



Kurayoshi

倉吉市観光ビジョン

Tourism Vision

令和8年4月

倉吉市経済観光部観光交流課





目次

1. ビジョンの趣旨・目的.....	3
(1) 背景・計画の必要性とは.....	3
(2) 計画の位置づけ.....	4
(3) 計画の期間.....	4
2. 国・鳥取県における観光施策.....	5
(1) 国の観光施策.....	5
(2) 鳥取県の観光施策.....	7
3. 倉吉市における観光施策.....	13
(1) 倉吉市の現状.....	13
(2) 倉吉市の観光施策.....	20
4. 観光に関する調査・ワークショップの実施.....	29
5. 観光の方向性.....	50
6. 推進・進捗評価体制.....	65



1. ビジョンの趣旨・目的

(1) 背景・計画の必要性とは

倉吉市における観光は「通過型」から「滞在型」への転換が大きな課題となっている中、県立美術館の開館やインバウンド需要の回復見込みを契機に、来訪目的地としての魅力向上を図り、宿泊・観光消費の増大を目指す必要があります。

また、コロナ禍の影響や「バスの2024年問題」等による団体客減少、中心市街地の空き店舗増加などの課題もあり、「稼ぐ地域」を実現するためには、観光地としての滞在時間延伸や観光消費の拡大を目指す取組み等、時代に即した新たな観光ビジョンの策定と、地域が一体となった観光施策の推進が求められています。

こうした中、わが国では、平成19年1月に施行された観光立国推進基本法の規定に基づき、観光立国の実現に関する基本的な計画として、令和5年3月に新たな「観光立国推進基本計画(第4次)」が閣議決定されました。この基本計画においては、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。

鳥取県は、平成22年の「ようこそようこそ鳥取県運動取組指針」に基づき、観光資源の磨き上げや情報発信、ブランド化施策(砂の美術館、蟹取県、星取県など)を進め、観光入込客数約1,000万人・外国人宿泊者数約19万人(平成30年)を達成しました。しかし、コロナ禍で観光客は激減し、旅行は個人化・近隣化、アウトドア志向へと変化しました。令和5年以降は往来が回復し、アドベンチャーツーリズムや高付加価値旅行への関心が高まる中、観光地の質向上や人材育成が重要となっています。ねんりんピック、万博、インターハイ等の全国規模イベントを契機に、県民一体の「ようこそようこそ」運動でおもてなしを強化し、地域一体で持続可能な観光地づくりを進め、国内外から選ばれる鳥取県を目指しています。

そこで本ビジョンでは、国内外の観光需要を多角的に調査・分析し、地域全体が参画するワークショップ等を通じて、新たな観光コンセプトや施策を定め、その成果ならびにプロセスを通じて、地域住民や観光関連事業者が共通の方向性を認識し、効果的なマーケティング施策や観光としてのまちづくりを進めることで、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。

倉吉市では、10年先の令和17年には人口が現在(令和7年)よりも10%以上減少し、高齢化率(65歳以上人口比率)も約40%と高止まりしている予測があります。特に高齢化がすでに進んでいる中心市街地や関金地域では、このままでは事業者数の減少や空き店舗・空き家の増加、交通アクセスの悪化など急速な変化が見込まれます。

こうした変化は可能な限り変化のスピードを減速させる必要性を感じますが、一方、必ずしもマイナスとして見るのではなく、「ゆとり」、「静か」、「癒し」などの特徴・強みがより明らかになるとプラスに捉えることもできます。こうしたプラス要素を上手に取り込むことで、観光を稼ぐ産業とすることが期待できます。



(2) 計画の位置づけ

本計画は、本市の最上位計画となる「第12次倉吉市総合計画(令和3年3月策定)」にもとづく観光分野の個別計画として位置づけます。

策定にあたっては、国の観光立国に向けた取組をはじめ、「第3期倉吉市まち・ひと・しごと創生総合戦略(倉吉市未来いきいき総合戦略)(令和8年3月策定)」、「周遊滞在型観光地モビリティ向上計画(令和5年3月策定)」、「倉吉市中心市街地活性化基本計画(令和7年4月策定)」、「倉吉都市計画マスタープラン」など、倉吉市が策定する様々な計画などと整合性を図りながら、定期的な内容の見直しを踏まえ、今後の観光振興における新たな視点に立って策定するものとします。

(3) 計画の期間

令和8年度～令和12年度(5か年)

本ビジョンの期間は、総合計画後期基本計画等関連計画との整合を図るため、令和8年度から令和12年度までの5か年とします。数値的目標(KPI)はこの期間におけるものとします。

ただし、10年程度先まで見据えた目標や取組みも触れることとし、本計画期間では準備を進める整理としました。また、数値目標等は必要に応じて適宜見直すものとします。

■市総合計画／市地域産業振興ビジョン／中心市街地活性化基本計画を含む全体設計との関係性

図：本市の施策の体系



解説)

「倉吉市総合計画(後期計画)」「倉吉市地域産業振興ビジョン」「倉吉市中心市街地活性化基本計画」において、打吹地区(伝統的建造物群保存地区)における事業者誘致、消費拡大、周遊性向上をはかり、賑わいの創出と観光業の振興を図っていくと定めています。

打吹地区での市民の生活消費・観光消費(飲食、体験・交流、物販)の場を形成し、観光消費の拡大・雇用の拡大の取組みは、「倉吉都市計画マスタープラン」「倉吉市まち・ひと・しごと創生総合戦略」とも連携しながら、ハード・ソフトの両面から取り組んでいく必要があります。

2. 国・鳥取県における観光施策

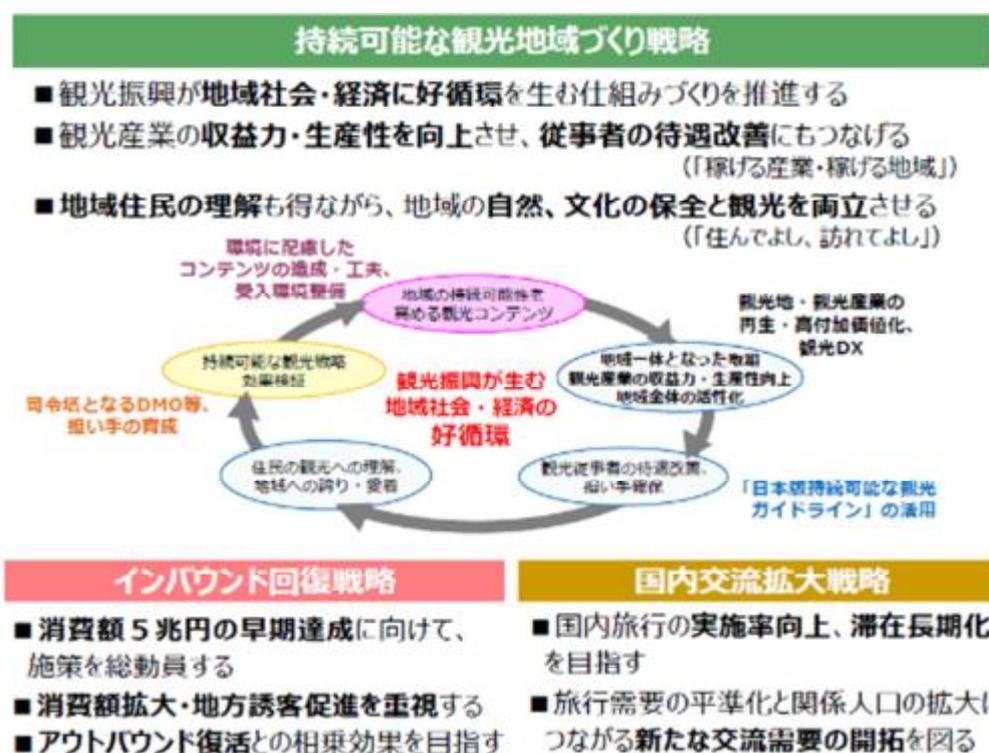
(1) 国の観光施策

■観光立国推進基本計画(第4次、令和5年3月閣議決定)について

●概要

本計画は、観光立国の持続可能な形での復活に向け、観光の質的向上を象徴する「持続可能な観光」「消費額拡大」「地方誘客促進」の3つをキーワードに、持続可能な観光地域づくり、インバウンド回復、国内交流拡大の3つの戦略に取り組むこととしています。計画期間は、令和5～7年度の3年間となっています。

●基本的な方針



●第5次計画(素案)

令和8年2月時点で公表されている観光立国推進基本計画素案(第5次)では、「観光の持続的な発展」、「消費額拡大」、「地方誘客促進」、「観光と交通・まちづくりとの連携強化」、「新技術の活用・本格展開」を施策の方向性として位置づけられています。地域住民と観光客双方の満足度を向上させ、交流人口・関係人口を拡大するとともに、「住んでよし」「訪れてよし」に加え、「働いてよし」の観光産業の実現を推進するための施策を強力に推進とされています。計画期間は、令和8～12年度の5年間となっています。第5次計画の概要は以下の通りとなっています。

■経済財政運営と改革の基本方針について

●概要

政府が経済・財政運営の基本原則と重要課題への取り組み方向を示すもので、賃上げを起点とした「成長と分配の好循環」の実現、デジタル・グリーン投資の加速、サプライチェーン強靱化、中小企業・地域経済活性化、国際競争力強化(人材・資金呼び込み)などが重点テーマとなっており、持続的成長と「今日より明日はよくなる」社会を目指す指針となっています。

●観光政策

観光政策は、インバウンドの「量」から「質」への転換を重視し、アドベンチャーツーリズムや高付加価値観光地の創出、文化芸術の活用、オーバーツーリズム対策、DMO強化を通じて、持続可能な観光を目指しています。

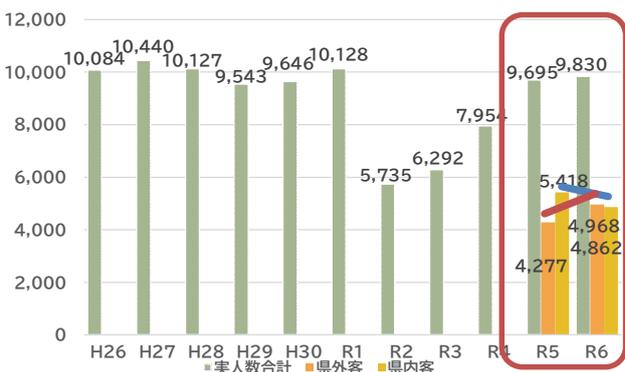
具体的には、コンテンツ産業(アニメ等)との連携、関係人口創出(ふるさと住民登録制度)、そしてGX/DXを活用した地域経済の高付加価値化などが柱となります。

(2) 鳥取県の観光施策

■鳥取県の現状

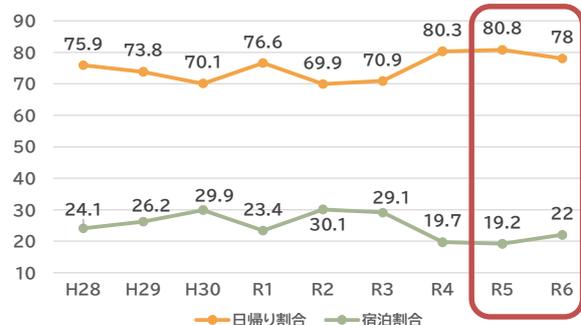
●令和6年鳥取県観光客入込動態調査結果(令和7年公表)

- 令和6年の鳥取県の観光客数(実人数)は、9,830千人(県外4,968千人、県内4,862千人)で、県内と県外がほぼ同数となっています。前年比では1.4%増であるが、県外が16.2%増と大幅に増えています。(県内は10.3%減)



- 人数が多いのは鳥取砂丘周辺で、約3,000千人と約1/3を占めています。次いで米子・皆生温泉周辺、倉吉市・三朝町・北栄町周辺、大山周辺が約1,000千人となっています。
- 境港周辺(水木しげる記念館リニューアル等)と鳥取砂丘周辺(記念大会となったしゃんしゃん祭り開催等)が増加しています。

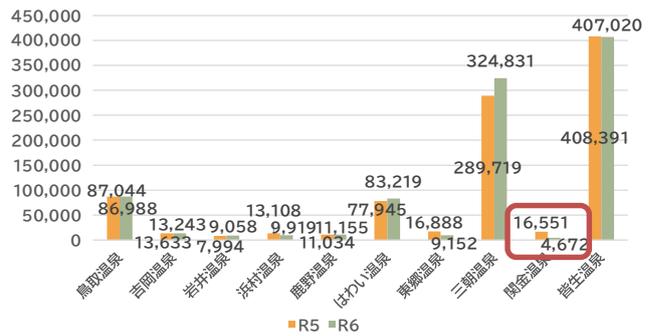
- 日帰り・宿泊割合をみると、日帰り78.0%、宿泊22.0%と日帰り客が多いですが、前年を比較すると宿泊割合が2ポイント以上増加しています。



- 観光消費額は県内日帰り客が6,666円、宿泊客が26,546円、県外日帰り客が8,785円、宿泊客が33,539円となっている。推計ではあるが全体では12,000円程度と見込んでいます。



- 県内の温泉地を見ると、皆生温泉の宿泊者が約 407 千人と最も多く、次いで三朝温泉約 325 千人、鳥取温泉約 87 千人、はわい温泉約 83 千人となっています。前年比を見ると三朝温泉が 12.1% 増と大幅に増えていますが、関金温泉は約 5 千人で前年比 70 ポイント以上の減少となっています。



- 外国人の宿泊者数は約 118 千人で、前年比 66.4% 増と大幅に増加しています。米子空港における韓国、香港の定期便(2026 年 2 月時点運休中)、台湾のチャーター便の再開等が要因となっています。
- 令和 7 年 11 月には知事がフランスを訪問しトッププロモーションを実施しています。具体的には日本向けツアー商品を販売している旅行会社や国内旅行会社の現地支店、日本料理レストラン、在仏鳥取県出身者、工芸品のセレクトショップ、美術館等を訪問し意見交換しています。
- 県では、アニメ、自然、食、工芸品をメイン商材と位置付けており、北栄町では「名探偵コナン」、境港市では「ゲゲゲの鬼太郎」が誘客コンテンツとなっており、倉吉市では谷口ジロー氏の作品などの売込みがメインになると考えています。

■鳥取県のイメージ調査

- 令和 4 年度鳥取県に関するイメージ調査(令和 5 年 3 月公表)

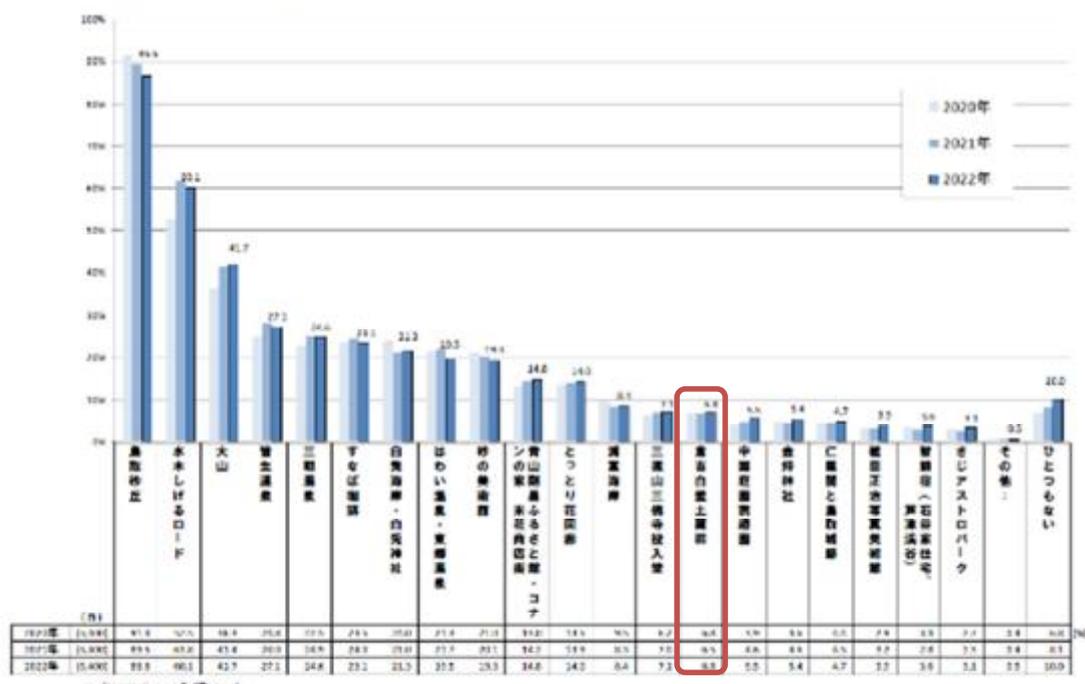
【実施概要】

調査目的	首都圏など 12 都府県在住者を対象に、本県のイメージや地域資源の認知度、観光・余暇等を把握する。
調査地域	①首都圏(東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県) ②関西圏(大阪府・兵庫県・京都府) ③中京(愛知県) ④中国・四国(広島県・岡山県・香川県) ⑤九州圏(福岡県)
調査方法	インターネット調査(楽天インサイト株式会社)
対象者	上記エリアに居住する、10 代以上の男女個人
回収数	5,400 サンプル ③ 首都圏(2,400 サンプル) ② 関西圏(1,500 サンプル) ③ 中京(300 サンプル) ④ 中国・四国(900 サンプル) ⑤ 九州圏(300 サンプル)
実施期間	令和 5 年 2 月 10 日(金) ~ 2 月 14 日(火)

2-3. 鳥取県の「観光地等」の認知・訪問経験・訪問意向 (1)認知

- ◆ 「鳥取砂丘」(88.6%)が突出して高く、「水木しげるロード」(60.1%)、「大山」(41.7%)、「智生温泉」(27.1%)と続く。
- ◆ 前回の調査を比べ、多くの観光地で認知度の減少が見られた。

Q.鳥取県の「観光地等」で、あなたが、知っているものを全て選んでください。(いくつでも)



2-3. 鳥取県の「観光地等」の認知・訪問経験・訪問意向 (1)認知 (エリア×年代別)

- > 【地域の傾向】関西圏、中国・四国の認知率が全般的に高い。また、「とっとり花園」は中国・四国で特徴的に高くなっている。
- > 【地域×年代別の傾向】どのエリアも高年齢ほど認知率が高まる傾向がみられ、特に中国・四国60代以上では「智生温泉」、「三朝温泉」、「とっとり花園」の認知率が全体を50pt以上上回っている。
- また、全体的に認知度の低い傾向がある九州圏でも、60代以上の「大山」、「智生温泉」、「三朝温泉」の回答率は高い。
- > 若年層についてみると、中京20代で「三徳山三徳寺投入堂」、中国・四国10代で「さジアストロパーク」の認知率が高い。

Q.鳥取県の「観光地等」で、あなたが、知っているものを全て選んでください。(いくつでも)

	鳥取砂丘	水木しげるロード	大山	智生温泉	三朝温泉	すまばね温泉	白鳥海岸・白鳥神社	びわい温泉・東郷温泉	砂の楽園	青い山脈ふもと公園・コナ	とっとり花回廊	清見海岸	三徳山三徳寺投入堂	倉吉白壁土蔵群	中津町歴史館	倉持神社	C倉吉と鳥取城	徳田正治海軍博物館	智生温泉(石母原社宅、温泉浴場)	さジアストロパーク	その他	ひとつもない	
全国	88.6	60.1	41.7	27.1	23.3	21.7	21.7	21.7	21.7	14.2	14.0	9.0	8.2	6.4	5.5	5.4	4.7	3.9	3.8	3.7	3.4	2.8	
関東圏	85.2	58.5	38.9	25.8	21.0	19.5	19.5	19.5	19.5	12.8	12.5	8.5	7.8	5.8	4.8	4.5	3.8	3.2	3.1	3.0	2.8	2.5	
中国・四国	92.1	65.2	45.1	30.5	25.5	23.5	23.5	23.5	23.5	15.5	15.0	10.0	9.0	7.0	6.0	5.5	4.8	4.0	3.8	3.5	3.2	2.8	
九州圏	82.5	55.0	35.0	24.0	20.0	18.0	18.0	18.0	18.0	13.0	12.0	8.0	7.0	5.0	4.0	3.5	3.0	2.5	2.4	2.3	2.2	2.0	
関西圏	89.0	62.0	43.0	28.0	23.0	21.0	21.0	21.0	21.0	14.0	13.0	9.0	8.0	6.0	5.0	4.5	3.8	3.5	3.4	3.3	3.2	3.0	
中部圏	86.0	59.0	40.0	26.0	22.0	20.0	20.0	20.0	20.0	13.0	12.0	8.0	7.0	5.0	4.0	3.5	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.3	
東北圏	83.0	56.0	37.0	24.0	20.0	18.0	18.0	18.0	18.0	12.0	11.0	7.0	6.0	4.0	3.0	2.5	2.0	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	
北海道	80.0	53.0	34.0	22.0	18.0	16.0	16.0	16.0	16.0	11.0	10.0	6.0	5.0	3.0	2.0	1.5	1.0	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	
年齢別																							
10代	85.0	58.0	39.0	26.0	21.0	19.0	19.0	19.0	19.0	13.0	12.0	8.0	7.0	5.0	4.0	3.5	3.0	2.8	2.7	2.6	2.5	2.3	
20代	84.0	57.0	38.0	25.0	20.0	18.0	18.0	18.0	18.0	12.0	11.0	7.0	6.0	4.0	3.0	2.5	2.0	1.8	1.7	1.6	1.5	1.4	
30代	83.0	56.0	37.0	24.0	19.0	17.0	17.0	17.0	17.0	11.0	10.0	6.0	5.0	3.0	2.0	1.5	1.0	0.8	0.7	0.6	0.5	0.4	
40代	82.0	55.0	36.0	23.0	18.0	16.0	16.0	16.0	16.0	10.0	9.0	5.0	4.0	2.0	1.0	0.5	0.5	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	
50代	81.0	54.0	35.0	22.0	17.0	15.0	15.0	15.0	15.0	9.0	8.0	4.0	3.0	1.0	0.5	0.5	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	
60代	80.0	53.0	34.0	21.0	16.0	14.0	14.0	14.0	14.0	8.0	7.0	3.0	2.0	0.5	0.5	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	
70代	79.0	52.0	33.0	20.0	15.0	13.0	13.0	13.0	13.0	7.0	6.0	2.0	1.0	0.5	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	
80代	78.0	51.0	32.0	19.0	14.0	12.0	12.0	12.0	12.0	6.0	5.0	1.0	0.5	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	
90代	77.0	50.0	31.0	18.0	13.0	11.0	11.0	11.0	11.0	5.0	4.0	0.5	0.4	0.3	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	0.1	



