

## 倉吉市観光ビジョン

## Tourism Vision



## ビジョンの概要

## ① 観光ビジョンのテーマ

## 「価値あるふるさと 倉吉」

倉吉を訪れる人が、歴史ある町並みや豊かな自然、本物の地域資源に触れることで、安心感や懐かしさを感じ、自らの内側にある自信や活力といった「価値」を見出し、それを活用した「稼ぐ」ことにつながる観光地を目指します。

## ② 背景

市では、コロナ禍後の観光需要の回復や鳥取県立美術館の開館などを背景に、令和7年には観光客数が143万人超(前年度比30%増)となるなど、新たな賑わいの兆しが見られています。

全国的にもインバウンド需要が拡大しており、観光は「稼ぐ地域づくり」を支える重要な分野として期待されています。

しかし、本市では宿泊率が約9.5%にとどまり、多くが日帰りの「通過型観光」となっています。平均滞在時間も約3.3時間と短く、観光消費額の拡大が課題です。

また、人口減少や高齢化の進行により、空き店舗・空き家の増加や事業者数の減少など、受け入れ環境の維持も課題となっています。

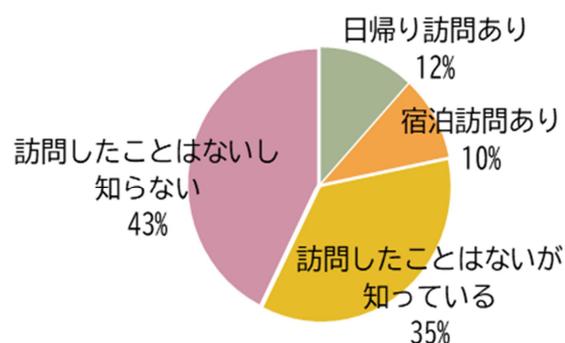
こうした機会と課題を踏まえ、観光を地域経済の活性化につなげるため、本市は観光ビジョンを策定し、新たな観光施策の展開による「稼ぐ地域づくり」を目指すものです。

## 倉吉市の観光動向

令和7年の国内外の延べ観光客数は、1,434,690人で、前年の1,114,814人から約30%増となっています。一方、観光客の宿泊率は、令和7年において市内では9.5%、市内を除いた県内で19.8%となっています。このことから、本市の観光施策としては、宿泊客の獲得が大きな課題となっています。

また、アンケート結果からみる日本国内での知名度について、倉吉市に訪問経験ありは22%、うち日帰りと宿泊では、日帰りがやや多くなっています。一方で、知らない人は43%となっており、日本国内での認知度向上が今後の大きな課題となっています。

## 倉吉の知名度アンケート結果



### ③ ビジョンの期間

本ビジョンの期間は、第12次総合計画後期基本計画等関連計画との整合を図り、令和8年度から令和12年度までの5か年とします。

### ④ ビジョンの概要

本ビジョンでは、国内外の観光需要の分析と、地域住民・事業者の参画による検討を通じて、本市の観光課題と将来の方向性を整理しました。

課題の中でも特に重要なのは、観光客の滞在時間が短く、経済効果が限定的であることです。したがって、本市が目指す将来像は「倉吉市内での観光客の滞在時間の延長」と位置付けます。

その実現に向け、地域が共通の認識のもとで観光まちづくりを推進するため、4つの重点分野を柱として具体的施策を体系的に展開し、本市の観光を「稼ぐ産業」として発展させることを目的とします。

#### 目指すべき将来像

- 倉吉市内での観光客の滞在時間の延長



#### 具体的施策(手段)

- (1) 倉吉市内のヒト・モノ・コトの発信強化
- (2) 回遊性・快適性・利便性の高い受入環境の整備
- (3) 倉吉らしさを満喫できる観光コンテンツの造成・充実
- (4) 施策全体を動かす、動く体制整備

