

佐野市観光立市推進基本計画



平成22年10月

佐野市

市長あいさつ



本市は、「観光立市」、すなわち観光による地域振興・まちおこしを推し進めております。

本年度から取り組みが始まりました佐野市総合計画「中期基本計画」では、「観光立市の推進」を、本市のまちづくりを推進するにあたり、特に重要でかつ先導的な役割を持つ施策横断的な取り組み(リーディングプロジェクト)として位置づけております。

観光立市の目的は、一言で言って「住んでよし、訪れてよし」の佐野市を築きあげていくことです。市民の方が「住んでよかった、これからも住み続けたい」という満足度の高い地域づくりを推進すること、そしてさらには、多くの方に本市に来ていただき、「訪れてよかった、住んでみたい」と実感していただくまちづくりを推進することです。

この「観光立市推進基本計画」はその実現のための第一歩となるものです。

地方自治体を取り巻く環境は年々厳しさを増しておりますが、市民の皆様とともに、創意工夫をこらし、「住んでよし、訪れてよし」が実感できるまちづくりに取り組んでまいりますので、皆様方の更なるご理解とご協力をお願い申し上げます。

平成22年10月

佐野市長 岡部正英

目 次

1	計画策定の背景と目的	1
(1)	計画策定の背景	1
(2)	目的	1
2	観光を取り巻く動向	3
(1)	社会情勢の変化	3
(2)	国民の意識	3
(3)	人口の推移	5
(4)	高度情報社会、国際化社会の進展	5
(5)	観光関連支出の動向	6
(6)	観光形態の変化	6
3	佐野市の観光を取り巻く現状	7
(1)	観光客数の推移	7
(2)	交通アクセス	7
(3)	時間距離から見た行動圏と人口	7
(4)	観光資源	9
①	豊かな自然環境	9
②	歴史・文化・伝統工芸	9
③	文化・学習施設	9
④	商業・レジャー施設	9
⑤	イベント	10
⑥	特産品・食文化	10
⑦	宿泊施設	10
4	観光振興に向けての課題	11
(1)	観光資源の活用、発掘	11
(2)	市民の意識改革	11
(3)	観光客受入体制の整備	11
(4)	交流できる観光の推進	11
(5)	広域連携の推進	11
(6)	多様な情報発信	11
5	計画の期間と目標	13
(1)	計画の期間	13
(2)	目標	13
6	基本施策	14
(1)	魅力ある観光地の形成と国際観光の推進	14
①	観光資源の整備	14
②	新たな観光資源の開拓	14
③	交通体系の整備	14

④国際化への対応	14
(2) 観光の振興に係る人材育成とおもてなしの心の醸成	15
(3) 観光客アップに向けた戦略	15
①民間事業者との連携強化	15
②広域観光の環境整備	15
③効率的・効果的な観光PRの取り組み	15
(ア) 佐野市のイメージ形成	15
(イ) 観光客のニーズ調査	16
(ウ) 情報媒体の活用	16
(エ) キャンペーンによる情報発信	16
(オ) 発地情報と着地情報	16
(a) 発地情報	16
(b) 着地情報	17
(カ) 対象別情報発信	17
④新たな誘客への取り組み	17
(4) 観光産業の振興と地域の活性化	17
①「さのブランド」化の推進	17
②観光事業者との連携	17
③様々な環境の整備	17
7 行政と市民・地域との連携の強化	18
資料編	19～24

1 計画策定の背景と目的

(1) 計画策定の背景

観光とは、「日常生活地を離れ、他地域の生活ぶり・たたずまいを観る」行為です。それも単に見るのではなく、「五感を通じて感じて観る」ものであり、「人間の喜び、生きがい、幸せ、そして自己発見につながる行為」です。また、「平和のときに、より享受できるものであり、そしてときには平和をもたらす」ことにもなるすばらしい行為です。

「観光」の語源は中国の五経の一つである「易経（えききょう）※1」における「観国之光（国の光を見る）」こととされ、その原点は人々の暮らしを見るとともに地域住民が自ら光を示すことであるといわれています。

歴史的に、観光という言葉が国内で初めて使用したのが、江戸時代に佐野の地を治めていた堀田佐野藩の藩校「観光館」です。また、観光の基本である「おもてなしの心（ホスピタリティ）」が、佐野源左衛門常世の「鉢の木物語」に表れていることなどから、「観光立市」として推進するための歴史的な下地があります。

観光振興は、地域経済の活性化、雇用機会の増大、国民の健康の増進、潤いのある豊かな生活環境の創造、国際相互理解の増進などに寄与するものとして、国において平成18年「観光立国推進基本法」を制定、平成19年同法施行、「観光立国推進基本計画」を策定、平成20年には「観光庁」が設立されました。

栃木県においては、多くの人たちが活発に交流する、魅力と活力に満ちた「観光とちぎ」づくりを推進するため、平成18年に「観光立県とちぎ推進本部」を設置し、重点的な取組として「フィルムコミッション」、「観光基盤整備」を掲げ推進しています。

※1「易経」とは周の時代にまとめられた儒教の基本テキスト五経の筆頭に挙げられる経典のこと

(2) 目的

観光立市の目的は、一言で言うと「住んでよし、訪れてよし」の佐野市を築きあげていくことです。満足度の高い地域づくりを推進して市の繁栄と発展を実現することで、市民の方が「住んでよかった、これからも住み続けたい」というまちづくり、多くの方に本市に来ていただき、「訪れてよかった、住んでみたい」と実感していただくまちづくりを推進することです。

そのためには、本市全体を観光資源とすることが必要であり、具体的には地域の人々の暮らしや文化、人との交流、地域産業の体験などを通じて地域住民と共鳴するすべての行為、空間、雰囲気、施設、環境そして、自然豊かな災害の少ない地域、交通の要衝としての地の利、さらには、医療、教育、文化、行政の機能が集積した都市機能を含め、全てを本市の観光資源とするということになります。

住みやすいところに人は集まり、人の活動そのものが地域発展の原動力となり

ます。その観光資源を有効に活用することが地域の発展となり、本市の発展につながるることになります。

本市では、平成22年3月策定の「総合計画 中期基本計画」において、「観光立市の推進」をリーディングプロジェクトとして掲げ推進することとし、「観光立市推進基本計画」を策定するものです。

