

# 二つの調査からみた大規模商業施設立地の影響

---

## 【要点の抽出と整理】

### 【二つの調査】

■ 「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)

平成 22 年 7 月 4 日（日）、5 日（月）10 時～20 時実施

【通行量調査】：アミング潮江及びココエ周辺の 13 地点

【来街者調査】：ココエの来館者へのヒアリング調査

■ 「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」

(平成 22 年 12 月、財団法人尼崎地域・産業活性化機構)

平成 22 年 7 月 20 日～30 日実施

【アンケート調査】

調査対象：尼崎市民

有効配布数：1,962 世帯

有効回収数： 518 世帯

有効回収率： 26.4%

平成 22 年 12 月

財団法人 尼崎地域・産業活性化機構

## I 地元商店街・市場への直接的影響【特定経済動向調査－通行量調査から】

特定経済動向調査のうち、通行量調査は、ココエの立地が「アミング潮江地区」へ与えた影響を直接的にみたものである。とくに、地区北側に東西方向に配置された、アミング潮江イースト商店街、アミング潮江ウエスト1番館・2番館、コア潮江が集積する通路の通行量の変化によって、直接的な買い物等の客の増減を推測することができる。

### 1 「アミング潮江商店街歩行者専用道路十字路」での4方向の通行量は減少

(量的減少)

日曜日・平日ともに4方向のいずれもが減少した。

日曜日は、北向きで約3割、東向きで2割強、西向きで1割強、南向きで1ケタ台前半の減少である。

平日は、減少率が高いのは南向きで1割台半ばである。それ以外の3方向は日曜日よりも減少率が低く1ケタ台であった。

図表1 前回調査と今回調査の通行量及びその変化

場所	方向	日曜日				平日			
		前回調査	今回調査	差	増減率(%)	前回調査	今回調査	差	増減率(%)
「アミング潮江商店街歩行者専用道路十字路」	①北向き	2,350	1,660	▲690	▲29.4	2,000	1,830	▲170	▲8.5
	②南向き	2,632	2,506	▲126	▲4.8	2,958	2,488	▲470	▲15.9
	③東向き	3,654	2,792	▲862	▲23.6	3,826	3,682	▲144	▲3.8
	④西向き	4,540	3,948	▲592	▲13.0	4,152	3,952	▲200	▲4.8
「アミング潮江商ウエスト2番館・昭和病院間横断歩道」	⑤西向き	1,920	2,118	198	10.3	2,000	1,524	▲476	▲23.8
	⑥東向き	2,160	1,704	▲456	▲21.1	2,338	1,502	▲836	▲35.8
「ホップインアミング・ココエ間横断歩道」	⑦西向き	564	2,400	1,836	325.5	834	1,644	810	97.1
	⑧東向き	618	2,976	2,358	381.6	834	2,026	1,192	142.9
「ホップインアミング前2階歩行者専用デッキ」	⑨北向き	2,974	1,586	▲1,385	▲46.7	2,366	1,324	▲1,042	▲44.0
	⑩東向き	3,182	1,952	▲1,230	▲38.7	2,412	1,668	▲744	▲30.8
合計		24,594	23,642	▲952	▲3.9	23,720	21,640	▲2,080	▲8.8

(時間帯による特徴)

日曜日は、4方向とも減少が多い時間帯は16時台であった。16時台はいわゆる夕食の買い物の時間帯とみられる。このほか、東向き及び西向きで減少が多い時間帯は13時台及び15時台であった。

平日は、減少が多い時間帯は12時台及び17時台であった。

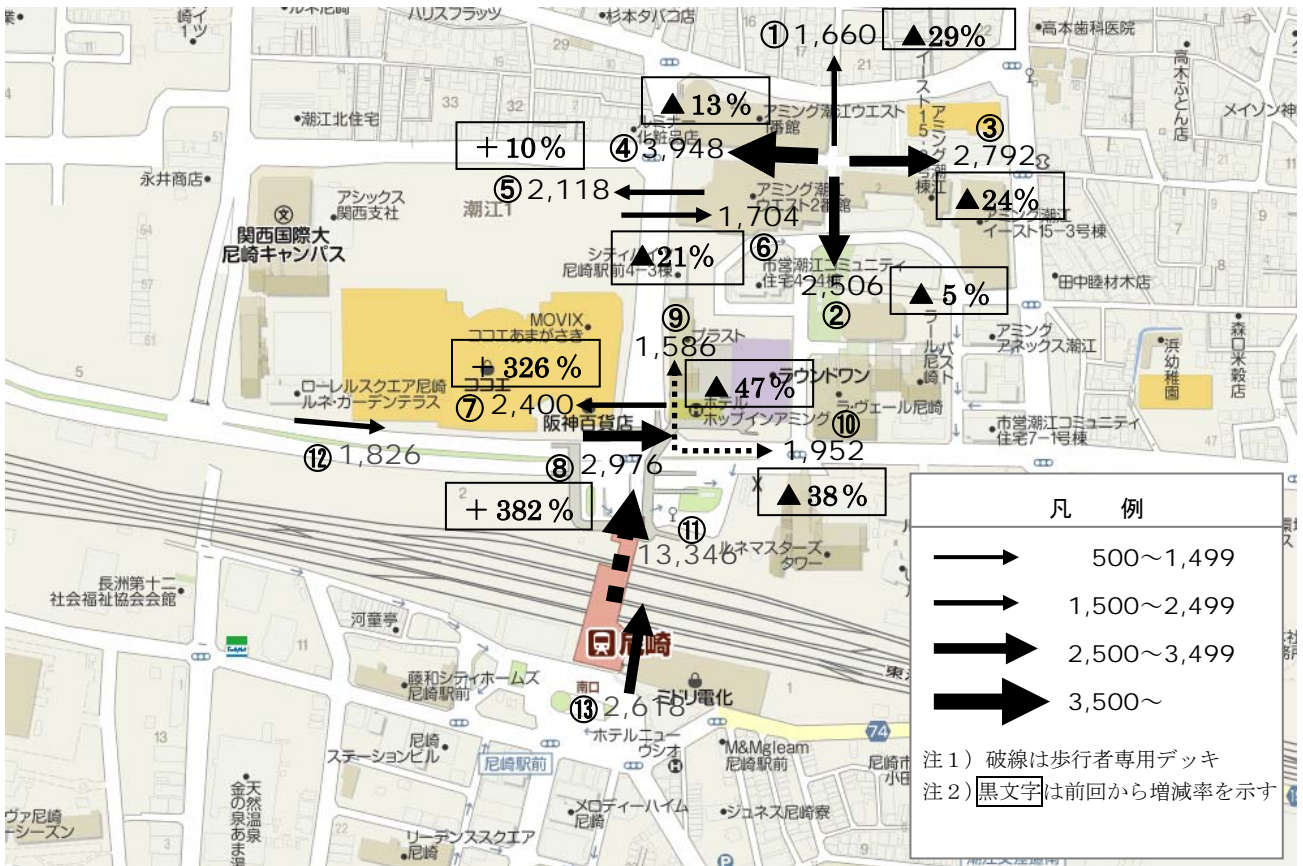
以上のことから、ココエができて、アミング潮江ウエスト・イースト、コア潮江といった地区北側の商店街や市場へ向かう通行量は減少し、影響は受けているといえる。

