

【別冊】

総務教育常任委員会資料

(平成26年2月19日)

(「鳥取県に関するイメージ調査」の結果について)

未来づくり推進局

「鳥取県に関するイメージ調査」の結果について

平成26年2月19日

企 画 課

1 調査概要

(1) 目的

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、県外居住者が感じている意識や、求めているニーズを把握することにより、今後の県外情報発信や魅力向上の方策を探る。

(2) 調査対象及び調査方法

大手リサーチ会社に委託し14都府県に居住する各年代別男女5,400人を対象に平成25年12月に実施。

〔内訳〕首都圏2,400人（東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県各600人）、中京300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1,500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）

2 結果概要（詳細は別添のとおり）

今回の調査は、平成23年度、平成24年度の調査に続き3回目となるが、傾向として特に大きな変化はみられず概ね同様の結果であった。

「鳥取県の魅力向上に必要な分野」として「情報発信・PR・知名度アップ」のニーズが高まっている。

○本県に対するイメージ

・連想されるもの：約7割が「鳥取砂丘」と回答

・連想する色：「ブラウン系」と「イエロー系」の2項目で約6割

⇒ 「鳥取県＝鳥取砂丘」のイメージが非常に強い（年々増加傾向）

○特産物、観光地の認知度等

・話題認知度：「ゲゲゲのふるさと鳥取県」（61%→58%→54%）で3年連続1位。次いで新規項目「スターバックスが全国で唯一無い県」（31%）がランクインし、話題性の高さを再認識。

・特産物認知度：「二十世紀梨」（67%→65%→64%）で3年連続1位と抜群の安定度。次いで「砂丘らっきょう」（40%→37%→34%）、「松葉がに」（35%→29%→26%）が続いた。いずれのエリアも若年層になるほど認知度が低くなる傾向。

・観光地認知度：「鳥取砂丘」（94%→93%→92%）と3年連続で圧倒的。次いで「水木しげるロード」（59%→59%→56%）、「大山」（47%→40%→38%）が続いた。なお、「砂の美術館」が年々増加傾向（13%→17%→18%）。

○訪問意向等

・鳥取県へ「行ってみたい」（78%→75%→73%）。特に関西圏での訪問意向が高いが微減傾向。

・魅力が不足する点として「交通の便」（46%→48%→29%※）、魅力向上に必要な分野として「交通網の整備」（31%→27%→23%）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1,400人の理由で最多が「遠い・不便」（20%→19%；昨年度から新規項目）。いずれも減少傾向で少しずつではあるがネガティブ・イメージが解消されつつある。※今回「わからない・特にない」を追加したことに伴う回答の分散。

○情報の入手経路等

・情報の入手経路として「テレビ」〔番組+CMの合算〕（35%→35%→36%）が3年連続で突出し、次いで「インターネット」〔SNS+それ以外の合算〕（18%→11%→12%）、「旅行雑誌」（9%→10%→8%）と続いた。一方で「わからない・特にない」が約3割。また、魅力向上に必要な分野として「情報発信・PR・知名度アップ」（15%→18%；昨年度から新規項目）が「交通網の整備」に続いており、今後も継続的かつ効果的な情報発信が求められている。

3 今後の対応

・県庁内の情報発信担当部局との情報共有・連携をより密にし、調査結果を踏まえ各エリアの特性を勘案した効果的な情報発信を継続展開する。

・交通アクセスの向上など県へのプラスイメージ増加につながる項目を、視覚・聴覚双方に訴求し、情報到達率の高いテレビを中心とした情報発信により強力に推進する。

・本調査に限らず、情報発信の際にはその効果の検証・把握に努める。

【概要版】「鳥取県に関するイメージ調査」結果

- 目的 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居住者が感じている意識や、求めているニーズを把握することにより、今後の県外情報発信や魅力向上の方策を探る。（本調査は、一昨年度、昨年度に続き3回目）
- 対象 14都府県 5,400人（内訳は下表のとおり）
- 調査方法 大手インターネットリサーチ会社を活用し、平成25年12月19日から24日にかけて実施

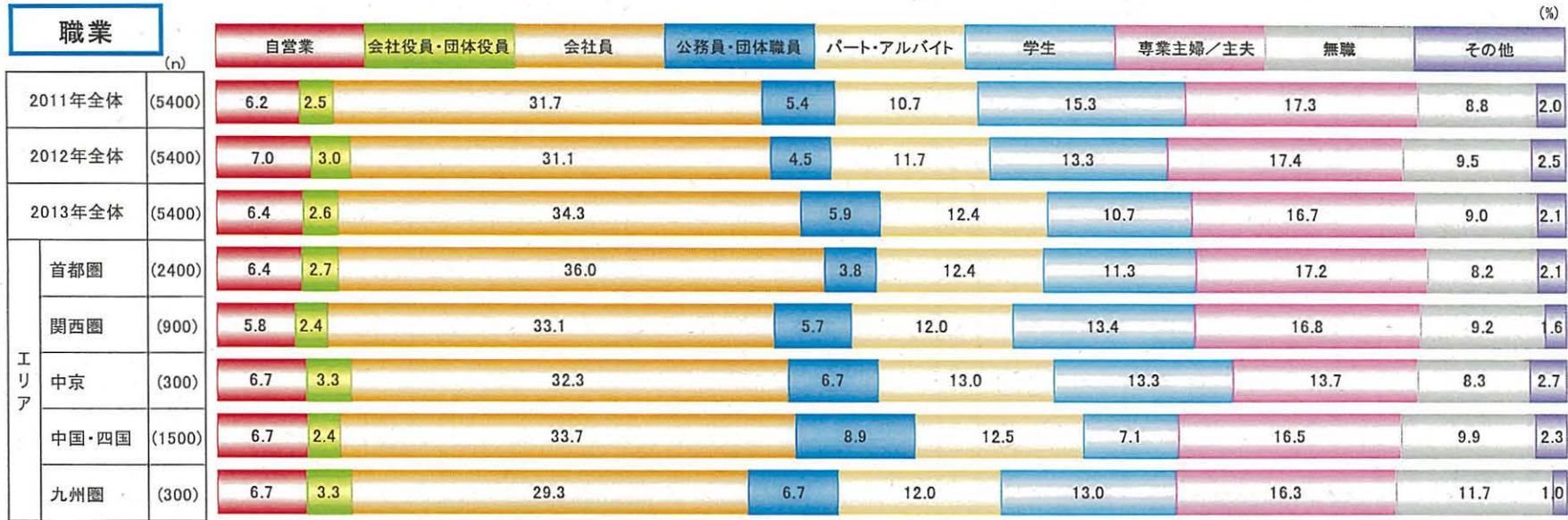
		n	男性	男性	男性	男性	男性	男性	女性	女性	女性	女性	女性
			10代	20代	30代	40代	50代	60代以上	10代	20代	30代	40代	50代
全体		5400	227	645	472	450	450	450	274	630	452	450	450
エリア×年代	首都圏	2400	117	277	206	200	200	200	125	275	200	200	200
	東京都	600	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
	神奈川県	600	32	68	50	50	50	50	27	73	50	50	50
	埼玉県	600	20	80	50	50	50	50	21	79	50	50	50
	千葉県	600	15	79	56	50	50	50	27	73	50	50	50
	中京	300	19	25	25	25	25	25	31	25	25	25	25
	愛知県	300	19	25	25	25	25	25	31	25	25	25	25
	関西圏	900	57	93	75	75	75	75	54	96	75	75	75
	大阪府	300	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25	25
	兵庫県	300	17	33	25	25	25	25	18	32	25	25	25
	京都府	300	15	35	25	25	25	25	11	39	25	25	25
	中国・四国	1500	19	215	141	125	125	125	39	209	127	125	125
	広島県	300	4	46	25	25	25	25	18	32	25	25	25
	岡山県	300	5	45	25	25	25	25	8	42	25	25	25
徳島県	300	2	32	41	25	25	25	3	45	27	25	25	
香川県	300	4	46	25	25	25	25	1	49	25	25	25	
愛媛県	300	4	46	25	25	25	25	9	41	25	25	25	
九州圏	300	15	35	25	25	25	25	25	25	25	25	25	
福岡県	300	15	35	25	25	25	25	25	25	25	25	25	

