

## 第2期鎌倉市観光基本計画（答申） 目次

### I 第2期観光基本計画の策定にあたって

- 1 第2期観光基本計画の目的と位置づけ
- 2 平成8年以降の鎌倉の観光を取り巻く環境
- 3 第2期観光基本計画の策定に向けて

### II 基本理念と基本方針

- 1 基本理念
- 2 計画のめざすところ（将来像、目標）
- 3 基本方針

### III アクションプラン

- 1 アクションプランの実施主体
- 2 アクションプランの推進・管理
- 2 アクションプランの目標指標
- 3 アクションプランの構成

### IV あとがき ー観光基本計画の実現に向けてー

### V 資料編

# I 第2期観光基本計画の策定にあたって

## I-1 第2期鎌倉市観光基本計画の目的と位置づけ

### (1) 計画の目的

第1期鎌倉市観光基本計画は、「観光を通じたまちづくり、人づくりによって市民や観光客が豊かな生活・観光を享受できるようになること」を目的として、「そのための、鎌倉市における観光の新たなあり方と、それを実現するための方向性を提案するもの」として平成8年に策定され、その計画期間をおおむね10年としてきました。

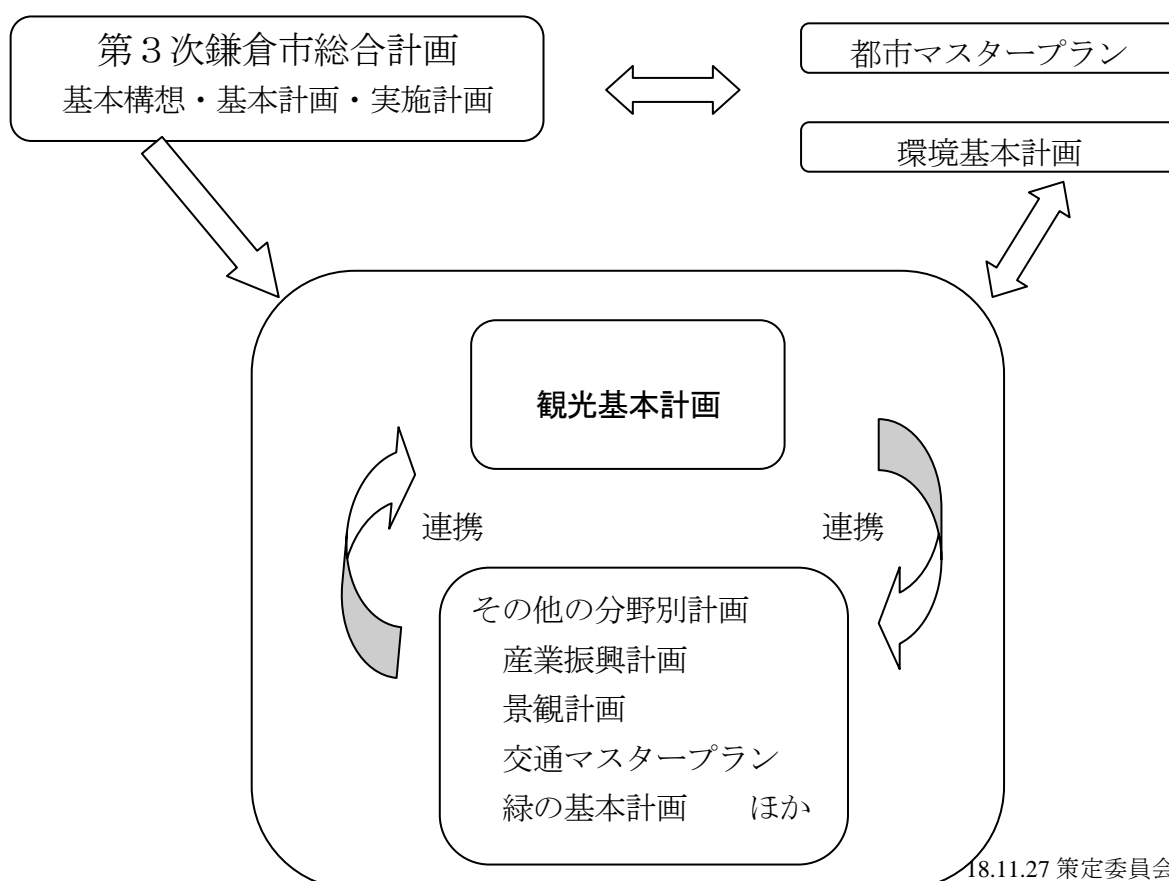
計画策定から10年が経過し、鎌倉を取り巻く社会情勢とともに、観光客の動向やニーズも大きく変化してきています。

また、国においては、平成15年に「観光立国」を掲げ、観光を基盤産業の一つとして捉え、国外からの観光客誘致を促進していこうとする新たな施策も打ち出されています。

そこで、観光客の新しい動向やニーズを把握し、国の施策も取り入れながら、鎌倉市観光基本計画の見直しを行うものです。

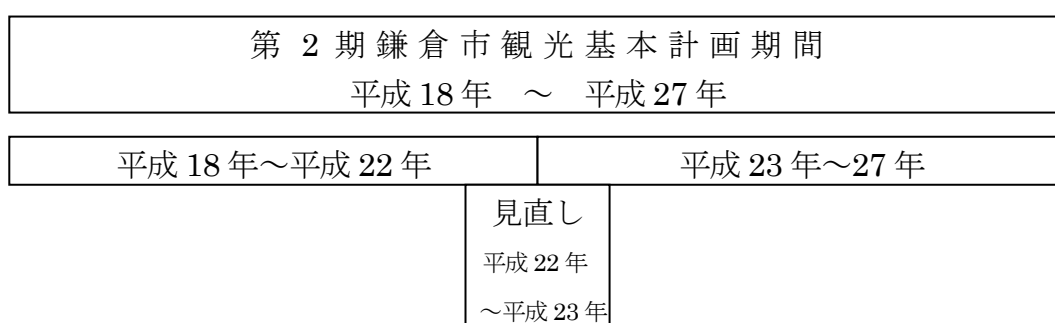
### (2) 計画の位置づけ

第1期鎌倉市観光基本計画と同様に、「鎌倉が世界の鎌倉であることを誇りとし、訪れる人々に良識と善意をもって接します。」としている市民憲章の精神にのっとりながら、第3次鎌倉市総合計画の分野別計画として位置づけます。また、他の分野別計画との整合を図ります。



