

# 取手市における需要動向調査

## <実施概要>

調査時期	ウェブ：平成29年年7月27日～9月30日 産業まつり調査：平成29年年11月5日～11月6日
調査対象	ウェブ・・商工会の会報誌の閲覧者 産業まつり調査・・産業まつり来場者
回収数	ウェブ：60件 産業まつり調査：121件
有効回答数	ウェブ：60件 産業まつり調査：121件 合計181件

## 属性

- ・総務省統計局が実施している家計調査と比べ、取手市民の1か月当たりの可処分所得額はおよそ15万6千円高かった。  
※一月当たりの可処分所得額を自由記述で記入いただいたところ、年収で記載したと思われる回答が散見された。平均値から標準偏差の2倍以上離れた回答を異常値とし、12か月で除した値を一月当たりの可処分所得額として扱っている。
- ・1か月に生活費以外で自由に使えるお金は「3～5万円未満」が最も多く29.3%だった。

## ○性別・年代

	20歳代以下		30歳代		40歳代		50歳代		60歳代		70歳代以上		回答なし		合計	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
男性	5	2.8%	14	7.7%	17	9.4%	14	7.7%	24	13.3%	7	3.9%	1	0.6%	82	45.3%
女性	7	3.9%	16	8.8%	14	7.7%	13	7.2%	22	12.2%	14	7.7%	7	3.9%	93	51.4%
回答なし	1	0.6%	0	0.0%	0	0.0%	1	0.6%	2	1.1%	2	1.1%	0	0.0%	6	3.3%
合計	13	7.2%	30	16.6%	31	17.1%	28	15.5%	48	26.5%	23	12.7%	8	4.4%	181	100.0%

## ○家族構成

	回答数	割合
単身	14	7.7%
夫婦のみ	55	30.4%
2世代親子（親族の同居含む）	88	48.6%
3世代親子（親族の同居含む）	19	10.5%
その他	4	2.2%
回答なし	1	0.6%
合計	181	100.0%