### 2 アミング潮江地区の人の流れ方が変化

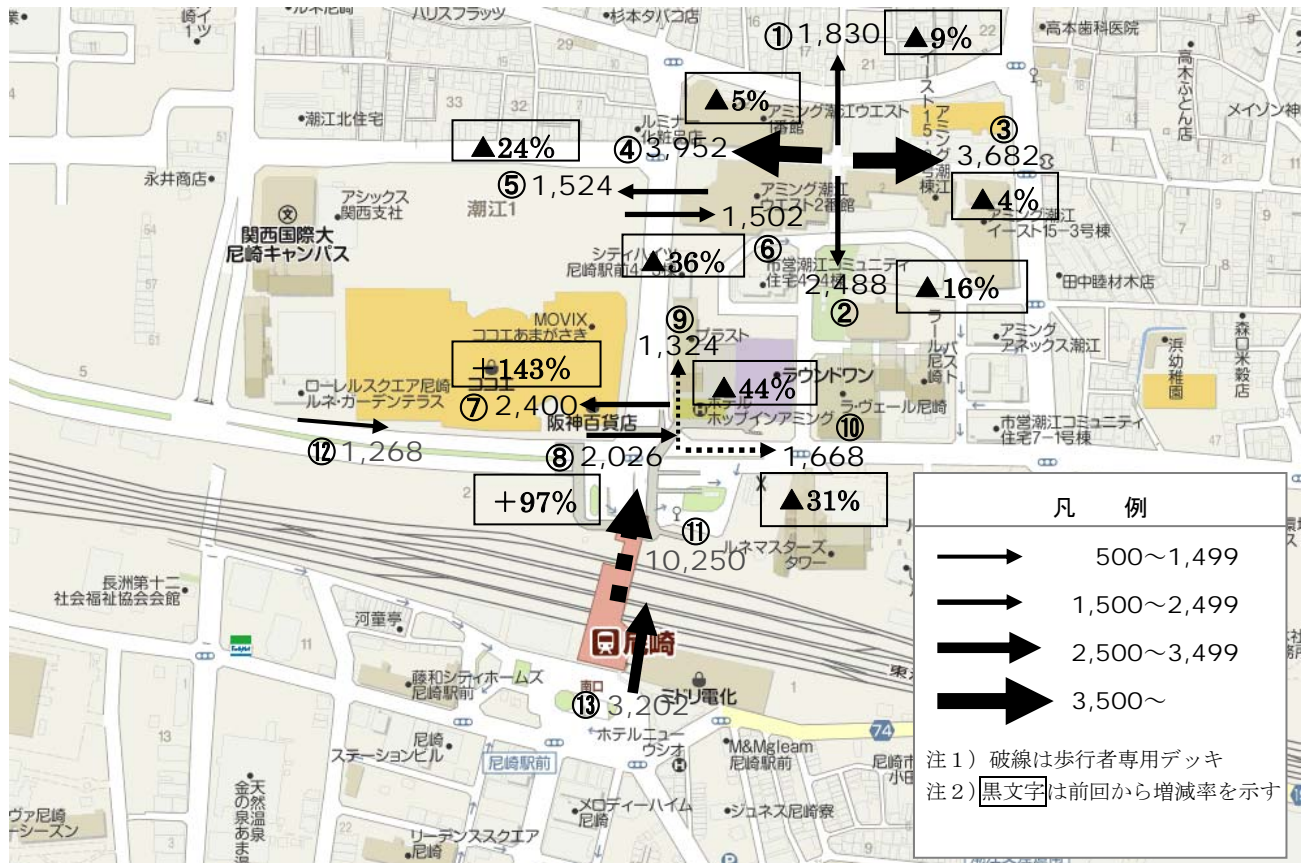
#### ① ココエのある街区とアミング潮江地区との往来が変化(地上階レベル)

従前は、アミング潮江地区とその西側街区(従後のココエのある街区)との往来は、「アミング潮江ウエスト2番館西側横断歩道」が主で、「ホップインアミング西側横断歩道」での往来はほとんどなかったといってよい。アミング潮江地区の西側エリアからアミング潮江地区へ来る人は、既存の商業施設(アミング潮江ウエスト・イースト、コア潮江)などを主として、アミング潮江地区へ来ることが目的だったと考えられる。恐らく、アミング潮江地区の東側エリアから来る人も同様だったと考えてよいだろう。

■日曜日通行量【8時間（10：00－18：00）】と前回調査からの増減率



■平日通行量【8時間（10：00－18：00）】と前回調査からの増減率



ところが、ココエができた従後では、明らかに「ホップインアミグ・ココエ間横断歩道」での通行が大幅に増え、東西の流れの主となった。「アミグ潮江ウエスト 2 番館・昭和病院間横断歩道」は日曜日の西向きだけは増加したものの、日曜日・東向き、平日の西向き及び東向きのいずれも減少した。

この結果をみると、例えば、アミグ潮江地区の東側エリアから来る買い物客は、地区北側の商店街や市場のある通路を通らなくても、例えば、アミグ潮江地区南側歩道を通してココエへアクセスできる。既存の商業施設へ行ったとしても、そこが最終目的地にならず、通過点的になっているのではないかと考えられる。JR 尼崎駅南側から来る人たちも鉄道敷きの地下道を通してアミグ潮江地区へ来ているものの地区北側の商店街や市場へ行かずに、ホップインアミグ南西角の横断歩道をとおってココエ側に流れていることも考えられる。ただし、駅南側から地下道を通してアクセスする通行量は従前には調査していないので、直接的比較はできない。

一方、アミグ潮江地区とココエのある街区間の東西方向の通行量は、日曜日・平日ともココエのある街区からアミグ潮江地区へ行く東向きの方が、逆方向（西向き）よりも多い。

## ② 2 階デッキレベルでの往來の変化

JR 尼崎駅から 2 階デッキレベルで北側に出た場合、従前は、ホップインアミグの南西角を、東側に折れるか、北側に向かうしかなかった（その手前で、バス乗り場へ下りる場合を除く）。いずれにしてもアミグ潮江地区に入り、そこから東、西、北方向へ向かい、アミグ潮江地区北側の商店街や市場を通る機会が多かったと考えられる。