2 観光を取り巻く動向

(1) 社会情勢の変化

我が国の景気は、平成14年から回復が続いてきましたが、平成20年の世界の金融危機を契機として世界的に景気が後退する中で、急速に悪化し、平成20年度の国内総生産（GDP）の実質成長率は、マイナス3.3%と戦後最悪のマイナス成長となりました。

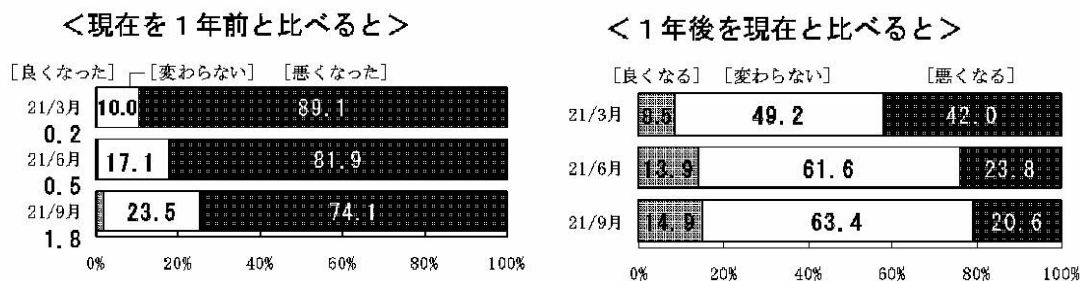
雇用情勢は急速に悪化しており、厳しい状況にあります。完全失業率は上昇しており平成21年5月は5.2%、完全失業者数は7か月連続で増加し同月に347万人となりました。

(2) 国民の意識

人々の生活意識や、勤め先での雇用・処遇の不安感の動向にも悪化傾向が見られます。日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」（平成21年9月調査）の景況感については、現在（1年前対比）、先行き（1年後）とも、「良くなった（良くなる）」、「変わらない」との回答が増加した一方、「悪くなった（悪くなる）」との回答は減少したことから、景況感動向は改善しているとされています。

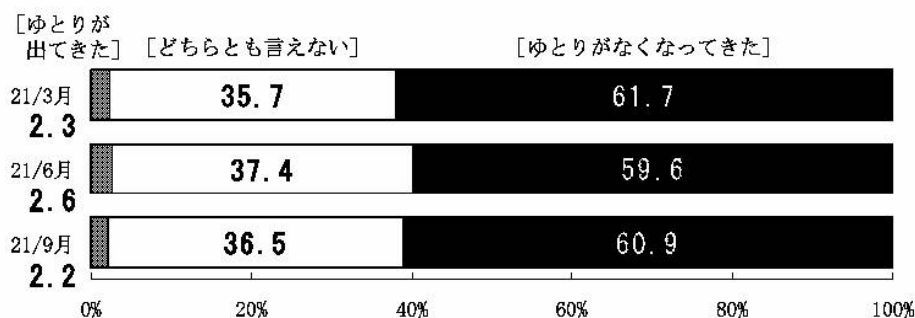
景況感

資料 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」（平成21年9月調査）



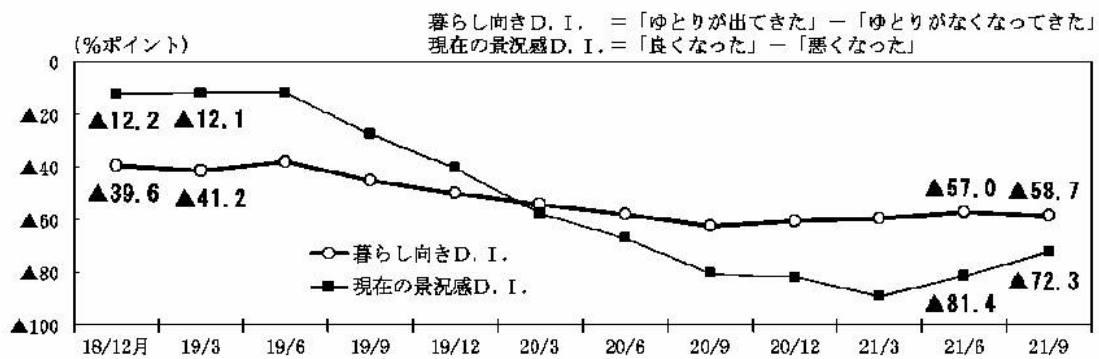
一方、現在の暮らし向き（1年前対比）については、「ゆとりが出てきた」との回答が減少し、「ゆとりがなくなってきた」との回答が増加したことから、暮らし向き動向は悪化しているとされています。

現在の暮らし向き



資料 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」（平成21年9月調査）

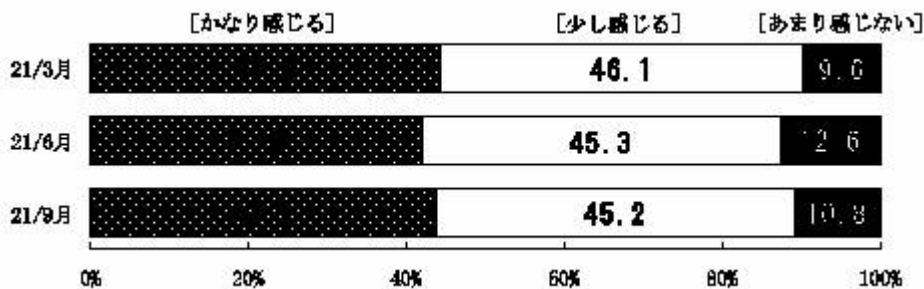
暮らし向きD. I. の推移



資料 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」(平成21年9月調査)