### 具体的施策

#### (1) 倉吉市内のヒト・モノ・コトの発信強化

項目	取組みの方向性	施策例
① 認知度・情報発信	倉吉の観光資源を「点」ではなく「ストーリー」として再編集し、国内外に向けて戦略的に発信することで、来訪動機を創出し、新たなファン層を拡大する。	・ データに基づくプロモーション戦略の構築 ・ 美術館・白壁土蔵群・関金温泉を一体化した観光ブランド形成 ・ SNS、動画を活用した情報発信の強化 ・ 映画「遥かな町へ」等を活用したロケツーリズム推進 ・ 体験型コンテンツの販売強化

#### (2) 回遊性・快適性・利便性の高い受入環境の整備

項目	取組みの方向性	施策例
② インバウンド対応	訪日複数回層や高付加価値志向層を意識し、安心・快適に滞在できる国際水準の受入環境を整備する。	・ 多言語案内・サイン整備 ・ キャッシュレス決済対応の拡充 ・ 外国語対応ガイド育成 ・ インバウンド向け商品の造成、周遊動線強化
③ 二次交通・回遊性	・ 県立美術館を起点に市内各エリアへの回遊を促進し、「通過型」から「周遊滞在型」への転換を図る。	・ 駐車場満空情報の高度化、周遊ルート形成 ・ デジタルマップ・回遊アプリ導入 ・ スタンプラリー等による回遊促進 ・ レンタサイクル拠点強化
④ 観光インフラ・環境整備	・ 観光客と市民双方にとって快適な環境整備を進め、持続可能な観光地を形成する。	・ トイレ・休憩施設の質向上 ・ 白壁土蔵群の景観保全と観光活用の両立 ・ せきがね湯命館改修による拠点強化 ・ 空き家・空き店舗の観光活用



### (3) 倉吉らしさを満喫できる観光コンテンツの造成・充実

項目	取組みの方向性	施策例
⑤宿泊強化・温泉活用	体験型・高付加価値型コンテンツを強化し、滞在時間延長と観光消費額の向上を図る。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高付加価値宿泊施設の整備促進</li> <li>・ウェルネスツーリズム推進</li> <li>・農家民泊・グリーンツーリズム推進</li> <li>・ナイトコンテンツ造成</li> </ul>
⑥滞在時間・消費額	・倉吉ならではの体験価値を高める	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ものづくり体験の拡充</li> <li>・食の高付加価値化</li> <li>・スポーツツーリズム・合宿誘致強化</li> <li>・周遊型デジタルクーポン導入</li> </ul>

### (4) 施策全体を動かす、動く体制整備

項目	取組みの方向性	施策例
⑦観光組織体制	・行政・倉吉観光MICE協会・事業者・市民が一体となり、データに基づき施策を推進する体制を構築する。	<ul style="list-style-type: none"> <li>・KPI設定とPDCA管理</li> <li>・観光データの収集・共有基盤整備</li> <li>・観光人材育成プログラム</li> <li>・広域連携強化</li> </ul>

## ターゲット設定

本市が観光を「稼ぐ地域」づくりの柱として確立するためには、戦略的なターゲット設定が不可欠です。観光市場は多様化・高度化しており、画一的な誘客では十分な成果は期待できません。

