

伴走型小規模事業者支援推進事業

小川町「お客様のホンネ」アンケート

調査報告書

平成 28 年 2 月

小川町商工会

第1部 埼玉県小川町の需要動向について

1. 本調査の目的

本調査は、小川町商工会「経営発達支援計画」に基づいて行われた需要調査である。

町内在住の方に、消費動向に関するアンケート調査を行うことにより、町内住民のニーズの把握と分析を行い、今後の経営指導、および、町内事業の活性化に活用する。

2. 小川町の潜在需要

本調査の結果をもとに、小川町の潜在需要、および、町内消費金額を算出した。

算出の基礎とした統計データは以下の通りである。

- ◆総務省統計局 「家計調査」 1世帯当たり品目別支出金額（平成26年、総世帯平均）
- ◆小川町役場 人口統計データ 世帯数：12,942世帯（平成28年2月1日現在）

今回調査の町内購入割合を元に、町内の潜在需要、町内消費金額、町外消費金額を算出した。業種別に算出した結果は以下の通りである。

1) 食料品

家計調査「食料」のうち「外食」を除いた金額をもとに算出。

①潜在需要

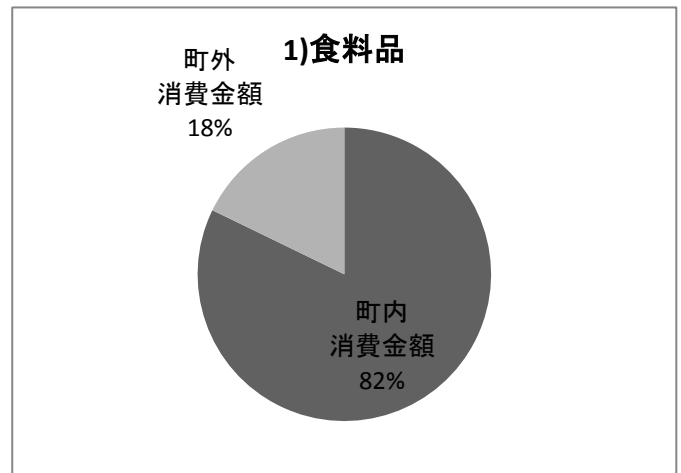
1世帯当たり年間消費金額 627,756円
 $\times 12,942 \text{ 世帯} = 8,124,418,152 \text{ 円}$

②町内消費金額

潜在需要 8,124,418,152円 $\times 0.822$
 $= \text{町内消費金額 } 6,677,688,114 \text{ 円}$

③町外消費金額

潜在需要 8,124,418,152円
 $- \text{町内消費金額 } 6,677,688,114 \text{ 円}$
 $= \text{町外消費金額 } 1,446,730,038 \text{ 円}$



1) 食料品	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額(円)	小川町世帯数	潜在需要(円)	町内消費金額(円)	町外消費金額(円)
①町内100%	48.2%	0.482	0.822	627,756	12,942	8,124,418,152	6,677,688,114	1,446,730,038
②町内80%	33.5%	0.268						
③半々	12.9%	0.064						
④町内20%	4.0%	0.008						
⑤町内0%	1.1%	0.000						
無回答	0.4%	0.000						

2) 衣料品<大人用>

家計調査「和服」「洋服」「シャツ・セーター類」「下着類」「他の被服」のうち「子供用」を除く金額から算出。

①潜在需要

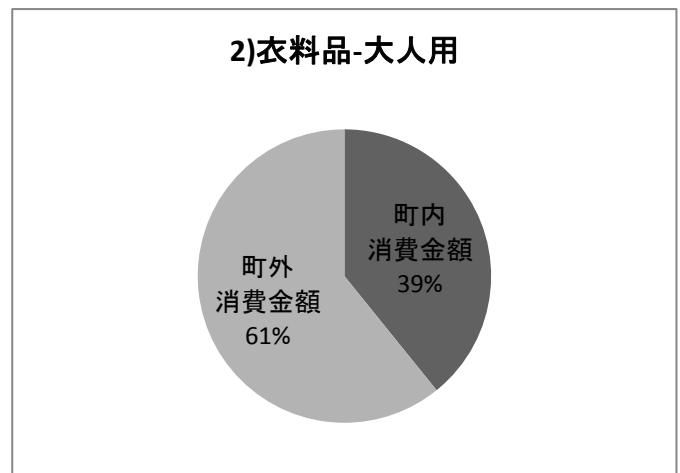
$$1 \text{ 世帯当たり年間消費金額 } 94,952 \text{ 円} \\ \times 12,942 \text{ 世帯} = 1,228,868,784 \text{ 円}$$

②町内消費金額

$$\text{潜在需要 } 1,228,868,784 \text{ 円} \times 0.392 \\ = \text{町内消費金額 } 481,558,599 \text{ 円}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 1,228,868,784 \text{ 円} \\ - \text{町内消費金額 } 481,558,599 \text{ 円} \\ = \text{町外消費金額 } 747,310,185 \text{ 円}$$



2)衣料品-大人用	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額(円)	小川町世帯数	潜在需要(円)	町内消費金額(円)	町外消費金額(円)
①町内100%	12.1%	0.121	0.392	94,952	12,942	1,228,868,784	481,558,599	747,310,185
②町内80%	9.8%	0.079						
③半々	29.7%	0.148						
④町内20%	21.9%	0.044						
⑤町内0%	24.0%	0.000						
無回答	2.5%	0.000						

2) 衣料品<子供用>

家計調査「被服」のうち子供用から算出。

①潜在需要

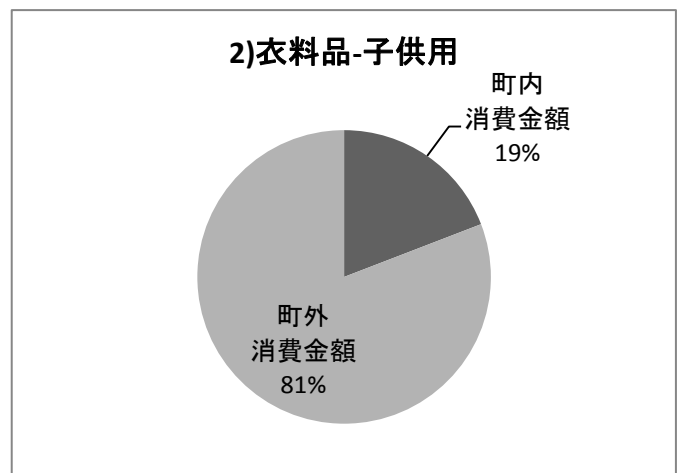
$$1 \text{ 世帯当たり年間消費金額 } 9,169 \text{ 円} \\ \times 12,942 \text{ 世帯} = 118,665,198 \text{ 円}$$

②町内消費金額

$$\text{潜在需要 } 118,665,198 \text{ 円} \times 0.191 \\ = \text{町内消費金額 } 22,723,600 \text{ 円}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 118,665,198 \text{ 円} \\ - \text{町内消費金額 } 22,723,600 \text{ 円} \\ = \text{町外消費金額 } 95,941,598 \text{ 円}$$



2)衣料品-子供用	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額(円)	小川町世帯数	潜在需要(円)	町内消費金額(円)	町外消費金額(円)
①町内100%	4.2%	0.042	0.191	9,169	12,942	118,665,198	22,723,600	95,941,598
②町内80%	4.9%	0.039						
③半々	16.8%	0.084						
④町内20%	13.2%	0.026						
⑤町内0%	20.8%	0.000						
無回答	40.1%	0.000						

3) 理容・美容

家計調査「理髪料」「パーマメント代」「カット代」
「他の理美容代」から算出。

①潜在需要

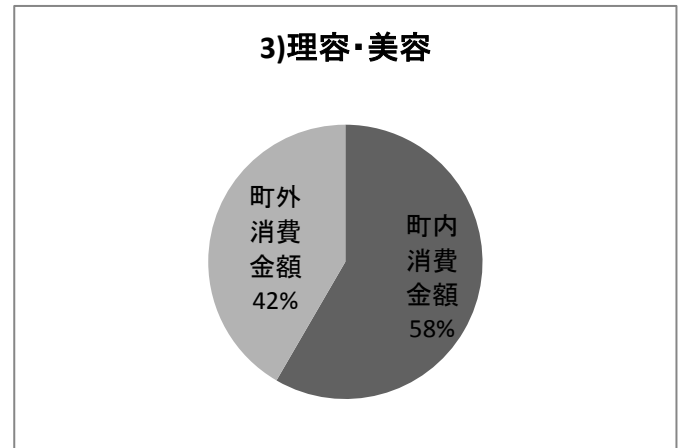
1世帯当たり年間消費金額 31,606円
× 12,942世帯 = 409,044,852円

②町内消費金額

潜在需要 409,044,852円 × 0.584
= 町内消費金額 238,777,033円

③町外消費金額

潜在需要 409,044,852円
- 町内消費金額 238,777,033円
= 町外消費金額 170,267,819円



3) 理容・美容	構成比	計数	計数計	1世帯当たり 年間消費金額 (円)	小川町 世帯数	潜在需要 (円)	町内 消費金額 (円)	町外 消費金額 (円)
①町内100%	48.4%	0.484	0.584	31,606	12,942	409,044,852	238,777,033	170,267,819
②町内80%	6.6%	0.053						
③半々	7.2%	0.036						
④町内20%	5.5%	0.011						
⑤町内0%	31.2%	0.000						
無回答	1.1%	0.000						

4) 外食

家計調査「外食」代から算出。

①潜在需要

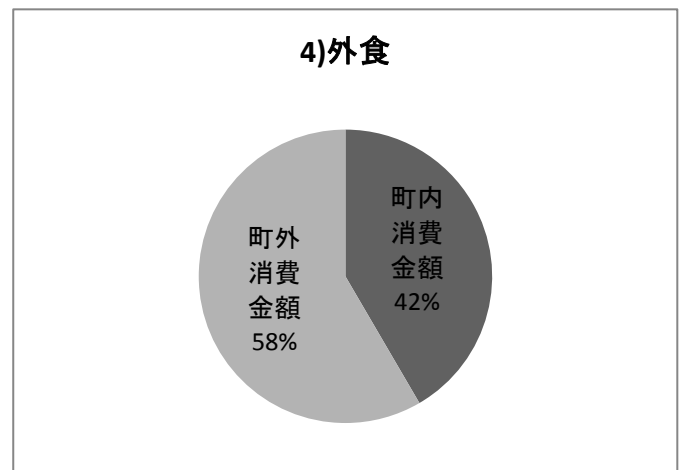
1世帯当たり年間消費金額 165,020円
× 12,942世帯 = 2,135,688,840円

②町内消費金額

潜在需要 2,135,688,840円 × 0.416
= 町内消費金額 888,188,175円

③町外消費金額

潜在需要 2,135,688,840円
- 町内消費金額 888,188,175円
= 町外消費金額 1,247,500,665円



4) 外食	構成比	計数	計数計	1世帯当たり 年間消費金額 (円)	小川町 世帯数	潜在需要 (円)	町内 消費金額 (円)	町外 消費金額 (円)
①町内100%	10.6%	0.106	0.416	165,020	12,942	2,135,688,840	888,188,175	1,247,500,665
②町内80%	9.3%	0.074						
③半々	38.9%	0.195						
④町内20%	20.6%	0.041						
⑤町内0%	17.0%	0.000						
無回答	3.6%	0.000						

5) 園芸・農業資材

家計調査「園芸品 同用品」から算出。

①潜在需要

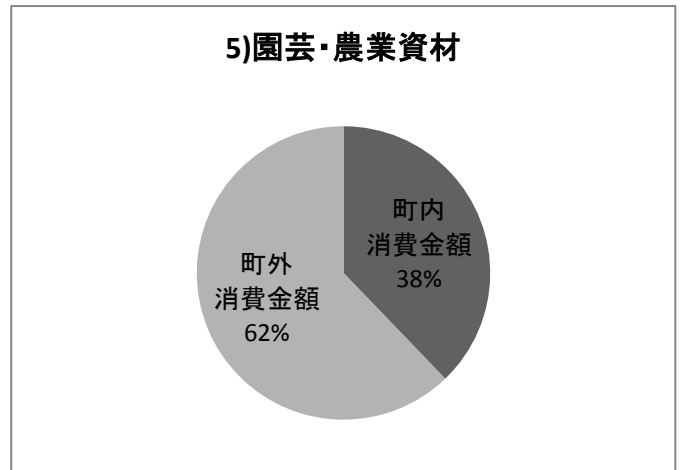
$$1 \text{ 世帯当たり年間消費金額 } 7,331 \text{ 円} \\ \times 12,942 \text{ 世帯} = 94,877,802 \text{ 円}$$

②町内消費金額

$$\text{潜在需要 } 94,877,802 \text{ 円} \times 0.378 \\ = \text{町内消費金額 } 35,870,625 \text{ 円}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 94,877,802 \text{ 円} \\ - \text{町内消費金額 } 35,870,625 \text{ 円} \\ = \text{町外消費金額 } 59,007,177 \text{ 円}$$



5)園芸・農業資材	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額(円)	小川町世帯数	潜在需要(円)	町内消費金額(円)	町外消費金額(円)
①町内100%	18.0%	0.180	0.378	7,331	12,942	94,877,802	35,870,625	59,007,177
②町内80%	7.8%	0.062						
③半々	21.9%	0.110						
④町内20%	13.4%	0.027						
⑤町内0%	32.5%	0.000						
無回答	6.4%	0.000						

6) 自動車・オートバイ・自転車(車検含む)

家計調査「自動車等購入」「自動車整備費」「自転車購入」から算出。

①潜在需要

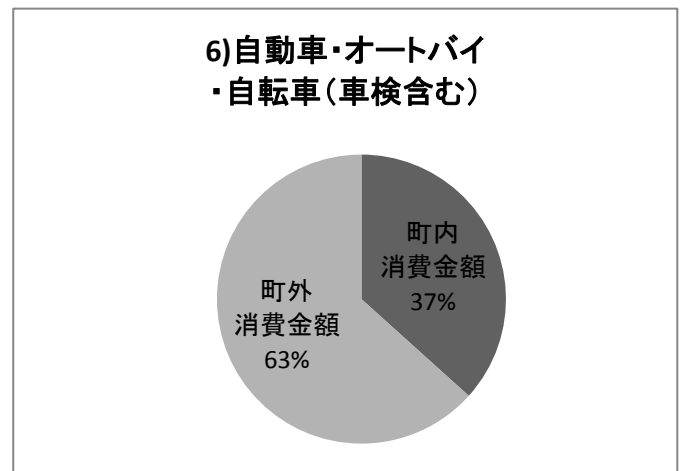
$$1 \text{ 世帯当たり年間消費金額 } 85,671 \text{ 円} \\ \times 12,942 \text{ 世帯} = 1,108,754,082 \text{ 円}$$

②町内消費金額

$$\text{潜在需要 } 1,108,754,082 \text{ 円} \times 0.367 \\ = \text{町内消費金額 } 406,613,028 \text{ 円}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 1,108,754,082 \text{ 円} \\ - \text{町内消費金額 } 406,613,028 \text{ 円} \\ = \text{町外消費金額 } 702,141,054 \text{ 円}$$



6)自動車・オートバイ・自転車(車検含む)	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額(円)	小川町世帯数	潜在需要(円)	町内消費金額(円)	町外消費金額(円)
①町内100%	25.5%	0.255	0.367	85,671	12,942	1,108,754,082	406,613,028	702,141,054
②町内80%	5.5%	0.044						
③半々	10.2%	0.051						
④町内20%	8.3%	0.017						
⑤町内0%	47.3%	0.000						
無回答	3.2%	0.000						

7) 電化製品

家計調査「家庭用耐久財」から算出。

①潜在需要

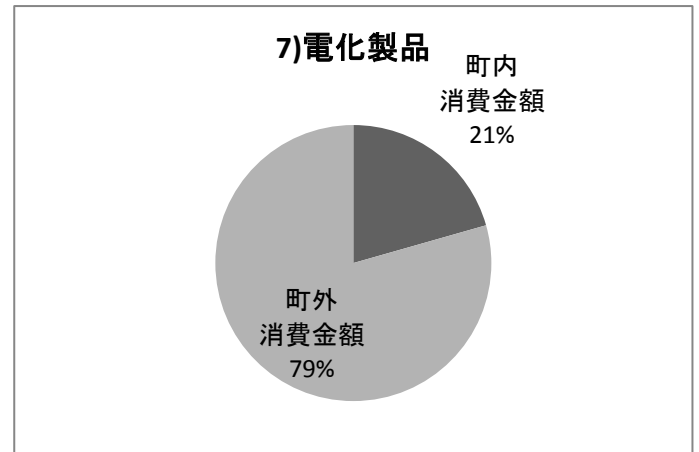
$$1 \text{ 世帯当たり年間消費金額 } 34,146 \text{ 円} \\ \times 12,942 \text{ 世帯} = 441,917,532 \text{ 円}$$

②町内消費金額

$$\text{潜在需要 } 441,917,532 \text{ 円} \times 0.206 \\ = \text{町内消費金額 } 90,973,193 \text{ 円}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 441,917,532 \text{ 円} \\ - \text{町内消費金額 } 90,973,193 \text{ 円} \\ = \text{町外消費金額 } 350,944,339 \text{ 円}$$



7) 電化製品	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額 (円)	小川町世帯数	潜在需要 (円)	町内消費金額 (円)	町外消費金額 (円)
①町内100%	10.8%	0.108	0.206	34,146	12,942	441,917,532	90,973,193	350,944,339
②町内80%	2.3%	0.018						
③半々	11.9%	0.060						
④町内20%	10.2%	0.020						
⑤町内0%	63.9%	0.000						
無回答	0.9%	0.000						

8) 医薬品・化粧品

家計調査「医薬品」「理美容用品」から算出。

①潜在需要

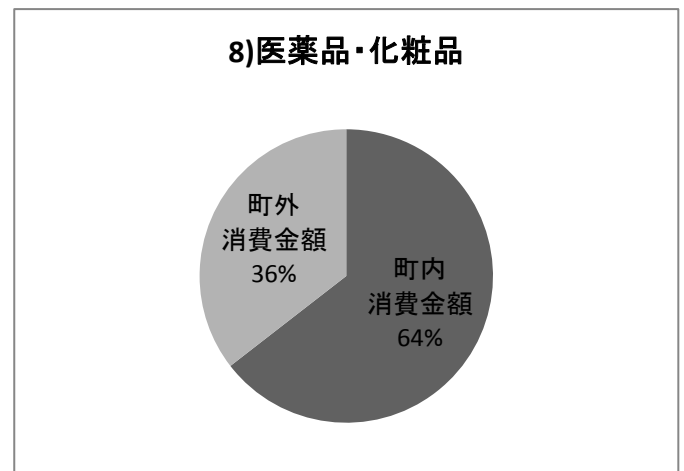
$$1 \text{ 世帯当たり年間消費金額 } 68,018 \text{ 円} \\ \times 12,942 \text{ 世帯} = 880,288,956 \text{ 円}$$

②町内消費金額

$$\text{潜在需要 } 880,288,956 \text{ 円} \times 0.645 \\ = \text{町内消費金額 } 567,778,056 \text{ 円}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 880,288,956 \text{ 円} \\ - \text{町内消費金額 } 567,778,056 \text{ 円} \\ = \text{町外消費金額 } 312,510,900 \text{ 円}$$



8) 医薬品・化粧品	構成比	計数	計数計	1世帯当たり年間消費金額 (円)	小川町世帯数	潜在需要 (円)	町内消費金額 (円)	町外消費金額 (円)
①町内100%	38.4%	0.384	0.645	68,018	12,942	880,288,956	567,778,056	312,510,900
②町内80%	15.1%	0.121						
③半々	24.2%	0.121						
④町内20%	9.6%	0.019						
⑤町内0%	11.3%	0.000						
無回答	1.3%	0.000						

9) 建築・リフォーム・修理

◆建築

国土交通省「建築着工統計調査」(平成 27 年度)より

小川町 平成 27 年度 全建築物着工件数 計 87 棟/年間着工金額 579,892 (万円)

◆リフォーム・修理

家計調査「工事その他のサービス(火災・地震保険料を除く)」から算出。

①潜在需要

◆建築 町内潜在需要 5,798,920,000 円

◆リフォーム 1世帯当たり年間消費金額

$$52,369 \text{ 円} \times 12,942 \text{ 世帯} = 677,759,598 \text{ 円}$$

潜在需要計 6,476,679,598 円

②町内消費金額

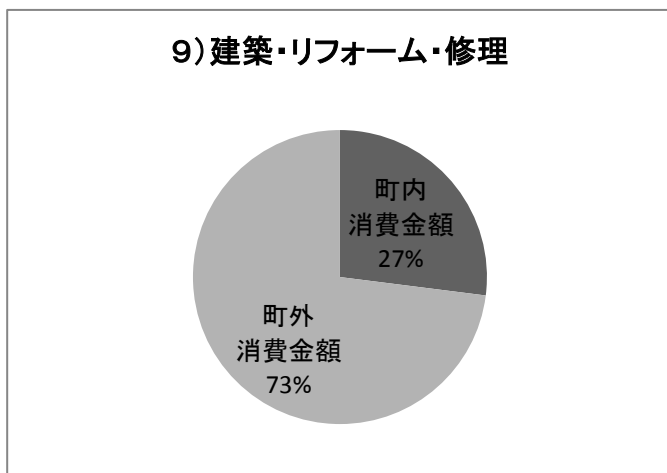
町内購入率 27.0%

$$\text{潜在需要 } 6,476,679,598 \text{ 円} \times 0.27 = \underline{\text{町内消費金額 } 1,748,703,491 \text{ 円}}$$

③町外消費金額

$$\text{潜在需要 } 6,476,679,598 \text{ 円} - \text{町内消費金額 } 1,748,703,491 \text{ 円}$$

$$= \text{町外消費金額 } 4,727,976,107 \text{ 円}$$



3. 需要動向まとめ

1) 町内消費の現状

①町内消費が多いのは「食料品」「理容・美容」「医薬品・化粧品」

町内住民が消費する際、町内の店舗・事業所を利用することが多い業種は「食料品」「理容・美容」「医薬品・化粧品」である。これらの業種は、「町内のお店で買うことが多い割合」が「町内のお店で買うことが少ない（ない）割合」より高く、町内住民の需要を獲得できている。

②町外消費が多いのは「衣料品（大人用・子供用）」「外食」「園芸・農業用資材」

「自動車・オートバイ・自転車（車検含む）」「電化製品」

町内の店舗・事業所の利用が少ないのは「衣料品（大人用・子供用）」「外食」「園芸・農業用資材」「自動車・オートバイ・自転車（車検含む）」「電化製品」である。これらの業種は「町内のお店で買うことが多い割合」より「町内のお店で買うことが少ない（ない）割合」の方が高く、需要が町外に流出する傾向にある。

2) 町内消費と年齢・性別

①町内消費と性別

性別による町内消費の動向には、大きな差は見受けられない。一部の業態でやや男性の方が町内店舗を積極的に利用する傾向が見受けられる。また、業態によっては女性が町外店舗を積極的に利用する傾向が見受けられた。

②町内消費と年齢

20才代→60才代へ年代が高くなるに従って、町内の店舗・事業所を利用する傾向が見受けられる。

3) 町内店／町外店を利用する理由

①町内店を利用する理由で多かったもの

「自宅から近い」「駐車場がある」等、ハード面が魅力に感じている。

②町外店を利用する理由で多かったもの

「品揃えが豊富」「地元が無い商品・サービス」「買い物が一カ所のできる」「価格が安い」等、商品そのものの理由が強い動機づけになっている。

4) 今後、町内店舗・事業所へ期待すること

①対食料品 「セールスの増加」「惣菜・弁当の充実」「少量での販売」「配達サービス」

②対衣料品 「魅力的な品揃え」「セールスの増加」「接客サービス向上」

③対飲食 「健康に良い料理」「味の向上」「新メニューの増加」

④対理容・美容「カット・セット技術の向上」「接客サービス向上」「訪問理美容」

5) 町内のお店の魅力

①町外から来る人に対するおすすめの商品・サービス

- 物販…地酒、小川和紙、地元農産物、おからドーナツ、和菓子
- サービス…ヤオコー、いなげや
- 飲食…うどん

②町外から来る人に対するおすすめの場所

- 1位「埼玉伝統工芸会館」
- 2位「仙元山見晴らしの丘公園」
- 3位「小川町和紙体験学習センター」
- 4位「日帰り温泉」
- 5位「酒蔵」

6) 地場産業の認知度

- ①小川和紙 「知っている」96.0%
- ②地酒 「知っている」92.8%
- ③建具 「知っている」49.3%
- ④絹（シルク）「知っている」41.0%

7) 自宅の新築・リフォーム・修理

①町内の事業者へ依頼 「町内に依頼」27.0%、「町外へ依頼」60.3%

②事業者への感想

- 町内事業者 「良い」67.8%、「どちらともいえない」25.2%、「悪い」4.2%
- 町外事業者 「良い」18.8%、「どちらともいえない」62.1%、「悪い」0.6%

③今後の新築・リフォーム・修理予定

- 5年以内の予定「ある」9.8%、「未定」10.8%、「ない」74.7%

8) 「小川町内産木材等利用住宅リフォーム補助金制度」の認知度

- 「知っている」16.4%
- 「知らない」78.8%

第2部 小川町「お客様のホンネ」アンケート分析 結果報告

<概要>

実施時期 : 平成28年1月14日(木)～29日(金)

調査対象 : 小川町居住者

調査方法 : アンケート配布・回収

標本数 : アンケート回収数 531

回答数 : 有効回答数 529

回答率 : 99.6%

※構成比等は、小数点以下第2位を四捨五入しているため、合計しても100%にならない場合があります。

<目次>

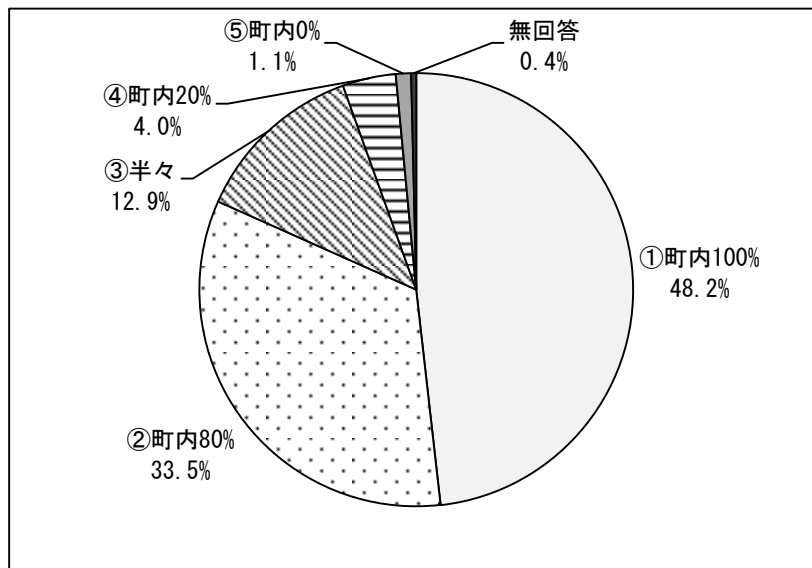
I 町内のお店の利用についてうかがいます	10
I-1 商品・サービスを利用する時、町内のお店をどの程度利用しますか?	10
I-2 町内のお店を利用する理由に○を付けてください。(○はいくつでも).....	37
I-3 町外のお店を利用する理由に○を付けてください。(○はいくつでも).....	40
I-4 今後、町内のお店がどうなったら良いですか?	44
あてはまる項目に○を付けてください。(○は3つまで).....	44
I-6 町内のお店や場所の魅力についてうかがいます。経験を元にお答えください。	61
I-6 次の1)～4)が小川町の地場産業だと知っていますか?	66
II 自宅の新築・リフォーム・修理についてうかがいます	74
II-2 今後5年以内に自宅を新築・リフォーム・修理する予定はありますか?	80
II-3 「ある」と答えた方に質問です。工事内容と予算規模を教えてください。	81
II-4 町内の事業者に依頼する場合、どんな点が不安ですか?(○はいくつでも)	83
II-5 町内で、町産材等を使用してリフォームを行うと補助金を受けられる制度があります。	87
III お客様について該当欄に○印をつけてください。	90
III-1 性別	90
III-2 年代	91
III-3 世帯人数	92
III-4 お住まいの地域	93
III-5 アンケート用紙	94

I 町内のお店の利用についてうかがいます

I-1 商品・サービスを利用する時、町内のお店をどの程度利用しますか？

I-1-(1) 食料品

①町内100%	255
②町内80%	177
③半々	68
④町内20%	21
⑤町内0%	6
無回答	2



食料品を購入する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対しては、最も多かったのが「町内100%」の48.2%、ついで「町内80%」の33.5%という結果になった。

「町内0%」は1.1%で、食料品を購入する際、町内のお店をまったく利用しない割合はごくわずかである。

「町内のお店で買うことが多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内20%+町内0%）」かを比較すると、次の通りである。

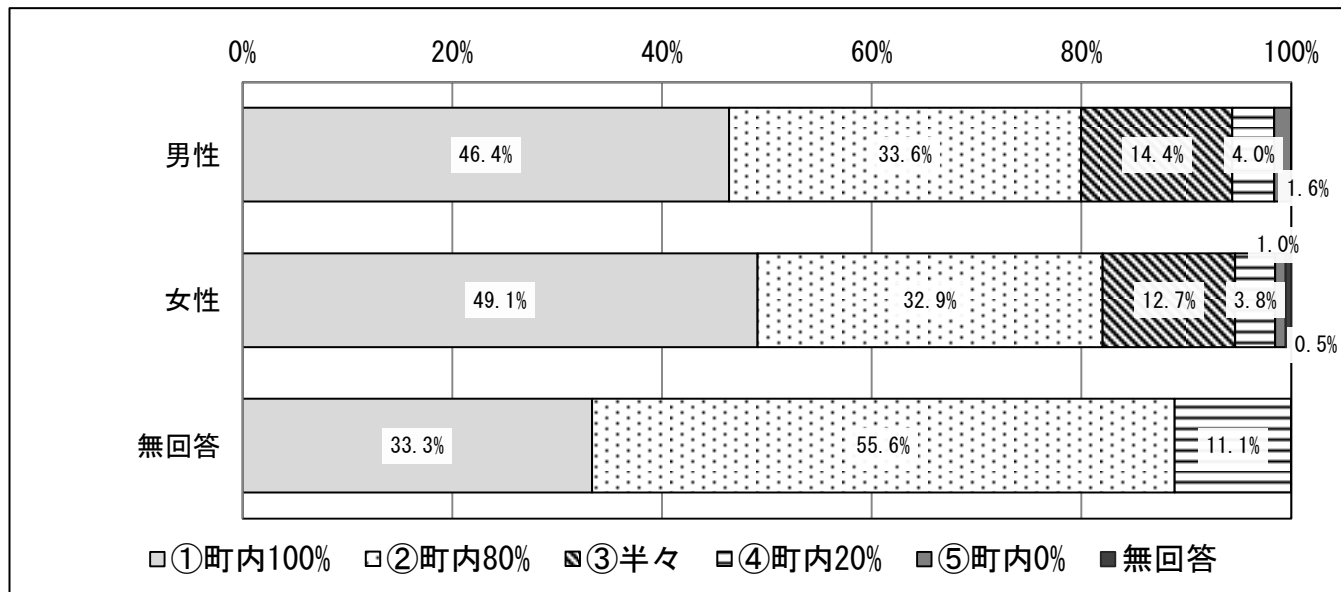
- 「町内のお店で買うことが多い」 81.7%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 5.1%
- 「半々（町内・町外が同等）」 12.9%

食料品を購入する際は、「町内のお店で買うことが多い」割合が最も高い結果となった。

「町内100%~20%」の合計は98.6%で、食料品は町内の利用率が非常に高いといえる。なお、「食料品を買わない」「わからない」等の「無回答」も2名（0.4%）存在した。

I-1-(1c) 食料品 クロス集計

◆ 町内のお店をどの程度利用しますか(食料品) × 性別



食料品の購入状況は、性別によってさほどの違いは見受けられない。

男性は「町内 100%」が 46.4%と最も多く、ついで「町内 80%」が 33.6%である。

女性も「町内 100%」が 49.1%と最も多く、ついで「町内 80%」が 32.9%である。

「町内 100% (常に町内を利用)」と回答した人は、男性 46.4%であるのに対し、女性は 49.1%である。女性の方が、食料品を購入する際、常に町内の店舗を利用する傾向が見受けられた。

「町内のお店で買うことが多い (町内 100%+町内 80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない (町内 20%+町内 0%)」かを性別で比較すると、次の通りである。

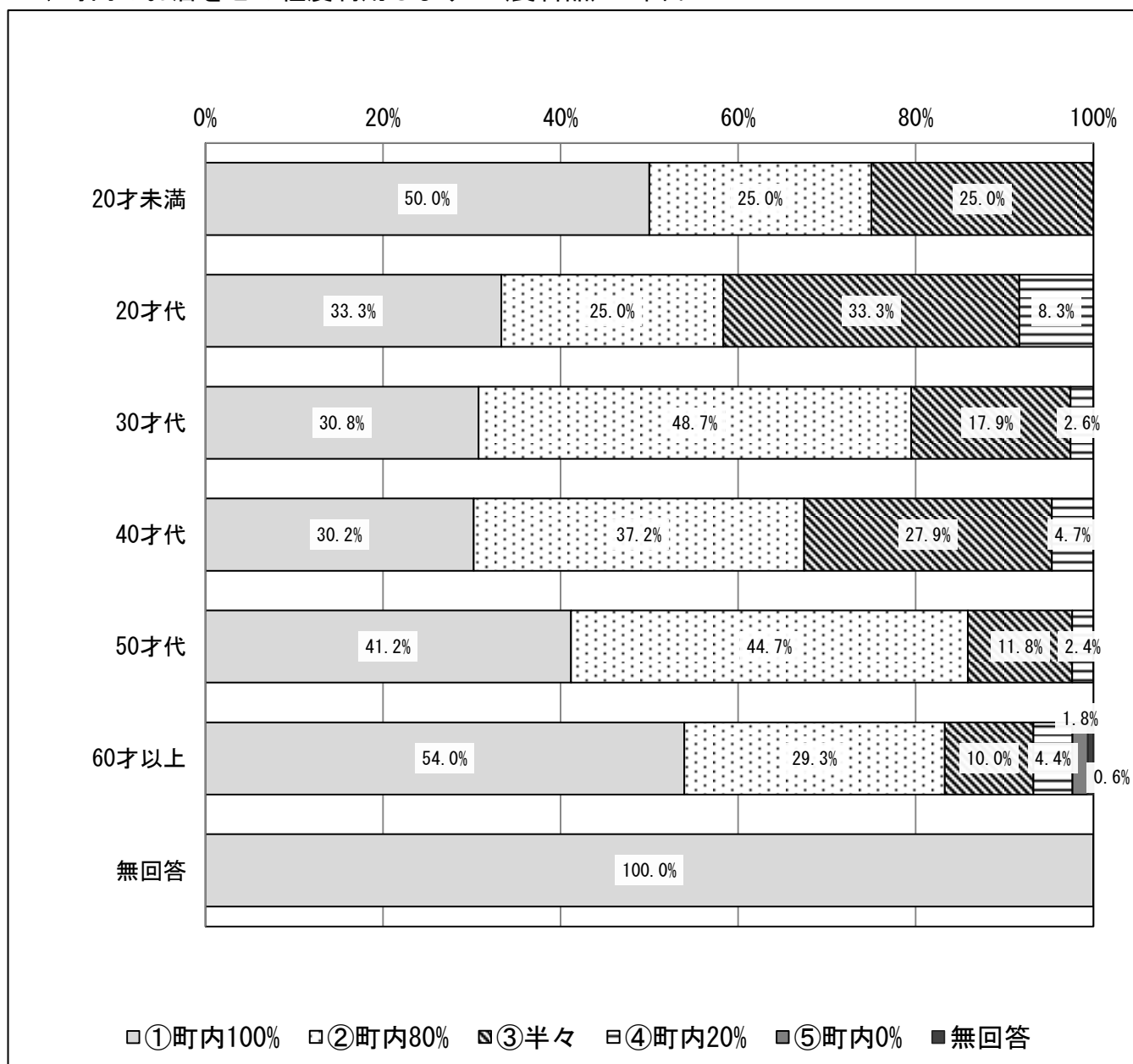
- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 80.0% 女性 82.0%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 5.6% 女性 4.8%
- 「半々 (町内・町外が同等)」 男性 14.4% 女性 12.7%

女性は、男性と比較して「町内のお店で買うことが多い」割合が高く、「町内のお店で買うことが少ない」「半々」の割合が低い。

女性の方が、男性よりも「町内で買う」ことを意識していることが推察される。

なお、性別が不明な「無回答」の人は、性別を明記した人と比較して、「町内 100%」の割合が低く、「町内 80%」「町内 20%」の割合が高い。町内店・町外店を併用する傾向が高いといえよう。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(食料品)×年代



町内の食料品店の利用状況は、年代によって違いが見受けられる。

「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で比較すると、次の通りである。

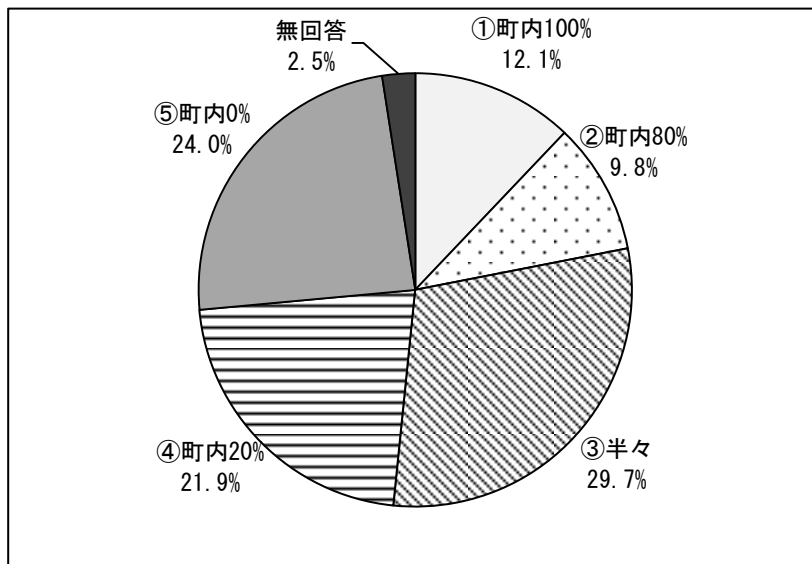
- 20才未満 「町内が多い」75.0%、「半々」25.0%、「町内が少ない」0%
- 20才代 「町内が多い」58.3%、「半々」33.3%、「町内が少ない」8.3%
- 30才代 「町内が多い」79.5%、「半々」17.9%、「町内が少ない」2.6%
- 40才代 「町内が多い」67.4%、「半々」27.9%、「町内が少ない」4.7%
- 50才代 「町内が多い」85.9%、「半々」11.8%、「町内が少ない」2.4%
- 60才以上 「町内が多い」83.3%、「半々」10.0%、「町内が少ない」6.2%

30-40才代以上になると、年代が上がるとともに「町内100%」の割合が高まる。また、全体的に「町内が多い」割合が高まり、「半々」が減少する。

「町内が少ない」割合はどの年代も10%未満で、食料品については町内の需要を町内の店舗が堅実に吸引していることが判明した。

I-1-(2) 衣料品—大人用

①町内100%	64
②町内80%	52
③半々	157
④町内20%	116
⑤町内0%	127
無回答	13



大人用衣料品を購入する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対し、最も多かったのが「半々」の29.7%であった。ついで「町内0%」の24.0%、「町内20%」の21.9%が続く。

「町内100%（常に町内を利用）」と回答した人は64名（12.1%）で、約1割強の町民が町内店のみを利用している。

「町内のお店で買うことが多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内20%+町内0%）」かを比較すると、次の通りである。

