

平成 22 年度自主研究調査

# 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

財団法人 尼崎地域・産業活性化機構



# 目 次

I. 調査概要	1
1 調査目的	
2 調査時期	
3 調査対象	
4 調査方法	
5 調査票の回収状況	
6 調査項目	
II. 調査結果	
1. 回答者の属性	3
1 年齢	
2 性別	
3 家族構成	
4 居住地	
5 居住年数	
2. 都心や大規模商業集積地への外出	6
<ココエオープン前の状況>	
1 大規模商業集積地等への外出頻度	
2 外出の目的	
3 外出の理由	
<ココエオープン後の状況>	
4 大規模商業集積地等への外出頻度の変化	
3. アミング潮江地区について	9
<ココエオープン前の状況>	
1 アミング潮江地区への来街経験	
2 アミング潮江地区への来街頻度	
<ココエオープン後の状況>	
3 アミング潮江地区への来街頻度の変化	
4 アミング潮江地区への来街目的	
5 アミング潮江地区への来街理由	
6 アミング潮江地区での買い物等の満足感	
4. ココエについて	14
1 ココエへの来館頻度	
2 ココエへの来館目的	
3 ココエへの来館時の同行者	
5. JR 尼崎駅北側の地域への到達手段	16
6. あまがさき緑遊新都心の整備について	17
7. 大規模商業施設立地による尼崎市民の消費行動への影響（まとめ）	19

- 1 都心や大規模商業集積地への外出
- 2 アミング潮江地区について
- 3 ココエについて
- 4 あまがさき緑遊新都心の整備について

資料編（アンケート調査票） .....	23
---------------------	----

# 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」店（以下、「ココエ」という。）ができて、尼崎市民の消費行動がどのように変化したのか、そしてその結果が既存の商業集積にどのような影響を与えたのかをみるものである。

## 2 調査時期

平成 22 年 7 月 20 日から 30 日まで

## 3 調査対象

調査対象は尼崎市全域の居住者である。世帯を直接の対象として、尼崎市の住民基本台帳から無作為に 2,000 世帯抽出し、その世帯主宛てに調査票を郵送した。これは、尼崎市の世帯数 209,257 世帯（7 月 1 日時点）のほぼ 1% に相当する。

なお、調査票の記入については、「主として日ごろ買い物をしている人」を対象とした。

## 4 調査方法

アンケート調査票の郵送による配布・回収を行った（留め置き、自記方式による）。

## 5 調査票の回収状況

配布数	2,000 件
有効配布数	1,962 件……………A
回収数	519 件
有効回収数	518 件……………B
有効回収率	26.4% (B/A×100)

## 6 調査項目

調査項目は下記のとおりである。アンケート調査票は巻末の資料編を参照のこと。

### (1) 属性

- 問 1 年齢
- 問 2 性別
- 問 3-1 家族構成
- 問 3-2 子どもの年齢
- 問 4 居住地
- 問 5 居住年数

### (2) 都心や商業集積地への外出

<ココエオープン前の状況>

- 問 6 大規模商業集積地等への外出頻度
- 問 7 外出の目的
- 問 8 外出の理由

<ココエオープン後の状況>

問9 大規模商業集積地等への外出頻度の変化

(3) アミング潮江地区について

<ココエオープン前の状況>

問10 アミング潮江地区への来街経験

問11 アミング潮江地区への来街頻度

<ココエオープン後の状況>

問12 アミング潮江地区への来街頻度の変化

問13 アミング潮江地区への来街目的

問14 アミング潮江地区への来街理由

問15 アミング潮江地区での買い物等の満足感

(4) ココエについて

問16 ココエへの来館頻度

問17 ココエへの来館目的

問18 ココエへの同行者

(5) JR 尼崎駅北側の地域への到達手段

問19 到達手段

(6) あまがさき緑遊新都心の整備について

問20 あまがさき緑遊新都心整備の感想

<謝辞>

お忙しい中、アンケート調査にご協力を賜りました尼崎市民のみなさまに厚く御礼申し上げます。

## II. 調査結果

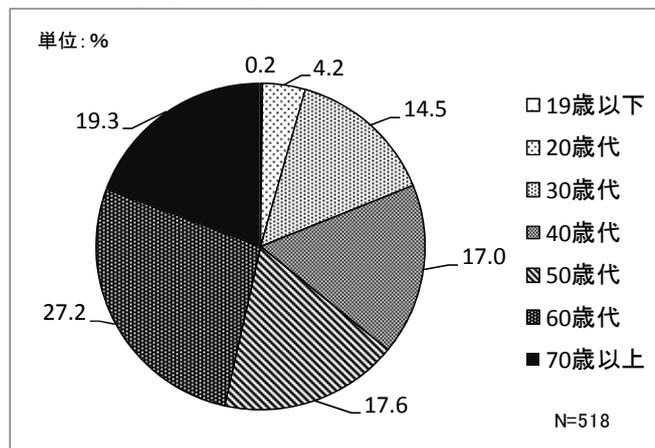
### 1 回答者の属性

#### 1 年齢

アンケート調査での回答者の年齢構成をみる（図1参照）と、60歳代が最も多く27.2%を占めていた。次いで、70歳代が19.3%である。つまり、60歳代以上で46.5%になり、比較的高齢者が多かった。

一方、20歳代またはそれ以下の年齢層は非常に少なく、以下に示す結果には、あまりこの年齢層の意見は反映していないと見なければならぬ。

図1 回答者の年齢



#### 2 性別

回答者の性別は、女性 62.2%、男性 37.8%（不明を除く）という比率であった。

#### 3 家族構成

回答者の家族構成は、「夫婦のみ」が 25.3%、「親と子供」が 38.0%であり、この2つの類型で全体の 63.3%になる。これ以外では、「単独世帯」が 22.6%と比較的多く、また、「三世代」が 7.9%であった。これらの4類型以外は少なかった（図2参照）。

次に、子供のいる家族類型、「親と子供」、「三世代」、「その他の親族世帯」、「非親族世帯」の合計 265 世帯について、子供の年齢をたずねた（図3参照、複数回答）。

「就学前の子供」のいる世帯は 20.0%、「小学生」のいる世帯が 21.6%であり、また、中学生または高校性がある世帯はそれぞれ 10%強である。

最も多かったのが「その他」（大学生以上の年齢）で、42.7%であった。つまり、子供の年齢も高い層が回答している比率が高かった。これは、回答者の年齢が比較的高かったこととも符合する。

図2 世帯構成

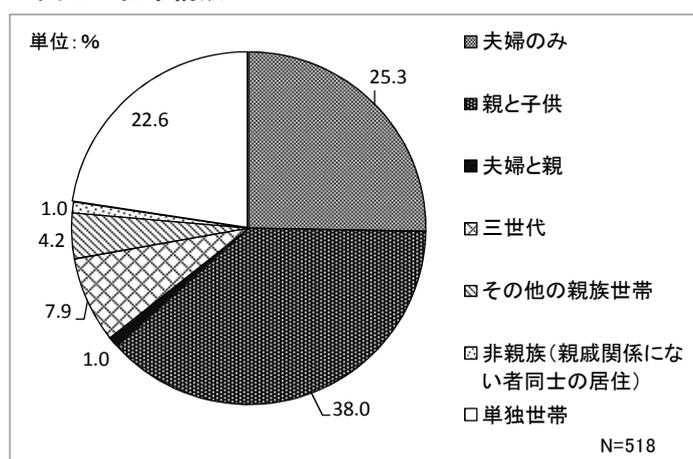
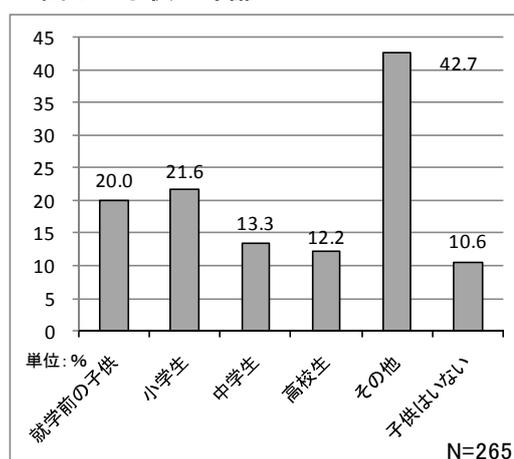


図3 子供の年齢



#### 4 居住地

回答者の居住地をココエからの距離、既存の商業集積地によって区分したのが図4である。

図4 ココエからの距離、既存の商業集積地による回答者の居住地の区分

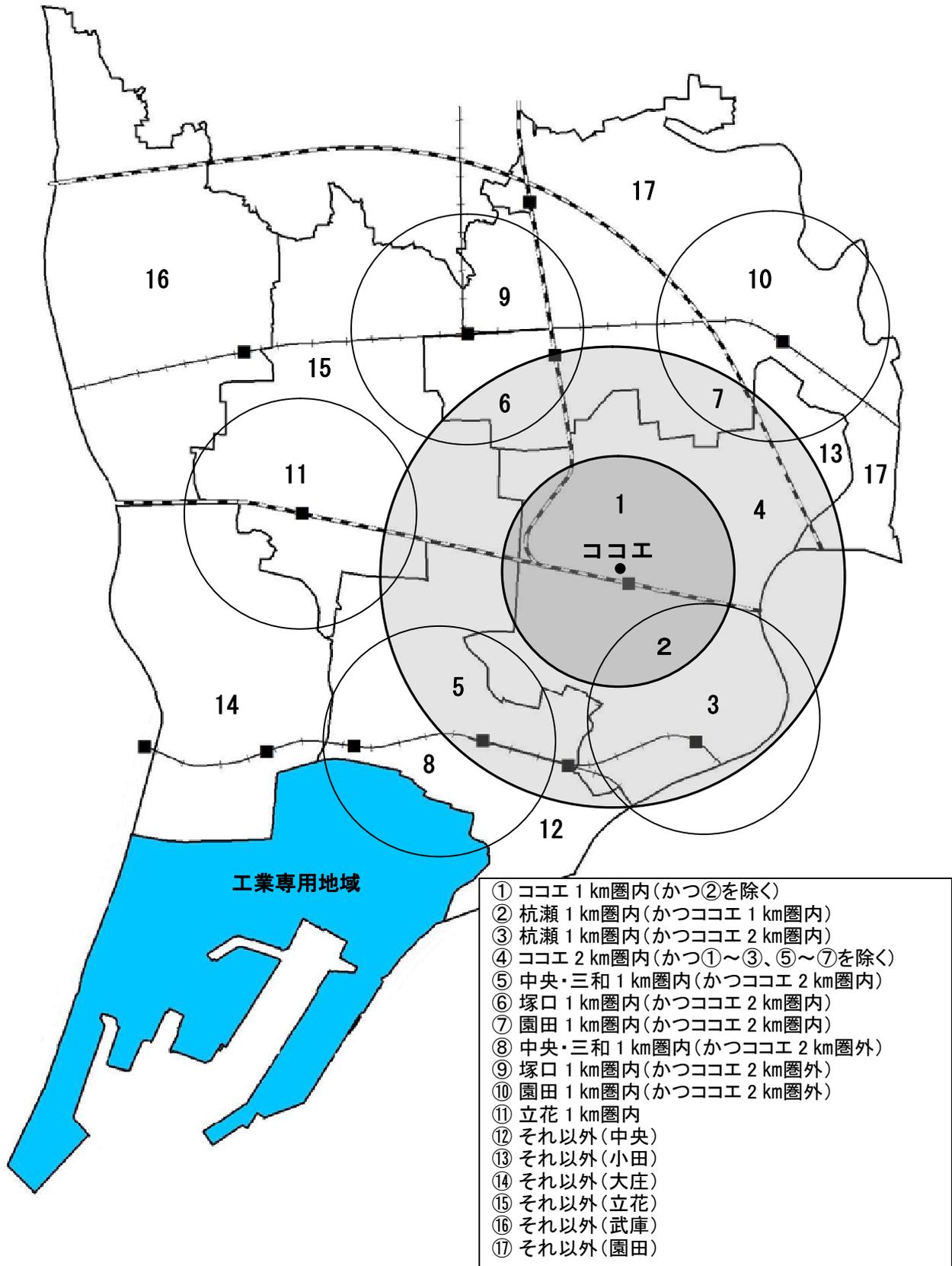


図4に示したように、尼崎市域をココエからの距離（半径1kmと2km）、杭瀬、中央・三和、塚口、園田、立花の商業集積地の半径1km、さらに6つの行政区によって、1～17のエリアに区分した。この区分は、排他的区分であり、例えば、ココエから1km圏内がかつ杭瀬から1km圏内を「2」とした。そして、ココエから1km圏内で「2」を除くエリアを「1」としている。したがって、ココエから1km圏内全体は「1」＋「2」のエリアということになる。

