

第2部 商業集積地の地図作成による地域分析の試み（要約版）

1 調査目的及び方法

尼崎市の最大の商業集積地である中央・三和・出屋敷地区を事例に、小売商業を中心に店舗の配置状況（店舗種類や非利用の状況）を調べ、中心市街地としての現状や課題を探ろうとした。

具体的には、国道2号、阪神線本線、五合橋線、出屋敷線で囲まれる範囲を対象に、住宅地区をベースとし、調査員が直接踏査することによって、店舗や事業所、住宅、利用か非利用かの実態を調べ（一部は、住宅地図のみの資料調査による）、その内容を分類し、地図上にプロットした。その結果から、調査対象地区の現状や課題について考察したものである。

2 土地・建物用途分類と地図作成

調査対象地区の建物種別を、一部、駐車場・駐輪場といった上屋を持たない空間も含めて分類することとし、住宅、駐車場・駐輪場、倉庫・作業場、公共施設以外を、日本標準産業分類の小分類を基本として分類した（本編表2-1参照）。その中で、小売業全部とサービス業の一部は産業小分類までの細かい分類で行い、店舗の種類はどのようなものがあるか、それらが具体的に地区の中でどう配置しているのか、を分析できるようにした。

この分類によって、地図は次のものを作成した。

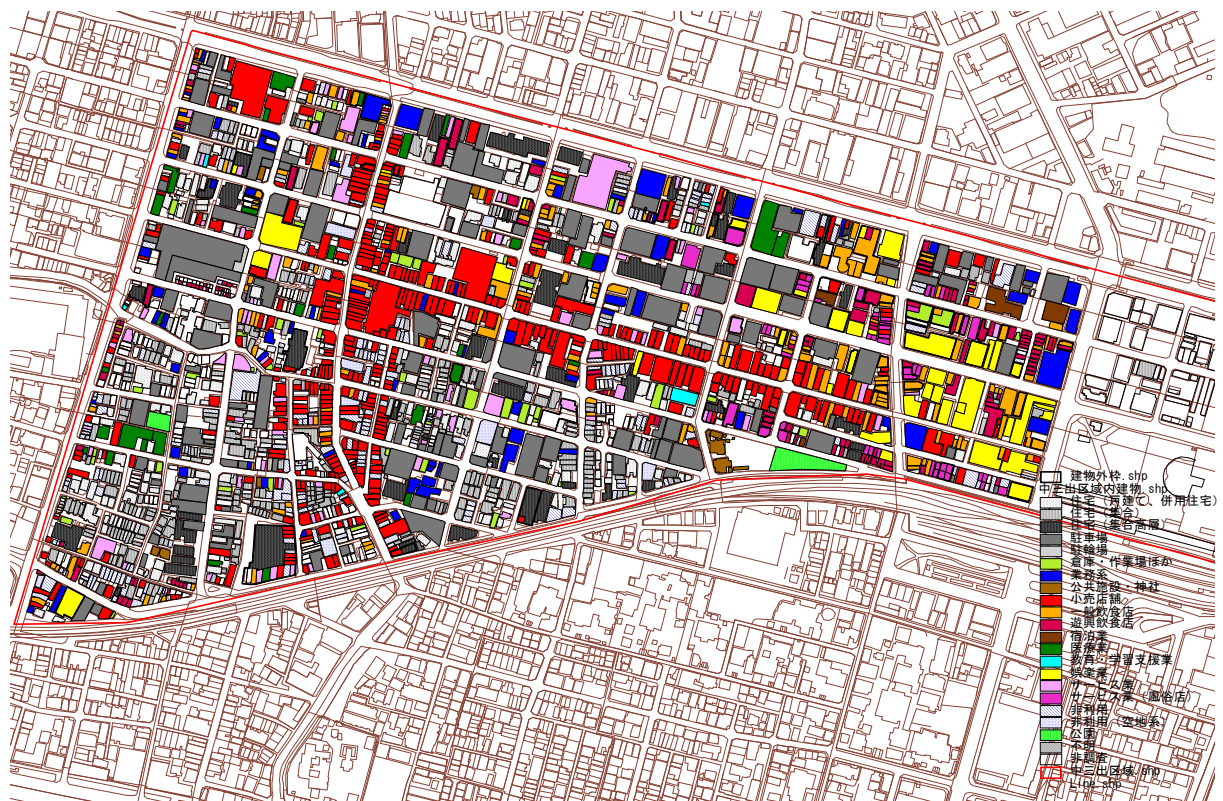
- 1 調査対象地区の建物用途・土地利用（大分類）からみた特性
- 2 調査対象地区の小売店舗の種類（中分類）と分布
- 3 調査対象地区の飲食店の種類と分布
- 4 調査対象地区のサービス業の種類と分布

