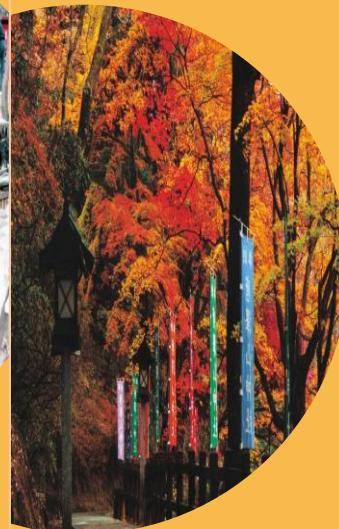


佐野市の観光における地域特性とDMOの役割について

SANO



CITY



佐野ブランドキャラクター
さのまる©佐野市

1. 地域特性

A. 地域概要・観光の動向：～地域概要＆観光資源・見どころ～

佐野市は、「食べる」「見る」「買う」「遊ぶ」「泊まる」魅力いっぱいの街



基本情報

- 佐野市は2005年2月28日に旧佐野市、田沼町、葛生町が合併し、誕生しました。
- 佐野市は、東京から北へ70km圏内にあり、関東平野の北端、栃木県の南西部に位置します。
- 栃木県の南西部に位置し、北部は緑豊かな自然環境に恵まれ、南部と西部は住宅や産業基盤が集積する都市的地域と農業が展開する地域となっており、佐野プレミアム・アウトレット(R)などの大型商業施設があります。

交通拠点

- 佐野市は交通の要衝に位置しており、東北自動車道と北関東自動車道に4つのインターチェンジを持ち、各都市へのバスターミナルなど、交通の要衝となっており、都心も、全国主要都市も、身近に感じる好立地にあります。
- 公共交通についてはJR両毛線、東武鉄道佐野線が交わり、高速バスも東京駅や新宿駅から多い時は1日に23本運行しています。



主要観光資源



佐野らーめん



出流原弁天池



佐野厄よけ大師



唐沢山・唐沢山城跡



佐野プレミアム・アウトレット®



道の駅どまんなかたぬま

1. 地域特性

A. 地域概要・観光の動向：～地域概要＆観光資源・見どころ～

本市には様々な観光素材、交流施設があり、老若男女が楽しむことが出来る地域です



バランスが良い観光資源(1/2)

商業施設

■ 佐野らーめん

伝統の技「青竹打ち」から生まれる麺。市内でらーめん店が150店舗以上あり、人口に対するらーめん店の割合が日本一であると言われています。

■ いもフライ

蒸したジャガイモを串に刺して揚げた後、特製のソースをかけて仕上げた佐野発祥の懐かしい味のB級グルメです。

■ 佐野黒唐揚げ

ソース文化が根付いていることに着目し、ソース味のから揚げを考案し商品化、大手コンビニエンスストアで全国販売や大手回転すしチェーンメニューに採用される等着々と販路を拡大し好評を得ています。



自然

■ 出流原弁天池

伝統の技石灰岩の地層から湧いてくる水は日本名水百選に選ばれる良質の水で、池を泳ぐ鯉が優雅さを引き立てています。



歴史

■ 佐野厄よけ大師

厄除け、身体安全の祈願で多くの人々に親しまれ、正月大祭になると数十万人もの参拝客が訪れるパワースポットです。



■ 唐沢山・唐沢山城跡

標高242mの唐沢山は赤松に覆われた自然公園。ハイキングコースが整備され、季節によりツツジや紅葉が楽しめます。上杉謙信が落とせなかった難攻不落の山城の跡が残されています。

1. 地域特性

A. 地域概要・観光の動向：～地域概要＆観光資源・見どころ～

本市には様々な観光素材、交流施設があり、老若男女が楽しむことが出来る地域です



バランスが良い観光資源(2/2)

商業施設

■ 佐野プレミアム・アウトレット®

アメリカの東海岸の都市をイメージした建物に約180の国内外ブランドが勢ぞろい東側に広がる三毳（みかも）山を背景に、緑豊かな環境でショッピングが満喫できます。



■ 道の駅どまんなかたぬま

農産物直売所では、地元産の新鮮な野菜類やブランド米、物産品が充実。たぬま温泉の「足湯」も無料で楽しめます。県内有数の規模を誇る道の駅です。

スポーツ

■ 佐野国際クリケット場

日本で唯一、国際規格の広さを備えるグラウンドです。クリケット大会では各国大使が訪問されることが多く、市としてはクリケットを通じて人脈を広げ、経済交流まで発展させることを目標としています。



芸術

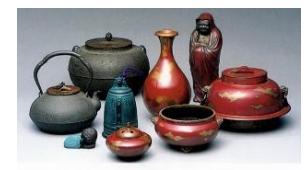
■ 葛生化石館

日本で唯一ほぼ完全な形で発見された「ニッポンサイ」や古生代ベルム紀のフズリナ、ウミユリなどたくさんの化石が展示されています。



■ 人間国宝田村耕一陶芸館

佐野市出身の重要無形文化財の保持者（人間国宝）の認定を受けた陶芸家、田村耕一氏の作品を代表作から未発表作まで数多く展示しています



■ 天明鑄物

天慶年間（938～947）に河内国から5人の鑄物師が移住し、藤原秀郷の命で兵器類を铸造したのが始まりと伝えられています。本格的な鑄物作成から簡単なペーロマ装飾まで幅広い体験メニューがあります。

