1．地域概要

計画名	鎌倉市・藤沢市エリアにおけるオーバーツーリズムの未然防止・抑制による持続可能な観光推進事業
対象エリア	鎌倉市・藤沢市エリア
実施主体	鎌倉市・藤沢市
年間観光客入込数	鎌倉市 延べ約1,196万人（R4年度） 藤沢市 延べ約1,700万人（R4年度）
宿泊者数	鎌倉市 約34.4万人（R4年度） 藤沢市 約49万人（R4年度）
主な観光資源	• 社寺等の歴史的遺産 • 別荘建築物等の文化的遺産 • 海(海水浴場)や山(ハイキングコース)等の自然景観

歴史的遺産や海、山などの豊かな自然環境に恵まれたまち

自然

歴史

まち並み

● 観光ビジョン

【鎌倉市】住んでよかった、訪れてよかった
【藤沢市】共創し選ばれ続ける観光都市へ

- 【鎌倉市】中核となる歴史的・文化的遺産のほか、住環境、自然環境、地域の賑わいといった多様な魅力や価値を備えた「成熟した観光都市」の実現を目指す
- 【藤沢市】「共創」を主眼に置くことで、観光振興を享受する地域拡張や産業発展に対するより一層の効率的かつ効果的な促進を図り、持続可能な観光推進や観光客満足度向上を目指す

● 推進体制（協議の場）

鎌倉市・藤沢市エリアにおけるオーバーツーリズム未然防止・抑制に向けた協議会

行政機関	事業者	住民関係者
鎌倉市	(公社)神奈川県観光協会	鎌倉小町商店会
藤沢市	(公社)鎌倉市観光協会	鎌倉表参道商店会
神奈川県	(公社)藤沢市観光協会	湘南藤沢活性化コンソーシアム
関東地方整備局	江ノ島電鉄㈱	
関東運輸局	湘南モノレール㈱	
	東日本旅客鉄道㈱横浜支社	
	京浜急行バス㈱	

2．課題

● 主な課題

	主な現状・問題点	影響を受けている主な対象
1.　**慢性的な交通混雑・渋滞**	• 列車混雑や交通渋滞により**スムーズな観光ができず、鎌倉は混雑しているというイメージ**が生まれている • 列車の混雑や道路渋滞により、**市民の日常の移動に影響**	観光客・住民
2.　**観光地の過度な混雑**	• 大型連休や桜、紫陽花などの時期に、特定の社寺や鎌倉高校前踏切など**認知度が高い場所に観光客が集中**し、**スムーズな観光や市民生活に影響** • **混雑が災害時の対応に影響する**のではないかなど、市民から不安も聞かれる	観光客・住民
3.　**ごみのポイ捨て等の迷惑行為**	• 観光客がポイ捨てしたごみ等が、**まちの美観や住環境に影響**	住民

1．交通渋滞

2022年1月9日の渋滞状況

市内各所で車両通過速度が10km/h以下に

2．観光地混雑

八幡宮前交差点の混雑

大型連休などの時期に、鎌倉駅周辺、特定の社寺、鎌倉高校前踏切など、認知度が高い場所に観光客が集中

3．ポイ捨て等の迷惑行為

ごみのポイ捨て等の迷惑行為も発生

3．背景・要因

主な背景・要因	
1.　**首都圏からのアクセスの良さ**	• **首都圏からのアクセスが良く**、多くの観光客が**日帰り**で来訪しやすい
2.　**時期・場所の集中**	• 大型連休や桜・紫陽花・紅葉などの**時期**、特定の社寺など**認知度の高い場所**に観光客が**集中する**
3.　**狭い道路**	• 鎌倉時代以来の旧地形が保たれているため、狭隘な道路が多い。渋滞を抜本的に解消するには**道路整備や交差点の改良が必須であるが、歴史的遺産や自然環境の保全等に配慮する必要があるため難しい**
4.　**観光と市民の生活圏の重複**	• 観光地と市民の生活圏が重複しているため、交通渋滞やごみのポイ捨てなどで、**市民の不満につながりやすい**

