

平成22年度尼崎市特定経済動向調査

大規模商業施設立地による 周辺地域への影響調査

平成22年12月

尼 崎 市

はじめに

平成 22 年度の特定経済動向調査では、テーマを「大規模商業施設立地による周辺地域への影響調査」とし、2009 年 10 月に J R 尼崎駅北側にオープンした大規模商業施設「ココエあまがさき緑遊新都心」（以下「ココエ」という。）が、周辺地域にどのような影響を与えたかについて調査した。

調査内容は、ココエ周辺の通行量調査と、ココエでの来街者調査である。

ココエとは、尼崎市の「あまがさき緑遊新都心土地区画整理事業」において、緑遊新都心のイメージを高め、魅力的なにぎわいをつくる複合商業施設として、キリンビール尼崎工場跡地に建設されたもので、阪神百貨店、アル・プラザ、137 店舗の専門店、MOVIX（11 スクリーン、2,030 席のシネマ・コンプレックス）の本館と、セントラルウェルネスクラブのフィットネス館からなる、売場面積約 57,800 m²、延床面積は約 163,000 m²の大規模商業施設である。

また、ココエの東側には、既存の商業地区として、ホテルホップインアミダ、阪急オアシス、生鮮館エーベル、イースト商店街及び 50 の専門店街等からなる、「アミダ潮江地区」がある。

アミダ潮江地区では、ココエオープン前に、地区内 10 地点での通行量調査を実施しており（「尼崎市内商店街・小売市場戦略検討調査研究事業報告書」平成 21 年 3 月、(財)尼崎地域・産業活性化機構）、今回、同地点で同一調査を行うことにより、ココエオープンに伴うアミダ潮江地区の通行量の変化について調べた。

さらに、今回新たに、ココエ南側の歩道、J R 尼崎駅の歩行者デッキ及び地下通路において通行量調査を行い、J R 尼崎駅周辺の人の流れを把握するための一助とした。

また、どのような人が、何を目的に、どの圏域から大規模商業施設に来ているのかを調べることで、施設が持つ集客性と魅力について把握し、周辺地域への影響と、今後の動向を考察するために、ココエを訪れた人に対し、ヒアリング形式による来街者調査を実施した。

しかし、来街者調査はココエに来た人だけを対象としているため、調査実施日にココエを利用しなかった人への影響はわからない。

大規模商業施設立地の影響を考える時、周辺住民あるいは尼崎市民にとっての影響という側面でもみておく必要があることから、今年度、(財)尼崎地域・産業活性化機構では、別途尼崎市民を対象とするアンケート調査を実施している。

なお、同調査の結果については、「大規模商業施設立地と尼崎市民の消費行動の変化に関する調査報告書」（平成 22 年 12 月、(財)尼崎地域・産業活性化機構）を参照されたい。

なお、本文中及び図表中においても、「ココエあまがさき緑遊新都心」を、「ココエあまがさき」あるいは「ココエ」と、また、ココエ東側の商業地区を「アミダ潮江地区」と表記している。

《目 次》

第1部 通行量調査	1
I. 調査概要	2
1. 調査目的	2
2. 調査日時	2
3. 調査地点及び方向	2
4. 調査方法と内容	3
II. 調査結果	4
1. 調査地点全体の通行量	4
2. 性別通行量	9
3. 通行手段別通行量	10
4. 年齢別通行量	11
5. 前回調査と比較した通行量の変化の考察	12
第2部 来街者調査	15
I. 調査概要	16
1. 調査目的	16
2. 調査日時	16
3. 調査地点と人員配置	16
4. 調査方法	16
5. 調査票の回収状況	19
6. 調査項目	19
II. 調査結果	20
1. 来館者（回答者）の属性	20
(1) 来館者の年齢	20
(2) 来館者の性別	20
(3) 来館者の同行者	21
(4) 来館者の圏域	21
(5) クロス集計のための類型化	27
2. 来館者の到達手段・到達時間	30
(1) 交通手段	30
(2) 自宅からの所要時間	32
3. ココエへの来館者の目的等	34
(1) 来館目的	34
(2) 買い物客の目的の店	37
(3) 来館頻度	40
(4) 滞在時間	42

(5) アミグ潮江地区への立ち寄り	43
4. ココエ来館者のアミグ潮江地区への来街状況	45
(1) アミグ潮江地区の認知、来街経験、現在の利用	45
(2) アミグ潮江地区への来街目的	47
(3) アミグ潮江地区に行かなくなった理由	49
5. まとめ	52
(1) ココエの誘致圏域	52
(2) ココエの来館者像	53
(3) ココエの利用形態	54
(4) アミグ潮江地区への来街状況	57
(5) 結語	58

【資料編】

1 通行量調査の調査地点別分析結果	61 (以下省略)
調査地点①：アミグ潮江商店街歩行者専用道路十字路 北向き	
調査地点②：アミグ潮江商店街歩行者専用道路十字路 南向き	
調査地点③：アミグ潮江商店街歩行者専用道路十字路 東向き	
調査地点④：アミグ潮江商店街歩行者専用道路十字路 西向き	
調査地点⑤：アミグ潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道 西向き	
調査地点⑥：アミグ潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道 東向き	
調査地点⑦：ホップインアミグ・ココエ間横断歩道 西向き	
調査地点⑧：ホップインアミグ・ココエ間横断歩道 東向き	
調査地点⑨：ホップインアミグ前2階歩行者専用デッキ 北向き	
調査地点⑩：ホップインアミグ前2階歩行者専用デッキ 東向き	
調査地点⑪：JR尼崎駅2階歩行者専用デッキ 北向き	
調査地点⑫：ココエ南歩道駐車場入口付近 東向き	
調査地点⑬：JR尼崎駅地下通路南出入口 北向き	
2 来街者調査の調査票	62

第 1 部 通行量調査

I. 調査概要

1. 調査目的

本調査は、ココエあまがさきの立地前後において、アミング潮江地区の通行量の変化を把握することを主な目的として実施した。

2. 調査日時

平成 22 年 7 月 4 日（日）10:00～20:00（10 時間調査）天候：曇り時々晴れ

平成 22 年 7 月 5 日（月）10:00～20:00（10 時間調査）天候：曇り一時晴れ

（以下「今回調査」という。）

※ココエ開業前の事前の調査（以下「前回調査」という。）

平成 21 年 2 月 15 日（日）10:00～18:00（8 時間調査）天候：晴れ

平成 21 年 2 月 16 日（月）10:00～18:00（8 時間調査）天候：雨のち晴れ

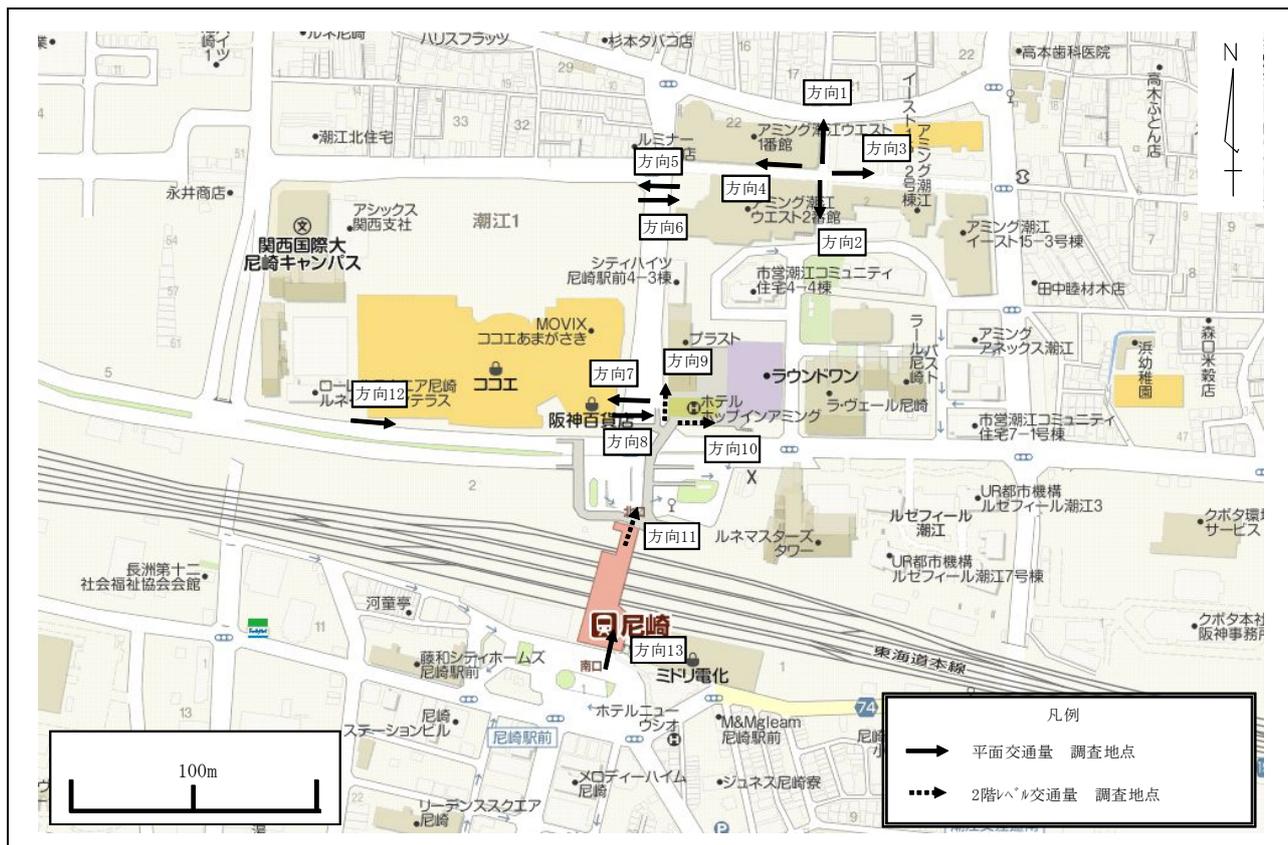
資料：「尼崎市内商店街・小売市場戦略検討調査研究事業報告書〈アミング潮江商業連絡会〉」

（平成 21 年 3 月、（財）尼崎地域・産業活性化機構）

なお、本報告書では、前回調査、今回調査ともに日曜日調査を「日曜日」、月曜日調査を「平日」と表記する。

3. 調査地点及び方向

今回調査の調査地点は、アミング潮江及びココエあまがさき周辺の全 13 方向（下図参照）。このうち、前回調査は方向 1～10 で実施した。なお、今回調査の調査時間は、前回調査より 2 時間長い。



II. 調査結果

1. 調査地点全体の通行量

前回調査と今回調査とを比較するために、調査地点全体での通行量を表2のように整理した。以下、調査地点の「方向1」を「①」、「方向2」を「②」（以下、「方向13」まで同様、表中も同じ）と表記している。

まず、前回調査と今回調査で共通する、調査地点①～⑩まで、かつ調査時間を10:00～18:00とした範囲で比較してみる。

- 調査地点①～⑩の10時～18時における通行量合計は、今回調査の方が前回調査よりも若干減少している。日曜日で3.9%、平日で8.8%の減少であった。
- ①～④（アミシング商店街十字路）は、日曜日、平日ともに減少している。
- ⑤と⑥（2番館前横断歩道）は、⑤（西向き）の日曜日のみ増加し、⑤の平日、⑥の日曜日・平日の通行量は、前回調査よりも減少している。
- 逆に、⑦と⑧（ホップインアミシング前横断歩道）は、平日・日曜日ともに大幅に増加している。

現在ココエが建っている場所は、前回調査時では、キリンビール尼崎工場跡地の工事現場であったため、アミシング潮江地区とココエ予定地との相互通行ルートとしては、⑦・⑧より、⑤・⑥の方が通行量は多く、主軸となっていた。

しかし、ココエ立地後の今回調査においては、⑦・⑧の通行量が⑤・⑥を上回っており、⑦・⑧がアミシング潮江地区とココエとを結ぶ主軸ルートとなっている。

- 2階歩道デッキを通過して駅からアミシング潮江へのアプローチ（⑨と⑩）は、日曜日・平日ともに通行量が減少している。

従前は、2階デッキは駅からアミシング潮江へ向かう⑨と⑩だけであったので、駅から北側地区へ出るには、ほとんど⑨、⑩を通行していた。しかし、ココエができた後はデッキが拡張され、枝分かれしてココエの方向に直接行けるようになったため、通行量が分散したことも関係していると考えられる。

今回調査では、10時から20時まで計測したため、18～20時の夜間通行量を算出し、表2に掲載した。ただし、前回調査ではこの時間帯の通行量を計測していないので、直接比較はできない。

- ・日曜日は、地点①～⑩において、10時から20時の通行量に対する18時～20時までの通行量の比率は、19.6%であった。つまり、時間が2割伸びて、約2割の通行量が増えているので、昼間と大きな偏りなく増加している。一方、平日の同比率は24.1%で、日曜日よりも夜間通行量の比率が高いといえる。
- ・各調査地点で、夜間通行量比率が高い（同比率が20%以上）のは、日曜日では、調査地点①、③、⑥、⑧、⑨であった。平日では、調査地点①、②、③、⑧、⑨、⑩であった。特に、調査地点①、⑨、⑩は30%を超え、夜間通行率が非常に高い。この3地点の平日の夜間通行量が多いのは通勤帰りと考えられる。

次に、前回調査では行っていなかった調査地点⑪から⑬の通行量（ただし、10時～20時までの通行量）についてみる。

- ・駅から2階デッキを通過して北側へ出る⑪は、日曜日で約16,000人、平日で15,000人と、相当量の通行量がある。
- ・ココエ南側の歩道を東向きに来る⑫は、日曜日で約2,000人、平日で約1,600人であった。
- ・JR尼崎駅南側から駅の地下通路を通過して北側へ来る⑬は、日曜日が約3,000人、平日が約4,000人で、平日の方が多い点が特徴的である。

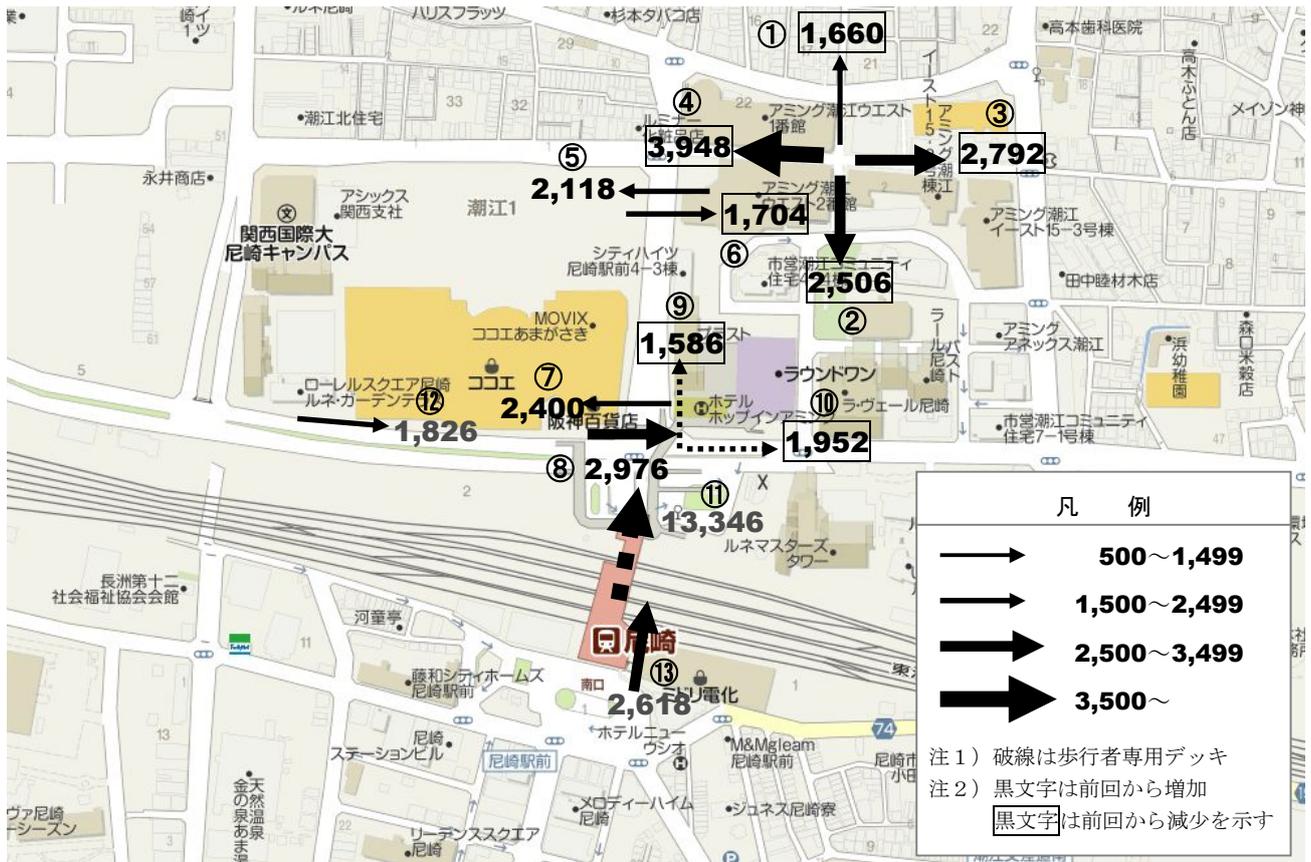
表2 前回調査と今回調査の通行量の比較（全方向と合計）

(日曜日)	前回調査	今回調査		ココエ開店後の通行量の増減 B-A (人)	夜間の通行量(18時～20時) C-B (人)	夜間の通行比(18時～20時) (C-B)/C (%)
	21年2月15日	22年7月4日				
地点	【10:00-18:00】 A (人)	【10:00-18:00】 B (人)	【10:00-20:00】 C (人)			
①	2,350	1,660	2,288	-690	628	27.4
②	2,632	2,506	3,014	-126	508	16.9
③	3,654	2,792	3,614	-862	822	22.7
④	4,540	3,948	4,744	-592	796	16.8
⑤	1,920	2,118	2,552	198	434	17.0
⑥	2,160	1,704	2,152	-456	448	20.8
⑦	564	2,400	2,830	1,836	430	15.2
⑧	618	2,976	3,814	2,358	838	22.0
⑨	2,974	1,586	2,000	-1,388	414	20.7
⑩	3,182	1,952	2,410	-1,230	458	19.0
⑪	/	13,346	16,022	/	2,676	16.7
⑫	/	1,826	2,182	/	356	16.3
⑬	/	2,618	3,142	/	524	16.7
合計		41,432	50,764			
①～⑩計	24,594	23,642	29,418		5,776	19.6

(平日)	前回調査	今回調査		ココエ開店後の通行量の増減 B-A (人)	夜間の通行量(18時～20時) C-B (人)	夜間の通行比(18時～20時) (C-B)/C (%)
	21年2月16日	22年7月5日				
地点	【10:00-18:00】 A (人)	【10:00-18:00】 B (人)	【10:00-20:00】 C (人)			
①	2,000	1,830	2,634	-170	804	30.5
②	2,958	2,488	3,166	-470	678	21.4
③	3,826	3,682	4,876	-144	1,194	24.5
④	4,152	3,952	4,724	-200	772	16.3
⑤	2,000	1,524	1,858	-476	334	18.0
⑥	2,338	1,502	1,876	-836	374	19.9
⑦	834	1,644	2,030	810	386	19.0
⑧	834	2,026	2,736	1,192	710	26.0
⑨	2,366	1,324	2,144	-1,042	820	38.2
⑩	2,412	1,668	2,470	-744	802	32.5
⑪	/	10,250	15,370	/	5,120	33.3
⑫	/	1,268	1,594	/	326	20.5
⑬	/	3,202	4,002	/	800	20.0
合計		36,360	49,480			
①～⑩計	23,720	21,640	28,514		6,874	24.1