ところが、ココエをはじめとして、大学、企業、病院が立地する街区の整備が進むと、駅北側の 2 階デッキは、ロの字型となり、すべてがアミグ潮江地区側に下りる必要がなくなった。JR 尼崎駅から 2 階デッキレベルを北側に出た通行量のうち、ホップインアミグ南西角を東向きに行く通行量は日曜日が 15%、平日で 16%、北向きに行く通行量は日曜日が 13%、平日で 14% である。日曜日・平日ともに、東向き、北向きを合わせて 3 割程度である。その他は、ココエのある街区側に通行量に移っている。

この結果をみると、従前よりも、アミグ潮江地区北側の商店街や市場を通る機会が減少したことが推測できる。

## 3 JR 尼崎駅の乗降客数（参考）

JR 西日本が公表している平成 20 年度の 1 日当たり平均乗降客数は **72,992 人** である。

ココエがオープンした 2009 年 10 月以降を含む平成 21 年度の 1 日当たり平均乗降客数は **77,920 人** である。

なお、平成 22 年度の乗降客数は未公表である。

前回調査を含む 1 年間と、ココエがオープンした後の半年を含む 1 年間での 1 日当たり平均乗降客数で、約 5,000 人増加している。

前回調査と今回調査それぞれの実施日の JR 尼崎駅の乗降客数について、直接比較はできないものの、上記のことから、ココエがオープンした後である今回調査の実施日の方が乗降客数は多かったのではないかと推測できる。

## II 尼崎市域の商店街・市場等の商業集積地への影響【自主研究調査から】

尼崎市全域の市民に対して、ココエができた後に買い物行動がどのように変化したかを問うアンケート調査をすることで、尼崎市域の商店街・市場等の商業集積地への影響を調査した。

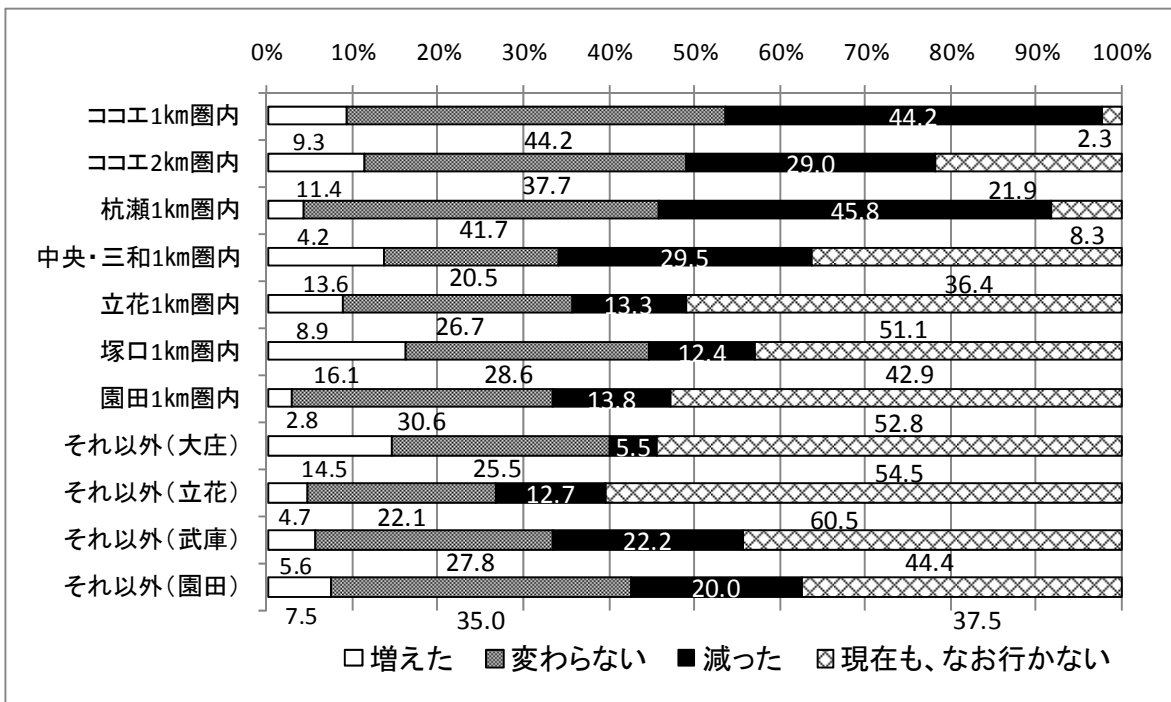
### 1 隣接するアミング潮江地区への影響

ココエが立地したことの影響がアミング潮江地区にどの程度あったか、通行量調査とは異なる手法で検証した。

ココエが立地する前は、アミング潮江の商圈は半径1km圏を中心として買い物客が訪れる状況であった。それに加えて、半径2km圏から約2割程度の人が週1回以上の頻度で買い物に来ていて、それ以外から来ることはあまりなかった。

ココエができた後、アミング潮江地区の中心的商圈であった半径1km圏内では、4割強の人はアミング潮江地区への来街頻度が「減った」と答え、約1割の人が「増えた」と答えた。これはあくまでも来街頻度の増減であり、来街者数の増減を直接的に示すものではないものの、利用の最も中心的商圈内の居住者の来街頻度が減ったことは、アミング潮江地区の商店街・市場に大きな影響があったことは否めない。

