

**観光に関する定量的・定性的データの収集・分析
及び住民理解促進に関する調査事業【鎌倉市】
調査概要**

(1) 調査目的

本件業務は、持続可能な観光政策推進の一環として、オーバーツーリズムについて、施策展開の状況や課題等を把握し、今後のインバウンドの拡大において各観光地が取り組むべき対応策や施策検討のための調査手法等のモデル化を行うため、鎌倉市において調査事業を実施するものである。

(2) 当該地域における現状と観光の課題

調査結果

※一部抜粋

① 鎌倉市の概況

鎌倉市は神奈川県南部相模湾に面し、面積39.67km²、総人口176,880人（推計人口 2019年6月1日）。市域は「玉縄地域」「大船地域」「深沢地域」「腰越地域」「鎌倉地域」の5つのエリアからなる。

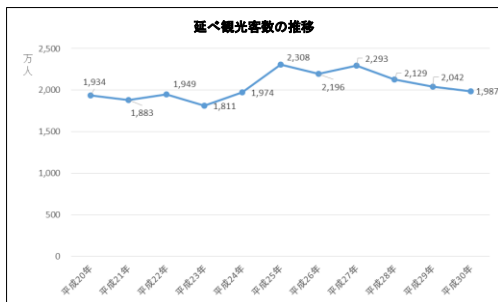
鎌倉市の世帯・人口の推移について、過去10年をみると、世帯数が上昇しているものの、人口は頭打ちとなっており、将来的には人口減少と高齢化が進み生産年齢人口減少が課題。

産業構造は、第三次産業従事者が77%を占め、その多くが飲食物産などの商業関係だが、ほぼ従業員10人以下の中小・個人事業者となっている。

② 鎌倉市の観光の現状と課題

延べ観光客数は平成25年の2,300万人をピークとしながら近年は頭打ちの傾向。主要観光地の中では鶴岡八幡宮が年間1,000万人を超える利用客数で群を抜いており、鎌倉駅と同施設間への観光客の集中が顕著。

上記は市内12か所の観光施設の延べ利用者数の合計であるが、平均立寄り個所数で除した実観光客数は、平成25年から漸減し、年間1,000万人前後の観光客となっている。さらに鎌倉市への宿泊客は市内の宿泊施設に限られ30万人から35万人の間で横ばい。しかし2020年の東京オリンピック・パラリンピック競技大会開催に向け、鎌倉駅至近にホテルが建設中であり、市内の観光客の動向にも変化が見込まれる。



出典: 鎌倉市の観光事情(令和元年度版)

	延べ観光客数(人)	対前年比	日帰り客数(人)	対前年比	宿泊客数(人)	対前年比
平成21年	18,833,713	97.4%	18,508,944	97.3%	324,769	99.0%
平成22年	19,486,481	103.5%	19,142,719	103.4%	343,762	105.8%
平成23年	18,110,868	92.9%	17,810,458	93.0%	300,410	87.4%
平成24年	19,743,182	109.0%	19,423,919	109.1%	319,263	106.3%
平成25年	23,083,038	116.9%	22,743,012	117.1%	340,026	106.5%
平成26年	21,956,245	95.1%	21,617,386	95.1%	338,859	99.7%
平成27年	22,925,780	104.4%	22,581,357	104.5%	344,423	101.6%
平成28年	21,285,103	92.8%	20,948,468	92.8%	336,635	97.7%
平成29年	20,423,829	96.0%	20,103,302	96.0%	320,527	95.2%
平成30年	19,870,715	97.3%	19,564,987	97.3%	305,728	95.4%

出典: 延べ観光客数等の推移「神奈川県入込観光客調査」

③ 鎌倉市の観光消費額

実観光客数の消費額と観光施設入場料売上げが算出された観光消費額は平成30年で約680億円となり、観光客数の低減に対応して低下傾向にある。その内訳では宿泊費と観光施設入場料は、ほぼ横ばいであるが飲食費、その他消費(土産代、交通費等)が低減している。

④ 鎌倉市の外国人観光客の動向

鎌倉市の観光客は日帰り観光客が多くを占めることもあり、正確な外国人観光客数について恒常的に把握されていない。しかし、鎌倉駅前に設置されている観光案内所での外国人観光客の国別構成をみると、アメリカが多いものの、近年中国人観光客が増加している。JR鎌倉駅の整備に合わせて観光案内所が改修された平成28年度から、案内所への来訪者、問い合わせが増加している。