1. 地域特性

A. 地域概要・観光の動向：～観光入込数・居住地別～



佐野市の観光入込客数はまだコロナ前の75%、来訪者の6割は首都圏

観光客入込数

■ 2019年は秋に台風被害があり、2020年以降はコロナウィルスの影響で目標未達。従って、2022年に第4次佐野市観光推進基本計画により計画を修正

指標項目	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)
観光客入込数 (千人)	目標 9,300	9,700	10,000	8,500	8,600	8,700
実績	8,575	6,474	6,503	6,429		

出所：令和4年栃木県観光客入込数・宿泊者数推定調査結果

観光客宿泊数

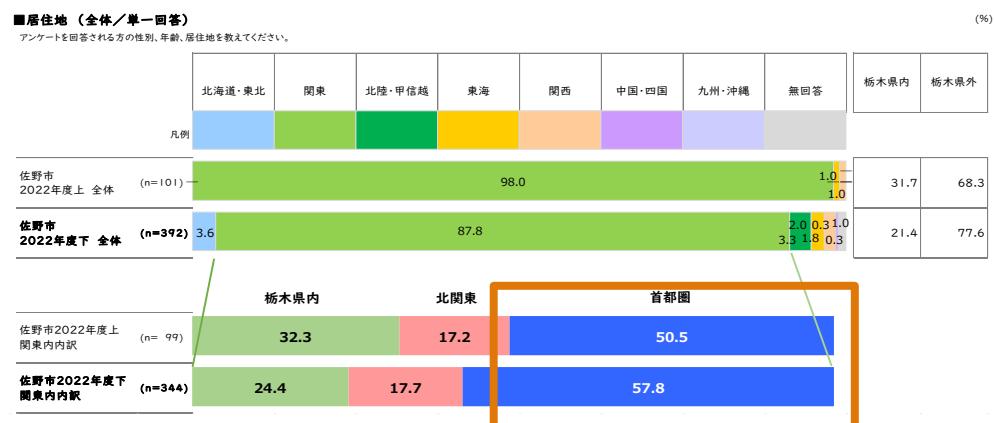
■ 2022年の観光入込客数は減少したが、宿泊数はとちぎ国体開催や夏季の観光客が回復し増加した。国体の特定要素があつても、まだ2019年のレベルに至ってません。

指標項目	2019年 (R1)	2020年 (R2)	2021年 (R3)	2022年 (R4)	2023年 (R5)	2024年 (R6)
観光客宿泊数 (千人)	目標 48	49	50	60	61	62
実績	62	39	41	57		

出所：令和4年栃木県観光客入込数・宿泊者数推定調査結果

居住地別（2022年）

■ 居住地別では関東居住者が88%と大半を占めます。
■ 関東内の内訳では、首都圏が6割を占め最も高い割合を占めます。



出所：トラベラーラインサイト2022調査結果レポート

1. 地域特性

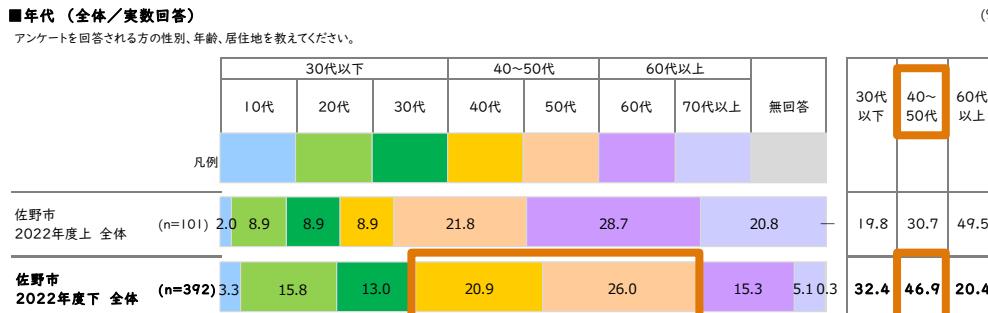
A. 地域概要・観光の動向



佐野市の来訪者は40~50代が中心となっており、旅行形態として夫婦・カップルでの旅行が多い

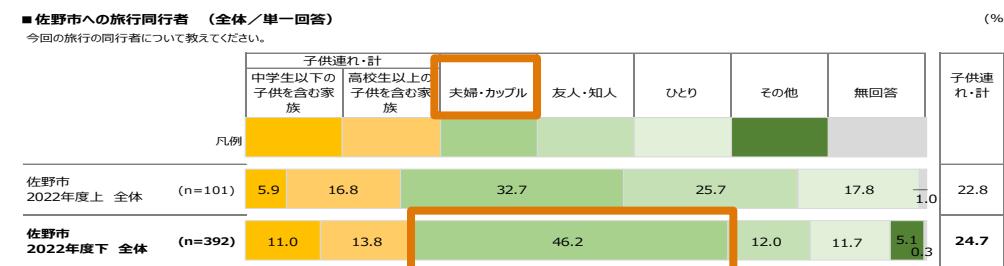
年代（2022年）

■ 年齢では「50代」が26%と最も高く、「40~50代」が47%で約半数を占めました。



旅行同行者（2022年）

■ 旅行同行者は、「夫婦・カップル」が46%と約半数を占め、他同行者に比べ突出して高い傾向です。
■ 「子供連れ・計」は全体の1/4に留まり、同行者はほぼ大人同士でした。



