

地域づくり県土警察常任委員会資料

(令和4年12月2日)

ページ

- 令和3年度末 本県出身大学生等の県内就職状況等について
【ふるさと人口政策課】・・・2
- 「ワーケーション・コレクティブインパクト2022in鳥取」の開催結果について
【ふるさと人口政策課】・・・5
- 「ウェルカニとっとり得々割」の期間延長及び年明け以降の観光需要喚起策について
【観光戦略課】・・・6
- インバウンドの最近の主な動きについて
【国際観光誘客課】・・・7
- 第3回ポストコロナの人流・物流活性化プロジェクトチーム会議の開催結果について
【国際観光誘客課】・・・8
- 首都圏における情報発信等について
【東京本部】・・・9
- 首都圏アンテナショップのこれまでの実績と評価等について
【東京本部】・・・13
- 関西圏における情報発信等について
【関西本部】・・・25

交流人口拡大本部

令和3年度末 本県出身大学生等の県内就職状況等について

令和4年12月2日
ふるさと人口政策課

1 令和3年度末本県出身大学生等の県内就職状況について

令和4年3月に卒業した本県出身大学生等の県内就職状況について県内・県外大学等に調査を行った結果は次のとおりでした。

【結果概要】

- 1 県内大学等卒業者の県内就職率は31.3%（前年比+2.0%）
⇒鳥取大学、公立鳥取環境大学において県内就職比率が高まるなど県内定着の促進がみられる。
- 2 県外大学等に進学した県内出身者の県内Uターン就職率は37.9%（前年比-2.3%）
⇒昨年度より減少はみられるものの、コロナ前（H31）に比べると高水準を維持している。

(1) 県内大学等卒業生の県内就職の状況

- ・鳥取大学の県内就職率は19.1%（前年比2.6%上昇）
- ・公立鳥取環境大学は16.5%（前年比1.9%上昇）
⇒コロナ禍においてWEB面接が進むなど就職活動が変容する中、ほぼ全ての大学等における県内就職率の上昇に結びついた。

| | 就 職 者 (A) | | | | | 比 率 (B/A) | | 卒 業 者 (C) | | | | | 比 率 (D/C) | |
|------------|------------|-----------|--------|---------|-----|-----------|------------|-----------|-----------|-------|-----------|-------|-----------|-------|
| | うち県内就職 (B) | | うち県内出身 | | | | うち県内出身 (D) | | 比 率 (D/C) | | | | | |
| 鳥取大学 | 906 | (886) | 173 | (146) | | | 118 | 19.1% | (16.5%) | 1,433 | (1,408) | 210 | (208) | 14.7% |
| 公立鳥取環境大学 | 212 | (246) | 35 | (36) | 20 | 16.5% | (14.6%) | 257 | (285) | 40 | (37) | 15.6% | (13.0%) | |
| 鳥取看護大学 | 80 | (89) | 64 | (76) | 59 | 80.0% | (85.4%) | 82 | (89) | 67 | (73) | 81.7% | (82.0%) | |
| 鳥取短期大学 | 239 | (226) | 200 | (186) | 194 | 83.7% | (82.3%) | 279 | (253) | 246 | (210) | 88.2% | (83.0%) | |
| 米子工業高等専門学校 | 149 | (141) | 25 | (21) | 24 | 16.8% | (14.9%) | 226 | (210) | 196 | (182) | 86.7% | (86.7%) | |
| 合計 | 1,586 | (1,588) | 497 | (465) | 415 | 31.3% | (29.3%) | 2,277 | (2,245) | 759 | (710) | 33.3% | (31.6%) | |

※ () 内は前年数値。

(2) 県外大学等卒業生の県内就職の状況

○本県出身者が多い大学（短期大学含む）に対する調査結果

| 卒業年月 | 有効回答数 (大学) | 県内高校出身者数 (A) | 就職者数(県内外含む) (B) | 県内就職者数 (C) | 就職者に占める県内就職率 (C/B) | | |
|-------|---------------|-----------------|--------------------|------------|--------------------|-------|-------|
| | | | | | 全体 | 男 | 女 |
| R4.3 | 83校 | 1,125人 | 887人 | 336人 | 37.9% | 35.7% | 40.4% |
| R3.3 | 78校 | 1,057人 | 835人 | 336人 | 40.2% | 39.5% | 40.9% |
| R2.3 | 65校 | 968人 | 816人 | 324人 | 39.7% | 37.5% | 42.1% |
| H31.3 | 60校 | 960人 | 793人 | 282人 | 35.6% | 32.5% | 38.6% |

(調査対象 (R3.3卒以降) : 上位100大学及びその他協定締結校6校 計106校)

(調査対象 (R2.3卒以前) : 上位50大学、関東15大学、関西10大学及びその他協定締結校3校 計78校)

○地区別では、中四国及び九州45.7%、関西圏31.2%、関東中部圏26.0%。

○分野別では、文系35.5%、理系22.2%、医療・福祉42.6%、教育57.8%

⇒関西圏、関東圏の大学は近県（中四国圏）の大学と比べ県内就職率が低い傾向にあるため、本県からの進学者の多い関西圏、関東圏の私立大学を中心に就職支援協定に係る取組を進めている。

2 大学との就職支援協定の締結状況

県外へ進学した学生の県内就職に向け、県外大学等との協定締結促進及び大学と連携した就活関連事業開催の取組強化を実施。これまで35大学との間で協定を締結している。

今年度は県外本部、定住機構の地道なアプローチの結果、3校増加した。

⇒就職支援協定の締結により、学内での就職相談会への参加や県出身者へのアプローチが可能となり、県出身者の県内就職に向けた大きな足掛かりとなる。

○最近の大学等との就職支援協定の締結状況

| 大学名 | 締結時期 | 連携協力事項 | 大学概要 |
|--------------------|-------|--|--|
| 国士舘大学 | R4.3 | (1) 学生に対する鳥取県内の企業情報、各種就職イベント、生活情報等の周知に関する事。 (2) 学内で行う就職相談会等の開催に関する事。 (3) 学生の保護者に対するIJUターン就職に係る情報提供に関する事。 | 【国士舘大学概要】 ・設置者 学校法人国士舘(理事長 大澤 英雄) ・所在地 東京都世田谷区世田谷 ・学生数 13,311名(2021年5月) ・学部等 7学部(政経学部、体育学部、理工学部、法学部、文学部、21世紀アジア学部、経営学部) ・本県出身学生 18人(H30～R3入学) |
| 駒澤大学 | R4.8 | (4) 学生のIJUターン就職に係る情報交換及び実績把握に関する事。 (5) 鳥取県内企業等におけるインターンシップの促進に関する事。 (6) その他学生のIJUターン就職促進に関する事。 | 【駒澤大学概要】 ・設置者 学校法人駒澤大学(理事長 山本 健善) ・所在地 東京都世田谷区駒澤 ・学生数 14,480名、大学院 202人(2021年5月) ・学部等 7学部(仏教学部、文学部、経済学部、法学部、経営学部、医療健康科学部、グローバル・メディア・スタディーズ学部) ・本県出身学生 24人(H30～R3入学) |
| 大阪学院大学・大阪学院大学短期大学部 | R4.11 | | 【大阪学院大学概要】 ・設置者:学校法人大阪学院大学(理事長 白井元康) ・所在地 大阪府吹田市岸部南 ・学生数 5,141名、大学院 202人(2021年5月) ・学部等 7学部(商学部、経営学部、経済学部、法学部、外国語学部、国際学部、情報学部) ・本県出身学生 24人(H30～R3入学) |

<参考>これまでの本県と県外大学等との協定締結状況

| 包括協定 (6校) | 就職支援協定 (31校) ※包括協定2大学含む |
|---|---|
| 明治大学(H21.3) 龍谷大学(H22.7) 京都女子大学(H27.6) 京都産業大学(H28.10) 青山学院大学(H30.3) 中央大学(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(H29.9)、⑭明治大学(H29.10)、⑮専修大学(H30.3) ⑯大阪薬科大学(H30.4)、⑰京都橘大学(H30.7)、⑱神奈川大学(H30.9)、⑲創価大学(H30.11)・同女子短期大学部、⑳甲南大学(H31.2)、㉑日本大学(H31.3)、㉒関西学院大学(R1.8)、㉓広島国際大学(R2.2)、㉔東海大学(R2.3)、㉕吉備国際大学(R2.3)、㉖佛教大学(R2.6)、㉗就実大学・短期大学(R2.7)、㉘流通科学大学(R2.9)、㉙国士舘大学(R4.3)、㉚駒澤大学(R4.3) ㉛大阪学院大学・短期大学部(R4.11) |

3 若者県内就職促進に向けた取組について

○若者県内定着に向けた離職等状況調査

新型コロナの感染等影響が続く中、本県大卒・高卒の離職率が全国平均より高くなるなど、高い離職状況が続いている。

＜新規学生等就職者の離職状況＞ ※出典：厚生労働省「新規学校卒業就職者の就職離職状況調査」

| 対象 | R3.3 末時点 | R2.3 末時点 |
|-----|-------------------------|-------------------------|
| 高卒 | 35.9% (全国:36.9%) | 41.6% (全国:39.5%) |
| 短大卒 | 32.5% (全国:41.4%) | 35.2% (全国:43.0%) |
| 大卒 | 39.4% (全国:32.8%) | 40.9% (全国:32.8%) |

※新規学卒就職者の就職後3年以内離職率

〔⇒離職理由を高卒者でみると、「仕事内容との不適合」、「職場不適合(人間関係も含む)」の割合が高く、両者で全体の4割を占めている状況。〕

雇用のミスマッチ・若者の職場定着改善は離職率の低下のみならず県内企業全体の働き方改革にも繋がるものであるが、その離職理由や離職動態は様々でありその対策を検討するにあたっては調査もあわせて実施しデータに基づく検討が必要となる。

本年度雇用のミスマッチ・若者の職場定着改善に向けた取組として、県内関係団体等と連携し実態調査も含めた「雇用ミスマッチ解消・若者県内定着に向けたあり方検討会」を設置、検討を行うとともに実態調査を実施中。

＜実施概要＞

雇用ミスマッチ防止、若者県内定着に向け県内就業者・離職者にかかる実態調査を行うとともに今後の離職対策等について専門家による検討会で分析し、今後の支援を検討する。

○検討会の設置

県、ふるさと鳥取県定住機構、中小企業団体中央会、商工会議所連合会、学識経験者等が一体となり離職者、企業等に対するアンケート調査、ヒアリングを実施、分析を行い離職、定着にかかる分析を行う。