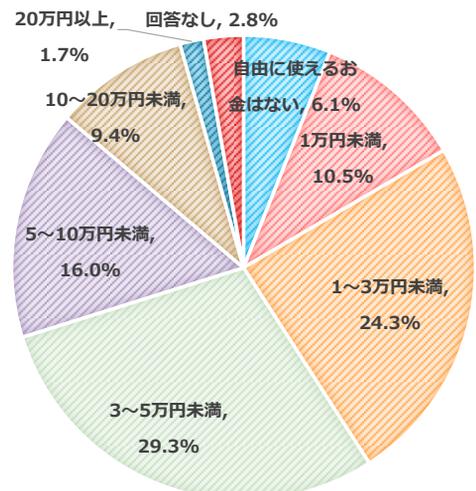
## ○居住地

	回答数	割合
取手地区	111	61.3%
藤代地区	27	14.9%
それ以外	43	23.8%
回答なし	0	0.0%
合計	181	100.0%

## ○可処分所得



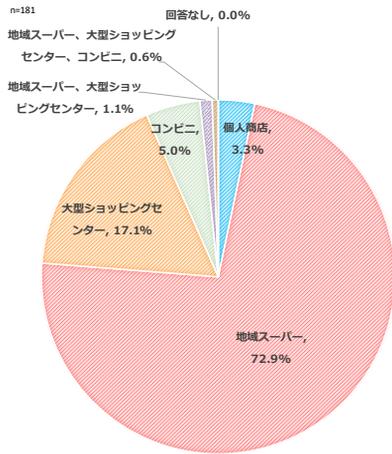
## ○1ヶ月に自由に使えるお金



# 食料品

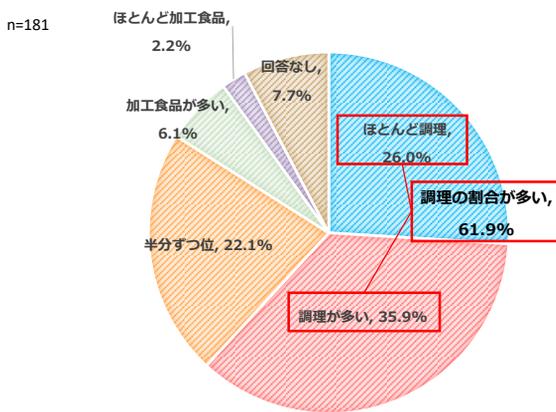
- ・食料品を購入する店舗は「地域スーパー」が最も多く、72.9%だった。
- ・「調理の割合が多い」回答者は61.9%だった。取手市民は生鮮食品を購入して自宅で調理している傾向が強いと考えられる。
- ・地元産の生鮮食品について「購入欲がある」回答者は56.3%だった。半数以上の取手市民が地元産の生鮮食品を購入したいと考えている。

## ○食料品を購入する店舗



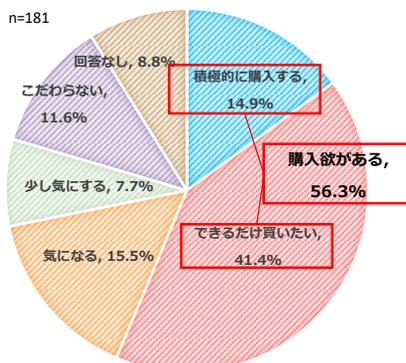
	回答数	割合
個人商店	6	3.3%
地域スーパー	132	72.9%
大型ショッピングセンター	31	17.1%
コンビニ	9	5.0%
地域スーパー、大型ショッピングセンター	2	1.1%
地域スーパー、大型ショッピングセンター、コンビニ	1	0.6%
回答なし	0	0.0%
<b>合計</b>	<b>181</b>	<b>100.0%</b>

## ○自宅調理と加工食品の割合



	回答数	割合
ほとんど調理	47	26.0%
調理が多い	65	35.9%
半分ずつ位	40	22.1%
加工食品が多い	11	6.1%
ほとんど加工食品	4	2.2%
回答なし	14	7.7%
<b>合計</b>	<b>181</b>	<b>100.0%</b>

