

第2回鎌倉市観光基本計画推進委員会 会議録

日時:令和5年(2023年)1月20日(金)15時00分~16時30分

会場:鎌倉五大堂 明王院

出席者:海津委員長、仲田副委員長、湯澤委員、阿久津委員、橋本委員、榊原委員、北見委員、
須藤委員

オブザーバー:鎌倉市観光協会事務局長 進藤氏

事務局:永野市民防災部長、鷺尾観光課長、柴田主事

事務局	ただいまから、第2回鎌倉市観光基本計画推進委員会を開会いたします。 まず会議に先立ちまして、本市の市民防災部長からご挨拶を申し上げます。
事務局	－ 挨拶 －
事務局	それではまず、議事に入る前に申し上げます。委員の出欠の状況ですが、本日、中杉委員からは体調不調のためご欠席との連絡をいただいております。 また、観光協会の出口委員もご欠席のため、オブザーバーとして観光協会の進藤事務局長にお越しいただいております。 委員会につきましては、鎌倉市観光基本計画推進委員会条例施行規則第3条第2項により、委員8名のご出席ということで半数以上の出席要件を満たしておりますので、本会が成立していることをご報告いたします。 それでは議事に入る前に、今回初めての委員の方もいらっしゃいますので、改めて簡単に自己紹介をお願いしたいと思います。
委員	－ 自己紹介 －
事務局	ありがとうございます。資料の確認は時間の都合で省略させていただき、不備等ありましたらお知らせいただければと思います。 それでは会議規則第3条の規定により委員長が議長となるとされておりますので、この後の進行は、海津委員長をお願いしたいと思います。よろしく申し上げます。

議題1 国、県、市の動向を踏まえた今後の市の方針について

委員長	それでは、議題1 国、県、市の動向を踏まえた今後の市の方針について、ということで、これからの計画を見直す時に、現状を把握しようということだと思います。どうぞご説明よろしく申し上げます。
事務局	－ 資料説明 －
委員長	ありがとうございました。非常にたくさんの資料を用いて、今、鎌倉市の観光を取り巻く現状をご説明いただいたという形になるかと思います。 確認としては、これから、令和5年には、令和6年に行う調査の基本的な内容を決めないといけない、次年度、つまりこの4月からは、次期基本計画を進めていくから、どの

ような調査が必要だ、という辺りをもう決めないといけないということで、それを決めるにあたって、コロナもあったので、国、県、市の観光もそうですけれども、市の観光以外の構想も、こういうものが進んでいるということを、我々としては共有をして、前提として知っておいた上で、来年度の観光基本計画の方向性を決めていく必要があるということで、一通り、今分かるところまでご紹介いただいたという理解でよろしいでしょうか。まだ決まってないところもありながらご紹介いただきましたので、今ここではこの中でまずご質問もあるかもしれないので、一旦それを確認した上で議論に入った方がいいかと思えますけれども、今ご説明いただいたところでよく分からなかったところなどありましたら、ご質問いただければと思います。

委員 確認ですが、こちらの観光基本計画は 10 年間のものであって、もう一つこの実施計画アクションプランというのは、6 年間のプランになっていますが、その前は 4 年のアクションプランというのがあったという理解でよいでしょうか。

事務局 平成 28 年度の観光基本計画策定にあたりましては、計画策定当初にはアクションプラン策定が同時には出来なかった状態でした。その後、アクションプラン策定ができない状態のまま、計画の進行だけという形で計画の進行管理が執り行われていた状態でした。それを平成 31 年にアクションプランを改めて作成すべく、本委員会でご意見を頂戴しまして、令和 2 年度にこちらのアクションプランを策定したという状態になっております。お答えとしては、前 4 年のアクションプランは存在していなかった、ということとなります。

委員 私どものミッションとしては、この基本計画の 10 年なのか 5 年になるのか、これから議論していくと思いますが、こちらの方は何か関与していくのですか。

事務局 施策の柱がまず立ちまして、それに基づく指標の設定をし、その実現に対するより具体的な施策を決めていく、という流れと考えていますので、この後ご説明するスケジュールの話の時に具体的にはお話ししますが、令和 6 年度以降のこの委員会での議論の中で、市がお示しする計画に対して、その中で取り込んでいくべき施策というところを織り込んで、令和 7 年にはそれらを踏まえた取組みをまとめて計画を策定するという流れと考えています。

