

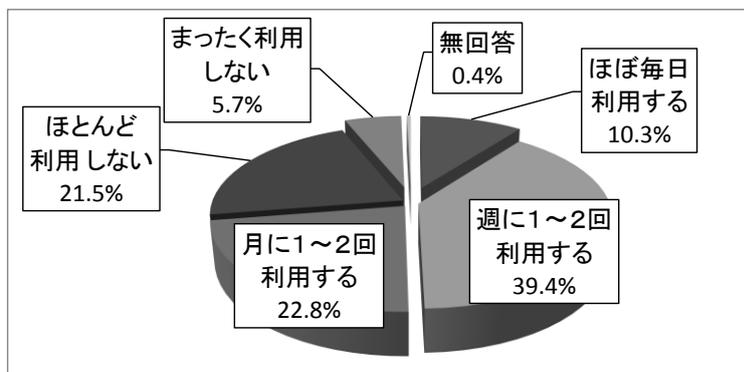
(2) 商店街に関して

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○）



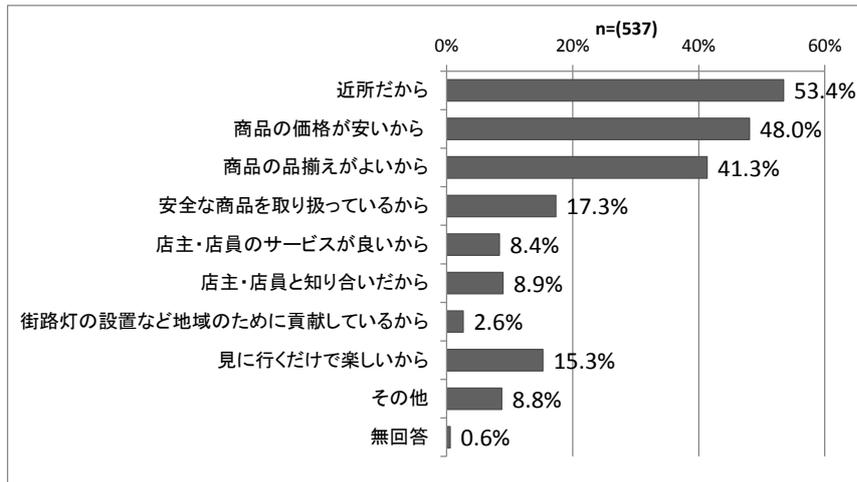
	N	ほぼ毎日利用する	2週間に1回利用する	2ヶ月に1回利用する	ほとんど利用しない	まったく利用しない	無回答
全体	741	10.3%	39.4%	22.8%	21.5%	5.7%	0.4%
男性 小計	267	6.0%	40.4%	24.0%	22.1%	7.5%	0.0%
18～19歳	4	0.0%	25.0%	50.0%	25.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	0.0%	12.0%	48.0%	16.0%	24.0%	0.0%
30～39歳	31	3.2%	35.5%	19.4%	32.3%	9.7%	0.0%
40～49歳	41	0.0%	41.5%	22.0%	24.4%	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○）



