

# 取手市における需要動向調査

## <実施概要>

<b>調査時期</b>	「需要動向調査」 郵送：2016年12月22日～2017年1月15日 ウェブ：2016年12月22日～2017年2月2日 「産業まつり調査」 2016年11月5日～2016年11月6日
<b>調査対象</b>	「需要動向調査」 取手市在住の満20歳以上の男女(市内在住者の性別・年代・地域を考慮した無作為抽出) 「産業まつり調査」 「産業まつり」来場者
<b>送付数</b>	2,000部(需要動向調査)
<b>回収数</b>	需要動向調査 紙面：596件 ウェブ：33件 地域経済動向調査 308件
<b>有効回答数</b>	「需要動向調査」629件(31.45%) 「産業まつり調査」308件 合計937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3万円低かった。
- ・1か月に生活費以外で自由に使えるお金は「1～3万円未満」「3～5万円未満」が22%前後で多かった。

## ○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	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
男性	20	2.1%	37	3.9%	52	5.5%	48	5.1%	87	9.3%	85	9.1%	23	2.5%	352	37.6%
女性	23	2.5%	98	10.5%	96	10.2%	81	8.6%	145	15.5%	84	9.0%	18	1.9%	545	58.2%
回答なし	1	0.1%	0	0.0%	2	0.2%	6	0.6%	15	1.6%	13	1.4%	3	0.3%	40	4.3%
合計	44	4.7%	135	14.4%	150	16.0%	135	14.4%	247	26.4%	182	19.4%	44	4.7%	937	100.0%

## ○居住地

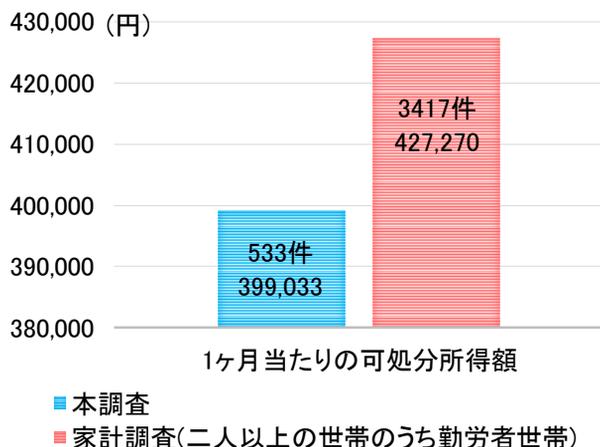
	回答数	割合
取手地区	457	66.5%
藤代地区	163	23.7%
それ以外	65	9.5%
回答なし	2	0.3%
合計	687	100.0%

※「産業まつり調査」では「取手地区」と「藤代地区」を区別せずに「取手市」としたため、「取手市」と回答した250件を除いた687件で集計している。

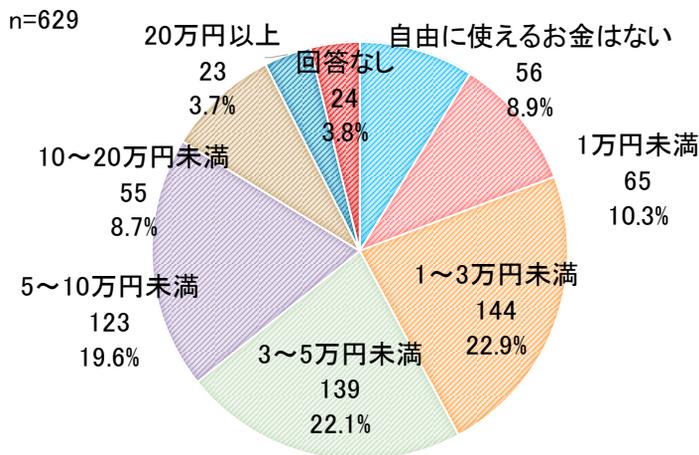
## ○家族構成

	回答数	割合
単身	88	9.4%
夫婦のみ	314	33.5%
2世代親子（親族の同居含む）	414	44.2%
3世代親子（親族の同居含む）	78	8.3%
その他	36	3.8%
回答なし	7	0.7%
合計	937	100.0%