図1 「日曜日」の8時間通行量(10:00~18:00)の比較

今回調査<日曜日>8時間通行量



前回調査<日曜日>8時間通行量

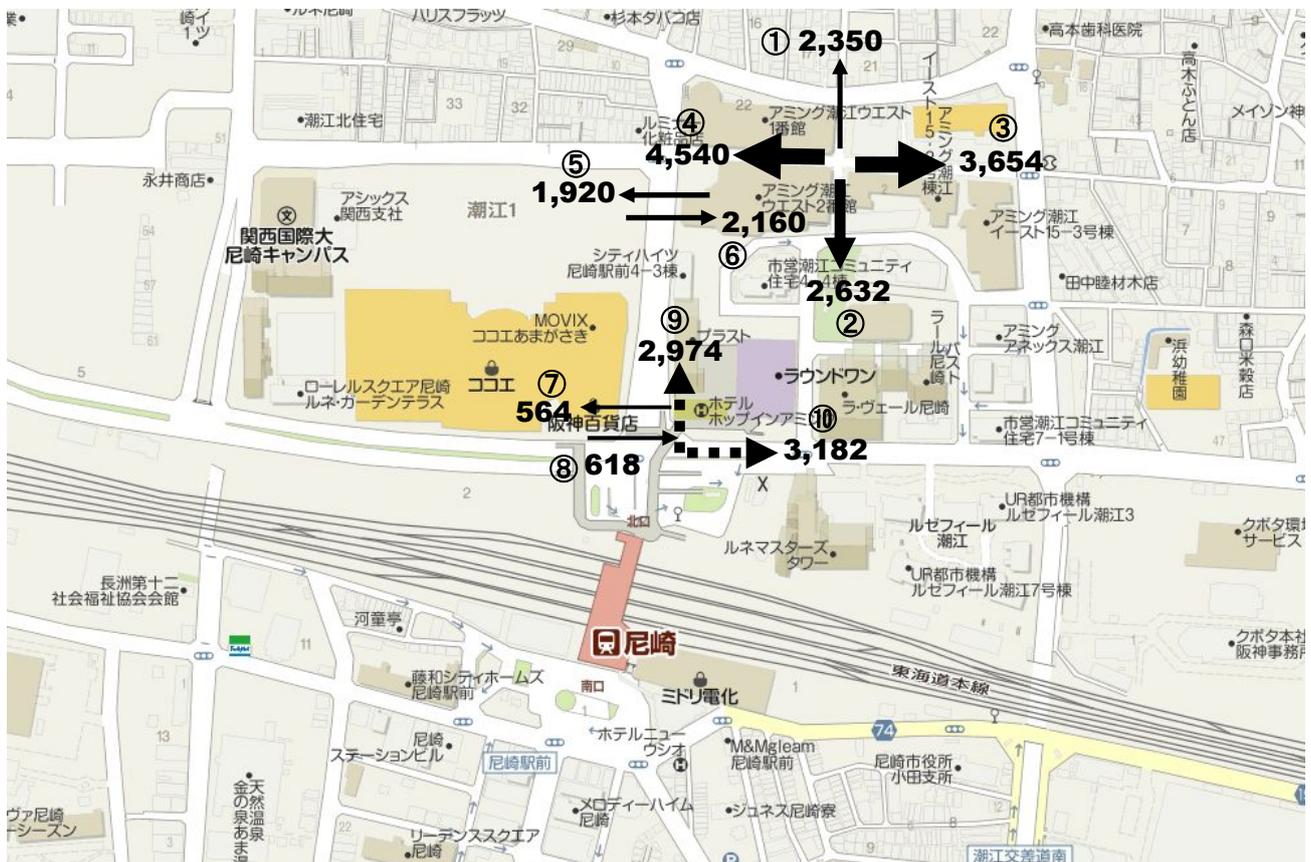
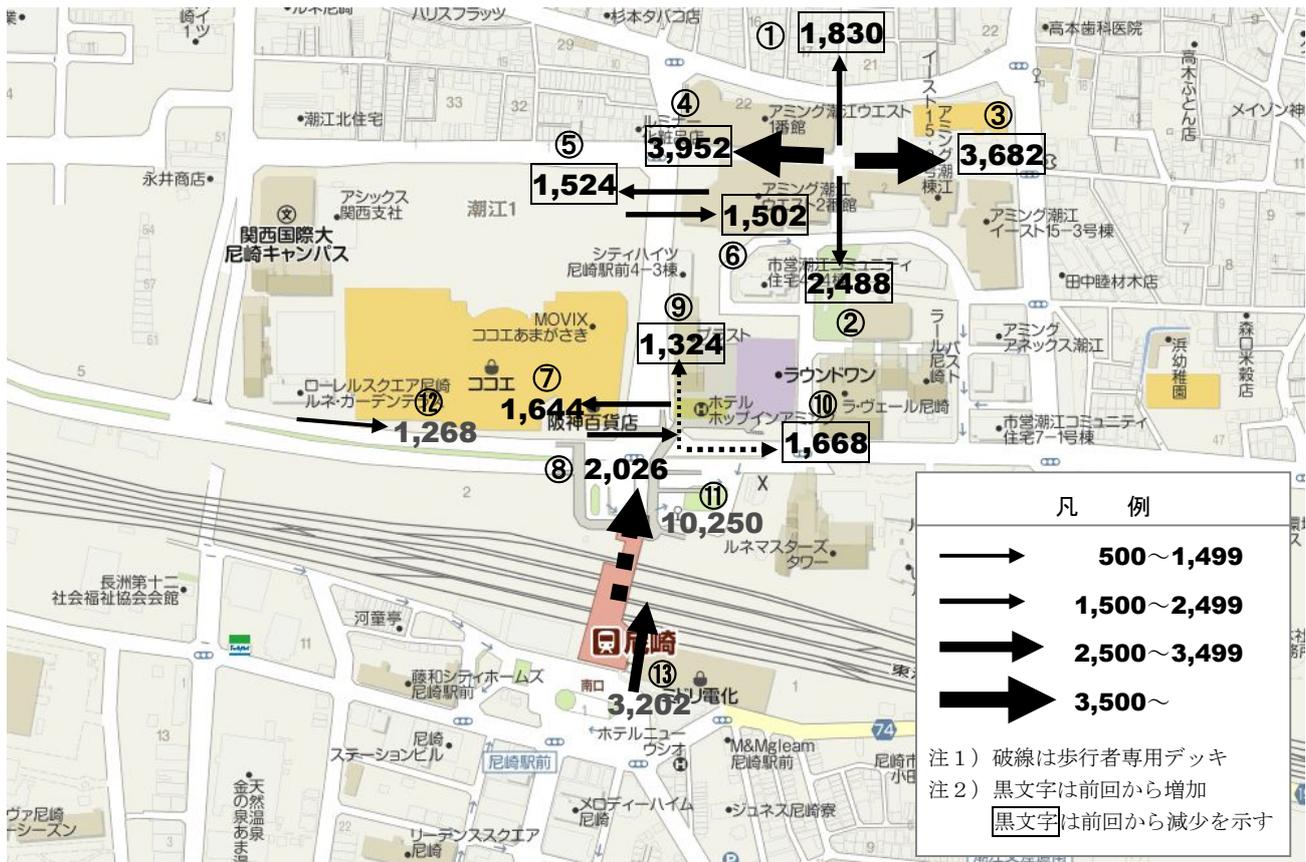


図2 「平日」の8時間通行量(10:00~18:00)の比較

今回調査<平日>8時間通行量



前回調査<平日>8時間通行量

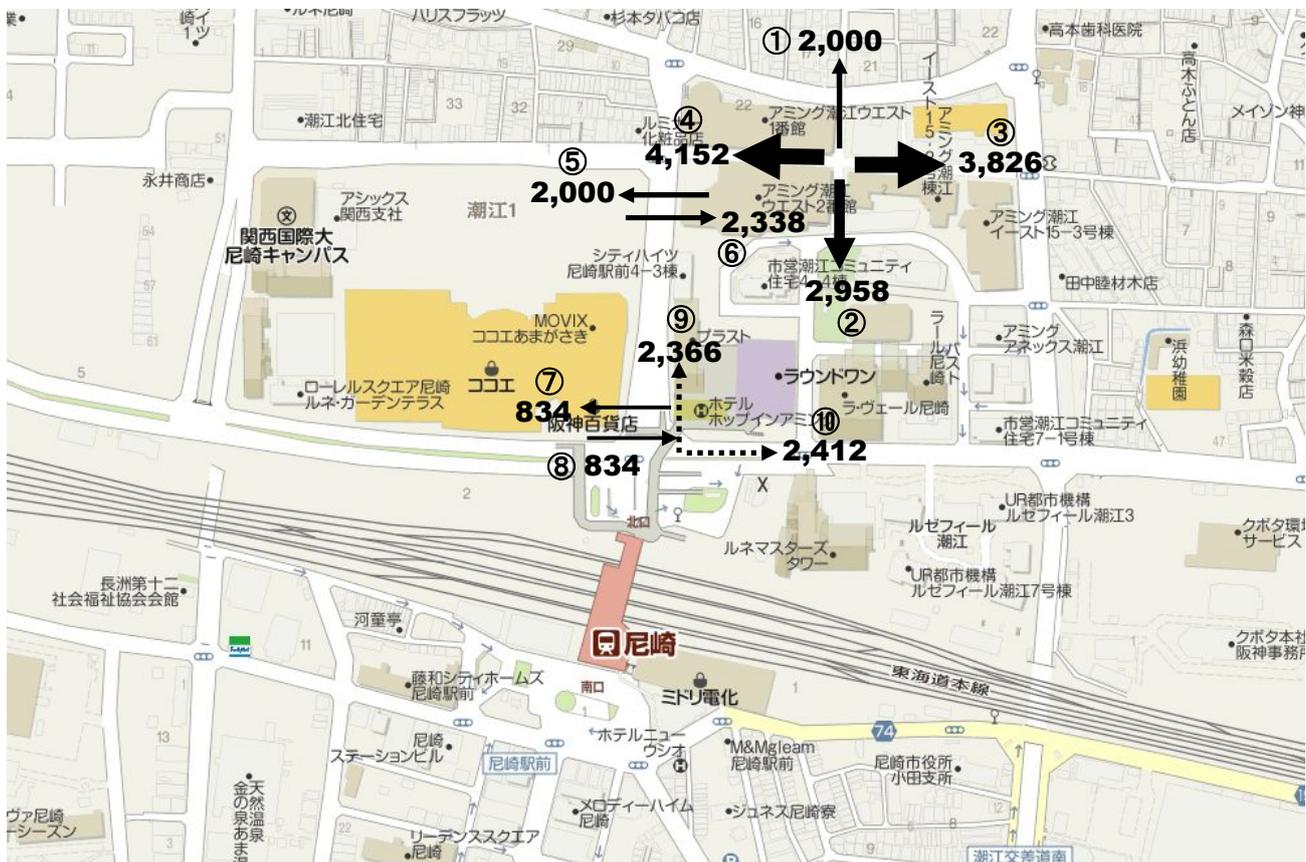
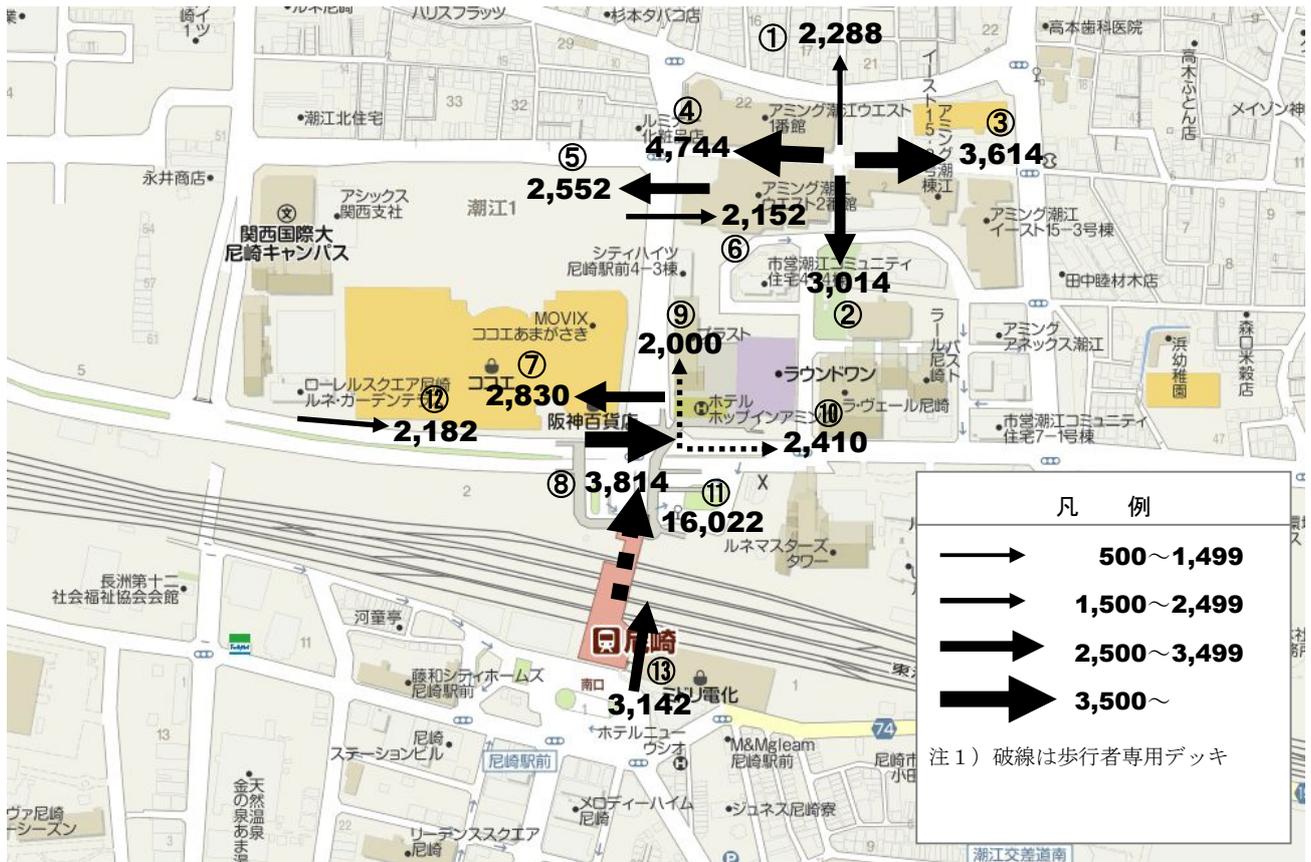
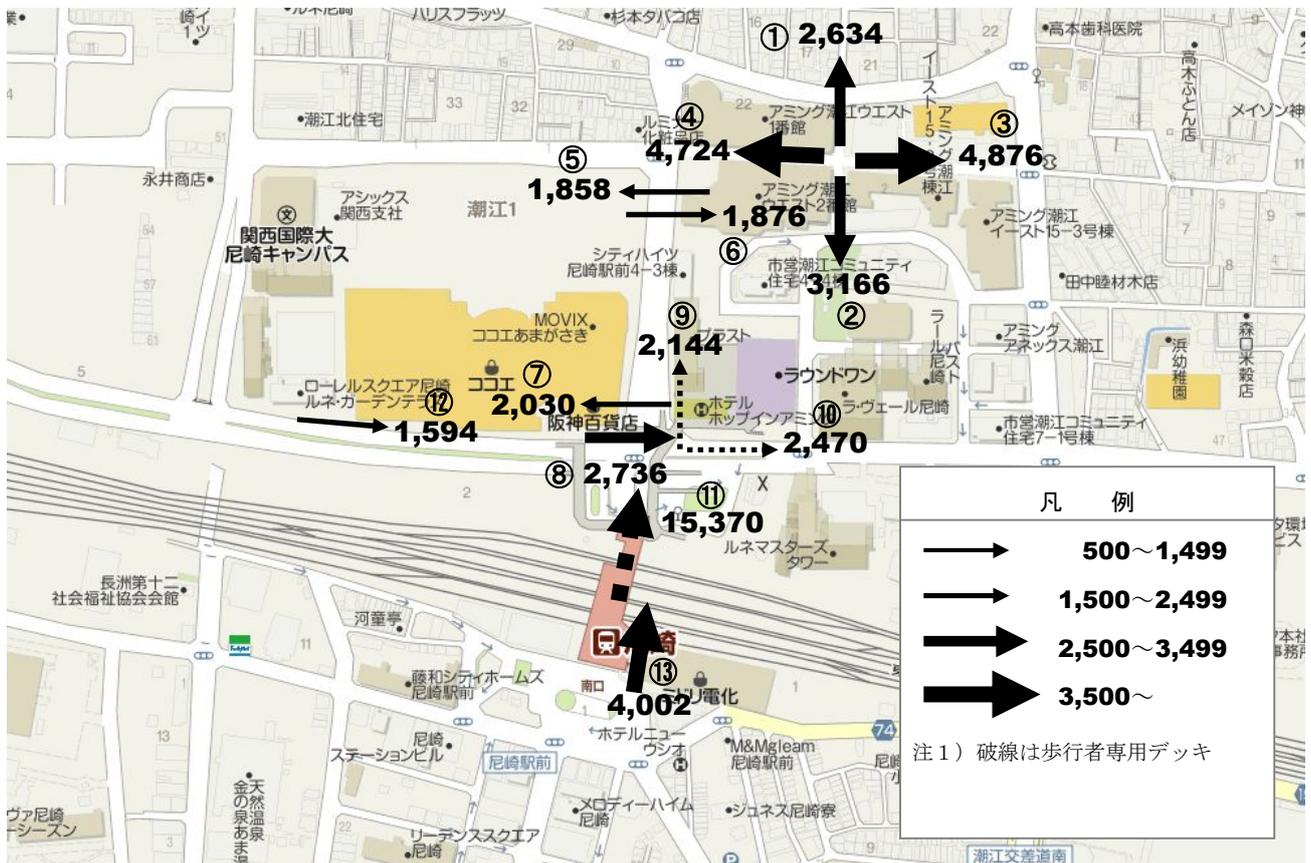


図3 「今回調査」の日曜日と平日の10時間通行量（10:00～20:00）の比較

今回調査<日曜日>10時間通行量



今回調査<平日>10時間通行量



2. 性別通行量

性別にみた調査結果をまとめると表3のようになる。

まず、今回調査の日曜日と平日について、各調査地点で性別通行量を比べた。

- 日曜日、平日ともに、女性の方が多い。
- ①と②（アミシング商店街十字路の南北通行）は、日曜日は男性、平日は女性の通行量が多かった。
- ③～⑬については、日曜日、平日とも、⑨・⑩（2階歩道デッキからアミシング潮江へのアプローチ）を除いたすべての場所において、女性の通行量が多かった。

次に、前回調査と比較してみる（10時～18時で）。今回調査の性別人数から前回調査の性別人数を減じて、それを前回調査の性別人数で除した比率を、表3の各曜日右側に示した。

- 調査地点①～⑩の合計で見ると、日曜日・男性はマイナス4.5%、日曜日・女性はマイナス3.4%、であり、平日・男性はマイナス22.0%、平日・女性はプラス22.1%であった。
- 個別の調査地点で特徴的なのは、⑦と⑧（ホップインアミシング前横断歩道）では日曜日・平日、男女ともに増加していることであり、特に女性の増加率が大きかった。そのほかでは、⑤と⑥（2番館前横断歩道）の平日・男性の減少率が大きく、また、⑨と⑩で日曜日・平日の男女ともにやや大きな減少がみられた。

表3 性別にみた今回調査の通行量と、前回調査からの増減率

場所	日曜日				平日			
	今回調査 【10:00～20:00】 (人)		ココエ開店後の 通行量の増減 【10:00～18:00】 (%)		今回調査 【10:00～20:00】 (人)		ココエ開店後の 通行量の増減 【10:00～18:00】 (%)	
	男性	女性	男性	女性	男性	女性	男性	女性
①	1,198	1,090	-32.6%	-25.7%	1,236	1,398	-19.9%	2.3%
②	1,630	1,384	6.6%	-15.0%	1,508	1,658	-12.4%	-18.5%
③	1,670	1,944	-20.4%	-26.2%	1,794	3,082	-9.1%	-0.7%
④	2,160	2,584	2.7%	-22.7%	1,714	3,010	-5.3%	-4.6%
⑤	1,068	1,484	-4.6%	23.8%	704	1,154	-43.6%	-4.4%
⑥	918	1,234	-25.2%	-17.5%	736	1,140	-55.6%	-13.6%
⑦	1,168	1,662	203.1%	483.7%	674	1,356	0.8%	253.5%
⑧	1,562	2,252	289.9%	478.7%	990	1,746	34.0%	311.0%
⑨	1,168	832	-44.4%	-49.7%	1,242	902	-42.5%	-45.8%
⑩	1,288	1,122	-28.8%	-47.2%	1,298	1,172	-28.3%	-33.3%
⑪	7,160	8,862			7,196	8,174		
⑫	938	1,244			676	918		
⑬	1,556	1,586			1,854	2,148		
合計	23,484	27,280			21,622	27,858		

注1:今回調査では通行量の少ない性別をグレーで表示

注2:通行量の増減については、増加を太枠、減少をグレーで表示

3. 通行手段別通行量

通行手段別にみた調査結果をまとめると表4のようになった。

まず、今回調査の日曜日と平日について、各調査地点で通行手段別通行量を比べた。

- 今回調査を交通手段別の合計で見ると、歩行者は日曜日の方が平日よりも多い。一方、自転車は平日の方が多い。
- 個別地点でみる。まず、①～③は、日曜日・平日ともに自転車の方が歩行者よりも多い。逆に、④、⑤、⑦、⑧は日曜日・平日ともに、歩行者の方が多いことがわかる。調査地点⑥は曜日によって異なる。なお、⑨～⑪は2階歩行者専用デッキである。

次に、前回調査との比較として、今回調査の通行手段別通行量から前回調査の交通手段別通行量を減じ、それを前回調査の交通手段別通行量で除して増減率を算出した。

- 調査地点①～⑩の、10時～18時の時間帯での交通手段別通行量を合計値（省略）で比較すると、
日曜日・歩行者 マイナス 3.9% 日曜日・自転車 マイナス 3.8%
平日・歩行者 マイナス 17.2% 平日・自転車 プラス 4.8%
つまり、交通手段別通行量合計は唯一平日の自転車だけが増加した状況である。
- 個別地点でみる。まず、①～④（アミシング商店街十字路）は、日曜日・平日ともに歩行者は減少している。自転車は、平日はいずれの方向とも増加しているが、日曜日は②（南向き）のみ増加。
- ⑤と⑥（2番館前横断歩道）は、日曜日の歩行者のみ前回調査よりも増加し、日曜日の自転車、平日の歩行者・自転車は減少している。
- ⑦と⑧（ポップインアミシング前横断歩道）は、日曜日・平日ともに歩行者、自転車とも増加しており、特に日曜日の歩行者は7倍から9倍の増加率になっている。

表4 交通手段別にみた今回調査の通行量と、前回調査からの増減率

場所	日曜日				平日			
	今回調査 【10:00～20:00】 (人)		ココエ開店後の 通行量の増減 【10:00～18:00】 (%)		今回調査 【10:00～20:00】 (人)		ココエ開店後の 通行量の増減 【10:00～18:00】 (%)	
	歩行者	自転車	歩行者	自転車	歩行者	自転車	歩行者	自転車
①	776 <	1,512	-45.1%	-18.1%	814 <	1,820	-32.3%	8.4%
②	1,428 <	1,586	-15.9%	7.8%	1,480 <	1,686	-31.3%	3.0%
③	1,688 <	1,926	-33.5%	-12.1%	2,330 <	2,546	-13.4%	7.0%
④	2,464 >	2,280	-13.5%	-12.5%	2,438 >	2,286	-10.8%	2.5%
⑤	1,618 >	934	65.9%	-30.3%	1,050 >	808	-13.0%	-34.5%
⑥	1,172 >	980	5.9%	-39.6%	904 <	972	-42.4%	-28.3%
⑦	1,808 >	1,022	927.0%	111.5%	1,084 >	946	92.1%	103.2%
⑧	2,558 >	1,256	753.5%	164.1%	1,638 >	1,098	209.9%	86.3%
⑨	2,000		-46.7%		2,144		-44.0%	
⑩	2,410		-38.7%		2,470		-30.8%	
⑪	16,022				15,370			
⑫	808 <	1,374			636 <	958		
⑬	252 <	2,890			218 <	3,784		
合計	35,004 >	15,760			32,576 >	16,904		

注1:今回調査では通行量の少ない通行手段をグレーで表示

注2:通行量の増減については、増加を太枠、減少をグレーで表示

4. 年齢別通行量

年齢別にみた調査結果をまとめたのが、表5-1及び表5-2である。

なお、人数の実数は、時間別比率をもとに算出したため、四捨五入の扱いにより、若干の誤差がある（詳しくはP3参照）。

まず、調査場所①～⑩における10時～18時間の通行量について、前回調査と今回調査の年齢別の比較を行う。

表5-1 今回調査と前回調査の年齢別人数の比較（場所①～⑩、10時～18時の合計）

		実数(人)				構成比(%)			
		39歳以下	40～59歳	60歳以上	合計(注)	39歳以下	40～59歳	60歳以上	合計
日曜日	前回調査	8,027	11,872	4,696	24,595	32.6	48.3	19.1	100.0
	今回調査	10,789	5,475	7,384	23,648	45.6	23.2	31.2	100.0
平日	前回調査	6,944	11,671	5,108	23,723	29.3	49.2	21.5	100.0
	今回調査	8,167	5,451	8,029	21,647	37.7	25.2	37.1	100.0

(注)実際の合計値と異なる場合がある。詳しくはP3を参照のこと。

- 前回調査と今回調査を比べると、日曜日でも平日も前回調査の方が通行人数が多いことは先に述べた。それを年齢別人数で比較すると、日曜日でも平日も今回調査の方が、「39歳以下」及び「60歳以上」が実数も構成比率も、前回調査を上回った。逆に、「40～59歳」が今回調査では少なかった。