(3) 計画の期間

第2期観光基本計画の期間は、平成18年度から平成27年度までの10年間とし、5年目に見直しを実施します。



## I—2 平成8年以降の鎌倉の観光を取り巻く環境

### (1)観光の現況

平成8年からの入込観光客数（※1）の推移を見ると、平成8年の1,963万人をピークに減少傾向になっており、ここ数年は1,800万人前後となっています。

鎌倉観光の特徴は、10年前に示された「人口・面積に対して観光客が多い」「地域的・季節的・時間的に偏りがある」「繰り返し訪れる観光客が多い」などの7つの特徴がそのまま現在でも引き続けている状況となっています。

全国の観光動向を見ると、国民1人当たりの宿泊観光旅行回数、宿泊数ともに平成3年のピークを境に減少が続いています。しかし一方で国民の観光志向が、団体・画一型から個人のこだわりや体験型といった多様な観光へと移行してきている状況も見られます。

さらに、平成15年に小泉首相が提唱した「観光立国」の実現を目指し、訪日外国人観光客の倍増を目標とした「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が国をあげて展開されているところです。

### (2)第1期観光基本計画の評価

こうした中で、鎌倉市としては平成8年4月に策定された鎌倉市観光基本計画に基づき、平成8年度から17年度までの概ね10年を計画期間として、「住んでよかった、訪れてよかったまちを、市民、観光客と行政が育てていく」ことを基本理念として、6つの基本方針、5つの目標、22の施策の方向性を示し、60の事業計画について取り組んできました。

その進捗状況を総括すると、特に「まちの賑わいの演出」「地場産業の振興」「観光ボランティアなどの人材育成」及び「もてなす意識の向上」などの取り組みに遅れが見られました。

また、市民の観光に対する意識調査では、観光客による交通渋滞や駅前などの混雑に対するマイナスイメージの方が、街に賑わいがある、鎌倉のブランドイメージが高まるとするプラスイメージを上回っており、観光都市と住宅・生活都市（かつ歴史・文化都市）の二面性を併せ持つ難しさを示しています。

※1 入込観光客数とは、神奈川県観光振興対策協議会が、神奈川県内の観光地を訪れる観光客数を把握するために、毎年定められた観光地点、観光施設及び観光行事に入り込んだ観光客の数を集計したもので、鎌倉においても主要地点での年4回の実数調査や有料施設の利用者数などを基に推計している。

### I—3 第2期観光基本計画の策定に向けて

観光には、旅行業、宿泊業、輸送業、飲食業及び土産物業などの多岐にわたる業種が関わっており、国においても観光を基幹産業のひとつとして捉え、活性化を図っていかうとしています。

今後、全国的に少子高齢化が進み人口減少が予測される中で、本市においても、全国平均以上の少子高齢化が進んでいる現状から、観光客という交流人口を有効に活用していくことがまちの活性化につながり、今後のまちづくりにおいてもますます重要な要素になってくると考えられます。

新たな計画策定に際し認識すべき点として、国民の観光に対する意識が「個」や「質」を尊ぶ時代に入っていること、観光がひとつの行政分野ではなくまちづくりの中心的課題になってきていること、観光振興に取り組む主体が行政や一部の観光関係団体だけでなく、多くの市民団体やNPOなど多様化してきていること、それら各主体の役割分担を明確にすると共にお互いの連携を図る必要があることなどがあげられます。

特に、これまで観光に関して行政や事業者と市民との対立が時としてあったとされていますが、今後は行政や事業者、市民をはじめとした観光に取り組む多様な主体が、対等に連携し地域全体を活性化していく姿勢を共有化していく推進体制を構築していくことが大変重要となります。

