

第4次

佐野市観光推進基本計画



令和4（2022）年3月
栃木県 佐野市

はじめに



本市は、平成22年3月に策定した第1次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、平成22年に佐野市観光立市推進基本計画を策定しました。その後、平成27年に第2次佐野市観光立市推進基本計画、平成31年に第3次佐野市観光立市推進基本計画を策定し各種事業を展開してまいりましたが、令和3年度をもって現計画が終了することから、現在の観光情勢を踏まえた見直しを行い、令和4年度から令和7年度を計画期間とする第4次佐野市観光推進基本計画を策定しました。

令和2年に感染が拡大した新型コロナウイルス感染症の影響により、観光需要は大変厳しい状況となり、国内の観光業界は深刻な影響を受けました。このような中、感染症の感染予防となるワクチン接種が加速し、市民生活が平静を取り戻すことで、ゆっくりではありますが観光復興の兆しが見えてきたところです。

本計画の上位計画である第2次佐野市総合計画中期基本計画に掲げたまちづくりの基本理念「進化する佐野市」「選ばれる佐野市」を実現するため、様々な施策に取り組み、多くの観光客から選ばれる観光地を目指してまいりますので、これからも引き続き皆様のより一層のご理解とご協力をお願いいたします。

終わりに、計画の策定に当たりまして貴重なご意見をいただきました佐野市観光推進基本計画策定委員会の委員の方々をはじめ、多くの皆様に御礼を申し上げます。

令和4（2022）年3月

佐野市長 **金子 裕**

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文化施設・学習施設	5
	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	9
	(3) 広域連携の推進	9
	(4) 「おもてなしの心」の醸成	9
	(5) 各種計画との連携	10
5	計画の期間と目標	11
	(1) 計画の期間	11
	(2) 目標	11
6	施策体系	13
7	重点取組	14
	1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上	14
	2. コト消費、トキ消費のニーズへの対応	15
	3. リレー型（いもフライ型）情報発信の推進	17

8	基本施策	18
	基本施策1. 選ばれる観光地の形成とおもてなしの心の醸成	18
	基本事業(1) 観光地としての形づくり	18
	基本事業(2) 観光資源の整備	19
	基本事業(3) 安全安心な交通体系・自然環境の整備	20
	基本施策2. 観光客数アップに向けた戦略	21
	基本事業(1) 強みを活かした観光誘客	21
	基本事業(2) 体験プログラムの整理・再生	22
	基本事業(3) インバウンド誘客の強化	22
	基本事業(4) 情報発信の強化	23
	基本事業(5) シティプロモーション事業との連携	24
	基本施策3. 観光振興による地域の活性化	25
	基本事業(1) フィルムコミッション・コンベンション 事業の推進	25
	基本事業(2) 民間事業者・観光事業者との連携	25
	基本事業(3) 広域観光の環境整備と連携	27
	基本施策4. スポーツ、産業・文化との連携	28
	基本事業(1) スポーツツーリズムとの連携	28
	基本事業(2) 産業・文化による誘客促進	28
9	成果指標	30

【資料編】

計画策定までの経過	31
佐野市観光推進基本計画庁内策定委員会設置要綱	32
佐野市観光推進基本計画策定委員会設置要綱	34
佐野市観光推進基本計画策定委員会委員名簿	35

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」に向けた取組を推進しています。

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。令和2（2020）年に感染が拡大した新型コロナウイルス感染症の影響により、本県の観光関連産業全体は大きな打撃を受け、苦境におかれています。こうした状況を踏まえ、令和3（2021）年3月、早期の観光需要の回復、「新しい生活様式」に対応した受入態勢整備を含めた更なる観光振興を図るため、県、市町、観光関連団体、観光事業者、交通事業者、県民等が互いに連携して取り組むための新たな指針として「新とちぎ観光立県戦略」が策定されました。

本市では、平成22（2010）年3月に策定された第1次佐野市総合計画基本構想・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づけ、「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）年に佐野市観光立市推進基本計画を、平成27（2015）年に第2次佐野市観光立市推進基本計画を、平成31（2019）年に第3次佐野市観光立市推進基本計画を策定し、計画期間である令和4（2022）年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。

令和4（2022）年度からスタートする第2次佐野市総合計画基本構想・中期基本計画では、多くの観光客から選ばれる観光地づくりや観光振興に係る人材の確保・育成、そして「観光」・「スポーツ」・「産業・文化」の更なる連携を盛り込み、地域の活性化を推進します。

(2) 目的

第2次佐野市総合計画基本構想・中期基本計画の基本目標の一つである、「新たな流れの創造による賑わうまちづくり」を推進するための部門計画として、第4次佐野市観光推進基本計画を策定します。

計画では、まちづくりの基本理念となる「進化する佐野市」「選ばれる佐野市」を実現するために本市の観光資源を最大限活用し、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国内外の交流人口の増加と本市の観光産業の活性化を図り、多くの観光客から選ばれる観光地づくりを目指します。

2 観光を取り巻く動向

(1) 社会情勢の変化

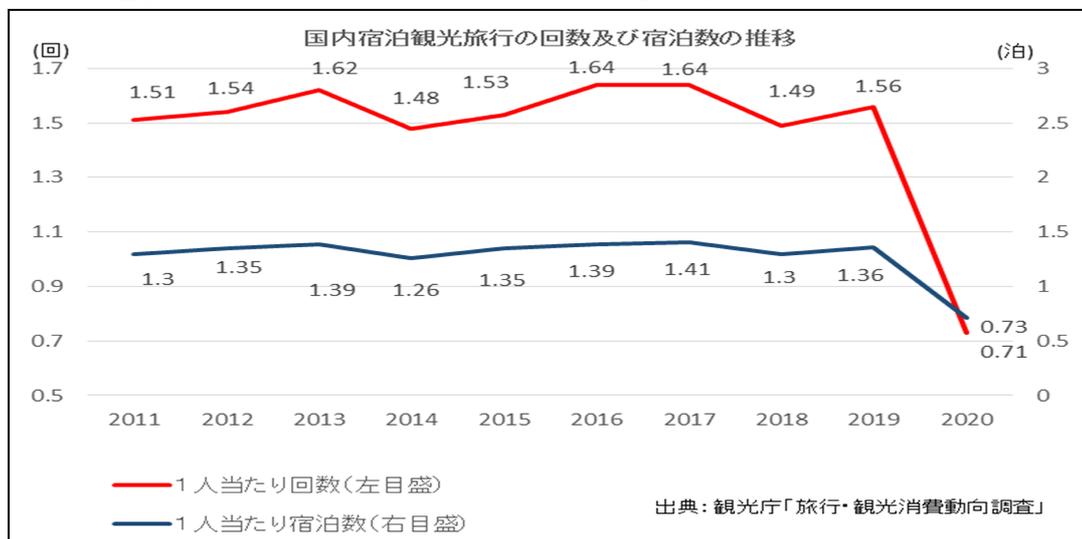
「日本経済（2020-2021）」（令和3（2021）年3月）によると、国内の経済活動の水準を表す実質GDPは、初めて緊急事態宣言が発出された4—6月期は、内外需双方から大きく下押しされ、前期比-8.3%（前期比年率-29.3%）と比較可能な平成6（1994）年以降で最大の落ち込みとなったとのことです。