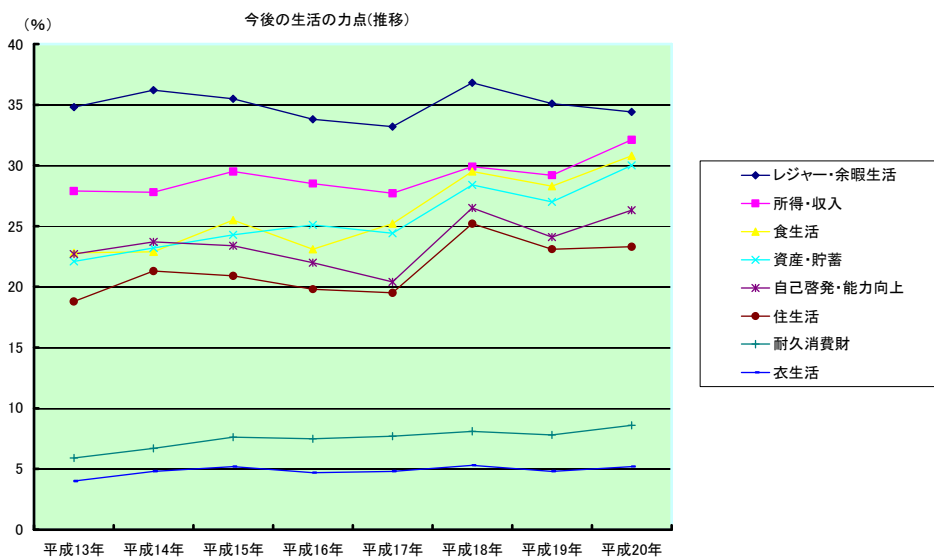
また、1年後を見た勤労者の勤め先での雇用・処遇の不安については、「あまり感じない」との回答が減少する一方、「かなり感じる」との回答が前回調査に比較し、増加しました。

1年後を見た勤め先での雇用・待遇についての不安



資料 日本銀行「生活意識に関するアンケート調査」(平成21年9月調査)

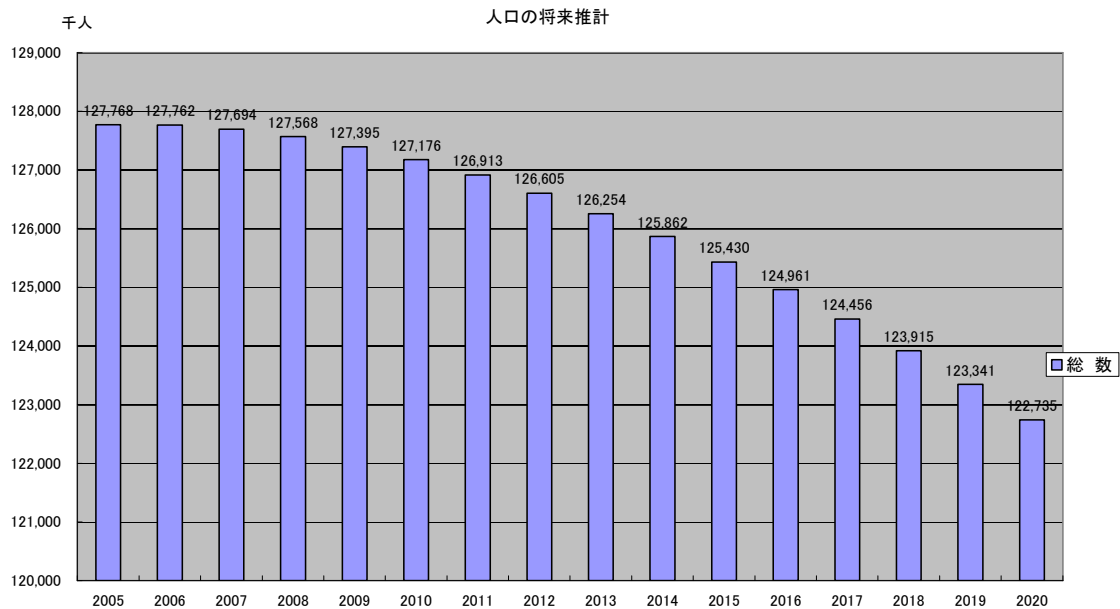
しかしながら、平成21年国民生活に関する世論調査によると、今後、生活の力点を何に置くかとの調べでは、「レジャー・余暇生活」を挙げた人の割合が減少傾向にはありますが、33.9%と最も高くなっています。



資料 内閣府大臣官房政府広報室「国民生活に関する世論調査」平成21年

(3) 人口の推移

国勢調査を基に国立社会保障人口問題研究所による人口推計では、日本の総人口は長期の人口減少過程に入りました。



人口統計資料集2008 国立社会保障人口問題研究所

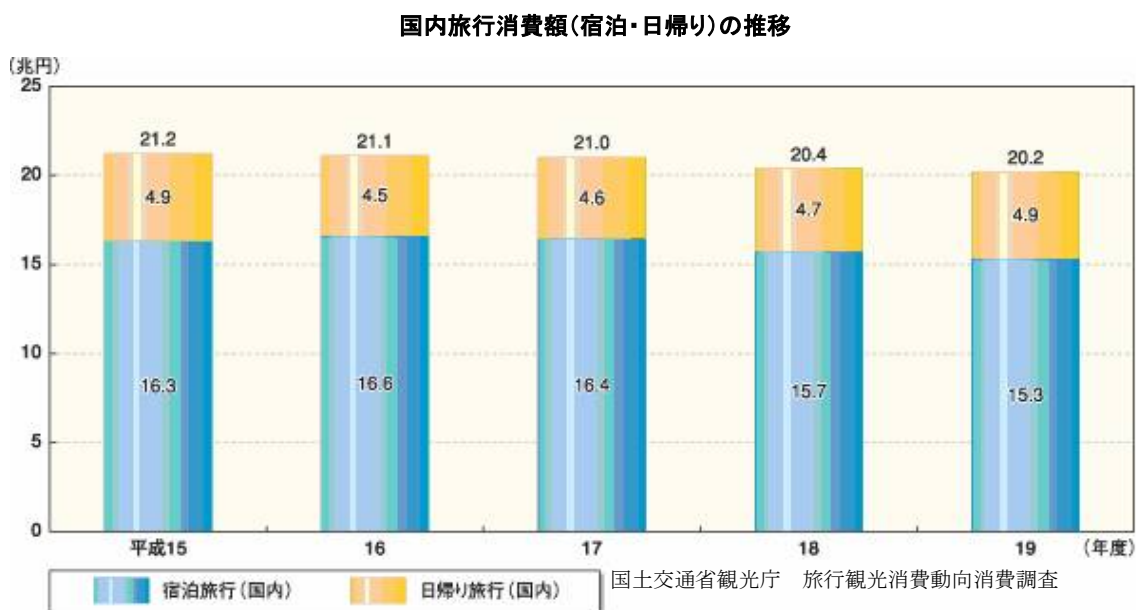
(4) 高度情報社会、国際化社会の進展

わが国の社会においては、高度情報化が進み、生活や社会・経済環境は大きく変化しています。特にインターネットの普及により、個人がいつでもどこでも簡単に情報を収集、発信できるようになり、パソコンや携帯電話は生活必需品になってきています。