出所：トラベラーサイト2022調査結果レポート

出所：トラベラーサイト2022調査結果レポート

1. 地域特性

A. 地域概要・観光の動向：～観光の動向：外部の環境～

市外との連携を深め、本市への周遊を促進しています



本市外の環境

- 隣接市である足利市、栃木市、館林市、太田市は本市を含め人口が10～20万人でありそれぞれの市が競って誘客活動をしており、両毛地区全体として回遊する来訪者が多い傾向があります。
- 特にあしかがフラワーパークの大藤の咲く春季とイルミネーション装飾をする冬期はインバウンド客を含め来訪者が多く、事業者からのヒアリングでは国内客は本市でグルメを楽しむ人の割合が高い傾向にあります。
- 栃木市とは佐野プレミアム・アウトレットや東京都庁で共同でのPR活動を始めています。
- しかし、本市の最大の入込客数を誇る佐野プレミアム・アウトレット®については、昨年、埼玉県深谷市にふかや花園プレミアム・アウトレットがオープンしたこと、群馬エリアや埼玉北部エリアからの本市への来訪者が減少しています。



あしかがフラワーパーク

出所：あしかがフラワーパーク



ふかや花園プレミアム・アウトレット

出所：三菱地所・サイモン株式会社

1. 地域特性

B. 地域の強み：～データでみるリピーター率～

10回目以上の来訪者が約半数を占め、60代以上の来訪者の9割がリピーターです

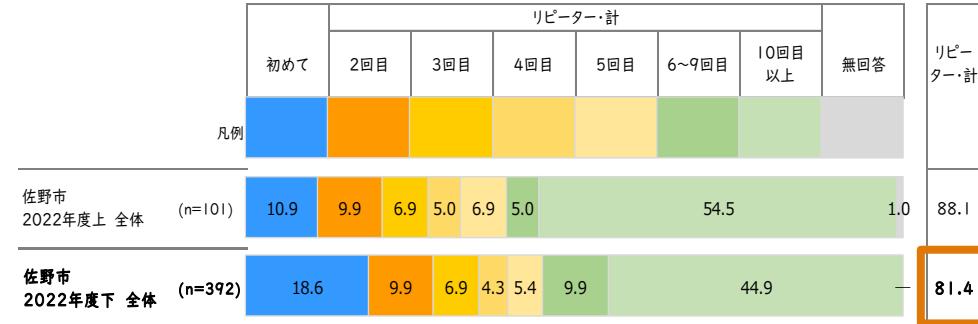


リピーター率

- 2022年度下半期全体におけるリピーター・計（KPI指標）は81%でした。
- 「10回目以上」佐野市に来訪したことがある方が45%で約半数を占めます。

■ 佐野市への来訪回数（全体／單一回答）

佐野市へ、今回が何度目のご来訪ですか？



出所：トラベラーアインサイト2022調査結果レポート

リピーターの年代

- 年代別にみると、60代以上は「リピーター・計」が9割と非常に高い傾向です。
- 同行者別にみると、ひとり旅や高校生以上の子供を含む家族、夫婦・カップルでの「リピーター・計」が8割を超える高めです。

	調査数	初めて	リピーター・計							無回答	リピーター… 計
			2回目	3回目	4回目	5回目	6～9回目	10回目以上			
佐野市2022年度下 全体	(n=392)	18.6	9.9	6.9	4.3	5.4	9.9	44.9	—	—	81.4
総合満足度別 大変満足	(n=149)	20.8	8.7	4.0	6.0	6.0	9.4	45.0	—	—	79.2
性年代別 男性	(n=176)	19.3	9.7	7.4	4.0	4.5	8.5	46.6	—	—	80.7
女性	(n=212)	17.9	10.4	6.6	4.7	6.1	10.8	43.4	—	—	82.1
性年代別 30代以下	(n=127)	27.6	11.0	7.9	4.7	8.7	7.9	32.3	—	—	72.4
40～50代	(n=184)	15.8	10.3	5.4	3.8	3.3	10.9	50.5	—	—	84.2
60代以上	(n= 80)	11.3	7.5	8.8	5.0	5.0	10.0	52.5	—	—	88.8
居住エリア別 栃木県内	(n= 84)	2.4	9.5	8.3	1.2	2.4	4.8	71.4	—	—	97.6
居住エリア別 栃木県外・計	(n=304)	23.4	10.2	6.6	5.3	6.3	11.2	37.2	—	—	76.6
居住エリア別 北関東	(n= 61)	9.8	8.2	11.5	3.3	4.9	9.8	52.5	—	—	90.2
居住エリア別 首都圏	(n=199)	19.6	10.6	6.0	6.0	7.0	12.1	38.7	—	—	80.4
旅行同行者別 中学生以下の子供を含む家族	(n= 43)	23.3	7.0	4.7	4.7	11.6	7.0	41.9	—	—	76.7
旅行同行者別 高校生以上の子供を含む家族	(n= 54)	16.7	14.8	3.7	1.9	1.9	11.1	50.0	—	—	83.3
旅行同行者別 夫婦・カップル	(n=181)	19.9	9.9	6.1	3.9	5.0	11.0	44.2	—	—	80.1
旅行同行者別 友人・知人	(n= 47)	21.3	4.3	10.6	8.5	6.4	10.6	38.3	—	—	78.7
旅行同行者別 ひとり	(n= 46)	15.2	15.2	10.9	—	2.2	8.7	47.8	—	—	84.8
旅行同行者別 その他	(n= 20)	5.0	5.0	10.0	15.0	10.0	5.0	50.0	—	—	95.0
来訪回数別 初来訪者	(n= 73)	100.0	—	—	—	—	—	—	—	—	—
来訪回数別 リピーター	(n=319)	—	12.2	8.5	5.3	6.6	12.2	55.2	—	—	100.0
来訪時期別 春季（4～6月）	(n= 3)	—	—	—	33.3	—	33.3	33.3	—	—	100.0
来訪時期別 夏季（7～9月）	(n= 1)	—	—	—	100.0	—	—	—	—	—	100.0
来訪時期別 秋季（10～12月）	(n= 295)	21.7	9.8	6.8	3.7	5.1	10.2	42.7	—	—	78.3
来訪時期別 冬季（1～3月）	(n= 93)	9.7	10.8	7.5	4.3	6.5	8.6	52.7	—	—	90.3
滞在時間別 日帰り	(n=346)	14.2	9.5	6.9	4.3	6.1	10.1	48.8	—	—	85.8
滞在時間別 宿泊	(n= 46)	52.2	13.0	6.5	4.3	—	8.7	15.2	—	—	47.8
調査地点別 神社仏閣	(n= 45)	17.8	8.9	8.9	4.4	2.2	15.6	42.2	—	—	82.2
調査地点別 物産	(n= 80)	21.3	10.0	1.3	3.8	5.0	15.0	43.8	—	—	78.8
調査地点別 観光施設	(n= 62)	4.8	8.1	12.9	1.6	9.7	11.3	51.6	—	—	95.2
調査地点別 飲食店	(n=177)	19.2	10.2	6.2	5.6	5.6	6.2	46.9	—	—	80.8
調査地点別 宿泊施設	(n= 18)	33.3	16.7	16.7	—	—	11.1	22.2	—	—	66.7
調査地点別 交通機関	(n= 10)	50.0	10.0	—	10.0	—	—	30.0	—	—	50.0

