

地域づくり県土警察常任委員会資料

(令和2年6月26日)

ページ

- 1 首都圏アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」の運営状況（令和元年度実績等）について 【東京本部】・・・1
- 2 首都圏における情報発信等について 【東京本部】・・・2
- 3 関西圏における情報発信等について 【関西本部】・・・5
- 4 中京圏における情報発信等について 【名古屋代表部】・・・7

交流人口拡大本部

首都圏アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」の運営状況(令和元年度実績等)について

令和2年6月26日
東京本部
販路拡大・輸出促進課

首都圏アンテナショップ「とっとり・おかやま新橋館」の令和元年度の運営状況等について報告します。

1 令和元年度の運営状況等

(1) 来館者数・売上金額 433,624人(対前年度比88.2%)・319,614千円(対前年度比85.3%)

○概況：前年度と比べて減少した大きな要因は、平成31年4月26日のリニューアルオープンに伴う前年度末からの全館休業と、令和2年2～3月の新型コロナウイルス感染拡大が影響しているものと分析している。

○年度別来館者数・売上金額(対前年度比) ※開館：平成26年9月28日

年度	来館者数(人)	売上金額(千円)		
		1階 物販店舗	2階 飲食店舗	計
H26	279,157	130,852	45,964	176,816
H27	492,611	261,245	95,241	356,486
H28	498,983 (101.3%)	262,167 (100.4%)	86,134 (90.4%)	348,301 (97.7%)
H29	506,369 (101.5%)	270,638 (103.2%)	87,957 (102.1%)	358,595 (103.0%)
H30	491,707 (97.1%)	277,638 (102.6%)	97,151 (110.5%)	374,789 (104.5%)
R1	433,624 (88.2%)	239,591 (86.3%)	80,023 (82.4%)	319,614 (85.3%)

(2) 催事スペース等の利用日数【鳥取県分】(対前年度比)

区分	利用日数
1階プロモーションゾーン	113日(125.6%)
2階催事スペース	97日(85.1%)

新設の移住・しごと相談コーナー



(3) 情報・相談コーナー利用件数【鳥取県分】(対前年度比)

情報コーナー			移住・しごと相談コーナー(新設)			合計
観光相談	その他	計	移住相談	就職相談	計	
586件 (79.3%)	33件 (89.2%)	619件 (79.8%)	193件 (※36件)	174件 (※23件)	367件	986件

※印は前年度(都道府県会館内)の件数

【7/2】平井知事すいかトップセールス



(4) コワーキングスペース利用登録状況【鳥取県分】

短期登録1件、長期登録2件、計3件

(5) マスコミへの露出

- ・テレビ：TBS王様のブランチ(6/1)他計18件
- ・ラジオ：TOKYO FM LOVE&HOPE～ヒューマン・ケア・プロジェクト(8/26)他計2件
- ・新聞：東京新聞(夕刊)(4/25)他計68件
- ・雑誌：メトロガイド6月号(4/26)他計22件
- ・ネット配信等：じゃらんニュース(6/9)他計26件

【10/10】250万人達成記念セミナー



2 新型コロナウイルス感染拡大への対応

- ・令和2年4月7日の国の緊急事態宣言を受け、4月11日以降、臨時休館とした。
- ・令和2年5月25日の緊急事態宣言の全面解除を受け、6月1日から全館業務を再開した。

< 影響のあった期間中の来館者、売上金額の状況(対前年同月比) >

区分	来館者数(人)	売上金額(千円)		
		1階 物販店舗	2階 飲食店舗	計
1月	34,069 (92.9%)	18,041 (95.4%)	6,668 (96.6%)	24,709 (95.7%)
2月	33,274 (91.4%)	18,563 (93.8%)	5,727 (79.2%)	24,290 (89.9%)
3月	22,849 (60.0%)	13,778 (69.2%)	2,406 (33.7%)	16,184 (59.9%)
4月	4,916 (42.8%)	3,746 (58.2%)	208 (12.7%)	3,954 (48.9%)
5月	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)	0 (0.0%)
計	95,108 (57.6%)	54,128 (61.6%)	15,009 (49.7%)	69,137 (58.7%)