また、「年次経済財政報告」（令和2（2020）年11月）では、令和2（2020）年6月に公表された国際通貨基金（IMF）による令和2（2020）年の世界経済成長率は、-4.9%の見通しとなるとともに、新型コロナウイルス感染症による経済的影響の大きさが明白になっており、我が国の対外的な環境は非常に厳しくなっております。更に、令和2（2020）年2月以降、新型コロナウイルス感染症の世界的な流行による人流の抑制から令和2（2020）年の訪日外国人旅行者数は411万人（対前年比-87.1%）に留まり、インバウンド需要は消失したと言われております。

国内においても新型コロナウイルス感染症の感染の懸念から、家族旅行や卒業旅行を控える傾向が顕著となり、国内旅行のキャンセルが相次ぎました。4月に発出された緊急事態宣言が5月には解除され、7月から開始となったGo Toトラベルキャンペーン等でようやく復調の兆しがでてきたのも束の間、10月には一時停止となりました。

また、令和元年東日本台風や令和2（2020）年7月の豪雨のような未曾有の自然災害も全国各地で発生し、観光関連産業に甚大な被害が生じており、観光需要は冷え込んでいます。

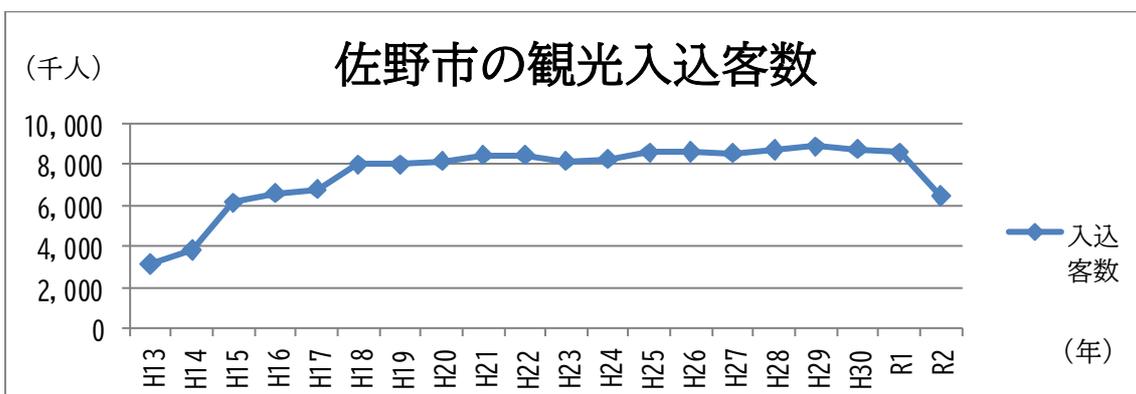
令和2（2020）年においては、日本人の国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の回数は0.73回（対前年比-53.2%）、国民1人当たりの国内宿泊観光旅行の宿泊数は0.71泊（対前年比-47.8%）と急激な減少となり、観光業界では、新型コロナウイルス感染症拡大を受けて、これまで経験したことのないような厳しい状況に見まわられています。



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名所・名物が火付け役となり、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845万人へと飛躍的に増加しました。東日本大震災の影響により、平成23（2011）年には814万人に減少したものの、平成29（2017）年には過去最高の888万人まで達しました。しかし、新型コロナウイルス感染症拡大の影響を受け、令和2（2020）年は、647万人に留まっています。



資料：令和3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、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、令和4（2022）年中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、これらの立地条件から高速交通の要衝としての発展が期待されています。

鉄道では、北関東を東西に走るJR両毛線が通り、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は葛生駅から、田沼駅、佐野駅を通り、群馬県館林市を経て東京方面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は、東京駅や新宿駅及び羽田空港や成田空港等を直接結んでいます。

(3) 観光資源

観光とは、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・漁業など、多様な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、環境、施設などが観光資源となり得ます。市民生活の上で密接に関係する既存の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。

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います。万葉の昔から歌に詠まれた市の花「カタクリ」が咲き誇る三轟山、緑豊かに戦国の歴史を今に伝える唐沢山、そして秋山川、旗川などが市街部を流れ、湧き水豊かな日本名水百選の出流原弁天池は訪れる人を癒してくれます。また、北部の山々では、ハイキングやサイクリング、溪流釣りといったアウトドアスポーツを楽しむことができます。

② 歴史・文化・伝統工芸・伝統芸能

茶の湯釜をはじめとする1000年の歴史を持つ天明鋳物は、平成25（2013）年12月、天命鋳物伝承保存会の活動が（公社）日本ユネスコ協会連盟のプロジェクト未来遺産に登録され、令和3（2021）年2月には天明鋳物の商標登録に取り組み始めるなど、ブランド力の強化を目指しています。

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、お城ファンを中心に多くの観光客が訪れ、唐沢山城跡の歴史に触れることができ、唐沢山城跡の価値と知名度向上を図る上でまたとない機会になりました。

このほか「鉢の木物語」の佐野源左衛門常世ゆかりの願成寺、郷土の偉人である田中正造旧宅など歴史上の人物にまつわる名所旧跡が数多く存在しています。

加えて、佐野衣装着雛、佐野節句かけ軸、栃木鬼瓦、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 文化施設・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、人間国宝田村耕一美術館などの民

間の美術館と文化会館、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・体験施設が整っており、学びと体験の機会に恵まれています。

④ スポーツ

全国のランナーが参加する「きのマラソン大会」、「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。

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、クリケットの国内大会のみならず国際大会を開催しています。平成30（2018）年には国際クリケット場の再整備が完了し、供用が開始され、インバウンドを含めた更なる集客を目指しています。

更に、令和4（2022）年には「いちご一会とちぎ国体」及び「いちご一会とちぎ大会」の開催が予定されており、本市はバレーボール及びラグビーフットボールの競技会場となっています。

⑤ 商業・レジャー施設

東北自動車道佐野藤岡インターチェンジ付近にあるアウトレットモールや大型商業施設は、首都圏からの誘客に大きく貢献しています。また、市内に数あるゴルフ場も、市外から多くの利用者が訪れています。

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、夏にはきの秀郷まつり、たぬまふるさと祭り、くずう原人まつり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、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があり、多くの観光客で賑わいます。

⑦ 特産品・食文化

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評価されています。また、直売所での販売や果物狩りも人気があり、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、カン口はご当地グルメとして広く人気を得ています。また、平成30（2018）年には、地方創生プロジェクトを活用した「佐野黒から揚げ」が開発され、新たなご当地グルメの仲間入りを果たし注目を集めています。

このほかにも、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を彩っています。

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

地域で親しまれている赤見温泉や東山温泉にはホテルや旅館が集まるほか、市街地や幹線道路沿いは大型ビジネスホテルが進出しています。北部の森林地域には、キャンプやバーベキューを楽しむことができる市営の体験型宿泊施設が整備されています。

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、地元の農産物や物産品の販売、レストラン、足湯、ふれあい広場やミニS L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、多くの観光客が立ち寄ることから観光交流の拠点でもあり、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4施設（蓬山レストラン、根古屋亭、高齢者センター、憩い館）あり、地元産のそば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J A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。

