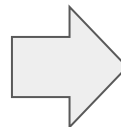
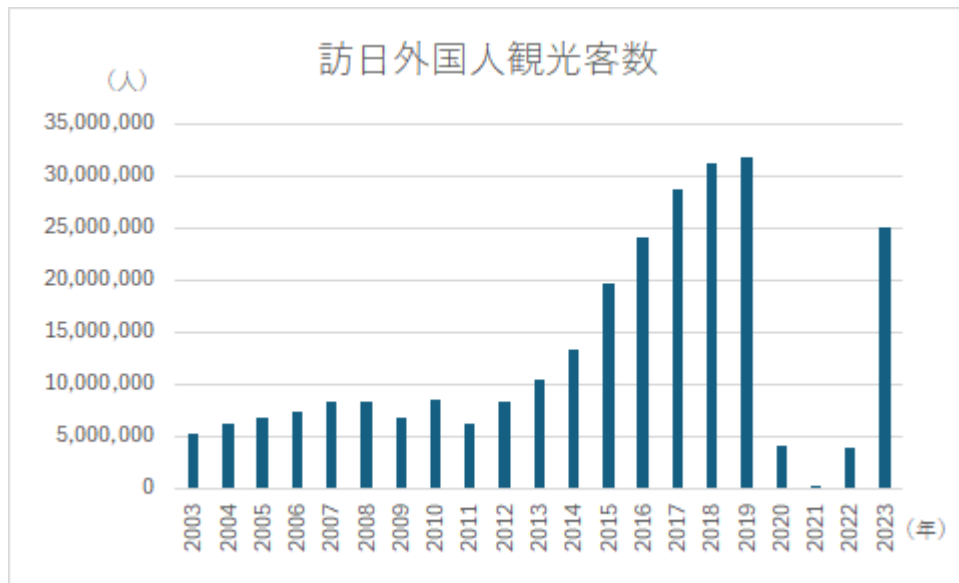


# インバウンド観光と防災 ~アニメの聖地 鎌倉市を例にして~

中京大学 総合政策学部 大森達也ゼミ  
岩田理沙 大井紗帆 大森一輝 三倉寛菜 若原大起

# 訪日外国人観光客数の推移

2003年~2023年の訪日外国人観光客数の推移



コロナ禍を除くと、  
増加傾向にある

# 2025年上半期の訪日外国人観光客数

訪日客最速で200万人突破

1~6月消費単価は伸び悩み

日本訪れ外国人観光客が順調に増えていた。6月としては過去最多に達した。同日、観光庁が発表した1~6月の訪日外国人観光客数は、過去最速で200万人を突破した。消費単価は前年同月に比べて18%増えた。日用品は好調だったものの、円安が影響を及ぼしている。この期間の訪日客は、前年同月に比べて10.8%増えた。日本政府観光局（JTO）は16日発表した。6月の訪日客数は約337万7800人、前年同月に比べて7.6%増えた。消費単価は前年同月に比べて18%増えた。

訪日客の増加は、円安による消費単価の伸び悩みに影響している。この期間の訪日客は、前年同月に比べて10.8%増えた。日本政府観光局（JTO）は16日発表した。6月の訪日客数は約337万7800人、前年同月に比べて7.6%増えた。消費単価は前年同月に比べて18%増えた。

訪日客最速で200万人突破

1~6月消費単価は伸び悩み

訪日客最速で200万人突破

1~6月消費単価は伸び悩み

2025年1月～6月：2,151万8,100人  
⇒過去最速で年2000万人を突破

6月の訪日外国人観光客数は約337万7800人  
⇒前年同月と比べて7.6%増加  
(6月としては過去最多)



2025年上半期も訪日外国人観光客数が増加している

# コロナ禍でのインバウンド観光

## 大機小機

日本経済の新型コロナウイルス禍からの回復力は主要国の中で際立って弱い。3月に公表された2022年10～12月期の実質GDP（国内総生産）改定値は、前期比年率で0・1％増とかなり低く、プラスを確保した。仮に7～9月期に続きマイナスとなれば「景気後退」とみなされるとのことだった。

日本経済研究センターの短期経済予測では10～12月期のプラス成長について、22年10月の入国規制緩和によるインバウンド（訪日観光客）消費が支えたと分析している。

5月には新型コロナウイルスが感染症法上、季節性インフルエンザ並みの5類に分類される予定だから、インバウンド消費はより勢いを増す。そうなれ

## インバウンドが成長を支える

ば景気は腰折れを回避し、緩やかながらも持続的な成長経路に乗る。

このようなインバウンドを取り込む観光産業は、単に短期的な景気下支え役にとどまらず、今後の日本の経済成長を長期的にけん引する主力産業と位置付けるべきだろう。

3月末に政府は「観光立国推進基本計画」を閣議決定した。計画では、25年までのインバウンド観光について、旅行者数をコロナ前の水準（19年3188万人）以上に、旅行者1人当たりの地方での宿泊数を2泊（同1・4泊）とする、などの目標を設定している。

日本の観光産業が生み出す付加価値はピーク時でGDP比2％程度にすぎない。フランスやイタリアの3分の1以下だ。外国人旅行者の滞在期間の長期化、リピーターの増

加など、もっと長期的視野で思い切った目標を掲げるべきではないか。

マクロ経済学の創始者、ケインズは1930年に、経済問題が解決する100年後には、人間は自由をどう利用すべきか、閑暇をどうして埋めるかという問題に直面する、と記している（「孫の世代の経済的可能性」）。

100年近くたった現在、残念ながらか経済の問題は解決していないが、技術の進歩と所得水準の上昇によって日常生活から解放される旅行、観光への需要はますます高まるはずだ。

かつて日本の製造業は内需を満たした後、外需を求めて輸出に力を注いだ。観光産業も同様に外需のインバウンドを積極的に取り込む局面だ。観光は成長戦略の柱に十分に

（一直）

2022年10月～12月の実質GDP：前期比年率で+0.1％

⇒新型コロナウイルス禍からの回復力が主要国の中で低い



日本経済研究センター：プラス成長

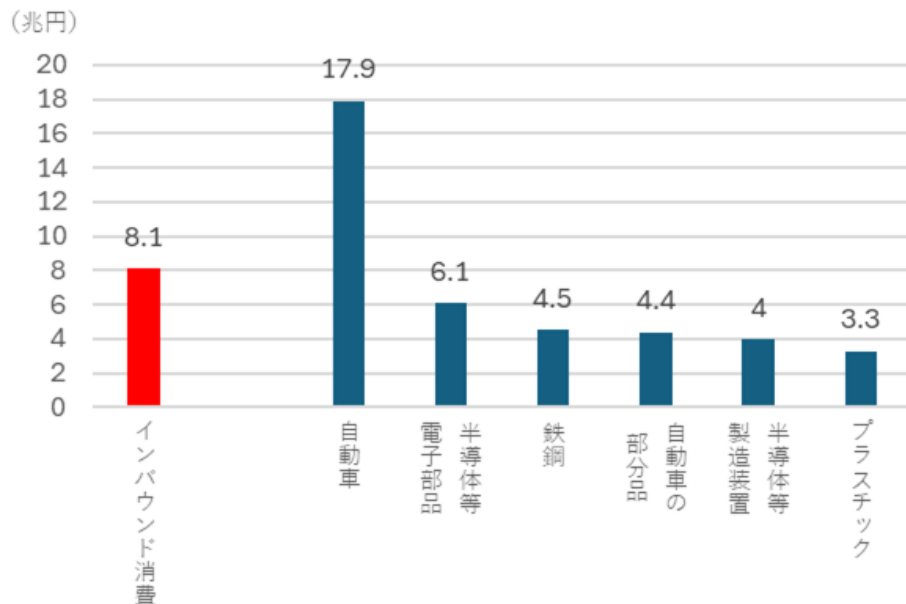
⇒2022年10月の入国規制緩和によるインバウンド消費が日本の経済を支えた



インバウンドを取り込む観光産業は今後の日本経済成長を長期的に牽引する

# インバウンド消費の経済規模

訪日外国人旅行消費額と主要品目別輸出額（2024年）



インバウンド消費（非居住者家計の国内での直接購入）は、GDP統計（国民経済計算）の中で「サービス輸出」に分類されることから、日本の主要品目の輸出額と比較してみる

インバウンド消費は「サービス輸出」の中の「非居住者家計の国内での直接購入」に計上され、貿易統計の主要品目別世界輸出額と比較すると、**インバウンド消費は半導体を上回っている**



インバウンド消費は日本経済を牽引する存在となっている

# 消費者が観光を選ぶ理論

## 観光客の行動：消費者の予算制約のもとでの効用最大化行動

- 観光サービスの需要  $x$  とその他の財・サービスの需要  $y$ 、  
それぞれの価格を  $P_x$ ,  $P_y$  として、効用水準を  $U$ 、所得を  $m$  とする

