

第3次

佐野市観光立市推進基本計画



平成30年3月
栃木県 佐野市

目 次

1	計画策定の背景と目的	1
	(1) 計画策定の背景と経過	1
	(2) 目的	1
2	観光を取り巻く動向	2
	(1) 社会情勢の変化	2
	(2) 人口の推移	3
	(3) 観光形態の変化	3
3	佐野市の観光を取り巻く現状	4
	(1) 観光客数の推移	4
	(2) 交通アクセス	4
	(3) 観光資源	4
	①豊かな自然環境	5
	②歴史・文化・伝統工芸・伝統芸能	5
	③文化・学習施設	6
	④スポーツ	6
	⑤商業・レジャー施設	6
	⑥イベント	6
	⑦特産品・食文化	6
	⑧宿泊施設	7
	⑨道の駅	7
	⑩農村レストラン・農産物直売所など	7
4	観光振興に向けての課題	8
	(1) 観光資源の活用	8
	(2) 多様な情報発信	8
	(3) 広域連携の推進	8
	(4) 「おもてなしの心」の醸成	9
	(5) 各種計画との連携	9
5	計画の期間と目標	10
	(1) 計画の期間	10
	(2) 目標	10
6	施策体系	11
7	基本施策	12
	基本施策1. 魅力ある観光地の形成とおもてなしの心の醸成	12
	基本事業 (1) 観光資源の整理・再生	12
	基本事業 (2) 観光地としての形づくり	12
	基本事業 (3) 安全安心な交通体系・自然環境の整備	13

基本施策2. 観光客数アップに向けた戦略	13
基本事業（1）強みをいかした観光誘客	13
基本事業（2）体験プログラムの充実	14
基本事業（3）インバウンドへの対応	15
基本事業（4）情報発信の強化	15
基本事業（5）シティプロモーション事業との連携	16
基本施策3. 観光振興による地域の活性化	16
基本事業（1）フィルムコミッション事業及びコンベンション事業の確立	16
基本事業（2）民間事業者・観光事業者との連携	17
基本事業（3）広域観光の環境整備	18
基本施策4. スポーツ立市、産業・文化立市との連携	18
基本事業（1）スポーツツーリズムとの連携	18
基本事業（2）産業・文化による誘客促進	19
8 重点取組	20
1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上	20
2. コト消費の拡大	20
3. リレー型（いもフライ型）情報発信の推進	21
9 成果指標	23

【資料編】

計画策定までの経過	24
佐野市観光立市庁内推進委員会設置要綱	25
佐野市観光立市推進基本計画策定委員会設置要綱	27
佐野市観光立市推進基本計画策定委員会委員名簿	28

1 計画策定の背景と目的

(1) 計画策定の背景と経過

わが国では、平成18(2006)年の観光立国推進基本法の制定以降、観光立国推進基本計画の策定や観光庁の発足など、「観光立国」に向けた取り組みを推進しています。

また、栃木県では、平成18(2006)年に観光立県とちぎ推進本部が設置され、フィルムコミッションや観光基盤整備などの各種事業を推進、平成23(2011)年度に新とちぎ観光プランを策定し「観光立県」を目指した新たな観光振興施策を展開してきました。平成28(2016)年3月には「とちぎ観光立県戦略」が策定され、国内外の観光客を惹きつけ、呼び込み、そして、また選ばれる“観光立県とちぎ”を目指し、各種データに基づく戦略的な観光誘客を推進するとともに、「おもてなし」の向上、外国人観光客の受入環境整備などの観光客の受入態勢の整備や地域が主体となった観光地づくりを推進しています。

本市では、平成22(2010)年3月に策定された佐野市総合計画・中期基本計画に「観光立市」の推進をリーディングプロジェクトとして位置付け、「住んでよし、訪れてよし」の佐野市を構築するため、平成22(2010)年10月に佐野市観光立市推進基本計画を、平成27(2015)年3月に第2次佐野市観光立市推進基本計画を策定し、計画期間である平成30年(2018)3月まで「観光立市」の推進を目指した各種事業を展開してきたところです。

その結果、本市が観光振興に積極的に取り組んでいることが市民を含め内外に発信・アピールすることができたことや、本市において観光振興による地域活性化の枠組みや協働のまちづくり体制が形成されてきたことなどが、目に見える成果として現れてきました。

平成30(2018)年度からスタートする第2次佐野市総合計画・前期基本計画では、「観光立市」「スポーツ立市」の推進に加えて、新たに「産業・文化立市」の推進がリーディングプロジェクトとして位置付けられ、相互に連携した地域活性化の実現が期待されています。

(2) 目的

観光立市の目的である「住んでよし、訪れてよし」の佐野市を築くためには、満足度の高い地域づくりを推進し、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、そして、観光客が「訪れてよかった、住んでみたい」と実感できるまちづくりを推進することが必要です。

そこで、第2次佐野市総合計画・前期基本計画に基づいた各種施策を展開することはもとより、観光を取り巻く社会的なニーズの変化や国内外の情勢に対応した「観光立市」の推進を図るため、第3次佐野市観光立市推進基本計画を策定します。

2 観光を取り巻く動向

(1) 社会情勢の変化

内閣府「日本経済 2016-2017」〔平成29（2017）年1月〕によると、日本経済は雇用・所得環境が引き続き改善する中で、企業の業況感も改善をみせ、生産面を中心に緩やかな回復基調が続いており、個人消費については、平成28（2016）年熊本地震や夏場の台風上陸回数が例年よりも多かったこと等の一時的な下押し要因の影響もみられましたが、平成28（2016）年秋以降は、持ち直しの動きがみられたとされています。平成28（2016）年5月には、主要国首脳会議（サミット）が伊勢志摩で開催され、世界から注目を集め知名度が高まりました。また、サミット後には、当時のアメリカ大統領であったオバマ氏が被爆地である広島を訪問、現職のアメリカ大統領の被爆地広島への訪問は、初めてのことでした。

