

第12回市政e-モニターアンケート集計結果

【テーマ】 商店街について

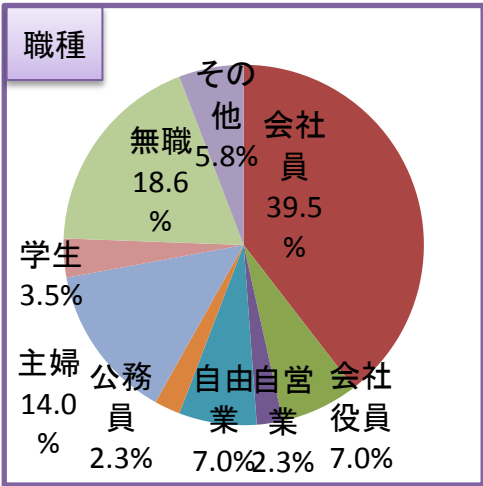
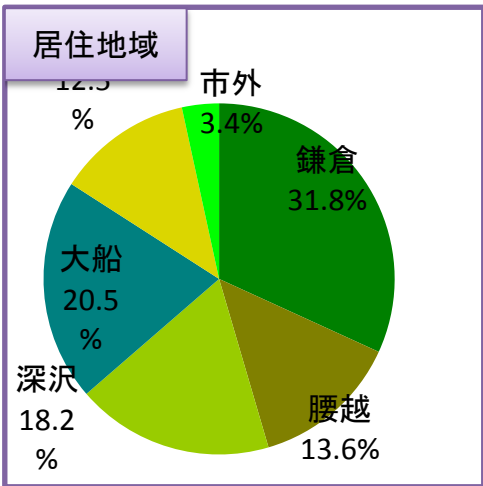
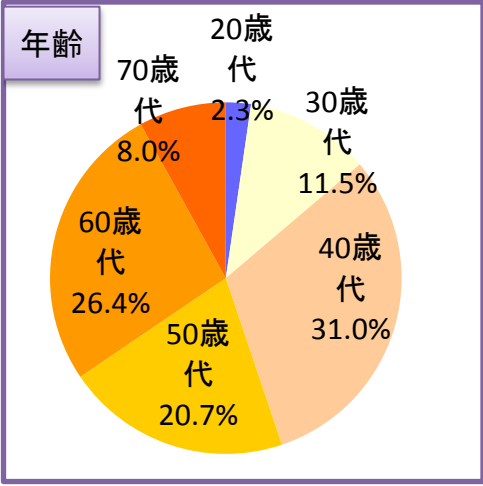
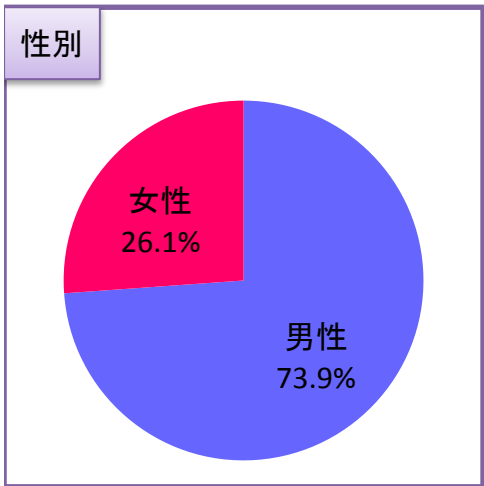
アンケート送信日
アンケート実施期間
送信者数
回答者数
回答率

平成25年2月12日（火）（未着者再送2月19日（火））
平成25年2月12日（火）～2月25日（月）
225名（着信者数219名）
88名
39.1%

回答率（対着信者数）
40.2%

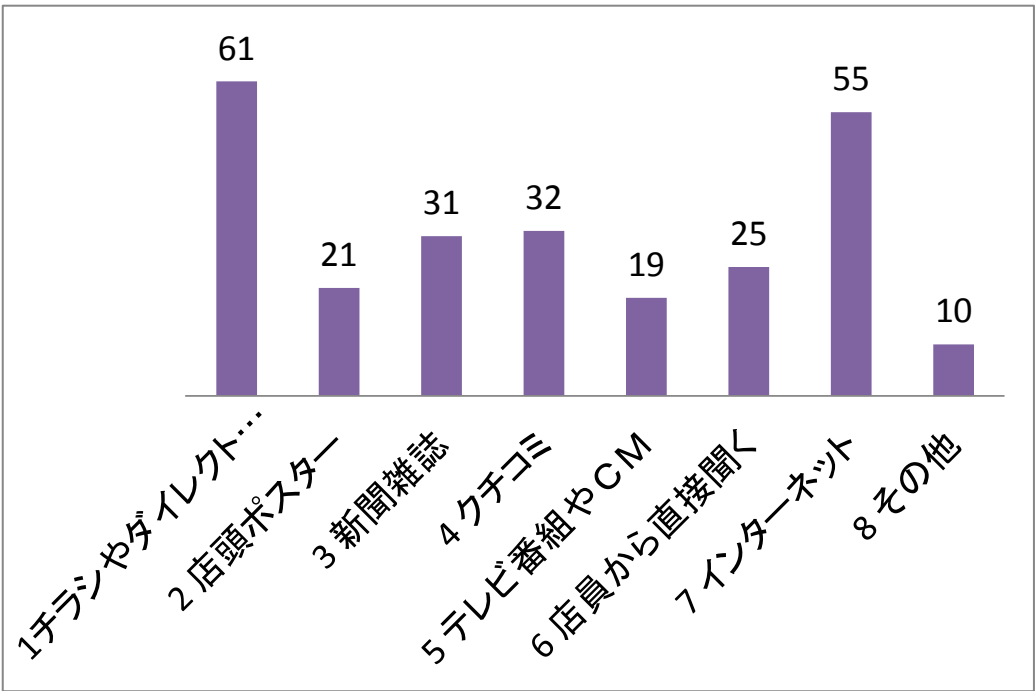


【回答者の基本属性】



●質問1● 買い物をする際、商品やサービスの情報をどのように入手していますか？（複数回答可）

(名)		
1	チラシやダイレクトメール	61
2	店頭ポスター	21
3	新聞雑誌	31
4	クチコミ	32
5	テレビ番組やCM	19
6	店員から直接聞く	25
7	インターネット	55
8	その他()	10



《「8」、その他回答者からのコメント》

- ・ 感
- ・ 店頭の商品を実際に手をとってみる
- ・ 地域情報紙
- ・ 特になし
- ・ 店頭で
- ・ 自分で歩いて探す
- ・ タウン誌、含JCN鎌倉
- ・ スーパーでも行ってみるか、行って見て
- ・ 1→インターネットのローカル情報 湘南経済新聞や 友人のブログ、ツイッター、facebook（鎌倉秘書課も）
- ・ 3→ハナコやozなどの鎌倉特集の際の雑誌
- ・ フェイスブック&LINEのロコミ
- ・ 店頭で欲しいものを調べる
- ・ 昔から買い物する店が決まっています。出来る限り地元のお店にしています。古い付き合いですから。

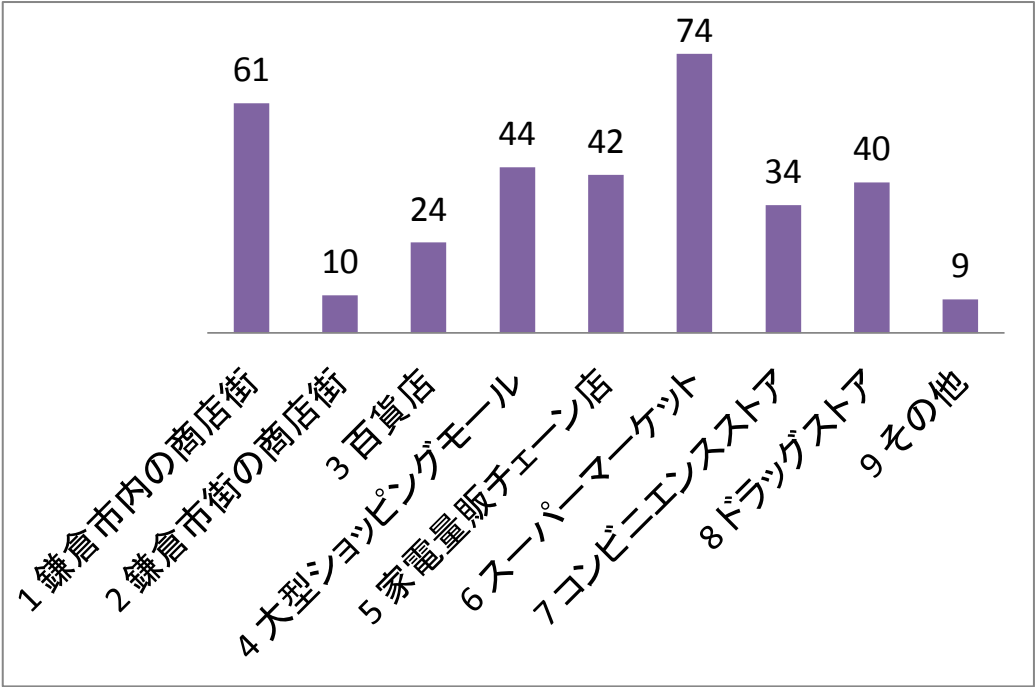


《観光商工課商工担当より》

インターネットと回答された方以外にもブログ、twitterやfacebook等を使用して情報を得ている方が多く、商店街の情報配信もIT活用が効果的であることがわかりました。

