

未来戦略課

ツイート 0

未来戦略課

[未来づくり推進局トップへ](#)[窓口・連絡先](#)[公表資料等](#)

主な業務

[鳥取県の将来ビジョンの策定](#)[9県知事会議](#)[自立と分散で日本を変えるふるさと知事ネットワーク](#)[県政顧問](#)[企業との連携](#)[未来づくり推進本部について](#)[政策戦略会議](#)[情報発信](#)[とっとりふるさと大使](#)[とっとり雑学本舗](#)[伸びのびトーク](#)

「鳥取県に関するイメージ調査」の結果

鳥取県のイメージ及び地域資源の認知度、観光・余暇等について、県外消費者の求める意識・ニーズを把握し今後の県外情報発信や魅力向上の方向性や具体的な方策を探るため、平成24年1月に、14都府県に居住する各年代別男女5400人を対象に「鳥取県に関するイメージ調査」を実施しました。

(一括ダウンロード)

- [鳥取県に関するイメージ調査結果](#) (PDF: 1455KB)

(分割ダウンロード)

- [表紙・目次・調査概要](#) (PDF: 303KB)
- [結果の要約](#) (PDF: 140KB)
- [調査結果の詳細](#)
 - [鳥取県への訪問経験・関与状況について](#) (PDF: 273KB)
 - [鳥取県に対するイメージについて](#) (PDF: 545KB)
 - [鳥取県の特産物・観光地・文化・芸能について](#) (PDF: 596KB)
 - [今後の鳥取県への訪問意向について](#) (PDF: 628KB)

1 調査方法

大手リサーチ会社に委託し、インターネットによるアンケート調査を実施

2 調査対象者

- 首都圏 2400 人(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県各600 人)、
- 中京圏 300 人(愛知県)、
- 関西圏 900 人(大阪府・兵庫県・京都府各300 人)、
- 中国・四国 1500 人(広島県・岡山県・愛媛県・香川県・徳島県各300 人)、
- 九州圏 300 人(福岡県)

3 結果概要

○本県に対するイメージ

- 連想されるもの: 約8割が「鳥取砂丘」と回答
- 連想する色: 「イエロー系」と「ブラウン系」の2項目で5割強
- 持っているイメージ: 上位2項目が「田舎」(27%)、「地味」(24%)
- あてはまる県のイメージ: 約5割が「自然環境に恵まれた県」

○特産物、観光地、文化・芸能の認知度等

- 話題認知度:「ゲゲゲのふるさと鳥取県」が6割強と突出しており、地元の取組やテレビドラマ放映等による全国的な知名度の高まりがうかがえ「まんが王国とっとり」をPRする上で追い風となる結果が得られた。一方で「ひとつもない」が3割強もあった。
- 特産物認知度:「二十世紀梨」が約7割と突出。次いで「砂丘らっきょう」(40%)「松葉がに」(35%)が続いた。
- 観光地認知度:「鳥取砂丘」は9割強の認知度、「水木しげるロード」(59%)、「大山」(47%)が続いた。首都圏及び中京圏では他エリアに比べ「鳥取砂丘」を除く他の観光地の認知度が低い状況。
- 文化・芸能認知度:突出したものはなく「ひとつもない」が7割強と認知度の低さが目立った。

○訪問意向等

- 鳥取県へ「行ってみたい」と答えた人は78%、関西圏や中四国エリアの訪問意向が高い。
- 魅力が不足する点として「交通の便」(46%)、魅力向上に必要な分野として「交通網の整備」(31%)がそれぞれ最多の回答、また本県への訪問をためらう回答をした約1200人の理由が「遠い・不便」であったことから、依然として「鳥取県は遠い」というイメージが強い。高速道路・鉄道・航空などのアクセス改善が何よりも求められる結果となった。
- 訪問する場合の主要目的:「自然で癒やされる」(27%)、「温泉でリフレッシュ」(23%)と続き、本県の持つ地域資源の魅力が期待されている。



※PDFをご覧頂くにはアドビリーダーが必要です。
お持ちでないかたは[こちらからダウンロード](#)してください。

[▲ページ上部に戻る](#)

[個人情報保護](#) | [リンク](#) | [著作権](#) | [アクセシビリティ](#)

鳥取県 未来づくり推進局 未来戦略課

住所 〒680-8570 鳥取県鳥取市東町1丁目220
電話 0857-26-7650 ファクシミリ 0857-26-8111
E-mail mirai-senryaku@pref.tottori.jp