鳥取県観光計画について

●鳥取県観光計画(取組み指針)直近3年(令和5年～令和7年)分の中部圏域

鳥取県の中部圏域(東部・中部・西部)の直近3年間の観光施策指針は、『『とっとり観光振興計画』～『人』と『地域』が輝く観光立県とっとり～』や、『鳥取県観光戦略』に基づいて展開されています。砂丘・温泉・食(梨、カニなど)、妖怪(境港)、漫画(青山剛昌)などの魅力を活かしつつ、周遊促進(広域連携)、デジタル活用、高付加価値化(体験型、インバウンド強化)、地域との共創に注力し、特にコロナ禍後の回復と持続可能な観光を目指している点が特徴で、特に「滞在型観光」と「デジタルを活用した情報発信・予約」を強化しています。



【直近3年間(令和5年～令和7年)の主な取組みの方向性】

- 周遊促進・広域連携:鳥取砂丘、三朝温泉、境港(水木しげるロード)、大山、倉吉レトロタウン、青山剛昌ふるさと館など、県内各地の観光資源を繋ぎ、滞在日数を延ばす周遊ルートの開発
- 高付加価値化・体験型観光:伝統工芸体験、農家民泊、星空体験、美食ツアーなど、単なる観光地巡りから「体験」重視へのシフト
- デジタル・DX 推進:観光情報サイトの充実、予約システムの改善、SNS を活用した効果的なプロモーション(特に若年層・インバウンド向け)、データ分析に基づく施策
- インバウンド回復と誘客:アジア(特に韓国・台湾・香港、中国)や欧米豪からの誘客強化。境港がインバウンドに人気上昇等
- 「人」と「地域」の巻き込み:観光事業者、住民、大学など、多様な主体が連携する「共創」の仕組みづくり



■一般社団法人 鳥取中部観光推進機構について

●概要

目的:国内外への観光宣伝、観光客の誘致、受入環境の整備、および地域経済の活性化

対象エリア:鳥取県中部(倉吉市、三朝町、湯梨浜町、琴浦町、北栄町)および岡山県真庭市(蒜山地域)、平成29年11月地域連携DMO(Destination Marketing/Management Organization、観光地域づくり法人)登録

●取組事例

- 近畿エリア限定「特急スーパーはくとに乗って鳥取中部へGO!」キャンペーン実施
- 「くらよし食の探検家ガイド」スタンプラリー
- 「やきとり JAPAN フェスティバル 2025 in 倉吉」開催支援
- 第3次鳥取中部広域観光ビジョンへの参画(広域連携・将来像策定)



●取組事例役割の重要性

- 地域を横断した広域観光戦略の核となる存在
- 観光産業全体(宿泊・飲食・体験・物産)を底上げ
- インバウンド推進、多言語化、受入環境整備の中心
- “滞在型・回遊型”の観光地として地域を育てる中核機関

■鳥取中部ふるさと広域連合について

●概要

倉吉市、湯梨浜町、三朝町、北栄町、琴浦町の1市4町が共同で運営する行政組織で、広域的な圏域振興・観光、ごみ・し尿処理、消防・救急、火葬などの業務をまとめて行うことで、住民サービスの向上と効率的な行政運営を目指しています。単独市町村では難しい、広範囲にわたる専門性の高い事務を共同で処理する「広域行政」の仕組みです。

●観光ビジョン

鳥取中部ふるさと広域連合では、魅力あるこれからの鳥取中部観光の姿を創り出すために、鳥取中部のコンセプトや目指すべき将来像を、住民や各種団体の皆さまと共有し、協働・連携するため「第3次鳥取中部広域観光ビジョン」を策定しました。



計画期間は、令和6年度～令和10年度です。鳥取中部が有する「温泉」、「歴史」、「自然」、「サブカルチャー」等の魅力ある地域資源を結び、「癒し」をテーマとした地域の結びつき」を鳥取中部のコンセプトとして広域観光の取組を推進していきます。

第3次鳥取中部広域観光ビジョン 令和6年度 概要版

第1章 第3次広域観光ビジョンの策定にあたって

<策定の目的> 魅力あるこれからの鳥取中部観光の姿を創り出すために、鳥取中部を「何で、どう売っていくのか」という観光コンセプトや目指すべき将来像について、住民の皆様や観光に関わる人が共有する道しるべとするもの。

<計画期間> 令和6年度から令和10年度までの5年間

<目標数値>

観光入込客	令和6年度目標	3,680,525人	⇒	令和10年度目標	4,000,000人 (9%増)
宿泊客数(1泊)	令和6年度目標	537,063人	⇒	令和10年度目標	600,000人 (12%増)
外国人観光客数	令和6年度目標	25,125人	⇒	令和10年度目標	60,000人 (239%増)

第2章 鳥取中部観光をとりまく現状と課題

- 観光地・観光産業基盤付加価値強化**
ターゲットに対して満足度の高い受け入れ体制(施設設備含む)が整っていない。
- 地域魅力を結びつけた観光メニューの造成**
観光資源を活用しきれておらず、他の観光地との差別化が図られていない。
- おもてなしの基盤づくり**
観光客を取りまくすべての人が観光の担い手であることの意識形成が不十分。
- 交通・施設等の環境整備**
公共交通機関を始め、二次交通の強化が必要。施設

に惹ける利用しやすい環境整備が必要。

- 戦略的なプロモーションの展開**
魅力ある観光資源があるにもかかわらず、認知度が低いため旅行先として選ばれていない。
- 国際観光の推進**
外国人観光客のコロナ緩和から回復が高くなることから、要する施策と受入環境整備が必要。
- 広域観光体制の強化**
観光連携の連携強化が不十分であり、多様な観光ニーズに対応しきれていない。

第3章 鳥取中部観光の将来像

鳥取中部観光の基本コンセプト

「癒し」をテーマとした地域魅力の結びつき

鳥取中部の観光資源(地域魅力)を結びつけるキーワード

↓

「癒し」

食・温泉・自然・文化・歴史・サブカルチャー・テーマパーク

第4章 重点施策

- 観光地・観光産業基盤付加価値強化**
⇒鳥取中部に行けば「癒される」「第2のふるさと」と感じられるイメージ定着に努め、持続可能な観光地域としての地域の収益力・生産性の底上げ。
- 地域魅力を結びつけた観光メニューの造成**
⇒県下有数の温泉地で「癒し」をテーマとして観光資源の魅力をつなぎ、他の観光地との差別化を図る。
- おもてなしの基盤づくり**
⇒地域住民を含めた鳥取中部全体での広域観光推進。
- 交通・施設等の環境整備**
⇒二次交通、施設等の受入環境整備の促進。
- 戦略的なプロモーションの展開**
⇒「癒し」のイメージを活かした、シニア女性層をコアターゲットとし、ストーリー性を意識した戦略的な情報発信。
- 国際観光の推進**
⇒ターゲット(国・地域)を踏まえた情報発信の推進、魅力ある観光メニューの造成と受入環境整備の充実。
- 広域観光体制の強化**
⇒ROMOを核とした地域一体となった観光地域づくり・協力の実施。マーケティングによる、広域観光連携の戦略策定・強化。



3. 倉吉市における観光施策

(1) 倉吉市の現状

■歴史等

- 市の西方に広がる丘陵地の東端に古代には国庁・国分寺・国分尼寺が置かれ、伯耆国の政治・経済・文化の中心地でした。716年には万葉歌人としても知られる山上億良が伯耆守に任じられています。
- 市内には山陰最古級の大御堂廃寺跡をはじめ、いくつもの古代寺院跡が確認されており、優れた仏教関連の遺物が出土しています。
- 室町時代初期には山名時氏が伯耆守護となり、田内城を本拠としました。周辺には見日千軒と呼ばれる町が栄えといわれています。その後、打吹山にも城が築かれ、城下には倉吉の原型となる町が成立しました。
- 江戸時代には打吹山の北麓に陣屋が置かれ、鳥取藩家老の荒尾氏が治めました。
- 倉吉は鳥取・米子・津山など各地を結ぶ交通の結節点で、商工業都市として繁栄しました。明治時代には稲扱千歯や倉吉緋の生産が最盛期を迎え、全国に販路が広まりました。
- 本町通りには江戸時代から昭和初期にかけての商家の町並みが今なお残り、重要伝統的建造物群保存地区に選定されています。
- 関金温泉は約1200年前に開湯したと言われており、ラジウム含有量が豊富で「白金の湯」と呼ばれ、国民保養温泉地に指定されています。
- 鳥取県出身の漫画家谷口ジローの「遥かな町へ」の映画化が決定し、令和7年には倉吉市内各所で撮影が行われました。令和8年秋に公開予定です。

■立地条件・交通アクセス

- 鳥取県のほぼ中央に位置し、東は湯梨浜町・三朝町、西は琴浦町・江府町、北は北栄町、南は岡山県真庭市と隣接しています。





- 主要な幹線道路は、国道313号(地域高規格道路「北条湯原道路」を含む)、国道179号で、鳥取県内の主要都市(鳥取市、米子市)や県中部の近隣市町、岡山県、兵庫県、島根県東部(松江市、安来市)などから、自動車で片道2時間圏内と好アクセスとなっています。
- 鳥取県中部の交通・生活の結節点となる立地です。
- 市内には明治45年(1912年)に開業した国鉄倉吉線が倉吉駅と関金駅を結び、その後、昭和33年(1958年)に山守駅まで延線されましたが、昭和60年(1985年)に廃線となっています。途中駅として、上灘駅、打吹駅、西倉吉駅、小鴨駅、上小鴨駅、関金駅、泰久寺駅がありました。
- 廃線から月日がたった今でもレールやホーム跡が残り、関金周辺をはじめ市内各所にその遺構を残しています。関金にある泰久寺駅跡から山守トンネル入口付近までは竹林の中に廃線跡があり、幻想的な風景が「日本一美しい廃線跡」と呼ばれ、観光スポットとなっています。
- 打吹駅跡地には、倉吉線鉄道記念館が建てられ、C1175号機の保存展示と合わせて、周辺の遊歩道には「倉吉・緑の彫刻賞」受賞作家による野外彫刻作品が設置されています。(緑の彫刻プロムナード)
- 交通アクセス(自動車利用)

発	所要時間	経路
大阪	約3時間	中国自動車道院庄 I.C R179
岡山	約2時間	岡山自動車道～米子自動車道湯原 I.CR313
広島	約3時間30分	山陽自動車道～米子自動車道湯原 I.CR313
高知	約4時間	高知自動車道～米子自動車道湯原 I.CR313
福岡	約6時間	九州自動車道～米子自動車道湯原 I.CR313

- 交通アクセス(鉄道利用)

発	所要時間	経路
東京	約5時間30分	新幹線－スーパーはくと(智頭急行および JR)
大阪	約2時間50分	スーパーはくと(智頭急行および JR)
名古屋	約4時間00分	新幹線－スーパーはくと(智頭急行および JR)
岡山	約2時間30分	スーパーいなば(智頭急行および JR)－山陰本線
広島	約3時間40分	姫路経由 新幹線－スーパーはくと(智頭急行および JR)

- 交通アクセス(高速バス利用)

発	所要時間	発	所要時間	発	所要時間
神戸・大阪	約3時間40分	岡山	約2時間30分	広島	約4時間

- 鳥取県内空港の状況

- 鳥取砂丘コナン空港－東京羽田便
《倉吉駅へのアクセス(鳥取空港連絡バス)》

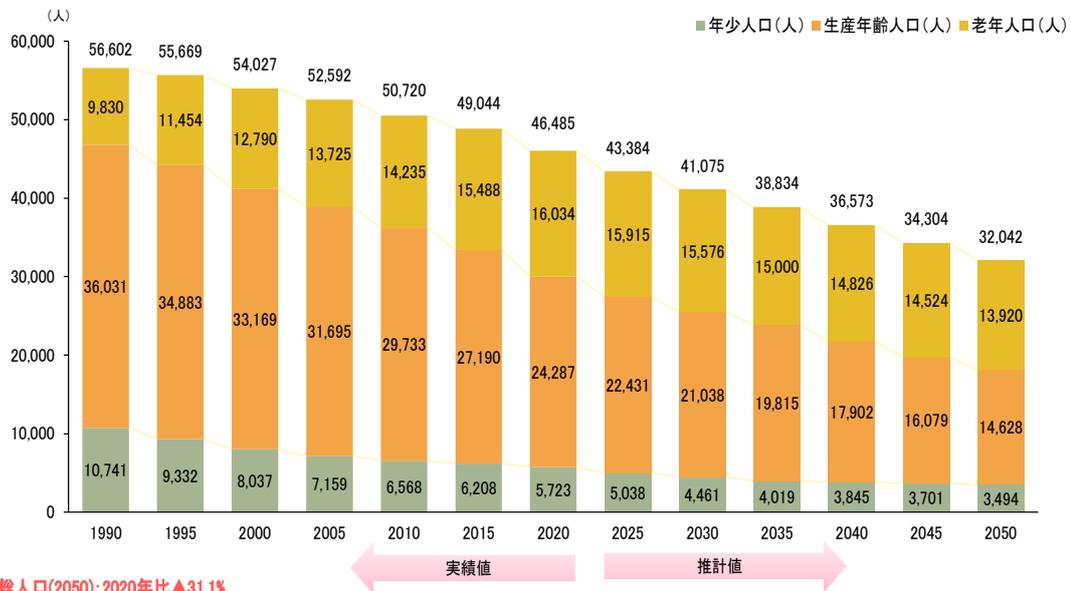
発	所要時間	経路
鳥取砂丘コナン空港	約45分	鳥取空港－倉吉駅・青山剛昌ふるさと館区間

- 米子鬼太郎空港－国内線:東京羽田便、国際線:ソウル、台湾便

人口

- 倉吉市の人口は、令和2年国勢調査で 46,485 人です。少子高齢化の影響から人口減少が進んでおり、今後も減少傾向が見込まれます。
- 高齢化率は、増加傾向で推移しており、地域経済の活力低下が懸念されます。

年齢3区分別の人口推移(1990年⇒2050年)



総人口(2050): 2020年比▲31.1%

年少人口(2050): 同▲38.9% 生産年齢人口(2050): 同▲39.8% 老年人口(2050): 同▲13.2%

※ 2020年から2050年にかけての各区分における増減率の全国値: 総人口▲17.0%、年少人口▲30.8%、生産年齢人口▲26.2%、老年人口+7.9%

※ 年齢3区分の合計人口(実績値)は、年齢不詳人口を含まないため、総人口と一致しない。

(備考)地域経済分析システム(RESAS)および国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口(2023年推計)」より作成

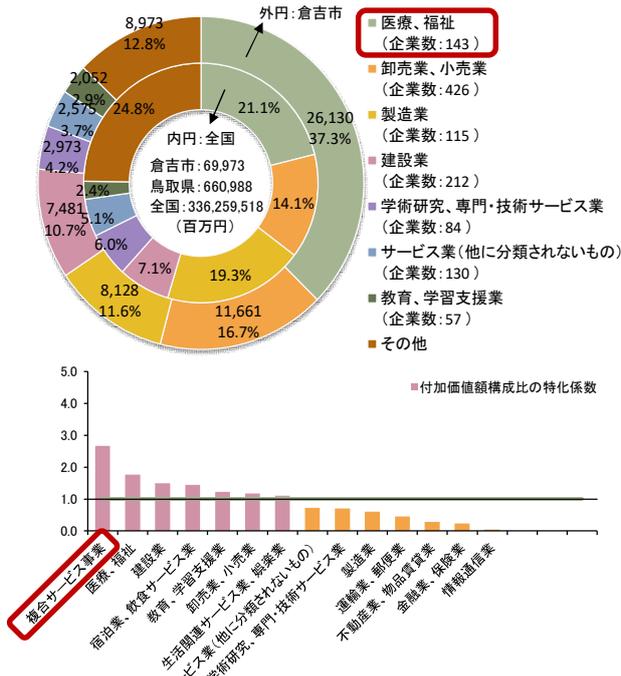
(1990年~2050年)

産業

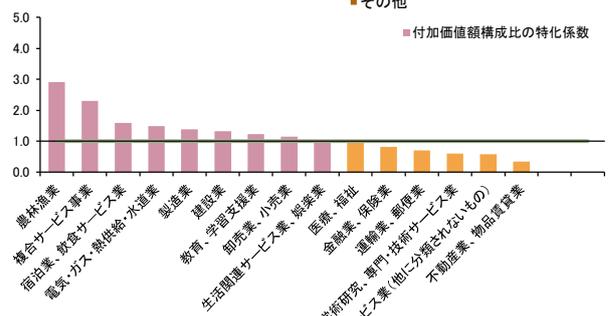
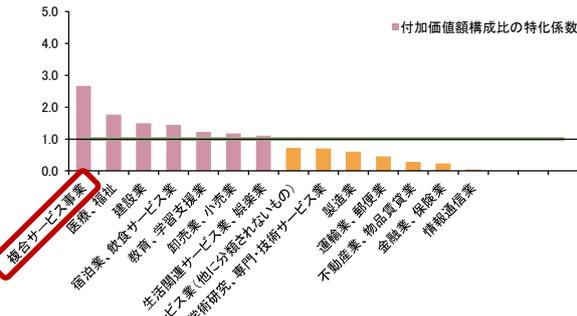
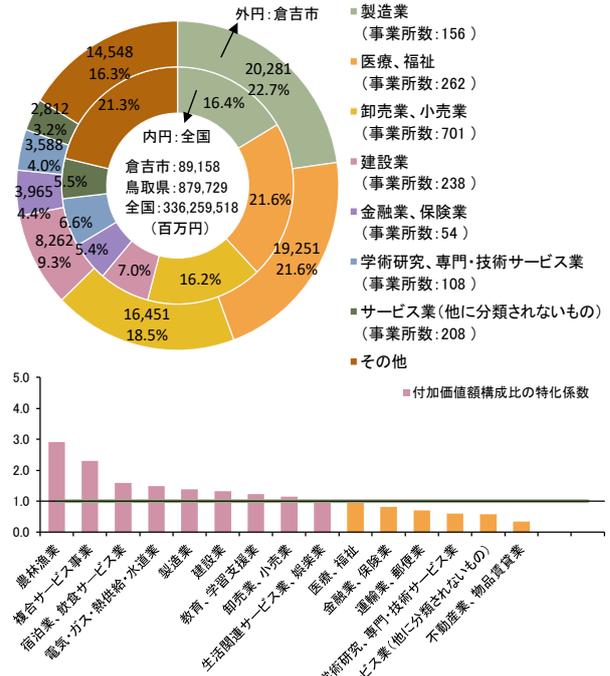
- 企業単位での産業別の付加価値額は、医療・福祉が最も多く、事業所単位でも製造業に次いでおり、特化係数も高いことから、これらのウェイトが高い産業構造となっています。
- 産業は、従事者人口が緩やかな減少傾向にあり、地域経済の活力低下が懸念されます。
- 古くから農業が盛んであり、米や白ネギ、メロン、スイカ、梨などを生産しています。
- 商工業では古くは木綿や稲扱千歯が生産され、近代以降は養蚕業に伴う製糸業など繊維産業が盛んになり、現在では食品製造業や電子機械器具製造業、電子部品製造業、フィギュア製造業などが立地しています。
- その他、令和2年時点では人口 10 万人当たりの一般病院数は 17.2 施設と、全国平均の 6.7 施設の3倍程度となっており、医療機関は充実しています。



産業別付加価値額構成および付加価値額特化係数
(企業単位)



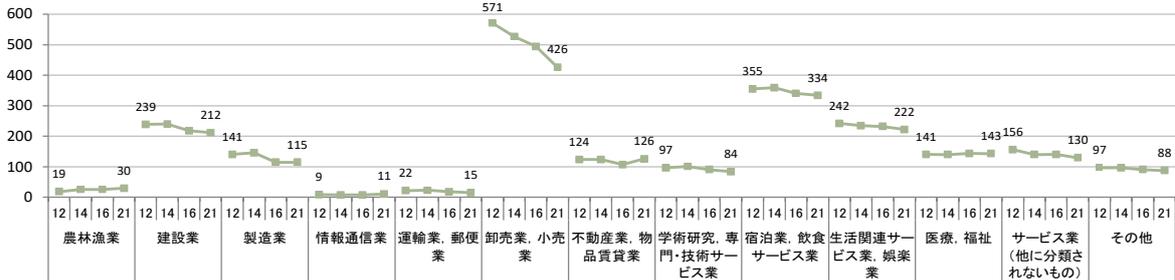
産業別付加価値額構成および付加価値額特化係数
(事業所単位)