## ○地元産の生鮮食品

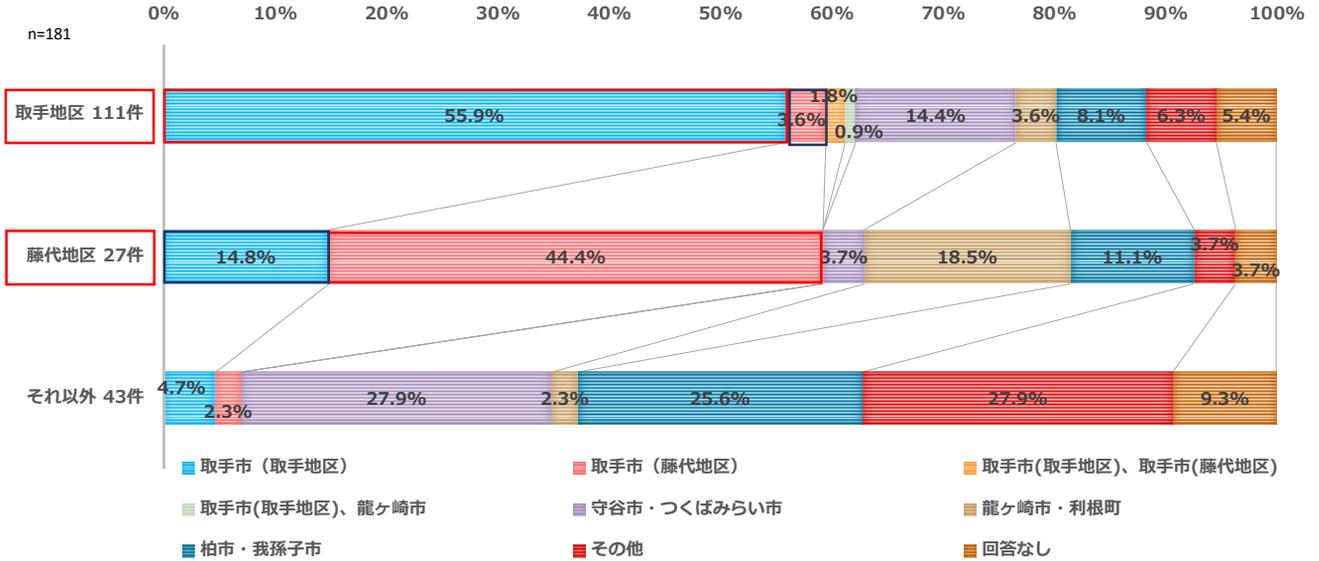


	回答数	割合
積極的に購入する	27	14.9%
できるだけ買いたい	75	41.4%
気になる	28	15.5%
少し気になる	14	7.7%
こだわらない	21	11.6%
回答なし	16	8.8%
<b>合計</b>	<b>181</b>	<b>100.0%</b>

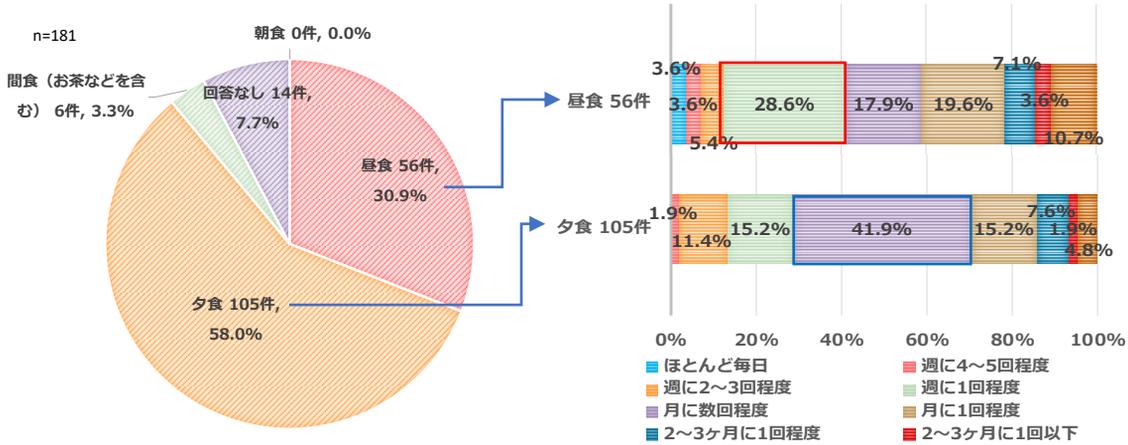
# 外食

- ・ 取手地区、藤代地区にお住まいの方は、外食先としてそれぞれお住まいの地区を最もよく利用している。藤代地区にお住まいの方の14.8%が取手地区で外食を利用している一方、取手地区にお住まいの方が藤代地区で外食を利用している割合は3.6%で、10%ポイント以上の差がある。
- ・ 外食の多いタイミングは「昼食」、「夕食」が多い。昼食は「週に1回程度」、夕食は「月に数回程度」利用している割合が最も多い。
- ・ 平成28年度調査では「個人店」よりも「チェーン店」を利用する割合が30%以上多かったが、平成29年度調査では「チェーン店」を利用する割合が多いものの、その差は約10%ポイント程度に縮まった。

