

Ⅱ. 観光客がもたらす経済効果調査

観光客と市民との共生を目指して ～観光客がもたらす経済効果調査～

観光・経済研究プロジェクトチーム

鎌倉観光未来Study's

みどり課	岩原 徹（リーダー）
市民相談課	細田 貴紘（サブリーダー）
市民税課	岡山 桂
腰越支所	山戸 麻子
市民健康課	押山 いつみ
保険年金課	芹澤 亜希
再開発課	三浦 祥之介
湘南信用金庫	金澤 靖子
観光商工課	観光担当
政策創造担当	大隅 啓一
	林 浩一

アドバイザー：(株)オイコノミクス計量計画事務所 横山 真吾

目 次

はじめに	107
1 研究の背景	109
1.1 鎌倉観光の特徴と課題	109
1.2 本研究の目的	109
2 観光客の属性・動向・消費行動に関する調査（アンケート調査）	110
2.1 調査の目的	110
2.2 調査概要	110
2.3 調査結果	112
3 観光客実数の推計	118
3.1 推計のフロー	118
3.2 観光客の定義	119
3.3 交通手段ごとの実数推計	119
3.3.1 JR鎌倉駅利用者数の推計	119
3.3.2 その他鉄道、バス、自家用車等利用者数の推計	121
3.3.3 大型観光バス利用者数の推計	122
3.3.4 JR大船駅利用者数の推計	122
3.4 鎌倉市の観光客実数の推計結果と考察	123
4 観光による経済効果の推計	125
4.1 観光消費額の算出	125
4.2 産業連関分析とは	126
4.3 鎌倉観光における経済波及効果の推計	129
5 便益帰着構成表の作成によるメリット・デメリットの考察	134
5.1 便益帰着構成表とは	134
5.2 便益の項目や主体についての検討	134
5.2.1 効果や影響が発生する項目	134
5.2.2 メリット・デメリットを受ける主体	135
5.3 鎌倉観光に関する便益帰着構成表の作成	135
5.3.1 便益帰着構成表の作成	135
5.3.2 便益帰着構成表から読み取れること	137

6	市民と観光客が共存できる施策の提言	138
6.1	これまでの検討結果から明らかになったこと	138
6.2	メンバーによる新たな観光施策の検討	139
6.2.1	多様な主体の参加による観光メニューの開発	139
6.2.2	鎌倉市民が楽しめるライフスタイルの提案とその波及	140
6.2.3	大船で鎌倉観光を体験できるスペースの設置	141
6.2.4	宿泊客の積極的な誘致と広域観光	142
6.2.5	流入制限＋地産地消（地産他消）	144
6.3	アイデアのプレゼンテーション及び提言する施策の決定	145
6.4	施策のプレゼンテーション	146
6.4.1	「観光客とともにつくる鎌倉観光」への提案 ～メモリアルタイルオーナー制度～	146
6.4.2	「鎌倉ライフスタイル」の提案 ～地元を観光しよう！～	156
6.4.3	広域分散型観光を目的とした情報投稿スペースの構築	162
6.5	鎌倉市の観光施策に関する意見交換会	167
	おわりに	169
資料1	アンケート用紙	171
資料2	アンケート調査データ	173
資料3	意見交換会議事録	174

はじめに

この報告書は、平成 25 年度鎌倉市政策創造プロジェクト「鎌倉草創塾」における、一つのプロジェクトチームである「鎌倉観光未来 Study's」が行った研究成果の報告である。

ユネスコ世界文化遺産への登録推薦は取り下げとなったものの、「鎌倉」は国内有数の国際観光都市としての位置付けが変わることはなく、依然として多くの観光客が一年を通じて訪れ続けている。

鎌倉市にとって、今までもそして将来に亘っても、非常に重要な要素である「観光経済」について、政策創造プロジェクトの新たな視点から、調査研究に取り組んだ。

プロジェクトのメンバー構成は、以下のとおりである。

- (1) 鎌倉市職員(副主査研修受講者、公募職員、観光商工課職員及び政策創造担当職員)
 - (2) 湘南信用金庫職員(湘南信用金庫と鎌倉市との間で締結した「共同研究に関する協定書」に基づき参加)
- メンバーの所属は、市民相談課、市民税課、支所、市民健康課、保険年金課、みどり課、再開発課など多岐に亘っており、今まで観光や経済等の分析に関する業務に携わった経験のない人がほとんどであるが、逆にそれを長所として活かすことで、新しい視点やアイデアが創発されるのではないかと考えた。

鎌倉観光未来 Study's の研究テーマは「観光客がもたらす経済効果調査」である。

報告書の第 2 章では、職員自らが（しかもすべてのメンバーが）酷暑の中、街頭に立って実施した観光客へのアンケート調査の結果を整理した。これにより、観光客の詳細な来訪手段や観光消費の細目が明らかになった。

第 3 章では、観光客の実数の推計を試みた。これまでは観光施設等の来訪者の延べ数を立ち寄り地点数で除す方法で推計が行われてきたが、今回はじめて（おそらく全国的にも希有）、主要駅の利用者数の実数をベースにアンケート調査による来訪手段の結果も踏まえて観光客数の実数を推計した。推計結果もさることながら、推計の方法については他地域でも十分に参考となるものになったと思われる。

第 4 章では、観光客の実数と観光消費額の結果をもとに、産業連関分析により、経済波及効果を推計した。分析を担当したのは保険年金課に所属するメンバーで、初めて聞く経済学の専門用語に戸惑いながらも地道に学習し、結果を導きだした。

第5章では、「観光客が鎌倉に来訪する」ことによる効果・影響について、便益帰着構成表という概念を用いて、市民、交通事業者、観光事業者、非観光事業者、行政等の主体毎にメリット・デメリットを整理した。便益帰着構成表は土木工学の分野で登場した概念で交通インフラの整備や首都機能移転などでの利用例は見られるが、観光の側面で利用された例はあまり見られず、新しい試みと言える。

第6章では、「市民と観光客が共存できる施策の提言」として、個々のメンバーがこれまでに学び感じてきたことを踏まえ、「企画提案」としてプレゼンテーションを行った結果を整理した。

「多様な主体の参加」、「市民が楽しめる」、「大船で鎌倉観光を体験」、「広域観光」、「地産地消」など、これからの鎌倉観光を考えていくためのキーワードが数多く登場した。

まだまだ「施策の提案」というレベルには達していないが、個々のメンバーが着目したポイントやアイデアを原石として、今後の観光施策や戦略を考える上での参考になればと思う。

この調査研究を進める中で、基本的な認識や見解の相違、様々な試行錯誤、紆余曲折があったが、メンバー同士の協力や相互支援により、この報告書をまとめるに至った。

アンケート調査、経済分析、便益帰着構成表の作成、プレゼンテーションなど、これまでの業務で取り組んだことのない経験を積み、メンバーは大きく成長したと思う。

以下で、鎌倉観光未来 Study's の研究成果を報告したい。

1 研究の背景

1.1 鎌倉観光の特徴と課題

鎌倉市を訪れる観光客数は、近年1,800万人～2,000万人弱の間を推移しており、神奈川県観光振興対策協議会の入込観光客数調査によれば、平成24年（2013年）、鎌倉市には年間1,974万人の観光客が訪れている。

観光客の増加に伴って観光消費額が増えることは、市内事業者には利益をもたらす、地域経済の活性化につながると考えられており、平成24年（2013年）の観光消費額は約467億円と推計されている。（鎌倉市の観光事情〔平成25年度版〕）

他方で、観光客の増加は、特に鎌倉市の地形的な特徴とも重なって、慢性的な交通渋滞をもたらす、市民が移動に困ったり、救急・消防業務に支障をきたしたりする恐れがある。

また、鎌倉市を訪れる観光客は、初詣や海水浴などの特定の時期に集中したり、鶴岡八幡宮などの特定の場所に集中したりする特徴があり、観光施設周辺の住民が平穏な生活を保つのが難しいという課題がある。最近では、夜間における海水浴場からの音の問題について、近隣市の対応と比較され報道されている。

1.2 本研究の目的

本研究の目的は、以下の3点とする。

（1）鎌倉市を訪れる観光客の実数を推計するとともに、属性、動向、消費行動を明らかにする。

前節で述べた、平成24年（2013年）に鎌倉市を訪問した観光客数1,974万人は、観光地点、観光施設及び観光行事に入り込んだ観光客の延べ数であり、観光客が重複してカウントされる問題が指摘されている。

観光による経済効果は、観光客数を基に推計されるため、観光客数の把握を誤ると、経済効果を過小あるいは過大に評価してしまう可能性がある。

これを避けるため、本研究では、新たな方法により観光客の実数の推計を行うとともに、アンケート調査を行い、観光客の属性、動向、消費行動を明らかにする。

（2）観光客の消費が本市の観光関連事業者にもたらす経済効果を明らかにする。

観光による経済効果について、観光客による消費額にとどまらず、後述する産業連関分析の手法を用いて、観光関連事業者等に波及する効果を含めた額を推計する。

（3）観光客の増加によるメリット・デメリットについて、市民・事業者・観光客に分けて考察する。

一般的に、観光客が増加することにより、市域の経済が活性化すると考えられているが、他方で、観光客の増加による弊害（交通渋滞、ごみ問題等）への意見も少なからず市民意識調査に寄せられており、市民の平穏な日常生活の妨げになっている。

観光に関する取組に対して市民の理解と協力を得るためには、上記（２）で経済効果を明らかにするとともに、観光客が訪れることによるメリットやデメリットを整理し、その帰着先を明らかにする必要があると考える。

これらを提示する指標として、便益帰着構成表を作成する。

２ 観光客の属性・動向・消費行動に関する調査（アンケート調査）

2.1 調査の目的

研究の出発点として、観光客に関する属性、動向、消費行動を明らかにするために、アンケート調査を実施することとした。

実施にあたっては、観光商工課が定期的に行っている観光調査アンケートを基本としながら、以下の項目を追加し、本研究の目的である「観光客の実数推計」及び「観光客の消費がもたらす経済効果の測定」に利用できるものとした。

- （１）観光客が利用する交通手段と移動経路
- （２）観光客が消費する費用の明細

2.2 調査概要

調査手法としては、プロジェクトチームのメンバーが観光地に出向き、観光客に聴き取り法による調査を行った。

なお、観光商工課と共同実施とし、調査場所はプロジェクトチームで独自に設定した。

前節（１）に関して追加した質問項目は、「鎌倉来訪の交通手段」、「市内移動のための交通手段」及び「帰りの交通手段」である（資料１－Q3②）。

また（２）に関して追加した質問項目は、１泊あたりの宿泊費を明らかにするための「宿泊数」（資料１－Q4）、並びに観光客が消費する「飲食費」、「お土産代」、「市内交通費」、及び「レジャー費」について、その詳細を把握するための質問項目である（資料１－Q6①～④）。

（１）日時

平成25年 9月22日（日曜日）10：00～16：00

(2) 場所

鎌倉駅前

北鎌倉駅前

鶴岡八幡宮境内

長谷駅周辺【市観光商工課実施】

(3) 方法

調査員の対面聴き取りによる

(4) サンプル数

379件

(5) 当日の天候等実施状況について

天候は快晴、残暑厳しく30℃を超える気温となった。

3連休の中日ということもあり、各観光スポット、道路とも非常に混雑していた。

写真1 アンケート調査実施の様子（鎌倉駅・西口駅前広場）



写真2 アンケート調査実施の様子（北鎌倉駅・円覚寺側改札周辺）



調査員

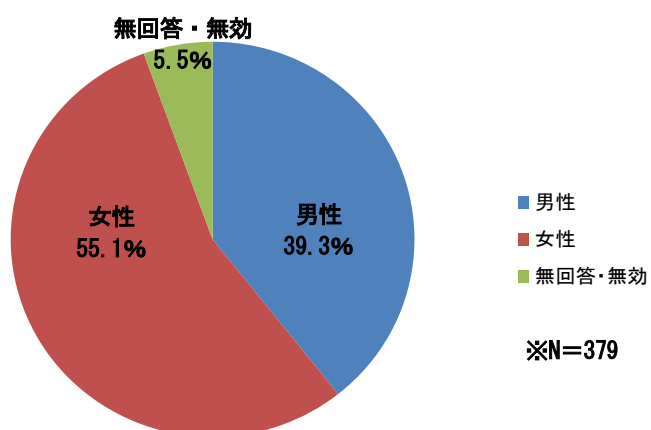
2.3 調査結果

（1）回答者の属性について

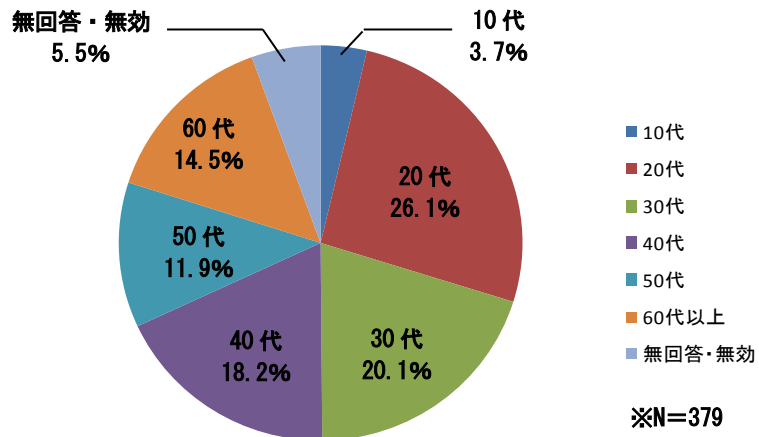
回答者の属性は、図表1～3のとおりであり、次のような特徴が挙げられる。

- ①もっとも多い年代が20代であり、比較的若い世代が訪れている。（図表2）
- ②居住地別では、県内と東京都で58.5%と半数以上を占めている。（図表3）
- ③首都圏以外からの来訪者は26.4%である。（図表3）

