

鳥取市が行うシティセールスの取組について
広報モニターアンケート調査結果

- 1 調査の概要
- 2 回答者について
- 3 調査結果

令和8年3月
鳥取市企画推進部政策企画課

1 調査の概要

(1) 調査の目的

鳥取市が行っているシティセールスの取組についての評価を調べるため。

(2) 調査方法

①調査対象

・令和7年度鳥取市広報モニター 87人

②調査方法

・インターネット上に設置したアンケートに回答（広報モニター）

(3) 調査期間

・令和8年3月7日（土）～令和8年3月13日（金）

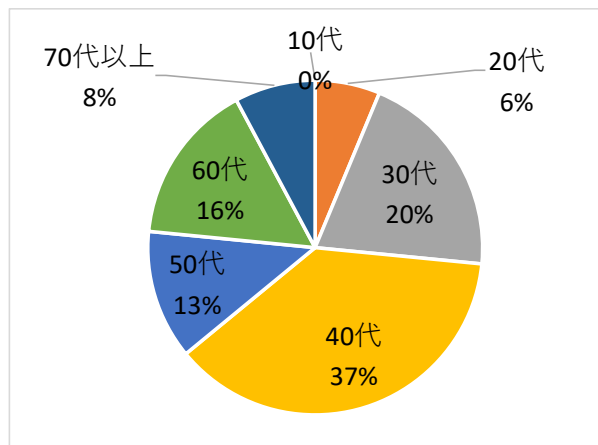
(4) 回答者数

・64人（74%）

2 回答者について

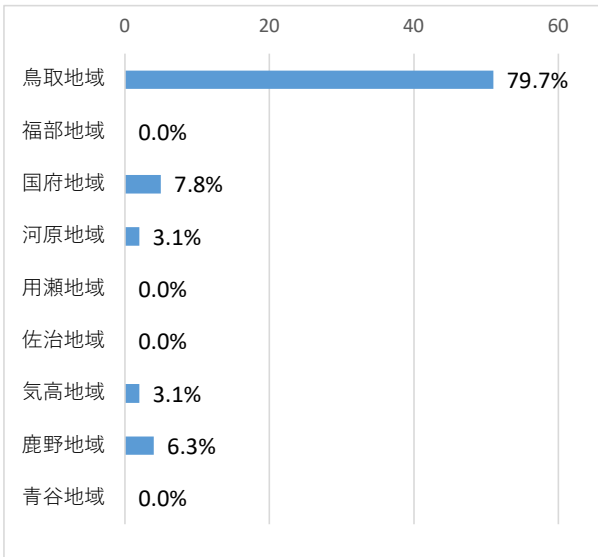
○年齢

	回答者数	回答者割合
10代	0	0.0%
20代	4	6.3%
30代	13	20.3%
40代	24	37.5%
50代	8	12.5%
60代	10	15.6%
70代以上	5	7.8%
合計	64	100.0%



○居住地

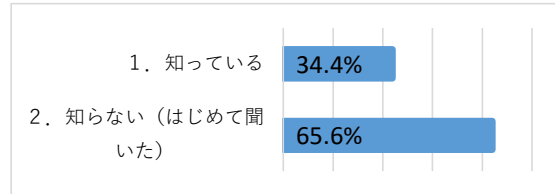
	回答者数	回答者割合
鳥取地域	51	79.7%
福部地域	0	0.0%
国府地域	5	7.8%
河原地域	2	3.1%
用瀬地域	0	0.0%
佐治地域	0	0.0%
気高地域	2	3.1%
鹿野地域	4	6.3%
青谷地域	0	0.0%
合計	64	100.0%