1.首都圏からのアクセス

東京から１時間弱、横浜から30分弱の位置にあり、常に多くの観光客が流入

2.時期・季節の集中

大型連休、桜・紫陽花・紅葉のシーズンに観光客が集中

4.観光と市民生活圏の重複

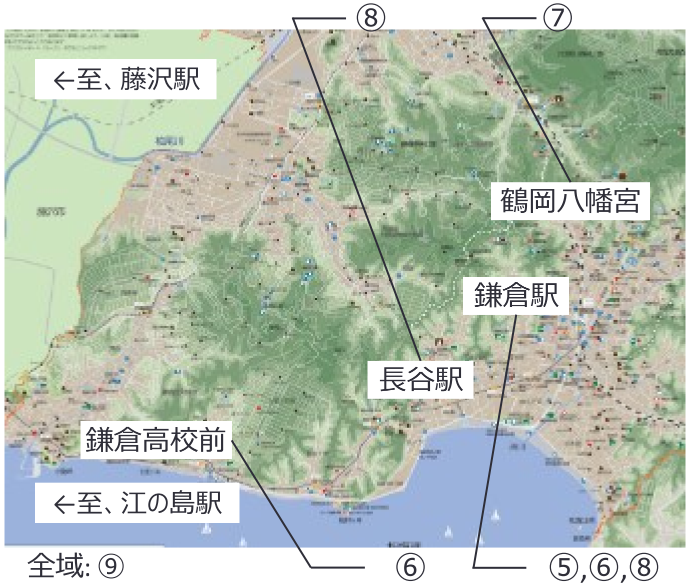
観光客が集まる場所に住宅があるなど、観光と市民生活圏が重複

丘陵部と相模湾に囲まれた場所に市街地が広がり、道が狭い

3.狭い道路

４．対策の概要

- 道が狭く混雑しやすい上、特定スポットに観光客が集中。そのため、時間や場所の分散化が対策のポイントであり、混雑予測や非混雑エリアの周知を実施する
- 観光と市民の生活圏が重複するエリアが大半であることから市民の生活環境を守ることも大きな課題。そのため観光客に向けたマナー啓発や災害発生時の避難情報の事前周知を実施する
- また、大多数を占める首都圏からの観光客の行動変容も重要であり、首都圏への広告展開を実施する



分散・平準化

取組み | **①公式ホームページ「鎌倉観光公式ガイド」の改修**

内容 |
- 訪日客や教育旅行向けに、定番スポット以外の魅力を旅行前段階から周知する内容を拡充し、時間・場所の分散を図る。また、災害時の避難方法などを周知するページも新設し、災害発生時における集中の回避につなげる

取組み | **②鎌倉観光混雑マップの改修**

内容 |
- 従前は、2時間前までの混雑傾向を表示していたが、今回の取組みで、天気別の混雑予測機能の付加や表示箇所の追加を行い、混雑期における行動変容を促す。また、混雑データを収集し、今後の施策に活用する

取組み | **③混雑駅における誘導員の配置による滞留解消と安全確保**

内容 |
- 江ノ島電鉄鎌倉駅等のホーム上に警備員を配置し、おける適切な誘導等を行うことで、電車の遅延防止やマナー向上を図る

取組み | **④公共交通での来訪を促す広告展開**　（※一般型事業として実施）

内容 |
- 首都圏に所在する駅等において、公共交通機関での来訪を促進する周知広告を展開することで、自動車で来訪する観光客による渋滞の抑制を目指す

マナー啓発

取組み | **⑤ポイ捨て防止のマナー啓発**

内容 |
- 訴求力の高いデザイン・メッセージを掲載したプラスチック不使用のエコナティッシュを用いた啓発活動を行い、ポイ捨て防止のマナー向上やプラスチックごみ削減につなげる

取組み | **⑥街頭防犯カメラ設置**

内容 |
- JR鎌倉駅東口付近及び江ノ島電鉄鎌倉高校前駅付近に街頭防犯カメラを設置し、存在を認知させることで、迷惑行為の防止・抑制を図る

取組み | **⑦八幡宮交差点における交通誘導員の配置**

内容 |
- 歩行者信号の現示に応じ適切に歩行者を誘導することで、青信号にて進行しようとする自動車の円滑な交通を確保する

受入環境の整備

取組み | **⑧ボランティアガイドによる滞留解消**

内容 |
- 混雑する紅葉時期を中心に、観光客向け案内を行うことで滞留の解消を図る

取組み | **⑨初詣交通規制に伴う交通誘導員の配置**

内容 |
- 地域に流入する車両を制限することで、歩行空間の確保や交通渋滞の発生を抑制する

5．主な取組み（詳細）

課題	・特定の観光スポット、特定の時期や時間に観光客が集中 ・従前の「鎌倉観光混雑マップ」は、表示時点の2時間前の混雑傾向しか表示されず、観光客の行動変容を促すには充分でなかった

取組み	**鎌倉観光混雑マップの改修** ・実施期間：令和6年8月～令和7年2月 ・実施主体：鎌倉市

事業内容

■ 鎌倉観光混雑マップの改修

- 混雑予測機能を追加し、天気別（晴・くもり・雨）に１週間後までの予測を表示する
- 混雑表示スポットを３カ所追加し、計10か所（小町通り、若宮大路、長谷周辺、鎌倉駅東口周辺、鎌倉駅西口周辺、北鎌倉周辺、由比ヶ浜、浄明寺エリア、極楽寺エリア、建長寺周辺エリア）とする

【目的】

- 予測機能を天気別に表示することで、混雑を避けた来訪や分散化を促す
- スポットごとに推計した混雑データを収集・蓄積できるように改修し、いつ・どこで混雑しやすくなっているかを数値で分析できるようにすることで、データに基づいたより効果的な対策につなげる

