

【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<br>(令和5～7年度)   | 事業の成果<br>(令和5年度)   | 施策への貢献度<br>(実績)   | 今後の課題・方向性  | 部局名   | 課名       | 関連事業<br>(決算事業別概要ページ) |
|----|--------|-----------------|--|--|---|--|-------|----------|----------------------|
| 1  | ○      | 関西情報発信拠点推進事業費   | 麒麟のまち圏域のブランド化を推進するため、大阪市北区中之島に設置した「麒麟のまち関西情報発信拠点」を運営し、プロモーション事業を行うことで、交流人口の増加及び移住定住の促進、地元産品の販路拡大を図る。 | 利用者数 35,068人<br>売上金額 46,569千円<br>①関西情報発信拠点管理運営業務<br>中央フードサービス 22,500千円（債務負担行為） | 「五感で伝える」をコンセプトに因幡、但馬エリアの様々な魅力を、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に資することができた。   | 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、本施設の魅力を高め、利用者数及び売上金額をコロナ前の水準まで回復させる必要がある。<br>また、2025大阪・関西万博を踏まえ、麒麟のまち圏域の各町と連携し、圏域の情報を発信し、多くのお客様に圏域の魅力を知っていただくよう取り組んでいく事が重要である。 | 経済観光部 | 経済・雇用戦略課 | 184                  |
| 2  |        | 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<br>・SQのあるまち推進職員研修の開催 1回                                   | 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    | 75                   |
| 3  | ○      | 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、ラジオ等、様々なメディアやSNS等を活用し、多様なニーズに対応した情報提供を行う。                         | SNSを活用した戦略的な情報発信<br>・LINE、YouTube等を活用した情報発信                                    | 情報伝達手段として主に活用しているLINEの令和5年度末の登録者数は32,726人であり、幅広い世代へ本市の魅力や取組を伝えることができた。  | SNSをはじめ、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。<br>今後もブ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   | 79                   |
| 4  | ○      | 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。            | シティプロモーションの展開<br>・シティプロモーション「#鳥取家族」の実施<br>メディアでの記事掲載：新聞、テレビ、WEB記事など            | シティプロモーションにより本市の認知度を向上させ、「地域ブランド調査」の「情報接触度」、「観光意欲度」、「居住意欲度」が令和4年度より順位を上げており、本市の知名度・認知度向上につながった。<br>(全国1000の自治体のうち、情報接触度 令和4年度：78位→令和5年度：70位、観光意欲度 令和4年度：130位→令和5年度：99位、居住意欲度 令和4年度：245位→令和5年度：195位) | アフターコロナにおける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。<br>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   | 79                   |