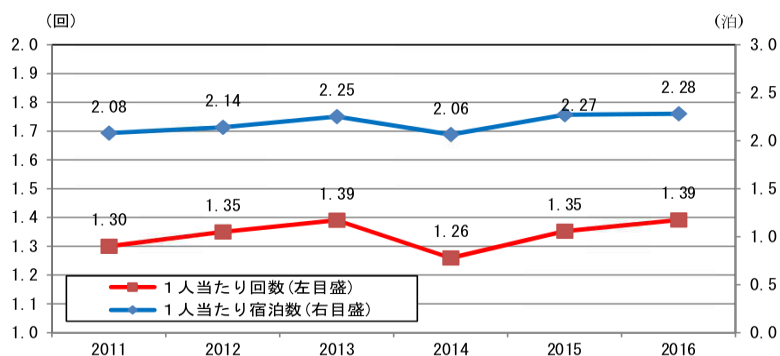
平成28（2016）年における交通インフラの整備については、3月に北海道新幹線が開通し、東京～函館間を最短で4時間2分で結ぶようになりました。4月には、国内最大規模の高速バスターミナル「バスタ新宿」が開業し、交通ネットワークの新たな拠点が誕生しました。

一方、熊本地震が発生し、熊本城などの観光施設や宿泊施設などにも大きな被害が出ました。8月には4つの台風が上陸し、北海道や東北地方に、9月には2つの台風が上陸し、九州地方や四国地方に大きな被害をもたらすなど、自然災害も多く発生しました。

訪日外国人旅行者数は年々増加しており平成28（2016）年は2,403万人（対前年比21.8%増）となり、平成32（2020）年に訪日外国人2,000万人とする目標を突破しました。これに伴い国は新たな観光ビジョンを策定、平成32（2020）年に訪日外国人4,000万人を目指しています。

平成28（2016）年においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は1.39回（対前年比2.9%増）、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は2.28泊（対前年比0.4%増）となり、平成26（2014）年に消費税率引上げの影響もあり減少に転じましたが、以降は旅行回数・宿泊数ともに持ち直して増加しています。

国内宿泊観光旅行の回数及び宿泊数の推移 平成28（2016）年

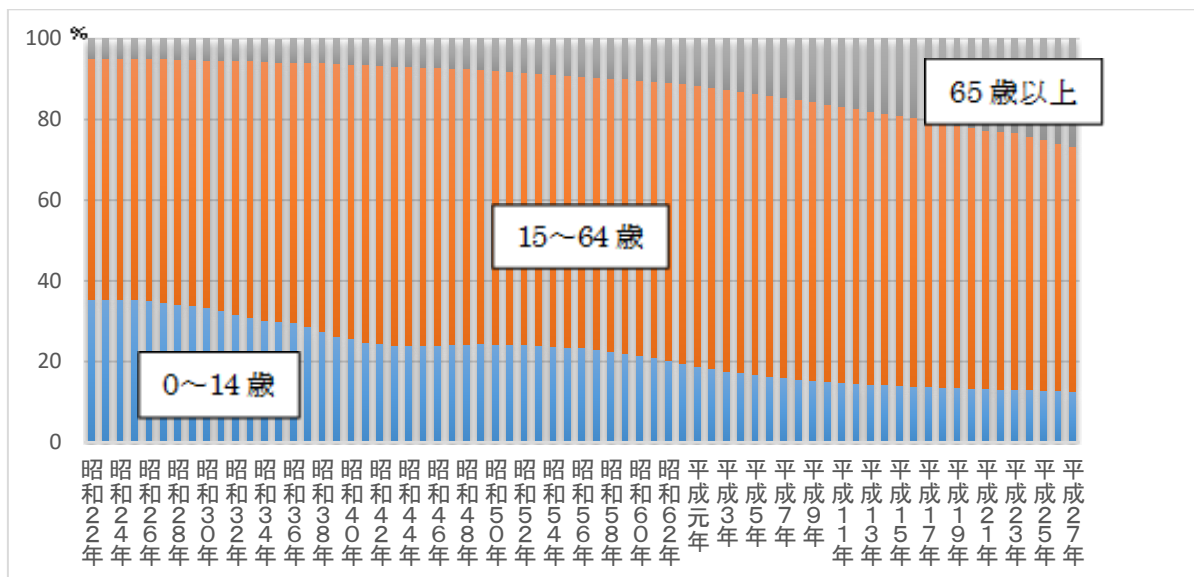


資料：観光庁「旅行・観光消費動向調査」

(2) 人口の推移

日本の総人口は、少子化の進行に伴い、平成16（2004）年をピークに年々減少しています。また、人口構成については、年少人口（0～14歳）と老年人口（65歳以上）の割合が平成9（1997）年を境に逆転し、年々その差は大きくなっています。

年齢 区分別人口割合の年次推移—昭和22～平成27年—



資料：総務省統計局「人口推計(平成28年10月1日現在)」(総人口)

(3) 観光形態の変化

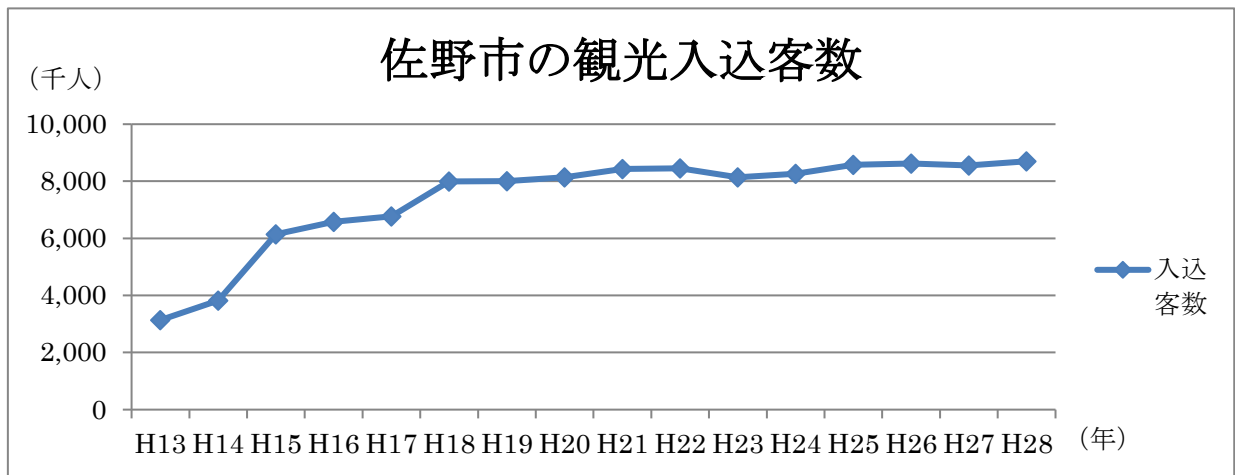
わが国では、少子高齢化社会、環境問題、産業構造の変化といった社会情勢と情報技術の高度化や心の豊かさを求める社会の成熟化など、社会における価値観やライフスタイルが多様化しています。観光の形態も国内旅行者においては団体型から個人型が主流になってきており、多様な価値観やニーズに対応した着地型観光商品を造成することで地域活性化につなげる取り組みなど、それぞれのニーズに合った観光サービスの提供が求められています。