$$\text{Max } U = U(x, y)$$

$$\text{subject to } m = P_x x + P_y y$$

# 消費者が観光を選ぶ理論

- Max  $U = U(x, y)$  subject to  $m = p_x x + p_y y$  の効用関数をコブ・ダグラスの形で表すと、

$$U = x^\alpha y^\beta \quad \alpha + \beta = 1$$

- この場合、最適な観光サービス需要は、

$$x = \frac{\alpha}{p_x} m$$

**観光サービスの魅力**：観光サービス需要は価格や所得の他に、 $\alpha$  によって決まる

# $\alpha$ に含まれる要因

## 観光サービスの魅力

- ・ 文化
- ・ アニメ

## 観光サービスの魅力を促進させるもの

- ・ 国際線就航状況
- ・ 為替レート
- ・ 治安状況



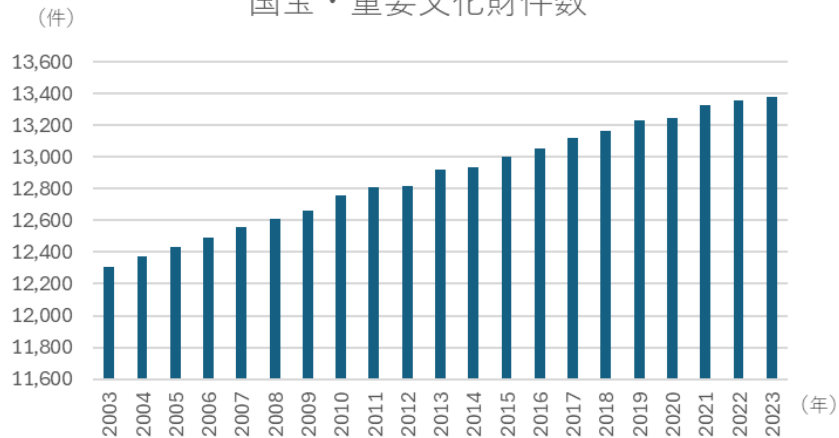
# 観光サービスの魅力【文化】

※文化を数量的に表すのは困難なため、代理変数として「国宝・重要文化財件数」のデータを用いる

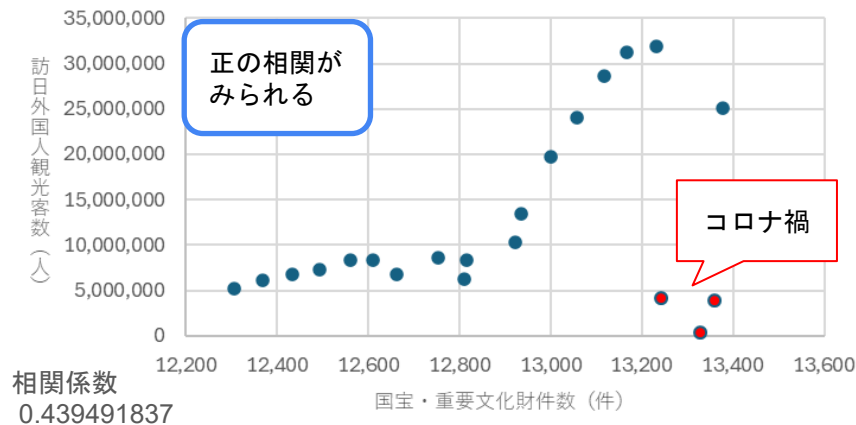
国宝・重要文化財件数

国宝・重要文化財件数 × 訪日外国人観光客数

国宝・重要文化財件数



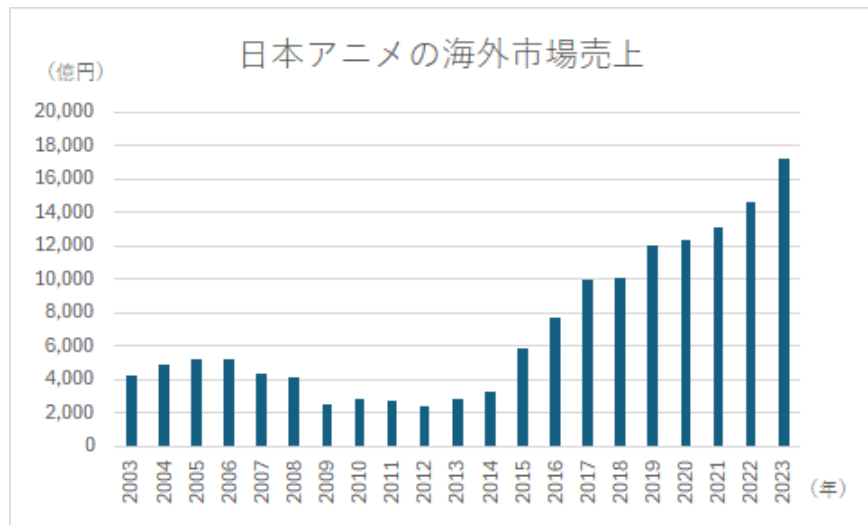
国宝・重要文化財件数 × 訪日外国人観光客数



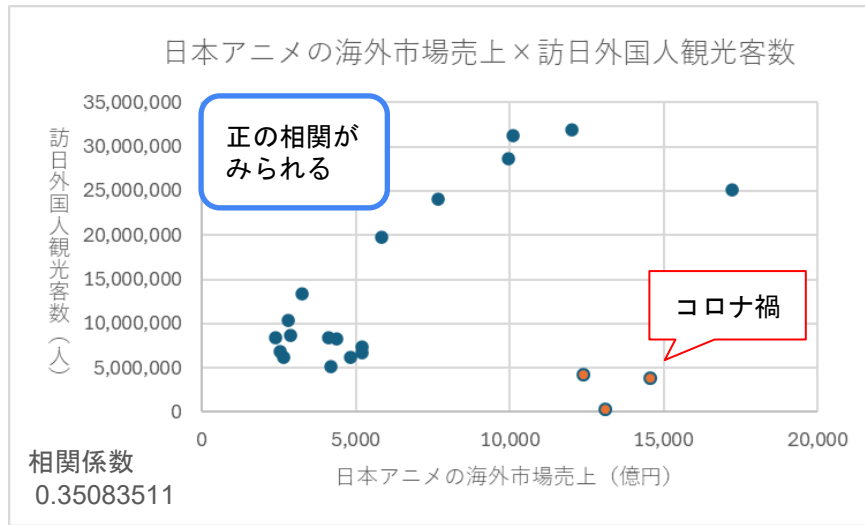
# 観光サービスの魅力【アニメ】

※ここではインバウンド観光について考えるため、日本アニメの海外市場での売上を考える

## 日本アニメの海外市場での売上



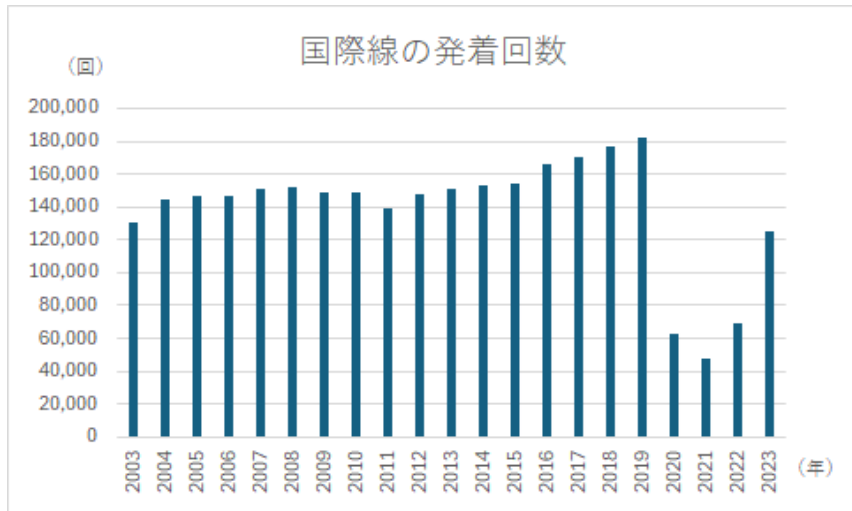
## 日本アニメの海外市場での売上 ×訪日外国人観光客数



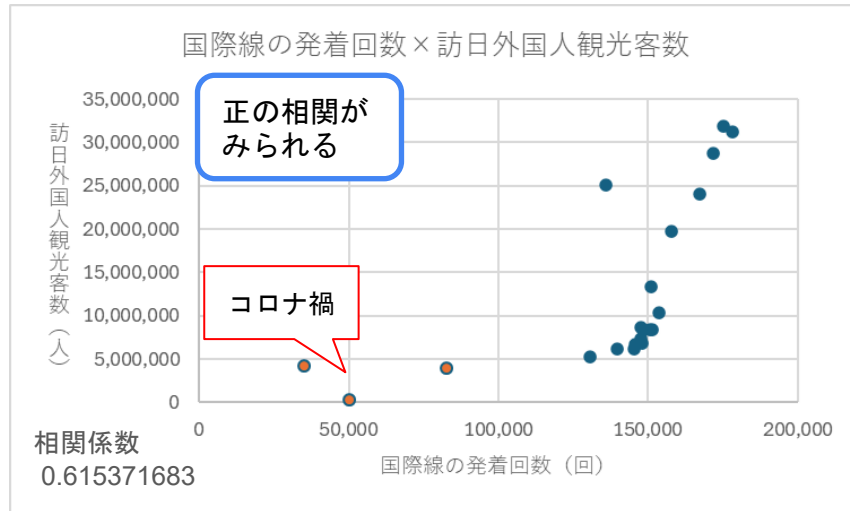
# 観光サービスの魅力を促進させるもの【国際線就航状況】

※国際旅客便のみのデータがないことから、国際線発着回数が最も多い成田空港のデータを使用

## 成田空港の国際線の発着回数



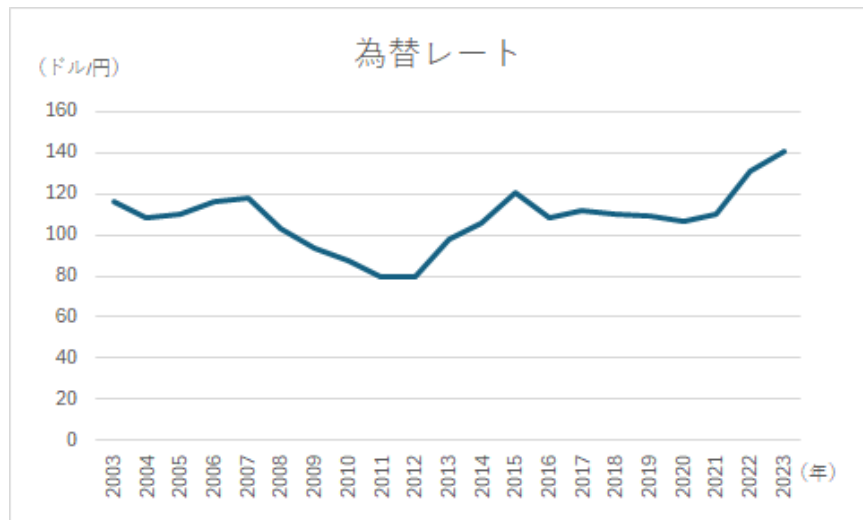
## 成田空港の国際線の発着回数 × 訪日外国人観光客数



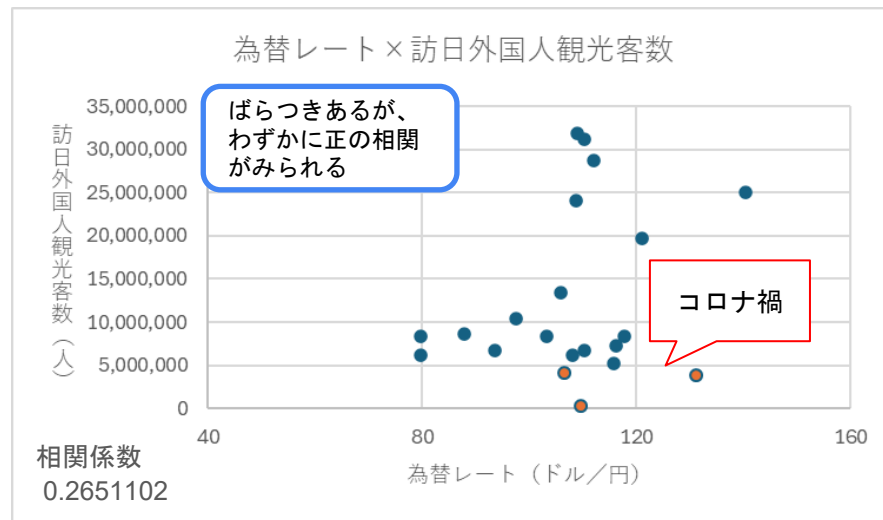
出典:成田国際空港株式会社発行『空港運用状況 | 空港運用・整備』  
(<https://www.narita-airport.jp/ja/company/airport-operation/operation/> 閲覧日:2025年8月8日)

