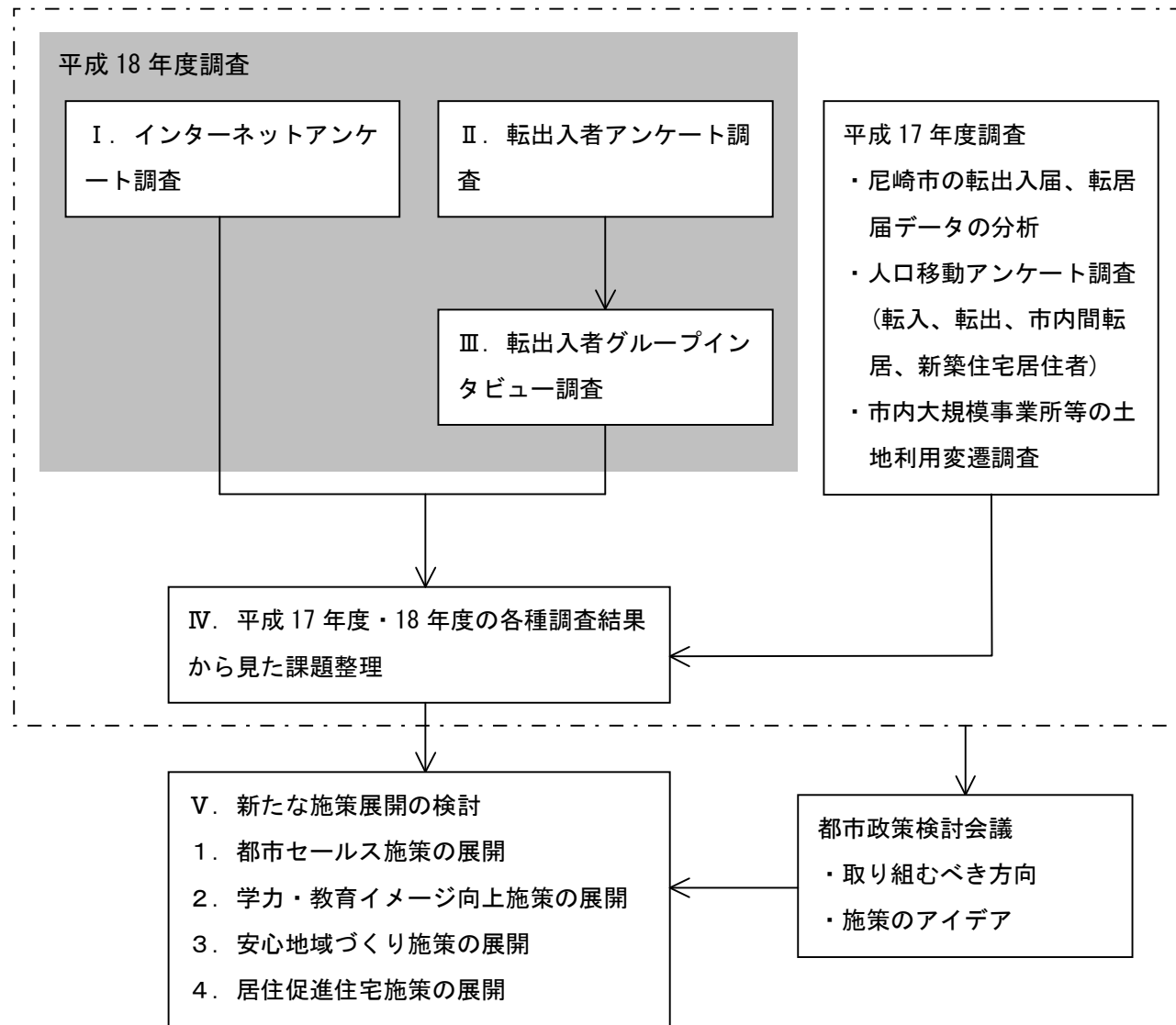


図 平成 18 年度調査の位置づけ



I インターネットアンケート調査

○調査時期 平成 18 年 9 月 22 日～9 月 25 日

○調査対象 近畿 2 府 4 県の 20 歳以上の男女で、尼崎市外居住者のうち 3 年以内に住宅購入を予定している「Yahoo!リサーチ」モニター 1,700 人