## ○可処分所得



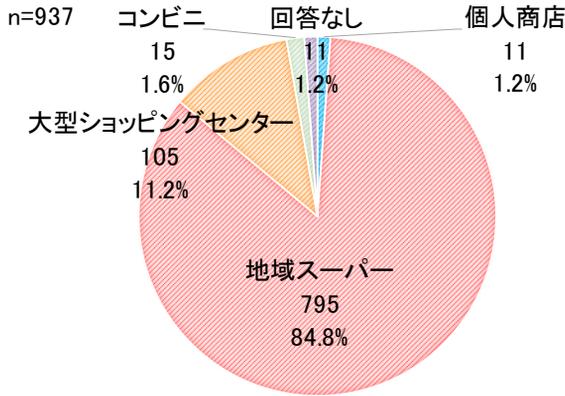
## ○1ヶ月に自由に使えるお金



# 食料品

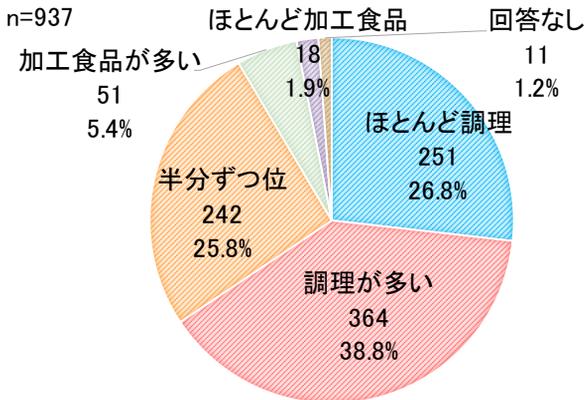
- ・食料品を購入する店舗は「地域スーパー」が最も多く、
- ・「調理の割合が多い」回答者は65.6%。取手市民は生鮮食品を購入して自宅で調理している傾向が強いと考えられる。
- ・地元産の生鮮食品について購入欲がある回答者は61.3%。半数以上の取手市民が地元産の生鮮食品を購入したいと考えている。

## ○食料品を購入する店舗



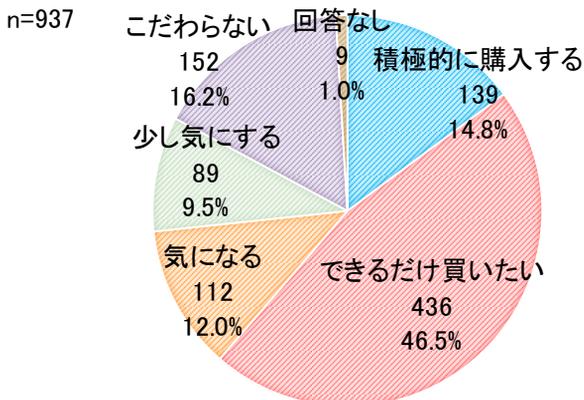
	回答数	割合
個人商店	11	1.2%
地域スーパー	795	84.8%
大型ショッピングセンター	105	11.2%
コンビニ	15	1.6%
回答なし	11	1.2%
合計	937	100.0%

## ○自宅調理と加工食品の割合



	回答数	割合
ほとんど調理	251	26.8%
調理が多い	364	38.8%
半分ずつ位	242	25.8%
加工食品が多い	51	5.4%
ほとんど加工食品	18	1.9%
回答なし	11	1.2%
合計	937	100.0%

