

SQのあるまち

鳥取市シティセールス戦略

鳥取市ブランドの確立を目指して

はじめに

- 本戦略は、本市が進めるまちづくりの各施策と連動しながら、魅力的な鳥取市ブランドのイメージを確立させるための戦略として策定したものです。
- 本戦略のもと、職員個々の資質を高め、本市の行政施策・環境を一層向上させながら、市内外に本市の魅力を発信・浸透させていきます。

そして、鳥取市民をはじめ、だれもが「いいよね、鳥取市」と感じられる、満足度の高い愛され続ける鳥取市をめざします。



Safety Quality



Service Quality



Sightseeing Quality



SQのあるまち 鳥取市

鳥取市 | 令和3年4月改訂

① 目的	「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」(鳥取市将来像)を実現します。
② 課題	鳥取市らしさ＝鳥取市ブランドの確立 ▶鳥取市のイメージ＝砂漠、地味、遠い、何もない、わからないなどのマイナスイメージから、快適、安心安全、高品質、観光地などのプラスイメージへ転換させます。
③ 戦略	魅力の向上策 ▶既存の資源、サービスを全国トップレベルまで高める 魅力の浸透策 ▶鳥取市らしさ(魅力・価値)を全国に浸透させる

STEP 1

上記戦略を効果的に行うために、鳥取市ブランドスローガンの旗印のもと、職員一人ひとりが意識改革と資質向上に努め、心を一つにして一丸となったシティセールスに取り組んでいきます。

ブランドスローガン

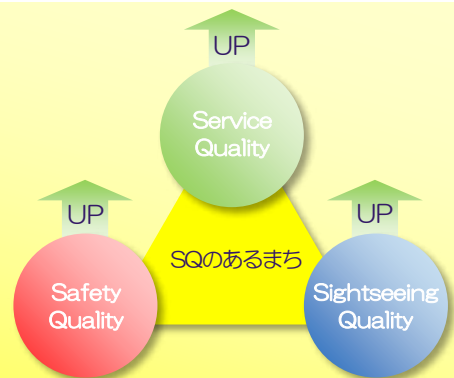
SQのあるまち

職員一人ひとりが「SQ」の意味を理解・共有し、鳥取市ブランドの体現者となる。

SQに込められた意味

▶職員行動指針

- サービス クオリティ
■Service Quality : 質の高いサービス提供
▶市内外の人々に質の高いサービスを提供するための資質向上
▶多角的な視点と長期的なビジョンをもった企画立案能力の向上
- セーフティ クオリティ
□Safety Quality : 安全・安心に暮らせる環境
▶福祉、防災、住環境等のワンランク上の高品質な施策の展開
- サイトシーイング クオリティ
□Sightseeing Quality : 優れた魅力資源
▶既存魅力資源のブラッシュアップによる高付加価値化

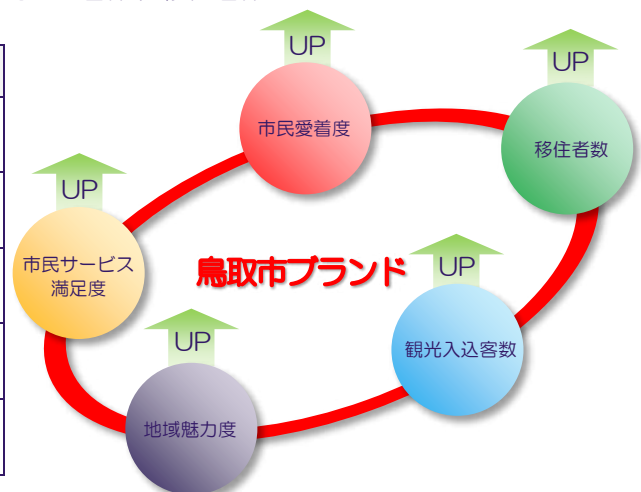


STEP 2

市民一人ひとりの本市への愛着や誇りを醸成し、まち全体で一体となった「オール鳥取市」(行政、市民、企業、大学など)でのシティセールスに発展させていきます。

第11次鳥取市総合計画と連動した5年間の達成目標を設定し、鳥取市ブランドを確立させ、市民愛着度、市民サービス満足度、地域魅力度、観光入込客数、移住者数の各目標を達成します。

