



鳥取市シティセールス事業への提言がありました

記者会見資料	
平成28年10月5日	
担当	政策企画課 高橋 20-3152 内2310

鳥取市シティセールス戦略推進会議(議長:岩崎達也九州産業大学教授)より、平成28年9月30日(金)に本市のシティセールスへの提言がありました。

今後、この提言をもとにシティセールス戦略プランを策定し、本市の魅力度アップにつなげていきます。

◎ 提言の概要

1 ブランド・スローガン

- 鳥取市は、ポテンシャルの高い魅力的なまちだが、本質的な魅力はまだまだ伝わっていない。
- 鳥取市という潜在的高品質なブランドイメージを構築させることが最も重要な課題。
- 「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」を端的に表すブランド・スローガンを設定し、市の総力をあげて取り組むことが必要。

ブランド・スローガン

↓

SQのあるまち

Service Quality, Safety Quality, Sightseeing Quality が息づくまち

住む人、来る人の満足度の高い Super Quality なまちを目指す!

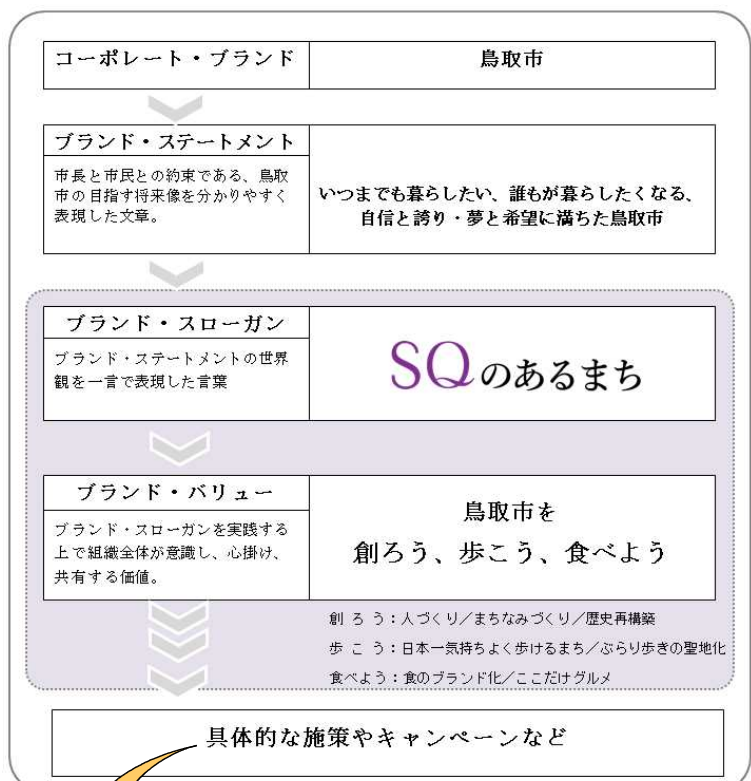
◆ Service Quality	快適な市民サービスの提供
◆ Safety Quality	安心、安全に暮らせる環境
◆ Sightseeing Quality	高付加価値の観光コンテンツ

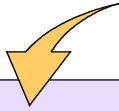
他にも Syokuin(職員) Quality, Sand Quality など

2 シティセールス体型

鳥取市の目指す将来像(ブランド・ステートメント)のもと、「SQのあるまち」をブランド・スローガンに、「人」「まち」「食」のブランド化と魅力の再構築を図る。

ブランド・スローガンを実践する上で、職員が意識し心掛け共有する価値として3つのブランド・バリュー「創ろう、歩こう、食べよう」に沿って各施策の企画立案、実行、検証を行いながら、推進していくことが効果的である。





【施策のキャッチコピー】

- | | |
|--------------------------|--------------------|
| ①心・NUDEになる。鳥取市 | ⑧ひとり、ひとりが輝けるまち。鳥取市 |
| ②私が、わたしでいられるまち。鳥取市 | ⑨なにもない。すべてある。鳥取市 |
| ③活躍の余地がある。鳥取市 | ⑩行くたびおいしい。鳥取市 |
| ④私小説、はじまる。鳥取市 | ⑪そろそろ住もうかな。鳥取市 |
| ⑤そろそろ行こうかな。鳥取市 | ⑫すごい！鳥取市 |
| ⑥都市力、UPちゅう。鳥取市 | |
| ⑦人が、澄む街。そして、住みたい街になる。鳥取市 | |

【具体的施策】（一部）

＝創ろう＝

- 住民による学びの「場」、生涯教育と生きがいの「場」づくり(寺小屋、鳥取塾的なもの)
- まちの魅力発信基地の設置(まちパルとっどりの機能充実を図り、鳥取市の顔となる拠点づくり)

＝歩こう＝

- 日本一気持ちよく歩けるまちを目指した環境整備を実施。
- 「長崎さるく」のような名称を設定し、全国へ「日本一気持ちよく歩けるまち」のイメージ浸透

＝食べよう＝

- 鳥取市食材のブランド化に向けた取組み
- 酒蔵ツーリズムの推進 など

◎ 今後の取り組み

1 「鳥取市シティセールス戦略プラン」を策定

この提言を活かし、「鳥取市シティセールス戦略プラン」を策定します。

2 戦略プラン策定に併せ、 ブランド・スローガン

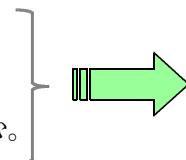
SQのあるまち

と12のキャッチコピーを積極的に活用

- ・戦略プランを意識した事業実施
- ・パンフレットなどの印刷物、ホームページ、名刺などにスローガンを活用
- ・職員への意識づけ

3 提言いただいた具体的施策への取り組み

- ・対応可能な施策については、取り組みを行う。
- ・新年度事業として予算要求も視野に。
- ・中、長期的取り組みとして各種計画に盛り込む。



各所属で検討し、
プランにとりまとめ。