※右ページの各主体は、次のような人・団体です

市民・市民団体＝鎌倉に住んでいる方、自治会・町内会、市民活動に取り組んでいるNPOなど

観光事業者＝飲食、物販、旅行、宿泊、輸送、文化・芸術、美術館など観光に関連するすべての事業者

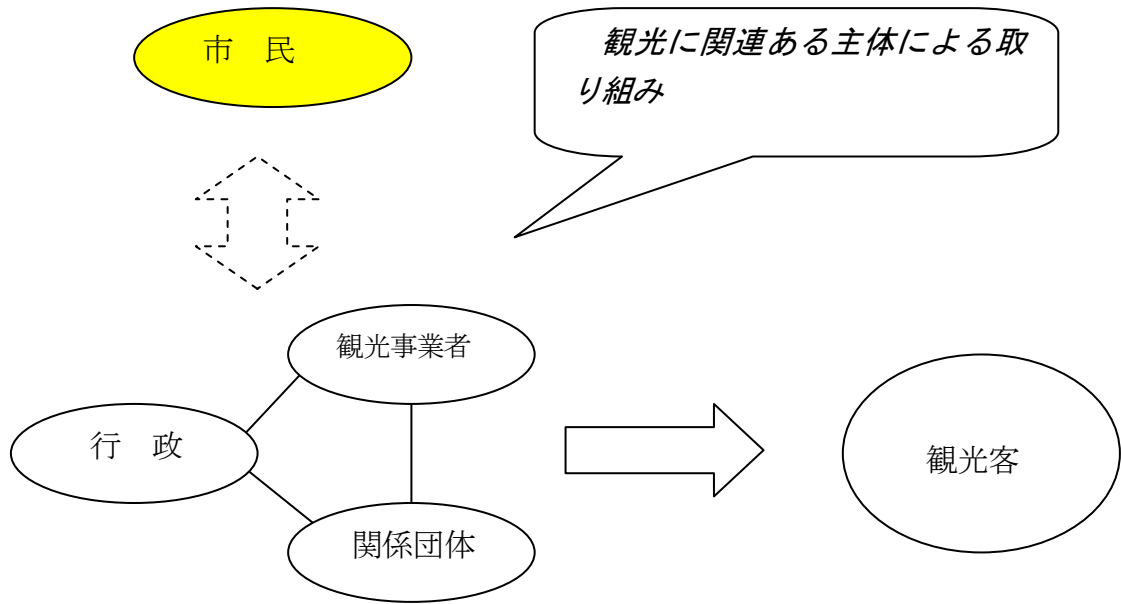
関係団体＝観光協会、商工会議所、商店街組合などの事業者団体など

寺社＝市内の寺院、神社などとそれらの関係団体など

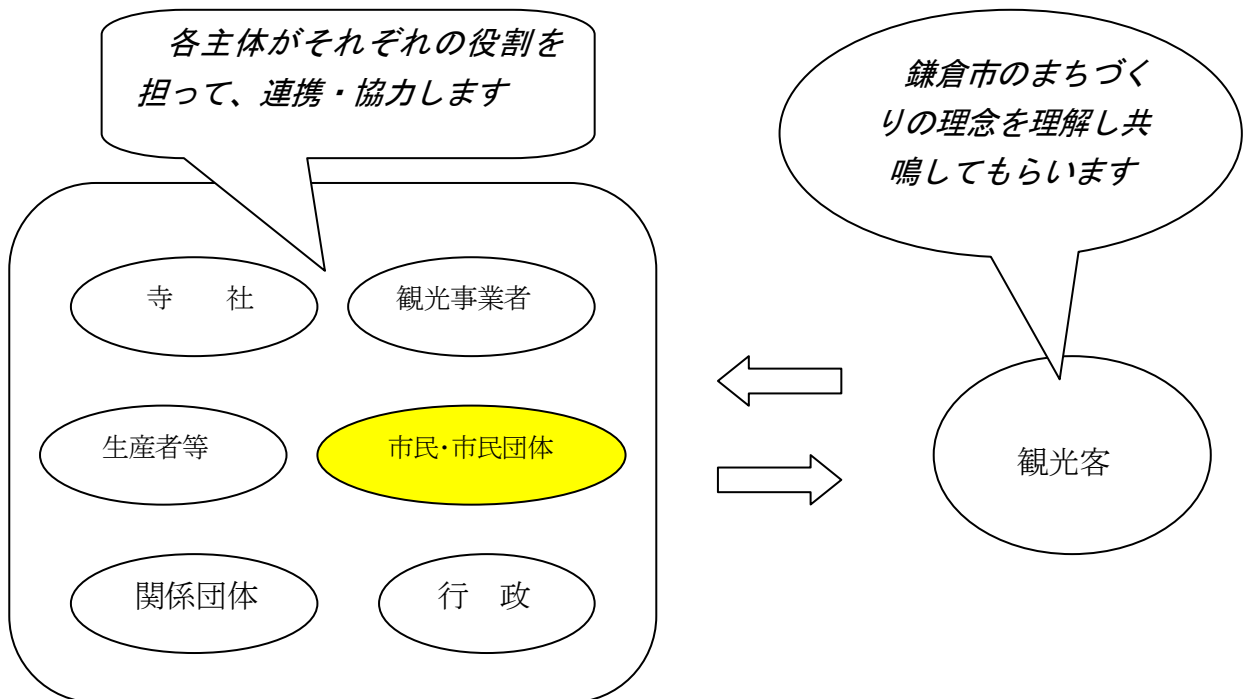
生産者等＝農業・漁業従事者、物産等の生産者や販売者など

行政＝国、県、市

これまでの取り組みイメージ



これからの取り組みイメージ



## Ⅱ 基本理念と基本方針

### Ⅱ—1 基本理念

本計画は、鎌倉の持つ様々な魅力が国民共有の財産であることを認識しながら、「住んでよかった、訪れてよかった」と思えるまちを、市民、観光客と行政がともに育てていくことを理念とします。

観光基本計画の基本理念である「住んでよかった、訪れてよかった」をめざすまちづくりの精神は、観光都市であり住宅・生活都市、かつ歴史・文化都市でもある鎌倉市の観光振興を図る上で、重要なキーワードとして、今後10年先を見越した新たな計画においても、その基本理念として位置づけます。

#### ○「住んでよかった、訪れてよかったまち」とは

鎌倉は源頼朝公が、800有余年前に日本で初めての武家による都を創ったまちです。武家社会は禅宗などの宗教文化と結びつくことにより、鶴岡八幡宮や鎌倉五山を代表とする神社仏閣を創出し、武家社会の礎を築き、今日でも「武家の古都・鎌倉」として、その魅力を存分に発揮しています。

明治期以降には、鎌倉文士による別荘文化や海水浴場の開設など新たな魅力も創出し、今では年間1,800万人の観光客を迎える観光都市として国内外に知られるところ です。

一方、首都圏のベッドタウンとして、その立地のよさから良好な住宅地としての性格も有しおり、歴史や伝統の中に市民が暮らす住宅・生活都市でもあります。

この観光都市と住宅・生活都市の二面性を両立させることと歴史・文化都市としての伝統を継承することが「鎌倉らしさ」であると考えます。

この「鎌倉らしさ」とは、鎌倉の魅力を形成する歴史的遺産や自然及び景観が保全されている中で、そこに住む人たちが武家文化の精神性や伝統、歴史的背景を理解し、「誇り」「香り」「洗練」「知性」「品格・品位」「情緒」といったこだわりを日々の生活の中で大切にしている「生活様式」「生き方」のことであり、観光客の方にも、このような「生活様式」「生き方」を理解してもらいたいと願っています。