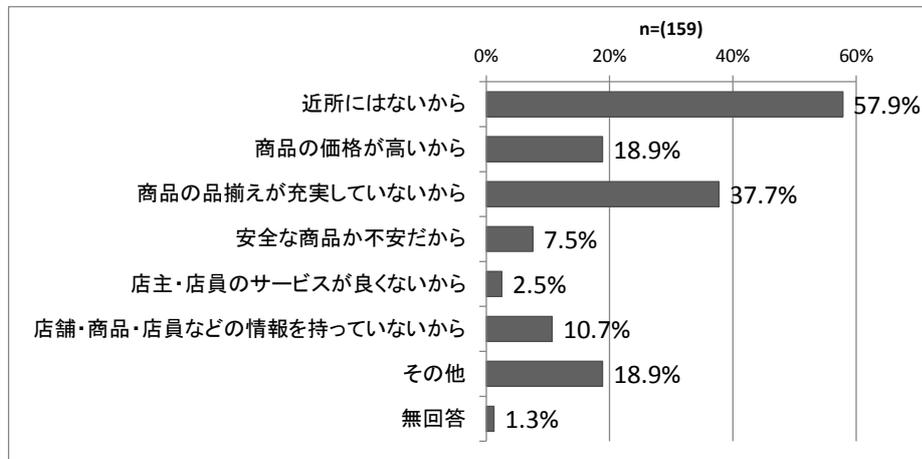
	n	近所だから	安い商品の価格が	商品の品揃えがよいから	安全な商品を取り扱っているから	店主・店員のサービスが良いから	店主・店員と知り合いだから	街路灯の設置など地域のために貢献しているから	見に行くだけで楽しいから	その他	無回答
全体	537	53.4%	48.0%	41.3%	17.3%	8.4%	8.9%	2.6%	15.3%	8.8%	0.6%

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○)

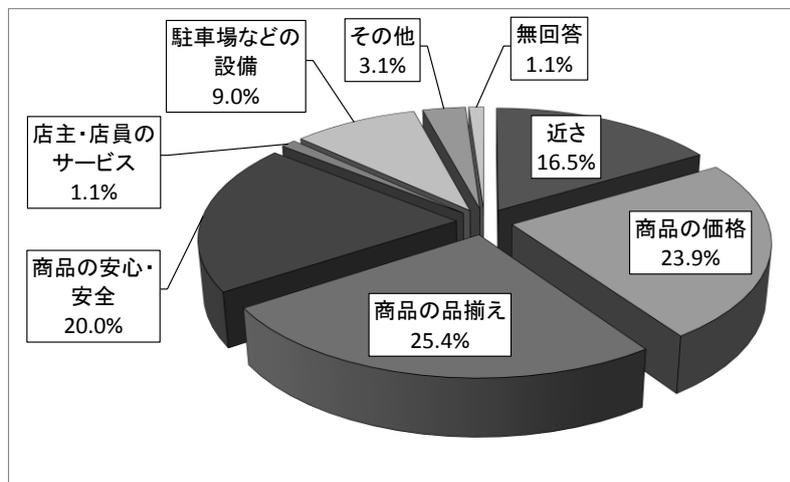


	n	近所にはないから	商品の価格が高いから	商品の品揃えが充実していないから	安全な商品か不安だから	店主・店員のサービスが良くないから	店舗・商品・店員などの情報を持っていないから	その他	無回答
全体	159	57.9%	18.9%	37.7%	7.5%	2.5%	10.7%	18.9%	1.3%
鎌倉地域	46	43.5%	26.1%	56.5%	6.5%	6.5%	6.5%	21.7%	2.2%
腰越地域	31	45.2%	25.8%	38.7%	6.5%	0.0%	29.0%	12.9%	0.0%
深沢地域	37	59.5%	18.9%	35.1%	8.1%	2.7%	5.4%	18.9%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

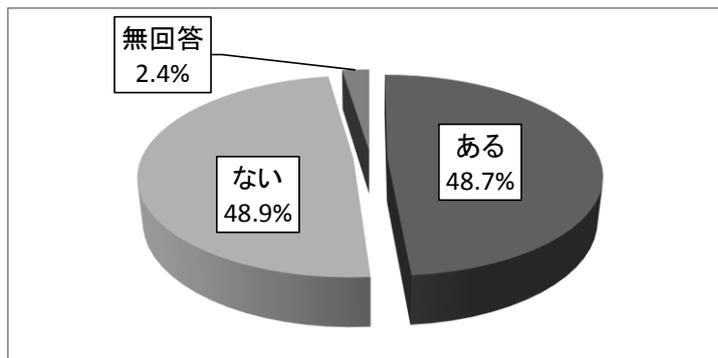


	N	近さ	商品の価格	商品の商品揃え	全商品の安心・安全	店主・店員のサービス	駐車場などの設備	その他	無回答
全体	741	16.5%	23.9%	25.4%	20.0%	1.1%	9.0%	3.1%	1.1%