図表2 居住地別にみたアミング潮江地区への来街頻度の変化



### 2 尼崎市民のココエへの来館と周辺商業集積地への影響

#### ① ココエへの来館状況

ココエができて、尼崎市民の75%が「行ったことがある」といい、25%は「行ったことがない」と答えている。

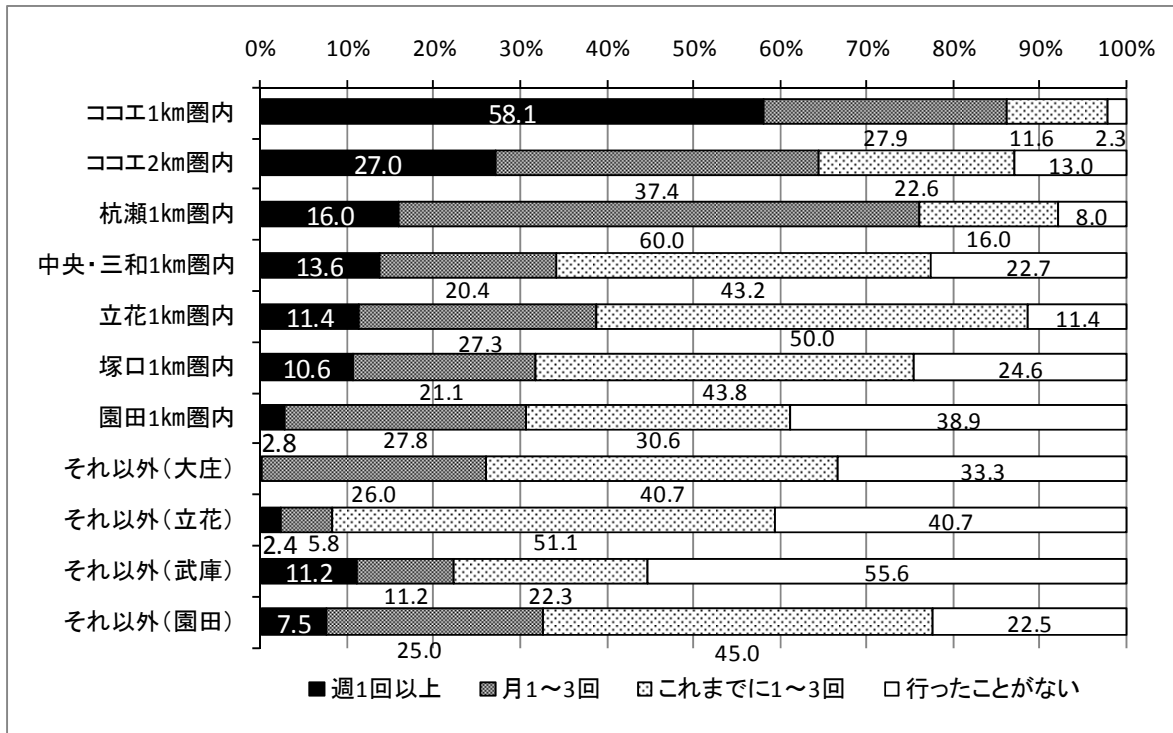
来館頻度は、居住地のココエからの距離によって異なる。

「ココエ1km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、86%にもなる。さらに、「ココエ2km圏内」(1km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 64%である。

この圏域は、まさしくアミング潮江地区の来街者の圏域と重なる。この圏域の居住者が、上記のような頻度でココエへ行っていることは、アミング潮江地区へ来る頻度が減っていることを意味している。ただし、後述するココエの広域性、多目的性によって、居住者の消費行動が拡大された可能性は大いにあり、ココエへ流れた消費がそのままアミング潮江地区での減少と捉えることは早計である。

図表 3 居住地別にみたココエへの来館頻度



② ココエの来館状況からみた周辺商業集積地への影響

尼崎に立地する大規模商業集積地として、中央・三和・出屋敷地区、JR立花駅周辺、阪急塚口駅周辺、阪急園田駅周辺及び杭瀬地区がある。これらの地区の半径1km圏に居住する市民のココエへの来街頻度を図表3でみると、それぞれの商業集積地への影響の程度がわかる。

この5つの大規模商業集積地のうち、杭瀬地区は距離的にココエに最も近く、半径1km圏の一部はココエから1km圏内に入り、残りはすべてココエから半径2km圏内に入る。

もちろん、尼崎市市内にはこれら5つの他にも商業集積地はあるが、調査分析では、5つの大規模商業集積地以外は、6つの行政区分で分けて分析した。

**杭瀬地区 1 km圏内**の居住者は、16%が週1回以上ココエに行き、「月1～3回」を加えると76%がココエに行っており、他の大規模商業集積地周辺の居住者よりもココエへ行く頻度が高い。このことから、杭瀬地区は、アミング潮江地区ほどではないが、ココエの立地によって大きな影響を受けていると思われる。

この地区の居住者は、JR尼崎駅にも近いこともあって、もともとアミング潮江地区へ買い物に行っていた比率も高かった(週1回以上が25%)。しかし、ココエができて45.8%が「アミング潮江へ行く頻度が減った」と答えており、その分ココエへ行くようになったと考えられる。

**中央・三和・出屋敷地区、JR立花駅周辺、阪急塚口周辺**の居住者は、もともとアミング潮江地区へ行く率は低かった(週1回以上は、いずれの地区も2～3%台)。しかし、ココエができた後、中

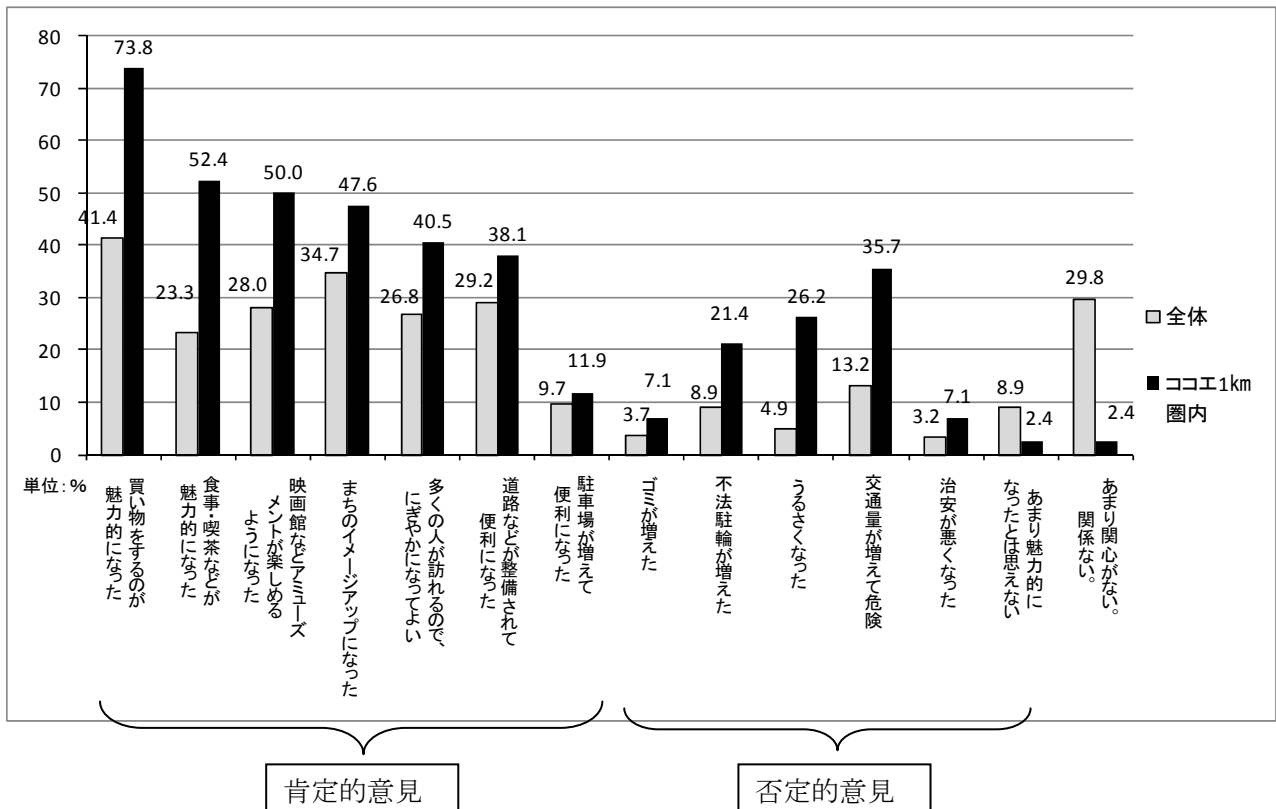
央・三和・出屋敷地区の半径1km圏居住者の13.6%が、JR立花駅の半径1km圏居住者の11.4%が、阪急塚口駅の半径1km圏居住者の10.6%が、週1回以上ココエへ行っている。この点からみると、この3つの大規模商業集積地もいくぶん影響を受けているとみてよい。