J A佐野の系列会社が運営する「佐野観光農園アグリタウン」は、本市特産の新鮮な食材が揃う農産物直売所やアイスクリームの加工販売、物産販売やいちご狩り、農業体験などもできる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、観光素材となり得る食、自然、史跡、文化、歴史、産業及びスポーツなど多くの資源を有しています。更には、東京から日帰りできる距離にあるという要素も持ち合わせています。

これらの魅力を旅行商品として観光客に届け、満足してもらうためには、明確なコンセプトに基づいた戦略を組み立て、対象とする観光客のニーズに応じたサービスをきめ細かく用意することが必要です。

それには、観光客の嗜好や動向を把握するための調査を実施し、科学的なアプローチを取り入れ、意思の決定をしていくことが重要です。

令和3（2021）年3月に、観光地域づくり候補法人（候補DMO）※2となった（一社）佐野市観光協会には専門知識を有する人材を配置しており、今後、候補DMOの事業を活用しながら各施策を推進していきます。

※2 観光地域づくり候補法人(候補DMO)・観光地域づくり法人(DMO)

正式名称は「Destination Management/Marketing Organization」

地域の「稼ぐ力」を引き出すとともに地域への誇りと愛着を醸成する「観光地経営」の視点に立った観光地域づくりの舵取り役として、多様な関係者と協働しながら、明確なコンセプトに基づいた観光地域づくりを実現するための戦略を策定するとともに、戦略を着実に実施するための調整機能を備えた法人。

観光地域づくり候補法人(候補DMO)は、観光庁が登録を行っている観光地域づくり法人(DMO)の前段となる法人。候補DMOに登録してから3年以内にDMOとしての登録を受ける必要がある。



資料：観光庁

(2) 多様な情報発信

情報は必要とする人々に届かなければなりません。これまで、ホームページやSNS、動画配信を中心にインターネットの活用やパンフレット、ポスターなどの紙媒体を活用した情報発信を行ってきましたが、年代や地域など様々な情報の受け手に対するPRが的確であったかを検証する余地があります。

また、来訪者から必要な情報収集に時間がかかるとの指摘があることから、中心となるホームページの内容が低調で利用者ニーズに応えられていないと思われまます。

引き続き、電子媒体を中心に情報の発信拡散に努める中で、観光地域づくり候補法人（候補DMO）の設立を契機に、観光地域づくりの司令塔である（一社）佐野市観光協会のホームページを内容が豊富で欲しい情報が一元的に管理・提供できるように、見直しを図る必要があります。また、ホームページを利用できない人に対してもパンフレットの設置箇所を増やすなど情報を取りやすい情報発信のあり方を検討する必要があります。

同時に、佐野プレミアム・アウトレットなどは、来訪者の主な目的地です。こうした場所から市内の観光回遊の動機付けとなる情報発信を行うとともに、更にはアフターコロナを見据え、外国人観光客への効果的かつ広域的な情報発信も必要です。

(3) 広域連携の推進

市内の観光資源を組み合わせ、魅力度向上が図れる観光事業を展開することが観光政策の基本と考えますが、従来型観光地域でない本市にとって、近隣の市町との協力関係を強め、広域をエリアとした一体的で洗練された観光プランの実施は、更なる本市への集客を期待できます。

これまでの近隣自治体と共に実施した観光キャンペーンの実績や、令和2（2020）年に本市において開催されたインバウンドサミットを契機とする埼玉県と北関東3県（茨城県、栃木県、群馬県）の「North of Tokyo」で取り組んだインバウンド面での連携を活かし、新たな視点に立った連携を構築し、観光の回廊化を図る段階に来ています。

(4) 「おもてなしの心」の醸成

おもてなしを向上させるには、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。旅の流行りは行動予定を明確にした計画的な旅が好まれますが、旅の印象はふとした出会いが満足度を高めるようです。来訪者に「佐野にまた来てみたい」と思わせる気持ちの温かい街になれば素晴らしいことです。来訪者にも優しい、人の気持ちが通い合う住みよいまちづくりが望まれます。観光客が気軽に立ち寄ることのできる「まちの駅」を核とし、様々な案内窓口や観光ボランティアガイドの活動を通して、来訪者を温かく迎え入れる風土を醸成します。

(5) 各種計画との連携

本計画は、第2次佐野市総合計画基本構想・中期基本計画に位置づけた観光振興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次佐野市総合計画基本構想・中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。

第2次佐野市総合計画基本構想・中期基本計画



関係する内容を反映

第4次佐野市観光推進基本計画



各個別計画の
観光関連内容
を反映

【市内関連計画】

佐野市まち・ひと・しごと創生総合戦略
佐野市産業振興基本計画
佐野市天明鑄物のまちづくり推進計画
佐野市スポーツ推進基本計画
佐野市シティプロモーション推進基本計画
佐野市市民活動推進計画
佐野市総合交通マスタープラン
国道50号沿線開発構想
佐野市地域公共交通計画
佐野市都市計画マスタープラン
佐野市景観計画
佐野市中心市街地活性化基本計画
佐野市生涯学習推進基本構想・基本計画
佐野市スマートセーフシティ構想

5 計画の期間と目標

(1) 計画の期間

本計画の期間は、第2次佐野市総合計画基本構想・中期基本計画の期間に合わせ、令和4（2022）年度から令和7（2025）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、第2次佐野市観光立市推進基本計画及び第3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。

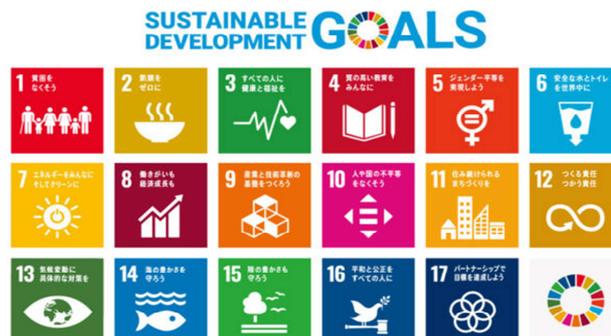
観光地形成の心の醸成や進む道が見えてきたところ、新型コロナウイルス感染症の世界的な感染拡大により、日本の観光業は大きな打撃を被ることになりました。その影響もあり、目標とする観光によるまちづくりや1,000万人の観光入込客数は達成できていません。

そこで、第4次佐野市観光推進基本計画においては、新型コロナウイルス感染症の感染状況やその影響、SDGs※3に対応した持続可能な観光地づくり、観光DX※4の推進を加味しながら、新型コロナウイルス感染症発生前の水準を上回ることを目標として、多くの観光客から「選ばれる佐野市」を目指し、次の施策を重点的に取り組みます。

1. 選ばれ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、産業・文化との連携

※3 SDGs

持続可能な開発目標（SDGs：Sustainable Development Goals）平成27（2015）年9月の国連サミットで加盟国の全会一致で採択された「持続可能な開発のための2030アジェンダ」に記載された平成28（2016）年から令和12（2030）年までに持続可能でよりよい世界を目指す国際目標。