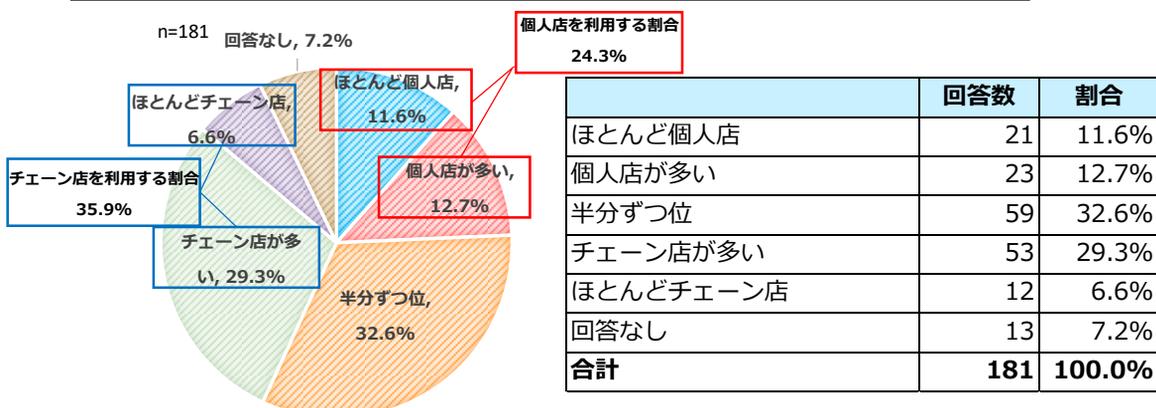
## ○外食をよく利用する地域



## ○外食を最もよくするタイミングと頻度



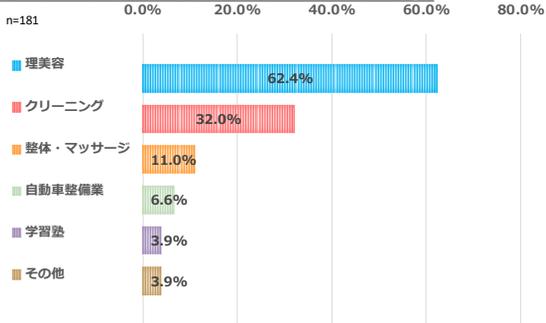
## ○外食先として個人営業の飲食店とチェーン店の利用割合



# サービス業

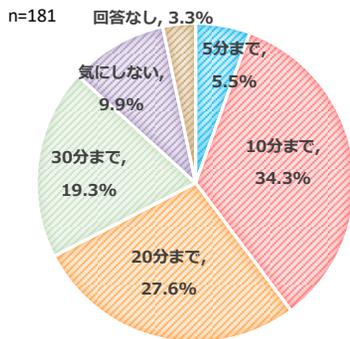
- ・サービス業では「理美容」を利用する割合が多い。
- ・自宅から店舗までどのくらいの時間では「10分まで」と「20分まで」の割合が多い。車を利用する場合、自宅からの距離が2.5～5キロメートルまでがサービス業を利用する範囲となる。
- ・また利用したいと思う基準で「クーポンなど割引」が最も少なかった。ポイントカードの利用を「意識している」割合が80%を超えているのに対し、類似のサービスともいえる「クーポンなど割引」ではまた利用したいと思わせる決め手としては不十分であることがうかがえる。

## ○よく利用するサービス業 (複数回答)



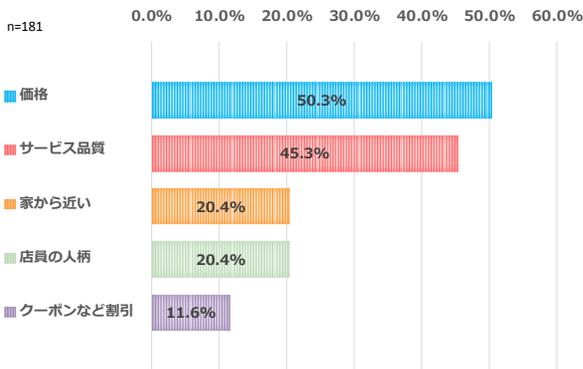
	回答数	割合
理美容	113	62.4%
クリーニング	58	32.0%
整体・マッサージ	20	11.0%
自動車整備業	12	6.6%
学習塾	7	3.9%
その他	7	3.9%