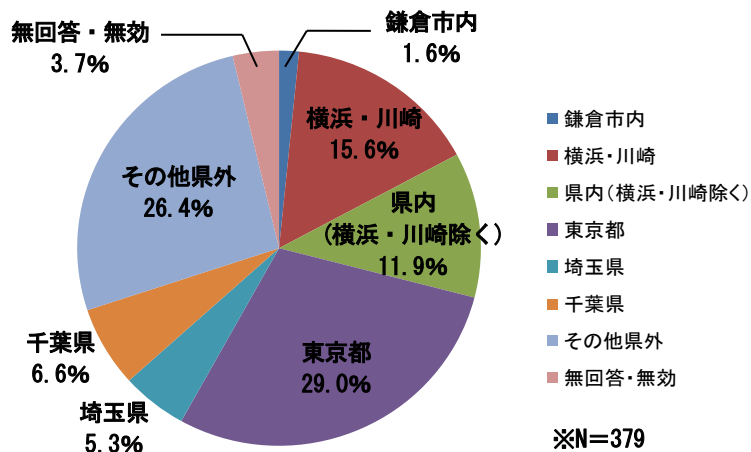
図表1 男女比データ



図表 2 年代別データ



図表 3 居住地別データ

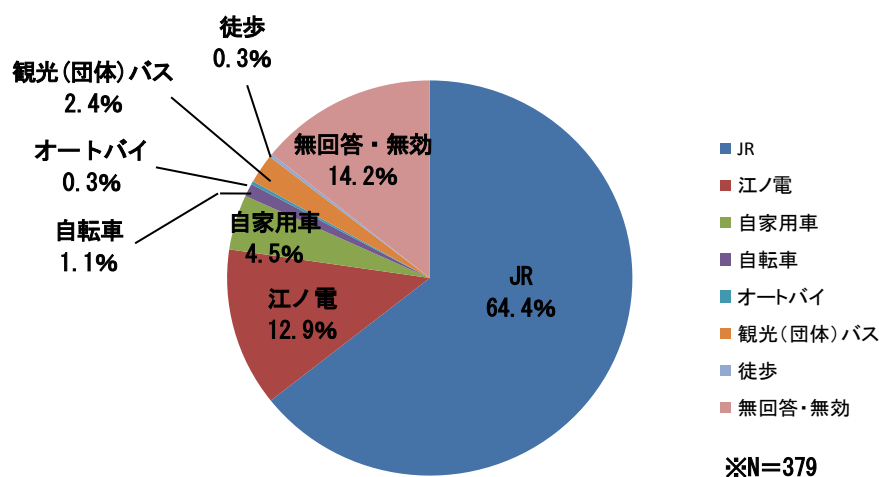


(2) 交通手段データについて

交通手段のデータは、図表4のとおりであり、次のような特徴が挙げられる。

- ①帰宅時の交通手段では、JRを利用する者がもっとも多く、江ノ電を加えると鉄道利用者が観光客全体の約8割になる。

図表4 交通手段データ（帰宅時）



(3) 観光消費額について

観光消費額について、調査結果をまとめたものが図表5であり、日帰り、宿泊別に作成したものが図表6及び図表7である。なお、図表7にまとめたものは、鎌倉市内に宿泊する観光客の調査結果であり、他市に宿泊する観光客は鎌倉観光における日帰り客と整理した。

これらの表の購入者単価のデータを基に、観光消費については、次のようなことが考察される。

- ①観光客の半数近くが、お土産としてお菓子を購入している。
- ②宿泊客は、飲食費とお土産代がほぼ同額であるが、日帰り客は、飲食費がお土産代の約2倍となっている。
- ③宿泊客は、日帰り客と比較して、飲食費で約2倍、お土産代で約3.7倍の金額を消費している。
- ④寺社拝観料から推計すると、宿泊客のうち約半数は寺社を拝観しており、平均で4.1箇所、日帰り客のうち約4割の人が寺社を拝観しており、平均で2.7箇所の寺社を拝観している（1箇所あたりの拝観料300円で計算）。鶴岡八幡宮などの無料で拝観できる寺社を考慮すると、さらに多くの寺社を拝観していると考えられる。

図表5 観光消費額データについて（合計）

費用	回答者平均	購入者単価	購入者数	最小値	最大値	標準偏差
外食代	2,596円	2,921円	319人	420円	40,000円	3,343円
間食代	341円	1,038円	118人	200円	3,600円	687円
飲物代	201円	651円	111人	88円	5,000円	705円
飲食費合計	3,138円	2,973円				
お菓子代	1,090円	2,415円	162人	150円	25,000円	2,587円
農産物	8円	933円	3人	800円	1,000円	115円
水産物	14円	1,667円	3人	500円	3,500円	1,607円
加工品	131円	2,931円	16人	400円	15,000円	4,016円
工芸品	175円	3,938円	16人	500円	18,000円	4,549円
小物等	165円	2,110円	28人	300円	12,600円	2,495円
お土産代合計	1,582円	1,499円				
市内交通費	396円	947円	150人	190円	7,000円	900円
寺社拝観料	351円	836円	151人	100円	7,000円	859円
入館料	32円	600円	19人	200円	1,200円	338円
レジャー費合計	383円	363円				
費用合計	5,500円					

回答者数：359人

図表6 観光消費額データについて（日帰り）

費用	回答者平均	購入者単価	購入者数	最小値	最大値	標準偏差
外食代	2,479円	2,802円	307人	420円	40,000円	3,202円
間食代	347円	1,038円	116人	200円	3,600円	693円
飲物代	204円	649円	109人	88円	5,000円	711円
飲食費合計	3,030円	2,873円				
お菓子代	989円	2,258円	152人	150円	25,000円	2,481円
農産物	8円	933円	3人	800円	1,000円	115円
水産物	14円	1,667円	3人	500円	3,500円	1,607円
加工品	121円	2,793円	15人	400円	15,000円	4,118円
工芸品	161円	3,733円	15人	500円	18,000円	4,632円
小物等	153円	2,042円	26人	300円	12,600円	2,517円
お土産代合計	1,447円	1,372円				
市内交通費	382円	941円	141人	190円	7,000円	921円
寺社拝観料	342円	818円	145人	100円	7,000円	865円
入館料	33円	600円	19人	200円	1,200円	338円
レジャー費合計	375円	355円				
費用合計	5,234円					

回答者数：347人

図表 7 観光消費額データについて（鎌倉市内に宿泊）

費用	回答者平均	購入者単価	購入者数	最小値	最大値	標準偏差
外食代	5,967円	5,967円	12人	2,000円	20,000円	5,235円
間食代	167円	1,000円	2人	1,000円	1,000円	0円
飲物代	125円	750円	2人	500円	1,000円	354円
飲食費合計	6,258円	5,777円				
お菓子代	4,000円	4,800円	10人	1,000円	10,000円	3,120円
農産物	0円		0人	0円	0円	
水産物	0円		0人	0円	0円	
加工品	417円	5,000円	1人	5,000円	5,000円	
工芸品	583円	7,000円	1人	7,000円	7,000円	
小物等	500円	3,000円	2人	1,000円	5,000円	2,828円
お土産代合計	5,500円	5,077円				
市内交通費	783円	1,044円	9人	400円	2,000円	480円
寺社拝観料	625円	1,250円	6人	500円	2,000円	612円
入館料	0円		0人	0円	0円	
レジャー費合計	625円	577円				
費用合計	13,167円					

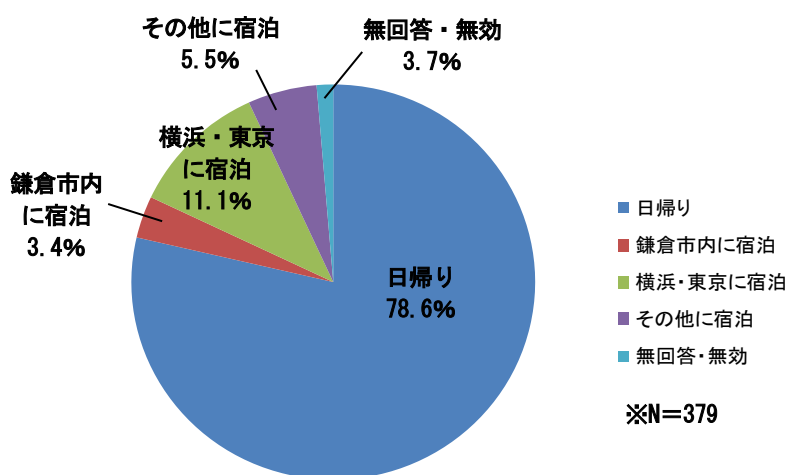
回答者数：12人

(4) その他、アンケートから明らかになったこと

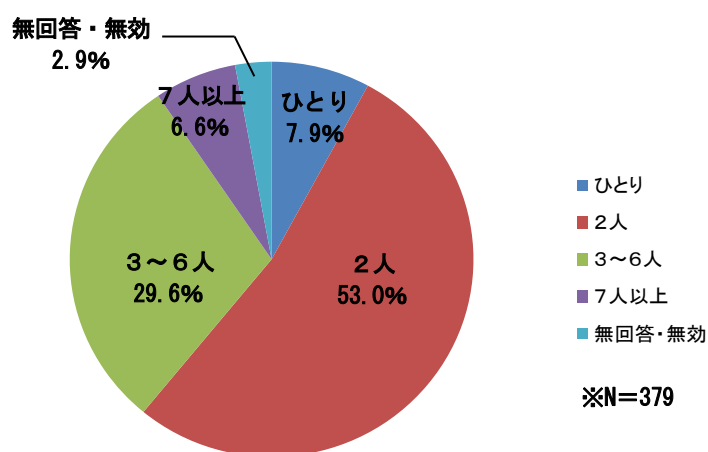
日帰り・宿泊等、及び同行人数のデータは、図表8及び9のとおりであり、次のような特徴が挙げられる。

- ①宿泊客は観光客全体の2割程度であるが、鎌倉市内に宿泊する者は観光客全体の3.4%しかおらず、宿泊客の大半は市外に宿泊している。(図表8)
- ②同行人数は2人が多く、半数以上を占めていた。(図表9)

図表8 日帰り・宿泊等データ



図表9 同行人数データ



3 観光客実数の推計

第1章でも触れたとおり、これまでの統計の多くは観光客の入込数を採用しており、複数の観光地点を回る観光客についての重複カウントを解消することが課題となっていた。

この課題を解決するため、観光客数の実数を新たな手法で推計することが、本研究の目的のひとつとなっており、以下のとおり推計を実施した。

3.1 推計のフロー

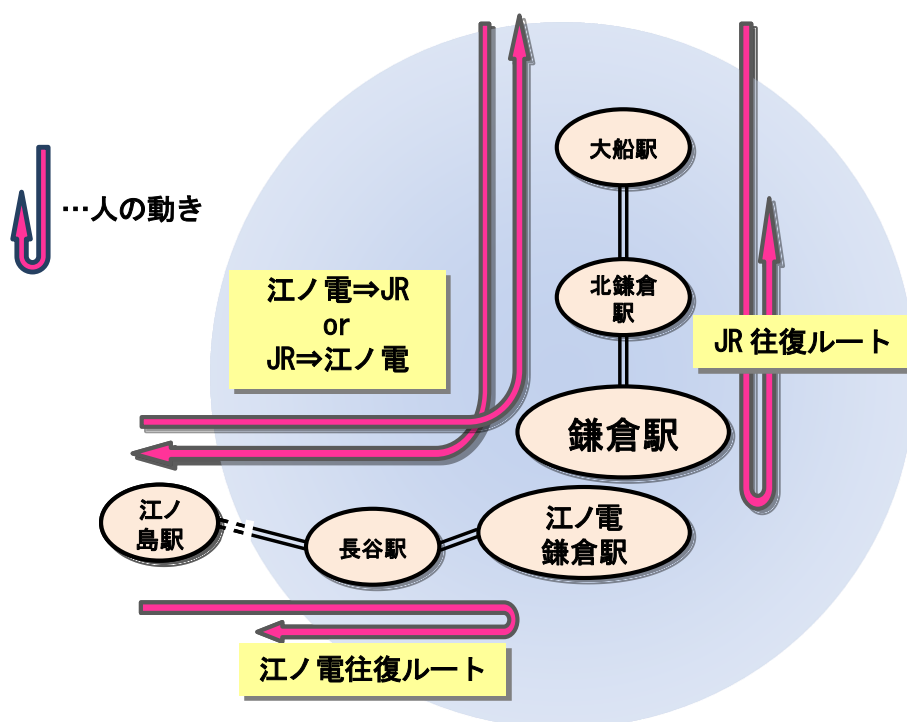
鎌倉を訪れる観光客数の実数は、以下のとおり、利用する交通手段ごとに利用者数を推計し、それらの数値を積み上げて算出することとする。

$$\begin{array}{l}
 \boxed{\text{JR 鎌倉駅利用者数}} + \boxed{\text{その他鉄道、バス、自家用車等利用者数}} \\
 + \boxed{\text{大型観光バス利用者数}} + \boxed{\text{JR 大船駅利用者数}} = \boxed{\text{鎌倉市の観光客実数}}
 \end{array}$$

推計にあたっては、利用者数の重複カウントを避けるため、鎌倉観光を終えて「帰るとき」の交通手段ごとの利用者数をカウントする。

なお、鎌倉市内の主な鉄道駅、及び鉄道利用で想定される経路は、図表10のとおりである。

図表10 鉄道を利用する観光客の経路について



3.2 観光客の定義

世界観光機関（UNWTO）は、観光客を「ビジネス、レジャーあるいはその他個人的な目的で、1年未満の期間、非日常圏に移動する旅行者」と定義している。

この定義に基づくと、いわゆる古都鎌倉を観光する者だけではなく、たとえばビジネス目的で大船を訪れる者も鎌倉市の観光客とみることができ、本研究でもこの立場を取ることとする。

3.3 交通手段ごとの実数推計

3.3.1 JR鎌倉駅利用者数の推計

観光客数の実数推計をするにあたり、まず、鎌倉観光を終えて帰るときにJR鎌倉駅を利用する者の人数を推計する。推計にあたっては、JR東日本から公表されている乗車数データを活用することとする。

（1）観光客利用者数の抽出

観光客の利用者数を抽出するため、JR鎌倉駅の乗車総数から、定期利用者及び「観光客ではない定期以外利用者」の人数を減じることとする。

観光客利用者数	=	乗車総数 15,343,870 人	－	定期利用者数 7,042,675 人	－	観光客ではない 定期以外利用者
---------	---	----------------------	---	-----------------------	---	--------------------

乗車数データ：鎌倉市の観光事情〔平成25年度版〕

乗車総数から定期利用者数を減じるだけでは、定期を利用しないで鎌倉を出る者（例：市民の買い物による外出）の影響を除外できないため、観光客ではない定期以外利用者の人数を推計する必要がある。

(2) 観光客ではない定期以外利用者数の推計

前述した観光客ではない定期以外利用者の人数を推計するために、「観光客が訪れない駅においては、定期利用者と定期以外利用者の比率は同程度になる」と仮定した。

この仮定に基づき、観光客の利用が少ないと思われる近隣の駅を参考に、定期利用者に対する定期以外利用者の割合を求めたところ、図表8のとおり、平均で43.9%という値が算出された。

図表11 各駅の乗車数（1日平均）及び定期利用者に対する定期以外利用者の割合

近隣駅	定期以外 (A)	定期 (B)	合計 (A+B)	定期利用者に対する 定期以外利用者の割合 (A/B)
東戸塚	16,423	41,385	57,808	39.7%
根岸	6,472	14,224	20,696	45.5%
港南台	10,177	22,925	33,102	44.4%
本郷台	6,050	13,092	19,142	46.2%
平均値				43.9%

資料) JR東日本：各駅の乗車人員（2012年度）

ここで算出した43.9%を「観光客が訪れない場合の、定期利用者に対する定期以外利用者の割合」と仮定して、JR鎌倉駅の定期利用者数に乘じ、観光客ではない定期以外利用者数を3,094,955人と推計した。

観光客ではない 定期以外利用者数	=	定期利用者数 7,042,675 人	×	近隣駅の平均値 43.9%	=	3,094,955 人
---------------------	---	-----------------------	---	------------------	---	-------------

(3) 観光客利用者数の推計

上記(1)(2)の結果より、JR鎌倉駅の観光客利用者数は、年間5,206,240人と推計した。

乗車総数 15,343,870 人	−	定期利用者数 7,042,675 人	−	観光客ではない 定期以外利用者数 3,094,955 人	=	JR 鎌倉駅利用者数 5,206,240 人
----------------------	---	-----------------------	---	------------------------------------	---	---------------------------

3.3.2 その他鉄道、バス、自家用車等利用者数の推計

その他鉄道、バス、自家用車等の利用者数については、第2章で行ったアンケート調査の結果より、JR鎌倉駅利用者数に対する各々の交通手段利用者数の割合を算出し、推計を行った。

