

一 資 料 一

オールド・ニュータウン化した明舞団地の就労と消費活動

小 沢 康 英 中 川 伸 子

The Employment and Consumption in Meimai New Town  
that has become obsolete

Yasuhide OZAWA Nobuko NAKAGAWA

要 旨

戦後の高度経済成長期に大都市圏への人口集中に対する対応として、兵庫県では神戸市と明石市とにまたがる地域に明舞団地（ニュータウン：大規模住宅団地）が建設された。当初の入居時期から半世紀近くの経過に伴い生じてきた、ニュータウンのオールド化に対し、再生に向けた動きも広まってきた。

こうした明舞団地の再生・活性化に向けた取組みは、地元住民の暮らしからの視点が重要であり、地元住民の活動内容を把握することが欠かせない。地域住民の活動に関わる調査は順次進められているが、本調査では、消費面の活動をよりきめ細かく把握するため、明舞団地に居住する世帯を対象に、消費支出の内容を細分類で記録を依頼する調査を行った。本調査結果は、今後の明舞団地の再生への取組みを示唆できる資料の一つである。

キーワード：オールド・ニュータウン 高齢化 消費家計簿 就労・無就労（年金）

はじめに

明舞団地は1964年から入居が始まったが、街開きから50年が経過し、居住形態が変化すると共に、集合住宅のバリアフリー機能の不足、戸建住宅の空家化など住宅・施設の物理的・社会的な老朽化も進んでいる。

明舞団地の再生・活性化に向けた取組みは、地元住民の暮らしからの視点が重要であり、地元住民の活動内容を把握することが欠かせない。地域住民の活動に関わる調査は順次進められているが、消費面の活動をよりきめ細かく把握するためには、細分類で消費内容を記録する「消費家計簿」に基づく調査も有益である。地域経済の分野での研究を進める筆者（小沢）が関わった本調査では、明舞団地に居住する世帯を対象に、消費支出の内容を細分類で記録していただく調査を行った。その際、個別支出毎に、支出金額のほか、購入場所、店舗の業態、購入理由も記録してもらった。こうした「消費家計簿」によるデータを基に、消費活動の内容を一層深める分析を進めたい。

## 1. 明舞団地のこれまでの取組み

明舞団地は、神戸市と明石市の市境をまたがる地域に、兵庫県及び兵庫県住宅供給公社が造成した広さ約197ヘクタールの団地である。住宅ストックは、住宅総数が約1万1千戸で、うち約6千戸が5階建てを中心とした公共賃貸集合住宅、3千戸弱が分譲集合住宅、約1.5千戸が戸建住宅となっている。1964年から入居が始まり、人口は1975年の約3万7千人をピークとなった。その後、世帯数は約1万世帯と横ばいから微減で推移しているものの、人口の減少が続き、2015年には約2万1千人となっている。入居者世帯の子供が独立し他地域に移動するなど1世帯あたりの人員が減少してきており、高齢化も県内の他地域に比べ進んでいる。

明舞団地のオールド・ニュータウン化に対し、兵庫県は2003年に「明舞団地再生計画」を策定し、スタートさせた。当該計画においては、明舞団地の全ての年代が元気な街で住み続けることができるように、コミュニティの再生、住宅・施設の再生を柱に、さまざまな取組みが行われた。2006年の大きな取組みでは、明舞団地再生コンペが実施され、「地域の特性に応じた機能の配置」「人々の交流と連携」「ヒューマンスケールのまちづくり」「緑のネットワーク創出」という4つを目指したものであった。これらの再生計画は、「リーディングプロジェクト」と呼ばれ、県や公社の所有地を「リーディングエリア」と位置づけ、既存の住宅を活かしながら新しい機能を導入するものであった。<sup>1)</sup>

2008年からは、兵庫県立大学等の近隣大学と連携し自治会の協力を得て、さらに住民を巻き込んだ団地の再生が計画された。「明舞まちづくり委員会」の設置、地域の子育てサークルを含む大小地域団体、商業振興会、NPO 団体等を含む、住民参加型のまちづくりを実践している。新しい高齢者向け住宅・施設の建設（2011年）、交流の場としての「明舞まちなカラボ」等がオープンされ、住民は新しい動きの中で暮らしている。このような活動を通じて、住民は聞き取りやアンケート調査に対して、協力的であると思えるのである。<sup>2)</sup>

## 2. 調査方法について

明舞団地内の消費行動を調べるため、兵庫県立大学政策科学研究所／兵庫県住宅供給公社住宅管理部が調査の実施主体となり、松が丘3丁目（兵庫県明石市）の住民を対象に、「消費家計簿」（調査票）の作成を依頼した（「明舞団地住民の消費動向調査」、小沢は政策科学研究所の客員研究員として調査に参画）。

「明舞団地住民の消費動向調査」では、現状の明舞団地の年齢構成等を参考に「消費家計簿」（調査票）を18世帯に配り、その家族全員にはほぼ1週間分（時期：平成23年1月、世帯により上旬、中旬、下旬のばらつきがある）の家計簿をつけてもらった。「消費家計簿」（調査票）の作成を依頼した世帯には、同時に「世帯の状況」に関する調査票（世帯構成員の個別の世帯主との続き柄、性別、年齢、職業）を配布し、世帯の特徴を把握する資料とした。「消費家計簿」では、生鮮食品、惣菜、日用雑貨、生活医薬品といった買物、また病院、理容・美容、喫茶、居酒屋、スポーツ施設の理容といったサービス支出など、29品物を記録対象にあげた。29品物は、「食料・飲料」「家具・家事用品」「衣料品」「保険・医療」「雑貨」「飲食」「その他」の7分類の範囲に含まれるものである。

### 3. 調査世帯の概要

明舞団地内の消費行動調査では、18世帯その家族43人から回答を得た（個別支出件数：620件）。調査世帯の概要をみると、調査対象43人の続き柄では、世帯主が18人、その配偶者が15人、その子等の家族が10人の構成となっている。世帯構成員は2.56人である。世帯人数別の内訳は、1名世帯（高齢者）が11.1%、2名世帯（夫婦のみ、高齢者主体）55.6%、3名以上世帯（親子）33.3%である。また、性別では、男19人（44.2%）、女24人（55.8%）となっている。職業では「その他」が15人で全体の34.9%を占めているが、60歳以上が7割近くを占めることから、職業のその他は「無職」といえよう。但し、無職でも年金収入があると見込まれる。その他以外では主婦が17人、39.5%を占めている。