## ○地元産の生鮮食品

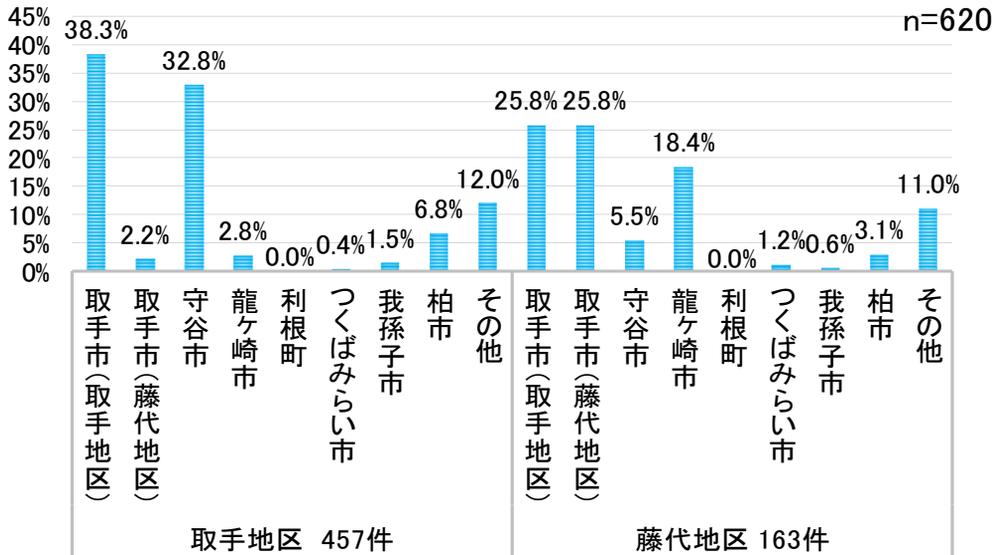


	回答数	割合
積極的に購入する	139	14.8%
できるだけ買いたい	436	46.5%
気になる	112	12.0%
少し気になる	89	9.5%
こだわらない	152	16.2%
回答なし	9	1.0%
合計	937	100.0%

# 外食

- ・藤代地区にお住まいの回答者は「取手市(取手地区)」と「取手市(藤代地区)」の両方を利用するが、取手地区にお住まいの回答者は藤代地区で外食をしない代わりに「守谷市」(32.8%)に出かける傾向が強い。
- ・外食をするタイミングは「昼食」、「夕食」が多く、その頻度は「月に数回程度」が最も多い。
- ・取手市民は「個人店」よりも「チェーン店」を利用する割合が30%以上多い。

## ○外食をよく利用する地域

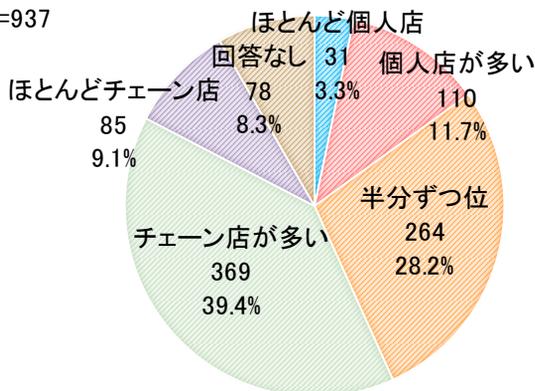


## ○外食をするタイミングと頻度

	ほとんど毎日		週に4~5回程度		週に2~3回程度		週に1回程度		月に数回程度	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
朝食	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	33.3%	0	0.0%
昼食	6	2.0%	5	1.7%	21	7.0%	54	17.9%	113	37.4%
夕食	2	0.8%	1	0.4%	21	8.5%	44	17.7%	90	36.3%
間食(お茶などを含む)	0	0.0%	0	0.0%	1	12.5%	1	12.5%	1	12.5%
回答なし	0	0.0%	0	0.0%	2	2.9%	1	1.5%	2	2.9%
	月に1回程度		2~3ヶ月に1回程度		それ以下		回答なし		合計	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合	件数	割合
朝食	1	33.3%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	3	100.0%
昼食	58	19.2%	32	10.6%	9	3.0%	4	1.3%	302	100.0%
夕食	47	19.0%	33	13.3%	6	2.4%	4	1.6%	248	100.0%
間食(お茶などを含む)	2	25.0%	1	12.5%	1	12.5%	1	12.5%	8	100.0%
回答なし	0	0.0%	1	1.5%	2	2.9%	60	88.2%	68	100.0%

## ○個人営業の飲食店とチェーン店の利用割合

n=937

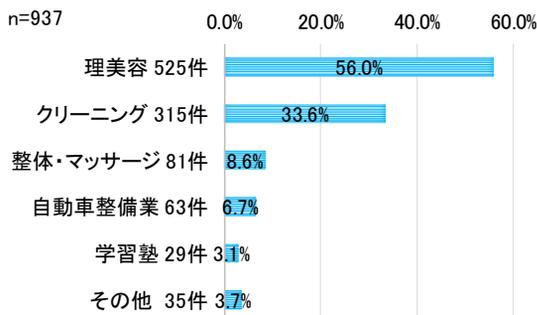


	回答数	割合
ほとんど個人店	31	3.3%
個人店が多い	110	11.7%
半分ずつ位	264	28.2%
チェーン店が多い	369	39.4%
ほとんどチェーン店	85	9.1%
回答なし	78	8.3%
合計	937	100.0%

