

体系	戦略名	雇用の創出と確保	担当課（関係課）
			商工課、環境課

1 戦略の目的と指標

①対象（誰、何を対象にしているのか）	④対象指標（対象の大きさ）	単位
就労意欲のある者 市内事業所	ア 就業者数	人
	イ 市内事業所数	所
	ウ	
②意図（この戦略によって、対象をどう変えるのか）	⑤成果指標（意図の達成度）	単位
安定的な雇用の場がある 市内従業員の雇用を確保する	ア 市内への新規立地事業所数	所
	イ 倉吉管内の就職率（年度末）	%
	ウ 地元採用率（＝市内在住の従業員数／市内事業所の従業員総数）	%
③結果（どんな結果に結び付けるのか）		
地域経済の活性化と雇用創出の促進		
成果指標の測定方法	ア. 商工課で把握 イ. 最近の労働市場（倉吉公共職業安定所） ※就職率＝就職件数／求職者数 ウ. 商工課で把握（事業所アンケート調査）	

2 指標の推移

指標名		単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
成果指標	ア 市内への新規立地事業所数	所	(目標) 3	1	1	1	1
			(実績) 3	1	1		
	イ 倉吉管内の就職率（年度）	%	(目標) —				60.0
			(実績) 46.2	45.2	49.3		
	ウ 地元採用率（＝市内在住の従業員数／市内事業所の従業員総数）	%	(目標) —				60.0
			(実績) 52.0	54.0	52.7		

3 戦略の役割分担

①市民、事業者等の役割（協働）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・安定的な経営に向けた取り組み</li> <li>・雇用の確保（特に常時雇用者の確保）への取り組み</li> <li>・自らの就業、能力開発への取り組み</li> <li>・自らの能力を活かした新規事業展開への取り組み（起業促進）</li> <li>・自然エネルギーの活用（検討）に向けた取り組み</li> </ul>
②行政の役割
<ul style="list-style-type: none"> <li>・雇用確保ならびに雇用につながる設備投資等に対する支援</li> <li>・企業動向を把握し、支援等に結び付けるための市内外への訪問活動</li> <li>・特に若者を中心とした就業情報の提供（ハローワーク等との連携）</li> <li>・県立産業人材育成センター等との連携による能力開発のためのセミナー等の周知</li> <li>・自然エネルギー等新産業の活用可能性を調査研究、活用促進</li> </ul>

4 戦略を取り巻く状況変化、意見など

<p>・ビジョン策定年度である平成22年度の倉吉管内有効求人倍率は0.85。現在1.25であり、上昇している。</p> <p>・就業者人口は、H22国勢調査では、市内総数23,639人で1次産業2,678人、2次産業5,383人、3次産業15,578人。H27国勢調査では、市内総数23,579人で1次産業2,393人（-285人）、2次産業5,310人（-73人）、3次産業15,876人（+298人）となっている。</p> <p>・企業誘致、増設については、積極的な企業訪問や企業立地促進補助金制度の活用等により行ってきた。その結果、H23年以降、10社の企業誘致ならびに当該企業の第2次計画の実行、さらには市内企業の増設につながっている。</p> <p>・H28.1に補助制度の改正／補助率、限度額の引き下げ（15%→10%）、市長特認の拡充（5%加算）</p> <p>・雇用に関しては、H23年以降、新規立地で466人の雇用計画に対して、H28現在、328人が雇用され、増設については、105人が雇用されている。</p> <p>・能力開発では、産業人材育成センターで講座等が開催されており、土日の受講、講座メニューの増により参加者は増加している。</p> <p>【地震の影響】</p> <p>・建物の破損、生産設備のズレ等が発生し、設備の調整等に時間を要した。また、停電による生産への影響もあった。しかしながら、納期への対応はできていた。なお、一部の企業で設備を県外工場に移設し、それに伴い従業員の異動もあった。</p>
--