年齢別通行量は、調査員の印象により参考値として算出したため、明確な比較は難しいが、その上でなお、言及するとすれば、今回調査、すなわちココエあまがさきができた後の方が、若年層（39歳以下）が多い点が指摘できそうである。

次に、今回調査の日曜日と平日との比較を行う。人数は調査場所①～⑬の10時～20時の合計である。

表5-2 今回調査の日曜日と平日の年齢別人数の比較（場所①～⑬、10時～20時の合計）

		実数(人)				構成比(%)			
		39歳以下	40～59歳	60歳以上	合計(注)	39歳以下	40～59歳	60歳以上	合計
日曜日		24,543	14,284	11,942	50,769	48.3	28.1	23.5	100.0
平日		21,831	14,229	13,428	49,488	44.1	28.8	27.1	100.0

(注)実際の合計値と異なる場合がある。詳しくはP3を参照のこと。

- 日曜日と平日を実数で比べると、全体では日曜日が多いが、年齢別にみると、「60歳以上」のみ平日の方が多い。
- 構成比率で比べると、日曜日の方が平日よりも「39歳以下」の比率が高いが、「40～59歳」「60歳以上」はいずれも平日の方が比率は高い。

5. 前回調査と比較した通行量の変化の考察

ここでは、通行量を計測した調査地点①から⑩を、大きく4つに分けて考察する。すなわち、①から④の「アミング潮江商店街歩行者専用道路十字路」、⑤及び⑥の「アミング潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道」、⑦及び⑧の「ホップインアミング・ココエ間横断歩道」、⑨及び⑩「ホップインアミング前2階歩行者専用デッキ」である。

調査地点①から④の「アミング潮江商店街歩行者専用道路十字路」は日曜日・平日ともに4方向とも減少している。特に日曜日では調査地点①（北向き）のマイナス29.4%、調査地点③（東向き）のマイナス23.6%の減少幅が大きく、次いで、調査地点④（西向き）のマイナス13.0%である。調査地点②（南向き）はマイナスが1ケタ台である。

平日の減少率は、調査地点②のマイナス15.9%以外、他の3調査地点はともに1ケタ台のマイナスであった。

時間帯別にみると、日曜日の通行量は、次の地点の時間帯で100人以上減少している。調査地点①では、10時台、14時台、16時台、調査地点③では10時台、11時台、13時台、15時台、16時台、調査地点④では、13時台から17時台であり、調査地点②では100人以上減少している時間帯はなかった。調査地点①、③、④で共通して100人以上減少している時間帯は、16時台であった。

このほか、比較的通行量の多い東西方向（調査地点③と④）において、13時台、15時台でも100人以上減少していた。

一方、平日は、次の地点の時間帯で100人以上減少している。調査地点①では、12時台、調査地点②では12時台、14時台、17時台、調査地点④では、12時台、15時台、17時台であり、調査地点③では100人以上減少している時間帯はなかった。調査地点①、②、④で共通して100人以上減少している時間帯は、12時台であった。また、調査地点①では100人に満たない減少ではあるが、調査地点②、④で100人以上が減少した時間帯は17時台であった。

このように、日曜日、平日とも、昼食や夕食の買い物の時間帯で通行量が減少していることから、アミング潮江の商店街や市場などへ行く「アミング潮江商店街歩行者専用道路十字路」での通行量をみる限り、ココエができた影響はあると言わざるを得ない。

次に、調査地点⑤及び⑥の「アミング潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道」では、調査地点⑤（西向き）の日曜日の通行量は増加しているものの、同地点の平日及び調査地点⑥（東向き）の日曜日、平日の通行量は減少している。

時間帯別にみると、日曜日の通行量は、調査地点⑤では11時台、12時台、16時台で50人以上増加しており、昼食や夕食の買い物の時間帯で、アミング潮江からココエ方面への通行量が増加している。調査地点⑥では目立った増加はみられず、逆に10時台と17時台で100人以上減少している。

一方、平日は、調査地点⑤では、前回調査で17時台に大きな山があったが、今回はそれがなくなり、14時台、16時台、17時台で100人以上減少している。また、調査地点⑥でも11時台、12時台、16時台、17時台で100人以上減少している。

「アミング潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道」では、夕食の買い物の時間帯に共通して東西の通行量が減少していた。

調査地点⑦及び⑧「ホップインアミグ・ココエ間横断歩道」については、前回調査では平日の12時台に通行量が多かった以外は、ほとんど通行量がなかった。それに対して今回調査では日曜日、平日ともに大幅に増加している。したがって、直接前回調査と今回調査の差異だけをみても人の流れの変化の意味を把握できない。

今回調査の日曜日の通行量を調査地点⑦（西向き）と調査地点⑧（東向き）とで比較すると、⑦の方が多いののは10時台のみで、その他の時間帯はすべて⑧の方が多かった。

同様に、平日の通行量を比較しても、10時台以外、どの時間帯も東向き方向の通行量が多かった。

このことから、必ずしもアミグ潮江地区から一方的にココエ方面に人が流れている訳ではなく、むしろココエ側からアミグ潮江側に人がより多く流れていることがわかる。

以上でみたように、「ココエあまがさき」ができて、東西方向の通行量は明らかに変わったといえる。ココエができる以前（前回調査時）は、ココエとアミグ潮江間の通行は、「アミグ潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道」（調査地点⑤・⑥）がメインだった。アミグ潮江地区の西側地域からの通行は多くはこの場所を通り、商店街、市場へアクセスしていたと考えられる。

しかし、ココエができた後（今回調査時）は、「ホップインアミグ・ココエ間横断歩道」（調査地点⑦・⑧）がメインとなった。ところが、ここでの通行は西向きよりも東向きの方が多かった。アミグ潮江地区より東部地域の居住者がアミグ潮江地区の南側を通過してココエへ行くという西向きの流れよりも、アミグ潮江地区より西部地域の居住者やココエの利用者がアミグ潮江地区へ行くという流れの方が通行量が多かった点は注目すべきであろう。ただし、調査地点①から④の通行量が減少していることから、それらの通行量がアミグ潮江地区のやや北側に位置する商店街や市場への利用につながっているかどうかは、直接検証できない。

最後に、2階歩行者専用デッキの通行量を測った調査地点⑨及び⑩「ホップインアミグ前2階歩行者専用デッキ」についてみる。

調査地点⑨（北向き）も調査地点⑩（東向き）もともに、日曜日・平日のいずれも通行量は減少している。ただし、前回調査時は、JR尼崎駅の改札口から2階デッキを通過して駅北側へ出るには、2階デッキの途中で、バス乗り場へ下りる出口以外、すべての人が調査地点⑨もしくは⑩を通過していた。

しかし、前回調査の実施後に、この2階デッキは拡張されて、コの字型となり、ココエの2階へ直接アクセスできるようになった。つまり、通行量は分散したため、調査地点⑨や⑩も減ったとみることができる。

ちなみに、今回調査だけでみると、JR尼崎駅改札口を北側に向かう調査地点⑪の通行量のうち、調査地点⑨（北向き）の通行量が占める比率は、日曜日で12.5%、平日で13.9%、調査地点⑩（東向き）の通行量が占める比率は、日曜日で15.0%、平日で16.1%であった。⑨・⑩とも日曜日より平日の比率が高いのは、18時台以降の通行量が増えるため、これは主として通勤帰りによる通行量の増加とみられる。

2階デッキから、バス乗り場、タクシー乗り場への下り口があるため、調査地点⑪の通行者のうち、⑨・⑩を除く残りすべてがココエ方面に流れたとはいえないが、新たなマンションや大学等もできたことから、多くはココエやオフィスビル方面へ流れていると考えられる。

以上のことを総括する。

ココエ開業等に伴い、JR尼崎駅北側の移動ルートは大きく変化した。

一つは、駅から北へ向かうルートである。

従来、駅から北へ向かう人は、歩行者デッキの構造上、ほとんどが⑨及び⑩（ホップインアミング前2階歩行者専用デッキ）を通ることとなっていたため、通行者がアミング潮江地区を通過する機会は多かったと考えられる。しかし、ココエ開業に先立ち増築された歩行者デッキは、JR尼崎駅北から多方向への移動手段となったため、ココエ開業等により、駅から北へ向かう多くの人が、ココエ方面を目指すようになった一方で、⑨及び⑩は日曜日・平日とも減少した。これにより、従前に比べ、アミング潮江地区内を通過する人が減少したことがうかがえる。

もう一つは、ココエとアミング潮江地区との東西の相互通行ルートである。

ココエ開業前は、ココエ予定地とアミング潮江地区とを結ぶ東西ルートの通行量は、⑦及び⑧（ホップインアミング・ココエ間横断歩道）よりも、⑤及び⑥（アミング潮江ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道）の方が圧倒的に多かったが、ココエ開業後は⑤、⑥が減少、⑦、⑧が大幅に増加した（10時から18時までの比較）ことにより、多寡の逆転が生じた。東西通行のメインルートは、ココエ開業に伴い移動しており、これが、アミング潮江地区内の人の流れに影響を与えていることも考えられる。

このほかアミング潮江地区では、ココエ開業後、①から④までの通行量が減少していることから、アミング潮江地区内での買い物客も減少していることが推測できる。しかし、東西相互通行ルートの通行量を方向別でみた場合、東行き（⑥+⑧）の方が、西行き（⑤+⑦）よりも多いことから、一概にアミング潮江地区からココエへ買い物客が流出しているとは判断し難い。

ココエ開業前に比べ、大幅に増加した⑦及び⑧の通行量を見る限り、買い物客がココエに流れていることが考えられるが、一方で、西行きよりも東行きの通行量が多いことは、新たなマンションの入居者や、オフィスビルのビジネスマン、さらには市外からのココエ来訪者が、アミング潮江地区に流れていることも想定できる。これは、⑫（ココエ南歩道駐車場入口付近東向き）や⑧の夜間の通行比が高いことからもうかがえる。

これらのことから、アミング潮江地区が、ココエからの買い物客の「にじみ出し」や、東行き通行者を取り込むためには、アミング潮江地区全体の、さらなる魅力づくりが求められる。また、参考値として算出した年齢別通行量は、日曜日・平日とも「39歳以下」の若年層が増加していることから、アミング潮江地区では、若年層の取り込みも今後の課題の一つであると考えられる。

第2部の来街者調査では、ココエ訪問者の詳細について見ていく。

第2部 来街者調査

I. 調査概要

1. 調査目的

本調査は、ココエあまがさき緑遊新都心（以下「ココエ」という。）の来館者^(注)の客層や、アミ
ング潮江地区への買い物動向等を把握することを目的として実施した。

2. 調査日時

平成 22 年 7 月 4 日（日）10:00～20:00（10 時間調査）天候：曇り時々晴れ

平成 22 年 7 月 5 日（月）10:00～20:00（10 時間調査）天候：曇り一時晴れ

なお、報告書での曜日の表記は通行量調査と統一して、日曜日調査を「日曜日」、月曜日調査を
「平日」とする。

3. 調査地点と人員配置

ココエ施設内及び出入口付近（地階～4 階）に配置した計 9 名のほか、どの場所でも流動的に動け
る人員を 2 名配置し、合計 11 名が従事した。

1 階及び地階（出入口）：3 名、2 階：3 名、3 階：1 名、4 階：2 名を基本とし、時間帯によっ
てはフロアも移動して調査を実施した。

なお、各フロアの店舗構成と調査人員の配置図は、図表 1（P17 及び P18）のとおりである。

4. 調査方法

買い物客等に対し、調査員によるヒアリング調査を実施した。ヒアリングは、基本的に来館者が買
い物、食事、ゲーム、映画鑑賞など来館目的の行動中は避け、休憩中、移動中、退館時などで行うこ
ととした。したがって、図表 1 で示した調査地点①及び②で阪神百貨店内、アル・プラザ内を示し
た矢印は、エスカレーターで降りた地下 1 階の駐輪場出入り口で行ったもので、阪神百貨店 1 階、ア
ル・プラザ 1 階での買い物中の客にヒアリングすることは避けた。

なお、粗品としてボールペン 500 本用意し、調査協力の御礼として回答者に手渡した。

(注) 調査名は「来街者」と表記するが、ココエへ来る人は「来館者」、アミ
ング潮江地区へ来る人は「来街者」と
記述して使い分けている。

図表1 各フロアの店舗構成と調査人員の配置図

【1F】

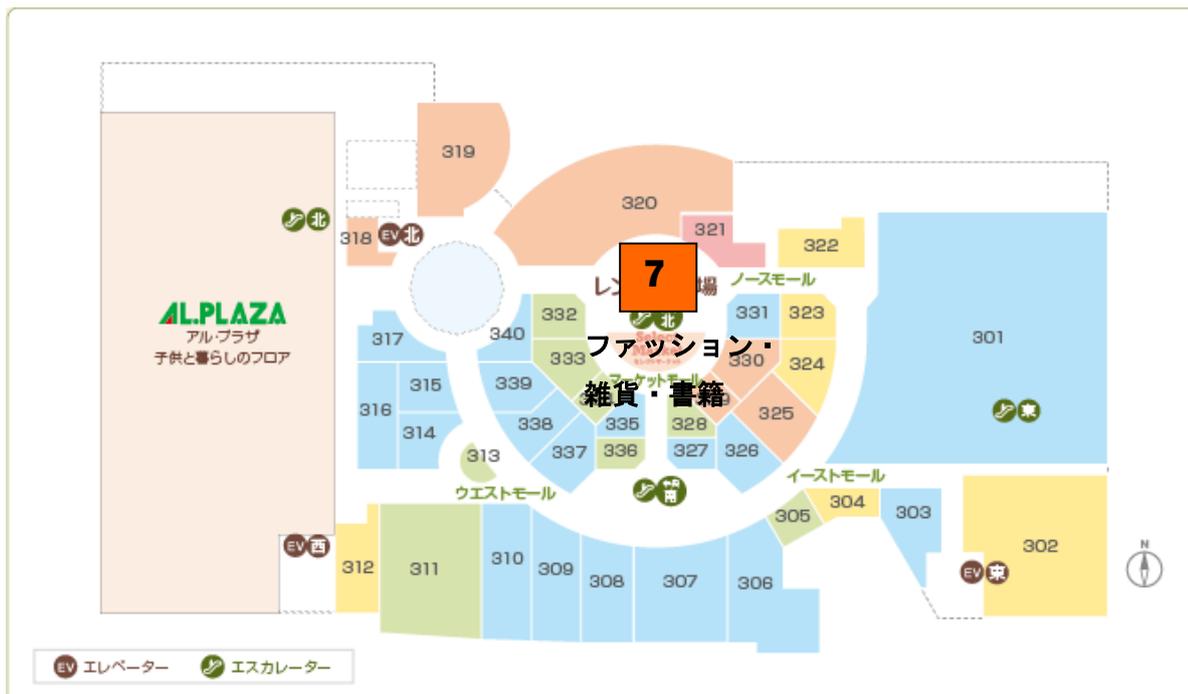


- 1 1階東側&阪神百貨店地下（駐輪場出入口）
- 2 1階北側&アル・プラザ地下（駐輪場出入口）
- 3 1階南側

【2F】



- 4 2階正面入り口内外
- 5 花の広場・北エレベーター
- 6 緑遊広場（屋外）



7 3階全般（レンガの広場、アル・プラザ入口・北EV、ユニクロ前、南エスカレーター付近）



8 4階駐車場連絡口、周辺

9 映画館前休憩所&ゲームコーナー付近

5. 調査票の回収状況（曜日別時間帯別、曜日別調査地点別）

曜日別時間帯別の回収状況は、図表2のとおりであり、日曜日・平日ともに1時間あたり40～70人程度の回収を得た。なお、17時以降は、日曜日・平日ともにココエへの来館者数全体が減少し、回収しづらい傾向にあった。

曜日別調査地点別の回収状況は、図表3のとおりであり、階により多少のばらつきはあるものの、各階全体にわたって調査票を回収することができた。

図表2 曜日別時間帯別の回収状況

上段:実数 下段:構成比 (%)	合計	11	11	11
		30	64	97
		時	時	時
		台	台	台
全体	1,182 100.0	523 44.2	360 30.5	299 25.3
日曜日	623 100.0	286 45.9	192 30.8	145 23.3
平日	559 100.0	237 42.4	168 30.1	154 27.5

図表3 曜日別調査地点別の回収状況

上段:実数 下段:構成比 (%)	合計	地階	1階	2階		3階	4階	
		駐輪場入口	フロア全体	屋内	広屋場外 (緑遊)	フロア全体	口駐 車場 連絡	映画館前
全体	1,182 100.0	133 11.3	247 20.9	267 22.6	138 11.7	172 14.6	121 10.2	104 8.8
日曜日	623 100.0	63 10.1	131 21.0	162 26.0	96 15.4	80 12.8	51 8.2	40 6.4
平日	559 100.0	70 12.5	116 20.8	105 18.8	42 7.5	92 16.5	70 12.5	64 11.4

6. 調査項目

調査項目は、下記のとおりである。

問1-1 来館の目的

問1-2 目的の店（問1-1で「買い物」を選択した方）

問2 同行者

問3 滞在時間（1時間単位 ※1時間未満は「1時間」とし、その他は四捨五入）

問4 来訪頻度

問5 居住地

問6 交通手段

問7 自宅からの所要時間（10分単位 ※四捨五入）

問8-1 アミング潮江地区への来街経験

問8-2 アミング潮江地区の認知度（問8-1で「行ったことがない」を選択した方）

問8-3 アミング潮江地区への来街頻度（問8-1で「行ったことがある」を選択した方）

問8-4 アミング潮江地区への来街目的（問8-3で「よく行く」「たまに行く」を選択した方）

問8-5 アミング潮江地区に行かない理由（問8-3で「今は行かない」を選択した方）

問9 今日アミング潮江地区に寄るか（寄ったか）

<調査員記入項目>：年齢、性別（調査員の目視による）、調査時刻、調査場所

II. 調査結果

1. 来館者（回答者）の属性 （注）

（1）来館者の年齢

全体では、「20歳代」と「30歳代」の割合が高く、合わせて約4割となっている。

日曜日と平日を比べると、最も比率の高い年齢には若干の違いがあり、日曜日は「30歳代」が23.0%、平日は「20歳代」が20.8%となっている。

また、平日は「60歳代」と「70歳以上」の合計が26.1%となっており、日曜日の17.7%よりも高齢者の比率が高くなっている。

図表4 年齢別件数

上段:実数 下段:構成比 (%)	全 体	1 0 歳 代	2 0 歳 代	3 0 歳 代	4 0 歳 代	5 0 歳 代	6 0 歳 代	7 0 歳 以上	不 明
全 体	1,182 100.0	70 5.9	244 20.6	248 21.0	167 14.1	194 16.4	145 12.3	111 9.4	3 0.3
日曜日	623 100.0	41 6.6	128 20.5	143 23.0	90 14.4	109 17.5	71 11.4	39 6.3	2 0.3
平 日	559 100.0	29 5.2	116 20.8	105 18.8	77 13.8	85 15.2	74 13.2	72 12.9	1 0.2

（注）年齢の判別は、調査員の目視による。

（2）来館者の性別

全体では、女性が約6割となっており、男性よりも多くなっている。

日曜日と平日を比べると、平日の女性は68.2%となっており、日曜日の54.9%に比べて女性の回答者の比率が高くなっている。

曜日別の年齢で比べると、日曜日には、女性は「20歳代」が23.7%で最も高く、次いで「30歳代」が21.1%となっているが、男性は「30歳代」が25.5%で最も高く、次いで「50歳代」が18.0%と続いている。平日では、女性は日曜日とあまり違いが無いが、男性は「30歳代」「40歳代」「50歳代」の比率が低くなり、「60歳代」と「70歳以上」が高まっているのが特徴的である。これは、日曜日に家族の買い物に同行して来ている30～50歳代の男性が多く、平日はその層が少なくなったことが表れていると推測される。

図表5 性別件数

上段:実数 下段:構成比 (%)	合 計	女 性	男 性	不 明
全 体	1,182 100.0	723 61.2	453 38.3	6 0.5
日曜日	623 100.0	342 54.9	278 44.6	3 0.5
平 日	559 100.0	381 68.2	175 31.3	3 0.5

（注）性別の判別は、調査員の目視による。

（注）回答者は回答が得られる人に限られるため、来館者の実情（年齢、同行者など）に応じた回収ができていないとはいえ、必ずしも来館者の全体像を示したものではないことに留意が必要である。

図表6 年齢×性別件数

年齢 上段:実数 下段:構成比 (%)		合 計	1	2	3	4	5	6	7	
			0 歳代	0 歳代	0 歳代	0 歳代	0 歳代	0 歳代	0 歳以上	
性別	日曜日	合計	620	41	127	143	90	109	71	39
		女性	342	25	81	72	42	59	38	25
		男性	278	16	46	71	48	50	33	14
平日	日曜日	合計	100.0	6.6	20.5	23.1	14.5	17.6	11.5	6.3
		女性	100.0	7.3	23.7	21.1	12.3	17.3	11.1	7.3
		男性	100.0	5.8	16.5	25.5	17.3	18.0	11.9	5.0
平日	平日	合計	556	29	115	105	77	84	74	72
		女性	381	20	87	71	58	62	41	42
		男性	175	9	28	34	19	22	33	30
		合計	100.0	5.2	20.7	18.9	13.8	15.1	13.3	12.9
		女性	100.0	5.2	22.8	18.6	15.2	16.3	10.8	11.0
		男性	100.0	5.1	16.0	19.4	10.9	12.6	18.9	17.1

(3) 来館者の同行者

全体では、「家族で」ココエあまがさきに
来る人の割合が半数を超えている。

日曜日と平日を比べると、日曜日は「家
族で」の比率が67.6%を占める一方で、平
日は41.0%にとどまった。

逆に、「一人で」の比率は、日曜日では
16.4%だが、平日では38.3%に増えており、
実数も2倍以上となっている。

図表7 同行者別件数

上段:実数 下段:構成比 (%)	合 計	一 人 で	友 人 ・ 知 人	家 族 で	そ の 他	不 明
全体	1,182 100.0	316 26.7	206 17.4	650 55.0	9 0.8	1 0.1
日曜日	623 100.0	102 16.4	98 15.7	421 67.6	2 0.3	-
平日	559 100.0	214 38.3	108 19.3	229 41.0	7 1.3	1 0.2

(4) 来館者の圏域

来館者の居住地をまとめると、図表8のようになった(次頁参照)。

ココエあまがさきは、尼崎市をはじめとして広く近畿圏全般から来館していることがわかる。
主な市を中心に整理すると、次のとおりである。

図表9 来街者の居住地(市町村別)