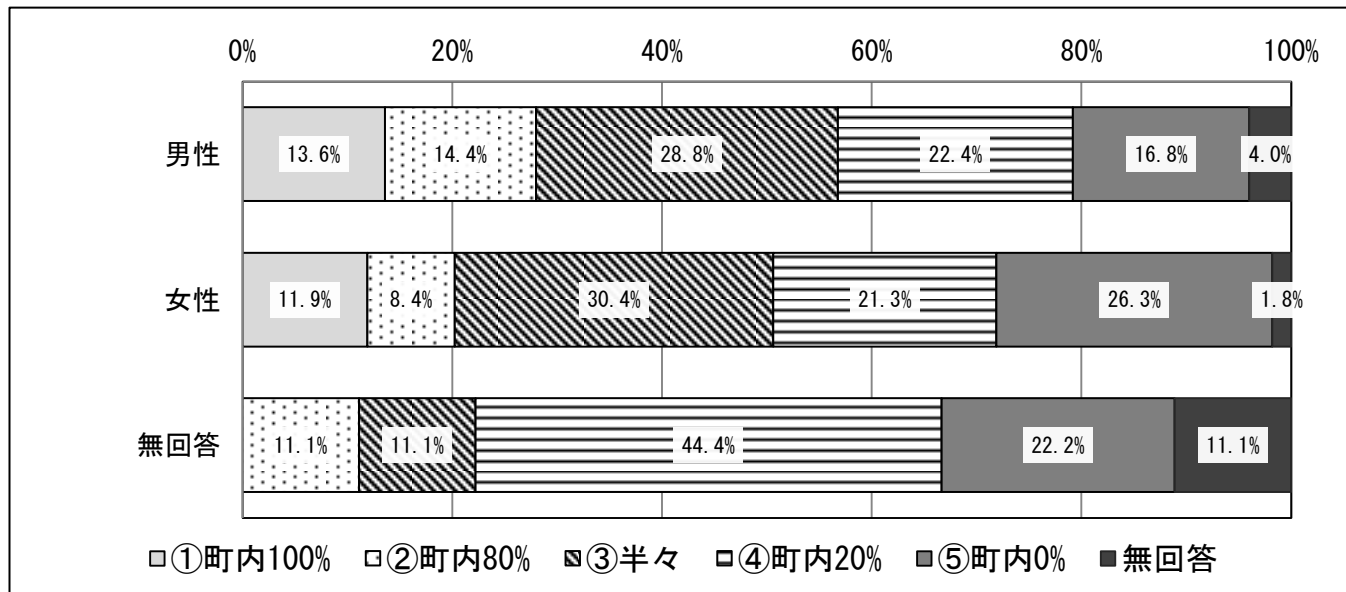
- 「町内のお店で買うことが多い」 21.9%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 45.9%
- 「半々（町内・町外が同等）」 29.7%

「町内100%~20%」の合計は73.5%で、約4分の3が町内のお店の利用経験がある。

なお、「大人用衣料品を買わない」「わからない」等の「無回答」は13名（2.5%）存在した。

I-1-(2c) 衣料品—大人用 クロス集計

◆ 町内のお店をどの程度利用しますか (衣料品—大人用) × 性別



大人用衣料品店の利用状況は、性別によってやや差が見受けられる。

共通点は、男女ともに「半々」が最も多く、男性は28.8%、女性は30.4%を占める。

「町内のお店で買うことが多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内20%+町内0%）」かを性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 28.0% 女性 20.3%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 39.2% 女性 47.6%
- 「半々（町内・町外が同等）」 男性 28.8% 女性 30.4%

男性の方が「町内のお店で買うことが多い」が多い。また、女性の方が「町内のお店で買うことが少ない」が多い。

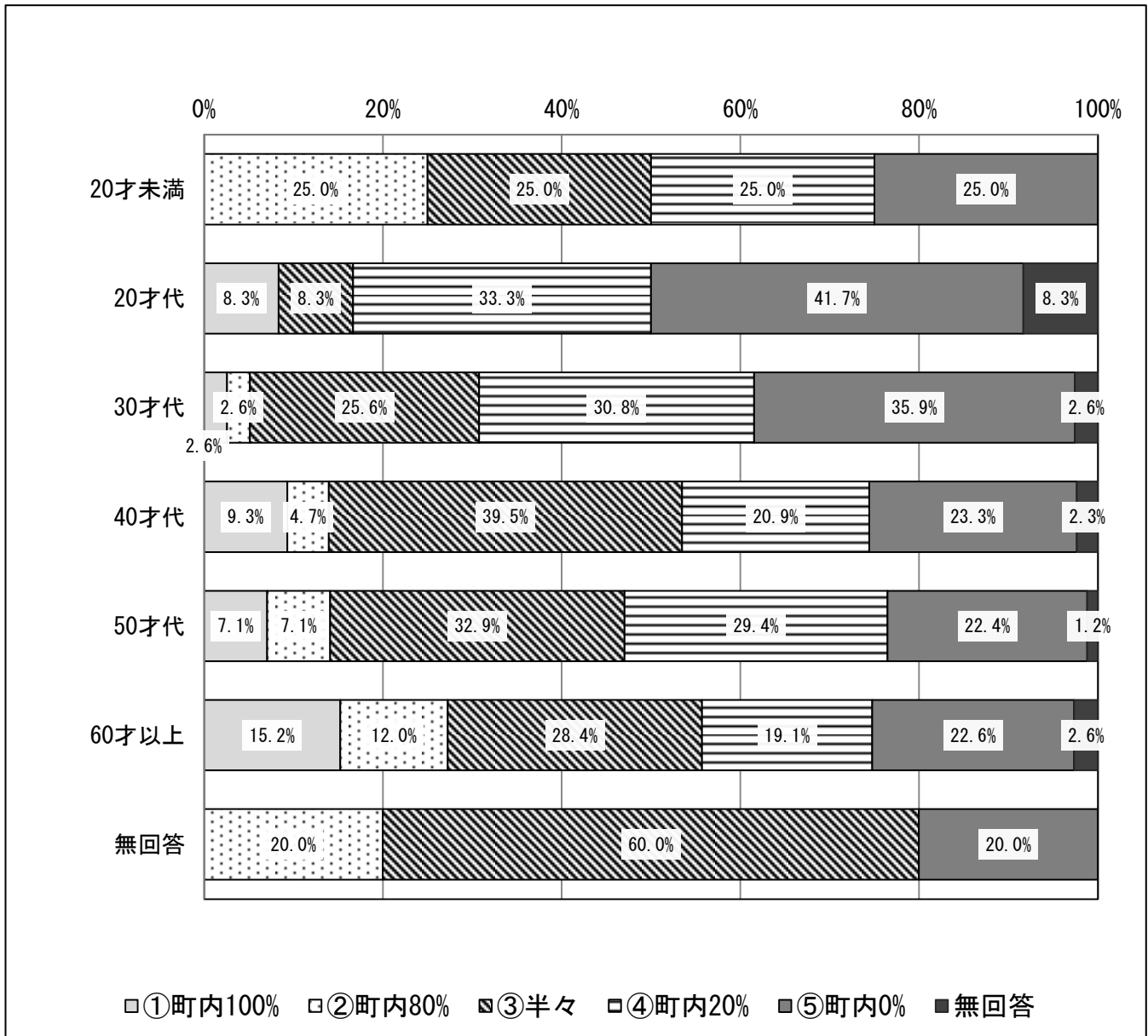
「町内100%（常に町内を利用）」と回答した人は、男性13.6%、女性は11.9%存在する。

また、一度でも町内店舗を利用したことがある「100%～20%」を合計した割合は、男性79.2%、女性72.0%で、男性の方が多い。

よって、男性の方が町内店舗を積極的に利用する傾向がある。言い換えれば、女性の方が男性よりも町外に流出する傾向が見受けられる。

なお、性別が不明な「無回答」の人は、「町内100%」が存在せず、性別を明記した人と比較して町内店舗の利用に消極的な傾向が見受けられた。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(衣料品—大人用) × 年代



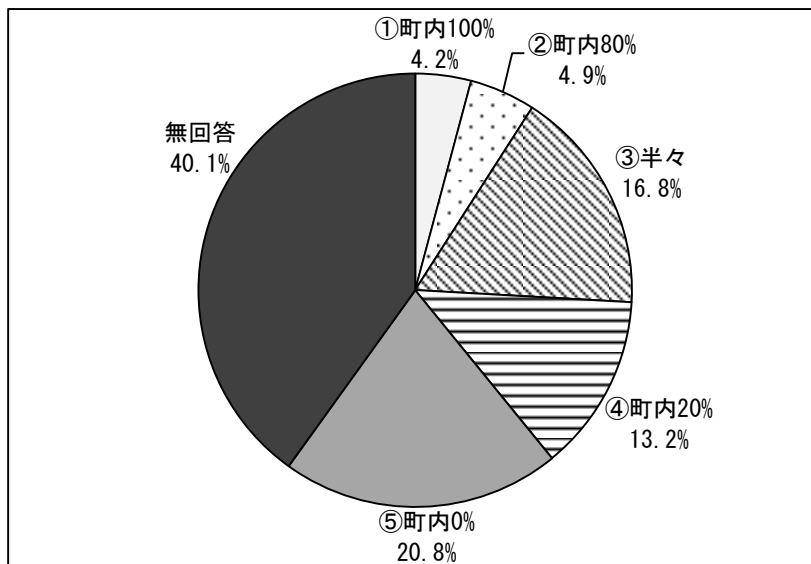
大人用衣料品店の利用状況は、年代が上がるにつれて町内利用が高まる傾向がある。「町内のお店で買うことが多い（町内 100%+町内 20%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを年代で比較すると、次の通りである。

- 20才未満 「町内が多い」 25.0%、「半々」 25.0%、「町内が少ない」 50.0%
- 20才代 「町内が多い」 8.3%、「半々」 8.3%、「町内が少ない」 75.0%
- 30才代 「町内が多い」 5.2%、「半々」 25.6%、「町内が少ない」 66.7%
- 40才代 「町内が多い」 14.0%、「半々」 39.5%、「町内が少ない」 44.2%
- 50才代 「町内が多い」 14.2%、「半々」 32.9%、「町内が少ない」 51.8%
- 60才以上 「町内が多い」 27.2%、「半々」 28.4%、「町内が少ない」 41.7%

町内店の利用は、20才未満から20才代にかけて減少するが、40才代以上になると年代とともに増加する。また「半々」は40-50才代が多い。働き盛りの年代層は、町内・町外のお店を併用し、場合によっては使い分けていると推察される。「町内が少ない」割合は、20才代以降、年代が高くなると共に低下する傾向が見受けられ、年齢が高いほど町内回帰志向が強い傾向がある。

I-1-(2) 衣料品—子供用

①町内100%	22
②町内80%	26
③半々	89
④町内20%	70
⑤町内0%	110
無回答	212



子供用衣料品を購入する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対して、最も多かったのが「無回答」の40.1%、ついで「町内0%」の20.8%、ついで「半々」の16.8%という結果になった。

「無回答」が最も多かった理由としては、調査時に、「子どもがいない」「現在は、子供用の衣料品を買わない」などの理由が推察される。

「無回答」を除く、購入者のみについてみると、子供用衣料品を購入する際、町内のお店をまったく利用しない(0%)割合が最も高い。

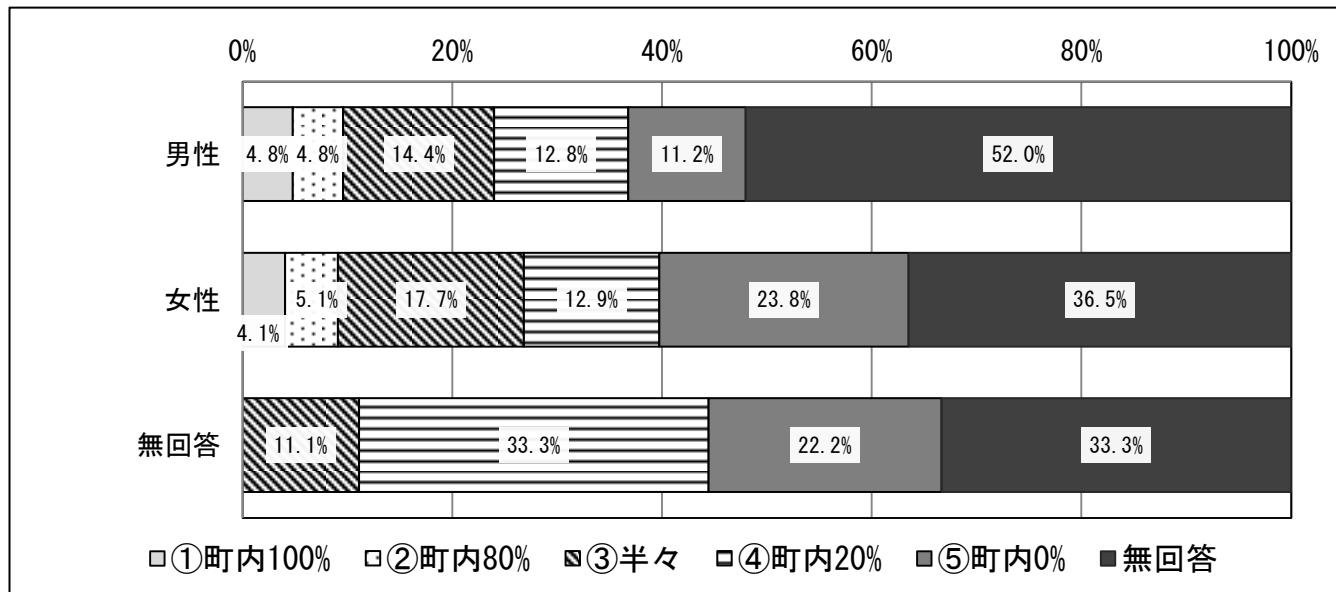
「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 9.1%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 34.0%
- 「半々(町内・町外が同等)」 16.8%

「町内100%~20%」の合計は39.1%で、町内のお店を利用している割合は4割弱である。子供用衣料品を購入する人を100%として換算すると、町内店の利用経験は全体の約65.3%である。

I-1-(2c) 衣料品—子供用 クロス集計

◆町内のお店をどの程度利用しますか(衣料品—子供用)×性別



子供用衣料品の購入状況を、性別によって見てみる。

「町内のお店で買うことが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内 20%+町内 0%）」か、を性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 9.6% 女性 9.2%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 24.0% 女性 36.7%
- 「半々（町内・町外が同等）」 男性 14.4% 女性 17.7%

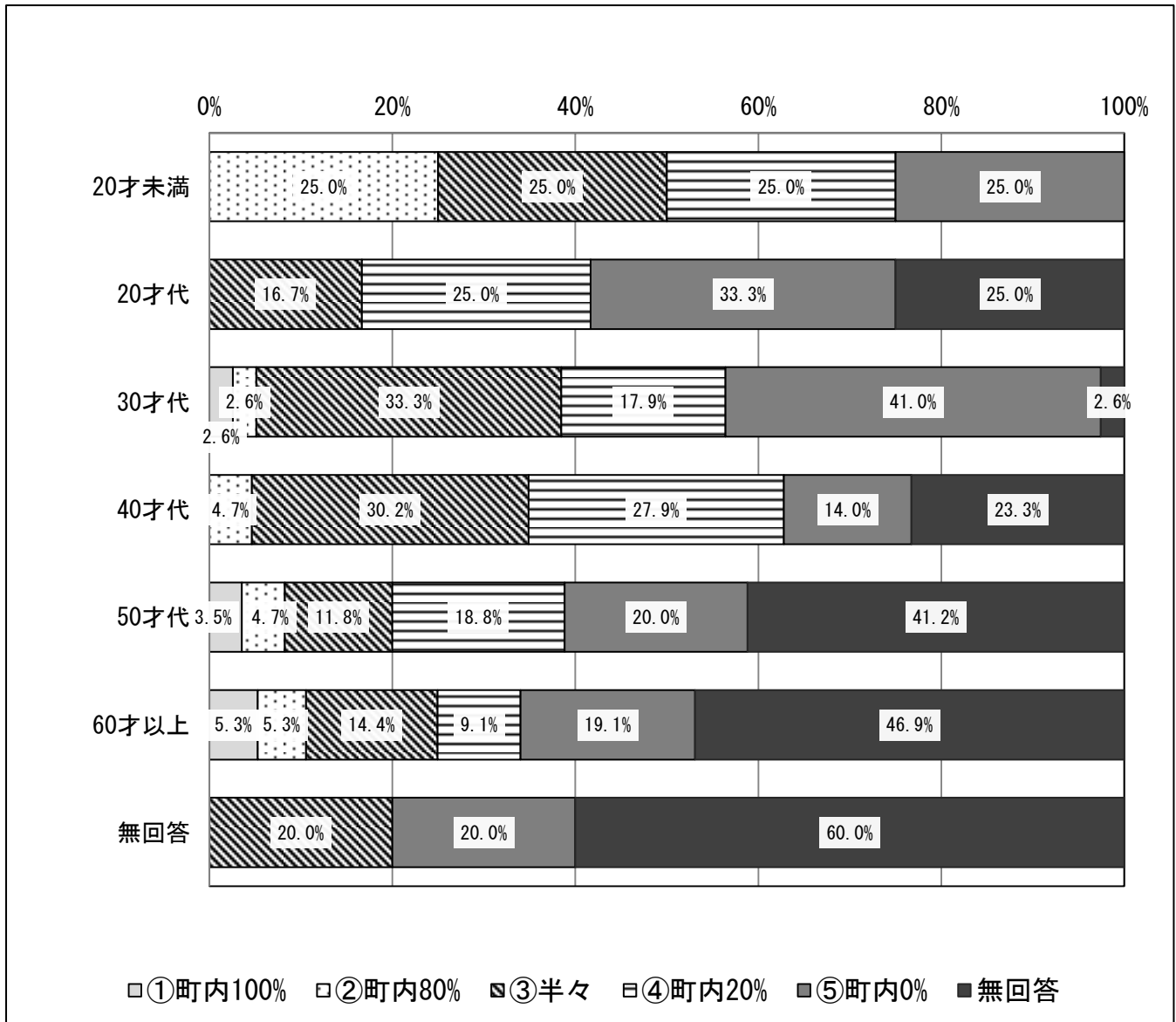
女性の方が「町内のお店で買うことが少ない」「半々」が多く、子供用衣料品を購入する際、町外の店舗を利用する傾向が男性よりも強い。

「町内 100%（常に町内を利用）」と回答した人は、男性 4.8%、女性 4.1%で大きな差は見受けられない。

性別が不明な「無回答」の人は、性別を明記した人と比較して、「町内のお店で買うことが少ない」割合が高い。町内での購買行動に消極的である傾向が見受けられた。

なお、男性の方が「無回答」の比率が高い。女性と比較して、子供用衣料品を購入することが少ないためと推察される。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(衣料品—子供用) × 年代



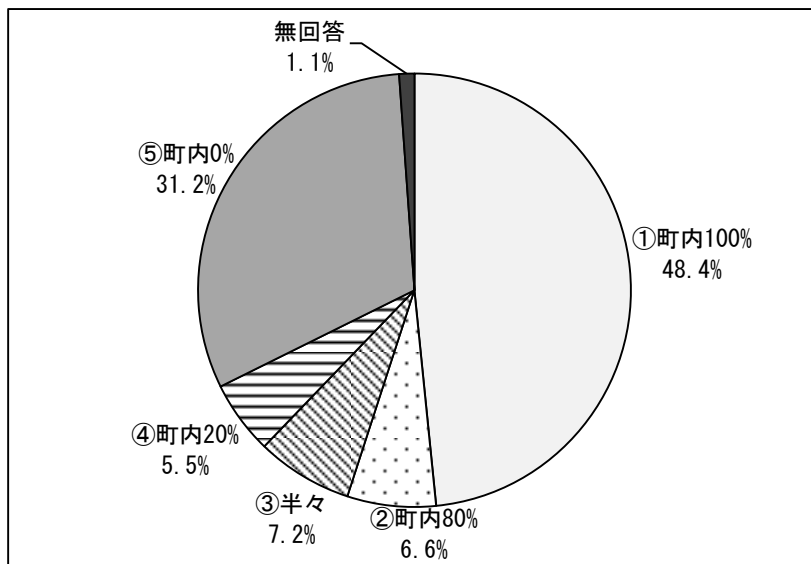
町内の子供用衣料品店の利用状況は、年代によって違いが見受けられる。「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で比較すると、次の通りである。

- 20才未満 「町内が多い」25.0%、「半々」25.0%、「町内が少ない」50.0%
- 20才代 「町内が多い」0%、「半々」16.7%、「町内が少ない」58.3%
- 30才代 「町内が多い」5.2%、「半々」33.3%、「町内が少ない」58.9%
- 40才代 「町内が多い」4.7%、「半々」30.2%、「町内が少ない」41.9%
- 50才代 「町内が多い」8.2%、「半々」11.8%、「町内が少ない」38.8%
- 60才以上 「町内が多い」10.6%、「半々」14.4%、「町内が少ない」28.2%

全体的に、年代が上がるともに「無回答」が増え、購入比率が下がる。「町内が多い」が最も多いのは20才未満の25.0%で、20-40才代の子育て世代は10%に満たない。20才未満-40才代の子育て世代は「町内が少ない」が多く、「半々」も含めて町外店をより利用している傾向が見受けられる。町内で子供服を購入した経験を持つ人は20歳未満、30-40才が多く、20代が少ない。20代の住民の需要を町内で獲得する対策が望まれる。

I-1-(3) 理容・美容

①町内100%	256
②町内80%	35
③半々	38
④町内20%	29
⑤町内0%	165
無回答	6



理容室・美容室を利用する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対しては、最も多かったのが「町内 100%」の 48.4%、ついで「町内 0%」の 31.2%である。

「町内 80%」「半々」「町内 20%」はいずれも 10%未満で、「町内」か「町外」かが明確に分かれる傾向が見受けられた。

「町内 100%（常に町内を利用）」が 48.4%ということは、回答者の半数近くが常に町内店を利用していることを表している。町内のお店が地域住民の一定の需要を確保・維持していることがわかる。

「町内のお店を利用することが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々」か、「町内のお店を利用することが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを比較すると、次の通りである。

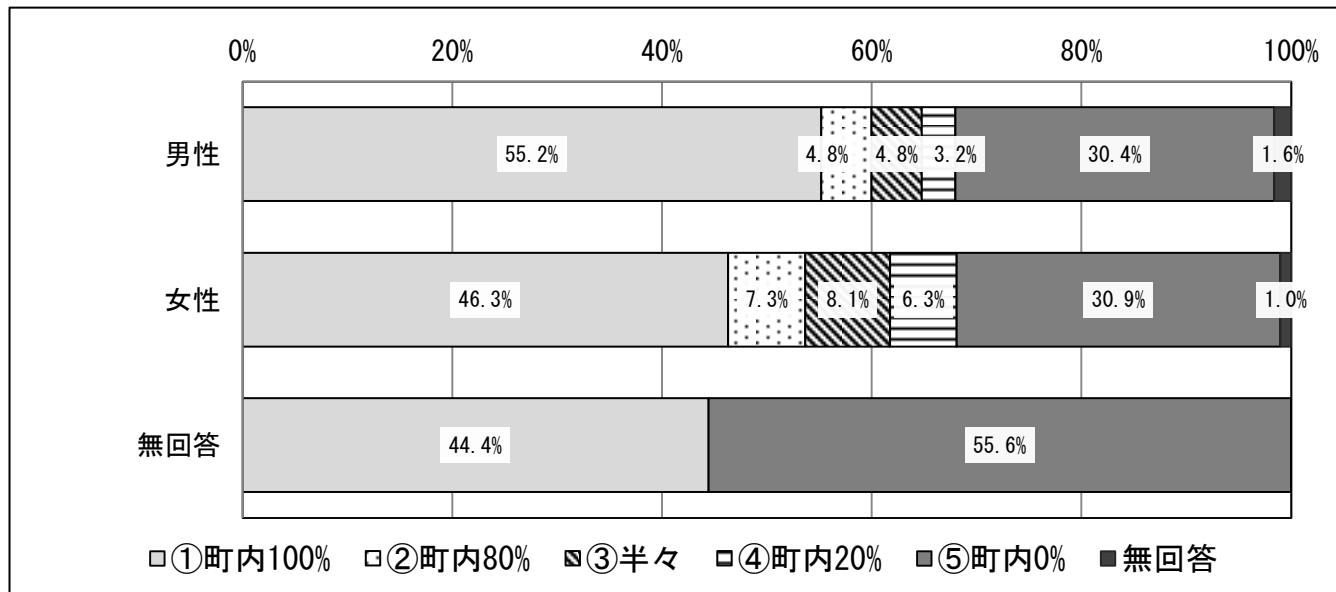
- 「町内のお店を利用することが多い」 55.0%
- 「町内のお店を利用することが少ない」 36.7%
- 「半々（町内・町外が同等）」 7.2%

「町内 100%～20%」の合計は 67.7%で、約 3分の2 の人が町内のお店を利用していることがわかる。

なお、「無回答」は 6 名（1.1%）である。

I-1-(3c) 理容・美容 クロス集計

◆町内のお店をどの程度利用しますか(理容・美容)×性別



理容室・美容室の利用状況を性別によって分析する。

男性は「町内 100%」が 55.2%と最も多く、ついで「町内 0%」が 30.4%である。

女性も「町内 100%」が 46.3%と最も多く、ついで「町内 0%」が 30.9%である。

男女ともに「町内 100%」が最も多く、ついで「町内 0%」である。男女ともに「町内」「町外」が明確に分かれる傾向がある。

「町内のお店を利用することが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々」か、「町内のお店を利用することが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを性別で比較すると、次の通りである。

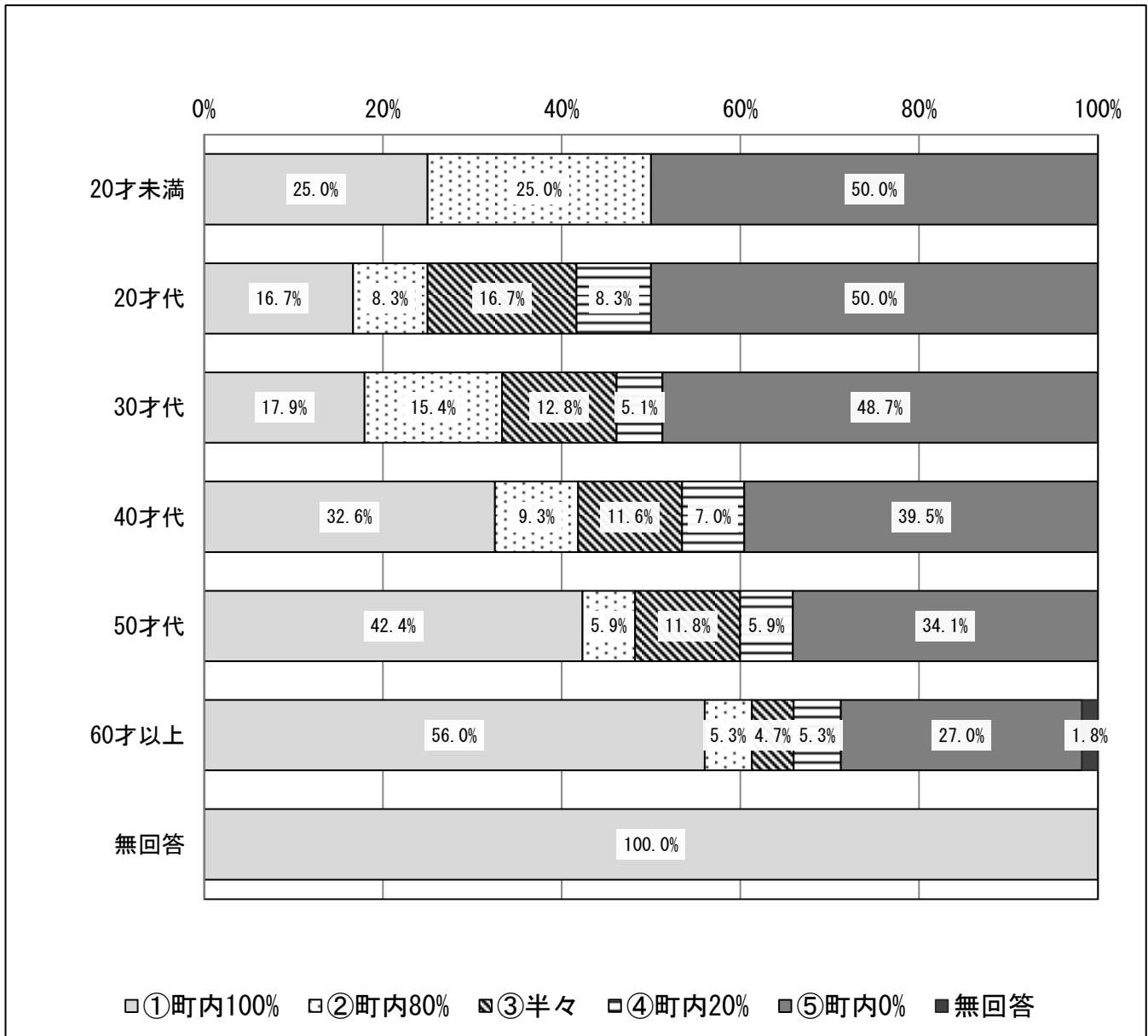
- 「町内のお店を利用することが多い」 男性 60.0% 女性 53.6%
- 「町内のお店を利用することが少ない」 男性 33.6% 女性 37.2%
- 「半々（町内・町外が同等）」 男性 4.8% 女性 8.1%

男性の方が「町内のお店を利用することが多い」が多く、地元店舗を積極的に利用する傾向がある。

「町内 100%~20%」の合計である町内店舗利用率を見ると、男女ともに 68.0%である。男女ともに約 7 割近くが町内店舗を利用していることがわかる。

なお、性別が不明な「無回答」の人は、「町内 100%」「町内 0%」に二分される結果となった。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(理容・美容)×年代



年代別に見ると、20才代以上は、年代が高くなるに従い町内店舗の利用率が高まる傾向がある。「町内のお店を利用することが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店を利用することが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で見ると次の通りである。

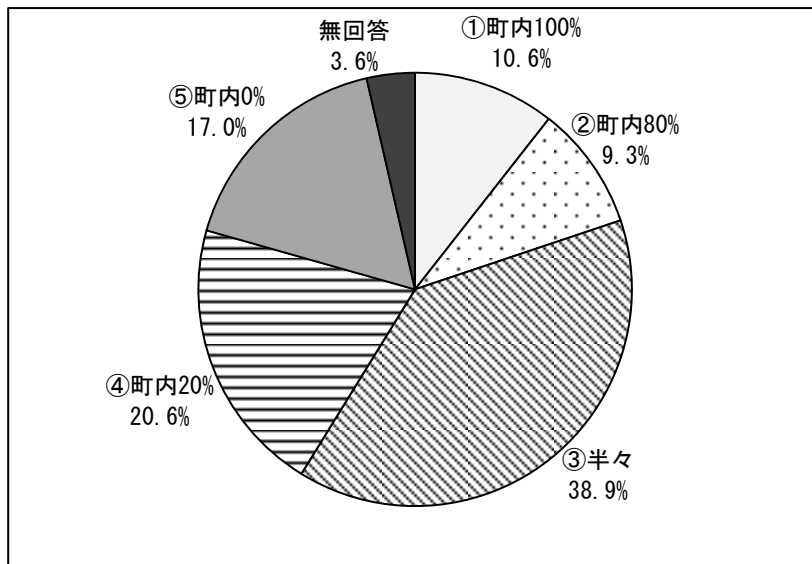
- 20才未満 「町内が多い」50.0%、「半々」0%、「町内が少ない」50.0%
- 20才代 「町内が多い」25.0%、「半々」16.7%、「町内が少ない」58.3%
- 30才代 「町内が多い」33.3%、「半々」12.8%、「町内が少ない」53.8%
- 40才代 「町内が多い」41.9%、「半々」11.6%、「町内が少ない」46.5%
- 50才代 「町内が多い」48.3%、「半々」11.8%、「町内が少ない」40.0%
- 60才以上 「町内が多い」61.3%、「半々」4.7%、「町内が少ない」32.3%

年代が高まるにつれて「半々」「町内が少ない」も減少する傾向があり、町内店舗の活用を意識する傾向が高くなると推察される。

今後は、町内利用率が低い20-30才代に対し、町内店舗の利用をいかに促すかが課題である。

I-1-(4) 外食

①町内100%	56
②町内80%	49
③半々	206
④町内20%	109
⑤町内0%	90
無回答	19



外食する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対し、最も多かったのが「半々」の38.9%、ついで「町内20%」の20.6%、ついで「町内0%」の17.0%となった。

「町内100%（常に町内を利用）」と回答した人は10.6%であった。

「町内のお店の利用が多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店の利用が少ない（町内20%+町内0%）」かを比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店の利用が多い」 19.9%
- 「町内のお店の利用が少ない」 37.6%
- 「半々（町内・町外が同等）」 38.9%

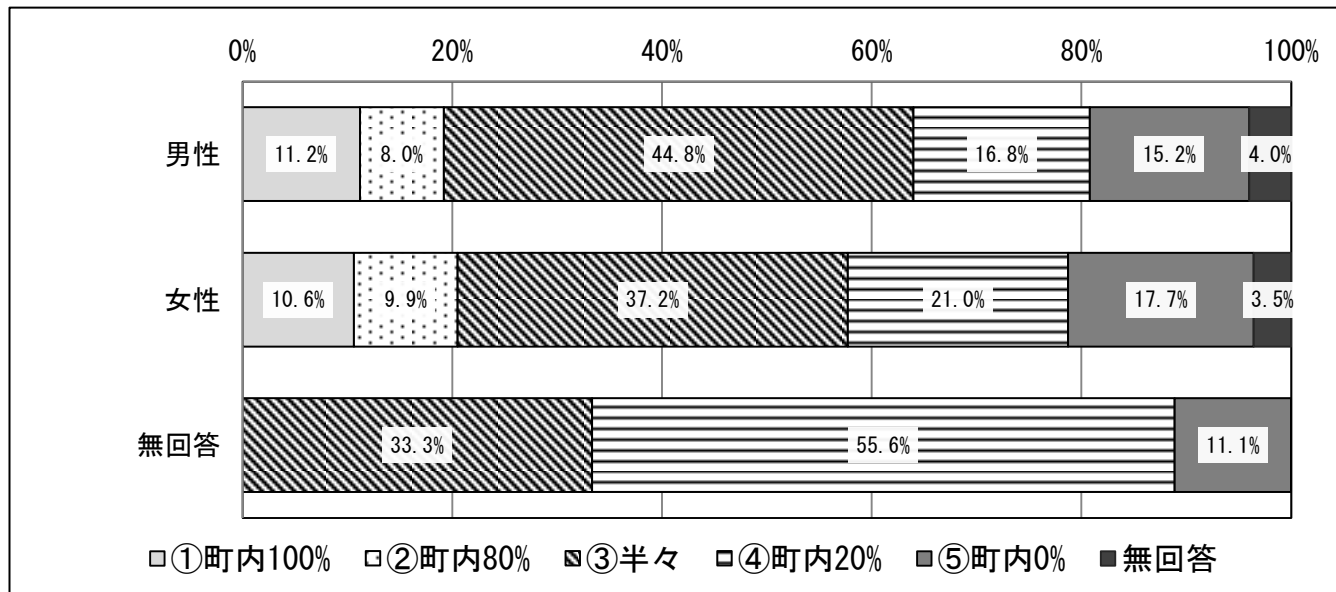
外食する際、「町内のお店の利用が少ない」「半々」が同等であり、「町内のお店の利用が多い」は約2割にとどまった。

「町内100%～20%」の合計は79.4%で、約8割の人が町内のお店を利用している。町内店舗の利用経験はあるものの、利用頻度は少ない人が多いことがわかる。

なお、「無回答」は19名（3.6%）存在した。

I-1-(4c) 外食 クロス集計

◆ 町内のお店をどの程度利用しますか(外食) × 性別



外食する際の、町内のお店の利用状況は、性別によってやや違いが見受けられる。

「町内のお店を利用することが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々」か、「町内のお店を利用することが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店を利用することが多い」 男性 19.2% 女性 20.5%
- 「町内のお店を利用することが少ない」 男性 32.0% 女性 38.7%
- 「半々（町内・町外が同等）」 男性 44.8% 女性 37.2%

町内店の利用状況は、男女ほぼ同等である。

女性の方が「町内のお店を利用することが少ない」が多く、積極的に町外の店舗を利用していることがわかる。

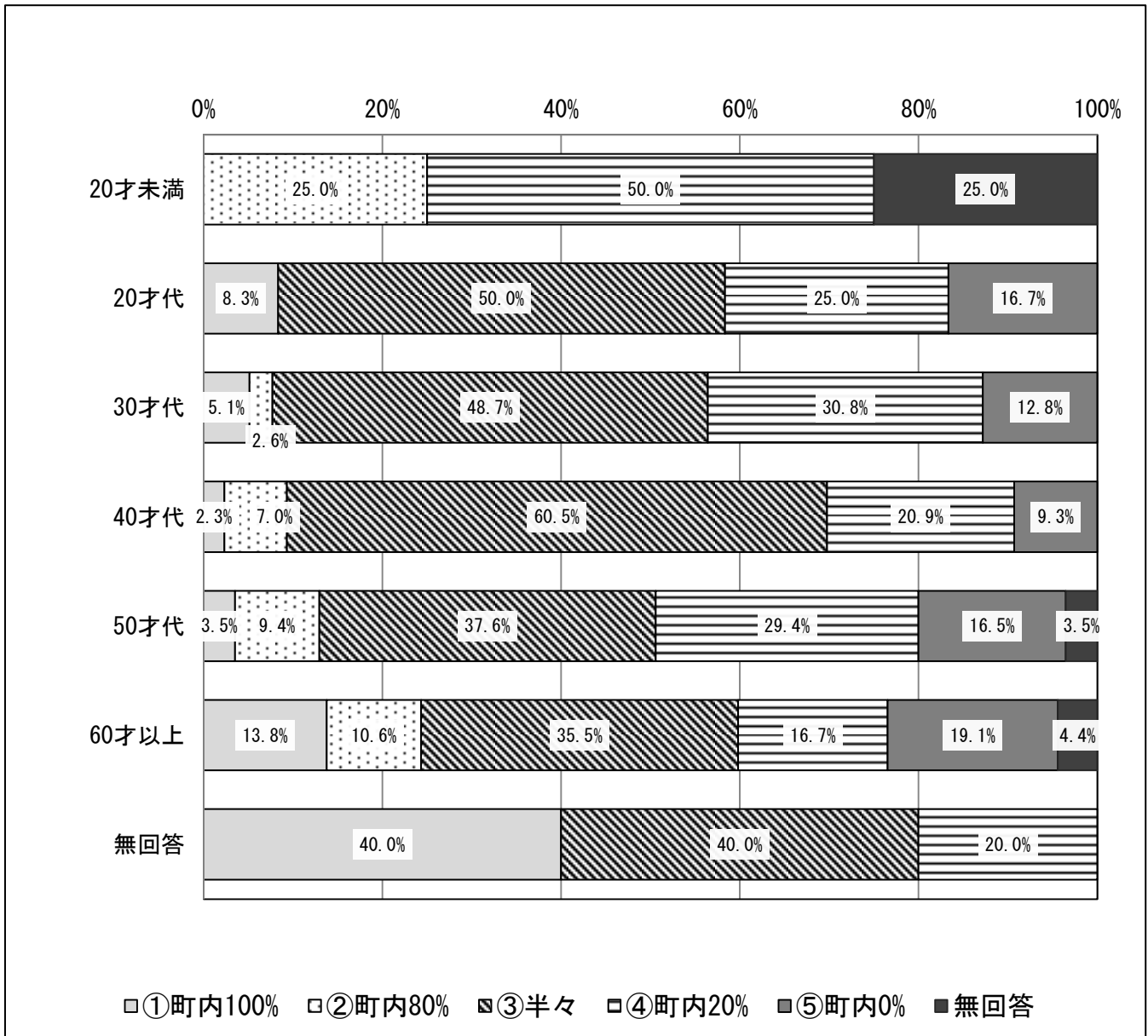
男性の方が「半々」が多く、町内・町外を併用する意識が強い。

「町内 100%～町内 20%」の合計である、町内店利用率を見ると、男性は 80.8%で、女性は 78.7%で大きな差は見られない。

男女を問わず、町内店舗の話題や魅力を伝え、町内店舗の利用促進につなげることが必要といえよう。

なお、性別が不明な「無回答」の人は、「町内 20%」が最も多く「半々」が続く。あまり町内店の利用に積極的ではないことがうかがえる。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(外食)×年代