それぞれのエリアから得られた回答数は、表1の左表に示したとおりである。

表1 居住地によるエリア区分と分析単位

コード	エリア	件数	% (全体)	% (不明 除く)
1	ココエ1km圏内(コード2を除く)	39	7.5	7.6
2	杭瀬1km圏内(かつココエ1km圏内)	4	0.8	0.8
3	杭瀬1km圏内(かつココエ2km圏内)	21	4.1	4.1
4	ココエ2km圏内(コード3、5～7を除く)	67	12.9	13.0
5	中央・三和1km圏内(かつココエ2km圏内)	17	3.3	3.3
6	塚口1km圏内(かつココエ2km圏内)	6	1.2	1.2
7	園田1km圏内(かつココエ2km圏内)	3	0.6	0.6
8	中央・三和1km圏内(かつココエ2km圏外)	23	4.4	4.5
9	塚口1km圏内(かつココエ2km圏外)	51	9.8	9.9
10	園田1km圏内(かつココエ2km圏外)	35	6.8	6.8
11	立花1km圏内	45	8.7	8.7
12	それ以外(中央)	4	0.8	0.8
13	それ以外(小田)	1	0.2	0.2
14	それ以外(大庄)	56	10.8	10.9
15	それ以外(立花)	86	16.6	16.7
16	それ以外(武庫)	18	3.5	3.5
17	それ以外(園田)	40	7.7	7.8
	無回答	2	0.4	
	サンプル数(%ベース)	518	100.0	516

①ココエ 1km圏内	②ココエ 2km圏内	③杭瀬 1km圏内	④中央・ 三和 1km圏内	⑤立花 1km圏内	⑥塚口 1km圏内	⑦園田 1km圏内	その他
43							
		25					
	114		40				
			↑		57		
			↓		↓	38	
				45			
				エリア「8」(④)へ		←	4
				エリア「4」(②)へ		←	1
							⑧ 56
							⑨ 86
							⑩ 18
							⑪ 40

次に、1～17のエリアを表1の右表の分析単位①～⑪にまとめた。

まず、左表のエリア「12」、エリア「13」は数が少ないので、便宜的にそれぞれエリア「8」、エリア「4」に参入した。

そのうえで、分析単位として、ココエからの距離圏（半径1km圏と2km圏）、5つの既存の商業集積地、それ以外のエリアを行政区界によって区分し、右表の①～⑪に整理した。

- ① ココエ1km圏内（エリア「1」＋「2」、43件）
- ② ココエ2km圏内（ただし1km圏内を除く。エリア「3」～「7」＋「13」、115件）
- ③ 杭瀬1km圏内（エリア「2」＋「3」、25件）
- ④ 中央・三和1km圏内（エリア「5」＋「8」＋「12」、44件）
- ⑤ 立花1km圏内（エリア「11」、45件）
- ⑥ 塚口1km圏内（エリア「6」＋「9」、57件）
- ⑦ 園田1km圏内（エリア「7」＋「10」、38件）
- ⑧ 上記以外の大庄地区（エリア「14」、56件）
- ⑨ 上記以外の立花地区（エリア「15」、86件）
- ⑩ 上記以外の武庫地区（エリア「16」、18件）
- ⑪ 上記以外の園田地区（エリア「17」、40件）

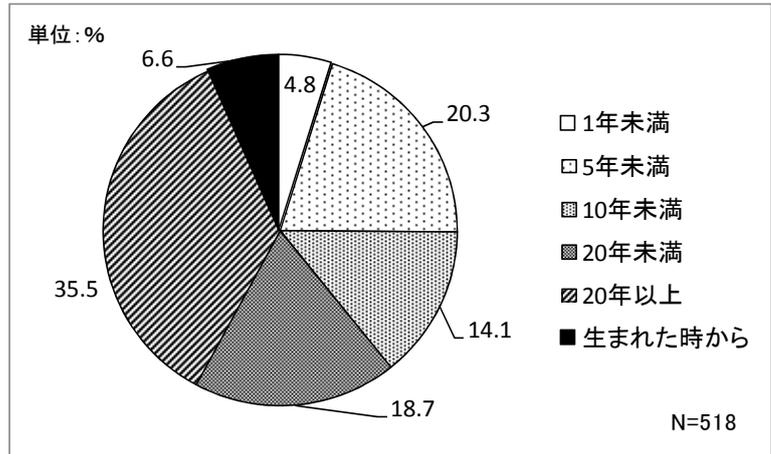
つまり、左表のエリア1～17のうち、「2」「3」「5」「6」「7」は重複して異なる分析単位に算入していることになる。

以下、この分類を以下では「居住地11分類」という。

## 5 居住年数

回答者の居住年数（図5参照）は、「20年以上」が35.5%と高かった。また、「20年未満」の18.7%を加えると54.2%になり、半数以上が10年以上居住していることになり、比較的居住年数の長い人が回答していることがわかる。

図5 居住年数



## 2. 都心や大規模商業集積地への外出

### <ココエオープン前の状況>

#### 1 大規模商業集積地等への外出頻度

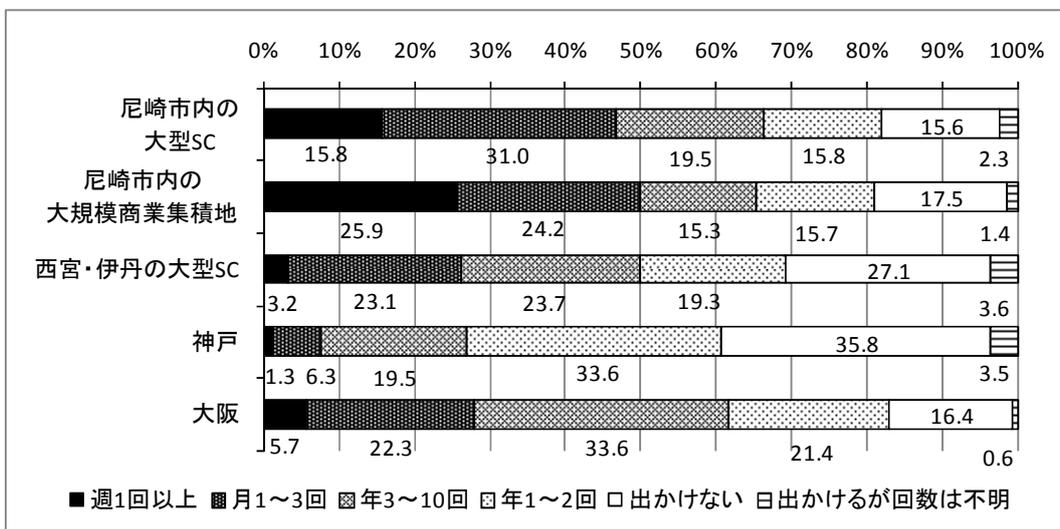
回答者518件のうち、非該当（いずれのショッピングセンターや大規模商業集積地にもでかけない）が16件（3.1%）あり、残りの502件（96.9%）についてみていく（図6参照）。

一般に、「週1回以上」の外出は日常的な外出とみることができ、それより外出頻度が少ない場合、非日常的な外出の性格があるとみることができよう。

尼崎市内の大型SC（ショッピングセンター）には「つかしん」「イオン尼崎店」などがある。そこへの外出は、日常的な外出と思われる「週1回以上」が15.8%である。一方、それよりも外出頻度の少ない非日常的な外出では、「月1～3回」が31.0%と最も高かった。非日常的な外出頻度でも月1回にも満たない「年3～10回」もしくは「年1～2回」は合わせて35.3%であった。一方、尼崎の大型SCには「出かけない」という層は15.6%あった。

これに対して、尼崎市内の大規模商業集積地（中央・三和・出屋敷地区、JR立花駅周辺、阪急塚口駅周辺など）への外出は、「週1回以上」の率は25.9%と高いことから、大型SCへの外出頻度よりむしろ高いといえる。

図6 大規模商業集積地等への外出頻度



尼崎市民の市外の大型 SC や商業集積地への外出頻度をみる。

近隣の西宮・伊丹や大阪へは「月 1~3 回」もしくは「年 3~10 回」程度が最も高くなっている。これらへの外出は、明らかに日常的な外出ではなく、非日常的な外出によりウエイトが置かれていることがわかる。

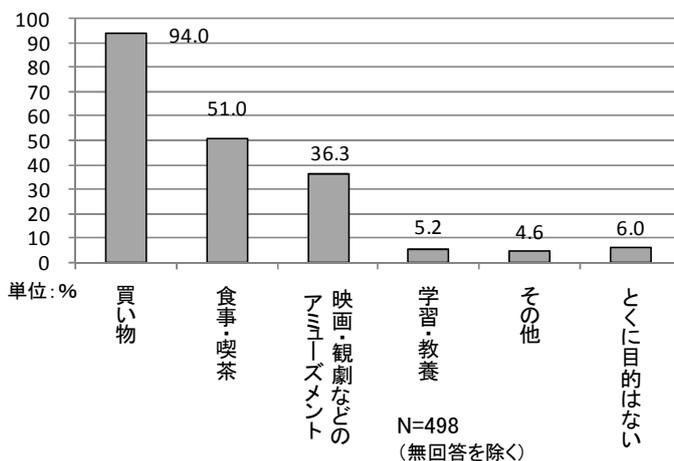
また、神戸への外出は非日常的な外出が中心であるが、西宮・伊丹や大阪と比べると、外出頻度は少ない。

## 2 外出の目的

尼崎市内及び近隣都市の大型 SC や大規模商業集積地への外出目的（**図 7** 参照、複数回答）は、「買い物」が最も多く 94.0%であり、外出のほとんどがこれを目的にしている。

