

SQのあるまち

鳥取市シティセールス戦略

◆◆ 鳥取市ブランドの確立を目指して ◆◆

はじめに

- 本戦略は、本市が進めるまちづくりの各施策と連動しながら、魅力的な鳥取市ブランドのイメージを確立させるための戦略として策定したものです。
 - 本戦略のもと、職員個々の資質を高め、本市の行政施策・環境を一層向上させながら、市内外に本市の魅力を発信・浸透させていきます。
- そして、住む人、来る人の満足度が高い、愛され続ける鳥取市を目指します。



1 目的 「いつまでも暮らしたい、誰もが暮らしたくなる、自信と誇り・夢と希望に満ちた鳥取市」(鳥取市将来像)を実現します。

2 課題 鳥取市らしさ=鳥取市ブランドの確立

▶鳥取市のイメージ=砂漠、地味、遠い、何もない、わからないなどのマイナスイメージから、快適、安心安全、高品質、観光地などのプラスイメージへ転換させます。

3 戦略 魅力の向上策▶既存の資源、サービスを全国トップレベルまで高める

魅力の浸透策▶鳥取市らしさ(魅力・価値)を全国に浸透させる

STEP 1

上記戦略を効果的に行うために、鳥取市ブランドスローガンの旗印のもと、心を一つに、職員が一丸となりシティセールスに取り組んでいきます。



職員一人ひとりが「SQ」の意味を理解・共有し、鳥取市ブランドの体現者となる。

SQに込められた意味

▶職員行動指針

■Service Quality: 質の高いサービス提供

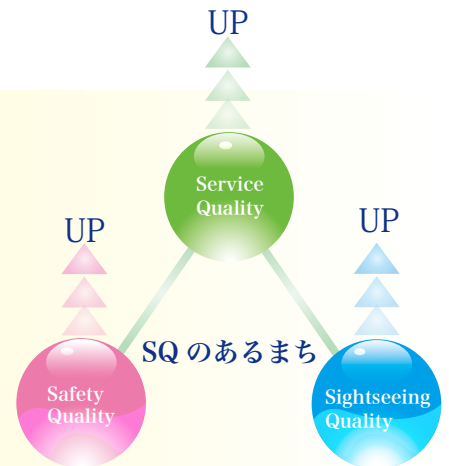
- ▶市内外の人々に質の高いサービスを提供するための資質向上
- ▶施策の企画立案能力の向上

■Safety Quality: 安全・安心に暮らせる環境

- ▶福祉、防災、住環境等のワンランク上の高品質な施策の展開

■Sightseeing Quality: 優れた魅力資源

- ▶既存魅力資源のブラッシュアップによる高付加価値化

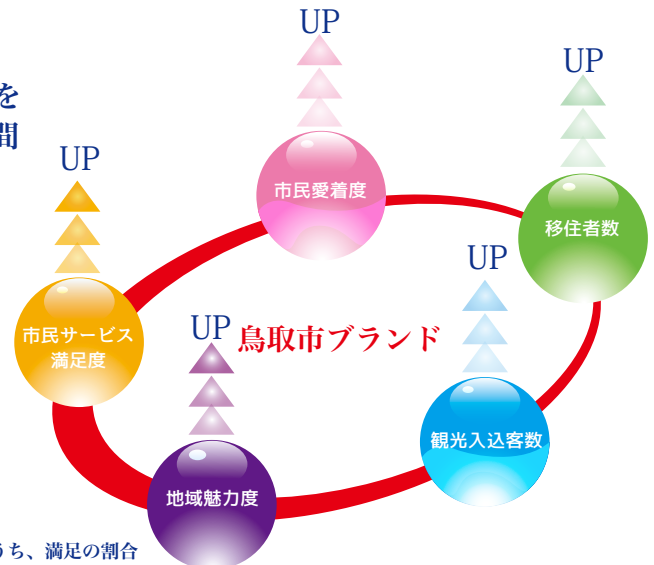


STEP 2

まち全体が一体となった「オール鳥取市」(行政、市民、企業、大学など)でのシティセールスに発展させていきます。

2020年(平成32年)を目標達成年に設定し、鳥取市ブランドを確立させ、市民愛着度、市民サービス満足度、地域魅力度、年間観光入込客数、延べ移住者数の各目標を達成します。

	現状	目標
市民愛着度	56.6%	60.0%
市民サービス満足度※1	47.1%	60.0%
地域魅力度※2	225位	100位
年間観光入込客数※3	301万人	320万人
延べ移住者数	2066人	3700人