3 調査結果

問1 本市がまちの魅力を発信し、イメージアップや認知度向上につなげる「シティセールス」に取り組んでいることをご存じですか。

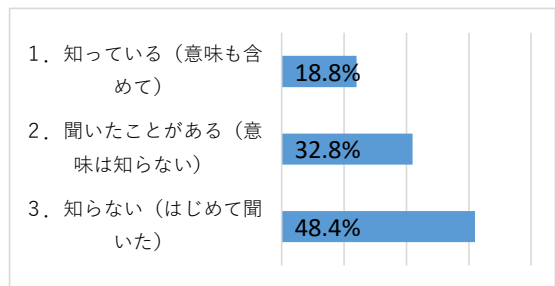
回答	件数	%
1. 知っている	22	34.4%
2. 知らない（はじめて聞いた）	42	65.6%
合計	64	100.0%



問2 本市のシティセールスを効果的に進めるためのブランドスローガン「SQのあるまち」をご存じですか。

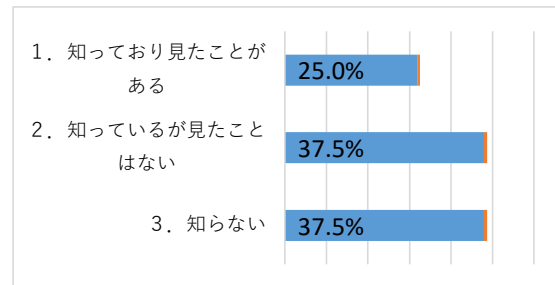


回答	件数	%
1. 知っている（意味も含めて）	12	18.8%
2. 聞いたことがある（意味は知らない）	21	32.8%
3. 知らない（はじめて聞いた）	31	48.4%
合計	64	100.0%



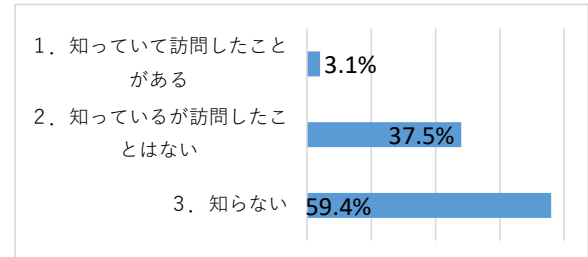
問3 「鳥取市公式YouTubeチャンネル」では、市政情報や本市の様々な魅力等を動画で発信していますが、登録された動画を見たことがありますか。

回答	件数	%
1. 知っており見たことがある	16	25.0%
2. 知っているが見たことはない	24	37.5%
3. 知らない	24	37.5%
合計	64	100.0%



問4 本市が大阪・中之島に「麒麟のまち」関西情報発信拠点を設置し、地元製品のPRをはじめ様々な情報発信を行っていることをご存じですか。

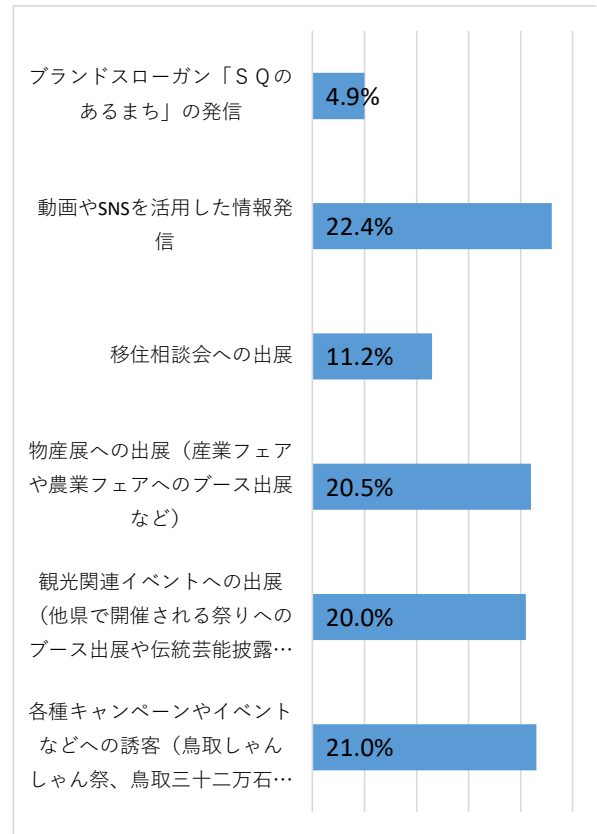
回答	件数	%
1. 知っていて訪問したことがある	2	3.1%
2. 知っているが訪問したことはない	24	37.5%
3. 知らない	38	59.4%
合計	64	100.0%