また、それと同時に社会の国際化も進み、人・モノ・カネ・情報が国境を越え活発に行き来する時代を迎えています。

(5) 観光関連支出の動向

国民の国内旅行消費額の推移について、宿泊旅行、日帰り旅行それぞれを見ますと、日帰り旅行の消費額は平成17年度以降3年連続で増加しているのに対し、宿泊旅行は平成15年度の16.3兆円から平成19年度の15.3兆円と1.0兆円減少しています。宿泊旅行の消費額の規模は、日帰り旅行の約3倍の規模がある一方、近年の落ち込みが大きく、国内旅行消費額を押し下げていることが分かります。



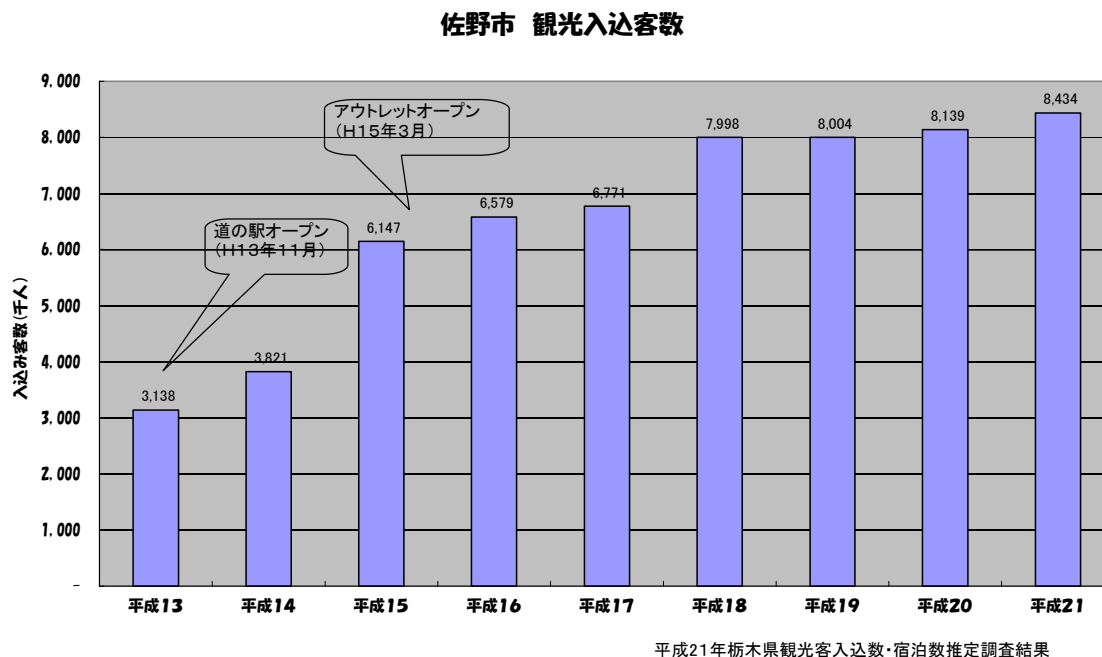
(6) 観光形態の変化

経済低迷による企業の財務体制の弱体化と、国民の価値観やライフスタイルの変化などにより、会社の慰安旅行などの団体旅行が減少し、家族や友人・知人等と出かける個人・小グループ旅行が増加しています。また、観光情報の入手も容易になり、パッケージ商品ではなく、個人の好みや興味・関心にあわせた行動をとることができるようになったため、観光地は多様性だけではなく、個人のニーズに合致した個性的な取り組みが求められるようになってきました。

3 佐野市の観光を取り巻く現状

(1) 観光客数の推移

平成13年には年間314万人だった観光入込み客数が、道の駅“どまんなかたぬま”や佐野新都市地区の大型商業施設のオープンにより、平成21年には843万人を数えるにいたりました。佐野厄よけ大師などを含めこの高い集客力は、市のにぎわいを創出しています。



(2) 交通アクセス

本市は、首都東京から70km圏内にあり、2つのインターチェンジを有しています。

東北自動車道の佐野藤岡インターチェンジのほか、平成23年春には全線が開通となる群馬、栃木、茨城を横断的に結ぶ北関東自動車道（以下「北関道」という。）に、佐野田沼インターチェンジが開設されました。

鉄道網ではJR両毛線と東武佐野線が乗り入れています。また、東京駅や新宿駅等の都心部や、羽田空港や成田空港と結ばれる高速バスも運行されたことにより、鉄道と道路の広域高速交通網が整備され、北関東の玄関口として交通の要衝となっています。

(3) 時間距離から見た行動圏と人口

観光客の行動圏は、活動内容（スキー、ゴルフ、ショッピング、テーマパーク等）により変化するが、概ね2時間程度という研究結果があります。行動圏は、逆に言えば本市の誘致圏となり、その関係を表したのが次の図です。