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。



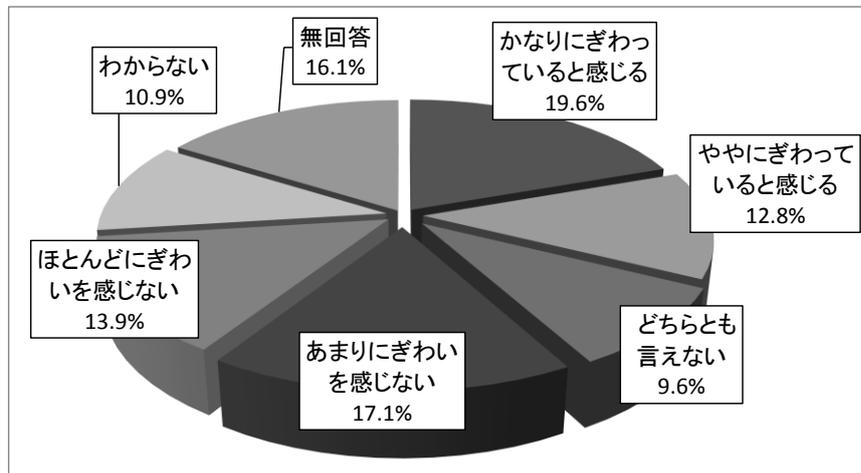
	N	ある	ない	無回答
全体	741	48.7%	48.9%	2.4%
鎌倉地域	220	54.1%	43.6%	2.3%
腰越地域	102	54.9%	43.1%	2.0%
深沢地域	144	32.6%	64.6%	2.8%
大船地域	168	60.1%	39.3%	0.6%
玉縄地域	97	34.0%	62.9%	3.1%

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○)

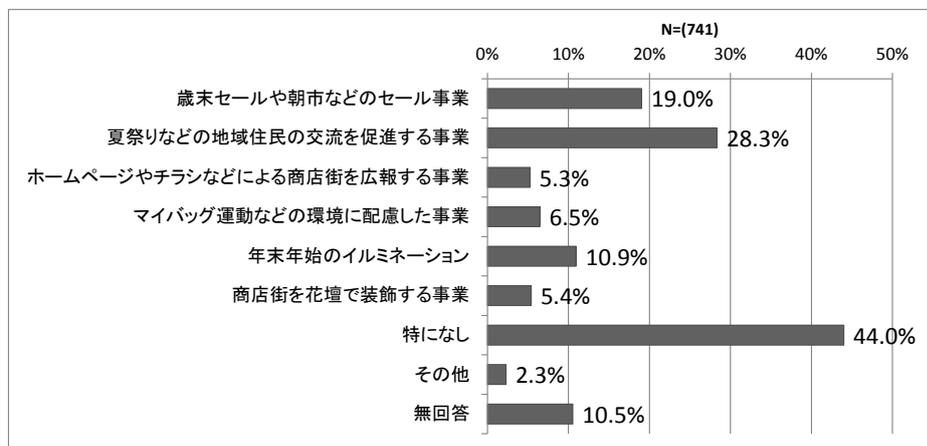


	N	かなりにぎわっていると感じる	ややにぎわっていると感じる	どちらとも言えない	あまりにぎわいを感じない	ほとんどにぎわいを感じない	わからない	無回答
全体	741	19.6%	12.8%	9.6%	17.1%	13.9%	10.9%	16.1%
鎌倉地域	220	7.7%	12.7%	17.7%	20.9%	18.2%	10.0%	12.7%
腰越地域	102	2.0%	18.6%	10.8%	29.4%	18.6%	9.8%	10.8%
深沢地域	144	6.9%	10.4%	7.6%	21.5%	13.2%	17.4%	22.9%
大船地域	168	42.9%	12.5%	3.6%	9.5%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