委員 この計画と、実際、具体的にどんなことをやっていくのかというアクションプランを同時並行で進めていくというふうな理解でよろしいですか。

事務局 今、3期の計画は途中からアクションプランが入っていて、まだ5・6・7年度と、これから進行管理していくこととなります。それも一つ委員会のミッションとなっています。ただそのアクションプランそのものが、具体性に欠けているとか、市の予算全体との連動が上手くできていないとか、いろいろ課題がありますので、次の第 4 期の計画にはそういうことのないように、というところで、評価した悪いところが改善されて、4期の計画になっていくという持っていく方になるのかなと思います。3期は3期としてアクションプランの評価ももちろんきちんとまとめをしていかなければいけないと思っておりますが、それらの課題は今からきちんと次の計画はそういうことのないように、という形で反映させる

と考えています。

委員 人を動かす現場にいる今の我々の悩みを言いますと、今までのマーケティングはデータベースでやっていました。コロナで3年ほど何もできなかったときがあって、3年あけたら、市場やプロダクトとかそのディストリビューションのメカニズムとかが、2019年と2023年はものすごく変わってきてしまった。

その変わってきているところをデータでマーケティングしようというのは、かなり難しく、みんな今、現場ではそれに困っています。

本当のトレンドは何だろうかというところがあって、送っていただいた資料を見ていくと、トラディショナルな、今までのやり方を踏襲したマーケティングに見えます。果たしてそれで、やっていけるのだろうかなど。

少し視点を変えると、鎌倉にはいろんな問題があって、それと取組んでやってきて、現実に関心しているのだから難しいと言っていたのが、今マーケットが大きく引っ込んで、ある意味では変えていく、ものすごくいいチャンスです。災い転じて福となすみたいな転換の時期に今、何の産業でも、特にツーリズムは来ていると思います。そういう発想で、今回のその基本計画というのを捉えていくという姿勢はあるのだろうか。もちろん役所ですから役所のやり方があるのは分かります。できなかったらやっぱり DMO をさっさと稼働させていかなきゃいけないのかなど。

だけど、これ見ても DMO のところが、一行すつと書いてあるだけで、継続とか新規とか、藤沢とかあの辺との組み合わせでやりましょうというので、鎌倉さんはどうするんですかというところが、なかなか見えてこない、今回のこのプランを見て非常に感じました。その辺はどうなのでしょう。今までと変わっている、ということをつまての計画なのでしょう。

事務局 お答えになるかわかりませんが、まず一つは今までのデータマーケティングでは通じない、というところは、正直私どもはリアリティーとしては分からないところもあるので、そこは逆に色々教えていただきたいというところではあります。

後段の部分については、この予算のところ見ていただいても分かる通り、鎌倉市の観光の実態というのは、来られた方に対する課題、例えばトイレの問題とか、海で言えば海水浴場にたくさん人が来る中で安全を確保するとか、公衆衛生を確保するとかというところで、全て対策でやってきていて、鎌倉の観光の予算というのは、他の観光で名前を馳せているまちと比べて、予算としては決して大きくないですし、職員の体制も小さい方かと思えます。

それにもかかわらずコロナ前は入込みで言えば1,900万人の方が来られて、ある意味では、行政が何もせずとも民間での観光の部分がそのまま自走出来ているまちで、我々は本当に対策だけやっていけば、それなりの形になったのが鎌倉の観光の実態になるかと思うところではありますが、今回第4期の計画の中でも、今まではそうだったかもしれないけど、今転換点を迎える中で、観光が例えばまちのブランド力のアップのようなどころで、いろんな形で貢献しているのは間違いないと思いますが、それを維持

していくためにも、本当に観光をやっていかなければいけないのか、我々鎌倉市として。そのためにもっと公費をつぎ込まなければいけないのか、その時市民の皆さんにそれを納得していただけるのかとか、そういうところを今回きちんと打ち出したいと思っています。そこの本気度があれば、例えば DMO とかが具体的話になってくると思います。今までは対策で、ある程度課題がクリアできれば、というところだったのかなと思っていますが、今は市全体としてはそういう観光ではなく攻めていこうという機運にはなっていると思うので、それを市民の皆さんも説明できる形で、次の計画には何か掲げられるのではないかなと思っています。