外食する際の町内店の利用は、年代が上がるに従って徐々に高まる傾向が見受けられる。

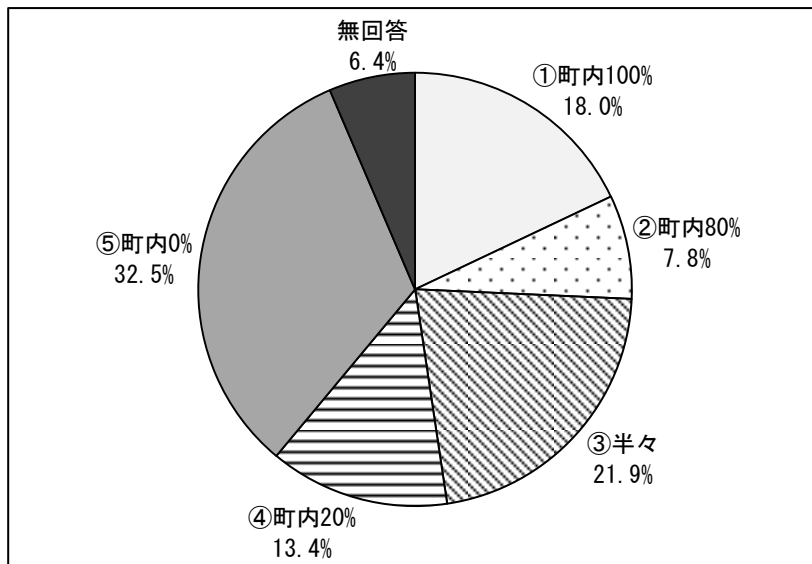
「町内のお店を利用することが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々」か、「町内のお店を利用することが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを年代で比較すると、次の通りである。

- 20才未満 「町内が多い」 25.0%、「半々」 0%、「町内が少ない」 50.0%
- 20才代 「町内が多い」 8.3%、「半々」 50.0%、「町内が少ない」 41.7%
- 30才代 「町内が多い」 7.7%、「半々」 48.7%、「町内が少ない」 43.6%
- 40才代 「町内が多い」 9.3%、「半々」 60.5%、「町内が少ない」 30.2%
- 50才代 「町内が多い」 12.9%、「半々」 37.6%、「町内が少ない」 45.9%
- 60才以上 「町内が多い」 24.4%、「半々」 35.5%、「町内が少ない」 35.8%

「町内が多い」は20-40才代は10%未満だが、50代以上になると10%以上に増加し、60代には50才代の倍近くになる。「半々」も50代になると減少する。「町内が少ない」割合は、いずれの年代にも30-40%程度見られる。ただし「町内0%」の割合は60才以上の高齢者が最も高い(19.1%)。料理等の魅力向上により、高齢者の需要を町内で獲得することが求められる。

I-1-(5) 園芸・農業資材

①町内100%	95
②町内80%	41
③半々	116
④町内20%	71
⑤町内0%	172
無回答	34



園芸・農業資材を購入する際、町内のお店の利用状況で最も多いのは、「町内0%」の32.5%、ついで「半々」の21.9%、「町内100%」の18.0%である。町内でまったく購入しない人が最も多い結果となった。

「町内のお店で買うことが多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内20%+町内0%）」かを比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 25.8%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 45.9%
- 「半々（町内・町外が同等）」 21.9%

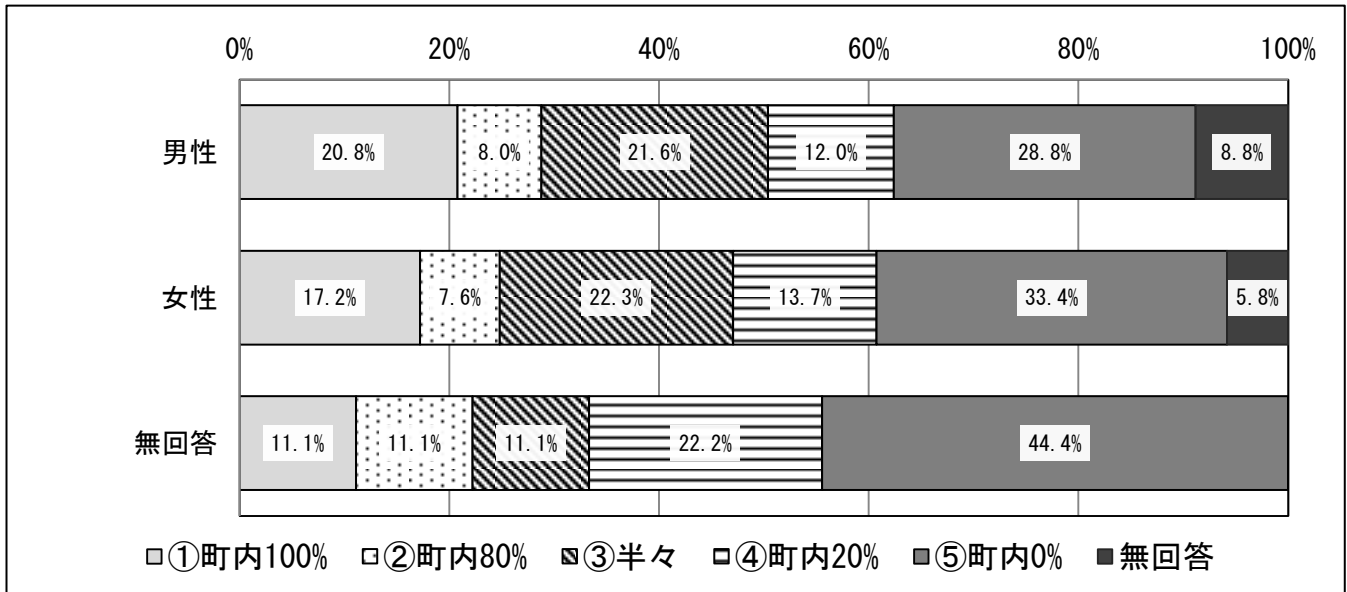
園芸・農業資材は、町内のお店で買うことが少ない人が半数弱を占め、需要の半数が町外へ流出していることを示している。

「町内100%～20%」の合計は61.1%で、約6割の人が町内店舗の利用経験があることがわかる。

なお、園芸・農業資材を買わない等の「無回答」も34名（6.4%）存在した。

I-1-(5c) 園芸・農業資材 クロス集計

◆町内のお店をどの程度利用しますか(園芸・農業資材) × 性別



園芸・農業資材の購入状況を、男女別に分析する。

「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 28.8% 女性 24.8%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 40.8% 女性 47.1%
- 「半々(町内・町外が同等)」 男性 21.6% 女性 22.3%

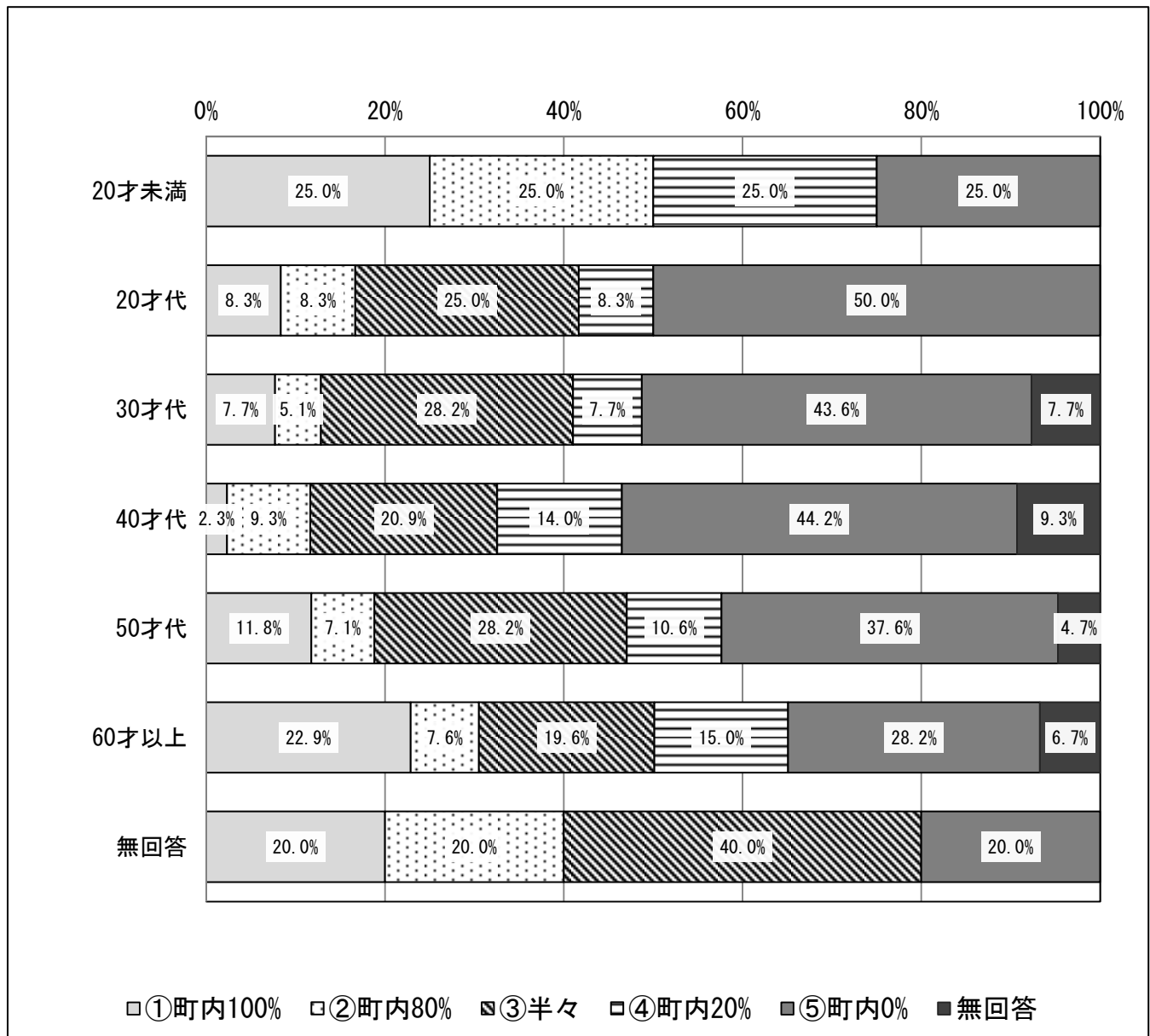
男性の方が「町内のお店で買うことが多い」が女性より多く、「町内のお店で買うことが少ない」が女性より少ない。

「町内100%」も男性の方が多い。

「半々」は男女ほぼ同等である。「町内0%」は女性の方が多い。

以上のことから、園芸・農業資材を購入する際、男性の方が町内店舗を利用する意向が強いといえる。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(園芸・農業資材)×年代



園芸・農業資材の購入状況は、年代によって動向に変化がある。

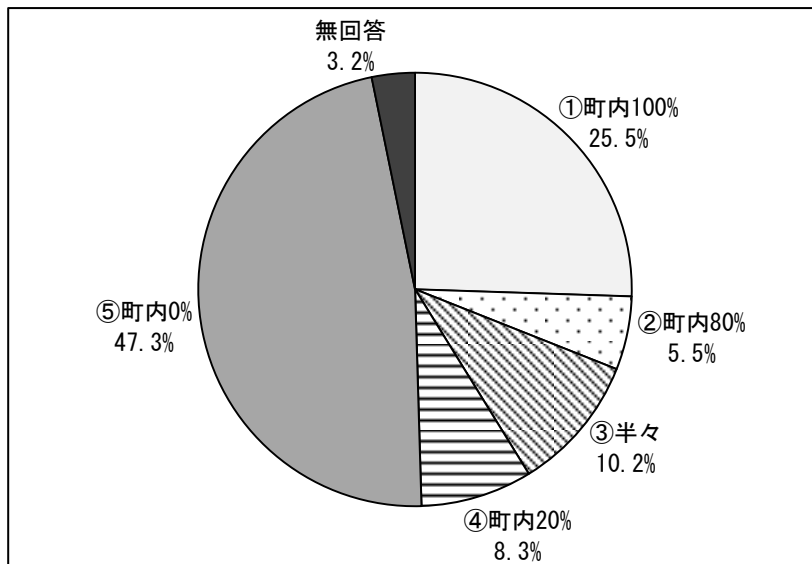
「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で比較すると、次の通りである。

- 20才未満 「町内が多い」50.0%、「半々」0%、「町内が少ない」50.0%
- 20才代 「町内が多い」16.6%、「半々」25.0%、「町内が少ない」58.3%
- 30才代 「町内が多い」12.8%、「半々」28.2%、「町内が少ない」51.3%
- 40才代 「町内が多い」11.6%、「半々」20.9%、「町内が少ない」58.2%
- 50才代 「町内が多い」18.9%、「半々」28.2%、「町内が少ない」48.2%
- 60才以上 「町内が多い」30.5%、「半々」19.6%、「町内が少ない」43.2%

20才未満から40才代にかけて町内利用率が減少し、40才代以降は年代が上がるのに従い、町内利用率が高まる。反対に「町内0%(常に町外店を利用)」が減少する。「町内100%-20%」の合計である町内店舗利用率も40才代から高まる。「町内100%(常に町内を利用)」は20歳未満および60才以上が高い。30-40代の需要を町内で獲得することが課題といえよう。

I-1-(6) 自動車・オートバイ・自転車(車検含む)

①町内100%	135
②町内80%	29
③半々	54
④町内20%	44
⑤町内0%	250
無回答	17



自動車・オートバイ・自転車(車検含む)を購入する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対し、最も多かったのは「町内0%」の47.3%であった。ついで「町内100%」が25.5%と続く。

「町内80%」「半々」「町内20%」がいずれも5-10%程度であり、全体においては少ない。

回答者の半数が、町内で全く購入していない反面、「町内100%（常に町内を利用）」が25.5%存在する。約4分の1の住民が、町内で自動車・オートバイ・自転車を購入したり車検を利用している。

「町内のお店で買うことが多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内20%+町内0%）」かを比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 31.0%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 55.6%
- 「半々（町内・町外が同等）」 10.2%

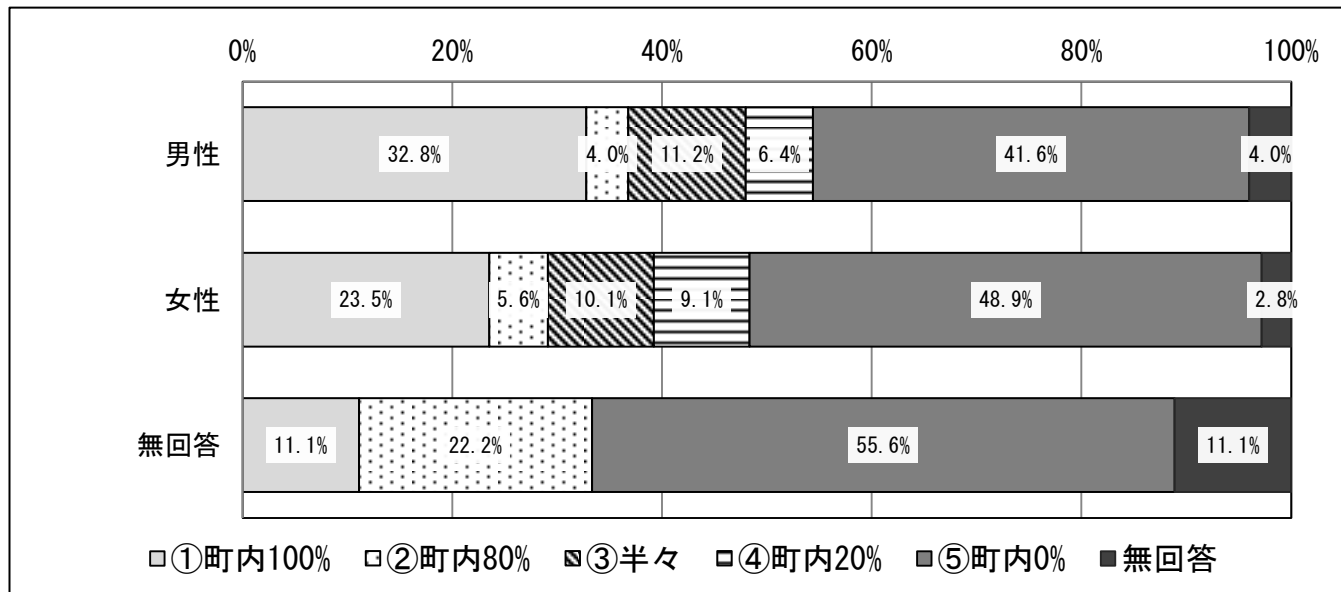
約半数強が「町内のお店で買うことが少ない（まったく買わないを含む）」で、約3分の1が町内のお店を積極的に利用している。

「町内100%~20%」の合計は49.5%で、約5割の人が町内のお店の利用経験があることがわかった。

なお、「買わない」等の「無回答」も17名（3.2%）存在した。

I-1-(6c) 自動車・オートバイ・自転車(車検含む) クロス集計

◆町内のお店をどの程度利用しますか(自動車・オートバイ・自転車) × 性別



自動車・オートバイ・自転車の購入状況を男女別に見てみる。

男女ともに、多い順に「町内0%」「町内100%」であることは同じだが、男性の方が、女性よりも「町内100%」が多く、必ず町内のお店を利用する割合が高い。

「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 36.8% 女性 29.1%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 48.0% 女性 58.0%
- 「半々(町内・町外が同等)」 男性 11.2% 女性 10.1%

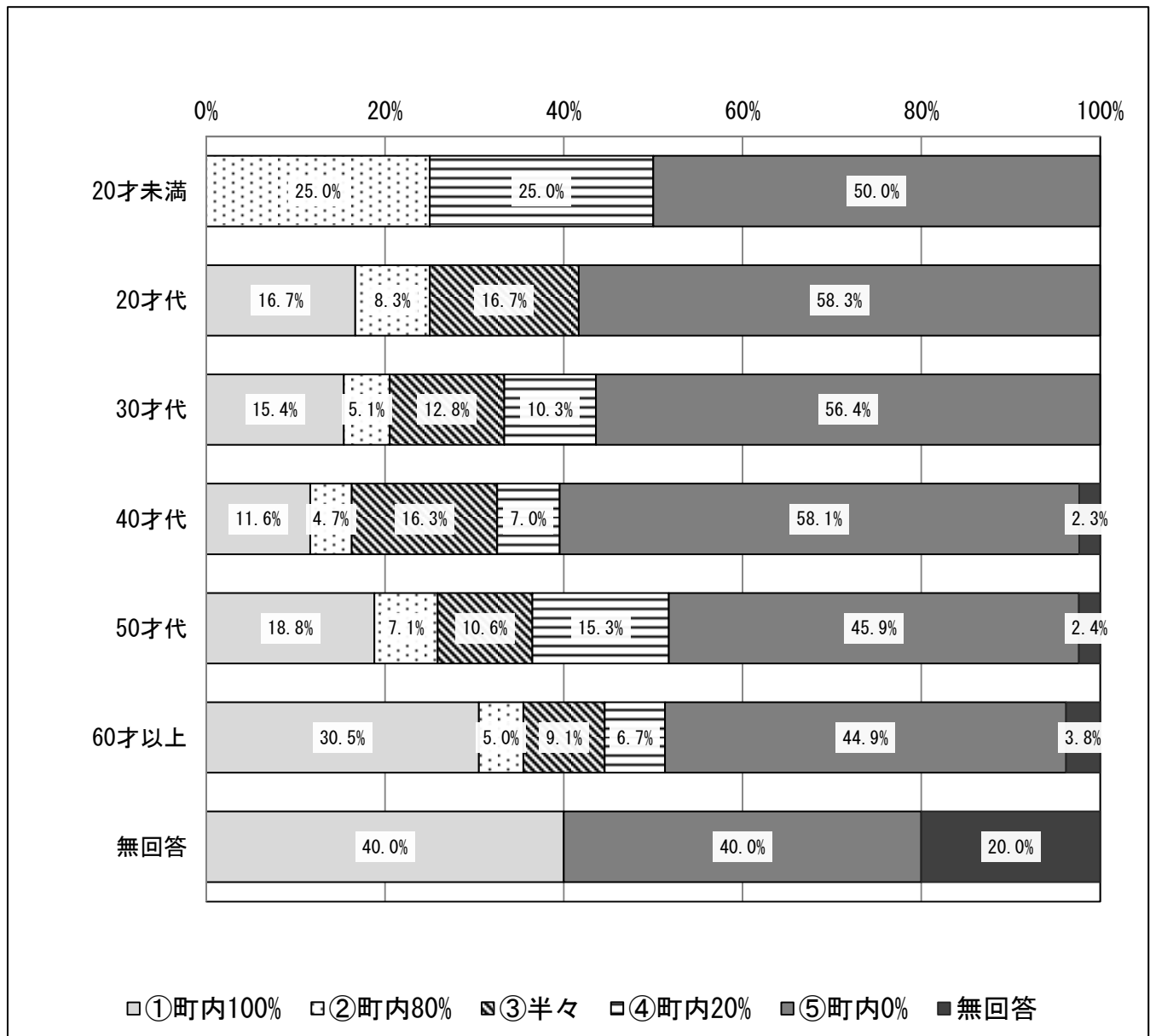
「町内100%~20%」の町内店舗利用率を見ると、男性が54.4%であるのに対し、女性は48.3%にとどまった。男性の方が、町内のお店を一度でも利用した割合が高い。

このことは、男性よりも女性は町外で購入する志向が強く、需要が町外に流出してしまっていることを示している。

なお、性別が不明な「無回答」の人は「町内0%」が55.6%存在する。

自動車・オートバイ・自転車は、比較的単価が高く、購買頻度が低い商品である。町内店で必ず購入するお客様を増やし、顧客化することが課題である。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(自動車・オートバイ・自転車)×年代



自動車・オートバイ・自転車の購入状況は、20才代から40才代にかけて町内購入が減少し、その後50才代以上になると徐々に町内購入が増加する傾向が見られる。

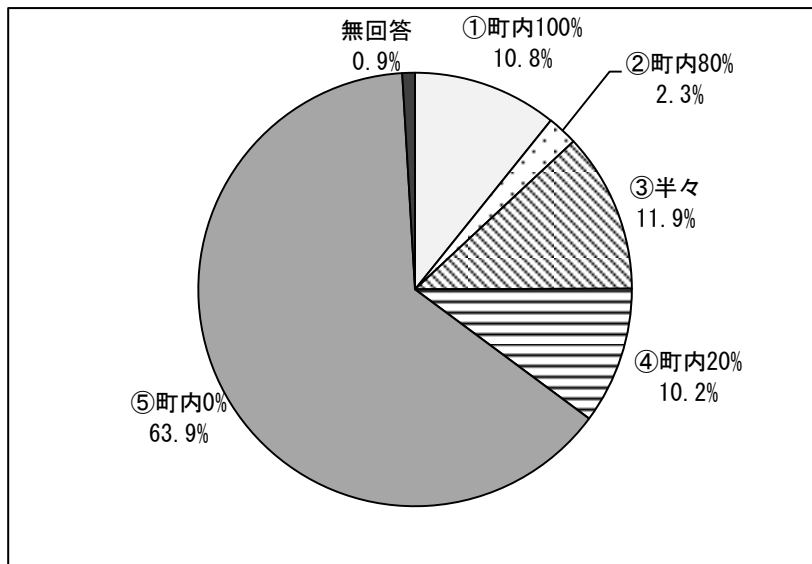
「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で比較すると、次の通りである。

- 20才未満 「町内が多い」25.0%、「半々」0%、「町内が少ない」75.0%
- 20才代 「町内が多い」25.0%、「半々」16.7%、「町内が少ない」58.3%
- 30才代 「町内が多い」20.5%、「半々」12.8%、「町内が少ない」66.7%
- 40才代 「町内が多い」16.3%、「半々」16.3%、「町内が少ない」65.1%
- 50才代 「町内が多い」25.9%、「半々」10.6%、「町内が少ない」61.2%
- 60才以上 「町内が多い」35.5%、「半々」9.1%、「町内が少ない」51.6%

「町内100%~20%」の合計である町内店舗利用率は、20才未満は50.0%、20才代は41.7%、30才代43.6%、40才代39.6%、50才代51.8%、60才以上51.3%である。40才代に向けて減少傾向にある町内店舗利用率を高めることが課題である。

I-1-(7) 電化製品

①町内100%	57
②町内80%	12
③半々	63
④町内20%	54
⑤町内0%	338
無回答	5



電化製品を購入する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対し、最も多かったのが「町内0%」の63.9%である。全体の6割強が、町内で電化製品を全く購入していない実態が明らかになった。

ついで「半々」の11.9%、「町内100%」の10.8%、「町内20%」の10.2%が続く。

「町内のお店で買うことが多い（町内100%+町内80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内20%+町内0%）」かを比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 13.1%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 74.1%
- 「半々（町内・町外が同等）」 11.9%

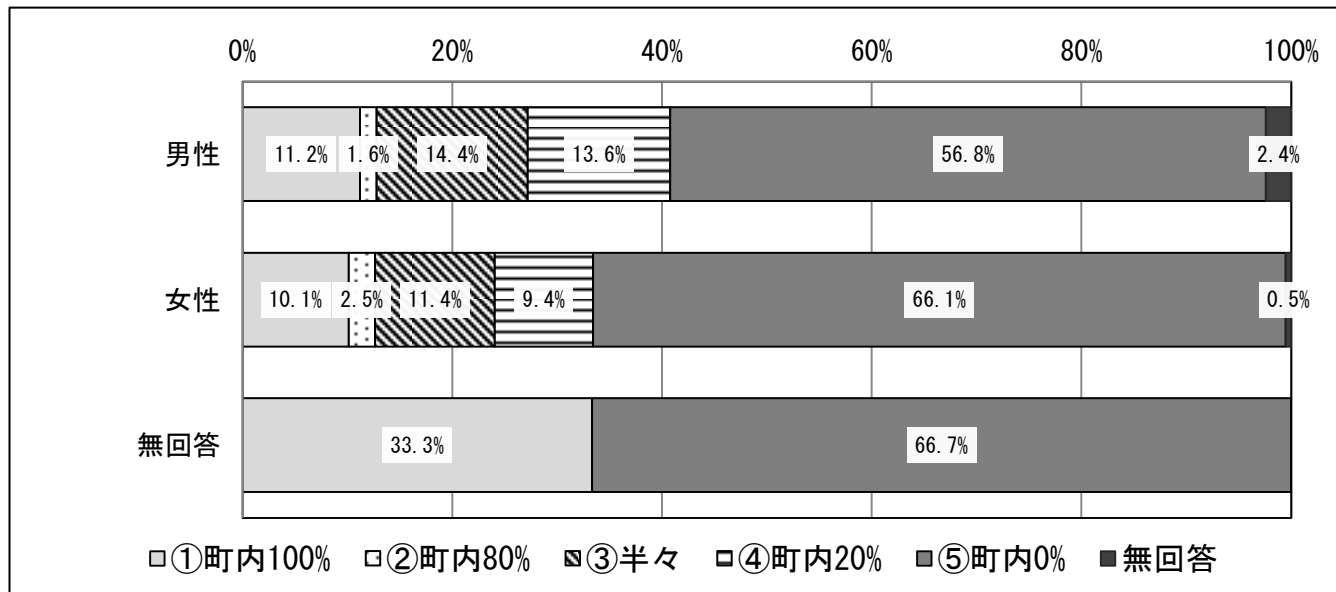
電化製品を購入する際は、「町内のお店で買うことが少ない」割合が全体の4分の3を占める結果となった。

「町内100%~20%」の合計は35.2%で、町内店舗の利用経験は4割弱である。

なお、「電化製品を買わない」「わからない」等の「無回答」も5名（0.9%）存在した。

I-1-(7c) 電化製品 クロス集計

◆ 町内のお店をどの程度利用しますか(電化製品) × 性別



電化製品の購入状況について、性別で分析する。

「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 12.8% 女性 12.6%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 70.4% 女性 75.5%
- 「半々(町内・町外が同等)」 男性 14.4% 女性 11.4%

「町内のお店で買うことが多い」は、男女同等である。

「町内のお店で買うことが少ない」は、女性の方がやや多い。

「半々」は、男性の方がやや多い。

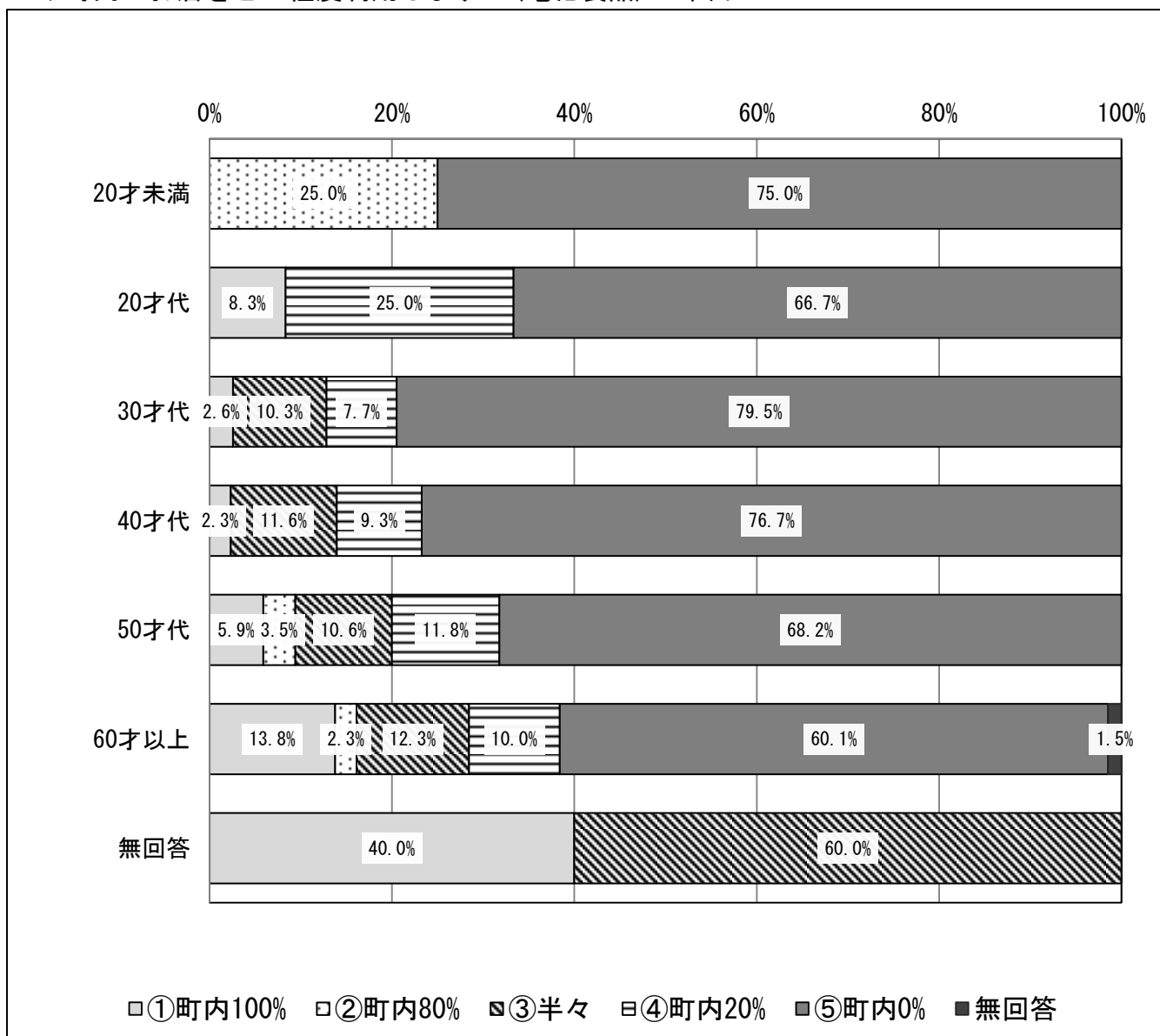
「町内100%~20%」の町内店舗利用率を見ると、男性が40.8%であるのに対し、女性は33.4%にとどまった。

男性の方が、町内のお店を利用する割合が高い。

反対に、女性は町外で購入する志向が強く、需要が町外に流出してしまっていることを示している。

なお、性別が不明な「無回答」の人は、「町内100%」または「町内0%」に分かれた。町内か町外かを明確に決めていることがうかがえる。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(電化製品)×年代



町内の電化製品の購入状況を年代別に分析する。

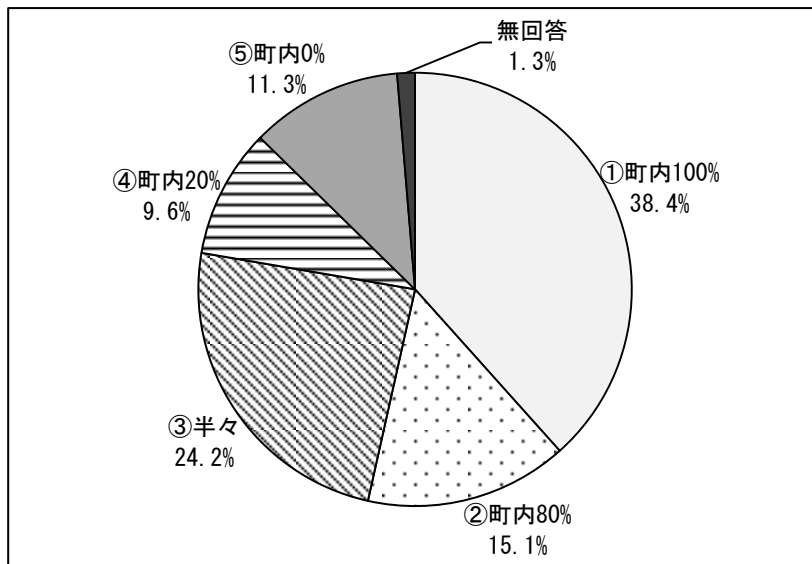
「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で比較すると、次の通りである。

- 20才未満 「町内が多い」25.0%、「半々」0%、「町内が少ない」75.0%
- 20才代 「町内が多い」8.3%、「半々」0%、「町内が少ない」91.7%
- 30才代 「町内が多い」2.6%、「半々」10.3%、「町内が少ない」87.2%
- 40才代 「町内が多い」2.3%、「半々」11.6%、「町内が少ない」86.0%
- 50才代 「町内が多い」9.4%、「半々」10.6%、「町内が少ない」80.0%
- 60才以上 「町内が多い」16.1%、「半々」12.3%、「町内が少ない」70.1%

20才から40才にかけて「町内が多い」割合が低くなり、50才以上になるとその割合は高くなる。比例して「町内0%」も減少する。高齢であるほど町内回帰の傾向が見受けられる。「町内100%~20%」の合計である町内店舗利用率は、20才未満は25.0%、20才代33.3%、30才代20.6%、40才代23.2%、50才代31.8%、60才以上38.4%で、年齢と共に高くなる。高齢者ほど町内で電化製品を購入することに抵抗が無い、あるいは馴染んでいると推察される。

I-1-(8) 医薬品・化粧品

①町内100%	203
②町内80%	80
③半々	128
④町内20%	51
⑤町内0%	60
無回答	7



医薬品・化粧品を購入する際、町内のお店をどの程度利用するかという質問に対して、最も多かったのは「町内 100%」の 38.4%、ついで「半々」の 24.2%、ついで「町内 80%」の 15.1%、という結果になった。

医薬品・化粧品は、「町内 100%（常に町内を利用）」と回答した割合が最も高く、町内店舗が住民の需要を獲得している業種であるといえる。

「町内のお店で買うことが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 53.5%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 20.9%
- 「半々（町内・町外が同等）」 24.2%

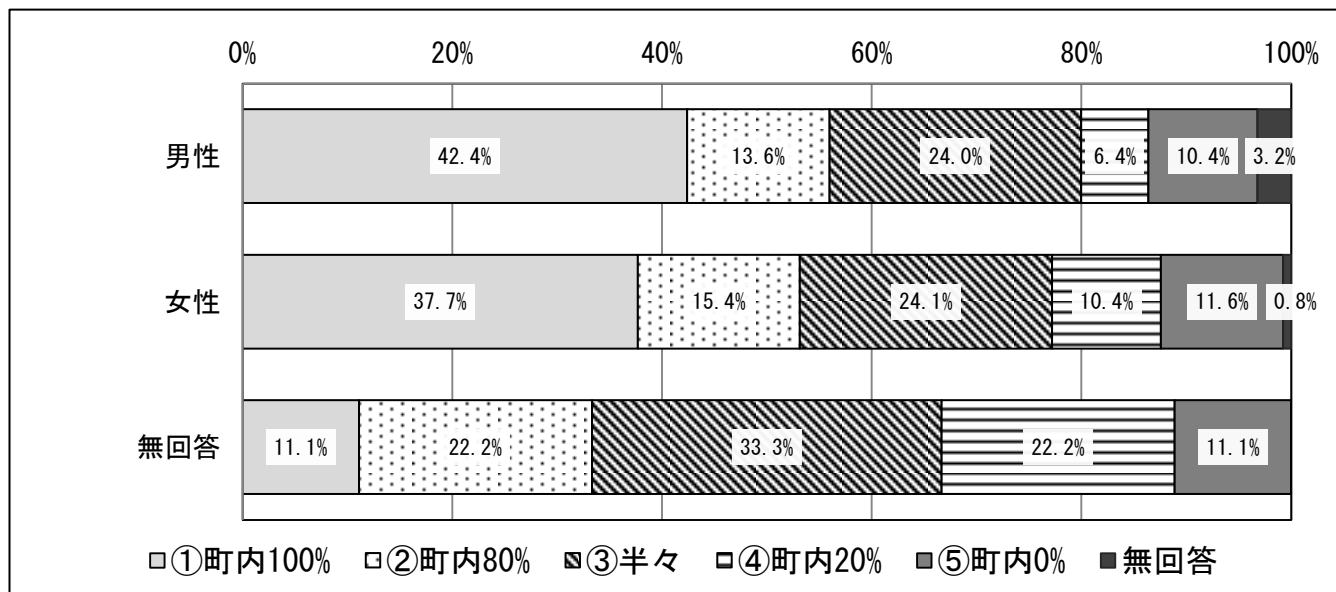
医薬品・化粧品を購入する際は、「町内のお店で買うことが多い」割合が約半数を占める。

「町内 100%~20%」の合計は 87.3%で、9 割弱の人が「町内で買ったことがある」経験を持っている。

なお、「医薬品・化粧品を買わない」「わからない」等の「無回答」も 7 名（1.3%）存在した。

I-1-(8c) 医薬品・化粧品 クロス集計

◆町内のお店をどの程度利用しますか(医薬品・化粧品) × 性別



医薬品・化粧品の購入状況は、性別による違いはさほど見受けられない。

男性・女性ともに「町内 100%」が最も多い。男女ともに町内店舗を積極的に利用している。「町内 100%」は、男性が 42.4%、女性が 37.7%で、男性の方がやや多い。男性の方が、医薬品・化粧品を購入する際、常に町内の店舗を利用する割合が高い。

