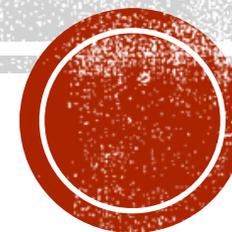


～鎌倉でコミュニティをひろげるための既存施設の有効活用プランまたは新規施設設立プラン～

KAMAKURA お茶屋巡り



日本大学 生物資源科学部

坂井大介 笠原健瑚 内田敬基

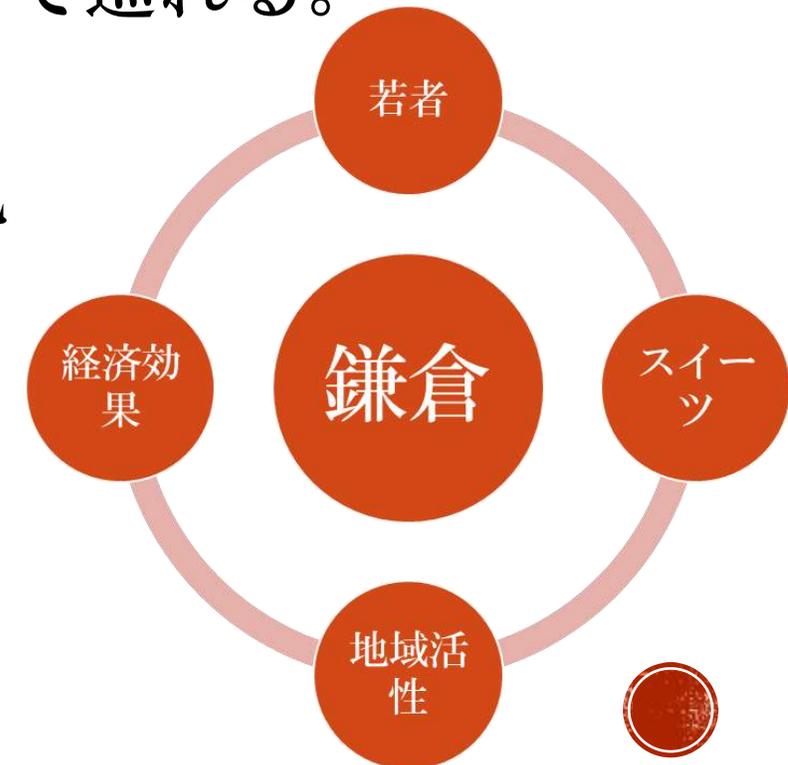
プランの主旨

- 鎌倉市の現状改善
- 若者の誘致
- 現実性
- 鎌倉への影響力
- 鎌倉新ブランドの確立



WHAT

- イベント開催により若者が集まる。
- 鎌倉市内のメジャーな茶屋から隠れた名店まで巡れる。
- 鎌倉を自分の足で巡り町並みのよさの再発見
→ 地域活性
- 新たな顧客獲得 → 経済効果



WHEN

- 四季に合わせて年4回実施(1回あたり1~2週間開催)
- 季節によって鎌倉の町並みが異なるので、春夏秋冬に合わせて季節の特色を出す。
- リピーターをつける。

WHO

- 女性(年齢問わず)がターゲット



WHERE

(対象)

- 鎌倉駅周辺(周囲 3 km)
→ J R ・ 江ノ電のアクセスが便利
- 北鎌倉駅周辺(周囲 3 km)
→ J R
- 西鎌倉駅周辺(周囲3km)
→ 湘南モノレール

アクセスの良さから選定

～所要時間～

横浜駅→鎌倉駅	27分
東京駅→鎌倉駅	50分



WHY

- 鎌倉の更なる活性化、地域の再発見
- 知らない鎌倉の一面を体感し味わってもらおう
- 寺院だけでない新たな鎌倉の創出



HOW

- 参加型イベント(例：ちよい飲みフェスティバル)
 - 一軒当たりワンコインで提供(二～三口程度の量)
- 寺社仏閣と連携(茶会を開く)
- 鎌倉らしさを出す(例：着物を着る、人力車でめぐる)
 - 別途で着付兼券・人力車券の発行

～ルール(案)～

- 一. 駅前の観光案内所で「茶券」を購入
- 二. 茶券に記載されている参加店舗から行きたい店を選ぶ。
- 三. 最初の店舗に行き、食べ歩きセットを楽しむ
- 四. 次の店舗に移動!
- 五. 楽しむ



～鎌倉市側の利点～

- 若者の誘致
- 消費額の増加
- 新たな観光スポットの開拓
- 利用者の増加
- 新規顧客の獲得

Etc...

～観光者の利点～

- 安価で鎌倉ブランドを食べつくせる
- 鎌倉の新たな一面の発見
- 鎌倉スイーツの堪能
- 食べやすい
- 和洋中の様々スイーツがある

Etc...



今後の問題点

- 参加店舗の特定
- 仕組みづくり
- PR活動の方法
 - SNSの活用 etc