●質問2● あなたがよく利用するお店はどこですか？（複数回答可）

(名)		
1	鎌倉市内の商店街	61
2	鎌倉市街の商店街	10
3	百貨店	24
4	大型ショッピングモール	44
5	家電量販チェーン店	42
6	スーパーマーケット	74
7	コンビニエンスストア	34
8	ドラッグストア	40
9	その他()	9



《「9」、その他回答者からのコメント》

- ・ 自然食宅配
- ・ 鎌倉駅周辺の商店街
- ・ インターネット…4名
- ・ 1から8まで全て
- ・ 個人経営のプロショップ類
- ・ ①…大船駅東口の商店街 ④…大船コーナンモール、ミスターマックス湘南モール ⑥…やまか津西店、COOP西鎌倉店 ⑧…サンドラッグ大船駅前店、クリエイト津西店
- ・ 三浦半島のすかなごっそ 三崎漁業
- ・ 1→1 2→ネットのショップ、モール 楽天ショップ、アマゾンなど
- ・ 共同購入宅配システムの業者
- ・ 生協の宅配

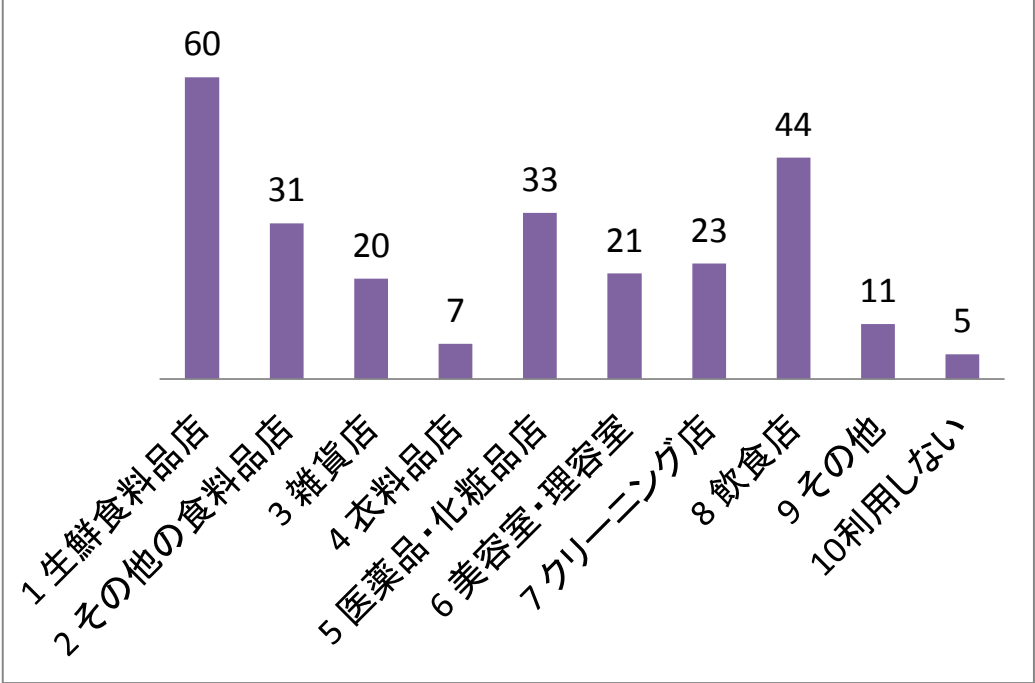


《観光商工課商工担当より》

スーパーマーケットという回答が一番でしたが、（市内外）商店街を利用するという回答もほぼ同数の結果を得られました。

●質問3● 商店街でよく利用する店は何ですか？（複数回答可）

(名)		
1	生鮮食料品店	60
2	その他の食料品店	31
3	雑貨店	20
4	衣料品店	7
5	医薬品・化粧品店	33
6	美容室・理容室	21
7	クリーニング店	23
8	飲食店	44
9	その他()	11
10	利用しない	5



《「9」、その他回答者からのコメント》

- ・ 書店
- ・ 文房具店
- ・ コーヒー焙煎店
- ・ 酒屋
- ・ スポーツ用品
- ・ キャンドゥ(百円均一)
- ・ 文房具・書籍
- ・ 酒屋/鎌倉サイダー
- ・ 家電量販店
- ・ 近隣の商店街に限定しているのか、たとえば、近隣の商店街、鎌倉・大船の商店街、他の地域の商店街どこまでを指しているのか迷いましたが、一番近い商店街ということで回答させていただきました。