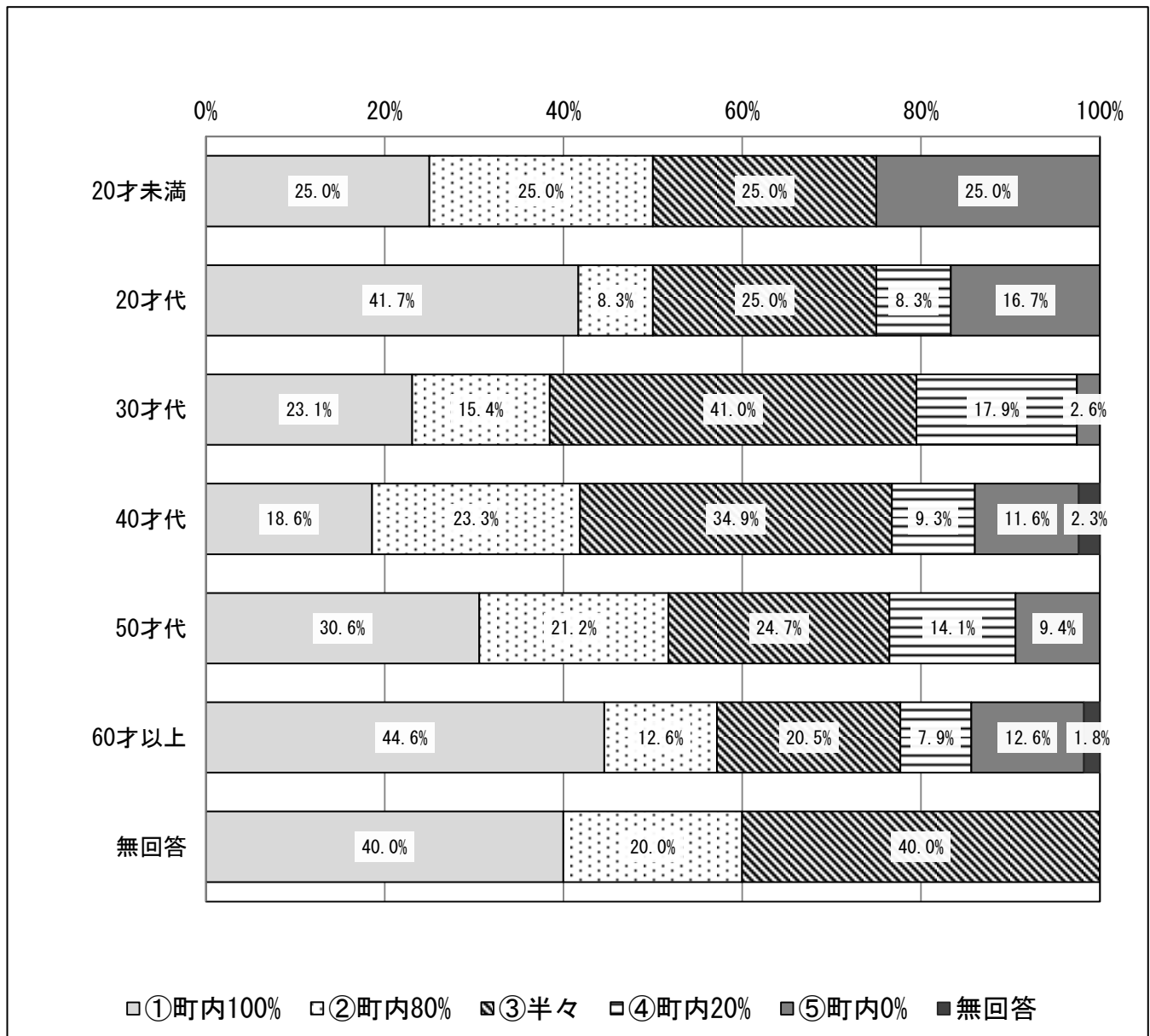
「町内のお店で買うことが多い（町内 100%+町内 80%）」か、「半々か」、「町内のお店で買うことが少ない（町内 20%+町内 0%）」かを性別で比較すると、次の通りである。

- 「町内のお店で買うことが多い」 男性 56.0% 女性 53.1%
- 「町内のお店で買うことが少ない」 男性 16.8% 女性 22.0%
- 「半々（町内・町外が同等）」 男性 24.0% 女性 24.1%

女性の方が「町内のお店で買うことが少ない」がやや多く、男性より需要が町外へ流出しやすい事を示している。

なお、性別が不明な「無回答」の人は、性別を明記した人と比較して町内店の利用意向が低い。町内での購買行動に消極的である傾向が見受けられた。

◆町内のお店をどの程度利用しますか(医薬品・化粧品)×年代



町内の医薬品・化粧品の購入状況を年代別に見てみる。

「町内のお店で買うことが多い(町内100%+町内80%)」か、「半々」か、「町内のお店で買うことが少ない(町内20%+町内0%)」かを年代で比較すると、次の通りである。

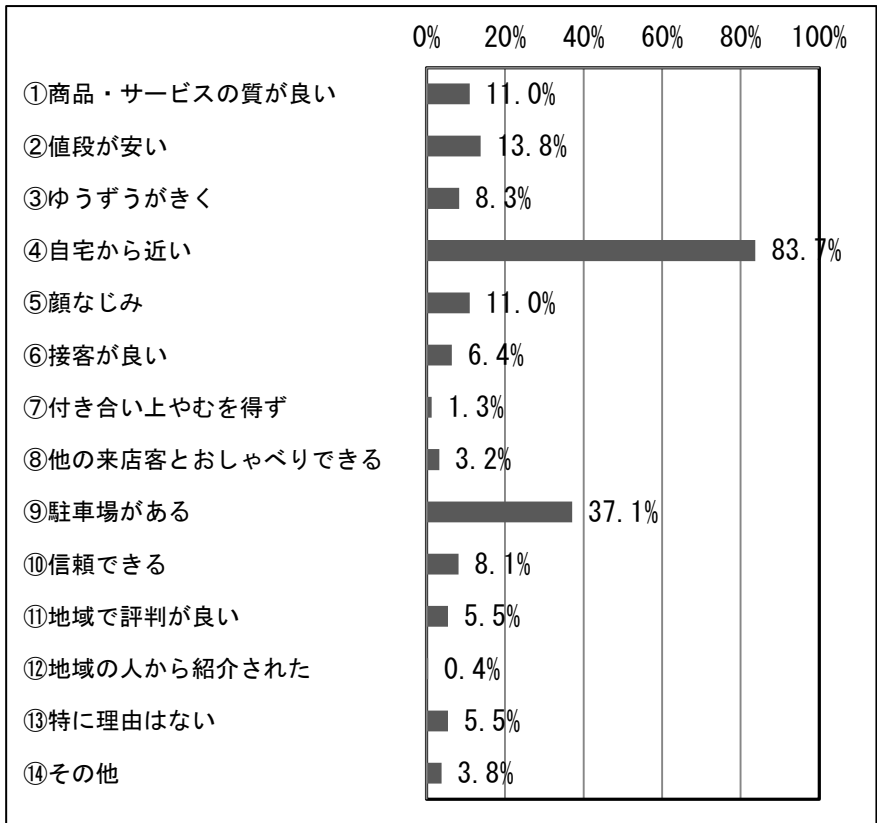
- 20才未満 「町内が多い」50.0%、「半々」25.0%、「町内が少ない」25.0%
- 20才代 「町内が多い」50.0%、「半々」25.0%、「町内が少ない」25.0%
- 30才代 「町内が多い」38.5%、「半々」41.0%、「町内が少ない」20.5%
- 40才代 「町内が多い」41.9%、「半々」34.9%、「町内が少ない」20.9%
- 50才代 「町内が多い」51.8%、「半々」24.7%、「町内が少ない」23.5%
- 60才以上 「町内が多い」57.2%、「半々」20.5%、「町内が少ない」20.5%

20才代から30才代にかけて「町内が多い」がやや減少するが、30才以上は、年代が上がるにつれて「町内が多い」が増加し「半々」が減少する。「町内が少ない」割合はいずれの年代でも一定程度存在する。医薬品・化粧品の需要は高齢者ほど町内で獲得できることがわかった。

今後は、町内店を利用しない住民の需要獲得が課題である。

I-2 町内のお店を利用する理由に○を付けてください。(○はいくつでも)

①商品・サービスの質が良い	58
②値段が安い	73
③ゆうずうがきく	44
④自宅から近い	443
⑤顔なじみ	58
⑥接客が良い	34
⑦付き合い上やむを得ず	7
⑧他の来店客とおしゃべりできる	17
⑨駐車場がある	196
⑩信頼できる	43
⑪地域で評判が良い	29
⑫地域の人から紹介された	2
⑬特に理由はない	29
⑭その他	20



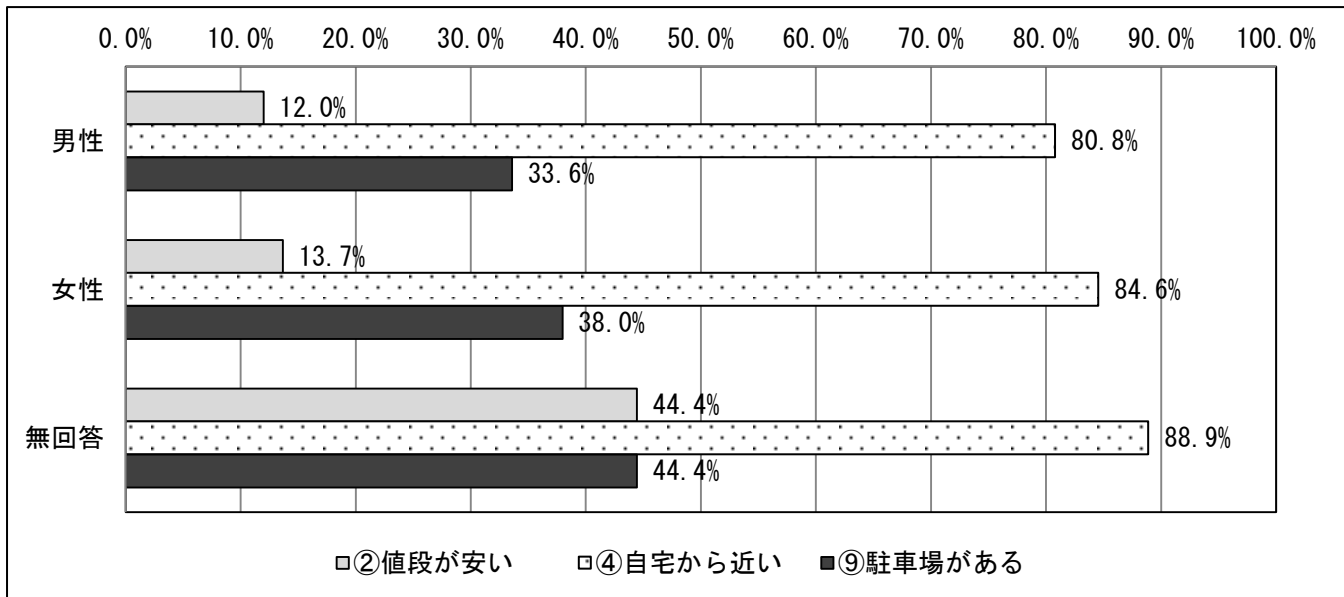
町内のお店を利用する理由で最も多かったのは「自宅から近い」の83.7%、ついで「駐車場がある」の37.1%となった。家から行きやすい場所にあること、および、駐車場などのハード面が、町内店舗を利用する強い動機づけであることがわかる。10%を超えたのは、「価格が安い」13.8%「商品・サービスの質が良い」「顔なじみ」の11.0%である。

最も少なかったのは「地域の人から紹介された」の0.4%、ついで「付き合い上やむを得ず」1.3%である。地域の人から紹介された、または、付き合いについては大きな動機づけにはなっていないことがわかる。「その他」として記載された主なコメントは以下の通りである。

- ・ 利用しない
- ・ 宅配がある
- ・ 品揃えがよい（ヤオコー）、ポイントがあるため
- ・ タクシー
- ・ 駐輪場がある
- ・ ポイントや割引がある
- ・ 廃車にしたので、住まいのみどりが丘からバスで行ける範囲
- ・ 1,000円カットがほしいです
- ・ 有機野菜
- ・ 値段がリーズナブル
- ・ 近くだから
- ・ 農産物はなるべく地場産を買って協力したいので
- ・ 交通が便利、すぐ来られる
- ・ ちらしを見て
- ・ 駅から近い
- ・ 欲しい物が大体そろっている
- ・ 野菜が美味しい
- ・ 発展するように

I-2c町内のお店を利用する理由 クロス集計

◆町内のお店を利用する理由×性別

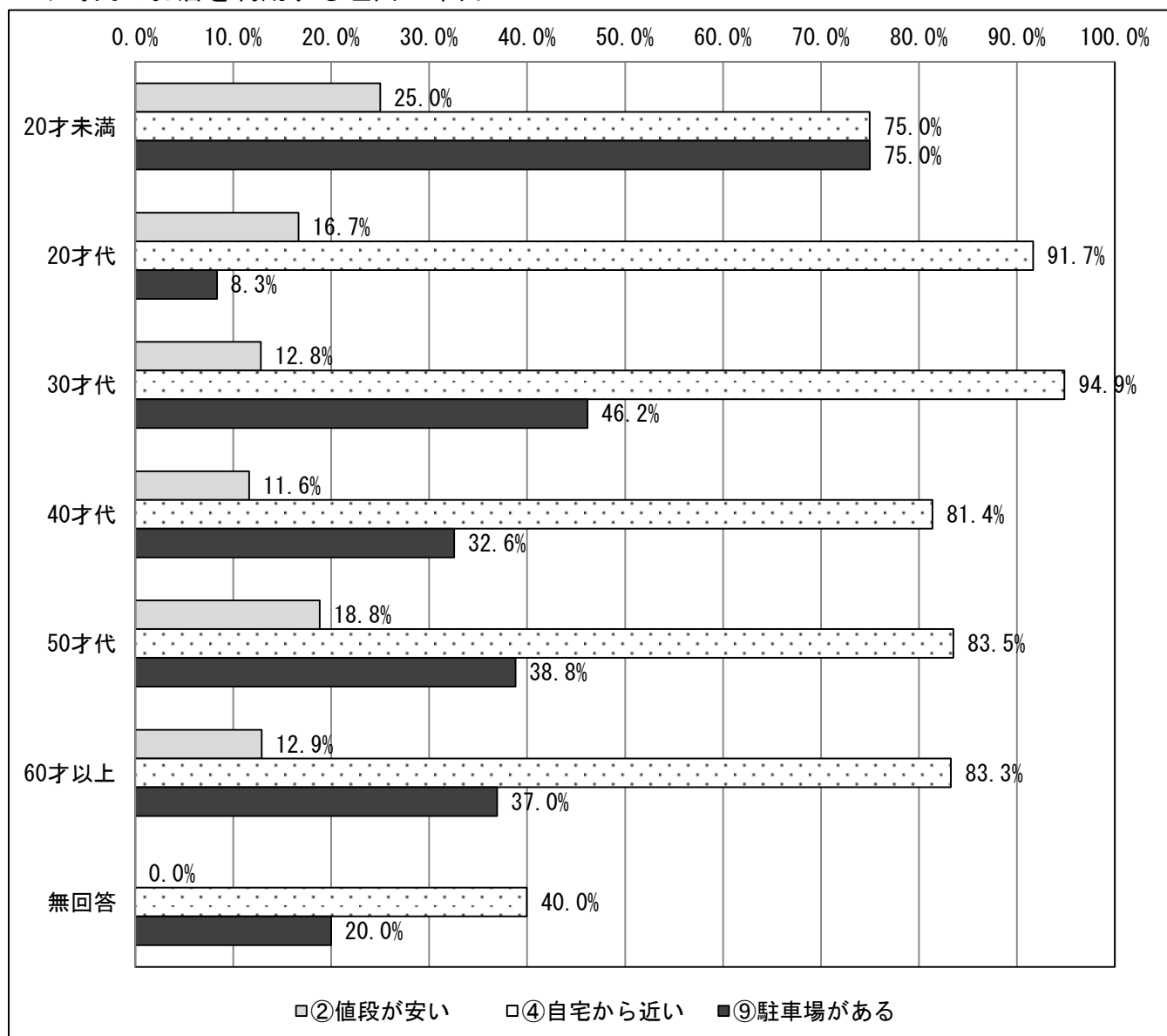


町内のお店を利用する理由で多かった項目3つについて、男女別に見てみる。

- 値段が安い … 男性 12.0% < 女性 13.7%
- 自宅から近い … 男性 80.8% < 女性 84.6%
- 駐車場がある … 男性 33.6% < 女性 38.0%

男女で大きな違いは無いものの、女性の方がいずれの項目も挙げた割合が高い結果となった。

◆町内のお店を利用する理由×年代



町内のお店を利用する理由で多かった項目3つについて、年代別に分析する。

いずれの年代も、「自宅から近い」が最も強い動機づけになっている。なかでも、20才代および30才代は「自宅から近い」を挙げた割合が他の年代よりも高く、強い動機づけとなっていることがわかる。

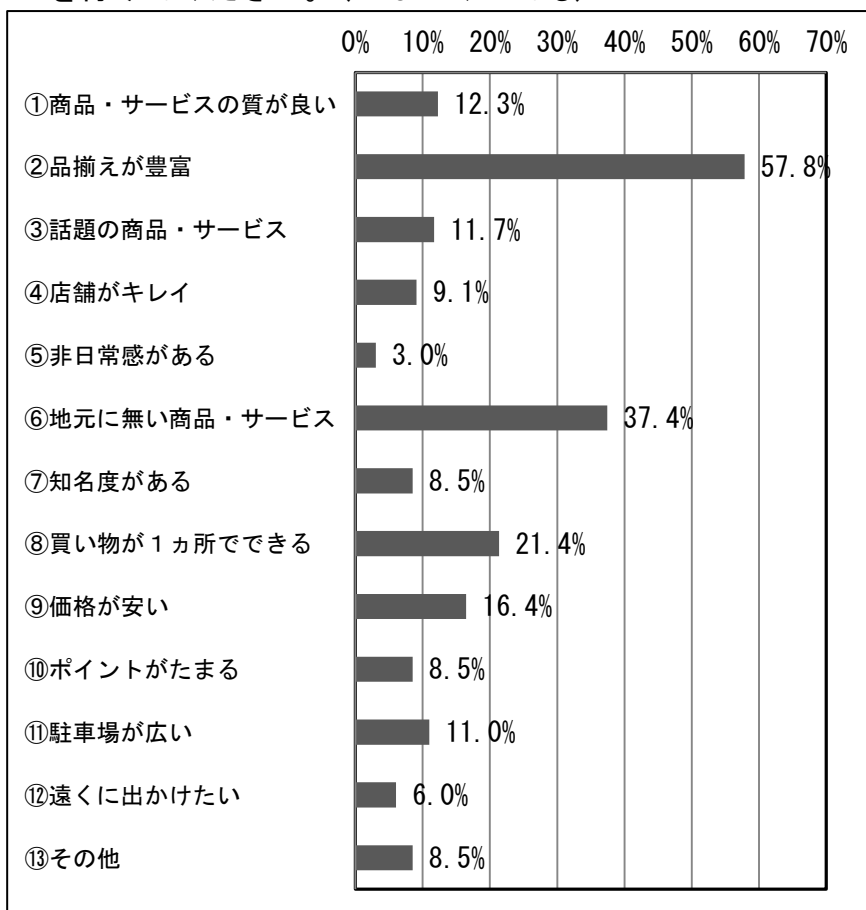
「値段が安い」を挙げた割合が最も高いのは、20才未満の25.0%である。ただし、「値段が安い」は年代による差はさほど大きくはない。

「駐車場がある」を挙げた割合が最も高いのは20才未満の75.0%である。20才代を除き、若年層ほど駐車場があることが強い動機づけであり、年代が高くなるに従い駐車場を理由に挙げる人の割合は低くなる。

全世代にとって、何よりも「自宅から近い」ことが大きな動機づけといえよう。

I-3 町外のお店を利用する理由に○を付けてください。(○はいくつでも)

①商品・サービスの質が良い	65
②品揃えが豊富	306
③話題の商品・サービスが買える	62
④店舗がキレイ	48
⑤非日常感がある	16
⑥地元に見えない商品・サービスがある	198
⑦知名度がある	45
⑧買い物が1ヶ所のできる	113
⑨価格が安い	87
⑩ポイントがたまる	45
⑪駐車場が広い	58
⑫遠くに出かけたい	32
⑬その他	45



町外のお店を利用する理由で最も多かったのは「品揃えが豊富」の57.8%、ついで「地元に見えない商品・サービス」の37.4%となった。品揃えの豊富さや地元に見られない点が魅力となっている。ついで「買い物が1ヶ所のできる」21.4%、「価格が安い」16.4%、「商品・サービスの質が良い」12.3%となっている。

ワンストップショッピングの利便性や価格の安さもさることながら、やはり品揃えの魅力が町外に流出する大きな原因といえよう。

意見として少なかったのは「非日常感がある」3.0%、「遠くに出かけたい」6.0%である。単に遠くに出かけたい、地元の日常感から離れたい、という理由は少ないことがわかった。

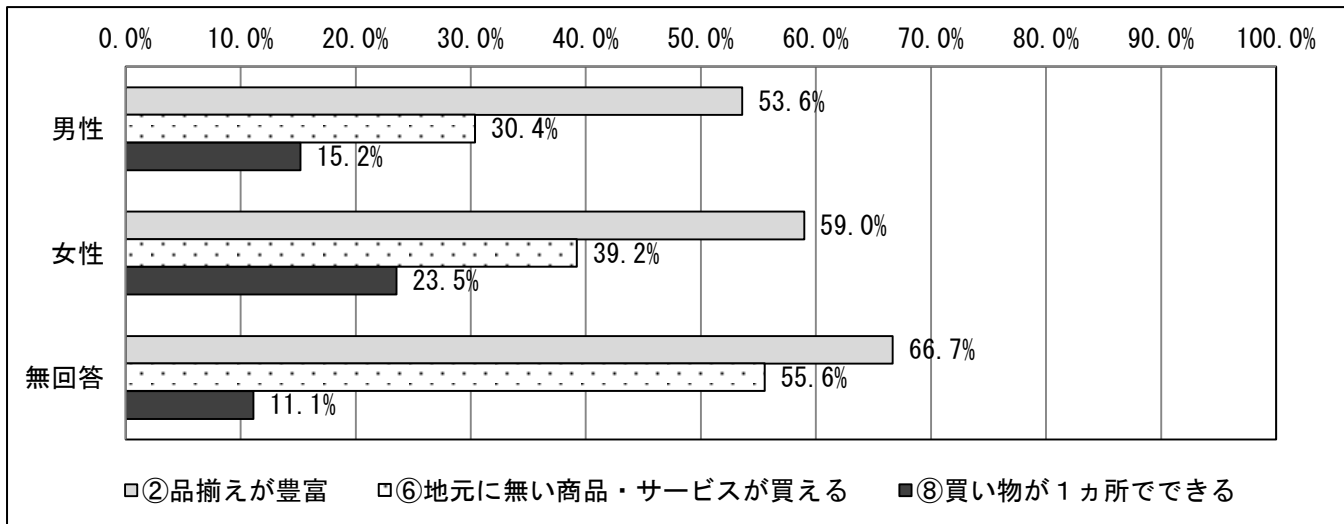
「その他」として記載された主なコメントは以下の通りである。

- ・ 会社の帰りに寄りやすい
- ・ 大きい店舗が良い、小さいところは入りづらい
- ・ 他に出かけたときに必要なものを買う
- ・ 買い物ついで
- ・ 信頼できる店であること
- ・ 他の来客と会話ができる
- ・ 生協、通販
- ・ 杖を持っていると袋に入れてくれる
- ・ いい物がある
- ・ 川越辺り迄行くとセンスの良い物がある

- ・ 友達と一緒にいくから
- ・ 通販、いつでも買える
- ・ 画材文具、丸広
- ・ 自宅より近い
- ・ 買いたい商品がある
- ・ 近い、嵐山町
- ・ 実家に帰るついでに
- ・ マルヒロ、気分転換
- ・ 昔から行っていて親切にめんどう見てくれる
- ・ 近いから
- ・ 仕事帰りに寄るので
- ・ 野菜 新鮮
- ・ ちらしを見て
- ・ 出かけついでだから特にならない
- ・ 気に入ったものがなかった時
- ・ あまり行かない
- ・ 連れて行ってもらう
- ・ 町内にお店がないから
- ・ インターネット
- ・ 道路状況が良い

I-3c 町外のお店を利用する理由 クロス集計

◆町外のお店を利用する理由×性別



町外のお店を利用する理由で多かった項目3つについて、男女別に分析する。

- 品揃えが豊富 … 男性 53.6% < 女性 59.0%
- 地元が無い商品・サービスが買える … 男性 30.4% < 女性 39.2%
- 買い物が1カ所のできる … 男性 15.2% < 女性 23.5%

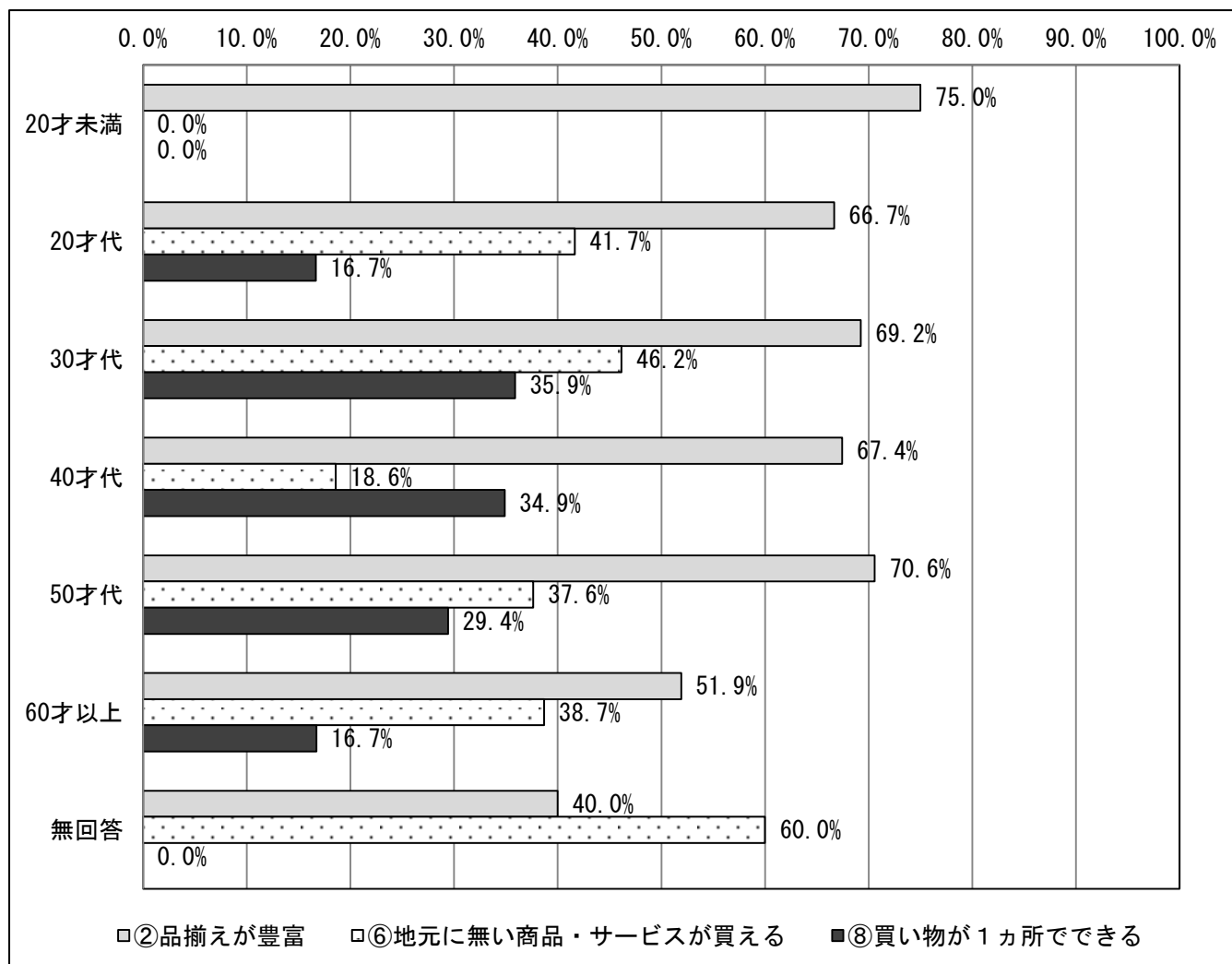
男女ともに、「品揃えが豊富」を挙げる割合が最も高い結果となった。

ついで「地元が無い商品・サービスが買える」「買い物が1カ所のできる」の順である。

また、いずれの項目も、女性の方が挙げた割合が高い結果となった。

女性の方が、町外のお店の品揃え、商品の目新しさ、ワンストップショッピングに価値を置いていることがわかる。

◆町外のお店を利用する理由×年代



町外のお店を利用する理由で多かった項目3つについて、年代別に分析する。

いずれの年代も、「品揃えが豊富」が最も強い動機づけになっており、20代未満～50才代は60%以上を占める。60才以上になると他の年代と比較して品揃えに対する要望は低くなるが、割合は50%と高い。

「地元が無い商品・サービスが買える」は、20才未満および40才代を除いて40%前後の割合である。

「買い物が一カ所のできる」は、30才代～50才代の割合が比較的高い。

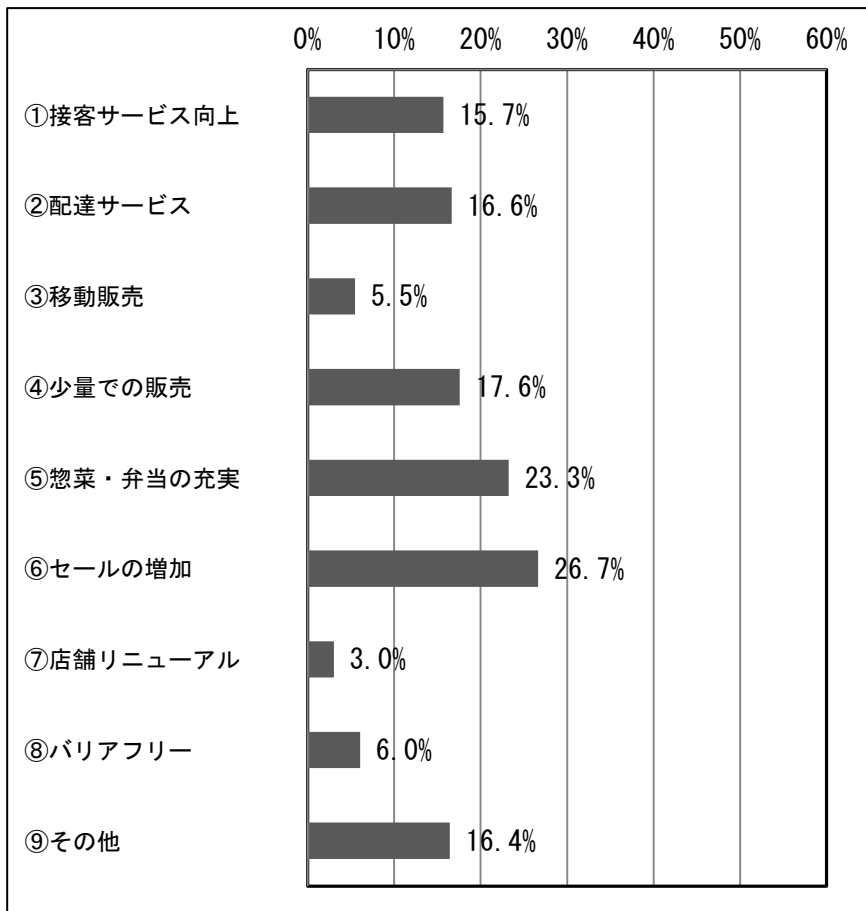
いずれの世代も、商品構成が魅力であるため、町外の店舗を利用している実態が浮かび上がった。

I-4 今後、町内のお店がどうなったら良いですか？

あてはまる項目に○を付けてください。(○は3つまで)

I-4-(1) 食料品店

①接客サービス向上	83
②配達サービス	88
③移動販売	29
④少量での販売	93
⑤惣菜・弁当の充実	123
⑥セールスの増加	141
⑦店舗リニューアル	16
⑧バリアフリー (階段・段差を無くす)	32
⑨その他	87



町内の食料品店に対する要望で、多かったものは次の通りである。

- 1位 「セールスの増加」 26.7%
- 2位 「惣菜・弁当の充実」 23.3%
- 3位 「少量での販売」 17.6%
- 4位 「配達サービス」 16.6%

最も多かったのは、「セールスの増加」、ついで「惣菜・弁当の充実」が続く。町内住民には「セール」などの安価な販売や、中食需要に対応する「惣菜・弁当の充実」に対する期待が寄せられた。食べきりサイズなどの「少量販売」や重い荷物を自宅まで届けてくれる「配達サービス」の要望も挙げられた。

「その他」としては次のような要望が挙げられた。品揃えの強化や、安価な販売、品質の向上、セール等が挙げられている。

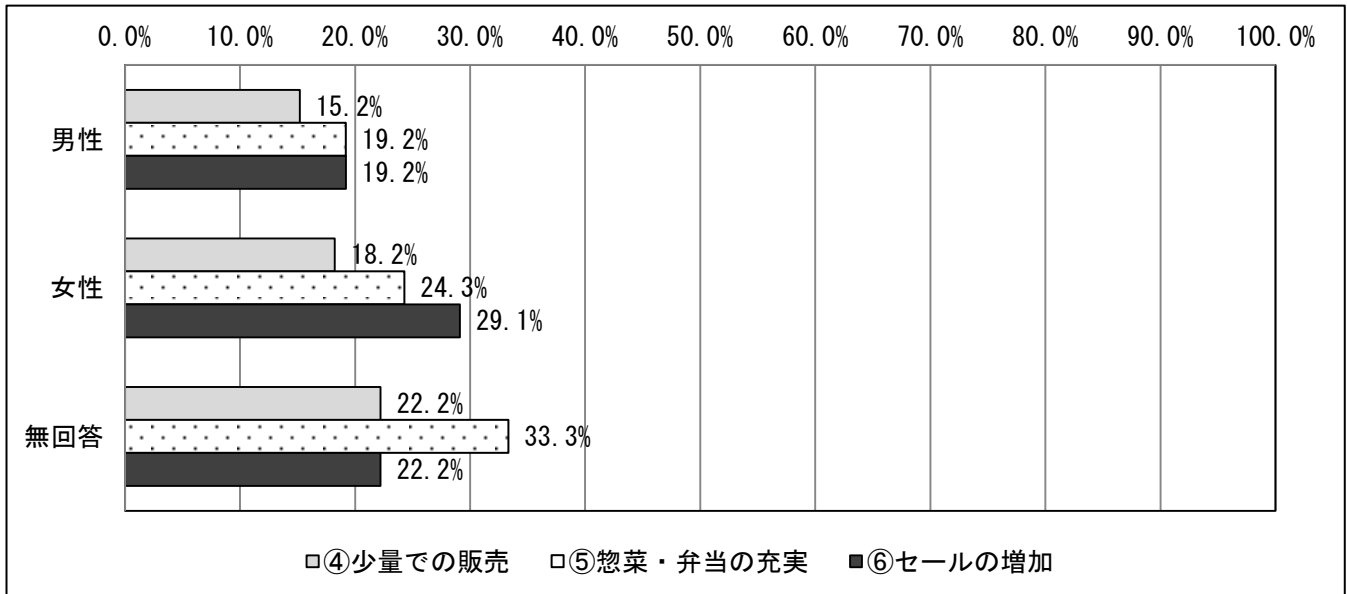
- ・ 鮮度が良い
- ・ 営業時間の延長
- ・ 品揃えを増やして欲しい
- ・ 陳列と表示をわかりやすくしてほしい（スーパー等）イラスト入りで
- ・ 袋入れのサービス
- ・ 品質の向上

- ・ 食事スペースを設けてほしい
- ・ 惣菜、弁当のメニューがワンパターン、変えて欲しい
- ・ セールの品かずにふやしてほしい、お年寄にやさしい惣菜を増加して欲しい
- ・ セールの品数を豊富にしてほしい
- ・ 品揃を拡大して欲しい、セール増加
- ・ 旬のもののセールの増加が必要
- ・ みどりがおか店、国産のもやしをおいて欲しい、薬局を導入して欲しい、洋服店がもっと欲しい
- ・ 値段が安い
- ・ 品質の向上
- ・ 家の近くにスーパーがほしい
- ・ お店の数
- ・ 価格低下
- ・ 品揃え、特に魚類
- ・ まとめてほしい（マツキヨ、ヤオコー、くつ屋とか）
- ・ 商品管理、値札が違った
- ・ 袋に入れてくれるとか、サービスがひどい（骨折しているのに）
- ・ 値段が少しでも安く（増税）
- ・ 安価
- ・ このままで良い
- ・ 活気がある
- ・ 品種変えセールの増加
- ・ セール繰り返し商品ではなく、変えて欲しい
- ・ 丸広の???（5年前まであった）→開催して欲しい
- ・ 品物を安くして欲しい
- ・ 特に注文はありません、出かけるのが好きだから
- ・ えびが小さい弁当
- ・ 健康に良い食品（少し高くても）をより多くおいて欲しい
- ・ 卸し品が出たら導入して欲しい
- ・ 魅力的な品揃え
- ・ 産地を地元
- ・ ヤオコー、配達サービスを復活して欲しい
- ・ 豆の種類が少ないヤオコー
- ・ 家から近くなってほしい
- ・ 満足です
- ・ 使いますから
- ・ 配達用のパンフレット
- ・ 自動販売ほしい
- ・ 1キロだから、近い
- ・ 消費者ニーズをつかむこと！！

- ・ 値段安く
- ・ 見に来るのが好き、散歩
- ・ もっと近くに出来てほしい
- ・ 品揃えを良くしてほしい
- ・ CMで使われている物を取り入れてほしい
- ・ 満足している
- ・ 別に、家近いから散歩がてら買い物に来る
- ・ 運転できなくなったら、困る
- ・ 商店街を作ってほしい
- ・ 駐車を広くしてほしい
- ・ 自分で料理
- ・ 新鮮で、安いのが良い。健康によい食材（惣菜）低塩
- ・ 以前と比べるとよくなっている

I-4-(1c) 食料品店 クロス集計

◆町内のお店がどうなったら良いですか(食料品店/上位3項目)×性別



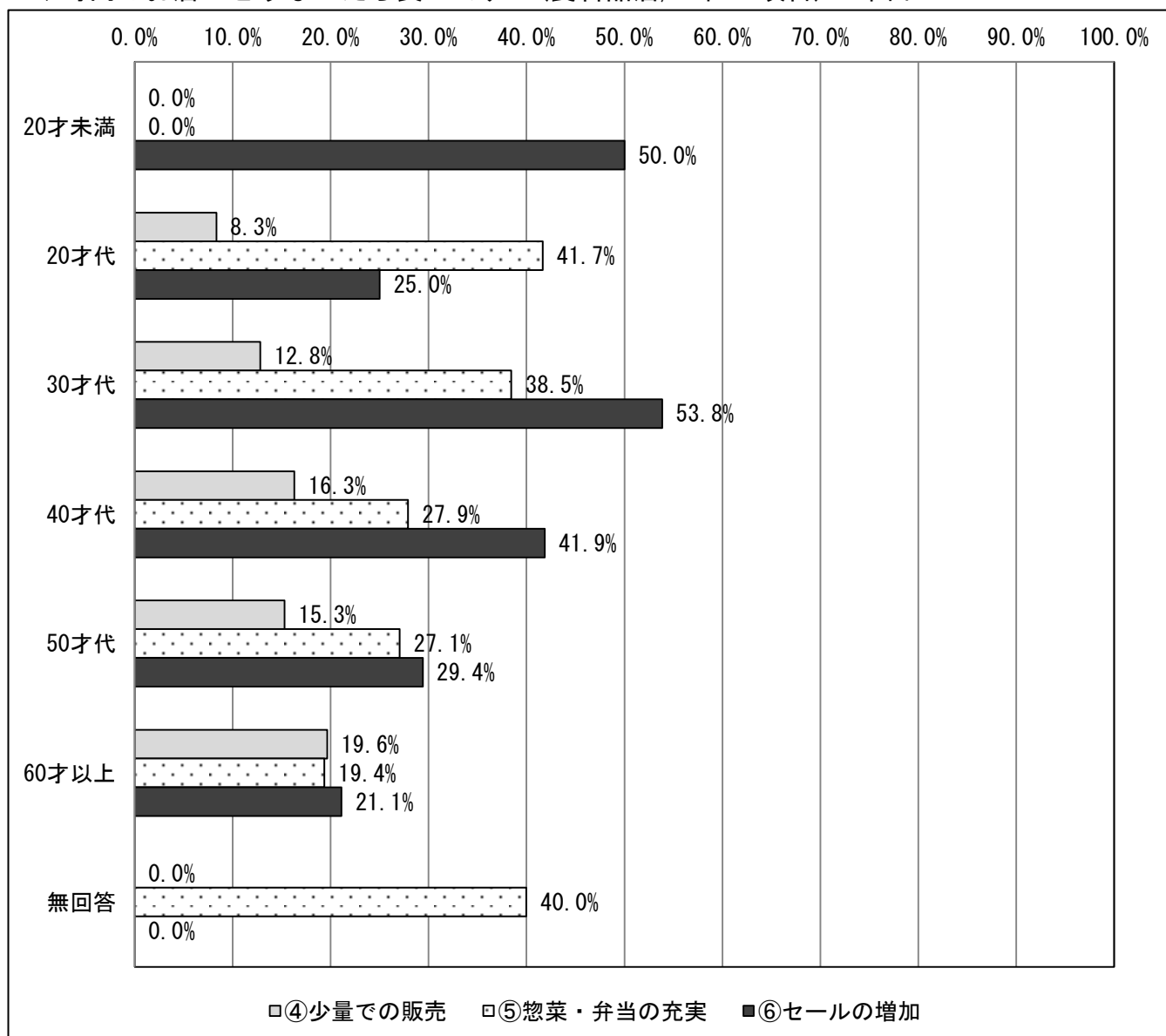
食料品店に対する要望（上位3位、「その他」を除く）を男女別に分析する。

- 「少量での販売」 男性 5.2% < 女性 18.2%
- 「惣菜・弁当の充実」 男性 9.2% < 女性 24.3%
- 「セールスの増加」 男性 9.2% < 女性 29.1%