出所：トラベラーアインサイト2022調査結果レポート

1. 地域特性

B. 地域の強み：～観光トレンド：「らーめんの街」としてのブランド化～

佐野らーめんが全国区になるよう特化した施策を行っています



らーめんデジタル実証実験

- 佐野らーめんを目的に訪問する観光客は依然として多く、コロナ禍でも閉店した店は僅かです。
- コロナ禍が落ち着いた現在は連日人気店には待ちの行列が絶えません。そのため栃木県と佐野市などは2023年4月から、佐野らーめんを提供する店の混雑状況などを、インターネット上のマップに表示し、観光客へ効率的な周遊を促進する実証実験を開始しました。



佐野らーめん予備校の実施

- 市内ではらーめん店が150店舗以上あり、人口に対するらーめん店の割合が日本一であると言われています。
- 市では佐野市への移住と独立起業を一体的に支援する「佐野らーめん予備校」を2020年に開設し、入校希望者は後を絶たず、既に6名の卒業生が市内で起業しました。行政と佐野らーめん会は連携を深めており、官民一体となって「らーめんの街」としてのブランド化を図っています。



日本ご当地ラーメン総選挙

- 2023年10月に新宿で開催された日本ご当地ラーメン総選挙で予選を勝ち上がり、関東代表として全国大会出場を果たしました。メディア露出での知名度UPを狙います。



1. 地域特性

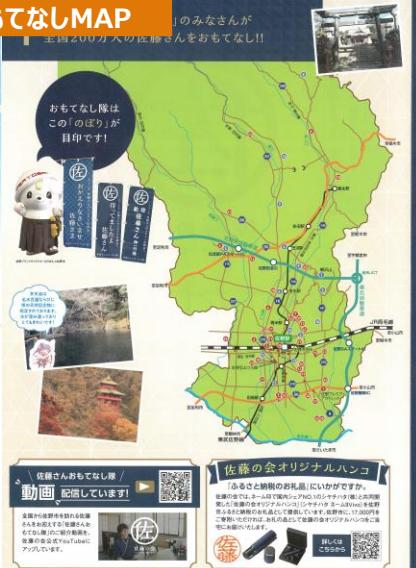
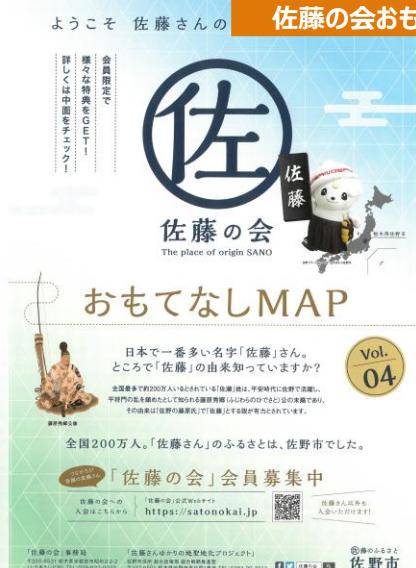
B. 地域の強み：～佐藤の会～

観光客誘客施策と同時に関係人口創出にも努めています



佐藤の会

- 現在、全国に200万人いる「佐藤」の名字は、平安時代の武将藤原秀郷を起源とする説が有力であり、本市では2020年に「佐藤の会」を組織し、佐藤姓を中心とする会員へ、参画の事業者が商品・食品を割引して提供する等のおもてなしに努めています。
- 2023年1月に「佐藤さんのおふるさと」づくりを目的としたクラウドファンディングを実施したところ、目標825千円に対し7,929千円の実績を残し、「佐藤の会」に対する注目度の高さが分かりました。



佐藤の会クラウドファンディング
返礼品

1. 地域特性

B. 地域の強み：～ムスリムインバウンド～

日本で唯一の国際競技場である佐野国際クリケット場を整備し、ムスリムへの誘致に取り組んでいます



ムスリムインバウンド

- 本市はクリケットによるまちづくりを推進するなか、市内で国際大会などが開催されており、特にクリケットの盛んな南アジア各国の来訪者が増加しています。
 - これらの国では、世界三大宗教のひとつであり、世界人口の4分の1を占めるイスラム教徒(ムスリム)の割合が高いことから、市内では飲食店や宿泊施設など、両毛ムスリムインバウンド推進協議会を中心に、ハラル食の提供や礼拝スペースの設置や傷病時の対応表の作成等ムスリムの方々へのおもてなしが積極的に進められています。