上段:実数 下段:構成比 (%)	合 計	尼 崎 市	西 宮 市	神 戸 市	伊 丹 市	宝 塚 市	川 西 市	芦 屋 市	(そ の 他 兵 庫 県)	大 阪 市	豊 中 市	(そ の 大 阪 他 府)	そ の 他	不 明
全体	1,182 100.0	666 56.3	53 4.5	48 4.1	36 3.0	19 1.6	12 1.0	11 0.9	26 2.2	192 16.2	20 1.7	69 5.8	20 1.7	10 0.8
日曜日	623 100.0	330 53.0	23 3.7	26 4.2	23 3.7	14 2.2	8 1.3	5 0.8	13 2.1	114 18.3	13 2.1	40 6.4	11 1.8	3 0.5
平日	559 100.0	336 60.1	30 5.4	22 3.9	13 2.3	5 0.9	4 0.7	6 1.1	13 2.3	78 14.0	7 1.3	29 5.2	9 1.6	7 1.3

図表8 圏域別件数（全1,182件）

府県・市町区・町字名	件数	府県・市町区・町字名	件数	府県・市町区・町字名	件数
兵庫県	871	杭瀬北新町	2	港区	5
尼崎市内	666	今福	2	西区	4
潮江	86	昭和南通	2	鶴見区	3
尾浜町	44	善法寺	2	住吉区	2
長洲(町不明)	36	大庄中通	2	住之江区	2
東難波町	24	大庄北	2	城東区	2
立花町	22	椎堂	2	西成区	2
杭瀬(町不明)	20	塚口本町	2	天王寺区	2
上坂部	20	道意町	2	東住吉区	2
長洲本通	20	武庫町	2	平野区	2
浜	20	蓬川町	2	北区	2
下坂部	18	北城内	2	浪速区	2
常光寺	18	開明町	1	阿倍野区	1
若王寺	17	額田町	1	生野区	1
西川	17	杭瀬南新町	1	大正区	1
東園田町	17	常吉	1	中央区	1
武庫之荘	17	神田南通	1	区不明	13
久々知	16	神田北通	1	豊中市	20
金楽寺町	16	崇徳院	1	吹田市	11
次屋	16	西大物町	1	茨木市	8
園田(町不明)	11	西本町	1	堺市	7
西長洲町	11	大島	1	東大阪市	6
三反田町	10	大浜町	1	池田市	5
七松町	8	築地	1	守口市	4
西難波町	8	南七松町	1	大東市	4
稲葉荘	7	武庫川町	1	豊能郡(町不明)	4
塚口町	7	神戸市	48	泉佐野市	3
南塚口町	7	灘区	6	枚方市	3
久々知西町	6	西区	3	箕面市	3
上ノ島町	6	中央区	3	阪南市	2
神崎町	6	長田区	3	寝屋川市	2
西昆陽	5	東灘区	3	摂津市	2
長洲西通	5	垂水区	2	交野市	1
長洲中通	5	兵庫区	2	松原市	1
名神町	5	須磨区	1	藤井寺市	1
瓦宮	4	北区	1	八尾市	1
御園	4	区不明	24	門真市	1
高田町	4	西宮市	53	京都府	7
小中島	4	伊丹市	36	長岡京市	2
昭和通	4	宝塚市	19	京都市	1
大西町	4	川西市	12	亀岡市	1
大物町	4	芦屋市	11	宇治市	1
猪名寺	4	明石市	7	亀岡市	1
長洲東通	4	三田市	6	福知山市	1
田能	4	姫路市	5	奈良県	4
浜田町	4	相生市	2	奈良市	3
北大物町	4	豊岡市	2	橿原市	1
栗山町	3	加古川市	1	和歌山県	2
杭瀬本町	3	篠山市	1	有田市	1
食満	3	淡路市	1	市町不明	1
東塚口町	3	市町不明	1	滋賀県	1
東本町	3	大阪府	281	北海道	1
南武庫之荘	3	大阪市	192	東京都渋谷区	1
富松町	3	西淀川区	59	島根県	1
稲葉元町	2	淀川区	51	徳島県小松島市	1
梶ヶ島	2	東淀川区	13	香川県高松市	1
戸ノ内	2	福島区	13	鹿児島県始良郡湧水町	1
口田中	2	此花区	9	不明	10

(注) 尼崎市内で網掛けのついた町は「ココエ半径2キロ圏内」(全459件)であることを示す。

ココエあまがさきの来館者の居住地をみると、尼崎市内が日曜日で 53.0%、平日で 60.1%であり、市外からの来館者が 4～5 割近くいることがわかる。

市外からの来館者では、大阪市からの来館者が最も多く、2 日間の平均で 16.2%を占める。大阪市内でも、特に西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区が多く、これは距離的に尼崎市に近く、自転車でも来館できる、あるいは JR でアクセスしやすい、などの理由が聞かれた。

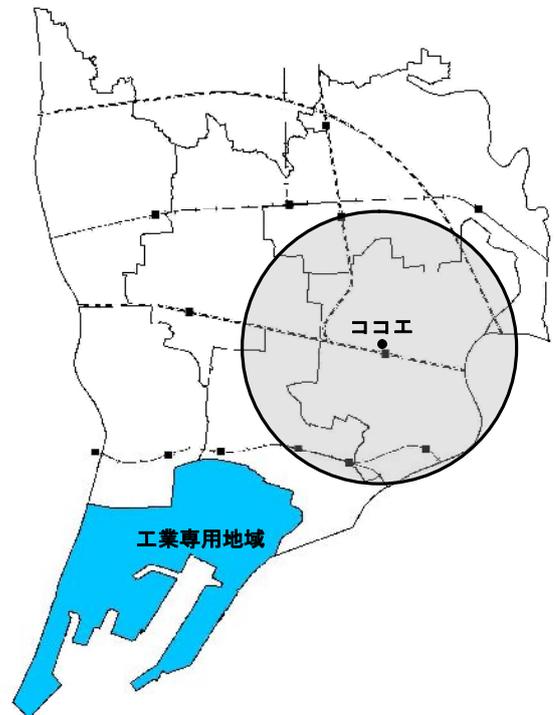
このような来館者の居住地分布から、以下の分析において、大きく 8 つの区分に集約して「圏域 1」として行うこととした。

<圏域 1>

- | | |
|--------------------------------|--------------------------------|
| 1 「尼崎市内ココエ半径 2 キロ圏内」 | ※以降の表記は下記のとおり
「市内半径 2 キロ圏内」 |
| 2 「尼崎市内ココエ半径 2 キロ圏外」 | 「市内半径 2 キロ圏外」 |
| 3 「大阪市 4 区（西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区）」 | 「大阪市近接 4 区」 |
| 4 「西宮市、芦屋市、神戸市」 | 「西宮市、芦屋市、神戸市」 |
| 5 「伊丹市、宝塚市、川西市」 | 「伊丹市、宝塚市、川西市」 |
| 6 「大阪府（大阪市 4 区を除く）」 | 「大阪府（大阪市 4 区を除く）」 |
| 7 「その他の兵庫県（4、5 以外）」 | 「その他の兵庫県」 |
| 8 「大阪府・兵庫県以外」 | 「大阪府・兵庫県以外」 |

<圏域 1>では、まず尼崎市内をココエから半径 2 キロ圏内とそれ以外に分けた。次に、市外のうちで、大阪市の近接 4 区（西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区）、尼崎の西側に近接する「西宮市、芦屋市、神戸市」、北側に近接する「伊丹市、宝塚市、川西市」をそれぞれ 1 つのカテゴリとし、それ以外の兵庫県、それ以外の大阪府、大阪府・兵庫県以外の計 8 区分とした。

図表 10 尼崎市内ココエ 2 キロ圏



この8区分によって来館者の分布をみる（図表11の全体欄を参照）。

尼崎市市内でもココエから半径2キロ圏内からの来館者は39.1%と4割近い。ココエから半径2キロ以上の範囲に居住する人は、その半分程度の17.7%であった。

一方、市外からの来館者は、「大阪市近接4区」が11.5%、「西宮市、芦屋市、神戸市」が9.6%、「伊丹市、宝塚市、川西市」が5.7%であった。

この範囲で、全来館者の83.6%を占めた。

次に、性別に距離圏の分布をみると、日曜日では、男性よりも女性の方が尼崎市市内からの来館者の割合が約1割高くなっている。また、日曜日・平日ともに、女性よりも男性の比率が高くなっていたのは、「西宮市、芦屋市、神戸市」と「大阪府（大阪市4区を除く）」である。

図表11 性別×圏域1

圏域1 上段:実数 下段:構成比 (%) 性別		合 計	半 径 2 キ ロ 圏 内	半 径 2 キ ロ 圏 外	大 阪 市 近 接 4 区	神 戸 市 、 西 宮 市 、 芦 屋 市 、	宝 塚 市 、 伊 丹 市 、 川 西 市 、	区 大 阪 府 （ 大 阪 市 4 区 を 除 く ）	そ の 他 の 兵 庫 県	外 大 阪 府 ・ 兵 庫 県 以 上
			コ コ エ	コ コ エ	コ コ エ	コ コ エ	コ コ エ	コ コ エ	コ コ エ	コ コ エ
全 体		1,166 100.0	456 39.1	206 17.7	134 11.5	112 9.6	67 5.7	145 12.4	26 2.2	20 1.7
日 曜 日	合 計	617 100.0	235 38.1	93 15.1	77 12.5	54 8.8	45 7.3	89 14.4	13 2.1	11 1.8
	女 性	340 100.0	141 41.5	57 16.8	39 11.5	25 7.4	23 6.8	41 12.1	8 2.4	6 1.8
	男 性	277 100.0	94 33.9	36 13.0	38 13.7	29 10.5	22 7.9	48 17.3	5 1.8	5 1.8
平 日	合 計	549 100.0	221 40.3	113 20.6	57 10.4	58 10.6	22 4.0	56 10.2	13 2.4	9 1.6
	女 性	376 100.0	157 41.8	78 20.7	47 12.5	37 9.8	15 4.0	32 8.5	6 1.6	4 1.1
	男 性	173 100.0	64 37.0	35 20.2	10 5.8	21 12.1	7 4.0	24 13.9	7 4.0	5 2.9

次に年齢別に距離圏の分布をみたのが図表 12 である。

「60 歳代」及び「70 歳以上」の高齢者は、日曜日・平日ともに、尼崎市内からの来館が 7 割以上を占めているのが特徴的であり、高齢者の場合は、特に交通手段の制約もあることから「市内半径 2 キロ圏内」の比率が高くなっている。

図表 12 年齢×圏域 1

圏域 1		合 計	半 尼 径 崎 2 市 キ 内 口 (圏 コ コ 内 コ 工)	半 尼 径 崎 2 市 キ 内 口 (圏 コ コ 外 コ 工)	大 阪 市 近 接 4 区	神 西 戸 宮 市 市 、 芦 屋 市 、	宝 伊 塚 丹 市 市 、 川 西 市 、	区 大 を 阪 除 府 く (大 阪 市 4)	そ の 他 の 兵 庫 県	外 大 阪 府 ・ 兵 庫 県 以
上段:実数	下段:構成比 (%)									
年齢										
日 曜 日	合 計	618	236	93	77	54	45	89	13	11
		100.0	38.2	15.0	12.5	8.7	7.3	14.4	2.1	1.8
	10歳代	40	12	7	5	6	1	6	2	1
		100.0	30.0	17.5	12.5	15.0	2.5	15.0	5.0	2.5
	20歳代	127	37	23	15	12	12	20	3	5
		100.0	29.1	18.1	11.8	9.4	9.4	15.7	2.4	3.9
	30歳代	142	37	23	21	12	20	26	3	-
		100.0	26.1	16.2	14.8	8.5	14.1	18.3	2.1	-
40歳代	90	36	8	11	14	4	16	-	1	
	100.0	40.0	8.9	12.2	15.6	4.4	17.8	-	1.1	
50歳代	109	50	12	16	5	6	13	3	4	
	100.0	45.9	11.0	14.7	4.6	5.5	11.9	2.8	3.7	
60歳代	71	40	13	8	3	1	4	2	-	
	100.0	56.3	18.3	11.3	4.2	1.4	5.6	2.8	-	
70歳以上	39	24	7	1	2	1	4	-	-	
	100.0	61.5	17.9	2.6	5.1	2.6	10.3	-	-	
平 日	合 計	551	222	113	58	58	22	56	13	9
		100.0	40.3	20.5	10.5	10.5	4.0	10.2	2.4	1.6
	10歳代	29	10	4	1	4	1	7	2	-
		100.0	34.5	13.8	3.4	13.8	3.4	24.1	6.9	-
	20歳代	114	32	17	13	17	12	13	8	2
		100.0	28.1	14.9	11.4	14.9	10.5	11.4	7.0	1.8
	30歳代	103	32	26	17	12	2	9	2	3
		100.0	31.1	25.2	16.5	11.7	1.9	8.7	1.9	2.9
40歳代	76	27	22	4	9	-	13	-	1	
	100.0	35.5	28.9	5.3	11.8	-	17.1	-	1.3	
50歳代	85	36	16	15	5	4	7	-	2	
	100.0	42.4	18.8	17.6	5.9	4.7	8.2	-	2.4	
60歳代	74	39	19	5	6	2	3	-	-	
	100.0	52.7	25.7	6.8	8.1	2.7	4.1	-	-	
70歳以上	70	46	9	3	5	1	4	1	1	
	100.0	65.7	12.9	4.3	7.1	1.4	5.7	1.4	1.4	

曜日別の同行者別で比べる（図表 13）と、「一人で」と回答した人の居住地は「尼崎市内」が日曜日で8割以上、平日で6割以上を占めている。

一方、「友人・知人」や「家族で」と回答した人の居住地は、日曜日・平日ともに「尼崎市内」が半数近くを占めているものの、「大阪市近接4区」や「西宮市、芦屋市、神戸市」、「大阪府（大阪市4区を除く）」も約10～15%程度となっており、市域を越えて集客している。

ただし、同じ近隣の「伊丹市、川西市、宝塚市」については、日曜日・平日ともにほぼすべてのカテゴリーで1割未満であった。これは、ココエと同じJR沿線の伊丹駅前に大規模商業施設（イオンモール伊丹テラス）が立地していることも影響していると推測される。

図表 13 同行者×圏域 1

圏域 1		合 計	半 径 崎 市 内 キ 口 （ 圏 コ 内 コ ） エ	半 径 崎 市 内 キ 口 （ 圏 コ 外 コ ） エ	大 阪 市 近 接 4 区	神 西 宮 市 、 芦 屋 市 、	宝 塚 市 、 川 西 市 、	区 大 阪 府 （ 大 阪 市 4 ）	そ の 他 の 兵 庫 県	外 大 阪 府 ・ 兵 庫 県 以 上
上段:実数 下段:構成比 (%)	同行者									
日 曜 日	合 計	620 100.0	236 38.1	94 15.2	78 12.6	54 8.7	45 7.3	89 14.4	13 2.1	11 1.8
	一人で	102 100.0	64 62.7	18 17.6	3 2.9	8 7.8	1 1.0	5 4.9	2 2.0	1 1.0
	友人・知人	98 100.0	35 35.7	14 14.3	11 11.2	11 11.2	6 6.1	13 13.3	5 5.1	3 3.1
	家族で	418 100.0	137 32.8	62 14.8	64 15.3	35 8.4	37 8.9	70 16.7	6 1.4	7 1.7
	その他	2 100.0	- -	- -	- -	- -	1 50.0	1 50.0	- -	- -
平 日	合 計	551 100.0	223 40.5	112 20.3	58 10.5	58 10.5	22 4.0	56 10.2	13 2.4	9 1.6
	一人で	212 100.0	98 46.2	43 20.3	18 8.5	18 8.5	7 3.3	19 9.0	6 2.8	3 1.4
	友人・知人	106 100.0	36 34.0	14 13.2	10 9.4	19 17.9	6 5.7	16 15.1	4 3.8	1 0.9
	家族で	226 100.0	87 38.5	53 23.5	30 13.3	19 8.4	9 4.0	21 9.3	3 1.3	4 1.8
	その他	7 100.0	2 28.6	2 28.6	- -	2 28.6	- -	- -	- -	- -

(5) クロス集計のための類型化

以下では、ココエの来館目的などの利用状況等を、これまで示した来館者の属性とクロスして分析を進める。ただし、属性分類のままでクロス集計すると、非常に細分化されて、かえって全体の傾向がつかみにくくなる。そのために、ここでは、以下で使うクロス集計のために来館者の属性を類型化しておく。

① <類型1>：距離圏×年齢

まず、来館者の属性の中で、買い物行動、利用目的などに差異を与えると考えられるのが、年齢であろう。ここでは、年齢層の10歳代から70歳以上までを、「20歳代以下」「30～50歳代」「60歳以上」の3区分^(注)で分析する。

さらに、属性の中で大きな要素は、距離圏（居住地）である。これを細かくすると複雑になるので、最低限の分類である「市内」と「市外」の2区分とした。

この年齢3区分と距離圏2区分の6通りに類型化して、これを<類型1>と呼ぶこととした。

年齢3区分（20歳代以下、30～50歳代、60歳代以上）×距離圏（市内・市外）＝6通り

曜日別に類型1（図表14）をみると、日曜日には「30～50歳代・市外」が最も多く28.1%であるが、「30～50歳代・市内」も多く26.6%となっている。

平日は「30～50歳代・市内」が最も多く28.4%となっているが、次いで「60歳代以上・市内」が20.2%であり、日曜日に比べて市内の高い年齢層の比率が高いのが特徴的である。

図表14 類型1による来館者数

上段:実数 下段:構成比 (%)	合計	市内			市外			不明	(再掲)	
		20歳代以下	30～50歳代	60歳以上	20歳代以下	30～50歳代	60歳以上		市内計	市外計
全体	1,182 100.0	142 12.0	325 27.5	197 16.7	168 14.2	280 23.7	57 4.8	13 1.1	664 56.2	505 42.7
日曜日	623 100.0	79 12.7	166 26.6	84 13.5	88 14.1	175 28.1	26 4.2	5 0.8	329 52.8	289 46.4
平日	559 100.0	63 11.3	159 28.4	113 20.2	80 14.3	105 18.8	31 5.5	8 1.4	335 59.9	216 38.6

(注) 「10歳代」から「70歳以上」までの年齢層ごとに、来館の目的や利用頻度について集計したところ、①「10歳代」「20歳代」、②「30歳代」「40歳代」「50歳代」、③「60歳代」「70歳以上」で違いがみられた。

② <類型2>：性別×同行者

年齢、距離圏以外で、買い物行動や利用目的等に影響を与える要素としては、性別と同行者が考えられる。

同行者でいえば、一人、友人・知人、家族で来る場合で利用形態は変わると考えられる。ところが、性別については、異性の同行者がいる場合、回答者によって性別が変わることがある。どちらの性別で回答を得たとしても、行動を共にしていることから利用目的等は同じであり、回答は性別には影響されない。

そこで、ここでは、一人の場合のみ男性と女性に分け、友人・知人、家族でという場合はあえて性別分類をせずに、以下の4分類として、これを<類型2>と呼ぶこととした。

「一人・男性」「一人・女性」「友人・知人」「家族で」の4通り

曜日別に類型2をみる（図表15）と、「家族で」が日曜日は67.3%、平日は40.6%と最も高い。次いで高いのが、日曜日では「友人・知人」が15.7%であるのに対して、平日では「一人・女性」が24.9%であった。

図表15 類型2による来館者数

上段:実数 下段:構成比 (%)	合 計	一 人 ・ 男 性	一 人 ・ 女 性	友 人 ・ 知 人	家 族 で	不 そ 明 の 他 、
全 体	1,182 100.0	109 9.2	205 17.3	206 17.4	646 54.7	16 1.4
日曜日	623 100.0	35 5.6	66 10.6	98 15.7	419 67.3	5 0.8
平 日	559 100.0	74 13.2	139 24.9	108 19.3	227 40.6	11 2.0

類型1と類型2の関係をみる（図表16）と、日曜日は「30～50歳代・市外」の「家族で」が25.4%を占めているのが特徴的である。これは、平日になると8.5%に低下する。

一方、平日は「30～50歳代・市内」の「家族で」が12.6%と最も高くなっている。「家族で」以外では「30～50歳代・市内」の「一人・女性」が9.2%となっており、平日は日常的にこの層の買い物客が多い傾向にあると考えられる。

図表 16 類型1 × 類型2

<類型2> 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型1>		日曜日					平日				
		合 計	一 人 ・ 男 性	一 人 ・ 女 性	友 人 ・ 知 人	家 族 で	合 計	一 人 ・ 男 性	一 人 ・ 女 性	友 人 ・ 知 人	家 族 で
合 計		615 100.0	35 5.7	66 10.7	98 15.9	416 67.6	541 100.0	74 13.7	137 25.3	106 19.6	224 41.4
市 内	20歳代以下	78 12.7	3 0.5	12 2.0	30 4.9	33 5.4	59 10.9	4 0.7	13 2.4	23 4.3	19 3.5
	30～50歳代	166 27.0	17 2.8	21 3.4	12 2.0	116 18.9	157 29.0	22 4.1	50 9.2	17 3.1	68 12.6
	60歳代以上	84 13.7	8 1.3	20 3.3	7 1.1	49 8.0	113 20.9	25 4.6	26 4.8	10 1.8	52 9.6
市 外	20歳代以下	88 14.3	1 0.2	3 0.5	41 6.7	43 7.0	78 14.4	5 0.9	16 3.0	36 6.7	21 3.9
	30～50歳代	173 28.1	4 0.7	8 1.3	5 0.8	156 25.4	103 19.0	12 2.2	26 4.8	19 3.5	46 8.5
	60歳代以上	26 4.2	2 0.3	2 0.3	3 0.5	19 3.1	31 5.7	6 1.1	6 1.1	1 0.2	18 3.3
(再 掲)	市内計	328 53.3	28 4.6	53 8.6	49 8.0	198 32.2	329 60.8	51 9.4	89 16.5	50 9.2	139 25.7
	市外計	287 46.7	7 1.1	13 2.1	49 8.0	218 35.4	212 39.2	23 4.3	48 8.9	56 10.4	85 15.7

(注) 構成比率は、各曜日の合計人数を100とした。

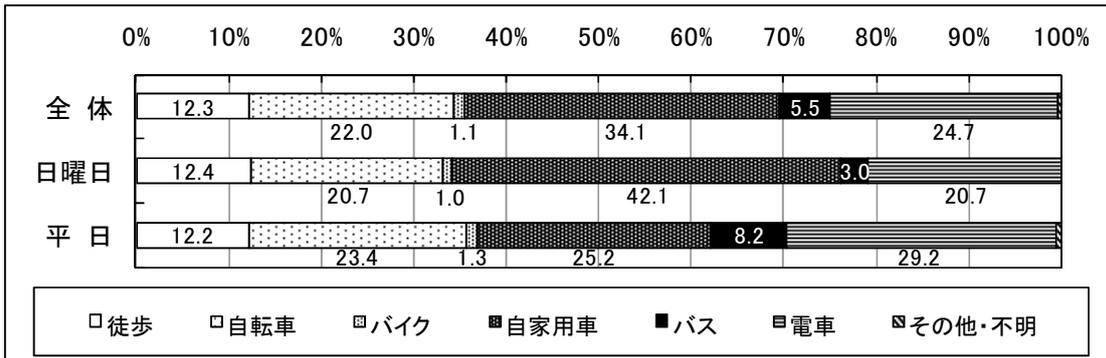
2. 来館者の到達手段・到達時間

(1) 交通手段

全体では、「自家用車」の比率が最も高く34.1%、次いで「電車」が24.7%、「自転車」が22.0%となっている。

日曜日と平日とを比べると、大きな違いが見られる。最も比率の高い手段は、日曜日が「自家用車」の42.1%であるのに対し、平日は「電車」の29.2%であった。また、「バス」と「自転車」の比率は平日の方が若干高く、日曜日の「バス」3.0%、「自転車」20.7%に対し、平日の「バス」は8.2%、「自転車」は23.4%であった。