上位3項目は、いずれも男性より女性の方が割合が高い。特にセールに対しては、女性の方が10%程度高く、少しでも安価に買い物をしたい意向がわかる。

性別の記載が無い「無回答」では、「惣菜・弁当の充実」への期待が最も高くなった。

◆町内のお店がどうなったら良いですか(食料品店/上位3項目)×年代



食料品店に対する要望を年代別に分析する。

●「少量での販売」

最も要望が多いのは60才以上(19.6%)、ついで40才代(16.3%)、50才代(15.3%)

●「惣菜・弁当の充実」

最も要望が多いのは20才代(41.7%)、ついで30才代(38.5%)

●「セールの増加」

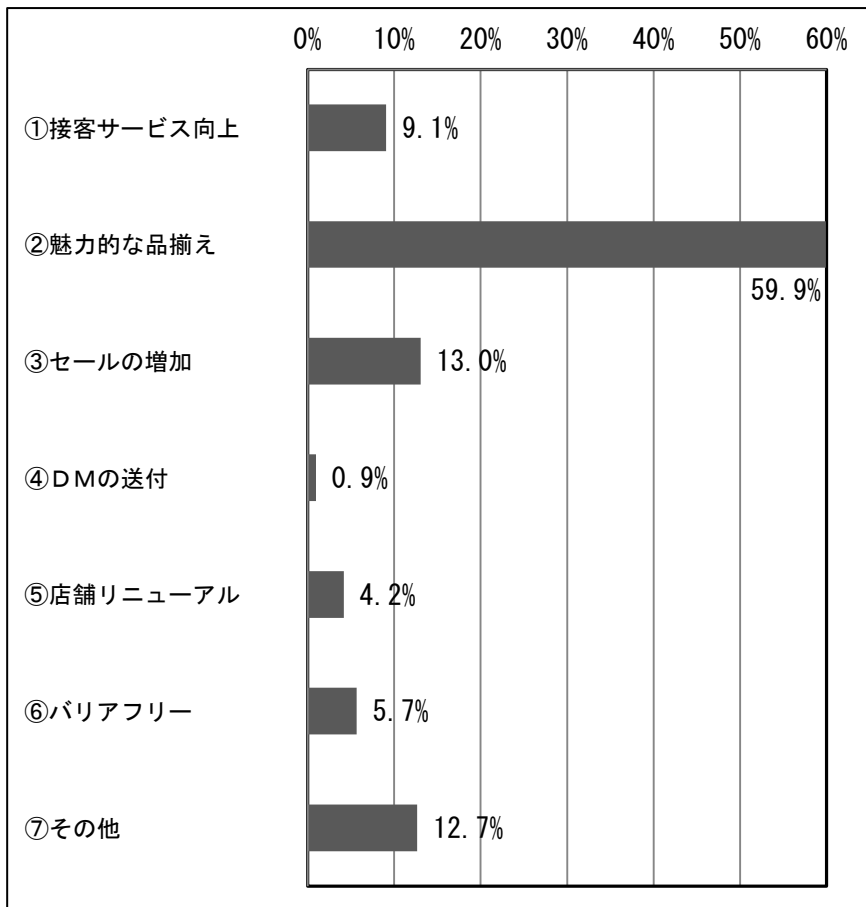
最も要望が多いのは30才代(53.8%)、ついで20才未満(50.0%)、40才代(41.9%)

上位3項目の要望は、いずれも、年代が若いほど挙げる割合が高く、年代が上がるに従って割合が下がる。

高齢者は、若い世代と比較して、町内のお店に対する具体的な要望を挙げる割合が低い。新しい取り組みへの期待そのものが少ないと推察される。

I-4-(2) 衣料品店

①接客サービス向上	48
②魅力的な品揃え	317
③セールスの増加	69
④DMの送付	5
⑤店舗リニューアル	22
⑥バリアフリー (階段・段差を無くす)	30
⑦その他	67



町内の衣料品店に対する要望で、多かったものは次の通りである。

- 1位 「魅力的な品揃え」 59.9%
- 2位 「セールスの増加」 13.0%
- 3位 「その他」 12.7%
- 4位 「接客サービス向上」 9.1%

最も多かったのは、「魅力的な品揃え」である。全体の約6割が品揃えへの要望を挙げており、現状の品揃えに対する不満を持っていることがわかる。

ついで「セールスの増加」「その他」が挙げられたが、割合は10%台にとどまった。

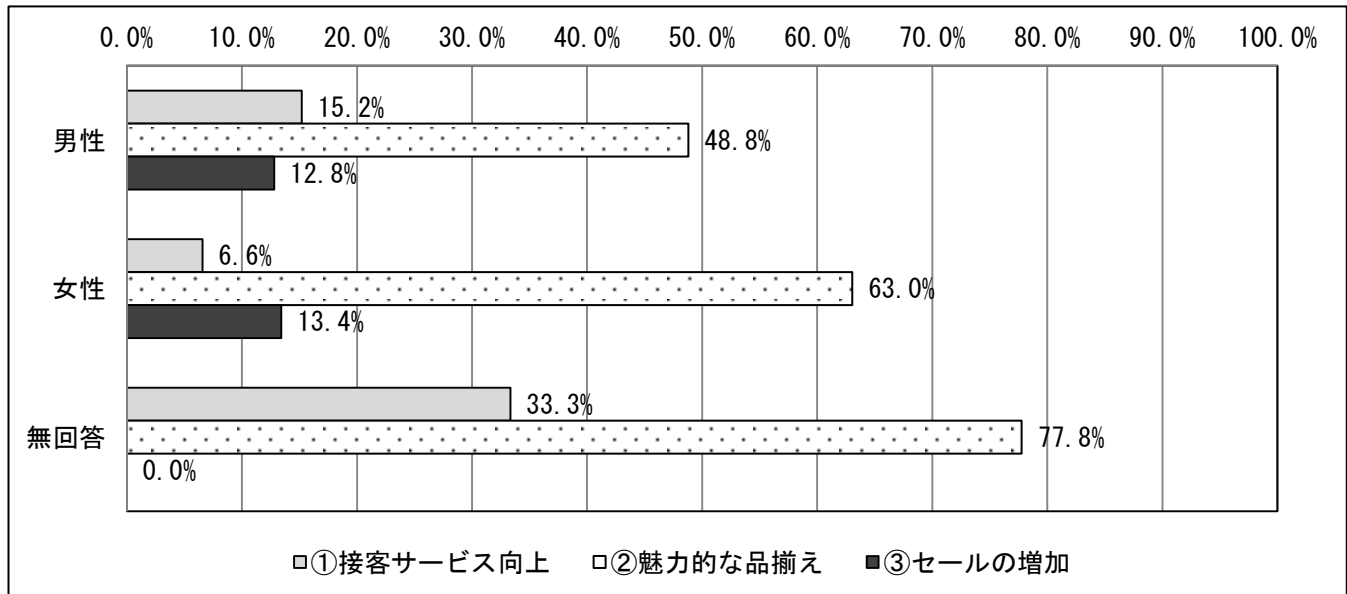
「その他」としては次のような要望が挙げられた。幅広い対象者に向けた品揃えの強化や、安価な価格設定に加え、好立地の店舗や新業態の新設などが挙げられている。

- ・ 価格安く
- ・ 大きい店
- ・ 利用しないため不明
- ・ 店の数が少なすぎる
- ・ ニーズに合ったものが揃う
- ・ 良い場所にお店があってほしい
- ・ 価格
- ・ 入りづらい店
- ・ あかぬけたもの

- ・ 赤ちゃん本舗とかバースデイ欲しい
- ・ 商品がない
- ・ このままで良い
- ・ 衣料品のお店が少ない
- ・ 中高年のお店増やして欲しい
- ・ パシオスの導入
- ・ 子供用品を増やして欲しい
- ・ 若者向けのショップの導入
- ・ 買わない
- ・ 男性用ない
- ・ 気に入る品がない（2F）
- ・ 子供服、靴店を導入して欲しい
- ・ もう少しあるといい
- ・ 靴
- ・ むずかしいと思う、個人では
- ・ サイズ不足
- ・ エスカレーター
- ・ 紙おむつ配達
- ・ 上手にセール物並べてほしい
- ・ 今のままでいい
- ・ 便利なところにあってほしい
- ・ 考えなし
- ・ 店増やしてほしい
- ・ いい物をもっと仕入れてほしい
- ・ もっと近くに出来てほしい
- ・ 駐車場があってほしい
- ・ 定価の低下
- ・ 満足している
- ・ 駅の近くにほしい
- ・ 商店街を作ってほしい
- ・ 高齢なので下着以外買わない

I-4-(2c) 衣料品店 クロス集計

◆町内のお店がどうなったら良いですか(衣料品店/上位3項目)×性別



衣料品店に対する要望（上位3位、「その他」を除く）を男女別に分析する。

- 「接客サービス向上」 男性 15.2% > 女性 6.6%
- 「魅力的な品揃え」 男性 48.8% < 女性 63.0%
- 「セールスの増加」 男性 12.8% < 女性 13.4%

上位3項目のうち、「魅力的な品揃え」に対する要望が最も強い点は、男女とも共通している。性別の記載が無い「無回答」でも、「魅力的な品揃え」に対する要望は77.8%にもものぼる。

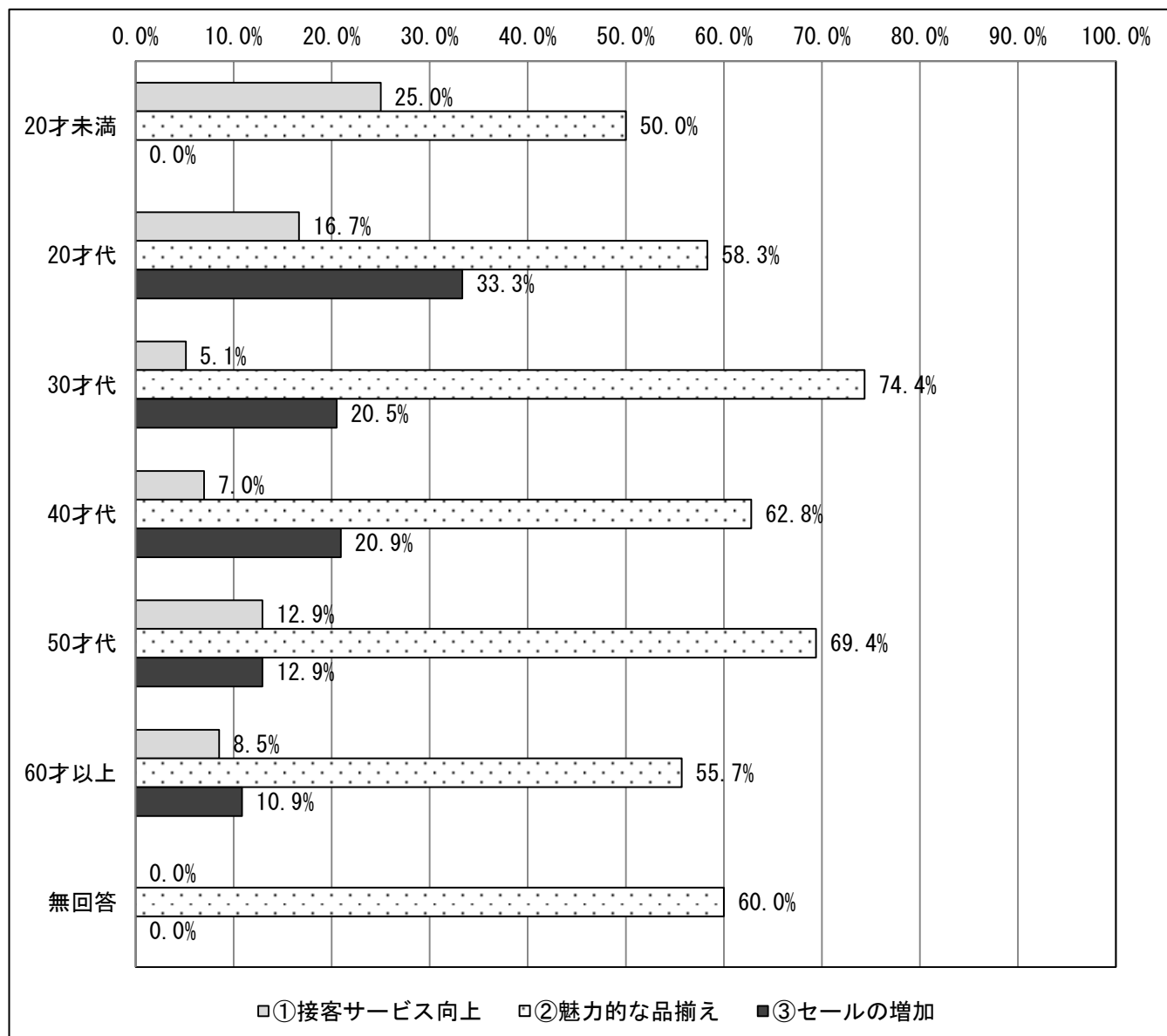
男女によって、各項目の要望の強さにはやや違いが見受けられた。

「接客サービス」は男性の方が要望する割合が高い。

「品揃え」「セール」は、女性の方が要望する割合が高い。

町内の女性客が衣料品店に求めるのは、接客よりも商品構成や価格であるといえよう。

◆町内のお店がどうなったら良いですか(衣料品店/上位3項目)×年代



衣料品店に対する要望を年代別に分析する。

●「接客サービス向上」

最も要望が多いのは20才未満(25.0%)、ついで20才代(16.7%)

最も要望が少ないのは30才代(5.1%)

●「魅力的な品揃え」

最も要望が多いのは30才代(74.4%)、ついで50才代(69.4)、40才代(62.8%)

最も要望が少ないのは20才未満(50.0%)

●「セールスの増加」

最も要望が多いのは20才代(33.3%)、ついで40才代(20.9%)、30才代(20.5%)

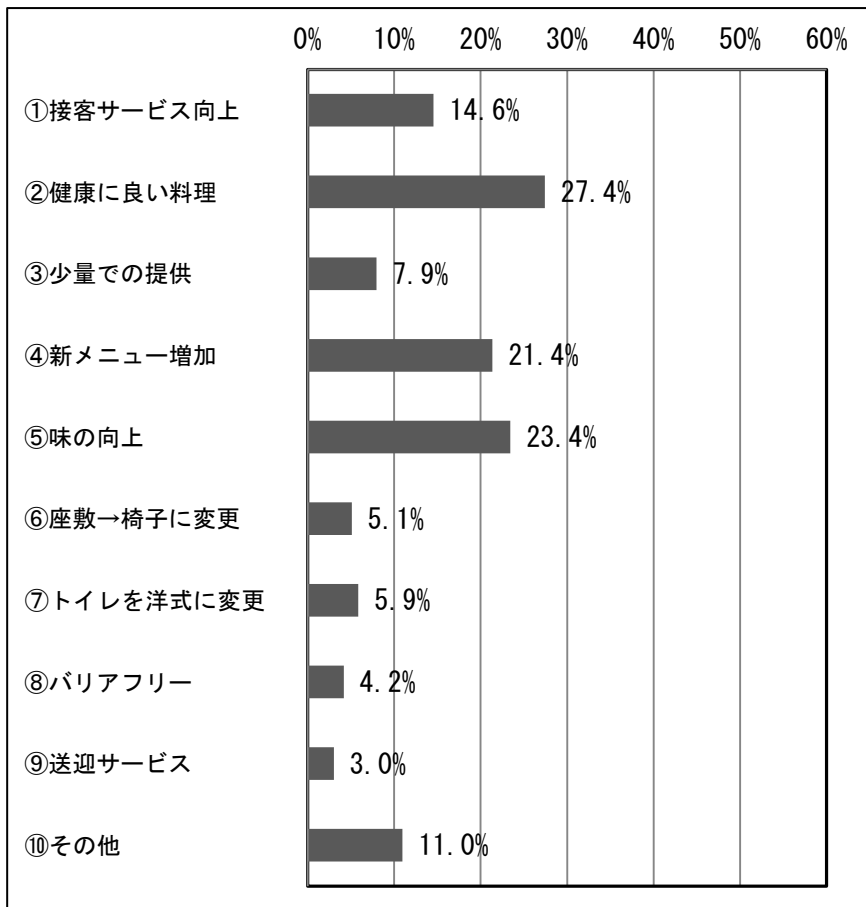
最も要望が少ないのは20才未満(0%)

いずれの世代も「魅力的な品揃え」に対する要望が圧倒的に多い。

加えて、20才未満-20才代は接客サービスに対する要望が他の世代よりも強く、20才代-40才代はセールスに対する要望が他の世代よりも強い傾向が見受けられた。

I-5-(1) 飲食店

①接客サービス向上	77
②健康に良い料理	145
③少量での提供	42
④新メニュー増加	113
⑤味の向上	124
⑥座敷→椅子に変更	27
⑦トイレを洋式に変更	31
⑧バリアフリー (階段・段差を無くす)	22
⑨送迎サービス	16
⑩その他	58



町内の飲食店に対する要望で、多かったものは次の通りである。

- 1位 「健康に良い料理」 27.4%
- 2位 「味の向上」 23.4%
- 3位 「新メニュー増加」 21.4%

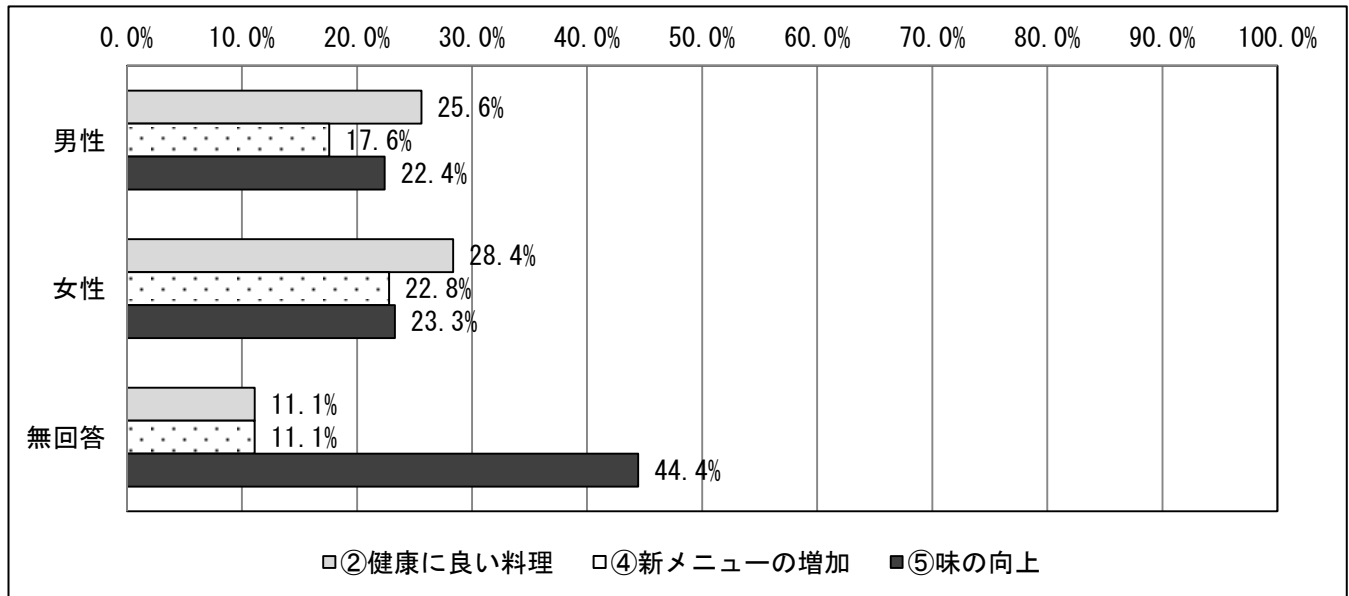
最も多かったのは、「健康に良い料理」である。ついで「味の向上」「新メニュー増加」が続く。送迎サービス、椅子やトイレ、バリアフリーについては、回答はあるものの10%未満で多くはない。「その他」としては次のような要望が挙げられた。地元野菜の使用や素材を吟味したメニューの提供に加え、ファミレスやチェーン店、カフェ等新業態への要望が挙げられた。店舗の入りやすさやキレイさなど、雰囲気に対する要望も含まれている。個店で実現可能な要望については、検討することが期待される。

- ・ おしゃべりできるスペースがあるとよい
- ・ コップ等の備品の清潔感
- ・ 野菜を地元の野菜で調理して欲しい
- ・ 昔ながらの食材を丁寧にあつかう料理
- ・ 向上心を上げてほしい
- ・ 値頃、手頃感
- ・ 店の数
- ・ 見た目、入りやすく、新しい建物
- ・ ファミレス多いとよい

- ・ 食べたいものがない
- ・ チェーン店
- ・ 良い店が欲しい
- ・ このままで良い
- ・ 商店が栄えてない
- ・ お店を増やして欲しい
- ・ 無農薬野菜使用、有機野菜を使って
- ・ イートイン（ヤオコー）
- ・ 満足しています
- ・ 大戸屋がきて欲しい
- ・ 子どもも対応
- ・ 小川の有機農業を推薦していくような店
- ・ 気にしない
- ・ あまりしない
- ・ カフェとかが欲しい
- ・ 子どもと一緒に利用しやすくしてほしい
- ・ 自炊するから
- ・ 中華料理食べたい
- ・ 広い、安い
- ・ 1人生活、食事券使って、月2回だけ、食事券配布あり
- ・ あまり外食しない
- ・ 農薬のものアピールして行く
- ・ 家族と一緒に
- ・ 近くにない、行かない
- ・ もっとキレイにしてほしい
- ・ 入りやすい雰囲気にしてほしい
- ・ たまに行くぐらい
- ・ 商店街を作ってほしい

I-5-(1c) 飲食店 クロス集計

◆町内のお店がどうなったら良いですか(飲食店/上位3項目)×性別



飲食店に対する要望（上位3位）を男女別に分析する。

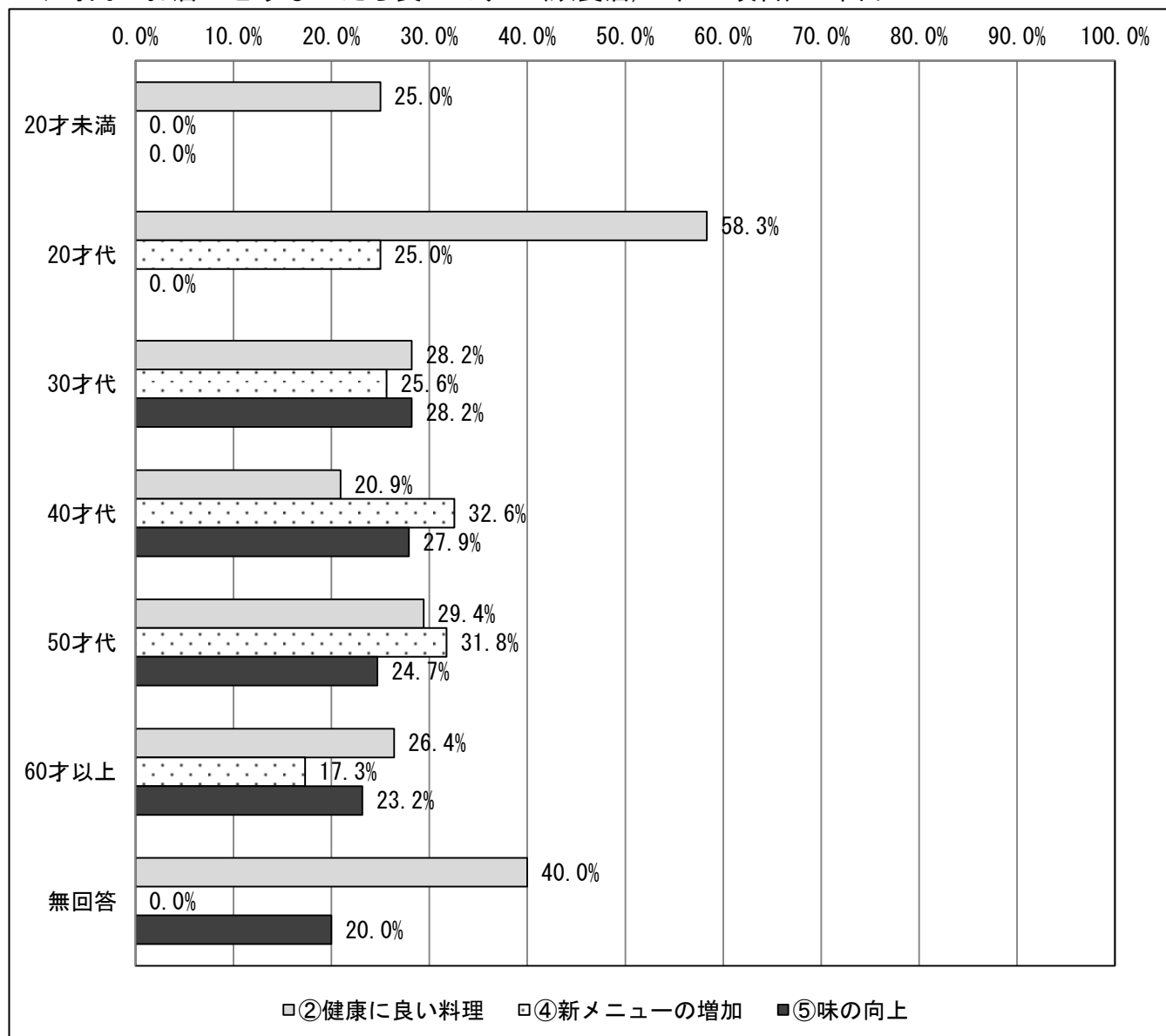
- 「健康に良い料理」 男性 25.6% < 女性 28.4%
- 「新メニュー増加」 男性 17.6% < 女性 22.8%
- 「味の向上」 男性 22.4% < 女性 23.3%

上位3項目は、いずれも男性より女性の方が要望する割合が高い。

女性の方が、飲食店の料理に対する要望が強いことがうかがえる。

また、性別の記載が無い「無回答」では、「味の向上」への要望が格段に高い。

◆町内のお店がどうなったら良いですか(飲食店/上位3項目)×年代



飲食店に対する要望を年代別に分析する。

●「健康に良い料理」

最も要望が多いのは20才代(58.3%)、ついで50才代(29.4%)、30才代(28.2%)
最も少ないのは40才代(20.9%)

●「新メニューの増加」

最も要望が多いのは40才代(32.6%)、ついで50才代(31.8%)
最も少ないのは20歳未満(0%)

●「味の向上」

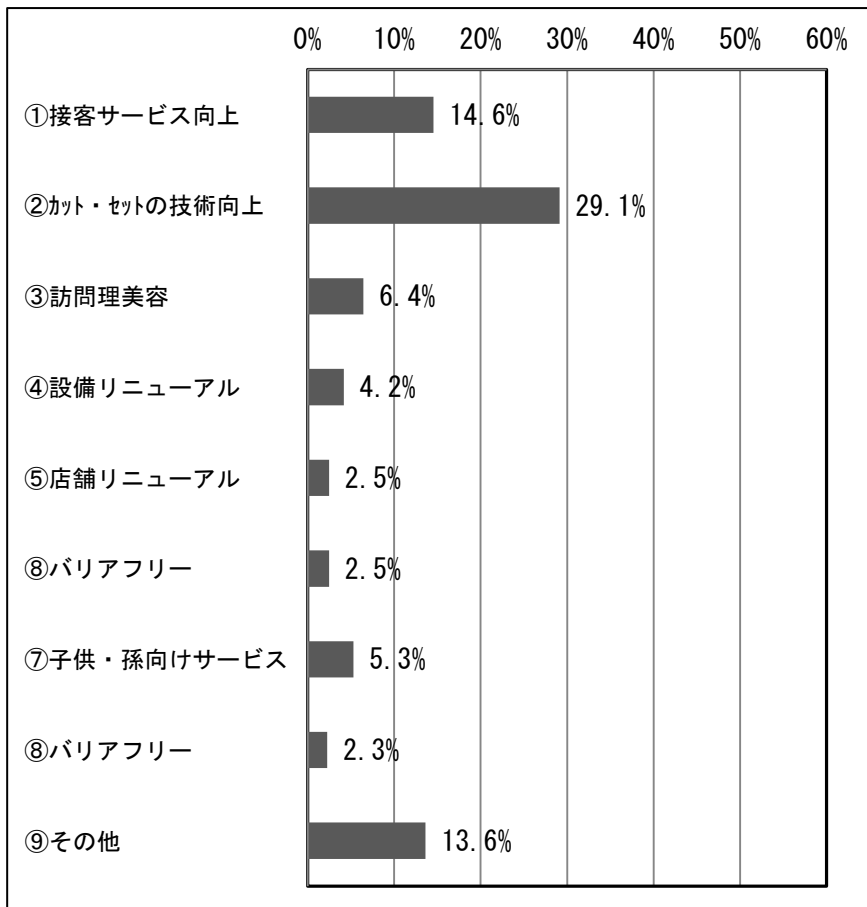
最も要望が多いのは30才代(28.2%)、ついで40才代(27.9%)
最も少ないのは20歳未満(0%)

30才代-50才代にかけては、比較的要望の傾向は似ている。

「健康に良い料理」への要望は20才代が最も高く、40才代、60才以上は少ない。「健康志向の料理=高齢者」というわけではなく、20-30才代にも求められる要素であることがわかる。30才代-60才代のみで見ると、60才以上で上記3項目の要望の割合が下がる傾向がある。

I-5-(2) 理容・美容

①接客サービス向上	77
②カット・セットの技術向上	154
③訪問理美容	34
④設備リニューアル	22
⑤店舗リニューアル	13
⑥バリアフリー (階段・段差を無くす)	13
⑦子供・孫向けサービス	28
⑧雑誌の充実	12
⑨その他	72



町内の理容店・美容店に対する要望で、多かったものは次の通りである。

- 1位 「カット・セット技術の向上」 29.1%
- 2位 「接客サービス向上」 14.6%
- 3位 「その他」 13.6%
- 4位 「訪問理美容」 6.4%

最も多かったのは、施術の技術そのものに関する「カット・セット技術の向上」となった。ついで「接客サービス」「その他」が続く。

上位3位の項目以外の割合は、高くても5%程度である。何よりも施術技術の向上が期待されていることが判明した。

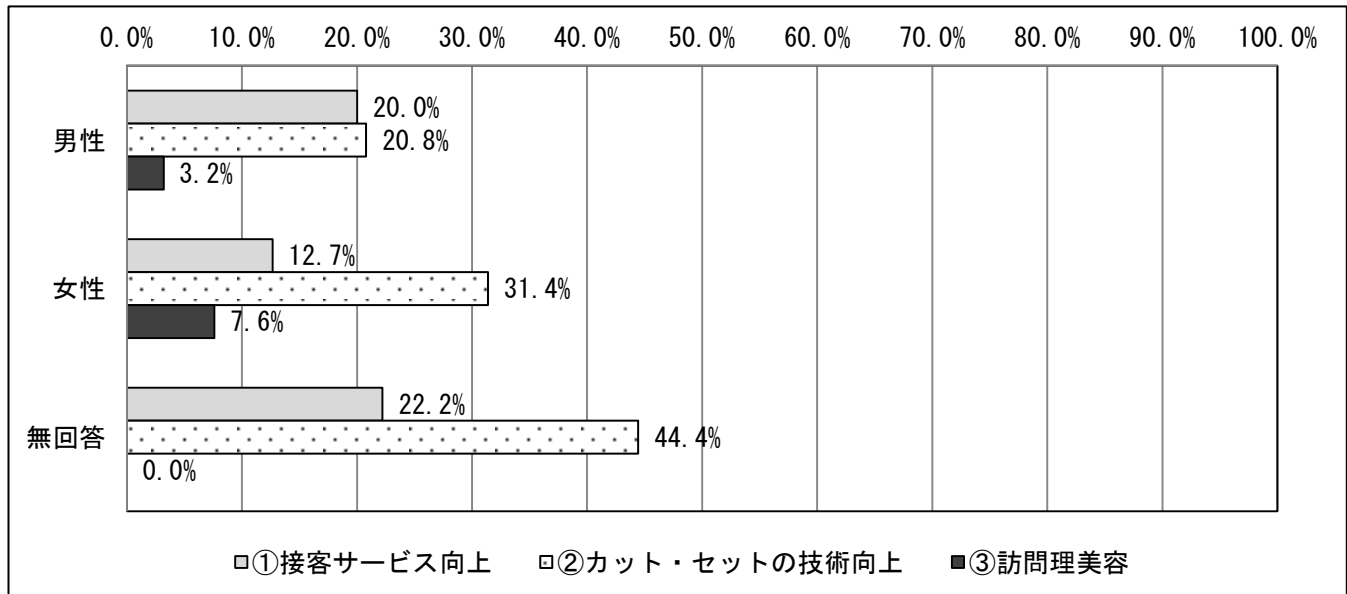
「その他」としては次のような要望が挙げられた。送迎や肩もみなどの付帯サービスへの要望や、待ち時間の短縮、価格が安いほうが良い等が挙げられている。

- ・ 行きつけのところへ行く
- ・ 肩もみサービスがあるとよい
- ・ 価格が安い
- ・ 不満なし
- ・ 女性にやってもらいたい
- ・ 送迎してもらおうサービスがあるとよい
- ・ 気持ちを入れてサービスしてほしい
- ・ 安くする

- ・ このままで良い
- ・ 時間がかかる
- ・ 問題外、活気がない
- ・ 今のところで満足
- ・ 今行っている所は 20 年以上同じ店にお世話になっているので
- ・ デイサービスしています
- ・ 2 F の美容室はとっても良い
- ・ ノーコメント
- ・ 近くていい
- ・ あまりない
- ・ 知り合いの店行く
- ・ 今のところ満足しています、町外の店
- ・ 行かない
- ・ もっと安い店がいい
- ・ 今町内の店？いいと思います
- ・ 待ち時間短くしてほしい
- ・ なじみの店
- ・ 東京の店に行く
- ・ 店増やしてほしい
- ・ 安いところがいい
- ・ 営業時間を長くしてほしい
- ・ 満足している
- ・ 年寄のカットだけでよくない、好きじゃない
- ・ やすいところいい
- ・ 2000 円理容を使っている
- ・ 安くて、デザインの新しいカット

I-5-(2c) 理容・美容 クロス集計

◆町内のお店がどうなったら良いですか(理容・美容/上位3項目)×性別



理容店・美容店に対する要望（上位3項目、「その他」を除く）を男女別に分析する。

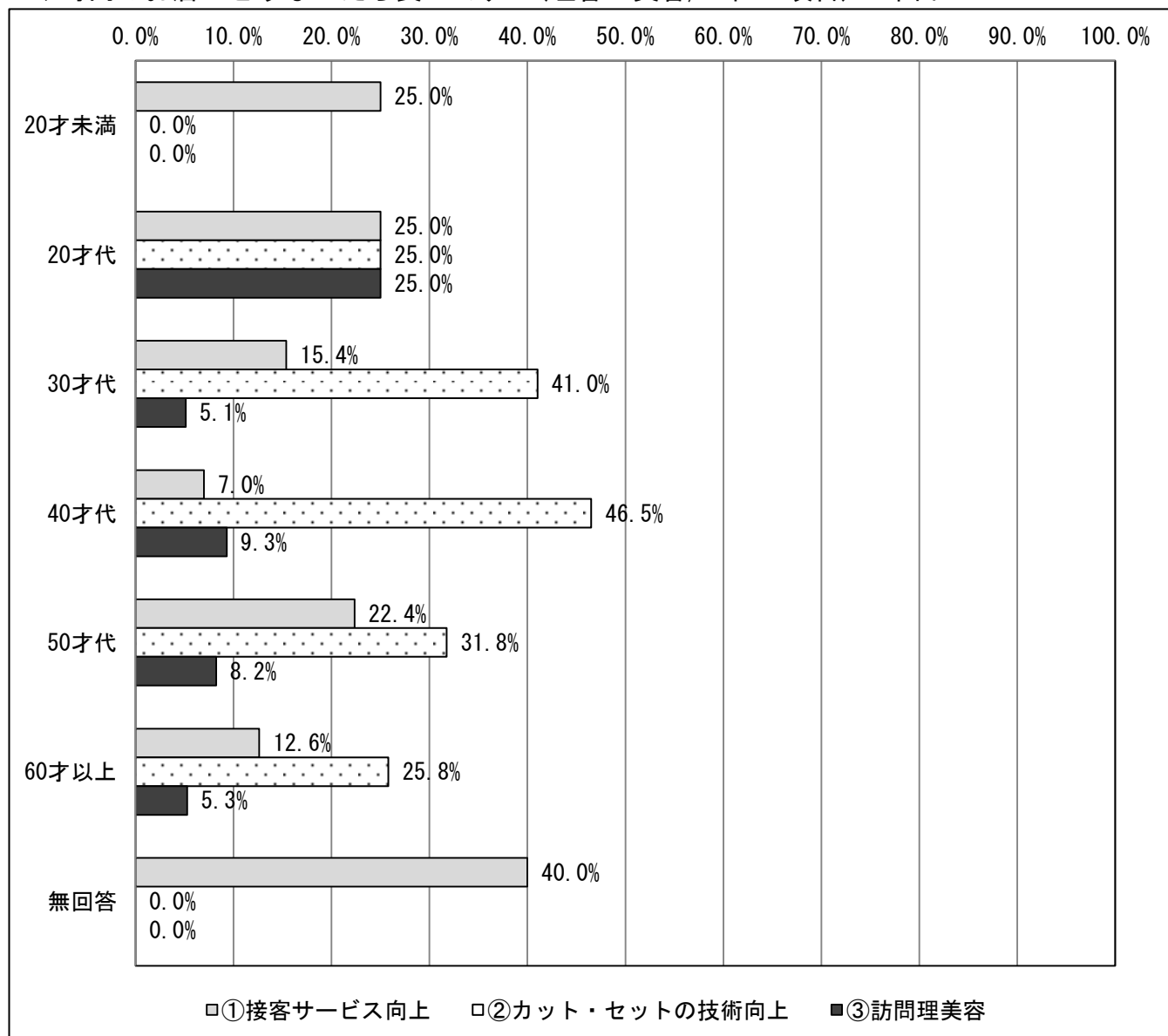
- 「接客サービス向上」 男性 20.0% > 女性 12.7%
- 「カット・セット技術の向上」 男性 20.8% < 女性 31.4%
- 「訪問理美容」 男性 3.2% < 女性 7.6%

上位3項目はのうち、「接客サービス向上」については、女性より男性の方が要望する割合が高い。

「カット・セットの技術向上」「訪問理美容」については、女性の方が割合が高い。特に「カット・セットの技術向上」は10ポイント以上も女性の方が高い。町内の女性からは、より高い施術レベルを期待されているといえよう。

また、性別の記載が無い「無回答」では、「カット・セット技術の向上」を挙げた割合が44.4%で、性別を明記した人よりも高い。

◆町内のお店がどうなったら良いですか(理容・美容/上位3項目)×年代



理容店・美容店に対する要望を年代別に分析する。

●「接客サービス向上」

最も要望が多いのは20才未満 および 20才代 (25.0%)、ついで50才代 (22.4%)
最も少ないのは40才代 (7.0%)

●「カット・セット技術の向上」

最も要望が多いのは40才代 (46.5%)。ついで30才代 (41.0%)、50才代 (31.8%)
最も少ないのは20才未満 (0%)

●「訪問理美容」

最も要望が多いのは20才代 (25.0%)、ついで40才代 (9.3%)
最も少ないのは20才未満 (0%)

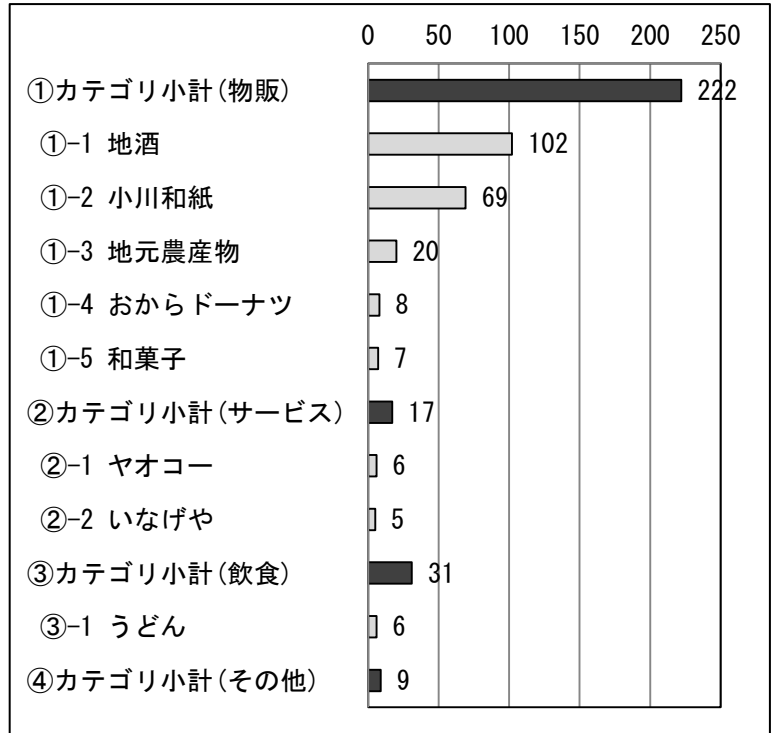
「カット・セット技術の向上」はいずれの世代でも割合が高い項目である。なかでも30才代～50才代にかけて比較的高い割合で挙げられている。

「訪問理美容」は、意外にも20才代で最も高くなった。60才代は5.3%にすぎず、かならずしも高齢者本人の需要が大きいとはいえないことがわかる。

I-6 町内のお店や場所の魅力についてうかがいます。経験を元にお答えください。

I-6-(1) 町外から来る人に対し、おすすめしたい町内の商品・サービスを3つ挙げてください。

①カテゴリ小計(物販)	222
①-1 地酒	102
①-2 小川和紙	69
①-3 地元農産物	20
①-4 おからドーナツ	8
①-5 和菓子	7
②カテゴリ小計(サービス)	17
②-1 ヤオコー	6
②-2 いなげや	5
③カテゴリ小計(飲食)	31
③-1 うどん	6
④カテゴリ小計(その他)	9



※1回答者が1カテゴリにて複数商品を記入している場合があるため、比率は計算していない

町外から来る人に対し、おすすめしたい町内の商品・サービスを質問した。5票以上記入があった商品・サービスのうち、カテゴリ一別に見て最も多かったのは「物販」(222)、ついで「飲食」(31)、「サービス」(17)、その他(9)が挙げられた。

各カテゴリの、上位の内容は次の通りである。

- 物販 …地酒(102)、小川和紙(69)、地元農産物(20)、おからドーナツ(8)、和菓子(7)
- サービス …ヤオコー(6)、いなげや(5)
- 飲食 …うどん(6)

挙げられた商品名で最も多かったのは「地酒」、ついで「小川和紙」「地元農産物」「おからドーナツ」「和菓子」が続く。町民にとっておすすめしたい地元商品の代表例といえよう。

記入された商品・サービス名で5票未満のものは、以下の通りである。少数意見ではあるが、参考までに記載する。

【5票未満の商品・サービス名(固有名詞)一覧】※数字は回答数、複数回答

●物販

奈良漬 3

帝松 3(※「地酒」カテゴリに含む)

小松屋 3(※「和菓子」カテゴリに含む)

●サービス

温泉 3

●飲食

忠七めし 4

太田ホルモン 3

むらさき 2

うなぎ 3(忠七めしと重複あり)

●物販

小川町コロッケ

むさしつる(※「地酒」カテゴリーに含む)

三代目清水屋(※「おからドーナツ」カテゴリーに含む)

●物販-和菓子に含まれる個別商品

小松屋の『鶴の子』

和紙最中

いちご大福

酒まんじゅう

●サービス

オザワ美容室

三星社

元気プラザのプラネタリウム

仙元山のすべり台

親水公園

●飲食

二葉本店

しむら

晴雲(レストラン)

武州めん

はなやよげ(和食チェーン『華屋与兵衛』?)