交通手段ごとの推計結果は、図表12のとおりである、

図表12 その他鉄道、バス、自家用車等利用者数の推計値（年間）

交通手段	JR鎌倉駅利用者数 に対する割合	利用者数推計値（※）
JR北鎌倉駅	1.5%	76,562人
江ノ電鎌倉駅	22.0%	1,148,435人
路線バス	0.5%	25,521人
自家用車	8.3%	433,853人
バイク	0.5%	25,521人
自転車	2.0%	102,083人
徒歩	1.0%	51,042人

※JR鎌倉駅利用者数の推計値（5,206,240人）に図表中の割合を乗じた数が、利用者数推計値とは一致しないが、これは割合を小数点第一位までの表記としているためである。

3.3.3 大型観光バス利用者数の推計

前章で行ったアンケート調査は休日に実施したものであるが、大型観光バスで訪れる修学旅行生などは、平日に訪れることが多いと考えられるため、前述の推計方法によるのではなく、大型観光バスが駐車可能である駐車場に聴き取り調査を行った。

なお、重複カウントを避けるため、鎌倉を大型観光バスで訪れる人が必ず立ち寄るであろう、鶴岡八幡宮周辺のみを調査対象とした。

調査の結果は図表13のとおりであり、大型観光バスで鎌倉を訪れる観光客数は、年間306,000人と推計された。

図表13 大型観光バス利用者数の推計（年間）

駐車場	大型車室	年間駐車台数
鶴岡八幡宮・参拝者駐車場	8	4,000台
鎌倉有料駐車場	8	3,650台
合計（A）		7,650台
大型観光バスの平均乗車人数（B）		40人（※）
大型観光バスによる観光客数（A×B）		306,000人

※「北海道観光入込客数調査要領」（北海道経済部観光局）による

3.3.4 JR大船駅利用者数の推計

前述のとおり、本研究では、JR大船駅を利用する者の中にも一定数の観光客は含まれると考えるが、JR鎌倉駅利用者数と同じ方法により推計を行い、年間2,817,898人と推計した。

乗車総数 34,790,705 人	－	定期利用者数 22,211,710 人	－	観光客ではない 定期以外利用者数 9,761,097 人	=	JR 大船駅利用者数 2,817,898 人
----------------------	---	------------------------	---	------------------------------------	---	---------------------------

3.4 鎌倉市の観光客実数の推計結果と考察

(1) 観光客実数の推計結果

交通手段ごとに推計した観光客数を積み上げた結果、鎌倉市の観光客実数の推計結果は、年間10,193,155人となった。

図表14 交通手段ごとの観光客実数推計値（年間）

交通手段	利用者数推計値（※）
JR鎌倉駅	5,206,240人
JR北鎌倉駅	76,562人
江ノ電鎌倉駅	1,148,435人
路線バス	25,521人
自家用車	433,853人
バイク	25,521人
自転車	102,083人
徒歩	51,042人
大型観光バス	306,000人
JR大船駅	2,817,898人
合計	10,193,155人

(2) 他の調査との比較

本研究で推計した鎌倉市の観光客実数は、「鎌倉市の観光事情〔平成25年度版〕」における実観光客数の推計値である年間7,742,424人（※1）と比較して、約245万人多くなっている。

※1 神奈川県入込観光客調査による延観光客数19,743,182人を、来訪者アンケートにより把握した平均立寄り地点数2.55で除した人数

一方、「鎌倉市の観光事情〔平成25年度版〕」においては、鶴岡八幡宮の観光客数を年間10,827,692人（※2）とするデータも示されており、鎌倉市域全体の観光客実数を推計した本研究の値は低めに算出された可能性も考えられる。

※2 カウント調査をもとに推計した人数

（３）大船を訪れる観光客について

「鎌倉市の観光事情〔平成25年度版〕」において、大船駅周辺の観光地としては唯一、県立フラワーセンターの延観光客数を年間約21万人と示しているが、本研究では、JR大船駅乗車数のうち年間約280万人を観光客と推計している。

いわゆる古都鎌倉の地域と比較して、観光地が乏しいと考えられる大船地域であるが、大船駅のビジネス利用者等を観光客と捉えることは、第２節で述べた世界観光機関(UNWTO)が定める観光客の定義にも矛盾しておらず、大船地域における観光施策を推進させることは、鎌倉市にとって意義あるものと考えられる。

4 観光による経済効果の推計

本章では、前章で推計した「観光客実数の推計結果」やアンケート調査から明らかになった「観光客の消費単価」を基に、産業連関分析の手法を用いて、経済効果の推計を行う。

4.1 観光消費額の算出

図表15及び16の基礎データを基に、図表17のとおり、観光消費額の算出を行った。

図表15 観光客数（年間）

観光客実数	10,193,155 人
うち宿泊	319,000 人
うち日帰り	9,874,155 人

図表16 消費単価額

費用	宿泊	日帰り
農産物	0 円	8 円
水産物	0 円	14 円
お菓子・加工品	4,417 円	1,110 円
工芸品・小物	583 円	314 円
市内交通費	783 円	382 円
寺社拝観料	625 円	342 円
入館料	0 円	33 円
飲食費	6,258 円	3,030 円
宿泊費	15,438 円／回	

図表17 観光消費額（観光客数×消費単価額）

費用	宿泊	日帰り	合計
農産物	0 百万円	80 百万円	80 百万円
水産物	0 百万円	142 百万円	142 百万円
お菓子・加工品	1,409 百万円	10,961 百万円	12,370 百万円
工芸品・小物	186 百万円	3,104 百万円	3,290 百万円
市内交通費	250 百万円	3,776 百万円	4,026 百万円
寺社拝観料	199 百万円	3,377 百万円	3,577 百万円
入館料	0 百万円	324 百万円	324 百万円
飲食費	1,996 百万円	29,921 百万円	31,918 百万円
合計	4,041 百万円	51,685 百万円	55,726 百万円

4.2 産業連関分析とは

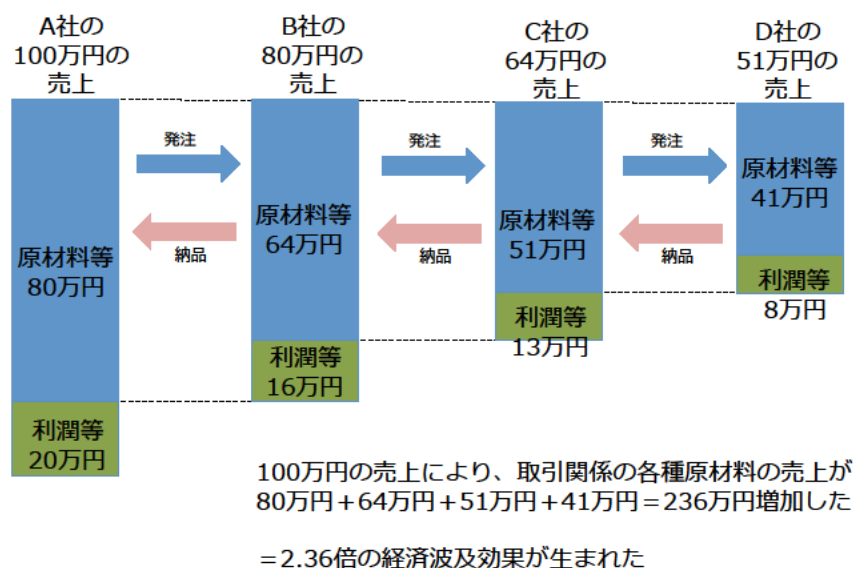
(1) 経済波及効果のイメージ

ある産業に新たな需要が生じたとき、その需要を満たすために行われる生産は、需要が生じた産業だけではなく、原材料等の取引を通じて関連する他の産業にも波及する。

また、これらの生産活動の結果生じた雇用所得は、消費支出となって新たな需要を生み、さらに生産を誘発していくことになる。

これらが、経済波及効果と呼ばれているものであり、産業連関表から算出される各種係数を用いて計算することができる。

図表18 経済波及効果のイメージ



(2) 産業連関表とは

産業連関表は一定地域、一定期間における生産活動を通じた産業相互間や産業と家計間などの経済取引を金額で表した表である。地域内経済構造のほか、消費や投資などの最終需要の変化が地域内の生産や移輸入に及ぼす影響がわかるので、経済政策の効果測定などを行う際の資料として利用できる。

生産者価格評価表、投入係数表、逆行列係数表の3種類の表があり、生産者価格評価表を基に計算することで他の2表が作られている。

(3) 生産者価格評価表

生産者価格評価表とは、生産活動を通じた産業相互間や産業と家計間などの経済取引を表した表である。

表を縦方向にみることによって、「その生産物を生産するために、原材料や人件費等をどれだけ購入したか」を読み取ることができ、横方向にみることによって、「その生産物がどこへ販売されたか」を読み取ることができる。

図表19 生産者価格表の構造

- ・取引基本表を縦にみると、各産業の投入（費用）の構成がわかる
- ・取引基本表を横にみると、各産業の産出（販路）の構成がわかる

取引基本表		a1	a2	a3	a4	a5	Σa	d1	d2	d3	d4	d5	d6	Σd	E	I	T
		農業	漁業	食品加工業	製造業	サービス業	内生部門計	家計外消費支出	民間消費支出	一般政府消費支出	公的資本形成	民間資本形成	在庫純増	域内最終需要	域外移輸出	域外移輸入	域内総生産額
b1	農業																
b2	漁業																
b3	食品加工業																
b4	製造業																
b5	サービス業																
Σb	内生部門																
v1	家計外消費支出																
v2	雇用者所得																
v3	営業余剰																
v4	資本減耗引当																
v5	税金																
v6	(控除) 補助金																
Σv	粗付加価値部門																
T	域内総生産額																

投入構造 $\Sigma b + \Sigma v = T$
産出構造 $\Sigma a + \Sigma d + E - I = T$

取引基本表		a1	a2	a3	a4	a5	Σa	d1	d2	d3	d4	d5	d6	Σd	E	I	T
		農業	漁業	食品加工業	製造業	サービス業	内生部門計	家計外消費支出	民間消費支出	一般政府消費支出	公的資本形成	民間資本形成	在庫純増	域内最終需要	域外移輸出	域外移輸入	域内総生産額
b1	農業																
b2	漁業																
b3	食品加工業																
b4	製造業																
b5	サービス業																
Σb	内生部門																
v1	家計外消費支出																
v2	雇用者所得																
v3	営業余剰																
v4	資本減耗引当																
v5	税金																
v6	(控除) 補助金																
Σv	粗付加価値部門																
T	域内総生産額																

内生部門

企業間の商品やサービスの取引を表す部門

域内最終需要部門

商品・サービスの最終的な販売先+在庫+資本ストック

移輸出

移輸入

域内生産額

粗付加価値部門

内生部門以外の生産活動に必要な経費及び余剰

同じ金額になる

(4) 投入係数表

投入係数とは、「ある産業で1単位の生産物を生産するのに必要な諸部門からの投入量」を表したものである。投入係数表は生産者価格評価表の各部門を縦軸にみて、各々の投入額をその列合計である生産額で割ることにより求められる。

投入係数表は、係数をみて投入構造の分析のほか、逆行列係数表を求めるために使われている。

(5) 逆行列係数表

逆行列係数とは、ある部門に最終需要が1単位生じた場合に各部門の生産額が何単位誘発されるかを示す係数であり、逆行列係数に最終需要額を乗じると生産誘発額を求めることができる。逆行列係数表は、この係数を産業別の一覧で示した表で、投入係数表から作成する。

以上3つの産業連関表から経済波及効果を分析することができる。

図表20 経済波及効果の計算の流れと計算式



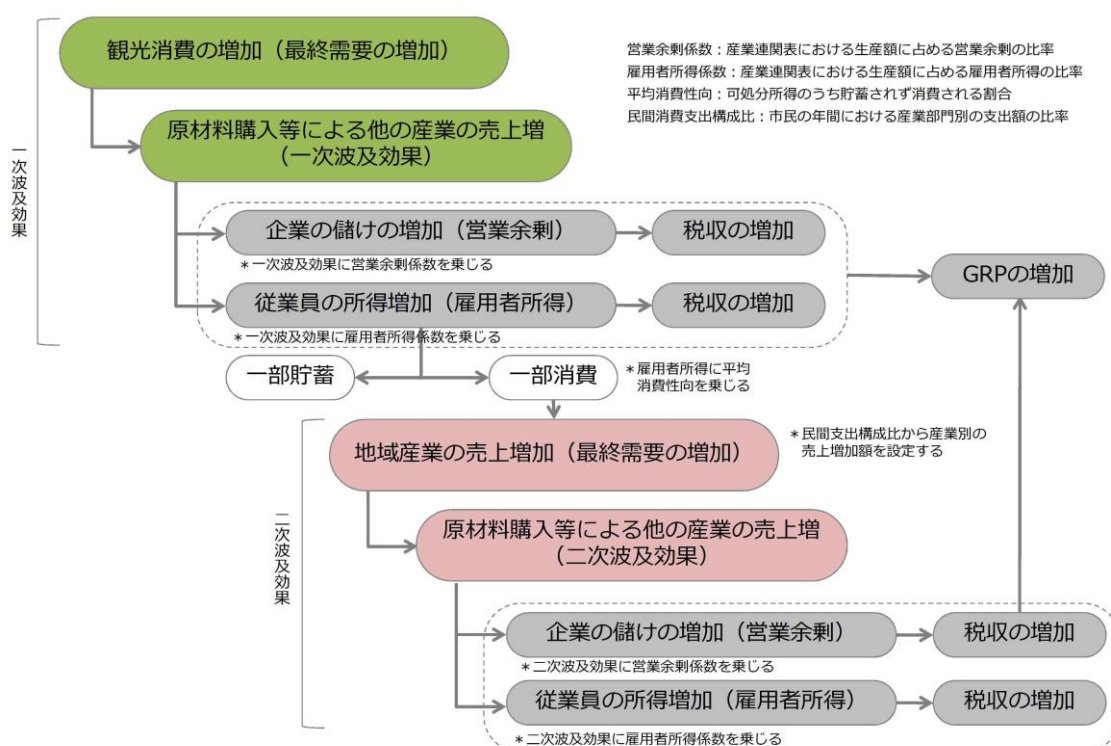
4.3 鎌倉観光における経済波及効果の推計

日本における産業連関表（産業連関分析を表化したもの）の作成状況は、5年に1度総務省で日本全体の産業連関表を作成している。また、総務省の作成にあわせ、都道府県版の産業連関表も作成されている。神奈川県では昭和55年（1980年）から5年ごとに、主に県内の産業間の取引関係がわかる地域内表を作成しており、平成17年（2005年）のほか、平成20年（2008年）産業連関表延長表を公表している。

本研究では、平成17年（2005年）神奈川県産業連関表を基に、より新しいデータを反映させた「平成20年神奈川県産業連関表（延長表）」（平成20年（2012年）11月に公表）を利用している。

本章第1節において算出した観光消費額を基に、前節で述べた産業連関分析の手法を用いて、鎌倉市における観光客がもたらす経済効果を推計する。

図表21 産業連関分析による効果算定の流れ



なお、第2節で示したように、産業連関分析においては、地域の各産業の経費や粗付加価値構造の比率を示す投入係数や、投入係数をもとに計算される逆行列係数が必要となるが、鎌倉市の場合は市の産業連関表を作成していないため、便宜的に以下の仮定のもと観光による鎌倉市内への経済波及効果を推計する。