また、今後ますます増加が予想される訪日外国人旅行者のニーズも変化しており、「爆買い」に代表されるモノ消費から、サービス体験型のコト消費へ求められるものが変化してきているため、今後は日本らしさをより感じられるものや体験できるものに、人気が集まっていく傾向にあると考えられています。

3 佐野市の観光を取り巻く現状

(1) 観光客数の推移

佐野厄よけ大師や佐野らーめんといった佐野の地域資源により本市の観光入込客数は平成13（2001）年には年間314万人に達しました。その後、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開業により、平成22（2010）年には845万人へと増加しました。東日本大震災の影響により、平成23（2011）年には814万人まで減少しましたが、平成28（2016）年には過去最高の870万人まで増加しています。



資料：平成28年栃木県観光客入込数・宿泊数推定調査結果による

(2) 交通アクセス

本市は、首都東京から70km圏内に位置し、東北自動車道・佐野藤岡インターチェンジ（以下、IC）に加え、平成23（2011）年に開設された北関東自動車道・佐野田沼ICと東北自動車道・佐野サービスエリアスマートICを合わせると市内に3つのインターチェンジを持ち、その立地条件から道路交通の要衝としての発展が期待されています。

また、平成34（2022）年には北関東自動車道・出流原パーキングエリア（以下、PA）にスマートICが整備される予定です。

鉄道では、東西に走るJR両毛線が本市を通り、小山市及び群馬県前橋市方面を結び、南北に走る東武鉄道佐野線が葛生駅から、田沼駅、佐野駅を通り、群馬県館林市を経て東京へと繋がっています。

また、東北自動車道を利用した高速バスが、東京駅や新宿駅及び羽田空港や成田空港と直接結ばれています。

(3) 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・保養など多種多様です。

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・漁業など、業種の垣根を越えた産業であると言えます。

観光の専門家による都市の魅力調査*によると、魅力的な都市の評価では、①街並み、景色がいい、②食べ物、酒がおいしい、③歴史、文化遺産がある、④地域に個性がある、の4項目が他を圧倒しています。

すなわち、都市の魅力は、そこに住まう人々の生活、活動、思いの積み重ねによって創られるものと言えます。

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、環境などが観光資源となりえます。市民生活の上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あると考えられます。

*都市観光を創る会（観光関係の有識者、観光事業者、自治体職員ら専門家165名で構成）による「都市の魅力調査2000年」から（有効回答数95件）

①豊かな自然環境

本市は、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市の花カタクリが咲き誇る三轟山、美しい自然の造形美と豊かな歴史を楽しめる唐沢山、日本名水百選の出流原弁天池、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、北部の山々は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・伝統芸能

平成25（2013）年12月に、天明鋳物保存会がユネスコ未来遺産に登録されました。また、藤原秀郷ゆかりの唐沢山城跡が、平成26（2014）年3月に国指定史跡となり、平成29（2017）年11月には第24回全国山城サミット in 佐野が開催されました。多くの観光客が訪れ、唐沢山城跡の豊かな歴史を体験し、知名度向上と今後の観光事業の推進を図る上でもまたとない機会になりました。

また、謡曲「鉢の木物語」の佐野源左衛門常世ゆかりの願成寺、田中正造の生家、「真田父子犬伏の別れの地」犬伏新町薬師堂など歴史的に有名な人物にまつわるところが多く存在しています。

このほかにも、天明鋳物、佐野衣装着雛、佐野節句かけ軸、栃木鬼瓦、佐野土鈴・土笛、佐野の生人形など、匠の手による伝統工芸や栃木県無形

民俗文化財の牧歌舞伎や鎧塚の宮比講神楽、市指定民俗文化財の越名舟唄のほか多くの伝統芸能が古くから受け継がれています。

③文化・学習施設

本市には、郷土博物館、吉澤記念美術館、葛生化石館、葛生伝承館、人間国宝田村耕一陶芸館などの市営の美術館や博物館等の施設、安藤勇寿「少年の日」美術館や佐野東石美術館などの民間の美術館、文化会館、葛生あくとプラザなどの文化施設、運動公園、田沼グリーンスポーツセンターなどのスポーツ施設、自然の中で様々な体験ができる蓬山ログビレッジ、作原野外活動施設、根古屋森林公園、ウッドランド森沢、古代生活体験村、あきやま学寮などの体験型宿泊施設や、こどもの国、飛駒和紙会館、あきやま学寮体験館などの学習・体験施設があり、文化・学習機会に充実した環境が整っています。

④スポーツ

全国のランナーが参加する「さのマラソン大会」、「大澤駅伝競走大会」等のスポーツ大会の開催や、運動公園、田沼グリーンスポーツセンター等のスポーツ施設の市外利用者が増えています。スポーツツーリズムの高い需要に応えるため、平成27（2015）年度には佐野市スポーツツーリズム協会が設立されました。

また、本市を拠点とする日本クリケット協会が中心となり、国内大会のみならず国際大会を開催しています。現在進めている国際クリケット場の整備により、インバウンドを含めた更なる集客を目指しています。

⑤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の多くの誘客施設があります。

⑥イベント

春には田沼初午祭、佐野スプリングフラワーフェスティバルやくずうフェスタ、夏にはさの秀郷まつり、たぬまふるさと祭り、くずう原人まつりや三轟山大文字焼きなどの夏らしいイベント、秋にはどまんなかフェスタ、佐野農業まつりや佐野市そばまつりなど産業や食をテーマとしたイベント、冬には唐澤山神社や佐野厄よけ大師での初詣といった四季折々の行事や催しに多くの観光客で賑わいます。

⑦特産品・食文化

平野部や山間部のそれぞれに適した農林業が営まれています。佐野ブランドとして認証されているかき菜、いちご、なしは本市の定番の特産品として、もも、いちじく、なす、きゅうりは高品質な農産物として高く評価されています。また、直売所での販売や果物狩りも賑わいを創出していま

す。

佐野らーめんをはじめ、いもフライ、そば、大根そば、耳うどん、カンロはご当地グルメとして食の観光資源の中核的存在であり、内外を問わず、広く人気を得ています。

また、しんこまんじゅうに代表される各種和菓子、本市の良質な水によりつくられる地酒、野菜や果物をふんだんに使った地ソースなどは本市ならではの食文化として広く知られています。