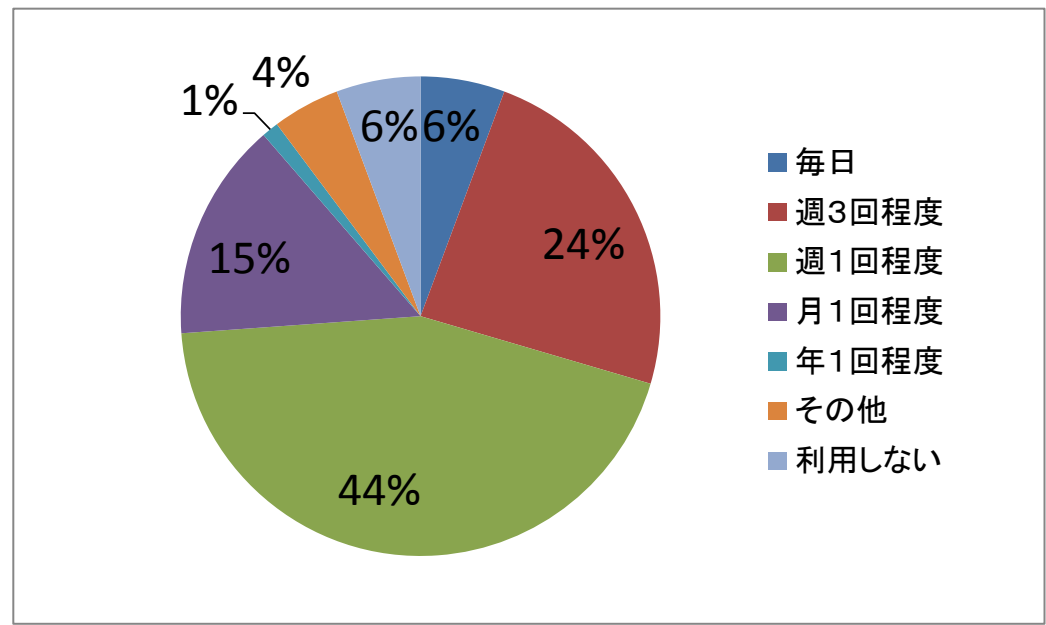


《観光商工課商工担当より》

お近くの商店街ということで問題ありません。ご回答ありがとうございます。

●質問4● どれくらいの頻度で商店街のお店を利用しますか？

		(名)
1	毎日	5
2	週3回程度	21
3	週1回程度	39
4	月1回程度	13
5	年1回程度	1
6	その他()	4
7	利用しない	5



《「6」回答者からのコメント》

- 2週間に1回ほど
- 隔週程度 月2
- 月2回

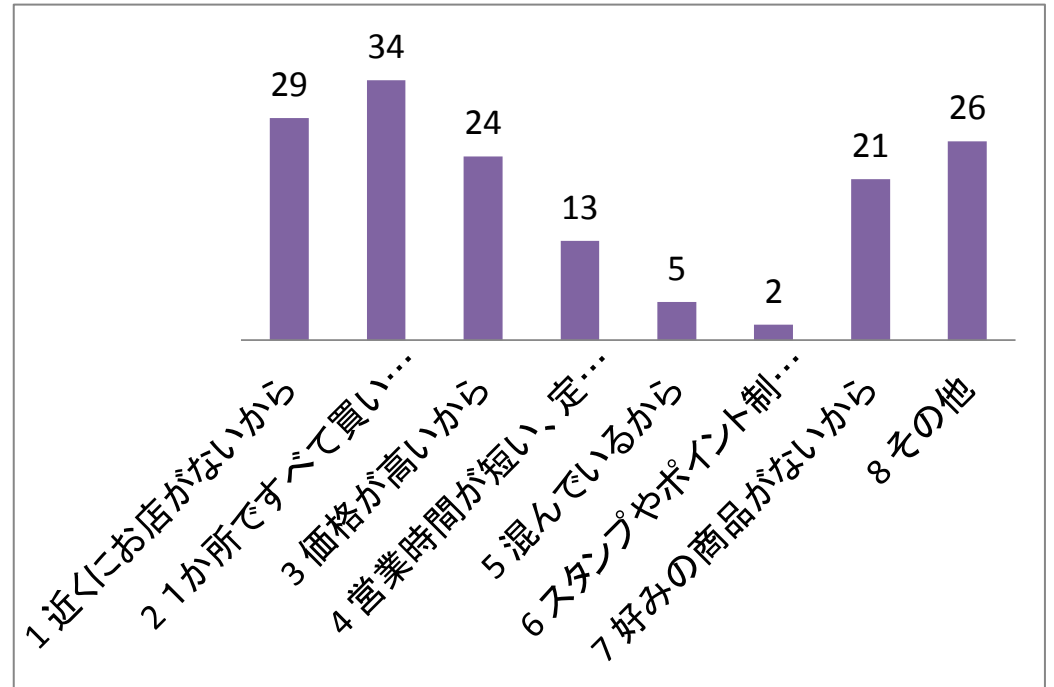


《観光商工課商工担当より》

利用される方は週1回程度が一番多く、全体の40%超。週3回以上利用されるかたも約30%と、皆様が商店街を頻繁に利用されていることがわかりました。

●質問5● 商店街をあまり利用しない理由は何ですか？（複数回答可）

		(名)
1	近くにお店がないから	29
2	1 か所ですべて買い物ができないから	34
3	価格が高いから	24
4	営業時間が短い、定休日が多いから	13
5	混んでいるから	5
6	スタンプやポイント制がないから	2
7	好みの商品がないから	21
8	その他()	26



《「8」、その他回答者からのコメント》

- ・(近隣の商店街の場合です) 生鮮食品の場合、回転率の悪いので新鮮さに欠ける。
 - ・顧客が商品を選ぶスペースがないから
 - ・インターネットで買い物ができるから
 - ・大手スーパーに比し、生鮮食品の品質に種類・量が少ない
 - ・北鎌倉は、商店自体減少している。
 - ・わり合いよく利用している
 - ・5→大船仲通り
 - ・8→子連れじゃ混んでとても無理。電子マネーやクレジットが使えないからいちいち小銭出すのが面倒、トイレがない
 - ・品物が希薄、品揃えが良くないから
 - ・②…1か所のお店の品揃えが不十分だから ③…種類が少ないうえに単価が高い(腰越の商店街)
 - ・④…せめて営業時間を21時頃までにしたい ⑧…駐車場を備えてあるお店が少ない
 - ・新鮮でなさそう～～
 - ・利用するので利用しない理由はありません
 - ・休みの日に車で出かけるから
 - ・スーパーマーケットで大体足りてしまう
 - ・生鮮食料品以外では、好みの商品に出会える確率が低いから)、安い(できれば無料の)駐車場がないので、駐車場代を払うと結果的に買い物がすごく高くつく。)
 - ・近くにスーパーがあるから
 - ・接客態度が怠慢だから
 - ・駐車場が無いから、店舗情報や商品情報
 - ・食品の産地表示が明確でないから
 - ・駐車場がないため
 - ・接客態度が少し高飛車に感じるから
 - ・該当せず
 - ・スーパーやショッピングモールで済んでし
 - ・自転車、車が停めにくい
 - ・駐車場がないから… 3名

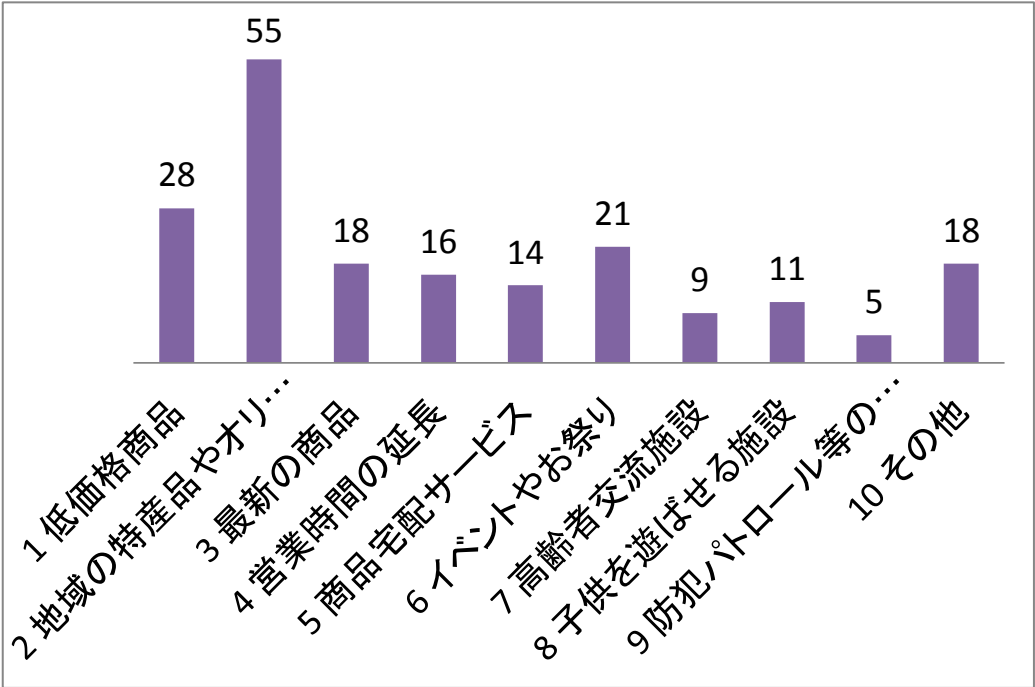


「観光商工課商工担当より」

5、6以外のどの選択肢にも同程度の票数がみられ、利用しない理由がさまざまということがわかりました。商店街の皆様にご意見を伝え、より利用しやすい商店街になるよう努めてまいります。

質問6 商店街にあったら利用したい（いいなと思う）商品やサービスは何ですか？（複数回答可）

(名)		
1	低価格商品	28
2	地域の特産品やオリジナル品	55
3	最新の商品	18
4	営業時間の延長	16
5	商品宅配サービス	14
6	イベントやお祭り	21
7	高齢者交流施設	9
8	子供を遊ばせる施設	11
9	防犯パトロール等の安全対策	5
10	その他()	18



「10」、その他回答者からのコメント

- ・ 地域の特産品やオリジナル品
- ・ 交流のできる素敵な空間（オープン喫茶店）。新
- ・ 鮮度の良い商品、他店で販売していない商品
- ・ 専門書籍、古美術品、電子部品・機械部品、飲食
- ・ インターネットでの販売サイト
- ・ 特になし
- ・ 書店、古書店、出前してくれる飲食店
- ・ 安全な食品
- ・ ポイントサービス、回数券の様なサービス
- ・ トイレ、電子マネー、ベンチ、一時預かりロッカー、 ルミネの地下スーパーならこれが全部足りてる
- ・ 駐車場の確保…3名
- ・ 1:お店の魅力ある商品を販売しているおみせの利用 2:スーパーでの買い忘れ商品の調達
- ・ (特に4と5、8…高級銭湯(←高齢者等の交流の場としても)、フィットネスクラブ、駐車場)
- ・ 特になし
- ・ 広報力のある商店街、通路を歩行者天国にしてカートで移動できる商店街、店主による出張サービス
- ・ 観光客向けだけではない接客サービス
- ・ 子どもとお年寄り、世代を超えた交流施設、お茶
- ・ 安全性など信頼できる商品。放射能など個人商



「観光商工課商工担当より」

地域の特産品やオリジナル品に一番支持がありました。
鎌倉酒類開発協議会では、ブランデーに市内の社寺等で収穫された梅を漬け込んだ「かまくら梅酒」や「鎌倉梅ワイン」、「かまくら梅サイダー」など、新しい鎌倉の名産を作っており、市内の酒店等で本数限定販売をしております。ぜひ一度お試しください。これからも鎌倉の特徴を生かした名産を作り出すことを応援していきます。

