



第2期鎌ヶ谷市観光ビジョン



令和6年度事業報告書



「市民」が作る【鎌ヶ谷ストーリー】による観光推進

+

“鎌ヶ谷らしさ”のさらなる追求



目次

鎌ヶ谷市の目指すべき未来像1	1
鎌ヶ谷市の目指すべき未来像2	2
鎌ヶ谷市の目指すべき未来像3	3
鎌ヶ谷市の目指すべき未来像4	4
第2期鎌ヶ谷市観光ビジョン 令和6年度事業報告	5
1 進捗管理・評価	5
2 進捗管理・評価の項目	5
3 評価体制（スケジュール）	5
4 数値目標	6
(1) 観光入込客数	6
(2) 観光イベント参加者の満足度	7
(3) 小売吸引力指数	7
5 進捗状況・評価の結果	8
6 総合評価	9



鎌ヶ谷市

鎌ヶ谷市の目指すべき未来像

第2期観光ビジョンでは、市の目指すべき未来像をイラストで表現しています。
 この未来像のイラストは、第2期観光ビジョンに基づき観光施策を実施した先にある、目指すべき未来の鎌ヶ谷市を表現しています。
 そして、第2期観光ビジョンでは、未来像の実現に向けてこれから実施すべき事業を「28の具体的なアクション」として掲げています。
 みなさんの所属で取り組んでいるアクションの1つ1つが、未来像を実現させていくための原動力です。



次ページ以降では、個々のアクションが未来像の実現に向けてどのような役割を果たしているのか

- アクション名
- アクションの概要
- ⇒次年度以降の取組、目指すべき方向性

といった形で整理しました。

鎌ヶ谷市の目指すべき未来像！



⑬観光タウンミーティング

- 市民、事業者と連携した観光施策を実施
- ⇒何が出来るか？みんなで考え、つくっていく

⑱職員間での連絡会議

- 情報発信の強化をテーマとした会議を開催
- ⇒効果的な情報発信の方法を学び、必要な人に必要な情報を届ける



②市内を巡る仕掛けづくり

- フォトコンテスト、謎解きイベントなど
- ⇒市の魅力を発信し、回遊性を向上



③新鎌ヶ谷駅南口の活用

- 南口の土地を利用したまちづくり
- ⇒にぎわいの創出につながるイベントの検討



⑫スリランカフェスティバル

- 市が後援して様々な料理や体験を提供
- ⇒主催者と連携して多文化共生・国際交流の推進



⑳職場見学（体験）・農業体験

- 職場見学・体験を通じて地元事業者への愛着の増進を図る
- ⇒既存事業の継続のほか、新たな職場見学、農業体験の実施を検討



㉔コンシェルジュの育成

- コンシェルジュ制度を設け、観光情報の提供を行う
- ⇒コンシェルジュ制度を導入するための制度設計を検討していく



鎌ヶ谷市の目指すべき未来像2



⑩かまがや朝市

- 毎週土曜日に朝市を開催
- ⇒組合員が高齢化するなか、朝市を継続させるため若手農業者の加入を促進

⑮事業者と連携した情報発信

- 事業者と協力して市の魅力を発信
- ⇒気軽に手に取れる観光情報誌を市内のお店に



④公園の環境整備

- 緑の保全や人々の交流・憩いの場とするための環境整備
- ⇒地域ニーズに合わせた整備に取り組んでいく



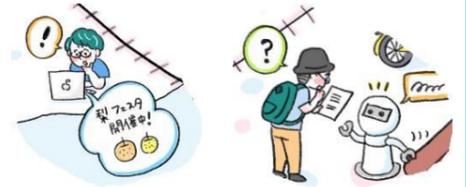
⑤道路整備

- 計画的な道路整備
- ⇒道路環境の整備を通じて渋滞緩和・安全確保



⑥デジタル技術の活用

- 市の知名度向上のため、観光DXを推進
- ⇒新たなSNS等を活用した情報発信



⑱かまたんを活用した取組

- 各イベントへのかまたんの積極的な参加
- ⇒かまたんを積極的に活用し、市のイメージアップ!



