

産業振興に係る市民・事業者意向調査

報告書

(市民の意識調査編)

平成24年3月

鎌倉市

目 次

1. 調査概要	1
1-1 調査の目的.....	1
1-2 調査の概要.....	1
2. 市民を対象とした産業振興に関する意識調査の実施.....	2
2-1 意識調査票の設計.....	2
2-2 調査票の配布・回収方法.....	2
2-3 調査票の回収結果.....	2
3. 意識調査結果の集計・分析.....	3
3-1 意識調査結果のまとめ（分析）.....	3
(1) 商店街に関して.....	3
(2) 農業に関して.....	7
(3) 水産業に関して.....	10
3-2 個別設問の集計結果.....	14
(1) 回答者の属性について.....	14
(2) 商店街に関して.....	17
(3) 農業に関して.....	30
(4) 水産業に関して.....	46
【資料編】	
「市民の意識調査」アンケート調査票.....	62

1. 調査概要

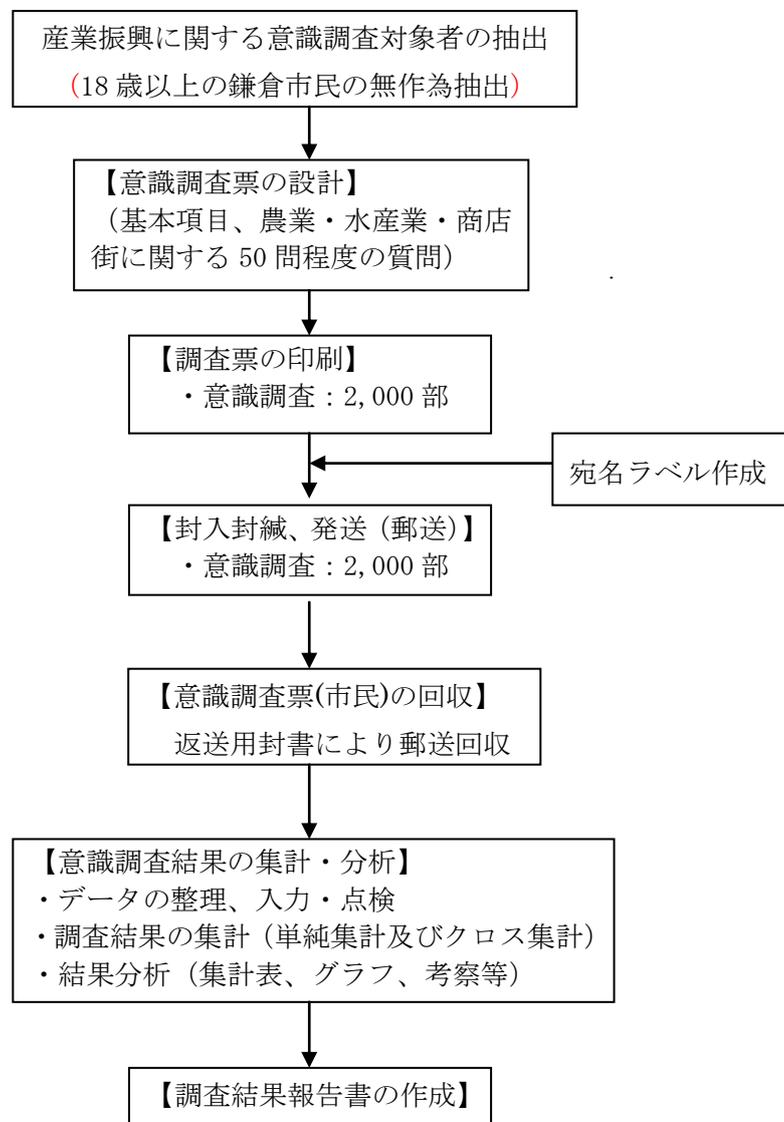
1-1 調査の目的

本調査は、鎌倉市民の農業、水産業及び商店街に対する意識を把握し、施策形成の基礎資料を得る目的で実施したものである。

1-2 調査の概要

本調査は、鎌倉市全域から無作為に抽出した18歳以上の市民2,000人を対象とした産業振興に関する意識調査を実施し、その調査結果について集計・分析を行い、調査結果報告書としてとりまとめを行った。

調査のフローは、次に示すとおりである。



2. 市民を対象とした産業振興に関する意識調査の実施

鎌倉市全域から無作為に抽出した18歳以上の市民2,000人を対象として、産業振興に関する意識調査を実施した。

なお、市民意識調査の時期としては、平成23年6月1日から平成23年7月29日までを調査期間として実施した。

2-1 意識調査票の設計

意識調査票は、次いで示す項目について設計するものとし、全体で50問の質問数とした。なお、作成した意識調査票は、資料編に示すとおりである。

- ① 基本項目（回答者の属性：性別、年齢、職業、世帯の家族構成、居住地）の質問（5問）
- ② 商店街に関する項目
商店街については、市民の消費動向、商店街に対するニーズ等に関する質問（13問）
- ③ 農業に関する項目
農業については、市民の地産地消に対する意識、地元産品に対するニーズ等に関する質問（16問）
- ④ 水産業に関する項目
水産業については、市民の地産地消に対する意識、地元産品に対する意見等に関する質問（16問）

2-2 調査票の配布・回収方法

- ① 調査票の配布方法
配布は、「発送用封筒」に「アンケート協力依頼文を含むアンケート調査票」、「返信用封筒」を封入し、アンケート調査対象者(2,000人)の宛名ラベルを貼り付け、郵送にて発送した。
- ② 調査票の回収方法
回収は、対象者に記入済みアンケート調査票を同封の返信用封筒に封入してもらい返送期限内に郵送にて返送をお願いした。

2-3 調査票の回収結果

調査票の有効回収数は、下表のとおり741票（回収率37.05%）であった。

意識調査回収結果

調査票配布数	有効回収数	回収率
2,000票	741票	37.05%

3. 意識調査結果の集計・分析

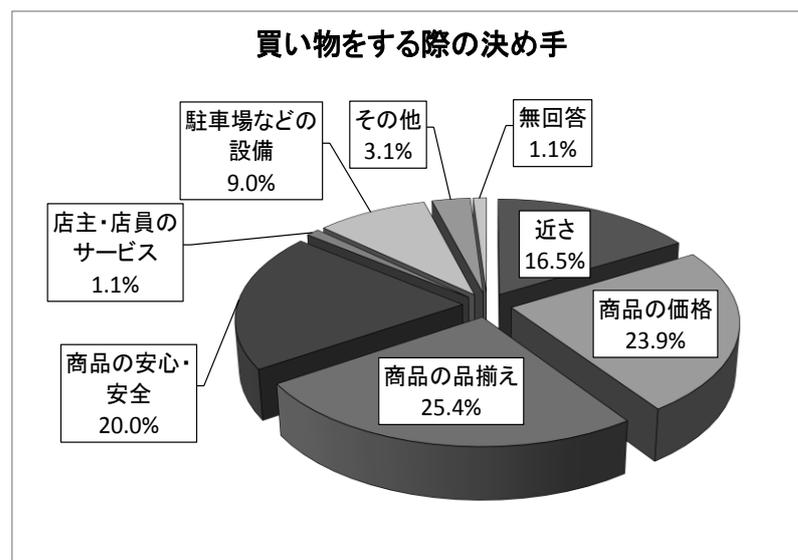
回収したアンケート調査票データについて入力し、意識調査の集計（単純集計、クロス集計）を行った。また、集計結果を基に分析を行った。

3-1 意識調査結果のまとめ（分析）

(1) 商店街に関して

① 商店街の利用状況【問6～問11】（P17～P22）

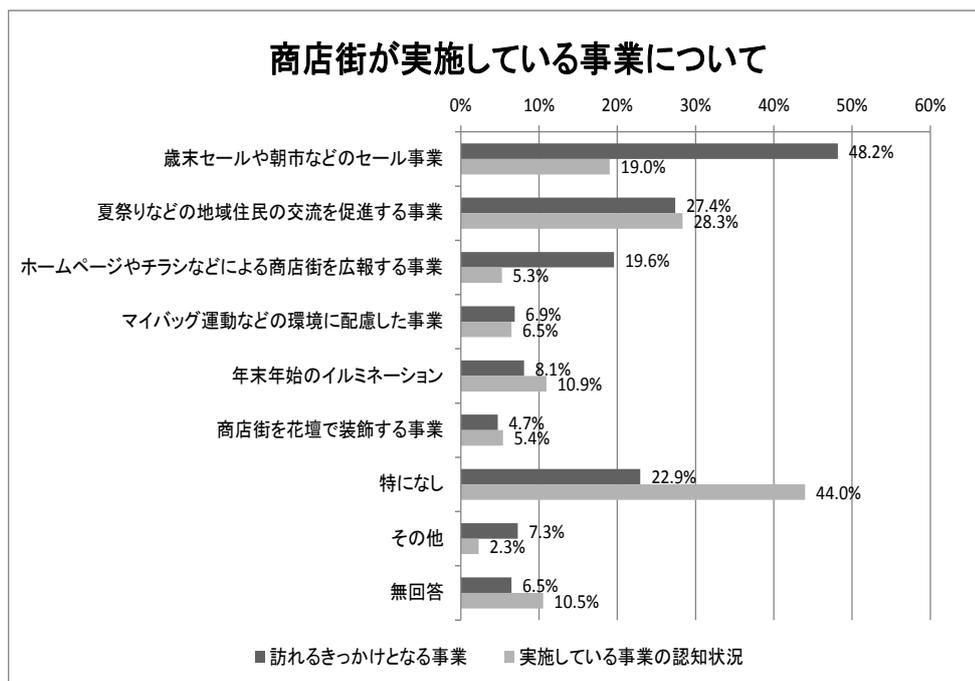
- ◆ **商店街の利用状況**は、「週に1～2回以上利用する」と回答した人が50%近くであり、**利用する理由**としては、「近所だから」、「商品の価格が安いから」及び「商品の品揃えがよいから」がそれぞれ50%前後の回答であった。
- ◆ 「街路灯の設置など地域のために貢献しているから」は、3%程度と少ない回答率となっているが、地域の安全・安心に大きな役割を果たしていることは間違いないことである。少ない回答率となった原因は、回答者が商店街の地域貢献について知らないためであることが想定される。そのため、商店街が実施する地域貢献活動について地域住民に周知し、商店街のファンを増やす工夫を検討する必要がある。
- ◆ また、商店街を「ほとんど・まったく利用しない」人は、30%弱であり、**利用しない理由**は、「近所にはないから」、「商品の品揃えが充実していないから」、「商品の価格が高いから」の意見が多く、利用する理由の逆の意見となっていた。
- ◆ **買い物をする際の決め手**は、商品の「品揃え」、「価格」及び「安全・安心」と答えた人の合計が約70%であった。また、店舗の環境面での「店舗の近さ」、「駐車場などの設備」の回答も合わせて26%となった。



- ◆以上をまとめると、利用する理由の上位に「近所にある」、「商品の価格」、「商品の品揃え」が挙げられている。一方商店街を利用しない理由の上位に「近所がない」、「商品の価格」、「商品の品揃え」が挙げられている。また、買い物をする際の決め手についても、「品揃え」、「価格」、「安全・安心」と、商品に関する理由が上位を占めた。立地以外の理由は、商品についての理由である。そのため、各個店が魅力のある商品を開発したり、商店街がその商品をPRしたりすることで、商店街への誘客を図ることができると思われる。
- ◆居住地の近くに商店街があるか否かについては、「ある」と「ない」がほぼ半数ずつを占める結果であった。
- ◆居住地近くの商店街のにぎわいについては、「かなり・ややにぎわっていると感じる」と「あまり・ほとんどにぎわいを感しない」はほぼ同様の割合であった。

② 商店街が実施している事業について【問 12～問 13】 (P23、P24)

- ◆商店街を訪れるきっかけとなる事業については、「歳末セールや朝市などのセール事業」が約半数の人が、回答しているが、実際に実施していることの認知割合は、20%程度と低い結果であり、事業のPR不足が指摘される。
市民が商店街を訪れるきっかけとなる事業を積極的に実施するとともに、何らかの手段により周知を行うことが必要と考えられる。
- ◆「夏祭りなどの地域住民の交流を促進する事業」は30%近い人が商店街を訪れるきっかけとして挙げているが、その認知度合いもそれ相応の30%程度であり、比較的この事業が周知されていると考えられる。



③ 商店街の情報発信について【問 14～問 16】 (P25～P27)

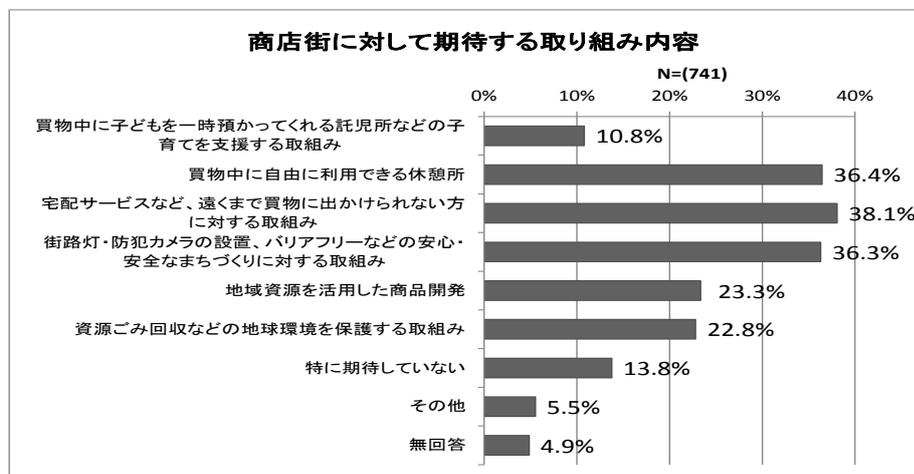
- ◆商店街が行っているホームページ運営については、「見たことがある」は全体の7%に過ぎず、その認知度はかなり低い。
- ◆商店街が発信する情報を受け取る際に確認しやすい方法については、「新聞折込チラシ」、「タウン紙」、「店頭ポスター」の指摘が上位を占め、紙ベースで視覚的に確認できる方法が有効であることがうかがえる。なお、若い世代の人は「ホームページ・ブログ」も確認しやすいとの回答も多く、情報発信方法を検討する際にはこれらのことも踏まえることも必要と考えられる。また、ターゲットとする年齢層を踏まえて情報発信の方法を選択する必要がある。
- ◆商店街が発信する情報として期待する内容については、「お得な商品又はこだわりの商品の情報」が70%近くと多かった。

④ 商店街に期待する取組内容【問 17、問 18】 (P28、P29)

- ◆商店街に対して期待する取組内容については、「宅配サービスなど、遠くまで買い物に出かけられない方に対する取組み」が40%近くの方が要望しており、特に50歳代の女性は半数以上の方が期待している。今後、高齢化が進み、これらの要望も一層高まることが考えられ、その仕組みづくりなど誘導施策を検討することが重要である。

また、「買い物中に自由に利用できる休憩所」及び「街路灯・防犯カメラの設置、バリアフリーなどの安心・安全なまちづくりに対する取組み」も比較的多くの方が期待する内容となっている。街路灯については、商店街支援制度の「商業振興共同施設設置補助金」で一部が助成されているが、「休憩所」、「バリアフリー」など期待される内容についても、助成等を含め検討が必要と考えられる。

さらに、限られた財源を有効に活用して商店街の活性化を図るためには、利用者（地域住民）のニーズに応える取組みに対して手厚い助成をするなど、メリハリのある施策を検討する必要がある。



- ◆ **商店街に対する自由意見**としては、「道路・環境の整備（トイレ・アーケードなど）」、「駐車場（駐輪場も含む）」などのインフラ整備に対する意見が比較的多く、これらに対応した施策を検討することが必要である。また、「商店街独自のサービス」に関する意見も13件指摘されており、利用者のニーズに対応したサービスを講じることも重要である。

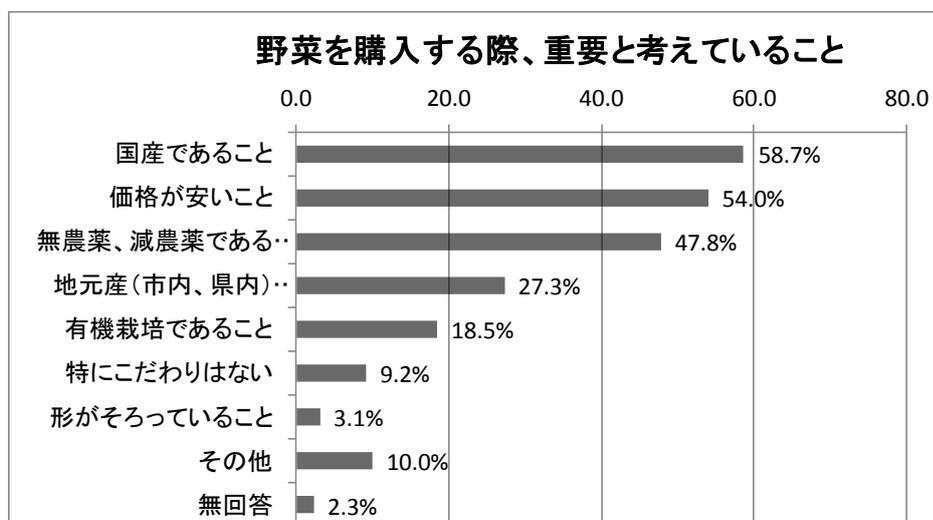
(2) 農業に関して

① 農業と市民の係わりについて【問 19～問 22】 (P30～P33)

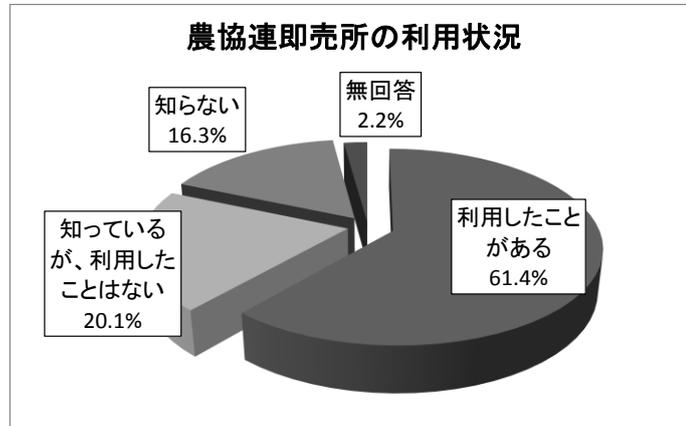
- ◆ 鎌倉市内の農業が行われていることについては、全体で 89% の人が「知っている」と回答している。また、居住地の近くに農地があるかについては、「すぐ近くにある」が 25%、「少し離れている」が 31%、「近くにはない」が 44% であった。
- ◆ 鎌倉市にある農地についての考えについては、「環境や自然を保持する意味でも、今ある農地はできるだけ残してほしい」との意見が 62% と最も多く、次いで「農業を一生懸命やっている農家の農地は残してほしい」が 35% と、ほとんどの回答者が「農地を残してほしい」との意見であり、農地を他に転換するとの回答は少なかった。
- ◆ 鎌倉の農業や農地に対して感じていることについては、「新鮮で、安全な野菜を供給している」の 71% をはじめ、「農地があることにより、緑豊かな環境が保たれている」が 62%、「季節を感じることができる」が 49%、「自然や生態系の保全の場として役立っている」が 38% と上位を占めており、鎌倉市民は、地元の農業・農地について好感を持っていることがうかがえる。

② 野菜の購入について【問 23～問 25】 (P34～P36)

- ◆ 日頃の野菜の購入先は、「市内のスーパー（配達含む）」が 75% と最も多く、次いで「市内の八百屋（配達含む）」が 33%、「市内の直売所など」が 25% となっており、鎌倉市内での購入が上位を占めている。
- ◆ 野菜を購入する際、重要と考えていることは、「国産であること」が 60% 近くを占め、「価格が安いこと」、「無農薬、減農薬であること」が半数程度の回答であった。また、「地元産（鎌倉市、神奈川県）であること」を重要と考えている人も比較的多く、「産地」、「価格」、「安全・安心」の 3 つを重要視していることがうかがえる。



- ◆市内の若宮大路沿いにある農協連即売所（通称：レンバイ）では、農家の人が新鮮な地場野菜の直接販売を行っているが、その利用については、「農協連即売所を知っている」と答えた人が80%以上を占め、そのうち「利用したことがある」と回答した人は61%となっており、多くの人に利用されている。



③ 鎌倉産の野菜について【問 26～問 28】 (P37～P39)

鎌倉市では、市内で生産された地元農産物に「鎌倉ブランドマーク」の表示を行い、新鮮で安全な農産物の普及促進を行っている。「鎌倉ブランド」の登録農家は、「新鮮」、「安全・安心」な農産物の生産、環境保全型農業に取り組んでいる。これらの鎌倉産の野菜を食することについて、市民の意見は次のとおりであり、その新鮮さ、安全・安心性は高く評価されている。

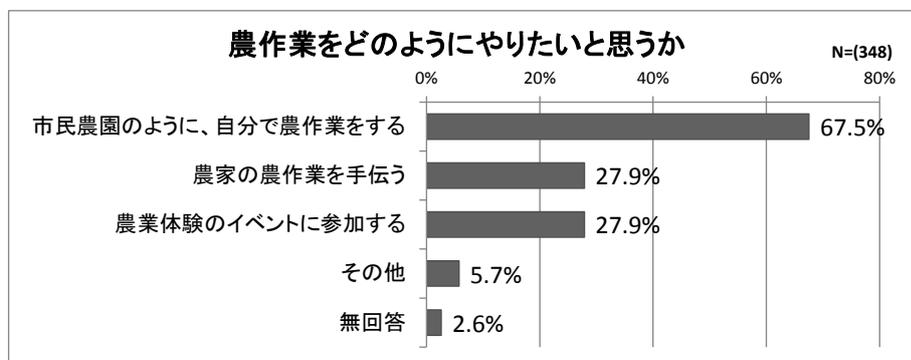
- ◆鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思うかについては、「食べたい」と「できれば食べたい」を合わせると90%以上を占め、逆に「食べたいとは思わない」は全体の6%であった。
- ◆鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思う理由については、「鎌倉野菜の品質の良さ（新鮮さ、安心、安全等）」を挙げている人が多く、また、「地元振興（応援）」、「地産地消促進に賛同（エコの促進）」などの理由も多かった。
- ◆学校給食で県内産の野菜を食材として使うことに対する意見としては、「新鮮で安心な野菜なので、ぜひ続けて欲しい」が72%と多く、「季節感がわかるような旬のものを使って欲しい」が61%、「無農薬、減農薬のものを優先して使って欲しい」が50%であった。