## ○自宅から店舗までの時間

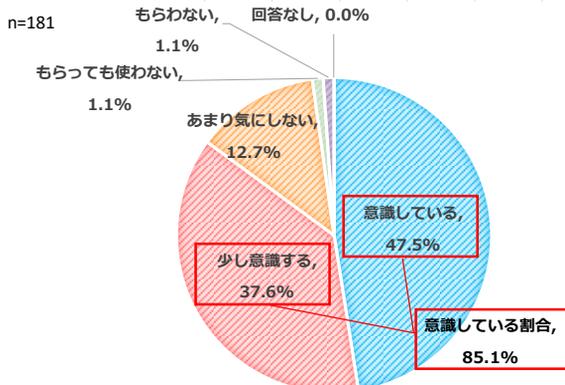


	回答数	割合
5分まで	10	5.5%
10分まで	62	34.3%
20分まで	50	27.6%
30分まで	35	19.3%
気にならない	18	9.9%
回答なし	6	3.3%
<b>合計</b>	<b>181</b>	<b>100.0%</b>

## ○また利用したいと思う基準とポイントカード利用意識 (複数回答)



	回答数	割合
価格	91	50.3%
サービス品質	82	45.3%
家から近い	37	20.4%
店員の人柄	37	20.4%
クーポンなど割引	21	11.6%

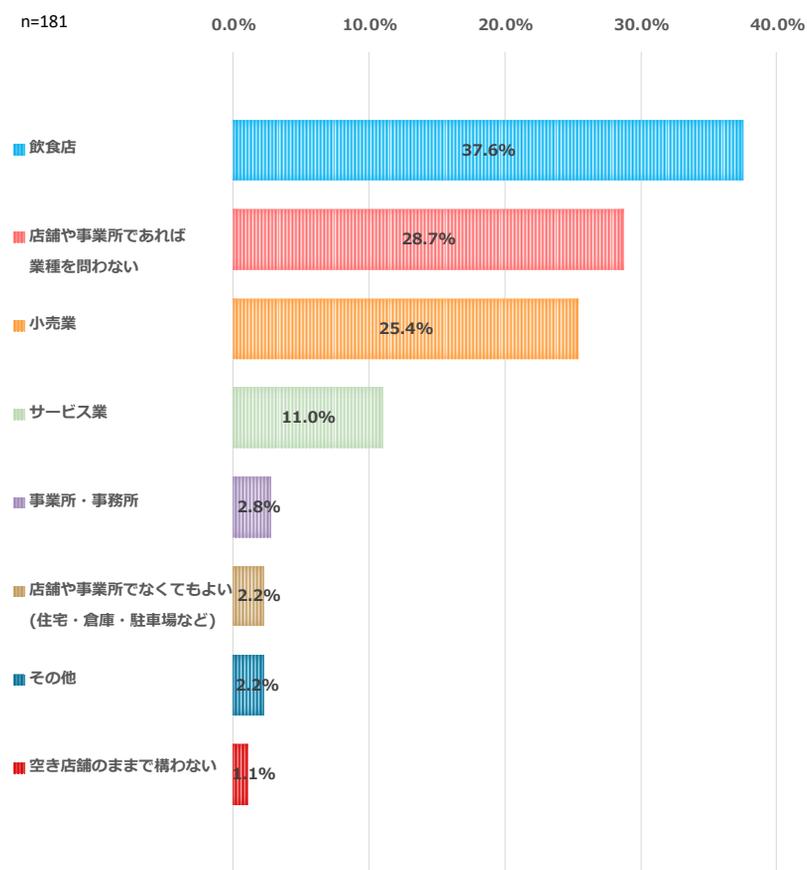


	回答数	割合
意識している	86	47.5%
少し意識する	68	37.6%
あまり気にしない	23	12.7%
もらっても使わない	2	1.1%
もらわない	2	1.1%
回答なし	0	0.0%
<b>合計</b>	<b>181</b>	<b>100.0%</b>

# 空き店舗 に関して

- ・「空き店舗のままで構わない」と回答した方は1.1%で、ほとんどすべての方が空き店舗を活用すべきだと考えている。
- ・空き店舗を活用して、出店して欲しいの業種は「飲食業」が37.6%で最も多い。後述の自由記述でも「外食する所が少ない」といった意見があるように、飲食店の要望が一定数あるようである。