●その他

下里・青山板碑製作遺跡

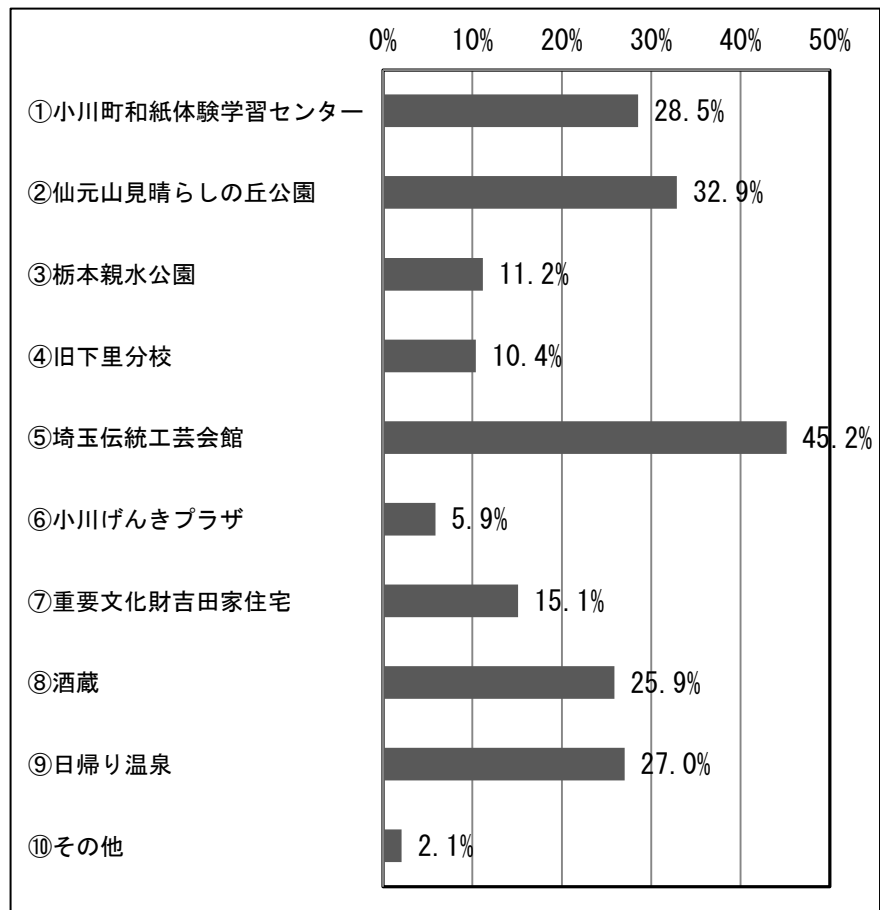
仙覚律師、仙覚万葉

パトリアおがわ

ビックカメラ

I-6-(2) 町外から来る人に対する、おすすめの場所を次のリストから3つ挙げてください。

①小川町和紙体験学習センター	151
②仙元山見晴らしの丘公園	174
③栃本親水公園	59
④旧下里分校	55
⑤埼玉伝統工芸会館	239
⑥小川げんきプラザ	31
⑦重要文化財吉田家住宅	80
⑧酒蔵	137
⑨日帰り温泉	143
⑩その他	11



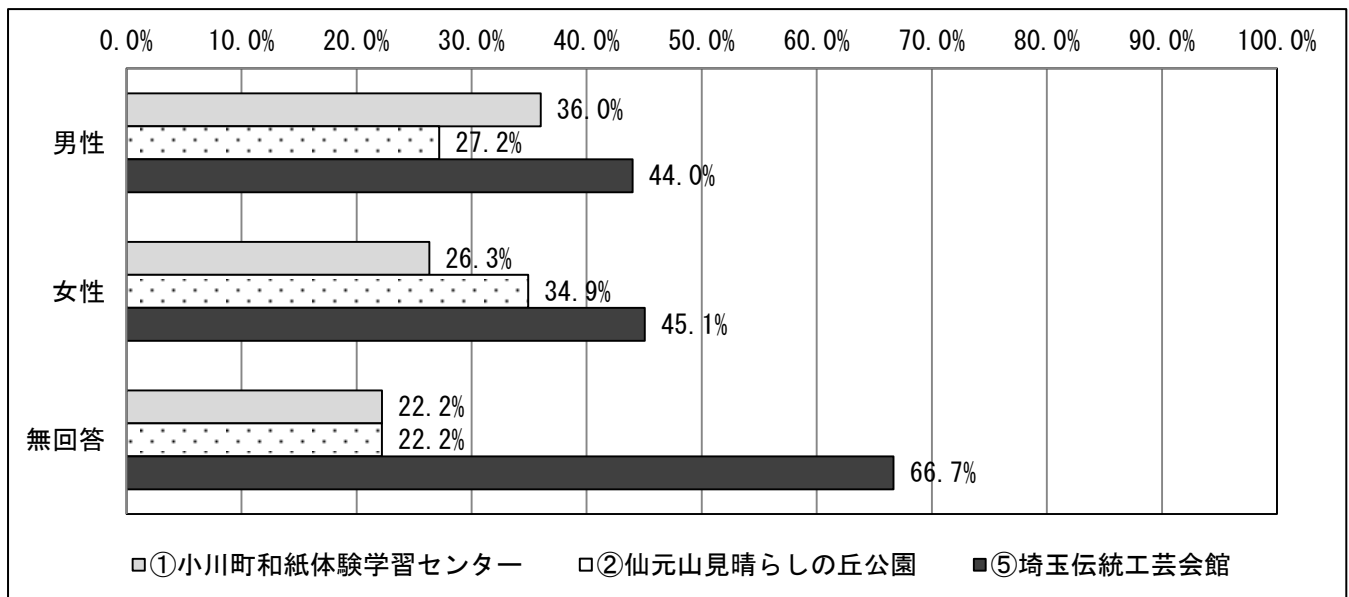
おすすめの場所で最も多かったのは「埼玉伝統工芸会館」(45.2%)、ついで「仙元山見晴らしの丘公園」(32.9%)、「小川町和紙体験学習センター」28.5%、「日帰り温泉」(27.0%)、「酒蔵」(25.9%)が続く。

なかでも、「埼玉伝統工芸会館」は他の選択肢より格段に高い。町民にとって、おすすめしたい場所の代表例といえよう。「その他」(2.1%)で挙げられた場所は以下の通りである。

- ・ 日帰り温泉小川町の人安くして欲しい
- ・ 富士山
- ・ 特になし、⑤は無料にしてほしい
- ・ おからドーナツ
- ・ 小川町役場・花和良(かわら)の湯
- ・ 日本赤十字をいりょうをイカス。
- ・ 見晴らしの丘公園はもっとお花の木を植えてほしい
- ・ 町並
- ・ かたぐりのさと、人気らしい
- ・ 道の駅
- ・ 都内ほどごみごみしていないのがよい

I-5-(2c) 町外から来る人に対する、おすすめの場所 クロス集計

◆町外から来る人に対する、おすすめの場所(上位3スポット)×性別



おすすめの場所上位3スポットについて、男女別に傾向を分析する。

- 小川町和紙体験学習センター 男性 36.0% > 女性 26.3%
- 仙元山見晴らしの丘公園 男性 27.2% < 女性 34.9%
- 埼玉伝統工芸会館 男性 44.0% < 女性 45.0%

「小川町和紙体験学習センター」は、男性の方が9.7%高い。女性よりも男性の方が、町外の方にすすめたい意向が強い。

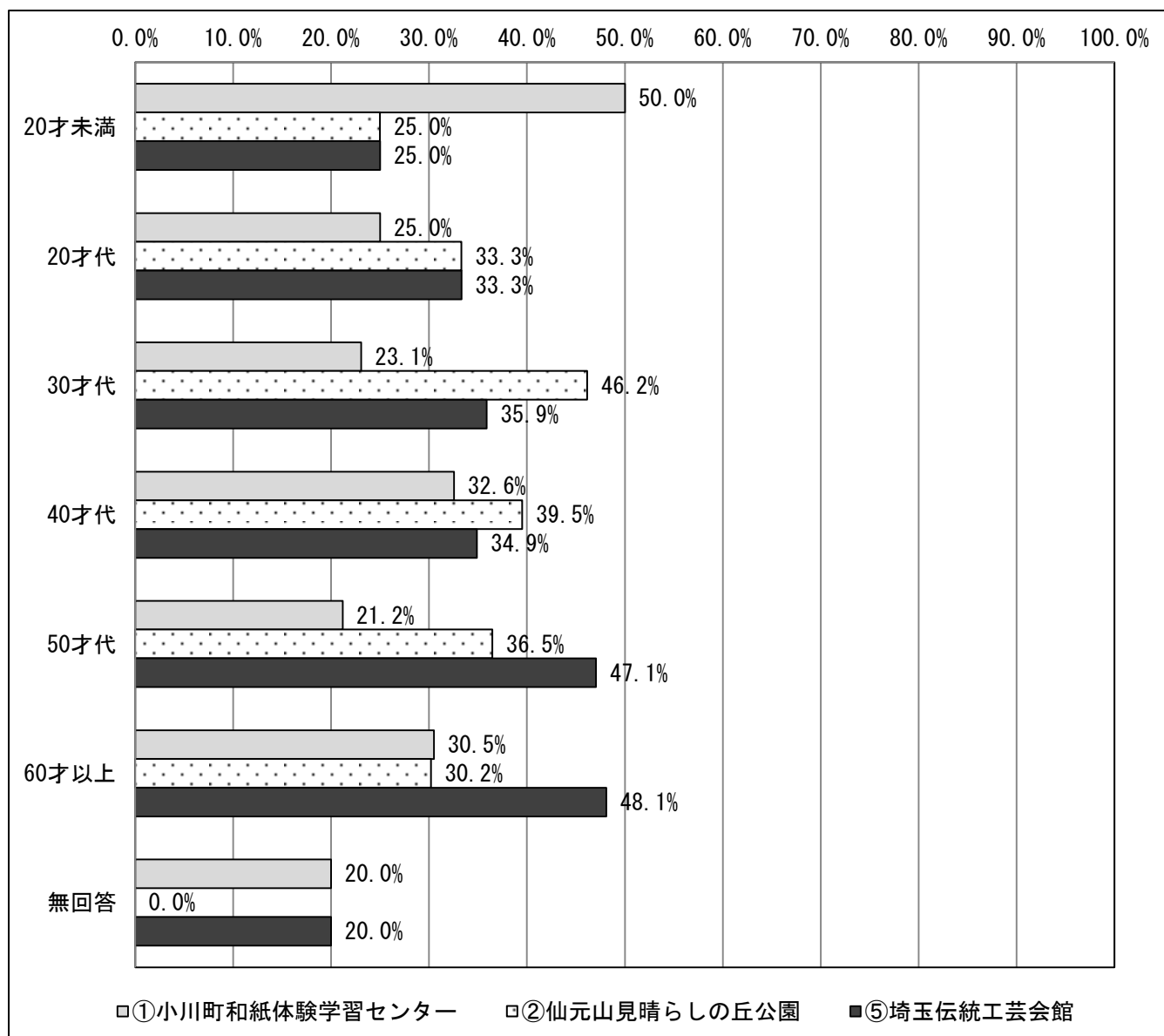
「仙元山見晴らしの丘公園」は女性の方が7.7%高い。女性の方が町外の方にすすめたい意向が強い。

「埼玉伝統工芸会館」は男女ほぼ同程度である。

「埼玉伝統工芸会館」は、男女を問わず4割以上の方がすすめている。また、性別の記入が無い「無回答」の方も、「埼玉伝統工芸会館」は66.6%と大変高い。

「埼玉伝統工芸会館」は、性別を問わず、おすすめしたいスポットとなっていることがわかる。

◆町外から来る人に対する、おすすめの場所(上位3スポット)×年代



町外の人へおすすめしたい場所上位3スポットについて、すすめる人の割合が高い年代／低い年代は次の通りである。

●小川町和紙体験学習センター

すすめる人の割合が高い 20才未満 (50.0%)、40才代 (32.6%)、60才以上 (30.5%)
 すすめる人の割合が低い 50才代 (21.2%)

●仙元山見晴らしの丘公園

すすめる人の割合が高い 30才代 (46.2%)、40才代 (39.5%)、50才代 (36.5%)
 すすめる人の割合が低い 20才未満 (25.0%)

●埼玉伝統工芸会館

すすめる人の割合が高い 60才以上 (48.1%)、50才代 (47.1%)、30才代 (35.9%)
 すすめる人の割合が低い 20才未満 (25.0%)

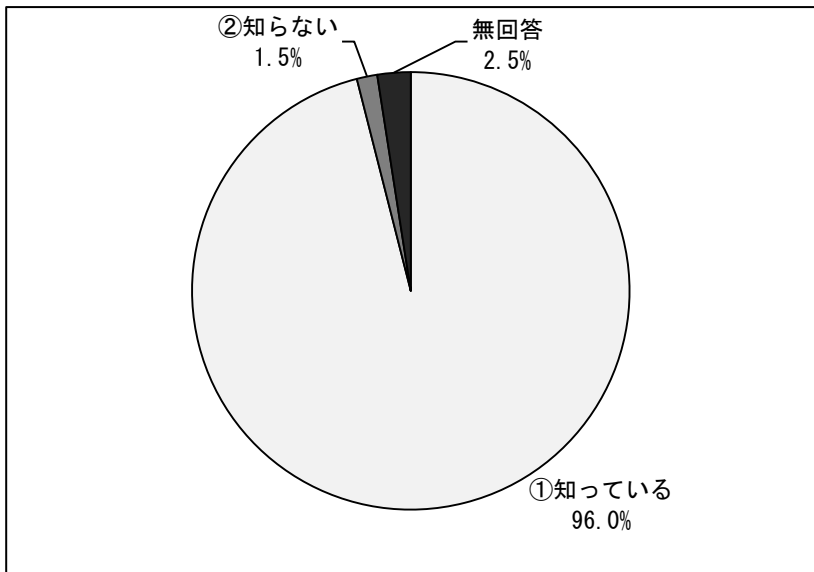
なかでも「埼玉伝統工芸会館」は、年代が上がるに従って、おすすめする割合が高くなっており、年齢が高い方がすすめたくなるスポットであることがわかる。

「仙元山見晴らしの丘公園」は、30才代を中心におすすめの場所となっている。

I-6 次の1)~4)が小川町の地場産業だと知っていますか？

I-6-(1)小川和紙

①知っている	508
②知らない	8
無回答	13

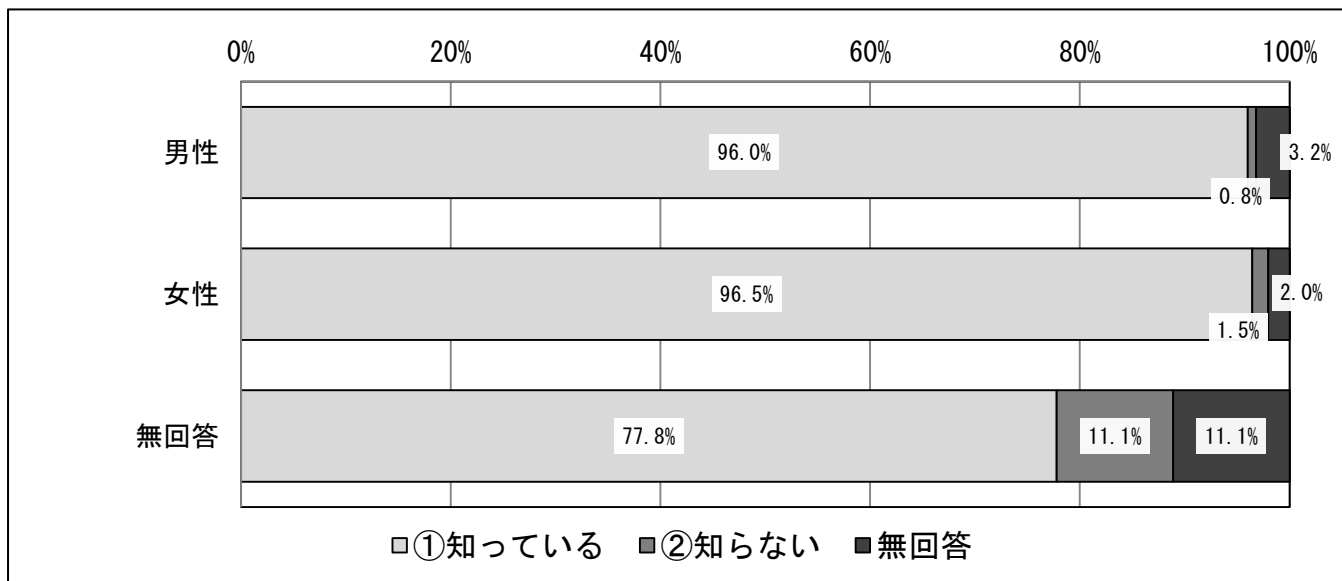


小川町の地場産業である「小川和紙」についての認知度を質問したところ、「知っている」が96.0%と大半を占めた。「知らない」は1.5%（8名）とごくわずかである。

町内住民にとって、「小川和紙」の認知度は大変高いことがあきらかになった。

I-6-(1c)小川和紙 クロス集計

◆地場産業だと知っているか(小川和紙)×性別

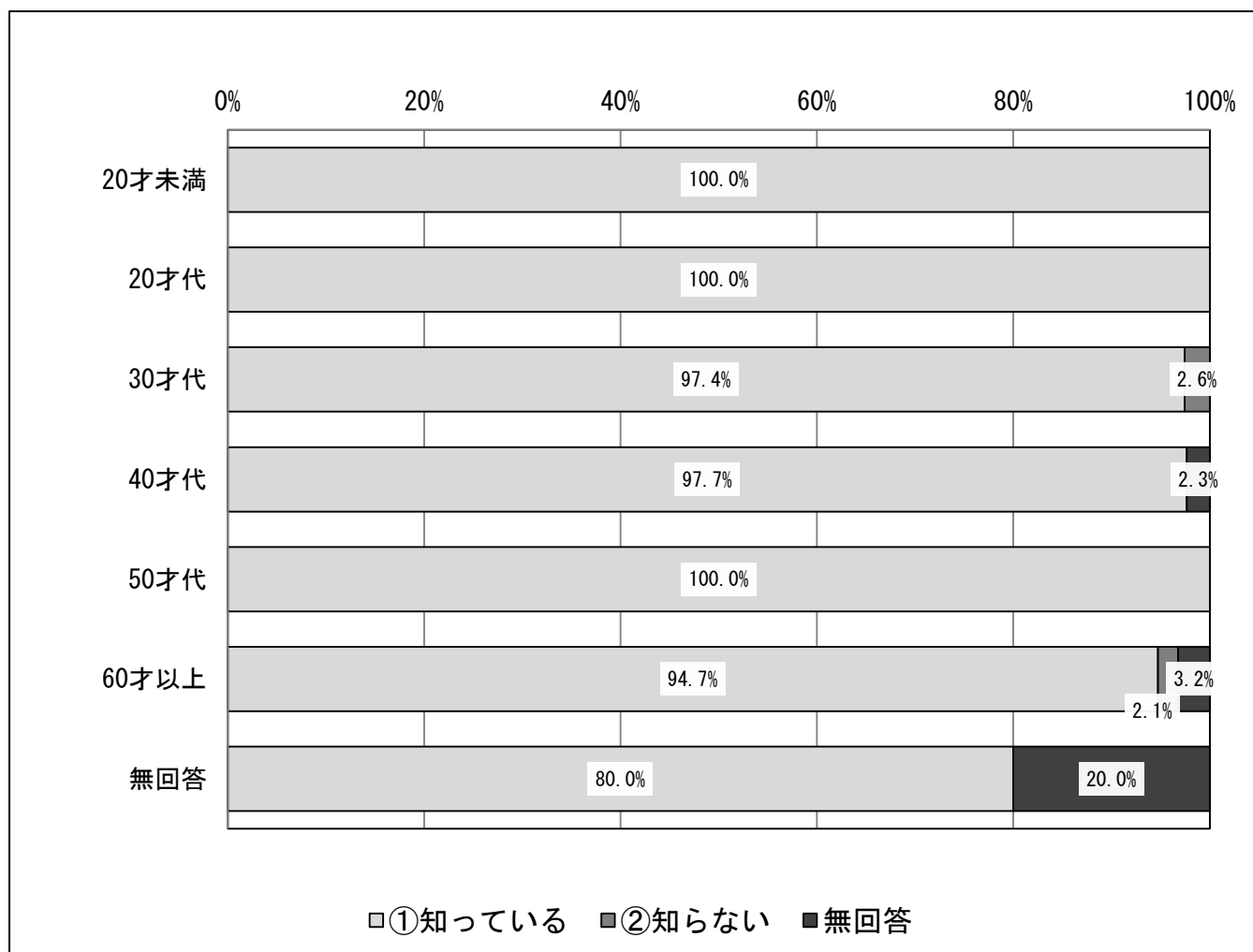


「小川和紙」の認知度を男女別にみると、認知度にはほとんど差が見受けられない。男性の96.0%、女性の96.5%が「知っている」と回答した。

明確に「知らない」と回答したのは、男性0.8%、女性1.5%である。

性別の回答が無かった「無回答」の認知度はやや低い。「知っている」が77.8%、「知らない」が11.1%、「無回答」11.1%である。

◆地場産業だと知っているか(小川和紙)×年代



「小川和紙」の認知度を年代別で見ると、いずれの年代も高い認知度を示した。

- 認知度 100% … 20才未満、20才代、50才代
- 認知度 90%台 … 30才代、40才代、60歳以上

「知らない」と回答した割合は、30才代で2.6%、60才以上で2.1%存在した。

若年層である20才未満および20才代でも認知していることは大きな強みである。

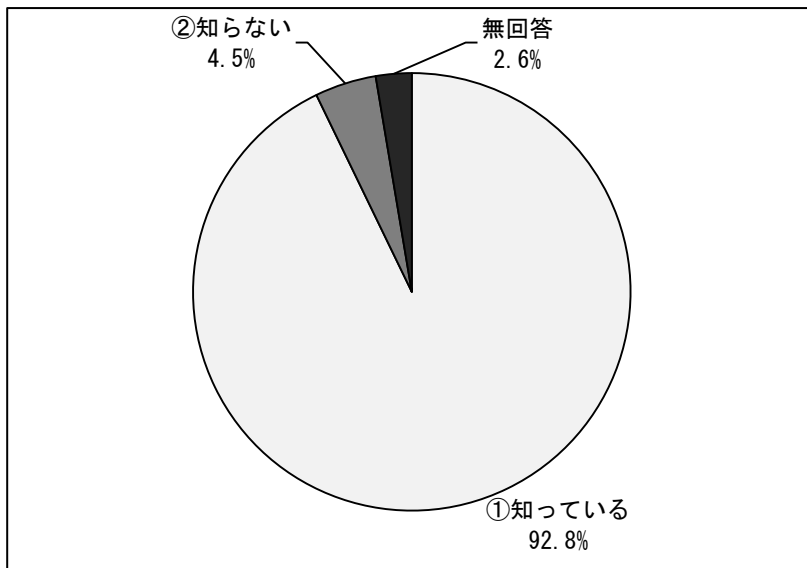
20歳未満のアンケート回答者数は4名、20才代の回答者数は12名だったが、その全員が「知っている」と回答した。

その反面、最も回答者数が多い年代である60才以上の中に、一部ではあるものの「知らない」という回答が見受けられるのは残念である。

若年層に対しては引き続き認知度を高めるとともに、高齢者層に対しても認知頂く機会を設けることが望まれる。

I-6-(2) 地酒

①知っている	491
②知らない	24
無回答	14

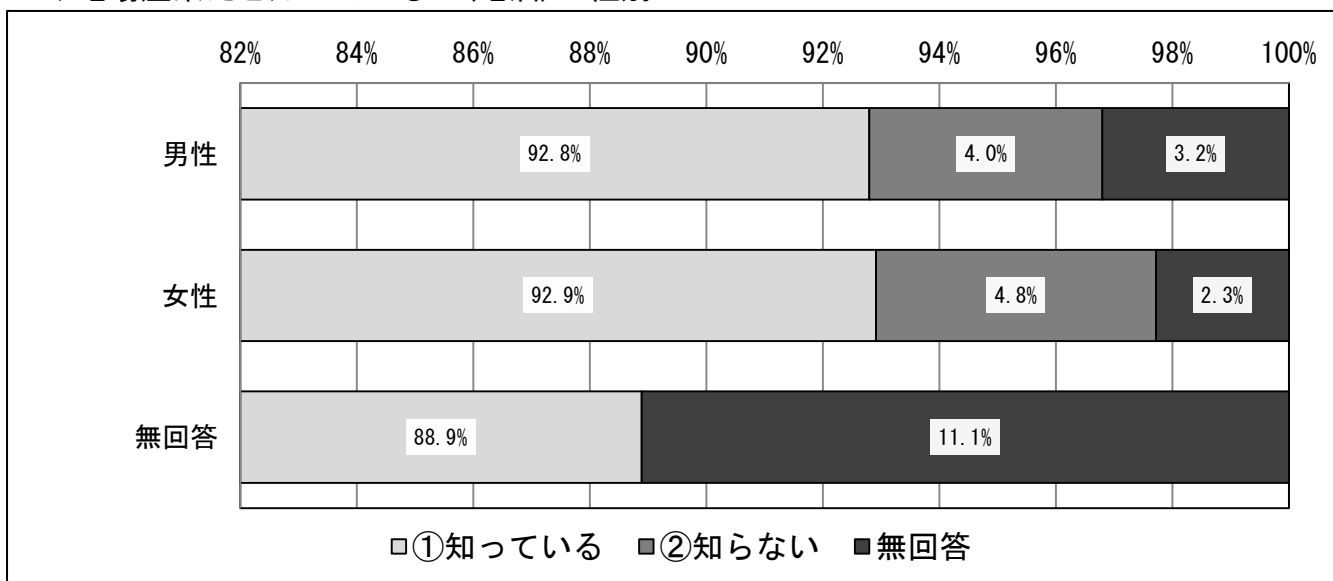


小川町の地場産業である「地酒」の認知度を質問したところ、「知っている」が92.8%と大半を占めた。「知らない」は4.5%（14名）とわずかである。

町内住民にとって、「地酒」の認知度は大変高いことがあきらかになった。

I-6-(2c) 地酒 クロス集計

◆地場産業だと知っているか(地酒) × 性別

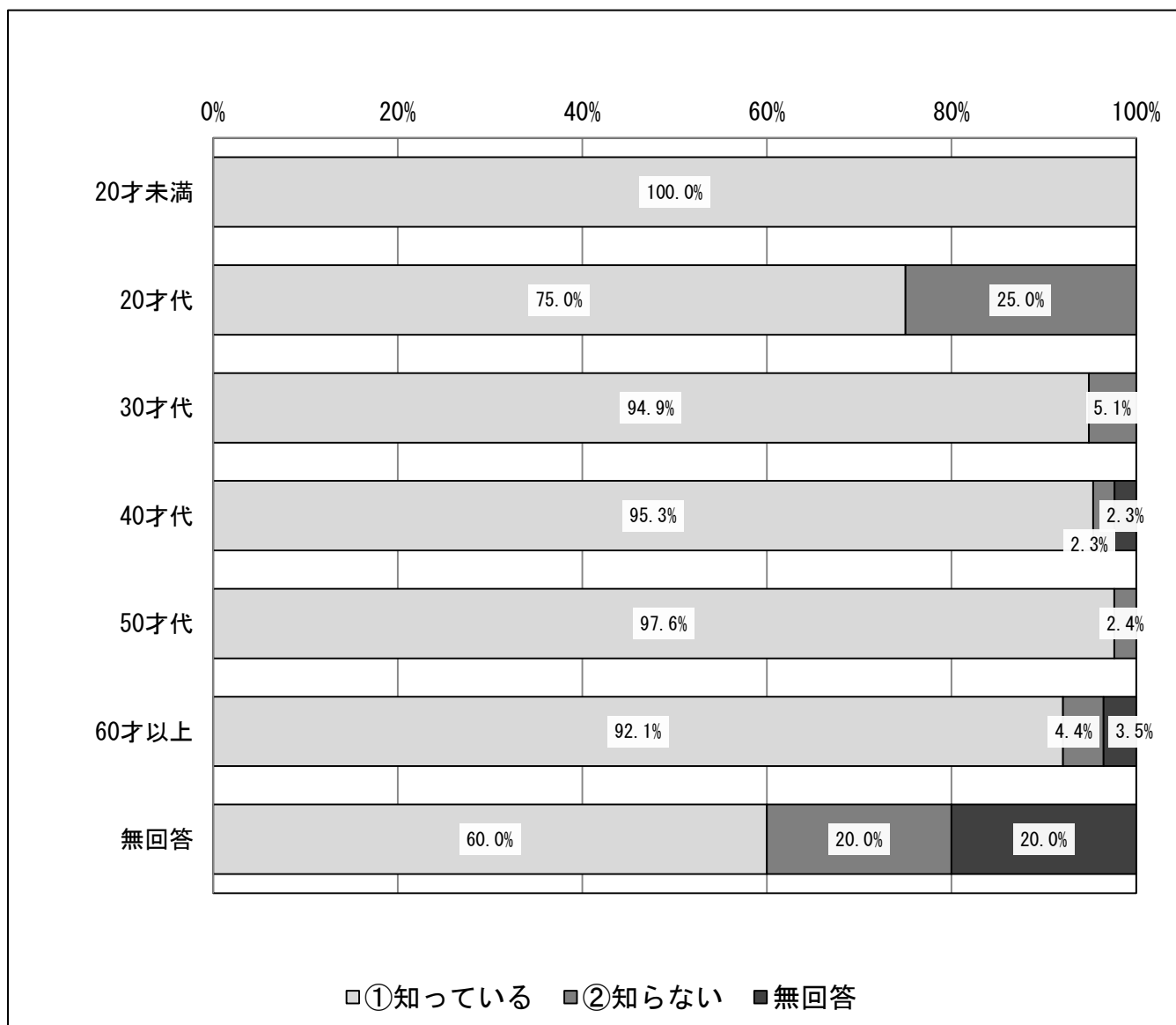


「地酒」の認知度を男女別で見ると、ほとんど差が見受けられない。男性の92.8%、女性の92.9%が「知っている」と回答した。

明確に「知らない」と回答したのは、男性4.0%、女性4.8%である。認知していない割合も男女同等である。

性別の回答が無かった「無回答」は、認知度がやや低い。「知っている」が88.9%、「知らない」が11.1%である。

◆地場産業だと知っているか(地酒) × 年代



「地酒」の認知度を年代別で見ると、年代によって差が見られる。

- 認知度 100% … 20才未満
- 認知度 95-100%未満 … 40才代、50才代
- 認知度 90-95%未満 … 30才代、60才以上
- 認知度 70%未満 … 20才代

認知度 100%となったのは、未成年である 20才未満のみである。

その他の年代で認知度が高いのは 40-50才代、低いのは 20才代である。

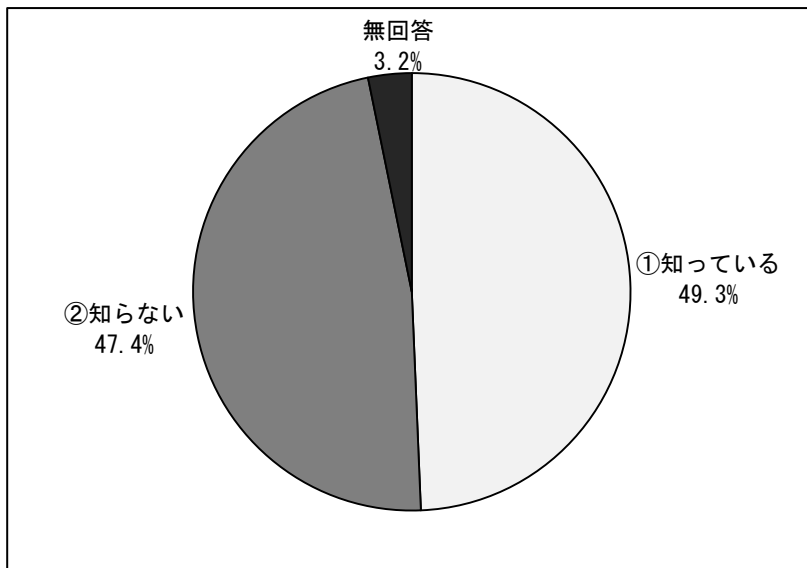
「知らない」が最も多かったのは、20才代である。ついで 30才代および 60才代が「知らない」割合が高い。

年代について回答が無かった「無回答」は「知っている」が 60.0%、「知らない」が 20.0%で認知度が低い。

今後は、酒離れが進んでいると言われる若年層を中心に、小川町の地酒の普及・啓蒙を行うことが認知度向上につながると考えられる。

I-6-(3) 建具

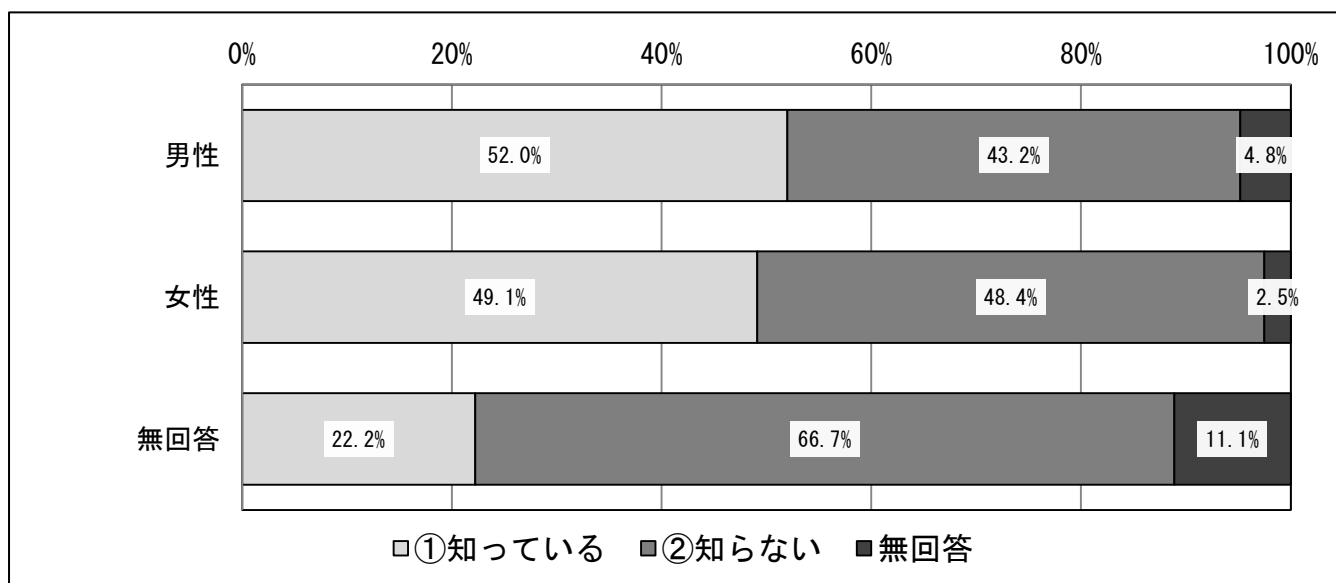
①知っている	261
②知らない	251
無回答	17



小川町の地場産業「建具」の認知度を質問したところ、「知っている」が49.3%、「知らない」が47.4%と回答は二分した。認知度は約半数程度である。無回答は3.2%（17名）であった。