それと合わせて、「食事・喫茶」が 51.0%、「映画・観劇などのアミューズメント」が 36.3%あり、主としてこの 3 つを目的に外出していることがわかる。

**図 7 外出の目的**



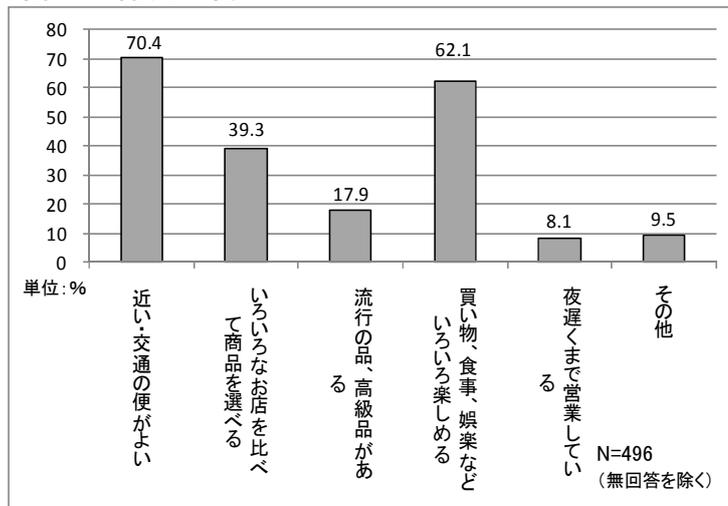
## 3 外出の理由

外出の理由（**図 8** 参照、複数回答）は、「近い・交通の便がよい」が最も多く 70.4%であった。

「近い・交通の便がよい」という距離及び到達手段の利便性を理由とする以外で、最も高かったのは「買い物、食事、娯楽などいろいろ楽しめる」で、62.1%あり、全体のほぼ 3 分の 2 がこの理由である。この理由は先の外出の目的でもあげられている。非日常的な外出としては、買い物、食事、娯楽の 3 つが揃っていることが一つの条件になるのだろう。

合わせて、外出の理由として「いろいろなお店を比べて商品を選べる」が 39.3%と比較的高いことを考えると、買い物であれ、食事であれ、多くの選択肢が用意され、お客の好みで自由に選べる大きな魅力となっていると思われる。

**図 8 外出の理由**



## <ココエオープン後の状況>

### 4 大規模商業集積地等への外出頻度の変化

JR 尼崎駅北側にココエができて、尼崎市民の大規模商業集積地等への外出頻度の増減みたのが **図 9** である。

ココエを除く尼崎市内の大型 SC への外出は、19.2%が「減った」という。これはココエができてそちらへ出かけるのでその分減ったことを意味する。一方、51.4%は「変わらない（ココエにも行くが）」と答え、半数以上はココエにもでかけるが、他の大型 SC への外出頻度は変わらないという。さらに、28.2%が「変わらない（ココエへ行かないので）」と答えている。つまり、約 8 割はココエができて尼崎市内の大型 SC への外出に影響はない、と答えていることになる。

次に、尼崎市内の大規模商業集積地への外出頻度の変化をみると、12.5%が「減った」と答えている。一方で、ココエへ行く、行かないにかかわらず尼崎市内への大規模商業集積地への外出は「変わらない」と答えたのが合わせて84.9%であった。

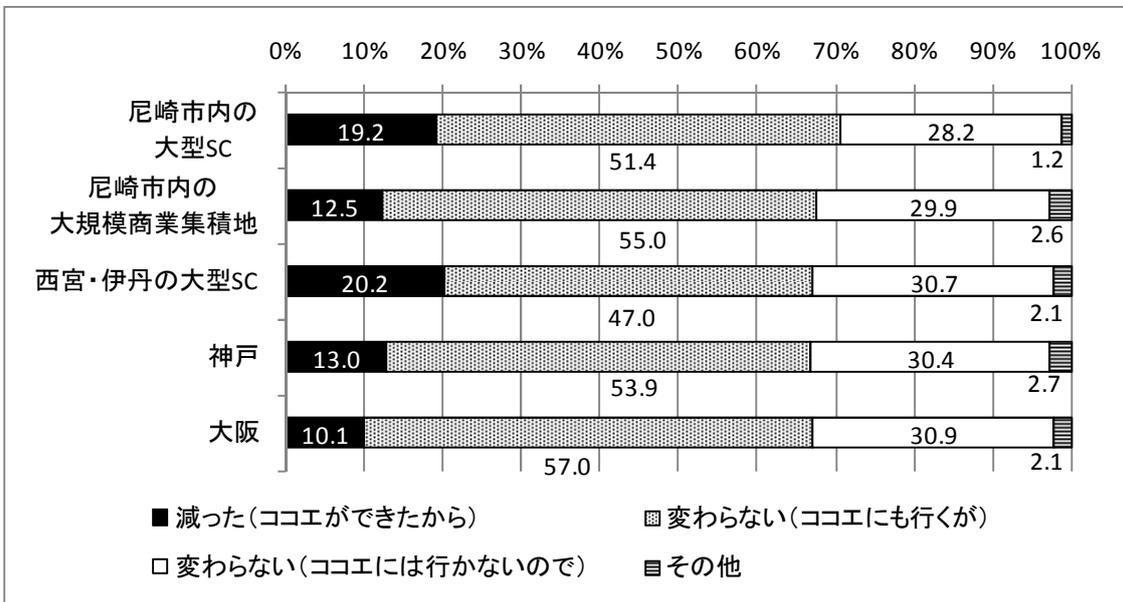
この2つをみると、尼崎市民が市内の大型SCや大規模商業集積地へでかける頻度は「減った」と答えた層が1~2割はあるが、多くは「変わらない」と答えている。せいぜい1~2割の人の外出頻度が減った（外出しなくなったわけではない）程度からいえば、既存の大規模商業集積地や大型SCへの影響は、それほど大きいとはいえないかもしれない。ただし、これは尼崎市全域の居住者が、市内全域の大規模商業集積地等への外出という、総合的な見方であるから、個別の大規模商業集積地への影響については後述する。

ここではむしろ、尼崎市民が西宮・伊丹、あるいは大阪、神戸といった近隣諸都市の都心や大規模商業集積地へ外出していたものが、ココエができたことで市内での消費に変わったか、という視点で図9をみておくべきだろう。

市外の大規模集積地への外出頻度は、「減った」が多いのは、西宮・伊丹の大型SCで20.2%あった。また、神戸や大阪への外出はそれぞれ13.0%、10.1%が「減った」と答えている。つまり、隣接する西宮や伊丹への外出、あるいは神戸や大阪への外出の一部が、尼崎市内での消費に変わったことがわかる。

加えて、西宮・伊丹、神戸、大阪の都心や大規模商業集積地への外出は、「変わらない（ココエにも行くが）」がそれぞれ、47.0%、53.9%、57.0%ある。つまり、それぞれの場所へでかけていた約半数程度の人たちは、周辺都市の都心や大規模商業集積地への外出頻度は変わらないものの、ココエの立地によって消費行為が増幅され、尼崎市内（ココエ）での消費が増加したことを示している。この点では、尼崎市として消費活動が増幅したといえ、一つのメリットとみることができる。

図9 ココエオープン後の大規模商業集積地等への外出頻度の変化



### 3. アミグ潮江地区について

#### <ココエオープン前の状況>

##### 1 アミグ潮江地区への来街経験

尼崎市民のアミグ潮江地区への来街経験は、全体でみると「ある」が56.1%で半数強、「ない」が43.9%であった。

この結果を、ココエからの距離圏、既存の大規模集積地の圏域等の居住地11分類でみる（図10参照）。

ココエができる前では、市内からアミグ潮江地区への来街経験は、「ココエ1km圏内」「杭瀬1km圏内」のエリアの居住者は非常に高く9割を超える。

「ココエ2km圏内」（1km圏内を除く）はやや比率が下がるが、それでも75.4%の人が行ったことが「ある」と答えている。

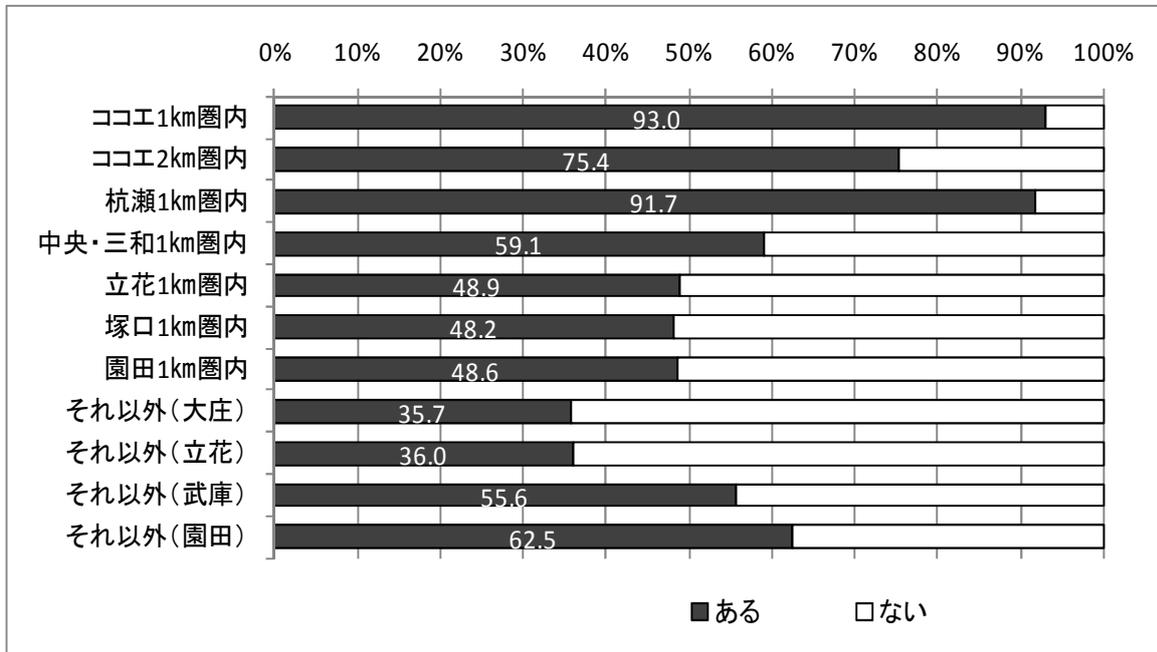
次いで多いのは「それ以外（園田）」で62.5%、「中央・三和1km圏内」が59.1%である。「園田1km圏内」以外の園田地区からの来街経験が多いのは、御園、口田中、食満、南清水、戸ノ内などの地域の居住者がアミグ潮江地区に来ていることによると考えられる。

このほか、立花、塚口、園田の主要駅周辺1kmの居住者のアミグ潮江地区への来街経験は、いずれも50%弱であった。

「それ以外（武庫）」（武庫地区のほぼ全域）は、アミグ潮江地区への来街経験が「ある」と答えた比率は55.6%あり、距離が離れているにもかかわらず比較的比率が高かった。