④ 農作業について【問 29、問 30】 (P40、P41)

- ◆ 農作業をしてみたいと思うかについては、「してみたい」と「したくない」とが約半数ずつであった。
- ◆ 「農作業をしてみたい」と回答した人で、その理由については、「自分で野菜を作ってみたいから」が76%と高い割合を示し、次いで「自分で作った野菜は安全だから」が43%であった。

⑤ 農業振興について【問 31～問 33】 (P42～P44)

- ◆ 農作業をどのようにやりたいと思うかについては、「市民農園のように、自分で農作業をする」と答えた人の割合が68%と多く、「農家の農作業を手伝う」及び「農業体験のイベントに参加する」はともに28%であった。



- ◆ 鎌倉市内に農業を振興する地域があった方がよいと思うかについては、「あった方がよい」が全体の約80%を占め、「なくてもよい」の3%を大きく上回っている。
- ◆ これからの鎌倉市の農業振興に期待することについては、「農作業を支援するための仕組み作りの検討」、「農地保全のための施策の推進」、「農業者（法人を含む）の育成」が比較的高い回答率であった。また、情報機器を利用した「鎌倉市の農業に関する周知（ホームページやDVDなどによるPR）」については、27%の人が期待していると回答しており、今後これらに対応した情報機器によるPR活動の充実を図ることが重要と考えられる。

(3) 水産業に関して

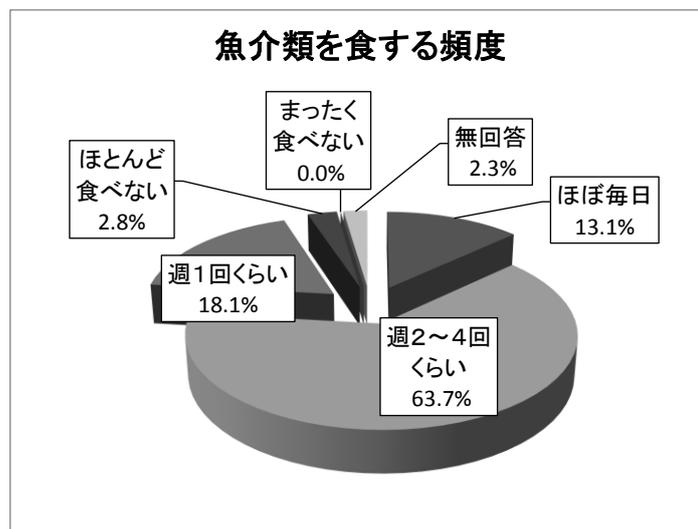
鎌倉市では、古くから漁業が営まれており、現在も小型定置網、刺網、しらす船曳網、わかめ養殖の沿岸漁業を中心に実施されている。

① 鎌倉の水産業について【問 35～問 36】 (P46、P47)

- ◆ 鎌倉で漁業が行われていることの認知度は、「腰越地区で行われているのを知っている」は92%、「鎌倉地区(坂ノ下・材木座地区)で行われているのを知っている」が76%と高い割合で認知されている。
- ◆ 鎌倉の漁業に対するイメージについては、「シラスが有名である」が89%と最も多く、次いで「海を持つ街として、漁業は大切な産業のひとつである」が79%、「冬場に海岸で行われるワカメ干しは、浜の風物詩と感じる」が41%と、漁業に対する良いイメージの割合が高かった。

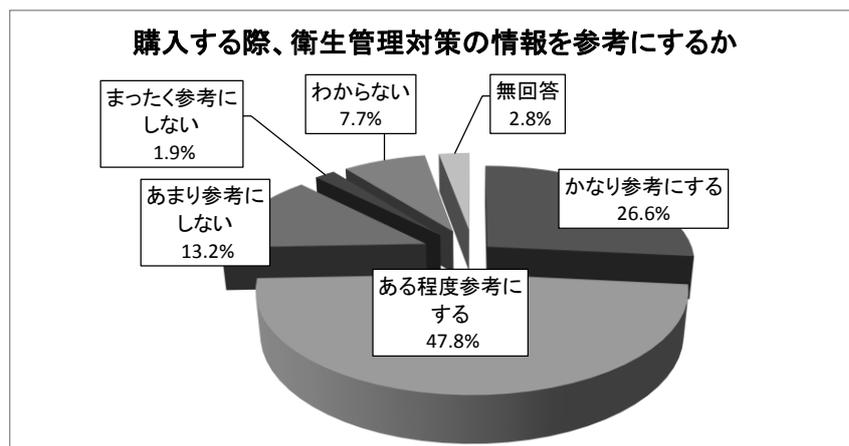
② 魚介類の購入について【問 37～問 40、問 44、問 45】 (P48～P51、P55、P56)

- ◆ 普段どこで魚介類を購入しているかについては、「市内のスーパー」が81%と最も多く、次いで「市内の鮮魚店」が51%で、鎌倉市内での購入が上位を占めている。
- ◆ 魚介類をどのくらいの頻度食べているかについては、「週に2～4回くらい」が64%と最も多く、次いで「週1回くらい」が18%、「ほぼ毎日」は13%、逆に「ほとんど食べない」は3%と、魚介類を食する頻度の割合は非常に高かった。



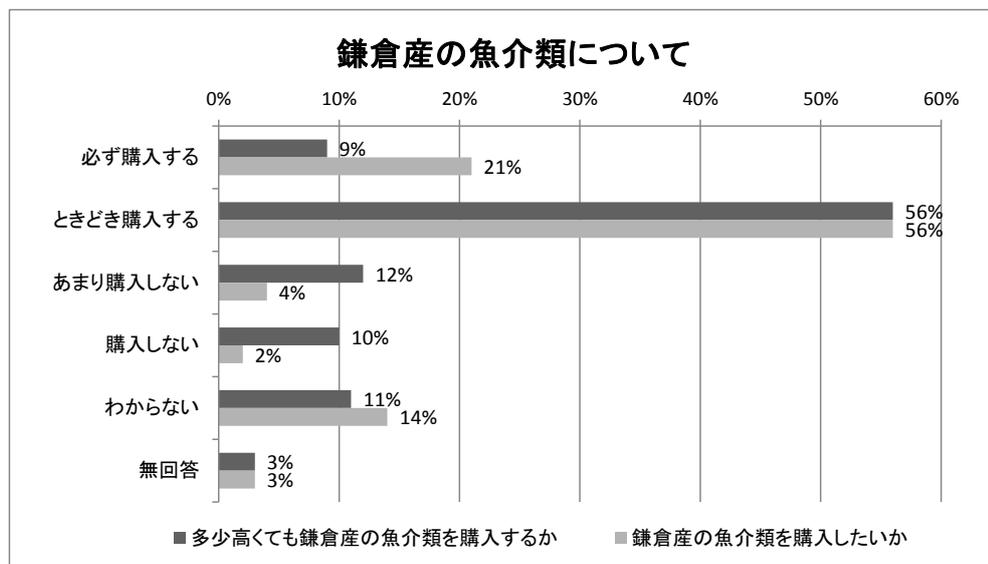
- ◆ 普段、魚介類を購入する際、何を基準にしているかについては、「新鮮さ」が84%と最も多く、次いで「価格」が55%、「おいしさ」が45%、「産地」が38%、「旬」が34%であった。

- ◆魚介類を購入する際、どの産地を重視するかについては、「国内産であること」が56%と最も多く、次いで「特にこだわりはない」が29%、「特定の産地であること」が20%であった。「神奈川県産であること」及び「鎌倉産であること」はそれぞれ全体の11%、7%と比較的少なく、地元産へのこだわりはそれほど高くなかった。これは、市内への地元産の流通が少ないことも原因のひとつと推定される。
- ◆魚介類の加工品（刺身や切り身、惣菜など）を購入する場合の理由は、「手軽に購入できるため」が80%近くあり、「魚をさばいた後の処理が大変なため（内臓の後始末や臭い）」が30%、「魚がさばけないため」が20%であった。地元産品を使用した加工品などが商品化されれば、販売促進につながる可能性があると考えられる。
- ◆漁港や魚市場の衛生管理対策の情報があれば、魚介類を購入する際、参考にするか否かについては、「かなり参考にする」が27%であり、「ある程度参考にする」の48%と合わせると75%の人が参考にするという回答しており、消費者の「衛生管理対策」への関心の高さがうかがえる。今後、他地区との差別化を進める上でも、行政をはじめ、漁業関係者は衛生管理対策に積極的に取り組む必要があると考えられる。

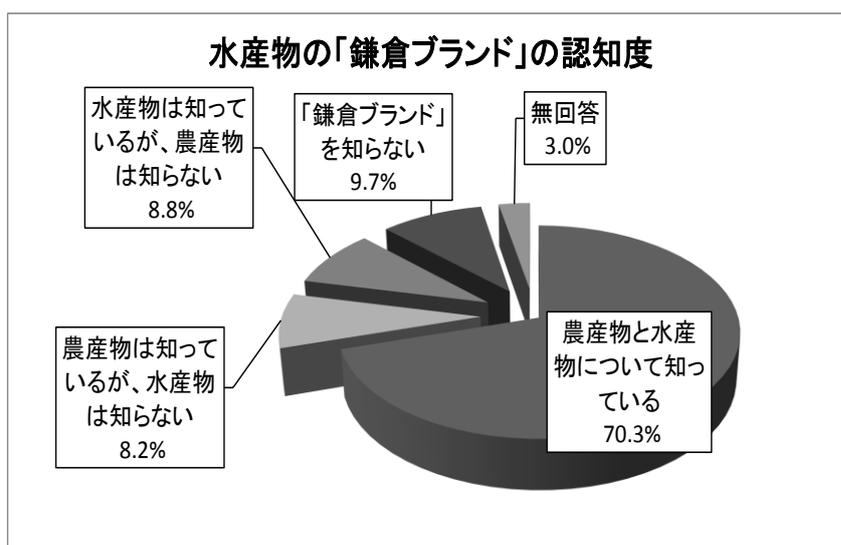


③ 鎌倉産の魚介類について【問 41～問 43、問 46】 (P52～P54、P57)

- ◆普段、魚介類を購入しているお店に、鎌倉産があれば購入したいかについては、「いつも購入したい」が21%であり、「ときどき購入したい」の56%と合わせると77%の人が購入したいと回答している。逆に「あまり購入しない」、「購入しない」はそれぞれ4%、2%と少ない回答率であった。前問（問 40）の「あなたは魚介類を購入する際、どの産地を重視するか」と比較すると、鎌倉産への割合は高く、市内への鎌倉産魚介類の流通を、積極的に進めていく必要があると考えられる。
- ◆鎌倉産の魚介類の価格が他の産地より多少高くても（10%程度）購入するかについては、「必ず購入する」が9%であり、「ときどき購入する」の56%と合わせると66%の人が購入すると回答している。逆に「あまり購入しない」、「購入しない」は、それぞれ12%、10%の回答率であり、前問（問 41）の「普段、魚介類を購入しているお店に、鎌倉産があれば購入したいか」と比較し、ともに8ポイント多く、価格が高いと購入を差し控える結果となっている。



- ◆ 鎌倉産の魚介類を購入できるお店などを知っているかについては、「知っている」が全体の 61%であり、「知らない」の 36%を上回っている。次いで「知っているが、利用している」と回答した人は、全体の 50%であり、この内訳は、「たまに利用している」が 34%、「週 1 回くらい利用している」が 9%、「週 2~4 回くらい利用している」が 6%、「ほぼ毎日利用している」が 1%であった。また、「知っているが、利用したことがない」と回答した人の割合は 12%であった。
- ◆ 「鎌倉ブランド」は農産物のほかに、シラスやワカメなど鎌倉でとれた水産物もあることを知っているかについては、「農産物」と「水産物」の個別の認知度は、ともに 79%であり、「農産物と水産物について知っている」は、70%と高い認知度を示している。また、「鎌倉ブランドを知らない」は、10%であった。



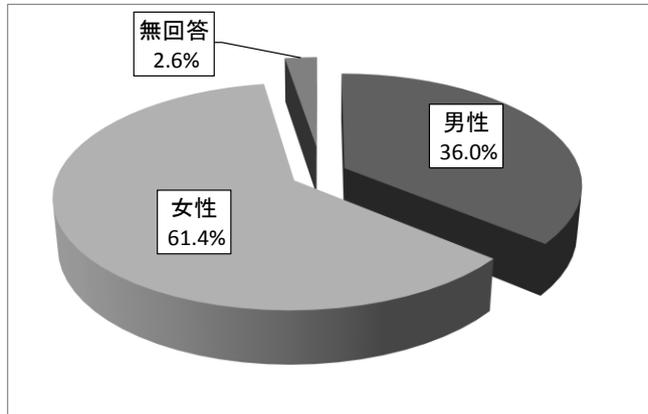
④ 水産業振興について【問 47～問 50】 (P58～P61)

- ◆ 鎌倉市が水産業を振興していく中で、優先して実施すべきだと思うことについては、「地場産を取り扱うお店の情報提供の促進」が61%と最も多く、次いで「消費者（市民）のニーズに合わせた施策」、「生産者（漁業者・流通・加工業者）に対する支援」がともに52%であり、この3つの施策を優先させて実施すべきとの意見が多かった。他の意見としては、「鎌倉地域の漁港整備（現在は未整備のため、海岸で漁業活動を行っている）」が18%、「腰越漁港の改修整備（現在、改修整備工事中）」が9%であった。また、「生産者の自助努力にまかせ、市として支援する必要はない」という意見は全体の5%と少なく、『鎌倉市の水産業振興施策』への期待が高いことがうかがえる。
- ◆ 市内の漁業者が行う具体的な行動として優先して実施すべきだと思うものについては、「市内のスーパーや鮮魚店への販売促進」が69%と多く、次いで「安心・安全な魚介類の提供」が44%、「朝市など直売事業の促進」が35%、「学校給食の食材への提供」が28%、「鎌倉産を強くPRするブランド化事業の積極的な展開」が24%、「市内飲食店への魚介類の提供」が19%、「市民が漁業にふれあう機会（体験漁業など）の創出」が11%であった。今後、漁業者はこれらの意見を参考に、市内への流通についてより積極的に進めていくことが必要と考えられる。
- ◆ 市内の水産物の販売・加工業者、飲食店が行う具体的な行動として優先して実施すべきだと思うものについては、「市内のスーパーや鮮魚店での鎌倉産品の販売促進」が73%と最も多く、次いで「安心・安全な魚介類の提供」が49%、「鎌倉産品取扱いのPR活動」が43%、「市内飲食店での鎌倉産品の利用促進」が39%であった。今後、市内の各関係事業者も鎌倉産品の販売・利用の促進を積極的に進めていくことが必要と考えられる。
- ◆ 水産業に対する意見としては、「PR不足」が45件、「流通ルート（利便性・販売促進）」が40件、「産業育成（行政支援）」が25件と水産業の促進に関連する意見が比較的多く、今後、これらの意見も反映させた施策の検討が必要と考えられる。

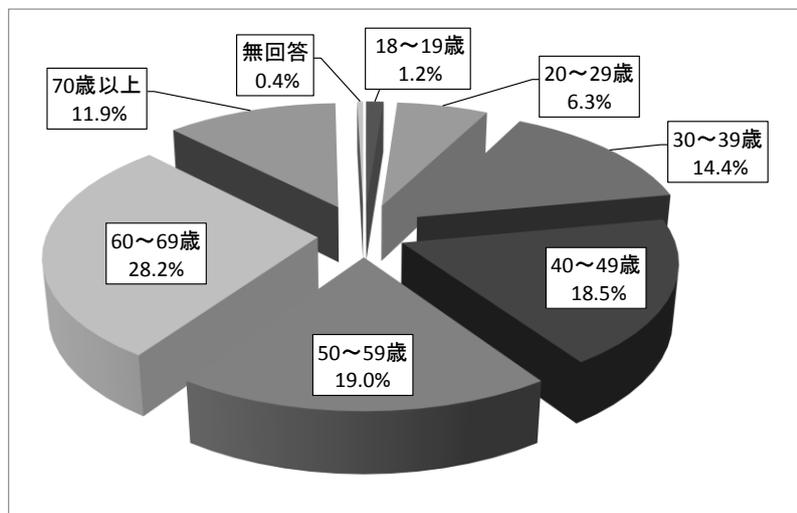
3-2 個別設問の集計結果

(1) 回答者の属性について

- ① 回答者の性別は、「女性」が60%以上と多く、年代は、「60歳代」が30%弱と最も多かった。

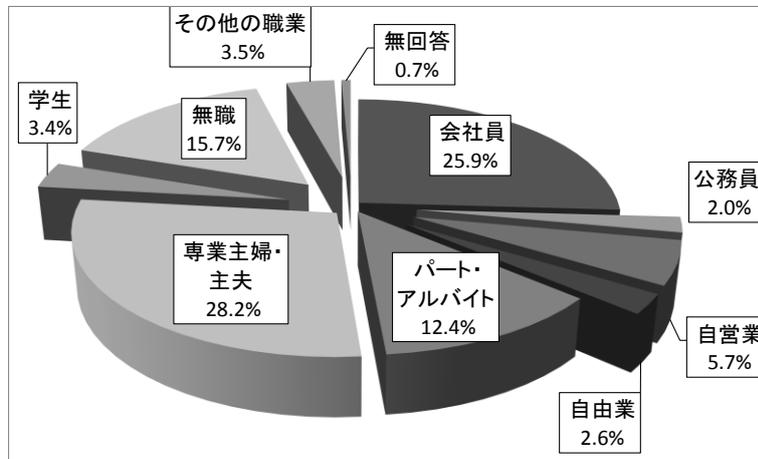


問1		全体	男性	女性	無回答
	N	741	267	455	19
		100%	36.0%	61.4%	2.6%



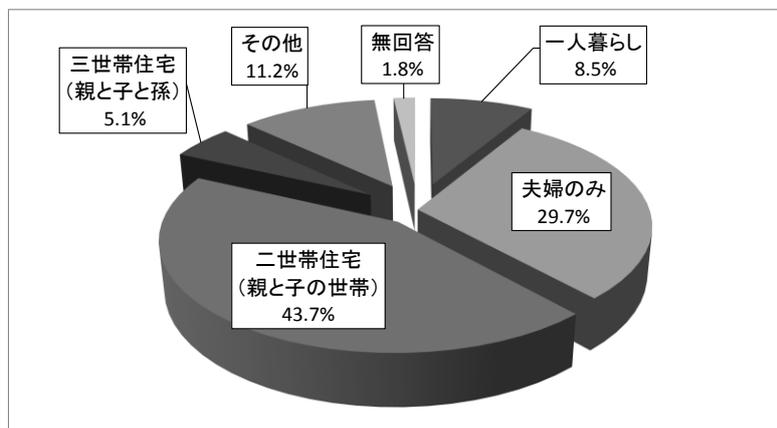
問2		全体	18~19歳	20~29歳	30~39歳	40~49歳	50~59歳	60~69歳	70歳以上	無回答
	N	741	9	47	107	137	141	209	88	3
		100%	1.2%	6.3%	14.4%	18.5%	19.0%	28.2%	11.9%	0.4%

- ② 回答者の職業は、「専業主婦・主夫」が28%で最も多く、次いで「会社員」が26%であった。



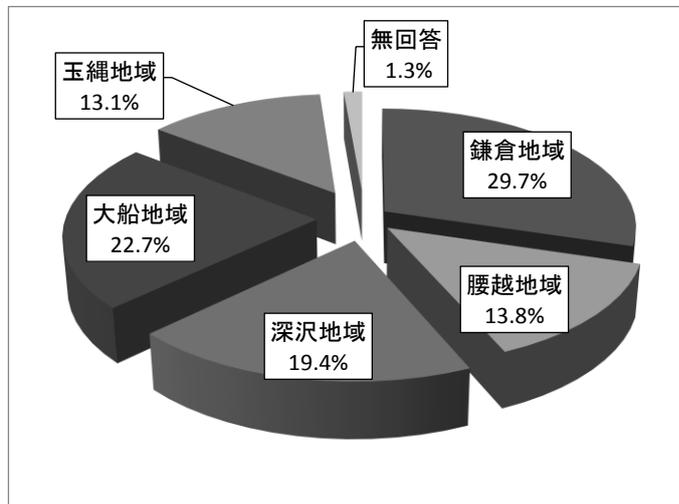
問3	全体	会社員	公務員	自営業	自由業	パート・アルバイト	専業主婦・主夫	学生	無職	その他の職業	無回答
	N 741	192	15	42	19	92	209	25	116	26	5
	100%	25.9%	2.0%	5.7%	2.6%	12.4%	28.2%	3.4%	15.7%	3.5%	0.7%

- ③ 回答者世帯の家族構成をみると、「二世帯住宅（親と子の世帯）」が44%で最も多く、次いで「夫婦のみ」が30%であった。



問4	全体	一人暮らし	夫婦のみ	二世帯住宅（親と子の世帯）」	三世帯住宅（親と子と孫）」	その他	無回答
	N 741	63	220	324	38	83	13
	100%	8.5%	29.7%	43.7%	5.1%	11.2%	1.8%

- ④ 回答者の居住地は、「鎌倉地域」が30%と最も多く、次いで「大船地域」が23%、「深沢地域」が19%、「腰越地域」が14%、「玉縄地域」が13%であった。



問5		全体	鎌倉地域	腰越地域	深沢地域	大船地域	玉縄地域	無回答
	N	741	220	102	144	168	97	10
		100%	29.7%	13.8%	19.4%	22.7%	13.1%	1.3%

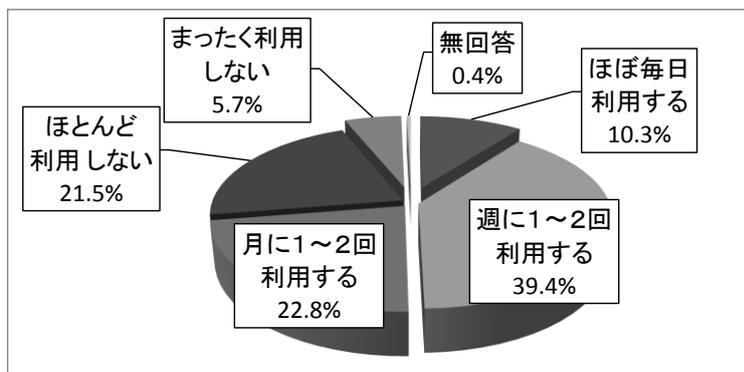
(2) 商店街に関して

① 商店街の利用状況

商店街の利用状況は、「週に1～2回利用する」が全体の39%と最も多く、次いで「月に1～2回利用する」が23%となっている。「毎日利用する」との回答は、10%であり、逆に「ほとんど・まったく利用しない」は全体の27%であった。