I-6-(3c) 建具 クロス集計

◆地場産業だと知っているか(建具) × 性別



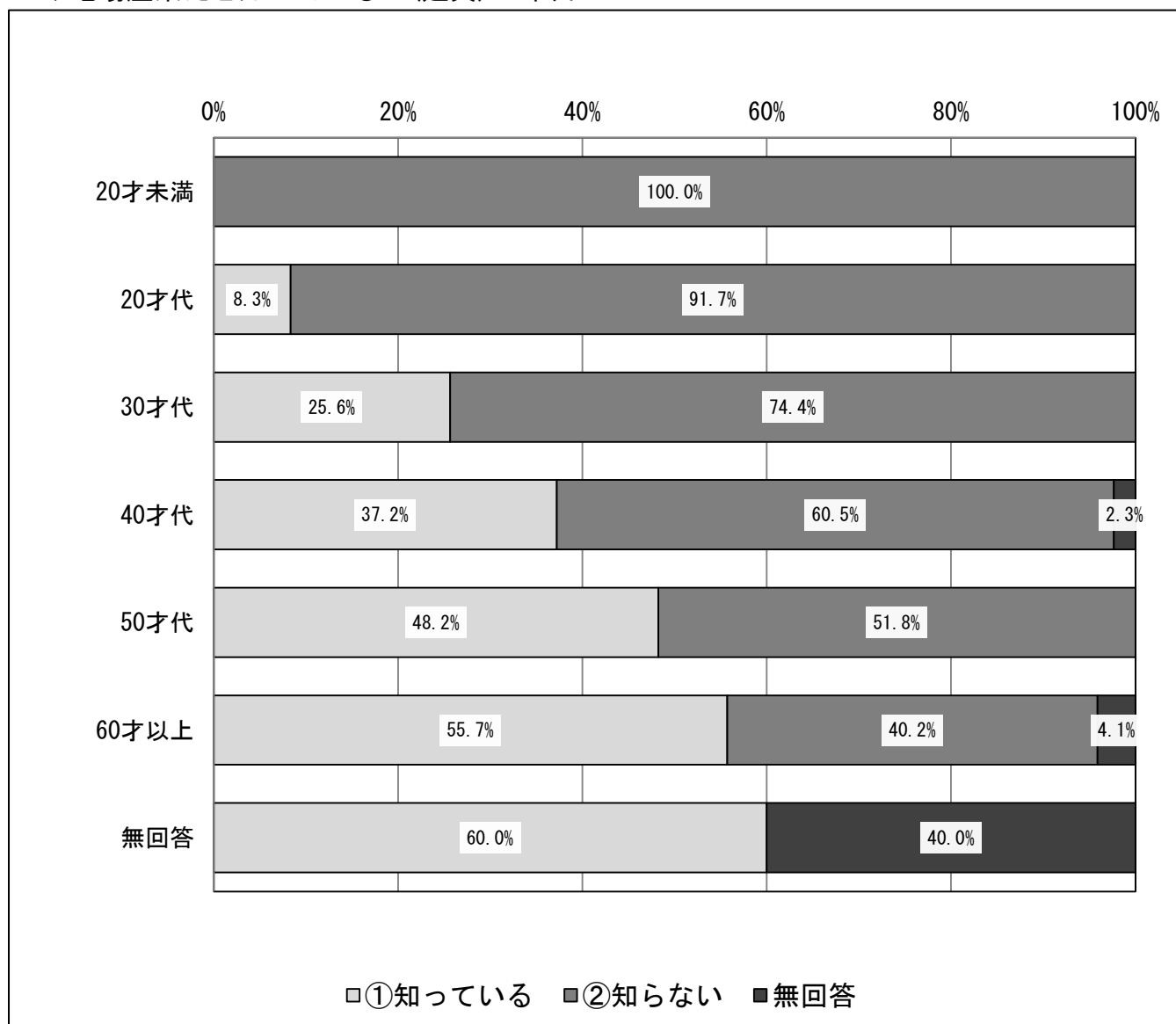
「建具」の認知度を男女別でみると、大きな差は見受けられない。

「知っている」と回答したのは男性の52.0%、女性の49.1%である。男性の方がやや認知度が高い。

明確に「知らない」と回答したのは、男性43.2%、女性48.4%で、女性の方が5.2%高い。女性に対して「建具」を知って頂く機会の提供が望まれる。

性別の回答が無かった「無回答」では、認知度がかなり低く、「知っている」が22.2%、「知らない」が66.7%、「無回答」11.1%であった。

◆地場産業だと知っているか(建具)×年代



「建具」の認知度を年代別にみると、年代が上がるほど認知度が高まる、という明確な傾向が見られた。

20才未満では「知らない」が100%だったのが、年代が高くなるにつれて「知っている」の割合が高まり、「知らない」の割合が下がる。

「知っている」割合は、次のように年代と共に10%程度ずつ増える。

- 20才代 8.3%
- 30才代 25.6%
- 40才代 37.2%
- 50才代 48.2%
- 60才代 55.7%

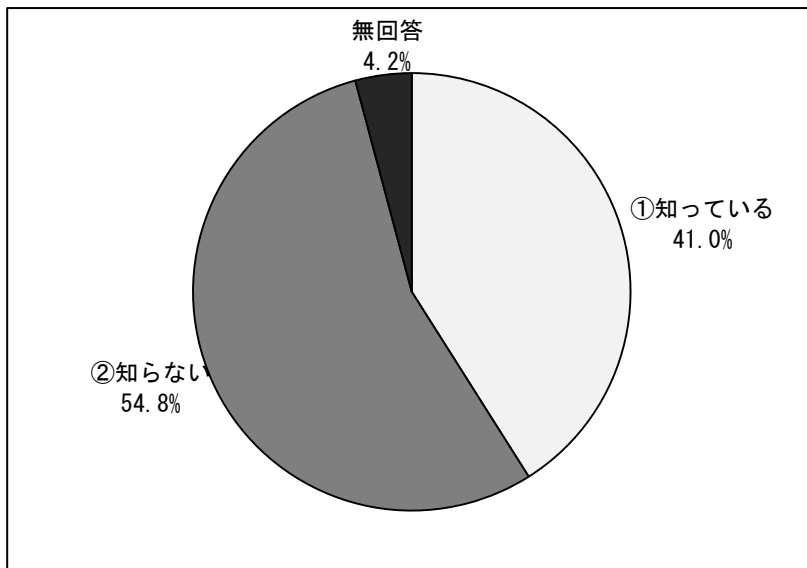
最も割合が高いのは、60才代の55.7%である。

年代とともに認知率が高くなる理由は、地元で「建具」を目にする機会が増加する、あるいは、「建具」という言葉に触れる機会が増えるためと推察される。

今後は、若年層である20才未満および20才代への認知度向上が課題である。

I-6-(4) 絹(シルク)

①知っている	217
②知らない	290
無回答	22

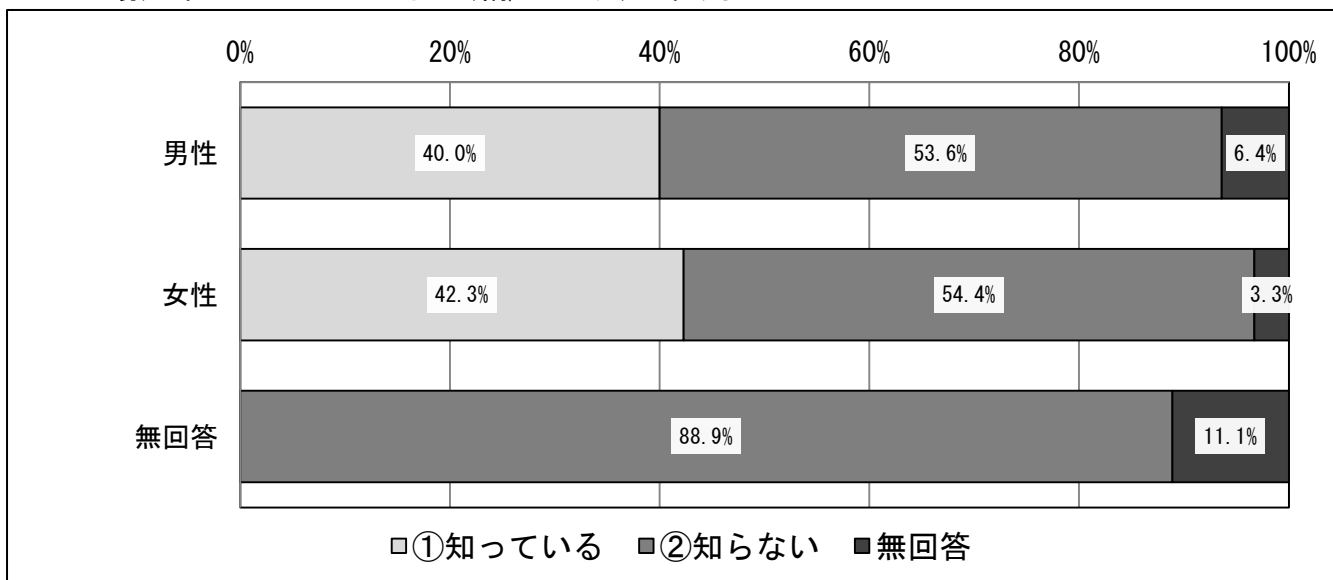


小川町の地場産業である「絹(シルク)」の認知度を質問したところ、「知っている」が41.0%、「知らない」は54.8%と、回答が大きく二分した。「知っている」よりも「知らない」の方が13.8%多い結果となった。

今後、町内住民に対し、「絹(シルク)」をより知って頂く余地があることがあきらかになった。

I-6-(4c) 絹(シルク) クロス集計

◆地場産業だと知っているか(絹/シルク)×性別

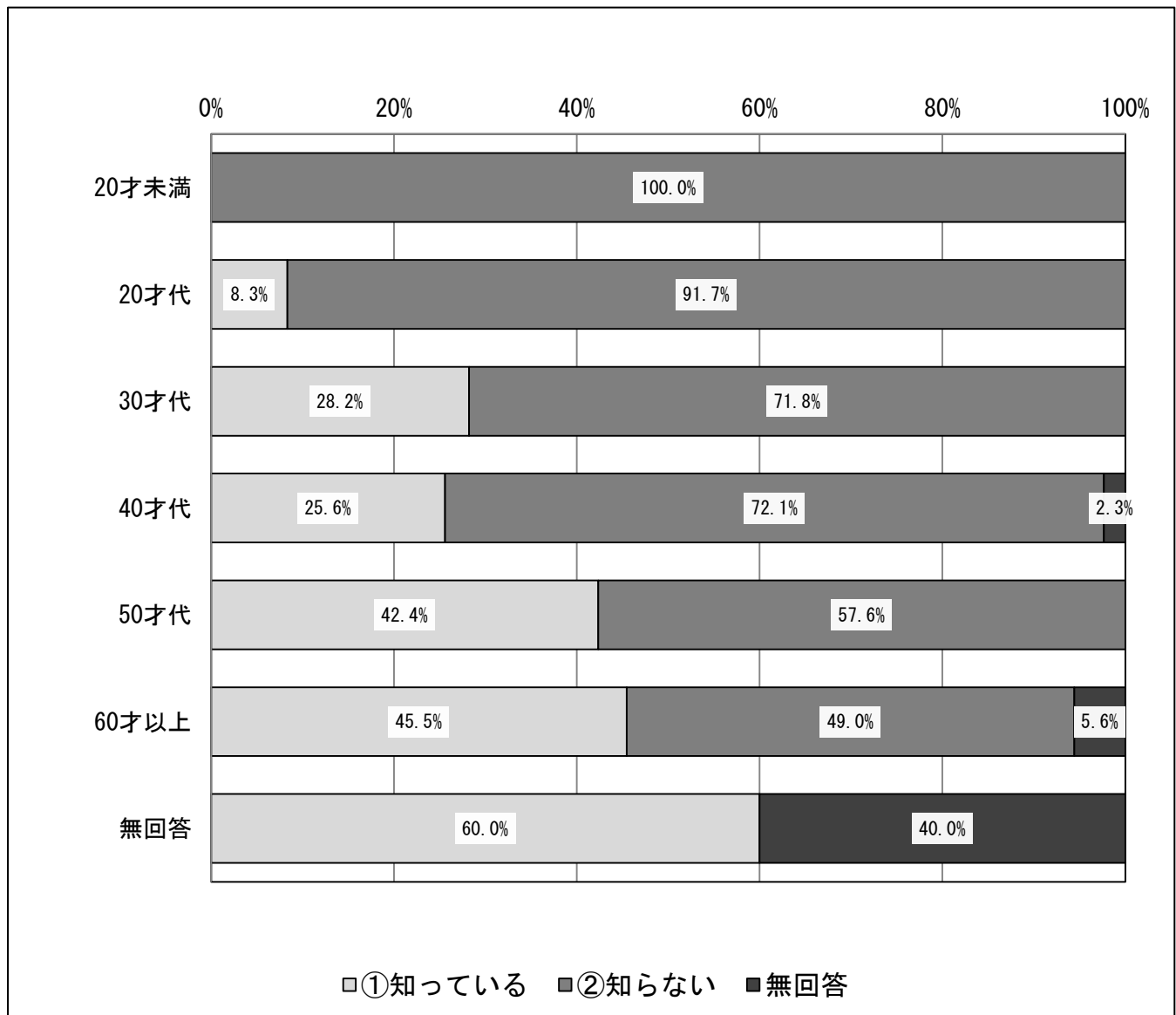


「絹(シルク)」の認知度を男女別で見ると、男性の40.0%、女性の42.3%が「知っている」と回答した。やや女性の方が認知度が高いが、差は小さく、ほぼ同等である。

明確に「知らない」と回答したのは、男性53.6%、女性54.4%である。男女ともに「知っている」よりも「知らない」の方が多い結果となった。

性別の回答が無かった「無回答」は、「知っている」はゼロで、88.9%が「知らない」と答えた。

◆地場産業だと知っているか(絹/シルク)×年代



「絹（シルク）」の認知度は、年代が上がるほど高まる傾向が見受けられる。

20才未満では「知らない」が100%だったのが、年代が高くなるにつれて「知っている」の割合が高まり、「知らない」の割合が下がる。30才代から40才代にかけて「知っている」がやや減少するものの、40才代以降は「知っている」の割合が上がる。

＜「知っている」と答えた割合＞

- 20才代 8.3%
- 30才代 28.2%
- 40才代 25.6%
- 50才代 42.4%
- 60才代 45.5%

最も割合が高いのは、60才代の45.5%である。

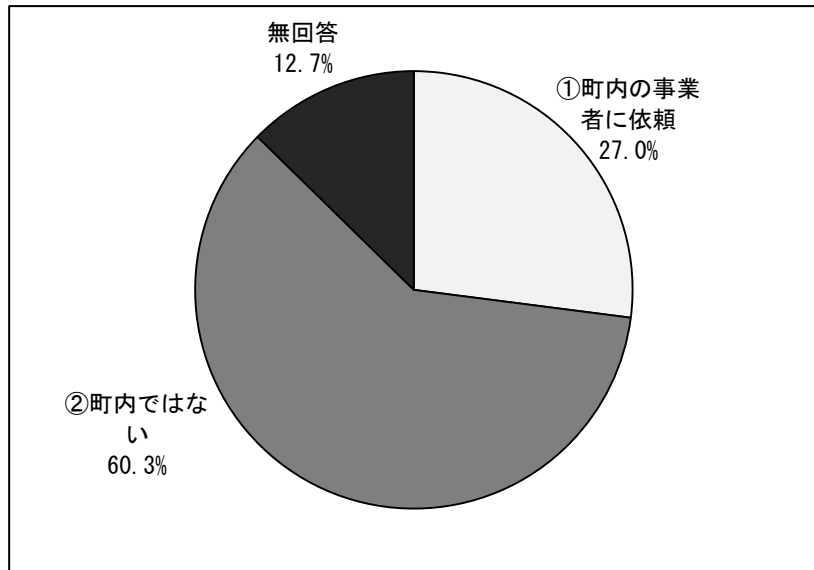
年代とともに認知率が高くなるのは、地元で「絹（シルク）」が特産品だと知る機会があるためと考えられる。あるいは、年代が高い層は、かつて「絹（シルク）」に親しんだが、若年層が「絹（シルク）」に触れる機会が少ないためと推察される。

今後は若年層のうちから「絹（シルク）」を知る機会を提供することが望まれる。

II 自宅の新築・リフォーム・修理についてうかがいます

II-1 自宅の新築・リフォーム・修理の際、町内の事業者へ依頼しましたか？

①町内の事業者へ依頼	143
②町内ではない	319
無回答	67



これまで、自宅を建築・リフォーム・修理した際、町内の事業者へ依頼したかという質問に対し、最も多かったのが「町内ではない」の60.3%であった。

約6割の人が、町外事業者へ依頼していることになり、町内需要が流出していることがわかる。

「町内の事業者へ依頼」は27.0%で、3割に満たない結果となった。

「無回答」は12.7%で、約1割強が建築・リフォーム・修理の経験が無い。

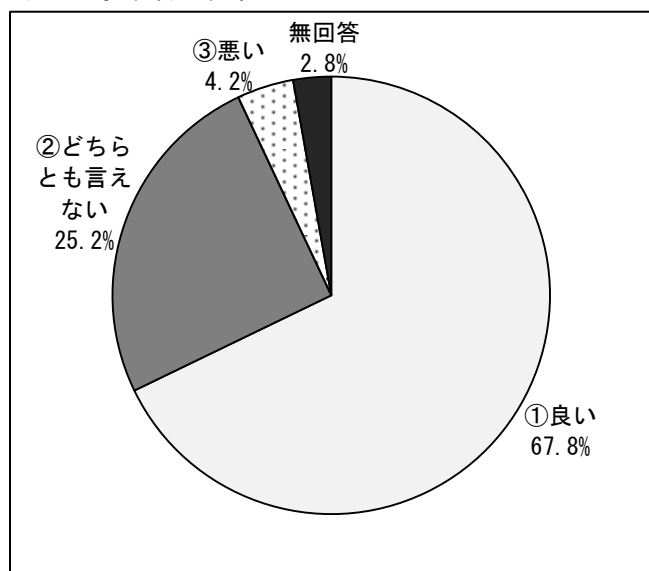
町内で行われる建築・リフォーム・修理のうち、町内事業者が施工する件数の2倍以上を町外事業者が施工していることになる。

町内の建築・リフォーム・修理事業者は、自社の告知や営業努力によって、町外へ流出している需要を町内へ取り戻すことが期待される。

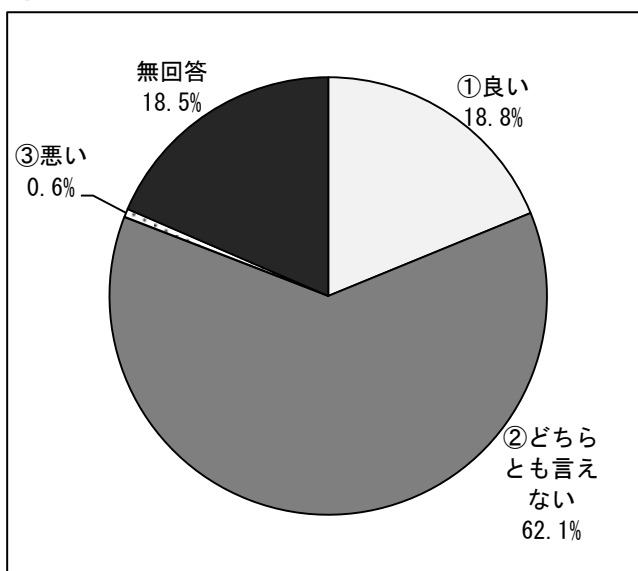
自宅の新築・リフォーム・修理を依頼した感想は？

	町内の事業者へ依頼		町内ではない	
	回答数	構成比	回答数	構成比
①良い	97	67.8%	60	18.8%
②どちらとも言えない	36	25.2%	198	62.1%
③悪い	6	4.2%	2	0.6%
無回答	4	2.8%	59	18.5%

町内の事業者へ依頼



町内ではない



建築・リフォーム・修理を行った人に、町内・町外それぞれの事業者へ依頼した感想を質問した。結果は次の通りである。

●町内事業者へ依頼した感想

「良い」 67.8%

「どちらともいえない」 25.2%

「悪い」 4.2%

●町外事業者へ依頼した感想

「良い」 18.8%

「どちらともいえない」 62.1%

「悪い」 0.6%

町内の事業者へ依頼した人は、約7割が「良い」と肯定的な評価をしている。

町外の事業者へ依頼した人の、「良い」は約2割にとどまっている。

結果として、町内事業者へ依頼した人の方が、施工後の満足感が高いといえる。

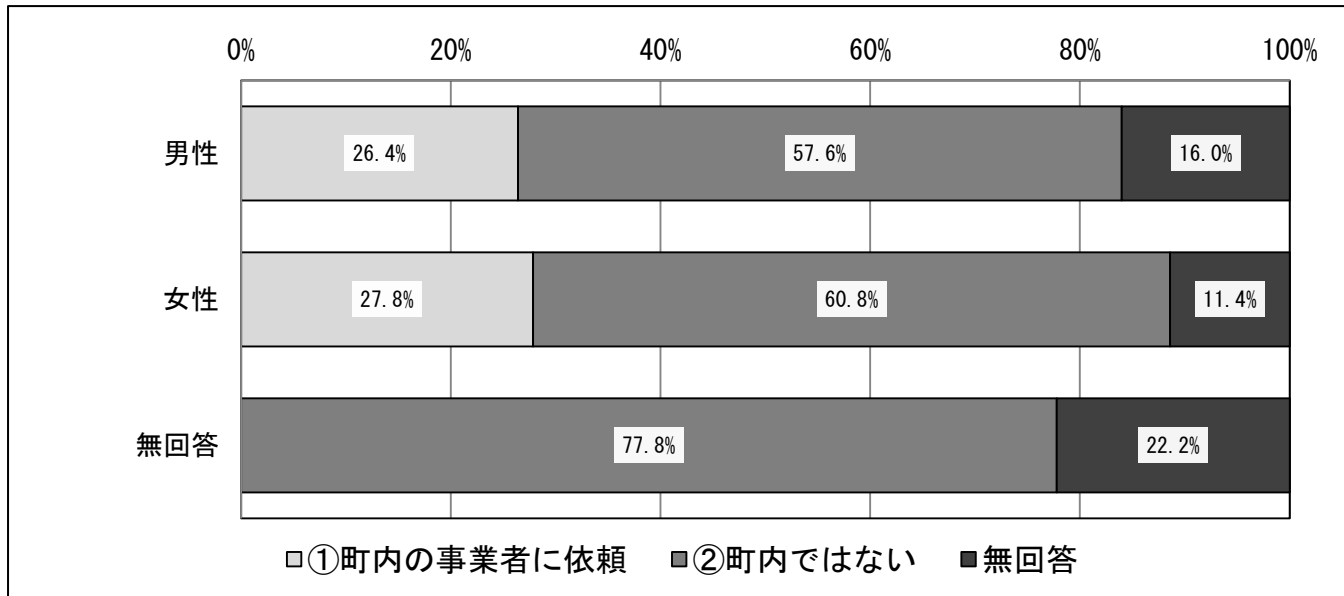
「悪い」は、町内事業者の方が多し。町外事業者の「悪い」は非常に少ない。

町内事業者に対する満足度は、町外事業者よりも圧倒的に高い。ただし、不満足感も町外事業者より高い点には注意が必要である。

今後は、町外事業者へ依頼したものの「どちらともいえない」という消極的な評価をしている町民の需要を、町内事業者に取り戻すことが課題である。

II-1c 自宅の新築・リフォーム・修理の際、町内の事業者へ依頼 クロス集計

◆自宅の新築・リフォーム・修理の際、町内の事業者へ依頼したか × 性別



性別によって、町内・町外いずれの事業者へ依頼したかを分析する。

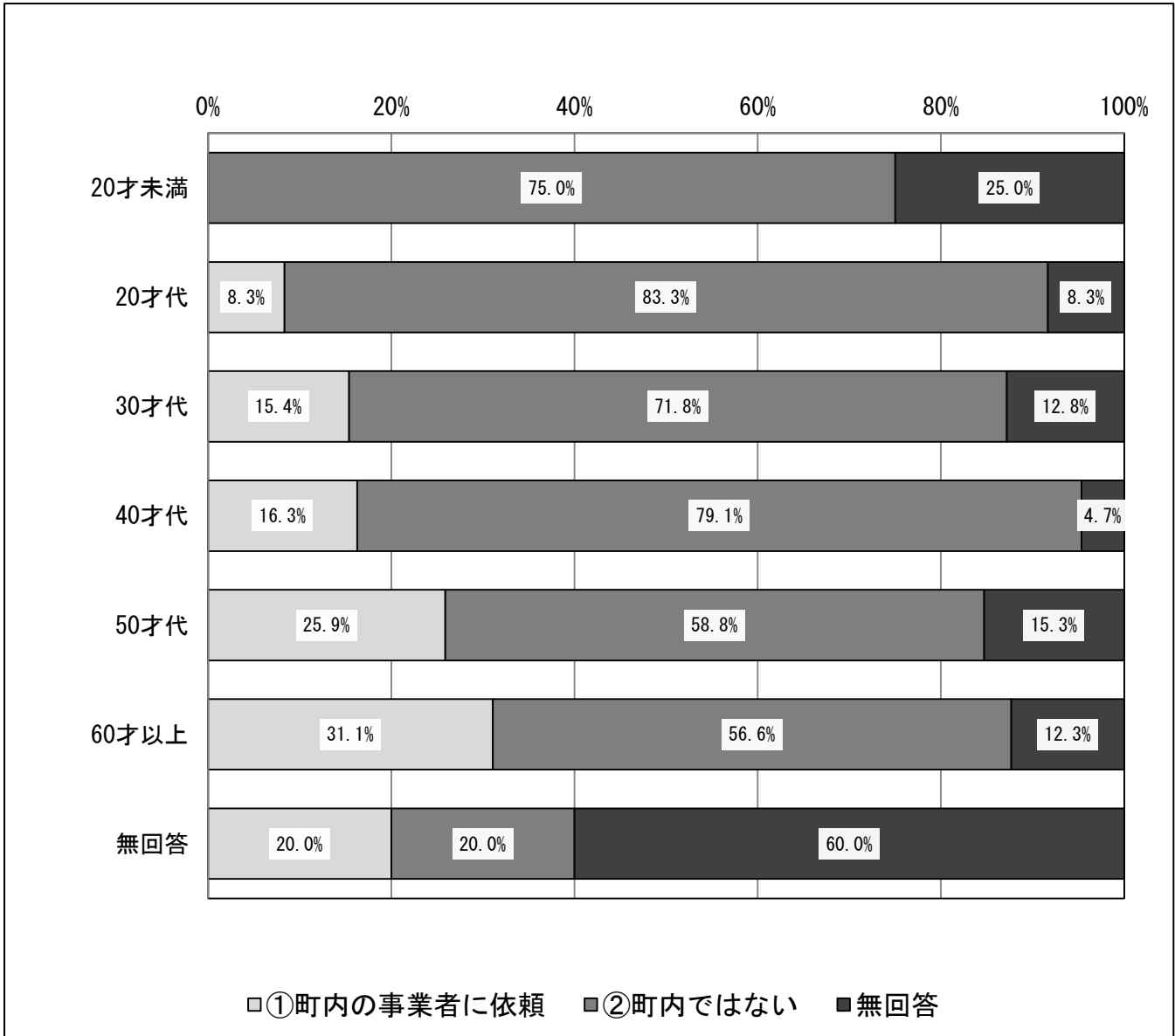
- 男性 … 「町内」 26.4% 「町外」 57.6% 「無回答」 16.0%
- 女性 … 「町内」 27.8% 「町外」 60.8% 「無回答」 11.4%

全体の傾向に性別による差は見られない。男女ともに、町内事業者よりも町外事業者へ依頼した割合が高い。

女性の方が、男性より町内・町外ともに依頼した割合が高くなっている。

性別の記入が無い「無回答」は、「町内」への依頼がゼロで、「町外」への依頼が77.8%と非常に高い。

◆自宅の新築・リフォーム・修理の際、町内の事業者へ依頼したか ×年代



年代によって、町内・町外いずれの事業者へ依頼したかを分析する。

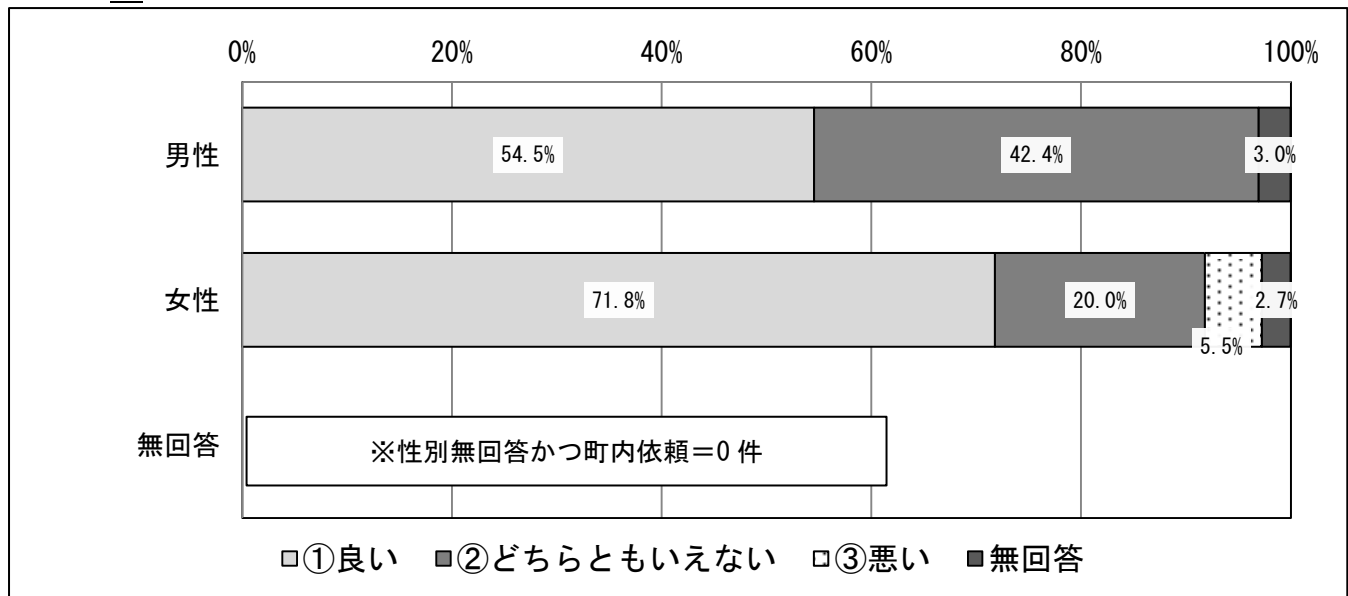
- 20才未満 「町内」 0%、「町外」75.0%
- 20才代 「町内」 8.3%、「町外」83.3%
- 30才代 「町内」15.4%、「町外」71.8%
- 40才代 「町内」16.3%、「町外」79.1%
- 50才代 「町内」25.9%、「町外」58.8%
- 60才以上 「町内」31.1%、「町外」56.6%
- 無回答 「町内」20.0%、「町外」20.0%

年代が上がるに従って、町内事業者へ依頼する割合が高まり、町外事業者へ依頼する割合が下がる傾向にある。

町内事業者への依頼が最も多いのは60才以上、少ないのは20才代である。

町外事業者への依頼が最も多いのは20才代、ついで40才代である。20才代および40才代の町外へ流出している需要を、町内へ戻すことが課題である。

◆町内事業者に依頼した方の感想×性別



町内事業者に依頼した方の感想を性別で分析する。

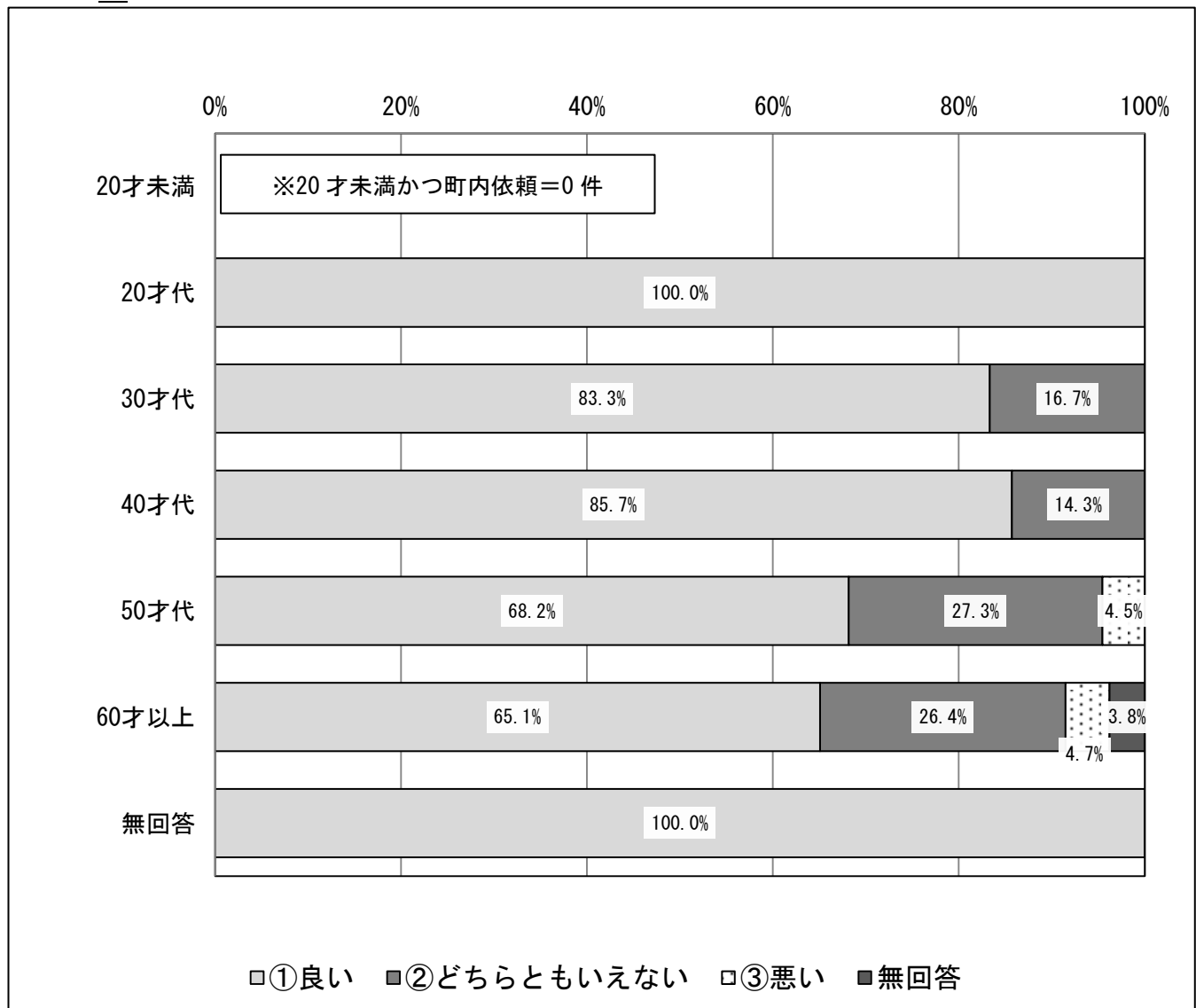
- 「良い」 男性 54.5% < 女性 71.8%
- 「どちらともいえない」 男性 42.4% > 女性 20.0%
- 「悪い」 男性 0% < 女性 5.5%

男女ともに「良い」が最も多く、ついで「どちらともいえない」が続く。

「良い」と「どちらともいえない」を比較すると、男性より女性の方が明確に「良い」と評価する傾向が見受けられる。

女性の方が、町内事業者に満足していることがわかる。

◆町内事業者に依頼した方の感想×年代



町内事業者に依頼した場合の感想を、年代別に分析する。

- 20才代 「良い」 100.0%
- 30才代 「良い」 83.3%、「どちらともいえない」 16.7%、「悪い」 0%
- 40才代 「良い」 85.7%、「どちらともいえない」 14.3%、「悪い」 0%
- 50才代 「良い」 68.2%、「どちらともいえない」 27.3%、「悪い」 4.5%
- 60才以上 「良い」 65.1%、「どちらともいえない」 26.4%、「悪い」 4.7%
- 無回答 「良い」 100.0%

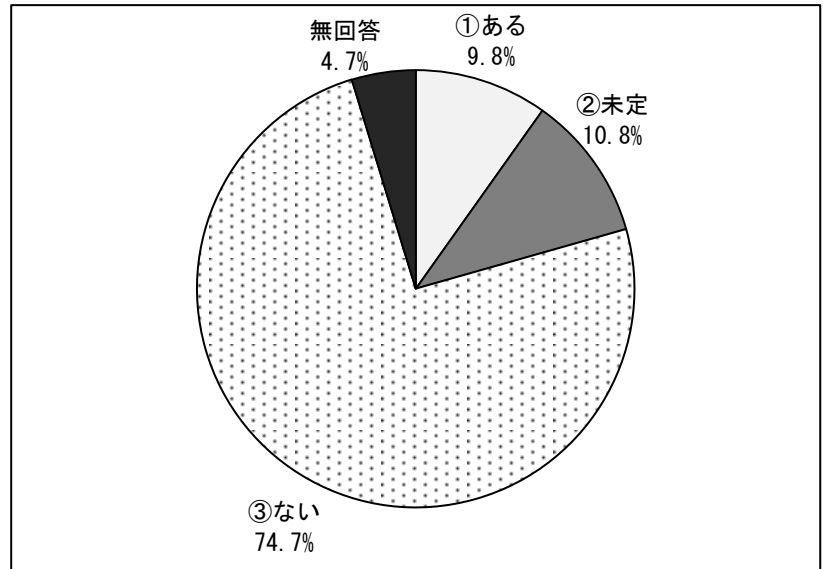
年代が上がるに従って「良い」の割合が低い傾向にある。同時に「どちらともいえない」「悪い」が高くなる。

「良い」が最も多いのは20才代の100.0%、ついで40才代の85.7%、30才代の83.3%が続く。

「悪い」の割合が最も高いのは60才以上の4.7%、ついで50才代の4.5%である。町内事業者にとって、高齢になるお客様層の満足度向上が課題である。

II-2 今後5年以内に自宅を新築・リフォーム・修理する予定はありますか？

①ある	52
②未定	57
③ない	395
無回答	25



今後5年以内に自宅を新築・リフォーム・修理する予定については、74.7%が「ない」と回答した。

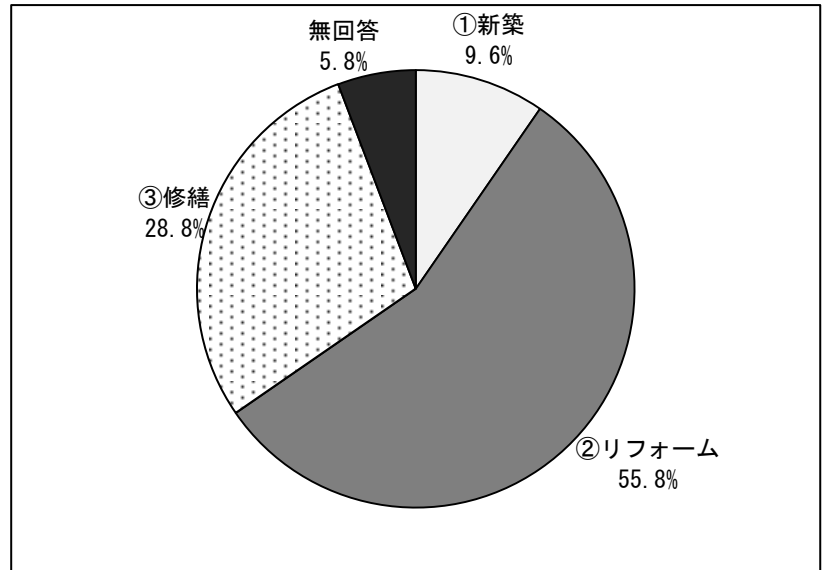
「ある」は9.8%、「未定」は10.8%である。

「ある」と「未定」を足すと20.6%である。回答者の約2割が、今後5年以内に自宅を新築・リフォーム・修理する可能性がある。

II-3 「ある」と答えた方に質問です。工事内容と予算規模を教えてください。

II-3-(4) 工事内容

①新築	5
②リフォーム	29
③修繕	15
無回答	3



今後5年以内に自宅を新築・リフォーム・修理する予定の人のうち、最も多い工事内容は「リフォーム」である。「リフォーム」は55.8%、ついで「修繕」28.8%、「新築」9.6%となった。