3 調査結果からの分析（※図表番号は本編のまま）

（1）建物用途（大分類）でみた中央・三和・出屋敷地区の特性

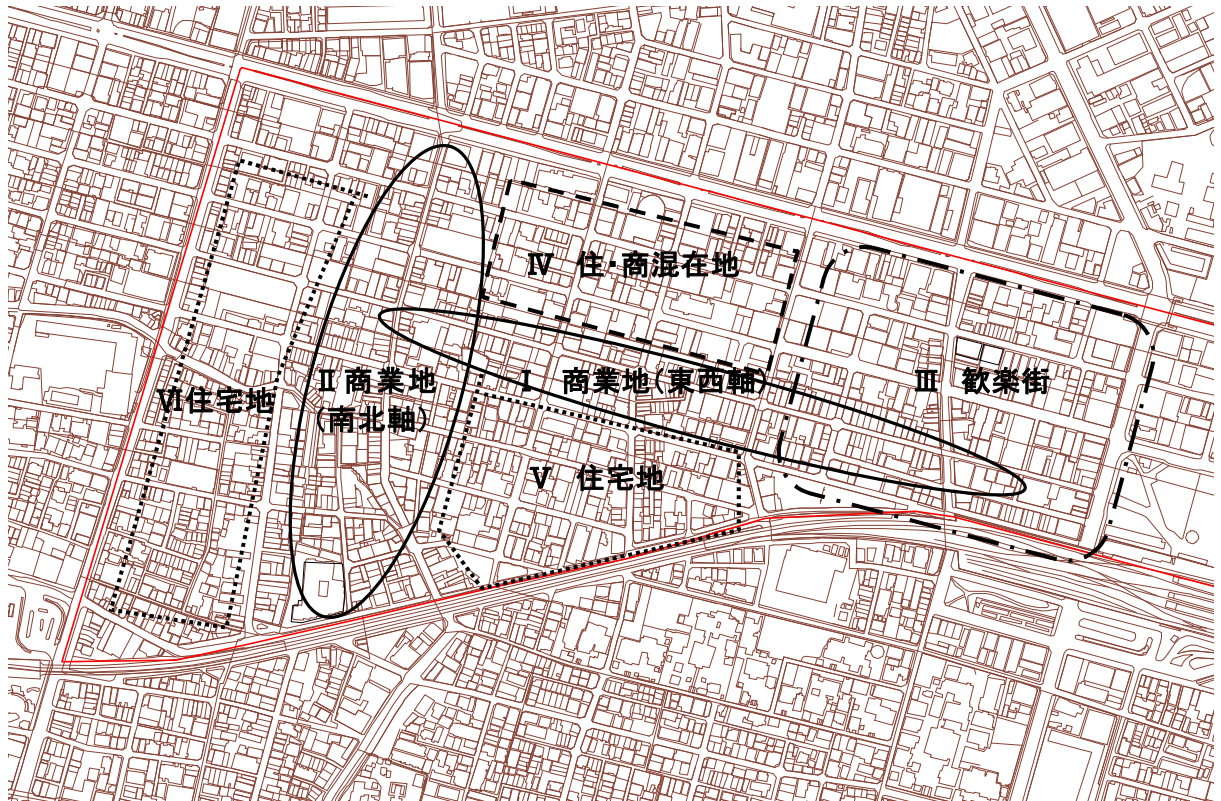
調査対象地区の建物用途・土地利用（大分類）による構成は図2-1のとおりである。

図2-1 調査対象地区の建物用途・土地利用（大分類）からみた特性



調査の結果から、この街の構成、構造という観点からみれば、大きく分ければ図 2-2 のように性格づけられる。

図 2-2 中央・三和・出屋敷地区の構成



中央・三和・出屋敷地区は決して一様の商業地ではない。小売店舗や一般飲食店が集積するのは、図 2-2 にエリア I 「商業地（東西軸）」とエリア II 「商業地（南北軸）」として示した部分である。地区東側のエリア III は、パチンコ店、ゲームセンターなどの娯楽業、居酒屋、スナックなどの遊興飲食店、そして風俗営業店が混在するいわば歓楽街という性格をもつ。地区中央部の北側の「住・商混在地」としたエリア IV は、一部小売店舗や業務系施設が混じり、住宅もあるものの、駐車場も多くなっている状況である。