仮定① 神奈川県と鎌倉市では産業別の経費や付加価値の構成比が等しいと仮定

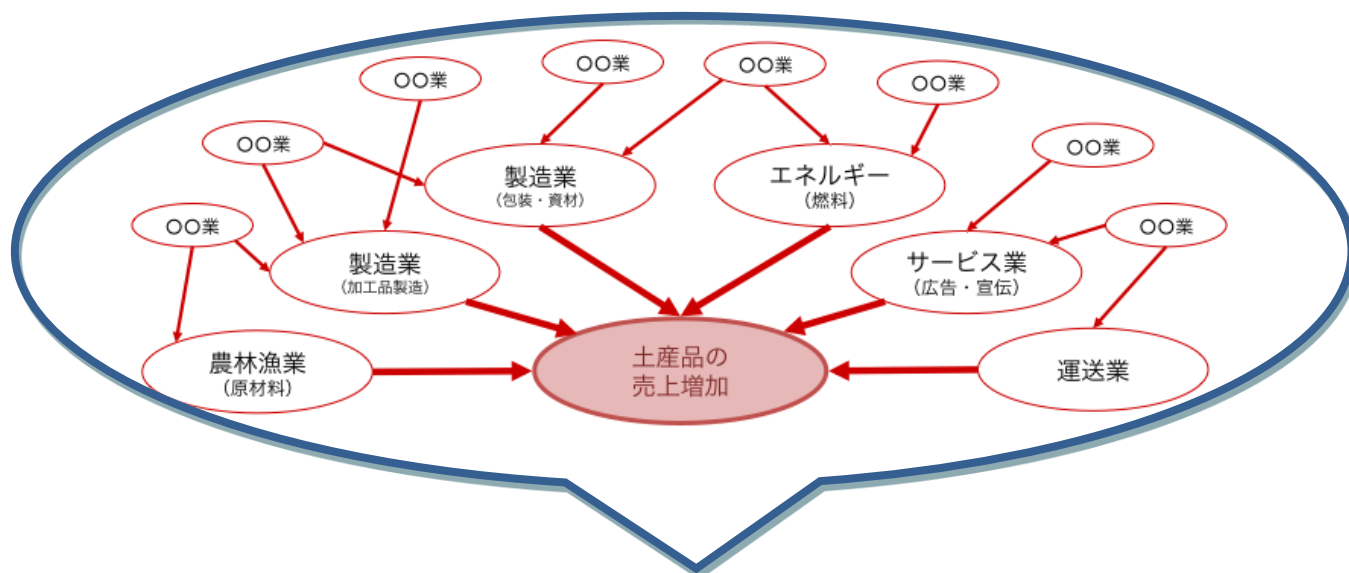
仮定② 神奈川県と鎌倉市では産業別の移入率と移出率が等しいと仮定

(1) 一次波及効果の推計結果

一次波及効果とは、直接効果による関連産業との取引増加額、つまり関連産業の売上の合計を指す。

なお、直接効果は、図表17に示した観光消費額の合計額55,726百万円を用いる。

直接効果	×	逆行列係数	=	一次波及効果
55,726百万円	×	逆行列係数（107部門）	=	72,860百万円

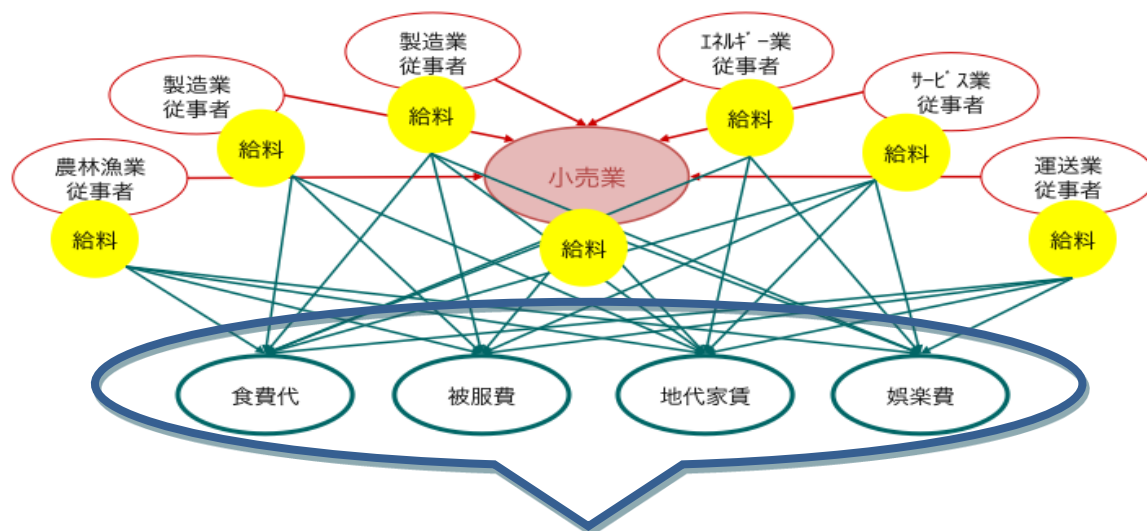


観光客による一次波及効果は72,860百万円となる

(2) 二次波及効果の推計結果

二次波及効果とは、一次波及効果の雇用者所得が消費に転換することで発生する経済効果を指す。

一次波及額	×	雇用者所得係数	=	雇用者所得増分
72,860百万円	×	雇用者所得係数(107部門) * 投入係数表の雇用者所得比率	=	18,853百万円
↓				
雇用者所得増分	×	平均消費性向	=	消費増分
18,853百万円	×	72%	=	13,574百万円
↓				
消費増分	×	民間消費支出構成比	=	部門別民間消費増分
13,574百万円	×	生産者価格評価表(107部門)	=	13,574百万円
↓				
部門別民間消費増分	×	逆行列係数	=	二次波及効果
13,574百万円	×	逆行列係数表(107部門)	=	16,867百万円



観光客による二次波及効果は16,867百万円となる

(3) 営業余剰、雇用者所得の増加推計

① 営業余剰

営業余剰は営業利潤の増加を指し、「一次波及効果」と「二次波及効果」の合算額に「営業余剰係数」を乗じて求める。

$$\begin{array}{rcl} \boxed{\text{一次波及額}} & & \\ + & \times & \boxed{\text{営業余剰係数}} = \boxed{\text{営業余剰}} \\ \boxed{\text{二次波及額}} & & \\ 89,728\text{百万円} & \times & \text{営業余剰係数 (107部門)} = 5,042\text{百万円} \\ & & * \text{投入係数表の営業余剰比率} \end{array}$$

② 雇用者所得の増加

雇用者所得は雇用されている者に対して、労働の報酬として支払われる一切の所得のことを指す。

計算方法としては、「二次波及効果」の額に「雇用者所得係数」を乗じて「二次波及による雇用者所得増分」を求めた後、前項で求めた「二次波及による雇用者所得増分」と合算し、観光による雇用者所得の増加を推計する。

$$\begin{array}{rcl} \boxed{\text{二次波及額}} & \times & \boxed{\text{雇用者所得係数}} = \boxed{\text{二次波及による雇用者所得増分}} \\ 16,867\text{百万円} & \times & \text{雇用者所得係数 (107部門)} = 4,101\text{百万円} \\ & & * \text{投入係数表の雇用者所得比率} \end{array}$$



$$\begin{array}{rcl} \boxed{\text{一次波及による雇用者所得増分}} & + & \boxed{\text{二次波及による雇用者所得増分}} \\ 18,853\text{百万円} & + & 4,101\text{百万円} \end{array}$$



雇用者所得増加額

22,954百万円

(4) 雇用者数の増加

前項で求めた「雇用者所得増加額」に「雇用係数」を乗じて雇用者数の増加を推計する。

$$\begin{array}{rclcl} \boxed{\text{雇用者所得増加額}} & \times & \boxed{\text{雇用係数}} & = & \boxed{\text{雇用者増加人数}} \\ 22,954\text{百万円} & \times & \text{雇用表 (107部門)} & = & 8,890\text{人} \end{array}$$

以上、アンケート調査を基に算出した観光消費額から推計された経済波及効果により、雇用者数の増加は8,890人と推計する。

(5) 個人市民税の推計

$$\begin{array}{rclcl} \boxed{\text{雇用者所得増加額}} & \times & \boxed{\text{市民税税收係数}} (\%) & = & \boxed{\text{個人市民税額}} \\ 22,954\text{百万円} & \times & 4.5\% & = & 1,033\text{百万円} \end{array}$$

※ 市民税税收係数とは、鎌倉市における平成20年から平成25年までの6年間の各年について、個人所得額から市民税額の割合を算出した平均値である。市民税額の賦課において各人の所得控除額が異なるため、所得の増加額に一律に税率を乗じて個人市民税額を推計すると、精度の低い推計値となる。

なお、法人市民税については、法人税（国税）の税額をもとに賦課されるため、精度の高い推計ができないと判断し、本研究では経済効果の推計を割愛したが、法人市民税においても、観光客来訪による増収効果があるのではないかと推察される。

参考文献

神奈川県ホームページ（2014年2月21日アクセス）

<http://www.pref.kanagawa.jp/uploaded/attachment/500902.pdf>

5 便益帰着構成表の作成によるメリット・デメリットの考察

観光に関する取組に対して市民の理解と協力を得るためには、観光による経済効果を明らかにするとともに、観光客が訪れることによるメリットやデメリットを整理し、その帰着先を明らかにする必要があると考える。

これらを提示するため、本章では便益帰着構成表を作成し、その考察を行う。

5.1 便益帰着構成表とは

便益帰着構成表とは、ある事象が発生することにより、メリット・デメリットを受ける主体（市民、行政、事業者など）を決定し、各主体が受ける「効果」や「影響」を「定量的」及び「定性的」に評価するために用いる表である。

たとえば、観光客の増加により観光消費額が増加すれば、区域内の経済活動の活性化や税収の増加というプラスの効果や影響が想定される一方で、観光施設への設備投資や交通渋滞の悪化等、マイナスの効果や影響が生じる可能性が想定される。

このように、各主体にとって、どのようなメリット・デメリットがあるのかを想定し、その効果や影響の評価を表に示したものが、便益帰着構成表である。

5.2 便益の項目や主体についての検討

5.2.1 効果や影響が発生する項目

観光客が鎌倉市を訪れることにより、様々な効果や影響が発生することが考えられるが、その中で数値化して客観的に表すことのできるものを「ア 定量的効果項目」に、具体的には数値化できないが、効果や影響が発生するものを「イ 定性的効果項目」に決定した。

ア 定量的効果項目

○観光関連消費

観光事業者・商店等への経済効果、経済波及効果による非観光事業者の経済活動への影響

○ごみ処理費（市で回収する拠点ごみ箱の処理費用）

観光ごみの一部は市税によって処理されている。ごみの量が増加すれば市民の負担が増加するが、ごみ処理事業者の収益や雇用促進にはつながる

○観光関連の公費支出

観光客誘致にかかる、設備投資や広報等の関連事業費（委託・直営等）が増え、人件費等にも影響する

○税収（個人市民税）

個人商店主が多く、売り上げの増加は税収増加につながる

○営業余剰の増加

一次・二次経済波及効果による経済活動の活性化

○雇用者所得 } 観光消費増による雇用促進効果はどのくらいあるか
○雇用者数 }

イ 定性的効果項目

○交通渋滞による移動時間の増加

○観光関連商品・サービスの価格 } 鎌倉の認知度やネームバリューが上がり、
○地価・地代の上昇 } 付加価値が生じる可能性がある

5.2.2 メリット・デメリットを受ける主体

前項で決定した項目について、効果や影響を受ける主体を決定した。

- 市民 ー交通渋滞、観光ごみ処理費用の負担等、観光産業の活性化による雇用者所得の増加
- 交通事業者 ー利用者増による収益増、設備投資や維持管理費の負担増、交通渋滞による影響
- 観光事業者 ー利用者増による収益増、設備投資や新商品開発等にかかる投資の増加
- 非観光事業者ー観光産業が活性化することでの二次的経済波及効果、交通渋滞等による非効率化
- 寺社 ー観光資源ではないが「鎌倉らしさ」の象徴的存在、拝観料収入増、維持管理費にかかる負担増、檀家との兼ね合い
- 地主 ー「住みたいまち」としての価値があがり、転入者・進出企業が増えれば、地価の上昇により収入増、固定資産税への影響
- 行政 ー施策費・人件費・補助金負担等の公費負担への影響、仕事量の増加

5.3 鎌倉観光に関する便益帰着構成表の作成

5.3.1 便益帰着構成表の作成

観光客が訪れることにより発生するメリット・デメリットについて、「項目」やそれから効果や影響を受ける「主体」を検討してきたが、効果や影響の数値及びプラス・マイナスを推計し、表にまとめたものが次の図表 22 である。

図表 22 鎌倉観光に関する便益帰着構成表

便益帰着構成表(鎌倉観光版)		単位：百万円									
項目	主体	区分	計算方法	市民	交通事業者	観光事業者	非観光事業者	寺社	地主	行政	合計
観光関連消費		定量	第4章第1節 観光消費額の算出、第3節 経済波及効果の推計で説明		4,026 ※1	48,124 ※2	34,001 ※3	3,577 ※4			89,728
ごみ処理費 (市で回収する拠点ゴミ箱の処理費用)		定量	観光客の排出するごみ処理費用を計算	△46 ※5						46 ※5	0
観光関連の公費支出		定量	市の統計データ等の整理	△180 ※6		65 ※7	60 ※8			55 ※9	0
税收(個人市民税)		定量	第4章第3節(5)で説明	△1,033 ※10						1,033 ※11	0
営業余剰の増加		定量	第4章第3節(3)で説明			5,042 ※12					5,042
雇用者所得		定量	第4章第3節(3)で説明	22,954 ※13							22,954
雇用者数(単位:人)		定量	第4章第3節(4)で説明	8,890 ※14							8,890
交通渋滞による移動時間の増加		定性	定性的な効果や影響について、具体的事例の収集や関連データを整理	－	－	－	－				－
観光関連商品・サービスの価格		定性		－		＋	＋				±
地価・地代の上昇		定性		±		－	－		＋	＋	±
合 計			(定量:金額)	21,695	5,707	49,870	35,741	3,577	1,134		117,724
			(定量:人)	8,890							8,890
			(定性:±)	±	－	±	±		＋	＋	±

定量項目＝H24実績値、定性項目＝産業連関表の全国値並びにゼロだった場合との比較

- ※1 図表17より、観光消費額中、市内交通費
- ※2 図表17より、市内交通費及び寺社拝観料を除いた合計額
- ※3 産業連関分析表のシート「シナリオ」右表より、一次波及の金額－直接効果の金額＋二次波及の金額
- ※4 図表17より、観光消費額中、寺社拝観料
- ※5 H23観光拠点(鎌倉駅東口・西口、北鎌倉駅東側・西側、大船駅東口・西口、由比ガ浜海岸石碑広場の7箇所)のゴミ処理量×1t当たりゴミ処理費用(新聞等、カン・ビン、ペットボトル、燃やすごみ)
- ※6 H24年度決算資料より、観光総務費＋観光振興費＋海水浴場費
- ※7 H24年度決算資料より
- ※8 H24年度決算資料より
- ※9 H24年度決算資料より(市が直接利益を得るわけではないが、事業予算として利用しているためこの項に記す)
- ※10 第4章第3節(5)より、雇用者所得増加額22,954百万円×所得に対する市税の割合4.5%＝1,033百万円
- ※11 税收の額
- ※12 第5章より、(一次波及効果額72,860百万円＋二次波及効果額16,867百万円)×営業剰余係数＝営業剰余5,042百万円
- ※13 なお、下合計欄では、5,042百万円を交通事業者1,681百万円、観光事業者1,681百万円、非観光事業者1,680百万円(端数調整)に按分
- ※14 第4章第3節(3)より、一次波及による雇用者所得増分＋二次波及による雇用者所得増分