図表 17 交通手段



[類型 1]

交通手段を類型1でみる（図表 18）と、日曜日は、「30歳～50歳代・市外」の「自家用車」が69.0%と高い利用率であるのが特徴的である。一方、同じ市外でも年齢の若い「20歳代以下・市外」は、「電車」が54.5%を占めており、年齢により交通手段に違いが現れている。また、平日は、市外のすべての年齢層において、日曜日より、「電車」の利用率が高いという特徴がある。

市内居住者については、日曜日・平日ともに、「20歳代以下」は「自転車」、「30歳～50歳代」は「自転車」「自家用車」、「60歳代以上」は「徒歩」「自転車」の比率が高い。また、「60歳代以上」は「バス」の利用比率が他の年齢層よりも高く、日曜日は15.5%、平日は25.7%となっている。

図表 18 交通手段×類型 1

交通手段	日曜日							平日							
	合計	歩	自転車	バイク	自家用車	バス	電車	合計	歩	自転車	バイク	自家用車	バス	電車	
合計	617 100.0	77 12.5	128 20.7	6 1.0	259 42.0	19 3.1	128 20.7	548 100.0	66 12.0	128 23.4	7 1.3	139 25.4	46 8.4	162 29.6	
市内	20歳代以下	79 100.0	12 15.2	39 49.4	2 2.5	14 17.7	2 2.5	10 12.7	61 100.0	14 23.0	26 42.6	1 1.6	13 21.3	3 4.9	4 6.6
	30～50歳代	166 100.0	36 21.7	54 32.5	2 1.2	63 38.0	4 2.4	7 4.2	159 100.0	21 13.2	68 42.8	5 3.1	42 26.4	14 8.8	9 5.7
	60歳代以上	84 100.0	26 31.0	25 29.8	-	15 17.9	13 15.5	5 6.0	113 100.0	30 26.5	30 26.5	-	16 14.2	29 25.7	8 7.1
市外	20歳代以下	88 100.0	1 1.1	4 4.5	1 1.1	34 38.6	-	48 54.5	79 100.0	1 1.3	-	-	17 21.5	-	61 77.2
	30～50歳代	174 100.0	1 0.6	4 2.3	1 0.6	120 69.0	-	48 27.6	105 100.0	-	3 2.9	1 1.0	41 39.0	-	60 57.1
	60歳代以上	26 100.0	1 3.8	2 7.7	-	13 50.0	-	10 38.5	31 100.0	-	1 3.2	-	10 32.3	-	20 64.5
(再掲)	市内計	329 100.0	74 22.5	118 35.9	4 1.2	92 28.0	19 5.8	22 6.7	333 100.0	65 19.5	124 37.2	6 1.8	71 21.3	46 13.8	21 6.3
	市外計	288 100.0	3 1.0	10 3.5	2 0.7	167 58.0	-	106 36.8	215 100.0	1 0.5	4 1.9	1 0.5	68 31.6	-	141 65.6

なお、距離圏を8区分した<圏域1>でみると（データ略）、日曜日の場合、「市内（ココエ半径2キロ圏内）」は徒歩31.4%、自転車41.5%、自家用車21.2%に対して、「市内（ココエ半径2キロ圏外）」は徒歩0.0%、自転車21.3%、自家用車45.7%となるほか、電車が22.3%になる。

一方、市外でも近接する「大阪市近接4区」「西宮市、芦屋市、神戸市」は自家用車が50%台で、電車が40%前後、「伊丹市、川西市、宝塚市」「大阪府（大阪市4区を除く）」は自家用車が60%台、電車が20%台、それよりも遠距離である「その他の兵庫県」「大阪府・兵庫県以外」は自家用車が30%台、電車が50%～60%台となる。

平日は、明らかに市外からのアクセスは電車を利用する比率が高くなる。

[類型2]

交通手段を類型2でみる（図表19）と、「一人・男性」及び「一人・女性」は、日曜日・平日ともに「自転車」利用の比率が高く、特に日曜日は、「一人・男性」が42.9%、「一人・女性」が51.5%となっている。

「友人・知人」は、「電車」の利用が高く、日曜日は38.8%、平日は45.8%を占めている。

「家族で」の場合は「自家用車」の比率が高く、日曜日は56.0%、平日は41.2%となっている。

また、いずれの層も平日の方が「電車」の利用率が高いのが特徴的である。

図表19 交通手段×類型2

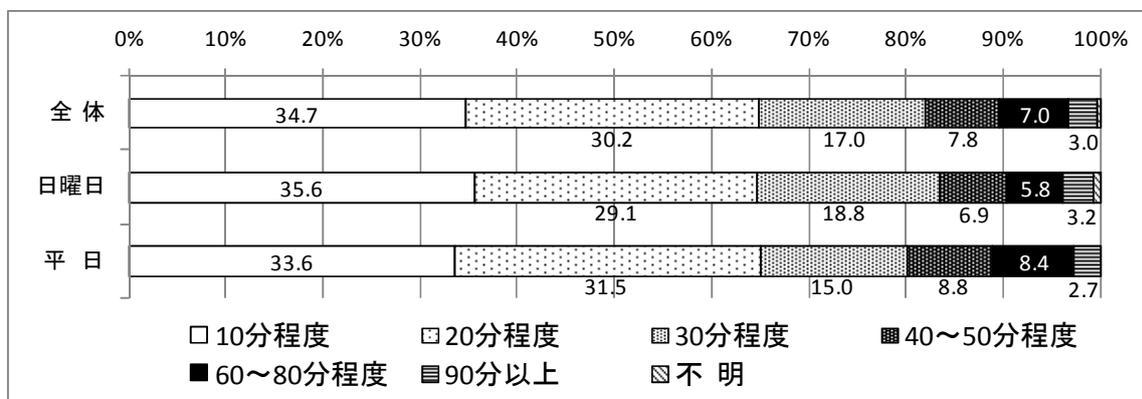
交通手段 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型2>	日曜日							平日						
	合 計	徒 歩	自 転 車	バ イ ク	自 家 用 車	バ ス	電 車	合 計	徒 歩	自 転 車	バ イ ク	自 家 用 車	バ ス	電 車
合 計	617 100.0	77 12.5	128 20.7	6 1.0	258 41.8	19 3.1	129 20.9	546 100.0	68 12.5	130 23.8	7 1.3	139 25.5	43 7.9	159 29.1
一人・男性	35 100.0	7 20.0	15 42.9	2 5.7	6 17.1	1 2.9	4 11.4	74 100.0	9 12.2	25 33.8	2 2.7	15 20.3	5 6.8	18 24.3
一人・女性	66 100.0	10 15.2	34 51.5	- -	4 6.1	4 6.1	14 21.2	139 100.0	21 15.1	48 34.5	2 1.4	13 9.4	12 8.6	43 30.9
友人・知人	98 100.0	14 14.3	28 28.6	2 2.0	14 14.3	2 2.0	38 38.8	107 100.0	11 10.3	20 18.7	2 1.9	18 16.8	7 6.5	49 45.8
家族で	418 100.0	46 11.0	51 12.2	2 0.5	234 56.0	12 2.9	73 17.5	226 100.0	27 11.9	37 16.4	1 0.4	93 41.2	19 8.4	49 21.7

(2) 自宅からの所要時間

約8割は自宅からの所要時間が30分程度以内となっている。

日曜日と平日を比べても、あまり大きな違いは見られない。

図表 20 所要時間



[類型1]

自宅からココエまでの所要時間を類型1でみる(図表21)と、日曜日は市内からのどの年齢層も、「20分程度」までの累計でほぼ90%近いかそれ以上を占める。平日でも「20分程度」までの累計で80%以上を占めており、市内からの来館は、ほぼ20分圏内とみてよい。

市外からの来館では、日曜日では「30~50歳代」「60歳代以上」は「40~50分程度」までの累計で80%を超えるが、「20歳以下」は比較的所要時間が長く、「60~80分程度」までの累計で80%を超える。平日になると、「30~50歳代」でやや所要時間が長くなる傾向がみられた。

図表 21 所要時間×類型1

所要時間	日曜日							平日							
	合計	10分程度	20分程度	30分程度	40分程度	50分程度	60分以上	合計	10分程度	20分程度	30分程度	40分程度	50分程度	60分以上	
<類型1>															
合計	615	35.9	28.9	19.0	7.0	5.9	3.3	551	33.9	31.2	14.9	8.9	8.3	2.7	
	%累計	35.9	64.8	83.8	90.8	96.7	100.0	%累計	33.9	65.2	80.0	88.9	97.3	100.0	
市内	20歳以下	78	53.8	38.5	6.4	1.3	-	63	46.0	38.1	12.7	1.6	1.6	-	
	%累計	53.8	92.3	98.7	100.0	-	-	%累計	46.0	84.1	96.8	98.4	100.0	-	
	30~50歳代	166	66.9	27.7	3.6	0.6	1.2	-	159	51.6	35.2	9.4	3.1	0.6	-
%累計	66.9	94.6	98.2	98.8	100.0	-	-	%累計	51.6	86.8	96.2	99.4	100.0	-	
60歳代以上	83	50.6	38.6	9.6	1.2	-	-	113	54.9	30.1	10.6	4.4	-	-	
%累計	50.6	89.2	98.8	100.0	-	-	-	%累計	54.9	85.0	95.6	100.0	-	-	
市外	20歳以下	88	9.1	15.9	33.0	17.0	14.8	10.2	80	5.0	27.5	13.8	20.0	22.5	11.3
	%累計	9.1	25.0	58.0	75.0	89.8	100.0	100.0	%累計	5.0	32.5	46.3	66.3	88.8	100.0
	30~50歳代	174	8.6	27.6	35.1	13.2	10.3	5.2	105	7.6	30.5	22.9	13.3	21.0	4.8
%累計	8.6	36.2	71.3	84.5	94.8	100.0	100.0	%累計	7.6	38.1	61.0	74.3	95.2	100.0	
60歳代以上	26	11.5	30.8	30.8	7.7	11.5	7.7	31	6.5	12.9	38.7	25.8	12.9	3.2	
%累計	11.5	42.3	73.1	80.8	92.3	100.0	100.0	%累計	6.5	19.4	58.1	83.9	96.8	100.0	
(再掲)	市内計	327	59.6	33.0	5.8	0.9	0.6	-	335	51.6	34.0	10.4	3.3	0.6	-
%累計	59.6	92.7	98.5	99.4	100.0	-	-	%累計	51.6	85.7	96.1	99.4	100.0	-	
市外計	288	9.0	24.3	34.0	13.9	11.8	6.9	216	6.5	26.9	21.8	17.6	20.4	6.9	
%累計	9.0	33.3	67.4	81.3	93.1	100.0	100.0	%累計	6.5	33.3	55.1	72.7	93.1	100.0	

(注)表は、各累計ごとに合計欄上段に実数を、各欄に合計を100とする構成比率を、下段には構成比率の累計を表示した。

(注) ココエへの到達手段は、徒歩から電車まで様々であるから実際の距離とは異なる。

[類型2]

自宅からの時間距離を類型2でみる（図表22）と、日曜日では、「一人・男性」「一人・女性」とともに、「20分程度」以内で累計80%を超える。それに対して、「家族で」「友人・知人」はそれよりも時間距離が長くなり、「家族で」は「30分程度」までの累計で、「友人・知人」で「40～50分程度」までの累計でそれぞれ80%を超える。

平日になると、「一人・男性」は日曜日よりやや長くなる特徴が見られた。この点については、コエ周辺で勤務する人が、勤務の合間あるいは、勤務終了後に利用することも考えられる。「一人・女性」も日曜日に比べると、「10分程度」の比率が低いこと、「40～50分程度」「60～90分程度」の比率が高いことから、平日は時間距離が長くなっているといえよう。「友人・知人」も「一人・女性」ほど目立った差はないが、平日の時間距離が長くなっている。一方、「家族で」は日曜日と平日を比べても目立った差はない。

図表 22 所要時間×類型2

所要時間 ＜類型2＞	日曜日							平日						
	合計	1 0 分 程 度	2 0 分 程 度	3 0 分 程 度	4 5 分 程 度	5 5 分 程 度	6 8 分 程 度	9 分 以 上	合計	1 0 分 程 度	2 0 分 程 度	3 0 分 程 度	4 5 分 程 度	6 8 分 程 度
合計	614 %累計	35.8 35.8	29.3 65.1	19.1 84.2	6.8 91.0	5.7 96.7	3.3 100.0	548 %累計	33.9 33.9	31.0 64.9	15.3 80.2	8.8 89.0	8.4 97.4	2.6 100.0
一人・男性	35 %累計	57.1 57.1	25.7 82.8	8.6 91.4	2.9 94.3	2.9 97.2	2.8 100.0	74 %累計	44.6 44.6	18.9 63.5	14.9 78.4	9.5 87.9	6.8 94.7	5.3 100.0
一人・女性	66 %累計	51.5 51.5	28.8 80.3	12.1 92.4	3.0 95.4	1.5 96.9	3.1 100.0	139 %累計	36.0 36.0	36.0 72.0	13.7 85.7	6.5 92.2	5.7 97.9	2.1 100.0
友人・知人	97 %累計	28.9 28.9	32.0 60.9	11.3 72.2	12.4 84.6	9.3 93.9	6.2 100.0	108 %累計	23.1 23.1	30.6 53.7	13.9 67.6	12.0 79.6	16.7 96.3	3.7 100.0
家族で	416 %累計	33.2 33.2	29.1 62.3	22.8 85.1	6.5 91.6	5.8 97.4	2.6 100.0	227 %累計	34.4 34.4	32.2 66.6	17.2 83.8	8.4 92.2	6.6 98.8	1.2 100.0

(注)表は、各累計ごとに合計欄上段に実数を、各欄に合計を100とする構成比率を、下段には構成比率の累計を表示した。

3. ココエへの来館者の目的等

(1) 来館目的

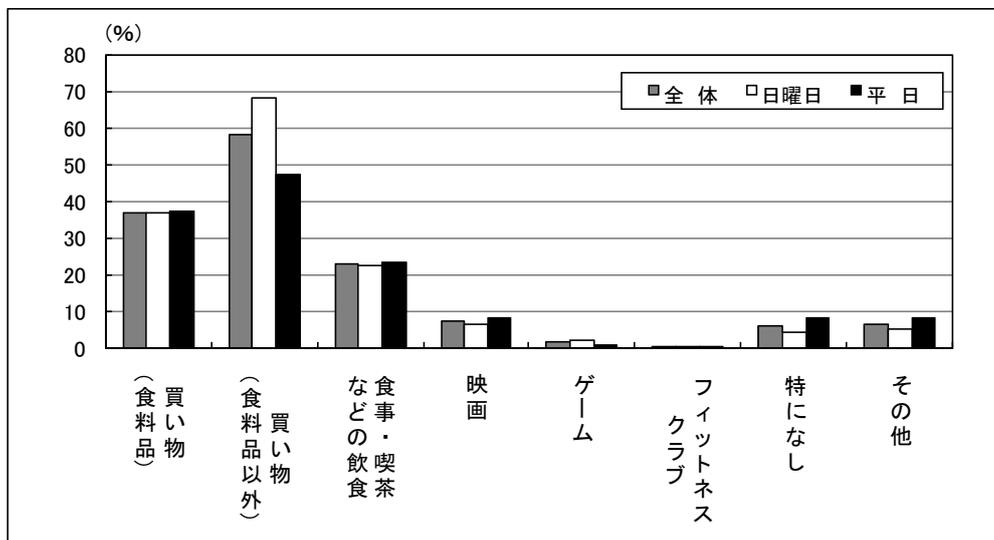
ココエあまがさきに来る目的を複数回答で質問した結果を示したのが、図表 23 である。

回答者全体でみると、最も高いのが「買い物（食料品以外）」で 58.5%、つまり約 6 割の人が衣料品、衣料雑貨、日常雑貨などの充実した専門店での買い物を目的に来館している。また、阪神百貨店やアル・プラザにも衣料品を扱っており、ココエあまがさきの最大の魅力となっている。

次いで多いのは、「買い物（食料品）」で 37.2%、4 割弱となっている。これは、阪神百貨店 1 階、アル・プラザ 1 階での買い物とみてよい。

第三に多いのは、「食事・喫茶など」で 23.0%であった。それ以外の「映画」「ゲーム」などは調査できた比率が低かった（注）。

図表 23 来館目的（複数回答）



上段:実数 下段:構成比 (%)	合計	(買い物 (食料品))	(買い物 (食料品以外))	食事・ 喫茶 などの 飲食	映 画	ゲ ー ム	フ ィ ッ ト ネ ス	特 に な し	そ の 他
全体	1,182 100.0	440 37.2	691 58.5	272 23.0	90 7.6	21 1.8	5 0.4	73 6.2	81 6.9
日曜日	623 100.0	231 37.1	425 68.2	141 22.6	43 6.9	14 2.2	1 0.2	27 4.3	33 5.3
平日	559 100.0	209 37.4	266 47.6	131 23.4	47 8.4	7 1.3	4 0.7	46 8.2	48 8.6

日曜日と平日でみると、「買い物（食料品以外）」を目的とした利用で差異があり、日曜日の方が平日よりもその割合が 2 割近く高くなっているのが特徴的である。

なお、「その他」の内容は、「散歩」「時間つぶし」「待ち合わせ」「休憩」「散髪」などや「立ち寄りだけ」があった。

(注) ここから直ちに「利用率が低い」とはいいい切れない。例えば、日曜日では、ゲームコーナーは終日家族連れで賑わっていた。しかし、来館者が遊戯中である場合は、ヒアリングを行わなかったため、多くの回答を得ることが困難であった。

[類型1]

来館目的を類型1でみる（図表24）と、「20歳代以下・市外」の層は、「買い物（食料品）」が日曜日は8.0%、平日でも10.0%と低い。「20歳代以下・市内」も「買い物（食料品）」の比率は比較的低く、20歳代以下の年齢層は、それ以外を目的に来館しており、他の層と傾向が異なっているのが特徴的である。

また、日曜日・平日ともに、どの年齢層も市内からの来館者は市外からの来館者よりも、「買い物（食料品）」を目的とした比率が高いことがわかる。

図表24 来館目的×類型1（複数回答）

来館目的 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型1>		合 計	(買 い 物 品) (食 料 品)	品 買 以 外 物 (食 料)	な 食 ど の ・ 飲 喫 食 茶	映 画	ゲ ー ム	ク フ ラ イ ブ ッ ト ネ ス	特 に な し	そ の 他	
日 曜 日	合 計	618 100.0	229 37.1	422 68.3	139 22.5	41 6.6	14 2.3	1 0.2	27 4.4	33 5.3	
	市 内	20歳代以下	79 100.0	23 29.1	49 62.0	13 16.5	7 8.9	3 3.8	- -	5 6.3	3 3.8
		30～50歳代	166 100.0	83 50.0	102 61.4	33 19.9	8 4.8	5 3.0	1 0.6	4 2.4	7 4.2
		60歳代以上	84 100.0	55 65.5	42 50.0	17 20.2	4 4.8	1 1.2	- -	4 4.8	7 8.3
	市 外	20歳代以下	88 100.0	7 8.0	70 79.5	24 27.3	11 12.5	5 5.7	- -	3 3.4	6 6.8
		30～50歳代	175 100.0	48 27.4	142 81.1	39 22.3	9 5.1	- -	- -	9 5.1	6 3.4
		60歳代以上	26 100.0	13 50.0	17 65.4	13 50.0	2 7.7	- -	- -	2 7.7	4 15.4
	(再 掲)	市内計	329 100.0	161 48.9	193 58.7	63 19.1	19 5.8	9 2.7	1 0.3	13 4.0	17 5.2
		市外計	289 100.0	68 23.5	229 79.2	76 26.3	22 7.6	5 1.7	- -	14 4.8	16 5.5
	平 日	合 計	551 100.0	204 37.0	262 47.5	130 23.6	46 8.3	7 1.3	4 0.7	46 8.3	47 8.5
市 内		20歳代以下	63 100.0	16 25.4	33 52.4	14 22.2	4 6.3	4 6.3	- -	7 11.1	3 4.8
		30～50歳代	159 100.0	77 48.4	81 50.9	27 17.0	13 8.2	2 1.3	- -	5 3.1	13 8.2
		60歳代以上	113 100.0	58 51.3	32 28.3	23 20.4	12 10.6	- -	3 2.7	13 11.5	15 13.3
市 外		20歳代以下	80 100.0	8 10.0	46 57.5	23 28.8	6 7.5	- -	- -	11 13.8	6 7.5
		30～50歳代	105 100.0	32 30.5	56 53.3	33 31.4	8 7.6	1 1.0	1 1.0	7 6.7	9 8.6
		60歳代以上	31 100.0	13 41.9	14 45.2	10 32.3	3 9.7	- -	- -	3 9.7	1 3.2
(再 掲)		市内計	335 100.0	151 45.1	146 43.6	64 19.1	29 8.7	6 1.8	3 0.9	25 7.5	31 9.3
		市外計	216 100.0	53 24.5	116 53.7	66 30.6	17 7.9	1 0.5	1 0.5	21 9.7	16 7.4

このほか、日曜日の「20歳代以下・市外」「30～50歳代・市外」で「買い物（食料品以外）」の比率がともに80%前後と高いことが特徴として挙げられる。平日になるとその比率は50%台まで低下しているが、他の目的よりは高い。これ以外では「60歳代以上・市外」の「食事・喫茶などの飲食」を目的とする比率が、他のカテゴリーよりも高いことも一つの特徴とみられる。

[類型2]

来館目的を類型2でみる（図表25）と、「一人・女性」の場合は「買い物（食料品）」を目的として来館している人が、日曜日・平日ともに半数前後と高い。また、「買い物（食料品）」目的の比率が、「家族で」が日曜日で39.1%、平日で45.8%、「一人・男性」の日曜日でも45.7%で、他の層に比べて高い。

「買い物（食料品以外）」は全体的に高い比率であるが、特に日曜日の「家族で」（75.2%）、「友人・知人」（58.2%）、「一人・女性」（54.5%）が高く、平日では「家族で」（57.7%）が高い。