地区中央部南側（エリア V）及び地区西部（エリア VI）の基本的な性格は、住宅地とみなすことができる。これらのエリアでも駐車場が多く、土地利用も暫定的状態の空間が多い状況にある。エリア VI の周縁部である国道 2 号や出屋敷線沿線には、沿道型の商業店舗も一部みられるが、それほど大きな集積とはいえない。

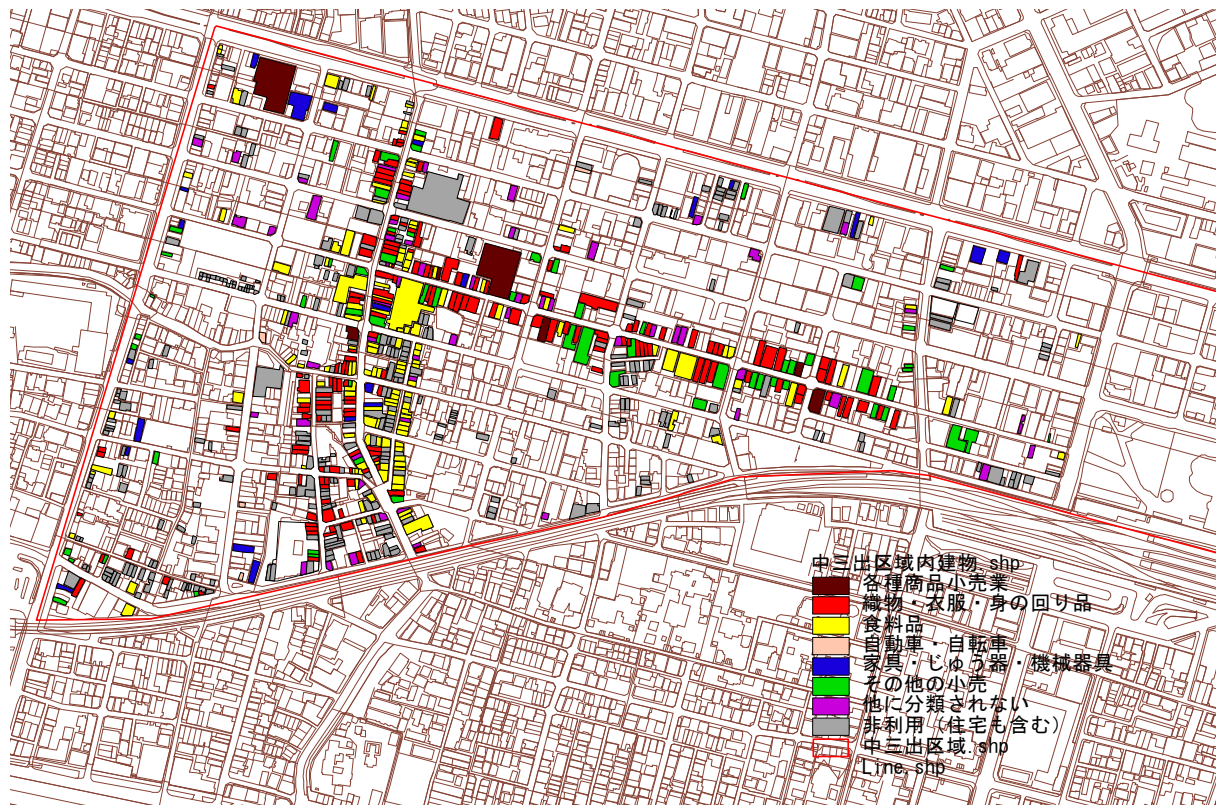
このような地区構造からみた特徴は、①中央・三和・出屋敷地区は土地・建物利用からみて決して一様な都市空間ではないこと、②小売商業は、エリア I、エリア II に集中していること、③エリア III のいわゆる「歓楽街」の存在と、駅、商店街などの位置関係、買い物客への影響や印象、④エリア IV、V、VI を中心とする駐車場の集積、⑤店舗併用住宅を中心とした小売業の集積と居住との関係から、店舗と居住が分かれる傾向がみられる、などがあげられる。店舗と居住については、中心市街地としての商業集積と居住との関係の新たな模索が必要であろう。

