,346	熊本県	56,441
22	石川県	3,905	山梨県	206,641	長野県	54,971
23	埼玉県	3,705	長崎県	204,204	愛媛県	54,896
24	広島県	3,651	和歌山県	199,223	香川県	54,727
25	茨城県	3,527	岩手県	175,346	山口県	54,267
26	和歌山県	3,333	熊本県	172,274	鳥取県	54,145
27	長崎県	3,321	岐阜県	165,933	宮崎県	54,104
28	熊本県	3,052	埼玉県	159,127	新潟県	53,529
29	岩手県	2,949	鹿児島県	155,706	福井県	53,187
30	富山県	2,877	山口県	154,116	神奈川県	52,873
31	山口県	2,840	富山県	147,437	山形県	51,766
32	滋賀県	2,700	香川県	146,457	群馬県	51,353
33	香川県	2,676	愛媛県	139,002	富山県	51,250

宿泊旅行 1 回あたりにかかった費用（数値回答）

※各県への旅行件数ベース

※全体の1.0%トリム平均、かつ、有効回答



個人旅行の場合

※金額については百の位までの四捨五入で示しているため、合計が合わない場合がある。

※現地消費とは、旅行中に現地で消費した費用の合計。

具体的には、宿泊プラン・ツアー以外に追加で実施した、買い物、飲食、体験・観光、移動などの費用の合計であり、当該都道府県の「宿泊エリア」以外への周遊による費用も含む。

出典：株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター
「じゃらん宿泊旅行調査2023」

群馬県の観光（群馬の現状）

延べ宿泊者数における宿泊者居住地に係る構成比

（2019年・群馬県への宿泊における分析）

順位	都道府県	構成比
1	東京都	21.9%
2	埼玉県	15.6%
3	群馬県	14.4%
4	神奈川県	8.9%
5	千葉県	7.6%
6	国外	7.3%
7	茨城県	3.4%
8	新潟県	3.0%
9	愛知県	2.7%
10	栃木県	2.6%
17	山梨県	0.6%

首都圏（群馬県含む）
からの来訪が**75%**を
占める。

2019年 宿泊旅行統計調査 外国人延べ宿泊者数に係る 都道府県別構成比

順位	都道府県	構成比
1	東京都	25.38%
2	大阪府	15.50%
3	京都府	10.40%
4	北海道	7.61%
5	沖縄県	6.70%
6	千葉県	4.15%
7	福岡県	3.69%
8	愛知県	3.14%
9	神奈川県	2.81%
10	静岡県	2.16%
35	群馬県	0.25%