「それ以外（大庄）」「それ以外（立花）」からのアミグ潮江地区への来街経験は30%台で、他のエリアよりも低い。

図10 アミグ潮江地区への来街経験



## 2 アミシング潮江地区への来街頻度

尼崎市民がアミシング潮江地区にどの程度来ているのかを示したものが、**図 11** である。

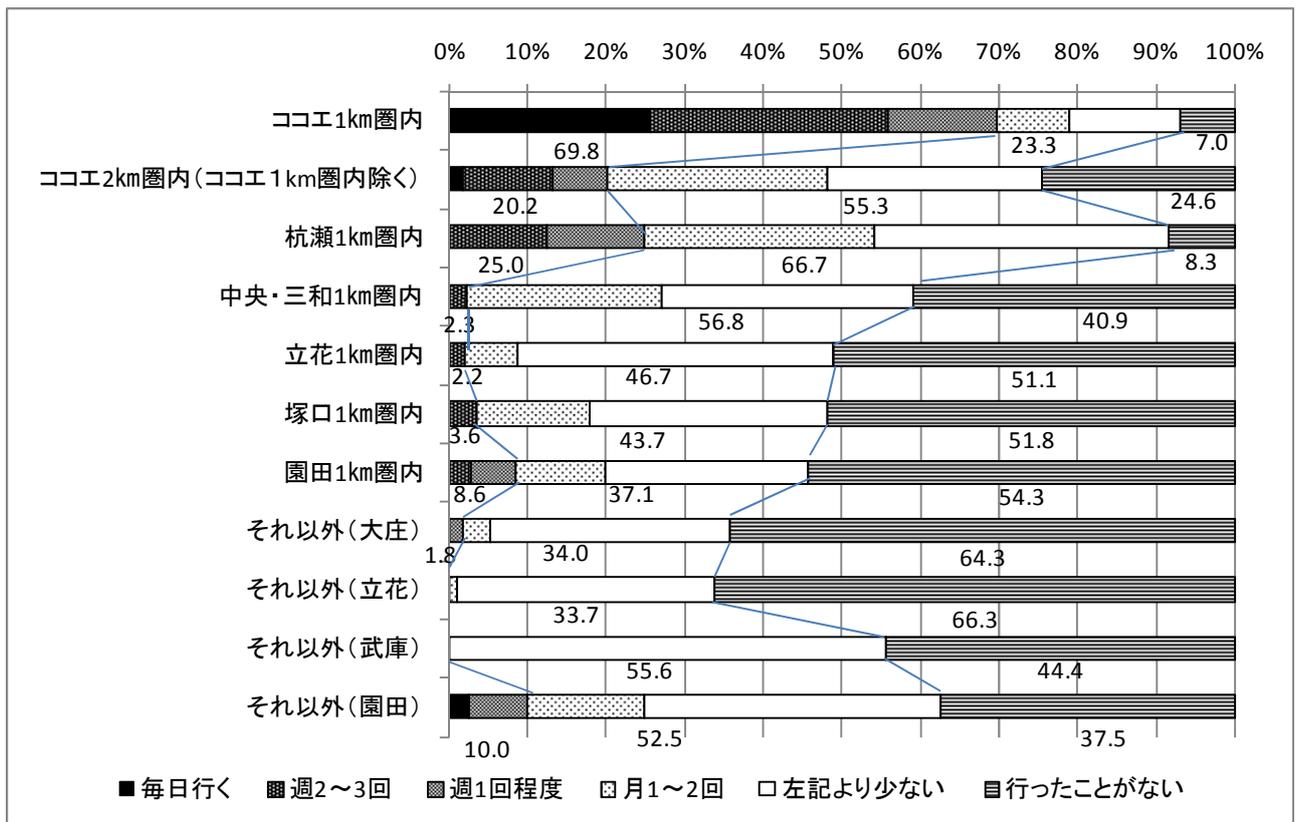
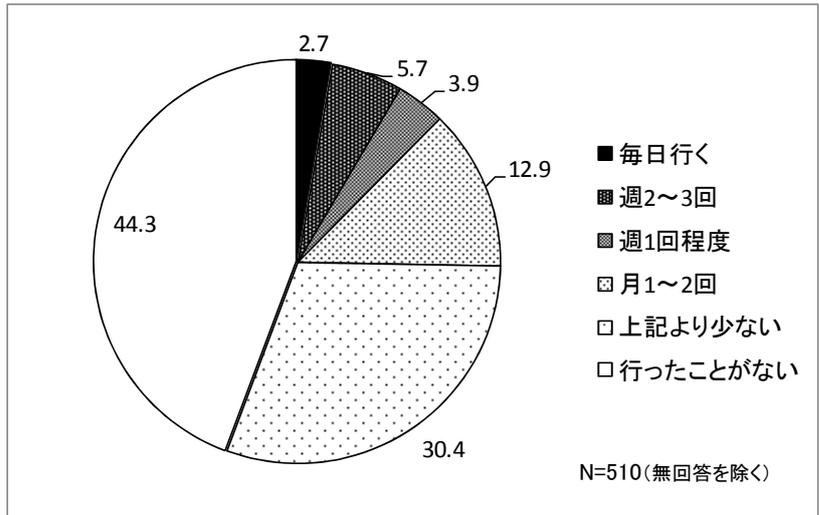
「毎日行く」が2.7%、「週2～3回」が5.7%、「週1回程度」が3.9%であった。つまり週1回以上が12.3%である。「月1～2回」や「上記より少ない」がそれぞれ12.9%、30.4%である。

これらの来街頻度は、明らかに回答者の居住地によって異なるはずである。そこで、先の居住地11分類でみることにする。

**図 12** は尼崎市内を居住地11分類で区分して、それぞれのエリアの居住者がアミシング潮江地区への程度来ているかを示したものである。ただし、図中のパーセンテージの数値表示は、「毎日行く」「週2～3回」「週1回程度」の合計、「月1～2回」「左記より少ない」の合計、「行ったことがない」の3つで示している。

**図 12 居住地11分類でみたアミシング潮江地区への来街頻度**

**図 11 アミシング潮江地区への来街頻度**



「ココエ1km圏内」では、当然であるが「週1回以上」行っているのが69.8%、約7割と高い。ココエ1km圏内または2km圏内にふくまれる「杭瀬1km圏内」の居住者は、「週1回以上」アミシング潮江地区へ出かける比率は25.0%で、他の大規模商業集積地周辺の居住者よりも比率が高い。この

エリアの居住者は、もちろん地元の杭瀬の商店街・市場で買い物等をしていると思われるが、日常的にアミダ潮江地区で買い物をしている層が4分の1程度はいることがわかる。

「ココエ2km圏内」になると、「週1回以上」出かける率は20.2%と1km圏内よりも大きく低減する。このエリアでは日常的な買い物は、多くの人が近くの商店街、市場などで行っているであろうが、それでも2割程度の方は、アミダ潮江でも日常的に買い物をしている。

以上のエリアのほかでは、「それ以外（園田）」で週1回以上の比率が10.0%あるほかは、いずれも10%未満となっており、日常的な買い物圏としてアミダ潮江地区へ来ている人は少ないことがわかる。

これらの結果をみると、アミダ潮江地区の日常の買い物圏は、概ね半径1km圏が中心とみることができる。それに加えて、半径2km圏から一部の居住者は日常的に買い物にくる人もいるが、それは全体の約2割程度で、残りは近くの商店街・市場で買い物をしているようである。

このような日常的な買い物の他に、「月1~2回」アミダ潮江地区へきている人の比率をみると、半径2km圏（この場合、「杭瀬1km圏内」も含む）に加えて、「中央・三和1km圏内」からの来街者も多いといえる。

一方、「それ以外（大庄）」「それ以外（立花）」「それ以外（武庫）」は明らかにアミダ潮江地区の商圏ではない。

### <ココエオープン後の状況>

#### 3 アミダ潮江地区への来街頻度の変化

ココエがオープンした後、アミダ潮江地区への来街状況が変わったかどうかをみた（図13参照）。

まず、アミダ潮江地区へ行くことが増えたのは、「（かつて）行ったことがあって、（現在）増えた」のが5.9%、「（かつて）行ったことはないが、（現在は行くようになって）増えた」が4.3%であり、全体の10.2%が増えたと答えている。

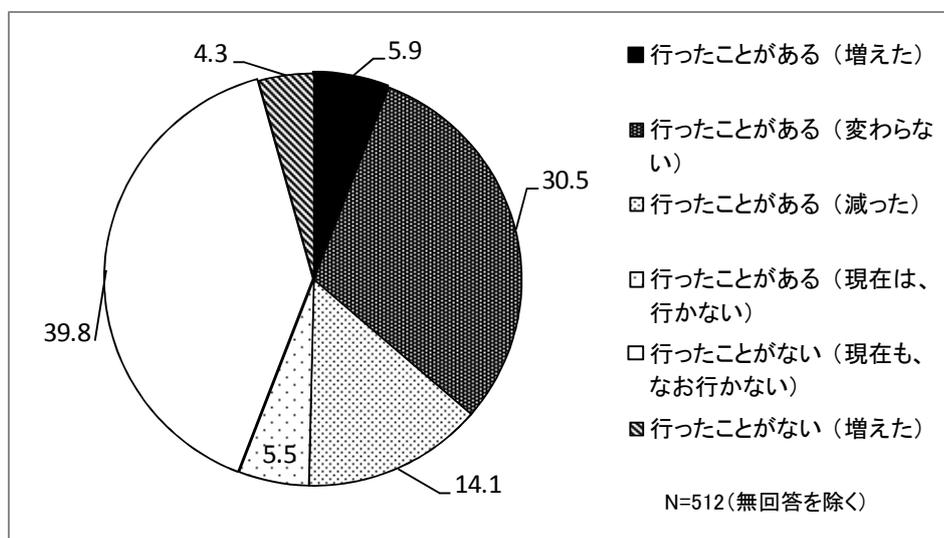
「（かつて）行ったことがあって、（現在も）変わらない」というのは30.5%である。

一方、「減った」と答えたのは14.1%である。これに「（かつて）行ったことがあって、（現在は）行かない」の5.5%を加えると、19.6%がアミダ潮江地区へ行く頻度が減ったことになる。

「（かつて）行ったことがなく、現在もなお行かない」というのは39.8%である。

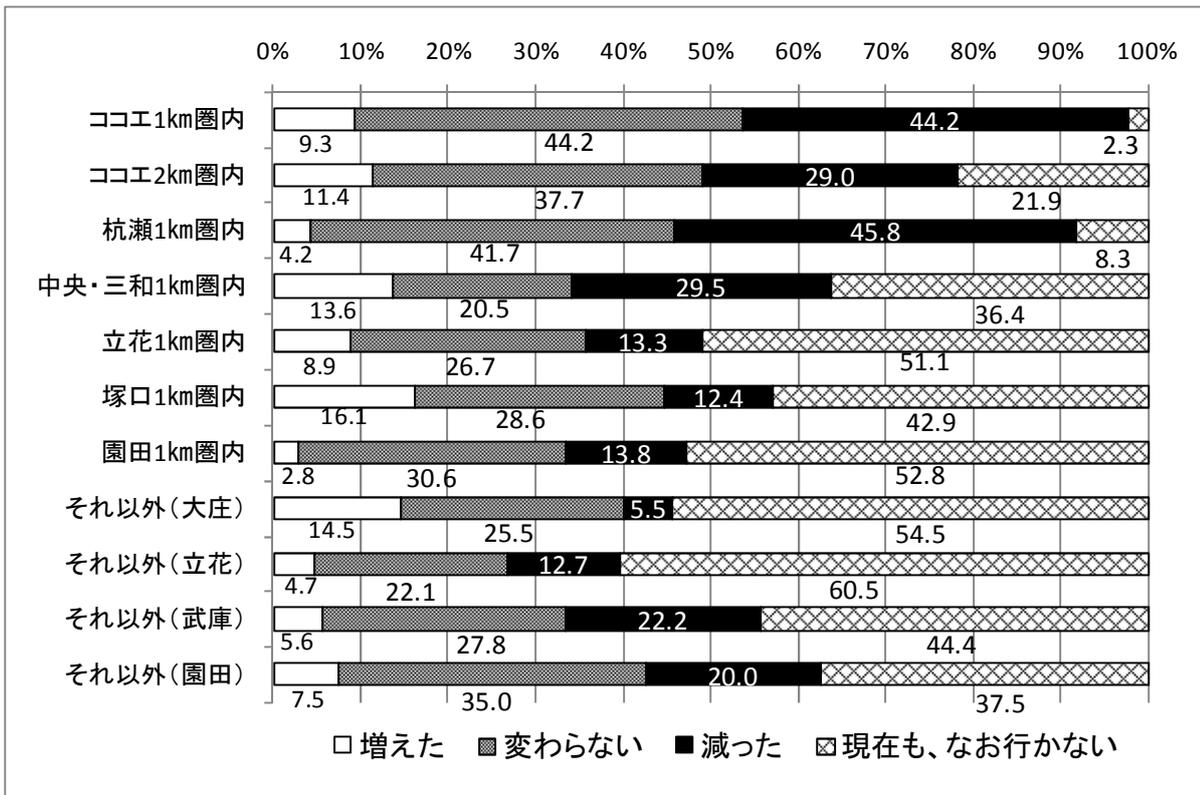
つまり、ココエができてアミダ潮江地区へ行く頻度が、「増えた」が1割、「変わらない」が3割、「減った」が2割、「行かない」が4割という割合となる。この点からみると、「増えた」よりも「減った」の方が1割多いことから、ココエができてアミダ潮江地区への影響があったといえる。