第2章 各種調査概要

(1) 来訪者調査

調査概要

調査手法	対面聞き取り調査(対象者の回答を調査員が記入する方法)
調査対象	鎌倉市に来訪している日本人旅行者(18歳未満、鎌倉市通勤通学者を除く) 鎌倉市に来訪している外国人旅行者(長期滞在者、政府・軍関係者、帰化・永住者を除く)
調査地点	JR鎌倉駅、江ノ島電鉄鎌倉駅、鶴岡八幡宮、長谷寺、高德院、円覚寺
実査期間	令和元年11月15日～19日、28日、12月6日
サンプル数	424サンプル <内訳>日本人:295サンプル / 外国人:129サンプル
調査言語	日本語、英語、中国語繁体字、中国語簡体字、韓国語
主な調査項目内容	・対象者の属性(性別、年齢、居住地など) ・鎌倉市の観光客の混雑度 ・鎌倉市の満足度、再来訪意向、推奨度 ・鎌倉市観光中に心掛けていたもの

(2) 鎌倉市居住者・通勤者調査

調査概要

調査手法	オンライン調査(インターネットによるアンケート調査)
調査対象	鎌倉市居住者及び県内居住者で鎌倉市に通勤している人
実査期間	令和元年12月下旬
サンプル数	414サンプル <内訳>鎌倉市居住者:341サンプル / 鎌倉市通勤者:73サンプル
主な調査項目内容	・対象者の属性(性別、年齢、居住・通勤地域など) ・鎌倉市の観光客の混雑度 ・鎌倉市の満足度、再来訪意向、推奨度

(3) 地域事業者ヒアリング調査

調査概要

調査手法	ヒアリング調査
調査対象	鎌倉市商店街連合会、鎌倉旅館組合、湘南モノレール株式会社、鶴岡八幡宮、江ノ島電鉄株式会社、宗教法人長谷寺
実査期間	・鎌倉市商店街連合会:令和2年1月14日 ・湘南モノレール株式会社:令和2年1月22日 ・江ノ島電鉄株式会社:令和2年2月10日 ・鎌倉旅館組合:令和2年1月21日 ・鶴岡八幡宮:令和2年2月10日 ・宗教法人長谷寺:令和2年2月18日
主な調査項目内容	・調査対象団体の概要 ・直近1～2年の調査団体の課題 ・混雑度の年次増加の体感値・許容度

第2章 各種調査概要

(4) 来訪者周遊状況調査

調査概要

調査手法	ユーザーのスマートフォンによるWi-Fi信号を詳細に取得
調査対象	所持するスマートフォンのWi-FiモードがONになっており、データ取得可能な範囲(センサーの半径数m~50m)を通過、滞在した人
実査地点	JR鎌倉駅東口、長谷寺、円覚寺、えびす屋鎌倉店、報国寺、由比ガ浜公衆トイレ、江ノ島電鉄鎌倉駅西口、江ノ島電鉄鎌倉高校前駅、鶴岡八幡宮、ごま福堂鎌倉店
実査期間	令和元年11月18日~令和2年2月29日
取得可能データ	・セッションデータ: 国籍・地域の判定問わず観測されたデータ ・訪日データ: 国籍・地域が判定されたデータ
国籍	日本、中国、台湾、韓国、香港、アメリカ、タイ、オーストラリア、マレーシア、シンガポール、カナダ、イギリス、フィリピン、フランス、インドネシア、ドイツ、イタリア、スペイン、ロシア、スウェーデン、オランダ、メキシコ、スイス、ブラジル、フィンランド、イスラエル、ノルウェー、インド、ベトナム、トルコ、ニュージーランド

(5) 当該地域の住民に対する事業実施結果等のフィードバック

調査概要

実施手法	オープンハウス形式(本事業のオープンハウスとは、スペースを開放し、事業の実施結果等を住民に対しフィードバックを行うことを目的とする)
実施対象	鎌倉市に住んでいる人
実施地点	大船ルミネウイング、鎌倉彫会館、東急ストア鎌倉店
実施期間	・大船ルミネウイング: 令和2年2月18日~20日 ・鎌倉彫会館: 令和2年2月21日~23日 ・東急ストア鎌倉店: 令和2年2月25日~27日
見学者数	・大船ルミネウイング: 63人(アンケート回答者数: 39人) ・鎌倉彫会館: 65人(アンケート回答者: 39人) ・東急ストア鎌倉店: 67人(アンケート回答者: 39人)