5.3.2 便益帰着構成表から読み取れること

作成した便益帰着構成表から、鎌倉市の観光について、次のようなことを読み取ることができる。

- (1) 観光関連消費については、観光客の来訪により、市内の事業者には 89,728 百万円の収益が推計された。
- (2) ごみ処理費については、観光客の来訪により、46 百万円の公費支出があり、市民の視点では、税金がそれだけ投入されることになり、負の支出となっていた。
- (3) 観光関連の公費支出において、観光にかかる公費は 180 百万円にのぼり、市民視点では、税金による負担となっていた。
- (4) 税金については、産業連関分析によって推計された雇用者所得から計算すると、観光客来訪による市民税収入は 1,033 百万円にのぼると見込まれた。
- (5) 営業余剰の増加については、観光客の来訪により、市内の事業者の営業余剰（収益）が 5,042 百万円と推計された。
- (6) 雇用者所得として、観光客の来訪による 1 次波及効果、2 次波及効果を含め、22,954 百万円の所得増が見込まれた。
- (7) 雇用者数については、観光各の来訪により、8,890 人の雇用が創出されていると推計された。
- (8) 交通渋滞については、定量的な推計ができないが、交通計画課による道路事情の測定から、バスの運行が最大 2 時間遅延する等の渋滞状況がわかり、市民及び市内の事業者に多大な不便がかかっていることが判明した。そのため、マイナスの表示とした。
- (9) 観光関連商品等の価格については、全国物価統計調査において、鎌倉市の外食費や公共サービス費が、神奈川県他市町村に比べて高くなっており、観光関連事業者にとっては、収益につながるためプラスとなる一方、生活している市民にとっては、外食費や公共サービス費が高くなることでマイナスの表示とした。
- (10) 地価は、神奈川県地価調査市町村別平均価格の推移表より、鎌倉市の地価は他市よりやや高くなっており、地代を収益とする地主や固定資産税を収受する行政にとってはプラスとなるが、負担する側にとっては、地代や家賃が高額になるためマイナスの表示とした。

以上を考察すると、観光消費がもたらす経済波及効果はかなり大きく、また、全体的にはプラスの効果をもたらす項目が多いことがわかった。そして、すべての主体が何らかのプラスの影響を受けている。

一方で、観光客の来訪・集中による交通渋滞、ごみ処理費用への市税投入による市民の負担増加、外食費などのサービス価格の上昇などのマイナス面も存在する。

今後、観光施策を推進していくためには、このプラスとマイナスを理解したうえで、うまくバランスをとりながら、かつ、プラスを増加する工夫をしていかなければならない。

そして、観光施策を検討する上で、市民と観光客の共存ということを常に念頭に入れながら、観光によるプラスの効果が市民に還元される流れを可視化していく必要があると考える。

6 市民と観光客が共存できる施策の提言

6.1 これまでの検討結果から明らかになったこと

第2章で行ったアンケート調査の結果より、鎌倉市を訪れる観光客には、次のような特徴があることが再確認された。

- ①宿泊客が少ない
- ②リピーターが多い
- ③歩く人が多い
- ④消費単価が低い

【参考データ】 1人あたりの観光消費額（日帰り・宿泊含む）

鎌倉市 5,500円（第2章アンケート調査）

横浜市 8,871円（「平成21年度横浜市観光動態・消費動向調査」横浜市経済観光局）

- ⑤お土産が偏る（お菓子等が中心）

また、第4章で行った産業連関分析により、以下の特徴が明らかになった。

- ⑥観光の経済効果は大きい
- ⑦雇用の創出にも寄与

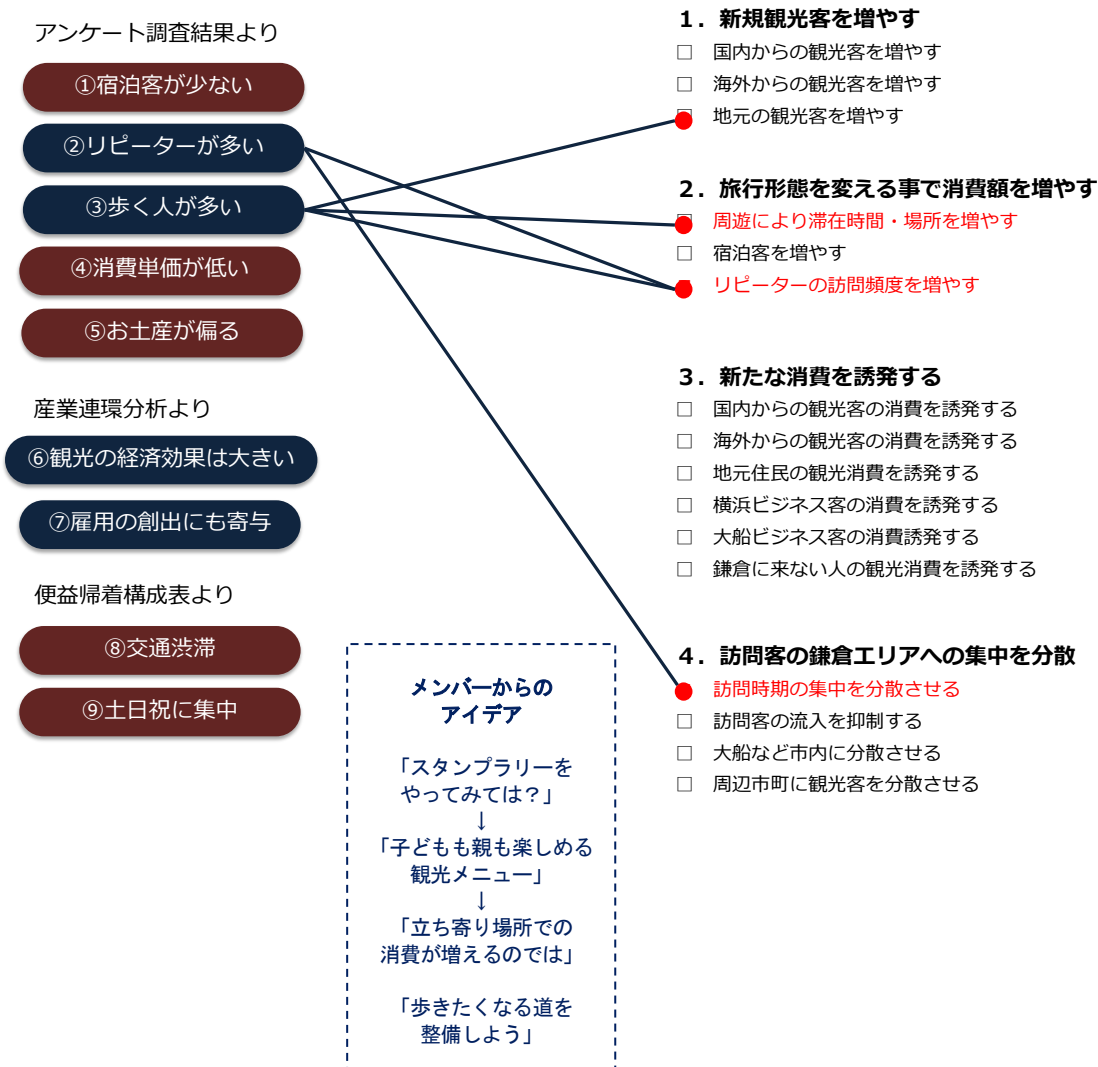
さらに、第5章で作成した便益帰着構成表からは、観光客増加による次のデメリットも再確認された。

- ⑧交通渋滞
- ⑨土日祝に観光客が集中

これらの結果を踏まえ、メンバーそれぞれが、市民と観光客が共存できる観光施策について検討を行い、次節のようなアイデアを発表した。

6.2 メンバーによる新たな観光施策の検討

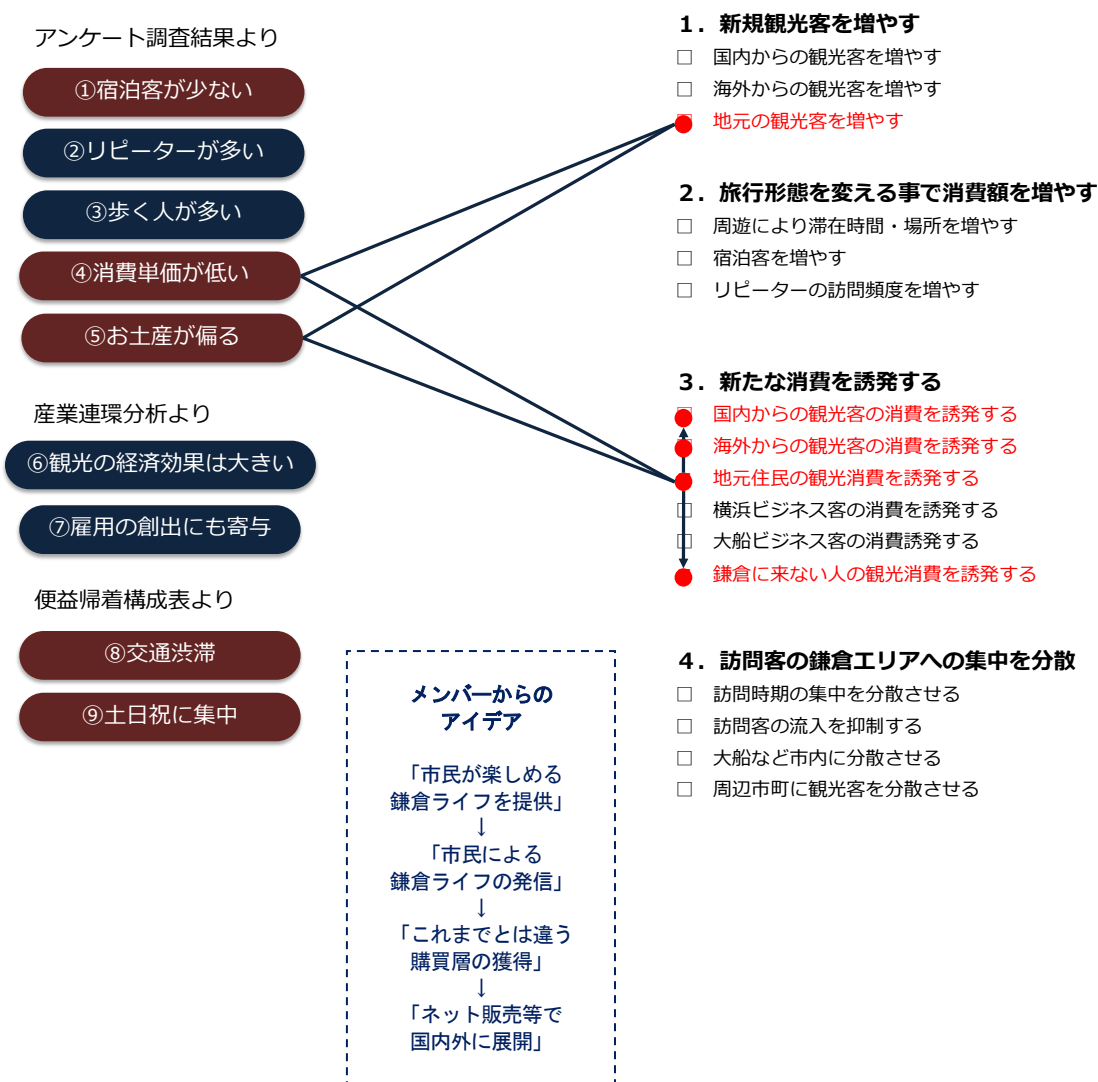
6.2.1 多様な主体の参加による新たな観光メニューの開発



リピーターが多く、かつ散策など歩いて観光する人の占める割合が高いという特徴に着目し、「スタンプラリー」を行うことで、子どもやその保護者も楽しむことのできる新たな観光メニューが開発できるのでは、また子どもが参加することで保護者も同伴し、それが観光消費に繋がるのでは、といった提案があった。

また、それらを具現化する一つの方策として、歩きたくなる道を観光客や市民の出資によって整備しようという「メモリアルロード」が提案された。

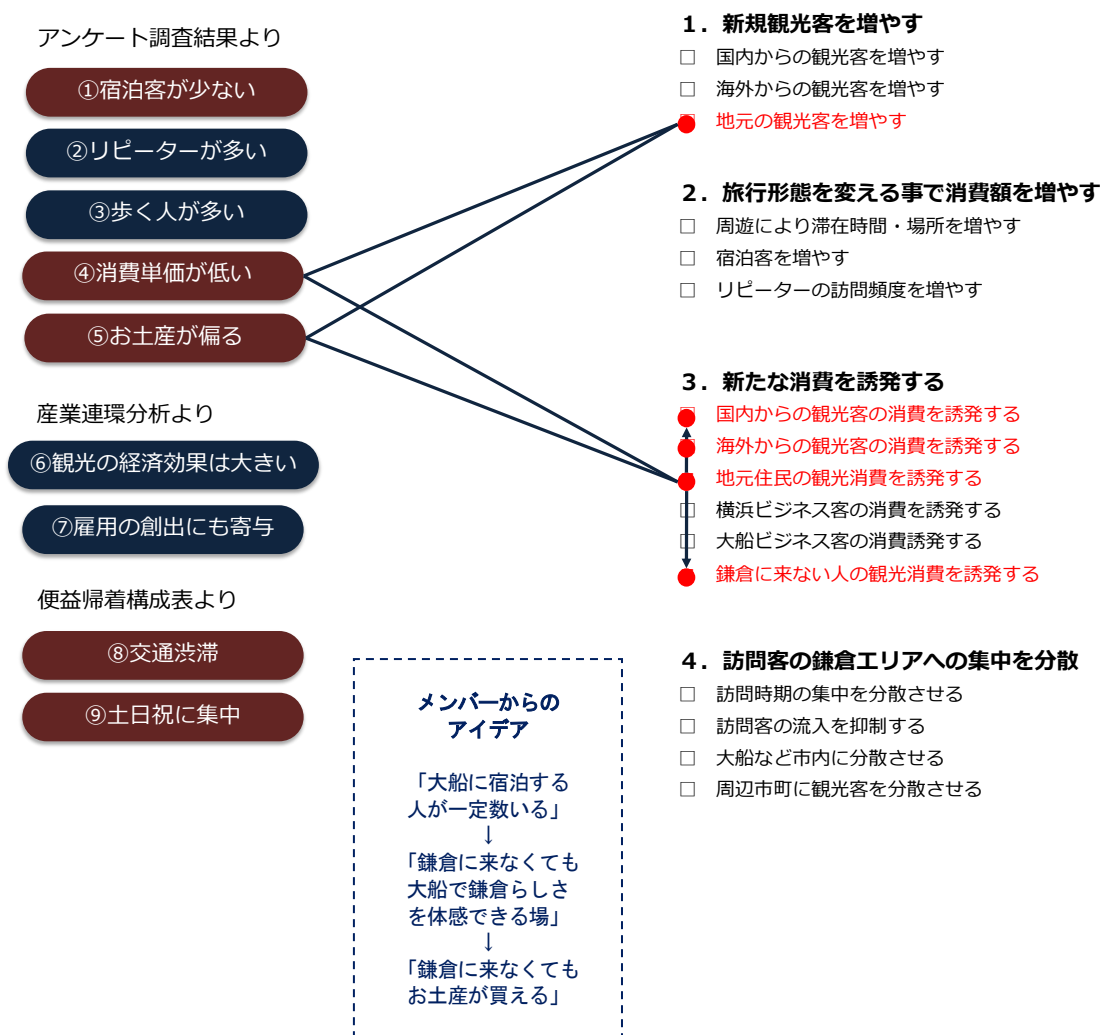
6.2.2 鎌倉市民が楽しめるライフスタイルの提案とその波及



鎌倉観光の場合、お菓子類などを購入する人の割合が非常に高い傾向がある。これも一つの重要な観光産業であるが、それ以外にも鎌倉には伝統や機能美等に裏付けされる洗練されたライフスタイルが随所に見られる。