委員 我々はやっぱり根拠のある動き方をしたいから、どうしても調査をして、その調査から出てきたもので、次の指針を決めていく。官庁の今までの場合は、調査をして、報告書を出して、指針を決めて予算をつけてというところで、3 年ぐらいかかってしまって、結局はすごくビハインドファッションの遅れた施策をやらざるを得ない。それでもやってきていましたが、今のこのコロナは全く違ってきていて、現場で今どんなことをやっているかという、過去のもを分析して傾向を探すというのではなくて、現場の定点での変化を上を報告させて、今どこが変わっているか、先月と今月で何が変わっているかぐらいの生きた定点の動きを拾わないと傾向が出てこないという調査になっています。だから調査をデザインするときは根拠が必要ですけど、トラディショナルな調査、今までの調査ではない中で、現状の 0 からスタートするぐらいのデータを集めていってやるようなものも一つ考えた方がいいのではないかなと思います。

委員長 例えば、というものはありますか、調査のあり方として。

委員 例えばお店のよく来るお客さんを、毎日とか毎週とかデータを市が用意したようなプラットフォームの中に入れていく。どんなお客さんがどのぐらいのお金を使って、みたいな。そうすると、なんとなくまち全体の人の動きとか、立ち寄り先とか滞在時間とかというのが、全員にかけるのは大変ですけど、スポットで調査のプラットフォームの上に乗けていく、みたいな形でやっているところもあります。旅行会社なんかはそういうふうにしてやっている大手企業があります。

委員 飲食店では Google の位置情報から、何歳ぐらいのお客さんが、例えば大船のある場所に 40 分いたとなると、この店を多分使っただろうという判断をして、どんな人たちが来ているかというのは、今有料で情報を受け取れます。かなり時間のかかる調査というより、1 ヶ月分位はすぐに取れるかもしれないです。

委員 こういうゼロから今登っていくという時期なので、そのトレンドをしっかり掴むのに、今のようデータをマーケティングに生かしていく、ということが重要です。過去 3 年のデータは非常に落ち込んだ数値ですから、何にもならないです。去年よりは 106%伸びましたとか。去年 0 だったわけですから。コロナ前と比較しなければ駄目です。

事務局 市民防災部では観光課だけでなく商工課も所管しておりますが、観光基本計画につきましては、お店とか小売とか飲食とかというところで、そこでいかに収入を増やそうという視点だけなのかな、というのがありまして、そういうふうな今のトレンドを捕まえて人

の流れを捕まえて、いかに収入を増やそうと、そこだけの考えではないのかなという部分もあります。

そもそも鎌倉の観光は何のためにやるのか、どういう人に来て欲しいとか、そのあたりを整理することで、中長期の計画には当然ありますので、そういうところでの計画をして、その時々の方針というのはまた当然タイムリーな方針だったりということは出てくると思いますので、この段階で決めたからって何も変えられないとか、というそういう事業ではないと思っています。根幹の部分といいますか、本当にこれが基本となって、これで5年間、もしくは10年間進めていきたい、というようなものにするための調査を、令和6年度にかけたいということですので、先ほどの説明していた調査というのが、市場調査とかということと、またちょっと違うイメージかもしれないなというふうに思っているところです。

委員長 ありがとうございます。今調査がどうあるべきかという話でだいぶ議論がありますので、例えばどんなものなのか、あるいは前回の3期の時にどういう調査をやったのかというところを簡単にお話いただくと、そのイメージができるかと思います。いかがでしょうか。

事務局 前回の第3期の計画の作成にあたりましては、対面での聞き取りアンケート調査に基づいて、今我々が年4回やっている調査の中で「どこから来てますか」、「どのくらい鎌倉市に滞在していますか」、「どこで宿泊しましたか」というような基本的な属性情報を取得しているものと「どんな目的で鎌倉に来てますか」というところを、少し掘り下げて実施したものがメインになります。

それプラス、動向調査というのは当時からいづらかございましたので、どの県からどの交通手段で鎌倉に訪れたか、市内でどのような順番で観光地を回っているかとか、そういった当時のトレンドだった観光動態調査というものを実施しています。

基本的には日本人で、少しばかり100サンプルぐらいですけれども、訪日外国人の街角聞き取り調査というのも実施をして、どのような目的で鎌倉にいらっしゃってるか、というものを伺った、というのが基本的なところになります。