# サービス業

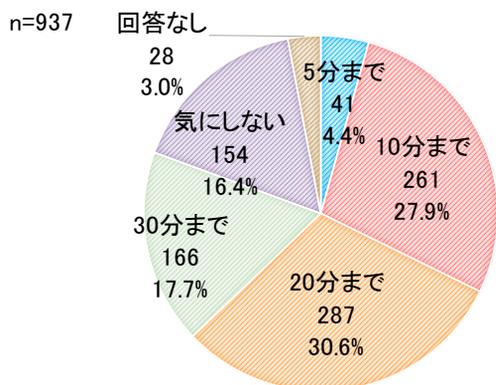
- ・サービス業では「理美容」を利用する割合が多い。
- ・自宅から店舗までどのくらいの時間では「20分まで」と「10分まで」の割合が多い。車を利用する場合、自宅からの距離が2.5~5キロメートルまでがサービス業を利用する範囲となる。
- ・また利用したいと思う基準で「クーポンなど割引」が最も少なかった。ポイントカードの利用を「意識している」割合が80%を超えているのに対し、類似のサービスともいえる「クーポンなど割引」ではまた利用したいと思わせる決め手としては不十分。

## ○よく利用するサービス業



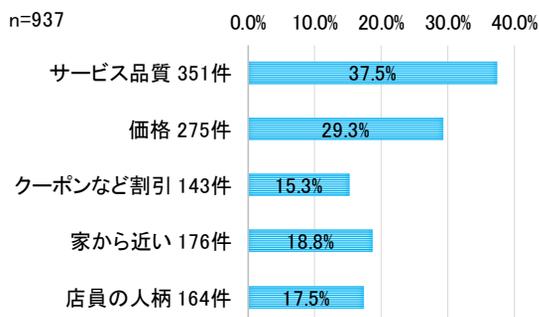
	回答数	割合
理美容	525	56.0%
クリーニング	315	33.6%
整体・マッサージ	81	8.6%
自動車整備業	63	6.7%
学習塾	29	3.1%
その他	35	3.7%

## ○自宅から店舗までの時間

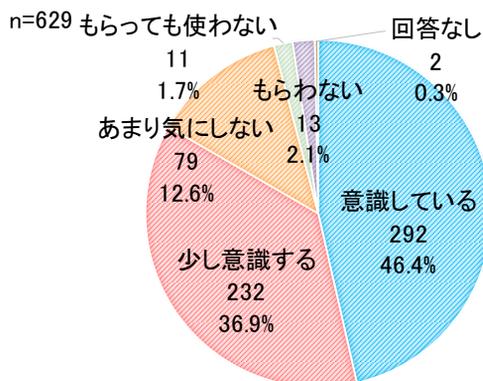


	回答数	割合
5分まで	41	4.4%
10分まで	261	27.9%
20分まで	287	30.6%
30分まで	166	17.7%
気にしない	154	16.4%
回答なし	28	3.0%
合計	937	100.0%

## ○また利用したいと思う基準とポイントカード利用意識



	回答数	割合
サービス品質	351	37.5%
価格	275	29.3%
クーポンなど割引	143	15.3%
家から近い	176	18.8%
店員の人の柄	164	17.5%