※4 観光DX（観光デジタルトランスフォーメーション）

デジタル技術の利活用によって「独自の文化や芸術、自然など、地域の持つ観光資源」を磨き上げ、より多彩で充実した「観光コンテンツ」や快適な「観光体験」を創出・提供することで、地域ならではの体験価値の向上や観光消費額の増大を実現させるための取組。



「万葉自然公園かたくりの里」に群生するカタクリの花



日本名水百選・県指定天然記念物 出流原弁天池



国指定史跡唐沢山城跡・唐沢山

6 施策体系

将来像

目標

基本施策

基本事業

取組方針の具体例

歴史と文化、食が魅力の北関東のど真ん中
人と笑顔が交差する都市・佐野

新型コロナウイルス感染症発生前の水準（平成30（2018）年度）を上回る年間観光入込客数880万人を達成する

1. 選ばれる観光地の形成とおもてなしの心の醸成

- (1) 観光地としての形づくり
- (2) 観光資源の整備
- (3) 安全安心な交通体系・自然環境の整備

- ・重点取組 1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上
- ・特産品、名産品等の観光資源整備
- ・市観光施設の受入環境整備による利用向上
- ・鉄道、バス、タクシー事業者との連携強化
- ・本市の豊かな自然の適切な管理

2. 観光客数アップに向けた戦略

- (1) 強みをいかした観光誘客
- (2) 体験プログラムの整理・再生
- (3) インバウンド誘客の強化
- (4) 情報発信の強化
- (5) シティプロモーション事業との連携

- ・佐野らーめん等固有の食や唐沢山城跡の活用による誘客
- ・佐野プレミアム・アウトレット等との連携による市内回遊推進
- ・重点取組 2. コト消費・トキ消費のニーズへの対応
- ・クリケット等インバウンド誘客に向けた効果的な情報発信と受入態勢の充実
- ・両毛ムスリムインバウンド推進協議会との連携によるPR
- ・ホームページの英語化ややさしい日本語化
- ・体験型施設のWi-Fi環境整備
- ・重点取組 3. リレー型（いもフライ型）情報発信の推進
- ・第3次シティプロモーション推進基本計画に即した事業の展開

3. 観光振興による地域の活性化

- (1) フィルムコミッション・コンベンション事業の推進
- (2) 民間事業者・観光事業者との連携
- (3) 広域観光の環境整備と連携

- ・地域おこし協力隊員の配置によるフィルムコミッション事業の推進
- ・ロケ地マップ作成やロケ地巡りによる誘客
- ・コンベンション事業誘致のための観光協会（候補DMO）との連携と体制づくり
- ・鉄道やバス会社との連携
- ・旅行会社との日帰り商品づくりや着地型観光コンテンツづくりの推進
- ・観光協会（候補DMO）が設置する協議会への参画による合意形成、情報共有化による観光地域づくりの推進
- ・県内、近隣市、親善都市との連携
- ・ムスリムインバウンドの広域連携
- ・林道作原沢入線の展望台駐車場の整備と群馬県みどり市等近隣自治体との連携

4. スポーツ、産業・文化との連携

- (1) スポーツツーリズムとの連携
- (2) 産業・文化による誘客促進

- ・第3次佐野市スポーツ推進基本計画に基づくスポーツツーリズムの推進
- ・佐野市産業振興基本計画に基づく事業の展開
- ・天明鋳物や飛駒和紙の活用による誘客

7 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します。

1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上

【目 標】 観光地として「選ばれる佐野市」を推進するためには、潜在的な力を持つ観光資源を行政と市民がともに磨き上げ、同じ志のもと関わっていくことが重要です。行政は観光地域づくりの中核となる（一社）佐野市観光協会と連携し、市民や市内企業・学校など様々な関係団体が参加しやすい環境や動機をつくり、その行動をまとめることで、より一層の魅力度向上に努めます。

- 【プラン】
- (1)（一社）佐野市観光協会が観光地域づくりのプラットフォームとなり、地域の関係者を巻き込んだ体制を構築し、マーケティングによるデータの分析・活用など科学的アプローチを取り入れた観光戦略を策定します。
 - (2)「まちの駅」の増設並びに連携強化を図ることで、市内回遊の促進や滞在時間を増やし、観光客と「おもてなしの心」をもった市民の交流によりリピーターアップに繋がります。
 - (3)「優しき溢れる人との繋がり」を築くため、観光ボランティアガイドの養成講座や視察研修等を推進することで本市来訪者への情報発信や対応力を高めかつ広域的な観光案内のニーズに対応できるよう近隣市町との連携を強化し、利用促進を図ります。また、新型コロナウイルス感染症対策を講じ、観光ボランティアを積極的に観光案内所等に配置することで来訪者へのおもてなしの強化を図ります。

2. コト消費、トキ消費のニーズへの対応

- 【目 標】 新型コロナウイルス感染症の影響で、現地へ実際に足を運び、観光を楽しむことができにくい状況です。「モノ消費」から体験を共有する「コト消費」へ、そして自宅からSNSなどのオンラインツールを通じて遠隔地の人々との関わり「トキ」を消費するサービスが注目を集め始めています。地域住民との関わりを生み出すことで、本市の熱烈なファンとなる関係人口の創出に繋がります。本市を訪れる方々の満足度を上げ、リピーターとなってもらうため、魅力的な体験型コンテンツの事業展開とターゲットを絞り込み、積極的なPRを行います。

- 【プラン】
- (1) グリーンツーリズムを活用し、農村、農家のファンを広げ農業振興と連携しながら関係人口の創出に繋がるよう推進します。また、地場産業の工場見学ツアー、文化、産業の両面でブランド力の強化を目指す天明鋳物や飛駒和紙の体験等を推進し、本市でしか味わえない地域資源を活かした体験型コンテンツを展開します。更に、観光資源として新たに発見される特産品や名産品等の中に新たなコンテンツとなり得るものを見出し事業展開していくことで、より一層の推進を図ります。
 - (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ます。また、インターネットを介した施設の情報提供や予約システムを構築し、観光客の問い合わせに対するチャットボット※5による多言語対応やスマートデバイス※6の対応を行うことで利便性の向上を図ります。
 - (3) ドラマや映画のロケ地めぐり、いもフライや黒から揚げなどのご当地グルメをテイクアウトで食べ歩く等、まちなか散策コースにテーマを持たせるとともに、魅力ある情報を関係団体と連携して発信します。
 - (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連携し、PRを行います。
 - (5) 各関係機関と連携を図り、ローカル線を利用したのんびりゆったりな旅や、現存するなつかしい建造物等の魅力の情報を発信します。
 - (6) 自宅にいても楽しむことができる農業体験プログラムを（一社）佐野市観光協会やJA佐野等と共に企画し、同じ「トキ」を共有する地域住民とコミュニケーションを図り

ながら、オンラインで疑似収穫体験した野菜、果物等を後日自宅で味わうことができるプレミアム感のあるオンラインツアーとして実施し、ファンを獲得します。

※5 チャットボット

「チャット」と「ボット」を組み合わせた言葉で、人工知能を活用した「自動会話プログラム」のこと。

※6 スマートデバイス

様々な用途に使用可能な多機能端末のこと。明確な定義はないが、スマートフォンやタブレット端末が相当する。



体験型宿泊施設 あきやま学寮



体験型宿泊施設 蓬山ログビレッジ



体験型宿泊施設 根古屋森林公園

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活かし、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。リアルタイムでの現地の情報を提供することで、着地型情報発信の強化を推進します。

