

## 鎌倉駅周辺地区都市再生整備計画事後評価（原案）に対する意見募集の結果について

## 1 意見募集方法

## (1) 募集期間

平成26年11月4日（火曜日）から12月3日（水曜日）まで

## (2) 原案閲覧及び配付方法

- ・ 鎌倉市ホームページへの掲載
- ・ 経営企画課窓口での冊子閲覧・配付

## 2 意見募集結果

## (1) 意見提出数 2通

## (2) 意見に対する市の考え方

いただきましたご意見については、原文のまま掲載しております。

提出 No.	意見	市の考え方
1	<p>鎌倉市が観光都市を目指しているなら、観光客の満足度を満たす様々な努力が必要であることは勿論だが、一方で住民の居心地の良さも念頭に置かなければならない。</p> <p>その意味から、これまで一部で実施された歩道のカラー化や電線の地中化などは評価される。いずれも今後駅周辺や観光ルートの道路でさらに推し進められるように願いたい。</p> <p>殊に歩道については、従来狭くて凹凸の激しいところが多く、歩行者にも高齢者の自転車にも危険極まりなく、早急に段差をなくしたカラー化が望まれる。</p> <p>道路の問題としては、駅周辺の車も通れる道路を観光客が歩行者天国とでも勘違いしているのか、道の真ん中を大勢で歩行して車の通行を妨げているのが通常であり、このようなところにはカラー歩道を設置するとか、端をあるくよう注意を促す表示をすべきではないか。</p> <p>また、道路事情により交差点と離れた信号停止線のあるような箇所の停止線のペンキが剥げて、他所から来た車が停止場所で停車しないために、交通の混乱を招くことがしばしばであり、消えた交通標識は早く対処すべきではないか。（警察の怠慢かもしれないが）</p> <p>駅西口周辺の整備計画が現在どうなっているか不明だが、ミニバスの停留所を何とか新設することはできないか。市役所前までは距離があり、お年寄りには負担であろう。せつかく駅までバスが乗り入れているのに乗車できないのはなぜか。市民の公益を優先していただきたいと思う。</p>	<p>カラー舗装等による歩行者空間の確保につきましては、事業実施後の残された課題として、引き続き事業実施の必要がある旨を記載しております。今後も歩行者の安全対策を進めていく方針です。</p> <p>また、このほかいただきましたご意見につきましては今後の鎌倉駅周辺地区のまちづくり事業の検討にあたり、参考にさせていただきます。</p>

提出 No.	意見	市の考え方
2	1) 資料1 (概要) P7の表の方で、観光客数の単位を「万人」とすべきところ、「人」になっている(脱字)。	ご指摘いただいた内容のとおり修正いたします。
	2) 観光客数は天候・気候や、休日数・連休のつながり具合等の影響を受けるので、単年度の数字ではなく、基準年前後3年間の(移動)平均値で示すほうがよい。 また、本来は、近隣のライバル観光地(横浜、箱根等)の観光客数の推移のグラフと比較して示すほうが、いっそう明確になる。(例:それぞれの2000年の観光客数を100とした場合の推移として示す、等。)	いただきましたご意見については、今後の事業計画における指標設定の参考にさせていただきます。
	3) 「目標は未達成」であるにも拘わらず、「まあこんなものですよ」といった表現を付記するのは、よくないと思う。PDCAサイクルの趣旨から言っても、いったんダメだった点はダメだったと事実を認めよう(PDCAのC)で、なぜダメだったのか、将来にむけて何か改善できる点はなかったのかどうかを検討(PDCAのA)したことを示すべきである。今の内容では、納税者から「行政はやりっぱなしで反省がない。開き直るばかり」といった批判を受ける可能性がある。 特に、「定性的効果」として示している内容は、単に事業者側の言い分に過ぎない、と、そうした批判に油を注ぐことになる可能性がある。 数字の点で期間内に目標を100%は達成できなかったこと自体は、反省は必要でも、恥じることも隠すべきことでもない。仮にそれを施策の失敗だと位置づけるとして、それが将来の素晴らしい施策につながる経験値となるならば、納税者はむしろ歓迎するだろう。	ご指摘のいただいたとおり、掲げた目標に対して未達成となったものについては、残された課題を明らかにし、改善の方針をまとめる必要があります。そのため、事後評価シートにおいて、まちの課題及び今後のまちづくりの方針を整理し、今後の事業に活かしていくものです。
	4) なお、施策を観光客(特に海外の観光客候補のかたが)にPRして集客を図ったわけではないのだから、そもそも施策効果の即効性は期待できなかったはずで、目標達成度の測定方法自体に無理があったと考えるべきである。例えば、観光案内所で配布している英語版観光ガイドくらいは内容が更新されているかもしれないが、海外で発行されている鎌倉のガイドブックでトイレ改善のことが紹介されたり、小町通りの写真が電線地中化後のものになっていたりしたことを確認したのだろうか?たぶん変わってはいないだろう。だとすれば、トイレの改善や電線地中化がすぐに海外観光客につながるなど、もともと全く期待できないはずのものだ。では、海外の観光ガイドブックの内容更新は諦めるとしても、東京のホテル等に置かれている鎌倉のパンフレットやほとんどのツアーの資料等であれば、せめて内容が更新されているのだろうか?そのための広報活動は十分に行えたのか? 3)に書いたことと表裏一体だが、「施策が観光客誘致に短期間で直結するという目標を掲げたのであれば、広報費用にも予算を十分に割くべきだった」というのがPDCAのCやAになり、それを納税者に対してしっかり伝えるべきなのではないか?	本事業は、鎌倉を訪れた方々に快適に過ごしていただくことを、目標の一つに掲げた事業であり、観光客の満足度をもって、その効果を定量的に測定するものです。 観光客数は補完的な数値指標であり、観光客誘致を直接の事業目的とはしておりませんが、来訪者が快適に過ごすためには、公衆トイレの場所や安全性の高い歩行者空間の情報について周知する必要がありますと考えております。いただきました広報活動等の提案につきましても、今後の鎌倉駅周辺地区のまちづくり事業の検討にあたり、参考にさせていただきます。