このように、本市では、食の資源が豊富で人気が高く、内外の評価も高いものが多くあります。

⑧宿泊施設

民間営業の赤見温泉、東山温泉の旅館や市街地のビジネスホテルのほか、市営の体験型宿泊施設など各種の宿泊施設があります。

⑨道の駅

道の駅どまんなかたぬまは、市内観光に関する着地情報を発信する機能を持ちつつ、農産物や物産品の販売、レストラン、会議室やホールなどの借用施設、足湯、ふれあい広場やミニSLといった子ども向け施設など多種の機能を有する複合施設です。

地元住民に親しまれているだけでなく、多くの観光客が訪れることから、観光交流の重要な拠点であり、道の駅としては全国的な人気を誇ります。

⑩農村レストラン・農産物直売所など

市内の中山間地域にはそれぞれの地域ごとにむらづくり推進協議会があり、その多くが農村レストランや農産物直売所を運営しています。

農村レストランは市内に5施設（蓬山レストラン、根古屋亭、高齢者センター、憩い館、そば処「なのはな」）あり、地元産の粉を使ったそばや農産物を食したり、購入したりすることができます。

また、地域のむらづくり団体やJA佐野が運営する農産物直売所では、四季折々の新鮮な農産物が揃っており、旬の味を求める観光客で賑わいます。

JA佐野の子会社が運営する「佐野観光農園アグリタウン」は、農産物直売所やアイスクリーム加工販売、物産販売、いちご狩り、農業体験など、本市特産の新鮮な食材が揃う複合施設として高い人気を得ています。

4 観光振興に向けての課題

(1) 観光資源の活用

本市は史跡や名勝、温泉などが集約している従来型観光地としての形をなしていませんが、強い観光素材や観光素材となりえる食や自然、史跡、文化、歴史、産業、スポーツなど多くの資源を有していること、そして東京から日帰りできる距離にあるという要素を持ち合わせています。それらを魅力的に見せ、強い動機を与え人を集めることが重要であり、それを実行しなければ現状に変化はありません。

ビッグデータ等によりニーズに合わせたターゲット層を見極めることや、選択と集中により観光素材を絞り込みブランディングや体験等の付加価値をつけること、そして期待を裏切らないおもてなしをすることが来訪者の増加、ひいてはリピーターへと繋がります。

(2) 多様な情報発信

イベントの実施や紙媒体による情報発信が中心の本市は、今や主流であるマルチメディアを活用した情報発信において立ち遅れています。

ホームページやSNS、動画配信を中心としたインターネットによる情報発信を中心に、パンフレットやポスターなどの紙媒体を加え、ターゲットを見据えた情報提供を戦略的に行う必要があります。市や佐野市観光協会等が発信する様々な観光情報をSNSで共有・拡散する等の利点を積極的に活用していく必要があります。

また、芸能人やスポーツ選手は強烈な発信力を持ち合わせています。本市に関連するそれらの方々に広告塔となってもらうことも一つの手段だと考えます。

佐野プレミアム・アウトレットや佐野厄よけ大師、道の駅どまんなかたぬま、佐野サービスエリア、佐野らーめん店は市外からの多くの方が立ち寄る観光スポットです。これらを情報発信の重要ポイントと位置づけ効率的に情報発信をすることで次のスポットへの移動を促すことが重要です。

(3) 広域連携の推進

市内の観光資源の組み合わせにより魅力度向上を図ることは然るべき手段ですが、更に訴求力を高めるためには周辺自治体や関係団体と連携協力する必要があります。

平成30(2018)年度に開催するJRグループ6社による「栃木 DESTINATION キャンペーン」のような県内関係団体が連携した事業に積極参加することはもとより、広域的なコンベンション事業にも取り組む必要があります。

また観光要素やテーマを共にするもの同士の連携を行うことが必要です。本市に付加価値をつけられるのは何処の何なのか、本市を中心としたハブ化の考えが重要です。このような考えから、関連旅行商品を旅行業者と共に開発することも求められています。インバウンドも広域的な取り組みから始めることが重要です。

(4) 「おもてなしの心」の醸成

「住んでよし、訪れてよし」の実現には、市民一人ひとりが「おもてなしの心」を持つことが必要です。「佐野に来てよかった、また訪れたい」と思っただけでなく、次の観光誘客を促進し、地域の活性化と産業の発展に繋がり、循環的な相乗効果を生み出します。

そのためには、市民が参加する観光事業の実施や市民や企業のおもてなしの心の醸成、産官学連携が必要となります。また観光ボランティアガイドやまちの駅の充実も必要です。

(5) 各種計画との連携

本計画は、第2次佐野市総合計画・前期基本計画のリーディングプロジェクトに位置付けた観光立市の構想を具体的に表現し、その進展を図るための考え方や戦略、政策を明らかにする基本的な計画です。

また、第2次佐野市総合計画・前期基本計画における個別計画となるものであり、各種関連計画と整合性を図りながら推進する必要があります。

■ 関連する計画

- ・ 佐野市スポーツ立市推進基本計画
- ・ 佐野市シティプロモーション推進基本計画
- ・ 佐野市都市計画マスタープラン
- ・ 佐野市地域公共交通網形成計画
- ・ 水と緑と万葉のまち景観計画
- ・ 佐野市中心市街地活性化基本計画
- ・ 佐野市市民活動推進計画
- ・ 佐野市生涯学習推進基本構想・基本計画
- ・ 佐野市天明鋳物のまちづくり推進計画
- ・ 佐野市市有施設適正配置計画

5 計画の期間と目標

(1) 計画の期間

本計画の期間は、第2次佐野市総合計画・前期基本計画の期間に合わせ、平成30（2018）年度から平成33（2021）年度までの4年間とします。

(2) 目標

佐野市観光立市推進基本計画および第2次佐野市観光立市推進基本計画により「住んでよし、訪れてよし」のまちづくりを、市民を含め内外にアピールすることができました。

しかし、観光地形成の心の醸成や進む道が見えてきましたが、目標とする観光によるまちづくりや1,000万人の観光入込客数は達成できていません。

そこで、第3次佐野市観光立市推進基本計画においては、更なる高みを目指し次の施策を重点的に取り組むとともに、年間の観光入込客数1,000万人、宿泊者数5万人を目指します。