実施風景



第3章 調査結果を踏まえた施策等の検討

1. ポジティブ・ネガティブ両面の効果(影響)の検討

(1) 住民理解促進に向けた調査施策の検討

- ◆ 既存の調査、施策では鎌倉市の観光に対して、市民は不満を持っているものの、観光の効果や観光振興については理解を示している。
- ◆ 交通渋滞や混雑に対しては様々な検討と対策が行われており、一定の成果がみられるが、マナー問題に対する問題意識が強い。

(2) 来訪者調査

- ◆ 道路が渋滞していると感じているのは日本人観光客のうち、特に関東近隣の利用者が多く、外国人は混雑をあまり感じていない。
- ◆ 国を問わず鎌倉の観光に対する満足度は高いが、様々な体験を欲している。

(3) 鎌倉市居住者・通勤者調査

- ◆ 鎌倉市民の混雑に対する意識は居住地域と混雑場所で隔たりがあり、局所的である。
- ◆ 観光によるメリットについては、経済的側面において市民の認識は高い。
- ◆ 居住歴の長い市民と浅い市民では、観光施策に対する認知に差があり、問題意識にも表れている。
- ◆ 施策で望まれているのは「混雑やマナーに対する情報発信と啓蒙」である。

(4) 来訪者周遊状況調査

- ◆ 設置場所(地域)ごとの時期別の混雑度には差があり、週末と平日にも落差がみられる設置場所(地域)がある。
- ◆ 鎌倉駅東口は恒常的に混雑している。
- ◆ 小町通りと平行する若宮大路との間に、混雑の落差がある。
- ◆ 設置場所(地域)によって集中する時間帯に若干ズレがある。

(5) ヒアリング調査

① 地域事業者

- ◆ 関係団体や事業者は、混雑は季節・時間・場所において局所的であると認識している。
- ◆ エリアや時期・時間の分散が重要という意見が多い。
- ◆ マナー問題は一部の人たちや場所におけるものであり、個人客のマナーは向上してきているとの認識もある。

② パネル展示による市民ヒアリング

- ◆ 一般市民の観光に対する認識は高く、施策や行政との接点を求めている。
- ◆ 正確な施策の実態に対する認識のずれがある。
- ◆ 市外からの事業者や居住者との認識や協力が必要である。

第3章 調査結果を踏まえた施策等の検討

2. 必要な対策の方向性の検討

- ◆ 鎌倉の渋滞や混雑は時期・時間・場所が限られているため、その実態を捕捉し、観光客の迂回や行動判断を促す情報発信が必要である。
- ◆ 市民や他の観光客に対する迷惑行為やマナー違反については、場所・内容について厳しい姿勢で臨むことが必要である。

表 影響と対策の体系

住民理解促進に向けた調査施策の検討より
 鎌倉市居住者・通勤者調査より
 ヒアリング調査より
 来訪者調査より
 来訪者周遊状況調査より

施策の体系	施策内容	対応する調査で得られた効果(影響)
混雑スポット・時間・交通機関を絞ったりリアルな実態情報を捕捉し提供する	・ 道路管理者と連携した時間帯別の渋滞情報、予測の提供	・ 訪問先は鶴岡八幡宮、小町通り、次いで高德院、長谷寺に集中している。
	・ 事前に回避可能なICや主要道路結節点での情報発信	・ 混雑時間帯は昼前後が高く、午前中や夕方以降に対するギャップが大きい。
	・ 鎌倉駅周辺や小町通り、高德院など混雑地域についてリアルな混雑実態の公表	・ 鎌倉市居住者・通勤者の71.7%が「観光客で混雑している」と捉え、特に鎌倉・腰越地域住民が高い。
	・ パークアンドライド、比較的空いている地区、施設の実態情報提供	・ 周遊を促すにはプロモーションが必要で、沿線の情報をもっと発信してほしい。
	・ センサーで得られた混雑度を周知させることによる、自発的な混雑緩和	・ 長谷寺は午後に利用のピークがあり、午前中は比較的空いている。
場所・対象・行為を絞ったマナー向上の規制・啓蒙策	・ 場所・季節・時間を絞った規制・禁止行為施策の実施	・ 観光振興の方向性の中で鎌倉・腰越地域の居住者は「観光客の制限」についても力を入れるべきと考えている。
	・ マナー啓蒙と現場実態把握を兼ねた「鎌倉観光観測所」の設置	・ 地元民間有志によるマナー対策が行われた。
		・ おもてなし条例があっても罰則などの強制力がないと効果がない。
市民・事業者に向けた鎌倉観光の効果とオーバーツーリズム問題の実態の発信と啓蒙	・ 特に店舗事業者向けマナーを守らせる運動	・ 商店会は廃業店舗の増加に加え、新規出店する事業者が組合に加盟してくれない。
	・ 市民向けの渋滞混雑情報発信、特に混雑意識の高い鎌倉駅周辺住民には具体的実態を配信(鎌倉観光観測所)	・ 鎌倉市民は鎌倉の観光振興について3/4が理解を示している。
	・ 地元有志や学生生徒による「鎌倉観光を考える」観光オープンハウスの定期開催による住民の関心を啓蒙	・ 混雑地域では鎌倉駅東口を筆頭に同駅西口、長谷エリアに対する指摘が高い。
		・ 鎌倉市居住者の約6割が、住み続けたいと思うと答えている。