これらに対して、**阪急園田駅**の半径1km圏居住者は、もともとアミダ潮江地区へ、週1回以上行っていた比率が8.6%あり、他の駅周辺の商業集積地周辺居住者よりも高い比率であったにもかかわらず、ココエへ週1回以上行くという人は2.8%と低かった。この点から、阪急園田駅周辺の商業集積地では、ココエができたことによる影響はさほど大きくないとみられる。

### 3 尼崎市民の「あまがさき緑遊新都心」整備の評価

尼崎市の「あまがさき緑遊新都心土地地区画整理事業」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。ココエやアミダ潮江地区を含めた「あまがさき緑遊新都心」が整備されることについての尼崎市民の評価をたずねた。

図表4 尼崎市民の「あまがさき緑遊新都心」整備への評価



尼崎市民全体でみると、「買い物をするのが魅力的になった」という意見を筆頭に、肯定的意見に賛同する比率が高い。それに対して否定的意見は、「交通量が増えて危険」が10%台あるが、他の意見は1ケタ台しかない。一方、「あまり関心がない。関係ない」という意見が3割近くあった。

「あまがさき緑遊新都心」が日常生活圏であるココエから1km圏内の居住者は、市民全体よりもさらに肯定的意見の比率が非常に高く、否定的意見も高い。肯定的意見の方が否定的意見よりも高いことは市民全体的場合と同様である。

結局、尼崎市民は、ココエを含む「あまがさき緑遊新都心」の整備を肯定的に捉え、「買い物をするのが便利になった」「まちのイメージアップになった」などの意見が多い。とくに、「あまがさき緑遊新都心」の近くに住む居住者は、その恩恵を強く感じている。

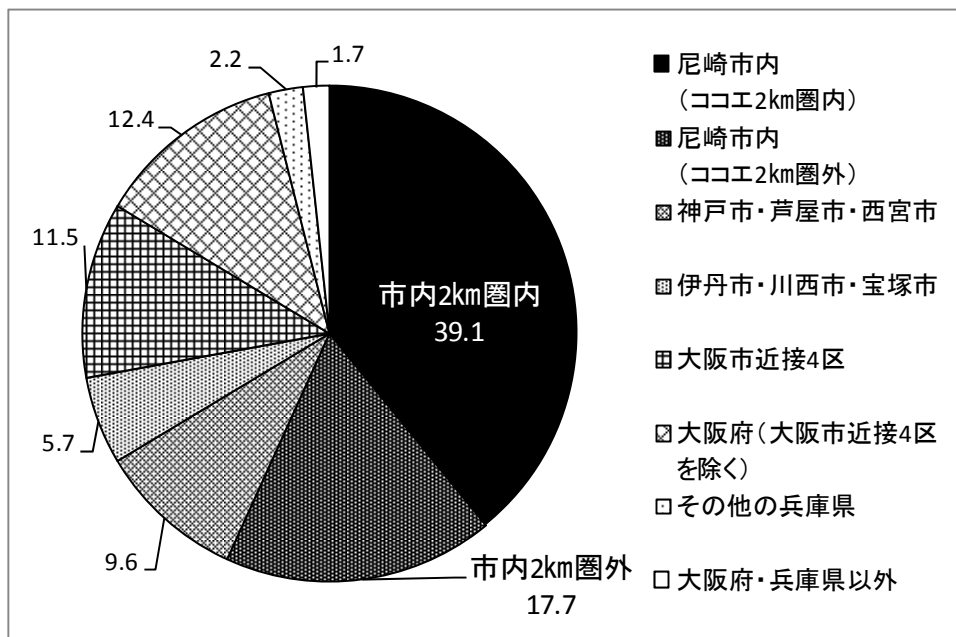
### Ⅲ ココエの広域性と利用形態からみた尼崎市立地の意義 【特定経済動向調査—来街者調査から】

#### 1 ココエの誘致圏域—その広域性

ココエの来館者は、広く近畿一円に亘っていた。市内からの来館者は 56.8%、市外からの来館者は 43.2%という比率であった（不明は除く）。つまり、4割以上は市外から集客している。その中でも主たる圏域は、西は神戸市、芦屋市、西宮市、北は伊丹市、川西市、宝塚市、東は大阪市北西部の4区（西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区）がとくに多かったが、豊中市、吹田市も入れたエリアとみられる。