これらの価値を、まずは地元住民に感じてもらい、それをインターネットなどのメディアを通じて発信することで、最終的には市民のみならず、国内、海外の鎌倉ファンにまで広めようという提案があった。

6.2.3 大船で鎌倉観光を体験できるスペースの設置

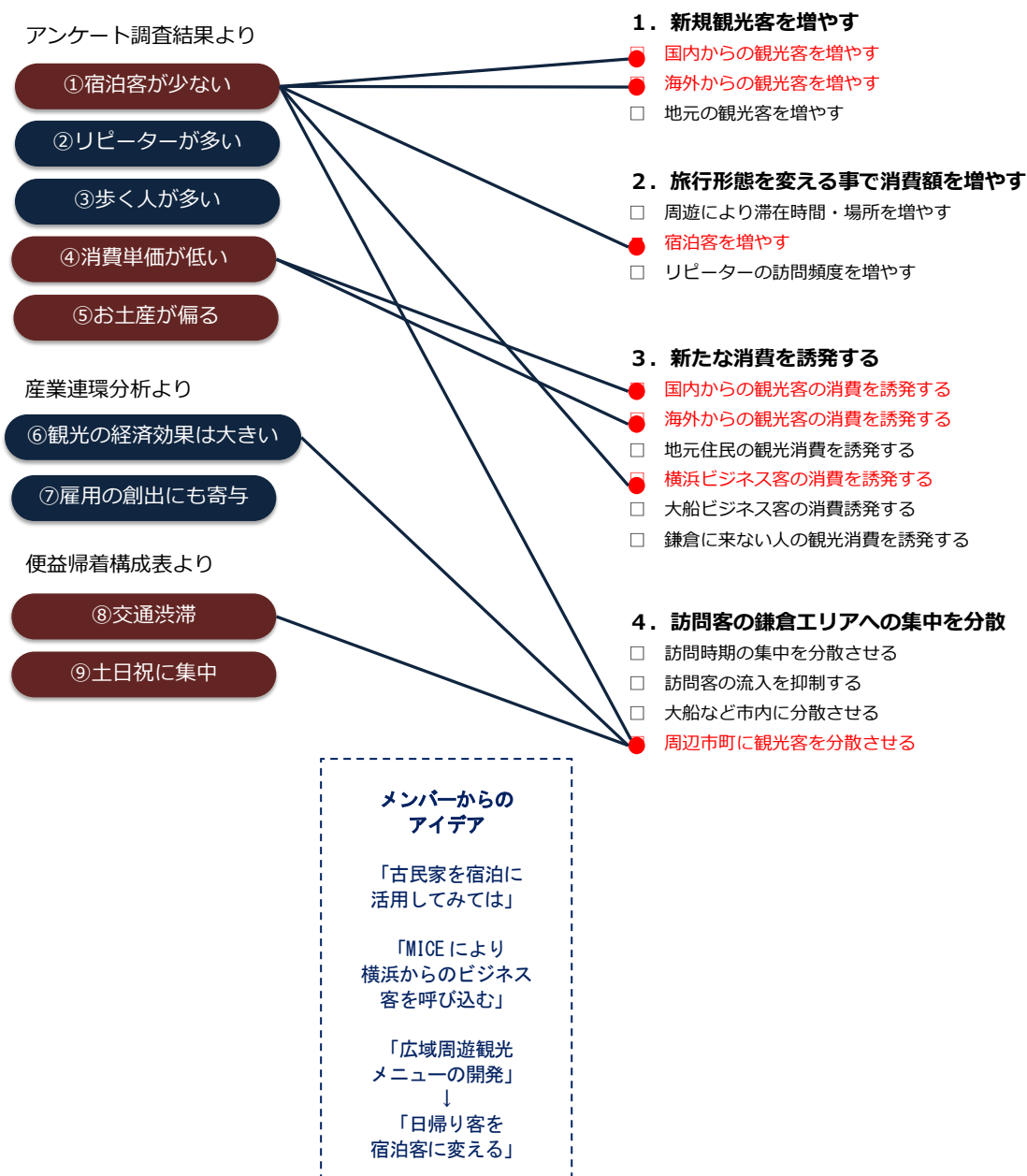


鎌倉市には宿泊する施設が少なく、アンケート調査の結果からも、観光客の多くは市外に宿泊することが明らかになっている。一方で、大船駅周辺には複数のビジネスホテルが存在し、一定のビジネス目的の宿泊客が存在すると思われる。

このような考察をもとに、ビジネス目的の宿泊客をターゲットにし、鎌倉観光を体験できるスペースを大船駅周辺に設置するという提案がなされた。このスペースには、鎌倉の有名観光地を模したミニチュアを設置したり、土産物販売店を招致するなどして、ビジネス客が手短に鎌倉観光を体験できる仕掛けを作る。

観光関連消費を増加させるとともに、スペースを訪問したいと思うビジネス目的の宿泊客を増やすことも企図している。

6.2.4 宿泊客の積極的な誘致と広域連携



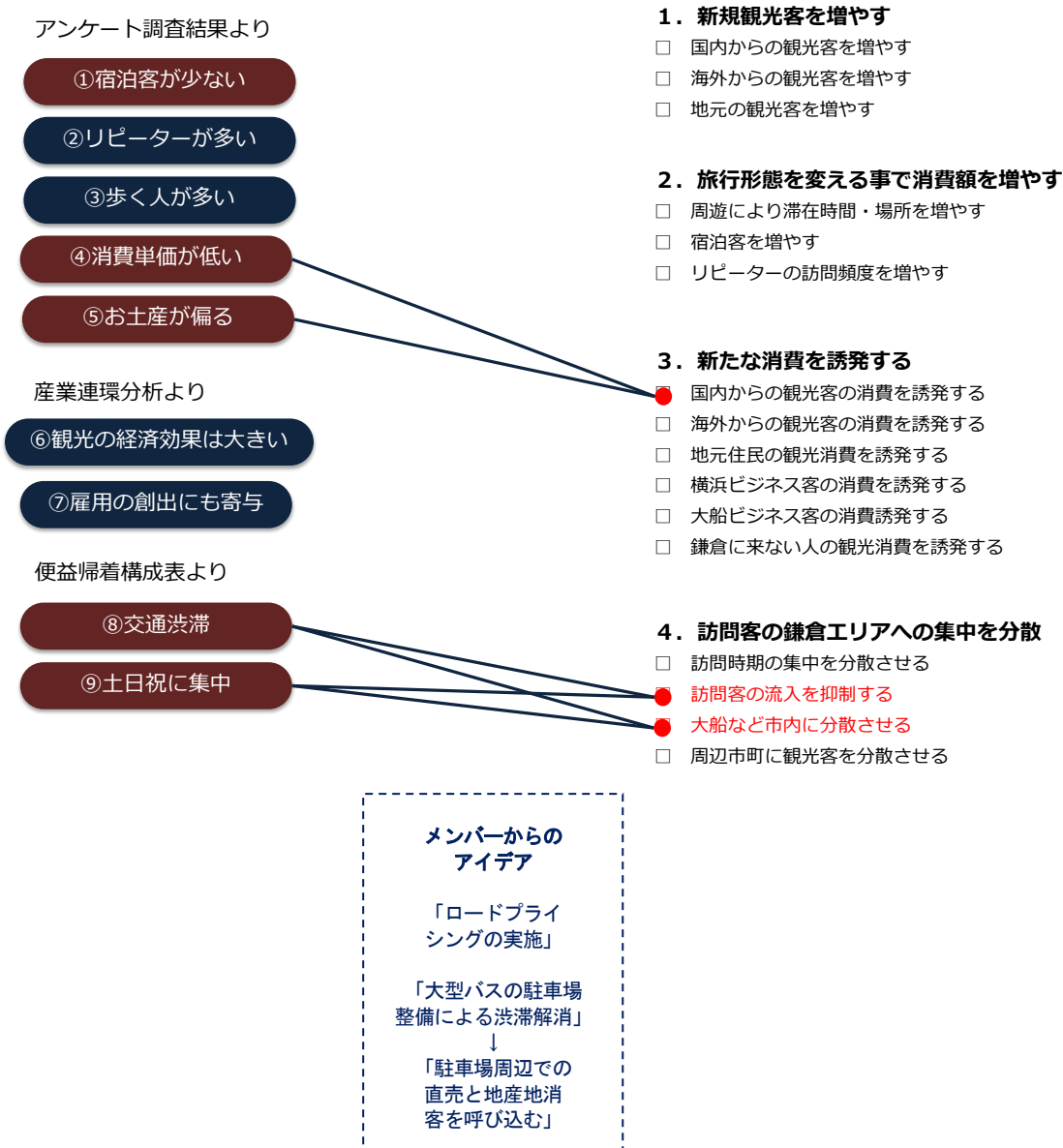
ここでは、宿泊客について、もっと積極的に誘致しようという試みを検討した。近年、インバウンド観光が着目されていることも踏まえ、鎌倉に新たな宿泊施設を整備するのではなく、既存の古民家等を宿泊場所として提供し、古き良き日本の風情を、国内のみならず海外の観光客にも知ってもらおうという提案である。しかしながら、宿泊場所として活用できるか否か、建物用途の制限については十分な検討が必要となってくる。

また、広域連携の観点では、MICE（※）により近隣市を訪れるビジネス客を鎌倉に呼び込むためのプログラムの提案がなされた。横浜などで行われる国際会議やイベントの一翼を鎌倉市が担うことができれば、これは大きな経済効果になると考えられる。

それに加え、三浦半島全体での広域的な観光施策を関係市町が連携して行うことで、日帰り観光が主体だった鎌倉が宿泊観光の一つのメニューとして位置づけられるのではという提案もなされた。

※MICEとは、企業等の会議（Meeting）、企業等の行う報奨・研修旅行（インセンティブ旅行）（Incentive Travel）、国際機関・団体、学会等が行う国際会議（Convention）、展示会・見本市、イベント（Exhibition/Event）の頭文字のことであり、多くの集客交流が見込まれるビジネスイベントなどの総称である。

6.2.5 流入制限＋地産地消（地産他消）



鎌倉市における交通渋滞は、市民生活にとって大きな問題となっている。

鶴岡八幡宮や長谷寺など主要な観光地に集中する観光客を分散させる手段として、ロードプライシング実施の提案がなされた。

また、大型観光バス駐車場の整備に関する提案もなされ、渋滞の解消を図ると同時に、そこに地元産品の直売所を設置することにより、観光客だけではなく市民に対しても、地場の農水産物を安価で購入できる地産地消（地産他消）について言及した。

6.3 アイデアのプレゼンテーション及び提言する施策の決定

前節で述べたアイデアについては、各メンバーが、他のメンバー、観光商工課職員及び鎌倉草創塾の3名のアドバイザーに対してプレゼンテーションを行った。

その後、プレゼンテーション出席者による投票で評価が高かったアイデアを基に、提言する施策を以下の3点に決定した。

(1)「観光客とともにつくる鎌倉観光」への提案 ～メモリアルタイルオーナー制度～

これは「多様な主体の参加による新たな観光メニューの開発」に関するアイデアから出された施策である。

(2)「鎌倉ライフスタイル」の提案 ～地元を観光しよう～

これは「鎌倉市民が楽しめるライフスタイルの提案とその波及」、「大船で鎌倉観光を体験できるスペースの設置」及び「宿泊客の積極的な誘致と広域連携」のアイデアを合わせて検討した施策である。

(3) 広域分散型観光を目的とした情報投稿スペースの構築

これは「宿泊客の積極的な誘致と広域連携」及び「流入制限＋地産地消（地産他消）」のアイデアを合わせて検討した施策である。

6.4 施策のプレゼンテーション

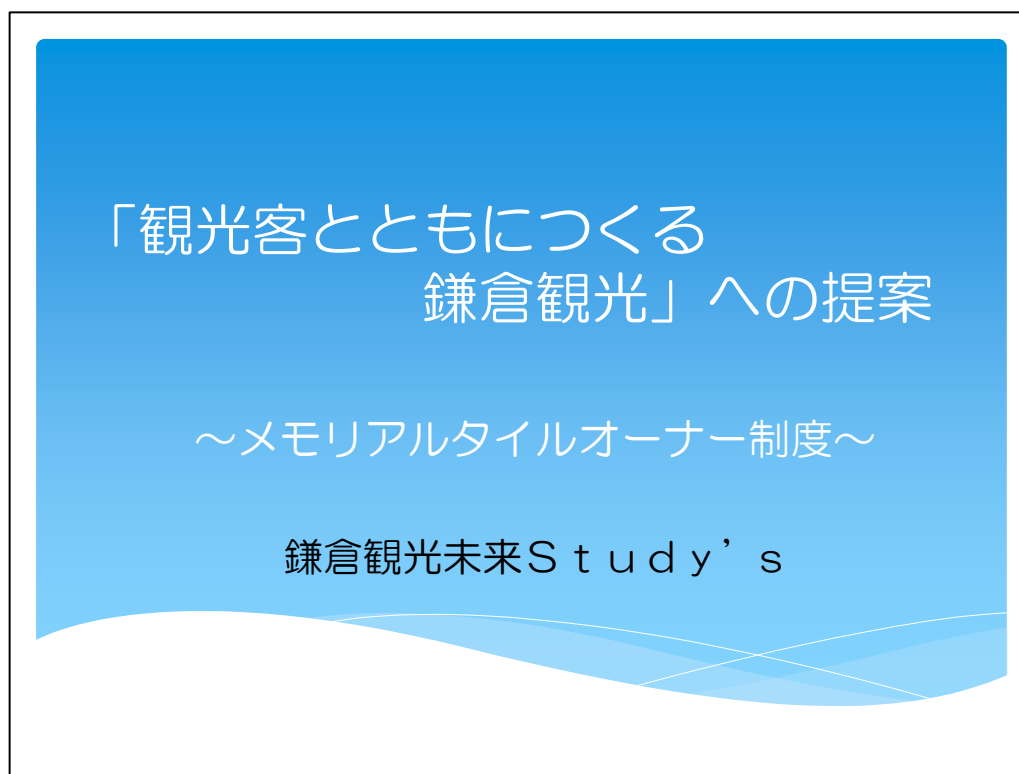
前節で決定した3つの施策について、施策ごとに小グループを結成し、グループ内で内容を精査したうえで、後日プレゼンテーションを行った。