※前年の平成31年4月はリニューアルのため、営業期間は26日(金)～30日(火)の5日間のみ。

※令和2年4月の営業期間は、1日(水)～10日(金)の10日間のみ。

首都圏における情報発信等について

令和2年6月26日
東京本部

首都圏における交流人口の拡大、移住定住の促進、観光誘客及び販路開拓等に係る情報発信等の取組について、以下のとおり報告します。

1 交流人口拡大・移住定住促進に向けた取組

○本県と県外大学との協定締結について

鳥取県出身学生等のI J Uターン就職を促進するとともに、鳥取県の地域経済を支える人材の育成や確保を目的として、3月18日に東海大学と就職支援協定を締結した。

東海大学は20の学部を擁する総合大学で、在籍学生数は全国10位(28,536人)であり、鳥取県出身者数は30人で関東圏の大学では第5位となっている。
(令和元年8月現在)

今後は、大学と連携しながら、学生に対して鳥取県の就職に関する情報提供やI J Uターン就職を促進するためのイベント等の取組を進める。

【連携・協力事項】

- ①学生に対する鳥取県内の企業情報、生活情報の周知に関する事
- ②学内で行う就職相談会等の開催に関する事
- ③学生やその保護者に対するI J Uターン就職に係る情報提供に関する事
- ④インターンシップの促進に関する事 など

【県と県外大学等との協定締結状況】 ※下線は首都圏の大学

区分	包括協定(6校)	就職支援協定(25校)	
大学名 (締結時期)	① <u>明治大学</u> (H21.3) ②龍谷大学 (H22.7) ③京都女子大学 (H27.6) ④京都産業大学 (H28.10) ⑤ <u>青山学院大学</u> (H30.3) ⑥ <u>中央大学</u> (H30.6)	①神戸学院大学 (H26.2) ②立命館大学 (H26.7) ③武庫川女子大学 (H26.7) ・同短期大学部 ④関西大学 (H26.11) ⑤同志社大学 (H27.7) ⑥兵庫医療大学 (H27.10) ⑦美作大学 (H28.8) ・同短期大学 ⑧神戸電子専門学校 (H28.9) ⑨神戸女子大学 (H29.1) ⑩神戸女子短期大学 (H29.1) ⑪大阪商業大学 (H29.6) ⑫近畿大学 (H29.6)	⑬中央大学 (H29.7) ⑭ <u>明治大学</u> (H29.10) ⑮ <u>専修大学</u> (H30.3) ⑯大阪薬科大学 (H30.4) ⑰京都橘大学 (H30.7) ⑱ <u>神奈川大学</u> (H30.9) ⑲ <u>創価大学</u> (H30.11) ・同女子短期大学部 ⑳甲南大学 (H31.2) ㉑ <u>日本大学</u> (H31.3) ㉒関西学院大学 (R1.8) ㉓広島国際大学 (R2.2) ㉔吉備国際大学 (R2.3) ㉕ <u>東海大学</u> (R2.3)

2 観光と物産が連携した情報発信の取組について

(1) メディアを活用した鳥取県情報の発信【実施済】

首都圏のメディアを活用して、豊かな自然や文化、食など、本県の認知度・ブランド力向上につながる情報を発信した。

媒体名	時期	内容
旅行読売5月号	3月28日発売	皆生温泉開発100周年のPR
千葉テレビ「シャキット！」	4月13～17日放送	星空舞のPR

日本テレビ 「Oha!4 NEWS LIVE」	6月19日放送	スイカなど県産品のPR (アンテナショップの取材)
ひととき7月号	6月20日発売	星取県のPR
旅行読売8月号	6月27日発売	日本遺産(三朝温泉、大山、麒麟獅子)のPR