質問7 商店街を活性化するにはどうしたらよいと思いますか？（自由回答）

- ・ ■鎌倉ブランドの良質で手ごろ価格な商品の開発
- 地域通貨の工夫
- 世代交代できる仕組みづくり
- 若い世代の雇用創出
- 大手企業と比べて体力がない地元個人商店は、目的別に出資しあって合同でNPOをつくる。
- お祭りの催しで各商店会で共有できるものは共有する。(器材、チラシ)
- ・ 地域の旬の物を主に扱う。生活必需品を手に入れる事で人がつながり町が豊かになると実感できるような、金魚
- ・ 物を売るだけでなく、コミュニケーションのできる場所とする。品質にこだわる。

- (1)一巡するとほしいものが一通り揃う品揃え
- (2)ポイント制(できれば全市あるいは地域共通、マイバッグ使用者へのエコポイント制)
- (3)お年寄り優遇制度(お届けサービス、ご用聞き、年金生活者割引)
- (4)スーパでは扱っていない「旬」商品の販売(鎌倉のスーパでは三浦大根が手に入らない！)
- (5)ついでにサービス(定款に反し、かつ介護サービスとバッティングするかとするかと思いますが、例えば、牛肉のついでに豆腐、しらたき、白菜等も配達してくれるサービス)
- 大型店、大手チェーン店、フランチャイズ店(ファミレスやコンビニなど)をできるだけ排除し、個人商店や中小事業者が集まって、大型店などが1店舗が扱っている商品やサービスを 同じ品質と価格で提供できるような、地域的な仕組みが必要だと思います。
一方、近隣住民には、遠くではなく近所で会買い物を楽しめるように、各商店や商店街は工夫する必要があるかと思いますが。
私たち住民も、地元の商店街を応援する意識が肝要かと思いますが。
- 1. 地域通貨(金券)
例えばUNIONではポイントを自分のお店で使える金券に変えられますが、地域のお店で使える金券にすれば、楽しみが殖える。商店街のお店がお互いに使えるようにして、使用した金券の5%は発行したお店にフィードバックするようにすればよい。観光客でも使えるシステムを考えることである。
- 2. 段葛のバリアフリー化
・小町通りでもあるが、若宮通りは歩道が狭い。ぶつかり合って歩いているし、歩道上に街灯の柱、電柱、変電器等の障害物があり歩道を狭めている。乳母車や車椅子での通行は困難である。
・三の鳥居側と中間の横断路は段差は無いが二の鳥居側は階段になっている。この段差を無くすと段葛内を車椅子、乳母車通ることが出来るようになる。
・障害物を取り除いて、バリアフリーの凹凸を整備すればゆったりと楽しめる商店街にかなり寄与すると思われる。
- 特徴・魅力の有る商店街に、鎌倉の特産物が有るとか
- ・西鎌倉地区の新興住宅地に居住していますが、商店は県道沿いに点在しています。(一応、商店街を名乗ってはいませんが・・・)
・その中には、食品スーパー、ドツラクストア、チェーン店(本屋、薬局など)、コンビニがあり、つい、そちらで買い物をします。
・まず、店舗間のネットワークを強化し、一体となって、高齢化の進む住宅地の顧客にとって、魅力ある店づくりに、地道な努力を重ねることだと思います。
・また、どの商店街にも、共通する活性化の道はないと考えますので、他の地域の類似した商店街の成功事例を参考にすれば、何らかのヒントが得られるのではないのでしょうか。
・無論、個々の店づくりの努力は、その前提条件です。
・さらに、これが最も肝心ですが、活性化には、リーダーの存在(人づくり)が欠かせません。
- 住宅地に「でみせ(出店)」を作ってもらおうと高齢者が多い町は助かる。ただ、これが商店街活性化につながるかどうかかわからない。
しかし、住宅街では、自分で歩いて買い物に行けない人が増えつつあり、特に食料品の配達が増えている。やがてパソコンの使えるお年寄りが増えてくると、ますます商店街から足が遠のく可能性がある。こうした人たちを取り込む工夫が商店街にはなにも見受けられないが、それでよいのだろうか。
- 鎌倉駅周辺以外の多くの住民は、日用品、食料品の買い物は車で鎌倉駅、藤沢駅周辺のスーパに行き、衣料品などは横浜駅などの商店街や百貨店に行き、家電は量販店に行っていると思います。これらのお店は地元の商店街に較べ、食料品であれば商品の回転が速く新鮮な商品があり、また品揃えが豊富だからだと思います。地域商店街の各店舗が、価格、品揃え、鮮度の面でこれらの競合店と競争するのは非常な努力がいると思いますが、各店舗の努力とアイデアで、これら競合点にまねの出来ない品揃え、サービスを提供し、それぞれの店舗が活性化することにより、結果として商店街の活性化に繋がると思います。
- 高品質のものをいかに安価に提供するか心の構えが肝心で、現状ではそれが不足している。
(「鎌倉野菜」が有機野菜ならはっきり表示すべき。流通が発達している昨今、新鮮さは武器にならない)
- ・ スタンプ・シールなどサービス面。
・ 歩道の安全対策及び自転車の走行・駐輪間。
- 生活に密着した商店の復活、商店会の復活
- 魅力ある店作り
- 個人店は入りづらい。
一ヶ所で買い物を終わらせられない。ということで、道の駅みたいな感じである程度商店をまとめれば入りやすいのでは。
- おもてなしの心で接する接客技術の向上が肝要だと思います。
- ・バランスの良い業種のお店があること
・リピート購入するようなシステム(ポイント制度など)をきちんと構築すること
・商店街の中で買い物が完結し、さらにお店同士の連携があること
- 休日は歩行者天国にする。
- 日用品、食品を扱う店舗は不可欠であろうが、それに加えて非生活品、趣味、嗜好品などの「生活を豊かにする、または豊さを期待する」店舗などの充実が必要でしょう。
ただ単に品揃えやブランド品であれば、大型ショッピングセンターやアウトレットマーケットにかなわないが、日常レベルでの豊かさには近隣での自然体での商店街復活が望まれます。
地方商店街の再生復活の事例も参考に「センスあふれる鎌倉らしさを演出した商店街」の実現を期待します。
但し、私自身は大船駅のごみごみした庶民感覚の商店街も活気が溢れ大好きです。