(備考) 地域経済分析システム(RESAS)および総務省・経済産業省「経済センサス活動調査結果」より作成

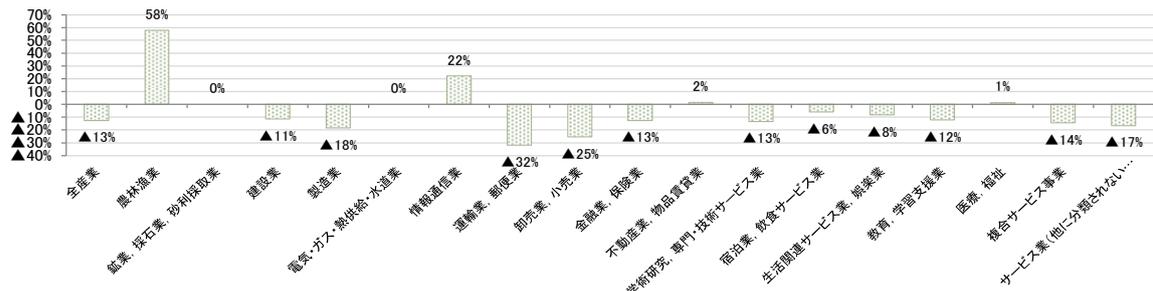
(2021年)

産業別企業数の推移(2012年-2014年-2016年-2021年)



※ 全国信用金庫における貸出先上位12業種を表示

産業別企業数の増減率(2012年⇒2021年)

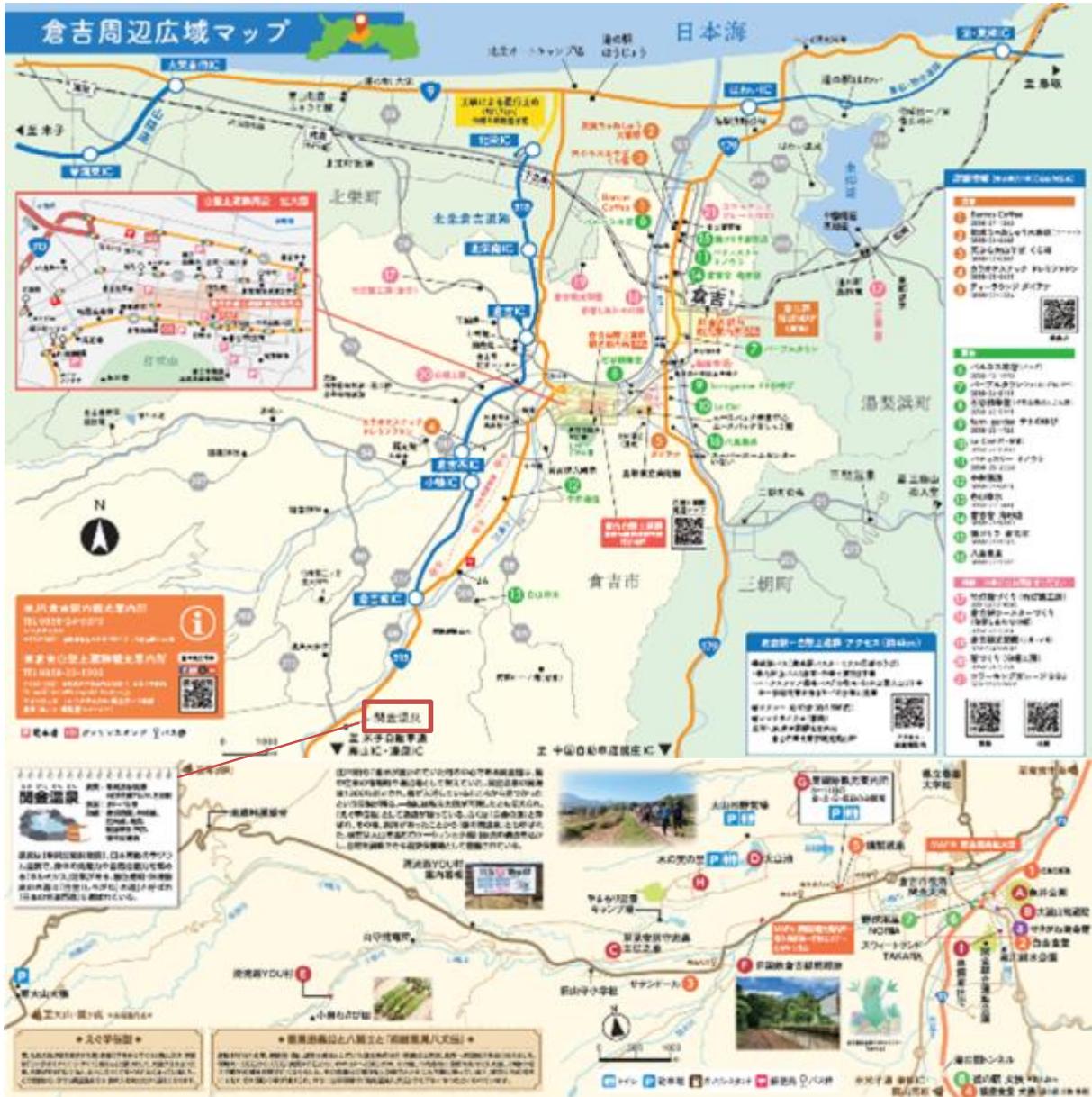


(備考) 地域経済分析システム(RESAS)より作成

(2012年、2014年、2016年、2021年)

■観光資源・体験メニュー

人口の集中する倉吉駅周辺・白壁土蔵群周辺・鳥取県立美術館周辺・地域資源である関金温泉を有する関金地区を中心に、以下のような観光資源を有しています。





● 主な観光・地域資源一覧

歴史・文化的資源	一次産品	食品・飲料・加工品	土産店
白壁土蔵群 打吹回廊 打吹公園 鳥取県立美術館 倉吉博物館 歴史民俗資料館 琴櫻記念館 大瀧山地蔵院 旧国鉄倉吉線廃線跡	米(コシヒカリ) 梨(二十世紀等) スイカ(極美西瓜) メロン(プリンスメロン) 白ネギ 関金わさび サーモン等の水産資源	和菓子(だんご等) 日本酒 ビール ワイン ウイスキー 牛骨ラーメン 一次産品加工品	くらよし駅ヨコプラザ 赤瓦1号館 道の駅 犬狹
工芸品・伝統品	宿泊・温泉施設	スポーツ・アウトドア資源	ポップカルチャー等
倉吉緋 はこた人形(倉吉張子) 稲扱千歯(鍛冶) 上神焼 国造焼	宿泊施設 18(ホテル 11・ 旅館7、倉吉駅周辺に集積) その他民泊施設 せきがね湯命館 関の湯 やまもり温泉キャンプ場	打吹山、小鴨川・天神川 倉吉体育文化会館 (スポーツクライミング等) 倉吉自転車競技場 倉吉スポーツセンター・ 関金 B & G 海洋センター	遙かな町へ(映画) 円形劇場くらよし フィギュアミュージアム エースバック未来中心 エースバックなしっこ館 (鳥取二十世紀梨記念館)

■ 観光の状況【日本人】

- 倉吉市の観光客・宿泊客入込動態調査によると、外国人を含む令和7年の延べ観光客数は1,434,690人で、前年の1,114,814人から約30%増となっています。宿泊客は95,312人で前年の97,710人から微減しています。
- 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。

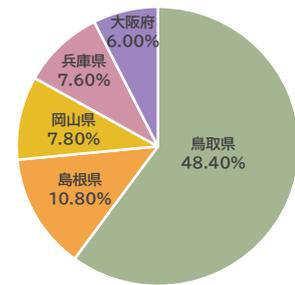
➡ これらのことから倉吉市の観光スタイルは、**宿泊者割合が低く、通過型観光が中心**であると言えます。

- 令和7年に関して、調査スポット 18 のうち、最も観光客が多かったのは白壁土蔵群です。次いで鳥取県立美術館、鳥取二十世紀梨記念館、せきがね湯命館となっています。
- 市内の主要な観光資源の一つである旧国鉄倉吉線廃線跡は、令和7年は10,359人となっています。



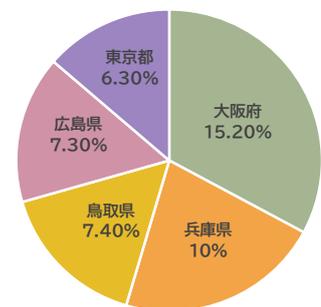


- 令和7年3月にオープンした鳥取県立美術館に関して、市の収集データによると、令和7年10月中旬までで、来館者は約160千人です。うち県内が約78千人(48.4%)と最も多く、次いで隣接の島根県約17千人(10.8%)、岡山県約13千人(7.8%)、兵庫県約12千人(7.6%)、大阪府約10千人(6.0%)となっています。



- 県立美術館入館者の市内回遊状況を分析すると、約30%の人が市内の他施設に立ち寄っています(逆にいうと約70%は、市内では県立美術館のみの立ち寄り)。うち白壁土蔵群エリアには約15%の立ち寄り、倉吉駅は5~6%程度の立ち寄り、関金地区への立ち寄りが限定的です。

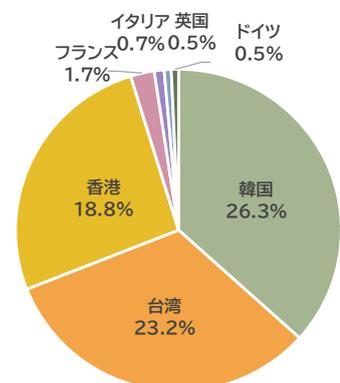
- 宿泊を伴う観光客の住まいは、大阪府が約46千人(15.2%)、兵庫県約30千人(10.0%)、県内22千人(7.4%)、広島県約22千人(7.3%)、東京都約19千人(6.3%)となっています。
- 性別年代別にみると、男性:女性=6:4で、男性では40歳代が最も多く(全体でも最多)、女性では60歳代以上が最も多いです。



■観光の状況【外国人】

- 倉吉市の公表データでは、令和5年に市内に宿泊した外国人観光客は2,371人で、令和元年の2,482人とコロナ前水準まで概ね回復しています。
- 令和6年の観光庁宿泊統計によれば、令和6年に鳥取県に宿泊した外国人観光客は約100千人で、47都道府県の中で約70千人の島根県、福井県に次いで少なくなっています。(日本全体では約138,528千人、鳥取県は0.07%)
- 鳥取県への外国人観光客の入港場所としては、関西国際空港42.7%、米子空港20.8%の2空港で6割超となっています。

- 鳥取県への外国人観光客を国別で見ると、アジアは、韓国26.3%、台湾23.2%、香港18.8%欧州圏は、フランスが1.7%と他の欧州圏の国に比べ高くなっています。



出所:観光庁 インバウンド消費動向調査2024年

- 鳥取県への外国人観光客の旅行日程をみると、7~13日が42.9%、4~6日が23.8%、21日以上が14.2%、3日以内が10.4%。全国平均と比較すると、7日以上の割合が高くなっており、長期滞在が多くなっています。

- 鳥取県への外国人観光客を男女別・年齢階層別で見ると、男性52.3%(29歳以下13.2%、30歳~49歳26.1%、50歳以上13.0%)、女性47.7%(29歳以下12.3%、30歳~49歳19.5%、50歳以上16.0%)。全国平均と比較すると、男女とも50歳以上の割合が高くなっています。



- 鳥取県への外国人観光客を訪日回数別で見ると、1回目 15.8%、2回目 7.0%、3回目 9.0%、4回目 7.3%、5回目以上 60.8%。全国平均と比較すると、4回目以下の割合が低く、5回目以上の割合が非常に高くなっています。(複数回日本に旅行に来ている人が多いためと思われます。)
- 鳥取県への外国人観光客を同行者別で見ると、家族 29.5%、夫婦のみ 24.8%、一人 23.5%、友人 19.1%で、全国平均と比較すると、夫婦での旅行割合が高くなっています。

(2) 倉吉市の観光施策

■ 上位計画・関連計画

● 第12次倉吉市総合計画(令和3年3月策定)

倉吉市では、市の最上位計画となる「第12次倉吉市総合計画」を策定しています。基本構想のまちづくり基本目標1「地域資源を最大限に生かして躍動するまちづくり【産業振興】」において、「稼ぐ力を高め、未来を切り拓く「しごと」と「ひと」の創出」を掲げています。

さらに、後期基本計画(令和8年度～令和12年度)の「地域資源を活かした観光の振興」において、周遊滞在型観光地や中長期滞在型の温泉地づくりに向けた取組みを掲げています。



旧国鉄倉吉線廃線跡
トレッキング



日本の名湯百選関金温泉

【後期基本計画】

- 地域資源を活かした観光の振興

成果を測定するための指標

指標名(単位)	現状値 (令和6年度)	目標値 (令和12年度)
市内観光入込客数(人)	1,086,582	1,700,000
説明	観光客の流入状況、観光地の魅力を具体的に数値化し、成果を確認することができる指標	
市内観光客の周遊率(%)	14	30
説明	観光客の流入状況、観光地の魅力を具体的に数値化し、成果を確認することができる指標	
観光宿泊者数(人)	94,226	120,000
説明	観光客の流入状況、滞在型観光の実績を具体的に数値化し、成果を確認することができる指標	
関金温泉利用者数(人)	114,525	140,000
説明	観光客の流入状況、温泉地としての魅力を具体的に数値化し、成果を確認することができる指標	



- 取組方針
 1. 地域資源を活かした観光コンテンツの充実
 2. 戦略的な情報発信とマーケティング強化
 3. 関係団体等との連携による交流人口の拡大
 4. 質の高い「おもてなし」と受入環境の整備

● 周遊滞在型観光地モビリティ向上計画(令和5年3月策定)

本計画では、観光客の利便性向上×市民の暮らし良さの向上＝倉吉らしい周遊滞在型観光まちづくり、と定義づけ、観光入込客数の増加と滞在時間の延長による地域経済の活性化、交流人口の増加、リピーターの創出による移住定住の促進等を目指しています。県立美術館～赤瓦・白壁土蔵群エリア～円形劇場・小川氏庭園周辺の東西約 2.5 km×南北 0.5 kmの範囲を『周遊滞在エリア』と位置付け、観光客向けニーズ調査や、実証実験、お試しツアー、関係者ヒアリング等を実施しています。

本計画によれば、周遊滞在エリア周辺では、市の無料駐車場が合計で 11 箇所(普通 1,227 台、大型 30 台)配備されています。本計画における調査では、エリアまでの移動手段は、自家用車が7割を占めています。また、エリア内の移動手段は、自家用車と徒歩が中心です。エリア内を自家用車又は徒歩で移動している観光客は、立寄り施設数が少なく、滞在時間も短い傾向となっています。

周遊滞在型観光地モビリティ向上計画で定める周遊滞在エリア



「白壁土蔵群中心ゾーン」と「東側ゾーン」、「白壁土蔵群中心ゾーン」と「同南側ゾーン」をセットで観光している人が多いものの、観光客の概ね 1/3 程度に留まっています。また、特に「西側エリア」には回遊する人が少ない状況となっています。

全体の平均滞在時間は 3.3 時間で、訪問ゾーン数が多いほど滞在時間が長くなる傾向にあります。

本計画策定におけるヒアリングでは、以下のような意見が紹介されています。

- 白壁土蔵群入口の駐車場に利用が集中し、慢性的に渋滞が発生している一方、周辺部の駐車場は利用が少ない状況です。
- 打吹回廊がコロナ禍の影響を受けています。



また、本計画に基づいて次の取組みを実施しました。

【令和6年度】

- 満空情報の整備や路面標示の実施
- U-MO 実証実験(運行実証・路側環境実験・広告配信実験)
- 有償運行実験の実施
- 住民の運転体験会・移動販売実験

【令和7年度】

- グリーンスローモビリティの本格運行開始
- 運営協議会の設立と体制構築
- 試験運行実施と利用促進イベント・会議による計画推進

● 第3期倉吉市中心市街地活性化基本計画(令和7年3月策定)

倉吉市の有する歴史的資源と美術館等のアートの要素を融合し、新たな市街地の賑わい創出をめざすものです。

倉吉市中心市街地活性化基本計画の事業概要

積極的に住みたくなる暮らしの賑わい再生を目指す

①鳥取県立美術館活用事業
鳥取県立美術館に併設のホールやギャラリー等を活用し、各種交流イベント等を行う。

②くらしよし居住環境整備事業
日工場跡地を活用し医療福祉に關わる施設の整備を行い高齢者をはじめとする地域住民にとって便利な生活環境を創出。

③打吹原駅前広場整備事業
観光活性化拠点整備し商店街及び地域関係者の協働により多様なコミュニティイベントを開催し地域の賑わいの向上を図る。

④空き家活用サポートセンター事業
空き家、空き店舗に関する様々なニーズに対応するための多様な専門的サービスを提供する組織を立ち上げ、ワンストップ相談窓口、各種支援制度の提供発信等を行い、移住定住の促進を図る。

中心市街地圏域：約10k㎡
中心市街地人口：5,331人(令和6年1月)

歴史的資源とアートを活かし観光機能の向上を目指す

⑤小川家庭園・倉吉淀屋活用事業
修繕完了を行った歴史的資源(小川家庭園や倉吉淀屋)を活用した観光イベント等を実施する。

⑥倉吉の歴史的資源を活用したまちなみ活性化事業
中心市街地に位置する古民家、旧店舗といった歴史的資源を活用し、地域の観光、宿泊振興を推進する。

⑦円形劇場くらしの文化ホール活用事業
市内保存最古の円形劇場を活用し、整備したシアター・カフェにおいて地域と連携した各種文化イベントを実施する。

⑧ポップカルチャーによる観光客等誘致促進事業
本市と隣接企業、更には本市に縁のあるコンテンツを有する企業等の協力の下、地域が元来持つ歴史資源と、互いの長所を最大限活用した新たな魅力づくりによる観光客の誘致を行う。

⑨周遊型観光地モビリティ事業
観光拠点と接続するループバスやグリーンズローモビリティを導入しエリア全体の観光客の誘致・滞在を促す。

多様なビジネスが活性化し地域の商業活動の発展を目指す

⑩職存ストック活用型産業進出地域連携事業
まちづくり会社、地元商工会が連携し、空き店舗や空き家を整備し、新規出店を促進する。

⑪地域の暮らしを支える商店街づくり事業
通勤者にも暮らしやすい居住環境を形成するための新設の空き家・空き店舗を利用した日常生活を支える店舗を創出する。

⑫地域住民学生向け複合施設整備事業
倉吉駅を利用する地域住民・学生の利便性を考慮した店舗展開、商品開発とした商業統合施設の整備を行う。

⑬サテライトオフィス誘致事業
市内に不足している職種(事務・企画・デザイン・IT等)のサテライトオフィスを誘致することで、企業の集積する軌跡の確保を目指す。

観光機能の向上策として、小川氏庭園や倉吉淀屋、古民家等の歴史的資源を活用した観光イベントの実施やまちなみの活性化、ポップカルチャーによる観光客等誘致促進、周遊滞在型観光地モビリティ事業等の取組みがあげられています。

本計画による調査では、倉吉市内の空き家は2024年1月時点で約800戸、そのうち約30%の243戸が中心市街地内に立地しています。(人口構成比の倍以上の比率)

倉吉駅から打吹地区に関して、バス路線が集中しており、日中でも5~10分間隔でバスが運行されるなど、公共交通の利便性は高くなっています。それでも公共交通の利便性に対して、40%以上が利便性に課題を感じていると評価しています。

本計画では、中心市街地の課題として、以下の3点があげられています。

- ① 人口減少およびコミュニティの衰退
- ② 観光来訪者数の伸び悩み
- ③ 地域の担い手となる新規創業者数の確保

中心市街地のテーマとして、「美術館のある新たなまちの市街地活性 ～歴史とアートを巡る賑わい創出～」が設定されています。基本方針として、以下の3点があげられています。

- ① 積極的に住みたくなる暮らしの賑わい再生を目指すまち
- ② 歴史的資源とアートを活かし観光機能の向上を目指すまち
- ③ 多様なビジネスが活性化し地域の商業活動の発展を目指すまち

●倉吉市中心市街地活性化協議会の活動

鳥取県倉吉市の中心市街地の活性化(にぎわい創出や地域の魅力向上)を総合的に推進するために設立された組織です。中心市街地活性化に関する事業全体の調整・推進を担う民間主体の協議会で、地域のまちづくりを促進する役割を果たしています。

【役割】

- 中心市街地の活性化に関する事業の総合調整と推進
- 市町村が策定する中心市街地活性化基本計画の実効性向上への寄与
- 基本計画に掲載されたプロジェクト(民間事業)の進行管理
- 新規事業や民間投資の掘り起こし、関係者への助言・調整
- 会議(総会・幹事会・タウンマネジメント会議など)の開催と運営
- 活性化に資する事業の発掘、計画作成、情報発信

【中心市街地の動き】

- 現在までの主な動き

年度	内容
平成27年	倉吉市中心市街地活性化基本計画 認定
平成30年	「円形劇場くらしフィギュアミュージアム」オープン
令和元年	「打吹回廊」オープン
令和2年	「倉吉市役所第2庁舎」機能移転
令和2年	「旧三輪医院跡整備事業」 BREW LAB KURAYOSHI オープン
令和3年	小川氏庭園「環翠園」公開
令和7年	「鳥取県立美術館」オープン
令和7年	「くらしごと BASE」オープン

- 今後のスケジュール(予定)