佐野国際クリケット場



ハラルらーめん



宿泊施設での礼拝スペース

外国人患者用指差し確認シート (インドネシア語・ウルドゥー語・マ レーシア語対応)

1. 地域特性

C. 地域の弱み：～滞在時間・宿泊日数～



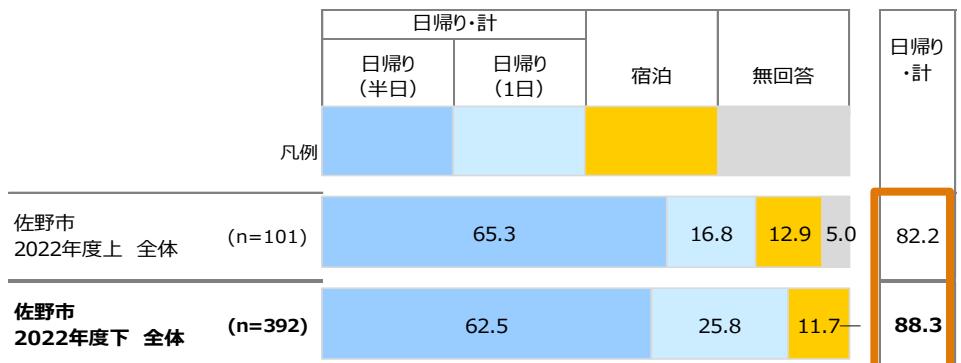
佐野市の来訪者の9割が日帰りであり、宿泊者の8割以上が1泊という結果でした

佐野市での滞在時間（2022年）

- 佐野市での滞在時間は、約9割以上が日帰りという結果でした。

■ 佐野市での滞在時間（全体／単一回答）

今回の旅行につきまして、佐野市の滞在時間を教えて下さい。



出所：トラベラーサイト2022調査結果レポート

宿泊日数（2022年）

- 2022年上期全体では約5割以上が「1泊」、下期全体では8割以上が「1泊」でした。
- 2022年全体を通して、半数以上が「1泊」という結果でした。
- 佐野市での宿泊率は24%、8割が「1泊」の滞在です。

■ 佐野市での泊数（宿泊者／実数回答）



出所：トラベラーサイト2022調査結果レポート

これからの具体的施策

- «宿泊施設の改修» 施設それぞれの持ち味を最大限生かし、露天風呂設置やロビー周りの整備、客室の改修等で来訪者へ快適な空間、チェックイン時タイムロスを無くした有意義な時間を作ることにより市内宿泊者を増やし、滞在時間を高めることにより旅行消費額の拡大を目指します。
- «朝・夜または閑散期のイベントを充実» 朝や夜しか見れない自然の絶景や魅力的なアクティビティを創出、磨き上げを行うことにより宿泊者の増加に繋げます。
- «地域の魅力を向上させる商品・サービスの提供» 地域の観光資源を掘り起こし、食、工芸、アウトドア、歴史文化、スポーツ、農業、工場見学等のメニューを増やし、若年層や外国人観光客へも喜ばれる商品を開発します。また、「佐野ならでは」のツアーを企画し販売し、「佐野ファン」のリピーターを増やします。

1. 地域特性

C. 地域の弱み：～市内の回遊手段・回遊数～



市内を回遊されていないことが現実です

市内の回遊手段の不便性

- 市内観光施設は市広域に点在しており、徒歩散策は出来ません。
- また、通常の自転車ですとかなりの労力が必要になります。
- 車での来訪は比較的の道路も広く、市内もさほどの渋滞はありませんが、鉄道や高速バス（公共交通機関）での来訪については課題が多くあります。
- 特に市北部へのアプローチに路線バスは使いにくく、タクシーをご案内するケースがほとんどです。

これまで

タクシー：

市内周遊を目的とした観光タクシーを2019年に市内タクシー協議会が登録して事業を開始しましたが、利用は僅かです。

路線バス：

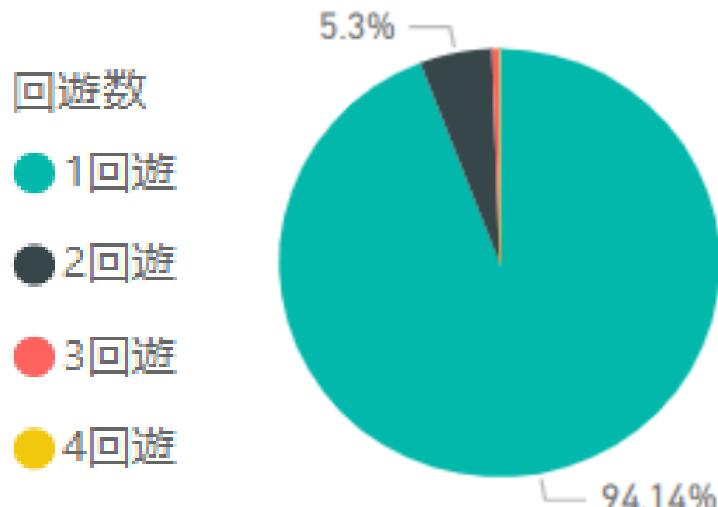
市中央部駅から高速バス乗り場の佐野新都市バスターミナルまで運行していますが、本数が少なく来訪者を待たせてしまいます

これからの具体的施策

- 1.【公共交通機関利用者】
 - 自転車の活用
市内周遊のため、レンタサイクル借用拠点を増やし、労力の少ない電動アシスト付自転車を増やします。2023年6月に周遊モデルコースの冊子を作成し配布しています。
また、高速バスとレンタサイクルのセット券を2023年5月から販売しています。
- 2.【自家用車利用含む全旅行者】
 - 魅力ある地域資源の磨き上げ
埋もれている地域資源を磨き上げ、場合によっては商品化し、「行ってみたい」「やってみたい」と思わせるメニューを増やします。