図13 ココエオープン後のアミダ潮江地区への来街状況の変化



この結果を、居住地 11 分類で示したのが図 14 である。ただし、この図では、アミグ潮江地区への来街頻度が「増えた」「変わらない」「減った」「現在もなお行かない」の 4 区分で示している。

図 14 居住地 11 分類でみたアミグ潮江地区への来街頻度の変化



アミグ潮江地区に最も近い「ココエ 1 km圏内」では、来街頻度が「増えた」というのが 9.3%であるのに対して、「減った」は 44.2%と大きく、アミグ潮江地区近辺からの客の来街頻度が減っている率が高いことがわかる。

そして、「杭瀬 1 km圏内」からの来街者も来街頻度が大きく減っている。

以上の 2つのエリアに次いで、「ココエ 2 km圏内」（ココエ 1 km圏内を除く）、「中央・三和 1 km圏内」からの来街者も来街頻度減っている比率が高い。

この 4つのエリアからの来街者の来街頻度の減少という影響が大きいとみることができる。ただしそのうち、「中央・三和 1 km圏内」からの来街者は、図 12 で示したように、そもそも「週 1 回以上」行く人が 2.3%であったことを合わせて考えると、来街頻度が減ったといっても大きな影響はないといえる。

したがって影響が大きいのは、ココエ 2 km圏内からの来街者（ココエ 1 km圏内、ココエ 2 km圏内、杭瀬 1 km圏内はここに含まれる）である。そのエリアの居住者の来街頻度が減っているという意味で、ココエの立地はアミグ潮江地区での消費行動に明らかに影響を与えたといえる。

以上のほかに、図 14 で注目すべきは、「塚口 1 km圏内」「それ以外（大庄）」からアミグ潮江地区へくる頻度が「増えた」というのがそれぞれ 16.1%、14.5%と比較的高い点である。ココエができて合わせてアミグ潮江地区にも足を運ぶようになった層が一部でてきたのではないかとと思われる。

#### 4 アミシング潮江地区への来街目的

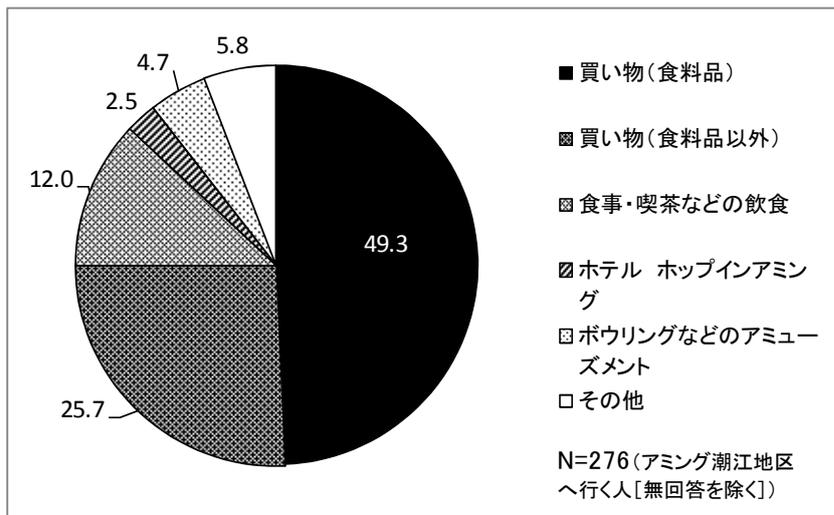
アミシング潮江地区へどのような目的で行くのか、主たる目的一つをたずねた（図15参照）。

最も多いのが、「買い物（食料品）」で49.3%、ほぼ半数がこの目的である。

次いで多いのは「買い物（食料品以外）」で25.7%であった。この2つをあわせた「買い物」を目的として来街者は75.0%、全体の4分の3になる。

買い物以外では、「食事・喫茶などの飲食」が12.0%あったが、「ホテル利用」「ボウリングなどのアミューズメント」などは比率が低かった。

図15 アミシング潮江地区への来街目的



#### 5 アミシング潮江地区への来街理由

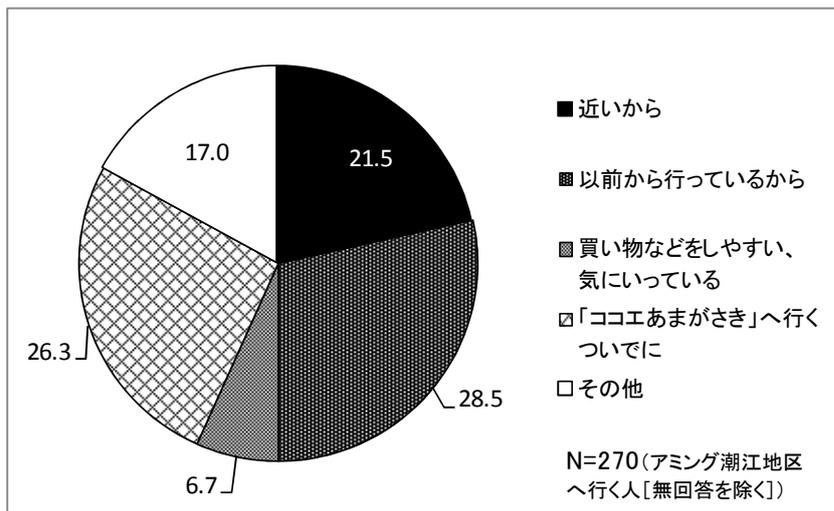
アミシング潮江地区に来る人に、その理由をたずねた（図16参照）。

最も多かったのは「以前から行っているから」が28.5%、次いで「近いから」が21.5%であり、この2つで半数を占める。

これに対して、積極的な理由である「買い物がしやすい、気に入っている」はわずか6.7%と低い。

一方、「ココエへ行くついでに」と答えた人が26.3%あり、アミシング潮江地区へは行くものの、買い物の主たる場所はココエへ移った人が、約4分の1あった。

図16 アミシング潮江地区への来街理由



#### 6 アミシング潮江地区での買い物等の満足感

アミシング潮江地区に行く人に、そこでの買い物等の満足感を複数回答でたずねた（図17参照）。

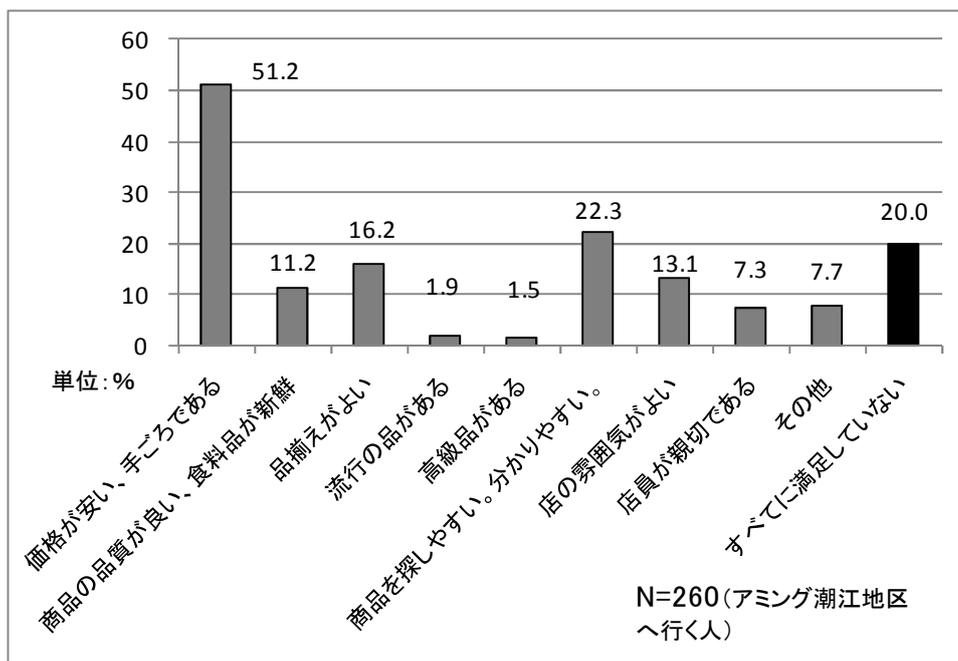
最も高いのが「価格が安い、手ごろである」が51.2%で、約半数の人はこの点で満足している。しかし、それ以外の項目はいずれも20%台かそれ以下で、いずれの項目も満足度は高くない。

問14と問15の回答から、すべての項目に満足していない人を判別した結果※、20.0%もあった。

先の来街理由で「近いから」や「以前から行っている」人が多かったことも合わせ考えると、これまでの習慣でアミシング潮江地区に買い物にはでかけているものの満足していない層があって、その中にはココエができた後は、買い物の主たる場所がココエの方へ移った層があるといえそうである。

※ 問15で「その他」を選択し、具体的記入内容が「満足しているものはない」と記入した場合、問14で「買い物などをしやすい、気に入っている」以外のいずれかを選択し、かつ問15ですべての選択肢に記入していない場合、を「すべてに満足していない」と判別した。

図 17 アミダ潮江地区での買い物等の満足感



## 4. ココエについて

### 1 ココエへの来館頻度

アンケート回答者にココエへ行ったことがあるかどうかをたずねると、「ココエへ行ったことがある」が 386 件 (74.5%)、「ココエへ行ったことがない」が 126 件 (24.3%)、「無回答」が 6 件 (1.2%) であった。

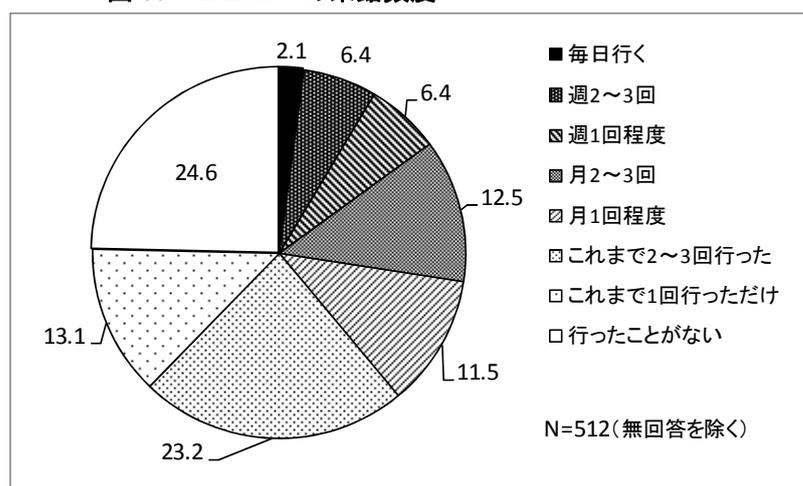
無回答を除く 512 件について、来館頻度を示したのが、**図 18** である。

「毎日行く」「週 2~3 回」「週 1 回程度」の合計は、14.9% である。

「月 2~3 回」「月 1 回程度」は合わせて 24.0%、「これまで 2~3 回行った」と「これまで 1 回行っただけ」との合計は 36.3%、「行ったことがない」が 24.6% である。

