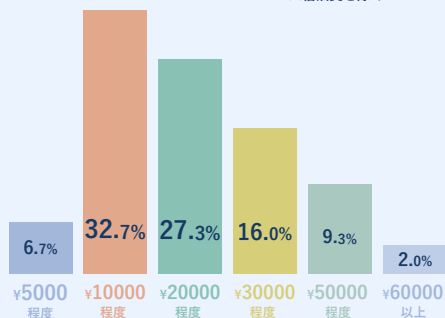
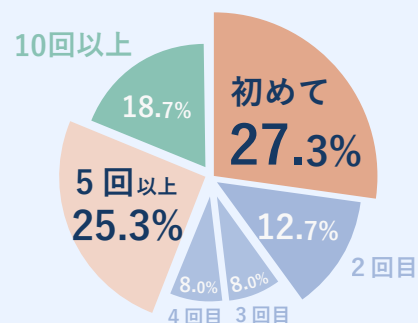


鎌倉でいくぐらい使う予定？

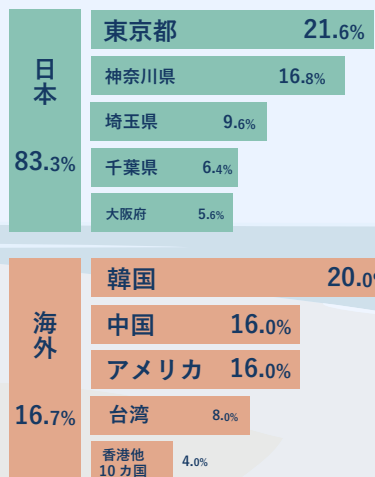
※宿泊費を除く



鎌倉に来るのは何回目？



どこから来ましたか？



あなたの声を聞かせてください！

Good Morning Good Night Kamakura

1月～3月

集計期間：2025年1月～3月

回答人数：150人（国内125人、インバウンド25人）

実施体制：公益社団法人鎌倉市観光協会と

株式会社 Koeeru の協業

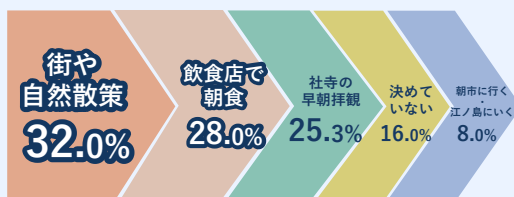
調査対象：鎌倉市内の宿泊施設を利用する観光客

調査言語：日本語 / 英語 / 中国語（簡体字・繁体字） / 韓国語

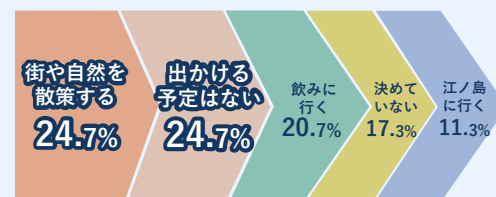
調査場所：鎌倉市内の6宿泊施設

（かいひん荘鎌倉 / かきや旅館 / 鎌倉プリンスホテル / 亀時間 / 相鉄フレッサイン鎌倉大船駅東口 / ホテルメトロポリタン 鎌倉）

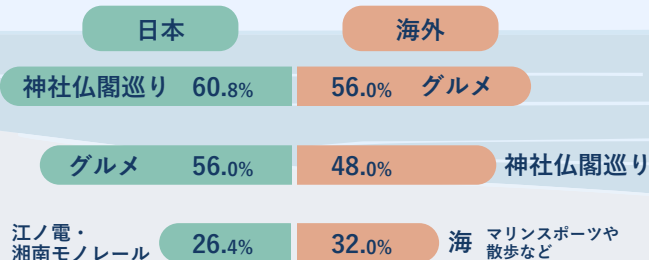
朝の観光予定 TOP 5



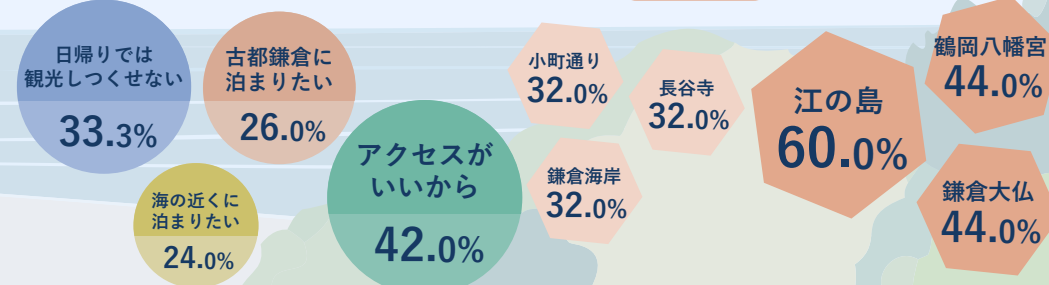
夜の観光予定 TOP 5



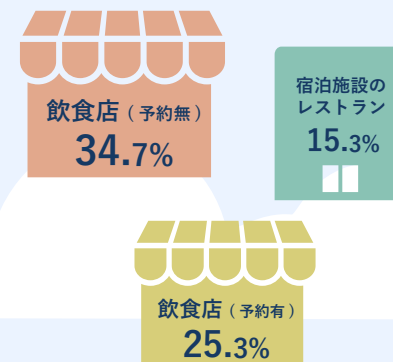
来訪の目的は？



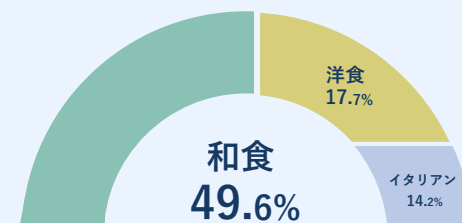
鎌倉に泊まる理由は？



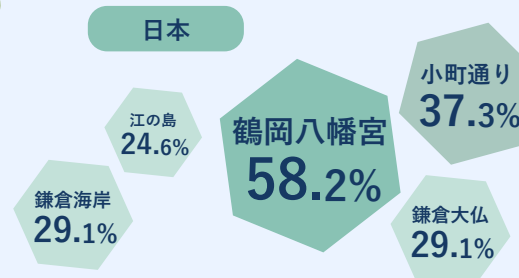
ディナーはどこで？ TOP 3



人気のディナージャンル



鎌倉の来訪場所 TOP 5





\ 鎌倉発 IT スタートアップ / みんなで集めて活用しよう 地域の声プロジェクト #4

KAMAKURA

いわゆる、自然と集まってくる「数」のデータを見るのではなく、地域の事業者が一体となり、能動的に「ほしい」データを集めていく。
それぞれの地域課題にあった観光客の「声」を集め、みんなで考え、活用していきませんか？
