

仕事の振り返りシート（令和7年度実施分）

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。	（3）目標値	↓選択して下さい		後期計画				
		効果指標	単位	指標の性質	R7	R8	R9	R10	R11
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	値が大きいほど良い	40.5	41.5	42.5	43.0	43.5
		佐野市への観光入込客数（単年度）	千人	値が大きいほど良い	8,800	8,900	9,000	9,500	10,000

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 (R7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10回さのまるの日イベントを開催した。 派遣回数240回（市内191回 県内11回 県外38回）	活動指標	単位	R4	R5	R6	R7
		さのまるX（旧ツイッター）投稿数	件	1,056	976	944	853
		さのまる派遣回数	件	174	232	267	240
		事業費計	千円	7,083	10,509	6,612	7,369
		一般財源	千円	75	0	0	0
		特定財源（国・県・他）	千円	7,008	10,509	6,612	7,369
		（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	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	R7	過去比較	目標達成
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	33.9	29.8	29.3	27.0	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	7,482	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

（5）目標達成、効果、費用増減（自動判定）

目標達成	目標達成した指標数	0指標	効果		
	目標未達成だった指標数	2指標	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
効果 (R7と過去3年平均の指標値増減)	効果が上がった指標数	1指標	目標達成	達成	
	効果は変わらない指標数	0指標		未達成	1指標
	効果が下がった指標数	1指標		目標未設定	
	指標全体	効果は変わらない			
費用（R7とR6の事業費計増減）	費用が増加した	※ 10万円以上の増減により判断			

4．次年度に向けた検討

（1）令和7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

派遣件数は順調に推移しているものの、プロモーション効果の高い大型イベントへの派遣件数に関しては、イベント終了や新たな派遣依頼の不足により若干減少傾向にあり、課題となっている。

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和8年度及び9年度の取組

☐ 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成） ☐ 事業費の見直し検討（新たな歳入確保・受益者負担含む） ☐ 業務の効率化・高度化（デジタル化）検討 ☐ 業務の効率化（デジタル化以外の業務手順・手法の見直し）検討 ☐ その他の検討 ☒ 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 プロモーション効果の高い大型イベントへの出演機会を増やすべく、既存の顧客だけに留まらず、新規のイベント主催者に対しても積極的な営業活動を展開し、派遣件数の向上を図る。
---	---

仕事の振り返りシート（令和7年度実施分）

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	該当なし

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				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		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		事業期間	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						
				要綱					

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。	（3）目標値		↓選択して下さい	後期計画				
		効果指標	単位	指標の性質	R7	R8	R9	R10	R11
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	値が大きいほど良い	40.5	41.5	42.5	43.0	43.5
		佐野市への観光入込客数（単年度）	千人	値が大きいほど良い	8,800	8,900	9,000	9,500	10,000

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 (R7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（さのNAVI）とInstagram(sanocitypr2)による情報発信	活動指標	単位	R4	R5	R6	R7
		SNS投稿数	回	621	619	532	534
		佐野ブランド大使等との活動	回	5	3	4	3
		事業費計	千円	3,246	3,571	7,975	3,870
		一般財源	千円	3,246	1,041	0	377
		特定財源（国・県・他）	千円	0	2,530	7,975	3,493
		（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	佐野市の情報発信力が向上し、観光や地域経済の活性化、市民の地域愛の醸成が図られた。	効果指標	単位	R4	R5	R6	R7	過去比較	目標達成
		本市の情報に触れたことがある人の割合	%	33.9	29.8	29.3	27.0	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	7,482	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

（5）目標達成、効果、費用増減（自動判定）

目標達成	目標達成した指標数	0指標	効果		
	目標未達成だった指標数	2指標	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
効果 (R7と過去3年平均の指標値増減)	効果が上がった指標数	1指標	目標達成	達成	
	効果は変わらない指標数	0指標		未達成	1指標
	効果が下がった指標数	1指標		目標未設定	
	指標全体	効果は変わらない			
費用（R7とR6の事業費計増減）	費用は下がった		※ 1 0 万円以上の増減により判断		

4．次年度に向けた検討

（1）令和7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

情報接触度の減少要因を分析した結果、いくつかの要素が影響していることが判明した。具体的には、アンテナショップ等での商品への直接的な接触機会の減少、SNS等を通じた視認機会の減少、そして口コミによる情報拡散や接触の頻度が低下していることなどがあげられる。これらの要因を踏まえ、今後の対策の検討が必要となっている。