問5 本市は、食・観光・暮らしなど本市の多様な魅力を、動画やSNSなど様々な手法で発信しています。本市の主なシティセールスの取組みのうち、効果的な取組みであると思うものはどれですか。

※複数回答可

回答	件数	%
ブランドスローガン「SQのあるまち」の発信	10	4.9%
動画やSNSを活用した情報発信	46	22.4%
移住相談会への出展	23	11.2%
物産展への出展（産業フェアや農業フェアへのブース出展など）	42	20.5%
観光関連イベントへの出展（他県で開催される祭りへのブース出展や伝統芸能披露など）	41	20.0%
各種キャンペーンやイベントなどへの誘客（鳥取しゃんしゃん祭、鳥取三十二万石お城まつりなど）	43	21.0%
合計	205	100.0%



問6 あなたが本市のシティセールスに取り組むとしたら、本市のどんなところを魅力として取り上げ、どのような手法でPRしますか。（自由記載）

観光だけでなく、土地代の安さと物価の安さを取り上げ、就労と連動して地方移住を促す。

なかなか思いつきません。鳥取市は、他の市と比較して、見劣りします。更には、「陸の孤島」状態で、交通アクセスが悪い。ツアー会社とタッグを組む事が手っ取り早く誘客できると考えます。

鳥取市の魅力をさまざまな媒体を使って発信し、観光、交流や移住などに結びつけることは重要だと思う。SQのまち、とは市の広報やHPで見かけるが中身は詳しく存じ上げない。SQとは意味が分からず難しいのではないかと。物産展やトップセールスは行政だけの自己満足に終わっていないか。必要性をよく点検されるのといい。

もっと分かりやすく親しみやすいキャッチフレーズができないものか。「麒麟のまち」は、県東部、兵庫北部を含む地域で使われているが、平和と安定、福を招くとされる縁起のよい麒麟を改めて鳥取市自体のキャッチに使うのはどうか。

地域の魅力はそのまちの歴史と文化だと思う。鳥取駅前にある鳥取民藝美術館はじめ民藝の施設群は他都市にないものだ。県立博物館には民藝の作品が充実していると聞いたが今も活かされているのか。民藝や鳥の劇場など他にない文化活動を活かすことだ。城下町として発展した歴史の重みに加えて、文化芸術を盛んにすることで、市の魅力と存在価値を高めてくれると信じる。

「麒麟のまち、鳥取市」として、観光などのキャンペーン、各種イベントだけでなく行政の普段の施策の中でも冠に使うのはどうか。

鳥取砂丘や海、山などの自然豊かなところ。

動画などでのアピール

スタンプラリーイベント

コナンくんなどのアニメ等とリンクさせたお土産などの開発

自然豊かで美味しい食べ物が沢山あるところを魅力として取り上げ、SNSを活用した情報発信を行う。

もうやっているかもですが、、、

鳥取市の隠れ家のおすすめスポット（カフェや海岸）だったり、観光に来ている方にInstagramやXを通して感想などの投稿、シェアをしてもらうと何か特典（お土産や割引クーポン）があるようにする。

スタンプラリー的に観光名所を回ると飲食店やお土産店で使えるクーポンとか。

県外のイベントへ出向いて、美味しいもの、非日常的体験ができる場所など案内。

Instagramでフォローさんが多く、既に色々な発信をしている方をお願いするとか。

・「SQのあるまち」の「SQ」の意味を毎回説明に加えます。どんな意味か、すぐ忘れてしまうだろうから。もしくは、SQよりキャッチーなコピーを検討します。

1、まずはスローガンを理解してもらうこと、なんだろう？と興味を持ってもらうことが大切だと思います
シティセールスという言葉もスローガンのSQの意味もわからなかったので、あらためて調べてみました。