また、「ほとんど・まったく利用しない」について性別・年齢別にみると、男性では、20歳代、30歳代がそれぞれ40%、42%、女性では、20歳代が50%と多い割合を示した。

問6. 買い物の際に商店街（スーパーや大型店以外の店舗）を利用しますか。（1つだけに○）



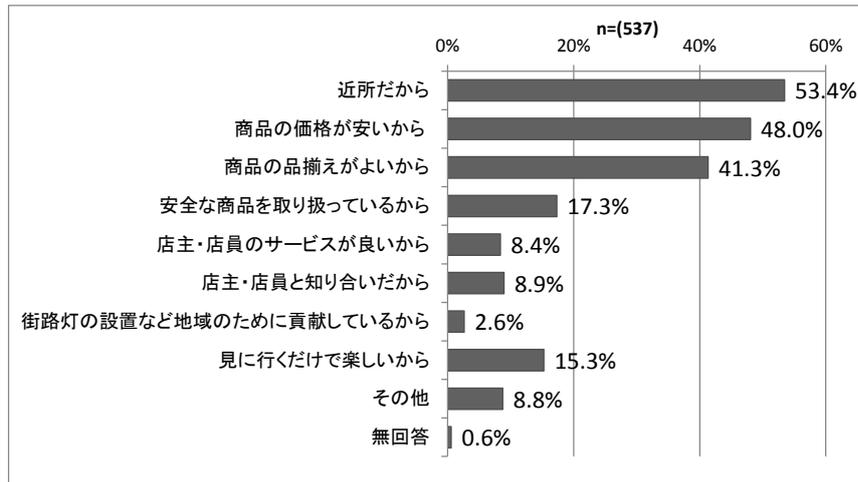
	N	ほぼ毎日利用する	2週間に1回利用する	2ヶ月に1回利用する	ほとんど利用しない	まったく利用しない	無回答
全体	741	10.3%	39.4%	22.8%	21.5%	5.7%	0.4%
男性 小計	267	6.0%	40.4%	24.0%	22.1%	7.5%	0.0%
18～19歳	4	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	0.0%	12.0%	48.0%	16.0%	24.0%	0.0%
30～39歳	31	3.2%	35.5%	19.4%	32.3%	9.7%	0.0%
40～49歳	41	0.0%	41.5%	22.0%	24.4%	12.2%	0.0%
50～59歳	47	12.8%	55.3%	12.8%	12.8%	6.4%	0.0%
60～69歳	83	7.2%	39.8%	25.3%	24.1%	3.6%	0.0%
70歳以上	36	8.3%	47.2%	22.2%	22.2%	0.0%	0.0%
女性 小計	455	12.7%	38.2%	22.9%	21.3%	4.8%	0.0%
18～19歳	5	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	0.0%	31.8%	18.2%	36.4%	13.6%	0.0%
30～39歳	76	10.5%	39.5%	25.0%	21.1%	3.9%	0.0%
40～49歳	93	11.8%	40.9%	23.7%	17.2%	6.5%	0.0%
50～59歳	91	11.0%	37.4%	22.0%	24.2%	5.5%	0.0%
60～69歳	121	19.0%	36.4%	19.0%	23.1%	2.5%	0.0%
70歳以上	47	12.8%	42.6%	27.7%	12.8%	4.3%	0.0%

② 商店街を「月に1～2回以上利用する」と答えた人の理由について

比較的多く商店街を利用すると回答した人の利用理由としては、「近所だから」の53%、「商品の価格が安いから」の48%、「商品の品揃えがよいから」の41%などが比較的高い結果となっている。一方で、「店主・店員のサービスが良いから」、「店主・店員と知り合いだから」、「街路灯の設置など地域のために貢献しているから」はともに10%以下と低い回答結果であった。「その他」では、「食糧などおいしいから」、「通り道だから」が多かった。

【※問6で「1～3（月に1～2回以上利用する）」とお答えの方にお聞きます】

問7. その理由をお答え下さい。（あてはまるもの全てに○）



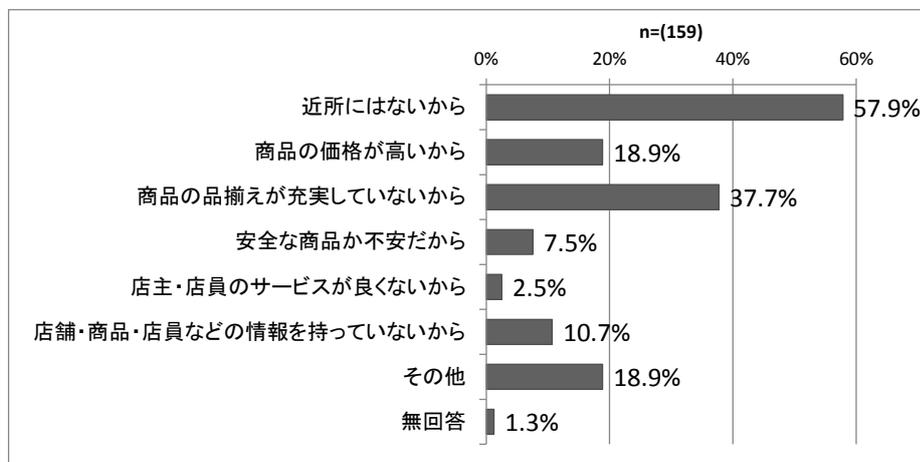
	n	近所だから	安い商品の価格が	商品の品揃えがよいから	安全な商品を取り扱っているから	店主・店員のサービスが良いから	店主・店員と知り合いだから	街路灯の設置など地域のために貢献しているから	見に行くだけで楽しいから	その他	無回答
全体	537	53.4%	48.0%	41.3%	17.3%	8.4%	8.9%	2.6%	15.3%	8.8%	0.6%

③ 商店街を「ほとんど・まったく利用しない」と答えた人の理由について

商店街を「ほとんど・まったく利用しない」と回答した人の理由としては、「近所にはないから」が58%で最も多く、次いで「商品の品揃えが充実していないから」の38%となっている。「その他」では、「駐車場がないから」、「閉店時間が早く閉まっているから」などが多かった。

【※問6で「4~5(ほとんど・まったく利用しない)」とお答えの方にお聞きします】

問8. その理由をお答え下さい。(あてはまるもの全てに○)

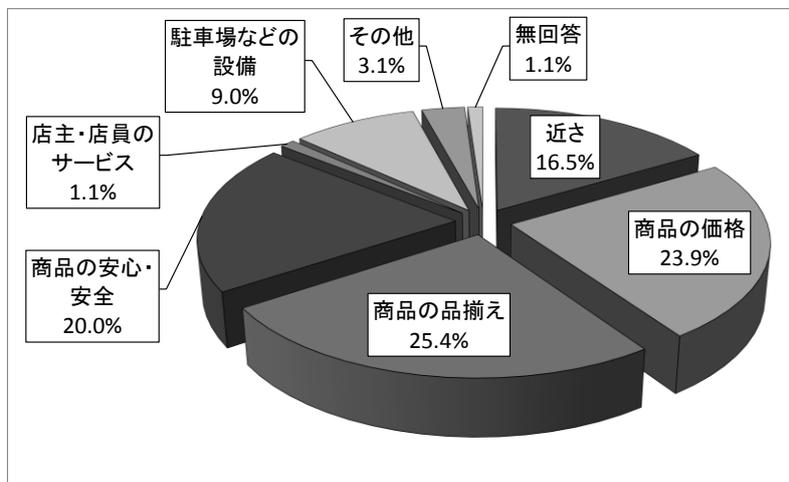


	n	近所にはないから	商品の価格が高いから	商品の品揃えが充実していないから	安全な商品か不安だから	店主・店員のサービスが良くないから	店舗・商品・店員などの情報を持っていないから	その他	無回答
全体	159	57.9%	18.9%	37.7%	7.5%	2.5%	10.7%	18.9%	1.3%
鎌倉地域	46	43.5%	26.1%	56.5%	6.5%	6.5%	6.5%	21.7%	2.2%
腰越地域	31	45.2%	25.8%	38.7%	6.5%	0.0%	29.0%	12.9%	0.0%
深沢地域	37	59.5%	18.9%	35.1%	8.1%	2.7%	5.4%	18.9%	0.0%
大船地域	21	61.9%	4.8%	33.3%	14.3%	0.0%	9.5%	19.0%	4.8%
玉縄地域	24	95.8%	8.3%	8.3%	4.2%	0.0%	4.2%	20.8%	0.0%

④ 買い物をする際の決め手について

買い物をする際、どこで購入するかを判断する決め手については、「商品の品揃え」の25%、「商品の価格」の24%、「商品の安心・安全」の20%と回答した人が多く、この商品に関する3つの決め手で約70%が占められている。次いで、「店舗の近さ」が17%、「駐車場などの設備」が9%といった店舗の環境があげられており、「店主・店員のサービス」は、1%と極端に少ない結果であった。

問9. 買い物をする際の決め手は何ですか。(1つだけに○)

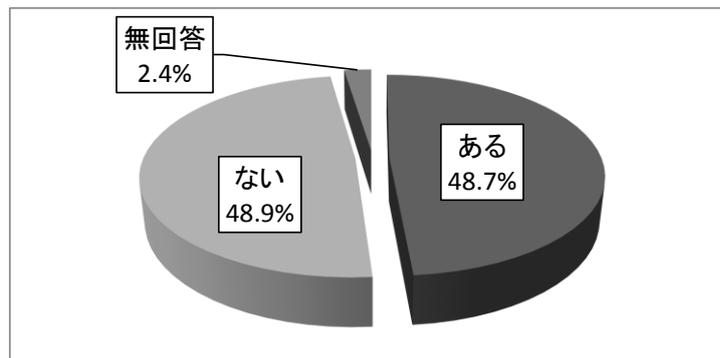


	N	近さ	商品の価格	商品の商品揃え	全商品の安心・安全	店主・店員のサービス	駐車場などの設備	その他	無回答
全体	741	16.5%	23.9%	25.4%	20.0%	1.1%	9.0%	3.1%	1.1%

⑤ 居住地の近くに商店街があるか否かについて

居住地の近くに商店街があるか否かについては、「ある」と「ない」がほぼ半数ずつを占める結果であった。「ある」答えた人を地域別でみると、大船地域が60%と最も多く、逆に玉縄地域の34%、深沢地域の33%は少なかった。

問 10. お住まいの近くに商店街はありますか。



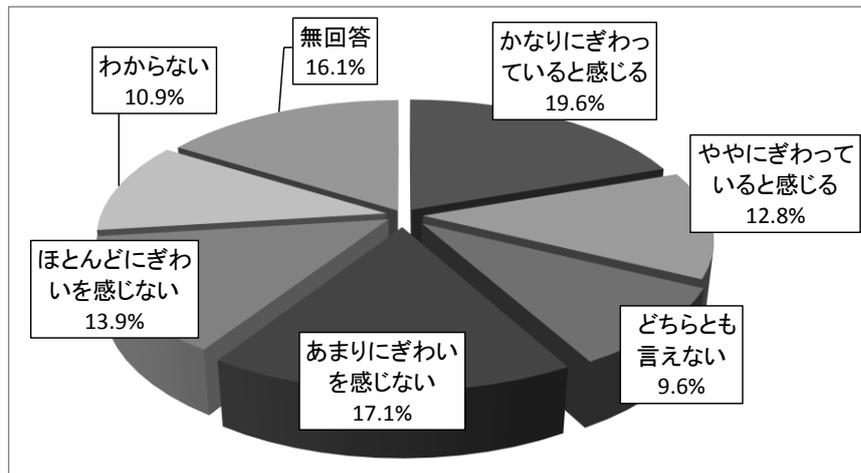
	N	ある	ない	無回答
全体	741	48.7%	48.9%	2.4%
鎌倉地域	220	54.1%	43.6%	2.3%
腰越地域	102	54.9%	43.1%	2.0%
深沢地域	144	32.6%	64.6%	2.8%
大船地域	168	60.1%	39.3%	0.6%
玉縄地域	97	34.0%	62.9%	3.1%

⑥ 居住地近くの商店街のにぎわいについて

居住地近くの商店街のにぎわいについては、「かなり・ややにぎわっていると感じる」が32%を占め、「あまり・ほとんどにぎわいを感じない」が31%とほぼ同様の割合となっている。残りの37%は、「どちらとも言えない」、「わからない」、「無回答」であった。

地域別にみると、大船地域・玉縄地域は「かなり・ややにぎわっていると感じる」がともに55%の高い割合を示しているのに対し、鎌倉地域・腰越地域・深沢地域については、20%前後の割合であり、地域によって違いが生じている。

問 11. お住まいの近くにある商店街のにぎわいを感じられますか。(1 つだけに○)

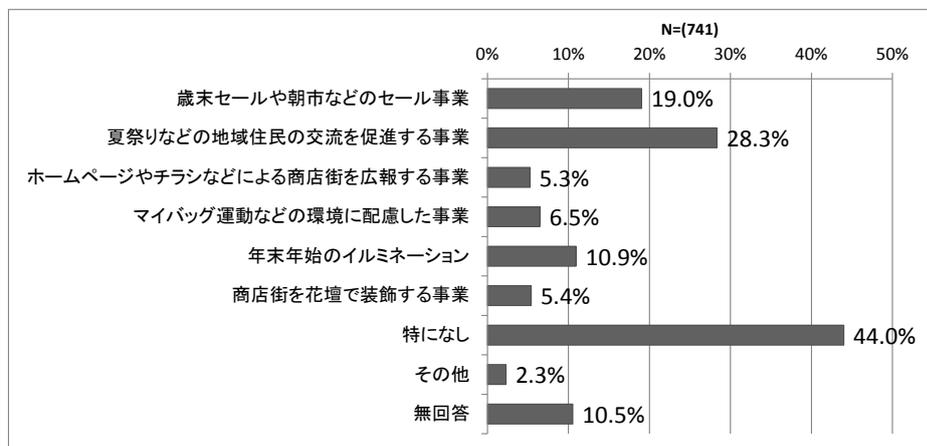


	N	かなりにぎわっているとを感じる	ややにぎわっているとを感じる	どちらとも言えない	あまりにぎわいを感じない	ほとんどにぎわいを感じない	わからない	無回答
全体	741	19.6%	12.8%	9.6%	17.1%	13.9%	10.9%	16.1%
鎌倉地域	220	7.7%	12.7%	17.7%	20.9%	18.2%	10.0%	12.7%
腰越地域	102	2.0%	18.6%	10.8%	29.4%	18.6%	9.8%	10.8%
深沢地域	144	6.9%	10.4%	7.6%	21.5%	13.2%	17.4%	22.9%
大船地域	168	42.9%	12.5%	3.6%	9.5%	13.1%	6.5%	11.9%
玉縄地域	97	42.3%	12.4%	3.1%	3.1%	1.0%	13.4%	24.7%

⑦ 商店街で実施している様々な事業の認知度について

商店街でにぎわいを創出するために実施している様々な事業の認知度については、「特になし」・「無回答」が55%であり認知度は低い結果となっている。認知度が高い事業は、「夏祭りなどの地域住民の交流を促進する事業」が28%と最も多く、次に「歳末セールや朝市などのセール事業」が19%となった。

問 12. 商店街では、にぎわいを創出するために様々な事業を行っていますが、お住まいの近くにある商店街が行っている事業で知っていたり、参加したことのある事業はありますか。(あてはまるもの全てに○)

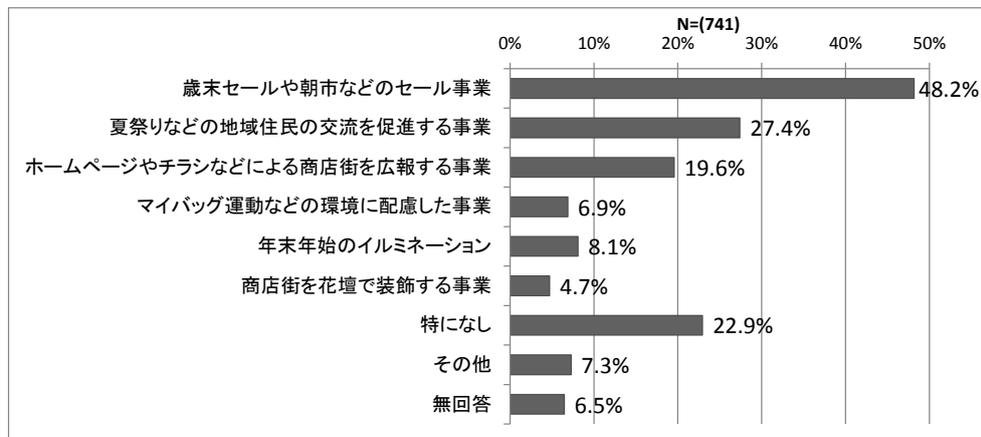


	N	事業などのセールや朝市	歳末セールの朝市	促進する事業を地	域住民の交流を地	夏祭りなどの交流を地	する事業を広く報	チラシなどによる広報	ホームページによる広報	環境に配慮した事業	イルミネーション	花壇で装飾する事業	特になし	その他	無回答
全体	741	19.0%	28.3%	5.3%	6.5%	10.9%	5.4%	44.0%	2.3%	10.5%					

⑧ 商店街を訪れるきっかけとなる事業について

商店街を訪れるきっかけとなる事業については、「歳末セールや朝市などのセール事業」が48%と最も多く、次いで「夏祭りなどの地域住民の交流を促進する事業」が27%、「ホームページやチラシなどによる商店街を広報する事業」が20%となっている。また、「特になし」と回答した人も23%あった。

問 13. どのような事業があると商店街を訪れるきっかけになりますか。

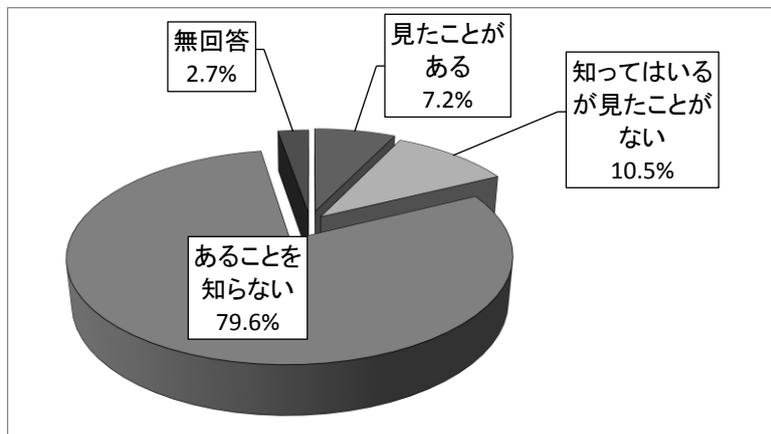


	N	市歳末セー ルや朝	促進する 事業	夏祭りな どを地	する事 業	チ ラシ ペ ー ジ を 広 報 す	ホ ー ム ペ ー ジ に 運 配	慮 な し の 環 境 に 運 配	ミ ネ ー シ ョ ン イ ル	年 末 年 始 の イ ル ミ ネ ー シ ョ ン	装 飾 す る 事 業	商 店 街 を 花 壇 で	特 に な し	そ の 他	無 回 答
全体	741	48.2%	27.4%	19.6%	6.9%	8.1%	4.7%	22.9%	7.3%	6.5%					

⑨ 商店街のホームページ運営の認知度について

商店街が行っているホームページ運営については、「あることを知らない」と回答した人が 80%を占め、「見たことがある」は全体の 7%に過ぎず、その認知度はかなり低いことがうかがえる。回答者の職業別でみると、「自由業」、「自営業」の人は、「見たことがある」と回答がそれぞれ 16%、14%と他の職業の人より高い結果となっている。

問 14. 市内には、ホームページを運営している商店街がありますが、ご覧になったことはありますか。(1つだけに○)



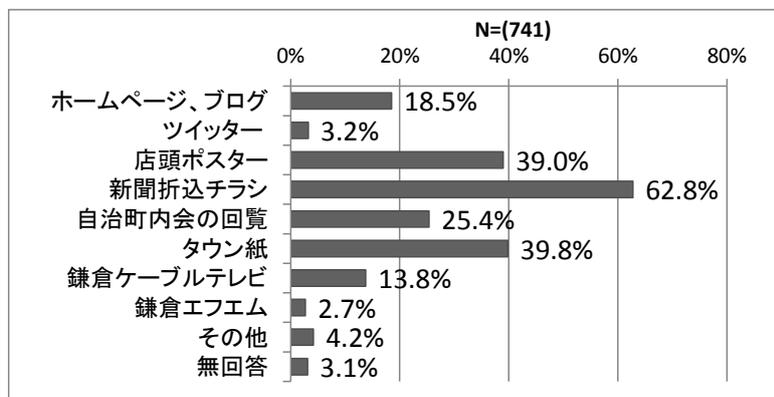
	N	見たことがある	知ってはいるが見たことがない	あることを知らない	無回答
全体	741	7.2%	10.5%	79.6%	2.7%
会社員	192	8.3%	3.6%	85.9%	2.1%
公務員	15	6.7%	6.7%	80.0%	6.7%
自営業	42	14.3%	26.2%	59.5%	0.0%
自由業	19	15.8%	10.5%	73.7%	0.0%
パート・アルバイト	92	7.6%	14.1%	75.0%	3.3%
専業主婦・主夫	209	6.7%	12.9%	78.5%	1.9%
学生	25	0.0%	12.0%	84.0%	4.0%
無職	116	3.4%	10.3%	81.9%	4.3%
その他の職業	26	7.7%	7.7%	84.6%	0.0%

⑩ 商店街が発信する情報を受け取る際に確認しやすい方法について

商店街が発信する情報を受け取る際に確認しやすい方法については、「新聞折込チラシ」が63%と最も多く、次いで「タウン紙」、「店頭ポスター」がともに40%程度と多く、紙ベースで視覚的に確認できる方法が有効である。

また「ホームページ・ブログ」は、全体で約19%であるが、年齢別にみると男性で20・30歳代、女性で20歳代の若い世代の人は30%以上が指摘しており、今後増加することも考えられる。