○若者に対する離職状況調査

本県の若者就職者、離職者、企業を対象にアンケート調査を実施、分析を行う。

○調査対象者

- ・離職者・就職者:3,000名(県内就職者へのアンケート)
- ・企業:1,000社程度(抽出)

○スケジュール

- R4.11～12 アンケート・ヒアリング調査(離職者・就業者・企業)
- R5.1～2 分析、調査報告等

「ワーケーション・コレクティブインパクト2022 in 鳥取」の開催結果について

令和4年12月2日
ふるさと人口政策課

ワーケーション自治体協議会及び総務省が、(一社)日本経済団体連合会、(公社)日本観光振興協会と連携して実施する官民参加型のワーケーションツアー「ワーケーション・コレクティブインパクト(※)2022」を本県において開催しました。

本プログラムでは、「Web3.0(ウェブスリー)時代のデジタル関係人口の創出」をテーマに、ワーケーション拠点の視察と、県内の関係人口創出事例をヒントとしたワークショップ等を行いました。

※ コレクティブインパクト…ある特定の社会課題の解決に取り組むプレイヤーが共同して社会課題解決に取り組む枠組

1 主催等

- ・主催 ワーケーション自治体協議会、総務省、鳥取県
- ・共催 (一社)日本経済団体連合会、(公社)日本観光振興協会、(一社)日本テレワーク協会

2 日程 令和4年11月16日(水)から18日(金)まで(2泊3日)

3 テーマ Web3.0時代のデジタル関係人口の創出

4 概要 ・企業人材が場所や業種に捉われず関わる事が可能なWeb3.0時代に、ブロックチェーン技術の活用を基盤とするNFT(非代替性トークン)やメタバース等のコンテンツ利用も視野にいれ、都市部企業と鳥取との関わり創出の可能性を探る。

- ・プログラムでは、Web3.0の基本知識と、都市部と鳥取との距離を超えたつながりの事例をヒントに、2つを掛け合わせた新たな「デジタル関係人口」のアイデアを創発するワークショップを実施。

5 参加者 10名(中央省庁職員、経団連加盟企業社員、自治体職員等)

<参加者の声>

- ・今後鳥取県において「ワーケーションを実施したい」「鳥取県の関係人口創出の取組に関わりたい」との声が多かった。
- ・鳥取が面白い外部人材や技術を積極的に受け入れ、様々な市町村を活性化させている取組を知ることが出来て勉強になった。
- ・発表された事例が先進的で鳥取ならではの特徴があり、気づきや学びにつながった。

6 スケジュール

| 日付 | スケジュール |
|-----------------------------------|--|
| 11/16(水) (SAND BOX TOTTORI) | 13:40 講義①「ワーケーションについて」 関西大学 松下慶太教授 14:00 講義②「Web3.0について」 アローサル・テクノロジー(株) 佐藤拓哉代表取締役 15:10 事例発表①「鳥取砂丘月面化プロジェクトと二拠点企業経営」 (株)amulapo 田中克明代表取締役 19:00 夜の鳥取砂丘で月面探査体験 |
| 11/17(木) (TORICO) | 10:00 テレワーク 13:00 事例発表②③④(地域内の関係人口創出・オンライン関係人口未来ラボ・複業) コワーキングスペース TORICO 貝本正紀代表 北栄町 岡本圭司副町長、(一社)WorkDesignLab 伊藤俊徳氏 14:20 ワークショップ「デジタル関係人口創出におけるWeb3.0活用」 |
| 11/18(金) (サインインコワー キングオフィス) | 10:00 最終アウトプット・審査・表彰 12:00 終了 |



講義「Web3.0について」



最終アウトプットの様子

「ウェルカニとっとり得々割」の期間延長及び年明け以降の観光需要喚起策について

令和4年12月2日
観光戦略課

「ウェルカニとっとり得々割」の実施期間を令和4年12月27日まで延長しました。
また、国から年明け以降の制度について公表されましたが、今後、国から公表される実施時期、制度詳細を注視しつつ、本県の実施についても検討を進め、新型コロナウイルス感染症により多大な影響を受けている観光関係事業者を支援し、観光需要の回復を図ります。

1 「ウェルカニとっとり得々割」の事業期間の延長

事業期間を令和4年12月27日（火）まで延長（延長前：令和4年12月20日まで）
※クーポンの利用期間は12月28日（水）まで

2 「ウェルカニとっとり得々割」の概要

(1) 対象

日本国内の居住者

(2) 制度内容

① 宿泊料・旅行代金の割引

| | |
|------|--|
| 割引率 | 40% |
| 割引上限 | 交通付き宿泊旅行商品：8,000円／泊 上記以外：5,000円／泊・回 |

② クーポンの配布

| | 旅行代金 | 配布額 |
|----|----------|--------|
| 平日 | 5,000円以上 | 3,000円 |
| 休日 | 2,000円以上 | 1,000円 |

【本県独自の特別支援】

■本県では、独自に観光施設・体験事業等の料金割引を実施する。

| | |
|------|-------------|
| 割引率 | 40% |
| 割引上限 | 1,000円／人・回 |
| その他 | 上記のクーポンと併用可 |

■対象：県内への宿泊旅行者（山陰両県民は宿泊要件なし）

(3) 利用条件

ワクチン接種証明（3回以上）又は陰性の検査結果（PCR検査等）

(4) その他の本県独自支援

① 蟹取県ウェルカニキャンペーン（9/1～2/28）

県内宿泊者に抽選で「鳥取県の旬の蟹」をプレゼントする等のキャンペーンを実施する。

② 鉄道・飛行機利用者へのレンタカー割引キャンペーン（11/1～2/28）

県内空港の航空便利利用者、JR（特急）利用者に対するレンタカー割引を行う。

③ 鉄道・飛行機利用者への誘客キャンペーン（11/1～2/28）

鉄道・航空便利利用者を対象にした宿泊券や鳥取の特産品等をプレゼントするキャンペーンを実施する。

④ ドライブ周遊キャンペーン（10/18～12/18）

マイカー又はレンタカー利用者が県内宿泊施設に宿泊した場合、ガソリン注油券及び主要観光施設入館無料券を配布する。

3 年明け以降の制度（11月25日観光庁公表）

| | |
|------|--|
| 割引率 | 20% |
| 割引上限 | 交通付き宿泊旅行商品：5,000円／泊 上記以外：3,000円／泊・回 |
| クーポン | <平日>2,000円 <休日>1,000円 |

インバウンドの最近の主な動きについて

令和4年12月2日
国際観光誘客課

10月11日に政府による水際対策緩和以降、インバウンド回復の動きが本格化している状況のなか、外国人観光客誘致拡大を図っていくための最近の主な取組について報告します。

1 エアソウル趙代表と平井知事の面談

エアソウル趙鎮満(チョ・ジンマン)代表理事が11月24日に本県を来県され、平井知事との面談および県内観光地視察(鳥取砂丘、赤瓦・白壁土蔵群等)を実施し、平井知事からは米子ソウル便の早期運航再開を働きかけました。

(1) 知事面談 参加者

エアソウル 趙鎮満(チョ・ジンマン)代表理事、イ・ギョンミン チーム長
エアソウル 米子支店 山根 支店長

(2) 趙代表のコメント

趙代表「米子空港の受入体制を整えば、来年春頃に週3便で運航再開を目指す」と発言。



知事が趙代表へ要望書を渡す様子

2 鳥取県漢服撮影ツアーの実施

11月10日～12日に日本在住の中国人の漢服愛好者(撮影者1名含む計4名)が、中国伝統の民族衣装である漢服を着用して県内の観光地等を巡る「鳥取県漢服撮影ツアー」を実施しました。

(1) 主な内容

鳥取砂丘や仁風閣、燕趙園、とっとり花回廊など県内の観光地において撮影した漢服姿の写真や動画を自身のSNSで投稿していただくとともに、県の公式SNSで発信。

※漢服愛好者4名のSNS累計フォロワー数 約134万1千人

(2) 参加者のコメント

「撮影スポットは美しく特に鳥取砂丘と燕趙園は漢服がとてもよく合う」
「鳥取県での撮影をはじめ食事や温泉などすべて素晴らしかった」など。



エアソウル代表の砂の美術館視察

3 台湾人ブロガーの県内取材

11月3日～7日に台湾の家族旅行の誘客を目的に、台湾で人気の親子ブロガー(4人家族)が県内の家族で楽しめる観光地を取材し、SNSで情報発信を行いました。

(1) 主な内容

ヤマタスポーツパーク(布勢運動公園)のアスレチック遊具や、わらべ館、かっこ館、二十世紀梨記念館など親子で楽しめる場所で実際に子どもが楽しんでいる様子をブロガーのSNS(ブログ、YouTube)で発信。

(2) ブロガーのコメント

「鳥取県は自然が豊かでアフターコロナの家族旅行には最適な場所」
「コナンや鬼太郎、わらべ館などの施設など台湾の子どもたちにも楽しめるものが充実している」
「台湾での鳥取の知名度がもっと上がれば、たくさん家族が訪れる」など。



燕趙園での漢服ツアー

4 JTBシンガポール高島屋店舗での観光プロモーション

10月31日～11月6日に、株式会社JTBのシンガポール高島屋店を店舗ジャックし、本県の観光プロモーションを実施しました。

(1) 主な内容

パンフレットの配架、ポスターの掲示、観光PR動画の上映等による観光プロモーションに加え、SNS等での情報発信による本県のPRを実施し、来店者に本県の観光地(鳥取砂丘、三徳山、浦富海岸等)を紹介。

(2) 来店者のコメント

「鳥取の情報パンフレットなども、シンガポールであまり手に入らないので興味深い」
「カニや梨など鳥取の名物を紹介してもらい、次は鳥取への旅行を考えたいと思った」など。



店舗内の様子

5 在日外国人インフルエンサー・アンジェラアの田舎体験ツアー

11月4日～6日に欧米圏からのインバウンド誘客を図るため、日本のローカルな地域交流に取り組むアンジェラ・ア氏(フォロワー27万人)を招き、日本の田舎体験に関心のある外国人10名を対象とした鳥取県の田舎体験ツアーを実施しました。

(1) 主な内容

みたき園の山菜料理、三徳山登山、民泊での交流体験等を通して参加者に鳥取ファンになっていただくとともに、アンジェラ氏のチャンネルで田舎体験ツアーの様子を海外へ情報発信予定(動画配信:1月頃)。