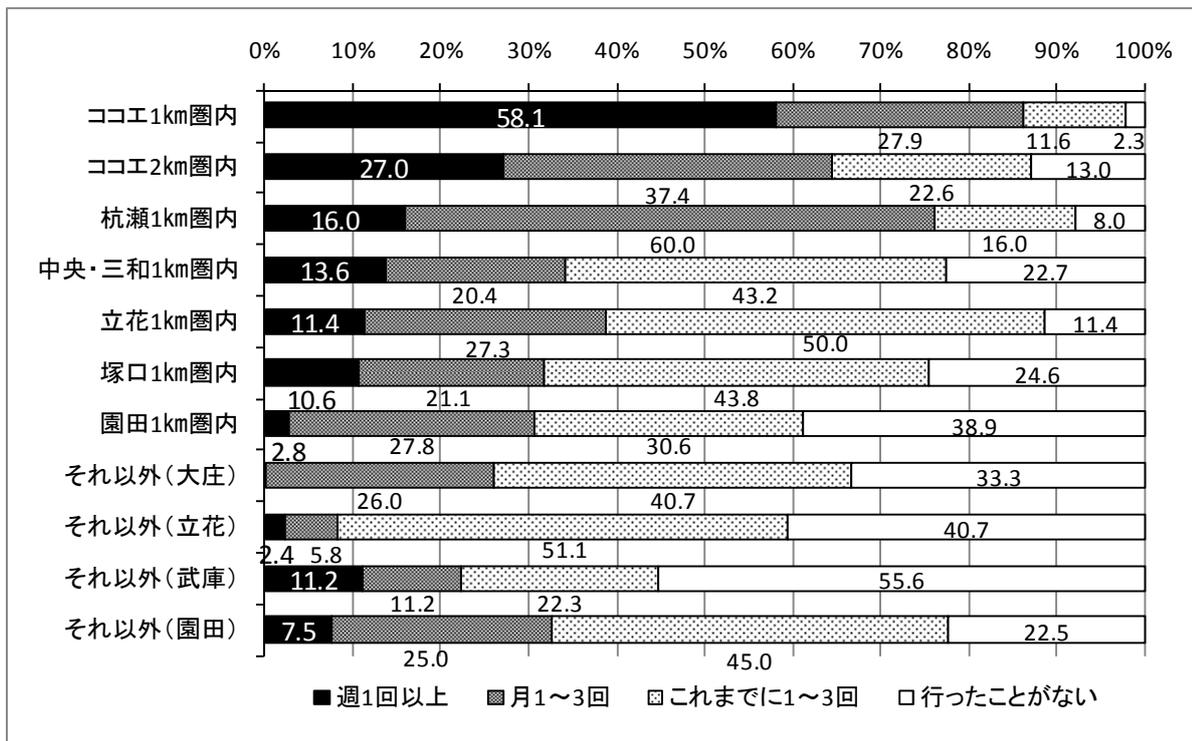
つまり、週 1 回以上が約 15%、月 1~3 回程度は 24%、これまで 1~3 回が約 36%、行ったことがない人が約 25% という比率になる。

図 18 ココエへの来館頻度



この結果を居住地 11 分類でみる（図 19 参照）。図 19 は、週 1 回以上、月 1～3 回、これまでに 1～3 回、行ったことがない、の 4 区分で示している。

図 19 居住地 11 分類でみたココエへの来館頻度



ココエの近くに住んでいる「ココエ 1 km圏内」では、58.1%が「週 1 回以上」ココエへ行っている。また、「月 1～3 回」も 27.9%ある。

「ココエ 2 km圏内」（ココエ 1 km圏内を除く）は、「週 1 回以上」が 27.0%、「月 1～3 回」が 37.4%である。

「杭瀬 1 km圏内」は、「週 1 回以上」が 16.0%で、「ココエ 2 km圏内」よりも少ないものの、「月 1～3 回」を加えると 76.0%となり、「ココエ 2 km圏内」のそれよりもむしろ多い。

尼崎市内の主要都市核である「中央・三和」「立花」「塚口」の 1 km圏内の居住者でも、「週 1 回以上」ココエへ行く人が、それぞれ 10%以上あり、その意味ではこれらの地域の商店街・市場は影響を受けているといえる。

しかし、「園田 1 km圏内」は「週 1 回以上」ココエへ行く人はせいぜい 2.8%で、それほど大きな影響があるとはいえない。

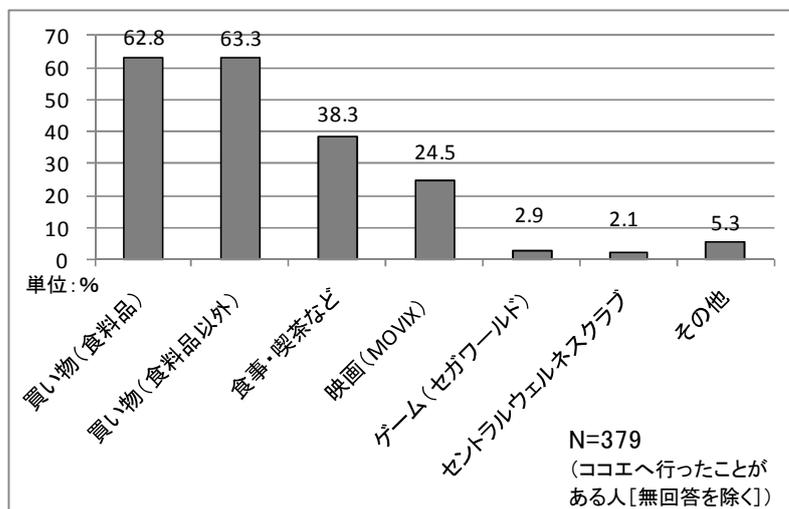
## 2 ココエへの来館目的

ココエへ行ったことがある人（386 件）のうち、無回答を除く 379 件について来館目的を複数回答でたずねた結果をまとめたのが図 20 である。

「買い物（食料品）」「買い物（食料品以外）」がそれぞれ 62.8%、63.3%と高いことがわかる。

買い物以外では「食事・喫茶など」が 38.3%、「映画（MOVIX）」が 24.5%であった。

図 20 ココエへの来館目的



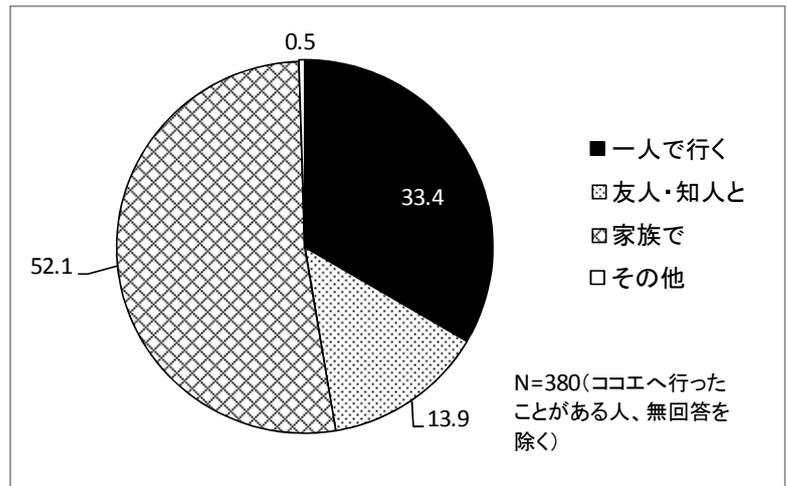
### 3 ココエへの来館時の同行者

ココエへ行ったことがある人に対して、来館時の同行者をたずねた（図 21 参照）。

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。ココエへ一人で来館する比率は 33.4% で、それほど高い比率ではない。

「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。その両者を合わせると 66.0% であり、ほぼ 3 分の 2 を占める。

図 21 ココエへの来館時の同行者



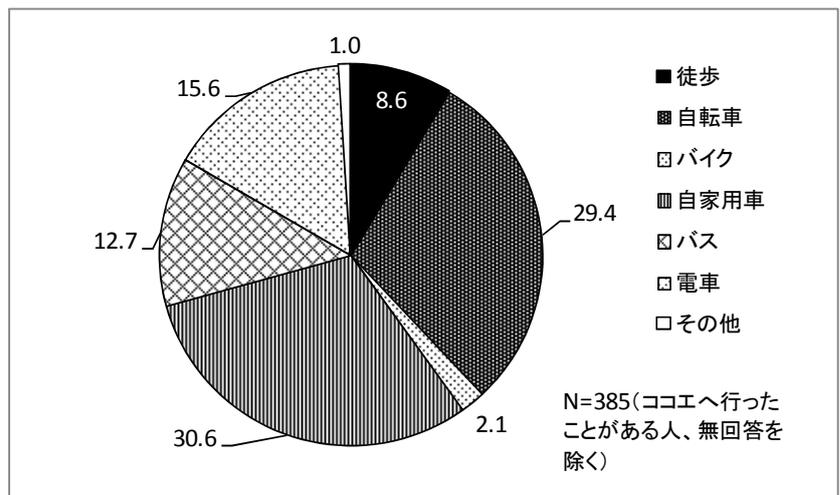
## 5. JR 尼崎駅北側の地域への到達手段

アミシング潮江地区やココエがある街区への到達手段をまとめたものが図 22 である。

「徒歩」で来ているのは、8.6% ある。これは明らかに近くから来ている人とみてよい。「自転車」は 29.4%、「自家用車」は 30.6% あり、この 2 つの到達手段が最も多い。これらの到達手段は、近くから遠くまで幅広い圏域からきている。

比較的遠い場所から来ているとみられる「バス」「電車」はそれぞれ 12.7%、15.6% あった。

図 22 到達手段



具体的に、居住地 11 分類で到達手段の違いをみる（図 23 参照）。

「ココエ 1 km 圏内」は約 6 割が「徒歩」できている。他は「自転車」で 33.3% あり、この 2 つの到達手段がほとんどである。この距離圏からは「自家用車」での来館はなかった。

他の圏域では、「徒歩」で来ている率が低いことから、「徒歩圏」は概ね 1 km とみてよい。

「ココエ 2 km 圏内」（1 km 圏内を除く）になると、「自転車」が多く 52.0% で半数以上を占める。また、2 km 圏内という比較的近い距離でも、23.0% が「自家用車」できている。