なので前回は、基本的には聞き取りアンケートによる、まず属性分析というところに軸を置いた、マーケティングというよりは現状調査という形になっておりましたので、指標の設定につきましても、それに基づいた形で観光消費額であるとか、立寄り地点数、滞在時間、宿泊者数のあたりが軸で、それにプラスで市民生活が大事です、というところで市民の満足度・理解度というところを、この時の調査とは別に、毎年経年で追っているものです。

委員長 ありがとうございます。その調査の方法も、どういう方向の計画にするかということによって変更もありうるということでしょうね。今ちょっとご質問から既に論点に移ってるとしますので、今ここまでの資料の紹介、あるいはちょっとしたコロナ禍での現状のやり取りも踏まえて、どの辺を重視した計画にしていっていいのだろうかという、その辺のご意見をお出しいただければと思いますけれども、いかがでしょうか。

委員 旅行とか観光産業全体が3年こういうことになって、ここである程度、組織が落ち着いてしまっているんですよ。それで経営していける、いけてるというか、食べていける、という状態まで落ちこちてきているので、鎌倉もなんだかんだでこれでやってる人たち、廃業したり、休業した人は沢山いると思いますけれど、ここからはやっぱりビジョンを私たちが持って、こういう観光とかね、こういう観光客とか、こういう過ごし方をして欲しいとか、こういうモットーを持って欲しいみたいなものを、デザインして観光を推し進めるといことができる時期で、それをやった方が、先ほど事務局が仰ったので私は全くその通りだと思ってるんですけど。それができるまたとないチャンスかなと思ってますね。その辺も市民の人がどんな観光客を欲しているんだろうかって言うような調査を、満足度以外にね、やってもいいのではないかなと思いますね。

委員長 はい、ありがとうございます。
市民に対して意見を聞いてみたらどうだろう、ということですね。

オブザーバー データの分析について、コロナ禍と比べられないというのがあると思いますけれども、そういう観点から、実は観光協会で、今年の12月から、やっぱりマーケティングの重要性ということで、コロナ前との比較はできないので、月次の、先ほどおっしゃったように、GPSの人流データを使って、来訪者が鎌倉のどこを目指してきているのかとか、男女比、年代はどのような分類で分けられるのかとか、出発県がどこから来ているのかとか、そういうものを、実は調査を始めようということでも予算化を始めたところです。
それで12月からのその分析レポートが上がってきたばかりで、そういうデータが月次で実は観光協会の方から参考に提供できるものがちょっと出せそうなんです、今のお話を聞いていると。もっとこういうものがあると基本計画上いいのではないかと、ということも参考にしてもらいながら、調査項目をリニューアルできるものがあるのか、お金かけていけばできます、というようなことも、参考に使っていただけるものは提供できると思いますので、紹介させていただきます。

委員 そういうお話をいただいたので、ちょっとバックアップしたいんですけども、国は何人の人が動いて、というすごくマクロな捉え方をするわけですね。
そのデータを我々が利用する、県もそれなりのマクロの利用をしていく、末端の地方自治体になると、どんどん市場に近くなっていくわけですよ。だから市場に近くなったところで、逆に市場にくっついてですね、市場のニーズを今のニーズをくみ取っていくという、そういう調査をやったらいいのではないかと。私も他の皆さんもそうだと思うのですが、他の都道府県なんか、みんなこんな考え方ですね。
金太郎飴を割ったような感じなんです。国のものをやると、男と女がどうで、年齢がどうで、という、これに基づいてやりましょう、県のも、どこの市町村がやっても、同じデータでマーケティングをやっていくんですね。
やっぱり地方自治体は端っこまで来たら、その熱い冷たいという先っちょの調査を、そういう調査もやっていったらいいのではないのかな、難しいのは分かるんですが。そう思います。という話を、今の話につけ加えたいと思います。

事務局 コロナ禍で、例えば、観光がどれだけ落ち込んで、その税収のリンクのことも、今まで観光でどれだけ税収が上がった、落ちたというのは統計的に取れていないです。多分だからこそ、その京都なんかそういう調査をきちんとされて、観光がどれだけその市民生活に寄与してるか、みたいなことを分かりやすく出していらっしやるんですけど、そういうのを一つ、今回出していないと、対策以上のことをやっていくのであれば、そういったところを今後見せる調査というのがいるのかなと。例えば観光でどれだけ雇用がされてるのか、みたいなところが、我々正直つかめていないんですね。それが具体的なところもあれば、市民の皆さんもまた例えばその予算をもっと使っていくことも理解していただけるのか、というところがあるかと思います。