本市の歴史的資源やアート資源、温泉資源と高い親和性を有する層を明確化し、効果的な情報発信と受入体制の整備を行うことで、質の高い滞在型観光への転換を推進します。

メインターゲット

個人旅行

短期的



関西圏居住の高齢者夫婦旅行

短中期的



欧米在住の若年(20歳代・30歳代)ファミリー旅行

中期的



居住地域問わず20歳代・30歳代女性の一人旅・友人旅行

今秋公開の映画「運かな町へ」を活用して情報発信

ノスタルジックとアートな街並みを求めて

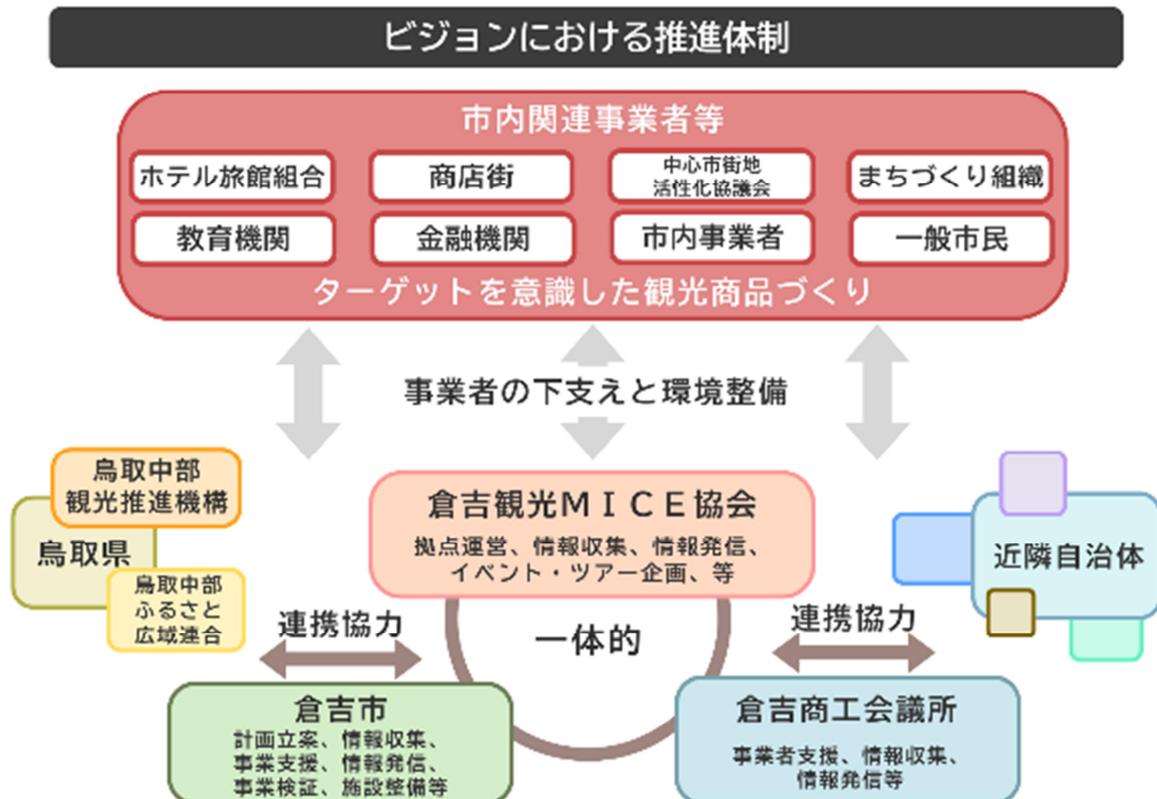
## 数値目標

観光施策の進捗や成果を把握するため、計画期間における重要業績評価指標(KPI)を設定し、通過型観光から滞在型観光への転換に向けた取り組みの効果を評価します。

指標	数値目標(令和12年度)	現状
総滞在時間＝観光客数×滞在時間	1,360万時間 (1,700,000人×8時間)	358万時間 (1,086,582人×3.3時間)
中心市街地における創業事業者数	15件	10件 (令和6年度)
関西圏高齢者層(60歳以上)の認知度	18.3%	16.3% (令和4年度鳥取県に関するイメージ調査)
外国人の宿泊者数	3,800人	2,834人 (令和6年度)
倉吉観光MICE協会SNSフォロワー数	30,000人	17,635人 (令和7年度)

## 推進体制

倉吉観光MICE協会をはじめとする観光関連団体や各種団体を中心とした推進体制を構築し、役割分担と責任範囲を明確にしつつ、市民を含めた市全体の観光施策を設計し、運営していく組織づくりを目指します。



## 倉吉市観光ビジョン【概要版】

発行年月：令和8年3月 発行：倉吉市 編集：倉吉市経済観光部観光交流課  
〒682-8633 鳥取県倉吉市堺町2丁目253番地1 TEL：0858-22-8158  
URL：<https://www.city.kurayoshi.lg.jp/>