外国人旅行客平均滞在日数は

8. 8日間

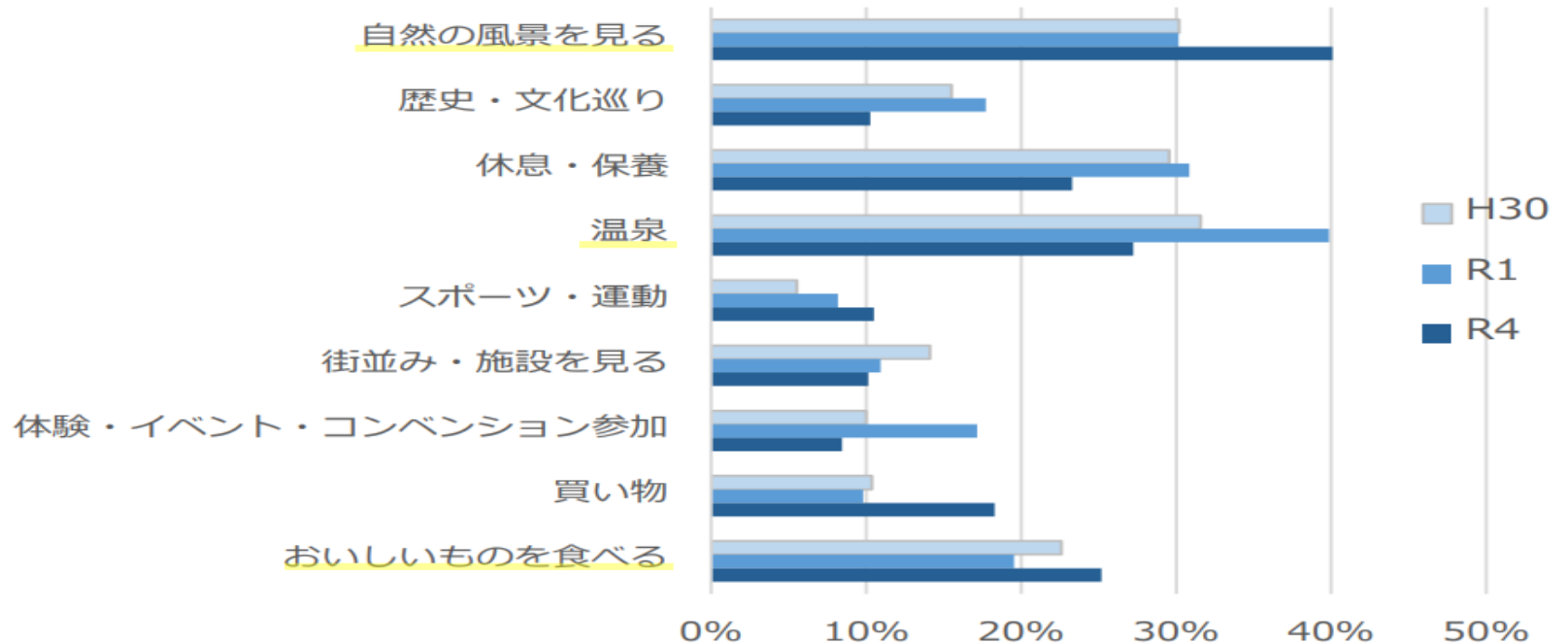
2030年6000万人目標

2024年3300万人推計（群馬30万人）

群馬県の観光（群馬の現状）



群馬県に訪れた観光客の主な観光目的



群馬県「観光地点パラメータ調査」結果より

インバウンド来日目的 1 伝統的文化体験 2 食
3 観光名所

群馬県の観光（温泉）



1 4大温泉地

草津温泉、伊香保温泉 = 集約型観光地（湯畑、石段街）
四万温泉 = 保養型観光地（国民保養温泉地第1

号）1954年

みなかみ温泉（18湯） = 点在型観光地（ユネスコエコパーク

BR）2017年

2 温泉関係

磯部温泉 = 温泉マーク♨発祥の地

伊香保温泉 = 温泉饅頭発祥の地

宝川温泉 = 世界No.1 シェア旅行ガイドブック「ロン

リープラネット」

が選ぶ日本の温泉トップ10に選

ばれる

草津温泉 = 20年連続 人気温泉日本1 強酸性泉

（205）

群馬県の観光（分析）



1 群馬県観光SWOT

Strength（強み）

温泉、自然資源豊富、四季を通して多彩なアクティビティ、豊かな農産物、
世界に誇る歴史や遺産文化の宝庫、首都圏から近く地理的優位性がある、
災害少ない

Weakness（弱み）

安・近・短の旅行傾向、2次交通インフラ不備、
インバウンド受入環境整備不足、長期滞在向けコンテンツ不足

Opportunity（機会）

宿泊日数の微増、インバウンドの増加、観光ニーズの多様化と客層の幅

拡大

群馬県の観光



1 群馬県の観光の目指すべき方向性

「GUNMA」を世界に誇るリトリートの聖地へ

リトリートとは、忙しい日常生活から離れ、心や身体を癒す

過ごし方。長期滞在化、高付加価値化、旅行者の平準化を

推進するもの。

2. 群馬県の観光施策

温泉文化



1 温泉県群馬から温泉文化（Onsen Culture in Japan）のユネスコ無形文化遺産登録を目指すのか？

① 日本の温泉100選 （観光経済新聞）

草津温泉20年連続1位 （自然湧出量も日本1）

毎分32,000ℓ 一日にドラム缶約23万本分の温泉が湧き出

る

② 全国の温泉地（2971カ所）ベスト50位以内に5つの温泉地が入

る

草津温泉、伊香保温泉、万座温泉、四万温泉、みなかみ18湯

③ 上毛かるた

温泉文化



④ ユネスコ3大遺産事業

世界遺産： 富岡製糸場と絹産業遺産群

世界の記憶： 上野三碑

無形文化遺産： (温泉文化 2028年目指す)

5大 ex. 生物圏保護地域BR：みなかみ

ジオパーク：(下仁

田、

2

温泉文化はなぜ「ユネスコ無形文化遺産」にふさわしいのか

総数でも面積あたりでも抜きんでいる日本の温泉数・源泉数

温泉数世界ランキング(山村順次『世界の温泉地：発達と現状』2004年 日本温泉協会)