【凡例】

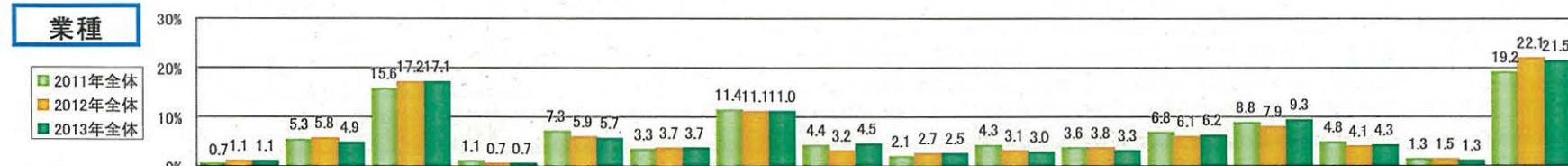
- 全体値より10%以上高いもの
- 全体値より5%以上高いもの
- 全体値より5%以上低いもの
- 全体値より10%以上低いもの

※以降のページに適用

対象者プロフィール①



【対象者: 全員】

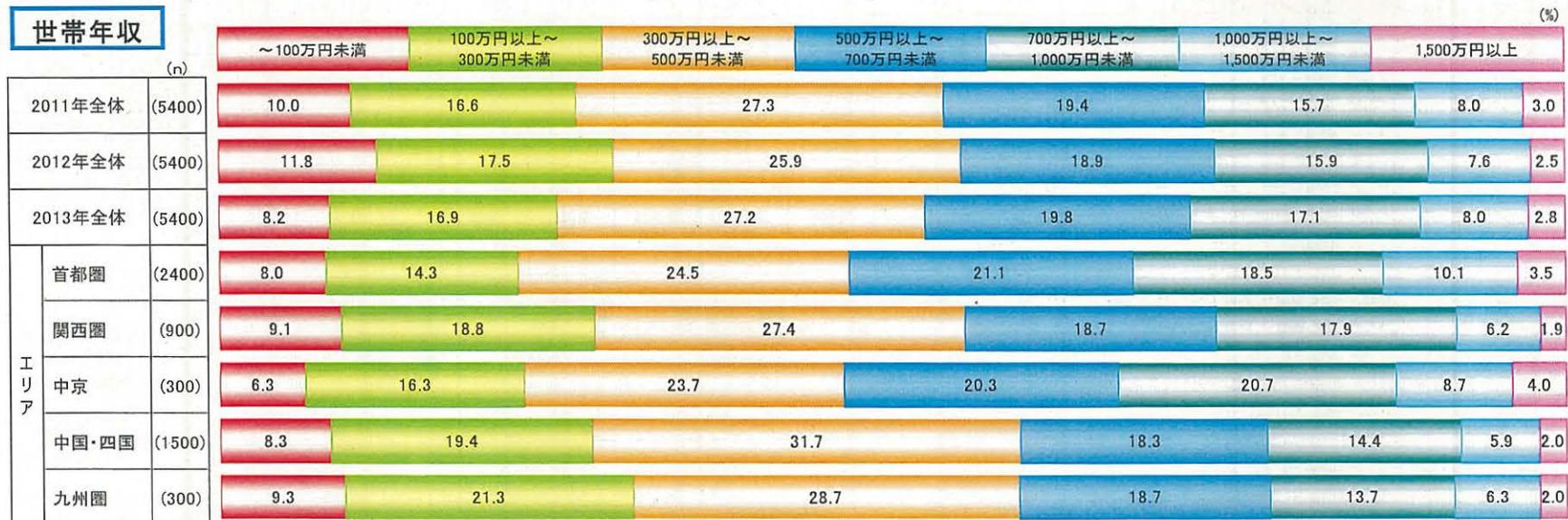


年次	農林水産業	建設業	製造業	エネルギー関連	通信・IT関連	運輸・郵便業	卸売・小売業	金融・保険業	不動産業	研究機関、専門・技術サービス業	宿泊・飲食サービス業	教育・学習支援業	医療・福祉関連	政府・団体等	広告・出版・放送業	その他
2011年全体 (3163)	0.7	5.3	15.6	1.1	7.3	3.3	11.4	4.4	2.1	4.3	3.6	6.8	8.8	4.8	1.3	19.2
2012年全体 (3229)	1.1	5.8	17.2	0.7	5.9	3.7	11.1	3.2	2.7	3.1	3.8	6.1	7.9	4.1	1.5	22.1
2013年全体 (3436)	1.1	4.9	17.1	0.7	5.7	3.7	11.0	4.5	2.5	3.0	3.3	6.2	9.3	4.3	1.3	21.5
エリア																
首都圏 (1522)	0.7	4.6	17.0	0.7	7.7	3.9	10.2	5.7	2.4	3.4	2.7	5.4	8.1	3.4	1.7	22.5
関西圏 (545)	0.2	4.2	16.7	0.6	2.8	3.7	11.2	4.2	2.2	2.9	4.4	7.7	11.4	4.4	0.9	22.6
中京 (194)	1.5	6.2	22.7	0.5	5.2	3.1	8.8	3.1	4.1	3.6	3.6	6.2	5.2	4.1	2.6	19.6
中国・四国 (998)	2.3	4.8	17.6	0.8	4.3	3.6	11.8	3.6	2.3	2.4	3.2	6.5	10.4	5.6	0.8	19.8
九州圏 (177)	1.1	8.5	10.2	0.6	5.6	3.4	14.7	1.1	2.8	2.3	4.5	7.3	11.9	5.6	-	20.3

【対象者: 有職者】

対象者プロフィール②

世帯年収



【対象者: 全員】

結果の要約① ～鳥取県への訪問経験・関与状況／鳥取県のイメージについて～

1. 鳥取県への訪問経験・関与状況について

- 本調査の全対象者(5400名)のうち、『鳥取県』を訪れたことがある人は48%で、2011年レベルに戻る。(2011年:50%、2012年:44%) 居住経験者は1%。訪問経験者は、**中国・四国、関西圏で7割前後と高い**。中京、九州圏が3割台。首都圏は3割弱で最も低い。
- 各エリアとも**年代層が高いほど訪問経験率も上昇**する傾向がみられる。また、首都圏、中京、九州圏のエリアでは、若年層の訪問経験率の低さが目立つ。
- 家族や親戚、友人で、『鳥取県』に住んでいる人が「いる」と回答した人は11%。この3年間で同様の傾向。近隣府県が含まれる中国・四国、関西圏でやや高い。

2. 鳥取県に対するイメージについて

- 『鳥取県』と言われて連想するもの(自由回答)は、「鳥取砂丘」(73%)が2011年・2012年に続き圧倒的で、それ以外の回答は1割に満たない。また、「鳥取砂丘」のスコアはこの3年間で**微増傾向**(71%→71%→73%)で、『鳥取県＝鳥取砂丘』のイメージが定着していることが推察される。エリア別では、特に**中京で高く、中国・四国で低い傾向**となっている。
- 『鳥取県』を連想する色(自由回答)は、「ブラウン系」(30%)と「イエロー系」(27%)が**トップ2**で過半数を超えている。この3年間で同様の傾向となっており、**色からも「鳥取砂丘」のイメージが非常に強い**ことが推察される。以下、「グリーン系」(12%)、「グレー系」(11%)、「ホワイト系」(8%)、「ブルー系」(6%)と続いており、これも3年間でほぼ同様の傾向。
- 『鳥取県』に対して持っているイメージ(1つ選択)は、「田舎」(22%)、「のんびり」(18%)、「地味」(17%)が**トップ3**。
- 全体的な傾向は2012年(前回)からほとんど動きはなく、同様の傾向。(「田舎」「地味」などの**ネガティブイメージとされる要素が改善されたままで推移**)
- 『鳥取県』に最もあてはまる県イメージ(1つ選択)については、今回も「**自然環境に恵まれた県**」(41%)が**突出傾向**。ただし、**スコアはこの3年間で微減傾向**。(46%→44%→41%)
以下、「古い歴史と豊かな文化に恵まれた県」(10%)、「おいしいものが豊富な県」(8%)、「人情味豊かな県」(5%)の順で続く。一方、「わからない・特になし」が3割弱で、年々増えている。(24%→27%→29%)
- 『鳥取県』の天候に対するイメージ(1つ選択)は、「曇天」(20%)が**最も高く**、次いで「晴れ」(16%)、「風が強い」(14%)、「雪」(12%)の順。
- 2011年、2012年と比較してもほぼ同様の傾向。ただし、「わからない・特になし」の割合が**微増傾向**。(18%→18%→21%)
- **中国・四国では「雪」イメージが、他のエリアに比べて強い**のが目立つ。