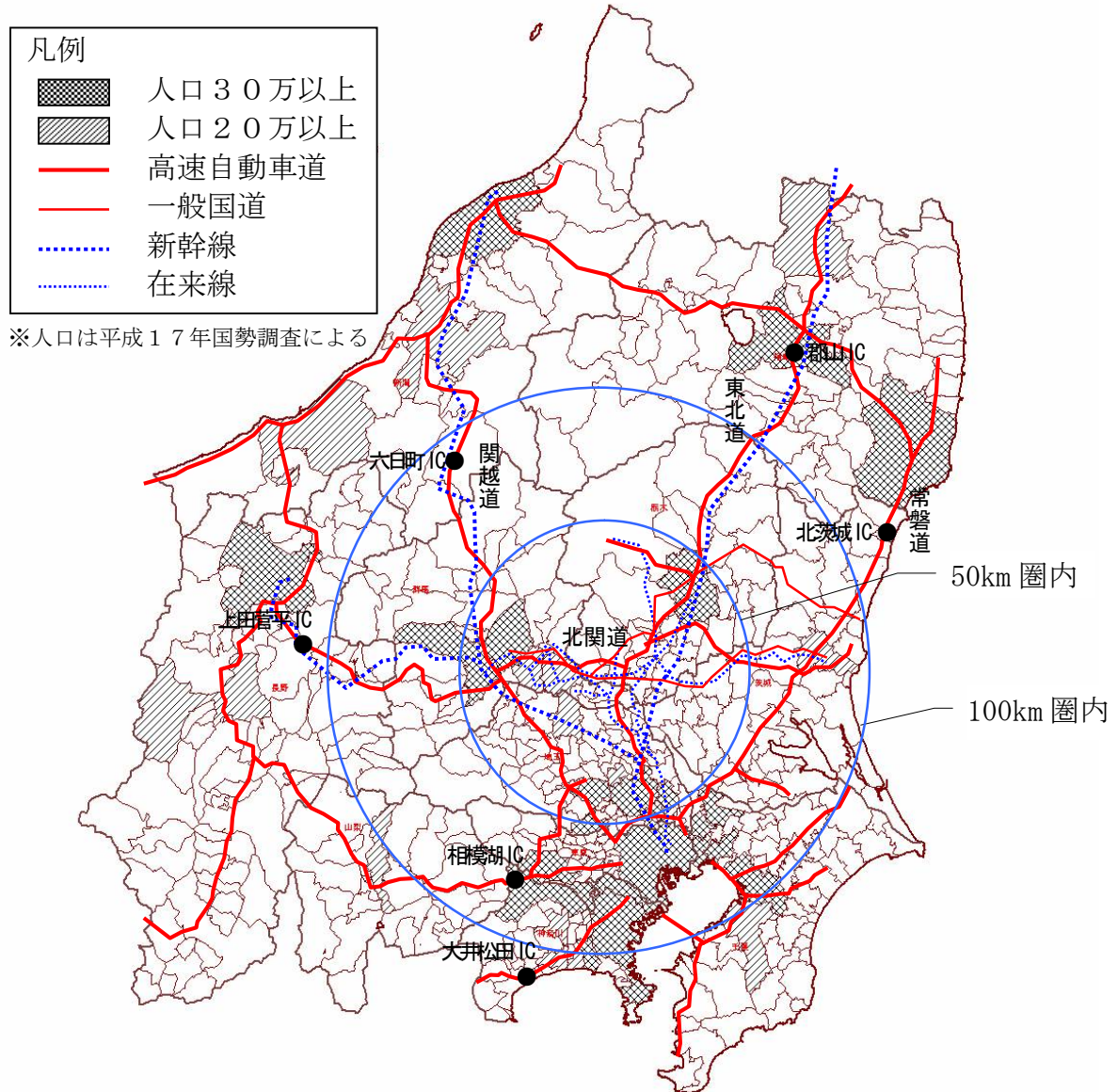
自動車利用については、高速自動車道は160km（平均時速80kmと仮定）以内、一般自動車道は半径50km（平均時速25kmと仮定）以内としました。

図内の● I C（インターチェンジ）は、本市から高速道路上160kmの範囲で、半径100kmの円とほぼ一致することがわかります。

よって日帰り客対象の誘客エリアは、半径100kmの範囲が想定できます。なお、鉄道利用については、新幹線利用の来訪は除外し、乗り換え時間を考慮すると、高速自動車道利用の範囲内と考えられます。

また、本市から100km圏内の人口20万人以上の自治体は、東京近郊及び北関東沿線に分布していることがわかります。

国土地理院承認 平14総複 第149号



(4) 観光資源

観光は、政治・経済・社会・文化・スポーツその他のあらゆる事象とかかわりを持ち、観光行動も移動・宿泊・飲食・買い物・見物・保養など多様な現れ方をします。

したがって、観光産業は、文化、教育、コンベンション、イベント、エンターテインメント、ファッション、芸術、環境、自然、健康、医療、金融、情報、不動産、土木建設、造園・園芸、農業、漁業等々、業種の垣根を越えた産業であると言えます。

このようなことから、地域の人々の暮らしや文化、人との交流、地域産業の体験などを通じて地域住民と共鳴するすべての行為、空間、雰囲気、施設、環境等が観光資源となりえます。市民生活のうえで、密接に関係する既存施設でも、磨きをかけることにより観光資源として輝くものが多々あると思われます。

① 豊かな自然環境

関東平野の北端に位置し、足尾山地の山裾が広がる豊かな自然に恵まれており、未来に残すべき美しい自然景観を有しています。万葉の昔から歌に詠まれる三髭山、美しい自然の造形美と豊かな歴史を楽しめる唐沢山、利根川水系100選に選ばれた旗川源流の落差約45mの三滝、名水百選の出流原の弁天池、秋山川、旗川、渡良瀬川といった自然を残している河川などがあり、ハイキングやサイクリング、釣りといった趣味を楽しめる緑豊かな自然環境に恵まれています。

② 歴史・文化・伝統工芸

藤原秀郷ゆかりの城跡・神社・仏閣や謡曲「鉢の木物語」の佐野源左衛門常世ゆかりの仏閣、田中正造の生家など歴史的に有名な人物にまつわるところが多くあり、国・県・市の指定による文化財も多数存在しています。

また、天明鋳物、節句人形、粘土瓦等、匠の手による伝統工芸品も製作されています。

③ 文化・学習施設

博物館、美術館、陶芸館や文化会館をはじめとした文化施設、運動公園などのスポーツ施設、自然の中で様々な体験ができる施設や、こどもの国などの学習体験施設が充実しています。

④ 商業・レジャー施設

市内にはアウトレットモール、大型商業施設、ゴルフ場や管理釣り場など、ショッピングやスポーツ、レジャーのための施設があります。

⑤ イベント

四季折々のイベントが市内各地で行われ、また、スポーツイベントとして、フルマラソンなども開催しています。

⑥ 特産品・食文化

かき菜、いちご、なし、もも、わさび、しいたけなどの農林産物、佐野ラーメン、いもフライ、そば、耳うどん、しんこまんじゅうなどの昔ながらの食の文化があります。

⑦ 宿泊施設

民間営業の赤見温泉、東山温泉の旅館や市内のシティホテルのほか、公営の宿泊体験型施設など多くの宿泊施設があります。

4 観光振興に向けての課題

(1) 観光資源の活用、発掘

全国的には豊かな自然を生かしたグリーンツーリズム、エコツーリズム、景観・施設などを生かしたフィルムコミッション、伝統芸能など地域資源を活用した観光振興が展開されています。

本市においても、関係者によりいろいろなメニュー展開を行っていますが、未だ十分に活用しきれていない資源や、埋もれている資源があるはずです。そのような資源を活用・発掘することにより、より集客力のあるモノとしていく必要があります。