SQには三つの意味が込められていることがわかりましたが、上の画面からはそれがわからないので、三つのことばを下に添えてほしいです。Service Quality、Safety Quality、Sightseeing Quality

2、市民や観光客へのスローガンの浸透

予算計上が必要ですが、SQのバッジを作って職員全員に着けてもらう。名刺にもマークを挿入する。県から送付されるDMなどへの挿入や市役所の垂れ幕などにも。また「SQのあるまち鳥取市」のショート動画を作成して、駅前の街頭ビジョン、屋外ビジョンの活用して流すのも効果的だと思います。

2、本市の魅力

「砂丘」「かに」「なし」他県の方からも聞かれるので十分に浸透していると思いますが、逆にそれしか知らないのかなあと感じたりします。旧市街地は「シャッター通り」というイメージで観光客もほとんど流入がありません。でも、ポツポツとチェーン店には無い、小さいけれど魅力や特徴のあるカフェとか点在しています。でも、あまり市民や観光客に浸透が無いのか？数年で閉店されるお店もあります。そのようなお店の情報は各店でもInstagramで発信されていたりしますが、観光パンフレットとか、鳥取市のSNSにおいても「鳥取のカフェ巡り」とか内容で発信するのもいいと思います。

SNSで発信する人を募集してもいいですね。シティセールスメンバーを募って定期的に発信してくださる人を。

話は変わりますが韓国ソウルには「北村一帯」というストリートがあります。昔からの韓屋が立ち並んでいて、（普通に地域の方が住まわれています）多くの観光客の流入があり、近くにお土産店が併設されていて潤っています。鳥取も古い町並みが残っている地域（例えば三角公園周辺は遊郭があったらしいですねー独特の建屋が残っていたり）のルーツを調べて掘り起こしをするのもいかがでしょうか

自然と環境の魅力。食品の魅力。

鳥取は食が魅力の一つだと思うので、カニにお米、砂プリンなどの魅力をショート動画などSNSで発信PRしていきたいと思っています。

人口が少ないことを「ゆとりのあるまち」として魅力に変えて発信することが大切だと考えます。

観光地が過度に混雑することが少なく、ゆったりと観光を楽しめることや、きれいな街並みや自然環境が保たれていることは大きな強みです。さらに、新鮮な海の幸などの豊かな食や、人との距離が近い温かい地域性も魅力の一つです。

こうした「観光のしやすさ」「美しい環境」「豊かな食と人の温かさ」を合わせて発信することで、鳥取市ならではの魅力を伝えることができると考えます。

・他市、他町ひいて他街に無い情報の発信、周知する。存在感を感じさせる本市の状況、特色ある産物、観光などイベント、さらにやさしさある環境状況等を動画、SNSをはじめマスコミ紙(誌)を駆使し発信する。

・発信目的別にキャッチフレーズを入れ、広報内容の特色を短く盛り込んだ情報等を同時に複数回発信する。PRの多用も。

・難しい対応かもしれぬが、各機会において、目的別に見聞き印象に残る短情報と別の詳細情報の〔区分〕発信。

自然豊かなところや、住みやすさ、子育てのしやすさなどを動画やSNSで広く発信し、比較的若い世代へ届くようにする。

しゃんしゃん踊りや麒麟獅子舞などの、全国的に見て鳥取市（またはこの近辺の地域）に独自性の高い文化を強く前面に押し出すことで、まず何らかのきっかけでシティセールスに目を留めてもらえる可能性が高まると思う。

そうして興味を持ってもらったうえで、衣食住などの目的ごとに、派手さは無いが堅実な鳥取市の魅力（観光であれば星取県や白兔神社、移住であれば家の安さや町のコンパクトさ、子育て支援の手厚さなど）を発信していくと、より強く鳥取市に興味を持つ方が一定割合いらっしゃるのではないかと感じる。