委員 例えばデータは結構、今先生おっしゃった通り、いろんなセクターが取っているんですよ。例えばビール会社は、このコロナ前の同月と比較して、今、神奈川県内でどこの地域が弱いか、とかも出してるんですね。飲食店で今どこが弱いか、とか。例えば自動販売機のところから数字をもらうこともできると思うんですね。それは自販機の事業者に貸してる人は多分数字をくれるので、そういうのを集めるだけでも観光地の自動販売機の販売数なんか、かなり比較すると分かるかもしれないですね。例え話ですが、具体的なデータはもしかしたらお金かけなくても色んな事業、色んな例が取れるような気がします。

委員 私の経験ですが、県の観光振興計画を作るときに、そもそも疑問が、計画って誰を幸せにするための計画なんですか、というのが最初にある。今、私共のその前期の計画って、経済だったんですね、経済を呼び込む。それはなぜかという、ラグビーワールドカップの大会だとか TOKYO 2020 など、その期間中には海外のお客様が大量に来て来られるということも分かっているので、そのチャンスをやっぱり失いたくないということ、経済を特に重視した、それが計画の骨子になったんですけども。でもそれって本当にその県民が望んでることなのかとか、県民を幸せにするための計画なのか、という視点で見ると、ややどうなのかなと。

事務局も先ほど仰ったように、観光を鎌倉としてやるのかやらないのか、というところから考えていかないと、やっぱりデータを活用して、どういうふうにしていこうか、というその先のものが無いと、いくら集めたって多分無意味。多分本当に鎌倉というのは観光が必要なのか、市民が望む鎌倉の観光ってどういうものなのか、というところを最初にきちっと捉えていかないと、意味の無い方向になっていってしまうのかなという。実はこの神奈川県の振興計画、今回素案が出てますけれども、一番時間がかかったのが、1 ページ目この概略図があるんですけども、やっぱり検討分科会の中でお話をいただいた中では、最初はややもすると、この経済波及効果の拡大、観光によって地域を経済的にどれだけ活性化できるような貢献ができるのか、観光産業ってよく言うように裾野が広いですと、観光を伸ばせばいろんな方々に雇用の機会も、どうしてもそこに寄りがちになってきてしまうけれども、でもやっぱり観光客とかが、持続可能な観光というところがもう、本当にそれがマストでやらなければいけない中でいうと、この観光客とか

住民の満足の高まり、これが重要でしょうと、随分有識者の先生方にもご指摘されまし、ここなくして経済をするとやっぱりいびつな形になってきてしまうというようなところがあって、最初に「観光により地域が輝く神奈川」というところに行き着くまでは、結構時間がかかった。それを支えている観点として、どういうふうに地域を輝かすのか、というところにもものすごく時間がかかった。これがやっぱり、神奈川県がここ4年間目指していく、考え方でやってる施策も、これって、地域の皆さんのためになっているのかの視点を入れて、これ地域の皆さんにはちょっとノーサンキューだろうなという、常にそういう視点を持っていくというところでは、原点に戻るこの考え方がしっかりしておかないと。おっしゃるように鎌倉の観光って、色んな外資の方が入ってきて、虫食いのようにいのように切り取られてしまう、というようなことを見聞きする中で、本当に鎌倉の観光って、やっぱり計画って、市民を幸せにするための計画でなくちゃいけないというところをまず初めに、そこははっきりさせて、そのためにどういうようなことが考えられるのか、そのためにそれを検証するようなデータってどんなものなのか、というふうに考えていかないと、データから読み取ろうとしたときには、データって過去のもので、おっしゃるように、過去のものから学ぶほど、今社会はそんな甘くはないので、基本的にこっちが何をしたいのか、どうありたいのかというところをやっぱりきちっと捉えた中で、そのために必要なデータってどういうものなのか検証しながら、やっぱり違ったとか、少し変えてく必要があるか、というふうにしないと、データばかり集まっても、それをどうやって活用するの、というふうに次の悩みが出てくるので、まずその考え方としては、そんな手順で考えてデータの取り扱い方はしていかなければいけないかな、と思って。実際にやる方と言う方では全然違うんで、非常に苦しいですが。私が出が民間会社なんて、発想がちょっとそちらに寄っている部分もあるので、ご了承いただきたいということでございます。