## ○空き店舗が活用される時に出店を希望する業種 (複数回答)



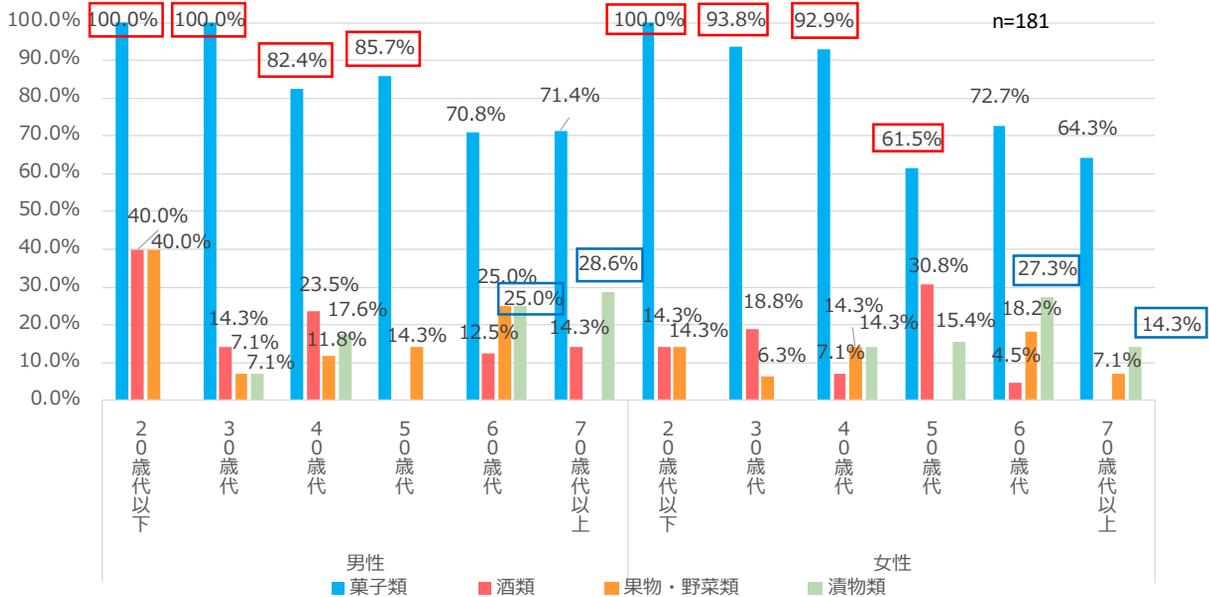
	回答数	割合
飲食店	68	37.6%
店舗や事業所であれば業種を問わない	52	28.7%
小売業	46	25.4%
サービス業	20	11.0%
事業所・事務所	5	2.8%
店舗や事業所でなくてもよい (住宅・倉庫・駐車場など)	4	2.2%
その他	4	2.2%
空き店舗のままで構わない	2	1.1%

# お土産

・男女とも概ね20歳代以下～50歳代年代は「菓子類」の割合多く、60歳代～70歳代以上は「漬物類」の割合が多い。

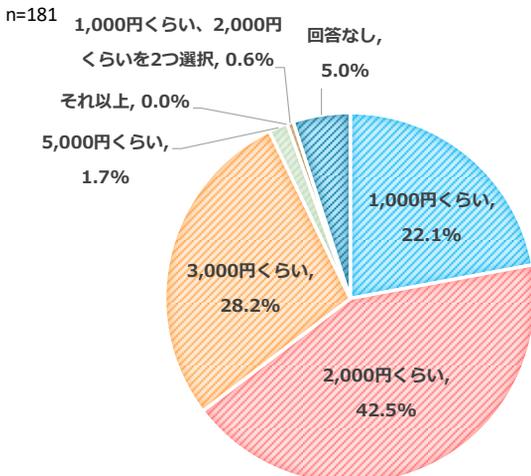
注) 各お土産の予算の選択肢それぞれ【1,000円】【2,000円】【3,000円】【5,000円】、1000円くらいと2000円くらいの2つを選んだ方を【1,500円】と仮定し、それぞれの割合を掛け合わせることでお土産1箱当たりの予算を算出したところ、およそ2,008円となる。