	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位
国名	日本	中国	アイスランド	イタリア	ドイツ	ハンガリー	フランス
温泉数	3,102	3,000	280	200	136	135	104
国土面積(万km ²)	38	960	10	30	36	9	55
温泉数/万km ²	81.6	3.1	28.0	6.8	3.8	15.0	1.9
源泉数	27,000	?	?	?	?	?	1,200

火山性・化石海水型・深層地下水型と起源も多様、泉質も多様(10種)

世界一かつ多様な泉質と起源の温泉立国という立地環境を活かして
温泉入浴(熱水浴)を創造し
暮らしの不可欠な要素(社会的慣習)としてきた日本人

世界ランキング 日本1位
温泉地数、源泉数、温泉密度

温泉文化



知って、話して、体験する、群馬の奥深い魅力発見マガジン

tsulunos PLUS

[ツルノス・プラス]
QUARTERLY MAGAZINE

ツルノメ

群馬発、世界に誇る温泉文化

12 | 2022 Dec. vol.10

ぐんま広報増刊号
保存版



ツルハシ：塩輪

群馬でよく見かける塩輪とは何か？意外な見た目からは想像も付かない、奥深い塩輪の世界を研究！

ツルノショク：オリーブ

群馬でオリーブ？実は、本州では数少ない栽培地の群馬県。たわに実るオリーブとオリーブオイルをぐんまちゃんがおいしくレポート！

ツルノカゾク：神流町恐竜センター

冬の外出かげでどこへ行く？今語り部する場所は、神流町恐竜センター。迫力の骨格展示など、群馬で恐竜の魅力に触れてみよう！

02 温泉の文化的価値を見つめ直す

温泉は自然からの贈り物 心と体を清め癒やす習慣

雨や雪が地面に浸透し、長い歳月を経て、地中から湧き出る温泉は、古来から「心と体を清め癒やすもの」として親しまれてきました。温泉が湧き出ることにより入浴をする人が集まり、宿が生まれ、温泉街、湯治場、病の回復を祈る温泉神社ができ、地域が発展しました。地域の土産、飲食、芸能などに関わるさまざまな人々と、温泉を生み出した土地の自然、地域の歴史など、日本では温泉を起点に「文化」がつくられてきました。そんな温泉文化を守り継承するために「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録を目指しています。（深津さん）

取材協力

あかつたくや 深津卓也さん／かみちく 上牧温泉 辰巳館 代表取締役社長、みなかみ町観光協会理事、県温泉協会 専務理事、日本温泉協会 監事。



県内各地で温泉を中心に文化がつくられてきた写真：「ググっとぐんま写真館」から転載

無形文化遺産登録に向けて活動中

本県では「温泉文化」のユネスコ無形文化遺産登録を目指し、関係団体などをサポートするために、さまざまな取り組みを行っています。3・4年に「温泉文化フォーラム」を開催した他、他の温泉県と連携した全国的な機運醸成に取り組んでいます。

温泉文化



① 降水量（雪） 1 インドネシア 2 フィリピン 3 日本

地熱 1 アメリカ 2 インドネシア 3 日本

森林率 1 フィンランド73.9% 2、3 日本・スウェーデン68.2%

② 泉質10種 火山性・化石海水型・深層地下水型、起源も泉質も多様

草津・・・火山系 熱い

みなかみ・・・化石海水型 谷川岳 数百万

年前地殻変動

摩擦熱でゆっくり温められ

る 温度とミネラル

温泉文化



れを

温泉には、歴史や信仰のある温泉地や湯治文化、心身の疲れを癒す旅館など古き良き日本の文化が息づいている。

に玉造温泉

び入れば

古くは1300年前に書かれ今日に伝わる「出雲風土記」

（島根県）が「いで湯に一度入ると容姿が美しくなり、再び入れば万病が治る」と綴られている。

利用が

能なエコ

古事記、日本書紀、万葉集など温泉地を描いたものや温泉記されている。また、自然の恵みを生かした温泉は持続可

循環システムを持ち、温泉の中では裸になり誰でも平等で

温泉文化



⑤ 日本の温泉と海外の温泉の違い

本	日	
	海外	
用途	入浴（熱水浴）	飲泉や医
療行為の一部		
汚れを落とす場所	洗い場	バスタブやサ
ウナ		
かけ湯	必須	不要
浴槽	温まるい場（共同利用）	洗い場（個
人利用）		