市内回遊数（2021年）

- 市内の来訪者全体の94%が1回遊であり、回遊が非常に少ない傾向です。
- 最終訪問地点が佐野田沼IC近くの「道の駅 どまんなかたぬま」である割合が大きく、回遊数を増やすには第一訪問となる割合の大きい「佐野厄除け大师」や「あしかがフラワーパーク」にて回遊誘引施策を実施する必要があります。



出所：栃木県：データ利活用モデルの有用性検証実証事業

1. 地域特性

D. SWOT分析



内部環境

外部環境

プラス要因

- 東京から車で約1時間半、電車で約2時間半でアクセスでき気軽に訪れることができる
- 佐野らーめん、いもフライ、佐野黒から揚げなどご当地グルメが豊富
- 佐野プレミアム・アウトレットの集客力
- 日本で唯一の国際クリケット場を保有
- ハラル食や礼拝堂設置等の先進的なムスリムインバウンド対応に強い
- 佐藤姓発祥の地であり、佐藤の会を通して佐藤姓を始めとする観光客へのおもてなしに努めている
- スカイベリー作付面積日本一、いちご狩り

【強み】

- あしかがフラワーパークとパーク＆トレインライドによる佐野市内周遊促進や入園券と佐野らーめんセット券販売等の連携強化
- レンタサイクル等の移動手段や農地貸出等のシェアサービスの普及
- ワーケーションの高まりによる地方での消費額の増加
- 「さのまる」キャラクター関係自治体との交流拡大
- 栃木市、みどり市との観光連携強化（みどり市との観光回廊を新設中）
- SNS普及により出流原弁天池等「映える」見学地への若者の来訪増

マイナス要因

- 鉄道（JR、東武）の運行本数が少ない
- グルメ店や観光施設が点在しており車が無いと移動が困難である
- 市内まちあるきにおけるインフラ整備不足
- 情報発信基地が少ない（インフォメーションセンター）
- 誘客事業が市主催のイベントに偏っている
- 佐野プレミアム・アウトレットの集客力を周遊するきっかけとして上手く活かせきてない
- ムスリム以外のインバウンド客が少ない
- 自然環境に関しては、隣接市と大差がなく差別化が出来ていない

【弱み】

【機会】

【脅威】

- 周辺地域の大型商業施設の開業による本市への観光客数の減少
- ゆるキャラグランプリが終了したことによるブームの低迷
- グルメ店店主の高齢化および後継者不足
- 「暑い町」のイメージによる夏季観光客の大幅な減少
- 耕作放棄地や空き家増加による景観破壊