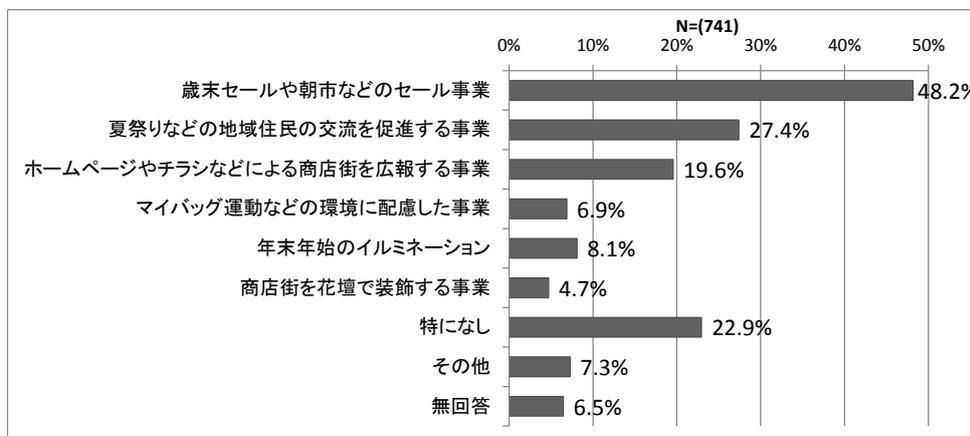


	N	事業 な ど の セ ー ル や 朝	市 末 セ ー ル や 朝	歳 末 セ ー ル や 朝	促 進 す る 事 業 を 地	域 住 民 の 交 流 を 地	夏 祭 り な ど の 交 流 を 地	す る 事 業 を 地	チ ラ シ な ど に ジ ヤ	ホ ー ム ペ ー ジ な ど に ジ ヤ	慮 な し の バ ス ト ン に 運 配	マ イ バ グ の 運 配	ミ ネ ー シ ョ ン の イ ル ミ ネ ー シ ョ ン	年 末 年 始 の イ ル ミ ネ ー シ ョ ン	装 飾 す る 事 業 を 花 壇 で	商 店 街 を 花 壇 で	特 に な し	そ の 他	無 回 答
全体	741	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。

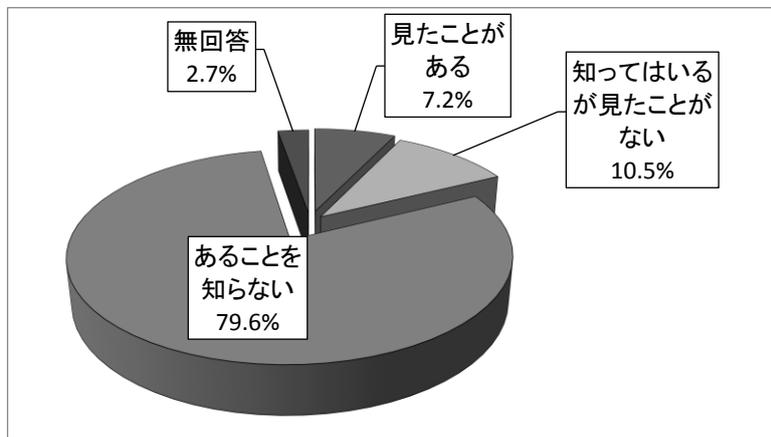


	N	市歳末セー 業なル朝	促進する事 業	域住の交 流を地	夏祭りの 事業	する事 業	チラシ をど 報よ	ホー ムペ ー ジ	慮した 環境に 配慮	マイ バッグ 運 動	ミ ネ ー ン イ ル	年 末 始 の イ ル ミ ネ ー シ ョ ン	装飾 する 事 業 で	商店 街を 花壇 で	特 に な し	そ の 他	無 回 答
全体	741	48.2%	27.4%	19.6%	6.9%	8.1%	4.7%	22.9%	7.3%	6.5%							