【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、佐野ら一めん各店、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備します。

（２）（一社）佐野市観光協会との定例会議を開催し、双方の情報を共有し、意思の疎通を図ります。また、（一社）佐野市観光協会が設置した「佐野市観光地域づくり協議会」への参画を通じ、（一社）佐野市観光協会、関係団体及び市がそれぞれの役割分担を明確にしていくことで、本市の観光振興の目指していく方向を定めつつ、本市のPRをする機会を数多く得るように努めます。

（３）（一社）佐野市観光協会のホームページを改修し、併せて観光情報の発信を（一社）佐野市観光協会へ一元化します。観光情報においては、より多くの情報の掲載と最新の情報の提供を目指します。また、SNSを活用し若い世代をターゲットとして、ツイッターで最新情報を流すことやリツイートによる拡散力を利用し、インスタグラムに観光への動機付けとなるような魅力的な写真の投稿を行うことにより、観光ガイドとなるような利用を行います。

8 基本施策

基本施策 1. 選ばれる観光地の形成とおもてなしの心の醸成



選ばれる観光地となるためには、市内の地域資源の掘り起こしと、素材を活かした付加価値をつけることなど、本市を訪れるきっかけ作りが重要です。また、本市の魅力が向上し認知されるよう、官民一体でおもてなしの心を醸成し、「行ってみよう・また来てみたい」と“思い・思われる”魅力ある観光地づくりを推進します。

また、新型コロナウイルス禍における安全安心な観光体験メニュー、利用者ニーズを分析し、観光施設の受入環境整備に努め、利用向上を目指します。

更に、観光地として「選ばれる佐野市」を目指し、SDGsに対応した持続可能な観光地づくりの推進に努めます。

基本事業（1）観光地としての形づくり

【現状と課題】

- ・第3次佐野市観光立市推進基本計画において、まちの駅や観光ボランティアガイドを支援することにより、観光客への情報発信や対応力の向上及びおもてなしの心の醸成と可視化に努めましたが、十分に活かされていない状況にあります。
- ・観光ボランティアガイドの養成講座やスキルアップのための他市への視察研修を実施していますが、近年では近隣市町を含む広域的な観光案内が求められています。

【取組方針と具体例】

観光地として「行ってみよう」・「また来てみたい」、と思わせるためには、本市に対する印象と訪れた人の感想・意見が重要です。本市を訪れる方々の期待を裏切らない「おもてなしの心」とその形づくりが、訪れた人の心に響き、これを見聞きした人々の誘客に繋がります。

市民をはじめ市内企業、学校など、本市全体が1つの家族として楽しみながら観光地づくりに参加し、人との繋がりを大切に「おもてなし」を行うことが求められます。

※具体的取組は、7 重点取組の

重点取組1. 市民力と潜在資源力による魅力度向上 に記載

基本事業（２）観光資源の整備

【現状と課題】

- ・新型コロナウイルス感染症の影響により、観光誘客の一つの手段としていた祭り・イベントの開催が中止となりました。
- ・令和3（2021）年3月に（一社）佐野市観光協会が観光地域づくり候補法人（候補DMO）となりました。
- ・新たな特産品、名産品の開発・商品化に努め、観光資源化を図る必要があります。
- ・市有観光施設において、新型コロナウイルス禍での受入環境が十分ではない状況です。
- ・テレワークが浸透し働き方が多様化していることを踏まえ、ワーケーション※7やブレッジャー※8等の仕事と休暇を組み合わせた滞在型旅行が新たな旅のスタイルと位置づけられ普及促進されています。

※7 ワーケーション

Work(仕事)とVacation(休暇)を組み合わせた造語。

※8 ブレッジャー

Business(ビジネス)とLeisure(レジャー)を組み合わせた造語。

【取組方針と具体例】

今後、新型コロナウイルス禍での観光事業では、新しい生活様式に沿った安全安心な事業の展開が求められており、多様な趣向を持つ国内外の観光客に対応できる素材・メニューの提供等を段階的に実施することが必要です。

（一社）佐野市観光協会は観光地域づくり候補法人（候補DMO）として、本市が観光客から選ばれる場所となるように受入れの基盤整備に努め、本計画最終年となる令和7年度には来訪者満足度95%、リピーター率80%を目指します。

- ・祭り、イベント等の実施においては、開催目的の明確化と参加者の安全安心を確保した上で、誘客対象に効果的なPRを行います。
- ・（一社）佐野市観光協会と積極的な連携を図り、マーケティングを通じて本市を訪れる観光客の動向等を把握し、観光誘客の仕組みづくりに活用します。
- ・SNS等の活用やマーケティングを通じて新たな特産品、名産品の開発・商品化に取り組みます。
- ・指定管理者と連携し、施設利用者が安全に安心して利用できるように、施設の受入環境の整備に努め、利便性向上に取り組みます。
- ・マイクロツーリズム需要の高まりに伴い、市管理の体験型宿泊施設（あきやま学寮等、蓬山ログビレッジ、根古屋森林公園）の利便性向上を図るため、ワーキングスペースの確保やWi-Fi環境など利用者ニーズを取り込んだ受入環境の整備を行います。

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】

- ・ 佐野市営バスは、令和2（2020）年4月に路線再編を行い、交通事業者が運行主体となる「佐野市生活路線バス」に移行し、田沼・葛生地域など一部の地域においては、デマンド交通が導入されています。
- ・ さのまちづくり株式会社と連携し、まちなか駐車場が整備されました。
- ・ 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ます。
- ・ 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ます。
- ・ 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ます。
- ・ 都市公園の適切な維持管理に努めています。

【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要素となり、観光客数の増加へと繋がります。

- ・ 佐野市地域公共交通計画に基づき、鉄道・バス・タクシー事業者との連携を強化して、観光スポットへの移動手段を確保します。
- ・ 観光スポットへのアクセス等の利便性の向上に努めます。
- ・ 県道整備への要望並びに市道整備の推進を図ります。
- ・ 本市の豊かな自然環境保全のため、適切な管理を行います。

－SDGsの主な取組－



市管理の体験型宿泊施設をはじめとする観光に係る新型コロナウイルス感染症等の感染対策を講じ、安全安心な施設利用、来訪者へのおもてなしの強化を図ります。



観光ボランティアの養成等を推進することで、おもてなしの心の醸成を図るとともに、広域的な観光案内のニーズに対応できるように努めます。



（一社）佐野市観光協会と積極的な連携を図り、マーケティングを通じて本市を訪れる観光客の動向等を把握し、観光誘客の仕組みづくりに活用します。



本市の豊かな自然環境保全のため、適切な管理を行います。



（一社）佐野市観光協会が観光地域づくりのプラットフォームとなり、地域の関係者を巻き込んだ体制を構築し、マーケティングによるデータの分析・活用など科学的アプローチを取り入れた観光戦略を策定します。

基本施策 2. 観光客数アップに向けた戦略



新型コロナウイルス感染症拡大の収束が見通せないことから、新型コロナウイルス感染症発生前の水準を上回ることを目指し、感染状況を鑑みながら前期計画の目標であった観光入込客数1,000万人達成へ繋がるよう、様々な観光戦略を展開します。