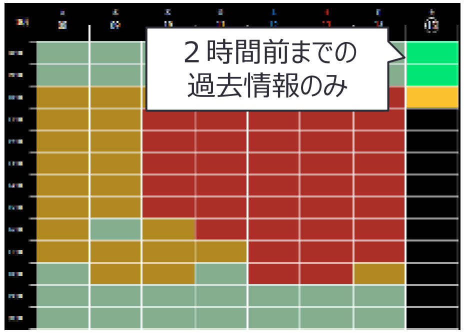
【背景】

- 観光客が集中する時期（大型連休、1月、3月～6月、11月等）・時間（休日の日中）・場所（鎌倉駅周辺、長谷エリア等）に集中しており、分散を図る必要があるが、現マップには以下の課題がある

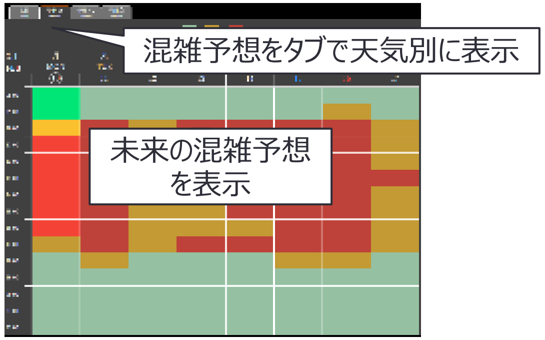
<現観光混雑マップの課題>

- 1週間から２時間前までの混雑傾向（「賑わっている」、「通常の混み具合」、「ゆっくり観光できる」の三段階）を確認できるが、過去の情報のみでは行動変容を促すには不十分
- 表示箇所７か所では観光客が求める表示スポットが充分とはいえない
- 拡大推計人数の算出データを収集、蓄積することができておらず、混雑状況の詳細分析ができていない

改修前の「鎌倉観光混雑MAP」



改修後



更に効果的な取組みとするために…

- ✓ 訪日客向けに英語表記を一部追加
- ✓ 旅行前段階からの閲覧を促すため、SNS発信や旅行代理店との連携などにより、鎌倉混雑マップの認知向上を図る

成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標	成果／目標の検証結果
A：リニューアル後の**混雑マップ閲覧数の増加** **B：**スポットごとの**拡大推計人数の算出データの収集**、蓄積の構築 （本スポット以外10～15地点の人流データ等）	**A：**混雑マップの**PV数** **43,509回**（令和6年2月1日～3月10日） → **33,355回**（令和7年2月1日～3月10日） **B：**スポットごとの**拡大推計人数の実績値となる算出データを収集** （本スポット以外10～15地点の人流データ等）

成果詳細

■ **鎌倉観光混雑マップ**

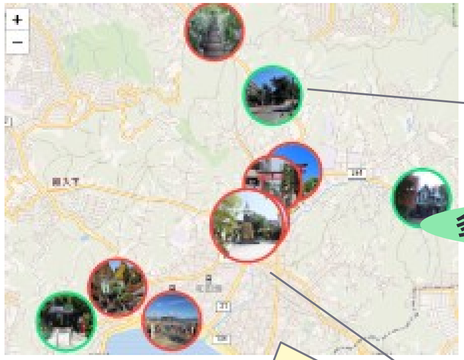
リニューアルのポイント

- ✓ 1週間後までの混雑予測機能の追加
- ✓ 天気別の混雑予測機能の追加
- ✓ 混雑表示スポットを10か所に増加

期待される効果

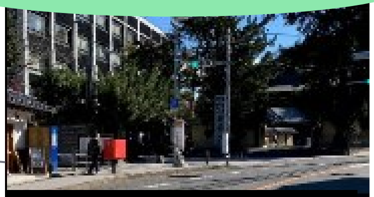
- ✓ 混雑する日時を避けた来訪
- ✓ 観光客が減少する雨の日の誘客促進
- ✓ 比較的ゆっくりと観光できる観光地への誘導・分散

比較的ゆっくりと観光できる観光情報発信



混雑表示スポットを10か所に増加

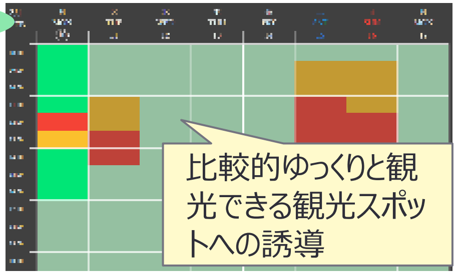
比較的ゆっくりと観光できるスポット



建長寺周辺エリア

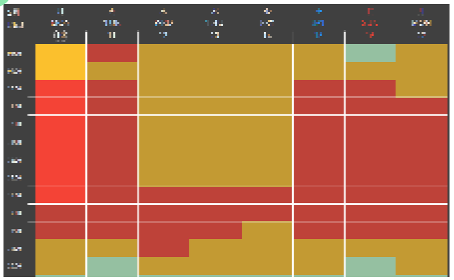
多くの観光客で賑わっているスポット

鎌倉駅西口周辺



比較的ゆっくりと観光できる観光スポットへの誘導

晴れ



雨

比較的ゆっくりと観光できる雨の日への誘客

5．主な取組み（詳細）

課題	
	• 外国人観光客や教育旅行者が特定スポットや時間に集中し混雑が発生 • 外国人観光客へのマナー啓発不足 • 災害時の観光客の混雑・混乱発生への住民の不安