# 観光サービスの魅力を促進させるもの【為替レート】

## 為替レート



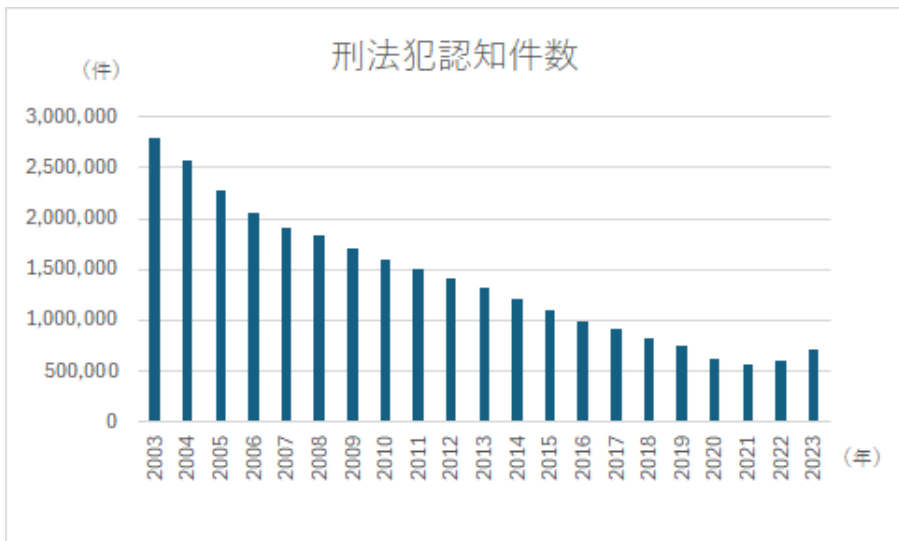
## 為替レート × 訪日外国人観光客数



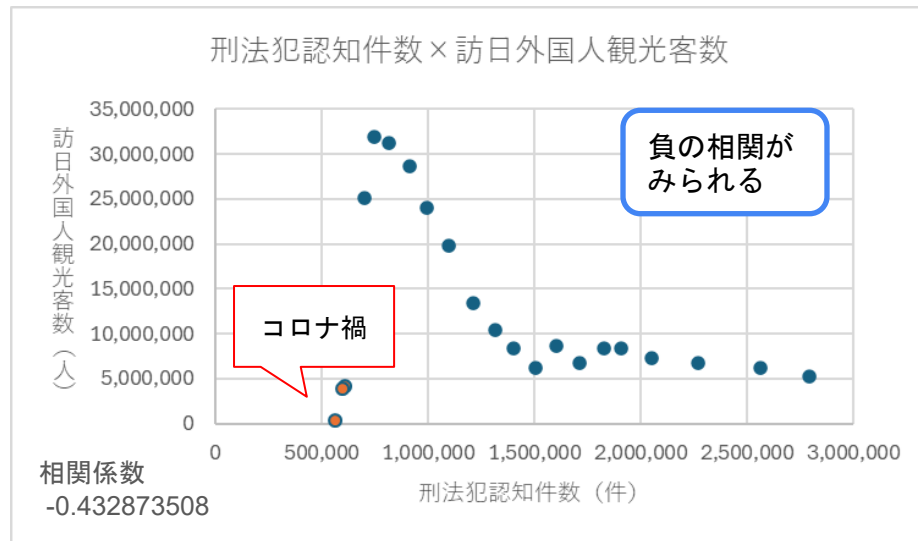
出典:INTERNATIONAL MONETARY FUND発行『為替レート (ER)』  
([https://data.imf.org/en/Data-Explorer?datasetUm=IMF.STA:ER\(4.0.1\)](https://data.imf.org/en/Data-Explorer?datasetUm=IMF.STA:ER(4.0.1)))閲覧日:2025年8月10日

# 観光サービスの魅力を促進させるもの【治安状況】

## 刑法犯認知件数の推移



## 刑法犯認知件数 × 訪日外国人観光客数



# 回帰分析①      サンプル数：21（2003年～2023年）

① 国宝・重要文化財件数と訪日外国人観光客数

② 成田空港の国際線発着回数と訪日外国人観光客数

③ 為替レートと訪日外国人観光客数

④ 日本アニメの海外市場売上と訪日外国人観光客数

⑤ 刑法犯認知件数と訪日外国人観光客数

※2020～2022年はコロナ禍であったため、コロナダミーを含めて分析を行った  
コロナ禍:1    非コロナ禍:0

# 回帰分析①の結果

( )はt値を表す

\*\*\*, \*\*, \*はそれぞれ1%, 5%, 10%有意を表す

|              | ①                           | ②                          | ③                         | ④                          | ⑤                          |
|--------------|-----------------------------|----------------------------|---------------------------|----------------------------|----------------------------|
| 切片           | -323920192***<br>(-6.75703) | -50636806***<br>(-2.93341) | -12691476<br>(-0.88731)   | 2678614<br>(1.128895)      | 33724322***<br>(9.877154)  |
| 国宝・重要文化財件数   | 26392.9***<br>(7.056250)    |                            |                           |                            |                            |
| 国際線の発着回数     |                             | 427.3991***<br>(3.776140)  |                           |                            |                            |
| 為替レート        |                             |                            | 252805.8*<br>(1.902473)   |                            |                            |
| 日本アニメの海外市場売上 |                             |                            |                           | 1940.098***<br>(5.829805)  |                            |
| 刑法犯認知件数      |                             |                            |                           |                            | -12.7766***<br>(-6.13504)  |
| コロナダミー       | -24672600***<br>(-6.96307)  | 27778267**<br>(2.461337)   | -13899363**<br>(-2.53606) | -25892926***<br>(-6.11657) | -23396658***<br>(-6.07922) |
| N            | 21                          | 21                         | 21                        | 21                         | 21                         |
| 補正R2         | 0.757282                    | 0.489944                   | 0.238923                  | 0.683495                   | 0.70427                    |

# 回帰分析①のまとめ

**文化**：国宝・重要文化財件数が増えると、訪日外国人観光客数は増加する

**国際線就航状況**：発着回数が増えると、訪日外国人観光客数は増加する

**為替レート**：円安が進むと、訪日外国人観光客数は増加する

**アニメ**：海外市場での売上が増えると、訪日外国人観光客数は増加する

**治安状況**：犯罪件数が増えると、訪日外国人観光客数は減少する



## 回帰分析②

### 目的

観光サービスの魅力である「文化」と「アニメ」を説明変数として、  
訪日外国人観光客数への影響を確認する

※回帰分析①同様に「コロナダミー」を含めて分析を行う

## 回帰分析②の結果

|              |                 |
|--------------|-----------------|
| 切片           | -216976559***   |
|              | (-4.018921)     |
| 国宝・重要文化財件数   | 17583.093***    |
|              | (4.0706435)     |
| 日本アニメの海外市場売上 | 995.184335***   |
|              | (2.9570123)     |
| コロナダミー       | -27655519.57*** |
|              | (-8.835932)     |
| N            | 21              |
| 補正R2         | 0.830292911     |

( )はt値を表す

\*\*\*, \*\*, \*はそれぞれ1%, 5%, 10%有意を表す

## 回帰分析②のまとめ

### 文化・アニメ

すべての説明変数が有意となり、観光サービスの魅力である「文化」「アニメ」は訪日外国人観光客数にプラスの影響を与える。

## 回帰分析③

### 目的

①+②+③+④+⑤を説明変数として重回帰分析を実施し、  
訪日外国人観光客数の増加に影響を与える複数の要素を明らかにする

※回帰分析①、②と同様に「コロナダミー」を含めて分析を行う

## 回帰分析③の結果

|              |                          |
|--------------|--------------------------|
| 切片           | 95660555<br>(0.369852)   |
| 国宝・重要文化財件数   | -7723.44<br>(-0.40351)   |
| 国際線の発着回数     | 174.408**<br>(2.704775)  |
| 為替レート        | -34208.1<br>(-0.3977)    |
| 日本アニメの海外市場売上 | 1410.085**<br>(2.848898) |
| 刑法犯認知件数      | -9.07283<br>(-1.03338)   |
| コロナダミー       | -9418949<br>(-1.25588)   |
| N            | 21                       |
| 補正R2         | 0.883211                 |

( )はt値を表す

\*\*\*, \*\*, \*はそれぞれ1%, 5%, 10%有意を表す

## 回帰分析③のまとめ

### 国際線就航状況・アニメ

他の変数が加わっても、訪日外国人観光客数の増加にプラスの影響を与える

### 文化・為替レート・治安状況

他の変数が加わると、有意な結果が得られなかった

## 回帰分析④

### 目的

観光サービスの魅力である「アニメ」を説明変数から除いて、  
観光サービスのもう一つの魅力として挙げた「文化」の影響を確認する

※回帰分析①、②、③と同様に「コロナダミー」を含めて分析を行う

## 回帰分析④の結果

|            |                          |
|------------|--------------------------|
| 切片         | -335625399<br>(-1.31802) |
| 国宝・重要文化財件数 | 23987.9<br>(1.268715)    |
| 国際線の発着回数   | 173.4199**<br>(2.214931) |
| 為替レート      | 126395.8<br>(1.602314)   |
| 刑法犯認知件数    | 1.697429<br>(0.176412)   |
| コロナダミー     | -6371478<br>(-0.70687)   |
| N          | 21                       |
| 補正R2       | 0.827805                 |

