

評価者	市民活動部長	小池 忠紀
-----	--------	-------

◎ 評価対象分野・施策の方針

総合計画上の位置付け	分野	観光	施策の方針	観光都市としての質の向上
目標とすべきま ちの姿	多様なプログラムと効果的な情報の提供により、訪れた観光客が、鎌倉の歴史や伝統などを十分に満喫できる、魅力あふれる都市になっています。また、従来の観光に加え、新たな観光資源が発掘・開発されたことにより、観光需要の平準化と滞在時間の長時間化が図られています。 国際的にも観光都市としても認知され、世界各国から観光客が訪れています。 市民や事業者、市が協働して、ホスピタリティの向上をめざし活動しています。市民が訪れた観光客を温かく迎え入れるとともに、観光客も鎌倉のまちを理解しマナーを守った観光を行っています。			

1 市民意識調査結果

(1) 認知度

取組を知らない・わからないと答えた人の割合	平成26年度	15.4%	平成27年度	14.7%	(回答者全体に占める割合)
-----------------------	--------	-------	--------	-------	---------------

(2) 妥当性

<p>お金の使い方</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>使いすぎ</td> <td>ちょうどよい</td> <td>足りない</td> </tr> <tr> <td>必要以上の効果</td> <td>2.9%</td> <td>2.2%</td> <td>0.5%</td> </tr> <tr> <td>ちょうどよい</td> <td>1.2%</td> <td>40.3%</td> <td>2.6%</td> </tr> <tr> <td>効果不十分</td> <td>3.6%</td> <td>5.0%</td> <td>19.4%</td> </tr> </table> <p>平成26年度</p>			使いすぎ	ちょうどよい	足りない	必要以上の効果	2.9%	2.2%	0.5%	ちょうどよい	1.2%	40.3%	2.6%	効果不十分	3.6%	5.0%	19.4%	<p>お金の使い方</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>使いすぎ</td> <td>ちょうどよい</td> <td>足りない</td> </tr> <tr> <td>必要以上の効果</td> <td>2.6%</td> <td>1.0%</td> <td>0.3%</td> </tr> <tr> <td>ちょうどよい</td> <td>0.7%</td> <td>41.8%</td> <td>1.7%</td> </tr> <tr> <td>効果不十分</td> <td>3.4%</td> <td>5.4%</td> <td>21.9%</td> </tr> </table> <p>平成27年度</p>			使いすぎ	ちょうどよい	足りない	必要以上の効果	2.6%	1.0%	0.3%	ちょうどよい	0.7%	41.8%	1.7%	効果不十分	3.4%	5.4%	21.9%	<p><妥当性の分析></p> <p>平成26、27年度ともお金の使い方及び仕事の効果ともに「ちょうどよい」との評価を受けており、一定の評価を受けているものと認識している。</p> <p>しかし、次に多い評価がお金の使い方が「足りない」、仕事の効果「不十分」となっていることから、一定の評価を受けながらも、引き続き観光客に対する質及び鮮度の高い情報提供を行うことが必要であると認識している。</p>
	使いすぎ	ちょうどよい	足りない																																	
必要以上の効果	2.9%	2.2%	0.5%																																	
ちょうどよい	1.2%	40.3%	2.6%																																	
効果不十分	3.6%	5.0%	19.4%																																	
	使いすぎ	ちょうどよい	足りない																																	
必要以上の効果	2.6%	1.0%	0.3%																																	
ちょうどよい	0.7%	41.8%	1.7%																																	
効果不十分	3.4%	5.4%	21.9%																																	
<p>仕事の効果</p>				<p>全体における位置(効果とお金の両方が「ちょうどよい」の割合)</p>																																

(3) 今後の進め方

	もっと力を入れるべき	現状のままで良い	力を入れなくて良い	無回答	全体
平成26年度	31.5%	41.9%	5.7%	20.9%	100.0%
平成27年度	33.8%	38.9%	6.7%	20.6%	100.0%

2 内部評価

(1) 平成27年度の目標

ツイッター等を活用して、引き続きタイムリーな観光情報の提供を行う。 外国人観光客の受入体制整備の一環として、市内のWi-Fi接続環境を整備する。

(2) 事業評価結果一覧表(網掛けは重点事業)

