

### 3. 意識調査結果の集計・分析

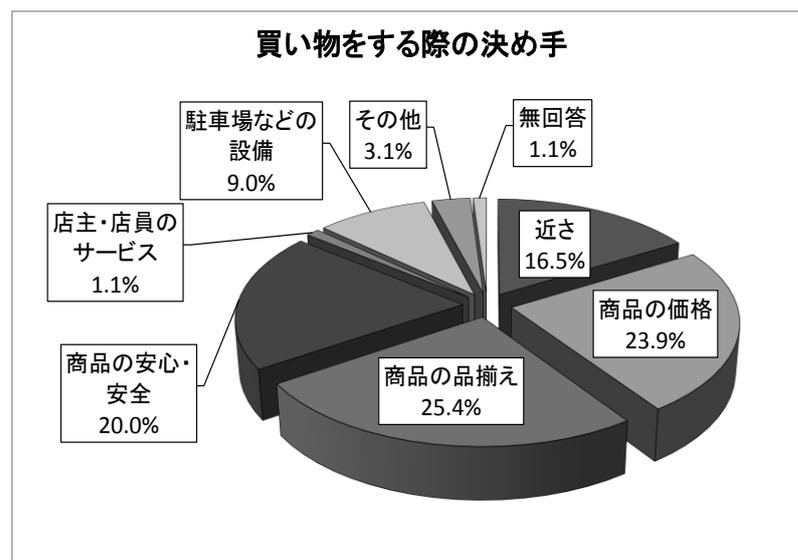
回収したアンケート調査票データについて入力し、意識調査の集計（単純集計、クロス集計）を行った。また、集計結果を基に分析を行った。

#### 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）

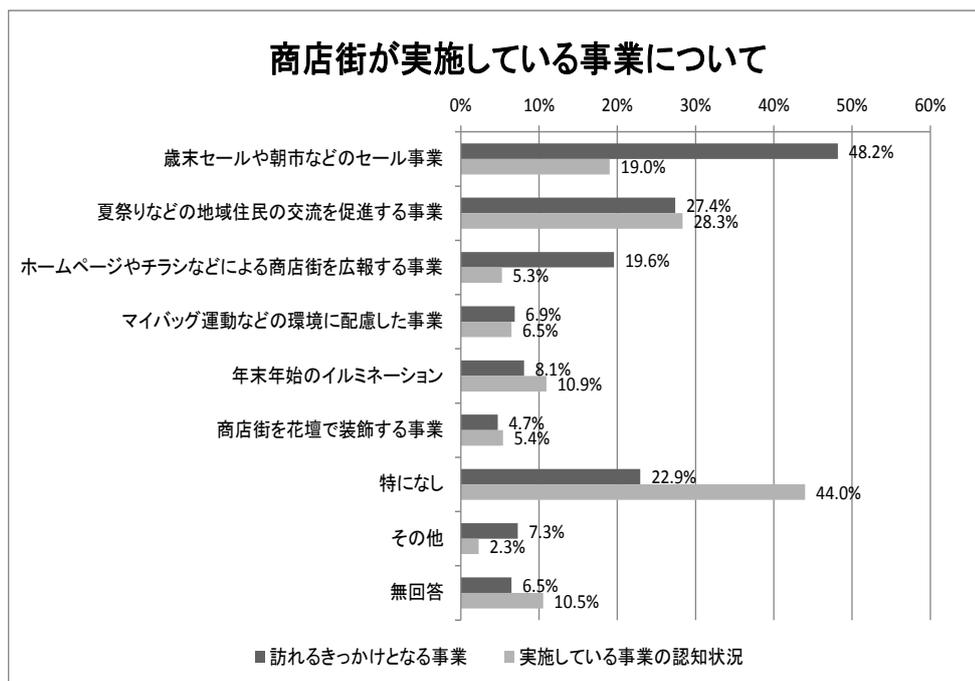
- ◆商店街の利用状況は、「週に1～2回以上利用する」と回答した人が50%近くであり、利用する理由としては、「近所だから」、「商品の価格が安いから」及び「商品の品揃えがよいから」がそれぞれ50%前後の回答であった。
- ◆「街路灯の設置など地域のために貢献しているから」は、3%程度と少ない回答率となっているが、地域の安全・安心に大きな役割を果たしていることは間違いないことである。少ない回答率となった原因は、回答者が商店街の地域貢献について知らないためであることが想定される。そのため、商店街が実施する地域貢献活動について地域住民に周知し、商店街のファンを増やす工夫を検討する必要がある。
- ◆また、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)