年齢構成では、70歳以上が41.9%で最も多く、60歳代が27.9%と、この調査対象は70%近くが高齢者で構成されている。43人の平均年齢は60.3歳、最高齢が90歳、最年少は12歳となっている。また、年齢の中央値は65歳、最頻値は75歳となっている。

調査対象の各個人の「続き柄」「性別」「職業」「年齢」に係るデータから、主成分分析により特性を探ると以下の3つの要素が抽出された。第1要因としては「年齢」「続き柄」を主体とした年齢毎のまとまりのある家族的な特性、第2要因としては就労の有無、第3要因としては男女といった特性があげられる。このうち第1要因と第2要因における調査対象各個人のデータをクラスタ分析により分類してみると、4つのグループに分かれる。

第1要素をY軸、第2要素をX軸とすると、第1要素（Y軸）は、プラス方向には年齢が高い世帯、マイナス方向には年齢が低い世帯が属し、第2要素（X軸）は、プラス方向には無就労者、マイナス方向には就労者が属する。クラスタ分析による第1グループは、第1要素がプ

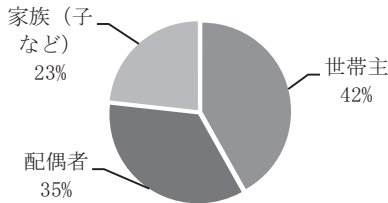


図1 回答者の続き柄

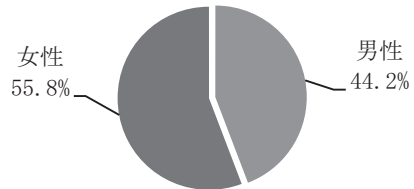


図2 回答者の性別

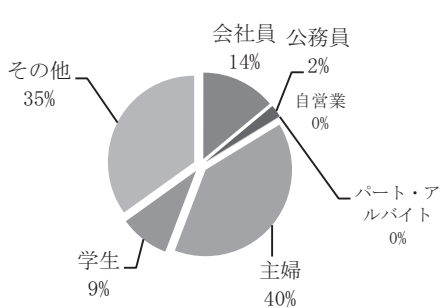


図3 回答者の職業

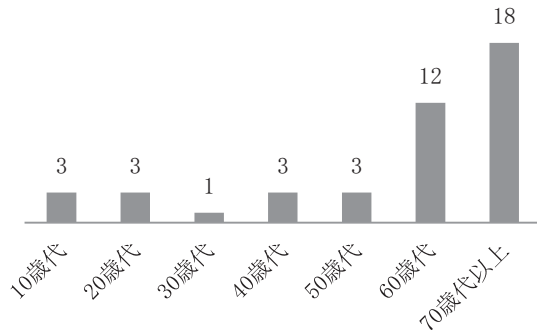


図4 回答者の年齢層

ラスのことから高齢者層で、第2要素もプラスで無就労と、退職してから年数が経ている高齢者世帯が集まっている。第4グループは、第2要素がプラス方向で無就労である一方、第1要素のマイナスが大きく若年層を示しており、学生のグループである。第2グループは第1要素、第2要素ともマイナス方向の中年或いは30歳程度の就労者のグループである。第3グループは、第1要素で若干のマイナスで、第2要素がプラス方向の無就労と、退職して間もない世帯や第2グループの配偶者が集まっている。

クラスタ分析により、4つのグループに分かれたが、各グループの世帯構成をみると大きくは、第1グループの無就労の高齢者世帯と、その他3グループをまとめた、2つのグループに更にまとめることができよう。その他3グループに関しては、第4グループの学生と、第3グループの配偶者の多くは、第2グループの中年の就労者と同一世帯を形成している。また、第2グループの30歳程度の就労者は、第3グループの退職して間もない世帯に属している。明舞団地内の消費行動調査では、18世帯その家族から回答を得たが、第1グループの無就労の高齢者世帯が11世帯、その他3グループが7世帯の構成となっている。以後、消費行動の特性を把握していく際は、第1グループの無就労の高齢者世帯を「高齢層主体の世帯（年金）」、その他3グループを「中年層主体の世帯（就労）」として分析を進めていくこととする。但し、調査世帯や、期間に関して限られた調査であることに留意する必要がある。

表1 調査対象者の特性要因（主成分分析）

	成分行列					
	元データ			再調整		
	成分			成分		
	1	2	3	1	2	3
続き柄	-.541	-.028	.550	-.680	-.036	.693
性別	-.057	-.073	.432	-.113	-.145	.860
年齢	20.185	-.085	.015	1.000	-.004	.001
職業	.923	1.834	.026	.450	.893	.013

説明された分散の合計

成分		初期の固有値			抽出後の負荷量平方和		
		合計	分散の%	累積%	合計	分散の%	累積%
元データ	1	408.585	99.040	99.040	408.585	99.040	99.040
	2	3.376	.818	99.859	3.376	.818	99.859
	3	.490	.119	99.977	.490	.119	99.977
	4	.093	.023	100.000			
再調整	1	408.585	99.040	99.040	1.678	41.948	41.948
	2	3.376	.818	99.859	.820	20.493	62.441
	3	.490	.119	99.977	1.219	30.471	92.912
	4	.093	.023	100.000			

表2 調査対象者の特性要因（主成分分析）に基づく分類

最終クラスタ中心					各クラスタのケース数					
	クラスタ				有効な状況	クラスタ				
	1	2	3	4		有効数	欠損	1	2	3
REGR factor score 1	0.7487	-0.9058	-0.0665	-2.1628	43	0	21	7	11	4
REGR factor score 2	0.1327	-1.8035	0.3596	1.4708						

注) REGR factor1, 2は表5の分析に基づく要素

#### 4. 消費家計簿の特徴

##### (1) 購入金額や消費行動の特徴

調査期間の1世帯あたりの購入金額は、平均48,229円となり、最高で1世帯140,469円(買い物日9日間)、最低は11,550円(7日間)となっている。1月9日から27日の間、18世帯の消費金額の合計は868,113円となり、1日あたり1世帯平均は2,538円(868,113円/18世帯/19日)の消費となる。

購入品物(品物ごと延620件)では、「食料・飲料」が307件、「飲食」64件、「保健・医療」44件、「雑貨」42件と、最寄品の買い物や飲食・通院といった日用的な消費活動が中心となっている。購入の店舗業態としては、最寄品の買い物が多いことから「スーパー」(29.3%)での買い物が最も多く、「一般小売店」(19.3%)のお店が次いでいる。