取組み	
	鎌倉観光公式ガイドの改修 **（多言語マナー啓発ウェブサイト、教育旅行向けウェブサイト、防災情報ウェブサイトの新設）** • 実施期間：令和6年8月～令和7年2月 • 実施主体：鎌倉市

取組み内容

■ 鎌倉観光公式ガイドの改修

- 多言語ウェブサイト「VISIT KAMAKURA」を大幅リニューアルし、観光マナーの周知、啓発を目的とした「Respect Kamakura Guidelines」を掲載
- 教育旅行向けウェブサイト「『いざ、鎌倉』旅のしおり」を新規掲載
- 防災情報「いざという時の鎌倉」を掲載

【目的】

- 外国人観光客や教育旅行者へのマナー周知、啓発強化
- 比較的ゆっくりと観光できるスポットを含めたモデルコースや体験コンテンツ、日本遺産など、多様な見どころの周知による混雑緩和・分散化
- 防災の心得を旅行前に周知

【背景】

- 鎌倉には多くの外国人観光客や小・中・高校生を中心とした教育旅行者が来訪するが、鎌倉観光のマナーや比較的ゆっくりと観光できるスポットの周知・浸透が不足している
- さらに、住民からは災害発生時の際の混雑や混乱について不安の声が上がっており、観光客にも災害リスクや避難場所等を周知することが必要
- このような状況から、外国人観光客・教育旅行者向け及び防災に特化したサイトを構築し、周知・発信を強化する

鎌倉観光公式ガイド

多言語の
マナー啓発ウェブサイト

教育旅行向け
ウェブサイト

防災情報
ウェブサイト

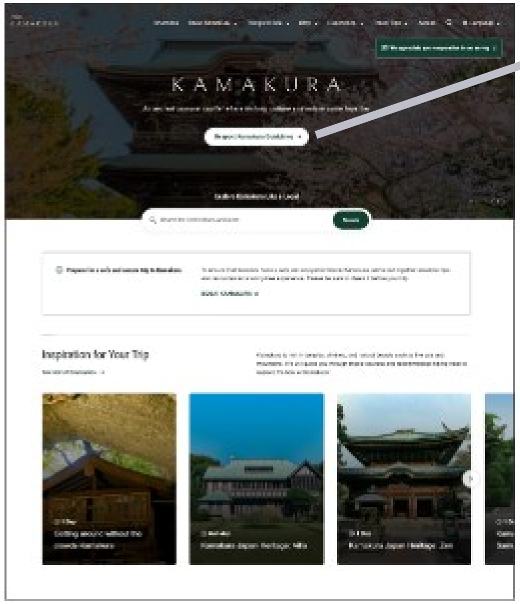
成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標	事業の成果／目標の検証結果
• **新規掲載したウェブサイトの閲覧者の増加**により、旅行前段階からの行動変容を促す	• VISIT KAMAKURA　**１日平均132PV**（R5年度） →多言語ウェブサイト**１日平均約272PV**（令和7年2月15日～3月14日）

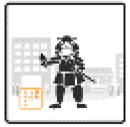
成果詳細

■ **多言語サイト「VISIT KAMAKURA」**

- 日本遺産や混雑緩和を意識したモデルコース、宿泊施設、各種体験、季節ごとの見どころなどの情報を集約
- マナー啓発ページは必ず見てもらえるようページトップに設定し、イラストなどで外国人旅行者にも分かりやすく伝える
- 混雑状況や観光客の思考に応じて柔軟にコンテンツを紹介できるよう、カスタマイズしやすいWEBサイトに設計（教育・災害サイトも同）



マナー周知・啓発を目的とした
Respect Kamakura Guidelines



Do not take photos in dangerous locations.