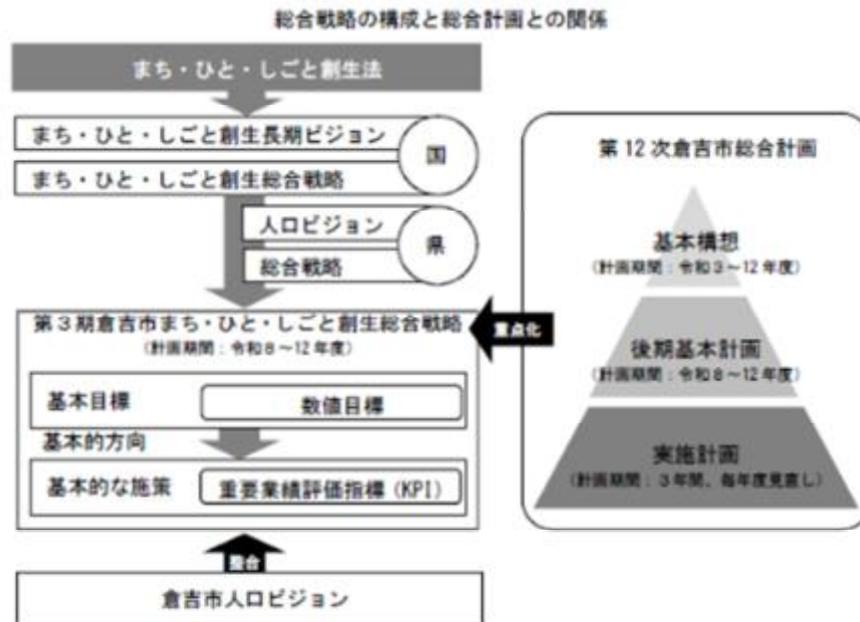
年度	内容
令和8年	「分散型宿泊施設」オープン・小川家住宅・旧高多家住宅



● 第3期倉吉市まち・ひと・しごと創生総合戦略(倉吉市未来いきいき総合戦略)(令和8年3月策定)

第3期倉吉市総合戦略は、まち・ひと・しごと創生法第10条に基づき、策定するものです。国の総合戦略や倉吉市人口ビジョンを踏まえ、人口減少や地方創生という重要な課題に向き合い、今後5年間の基本目標や施策の基本的方向性、具体的な施策を定めます。

また、第3期倉吉市総合戦略は、第12次倉吉市総合計画後期基本計画の重点事業に位置付け、地方創生・人口減少に関連する取組に特化した計画として機能させ、総合計画その他各分野の個別計画とも連動させながら、分野横断的かつ集中的に取組を推進していきます。



観光施策に関しては、後期基本計画を踏襲しており、取組方針と主な内容は、以下のとおりです。

1. 地域資源を活かした観光コンテンツの充実

- 既存の観光資源の磨き上げや美術館など新たな拠点を活かした観光推進
- 滞在時間の延長を促す仕掛けづくり
- スポーツツーリズムによる新たな交流機会の創出
- 農家民泊をはじめとする関金グリーンツーリズムの推進

2. 戦略的な情報発信とマーケティング強化

- 観光ニーズや動向を把握するためのデータ収集・分析及びこれに基づくマーケティングの実施
- 多様なメディアを活用した情報発信

3. 関係団体等との連携による交流人口の拡大

- 観光関係団体や宿泊施設及び近隣市町村等との連携強化
- インバウンド誘致及びコンベンション誘致の強化



4. 質の高い「おもてなし」と受入環境の整備

- 通信環境等の受入環境整備などによる誰もが快適に安心して楽しめる観光環境の整備
- 観光に携わる人材育成とホスピタリティ意識の向上
- 建設から30年が経過する「せきがね湯命館」の改修による日帰り温泉による観光拠点の整備

● 倉吉都市計画マスタープラン(平成20年7月策定)

本計画は、都市計画の指針であることから、都市計画区域を基本とするものですが、倉吉市総合計画では「自然・住居・産業がバランスよく調和した土地利用を進める」ことを目標に定めていること、また、市域の一体的かつ総合的なまちづくりを推進するため、都市計画区域外を含む市域全域を計画対象としています。

平成20年7月に倉吉都市計画マスタープランが策定されてから、少子高齢化と人口減少が進行する一方、地域を活性化する道路整備や企業誘致などの取り組みが進展してきています。これらをはじめとする倉吉市を取り巻く社会経済情勢の変化や上位・関連計画の内容を踏まえながら、平成30年2月に見直しを行いました。

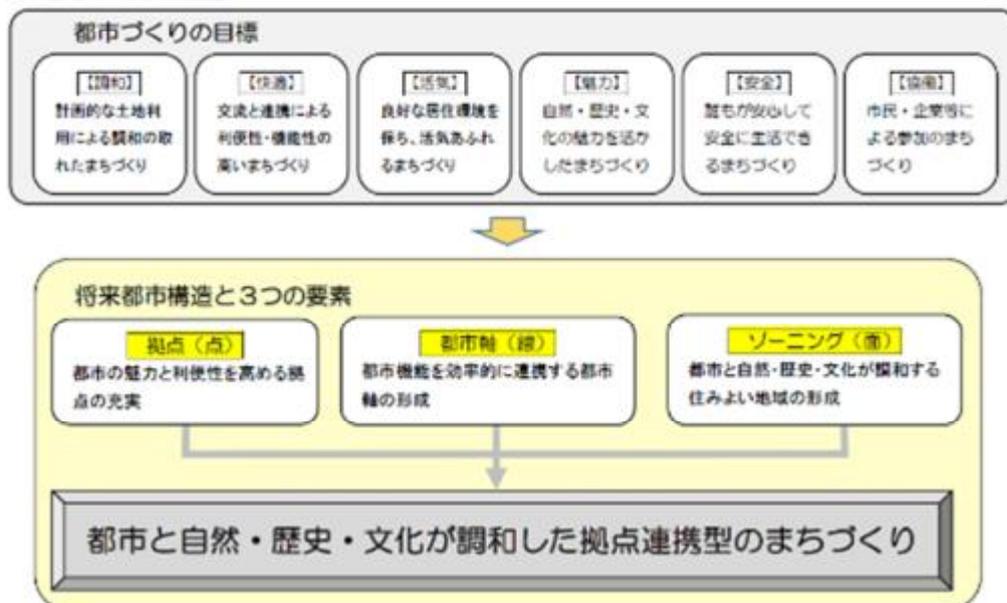
◆ 都市づくりの理念

11次倉吉市総合計画の将来都市像「愛響と誇り 未来いきいき みんなでつくる倉吉」等を踏まえ、都市づくりの理念を次のとおり設定します。

都市計画マスタープランの都市づくりの理念

地域の『魅力』を伝え、『活気』ある都市を目指し、
都市と田園が『調和』した『安全』で『快適』な『協働』のまちづくり

◆ 都市づくりの目標





●倉吉市文化財保存活用地域計画(令和9年度国認定予定)

倉吉市では、令和7年度から3か年かけて、市内の文化財の保存・活用に関する総合的な計画である文化財保存活用地域計画を策定する予定です。

文化財の一つである倉吉市打吹玉川伝統的建造物群保存地区(白壁土蔵群)は、倉吉市の代表的な観光スポットですが、同時に日常生活を送っている住民もおり、町並み保存のための活動をしている「倉吉町並み保存会」という組織も設立されています。白壁土蔵群への観光客誘客には、町並みの保存は必要不可欠です。住民の協力なしには町並みを保存することは難しくなりますので、本ビジョンで白壁土蔵群での観光施策を考えるに、住民の意向が第一優先であること、保存のための観光であることを前提として考えていきます。

■一般社団法人倉吉観光 MICE 協会の活動

倉吉市には、観光振興の担い手として、一般社団法人倉吉観光 MICE 協会があります。当協会では、倉吉市における観光振興、MICE 誘致、地域活性化のため、以下のような多様な取り組みを行っています。

●主な活動内容・取り組み

【観光案内所の運営・観光案内サービス】

- 倉吉白壁土蔵群観光案内所を運営し、観光案内、パンフレット配布、有料観光ガイド手配、レンタサイクル貸出、ベビーカー・車いす貸出、バス乗車券の販売、コインロッカー、物販など多様なサービスを提供
- 関金温泉周辺の観光案内窓口(電話対応ベース)も担っている。

【観光ガイドの募集・運営】

- 観光客を対象に、観光ガイドによる町並みの案内・解説付きのまち歩き体験を提供。地元の歴史や文化、町並みを紹介する事業を実施
- ガイド募集や育成のための研修を実施し、白壁土蔵群周辺や旧国鉄倉吉線の廃線跡などを地元の人の目線で紹介できる人材を供給

【観光資源の整備、PR/プロモーション】

- 観光資源の調査研究・開発および利用促進に取り組み、新たな観光資源の開発、従来の観光資源のブラッシュアップを図る。
- 国内外からの来訪を促すための広報活動、情報発信、施設・イベントの紹介を実施(例)SNS やウェブサイトを通じて、倉吉の見どころを発信

【MICE の誘致・支援】

- 協会の名称にもある通り、観光客ばかりでなく会議、学会、スポーツ大会、イベントといった MICE の誘致・開催を支援。交流人口の拡大と地域経済活性化を図る。
- インバウンド(海外からの観光客)誘致に取り組み、地域の国際化を見据えた観光振興を目指す。

【市内回遊性の向上と経済効果の最大化】

- 倉吉をさまざまな目的で訪れる人たちに市内の観光施設を周遊してもらう取り組みを実施。市内の回遊性と滞在時間の延長を図り、経済効果を最大化する。



- 市内の飲食店、宿泊施設などに観光客の入り込み情報などを提供

【地域と連携したイベント・観光支援】

- 地元団体や行政、観光施設などと連携して、観光振興・地域イベントの実施やサポートに取り組む。

(例)まち歩きイベントや、地域の飲食店等と協力し、クーポン券を使った飲食振興の支援の実施

【他機関と連携したモニターツアーや地域資源を活用した独自ツアーの実施】

- ものづくり体験ツアー
- フィギュア制作体験ツアー
- カスタマイズフレンドリーガイドツアー
- 歴史的資源活用ツアー
- 老舗鍛冶屋で職人に学ぶ・ペーパーナイフ作り体験
- 倉吉駅前ナイトフードツアー
- 星取テラスを中心とした、滞在型ヨガリトリートツアー



【参考】MICEとは

企業等の会議 (Meeting)、企業等の行う報奨・研修旅行 (インセンティブ旅行) (Incentive Travel)、団体、学会等が行う会議 (Convention)、展示会、イベント (Exhibition/Event) の頭文字を使った造語

**一般社団法人倉吉観光 MICE 協会を中心に、
以下のような体験メニューを提供しています。**

【市内で体験可能なメニュー例等】

出所: 倉吉市総合観光パンフレット



銀座夜市チラシ



商店街美術館チラシ

● 商店街の果たす役割

- 地域コミュニティの中心拠点
- 地元住民と観光客の接点となる市街地の玄関口
- 中心市街地活性化の核として周辺商店街・行政と連携し広域的に賑わいを創出

■ 倉吉市の現状等から見える強み・弱み

これまでの市の現状や観光施策等から、倉吉市観光の現状（強み・弱み）は以下のとおり整理できます。

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ・国及び鳥取県による地方誘客・滞在型観光推進の取組 ・広域連携の核となる組織（DMO）の存在 ・白壁土蔵群をはじめとする歴史的景観資源 ・泉質評価の高い関金温泉 ・鳥取県中央部に位置する広域アクセス優位性 ・国鉄倉吉線廃線跡の観光活用 ・農業・製造業の集積及び医療機関の充実 ・倉吉駅、白壁土蔵群、鳥取県立美術館、関金温泉を核とする観光資源の集積 ・地域特性を有する多様な観光資源 ・年間 100 万人超の観光客数 ・鳥取県立美術館の開館による新たな集客効果 ・白壁土蔵群周辺の無料観光駐車場の整備 ・倉吉駅から白壁土蔵群への公共交通の充実 ・中心市街地内の「くらしごと BASE」の開設及び分散型宿泊施設の整備 ・倉吉観光 MICE 協会による観光施策の推進体制 ・倉吉銀座商店街振興組合によるアート関連の取組 	<ul style="list-style-type: none"> ・人口減少及び高齢化の進展 ・地域産業の持続的活性化 ・市内の宿泊機能の維持・強化 ・滞在型観光への転換・観光資源の面的転回及び広域連携 ・鳥取県立美術館来館者の市内回遊促進 ・インバウンド需要のさらなる取組 ・中心市街地の空き家・空き店舗の増加 ・白壁土蔵群内の滞在時間の延伸 ・公共交通の利便性向上 ・駐車場情報の活用による利用の適正化 ・観光用公衆トイレの快適性向上及び整備充実 ・地域資源を生かした体験型観光コンテンツの充実 ・観光案内拠点の情報発信機能の高度化に向けた連携深化 ・観光客のデータ収集・分析の高度化 ・観光施策を持続的に推進するための体制強化



4. 観光に関する調査・ワークショップの実施

——**たくさんのご意見を参考にするため、さまざまな調査を実施しました。**

【海外からの旅行者を対象とした調査】

- ・海外在住の外国人を対象とした倉吉観光に関するアンケート
- …香港・台湾・韓国・フランスなどの男女 467 人が対象
- ・外国人観光モニターツアーアンケート
- …台湾・香港・韓国・フランスをはじめとする欧州など、海外に国籍を持ち日本で暮らす男女 40 人が参加



【日本人の旅行者を対象とした調査】

- …首都圏、関西圏、倉吉近隣の広島県・岡山県の日本人男女 500 人を対象とした倉吉観光に関するアンケート

【倉吉市の企業への調査】

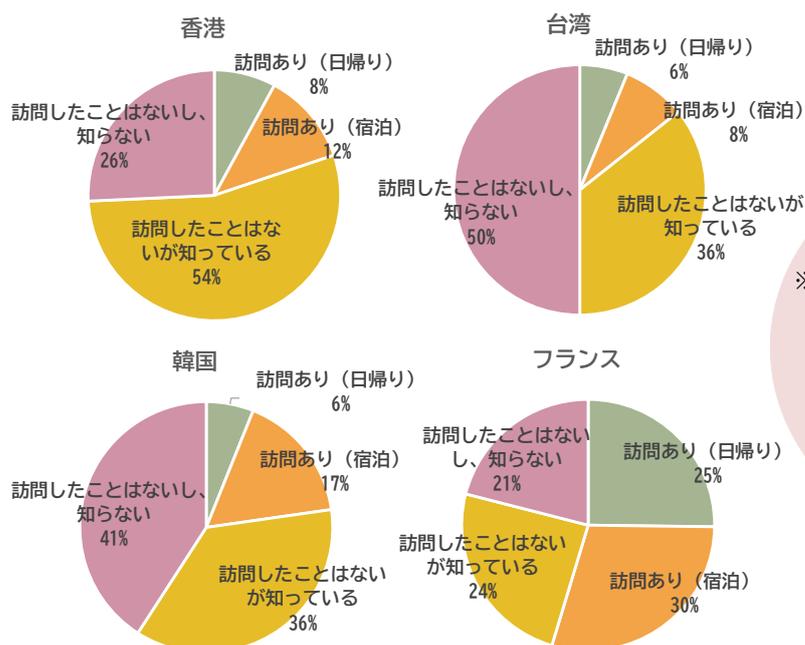
- …倉吉市内に所在する企業 44 事業者を対象とした倉吉観光に関するアンケート調査

【市内ポテンシャル調査】

- …鳥取市、米子市、境港市、三朝町、津山市、真庭市、美作市、新温泉町の観光関係団体へエリア動向や強み・弱みをヒアリング調査

海外・日本人の旅行者を対象とした倉吉観光に関するアンケートより

Q：鳥取県倉吉市を知っていますか？



倉吉を訪問したことがある人は、韓国が最も多い結果となりました。
 ※フランスは、来日経験がある人を対象にアンケートを行っているため、他の国と同レベルでは考えにくい。
 一方で、倉吉市を知らない人は、台湾・韓国で 40~50%。
 香港は訪問したことはないが知っている人が 54%となっています。





どの国も、20～40歳代が倉吉に訪問したことが多く、
高齢世代は観光経験が少ないです。

香港

	n	ある。日帰りで訪問したことが	ある。訪問し、宿泊したことが	知訪問したことはないが、訪問している	知訪問したことはないし、訪問していない
全体	101 100.0	8 7.9	12 11.9	55 54.5	26 25.7
10歳代	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
20歳代	12 100.0	0 0.0	3 25.0	7 58.3	2 16.7
30歳代	29 100.0	4 13.8	1 3.4	18 62.1	6 20.7
40歳代	40 100.0	2 5.0	7 17.5	19 47.5	12 30.0
50歳代	18 100.0	1 5.6	1 5.6	10 55.6	6 33.3
60歳代	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0
70歳以上	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

台湾

	n	ある。日帰りで訪問したことが	ある。訪問し、宿泊したことが	知訪問したことはないが、訪問している	知訪問したことはないし、訪問していない
全体	98 100.0	6 6.1	8 8.2	35 35.7	49 50.0
10歳代	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
20歳代	6 100.0	0 0.0	0 0.0	4 66.7	2 33.3
30歳代	40 100.0	4 10.0	4 10.0	12 30.0	20 50.0
40歳代	32 100.0	1 3.1	2 6.2	10 31.2	19 59.4
50歳代	13 100.0	1 7.7	2 15.4	6 46.2	4 30.8
60歳代	6 100.0	0 0.0	0 0.0	2 33.3	4 66.7
70歳以上	1 100.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0	0 0.0

韓国

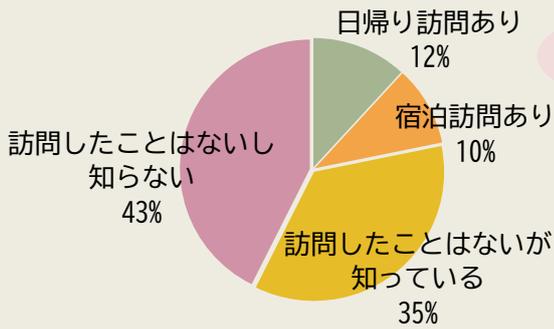
	n	ある。日帰りで訪問したことが	ある。訪問し、宿泊したことが	知訪問したことはないが、訪問している	知訪問したことはないし、訪問していない
全体	66 100.0	4 6.1	11 16.7	24 36.4	27 40.9
10歳代	2 100.0	0 0.0	0 0.0	1 50.0	1 50.0
20歳代	4 100.0	0 0.0	1 25.0	2 50.0	1 25.0
30歳代	23 100.0	1 4.3	6 26.1	6 26.1	10 43.5
40歳代	18 100.0	1 5.6	3 16.7	5 27.8	9 50.0
50歳代	13 100.0	1 7.7	1 7.7	7 53.8	4 30.8
60歳代	5 100.0	0 0.0	0 0.0	3 60.0	2 40.0
70歳以上	1 100.0	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0

フランス

	n	ある。日帰りで訪問したことが	ある。訪問し、宿泊したことが	知訪問したことはないが、訪問している	知訪問したことはないし、訪問していない
全体	119 100.0	30 25.2	35 29.4	29 24.4	25 21.0
10歳代	2 100.0	2 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0
20歳代	28 100.0	6 21.4	13 46.4	5 17.9	4 14.3
30歳代	35 100.0	11 31.4	8 22.9	10 28.6	6 17.1
40歳代	36 100.0	9 25.0	11 30.6	9 25.0	7 19.4
50歳代	12 100.0	1 8.3	3 25.0	3 25.0	5 41.7
60歳代	5 100.0	1 20.0	0 0.0	2 40.0	2 40.0
70歳以上	1 100.0	0 0.0	0 0.0	0 0.0	1 100.0



日本



訪問経験ありは22%、うち日帰りと宿泊では、日帰りのほうがやや多かったです。一方で、知らない人は43%。日本国内での認知度向上が今後の大きな課題だと考えます！



	n	日帰り訪問あり	訪問し、宿泊したことがある	訪問し、知っている	訪問し、知らない
全体	500	59	50	178	213
	100.0	11.8	10.0	35.6	42.6
大阪府・京都府・兵庫県	200	23	26	72	79
	100.0	11.5	13.0	36.0	39.5
岡山県・広島県	100	25	9	46	20
	100.0	25.0	9.0	46.0	20.0
東京都・神奈川県・埼玉県・千葉県	200	11	15	60	114
	100.0	5.5	7.5	30.0	57.0
その他	0	0	0	0	0
	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