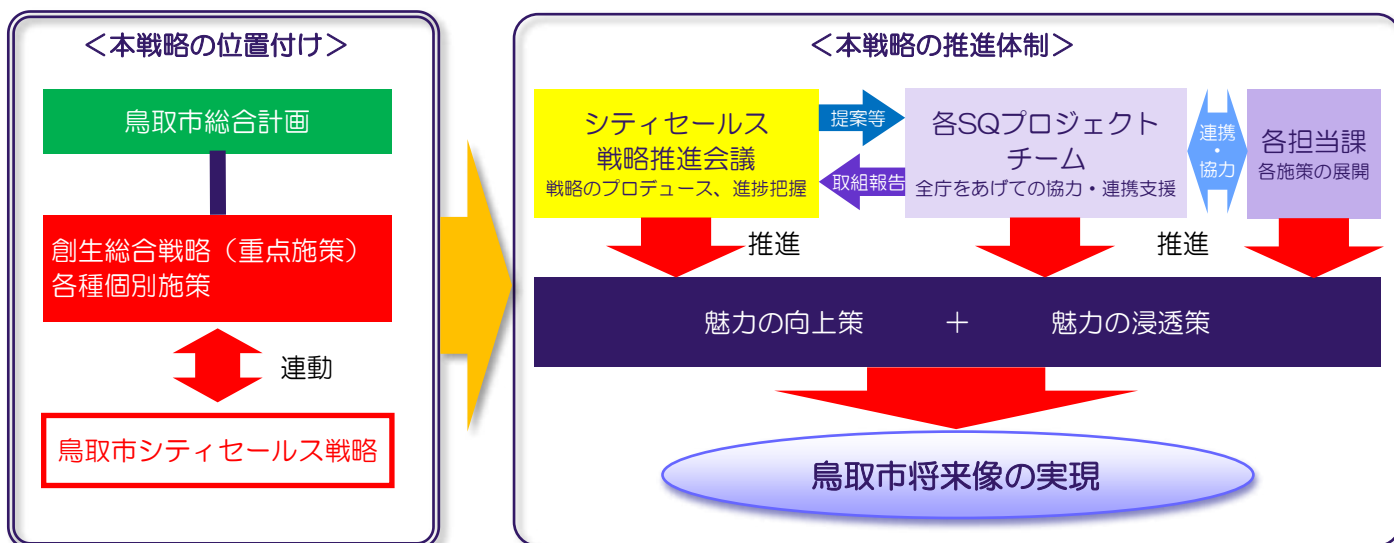
項目	現状	目標
市民愛着度※1	61.5% (令和元年度)	65.0% (令和6年度)
市民サービス満足度※2	48.9% (令和元年度)	60.0% (令和6年度)
地域魅力度※3	181位 (令和元年)	100位 (令和7年)
観光入込客数※4	295万人 (令和元年)	310万人 (令和7年)
移住者数	359人 (令和元年度)	2,400人 (令和3～7年度延べ)



※1 市民愛着度：鳥取市民アンケート調査結果（2019年）より
 ※2 市民サービス満足度：鳥取市民アンケート調査結果（2019年）より算出した満足・不満足のうち、満足の割合
 ※3 地域魅力度：ブランド総合研究所が行う地域ブランド調査結果（2019年 対象自治体数：1000）
 ※4 年間観光入込客数：鳥取砂丘・いなば温泉郷周辺への入込客数調査結果（2019年）

■本戦略の位置付けと推進体制

- 鳥取市創生総合戦略などの各種施策と連動させ、ワンランク上の高品質な施策の展開を図ります。
- 市政課題に応じた「SQプロジェクトチーム」を編成し、庁内横断的な体制により施策を推進するとともに、各担当課によるきめ細かな施策に取り組みます。



■本戦略の進め方（職員一丸となった取組）

□魅力の向上策

	取組内容	推進リーダー
1	既存の各種事業をブラッシュアップし、鳥取市ならではの高品質な施策へ昇華	各担当課
2	3つの「SQ」を向上させるためのワンランク上の各種新事業の企画立案、実行、検証	政策企画課