プレゼンテーションは、後述する意見交換会において行ったが、出席者からは忌憚のない意見が出され、施策の内容を向上させることができた。

以下は、プレゼンテーション資料について、意見交換会で出された意見を踏まえ、修正を加えたものである。

なお、「広域分散型観光を目的とした情報投稿スペースの構築」については、意見交換会において、事業化するにはさらなる検討が必要という意見が出され、施策としてまとめるには至らなかったため、本報告書では、検討課題を含めた提案の概要を示すこととする。

6.4.1 「観光客とともにつくる鎌倉観光」への提案 ～メモリアルタイルオーナー制度～



本日お伝えしたいこと

- 1 はじめに
- 2 鎌倉観光の特徴～観光商工課アンケート結果から～
- 3 観光客とともにつくる鎌倉観光への提案
 - 1 提案の趣旨
 - 2 メモリアルオーナー制度とは
 - 3 具体例
 - (1) 鎌倉文学館の敷地内歩道の整備
 - (2) 大船駅東口再開発事業への応用
- 4 まとめ

提案内容の区分

1. 新規観光客を増やす
 - ☐ 国内からの観光客を増やす ☐ 海外からの観光客を増やす ☐ 地元の観光客を増やす
2. 旅行形態を変える事で消費額を増やす
 - ☐ 周遊により滞在時間・場所を増やす ☐ 宿泊客を増やす
 - リピーターの訪問頻度を増やす
3. 新たな消費を誘発する
 - 国内からの観光客の消費を誘発する
 - ☐ 海外からの観光客の消費を誘発する
 - ☐ 地元住民の観光消費を誘発する
 - ☐ 横浜ビジネス客の消費を誘発する
 - 大船ビジネス客の消費誘発する
 - ☐ 鎌倉にこない人の観光消費を誘発する（アンテナショップ）
 - ☐ 鎌倉にこない人の観光消費を誘発する（ネット販売等）
4. 訪問客の鎌倉エリアへの集中を分散
 - 大船など市内に分散させる
 - ☐ 周辺市町に観光客を分散させる
 - ☐ 訪問時期の集中を分散させる
 - ☐ 訪問客の流入を抑制する

1 はじめに

気軽・手軽な観光地「鎌倉」

- ・ 年間延観光客数 1,974万人
 - ・ 「3回以上訪れたことがある」 69.2%
 - ・ 1～2週間以内に訪れた人 42.7%
- (WEBアンケート)

(統計データは「鎌倉市の観光事情<平成25年度版>」から引用)

⇒ くりかえし訪れる魅力のあるまち

2 鎌倉観光の特徴

～ 観光商工課アンケート結果から～

〈来訪目的〉		〈来訪者の交通手段〉	
神社仏閣・史跡	63.0%	電車・バス	73.8%
ハイキング・自然	33.8%	自家用車	14.7%
買い物・食事	24.4%	バイク・団体バス	4.3%
文化施設	9.4%		

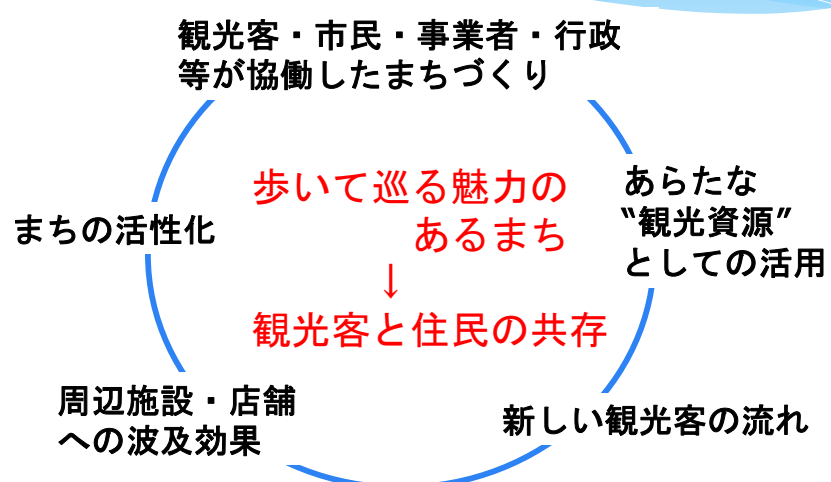
- ⇒
- ・ 都心からJR一本で来訪できる利便性
 - ・ 江ノ島電鉄を利用した、江の島～鎌倉周遊観光
 - ・ 交通渋滞、駐車場の少なさ
 - ・ 観光スポットが、徒歩圏内や公共交通機関周辺に集積

(統計データは「鎌倉市の観光事情<平成25年度版>」から引用)

「歩いて巡る魅力ある観光地」「繰り返し訪れやすい観光地」

3 「観光客とともにつくる 鎌倉観光」への提案

3 - 1 提案の趣旨



3 - 2 メモリアルタイルオーナー制度とは

“鎌倉への愛をかたちにしてみませんか？”



A地区の歩道整備に必要なタイル

緑色	1000枚
青色	800枚
茶色	300枚

H26.2.19
Yoritomo & Masako
No.1192

日付、氏名、シリアルナンバー等を刻印
⇒ 1枚単位で販売

必要枚数のオーナーがそろった時点で歩道を整備
⇒ 新しい景観＝観光スポットとしてPR

3 - 3 具体例

(1) 鎌倉文学館の敷地内歩道の整備

年間来館者数 93,861人（平成23年度）

⇒ 旧前田侯爵家別邸で国の登録有形文化財の一つ
魅力的な景観（バラ園、由比ヶ浜を望む眺望等）
周辺には、吉屋信子記念館、長谷・由比ヶ浜商店街
散策しながら、鎌倉駅まで徒歩圏内



周辺観光の活性化への期待
由比ヶ浜～鎌倉駅への人の流れ（一極化の緩和）

○実施主体

鎌倉市（文化人権推進課、観光商工課、都市景観課）

鎌倉市観光協会

⇒ デザインの考案、オーナー制度のPRと募集

○協力機関

鎌倉商工会議所、鎌倉市（道路課）

⇒ 商店街への客の流れ、市道の維持管理への協力

○予算等（一例）

2 m×2 mの絵を配置

⇒ 1 m²の道路整備費 約 11万円

20cm四方のタイル（8,000円相当）100枚が必要

タイルへの刻印等の費用

≡ タイル1枚につき、15,000円程度をオーナーが負担

3-3 具体例

（2）大船駅東口再開発事業への応用

大船駅の年間乗車数 12,578,995人（定期外利用者）

⇒ 鎌倉の「北の玄関口」であるが、認知されにくい

大船駅東口の再開発事業は計画の途上にあり、新しい景観を取り入れやすい

鎌倉駅・北鎌倉駅周辺とは異なる観光資源の可能性

（仲通商店街、六国見山ハイキングコース、関谷地区の鎌倉野菜…）

宿泊施設、夜間営業の飲食店が多い



横浜ではなく、鎌倉（大船）泊まりの観光客の開拓

○実施主体

鎌倉市（大船駅東口再開発担当、都市景観課、観光商工課）

○協力機関

鎌倉市観光協会 ⇒ PRやメモリアルのデザイン募集等

鎌倉商工会議所、地元商店等

⇒ 大船をPRする商店、商品発掘



4 まとめ

「観光客とともにつくる鎌倉観光」



長く愛され続ける鎌倉観光の
仕掛けづくりの一步に・・・

5 意見交換会（2月19日）を終えて

(1) 提案目的の変遷

発案当初は…

- ① 渋滞緩和に向けた、歩いて散策するルートのPR
- ② 観光客の増加により損傷の進む道路の維持整備費を観光客に負担してもらう方法の模索
- ③ 道路の整備を兼ねた新観光スポットづくりにより、観光客の流れを開拓。地域の商業・産業を活性化



道路整備よりも観光の活性化と地域分散を
中心に据えた「市民・観光客とともにつくる
観光」に重点を置いた提案へ

5-1 リピーター観光客の増加に向けて

「市内全域でストーリー性をもった展開はできないか」
(鎌倉市観光協会)



- ・市内の数か所に景観をつくる。一日で回りきるには難しく、2〜3日かけて全箇所を見て回れるように分散させる
⇒ 宿泊客やリピーターの増加を仕掛ける
- ・特定スポットだけで入手できる情報やアイテムの開発・発信
⇒ マル秘マップやリーフレット、記念スタンプ等を置かせてもらう等、地元店舗等の協力が不可欠



市民から公募
「私が選ぶ新・かまくら八景」

⇒市全体で盛り上げる

「私が選ぶ新・かまくら八景」の一例

- ① 鎌倉文学館
- ② 永福寺跡地〜源氏山ハイキングコース
- ③ 華頂宮邸周辺
- ④ 由比ヶ浜県営駐車場付近からの眺望
- ⑤ 深沢地区からの富士山・丹沢山系の眺望
- ⑥ 大船駅東口の新景観
- ⑦ 散在が池〜六国見山ハイキングコース
- ⑧ 広町の自然散策路

5-2 壁画等への応用とオーナー募集範囲

「歩道の舗装への活用では、摩耗が激しく維持が困難」

(道路課)

「下を向いて歩く人で混雑しないか」

(深沢地区拠点整備担当)



地域の実情に合わせ、壁画や手すり等に応用し
柔軟性を持って対応

5-2 壁画等への応用とオーナー募集範囲

「タイルの価格設定については要検討」

(深沢地域拠点整備担当)



- ・歩道整備ではなく景観づくりとしての発想の転換
⇒シリアルナンバーのみを刻印したより小さなタイルで
モザイク状の作品をつくりコストダウン
(オーナー負担を軽減する分参加者を広げる)
- ・大きなメモリアルタイルに自分好みのメッセージを刻印し、
コラージュ状に作品をつくる(オーナーのステイタス)



アイデアを楽しく伝え、市民も観光客もオーナー
として参加できる仕組みづくり。
「ふるさと納税」の検討も。

5-3 オーナーへの特典

「“オーナーになりたい” “オーナーになったから、また鎌倉へ遊びにいこう”という気持ちを持たせられるか？



オーナーだけの「年間〇〇パスポート」等マル得チケットの発行、季刊情報誌プレゼント等の手法もあるが、その予算捻出や情報管理をどこで行うか？



市民や観光客との観光シンポジウムを開催して、どんな魅力があれば賛同してみたいか、生の声を聴いてみるのも一案では？

おわりに

今ある課題を解決しつつ、市民と観光客が共存できる施策を考えるにあたり、アイデアの提案だけではなく、様々な立場からの話し合いが重要であった。

市民生活への影響を極力抑え、観光客には満足してもらおうという考えは、相反するようにも思えるし、意見をすり合わせることで、無限の広がりを持つ可能性も考えられる。

「おもいやり」と「おもてなし」の心で、市民・観光客・事業者・行政が一丸となった観光の創出を!!

6.4.2 「鎌倉ライフスタイル」の提案 ～地元を観光しよう！～

「鎌倉ライフスタイル」の提案

～ 地元を観光しよう！～

1

目次

- 1 鎌倉で生活することのイメージ
- 2 本提案の目的
「鎌倉ライフスタイル」の提案
- 3 実施案
 - 1 散歩の延長の徒歩型観光ルートの提案
 - 2 市内在住者、拝観料引きの実施
 - 3 古民家宿泊体験を企画
 - 4 フィルムコミッション推進
- 4 本提案で期待される効果

2

1 鎌倉で生活することのイメージ

不動産・住宅サイト SUUMO より

2013住みたい街ランキング 関東圏 5位

男女別ランキング

男性 11位

女性 5位

家族形態別ランキング

シングル 14位

DINKS 6位

ファミリー 4位

3

住みたい理由

- 古都の瀟洒な街の佇まい
- 充実の休日ライフ
 - センスの良い飲食店・雑貨店
 - 自然環境 … 子育て環境
 - 鎌倉野菜
- 都心からの程よい距離感

⇒ 住んで かつ 観光を楽しみたい、消費したい

主に 30代以上の既婚女性

… 平日観光と消費が可能

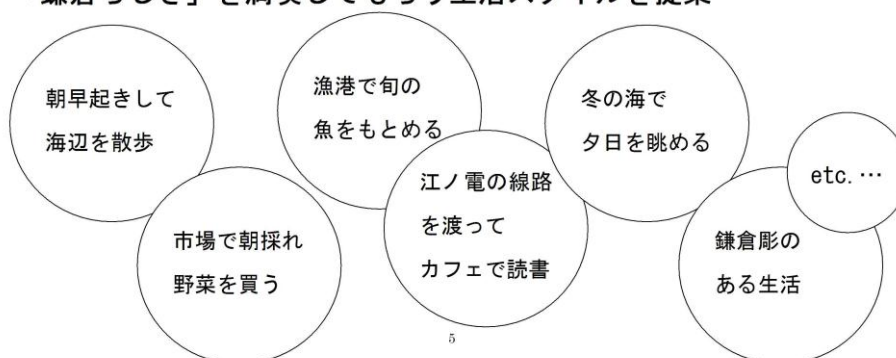
4

2 本提案の目的

「鎌倉ライフスタイル」の提案

都心では味わえないスローライフ

「鎌倉らしさ」を満喫してもらう生活スタイルを提案



5

提案の主旨

地元を観光しよう！と副題にあるように、新規観光客を開拓するというよりは、地元住民の方の日常生活の中で鎌倉観光に参加して楽しんでもらいたい。

そして、地元の消費の一翼を担っていただくことで、更なる観光消費を生み出すことを目標としている。

6

3 実施案

3-1 散歩の延長の徒歩型観光ルート の提案

地元観光を楽しみつつ、地元消費を促す

フリーペーパーを市内全駅に配架する



季節に合わせた観光の穴場スポットと消費スポット
(飲食店、みやげ店など)を盛り込んだ徒歩型観光ル
ートを企画
企画地域に居住する方の魅力的な鎌倉ライフスタイル
をインタビューして掲載
イメージとしては旅うらの縮小版
(カラー刷り、編集・発行を外部委託)

7

- 具体的な観光ルートを提示することで、観光客の一極集中から分散を促す。
- ルート内のお店(飲食店・みやげ店・生活雑貨店等)を紹介することで、消費へ導く
- 紙媒体を使うことにより、興味を持っていない人にも手にとってもらう
- JR・江ノ電だけではなく、湘南モノレール全駅にも配架し、大船地域及び深沢地域住民の参加を促す

8

3-2 市内在住者、拝観料 100円引き

冬場の閑散期、免許証・保険証などで住所を確認すると
大仏拝観料が100円引きになる企画

⇒ 今まで鎌倉観光未経験市民を引き入れる

市が積極的に宣伝する代わりに、高德院に協力をお願いする
(ほかの寺院でもO.K.)