(2) 参加者のコメント

「前から鳥取県に行きたいと思っていたが、アンジェラさんと一緒に鳥取県を旅行することが出来て、夢が叶った」
「紅葉のベストシーズンに来られて幸運だった。他の季節の鳥取も見たい」など。



三徳山登山の様子

第3回ポストコロナの人流・物流活性化プロジェクトチーム会議の開催結果について

令和4年12月2日
国際観光誘客課

10月11日からの日本政府の水際対策緩和に伴う訪日観光客の動きの本格化、11月15日に国土交通省が国際クルーズ受入の再開を表明したことなどを受け、インバウンドの今後の展開、取組等に関して関係者と情報共有するため、第3回ポストコロナの人流・物流活性化プロジェクトチーム会議を開催しました。

1 日時 令和4年11月29日(火) 13時から13時30分まで

2 出席者 平井知事、亀井副知事(チーム長)、交流人口拡大本部、新型コロナウイルス感染症対策本部、地域づくり推進部、県土整備部、境港管理組合

3 結果概要

(1) 各部局からの報告

① 国際航空便の運航再開・チャーター便就航に向けた準備状況

- ・国際航空便(ソウル、香港、上海、台湾)の運航再開・チャーター便就航に向けて航空会社、旅行会社への働きかけを継続するとともに海外向けプロモーションを強化。

② 米子鬼太郎空港、鳥取砂丘コナン空港の国際線運航再開に向けた準備状況

【米子鬼太郎空港】

- ・国際線運航再開を県として後押しするため、空港ビルの国際線受入体制整備に関する経費を12月補正予算で提案 [整備内容(想定)] 入国手続きに必要な機材使用のための電源工事等
- ・国土交通省美保空港事務所を中心に、空港関係者(米子空港ビル、エアライン、C I Q(税関・入管・検疫)、グランドハンドリング、地元自治体等)で国際線再開に向け連携

【鳥取砂丘コナン空港】

- ・県内外の国際線就航空港の情報を収集し、国際チャーター便再開に向け準備中

③ 国際クルーズ船の運航再開見通し

- ・日本国際クルーズ協議会(JICC)等関係業界団体によりガイドラインが策定・公表され、11月15日に国土交通省より、日本における国際クルーズの受入を再開することを公表。
- ・今後は、各クルーズ船社が、寄港を予定している港湾の関係者と受け入れに関する協議を行い、合意を得た上で順次運航を再開する。
- ・境港では、令和5年3月22日のホーランドアメリカ社のウエステルダムをはじめ計19回、鳥取港では、4月17日のポナン社のル・ソレアルの寄港が予約されており、各クルーズ船社と受入れを調整中

④ 県内外外国人観光客への安全安心対策

- ・来県された外国人のためのビジネスや観光、コロナに関する相談窓口を県国際交流財団に設置しているほか、JNTOも相談窓口を設置し、国内外向けに県のホームページや多言語SNSを通じて発信中。
- ・訪日外国人旅行者に向けて基本的感染対策の徹底を周知。
- ・安心して旅をしていただけるよう、滞在期間中の発症やコロナ陽性判明時の相談窓口や医療受診・療養体制等を多言語対応で整備。

(2) 意見交換

- ・国際クルーズ船の境港寄港に向けて、C I Qや米子保健所等と連携した受入環境整備(シミュレーションやマニュアルの改訂等)や、地域住民や観光地から理解を得るために「境港クルーズ客船環境作り会議」を通じた働きかけを進める。
- ・高松空港で課題となっている「Visit Japan web(入国時に「検疫」・「入国審査」・「税関申告」の入国手続を行うことができるウェブサービス)未登録の問題に対し、旅行会社や航空会社から事前登録の周知を徹底してもらう等の対策を講じる。
- ・高松空港等、先行して開港している空港の課題を共有し、解決していく。
- ・開港後を見据えた海外への情報発信やアウトバウンド対策を強化する。
- ・コロナ感染防止対策等の外国人(多言語)への情報提供体制を速やかに整える。
- ・インバウンド客向けクーポンブック制作や二次交通整備、宿泊施設不足の問題解消等、外国人観光客を誘致のための対策を強化する。
- ・11月24日に本県来訪したエアソウル趙代表は「春頃からの運航再開を目指したい」と発言されたが、1日も早い米子鬼太郎空港の開港を目指す。

首都圏における情報発信等について

令和4年12月2日
東京本部

首都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 交流人口拡大及び移住定住促進に向けた取組

(1) 明治大学との連携【実施済】

ア 明治大学・鳥取県連携講座の開催

①日時：10月1日（土）午後1時～2時40分

②概要：『日本にかくれなき名山』に築かれた城・鳥取城の歴史と未来』をテーマに、オンライン講座を実施。リアルタイムで50名が視聴したほか、見逃し配信で100回視聴あり。

イ 明治大学ホームカミングデーへの出展

①日時：10月23日（日）午前11時～午後4時

②会場：明治大学駿河台キャンパス

③概要：明治大学の卒業生やその家族が参加するイベントに鳥取県ブースを設置。観光PRやらっきょう・お菓子など約20品目の特産品販売を実施。

（来訪者：2,000人。売上額：84千円）

(2) 鳥取県学生寮での就活セミナー【実施済】

県出身学生（寮生）にUターン就職の意識付けを図る目的で、鳥取県学生寮において、Uターン経験者の体験談や一般的な就職活動の流れ、Uターン就職情報の入手方法・相談先、インターンシップや今後のイベントに係る情報提供を行う就活セミナーを実施。

ア 鳥取県女子学生寮「清和寮」（豊島区目白）

①日時：10月23日（日）午前10時10分～11時40分

②参加者：37名

イ 鳥取県男子学生寮「明倫館」（世田谷区成城）

①日時：11月27日（日）午後5時～5時40分

②参加者：24名

(3) 県外学生の発信力を活用した鳥取県PR【実施済】

ア 日時

①稲門祭：10月23日（日）午前10時30分～午後4時

②早稲田祭：11月5日（土）・6日（日）

午前10時30分～午後4時

イ 場所：早稲田大学（新宿区戸塚町）

ウ 概要：県出身学生で構成された「早稲田大学鳥取学生稲門会」と連携。両日とも模擬店を出展し、本県の特産品や観光等の魅力を発信。（来訪者：1,200人）



(4) 首都圏学生交流会【実施済】

ア 日時：10月29日（土）12時30分～15時15分

イ 場所：レストラン「トラットリアマルーモ」（港区台場）、水上バス（台場→浅草）

ウ 参加者：県出身又は本県興味関心のある学生11名

エ 概要：県内就職への関心を高めてもらうとともに、学生と鳥取県との関係構築を図るため、昼食会や隅田川水上バス乗船体験を実施。



2 観光・物産の情報発信の取組

(1) 羽田空港での観光物産展【実施済】

ア 期間：10月6日（木）～8日（土）

イ 場所：羽田空港第2ターミナル（大田区羽田空港）

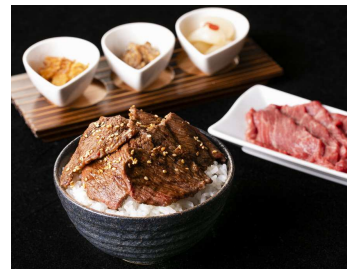
ウ 概要：10月6日、7日はANA社員向けに、ターミナルビル内会議室で、星空舞や輝太郎柿など約50品目の特産品を販売。（売上額：673千円）10月8日は、5階フライトデッキトキョーで、6、7日と同様の特産品販売に加え、砂絵体験やガラポン抽選会など観光PRを実施。（売上額：143千円）

(2) 至高の焼肉オンザライス～鳥取和牛 × 星空舞【実施済】

ア 期間：10月13日（木）～11月29日（火）

イ 場所：とっとり・おかやま新橋館 2階レストラン（港区新橋）

ウ 概要：レストランで「星空舞」の新米と鳥取和牛を組み合わせた特別メニューを1,129円で提供。10月12日（水）には、フォーリンデブはっしー（お肉博士／お米マイスター）をゲストに迎え、メディア向けの試食会を実施し、多数のメディア露出を獲得。（参加メディア：24媒体）



(3) とっとり・おかやま新橋館8周年記念PRイベント【実施済】

ア 日時：10月20日（木）

イ 場所：とっとり・おかやま新橋館（港区新橋）

ウ 参加者：平井知事、伊原木岡山県知事、キンタロー。（芸人）、マーティン（タレント）

エ 概要：両県知事やタレントがアンテナショップの魅力を紹介するメディア発表会を開催し、多くのメディア露出を獲得。発表会では、鳥取・岡山両県産の食材を使用した期間限定メニュー「祝膳」を披露し、県産品のPRを実施。（参加メディア：24媒体）



(4) TOKYO FMサンデースペシャル「とっとり、いいとこどりラジオ」【実施済】

ア 公開収録日時：10月25日（火）

イ 収録場所：TOKYO FM HAL（千代田区麹町）

ウ 出演者：平井知事、瀧本美織（女優）、和田明日香（料理家）、中江康人（AOI TYO Holdings 株式会社）、浜崎美保（TOKYO FM 番組パーソナリティー）

エ 放送日時：11月13日（日）午後7時～7時55分

オ 概要：星空舞、鳥取和牛、松葉がになどの特産品や温泉、星空などの観光情報をラジオ番組で紹介。多数のメディア露出につながるよう、収録の様子をメディア向けに公開。



(5) 東京シティアイでの鳥取県観光PRイベント【実施済】

ア 期間：11月1日（火）～2日（水）

イ 場所：東京シティアイ イベントスペース（千代田区丸の内）

ウ 概要：全国旅行支援により旅行需要が高まる中、若桜鉄道、智頭急行のオンラインセミナーや、鳥取砂丘スマホフォトセミナーを開催し、来場者に鳥取観光の魅力を訴求。観光PRと併せて、駅弁や地酒など約80品目の特産品を販売。（売上額：428千円）

(6) 東京メトロ×鳥取県「東京メトロで巡る 鳥取県ゆかりの地スタンプラリー」【実施済】

ア 期間：11月4日（金）～27日（日）

イ 概要：鳥取にゆかりのある神田明神、国立競技場、とっとり・おかやま新橋館の各最寄り駅にスタンプを設置し、全てのスタンプを集めた方にメトログッズや蟹関連商品をプレゼント。(参加者約2,000人)
期間中は、東京メトロ全駅におけるポスター掲示のほか、全車両内に中吊りポスターが掲示され、「蟹取県」の魅力を発信。