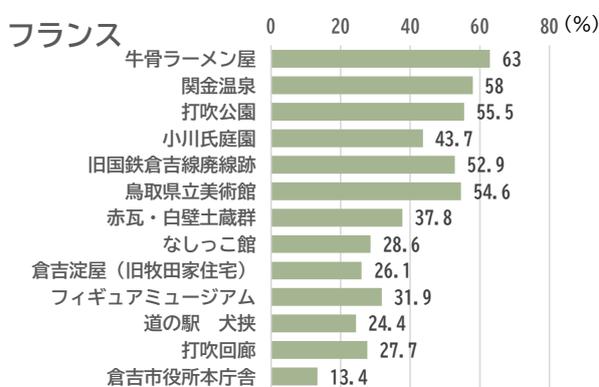
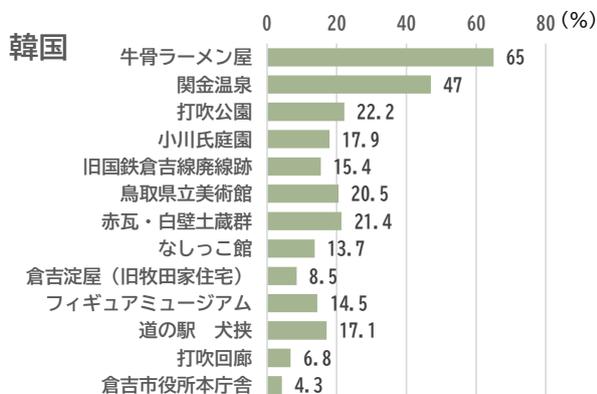
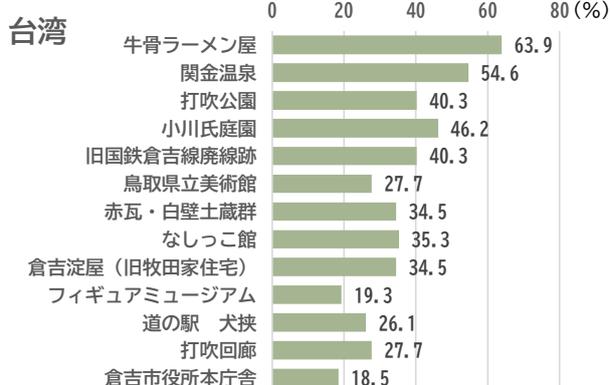
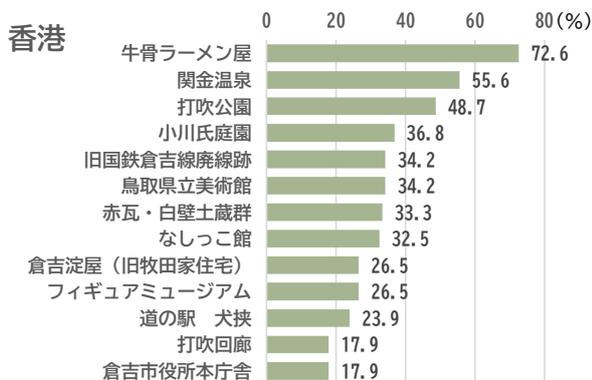
	n	日帰り訪問あり	訪問し、宿泊したことがある	訪問し、知らない	訪問し、知らない
全体	500	59	50	178	213
	100.0	11.8	10.0	35.6	42.6
男性 18~29歳	76	16	6	19	35
	100.0	21.1	7.9	25.0	46.1
男性 30~49歳	80	9	9	30	32
	100.0	11.3	11.3	37.5	40.0
男性 50歳以上	90	14	12	42	22
	100.0	15.6	13.3	46.7	24.4
女性 18~29歳	84	4	8	21	51
	100.0	4.8	9.5	25.0	60.7
女性 30~49歳	80	7	5	28	40
	100.0	8.8	6.3	35.0	50.0
女性 50歳以上	90	9	10	38	33
	100.0	10.0	11.1	42.2	36.7

居住地別に見ると、中国地方では日帰りが、関西地方では宿泊ありが多かったです。関東地方では訪問したこともないし知らない人が多く、関西地方でも約40%が知らないとの回答になっています。



性別年代別では、男性の日帰り訪問経験が多く、特に若年層が多いです。宿泊経験は50歳以上の男女が多いです。知らないのは若年女性が多いです。

Q：倉吉市にある観光スポットで、訪れたことがある/訪れたいと思う場所はどこですか？



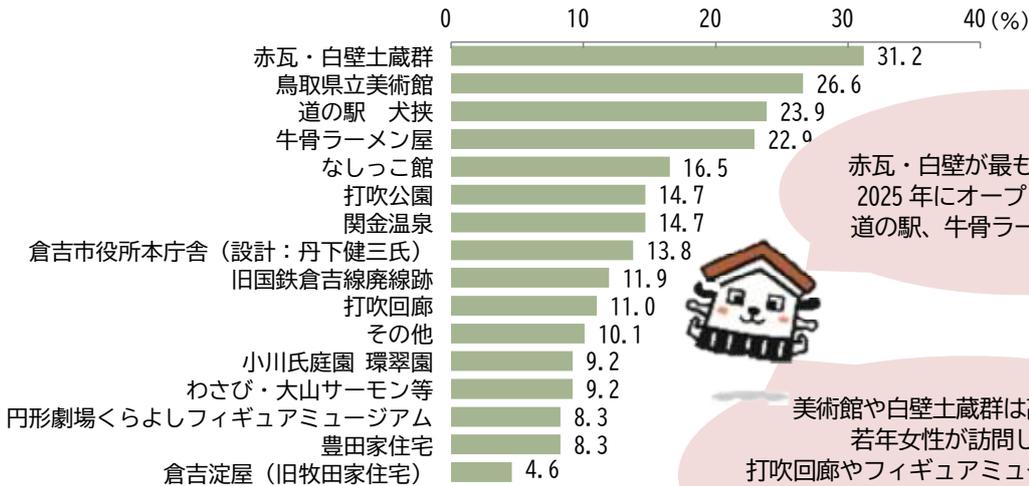
各国ともに「牛骨ラーメン」「関金温泉」「打吹公園」への関心が高いです！
 そのほかフランスでは、「廃線跡」、「県立美術館」にも関心を寄せています！
 フランスの年代別調査では、20～30歳代で関金温泉や廃線跡、50～60歳代だと
 打吹公園や牛骨ラーメンの関心が高いことがわかります。

フランス

	n	鳥取県立美術館	赤瓦・白壁土蔵群	関金温泉	倉吉旧国鉄線廃線跡	フィギュアミュージアム	なしっこ館	道の駅 犬狹	打吹回廊	打吹公園	小川氏庭園	倉吉淀屋 (旧牧田家住宅)	倉吉市役所	牛骨ラーメン
全体	119	65	45	69	63	38	34	29	33	66	52	31	16	75
	100.0	54.6	37.8	58.0	52.9	31.9	28.6	24.4	27.7	55.5	43.7	26.1	13.4	63.0
10歳代	2	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0	50.0	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
20歳代	28	17	10	19	18	16	9	11	10	18	14	7	4	18
	100.0	60.7	35.7	67.9	64.3	57.1	32.1	39.3	35.7	64.3	50.0	25.0	14.3	64.3
30歳代	35	18	13	27	20	11	13	8	10	20	16	12	5	23
	100.0	51.4	37.1	77.1	57.1	31.4	37.1	22.9	28.6	57.1	45.7	34.3	14.3	65.7
40歳代	36	21	14	15	15	8	8	9	9	15	11	9	7	21
	100.0	58.3	38.9	41.7	41.7	22.2	22.2	25.0	25.0	41.7	30.6	25.0	19.4	58.3
50歳代	12	4	5	4	6	2	4	1	2	7	6	0	0	8
	100.0	33.3	41.7	33.3	50.0	16.7	33.3	8.3	16.7	58.3	50.0	0.0	0.0	66.7
60歳代	5	3	1	2	2	2	0	0	2	5	4	2	0	4
	100.0	60.0	20.0	40.0	40.0	20.0	0.0	0.0	40.0	100.0	80.0	40.0	0.0	80.0
70歳以上	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	0
	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	100.0	100.0	0.0	0.0



日本



赤瓦・白壁が最も多く34%、その次に、2025年にオープンした美術館が29%、道の駅、牛骨ラーメンと続いています！



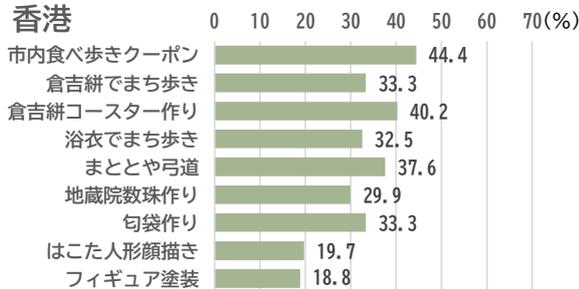
美術館や白壁土蔵群は高齢男女に加えて若年女性が訪問しています！
打吹回廊やフィギュアミュージアムは若年男性、廃線跡は若年女性、牛骨ラーメンは高齢女性以外が訪問していることがわかります。

Q：倉吉市で体験してみたいと思うものは何ですか？

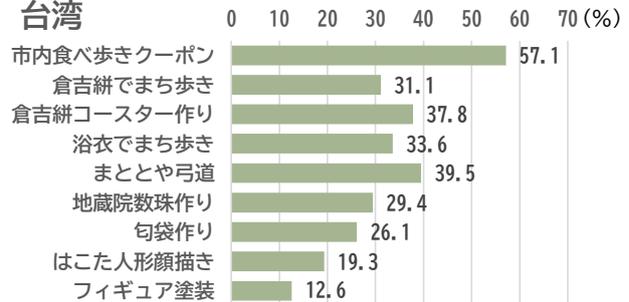
香港・台湾・韓国では「食べ歩きクーポン」、フランスでは「倉吉餅で街歩き」の体験ニーズが高いことがわかります。そのほか「餅コースター」「まもとや」のニーズも高く、日本文化への興味がうかがえます！フランスでは「匂袋作り」「人形顔描き」など、地域の独自文化の体験全般への関心が高いです。



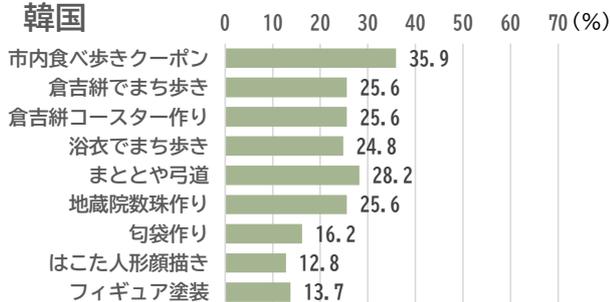
香港



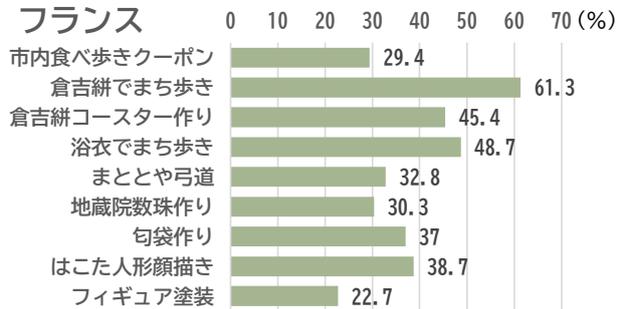
台湾



韓国

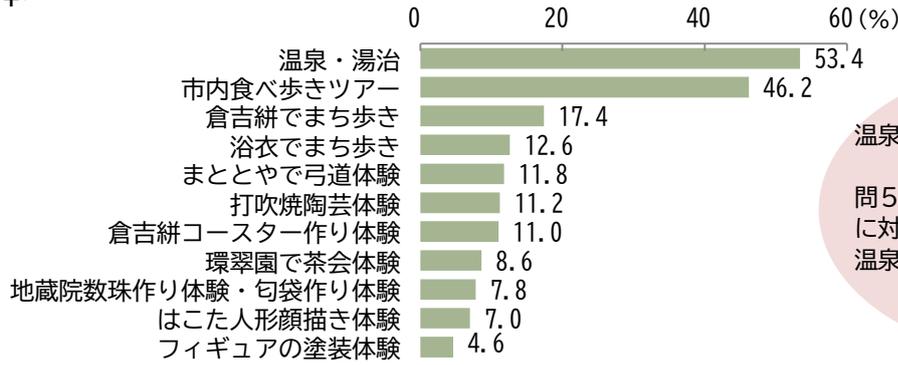


フランス





日本



温泉・湯治、市内食べ歩きツアーを体験したい人が多いです。問5の訪問目的でも、訪問者の温泉に対する評価が高かったことから、温泉・湯治は倉吉の観光資源となりうるものと考えられます！



	n	倉吉緋コースター作り	倉吉緋でまち歩き	浴衣でまち歩き	はこた人形顔描き体験	環翠園で茶会体験	打吹焼陶芸体験	まるとやで弓道体験	匂袋作り体験・地蔵院数珠作り体験	市内食べ歩きツアー	フィギュアの塗装体験	温泉・湯治
全体	500	55	87	63	35	43	56	59	39	231	23	267
	100.0	11.0	17.4	12.6	7.0	8.6	11.2	11.8	7.8	46.2	4.6	53.4
男性 18~29歳	76	7	15	9	6	11	4	7	4	32	2	32
	100.0	9.2	19.7	11.8	7.9	14.5	5.3	9.2	5.3	42.1	2.6	42.1
男性 30~49歳	80	9	13	11	3	3	6	6	3	26	4	48
	100.0	11.3	16.3	13.8	3.8	3.8	7.5	7.5	3.8	32.5	5.0	60.0
男性 50歳以上	90	6	12	9	5	5	6	8	4	42	3	55
	100.0	6.7	13.3	10.0	5.6	5.6	6.7	8.9	4.4	46.7	3.3	61.1
女性 18~29歳	84	17	21	20	10	7	12	16	8	39	3	42
	100.0	20.2	25.0	23.8	11.9	8.3	14.3	19.0	9.5	46.4	3.6	50.0
女性 30~49歳	80	8	14	4	6	8	14	14	9	47	3	36
	100.0	10.0	17.5	5.0	7.5	10.0	17.5	17.5	11.3	58.8	3.8	45.0
女性 50歳以上	90	8	12	10	5	9	14	8	11	45	8	54
	100.0	8.9	13.3	11.1	5.6	10.0	15.6	8.9	12.2	50.0	8.9	60.0

温泉・湯治は高齢女性のニーズが高く、食べ歩きツアーは女性が高いです。フランスを中心にインバウンドの体験意欲が高かった緋コースターづくりや緋・浴衣でのまち歩き、人形顔焼き体験などは、若年女性が高いことがわかります。

●40人の外国人の方々に、モニターツアーへご参加いただきました！





●モニターツアー参加者アンケート自由意見

【香港の参加者のご意見】

1. 食・土産
 - ・ 魅力的な海鮮など、食の強みが明確であれば訪問動機につながる可能性
2. 受入環境・雰囲気
 - ・ 飲食店や商店の営業状況が分かりにくいとの声
 - ・ 観光客を歓迎する姿勢がより伝わる工夫への期待
3. 英語対応
 - ・ 地域内で英語対応が可能であれば安心感につながる。
 - ・ 外国人旅行者向け対応の充実への期待
4. 移動・滞在
 - ・ 観光拠点間のアクセス向上への要望
 - ・ バス本数の充実やシャトル導入の可能性
 - ・ JR 倉吉駅周辺の休憩機能（カフェ等）の充実
 - ・ 暑熱期に配慮した移動環境への期待
5. 観光素材の発信・編集
 - ・ 倉吉の歴史や日本らしさは海外向けに発信できる可能性
 - ・ 国鉄倉吉線廃線跡（竹林）は魅力的な資源
 - ・ 鳥取県立美術館のさらなる訴求の可能性
 - ・ 象徴的な観光コンテンツ創出への期待
6. 体験型観光
 - ・ 工芸体験など体験型コンテンツへの関心
 - ・ 白壁土蔵群でのワークショップ拡充への期待

【台湾の参加者のご意見】

1. 食・土産
 - ・ 「もちじゃぶ」のような名物料理の明確化の重要性
 - ・ 伝統的な商品を扱う店舗の充実への期待
2. 観光地の雰囲気
 - ・ 観光客への歓迎姿勢がより伝わる工夫
 - ・ 地域の静けさと観光振興のバランスへの関心
3. 英語対応
 - ・ 拠点的に英語対応可能な人材の配置があれば安心
 - ・ 英語ガイド、英語ツアーの有無が旅行判断材料
4. 移動・滞在
 - ・ 観光拠点間の接続強化の重要性
 - ・ 通り沿いで休憩できるカフェへのニーズ
 - ・ 飲食店の選択肢拡充への期待
 - ・ バス移動は比較的スムーズ
 - ・ 倉吉駅～白壁土蔵群～廃線跡の接続が重要
 - ・ 電動自転車レンタル及びサイクリングマップへの期待
5. 産業・ものづくり体験
 - ・ 醤油・ウィスキー工場見学、製造体験、試飲への関心
 - ・ 体験型クラフトワークショップへの関心



【韓国の参加者のご意見】

1. 移動

- ・ 団体バスツアーは快適との評価。一方、個人旅行時の交通手段への不安
- ・ タクシー台数の充実への要望
- ・ 特急はくとの利便性向上への期待

2. 倉吉らしさ

- ・ 食事は高評価だが、地域独自性のさらなる訴求余地
- ・ 遠方からの訪問動機を高める要素への期待
- ・ 素朴な町並みの評価は分かれる可能性

3. 季節ごとの魅力

- ・ 梨など秋の特産品への関心
- ・ 季節ごとの魅力発信の可能性
- ・ 桜や紅葉の時期の街歩きへの期待

4. 滞在・体験

- ・ 白壁土蔵群沿いの民宿への関心
- ・ 自然×レトロ×アウトドア体験への関心
- ・ 廃線跡周辺の立寄り機能の充実
- ・ 歴史解説付き街歩き体験への高評価
- ・ 日本文化関心層に対する歴史資源の訴求可能性

5. 団体旅行市場

- ・ 小都市を巡る団体旅行需要の存在
- ・ 旅行会社との商品造成及び近隣エリアとの連携可能性
- ・ 廃線跡周辺の利便機能（自販機）充実への要望

【フランスなど EU 圏の参加者のご意見】

1. 温泉を核にした滞在価値

- ・ 温泉訪問は重要な観光要素
- ・ 温泉と夜空、自然環境の組み合わせは強い訴求力
- ・ 海・ビーチ・サイクリングとの組み合わせ可能性

2. 活気・雰囲気

- ・ 地域の活気創出への期待
- ・ 音楽など空気演出への関心
- ・ 景観配慮（ゴミ箱配置等）への意見

3. ストーリー性

- ・ 歴史や建築、人の物語に価値を感じる傾向
- ・ ガイド解説が体験価値を高めるとの評価

4. 建築・歴史・ものづくり

- ・ 建物や街並みの成り立ちに関する情報提供
- ・ 蔵や工場の歴史的背景への関心
- ・ ものづくり体験への関心

5. 自然・町並み

- ・ 竹林や町並みの美しさへの評価
- ・ 人が少ない環境を価値としてとらえる傾向

6. 広域観光

- ・ 倉吉単体ではなく鳥取県全体での滞在志向（2泊3日程度）
- ・ レンタカーなしでも観光可能な交通環境への期待



■ アンケート調査やモニターツアー等から見える強み・弱み

今回実施した国内外でのアンケート調査や外国人によるモニターツアー等から、倉吉市観光の現状（強み・弱み）は以下のとおり整理できます。

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ・香港、台湾、韓国、フランス人の約10%~15%が倉吉市に訪問経験あり ・国内では約60%が倉吉市を認知している ・外国人からは「牛骨ラーメン」、「関金温泉」が高評価。フランス人からは「鳥取県立美術館」、「廃線跡」も高評価 ・ノスタルジックな街並みが外国人から高評価。特にフランス人は、古民家宿泊や静かな町での滞在型観光に関心 ・日本人からは「白壁土蔵群」、「鳥取県立美術館」、「牛骨ラーメン」が評価上位 ・体験コンテンツでは、食べ歩きのほか、緋関連体験が人気 ・市内での推計消費金額は約14,000円 ・倉吉市訪問者の多くが、鳥取市とあわせて周遊している傾向 	<ul style="list-style-type: none"> ・国内での訪問経験率は約20%にとどまっている ・広く認知されている地域資源は限定的 ・外国人から、多言語対応の充実や受入環境の向上に関する意見あり（歓迎ムード醸成や賑わい創出への期待も見られる） ・倉吉市を象徴する”分かりやすいアイコン”の確率が課題 ・ものづくり等の体験コンテンツのさらなる充実への要望 ・景観保全や街並みへの配慮の継続的な取組の必要性（特にフランス人より指摘） ・白壁土蔵群内の建物に関する解説・ストーリー発信の充実を希望 ・市内事業者からは、体験メニューの充実、インバウンド対応の強化、土産品開発、魅力的な店舗誘致等の声が挙がっている。



●みんなでこれからの倉吉市の観光の未来について話し合いました！

■「くらし観光のまちづくりワークショップ」の開催

倉吉市で生活や事業活動を営む市民・事業者の皆様にご参加いただき、本市の観光の魅力や課題を共有しながら、今後の倉吉市の観光振興を盛り上げていくための取組みやアイデアなど、ワークショップ形式で意見交換を行いました。

【第1回】倉吉観光の魅力・資源、課題・改善すべき点について話し合いました。



開催日時：令和7年9月25日（木）18：00～20：30
場所：上井コミュニティセンター
参加者：市民・市内事業者・市職員など15名

【第2回】倉吉観光に合いそうな観光旅行客のイメージ（ペルソナ）と おすすめ観光コンテンツを考えました。



開催日時：令和7年11月13日（木）18：00～20：30
場所：上井コミュニティセンター
参加者：市民・市内事業者・市職員など17名

【第3回】みんなで考えた観光コンテンツを実行するために、 必要な取組みや役割について考えました。



開催日時：令和8年1月27日（火）18：00～20：30
場所：上井コミュニティセンター
参加者：市民・市内事業者・市職員など18名





■ 倉吉観光の魅力・資源と課題・改善を洗い出しました。 (第1回の結果から抜粋)

【倉吉の魅力・資源】(抜粋)

- 歴史・ノスタルジーを感じさせる、
美しい街並み
- おもてなしの心のある人の温かさ
- 豊かな自然・おいしい食や水・静けさ

【倉吉の課題・改善すべき点】(抜粋)

- 倉吉市内を周遊する交通手段がやや不便
- PRが十分とは言えず、認知度向上が必要
- 長時間滞在のためのコンテンツがやや不足
- 「倉吉といえば」といった特徴がやや弱い

■ 倉吉観光に合いそうな観光旅行客のイメージ(ペルソナ)と おすすめ観光コンテンツを検討しました。(第2回の結果から抜粋)

