

仕事の振り返りシート（令和 6 年度実施分）

作成・更新日 令和7年12月1日

事業名	さのまるプロモート事業	実施計画事業or一般事業	実施計画事業	市長公約	該当なし	総合戦略	該当なし
		施策横断的な取組との関連性	SDGs	該当あり	コンパクトシティ	該当なし	スマートシティ

1. 基本情報

担当組織	部	総合政策部		予算中事業名	予算科目	会計	一般	事業計画	単年度繰り返し
	課	広報ブランド推進課		さのまるプロモート事業		款	2	新規or継続	継続事業
	係	ブランド戦略係				項	1	市単独or国県補助	市単独事業
政策体系	体系コード	2411	名称	根拠法令、条例等	事業期間	目	7	義務or任意	任意的事業
	基本目標	2	新たな流れの創造による賑わうまちづくり			開始年度	H27	実施方法	直営
	政策	4	誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり			終了年度	－	事業分類	その他市民に対する事業
	施策	1	都市ブランド戦略の推進						
	基本事業	1	積極的なシティプロモーションの推進						

2. 事業概要と目的及び（基本計画期間内）目標値

（1）事業概要

事業概要	ゆるキャラブームは落ち着いているが、さのまるの認知度は安定している。そこで、さのまるを活用して本市の魅力・特色の発信を市内外に向けて行い、市の認知度向上と市民の郷土愛の醸成を図る。
------	--

（2）目的

目的 (本事業によって成し遂げたい状態)	市の魅力・特色を伝える情報発信やPRイベントに、さのまるを活用することで、市外の方には本市を訪れるきっかけ、市民には郷土に対する誇りや愛着を醸成する。	効果指標	単位	R3	R4	R5	R6	R7
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	－	35.5	37.5	39.0	40.5
		佐野市への観光入込客数（単年度）	千人	－	8,500	8,600	8,700	8,800

（3）目標値

3. 前年度の実績（活動及び費用対効果）説明

（1）活動実績

活動実績 (R6年度に行った主な活動内容)	各地で開催されるご当地キャラに関するイベント等に「さのまる」を派遣し、本市の魅力のPRを実施した。また、さのまるの日を記念する第9回さのまるの日イベントを開催した。 派遣回数267回（市内211回 県内19回 県外37回）	活動指標	単位	R4	R5	R6
		さのまるX（旧ツイッター）投稿数	件	1,056	976	944
		さのまる派遣回数	件	174	232	267
		事業費計	千円	7,083	10,509	6,612
		一般財源	千円	75	0	0
		特定財源（国・県・他）	千円	7,008	10,509	6,612
		（うち受益者負担）	千円			

（2）活動を説明する数値データ及び事業費の推移

（3）活動による効果

効果説明 (定量及び定性)	さのまるの出演イベントが増えることで、地域のイベントがより活気づき、人々の交流の場が増えた。	効果指標	単位	R4	R5	R6	指標の性質	R5とR6の比較
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	33.9	29.8	29.3	値が大きいほど良い	効果が下がった
		佐野市への観光入込客数（単年度）	千人	6,430	7,134	7,402	値が大きいほど良い	効果が上がった

（4）事業効果を説明する数値データの推移

↓選択して下さい

（5）費用対効果結果（自動判定）

費用（R6とR5の一般財源増減）	費用の増減無し	※ 1 0 万円以上の増減により判断			効果		
効果 (R6とR5の指標値増減)	効果が上がった指標数	1指標	費用	費用は下がった	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
	効果は変わらない指標数	0指標		費用の増減無し		○	
	効果が下がった指標数	1指標		費用が増加した			
	指標全体	効果は変わらない					

4. 次年度に向けた検討

（1）令和 6 年度の事業実施における反省点、環境変化や関係者からの意見等を踏まえた検討課題、費用対効果向上のための課題

令和 6 年度は遠方派遣（関西、四国、九州など）の依頼が増加し、旅費不足を流用等で対応できるかぎり参加したが、費用対効果の面から次年度はイベントの規模やゆるキャラとの関係性を考慮して、予算の範囲内で遠方派遣に対応していくべきと考える。

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和 7 年度及び令和 8 年度の取組

<input type="checkbox"/> 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成、受益者負担の見直しなど） <input type="checkbox"/> 事業効果を上げるための事務改善の検討 <input type="checkbox"/> 事業費の見直し検討 <input type="checkbox"/> 業務時間効率化のための事務改善の検討 <input checked="" type="checkbox"/> 特に検討事項無し（現状維持又は現状の計画通り）	取組説明
---	------