(7) 蟹取県の「蟹ガチャ」～当たれ！松葉がに！【実施中】

ア 期間：11月21日（月）～12月11日（日）
イ 場所：とっとり・おかやま新橋館（港区新橋）
ウ 概要：参加料500円で、「松葉がに」や「カニパフェ」など、豪華商品が当たるカプセルトイを1階ショップ入口付近に設置。併せて、11月21日（月）から12月30日（金）まで、2階レストランで、茹で松葉がにやカニパフェなどの期間限定特別メニューを提供中。



(8) 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 |
|--------------------------|----------|-------------------------------|
| 雑誌「旅行読売11月号」 | 9月28日発行 | 観光地のPR |
| 雑誌「旅の手帖11月号」 | 10月7日発行 | カニ、観光地のPR |
| 雑誌「旅行読売12月号」 | 10月28日発行 | 温泉、鉄道、ウェルカニキャンペーンのPR |
| WEB「るるぶ&more」 | 11月1日公開 | サウナ、観光地、松葉がに、温泉のPR |
| WEB「フムフムニュース」 | 11月7日公開 | トリピーとくまモンの対談による鳥取県の魅力紹介 |
| 雑誌「旅行読売1月号」 | 11月28日発行 | ウェルカニキャンペーン及び松葉がにのPR |
| 雑誌「Travel & Life 12-1月号」 | 12月1日発行 | 松葉がに、大山、しゃんしゃん祭などの観光地及び県産品のPR |

3 県産品の販路拡大に係る取組

(1) 大田市場内での輝太郎柿のPR【実施済】

ア 日時：10月7日（金）午前6時30分～7時30分
イ 場所：大田市場（大田区東海）
ウ 概要：輝太郎柿の初売りに合わせて、大田市場内の仲買人に対して販売促進PRを実施。

(2) 都内飲食店における星空舞フェア【実施済】

ア 期間：10月13日（木）～11月30日（水）
イ 実施店舗：山本牛蔵麻布十番店（焼肉）、割烹月かげ（和食）など都内飲食店21店舗
ウ 概要：五ツ星お米マイスターの資格を持つ小池理雄氏（小池精米店）と連携し、お米にこだわりのある飲食店に対してフェアの協力を呼びかけ、期間限定で星空舞の提供を依頼。今後、実施協力していただいた21店舗に対し、星空舞の継続使用を呼び掛け。

(3) 「ブランド和牛の源流！鳥取和牛フェア」の開催【実施済】

ア 期間：11月1日（日）～30日（水）
イ 実施店舗：シェ・イノ（フレンチ）、TRATTORIA 庭（イタリアン）など都内飲食店10店舗
ウ 概要：都内高級飲食店で、鳥取和牛を使った特別メニューを提供。



(4) 鳥取和牛料理教室【実施済】

- ア 期間：10月24日(月)～11月4日(金)
イ 場所：コトラボ阿佐ヶ谷(杉並区阿佐ヶ谷南)
ウ 概要：雑誌「オレンジページ」の体験型スタジオ「コトラボ」において、料理番組などで活躍する重信初枝さん(料理研究家)を講師に、鳥取和牛や梨などの県産食材を使った料理教室を実施。16人の方が、カルビチムなど鳥取和牛の旨味を引き出す料理方法を実習。

(5) 飲食店等と連携した県産品PR【実施済(一部実施中)】

| 飲食店 | 期 間 | 内 容 |
|-----------------------------|-------------------------|--|
| 住友生命東京本社食堂 「食のみやこ鳥取県フェア」 | 10月24日(月)～ 11月4日(金) | 紅ズワイガニなど県産食材を使ったメニューや、牛骨ラーメンなどのご当地グルメを提供 |
| 粹京 メディア向けトップセールス | 11月14日(月) | 平井知事が、松葉がに「五輝星」をメディア向けにPR |
| 渋谷肉横丁内20店舗 「鳥取うまいもんフェア」 | 11月25日(木)～ 12月15日(木) | 鳥取和牛、紅ズワイガニなど県産食材を使ったメニュー提供や、観光情報の発信 |

(6) 百貨店、スーパーマーケット等での県産品PR【実施済】

首都圏のスーパーマーケット等でフェアや物産展を開催し、県産品の展示・試食販売、チラシ掲載による広告宣伝等を実施した。なお、各店舗が主催して実施しており、売上高等の販売実績については公表されていない。

| イベント名 | 期 間 | 来店者数 |
|---------------------------|------------------|-----------|
| スーパーマーケットSainE よしや「鳥取フェア」 | 10月1日(土)～7日(金) | 約77,000人 |
| スーパーマーケットエコ・ピア「鳥取・島根フェア」 | 10月20日(木)～24日(月) | 約5,000人 |
| スーパーマーケット三浦屋「山陰味めぐり」 | 11月4日(金)～13日(日) | 約91,000人 |
| 東武百貨店「食のみやこ鳥取の市」 | 11月10日(木)～30日(水) | 約210,000人 |
| 伊勢丹新宿店「鳥取フェア」 | 11月16日(水)～22日(火) | 約70,000人 |
| 日本橋三越「松葉がにフェア」 | 11月23日(水)～27日(日) | 約50,000人 |

4 今後の予定

新型コロナウイルス感染症の動向や国、関係自治体等の対策等に注視しながら、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に係る情報発信等の取組を積極的に展開していく。

(1) 交流人口拡大、移住定住促進関係【実施予定】

「とっとり workwork 飛行機ツアー」

内容：首都圏の県出身の学生等が鳥取県内企業を訪問するツアーを実施

時期：(東部) R5年3月を予定、(西部) R4年12月27日～28日

(2) 販路拡大、観光誘客関係【実施予定】

| イベント名 | 時 期 | 場 所 | 内 容 |
|----------------------|--------|---------------------------|-------------------|
| 「美食横断～松葉がにを 愉しむ～」 | 12月16日 | 八芳園(港区白金台) | 松葉がにの特別メニューの提供 |
| 地酒フェア | 12月～3月 | 第一ホテル東京の レストラン | 鳥取の地酒を提供 |
| 山陰・山陽味めぐり | 1月中 | スーパーマーケット 三徳各店舗 | 特産品の販売 |
| 山陰フェア | 2月中 | スーパーマーケット オリンピック各店舗 | 特産品の販売 |
| 鳥取フェア | 2月中 | スーパーマーケット SainE よしや各店舗 | 特産品の販売 |
| ベニズワイガニ料理教室 | 3月中 | コトラボ阿佐ヶ谷 (杉並区阿佐ヶ谷) | 県産食材を使用した 料理教室 |

首都圏アンテナショップのこれまでの実績と評価等について

令和4年12月2日
東京本部
販路拡大・輸出促進課

平成26年9月28日に開設した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4年9月までの実績と評価、今後の考え方について、以下のとおり報告します。

1 施設概要等

所在地：東京都港区新橋一丁目11-7 新橋センタープレイス1・2階
面積：941.35 m² (1F 354.01 m²、2F 587.34 m²)
事業費：R4年度予算 109,581千円 (建物賃借料ほか)
設置期間：H26.9.28～R6.3.31

2 実績 (H26.9～R4.9)

(1) 入館者及び売上金額

(単位：人、千円)

| 年度 | 入館者数 | 売上計 | 内 訳 | |
|------------|------------------|------------------|------------------|----------------|
| | | | 物 販 | 飲 食 |
| H26 | 279,157 | 179,653 | 133,689 | 45,964 |
| H27 | 492,611 | 364,106 | 268,865 | 95,241 |
| H28 | 498,983 | 359,044 | 272,910 | 86,134 |
| H29 | 506,369 | 373,996 | 286,039 | 87,957 |
| H30 | 491,707 | 388,927 | 291,776 | 97,151 |
| R1 | 433,624 | 332,641 | 252,618 | 80,023 |
| R2 | 260,270 | 261,923 | 215,052 | 46,871 |
| R3 | 320,173 | 334,066 | 273,076 | 60,990 |
| R4 (9月末) | 196,145 | 234,346 | 190,467 | 43,879 |
| 累 計 | 3,479,039 | 2,828,702 | 2,184,492 | 644,210 |

(2) 催事等 (鳥取県関係)

プロモーションゾーン (1F) の利用日数 : 累計 756日

催事スペース (2F) の利用日数 : 累計 700日

(3) 観光等 (鳥取県関係)

情報コーナーでの相談件数 : 累計 5,234件 (観光 4,560件、その他 674件)

(4) 移住・しごと (鳥取県関係) ※開設：R1～

移住・しごと相談コーナーでの相談件数 : 累計 833件 (移住 485件、しごと 348件)

(5) コワーキングスペース (鳥取県関係) ※開設：R1～

利用日数 : 累計 79日

(6) 首都圏での情報発信

マスコミ露出 : 累計 1,141件 (把握できたもの)

(テレビ 185件、ラジオ 83件、新聞・雑誌等 438件、WEB 435件)

3 評価

(1) 費用対効果 (H26.9~R4.9の推計値)

約8年間でかかった費用が約25億円に対して、得られた経済効果は約84億円と3倍を超え、経済効果はかなり高い。

ア 経済効果：約84億円

<内訳>・直接経済効果(店舗や外販での商品の売上額)：約28億円

・間接経済効果(観光誘客、メディア効果など)：約34億円

・経済波及効果(店舗での商品販売や観光誘客などによる経済波及効果を産業連関表により算出)：約22億円

イ 費用(店舗整備費、賃借料、人件費など)：約25億円

(2) ショップ利用者、出品事業者の評価(アンケート結果)

ア ショップ利用者(R4.10実施 2日間:456人)

○ショップに満足している 物販95.5%、飲食92.0%

○2回以上来店している(リピーター率) 72.6%

○ショップ情報の入手方法 店頭・店内看板28.2%、ホームページ26.4%

(主な意見)

- ・立地がよいので買い物に便利
- ・品揃えが豊富
- ・広くて明るく、入りやすい雰囲気
- ・ご当地食品が買えることを期待している など

イ 出品事業者(R4.5実施 197社)

○出品することでの効果(複数回答)

・商品、企業の認知度が上がった 22.8%

・商品や企業のイメージアップにつながった 15.2%

・東京及び関東地方での営業を開始または拡大した 9.6%

(主な意見)