(2) 鳥取すいか販売テレビ会議セレモニーによるPR【実施済】

「鳥取すいか」が、6月下旬から7月中旬にかけて首都圏への出荷がピークを迎えるため、首都圏の市場関係者に広く「鳥取すいか」のPRを実施した。

本年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため本県から市場に直接出向いて行うセレモニーは自粛し、JA全農とつとりと東京青果株式会社をオンラインで繋ぎテレビ会議形式で行った。

ア 日 時：6月11日(木) 午前11時30分～正午

イ 場 所

東京会場：大田市場 東京青果株式会社
(東京都大田区)

鳥取会場：JA全農とつとり五反田事務所
(鳥取県鳥取市五反田町)

ウ 主 催：JA全農とつとり、鳥取県

エ 実績・反響等

- ・生産者側からの今年度の生育状況や出荷量の見込み、市場側からの他地域産のすいか販売状況など、有益な意見交換の場となった。



(3) 鳥取すいかのPR動画を活用したメディアPRの実施【実施済】

首都圏で出荷の最盛期を迎える6月下旬を前に、メディア向けのPR動画「大自然で育つ！鳥取すいかの魅力」を作成し、首都圏のメディアへ配信した。

ア 期 日：6月19日(金)

イ 場 所：首都圏の各メディア(新聞、Web等)

ウ 内 容

- ・とつとり観光親善大使が「鳥取すいか農家に聞く美味しさの秘訣」、「鳥取すいかの美味しさを保証する選果場の仕組みを公開」などをテーマに「鳥取すいか」の魅力を伝えるPR動画を作成した。
- ・新聞(一般紙、専門紙)、通信社、Webメディア等の70社へPR動画を配信した。

エ 実績・反響等

- ・本年度は、新型コロナウイルス感染拡大防止のため、対面PRから動画配信によりメディアに訴求する方法に変更した。



(4) 百貨店、スーパーマーケット等での県産品PR【実施済】

次の物産フェア等を行った。

ア スーパーマーケットSainE(セーヌ)よしやでの県産品の応援フェア

期 日：6月1日(月)～30日(火)

場 所：SainEよしや中板橋本店(東京都板橋区)他11店舗

来店者：約360,000人

商 品：鳥取和牛コンビーフ、鬼しじみ、星空舞、北条ワイン、鳥取のサバメンチ等

イ スーパーマーケットOONOYA(おおのや)での山陰フェア

期 日：6月5日(金)～7日(日)

場 所：OONOYA小杉店(神奈川県川崎市)他6店舗

来店者：約21,000人

商 品：鳥取和牛、らっきょう、とうふちくわ、かにみそバーニャカウダ等

3 今後の情報発信の取組について

今後とも、新型コロナウイルス感染症の拡がりや国、各自治体等の動向に注視しながら、首都圏における交流人口の拡大、移住定住の促進、観光誘客及び販路開拓等に係る情報発信等の取組について、積極的に展開していく。

(1) 交流人口拡大、観光誘客、移住定住関係【実施予定】

イベント名	時期	場所	内容
Discover Japan 7月8月合併号	7月6日発売		観光名所、特産物、移住情報等を紹介
るるぶ&more.	8月上旬公開		本県でのワーケーションのPR
マイナビ転職フェア東京	9月12日	ベルサール渋谷ガーデン（東京都渋谷区）	転職フェアで鳥取県へのI J Uターン就職相談及びPR
観光PRイベント	9月下旬 ※新型コロナウイルス感染症の動向により変更の場合あり	東京シティアイ（東京都千代田区）	観光情報のPR
日経ヘルス10月号	9月2日発売		三朝温泉の効能等を紹介