(2) 市民の意識改革

観光地づくりは「まちづくり」であり、「ひとづくり」です。観光客の方々が来て良かった、また訪れたいと思っていただけるような観光地にするためには、住みよいまちづくり、「おもてなしの心」の醸成が必要になります。

さらに、観光産業の発展は、経済面でも大きな波及効果を生み、地域の活性化につながります。事業者、関係団体、行政だけでなく、市民がまちづくりの視点で観光振興に携わることが必要となります。

(3) 観光客受入体制の整備

訪れる観光客が満足かつ安全・快適に過ごしていただけるよう、ハード・ソフト両面において積極的な整備が必要となります。このことは市民生活の利便性、まちづくりにもつながります。

(4) 交流できる観光の推進

近年の観光客のニーズは、単に「見る」だけの観光ではなく、実際に「触れる」、「学習する」、「味わう」といった体験する観光を重要視する傾向があります。そうした観光において、観光客にはその地域の人々とのふれあいや関わり合いを持ち、人との出会いが重要となっています。観光客の方々と市民が「交流」できる観光を推進する必要があります。

(5) 広域連携の推進

観光資源をより活用するためには、市単独では限界があります。広域的な観光資源を有効的に活用するため、周辺の自治体や関係団体との連携協力のもとに、点から面への観光振興を進める必要があります。

(6) 多様な情報発信

インターネットなどの普及による高度情報化社会が進み、情報収集手段も多様

化しています。そのような中、新鮮で旬な情報を、年間を通して的確に提供していく必要があります。

そのために、様々なメディアを活用してのPR、広域連携でのPR、アンテナショップの活用、ターゲットを捉えてのPRなどが重要になってきます。

5 計画の期間と目標

(1) 計画の期間

本計画の期間は「佐野市総合計画中期基本計画」に合わせ、平成 22 年度から 25 年度までの 4 年間とします。

(2) 目標

観光入り込み客数 1, 0 0 0 万人を目指します。

6 基本施策

目標を達成するために、4つの施策の方向を定め、市民、関連事業者、関連団体及び行政が協力しながら施策を推進します。

(1) 魅力ある観光地の形成と国際観光の推進

観光客は、ある目的を持って行動します。観光客に来訪してもらうために、魅力があり目的を持ってもらえるような動機付けができる観光地づくりを進めます。

① 観光資源の整備

案内看板の設置や駐車スペースの確保など、観光客が来訪しやすいよう配慮した施設整備や既存施設の有効活用を図ります。

② 新たな観光資源の開拓

地元に住んでいると素晴らしい資源であっても、身近で当たり前のものとして存在することから、その素晴らしさに気づかないことが往々にしてあります。また、市内であっても身近な地域以外は、意外と知らないこともあります。

観光施策を進める基礎となるものは、観光資源の掘りおこしであり、資源単体はもちろん、有機的に結びつけることで付加価値が高まります。点在する資源を線（テーマ）で結び、ルートマップの作成など、市内回遊型観光や体験型観光も推進します。

また、観光客の視点で見てもらって感想を聞くと、地元にとっても新たな発見があり、資源や地元を大切にする機運が盛り上がり、あらためて「住んでよし」の佐野市づくりにつながります。

③ 交通体系の整備

観光客にとっての交通は、「住居から本市まで」と「本市内」の大きく2つに分けられます。

「住居から本市まで」の移動手段は、大きく自動車利用、鉄道利用の2つとなります。自家用車を保有しない観光客及び鉄道利用者に対しては、交通事業者とも連携し、特典付き乗車券などの企画商品の発行を促進します。

「市内間の移動」については、利用しやすい道路の整備や電車、バスなどの公共交通機関の利便性の向上に努めます。

④ 国際化への対応

本市においては、本市を来訪する外国人に対し、看板などの外国語表記を行うなど、必要に応じた対応を図ります。

(2) 観光の振興に係る人材育成とおもてなしの心の醸成

観光客に気持ちよく本市での観光を楽しんでもらうためには、おもてなしの心で観光客に接することが大切であり、リピーターとなってもらうことにもつながります。

本市の観光資源を市民全体で共有し、認知度をアップすることが、新たな協働の取り組みにつながると考えられます。また、観光による利益や喜びを享受するのは最終的には市民であるべきなので、市民との協働により意識を高揚し、観光施策の推進に努めます。

(3) 観光客アップに向けた戦略

本計画では、観光入り込み客数、年間1000万人を目指すこととしています。そのためには、次のような方策が考えられます。

① 民間事業者との連携強化

観光施策を効果的に行うためには、資源や業種を結びつけ、付加価値を高めることが有効と考えられますので、異業種間をマッチングした組織づくりに努めます。

② 広域観光の環境整備

例えば、本市が独自にインパクトのあるキャンペーン活動を行うには多額の費用を必要とします。しかし関係機関と連携することで、費用負担の軽減と本市に來訪してもらえる動機付けとなるようなキャンペーン展開が可能となります。

そのため、近隣自治体を始め、「栃木県国際観光推進協議会」や北関東の全線開通を意識した「北関東・新潟地域連携軸推進協議会」との連携を強化します。

③ 効率的・効果的な観光PRの取り組み

本市にいくら良い観光資源があっても、認知してもらわなければ観光誘客にはつながらないので、効率的・効果的な観光PRが必要となります。新聞、テレビ、ラジオ、雑誌、インターネット、ガイドブック、パンフレット、地図、土産品等の媒体を通して五感に訴えるようなPR活動を行います。

一方で、観光客自身が確かな情報と考えるものにクチコミがあり、この場合の媒体は人になります。

観光客のニーズがどこにあるのかを把握し、タイミングよく発信することが効果的であり、本市としては、地元・他県を問わず、報道で取り上げてもらうこと(＝パブリシティ)や、クチコミで本市の良さを発信してくれる「人」の活用に取り組めます。

(ア) 佐野市のイメージ形成

本市は、平坦な市街部から緑豊かな山間部まで、奥行きのある深い市域を有し、自

然、歴史、文化、味覚、来客の多い観光スポットなど、魅力的な資源により、市内全域で観光が楽しめます。

また、天災や降雪量が少なく、高速自動車道や鉄道などの交通アクセスに恵まれ、1年を通して、来訪しやすい環境にあります。

情報発信の際は、このような佐野市のイメージも発信し、観光客アップにつなげることにします。

(イ) 観光客のニーズ調査

魅力ある観光地域を形成するためには、本市を訪れる人々が何を望んでいるのかを把握し、実際に反映させることが必要となります。

そのため、実態調査を実施し、観光客の居住地、年齢、性別、移動手段、回遊先、消費額等について、定点・定期観測等の実態調査を必要に応じ行い、効果的な施策展開に反映できるようにします。