5 戦略の成果水準とその背景・課題

<p>2-(ア) ほぼ横ばい状態</p> <p>・新規誘致案件の問い合わせはあるものの、他の自治体との競合（支援制度など）、用地確保、人材確保などの観点から成立に至っていない。</p> <p>2-(イ) どちらかといえば向上した</p> <p>・前年度と比較して、若干の改善が見られた。業種や職種によりばらつきはあるが、有効求人倍率の上昇が就職件数の増加につながった。それにより、求職者数も減少した。</p> <p>2-(ウ) ほぼ横ばい状態</p> <p>・地元の採用率の内訳をみると、不動産業、学術研究・専門・技術サービス業、複合サービス業で60%を超えており、教育・学習支援業、医療・福祉、卸売・小売業、運輸業、製造業、建設業で50%を超えている。平成27年と比較すると、医療・福祉、金融・保険業、建設業の市民雇用率は低下傾向にあるが、全体的にみるとほぼ横ばい状態である。</p>
---

6 戦略達成のための施策の振り返り

施策名	目的（対象、意図）	成果指標	施策の成果水準とその背景・課題
企業立地（起業）の促進	市内に立地してもらい、起業してもらい（雇用の拡大と確保）	企業誘致及び規模拡大、起業による新規雇用者数	どちらかといえば向上した ・誘致企業が人材確保に向け、前倒して雇用計画を進めたこと、また更なる設備導入も行なわれたことが要因となった。既存企業においても、規模拡大が行なわれたことから、雇用増につながった。 ・起業については、商工会議所の相談窓口で、15件が結び付いている。また、相談件数も年々増加してきている。
就業情報の提供	就業情報が得られる	倉吉管内有効求人倍率	どちらかといえば向上した ・職業別に見ると、サービスの職業2.46倍、専門的・技術的職業2.04倍、生産工程の職業は1.28倍と求人数が多い一方で、管理・事務的職業は0.35倍である。就業情報は得られやすい状況にある。また、市においても無料職業紹介所を開設し、求人求職のマッチングに向けた情報提供を行なっている。
人材育成の推進	就業に必要な能力開発がなされる	能力開発に関する講座等への参加者数	目標達成した ・産業人材育成センターの在職者対象訓練は、個人が資格取得のために土日を利用して訓練をうけるという形式が多くなっている。平成26年度に比べて増加しているのは、ワープロや表計算ソフトの資格を取るための対策コースなどのメニューを増やしたことによるところが大きい。
環境・エネルギー等新産業の育成	太陽光、バイオマス等、自然エネルギーが有効に活用されている（事業化への取り組み）	自然エネルギーの導入に取り組んでいる事業者数	ほぼ横ばい ・1社が平成28年8月に運転開始した。電力固定価格買い取り制度が平成29年4月1日に見直し、減額されたことが要因となり、今後の事業化は困難と思われる。 ・木質バイオマスエネルギーについて調査研究を進めるため、倉吉市木質バイオマス等再生エネルギー活用検討協議会を設置した。引き続き研究を進めていくことを確認したが、事業化には至っていない。

7 施策指標の推移

指標名	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
企業誘致及び規模拡大による新規雇用者数	人	(目標) —	243	363	423	443
		(実績) 153	311	384		
倉吉管内有効求人倍率	%	(目標) —	1.00	1.00	1.00	1.00
		(実績) 0.93	1.08	1.25		
能力開発に関する講座等への参加者数（人材育成センター）	人	(目標) —	—	—	—	150
		(実績) 130	166	213		
自然エネルギーの導入に取り組んでいる事業者数	件	(目標) —	5	6	6	8
		(実績) 5	5	6		

8 戦略課題と今後の方向性（総括）

--

9 戦略会議での意見等

<p>雇用の質。アルバイトやパートではなく常勤雇用を増やす取り組みをしてほしい。</p> <p>倉吉の問題は就職しやすいが器が小さい。仕事を探している人が少ない。求人と求職の内容を把握し動向をみるべき。</p> <p>働く女性にとって、子供の預け入れの場がない。</p> <p>ふるさと納税の返戻として温泉旅行があった。倉吉ではできないか。</p>
--