例えば… チラシを市内小学校で配布してもらう
子供が興味持つと家族連れの参加が期待できる

9

3-3 古民家宿泊体験を企画

空家対策の一環として、使われていない古民家など空家を改装し、
「鎌倉ライフスタイル」を味わう宿泊体験を商品とする
～鎌倉で暮らす疑似体験～

期待される効果：

宿泊客の増加

鎌倉で暮らす魅力アピール、新たな住民の獲得にも

市のできる施策（案）：

住宅リフォーム助成事業の対象の拡大 … 建築指導課

市内在住者以外にも一時的にでも門戸を開いては？

10

3-4 フィルムコミッション推進

「最後から二番目の恋」効果 … 鎌倉魅力PRに市が協力

- 鎌倉で生活するイメージができるような対象を選択
- 撮影で使った店の撮影前と撮影後の来客数・収益を調査すれば効果が明らかになる。

11

4 本提案で期待される効果

- 観光消費の拡大
- 閑散期の観光客獲得
- 宿泊客の増加
- 街の活性化

12

6.4.3 広域分散型観光を目的とした情報投稿スペースの構築

本節の冒頭でも述べたとおり、この提案については、さらなる検討が必要であるとして、施策としてまとめるに至らなかったため、検討課題も含め、提案の概要を以下のとおり提示したい。

(1) 鎌倉市の観光地としての現状と課題

鎌倉市の観光地としての現状については、慢性的渋滞や観光地の混雑が問題点として挙げられる。また、渋滞については、観光客の4割が不満に感じている。(鎌倉市の観光事情〔平成25年度版〕)

他方で、繰り返し訪問する観光客が多いこと(4割が11回以上訪問)もアンケート調査から明らかになっている。

鎌倉市の近隣には、三浦半島沿いあるいは相模湾沿いに鎌倉と歴史・地理的につながりのある観光地がある。観光地としても魅力的であり、鎌倉をよく訪れる方々がこれらの観光地を訪れれば、旅の奥行きを深めることながら可能性があると考えられる。

また、観光客の分散は鎌倉の混雑緩和に繋がる可能性を秘めている。

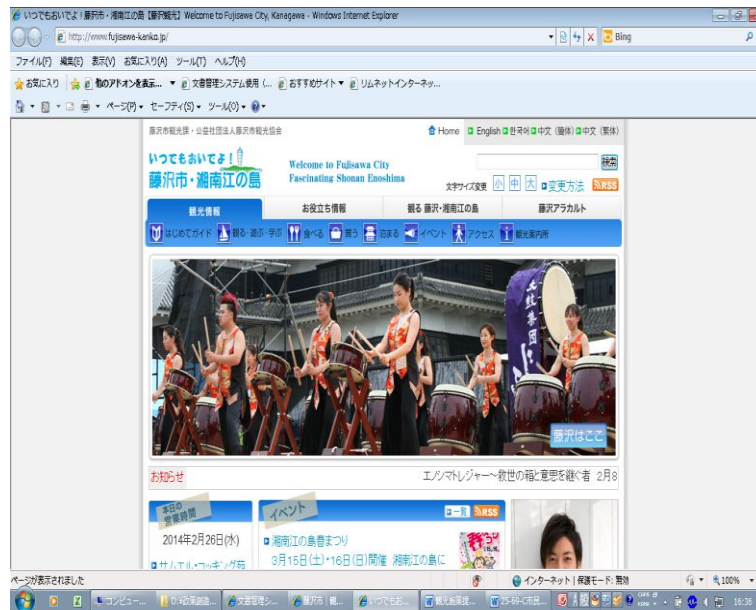
(2) 近隣市町の動向

近隣市町も観光事業に注力しており、市町のホームページにおいても、観光情報の提供の充実が図られている。(図表23及び24)

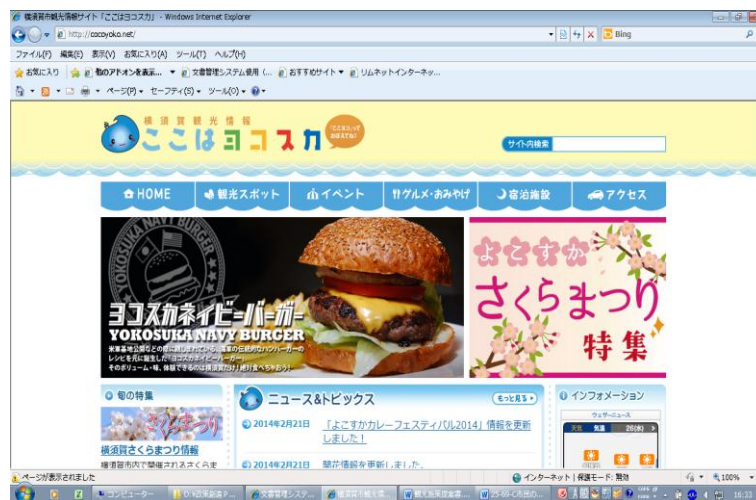
鎌倉市の西側に接する藤沢市では、年間約1,500万人の観光客があるが、鎌倉市から南東に伸びる三浦半島においては、三市一町(逗子市、横須賀市、三浦市及び葉山町)の合計観光客数は年間1,500万人程度で推移しており、近年は伸び悩んでいる現状がある。

三浦半島における観光については、神奈川県が広域連携による観光客誘致促進事業を行い、点在する多様な観光資源を活かす取り組みを行っており、モデルコースを提示したり、観光パンフレットを作成しているが、観光客の増加につながるような目に見える大きな効果はいまだ現れていない。

図表23 藤沢市ホームページ



図表24 横須賀市ホームページ



（３）観光における広域連携の重要性

「観光圏整備事業のノウハウに関する基礎資料」（国土交通省）によると、観光における広域連携の意義と効果について、「広域連携の展開によって、圏域内に存在する様々な観光地の魅力・資源・人・情報等を共有できるため、圏域内における魅力・資源等を組み合わせ、多様な価値（新たな価値、新たな組み合わせ、集積による魅力アップ等）を創出できる」ことを指摘している。

また、「観光現象の一般的な特徴として、旅行者層、旅行者の訪問地域、旅行者の訪問シーズンが特定の層・地域・シーズンに「集中化」することが挙げられるが、広域観光圏においても、観光圏内を訪れる旅行者層・地域・シーズンを「分散化」させ、需要の平準化を図ることが重要である。まずは、広域観光ルート（観光圏のモデルコース）を設定すること、同時に、観光圏内における観光資源と魅力の発掘・創出・磨き上げを行っていくことが重要である。観光圏内における旅行者の訪問先や滞在時間の過ごし方を複数提案していくことは、観光圏内の旅行者層・地域・シーズンの「分散化」を進めるための有効かつ実践的な戦略となる。」ことを指摘している。

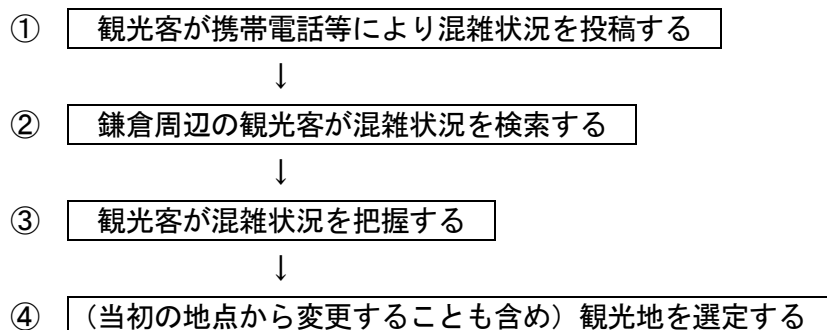
また、鎌倉市観光基本計画においても、「周辺自治体との連携による観光振興策の展開」が意図されている。

（４）実施方法

このような観光における広域連携の重要性を考慮して、「広域分散型観光を目的とした情報投稿スペースの構築」の提案を行った。

この提案は、混雑情報を観光客が投稿するスペースをインターネット上に構築することを意図し、それらの情報を得た観光客が、混み合っている観光地を回避することを目的とする。その結果、混雑が緩和され、観光客の満足度が向上することを目指している。

具体的には、次のような流れになる



鎌倉市には繰り返し訪問する観光客が多いため、混雑が激しい場合は、「どうしても鎌倉に行きたい」という観光客以外の人に、近隣の観光地を選んでもらうよう誘導する。

（４）他の自治体等が実施する混雑状況検索の例

他の自治体等において、混雑状況をインターネット上で検索する事例としては、図表25～27に挙げたようなものがある。

図表25 犬山観光情報（犬山市観光協会）



地図上の駐車場の混雑状況を把握することができる。

図表26 バス・鉄道乗換案内システム「歩くまち京都」（京都市）



目的地までの交通ルート検索が容易。バスの到着予定時刻が出るので、混雑状況が推測できる。対応するフリーパスも販売されている。

図表27 神奈川県横須賀三浦地域県政総合センターホームページ



鎌倉の周辺の観光地がたくさん掲載されている。

(5) 検討課題

この提案の特徴は、次の2点に集約される。

①鎌倉市域を含む、もっと大きな観光圏を設定し、観光客の分散を図る。

場合によっては、市域外に観光客が流出することもあるが、閑散期などには、これまで混雑を理由に鎌倉観光を諦めていた観光客が訪れる可能性もある。

②SNSなどの既存システムを活用し、ユーザーによる投稿でスペースを運営することにより、費用を抑え、施策案の実現可能性を高める。

上記の特徴については、次節で述べる意見交換会において、次のような検討課題が示された。

特徴①について

- ・鎌倉市域外に観光客を流出させることを市の施策とすることは妥当か。
- ・テーマパークのように、混雑（待つこと）を楽しめる施策を提案すべきではないか。

特徴②について

- ・家を出るときと観光地に着いたときのタイムラグが解消できるのか。
- ・ユーザーの投稿に任せて、有益な情報がタイミングよく得られるのか。
- ・観光地周辺の駅などに掲示される混雑情報の方が需要が高いのではないのか。

6.5 鎌倉市の観光施策に関する意見交換会

前節で述べた施策のプレゼンテーションをメンバーが行い、関連分野で働く職員等と意見交換をする機会を設けるため、平成26年（2014年）2月19日（水）、公益社団法人鎌倉市観光協会、及び本市関連部局の職員を招き、意見交換会を実施した。

発表した施策に対しては、出席者から忌憚のない意見が出され、施策の内容を向上させることができた。

また、施策のプレゼンテーションとは別に、参加者同士で意見交換を行い、主に以下のような意見が出された。

（1）まちづくりにおける観光の視点について

- ・再開発事業を含むまちづくりにおいて、今まで観光という視点が置かれることがなかったと思う。
- ・まちづくりは、住んでいる人が中心となる事業なので、税金を投下する事業において、観光を打ち出すのは難しいのではないかと。しかし、観光都市におけるまちづくりの新たな視点として、そもそも観光の観点を全く排除するのではなく、積極的に考える必要はあるのではないかと。
- ・大船の宿泊施設は、当初、大船周辺の企業に来訪するビジネス客を想定して建てられたが、鎌倉観光の利用者も多く、平日でも90%程度の稼働率とする調査結果がある。
- ・上記の調査結果より、大船を観光地としてアピールするチャンスが考えられるのではないかと。

（2）景観形成基準について

- ・鎌倉に住んでもらおうという施策提案があったが、色彩の規制などが厳しいという声はないかと。たとえば、女性が好みそうなカラフルな色にしたいという要望はないかと。
→ 景観指導行政の実務を行う中では、「鎌倉は規制が厳しいので仕方がない」と思ってもらえる人が多いという印象だ。

そして、観光協会職員からは、鎌倉の観光について以下のようなお話を伺った。

メンバーのほとんどは、観光に関する業務に携わっていないため、観光協会職員のお話は初めて聞くような事柄もあり、今後、観光施策を検討していくためだけではなく、鎌倉市のために働く職員としても貴重な機会となった。

（1）外国人観光客について

- ・来訪する外国人は、欧米人が多い。フランス人は親日家が多く、来訪者も多い。成田空港、東京から京都までは遠いので鎌倉に来るというパターンが多い。
- ・最近伸びているのは、タイやシンガポールからの来訪者。特にタイは仏教国で、大仏を参拝する人が多い。

(2) 宿泊施設について

- ・新たな宿泊施設開設の相談は、観光協会には来ていない。
- ・鎌倉に宿泊施設が少ないから宿泊客が少ないのか、宿泊客が少ないから宿泊施設が少ないのかは、卵とニワトリの理論で昔からよくわかっていない。
- ・観光案内所では、当日の宿泊施設の空き状況については、観光客から問い合わせがあったときに適宜対応している。
- ・大船の宿泊施設も案内しており、鎌倉地域に比べて価格が安く便利がられている。

(3) 観光パンフレットにおける観光協会の「協力」の内容について

- ・観光協会が行っているのはパンフレットに掲載する情報の提供と、パンフレットの配布及び配布施設の紹介である。
- ・従前は観光協会で作成し、有料（1部200円）で販売していたが、販売の手間（例：1部単位での発送依頼への対応や、切手による集金及び換金）や、他でフリーペーパーが発行されている現状を考慮し、作成を中止した経緯がある。
- ・観光協会でも、インターネットや携帯などITを活用する方向に進んでいるが、鎌倉の来訪者は紙媒体を利用する層が多く、紙による情報提供は依然重要と考える。

おわりに

プロジェクトチーム「観光未来Study's」の立ち上げから約10か月間、研究に取り組んできた。

酷暑の中、メンバー自らが観光地や駅頭に立ってアンケート調査を行ったほか、グループワークの中で議論を交わし、研究成果を報告書としてまとめることができた。

メンバー全員が本来業務を抱える中、牧瀬政策創造専門委員から政策立案及び提案に関する総合的な講義・研修を受けながら、並行して本件プロジェクトの調査研究に臨んできた。本来業務とのスケジュール調整だけでなく、メンバー同士の打合せスケジュールの調整にも苦労するといった場面もあったが、壁にぶつかるたびに適切な助言をいただき、私たちのチームを導いてくださった横山アドバイザーには、感謝を申し上げたい。

観光客の実数推計については、公共交通機関データを中心に、これまでになかった視点からの初めての試算であった。今後は、国を始めとして、行政に限らず企業においても広く注目されている「オープンデータ」、「ビッグデータ」を調査段階で取り入れることによって、さらに詳細な試算が可能になるかもしれない。さらに、来訪者推計や、観光スポットごとの来訪者の属性・志向分析によっては、新たな観光施策の立案にも寄与するものと考えられるのではないだろうか。

アンケート調査では、観光客の消費行動の詳細を項目に加えて、実態の把握に努めたが、観光事業者や店舗等の協力によって、必要な情報共有が図れるシステムが構築できれば、異業種間での顧客獲得・業績向上の可能性も考えられるし、行政としては、極端な混雑の平準化に向けて、例えば、観光エリアごとの現状分析への応用などの可能性も考えられる。

『「観光客とともにつくる鎌倉観光」への提案～メモリアルタイルオーナー制度～』及び、『「鎌倉ライフスタイル」の提案～地元を観光しよう！～』という2つの施策提言は、実施の具体的スキームやコスト・費用対効果の検証、適切な実施主体の選定など、実現に向けての課題は多く残されているが、古都鎌倉の宿命ともいえる、「首都圏ベッドタウン」と「観光古都」との二面性の共生・共創の実現に向けて、市民・観光客・事業者等の多様なステークホルダーに伝わりやすく、より実現性が高いと考えられる施策の骨格を提示することができたと考えている。

今回の政策創造プロジェクトとして我々「鎌倉観光未来Study's」が担当することとなり光栄に感じた一方で、実際の調査研究に際しては、実に多様・多彩な表情を持つ「観光」をどのように捉えて調査研究すべきか、単なる古都だけにとどまらないという鎌倉の実態を目の当たりにして、戸惑うことも多くあった。

約10か月間の研究を通じて身に着けた、政策立案のプロセスを、今後も、鎌倉市のために働く者として有効に活かせるよう心掛けたい。

そして、共に研究を行った仲間として、メンバー同士の絆を大切にしていきたい。