問 15. 商店街が発信する情報を受取る際は、どのような方法だと確認しやすいですか。(あてはまるもの全てに○)

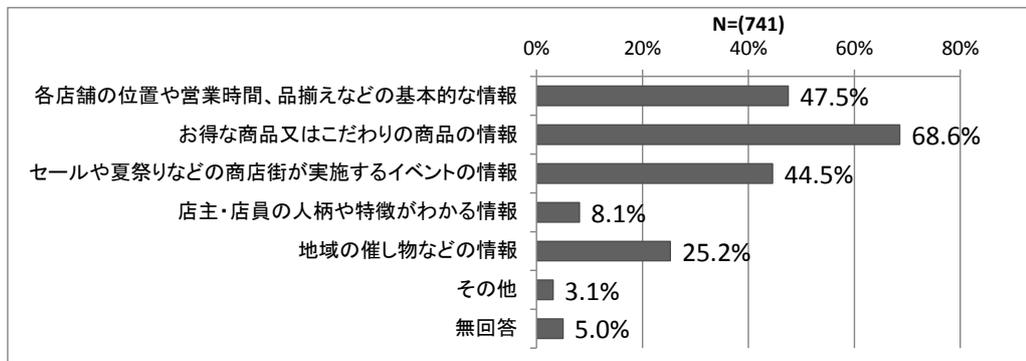


	N	ホームページ、ブログ	ツイッター	店頭ポスター	新聞折込チラシ	自治町内会の回覧	タウン紙	鎌倉ケーブルテレビ	鎌倉エフエム	その他	無回答
全体	741	18.5%	3.2%	39.0%	62.8%	25.4%	39.8%	13.8%	2.7%	4.2%	3.1%
男性 小計	267	24.3%	3.7%	32.6%	63.7%	23.2%	34.5%	15.4%	3.0%	4.9%	1.9%
18～19歳	4	25.0%	0.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	36.0%	16.0%	44.0%	60.0%	28.0%	32.0%	16.0%	0.0%	4.0%	0.0%
30～39歳	31	38.7%	9.7%	48.4%	45.2%	41.9%	35.5%	16.1%	0.0%	9.7%	0.0%
40～49歳	41	29.3%	4.9%	26.8%	56.1%	26.8%	39.0%	22.0%	7.3%	7.3%	0.0%
50～59歳	47	23.4%	0.0%	17.0%	63.8%	12.8%	34.0%	14.9%	2.1%	4.3%	2.1%
60～69歳	83	16.9%	1.2%	41.0%	69.9%	24.1%	31.3%	14.5%	3.6%	4.8%	2.4%
70歳以上	36	16.7%	0.0%	16.7%	77.8%	8.3%	36.1%	11.1%	0.0%	0.0%	5.6%
女性 小計	455	15.6%	2.9%	43.7%	63.1%	26.8%	43.7%	13.2%	2.4%	3.7%	3.3%
18～19歳	5	0.0%	20.0%	20.0%	100.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	31.8%	4.5%	50.0%	45.5%	27.3%	40.9%	27.3%	9.1%	9.1%	0.0%
30～39歳	76	23.7%	7.9%	46.1%	43.4%	35.5%	50.0%	10.5%	2.6%	7.9%	1.3%
40～49歳	93	24.7%	3.2%	48.4%	68.8%	26.9%	47.3%	8.6%	1.1%	1.1%	2.2%
50～59歳	91	13.2%	1.1%	42.9%	74.7%	28.6%	48.4%	19.8%	4.4%	6.6%	2.2%
60～69歳	121	7.4%	0.8%	40.5%	65.3%	19.0%	39.7%	12.4%	0.8%	0.8%	3.3%
70歳以上	47	4.3%	0.0%	40.4%	59.6%	29.8%	31.9%	10.6%	2.1%	2.1%	12.8%

⑪ 商店街が発信する情報として期待する内容について

商店街が発信する情報として期待する内容については、「お得な商品又はこだわりの商品の情報」が69%と最も多く、次いで「各店舗の位置や営業時間、品揃えなどの基本的な情報」が48%、「セールや夏祭りなどの商店街が実施するイベントの情報」が45%であった。年代別（N≤5の18～19歳を除く）でみると、女性の30～50歳代で「お得な商品またはこだわりの商品の情報」が75～80%と高い割合を示している。

問 16. 商店街が発信する情報として、どのようなものを期待しますか。（あてはまるもの全てに○）



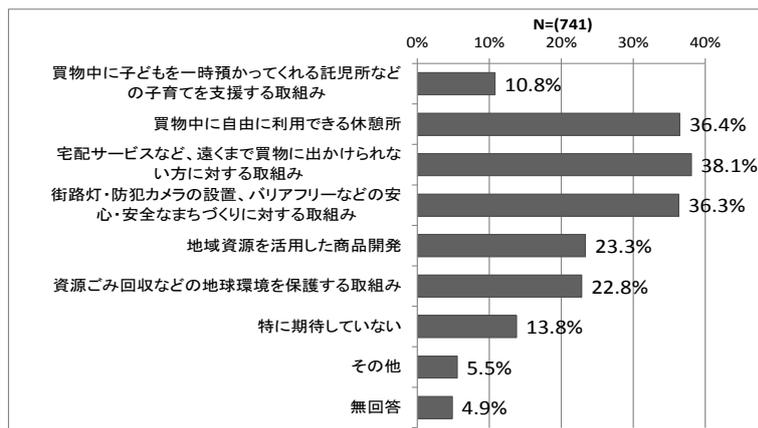
	N	各店舗の位置や営業時間、品揃えなどの基本的な情報	お得な商品又はこだわりの商品の情報	セールや夏祭りなどの商店街が実施するイベントの情報	店主・店員の人柄や特徴がわかる情報	地域の催し物などの情報	その他	無回答
全体	741	47.5%	68.6%	44.5%	8.1%	25.2%	3.1%	5.0%
男性 小計	267	50.9%	64.0%	47.2%	8.2%	25.1%	4.1%	3.7%
18～19歳	4	50.0%	75.0%	75.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	64.0%	52.0%	52.0%	12.0%	16.0%	4.0%	8.0%
30～39歳	31	48.4%	71.0%	58.1%	9.7%	35.5%	0.0%	0.0%
40～49歳	41	46.3%	75.6%	58.5%	9.8%	26.8%	2.4%	0.0%
50～59歳	47	44.7%	59.6%	42.6%	6.4%	23.4%	6.4%	4.3%
60～69歳	83	50.6%	68.7%	42.2%	9.6%	28.9%	7.2%	2.4%
70歳以上	36	58.3%	47.2%	36.1%	2.8%	11.1%	0.0%	11.1%
女性 小計	455	45.9%	71.4%	44.2%	8.4%	25.7%	2.4%	5.1%
18～19歳	5	40.0%	20.0%	60.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	40.9%	59.1%	72.7%	22.7%	36.4%	0.0%	0.0%
30～39歳	76	46.1%	75.0%	67.1%	5.3%	25.0%	0.0%	1.3%
40～49歳	93	50.5%	79.6%	55.9%	12.9%	23.7%	1.1%	1.1%
50～59歳	91	48.4%	78.0%	37.4%	8.8%	22.0%	5.5%	4.4%
60～69歳	121	43.0%	66.9%	30.6%	5.8%	32.2%	3.3%	6.6%
70歳以上	47	42.6%	59.6%	17.0%	4.3%	17.0%	2.1%	19.1%

⑫ 商店街に対して期待する取組み内容について

商店街に対して期待する取組み内容については、「宅配サービスなど、遠くまで買い物に出かけられない方に対する取組み」が38%と最も多く、特に50歳代の女性は53%の人が期待している。次いで、「買い物中に自由に利用できる休憩所」及び「街路灯・防犯カメラの設置、バリアフリーなどの安心・安全なまちづくりに対する取組み」がともに36%と比較的多くの人が期待する内容となっている。

また、「地域資源を活用した商品開発」、「資源ごみ回収などの地球環境を保護する取組み」については、ともに23%の人が回答しており、資源活用の取組にも期待されている。

問 17. 商店街は買い物の場としてだけでなく、地域交流の場や地域の課題を解決する役割も期待されています。商店街に対して、どのような取組みを期待しますか。(あてはまるもの全てに○)

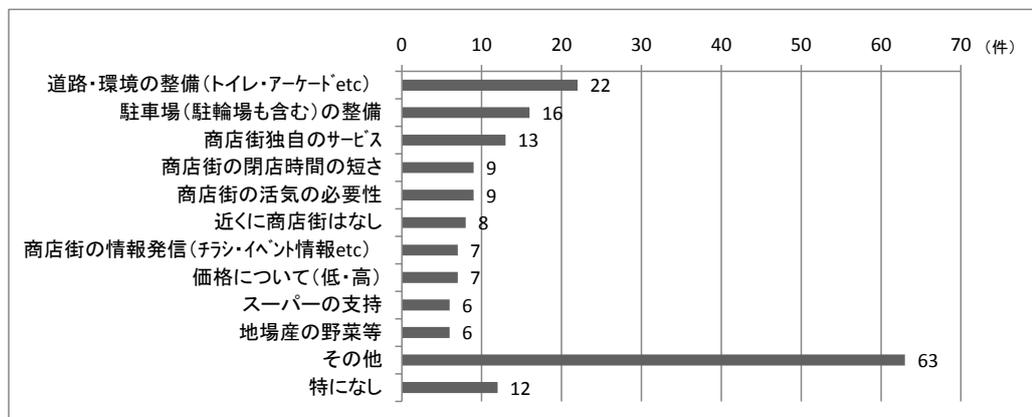


	N	買物中に子どもを一時預かってくれる託児所などの子育てを支援する取組み	買物中に自由に利用できる休憩所	宅配サービスなど、遠くまで買い物に出かけられない方に対する取組み	街路灯・防犯カメラの設置、バリアフリーなどの安心・安全なまちづくりに対する取組み	地域資源を活用した商品開発	資源ごみ回収などの地球環境を保護する取組み	特に期待していない	その他	無回答
全体	741	10.8%	36.4%	38.1%	36.3%	23.3%	22.8%	13.8%	5.5%	4.9%
男性 小計	267	13.1%	38.2%	34.8%	34.8%	23.6%	19.9%	13.9%	4.5%	4.5%
18～19歳	4	0.0%	75.0%	25.0%	100.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	24.0%	40.0%	36.0%	20.0%	28.0%	28.0%	12.0%	4.0%	4.0%
30～39歳	31	35.5%	48.4%	38.7%	41.9%	19.4%	19.4%	0.0%	0.0%	0.0%
40～49歳	41	19.5%	34.1%	31.7%	36.6%	26.8%	22.0%	14.6%	9.8%	2.4%
50～59歳	47	12.8%	34.0%	25.5%	34.0%	23.4%	17.0%	21.3%	4.3%	4.3%
60～69歳	83	4.8%	37.3%	38.6%	38.6%	25.3%	22.9%	15.7%	4.8%	7.2%
年齢不明	0	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
70歳以上	36	0.0%	36.1%	38.9%	22.2%	16.7%	8.3%	13.9%	2.8%	5.6%
女性 小計	455	9.5%	35.2%	40.2%	38.0%	23.7%	24.6%	13.4%	6.4%	4.6%
18～19歳	5	0.0%	40.0%	20.0%	40.0%	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	31.8%	40.9%	36.4%	45.5%	36.4%	31.8%	18.2%	0.0%	0.0%
30～39歳	76	19.7%	36.8%	32.9%	44.7%	31.6%	26.3%	7.9%	7.9%	0.0%
40～49歳	93	12.9%	37.6%	38.7%	41.9%	22.6%	19.4%	11.8%	6.5%	1.1%
50～59歳	91	6.6%	35.2%	52.7%	41.8%	19.8%	24.2%	12.1%	11.0%	3.3%
60～69歳	121	2.5%	33.1%	38.0%	30.6%	21.5%	29.8%	16.5%	5.8%	7.4%
70歳以上	47	0.0%	29.8%	40.4%	27.7%	19.1%	19.1%	17.0%	0.0%	17.0%

⑬ 商店街に対する意見（自由回答）

商店街に対する意見としては、「道路・環境の整備（トイレ・アーケードなど）」が22件、「駐車場（駐輪場も含む）」が16件とインフラ整備に対する意見が比較的多かった。また、商店街自体に対する意見としては、「独自のサービスの提供」、「閉店時間の延長」、「活気の必要性」、「積極的な情報発信」などの意見も見られた。

問 18. その他、商店街に対するご意見があれば、ご記入ください。



「商店街に対する意見」：178 件の回答

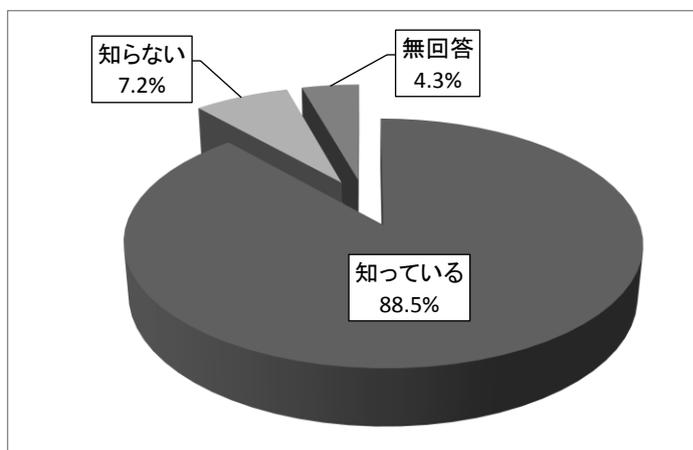
1. 道路・環境の整備（トイレ・アーケード e t c）	22 件
2. 駐車場（駐輪場も含む）の整備	16 件
3. 商店街独自のサービス	13 件
4. 商店街の閉店時間の短さ	9 件
5. 商店街の活気の必要性	9 件
6. 近くに商店街はなし	8 件
7. 商店街の情報発信(チラシ・イベント情報 e t c)	7 件
8. 価格について（低・高）	7 件
9. スーパーの支持	6 件
10. 地場産の野菜等	6 件
11. その他	63 件
12. 特になし	12 件

(3) 農業に関して

① 鎌倉市内の農業が行われていることについて

鎌倉市内の農業が行われていることについては、全体で89%の人が「知っている」と回答している。年齢別に「知らない」と答えた人をみると、男女とも18～19歳、20歳代が18～25%であり、比較的鎌倉市内の農業が行われていることについての認知度が低い結果となっている。

問 19. あなたは、鎌倉市内で農業が行われていることを知っていますか。



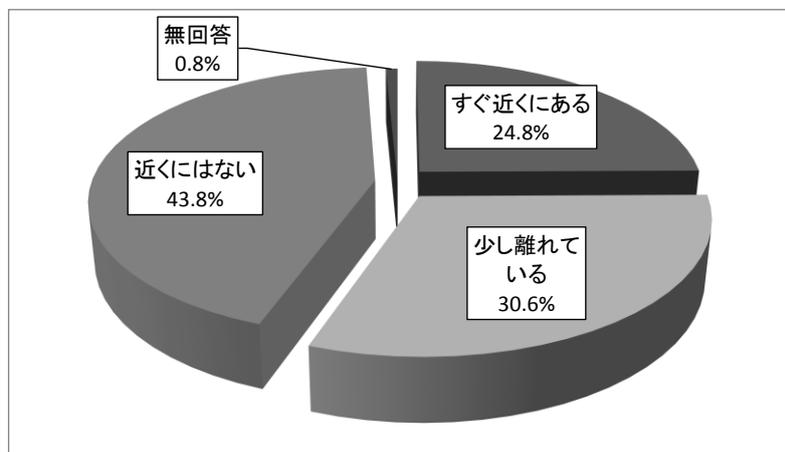
	N	知っている	知らない	無回答
全体	741	88.5%	7.2%	4.3%
男性 小計	267	87.3%	9.0%	3.7%
18～19歳	4	75.0%	25.0%	0.0%
20～29歳	25	72.0%	24.0%	4.0%
30～39歳	31	87.1%	6.5%	6.5%
40～49歳	41	90.2%	9.8%	0.0%
50～59歳	47	91.5%	6.4%	2.1%
60～69歳	83	89.2%	6.0%	4.8%
70歳以上	36	86.1%	8.3%	5.6%
女性 小計	455	89.9%	6.2%	4.0%
18～19歳	5	80.0%	20.0%	0.0%
20～29歳	22	72.7%	18.2%	9.1%
30～39歳	76	88.2%	9.2%	2.6%
40～49歳	93	94.6%	4.3%	1.1%
50～59歳	91	92.3%	2.2%	5.5%
60～69歳	121	91.7%	5.0%	3.3%
70歳以上	47	83.0%	8.5%	8.5%

② 居住地の近くに農地があるかについて

居住地の近くに農地があるかについては、「すぐ近くにある」が25%、「少し離れている」が31%、「近くにはない」が44%であった。これを地域別にみると、玉縄地域及び深沢地域は、「すぐ近くにある」が40%程度と比較的高いが、鎌倉地域は8%と低く、逆に「近くにはない」が77%と高くなっている。

【※問19で「知っている」とお答えの方にお聞きします】

問20. あなたの家の近くに農地はありますか。(1つだけに○)



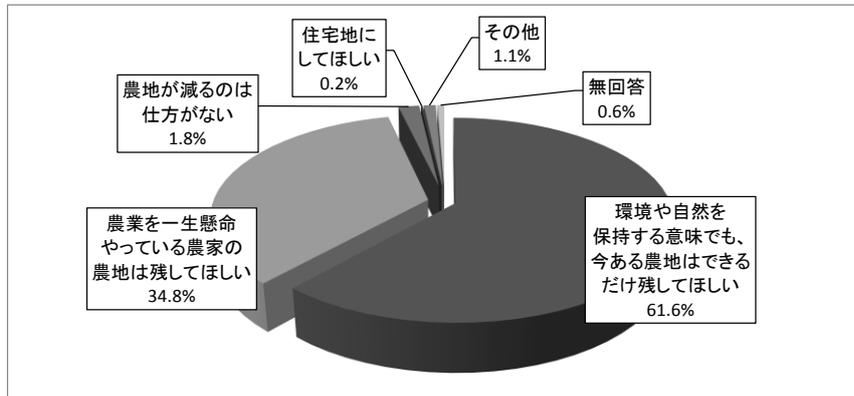
	N	すぐ近くにある	少し離れている	近くにはない	無回答
全体	656	24.8%	30.6%	43.8%	0.8%
鎌倉地域	195	8.2%	14.9%	76.9%	0.0%
腰越地域	89	28.1%	42.7%	28.1%	1.1%
深沢地域	129	38.8%	38.8%	20.9%	1.6%
大船地域	152	24.3%	30.9%	43.4%	1.3%
玉縄地域	83	41.0%	41.0%	18.1%	0.0%

③ 鎌倉市にある農地についての考えについて

鎌倉市にある農地についての考えについては、「環境や自然を保持する意味でも、今ある農地はできるだけ残してほしい」が62%と最も多く、次いで「農業を一生懸命やっている農家の農地は残してほしい」が35%と、ほとんどの回答者が「農地を残してほしい」との意見であった。なお、「農地が減るのは仕方がない」、「住宅地にしてほしい」は合わせても全体の2%であった。

【※問19で「知っている」とお答えの方にお聞きします】

問21. あなたは、鎌倉市内にある農地についてどのようにお考えですか。(1つだけに○)



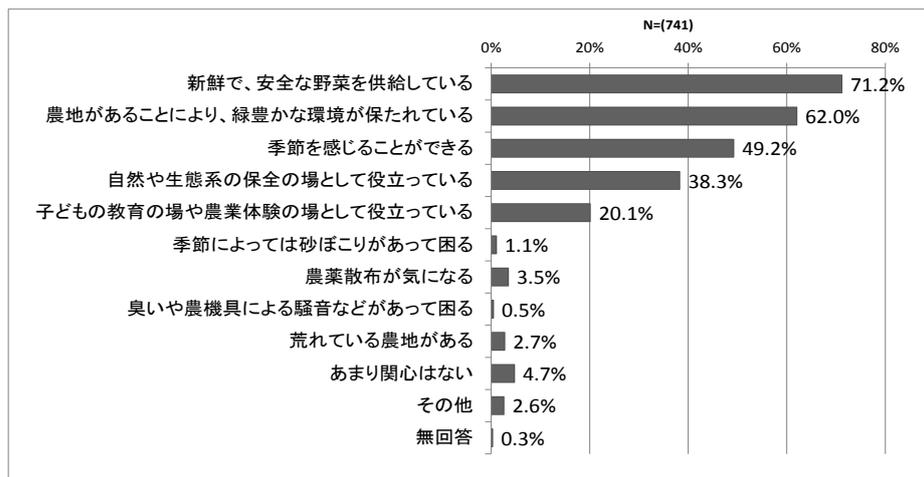
	N	環境や自然を保持する意味でも、今ある農地はできるだけ残してほしい	農業を一生懸命やっている農家の農地は残してほしい	農地が減るのは仕方がない	住宅地にしてほしい	その他	無回答
全体	656	61.6%	34.8%	1.8%	0.2%	1.1%	0.6%

④ 鎌倉の農業や農地に対して感じていることについて

鎌倉の農業や農地に対して感じていることについては、「新鮮で、安全な野菜を供給している」の71%をはじめ、「農地があることにより、緑豊かな環境が保たれている」が62%、「季節を感じる事ができる」が49%、「自然や生態系の保全の場として役立っている」が38%、「子どもの教育の場や農業体験の場として役立っている」が20%など上位を占めている一方、「荒れている農地がある」、「農薬散布が気になる」、「季節によっては砂ぼこりがあって困る」、「臭いや農機具による騒音などがあって困る」などの意見は、いずれも5%以下であった。

【※問19で「知っている」とお答えの方にお聞きします】

問22. あなたが、鎌倉の農業や農地に対して感じていることは何ですか。(あてはまるもの3つまでに○)