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和8年度及び9年度の取組

☐ 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成） ☐ 事業費の見直し検討（新たな歳入確保・受益者負担含む） ☐ 業務の効率化・高度化（デジタル化）検討 ☐ 業務の効率化（デジタル化以外の業務手順・手法の見直し）検討 ☐ その他の検討 ☒ 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
	商品を実際に触れたり体験できるイベントを定期的で開催し、大型商業施設やアンテナショップでの実施頻度を増やすことで認知度向上を図る。さらに、HPやSNSでのイベント告知を魅力的なものに工夫し、多くの人に伝わるデザインとし、認知拡大と口コミの増加を目指す。

仕事の振り返りシート（令和7年度実施分）

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①	該当なし	市長公約②	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	該当なし

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				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	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			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	・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、本市のまちおこし、観光資源の核となる佐野らーめんの普及を図る。	（3）目標値	↓選択して下さい		後期計画				
		効果指標	単位	指標の性質	R7	R8	R9	R10	R11
		マップ印刷部数	部	値が大きいほど良い	100,000	100,000	100,000	100,000	100,000

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 （R7年度に行った主な活動内容）	1 佐野らーめんマップ	活動指標	単位	R4	R5	R6	R7
	（1）佐野らーめんマップを業務委託により作成	会議開催回数	回	0	0	0	0
	（2）佐野らーめんマップの各市有施設等における配布	イベント参加回数	回	0	1	0	1
	（3）観光キャラバン等における佐野らーめんマップの配布						
	2 佐野らーめんの普及・PR活動						
	・令和7年11月に開催された「日本ご当地ラーメン総選挙 2025」において、佐野らーめんが優勝した。						
	・これに伴い、のぼり旗及び懸垂幕を作成して掲出するとともに、観光キャラバンにおいてお土産用生ラーメンを販売する際にも、この快挙のPRに努めた。	事業費計	千円	100	107	107	107
	・佐野らーめん会との連携の観点では、令和8年3月1日に御殿場プレミアム・アウトレットにおいて実施した観光キャラバンにおけるガラポン抽選会の景品として同会から「凄麺佐野らーめん」をご提供いただき、佐野らーめんの普及に寄与した。	一般財源	千円	100	107	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	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で優勝した実績を効果的にPRでき、普及につながった。	効果指標	単位	R4	R5	R6	R7	過去比較	目標達成
		マップ印刷部数	部	100,000	100,000	100,000	100,000	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

（5）目標達成、効果、費用増減（自動判定）

目標達成	目標達成した指標数	1指標	効果		
	目標未達成だった指標数	0指標			
効果 （R7と過去3年平均の指標値増減）	効果が上がった指標数	0指標	目標達成	達成	1指標
	効果は変わらない指標数	1指標		未達成	
	効果が下がった指標数	0指標	目標未設定		
	指標全体	効果は変わらない			
費用（R7とR6の事業費計増減）		費用の増減無し	※ 10万円以上の増減により判断		

4. 次年度に向けた検討

（1）令和7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8年度及び9年度の取組

☐ 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成） ☐ 事業費の見直し検討（新たな歳入確保・受益者負担含む） ☐ 業務の効率化・高度化（デジタル化）検討 ☐ 業務の効率化（デジタル化以外の業務手順・手法の見直し）検討 ☐ その他の検討 ☒ 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7年度実施分）

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	該当なし

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。	（3）目標値		↓選択して下さい	後期計画				
		効果指標	単位	指標の性質	R7	R8	R9	R10	R11
		さのブランドの認知度	%	値が小さいほど良い	22.0	24.0	26.0	28.0	30.0
		さのブランド認証品応募数（単年度）	品	値が大きいほど良い	0	130	0	0	130

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 （R7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PR ・さのブランドフェアの開催 ・さのブランドの新たなPR方法として、さのブランドガチャガチャを実施	活動指標	単位	R4	R5	R6	R7
		さのブランド認証委員会開催		2	4	2	2
		さのブランドフェア開催		7	4	5	2
		さのブランド認証品募集		0	1	0	0
		事業費計	千円	692	717	947	1,020
		一般財源	千円	692	717	0	0
		特定財源（国・県・他）	千円	0	0	947	1,020
		（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	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	R7	過去比較	目標達成
		さのブランドの認知度	%	28.3	27.0	19.5	15.1	効果が上がった	○
		さのブランド認証品応募数（単年度）	品	0	108	0	0	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

