

【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6~7年度)	事業の成果 (令和6年度)	施策への貢献度 (実績)	今後の課題・方向性	部局名	課名	関連事業 (決算事業別 概要ページ)
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。	・シティセールス戦略推進会議の開催 1回 ・SQのあるまち推進職員研修の開催	シティセールス戦略推進会議を通して本市の魅力ある地域資源の価値向上・魅力発信につながる施策等について検討するとともに、職員研修の開催により職員の資質向上を図ることで、シティセールスの推進に取り組んだ。	職員のさらなる資質向上を図るとともに、本市の魅力の向上・浸透につながるようシティセールスの視点を踏まえた施策の推進を図る。	企画推進部	政策企画課	69
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、ケーブルテレビ、新聞、テレビ、コミュニティFMなどを活用した市政情報の発信や鳥取市公式LINE、YouTube（鳥取市公式動画チャンネルなど）などのSNSを活用した戦略的な情報発信を行った。	ケーブルテレビ、新聞、テレビ、コミュニティFM等により丁寧に伝えることができた。また、機動的に情報発信が行えるSNSのうち、主に活用している鳥取市公式LINEの令和6年度末の登録者数は39,962人であり、多くの人に本市の事業やイベント、防災情報等を伝えることができた。	市の取組や市民の活動などの市政情報や本市の魅力をケーブルテレビ、新聞、テレビ、コミュニティFM等により丁寧に伝えることができた。また、機動的に情報発信が行えるSNSのうち、主に活用している鳥取市公式LINEの令和6年度末の登録者数は39,962人であり、多くの人に本市の事業やイベント、防災情報等を伝えることができた。	様々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。 今後もフ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
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、観光入込客数や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。	・県外の大規模イベントで鳥取市公式LINE登録等のPR活動を実施 7/15神戸みどりまつりブース出展 ・シティプロモーション「#鳥取家族」として、写真家・浅田政志氏をカメラマンに起用した著名人と市民の参加によるPRボスター製作 ・「#鳥取家族」と著名人のコラボによる動画制作・YouTube公開 制作動画の再生回数：約42万回 高評価：約8700	「地域ブランド調査」の「知名度」が令和5年度より順位を上げたほか、制作動画は多くの再生回数と高評価を得ており、本市の知名度・認知度の向上につながった。（全国1,000市町村調査のうち、「認知度」令和5年度：28位→令和6年度：26位）	インバウンドなど観光需要の増加への対応、人口減少など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
4	○	関西情報発信拠点推進事業費	麒麟のまち圏域での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。	・利用者数 34,041人 ・売上金額 46,948,861円	麒麟のまち圏域の様々な魅力を、厳選食材を使用した料理や特産品の販売を行うことで、販路拡大や圏域のPRに貢献している。	本施設を圏域のPR拠点として効果的に活用・維持管理するためには、より一層本施設の魅力を高め、利用者数及び売上金額を増加させていく必要がある。 令和7年度から新しい管理運営事業者に変わり、事業者の強みを生かした麒麟のまち圏域のPRを行う。リニューアルオープンによる集客数の増加が見込まれ、近年低調であった物産販売促進が期待される。	経済観光部	経済・雇用戦略課	164