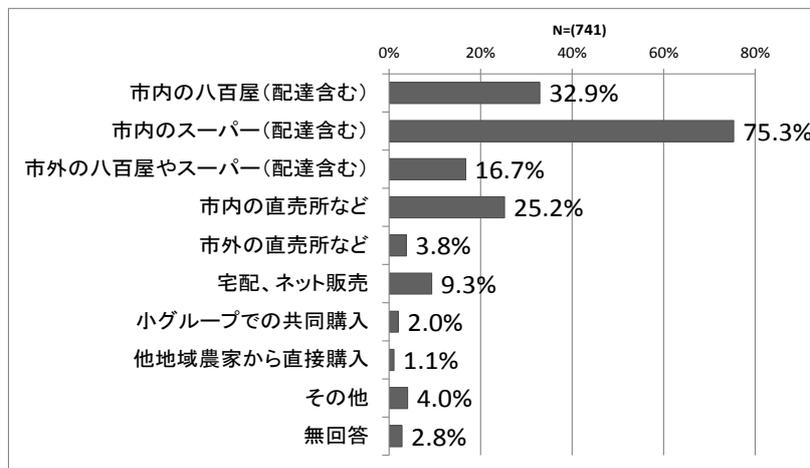


	N	新鮮で、安全な野菜を供給している	保たれた緑豊かな環境がよ	農地があること	季節を感じる事が	自然や生態系の保全の場として役立っている	子どもの教育の場や農業体験の場として役立っている	季節によっては砂ぼこりがあって困る	農薬散布が気になる	臭いや農機具による騒音などがあって困る	荒れている農地がある	あまり関心はない	その他	無回答
全体	656	71.2%	62.0%	49.2%	38.3%	20.1%	1.1%	3.5%	0.5%	2.7%	4.7%	2.6%	0.3%	

⑤ 日頃の野菜の購入先について

日頃の野菜の購入先については、「市内のスーパー（配達含む）」が75%と最も多く、次いで「市内の八百屋（配達含む）」が33%、「市内の直売所など」が25%となっており、鎌倉市内での購入が上位を占めている。一方「市外の八百屋やスーパー（配達含む）」は17%、「市外の直売所など」は4%であった。
また、「宅配、ネット販売」については、9%であった。

問 23. あなたは、日頃どこで野菜を購入していますか。（あてはまるもの2つまでに○）

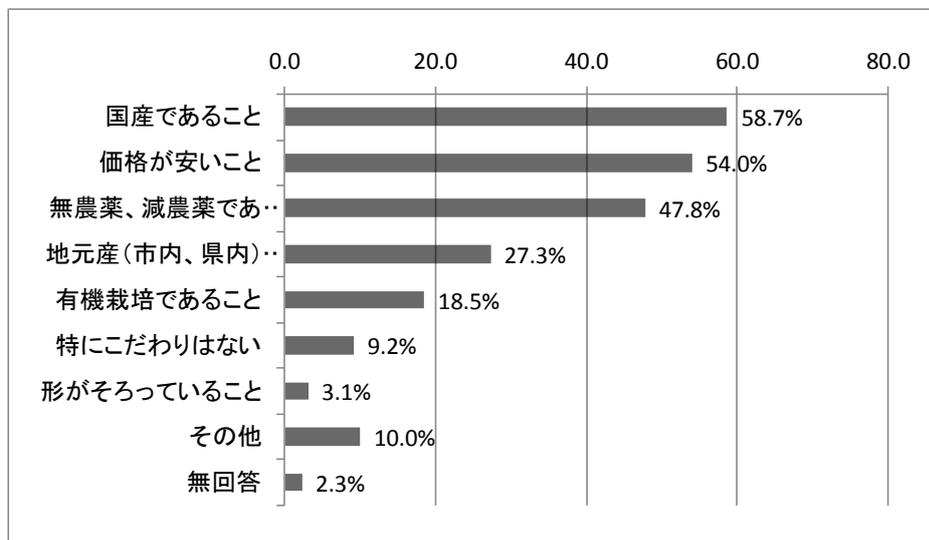


	N	市内の八百屋（配達含む）	市内のスーパー（配達含む）	市外の八百屋やスーパー（配達含む）	市内の直売所など	市外の直売所など	宅配、ネット販売	小グループでの共同購入	他地域農家から直接購入	その他	無回答
全体	741	32.9%	75.3%	16.7%	25.2%	3.8%	9.3%	2.0%	1.1%	4.0%	2.8%

⑥ 野菜を購入する際、重要と考えていることについて

野菜を購入する際、重要と考えていることについては、「国産であること」が59%と最も多く、次いで「価格が安いこと」が54%、「無農薬、減農薬であること」が48%であった。また、「地元産（鎌倉市、神奈川県）であること」を重要と考えている人も27%おり、「有機栽培であること」の19%を上回っている。「形がそろっていること」と回答した人は全体の3%であった。

問 24. あなたが、野菜を購入する際、重要だと考えているのはどのようなことですか。（あてはまるもの3つまでに○）

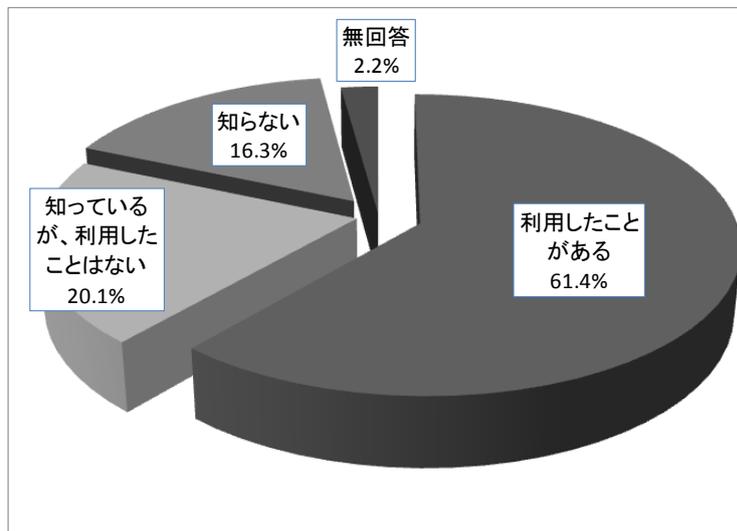


	N	無農薬、減農薬であること	有機栽培であること	地元産(市内、県内)であること	国産であること	価格が安いこと	形がそろっていること	特にこだわりはない	その他	無回答
全体	741	54.0%	47.8%	27.3%	58.7%	54.0%	3.1%	9.2%	10.0%	2.3%

⑦ 農協連即売所（通称：レンバイ）の利用について

農協連即売所（通称：レンバイ）の利用については、「農協連即売所を知っている」と答えた人が80%以上を占め、そのうち「利用したことがある」と回答した人は62%となっている。「利用したことがある」と回答した人の割合を地域別にみると、鎌倉地域が81%と高く、逆に玉縄地域は42%と少なかった。

問 25. 鎌倉市には、農協連即売所（通称：レンバイ）が若宮大路にあります。利用したことはありますか。（1つだけに○）

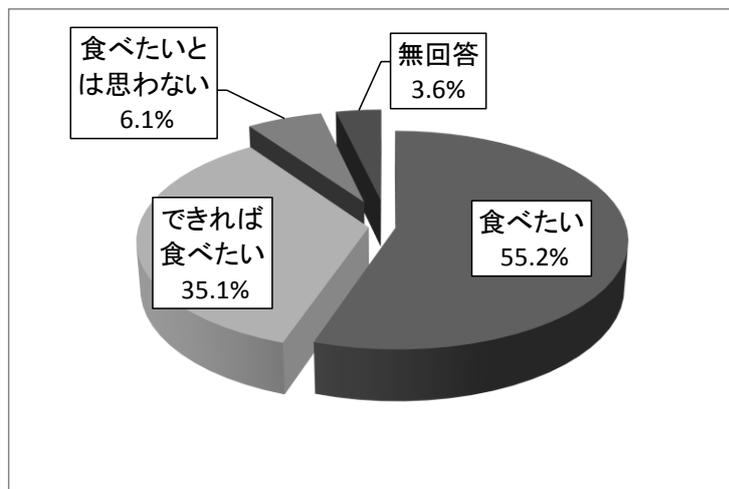


	N	利用したことがある	し知ったことではない、利用	知らない	無回答
全体	741	61.4%	20.1%	16.3%	2.2%
鎌倉地域	220	81.4%	10.5%	6.8%	1.4%
腰越地域	102	55.9%	25.5%	17.6%	1.0%
深沢地域	144	59.0%	21.5%	16.7%	2.8%
大船地域	168	51.2%	25.0%	20.8%	3.0%
玉縄地域	97	42.3%	26.8%	28.9%	2.1%

⑧ 鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思うかについて

鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思うかについては、「食べたい」と「できれば食べたい」を合わせると90%以上を占め、逆に「食べたいとは思わない」は全体の6%であった。

問 26. 鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思いますか。(1つだけに○)

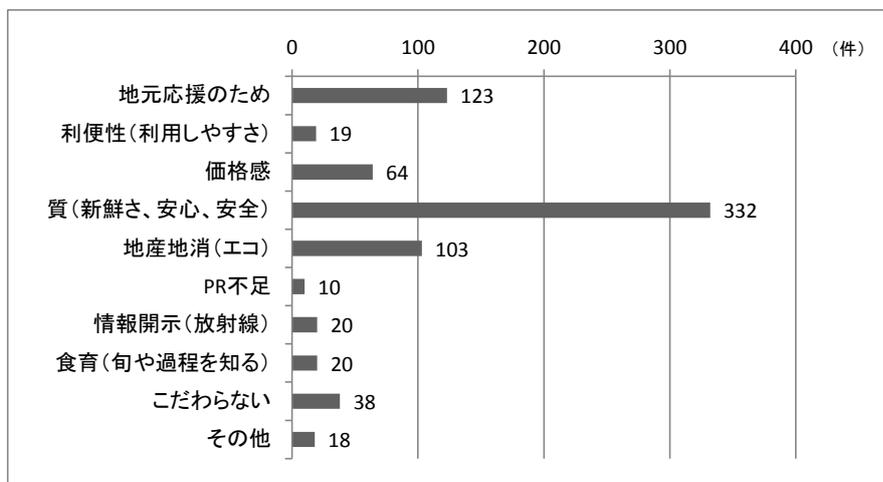


	N	食べたい	できれば食べたい	食べたいとは思わない	無回答
全体	741	55.2%	35.1%	6.1%	3.6%

⑨ 鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思う理由について

鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思う理由については、「鎌倉野菜の品質の良さ（新鮮さ、安心、安全等）」を挙げている人が多く、また、「地元振興（応援）」、「地産地消促進に賛同（エコの促進）」などの理由も多かった。

問 27. 問 26 の「鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思う理由」を教えてください。



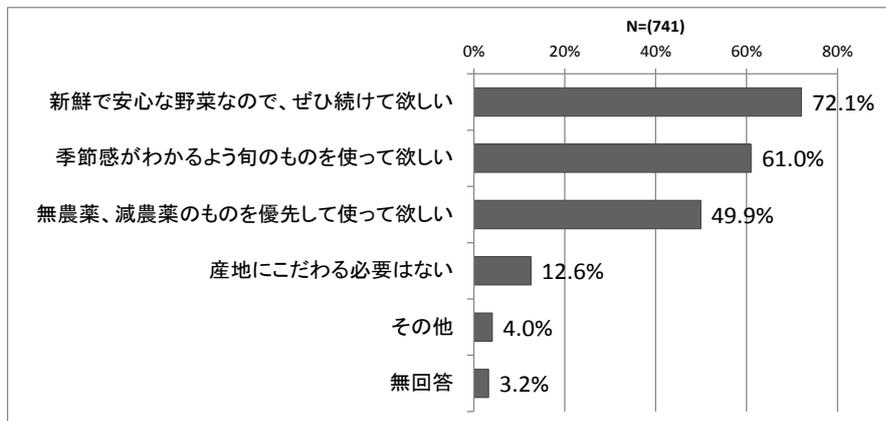
【食べたいと思う理由】

1. 地元応援のため	123 件
2. 利便性 (利用しやすさ)	19 件
3. 価格感	64 件
4. 質 (新鮮さ、安心、安全)	332 件
5. 地産地消 (エコ)	103 件
6. P R 不足	10 件
7. 情報開示 (放射線)	20 件
8. 食育 (旬や過程を知る)	20 件
9. こだわらない	38 件
10. その他	18 件

⑩ 学校給食で県内産の野菜を食材として使うことに対する意見について

学校給食で県内産の野菜を食材として使うことに対する意見としては、「新鮮で安心な野菜なので、ぜひ続けて欲しい」が72%と最も多く、次いで「季節感がわかるよう旬のものを使って欲しい」が61%、「無農薬、減農薬のものを優先して使って欲しい」が50%であった。なお、「産地にこだわる必要はない」との意見は、全体の13%であった。

問 28. 鎌倉市では、学校給食にできるだけ県内で生産された野菜を食材として使っていますが、このことについてどう思いますか（あてはまるもの全てに○）

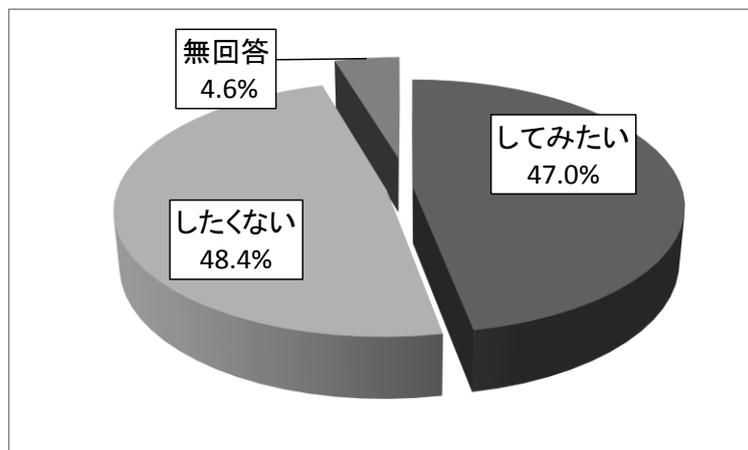


	N	新鮮で安心な野菜なので、ぜひ続けて欲しい	旬の季節感のわかるものを使って欲しい	無農薬、減農薬のものを優先して使って欲しい	産地にこだわる必要はない	その他	無回答
全体	741	72.1%	61.0%	49.9%	12.6%	4.0%	3.2%

⑪ 農作業をしてみたいと思うかについて

農作業をしてみたいと思うかについては、「してみたい」の47%と「したくない」の48%とが約半数ずつを占めている。年齢別でみると、50歳未満の人は、「農作業をしてみたい」に占める割合が高く、50歳以上の人は「農作業はしたくない」の割合が高い傾向がみられた。

問 29. あなたは、農作業をしてみたいと思いますか



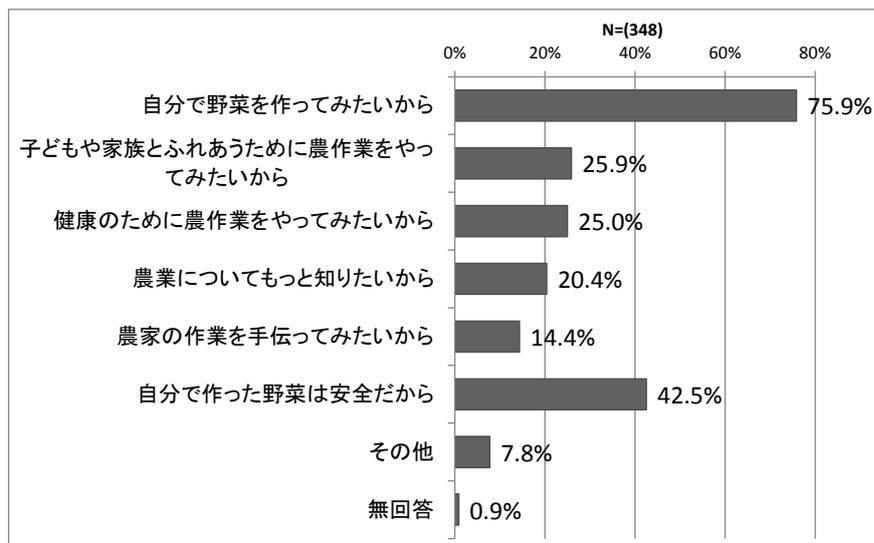
	N	してみたい	したくない	無回答
全体	741	47.0%	48.4%	4.6%
男性 小計	267	46.1%	48.7%	5.2%
18～19歳	4	75.0%	0.0%	25.0%
20～29歳	25	44.0%	52.0%	4.0%
30～39歳	31	64.5%	35.5%	0.0%
40～49歳	41	53.7%	46.3%	0.0%
50～59歳	47	44.7%	53.2%	2.1%
60～69歳	83	42.2%	49.4%	8.4%
70歳以上	36	30.6%	58.3%	11.1%
女性 小計	455	47.7%	48.4%	4.0%
18～19歳	5	80.0%	20.0%	0.0%
20～29歳	22	59.1%	40.9%	0.0%
30～39歳	76	63.2%	36.8%	0.0%
40～49歳	93	58.1%	41.9%	0.0%
50～59歳	91	40.7%	58.2%	1.1%
60～69歳	121	40.5%	50.4%	9.1%
70歳以上	47	25.5%	61.7%	12.8%

⑫ 農作業をしてみたいと思う理由について

「農作業をしてみたい」と回答した人で、その理由については、「自分で野菜を作ってみたいから」が76%と最も多く、次いで「自分で作った野菜は安全だから」が43%であった。また、「子どもや家族とふれあうために農作業をやってみたいから」、「健康のために農作業をやってみたいから」、「農業についてもっと知りたいから」といった教育や健康などのため農作業をしてみたいという理由も、20~26%であった。なお、「農家の作業を手伝ってみたいから」は全体の14%であった。

【※問 29 で「農作業をしてみたい」とお答えの方にお聞きします】

問 30. あなたは、どんな理由で、農作業をしてみたいと考えていますか。



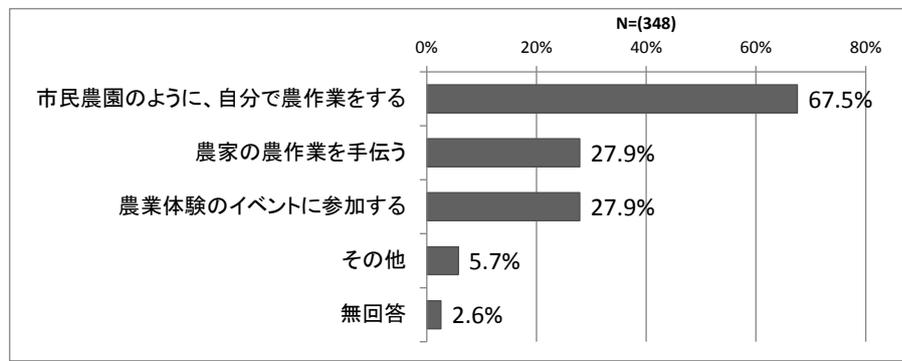
	N	自分で野菜を作ってみたいから	子どもや家族とふれあうために農作業をやってみたいから	健康のために農作業をやってみたいから	農業についてもっと知りたいから	農家の作業を手伝ってみたいから	自分で作った野菜は安全だから	その他	無回答
全体	348	75.9%	25.9%	25.0%	20.4%	14.4%	42.5%	7.8%	0.9%

⑬ 農作業をどのようにやりたいと思うかについて

農作業をどのようにやりたいと思うかについては、「市民農園のように、自分で農作業をする」と答えた人の割合が68%と最も高く、「農家の農作業を手伝う」及び「農業体験のイベントに参加する」はともに28%であった。

【※問29で「農作業をしてみたい」とお答えの方にお聞きします】

問31. あなたは、農作業をどのようにやりたいと思いますか。(あてはまるもの全てに○)

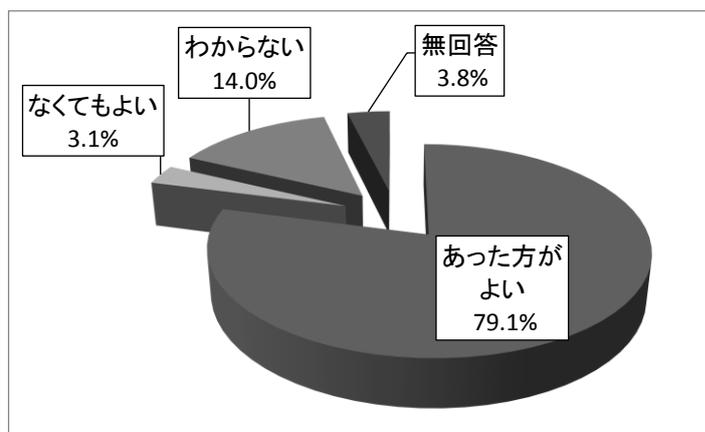


	N	市民農園のように、自分で農作業をする	農家の農作業を手伝う	農業体験のイベントに参加する	その他	無回答
全体	348	67.5%	27.9%	27.9%	5.7%	2.6%

⑭ 鎌倉市内に農業を振興する地域があった方がよいと思うかについて

鎌倉市内に農業を振興する地域があった方がよいと思うかについては、「あった方がよい」が全体の79%で「なくてもよい」の3%を大きく上回っている。また、「わからない」・「無回答」は約18%であった。

問 32. 鎌倉市内には、農業を振興する地域がありますが、あなたは、今後もこのような地域があった方がよいと思いますか。(1つだけに○)



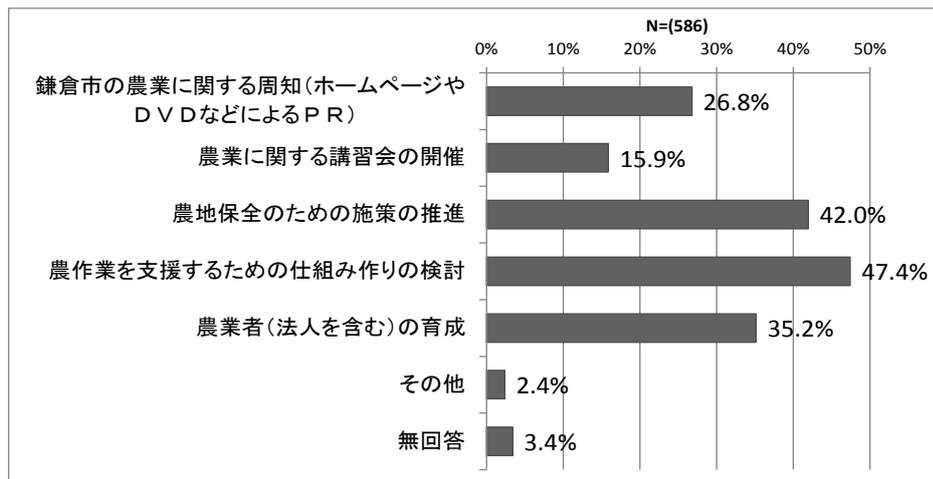
	N	あった方がよい	なくてもよい	わからない	無回答
全体	741	79.1%	3.1%	14.0%	3.8%

