

# 第4次佐野市シティプロモーション推進基本計画(案)

【令和8年度 ▶▶▶ 令和11年度】



令和8（2026）年3月  
栃木県佐野市



## 1. 計画策定の趣旨

本市では、人口減少や東京一極集中といった課題に対応するため、「定住促進」を軸に地方創生に取り組んできました。移住施策により人口の社会増減においてはわずかに増加しているものの、少子高齢化による自然減の影響は深刻さを増しています。さらに、テレワークの普及により働き方や暮らし方が大きく変化し、地方での暮らしに新たな価値観が生まれつつあります。こうした中で地域を活性化していくには、情報発信の強化がこれまで以上に重要となっています。

こうした状況の中で、本市においては、地域への「誇り」と「愛着」を育むことを重視し、平成26年度から「佐野市シティプロモーション推進基本計画」を策定。「さのまる」や都市ブランド戦略を通じて、市内外に本市の魅力を発信してきました。

今後も、令和7年度で終了する第3次計画を踏まえ、持続可能なまちづくりを目指して、佐野市が「訪れたい」「住みたい」と思われる存在になるよう「第4次佐野市シティプロモーション推進基本計画」を策定し、総合的・計画的に取り組みを進めています。

## 2. 計画の位置づけ

第2次佐野市総合計画基本構想・後期基本計画

第3期佐野市まち・ひと・しごと創生総合戦略



整合性

第4次佐野市シティプロモーション推進基本計画

## 3. 計画の期間

令和8（2026）年度から令和11（2029）年度の4年間

## 4. 前計画の検証と課題

項目	令和2(2020)年度 実績値	令和6(2024)年度 実績値	令和7(2025)年度 目標値
① 佐野市をイメージできる人の割合	26.4%	27.5%	33.0%
② 佐野市に住み続けたいと思う市民の割合	80.3%	78.7%	87.5%

### 課題のまとめ

#### 1 「さのまる」の効果的な活用

佐野市のシンボル「さのまる」の認知度を活かし効果的なPRを行う。  
流行のテイストを反映させ、常に新鮮な印象を与え続ける。



sanomaru@sanocity

基本施策の横断的取組として設定💡

#### 2 デジタル・新技術の徹底活用

「いかに見てもらえるか」を意識した情報発信が重要。ターゲットに伝わりやすい文章やビジュアルの作成にAIを積極的に活用する。



#### 3 郷土愛を醸成し、まちづくりの担い手へ

市民はもとより市民以外にも「佐野っていいね」という愛着を持ってもらい、「定住意向」や「まちづくりへの参画意識」を高める。



#### 4 「さのブランド」の価値向上

本市への来訪のきっかけ、本市のイメージアップとなるコンテンツの中核とする。行政と事業者が連携し、新たな取組を検討・実施する。



#### 5 推進体制の整備と連携強化

「定住促進」を目的とした取組を総合的かつ戦略的に。自治体、佐野ブランド大使、市民、事業者や大学等と連携したプロモーションを積極的に行う。



### 全体の底上げとなる根本的な考え方

#### 「伝える」から「伝わる」情報発信へ



どんなに価値のある情報も、相手に伝わらなければ意味がない。  
情報を届けたい相手がどうすれば受け取りやすいか、受け取ったあとにどんな反応をしたかまでを意識し、伝わる情報発信へと高めていくことが求められる。すべての施策は「伝える」だけで終わらせず、「伝わること」までをゴールとして取り組むことが重要

## 5. 基本方針

後期基本計画においては「定住促進」の推進テーマのもと「進化する佐野市」「選ばれる佐野市」をまちづくりの基本理念として、将来にわたって活力ある社会を維持・創造するために、各種施策を推進していきます。

本計画に基づくシティプロモーションは、後期基本計画等による総合的なまちづくりの取組や多くの魅力（ヒト、モノ、コト、トコロ）を市内外に効果的に広報することで、市外からの誘客促進、本市に関心をもち、さまざまな方法で関りをもつ関係人口の創出及び市民の本市に対する誇りと愛着を高めるために行うものとします。