私が県でこれを作ろうと思ったとき、一番最初に思ったのは、これは誰を幸せにするための計画なのかっていったら、県民を幸せにする計画、全ては。それに合致してるのかな、というのは出発点だったので、その辺が鎌倉のこの計画って多分恐らく凄く注目されてると思うんですね、やっぱり。そういう意味では議論に参加していきたい。私は最初、県の計画を作った人間として、出だしのところ、そんな思いで作りましたので、ご参考までに。

委員

でもそうすると、基本理念にある「住んで良かった、訪れてよかった」ということが、住民と観光客の話が、当たり前ですが、ベースなわけですね。両方のニーズを合致させた施策を打っていくことを、具体的に作っていく、ということがあって、多分行政の方のスケジュールがあると思うんで、おっしゃる通り積み上げ型で私もやるべきだと思います。対象は誰だということで、積み上げたら、多分これ5年ぐらいかかると思うんです。ある程度スピードを上げながらやる方法を皆さんとお話できればいいですね。今日多分皆さん、手探りでどんな話するんだろうって感じだったんですけど、もう総論と各論が入り乱れてる感じで、まあ最初なのでいいと思うんですが、どっかでちょっと整

理して進めていかないと、多分出席者が減っていくようなことになるんじゃないでしょうか。

委員 意外と何でしょう。住んでる人と経済ってなかなか合わないんですよ。ついこないだも3連休だったかな、鎌倉はめちゃくちゃ混みました。住民からうちに苦情が来てしまったのですが、近くのスーパーに買い物に行くのに3時間かかった。だから道路が賑わえば賑わうほど市の経済は上がりますけれど、住民が住みにくくなるというか、そういうところもあるのかなという、逆に観光が生業になってる人はいいいですが、そうでない人、特に後から最近鎌倉のブランドで移住した人からしたら、そういうことが事前に分かってないので、クレームになってくる、不満に繋がってくるのかなというところがありますね。

非常に難しいところだと思うんですけど、やっぱり言っていた Win-Win じゃないですけども、住んでる人も満足できて、経済も活性する、その落としどころというか、それを決めて考えていかないといけないかなと感じました。

委員 おっしゃる通り、私も、まずはその基本理念をきちんと整理しておかないと、その後の家を建てる時に、どういう家を建てたいかってことがあって、それでこういうことをきちんと確認しておく必要があるよね、という話になっていくのが筋なわけですので、ちょうどその場合に、先ほど委員がおっしゃられた通り、これまでのデータを積み上げていくというのは、やっぱり成長している段階の時にはそれで先が見えてくるってことですけれども、それを今そういう形ではなくて、もう違った考え方でいかなければならないというような中で、新しい基本方針なり基本理念というものをしっかりまた確認しておくいいチャンスだとは思いますが。

ただ全く変わったということではなくて、人の行動というのは。根底には変わらない部分があって、それで時代や状況によって変化していく部分がある。それが全体の観光行動の大切な部分だと思います。それを変わらない部分って何なんだろうかということ、やはりこういう面は変わっていくところをきちんと意識するってことが大事なのかなという気がしました。

年収でいうともちろん今は減ってきているのは、観光客が減ればこれだけ減ってくるということな訳なので、それが逆に観光客がこれだけ入ってきたときにその年収の効果がこれだけあったということを示す。

そういう意味合いでできるところまでデータを、ということは意味のあることなんだろうなとは思いますが。

あとはもう一つが基本理念、基本方針としては、もちろん住民にとってというのは大事なわけですが、観光客の満足度をということもある中で、安全であることはとても大事で。防災の話ですね。鎌倉は日本の中で観光客の安全をきちんと考えた観光地の受け入れ体制を作っている、というそういうモデルケースになるような形にできないかということも、一つ基本方針の中に入れていくということが、せっかく防災という名前と観光がセットで部署名になっている鎌倉市としても、非常に重要なのかなということを思い

ました。

それと事務局がおっしゃられた、どんな人に来て欲しいかということはもちろん基本にあるのですが、最近、幸せな状態が持続的に繋がっていくという、ウェルビーイングということがよく言われますけれど、まさにそれが住民も、そして観光客も満足できて、また来てみたいと思わせるような、鎌倉って何なんだろうって、そこに安全であったり満足であったりというようなことがきちんと考えられていくということを、新しい基本方針として考えるのが大事なのかな、という気がしました。