- ・店舗で購入者が自社のECサイトでも注文してくれるようになった
- ・バイヤーから「新橋館で見た」という引き合いがあり、取引が始まった など

(3) 岡山県との共同運営による効果

- ・岡山県とは、長年にわたる信頼関係から店舗運営を安定させることができ、来館者や県内関係者等の定着につながっている。また、首都圏における良好な立地条件のもと、販路開拓の拠点として多様な機能を備える広い店舗面積を確保し、協力体制がとれている。加えて、双方の長所を認識しながら、共に情報発信を継続している。
- ・日本海側と瀬戸内海側とに面するという異なった風土を活かし、お互いを補う形で、両県の特産を切れ目なく提供(らっきょう⇒スイカ⇒桃⇒梨⇒ぶどう⇒かに⇒牡蠣等)することができる。
- ・両県のフルーツをコラボさせたスイーツの提供・牛乳の飲み比べ等による情報発信や、両県知事共同での効果的なPRなどにより、両県の知名度が相乗的に向上するとともに、これらの取組が、累計350万人を超える入館者と高いリピーター率に繋がっている。

4 今後の考え方

コロナ禍で落ち込んだ実績も、オンラインショップの開設や外販の積極的な展開、テイクアウトメニューの提供など新たな取組を始めたことなどにより、回復基調にある。また、店舗等での直接的な売上以外にも、観光誘客や情報発信などによる間接的な貢献も大きい。

首都圏において、さらなる販路開拓や情報発信に向け、令和6年度以降においても、現在の店舗において岡山県との共同により首都圏アンテナショップ継続の方向で検討を進める。

首都圏アンテナショップ実績報告書



1 概要

(1) 所在地等

所在地：東京都港区新橋一丁目 11-7
 新橋センタープレイス 1・2階
 面積：941.35 ㎡(1F 354.01 ㎡、2F 587.34 ㎡)
 設置者：鳥取県・岡山県
 事業費：R4 年度予算 109,581 千円 (建物賃借料ほか)
 設置期間：H26. 9. 28～R6. 3. 31



「とっとり・おかやま新橋館」外観

(2) 趣旨・目的

首都圏における県産品や観光、移住等に関する総合的な情報受発信の拠点として、県産品の販路拡大や観光客入込数の増加、I J U ターンの促進等を図る。

また、首都圏の消費者に、山陰と山陽の異なる気候風土や歴史文化に培われた両県産の特色ある食材・食品その他の特産品を一堂に展示・紹介することにより、相乗的に顧客満足度の向上と産地側のアピール力向上を図る。

(3) 主な機能

| | |
|----------------|--|
| ア 物販店舗 | 両県の優れた食材・食品その他の特産品の個性・魅力を展示・紹介・販売 |
| イ 飲食店舗 | 両県の旬の食材を使った料理、地酒を提供 |
| ウ 催事スペース | 両県の市町村や事業者、関係団体等が、それぞれの物産の制作実演や試食販売、独自文化等のPR展示、観光や移住に関するイベント等を開催 |
| エ 情報コーナー | 両県の観光等に関する説明・案内や情報提供、相談対応等 |
| オ 移住・しごと相談コーナー | 両県への移住・就職に関する説明・案内や情報提供、相談対応等 |
| カ コワーキングスペース | 両県企業の首都圏における情報収集や販路拡大などの活動拠点を提供 |

(4) 運営

物販店舗：株式会社フジランド

飲食店舗：株式会社稲田屋本店

催事スペース等：鳥取県・岡山県共同アンテナショップ運営協議会



物販店舗 (1F)



飲食店舗 (2F)



催事スペース (8周年記念イベント)

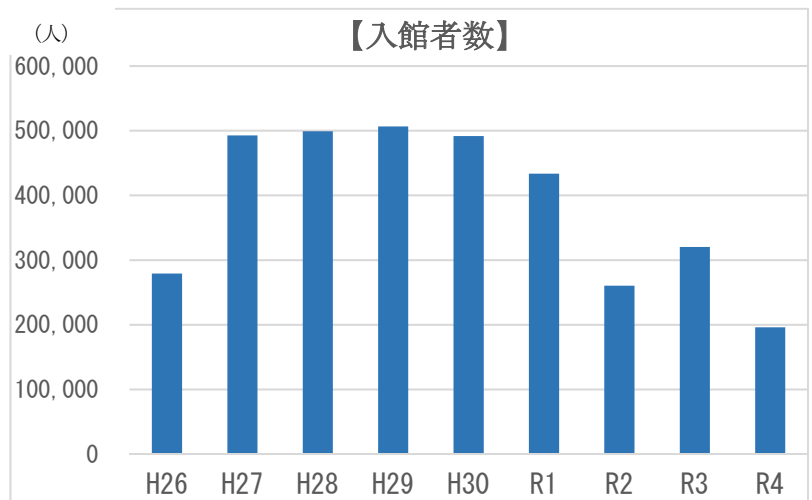
2 実績（開設～H4.9）

（1）機能別の運営状況

ア 入館者

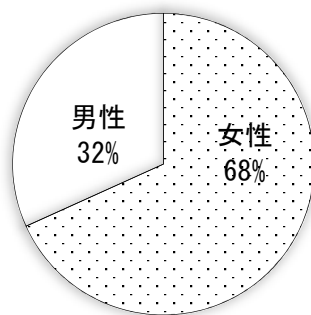
入館者数 累計 3,479,039人

| 年度 | 入館者数 |
|-----|---------|
| H26 | 279,157 |
| H27 | 492,611 |
| H28 | 498,983 |
| H29 | 506,369 |
| H30 | 491,707 |
| R1 | 433,624 |
| R2 | 260,270 |
| R3 | 320,173 |
| R4 | 196,145 |

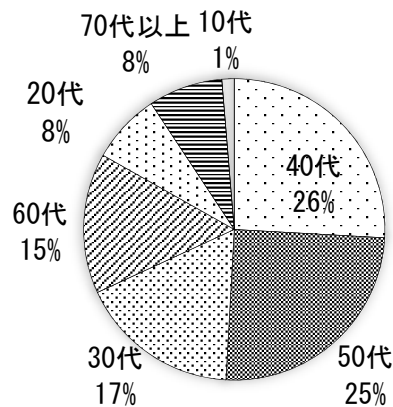


（属性等 ※令和4年10月調査）

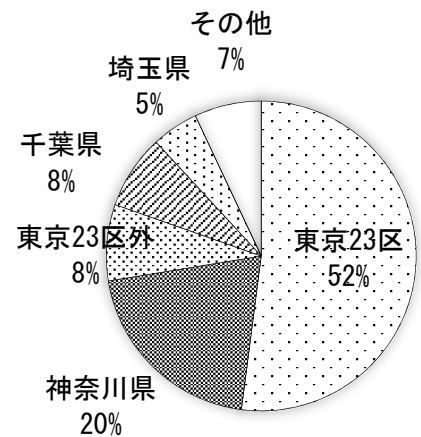
性別



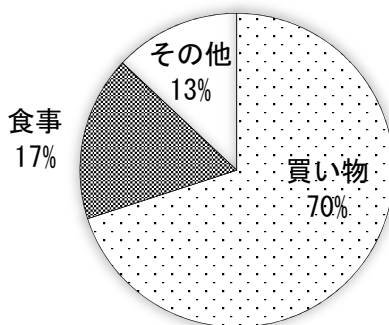
年齢



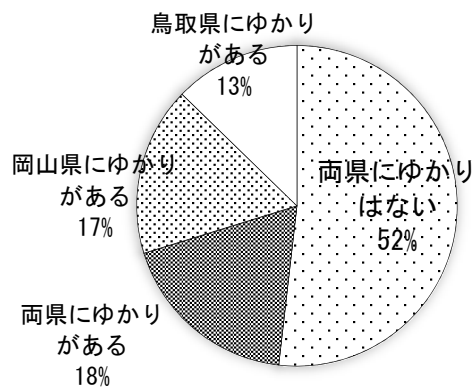
地域



来館目的



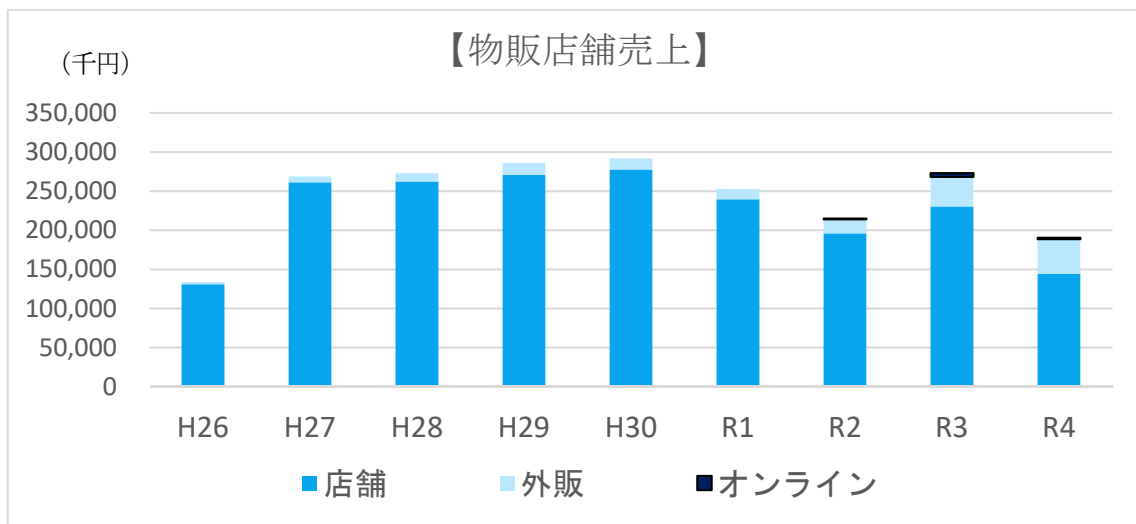
本県との関係



イ 物販店舗（1F）

売上金額 累計2,184,492千円（店舗2,012,722千円、外販163,973千円、オンライン7,797千円）

| 年度 | 店舗 | 外販 | オンライン | 物販売上計 |
|-----|---------|--------|-------|---------|
| H26 | 130,852 | 2,837 | - | 133,689 |
| H27 | 261,245 | 7,620 | - | 268,865 |
| H28 | 262,166 | 10,744 | - | 272,910 |
| H29 | 270,638 | 15,401 | - | 286,039 |
| H30 | 277,638 | 14,138 | - | 291,776 |
| R1 | 239,591 | 13,027 | - | 252,618 |
| R2 | 195,971 | 18,023 | 1,058 | 215,052 |
| R3 | 230,377 | 37,908 | 4,791 | 273,076 |
| R4 | 144,244 | 44,275 | 1,948 | 190,467 |