交通費や宿泊施設の割引や優待制度を紹介して、観光地の宣伝や、おすすめの食、飲食店も紹介したい。県外各地域のイベントや、SNSでのPRがわかりやすいと思う。今までもやっていると思うので、頑張っていてほしい。万博の時の鳥取の宣伝が魅力的だった。

カニの季節やイカの季節に参加型の捌き方講座や美味しく食べれる料理教室を県外の方向けに出来るフェス的なものを行い、その様子をSNSで公開させてもらう。

魅力としては、食べ物が美味しい、自然豊か、エンターテイメントよりも癒されることが目的のツーリズムというかんじ。

現代人が疲れている忙しさや喧騒から逃れてリフレッシュできる場所を魅力としたい。

私は2拠点で実際にそれを実感して生活しているので、実体験をPRしたいですね。

手法はやはりメディアやSNSでしょうか

鳥取といえば豊かな自然とおいしいたべものがあり都会の人から見れば魅力的だと思うので、都会向けにSNS等で発信したほうがいいのではと思う。

美味しい食べ物と豊かな自然をやはりSNSで発信します。

鳥取の魅力である美味しい食べ物を積極的にSNSの活用によりPRします

しゃんしゃん祭りを推します。初心者も体験できる仕組みがあるといいです。

自然豊か、海の幸、山の幸豊富なところ、人がいないところ、平和なところ
自分の夢に向かって、真剣に楽しく行動している「人」に焦点を当てた物語を中心に各媒体で発信する。
地産地消の美味しい食べ物を食べたり、観光名所に行くツアーを実施(鳥取空港から日帰りツアー)モニターとしていろいろな人に参加してもらい意見を伺う
自然が豊かなことをSNS(Instagram)やぴよんぴよんネットの番組内等で発信する。 ずっと鳥取市に住んでいる人と、移住してきた人とは視点が違うと思うので、いろいろな視点からアピールするとよいと思う。
市長がもっと表に出て、台本を読むだけでなく、ユーモアを交えて発信をしてほしい。
人が混み合っていないため、園庭がありのびのびした環境で子育てができ、買い物や通勤、公園遊びも都会よりゆとりがあること、自然が近くにあることわー軒家での生活を選択しやすいことをPRします。子育て王国を押し出していて、家庭と仕事を夫婦で両立したい人に向けてアピールすると思います。
インスタで発信する
子育てしやすい SNS
SQでも、連想される鳥取砂丘の夜の風景をセールスポイントにします。 例えば、ここ最近では、夏が暑すぎて、砂丘観光がなかなか難しいですが、夜なら、砂丘からの漁火や、砂丘から見る、夜の星空などがたのしめる。 春から、秋にかけては、月見や、流星群の観測。冬は、雪あかりの砂丘など、魅力的なところをアピールする。
・認知を広める、深める、ためにも物産展やPOP UPの出展 ・鳥取の雑貨屋さんや作家さんをメインに置いて、鳥取を連想するグッズ等で文房具イベントへの出展で鳥取をアピール
他の自治体のイベントでしゃんしゃんなどを披露し体験会を開く。 砂丘で大声で叫べるイベント！鳥取で本音の主張！みたいに、からをやぶれるイベントをする。 自然や観光地も限界だと思うので、礼文島の宿泊施設みたいな、自然の中なのに非現実的な、現代人のストレスを発散できる場所の提供をする。
コンパクトにすべてがまとまっている所が魅力です 病院、学校、買い物、空港や駅など。 鳥取市に限らずどこも若者の移住を推進しているようですが、年配の方の移住もあります。暮らしやすい鳥取市です！ 手法としてはSNSもいいですが、テレビで取り上げてもらうのもいいと思います
観光や伝統芸能など色んな面で、PRがなされておりこのまま継続していけばいいと思います。 SNSで鳥取での暮らしについても、都市部、農村部、海、山間部などのリアルな暮らしを想像できる短めの動画などで細かく発信するのもいいかなと思います。