(ウ) 情報媒体の活用

情報発信は、適切な情報媒体を活用し、タイミング良く行い、その効果を大きなものとするにします。

幅広く周知するためには、新聞、テレビ、ラジオ、雑誌等のメディアに報道してもらうことが効果的であり、報道機関などに取り上げてもらえるよう働きかけます。

また、随時、適切な情報を提供するために、インターネットを活用します。

さらに、観光客にとって、クチコミは信頼のおける情報であると言われていきますので、「人」の活用も図ります。

(エ) キャンペーンによる情報発信

キャンペーンを展開する際は、キャンペーン効果を大きなものにするため、100km圏内の人口の大きい地域を対象にすることとします。

また、平成23年春には、北関東も全線開通が見込まれ、群馬県側から本市へのアクセスが向上することはもとより、茨城県側からの観光客流入の増大が期待されますので、北関東沿線へのキャンペーンも展開します。

(オ) 発地情報と着地情報

観光情報には、旅行前に入手する「発地情報（事前情報）」と、旅行先到着後に入手する「着地情報（現地情報）」の2種類があります。

(a) 発地情報

観光客が旅行前に参考とするのは、インターネット、テレビ、ラジオ、新聞報道、ガイドブック、パンフレット、旅行雑誌、クチコミ等が挙げられます。情報発信の際は、これらの媒体活用を図るとともに、本市を訪れてみたいという動機付けができるよう取り組みます。

また、実際に本市を旅行先として決定してもらうためには、見どころ、見物・見学の好適時期、駐車場、食事、アクセス、移動手段・時間等、詳細な情報提供も考慮しなければなりません。この点についても観光客の欲求を満

たすよう取り組みます。

(b) 着地情報

本市への来訪手段としては、自動車、高速バス、鉄道等が、また、市内間移動は、自動車、バス、電車、自転車等が挙げられます。着地情報の提供場所については、これら移動手段の異なる観光客を意識する必要があります。

また、本市到着後には発地情報以上の詳細な情報提供が求められます。

これらのことから、市内主要スポットにガイドブック、地図等を配置します。観光案内所においては、観光雑誌に紹介されている内容や現地の最新情報を提供して、満足感を得られるように態勢整備を進めます。

(カ) 対象別情報発信

情報発信の対象区分として、年齢、性別、大人、子供、地域（都市部、高速道沿線）等があります。情報発信の際は、対象を意識して効果的に行うよう努めます。

④ 新たな誘客への取り組み

各種会議や大会の誘致による直接的な誘客を図り、知名度、イメージアップ、経済活性化、交流につなげます。

さらには、映画等のロケ地として広くPRし、ロケ隊としての誘客と作品をとおしての知名度アップと誘客につなげます。

(4) 観光産業の振興と地域の活性化

① 「さのブランド」化の推進

いわゆる「ブランド」は、認知度アップに効果的と言われています。佐野市観光協会のおみやげ推薦品の活用や、「さのブランド」の育成などを図ります。

② 観光事業者との連携

観光入り込み客数を増加するためには、魅力的な旅行商品の存在が欠かせません。旅行事業者、旅客事業者、宿泊事業者等、観光関連事業者との連携・情報交換を密にし、新たな企画商品の開発などを行い、観光を行おうとする人に対して、本市来訪への動機付けを強化します。

③ 様々な環境の整備

観光を振興する上で重要になるのが環境の整備です。環境には、自然環境、住環境、経済環境、「人」が活躍するための環境など様々な環境が考えられます。

これら様々な環境を整備することにより、住みやすいまちづくりを進め、観光誘客に結びつけます。

7 行政と市民・地域との連携の強化

観光施策は範囲が広く、行政内部で行う事業も、部局間が連携し、組み合わせることで効果を増すことがあります。そこで観光立市を効果的に推進するために、全庁的に取り組む体制をとります。また、市民や地域と連携し、定期的に情報交換や話し合いができる場を設けます。

資料編

○計画策定までの経過

平成21年7月23日	第1回 観光立市の実現に向けた庁内推進委員会(佐野市観光立市庁内推進委員会の前身)開催
平成21年8月27日	第1回 観光立市の実現に向けた庁内推進委員会検討部会(佐野市観光立市庁内推進委員会部会の前身)開催
平成21年10月15日	観光立市推進室の立ち上げ
平成21年11月25日	第2回 観光立市の実現に向けた庁内推進委員会開催
平成21年12月22日	第2回 佐野市観光立市庁内推進委員会部会開催
平成22年1月21日	第3回 佐野市観光立市庁内推進委員会部会開催
平成22年1月27日	第3回 佐野市観光立市庁内推進委員会開催
平成22年2月19日	第4回 佐野市観光立市庁内推進委員会部会開催
平成22年3月19日	第4回 佐野市観光立市庁内推進委員会開催
平成22年5月21日	平成22年度 第1回佐野市観光立市庁内推進委員会部会開催
平成22年5月26日	平成22年度 第1回佐野市観光立市庁内推進委員会開催
平成22年6月2日	第1回 佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会開催 委嘱状の交付及び委員長・副委員長の互選も実施
平成22年7月6日	第2回 佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会開催
平成22年7月27日	第3回 佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会開催
平成22年8月4日	佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会より原案提出
平成22年8月19日	平成22年度 第2回佐野市観光立市庁内推進委員会部会開催
平成22年8月25日	平成22年度 第2回佐野市観光立市庁内推進委員会開催
平成22年9月1日～ 平成22年10月1日	佐野市観光立市推進基本計画の策定に係るパブリックコメントの実施(意見提出者3名)
平成22年9月22日	平成22年度 第3回佐野市観光立市庁内推進委員会部会開催
平成22年10月1日	平成22年度 第3回佐野市観光立市庁内推進委員会開催

佐野市観光立市庁内推進委員会設置要綱

(設置)

第1条 観光立市を実現することにより地域経済の活性化及び活力あふれた地域社会の創造を図るための施策（以下「施策」という。）を総合的かつ計画的に推進するため、佐野市観光立市庁内推進委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 観光立市の実現に関する基本的な計画（以下「計画」という。）又はその変更の素案の作成に関すること。
- (2) 施策の企画及び立案並びに総合調整に関すること。
- (3) 施策の実施状況の管理に関すること。
- (4) 施策の評価及び改善に関すること。
- (5) 前各号に掲げるもののほか、施策の推進に関し必要があると認める事務