整理番号	評価対象事業名 事業名	決算値(千円)		総事業費(千円)		職員数(人)		今後の方向性	
		平成26年度	平成27年度	平成26年度	平成27年度	平成26年度	平成27年度	事業内容	予算規模
市民-11	観光振興事業	5,856	23,766	13,501	30,231	1.0	0.8	a	A

(3) 主な実施内容

<p>【主な実施内容】 観光担当の所管するホームページやツイッターにおいて、四季折々の花の開花情報や観光イベントの情報発信を行った。また、Wi-Fi環境の整備については、 ①市内の店舗、社寺、宿泊施設及び外国人観光客が多く訪れると見込まれる施設60か所(70件)に屋内型Wi-Fi接続機器を設置 ②鎌倉駅3(東口2、西口1)、北鎌倉駅2(県道側1、円覚寺境内側1)、長谷駅1、大船駅2(東口デッキ1、西口デッキ1)の合計8か所に屋外型Wi-Fi接続機器を設置 ③無料Wi-Fiスポットを示す外国人旅行者向けのマップ等を作成し、外国人観光客が無料Wi-Fiスポットを簡単に探すことができる資料の作成を実施した。 特に、①については、設置箇所を増やして利便性を高めるため、市が屋内型Wi-Fi接続システムを構築した通信事業者に委託し、店舗等25か所(25件)に既に設置されているWi-Fi接続設備を利用できるようにする方策を講じた。</p> <p>【実施できなかった事業とその理由等】</p>

(4) 平成27年度の取組の評価

効率性	「目標とすべきまちの姿」の実現に向け、適切な事業費・人件費で執行できていたか	■ 適切	<input type="checkbox"/> 要改善
妥当性	「目標とすべきまちの姿」の実現に向け、妥当(適切)な取組であったか	■ 適切	<input type="checkbox"/> 要改善
有効性	「目標とすべきまちの姿」の実現に向け、適切な成果が得られていたか	■ 適切	<input type="checkbox"/> 要改善
公平性	「目標とすべきまちの姿」の実現に向け、受益機会が偏っていない(適切な)取組であったか	■ 適切	<input type="checkbox"/> 要改善
<p><上記評価の理由、改善を要する点の具体的内容等> 季節の花の開花情報、海水浴場の運営状況、紅葉情報をはじめ、日々のタイムリーな情報発信を行った。外国人観光客受入体制の整備として、Wi-Fi環境整備とその周知を図った。</p>			

3 評価結果や市民意識調査結果をふまえ、施策の方針等としての、今後の方向性

<p>引き続きタイムリーな観光情報の提供に努める。 鎌倉を訪れる観光客の満足度を高めるため、常に新たなニーズに合ったサービス提供を心掛ける。 インバウンド対策として、外国人観光客への案内を強化する。</p>

4 平成28年度の目標

<p>歴史、文化、自然、景観といった様々な遺産を保存・継承しつつ、知られざる鎌倉の魅力や価値を掘り起し、新たな観光資源として発展・向上させる。 成熟した観光都市としての鎌倉に市民が誇りや郷土愛を感じつつ、安心して穏やかに暮らせるまちをつくる。 誰もが安全で快適につつまなく鎌倉で学び楽しめるように、観光客を受け入れる。 観光の振興を地域の活性化につなげる。</p>

5 主な事業における指標(目標ごとに1つ)

整理番号	市民-11	事業名	観光振興事業							
指標の内容	鎌倉に来る前の期待に対する満足度(来訪者アンケート+WEBアンケート)					単位	%	指標の傾向	⇒	備考
当該指標を設定した理由	年次	H26	H27	H28	H29	H30	H31			
当該事業の実施により、観光客の満足度を向上されるため。	目標値	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0	85.0			
	実績値	79.2	79.5							
	達成率	93.2%	93.5%							

参考 前年度外部評価結果への対応

鎌倉市民評価委員会からの指摘

・インターネットによる情報提供(ツイッターなどを、今後これ以上行政として充実させる必要があるのか、その内容に関しては検討が必要ではないだろうか。鎌倉は国内有数の観光地のため、すでに一般の人によってウェブ上においては観光情報の拡散が十分に行われている。

・観光客自身にマナー向上を望むのは市民としても理解できるし求めたいことではあるのだが、現実的ではないように思う。どうすれば観光客が鎌倉を大切に観光したくなるのかという観点から対策を考えても良いのではないか。