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○)



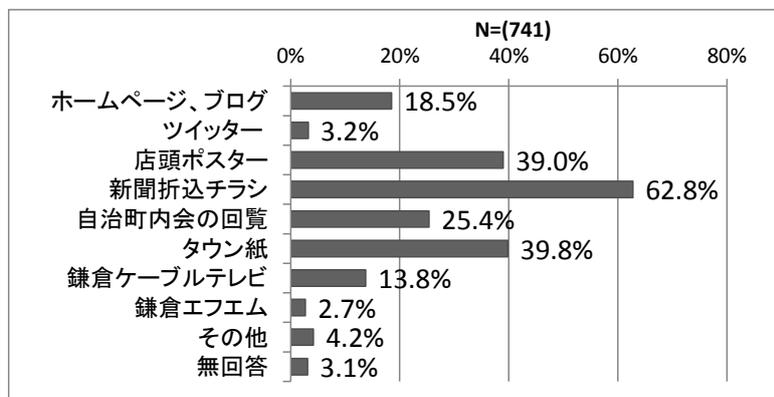
	N	見たことがある	知ってはいるが見たことがない	あることを知らない	無回答
全体	741	7.2%	10.5%	79.6%	2.7%
会社員	192	8.3%	3.6%	85.9%	2.1%
公務員	15	6.7%	6.7%	80.0%	6.7%
自営業	42	14.3%	26.2%	59.5%	0.0%
自由業	19	15.8%	10.5%	73.7%	0.0%
パート・アルバイト	92	7.6%	14.1%	75.0%	3.3%
専業主婦・主夫	209	6.7%	12.9%	78.5%	1.9%
学生	25	0.0%	12.0%	84.0%	4.0%
無職	116	3.4%	10.3%	81.9%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

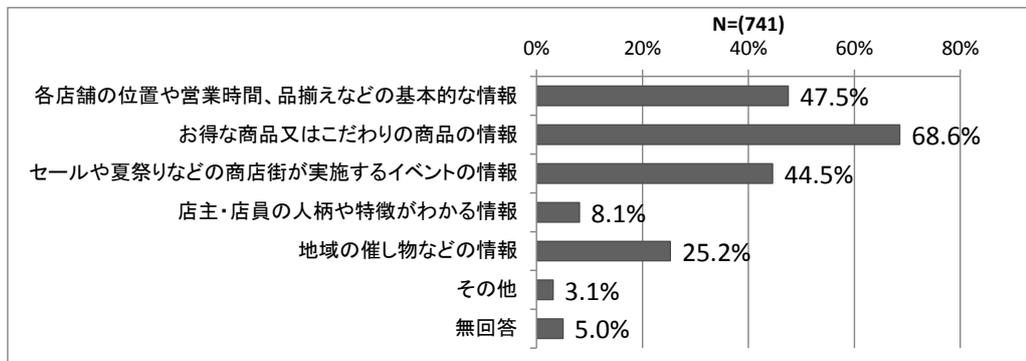


	N	ホームページ、ブログ	ツイッター	店頭ポスター	新聞折込チラシ	自治町内会の回覧	タウン紙	鎌倉ケーブルテレビ	鎌倉エフエム	その他	無回答
全体	741	18.5%	3.2%	39.0%	62.8%	25.4%	39.8%	13.8%	2.7%	4.2%	3.1%
男性 小計	267	24.3%	3.7%	32.6%	63.7%	23.2%	34.5%	15.4%	3.0%	4.9%	1.9%
18～19歳	4	25.0%	0.0%	50.0%	50.0%	50.0%	50.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	36.0%	16.0%	44.0%	60.0%	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○）