(組織)

第3条 委員会は、委員長、副委員長及び委員をもって組織する。

- 2 委員長は市長を、副委員長は副市長及び教育長を、委員は別表第1に掲げる職員をもって充てる。

(委員長及び副委員長)

第4条 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

- 2 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、あらかじめ委員長が定める順序でその職務を代理する。

(会議)

第5条 委員会の会議は、委員長が招集し、委員長が議長となる。

- 2 委員会は、必要があると認めるときは、会議に構成員以外の者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(部会)

第6条 委員会は、施策に関する調査研究を行うため、部会を置く。

- 2 部会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 計画又はその変更の素案を作成するための調査研究に関すること。
- (2) 施策に関する事例の調査研究に関すること。
- (3) 施策の実施状況の調査及び分析に関すること。
- (4) 前3号に掲げるもののほか、施策の推進に関し委員会が指定する事務

- 3 部会は、部会長、副部会長及び部会員をもって組織する。

- 4 部会長は観光課長を、副部会長は政策調整課長を、部会員は別表第2に掲げる職員をもって充てる。

- 5 部会長は、部会の事務を掌理する。

- 6 副部会長は、部会長に事故があるときは、その職務を代理する。
- 7 前条の規定は、部会について準用する。この場合において、同条第1項中「委員長」とあるのは、「部会長」と読み替えるものとする。

(専門部会)

第7条 部会は、施策に関する専門の事項の調査研究を行うため、専門部会を置くことができる。

2 専門部会は、次に掲げる事務を所掌する。

(1) 施策に関する専門の事項の調査研究に関すること。

(2) 前号に掲げるもののほか、施策に関する専門の事項に関し部会が指定する事務

3 専門部会は、市長が指名する職員をもって組織する。

4 専門部会に専門部会長を置き、専門部会員の互選によりこれを定める。

5 専門部会長は、専門部会の事務を掌理する。

6 専門部会長に事故があるとき、又は専門部会長が欠けたときは、その専門部会長があらかじめ指名する専門部会員がその職務を代理する。

7 第5条の規定は、専門部会について準用する。この場合において、同条第1項中「委員長」とあるのは、「専門部会長」と読み替えるものとする。

(庶務)

第8条 委員会の庶務は、産業文化部観光立市推進室において処理する。

(その他)

第9条 この訓令に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

この訓令は、公布の日から施行する。

別表第1 (第3条関係)

総合政策部長 行政経営部長 市民生活部長 こども福祉部長 健康医療部長
産業文化部長 都市建設部長 教育総務部長 生涯学習部長

別表第2 (第6条関係)

市民活動促進課長 交通生活課長 商工課長 農政課長 農山村振興課長
文化振興課長 都市計画課長 生涯学習課長 政策調整担当

佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 佐野市観光立市市内推進委員会で検討した観光立市推進基本計画（以下「立市計画」という。）及び観光立市に関連する地域ブランド化推進基本計画（以下「ブランド化計画」という。）を策定するに当たり、必要な調査及び検討を行うため、佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、立市計画及びブランド化計画の原案を作成し、これを市長に提出する。

(組織)

第3条 委員会は、委員15人以内をもって組織する。

2 委員は、次に掲げる者のうちから、市長が委嘱する。

- (1) 学識経験のある者
- (2) 観光関係団体の推薦を受けた者
- (3) 農業関係団体の推薦を受けた者
- (4) 商工関係団体の推薦を受けた者
- (5) 観光ボランティア団体の推薦を受けた者
- (6) まちづくりに関係する特定非営利活動法人の推薦を受けた者

(任期)

第4条 委員の任期は、立市計画及びブランド化計画の原案を市長に提出する日までとする。

(委員長及び副委員長)

第5条 委員会に委員長及び副委員長1人を置き、委員の互選によりこれらを定める。

2 委員長は、会務を総理し、委員会を代表する。

3 副委員長は、委員長を補佐し、委員長に事故があるとき、又は委員長が欠けたときは、その職務を代理する。

(会議)

第6条 委員会の会議は、委員長が招集し、委員長が議長となる。

2 委員会は、委員の過半数が出席しなければ会議を開くことができない。

3 委員会の議事は、出席した委員の過半数をもって決し、可否同数のときは、議長の決するところによる。

4 委員会は、必要があると認めるときは、会議に構成員以外の者の出席を求めて、その意見又は説明を聴くことができる。

(庶務)

第7条 委員会の庶務は、産業文化部観光立市推進室において処理する。

(その他)

第8条 この告示に定めるもののほか、委員会の運営に関し必要な事項は、委員長が委員会に諮って定める。

附 則

(施行期日)

1 この告示は、告示の日から施行する。

(会議の招集の特例)

2 この告示の施行の日以後最初に開かれる委員会の会議は、第6条第1項の規定にかかわらず、市長が招集する。

佐野市観光立市推進基本計画等策定委員会委員名簿

No.	氏 名	役職	所 属	備 考
1	國 分 三 郎	委員長	佐野短期大学	学識経験者
2	野 部 武 典		(有)味噌まんじゅう新井屋	観光関係団体 (観光協会加盟業者)
3	椎 名 達 浩		佐野市観光協会	観光関係団体 (観光協会職員)
4	川 田 裕 一		(株)どまんなかたぬま	観光関係団体 (道の駅)
5	岡 部 孝 幸		佐野農業協同組合	農業関係団体
6	福 田 京 子		美T. K(ネイル&DEKO)	商工関係団体 (商工会議所会員)
7	川 邊 裕 士		佐野商工会議所	商工関係団体 (商工会議所職員)
8	橋 本 真 一		橋本屋食料品店	商工関係団体 (商工会会員)
9	土 澤 栄		佐野市あそ商工会	商工関係団体 (商工会職員)
10	奥 澤 詔 司		佐野観光ボランティアガイド協会	観光ボランティア団体
11	中 田 裕 久	副委員長	NPO法人 パブリックサポートセンター	まちづくりに関係する NPO法人

佐野市観光立市推進基本計画

発行：平成22年10月

編集：佐野市産業文化部 観光立市推進室

TEL：0283-24-5111（代表）

URL：<http://www.city.sano.lg.jp/>