仕事の振り返りシート（令和 6 年度実施分）

作成・更新日 令和7年12月1日

事業名	シティプロモーション情報発信事業	実施計画事業or一般事業	実施計画事業	市長公約	該当なし	総合戦略	該当あり
		施策横断的な取組との関連性	SDGs	該当あり	コンパクトシティ	該当なし	スマートシティ

1. 基本情報

担当組織	部	総合政策部		予算中事業名	予算科目	会計	一般	事業計画	単年度繰返し
	課	広報ブランド推進課				款	2	新規or継続	継続事業
	係	ブランド戦略係				項	1	市単独or国県補助	市単独事業
政策体系	体系コード	2411	名称	根拠法令、条例等	事業期間	目	7	義務or任意	任意的事業
	基本目標	2	新たな流れの創造による賑わうまちづくり	佐野市佐野ブランド大使設置要綱		開始年度	H27	実施方法	直営
	政策	4	誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり	佐野市佐野ブランド姫設置要綱		終了年度	－	事業分類	その他市民に対する事業
	施策	1	都市ブランド戦略の推進	佐野市佐野ブランド応援団長設置要綱					
	基本事業	1	積極的なシティプロモーションの推進						

2. 事業概要と目的及び（基本計画期間内）目標値

（1）事業概要

事業概要	佐野市の魅力となる観光情報、子育て、教育環境、移住等各制度を収集、集約するとともに、効果的な情報発信手段を積極的に研究、対応する。また、市内若年層をターゲットの中心とし、体験・参加できる企画を提供することで、佐野市の魅力を伝える。
------	---

（2）目的

目的 (本事業によって成し遂げたい状態)	・市外の方々に本市の情報に触れてもらい、本市に訪れてもらう。 ・市民には、本市の魅力を知り、郷土に対する誇りをもってもらう。	効果指標	単位	R3	R4	R5	R6	R7
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	-	35.5	37.5	39.0	40.5
		佐野市への観光入込客数（単年度）	千人	-	8,500	8,600	8,700	8,800

（3）目標値

3. 前年度の実績（活動及び費用対効果）説明

（1）活動実績

活動実績 (R6年度に行った主な活動内容)	第3次佐野市シティプロモーション推進基本計画に基づき、各種事業を実施した。 ・佐野ブランド大使（応援団長）等を活用したシティプロモーション ・高速バス、市内循環バスへの車体広告掲出 ・デジタルサイネージによる情報発信 ・X（旧ツイッター）（さのNAVI）とInstagram(sanocitypr2)による情報発信 ・シティプロモーションPR動画作成	活動指標	単位	R4	R5	R6
		SNS投稿数	回	621	619	532
		佐野ブランド大使等との活動	回	5	3	4
		事業費計	千円	3,246	3,571	7,975
		一般財源	千円	3,246	1,041	0
		特定財源（国・県・他）	千円		2,530	7,975
		（うち受益者負担）	千円			

（2）活動を説明する数値データ及び事業費の推移

（3）活動による効果

効果説明 (定量及び定性)	佐野市の情報発信力が大きく向上し、観光や地域経済の活性化、市民の地域愛の醸成、さらには市外からの認知度が高まった。	効果指標	単位	R4	R5	R6	指標の性質	R5とR6の比較
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	33.9	29.8	29.3	値が大きいほど良い	効果が下がった
		佐野市への観光入込客数（単年度）	千人	6,430	7,134	7,402	値が大きいほど良い	効果が上がった

（4）事業効果を説明する数値データの推移

↓選択して下さい

（5）費用対効果結果（自動判定）

費用（R6とR5の一般財源増減）		費用は下がった		※ 1 0 万円以上の増減により判断		効果		
効果 (R6とR5の 指標値増減)	効果が上がった指標数	1指標		費用	費用は下がった	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
	効果は変わらない指標数	0指標			費用の増減無し		○	
	効果が下がった指標数	1指標			費用が増加した			
	指標全体	効果は変わらない						

4. 次年度に向けた検討

（1）令和 6 年度の事業実施における反省点、環境変化や関係者からの意見等を踏まえた検討課題、費用対効果向上のための課題

佐野市のPRを積極的に行うべきであり、戦略的・効果的に情報発信が必要となる。令和 6 年度 は「さの餃子」のPRが効果的にできなかったため、次年度は早めに検討・実施していくべきと考える。

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和 7 年度及び令和 8 年度の取組

<input type="checkbox"/> 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成、受益者負担の見直しなど） <input type="checkbox"/> 事業効果を上げるための事務改善の検討 <input type="checkbox"/> 事業費の見直し検討 <input type="checkbox"/> 業務時間効率化のための事務改善の検討 <input checked="" type="checkbox"/> 特に検討事項無し（現状維持又は現状の計画通り）	取組説明
---	------