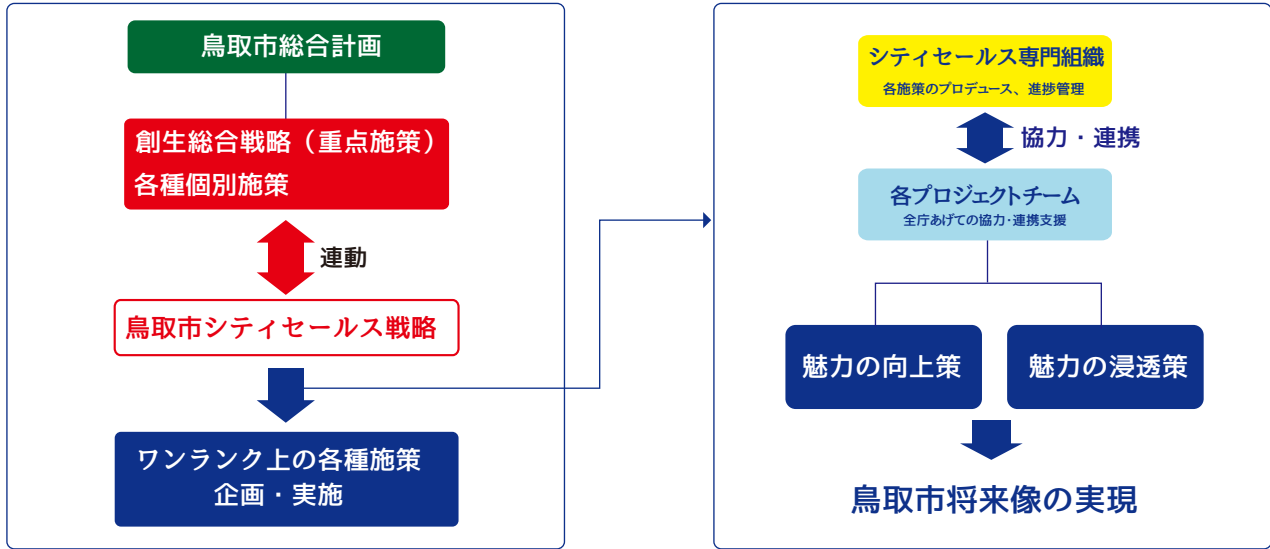
※1 市民サービス満足度: 鳥取市民アンケート調査結果(2015年)より算出した満足・不満足のうち、満足の割合

※2 地域魅力度: ブランド総合研究所が行う地域ブランド調査結果(2016年 対象自治体数:1000)

※3 年間観光入込客数: 鳥取砂丘・いなば温泉郷周辺への入込客数調査結果(2015年)

■ 本戦略の位置付けと推進体制

- 鳥取市創生総合戦略などの各種施策と連動させ、ワンランク上の高品質な施策の展開を図ります。
- シティセールス専門組織をコントロールタワーとして、各施策に応じたプロジェクトチームを編成し、庁内横断的な推進体制の構築を図ります。



■ 本戦略の進め方

□魅力の向上策

	取組内容	実施年度	所管課
1	既存の各種事業をブラッシュアップし、鳥取市ならではの高品質な施策へ昇華	平成29年度～平成32年度	各担当課
2	3つの「SQ」を向上させるためのワンランク上の各種新事業の企画立案、実行、検証	平成29年度～平成32年度	各担当課、専門組織

□魅力の浸透策

	取組内容	実施年度	所管課
1	鳥取市ブランドロゴ・キャッチコピーの制作	平成29年度	専門組織
2	鳥取市ブランドプロモーションの企画立案、実行、検証	平成29年度	専門組織、各担当課

□推進体制の整備

	取組内容	実施年度	所管課
1	シティセールス専門組織の拡充	平成29年度	政策企画課
2	ブランドスローガンの共有化	平成29年度	専門組織、職員課
3	プロジェクトチームの編成	平成29年度	専門組織、各担当課

メッセージ

- 本市を取り巻く環境は、人口減少及び経済活動の縮小に伴い、今後ますます厳しくなっていくことが予想されます。そのような中で、鳥取市らしさの魅力や強み、他のまちとの違いについて発信し、「行ってみたい」「住んでみたい」と思ってもらえる選ばれるまち、すなわち鳥取市ブランドの確立を目指したシティセールスの展開が必要となっています。
- こうした中、昨年4月に有識者による鳥取市シティセールス戦略推進会議を発足し、現状と課題の整理、それに基づく今後の取り組み方針などについて議論を重ね、今後のシティセールスの指針となる本戦略プランを策定しました。この中で、鳥取市ブランドの確立を効果的に進めていくためのブランドスローガンとして「SQのあるまち」を設定しました。平成30年4月に本市は中核市に移行し、平成31年度には新庁舎が竣工するなど本市が大きく飛躍するための基盤が整うなか、このスローガンを職員一人ひとりが常に意識しながら、鳥取市らしい質の高いサービス提供や高品質な施策の展開を心がけていただきたいと思います。
- 中核市移行により本市は山陰東部圏の拠点都市として、圏域全体の発展を担う役割と、より質の高いサービス提供を期待されることとなります。そのような中で、住む人、来る人の満足度の高い、愛され続けるまちとなるために、行政、市民、企業、大学など、地域を構成する様々な主体との協働によりシティセールスに取り組んでいくことが大切です。皆様のご協力を心からお願いいたします。

2017年2月

鳥取市長 深澤義彦



平成31年度新庁舎竣工



トオリにわ 西から東



庁舎棟1階 エントランスロビー



庁舎棟 執務スペース



議場