## ○お土産に選ぶもの (グラフは主な4品目のみで作成)



		菓子類		酒類		乳製品		肉類		穀物類		果物・野菜類		漬物類		その他	
		回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
男性	20歳代以下	5	100.0%	2	40.0%	1	20.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	40.0%	0	0.0%	0	0.0%
	30歳代	14	100.0%	2	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	7.1%	1	7.1%	0	0.0%
	40歳代	17	82.4%	4	23.5%	0	0.0%	1	5.9%	1	5.9%	2	11.8%	3	17.6%	0	0.0%
	50歳代	14	85.7%	0	0.0%	1	7.1%	1	7.1%	1	7.1%	2	14.3%	0	0.0%	0	0.0%
	60歳代	24	70.8%	3	12.5%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	6	25.0%	6	25.0%	1	4.2%
	70歳代以上	7	71.4%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	28.6%	1	14.3%
回答なし	1	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	
女性	20歳代以下	7	100.0%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%
	30歳代	16	93.8%	3	18.8%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%	1	6.3%	0	0.0%	0	0.0%
	40歳代	14	92.9%	1	7.1%	0	0.0%	1	7.1%	1	7.1%	2	14.3%	2	14.3%	0	0.0%
	50歳代	13	61.5%	4	30.8%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	15.4%	0	0.0%
	60歳代	22	72.7%	1	4.5%	1	4.5%	0	0.0%	1	4.5%	4	18.2%	6	27.3%	0	0.0%
	70歳代以上	14	64.3%	0	0.0%	1	7.1%	1	7.1%	1	7.1%	1	7.1%	2	14.3%	0	0.0%
回答なし	7	42.9%	2	28.6%	1	14.3%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2	28.6%	1	14.3%	

## ○お土産1箱当たりの予算



	回答数	割合
1,000円くらい	40	22.1%
2,000円くらい	77	42.5%
3,000円くらい	51	28.2%
5,000円くらい	3	1.7%
それ以上	0	0.0%
1,000円くらい、2,000円くらいを2つ選択	1	0.6%
回答なし	9	5.0%
<b>合計</b>	<b>181</b>	<b>100.0%</b>

## 自由記述

- 36件の回答が寄せられ、以下のような要望が目立った。
- ・ 駅前開発
  - ・ 飲食店などの出店希望
  - ・ 個人商店や商店街の活性化
  - ・ 大型ショッピングモールの建設
  - ・ 公共施設(公園やトイレなど)の拡充
  - ・ イベントの開催