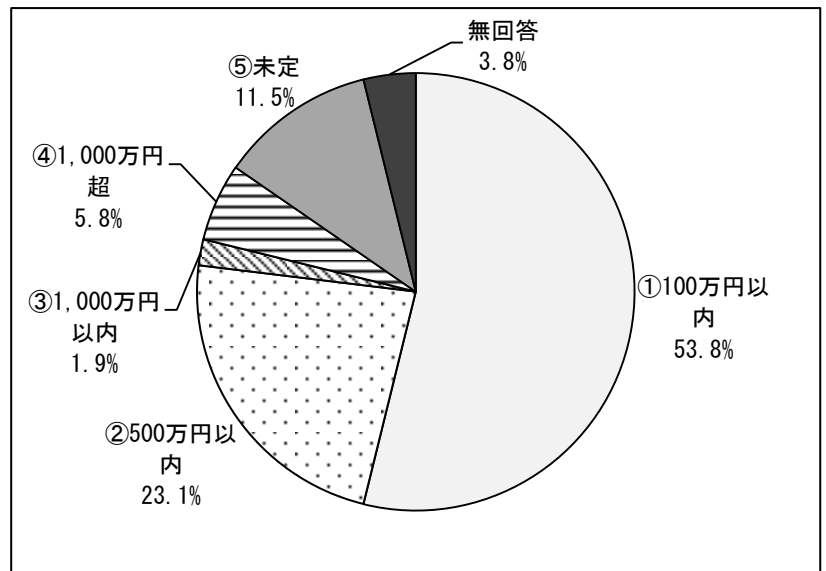
「リフォーム」は、工事を予定する人の約半数が検討していることになる。

また、「修繕」として挙げられた具体的な箇所は、次の通りである。様々な箇所の修繕を検討していることがわかる。

- ・ 壁の塗装
- ・ 畳替え
- ・ ベランダ
- ・ 廊下
- ・ ダイニング
- ・ 壁紙張り替え
- ・ トイレ
- ・ 流し台
- ・ 屋根
- ・ 水廻り
- ・ 風呂場

II-3-(5) 予算規模

①100万円以内	28
②500万円以内	12
③1,000万円以内	1
④1,000万円超	3
⑤未定	6
無回答	2



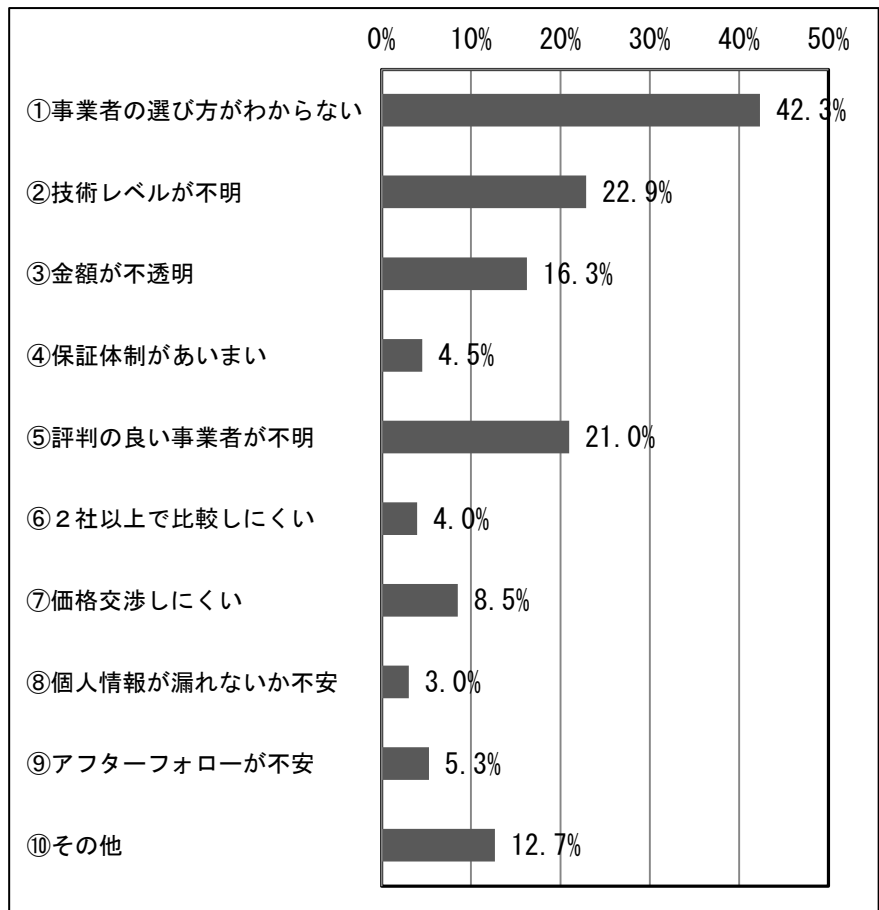
予算規模で最も割合が高かったのは「100万円以内」の53.8%、ついで「500万円以内」が23.1%、「1,000万円超」が5.8%と続く。

全体の約半数が予算100万円以内、約4分の1が100万円超500万円以内の工事を検討している。

また、予算規模1,000万円超の工事を予定している人も5.8%存在し、高額なリフォームを検討している町民がいることが明らかになった。

II-4 町内の事業者に依頼する場合、どんな点が不安ですか？（〇はいくつでも）

①事業者の選び方がわからない	224
②技術レベルが不明	121
③金額が不透明	86
④保証体制があいまい	24
⑤評判の良い事業者が不明	111
⑥2社以上で比較しにくい	21
⑦価格交渉しにくい	45
⑧個人情報が出ないか不安	16
⑨アフターフォローが不安	28
⑩その他	67



町内事業者に対する不安を質問したところ、多かったのは次の項目である。

- 1位 「事業者の選び方がわからない」 42.3%
- 2位 「技術レベルが不明」 22.9%
- 3位 「評判の良い事業者が不明」 21.0%

上位には、事業者をどのように選んだらよいか、また、技術が高く評判が良い事業者はどの企業なのかなど“事業者選定”にかかる不安が挙げられた。

このことは、一般の町民にとって、事業者を選ぶ情報が十分ではないことを示している。今後は、事業者からの広告、宣伝、営業等の情報発信が期待される。

また、「金額が不透明」も10%以上の割合で挙がっており不安要素であることがわかる。

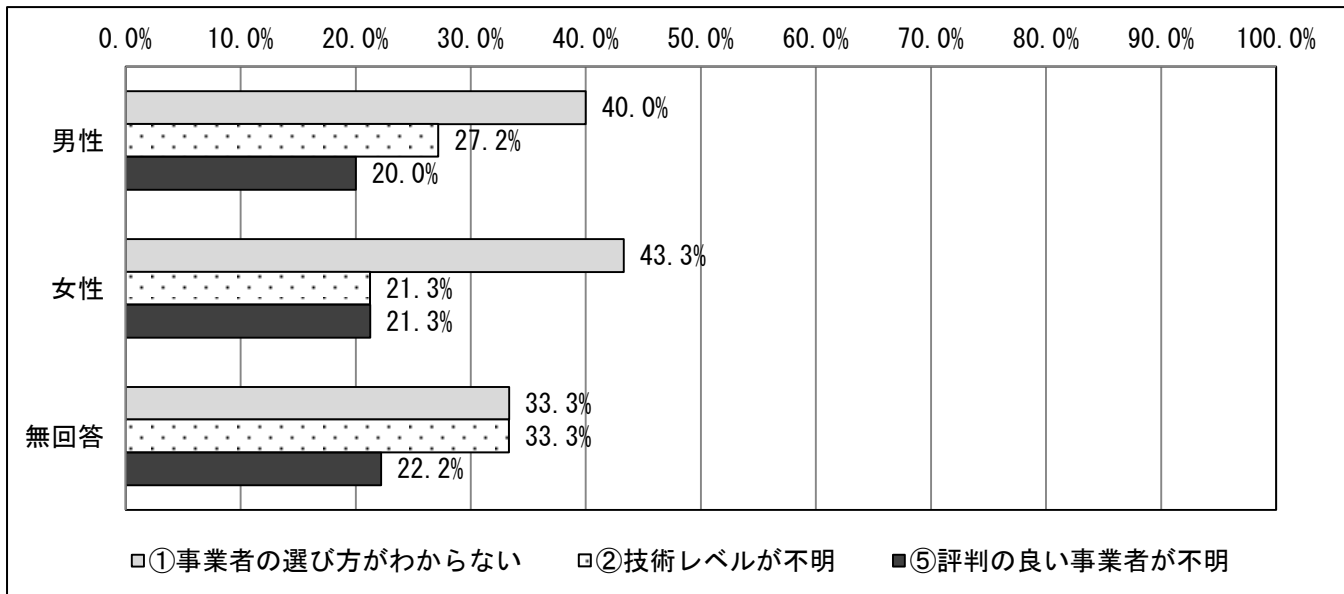
「その他」に記載された主なコメントは以下の通りである。特定業者や知り合いの事業者に頼っていること、業者とのコミュニケーションについて不安を持っていることがわかる。

- ・ 特定業者がいる
- ・ 信用ある業者
- ・ 家業が大工である
- ・ 不安なし
- ・ 知り合い
- ・ 大手
- ・ お店の存在が不明
- ・ 時間に来てもらえない

- ・ 未成年のため不明
- ・ 特になし、工法についての宣伝があてにならない、口コミの評判が大事
- ・ 大手ではない、サービスが少ない
- ・ 小川町には頼まない、人が悪い
- ・ ネットで調べて安いところをさがしている
- ・ 地元の大工さん
- ・ まあまあ
- ・ 人間性
- ・ メーカー住宅
- ・ マンションだから共同で動く
- ・ 若者にまかせている
- ・ 主人がやってくれるので、関心なし
- ・ 調べてから行うので不安はない
- ・ 通常の家屋と異なる為、そのフォローが出来るのか不明
- ・ 話し合い
- ・ お金さえあれば、余裕なお金があればする
- ・ 業者まかせ
- ・ 言いたい事が言えなくなりそう
- ・ いつも依頼先と違うところになる

II-4c 町内の事業者に依頼する場合、どんな点が不安ですか？ クロス集計

◆町内の事業者に依頼する場合の不安点(上位3つ)×性別



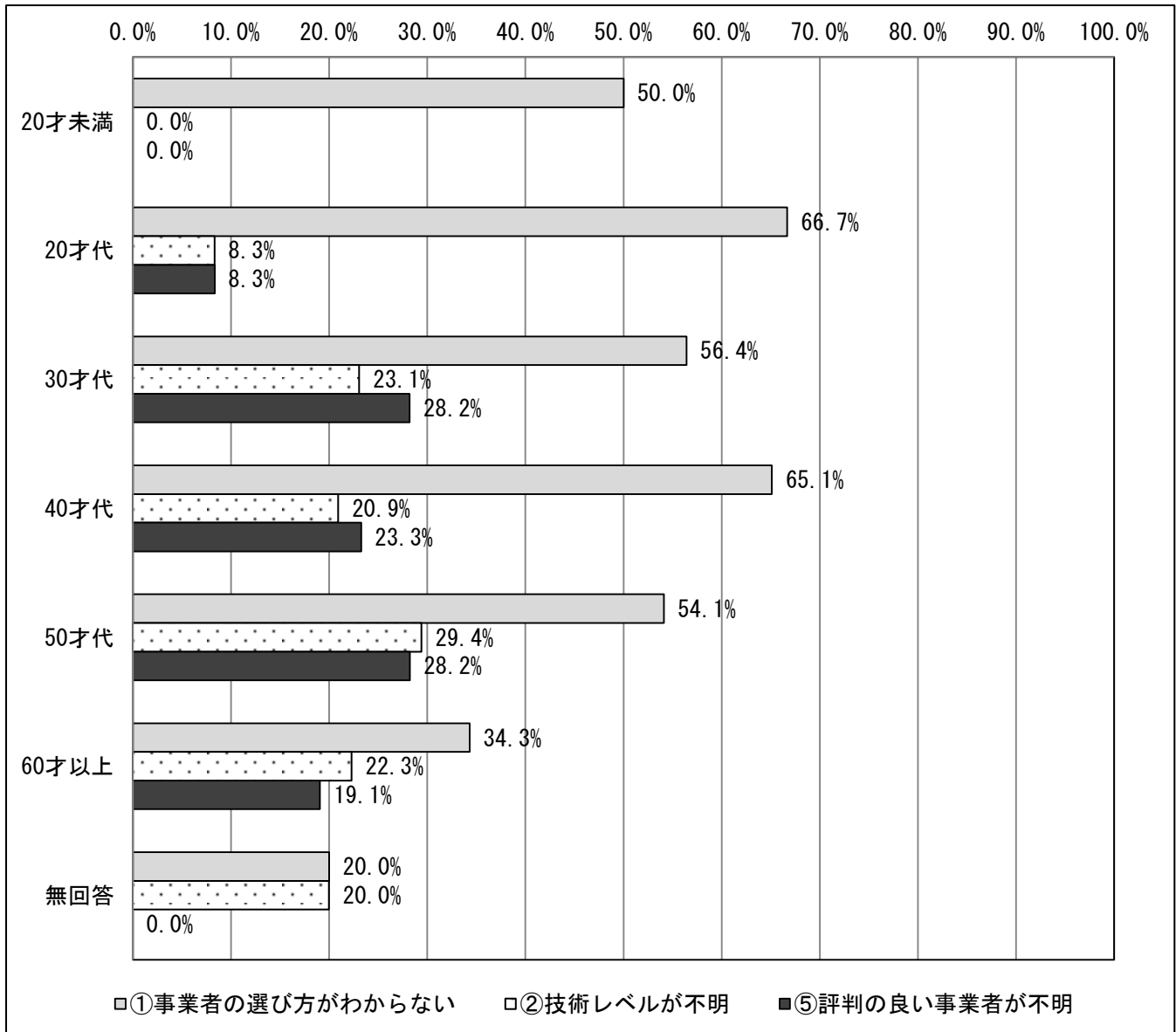
町内事業者に対する不安（上位3つ）を性別で見してみる。

「事業者の選び方がわからない」 男性 40.0% < 女性 43.3%
 「技術レベルが不明」 男性 27.2% > 女性 21.3%
 「評判の良い事業者が不明」 男性 20.0% < 女性 21.3%

性別による差はさほど見られない。

「技術レベルが不明」は、男性の方が割合が高い。実際に、どのような技術・職人が施工してくれるか、という点については、男性の方がより不安に感じている。

◆町内の事業者に依頼する場合の不安点(上位3つ)×年代



町内事業者に対する不安(上位3つ)を年代別にみると、不安を感じる度合にやや差が見受けられた。

「事業者の選び方がわからない」は、いずれの年代でも最も強い不安要素である。20才未満～50才代まで、半数以上が不安と感じている。なかでも20才代および40才代は60%を超えており、他の年代よりも不安を感じる人が多いことを示している。

「技術レベルが不明」は50才代が最も高くなっている。

「評判の良い事業者が不明」は30才代と50才代が最も多い。

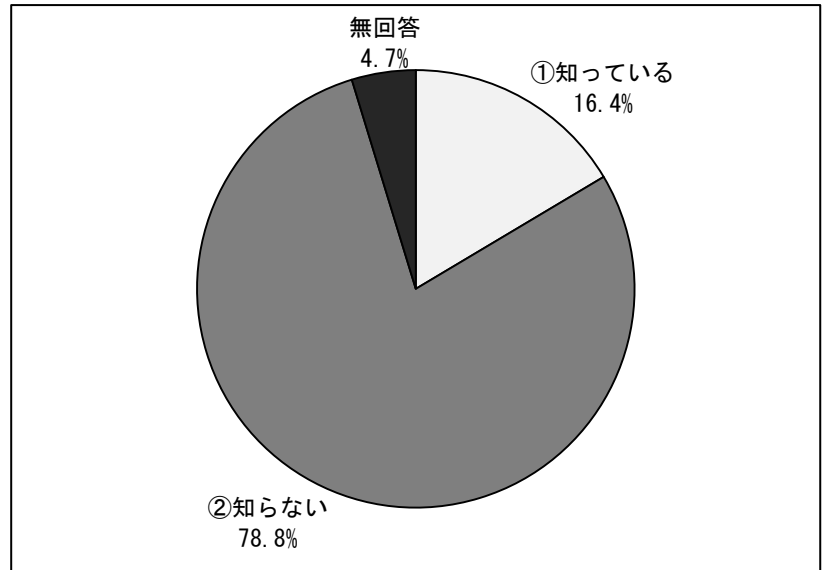
全体的に、30才代～50才代が不安を強く感じる傾向がある。

事業者は、幅広い年代の町民に対し、事業者選定に役立つ情報を整備することが求められる。紹介などの口コミだけでなく、ホームページ、パンフレット等、「見て分かる情報」「調べられる情報源」について整え、町民が安心して工事を依頼できるよう努めることが望まれる。

II-5 町内で、町産材等を使用してリフォームを行うと補助金を受けられる制度があります。

この制度を知っていますか？

①知っている	87
②知らない	417
無回答	25



「町産材等を使用してリフォームを行うと補助金を受けられる」制度（※1 小川町内産木材等利用住宅リフォーム補助金制度）を知っていたのは、全体の16.4%にとどまった。

「知らない」は78.8%である。

この制度に対する町民の認知度は、現在のところ低い。今後は、より一層の周知が望まれる。

・※1 「小川町内産木材等利用住宅リフォーム補助金制度」

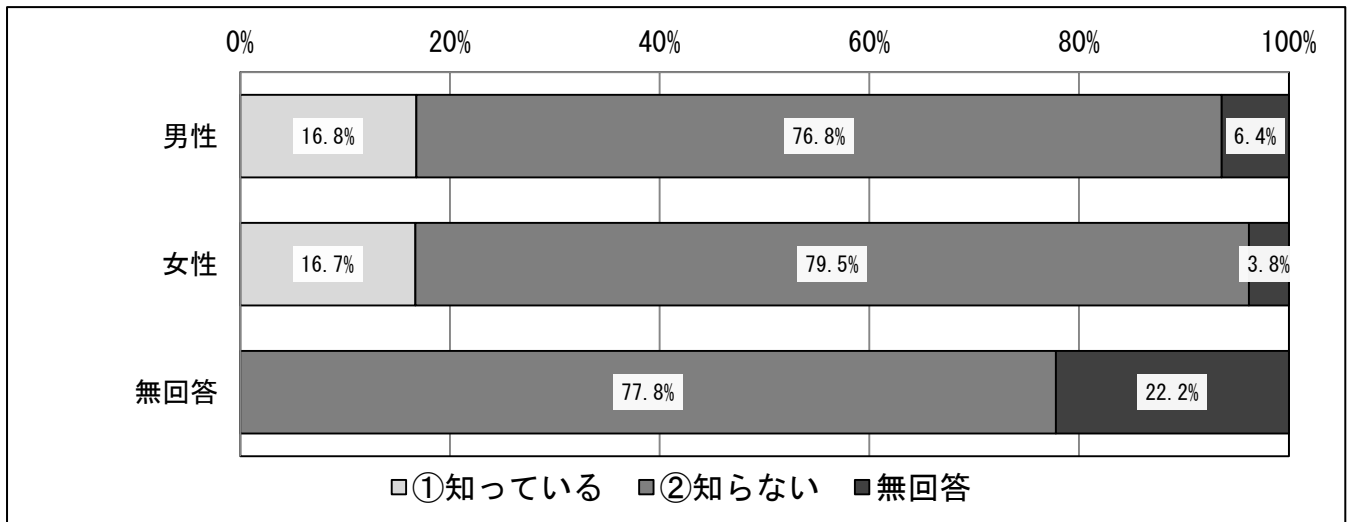
町民が町内の登録施工業者を利用して個人住宅のリフォームを行う場合、その経費の一部を助成する制度。条件は次の通り。

- ・ 小川町及び近隣産の木材を3割以上かつ0.2 m³以上使用した住宅リフォームの費用が20万円以上の工事（消費税、地方消費税を除く）
- ・ 町内の施工業者を利用する工事（施工業者は事前の登録が必要）
- ・ 事前に「小川町内産木材等利用住宅リフォーム補助金制度」の交付決定を受けた工事

II-5c 町内で、町産材等を使用してリフォームを行うと補助金を受けられる制度があります。

この制度を知っていますか？ クロス集計

◆補助金制度を知っているか×性別



「小川町内産木材等利用住宅リフォーム補助金制度」の認知度を性別で見してみる。

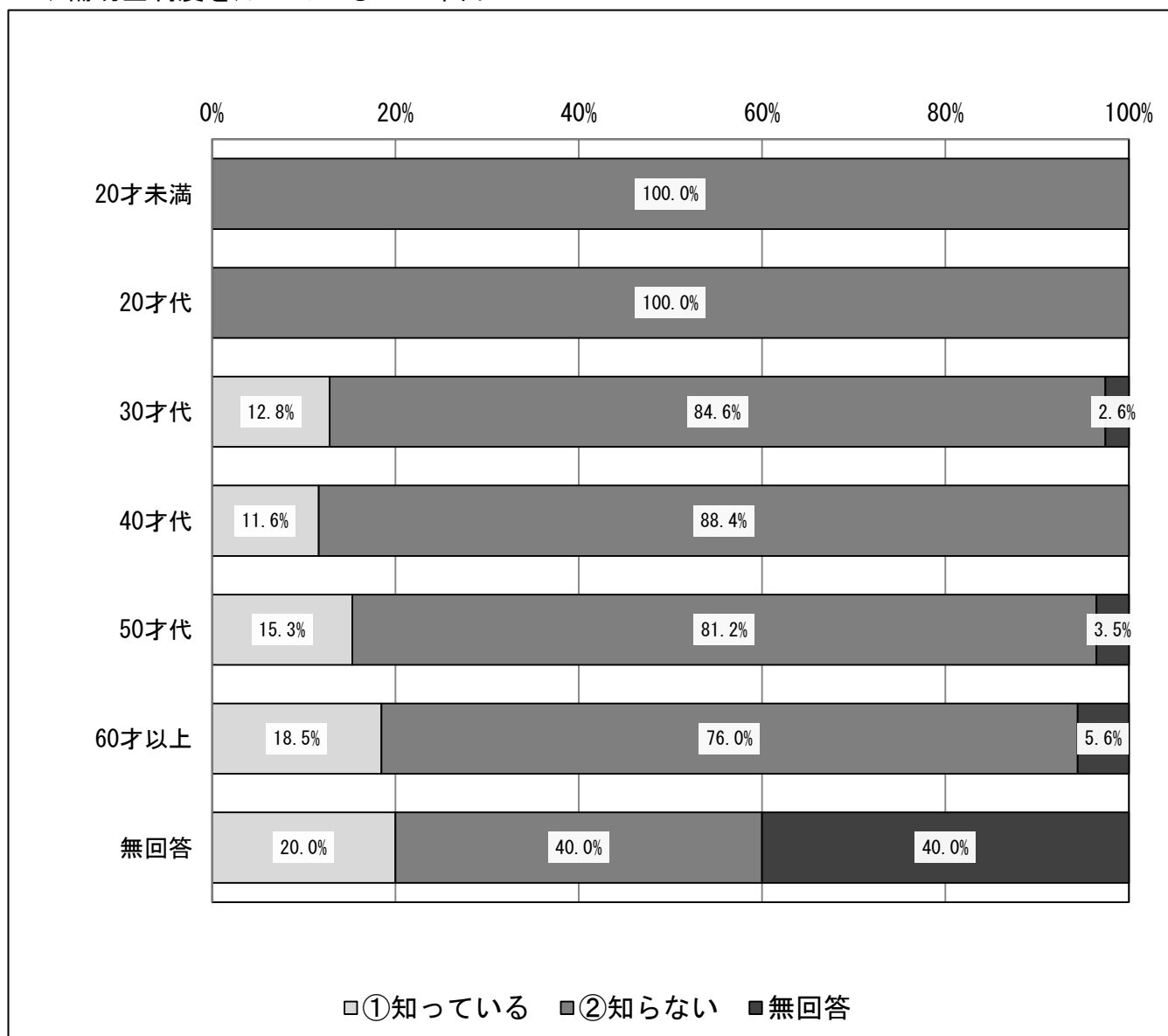
- 「知っている」 男性 16.8% > 女性 16.7%
- 「知らない」 男性 76.8% < 女性 79.5%
- 「無回答」 男性 6.4% > 女性 3.8%

男女ともに、「知っている」よりも「知らない」割合が圧倒的に高い。「知っている」割合は男女同等である。性別ではさほど大きな差は見られない。

「知らない」割合は、女性の方がやや高い。

男女ともに、制度についての認識はまだ十分ではないことが判明した。

◆補助金制度を知っているか×年代



補助金制度の認知度を、年代別に分析する。

- 20才未満 「知らない」100.0%
- 20才代 「知らない」100.0%
- 30才代 「知っている」12.8%、「知らない」84.6%
- 40才代 「知っている」11.6%、「知らない」88.4%
- 50才代 「知っている」15.3%、「知らない」81.2%
- 60才以上 「知っている」18.5%、「知らない」76.0%
- 無回答 「知っている」20.0%、「知らない」40.0%

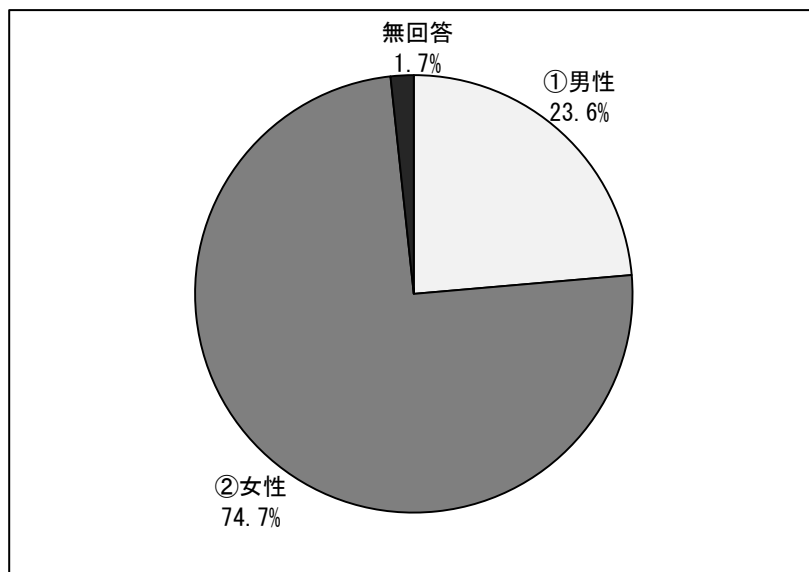
年代が上がるに従って「知っている」と答える割合が徐々に高まる。同時に「知らない」が減少する。

「知っている」割合が最も高いのは60才以上の18.5%である。高齢者の認知度が最も高い。20才未満、および、20才代の認知度が低いのは、住宅リフォームの需要そのものが小さいためと考えられる。今後は、リフォームを検討しはじめる中高年以上に対し、この制度の周知を図り、活用を促すことが必要であろう。

III お客様について該当欄に○印をつけてください。

III-1性別

①男性	125
②女性	395
無回答	9



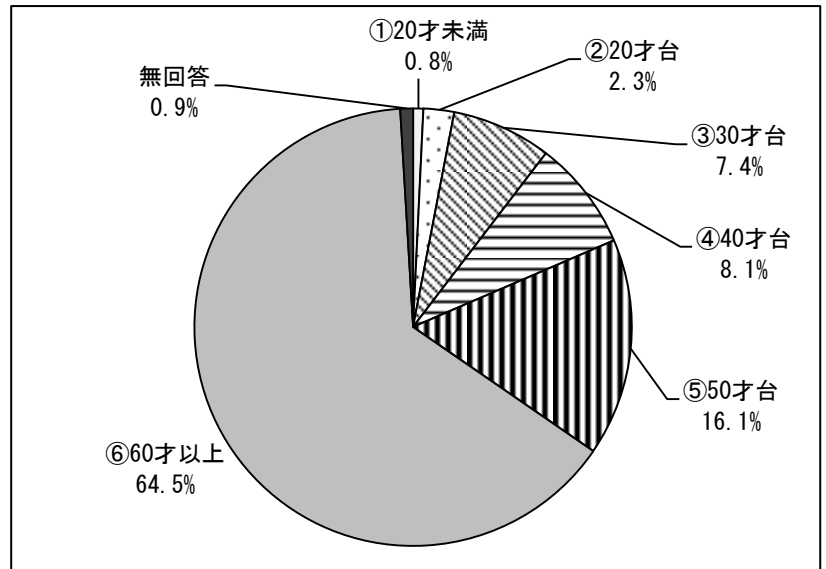
今回調査の回答者は、女性 74.7%、男性 23.6%、無回答は 1.7%である。

全体の 4 分の 3 を女性が占めた。

これは、調査が平日の日中に行われ、通行者に主婦層が多かったためである。

III-2年代

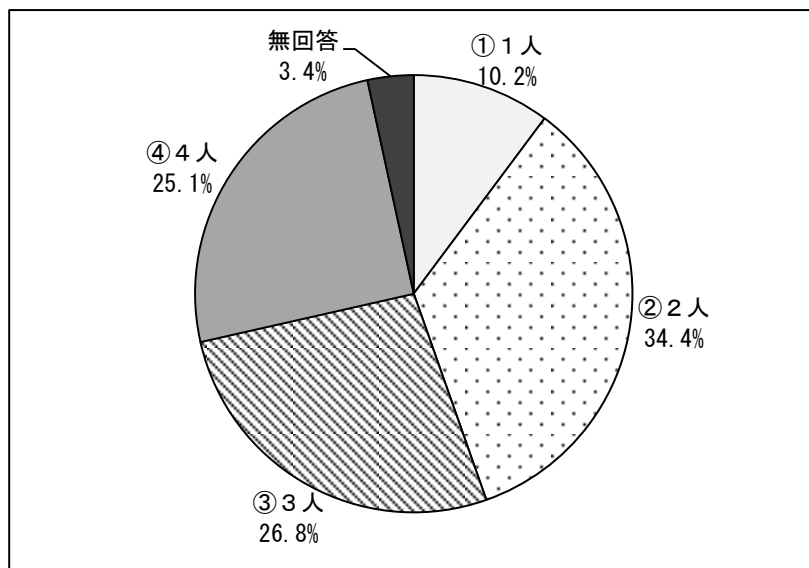
①20才未満	4
②20才台	12
③30才台	39
④40才台	43
⑤50才台	85
⑥60才以上	341
無回答	5



今回の回答者を年代別にみると、最も多いのは60才以上で64.5%を占める。ついで50才代が16.1%、40才代が8.1%、30才代が7.4%、20才代が2.3%である。年代が高い層の割合が高い。年代を答えない「無回答」も0.9%存在する。

III-3世帯人数

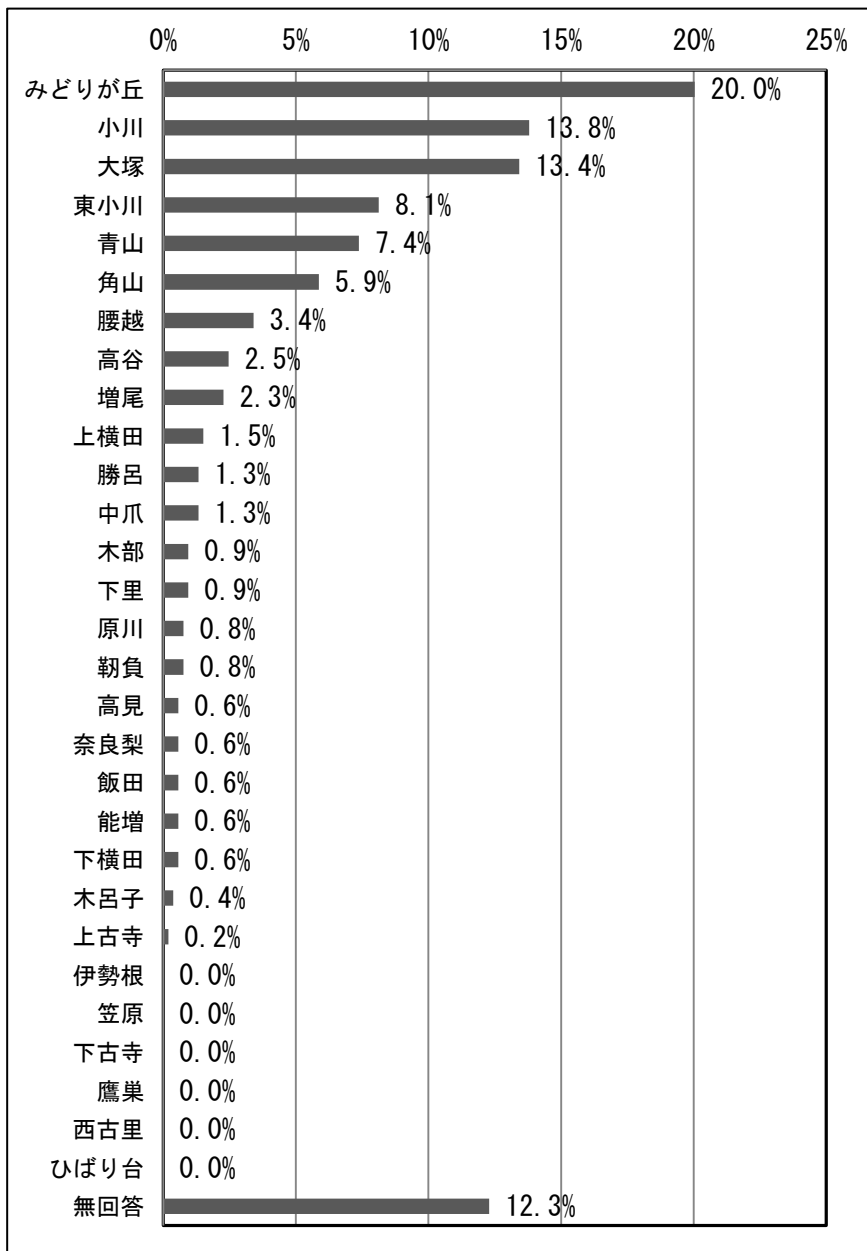
① 1人	54
② 2人	182
③ 3人	142
④ 4人	133
無回答	18



今回の回答者の世帯人数は、最も多いのが「2人」で34.4%、ついで「3人」26.8%、「4人」25.1%、「1人」10.2%となった。無回答は3.4%である。

III-4お住まいの地域

みどりが丘	106
小川	73
大塚	71
東小川	43
青山	39
角山	31
腰越	18
高谷	13
増尾	12
上横田	8
勝呂	7
中爪	7
木部	5
下里	5
原川	4
靱負	4
高見	3
奈良梨	3
飯田	3
能増	3
下横田	3
木呂子	2
上古寺	1
伊勢根	0
笠原	0
下古寺	0
鷹巣	0
西古里	0
ひばり台	0
無回答	65



今回の回答者に、可能な範囲で居住地区を記入頂いた。

最も多かったのは「みどりが丘」20.0%、ついで「小川」13.8%、「大塚」13.4%、「東小川」8.1%、「青山」7.4%となった。

上位の地区は、アンケートを配布・回収した場所の近隣である。

無回答は12.3%である。

4. 今後、町内のお店がどうなったら良いですか？あてはまる項目に○を付けてください。(○は3つまで)

1) 食料品店

①接客サービス向上	②配達サービス	③移動販売
④少量での販売	⑤惣菜・弁当の充実	⑥セール増加
⑦店舗リニューアル	⑧バリアフリー（階段・段差を無くす）	
⑨その他（ ）		

2) 衣料品店

①接客サービス向上	②魅力的な品揃え	③セール増加	④DMの送付
⑤店舗リニューアル	⑥バリアフリー（階段・段差を無くす）		
⑦その他（ ）			

3) 飲食店

①接客サービス向上	②健康に良い料理	③少量での提供	④新メニュー増加
⑤味の向上	⑥座敷→椅子に変更	⑦トイレを洋式に変更	
⑧バリアフリー（階段・段差を無くす）	⑨送迎サービス		
⑩その他（ ）			

4) 理容・美容

①接客サービス向上	②カット・セットの技術向上	③訪問理美容
④設備リニューアル	⑤店舗リニューアル	⑥バリアフリー（階段・段差を無くす）
⑦子供・孫向けサービス	⑧雑誌の充実	
⑨その他（ ）		

5. 町内のお店や場所の魅力についてうかがいます。経験を元にお答えください。

1) 町外から来る人に対し、おすすめしたい町内の商品・サービスを3つ挙げてください。

カテゴリー (いずれか○印)	商品名・サービスの名
物販、サービス、飲食、その他	
物販、サービス、飲食、その他	
物販、サービス、飲食、その他	

2) 町外から来る人に対する、おすすめの場所を次のリストから3つ挙げてください。

①小川町和紙体験学習センター	②仙元山見晴らしの丘公園	③栃本親水公園
④旧下里分校	⑤埼玉伝統工芸会館	⑥小川げんきプラザ
⑦重要文化財 吉田家住宅	⑧酒蔵	⑨日帰り温泉
⑩その他（ ）		

6. 次の1)～4)が小川町の地場産業だと知っていますか？①②いずれか○印を付けてください。

1) 小川和紙	①知っている	②知らない
2) 地酒	①知っている	②知らない
3) 建具	①知っている	②知らない
4) 絹(シルク)	①知っている	②知らない

Ⅱ 自宅の新築・リフォーム・修理についてうかがいます

1. 自宅の新築・リフォーム・修理の際、町内の事業者に依頼しましたか？

- ①町内の事業者に依頼 ②町内ではない

感想は？ ⇒ ①良い ②どちらともいえない ③悪い

2. 今後、5年以内に自宅を新築・リフォーム・修理する予定はありますか？

- ①ある ②未定 ③ない →質問4. へ

3. 「ある」と答えた方に質問です。工事内容と予算規模を教えてください。

1) **工事内容** : ①～③いずれかに○印

- ①新築
②リフォーム（手すり、スロープ、ユニットバス、キッチン、耐震、雨どい 等）
③修繕（具体的な箇所： _____）

2) **予算規模** : ①～⑤いずれかに○印

- ①100万円以内 ②500万円以内 ③1,000万円以内 ④1,000万円超 ⑤未定

4. 町内の事業者に依頼する場合、どんな点が不安ですか？（○はいくつでも）

- ①事業者の選び方がわからない ②技術レベルが不明 ③金額が不透明
④保証体制があいまい ⑤評判の良い事業者が不明 ⑥2社以上で比較しにくい
⑦価格交渉しにくい ⑧個人情報が出ないか不安 ⑨アフターフォローが不安
⑩その他（ _____ ）

5. 町内で、町産材等を使用してリフォームを行うと補助金を受けられる制度があります。

この制度を知っていますか？①②いずれか○印を付けてください。

- ①知っている ②知らない

アンケートは以上です。お手数ですが、お客様について該当欄に○印を付けてください。

- ◆性別 ①男性 ②女性
◆年代 ①20才未満 ②20才代 ③30才代 ④40才代 ⑤50才代 ⑥60才以上
◆世帯人数 ①1人 ②2人 ③3人 ④4人以上
◆お住まいの地域 : 小川町 _____

お忙しいところ、ご協力ありがとうございました。頂いたアンケートは、今後、町内事業者発展のために、大切に活用させていただきます。
小川町商工会

調査協力 … いなげや小川大塚店様、ヤオコー小川ショッピングセンター様、ヤオコーみどりが丘店様