( )はt値を表す

\*\*\*, \*\*, \*はそれぞれ1%, 5%, 10%有意を表す



## 回帰分析④のまとめ

### 国際線就航状況

他の変数が加わっても、訪日外国人観光客数の増加にプラスの影響を与える

### 文化・為替レート・治安状況

他の変数が加わると、有意な結果が得られなかった

# 観光サービスの魅力の影響

回帰分析②より、観光サービスの魅力を促進させるものを一定として考えると、日本を訪れる外国人には、「アニメ」を目的とする観光客と「文化」を目的とする観光客の双方が存在する



回帰分析③より、観光サービスの魅力を促進させるものを加えると「アニメ」は訪日外国人観光客数の増加に影響するが、「文化」は影響していなかった



回帰分析④より、「文化」は「国際線就航状況」と比較して、訪日外国人観光客数への影響が相対的に弱い



「国際線就航状況」などの観光サービスの魅力を促進させるものの影響力が強いが、観光サービスの魅力である「文化」「アニメ」は、訪日外国人観光客数の増加に影響する

# 日本が抱える産業の二面性

## 観光

- ・ 訪日外国人観光客数が増加している
- ・ 文化、アニメは外国人観光客の訪日動機となる可能性がある

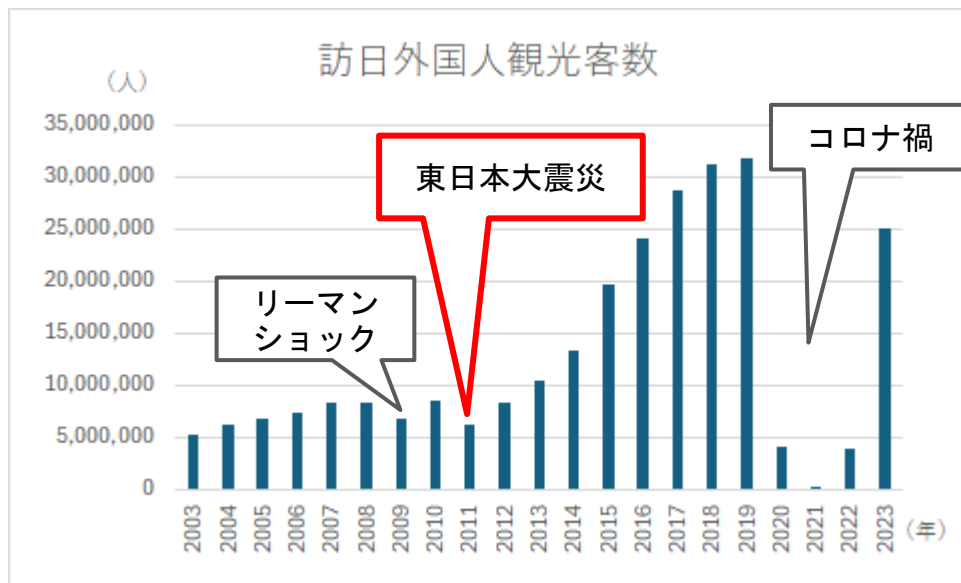
一方で

## 災害

- ・ 過去に大災害が起きている
- ・ 南海トラフ地震など、将来的な大災害の危険性がある

# 訪日外国人観光客数が減少した年

2003年~2023年の訪日外国人観光客数の推移



東日本大震災は、訪日外国人観光客数にどのような影響をもたらしたのだろうか？

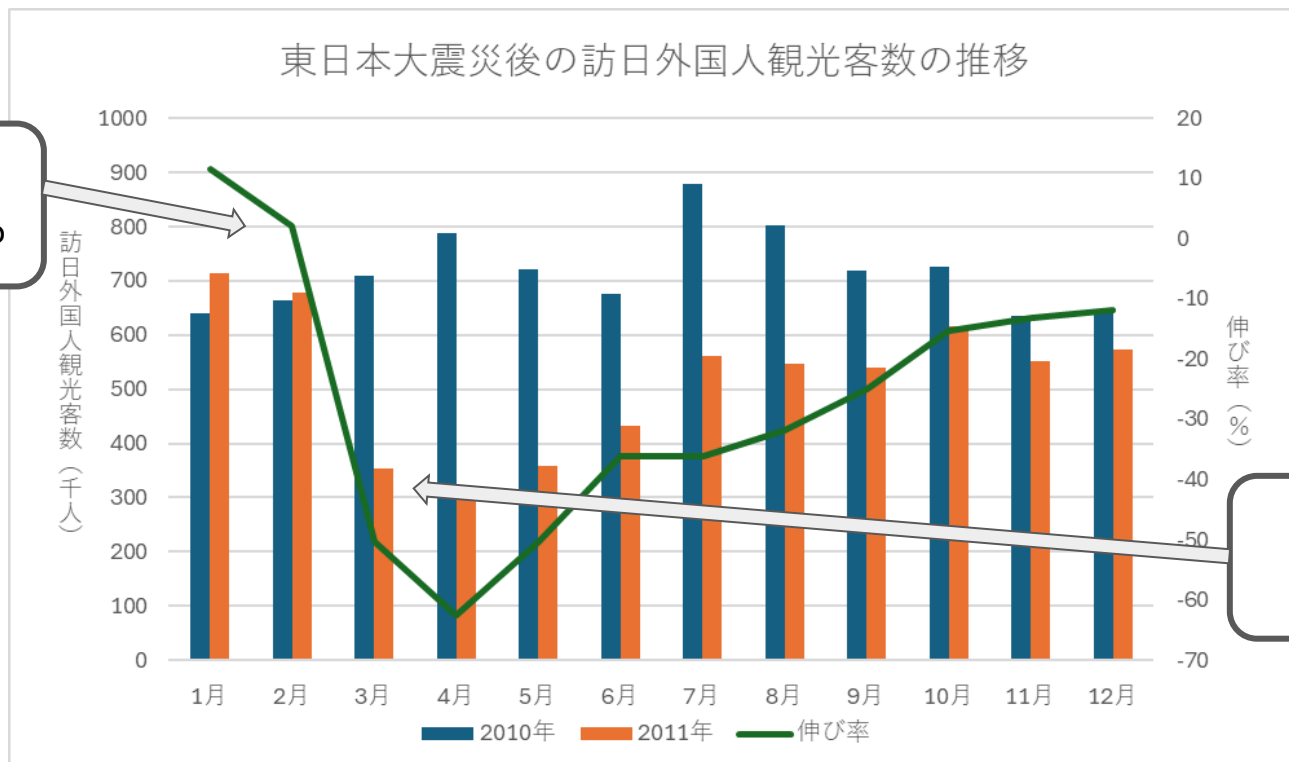
# 東日本大震災



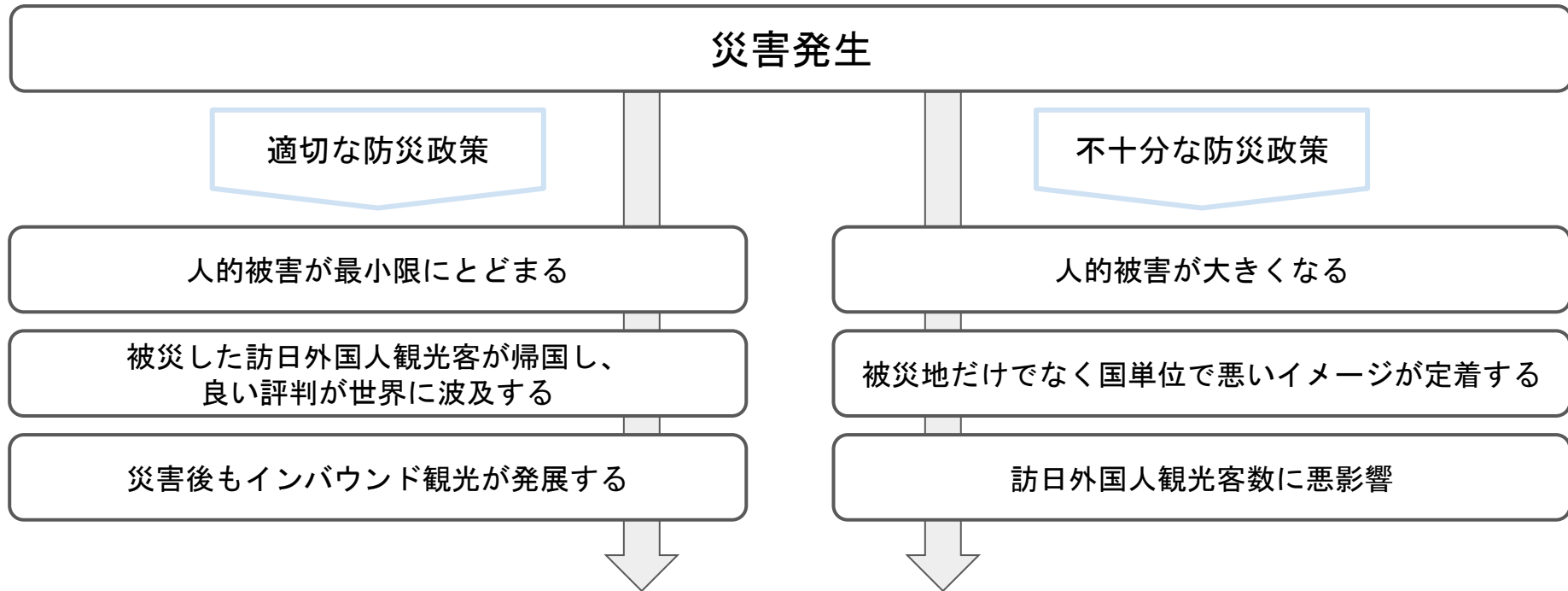
出典：ふくしま復興ポータルサイト『地震・津波等による被害状況』  
(<https://www.pref.fukushima.lg.jp/site/portal/jishin-tsunami.html> 閲覧日：2025年9月30日)

|       |                                         |
|-------|-----------------------------------------|
| 発生日時  | 2011年3月11日14時46分ごろ                      |
| 震源    | 三陸沖 深さ24km                              |
| 最大震度  | 震度7 宮城県北部                               |
| 死者    | 15,467名                                 |
| 行方不明者 | 7,482名                                  |
| 負傷者   | 5,388名                                  |
| 避難者   | 124,594名                                |
| 建物被害  | 全壊：103,981戸 半壊：96,621戸<br>一部損害：371,258戸 |