そのためには、新型コロナウイルス感染症に考慮した観光DXによる3密（密集、密接、密閉）を回避した高付加価値な滞在環境やサービス・体験を提供し、観光客数アップを推進していくことが重要です。

基本事業（1）強みを活かした観光誘客

【現状と課題】

- ・（一社）佐野市観光協会並びにJA佐野と連携し、佐野プレミアム・アウトレットにおいて「佐野まるっとマルシェ」を定期的を開催することで本市のPRを図っています。
- ・「佐野ら一めん移住プロジェクト」や唐沢山城跡を中心とする歴史、文化の組み合わせによる魅力度向上も見据えた保存整備（石垣整備や樹木伐採）、「佐藤さんゆかりの地 聖地化プロジェクト」の実施など、本市の全国マスメディアへの露出増加による認知度向上に努めました。
- ・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、佐野ら一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）を十分に伝えきれていない状況です。

【取組方針と具体例】

単体の観光資源では、魅力が十分でないものもあります。複数の観光資源を組み合わせ、そこに付加価値やストーリー性を持たせることで、本市を訪れる動機付けや市内への回遊に繋がります。

- ・観光客が比較的興味を持ち易い食の強み（佐野ら一めん、いもフライ、大根そば、耳うどん、黒から揚げ等）を活かす話題づくりを促進し、誘客を図ります。
- ・国指定史跡唐沢山城跡を主軸とした歴史的文化的魅力による誘客に努めます。
- ・集客力のある佐野プレミアム・アウトレット、佐野厄よけ大師及び道の駅どまんなかたぬまと連携した事業を実施し、市内への回遊を推進します。

基本事業（２）体験プログラムの整理・再生

【現状と課題】

- ・ 指定管理者と連携し、観光施設の維持管理及び体験メニューの充実に努めています。
- ・ 市独自の伝統工芸や中山間地域の豊かな自然環境にある交流施設等の情報及び魅力の発信の一層の強化が必要です。
- ・ 新型コロナウイルス感染症拡大の影響で、実際に現地に足を運び観光を楽しむことができにくくなっています。
- ・ デジタル技術等の活用とリアルとの融合による新たな観光コンテンツ・価値の創出への取組による地域観光の収益向上を目指す動きがあります。

【取組方針と具体例】

中長期的な目線で関わり、本市に何かしらの強い思いを寄せてくれるファン（＝本市に思いを強く寄せてくれる観光客）が必要です。ファンを引き寄せる魅力がなければ、ファンはできません。本市の体験プログラムを活かすため、「コト消費」だけのニーズに沿ったものだけではなく、新型コロナウイルス禍においても「コト消費」のニーズへの対応とは違う形でも対応ができる方法を見出すことが必要です。

それが、「見る」・「作る」・「食べる」・「楽しむ」であり、「行ってみよう・また来てみたい」という気持ちに繋がり、リピーターとなる観光誘客に繋がります。外国からの観光客に対しても同様に、新型コロナウイルス禍における新たなニーズへの対応は非常に重要な要素です。

※具体的取組は、7 重点取組の

重点取組２．コト消費・トキ消費のニーズへの対応 に記載

基本事業（３）インバウンド誘客の強化

【現状と課題】

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンドによる観光誘客が難しい状況です。
- ・ インバウンド向けの本市のPR動画及び英語版パンフレットを作成し、イギリスの旅行関係者に対し本市をPRしました。
- ・ 旅行業者への委託によるインドネシアの旅行会社向けのオンラインツアーを実施し、本市をPRしました。
- ・ 国際化に対応している看板が少ない状況です。
- ・ （一社）佐野市観光協会との幅広い連携により、インバウンドへの様々な対応を進めていくことが必要です。

【取組方針と具体例】

現在は、新型コロナウイルス感染症の影響により、インバウンドによる観光誘客が困難な状況にありますが、アフターコロナを見据え、外国人を迎え入れるための最低限の外国語表示やSNS等を介したインバウンド向けの情報提供の準備も進め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入態勢に整える必要があります。

- ・アフターコロナを見据え、クリケット等インバウンド誘客に向けた効果的な情報発信と受入態勢の充実を図ります。
- ・新型コロナウイルス禍においても可能なインバウンド向けオンラインツアーを実施します。
- ・地域おこし協力隊員や両毛ムスリムインバウンド推進協議会と連携し、ホームページの英語化ややさしい日本語化への見直しを図るとともに、ムスリム圏及び英語圏の旅行関係事業者等へのPRを実施します。
- ・両毛ムスリムインバウンド推進協議会会員の拡大、情報発信、市民への普及啓発及び会員店舗におけるハラール対応等を通じて、受入態勢の強化に努めます。
- ・体験型宿泊施設のWi-Fi環境を整備します。
- ・国際化対応看板の設置と改修を計画的に進めます。

基本事業（４）情報発信の強化

【現状と課題】

- ・市と（一社）佐野市観光協会がそれぞれ観光情報を提供しており、観光客が観光情報を取得しにくい状況です。
- ・令和2（2020）年8月から、佐野市公式LINEを公開し、情報発信の拡充を図るとともに、観光立市推進課独自のツイッターやインスタグラムを活用し、季節の花の開花情報や、各種イベント等情報をビジュアルに特化した観光PRを行いました。
- ・東武佐野線の佐野駅や佐野市駅、唐沢山レストハウス、佐野新都市バスターミナルなどに「佐野まるごと観光ガイド」や「佐野らーめんマップ」などを配置し、市内回遊に繋がるよう情報発信を行っています。

【取組方針と具体例】

集客力のある施設等を活かし、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します。着地型の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。

※具体的取組は、7 重点取組の

重点取組3. リレー型（いもフライ型）情報発信の推進 に記載

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】

- ・ 佐野ブランド姫等の連携による相互のプロモーションを実施したほか、新型コロナウイルス禍においては全国キャラクターとSNS上で連携し、オンライン共演、誕生日イベントなどの動画の送付やリモート出演するなど、今までにない形での連携を行いました。
- ・ さのまるを活用したイベントの開催、ブランド大使やSNSなどの各種情報媒体を活用して、多様な情報を発信しました。
- ・ 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た結果、市の知名度や魅力度が上昇傾向にあります。

【取組方針と具体例】

今後、さらなる都市のブランド化（その都市固有の良質なイメージ）を進め、地域の活力を維持することに寄与するため、本市の魅力の営業活動、いわゆるシティプロモーション事業に取り組みます。

- ・ 第3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事業の展開を推進します。
- ・ SNSを活用した観光資源の情報提供や本市を訪れなくても楽しむことができるオンラインツアーを検討します。
- ・ （一社）佐野市観光協会と積極的な連携を図り、マーケティングを通じて本市を訪れる観光客の動向等を把握し、観光誘客の仕組みづくりに活用します。

－SDGsの主な取組－



観光資源として新たに発見される特産品や名産品等の中に新たなコンテンツとなり得るものを見出し事業展開していくことで、より一層の推進を図ります。



グリーンツーリズムを活用し、農村、農家のファンを広げ農業振興と連携しながら関係人口の創出に繋がるよう推進します。



地場産業の工場見学ツアー、文化、産業の両面でブランド力の強化を目指す天明鋳物や飛駒和紙の体験等を推進し、本市でしか味わえない地域資源を活かした体験型コンテンツを展開します。