- ・ 買い物で一番頻度が高いのは食料品であり、我が家の場合、多くは深沢か大船仲通のどちらかです。大船仲通は毎日賑わっているので、以下深沢を念頭において記します。商店街の商店は食料品店は別として、一般的には入りにくいと感じます。お店に入ったからには何か買わなくてはお店の人に悪いという気についてしまいがちで、気楽に商品を見る(冷やかす)ことがしにくいと思います。その点、スーパーマーケット方式のお店は気楽に品定めができ、気に入るものがなければ何も買わないで出てこられます。そのような気安さ・親しみをどうつくるかということが一つあると思います。二つ目には、一軒々々のお店が単独で頑張っても効果が薄く商店街(深沢の場合、「街」といえるかどうか疑問ですが・・)としてまとまったイメージをつくり行動することが必要だと思います。年末などには目立った動きが感じられますが、それ以外のときにあまりないように思われます。三つ目には、大船などへ頻繁にあるいは気軽に出入れない高齢者が増えてきて、食料品など配達してくれる店も出てきました。こういったサービスをいかに拡充するかということです。以上「商い」をしたことがないので、的外れなことだろうと思いますが・・
- ・ 大型店舗にはない特色を持つてほしい。店舗には最新の商品を買に行きに行くことが多いが、商店街にこれを求めることはない。それ以外に、商店街ならではの魅力がなければ利用することはないと思う。
- ・ 観光客相手に活性化は難しく、期待できない市街業者の店が多く、採算合わず撤退が多い
- ・ 長居」のできる喫茶店。可能であればネット環境が無料だと嬉しい。創造的活動の発表の場も有効かもしれませんね。
- ・ (1)癒しの空間が欲しい。(2)遊びの感覚もあり、楽しめる場所に。
- ・ 品揃えを整える、価格を下げる
- ・ 商店街には色々な種類の店があり、大型のショッピングモールと似た部分もあります。ショッピングモールは売り上げが上らない店を入れ替えたり、大規模な模様替えをして集客を促そうとします。また、そこに行けばとりあえず何かあると思わせる店のバリエーション、品揃えがあります。しかし商店街の場合は、ほぼ店の顔ぶれが変わる事もなく、店のバリエーションも偏っているように思います。個人商店の集まりのため、どうしてもない部分もあるかもしれませんが、商店街全体で経営方針、店のバリエーションなどを柔軟に検討できればと思います。各店舗が自立採算を各自で確保するのではなく、商店街全体で利益を分配するなど、大胆な方針転換が必要なのではないでしょうか？
- ・ 大型店と同一の商材展開では存在意義が薄い。地域産品や個性的な品揃えを特色として打ち出すべき。大船の中通りは賑わっているが、成功例だと思う。相対的に戸塚駅前には古い商店街をやめてターミナルビルに建て替えたが、新たに進出した大規模商店以外は苦戦しているのではないだろうか？
- ・ 揃え等は大手にはかないませんので
 - ① 人間関係を重視する商売をすることです。
 - ② 高齢者の需要に合った量、品物を揃えることです。
- ・ 大型店舗・コンビニエンスストアの進出を阻止するには、各商店がそれを上回るお客様への満足するコスト・サービスのより良い提供だと思うが具体的な方策は地域や商品、流通チャネルによって異なるので一概に提示するのは難しい。また、後継者難という問題もあるのでは・・・
- ・ ・駐車場の準備
・営業時間・休業日を商店街で統一する
・包装紙や袋を1商店街ごとに鎌倉ブランドの絵柄にする
・1商店街ごとに【質問3】で記載された専門店を少なくとも各1店舗ずつを揃て、買い物に不自由や不便のないようにする
・商店街をアーケードにして、雨に濡れずに買い物が出来るようにする
・川崎市京町にある京町商店街は大変人気があり、「おかず横丁」という呼称で愛されており、商店街沿いには精肉店やかまぼこ店、青果店などはもちろんのこと、お茶屋や薬局、洋品店、酒屋など昔ながらの商店街に相応しい、懐かしい雰囲気醸し出しているお店の数々が建ち並んでいる。
- ・ イベントの開催
- ・ 大型スーパー 又は道の駅の導入 よってその周りの商店にも活気がでるのでは。。。
- ・ ●衣食住、生活全般品が商店街を一周すれば、スーパーマーケットと同じように、完結できるような利便性が必要だと思う。
●買い物の後には住民がお茶を飲んだり食事ができるような 回遊する商店街づくりをしてはどうか。
●肉と魚屋、八百屋、パン屋と牛乳店、酒店、日用家庭用品店、クリーニング店、花屋、本屋など一つも欠けることなくあれば買い物しやすい。肉屋の隣に八百屋があればなお助かる。欠けている店は何かを商店街自身が調べて補強していく。
●商店街は独立自尊の精神も大事だが、今はむしろ強すぎて連帯している雰囲気がないように思う。地域全体としてお客様を歓待する仕組みづくりができているのかを考えて欲しい。
- ・ 現在大船在住の為「仲通り商店街」を利用しています。様々な商品が、様々な値段と品質で揃っているのでもとても重宝しております。ただ、旧市街地に在住していた頃は、選択肢が狭く、商店街と呼べるものはありませんでした。(観光客向きが多いのは仕方の無いことだと思って諦めていました)
- ・ 魅力ある商品の開発、小規模単位の販売
- ・ いつも楽しくなるようなイベントが、町として(一つの店でなく)いつも(最低週二回くらいの頻度で)開かれていると
- ・ オリジナル商品、他と組み合わせた商品
- ・ 自分の目線ではなくお客様が困っていることから「ホスピタリティ」を優先したサービスを基点とする。変化の中で「変わらない鎌倉の良さ」を掘り起こせ。一番大事なものは住んでいる自分達が地元の活性化を本気になって単にこのようなアンケートに意見を書いて済ませず「行動」することです。
- ・ とにかく、いろいろな種類の商店が軒を連ね、活気あふれていること。市役所が中心となって、地元ケーブルテレビでの番組や宣伝を沢山やること。

- このアンケートにもそういう意味合いが含まれているのかも知れませんが、市内の商店街の顧客は市民と、観光客のどちらが多いのでしょうか。私が散歩で行く商店街は小町通りか御成りくらいですがどちらも、観光客を対象としているのではないのでしょうか。従って、これらの商店街のアンケートの対象は観光客になると思いますが、商店街の特徴、目標を明確にすべきと思います。
 小町通りは、よくお店が変わりますが、鎌倉らしい、特徴のある店は少ないと思います。駅から八幡宮へ向かう通りもそうですが、いい加減なバツ屋のような店は、鎌倉の品位を落とすと思います。
- 学習センター利用の予約がしにくいので、空き店舗等に高齢者交流施設の設置は？運営は利用者の自主運営
- 駐車場・駐輪場の整備
- 若者のニーズをマーケティングではなく、身近な人たちの口コミをもとに意見集約すること。
 そして、商店街にアパートや集合住宅を誘致するなど、商店街を基礎にした生活づくりを展開すること。
- 消費者ニーズにあった個々の店作り
- ＜我が家のライフスタイルに即した回答＞
 ○営業時間の延長
 東京に通勤しての帰宅途上での買い物を可能にするためには、夜20時以降にも営業していただかねば無理。
 ○駐車場の整備
 鎌倉は坂道が多いうえ、道も狭いので自転車での買い物には向いていないと思っている。1-2品を買う程度だとコンビニが便利だが、それより品数が増えれば本来は地元商店街で買いたいと思うものの、荷物が増えると自転車や自動車での買い物をしたくなる。自転車は鎌倉には不向きなので、自動車に頼ることになるが、安い(できれば無料の)駐車場がないので、駐車場代を払うと結果的に買い物がすごく高くなるため、結局、近場の駐車場つきのコンビニに行くほうが安くつく。
 ＜一般論に立脚した回答＞
 ○商品宅配サービス機能の充実
 「シャッター商店街」問題は今日の日本全国の問題である。私は、その解決策の鍵は各商店が宅配取次センターの役割も果たすことに考えている。例えば、e-honという制度は、<http://www.e-hon.ne.jp/bec/EB/Top> 消費者が購入したい書籍の検索・注文・決済はネット上で済ませておきながら、配送は指定の書店とすることにより、配送料がかからないようにするシステムであり、同様の制度は文具、日用雑貨等に関しても可能であると考えられる。即ち、昔ながらの書店、文具店、日用雑貨店等は、単独ではコンビニとの差別化ができるほどの品揃えが提供できないにしても、ネット通販の受取所の役割を担うことで存在価値を高めることができる。
 ○商品宅配サービス実施の充実
 少子高齢化・独居老人の増加に伴い、「買物難民」問題が日本全国で問題となっており、小回りの利く地元商店による宅配サービスの実施が望まれる。具体的には、午前中や午後14時過ぎといった来店者の少ない時間帯に近所に配送に回ることが想定される。規模の大きすぎる大手スーパーやドラッグストア、アルバイト店員に支えられたコンビニではできないサービスである。
 その店で購入したり、電話等で注文を受け付けた商品の配送に加え、上で述べたようなネット通販の商品受取センター業務を担う場合は、その受取商品の配送も行うことが想定される。
- 大船に住んでいるので、駅近くの仲通り商店街を利用しています。平日、休日問わず大変混み合っているので活
- 大船仲通りは 今のままで繁盛しているので対策する必要ないと思う。
 山崎商店街は、どんどんお店が閉店して、住宅化している。
 一店舗ではなく商店街としての活動、スタンプカードなどの催しがあるといいと思うが、大船駅にも近いし、人の流れが変わっているのだとしたら、無理しなくてもいいのかもしれない。
- 難しい質問ですが、魅力のある商店街にすることだと思います。
 利用する側である私にとって魅力ある理想の商店街は、店舗数が多く、そこへ行けば生活用品が何でも揃う場所。商品も豊富で価格の安いお店があったり、こだわりのお店(価格が高くて良い)があったりすること。定期的にイベントが開催されれば、行くだけ歩くだけでも楽しいと思います。気軽に食事をする場所もあると便利です。また、問6の選択肢の中にあるように、子育て中の方や高齢者には気軽におしゃべりが来る場所やその方々向けのイベントがあると良いかも知れません。
- 量り売りなどを導入して、少ない量でも販売してくれるといいと思う(高齢者世帯や一人世帯に向けて)
- 市内は道幅も狭く駐車スペースも無いので駐車施設との提携があれば良いと思う。
- 専用駐車場の整備 情報発信
- 商店街の活性化のためのアイデアかどうか…
 ・商店街と子どもたちを結び付けたい
 NHKの「ようこそ先輩」のような体験、地元密着「ようこそ〇〇屋さん」といった特別授業を設けられないか？
 ・青少年会館の夏祭りに商店街とコラボできることはないか？
 ・学童のおやつを地元のお店で調達する流れをつくれませんか？
 学童にお世話になっている子どもがおりますので、地域との循環があればいいなあと思っていたところです。
- 商店街共通のポイント発行、プリペイドカードの発行
- ・景観をよくする(電線を埋める。木を植える。等)
- 人が集まる企画を検討して、(例：子供会の集まり、趣味の会、運動の会、等)常に人が集まることにより、商店街が活性化する。
 商店街も個人の店の感覚で無く商店街の1店舗として協力する。
- 原発事故後の、食べ物には非常に気を使っています。
 産地表示が明確でないものは一切買いません。
- ・個々の店のスーパーやデパート等にはないオリジナリティを出す。
 ・客とのコミュニケーション
- 生鮮食料品や飲食店以外は、スーパーマーケットや量販店と競争できる状況では無い。その商店街でしか手に
- 集客効果の高い施設をつくる事が苦肉の策でしょうか。そもそも今の時代に車やバイク等々の自家用車や公共交通機関が発達してるので、価格が高く品揃えの悪い個人商店の集まりから物品を購入しようとは思わない。
- 若者のアイデアを生かす柔軟性が必要。
 経営者のやり方が古いと感ずることがある。
- 一箇所で買い物が済ませられることや、価格の面でも、近くのスーパーやドラッグストアの方が便利という人が多いのだと思う。従って、何か特色を出して、お客が行きたいという何かが必要。価格競争では対抗は無理なので、商品の特色、サービスの特色を出すことが望まれる。また人が寄ってみたいと思うような場所、イベントなども考える事も必要。