- マナー啓発サイトへのリンク先をトップに設定
- 外国人旅行者にも分かりやすいイラストの活用

混雑を避けた1日観光ルート

See more →

- 混雑を避けた1日コース・半日コースなど、多様なルート紹介による分散を図る

Recommended for winter

Things to See – Shrine & Temples
Hasedera Temple

Things to See – Shrine & Temples
Egara Tenjinsha Shrine

Things to See – Nature
Shichirigahama Beach

- 季節ごとの見どころ紹介による季節の分散化を図る

成果及び今後に向けて

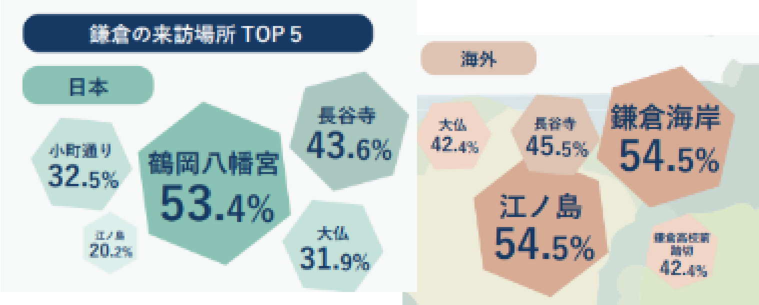
成果詳細

【鎌倉地域共創アンケートの活用】

- 多言語サイト開発にあたっては、旅行中にリアルタイムに「観光客の声」を集める鎌倉地域共創アンケート結果を活用

アンケート活用例

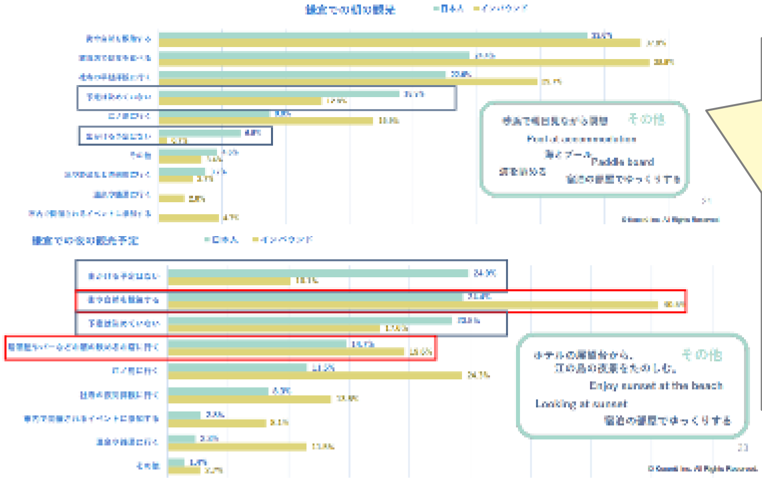
人気の来訪場所分析



- 外国人観光客には江の島や鎌倉海岸など海エリアの人気が高い
- 十分に認知されていないエリア（北鎌倉、二階堂、浄明寺、大町等）にもより焦点を当て、定番ルート以外のエリアのモデルコース紹介や体験アクティビティなどを取り入れながら、地域の特性や魅力を発信

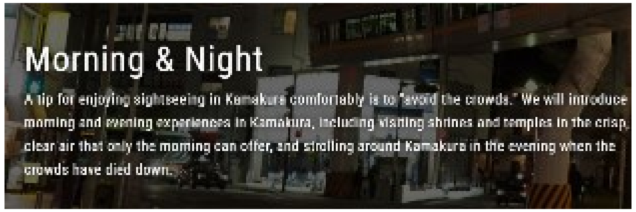
北鎌倉のコンテンツ紹介

朝夜の観光分析



外国人は「散策、早朝拝観、飲食店に行く」との回答が日本人より多い
日本人は「予定はない」との回答が多い

- 多くの観光客が「夜の飲食店」「早朝の神社巡り」などを希望
- 朝と夜の観光について、まず「情報が欲しい」との回答が最も多かった



朝と夜の観光スポット情報

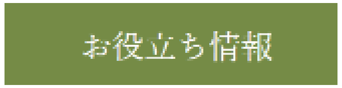
成果及び今後に向けて

成果詳細

■ 教育サイトの「『いざ、鎌倉』旅のしおり」

- 鎌倉の歴史や観光についての基礎情報、日本遺産など含めたモデルコース、神社仏閣・街中を巡る際のマナーなど、鎌倉を学びながら観光する教育旅行者に必要な情報を集約
- 定番スポットからの分散やマナー周知を図る

比較的ゆっくりと観光できるスポットを含めたモデルコース

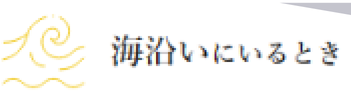


ダウンロード資料やガイド団体紹介など教育旅行に必要な情報

神社仏閣・街中巡りなどの際のマナー

■ 防災サイトの「いざという時の鎌倉」

- 鎌倉観光の際に災害が起きた場合、どのような心掛けをしておくべきか、ハザードマップ、避難所、緊急時の連絡先、鎌倉の地形の特性と起こりうる災害の情報などを旅行前に周知し、災害発生時の際の混雑や混乱を回避する



観光中に災害が発生した時にいる場所別に対応策を周知

ハザードマップの周知

鎌倉観光の際、持っていくべきものを周知

災害に役立つリンク集追加
Safety tips などを紹介

成果及び今後に向けて

令和６年度の取組みから見えてきた課題

- 令和６年度、観光混雑マップ、ホームページ（３つのサイトの新設）の２つの情報発信ツールを改修
- 今後、閲覧者を増やしていくことで、比較的ゆっくりと観光できる日時・場所への誘導及び同エリアへの分散化、マナー改善などを図る

1 観光混雑マップへの流入の仕組みの強化

- 現在、ホームページと観光混雑マップが別のサイトとなっているため、ホームページを見た観光客が観光混雑マップに流入しにくかった
- ホームページ（スマホ版）が見にくく、使いにくい状況