（5）目標達成、効果、費用増減（自動判定）

目標達成	目標達成した指標数	2指標	効果		
	目標未達成だった指標数	0指標	効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
効果 (R7と過去3年平均 の指標値増減)	効果が上がった指標数	1指標	目標達成	達成	1指標
	効果は変わらない指標数	0指標		未達成	
	効果が下がった指標数	1指標		目標未設定	
	指標全体	効果は変わらない			
費用（R7とR6の事業費計増減）		費用の増減無し	※ 1 0 万円以上の増減により判断		

4．次年度に向けた検討

（1）令和7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

新たな取組として「さのブランドガチャガチャ」の実施や、ソラマチにある県アンテナショップでの「ブランドフェア」の開催を通じて、幅広い層へのPR活動を積極的に実施した。しかし、その一方で「さのブランド」の認知度が低下傾向にあり、この認知度の回復が今後の重要な課題となっている。
--

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和8年度及び9年度の取組

☐ 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成） ☐ 事業費の見直し検討（新たな歳入確保・受益者負担含む） ☐ 業務の効率化・高度化（デジタル化）検討 ☐ 業務の効率化（デジタル化以外の業務手順・手法の見直し）検討 ☐ その他の検討 ☒ 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 令和8年度は認証品の選定が行われる年度となるため、この話題を活用し、メディアへの露出を図るなど、積極的なPR活動を行う。
---	--

仕事の振り返りシート（令和7年度実施分）

事業名	シティプ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 該当なし

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			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						
				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					

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	効果的なシティプ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プ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プ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、大学等とシティプ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、大学等とシティプ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。
-------------------------	---

（3）目標値

↓選択して下さい

後期計画

効果指標	単位	指標の性質	R7	R8	R9	R10	R11
専門チームによる事業企画数（単年度）	事業	値が大きいほど良い	5	5	6	6	6
連携事業を実施した団体数（単年度）	団体	値が大きいほど良い	46	47	48	49	50

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 (R7年度に行った主な活動内容)	計画作成年度のため、以下の会議等を実施 ・佐野市シティプロモーション推進基本計画策定委員会（2回） ・佐野市シティプロモーション懇談会における意見聴取（2回） ・職員アンケートの実施
--------------------------	--

（2）活動を説明する数値データ及び事業費の推移

活動指標	単位	R4	R5	R6	R7
シティプロモーション推進本部会議	回	2	1	1	0
シティプロモーション懇談会	回	2	1	2	2
専門チーム会議	回	1	2	1	0
事業費計	千円	68	49	55	55
一般財源	千円	68	49	55	55
特定財源（国・県・他）	千円				
（うち受益者負担）	千円				

（3）活動による効果

効果説明	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。
------	---

（4）事業効果を説明する数値データの推移

効果指標	単位	R4	R5	R6	R7	過去比較	目標達成
専門チームによる事業企画数（単年度）	事業	4	4	5	6	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	65	効果が上がった	○

（5）目標達成、効果、費用増減（自動判定）

目標達成	目標達成した指標数	2指標
	目標未達成だった指標数	0指標
効果 (R7と過去3年平均の指標値増減)	効果が上がった指標数	2指標
	効果は変わらない指標数	0指標
	効果が下がった指標数	0指標
	指標全体	効果が上がった
費用（R7とR6の事業費計増減）	費用の増減無し	

		効果		
		効果が上がった	効果は変わらない	効果が下がった
目標達成	達成	2指標		
	未達成			
目標未設定				

※ 1 0 万円以上の増減により判断

4．次年度に向けた検討

（1）令和7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7年度は、計画策定のために専門部会による会議は実施せず、計画策定委員会を開催し、翌年度以降のシティプロモーションに関する協議を行い、その内容を計画に反映した。今後は、この計画を各種取組に反映していくことが必要となっている。

（2）上記反省点及び課題を踏まえた、令和8年度及び9年度の取組

- ☐ 事業の在り方検討（廃止、休止、再編成）
- ☐ 事業費の見直し検討（新たな歳入確保・受益者負担含む）
- ☐ 業務の効率化・高度化（デジタル化）検討
- ☐ 業務の効率化（デジタル化以外の業務手順・手法の見直し）検討
- ☐ その他の検討
- ☒ 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
第4次佐野市シティプロモーション推進基本計画に基づき、専門チームなどの協力を得ながら協議を重ね、より効果的なシティプロモーションの実現を図る。