# 東日本大震災の影響：訪日外国人観光客数の前年同月比伸び率

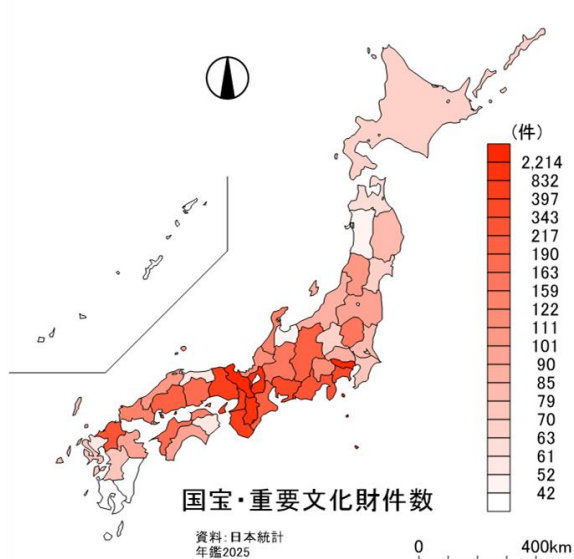


# 災害後の訪日外国人観光客減少を抑制するには

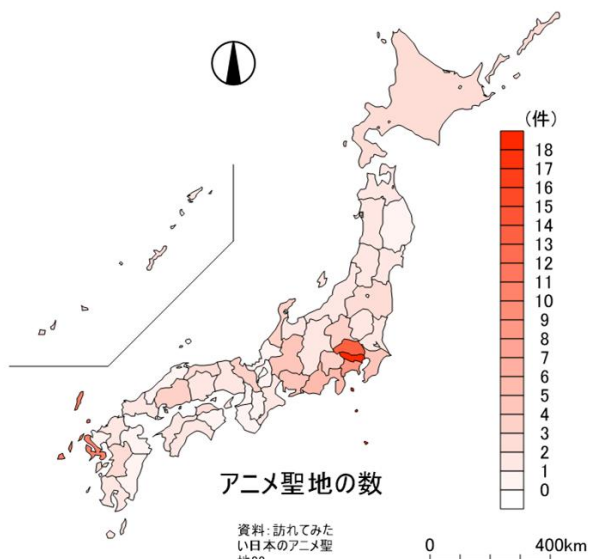


**だから防災政策が必要**

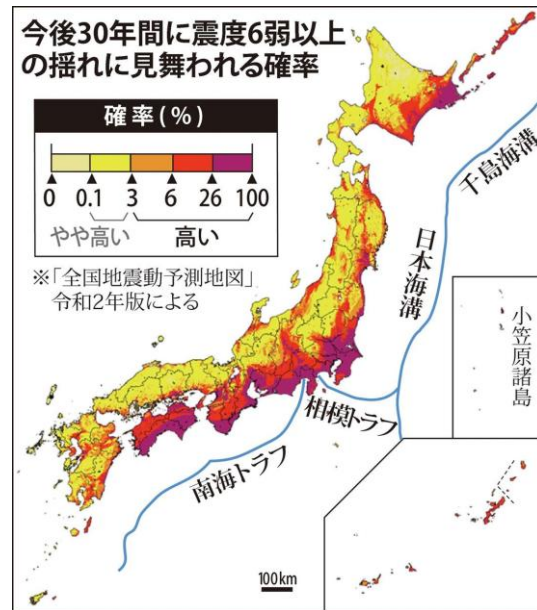
# 防災政策が必要な地域を文化・アニメ・災害(地震)の観点から選定



出典: 第七十四回日本統計年鑑 第23章 文化『都道府県別文化財及び記念物の件数』  
(<https://www.stat.go.jp/data/nenkan/index2.html> 閲覧日:2025年10月2日)



出典: 一般社団法人アニメツーリズム協会『訪れてみたい日本のアニメ聖地 88』  
2025年版 (<https://animetourism88.com/> 閲覧日:2025年10月2日)



出典: 「全国どこでも強い揺れ」改めて備えを 地震動予測地図  
(2021年3月26日付 産経新聞  
<https://www.sankei.com/article/20210326-5EU4IQACPRBLHU7ROS4HZRSNM/> 閲覧日:2025年7月10日)



# 三要素を含む場所：神奈川県鎌倉市



## 文化

社寺巡りを目的にインバウンドが起きている

## アニメ

鎌倉を聖地とする『SLAM DUNK』の海外人気が高い

## 災害

南海トラフ地震の影響を受ける

出典: マップビット発行『鎌倉市』

(<https://map-bit.azurewebsites.net/Map/%E7%A5%9E%E5%A5%88%E5%B7%9D%E7%9C%8C%E9%8E%8C%E5%80%89%E5%B8%82/highlight>)

閲覧日: 2025年7月10日

# 外国人観光客の鎌倉市訪問のきっかけ

## 鎌倉市訪問のきっかけ

◆ 鎌倉市訪問のきっかけは、「鎌倉の社寺めぐりがしたいから」が最も高く55.2%、次いで「東京・横浜に近いから」が28.3%であり、この2つが大きな理由となっている。その他、「アニメの聖地に訪問したいから」(10.9%)、「海を見たいから(景色)」(9.3%)が10%前後となっている。

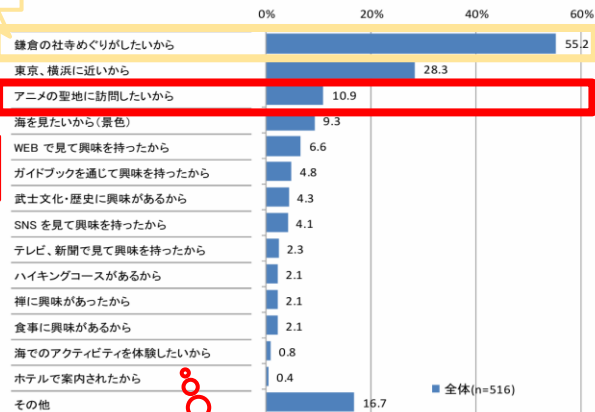
・ 国籍・地域別にみると、【アジア圏】は「鎌倉の社寺めぐりがしたいから」「東京・横浜に近いから」が他の国籍・地域に比べてやや低く、「アニメの聖地を訪問したいから」と「海を見たいから(景色)」が高くなっている。

・ 鎌倉訪問回数別にみると、【2回以上】で「鎌倉の社寺めぐりがしたいから」が70.3%と非常に高くなっている。

Q15 鎌倉市への訪問のきっかけとなったことをお答えください。(複数回答)

### 文化

### アニメ



※神奈川県は、東京に次いで  
全国で二番目にアニメ聖地が多い

## 鎌倉市訪問のきっかけ

### アニメ

### 文化

|         |         | 鎌倉の社寺めぐりがしたいから | 東京・横浜に近いから | アニメの聖地に訪問したいから | 海を見たいから(景色) | WEBで見て興味を持ったから | ガイドブックを通じて興味を持ったから | 武士文化・歴史に興味があるから | SNSを見て興味を持ったから | テレビ・新聞で見て興味を持ったから | ハイキングコースがあるから |
|---------|---------|----------------|------------|----------------|-------------|----------------|--------------------|-----------------|----------------|-------------------|---------------|
| 全体      | (n=516) | 55.2           | 28.3       | 10.9           | 9.3         | 6.6            | 4.8                | 4.3             | 4.1            | 2.3               | 2.1           |
| 国籍・地域   |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| アジア圏    | (n=141) | 48.5           | 20.6       | 33.3           | 20.6        | 7.8            | 6.4                | 9.2             | 3.5            | 7.1               | 1.4           |
| オセアニア圏  | (n=101) | 56.4           | 27.7       | 4.4            | 5.9         | 7.9            | 1.0                | 1.0             | 5.0            | -                 | 4.0           |
| アメリカ圏   | (n=105) | 58.1           | 33.3       | 1.9            | 2.9         | 1.9            | 4.8                | 2.9             | 3.8            | -                 | 1.0           |
| ヨーロッパ圏  | (n=142) | 57.6           | 37.5       | 1.4            | 7.0         | 4.9            | 5.6                | 2.1             | 4.2            | 1.4               | 2.8           |
| 年齢      |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| 10・20代  | (n=213) | 51.6           | 30.0       | 11.7           | 9.4         | 8.0            | 4.2                | 4.2             | 5.6            | 3.8               | 0.9           |
| 30代     | (n=134) | 61.5           | 21.6       | 10.4           | 11.9        | 8.2            | 3.7                | 5.2             | 3.0            | 2.2               | 2.2           |
| 40代     | (n=77)  | 51.5           | 33.8       | 10.4           | 7.8         | 3.9            | 6.5                | 3.9             | 3.9            | 1.3               | 1.3           |
| 50・60代  | (n=88)  | 55.7           | 29.1       | 9.1            | 5.7         | 3.4            | 6.8                | 3.4             | 2.3            | -                 | 5.7           |
| 訪問回数    |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| 1回目     | (n=266) | 52.6           | 26.3       | 11.2           | 8.6         | 4.5            | 4.1                | 3.8             | 3.0            | 1.1               | 1.1           |
| 2回目     | (n=100) | 55.0           | 32.0       | 13.0           | 8.0         | 8.0            | 4.0                | 7.0             | 6.0            | 1.0               | 5.0           |
| 3回以上    | (n=150) | 60.0           | 29.3       | 8.7            | 11.3        | 6.0            | 6.0                | 2.7             | 3.3            | 2.0               | 2.0           |
| 行方      |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| 1年に2回以上 | (n=239) | 58.2           | 29.7       | 10.4           | 9.6         | 3.8            | 5.4                | 2.9             | 4.6            | 2.5               | 1.3           |
| 海外      |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| 1年に1回程度 | (n=203) | 48.6           | 30.0       | 11.4           | 10.3        | 8.9            | 4.9                | 4.9             | 3.9            | 2.5               | 3.0           |
| 2年に1回以下 | (n=62)  | 67.7           | 21.0       | 9.7            | 3.2         | 11.3           | 3.2                | 4.8             | 1.6            | 1.6               | 1.6           |
| 予算      |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| 平均未満    | (n=298) | 57.0           | 30.2       | 10.7           | 9.4         | 7.0            | 4.7                | 3.0             | 4.7            | 3.0               | 2.7           |
| 平均以上    | (n=179) | 53.1           | 26.5       | 10.1           | 8.9         | 6.7            | 3.9                | 5.0             | 2.8            | 1.7               | 1.7           |
| 滞在時間    |         |                |            |                |             |                |                    |                 |                |                   |               |
| 1日目     | (n=441) | 52.6           | 28.3       | 10.7           | 8.6         | 7.0            | 4.8                | 4.1             | 4.3            | 2.3               | 2.0           |
| 2回以上    | (n=74)  | 70.3           | 27.0       | 12.4           | 13.5        | 4.1            | 5.4                | 5.4             | 2.7            | 2.7               | 2.7           |