⑳指定・登録文化財を中心とした文化財の整備・活用

- 指定・登録文化財の整備・活用
- ⇒地域の拠点となる文化財を中心に整備を進め、活用方法を検討していく



鎌ヶ谷市の目指すべき未来像3



- ①梨をコンセプトにしたイベントの実施
 ●新たなイベントで市の集客力UP
 ⇒他市の梨を食べ比べ！参加自治体の増加を図る



- ⑦産業フェスティバル&農業まつり
 ●市内事業者の商品や農産物の販売、展示
 ⇒イベントを通じて商工業や農業を振興



- ⑨NICO-kama fes (ニコカマフェス)
 ●「街で子育て」を合言葉にしたイベント
 ⇒イベントを通じた地域活性化、子育て世代の交流



⑭特派員

- 地域の話や催し物などの情報を発信
 ⇒特派員制度の制度設計・導入を進める



⑯ガイドマップの作製

- ガイドマップで観光スポットやお店の情報を提供
 ⇒事業者と連携した観光情報誌“かまって鎌ヶ谷” Vol.2 発刊を目指す



⑳鎌ヶ谷グルメの推進

- 市の農産物や名産品を使ったメニューの開発
 ⇒農家や市民とどんな連携ができるか検討していく



㉑鎌ヶ谷市ふるさと製品の活用

- 各イベントの賞品等としてふるさと産品を活用
 ⇒ふるさと産品を活用し、市のPRにつなげていく



鎌ヶ谷市の目指すべき未来像4



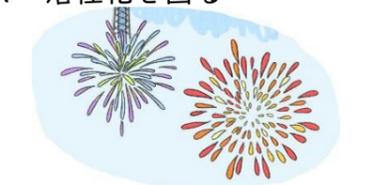
②④カブトムシプロジェクト
 ●カブトムシの飼育を通じて命の尊さを学び、郷土愛を醸成
 ⇒ブリーダー制度で個体数を確保し、定期的な配布イベントを開催

⑧市民まつり

●事業者、市民団体と一体となった市の目玉となるまつり
 ⇒内容や予算を見直して、新たな市民まつりにしていく

①①かまがやの花火

●花火大会を通じた地域活性化、市のPR
 ⇒主催者と連携しながら花火を通じて市のPR・活性化を図る



①⑦市外イベントへの参加

●プロスポーツチームやスカイツリーイベントなどへの出展
 ⇒ふるさと産品や農産物を活用したPRを継続



②③春の牧ウマまつり

●「馬」をキーワードにしたイベントで国史跡下総小金中野牧跡をPR
 ⇒春の牧ウマまつりへの来場者を増加させる方法を検討していく



②⑤北海道日本ハムファイターズとの連携強化

●球団と連携しこども向け事業やPR事業を行う
 ⇒球団との連携強化と、ファイターズ鎌ヶ谷の会の活動の継承



②⑥事業者との連携強化

●鉄道事業者等と連携し、インバウンド需要の取り込み等を図る
 ⇒東武健康ハイキングの継続と、インバウンド対応SNSの活用



第2期鎌ヶ谷市観光ビジョン 令和6年度事業報告

市では、観光施策を推進するための指針として、令和6年3月に「第2期鎌ヶ谷市観光ビジョン」（計画期間：令和6年度から令和14年度まで）を策定しました。

本ビジョンは、「目指すべき鎌ヶ谷市の未来像」の実現を目指して、5つの基本方針、13の施策、28の具体的アクションで構成されています。

本ビジョンに基づく観光施策の取組を効果的かつ継続的に推進していくために、28の具体的アクションについての進捗管理を行うとともに、年度ごとに本ビジョンに関する事業報告書を作成し、アクションに着手する時期や進捗などの状況を報告します。

1 進捗管理・評価

28の具体的アクションについて、主たる関係課に自己点検と評価を依頼し、ビジョンに基づく事業展開ができたのか検証しました。

2 進捗管理・評価の項目

ビジョンの自己点検・評価にあたっては、以下の項目について実施しました。

- (1) ビジョンに基づく年度内の具体的な取組状況
- (2) 取組に対する成果
- (3) 取組の評価（A順調に進んでいる、B改善が必要）
- (4) 課題と今後の取組

3 評価体制（スケジュール）

(1) 計画の進捗管理・評価シートの作成（4月～6月）

進捗管理・評価シートを作成し、当該年度の事業が達成できたかどうかを主たる関係課で自己評価を行いました。

(2) 年度報告書の作成及び公表（7月～8月）

作成した進捗管理・評価シートに基づき、年度報告書（本書）を作成するとともに、主たる関係課にフィードバックします。

また、市ホームページ等を通じて年度報告書を公表します。

(3) 各事業について次年度の取組への反映（翌年度～）

主たる関係課は、進捗管理・評価シート及び年度報告書に基づき、第2期鎌ヶ谷市観光ビジョンに示された基本方針等の方向に沿った具体的アクションの実現に着手していきます。

