

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

・令和5年度鳥取市広報モニター 100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6年3月9日（土）～令和6年3月17日（日）

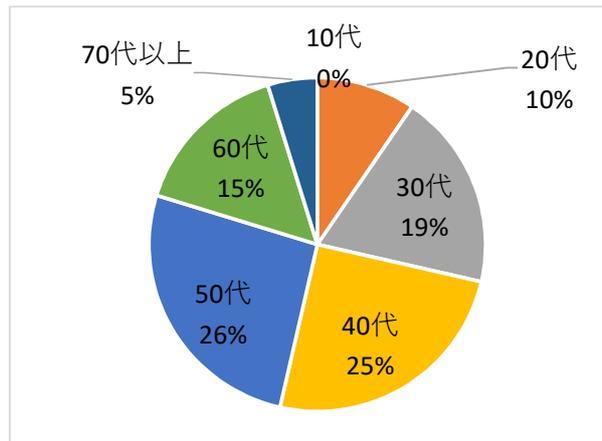
(4) 回答者数

・84人（84%）

2 回答者について

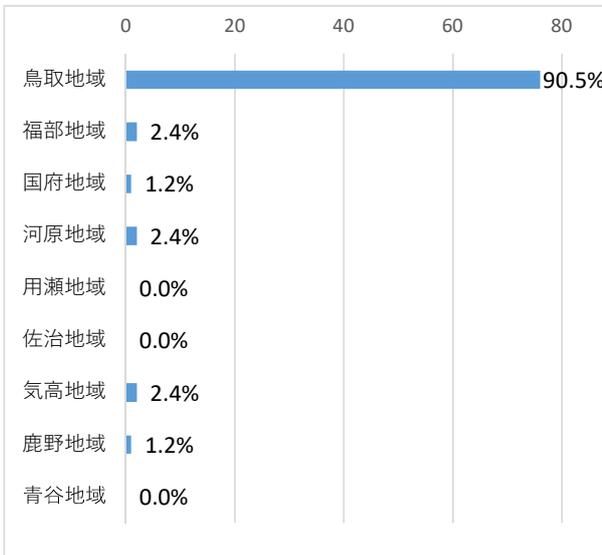
○年齢

	回答者数	回答者割合
10代	0	0.0%
20代	8	9.5%
30代	16	19.0%
40代	21	25.0%
50代	22	26.2%
60代	13	15.5%
70代以上	4	4.8%
合計	84	100.0%



○居住地

	回答者数	回答者割合
鳥取地域	76	90.5%
福部地域	2	2.4%
国府地域	1	1.2%
河原地域	2	2.4%
用瀬地域	0	0.0%
佐治地域	0	0.0%
気高地域	2	2.4%
鹿野地域	1	1.2%
青谷地域	0	0.0%
合計	84	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。

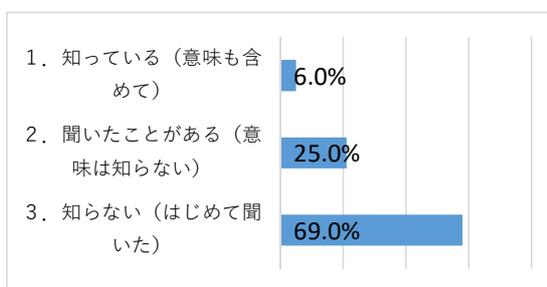
回答	件数	%
1. 知っている	16	19.0%
2. 知らない（はじめて聞いた）	68	81.0%
合計	84	100.0%



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。

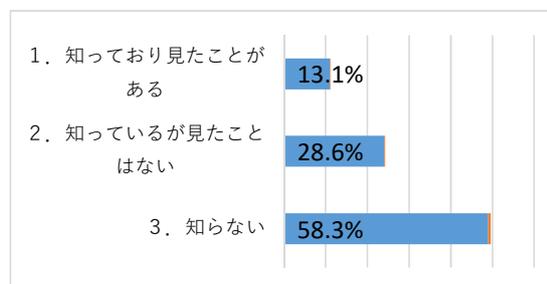


回答	件数	%
1. 知っている（意味も含めて）	5	6.0%
2. 聞いたことがある（意味は知らない）	21	25.0%
3. 知らない（はじめて聞いた）	58	69.0%
合計	84	100.0%