1. 魅力ある観光地の形成とおもてなしの心の醸成
2. 観光客数アップに向けた戦略
3. 観光振興による地域の活性化
4. スポーツ立市、産業・文化立市との連携

6 施策体系



7 基本施策

基本施策 1. 魅力ある観光地の形成とおもてなしの心の醸成

魅力ある観光地となるためには、選択と集中により素材をいかし付加価値をつけ、本市を訪れる強い動機を作り出すことが重要です。官民一体でおもてなしの心を醸成し、魅力ある観光地の形成を推進します。

基本事業（1）観光資源の整理・再生

【現状と課題】

- ・全ての観光資源をおしなべて注力していたため、素材の魅力を引き出す考えがなかった。また、目的なく新たな観光資源探しを行っていた。
- ・市場調査不足等によりニーズに合わせた施設運営やイベントの実施、情報発信ができなかった。
- ・実現不可能なインフラ整備を計画の基礎としていた。

【取組方針と具体例】

本市の魅力ある観光資源の活用について見直す必要があります。将来を見据えた施設やイベントのあり方を検討します。

また、RESASデータ等のビッグデータやアンケート調査を基とした確かな戦略づくりが必要になります。

- ・佐野市市有施設適正配置計画に基づく市管理の観光施設（観光物産会館、あきやま学寮等、蓬山ログビレッジ、根古屋森林公園）の持続性のある将来計画の策定。
- ・観光情報発信源としての佐野コミュニケーションセンターの改善検討。
- ・各種祭り・イベントの目的を明確にした棲み分け。

基本事業（2）観光地としての形づくり

【現状と課題】

- ・第1次計画において、町会によるお宝自慢調査を実施し、市民に観光立市の理念を理解してもらい、新たな観光素材の掘り起しを行ったが、掘り起こした観光素材がいかされていない状況にある。
- ・第2次計画において、観光ボランティアガイドの育成やまちの駅の充実による、おもてなしの心の醸成を図ったが、これらをいかす手段が確立されていない。

【取組方針と具体例】

観光地としての魅力度を上げるためにはソフト事業の充実が必要不可欠です。本市を訪れた方々の期待を裏切らない“おもてなし”を行うことが次へと繋がります。そのためには、市民をはじめ市内企業や学校が参加しやすい枠組

みづくりが重要です。また、おもてなしを可視化して情報提供することも求められています。

※重点取組 1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上

基本事業（3）安全安心な交通体系・自然環境の整備

【現状と課題】

- ・買い物客の利便性を図るため、市営駐車場の適正な維持管理を行っている。
- ・佐野駅と佐野新都市を結ぶバス路線「万葉浪漫バス」を運行している。
- ・桐生岩舟線、佐野古河線、唐沢公園線、唐沢山公園線、赤見本町線の整備について県に重点要望している。
- ・本市の自然環境を維持するため、里山林の適切な整備を行っている。
- ・自然の大切さを学ぶため、森林環境学習や野外体験活動を行っている。
- ・都市公園の適切な維持管理を行っている。

【取組方針と具体例】

観光客にとって利便性の高い交通体系や自然環境の整備は、本市のイメージに大きな影響を与える重要な要素です。本市の特徴である交通の要衝をいかし、豊かな自然を適切に守ることで観光客数の増加へと結びつけます。

- ・まちなかの駐車場の確保。
- ・鉄道や高速バスと連携する観光二次交通の利便性の向上とシェアサイクル等の導入検討。
- ・自動車利用者を考慮した主要道路網の整備や、まちなか回遊を促す歩行者空間の整備。
- ・分かりやすく、統一感のある案内看板の設置。
- ・本市の豊かな自然の適切な管理。

基本施策 2. 観光客数アップに向けた戦略

観光入込客数 1,000 万人を目指すためには具体的な戦略が必要となります。本市の強みを最大限いかし、旅行トレンドとのマッチングを考慮した体験やインバウンド対応を行い、情報発信の基盤やプロモーションの強化を図ります。

基本事業（1）強みをいかした観光誘客

【現状と課題】

- ・本市の観光の強み（首都東京から 70km 圏、佐野プレミアム・アウトレットや佐野厄よけ大師、道の駅どまんなかたぬま、佐野らーめん店という観光客を呼べる観光スポットの存在、穏やかな気候、固有の食文化、歴史文化等）をいかしきれていない。

- ・魅力ある観光資源同士の組み合わせや、付加価値をつけることができていない。
- ・全国山城サミット in 佐野で1万人を誘客した国指定史跡唐沢山城跡の今後の戦略が求められている。

【取組方針と具体例】

市内すべての観光資源に平準化した誘客施策をとるのではなく、強みをいかす考えを持つことが必要です。強いもの同士を組み合わせたり、強いものとその他の組み合わせにより付加価値やストーリー性を持たせたり、魅力を向上させ本市を訪れる強い動機を作り出すことが重要です。

- ・佐野プレミアム・アウトレットや佐野厄よけ大師、道の駅どまんなかたぬまからピンポイントでの他施設等への誘客。
- ・平成30（2018）年に結成30周年を迎える佐野ら一めん会を中心とした佐野ら一めんの魅力再発見と、本市固有の食文化の見せ方改善による回遊とリピーター獲得。
- ・唐沢山城跡を中心とした歴史や文化の組み合わせによる魅力度向上。

基本事業（2）体験プログラムの充実

【現状と課題】

- ・他に類を見ない多彩な体験メニューや自然環境を持ち合わせていながら、その楽しさや良さを伝えきれていない現状がある。
- ・外国人旅行者をはじめ国内旅行者もその地域ならではの体験を求める傾向がある。

【取組方針と具体例】

ユニークかつ多様な本市の体験プログラムをいかすために、紙媒体およびインターネットでの情報発信において、楽しさや高揚感を中心に立て直すことが必要です。また、インバウンド対応においても体験は有効手段であり、外国語表記や現場の受け入れ態勢を整えることが必要です。

東京都心からのアクセスの良さをいかし、都会の喧騒から離れリフレッシュできる場所として、本市の豊かな自然環境を満喫してもらうことも重要な要素です。

※重点取組2. コト消費の拡大

基本事業（３）インバウンドへの対応

【現状と課題】

- ・クリケット振興により、海外より選手や関係者が本市に来ている。また国際基準の国際クリケット場の整備が平成29（2017）年度に完了し、その対応策が求められている。
- ・民間事業者を中心にムスリム（イスラム教徒）の方を受け入れる動きがあるが、今後の事業展開が求められている。
- ・両毛ムスリムインバウンド推進協議会と佐野市、ジャパンハラルツアーセンターによる3者合意を平成28（2016）年度に結んだが、ムスリムを受け入れる土壌が整いきれていない。