□魅力の浸透策

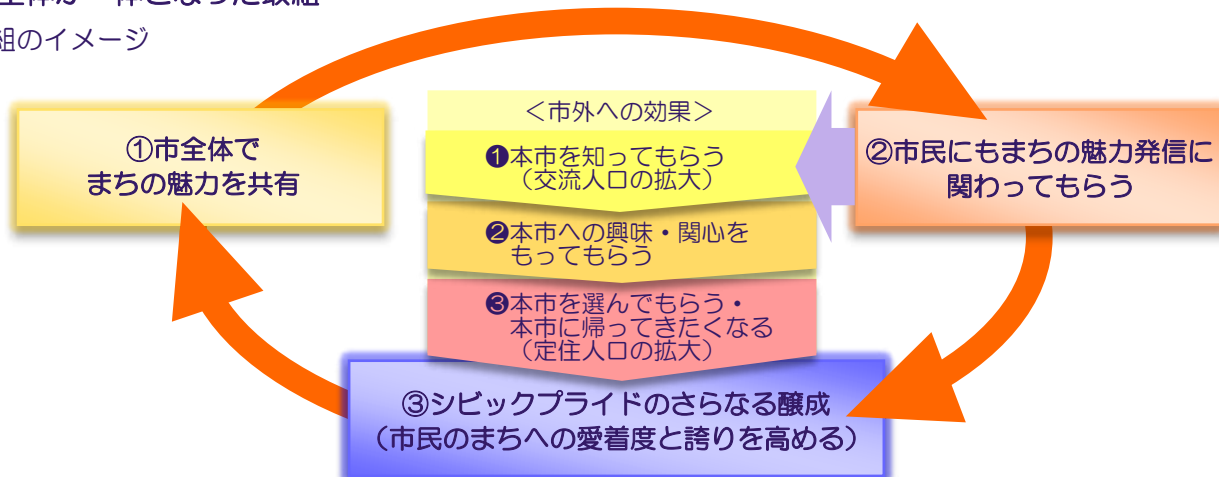
	取組内容	推進リーダー
1	麒麟のまち圏域とも連携した鳥取市ブランドプロモーションの企画立案、実行、検証	政策企画課
2	シビックプライドの向上につながる、効果的な取組の企画立案、実行、検証	政策企画課

□推進体制の整備

	取組内容	推進リーダー
1	市職員の浸透度と取組意欲を高めるためのブランドスローガンの共有化	政策企画課
2	3つの「SQ」の意味を共有した市職員の資質向上	政策企画課、職員課
3	各種課題の解決に向けた部局をこえたSQプロジェクトチーム	各チームリーダー

■まち全体が一体となった取組

□取組のイメージ



■本戦略のイメージ

この図は、本戦略の取組による「鳥取市らしさ=鳥取市ブランドの確立」を表現しています。

本戦略のもと、職員一人ひとりが①<土壌>の整備に努め、②<幹>の成長を促進します。シティセールスの取組全体となる木を成長させていくことによって、高品質で魅力的な③<花、果実>が実ります。そこで成長した④<花、果実>を市民のみなさんが収穫することによって、幸福、満足、本市への愛着、誇りへと繋がり、⑤まち全体で一体となった「オール鳥取市」でのシティセールスに発展させていきます。

これら鳥取市ブランドの確立により、鳥取市の将来像「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」の実現をめざしています。

⑤<花、果実>の享受

⇒「オール鳥取市」での魅力発信
⇒交流人口・定住人口の拡大
⇒鳥取市ブランドの確立

- ・まち全体で一体となった、本市の魅力や価値の発信・浸透

③<花、果実>の成長

⇒地域の持続性を確保する施策・取組
⇒認知度、イメージを向上させる施策・取組
⇒鳥取市ブランドの体現

- ・各担当課による施策・取組



● 知名度アップの推進

● 観光資源の磨き上げ

● 移住定住の促進

● 文化芸術の醸成 など

● 地域経済の活性化

● DXの推進

● 安心安全に暮らせるまちづくり

● 福祉サービスの充実

● 教育環境の充実 など

④<花、果実>の収穫

⇒本市の発展による市民の幸福、満足、愛着、誇り

- ・まちの魅力の共有
- ・市外に向けた情報発信への関わり

②<幹>の成長 ⇒基本施策の充実

- ・ブランドスローガン「SQのあるまち」に連動したサービスの提供
- ・部局をこえた「SQプロジェクトチーム」による、各種政策課題に対する企画立案、実行、検証

①<土壌>の整備

⇒鳥取市シティセールス戦略の推進

- ・職員一人ひとりが「SQ」の意味を理解・共有
- ・職員の資質向上、意識改革