※ポジティブ: 黒字にて記載 / ネガティブ: 青字にて記載

第3章 調査結果を踏まえた施策等の検討

- ◆ 鎌倉観光に対する啓蒙と連携活動は、行政・団体だけでなく、一般市民や事業者そして観光客同士も巻き込んだ取り組みが必要である。
- ◆ 継続した活動と体制強化は行政予算だけでなく、利用者負担や地域ビジネスの収益を検討すべきである。

表 影響と対策の体系

住民理解促進に向けた調査施策の検討より
 鎌倉市居住者・通勤者調査より
 ヒアリング調査より
 来訪者調査より
 来訪者周遊状況調査より

施策の体系	内容	対応する調査で得られた効果(影響)
対策・施策を持続させる手法と体制整備と財源確保	<ul style="list-style-type: none"> 混雑スポットを対象とした、簡易な混雑計測機器導入の検討 	<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉市で実施してほしい施策は、「混雑状況の発信」や「マナーに対する啓蒙」などの情報発信が上位にある。 鎌倉市内で、設置場所(地域)により混雑ピーク時間のズレがみられる。
	<ul style="list-style-type: none"> 道路管理者と協力した渋滞・混雑情報掲示板の設置検討 	<ul style="list-style-type: none"> 道路混雑の改善が必要と感じている観光客は、関東地方の若者に多くみられる(自家用車利用者か)。
	<ul style="list-style-type: none"> スマホアプリによる混雑情報の配信と合わせた優先情報、予約機能などを備えた有料アプリ開発による収益事業開発 	<ul style="list-style-type: none"> 入山料や拝観料のキャッシュレス化についても情報共有している。
	<ul style="list-style-type: none"> ロードプライシングの制度・システムの住民理解促進と収益の一部から情報発信の財源充当 	<ul style="list-style-type: none"> ハード整備の検討と共に、パークアンドライドやフリー環境手形などのソフト施策が取り組まれ、一定の効果が認められる。

3. その他、対策が必要と思われる事項

- ◆ 鎌倉市民への情報発信と共に、一般市民向けのオープンハウスの定期的開催などによるパイプづくりが、鎌倉市民が観光に対する理解を深める上で重要である。
- ◆ 観光客の側でも意識の高い個人客を筆頭に、主体的にマナーを高める機会づくりも求められる。

表 影響と対策の体系

住民理解促進に向けた調査施策の検討より
 鎌倉市居住者・通勤者調査より
 ヒアリング調査より
 来訪者調査より
 来訪者周遊状況調査より

施策の体系	内容	対応する調査で得られた効果(影響)
市民と観光客が共に啓蒙し鎌倉の質を向上させる「共創観光」の実現	<ul style="list-style-type: none"> 市民向けの観光に関するデータの公表 	<ul style="list-style-type: none"> 一般市民向けのパネル展示は「このような機会があつて良かった」、「今後も定期的にやってほしい／やるべき」と肯定的意見が多い。
	<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉の混雑・渋滞、マナー違反等に対する正確な情報を市民に知らせる広報実施 	<ul style="list-style-type: none"> 混雑時間帯は昼前後が高く、午前中や夕方以降に対するギャップが大きい。
	<ul style="list-style-type: none"> 鎌倉の清掃、マナー向上を盛り込んだ「鎌倉まち磨きツアー」の企画実施 	<ul style="list-style-type: none"> 「早朝・夜間やオフシーズンの体験」については、特に東京都住民と外国人ではアジア圏が関心が高い。
	<ul style="list-style-type: none"> 市内学生が提案する「美しい鎌倉への企画ワークショップ」開催と公開 	<ul style="list-style-type: none"> 地元民間有志によるマナー対策が行われた。