新鮮な果物や加工品など、常時約 2,200 品目を用意し、年間を通じて鳥取県・岡山県の旬の特産品を切れ目なく提供している。

面積：265.31 m² 営業時間：10:00～21:00

短期間のテストマーケティングが可能な「チャレンジ商品特設コーナー」を設置

・取引事業者登録数（鳥取県分） 150社

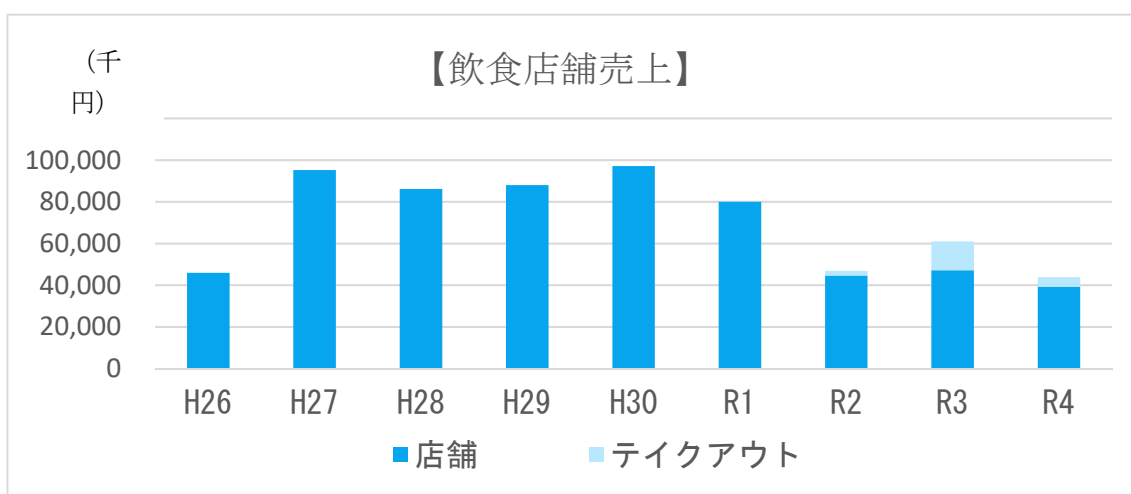
■販売点数ベスト5（R3. 10～R4. 9）

| | 品名 |
|----|--------------|
| 1位 | 白バラコーヒー200ml |
| 2位 | とうふ竹輪（かるや商店） |
| 3位 | 大山白バラソフトクリーム |
| 4位 | ブドーパン |
| 5位 | 白バラコーヒー500ml |

ウ 飲食店舗（2F）

売上金額 累計 644,210千円（店舗 623,467千円、テイクアウト 20,743千円）

| 年度 | 店舗 | テイクアウト | 飲食売上計 |
|-----|--------|--------|--------|
| H26 | 45,964 | - | 45,964 |
| H27 | 95,241 | - | 95,241 |
| H28 | 86,134 | - | 86,134 |
| H29 | 87,957 | - | 87,957 |
| H30 | 97,151 | - | 97,151 |
| R1 | 80,023 | - | 80,023 |
| R2 | 44,615 | 2,256 | 46,871 |
| R3 | 47,149 | 13,841 | 60,990 |
| R4 | 39,233 | 4,646 | 43,879 |



「紅ずわい蟹重」「とうふちくわ」をはじめとする鳥取の郷土料理やB級グルメ、スイカや梨を使った限定スイーツ、岡山県の食材とコラボしたプレートなど、海や山の旬の食材や特色あるメニューを提供している。

面積：98.36㎡ 席数：50席 営業時間：11:00～22:00

■提供メニュー例・鳥取県産食材

| メニュー | 県産食材（主なもの） |
|------------------|----------------------------|
| 紅ずわい蟹重 | 紅ずわい蟹、星空舞 |
| 鳥取和牛のローストビーフ | 鳥取和牛 |
| 鳥取和牛のハヤシライス | 鳥取和牛、星空舞 |
| 大山ハーブチキンの唐揚げ | 大山ハーブチキン、タルタルソース（ラッキョウを使用） |
| 大山ハムとソーセージの盛り合わせ | 大山ハム・ソーセージ |
| 紅ずわい蟹のサラダ | 紅ずわい蟹 |

■フェアでの提供食材例（鳥取県関連：主なもの）

「らっきょうフェア」らっきょう
「スイカフェア」大栄すいか

- 「梨フェア」二十世紀梨、新甘泉
- 「至高すぎる焼肉オンザライス」鳥取和牛、星空舞
- 「蟹取県フェア」松葉がに、紅ずわい蟹
- 「とっとり・おかやまジビエフェア」鹿肉、骨付き鹿スモーク（いずれも鳥取県若桜町産）

■鳥取県と岡山県のコラボ商品（主なもの）

- 「両県牛乳の飲み比べセット」白バラ牛乳、蒜山ジャージー牛乳
- 「Wステーキ重」、「Wローストビーフ重」鳥取和牛、千屋牛
- 「シェフのきまぐれプレート」ローストビーフ、サラダ、ソーセージ、ポテトサラダ
- 「8周年記念祝膳」星空舞、鳥取和牛、紅ずわい蟹、砂丘らっきょう
里海米、おかやま和牛肉、牡蠣佃煮、作州黒枝豆、千両なす など

エ 催事等

プロモーションゾーン（1F）

消費者の反応や生の声を聞きながら行う「直接販売」のほか、観光・特産品のPRや学校の学習体験に利用できるスペースを提供している。

面積：約5㎡ 利用時間：10:00～18:00 利用料：2,000円/日

利用日数（鳥取県関係） 累計 756日

| 年度 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|-----|----|
| 鳥取県 | 90 | 168 | 119 | 122 | 90 | 113 | 13 | 22 | 19 |
| 岡山県 | 51 | 95 | 130 | 94 | 121 | 71 | 21 | 79 | 25 |
| 計 | 141 | 263 | 249 | 216 | 211 | 184 | 34 | 101 | 44 |

<活用例>

- ・両県が連携した県産米やジビエ等のフェア
- ・催事スペースのイベントとセットになった特産品フェアやPR
- ・市町村による魅力発信事業の実施
- ・二十世紀梨や鳥取すいか、椎茸、民芸品等のテスト販売やPR
- ・県内高校の販売実習

催事スペース（2F）

物販やPRイベント、説明会などに使用できる多目的スペースを提供している。

面積：88.40㎡ 利用時間：10:00～20:00

利用料：全日（10:00～20:00）の場合

[県内・非営利] 6,400円 [県内・営利] 12,800円

利用日数（鳥取県関係分） 累計 700日

| 年度 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|
| 鳥取県 | 59 | 123 | 144 | 108 | 114 | 97 | 9 | 18 | 28 |
| 岡山県 | 53 | 118 | 141 | 137 | 123 | 107 | 4 | 22 | 16 |
| 計 | 112 | 241 | 285 | 245 | 237 | 204 | 13 | 40 | 44 |

<活用例>

- ・らっきょうの漬け方講習会
- ・鳥取県とゆかりのある大学生の交流会
- ・県産品を使った料理の体験教室やワークショップ
- ・県・市町村による移住相談や観光PR
- ・鳥取県ゆかりの落語家による寄席
- ・県内サドベリースクールの映画イベント
- ・飲食店舗との一体利用による県出身者の同窓会や交流会
- ・教員採用試験説明会
- ・両県が連携した林業就業セミナー
- ・県内商工団体等による商談会
- ・県PR企画やアンテナショップ開設周年記念行事等の記者発表会 など

オ 観光等

相談件数（鳥取県関係） 累計 5,234件（観光 4,560件、その他 674件）

| 年度 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|
| 観光 関連 | 256 | 554 | 787 | 739 | 739 | 586 | 267 | 321 | 311 |
| その 他 | 100 | 99 | 144 | 111 | 83 | 33 | 22 | 60 | 22 |
| 計 | 356 | 653 | 931 | 850 | 822 | 619 | 289 | 405 | 333 |

情報コーナー（2F）

相談員が観光地や食、イベントなど、両県の魅力をきめ細かく案内している。ふるさと納税等に関する問い合わせ等にも対応している。

利用時間：10:00～18:00

<主な相談内容>

○観光関連

- ・観光地への交通アクセスや近くの宿泊施設、観光スポットを知りたい。
- ・訪問時期の現地の気候や混雑状況、割引キャンペーン等について知りたい。
- ・テレビや映画、雑誌等で見た場所やロケ地、グルメについて教えてほしい。
- ・岡山県などを含めた広域の観光周遊コースを知りたい。

○その他

- ・ふるさと納税のやり方や手続を知りたい。
- ・鳥取県の特産品や郷土料理、産業や文化について詳しく知りたい。
- ・首都圏での鳥取ゆかりの店について知りたい。

カ 移住・しごと

相談件数（鳥取県関係） 累計 833件（移住 485件、しごと 348件） ※開設：R1

| 年度 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|------|-----|-----|-----|-----|
| 移住相談 | 193 | 103 | 129 | 60 |
| 就職相談 | 174 | 64 | 66 | 44 |
| 計 | 367 | 167 | 195 | 104 |

※電話・Webによるオンライン相談の対応件数を含む。

移住・しごと相談コーナー（2F）

移住、就職を支援する各コーディネーターを配置し、首都圏から鳥取・岡山へのIJUターナーをワンストップで支援している。

利用時間：10:00～18:00

<主な相談内容>

・移住関連

鳥取県への移住を検討しており、各市町村の支援制度や交通の便等を知りたい。
住まいはどのように探したら良いか。どんな仕事があるか。
移住して起業を考えているが、どんな支援が受けられるのか。

・しごと関連

鳥取の仕事はどうやって探せばよいか。
就職先企業としてどのような企業があるのか。
どのくらいの収入があれば鳥取で生活が可能であるか。

キ コワーキングスペース（2F）

県内企業の首都圏における情報収集や販路開拓などの活動拠点としてのスペースを提供している。

- ・コワーキングスペース（24席）及びミーティングルーム（6人用）
- ・ロッカー、フリーwifi、コピー、プリンター

利用日数（鳥取県関係） 累計：79日

登録企業数（鳥取県関係） ※開設：R1

| 各年度末時点 | | R1 | R2 | R3 | R4 (9月末) |
|--------|------|----|----|----|-------------|
| 鳥取県 | 長期登録 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| | 短期登録 | 1 | 1 | 4 | 6 |

