

鳥取市が行うシティセールスの取組について
LINE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6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

・鳥取市公式LINE登録者 30,846人（令和6年3月17日現在）

②調査方法

・LINEアンケートでのアンケートに回答（LINE登録者）

(3) 調査期間

・令和6年3月9日（土）～令和6年3月17日（日）

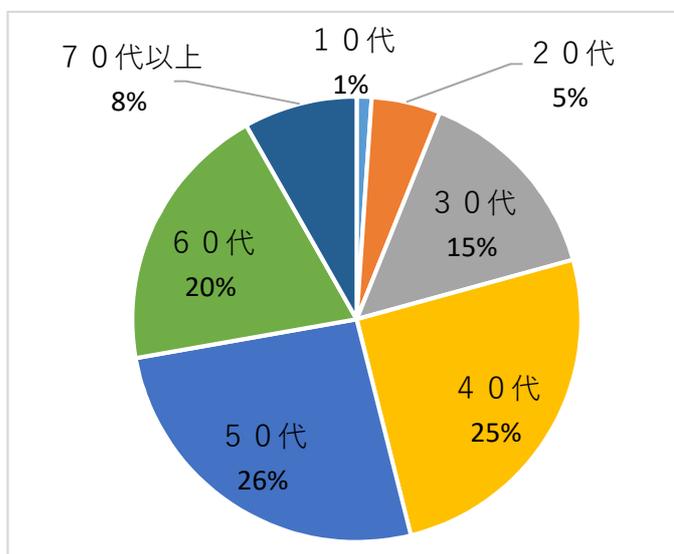
(4) 回答者数

・464人（1.5%）

2 回答者について

○年齢

	回答者数	回答者割合
10代	5	1.1%
20代	23	5.0%
30代	68	14.7%
40代	118	25.4%
50代	121	26.1%
60代	91	19.6%
70代以上	38	8.2%
合計	464	100.0%



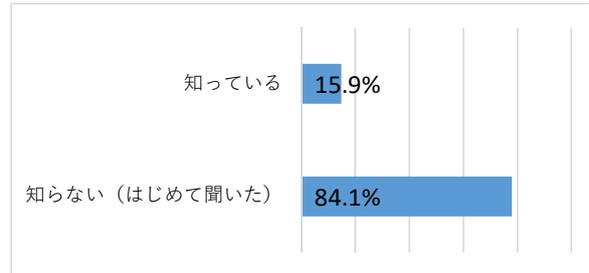
○居住地

	回答者数	回答者割合
鳥取市内	427	92.0%
鳥取市外	37	8.0%
合計	464	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知ですか。

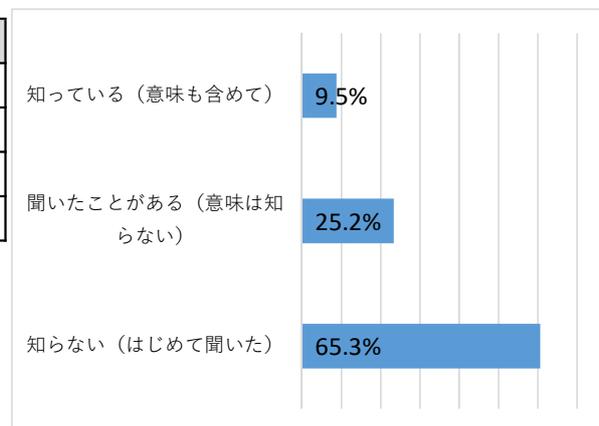
回答	件数	%
知っている	74	15.9%
知らない（はじめて聞いた）	390	84.1%
合計	464	100.0%



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。

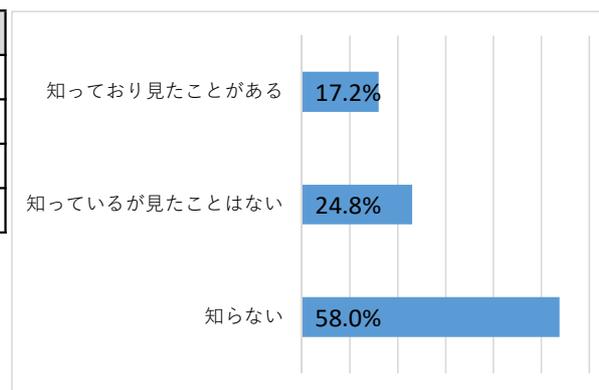


回答	件数	%
知っている（意味も含めて）	44	9.5%
聞いたことがある（意味は知らない）	117	25.2%
知らない（はじめて聞いた）	303	65.3%
合計	464	100.0%



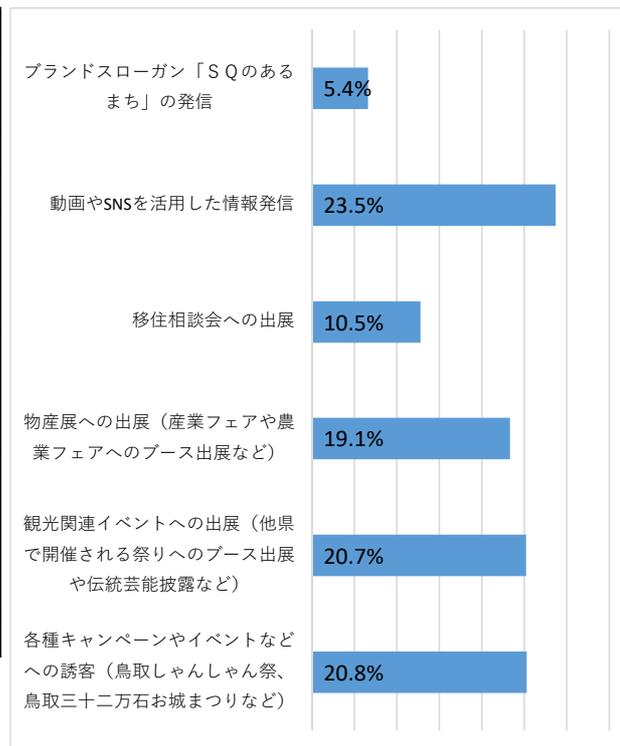
問3 「鳥取市公式YouTubeチャンネル」では、市政情報や本市の様々な魅力等を動画で発信していますが、登録された動画を見たことがありますか。

回答	件数	%
知っており見たことがある	80	17.2%
知っているが見たことはない	115	24.8%
知らない	269	58.0%
合計	464	100.0%



問4 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り組みのうち、効果的な取り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	66	5.4%
動画やSNSを活用した情報発信	287	23.5%
移住相談会への出展	128	10.5%
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）	233	19.1%
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）	252	20.7%
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）	253	20.8%
合計	1,219	100.0%



問5 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り組みは評価できるものだと思いますか。

回答	件数	%
評価できる	108	23.3%
やや評価できる	186	40.1%
あまり評価できない	139	30.0%
評価できない	31	6.7%
合計	464	100.0%