※ポジティブ:黒字にて記載 / ネガティブ:青字にて記載

第4章 事業評価とモデル化の検討等

1. 事業内容についての評価

(1) 住民の理解促進

- ◆ 住民の理解促進におけるオープンハウスでは、「このような機会があって良かった」、「今後も定期的に開催して欲しい/やるべき」等、肯定的な声が多かった。一方で、「とても良い機会なので、事前に市のHPや広報誌などでも告知をして欲しかった」という意見もあった。また、オープンハウス内でのアンケート意見や、市民の生の声についても、後日発表をして欲しいという声も多く挙がった。
- ◆ パネルの記載内容や、デザインについても、「図や表がまとまっており理解しやすい」や、「興味を引く内容である」等、好意的な回答が多かったが、高齢者からは「字が小さい」、「分量をもう少し減らして欲しい」等の意見もあり、改善の余地はある。
- ◆ 今回のオープンハウスを通じ、住民の多くが鎌倉市との対話を強く求めていることがわかった。また、取組み内容を「知っている」人は多くいたものの、深く理解しておらずに、中には誤った理解から施策に反対している人もいた。



住民理解促進の成果

展示内容や本事業の調査を住民へ伝えることを目的にオープンハウスを実施したが、「住民の話を聞いてくれる姿勢」というところも評価された。意見を持った住民が多く、「聞いて欲しい」、「伝えたい」と思っている人のニーズも把握できた。



次年度以降の検討内容

- ◆ オープンハウスを実施する際には、「豊富な経験と専門知識を持ったプロの説明員を配置し、対話型で行う」、「見やすい展示物(高いデザイン性や、人ごみの中でもアイキャッチとなるパネルが必要)」、「住民がアクセスしやすい場所」等の条件を踏まえた実施が重要である。

(2) 混雑に関する実態の把握

- ◆ 来訪者調査、鎌倉市居住者・通勤者調査では同一設問にて混雑度についての温度感を聴取した。来訪者調査では、『混雑(とても混雑している+混雑している)』が49.0%となったが、一方の鎌倉市居住者・通勤者調査では、『混雑(とても混雑している+混雑している)』が71.8%となり、居住者・通勤者の方が混雑していると感じていることがわかる。
- ◆ また、来訪者調査では外国人の『混雑(とても混雑している+混雑している)』が24.8%なのに対し、日本人では、『混雑(とても混雑している+混雑している)』が59.7%と高い割合となった。
- ◆ 鎌倉市居住者・通勤者調査では、「混雑していると思うエリア」についても聴取したが、『鎌倉駅東口エリア』が74.6%と高く、次いで、『鎌倉駅西口エリア』が44.2%、『鎌倉高校前エリア』が31.9%と続いた。
- ◆ 来訪者周遊状況調査での、「実際に混雑しているエリア」としては『鎌倉駅東口』が1,210,119件と最も多くなった。次いで『鎌倉駅西口』となり、鎌倉市居住者・通勤者調査の「混雑していると思うエリア」と同順位となったが、以下『鶴岡八幡宮』、『小町通り』と続いた。
- ◆ 混雑している時間帯の全体としては、10時頃から件数が増え始め、『14時』がピークとなっている。
- ◆ 一方、今回ヒアリング調査を実施した事業者の中には、混雑どころか観光客は減っており、もう少し誘客を行わなければならないと考えている団体もあり、来訪者、居住者・通勤者、事業者での混雑に関する体感値の違いを把握することができた。(鎌倉市内寺社)



混雑に関する実態の把握の成果

混雑状況の実態の把握ができ、観光客に混雑を回避するための情報提供の基礎データが得られた。居住者・通勤者、来訪者、事業者等、立場による混雑度の感じ方の違いを確認できた。



次年度以降の検討内容

- ◆ 鎌倉市に住んでいる住民の方に、定性的なヒアリング調査や、該当でのアンケート調査を実施することで、ボトルネックとなっている層の意見をさらに深掘りすることができる。
- ◆ 本事業では6つの事業者へヒアリング調査を行ったが、鎌倉市、観光協会等、今後の担い手となる団体や、住民団体へのヒアリングも実施することで、「混雑度の感じ方」の違いをさらに把握することができる。