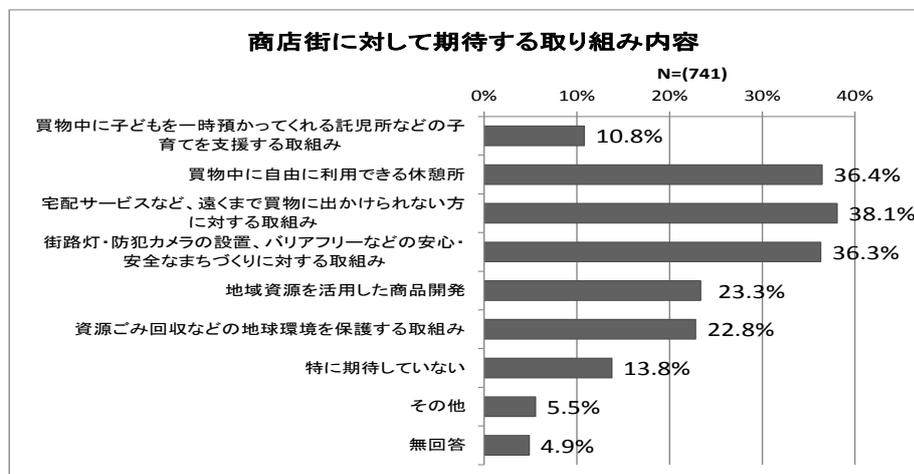
- ◆ 商店街が行っているホームページ運営については、「見たことがある」は全体の7%に過ぎず、その認知度はかなり低い。
- ◆ 商店街が発信する情報を受け取る際に確認しやすい方法については、「新聞折込チラシ」、「タウン紙」、「店頭ポスター」の指摘が上位を占め、紙ベースで視覚的に確認できる方法が有効であることがうかがえる。なお、若い世代の人は「ホームページ・ブログ」も確認しやすいとの回答も多く、情報発信方法を検討する際にはこれらのことも踏まえることも必要と考えられる。また、ターゲットとする年齢層を踏まえて情報発信の方法を選択する必要がある。
- ◆ 商店街が発信する情報として期待する内容について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