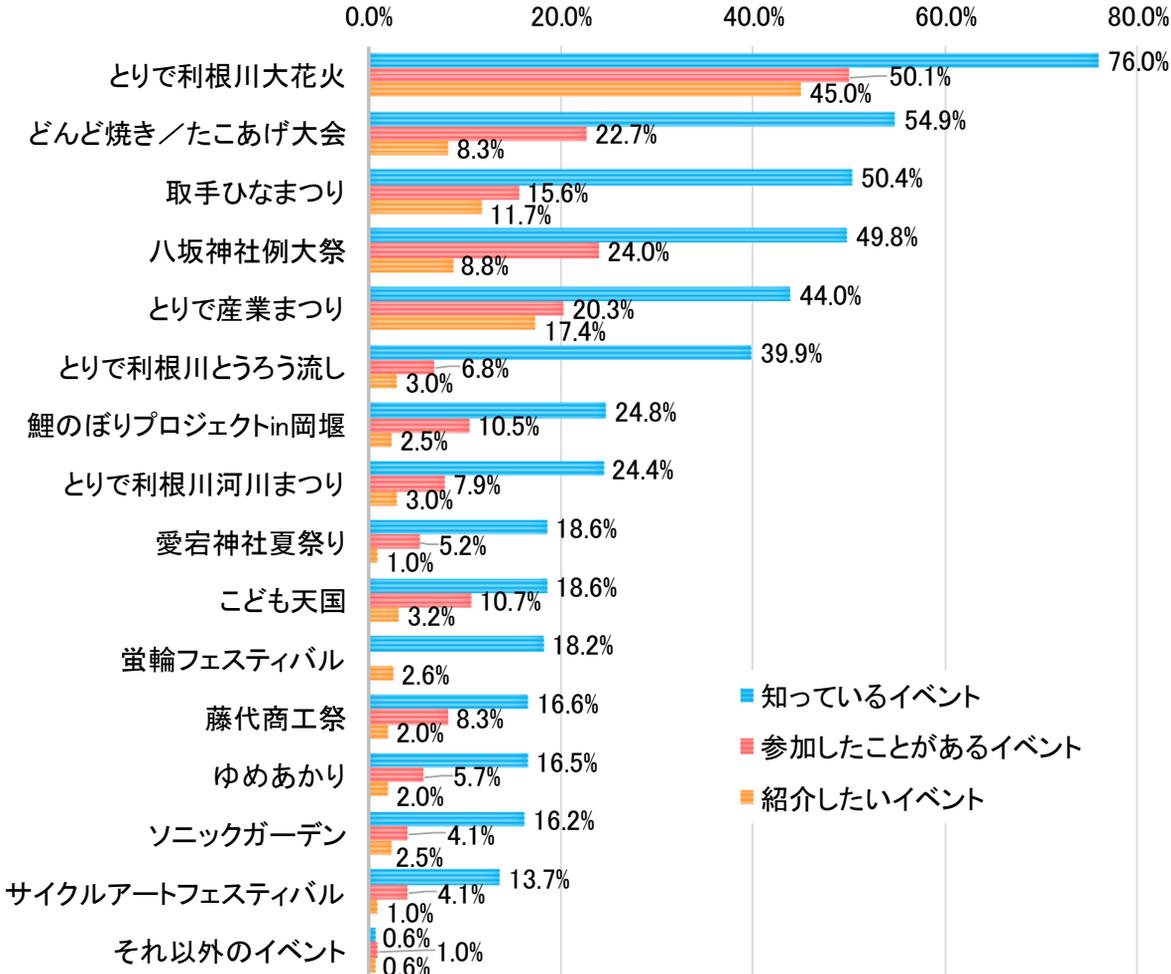


	回答数	割合
意識している	104	33.8%
少し意識する	129	41.9%
あまり気にしない	49	15.9%
もらっても使わない	2	0.6%
もらわない	4	1.3%
回答なし	20	6.5%
合計	308	100.0%

# 取手市のイベント

- ・「とりで利根川大花火」が知っているイベント、参加したことがあるイベント、紹介したいイベント全ての項目で最も多く、10万人が参加するイベントで取手市民にとって馴染み深いものであることがうかがえる。
- ・「とりで産業まつり」は参加したことがある割合が20.3%に対し、紹介したい割合が17.4%で乖離が少なかった。他にも乖離が少なかったイベントは「取手ひな祭り」で「参加したことがある」15.6%に対し、「紹介したい」11.7%だった。