【取組方針と具体例】

海外から来る方が本市を選択するには相当に強いきっかけが必要となります。現在、海外から人を呼ぶことができるクリケットやムスリム向けの動きを後押しできるような体制作りが求められています。

同時に、外国人を迎え入れるための最低限の外国語表示やインターネットでの外国語による情報提供も行わなければなりません。また、本市での体験メニューも外国人向けの受け入れ態勢に整える必要があります。

- ・クリケットの世界大会で来訪する海外選手や関係者、観客等へのおもてなし推進。
- ・両毛ムスリムインバウンド推進協議会の会員拡大と会員によるおもてなしづくり（ムスリム対応）。
- ・市観光施設や飲食店等での英語表記やW i - F i の設置。
- ・民泊の活用。

基本事業（４）情報発信の強化

【現状と課題】

- ・情報発信が新聞や雑誌などへの掲載依頼に頼りがちであり、自ら発信する力が不足している。
- ・市町合併後、パンフレットの内容や発信方法にほとんど変化がない。
- ・ホームページをはじめSNS等インターネットによる情報発信が立ち遅れている。

【取組方針と具体例】

ホームページやSNS、動画配信等インターネットによる情報基盤整備を早急に進める必要があります。

また、紙媒体の構成の見直しや、着地情報の提供場所として重要な観光スポット同士の連携強化が必要です。また、いずれも一貫した佐野のイメージ形成と期待感作りに留意することが重要です。

※重点取組 3. リレー型（いもフライ型）情報発信の推進

基本事業（5）シティプロモーション事業との連携

【現状と課題】

- ・佐野ブランド化事業からシティプロモーション推進事業へと事業が拡大した。
- ・ブランド認証品、宣伝するための人やキャラクターによるプロモーションを積極的に進めているが、市の知名度や魅力度が上がらない現状がある。

【取組方針と具体例】

さのまるを活用するとともに、市民と協働した積極的なシティプロモーションの推進を図ります。

本市の知名度向上やイメージアップを図るための事業（商品等のブランド化や宣伝するための人やキャラクターの推進）は確立しているが、結果を出すための更なる取り組みを行います。

- ・第2次佐野市シティプロモーション推進基本計画における、本市プロモーションの事業の展開。
- ・市民と連携した地域力の強化と、積極的なPR戦略の展開。
- ・シティプロモーションの拠点となる「さのまるの家」の充実と、新たな活動拠点に関する研究・検討。

基本施策 3. 観光振興による地域の活性化

地域の特色をいかした取り組みを積極的に行うことにより、人を集め地域を活性化することができます。地域が一体となり様々な手段を進めることが観光振興へと繋がります。

基本事業（1）フィルムコミッション事業及びコンベンション事業の確立

【現状と課題】

- ・映画やテレビの撮影場所として立地等の好条件により依頼が多いが、対応しきれっていない現状がある。
- ・撮影による経済効果は大きいですが、フィルムコミッションとしてのロケ地調整や撮影支援、ロケ地の情報発信といった本来業務が確立できていない。
- ・本市において様々な会議や大会を開催してもらうためのコンベンション事業の確立とコンベンション協会の設立が求められている。
- ・平成29（2017）年度に全国山城サミット in 佐野が開催された。また、平成31（2019）年度に日本女性会議、平成34（2022）年度に栃木国体が実施される。

【取組方針と具体例】

高い撮影需要のある本市のフィルムコミッション事業を確立させる必要があります。需要に合わせ撮影場所を提供することにとどまらず、観光振興や地域活性化に繋がられるような計画と体制づくりを行います。

またコンベンション事業は、誘致や実施主体となる体制づくりが必要です。

- ・フィルムコミッション事業における、ロケ地の情報発信やロケ地巡りなどへの事業発展。
- ・コンベンション事業を実施するためのコンベンション協会の設立。

基本事業（２）民間事業者・観光事業者との連携

【現状と課題】

- ・東武鉄道と両毛7市の枠組みによる観光キャンペーンの体制が整っている。また特別切符「ふらっと両毛東武フリーパス」が発売されている。
- ・JRグループ6社による「栃木デスティネーションキャンペーン」が平成30（2018）年度に開催される。
- ・旅行者による本市内の観光スポット日帰りツアーが実施されている。
- ・栃木県のアンテナショップ「とちまるショップ」でのキャンペーンを年数回実施している。
- ・市内におけるイベント開催時には市内民間事業者との連携を推進している。
- ・実施している事業の振り返りが十分ではない。

【取組方針と具体例】

観光は行政と民間が一体とならなければ成立しません。旅行者には、積極的な旅行商品づくりの提案を行います。また、地元でのイベント開催時には、民間事業者と協働した企画を実施し、市内の回遊や活性化を目的とした取り組みを行います。

- ・JR東日本、東武鉄道、JRバス関東、JTBグループ等とのキャンペーン実施や情報誌掲載、広域的な周遊企画の推進。
- ・平成30（2018）年度開催の「栃木デスティネーションキャンペーン」と平成31（2019）年度開催の「アフターDC」の官民一体となった取り組み。
- ・旅行者との日帰り旅行商品づくりの推進。
- ・とちまるショップ等でのイベントやキャンペーンの実施。
- ・佐野プレミアム・アウトレットとの、佐野ナビゲーションフェアやプレミアムフライデー等の共同イベント企画の推進。
- ・まちなかでのイベント開催やまちづくり会社との連携、空き店舗利用等による賑わい創出。

基本事業（３）広域観光の環境整備

【現状と課題】

- ・栃木県内の観光行政の枠組み「本物の出会い 栃木」、「両毛地域・東武鉄道観光誘客連絡会議」、「例幣使道軸共同開発協議会」等の協議会がある。
- ・親善都市滋賀県彦根市や福岡県芦屋町、NHK大河ドラマ「真田丸」による長野県上田市との連携がある。
- ・「全国へそのまち協議会」、「全国小京都会議」において会員市町村との交流がある。
- ・ご当地キャラクターを通して埼玉県深谷市をはじめとする自治体間交流がある。
- ・ムスリムインバウンドを表明する千葉県千葉市、東京都台東区、日光市との連携がある。

【取組方針と具体例】

本市の魅力を引き出すためには、共通の目的を持つもの同士が手を組むべきであり、従来型の枠組みに囚われることなく、本市を中心にハブ化できる広域連携を行うことが必要です。