平成29年度 地域産業振興ビジョン 戦略評価シート

体系	戦略名	農商工連携による6次産業化の推進	担当課（関係課）
			商工課、農林課

1 戦略の目的と指標

①対象（誰、何を対象にしているのか）	④対象指標（対象の大きさ）	単位
市内の商業・工業・サービス事業者 農家	ア 商業・工業・サービス事業所数	所
	イ 農家戸数	戸
	ウ	
②意図（この戦略によって、対象をどう変えるのか）	⑤成果指標（意図の達成度）	単位
農商工連携による6次産業化が推進される （新商品が開発される、新商品を知ってもらう）	ア 6次産業化に向けた取り組み件数	件
	イ 新商品開発件数	件
	ウ	
③結果（どんな結果に結び付けるのか）		
地域経済の活性化と雇用創出の促進		
成果指標の測定方法	ア、農林課、商工課で把握	

2 指標の推移

指標名		単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
成果指標	ア 6次産業化に向けた取り組み件数	件	(目標) ー				3
			(実績) 1	0	1		
	イ 新商品開発件数（異業種連携による）	件	(目標) ー				10
			(実績) 2	2	0		

3 戦略の役割分担

①市民、事業者等の役割（協働）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・商工業等との連携（6次産業化）による取り組み</li> <li>・地域ブランド商品等の地元での消費、購入</li> <li>・地域ブランド商品等の積極的な販売</li> </ul>
②行政の役割
<ul style="list-style-type: none"> <li>・もうかる6次産業化、農商工連携支援事業等による支援</li> <li>・地域ブランド商品開発や販路開拓への支援</li> <li>・倉吉商工会議所との連携による事業者の商品開発、販路開拓、情報提供の支援</li> </ul>

4 戦略を取り巻く状況変化、意見など

<ul style="list-style-type: none"> <li>・JA農産物直売施設は市内3ヶ所あり、1ヶ所は売り上げが伸びているが、2ヶ所は減少傾向である。</li> <li>・H22年に創設した「倉吉市商品等販路開拓支援事業補助金制度」を活用して、ビジネス機会（販路開拓）を広げようと事業者が取り組んでいる。</li> <li>・倉吉商工会議所に、新たなものづくりや販路開拓を目指す企業による「ものづくり支援特別部会」（平成27年1月28日発足）を設置。H28年度は商工会議所から商品開発に4件、販路開拓に1件の補助をしている。</li> </ul> <p>【地震の影響】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・農産物への影響はほとんどないが、住宅等への被害の復旧や雪害によるハウスの倒壊被害による復旧等、農家の負担が増大しており、6次産業化への継続又は新たな取り組みへの意欲の減退が心配される。</li> <li>・地震により落果した晩生梨、訳あり梨について、一部ジャム・ピューレの加工用原材料として県外加工業者へ出荷された。</li> </ul>
---

5 戦略の成果水準とその背景・課題

<p>2-(ア) どちらかといえば低下した</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・市内事業所が、商工会議所の支援を受けて地元の農産物（スイカ）を加工した新商品（スイカ果汁健康飲料）を開発した。6次産業化に向けた取り組みに関しては、県、市への相談もほとんどない状況であった。</li> </ul> <p>2-(イ) 低下した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>・商品開発については、市内事業者を中心に異業種連携での動きがあり、1件の開発に至った。しかしながら、市内の農産物ではなく、6次産業化に結びつくものではなかった。</li> </ul>
--

6 戦略達成のための施策の振り返り

施策名	目的（対象、意図）	成果指標	施策の成果水準とその背景・課題
地域ブランド商品の開発推進	地域特産品等を使った独自性が発揮される	<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域ブランド商品数（＝農産物加工品、本市の農作物が原材料）</li> <li>・特産品の開発件数</li> </ul>	ほとんど変わらない。 ・地域ブランド商品数については、前年度と横ばい（目標には達せず）状況である。農産物加工品や地元農産物を原材料にした商品が増えないひとつの要因としては、特産品を農産物としての出荷を第1に考え、加工品はBランクのものを使うという考え方が挙げられる。 ・新たな特産品の開発はなかったが、JA生産部がスイカ、プリンスメロンの販売促進・PRを目的としたパッケージ用資材を作成した。
マーケティング強化と販路拡大の推進	地域ブランド商品や特産品の販売機会を増やす、販売ルートが確保される	商談会への参加事業者数	ほとんど変わらない。 ・支援制度の活用とともに、商工会議所、金融機関、各種関係団体など様々な機関で実施される商談会への参加呼びかけを行なった。目標件数には至らなかったが、特産品の販売機会を増やすとして、スイカ、メロンの販路拡大に取り組んだ。