近隣都市にも多くの大規模商業集積地があり、また大型ショッピングセンターが立地する中で、来館者の4割以上も市外から集客している意味は大きい。

図表5 ココエの誘致圏域（日曜日、平日の計）



これを自宅からの時間距離で見ると、概ね30分圏で約8割を占めていた。ただし、市内居住者が概ね20分圏内、市外居住者は40~50分圏内という違いがある。

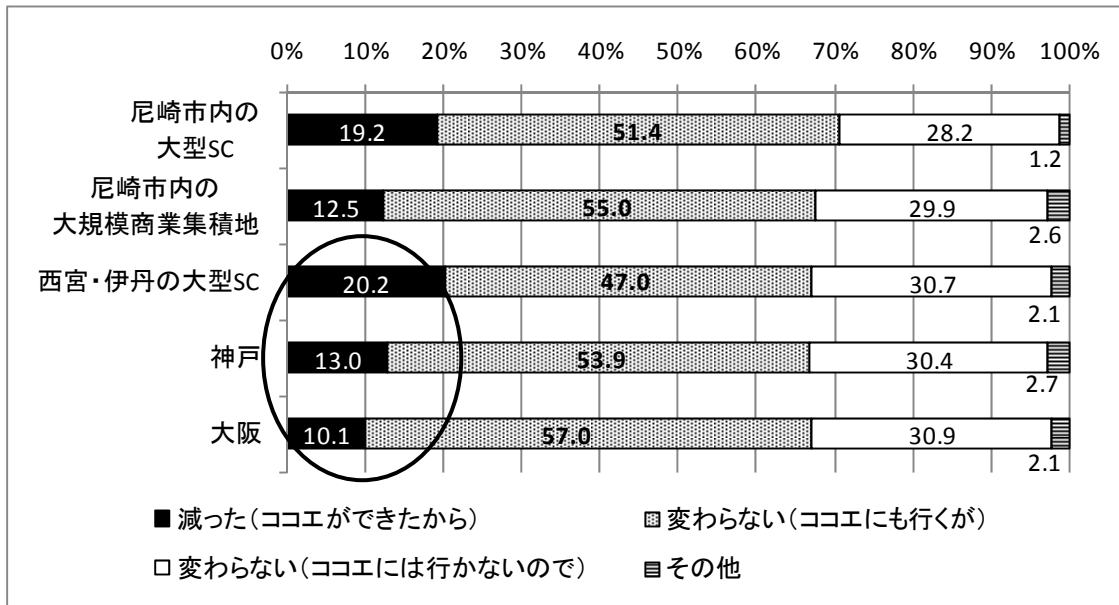
全体でみて、40分以上かけて来館する割合は2割弱である。これは決して低い割合ではなく、遠距離からの集客性があるといえる。

来館者のココエへの到達手段は、徒歩が12.3%、自転車が22.0%、自家用車が34.1%、バスが5.5%、電車が24.7%であった。この構成比率に対して、日曜日には自家用車が増え、平日は電車が増える。



さらに、これまで尼崎市民が市外へ出かけて買い物等をしていたものの一部は、尼崎市内で買い物等をするようになった（図表6の楕円で囲った部分）点も評価すべきである。

図表6 ココエ開店後の、尼崎市民の大規模商業集積地への来街頻度の変化



## 2 ココエの来館者像

ココエの来館者の年齢は若い人から高齢者まで幅広いことが特徴である。その中でも、20歳代、30歳代といった若い年齢層の比率が高く、両者を合わせて41.6%あった。

また、来館者の特徴は同行者にも現れている。日常的な買い物の場合是最も多いと考えられる「一人で」来る率は26.7%である。ココエへ来る時、最も多い同伴者は「家族で」であり55.0%あった。

つまり、ココエは、若い世代や家族連れが多く訪れている点で特徴的である。

## 3 ココエの利用形態—来館目的等からみた魅力

ココエの来館者の目的は、「買い物（食料品以外）」が最も多く6割近い。この割合は日曜日にはさらに高い（7割弱）。この目的に次いで、「買い物（食料品）」が4割弱、「食事・喫茶などの飲食」は2割強であった。

「買い物（食料品以外）」を目的に来館している比率は、市外居住者の「20歳代以下」「30～50歳代」で高い。また、同伴者でみると「家族で」来館する人の比率が高いことが特徴である。

「買い物（食料品以外）」を目的に来館する人が多いことは、どの店を目的に来館しているかを質問した結果とも合う。買い物を目的とした人の43.5%が「専門店」と答え、衣服等のファッション用品の専門店が多く集まり、様々な品揃えがされた点に、ココエの魅力を感じて来館している人が多いと思われる。

「買い物（食料品）」を目的として来館するのは、市内居住者の「30～50歳代」「60歳代以上」で高い。これらの人は、「阪神百貨店」や「アル・プラザ」を目的に来館している。

買い物以外の目的としては、「食事・喫茶などの飲食」が23.0%あった。もちろんこれだけを目的に来館することも考えられるが、それよりも買い物や映画、あるいはゲームなどと複数の目的で来館し、合わせて「食事・喫茶などの飲食」を行うという利用形態ではないか、と推測される。

#### 4 ココエの利用形態—滞在時間が長い

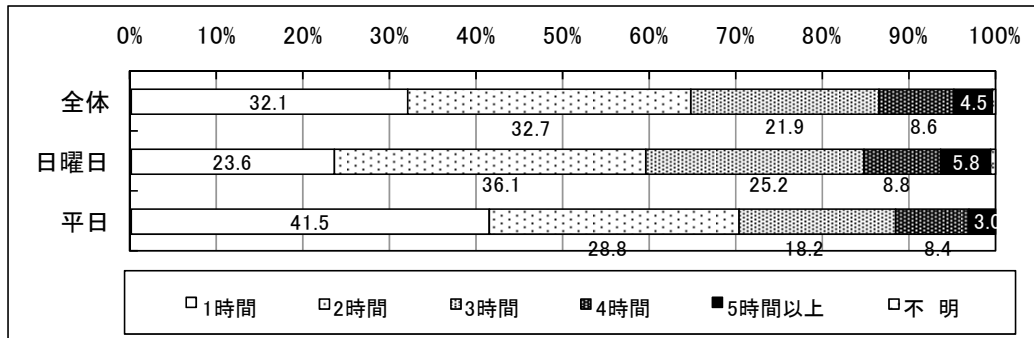
ココエの来館者の滞在時間は、日曜日と平日で少しかわる。

日曜日は、「2時間」が最も高く36.1%、次いで「3時間」25.2%と「1時間」23.6%が同程度ある。

平日では、「1時間」が最も高く41.5%、次いで「2時間」が28.8%である。

日曜日は2時間の比率が高いことと、3時間以上が39.8%と高いことから、来館者の滞在時間が長いことがわかる。これに比べると平日の滞在時間は短くなる。それでも3割近い29.6%の人は3時間以上滞在している。これらをもとめて、ココエは近隣商業よりも滞在時間が長い広域性のある施設といえる。