「食事・喫茶などの飲食」は、日曜日・平日とも「友人・知人」での比率が高い。それに対して「一人・男性」「一人・女性」は、日曜日・平日とも比率が1ケタ台で低い。

図表25 来館目的×類型2（複数回答）

来館目的		合	（買	品買	な食	映	ゲ	クフ	特	そ
上段:実数 下段:構成比 (%)		計	い 料 品)	以 外 物) (食 料	ど事 の・ 飲喫 食茶	画	ム	ラ イ ブ ト ネ ス	になし	他
<類型2>										
日曜日	合計	618 100.0	229 37.1	420 68.0	140 22.7	43 7.0	14 2.3	1 0.2	27 4.4	33 5.3
	一人・男性	35 100.0	16 45.7	12 34.3	2 5.7	1 2.9	- -	1 2.9	4 11.4	4 11.4
	一人・女性	66 100.0	31 47.0	36 54.5	5 7.6	4 6.1	- -	- -	4 6.1	5 7.6
	友人・知人	98 100.0	18 18.4	57 58.2	34 34.7	13 13.3	3 3.1	- -	7 7.1	8 8.2
	家族で	419 100.0	164 39.1	315 75.2	99 23.6	25 6.0	11 2.6	- -	12 2.9	16 3.8
平日	合計	548 100.0	206 37.6	260 47.4	127 23.2	45 8.2	6 1.1	4 0.7	45 8.2	47 8.6
	一人・男性	74 100.0	13 17.6	19 25.7	7 9.5	9 12.2	- -	- -	13 17.6	17 23.0
	一人・女性	139 100.0	70 50.4	64 46.0	9 6.5	13 9.4	1 0.7	1 0.7	10 7.2	10 7.2
	友人・知人	108 100.0	19 17.6	46 42.6	50 46.3	8 7.4	3 2.8	2 1.9	13 12.0	3 2.8
	家族で	227 100.0	104 45.8	131 57.7	61 26.9	15 6.6	2 0.9	1 0.4	9 4.0	17 7.5

(2) 買い物客の目的の店

「買い物（食料品）」または「買い物（食料品以外）」の回答者に対して、ココエへは、特にどの店を目的として来館したのかを、複数回答で質問した（図表 26）。

全体では衣料品などのファッション系の店舗、衣料雑貨、生活雑貨からなる「専門店」が 43.5% で最も高く、次いで「アル・プラザ」や「阪神百貨店」がそれぞれ 30% を超える比率で高い。

日曜日と平日を比べると、日曜日の方が「専門店」の比率が高く、食料品以外の買い物（衣服や雑貨など）が高いことに連動している。特に、今回の調査時は、ココエが夏のバーゲン期間中であった影響もあり、最初から目当ての専門店への買い物が多かったのではないかと推測される。

一方、平日になると「アル・プラザ」や「阪神百貨店」の比率が高くなっており、こちらは、日常的に食料品の買い物で訪れている回答者が多かったといえる。

図表 26 目的の店（複数回答）

上段:実数 下段:構成比 (%)	合 計	阪 神 百 貨 店	ア ル ・ プ ラ ザ	専 門 店	ユ ニ ク ロ	無 印 良 品	書 店	特 に な し
全 体	887 100.0	281 31.7	298 33.6	386 43.5	99 11.2	70 7.9	54 6.1	197 22.2
日曜日	513 100.0	148 28.8	154 30.0	235 45.8	63 12.3	44 8.6	39 7.6	124 24.2
平 日	374 100.0	133 35.6	144 38.5	151 40.4	36 9.6	26 7.0	15 4.0	73 19.5

(注)「買い物目的の来館者」が対象

[類型1]

目的の店を類型1で見ると（図表27）、日曜日・平日に共通して次のようなことがいえる。

「20歳代以下」（市内・市外ともに）は「専門店」、「30～50歳代・市内」は「アル・プラザ」、
 「30～50歳代・市外」は「専門店」、「60歳代以上・市内」は「阪神百貨店」と「アル・プラザ」、
 「60歳代以上・市外」は「阪神百貨店」と「専門店」での比率が高い（いずれも50%以上）。

20歳代以下の若者や、市外からの来館者は共通して「専門店」を目的とする比率が高い。

図表27 目的の店×類型1（複数回答）

目的の店 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型1>		合 計	阪 神 百 貨 店	ア ル ・ プ ラ ザ	専 門 店	ユ ニ ク ロ	無 印 良 品	書 店	
日 曜 日	合 計	386	147	152	233	61	43	39	
		100.0	38.1	39.4	60.4	15.8	11.1	10.1	
	市 内	20歳代以下	47	15	15	36	11	11	9
			100.0	31.9	31.9	76.6	23.4	23.4	19.1
		30～50歳代	112	40	58	55	17	12	7
		100.0	35.7	51.8	49.1	15.2	10.7	6.3	
	市 外	60歳代以上	63	46	36	15	7	3	6
			100.0	73.0	57.1	23.8	11.1	4.8	9.5
		20歳代以下	45	5	6	37	7	2	5
		100.0	11.1	13.3	82.2	15.6	4.4	11.1	
	(再 掲)	30～50歳代	105	33	31	79	18	12	11
			100.0	31.4	29.5	75.2	17.1	11.4	10.5
60歳代以上		14	8	6	11	1	3	1	
	100.0	57.1	42.9	78.6	7.1	21.4	7.1		
	市内計	222	101	109	106	35	26	22	
		100.0	45.5	49.1	47.7	15.8	11.7	9.9	
	市外計	164	46	43	127	26	17	17	
		100.0	28.0	26.2	77.4	15.9	10.4	10.4	
平 日	合 計	295	130	140	148	35	24	14	
		100.0	44.1	47.5	50.2	11.9	8.1	4.7	
	市 内	20歳代以下	34	9	12	23	6	3	1
			100.0	26.5	35.3	67.6	17.6	8.8	2.9
		30～50歳代	98	43	55	48	10	4	4
		100.0	43.9	56.1	49.0	10.2	4.1	4.1	
	市 外	60歳代以上	59	44	38	8	2	2	2
			100.0	74.6	64.4	13.6	3.4	3.4	3.4
		20歳代以下	37	5	7	30	7	6	4
		100.0	13.5	18.9	81.1	18.9	16.2	10.8	
	(再 掲)	30～50歳代	51	21	21	29	8	9	3
			100.0	41.2	41.2	56.9	15.7	17.6	5.9
60歳代以上		16	8	7	10	2	-	-	
	100.0	50.0	43.8	62.5	12.5	-	-		
	市内計	191	96	105	79	18	9	7	
		100.0	50.3	55.0	41.4	9.4	4.7	3.7	
	市外計	104	34	35	69	17	15	7	
		100.0	32.7	33.7	66.3	16.3	14.4	6.7	

(注)「買い物目的の来館者」が対象

[類型2]

目的の店を類型2で見ると（図表28）、「一人・男性」は、日曜日・平日ともに、「アル・プラザ」を目的とした比率が高い。また、平日に比べて日曜日は「専門店」の比率が大幅に低い点が特徴的である。

「一人・女性」は、日曜日では「阪神百貨店」と「専門店」、平日では「阪神百貨店」と「アル・プラザ」で比率が高い。

「友人・知人」は、日曜日・平日ともに「専門店」の比率が特に高い。

「家族で」は、日曜日・平日ともに「専門店」が最も高く、このほかでも「アル・プラザ」「阪神百貨店」で4～5割が来館している。

図表28 目的の店×類型2（複数回答）

目的の店		合計	阪神百貨店	アル・プラザ	専門店	ユニクロ	無印良品	書店
上段:実数 下段:構成比(%)								
<類型2>								
日曜日	合計	384 100.0	147 38.3	152 39.6	232 60.4	61 15.9	42 10.9	39 10.2
	一人・男性	22 100.0	7 31.8	13 59.1	3 13.6	1 4.5	-	2 9.1
	一人・女性	49 100.0	22 44.9	15 30.6	24 49.0	6 12.2	3 6.1	3 6.1
	友人・知人	48 100.0	10 20.8	15 31.3	36 75.0	7 14.6	5 10.4	6 12.5
	家族で	265 100.0	108 40.8	109 41.1	169 63.8	47 17.7	34 12.8	28 10.6
	平日	合計	298 100.0	133 44.6	141 47.3	148 49.7	35 11.7	25 8.4
一人・男性	28 100.0	9 32.1	15 53.6	11 39.3	3 10.7	2 7.1	1 3.6	
一人・女性	94 100.0	47 50.0	47 50.0	33 35.1	7 7.4	4 4.3	4 4.3	
友人・知人	43 100.0	12 27.9	12 27.9	28 65.1	8 18.6	5 11.6	4 9.3	
家族で	133 100.0	65 48.9	67 50.4	76 57.1	17 12.8	14 10.5	6 4.5	

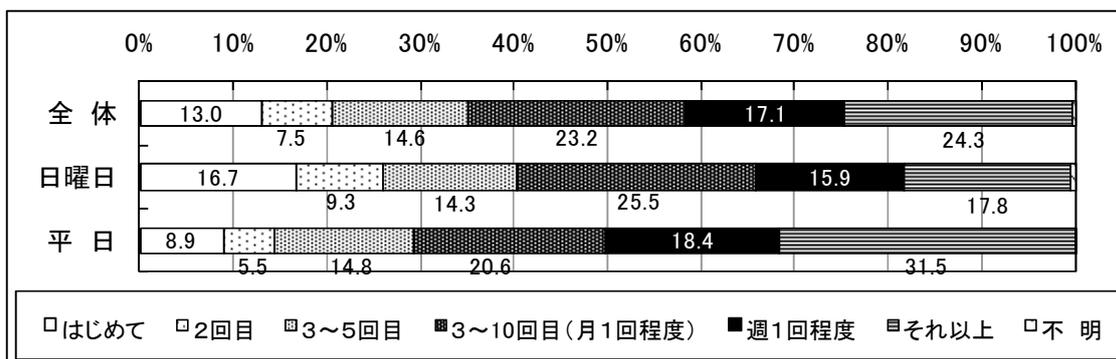
(注)「買い物目的の来館者」が対象

(3) 来館頻度

日曜日と平日を合わせた全体でみると、オープンからほぼ8か月経った調査時点での来館頻度は、週1回以上が41.4%（「週1回程度」と「それ（週1回）以上」の合計）となっている。月1回程度までを加えると64.6%となり、来館者のほぼ3分の2を占める。一方、「初めて」来館した人は、13.0%であった。

日曜日と平日を比べると、明らかに日曜日の方が、来館頻度の少ない人の比率が高い。日曜日は「初めて」「2回目」までで26.0%と、ほぼ4分の1であるのに対して、平日は14.4%であった。逆に、平日は来館頻度が高い人の比率が高いといえ、週1回以上がほぼ50%あった（日曜日は33.7%）。

図表 29 来館頻度



[類型1]

来館頻度を類型1でみる（図表30）と、日曜日・平日ともに市内の来館者の方が市外の来館者よりも週1回以上（「週1回程度」「それ以上」の合計）来館している比率が高い。

日曜日の市内の来館者をみると、「60歳代以上」は70.7%が週1回以上来館しており、年齢層が下がるほどその比率は低くなる（20歳代以下で46.8%）。

一方、市外の来館者も同様に、高齢層ほど来館頻度の高い（週1回以上）比率が高いが、「60歳代以上」でも19.2%、「20歳代以下」では4.5%しかない。

これに対して、市外の来館者は、どの年齢層も「はじめて」が30%台と多いが、市内からの「はじめて」の来館者は少ない。

平日では、市外からの来館者は、来館頻度が高い人の比率が上昇して、来館頻度の低い人の比率が低下している。

図表 30 来館頻度×類型 1

来館頻度 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型1>	日曜日							平日							
	合 計	は じ め て	2 回 目	3 回 目	3 月 1 回 程 度	週 1 回 程 度	そ れ 以 上	合 計	は じ め て	2 回 目	3 回 目	3 月 1 回 程 度	週 1 回 程 度	そ れ 以 上	
合 計	615 100.0	104 16.9	58 9.4	87 14.1	156 25.4	99 16.1	111 18.0	550 100.0	50 9.1	29 5.3	83 15.1	113 20.5	101 18.4	174 31.6	
市 内	20歳代以下	79 100.0	1 1.3	4 5.1	14 17.7	23 29.1	20 25.3	17 21.5	63 100.0	1 1.6	1 1.6	6 9.5	24 38.1	15 23.8	16 25.4
	30～50歳代	165 100.0	4 2.4	11 6.7	16 9.7	44 26.7	46 27.9	44 26.7	159 100.0	3 1.9	-	18 11.3	34 21.4	36 22.6	68 42.8
	60歳代以上	82 100.0	1 1.2	2 2.4	7 8.5	14 17.1	20 24.4	38 46.3	112 100.0	4 3.6	-	5 4.5	15 13.4	26 23.2	62 55.4
市 外	20歳代以下	88 100.0	31 35.2	18 20.5	14 15.9	21 23.9	3 3.4	1 1.1	80 100.0	19 23.8	9 11.3	20 25.0	12 15.0	8 10.0	12 15.0
	30～50歳代	175 100.0	57 32.6	23 13.1	29 16.6	50 28.6	8 4.6	8 4.6	105 100.0	18 17.1	14 13.3	27 25.7	21 20.0	11 10.5	14 13.3
	60歳代以上	26 100.0	10 38.5	-	7 26.9	4 15.4	2 7.7	3 11.5	31 100.0	5 16.1	5 16.1	7 22.6	7 22.6	5 16.1	2 6.5
(再 掲)	市内計	326 100.0	6 1.8	17 5.2	37 11.3	81 24.8	86 26.4	99 30.4	334 100.0	8 2.4	1 0.3	29 8.7	73 21.9	77 23.1	146 43.7
	市外計	289 100.0	98 33.9	41 14.2	50 17.3	75 26.0	13 4.5	12 4.2	216 100.0	42 19.4	28 13.0	54 25.0	40 18.5	24 11.1	28 13.0

[類型 2]

来館頻度を類型 2 でみる (図表 31) と、日曜日・平日ともに、「一人・男性」及び「一人・女性」は週 1 回以上 (「週 1 回程度」「それ以上」の合計) 来館している比率が、いずれも 50～60% 台と高い。一方、「友人・知人」や「家族で」は、週 1 回以上来館している比率が、いずれも日曜日で 30%程度、平日で 40%程度となっている。

つまり、一人で来館している人は、日曜日・平日ともに性別にかかわらず来館頻度が高いといえる。逆に、「友人・知人」や「家族で」来館している人は、日曜日・平日ともに、一人で来館する人よりも「はじめて」や「2 回目」といった来館頻度の少ない比率が高い。

図表 31 来館頻度×類型 2

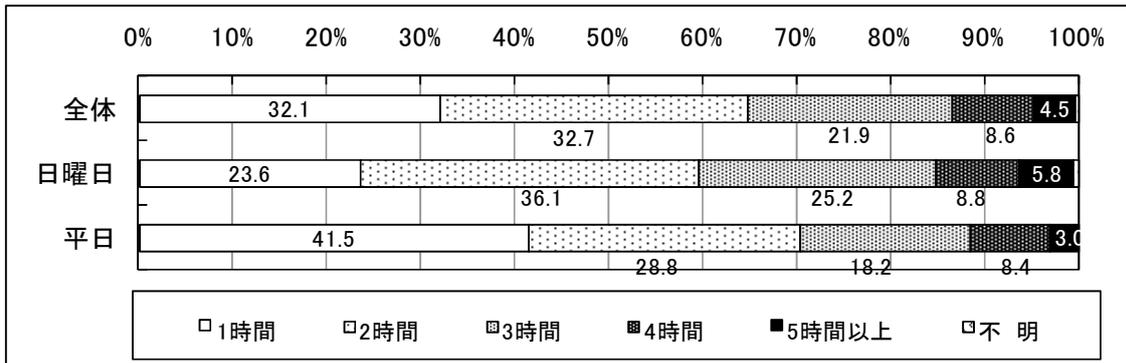
来館頻度 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型2>	日曜日							平日						
	合 計	は じ め て	2 回 目	3 回 目	3 月 1 回 程 度	週 1 回 程 度	そ れ 以 上	合 計	は じ め て	2 回 目	3 回 目	3 月 1 回 程 度	週 1 回 程 度	そ れ 以 上
合 計	615 100.0	102 16.6	58 9.4	89 14.5	157 25.5	99 16.1	110 17.9	547 100.0	49 9.0	31 5.7	82 15.0	109 19.9	102 18.6	174 31.8
一人・男性	35 100.0	5 14.3	-	3 8.6	8 22.9	8 22.9	11 31.4	73 100.0	-	3 4.1	14 19.2	10 13.7	15 20.5	31 42.5
一人・女性	66 100.0	6 9.1	2 3.0	8 12.1	13 19.7	20 30.3	17 25.8	139 100.0	7 5.0	5 3.6	16 11.5	25 18.0	27 19.4	59 42.4
友人・知人	98 100.0	16 16.3	13 13.3	17 17.3	23 23.5	15 15.3	14 14.3	108 100.0	18 16.7	10 9.3	17 15.7	21 19.4	14 13.0	28 25.9
家族で	416 100.0	75 18.0	43 10.3	61 14.7	113 27.2	56 13.5	68 16.3	227 100.0	24 10.6	13 5.7	35 15.4	53 23.3	46 20.3	56 24.7

(4) 滞在時間

全体では、「2時間」と「1時間」以内の滞在時間が、それぞれ約3分の1となっている。また、3時間程度まで加えると86.7%となり、大多数は3時間程度以内の滞在時間とみることができる。

日曜日と平日を比べると、平日よりも日曜日の方が滞在時間が長い人の比率が高くなっており、日曜日では「2時間」が36.1%で最も高く、次いで「3時間」の滞在時間が25.2%であり、「5時間以上」と回答した人の比率も5.8%いる。一方、平日では、「1時間」以内の滞在が41.5%と最も高く、次いで「2時間」が28.8%となっている。

図表 32 滞在時間



[類型 1]

滞在時間を類型1でみる(図表 33)と、日曜日の市内の来館者は、「1時間」または「2時間」の比率が最も高くなっている。一方、市外の来館者は、「2時間」または「3時間」の比率が最も高くなっている。

平日では、「60歳代以上・市外」を除くすべての層において、滞在時間「1時間」の比率が最も高くなっているのが特徴的である。ただし、市内はどの層も「2時間」が、市外はどの層も「2時間」及び「3時間」も合わせて多い。

図表 33 滞在時間×類型 1

滞在時間		日曜日						平日					
		合 計	1 時間	2 時間	3 時間	4 時間	5 時間 以上	合 計	1 時間	2 時間	3 時間	4 時間	5 時間 以上
上段:実数	下段:構成比 (%)												
<類型1>													
合 計		615	147	223	154	55	36	551	230	159	100	46	16
		100.0	23.9	36.3	25.0	8.9	5.9	100.0	41.7	28.9	18.1	8.3	2.9
市 内	20歳代以下	79	20	26	20	9	4	63	24	19	9	7	4
		100.0	25.3	32.9	25.3	11.4	5.1	100.0	38.1	30.2	14.3	11.1	6.3
	30~50歳代	166	60	67	27	7	5	159	81	46	21	11	-
	100.0	36.1	40.4	16.3	4.2	3.0	100.0	50.9	28.9	13.2	6.9	-	
	60歳代以上	84	33	33	12	4	2	113	54	33	15	9	2
	100.0	39.3	39.3	14.3	4.8	2.4	100.0	47.8	29.2	13.3	8.0	1.8	
市 外	20歳代以下	88	8	28	28	8	16	80	29	23	19	5	4
		100.0	9.1	31.8	31.8	9.1	18.2	100.0	36.3	28.8	23.8	6.3	5.0
	30~50歳代	173	21	66	57	24	5	105	35	28	27	9	6
	100.0	12.1	38.2	32.9	13.9	2.9	100.0	33.3	26.7	25.7	8.6	5.7	
	60歳代以上	25	5	3	10	3	4	31	7	10	9	5	-
	100.0	20.0	12.0	40.0	12.0	16.0	100.0	22.6	32.3	29.0	16.1	-	
(再掲)	市内計	329	113	126	59	20	11	335	159	98	45	27	6
		100.0	34.3	38.3	17.9	6.1	3.3	100.0	47.5	29.3	13.4	8.1	1.8
	市外計	286	34	97	95	35	25	216	71	61	55	19	10
	100.0	11.9	33.9	33.2	12.2	8.7	100.0	32.9	28.2	25.5	8.8	4.6	

[類型2]

滞在時間を類型2でみる（図表34）と、日曜日は、「一人・男性」の滞在時間は「1時間」が7割を超え、「一人・女性」も約6割を占めている。それに対して、「友人・知人」「家族で」は滞在時間が長く、「友人・知人」は「3時間」が、「家族で」は「2時間」が最も比率が高い。

平日になると、「一人・男性」「一人・女性」は「1時間」が多いことでは日曜日と同じである。しかし、「友人・知人」「家族で」は日曜日よりも滞在時間は短くなる傾向がみられる。

図表34 滞在時間×類型2

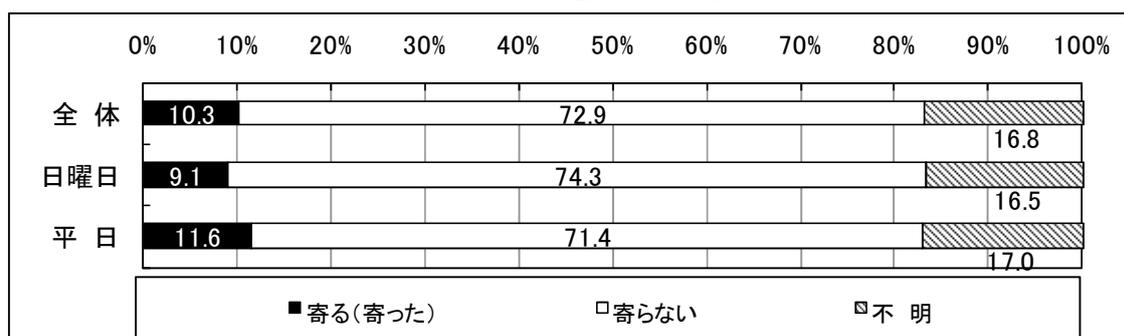
滞在時間 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型2>	日曜日						平日					
	合計	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間以上	合計	1時間	2時間	3時間	4時間	5時間以上
合計	615 100.0	147 23.9	224 36.4	154 25.0	54 8.8	36 5.9	548 100.0	228 41.6	157 28.6	101 18.4	47 8.6	15 2.7
一人・男性	34 100.0	25 73.5	4 11.8	3 8.8	2 5.9	- -	74 100.0	54 73.0	7 9.5	8 10.8	4 5.4	1 1.4
一人・女性	66 100.0	40 60.6	14 21.2	7 10.6	2 3.0	3 4.5	139 100.0	80 57.6	36 25.9	16 11.5	6 4.3	1 0.7
友人・知人	98 100.0	11 11.2	27 27.6	33 33.7	6 6.1	21 21.4	108 100.0	29 26.9	31 28.7	28 25.9	14 13.0	6 5.6
家族で	417 100.0	71 17.0	179 42.9	111 26.6	44 10.6	12 2.9	227 100.0	65 28.6	83 36.6	49 21.6	23 10.1	7 3.1