7 施策指標の推移

指標名	単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
地域ブランド商品数（＝農産物加工品、本市の農作物が原材料）（累計）	商品	(目標) ー	28	30	32	34
		(実績) 21	21	21		
特産品の開発件数	件	(目標) ー	1			3
		(実績) 0	1 (標実アリゾナ)	0		
商談会への参加事業者数	所	(目標) ー	7	9	11	13
		(実績) 6	7	7		

8 戦略課題と今後の方向性（総括）

--

9 戦略会議での意見等

<p>4人位でJAの力を借りずにトマトケチャップを作った。ラベルの作り方などとても苦労した。また、販売についてもどこに相談してよいかわからなかった。相談できる体制づくりしてほしい。</p> <p>JIAは県中部地区で6次産業化に取り組んでいる。秋喜に加工所があり、1,300人の会員で加工している。三朝や琴浦などで売れる商品を開発している。倉吉市内の農家にも商品開発を働きかける。販売（出口）で市役所と連携が取ればよいと思う。</p>
---

平成29年度 地域産業振興ビジョン 戦略評価シート

体系	戦略名	にぎわい創出と観光業の振興	担当課（関係課）
			商工課、観光交流課

1 戦略の目的と指標

①対象（誰、何を対象にしているのか）	④対象指標（対象の大きさ）	単位
観光客、市民、観光資源 市内の商業サービス業者	ア 観光客の数	人
	イ 観光資源（観光スポット、観光商品）の数	件
	ウ 市内の商業サービス業者	所
②意図（この戦略によって、対象をどう変えるのか）	⑤成果指標（意図の達成度）	単位
観光資源が活用、整備されている 市の特性を活かした観光PR活動を行なうことで、多くの観光客に来てもらう（ひとを集める観光戦略の展開） 売上が確保され、健全な経営がなされている	ア 新たに整備した観光スポット、観光商品数	件
	イ 観光客入り込み客数	人
	ウ 観光客宿泊数	人
	エ 商業・サービス業売上高合計	千円
③結果（どんな結果に結び付けるのか）		
地域経済の活性化と雇用創出の促進		
成果指標の測定方法	ア、イ、ウ、観光交流課、倉吉観光マيس協会にて把握 エ、商工課にて把握（商業統計調査）	

2 指標の推移

指標名		単位	平成26年度	平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
成果指標	ア 新たに整備した観光スポット、観光商品数	件	(目標) —	5	5	5	5
			(実績) 3	9	11		
	イ 観光客入り込み客数	人	(目標) —	1,370,000	1,410,000	1,450,000	1,500,000
			(実績) 1,317,794	1,371,860	1,337,066		
ウ 観光客宿泊数	人	(目標) —	91,000	92,500	95,000	97,500	
		(実績) 87,498	90,140	91,759			
エ 商業・サービス業売上高合計	百万円	(目標) —				90,000	
		(実績) 96,196					

3 戦略の役割分担

①市民、事業者等の役割（協働）
<ul style="list-style-type: none"> <li>・地域観光資源の維持、発掘、磨き上げ</li> <li>・来訪者に対するもてなしの向上</li> <li>・地域資源を活かした商品、サービスの提供による顧客満足度向上の取組み</li> <li>・地域の観光情報の発信と誘客活動の取組み</li> <li>・顧客ニーズに合った魅力ある店舗づくりへの取組み、自らの能力を活かした新規事業展開への取組み</li> </ul>
②行政の役割
<ul style="list-style-type: none"> <li>・観光振興に係る体制と基盤整備</li> <li>・観光関係団体や事業者の自主的かつ主体的な取組みの支援</li> <li>・観光に関する情報収集及び調査研究</li> <li>・創業や起業、新規開業等の取組みへの支援（店舗改装や経営相談など）、商工会議所等との連携による事業者の経営指導の推進、支援</li> </ul>