2 マップ・サイトの周知・浸透

- 観光混雑マップ、多言語サイト、教育サイト、災害サイトともに改修・新設したばかりであるため、周知浸透を強化し、観光客の行動変容に繋げることが必要

3 観光消費額の向上

- 鎌倉は日帰りが多く、観光消費額が少ないことが課題
- 宿泊客アンケートでは、観光の予定を決めていない、出かける予定はないという回答が多く、宿泊と周遊の少なさが観光消費額が上がらない要因の１つと考えられる

4 情報発信の即時性

- 観光客向けに周知したい情報（イベント情報や注意喚起など）について即時に多言語翻訳することが難しい状況

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

- 鎌倉観光公式ガイド本体を改修し、観光混雑マップと連携させるとともに、宿泊観光に繋がるコンテンツの増加など、観光客の動向やニーズにあわせ、柔軟にサイトを更新していく

1 鎌倉観光公式ガイドの改修・マップとの連携

- 鎌倉観光公式ガイドを全面的に改修し、観光混雑マップを連動させる
- スマホ版のUX・UIを高めることでホームページ及び混雑マップの閲覧者を増加させる

2 事業者等を巻き込んだ周知

- 修学旅行関係の旅行会社、観光協会の会員事業者を通じた発信などを実施
- サイト構築はオーストラリア大使館に紹介し、注目いただくなど、大使館を通じた海外発信なども検討

3 宿泊観光に繋がるコンテンツの充実

- 多言語サイトでは、宿泊情報を集約したページを設置
- 今後、朝・夜の鎌倉の観光コンテンツ、着地型コンテンツなど、宿泊滞在の促進、観光消費額の繋がるコンテンツを充実させ、ホームページ等により発信する

4 多言語でのリアルタイム発信の仕組み導入

- 観光客向けに多言語でリアルタイム発信できる仕組みの導入を検討

5．主な取組み（詳細）

課題	マイカーでの来訪者等による慢性的な交通渋滞が発生

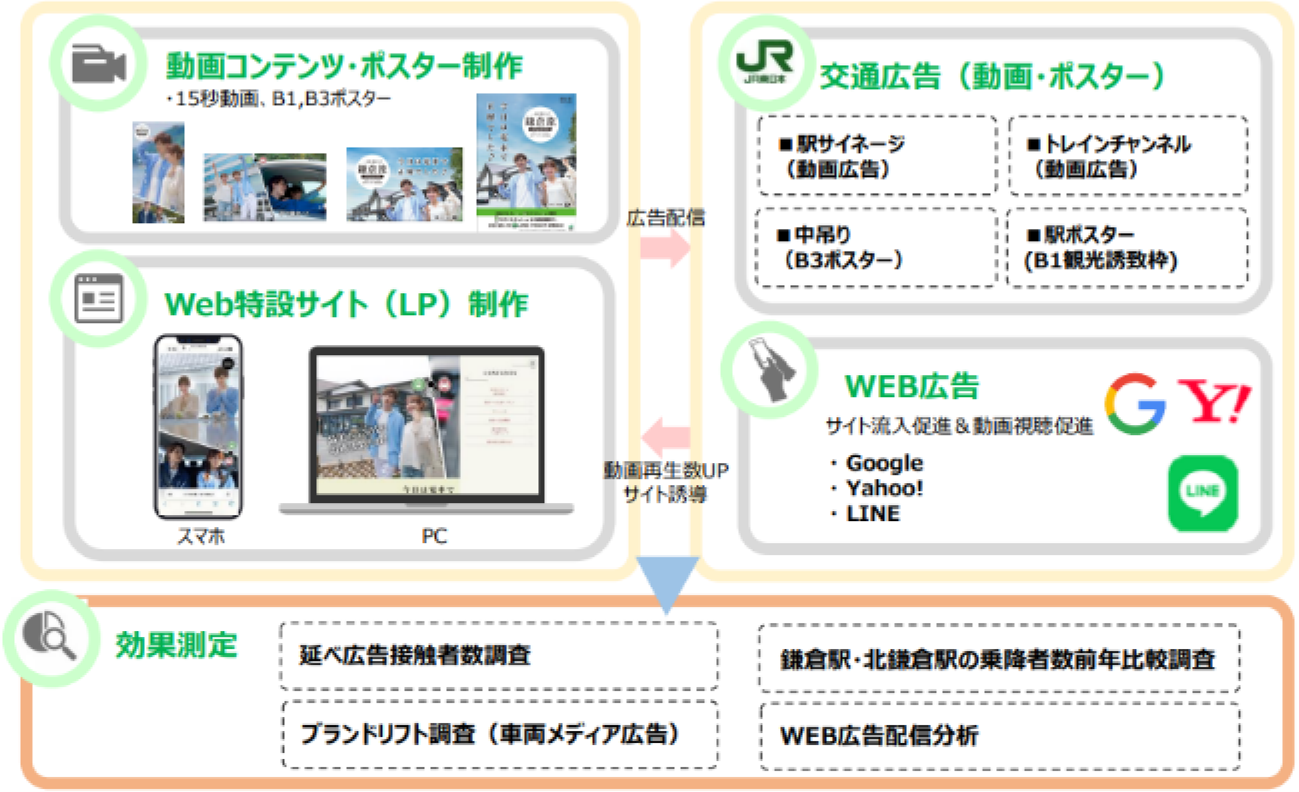
取組み	首都圏に所在する駅等への広告展開〈一般型〉 • 実施期間：令和6年10月～令和7年1月 • 実施主体：鎌倉市