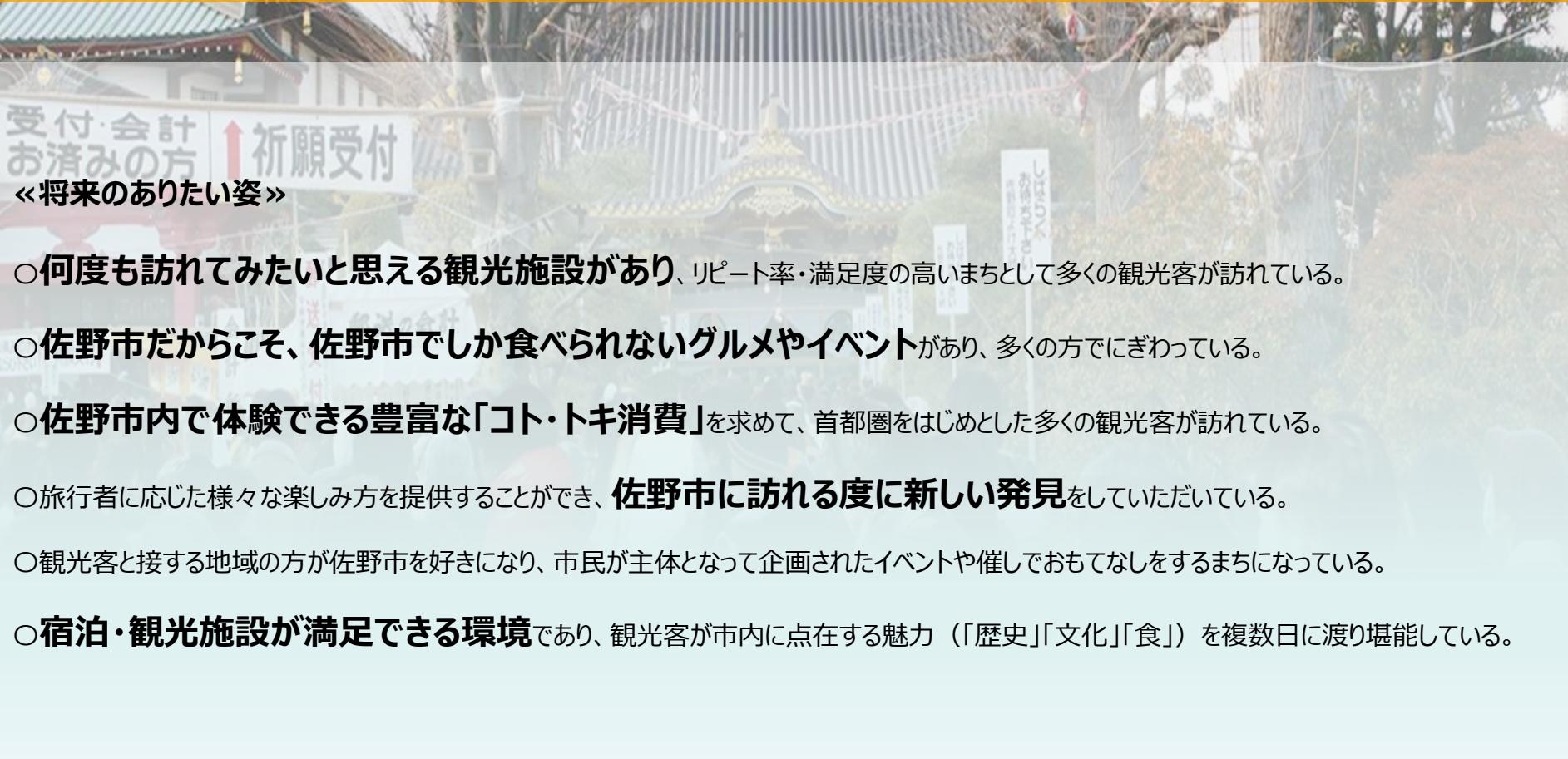
2. DMO事業計画

A. ビジョン・コンセプト



Vision

私たちらしい、“ちょうどいい旅”に出会える街、佐野



- 何度も訪れてみたいと思える観光施設があり、リピート率・満足度の高いまちとして多くの観光客が訪れている。
- 佐野市だからこそ、佐野市でしか食べられないグルメやイベントがあり、多くの方でにぎわっている。
- 佐野市内で体験できる豊富な「コト・トキ消費」を求めて、首都圏をはじめとした多くの観光客が訪れている。
- 旅行者に応じた様々な楽しみ方を提供することができ、**佐野市に訪れる度に新しい発見**をしていただいている。
- 観光客と接する地域の方が佐野市を好きになり、市民が主体となって企画されたイベントや催しでおもてなしをするまちになっている。
- 宿泊・観光施設が満足できる環境であり、観光客が市内に点在する魅力（「歴史」「文化」「食」）を複数日に渡り堪能している。

2. DMO事業計画

B. ターゲット

地域資源の磨き上げを行い、ファミリーや若者層を呼び込み、持続可能な観光地を目指します



ターゲット

メイン



首都圏在住のファミリー層

サブ



首都圏在住の20代から30代の男女

選定理由

- 東京から70kmの距離にあり、自然に恵まれ歴史文化に溢れグルメや大型商業施設のある佐野市は子供にとっては各種体験や文化に触れられ、B級グルメを堪能する事ができます。
- また、大人にとっては国指定史跡唐沢山城跡等の歴史に触れられ、佐野プレミアム・アウトレット等でショッピングを楽しむことが出来ます。ファミリーにとって宿泊で楽しめる地域です。

- 佐野市の特長であるグルメやショッピング、御朱印で人気が出ている唐沢山や厄除けができる佐野厄よけ大師、市内7カ所のゴルフ場等若者を惹きつける観光コンテンツも多く、現存するためターゲット化にふさわしいと考えます。
- 佐野市には第一次産業から第三次産業までバランス良く幅広い労働環境があり、また現在社会全体で進められている働き方改革でのテレワークやフレックスが進めばより佐野で居住しながらの仕事が可能になり、移住という選択肢が広がります。

2. DMO事業計画

C. 課題・具体的施策



地域の課題	解決方針	具体的施策
日帰りが多く滞在時間が短い	周遊を促進し滞在時間と旅行消費額の向上を図る	<ul style="list-style-type: none">宿泊施設の高付加価値化改修データ収集・分析（佐野市観光動態調査）インバウンド向けプロモーション二次交通の充実パーク＆トレインランド（近隣市との連携）朝・夜・閑散期におけるイベントの充実観光施設の改修顧客管理・情報発信高校生・大学生との連携観光事業者向けおもてなしセミナー着地型体験商品、ツアー商品の造成、販売
ファミリー層への観光素材はあるが来訪が少ない	来訪するための環境を整備し、発信する	<ul style="list-style-type: none">✓ 客室改装や露天風呂の設置、ロビーの改修等お客様が快適に過ごせる空間を演出✓ 「旅行消費額」「リピーター率」「来訪者満足度」を数値化し、施策立案の基礎データとして活用✓ 外国人モニターツアーの実施による体験による満足度の向上、英語版らーめんマップの作成、動画の作成・発信✓ レンタサイクル事業を拡大し、主に高速バスや電車利用の観光客への利便性を図り、滞在環境を整備✓ 佐野駅近隣の市が管理する広場を来訪者駐車場として活用し、あしかがフラワーパーク訪問者を佐野へ呼び込み、クーポンシート等を配布し、市内周遊を促進✓ 朝の絶景や夜のライトアップ、化石採集体験等佐野でしか味わえない体験をPR、商品化✓ 子供が楽しめる遊具の改修や幼児、乳児が一緒に安心して食事を楽しめる環境を整備✓ 顧客管理システム「salesforce」を活用し、旅行商品購入者やインターネットでの物品購入者をデータ化し情報発信✓ 若者目線での佐野市の観光の魅力を商品化やプロモーションに活かし、若年層の取込みを図る✓ 観光地としてのおもてなし意識を醸成し顧客満足度を高める✓ 地域の観光資源をを体験メニューとして商品化し、協会HP等で発信（ツアーを企画し販売）。
周辺の大型商業施設の新設により入込客が減少する	顧客のリピーター化、「佐野ファン」を増やす 「量から質へ」	