まずはキャンペーン等を通して観光と組み合わせ、鳥取市に来ていただき、魅力を体感していただく。

冬は雪で交通手段が限られるため、対策が必要。

空き家の活用と、移住者の体験談等の発信。

麒麟獅子舞の披露する機会を増やす。

鳥取市が掲げる「SQのあるまち」は長年使用されているものの、魅力として実感しにくく、市民にも来訪者にも印象が残りにくい。スローガンとしての効果が薄いため、刷新または削除を検討すべきである。

また、過度なPRはオーバーツーリズムを招き、市民生活に不便や不快を生じさせる可能性がある。鳥取市の規模や生活環境を踏まえると、大量集客を目的とした施策は慎重にしてほしい。一方で、マリオットホテルのような高品質宿泊施設の誘致は、富裕層や長期滞在者を呼び込み、観光客数を無理に増やさずに地域経済へ貢献できる点で有効である。

AIを活用した情報発信により質の高い観光を実現できる。

「食」が一番。松葉ガニ、岩ガキ、鱒鯖などの鮮魚、白いか、美味しい米、梨（特に新甘泉）、ワイン、日本酒、鳥取和牛、らっきょう、白ネギ…。それに合わせて、砂丘はもちろん、駅前に近い温泉旅館や鄙びた吉岡温泉、鹿野温泉、浜村温泉はおすすめ。日本海が臨めるゴルフコース。

JR新幹線の駅や羽田空港などのロビーで一日中「鳥取デー」の試食キャンペーンを催し、新たな旅行客を呼び込む。

「SQのあるまち」を市報やケーブルテレビ、SNS等でPRしているが、職員は意味を知っていても、市民はあまり知らないというのが実態ですよ。「S」は砂丘の「さ」、「Q」は砂丘の「きゅう」だと思っていた時期がありました。たぶん、県外の広告代理店あたりが考案した新語でしょうが、市民に浸透していなければ、効果なし。ましてや他県の人に通じるのでしょうか。