4 数値目標

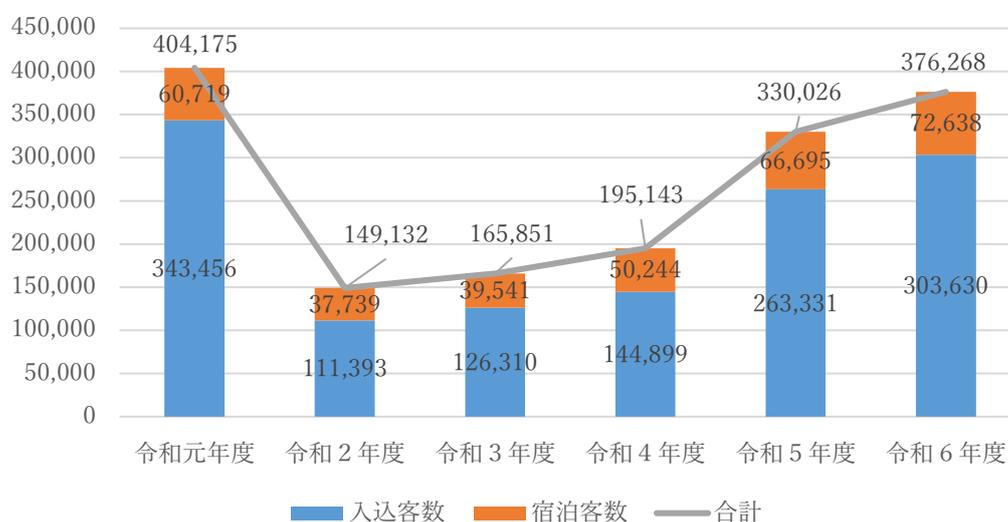
第2期鎌ヶ谷市観光ビジョンでは、『「市民」が作る【鎌ヶ谷ストーリー】による観光推進+“鎌ヶ谷らしさ”のさらなる追求』を基本理念とし、以下の数値目標を定めています。

(1) 観光入込客数

令和元年に404,175人だった観光入込客数について、令和14年までに450,000人とします。

年度	入込客数	宿泊客数	合計	増減
令和元年度	343,456	60,719	404,175	-
令和2年度	111,393	37,739	149,132	▲ 255,043
令和3年度	126,310	39,541	165,851	16,719
令和4年度	144,899	50,244	195,143	29,292
令和5年度	263,331	66,695	330,026	134,883
令和6年度	303,630	72,638	376,268	46,242

観光入込客数



観光入込客数は、新型コロナウイルス感染症の影響により、各イベントが中止となったこと等により落ち込みましたが、令和5年5月に新型コロナウイルス感染症が5類感染症に移行したことを受け、徐々に回復傾向にあります。

今後も令和14年までに450,000人とする数値目標の達成に向けて、観光入込客数の増加を図るための手法を検討してまいります。

(2) 観光イベント参加者の満足度

各種イベントでアンケートを行い、イベント満足度80%以上を維持します。

年月日	イベント名	よかった	普通	よくなかった	満足度
R5.7.8	柏レイソル鎌ヶ谷ホームタウンデー	151	4	0	98.7%
R6.2.4	NECグリーンロケッツ東葛ホストタウンデー	56	5	0	95.9%
R6.7.6	柏レイソル鎌ヶ谷ホームタウンデー	81	1	0	99.4%
R7.3.29	NECグリーンロケッツ東葛ホストタウンデー	27	2	0	96.6%

※「よかった」：満足度100%、「普通」：満足度50%、「よくなかった」：満足度0%としてイベント満足度を測定

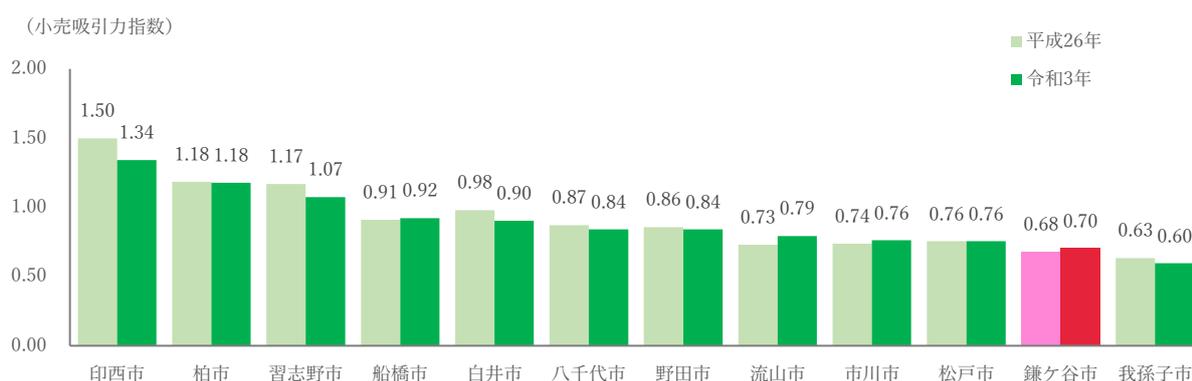
直近に実施した観光イベントの満足度調査においては、いずれも高い満足度を維持することができました。