【コンテンツのアイデア①】

倉吉コンシェルジュにおまかせ

- ▶ ノープランで訪れても楽しめるプランを提案してもらえる。(地域の魅力を理解している人がプランニング)
- ▶ 一人ひとりのニーズに対応/上質な旅(ゆったり、レトロ、食、贅沢)

【想定ペルソナ】

60代シニア夫婦で(会社役員・専業主婦)/東京都や神奈川県在住/ゆったりした空間・時間・食事・グルメ・ノスタルジー・レトロ・ウェルネスを志向/ウェブ・ガイドブックで情報収集/宿泊先と食事は決めて、あとは気次第!現地で柔軟に動く/宿泊スタイルは小川氏庭園など少し贅沢



【コンテンツのアイデア②】

市内農家と連携して農業体験を 楽しめる民泊観光パッケージ

- ▶ 農産物の収穫と料理
- ▶ 四季・家業が選べる(なし、スイカ、わさび、しいたけ...など)
- ▶ リピートを狙う。

【想定ペルソナ】

4人家族で(大人は会社員40代・子ども10代の学生)/大阪など都市部に在住/体験型コンテンツ・農業などナチュラル志向/ネット・口コミで情報収集/旅行は事前に計画を立てる/地元の人とのつながりを重視・農業体験/宿泊スタイルは農家民泊



【コンテンツのアイデア③】

癒しのリトリート

～自分を取り戻す旅～

- ▶ 五感を癒す。(温泉/牛骨ラーメン/廃線跡/サウナ/ヨガ/エステ(ゆずエキス)/ノスタルジック街歩き/美術館)
- ▶ デトックス/リラックス

【想定ペルソナ】

20代~30代の女性で一人または気の許せる友人同士で/都市部在住の会社員/癒し・静かさ・安心・優雅さ・心身のリフレッシュを目的とした消費を趣向/SNS・YouTube・Google Mapで情報収集/訪問先は少数でも深く体験する./宿泊スタイルはビジネスホテル



【コンテンツのアイデア④】

市内農家と連携して農業体験を 楽しめる民泊観光パッケージ

- ▶ 市内のラーメン屋めぐり(ラリー形式)
- ▶ 専用ミニどんぶりとクーポン(手形)を購入
- ▶ 参加店でミニサイズのラーメンを食べる。
- ▶ 全制覇したらオリジナルれんげをプレゼント!
- ▶ 次回れんげ持参で1割引!
- ▶ レンタサイクルを使ってカロリーオールリセット

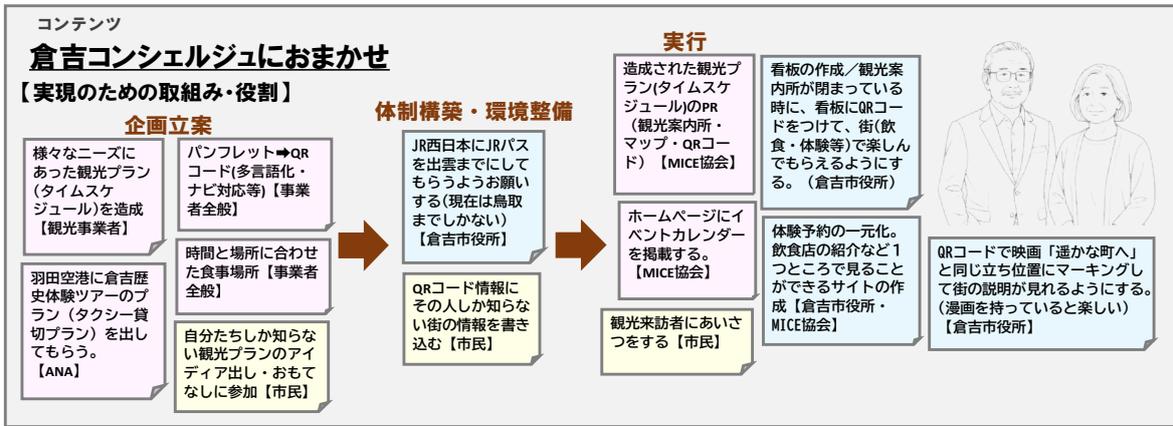
【想定ペルソナ】

20代~50代のグルメ好きで、一人または友人と./アクティブで、旅行は内容を重視する./SNS・口コミ、ガイドブックで情報収集/移動はレンタサイクルも./宿泊スタイルはビジネスホテル

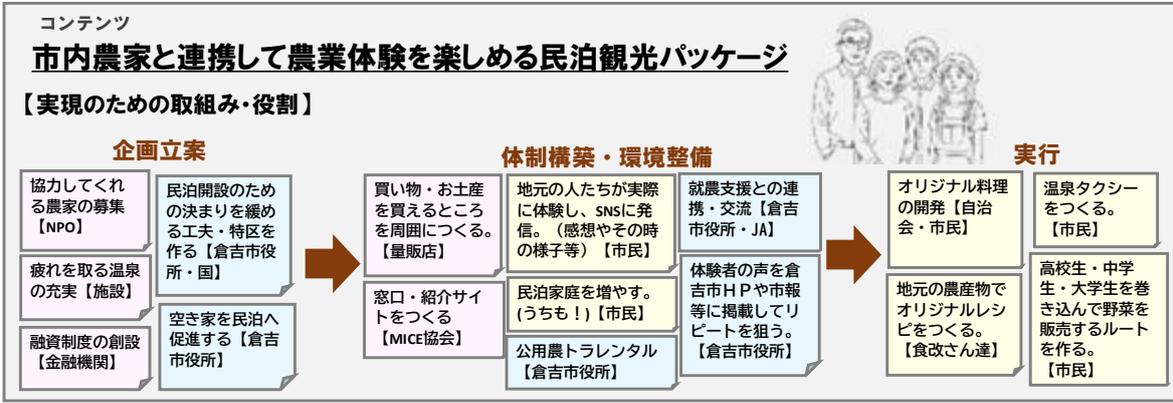


■ みんなで考えた観光コンテンツを実現するために、
必要な取り組みや役割を検討しました。(第3回の結果から抜粋)

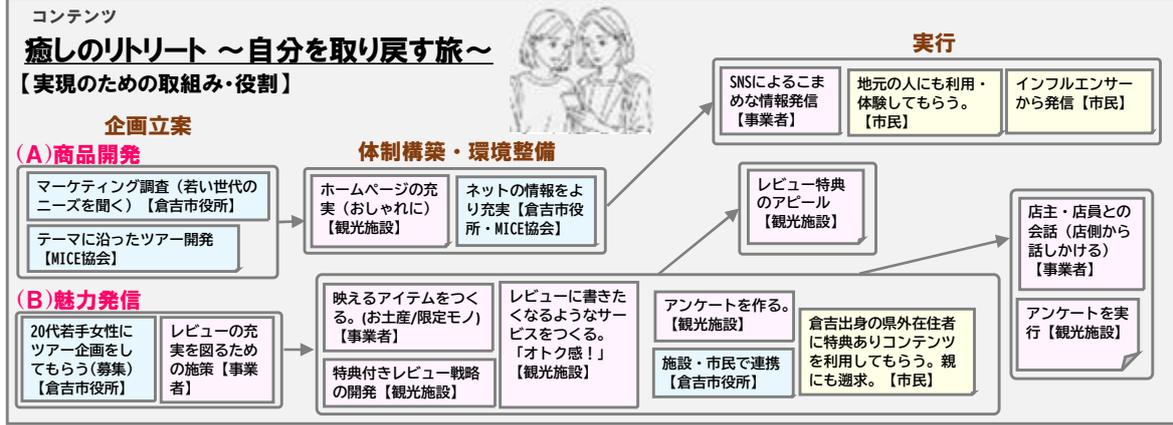
ホスピタリティ



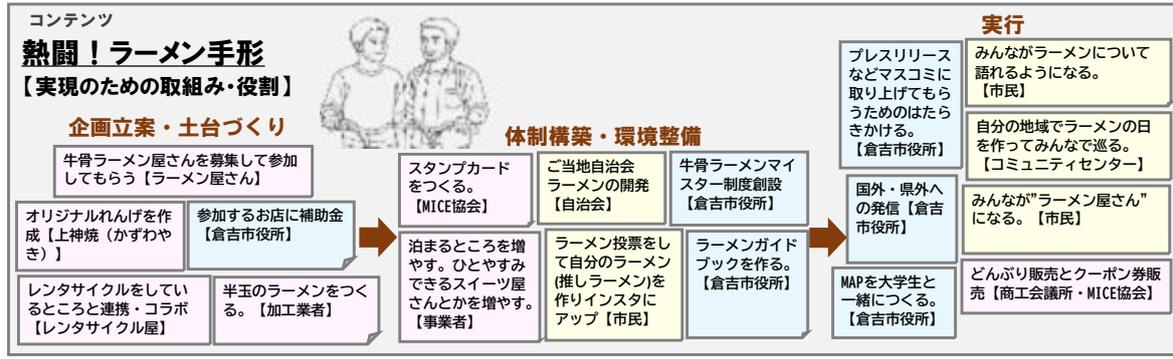
体験



魅力発信



食・周遊





■ 市民参加で倉吉市の観光を盛り上げる気運づくりとなりました。

全3回のワークショップでは、白壁土蔵群や廃線跡をはじめとする観光資源、牛骨ラーメンをはじめとする地域グルメ、地域の人材、倉吉市の歴史、農家や空き家・空き店舗、そして市民自身といった「今ある資源」をいかに活用するかという視点で活発な意見交換が行われました。

また、「市民」を単なる居住者としてではなく、観光客へのあいさつや地域の魅力の紹介、ガイド役、SNSでの情報発信など、市民自身が観光コンテンツの一部を担う存在として関わる可能性についても多くの意見が挙げられました。

現在の倉吉市の資源や課題を踏まえながら観光客のペルソナを想定し、さまざまな切り口で検討された観光コンテンツの実現のためのロードマップを描くことで、事業者・行政・市民がそれぞれの持ち場で「企画立案→体制構築→実行」の各段階において必要な取組みを考える機会となりました。

本ワークショップは、「市民参加型の持続可能な観光まちづくり」を推進するためのきっかけとなる取組みとなりました。

■ ワークショップから見える強み・弱み

今回、市民等の参加により実施したワークショップでの意見をもとに、倉吉市観光の現状（強み・弱み）を次のとおり整理します。

強み	弱み
<ul style="list-style-type: none"> ・歴史やノスタルジーを感じる美しい街並み ・ゆったりとした時間を過ごせる環境 ・おもてなしの心を持つ人の温かさ ・豊かな自然と、おいしい食や水・静けさ ・関金地区等は農家体験や民泊が可能で、泉質が良い温泉、星も美しいなどリゾートに適した環境 ・牛骨ラーメンは倉吉市を代表する地域資源 ・映画「遙かな町へ」の公開予定という話題性 	<ul style="list-style-type: none"> ・市民の市内資源への認知が十分とは言えず、シビックプライドの醸成が課題 ・倉吉市内を周遊する交通手段に不便さを感じる声がある ・インバウンド対応のさらなる充実が必要 ・PRが十分とは言えず、認知度向上が求められる ・長時間滞在につながる体験コンテンツの充実が必要 ・「倉吉といえば」といった分かりやすい特徴の明確化が課題 ・買い物や休憩ができる場所の充実 ・店舗の営業時間が比較的早いことへの指摘 ・市内回遊を促す仕掛けづくりの不足



●「稼ぐ地域」を目指したモニターツアーの実施

倉吉市では、観光ビジョンの策定と並行して、『「稼ぐ地域」をめざしたツアー開発業務（高付加価値化を含むツアー造成事業）』を実施し、令和7年12月に以下のモニターツアーを実施しました。

本事業は、倉吉市の地域資源を活かし、高単価・高満足度の商品造成によって地域内消費の拡大を図ることを目的としています。

■老舗鍛冶屋で職人に学ぶ ペーパーナイフ作り体験・クラフトカフェランチ

- ・欧米豪で人気の「日本の刃物文化」をテーマに企画
- ・地元老舗鍛冶屋（五代目当主）による五寸釘を使ったペーパーナイフの制作体験・対話・ランチを組み合わせた構成
- ・たたら製鉄など地域文化の開設を含むストーリー性のある内容



（評価）

- ・総合満足度：5.0/5（参加者4名全員が5点）
- ・想定価格帯：8,000～10,000円
- ・当主との交流が特に高評価。職人との直接交流という「人」の価値が高付加価値化につながることを確認できた。

■倉吉グルメのナイトフードツアー ～地元ガイドと名店はしご～

- ・地元向け店舗への「入りにくさ」をガイドが解消
- ・18:00 集合、市内の焼き鳥店→居酒屋→ラーメン点を巡る構成



（評価）

- ・総合満足度：4.75/5（3人が5点、1人が4点）
- ・想定価格帯：8,000～14,000円
- ・「地元の人が通う店」に入れる没入感が高評価。日常の地域資源を編集することで、高単価商品化が可能であることが確認できた。

■HOTEL 星取テラスせきがねを中心とした、滞在型ヨガリトリートツアー

- ・HOTEL 星取テラスせきがねに宿泊し、関金地区で温泉・ヨガ・瞑想・寺院体験を組み合わせた2日間プログラム
- ・ビーガン／グルテンフリー対応食の提供もテスト



（評価）

- ・満足度は最も高評価
- ・想定価格帯：5万～13万円
- ・実際は「忙しいため、3～4泊が望ましい」との意見あり
- ・高付加価値化により10～15万円帯の小進化も視野。滞在型・高単価商品の可能性について検討の可能性が示された。



■モニターツアーから見えたこと

モニターツアーの結果から、「人（職人・ガイド）」が付加価値の源泉となる、そして体験とストーリー性を組み合わせることで単価向上が可能であり、夜間消費・滞在型商品の可能性が高いこと、欧米豪市場に向けた高価格帯商品の造成余地があることが分かりました。

また、滞在型商品の高単価化（5万～15万円帯）が現実的であることは、「稼ぐ地域」づくりに向けた取組の可能性を見出すことができた大きな成果といえます。



● 周辺地域の観光関係団体へヒアリングを行いました！

■ ヒアリング先

- <県内> ● 鳥取市(人口:188,465人)、米子市(人口:147,317人)、
境港市(人口:32,740人)、三朝町(人口:6,060人)
<県外> ● 岡山県津山市(人口:99,937人)真庭市(人口:42,725人)、
● 兵庫県新温泉町(人口:13,318人) ※人口は2020年の国勢調査より



倉吉市の観光施策を検討するにあたり、インバウンドを含む広域からの誘客を目指すためには、倉吉市単体ではなく、周辺市町と連携も視野に入れる必要があります。

行政間で連携するには、双方にとってのメリットが明確であることが重要です。ここでいうメリットとは、連携によって強みの強化や弱みの克服につながる取組みが可能となることを指します。

以下の市町については、倉吉市が有するポテンシャルを活かした連携により相互メリットが見込まれると考えられ、今後具体的な検討を進めていく余地があります。

周辺市町との連携を検討する際の倉吉市の役割としては、「広域観光の滞在ハブ」としての機能を担い、周辺地域を訪れる観光客の滞在時間延長や市内消費の促進につなげていくことが期待されます。

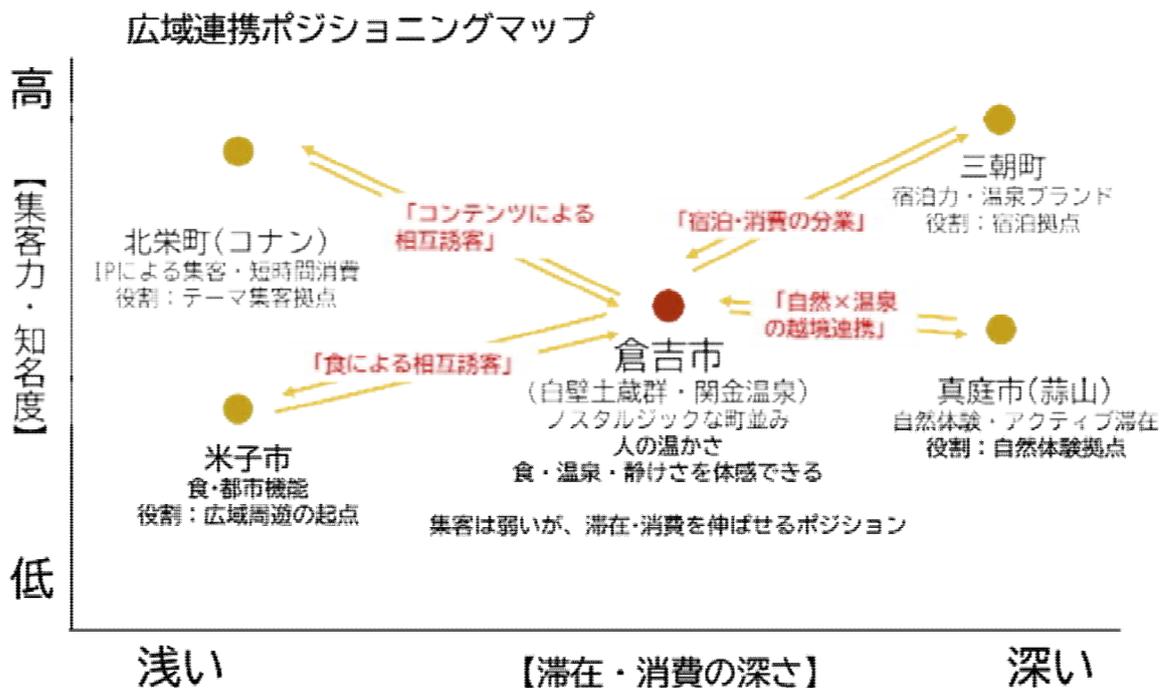
■ 倉吉市で連携が検討できる先と連携内容

- 三朝町には多くの温泉旅館があるという強みがありますが、体験コンテンツなど、時間消費型サービスが比較的限定的な面もあります。
一方、倉吉市内には白壁土蔵群や鳥取県立美術館、牛骨ラーメン店など、立寄りスポットが多数存在しています。
三朝温泉の旅館において倉吉市の観光資源を紹介していただくことで、倉吉市では三朝



温泉からの誘客増加、三朝町では連泊の可能性向上という相乗効果が期待されます。

- 米子市では鯖しゃぶやカフェなど食資源を活用した取り組みが進められており、牛骨ラーメンのPRも行われています。倉吉市内にも数多くの牛骨ラーメン店があり、多様な商品を提供しているという強みがあります。
両市が連携し、スタンプラリーや共同イベント等を実施することで、発信力の強化や相互送客、交流促進につながる可能性があります。
- 真庭市の蒜山高原では、登山やキャンプ、乗馬など自然体験を目的とした来訪者が多い状況です。倉吉市関金地区も温泉を含めて自然体験資源が豊富であり、共通テーマである「自然体験+温泉」を軸とした商品造成を行うことで、広域的な発信力の強化が期待されます。
- 北栄町にはヒアリングを行っていませんが、青山剛昌ふるさと館を中心とした「名探偵コナン」関連の観光資源があります。一方、倉吉市には円形劇場くらしフィギュアミュージアムやコンテンツ関連企業の立地という強みがあります。コンテンツを切り口とした広域商品造成により、若年層・海外ファン層への訴求力強化が期待されます。



■倉吉市で参考になる取組み

ヒアリング先では連携可能性の検討を主眼としましたが、各自治体の取組の中には、倉吉市の観光施策を検討する上で参考となる事例も見られました。

- 鳥取市には、日本を代表する観光資源である鳥取砂丘があり、インバウンドを含む多くの来訪者を集めています。
鳥取砂丘から倉吉市までは自家用車で約1時間弱であり、広域周遊ルートとして十分検討可能な距離と考えられます。
情報発信において鳥取砂丘の知名度を活用する視点も有効と考えられます。



また、鳥取市では人材育成講座の参加者に対し具体的なメリットとして定額タクシーの配車等を付与する仕組みを設けており、地域ぐるみの人材育成の仕組みづくりとして参考になります。

- 境港市では、観光協会が中心となり、地元企業と連携して独自商品を開発を進め、観光協会の収益源の多角化を図っています。
倉吉市においても映画「遙かな町へ」の公開など話題性のあるタイミングを捉え、新商品の開発と多様なチャネルでの販売を行うことで、収益確保と認知度向上の両立が期待されます。
- 新温泉町では、インバウンド施策を兵庫県と連動して推進することを検討しています。
倉吉市では、東アジア圏からの誘客は鳥取中部観光推進機構が担っていますが、今後注目されるであろうフランスを中心としたEU圏について、倉吉市が主体で取り組みを進めることが想定されます。
鳥取県も令和7年度からフランスからの誘客に取り組んでおり、県施策との連動を図ることで効率的・効果的な展開が期待されます。
- 津山市も滞在時間の延長を課題として認識しており、その対策として観光庁の補助金を活用して「まちじゅう博物館構想」を推進しています。
具体的には伝統的建造物群保存地区内等に、高価格帯の3棟の古民家宿泊施設を整備し、令和8年秋の開業を予定しています。
あわせて体験コンテンツの掘り起こしや博覧会開催、地元食材を活用したコースメニュー造成など、宿泊者満足度向上に向けた取組も進めています。
この補助金を活用した面的整備と体験・食の充実を組み合わせる手法は、倉吉市においても検討の余地がある事例と言えます。