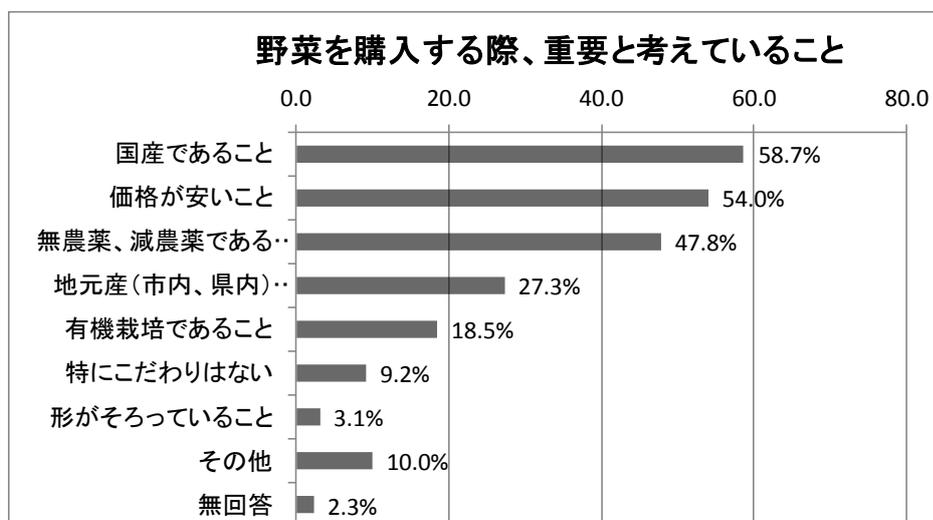
## (2) 農業に関して

### ① 農業と市民の係わりについて【問 19～問 22】 (P30～P33)

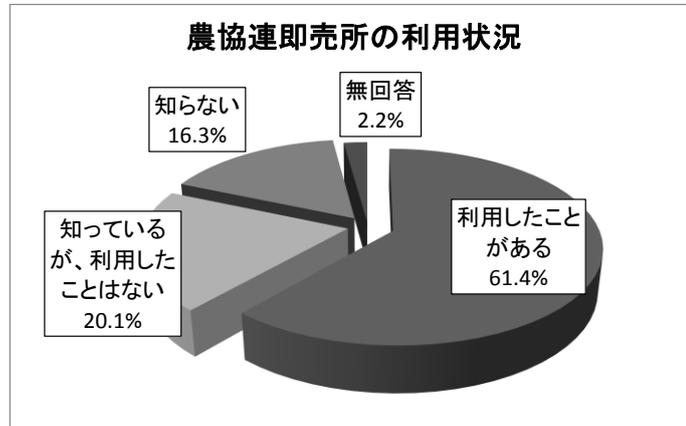
- ◆鎌倉市内の農業が行われていることについては、全体で89%の人が「知っている」と回答している。また、「居住地の近くに農地があるか」については、「すぐ近くにある」が25%、「少し離れている」が31%、「近くにはない」が44%であった。
- ◆鎌倉市にある農地についての考えについては、「環境や自然を保持する意味でも、今ある農地はできるだけ残してほしい」との意見が62%と最も多く、次いで「農業を一生懸命やっている農家の農地は残してほしい」が35%と、ほとんどの回答者が「農地を残してほしい」との意見であり、農地を他に転換するとの回答は少なかった。
- ◆鎌倉の農業や農地に対して感じていることについては、「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。

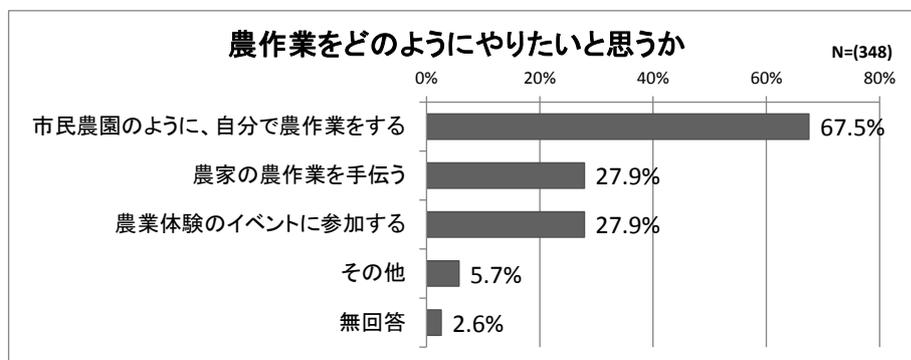
- ◆鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思うかについては、「食べたい」と「できれば食べたい」を合わせると90%以上を占め、逆に「食べたいとは思わない」は全体の6%であった。
- ◆鎌倉市内で生産された野菜を食べたいと思う理由については、「鎌倉野菜の品質の良さ（新鮮さ、安心、安全等）」を挙げている人が多く、また、「地元振興（応援）」、「地産地消促進に賛同（エコの促進）」などの理由も多かった。
- ◆学校給食で県内産の野菜を食材として使うことに対する意見としては、「新鮮で安心な野菜なので、ぜひ続けて欲しい」が72%と多く、「季節感がわかるような旬のものを使って欲しい」が61%、「無農薬、減農薬の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

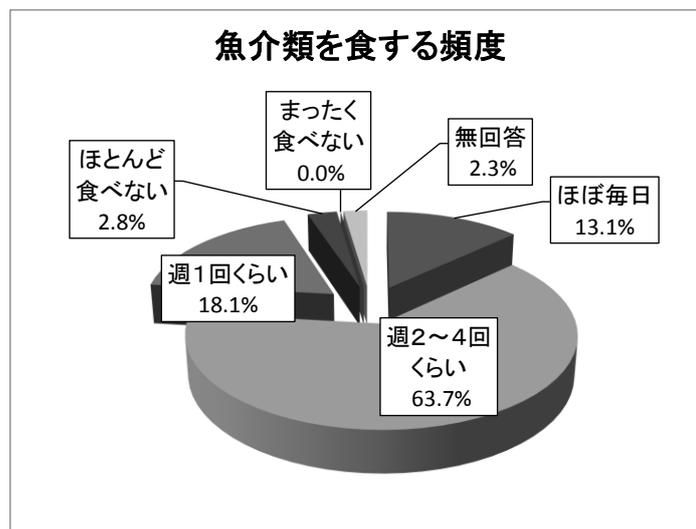
鎌倉市では、古くから漁業が営まれており、現在も小型定置網、刺網、しらす船曳網、わかめ養殖の沿岸漁業を中心に実施されている。