委員 市民のことをすごく考えていただいているけれど、市民も考え方が色々で、私も一つの自分があるコミュニティになりますが、私のコミュニティだと、むしろたくさん人が入ってきてくれて嬉しいし、入ってくる時期はもうそうだと思って生活しているので、例えば三が日に車が出せないとかいうことに対しても、あまり意見を言う方って自分の周りにはいなくて、むしろ新しいことが入ってくることをすごく楽しみにしているという方が多いのかなと思っているので、市民の意見ってどういうところで意見を聞いているのかな、というのはとても気になりますし、年齢層や属性とか、ものすごく気になるところなので、あとは市民の意見を出すようなところに、ぽんと皆さんで1回黙って参加して、みたいなのはどうかな、そんなふうに感じました。

委員長 市民の意見の取り集め方というか、聞き方ということですよ。

委員 そうですね、市民目線で言うと、これは誰からもらった意見なのかなというの色々な資料を見るといつも気になるところがあるので。

事務局 市民意見公募条例というのがあり、意見頂戴するんですが、やはり私もそういうところで頂戴した意見を見ていると、偏った意見、偏った考え方の人があえて意見を出して来るともあって、それだけが目立ってしまうようなケースもあるのかなという。概ね賛成の人は特に意見を出して来ないわけですので、その辺の皆さんの意見に対する我々の捉え方というのについても、気をつけていかなきゃいけない部分なのかなと感じております。

委員長 ありがとうございます。意見の調査の仕方も課題だということですね。

事務局 そうですね、直接お話を伺うというのも機会が作れば良いということですね。

委員 そうですね、神奈川県観光振興計画の話聞いても、なるほどなど。細かいところまで市民の方が全て詳らかに見るか、というとなかなか難しく、そこを話し合っ理解を得るのは難しいと思います。でも最初の基本理念、資料2の1ページ「地域が輝く神奈川」、ここをまずこの会議の中で、充実させることを考えて、個別のことに限っては、難しいデータをなんとかしてというよりも、まず鎌倉市としてこの委員会で揉んで、こういう理念でいきましょう、こういうお客さんがいいよねという、それに基づいて、これでいいかな、という時にはいつもここに戻って確認してみる、というところを、委員の中で話し合っ作ることができればいいのかなと思います。

正直、多くの日本の都市の、どうやってお客さんに来てもらうか、いいものはできているけれど、どうやったら知ってもらえるか、という悩みとは違う悩みを鎌倉市は既に持って

いると思います。

それでも、その中でも外れの方にこんなところもあるんだよ、などそういうのはあったとしても、多くの市の悩みとは違う悩みがあると思うので、この基本理念と目標を四つにするのか、二つにするのか三つにするか分からないけれど、そのぐらいのところを決めておいて、それに基づいて、今までやったことは、この中のここに入りますよね、この中でも今、これはちょっと違うのでもうやめましょうとか、データを集めて時間がかかっているのだったら思い切ってデータに基づくといいよりも、こういうふうにリードしていきましょう、こういうところは応援します、という位なこと、批判が多いかもしれませんが、批判を恐れずにやっていってもいいのかなと思います。

鎌倉は混んでますよ、道はめちゃくちゃ混んでます、だから平日来てください、ってことを言ってもいいと思うんです。ただ来てくださいというのではなくて、この日はいっぱいです、というのを出すというのも、一つ施策として凄くいいかなと思います。ですので、まずこの基本理念と目標をいくつか、別に目標が二つでもいいと思います、数が少なくなればなるほど分かりやすくいいのかなと思うので。県のもすごくいいですが、これよりももっとシンプルに、県はここは出していただいているんで、鎌倉市はここに重点を置いて、思いっきり減らしてみると分かりやすいのでは。目標があんまり沢山あると、私もちょっとさすがにどのようになっているのかな、となるので、ここをターゲットにしますとか、鎌倉市の求める観光はここを目標としています、というところが出せればいいかな、それに力を貸せればな、というふうに思っております。