第4次計画は、第1次から第3次計画で推進してきた各種取組の成果と課題を踏まえ、今後のシティプロモーションの基本的な方向性を定めた総合的な戦略（計画）とします。

### （1）基本目標

- ① 興味・関心のある場所、訪れる場所として「選ばれる佐野市」
- ② 住んでみたい、住み続けたい場所として「選ばれる佐野市」

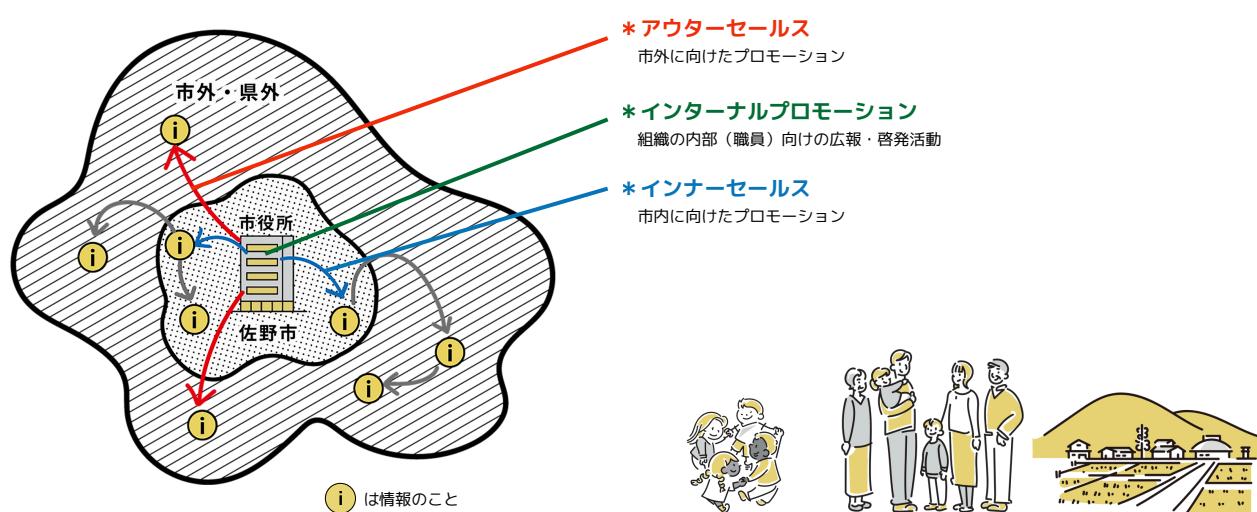
### （2）成果指標

項目	令和6(2024)年度 実績値	令和11(2029)年度 目標値
① 佐野市をイメージできる人の割合	27.5%	35.0%
② 佐野市に住み続けたいと思う市民の割合	78.7%	87.5%