4 戦略を取り巻く状況変化、意見など

・県内でも観光入り込み客数及び観光宿泊客数、外国人観光客数は増加しており、鳥取自動車道路及び松江尾道道路など高速道路網の整備や、米子ソウル便や米子香港便、DBSクルーズ貨客船、チャーター便就航が要因として考えられる。

・H27年度から、誘致企業との連携によるフィギュア博覧会に始まり、まちなかフィギュア展示やふるさと名物応援宣言を行うなど白壁土蔵群とポップカルチャーとの融合・調和を目指す新たな取り組みを開始した。H28年度には新たにひなびタノとの連携を進め、姉妹都市提携や各種イベントを実施し、若者を中心とした多くのファンが倉吉を認知・来訪した。

・H28年1月に県内初となる鳥取県中部圏域版DMO（観光地域づくり法人）として、鳥取中部観光推進機構が設立された。

・小売吸引力を見ると、H24年が1.24であり、県内では最も高く他地域から買い物客を引き寄せている。しかしながら、店舗数や従業員数は減少している。

【地震の影響】

・震災直後の宿泊キャンセルや風評被害等による観光入込客の落ち込みは、国の鳥取応援プログラム等の支援もあり、12月以降回復傾向にある。

・地震後のH29.1-3月期の景況判断は、前年同期に比べ、全業種トータルで上昇し、業種別では建設業・製造業・小売業・その他の業種で上昇した。H29.4-6月期も6業種中4業種で上昇傾向にあり、景況への地震の影響はない。

・地震にかかる災害対策資金貸付額は、H29.5月末現在で延べ201件、4,105,640千円であり、多くの事業者が、予定にない新たな負担を強いられている。

→鳥取県において、施設設備の原状回復を目的に、県版経営革新総合支援事業（補助金）が実施された。また、金融支援の観点から、災害等緊急対策資金（貸付金）の災害に指定され5年間無利子、無保証料による制度が実施された。（28年度末、補助金245件、貸付金199件の申請）

5 戦略の成果水準とその背景・課題

2-(ア) 前年度に比べ向上。目標値よりかなり向上している。観光商品開発は、特にマيس協会による観光商品開発数の増加が要因である。倉吉における観光の課題として滞在時間の短さが上げられる。滞在時間の延伸を図ることを大きな目的とし、観光商品等の開発を担っている。また、今後の乗用車を利用した旅行者の観光入込の増加が予想されることから、新たに宮川町観光駐車場の整備を行った。

2-(イ) どちらかといえば低下した。地震により観光施設が被災し、復旧工事（休館）による影響もあり、前年に比べれば入込客数は減少したが、ひなびタノと連携したイベントを年4回開催し、延べ人数で合計1万人以上のファンが来訪するとともに、イベント時以外の受け入れ環境がきつたため、継続的に訪問するファンも増えている。

2-(ウ) どちらかといえば向上した。月別にみると、10月までは概ね前年並みの推移だが、地震以降の災害復旧にあたる関係者の宿泊増が要因で、11月以降は昨年よりも宿泊者数が増加している。