知っているイベント、紹介したいイベント n=937  
 参加したことがあるイベント n=629

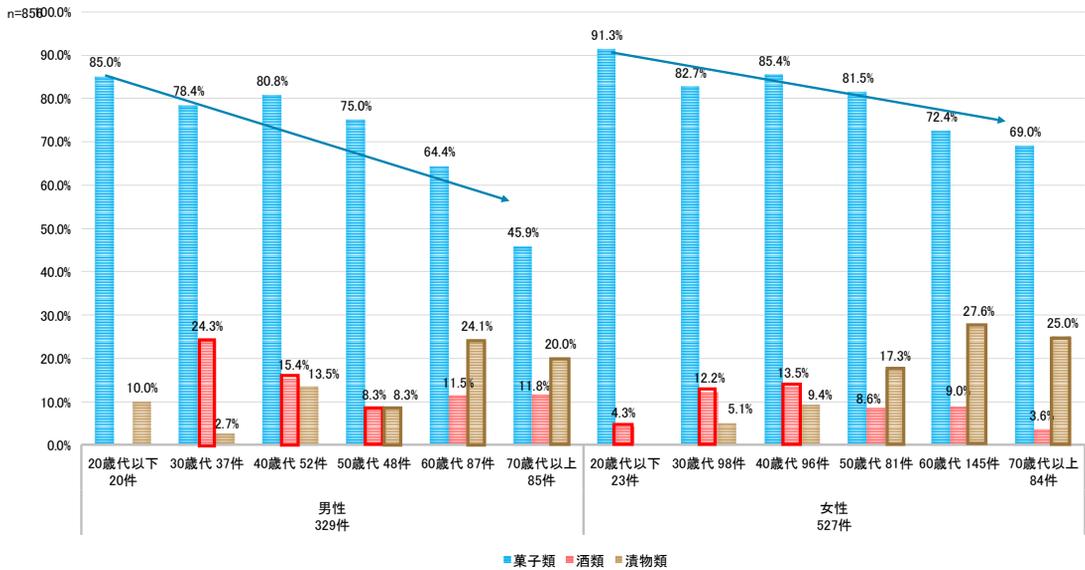


	知っているイベント	参加したことがあるイベント	紹介したいイベント
とりで利根川大花火	76.0%	50.1%	45.0%
どんど焼き／たこあげ大会	54.9%	22.7%	8.3%
取手ひなまつり	50.4%	15.6%	11.7%
八坂神社例大祭	49.8%	24.0%	8.8%
とりで産業まつり	44.0%	20.3%	17.4%
とりで利根川とうろう流し	39.9%	6.8%	3.0%
鯉のぼりプロジェクトin岡堰	24.8%	10.5%	2.5%
とりで利根川河川まつり	24.4%	7.9%	3.0%
愛宕神社夏祭り	18.6%	5.2%	1.0%
こども天国	18.6%	10.7%	3.2%
蛍輪フェスティバル	18.2%	0.0%	2.6%
藤代商工祭	16.6%	8.3%	2.0%
ゆめあかり	16.5%	5.7%	2.0%
ソニックガーデン	16.2%	4.1%	2.5%
サイクルアートフェスティバル	13.7%	4.1%	1.0%
それ以外のイベント	0.6%	1.0%	0.6%

# お土産

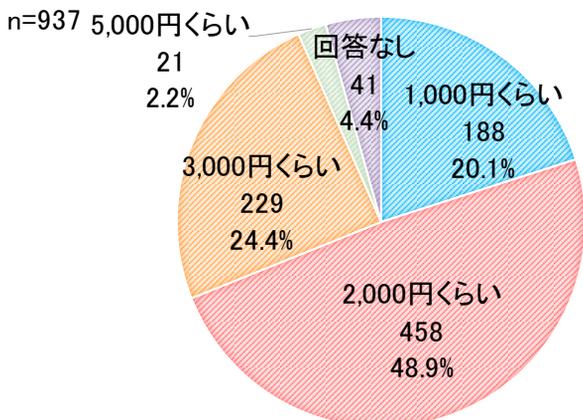
- ・男女とも概ね年代が上がるに連れて「菓子類」の割合が減り、「漬物類」の割合が増えている。
- ・「20歳代以下」の男性を除き40歳代以下の男女ともに「酒類」が、50歳代以上の男女ともに「漬物類」が「菓子類」に次いで多い。
- ・各お土産の予算の選択肢それぞれ【1,000円】【2,000円】【3,000円】【5,000円】と仮定し、それぞれの割合を掛け合わせることでお土産1箱当たりの予算を算出したところ、およそ2,023円。

## ○お土産に選ぶもの（グラフは主な3品目のみで作成）



		男性						女性					
		20歳代以下 20件	30歳代 37件	40歳代 52件	50歳代 48件	60歳代 87件	70歳代以上 85件	20歳代以下 23件	30歳代 98件	40歳代 96件	50歳代 81件	60歳代 145件	70歳代以上 84件
菓子類	件数	17	29	42	36	56	39	21	81	82	66	105	58
	割合	85.0%	78.4%	80.8%	75.0%	64.4%	45.9%	91.3%	82.7%	85.4%	81.5%	72.4%	69.0%
酒類	件数	0	9	8	4	10	10	1	12	13	7	13	3
	割合	0.0%	24.3%	15.4%	8.3%	11.5%	11.8%	4.3%	12.2%	13.5%	8.6%	9.0%	3.6%
乳製品	件数	1	1	2	3	1	1	0	4	1	1	3	0
	割合	5.0%	2.7%	3.8%	6.3%	1.1%	1.2%	0.0%	4.1%	1.0%	1.2%	2.1%	0.0%
肉類	件数	0	0	1	1	1	2	1	2	0	0	1	0
	割合	0.0%	0.0%	1.9%	2.1%	1.1%	2.4%	4.3%	2.0%	0.0%	0.0%	0.7%	0.0%
穀物類	件数	0	1	2	0	3	4	0	0	0	1	6	0
	割合	0.0%	2.7%	3.8%	0.0%	3.4%	4.7%	0.0%	0.0%	0.0%	1.2%	4.1%	0.0%
果物・野菜類	件数	0	2	2	3	4	10	0	7	5	6	16	18
	割合	0.0%	5.4%	3.8%	6.3%	4.6%	11.8%	0.0%	7.1%	5.2%	7.4%	11.0%	21.4%
漬物類	件数	2	1	7	4	21	17	0	5	9	14	40	21
	割合	10.0%	2.7%	13.5%	8.3%	24.1%	20.0%	0.0%	5.1%	9.4%	17.3%	27.6%	25.0%
その他	件数	0	1	1	4	1	5	0	1	3	3	9	7
	割合	0.0%	2.7%	1.9%	8.3%	1.1%	5.9%	0.0%	1.0%	3.1%	3.7%	6.2%	8.3%