回帰分析より「アニメ」は訪日外国人観光客数の増加に影響を与えているが、「文化」は影響が弱いことがわかった

しかし、「文化」は観光サービスの魅力の一部として「アニメ」とともに観光客を惹きつけており、両者はともに外国人観光客の増加に影響していると考えられる

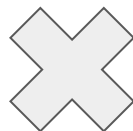
## 【文化】 高德院（鎌倉大仏）を訪れる外国人観光客の様子



# 【アニメ】日本のアニメ映画の海外興行収入 ×日本アカデミー賞アニメ作品受賞作

アカデミー賞が出している  
【世界の興行収入ー日本の興行収入】ランキング

| 順位 | 作品名                            | 海外での<br>興行収入 | 聖地               |
|----|--------------------------------|--------------|------------------|
| 1位 | 君たちはどう生きるか<br>(2023年)          | 2億2000万ドル    | 栃木県鹿沼市<br>福岡県飯塚市 |
| 2位 | すずめの戸締り<br>(2022年)             | 1億8700万ドル    | 宮崎県日南市<br>愛媛県    |
| 3位 | 君の名は。<br>(2016年)               | 1億5000万ドル    | 岐阜県飛騨市<br>長野県諏訪市 |
| 4位 | THE FIRST SLAM DUNK<br>(2022年) | 1億3900万ドル    | 神奈川県鎌倉市          |
| 5位 | 千と千尋の神隠し<br>(2001年)            | 1億1760万ドル    | 群馬県四万温泉          |



日本アカデミー賞アニメ作品受賞作

| 年    | 受賞作                 | 聖地                |
|------|---------------------|-------------------|
| 2025 | ルックバック              | 秋田県にかほ市           |
| 2024 | 君たちはどう生きるか          | 栃木県鹿沼市<br>福岡県飯塚市  |
| 2023 | THE FIRST SLAM DUNK | 神奈川県鎌倉市           |
| 2022 | シン・エヴァンゲリオン         | 山口県宇部市<br>神奈川県箱根市 |
| 2021 | 鬼滅の刃 無限列車編          | 奈良県柳生町<br>栃木県足利市  |

出典:アカデミー賞発行『海外（世界）日本映画ランキング』  
(<https://eigaz.net/boxoffice/> 閲覧日:2025年7月11日)

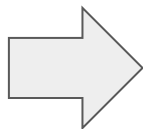
出典:アカデミー賞発行『日本アカデミー賞アニメ作品賞』  
(<https://xn--ccks8f7d9fs72q3w7a0ec83o890g.com/anime/> 閲覧日:2025年7月11日)

# 【アニメ】実際の『SLAM DUNK』聖地の様子

江ノ島電鉄・鎌倉高校前の踏切



出典:「【公式】スラムダンク 第1話「天才バスケットマン誕生!」」  
(2016年5月9日付 東映アニメーションミュージアムチャンネル  
[https://youtu.be/EVPRguvGrzg?si=ufiMhNxWv\\_chPuJ](https://youtu.be/EVPRguvGrzg?si=ufiMhNxWv_chPuJ)閲覧日:2025年7月15日)



グループメンバー撮影  
(2024年9月4日 江ノ島電鉄鎌倉高校前の踏切)



出典:「押し寄せる観光客、住民は悲鳴 鎌倉の「聖地」で何が起きているのか」  
(2025年9月15日付 朝日新聞 [https://www.asahi.com/articles/AST9F41LNT9FULOB00JM.html?iref=pc\\_photo\\_gallery\\_bottom](https://www.asahi.com/articles/AST9F41LNT9FULOB00JM.html?iref=pc_photo_gallery_bottom) 00JM.html?iref=pc\_photo\_gallery\_bottom 閲覧日:2025年11月7日)

# 【災害】南海トラフ地震に向けての鎌倉市の状況

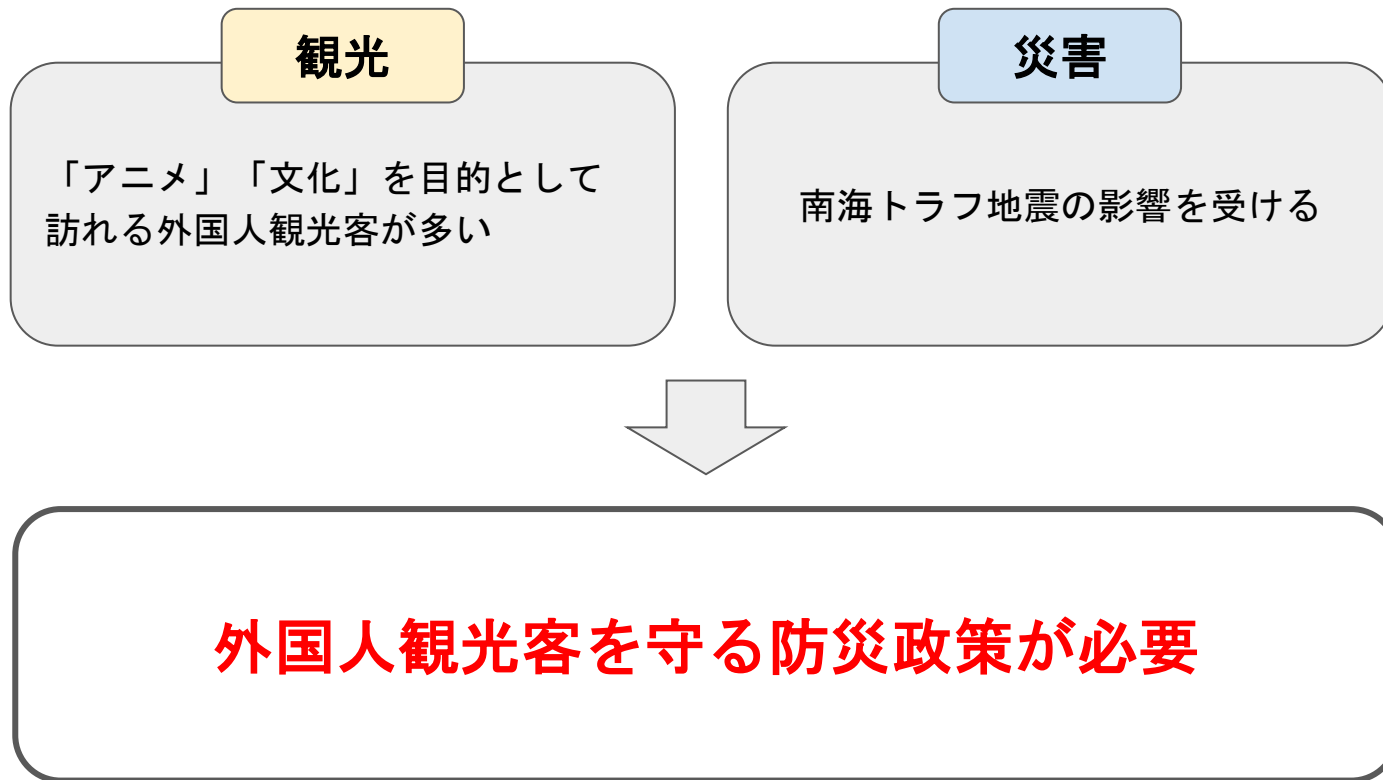
鎌倉市は「南海トラフ地震防災対策推進地域」、「南海トラフ地震津波避難対象特別強化地域」に指定されている



出典:内閣府「防災情報のページ」(<https://www.bousai.go.jp/jishin/nankai/> 閲覧日:8月10日)

鎌倉市「鎌倉市地域防災計画 第1編地震・津波災害対策 第3章南海トラフ地震防災対策推進計画」(<https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/sougoubousai/0608chiikibousaieikaku.html> 閲覧日:8月10日)

# 鎌倉市における外国人観光客と防災政策





# リサーチクエスチョン

鎌倉市を訪れた外国人観光客が安心して観光を楽しむように、  
鎌倉市はどのような防災政策を実施すべきか？



# 訪日外国人を含む旅行者の安全確保と災害被害の軽減

## 訪日外国人旅行者等の災害被害軽減

最終更新日：2024年3月22日

持続可能な観光立国を目指すため、政府一体となって総合的な災害対策を推進し、安全・安心の確保に努める。

災害が発生し、又は発生するおそれがある場合、鉄道、バス、旅客船ターミナル、空港等において、訪日外国人旅行者を含む利用客を混乱なく避難誘導できるよう、多言語による適切な情報発信等の対策を行う。

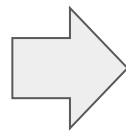
また、災害の発生時には、災害の状況、二次災害の危険性に関する情報、大使館等への安否連絡、交通施設等の復旧状況等、被災者等に役立つ情報を、外国人等の要配慮者への伝達に配慮しつつ提供するように努める。

さらに、訪日外国人旅行者を対象として、日本政府観光局のウェブサイトやSNSによる周知や災害情報のプッシュ通知が可能な「Safety tips」等のアプリの普及促進、日本政府観光局のコールセンターにおける多言語での問合せ対応等を行う。

加えて、災害・危機が発生した際、訪日外国人も含めた旅行者の円滑な避難誘導を実現するため、災害時等の連絡体制、情報収集・発信の枠組み、旅行者の支援体制等を盛り込んだ「観光危機管理計画」について、地方公共団体・観光関連事業者による策定を推進し、安全・安心な訪日旅行環境の整備を進める。