「杭瀬 1 km 圏内」からは圧倒的に「自転車」で来る率が高く 60.9% あり、それ以外では「自家用車」か「バス」できている。

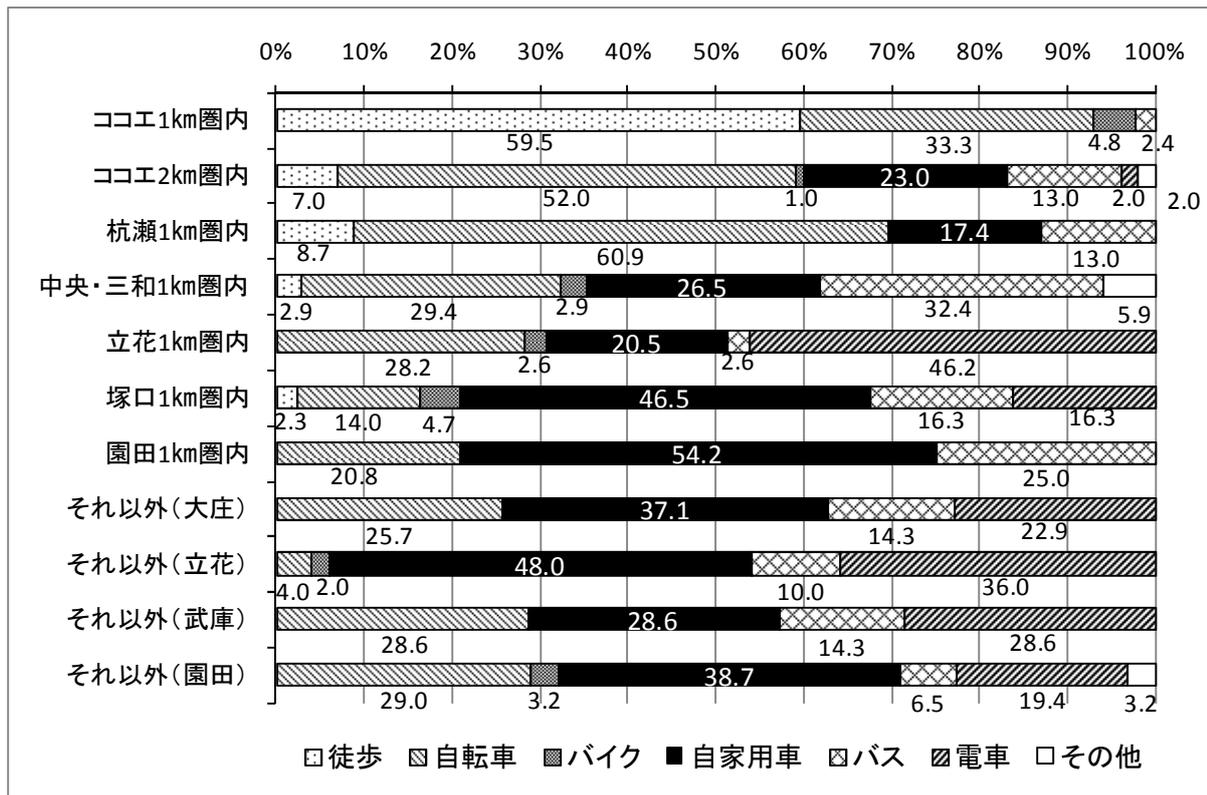
「中央・三和 1 km 圏内」からは、「自転車」「自家用車」のほか、「バス」によってくる人が 32.4% あり。

「立花1km圏内」からは、「電車」によって来る人が46.2%、約半数ある。他は「自転車」か「自家用車」である。

「塚口1km圏内」と「園田1km圏内」からは「自家用車」でくる人が最も多く、いずれも約半数を占めている。

それ以外の圏域をみると、「それ以外（大庄）」からは、「自転車」「自家用車」「電車」で、「それ以外（立花）」からは、「自家用車」「電車」で、「それ以外（武庫）」からは、「自転車」「自家用車」「電車」で、「それ以外（園田）」からは、「自家用車」「自転車」「電車」できている。

図 23 居住地 11 分類でみた到達手段



## 6. あまがさき緑遊新都心の整備について

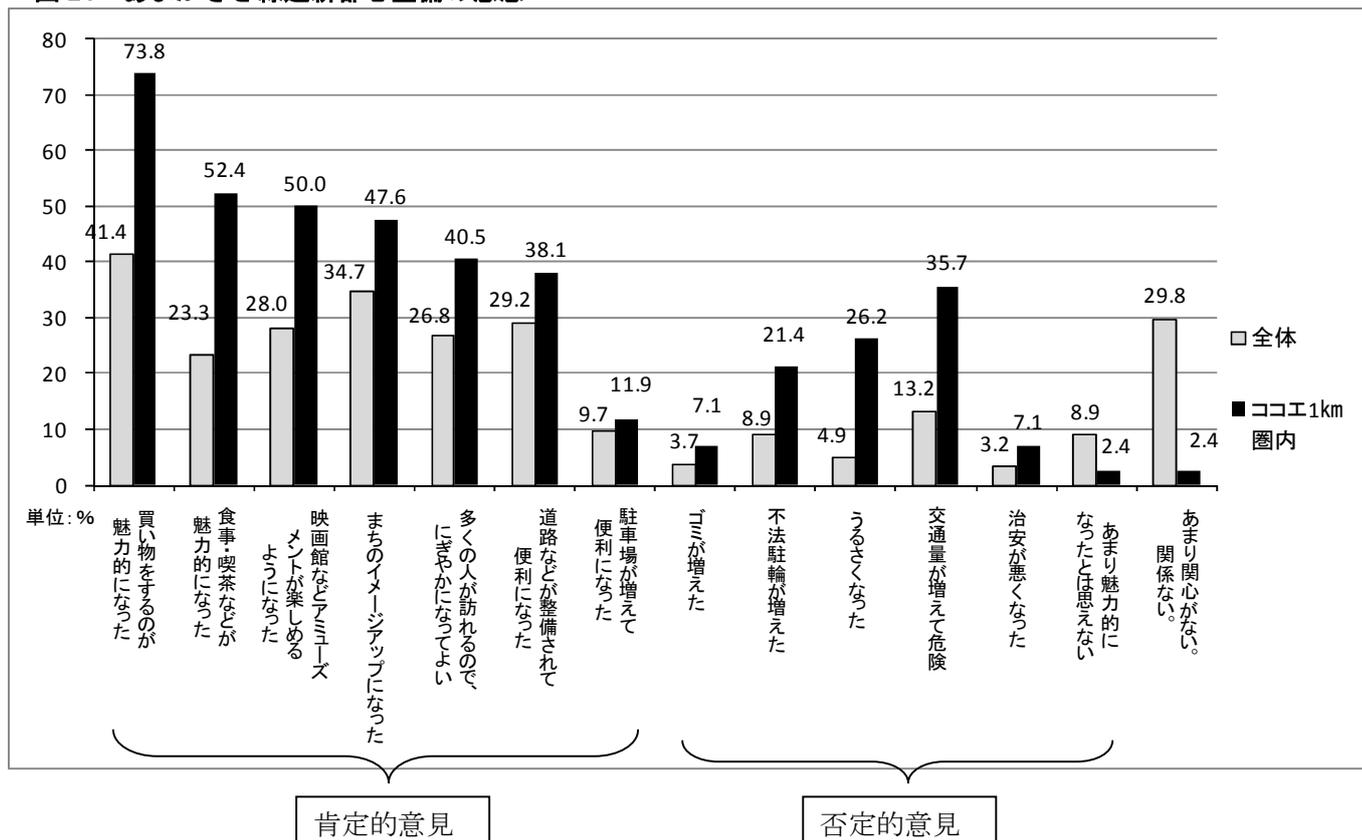
最後に、ココエの立地を含めて、あまがさき緑遊新都心全体が整備されることについて、尼崎市民の意見をたずねた。

図 24 は、肯定的意見と否定的意見を示して、複数回答で得た結果をまとめたものである。

まず全体（市全域）でみる。肯定的意見の方が否定的意見よりも比率が高い。ただし、「あまり関心がない、関係ない」という意見が一方で29.8%ある。

肯定的な意見では、「買い物をするのが魅力的になった」が最も高く、41.4%もあった。ココエができたことで、食料品や衣料品、雑貨など選択肢が増えたことに加えて、食事や喫茶、アミューズメントを合わせて楽しむことができることも魅力のうちに入るかもしれない。ちなみに、「食事・喫茶などが魅力的になった」「映画館などアミューズメントが楽しめるようになった」もそれぞれ23.3%、28.0%と比較的高いといえる。

図 24 あまがさき緑遊新都心整備の感想



次いで多かったのは、「まちなイメージアップになった」が34.7%で、ほぼ3分の1の人がこれに賛同している。尼崎市の新しい都心にふさわしいまちとして整備され、イメージアップになるという意見だろう。また、「多くの人が訪れるので、にぎやかになってよい」も26.8%あり、市内外から人が訪れ、にぎわいのあるまちづくりが望ましい、という意見とみることができる。

さらに、「道路などが整備されて便利になった」も29.2%と高い比率であった。

一方、否定的な意見は、全般的に低い。その中では、「交通量が増えて危険」という意見が13.2%あるだけで、ほかはいずれも10%未満であった。

これに対して、最もココエに近い「ココエ1km圏内」でみると、肯定的意見も否定的意見も全体に比べてより比率が高くなっていることがわかる。

肯定的意見では、「買い物をするのが魅力的になった」が73.8%もあり、ほぼ4分の3はこの点に賛成している。また食事等、アミューズメントなどでより魅力的になった、道路が整備されてより便利になったという意見も多い。

一方で、否定的意見もより強く表れており、とくに「交通量が増えて危険」の比率が最も高く35.7%あった。また「うるさくなった」「不法駐輪が増えた」という意見も20%台ある。

また、「あまり関係がない。関係ない」という意見は、全体で3割近かったのに、「ココエ1km圏内」ではほとんどなかった。

以上みてきたように、ココエを含めた「あまがさき緑遊新都心」の整備について、尼崎市民は肯定的意見が否定的意見よりも高く、より近くに住む「ココエ1km圏内」の居住者になると、肯定的意見も否定的意見も全体よりもより強く表れていることがわかる。ただ、この圏域の居住者でも肯定的意見の方が否定的意見よりも比率が高いことは、全体の傾向と同じであった。

## 7. 大規模商業施設立地による尼崎市民の消費行動への影響（まとめ）

---

### 1 都心や大規模商業集積地への外出

尼崎市民は、買い物や食事・喫茶、娯楽などで市内及び市外の大規模商業施設や大阪・神戸の都心部に出かけている。出かける頻度が高いのは、市内の大規模商業集積地である。もちろんこの場合、回答者の居住地によっては地元の大規模な商店街・市場を含むこともあることは留意しておく必要がある。

さらに、市内の大型ショッピングセンター（SC）にもほぼ同程度の頻度で出かけている。

これらの市内の大規模商業集積地や大型 SC のほかでは、それらへの外出頻度よりは少ないものの、大阪の都心部や繁華街や、近隣都市である西宮や伊丹の大型 SC にも出かけている。

以上に比べると、神戸の都心部や繁華街への外出頻度はやや少ないようである。

こういった都心や大規模商業集積地への外出が、ココエができたことでどのように変わったのだろうか。

市内の大型 SC への外出は、ほぼ 2 割の人が外出頻度は「減った」と答えた。一方で、約 8 割の人はココエへ行く、行かないに関わらず、市内の大型 SC への外出は変わらないという。

外出頻度が「減った」程度は、調査の限界があつて分からない。ただ、2 割の人すべてが全く行かなくなったとは考えられない。したがって、市内の大型 SC は、ココエができて影響があつたことは間違いないが、それほど大きな影響ともいえないだろう。

同様に、市内の大規模商業集積地への外出は、約 13%の人が外出頻度は減ったという。

このようにみると、これらの既存の大規模商業集積地や大型 SC への影響は、それほど大きいとはいえないかもしれない。ただしこの結論は、尼崎市全域の居住者の、市内全域の大規模商業集積地等への外出がどう変化したかという、総体的な見方である。

個別の大規模商業集積地への影響は、「居住地 11 分類でみたココエへの来館頻度」（P15 参照）でみた。この点については、本節の第 3 項（ココエについて）で整理して述べる。

一方、ココエができた影響については、今まで市外の大規模商業集積地等に出かけていた尼崎市民の消費ニーズが市内に向いたか、という点も考慮すべきである。

「西宮・伊丹の大型 SC」への外出頻度は、ほぼ 2 割の人が減ったと答え、「大阪」や「神戸」の都心や繁華街への外出は、いずれも 1 割強の人が減ったと答えている。つまり、その分は、ココエが消費ニーズを市内消費に引き止めたとみることができる。加えて、西宮・伊丹、大阪、神戸へ出かけていた人の約半数程度は、それらの大規模商業集積地への外出頻度は「変わらない」といいつつも、ココエへも行くと答えていることから、その分だけ尼崎市民の消費活動を増幅した効果があつたといえる。

### 2 アミング潮江地区について

それでは、ココエに隣接するアミング潮江地区の商業集積地はどのような影響があつたのだろうか。

そもそもココエができる前は、アミダ潮江地区の商圏は、半径1 km圏を中心として日常的な買い物客が訪れる状況であった。さらに半径2 km圏内からもある程度（概ね2割強）の人が週1回以上買い物等に訪れていて、それよりも遠くからは来ることは少なかったとみられる。