砂丘だけではない魅力をアピールすべき。自然や海、しゃんしゃん傘踊りなどを県外でのブスや旅行会社のパンフレット、旅行サイトなどに載せて、PRする。

バスで観光地を回るツアーをランチ付き1000円くらいで開催する

海や山に行き 自然に触れる過ごし方を体感してもらう

食や伝統は、他県に誇れると思っていますが、鳥取市中の商店街のは寂れており、PRの内容を工夫しても、寂れのインパクトの方が強いかもしれません。

鳥取市に暮らす人々の暮らしや活動に焦点をあてて、紹介するのが良いと思います。

イベントで鳥取市での生活についてのプロモーション活動をする。

実際に暮らす地域住民の意見や思いをPRとして活かす

<ul style="list-style-type: none"> ・ 関西万博の成功例を参考に、「砂」をモチーフにしたイベント ・ とにかく食べ物が美味しいところを発信することが必要だと思う。 <p>屋台、キッチンカーなどがたくさん集まるイベント。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ 山陰の特性として仕方のない気象状況を除けば、自然災害は少ない県、土地も安く、人も少ない、治安も良い、などのメリットをPRして、企業誘致（今後特に必要になってくるデータセンター設置とか）をしていくべき。
<p>県外の人や市外の人にも伝わるようにSNSを活用したPRを展開する</p>
<p>自然の持つ美しさや素晴らしさを実際に見たり体験してほしい。</p>
<p>食べ物が美味しいところ。 SNSを利用してPRする。</p>
<p>海と山が近い自然の豊かさと住みやすさを取り上げ、SNSを利用してPRする</p>
<ol style="list-style-type: none"> 1 鳥取駅から県庁までのメインストリートの空き家の除去、魅力ある店舗の立地、イベントの実地などにより活性化を推進すべきである。 2 市街地から砂丘に至るロードに魅力のある緑化や案内板の設置などを進めること。 3 鳥取市の特産品、グルメ、を一堂に集結した日曜市を企画したらどうか。 4 若桜鉄道を活用した魅力あるイベントを多数企画してPRに努めること。
<p>魅力的な催し、子どもと一緒に連れて行ける参加型・体験型などのイベント。駐車場の確保が問題にはなると思いますが。</p>
<p>若者の都会への流出は避けられない状況の中で、小中学生へのシビックプライドの醸成を図る授業を行い、地元を誇れるように育成する。</p> <p>単なる地元名産の洗い出しとかの授業ではなく、広報についての考え方をクリエイティブディレクターから講義してもらうことで、プランニング力、広報力、コミュニケーション力等、情報発信者として正しい知識も身につく、誹謗中傷投稿への防止は元より、いずれ都会に出たとしてもシビックプライドの発信者となって地元の魅力を正しく発信してくれる。また、保護者も絡めた取り組みになると更に取組の輪が広がると考えます。この取組はマスコミ的にも興味を持っていただけのプロモーションにまとめることができるのではないのでしょうか！</p>
<p>鳥取市で提供できる食の加工品、料理等の食のイベント</p>
<p>豊富な自然と、美味しい食材をアピールしたいです。実際に都会に出かけ、季節の野菜や美味しいお肉や魚、乳製品などを試食してもらうことで魅力を体験してもらいたいです。</p>
<p>SQというロゴがあるのは知っているが、パッと見た感じがダサいので、何も惹かれないから中身まで知ろうと思っていなかった。</p> <p>InstagramやX、TikTokなどの活用はその時の流れで更新が途絶えたりしているの、それらをしっかりと時間、更新回数、季節毎のものをイメージ戦略をしていった方が良いと思う。</p> <p>YouTubeについても同様。</p> <p>徐々に見なくなる傾向なので、それらを踏まえて戦略を組んだ方が良いと思う。</p> <p>年度毎の活動になっていて、継続性が薄く感じるの、情報化社会の中での信頼のおけるPRがないとホームページはほとんど見ない。</p> <p>全てのデザインについてもバランスを考えた方が良いと思う。</p>

鳥取市は砂丘と梨だけじゃ無いんだぞ！というところ。 一人旅プラン カップルプラン 家族プラン 山里体験プラン など鳥取市の魅力満載の旅行プランを提案する
自然・食・子育て支援の魅力を移住相談会などで紹介。 近年空き家が多く、空き家バンク登録を市報、チラシなどで市民に募り、移住希望の方の選択肢を広げる。
鳥取市ののどかな所と、2時間以内でいける近隣の観光地を取り上げる。YouTuberと連携してアピールしてもらおうとか、県外の地上波にCMを出すとか、YouTubeに広告を出すとか。
海・山・川等の自然が豊かで夏は海水浴、冬はスキーがあまり時間をかけずに行けて楽しめること。さらに新鮮な農産物や海産物が安く手にはいることや渋滞もなく、暮らしやすいことを取り上げる。 インフルエンサーを活用し、SNSやYouTube.Tiktok等でPRする。
ホンモノの温泉、新鮮な食材(海産物、農作物ほか) のどかな街 新鮮な空気 海、山、街 自然環境 鳥取にゆかりのある人やものを活用し SNSでPR
子育て王国鳥取とかけて麒麟獅子に噛んでもらえるイベントを広報などで積極的に周知して盛り上げる。
自然の豊かさ
田舎すぎずでも住むのに困らない 市であること、食べ物が美味しいことを魅力として取り上げます。 公式SNSやインフルエンサーからの発信でPRします。 (既にされてると思いますが…)
自然豊かな所

問7 これまでの質問を踏まえ、鳥取市が行っているシティセールスの取組みをどう評価されますか。

回答	件数	%
1. 評価できる	11	17.2%
2. やや評価できる	37	57.8%
3. あまり評価できない	14	21.9%
4. 評価できない	2	3.1%
合計	64	100.0%