また、空港については、全国の95空港において策定された空港BCP（A2-BCP）により、航空旅客等が適切に情報を収集し、安全に避難し、全ての滞留者が一定期間、安全・安心に空港内に滞在できるよう受入体制を構築するとともに、空港アクセスの確保については、交通事業者等の関係機関との連携を図り、総合的なアクセス交通マネジメントの体制を構築する。

※【観光立国推進基本計画】より



訪日外国人旅行者を含め、災害発生時でも安全・安心な旅行環境を維持するため、総合的な防災政策を推進する方針が示されている

出典：観光庁『訪日外国人旅行者等の災害被害軽減』

([https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku\\_seido/kihonkeikaku/jizoku\\_kankochi/anzenkakuho/inbound.html](https://www.mlit.go.jp/kankocho/seisaku_seido/kihonkeikaku/jizoku_kankochi/anzenkakuho/inbound.html) 閲覧日：2025年10月10日)

# 全国共通の訪日外国人旅行者用災害時に役立つツール

## Safety tips

日本国内における緊急地震速報、津波警報、気象特別警報等をプッシュ型で通知できる等

## 日本政府観光局のSNS

自然災害の発生時に外国人観光客が必要とする情報を発信

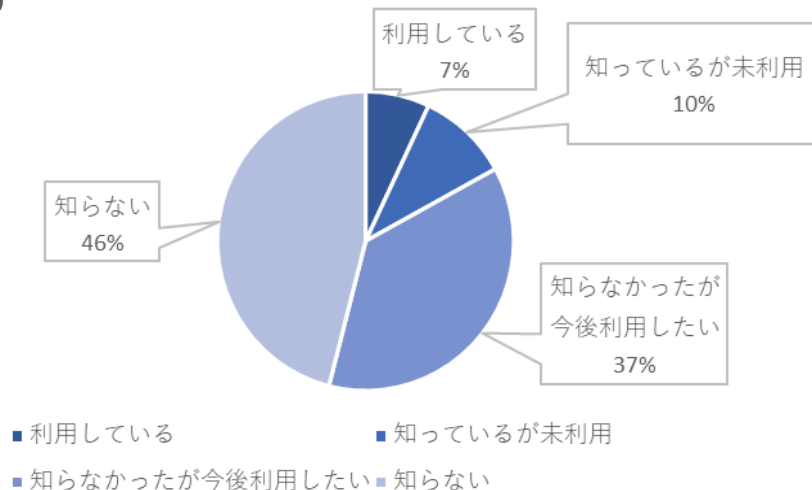
## NHKワールドJAPAN

日本やアジアの最新ニュースを発信する24時間英語チャンネル

# 鎌倉市の訪日外国人観光客のSafety tips知名度

## Safety tipsの知名度

N=30



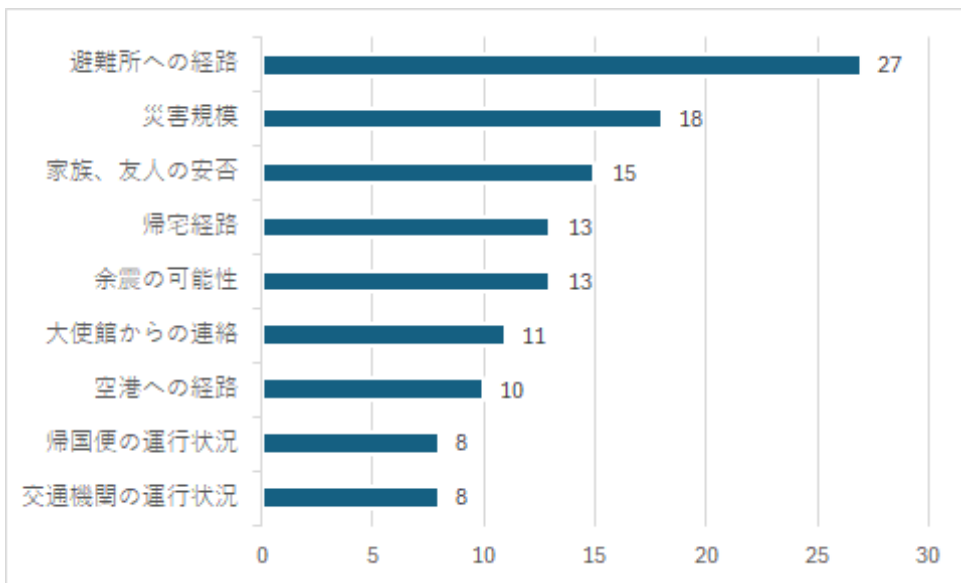
実際に利用されている  
「Safety tips」の知名度は低く、  
周知していく必要がある

出典:阿久津研介, 山本和清, 近藤健雄, 宮崎渉

「津波災害時における外国人観光客の避難情報ニーズに関する調査研究 神奈川県・鎌倉市を対象地として」(2017) 2頁  
(<https://www.cst.nihon-u.ac.jp/research/gakujutu/61/pdf/J-44.pdf> 閲覧日: 2025年7月25日)

# 鎌倉市の訪日外国人観光客が必要としている防災に関する情報

鎌倉市の外国人観光客30人に聞いたアンケート  
(複数回答)



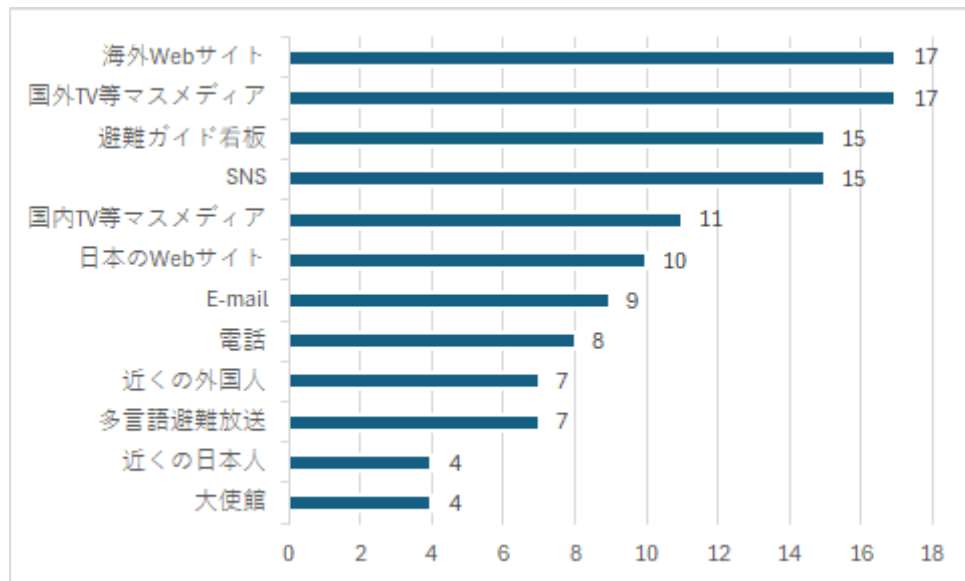
避難所への経路・災害規模の  
情報を必要としている人が多い

出典:阿久津研介, 山本和清, 近藤健雄, 宮崎渉

「津波災害時における外国人観光客の避難情報ニーズに関する調査研究 神奈川県・鎌倉市を対象地として」(2017) 2頁  
(<https://www.cst.nihon-u.ac.jp/research/gakujutu/61/pdf/J-44.pdf> 閲覧日:2025年7月25日)

# 鎌倉市の訪日外国人観光客が災害時に最も使いたい情報入手手段

鎌倉市の外国人観光客30人に聞いたアンケート  
(複数回答)



音声情報よりも、自らが調べて  
得られた視覚的情報を重視して  
いる

出典:阿久津研介, 山本和清, 近藤健雄, 宮崎渉

「津波災害時における外国人観光客の避難情報ニーズに関する調査研究 神奈川県・鎌倉市を対象地として」(2017) 2頁  
(<https://www.cst.nihon-u.ac.jp/research/gakujutu/61/pdf/J-44.pdf> 閲覧日:2025年7月25日)

# 災害時における鎌倉市の訪日外国人観光客への対応

## 《鎌倉市 観光客等地震・津波対策ガイドライン》

### ①地震発生時

- ・ 周囲の日本人が、外国人観光客に身を守る方法を具体的に指示することが必要
- ・ 言葉が通じない場合は、身振り手振りで実際にやって見せる

⇒**Safety tipsの推奨**

### ②津波からの避難

- ・ 津波警報、大津波警報が発令されたら、周囲の日本人が外国人観光客に声をかけ、一緒に近くの指定緊急避難場所に避難する

# 災害時における鎌倉市の訪日外国人観光客への対応

## 《鎌倉市 観光客等地震・津波対策ガイドライン》

### ③一時滞在施設への案内

- ・公共交通機関が運行停止し、復旧の見通しが立たない場合は、外国人観光客などの帰宅困難者を一時滞在施設で受け入れる

⇒NHKワールドJAPANの推奨

### ④帰宅困難者への 情報提供・帰宅支援

- ・情報提供：  
一般の帰宅困難者の対応に準じて、災害時広報や災害用伝言板などを使用している
- ・帰宅支援：  
一般の帰宅困難者の対応に準じて、徒歩帰宅支援や要援護者の搬送を行っている

# カムチャツカ半島で発生した地震 鎌倉市の対応

【2025年7月30日に発生したカムチャツカ半島付近を震源とする地震による津波警報発表に伴う対応】

## 公共交通機関の運行停止



- ・ 帰宅困難者用の一時滞在施設を開設  
(鎌倉市役所本庁舎や第3分庁舎講堂)
- ・ 約1,500名の帰宅困難者を輸送  
(鎌倉市役所本庁舎と湘南モノレール  
湘南深沢駅の間)



避難所として鎌倉市役所を開放  
⇒30日午後の時点で訪日外国人観光客や  
地元住民ら約1000人が避難

出典:鎌倉市発行『津波警報の発表に伴う対応について』  
(<https://www.city.kamakura.kanagawa.jp/kisya/data/2025/20250801-4.html> 閲覧日:2025年8月2日)

出典:「津波警報、神奈川県内に影響 鉄道運休や海水浴場閉鎖も」(2025年7月30日付日本経済新聞)  
(<https://www.nikkei.com/article/DGXZQOCC306Z10Q5A730C2000000/> 閲覧日:2025年7月30日)



# カムチャツカ半島地震発生時の鎌倉市の対応についてのヒアリング

【鎌倉市 総合防災課 高橋様】 令和7年10月23日

Q

カムチャツカ半島で地震が起きた際、市民や観光客を避難所に受け入れていたが、日本語の通じない訪日外国人観光客の方々に対してどのようにして対応されていたのか？

A

- ・ 防災行政用無線（屋外に設置しているスピーカー・市内151箇所）にて、英語、中国語、韓国語で避難誘導を行いました。
- ・ 対応については職員が翻訳アプリ等を使用するなど、臨機応変に行いました。  
（アプリ等は事前に準備していたものではありません）

# 鎌倉市の防災政策の問題点

## ①訪日外国人観光客のニーズと鎌倉市の取り組みにギャップ

- ▶災害時に適切な対応が行えず、行政への信頼度が低下する

## ②訪日外国人観光客に向けた具体的な防災政策が不十分

- ▶周囲の日本人の指示に頼らなければならず、現在の政策が十分とは言えない

# 鎌倉市の訪日外国人観光客を災害から守る政策案

## 『SLAM DUNK』とコラボした外国人向け防災リーフレットの作成

外側

EMERGENCY ALERTS WILL SHOW THE DANGER LEVEL. FOLLOW THEM AND ACT ACCORDING TO EACH ALERT LEVEL.