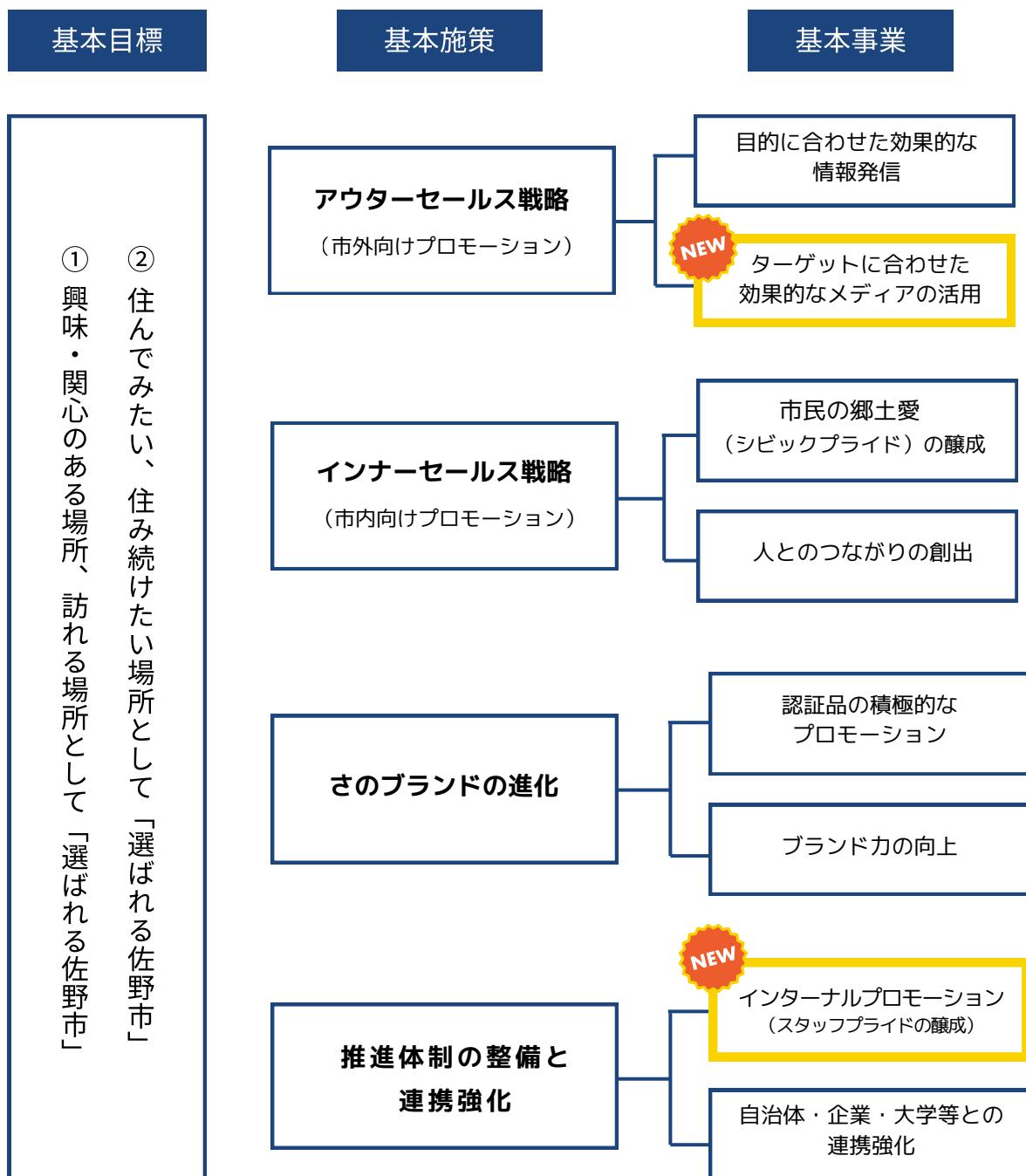
### （3）進捗管理

「今後の取組」に関しては、計画期間である令和8（2026）年度から令和11（2029）年度の基本的な方向性を示すものです。この方向性をもとに、毎年度、実施状況を振り返り、成果と課題を明確化します。そして、重点的に取り組むべき事業について、そのターゲットや具体的な手法を設定した年度方針を策定し、それをもとに各種シティプロモーション事業を展開していきます。

▼シティプロモーションのイメージ図



## 6. 政策体系



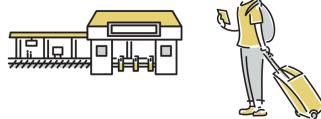
## 7. 今後の取組

### 4つの基本施策と取組の方向性

「さのまる」の効果的な活用

デジタル・新技術の徹底活用

#### 基本施策 01



#### アウターセールス戦略

##### - 取組の方向性 -

- ・「住んでよし、訪れてよし」が伝わるコンテンツを制作
- ・本市からの転出・本市への転入が多い首都圏に向けて重点的にPR
- ・UIJターンによる定住促進のため、若者に向けたプロモーションを実施
- ・さのまるをはじめとした本市ならではのコンテンツを活用し、関係人口・交流人口拡大を図る

#### 基本施策 02



#### インナーセールス戦略

##### - 取組の方向性 -

- ・郷土愛や誇りを持ちやすい環境を育む
- ・市民のまちづくりへの参画意識を醸成する
- ・若者と地域の大人とのつながりを創出し、若者が活躍できる環境づくりを進める
- ・定住促進のため、特に若年層の女性に向けての情報発信を継続する

#### 基本施策 03



#### さのブランドの進化

##### - 取組の方向性 -

- ・市外へのPRコンテンツとして、ブランド価値を高める
- ・認証事業者が地元で誇りをもてる環境を整える
- ・相互PRのために認証事業者と良好な関係を保持する
- ・制作物の見た目を洗練させ、イメージアップを図る