- ・現行の県内や近隣市、親善都市との枠組みにおける、魅力度向上のための事業内容の見直し。
- ・ムスリムインバウンドを推進するため、千葉市－台東区－佐野市－日光市の観光ルートの確立。
- ・林道作原沢入線開通に伴う群馬県みどり市や日光市（足尾）との連携。
- ・本市を中心とした新たな広域の取り組み計画の推進。

基本施策 ４．スポーツ立市、産業・文化立市との連携

本市のまちづくりを実現するため掲げられた観光立市とスポーツ立市、産業・文化立市は、各々が独立しながら最終的には同じゴールをめざし連携することが求められています。それぞれの特色をいかしながら観光振興を図ることを共有して進めます。

基本事業（１）スポーツツーリズムとの連携

【現状と課題】

- ・第２次佐野市総合計画・前期基本計画において、佐野市総合計画・後期基本計画に引き続き「スポーツ立市」がリーディングプロジェクトとされている。
- ・国際クリケット場を拠点とした、スポーツツーリズムによるまちづくり事業として、「クリケットタウン佐野」創造プロジェクトが始動した。
- ・スポーツツーリズムを推進する「佐野市スポーツツーリズム協会」が設立されたが、スポーツ事業者や観光事業者等との連携した活動が求められている。

る。

- ・スポーツツーリズムを推進する観点から、スポーツ施設の計画的な整備を進めるとともに、スポーツ施設に依存しない新たなスポーツ振興を図る必要がある。

【取組方針と具体例】

スポーツによるまちづくりは、スポーツ大会や合宿を誘致するスポーツツーリズム事業を核として進めています。スポーツを目的に来訪した人々が、余暇時間を使って本市の名所や名物、地場産業、自然、歴史、交流などの観光を楽しめるメニューを研究し、提供することで、本市の滞在をより魅力的なものにしていきます。

- ・地域おこし協力隊制度を活用し、スポーツツーリズム協会を中心とした、来訪者の受け入れ態勢の強化、スポーツ大会の誘致、スポーツ観光事業の開発、スポーツボランティア制度の育成等。
- ・「クリケットタウン佐野」創造プロジェクト推進による、クリケットを活用したスポーツツーリズムの振興。
- ・佐野市の観光の魅力を満喫する自転車ツーリング、トレッキング、ロゲイニング*等の開催。

*ロゲイニング…地図、コンパスを使って草原や野山に多数設置されたチェックポイントをできるだけ多く制限時間内にまわり、得られた点数を競う野外スポーツ

基本事業（２）産業・文化による誘客促進

【現状と課題】

- ・第２次佐野市総合計画・前期基本計画において、「産業・文化立市」がリーディングプロジェクトとなる。
- ・佐野田沼インター産業団地及び佐野AWS産業団地に立地した企業のうち、工場見学施設を整備した企業に奨励金を交付した。
- ・首都圏をターゲットとした天明鋳物づくり体験ツアーを始めた。
- ・天明鋳物を中心とした本市の伝統工芸の今後の活用が求められている。

【取組方針と具体例】

第２次佐野市総合計画・前期基本計画において新たなリーディングプロジェクトとして産業と文化をいかしたまちづくりが位置づけられます。

交通の要衝としての本市の産業発展や天明鋳物等の歴史ある伝統工芸等を本市を訪れるきっかけとして活用します。

- ・工場見学のできる企業による誘客。
- ・天明鋳物づくり体験や天明鋳物の新しい商品、飛駒和紙等による誘客。

8 重点取組

本計画の目的達成のために、本市への来訪者に対するおもてなし等の人的サービスの向上、本市での体験や思い出作りによる満足度の向上、求められる情報をしかるべき形で伝えることによる滞留時間の増加を達成すべき優先課題として、次の3つを重点取組として実施する。

1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上

【目標】本市の観光立市を推進するためには、市民が参加し総力で臨むことが重要です。また、潜在的に力を持つ観光資源を市民みんなで磨き上げていくことが必要となります。行政はコーディネータとして、市民や市内企業・学校が参加しやすい環境や動機をつくり、その行動をまとめ上げ、より一層の魅力度向上を図ります。

- 【プラン】
- (1) 第1期計画で実施した「町会によるお宝自慢調査」を市民参加の好例として、調査結果の更なる活用と、市民が誇りに思う潜在資源の磨き上げ事業を推進する。
 - (2) 市民一人ひとり、そして市内企業・学校によるおもてなしの心を醸成するための事業を展開する。また、そのおもてなしの心の可視化を実施する。
 - (3) まちの駅や観光ボランティアガイドによる情報交換や研修等の活動を支援し、本市を訪れる方への情報発信や対応力を高める。
 - (4) 地域おこし協力隊活動への市民の理解と支援を高める。また、その活動内容を発信し地域力の強化、誘客へと結び付ける。

2. コト消費の拡大

【目標】近年の消費動向として、所有することに重きを置く「モノ消費」から、所有では得られない体験や思い出、人間関係に価値を見出す「コト消費」が重視されています。

本市を訪れる方々の満足度を上げ、更にリピーターとなってもらうため、また滞在時間を増やすために魅力的な体験型の事業展開とターゲットを踏まえた積極的なPRを行います。

- 【プラン】（１）需要の高まる農泊や農業体験、地場産業の工場見学ツアー、天明鋳物や飛騨和紙体験等を推進することにより、本市でしかできない体験事業を展開する。
- （２）体験型宿泊施設を中心に体験情報パンフレットをより魅力的にリニューアルし、インターネットによる情報提供や予約等を推進する。
- （３）安心して楽しめるよう自然散策のルート管理や、まちなか散策コースにテーマを持たせ魅力ある情報提供を関係団体と共に行う。
- （４）いちご、梨、桃、ブルーベリーなどの果物狩りが都心から近距離で出来る場所として、各施設と協力したPRを行う。
- （５）ローカル線を利用したのんびりゆったりな旅や、残されている昭和レトロな物や風景等の魅力を関係機関と連携して伝える。

3. リレー型（いもフライ型）情報発信の推進

【目 標】 集客力のある施設等をいかし、次から次へと情報をリレー（いもフライのように串で個を連結）し、施設や店舗から別の施設や店舗へと誘導を図ります。着地型情報発信を強化することで、現地での最新でリアルな情報提供を目指します。