⑮ これからの鎌倉市の農業振興に期待することについて

これからの鎌倉市の農業振興に期待することについては、「農作業を支援するための仕組み作りの検討」が47%で最も多く、次いで「農地保全のための施策の推進」が42%、「農業者（法人を含む）の育成」が35%であった。また、情報機器を利用した「鎌倉市の農業に関する周知（ホームページやDVDなどによるPR）」については、27%の人が期待していると回答している。さらに「農業に関する講習会の開催」は16%であった。

【※問 32 で「1」（農業を振興する地域があった方がよい）とお答えの方にお聞きします】

問 33. これからの鎌倉市の農業振興にどのようなことを期待しますか。（あてはまるもの2つまでに○）

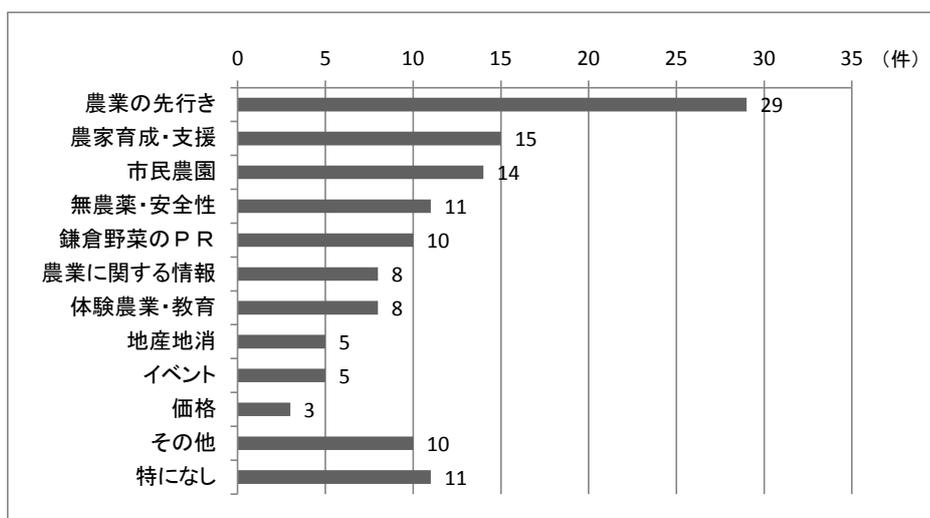


	N	R D 周 鎌 V 知 倉 D - ホ の な 農 ど 業 に 振 よ 興 る 促 P す ジ や や	開 農 催 業 に 関 関 する する 講 講 習 習 会 会 の	の 農 推 地 進 保 の 全 た 的 め 施 の 策	の 農 仕 作 組 業 み を 作 支 り 援 の す 検 る 討 た め	の 農 育 業 成 者 （ 法 法 人 人 を を 含 含 む む）	そ の 他	無 回 答
全体	586	26.8%	15.9%	42.0%	47.4%	35.2%	2.4%	3.4%

⑩ その他農業に対する意見について（問 34）

農業に対する意見としては、全体で 129 件の意見があり、「農業の先行きに関すること」が 29 件、「農業の育成・支援に関すること」が 15 件、「市民農園に関すること」が 14 件と比較的多かった。

問 34. その他、農業に対するご意見があれば、ご記入ください。



「農業に対する意見」：129 件の回答

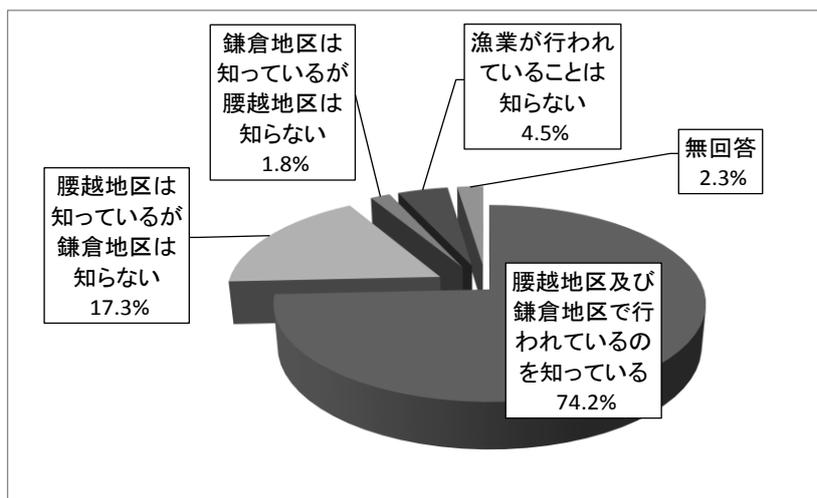
農業の先行き	29 件
農家育成・支援	15 件
市民農園	14 件
無農薬・安全性	11 件
鎌倉野菜のPR	10 件
農業に関する情報	8 件
体験農業・教育	8 件
地産地消	5 件
イベント	5 件
価格	3 件
その他	10 件
特になし	11 件

(4) 水産業に関して

① 鎌倉で漁業が行われていることの認知度について

鎌倉で漁業が行われていることを知っているかについては、「腰越地区で行われているのを知っている」が 92%、「鎌倉地区（坂ノ下・材木座地区）で行われているのを知っている」が 76%、「腰越地区及び鎌倉地区で行われているのを知っている」が 74%であり、認知度は高い割合となっている。一方、地域別にみると、「鎌倉地区が漁業を行っていることを知らない」は、鎌倉地域が 11%に対して、それ以外の地域では 23～35%を占めており、その認知度が比較的低くなっている。

問 35. あなたは、鎌倉の腰越地区や鎌倉地区（坂ノ下・材木座地区）で漁業が営まれているのを知っていますか。（1つだけに○）



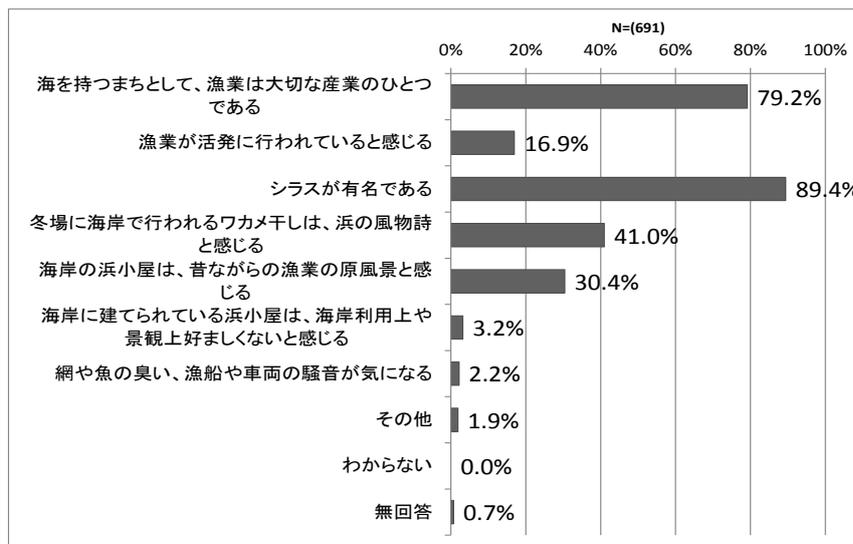
	N	を鎌腰 知れ倉越 つて地地 てい区区 いるで及 るの行び	知鎌知腰 ら倉つ越 な地て地 い区い区 はるは が	知腰知鎌 ら越つ倉 な地て地 い区い区 はるは が	知て漁 らい業 なるが い此行 とわ はれ	無 回 答
全体	741	74.2%	17.3%	1.8%	4.5%	2.3%
鎌倉地域	220	85.9%	7.3%	1.8%	3.2%	1.8%
腰越地域	102	72.5%	25.5%	0.0%	1.0%	1.0%
深沢地域	144	71.5%	20.8%	0.7%	4.2%	2.8%
大船地域	168	73.2%	16.7%	1.2%	6.5%	2.4%
玉縄地域	97	55.7%	26.8%	6.2%	8.2%	3.1%

② 鎌倉の漁業に対するイメージについて

鎌倉の漁業に対するイメージについては、「シラスが有名である」が 89%と最も多く、次いで「海を持つまちとして、漁業は大切な産業のひとつである」が 79%、「冬場に海岸で行われるワカメ干しは、浜の風物詩とを感じる」が 41%、「海岸の浜小屋は、昔ながらの漁業の原風景とを感じる」が 30%と良いイメージの割合が高かった。一方で、「海岸に建てられている浜小屋は、海岸利用上や景観上好ましくないと感じる」や「網や魚の臭い、漁船や車両の騒音が気になる」などの悪いイメージの回答は全体の 2~3%と低い割合であった。

【※問 35 で「1~3」(鎌倉で漁業が行われていることを知っている)とお答えの方にお聞きします】

問 36. あなたの鎌倉の漁業に対するイメージについて教えてください。(あてはまるもの全てに○)

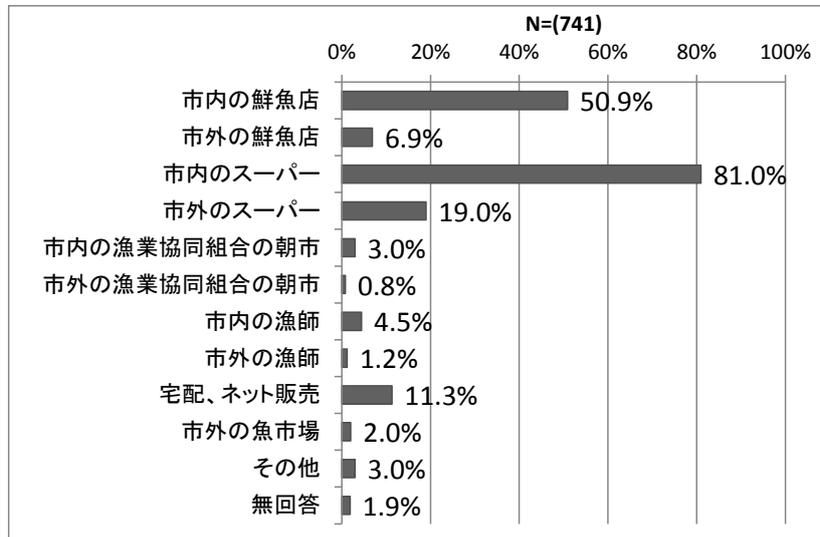


	N	海を持つまちとして、漁業は大切な産業のひとつである	漁業が活発に行われていると感じる	シラスが有名である	冬場に海岸で行われるワカメ干しは、浜の風物詩とを感じる	海岸の浜小屋は、昔ながらの漁業の原風景とを感じる	海岸に建てられている浜小屋は、海岸利用上や景観上好ましくないと感じる	網や魚の臭い、漁船や車両の騒音が気になる	その他	わからない	無回答
全体	691	79.2%	16.9%	89.4%	41.0%	30.4%	3.2%	2.2%	1.9%	0.0%	0.7%

③ 普段どこで魚介類を購入しているかについて

普段どこで魚介類を購入しているかについては、「市内のスーパー」が 81%と最も多く、次いで「市内の鮮魚店」が 51%であり、鎌倉市内での購入が上位を占めている。また、「市外のスーパー」が 19%、「宅配、ネット販売」が 11%の割合であった。なお、市内の漁師からの購入も 5%となっている。

問 37. あなたは、普段どこで魚介類を購入していますか。(あてはまるもの 3 つまでに○)

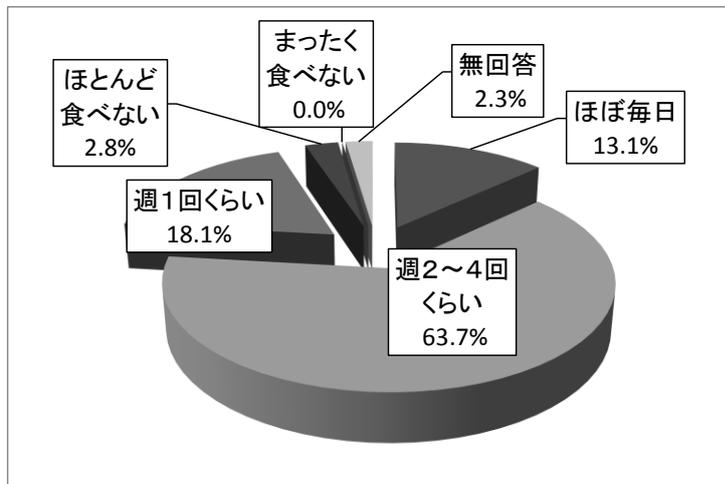


	N	市内の鮮魚店	市外の鮮魚店	市内のスーパー	市外のスーパー	組合内の朝市	組合外の朝市	市内の漁師	市外の漁師	宅配、ネット販売	市外の魚市場	その他	無回答
全体	741	50.9%	6.9%	81.0%	19.0%	3.0%	0.8%	4.5%	1.2%	11.3%	2.0%	3.0%	1.9%

④ 魚介類をどのくらいの頻度で食べているかについて

魚介類をどのくらいの頻度食べているかについては、「週に2~4回くらい」が64%と最も多く、次いで「週1回くらい」が18%、「ほぼ毎日」が13%で、逆に「ほとんど食べない」は、3%となっている。年齢別の回答率をみると、食べる頻度は高齢になるほど高くなる傾向がみられる。

問 38. あなたのお宅では、魚介類をどのくらい食べていますか。(1つだけに○)

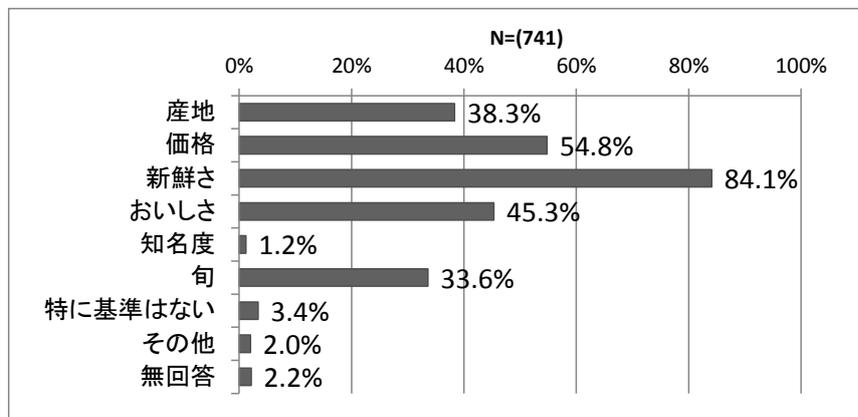


	N	ほぼ毎日	週2~4回くらい	週1回くらい	ほとんど食べない	まったく食べない	無回答
全体	741	13.1%	63.7%	18.1%	2.8%	0.0%	2.3%
男性 小計	267	13.9%	61.4%	18.4%	4.1%	0.0%	2.2%
18~19歳	4	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20~29歳	25	8.0%	48.0%	32.0%	8.0%	0.0%	4.0%
30~39歳	31	9.7%	61.3%	25.8%	3.2%	0.0%	0.0%
40~49歳	41	9.8%	58.5%	26.8%	4.9%	0.0%	0.0%
50~59歳	47	6.4%	63.8%	17.0%	10.6%	0.0%	2.1%
60~69歳	83	14.5%	68.7%	13.3%	0.0%	0.0%	3.6%
70歳以上	36	36.1%	55.6%	2.8%	2.8%	0.0%	2.8%
女性 小計	455	12.3%	65.1%	18.5%	2.0%	0.0%	2.2%
18~19歳	5	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20~29歳	22	4.5%	54.5%	36.4%	4.5%	0.0%	0.0%
30~39歳	76	9.2%	61.8%	23.7%	5.3%	0.0%	0.0%
40~49歳	93	6.5%	64.5%	24.7%	2.2%	0.0%	2.2%
50~59歳	91	14.3%	67.0%	16.5%	1.1%	0.0%	1.1%
60~69歳	121	19.0%	65.3%	10.7%	0.8%	0.0%	4.1%
70歳以上	47	12.8%	68.1%	14.9%	0.0%	0.0%	4.3%

⑤ 普段、魚介類を購入する際、何を基準にしているかについて

普段、魚介類を購入する際、何を基準にしているかについては、「新鮮さ」が84%と最も多く、次いで「価格」が55%、「おいしさ」が45%、「産地」が38%、「旬」が34%となっている。「知名度」は全体の1%と最も少なかった。男女別でみると、「おいしさ」の指摘は男性の方が10%程度多いが、逆に「産地」及び「旬」では、女性の方が10%程度多い結果となっている。

問 39. あなたは普段、魚介類を購入する際、何を基準にしていますか。(あてはまるもの3つまでに○)

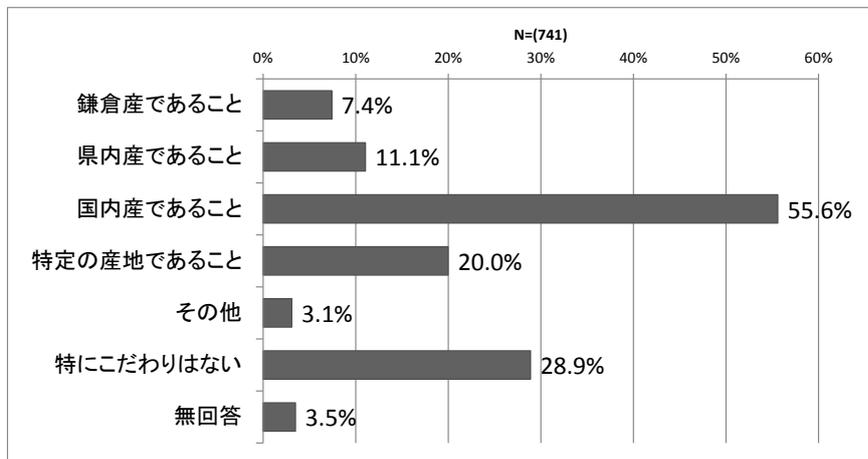


	N	産地	価格	新鮮さ	おいしさ	知名度	旬	特に基準はない	その他	無回答
全体	741	38.3%	54.8%	84.1%	45.3%	1.2%	33.6%	3.4%	2.0%	2.2%
男性 小計	267	31.1%	55.1%	80.5%	51.3%	1.5%	26.2%	5.2%	0.7%	3.0%
18～19歳	4	25.0%	75.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	20.0%	64.0%	76.0%	52.0%	0.0%	16.0%	0.0%	0.0%	8.0%
30～39歳	31	48.4%	54.8%	74.2%	61.3%	3.2%	35.5%	3.2%	0.0%	0.0%
40～49歳	41	31.7%	56.1%	78.0%	56.1%	0.0%	22.0%	4.9%	2.4%	0.0%
50～59歳	47	27.7%	48.9%	78.7%	55.3%	4.3%	29.8%	8.5%	0.0%	2.1%
60～69歳	83	30.1%	53.0%	86.7%	45.8%	1.2%	30.1%	4.8%	1.2%	3.6%
70歳以上	36	30.6%	58.3%	83.3%	44.4%	0.0%	19.4%	5.6%	0.0%	5.6%
女性 小計	455	42.6%	54.7%	86.2%	41.8%	1.1%	38.0%	2.4%	2.9%	1.5%
18～19歳	5	20.0%	60.0%	80.0%	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	40.9%	54.5%	90.9%	36.4%	0.0%	27.3%	4.5%	0.0%	0.0%
30～39歳	76	47.4%	52.6%	78.9%	36.8%	1.3%	36.8%	5.3%	5.3%	0.0%
40～49歳	93	33.3%	64.5%	80.6%	37.6%	1.1%	44.1%	4.3%	2.2%	2.2%
50～59歳	91	42.9%	48.4%	89.0%	42.9%	0.0%	47.3%	1.1%	6.6%	1.1%
60～69歳	121	45.5%	53.7%	90.9%	46.3%	2.5%	28.1%	0.8%	0.8%	3.3%
70歳以上	47	48.9%	53.2%	89.4%	48.9%	0.0%	40.4%	0.0%	0.0%	0.0%

⑥ 魚介類を購入する際、どの産地を重視するかについて

魚介類を購入する際、どの産地を重視するかについては、「国内産であること」が56%と最も多く、次いで「特にこだわりはない」も29%と比較的多く、「特定の産地であること」が20%となっている。「神奈川県産であること」及び「鎌倉産であること」はそれぞれ全体の11%、7%と比較的少なく、地元産のこだわりはそれほど高くなかった。

問 40. あなたは魚介類を購入する際、どの産地を重視しますか。(あてはまるもの2つまでに○)

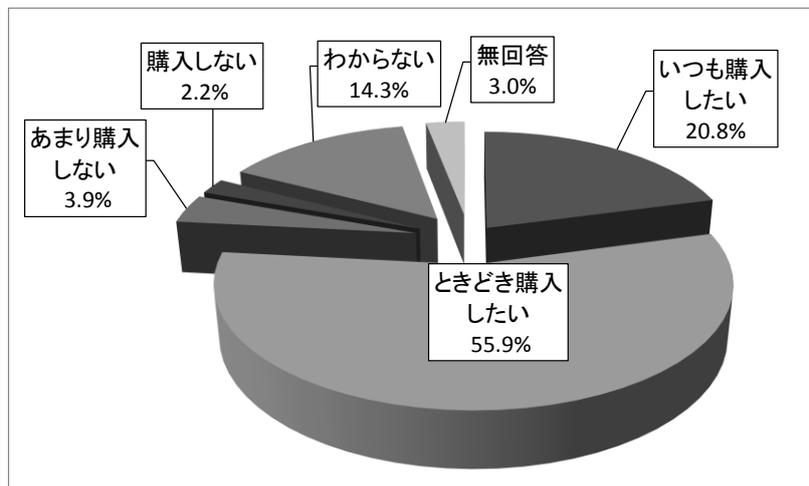


	N	鎌倉産であること	県内産であること	国内産であること	特定の産地であること	その他	特にこだわりはない	無回答
全体	741	7.4%	11.1%	55.6%	20.0%	3.1%	28.9%	3.5%

⑦ 普段魚介類を購入しているお店に鎌倉産があれば購入したいかについて

普段、魚介類を購入しているお店に、鎌倉産があれば購入したいかについては、「いつも購入したい」が21%であり、「ときどき購入したい」の56%と合わせると77%の人が購入したいと回答している。逆に「あまり購入しない」、「購入しない」それぞれ4%、2%と少ない回答率であった。地域別にみると「いつも購入したい」の回答者は、「鎌倉地域」及び「腰越地域」の漁業施設や漁港がある地域に居住している人の方が、比較的高い割合となっている。