(2) 首都圏での情報発信

マスコミ露出（把握できたもの） 累計 1,141件

（テレビ 68 件、ラジオ 30 件、新聞・雑誌等 438 件、WEB 435 件）

| 年度 | H26 | H27 | H28 | H29 | H30 | R1 | R2 | R3 | R4 |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|----|----|----|
| マスコミ露出件数 | 51 | 238 | 170 | 133 | 155 | 173 | 87 | 57 | 77 |

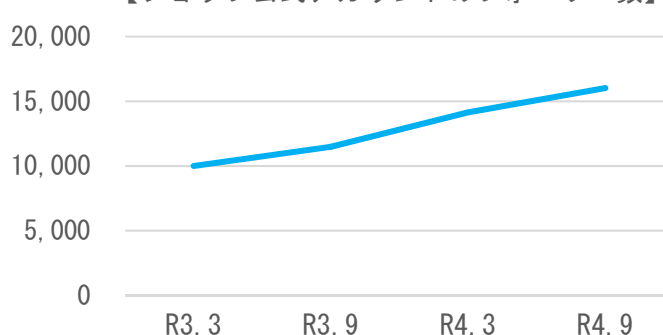
ホームページ閲覧数等

| | |
|---------------|-------------|
| HP閲覧数(ページビュー) | 5,155,452 件 |
| DM送付登録数 | 7,016 件 |
| メルマガ登録件数 | 2,416 件 |

ショップ公式アカウントのフォロワー数

| | |
|-----------|----------|
| Facebook | 約 6,800 |
| LINE | 約 2,300 |
| Instagram | 約 4,600 |
| Twitter | 約 2,300 |
| 計 | 約 16,000 |

【ショップ公式アカウントのフォロワー数】



〈主な番組等〉

・テレビ

フジテレビ「Live News イット!」、日本テレビ「ZIP!」TBS「王様のブランチ」
テレビ朝日「グッド!モーニング」、NHK「首都圏ネットワーク」等

・新聞、雑誌

読売新聞、朝日新聞、毎日新聞、産経新聞、日本経済新聞、東京新聞、メトロガイド、
クロワッサン、ESSE、旅行読売、じゃらん、るるぶ等

3 評価

(1) 費用対効果 (H26.9~R4.9の推計値)

ア 経済効果額 (累計) 84 億円

| | | |
|--------|-------|-----------------------------------|
| 直接経済効果 | 28 億円 | ショップ売上、飲食売上、外売上、オンラインショップ売上 |
| 間接経済効果 | 34 億円 | メディア露出による広告換算、窓口相談等による観光への誘客など |
| 経済波及効果 | 22 億円 | 店舗売上による新たな取引の誘発や観光訪問による新たな需要の創出など |

イ 費用 (累計) 25 億円

(2) ショップ利用者、出品事業者の評価（アンケート結果）

ア ショップ利用者（R4.10 実施 2日間：回答 456人：複数回答あり）

○ショップに満足している

物販店舗 95.5%（品揃え、価格、店員の対応、店内の雰囲気）

飲食店舗 92.0%（メニュー、味、価格、店員の対応、店内の雰囲気）

○2回以上来店している（リピーター率） 72.6%

○来店の経緯

①新橋館を目指して来た 44.7% ②通りすがり 38.0%

③アンテナショップめぐりのひとつで 13.5% ④その他 3.8%

○ショップ情報をどのように入手しているか

①店頭・店内看板 28.2% ②ホームページ 26.4% ③SNS 13.8% ④口コミ 9.5%

⑤ダイレクトメール 9.3% ⑥メールマガジン 3.8% ⑦チラシ 2.1% ⑧その他 5.4%

(主な意見)

■店舗全体

- ・立地がよいので買い物に便利
- ・通勤途中の駅にあるので、時間があれば立ち寄っている
- ・美味しいものがネットで買わなくても欲しい時に買える
- ・たくさん商品がある。両県が一緒にやっているのはいいこと
- ・他県のアンテナショップも集まればもっとお客様が来ると思う
- ・コロナ禍以後、山陰山陽に行けていないので、こういうお店があるのはうれしい
- ・充実した商品とともに様々な観光情報も楽しみにしている
- ・ダイレクトメールが来ると、出かけたついでに寄っている
- ・いつも情報取得などでお世話になっている
- ・広くて明るく、入りやすい雰囲気
- ・誰もが気軽に立ち寄れる店づくりを今後も期待している
- ・2階に移住・しごと相談コーナーがあることがよく分からなかった

■物販店舗（1F）

- ・品揃えが豊富
- ・いつも期間限定の商品がたくさんあり、来るたびにワクワクする
- ・懐かしい商品が購入できてうれしい
- ・野菜をいつも買いに来る。新鮮で美味しい
- ・お土産の売れ筋ランキングのようなものがあると選びやすい
- ・品揃えは多いが、もう少し常温のおつまみがほしい
- ・ご当地食品が買えることを期待している
- ・旅行先では生ものの購入がためられるが、都内なので助かる
- ・新商品のお菓子をもっと入れてくれるとうれしい

■飲食店舗（2F）

- ・カジュアルな雰囲気で利用しやすい
- ・クラフトビールの生ビールがあるとうれしい

イ 出品事業者 (R4.5 実施 : 調査対象 366 社のうち回答 197 社)

| | |
|-----------------------------------|-------|
| 取引先や知り合いに、「とっとり・おかやま新橋館」を紹介した | 29.9% |
| 取引先などと「とっとり・おかやま新橋館」が話題にあがるようになった | 23.4% |
| 商品、企業の認知度が上がった | 22.8% |
| 顧客や消費者との交流（コミュニケーション含む）につながった | 17.3% |
| 展示会や商談会、見本市（催し）などに参加した | 15.2% |
| 商品や企業のイメージアップにつながった | 15.2% |
| 市町村や関連団体などとの情報共有が活発になった | 11.7% |
| 従業員のやる気が上がった | 10.2% |
| 東京及び関東地方での営業を開始または拡大した | 9.6% |
| 他社や異業種との連携につながった | 8.6% |
| 新商品の開発、発売につながった | 8.6% |

(主な意見)

- ・店舗で購入してくれた人が自社のECサイトでも注文してくれるようになった
- ・メディアに取り上げられた
- ・一般のお客様や企業からの問合せがあった時に新橋館を紹介させていただき、販売や商談で役立っている
- ・バイヤーから「新橋館で見た」という引き合いがあり、取引が始まった
- ・関東方面の消費者からの問い合わせに、新橋館にあるとお伝えしている
- ・お客様からの声や商品への要望などの情報がさらにほしい
- ・両県の催事を店舗外で開催していただければ参加したい
- ・当社にとっては、東京の拠点のような位置づけでもある
- ・東京から来られたお客様が商品を知ってくださっていた
- ・首都圏への販路開拓に役立つ店であってほしい
- ・全国を視野に入れた商品の魅力を伝えるパッケージングを考え、売上向上につなげた
- ・オンラインショップにも出品させていただきたい
- ・情報発信や広告効果を感じることができた。今後も継続していただきたい
- ・関東での販路拡大について、実際に販売形態を見ていただける場として助かっている
- ・売上拡大と関東エリアでの販売が実現した
- ・東京から問い合わせをいただくこともあり、商品の認知が広がっていることを実感している

関西圏における情報発信等について

令和4年12月2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。なお、各取組は県、開催地、事業者等の新型コロナウイルス感染予防対策に沿って実施しています。

1 本県観光の主なPR状況

(1) 中四国9県観光物産展の開催【実施済】

- ①実施日：令和4年9月23日（金・祝）～25日（日）
- ②場 所：あべのキューズモール（大阪市阿倍野区）
- ③主 催：在阪中四国県事務所協議会
- ④概 要：中四国9県の大阪事務所が合同で観光物産展を行った。【二十世紀梨、秋甘泉など24品目を販売。売上約120千円。約300人にパンフレット配布】



(2) アウトドアデイジャパン大阪での観光PRの実施【実施済】

- ①実施日：令和4年9月24日（土）～25日（日）
- ②場 所：花博記念公園鶴見緑地（大阪市鶴見区）
- ③主 催：アウトドアデイジャパン実行委員会
- ④概 要：（公社）鳥取県観光連盟と連携し、とりキャンや鳥取県の豊かな自然の魅力などを発信した。【来場者数：約52,000人】

(3) 王寺町鉄道フェスティバル2022での観光PRの実施【実施済】

- ①実施日：令和4年10月15日（土）～16日（日）
- ②場 所：JR王寺駅、近鉄王寺駅ほか（奈良県王寺町）
- ③主 催：王寺町観光協会
- ④概 要：蟹取県ウェルカニキャンペーンや秋の観光情報の発信、新高梨や二十世紀梨加工品などの県産品の販売を行った。【18品目を販売。売上約120千円。約250人にパンフレット配布】



(4) 通天閣「ビリケンさん」に星空舞を奉納【実施済】

- ①実施日：令和4年10月22日（土）
- ②場 所：通天閣5階展望台（大阪市浪速区）
- ③主 催：関西本部
- ④概 要：今年3月に幸運の神様「ビリケンさん」に星空舞の種粃3kgを持参し豊作を祈願した。その後、倉吉市関金町内の専用圃場で栽培を行い、収穫した新米を奉納した。なお、収穫した新米は関西でのイベントや県ゆかりのレストランで提供した。



(5) MBSラジオ秋まつり2022への出展【実施済】

- ①実施日：令和4年11月3日（木・祝）
- ②場 所：長居公園自由広場（大阪市東住吉区）
- ③主 催：MBSラジオ
- ④概 要：星空舞や王秋梨、白ねぎ、ブロッコリーなどの旬の農産物、農産加工品などを販売するとともに、蟹取県ウェルカニキャンペーンや秋冬の観光情報を発信した。【約50品目を販売。売上約580千円。約400人にパンフレット配布】



(6) 道頓堀リバーフェスティバル2022での観光PRの実施【実施済】

- ①実施日：令和4年11月12日（土）～13日（日）
- ②場 所：難波駅前広場（大阪市中央区）、湊町リバープレイス（大阪市浪速区）
- ③主 催：（一社）大阪活性化事業実行委員会
- ④概 要：大阪ミナミで地元の商店街・企業等が参加して開催された秋の大型イベントに鳥取県内の民間事業者とともに参加し、本格シーズンを迎えた松葉がになどの鳥取の食や自然豊かな観光地・温泉地などをPRするとともに、王秋梨や地ビール、カニ汁など県産品の販売を行った。このイベントは毎年開催されているが今回は新たに大阪・ミナミの一等地である難波駅前広場が会場に加わり、地元住民はもとより国内外の観光客に対しても鳥取県の魅力を紹介することができた。
【5団体が県産品を販売。売上約950千円。約1,000人にパンフレット配布】