「佐野市観光地域づくり協議会」への参画を通じ、協議会のメンバーがそれぞれの役割分担を明確にしていくことで、市の観光振興の目指していく方向を定めつつ、本市のPRをする機会を数多く得るように努めます。

基本施策 3. 観光振興による地域の活性化



地域の特色を活かした取組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講じ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・コンベンション事業の推進

【現状と課題】

- ・フィルムコミッション事業においては、新型コロナウイルス禍による緊急事態宣言により、撮影件数が激減し、本市の魅力を発信する機会も減少しました。
- ・令和3（2021）年に「東京2020オリンピック・パラリンピック」が開催されました。また、令和4（2022）年に「いちご一会とちぎ国体」及び「いちご一会とちぎ大会」が開催されます。
- ・ウィズコロナにおいてはリアルなコミュニケーション機会が大幅な制限を受けると想定されます。今後は、リアルとオンライン双方のメリットを取り入れたハイブリッド型のコンベンションが主流になると言われています。

【取組方針と具体例】

- ・本市はロケ地としての需要も高く、フィルムコミッション事業を積極的に推進し、市の魅力をPRすることが、本市の認知度を向上させます。特に人気の高いロケ地や何度も活用されているロケ地については、ロケ地マップを作成するなど観光資源として活用します。
- ・本市の魅力を広く発信し、観光誘客に繋げるため、地域おこし協力隊員の配置によるフィルムコミッション事業を推進します。
- ・制作会社に対しロケハン及び撮影立会等の支援を行い、ロケ地巡りによる市内への誘客に繋げ、観光資源として全国に発信します。
- ・コンベンション事業の誘致を行うにあたり、（一社）佐野市観光協会と連携し、体制づくりとハイブリッド型コンベンションに対応する準備を同時に検討します。

基本事業（2）民間事業者・観光事業者との連携

【現状と課題】

- ・新型コロナウイルス感染症拡大の影響による緊急事態宣言発出のもと近隣市町、関係機関と連携した広域的な観光キャンペーン及び観光キャラバン等の実施が難しい状況です。
- ・東武鉄道と両毛7市（桐生市、伊勢崎市、太田市、館林市、みどり市、足

利市、佐野市)の枠組みによる観光キャンペーンの体制が整い、特別切符「ふらっと両毛東武フリーパス」が発売されています。

- ・ 旅行者による市内の観光スポット日帰りツアーが実施されています。
- ・ 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ます。
- ・ 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ます。
- ・ JR東日本の「ググっとぐんMa a S」(令和2(2020)年12月21日～令和3(2021)年3月31日)に生活路線バス(さーのって号)(田沼葛生線、植下高萩線、犬伏線、運動公園循環線)が対応しました。
- ・ 令和3(2021)年6月にJAF栃木支部と本市において、観光協定を締結しました。
- ・ 地域づくりの主体は、地域住民であり、行政、JA佐野等さまざまな組織とともに関係人口※9との連携・協働する方策を検討して必要があります。

※9 関係人口

移住した「定住人口」、観光に来た「交流人口」ではない、地域や地域の人々と多様に関わる人々のこと。

【取組方針と具体例】

観光は行政と民間が一体となって築くものです。新型コロナウイルス感染症の感染状況に注視しながら、観光事業者等と連携し、観光客のニーズに合った効果的なPRを行っていく必要があります。

旅行者には、積極的な旅行商品づくりの提案を行い、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組を行います。

- ・ JR東日本、東武鉄道、JRバス関東及びJT Bグループ等とのキャンペーン実施や情報誌掲載など広域的な周遊企画を推進します。
- ・ 高速バスや鉄道を活用した本市産農産物販売などによる知名度アップに向けた貨客混載事業に取り組みます。
- ・ 新型コロナウイルス禍を契機としたマイクロツーリズム需要の高まりや、アウトバウンド※10からの振替に対応するため、旅行者との日帰り旅行商品の造成や着地型観光コンテンツづくりに取り組みます。
- ・ とちまるショップ等においてイベントやキャンペーンを実施します。
- ・ 佐野プレミアム・アウトレットとの共同イベント企画を推進します。
- ・ 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に取り組みます。
- ・ 市内経済団体、JA佐野及び交通事業者等の多様な関係者で組織する「佐野市観光地域づくり協議会」に参画し、関係団体等との合意形成と情報の共有化を図ることにより、本市の新たな観光地域づくりを推進します。

※10 アウトバウンド
国外への旅行。

基本事業（3）広域観光の環境整備と連携

【現状と課題】

- ・ 栃木県内の観光行政の枠組み「本物の出会い 栃木観光プロモーション協議会」、「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」等の協議会に参画しています。
- ・ 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ります。
- ・ 「全国へそのまち協議会」、「全国京都会議」において会員市町村との交流があります。
- ・ ご当地キャラクターや佐野ブランド姫等による連携によって埼玉県深谷市をはじめとする自治体間交流があります。
- ・ 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ります。
- ・ 新たな観光ルートや観光スポットの開発・プロモーションに努めています。

【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※11でできる広域連携を行うことが必要です。

- ・ 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プロモーションの連携強化と新たな連携を推進します。
- ・ 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による連携を図ります。
- ・ 新たな観光資源としての林道作原沢入線の展望台駐車場の整備と群馬県みどり市等近隣自治体との連携による交流の促進を図ります。

※11 ハブ化

様々なやりとりの中心・中核。

－SDGsの主な取組－



8 豊かになる経済成長
マイクロツーリズム需要の高まりや、アウトバウンドからの振替えに対応するため、旅行業者との日帰り旅行商品の造成や着地型観光コンテンツづくりに取り組みます。



12 つくる責任
消費責任
旅行業者には、積極的な旅行商品づくりの提案を行い、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組を行います。



17 パートナシップで
目標を達成しよう
市内経済団体等の多様な関係者で組織する「佐野市観光地域づくり協議会」に参画し、関係団体等との合意形成と情報の共有化を図ることにより、本市の新たな観光地域づくりを推進します。

基本施策 4. スポーツ、産業・文化との連携



本市のまちづくりを実現するため、観光とスポーツ、産業・文化は、各々が独立しながら最終的には同じゴールを目指し連携することが求められています。それぞれの特色を活かしながら観光振興を図っていきます。

基本事業（1）スポーツツーリズムとの連携

【現状と課題】

- ・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、ワールドカップ東アジア太平洋予選などの国際大会等が開催されました。
- ・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ります。

【取組方針と具体例】

スポーツによるまちづくりは、インバウンドの有望なコンテンツであるクリケットの国際大会をはじめ、各種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に進めていきます。スポーツを目的とした来訪者がスポーツの時間を離れたとき、買い物や名所名物、地場産業、自然、文化歴史の体験から市内の滞在を満足できる魅力的な観光メニューの充実に努めます。