温泉の入り方

外国人だけでなく日本人もマナーをもう一度確認しましょう



温泉文化



3 温泉文化無形遺産登録への流れ

① 経緯

2018年 「温泉文化世界遺産研究会」発足 群馬県議（自民党）

「群馬の温泉文化研究会」関係者入れ設置
「温泉文化ユネスコ無形文化遺産登録推進協議会」発足

2021年 「温泉のユネスコ無形文化遺産登録シンポジウム」開催

星野リゾート社長、ミヤザキマリ氏講演 **in** 草津

2023年 政府骨太の方針2023が閣議決定され温泉・旅館について

お伝えしたいこと（辰巳館と私）



「接人如春」

挨拶は先に、小さなことでもありがとう、素直にごめんなさい

と言える人に

- ・ 人に接すること春の如し

幕末の儒学者 佐藤一斎の言葉

- ・ 人に接するときは、常に春の陽気のように温かく明るく朗らかに、そして
爽やかに接しましょう

言誌四録 「春風秋霜」 より

「挑戦と創造」

3C

(Challenge, Create, Change)+SC(Speed, Continue)

- ・ 私たち旅館の商売は、モノを売るのではなく、大切な思い出や記憶売る商
売

衣食住、 24時間体制、様々な仕事内容、チームワークの大切さ

One for All, All for One, and All for Guest

お伝えしたいこと 宿とは・・・、旅とは・・・



宿とは・・・ 宿の資源は屋根の下だけではない！

- ・ 家に人、百人と書く
- ・ 日本秘湯の会、会長との出会い たった一人のお客様のために・・・できな

くて

どうして、百人ものお客様を満足させるいことが出来ようか？

1時間かけて山を降りて迎えに行く cf 当館ではお祝い事多く、写真、

ケーキ

1時間かけて取りに行く 三世代の集まり（「アルバム」） 毎日がチェック

イン・アウト

かけがえのない楽しみにしていた家族旅行 最後の思い出、久しぶりの旅

行・・・

喜ばれることも「人」 残念な出来事も原因はやはり「人」が原因 cf コン

ビニA or B

何万もの支払い 形に残らない 心に残る思い出

お伝えしたいこと 三感応、観光＝共感



「三感応」 1 感性 2 感動 3 感謝
の循環

「地域ブランディングと共感マーケティング」

1 水源郷 みなかみ Water Shangri-La Minakami 「水源郷」

Find your Oasis 「山水郷」 日本列島回

復論 井上岳一

地域ブランドとは、商品やサービスに地域性を加えストーリーや明確なコンセプト

により価値が高まること

＜ 3つの重要戦略＞①ブランディング②デジタルマーケティング③インバ

お伝えしたいこと 感動の4つの領域

- 1 期待を上回る感動
- 2 予期せぬ感動
- 3 サプライズの感動
- 4 心に込み上げる感動



家族でもない他人にやさしく出来る人、温かい思いやりの心のある人、人の喜びを自分のことのように幸せと感じられる人 「温」 温かい思いやりの心 中村元氏

「仕事のやりがい」、「働きがい」とは、会社の大きさ、賃金の多さ、休日
の多さだけでは生まれない 一口土俵での休業が教えてくれた大切な

海外のDMOから見た観光の魅力と役割

・DMO (Desination Marketing Organization)

観光地域づくり法人 稼ぐ力を引き出し地域への誇りと愛着を醸成する
観光地

経営の視点に立った戦略的組織（合意形成、分析、戦略的プロモーション）

・ニュージーランド クイーンズタウン (QT)

2010年 町長、観光商工課、アウトドア業者、観光協会で視察
人口2万人（約80%が観光業に従事） 世界的なアウトドアのメッカ
安全基準、品質認証制度（クオルマーク）、i-site（全国90か所のネットワーク）

もつ公式観光案内所） Destination Queenstown(DQ)観光局は行政から

独立した組織の観光局 (DMO)

会員700社売上の一律0.5%が会費 約3億円予算 役割と責任明

「オンパク」企画充実

北
関
東

スリッパを使った卓球大会など、ユニーク企画が特徴(昨年の様子)