「鎌倉らしさ」を発信し続けることによって、観光客とともに「住んでよかった、訪れてよかった」のまちづくりに取り組んでいきます。

## Ⅱ—2 計画のめざすところ(将来像、目標)

基本理念を具体化するために、本計画のめざすところ（将来像）を、10年後のイメージとして、3つの目標に分けて整理します。

### 目標1 鎌倉らしさにこだわる観光の実現

#### (わが国を代表する観光都市鎌倉の質の向上)

観光客だけでなく市民も一緒に「鎌倉らしさ」を理解できるように、鎌倉の歴史や伝統、精神性、生活様式などを体感できるプログラムをたくさん用意します。

混雑する休日とは別にゆっくりと鎌倉を楽しむことができるように、観光客が地元の人と一緒に楽しめる催しを平日や閑散期に開催します。

思い立ったその日に鎌倉を楽しむことができるように、常に新鮮な情報を発信します。

何泊でもしたくなるように、鎌倉に住みたくなるように、夜間や早朝に鎌倉らしさが体験できるイベントなどを用意します。

課外授業等で訪れる小中学生たちが、楽しい思い出とともに鎌倉を好きになるように、鎌倉らしさを体験したり、地元の人と交流できるプログラムを用意します。

### 目標2 伝統と快適性が調和した観光空間の実現

#### (誰もが安全で快適に楽しめる観光空間の整備)

世界遺産への登録を推進し、歴史的遺産や豊かな緑、まち並み景観などを良好に保つことによって、鎌倉らしい観光空間を実現します。

地域一丸となって散乱ごみ対策を推進し、いつでもきれいなまちを目指します。

外国人の方でも鎌倉を快適に楽しむことができるように、各種ガイドの充実や観光案内標識を多言語化します。

トイレを心配せずにまち歩きできるように、飲食店等に利用協力をお願いしていくとともに、老朽化した公衆トイレを改修します。

歩行者が安全で快適にまち歩きできるように、歩道の整備や電線類の地中化などを行います。



### 目標3 地域が一体となった観光振興の連携と推進

地域全体で観光振興を推進するために、観光振興に積極的に取り組む観光事業者や観光関係団体及び生産者や商業、まちづくり関係者などとのネットワークを拡げ、今まで以上に主体間の連携を強化します。

鎌倉らしい伝統や文化を観光客にも理解してもらうために、まず市民も鎌倉で住むことに誇りを持って生活し、鎌倉に対する愛着、誇りをさらに深めます。

アクションプランを着実に推進し、その進捗状況を発信するために、アクションプランの推進組織と進行管理組織を立ち上げ、双方連携しながら観光振興に取り組みます。

#### ※「観光空間」について

「鎌倉らしい観光空間」とは、鎌倉の魅力を形成する歴史的な遺産や豊かな緑などの自然、優れたまち並み景観やそれらが一体となった空間の中で、鎌倉の歴史や伝統、精神性、生活様式などを体感できること。

市民にとっては、良好な居住環境も含まれている。

## Ⅱ—3 基本方針

基本理念を基に、目標実現に向けて、次の5つの基本方針を定めます。

方針1	歴史的遺産と自然、まち並み景観の保全を図りながら、観光資源としての活用を図ります。
-----	---

歴史文化都市・観光都市として最大の魅力であり、鎌倉を訪れる方に感動と心の安らぎを与える貴重な歴史的遺産や豊かな自然、近現代の鎌倉を象徴するような優れたまち並み景観などの保全に地域が一丸となって取り組み、さらに、それらに観光資源としての新しい魅力を付加して活用を図ります。

方針2	新たな魅力の創出によるまちの活性化を図ります。
-----	-------------------------

観光客が地域的、季節的、時間的に偏在している現状から、鎌倉らしさを体感できる、鎌倉の良さや歴史的背景をより理解できる、長い時間滞在したくなる(宿泊したくなる)、平日にも楽しむことができるような新たな魅力の創出に努め、生産者や商店街関係者などとも連携し、地産地消の推進や市民も参加し楽しめるイベントなどを開催し、まちの活性化を図ります。また、観光を鎌倉市の重要な産業として認識し、その振興に取り組んでいきます。

方針3	多様な観光行動への対応と鎌倉らしいもてなしの充実を図ります。
-----	--------------------------------

観光客の多様なニーズに対応できるような、また市民生活にも役立つような鮮度の高い情報を積極的に提供していくとともに、誰もがガイドになれるような知識を共有したり、観光振興の担い手を育成するなど、鎌倉らしいもてなしの充実を図ります。同時に、市民と観光客の相互理解を図ります。

方針4	誰もが安全で快適に楽しめる観光空間の整備を図ります。
-----	----------------------------

観光客、市民であることを問わず、高齢者や身体に障害のある方、小さなお子さん連れの方など、鎌倉観光を楽しむ誰もが安全で快適にまち歩きできるように、公衆トイレ、観光案内標識などの整備充実を図ります。

同時に、交通政策と密接に連携し、交通渋滞の緩和や歩行者の安全確保などの検討を進めます。

方針5	地域全体で観光振興に取り組む姿勢を共有し、その推進を図ります。
-----	---------------------------------

観光振興に取り組む、観光事業者や団体、NPO、市民などの主体間のネットワーク化を図り、「住んでよかった、訪れてよかった」のまちづくりをめざします。

アクションプランの進捗状況を定期的に把握し総括できる体制を構築し、進捗状況などのデータを積極的に情報発信していきます。さらに、取り組み状況を評価するために、各種データの把握に努め、その充実を図ります。