### 【特徴的な回答例】

ご意見	年代	性別
駅前に活気がない。取手市は交通の便は確かに良いが、人を定住させる努力をすべき	20歳代以下	男性
公園が少ない	30歳代	男性
街灯が少なく、華やかさに欠ける。町全体が古臭い。		
服・靴、本・CD、文房具・画材、等のお店が無く守谷市・つくば市に買いに行ってます。芸大もあるのだから市内にお店があれば、若い人が増えるのでは。		
コミュニティFM等でもよいので、常設の公開スタジオやイベント広場等が駅周辺にあると、人も集まり情報発信になるのではないのでしょうか。		
桑原エリアの再開発、A街区		
アリオやイオンモールのような大規模な商業店舗が取手にもほしい。		
あそぶ所が少ない。	女性	
取手駅にエレベーター（常総線）		
街灯が少ない		
お店がない。		
コンビニが少ないなと思いました（東京から今日初めて来ました）。	40歳代	男性
取手署から青柳地区に向かう新道路のロードサイド活用がされれば良いと思います。		
ショッピングモールが無いのが残念。いつも守谷に行きます。		
若者が魅力を感じる街にしてもらいたい。日祝日でも取手駅前の人通りが閑散としている。ふれあい道路沿いにコストコがあると便利。		
商工会のイベントが、あまり元気がないので、応援しますから、これからも続けてほしい。子供たちが賑わえるイベントがりそうです。もっと屋台や遊びの充実を。		
緑の常磐線が藤代まで来てほしい		
自然と共生できる土地柄の良さを活かして欲しい。		
車を利用するので 駐車場がない。		
大型店舗がないので他の市に行ってしまう	女性	
衣料品を売る店が少ないです。あっても駅から遠い。若い人と年取った人の服はよく売っていますが、しまむらや西松屋はあるけどいいものはすぐ売れてしまってヨーカドーまで行かなくてはならず不便です。		
チェーン店のみではなく、個人の店舗が長く営業できる支援をお願いします。		
道の駅、つくったらどうでしょうか？		
商店街の活性化	50歳代	男性
外食する所が少ない。		
駅周辺、町中がもっとにぎわいがあった方が良い。	60歳代	男性
店少ない		
人口数の増加		
他の市に比べ活気がない。他へ引っ越したい		
街の活気が薄れていること	回答なし	
近くに飲食店が無い（たとえばラーメン屋）		
取手市のにぎわい、商店の活性化を期待します。	70歳代以上	女性
駅の公衆トイレ 改善してほしい		
戸頭は公共面でも満足。イオンがなくなり残念！同類の店を求む。		
我が家の近くに店があると便利なのですが、戸頭に住んでいてまあ便利と思っています。		
ボックスヒルの空きが多い。詰めてほしい		
回答なし	回答なし	女性

重視すること・不満に思うこと

- ・食料品の購入については「価格」を重視していた。
- ・外食時には「価格」よりも「味」が最も重視されていた。
- ・消費行動を起こす際に重視することで食料品の購入では「接客サービス」が4.4%だったが、消費行動時に不満に思うこと・気になることでは15.5%で、11.1%ポイント多かった。  
接客サービスの良いことが集客に直接的に繋がる傾向は見られないが、悪いと利用者の不満に繋がる傾向が見られる。
- ・外食する店舗で気になることは「汚れ」が最も多い。不衛生な環境で飲食することを回答者は望んでいないことがうかがえた。

### ○消費行動を起こす際に重視すること

	食料品の購入(複数回答)		生鮮食品の購入(複数回答)		加工食品の購入(複数回答)	
	項目	割合	項目	割合	項目	割合
第1位	価格	74.0%	品質(味)	30.4%	価格	29.8%
第2位	品揃え	55.2%	価格	24.3%	産地	21.0%
第3位	店舗の雰囲気	8.3%	鮮度	23.2%	味	20.4%
第4位	営業時間	5.0%	産地	7.7%	カロリー・成分(原材料)	11.0%
第5位	接客サービス	4.4%	旬	2.2%	見た目	5.0%
第6位	周辺の環境	2.2%	大きさ・分量	1.7%	広告説明文	2.8%
	外食する店舗(複数回答)		サービス業(複数回答)		お土産(複数回答)	
	項目	割合	項目	割合	項目	割合
第1位	味	50.3%	価格	50.3%	味	61.3%
第2位	価格	24.9%	サービス品質	45.3%	価格	32.6%
第3位	店舗の雰囲気	8.8%	家から近い	20.4%	パッケージや商品のデザイン	21.5%
第4位	接客サービス	4.4%	店員の人の柄	20.4%	食べやすさ	16.0%
第5位	家から近い	3.9%	クーポンなど割引	11.6%	ブランド	8.8%
第6位	量	3.3%			箱の大きさ	5.0%

### ○消費行動時に不満に思うこと・気になること

	食料品の購入(複数回答)		外食する店舗(複数回答)	
	項目	割合	項目	割合
第1位	品揃え	33.7%	汚れ	52.5%
第2位	価格	32.0%	他人の喫煙	27.1%
第3位	接客サービス	15.5%	料理の見た目	19.3%
第4位	店舗の雰囲気	14.9%	他の客との距離	14.9%
第5位	周辺の環境	8.8%	店員の会話	9.4%
第6位	営業時間	7.7%		