こちらはどちらかというと観光の現場の方に近い立場なので、それを出していただくと、それに基づいて、じゃあこうしましょうとか、人を多く集めるよりも、特定の限られた人、鎌倉に価値を感じて、そこに投資をしてくださる方だけを相手にする行事をした方がいいのか、それとも不特定多数の方向けの行事か、今までのことは急には変えないけれど、特にこういうことに力を入れる、とやった方がいいというのが出てくると、こういうのやってみようか、それがやるんだったら観光協会さんや観光課さんもこの事業をやっているというのを紹介してくれるんだったらやってみようか、というようなことがあるのかなと思うので、ちょっと絞って考えて、基本理念と目標をいくつにするかということだったら、この会議の中でもできるかな、と思います。貴重な公募市民の方もいらっしゃるんですけど、市民の方の意見も聞いて、私も市民ですけども、意見を聞いて、まとめて、大体はそんなに大きく直さなくてもいいと思うんですけども、上から順番にやっていったら、いいかなと思っております。

委員

今、委員に殆ど言っていたのですが、全体を見たときに、17万人の市民に対して2,000万人の観光客が来る、って言ったときに、財源が限られてるわけですから、活動のあれも駄目これも駄目、それに対応しなくちゃ、というので、プログラムがものすごく多いんですよ。数年前、私もこれを指摘させてもらって、誰がやるのか項目に入れましょうよということで、それで誰がやるのか、項目を入れました。観光課もだんだん顔が見えてきて、これを全部やるの、ってやっぱり思う訳ですね。

だから今委員が仰るように、まとめられるものをまとめて、それからプロジェクトもこれとこれはまとめられるんじゃないか、ということをやって、かつ重点的に市民が結果が見えるような施策もやっていったらいいのではないのかなというのを若干思いました。もうちょっと仕事量を少なくして、例えば、法人税収を上げましょう、そのためには地元の起業家を育てましょう、そのためには、観光課としてはこういうことをやりますとか、泊まりの客を増やさなければいけないだから、泊まりの客を増やすためにこれをやりましょう、みたいな、何か目に見えるような施策も取り組んでいったらいいのではないのでしょうか。

委員　もうすぐ柔軟に考えて、ご商売するのは難しかったら、種まきだけをしましょうだけでもいいんです。小学生とかに。十三仏の巡礼をしているときに、小さい頃に鎌倉来ましたというお客さんが大人になって来てくれて、先輩が種をまいてくれたのを私たちが収穫してるときが沢山あるので、なかなか役所がやると、収益を上げるってすごく難しくなってきたときには、もうやっぱり予算の中で、種まきをしましょうというのは、修学旅行向け、遠足向けのプランを重点的にやる、それはそれでいいのかなと思います。放っておいたって来るんですからってというのは失礼かもしれませんが、変な話、この計画を変えたから急に人がバタッと来なくなることはないので、ちょっと柔軟に対応して、ものすごくコケる可能性が少ないものなので、だったら大胆にやって減らしていても、先生がおっしゃったみたいに柔軟にやったらいいかなと思います。仕事量が多すぎると思います。

委員長　大事な論点を、それぞれの想いを語っていただいた形になりますけれども、何か今この議題で言い残してることはありますか。大丈夫でしょうか。

事務局　第3期の計画では、アクションプランもできたけれど、なかなかその実効性が薄く、かつ市の予算のリンクというところも、市の取り組み以外も載っている計画になっていますけれど、市でやるべきことに絞って、そこで決めたことは確実に予算に反映して、観光課の体制で実行する、そういうふうにしていきたいというふうには思っています。観光に今みなさんに来ていただいているので、オーバズリズムというところがついて来ますが、これ田舎だったら本当に地盤沈下してしまうと思うので、そういう意味では、すごく市を支えているところは沢山あると思うので、可視化して、やっぱり観光って必要なんだな、というところのデータを、とっています。

議題2 第4期観光基本計画策定までの流れ

委員長　はい、ありがとうございます。では次の議題ということでスケジュールのことを説明ください。

事務局　説明

委員長　ありがとうございます。計画骨子というのは、令和6年5月ですね。計画のそのものは令和7年までに、ということだと思います。何かご質問等ございますでしょうか。来年度の前半は、議論の最後の方で盛んに交わされましたけれど、理念と方針をどうする

かというあたりを、集中的に決めて固めて、というところかなと思います。

その他、ご発言のある委員いらっしゃいますでしょうか。なければ以上で本日の議事を
終わりいたしますので、事務局の方をお願いいたします。

事務局 ありがとうございます。以上をもちまして本日の委員会を閉会させていただきます。長
時間に渡り活発なご意見いただき、ありがとうございました。今後もよろしくお願い致します。