## ○お土産の予算



	回答数	割合
1,000円くらい	188	20.1%
2,000円くらい	458	48.9%
3,000円くらい	229	24.4%
5,000円くらい	21	2.2%
回答なし	41	4.4%
合計	937	100.0%

## 自由記述

- 337件の回答が寄せられ、以下のような意見が目立った。
- ・ 駅前開発
    - ・ 近隣市(特に守谷市)との比較
  - ・ 大型ショッピングモールの建設
  - ・ 道路や交通の便(電車、コミュニティバスなど)の改善
  - ・ 若者(特に子育て世代)に配慮した街づくり
  - ・ 取手の名産品の開発
    - ・ 個人商店や商店街の活性化
  - ・ 防災無線について
    - ・ その他

### 【特徴的な回答例】

意見の種類	意見	年代	性別
駅前開発	駅ビル(ボックスヒル)の店舗が偏りあり、寂しいです。男性や若い人向けのファッション店、雑貨、レストラン階の充実を望みます。また、東口、西口、ともに少し暗く印象が良くないと思います。頑張っているお店もあるので、応援しています!!	30歳代	女性
	取手駅周辺の開発ができていない。ウェルネスも、子育てステーション(保育所兼用)化したり、◎(市営で安く)ショッピングモールの誘致など、できることは多いはず。老人しかいない街になってしまう。街に活気がないのは行政の怠慢です。ことばすの運行経路も変。	50歳代	女性
	駅周辺がもっと、まとまった商業施設が揃っていたら、又、楽しんで買物出来る(歩ける範囲内)様な街並になっていけば良いと思う	70歳代以上	女性
近隣市(特に守谷市)との比較	イオンタウン守谷のようなショッピングセンターが取手市にもあったらいいなと常日頃思っています。職場でも話題になります。	40歳代	女性
大型ショッピングモールの建設	取手駅近くにイオンなど大型店があると一度にそろって大変楽です。駅からの無料バスなどを走らせれば良いと思います。	40歳代	女性
道路や交通の便(電車、コミュニティバスなど)の改善	戸頭在住ですが、294号線の幅の拡張が必要では?守谷との差が大。桜の時期にふれあい道路の並木のPR不足と、その時期に歩道にベンチを置くなどしてもっと人集めに工夫が必要では?	60歳代	女性
	コトバスが利用しにくくなった。駅方面へ行けるが駅から同じ道で戻らないので帰りは使えない。荷物の多い帰り道の方が必要。	50歳代	女性
若者(特に子育て世代)に配慮した街づくり	「〇〇小児科」というのがJAとりで内しかない。個人病院、クリニックは全て内科と一緒のため、あったらいいのと思う。土日祝日にやっている支援センターがあったらいいと思う。	40歳代	女性
	現在の取手市は、子育て世代にとって魅力的な街ではないと感じる。高齢化が増々進み、市内には空き家が目立つ。数年後に転居しようと考えている。	50歳代	女性
取手の名産品の開発	主人の仕事の都合で年に30回以上は、手土産の手配を致します。ただ、取手市内には、なかなか先方に納得いただける物が少ないので、柏か、ネットの商品を利用することが多いです。魅力的な商品開発(企画～販売含)を期待します。個人的にはお米や野菜を使用した物(お菓子等)が健康志向の昨今、需要があるのでは、と考えます。食をきっかけに人口増と共に取手の発展へとつながることを切に願うこの頃です。まだ開発の余地のあるトマトなども注目ですネ(笑)頑張ってください!!	50歳代	女性
個人商店や商店街の活性化	細やかな取手・藤代エリアのいろいろなお店紹介マップの配布があると行く機会が増えそう	30歳代	女性
	地域で使えるプレミアム付商品券をまめに発行して欲しい。	40歳代	女性
	空家を利用して取手に移住数を増やす(神栖のような)元イオン取手跡を早く使い魅力ある取手にして欲しい。	60歳代	女性
防災無線について	全国であちらこちら災害がおきています。桐木の防災のアナウンスは聞こえません。土手の方では何も役立たず場所を考えて下さい。死につながります。	60歳代	男性
その他	人口(特に若者)が増える取り組みを検討し、市民に取り組みが見えるようにしていただきたい。区役所の各申請がアナログすぎるので、PCやスマホから申請できる仕組みを検討して下さい。	30歳代	男性
	市と地域が一帯となったものが少ないように思う。人口の減少が進んでいるのには何か他に理由があるのではないのでしょうか。増やすお手伝いはいくらでもしたいと思います。お困りの時にはご連絡下さい。	60歳代	男性
	最近空家が多くなっています。自治体として有効活用をもっと積極的に進め、他の市町村からの移住等を増やせないか?又、持主の管理が不十分なところが見受けられる(周囲が迷惑)	70歳代以上	男性
	JRを利用して友人が訪ねてきたとき、駅前にパチンコ店のネオンがあることに、文化都市ではないことに恥かしく思う。“芸術のまち”と云々があるのに“まちづくり”にセンスのかけらもなくなんとかならないものか…。喫煙についても規制を設けてほしい。	40歳代	女性
	郊外型の大型店のみ元気で、車中心で動かないと用を足せない街になってしまった。バスの便が悪すぎる。新しい道ができてバス停はできないし、コミュニティバスも、ごく一部の人が使っている感じだ。コミュニティバスはマイクロバスでよいから、もっと路線と本数を大幅に増やしてほしい。私は車を使っているが、運転をしない人は今も不便している。取手市も高齢化が進んで、これから車を使わない人が増えるのは確実なので、「バス」と「歩き」で楽しめて、用も足りる街、をめざしていくべきだと思います。	50歳代	女性
	駅周辺(駅ビル含む)があるのに、中が充実していない。販売系がダメならレンタルCD・DVD店や自習室等はできないのか。芸大や学校など駅近にあるのに学生向けではない。歴史もある町なので、もう少し文教的な雰囲気があると良いと思う。	記載なし	女性