・課題が目標になっており、何を解決するための事業なのか分からない。

・収入確保の取組が多く、事業の「意図」や「効果」と収入を確保する事との関連性が分からない。

・「目標とすべきまぢの姿」に掲げられている、「マナーを守った観光」に関する取り組みが見られない。観光客のマナーやモラルの向上については、観光雑誌やMAP等にルールを掲載するなど、積極的に働きかける必要がある。



指摘への対応、コメント等

インターネットによる情報提供のあり方については、市以外で観光情報の提供を行っていただいている一般の方と協働して行うことができないか模索したいと考えている。

また、観光客のマナーやモラルの向上については、特に、今後増加する外国人観光客向けの啓発が必要と考えており、観光MAPを通じて啓発を呼びかける他、観光担当の所管するホームページにおいてイラスト等を使用したページを作成し、効果的な啓発ができるよう検討している。

鎌倉市民評価委員会の評価

《評価できるところ》

- ・来訪者アンケートを実施するなど、前向きな取組が行われた。
- ・市民意識調査の中でこの施策にもっと力を入れるべきとの数値が33.8%と高いことから、市民は観光都市としての意識づけが出来てきている。
- ・外国人観光客の受入体制整備の一環として、市内のWi-Fi接続環境を整備した。
- ・ツイッターによる観光情報の提供などタイムリーな情報提供といった積極的な展開を行っている。

		評価の内訳								委員会の評価
取組	↗	5	↘	0	→	3	⇒	↗		
効果	○	1	△	0	—	7		—		

《課題》

- ・鎌倉グルメ探索、鎌倉ロケ地巡り観光が増加傾向にあり、その対応も合わせてこれからの課題である。
- ・外国人観光客の急激な増加に施策が追いついていない。インバウンド対策として、外国人観光客への案内強化をあげているが、何を案内するかが大事である。外国人観光客のマナー向上に向けて対策を考えることが求められる。
- ・「観光客はもう来なくて良い」という地元民の意見を多く聞くが、市民が共感・協働したくなるような取組が求められる。
- ・指標として「鎌倉に来る前の期待に対する満足度(来訪者アンケート+WEBアンケート)」を設定しているが、アンケートが日本語だけであり、外国人観光客の意見が反映されていない。
- ・HPのトップページの観光が分かりづらいので、もっとはっきりとわかる様に改善することが求められる。また外国語ページの画像が全て日本語であるため、見出しが無く何のアナウンスなのかが分からないため、改善が求められる。

《提言》

- ・観光都市としての質の向上を目指すのであればマスコミに取り上げられるような鎌倉ではなく、地元行政だから発信できる情報プログラムを組んでいくべきである。
- ・外国人向けマナーパンフレット、駅等への絵表示、アナウンス等々、外国人観光客に対する鎌倉におけるマナーの情報提供を、「生活環境」等の事業とも連携して積極的に進めることが重要である。
- ・市民と観光客が互いを理解しあうまちづくりのためにも欠かせないのが、鎌倉でのマナー意識の発進である。郷に入っては郷に従う、それも観光の醍醐味だと思う。寛容さは大事であるが、相互理解を大事にしなければならない。
- ・「鎌倉らしい観光資源」をより先鋭化することが「質の向上」に繋がる。より俯瞰的視点から検討すべきである。様々な遺産を保存・継承しつつ、知られざる鎌倉の魅力や価値を掘り起し、新たな観光資源として発展・向上させるべきである。
- ・面積あたりの受け入れ観光客数は京都や奈良の4倍に達する。年間1700万人来訪する観光客がまちに与えるメリットと負荷を考え、市民と観光客がお互いに気持ちよく共存できる環境を構築していくことが重要である。
- ・システム整備については、他の観光都市などを参考にし、時には協力して開発すべきである。
- ・観光の指標については、満足度だけでなく、もう少しアンケートの具体的な項目とすべきである。
- ・京都のように観光客に対する住民の相談窓口を設けて、実態を把握し、具体的な対応策を協議すべきである。
- ・「藤沢コンシェルジュ」や「道の駅」のように、特産品を含め、鎌倉の情報が全てそろったようなアンテナショップを設置すべきである。