周辺自治体との連携によって、周辺地域全体で相乗的な効果が得られるように統一的なキャンペーンやイベントなどの取り組みを推進します。

### Ⅲ アクションプラン

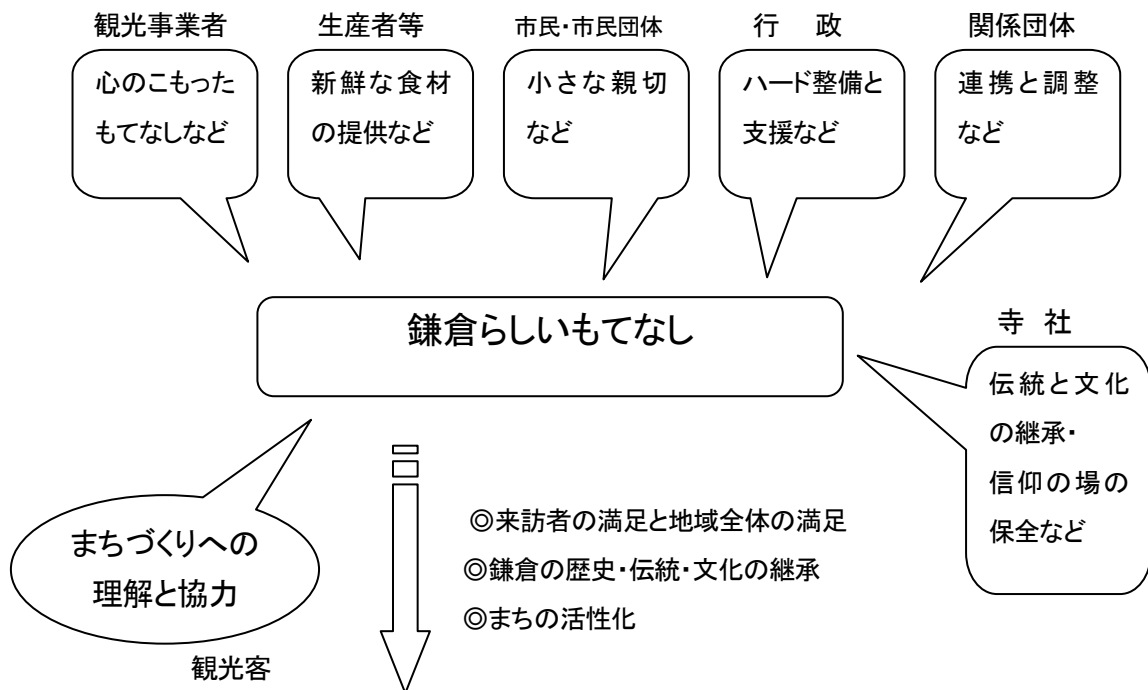
#### Ⅲ-1 アクションプランの実施主体

基本理念、基本方針に基づく具体的な行動計画をアクションプランとしてまとめ、平成22年度までを前期計画期間として、その実現に向けて取り組みます。

アクションプランは、地域一丸となった取り組みを前提としているので、行政だけでなく、観光振興に深く関わる観光事業者や関係団体、生産者などと一緒に市民もそのできる範囲の中で役割を分担し、それぞれがそれぞれの立場でできることをお互いに連携・協力しながら取り組んでいくものとします。

例えば、「鎌倉らしいもてなしをする」ということは、観光客を直接受け入れる観光事業者が、丁寧に応対するというだけの話ではありません。行政や関係団体は、「鎌倉らしいもてなし」を皆でできるように勉強会や講習会を開催して、優れた人材の育成を支援します。また市民には、進んで道案内をするなどのちょっとした心遣いをしていただくこともひとつです。

このように、鎌倉で働いたり、住んでいるすべての人が、自分の家や庭に大切なお客様をお迎えする気持ち・姿勢で、来訪者に接することが「鎌倉らしいもてなし」につながるのです。



「住んでよかった、訪れてよかった」のまちづくり

### Ⅲ－２ アクションプランの推進・管理

アクションプランについては、既存の組織を中心に多様な主体で構成される組織を構築し、PDCAサイクルに沿って推進、そして評価・公開していくものとします。

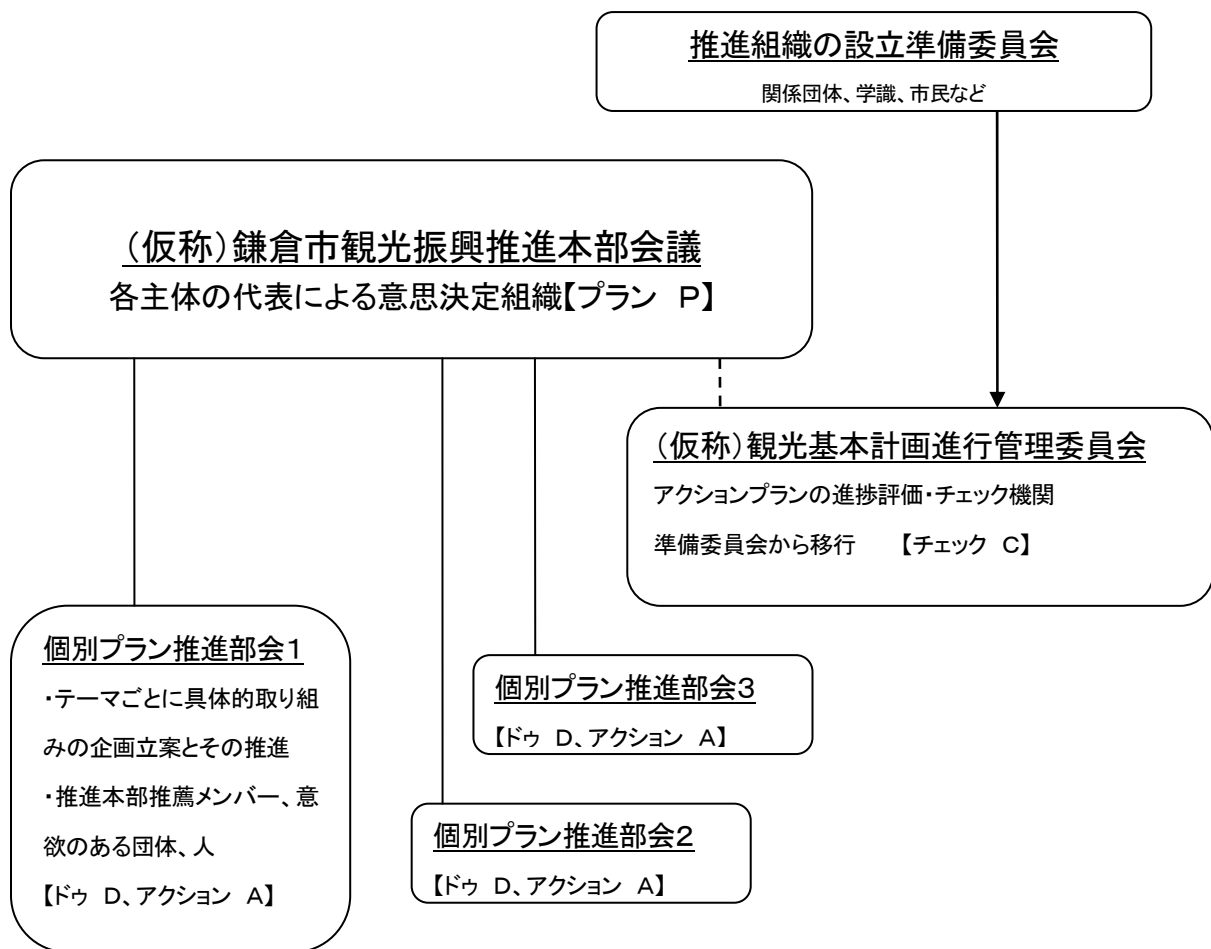
#### (1) 推進組織の構成(案)

