

【まちづくりの目標】人が行きかい、にぎわいあふれるまち

【政策】人が集う交流のまちづくり

| 基本施策              | No. | 評価指標  | 指標の説明  | 種   | 単位 | 平成30年度 | 令和元年度 | 令和2年度 | 令和3年度 | 令和4年度 | 令和5年度 | 令和6年度 | 令和7年度 | 内部評価       |  | 担当課   |
|-------------------|-----|-------|--|-----|----|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------------|--|-------|
|                   |     |       |  |     |    |        |       |       |       |       |       |       |       | 評価         | 評価コメント（課題・今後の方向性等）   |       |
| (2203) シティセールスの推進 | 46  | 市民愛着度 | 当該年度実施の市民アンケート調査で「本市に愛着や親しみを感じている」と回答した市民の割合 | 目標値 | %  | -      | -     | -     | -     | -     | -     | 65.0  | -     | ⑤<br>評価対象外 | 令和6年度に実施予定の鳥取市民アンケート調査により実績値を把握する。<br>様々な手法の情報発信により市民のシティプライドを醸成し、市民の鳥取市への愛着度の向上につなげてきたが、これまでの取組を踏まえながら、引き続き市民愛着度の向上・深化につながる効果的な取組を検討する。 | 政策企画課 |
|                   |     |       |  | 実績値 | %  | -      | 61.5  | -     | -     | -     | -     | -     | -     |            |  |       |
|                   |     |       |  | 達成率 | %  | -      | -     | -     | -     | -     | -     | -     | -     |            |  |       |
|                   | 47  | 地域魅力度 | ブランド総合研究所が行う当該年の地域ブランド調査結果。                  | 目標値 | 位  | -      | -     | -     | 154.0 | 140.0 | 127.0 | 113.0 | 100.0 | ⑥<br>未達成   | 地域魅力度の順位は昨年度より上昇したものの、目標順位には到達しなかった。引き続き、庁内全体におけるシティセールス関連事業の取組状況を分析し、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。                         | 政策企画課 |
|                   |     |       |  | 実績値 | 位  | -      | 181   | 187   | 218   | 171   |       |       |       |            |  |       |
|                   |     |       |  | 達成率 | -  |        | -     | -     | 未達成   | 未達成   |       |       |       |            |  |       |