（2）小売店舗の業種からみた地区特性

調査地区の小売店舗の分布を図 2-3 に中分類で示した。

調査地区の小売店舗は、中央商店街（主として三番街から五番街まで）の東西方向の集積（エリア I）と、三和本通とそれをささむ東側の市場群及び西側のサンロードに面する新三和商店街などで構成される南北方向の集積（エリア II）とが、大きな軸となって存在する。

図 2-3 調査対象地区の小売店舗の種類（中分類）と分布



東西方向の商業軸であるエリアⅠの中央商店街（主として三番街から五番街）に立地する小売店舗は、「織物・衣服・身の回り品」（いわゆる衣類など）が 59 店舗、「その他の小売業」が 28 店舗、「食料品」小売店舗が 18 店舗、「他の分類されない小売業店舗」が 15 店舗、という構成である。そして、イズミヤ尼崎店という大規模店と、2～3 店舗のいわゆる百円ショップが立地している。

「織物・衣服・身の回り品」のうち半数近くの 27 店舗が「婦人服・子供服」である（ただし、婦人服、男子服ともに扱っている場合もこれに入れた）。これに次いで多いのは「洋品雑貨・小物」で 13 店舗みられた。それ以外では、「男子服」7 店舗、「靴・履物」6 店舗、という店舗構成で、他は少ない。「その他の小売業」28 店舗の内訳は、多い順に「時計・眼鏡・光学機械」8 店舗、「医薬品・化粧品」6 店舗を上位に、「楽器」4 店舗、「書籍・文具」と「がん具・娯楽用品」がそれぞれ 3 店舗でこれに続く。このうち、医薬品・化粧品に分類された店舗には、いわゆるドラッグストアもあり、店舗規模としては大きいものが含まれる。

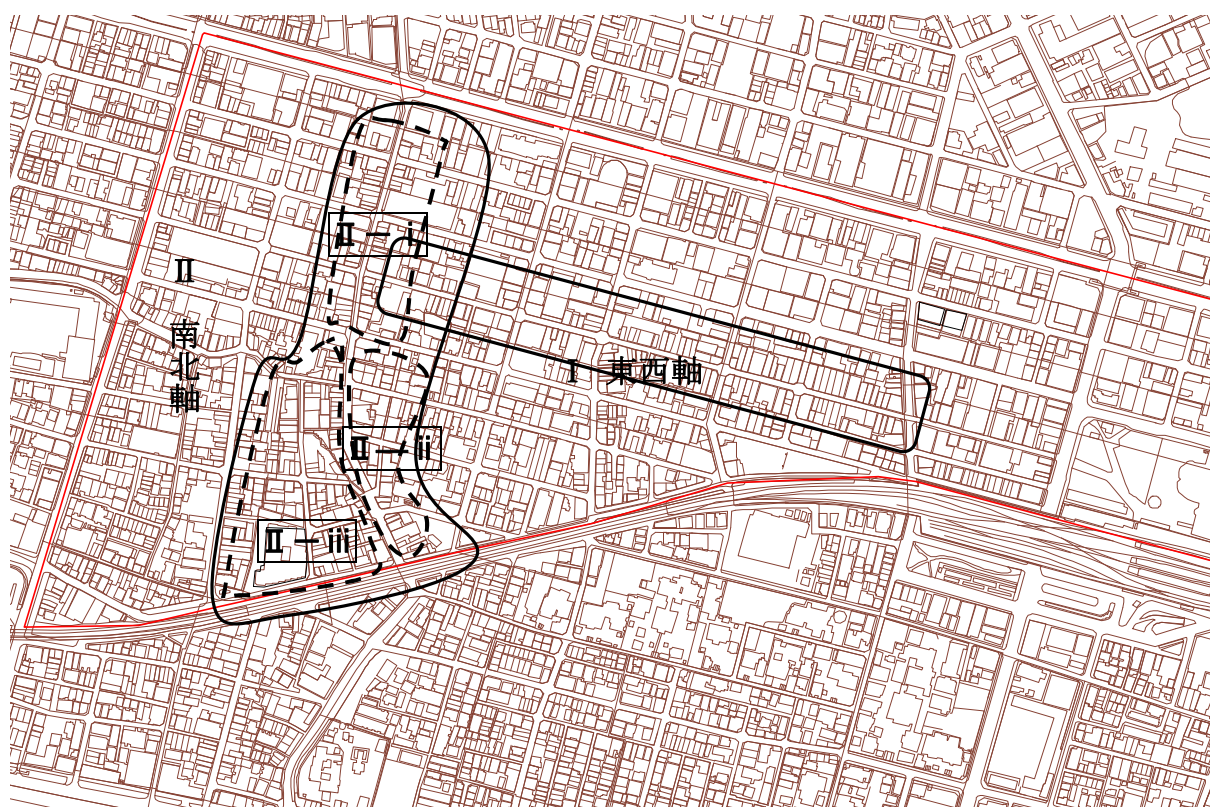
これに対して、南北方向の商業軸を形成する小売店舗群のエリアⅡには、三和本通商店街振興組合、三和栄筋商店会、尼崎三和西町商店会、新三和商店街振興組合、建家商店会といった商店街組織や、ナイス市場、神田市場、新三和市場の市場組織の店舗群が集積している。