倉吉市観光の強み・弱み

これまで整理してきた強み・弱みに加えて、周辺市町との連携などの観点も加えると、倉吉市観光の現状（強み・弱み）は以下のとおり整理できます。

区分	強み	弱み
認知度・情報発信	<ul style="list-style-type: none"> 国内主要都市圏での認知度は約 60% 	<ul style="list-style-type: none"> 訪問経験率は約 22%にとどまり、認知から来訪への転換が十分とは言えない
飲食・物産	<ul style="list-style-type: none"> 牛骨ラーメンを中心とした食文化は一定の認知と人気を有している 	<ul style="list-style-type: none"> 代表的な飲食土産品や商品開発・発信の強化が必要
インバウンド	<ul style="list-style-type: none"> 香港・台湾・韓国・フランス等からの来訪実績があり、訪問経験は約 20% 	<ul style="list-style-type: none"> 外国人宿泊者数は年間約 2,500 人程度と多くはなく、多言語対応等の受入体制の充実が求められる
二次交通・回遊性	<ul style="list-style-type: none"> 倉吉駅～白壁土蔵群間の交通アクセスが整備され、フリー乗車券等も整っている。 中心市街地の交通利便性は比較的高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 関金地区等への公共交通が十分とは言えず、市内回遊性に課題が見られる 平均滞在時間が約 3.3 時間と短く、市内観光地間の回遊が十分でない
環境整備・観光インフラ	<ul style="list-style-type: none"> 徒歩で回遊可能な歴史景観が形成されている。 白壁土蔵群周辺を中心に駐車場が整備されている。 	<ul style="list-style-type: none"> 中心市街地では空き家増加により景観・機能面での課題がみられる 商店の営業時間が比較的短く、夜間消費への対応が十分でない
データ活用	<ul style="list-style-type: none"> 観光客数は年間約 100 万人規模で推移 	<ul style="list-style-type: none"> 来街者の属性・行動・消費動向に関するデータ収集・分析が十分に行われていない
消費・滞在	<ul style="list-style-type: none"> 市内平均消費額は約 14,000 円と一定の消費実績がある 	<ul style="list-style-type: none"> 美術館来館者の市内周遊率は約 30%にとどまり、経済波及効果の拡大余地がある
観光資源・コンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 白壁土蔵群、鳥取県立美術館、関金温泉、倉吉駅周辺等に観光資源が集積している 牛骨ラーメンや倉吉餅、まち歩き、文化体験など地域性ある体験コンテンツが存在 	<ul style="list-style-type: none"> 観光資源が一部エリアに集中しており、市内全体への波及が限定的 倉吉らしさを感じる体験メニューが十分とは言えず、参加条件等の制約も見られる
ブランド力・魅力	<ul style="list-style-type: none"> 「美しい街並み」「ノスタルジックな雰囲気」「豊かな自然」「人の温かさ」など情緒的価値が評価されている 	<ul style="list-style-type: none"> 「やや静かな印象」との評価もあり、観光地としての賑わい創出が課題
温泉資源	<ul style="list-style-type: none"> 関金温泉は泉質評価が高く、国内観光客の関心も高い。 	<ul style="list-style-type: none"> 宿泊施設の減少により、宿泊需要が市外へ流出している可能性
観光組織体制	<ul style="list-style-type: none"> 倉吉観光 MICE 協会や商店街組織によるイベント・ツアー企画などの取組みが行われている 	<ul style="list-style-type: none"> 人員不足により新規事業の創出や観光データ収集、関係団体との連携強化が十分に進めにくい状況
広域連携	<ul style="list-style-type: none"> 鳥取県ではフランスからの誘客に着手している 周辺市町では知名度の高い資源があり、広域連携の可能性が確認できている 	<ul style="list-style-type: none"> 広域連携の仕組みはあるものの、具体的成果の創出は今後の課題



■倉吉市観光が抱える課題

前述の倉吉市の強み・弱みを踏まえると、倉吉市が観光振興に取り組むうえでの主な課題は、次の10点に整理できます。

課題	内容
(1)認知度が低い (情報発信の強化)	関西圏では約40%、関東圏では約60%が倉吉市を「知らない」と回答しており、十分な認知を得ているとは言えない状況です。ワークショップでも認知度の低さが課題として挙げられました。情報発信の強化に加え、周辺の認知度の高い観光資源との連携も重要な視点と考えられる。
(2)代表的な飲食土 産品の発信強化	市内には一次産品や付加価値の高い加工品を扱う事業者が存在し、牛骨ラーメンは国内外で一定の人気・関心を得ています。一方で、「倉吉といえば」と連想される代表的な土産品や商品ブランドの確立には、さらなる工夫の余地があります。
(3)インバウンド 対応の充実	外国人のモニターツアー参加者から多言語対応の要望が寄せられました。白壁土蔵群内周辺でも、多言語表示や営業情報の発信などに改善の余地があります。受入体制の充実を図ることで、来訪した外国人に倉吉の興味をより効果的に伝えることが求められます。
(4)二次交通に関す る分かりやすい案内	外国人のモニターツアー参加者及びワークショップ参加者からも交通アクセスに関する意見がありました。路線バスの周遊ルートや停留所案内が分かりにくいとの声もあり、市内移動だけではなく周辺地域とのアクセス情報の整理・発信についても検討の余地があります。
(5)観光インフラの 最適化	観光駐車場は、一定数確保されていますが、特定の駐車場に利用が集中しており、分散利用の工夫が求められます。また、白壁土蔵群周辺や廃線跡では、トイレや休憩場所の案内や確保、機能の充実が必要と考えられます。
(6)関金温泉等の 宿泊機能が充実	関金地区には温泉を含む自然資源に恵まれ、市内主要観光地の一つとなっていますが、宿泊施設は限られています。宿泊需要が周辺地域へ流出している可能性もあり、民泊など既存の取組を生かしながら宿泊施設の強化を図る必要があります。
(7)滞在時間の延長 (経済効果の向上)	白壁土蔵群周辺の平均滞在時間は約3.3時間にとどまっています。滞在時間が短いことにより、 経済効果が限定的 になっている可能性があります。営業時間の短さや夜間営業店舗の少なさも、消費機械の制約要因となっていると考えられます。また、市内公共施設を活用した合宿等の宿泊型商品も限定的な状況です。
(8)倉吉らしい体験 メニューの充実	個人旅行者が当日参加できる体験プログラムが多くはありません。伝統文化・産業（稲扱千刃等の鍛冶や焼き物、緋、はこた人形等）や自然体験を活かした「倉吉らしさ」を体験できる体験メニューの充実が求められます。
(9)観光データの 整備・活用	来訪者の属性、行動、消費動向等に関するデータが十分に整理・分析されているとは言えません。総合戦略や総合計画後期基本計画でも「戦略的な情報発信とマーケティング強化」が掲げられており、データ収集・分析体制の整備は重要な基盤となります。データの整備は施策の効果検証にも活用できます。
(10)組織体制の強化	倉吉観光 MICE 協会は多様な業務を担っており、本ビジョンに基づく新たな取組を進めるためには、業務の再整理や体制強化が必要となります。観光関連事業者を束ねるマネジメント機能の強化や検討も今後の課題です。

これらの課題の中でも特に重要なのは「滞在時間が短く、経済効果が限定的であること」です。したがって目指すべき倉吉市の将来像は、「倉吉市内での観光客の滞在時間の延長」と整理します。



5. 観光施策の方向性

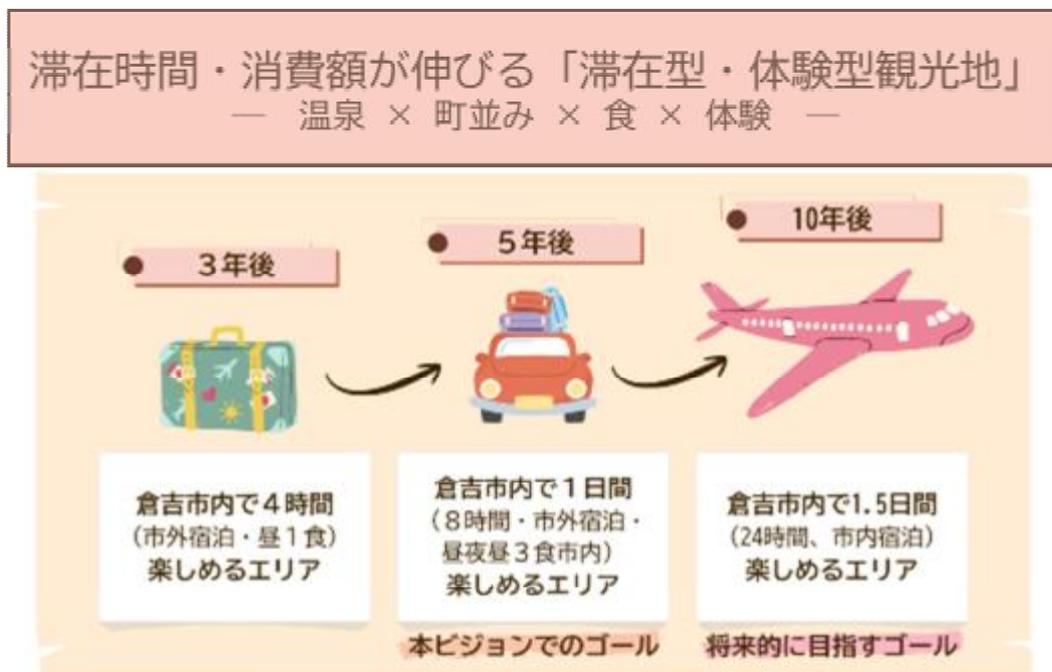
■目指すべき将来像

本ビジョンでは、これまでに整理した課題の解決を図り、倉吉市を「滞在型・体験型の観光地」へと発展させることを目指します。

観光施策を検討するにあたっては、単に観光客数の増加を追うのではなく、長時間滞在し、ゆったりと楽しめる観光地となることを将来像として設定します。

具体的には、本ビジョンの期間内において、平均滞在時間1日を目標とし、10年後には平均1.5日の滞在を目指します。

これは、「滞在時間の延長＝消費額の向上＝稼ぐ地域の実現」につながる重要な指標と位置付けます。



■キャッチコピー・コンセプト

【PR用キャッチコピー（外向け）】

「時空を超えた探検に」

～懐かしさ・静けさ・温かさを感じる～

将来像達成に向けては、市外・海外への積極的な情報発信が不可欠です。

倉吉市の強みは、「ノスタルジックな街並みが今なお残っていること」にあります。

令和8年秋には映画「遙かな町へ」が公開予定であり、その世界観と重なるイメージを踏まえ、このキャッチコピーを設定しました。

倉吉市を「時を旅する場所」として発信することで、情緒的価値を前面に出したブランディングを目指します。



【観光地づくりのコンセプト（内向け）】

「価値あるふるさと倉吉」

これは、市民・市内事業者の皆様が新たな取り組みを行う際、また既存の取組を見直す際の基本理念として共有していただきたい考え方です。

■定義

「価値ある」とは、倉吉に来ることで、変化を感じられる、高揚する（気持ちが高まる）、好奇心が満たされる、そのような体験や商品・サービスがあること。

「ふるさと」とは、懐かしさ、リラックス、ゆっくりとした時間、静けさを指し、まるで実家や田舎に帰ったような感覚を体感できる場所であることをイメージします。

この考え方のもと、商品づくり、サービスづくり、体験づくり、場づくり、環境づくり、雰囲気づくりを進めていきます。

取組を検討する際のキーワードとしては、次のポイントが軸になると考えられます。

- ノスタルジック
- アート（ものづくり）
- 健康
- 歴史

■ターゲット

過去、主流であった団体旅行ではなく、個人旅行中心への転換を前提とし、魅力的なコンテンツの磨き上げと情報発信の強化を進めます。





■取組みの基本方針と解決の方向性

目指すべき将来像実現のための施策として、4つの方針を設定し、方針ごとに7項目の方向性に関連する課題を整理しました。

【A】倉吉市内のヒト・モノ・コトの発信強化

方向性	関連する課題
①認知度・情報発信	(1)認知度が低い(情報発信の強化)
	(2)代表的な土産品の発信強化

【B】回遊性・快適性・利便性の高い受入環境の整備

方向性	関連する課題
②インバウンド対応	(3)インバウンド対応の充実
③二次交通・回遊性	(4)二次交通の分かりやすい案内
④観光インフラ・環境整備	(5)インフラの最適化

【C】倉吉らしさを満喫できる観光コンテンツの造成・充実

方向性	関連する課題
⑤宿泊強化・温泉活用	(6)宿泊機能の充実
⑥滞在時間・消費額	(7)滞在時間の延長
	(8)体験メニューの充実

【D】施策全体を動かす、動く体制整備

方向性	関連する課題
⑦観光組織体制	(9)観光データの整備・活用
	(10)組織体制の強化



■観光客の動き（カスタマージャーニー）での整理

上記の方向性を観光客の動き（カスタマージャーニー）である、観光前（旅マエ）、観光中（旅ナカ）、滞在中（旅ショウヒ）の3階層と、全体の基盤に当てはめると以下の通りになります。

【A】観光前（旅マエ：認知・選ばれる理由）

方向性	性質	時間軸	再定義
①認知度・情報発信	ソフト	短～長期	「倉吉らしさ」の言語化・発信

【B】観光中（旅ナカ：移動・回遊・快適性）

方向性	性質	時間軸	再定義
②インバウンド対応	ソフト×ハード	短～中期	多言語・情報取得・予約動線
③二次交通・回遊性	ソフト×ハード	短～中期	既存交通のわかりにくさ解消
④観光インフラ・環境整備	ハード×ハード	短～中期	使われていないインフラの再編集

【C】滞在中（旅ショウヒ：時間とお金を消費）

方向性	性質	時間軸	再定義
⑤宿泊強化・温泉活用	ソフト	短～長期	滞在理由の明確化
⑥滞在時間・消費額	ソフト	短～中期	夜・体験・回遊の設計

【D】全体を支える基盤（マネジメント）

方向性	性質	時間軸	再定義
⑦観光組織体制	ソフト	中～長期	戦略を回す司令塔機能



■具体的な施策の方向性

【A】倉吉市内のヒト・モノ・コトの発信強化（旅マエ）

① 認知度・情報発信

【現状・課題】～倉吉市の認知度が十分とは言えず、イメージ形成も途上段階～

- ・関西圏・関東圏における倉吉市の認知度は高いとは言えない常用。
- ・ワークショップ等では「人の良さ」や「街並みの美しさ」が強みとして挙げられたが、それらを具体的に伝える情報発信が十分でない。
- ・「倉吉らしさ」として共有できる明確なブランドイメージが形成途上

【強み・ポテンシャル】～ノスタルジックな街並みや人の魅力が高評価～

- ・来訪者からは「ノスタルジックで良い」という評価が多く、街の雰囲気そのものが観光資源となっている。
- ・人の温かさや落ち着いた環境など、他地域との差別化につながる要素を有している。
- ・梨やメロンなどの一次産品、牛骨ラーメン、地酒、和菓子など、多様な食資源が存在。

【取組みの方向性】

- ・重要な観光資源や「人」に焦点を当てた情報発信強化
- ・市民や事業者が主体となる発信を促進し、「倉吉らしさ」を可視化
- ・ターゲット層に応じた媒体・手法による戦略的情報発信

【施策例】

- ・国内ターゲットに合わせた手段による発信強化
 - 30歳以下の女性に関しては、Instagram、google マップ、Youtube、X、Tiktok が情報収集手段となっており、こうした SNS による発信を強化。一方、50歳以上の男女は、各社旅行サイト、旅事情報誌、Google マップ、テレビ・ラジオが手段であり、ターゲットに合わせた手段で発信
- ・重点観光エリアの明確化と発信
 - 倉吉駅周辺、白壁土蔵群、鳥取県立美術館、関金温泉を重点観光エリアに設定。倉吉駅前であれば魅力的な飲食店の集積を発信
- ・イベント情報の一元化
 - 紙媒体と併せ、こいこ map 等でネット上での情報発信を強化
- ・「ヒト」に焦点を当てた情報発信
 - 職人、店主、ガイドなど人物に焦点をあてたストーリー発信
 - 市民が認める商品・景色・店舗等の紹介企画
- ・牛骨ラーメンのブランド強化
 - 冊子発刊やイベント開催、ラーメンマップ制作など
- ・関金温泉の効能・魅力発信
 - 効能や泉質の科学的根拠を含めた情報発信
 - 関金温泉以外の観光スポットへの足湯等の設置。
 - 市内宿泊施設での関金温泉活用検討



【B】回遊性・快適性・利便性の高い受入環境の整備（旅ナカ）

② インバウンド対応

【現状・課題】～外国人観光客数は多くなく、受入体制の充実が必要～

- ・市内の外国人宿泊客数は年間約2,500人程度にとどまっており、外国人観光客数の市内立ち寄りも多いとは言えない状況
- ・モニターツアー参加者からは観光ガイドの多言語（英語）対応を求める声があった。
- ・白壁土蔵群周辺では、多言語標記（業種・営業状況等を含む）が十分とは言えず、受入体制の強化が求められる。これらの状況から、倉吉市の魅力が十分に伝わっていない可能性がある。

【強み・ポテンシャル】～インバウンド市場との親和性～

- ・外国人向け調査によれば、フランス人を中心としたヨーロッパの旅行者は、「静かな町」「ノスタルジックな雰囲気」に関心が高く、スローライフや古民家民泊への興味も強い傾向がある。
- ・倉吉市の街並みや暮らしの雰囲気は、こうしたインバウンド市場と親和性が高いと考えられる。
- ・東アジア向け誘客については中部観光推進機構により一定の実績があり、その基盤を活かして欧米市場へ展開できる可能性がある。

【取組みの方向性】

- ・観光施設・店舗における多言語標記の促進と受入環境の整備
- ・観光ガイド等の多言語対応への理解醸成と支援体制の強化
- ・フランスをはじめとする欧米市場を対象に、倉吉市の「静けさ」や「ノスタルジックな街並み」、「古民家滞在」などの価値を訴求する誘客プロモーションの推進

【施策例】

- ・欧米市場向けプロモーションの強化
 - JNTO等との関係機関との連携による主にヨーロッパでの情報発信強化
 - フランス市場において利用頻度の高い媒体であるGoogle、ルタール、トリップアドバイザー、Youtubeなどをターゲット市場に応じた媒体による情報発信
- ・インバウンド受入環境の整備
 - フランス人から評価の高い廃線跡について、多言語表示や駐車場整備等を促進
 - DX導入に多言語対応（デジタル案内、QRコード、NFCタグ等）の検討
- ・多言語標記の促進・発信
 - 観光施設や店舗における多言語対応の可視化
 - 業種・営業状況（営業中/Closed）を文字やピクトグラムで明示
- ・市民・事業者向け勉強会の開催
 - 市民・事業者向けインバウンド受入、地域資源の再認識・地元愛着醸成に関する研修
- ・高価格帯宿泊商品の整備促進
 - 白壁土蔵群、関金温泉など重点エリアにおける古民家等の活用
 - 高価格帯宿泊施設整備への支援制度促進
- ・映画「遙かな町へ」との連動発信
 - 映画の世界観と連動した動画制作
 - Youtube等での発信による海外向け発信。倉吉市の情緒的価値を視覚的に訴求する。



③ 二次交通・回遊性

【現状・課題】～倉吉駅を起点とした交通網の認知・活用が十分とは言えない～

- ・倉吉駅から白壁土蔵群、県立美術館、関金温泉への移動手段としては自家用車のほか、路線バスしかない。
- ・倉吉駅から白壁土蔵群間は約10分に1本程度と運行本数は確保されている。
- ・一方、モニターツアー参加者やワークショップ参加者からは交通アクセスに関する分かりにくさが指摘されており、路線バスの周遊ルートや停留所、利用方法の案内が十分に伝わっていない可能性がある。
- ・三朝町、北栄町、真庭市（蒜山）など周辺地域との相互誘客を図る上でのアクセス情報の整理・発信も強化の余地がある。

【強み・ポテンシャル】～交通インフラ自体は一定程度整備されている～

- ・市内の路線バス網や2デイパスなど、観光客が活用可能な公共交通の仕組みが整っている。
- ・倉吉駅を起点とした移動ルートを分かりやすく整理・発信することで、市内及び周辺地域への回遊性向上が期待できる。

【取組みの方向性】

- ・目的地別に分かりやすいバスルート表示（番号化等）や案内情報の充実
- ・重点観光エリアである倉吉駅前、白壁土蔵群、鳥取県立美術館周辺の夜間も含めた移動利便向上
- ・2デイパスの販売・案内方法の改善により、事前情報がなくても利用しやすい環境を整備
- ・周辺市町とのアクセス方法を含めた広域回遊モデルの発信強化

【施策例】

- ・夜間移動の利便性向上
 - ライドシェア（一般ドライバーによる有料送迎サービス）の検討。これによる夜間のタクシー不足等による移動不便の解消
- ・レンタサイクルの拡充
 - 倉吉駅前・白壁土蔵群・円形劇場・廃線跡・せきがね湯命館での乗り捨て可能化
 - 将来的には、周辺の三朝町、北栄町、真庭市蒜山までの広域連携も検討
- ・広域アクセスの可視化
 - 「鳥取砂丘から車で約1時間」、「鳥取駅から特急で約30分」、「青山剛昌ふるさと館から車で約15分」といった標記を普及させ、広域の位置関係を明確にすることで心理的距離を縮める。
- ・周辺市町との連携強化
 - 北栄町：アニメ＋フィギュアの周遊ルート設定（バスルートも明示）
 - 米子市：牛骨ラーメンのスタンプラリー共同イベントの開催
 - 三朝町：三朝温泉の宿泊客への倉吉市内の観光体験のパック商品造成
 - 真庭市（蒜山）：登山＋関金温泉＋キャンプ連泊商品造成
- ・バス利用の分かりやすさ向上
 - 路線バスの系統数字表示の明確化
 - 「ここいこ map」等での系統番号、行先、到着時間を可視化
- ・2デイパスの販売促進
 - JR利用者をターゲットとした販売強化