- お祭やワークショップ、コンサートなどのイベントを開催する
雨の日プレゼント等気持ち程度のプレゼント(おまけ、試食)を用意する
- 大型量販店やコンビニエンスストア等により安くて良いものが簡単に手に入るようになりました。価格やサービスでは勝てないことは間違いありません。地域の商店街にあって、大型量販店やコンビニエンスストアにないものは地域に密着していることだけです。商品売ることにこだわらず、地域とともに歩む取組と併せて活性化策を考えていくことが必要ではないでしょうか。
- 商店街が個別でなく、連携をとって販売促進策を行う必要がある。それも商店街貨幣とか、ポイント、クーポンとか孤立しがちな商店をまとめると共に、顧客にも魅力あるものとする策は必要だか(単なるこのような施策はよくあるがエンターテイメント適用出来る物に知恵を出すべき。そのためには若者、主婦等の知恵を取り入れる
- 古都鎌倉をイメージした統一性のある店構えとスーパーにない特色ある商品陳列(そういった意味で御成門商店街はまあまあ、逆に小町通りはバラバラ)路地裏商店街は同じ形態のお店が並ぶなど特色が必要。
- 時々イベント等を開催するのも良いのではと思います。
- 地域の交流拠点を作って商店主と住民の交流を計るイベントを開催する
- 私の住む七里ヶ浜商店街は孤立しているので他の地域よりいいと思いますが、やはりスーパーの方が安く、買いやすいということがあります。
価格が高いという印象が昔からあります。昔のようにご用聞きとか、長いおつき合いなどがなくなっているのは確かです。
ここでは自治会がお祭りや、商店街スタンプラリーなどを行ってくれるので、とてもいいとおもいます。
- 営業している店舗の数を増やす事。シャッターが閉まっているようでは人は来ない。
- あの商店街では「これが安い」「この鮮度が良い」「流行の先端」と言った イメージを、大衆に持たせ、集めること。
- 大船の商店街のように、店の種類が一か所に集中すれば、スーパーではなく商店街で買い物をするはず(ぜひ)
- 商店主自身と商店街の創意工夫と目的意識の共有化
- 由比ガ浜商店街の経営者の皆さんとたまに食事をします。
観光地だからこそ、おもてなしの気持ちを持った店主の皆さんと行政がしっかり話す。これしかありません。
- 店舗が集中している地域は観光客を対象としている店舗が多く、地元を対象とする店舗は、点在していて1箇所です。用事が済まないことが多い。店舗と住宅兼用の店が多いので止むを得ないかもしれないが、ある程度決まったエリアで用事・買い物が済むようになるとよいかもしれない。
- 商店街の方々の排他的意識を改める必要がある。地元意識が強すぎるので、新たな住民を受け入れることや、市外からのお客をありがたい存在として認める努力が必要。
- 入しやすい店作り
- そこでしかない商品やサービスを提供する。
- 魅力的なプライスパフォーマンスの優れた商品。駐車場まで運べるカートなどあったら便利。店員の愛想。
- まず第一に、商店街自身がやる気を出していただくこと。
やる気のない店は、消費者が本能的に感じて足が遠のいているのでは…。
大型店舗であっても同様にダメなところはダメでしょう。
- 1)商店街の各店主に活性化の意欲が必要です。
2)空き店舗を有効に活用して、商店街を歯抜けにしないこと。
3)買物客の多い時間帯は、歩行者天国とすること。
4)電線を地中に埋設すること。また、広告看板は景観的感覚で整理すること。
5)イベントを毎月1回開催すること。そこには”にぎわい””おもてなし” ”ホスピタリティ”が感じ取れること。
6)各店舗共通のポイント制を設けること。
7)地産地消(鎌倉ブランド)、特産物、手造りの商品を扱う店舗を増やすこと。
- 少なくとも駐車場がないといく気がしない。



《観光商工課商工担当より》

商店街活性化の方法について、いろいろなアイデアをご提供いただきありがとうございます。商店街に皆様のご意見ご提案を伝えて、よりよい街づくりを目指し、ともに努力してまいります。

●質問8● 問7を実現するために市がやるべきことは何だと思いますか？（自由回答）

- 基本的に、生活全般にわたって「地産地消」をめざす。
- 安ければ安いほどいい、というような入札制度はやめる。
- 基本的に地元事業者(NPOを含む)優先とする。
- 各種コンサルタント、協議会・審議会委員はできる限り地元事業者や個人とする。
- 地元NPOへの支援策を積極的に行い、若い世代の雇用創出につなげる。
- 税の優遇措置
- 低金利貸付金制度
- 鈴木邸や今井邸など寄贈物件を低賃料で開放
(空家にしておくとは？)
- (古民家B&B、ケアハウス運営、カフェ開店などは高いニーズがありそう)
- 以上、税金が遣われても、地元事業者であれば納税によって還元される 大手の市外事業者だと結局中央にながれていくのでは？)
- 地域通貨の研究、
- 市内商店会の連絡会議をつくる
(特に体力がないところへ特にテコ入れができるような仕組み)
- 大型ディスカウントショップをつくらない。歩く人の視点で町を見る。
- 商店街への啓蒙活動