明舞団地が調査対象となっているが、購入場所では、「明石市」(30.1%)が最も多く、ついで「明舞団地内」(22.7%)となっており、三宮や大阪での買い物はそれほど多くはない。購入理由では、「その他」を除いて、「品揃え」(24.6%)や「値段」(23.3%)、「品質」(14.3%)で店舗その他を選ぶ結果となっている。

表3 品目(7分類)

	件数	%
食料・飲料	307	49.5
家具・家事用品	27	4.4
衣料品	15	2.4
保険・医療	44	7.1
雑貨	42	6.8
飲食	64	10.3
その他	54	8.7
無回答	67	10.8
計	620	100

表5 購入場所(複数回答)

	件数	%
明舞団地内	126	22.7
JR朝霧駅周辺	71	12.8
明石市	167	30.1
学園都市・西神中央・名谷	1	0.2
新長田・板宿・新開地	1	0.2
三宮・元町	48	8.6
大阪	9	1.6
その他	136	24.5

構成比は無回答を除いた555件で割る

表4 購入の店舗業態(複数回答)

	件数	%
一般小売店	104	19.3
スーパー	158	29.3
コンビニ	38	7
百貨店	25	4.6
生協・購買	67	12.4
量販店	30	5.6
インターネット	10	1.9
通販	1	0.2
その他	119	22

構成比は無回答を除いた540件で割る

表6 購入理由(複数回答)

	件数	%
品揃えが豊富	134	24.6
品質が良い	78	14.3
値段が安い	127	23.3
営業時間が長い	10	1.8
サービスが良い	23	4.2
店の雰囲気が良い	35	6.4
通勤・通学時に利用しやすい	47	8.6
駐車場・駐輪場が充実	57	10.5
その他	166	30.5

構成比は無回答を除いた544件で割る

## (2) 購入品物別（購入金額）にみた特徴

購入品物別の特徴を購入金額ベースでみると、全世帯では「食料・飲料」が全体の37.5%を占め、「衣料品」（13.6%）、「飲食」（13.1%）と続いている。29品物別では、「生鮮食品」が17.7%、153,743円となっている。その他、購入金額では、「服」が97,371円、「レストラン・食堂」が55,979円、「惣菜・弁当・レトルト食品」が37,962円、「理容・美容」が33,245円、「日常雑貨」が33,153円という順となっている。日常食料品、飲食、雑貨の占める割合が高いが、

表7 購入品目（金額）

	全世帯	(構成比,%)	中年層主 体の世帯 (就労)	(構成比,%)	高齢層主 体の世帯 (年金)	(構成比,%)
<b>I.【食料・飲料】</b>	325,261	37.5	155,364	33.1	169,897	42.7
1.生鮮食品(野菜・果実・食肉・水産品)	153,743	17.7	46,732	9.9	107,011	26.9
2.アルコール・飲料	24,408	2.8	16,549	3.5	7,859	2.0
3.惣菜・弁当・レトルト食品	37,962	4.4	24,431	5.2	13,531	3.4
4.その他食品	109,148	12.6	67,652	14.4	41,496	10.4
<b>II.【家具・家事用品】</b>	39,696	4.6	30,983	6.6	8,713	2.2
5.電化製品	6,438	0.7	6,438	1.4	0	0.0
6.家具・調度品・インテリア用品	105	0.0	0	0.0	105	0.0
7.日用雑貨	33,153	3.8	24,545	5.2	8,608	2.2
<b>III.【衣料品】</b>	118,147	13.6	108,642	23.1	9,505	2.4
8.服	97,371	11.2	92,871	19.8	4,500	1.1
9.履き物	0	0.0	0	0.0	0	0.0
10.装飾品	5,355	0.6	5,355	1.1	0	0.0
11.その他衣料品	15,421	1.8	10,416	2.2	5,005	1.3
<b>IV.【保険・医療】</b>	83,487	9.6	19,741	4.2	63,746	16.0
12.病院	28,054	3.2	5,990	1.3	22,064	5.5
13.介護	11,800	1.4	0	0.0	11,800	3.0
14.生活医薬品	26,770	3.1	10,010	2.1	16,760	4.2
15.化粧品	13,385	1.5	3,741	0.8	9,644	2.4
16.その他保険・医療	3,478	0.4	0	0.0	3,478	0.9
<b>V.【雑貨】</b>	87,039	10.0	58,579	12.5	28,460	7.1
17.書籍・雑誌	14,735	1.7	4,375	0.9	10,360	2.6
18.家具	8,954	1.0	8,849	1.9	105	0.0
19.クリーニング	2,726	0.3	2,089	0.4	637	0.2
20.理容・美容	33,245	3.8	20,080	4.3	13,165	3.3
21.その他雑貨	27,379	3.2	23,186	4.9	4,193	1.1
<b>VI.【飲食】</b>	113,644	13.1	58,759	12.5	54,885	13.8
22.ファーストフード・軽食・喫茶等	16,115	1.9	4,640	1.0	11,475	2.9
23.レストラン・食堂	55,979	6.4	27,369	5.8	28,610	7.2
24.居酒屋・バー等	27,950	3.2	24,150	5.1	3,800	1.0
25.その他飲食	13,600	1.6	2,600	0.6	11,000	2.8
<b>VII.【その他】</b>	87,889	10.1	37,782	8.0	50,107	12.6
26.娯楽・スポーツ施設などの利用料	26,484	3.1	14,328	3.0	12,156	3.1
27.ガソリン・灯油等	21,472	2.5	15,766	3.4	5,706	1.4
28.たばこ等嗜好品	12,948	1.5	4,748	1.0	8,200	2.1
29.その他サービス	26,985	3.1	2,940	0.6	24,045	6.0
【不明】	12,950	1.5	0	0.0	12,950	3.3
総 計	868,113	100.0	469,850	100.0	398,263	100.0

このほか調査項目から外れている住居、光熱・水道、交通通信などの支出があるものと考えられる。

世帯の特徴別にみると、高齢層主体の世帯（年金）では「食料・飲料」、「保険・医療」、「その他」が、中年層主体の世帯（就労）では「衣料品」、「家具・家事用品」「雑貨」の構成比が相対的に高くなっている。

### （３）年代別にみた消費活動の特徴

年代別の消費支出は、対象は高齢者が多いため70歳以上が331,648円、60歳代271,556円と全体の半数以上を占める。もともと、一人当たり平均にすると、もちろん買い物日数に影響するが、30歳代が54,855円、20歳代35,243円と、低い年齢層で消費金額が多くなっている。

一人当たり平均を品物別にみると、「食料・飲料」では40歳代、60歳代が多く、「衣料品」では30歳代、20歳代が多く、「保健・医療」では70歳以上が多く、「雑貨」では20歳代が多くなっている。

表8 年代別にみた「購入品目」

◎各年代合計の金額

	食料・飲料	家具・家事用品	衣料品	保険・医療	雑貨	飲食	その他	不明	総計
全世帯	325,261	39,696	118,147	83,487	87,039	113,644	87,889	12,950	868,113
10歳代	1,374	—	525	—	—	—	498	—	2,397
20歳代	17,527	11,182	45,685	3,100	24,708	2,728	800	—	105,730
30歳代	1,135	2,093	40,656	2,076	1,575	7,320	—	—	54,855
40歳代	38,122	7,551	—	2,628	9,440	3,576	3,670	—	64,987
50歳代	14,865	1,513	5,990	2,332	3,060	3,380	5,800	—	36,940
60歳代	132,379	9,649	19,825	9,336	25,402	42,225	32,740	—	271,556
70歳代以上	119,859	7,708	5,466	64,015	22,854	54,415	44,381	12,950	331,648

◎一人当たり平均の金額

	食料・飲料	家具・家事用品	衣料品	保険・医療	雑貨	飲食	その他	不明	総計
全世帯	7,564	923	2,748	1,942	2,024	2,643	2,044	301	20,189
10歳代	458	—	175	—	—	—	166	—	799
20歳代	5,842	3,727	15,228	1,033	8,236	909	267	—	35,243
30歳代	1,135	2,093	40,656	2,076	1,575	7,320	—	—	54,855
40歳代	12,707	2,517	—	876	3,147	1,192	1,223	—	21,662
50歳代	4,955	504	1,997	777	1,020	1,127	1,933	—	12,313
60歳代	11,032	804	1,652	778	2,117	3,519	2,728	—	22,630
70歳代以上	6,659	428	304	3,556	1,270	3,023	2,466	719	18,425

◎各年代合計の件数

上段:度数 下段:%	食料・飲料	家具・ 家事用品	衣料品	保険・医療	雑 貨	飲 食	その他	総 計
全世帯	307 55.5	27 4.9	15 2.7	44 8	42 7.6	64 11.6	54 9.7	553 100
10歳代	4 66.7	— —	1 16.7	— —	— —	— —	1 16.6	6 100
20歳代	48 75	2 3.1	2 3.1	2 3.1	6 9.4	3 4.7	1 1.6	64 100
30歳代	5 41.7	1 8.3	1 8.3	2 16.7	1 8.3	2 16.7	— —	12 100
40歳代	37 59.7	3 4.8	— —	4 6.5	7 11.3	2 3.2	9 14.5	62 100
50歳代	17 43.6	6 15.4	2 5.1	4 10.3	2 5.1	6 15.4	2 5.1	39 100
60歳代	113 60.8	9 4.8	6 3.2	8 4.3	10 5.4	18 9.7	22 11.8	186 100
70歳代以上	83 45.1	6 3.3	3 1.6	24 13	16 8.7	33 17.9	19 10.4	184 100

(4) 総務省「家計調査」との比較

総務省「家計調査」から、1世帯1か月の支出金額（平成23年）の構成比をみると、「食料」が全体の23.6%を占め、「その他の消費支出」（22.6%）を除くと、交通通信12.9%、教養娯楽が10.3%、光熱・水道7.8%、住居6.7%、保健医療4.5%の順となっている。これらのうち、本件調査と消費内容が重なる項目のみ抽出し、抽出項目を合計した金額を分母として構成比をみると、「食料」が34.5%、「その他の消費支出」が32.9%、「教養娯楽」が15.0%となっている。本件調査の7分類と、総務省「家計調査」の品目分類は必ずしも同一内容ではなく、総務省「家計調査」の「食料」と本件調査のⅠ「食料・飲料」＋Ⅵ「飲食」がほぼ一致し、総務省「家計調査」の「教養娯楽」＋「その他の消費支出」と本件調査のⅤ「雑費」＋Ⅶ「その他」がほぼ一致する。また、標本数の違いにも留意が必要となる。

本件調査と総務省「家計調査」の構成比を比較すると、総務省「家計調査」では「食料」で年齢が上がると構成比が下がる傾向にあるが、本件調査では構成比自体が大きい上に、高齢者主体の世帯の構成比がより高くなっている。高齢化が進んでいる明舞団地内の消費行動は食生活のウエイトが高いことがうかがわれる。その他、本件調査と総務省「家計調査」とも、「医療保険」に関しては年齢層が高いと構成比が高く、「家具・家事用品」、「被服及び履物」では年齢層が低いと構成比が高くなる傾向にある。



表9 総務省「家計調査」との比較

◎世帯主の年齢階級別家計支出（二人以上の世帯）の構成比—平成23年—

(%)	全世帯	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
消費支出（全体）	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食料	23.6	20.7	22.7	22.8	22.1	24.7	25.9
住居	6.7	16.4	10.0	5.9	5.2	5.8	7.1
光熱・水道	7.8	7.0	7.3	7.1	7.4	8.0	9.0
家具・家事用品	3.6	3.4	3.6	3.1	3.4	3.8	3.9
被服及び履物	4.0	4.5	4.5	4.8	4.1	3.7	3.2
保健医療	4.5	3.9	3.6	3.3	3.4	5.2	6.7
交通・通信	12.9	17.6	15.6	14.2	14.2	11.8	9.2
教育	4.1	2.3	5.1	9.5	5.8	0.6	0.4
教養娯楽	10.3	7.6	10.9	10.9	9.3	10.6	10.2
その他の消費支出	22.6	16.6	16.8	18.5	25.0	25.8	24.5

◎当方の調査と項目が重なる部分のみを抽出

(%)	全世帯	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
抽出した項目の合計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
食料	34.5	36.5	36.6	36.0	32.8	33.5	34.8
家具・家事用品	5.2	6.1	5.7	4.9	5.0	5.1	5.3
被服及び履物	5.9	7.9	7.3	7.5	6.1	5.0	4.2
保健医療	6.5	6.9	5.8	5.2	5.0	7.1	9.0
教養娯楽	15.0	13.3	17.6	17.1	13.8	14.3	13.7
その他の消費支出	32.9	29.3	27.1	29.2	37.2	35.0	32.9
「教養娯楽」＋「その他」	47.9	42.6	44.6	46.3	50.9	49.3	46.7

◎本件調査の項目構成比（上記の表に合うよう編集）

	全世帯	中年層主体の世帯(就労)	高齢層主体の世帯(年金)
本件調査の計	100.0	100.0	100.0
I「食料・飲料」＋VI「飲食」	51.3	45.6	58.3
II「家具・家事用品」	4.6	6.6	2.3
III「衣料品」	13.8	23.1	2.5
IV「保健・医療」	9.8	4.2	16.5
V「雑費」＋VII「その他」	20.5	20.5	20.4

## 5. 購入行動からみた分析

### (1) 購入品物からみた特徴

#### ①購入の際の店舗業態

購入行動の特徴をより詳しく分析してみたい。まず購入の際の店舗業態をみると、全体の件数では「スーパー」が多く、全体の金額では「一般小売店」が多い。「食料・飲料」では、「スーパー」が件数、全体金額とも最も多い。「スーパー」は1件当たりの金額ではあまり高くなく、購入頻度の高さが全体金額の高さにつながっている。「食糧・飲料」では、「生協・購買」の利用も多いのが特徴となっている。「家具・家事用品」、「衣料品」、「雑貨」では件数、金額とも「一

表10 品物7分類別に見た「購入の店舗業態」(全世帯、複数回答)

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通販	その他	合 計
全 体	104 19.8	153 29.1	38 7.2	19 3.6	64 12.2	30 5.7	10 1.9	1 0.2	119 22.6	526
食料・飲料	43 14.3	139 46.2	30 10	11 3.7	56 18.6	6 2	5 1.7	1 0.3	19 6.3	301
家具・家事 用品	7 25.9	5 18.5	1 3.7	— —	2 7.4	5 18.5	— —	— —	7 25.9	27
衣料品	6 40	2 13.3	— —	2 13.3	2 13.3	2 13.3	1 6.7	— —	1 6.7	15
保険・医療	5 12.8	4 10.3	2 5.1	1 2.6	2 5.1	9 23.1	— —	— —	16 41	39
雑 貨	14 35.9	2 5.1	4 10.3	2 5.1	2 5.1	5 12.8	4 10.3	— —	7 17.9	39
飲 食	19 35.8	— —	— —	3 5.7	— —	1 1.9	— —	— —	31 58.5	53
その他	10 19.2	1 1.9	1 1.9	— —	— —	2 3.8	— —	— —	38 73.1	52

表11 品物7分類別に見た「購入の店舗業態」(全世帯、金額)

	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他
全 体	235,964	170,428	20,013	49,032	83,267	45,527	23,177	3,216	193,882
食料・飲料	58,960	139,347	9,322	18,227	63,140	5,556	7,979	3,216	12,436
家具・家事 用品	20,989	3,871	—	—	5,450	3,319	—	—	6,067
衣料品	92,471	2,016	—	11,550	2,660	8,260	980	—	210
保険・医療	3,641	18,568	2,771	2,100	9,438	17,527	—	—	26,302
雑 貨	25,907	1,248	7,500	9,975	629	7,160	14,218	—	8,603
飲 食	17,707	—	—	1,130	—	2,625	—	—	71,552
その他	16,289	428	420	—	—	1,080	—	—	68,712

◎ 1 件平均の金額

	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他
食料・飲料	1,371	1,002	301	1,657	1,128	926	1,596	3,216	655
家具・家事 用品	2,998	774	—	—	2,725	664	—	—	867
衣料品	15,412	1,008	—	5,775	1,330	4,130	980	—	210
保険・医療	728	4,642	1,386	2,100	4,719	1,947	—	—	1,644
雑 貨	1,851	624	1,875	4,988	315	1,432	3,555	—	1,229
飲 食	932	—	—	377	—	2,625	—	—	2,308
その他	1,629	428	420	—	—	540	—	—	1,808

般小売店」が多く、「保険・医療」では件数で「量販店」が多くなっている。

購入の際の店舗業態について世帯の特徴別にみると、「中年層主体の世帯（就労）」では、「一般小売店」が最も多く、「スーパー」、「生協・購買」、「コンビニ」と続いている。他方、「高齢層主体の世帯（年金）」では「スーパー」が最も多い。「コンビニ」の利用は低めである。「食料・飲料」の購入では、「中年層主体の世帯（就労）」が、「スーパー」、「生協・購買」、「一般小売店」、「コンビニ」と分散しているのに対し、「高齢層主体の世帯（年金）」では「スーパー」（70.9%）への集中度合いが高い。「食料・飲料」における「生協・購買」の利用は、「中年層主体の世帯（就労）」の方が多い。また、「保険・医療」の「量販店」利用では「高齢層主体の世帯（年金）」も多くなっている。

表12 世帯の特徴別にみた「購入の店舗業態」（複数回答）

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他	合 計
全 体	104 19.3	158 29.3	38 7	25 4.6	67 12.4	30 5.6	10 1.9	1 0.2	119 22	540
中年層主体の 世帯(就労)	79 26.4	53 17.7	31 10.4	15 5	39 13	18 6	4 1.3	— —	61 20.4	299
高齢層主体の 世帯(年金)	25 10.4	105 43.6	7 2.9	10 4.1	28 11.6	12 5	6 2.5	1 0.4	58 24.1	241

◎中年層主体の世帯（就労）＜品物7分類別にみた「購入の店舗業態」＞

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他	合 計
全 体	79 26.4	53 17.7	31 10.4	15 5	39 13	18 6	4 1.3	—	61 20.4	299
食料・飲料	32 19.2	44 26.3	26 15.6	7 4.2	37 22.2	5 3	2 1.2	—	14 8.4	167
家具・家事 用品	7 38.9	3 16.7	—	—	—	3 16.7	—	—	5 27.8	18
衣料品	5 45.5	2 18.2	—	2 18.2	1 9.1	1 9.1	—	—	—	11
保険・医療	4 21.1	2 10.5	2 10.5	1 5.3	—	5 26.3	—	—	5 26.3	19
雑 貨	12 38.7	1 3.2	3 9.7	2 6.5	1 3.2	4 12.9	2 6.5	—	6 19.4	31
飲 食	13 41.9	—	—	3 9.7	—	—	—	—	16 51.6	31
その他	6 27.3	1 4.5	—	—	—	—	—	—	15 68.2	22

◎高齢層主体の世帯（年金）＜品物7分類別にみた「購入の店舗業態」＞

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他	合 計
全 体	25 11	100 44.1	7 3.1	4 1.8	25 11	12 5.3	6 2.6	1 0.4	58 25.6	227
食料・飲料	11 8.2	95 70.9	4 3	4 3	19 14.2	1 0.7	3 2.2	1 0.7	5 3.7	134
家具・家事 用品	—	2 22.2	1 11.1	—	2 22.2	2 22.2	—	—	2 22.2	9
衣料品	1 25	—	—	—	1 25	1 25	1 25	—	1 25	4
保険・医療	1 5	2 10	—	—	2 10	4 20	—	—	11 55	20
雑 貨	2 25	1 12.5	1 12.5	—	1 12.5	1 12.5	2 25	—	1 12.5	8
飲 食	6 27.3	—	—	—	—	1 4.5	—	—	15 68.2	22
その他	4 13.3	—	1 3.3	—	—	2 6.7	—	—	23 76.7	30

②購入理由

購入の際の理由を全体的にみると、「品揃えが豊富」、「値段が安い」が多くなっている。品目別にみると、全体に回答が多い「品揃え」「値段」のほか、「食料・飲料」、「衣料品」では「品質」が、「保健・医療」では「通勤・通学の途中」、「駐車場」が重視されている。また、「飲食」では「値段」よりも「雰囲気」の方が高くなっている。また、「その他」が最も多いが、回答者には年金世帯や主婦も多いことから、自宅に近いとの理由が含まれていると考えられる。

購入理由について世帯の特徴別にみると、全体に回答が多い「品揃え」「値段」のほか、「中年層主体の世帯（就労）」では、「通勤・通学の途中」、「駐車場」が、「高齢層主体の世帯（年金）」では「品質」、「駐車場」が重視されている。

表13 品物7分類別にみた「購入理由」(全世帯、複数回答)

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時 に利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	126 23.8	71 13.4	125 23.6	6 1.1	14 2.6	31 5.8	47 8.9	57 10.8	166 31.3	530
食料・飲料	88 29.1	62 20.5	67 22.2	4 1.3	6 2	3 1	34 11.3	30 9.9	83 27.5	302
家具・家事 用品	8 30.8	— —	8 30.8	— —	1 3.8	1 3.8	1 3.8	3 11.5	9 34.6	26
衣料品	5 35.7	2 14.3	9 64.3	— —	— —	1 7.1	— —	1 7.1	1 7.1	14
保険・医療	10 26.3	2 5.3	11 28.9	— —	1 2.6	1 2.6	6 15.8	5 13.2	11 28.9	38
雑 貨	12 30.8	1 2.6	9 23.1	1 2.6	1 2.6	7 17.9	3 7.7	3 7.7	9 23.1	39
飲 食	3 5.2	1 1.7	10 17.2	1 1.7	3 5.2	18 31	— —	6 10.3	24 41.4	58
その他	— —	3 5.7	11 20.8	— —	2 3.8	— —	3 5.7	9 17	29 54.7	53

表14 世帯の特徴別にみた「購入理由」(複数回答)

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時 に利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	134 24.6	78 14.3	127 23.3	10 1.8	23 4.2	35 6.4	47 8.6	57 10.5	166 30.5	544
中年層主体の 世帯(就労)	59 19.5	20 6.6	70 23.2	3 1	4 1.3	18 6	37 12.3	27 8.9	111 36.8	302
高齢層主体の 世帯(年金)	75 31	58 24	57 23.6	7 2.9	19 7.9	17 7	10 4.1	30 12.4	55 22.7	242

◎中年層主体の世帯(就労) <品物7分類別にみた「購入理由」>

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時 に利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	59 19.5	20 6.6	70 23.2	3 1	4 1.3	18 6	37 12.3	27 8.9	111 36.8	302
食料・飲料	37 21.9	15 8.9	34 20.1	2 1.2	1 0.6	2 1.2	29 17.2	16 9.5	64 37.9	169
家具・家事 用品	4 22.2	— —	6 33.3	— —	— —	1 5.6	1 5.6	3 16.7	6 33.3	18
衣料品	4 40	2 20	5 50	— —	— —	1 10	— —	— —	— —	10
保険・医療	3 15.8	2 10.5	7 36.8	— —	— —	— —	1 5.3	3 15.8	7 36.8	19
雑 貨	9 29	1 3.2	8 25.8	1 3.2	1 3.2	4 12.9	3 9.7	2 6.5	6 19.4	31
飲 食	2 6.3	— —	5 15.6	— —	1 3.1	10 31.3	— —	1 3.1	15 46.9	32
その他	— —	— —	5 21.7	— —	1 4.3	— —	3 13	2 8.7	13 56.5	23

◎高齢層主体の世帯（年金）＜品物7分類別にみた「購入理由」＞

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時に 利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	67 29.4	51 22.4	55 24.1	3 1.3	10 4.4	13 5.7	10 4.4	30 13.2	55 24.1	228
食料・飲料	51 38.3	47 35.3	33 24.8	2 1.5	5 3.8	1 0.8	5 3.8	14 10.5	19 14.3	133
家具・家事 用品	4 50	— —	2 25	— —	1 12.5	— —	— —	— —	3 37.5	8
衣料品	1 25	— —	4 100	— —	— —	— —	— —	1 25	1 25	4
保険・医療	7 36.8	— —	4 21.1	— —	1 5.3	1 5.3	5 26.3	2 10.5	4 21.1	19
雑 貨	3 37.5	— —	1 12.5	— —	— —	3 37.5	— —	1 12.5	3 37.5	8
飲 食	1 3.8	1 3.8	5 19.2	1 3.8	2 7.7	8 30.8	— —	5 19.2	9 34.6	26
その他	— —	3 10	6 20	— —	1 3.3	— —	— —	7 23.3	16 53.3	30

(2) 購入場所からみた特徴

①購入の際の店舗業態

購入場所を全体でみると「明石市」、「明舞団地内」が多いなか、購入場所別に店舗業態の特徴をみると、「明石市」では、「スーパー」の利用が高く「一般小売店」が続いている。「明舞団地内」でも、「スーパー」、「一般小売店」の利用が多いが、「スーパー」(50.9%)の割合が一段高い。また、「JR朝霧駅周辺」では、「生協・購買」「スーパー」の利用が高い。「三宮・

表15 購入場所別にみた「購入店舗・業態」(複数回答)

◎全世界帯

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他	合 計
全 体	103 19.1	158 29.3	38 7	25 4.6	62 11.5	29 5.4	4 0.7	— —	119 22	540
明舞団地内	24 20.7	59 50.9	— —	7 6	4 3.4	4 3.4	— —	— —	19 16.4	116
JR朝霧駅 周辺	3 4.5	15 22.7	12 18.2	— —	20 30.3	3 4.5	— —	— —	13 19.7	66
明石市	32 20.4	60 38.2	10 6.4	3 1.9	15 9.6	11 7	— —	— —	30 19.1	157
学園都市・西 神中央・名谷	1 100	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	1
新長田・板 宿・新開地	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	1 100	1
三宮・元町	19 39.6	— —	5 10.4	8 16.7	— —	1 2.1	— —	— —	15 31.3	48
大 阪	1 11.1	— —	1 11.1	1 11.1	— —	1 11.1	— —	— —	5 55.6	9
その他	23 17.2	24 17.9	10 7.5	6 4.5	23 17.2	9 6.7	4 3	— —	37 27.6	134

◎中年層主体の世帯（就労）

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他	合 計
全 体	78 26.1	53 17.7	31 10.4	15 5	39 13	18 6	4 1.3	—	61 20.4	299
明舞団地内	11 28.2	12 30.8	—	—	2 5.1	1 2.6	—	—	13 33.3	39
JR朝霧駅 周辺	3 7.3	6 14.6	10 24.4	—	12 29.3	1 2.4	—	—	9 22	41
明石市	26 28.6	27 29.7	9 9.9	1 1.1	7 7.7	10 11	—	—	11 12.1	91
学園都市・西 神中央・名谷	1 100	—	—	—	—	—	—	—	—	1
新長田・板 宿・新開地	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
三宮・元町	16 48.5	—	5 15.2	7 21.2	—	1 3	—	—	4 12.1	33
大 阪	1 14.3	—	1 14.3	1 14.3	—	1 14.3	—	—	3 42.9	7
その他	20 23.3	8 9.3	6 7	6 7	18 20.9	4 4.7	4 4.7	—	21 24.4	86

◎高齢層主体の世帯（年金）

上段:度数 下段:%	一般 小売店	スーパー	コンビニ	百貨店	生協・ 購買	量販店	インター ネット	通 販	その他	合 計
全 体	25 10.4	105 43.6	7 2.9	10 4.1	23 9.5	11 4.6	—	—	58 24.1	241
明舞団地内	13 16.9	47 61	—	7 9.1	2 2.6	3 3.9	—	—	6 7.8	77
JR朝霧駅 周辺	—	9 36	2 8	—	8 32	2 8	—	—	4 16	25
明石市	6 9.1	33 50	1 1.5	2 3	8 12.1	1 1.5	—	—	19 28.8	66
学園都市・西 神中央・名谷	—	—	—	—	—	—	—	—	—	—
新長田・板 宿・新開地	—	—	—	—	—	—	—	—	1 100	1
三宮・元町	3 20	—	—	1 6.7	—	—	—	—	11 73.3	15
大 阪	—	—	—	—	—	—	—	—	2 100	2
その他	3 6.3	16 33.3	4 8.3	—	5 10.4	5 10.4	—	—	16 33.3	48

元町」では「一般小売店」のほか「百貨店」の利用が多いという特徴がみられる。

購入場所について世帯の特徴別にみると、「中年層主体の世帯（就労）」は「一般小売店」を、「高齢層主体の世帯（年金）」は「スーパー」を、訪れる割合が高くなっている。

②購入理由

購入場所別に購入理由の特徴をみると、「明石市」では、「値段が安い」が最も多く、「駐車場・駐輪場の充実」、「品質が良い」が続いている。他方、「明舞団地内」では、「品揃えが豊富」が最も多く、次いで「品質が良い」も多くなっている。また、「JR朝霧駅周辺」でも、「品揃えが豊富」が最も多く、「通勤・通学の途中」「値段が安い」「品質が良い」が続いている。

表16 購入場所別にみた「購入理由」（複数回答）

◎全世帯

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時に 利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	133 24.4	74 13.6	126 23.2	10 1.8	23 4.2	35 6.4	47 8.6	56 10.3	163 30	544
明舞団地内	52 46	33 29.2	9 8	— —	8 7.1	13 11.5	6 5.3	4 3.5	22 19.5	113
JR朝霧駅 周辺	22 31	8 11.3	12 16.9	7 9.9	3 4.2	6 8.5	13 18.3	2 2.8	25 35.2	71
明石市	20 12.3	22 13.6	58 35.8	1 0.6	6 3.7	10 6.2	16 9.9	27 16.7	35 21.6	162
学園都市・西 神中央・名谷	1 100	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	1
新長田・板 宿・新開地	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	1 100	1
三宮・元町	8 16.7	6 12.5	6 12.5	1 2.1	1 2.1	2 4.2	8 16.7	— —	18 37.5	48
大 阪	2 22.2	— —	2 22.2	— —	— —	1 11.1	1 11.1	— —	5 55.6	9
その他	28 21.2	5 3.8	39 29.5	1 0.8	5 3.8	3 2.3	3 2.3	23 17.4	58 43.9	132

◎中年層主体の世帯（就労）

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時に 利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	59 19.5	20 6.6	70 23.2	3 1	4 1.3	18 6	37 12.3	27 8.9	110 36.4	302
明舞団地内	13 34.2	2 5.3	3 7.9	— —	— —	8 21.1	6 15.8	3 7.9	11 28.9	38
JR朝霧駅 周辺	9 20.9	— —	6 14	2 4.7	1 2.3	1 2.3	11 25.6	2 4.7	20 46.5	43
明石市	14 15.1	12 12.9	30 32.3	— —	2 2.2	6 6.5	10 10.8	7 7.5	18 19.4	93
学園都市・西 神中央・名谷	1 100	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	1
新長田・板 宿・新開地	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	—
三宮・元町	6 18.2	5 15.2	5 15.2	— —	1 3	2 6.1	8 24.2	— —	7 21.2	33
大 阪	2 28.6	— —	2 28.6	— —	— —	1 14.3	1 14.3	— —	3 42.9	7
その他	14 16.3	1 1.2	24 27.9	1 1.2	— —	— —	1 1.2	15 17.4	51 59.3	86



◎高齢層主体の世帯（年金）

上段:度数 下段:%	品揃え が豊富	品質が 良い	値段が 安い	営業時間 が長い	サービス が良い	店の雰囲気 が良い	通勤・通学時に 利用しやすい	駐車場・駐 輪場が充実	その他	合 計
全 体	74 30.6	54 22.3	56 23.1	7 2.9	19 7.9	17 7	10 4.1	29 12	53 21.9	242
明舞団地内	39 52	31 41.3	6 8	— —	8 10.7	5 6.7	— —	1 1.3	11 14.7	75
JR朝霧駅 周辺	13 46.4	8 28.6	6 21.4	5 17.9	2 7.1	5 17.9	2 7.1	— —	5 17.9	28
明石市	6 8.7	10 14.5	28 40.6	1 1.4	4 5.8	4 5.8	6 8.7	20 29	17 24.6	69
学園都市・西 神中央・名谷	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	—
新長田・板 宿・新開地	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	1 100	1
三宮・元町	2 13.3	1 6.7	1 6.7	1 6.7	— —	— —	— —	— —	11 73.3	15
大 阪	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	— —	2 100	2
その他	14 30.4	4 8.7	15 32.6	— —	5 10.9	3 6.5	2 4.3	8 17.4	7 15.2	46

購入理由について世帯の特徴別にみると、「値段が安い」や「駐車場・駐輪場の充実」という理由から「明石」地域を選び、「品揃えが豊富」、「品質が良い」という理由から「明舞」「朝霧」地域を選ぶ行動は、「高齢層主体の世帯（年金）」においてより強くあらわれている。自家用車所有の有無など、高齢層主体の世帯のなかでも異なる特性の存在がうかがわれる。

(3) まとめ

以上のように、明舞団地住民の消費動向を「消費家計簿」からみると、購入品物の件数では、「食料・飲料」、「飲食」、「保健・医療」が多く、家庭内の食事の準備に必要な買い物や外食・通院といった日用的な消費活動が中心となっている。購入の店舗業態としては、食事の準備といった日常的な買い物が多いことから「スーパー」での買い物が最も多く、「一般小売店」のお店が次いでいる。特に「食料・飲料」において「スーパー」の件数、全体金額が多くなっている。「スーパー」は1件当たりの金額ではあまり高くなく、購入頻度の高さが全体金額の高さにつながっている。

購入の際の理由を全体的にみると、「品揃えが豊富」、「値段が安い」が多くなっている。品目別にみると、全体に回答が多い「品揃え」「値段」のほか、「食糧・飲料」、「衣料品」では「品質」が、「保健・医療」では「通勤・通学の途中」、「駐車場」が重視されている。

また、購入場所をみると「明舞団地内」と共に、「明石市」も多い。購入場所別に購入理由の特徴をみると、「明舞団地内」では、「品揃えが豊富」が最も多く、次いで「品質が良い」も多くなっている。他方、「明石市」では、「値段が安い」が最も多く、「駐車場・駐輪場の充実」、「品質が良い」が続いている。

世帯の特徴別にみると、「中年層主体の世帯（就労）」では、購入場所としては「明石市」が

最も多いものの、「JR 朝霧駅周辺」「明舞団地内」「三宮・元町」と分散している。購入の際の店舗業態については、「一般小売店」が最も多く、「スーパー」、「生協・購買」、「コンビニ」と続いている。購入の際の理由は、全体に回答が多い「品揃え」「値段」のほか、「通勤・通学の途中」、「駐車場」が多くなっている。購入理由で通勤通学の途中が多いこともあり、「JR 朝霧駅周辺」での買物、「食料・飲料」における「生協・購買」の利用も多い。

他方、「高齢層主体の世帯（年金）」では、購入場所としては「明舞団地内」が最も多く、次いで「明石市」も多くなっている。「食料・飲料」に限ると、「明舞団地内」で購入する割合が高く、「中年層主体の世帯（就労）」の10.7%に対し、「高齢層主体の世帯（年金）」の40.6%に達している。購入の際の店舗業態は、「スーパー」が最も多い。「コンビニ」「量販店」の利用は低めであるが、「保険・医療」に関しては「量販店」も多くなっている。「食料・飲料」の購入では、「中年層主体の世帯（就労）」が、「スーパー」、「生協・購買」、「一般小売店」、「コンビニ」と分散しているのに対し、「高齢層主体の世帯（年金）」では「スーパー」（70.9%）への集中度合いが高い。購入理由として、「値段が安い」や「駐車場・駐輪場の充実」という理由から「明石」地域を選び、「品揃えが豊富」、「品質が良い」という理由から「明舞」「朝霧」地域を選ぶ行動は、「高齢層主体の世帯（年金）」においてより強くあらわれている。自家用車所有の有無など、高齢層主体の世帯のなかでも異なる特性の存在がうかがわれる。

## おわりに

明舞団地の再生・活性化への取組みでは、高齢化への対応が重視されているが、就労中の中年世帯も依然多く存在している。こうした中年世帯も含め、高齢者・若者・子供、新旧の住民など、様々な特性を有した世帯が混在し豊かさ・利便性を感じることができる、多様な個性を持つまちづくり、団地と周辺地域との連携の推進が消費活動の利便性・満足度向上につながると考える。明舞団地住民の世帯特性は50年間で大きく変化してきたが、今後も変化が続くことから多様な特性を持つ世帯が共助し、持続的な更新を住民が主体となって推進していくことが必要となろう。

もちろん明舞団地の高齢化率は他の地域より高く、今後より高齢化が進むことが見込まれることから、特に高齢者の円滑で満足ゆく消費活動を実現・維持する対策が欠かせない。高齢者のなかでも現状、車の運転により明石市など近隣の商業施設を利用している方が多く存在するが、今後年齢を重ねるなかで明舞団地内での買物が主体になっていくことも予想される。階段や坂といった構造的な課題に限らず、NPO・地域活動の熟成やWebの活用、小型のモビリティの普及など団地内移動の困難性を減らす工夫を広げていくことで、高齢者も含め全ての世代の人々がゆるやかな共助感を有しながら、自立した消費活動を実現していくことが重要となる。

## 参考文献

- 1) 「明舞団地再生計画」(2000.3月) 兵庫県 HP ([http://web.pref.hyogo.jp/wd28/wd28\\_00000019.html](http://web.pref.hyogo.jp/wd28/wd28_00000019.html)) (2016.9.6取得)
- 2) 国土交通省エリアマネジメント推進マニュアル Web 版「明舞団地におけるエリアマネジメントの取

組み」(特定非営利活動法人 神戸まちづくり研究所) pp.123~205 (国土交通省平成20年度エリアマネジメント推進調査より2016.9.8取得)

- 3) 宇南山卓・慶田昌之「高齢者世帯の消費行動と物価指数」『RIETI Discussion Paper Series』11-J-047, pp.7~10, 独立行政法人経済産業研究所. 2011
- 4) 南林さえ子「高齢者の買物行動」『駿河台経済論集』20-2, pp.149~150, 駿河台大学. 2011
- 5) 白木紀行・中村康治「最近の高齢者の消費動向について」『Bank of Japan Review』2012-J-10, pp.4~5, 日本銀行. 2012
- 6) 藤原章正「オールド・ニュータウンとモビリティ」『運輸政策研究』14-3, pp.128, 運輸政策研究所. 2011
- 7) 宮澤仁「過渡期にある大都市圏の郊外ニュータウン」『経済地理学年報』52-4, pp.236~243, 経済地理学会. 2006