2. DMO事業計画

D. 施策詳細



ハード事業

宿泊施設

近隣市町村に無い離れの客室に
露天風呂を造ることで客単価向上



ホテル三吉野別館

多言語対応出来る
自動チェックイン機



ホテルサンルート佐野

各部屋に露天風呂がある
グランピング施設



ラ・ナチュール佐野

観光施設

酒蔵の歴史を知りお酒が購入できる「ぎゃらりー酒蔵楽」



第一酒造

車椅子やベビーカーで
入れるらーめん店



らーめん大金

癒しの空間をまちなかに
提供する美術館



東石スカイテラス

観光コンテンツ

体験メニューの開発
(佐野らーめん作り体験)



佐野市観光協会

インバウンド向けモニターツアー
も実施



佐野市観光協会

着地型旅行商品の開発



佐野市観光協会

ソフト事業

連携

パーク&トレインライドによる隣市との連携



佐野市観光協会

交通

市内周遊のための電動アシスト付レンタサイクルの拡大



佐野市観光協会

2. DMO事業計画

D. 施策詳細

朝・夜または閑散期に「佐野でしか味わえない」イベントを充実させることで宿泊者を増やします。



朝の絶景

朝しか撮影できない出流原弁天池の朝日が差し込んだ風景や唐沢山での雲海等PRします。また、公共交通機関利用者のためのツアーも企画します。



出流原弁天池

朝の気球体験

風のない早朝に気球体験を実施します。



気球体験

夜のライトアップ

夏は提灯を持ち唐沢山の参道を歩くナイトウォークや秋は紅葉ライトアップ等夜イベントの充実を図ります。



ナイトウォークツアー

夜の天体観測

佐野駅から車で5分の奈良渕316での星空観察やキャンプをPRします。



奈良渕316

猛暑で観光客が少ない夏季にファミリー向けとして通常は入れない鉱山での化石採集体験や涼を楽しめるイベントを企画します。



化石採集



石灰鉱山

夏の閑散期対策

猛暑で観光客が少ない夏季にファミリー向けとして通常は入れない鉱山での化石採集体験や涼を楽しめるイベントを企画します。



唐沢山



気球内部見学



紅葉ライトアップ



奈良渕316



風鈴参道

2. DMO事業計画

E. 地域回遊時のカスタマーエクスペリエンス（顧客へ提供する体験）



各ターゲットに即し、より具体的な施策を打ち出すことを目的として、ペルソナを設定

メイン

妻が決定権をもつファミリー



サブ

仕事もプライベートも全力で
頑張りたい20代後半の女性



妻

夫

年代

- 38歳
- 41歳

家族構成

- 妻、夫、5歳の男の子と1歳の女の子と4人暮らし（都内在住）

職業・収入

- パートタイム、108万円
- 会社員、700万円

行動動向

- 家族内の意思決定者（週末プラン立て担当）、日ごろのストレスを買い物で発散しがち
- 平日は妻に家事を任せきり
- 週末は家族のために時間を使う、運転担当

旅に求める
もの

- アクティブに過ごすことが多く、子どもが安心して遊べる旅先を選ぶ
- 子どもだけではなく大人も遊べるコンテンツがある場所を選ぶ

年代

- 28歳

家族構成

- 一人暮らし（都内在住）

職業・収入

- 会社員、500万円

行動動向

- 週末は友人と過ごしたり、自己投資に時間を使っている
- 最近彼氏と別れたため、一人での自由な時間を満喫している

旅に求める
もの

- 少し高くても、綺麗で写真映えできそうなところを選ぶ
- 都内から近くで、週末2日間でも気分転換できる場所

2. DMO事業計画

E. 地域回遊時のカスタマーエクスペリエンス（顧客へ提供する体験）

首都圏からのファミリーが市内周遊を快適に楽しむことが出来る地域にする



考えられる旅行パターン：家族でミニ旅行（都内から近くで、ショッピングも・グルメも・アクティビティーも気軽に楽しめちゃう家族旅行）

ペルソナ：

- ママ：38歳、家族内の意思決定者（週末プラン立て担当）、日ごろのストレスを買い物で発散しがち
- パパ：41歳、平日はママに家事を任せきり、週末は家族のために時間を使う、運転担当
- 子ども：5歳の男の子と1歳の女の子、とにかく外で走り回りたい



カスタマーエクスペリエンス（顧客へ提供する体験1泊2日）

<1日目>

- 10:00 佐野厄よけ大師
旅の安全、護摩祈禱



- 11:00 佐野らーめん作り体験(昼食)



- 13:00 こどもの国



- 15:00 唐沢山城跡で関東平野を
展望、城跡見学



- 17:00 チェックイン・星空観賞



<2日目>

- 09:00 出流原弁天池
「映える」池を散策



- 10:00 いちご狩りまたはブルー
ベリー狩り



- 11:00 市内グルメ周遊



- 13:00 佐野プレミアム・アウトレット
お買物



帰宅

2. DMO事業計画

E. 地域回遊時のカスタマーエクスペリエンス（顧客へ提供する体験）



首都圏からの20代から30代の男女が市内周遊を快適に楽しむことが出来る地域にする

考えられる旅行パターン：グルメ・ショッピング女子旅／思いっきりリフレッシュ女子旅／傷ついた心を癒す傷心旅行

ペルソナ：

- ・28歳女性（Aさん）：最近彼氏と別れたため、仕事により打ち込みがち
- ・29歳女性（Bさん）：Aさんの同僚



カスタマーエクスペリエンス（顧客へ提供する体験1泊2日）

<1日目>

10:00 あしかがフラワーパーク



13:00 佐野らーめん(昼食)



14:00 酒蔵見学と甘酒ソフトクリーム



15:00 出流原弁天池「映える」池を散策



17:00 「手ぶらでキャンプ」・星空観賞



<2日目>

09:00 ゴルフでリフレッシュ



16:00 佐野プレミアム・アウトレット
お買物



帰宅