(3) 観光に関する意識

- ◆ 観光に関する意識については、来訪者調査で「鎌倉市の満足度」について聴取した結果、『満足(とても満足+満足)』が84.9%と高い割合となったが、鎌倉市居住者・通勤者調査での「観光地としての鎌倉市の満足度」を聴取した際には、『満足(とても満足+満足)』が23.4%となり、居住者・通勤者の満足度が低い結果となった。また鎌倉市居住者・通勤者調査での「観光地としての魅力の維持・拡大意向」では、『拡大してほしい(是非、拡大してほしい+拡大してほしい)』が24.9%と2割程度に留まっている。
- ◆ 鎌倉市居住者・通勤者調査では、「鎌倉市への日本人/外国人観光客が多いことにより、地域にとってどのような利点・メリットがあると思うか」について聴取した結果、『外国人観光客による地域事業者の売上増加』や『市の税収の増加』を選択する割合が高かった。
- ◆ さらに鎌倉市居住者・通勤者調査では、「観光客の増加により想定されるデメリット」について聴取した結果、『道路の混雑』、『駅・電車の混雑』を選択する割合が高かった。
- ◆ 「鎌倉市への日本人/外国人観光客が多いことにより、地域にとってどのような利点・メリットがあると思うか」と「観光客の増加により想定されるデメリット」について、居住者・通勤者の「観光地としての鎌倉市の満足度」別に見ると、満足度が高い層は各メリットを認識・実感できているが、満足度が低くなるにつれメリットの認識・実感が低くなる傾向を示した。デメリットについては満足度による顕著な差はみられなかった。
- ◆ 居住者・通勤者の「観光地としての鎌倉市の満足度」を向上させるためには、観光客増加による地域にもたらされるメリットの認知拡大が重要になると推察される。

観光に関する意識の成果

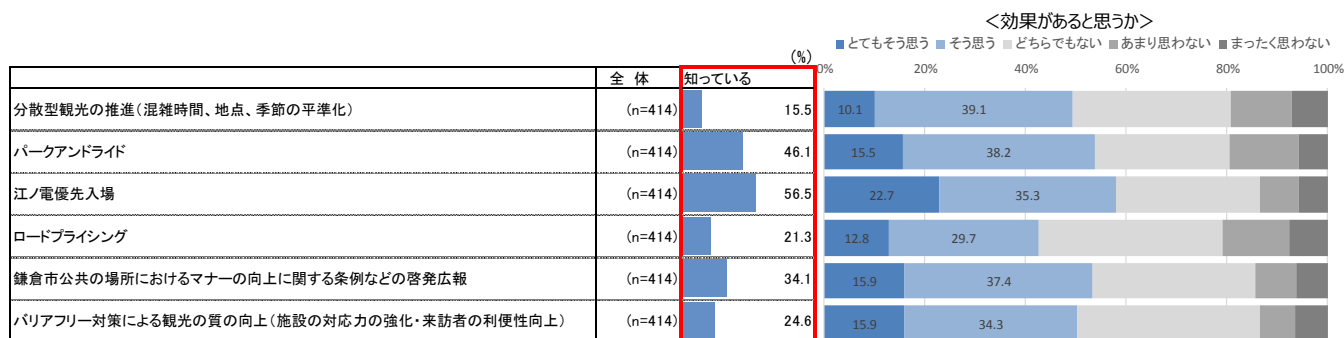
主に来訪者と居住者・通勤者での観光に関する意識の違いについて把握すること、また満足度別でのメリット・デメリットについての重要度も確認でき、住民理解促進の重要性の高さが示唆された。

次年度以降の検討内容

- ◆ 鎌倉市居住者・通勤者調査での「メリット・デメリット」を聴取する際に、追加で尺度による選択肢を設けることで、より詳細な観光に関する意識の違いや、満足度との相関などの分析ができる。

(4) 施策に対する認知

- ◆ 鎌倉市居住者・通勤者調査にて、鎌倉市の施策に関する「認知度」を聴取したが、最も認知度が高かった「江ノ電優先入場」でも56.5%、次いで「パークアンドライド」が46.1%と続いた。
- ◆ 各施策を説明した上で「効果があると思うか」を聴取した場合でも、『そう思う(とてもそう思う+そう思う)』は各項目約5割程度となった。



参考: 鎌倉市居住者・通勤者調査『施策の認知度』、『施策として効果があると思うもの』

施策に対する認知の成果

約半数が各施策に対して「効果があると思う」と感じている一方で、施策自体の認知度が低いことが明らかとなった。「観光客が増えることのメリット」同様、施策に対する住民理解促進の重要性が示された。