(7) JR三ノ宮駅での観光PRの実施【実施予定】

- ①実施日：令和4年12月9日（金）
- ②場 所：JR三ノ宮駅 中央改札口付近（神戸市中央区）
- ③主 催：在阪中四国県事務所協議会
- ④概 要：大阪に事務所を持つ中四国9県が合同で観光PR（観光パンフレット配布）を行う。

2 県産品の主なPRの状況

(1) 鳥取の秋の魚を食べて応募しようキャンペーン【実施済】

- ①実施日：令和4年10月5日（水）～18日（火）
- ②場 所：阪神梅田本店（大阪市北区）
- ③主 催：（株）阪神髭定、関西本部
- ④概 要：関西で水産物の販売力の大きい（株）阪神髭定でベニズワイガニ、サワラ、ノドグロなどの県魚のPR販売を実施した。
【ベニズワイガニ売上約6,000千円、その他の鮮魚売上約1,000千円】



(2) 百貨店における「星空舞のおにぎり」のPR販売【実施済】

- ①実施日：令和4年10月12日（水）～11月1日（火）
- ②場 所：高島屋大阪店、高島屋京都店、あべのハルカス近鉄本店、ジェイアール京都伊勢丹など8店舗のおにぎり販売店
- ③主 催：古市庵プラス、関西本部
- ④概 要：冷めても美味しい特徴を生かし星空舞の新米をおにぎりにして販売。リピーターも多く来店し好評であった。
【売上個数約6万個】



(3) 「食のみやこ鳥取県・JA 鳥取中央ベジタブルフェアの開催【実施済】

- ①実施日：令和4年10月23日（日）
- ②場 所：天神橋筋商店街いこいの広場（大阪市北区）
- ③主 催：JA 鳥取中央、関西本部
- ④概 要：すいかの裏作で栽培する秋冬野菜の認知度向上を目指し、白ねぎやブロッコリー、小松菜などのPR販売を実施した。次々に来場者が買い求め、昼過ぎには売切れるほど好評であった。【白ねぎ、ブロッコリー、梨、星空舞など13品目を販売。売上約320千円】



(4) ブランド和牛の源流！鳥取和牛フェア【実施中】

- ①実施日：令和4年11月～12月 ※店舗ごとに実施日が異なる
- ②場 所：プレスキル（大阪市）、モトイ（京都市）など関西圏レストラン10店舗
- ③主 催：販路拡大・輸出促進課
- ④概 要：日頃から鳥取和牛をはじめとした県産食材を取扱いたいという店舗において鳥取和牛特別メニューを提供した。



(5) スワイガニ初水揚げPR販売【実施済】

- ①実施日：令和4年11月7日（月）
- ②場 所：阪神梅田本店（大阪市北区）
- ③主 催：(株)阪神髭定、関西本部
- ④概 要：関西で水産物の販売力の大きい(株)阪神髭定で初水揚げされたスワイガニのPR販売を実施した。販売開始がお客が殺到し、松葉がに、親がに合わせて200杯が1時間で完売するほどの大人気だった。【売上約400千円】



(6) 旬の農林水産物のPR及び食育【実施済】

- ①実施日：令和4年11月12日（土）
- ②場 所：相愛大学（大阪市住之江区）
- ③主 催：うおいち、全農とっとり、関西本部
- ④概 要：発達栄養学科1年生55人を対象に、サワラ、ベニズワイガニ、白ねぎ、ブロッコリーなど、旬の農林水産物の紹介及び料理教室を行った。



(7) 高島屋堺店における「鳥取フェア」の開催【実施済】

- ①実施日：令和4年11月16日（水）～22日（火）
- ②場 所：高島屋堺店（堺市堺区）
- ③主 催：関西本部
- ④概 要：昨年に引き続き2回目の開催。鳥取和牛、松葉がに、白ねぎ、ブロッコリー、王秋梨など旬の農産物、日本酒、とうふちくわ、砂丘らっきょう甘酢漬の加工品、貝がらもなか、ふろきまんじゅうなど銘菓を販売した。



(8) 箕面郵便局における「わったいな！とっとり市」の開催【実施済】

- ①実施日：令和4年11月22日（火）
- ②場 所：箕面郵便局（箕面市箕面）
- ③主 催：日本郵便(株)中国支社、関西本部
- ④概 要：包括連携に関する協定を締結している日本郵便(株)と連携して観光物産イベントを行い、鳥取県の魅力発信に繋がった。鳥取市、若桜町、智頭町、八頭町も参加し、松葉がに、花御所柿、西条柿、王秋梨などの特産品を販売した。

(9) 大丸芦屋店における「とっておきの鳥取県フェア」の開催(初)【実施済】

- ①実施日：令和4年11月23日(水・祝)～29日(火)
- ②場 所：大丸芦屋店(兵庫県芦屋市)
- ③主 催：関西本部
- ④概 要：ニホンミツバチのはちみつ、梨酢からあげ、王秋梨、鯖鮓、砂プリン、梨バームクーヘンなど銘菓を販売した。

(10) 「鳥取チャレンジコーナー」における県産品のモニター販売(年3回実施)【実施予定】

- ①実施日：令和4年12月3日(土)～令和5年3月31日(金)
- ②場 所：いしはら商店(神戸市)
- ③主 催：関西本部
- ④概 要：県産品を数多く扱っている「いしはら商店」の鳥取県チャレンジコーナーで県産品の新商品を4ヶ月間モニター販売し、結果を事業者にフィードバックする。
- ⑤販売品：事業者5社6商品(無限きのこ佃煮、生醤油、蜂蜜、まいたけ炊き込みご飯の素、大山蕎麦のむき身、魔法のベジラテ)

(11) 食のみやこ鳥取県のPR【実施済】

| イベント名 | 場 所 | 実施日 | 概 要・商 品 |
|----------------|-------------------|-----------------|---------------------------------|
| 酒と食文化でむすぶ鳥取と京都 | 京都産業大学むすびわざ館(京都市) | 9/18(日) | 物産協会による地酒、梨、加工品の販売【売上118千円】 |
| 鳥取地酒フェア | 京都市内飲食店6店舗 | 9/18(日)～10/2(日) | 地酒のPRおよび提供 |
| 鳥取マルシェ | 松坂屋高槻店(高槻市) | 9/30(金)～10/1(土) | 物産協会による梨、加工品の販売【売上68千円】 |
| | | 10/28(金)～29(土) | 物産協会による梨、加工品の販売【売上136千円】 |
| 藤花祭 | 京都女子大学(京都市) | 11/4(金)～5(土) | 物産協会による大風呂敷、板わかめ等加工品の販売【売上45千円】 |
| 米子南高校販売実習 | いしはら商店(神戸市) | 11/5(土) | 高校生が考えた加工品の販売 |
| 星空舞の食育 | 交野支援学校(交野市) | 11/7(月) | 星空舞の食育授業 |
| 白ねぎの食育 | 中央視覚支援学校(大阪市) | 11/17(木) | 白ねぎの食育事業 |
| 新幹線輸送活け松葉ガニ販売 | 新大阪駅構内(大阪市) | 11/19(土)～20(日) | JR西日本による松葉がに等のPR販売 |
| 星空舞PR | 宝塚駅前(宝塚市) | 11/25(金) | チラシ配布によるPR |
| 星空舞PR | 万博記念公園(吹田市) | 11/26(土) | パネル、チラシ配布によるPR |

(12) 食のみやこ鳥取県のPR予定

| イベント名 | 場 所 | 実施予定日 | 概 要・商 品 |
|-------------|------------------|---------------|----------------------|
| 鳥取マルシェ | 松坂屋高槻店(高槻市) | 12/9(金)～10(土) | 梨、らっきょう甘酢漬け、あごだし等の販売 |
| 冬の美味しい鳥取フェア | ミートモリタ屋7店舗(高槻市他) | 12/9(金)～12(月) | 松葉がに、白ねぎ、星空舞、加工品等の販売 |

3 メディア媒体を活用した情報発信の状況

| 媒 体 名 | 掲載・実施日 | PR内容 |
|-------------------|---------|-------------------|
| 旬刊旅行新聞 | 9/21(水) | 蟹取県ウェルカニキャンペーン |
| 日本海新聞「まいど!関西本部です」 | 9/29(木) | 関西圏での販路開拓の取組 |
| 毎日放送「よんチャンTV」 | 9/29(木) | ベニズワイガニ視聴者プレゼント企画 |

| | | |
|--------------------------|---------------------------|--------------------------------|
| 松葉がにPRメディアキャラバン | 10/20 (木) 及び 10/21 (金) | 松葉がに、蟹取県ウェルカニキャンペーン 新聞4社を訪問 |
| 毎日放送「よんちゃんTV」 | 10/27 (木) | 鳥取和牛視聴者プレゼント企画 |
| 日本海新聞「まいど！関西本部です」 | 10/27 (木) | 関西圏での情報発信の取組 |
| 産経新聞 (大阪市内版) | 10/29 (土) | 蟹取県ウェルカニキャンペーン |
| 神戸新聞 (全県版) | 10/29 (土) | 星取県 |
| Meets Regional 12月号 | 11/1 (火) | 鳥取の酒と器 |
| 産経新聞 (北摂版) | 11/5 (土) | 蟹取県ウェルカニキャンペーン |
| Meets Regional 別冊 | 11/8 (火) | 鳥取の酒と器 |
| 京都新聞 | 11/9 (水) | 鳥取和牛読者プレゼント企画 |
| ラジオ関西「笑福亭鉄瓶のまんてんラ ジオ」 | 11/14 (月) | キャンプ飯、アウトドア |
| 日本海新聞「まいど！関西本部です」 | 11/24 (木) | 関西圏での情報発信の取組 |
| 週刊大阪日日新聞「ふるさと特集」 | 11/26 (土) | 蟹取県ウェルカニキャンペーン |
| CLasism (クラシズム 2022年冬号) | 11/30 (水) | 四季の県魚、蟹取県ウェルカニキャンペーン |
| 郵便局「麒麟のまちガイドブック」 | 12/1 (木) | 星取県 |
| 週刊大阪日日新聞「おやこ新聞」 | 12月上旬(予定) | 蟹取県ウェルカニキャンペーン |
| あまから手帖 (1月号) | 12月下旬(予定) | とうふちくわ特集 |