(5) アミング潮江地区への立ち寄り

全体では、約7割がアミング潮江地区に「寄らない」と回答している。「寄る（寄った）」と答えたのは、わずかに10%強に過ぎない。

日曜日と平日を比べても、あまり大きな違いはない。

図表35 アミング潮江地区への立ち寄りの有無



[類型1]

アミダ潮江地区への立ち寄り状況を類型1でみる（図表36）と、日曜日・平日ともに、市外の来館者は、アミダ潮江地区に「寄る（寄った）」という比率は、すべての年齢層で1割に満たない。

一方、市内の来館者がアミダ潮江地区に「寄る（寄った）」という割合は、日曜日ではどの年齢層も1割台である。平日になると、「20歳代以下・市内」と「60歳代以上・市内」で2割程度となつて、割合がやや上昇する。

図表36 立ち寄りの有無×類型1

立ち寄りの有無		日曜日			平日		
		合計	（寄る 寄った）	寄らない	合計	（寄る 寄った）	寄らない
上段：実数 下段：構成比 （%）							
<類型1>							
合計		516 100.0	57 11.0	459 89.0	460 100.0	64 13.9	396 86.1
市 内	20歳代以下	62 100.0	7 11.3	55 88.7	58 100.0	12 20.7	46 79.3
	30～50歳代	154 100.0	25 16.2	129 83.8	145 100.0	18 12.4	127 87.6
	60歳代以上	77 100.0	10 13.0	67 87.0	108 100.0	22 20.4	86 79.6
市 外	20歳代以下	63 100.0	5 7.9	58 92.1	50 100.0	3 6.0	47 94.0
	30～50歳代	141 100.0	9 6.4	132 93.6	75 100.0	7 9.3	68 90.7
	60歳代以上	19 100.0	1 5.3	18 94.7	24 100.0	2 8.3	22 91.7
（再 掲）	市内計	293 100.0	42 14.3	251 85.7	311 100.0	52 16.7	259 83.3
	市外計	223 100.0	15 6.7	208 93.3	149 100.0	12 8.1	137 91.9

4. ココエ来館者のアミグ潮江地区への来街状況

(1) アミグ潮江地区の認知、来街経験、現在の利用

ここでは、アミグ潮江の認知度、来街経験、現在の利用状況から、以下の5つの分類により再集計し、分析を行う。

<来街経験5分類>

- | | |
|---|-------------------|
| 1 | 現在、よく行く |
| 2 | 現在、たまに行く |
| 3 | 行ったことはあるが、現在は行かない |
| 4 | 知っているが、行ったことはない |
| 5 | 知らない |

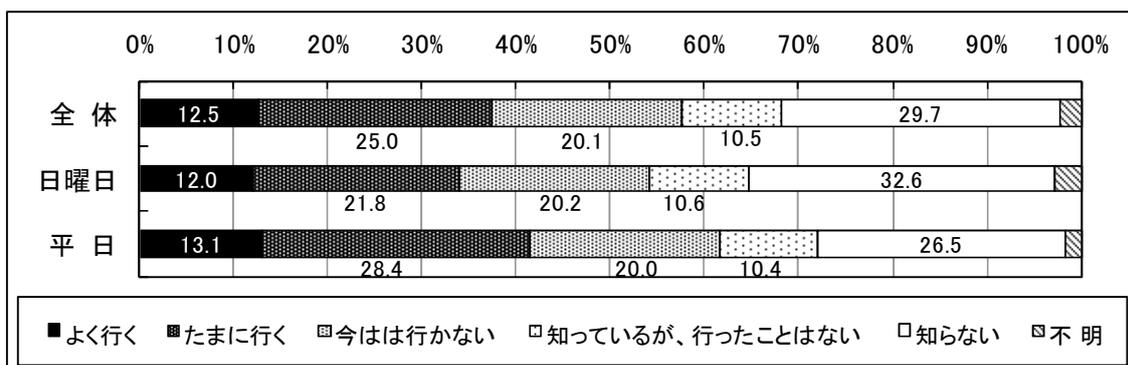
全体では、「現在、よく行く」と「現在、たまに行く」を合わせて37.5%の人は、アミグ潮江地区に現在行っている人の比率である。以下、「現在、よく行く」と「現在、たまに行く」を合わせて、「**現在、アミグ潮江地区に行っている人**」^(注)という。

日曜日と平日を比べると、平日の方が「現在、アミグ潮江地区に行っている人」の比率が高くなっている。

一方、「行ったことはあるが、現在は行かない」は、全体では約2割であり、日曜日・平日ともほぼ同じ割合となっている。

アミグ潮江の認知度については、「知らない」との回答が全体で約3割となっており、日曜日の方が平日より「知らない」という割合が高い。

図表 37 アミグ潮江地区への来街経験等



(注) これはあくまでも「ココエに来館した人のうち、現在、アミグ潮江地区に行っている人」という意味である。

[類型1]

アミシング潮江地区への来街経験等を類型1でみる（図表38）と、日曜日の場合、市内居住者ほどの年齢層も「現在、アミシング潮江地区へ行っている人」が50%前後ある。特に「60歳代以上・市内」は、「現在、よく行く」の比率が31.7%で高く、年齢が高いほど、アミシング潮江地区へ行っている比率が高い。

これに対して市外居住者は、いずれの年齢層も「現在、アミシング潮江地区へ行っている人」の比率は低く、逆に「知らない」比率が高い。

平日については、市内・市外とも、概ね日曜日の傾向と類似している。

比率を比較すると、「現在、アミシング潮江地区に行っている人」は、市内のどの年齢層においても、日曜日より少し高い。

また、市外計では、「知らない」比率は日曜日よりも少し低く、逆に「現在、アミシング潮江に行っている人」は少し高い。

ところで、市内居住者だけで「行ったことはあるが、現在は行かない」という比率をみると、日曜日で平均27.7%、平日でも平均26.9%あった。特に、平日の「30～50歳代」は31.2%で高い。これらの人は、アミシング潮江地区での買い物や食事、娯楽等の経験はあるが、リピーターとなっていない層であるとみることができる。

図表 38 アミシング潮江地区への来街経験等×類型1

来街経験等		日曜日						平日					
		合計	現在、よく行く	現在、たまに行く	行ったことはあるが、現在は行かない	行ったことはない	知らない	合計	現在、よく行く	現在、たまに行く	行ったことはあるが、現在は行かない	行ったことはない	知らない
合計		603 100.0	75 12.4	136 22.6	126 20.9	65 10.8	201 33.3	542 100.0	73 13.5	156 28.8	111 20.5	57 10.5	145 26.8
市内	20歳代以下	77 100.0	12 15.6	25 32.5	18 23.4	8 10.4	14 18.2	63 100.0	10 15.9	27 42.9	14 22.2	7 11.1	5 7.9
	30～50歳代	162 100.0	32 19.8	51 31.5	48 29.6	20 12.3	11 6.8	157 100.0	26 16.6	56 35.7	49 31.2	17 10.8	9 5.7
	60歳代以上	82 100.0	26 31.7	20 24.4	23 28.0	8 9.8	5 6.1	111 100.0	31 27.9	38 34.2	26 23.4	10 9.0	6 5.4
市外	20歳代以下	88 100.0	1 1.1	15 17.0	8 9.1	2 2.3	62 70.5	79 100.0	4 5.1	10 12.7	3 3.8	9 11.4	53 67.1
	30～50歳代	170 100.0	3 1.8	25 14.7	26 15.3	26 15.3	90 52.9	102 100.0	1 1.0	19 18.6	16 15.7	10 9.8	56 54.9
	60歳代以上	24 100.0	1 4.2	-	3 12.5	1 4.2	19 79.2	30 100.0	1 3.3	6 20.0	3 10.0	4 13.3	16 53.3
(再掲)	市内計	321 100.0	70 21.8	96 29.9	89 27.7	36 11.2	30 9.3	331 100.0	67 20.2	121 36.6	89 26.9	34 10.3	20 6.0
	市外計	282 100.0	5 1.8	40 14.2	37 13.1	29 10.3	171 60.6	211 100.0	6 2.8	35 16.6	22 10.4	23 10.9	125 59.2

[類型2]

アミシング潮江地区への来街経験等を類型2でみる（図表39）と、いずれの種類の比率も、合計の比率とさほど大きな差はない。

着目すべきは、「現在、よく行く」の比率が比較的高いのは「一人・女性」であり、日曜日は21.2%、平日は17.3%となっていること、「友人・知人」で「知らない」の比率が高いことである。

図表39 アミシング潮江地区への来街経験等×類型2

来街経験等 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型2>	日曜日						平日					
	合計	現在、よく行く	現在、たまに行く	いが行ったことはある	行っているが、ない	知らない	合計	現在、よく行く	現在、たまに行く	いが行ったことはある	行っているが、ない	知らない
合計	603 100.0	75 12.4	136 22.6	125 20.7	66 10.9	201 33.3	539 100.0	71 13.2	157 29.1	110 20.4	57 10.6	144 26.7
一人・男性	35 100.0	6 17.1	10 28.6	8 22.9	2 5.7	9 25.7	71 100.0	10 14.1	28 39.4	13 18.3	11 15.5	9 12.7
一人・女性	66 100.0	14 21.2	18 27.3	17 25.8	9 13.6	8 12.1	139 100.0	24 17.3	48 34.5	29 20.9	8 5.8	30 21.6
友人・知人	97 100.0	14 14.4	22 22.7	17 17.5	5 5.2	39 40.2	106 100.0	11 10.4	29 27.4	12 11.3	11 10.4	43 40.6
家族で	405 100.0	41 10.1	86 21.2	83 20.5	50 12.3	145 35.8	223 100.0	26 11.7	52 23.3	56 25.1	27 12.1	62 27.8

(2) アミシング潮江地区への来街目的

「現在、アミシング潮江地区へ行っている人」（日曜日が全数の33.9%、平日は全数の41.5%）に対して、アミシング潮江に行く主な目的をたずねた（図表40）。全体では、「買い物」が約8割で最も高く、次いで「飲食・グルメ」及び「ボウリングなど遊び」が1割強となっている。

日曜日と平日を比べると、日曜日の方が「ボウリングなど遊び」が約1割高くなっている。

図表40 アミシング潮江地区への来街目的（複数回答）

上段:実数 下段:構成比 (%)	合計	買い物	メ飲食・グルメ	ホテル	なボウリング	その他	不明
合計	443 100.0	348 78.6	70 15.8	21 4.7	56 12.6	56 12.6	3 0.7
日曜日	211 100.0	162 76.8	31 14.7	6 2.8	37 17.5	18 8.5	1 0.5
平日	232 100.0	186 80.2	39 16.8	15 6.5	19 8.2	38 16.4	2 0.9

(注)「現在、アミシング潮江へ行っている人」が対象

なお、「その他」のうちで多かったのは、「TSUTAYA（つたや）」「ホビスタ（鉄道模型の店）」「病院」「銀行」などであった。

[類型1]

アミシング潮江地区への来街目的を類型1でみる（図表41）と、日曜日の状況を市内居住者だけで見ると、いずれの年齢層も「買い物」の比率が高い。また、年齢が高いほど比率は高くなり、「60歳代以上」では97.8%にもなる。

一方、市外居住者は、「20歳代以下」は「買い物」よりも「飲食・グルメ」や「ボウリングなど遊び」の方が比率は高い。「30～50歳代」では「買い物」の比率が50%強と高いものの、市内の同年齢層よりも低くなっている。

これに対して平日でみると、日曜日と比較して、市内居住者の「20歳代以下」「30～50歳代」の「買い物」の比率が高く、市外居住者の「20歳代以下」でも「買い物」の比率が高くなっている。

図表 41 来街目的×類型1（複数回答）

来街経験等 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型1>		日曜日						平日					
		合計	買い物	メ飲食・グルメ	ホテル	なポウ遊リング	その他	合計	買い物	メ飲食・グルメ	ホテル	なポウ遊リング	その他
合計		210 100.0	162 77.1	31 14.8	6 2.9	37 17.6	18 8.6	227 100.0	184 81.1	39 17.2	15 6.6	19 8.4	37 16.3
市内	20歳代以下	37 100.0	23 62.2	4 10.8	- -	13 35.1	7 18.9	37 100.0	29 78.4	6 16.2	- -	9 24.3	9 24.3
	30～50歳代	82 100.0	72 87.8	11 13.4	2 2.4	6 7.3	4 4.9	82 100.0	75 91.5	11 13.4	2 2.4	4 4.9	9 11.0
	60歳代以上	46 100.0	45 97.8	6 13.0	1 2.2	1 2.2	3 6.5	68 100.0	55 80.9	11 16.2	8 11.8	2 2.9	10 14.7
市外	20歳代以下	16 100.0	6 37.5	7 43.8	- -	9 56.3	- -	14 100.0	10 71.4	2 14.3	1 7.1	2 14.3	6 42.9
	30～50歳代	28 100.0	15 53.6	3 10.7	3 10.7	8 28.6	4 14.3	19 100.0	9 47.4	8 42.1	3 15.8	2 10.5	2 10.5
	60歳代以上	1 100.0	1 100.0	- -	- -	- -	- -	7 100.0	6 85.7	1 14.3	1 14.3	- -	1 14.3
(再掲)	市内計	165 100.0	140 84.8	21 12.7	3 1.8	20 12.1	14 8.5	187 100.0	159 85.0	28 15.0	10 5.3	15 8.0	28 15.0
	市外計	45 100.0	22 48.9	10 22.2	3 6.7	17 37.8	4 8.9	40 100.0	25 62.5	11 27.5	5 12.5	4 10.0	9 22.5

(注)「現在、アミダ潮江へ行っている人」が対象

[類型2]

アミダ潮江地区への来街目的を類型2でみる(図表42)と、日曜日では、「友人・知人」で来館した人のうち、現在もアミダ潮江に行っている人は、「ボウリングなど遊び」を挙げる人の比率が高くなっているのが特徴的である。

図表 42 来街目的×類型2（複数回答）

来街経験等 上段:実数 下段:構成比 (%) <類型2>		日曜日						平日					
		合計	買い物	メ飲食・グルメ	ホテル	なポウ遊リング	その他	合計	買い物	メ飲食・グルメ	ホテル	なポウ遊リング	その他
合計		210 100.0	162 77.1	31 14.8	6 2.9	37 17.6	18 8.6	226 100.0	184 81.4	38 16.8	15 6.6	18 8.0	37 16.4
一人・男性		16 100.0	14 87.5	1 6.3	- -	- -	2 12.5	38 100.0	28 73.7	5 13.2	4 10.5	7 18.4	7 18.4
一人・女性		32 100.0	27 84.4	1 3.1	1 3.1	2 6.3	4 12.5	72 100.0	62 86.1	13 18.1	3 4.2	1 1.4	8 11.1
友人・知人		36 100.0	23 63.9	5 13.9	1 2.8	16 44.4	2 5.6	40 100.0	30 75.0	8 20.0	3 7.5	7 17.5	10 25.0
家族で		126 100.0	98 77.8	24 19.0	4 3.2	19 15.1	10 7.9	76 100.0	64 84.2	12 15.8	5 6.6	3 3.9	12 15.8

(注)「現在、アミダ潮江へ行っている人」が対象

(3) アミシング潮江地区に行かなくなった理由

来街者経験等で「行ったことはあるが、現在は行かない」と回答した人（日曜日・平日ともに全数の約2割を占める）に対して、アミシング潮江地区に行かなくなった理由をたずねた。

全体では、「ココエが出来たから（事足りる）」との回答が3分の1を占めている。次いで、「特に理由がない」が約2割となっている。「お店に魅力がない」や「商品に魅力がない」はいずれも1割前後となっている。

なお、調査票には、「ココエが出来たから（事足りる）」という選択肢を設けなかったが、「その他」の理由で回答が多かったため、集計表では特出しした。

このほか「その他」の理由として、以前はアミシング潮江に立地していた玩具大手小売の「トイザラスが無くなったから」、「駐車場が不便だから」という回答が複数みられた。

また、行かなくなった理由について、日曜日と平日の回答では、あまり大きな違いはなかった。

図表 43 アミシング潮江地区に行かなくなった理由（複数回答）

上段:実数 下段:構成比 (%)	合計	特に理由はない	買い物物は近所へ行く	なお店・商品の情報が	質（価格、魅力、品揃え、品	商（商品に魅力がない	零（雰囲気など）	お（接客に魅力がない	営業時間が短い	その他	（ココエが出来たから）	不明
合計	238 100.0	54 22.7	17 7.1	3 1.3	20 8.4	27 11.3	-	-	57 23.9	80 33.6	6 2.5	
日曜日	126 100.0	28 22.2	8 6.3	3 2.4	10 7.9	13 10.3	-	-	34 27.0	42 33.3	2 1.6	
平日	112 100.0	26 23.2	9 8.0	-	10 8.9	14 12.5	-	-	23 20.5	38 33.9	4 3.6	

(注)「アミシング潮江に行ったことはあるが、現在は行かない人」が対象

[類型1]

アミシング潮江地区へ行かなくなった理由を類型1でみる（図表44参照）。

アミシング潮江地区へ行かなくなったとの回答割合の高かった「30～50歳代・市内」の理由に着目すると、「ココエが出来たから（事足りる）」という理由が高く、日曜日・平日ともに約4割となっている。

「60歳代以上・市内」も含めて、「買い物」の主たる類型である市内の30歳代以上の人が、最も高い比率で「ココエが出来たから（事足りる）」と答えている点から、ココエの立地がアミシング潮江での買い物行動に影響を与えていることは否定できない。

図表44 アミシング潮江地区へ行かなくなった理由×類型1（複数回答）

行かなくなった理由		合計	特に理由はない	買い物は近所へ行く	なお店・商品の情報が	質（価格、魅力、品揃え、品	雰囲気など）	お客に店力がなく、	営業時間が短い	その他	（ココエが出来たから）	
日曜日	合計	124 100.0	28 22.6	8 6.5	3 2.4	10 8.1	13 10.5	-	34 27.4	42 33.9		
	市内	20歳代以下	18 100.0	5 27.8	2 11.1	-	1 5.6	3 16.7	-	7 38.9	2 11.1	
		30～50歳代	47 100.0	9 19.1	5 10.6	-	3 6.4	4 8.5	-	13 27.7	19 40.4	
		60歳代以上	23 100.0	1 4.3	1 4.3	1 4.3	3 13.0	2 8.7	-	5 21.7	12 52.2	
	市外	20歳代以下	8 100.0	4 50.0	-	2 25.0	-	2 25.0	-	2 25.0	-	
		30～50歳代	25 100.0	9 36.0	-	-	2 8.0	1 4.0	-	7 28.0	7 28.0	
		60歳代以上	3 100.0	-	-	-	1 33.3	1 33.3	-	-	2 66.7	
	（再掲）	市内計	88 100.0	15 17.0	8 9.1	1 1.1	7 8.0	9 10.2	-	25 28.4	33 37.5	
		市外計	36 100.0	13 36.1	-	2 5.6	3 8.3	4 11.1	-	9 25.0	9 25.0	
	平日	合計	107 100.0	25 23.4	9 8.4	-	10 9.3	14 13.1	-	23 21.5	38 35.5	
		市内	20歳代以下	14 48.0	4 28.6	-	-	3 21.4	4 28.6	-	4 28.6	2 14.3
			30～50歳代	48 100.0	12 25.0	7 14.6	-	4 8.3	3 6.3	-	7 14.6	19 39.6
			60歳代以上	25 100.0	2 8.0	2 8.0	-	2 8.0	5 20.0	-	5 20.0	11 44.0
		市外	20歳代以下	1 100.0	-	-	-	-	-	-	1 100.0	-
30～50歳代			16 100.0	6 37.5	-	-	1 6.3	2 12.5	-	6 37.5	4 25.0	
60歳代以上			3 100.0	1 33.3	-	-	-	-	-	-	2 66.7	
（再掲）		市内計	87 100.0	18 20.7	9 10.3	-	9 10.3	12 13.8	-	16 18.4	32 36.8	
		市外計	20 100.0	7 35.0	-	-	1 5.0	2 10.0	-	7 35.0	6 30.0	

（注）「アミシング潮江に行ったことはあるが、現在は行かない人」が対象

[類型2]

アミング潮江地区へ行かなくなった理由を類型2でみる（図表45参照）。

アミング潮江地区へ行かなくなったとの回答割合の高かった「一人・女性」の理由に着目すると、「ココエが出来たから（事足りる）」という理由が高く、日曜日・平日ともに約4割となっている。

その他では、特に目立つのは、平日で、「友人・知人」でココエに来館する人が、アミング潮江地区について「商品に魅力がない（価格、品揃え、品質など）」「お店に魅力がない（接客、店づくり、雰囲気など）」をあげている比率が、それぞれ36.4%、54.5%と高く、留意すべき点であろう。

図表45 行かなくなった理由×類型2（複数回答）

行かなくなった理由		合計	特に理由はない	買い物は近所へ行く	なお店・商品の情報が	質（価格、魅力、品揃え、品	商（商品に魅力がない	雰（接客など）	お（接客に魅力がない	営業時間が短い	その他	ココエが出来たから（事足りる）
日曜日	合計	123 100.0	28 22.8	8 6.5	3 2.4	10 8.1	13 10.6	-	-	34 27.6	41 33.3	
	一人・男性	8 100.0	3 37.5	-	-	-	-	-	-	3 37.5	2 25.0	
	一人・女性	17 100.0	-	2 11.8	-	2 11.8	2 11.8	-	-	6 35.3	7 41.2	
	友人・知人	17 100.0	5 29.4	4 23.5	2 11.8	-	4 23.5	-	-	1 5.9	3 17.6	
	家族で	81 100.0	20 24.7	2 2.5	1 1.2	8 9.9	7 8.6	-	-	24 29.6	29 35.8	
	合計	106 100.0	26 24.5	9 8.5	-	10 9.4	14 13.2	-	-	22 20.8	37 34.9	
	一人・男性	12 100.0	3 25.0	2 16.7	-	2 16.7	0 0.0	-	-	1 8.3	4 33.3	
	一人・女性	28 100.0	5 17.9	2 7.1	-	-	4 14.3	-	-	6 21.4	11 39.3	
	友人・知人	11 100.0	1 9.1	-	-	4 36.4	6 54.5	-	-	1 9.1	3 27.3	
	家族で	55 100.0	17 30.9	5 9.1	-	4 7.3	4 7.3	-	-	14 25.5	19 34.5	