このエリアⅡを大きく 3 つの群に分けてみる（図 2-4）。

エリアⅡ-i の店舗構成は、主要なものとみると、「織物・衣服・身の回り品」が 31 店舗、食料品小売業の店舗が 25 店舗（神田市場は便宜上 1 つの建物として表示したので、ここでは含まない）、「その他の小売業」の店舗が 10 店舗という構成である。

「織物・衣服・身の回り品」31 店舗のうち、多いのは「婦人服・子供服」で 9 店舗、「呉服・服地」が 6 店舗であった。25 店舗ある「食料品小売業」の店舗は、「野菜・果実」と「料理品」（おかずなど）がそれぞれ 4 店舗と、「鮮魚」と「菓子」がそれぞれ 3 店舗、「食肉（卵・鶏肉を除く）」と「つけもの」がそれぞれ 2 店舗で、それ以外の店舗種類はあっても 1 店舗という構成であった。

図2-4 エリアⅡを構成する3つの群



エリアⅡ-ⅱは、新三和市场を中心としたエリアで、食料品小売業の店舗が44店舗も集積し、「織物・衣服・身の回り品」8店舗、その他の小売業が2店舗と、圧倒的に食料品を中心とした店舗構成とみることができる。このエリアでは、非利用が目立つようになり、エリアⅡ-ⅰに比べれば明らかに非利用が多い。このエリアに多い「食料品小売業」店舗の内訳を小分類でみると、表2-1に示した分類（コード番号で5710から5799まで）の「牛乳・飲料」以外すべての店舗種類がそろっている。最も多いのは「野菜・果実」の7店舗、以下、「食肉（卵・鶏肉を除く）」6店舗、「乾物」5店舗、「鮮魚」4店舗と続く。

エリアⅡ-ⅲになると、「織物・衣服・身の回り品」が42店舗と多く、食料品小売業の店舗（21店舗）、その他の小売業の店舗（4店舗）を凌ぐ集積になっている。ただ、このエリアも、非利用が、とくに、南側で多くなっている。

このエリアの「織物・衣服・身の回り品」42店舗の内訳は、「婦人服・子供服」が14店舗、「洋品雑貨・小物」が9店舗と多く、次いで、「呉服・服地」と「男子服」がそれぞれ7店舗であり、残り種類は少ない。

<中央・三和・出屋敷地区における小売業店舗の分布状況からみた特性>

- 1 この地区は、主として「織物・衣服・身の回り品」を販売する店舗が主として多い。なかでも婦人服を取り扱う店舗が多く、洋品雑貨・小物も含めて、婦人層をターゲットとした店舗が多いという性格をもつ。
- 2 かつては、1に加えて「呉服・服地」を扱う店舗も多かったのではないかと推測されるが、現状では、その数は少ない。
- 3 「織物・衣服・身の回り品」とともに、この地区の小売業の主要な品目は、「食料品」である。その集積は、エリアⅡの南北軸の商業集積地に多い。それは、新三和市场などの市場群によるが、一方で「非利用」（店舗が開いていない）の割合も多い。
- 4 「食料品」小売店舗の種類は、表2-1で示した分類では、ひととおりそろっており、とくにある種類が欠けるという状況ではない。なかでも、「野菜・果実」「食肉」「鮮魚」の生鮮