事業内容

■ 広告展開事業の概要

• 首都圏の観光客に公共交通機関利用を旅行前に周知することで、マイカー利用を抑制する

1. **交通広告：**駅及び電車内サイネージ掲出／駅及び電車にポスター掲出（東京、品川、横浜、吉祥寺等）
2. **WEB広告：**Google ・Yahoo！リスティング広告、LINE広告
3. **特設サイト**：キャンペーン特設サイトのを期間限定で設け、フリー切符などお得な情報を掲載



成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 広告を活用した公共交通機関での**来訪促進策の有効性を検証**する

事業の成果／目標の検証結果

- **広告を活用した来訪促進について一定の効果**が得られた

  ＜アンケート結果＞
  - 広告接触後、**約8割に行動変容**が生じたと回答
  - **約34%が鎌倉観光に電車で行った**と回答

成果詳細

1. 交通広告

- 広告接触後、**78.4%の人の意識･行動に変化がみられる**など、主要駅への広告掲出は、公共交通機関利用への効果が一定あったと考えられる

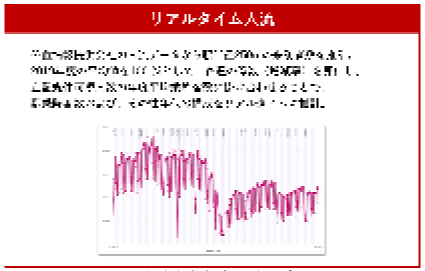
広告実施期間中の延べ広告接触者数の可視化

①2019年度掲出路線の利用者データ、媒体の視認可能な範囲、サイネージロール時間等から、延べ広告可視人数を算出、②スマホアプリの位置情報をもとに算定した人流係数を掛け合わせリアルタイム化、③延べ広告接触者数（imp）として広告効果を計測

①

×

②



＝③延べ広告接触者数（imp）

延べ広告接触者数（Viewable imp）の算出例

中づり ……… {掲出路線利用者数×媒体可視比率(%)} ×リアルタイム人流係数(%)

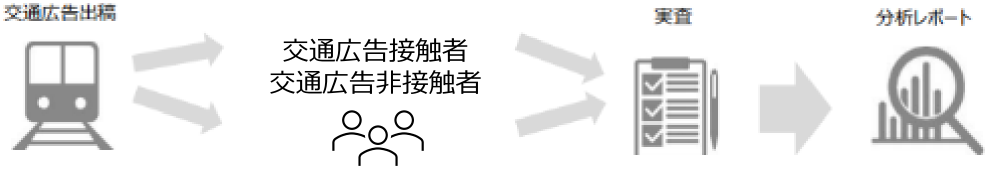
まど上チャンネル ……… {掲出路線利用者数×媒体可視比率(%)×放映回数*} ×リアルタイム人流係数(%)

＊一人あたりの平均乗車時間をもとに、乗車中の15秒CM放映回数を算出

JR品川駅、埼京線･横須賀線･総武線快速車内広告
約465万インプレッション

ブランドリフト調査

広告に「接触した方」と「接触していない方」にアンケート調査を実施し、「認知」「興味関心」、「広告喚起」「行動変容」などの効果を分析



広告接触後、行動変容に繋がった人は78.4%※1

- **鎌倉観光に電車で行った：34.2%**
- 鎌倉観光に電車で行こうと思った：29.7%
- インターネットで検索した：30.6%

※１全体から「特に行動していない」の回答者21.6%を引いた割合

※２複数回答のため各回答者割合を合計すると100%以上となる

成果及び今後に向けて

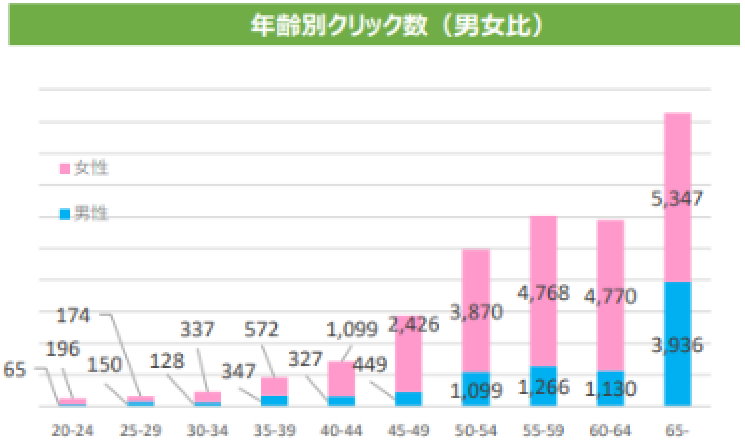
成果詳細

2．3．WEB広告･WEBサイト

- Googleリスティング広告はクリック率ベースでは「群馬県」「栃木県」「茨城県」「千葉県」「埼玉県」「愛知県」の反応が高く、LINE広告では65歳以上のクリック数が多いなど、広告によって地域・属性の反応差が見られた