事業名	さのブランド認証事業	実施計画事業or一般事業	実施計画事業	市長公約	該当なし	総合戦略	該当なし
		施策横断的な取組との関連性	SDGs	該当あり	コンパクトシティ	該当なし	スマートシティ

1. 基本情報

担当組織	部	総合政策部		予算中事業名	予算科目	会計	一般	事業計画	単年度繰り返し
	課	広報ブランド推進課		さのブランド認証事業		款	7	新規or継続	継続事業
	係	ブランド戦略係				項	1	市単独or国県補助	市単独事業
政策体系	体系コード	2412	名称	根拠法令、条例等	事業期間	目	4	義務or任意	任意的事業
	基本目標	2	新たな流れの創造による賑わうまちづくり	佐野市さのブランド認証委員会設置要綱		開始年度	H23	実施方法	直営
	政策	4	誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり			終了年度	－	事業分類	その他市民に対する事業
	施策	1	都市ブランド戦略の推進						
	基本事業	2	「さのブランド」の価値の向上						

2. 事業概要と目的及び（基本計画期間内）目標値

（1）事業概要

事業概要	本市の特産品をさのブランドとして認証し、市内外に広く発信することにより、本市の活性化と知名度向上、イメージアップを図る。 さのブランド認証品を身近に感じる情報発信、体験・参加型企画を実施することに加え、認証事業者による積極的な情報発信、販売促進策を企画、実施できるよう支援する。また、さのブランド認証制度の価値を高めるとともに、制度自体を周知し、多くの商品の応募に結びつける。
------	---

（2）目的

目的 (本事業によって成し遂げたい状態)	・市外の方々の（特に関東地方居住者）購買、来訪のきっかけになるよう、さのブランドを知ってもらう。 ・さのブランドを市内外の人にお勧めしてもらうとともに、市内事業者 に、さのブランド認証制度に応募してもらう。	効果指標	単位	R3	R4	R5	R6	R7
		さのブランドの認知度	%	15.0	30.0	40.0	45.0	50.0
		さのブランド認証品応募数（単年度）	品	130.0	130.0	130.0	0.0	0.0

（3）目標値

3. 前年度の実績（活動及び費用対効果）説明

（1）活動実績

活動実績 (R6年度に行った主な活動内容)	・さのブランド認証委員会及びさのブランドPR戦略委員会の開催 ・第11回さのブランドパンフレット作成、配布及びSNSなどを活用した認証品の P R ・さのブランドフェアの開催 ・さのブランド認証事業者協議会を開催し、新たなPRの取組の検討	活動指標	単位	R4	R5	R6
		さのブランド認証委員会開催	回	2	4	2
		さのブランドフェア開催	回	7	4	5
		さのブランド認証品募集	回	0	1	0
		事業費計	千円	692	717	947
		一般財源	千円	692	717	0
		特定財源（国・県・他）	千円			947
		（うち受益者負担）	千円			

（2）活動を説明する数値データ及び事業費の推移

（3）活動による効果

効果説明 (定量及び定性)	さのブランドの長期的な認知度向上と経済的な波及効果をもたら し、地域全体の発展に寄与した。	効果指標	単位	R4	R5	R6	指標の性質	R5とR6の比較
		さのブランドの認知度	%	28.3	27.0	19.5	値が大きいほど良い	効果が下がった
		さのブランド認証品応募数（単年度）	品	0	108	0	値が大きいほど良い	効果が下がった

（4）事業効果を説明する数値データの推移

↓選択して下さい

（5）費用対効果結果（自動判定）

費用（R6とR5の一般財源増減）	費用は下がった	※ 1 0 万円以上の増減により判断	効果		
効果 (R6とR5の指標値増減)	効果が上がった指標数		効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
	効果は変わらない指標数				○
	効果が下がった指標数				
	指標全体	効果が下がった			

4. 次年度に向けた検討

（1）令和 6 年度の事業実施における反省点、環境変化や関係者からの意見等を踏まえた検討課題、費用対効果向上のための課題

ブランド認証事業者協議会からの意見として、これまでさのブランドのPRについては戦略委員会の交付金で賄っていたところだが、事業を実施するにはそれなりの予算がないと成り立たないのが実情であり、認証事業者からPRの負担金を集めることも一考ではないかとのことであった。今後は負担金のあり方について検討していく時期ではないかと考える。
--