### Alert Level 1

Stay aware of the situation.

### Alert Level 2

Review your own evacuation plan.

### Alert Level 3

People who need more time to evacuate should evacuate now, and others should prepare for evacuation.

### Alert Level 4

Evacuate to your designated evacuation site promptly.

### Alert Level 5

Take the best possible actions to stay safe.

### ABOUT EVACUATION

About Earthquakes and Tsunamis Japan often has earthquakes because it is located where several tectonic plates meet.

When an earthquake happens, the ground shakes. If you feel shaking, protect yourself and stay calm. After the shaking stops, go to a safe place or evacuation area.

A tsunami is a big sea wave caused by an earthquake.

If you are near the coast, move to higher ground immediately because a tsunami may come. Do not go close to the sea.

In an emergency, you may hear a siren. Please evacuate calmly.

### USEFUL JAPANESE PHRASES FOR EMERGENCIES

【Tasukete.】

Help./救命/살려줘

【Kega o shiteimasu.】

I'm injured./我受伤了。/다쳤어요.

【Hinanjo wa doko desu ka?】

Where is the evacuation shelter?/  
避難所在哪里? /대피소가 어디예요?

## DISASTER PREVENTION IN KAMAKURA



目的

訪日外国人観光客向けに  
防災に関する情報を効果的に拡散

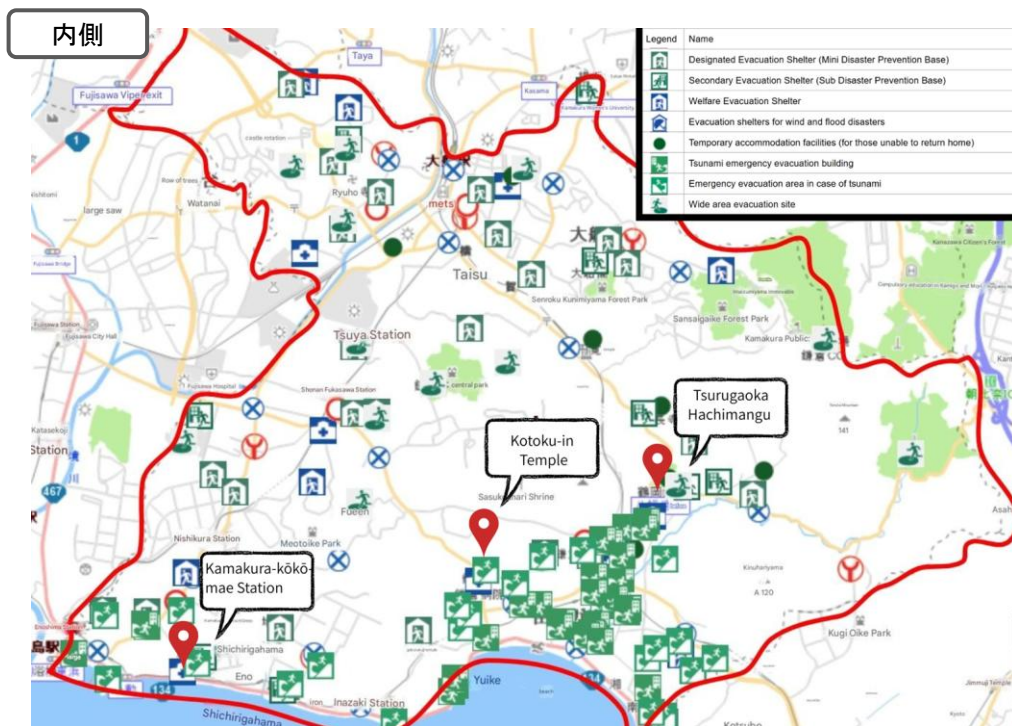
内容

- ・避難所
- ・地震と津波について
- ・警戒レベルごとの行動
- ・覚えておきたい日本語のフレーズ
- ・QRコード⇒防災情報にアクセスできる

※著作権の関係により、スラムダンクの画像をフリー素材のイラストに差し替えている

# 鎌倉市の訪日外国人観光客を災害から守る政策案

## 『SLAM DUNK』とコラボした外国人向け防災リーフレットの作成



※かまくらわが街マップを参考に  
英語版を作成

# 災害時におけるリーフレットの懸念点

紙媒体であるリーフレットは手に取ってもらいにくい



スマートフォンなどから閲覧できる形での情報発信が効果的である



一方で、災害時は通信障害が起こる可能性が高い



掲載するQRコードにアクセスできない



災害の状況や現在地を十分に把握できない



通信が遮断された場合の政策も必要

災害用伝言ダイヤルも  
つながりにくくなる  
可能性がある

# 通信が遮断された際の政策

## 【導入先】

- ・ 中部国際空港株式会社
- ・ 長島観光開発株式会社
- ・ 横須賀市 など

## 防災行政用無線を 多言語化

### 鎌倉市

4か国語で放送されている  
防災行政用無線をさらに  
多言語化する

【例】神奈川県箱根町  
58か国語に対応できる  
防災行政用無線を導入済

## メガスピークハンディ の導入

メガスピークハンディ  
案内、呼びかけ、誘導を  
繰り返し放送で行う



非常時の安全精度の向上  
と、それに関わる方々の  
負担軽減を実現



## 防災機能付 自動販売機の設置

- ・ 停電時は内蔵バッテリーによりWi-Fi接続と飲料水の提供が可能
- ・ 後付けのラジオから防災に関する情報を放送
- ・ 遠隔操作で自販機の電光掲示板に災害情報を表示可能

※自販機によって機能は異なる



# 通信が遮断された際の政策に関する参考文献

## 防災行政用無線を多言語化

出典:「外国人観光客増える箱根町に58か国語対応の防災無線...「グジャラート語」や「アフリカーンス語」なども」  
(2025年1月27日付 読売新聞オンライン <https://www.yomiuri.co.jp/national/20250125-OYT1T50112/> 閲覧日:2025年10月21日)

## メガスピークハンディの導入

出典:大藤エンジニアリング株式会社「非常用多言語装置 メガスピークハンディ」  
(<https://www.daitodek.co.jp/service/mega-speak/about/> 閲覧日:2025年10月21日)

## 防災機能付自動販売機の設置

出典:コカ・コーラボトラーズジャパン株式会社「災害支援型 自動販売機災害支援型自動販売機」  
(<https://www.ccbji.co.jp/business/installation/emergencysupport.php> 閲覧日:2025年10月26日)

出典:鈴鹿コミュニティー「『飲む防災・飲む防犯』事業」  
(<https://suzucomi.com/contents/nomu-bb/> 閲覧日:2025年10月26日)

# 防災政策に期待する効果

アニメの聖地と文化を楽しむ訪日外国人観光客を守る防災政策を行う



災害が発生する



アニメの聖地や文化観光地における人的被害が最小限にとどまる



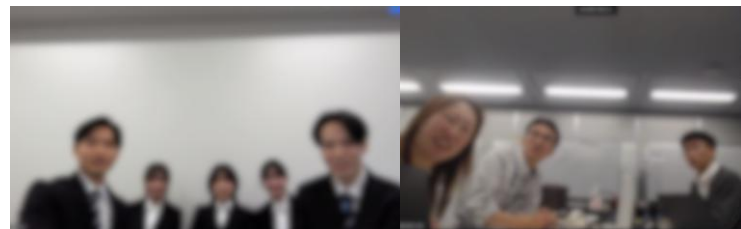
訪日外国人観光客が帰国し、鎌倉市の良い評判が世界に波及する



災害後も鎌倉市へ外国人観光客が訪問し、持続的に発展する



# 政策提案に関するヒアリング①



令和7年11月12日 岩田理沙撮影

【神奈川県くらし安全防災局 危機管理防災課 調整グループ 金子様 今野様 宮本様】

(令和7年11月12日 13時15分 Zoom)

- ・ 過去に神奈川県では、『はたらく細胞』とのコラボ企画を行い、評判が良かったため『SLAM DUNK』とのコラボにも効果が期待できる
- ・ 防災政策の決定には土木や福祉も関わるため、連携が必要である
- ・ 財源については、住民税をはじめとする一般財源を基礎として検討するのが妥当である

鎌倉市の政策に対して、県は実現可能性の回答ができない

## 政策提案に関するヒアリング②

鎌倉市 総合防災課に実現可能性について問い合わせ中です。

# 結び

- ・日本は、文化やアニメといった観光サービスの魅力によって訪日外国人観光客数が増加する一方で、地震などの災害リスクを常に抱えている
- ・研究対象を鎌倉市として、訪日外国人観光客が安心して観光を楽しめるように、『SLAM DUNK』とコラボした外国人向け防災リーフレットを考案した
- ・また、災害時は通信障害が起こる可能性が高いため、通信が遮断された場合の政策も考えた
- ・デジタル化が進んでいるため、リーフレットを手にとってもらうための工夫が必要である