- (1) 住民アンケート(本来は当該の商店街が自主的に行うべきことだと思いますが)
- (2) 需要分析(地域別、年齢別、家族構成別などのクラスタリング等例えば大船と旧鎌倉地区では売れ筋がかなり違うので、それぞれの地区に合ったプロモーションを考えるべき)
- (3) 当該商店街との協働(活性化手法のアドバイス、エコマネー等導入の支援等)
- (4) 商店街活性化に成功した事例の紹介
- (5) コミュニティビジネスの専門家、コンサルタントの招聘等
- ・個人商店、中小商店、商店街への規制の撤廃、大型店・チェーン店・フランチャイズ店への規制の強化
- ・商店街活性化会議等を組織し、商店街利用者(消費者)側も運営参加できるようにする
- ・商店街側と商店街利用者(消費者)側が鎌倉市全体を豊かにするための意識改革(協力しあうための)
- 何と言って市がやる事は思いつきません。
- 観光客を相手にするのか、鎌倉市民を相手にするのか、顧客層によって商店街の営業戦略が違ってくるはず。顧客としての住民を考えるなら、商店街専用の駐車場をどこかに作り、その駐車場と商店街のシャトルバスを作ることが必要。車に乗らない人も狙うなら、住宅街と商店街のシャトルバスをバス会社にやらせるべき。観光客相手の商売なら、道路、特に歩道の整備をすべき。大仏前や長谷の近くの歩道はピーク時人がはみ出している。観光客もこれではゆっくり買い物がしにくいだろう。「歩行者天国」はできないのか。ただ、こうしたことは商店街が本来考えるべきなのではなかろうか。市は何を求めてこのアンケートを実施しているのですか。
- 車の普及やネットの進展で、「地域商業」の「地域」が広がっていると思います。大町、小町、材木座といった狭い「地域」ではなく、住民目線での地域商業を捉え、本当の課題が何なのかを考えていただきたいと思います。地域商店街がにぎわっていた50年前とは鎌倉での商店街へのニーズも全く変わっており、鎌倉市における商店街の「にぎわい」がなぜ必要なのか、だれのニーズなのかを、市としてご検討ください。
- ・生鮮食品の安全性についての認識が低い農業従事者の啓発。
- ・車流出入の制限(タイムシェアリング)や一方通行などの規制。
- 空き店舗の借り上げによる新規事業者の出店支援
コンビニ、スーパーの出店抑制
商店後継者への助成
周辺の住宅地からのアクセス(通勤者など)の整備
- 買い物しやすい環境整備
たとへば歩道、車の規制、休憩場所
- 市がどうするかというよりも、各お店が考えるべき。
(自由競争なので、税金を投入してはいけない)
- 接客マナー向上セミナーなどの開催
- ・活性化アイデアの提供
- 道路管理者に働きかける。
- 商店街店主と協力しての活性化促進役でしょうか。
- 特に思い当たりません。
- 市がやるべきことは特別に思いつきません。
- 市街業者が多く、観光客相手のお店が多い
よって市民へのためにならないので、税金を投入すべきでない。
- 空き店舗活用による居場所づくり。協力できるNPO等の団体を募る。
- 時代のニーズにあった商店街にするため、再開発や改善を積極的にすすめること。
- 商店主の交流活性化？
定期イベントの設定による集客機会の提供
農業共同団体と地元商店街の協業模索？
駐車場新規開設に伴う許可条件として、周辺商店街で所定の買い物、飲食などしたお客様への駐車料金優遇を義務付ける。
とうきゅうストアは、少額であってもTOPカードで買えば二時間無料にしてかなり集客しています。
- 商店街と一体となった再開発。ただし商店街の総意として、質問7で回答したような方向性を支持した場合のみ。
- 個別の商店街の現状を正しく(かつQuickに)評価し、課題点を地域と共有すべき。成功している部分、改善すべき部分、個々に課題は違うと思うそれに対する思いも異なる。大船と御成では客層も魅力も異なる。反対の小町は観光目的で存在がまったく異質。北鎌倉地区は商店街がほとんど名ばかりで成立していない。等々。
- 商売ですから店の創意工夫で活性化させることで直接市が行うことはありません。
商店街活性化の為に支援できることとしては、駐車場を確保して上げることです。
- 歩道の整備、トイレ、くらい。
正直、学童の整備、等 他にやってほしいことの方が多い。
西鎌倉の学童が小学校から遠すぎます。早く西鎌倉小学校内に移設してほしいです。(←空き教室はあります)
- 自由競争のなかで行政が「税金」を使って一部の地域のみを支援する限界もあり法律で何処まで制約することが
- ・駐車場の準備・確保
- ・市の広報で、各商店街の特売日や特産品を広告
- ・災害のときでもこまめに各家庭や歩いている人等が届くよう有線のスピーカーをもっと増やして、通常時は有線で商店街情報を流す。
(新潟県糸魚川市では各家庭に有線放送が常時流れています。)
- 市が後援ないし協賛する。
地元の特産品を使ったイベント等。
例) 米国メリーランド州ベセスダ市: 毎年秋に地元のレストラン等が、通り沿いに露店を設置し、Taste of Bethesdaを開催。
<http://dc.about.com/od/specialevents/a/TasteBethesda.htm>
- 鎌倉 江ノ電周辺に大型スーパーができたらいのですが～～
今はアーケードのような商店街以外では買い物はしく、鎌倉は生鮮野菜市場は利用してますが商店で買う習慣はありません。。。。

- 例えば横浜元町のような商店街のノウハウを鎌倉市職員も学び、上記7の提案を商店街といっしょに考え、商店街づくりをすすめる。
 - 世界遺産にふさわしい清潔感のある商店街づくり＝散歩したくなるような商店街づくりをすすめる。
- まち美化重点地域には予算が落ちているが(このことに商店は感謝し商いをしているのか疑問)、鎌倉の商店街全てをまち美化重点地域として予算をつけ平均化すべき。商店街と協働ですすめる。
- これからはスーパーマーケットや大型量販店の出店規制を何らかの方法ですべきだと思う。
- 車で買い物をする生活をできるだけ減らし、そうでない生活に転換することは、鎌倉が抱える交通渋滞問題と同一線上にあるから。
- 観光資源を有効活用しながらの小町通周辺の商店構成となるのは致し方ないことだと考えます。
- 御成通も最近新しい店ができて活気を取り戻しつつありますが、では、地元住民にとって、特に中流層と考えられる年収400～600万程度の人には残念ながら住みやすい街とは言い難いでしょう。
- ただでさえ、相続税が高くお屋敷も減少傾向にある中、材木座や由比ヶ浜に点在する商店を活性化させることが重要だと思われませんが、これもまた困難。
- 事実上、小町通は東京と在日系資本の独壇場と言っても過言ではない状況で、規制緩和などは意味がないと思われ、住んでいる人もそれなりの物価に耐えられるだけの財力があるということになります。
- そもそも世界遺産を目指すのであれば、景観を維持できる条例の強化をし、商店の中心を大船エリアに据えて、電車やバスに乗ってより行きやすくする取り組みなどが有効なのではないでしょうか。
- (1) 商品開発の支援
 - (2) 駅などの販売し易い場の提供
 - (3) 鎌倉商品祭り等の開催
 - 1. そのようなプランナーを紹介する(マーケティングの専門家や、学生など)
 - 2. イベントプランを提供する
 - 3. でも、まづその商店街の関係者がそのような活性化をやる気概を持たなくてはならぬと思います。
 - 有識者のアイデアを伝えること
 - 皆の意見を反映することも大事だが「成功例」を世界中から学び「提言」すること。
- 専門家を招聘し「行動」する。
- 「予算をつける」(何も行動しない市議員や住民の反対派はねつけて！)
- 残り少ない市長の任期中に市民運動化させる。
- 市役所が、市商店街連合会と一体となって、商店街の活性化に日夜励む事。
- そのために、交代勤務制を導入すること。(代休を取りやすい環境作り)
- 観光客のためにも、市民が友達に薦められるような地域の特産品の開発、販売を支援すること。
 - 商店会理事等から空き店舗の情報を入手して発信。福祉関係も含めての拠点作りが可能かと思います。
 - 大船の仲通り商店街をよく利用しますが、自転車を停められないことがあり、管理の人が整理すれば停められる
 - 単に市が補助金を出すだけではなく、PFIの手法を活用しながら、商店街に活気が出る政策を作るべきだと思う。
- これまでは大規模店舗の展開の影響で、商店街の顧客が奪われる結果となってきたけれども、今後は攻めの商店街づくりを展望することが必要なのではないか。たとえば、小町通り商店街のように、安定した観光客数が見込めるおかげで、空き店舗ができて比較次回のテナントが見つかりやすいように、商店街を日ごろから使う顧客を呼び込む仕組みを政策として進めるべきではないかと考えている。
- 商店街に消費者を呼び込むための商店街作り及び個々の商店の特色作りへの経営指導
 - <交通手段充実のために>
 - 公共施設の駐車場を買い物用に、時間帯限定でよいので、開放する。

例:市役所、支所、図書館、放課後の学校敷地の一部、等

 - 買い物に便利な公共交通システムの提供
- 例:小型車両を活用したバス増便(特に買い物時間帯):運転要員の確保はバス会社にはコストアップ要因となるが、地元居住者の雇用等を条件に補助金をつける、といった施策を工夫。
- 買い物に便利な運賃設定:端的には(1)バスの初乗り運賃を思い切って下げ、その分は距離比例の運賃を値上げして調整する。(2)バス会社に買物用定期券のようなものの発行を促す。(3)Suica/PASMOによるバス運賃支払いの際の「バステ」割引を拡大し、運賃支払い額の累計でなく乗車回数に比例したポイント(割引)を導入する。
- (4)鎌倉市で買い物用エコバッグを販売し、それにFelicaかバーコードをつけておき、そのバッグを持ってバスに乗車する運賃が大幅割引になる(例えば1回50円均一)ようにすれば、エコバッグ普及によるレジ袋削減にもつながり、一石二鳥ではないか?
- <営業時間延長を可能にするために>
- 個人・家族経営の商店で、遅い時間までの営業は通常困難なので、行政によるサポートは必須であろう。実現のハードルは高いと思うが、次のようなことが考えられると思う。
 - ◇アルバイトの店番と店主との間でのビデオ通話(Skype、iPhoneなどのFaceTime等)を設置する費用を市が助成する。細かな商品知識は、そうしたビデオ通話で可能なようにすれば、店主が常駐していなくても大丈夫なはず。
 - ◇配送センター機能については、夜間等については商店街の中で1～2店舗の拠点を定めるように、市が調整する。
 - ◇アルバイトについては、地元の中高年が担当できるよう(一生徒・学生ではなく)、雇用をあっせんする。
- 仲通り商店街は通りが狭いのにお店の商品が通りに溢れて陳列しています。そこへ自転車、ベビーカー、老人の手押し車が通ります。ぶつかり合いながらすれ違って、(皆さんトラブルにならないのが不思議です)危険だとおもいます。お店の脇に駐輪してある事も多いです。
- (日進駐車場前の青果市場、ニュークイック、サンドラッグ辺り)
- 十分活性化していると思うので、安全に買い物が出来るよう駐輪スペースや通路の確保の改善をお願いしたいと思います。