#### 基本施策 04



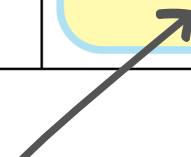
#### 推進体制の整備と連携強化

##### - 取組の方向性 -

- ・デザインや文章作成の技術面で職員一人ひとりのスキルアップを目指す
- ・職員のスタッフプライドを高め、仕事へのモチベーション、来訪者へのおもてなしの心を育む
- ・府内外との連携を強化し、市内外への効果的な魅力発信の機会を創出する

■現状の情報の広がり（一方的に「伝える力」）

市役所	レベル1	レベル2	レベル3	市外へ	結果
information	 <p>たくさん書いてある。 イラストもないし、 文章も回りくどくて よくわからない…</p>				 <p>テレビで放送されたのに あんまりみんなに 知られてないよう…</p>
	 <p>なにかのイベントの お知らせ？文字が多くて 読む気がしない…</p>				 <p>イベント当日… お客さんが少ない… チラシ作ったのにな。</p>
	 <p>手続きの方法… 読んでもわからないわ。 役所に電話して聞いて みなきゃ。</p>				 <p>通知を発送すると いつも問い合わせが いっぱい来る！通知に 全部書いてあるのに…</p>
					 <p>子どもと一緒に楽しめる イベント…佐野でなにか やらないかな～。</p>
information					 <p>あれ？あの番組に先週 佐野が出たの？ 知ってたら見たかった…</p>



情報発信する際には、  
相手が「受け取りやすいカタチ」「受け取りやすい方法」を工夫して  
この空白部分の広がりを作りたい。

## ■理想的な情報の広がり（双方向的に「伝わる力」）

市役所	レベル1	レベル2	レベル3	市外へ	結果
information	<p>ワークショップの日程変更の重要なお知らせだった！新店舗のオープン情報も載ってた！</p>	<p>えっ！あのお店もう行ったの？おいしかった？</p>	<p>うまい！ネットにレビュー載せて、友達にも教えよっと！</p>	<p>おっ！佐野にまたラーメン屋さんできたんだ～。来月家族で食べに行こうかな！</p>	<p><b>Go to SANO!!</b></p>
	<p>家族で参加できそうなイベントのお知らせだ！友達にも声かけてみようっと♪</p>	<p>そのイベント知ってるよ！うちの子どもがボランティアに申し込んでたよ！</p>	<p>ボランティアに参加</p>		<p>学校以外の地域の行事に初参加！ドキドキしたけど達成感！</p>
		<p>友達の家族も参加</p>	<p>イベント楽しかったな～いい写真が撮れたからSNS更新よっと！</p>	<p>へえ～地元でこんなイベントやってるんだ～♪</p>	<p>若い人視点のイマドキなイベント！お知らせもオシャレな雰囲気でちょっと自慢♪</p>
	<p>イラスト付きで手続きがわかりやすい！これならお隣さんに教えてあげられる♪</p>	<p>お隣さんに教えてもらって助かった～。無事に手続きできて安心♪</p>			<p>人とのつながり</p>
		<p>明日だよ～</p>		<p>今夜のあの番組に、私の地元が出るよ～みんな見てみて♪</p>	<p>故郷の話題を見逃さずには済んだ！地元が特集されてうれしいな♪</p>
	<p>明日あの番組に佐野が出るんだ！何が紹介されるのかな～</p>	<p>市外に住んでる姉にも教えてあげよっと♪</p>			<p>地元の人の話題になってうれしいな♪</p>
		<p>おっ、佐野だ！昨日お知らせで見た番組か！初めて見るお店だ～</p>	<p>テレビに出てたお店に早速行ってみたよ！△△△がおいしかった～</p>		

情報を受けた人が自発的に口コミやSNSで情報拡散することを促したい。  
 情報が広く正しく伝わることで、イベント等への参加者を増やしたい。  
 情報が広く正しく伝わることで、不要な問い合わせを減らしたい。

第4次佐野市シティプロモーション推進基本計画【概要版】

令和8(2026)年3月

発行：佐野市

編集：佐野市総合政策部広報ブランド推進課

〒327-8501 栃木県佐野市高砂町1番地

TEL：0283-27-3012

mail：kohobrand@city.sano.lg.jp

URL：<https://www.city.sano.lg.jp/>