図表7 ココエの滞在時間



#### 5 ココエへの来館頻度—再訪性はある

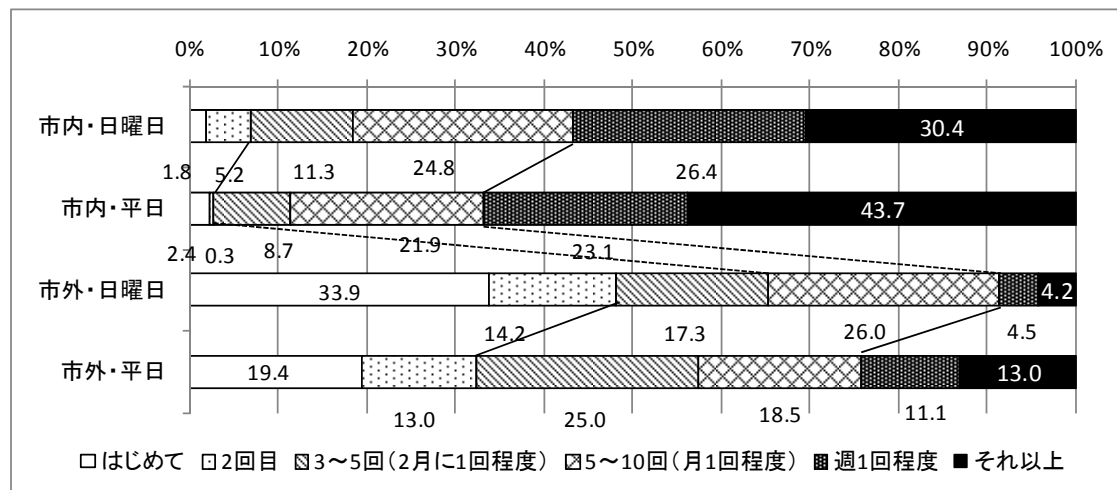
ココエへの来館頻度は、市内居住者と市外居住者で異なる。

市内居住者は、週1回以上来館しているのが日曜日で56.8%、平日で66.8%ある。月1回程度まで加えると日曜日81.6%、平日88.7%といずれも8割を超える。

一方、市外居住者は、週1回以上来館しているのが日曜日で8.7%、平日で24.1%である。一方、はじめてや2回目という人は、日曜日で48.1%、平日で32.4%あり、市内居住者が日曜日・平日とも1ヶ台であるのに対して明らかに高い。

これらの結果から、市内居住者は来館頻度が高く、再訪性は高いといえる。それに比べれば市外居住者は、来館頻度は低い。ただし、市外からわざわざ来ることを考えると週1回以上よりも回数は少ない「3~5回(2月に1回程度)」や「5~10回(月1回程度)」でも、いわゆるリピーターとみなしてもよいだろう。そのように考えると、市外居住者は、はじめてや2回目の来館者以外の比率でみると、日曜日が52.0%、平日が67.6%あり、再訪性は低いとはいえない。

図表8 ココエへの来街頻度



## 6 ココエ来館者のアミング潮江地区へのにじみ出しはあまりみられない

ココエの来館者が、隣接するアミング潮江地区を知っているか（認知）、行ったことがあるか（来街経験）、現在行っているか（習慣）、どの程度行っているか（来街頻度）を整理した。

日曜日と平日では、認知、来街経験、習慣、頻度のそれぞれの比率とも平日の来館者の方が高いが、その差はわずかである。一方、市内居住者と市外居住者では明らかに異なる。

図表9 ココエ来館者のアミング潮江地区の認知、来街経験等

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	10.7	10.5
	行ったことはある	59.1	55.9	81.6	29.4
内 訳	現在は行かない	20.7	20.9	27.3	12.0
	現在、行っている	38.4	35.0	54.3	17.4
内 訳	たまに行く	25.5	22.6	33.3	15.2
	よく行く	12.9	12.4	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。

市内居住者は、アミング潮江地区の認知度は9割程度、来街経験は8割程度と高い。また、現在も行く習慣がある割合は5割以上である。

一方、市外居住者は、アミング潮江地区の認知度は4割、来街経験は3割弱である。そして、現在も行く習慣がある割合は2割に満たない。

市外からアミング潮江へ現在も行く習慣がある（ほとんどが、「たまに行く」）率が2割弱もあることは、決して少ない割合ではない。

ヒアリングした様子から、考えられるケースの第1は、大阪市西淀川区辺りの比較的近距離から、ココエができる前から買い物に来ている層があり、その人たちが現在も買い物に来ている場合である。この人たちは、現在、買い物の主たる場所がアミング潮江地区なのか、ココエへ移ったのかは調査の限界もあって分からないが、現在もアミング潮江地区を利用していることはまちがいない。

第2のケースは、ココエへの来館にあわせて、アミング潮江地区も回ってみようとする場合である。このケースは、アミング潮江の存在は知りつつも、「行ったことがない」（10.5%）や「現在は行かない」（12.0%）人が、ココエでの買い物に触発されて、あわせてアミング潮江地区にも行ってみようとする場合、と考えてよい。このような来街者をここでは「にじみ出し」といっている。

ところが、調査当日に実際にアミング潮江地区に寄った（「ココエ利用の後、寄る予定である」も含めて）割合は、わずか1割にも満たない（日曜日で6.7%、平日で8.1%）。

上記の第1のケースが確実にある割合があることを考えると、第2のケースはほとんどないと考えざるを得ない。つまり、ココエ利用者のアミング潮江地区へのにじみ出し、換言すればココエの集客力の波及効果はほとんどないといってよい。

7 ココエ来館者のアミング潮江地区への来街目的

ココエの来館者が、アミング潮江地区へ行く目的は、尼崎市内居住者の場合、8割以上が「買い物」であり、それ以外の目的は少ない(せいぜい1割台かそれ以下)。ココエの来館目的が「買い物」のほか、「飲食」「映画」「ゲーム」など複合的であるのに対して、アミング潮江地区への来る目的は明らかに単一的であるといえる。

一方、市外居住者は、少し様相が変わる。「買い物」を目的とした人の比率が高いことは同様だが、市内居住者ほど集中していない。日曜日の来館者では、「ボウリングなどの遊び」が37.8%と高い

こと、「飲食・グルメ」が日曜日・平日とも2割台あることが市内居住者と異なる。つまり、市外居住者は、市内居住者よりもやや多目的になっている。ただし、市外居住者のアミング潮江地区へ来る実数は少ないことに注意しなければならない。

図表 10 ココエ来館者の、アミング潮江地区への来街目的

来街目的 曜日・居住地		合計	買い物	飲食・グルメ	ホテル	ボウリングなど遊び	その他
日曜日	合計	210	162	31	6	37	18
		100.0	77.1	14.8	2.9	17.6	8.6
	市内計	165	140	21	3	20	14
		100.0	84.8	12.7	1.8	12.1	8.5
	市外計	45	22	10	3	17	4
		100.0	48.9	22.2	6.7	37.8	8.9
平日	合計	227	184	39	15	19	37
		100.0	81.1	17.2	6.6	8.4	16.3
	市内計	187	159	28	10	15	28
		100.0	85.0	15.0	5.3	8.0	15.0
	市外計	40	25	11	5	4	9
		100.0	62.5	27.5	12.5	10.0	22.5