まず、推進組織の設立準備委員会を設置し、その後（仮称）鎌倉市観光振興推進本部会議を立ち上げます。本部会議は、各主体の代表で構成し、地域一丸となった取り組みの意思決定（P：プラン）を行います。

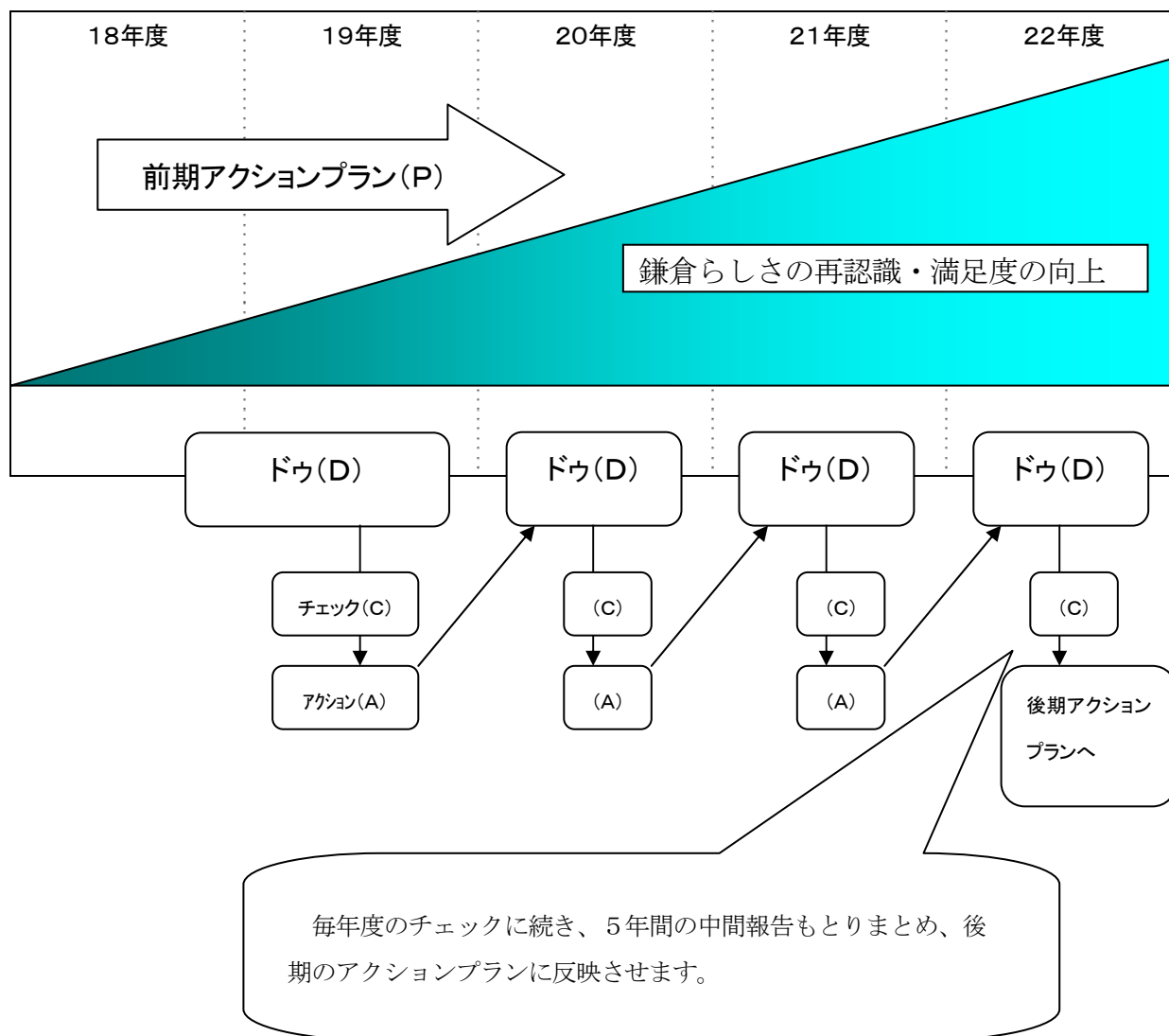
具体的な取り組みは、推進本部の下部組織である推進部会を必要数設置し、そこが中心となって推進（D：ドゥ）します。また、その進行管理（C：チェック）は、設立準備委員会を移行する形で、（仮称）観光基本計画進行管理委員会を設置し、年度ごとに評価を行います。