それが、わたしたち Koeeru の提案です。

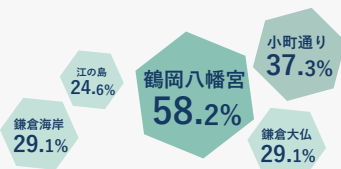
今回の調査テーマ

鎌倉の宿泊客は、 どんなルートで観光しているの？



① 課題に対する「声」をみんなであつめる

日本 鎌倉の来訪場所 TOP5



海外 鎌倉の来訪場所 TOP5



② なぜなのか、仮説を立てる

日本
鎌倉駅周辺の
定番スポットが多いね。
手軽に観光しつつ、
宿泊は落ち着いた雰囲気でのんびりしたいのかも？

海外

江の島に行く人が多いね。
エリア内を周遊しつつ、
鎌倉ならではの景観体験を
求めているのかも？

③ 地域一体でアクションを起こす



海や自然、寺社を組み合わせた
モデルルートは喜ばれそう！



穴場スポットにも
安心して寄れるように
導線を明示しよう。

ゆっくりしたい人向けなど
目的別ルートがあってもいいね。



④ 効果を検証する

お客様や SNS 上で
「行ってみたよ」の声が増えた？

飲食店や店舗では、新しいお客様が来た実感がある？

観光客調査の中でも聞いてみよう！

Koeeru によるマーケティングポイント分析

① 「声」から見た日本人宿泊客ニーズ

日本人は鶴岡八幡宮や小町通りなど鎌倉駅周辺の定番スポットへ行く人が多いようだけど、そんな宿泊客の中には「ゆったり過ごしたい」「のんびりしたい」といった目的で来ている人もいようだよ。観光目的だけでなく宿泊客の潜在ニーズを知ることができるのは「声」があってこそ大事なポイントだよ。

② 「声」から見た海外宿泊客ニーズ

海外からの宿泊客は、江の島や鎌倉海岸沿いの自然風景スポットへの来訪率が高いね。海沿いの景観を楽しみながら寺社拝観など日本の文化体験ができる観光スタイルは、鎌倉訪問の魅力の一つとして認知されているのかもしれないね。
継続的な「声」の蓄積によって、今後は各市場毎のニーズ解像度を高めていけるよ。

③ データを活かして費用対効果も UP!

例えば駅前だけでなく周辺エリアへも観光を促すにはどうしたらよいか、現在の観光動向とニーズへの理解があるからこそ、より現実に即した仮説と打ち手の施策が考えられるよ。有名な場所を見て回るだけでなく、鎌倉に流れる時間や空間感まで感じてもらえるよう地域一体で旅のつながりを見せていきたいね。