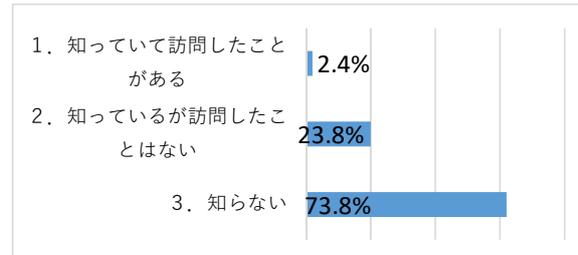
問3 「鳥取市公式YouTubeチャンネル」では、市政情報や本市の様々な魅力等を動画で発信していますが、登録された動画を見たことがありますか。

回答	件数	%
1. 知っており見たことがある	11	13.1%
2. 知っているが見たことはない	24	28.6%
3. 知らない	49	58.3%
合計	84	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。

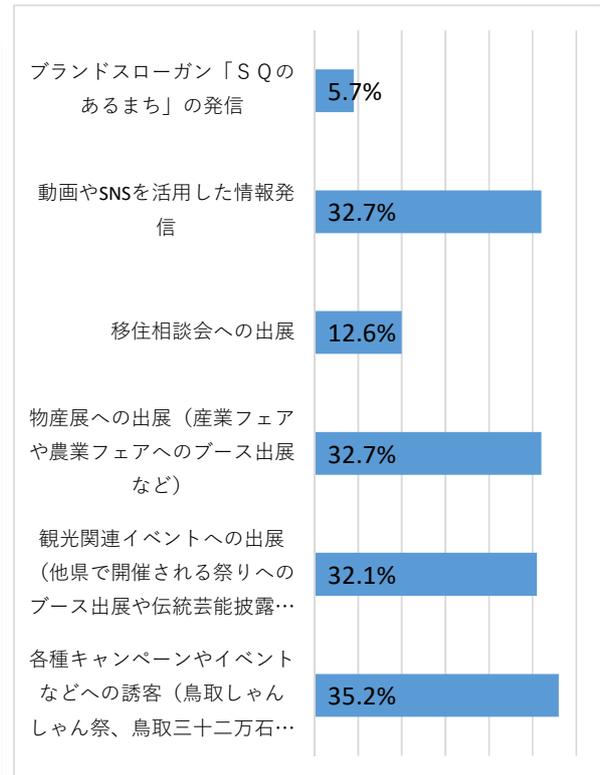
回答	件数	%
1. 知っていて訪問したことがある	2	2.4%
2. 知っているが訪問したことはない	20	23.8%
3. 知らない	62	73.8%
合計	84	100.0%



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	9	5.7%
動画やSNSを活用した情報発信	52	32.7%
移住相談会への出展	20	12.6%
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）	52	32.7%
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）	51	32.1%
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）	56	35.2%
合計	159	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）

砂丘に新しいホテルができたりするのでYouTubeやテレビなどで発信するのがいいと思います。

- ・テレビCMの活用
- ・市報などでの活動報告
- ・より多く知ってもらうためにやはり若者に知って欲しいので学校で学ぶことや子供たちが関わるイベント事をよせて行う
- ・季節の食材を他県や県内で行われるイベントなどでPR、鳥取市出身の有名人を起用したPR
- ・すなばコーヒーのようにインパクトのあるネーミングを考える

海と山の自然が豊かで、夏は海水浴、冬はスキーを楽しむことができ、又、砂丘やコナンや鬼太郎ロードも外せない観光地と思います。
そして、海産物や野菜が美味しい食の街として、PRしたいです。

芦津にあるみたき園のような現実を忘れてのんびりでき、郷土料理が食べられる場所。海、温泉、おいしいものが癒しの場所で食べられる、過ごせるところをPRしたい。
インスタなどSNSを使ってPRする。
あと芸能人に来てもらい、番組で紹介してもらおう。