問 41. もし、あなたが普段、魚介類を購入しているお店に、鎌倉産があれば購入したいですか。(1つだけに○)

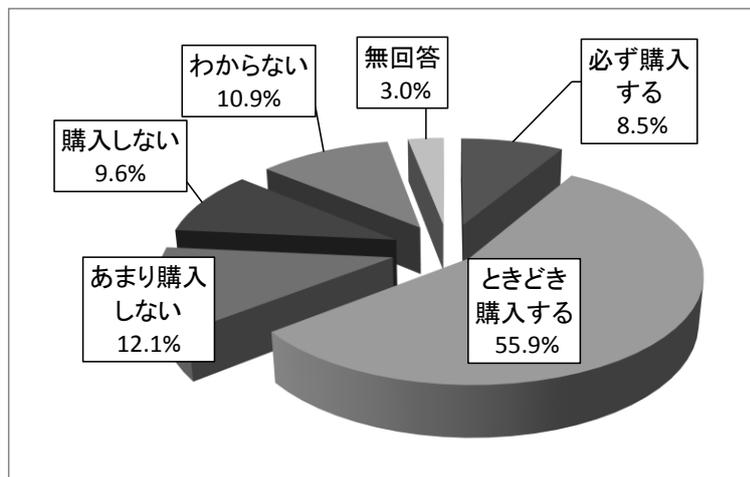


	N	いつも購入した	ときどき購入した	あまり購入しない	購入しない	わからない	無回答
全体	741	20.8%	55.9%	3.9%	2.2%	14.3%	3.0%
鎌倉地域	220	23.6%	53.2%	3.2%	3.6%	12.7%	3.6%
腰越地域	102	23.5%	58.8%	1.0%	2.0%	13.7%	1.0%
深沢地域	144	20.8%	51.4%	4.9%	0.7%	16.0%	6.3%
大船地域	168	16.7%	58.3%	5.4%	1.8%	17.3%	0.6%
玉縄地域	97	16.5%	63.9%	3.1%	2.1%	12.4%	2.1%

⑧ 鎌倉産の魚介類の価格が他の産地より多少高くても購入するかについて

鎌倉産の魚介類の価格が他の産地より多少高くても（10%程度）購入するかについては、「必ず購入する」が9%であり、「ときどき購入する」の56%と合わせると65%の人が購入すると回答している。逆に「あまり購入しない」、「購入しない」それぞれ12%、10%の回答率であり、前問（問41）の「普段、魚介類を購入しているお店に、鎌倉産があれば購入したいか」と比較し、ともに8ポイント多くなっている。

問42. あなたは鎌倉産の魚介類の価格が他の産地より多少高くても（10%程度）、購入しますか。（1つだけに○）



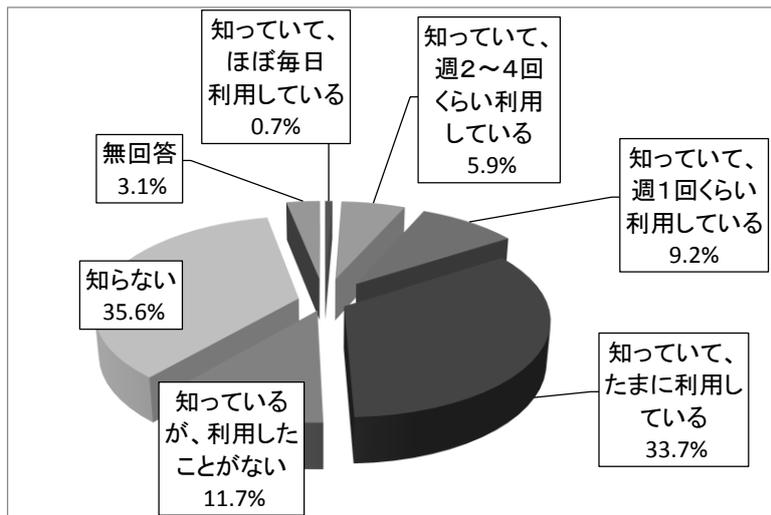
	N	必ず購入する	ときどき購入する	あまり購入しない	購入しない	わからない	無回答
全体	741	8.5%	55.9%	12.1%	9.6%	10.9%	3.0%
鎌倉地域	220	11.4%	55.5%	11.4%	9.5%	8.6%	3.6%
腰越地域	102	9.8%	57.8%	8.8%	7.8%	14.7%	1.0%
深沢地域	144	6.9%	54.9%	9.0%	9.0%	14.6%	5.6%
大船地域	168	6.5%	54.8%	14.3%	13.1%	10.7%	0.6%
玉縄地域	97	4.1%	59.8%	18.6%	7.2%	7.2%	3.1%

⑨ 鎌倉産の魚介類を購入できるお店などを知っているかについて

鎌倉産の魚介類を購入できるお店などを知っているかについては、「知っている」が61%であり、「知らない」の36%を上回っている。次いで「知っていて利用している」と回答した人は、全体の50%であり、この内訳は、「たまに利用している」が34%、「週1回くらい利用している」が9%、「週2～4回くらい利用している」が6%、「ほぼ毎日利用している」が1%であった。また、「知っているが、利用したことがない」と回答した人の割合は12%であった。

地域別にみると、内陸部の大船地域及び玉縄地域の約半数の人が「知らない」と回答している。

問 43. あなたは、鎌倉産の魚介類を購入できるお店などを知っていますか。(1 つだけに○)

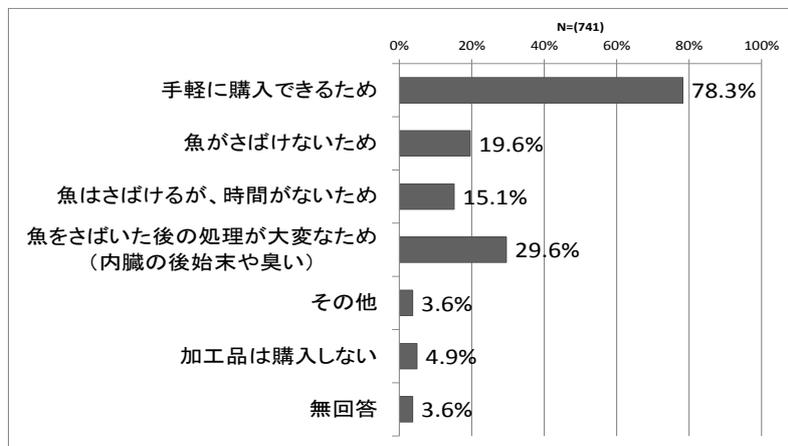


	N	知っている、ほぼ毎日利用している	知っている、週2～4回くらい利用している	知っている、週1回くらい利用している	知っている、たまに利用している	知っているが、利用したことがない	知らない	無回答
全体	741	0.7%	5.9%	9.2%	33.7%	11.7%	35.6%	3.1%
鎌倉地域	220	0.9%	9.5%	14.5%	39.1%	13.6%	19.5%	2.7%
腰越地域	102	1.0%	7.8%	9.8%	33.3%	15.7%	29.4%	2.9%
深沢地域	144	0.0%	6.3%	4.2%	36.1%	10.4%	36.8%	6.3%
大船地域	168	0.6%	3.0%	6.5%	27.4%	8.9%	52.4%	1.2%
玉縄地域	97	1.0%	1.0%	8.2%	29.9%	9.3%	48.5%	2.1%

⑩ 魚介類の加工品（刺身や切り身、惣菜など）を購入する場合の理由について

魚介類の加工品（刺身や切り身、惣菜など）を購入する場合の理由については、「手軽に購入できるため」が78%と最も多く、次いで「魚をさばいた後の処理が大変なため（内臓の後始末や臭い）」が30%、「魚がさばけないため」が20%、「魚はさばけるが、時間がないため」が15%であった。

問 44. あなたは、魚介類の加工品（刺身や切り身、惣菜など）を購入する場合の理由は何ですか。（あてはまるもの2つまでに○）

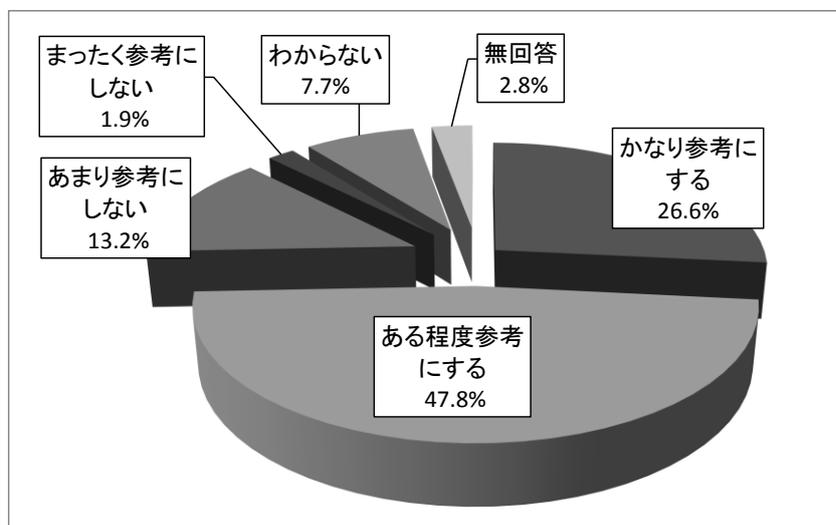


	N	手軽に購入できるため	魚がさばけないため	魚はさばけるが、時間がないため	臭い（内臓の後始末や臭い）	魚をさばいた後の処理が大変なため	その他	加工品は購入しない	無回答
全体	741	78.3%	19.6%	15.1%	29.6%	3.6%	4.9%	3.6%	

⑪ 漁港等の衛生管理対策の情報があれば魚介類を購入時の参考にするか否かについて

漁港や魚市場の衛生管理対策の情報があれば、魚介類を購入する際、参考にするか否かについては、「かなり参考にする」が27%で、「ある程度参考にする」の48%と合わせると75%の人が参考になると回答している。逆に「あまり参考にしない」、「まったく参考にしない」は、それぞれ13%、2%と低い回答率であった。

問 45. あなたは、漁港や魚市場の衛生管理対策の情報があれば、魚介類を購入する際、参考にしますか。(1つだけに○)



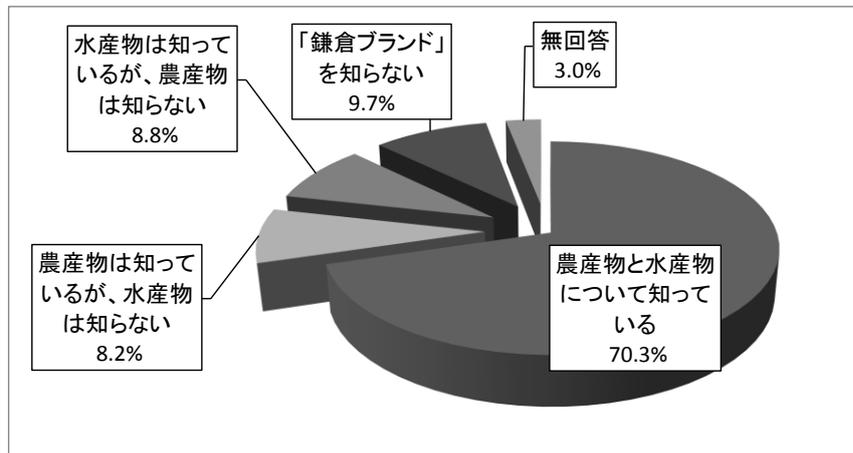
	N	かなり参考にする	ある程度参考にする	あまり参考にしない	まったく参考にしない	わからない	無回答
全体	741	26.6%	47.8%	13.2%	1.9%	7.7%	2.8%

⑫ 「鎌倉ブランド」の認知度

「鎌倉ブランド」に農産物のほかに、シラスやワカメなど鎌倉でとれた水産物もあることを知っているかについては、「農産物」と「水産物」の個別の認知度は、ともに 79%であり、「農産物と水産物について知っている」は、70%と高い認知度を示している。また、「鎌倉ブランドを知らない」は、10%であった。

地域別には、鎌倉市の内陸部である深沢・大船・玉縄の各地域で「鎌倉ブランドを知らない」と回答した人の割合が 11%以上と多少多い結果となっている。

問 46. あなたは、「鎌倉ブランド」に農産物のほかに、シラスやワカメなど鎌倉でとれた水産物もあるのを知っていますか。(1つだけに○)

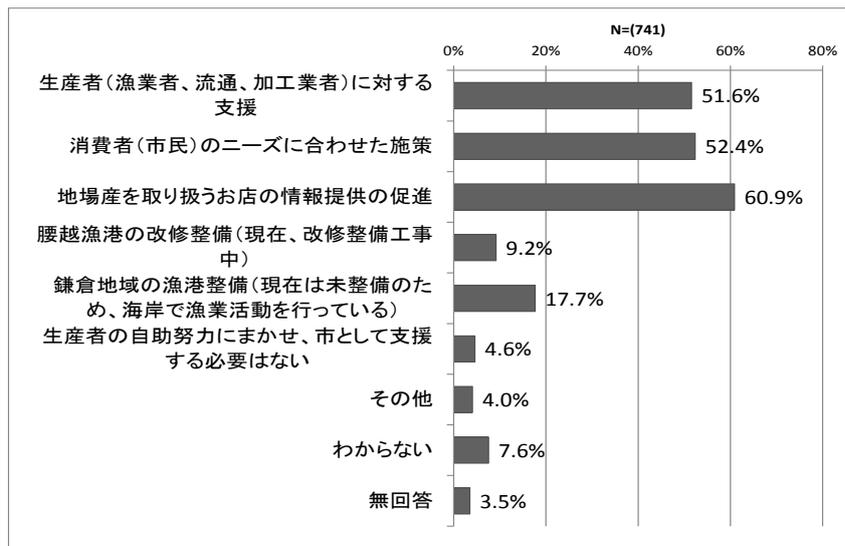


	N	農産物と水産物について知っている	農産物は知っているが、水産物は知らない	水産物は知っているが、農産物は知らない	「鎌倉ブランド」を知らない	無回答
全体	741	70.3%	8.2%	8.8%	9.7%	3.0%
鎌倉地域	220	79%	6%	5%	5%	4%
腰越地域	102	71%	5%	14%	10%	1%
深沢地域	144	63%	10%	8%	13%	6%
大船地域	168	70%	10%	8%	11%	1%
玉縄地域	97	60%	11%	13%	13%	2%

⑬ 鎌倉市が水産業を振興していく中で、優先して実施すべきだと思うことについて

「鎌倉市が水産業を振興していく中で、優先して実施すべきだと思うことについては、「地場産を取り扱うお店の情報提供の促進」が61%と最も多く、次いで「消費者（市民）のニーズに合わせた施策」、「生産者（漁業者・流通・加工業者）に対する支援」がともに52%であり、この3つの施策を優先させて実施すべきとの意見が多かった。他の意見としては、「鎌倉地域の漁港整備（現在は未整備のため、海岸で漁業活動を行っている）」が18%、「腰越漁港の改修整備（現在、改修整備工事中）」が9%であった。また、「生産者の自助努力にまかせ、市として支援する必要はない」という意見は全体の5%と少なく、『鎌倉市の水産業振興施策』への期待が高いことがうかがえる。

問 47. 鎌倉市が水産業を振興していく中で、優先して実施すべきだと思うものはどれですか。（あてはまるもの3つまでに○）

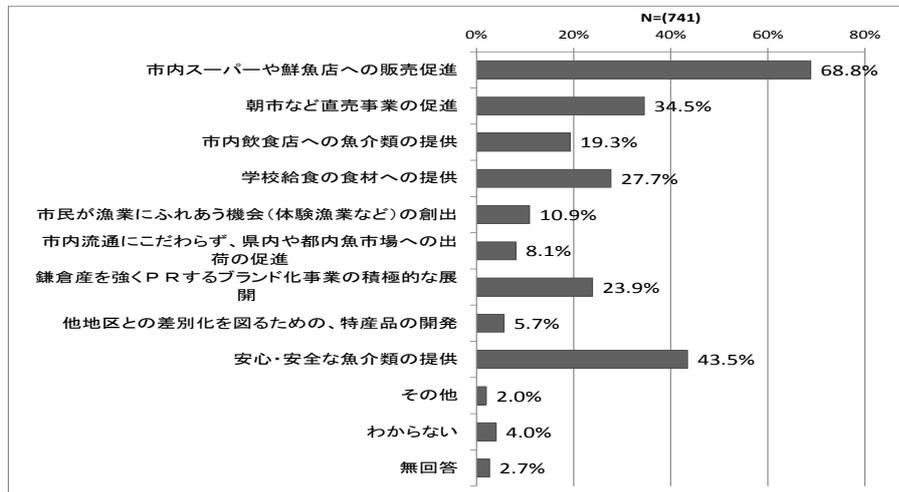


	N	生産者・流通・加工業者に対する支援	消費者(市民)のニーズに合わせた施策	地場産を取り扱うお店の情報提供の促進	腰越漁港の改修整備(現在、改修整備工事中)	鎌倉地域の漁港整備(現在は未整備のため、海岸で漁業活動を行っている)	生産者の自助努力にまかせ、市として支援する必要はない	その他	わからない	無回答
全体	741	51.6%	52.4%	60.9%	9.2%	17.7%	4.6%	4.0%	7.6%	3.5%

⑭ 市内の漁業者が具体的な行動として優先して実施すべきだと思うものについて

市内の漁業者が行う具体的な行動として優先して実施すべきだと思うものについては、「市内のスーパーや鮮魚店への販売促進」が69%と最も多く、次いで「安心・安全な魚介類の提供」が44%、「朝市など直売事業の促進」が35%、「学校給食の食材への提供」が28%、「鎌倉産を強くPRするブランド化事業の積極的な展開」が24%、「市内飲食店への魚介類の提供」が19%、「市民が漁業にふれあう機会（体験漁業など）の創出」が11%であった。性別のを見ると、「安心・安全な魚介類の提供」については女性が男性より17ポイント多く、逆に「市内飲食店への魚介類の提供」については男性が女性より7ポイント多かった。

問 48. 市内の漁業者が行う具体的な行動として、優先して実施すべきだと思うものはどれですか。（あてはまるもの3つまでに○）

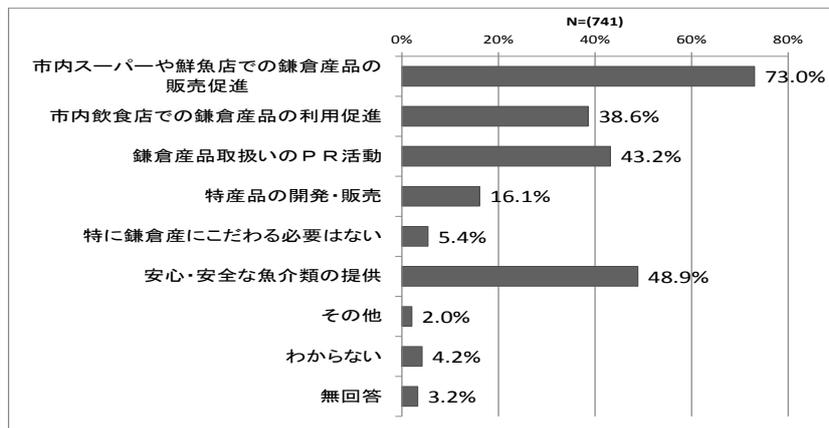


	N	市内スーパーや鮮魚店への販売促進	朝市など直売事業の促進	市内飲食店への魚介類の提供	学校給食の食材への提供	市民が漁業にふれあう機会（体験漁業など）の創出	市内流通にこだわらず、県内や都内魚市場への出荷の促進	鎌倉産を強くPRするブランド化事業の積極的な展開	他地区との差別化を図るための、特産品の開発	安心・安全な魚介類の提供	その他	わからない	無回答
全体	741	68.8%	34.5%	19.3%	27.7%	10.9%	8.1%	23.9%	5.7%	43.5%	2.0%	4.0%	2.7%
男性 小計	267	68.9%	32.2%	23.2%	23.6%	14.2%	12.4%	25.1%	7.9%	33.0%	2.2%	3.0%	3.7%
18～19歳	4	50.0%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	75.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	44.0%	32.0%	32.0%	32.0%	12.0%	24.0%	20.0%	12.0%	40.0%	0.0%	4.0%	0.0%
30～39歳	31	71.0%	32.3%	29.0%	32.3%	22.6%	3.2%	35.5%	6.5%	38.7%	0.0%	0.0%	0.0%
40～49歳	41	73.2%	29.3%	26.8%	29.3%	19.5%	12.2%	26.8%	4.9%	36.6%	4.9%	2.4%	0.0%
50～59歳	47	70.2%	42.6%	21.3%	19.1%	10.6%	12.8%	38.3%	6.4%	21.3%	0.0%	2.1%	2.1%
60～69歳	83	74.7%	31.3%	25.3%	21.7%	14.5%	8.4%	15.7%	9.6%	31.3%	3.6%	1.2%	8.4%
70歳以上	36	66.7%	25.0%	2.8%	16.7%	8.3%	22.2%	22.2%	8.3%	33.3%	2.8%	11.1%	5.6%
女性 小計	455	68.6%	35.4%	16.7%	30.1%	9.5%	5.7%	23.5%	4.4%	49.9%	1.8%	4.8%	1.8%
18～19歳	5	60.0%	0.0%	20.0%	60.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	59.1%	40.9%	18.2%	31.8%	13.6%	0.0%	27.3%	4.5%	27.3%	0.0%	13.6%	0.0%
30～39歳	76	52.6%	44.7%	15.8%	21.1%	10.5%	7.9%	19.7%	2.6%	53.9%	6.6%	2.6%	2.6%
40～49歳	93	68.8%	39.8%	25.8%	39.8%	10.8%	5.4%	18.3%	3.2%	38.7%	2.2%	5.4%	0.0%
50～59歳	91	69.2%	37.4%	11.0%	27.5%	13.2%	6.6%	26.4%	2.2%	54.9%	1.1%	5.5%	1.1%
60～69歳	121	75.2%	32.2%	14.9%	24.8%	5.0%	4.1%	28.1%	6.6%	51.2%	0.0%	4.1%	2.5%
70歳以上	47	80.9%	17.0%	14.9%	40.4%	6.4%	4.3%	23.4%	8.5%	61.7%	0.0%	4.3%	4.3%

