

【基本施策を推進する実施計画の事務事業】

| NO | 総合戦略事業 | 事務事業名 | 事業の概要 (令和3～5年度) | 事業の成果 (令和3年度) | 今後の課題・方向性 | 所管部局 | | 関連事業 (決算事業別概要ページ) | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--------------|---------|--------------------|---|--|---|-------|------------|----------------------|---------|-----|--------------|---------|-----|-------------|---------|-----|-------------|---------|-----|-------------|---------|-----|--|-------|--------------|-----------|
| | | | | | | 部局名 | 課名 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 1 | | シティセールス推進事業費 | 鳥取市ブランドスローガン「SQのあるまち」に基づいた、鳥取市の魅力資源の価値向上・魅力発信の各施策を展開し、鳥取市ブランドの確立とシティプライドの醸成を図る。 | <ul style="list-style-type: none"> ・シティセールス戦略推進会議の開催 2回 ・SQのあるまちテレビ番組制作・放送 3回 | シティセールス戦略推進会議やSQアクションプランの策定・進捗管理、SQのあるまち職員研修など、これまで取り組んできた各種手法・情報発信を踏まえて、フレッシュアップを図りながら、更なる効果的な取組について検討する。 | 企画推進部 | 政策企画課 | 69 下段 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 2 | ○ | 市政広報費 | 市民が行政情報を容易に取得できるように、さまざまなメディアの持つ特性を生かしながら、効果的な情報発信・情報提供を行う。 | LINEを用いたイベント情報の配信やセグメント配信、及び鳥取市公式動画チャンネルなどのYouTube動画(約200本)を活用した情報発信をした結果、市が管理するSNSフォロワー数が合計25,060人(令和4年3月末現在:対前年同月4,405人増)となり、より多くの市民への情報提供につながった。 | SNSをはじめ、さまざまなメディアの持つ特性を生かしながら、市政情報を市民に届けていくことは、本市の広報戦略上重要な課題である。 今後はプッシュ型の広報媒体を効果的に活用し、既存の広報媒体とも連携させながら情報発信・情報提供を行っていくことで市政情報の市民への浸透を図る。 | 企画推進部 | 秘書課 広報室 | 71 下段 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 3 | ○ | 鳥取市知名度アップ大作戦事業費 | 本市の全国的な知名度・認知度の向上により、観光入込客数移住定住者の増加を図るとともに、市民愛着度の向上につなげていくことで、住む人・来る人に愛され続ける鳥取市の実現を推進する。 | 「#鳥取家族」や「鳥取市ワーケーション」をキャッチコピーとするシティプロモーションを展開し、本市の魅力を全国へ発信した結果、「住みたい田舎ランキング」で常に上位に位置し、本市の認知度及び地域魅力度が向上した(シティセールス取組評価値67.7%)。 | 人口減少や地方分権の流れから地域間競争は激化しており、本市ならではの魅力を効果的に発信することの重要性は高まっている。 今後も引き続き、鳥取市で暮らすことの良さ、魅力を全国に向けてPRし、関係人口や定住人口の増加、市民愛着度の向上につなげる。 | 企画推進部 | 秘書課 広報室 | 72 上段 | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 4 | ○ | (再掲) 関西情報発信拠点推進事業費 | 平成29年度より、主要商圏である関西圏において、麒麟のまち圏域のブランド化の推進・広域的な連携により、交流人口の増加、移住定住の促進、地元産品の販路拡大を図るため「麒麟のまち関西情報発信拠点」を大阪中之島に整備。 物販・飲食部門の施設管理運営及び本施設を拠点とした情報発信・PR事業を行っている。 令和3年度で5か年が経過し、運営事業者との基本協定期間が満了することから、令和4年度以降の運営事業者を定める公募・選定・契約締結を行った。 なお、コロナ禍による営業時間短縮等の措置により売上金額に影響を受けている。 | <ul style="list-style-type: none"> ・麒麟のまち関西情報発信拠点 <table border="1"> <thead> <tr> <th>売上金額</th> <th>利用者数</th> <th>売</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>平成29年度 450千円</td> <td>64,999人</td> <td>76,</td> </tr> <tr> <td>平成30年度 924千円</td> <td>69,935人</td> <td>81,</td> </tr> <tr> <td>令和元年度 703千円</td> <td>63,148人</td> <td>72,</td> </tr> <tr> <td>令和2年度 024千円</td> <td>30,608人</td> <td>36,</td> </tr> <tr> <td>令和3年度 153千円</td> <td>26,239人</td> <td>30,</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> ①関西情報発信拠点管理運営業務 … 地域商社とっとり 35,000千円(債務負担行為) ②麒麟のまちキャンペーン事業 … 地域商社とっとり 1,848千円 ③堂島地下街マップタイアップ広告 … 東邦宣伝 264千円 | 売上金額 | 利用者数 | 売 | 平成29年度 450千円 | 64,999人 | 76, | 平成30年度 924千円 | 69,935人 | 81, | 令和元年度 703千円 | 63,148人 | 72, | 令和2年度 024千円 | 30,608人 | 36, | 令和3年度 153千円 | 26,239人 | 30, | コロナ禍においては、利用者数の向上に拘らず、麒麟のまち圏域の各町及び地域商社とっとりとの連携し、本施設の魅力を高め、固定客への訴求性を向上させる必要がある。 | 経済観光部 | 経済・雇用 戦略課 | 164 上段 |
| 売上金額 | 利用者数 | 売 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 平成29年度 450千円 | 64,999人 | 76, | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 平成30年度 924千円 | 69,935人 | 81, | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 令和元年度 703千円 | 63,148人 | 72, | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 令和2年度 024千円 | 30,608人 | 36, | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| 令和3年度 153千円 | 26,239人 | 30, | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |