
“くらしよし” ふるさとビジョン（案）

—基本計画—

基本目標 1 いきいきと働くことができるまち

施策 1	農林水産業を起点とした六次産業-----	2
	（倉吉ブランド）を確立する	
施策 2	農林水産業の魅力と可能性を最大限に-----	4
	引き出し、活力を高める	
施策 3	ものづくり産業の競争力を高めるための---	8
	環境を整える	
施策 4	みんなが働きやすい環境を整える-----	10
施策 5	観光・コンベンションを基軸に、まちの---	12
	集客力を高める	
施策 6	地域の中でお金がまわる、拠点性の-----	16
	高いまちをつくる	

第Ⅱ章 分野別の取組方針

基本目標 1 いきいきと働くことができるまち

1-1 新たな時代を切り拓く、活力ある農林水産業を振興する

施策 1 農林水産業を起点とした六次産業（倉吉ブランド）を確立する

目指すべき姿

地域の農林水産物を活用した倉吉ならではの地域ブランド商品の開発やその販路開拓など、市外からより多くの所得を産み出し、全国から買ってみたいと支持される六次産業（倉吉ブランド）の確立に向けた取組が活発に進められています。

現状と課題

- 倉吉市は、天神野・久米ヶ原台地の肥沃な土壌と、大山山麓からの清らかな水の恵みを受け、プリンスメロン、極実スイカ、二十世紀梨、白ねぎ、にんにく、ホンモロコなど、県内でも有数の特色ある農林水産物が数多く生産されています。
- 農林水産物の多くは、生鮮食品の形態のまま市外の大消費地へと送られていることから、販売価格が市場の動向に左右されやすく、農林水産事業者の経営を不安定にする一因となっています。
- 元気・活気・やる気にあふれた地域経済の活力を増進させ、若者たちの働く場所を確保することで、まちづくりの最重要課題の1つである市外への人口流出に歯止めをかけるためには、農・商工が連携して一次産品を加工し、新たな商品の開発を行い、倉吉市の特色とその潜在力を最大限に発揮した六次産業を振興して、全国に誇れる地域ブランドを創造することが強く求められています。
- このような状況下、本市の農業・商業・工業関係者が連携した機関が設立され、平成22年10月には、県中部地域の食品加工商品の逸品を一堂に集めたアンテナショップが市内にオープンするなど、地域で生産された農林水産物の付加価値やブランド力を高め、市外からより多くの所得を産み出せる六次産業の育成強化に向けた取組が急速に活発化しています。
- 近年、全国的に食をキーワードとした地域活性化の取組が急増し、今後さらに地域間競争が激化すると見込まれる中、倉吉市が着実に地域経済の活力を高めていくには、農林水産業を起点とした六次産業の確立を産業振興の要の1つに位置づけ、その発展・振興に総力を結集して取り組むことが必要です。



「クラカフェ」オープンの様子
(平成22年10月)

今後の取組方針

取組方針	主な内容
農商工・産学金官連携の推進	他地域と差別化された、倉吉発の売れる商品を開発・販売し、地域経済の活力増進と若者たちの働く場の確保に結び付けるため、農商工連携や市内企業・鳥取大学・鳥取短期大学・鳥取県立農業大学校・農商工連携組織・NPO法人・金融機関などとの産学金官連携を積極的に進めます。
食品加工業の育成強化	地域の農産物を活用した新しい食品加工商品の開発や、既存商品の改良による付加価値向上のための取組への支援などを通じ、食品加工業を育成強化します。
倉吉ブランドの開発と販売ルートの確保・拡大	倉吉ならではの個性と魅力を持った地域ブランドの開発を支援するとともに、鳥取県やJA鳥取中央をはじめとする関係機関との連携のもと、倉吉ブランドの積極的なPRを推進し、販売ルートを確保・拡大するための取組を強化します。

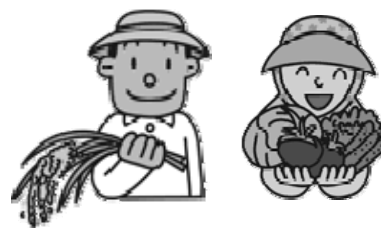
成果を測定するための指標（案）

指標名	指標の説明 (出典)	現状値	目標値 (平成 27 年)
新たに商品化され、販売が始められた六次産品の累計数【品】	農商工連携組織等から新たに商品化された商品数の累計数	3 品 (平成 22 年度) ※単年実績	20 品 (累計)
六次産業の創出に取り組んでいる事業者の数【事業者】	農商工連携組織に加入している事業者等の数	31 事業者 (平成 22 年)	40 事業者
製造業（食料・飲料）の製造出荷額【百万円】	市内に立地する従業員 4 人以上の製造業（食料・飲料）の製造出荷額	3,437 百万円 (平成 20 年)	3,907 百万円

施策 2 農林水産業の魅力と可能性を最大限に引き出し、活力を高める

目指すべき姿

倉吉市の基幹産業として地域経済を支えている農林水産業の魅力と可能性をさらに引き出し、わたしたちの豊かで安全な食生活を支える職業として、担い手たちが大きな夢と希望を抱き、いきいきと活力のある農林水産業経営が展開されています。



現状と課題

- 第 55 次鳥取農林水産統計年報によると、平成 18 年～19 年における倉吉市の水稻収穫量は 7,500 t で鳥取市に次いで県内第 2 位、主要農作物のうち、キャベツ・メロンが第 1 位、すいか・大豆が第 2 位の収穫量、また乳用牛においては、県内第 3 位の飼養頭数を誇るとともに、全国有数の二十世紀梨の産地として知られるなど、倉吉市は県内屈指の農業生産地域となっています。
- 海外を含めた産地間競争の激化や後継者不足による農業従事者の高齢化の進行、環太平洋戦略的経済協定^{注1)}への参加をめぐる国内世論の高まりなど、全国的に農業を取り巻く環境は、先行き不透明感が強まっています。
- さらに、市内では農業従事者の高齢化により、農地を適切に維持することが困難となり、耕作放棄地が年々増加しているなど、倉吉市の農業は、かつてないほど厳しい状況を迎えています。
- 農林業センサスによると、平成 17 年の倉吉市の農業就業人口^{注2)}は 3,804 人、経営耕地面積は 2,811ha であり、昭和 60 年当時の 6,871 人、3,940ha と比べ、それぞれ 44.7% (3,067 人)、28.7% (1,129ha) と大きく減少しています。
- 全国的にも林業を取り巻く状況が年々厳しさを増す中、倉吉市では小規模林家が多いことや後継者の不足、木材需要の低迷などを背景に、間伐（竹林等）や保育などが適正に実施されていない森林が増加しています。
- 水産業については、清らかな水を活用してホンモロコヤ、ざっこ（かじか）、ニジマスなどの養殖が民間事業者により、中山間地で行われています。
- 近年、食品の安全性を脅かす問題が相次いで発生したことを契機に、食の安全・安心に対する消費者の関心が大きく高まっています。また、食料安全保障を確保する上で、食料自給率の向上が日本全体における喫緊の政策課題として注目されており、倉吉市の農業が果たすべき役割の重要度は、むしろ増していると考えられます。
- このような時代環境の変化を前向きに受け止め、将来にわたり持続可能で、担い手が大きな夢と希望を持てる農林水産業を確立するため、地域農林水産業の維持・発展に向けた取組を積極的に展開していくことが求められています。

注 1) 環太平洋戦略的経済協定 (TPP : Trans-Pacific Partnership)

農産物や工業製品、金融サービスなどをはじめ、加盟国間で取り引きされる全品目を対象に、原則的に関税を 100%撤廃しようとする、貿易の自由化を目指す経済的な枠組のこと。

注 2) 農業就業人口

1 年間に仕事として主に農業に従事した者。



今後の取組方針

取組方針	主な内容
担い手の育成・確保	国や県、J A、土地改良区などの関係機関との連携のもと、認定農業者 ^{注3)} の育成、地域の実情に応じた集落営農体制の構築、新規就農者・農業後継者に対する支援の強化などを通じ、地域農業の担い手を育成・確保します。
企業の農業参入に対する支援	企業の農業参入の円滑化や参入後の経営能力の向上に貢献するため、法人設立に対する支援や営農指導、情報提供などを進めます。
農業生産基盤の維持・向上	意欲の高い担い手への農地の集約を積極的に進めるとともに、優良農地の保全や耕作放棄地の解消、農業用排水路・農道等の農業生産基盤の適切な維持管理など、農業生産基盤の機能の維持・向上に向けた取組を進めます。
消費者との交流推進	市民や来訪者に気軽に農業とふれあえる機会を提供し、地元農産物の消費拡大にもつなげていくため、健康農園 ^{注4)} の利用促進や農業体験プログラムの充実、農産物を活用した観光ツアー商品の普及拡大を進めます。
良質な農産物の安定供給	県内有数の農業生産地域として、良質な農産物が安定的に供給できるよう、品質の向上や生産量の確保に取り組み、より多くの消費者から支持される産地づくりを進めます。
産地間競争力の強化	安全・安心な倉吉ブランドの農産物のイメージアップや周知拡大、産地間競争力の高い売れる農産物の生産を振興するとともに、その販売ルートの確保・拡大を進めます。
森林施業の合理化に向けた条件整備	森林施業の共同化、林業の担い手育成、林業機械化の推進など、造林から伐採に至る森林施業の合理化に向けた条件整備を計画的かつ総合的に進めます。

注 3) 認定農業者

自らの農業経営の改善を図り、効率的で安定的な農業経営を目的とした農業経営改善計画を作成し、その計画が市の認定を受けた農業経営者・農業生産法人。認定を受けると金融措置や税制措置などの支援を受けることができる。

注 4) 健康農園

人々に農作業を体験してもらう場として倉吉市が開設。

 成果を測定するための指標（案）

指標名	指標の説明 (出典)	現状値	目標値 (平成27年)
認定農業者数／農業従事者数【%】	農業従事者（戸数）のうち、農業経営者として認定を受けた従事者の割合	5.03% (平成21年度)	5.76%
農業生産法人数【組織】	集落営農組織のうち法人化している組織の数	10組織 (平成22年度)	15組織
新規就農者の累計人数【人】	新たに農業を職業として選択した人の累計人数	5人 (平成22年度) ※単年実績	25人 (累計)
担い手農家への農地集積の割合【%】	担い手農家の農地集積面積／経営耕地面積	6.3% (平成21年度)	8.8%

1-2 より多くの所得を産み出せる、ものづくり産業の基盤を整える

施策 3 ものづくり産業の競争力を高めるための環境を整える

目指すべき姿

既存企業の経営基盤の強化・安定化や市外から新規企業を誘致するための受け皿づくりなどが積極的に進められ、より多くの若者たちが倉吉市に住み続けたいと思えるような、働く場が充実したまちとなっています。

現状と課題

- 平成 20 年工業統計調査によると、倉吉市内の工場数は 165 事業所、従業者数は 4,193 人、製造品出荷額等は 982 億 3,405 万円であり、いずれも県内では鳥取市、米子市に次ぐ第 3 位の規模となっています。
- ものづくり産業の拠点として整備された西倉吉工業団地には、世界有数の電気接続部品の専門メーカーをはじめ、全国でも屈指の優良企業が集まっています。また、その他の地区にも、電子部品メーカーや、各種自動車・工作機械の鍛造部品メーカーなど、高い技術を持った工場が立地しています。
- 西倉吉工業団地では、残り約 2.4ha の分譲可能用地へ早期に企業を誘致するため、団地内道路の拡幅などによる再整備を進めていますが、現在の工業系市街地には、既存企業の経営規模の拡大や新規企業の誘致に供する大規模な用地は、限られている状況にあります。
- 今後のまちづくりに向けた意見・要望を把握するため、平成 22 年 9 月～10 月に開催した市民対話集会では、「企業誘致を行って欲しい」、「新たに工業団地を整備する必要がある」、「既存企業の経営基盤を強化して欲しい」など、ものづくり産業の活性化を望む声が寄せられています。
- 地域経済の活力を増進させ、雇用機会を拡大し、次代の倉吉市を担う若者たちの市外への流出を防止するためには、今後も引き続き、既存企業の経営基盤の強化・安定化に向けた取組を支援するほか、新規企業を誘致するための受け皿づくりや誘致活動を重点的に進めるなど、ものづくり産業の競争力を高めるための環境をしっかりと整えることも極めて重要といえます。



<西倉吉工業団地>

今後の取組方針

取組方針	主な内容
既存企業の経営基盤の強化・安定化に向けた支援	企業ニーズの把握に努めながら、企業立地促進補助金制度、制度融資など各種支援策の情報提供により、既存企業の経営基盤の強化・安定化に向けた支援を進めます。
企業誘致の推進	倉吉市関西事務所を中心とした企業誘致活動を推進するとともに、企業立地促進補助金制度の充実や西倉吉工業団地の再整備、新たな工業用地の確保により、その受け皿の整備を図ります。
環境・エネルギー産業の育成	太陽光発電関連産業への新規参入の促進やバイオマス・小水力の利用拡大を図るとともに、EVカー（電気自動車）関連産業の新規参入の促進を図ります。
新製品の開発や販路開拓などの支援	既存の中小企業の販売力・競争力の向上に資するため、大学等との共同研究による新技術や新製品の開発、新たな販売ルートの開拓などを支援します。

成果を測定するための指標（案）

指標名	指標の説明 (出典)	現状値	目標値 (平成 27 年)
市内製造業の従業者数【人】	市内に立地する従業者 4 人以上の製造業事業所で働く人の数	4,094 人 (平成 20 年)	4,300 人
製造品出荷額等【百万円】	市内に立地する従業者 4 人以上の製造業事業所の製造品出荷額等	98,234 百万円 (平成 20 年)	100,000 百万円
新規進出企業の累計数【件】	新たに市内に立地した製造業事業所の累計数	0 件 (平成 22 年度) ※単年実績	5 件 (累計)
既存企業の増設累計数【社】	市内の既存企業のうち増設した製造業事業所の累計数	0 社 (平成 22 年度) ※単年実績	5 社 (累計)



<倉吉市内の工場で生産されている製品（例）>

施策 4 みんなが働きやすい環境を整える

目指すべき姿

倉吉市で働くことに高い意欲を持った若者を育て見守りながら、より多くの人たちが、性別や年齢に関わらず、いつまでもいきいきと働けるまちとなっています。

現状と課題

- 全国的に地域における所得の多くの産み出している中心的な世代ともいえる、生産年齢人口の減少は、働く人々の割合の低下に結びつき、ひいては地域経済の活力を減退させることが大いに懸念されています。
- すでに日本全体の生産年齢人口^{注1)}が平成7年をピークに、一貫して減少傾向で推移している中、今後、倉吉市においても、総人口に占める生産年齢人口の割合が大きく増加に転じる可能性は、極めて期待しづらい状況にあります。
- 平成21年11月～22年2月に、倉吉市内に立地する事業所107社に対して実施したアンケート調査において、「従業員が不足している理由」を質問したところ、「求める人材が来ない」が40%で最も多く、「若手従業員が定着しない」が12%でこれに次いでいます。
- また、平成18年～22年に毎年実施している市民意識調査の中で、「倉吉市は子育てと仕事が両立しやすい環境が整っていると思うか」を質問した結果、「そう思う」と「どちらかといえばそう思う」の合計は、平成18年の25.0%から一貫して増え続け、平成22年では40.5%に上昇しています。
- このような状況下、生産年齢人口の割合の減少による地域経済の活力減退への影響を抑えるためには、若者の市外への流出はもとより、女性や高齢者をはじめ、より多くの人たちが性別、年齢などに関わらず、いつまでもいきいきと働ける環境づくりを進めることが求められています。

注1) 日本全体の生産年齢人口

国立社会保障・人口問題研究所の「日本の将来推計人口（平成18年12月推計）」によると、日本全体の生産年齢人口は、平成7年の国勢調査で8,716万人に達した後、減少局面に入り、平成32年には7,364万人（対平成7年比1,352万人減）まで減少すると予測。

今後の取組方針

取組方針	主な内容
市内企業に対する意識の向上	児童・生徒たちが倉吉市で働きたいと思えるよう、市内企業の魅力を強くアピールするための見学会などを通じ、子どもたちや若者たちの関心を高めます。
企業ニーズに合った人材育成の支援	教育機関との連携による教育カリキュラムの充実などにより、市内企業のニーズに合った若者たちの人材育成を支援します。
I J Uターン ^{注2)} の受入体制の強化	県主催の就職相談会への参加、倉吉市関西事務所や財団法人ふるさと鳥取定住機構等との連携、市内企業の求人情報の提供充実などにより、I J Uターンの受入体制を強化します。
女性が働きやすい環境づくり	女性が働きやすい環境づくりに向けた企業の取組を支援するとともに、結婚や出産などを契機に離職した女性が再就職できる機会の確保に努めます。
高齢者の働く機会の確保	高齢者の知恵や経験、長年にわたり培ってきた技能を活かし、地域の中で働くことができる機会の確保に努めます。

注2) I J Uターン

「Iターン」は都市で生まれ育った人が地方に移り住むこと、「Jターン」は地方出身者が地方に戻らず、都市と出身地の間の地域に移り住むこと、「Uターン」は地方出身者が再び出身地に移る。

成果を測定するための指標（案）

指標名	指標の説明 (出典)	現状値	目標値 (平成 27 年)
地元採用率【%】	市内に立地する事業所で働く従業員総数のうち、市内に居住する人が占める割合	48.4% (平成 21 年)	50.0%
就業率【%】	20 歳以上の市民のうち、実際に働いている市民の割合	58.2% (平成 22 年度)	60.0%
有効求人倍率	求職者に対する求人数の割合 (ハローワーク倉吉管内)	0.70 倍 (平成 22 年)	1.00 倍



<市内企業の見学を訪れた児童・生徒の様子>

1-3 市内外からより多くの人たちと消費をまちに引き込む

施策5 観光・コンベンションを基軸に、まちの集客力を高める

目指すべき姿

倉吉固有の歴史・文化や豊かな自然に培われた観光資源を磨き上げ、その魅力を広く伝えるとともに、県中部地域の玄関口という特性を活かしたコンベンションの誘致・開催を進めることで、市外からより多くの人たちと消費を引き込み、にぎわいに満ちたまちとなっています。

現状と課題

- 倉吉市は、城下町としての風情漂う白壁土蔵群・赤瓦、長い歴史と文化に培われた名所・旧跡・歴史街道や祭りなどのイベント、古くから「白金の湯」の名で親しまれている関金温泉、自然の豊かさを満喫できる体験スポット等々、多彩な観光資源に恵まれています。
- これらのうち、江戸・明治期に建築された商家や土蔵が建ち並び、国の重要伝統的建造物群保存地区にも選定されている白壁土蔵群・赤瓦周辺は、毎年多くの観光客が訪れる倉吉観光のメインスポットとなっています。
- また、地元食材の特性を料理に活かして健康な体をつくる薬膳料理の普及や、地元で受け継がれてきた牛骨ラーメンなどのご当地グルメが全国で高い評価を受けるなど、地域資源を活用して新たな商品を産み出す取り組みが広がりを見せています。
- 平成21年における倉吉市の観光入込客数は101万7千人であり、平成20年の94万4千人に比べ、7万3千人増加しているものの、平成20年以降、宿泊客数は減少傾向にあるなど、総じて来街者の滞在時間は短く、観光が市外から多くの所得を産み出す外貨獲得源として成長するまでには至っていない状況にあります。
- 平成13年4月にオープンし、人・モノ・情報が行き交う文化交流ゾーンとして、約14haの敷地内に文化・観光・産業・娯楽・歴史などの機能を兼ね備えた倉吉パークスクエアは、倉吉市におけるコンベンションの拠点施設にもなっています。
- 現在、鳥取県では財団法人「とっとりコンベンションビューロー」を中心に、国際会議や学術会議、スポーツ大会、企業研修などのコンベンションを県内に誘致・開催するための支援に取り組んでいます。
- 市外からより多くの人たちと消費を倉吉市に引き込み、地域経済の活力を増進させるためには、六次産業とともに、観光・コンベンションを産業振興の基軸に据え、多彩な観光資源を磨き・伝えるとともに、従来にも増してコンベンションの誘致・開催を積極的に進めていく必要があります。



<倉吉パークスクエア>

今後の取組方針

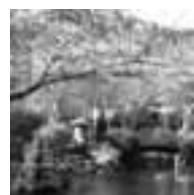
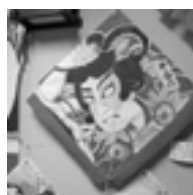
取組方針	主な内容
新たな観光商品・サービスの開発	ご当地グルメや伝統産業、関金地域の豊富な自然環境・農産物・農業施設・温泉など、さまざまな地域資源を複合的に活用し、来訪者の増加と消費拡大に結び付く、新たな観光商品・サービスの開発を進めます。
観光地としての付加価値向上	既存の観光機能の充実や倉吉固有の地域資源の潜在的な魅力を掘り起こすことで、観光客の利便性・満足度を高め、リピーターの拡大につなげていきます。
インバウンド ^{注)} 観光の推進	近隣の町とも連携しながら、外国人観光客のニーズに合った観光地づくりや観光商品・サービスの充実、言語バリアフリーな移動環境の実現に向けた取組などを進めます。
観光PRの強化	インターネットやパンフレットなど既存のメディアを活用した情報発信の充実、旅行会社へのセールスプロモーションの推進、さらに映画・テレビのロケーションの誘致などにより、倉吉市の観光の魅力を広くPRします。
コンベンションの誘致・開催	とっとりコンベンションビューローとの連携のもと、コンベンションの誘致・開催を進めます。

注) インバウンド

外から中へ入り込んでいくという意味で、インバウンド観光とは、訪日外国人旅行のこと。

成果を測定するための指標（案）

指標名	指標の説明 (出典)	現状値	目標値 (平成 27 年)
観光入込客数【人】	観光のために倉吉市を訪れた人の数（県の観光客入込動態調査）【人】	1,330,587 人 (平成 22 年度)	1,700,000 人
観光入込客 1 人当りの消費額【円/人】	観光のために倉吉市を訪れた人が 1 人当りで消費した金額（赤瓦 1 号館の買上単価）	1,378 円/人 (平成 22 年度)	1,500 円/人
コンベンションの開催件数【件】	市内で開催されたコンベンションの件数（商工観光課・（財）とっとりコンベンションビューローの調査）	8 件 (平成 22 年度)	30 件



<歴史・文化や自然に培われた多彩な観光資源>

施策6 地域の中でお金がまわる、拠点性の高いまちをつくる

目指すべき姿

地域のやる気と創意工夫のもと、個性豊かな商店街づくりが進められているとともに、子育て支援、高齢者の介護等々、わたしたちの暮らしの質を高めるためのコミュニティビジネスなどの新たな起業が活発に展開され、地域の中でお金のまわる、拠点性の高いまちとなっています。

現状と課題

- 近年、倉吉市内では大型スーパーの撤退や既存商店街における空き店舗の増加が進むなど、商業の空洞化が顕著となっています。
- 商業統計調査によると、平成19年の倉吉市の小売吸引力指数^{注1)}は1.27で、県内第2位となっているものの、小売業の事業所数は776店、従業者数は4,182人、年間商品販売額は691億6,633万円であり、平成14年^{注2)}と比べいずれも減少しています。
- 平成22年に実施した市民意識調査の中で、「日頃から駅周辺の商店や旧市街地商店街を買い物等に利用しているか」を質問した結果、「あまり利用していない(38.5%)」と「全く利用していない(27.4%)」が合計65.9%に上っています。
- 現在、倉吉市では、倉吉商工会議所との協働により、空き店舗の実態を把握し、賃貸可能な空き店舗の情報をホームページ上で紹介しているほか、市内で新規出店を目指す起業家を対象としたチャレンジショップ事業^{注3)}を展開しています。
- 市民にとって住み続けたい、観光客にとってもまた訪れてみたいと支持される利便性・満足度の高いまちとなるには、地域のやる気と創意工夫のもと、商店街に活気やにぎわいを取り戻すための取組を持続的に進めていく必要があります。
- 近年、少子・高齢化社会などの社会情勢の変化が著しい中、本市の産業構造（就業者数の内訳）は、医療・福祉の分野に従事する人が多くなっています。このような変化を踏まえ、これまでの産業の振興に加え、医療・福祉をはじめとするさまざまなサービス産業などの充実が求められています。
- 市外から産み出した所得や、来街者が倉吉市で消費したお金を、まちの中で循環させ、地域経済の活力の増進に結びつけるためには、買い物をはじめ、地域の人たちを相手にする多種多様なサービス産業を育成強化することが求められます。



<チャレンジショップ(例)>

注1) 小売吸引力指数

地域が買い物客を引き付ける力を表す指標であり、この指数が1以上の場合は、買い物客を外部から引き付け、1未満の場合は外部へ流出していると考えられる。

注2) 平成14年の小売業

事業所数 868 店、従業者数 4,636 人、年間販売額 718 億 823 万円。平成 19 年は対平成 14 年比で 92 店 (10.6%)、454 人 (9.8%)、26 億 4,190 万円 (3.7%) いずれも減少。

注3) チャレンジショップ事業

新規出店者に対する経営支援により、空き店舗を活用したチャレンジショップを開設し、空き店舗の解消と商店街のにぎわいづくりを目的とした事業。


今後の取組方針

取組方針	主な内容
個性豊かで魅力ある商店街づくりの支援	倉吉商工会議所・地元商店街などとの連携のもと、地域の創意工夫とやる気を引き出し、個性豊かで魅力ある商店街づくりに向けた取組を積極的に支援します。
コミュニティビジネスの育成強化	地域の人たちを相手にするコミュニティビジネスの起業を支援することを目的としたサービスを強化するとともに、ビジネスに取り組む起業家・NPO法人などのネットワークづくりを進めます。
倉吉駅周辺まちづくり構想の推進	県中部地域の玄関口にふさわしい、にぎわいと交流の拠点として、倉吉駅周辺まちづくり構想を着実に進めていきます。


成果を測定するための指標（案）

指標名	指標の説明 (出典)	現状値	目標値 (平成 27 年)
市内における起業者の累計数【件】	市内における起業者の累計数 (商工会議所へ起業相談し、実際に起業した方の数)	8 件 (平成 22 年度) ※単年実績	40 件 (累計)
市民が地元商店街を利用する割合【%】	市民が地元の商店街を利用する割合	—	↑
空き店舗を活用した新規出店の累計数【件】	倉吉駅周辺及び中心市街地の空き店舗を活用した新規出店の累計数	1 件 (平成 22 年度) ※単年実績	10 件 (累計)