(2) 販路拡大関係【実施予定】

イベント名	時期	場所	内容
旅行読売9月号	7月末発売		鳥取和牛のPR
JTB旅カードゴールド会員誌「Travel&Life」 8-9月号	8月1日発行		県産品のPR
ESSE9月号	8月3日発売		鳥取県産梨のPR
千葉テレビ 「シャキット！」	8月3～7日放送		鳥取和牛のPR
鳥取県産梨セレモニー	8月下旬	大田市場	鳥取県産梨のPR
鳥取県産梨PRキャラバン	8月下旬	首都圏のメディア	鳥取県産梨のPR
ESSE10月号	9月3日発売		鳥取県産梨のPR
東京海上日動火災保険(株)での県産品観光PR	9月4日	東京海上日動火災保険(株)本社	県産品や観光のPR及び販売
スーパーマーケットいなげや鳥取県産梨販売	9月上旬	スーパーマーケットいなげや各店舗	県産品の販売
楽天(株)での県産品観光PR	9月下旬	楽天(株)本社	県産品や観光のPR及び販売

関西圏における情報発信等について

令和2年6月26日
関西本部

関西圏における、交流人口の拡大、観光誘客及び販路開拓等に係る情報発信等の取組について、以下のとおり報告します。

1 観光需要回復に向けたイメージ発信

本県観光の需要回復を図る段階的な情報発信の一環として、関西エリアにおいて鳥取の自然と安心・癒しのイメージを発信する。

(1) デジタルサイネージ

①高速道路サービスエリア（新名神宝塚北 SA、中国道西宮名塩 SA）2カ所 3面

期間：2カ月（7/1～8/31）

②駅構内・商業施設

- ・梅田（阪急梅田駅、阪急百貨店、地下鉄梅田駅、JR大阪駅他）
- ・なんば（地下鉄なんば駅）
- ・神戸（地下鉄三宮駅、ミント神戸他）
- ・明石（山陽電鉄明石駅）
- ・姫路（地下街グランフェスタ）
- ・京都（地下鉄京都駅）

13カ所 178面

期間：2～4週間（7/1～）

(2) 大型ビジョン

トンボリステーション（道頓堀）、エディオンビジョンなんば（なんば）各1面

期間：2週間（7月下旬）

2 県産品と観光の主なPRの状況

(1) 鳥取県産生鮮品のPR【実施済】

鳥取県産生鮮品の販売支援、PRを以下のとおり行った。

①JA全農とっとり「季節の野菜ボックス（地場産プラザわったいな）」を関西の企業へ職域販売用に発信した。

②(株)光洋の全店（約80店舗）で行われた「鳥取特集」と併せて、JA全農ととりのキャンペーンをメルマガ等で発信した。

【鳥取特集】

期間：6月14日（日）～15日（月）

商品：すいか、クロマグロ、らっきょう、白バラ牛乳製品等

【キャンペーン】

期間：6月1日（月）～30日（火）

内容：県産らっきょう、すいかを買って応募すると、鳥取和牛が抽選で50名様に当たるキャンペーン



③大阪市中央卸売市場で実施した、ペッパーくんを活用した「鳥取すいか」産地PRとオンラインによるテレビ会議（すいかセレモニー）を支援した。（主催：JA全農とっとり）

日時：6月4日（木）午前8時30分～正午

場所：大阪市中央卸売市場（大阪市福島区）



④境港に初水揚げされた生のクロマグロについて、関西での取扱店舗への販促物の提供と、取扱店舗情報を発信した。（6月5日）

(2) 鳥取マルシェの開催（今年度初、毎月実施）【実施予定】

- ①実施日：7月3日（金）、4日（土）
- ②場 所：松坂屋高槻店（高槻市）
- ③主 催：松坂屋高槻店、関西本部
- ④参加者：（一社）鳥取県物産協会、関西本部
- ⑤概 要：らっきょう漬け、とうふちくわ、土産菓子などの販売に併せて、県の観光PRを行う。
（8月は7日（金）、8日（土）に開催予定）