ココエができた後、この圏域の居住者のアミダ潮江への来街頻度をみると、これまでアミダ潮江地区の中心的な商圏であった「ココエ1 km圏内」では、4割強の人がアミダ潮江地区への来街頻度が「減った」と答えている。一方で、「増えた」と答えた比率も約1割あるものの、大きな影響を受けていることはまちがいないだろう。

同様に、「ココエ2 km圏内」（1 km圏内を除く）でも、来街頻度が「減った」と答えたのが約3割、「増えた」が約1割あって、この圏域でみても「減った」比率の方が高い。

尼崎市民が、アミダ潮江地区へ行く目的は、「買い物（食料品）」が約半数を、「買い物（食料品以外）」が4分の1を占めていた。その他、「食事・喫茶などの飲食」が1割強あるものの、他の目的で訪れる比率は低い。

そして、その来街理由は、「近いから」「以前から行っているから」といった理由が、両方で全体の約半数を占めていた。それに対して「買い物などをしやすい、気に入っている」といった積極的な理由はわずか7%に過ぎない。一方、「ココエにいくついでに」という買い物場所の主体がココエへ移ってしまった人が3割弱あったことも注目すべき点であろう。

### 3 ココエについて

ココエができて、尼崎市民がどの程度行っているのかをみた。

全体の約75%が「行ったことがある」と答え、約25%は「行ったことがない」という。

ココエへの来館頻度は、居住地のココエからの距離によって明らかに異なる。

「ココエ1 km圏内」の居住者は、約6割が週1回以上行っている。さらに、月1~3回程度を加えると、約86%にもなる。さらに、「ココエ2 km圏内」（1 km圏内を除く）でも、週1回以上が3割弱、月1~3回程度を加えると約65%である。これらをもとに、これらの距離圏を商圏とするアミダ潮江地区への影響は大きいといえる。

それに加えて、尼崎の大規模商業集積地である「中央・三和1 km圏内」「立花1 km圏内」「塚口1 km圏内」「杭瀬1 km圏内」のいずれもの居住者も、1割以上が週1回以上ココエを訪れている結果をみると、それらの大規模集積地での消費も、一部とはいえココエへ移っている様子がうかがえる。とくに、「杭瀬1 km圏内」は週1回以上が16.0%ある上に、月1~3回も60.0%もあり、ココエからの距離が近いから、他の大規模商業集積地よりも影響が大きいのではないかと思われる。

### 4 あまがさき緑遊新都心の整備について

尼崎市の「あまがさき緑遊新都心土地区画整理事業」により JR 尼崎駅北側の整備がなされてきた。ココエはその核施設としての大規模商業施設である。ココエを含めたそのような都心整備について、尼崎市民はどのように感じているのだろうか。

都心整備の感想は、概ね肯定的な項目の比率が高かった。最も高かったのが、「買い物をするのが魅力的になった」で約4割の人が支持している。買い物の選択肢が増えたこと、食事や喫茶などが合わせてできる、映画館などのアミューズメントが楽しめるといったことも含めて、そこで過ごす時間が楽しみであるという意見だろう。

また、「まちのイメージアップになった」も約 35%と高く、尼崎の大きな都市核であり、新しい玄関口にふさわしいと感じているのだろう。

「道路などが整備されて便利になった」も約 29%と高かった。

これらの肯定的な意見に比べて、否定的な意見の比率は低かった。

否定的な意見では、「交通量が増えて危険」が 1 割強であるほかは、いずれも 1 割を下回る程度であった。

一方、「あまり関心がない。関係ない」という層も全体の約 3 割あった。

これに対して、ココエの近くに住む「ココエ 1 km 圏内」の居住者は、肯定的意見も、否定的意見も全体よりも高い比率であった。ただし、肯定的意見の方が否定的意見よりも比率が高いことは、全体と同じ様相を示していた。

この調査では、ココエができたことによって、尼崎市民の消費行動がどのように変化したか、またその結果として、既存の商業集積地や商業施設がどの程度影響を受けたかをみた。

大規模商業施設の立地は、単に尼崎市民の消費行動に影響を与えるだけでなく、その広域性から、市外の居住者にも消費行動に影響を与え、外部からの消費ニーズを誘引する要素も大きい。この点については、「平成 22 年度特定経済動向調査 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）を参照されたい。



## 【資料編】

(アンケート調査票)

# 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

あなたや、一緒にお住まいのご家族についておたずねします

問1 あなたは、何歳代ですか。  
(1つに○印)

- |   |       |   |      |   |      |
|---|-------|---|------|---|------|
| 1 | 19歳以下 | 2 | 20歳代 | 3 | 30歳代 |
| 4 | 40歳代  | 5 | 50歳代 | 6 | 60歳代 |
| 7 | 70歳以上 |   |      |   |      |

問2 あなたの性別は？  
(1つに○印)

- |   |    |   |    |
|---|----|---|----|
| 1 | 女性 | 2 | 男性 |
|---|----|---|----|

問3-1 あなたの家族構成は？  
(1つに○印)

- |   |                    |   |      |
|---|--------------------|---|------|
| 1 | 夫婦のみ               | 2 | 親と子供 |
| 3 | 夫婦と親               | 4 | 三世帯  |
| 5 | その他の親族世帯           |   |      |
| 6 | 非親族（親戚関係にない者同士の居住） |   |      |
| 7 | 単独世帯               |   |      |

問3-2 あなたのご家族で、次の  
年齢のお子様はおられますか。  
該当するものすべてに○印を  
つけてください。

- |   |        |   |        |
|---|--------|---|--------|
| 1 | 就学前の子供 | 2 | 小学生    |
| 3 | 中学生    | 4 | 高校生    |
| 5 | その他    | 6 | 子供はいない |

問4 あなたのお住まいはどこですか。（JR 尼崎駅からの距離を調べるためです）

尼崎市（          ）町（      ）丁目

問5 あなたは現在の場所にお住まいになって何年経ちますか。（1つに○印）

- |   |       |   |       |   |         |
|---|-------|---|-------|---|---------|
| 1 | 1年未満  | 2 | 5年未満  | 3 | 10年未満   |
| 4 | 20年未満 | 5 | 20年以上 | 6 | 生まれた時から |

あなたが都心や商業集積地などへ  
おでかけされることについておたずねします。

次の頁にお進みください。 



JR 尼崎駅北側に、「ココエあまがさき」がオープン（昨年 10 月）する前のことをお尋ねします。

問 6 あなたは大型のショッピングセンターや大規模商業集積地にどの程度でかけられますか。次の I～V の場所それぞれで、出かける回数の番号に○印をつけてください。

場所	回数				
	1 週 1 回以上	2 月 1～3 回	3 年 3～10 回	4 年 1～2 回	5 出かけない
I 尼崎市内の大型ショッピングセンター (つかしん、イオン尼崎店)	1	2	3	4	5
II 尼崎市内の大規模商業集積地 (中央・三和・出屋敷地区、JR立花駅周辺、 阪急塚口駅周辺など)	1	2	3	4	5
III 西宮、伊丹の大型ショッピングセンター	1	2	3	4	5
IV 神戸三宮・元町周辺	1	2	3	4	5
V 大阪周辺 (梅田、なんば、心斎橋など)	1	2	3	4	5

※ (すべて「5」の場合 ⇒問 10 へ)

問 7 それは主に何が目的ですか。(該当するものすべてに○印)

- |         |           |                    |
|---------|-----------|--------------------|
| 1 買い物   | 2 食事・喫茶   | 3 映画・観劇などのアミューズメント |
| 4 学習・教養 | 5 その他 ( ) | 6 とくに目的はない         |

問 8 あなたは、なぜそれらの場所へでかけますか。(該当するものすべてに○印)

- |               |                       |
|---------------|-----------------------|
| 1 近い・交通の便がよい  | 2 いろいろなお店を比べて商品を選べる   |
| 3 流行の品、高級品がある | 4 買い物、食事、娯楽などいろいろ楽しめる |
| 5 夜遅くまで営業している | 6 その他 ( )             |



JR 尼崎駅北側に、「ココエあまがさき」がオープンした後のことをお尋ねします。

問 9 「ココエあまがさき」がオープンした後、問 6 の場所にでかける回数は変わりましたか。次の I～V の場所ごとに、それぞれ該当する番号に○印をつけてください。

場所	回数の増減			
	1 減った (ココエができたから)	2 変わらない (ココエにも行くが)	3 変わらない (ココエは行かないので)	4 その他
I 尼崎市内の大型ショッピングセンター (つかしん、イオン尼崎店)	1	2	3	4 ( )
II 尼崎市内の大規模商業集積地 (中央・三和・出屋敷地区、JR立花駅周辺、 阪急塚口駅周辺など)	1	2	3	4 ( )
III 西宮、伊丹の大型ショッピングセンター	1	2	3	4 ( )
IV 神戸三宮・元町周辺	1	2	3	4 ( )
V 大阪周辺 (梅田、なんば、心斎橋など)	1	2	3	4 ( )



問 16 あなたはこれまで、「ココエあまがさき」に何回行ったことがありますか。（1つに○印）

- |               |                    |
|---------------|--------------------|
| 1 毎日行く        | 2 週2～3回            |
| 3 週1回程度       | 4 月2～3回            |
| 5 月1回程度       | 6 これまで2～3回行った      |
| 7 これまで1回行っただけ | 8 行ったことがない（ →問20へ） |

問 17 「ココエあまがさき」には何を目的に行きましたか。（該当するものすべてに○印）

- |               |                 |
|---------------|-----------------|
| 1 買い物（食料品）    | 2 買い物（食料品以外）    |
| 3 食事・喫茶など     | 4 映画（MOVIX）     |
| 5 ゲーム（セガワールド） | 6 セントラルウェルネスクラブ |
| 7 その他（ ）      |                 |

問 18 「ココエあまがさき」に行く時は、主にだれとでかけますか。（1つに○印）

- |          |          |       |
|----------|----------|-------|
| 1 一人で行く  | 2 友人・知人と | 3 家族で |
| 4 その他（ ） |          |       |

問 19 あなたは、「ココエあまがさき」や「アミシング潮江地区」にでかける時に、主にどのようにして行きましたか。（1つに○印）

- |          |       |       |
|----------|-------|-------|
| 1 徒歩     | 2 自転車 | 3 バイク |
| 4 自家用車   | 5 バス  | 6 電車  |
| 7 その他（ ） |       |       |

問 20 JR 尼崎駅北側に、これまでの「アミシング潮江地区」や新たな「ココエあまがさき」など、「あまがさき緑遊新都心」が次第に整備されています。

このことをどのように思われますか。該当するものすべてに○印をつけてください。

【良い面】

- 1 買い物をするのが魅力的になった。
- 2 食事・喫茶などが魅力的になった。
- 3 映画館などアミューズメントが楽しめるようになった。
- 4 まちのイメージアップになった。
- 5 多くの人が訪れるので、にぎやかになってよい。
- 6 道路などが整備されて便利になった。
- 7 駐車場が増えて便利になった。

【悪い面】

- 8 ゴミが増えた。
- 9 不法駐輪が増えた。
- 10 うるさくなった。
- 11 交通量が増えて危険。
- 12 治安が悪くなった。
- 13 あまり魅力的になったとは思えない。

【その他】

- 14 あまり関心がない。関係ない。

【その他自由意見欄】

————— 質問は以上です。ありがとうございました。 —————

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

---

発行日	平成22年（2010年）12月
編集・執筆	財団法人 尼崎地域・産業活性化機構
発行者	財団法人 尼崎地域・産業活性化機構