観光地をもっと盛り上げた方がいいと思います。
せっかく海や温泉があるのに、観光地が廃れているという印象

インフルエンサーにPRしてもらおう。
有名な砂丘から小さな店

<p>美味しい食材やそれを使ったレシピの発信をYouTubeや物産展で発信する。</p>
<p>シティセールスから感じられることは、総論として何か発信しなければというイメージですが、具体的に何をどうしたいかをくみ取ることができない。</p> <p>鳥取市をPRするためには具体的に分解し、対象は誰か？何を求めるか？を明確にしなければ伝わらないと思う。</p> <p>媒体はWebサイトの広告やSNSを利用すべきだと思う。</p>
<p>食をアピールして観光に繋げていく。YouTube、Instagramなどを活用して幅広く知ってもらう。</p>
<p>メディア等では集客には限界があると思います</p>
<p>生活環境のよさをアピールする。</p> <p>実際に生活している人の生の声を紹介。</p>
<p>分からない</p>
<p>夏は海水浴、冬はスキーで遊べ、コナン、鬼太郎ロード、などもあり、三朝温泉やこれからの砂丘エリアが開発されるのが楽しみです。また、魚や野菜、乳製品などの食べ物がおいしく、食の街としても魅力的です。</p> <p>やはりユーチューブなどよくみるので、食べ歩きで観光地を巡るなどがいいと思います。</p>
<p>やはり『麒麟獅子舞』ではないでしょうか？後、『ホーエンヤ祭り』など鳥取の独特の文化をSNSで発信すれば良いと思います。</p>
<p>やはり、田舎であるというのは1つのセールスポイントではありますが、都会が好きなお方からしたら魅力的には見えないので、ご当地のものや観光に力を注いだ方がいいと思います。</p>
<p>今まで通り、動画やSNSなども使い、鳥取しゃんしゃん祭り、花火大会など誘客できる時や、県外へのイベント出店の時などに、県外の方へアピールする。</p> <p>試食やお土産などを渡す。</p>
<p>魚介類が美味しいところ</p> <p>自然が豊かなところ</p>
<p>実際に鳥取市にやってきた方々及び、市民に、キャンペーンと並行し、魅力度調査を行う。</p> <p>調査結果を元に、また来たいと思うような魅力で挙げられた箇所を伸ばしていく。（観光地に関しては、設備改修や、バリアフリー、定期的な清掃など）</p>
<p>しゃんしゃん祭り、砂丘でのセグウェイのPRをアンテナショップやイベント会場で広告を配布したり口頭で。</p> <p>若い人達に鳥取へ来てもらえるようにしたい、インスタに載せたり。</p>
<p>他県で鳥取市の特産品や農産物をPRするブ-スを出展し、訪れたいくなるような鳥取市の観光地（砂丘、海岸、白兔神社、鳥取城址など）を動画で流して、魅力を発信する。</p>
<p>豊かな自然と、美味しい食材</p>
<p>市内を走っているバスやタクシーはラッピングがしてあり街の景観になっています。交通機関を利用しPRしてみたらよいと思います。</p>
<p>市民に向けてのPRをもっと行った方が良いのではと思う。まずは市民が鳥取市がやってる事を知らないのでは何の効果も期待できないのでは。市民から自身の身近な県外者に情報発信されるなど…期待できるかな。</p>
<p>自然豊かなところ</p> <p>沢山の写真を集めて、それを使って鳥取の有名なものを表した巨大なものを作る</p>

食は海産物、フルーツともに魅力的であるが観光としてはアクセスが悪いので飛行機増便は難しいと思いますが近県へのバス便等を増やして集客できれば良いかと思う。

砂丘のアクティビティの充実。snsなど。

特産品のPRの動画作成

全国的に見ても安全な所。

海も市内から近く、また山も30分内圏にあり自然に溢れています。動画で海のきれいな色と、身近な山を散策する様子をどんどん上げて行く。

魚も新鮮で美味しい事と、果物も1年を通して色々食べれる事を動画でどんどん発信して行く。

鳥取市には素晴らしい伝統文化があるところを魅力として取り上げます。

手法としましては、ネットによる動画配信等で全国の方々に簡単に情報を得ることができるような方法を使ってPRしたいと思います。

自然豊かで暮らしやすいところをSNSを使ってPRする。

鳥取砂丘で大運動会やスポーツフェスタなど、誰でも気軽に参加できるイベントを開催。

SNSでPRしたい。

観光客誘致

体験型いなか生活 都会のものには魅力満載

○住み心地の良さ

・自然（山、海、池）・海産物・果物・お酒・人情・温泉

○FM放送等のラジオ○テレビ○新聞

わからない。鳥取砂丘、かに、二十世紀梨

正直、鳥取市としてセールスに耐えうるほどの魅力的な点はあまりないというのが実情と思われる。そのため、残念ながら積極的に選ばれる都市としての位置づけで売り込むことは難しい。まずはフルリモートワークが可能な業種や会社などをターゲットに移住促進のための住居費用等の補助等を行い、優遇措置目的での移住でも歓迎し、少しでも都市としての経済力を上げていくのが必要ではないだろうか。移住促進の対象世代を労働年齢世代に限定することにより、新たな発生する税収に近い額をばらまくことも政策的にあり得るのではないか。