6 戦略達成のための施策の振り返り

施策名	目的（対象、意図）	成果指標	施策の成果水準とその背景・課題
商店街等のにぎわいづくり	商店街等を来訪してもらう 空き店舗が解消される	駅周辺商店、旧市街地商店を利用する人の満足度、空き店舗率	ほとんど変わらない。 ・銀座商店街周辺の空き店舗率については、空き店舗情報の提供とともに、創業や起業への相談対応、チャレンジショップ卒業生へ空き店舗活用への誘導、店舗改修を支援する「にぎわいのある商店街づくり事業」により、ほぼ横ばいである。駅周辺においても空き店舗情報の提供から、大きな変化はなかった。しかしながら、地震被害により閉店、移転をした店舗もあり、次に出店する店舗が決まらず空き店舗の状態になっている。 ・商店の満足度に関しては、店舗の立地等に大きな変化はなく、ほぼ横ばいである。
新規開業など事業者への支援の充実	新規事業の立ち上げができる、経営が安定する	新規事業の立ち上げ件数	かなり向上している。 ・商工会議所の創業相談窓口において述べ76件が相談され、15件が創業に結びついている。（創業者数推移 H25-8件、H26-17件、H27-9件）特に、開業相談件数が倍以上となった。県の創業支援資金融資制度や融資活用による利子補給制度などの影響で、開業しやすい状況が作り出されている。
観光戦略に基づく観光情報の発信	市の観光資源の魅力を知ってもらう	観光協会等のホームページアクセス件数	ほとんど変わらない。 ・HPへのアクセス件数は、前年度に比べ若干落ちたものの、倉野川市との姉妹都市提携等の話題を発信し、県内外の若い世代層を中心に倉吉を知ってもらうことができた。姉妹都市提携の際にはウェブ系のメディアを中心に計205媒体で紹介され、その広告換算費は約5,300万円となった。また、ひなびタノイベントに関する特設サイトへのアクセス数は約10万件だった。
観光資源の活用と整備	観光客のニーズに対応した観光資源が整備されている	整備した観光施設数	どちらかといえば向上した。 ・今後、乗用車を利用した旅行者の観光入込の増加が予想されることから、新たに宮川町観光駐車場の整備を行った。
受け入れ環境の整備	来訪者をもてなす環境が整備されている	観光ガイド利用件数 観光案内所の来訪者数	どちらかといえば低下した。（対前年度比） ・観光ガイドの利用件数、観光案内所の来訪者数ともに、前年よりも減少した。H27年度は、案内所が名探偵コナンミステリーツアーの立ち寄り地となったこと等が要因となり、大きく数値が向上したが、昨年は地震の影響で観光客が減少し、案内所自体も一時閉鎖や入口部分への安全対策仮設を設置したことから減少となった。 ・観光ガイドの養成・平準化を進めるとともに、ディスカバーウェスト連携協議会から個人客を対象にしたガイドを受託した。H28年度も前年に引き続き、倉吉観光マيس協会にて新たな観光商品の開発・提供を行ったものの、地震後の案内所の一時閉鎖等の影響もありガイド利用者数、案内所への来訪者数は減少した。一方、観光案内所を訪れる外国人の数は前年比の約2倍となっている。

7 施策指標の推移

指標名	単位	平成26年度		平成27年度	平成28年度	平成29年度	平成30年度
		(目標)	(実績)				
駅周辺商店、旧市街地商店を利用する人の満足度	%	(目標)	—				30.0
		(実績)	31.9	37.3	37.0		
空き店舗率（倉吉駅周辺）	%	(目標)	—	14.0	14.0	14.0	14.0
		(実績)	14.6	14.0	16.6		
空き店舗率（成徳地区周辺）	%	(目標)	—	19.0	17.0	15.0	14.0
		(実績)	20.5	19.2	19.4		
新規事業の立ち上げ件数	件	(目標)	—	5	5	5	5
		(実績)	2	9	15		
観光協会等のホームページアクセス件数	件	(目標)	—	680,000	710,000	730,000	750,000
		(実績)	655,925	723,186	661,730		
整備した観光施設数	件	(目標)	—	1	2	2	2
		(実績)	0	1	1		
観光ガイド利用件数	件	(目標)	—	740	760	780	800
		(実績)	709	1,491	1,162		
観光案内所の来訪者数（倉吉駅）	件	(目標)	—	18,500	19,000	19,500	20,000
		(実績)	17,850	23,234	21,800		
観光案内所の来訪者数（白壁土蔵群）	件	(目標)	—	33,000	34,000	35,000	36,000
		(実績)	31,765	40,404	30,411		

8 戦略課題と今後の方向性（総括）

--

9 戦略会議での意見等

<p>観光滞在時間を延ばす取り組みをしてほしい。</p> <p>観光について、他の自治体での成功事例は参考にしているのか。そういった事例をこの会議でもシェアして、倉吉にあった方策を出すことができればよいと思う。</p> <p>観光は大事だがそこに住む人の生活、行事などが大事。そのような生活をよその人がみたり、体験したいのではないか。</p> <p>生活圏を考えた施策を考えてほしい。岡山県北などを意識した取り組みをしてほしい。</p> <p>倉吉銀座商店街は一度衰退したが今1ターンや若い人が入ってきてここ2年で活気を取り戻しつつある。昔からいる人は、若い人のじゃまをしないようにしないといけないと感じている。</p>
--