時期が夏休みと紅葉シーズンの端境期ということもあり、参加する人は主

なか、優秀な外国人を呼
び込み、産業の空洞化を
い。例えば、在留資格が

多士放談

に備える。
政府は来年4月から
として戻す。
0万円)を

小規模の体験交流型プログラムを集中開催する「みなかみオ

「バンク」が、みなかみ町全域で展開されている。プログラムは町民が企画したもので、自然や歴史に触れたり、アウトドア体験などさまざま。深津卓也・運営委員長(50)に、狙いや展望を聞いた。

「オンパク」という意味は「まじりなじみがない」。

「境界を越えた」の副題で、
1年に別府観光が始まった。当時、視察に行ったが、旅館だけ
でなく、小料理店や美容院など
が数多く、交流の場になっ
てた。従来の観光キャンベ
ーとは違い、地域の魅力や良い
ところを見つめ直し、再認識し
ようとしているように思えた。
—みなかみで開催する理由
は、
地域が元気で、そこで暮らす

みなかみオンパク
運営委員長 深津 卓也氏(50)

体験型プログラム

体験してみないとわからない

企画する人、プログラムの参加者とも増えている。ある飲食店は毎週、新メニューを考え、それが高く評価されるなどビジネスに結び付けている。参加者の中から新しいアイデアが生まれており、成果は出ている。課題もありそうだが、

約1カ月間、ほぼ毎日、プログラムを開催している。公募した80くらい企業のなかから、危険なものや商業的なものを除き、「感動できる」「共感できる」「交流が生まれる」を基準で4社に絞った。小さなプログラムを、短期間に集めて、目下、よく行っている。

感動、交流 質高め提供

ふかつ・たぐや 1963年、みなかみ町生まれ。早稲田大卒。商社勤務を経て、91年に上牧温泉「辰巳館」に入社。2006年に社長就任。県温泉協会専務理事などを兼務。



ことが多し、まず1回、体験！ どのお得意さんに「こんな直ぐにでもう方法を考えて。目指している企画がありますよ」と薦めてするのは参加人数やプログラム数、もっとう。それをリリースし、長くを増やすより、クオリティーを 続けたい。

「今後の展開は、みななかみオンパクは、6の両日イベントに『木下9日』『みど21日』『みど考座』など合わせは、0278・62

トピックス

21日まで。5. 上温泉/バル、細工体験、なな温泉を聞く。間町観光協会（4041）へ。

トピックス

21日まで。5、6の両日に飲み歩きイベント「水上温泉バレ」、19日に「桐細工体験」、21日は「みなかみ温泉考座」などを開く。問い合わせは町観光協会（☎0278・62・0401）へ。