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和 7 年度及び令和 8 年度の取組

<input type="checkbox"/> 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成、受益者負担の見直しなど） <input type="checkbox"/> 事業効果を上げるための事務改善の検討 <input type="checkbox"/> 事業費の見直し検討 <input type="checkbox"/> 業務時間効率化のための事務改善の検討 <input checked="" type="checkbox"/> 特に検討事項無し（現状維持又は現状の計画通り）	取組説明
---	------

仕事の振り返りシート（令和 6 年度実施分）

作成・更新日 令和7年12月1日

事業名	佐野らーめん普及事業	実施計画事業or一般事業	一般事業	市長公約	該当なし	総合戦略	該当なし
		施策横断的な取組との関連性	SDGs	該当あり	コンパクトシティ	該当なし	スマートシティ

1. 基本情報

担当組織	部	産業文化スポーツ部		予算中事業名	予算科目	会計	一般	事業計画	単年度繰り返し
	課	観光推進課		「本物の出会い 板木」観光プロモーション企画事業		款	7	新規or継続	継続事業
	係	観光事業係				項	1	市単独or国県補助	市単独事業
政策体系	体系コード	2412	名称	根拠法令、条例等	事業期間	目	2	義務or任意	任意的事業
	基本目標	2	新たな流れの創造による賑わうまちづくり			開始年度	S62	実施方法	一部委託
	政策	4	誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり			終了年度		事業分類	その他市民に対する事業
	施策	1	都市ブランド戦略の推進						
	基本事業	2	「さのブランド」の価値の向上						

2. 事業概要と目的及び（基本計画期間内）目標値

（1）事業概要

事業概要	<ul style="list-style-type: none">・佐野らーめんの普及及びPR活動を行う。・佐野らーめんマップの作成業務委託。・佐野らーめん会と協力し、市内外で開催される各種イベントの積極的な参加や、TV雑誌等メディア出演を促進する。
------	--

（2）目的

目的 (本事業によって成し遂げたい状態)	佐野らーめん会の健全な運営と育成を目的とし、本市の町おこし、観光資源の核となる佐野らーめんの普及を図る。	効果指標	単位	R3	R4	R5	R6	R7
		マップ印刷部数	部	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

（3）目標値

3. 前年度の実績（活動及び費用対効果）説明

（1）活動実績

活動実績 (R6年度に 行った主な活 動内容)	・佐野らーめんマップの作成業務委託及び各市有施設等での配布。 ・観光キャラバン等でのらーめんマップの配布。	活動指標	単位	R4	R5	R6
		会議開催回数	回	0	0	0
		イベント参加回数	回	0	1	0
		事業費計	千円	100	107	107
		一般財源	千円	100	107	107
		特定財源（国・県・他）	千円			
		（うち受益者負担）	千円			

（2）活動を説明する数値データ及び事業費の推移

（3）活動による効果

効果説明 (定量及び定性)	観光キャラバン等でのらーめんマップの配布、日本ご当地らーめん総選挙への参加により効果的にPRでき、普及につながった。	効果指標	単位	R4	R5	R6	指標の性質	R5とR6の比較
		マップ印刷部数	部	100,000	100,000	100,000	値が大きいほど良い	効果は変わらない

（4）事業効果を説明する数値データの推移

↓選択して下さい

（5）費用対効果結果（自動判定）

費用（R6とR5の一般財源増減）	費用の増減無し	※ 1 0 万円以上の増減により判断			効果		
効果 (R6とR5の指標値増減)	効果が上がった指標数	0指標	費用	費用は下がった	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
	効果は変わらない指標数	1指標		費用の増減無し		○	
	効果が下がった指標数	0指標		費用が増加した			
	指標全体	効果は変わらない					

4. 次年度に向けた検討

（1）令和 6 年度の事業実施における反省点、環境変化や関係者からの意見等を踏まえた検討課題、費用対効果向上のための課題

さらなる普及促進のための企画やメディア露出、効果的ならーめんマップの配布

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和 7 年度及び令和 8 年度の取組

<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成、受益者負担の見直しなど）<input checked="" type="checkbox"/> 事業効果を上げるための事務改善の検討<input type="checkbox"/> 事業費の見直し検討<input type="checkbox"/> 業務時間効率化のための事務改善の検討<input type="checkbox"/> 特に検討事項無し（現状維持又は現状の計画通り）	取組説明
SNSやイベント、メディアを通じて、より佐野らーめんをPRする。	

事業名	シティブロモーション推進体制整備事業	実施計画事業or一般事業	実施計画事業	市長公約	該当なし	総合戦略	該当あり
		施策横断的な取組との関連性	SDGs	該当あり	コンパクトシティ	該当なし	スマートシティ