これらの組織が密接に連携することによって、着実に推進していくことをめざします。

推進体制のイメージ図



(2)PDCAサイクルによる進行管理



(P)プラン <u>本体会議</u>	22年度までの前期アクションプラン
(D)ドウ <u>推進部会</u>	年度ごとの具体的な取り組み 観光事業者、関係団体、行政及び市民などが、それぞれできることに取り組みます。
(C)チェック <u>進行管理委員会</u>	関係者等による進行管理組織による評価 年度ごとに、具体的な取り組みの進捗状況を評価し、何が進んで、何が遅れているかなどを公表し、周知を図ります。
(A)アクション <u>推進部会</u>	評価結果を受けて、各主体は、具体的な取り組みについて見直しを行います。

### Ⅲ—3 アクションプランの目標指標

本計画は、「住んでよかった、訪れてよかった」のまちづくりと、地域が一体となって観光客を迎え、鎌倉の良さ・鎌倉らしさを理解していただけるようにもてなしていくことを目標としており、いわゆる量より質の向上をめざすことから、以下の指標類をその進捗状況を示す目標指標として、進捗管理に活用します。

#### ● 観光客の意識

	指標の名称	現状値(17年度)	目標値(22年度)
1	鎌倉に来る前と比べた全体的な満足度(観光課WEBアンケート)	67.8%	80.0%
2	鎌倉に来る前と比べた全体的な満足度(来訪者アンケート)	50.6%	

観光課ホームページ上で随時受け付けている満足度アンケートと年4回実施している神奈川県観光振興対策協議会の入込観光客数調査の際に行っている満足度アンケートにおいて、「鎌倉に来る前の期待と比べて全体的に満足いただけましたか」との問に対して、「たいへん満足」「やや満足」と答えた人の割合。

いずれも、平成22年度の目標値「80.0%」は高い目標ですが、ひとりでも多くの方に「鎌倉はよかった」と感じていただくことができるよう取り組むことが大切だと考えます。

#### ● 市民の意識

	指標の名称	現状値(17年度)	目標値(22年度)
3	観光都市の魅力と独自性に関する意識(市民意識調査)	76.6%	90.0%

市経営企画課による第3次鎌倉市総合計画基本計画に関する市民意識調査において、「鎌倉市は、観光に高い魅力と独自性のあるまちだと思いますか」との問に対して、「とてもそう思う」「少しそう思う」と答えた人の割合。

平成22年度の目標値「90.0%」は高い目標ですが、住んでいる市民の方が世界に知られた観光都市であることの誇りを持つことが大切だと考えます。

●観光客数など

	指標の名称	現状値(17年)	目標値(22年)
4	観光客数	1,840万人	現状値以上

	指標の名称	現状値(17年)	目標値(22年)
5	鎌倉市内宿泊客数	29.9万人	35.9万人

年4回実施している神奈川県観光振興対策協議会の入込観光客数調査の集計結果です。  
 暦年（1月～12月）単位です。

	指標の名称	現状値(17年)	目標値(22年)
6	海水浴客数	95.8万人	現状値以上

海水浴場開設期間中（6/28-8/31）の観光課集計結果です。

○「観光客数」について

鎌倉の観光客数は、日本有数の観光地として知名度も高いことから、年間2,000万人を越える時期もありましたが、ここ数年は1,800万人前後で推移しています。

鎌倉は、三方を山に一方を海に面した限られた地形であることから、多くの観光客が地域的・季節的・時間的に集中してしまう傾向があり、混雑や交通渋滞によりその満足度が高まらない状況にあります。

同時に、住宅・生活都市として実際に住んでいる市民が感じている「観光客によるマイナスのイメージ」を払拭し、観光客がまちに活力を与える「プラスのイメージ」に転換することも重要な課題となっています。

観光客数については、「何千万人を目標」として数を増やすことを目標とせず、現状休日に集中している観光客を平日に分散したり、新たな魅力を紹介して滞在時間を伸ばしたり、宿泊してゆっくり2日間楽しんでもらうなど、観光客の満足の質を高める観光客数のマネジメント（観光需要の的確な把握と効果的な振興策への展開）に取り組んでいくことが重要であると認識しています。