#### 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。

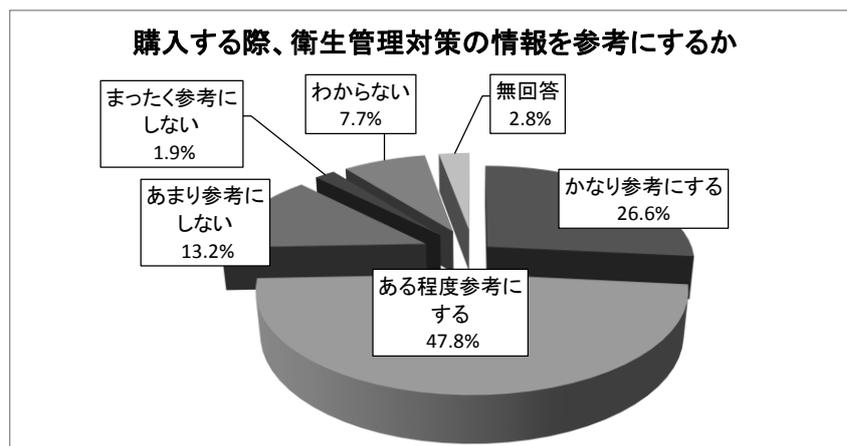
#### ② 魚介類の購入について【問 37～問 40、問 44、問 45】 (P48～P51、P55、P56)

- ◆ 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。



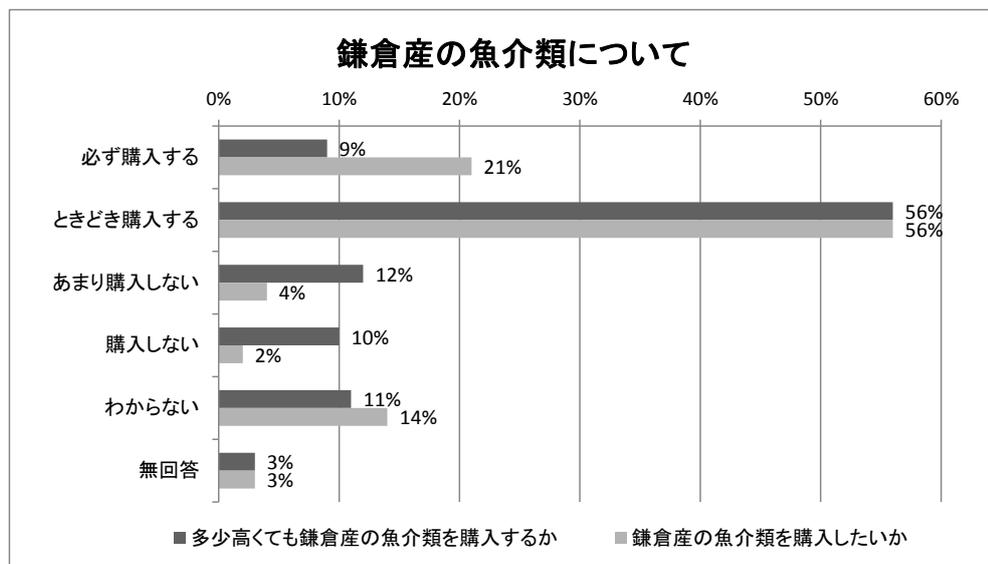
- ◆ 普段、魚介類を購入する際、何を基準にしているかについては、「新鮮さ」が84%と最も多く、次いで「価格」が55%、「おいしさ」が45%、「産地」が38%、「旬」が34%であった。

- ◆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。

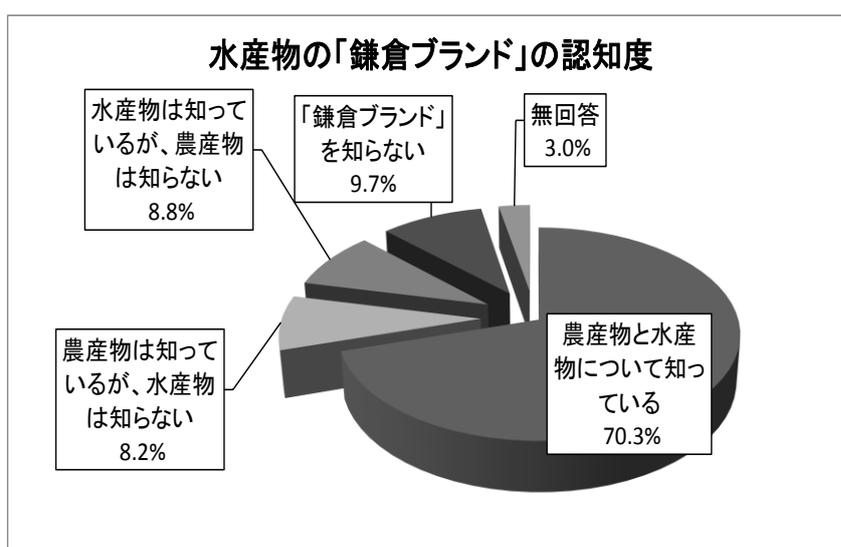


③ 鎌倉産の魚介類について【問 41～問 43、問 46】 (P52～P54、P57)

- ◆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。