食べ物が美味しいところ。

イベントを開催し、PRする。

・新鮮な魚・新鮮な野菜・新鮮な果物・新鮮な牛乳

名産品の蟹をはじめ、日本海の荒波にもまれた魚はどの魚も美味しい！だけど蟹は価格的にも手が出しづらいので（特に若い世代は）モサエビや白イカなどここでしか味わえないものを食べて帰ってもらいたい！野菜も果物もどれも美味しいので鳥取は梨とスイカだけじゃないぞというところをアピールしたいです！

私は3年ほど前に県外から越してきたのですが、全国的に白バラ牛乳は有名なのに鳥取に来たら白バラ牛乳のアピールがめちゃくちゃ少ないと感じています！マスコットもいるし、工場見学は無料ですし、手頃な価格で牛乳やヨーグルトも購入できるのももっとアピールしたいです！白バラのソフトクリームがいろんな観光名所で食べられたらいいなあ…特に駅中とか。。。他県でいうと蒜山牛乳はすごくアピールしていてグッズも多いので白バラも是非いろんなグッズを展開して欲しい！！余談ですが日本各地でソフトクリームを食べますが、白バラのソフトクリームがダントツで美味しいと思っています！

- ・川と山と海に恵まれた県
- ・自然との共存
- ・どこに行っても温泉地

砂丘からすぐ行ける浦富海岸は海の透明度もさることながら岸壁と松と海のコントラストがとても素晴らしいと感じています！また大山から近い天然水のCMで起用された溪谷も夏の暑い日には最高で、どちらも県外の人にはあまり知られていないのかなと思います！

また八頭、智頭、若桜のあたりでは昔ながらの田園風景、家屋があり、町おこしをしているとてもお洒落なところもあり、森や川など観光地化されていないところが逆にとても魅力的で、日常から離れて携帯電話をオフにして過ごしてもらいたいです。（メディアやSNSから離れる）

- ・駐車場が広い&無料（の場所が多い）
- ・公園が広い、空いている
- ・人が優しい
- ・家賃が安い
- ・子育てしやすい
- ・遊べる場所がいっぱいあるしどこも空いてる（山、川、海、公園、支援センター）
- ・住めば虜
- ・家を建てるなら鳥取

こちらに越してくる前は鳥取の魅力がいまいちわからない（田舎だなあとしかおもわない）でしたが、住めばびっくり、住宅地（民家）でも車通りが少ないので子どもと散歩しやすい！反対に車に関しては道は広いから運転しやすい、自転車や歩行者が少ないから安心。都会はどこにいても駐車場代が高いですが鳥取は無料！また、入場料がかからないので気軽に行ける！都会はどこにいても混んでいますが鳥取は休日でも都会に比べると空いている！むしろ平日は貸切状態。布勢の公園は大阪の万博公園に匹敵するので子育て世代にもっとアピールしていいと思います！特に桜の季節ではどこに行ってもゆっくり花を眺められたので驚きました！！正直な私個人の意見ですが鳥取は観光より住んだ方が魅力が伝わります！（なんせ雨が多いので旅行で雨だと行くところが本当にない…）もしくはリピートすることで沼にハマると思います！テレワークやワーケーションが増えている今、土地代も家賃も安い、鳥取に住むのが最高なのでは??!!

以上大好きな鳥取の魅力を申し上げました。とは言いましたが、やはり人気な観光名所は名物料理が付きものだと思いますので、海鮮丼やソフトクリームはもちろん良いのですが、全国でも高い消費量を誇るカレーを取り上げて、カレー店の特集を組んで雑誌を販売するなどPRしたいと思いました！！（カレーは四季を問いませんし、ベニ屋、カジカリー、モナムーンしか訪れたことはありませんが、どこも美味しい!!）