今後も市外イベントでのブース出展のほか、カブトムシプロジェクト、高校生フォトコンテスト等においても満足度調査を実施することとし、高い満足度の維持を目指してまいります。

(3) 小売吸引力指数

鎌ヶ谷市総合基本計画後期基本計画策定方針（令和6年9月）によると、地域が買物客を引き付ける力を表す小売吸引力指数が0.70で1を下回っており、他地域へ買物客が流出していることが懸念されるため、商工施策と連動し、ニーズ変化に対応した観光施策を実施することで、令和14年までに周辺都市の平均の近似値である0.9以上とします。

小売吸引力指数の都市間比較

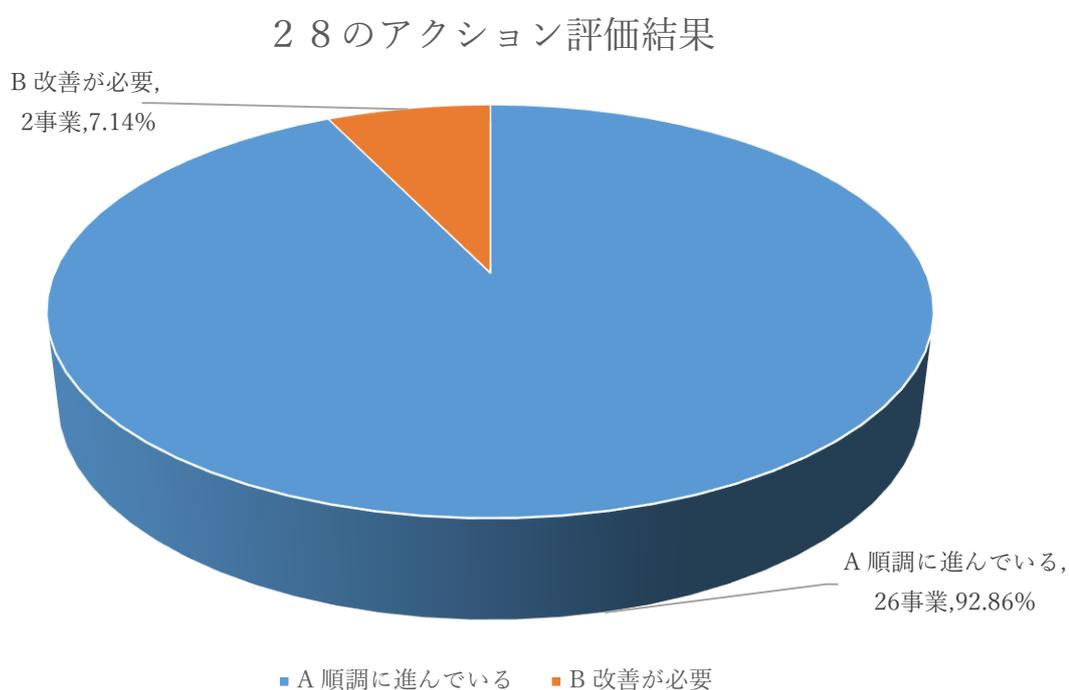


出典：鎌ヶ谷市総合基本計画後期基本計画策定方針

5 進捗状況・評価の結果

令和6年度に取り組んだアクションが達成できたかどうかをA～Bの2段階で確認しました。

評価	28のアクション	構成割合 (%)
A 順調に進んでいる	26	92.86%
B 改善が必要	2	7.14%
合計	28	100.00%



6 総合評価

令和6年度事業に対する評価は、A評価（順調に進んでいる）が26事業、92.86%となっています。

また、B評価（改善が必要）が2事業、7.14%となっています。

A評価が大半を占める結果となりましたが、引き続き、観光施策を通じたにぎわいの創出や市の魅力向上を実現させるため、全庁的な観光施策の推進を図ってまいります。

B評価（改善が必要）の事業として、No5「道路整備」とNo8「市民まつり」があります。

No5「道路整備」については、用地買収等を伴うため多額の費用と多くの年月を要することから短期間で成果を出すことは困難ですが、国からの交付金などの限られた財源のなかで成果を挙げられるよう、計画的に取り組んでまいります。

No8「市民まつり」については、相馬野馬追騎馬武者行列が目玉イベントとなっておりますが、本イベントは市の独自性が薄いこと、多額の費用を要することから、今後も市民まつりを継続して開催していくために、事業内容や予算について抜本的な見直しを行ってまいります。

第2期観光ビジョンをより実効性の高いものとするため、進捗状況の管理については、本ビジョンの最終年度である令和14年度まで進めてまいります。

なお、令和6年度の具体的アクションの進捗状況につきましては、別添「28のアクション進捗管理・評価シート（令和6年度事業）」をご覧ください。