第4章 事業評価とモデル化の検討等

2. 施策展開の可能性についての検討 / 3. 次年度以降の当該地域の継続的な取組み手法の検討

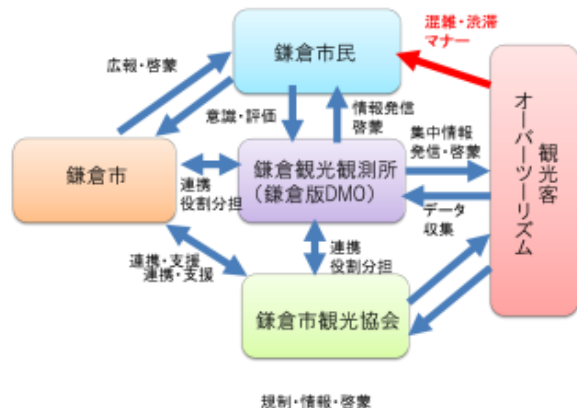
(1) 事業実施組織の形成

モデルを持続させるには、行政予算だけではなく、民間も巻き込んだ体制・財源・手法開拓が必要と考え、その意味では鎌倉版DMO((仮)鎌倉観光観測所)の設立と官民連携・役割分担明確化が必要である。

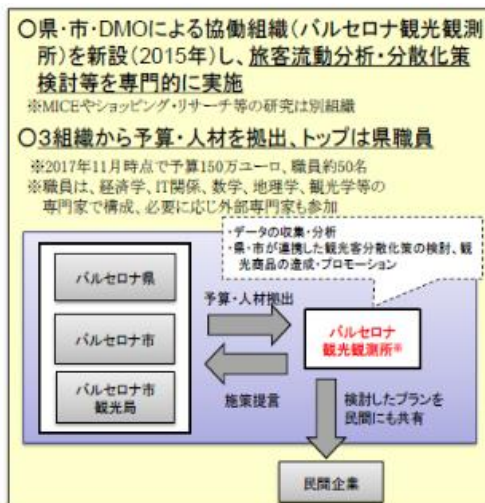
観光観測所は、詳細なデータの計測と発信だけではなく、市民への観光情報発信と市民参加の場の設定を行う。

今後データ収集やオープンハウス等による住民理解促進等の各取組みを実施する担い手としては、観光客が増えることによるメリットを認識している事業者が中心になることが望ましいと考える。

【仮】鎌倉観光観測所(鎌倉版DMO)の位置づけ



【参考】バルセロナ観光観測所



(2) データマネジメントの継続

各調査、また経年で比較をすることができる設問を指標として定めることで、調査事業を継続した場合に、住民や来訪者の意識の変化が把握できる。さらに、鎌倉市のオーバーツーリズムに関する施策についての効果検証ができる他、満足している項目や不満に思っている項目についての取組みの成果、住民の理解が促進したかの「浸透度」も測ることが可能である。

持続可能な観光地化としては、データ取得コストを削減するために、今ある『鎌倉市民意識調査』に経年で比較する設問を追加することや、鎌倉市役所、観光協会での留置き調査を実施することで、継続して調査及び、指標となる設問を聴取することができるのではないかと考える。

経年で比較すべきデータ

データ取得コストの削減

発信(共有)すべき情報

	経年で比較すべきデータ	データ取得コストの削減	発信(共有)すべき情報
来訪者調査	観光中に心掛けていたこと(マナー)/満足度	鎌倉市役所や観光協会での留置き調査の実施	観光による地域の経済効果・消費喚起効果の推計値の共有
居住者・通勤者調査	観光客が増えることによるメリット・デメリット/満足度	現在実施されている、鎌倉市民意識調査での設問の追加	メリット・デメリットの認知状況の共有
事業者調査	各事業者の混雑度の年次増加の体感値・許容度	関連事業者を集めた、一度で実施できる会議体の開催	事業者間の連携・協働の促進のための情報共有
来訪者周遊状況調査	地点別の来訪者の増減(国籍割合含む)	外貨両替機を置くことによるランニングコストの自走化	居住者・観光客の市内移動の利便性向上のための混雑情報の提供
オープンハウス	住民のオーバーツーリズムについての理解が促進したか	鎌倉市の高校生による授業の一環としての実施	関心度の高低にかかわらずあらゆる人に共有・発信