テレビ、ラジオなどで売り込む

今日の新聞で「男女平等鳥取2冠」と大きく見出しが出ていました これは鳥取県全体としてのことですが、鳥取いいなと思いました。

私個人が最も鳥取市の魅力として感じている住みよいところ、環境が良いところを魅力として取り上げ、それに関連つけて、子育てしやすい〇〇上位、とか数字的なものと、鳥取の環境の良さ、自然の豊かさの視覚情報を組み合わせて拡散力のあるSNSの利用がいいのかなと思います。

自然、食の情報をSNS等でもっと頻繁に拡散する（常に更新）

食事の美味しい所をアピールするのはどうでしょうか？

後は他県に比べて人が少ないので店が混雑しないメリットもあると思います。

鳥取は、海産物や農産物がとても美味しいことが自慢できると思います。

鳥取市の推しの逸品をマスメディアやインフルエンサーを通じて販促してみても如何でしょうか。

砂丘を前面に打ち出し、砂プリンのようなコラボ商品を展開する。

ネットやSNSを使って、幅広く訴求する。

まずは、交通アクセスを改善するべきでは？鳥取市は、米子市や境港市と違い、県外&海外への交通アクセスが非常に悪い為。県外&海外へ旅行へ行く、鳥取市へ来てもらう、どちらも、旅費の7割以上が交通費に割かれる。交通アクセスが改善しない限りは、外部交流の活性化には繋がらない。鳥取市は、陸の孤島状態です。

麒麟獅子もしゃんしゃんも、県外では知名度が低いので、物産展の会場や、観光ホテルで見れる機会を増やして、興味をもってもらおう。

しゃんしゃんも、見てるだけだと観光のお客さんも、知ってる人が出てないという人にとっても、楽しくないので、当日初心者OKなフリー参加可能な連を最後につくってみる。もっと、オープンで、参加型にしたほうが、これから先も存続できると思う。

自然が多く壮大な砂丘があることそしてしゃんしゃん祭りが毎年行われていること。
砂丘で鳥取市観光協会の方たちにしゃんしゃん傘踊りを踊ってもらいそれを動画にとりSNSなどでPRできたら素敵だと思います。

駅から一步踏み出せば、砂丘をイメージする風景(派手な看板をやめる)

人口が少ないことを逆手にとるようなアピール

山の幸も海の幸もどちらも豊富で食べ物おいしい。

若者にとって刺激はないが、歳をとって子育てしながら過ごすにはいい環境。

鳥取は鳥取砂丘だけじゃないよ。砂丘はもちろん魅力的なところだけど、ちょっと足をのばせば、あちこちに砂浜と水のきれいな海水浴場もあるよ。

海の幸も満喫できるおいしいところもいっぱい。

そして山の方にも魅力的なところがいっぱい。鹿野の町並みや、青谷の岩場が目をはく夏泊や灯台、和紙工房で和紙作りを体験したり。

宇倍神社も厳かな雰囲気心癒される。

ただ、交通の便が悪いから鳥取を楽しむならマイカーかレンタカーがおすすめです。

子育て支援と食のみやこであることをメディアに取り上げてもらう。

大阪から移住してきた身としては、鳥取イコール砂丘です。近くの砂の美術館も含め、もっとアピールしてもいいと考えます。

展示会、イベントの終わった後の砂像を、希望者を募ってこわすストレス解消イベントなんか話題になりそうです。

思いを叫びながらやり、ユーチューブに上げてもらうことにより、注目度もアップすると思います。

海鮮が美味しい！海が綺麗！

他県の駅に看板や電子広告で宣伝する。

・各地域の祭りを一本の動画に

まとめてSNSなどで発信する

(祭りの裏側や歴史も動画に含める)