- ・私の住んでいる地域で実現するのは難しいと思いますが、漠然と思うことは以下の通りです。
 - ①下馬にある「鎌倉市農協連即売所」(いつもで混んでいます)のように、日替わりでも良いので市民が提供する商品を販売するお店の場所を市が確保し、提供してはいかがでしょうか。
 - ②誰もが外出しやすいように、店舗などへ行くための交通の便を良くして欲しいです。我が家は名越の奥にあり、道が狭く交通の便が非常に悪いところです。もっと奥に住んでいらっしゃる方もいますが、我が家から最寄のバス停まで健脚な方でも7～8分はかかり、特に高齢者が外出するのは大変だと思います。数年前にミニバスの試験運転を行いました、本格的な運行には いたりませんでした。
 - インターネット通販で何でも購入できる時代です。そして、その利用者がますます増えていくと思います。
 私の住む地域の地域商業の活性化を商店街に求めるのは無理があると思いますので、別の角度から考えていく必要があると思います。
- ・昔のような地元意識を出しすぎて売ってやるんだという態度ではユーザーは離れていくばかりだと思う。接客態度や地元とのコミュニティとなるような店側の努力が必要であり市が援助することでは無いと思う。
- ・新しい情報発信ツールの開発、軌道に乗るまでの協働
- ・市の仕事がよく分かりませんが、ルート作りなど???
- ・発行にかかる費用の一部負担
- ・・トラブルの相談。
- ・・資金援助または相談。
- ・人が集まる企画を行うには、場所が必要。この場所を市が提供する。
(例:シャッターを下ろして営業していない店を借り上げ、無償で提供する。)
- ・
 - 安心安全食材の提供ができる仕組み作りや、放射能測定等の協力。
 - 現状、子供を連れて外食すらできない状況で、お腹が空いても、家に帰らなくてはならないので買い物に時間も掛けられません。前より商店街に行く機会も減りました。
 - 私の周りでも、時間が経つにつれ、内部被爆を気にする人が増えてきていますので、何も気にせず、食料品を提供しているような商店街は今後ますます顧客が減るのではないのでしょうか。
- ・
 - ・鎌倉ならではのオリジナル商品の紹介をもっと活発に行う
(そのための場やツールの整備、活用促進等)
 - ・交流・イベントの場所の整備や現在日本中で活発な「ゆるキャラ」の活用
- ・商店街への車両乗り入れ禁止。商店街のアーケード化。特産品店を商店街に集める。
- ・税金を利用して一部の市民の為に市がやる必要は無いと思います。
- ・従前取り組んでいるようなアイデアコンテストなど。
商店街対抗アピール祭り。
- ・商店街活性化のための支援事業として、商店街同士の情報交換などアイデアを出し合う場を市がコーディネートする。また市や公共団体の行うイベントを商店街とタイアップして行う、など。
- ・広報やメールを通じて広く人々に商店街の様子や今後のスケジュール、イベントについて知らせる
⇒現在、観光商工課ではtwitterを使用し、観光情報やイベント情報の配信をしています。
 https://twitter.com/kamakura_kankou
商店街イベントについてもtwitterを利用し、イベント情報の提供に努めてまいります。
- ・商店街の取組に対する補助事業を充実させることです。
- ・官庁が全面に出ても、杓子定規な企画しか出来ない。市は裏方として企画助成金の援助(ex. 学生主婦と等への謝礼金、メディアへの紹介、プロパガンダ(市報、タウン誌等への紹介、経過報告)
- ・ガス街燈や石畳風な道など商店街の統一した雰囲気インフラ整備。
統一感を出すためのお店への補助金。
- ・ミス鎌倉の参加支援や金銭的支援も。
- ・各商店街独自に頑張っているところもあると思うが相互交流はないのでは?
それと商店街と町内会のつながりも大切だと思う。
えば大蔵商店会と自治会は交流イベントでらくご会を行った。そんな様々な情報を収集して他団体や住民に情報発信する役割やイベント企画の立案やプロデュース出来る人材の派遣等。
- ・入りにくい商店街のお店に私が入ったきっかけは鎌倉サイダーが売っているということで酒屋さんに入ったのが初めてでした。
高くても、人にあげるために近所の名物を買うことで利用するきっかけができると思います。それも、スーパーや百貨店では売っていないということがキーポイントです。その商店街オリジナルの名物。
- ・商店が営業しやすいような条例の制定や設備の充実。商店街の中の市道の一部に荷役場所を作るなど。
- ・商店街の人と良く話し合い、その持つ特徴が、大衆に良く知られるよう、バックアップすること。
- ・
 - ・たとえば、小町通りは商店街なのか、観光のための通りなのか。
それをすみ分けること。
 - ・市民であれば割引になる駐車券の発行。(御成通り商店街とか)
 - ・鎌倉駅前の無料駐輪場の確保。
- ・商店街とのコミュニケーションの強化による課題のピックアップ、課題解決の協働作業
- ・税収と商店街売り上げが相乗効果がでるような仕組みが必要。
- ・難しいでしょうね。
- ・商売人たちの意識改革をするためのセミナー
まともに納税する意識すらないので、税務のセミナーも一緒にやって、まじめに納税しているサラリーマンや公務員の税負担を知るべき。
既得権益やぬるま湯体質に浸っているのは、活性化なんてできない。
- ・お店の情報の発信(何を売っているのか?、特色、価格帯などを知らない则入りづらい)
⇒現在、市ホームページでは商店会に加盟するお店の紹介をしています。
 <http://www.city.kamakura.kanagawa.jp/shoukou/omise2006/omise.html>
お店探しの参考の一つとしてご活用ください。
- ・広報サービス
- ・野菜など市場で購入すると、駐車場まで運ぶのが大変。
このため、カートを利用できる大型スーパーの利用が中心になる。
市はコンパクトシティの構想を進めて、人が動きやすい街づくりを目指すべきと考えます。

- 商店街組織への支援。(研修会、情報、助成等々)
- 1) 商店街の活性化は商店街の役員、事業者、経営者、店主が一体且つ主体となって 実現するのが望ましいです。
2) 市は、イベントの協賛者になること。
3) 商店経営のための相談窓口を市庁内に設けること。
4) 古都鎌倉の風情が漂う”まちづくり”を目指すこと。
5) 道路特に歩道の整備を行うこと。
6) 電線の地中埋設を行うこと。
- 基本的には商店街の自助努力によるものとする。
特定の商店街だけ市が関与するのに疑問を感じる。
従って、鎌倉市内のどの商店街でも活用できるような商店街活性化メニューを準備して、やる気のある商店街に手を挙げさせて、市が審査して、やる気のある商店街のみ伸ばしていけばよいのではないかと。



【アンケート結果について】

この度はeモニターアンケートへのご回答ありがとうございました。
全国的に商店街利用が減っているなか、アンケートに答えていただいた多くの皆様が商店街を利用していることがわかりました。

また、商店街を活性化するためのアイデアも多数寄せられ、皆様が日頃から商店街及び地域の活性化について真剣に考えてくださっていることがわかりました。ありがとうございます。

今後、いただきましたご意見やご指摘の内容を商店街等関係団体と情報共有し、にぎわいのある商店街づくりを進めるための参考とさせていただきます。

ご協力ありがとうございました。

市民活動部観光商工課商工担当

【お問い合わせ先】

鎌倉市経営企画部秘書広報課広聴担当

〒248-8686 鎌倉市御成町18番10号
TEL 0467 (23) 3000 内線2505
FAX 0467 (23) 8700
e-mail
emoni2505@city.kamakura.kanagawa.jp