さらに、これらの情報を(市や観光協会のホームページなど)一か所にまとめ、あらゆる人がデータを取得しやすい状況を作り、認識の共通化を促進し、当該テーマについての議論や対策の検討の円滑化を図ることも効果的である。

(3) Wi-Fi電波観測による混雑実態の情報開示

来訪者調査では、「混雑状況の情報があった場合、訪問する順番を変える等の混雑回避をしようと思うか」を聴取しており、『そう思う(とてもそう思う+思う)』が71.9%となった。

そのためWi(ウォークインサイト)を活用し、各地点のリアルタイムな混雑状況を鎌倉駅や観光案内所、観光協会HPに表示させ、観光客が自発的に混雑地点を回避できるような仕組みの構築をするのが良いと考える。

Wi-FiのデータはAPI経由で他のアプリと連携が可能である。混雑状況の表示だけではなく、混雑回避の代替え提案も行うことができるため、人気観光地点以外の、混雑していないが魅力のある観光地点の情報を表示したり、懸賞付きスタンプラリーやクーポンで他の観光地に誘導することでさらなる分散も期待できる。

また来訪者周遊状況調査(Wi-Fi電波観測)のコストを削減する取組みとしては、機器設置箇所の近くに外貨両替機を置くことで、外貨両替機の手数料をランニングコストとして捻出することができる。

概算で月に5万~数十万円の売り上げを見込むことができるが、外国人観光客も多く訪れる観光地ほど自走することが可能である。また両替時のトップ画面でアンケートの実施も可能である。

(4) 時間指定制チケット / 財源確保の取組み

観光客で賑わうアムステルダム美術館では、チケットのオンライン予約が必須となりつつある。現在は美術館によっては、当日でもチケットを予約、購入することは可能であるが、予約がいっぱいになってしまうことも多いため、事前予約が安心である。アムステルダムでも有名なゴッホ美術館では、「時間指定制チケット」の購入が必須となったため、入場時に長時間並ぶこともなくなった。

鎌倉市でも同様に、時間帯での混雑が予想される観光地においては、「観光地の予約制」を取り入れることで、観光客の分散が期待できる。

「施策展開の可能性についての検討」、「次年度以降の当該地域の継続的な取組み手法の検討」という点では、『財源確保』についても考えなければならない。

ゴッホ美術館の「時間指定制チケット」のように、事前予約が必須となれば観光客の大半が見るようなサイトを作成することが必要になる。サイトには鎌倉市の隠れた観光地や、食事処、アクティビティ等も掲載することで、事業者からの広告収入を見込むことができる。

サイトに掲載する内容(案)

時間指定制チケット	事前予約必須な「時間指定制チケット」の販売。
混雑情報	鎌倉市の混雑情報をリアルタイムで表示。
鎌倉市マップ	鎌倉市、また近隣エリアのマップを掲載。
マナー啓発	「鎌倉市公共の場所におけるマナーの向上に関する条例」の掲載。
観光地や食事処、アクティビティ	鎌倉市で行っているアクティビティや、おすすめレストラン等の紹介。

予約機能を付与し、広告収入を得る方法も模索。

第4章 事業評価とモデル化の検討等

(5) 住民理解促進のための情報提供

本事業では住民への理解促進のための事業実施結果等のフィードバックとして、オープンハウスを実施した。観光客の詳細かつ定量的な動向や混雑データの把握とともに、住民からみたらリアルな問題の把握手法も重要であると考えられ、地域の体制や予算を踏まえつつ対策の検討を行うためである。それは住民からの直接的な情報収集目的だけではなく、住民に対する観光やオーバーツーリズム対策の啓蒙の場としても位置付けられる。

その他住民理解促進の手法

鎌倉市の活動内容を正しく住民に理解してもらうために、取組みや調査結果を手法別にフィードバックする必要がある。

シンポジウム	議題について、異なる意見をもった専門家を複数名招いて公開討論を行う。各人の講演の後に、専門家同士による質疑応答や、聴講者との間の質疑応答が行われる。
パネルディスカッション	パネルディスカッションも、シンポジウムと同様に複数の専門家や意見をもった一般の方などがそれぞれの意見を出し合う。パネルディスカッションの話者は特に「パネラー」と呼ばれ、シンポジウムに比べて身近な話題が多い傾向にある。
広報活動	広報誌、パンフレット、また鎌倉市HPへの掲載等。
各種データの公表	各種観光に関するデータを、鎌倉市HP内統計ページで公表する。