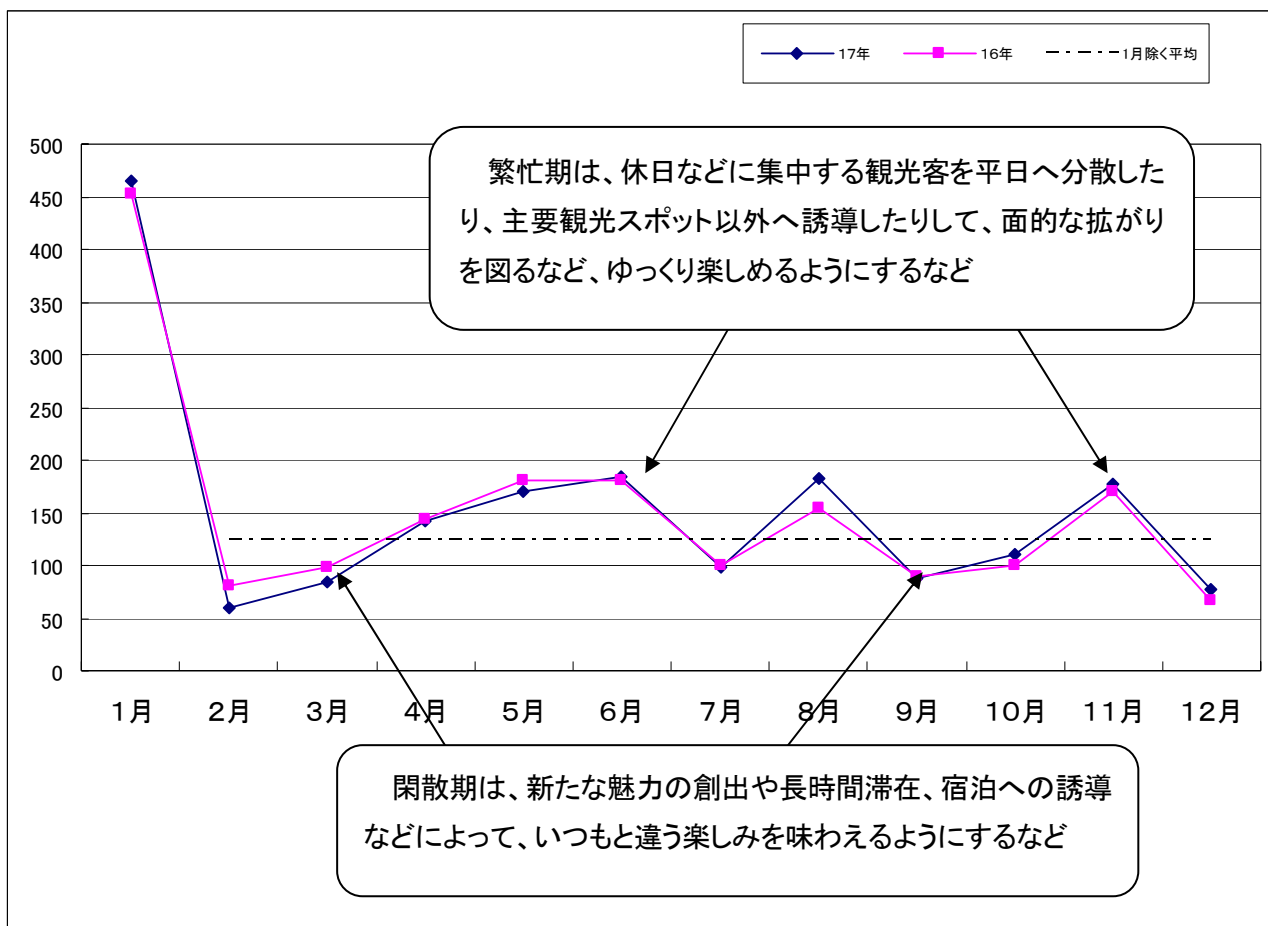
したがって、その数を伸ばす具体的な数値目標は設定しませんが、アクションプランを実施することによって、観光客の満足度が高まれば、必然的にリピーターが増えるなどの効果も期待できるので、「現状値以上」を目標とします。



宿泊客数は、市内の旅館、ホテル及び保養所の年間宿泊客数です。前述のように、長い時間鎌倉を楽しんでいただくためには夜間や早朝の魅力を増やし、結果、宿泊客数を増やすことにつながればと考えます。しかし、現実的には、宿泊施設の収容能力などの課題もあるので、現状値の20%増である35.9万人を目標値とします。

なお、海水浴客数は、鎌倉市の海水浴場として開設している6月28日から8月31日までの65日間の人出を集計しているもので、その年の天候に左右されやすく数値目標を設定するのは難しいことから、魅力ある海水浴場づくりに取り組むことによって「現状値以上」の集客を目指すものとします。また、観光客数と同様に夏の海水浴だけでなく、自然体験や海浜・海洋レクリエーションといった客層の多様化を目指します。

### 観光客の満足の質を高めるイメージ(月別入込み観光客数からみた取り組み例)



### Ⅲ—3 アクションプランの構成

#### (1) アクションプランの項目

具体的なアクションプランとして、3つの目標に対し、合計で10項目の取り組みを定め、以下のとおり整理しました。

いずれも22年度までの前期期間に取り組むものとしていますが、前述したPDCAサイクルの中で、適宜見直しながら取り組むものとします。

#### 目標1 鎌倉らしさにこだわる観光の実現

(わが国を代表する観光都市鎌倉の質の向上)

- ア 鎌倉らしさの再認識と鎌倉らしいもてなしをしよう
- イ いつでも誰もが鎌倉らしさを楽しめるまちにしよう
- ウ 既存観光資源の見直しと新たな魅力を創出しよう
- エ 鮮度の高い情報を積極的に発信・提供しよう

#### 目標2 伝統と快適性が調和した観光空間の実現

(誰もが安全で快適に楽しめる観光空間の整備)

- ア 歴史的遺産やまち並み景観、豊かな自然環境を良好に保全しよう
- イ 安全で快適にまち歩きできるようにしよう
- ウ 清潔できれいなまちにしよう
- エ 市民、観光客双方に快適な交通環境を実現しよう

#### 目標3 地域が一体となった観光振興の連携と推進

- ア 多様な観光主体が一体となって、組織的に観光振興に取り組もう
- イ 本計画の進行管理を行い、進捗状況を積極的に発信しよう

#### (2) 項目別アクションプランの一覧

次ページ以降に、取り組み項目ごとの具体的な内容について、主体別の取り組みやスケジュール、関連する鎌倉市の取り組みを一覧表にして整理しました。

#### ①項目

目標ごとに取り組み項目を整理したものです。

#### ②個別プラン・事業内容

取り組み項目ごとに具体的な取り組み内容を示したもので、全部で38プランとなっています。各プランの具体的な実施方法等は、関連する主体が連携・協力しながら決めて取り組みます。

#### ③主体別の取り組み

個別プランを実施するにあたって、各主体はどのように関わっていくのかを3つのイメージに分けて示しています。 ◎=主体的に ○=支援・協力など △=協力・参加など

#### ④スケジュール

個別プランの実施目標時期を示しています。観光事業者や関係団体、行政（鎌倉市）などそれぞれが、取り組むおおむねの期間を示しています。

#### ⑤関連する鎌倉市の取り組み

22年度までに行政（鎌倉市）が実施する事業を整理したものです。詳細は、資料編にて年度ごとに取り組み内容を示しています。