(注)「現在、アミング潮江へ行っている人」が対象

8 ココエ来館者に聞く、アミング潮江地区へ行かなくなった理由

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」人は、全体の2割程度あった。

行かなくなった理由としてあげられたのは、「ココエができたから(事足りる)」が約3割強、「お店に魅力がない」「商品に魅力がない」がそれぞれ1割程度あった。「ココエができたから(事足りる)」という理由も、結局は両者を比較しての選択だからお店なり商品なりに、アミング潮江地区よりもココエに、より魅力を感じていると解釈すべきだろう。

## IV 調査結果のまとめ

上記Ⅰ～Ⅲの調査結果をまとめると、次のように整理できる。

### 1 ココエの立地による周辺商業集積地への影響

#### ① アミング潮江地区への影響－影響は大きい

- ・アミング潮江地区の既存商業施設である、アミング潮江イースト商店街、アミング潮江ウエスト1番館・2番館、コア潮江が集積する通路の通行量が減少した。【Ⅰ－1参照】
- ・アミング潮江地区の中心的商圈である半径1km圏の居住者の4割強が、ココエができて来街頻度が「減った」（「増えた」も1割ある）という。【Ⅱ－1参照】
- ・ココエから半径1km圏内（アミング潮江地区からも同じ圏域）の居住者は、約6割が週1回以上ココエへ行っている。月1～3回を加えると9割近くになる。その分がそのままアミング潮江地区での消費の減少とは言えないまでも、大きな影響を受けていることはまちがいない。【Ⅱ－2①参照】

#### ② その他の商業集積地への影響【Ⅱ－2②参照】

##### ・杭瀬地区への影響－影響がやや大きい

杭瀬地区の商圈は、もともとアミング潮江地区と重なっていた。ココエができた後、16%の人が、ココエに週1回以上行っている。

##### ・中央・三和・出屋敷地区、JR立花駅周辺、阪急塚口駅周辺－影響は少しある

この3つのエリアの居住者は、ココエができる前にアミング潮江地区へ行く率は低かった。ココエができた後は、各地区の居住者の1割強は、ココエへ週1回以上買い物に行っている。

##### ・阪急園田駅周辺－影響はほとんどない

ココエができた後、週1回以上行く比率は2.8%と低く、地元の商業集積地への影響はほとんどないとみられる。

### 2 ココエの立地による、新都心としてのJR尼崎駅周辺への影響

#### ① 広域圏からの集客力が向上

- ・ココエの来館者は、広く近畿一円に亘る。
- ・その主たる誘致圏域は、西は神戸、北は宝塚市、川西市、東は尼崎市に近い大阪市4区（西淀川区、淀川区、東淀川区、福島区）と豊中市、吹田市で囲まれるエリアといえる。
- ・来館者の4割以上が市外から来ている。【以上、Ⅲ－1参照】

#### ② 尼崎市民の市外への買い物等の外出を、一部市内に呼び戻す【Ⅲ－1参照】

#### ③ 新都心としてのにぎわいを創出

20歳代、30歳代といった若い層、家族連れや友達連れの来館者が多いことから、まちなぎわいを創出する点での効果がある。【Ⅲ－2参照】

#### ④ 新都心としての魅力が向上

- ・買い物（食料品及び食料品以外）、映画、ゲーム、食事・喫茶など多様な目的で来館している。【Ⅲ－3参照】 買い物も、市民にとって選択肢が増える意味で魅力的になっている。
- ・既存の商業集積地よりも、ココエの来館者は滞在時間が長いとみられる。【Ⅲ－4参照】

#### ⑤ ココエへの再訪性はある

- ・市内居住者の再訪性は高い（週1回以上の来館頻度が日曜日で5割台、平日は6割台。月1回程

度まで入れると日曜日・平日ともに8割台)。

- ・市外居住者の再訪性もある。週1回以上という来館頻度が高い人の割合はそれほどではないものの、「はじめて」「2回目」よりも多い回数訪れている率は日曜日が約5割、平日が約7割ある。

【以上、Ⅲ－5参照】

### 3 ココエの立地とアミング潮江地区

#### ① ココエの立地で人の流れが変わった

- ・これまでのアミング潮江地区の来街者の多くは、アミング潮江イースト商店街、アミング潮江ウエスト1番館・2番館、コア潮江などが目的地であった。ココエができてからは、通過点であったり、寄らなくてもいいという人がでてきた。【Ⅰ－2参照】

#### ② ココエ利用者のアミング潮江地区へのにじみ出しは少ない

ココエには、市外からの来館者、20歳代、30歳代といった若い世代、家族連れや友達連れ、といった、アミング潮江地区でも呼び込みたいであろう層が来ている。しかし、せっかく隣接しているにもかかわらず、それらの層がアミング潮江地区へのにじみ出す効果はあまりみられない。【Ⅲ－6参照】

#### ③ 市外からのココエ来館者は6割がアミング潮江地区を知らない

### 4 尼崎市民は、「あまがさき緑遊新都心」整備に肯定的

- ・尼崎市民全体では、ココエの立地を含む「あまがさき緑遊新都心」整備に、肯定的意見の方が否定的意見よりも多い。
- ・尼崎市民全体の肯定的意見の中で、最も多いのは「買い物をするのが魅力的になった」ことで、次いで「まちのイメージアップになった」という。
- ・より身近に居住するココエから半径1km圏内に住む居住者は、肯定的意見、否定的意見の比率はいずれも尼崎市民全体よりも高い。ただし、肯定的意見の方が否定的意見より高いことは、尼崎市民全体と同様の傾向にある。
- ・ココエから半径1km圏内の居住者の肯定的意見は、「買い物をするのが魅力的になった」が第一位で、「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」が続く。いずれもココエができてそこにある機能、要素を優先して、肯定的に捉えている。

【以上、Ⅱ－3参照】

## V 調査結果からの考察

ココエという延べ床面積が16万 $m^2$ を超え、売り場面積が57,800 $m^2$ もある多機能で、大規模な商業施設の立地は、既存の商業集積地や商業施設に影響を与えていた。とくに、隣接するアミダ潮江地区への影響は大きい。

一方で、近隣諸都市の大規模商集積地との競争の中で、確実に集客性を高め、尼崎の新都心としてのにぎわいをもたらした。買い物の選択肢を増やし、喫茶・食事、映画鑑賞やゲームといったアミューズメントの強化は、より魅力的な新都心となる一端を担っていることはまちがいない。

それは、尼崎市民が「あまがさき緑遊新都心」の整備を肯定的に捉えていることにも表れている。尼崎市民にとっても、近隣の居住者にとっても、魅力的であり、にぎわいがあるという意見が多数を占めた。