エリア別	表示回数	クリック数	クリック率
合計	23,524	2,140	9.10%
東京都	8,208	661	8.05%
神奈川県	7,373	638	8.65%
埼玉県	2,152	229	10.64%
千葉県	2,039	229	11.23%
愛知県	1,032	107	10.37%
静岡県	904	80	8.85%
茨城県	890	90	10.11%
栃木県	494	51	10.32%
群馬県	432	55	12.73%

群馬県、栃木県、茨城県、千葉県、埼玉県、愛知県など遠方のマイカー利用層のクリック率が比較的高い



65歳以上のLINE広告のクリック数が多い

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 女性など一部の層には効果が低い

- 女性は、広告接触者の方が電車利用促進の認知度が低い、電車で行きたいという意向が低いなど、今回の広告の効果が表れなかった

※ブランドリフト調査結果から

- 鎌倉への電車来訪メリットを打ち出せていなかったことなどが考えられる

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ ターゲットにあわせた広告の展開

- 女性の関心を引くお得な切符情報を交えた広告など、属性に応じた広告の展開を検討
- 広告への反応が良かった地域や年齢層によって、広告表現を分ける等の工夫をすることにより、より精度の高い情報発信を実施する

5．主な取組み（詳細）

課題	混雑による改札外へ乗車列の発生･近隣への影響 列車の乗降時間を要することによる遅延の発生

取組み	混雑駅における誘導員の配置による滞留解消と安全確保 • 実施期間：令和6年7月～令和7年2月 • 実施主体：江ノ島電鉄株式会社

事業内容

■ **混雑駅への警備員配置**

- 繁忙期における、藤沢、長谷、鎌倉の主要各駅およびイベント開催時における混雑駅に警備員を配置

【目的】

- 乗車列整備、電車との触車防止案内、改札利用のご案内及び交通マナー啓発やホーム上における適切な誘導を実施する

【背景】

- 駅構内が混雑し改札外へ乗車列が出来ることによる近隣への影響、および列車の乗降時間を要することによる遅延が発生。混雑が集中する狭い場所ではスムーズな案内･誘導が不可欠であることから、スポット的に警備員を配置する

イベント	配置駅	事業概要
鎌倉花火大会 2024年7月17日	藤沢駅、鎌倉高校前駅、稲村ヶ崎駅、長谷駅、由比ヶ浜駅、和田塚駅、鎌倉駅	**合計31名**
夏季休暇期間	由比ヶ浜駅	**13日間**各日1名、計**13名**配置
江の島花火大会 2024年7～8月	鎌倉高校前駅	**4日間**各日1名、計**4名**配置
３連休 2024年8月～ 2025年2月	長谷駅	**21日間**各日1名、計**21名**配置
年末年始 2025年1月	鎌倉高校前駅、長谷駅、鎌倉駅	**5日間**各日2名、計**22名**配置

<参考>　由比ヶ浜駅警備員配置状況

夏季休暇期間中に警備員を配置し、乗車列整備、電車との触車防止案内、改札利用のご案内を実施

成果及び今後に向けて

令和６年度事業の目標

- 混雑駅における警備員の配置による**滞留解消と安全確保**

事業の成果／目標の検証結果

- **多客による遅延発生日数が減少**し、**滞留解消と安全確保に一定の効果**が得られた
  - 多客による遅延発生日数：**133日**（2018年度）
    →**11日**（2025年1月末時点）**92%減**

成果詳細

- 各イベントについて、ダイヤ調整などとも組み合わせて警備員を配置。運転休止や遅延はほぼ発生せず、スポット的に配置する有効性を確認できた

イベント	対策実施前（2019年）	対策実施後（2024年）
鎌倉花火大会 2024年7月17日	混雑により大幅な列車遅延が発生し、 **上下各5本の列車が運転休止**	列車遅延は発生したものの **運転休止の実施はなかった**
夏季休暇期間	**列車遅延22日**	**列車遅延０日**
江の島花火大会 2024年7～8月	**列車遅延なし**	**列車遅延なし**
３連休 2024年8月～ 2025年2月	3連休27日（9回） **列車遅延21日　運転休止17日**	3連休12日（4回） **列車遅延３日　運転休止０日**
年末年始 2025年1月	**列車遅延3日　運転休止3日**	**列車遅延１日　運転休止０日**

令和６年度の取組みから見えてきた課題

■ 外国人観光客急増への対応

- 鎌倉高校前駅で、春節の時期に混雑し、利用客からホームが歩けないとのご意見が発生

令和７年度以降に取り組むべきと考えること

■ 警備員を配置増･キャッシュレス化

- インバウンド増により、警備員の配置を再考
- QRコード決済の導入を検討し、磁気券を減らすことで改札付近、狭い券売機前の混雑改善を図る