- 【プラン】（１）本市の観光の強みである佐野プレミアム・アウトレットや佐野厄よけ大師、道の駅どまんなかたぬま、佐野らーめん各店、佐野市観光物産会館、佐野新都市バスターミナル、JR・東武佐野駅、佐野サービスエリアを基点としたパンフレット等による着地型の情報発信と、相互連携を図るための態勢を整える。
- （２）観光客が知りたいといった観点から有機的に集約された観光情報が重要とされているため、佐野市観光協会や佐野商工会議所、佐野市あそ商工会等との事前協議により混在する情報を整理し、精度の高い観光ガイドブックやマップ作りを行う。
- また、若い世代を中心にスマートフォン等で検索できるデジタル地図情報の利用が増えている。観光客自身の位置情報と連動したデジタル地図の対応について、早急に研究を進める。

- (3) 市ホームページの観光情報において、より多くの情報と詳細な情報の掲載、最新情報の提供を目指す。また、若い世代をターゲットにSNSを駆使し、ツイッターにおいては最新情報を流すこととリツイートによる拡散力を利用する。インスタグラムにおいては、観光への動機づけとなるような魅力的な写真投稿により、観光ガイドとなるような利用を行う。

9 成果指標

本計画に掲げる重点取組を中心とした各基本施策・事業を実施することにより、目標である年間観光入込客数1,000万人を達成する。

成果指標	平成28 (2016) 年度【実績】	平成30 (2018) 年度	平成31 (2019) 年度	平成32 (2020) 年度	平成33 (2021) 年度
観光入込客数	870万人	900万人	930万人	970万人	1,000万人

また、コト消費の拡大や情報発信の強化、市民力によるおもてなし体制づくりにより、外国人を含む宿泊客数5万人を達成する。

成果指標	平成28 (2016) 年度【実績】	平成30 (2018) 年度	平成31 (2019) 年度	平成32 (2020) 年度	平成33 (2021) 年度
観光宿泊客数	46千人	47千人	48千人	49千人	50千人
外国人宿泊客数	674人	700人	800人	900人	1,000人
体験型3施設利用者数 ^{*1}	32千人	33千人	34千人	35千人	36千人
市ホームページアクセス数 ^{*2}	—	320千人	330千人	340千人	350千人

^{*1}体験型3施設…あきやま学寮等、蓬山ログビレッジ、根古屋森林公園

^{*2}平成28(2016)年度市ホームページアクセス数は集計方法が異なる為データ無し

【資料編】

計画策定までの経過

日付	項目	内容
平成 29 (2017) 年 8 月 28 日	第 1 回 佐野市観光立市庁内推進委員会	第 2 次計画期間における実績検証 第 3 次計画案について 第 3 次計画策定スケジュールについて
平成 29 (2017) 年 9 月 28 日	第 2 回 佐野市観光立市庁内推進委員会	第 3 次計画案について
平成 29 (2017) 年 11 月 8 日	第 1 回 佐野市観光立市推進基本計画策定委員会	委嘱状の交付 委員長・副委員長の互選 第 2 次計画期間における実績検証 第 3 次計画案について
平成 29 (2017) 年 12 月 25 日	第 2 回 佐野市観光立市推進基本計画策定委員会	第 3 次計画案について

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 委員長は観光立市推進課長を、副委員長は政策調整課長を、委員は別表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、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。

(専門部会)

第6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 前条の規定は、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7条 委員会の庶務は、観光スポーツ部観光立市推進課において処理する。

(その他)

第8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。

附 則（平成22年6月7日訓令第18号）

この訓令は、公布の日から施行する。

附 則（平成24年3月30日訓令第6号）

この訓令は、平成24年4月1日から施行する。

附 則（平成26年3月31日訓令第5号）

この訓令は、平成26年4月1日から施行する。

附 則（平成28年3月31日訓令第8号）

この訓令は、平成28年4月1日から施行する。

附 則（平成29年8月25日訓令第17号）

この訓令は、公布の日から施行する。

別表（第3条関係）

都市ブランド推進室長 市民活動促進課長 交通生活課長 産業立市推進課長 農政課長 農山村振興課長 文化立市推進課長 スポーツ立市推進課長 都市計画課長 都市整備課長 生涯学習課長 文化財課長

佐野市観光立市推進基本計画策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 観光立市の実現に関する基本的な計画（以下「観光立市推進基本計画」という。）を策定するため、佐野市観光立市市内推進委員会設置要綱（平成21年佐野市訓令第15号）第1条に規定する佐野市観光立市市内推進委員会が作成した素案に関し調査及び検討を行うため、佐野市観光立市推進基本計画策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、観光立市推進基本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) 観光に関するボランティア活動を行う団体の推薦を受けた者
- (6) 情報通信業に従事する者

(任期)

第4条 委員の任期は、観光立市推進基本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、会議に委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、観光スポーツ部観光立市推進課において処理する。

(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策定委員会委員名簿〕

No.	役職	氏名	備考(所属)
1	委員長	為 国 孝 敏	学識経験者
2	副委員長	浅 岡 隆 裕	学識経験者
3	委員	岩 崎 正 明	東武鉄道株式会社 営業部北関東営業支社 支社長
4	委員	大 芦 宏	佐野農業協同組合 代表理事組合長
5	委員	大 関 輝 雄	佐野市あそ商工会 副会長
6	委員	太 田 毅	東日本旅客鉄道株式会社 足利駅 駅長
7	委員	亀 井 勝	下野新聞社 佐野支局長
8	委員	川 俣 政 勝	ジェイアールバス関東株式会社 佐野支店 支店長
9	委員	坂 井 正 巳	佐野商工会議所 専務理事
10	委員	篠 原 敏 秀	株式会社どまんなかたぬま 代表取締役社長
11	委員	島 田 嘉 内	さのまちづくり株式会社 代表取締役
12	委員	藤 波 一 博	一般社団法人佐野市観光協会 代表理事
13	委員	藤 本 武 義	佐野観光ボランティアガイド協会 会長
14	委員	前 原 明 子	佐野ケーブルテレビ株式会社 執行役員業務部長
15	委員	吉 井 貴 子	まちの駅ネットワークさの 代表

※No3以降氏名五十音順

第3次佐野市観光立市推進基本計画

平成30年（2018年）4月

発行 佐野市

編集 佐野市観光スポーツ部観光立市推進課
〒327-8501 栃木県佐野市高砂町1番地

T E L 0283-27-3011

F A X 0283-20-3029

E-mail kankousuisin@city.sano.lg.jp

U R L <http://www.city.sano.lg.jp>