⑮ 市内の水産物の販売・加工業者、飲食店が行う具体的な行動として優先して実施すべきと思うものについて

市内の水産物の販売・加工業者、飲食店が行う具体的な行動として優先して実施すべきだと思うものについては、「市内のスーパーや鮮魚店での鎌倉製品の販売促進」が73%と最も多く、次いで「安心・安全な魚介類の提供」が49%、「鎌倉製品取扱いのPR活動」が43%、「市内飲食店での鎌倉製品の利用促進」が39%であった。性別で見ると、問18と同様に「安心・安全な魚介類の提供」は女性が男性より13ポイント多く、逆に「市内飲食店での鎌倉製品の利用促進」については男性が女性より6ポイント多かった。

問49. 市内の水産物の販売・加工業者、飲食店が行う具体的な行動として、優先して実施すべきだと思うものはどれですか。(あてはまるもの3つまでに○)



	N	市内スーパーや鮮魚店での鎌倉製品の販売促進	市内飲食店での鎌倉製品の利用促進	鎌倉製品取扱いのPR活動	特産品の開発・販売	特に鎌倉産にこだわる必要はない	安心・安全な魚介類の提供	その他	わからない	無回答
全体	741	73.0%	38.6%	43.2%	16.1%	5.4%	48.9%	2.0%	4.2%	3.2%
男性 小計	267	70.8%	42.3%	43.4%	19.9%	7.9%	40.4%	1.9%	3.0%	4.1%
18～19歳	4	50.0%	50.0%	25.0%	0.0%	25.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%
20～29歳	25	56.0%	64.0%	28.0%	20.0%	16.0%	52.0%	4.0%	4.0%	0.0%
30～39歳	31	67.7%	41.9%	54.8%	22.6%	3.2%	45.2%	0.0%	3.2%	0.0%
40～49歳	41	70.7%	43.9%	53.7%	14.6%	2.4%	39.0%	2.4%	2.4%	0.0%
50～59歳	47	80.9%	42.6%	51.1%	21.3%	4.3%	34.0%	2.1%	2.1%	2.1%
60～69歳	83	75.9%	41.0%	41.0%	21.7%	9.6%	36.1%	2.4%	0.0%	8.4%
70歳以上	36	61.1%	27.8%	30.6%	19.4%	11.1%	50.0%	0.0%	11.1%	5.6%
女性 小計	455	74.5%	36.7%	43.5%	14.1%	3.7%	53.6%	2.2%	5.1%	2.2%
18～19歳	5	80.0%	40.0%	40.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	22	68.2%	40.9%	45.5%	13.6%	0.0%	36.4%	0.0%	13.6%	0.0%
30～39歳	76	64.5%	43.4%	38.2%	7.9%	1.3%	60.5%	5.3%	5.3%	2.6%
40～49歳	93	72.0%	37.6%	38.7%	18.3%	3.2%	52.7%	4.3%	5.4%	1.1%
50～59歳	91	74.7%	39.6%	45.1%	11.0%	3.3%	56.0%	1.1%	3.3%	2.2%
60～69歳	121	80.2%	28.9%	47.1%	17.4%	5.8%	52.1%	0.8%	5.0%	2.5%
70歳以上	47	83.0%	36.2%	48.9%	14.9%	6.4%	55.3%	0.0%	4.3%	4.3%

⑩ その他、鎌倉市の水産業に対するご意見について

水産業に対する意見としては、「PR不足」が45件、「流通ルート（利便性・販売促進）」が40件、「産業育成（行政支援）」が25件と水産業の促進に関連する意見が比較的多かった。

問 50. その他、鎌倉市の水産業に対するご意見があれば、ご記入ください。

「鎌倉市の水産業に対する意見」：217件の回答

1. PR不足	45件
2. 流通ルート（利便性・販売促進）の確保	40件
3. 産業育成（行政支援）	25件
4. 情報開示（放射線の影響・食べ方など）	19件
5. 価格感	16件
6. 環境（海の水質）	14件
7. 地域応援	11件
8. 行政支援不要（自助努力）	9件
9. 人材育成	3件
10. その他	14件
11. 特になし	21件

【 資 料 編 】

「市民の意識調査」アンケート調査票

産業振興（商店街・農業・水産業）に関する

市民アンケートへのご協力をお願い

日頃より、市民の皆様には鎌倉市政にご協力いただきまして、誠にありがとうございます。
さて、鎌倉市では商工業・農業・水産業など市内の産業振興に関する様々な事業を行っています。

このアンケートは、市内の産業のうち「商店街」「農業」「水産業」の各分野における市民の皆様の意識や関心、日頃の生活等についてお尋ねするもので、その結果は、今後の産業振興施策に反映していきたいと考えています。

また、お答えいただいた内容は、個人情報に配慮した上で、統計的な処理を行いますので、個人を特定する内容が出ることはありません。

つきましては、お忙しいところ誠に恐縮ですが、調査の趣旨をご理解いただき、アンケートにご記入の上、返信用封筒（切手は不要です。無記名で投函してください。）に入れて、**平成 23 年 7 月 29 日(金)**までにご投函いただきますようご協力のほどよろしくお願ひします。

平成23年7月

鎌倉市長 松尾 崇

【ご記入に当たって】

1. このアンケートの対象は、市内在住の**18歳以上の方、2,000人**を無作為に選ばせていただきました。
2. アンケート用紙へは、**お名前を書かない**でください。
3. 回答は質問ごとに、あてはまる**項目の番号に○**をつけてください。
「その他」を選んだ場合は、具体的な内容をご記入ください。
4. 各質問文の最後に、「(1つだけに○)、(あてはまるもの**3つ**までに○)、(あてはまるもの**全て**に○)」などのことわり書きがあります。**質問ごとに○を付けていただく数が異なります**のでご注意ください。

アンケートの発送・回収につきましては、鎌倉市から株式会社アストジェイへ委託して実施しております。

契約においては、個人情報の取扱いに慎重をきし、外部への漏えいがないように十分配慮しています。ご質問などがありましたら、お問い合わせいただきますようお願いいたします。

【お問い合わせ先】

鎌倉市市民経済部産業振興課 電話:0467-23-3000

商店街に関すること:商工担当 内線2356

農業・水産業に関すること:農水担当 内線2481

■あなた、ご本人のことについておうかがいします

問1. 性別をお答えください。

1. 男性 2. 女性

問2. 年齢をお答えください。(平成 23 年 4 月 1 日現在)(1つだけに○)

1. 18～19 歳 2. 20～29 歳 3. 30～39 歳 4. 40～49 歳
5. 50～59 歳 6. 60～69 歳 7. 70 歳以上

問3. ご職業は何ですか。(複数のご職業をお持ちの方は、主なもの1つだけに○)

1. 会社員 2. 公務員 3. 自営業 4. 自由業
5. パート・アルバイト 6. 専業主婦・主夫 7. 学生 8. 無職
9. その他()

問4. 世帯の家族構成は、次のうちどれにあたりますか。(1つだけに○)

1. 一人暮らし 2. 夫婦のみ 3. 二世帯住宅(親と子の世帯)
4. 三世帯住宅(親と子と孫) 5. その他()

問5. お住まいの地域をお答えください。(1つだけに○)

1. 鎌倉地域 2. 腰越地域 3. 深沢地域 4. 大船地域 5. 玉縄地域

地域の名称	字名
鎌倉地域	十二所、浄明寺、二階堂、西御門、雪ノ下、扇ガ谷、小町、大町、材木座、由比ガ浜、御成町、笹目町、佐助、長谷、坂ノ下、極楽寺、稲村ガ崎
腰越地域	腰越、西鎌倉、津西、津、七里ガ浜東、七里ガ浜
深沢地域	梶原、寺分、山崎、上町屋、手広、笛田、常盤、鎌倉山
大船地域	山ノ内、台(台一丁目をのぞく)、小袋谷、大船、高野、岩瀬、今泉、今泉台
玉縄地域	台一丁目、岡本、玉縄、植木、城廻、関谷

商店街に関することについてうかがいます。

問6. 買い物の際に商店街(スーパーや大型店以外の店舗)を利用しますか。

(1つだけに○)

1. ほぼ毎日利用する
2. 週に1~2回利用する
3. 月に1~2回利用する
4. ほとんど利用しない
5. まったく利用しない

【※問6で「1~3」とお答えの方にお聞きします】

問7. その理由をお答え下さい。(あてはまるもの全てに○)

1. 近所だから
2. 商品の価格が安いから
3. 商品の品揃えがよいから
4. 安全な商品を取り扱っているから
5. 店主・店員のサービスが良いから
6. 店主・店員と知り合いだから
7. 街路灯の設置など地域のために貢献しているから
8. 見に行くだけで楽しいから
9. その他()

【※問6で「4~5」とお答えの方にお聞きします】

問8. その理由をお答下さい。(あてはまるもの全てに○)

1. 近所にはないから
2. 商品の価格が高いから
3. 商品の品揃えが充実していないから
4. 安全な商品か不安だから
5. 店主・店員のサービスが良くないから
6. 店舗・商品・店員などの情報を持っていないから
7. その他()

問9. 買い物をする際の決め手は何ですか。(1つだけに○)

1. 近さ
2. 商品の価格
3. 商品の品揃え
4. 商品の安心・安全
5. 店主・店員のサービス
6. 駐車場などの設備
7. その他()

問10. お住まいの近くに商店街はありますか。

1. ある(商店街名:)
2. ない

問11. お住まいの近くにある商店街ににぎわいが感じられますか。(1つだけに○)

1. かなりにぎわっていると感じる
2. ややにぎわっていると感じる
3. どちらとも言えない
4. あまりにぎわいを感しない
5. ほとんどにぎわいを感しない
6. わからない

問12. 商店街では、にぎわいを創出するために様々な事業を行っていますが、お住まいの近くにある商店街が行っている事業で知っていたり、参加したことのある事業はありますか。(あてはまるもの全てに○)

1. 歳末セールや朝市などのセール事業
2. 夏祭りなどの地域住民の交流を促進する事業
3. ホームページやチラシなどによる商店街を広報する事業
4. マイバッグ運動などの環境に配慮した事業
5. 年末年始のイルミネーション
6. 商店街を花壇で装飾する事業
7. 特になし
8. その他()

問13. どのような事業があると商店街を訪れるきっかけになりますか。
(あてはまるもの全てに○)

1. 歳末セールや朝市などのセール事業
2. 夏祭りなどの地域住民の交流を促進する事業
3. ホームページやチラシなどによる商店街を広報する事業
4. マイバッグ運動などの環境に配慮した事業
5. 年末年始のイルミネーション
6. 商店街を花壇で装飾する事業
7. 特になし
8. その他()

問14. 市内には、ホームページを運営している商店街がありますが、ご覧になったことはありますか。(1つだけに○)

1. 見たことがある
2. 知ってはいるが見たことがない
3. あることを知らない

問15. 商店街が発信する情報を受取る際は、どのような方法だと確認しやすいですか。
(あてはまるもの全てに○)

- | | |
|---------------|------------|
| 1. ホームページ、ブログ | 2. ツイッター |
| 3. 店頭ポスター | 4. 新聞折込チラシ |
| 5. 自治町内会の回覧 | 6. タウン紙 |
| 7. 鎌倉ケーブルテレビ | 8. 鎌倉エフエム |
| 9. その他() | |

問16. 商店街が発信する情報として、どのようなものを期待しますか。

(あてはまるもの全てに○)

1. 各店舗の位置や営業時間、品揃えなどの基本的な情報
2. お得な商品又はこだわりの商品の情報
3. セールや夏祭りなどの商店街が実施するイベントの情報
4. 店主・店員の人柄や特徴がわかる情報
5. 地域の催し物などの情報
6. その他()

問17. 商店街は買い物の場としてだけでなく、地域交流の場や地域の課題を解決する役割も期待されています。商店街に対して、どのような取組みを期待しますか。

(あてはまるもの全てに○)

1. 買物中に子どもを一時預かってくれる託児所などの子育てを支援する取組み
2. 買物中に自由に利用できる休憩所
3. 宅配サービスなど、遠くまで買物に出かけられない方に対する取組み
4. 街路灯・防犯カメラの設置、バリアフリーなどの安心・安全なまちづくりに対する取組み
5. 地域資源を活用した商品開発
6. 資源ごみ回収などの地球環境を保護する取組み
7. 特に期待していない
8. その他()

問18. その他、商店街に対するご意見があれば、ご記入ください。

()

農業に関することについてうかがいます。

問19. あなたは、鎌倉市内で農業が行われていることを知っていますか。

1. 知っている 2. 知らない

【※問19で「1」とお答えの方にお聞きします】

問20. あなたの家の近くに農地はありますか。(1つだけに○)

1. すぐ近くにある 2. 少し離れている 3. 近くにはない

問21. あなたは、鎌倉市内にある農地についてどのようにお考えですか。

(1つだけに○)

1. 環境や自然を保持する意味でも、今ある農地はできるだけ残してほしい
2. 農業を一生懸命やっている農家の農地は残してほしい
3. 農地が減るのは仕方がない
4. 住宅地にしてほしい
5. その他()

問22. あなたが、鎌倉の農業や農地に対して感じていることは何ですか。

(あてはまるもの3つまでに○)

1. 新鮮で、安全な野菜を供給している
2. 農地があることにより、緑豊かな環境が保たれている
3. 季節を感じるができる
4. 自然や生態系の保全の場として役立っている
5. 子どもの教育の場や農業体験の場として役立っている
6. 季節によっては砂ぼこりがあって困る
7. 農薬散布が気になる
8. 臭いや農機具による騒音などがあって困る
9. 荒れている農地がある
10. あまり関心はない
11. その他()

問23. あなたは、日頃どこで野菜を購入していますか。

(あてはまるもの2つまでに○)

1. 市内の八百屋(配達含む) 2. 市内のスーパー(配達含む)
3. 市外の八百屋やスーパー(配達含む) 4. 市内の直売所など
5. 市外の直売所など 6. 宅配、ネット販売
7. 小グループでの共同購入 8. 他地域農家から直接購入
9. その他()

問24. あなたが、野菜を購入する際、重要だと考えているのはどのようなことですか。
(あてはまるもの3つまでに○)

- | | |
|--------------------|---------------|
| 1. 無農薬、減農薬であること | 2. 有機栽培であること |
| 3. 地元産(市内、県内)であること | 4. 国産であること |
| 5. 価格が安いこと | 6. 形がそろっていること |
| 7. 特にこだわりはない | |
| 8. その他() | |

問25. 鎌倉市には、農協連即売所(通称:レンバイ)が若宮大路にありますが、利用したことはありますか。(1つだけに○)

1. 利用したことがある 2. 知っているが、利用したことはない 3. 知らない

問26. 鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思いますか。(1つだけに○)

1. 食べたい 2. できれば食べたい 3. 食べたいとは思わない

問27. 問26の理由を教えてください。

()

問28. 鎌倉市では、学校給食にできるだけ県内で生産された野菜を食材として使っていますが、このことについてどう思いますか。(あてはまるもの全てに○)

1. 新鮮で安心な野菜なので、ぜひ続けて欲しい
2. 季節感がわかるよう旬のものを使って欲しい
3. 無農薬、減農薬のものを優先して使って欲しい
4. 産地にこだわる必要はない
5. その他()

問29. あなたは、農作業をしてみたいと思いますか。

1. してみたい 2. したくない

【※問29で「1」とお答えの方にお聞きします】

問30. あなたは、どんな理由で、農作業をしてみたいと考えていますか。

(あてはまるもの全てに○)

1. 自分で野菜を作ってみたいから
2. 子どもや家族とふれあうために農作業をやってみたいから
3. 健康のために農作業をやってみたいから
4. 農業についてもっと知りたいから
5. 農家の作業を手伝ってみたいから
6. 自分で作った野菜は安全だから
7. その他()

問31. あなたは、農作業をどのようにやりたいと思いますか。(あてはまるもの全てに○)

1. 市民農園のように、自分で農作業をする
2. 農家の農作業を手伝う
3. 農業体験のイベントに参加する
4. その他()

問32. 鎌倉市内には、農業を振興する地域がありますが、あなたは、今後もこのような地域があった方がよいと思いますか。(1つだけに○)

1. あった方がよい 2. なくてもよい 3. わからない

【※問32で「1」とお答えの方にお聞きします】

問33. これからの鎌倉市の農業振興にどのようなことを期待しますか。

(あてはまるもの2つまでに○)

1. 鎌倉市の農業に関する周知(ホームページやDVDなどによるPR)
2. 農業に関する講習会の開催
3. 農地保全のための施策の推進
4. 農作業を支援するための仕組み作りの検討
5. 農業者(法人を含む)の育成
6. その他()

問34. その他、農業に対するご意見があれば、ご記入ください。

()

水産業に関することについてうかがいます。

問35. あなたは、鎌倉の腰越地区や鎌倉地区(坂ノ下・材木座地区)で漁業が営まれていることを知っていますか。(1つだけに○)

1. 腰越地区及び鎌倉地区で行われているのを知っている
2. 腰越地区は知っているが鎌倉地区は知らない
3. 鎌倉地区は知っているが腰越地区は知らない
4. 漁業が行われていることは知らない

【※問35で「1～3」とお答えの方にお聞きします】

問36. あなたの鎌倉の漁業に対するイメージについて教えてください。(あてはまるもの全てに○)

1. 海を持つまちとして、漁業は大切な産業のひとつである
2. 漁業が活発に行われていると感じる
3. シラスが有名である
4. 冬場に海岸で行われるワカメ干しは、浜の風物詩と感じる
5. 海岸の浜小屋は、昔ながらの漁業の原風景と感じる
6. 海岸に建てられている浜小屋は、海岸利用上や景観上好ましくないと感じる
7. 網や魚の臭い、漁船や車両の騒音が気になる
8. その他()
9. わからない

問37. あなたは、普段どこで魚介類を購入していますか。(あてはまるもの3つまでに○)

1. 市内の鮮魚店
2. 市外の鮮魚店
3. 市内のスーパー
4. 市外のスーパー
5. 市内の漁業協同組合の朝市
6. 市外の漁業協同組合の朝市
7. 市内の漁師
8. 市外の漁師
9. 宅配、ネット販売
10. 市外の魚市場
11. その他()

問38. あなたのお宅では、魚介類をどのくらい食べていますか。(1つだけに○)

1. ほぼ毎日
2. 週2～4回くらい
3. 週1回くらい
4. ほとんど食べない
5. まったく食べない

問39. あなたは普段、魚介類を購入する際、何を基準にしていますか。

(あてはまるもの3つまでに○)

1. 産地
2. 価格
3. 新鮮さ
4. おいしさ
5. 知名度
6. 旬
7. 特に基準はない
8. その他()

問40. あなたは魚介類を購入する際、どの産地を重視しますか。

(あてはまるもの2つまでに○)

1. 鎌倉産であること
2. 県内産であること
3. 国内産であること
4. 特定の産地であること
5. その他()
6. 特にこだわりはない

問41. もし、あなたが普段、魚介類を購入しているお店に、鎌倉産があれば購入したいですか。(1つだけに○)

1. いつも購入したい
2. ときどき購入したい
3. あまり購入しない
4. 購入しない
5. わからない

問42. あなたは鎌倉産の魚介類の価格が他の産地より多少高くても(1割程度)、購入しますか。(1つだけに○)

1. 必ず購入する
2. ときどき購入する
3. あまり購入しない
4. 購入しない
5. わからない

問43. あなたは、鎌倉産の魚介類を購入できるお店などを知っていますか。

(1つだけに○)

1. 知っていて、ほぼ毎日利用している
2. 知っていて、週2~4回くらい利用している
3. 知っていて、週1回くらい利用している
4. 知っていて、たまに利用している
5. 知っているが、利用したことがない
6. 知らない

問44. あなたは、魚介類の加工品(刺身や切り身、惣菜など)を購入する場合の理由は何ですか。(あてはまるもの2つまでに○)

1. 手軽に購入できるため
2. 魚がさばけないため
3. 魚はさばけるが、時間がないため
4. 魚をさばいた後の処理が大変なため(内臓の後始末や臭い)
5. その他()
6. 加工品は購入しない

問45. あなたは、漁港や魚市場の衛生管理対策の情報があれば、魚介類を購入する際、参考にしますか。(1つだけに○)

1. かなり参考にする
2. ある程度参考にする
3. あまり参考にしない
4. まったく参考にしない
5. わからない

問46. あなたは、「鎌倉ブランド」に農産物のほかに、シラスやワカメなど鎌倉でとれた水産物もあるのを知っていますか。(1つだけに○)

1. 農産物と水産物について知っている
2. 農産物は知っているが、水産物は知らない
3. 水産物は知っているが、農産物は知らない
4. 「鎌倉ブランド」を知らない

問47. 鎌倉市が水産業を振興していく中で、優先して実施すべきだと思うものはどれですか。(あてはまるもの3つまでに○)

1. 生産者(漁業者、流通、加工業者)に対する支援
2. 消費者(市民)のニーズに合わせた施策
3. 地場産を取り扱うお店の情報提供の促進
4. 腰越漁港の改修整備(現在、改修整備工事中)
5. 鎌倉地域の漁港整備(現在は未整備のため、海岸で漁業活動を行っている)
6. 生産者の自助努力にまかせ、市として支援する必要はない
7. その他()
8. わからない

問48. 市内の漁業者が行う具体的な行動として、優先して実施すべきだと思うものはどれですか。(あてはまるもの3つまでに○)

1. 市内スーパーや鮮魚店への販売促進
2. 朝市など直売事業の促進
3. 市内飲食店への魚介類の提供
4. 学校給食の食材への提供
5. 市民が漁業にふれあう機会(体験漁業など)の創出
6. 市内流通にこだわらず、県内や都内魚市場への出荷の促進
7. 鎌倉産を強くPRするブランド化事業の積極的な展開
8. 他地区との差別化を図るための、特産品の開発
9. 安心・安全な魚介類の提供
10. その他()
11. わからない

問49. 市内の水産物の販売・加工業者、飲食店が行う具体的な行動として、優先して実施すべきだと思うものはどれですか。(あてはまるもの3つまでに○)

1. 市内スーパーや鮮魚店での鎌倉産品の販売促進
2. 市内飲食店での鎌倉産品の利用促進
3. 鎌倉産品取扱いのPR活動
4. 特産品の開発・販売
5. 特に鎌倉産にこだわる必要はない
6. 安心・安全な魚介類の提供
7. その他()
8. わからない

問50. その他、鎌倉市の水産業に対するご意見があれば、ご記入ください。

()