(注)「アミング潮江に行ったことはあるが、現在は行かない人」が対象

5. まとめ

これまでの結果を踏まえ、次の4つの視点から来街者調査のまとめを行う。

視点1 ココエの誘致圏域

どこから（居住地）、どんな交通手段で、自宅からどのくらい時間をかけてココエに来館しているのか。

視点2 ココエの来館者像

誰が（年齢）、誰と（同行者）ココエに来館してくるのか？

また、どの程度頻繁にくるのか？

視点3 ココエの利用形態

ココエの来館者は、どんな目的で来て、どのくらいの時間を過ごすのか？

視点4 アミング潮江地区への来街状況

ココエの来館者のアミング潮江地区の認知、来街経験、利用頻度。

利用目的はなにか？

行かなくなった人はどのくらいで、なぜ行かなくなったのか？

(1) ココエの誘致圏域

① 距離圏

大規模商業施設が立地して、その集客性をみる場合、来館者の居住地分布が一つの目安となる。

ココエで来街者調査を行った限りでは、非常に広域な範囲から来館していることがわかる（図表8参照）。それは兵庫県、大阪府が中心ではあるが、京都府、奈良県、和歌山県、滋賀県の近畿圏、さらには近畿圏以外の他府県からも来館している。

図表8を詳細にみていくと、ココエから近い都市ほど来館者数は多かった。

尼崎市周辺でいえば、西は西宮市、神戸市、芦屋市、東は大阪市、豊中市、吹田市、北は伊丹市、宝塚市、川西市といった都市からの来館が多いことがわかる。

このうち、大阪市は行政区別にみると、西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区といった尼崎市に近い区部は、尼崎市内のココエから離れた地域よりむしろ来館者が多かった。逆にいえば、同じ大阪市でもそれ以外の行政区ではそれほど多くはなかった。

尼崎市市内でも、交通の便によって地域差はあるものの、概ねココエから半径2キロ圏内の居住者の来館比率が高い（図表11参照）。

ちなみに、尼崎市内（ココエ半径2キロ圏内）では、来館者の39.1%（日曜日・平日の平均、以下同様）、尼崎市外（ココエ半径2キロ圏外）では17.7%を占めており、尼崎市外からの来館比率は56.8%である。つまり市外からの来館比率は43.2%となる。

市内からの来館者に、大阪市近接4区（西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区）11.5%、西側の「西宮市、芦屋市、神戸市」9.6%、北側の「伊丹市、川西市、宝塚市」の5.7%を加えると83.6%となる。したがって、ココエは、西は神戸市、北は宝塚市・川西市、東は大阪市近接4区（これに豊中市、吹田市を加えてもよい）を主たる圏域としているとみることができる。

この比率を日曜日と平日で比較すると、日曜日は遠距離からの来館比率が高く、逆に、平日は近距離からの来館比率が高くなる。

② 時間距離

このような圏域を時間距離でみる（図表 20 参照）と、ココエまで10分程度できているのが34.7%、20分程度は30.2%（累計、64.9%）、30分程度は17.0%（累計、81.9%）であり、概ね30分程度が主たる時間距離圏である。

この結果は、市内居住者と市外居住者で異なる。市内居住者は概ね20分程度で80%を超え、市外居住者は40～50分程度で70～80%程度になる。市外居住者でも「20歳代以下」が時間距離が長い傾向がみられた。

全体でみて40分～50分程度は7.8%、60分～80分程度は7.0%、90分以上が3.0%と時間距離が長い来館者は約2割あり、遠距離圏からの来館があるということは、ココエの魅力を表しているともいえよう。

時間距離の分布については、日曜日と平日とでは大きな差異はない。

③ 到達手段

ココエへの到達手段（図表 17 参照）は、徒歩が12.3%、自転車が22.0%で合わせて34.3%となる。これは、主にココエ半径2キロ圏内からの来館とみてよいだろう。

このほかでは、自家用車が34.1%、電車が24.7%である。このうち、自家用車の場合は、近距離から遠距離まで広い範囲の地域から来館しているとみられる。

このように、自転車や自家用車での来館の多い大規模商業施設の場合、自転車や自家用車のアクセスのしやすさや、わかりやすい誘導（サイン類、出入りの経路など）、駐車・駐輪の容量、駐車・駐輪の料金なども一つの集客のポイントになるといえる。

（2）ココエの来館者像

① 年齢

来館者の年齢構成をみると、幅広い年齢層が来館していることがわかる（図表 4 参照）。その中では、20歳代、30歳代といった比較的若い年齢層の比率が高い（合わせて41.6%）ことが大きな特徴といえる。

日曜日と平日では大きな差異はないが、60歳代以上の高齢者の比率は、平日の方がやや高くなる傾向がみられた。

来館の目的や利用頻度は、年齢層によって変わるが、先に示した距離圏によっても変わる。そのため、来館の目的や利用頻度などの分析には、年齢層と距離圏を類型化してクロス分析した。

その類型化は、大きく6分類にわけ、「20歳代以下・市内」「20歳代以下・市外」「30～50歳代・市内」「30～50歳代・市外」「60歳代以上・市内」「60歳代以上・市外」とし、＜類型1＞と名づけた。

② 来館時の同行者

一般的に、日常の買い物をする場合は「一人で行く」ことが多い。「友人・知人」と、あるいは「家族で」行く場合は、日常の買い物の場合もあるが、「一人で行く」場合よりも非日常的な利用の比率が高いと考えられる。その意味で、来館時の同行者は、施設の非日常性、ひいては広域性をみる一つの目安でもある。

ココエの来館者は、「一人で」が26.7%「友人・知人」が17.4%、「家族で」が55.0%という構成であった（図表7参照）。家族連れが半数以上を占めていることが大きな特徴であり、この施設が非日常性、広域性を有していることがわかる。

ただし、この構成比率は、日曜日と平日で差があって、「一人で」が日曜日で16.4%であるのに対して平日は38.3%、「家族で」が日曜日で67.6%であるのに対して平日は41.0%となっている。つまり、日曜日に比べて平日は、日常的買い物の利用が増えるとみられる。しかし平日でも、家族での利用が4割を超えるのは、いわゆる近隣商業と性格を異にして、広域性があるといえる。

③ 性別

利用者の性別は、概ね6対4で女性が多かった（図表5参照）。特に平日では7割近くが女性であった。

ただし、本文でも述べたように、同行者がいる場合は、回答者如何で性別比率が左右されるため、「友人・知人」と「家族で」を合わせた来館率が7割以上を占める結果において、その性別比率は、厳密なものであるとはいいいきれない。性別に関し、厳密な結果が得られるのは、「一人で」来館した場合のみである。

そこで、本文では、先の来館の同行者と合わせて「一人・男性」「一人・女性」「友人・知人」「家族で」という分類を＜類型2＞として、来館の目的や利用頻度とのクロス分析を行った。

ちなみに、＜類型2＞でみた比率は、「一人・男性」9.3%、「一人・女性」17.5%、「友人・知人」17.6%、「家族で」55.1%であった（図表15参照）。ただし、特に「一人・女性」は日曜日が10.6%であるのに対して、平日は25.2%と2倍以上（実数も）もの差がある。

（3）ココエの利用形態

① 来館目的

ココエへの来館目的をみると（図表23参照）、夏のバーゲン・セールのと時期であったことも影響していると考えられるが、「買い物（食料品以外）」が多かった（6割近い）。これは衣類を中心として、雑貨なども含まれる。特に日曜日は7割近い人がこれを目的に来館している。

このほか、「買い物（食料品）」は4割弱、「食事・喫茶などの飲食」は2割強で、ともに日曜日・平日の差はさほどない。

年齢層と距離圏の類型である＜類型1＞で、来館目的の特徴をみる（図表24参照）と、「買い物（食料品）」は、「30～50歳代・市内」「60歳代以上・市内」「60歳代以上・市外」で比率が高い。

「買い物（食料品以外）」は、どの年齢層も比率は高いが、なかでも「20歳代以下・市外」「30～50歳代・市外」の比率が高く、市外から若い人たちを呼び込んでいる大きな要素であることがわかる。

同行者と性別の類型である〈類型2〉で、来館目的の特徴をみる（図表25）と、「買い物（食料品）」の比率が高いのは、「一人・女性」「家族で」（日曜日・平日とも）であり、「一人・男性」は日曜日の比率は高いが、平日は低い。

「買い物（食料品以外）」は、「家族で」の比率が高い（特に、日曜日）。また「友人・知人」「一人・女性」でも比較的高いといえる。しかし、「一人・男性」は他の類型ほど高くはない。

「食事・喫茶などの飲食」は、「友人・知人」で比率が高いことと、男性・女性を問わず一人での来館者は比率が低いことが特徴といえる。

② 買い物客の目的の店

買い物客の目当ての店舗はどこか。換言すれば、どの店舗が魅力となって客を誘引しているのかをみた（図表26参照）。

最も高い割合を示したのが「専門店」で4割を超える。先の来館目的で「買い物（食料品以外）」の比率が高かったことと符合する。ただし、「専門店」は単体の店舗を指しているのではなく、多くの店舗の集合体であるから、直接的に他と比較することはできない。

調査では、「ユニクロ」、「無印良品」も挙げて質問した。それぞれ11.2%、7.9%であった。この2店舗もいわば専門店であり、先述の「専門店」を特出しした形であるため、単体の店舗としては、決して低い比率とはいえない。

多くの店舗があることで、買い物客の選択肢が増える。このことが魅力となっているといえよう。

これらの専門店以外では、阪神百貨店、アル・プラザがともに3割を超えて、ともに高い。この2店舗は「食料品」を販売し、併せて衣料品から生活用品など多品種・多品目の品揃えによって、日常的利用、非日常的利用の客を呼び込んでいるとみられる。

〈類型1〉によって目当ての店舗がどこかをみると（図表27参照）、20歳代以下の若者や市外からの来館者は共通して「専門店」を目的として来館していることがわかった。また、市内の30歳代以上の年齢層は、阪神百貨店とアル・プラザを目的とした来館が多い。

〈類型2〉とのクロスでみると（図表28参照）、「一人・男性」は「アル・プラザ」、「一人・女性」は日曜日では「専門店」と「阪神百貨店」、平日では「阪神百貨店」と「アル・プラザ」での比率が高い。「友人・知人」は「専門店」の比率が特に高い。「家族で」は「阪神百貨店」「アル・プラザ」「専門店」ともに高い。

③ 来館頻度

本調査は、ココエが平成21年10月にオープンしてほぼ8か月経過した時点での調査である。

来館頻度をみると（図表29参照）、週1回程度かそれ以上が4割強である。つまり、日常的に来館しているのがほぼ4割とみることができる（平日では約5割）。月1回程度は2割強、「3～5回目」というほぼふた月に1回が約1割5分、この2つを合わせて4割弱になる。「はじめて」「2回目」は合わせて約2割であった。

日曜日と平日を比較すると、平日の方が来館頻度の高い人の比率が高い。

市内と市外の来館者を比較すると、来館頻度は明らかに異なる（図表 30 参照）。

市内居住者では、週 1 回以上来館している比率は、日曜日では 56.8%、平日になると 66.8%にも
のぼる。また、月 1 回程度、ふた月に 1 回を合わせると、日曜日では 36.1%、平日では 30.6%とな
る。この両方で 9 割を超えるので、「はじめて」「2 回目」はわずかしかない。

それに対して市外居住者は、日曜日で「はじめて」が 33.9%、「2 回目」が 14.2%であった。夏
のバーゲン・セールをテレビ・コマーシャルしていたこともあってか、はじめての人も多かった。し
かし、それだけではなく、月 1 回程度、ふた月に 1 回程度のリピーターも 43.3%あったし、さら
には、週 1 回以上が 8.5%あることは、決して少ない数ではない。平日になるとさらに来館頻度の高い
人が増え、週 1 回以上で 24.1%にもなる。

市内居住者では、高齢層ほど来館頻度が高い人の比率が高いということが特徴といえる。

④ 滞在時間

ココエでの来館者の滞在時間は（図表 32 参照）、「1 時間」が 32.1%、「2 時間」が 32.7%、
「3 時間」が 21.9%で、合わせて 86.7%となる。また、4 時間以上は 13.1%である。

市内の商店街・市場に比べると明らかに滞在時間が長いといえるだろう。食料品、衣料品、生活雑
貨など、日用品から非日用品までさまざまな買い物ができて、書店もあり、食事や喫茶、ゲーム、さ
らには映画鑑賞もできて楽しめる良さが、この滞在時間の長さ表れている。

日曜日に比べると平日は、「1 時間」の割合が平日の 2 倍近い約 4 割で、逆に「2 時間」以上はそ
れぞれ低くなっている。それでも 2 時間以上の割合が 6 割近く、うち 3 時間以上が 29.6%と 3 割近
い割合となっている。

<類型 1>でみると（図表 33 参照）、20 歳代以下は、市内・市外を問わず他の年齢層と比べて滞
在時間が長い。一方、市内居住者の 30 歳代以上は、「1 時間」の比率が他の年齢層よりも高い。

<類型 2>でみると（図表 34 参照）、明らかに「一人」（男性・女性ともに）は、「友人・知
人」や「家族で」よりも滞在時間が短い。

⑤ アミシング潮江地区への立ち寄り

ココエへの来館者のうち、その日にアミシング潮江へ立ち寄ると答えたのは、1 割程度であった（図
表 35 参照）。

市内居住者の方が市外居住者よりも比率は高いものの、市内居住者でも日曜日ほどの年齢層も
10%台、平日では多くても 20%程度である（図表 36 参照）。

(4) アミシング潮江地区への来街状況

① アミシング潮江地区の認知、来街経験、現在の利用

そもそもココエへ来館する人は、隣接するアミシング潮江地区の存在を知っているのか、買い物等に行った経験があるのか、さらには現在アミシング潮江地区で買い物をしているのかを調べた。

その結果を整理すると、下表のようになる。

構成比(%)	全 体	曜 日		距離圏		
		日曜日	平 日	市 内	市 外	
知らない	30.2	33.3	26.8	9.3	60.0	
知っている	69.8	66.7	73.2	92.3	40.0	
内 訳	行ったことがない	10.7	10.8	10.5	10.7	10.5
	行ったことはある	59.1	55.9	62.7	81.6	29.4
内 訳	現在は行かない	20.7	20.9	20.5	27.3	12.0
	現在、行っている	38.4	35.0	42.3	54.3	17.4
内 訳	たまに行く	25.5	22.6	28.8	33.3	15.2
	よく行く	12.9	12.4	13.5	21.0	2.2

(注)小数点第二位を四捨五入しているため、内訳を合算した値と合計値が一致しない場合がある。

全体でいえば、ココエの来館者の3割がアミシング潮江地区を「知らない」という。約7割が「知っている」が、そのうち1割は「行ったことがない」。アミシング潮江地区へ「行ったことがある」のは全体の6割で、そのうち2割は「現在は行かない」、4割は「現在、行っている」という。そして、「現在、行っている」うちで、「よく行く」のは全体の1割強でしかない。

これは、日曜日、平日では大きな差異はない。むしろ市内居住者か市外居住者かによる差異が大きい。アミシング潮江地区を「知らない」のは、市内居住者は1割弱に過ぎないが、市外居住者は6割もある。逆に、「現在、行っている」は市内居住者で5割強、市外居住者で17%ほどである。

つまり、市内居住者はアミシング潮江地区を概ね知っており、ココエの来館者の半数は現在もアミシング潮江地区へ行っている。しかし、市外居住者は、6割がアミシング潮江地区そのものを知らず、せっかく隣接しているココエまで来ていても足を向けているのはわずか17%である。

もうひとつ着目すべきは、市内居住者でアミシング潮江へ行ったことがあるけれども「現在は行かない」という層が約3割みられた。買い物や娯楽で訪れた経験があるにもかかわらず、リピーターにはなっていない層である。

市内居住者では、年齢層が高いほどアミシング潮江地区へ行く比率が高い(図表 38 参照)。また、<類型 2>では、「一人・女性」がアミシング潮江地区へ「現在、よく行く」比率が高い(図表 39 参照)。

ところで、ここでみたように、ココエへの来館者で市内居住者の場合、54.3%がアミシング潮江地区に行っていると答えている。しかし、調査日に実際にアミシング潮江地区へ立ち寄る(または、立ち寄った)のは、日曜日・市内とも15%程度に止まっていた(図表 36 参照)。夏のバーゲン・セールの間中ということもあって、ココエの方へより誘引されたのかもしれない。

② アミシング潮江地区への来街目的

現在、アミシング潮江地区へ行っている人だけを対象に、来街目的を問うと(図表 40 参照)、「買い物」が圧倒的に多い(78.6%)。ほかの「飲食、グルメ」「ホテル」「ボウリングなど遊び」「そ

の他」はいずれも10%台かそれ以下である。つまり、ココエとくらべて買い物以外の要素が少ないことが指摘できる。

③ アミング潮江地区に行かなくなった理由

先に、アミング潮江地区に「行ったことはあるが、現在は行かない」人が市内居住者の約3割近くあり、それなりの割合があることを指摘した。

市外の来館者も含めて、アミング潮江地区に行ったことがあるが、現在は行かないという人に、その理由をたずねた（図表43参照）。

注目すべきは、3割強が「ココエができたから（事足りる）」と、また、1割程度が「お店に魅力がない」、「商品に魅力がない」と答えたことである。

「ココエができたから（事足りる）」についても、「アミング潮江地区と比較した結果、ココエを選択した」結果であるので、3割強の中にも「ココエの店の方が魅力がある」、「ココエの商品の方が魅力がある」などの要素が潜在する可能性はある。

この他の選択肢では、「買い物は近所へ行く」の比率はそれほど高くはない。この回答者はそもそも日常の買い物場所がアミング潮江地区とは別の所にあるため、アミング潮江地区の商圈ではない人である。ほかに、「特に理由はない」は2割強あった。

（5）結語

来街者調査の結果を見ると、ココエの主要な誘致圏域は、市内及び大阪市近接4区を中心に、西は神戸市、北は豊中市や池田市、宝塚市、川西市まで及ぶ広い範囲にわたっていることが判明した。市内からは徒歩、自転車、自家用車での、市外からは電車か自家用車での来館が多い。

また、来館者像や利用形態の結果から、ココエとは「休日は若者や家族連れがゆっくり買い物をし、平日は近くに住む人や高齢層が日常の買い物を済ます」施設であることがうかがえる。

市内の「一人・女性」や高齢層は、現在も買い物でアミング潮江地区に寄っている割合が高いが、ココエが開業したため行かなくなった人も少なくない。アミング潮江地区内の店舗や商品に魅力がないと感じている人もいる一方、「特に理由はない」が行かなくなったという人もいる。また、市外のほとんどの人はアミング潮江地区を知らない。

また、調査の結果から、広範囲からの集客力を持つココエが、人の流れを変化させ、市道尼崎駅前2号線という広い南北道路の東側へ位置するアミング潮江地区への、新たな誘導経路を作り出したことが見て取れる。市外へ買い物客が流出し、市内商業集積地は日常的な買い物客を受け持つだけでは、その集積地は衰退しかねない。アミング潮江地区を知らない市外の人がココエを訪れており、アミング潮江地区の知名度を広めるチャンスでもある。

大規模商業集積地の立地には、市内の、特に隣接する既存の商店街等との競合が起こるといった問題点がある。調査の結果からも、ココエがアミング潮江地区の買い物客を取り込んだことがうかがえる。とはいうものの、利用者の視点から見れば、日用品に選択肢が増え、さらに非日常的な買い物、ゲームや映画などの娯楽、食事や喫茶などを合わせた、いわゆる「ワンストップ型ショッピング」が楽しめるメリットは大きい。このような便利さを覚えた利用者に対し、アミング潮江地区が従来の「回遊型ショッピングスタイル」で対抗するのは難しい。調査結果からも、アミング潮江地区には憩える場所がないため、滞留時間が短くなったり、単目的にしか利用されないという点が判明している。また、

アミダ潮江地区内のメインストリートである東西の通りには、駐輪自転車があふれて通行がしにくく、利用者の回遊性をも低下させている。では、例えば、新規の大規模商業施設では高級品を、また既存の商店街等が低価格品を取り扱うといった「住み分け」により、両者が共存していくことは可能か。これも、全国的なデフレ傾向により、安売り競争がますます激しくなるなか、個々の商店が、大量仕入れにより販売する大規模店に対抗するのは、現実には大きな困難が伴う。さらに、アミダ潮江地区の魅力的な店舗の少なさを指摘する意見も聞かれた。この点に関しては、価格面だけでなく、品揃えやサービス提供も含めた個々の店舗の工夫により、顧客を獲得していくことが必要であろうし、商業集積地としての独自性をどこまで発揮できるのかが問われている。

厳しい状況が続くなか、アミダ潮江地区については、ココエの利点を大いに利用し、また、ココエについては周辺地域とのさらなる一体化、さらには他市からの集客強化などにより、両者が共存していくことが必要である。

通行量調査の調査地点別分析結果

ここに示すのは、通行量調査の①～⑬の調査地点別の分析である。

調査地点ごとの分析項目は、「時間帯別」、「男女別」、「通行手段別」、「年齢別」の特徴を明らかにする。なお、調査地点①～⑩については、ココエ開業前の平成21年2月15日（日）と16日（月）に実施された調査結果との比較を行い、開業前後の変化についても明らかにする。

（ 省 略 ）

【資料編】2 「ココエあまがさき」来街者調査票

問1 今日は、**どんな目的**で「ココエあまがさき」に来られましたか。(主なものすべてに○)

1 買い物(食料品)	}	⇒	阪神百貨店	アル・プラザ	専門店
2 買い物(食料品以外)			ユニクロ	無印良品	書店
3 食事・喫茶などの飲食			4 映画	5 ゲーム	6 ウェルネスクラブ
7 特になし			8 その他 ()		

問2 **だれと**来られましたか。

1 一人で	2 友人や知人
3 家族で	4 その他 ()

問3 ここで、**どれぐらいの時間**を過ごされましたか(過ごされますか)。

約 () 時間ほど 注: 1時間単位で

問4 これまで「ココエあまがさき」に**何度**来られましたか

1 はじめて	2 2回目
3 3~5回	4 5~10回(月1回程度)
5 週1回程度	6 それ以上

問5 **どちらにお住まい**ですか。

尼崎市 () 町 or ()

問6 今日は、**どのような方法**で来られましたか。

1 徒歩	2 自転車	3 バイク
4 自家用車	5 バス	6 電車

問7 お宅からここまで、**何分ぐらい**かかりますか。

() 時間 () 分 注: 10分単位で

問8 この東側に「アミング潮江」がありますが、**行ったことがありますか。**

知っている	行ったことがある	}	⇒	<主に何をしに行きますか>
知らない	行ったことがない (→調査終了)			
				3 ホテルへ
				4 ボウリングなど遊びに
				5 その他

<行かない理由がありますか。>

1 特に理由はない	4 商品に魅力がない(価格、品揃え、品質など)
2 買い物は近所へ行く	5 お店に魅力がない(接客、店づくり、雰囲気など)
3 お店・商品の情報がない	6 営業時間が短い
	7 その他 ()

問9 今日は、「アミング潮江」に**寄られますか**(寄られましたか)。

1 寄る(寄った)	2 寄らない
-----------	--------

調査員欄	年齢	() 歳代	調査日	平成22年 月 日 ()		
	性別	1 女性	調査時刻	時 分 (終了時刻)		
		2 男性	調査場所		調査員	