1. 基本情報

担当組織	部	総合政策部		予算中事業名	予算科目	会計	一般	事業計画	単年度繰り返し
	課	広報ブランド推進課		シティプロモーション推進体制整備事業		款	2	新規or継続	継続事業
	係	ブランド戦略係				項	1	市単独or国県補助	市単独事業
政策体系	体系コード	2413	名称	根拠法令、条例等	事業期間	目	7	義務or任意	任意的事業
	基本目標	2	新たな流れの創造による賑わうまちづくり	佐野市シティプロモーション推進本部会議設置要綱 佐野市シティプロモーション懇談会設置要綱		開始年度	H27	実施方法	直営
	政策	4	誰もが住みたいと思う魅力あるまちづくり			終了年度	－	事業分類	その他市民に対する事業
	施策	1	都市ブランド戦略の推進						
	基本事業	3	推進体制の整備と連携強化						

2. 事業概要と目的及び（基本計画期間内）目標値

(1) 事業概要

事業概要	効果的なシティブロモーションを行うために必要となる体制づくりを進めるものである。 庁内においては、市長を委員長とする佐野市シティブロモーション推進本部会議と部局横断的に設置する専門チームを、庁外においては民間委員で構成される佐野市シティブロモーション懇談会を開催し、各種事業に対する意見交換、評価、企画等を行う。 また、他自治体、企業、大学等とシティブロモーションにつながる場・知識・資源等の相互活用を図る。
------	--

(2) 目的

目的 (本事業によって成し遂げたい状態)	・庁内体制を含め、数多くの効果的な情報発信主体が整う。 ・他自治体、企業、団体、大学等とシティブロモーションにつながる場・知識・資源等の相互活用を図る。	効果指標	単位	R3	R4	R5	R6	R7
		専門チームによる事業企画数（単年度）	事業	0	4	4	5	6
		連携事業を実施した団体数（単年度）	団体	0.0	28.0	29.0	30.0	31.0

(3) 目標値

3. 前年度の実績（活動及び費用対効果）説明

(1) 活動実績

活動実績 (R6年度に行った主な活動内容)	・シティブロモーション推進本部会議において次年度取組方針検討 ・専門チーム（観光）による庁内連携（情報共有） ・専門チーム（定住促進）による意見聴取 ・佐野市シティブロモーション懇談会における意見聴取 ・職員アンケート	活動指標	単位	R4	R5	R6
		シティブロモーション推進本部会議	回	2	1	1
		シティブロモーション懇談会	回	2	1	2
		専門チーム会議	回	1	2	1
		事業費計	千円	68	49	55
		一般財源	千円	68	49	55
		特定財源（国・県・他）	千円			
		（うち受益者負担）	千円			

(2) 活動を説明する数値データ及び事業費の推移

(3) 活動による効果

効果説明 (定量及び定性)	地域社会の持続可能な発展をサポートし、佐野市の魅力が内外へ向けて、効果的に発信された。	効果指標	単位	R4	R5	R6	指標の性質	R5とR6の比較
		専門チームによる事業企画数（単年度）	事業	4	4	5	値が大きいほど良い	効果が上がった
		連携事業を実施した団体数（単年度）	団体	38	46	46	値が大きいほど良い	効果は変わらない

(4) 事業効果を説明する数値データの推移

↓選択して下さい

(5) 費用対効果結果（自動判定）

費用（R6とR5の一般財源増減）	費用の増減無し	※ 1 0 万円以上の増減により判断			効果		
効果 (R6とR5の指標値増減)	効果が上がった指標数	1指標	費用	費用は下がった	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
	効果は変わらない指標数	1指標		費用の増減無し	○		
	効果が下がった指標数	0指標		費用が増加した			
	指標全体	効果が上がった					

4. 次年度に向けた検討

(1) 令和 6 年度の事業実施における反省点、環境変化や関係者からの意見等を踏まえた検討課題、費用対効果向上のための課題

令和 6 年度はシティブロモーションPR動画制作の意見を募るため、専門部会の会議を開催したが、定住促進チームの効果的な活用とまでいかなかった。今後の専門部会の活用について検討が必要と考える。

(2) 上記反省点及び課題を踏まえた、令和 7 年度及び令和 8 年度の取組

<input type="checkbox"/> 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成、受益者負担の見直しなど） <input type="checkbox"/> 事業効果を上げるための事務改善の検討 <input type="checkbox"/> 事業費の見直し検討 <input type="checkbox"/> 業務時間効率化のための事務改善の検討 <input checked="" type="checkbox"/> 特に検討事項無し（現状維持又は現状の計画通り）	取組説明
---	------