(3) 夏の観光PRイベント【実施予定】

- ①実施日：7月18日（土）
- ②場 所：イオンモール鶴見緑地（大阪市）
- ③概 要：週刊大阪日日新聞との連携により鳥取県観光PR、特産品の販売を行う。

(4) いしはら商店「モニター商品」の宣伝販売【実施予定】

- ①実施日：8月1日（土）
- ②場 所：いしはら商店（神戸市）
- ③概 要：4ヶ月ごとにトライアル販売を実施しているモニター商品（8商品）の宣伝販売を行う。

(5) 「食のみやこ鳥取県」フェアの開催【実施予定】

- ①実施日：8月26日（水）～9月1日（火）
- ②場 所：大丸須磨店（神戸市）
- ③主 催：大丸須磨店、関西本部
- ④参加者：（一社）鳥取県物産協会、大黒堂、高塚かまぼこ店、SKY、関西本部など
- ⑤概 要：鶏の唐揚げ、魚肉練り製品、畜肉加工品、乳製品、洋菓子などの販売に併せて、県の観光PRを行う。

3 媒体を活用した情報発信の状況

媒 体 名	時期	PR内容
チャオ！産経5月号	4月14日（火）	プレゼント企画（とうふちくわ詰め合わせ（ちむら）、ペアお食事券（鳥取和牛大山）不二家心齋橋本店）
フジサンケイビジネスアイ	4月23日（木）	皆生温泉開発100周年
暮らしの百科5月号	5月 1日（金）	プレゼント企画（ペアお食事券（鳥取和牛大山）不二家心齋橋本店）
CLasism(クラシズム 2020 夏号)	5月31日（日）	食べてみんさい！とっとりの逸品 甘みの強い夏の逸品～鳥取すいか～
旬刊旅行新聞	6月 1日（月）	CATCH the STAR 星取県
毎日放送「ちちんぷいぷい」	6月12日（金）	「鳥取すいか」視聴者プレゼント
毎日放送「ちちんぷいぷい」	6月18日（木）	鳥取県境港産「天然クロマグロ」視聴者プレゼント

中京圏における情報発信等について

令和2年6月26日
名古屋代表部

名古屋代表部（ふるさと鳥取県産業観光センター）において、新型コロナウイルス感染拡大防止を踏まえつつ実施している中京圏における交流人口の拡大、観光誘客及び販路開拓等に係る情報発信等の取組について、次のとおり報告します。

1 ジェイアール名古屋タカシマヤでの境港産クロマグロのPR【実施済】

日時：6月21日（日）

場所：地下2階鮮魚売り場（中島水産（株））

主催：鳥取県（販路拡大・輸出促進課、名古屋代表部）

概要：クロマグロのPR販売



2 中日新聞による鳥取砂丘らっきょうのPR【実施済】

新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止した「らっきょうの漬け方講習会（毎年度開催）」に代えて、中日新聞による情報発信を実施した。

掲載紙：中日新聞（夕刊・東海版）35.8万部発行

掲載日：5月30日（土）

内容：鳥取砂丘らっきょうの説明・商品紹介（JA鳥取いなばと連携）

その他：とりネット「名古屋代表部」に購入できる店舗を掲載

中日新聞WEBでもプレゼント企画を実施

3 東海鳥取県人会との連携【実施済】

新型コロナウイルス感染拡大防止のため中止となった総会資料の東海鳥取県人会（加世木博 会長・会員約200名）による送付に併せて、会長の発案により、県産品の斡旋チラシ、新型コロナウイルス対策ふるさと納税パンフレットを同梱した。[時期：6月上旬]

※8月の会報送付の際も同様に取り組む予定

4 「ふるさと全国県人会まつり」への参加【実施予定】

9月12日（土）～13日（日） 於：久屋大通公園

5 大型ショッピングセンターでの観光PR【実施予定】

開催時期・場所調整中

【参考】名古屋代表部（ふるさと鳥取県産業観光センター）の休業

・新型コロナウイルス感染拡大防止のため、4月6日（月）から5月14日（木）まで休業とし、原則として職員1名出勤、他の職員は在宅勤務とした。