結果の要約② ～鳥取県の特産物・観光地について～

3. 鳥取県の特産物・観光地について

- 最近の『鳥取県』に関する話題で聞いたことがあるものは、「ゲゲゲのふるさと鳥取県」(54%)が圧倒的に高い。
また、今回新規設定した「スターボックスが全国で唯一無い県」(31%)が2位となっており、九州圏を除く各エリアの若年増で高い傾向がみられる。
 - それ以外の話題についての接触率は乏しく、「全天候型砂像展示施設「砂の美術館」グランドオープン」(11%)、「まんが王国とっとり」(10%)など1割台以下のスコアとなっている。
 - 時系列でみると、突出して高い「ゲゲゲのふるさと鳥取県」が微減傾向。
 - 「ゲゲゲのふるさと鳥取県」の接触率は、エリア別では中国・四国で特に高い。
関西圏では、他エリアに比べ「山陰海岸ジオパークの世界ジオパークネットワーク加盟」(18%)、「鳥取自動車道(姫路鳥取線)の前線開通(無料)」(12.3%)が高い。
-
- 『鳥取県』が産地である【農産物・畜産物・水産物】の認知は、「二十世紀梨」(64%)がトップ。以下「砂丘らっきょう」(35%)、「松葉がに(ズワイガニ)」(26%)。
 - 食用経験は、「二十世紀梨」(49%)、「松葉がに(ズワイガニ)」(15%)、「砂丘らっきょう」(13%)。
 - 食用意向では、「二十世紀梨」(36%)、「松葉がに(ズワイガニ)」(28%)、「鳥取和牛(オレイン55)」(21%)。
 - すべての指標で、「二十世紀梨」「松葉がに(ズワイガニ)」は上位にランキングしている。
 - 時系列比較では、全般に「食用意向」が低下傾向となっている。特に「松葉がに(ズワイガニ)」が2011年に比べて10ポイント減少。(38%→34%→28%)
 - 中国・四国、関西圏では全体的に認知率が高い。
-
- 『鳥取県』の【観光地など】の認知率をみると、「鳥取砂丘」(92%)が圧倒的に高く広く浸透している。次いで、「水木しげるロード」(56%)、「大山」(38%)、「皆生温泉」(28%)、「白兎海岸・白兎神社」「三朝温泉」(各26%)と続く。
 - 訪問経験のある場所は、「鳥取砂丘」(38%)、「大山」(19%)、「水木しげるロード」(15%)。ほぼ半数(46%)がいずれかの場所を訪れている。
 - 訪問意向では、「鳥取砂丘」(42%)、「水木しげるロード」(27%)、「皆生温泉」(17%)がトップ3。
 - すべての指標で、「鳥取砂丘」「水木しげるロード」は上位にランキングしている。
 - どの指標も、2011年、2012年とほぼ同様の傾向。ただし、上位の「鳥取砂丘」「水木しげるロード」は、2012年に比べて5ポイント減少。
 - 中国・四国、関西圏では、全体的に認知率・訪問経験率が高い。
-
- 『鳥取県』に関して【魅力的だと思うもの】(1つ選択)は、「自然環境(地形・景観)」(29%)がトップ。以下、「食べ物」(14%)、「まちの景観」(7%)と続く。
「食べ物」は関西圏の割合が高く、逆に中京、九州圏で低い。九州圏は「自然環境(地形・景観)」も同様に低い。
 - 一方、【魅力が不足していると思うもの】(1つ選択)では、「交通の便」(29%)がトップ。「娯楽」(12%)、「産業」(7%)の順。
 - 今回は新規項目として「わからない・特にない」の選択肢が加わったためか、【魅力的だと思うもの】【魅力が不足していると思うもの】ともに2011年・2012年に比べて上位項目は大きく減少した。この傾向は、首都圏、中京、九州圏で顕著。
 - 【魅力点-魅力不足点】のスコアでみると、「自然環境」が+29ポイントで『鳥取県』の最大の魅力ポイントという評価。「食べ物」(+13ポイント)も好評。
一方、「交通の便」は-29ポイントと、マイナス要素が極めて高くなっている。また、「娯楽」(-11ポイント)、「産業」(-6ポイント)なども魅力点としてやや乏しい。

結果の要約③ ～鳥取県の特産物・観光地について～

3. 鳥取県の特産物・観光地について (つづき)

- 今後、『鳥取県』の魅力高めるために強化していくことが必要な分野(1つ選択)をみると、「交通網の整備」(23%)がトップ。「情報発信・PR・知名度アップ」(18%)、「観光地の整備など観光対策の強化」(11%)と続きトップ3。
- 時系列でも、全体的な傾向は変わらない。ただし、主要となる「交通網の整備」はこの3年間で減少傾向を示している。(31%→27%→23%)
2012年に加わった「情報発信・PR・知名度アップ」の強化は3ポイント上昇しており、改めて『鳥取県』の魅力伝える重要な手段の1つと認識されている。
- 『鳥取県』に関する情報で、最も主要な情報入手経路(1つ選択)は、「テレビ番組」が特に高く、3人に1人が挙げている。
以下、「インターネット(SNS以外のHP、掲示板、ブログ等)」(9%)、「旅行雑誌」(8%)が1割弱。
- 「テレビ番組」が大きな柱という点は、この3年間で変わらない。「家族・親族・友人・知人」の口コミはスコアこそまだ低いものの、徐々に上昇してきている。
- エリア別による差はそれほどみられない。
- 『鳥取県』について得たい情報(1つ選択)は、「グルメ」(18%)、「観光」(17%)が上位。以下、「温泉」(10%)、「特産・名産」(9%)、「景観・景勝」(各8%)。
- 時系列でも殆ど動きはなく、2012年とほぼ同様の傾向。
- エリア別では、中京で「グルメ」がやや低い。各エリアのトップスコアは関西圏、中国・四国で「グルメ」、首都圏、中京、九州圏では「観光」とやや異なるが、いずれにしても主要は「グルメ情報」と「観光情報」で変わらない。

4. 今後の鳥取県への訪問意向について

- 『鳥取県』へ「行ってみたい」と答えた人は73%。この3年間で78%→75%→73%と微減傾向が続くが、依然7割以上の高水準は維持している。
- エリア別では関西圏の訪問意向率(79%)がトップ。
各エリアとも高年代層ほど高い傾向。特に、関西圏30～50代、中京60代以上、中国・四国50・60代以上では訪問意向率が8割以上にのぼる。
- 『鳥取県』に「行きたくない」と回答した人の理由のトップ3は、「遠い・不便」(19%)、「魅力を感じない」(18%)、「行く理由がない」(17%)。
- 各エリアともほぼ同様の傾向だが、九州圏で「わからない・特にない」の割合が高くなっている(27%)。
- 今後、『鳥取県』を訪れるとした場合の主要目的(1つ選択)では、「自然で癒される」(26%)、「温泉でリフレッシュする」(22%)が2割台で上位。
以下、「食を楽しむ」(14%)、「歴史や文化に触れる」(13%)などが続く。
- 時系列でも全体的な傾向は変わらない。その中で「食を楽しむ」が微増傾向にあり、僅かの差ながらも今回3位に入る。
→(『食のみやこ鳥取県』のキャンペーン展開などによる効果とも考えられる。)
- 中京で「自然で癒される」、関西圏、中国・四国など近隣県では「温泉でリフレッシュする」がやや高めの傾向。

結果の要約④ ～今後の鳥取県への訪問意向について～

4. 今後の鳥取県への訪問意向について（つづき）

- 今後、最も行ってみたい都道府県(3つ選択)は、「北海道」(59%)と「沖縄県」(54%)が双璧。
以下、「京都府」(23%)、「東京都」(16%)、「鹿児島県」(11%)と続く。このトップ5の順位は2012年と変わらず、スコアもほぼ横ばいで推移している。
 - 『鳥取県』は4%で同率22位。(2011年、1%:12位)→(2012年、4%:15位)→(今回、4%、22位)と、**ランキングが下降傾向**。
-
- 行ってみたい都道府県をランキングした場合、『鳥取県』の順位は、「31～47位」(39%)、「21～30位」(29%)、「11～20位」(21%)、「1～10位」(12%)。
 - 時系列比較でみると、「31～47位」の下位ランキングの割合が徐々に増えている。(32%→35%→39%)
 - 関西圏では「31～47位」の割合が相対的に低い。その結果、“20位以内計”(40%)と回答した人の割合が最も高いエリアとなっている。
-
- 『鳥取県』への訪問経験者または居住経験者における、『鳥取県』の(「おもてなし」に対する)満足度は31%。(非常に満足:3%/概ね満足:27%)
2012年に比べて「満足計」は6ポイント減少している。その分「普通」評価が増えた。
エリア別では、九州圏の満足度が他エリアに比べて低い。

5. 「全国都市緑化とっとりフェア」について

- 『全国都市緑化とっとりフェア』(9/21～11/20)が開催されたことの認知率は3%。また、実際に「会場を訪れた」と回答した人が10名(0.2%)みられた。
 - 一般的に浸透度は低かった。
- 『全国都市緑化とっとりフェア』開催認知者および会場訪問者(175名)による、当該フェアの認知経路では、「テレビ番組」(42%)が4割強で中心となっている。
以下、「新聞・雑誌」(15%)、「インターネット(SNS以外のHP、掲示板、ブログ等)」(13%)、「家族・親族・友人・知人」(10%)、「テレビCM」(7%)と続く。
 - エリア別にみると、関西圏で「テレビ番組」、首都圏で「新聞・雑誌」からの認知が他エリアに比べてやや高い傾向。

1-1. 鳥取県への訪問経験

- ◆ 『鳥取県』への訪問経験をみると、「訪れたことがある」人(48%)と「一度も行ったことがない」人(51%)とに、ほぼ二分されている。また、「居住したことがある」人は1%存在する。
- ◆ 時系列比較でみると、訪問経験率が2012年に比べて若干上昇しており、2011年とほぼ同様の傾向に戻る。
 - エリア別でみると、中国・四国《広島県・岡山県・愛媛県・香川県・徳島県》と関西圏《大阪府・兵庫県・京都府》では訪問経験者が7割前後にのぼり、他エリアに比べて高い。一方、首都圏《東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県》、中京《愛知県》、九州圏《福岡県》では訪問経験率が相対的に低い。特に首都圏、中京では3割前後にとどまる。
 - エリア×年代別でみると、どのエリアも総じて年代層が高いほど訪問経験率も高い傾向がみられる。

Q1. あなたは、鳥取県を訪れたことがありますか。(ひとつだけ)

	(n)	訪問経験あり or 居住経験あり計 (%)			
		訪れたことがある	居住したことがある	一度も行ったことがない	
2011年全体	(5400)	49.5	0.9	49.6	50.4
2012年全体	(5400)	44.2	0.9	54.9	45.1
2013年全体	(5400)	48.1	0.7	51.2	48.8
首都圏	(2400)	28.6	0.3	71.1	28.9
10代	(242)	17.8	0.4	81.8	18.2
20代	(552)	21.4	0.4	78.3	21.7
30代	(406)	23.2	0.2	76.6	23.4
40代	(400)	25.8	0.5	73.8	26.3
50代	(400)	33.0	0.3	66.8	33.3
60代以上	(400)	49.3	0	50.8	49.3
関西圏	(900)	68.2	1.3	30.4	69.6
10代	(111)	42.3	2.7	55.0	45.0
20代	(189)	61.4	1.1	37.6	62.4
30代	(150)	60.0	1.3	38.7	61.3
40代	(150)	66.0	0	34.0	66.0
50代	(150)	86.0	2.0	12.0	88.0
60代以上	(150)	88.7	1.3	10.0	90.0
中京	(300)	33.0	0.7	66.3	33.7
10代	(50)	26.0	2.0	72.0	28.0
20代	(50)	22.0	0	78.0	22.0
30代	(50)	24.0	2.0	74.0	26.0
40代	(50)	34.0	0	66.0	34.0
50代	(50)	38.0	0	62.0	38.0
60代以上	(50)	54.0	0	46.0	54.0

	(n)	訪問経験あり or 居住経験あり計 (%)			
		訪れたことがある	居住したことがある	一度も行ったことがない	
2011年全体	(5400)	49.5	0.9	49.6	50.4
2012年全体	(5400)	44.2	0.9	54.9	45.1
2013年全体	(5400)	48.1	0.7	51.2	48.8
中国・四国	(1500)	71.9	1.0	27.1	72.9
10代	(58)	51.7	1.7	46.6	53.4
20代	(424)	62.3	0.7	37.0	63.0
30代	(268)	68.3	1.1	30.6	69.4
40代	(250)	74.0	0.8	25.2	74.8
50代	(250)	82.4	0	17.6	82.4
60代以上	(250)	84.4	2.4	13.2	86.8
九州圏	(300)	39.0	0.7	60.3	39.7
10代	(40)	27.5	2.5	70.0	30.0
20代	(60)	18.3	0	81.7	18.3
30代	(50)	40.0	0	60.0	40.0
40代	(50)	44.0	0	56.0	44.0
50代	(50)	42.0	2.0	56.0	44.0
60代以上	(50)	64.0	0	36.0	64.0

【対象者:全員】

1-2. 鳥取県在住の家族・親戚・友人の有無

- ◆ 家族や親戚、友人で『鳥取県』に住んでいる人が「いる」と回答した人は11%。
- ◆ 時系列でも、この3年間でほぼ同様の傾向。
 - エリア別で見ると、関西圏、中国・四国で家族や親戚が「いる」割合がやや高い。
 - エリア×年代別では、中国・四国は年代が若くなるほど「いる」割合が上昇傾向。一方、関西圏は幅広い年代で高くなっている。

Q2. あなたの家族や親戚、友人で鳥取県に住んでいる人がいますか。(ひとつだけ)

		(n)	いる (%)	いない (%)
2011年全体		(5400)	12.0	88.0
2012年全体		(5400)	9.4	90.6
2013年全体		(5400)	10.9	89.1
エリア×年代	首都圏	(2400)	7.5	92.5
	10代	(242)	6.2	93.8
	20代	(552)	8.9	91.1
	30代	(406)	9.1	90.9
	40代	(400)	7.0	93.0
	50代	(400)	5.5	94.5
	60代以上	(400)	7.0	93.0
	関西圏	(900)	14.8	85.2
	10代	(111)	14.4	85.6
	20代	(189)	18.5	81.5
	30代	(150)	8.0	92.0
	40代	(150)	16.0	84.0
	50代	(150)	13.3	86.7
	60代以上	(150)	17.3	82.7
	中京	(300)	6.3	93.7
	10代	(50)	4.0	96.0
	20代	(50)	10.0	90.0
	30代	(50)	14.0	86.0
	40代	(50)	2.0	98.0
	50代	(50)	4.0	96.0
60代以上	(50)	4.0	96.0	

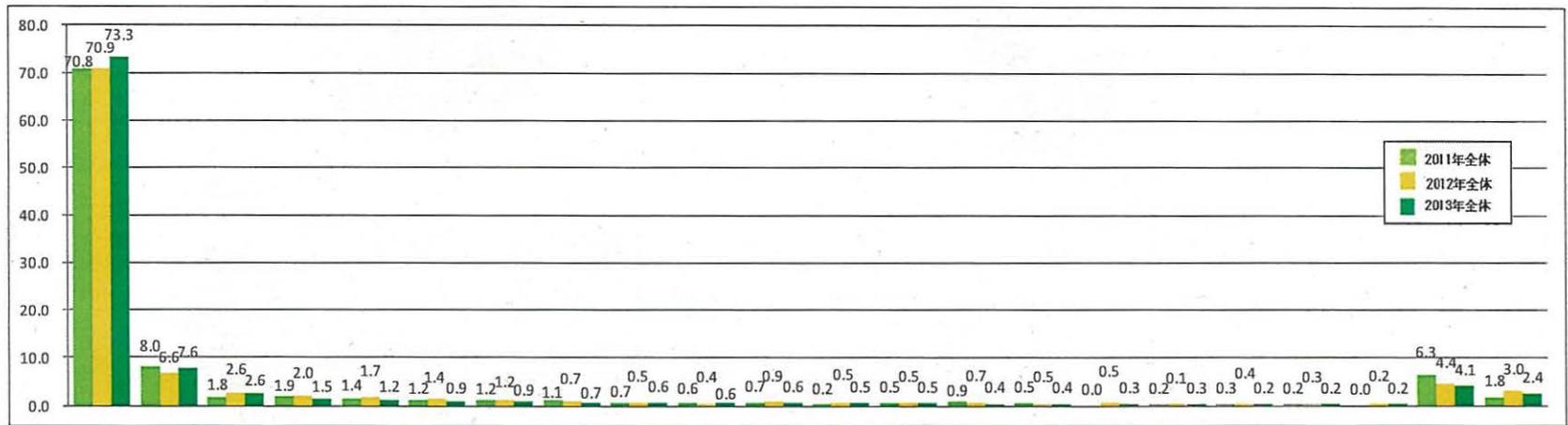
		(n)	いる (%)	いない (%)
2011年全体		(5400)	12.0	88.0
2012年全体		(5400)	9.4	90.6
2013年全体		(5400)	10.9	89.1
エリア×年代	中国・四国	(1500)	15.5	84.5
	10代	(58)	20.7	79.3
	20代	(424)	19.1	80.9
	30代	(268)	15.7	84.3
	40代	(250)	13.6	86.4
	50代	(250)	12.4	87.6
	60代以上	(250)	13.2	86.8
	九州圏	(300)	8.0	92.0
	10代	(40)	15.0	85.0
	20代	(60)	5.0	95.0
	30代	(50)	8.0	92.0
	40代	(50)	12.0	88.0
	50代	(50)	4.0	96.0
	60代以上	(50)	6.0	94.0

【対象者:全員】

2-1. 『鳥取県』と言われて連想されるもの

- ◆ 『鳥取県』と言われて連想するものとして「鳥取砂丘」(73%)が突出して高い。
- ◆ 時系列でも、2011年から同様の傾向となっている。
 - エリア別でも、各エリアとも「鳥取砂丘」が突出して高く、特に中京圏で顕著。なお、中国・四国では他エリアに比べてやや低めとなっている。

Q3. あなたは、「鳥取県」と言われて何を連想されますか。(自由回答)



エリア	(n)	鳥取砂丘	二十世紀梨	砂漠	大山	ゲゲゲの鬼太郎	海(日本海)	かに(松葉がに)	らっきょう	鳥	出雲大社(出雲)	水木しげる(ロード)	過疎化(人口が少ない)	田舎	温泉	境港	食べ物	ガイナール鳥取	鳥根の隣(右)	自然	コナン(青山剛昌)	その他	わからない
		2011年全体 (5,400)	70.8	8.0	1.8	1.9	1.4	1.2	1.2	1.1	0.7	0.6	0.7	0.2	0.5	0.9	0.5	-	0.2	0.3	0.2	-	6.3
2012年全体 (5,400)	70.9	6.6	2.6	2.0	1.7	1.4	1.2	0.7	0.5	0.4	0.9	0.5	0.5	0.7	0.5	0.5	0.1	0.4	0.3	0.2	4.4	3.0	
2013年全体 (5,400)	73.3	7.6	2.6	1.5	1.2	0.9	0.9	0.7	0.6	0.6	0.6	0.5	0.5	0.4	0.4	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	4.1	2.4	
首都圏 (2,400)	76.0	6.6	2.6	0.4	0.7	0.8	0.4	0.7	1.0	0.7	0.3	0.8	0.6	0.2	0.2	0.1	0.4	0.4	0.2	0.2	3.7	3.2	
関西圏 (900)	71.4	11.4	3.5	1.3	1.2	1.0	1.4	0.4	-	0.3	0.5	0.3	0.4	0.6	0.3	0.4	0.4	0.1	0.1	-	3.6	1.0	
中京圏 (300)	82.2	2.9	1.3	0.3	1.0	0.3	-	1.3	0.3	0.6	-	0.3	-	0.3	-	0.3	0.3	-	0.3	0.3	3.6	4.2	
中国・四国 (1,500)	67.6	8.7	2.0	3.7	2.0	1.3	1.7	0.9	0.4	0.4	1.1	0.2	0.5	0.8	0.9	0.6	0.2	0.2	0.1	0.2	4.9	1.5	
九州圏 (300)	76.8	3.8	3.2	1.0	1.0	0.6	0.3	0.6	0.6	1.0	0.6	0.3	0.3	-	0.3	-	-	-	0.3	0.3	4.8	4.1	

【対象者:全員】

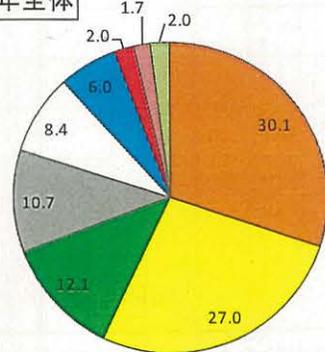
2-2. 鳥取県の色

- ◆ 『鳥取県』を色で表現するものとして、「ブラウン系」(30%)と「イエロー系」(27%)で全体の過半数を占めている。以下、「グリーン系」(12%)、「グレー系」(11%)、「ホワイト系」(8%)と続く。
- ◆ 時系列で見ると、2012年から「ブラウン系」が1位で、2011年以降全体に占める比率が高くなる傾向をみせている。
 - エリア別で見ると、唯一、九州圏で「イエロー系」(33%)が「ブラウン系」(28%)を上回った。

Q4. 鳥取県を色で表現するとすれば何色でしょうか。(自由回答)

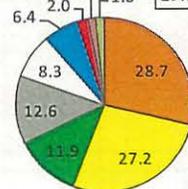
		(n)	ブラウン系	イエロー系	グリーン系	グレー系	ホワイト系	ブルー系	レッド系	その他	特にな わから ない・	(%)
2011年全体		(5,400)	25.7	28.9	11.7	12.3	9.7	8.3	2.4	1.9	1.6	
2012年全体		(5,400)	28.7	27.2	11.9	12.6	8.3	6.4	2.0	1.3	1.6	
2013年全体		(5,400)	30.1	27.0	12.1	10.7	8.4	6.0	2.0	1.7	2.0	
エリア	首都圏	(2,400)	31.0	27.6	10.1	12.3	7.6	4.9	2.2	1.5	2.7	
	関西圏	(900)	31.3	28.2	15.1	6.7	7.9	6.6	2.1	1.6	0.4	
	中京	(300)	31.3	27.7	9.7	10.0	10.3	5.3	2.7	0.7	2.3	
	中国・四国	(1,500)	28.4	23.9	14.6	11.1	9.1	7.6	1.5	2.3	1.6	
	九州圏	(300)	27.5	32.8	9.9	7.9	10.3	6.0	2.6	1.0	2.0	

2013年全体

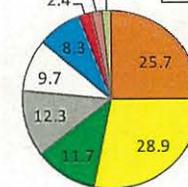


- ブラウン系
- イエロー系
- グリーン系
- グレー系
- ホワイト系
- ブルー系
- レッド系
- その他
- 特にな
わから
ない

2012年全体



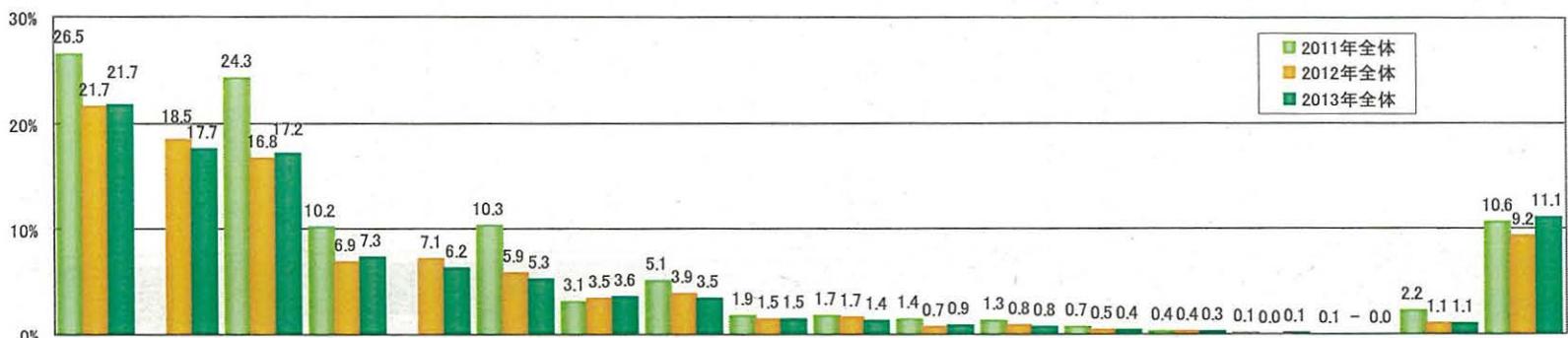
2011年全体



2-3. 鳥取県に対するイメージ

- ◆ 『鳥取県』に対して持っているイメージは、「田舎」(22%)、「のんびり」(18%)、「地味」(17%)が上位3位。以下、「遠い」(7%)、「過疎」(6%)、「美しい」(5%)となっている。
- ◆ 時系列でみると、全体的に2012年からほとんど変化はなく同様の傾向。
 - エリア別にみると、関西圏で「田舎」イメージがやや高い。一方、中京で「わからない・特にない」が若干高い。

Q5. あなたが鳥取県に対して持っているイメージに最も当てはまるものを、1つ選んでください。(ひとつだけ)



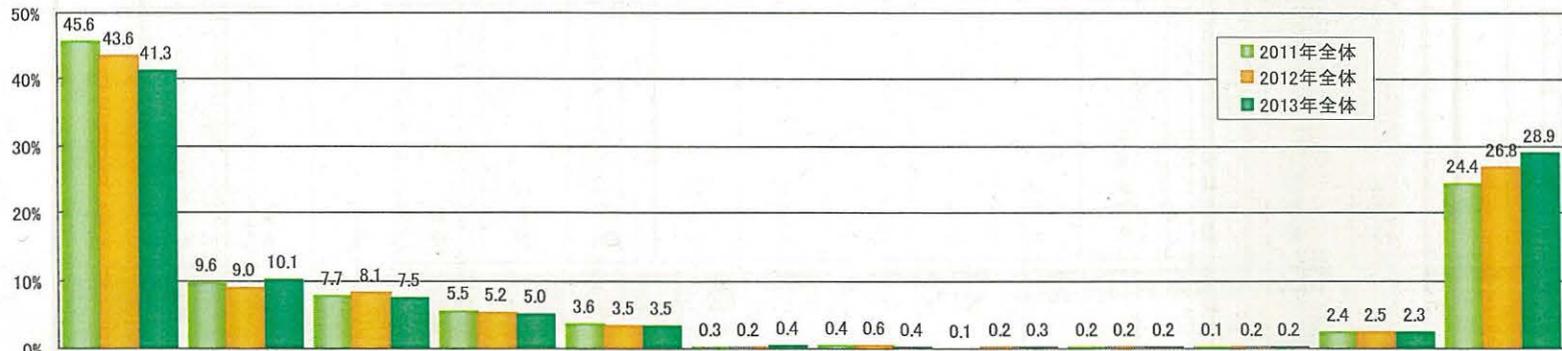
		(n)	田舎	のんびり	地味	遠い	過疎	美しい	暗い	保守的	閉鎖的	明るい	安全	開放的	活気がある	貧しい	国際的	先進的	その他	わからない・特にない
2011年全体		(5400)	26.5		24.3	10.2		10.3	3.1	5.1	1.9	1.7	1.4	1.3	0.7	0.4	0.1	0.1	2.2	10.6
2012年全体		(5400)	21.7	18.5	16.8	6.9	7.1	5.9	3.5	3.9	1.5	1.7	0.7	0.8	0.5	0.4	0.0	-	1.1	9.2
2013年全体		(5400)	21.7	17.7	17.2	7.3	6.2	5.3	3.6	3.5	1.5	1.4	0.9	0.8	0.4	0.3	0.1	0.0	1.1	11.1
エリア	首都圏	(2400)	18.8	16.6	17.5	10.9	6.0	4.6	3.2	3.5	1.6	1.2	1.0	0.7	0.4	0.3	0.2	0.0	0.8	12.6
	関西圏	(900)	26.9	18.9	17.0	2.4	6.1	7.1	3.9	2.9	1.4	1.9	0.3	0.9	0.3	0.2	0.1	-	1.1	8.4
	中京	(300)	20.0	17.0	13.7	9.3	6.0	7.3	1.3	3.7	1.3	1.3	-	1.7	-	0.3	-	-	0.7	16.3
	中国・四国	(1500)	23.9	18.9	17.7	4.1	6.8	5.1	4.5	3.5	1.5	1.3	1.2	0.6	0.6	0.2	-	-	1.5	8.6
	九州圏	(300)	21.0	17.0	16.3	6.0	5.3	3.7	4.0	4.7	1.7	1.3	0.3	1.7	0.7	0.7	-	-	1.0	14.7

【対象者:全員】

2-4. 鳥取県に最もあてはまる県のイメージ

- ◆ 『鳥取県』に対する県イメージをみると、「自然環境に恵まれた県」(41%)が圧倒的に高い。以下、「古い歴史と豊かな文化に恵まれた県」(10%)、「おいしいものが豊富な県」(8%)、「人情味豊かな県」(5%)、「犯罪が少なく安全な県」(4%)が続く。一方、「わからない・特にない」と回答した人が約3割を占めている。
- ◆ 時系列でも、全体的な傾向はほとんど変わらない。ただし、最大イメージの「自然環境に恵まれた県」は微減傾向となっている。
 - エリア別にみると、関西圏で「わからない・特にない」がやや低くイメージ醸成が広がっている。

Q6. あなたは鳥取県をどのような県だと思いますか。最も当てはまると思うものを1つ選んでください。(ひとつだけ)



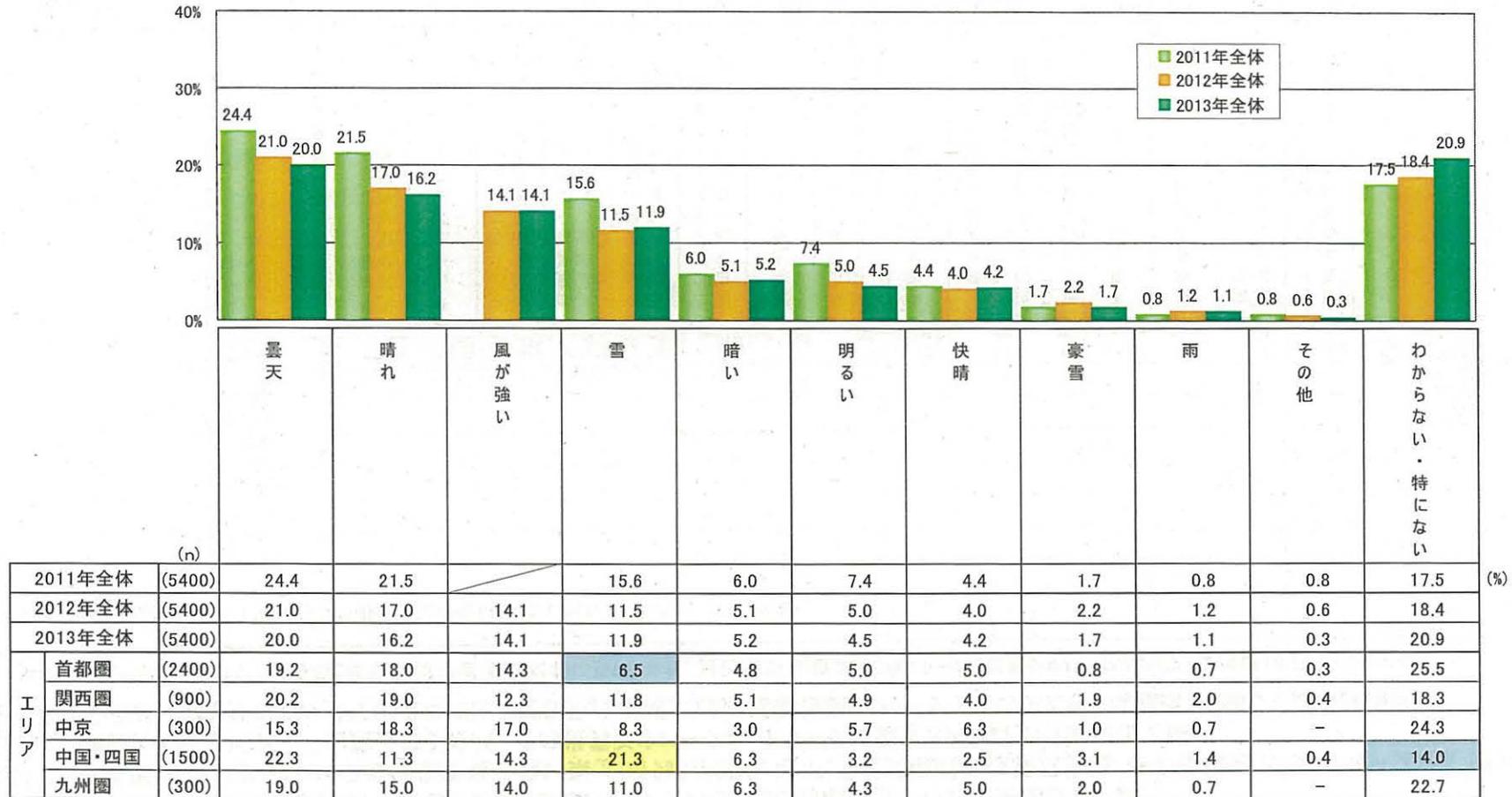
エリア	(n)	自然環境に恵まれた県	古い歴史と豊かな文化に恵まれた県	おいしいものが豊富な県	人情味豊かな県	犯罪が少なく安全な県	スポーツやレクリエーションの盛んな県	産業が盛んで活気のある県	交通の便がよい県	教育の進んだ県	社会福祉・医療の充実した県	その他	わからない・特にない	
		(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	
2011年全体	(5400)	45.6	9.6	7.7	5.5	3.6	0.3	0.4	0.1	0.2	0.1	2.4	24.4	
2012年全体	(5400)	43.6	9.0	8.1	5.2	3.5	0.2	0.6	0.2	0.2	0.2	2.5	26.8	
2013年全体	(5400)	41.3	10.1	7.5	5.0	3.5	0.4	0.4	0.3	0.2	0.2	2.3	28.9	
エリア	首都圏	(2400)	39.7	11.0	4.8	4.5	3.3	0.2	0.3	0.1	0.2	0.1	2.2	33.6
	関西圏	(900)	44.1	9.0	10.8	5.4	3.6	0.6	0.3	0.9	0.1	0.2	2.9	22.1
	中京	(300)	41.0	9.7	5.7	5.7	1.7	1.3	0.3	0.3	-	-	1.3	33.0
	中国・四国	(1500)	42.9	9.4	11.2	4.7	3.8	0.3	0.3	0.3	0.4	0.2	2.5	24.0
九州圏	(300)	38.7	10.7	2.7	7.7	5.3	0.3	0.7	-	-	0.3	1.7	32.0	

【対象者:全員】

2-5. 鳥取県の天候に対するイメージ

- ◆ 『鳥取県』の天候に対するイメージは、「曇天」(20%)が最も高く、以下「晴れ」(16%)、「風が強い」(14%)、「雪」(12%)が僅差で続いている。
- ◆ 時系列比較でもあまり動きはみられず同様の傾向。ただし、「わからない・特にない」の割合が微増傾向となっている。
 - エリア別でみると、各エリアとも概ね「曇天」や「晴れ」イメージが中心となっている中で、中国・四国では「雪」イメージが相対的に強く、トップの「曇天」と同程度と目立つ。

Q7. あなたが鳥取県の天候に対して持っているイメージに最も当てはまるものを1つ選んでください。(ひとつだけ)

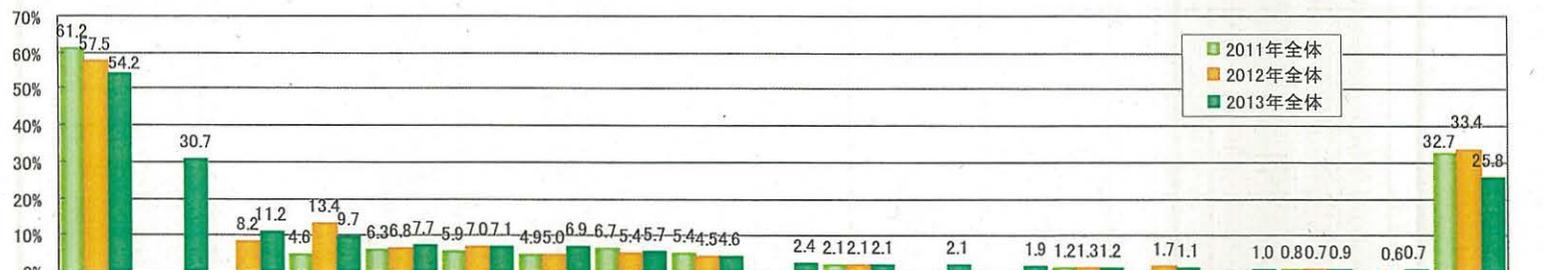


【対象者:全員】

3-1. 見聞きしたことのある鳥取県に関する話題

- ◆ 最近の『鳥取県』に関する話題で聞いたことがあるものは、「ゲゲゲのふるさと鳥取県」(54%)が突出している。次いで、新規項目の「スターバックスが全国で唯一無い県」(31%)が続く。以下、「全天候型砂像展示施設「砂の美術館」グランドオープン」(11%)、「まんが王国とっとり」(10%)、「山陰海岸ジオパークの世界ジオパークネットワーク加盟」(8%)などが1割前後で続く。
- ◆ 時系列で見ると、「ひとつもない」が2012年に比べて8ポイント減。なお、話題性断トツの「ゲゲゲのふるさと鳥取県」に関しては微減傾向。
 - エリア別にみると、「ゲゲゲのふるさと鳥取県」は中国・四国で特に高い。また、関西圏で「山陰海岸ジオパークの世界ジオパークネットワーク加盟」が高くなっている。

Q8. 最近の鳥取県の話題に関するものです。あなたが聞いたことのあるもの全てを選んでください。(いくつでも)



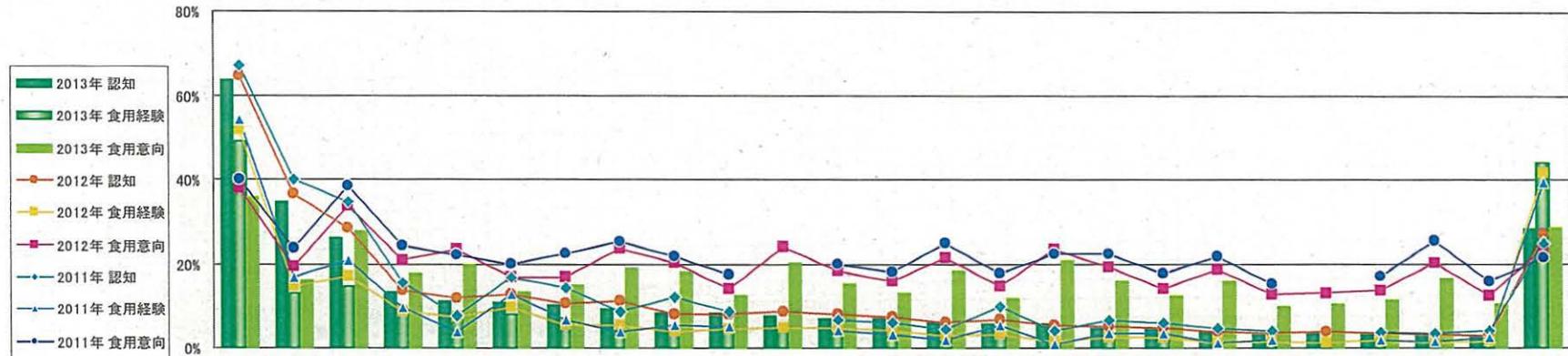
(n)		鳥取県「ゲゲゲのふるさと」	スターバックスが全国で唯一無い県	全天候型砂像展示施設「砂の美術館」グランドオープン	まんが王国とっとり	山陰海岸ジオパークの世界ジオパークネットワーク加盟	大山高原スマートIC(米子自動車道)の開通	鳥取自動車道(姫路鳥取線)の全線開通(無料)	山陰で唯一のJ加盟サッカークラブ・ガイナレ鳥取	食のみやこ鳥取県	線の新規就航	鳥取方式の芝生化	写真家植田正治生誕100年	とっとり2013(水と緑のオアシス)の開催	子育て王国とっとり	鳥取美人物語	全国初となる手話言語条例の制定	環日本海圏航路(北東アジアゲートウェイ)	とっとりグリーンウェイブ	ひとつもない	
2011年全体	(5400)	61.2			4.6	6.3	5.9	4.9	6.7	5.4		2.1			1.2			0.8		32.7	
2012年全体	(5400)	57.5		8.2	13.4	6.8	7.0	5.0	5.4	4.5		2.1			1.3	1.7		0.7	0.6	33.4	
2013年全体	(5400)	54.2	30.7	11.2	9.7	7.7	7.1	6.9	5.7	4.6	2.4	2.1	2.1	1.9	1.2	1.1	1.0	0.9	0.7	25.8	
エリア	首都圏	(2400)	44.2	29.8	7.3	6.3	4.0	3.0	3.7	4.8	5.4	2.8	2.0	1.8	1.2	1.5	1.2	0.9	1.1	0.7	33.5
	関西圏	(900)	61.3	31.9	14.0	13.2	18.2	9.6	12.3	4.2	5.3	2.2	2.2	1.8	1.9	0.8	1.2	0.8	1.0	0.9	18.8
	中京	(300)	51.3	27.0	9.0	4.3	2.7	2.3	4.0	4.7	3.0	1.7	2.3	2.0	0.3	0.7	1.3	1.0	1.0	0.3	28.7
	中国・四国	(1500)	68.4	33.5	16.9	15.3	9.3	14.2	10.0	8.5	3.6	2.2	2.5	2.9	3.3	1.3	0.9	1.3	0.6	0.7	15.8
	九州圏	(300)	45.0	24.7	7.7	5.0	2.3	3.0	3.3	5.3	3.0	2.3	1.0	1.0	1.3	1.0	1.0	0.3	0.3	0.3	32.3

※「鳥取自動車道(姫路鳥取線)の全線開通(無料)」は、2011年は「鳥取自動車道の県内区間無料開放」で聴取 【対象者: 全員】
 ※「大山高原スマートIC(米子自動車道)の開通」は、2011年は「スマートICの開通大山高原」で聴取。「山陰で唯一のJ加盟サッカークラブ・ガイナレ鳥取」は、2011年・2012年は「ガイナレ鳥取のJ2リーグ昇格」で聴取。

3-2. 鳥取県の「特産物」の認知・食用経験・食用意向 (1) 全体一覽

- ◆ 『鳥取県』が産地であると認知している特産物は、「二十世紀梨」(64%)、「砂丘らっきょう」(35%)、「松葉がに(ズワイガニ)」(26%)。
- ◆ 食用経験のあるものは、「二十世紀梨」(49%)、「松葉がに(ズワイガニ)」(15%)、「砂丘らっきょう」(13%)。
- ◆ 食用意向のあるものは、「二十世紀梨」(36%)、「松葉がに(ズワイガニ)」(28%)、「鳥取和牛(オレイン55)」(21%)。
- ◆ すべての指標で、「二十世紀梨」「松葉がに(ズワイガニ)」が上位にランキングしている。この傾向はこの3年間で変わらない。
- ◆ 時系列でみると、全般に「食用意向」の割合が低下傾向。特に「松葉がに(ズワイガニ)」は38%→34%→28%と、2011年に比べ10ポイント減少。

Q9. 鳥取県が主な産地である「農産物・畜産物・水産物」で、あなたが[1]鳥取県が産地であることを知っているもの、[2]鳥取県産で食べたことがあるもの、[3]鳥取県産で食べてみたいと思うものをそれぞれ全て選んでください。(それぞれいくつでも)



	(n)	特産物																				(%)						
		二十世紀梨	砂丘らっきょう	松葉がに(ズワイガニ)	すいか(大栄すいか、極実すいか、東伯がぶりこ)	シャインマスカット	ぶどう(巨峰、ピオーネ、シャインマスカット)	乳牛・乳製品	なばりも(砂丘なばりも、ねばりっこ)	メロン(倉吉プリンスメロン、アムスメロン)	鳥取地どりピヨ、大山どり(鶏肉)	トビウオ(あご)	イチゴ(紅ほっぺ、章姫)	シロイカ、ホタルイカ	有柿(西条柿、花御所柿、富柿、輝太郎、あんぼ柿)	新品種梨(なつひめ、新甘泉、秋栄、王秋)	白ねぎ(伯州美人)	鳥取和牛(オレイン55)	イワガキ(夏輝)	ハタハタ(白はた、とろはた)	大山ルビー(豚肉)		椎茸(乾しいたけ)	大山プロッコリー	モサエビ	クロマガゴ	アカガレイ(あじろがれい)	ひとつもない
2011年	認知 (5400)	66.9	40.0	34.6	15.6	7.6	16.7	14.3	8.4	11.9	8.5		6.7	6.1	4.4	9.9	4.0	6.5	6.0	4.8	4.0				3.6	3.6	4.2	24.8
	食用経験 (5400)	54.2	16.7	20.8	9.5	3.8	12.5	6.7	3.6	5.3	4.9		4.1	3.0	1.8	5.3	0.9	3.3	3.4	1.4	1.9				1.7	1.5	2.4	39.4
	食用意向 (5400)	39.9	23.6	38.4	24.3	22.0	19.7	22.5	25.3	21.9	17.3		19.9	18.0	24.8	17.6	22.4	22.3	17.7	21.7	15.1				17.1	25.4	15.7	21.4
2012年	認知 (5400)	64.5	36.5	28.5	13.6	11.6	12.7	10.5	11.1	7.9	8.0	8.4	7.9	7.2	5.9	6.7	5.3	5.1	4.7	3.7	3.6	3.9	3.3	3.2	3.0	27.1		
	食用経験 (5400)	51.6	14.4	17.1	8.4	7.2	9.5	5.4	5.3	3.7	4.5	4.8	4.8	4.2	2.8	3.1	1.6	2.5	2.4	1.1	1.6	1.2	1.8	1.3	1.6	41.5		
	食用意向 (5400)	37.8	19.3	33.6	20.8	23.2	16.8	16.8	23.5	20.2	13.8	24.0	18.3	15.8	21.4	14.6	23.4	19.1	13.9	18.7	12.5	13.0	13.6	20.3	12.4	23.7		
2013年	認知 (5400)	63.6	34.5	26.2	13.3	11.1	10.8	10.0	9.1	8.3	8.1	7.6	7.1	6.8	6.1	5.6	5.6	4.8	4.6	3.9	3.6	3.6	3.5	3.3	2.7	28.3		
	食用経験 (5400)	49.0	13.0	14.6	8.1	6.6	7.9	5.2	4.1	4.1	4.4	4.4	3.9	3.7	2.8	2.4	1.6	2.2	2.1	1.3	1.6	1.1	1.5	1.2	1.4	44.2		
	食用意向 (5400)	36.1	16.2	27.8	17.6	19.9	13.2	14.7	18.8	17.9	12.2	20.1	15.1	12.8	18.2	11.7	20.6	15.7	12.2	15.7	9.8	10.4	11.4	16.4	10.4	28.6		

※「鳥取地どりピヨ、大山どり(鶏肉)」は、2011年は「鳥取地どりピヨ」「大山どり」を別々に聴取(2011年のスコアは「大山どり」のスコア)

【対象者: 全員】