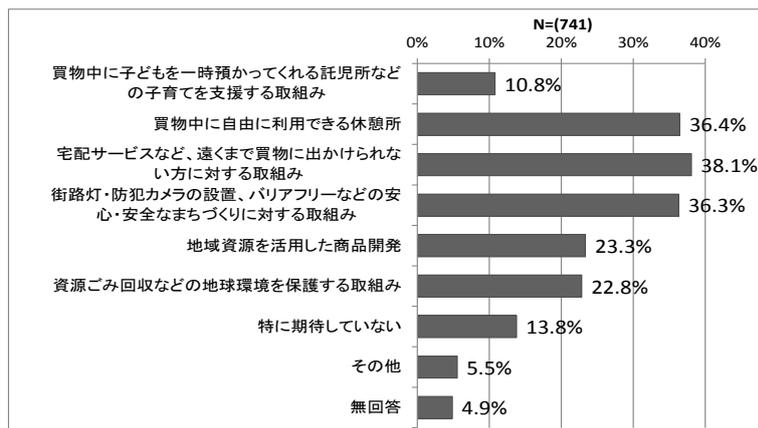
	N	各店舗の位置や営業時間、品揃えなどの基本的な情報	お得な商品又はこだわりの商品の情報	セールや夏祭りなどの商店街が実施するイベントの情報	店主・店員の人柄や特徴がわかる情報	地域の催し物などの情報	その他	無回答
全体	741	47.5%	68.6%	44.5%	8.1%	25.2%	3.1%	5.0%
男性 小計	267	50.9%	64.0%	47.2%	8.2%	25.1%	4.1%	3.7%
18～19歳	4	50.0%	75.0%	75.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%
20～29歳	25	64.0%	52.0%	52.0%	12.0%	16.0%	4.0%	8.0%
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○)

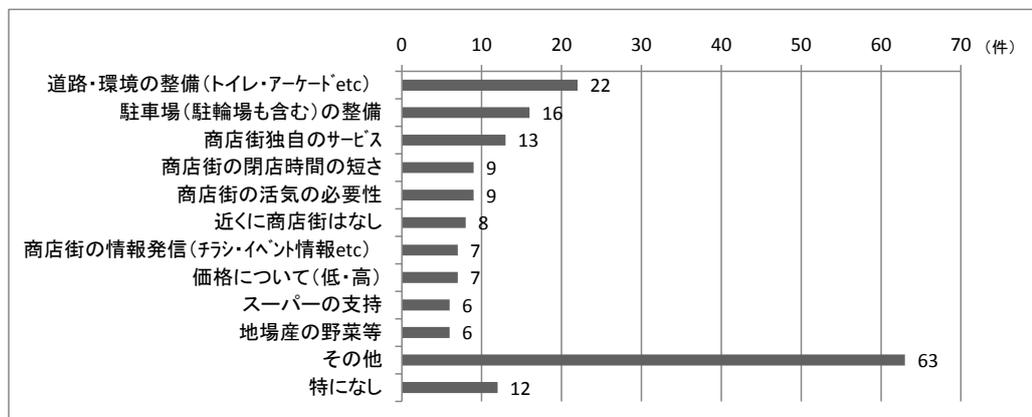


	N	買物中に子どもを一時預かってくれる託児所などの子育てを支援する取組み	買物中に自由に利用できる休憩所	宅配サービスなど、遠くまで買い物に出かけられない方に対する取組み	街路灯・防犯カメラの設置、バリアフリーなどの安心・安全なまちづくりに対する取組み	地域資源を活用した商品開発	資源ごみ回収などの地球環境を保護する取組み	特に期待していない	その他	無回答
全体	741	10.8%	36.4%	38.1%	36.3%	23.3%	22.8%	13.8%	5.5%	4.9%
男性 小計	267	13.1%	38.2%	34.8%	34.8%	23.6%	19.9%	13.9%	4.5%	4.5%
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