・鳥取の観光スポットのすぐ近くに特産品や伝統のものをブースとして出せば他県の人や外国人観光客が集まってよりSNSでの発信が増える

自然や食の豊かさ。

山と海など自然豊かな所を SNS、Instagramなどで。
魅力と言っても、長く住んでいると中々見当たらない。。まずは魅力を探るところからのように思う。市内にも県外から来ている様々な世代の人が住んでいるので、聞いてみるのも良いと思う。
分からない
豊かな自然環境
子育て世代にとっての住みやすさ、育てやすさを中心に、 InstagramでPRする
自然とおいしい食べ物
季節ごとの美味しい食べ物と温泉の動画とSNSでのPR
都内やその他都市部の人口の多い地域における、イベントの出店。 他地域と合同で、複数の都市の魅力を一気に知れる機会を創出する。
<ul style="list-style-type: none"> ・「SQのあるまち」3項目は捨てがたい。関連して相乗的に効果が上昇するからであさらなる。ただ、「SQのあるまち」のことがひとり歩きするとき「SQ」が広く解り得るだろうか。運動の取組、総称としてほか取組情報発信に周知効果がどれほどあるだろうか。もっと周知、認知を図るべきで、明らかに低いと言わざるを得ないのではないか。 ・「住みよいまち、安全・安心なまち」を中心として、関連、付随する項目に環境、文化、育成、産業、独取組取組を加え、公的支援、経済性どもわかりやすく、他地域の差異も入れ、取り組むべきと考える。 ・情報発信を増加させ、目的目標を明確にし、存在感、認知度の上昇を図るべき。
今も十分発信していると思っているので、すぐに思いつく手法が思いつきません。
砂丘と共に砂の美術館を物語性を持ってアピールします。
取組そのものを知らないのでもまずは目的を理解しないと何とも言い難いですが… 質の高いサービスの提供はとても抽象的な表現ですが、3つの中では鳥取に1番足りないものだと思います。都会ではコンビニでも相当レベルの高い接客をされます。インバウンド含め観光客に慣れていることや、競合が多く切磋琢磨している効果だと感じます。 一方で、安全と自然は鳥取に溢れていて宝でもあるのでPRするならこの点だと思います。観光客誘致が目的なら、山陰に溢れる自然や歴史や祭りを上手く繋げて、効率よく回れるプランなど作りたい。山陰の市町が連携してストーリーのあるイベント作り。東北三大祭りとか、参考に。
海産物や野菜などの特産品を、独自の料理を作って試食品などを提供したり出店してみる。 スタンプラリーや謎解き街歩きツアーなどをした後、雨滝や佐治アストロパーク、砂丘などの自然の観光で満喫してもらう。
やはり 見て触れられる 上記の4番5番が良いです。テレビの秘密のケンミンSHOW で鳥取県人がPRするのも良いですね。
しゃんしゃんまつり
SNSや動画発信に力を入れる。県外の動画を見ていると自然の風景や写真にかなり特化した物もある 子育てがしやすい、メリットを広報する
観光関連イベントで地元の美味しいものを集めたブースで、試食を含めPR。 子どもたちの体験型イベントで鳥取の良さを知ってもらう。
コンパクトにまとまっていて、季節に応じた楽しみがあること。

待機児童が少なく、子育てのしやすい環境であるところを魅力として取り上げ、テレビなどのメディアとSNSで発信する
<ul style="list-style-type: none"> ・人が少ないからこそその住みやすさ→持ち家も持ちやすい、渋滞も少なく移動しやすい ・農産物の豊かな所→素材はとてみいいのでセールス次第でもっと魅力的になる。
自然が豊かなところ。海かをきれいで、魚がおいしい。
小児科の充実、待機児童なしの保育園、自然豊かな公園、スーパーの充実、ストレスなしの車生活等、学童保育等、田舎ならではの子育てしやすい市として、SNSや媒体を使ってPRします。
<p>シティプロモーションにより鳥取市の魅力を発信し、観光、交流や移住などに結びつけることは重要。SQのまち、とは市の広報やHPで見かけるが中身は存じ上げない。SQの意味が分からずこのまま活かすことは難しいのではないかと。また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ひ。</p> <p>もっと分かり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鳥取市自体のキャッチに使うのはどうか。あらゆる媒体で用い、観光などのキャンペーン、各種イベントでも冠に使うことだ。</p> <p>あとは、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が盛んになることで市の存在価値を高めてくれると信じる。</p>
申し訳ないが、シティセールスそのものがあまりよく分かってないので、それらを自分で見てみてから考えてみたい。
食、自然（砂丘も）、田舎暮らし体験、農業体験、など鳥取ならではの物事を、SNSで発信する。まずは県内の人に周知知ってもらおう。イベントに出店しアピールをする、など。
食の豊かさ、美味しさや人の温かさを魅力として、SNSでの認知度を高め行ってみたい、食べてみたいと思ってもらえるように発信する。
暮らしやすさ、環境の良さ、子育ての環境などです。

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	8	9.5%
2. やや評価できる	41	48.8%
3. あまり評価できない	30	35.7%
4. 評価できない	5	6.0%
合計	84	100.0%