「事業一覧」の番号・改修工事内容と一致するように改修事業について記載してください。必要に応じてこちらのスライドを追加し

てください。改修工事内容① 116号室

改修工事前



改修工事後



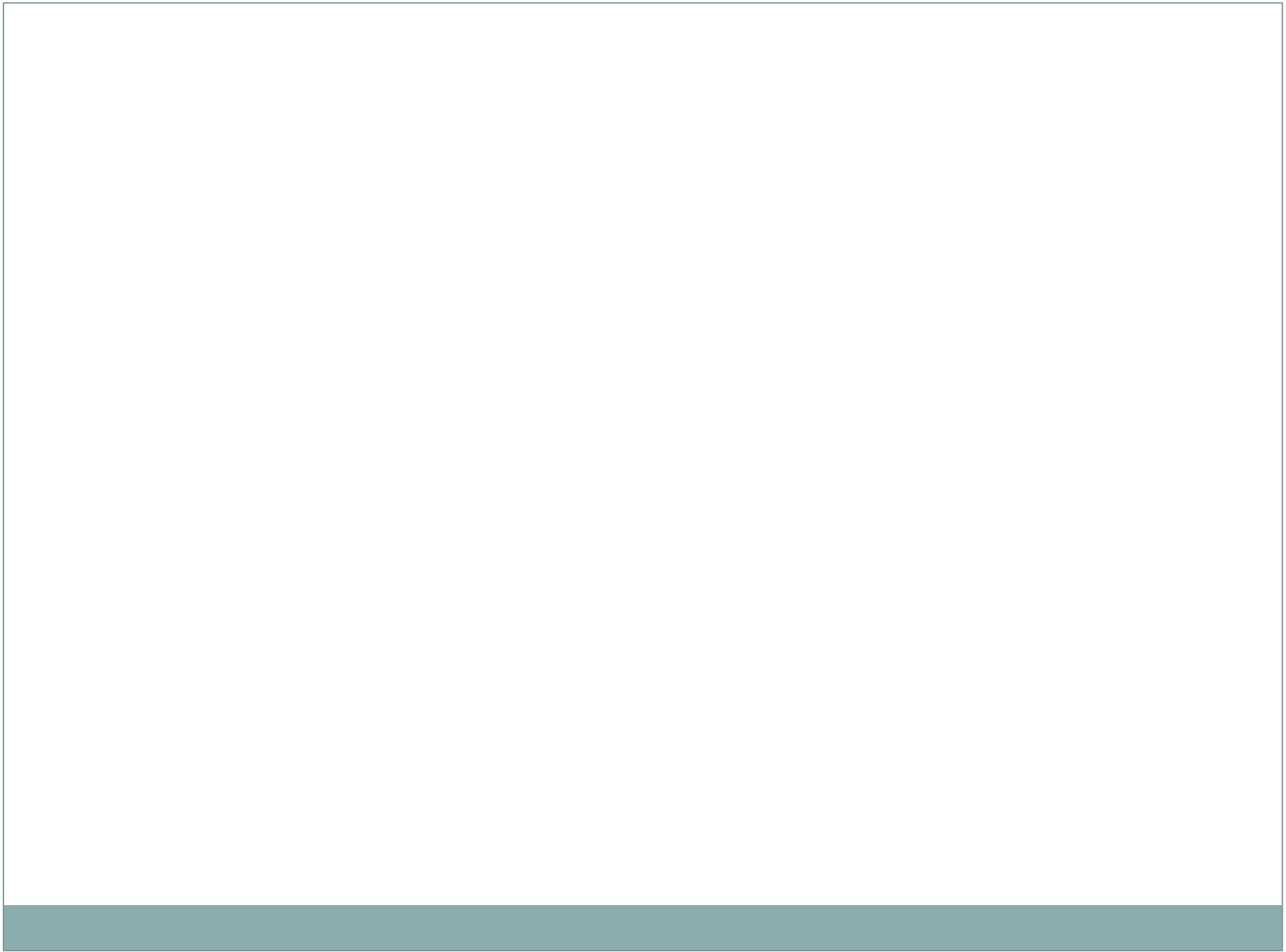
改修工事内容② 111・211・311号室

改修工事前



改修工事後



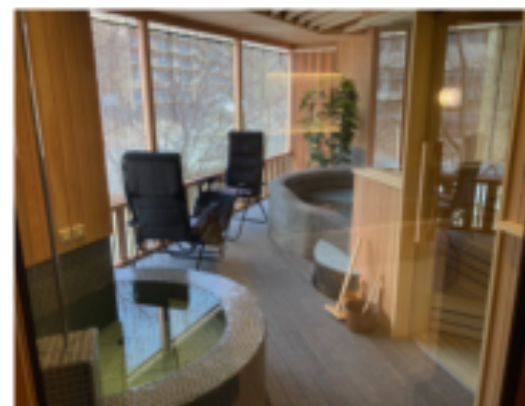


高付加価値化事業による収益力向上事例

○みなかみ町（みなかみ温泉）：ホテル辰巳館

※地域一体となった観光地の再生・観光サービスの高付加価値化事業（令和3年度経済対策予算）による改修内容

- ・個人客を中心とし客室露天風呂とサウナ付き客室に改修する。
- ・ベッド化、和ベッド化による布団敷他清掃の負担軽減をする。
- ・改修前後の客室単価：15,000 円/人→ 33,000 円/人



最後に



・観光の資源・魅力は「人」と「自然」に集約される⇒地域一体が**群馬県全体**で

・コロナ禍で改めてみなかみの自然の有難さ、人との繋がり「**結**」の大切さを痛感する

・観光地づくりから観光**地域**づくりへの転換（地元住民＞観光客）地域の魅力再発見

・小さい頃（こども）からの地元感動体験の積み重ねが「郷土愛」を育む

・観光＝「共感」を生むか？ 三感応（感性、感動、感謝）の循環へ 4つの感動の領域

宿だけでなく、みなかみの自然と人との共生を通して、人に感動と喜びを与える仕事

・3K（環境、観光、健康）⇒3K（感動、共感、共生）⇒リピーター⇒移住（Iターン）

・ウェルネスツーリズム、グリーンツーリズム、エコツーリズム、アウトドア



ご清聴ありがとうございました！