- ・第3次佐野市スポーツ推進基本計画に基づき、スポーツツーリズムを推進します。
- ・スポーツ関係来訪者に向けて、本市の観光情報をSNS及びパンフレット等で提供します。
- ・候補DMOである（一社）佐野市観光協会を活用し、来訪者の宿泊先を手配するシステムの構築を検討します。
- ・栃木県が進めているサイクルツーリズム県南地域モデルルートを活用とPRを検討します。

基本事業（2）産業・文化による誘客促進

【現状と課題】

- ・空き店舗活用による地域活性化の取組として、新型コロナウイルス感染症拡大の影響により、飲食点支援として歩道のオープンテラス化の社会実験を行いました。
- ・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ました。

- ・天明鋳物を市内外の人々に知ってもらうために、「天明鋳物と佐野の手仕事フェア」や「文化遺産を活用したまちづくりシンポジウム」等のイベントを通して多くの人々が天明鋳物の歴史や職人の取組と作品に触れることで理解を深めることができました。
- ・天明鋳物のブランド力強化と知名度向上を、産業、文化の両面から推進するために、鋳物師、商工会議所及び市で組織された天明鋳物振興協議会が設立されました。この協議会を中心とした本市を代表する伝統工芸の今後の活用が求められています。
- ・地域づくりの主体は地域住民であり、様々な組織や関係者と連携を図りながら誘客に繋がる方策を検討する必要があります。

【取組方針と具体例】

本市の農業振興、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動機付けとして活用します。

- ・農村、農家のファンを広げ地域づくり、農業振興に繋がるイベント等の開催並びに農泊事業の推進による誘客を図ります。
- ・佐野市産業振興基本計画に基づき、事業者間の連携・交流等を促進し、新たな商品開発や販路拡大による誘客を図ります。
- ・工場見学のできる企業との連携による誘客を推進します。
- ・佐野市天明鋳物のまちづくり推進計画に基づく天明鋳物の活用、並びに飛駒和紙の活用による誘客を推進します。

－SDGsの主な取組－



佐野市産業振興基本計画に基づき、新たな商品開発や販路拡大による誘客を図り、佐野市天明鋳物のまちづくり推進計画に基づく天明鋳物の活用や飛駒和紙を活用した誘客を推進します。



農村、農家のファンを広げ地域づくり、農業振興に繋がるイベント等の開催並びに農泊事業の推進による誘客を図ります。



観光とスポーツ、産業・文化は同じゴールを目指し連携することで、それぞれの特色を活かしながら観光振興を図っていきます。



フルーツ収穫体験

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、令和7（2025）年度には新型コロナウイルス感染症発生前の水準（平成30（2018）年度）を上回る観光入込客数880万人の達成を目指します。

成果指標	令和2 (2020) 年度【実績】	令和4 (2022) 年度	令和5 (2023) 年度	令和6 (2024) 年度	令和7 (2025) 年度
観光入込客数	647万人	850万人	860万人	870万人	880万人

また、コト消費等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6万3千人の達成を目指します。

成果指標	令和2 (2020) 年度【実績】	令和4 (2022) 年度	令和5 (2023) 年度	令和6 (2024) 年度	令和7 (2025) 年度
観光宿泊客数	39千人	60千人	61千人	62千人	63千人
外国人宿泊客数	354人	1,000人	1,100人	1,200人	1,300人
体験型宿泊施設利用者数*	10千人	12千人	14千人	17千人	20千人

*体験型宿泊施設 … あきやま学寮等、蓬山ログビレッジ、根古屋森林公園

－成果指標の設定にあたり－

新型コロナウイルス感染症によって、観光業界ではこれまでに経験したことのない深刻な影響を受けています。本市観光の先行きが見通せないことから、本計画における「観光入込客数」は前計画よりも低い数字になっています。

一方、本市には「観光入込客数」には反映されない交流人口等があります。例えば、佐野らーめんを食べに訪れた人やハイキングを楽しみに来た人々です。その数は、相当数になると推測します。

今後、このような数を「観光入込客数」に反映できる方策を研究して、前計画で目標に掲げた「観光客入込客数1千万人」の早期達成を目指します。

*観光入込客数

観光庁「観光入込客統計に関する共通基準」に基づき、観光客を集客する力のある観光施設を訪れた者をカウントした値。

*交流人口

その地域を訪れる人々のこと。その目的としては、通勤・通学、買い物、文化鑑賞・創造、学習、習い事、スポーツ、観光、レジャーなど特に内容を問わない。

【資料編】

計画策定までの経過

日付	項目	内容
令和3 (2021)年 8月20日	第1回 佐野市観光推進基本計画庁内策定委員会	第3次計画期間における実績検証 第4次計画案について 第4次計画策定スケジュールについて
令和3 (2021)年 10月22日	第1回 佐野市観光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3次計画期間における実績検証 第4次計画案について
令和3 (2021)年 11月5日	第2回 佐野市観光推進基本計画庁内策定委員会	第4次計画案について
令和3 (2021)年 11月15日	第2回 佐野市観光推進基本計画策定委員会	第4次計画案について

佐野市観光推進基本計画庁内策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 多くの観光客から選ばれる佐野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、佐野市観光推進基本計画庁内策定委員会（以下「委員会」という。）を設置する。

(所掌事務)

第2条 委員会は、次に掲げる事務を所掌する。

- (1) 多くの観光客から選ばれる佐野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。

附 則 (平成30年3月30日訓令第8号)

この訓令は、平成30年4月1日から施行する。

附 則 (令和2年3月31日訓令第16号)

この訓令は、令和2年4月1日から施行する。

附 則 (令和3年7月28日訓令第14号)

この訓令は、公布の日から施行する。

別表 (第3条関係)

都市ブランド戦略担当参事 都市ブランド推進課長 市民活動促進課長 市民生活課長 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

佐野市観光推進基本計画策定委員会設置要綱

(設置)

第1条 多くの観光客から選ばれる佐野市の実現に関する基本的な計画（以下「観光推進基本計画」という。）を策定するため、佐野市観光推進基本計画庁内策定委員会設置要綱（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推進基本計画庁内策定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	NPO法人まちづくり支援センター 代表理事
2	副委員長	藤田 睦	佐野日本大学短期大学 教授
3	委員	麻生 芳子	佐野農業協同組合 代表理事専務
4	委員	池澤 智則	さのまちづくり株式会社
5	委員	大関 輝雄	佐野市あそ商工会 副会長
6	委員	川田 裕一	株式会社どまんなかたぬま 管理本部統括マネージャー
7	委員	栗原 辰男	佐野観光ボランティアガイド協会 会長
8	委員	慶野 昇	まちの駅ネットワークさの 代表
9	委員	柴田 正人	下野新聞社佐野支局 支局長
10	委員	田所 明子	佐野ケーブルテレビ株式会社 執行役員業務部長
11	委員	藤井 謙一	佐野商工会議所 専務理事
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	藤原 榮治	東武鉄道株式会社 営業部北関東営業支社 支社長
14	委員	室井 敏明	ジェイアールバス関東株式会社 佐野支店 次長
15	委員	湯浅 美由紀	東日本旅客鉄道株式会社 足利駅 駅長

※No3以降氏名五十音順・敬称略

第4次佐野市観光推進基本計画

令和4（2022）年3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

TEL 0283-27-3011

FAX 0283-20-3029

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

URL <https://www.city.sano.lg.jp>