## まとめ

- ・食料品の購入については「価格」と「品揃え」を重視していた。
- ・その中でも生鮮食品や加工食品について見ると健康に直結する「鮮度」や「産地」を重視する割合が高く、品揃えが豊富であれば自身の目で良いものを選ぶことができるようになる点で回答結果に整合性が取れていた。
- ・外食時には「味」が最も重視されていた。
- ・食料品購入時に不満に思うことは「接客サービス」が重視することに比して多い。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のぞ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		生鮮食品の購入	
	項目	割合	項目	割合
第1位	価格	78.4%	鮮度	42.5%
第2位	品揃え	76.5%	品質(味)	32.1%
第3位	店舗の雰囲気	11.6%	価格	23.4%
第4位	接客サービス	6.8%	産地	14.7%
第5位	営業時間	5.4%	大きさ・分量	3.3%
第6位	周辺の環境	3.8%	匂	2.1%
	加工食品の購入		外食する店舗の選択	
	項目	割合	項目	割合
第1位	産地	30.5%	味	57.8%
第2位	味	28.2%	価格	23.4%
第3位	価格	24.1%	店舗の雰囲気	13.8%
第4位	カロリー・成分(原材料)	19.9%	家から近い	7.3%
第5位	見た目	4.3%	接客サービス	5.1%
第6位	広告説明文	1.5%	量	3.1%

### ○消費行動時に不満に思うこと・気になること

	食料品の購入時に不満に思うこと		外食する店舗で気になること	
	項目	割合	項目	割合
第1位	価格	42.8%	汚れ	44.6%
第2位	品揃え	42.4%	他人の喫煙	24.5%
第3位	接客サービス	21.1%	料理の見た目	15.7%
第4位	店舗の雰囲気	17.1%	他の客との距離	13.8%
第5位	周辺の環境	10.9%	店員の会話	9.4%
第6位	営業時間	8.1%		