3品が多いほか、「料理品」（おかず類）「菓子」「乾物」なども店舗数は多い。

- 5 商店街では、いわゆるドラッグストアのように比較的店舗規模の大きい、多品目の商品を扱う店も、かつてより増えてきたと思われる。

<これからの商業集積のあり方への考察>

- 1 買い物客や来街者に、これだけの店舗があつて、どこで何を売っているかの案内ができているか。客は自分の欲しいものに、不自由なく到達できているか。
- 2 1の買い物に付随して、駐車場との位置関係、休憩場所、食事の選択などの面で、買い物客や来街者への案内が十分か。
- 3 現状の店舗構成からみた主力である「織物・衣服・身の回り品」、とくに婦人服や洋品雑貨・小物などが、この地区の強みになっているか、あるいは今後ともなり続けられるか。
- 4 「織物・衣服・身の回り品」と同様に、この地区の中心的小売店舗は「食料品」である。調査では、商品の価格、品質、品揃えなどの点からの検討までは及んでいないが、買い物客にとって、店舗の数だけでなく、これらの点からもさまざまな選択肢が用意されているか。
- 5 買い物客や来街者にとって、安心してかつ安全に買い物などができる地域か。通行の安全性、快適性といった物理的都市空間からの点検や、安心感や安堵感を与えるホスピタリティ（もてなしの心）があるかどうか、も一つのポイントになろう。

(3) 飲食店やサービス業店舗の状況

飲食店の分布で特徴的なことは、エリアⅢに遊興飲食店といわれる「料亭・割烹」「バー・キャバレー・スナック」「居酒屋・大衆酒場」が集中していることである。調査地区全般としては、「喫茶店」や「その他の一般飲食店」（お好み焼き屋、たこ焼き屋、ハンバーガー店：店舗内で飲食できるもの、など）が多い。

次に、対個人サービス業、生活関連サービス業を中心としたサービス業の店舗の状況をみる。先に示したエリア区分で、エリアⅢでパチンコ店やゲームセンターなどの娯楽業、あるいは風俗営業店が多いのが特徴になっている。そのほかのエリアでは、「洗濯・理容・美容業」と「医療業」が多い。「洗濯・理容・美容業」は、主として美容院とクリーニング取扱店である。それ以外で特徴的なのは、「衣服縫製修理業」（いわゆる寸法直しなど）で、確認できた範囲でも10店舗存在した。

4 地図情報、データの利用と今後の課題、可能性

今回の地図情報による地域分析の試みは、街の建物用途（一部、土地利用）の構成をみることで、街の性格や特性をつかむことを意図した。併せて、店舗（小売店、飲食店、サービス業＝主として対個人サービス業）の種類や配置状況を地図による分布でみた。

これらを基礎に次の発展が考えられる。

- 1 過去の状況と比較（住宅地図などから。ただし、資料調査のため、小売店舗の具体的業種までは難しい）して商業集積の消長をみる。
- 2 他の商業集積地との比較による都市核としての性格づけ。
- 3 例えば、「魚屋さん」がどこどこにあるのか、といった表し方も可能である（報告では、小売店舗は種類が多いため、中分類で分析した）。つまり、買い物客にとって、自分の欲しいものがどこにあつて、どこを探せば求められるか、というオリエンテーションの役割機能を持たせることも考えられる。
- 4 店舗単位ではなく、取り扱っている商品すべてを網羅して商品ごとの情報を提供できれば、買いたい品目がどのお店にあるかといった情報提供もできる。買い物客により利便性と選択性を高める情報を届けることも可能であろう。
- 5 加えて、インターネットと結びつけて、それぞれの店舗が、何を目玉商品としているか、お勧め商品は何か、本日の特売は、といった情報提供も考えられる。

以上のうち、3～5の点については、詳細な情報提供が必要なため、サービスを提供する店舗側の自主的、積極的な情報提供の意思がなければ難しい。