④ 観光インフラ・環境整備

【現状・課題】～既存インフラの活用・誘導による改善整備～

- ・白壁土蔵群周辺には無料駐車場が複数整備され、台数は概ね確保されているが、特定の駐車場に利用が集中している。
- ・駐車場満空システムは整備済であるが、活用はこれからであり、駐車場案内機能の強化が必要。
- ・観光用公衆トイレの利便性の向上、整備の拡充が求められている。
- ・空き店舗・空き家の増加により、観光エリア全体としての賑わい創出に課題がある。

【強み・ポテンシャル】～既存インフラの再整理・活用により、快適性向上が可能～

- ・駐車場や観光用公衆トイレなど基礎的な観光インフラは一定程度整備されている。
- ・情報整理や運用改善により、利便性向上が期待できる。
- ・空き店舗・空き家は、新たな観光・体験・飲食機能として活用可能な潜在的資源である。

【取組みの方向性】

- ・駐車場案内の強化や料金制度の検討により、利用分散と回遊促進を図る。
- ・トイレや休憩スペースの案内・確保を進め、観光地内の快適性を向上
- ・空き店舗・空き家を観光資源として位置付ける。

【施策例】

- ・ここいこ map の周知及び操作性向上
 - 駐車場空き情報の検索を容易化
 - 飲食店情報等の掲載内容の充実
- ・白壁土蔵群内の景観・環境整備
 - 景観に影響を与える残置物や老朽建物への整理・改善の働きかけを行い、観光地として印象向上を図る。
- ・駐車場利用の分散化
 - 利用が集中している琴櫻・赤瓦観光駐車場の料金制度検討
 - 同時に周辺無料駐車場への誘導を強化し、回遊性促進を検討
- ・観光用公衆トイレの確保
 - 観光用公衆トイレの機能向上、拡充
 - 観光スポットにおける周辺事業者の協力によるトイレ開放促進
- ・休憩機能の充実
 - クラウドファンディングやスポンサー制度等の活用
 - 事業者店舗前等への休憩ベンチ設置による、滞在時間延長につながる「立ち止まれる空間」の創出
- ・空き家・空き店舗の活用
 - 空き家活用センター、倉吉商工会議所、倉吉銀座商店街振興組合、地元金融機関等との連携
 - 白壁土蔵群内の空き店舗情報の掘り起こし
 - 出店希望者とのマッチング支援による消費スポットの増加と賑わい創出の推進



【C】倉吉らしさを満喫できる観光コンテンツの造成・充実（旅ショウヒ）

⑤ 宿泊強化・温泉活用

【現状・課題】～宿泊者割合が高くなく、宿泊需要が流出している可能性～

- ・倉吉駅周辺や関金温泉の宿泊機能・情報発信が十分とは言えず、観光に伴う宿泊需要が周辺温泉地へ流れている可能性がある。
- ・地域資源を生かした宿泊商品が多いとは言えない。
- ・駅周辺の宿泊集積地と白壁土蔵群等とのアクセス（特に夜間）が十分とは言えない。

【強み・ポテンシャル】～古民家宿泊の増加と温泉資源の独自性～

- ・白壁土蔵群内のほか周辺地域では古民家を活用した宿泊施設が増加傾向にある
- ・競争力のあるスポーツ施設や公共施設等が立地している。
- ・関金温泉の泉質は独自性が高く、健康志向市場との親和性が高い。

【取組みの方向性】

- ・倉吉市が持つ資源（スポーツ施設・病院・コンテンツ・歴史・自然等）を活用した宿泊促進
- ・関金温泉の温泉資源や自然環境、農家民泊を活かした滞在型商品の造成
- ・高価格帯の宿泊施設のPR・支援強化と食資源等との連動
- ・夜間消費とアクセス改善を組み合わせた宿泊商品造成

【施策例】

- ・夜間利用促進と宿泊の連動
 - 宿泊施設と飲食店、交通事業者、ホテル旅館組合等と連携し、夜間に利用可能なサービスに関する情報提供を行う。これにより駅前ビジネスホテル、白壁土蔵群周辺の民泊施設宿泊利用者の観光消費額を向上させると共に、「止まる理由」を夜の体験とセットで創出する。
- ・MICE・スポーツツーリズムの強化
 - 倉吉市の施設・人材的な強みを活かした特定競技である自転車、スポーツクライミング等の合宿の積極的な誘致する。
- ・関金温泉を軸とした商品造成
 - 温泉の泉質や健康効果を活かした商品造成として、湯中運動の他、ヨガリトリートツアー、農業体験ツアー、ペット同伴宿泊、廃線跡ウォーキングツアーを推進し、健康・自然・癒しをテーマに施策を展開する。
- ・夜と昼の価値の磨き上げ
 - 暗さや静けさを「価値」として市定義
 - 星空、早朝散策、朝食体験などを含めた宿泊商品造成により、滞在時間を延伸させる。
- ・テーマ型ツーリズムの展開
 - 市内病院等と連携したメディカルツーリズム
 - 自然・文化・歴史資源をガイドと巡るツアー
 - フィギュアメーカー等と連携したコンテンツツーリズム（聖地巡礼）等、宿泊を前提としたテーマ特価型商品を開発
- ・地元食材の活用強化
 - 高価格帯宿泊施設・飲食店での提供支援を諮り、観光消費額の増加と地域内経済の循環強を図る。



⑥ 滞在時間・消費額

【現状・課題】～滞在時間が短く、経済効果が限定的～

- ・白壁土蔵群周辺の滞在時間は約3.3時間にとどまっている。
- ・滞在時間の短さにより、市内での消費拡大が十分とは言えない。
- ・夜間営業店舗の少なさや、個人旅行者向け体験メニューの利便性、エリア間の連携不足などにより、来訪者が市外へ流出している可能性がある。

【強み・ポテンシャル】～滞在型観光へ転換できる資源が揃っている～

- ・温泉、食べ歩き、街歩きなど、滞在時間延長につながる資源を有している。
- ・古民家を活用した高価格帯宿泊施設への関心も高まりつつある。
- ・鍛冶、焼き物、緋、はこた人形など、倉吉らしさを体験できる文化資源が存在する。

【取組みの方向性】

- ・観光エリア間の連携強化による回遊性促進
- ・歴史・文化・ものづくり等の地域資源を活用した体験メニューの充実
- ・新商品・新サービス等の継続的な開発と発信による滞在意欲・消費意欲の向上

【施策例】

- ・エリア間回遊の促進
 - 鳥取県立美術館から緑の彫刻プロムナード、白壁土蔵群周辺、くらよし円形劇場等の導線強化による回遊促進
 - 「アート」をテーマとした周遊ルートの設定
 - アーティスト招聘による芸術祭開催の検討
- ・体験申込の利便性向上
 - 体験申込窓口の一本化
 - 予約・決済のオンライン対応などにより、個人旅行者が「その場で参加できる」環境整備
- ・体験拠点の集約
 - 白壁土蔵群内の打吹回廊の活用
 - 当日申し込み可能な体験メニューリストの作成・発信など、「来れば何かできる」状態の可視化を目指す。スペース活用と当日申込対応（ネット対応、一覧表作成・発信）
- ・新たな体験メニューの創出
 - 事業者の本業の延長線上で商品開発を行う。
 - スポーツクライミング、自転車体験、ヨガ・瞑想等のモニターイベントの開催による体験会の開催を通じた商品化を促進
- ・映画連動型商品の開発
 - 陶芸・緋等のものづくりと連携した映画「遙かな町へ」関連商品の造成
- ・新商品等の積極的なPR
 - 市民・市内事業者が市外関係者へ新商品を積極的に紹介
 - 倉吉市を代表する産品として育成



【D】施策全体を動かす、動く体制整備（マネジメント）

⑦ 観光組織体制

【現状・課題】～戦略的な連携・マネジメント体制の強化が必要～

- ・倉吉観光 MICE 協会は多様な業務を担っており、新規施策への対応余力が十分とは言えない。
- ・観光案内所が複数存在するが、横断的な連携が困難な場合がある。
- ・来訪者の属性、滞在時間、消費額、来訪目的、国籍別宿泊者数などの詳細データの収集、分析
- ・K P I 設定や施策効果の検証に必要なデータ基盤の整備が途上段階にある。

【強み・ポテンシャル】～中心的な実行組織としての役割を担う素地あり～

- ・倉吉観光 MICE 協会は、観光施策の実施主体としての実績と信頼を有している。
- ・市民や事業者との連携を深めることで、地域一体型の観光推進が可能。
- ・宿泊事業者や観光施設等が一定の情報を保有しており、連携により活用可能。
- ・データ整備をすすめることで、戦略的な観光施策の立案・改善が可能となる。

【取組みの方向性】

- ・倉吉観光 MICE 協会の業務整理と重点化による戦略分野への集中
- ・観光案内所間の連携強化及びデータ収集体制の構築
- ・来訪者調査及び事業者協力によるデータ収集体制の構築
- ・定期的なデータ分析とK P I 管理による施策改善

【施策例】

- ・観光案内所間の連携強化
 - 倉吉駅前、白壁土蔵群内、廃線跡にある観光案内窓口間での連携強化
 - ガイド申込代行、レンタサイクル相互利用、スタンプ設置・代行等により、観光客にとって「一体的な窓口」として機能強化する。
- ・業務整理と人材確保
 - 既存事業の効果検証（ターゲット適合性、成果、評価等）
 - 重点事業への集中
 - 国制度の活用、市予算による人材確保等による人員不足への対応。
 - ・地域DMOとしての位置づけの検討
 - 倉吉観光MICE協会のマネジメント機能の強化
 - 地域DMOとしての位置づけの検討
- ・来訪者データの収集・分析
 - 独自来訪者調査の実施（収集事例：来街者数、属性、滞在時間、消費額、宿泊先、周遊先、満足度）
 - 携帯電話位置情報等を活用した回遊性分析
 - プレゼント企画等を通じたデータ収集
- ・データ連携体制の構築
 - 鳥取中部観光推進機構や倉吉観光 MICE 協会が所有しているデータの共有
 - WEB サイトや SNS 等のアクセスログ解析
 - 投稿反応分析と関係者間での共有を行い、これによるP D C Aサイクルの確立を目指す。



重点観光エリア別のまちづくりの方向性

～目指すべき将来像の実現に向けて～

倉吉市では、倉吉駅周辺、鳥取県立美術館周辺、白壁土蔵群、関金温泉の4エリアを重点観光エリアとして位置付けます。

各エリアのまちづくりの方向性は、それぞれの現状や特性を踏まえて設定しますが、エリア同士が連動することで、「滞在型・体験型の観光地」という将来像の実現に近づくものと考えます。

そして、各エリアの現状・課題や、連動に向けた役割を整理しながら、段階的に機能強化を図ります。





■1.5 日滞在モデルの構築

各重点観光エリアで機能強化策を取組むことにより、「倉吉市内で1.5日間滞在する回遊モデル」の構築を目指します。なお、これは10年度の目標とします。

この回遊モデルは、昼間の回遊（美術館・白壁土蔵群）、夕方からの夜間の飲食・イベントによる観光消費、駅周辺・古民家・関金温泉での宿泊、翌日のアクティビティ・温泉・自然体験を回遊する流れを想定しています。



■回遊モデル完成のために特に重要な取組

回遊モデル完成のために重点的に進めるべき取組は、次のとおりです。

①倉吉駅での観光案内機能の強化

- 二次交通の分かりやすい案内
- 多言語対応の強化
- 2デイパス等の販売促進

これらによる市内回遊の「起点」としての機能強化。

②烏取県立美術館周辺の活性化

- 集客イベントの開催
- 白壁土蔵群への回遊策の実施

これらによる美術館来館者を市内消費へつなげる導線づくり。

③白壁土蔵群の消費魅力向上

- 飲食・体験・物販の充実
- 関金温泉との連動発信

これらによる市内滞在時間を延ばす中心エリアとしての強化。



④関金温泉での受入プログラム化

- 温泉+体験のパッケージ化
- 他エリアとの相互送客

これらによる宿泊・健康・リトリート拠点としての機能強化。

⑤共同販促企画の実施

- スタンプラリー
- 商店街キャンペーン
- 広域連携型プロモーション

これらによるエリア横断型の回遊促進。

⑥商店街の景観整備・清掃活動

- 景観の維持向上
- 来街者の満足度向上

これらによる「歩きたくなる空間」の形成。

このように、重点観光エリアの整備は、それぞれを単独で強化するのではなく、駅を起点にし、美術館で集客し、白壁土蔵群周辺で消費し、ホテルや旅館、古民家や関金温泉で滞在するという流れをつくることが重要です。

この4つのエリアが有機的に連動することで、「平均1.5日滞在」という「稼ぐ地域」の実現へとつながります。



■タイムスケジュール

ここまで7つの項目で取組みの方向性と施策例を提示してきましたが、これらを同時に行うことは不可能です。そこで、優先順位をつけて進められるよう、以下のように短期（令和8年度、リーディングプロジェクト等）、短期（令和9年度）、中長期（令和10～12年度）、長期（令和13年度以降）に分類し、さらにソフト事業、ハード事業、基盤整備に分けて整理しました。

（ソフト事業）

短期（令和8年度）	短期(令和9年度)	中長期（令和10～12年度）	長期（令和13年度以降）
■重点資源・人物の発信・強化	■重点資源・人物の発信・強化	■重点資源・人物の発信・強化	
■重点エリア間の移動利便向上検討 ■広域回遊モデルの発信強化検討 ■2デイパスの販売・案内強化検討	■重点エリア間の移動利便向上実証検討 ■広域回遊モデルの発信強化実証検討 ■2デイパスの販売・案内強化実証検討	■重点エリア間の移動利便向上実現 ■広域回遊モデルの発信強化 ■2デイパスの販売・案内強化	
■関金温泉資源を活用した宿泊商品開発	■市内資源を活用した宿泊促進	■高価格帯の宿泊施設・加工品PR支援	■夜間立寄りとアクセスを組み合わせた宿泊商品検討
■新商品・サービス等の開発による観光客の滞在・消費意欲の向上	■歴史、文化等資源を活用した体験メニューの造成強化	■歴史、文化等資源を活用した体験メニューの造成強化 ■市内の観光エリア間の連携強化	■新商品・サービス等の開発による観光客の滞在・消費意欲の向上
■観光案内所間の連携強化の検討	■観光案内所間の連携強化実証	■観光案内所間の連携強化実現	
（基盤整備） ■ターゲット別媒体を活用した情報発信の推進 ■観光ガイドの多言語対応に関する理解醸成・支援推進 ■欧米市場を対象とした倉吉の静けさ・歴史的街並み・古民家滞在の魅力発信 ■倉吉観光 MICE 協会の業務整理と重点化によるターゲットに沿った取組みへの集中 ■来街者調査や事業者協力によるデータ収集体制構築 ■観光案内所間の連携強化 ■定期的なデータ分析、施策改善やKPI管理への活用			

（ハード事業）

短期（令和8年度）	短期(令和9年度)	中長期（令和10～12年度）	長期（令和13年度以降）
■ロケツーリズム拠点環境整備	■多言語標記促進 ■バス路線の分かりやすい表示整備	■「倉吉らしさ」可視化	
■日帰り温泉宿泊施設改修設計	■日帰り温泉宿泊施設改修設計・工事	■日帰り温泉宿泊施設改修工事・開業	
（基盤整備） ■駐車場案内強化等 ■トイレ・休憩スペースの快適性向上、整備 ■空き店舗・空き家の活用			
■情報発信・受入環境 ■インバウンド ■二次交通・回遊性 ■観光インフラ・環境整備 ■宿泊強化・温泉活用 ■滞在時間・消費額 ■観光組織体制（データ整備含む）			

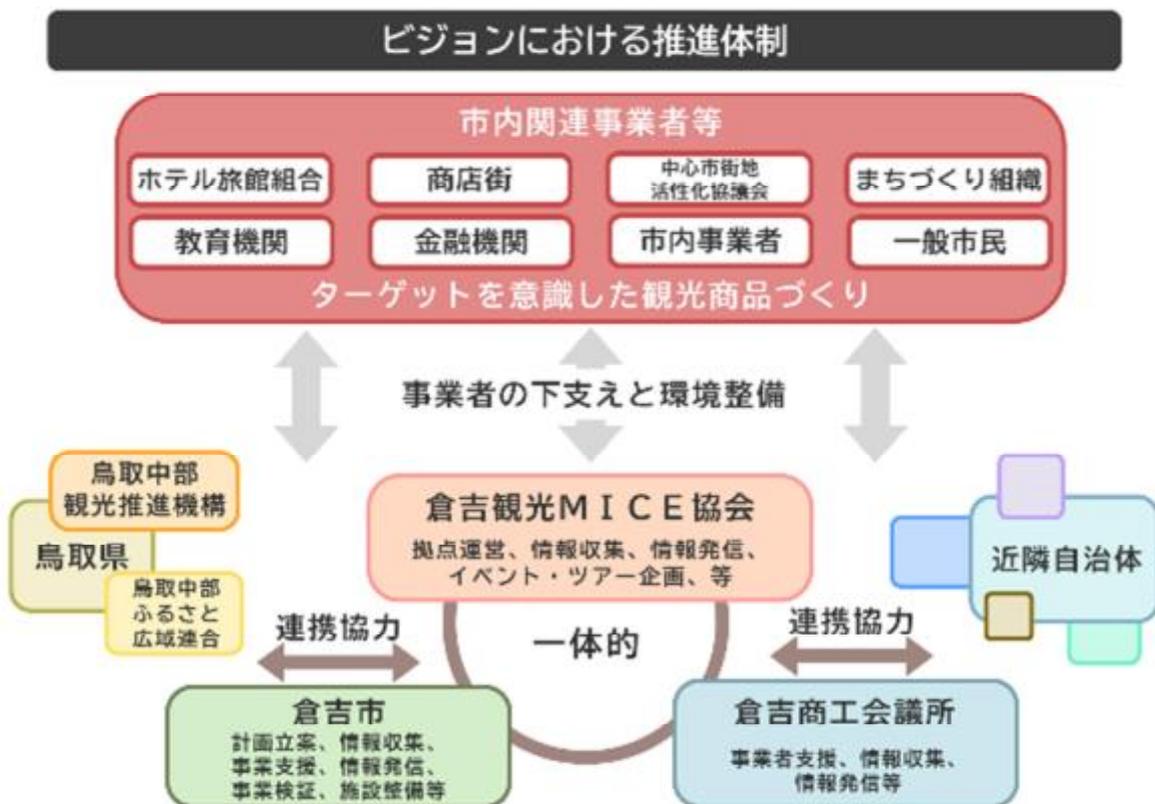


6. 推進・進捗評価体制

■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。

また、これらの取り組みが最前線の事業者の利益創出にしっかりとつながることが最も重要な点です。施策に取り組むことが、まちづくり組織や観光関係等の市内事業者の利益につながることを常に意識しておく必要があります。





■ K P I （重要業績評価指標）

観光施策の進捗状況および成果を定量的に把握・評価し、効果的な事業推進につなげることを目的として、計画期間における重要業績評価指標（KPI）を設定します。

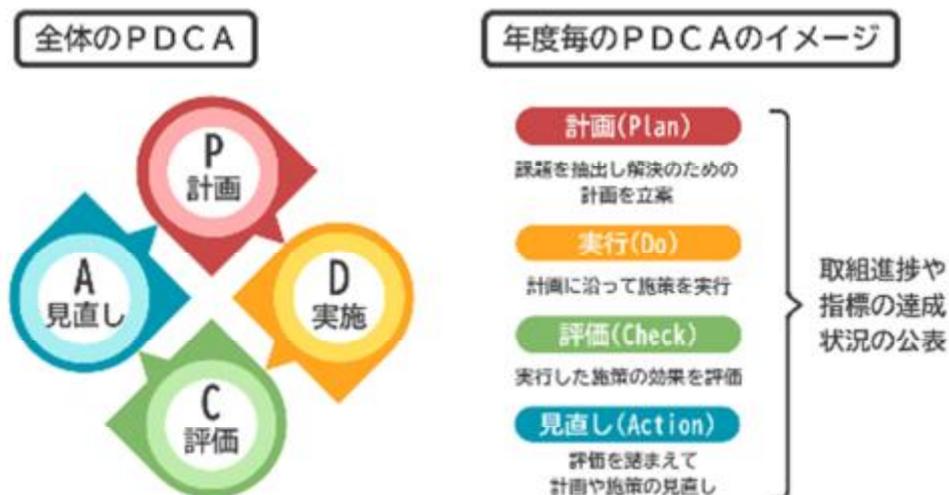
これらの指標は、本市の観光の現状及び課題を踏まえ、「通過型観光から滞在型観光への転換」や「観光消費額の拡大」、「市内回遊性の向上」等の観点から設定するものとし、施策の進捗管理に活用します。

指標	数値目標	現状
総滞在時間＝観光客数×滞在時間 年間観光客数 100 万人 平均滞在時間が3時間＝300 万時間	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)

■ ビジョンの進捗評価

進捗評価にあたっては、PDCA サイクルによる事業運営を行い、効果的な観光施策を進めます。特に、毎年度評価を行いつつ、倉吉市を取り巻く社会情勢の大きな変化が生じたとき市長等が判断した場合には、計画内容の点検を行い、計画期間中においても、必要に応じて計画の見直しを行います。

ビジョンの推進におけるPDCAサイクル



- 毎年度の評価にあたっては、必要に応じて以下のような調査を実施します。
 - ・観光客動態調査
 - ・観光客アンケート調査
 - ・認知度調査
 - ・各種団体主催のイベント時の満足度調査等

倉吉市観光ビジョン

発行：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/>