○配信・回答状況

配信数	有効回答数	有効回収率
1,700	1,165	68.5%

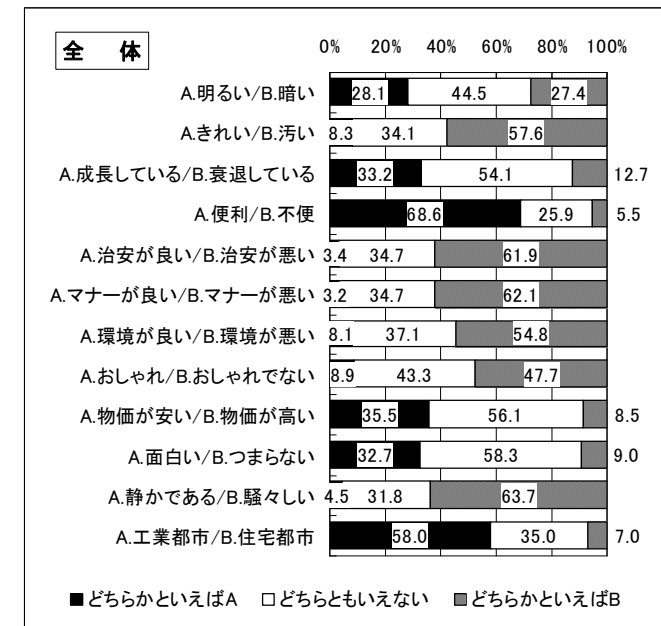
○回答者の属性

- ・男女比は半々、年齢は 30 代を中心に 20～40 代で 9 割
- ・大阪府が半数、兵庫県と合わせると 2 府県で 4 分の 3
- ・夫婦と子どもによって構成される 3～4 人のファミリー世帯が中心

○主な回答結果

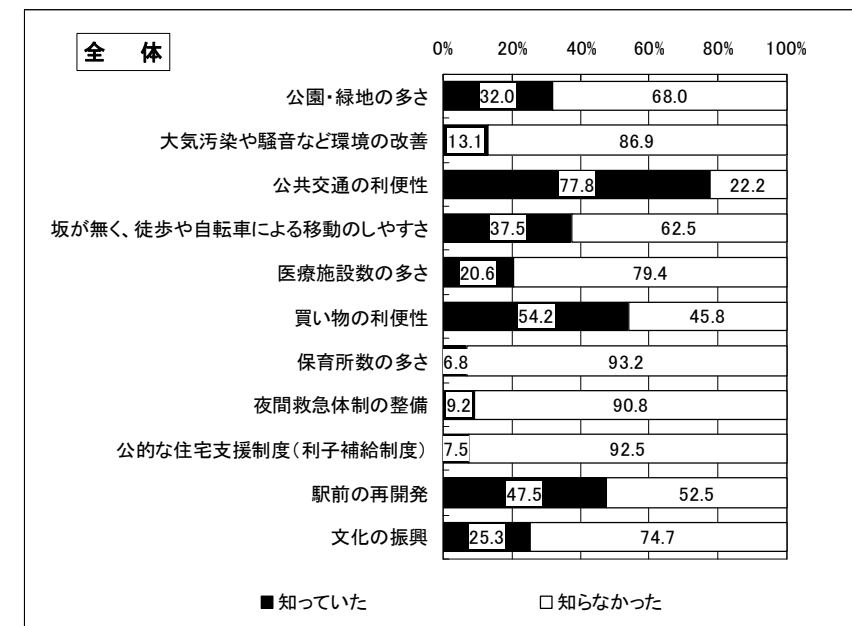
(1) 尼崎市に対するイメージについて

- ・利便性や成長性に高評価、物価安による生活のしやすさや面白そうというイメージも



(2) 尼崎市の生活環境に関する認知度

- ・公共交通や買い物の利便性・駅前整備の状況はよく知られているが、その他の認知度は低い



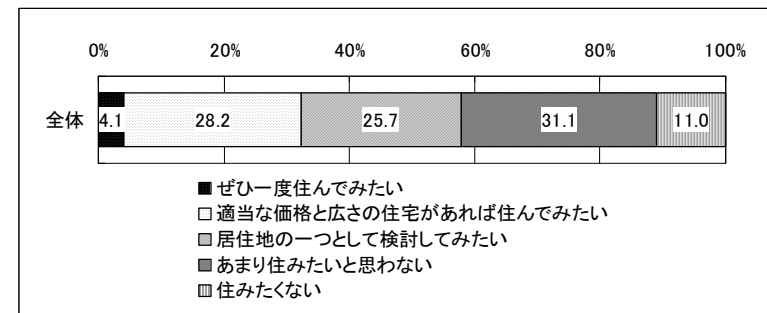
(3) 住宅を購入する際の重要度 (上位 10 位)

- ・環境や利便性を特に重視、物価の安さや医療体制など尼崎が優位な点も

項目	ポイント	順位
大気汚染や騒音など環境の改善	147	1
買い物の利便性	142	2
公共交通の利便性	138	3
まち並みの美しさ	123	4
物価の安さ	108	5
医療施設数の多さ	107	6
公園・緑地の多さ	103	7
子育てのしやすさ	103	8
夜間救急体制の整備	92	9
近所付き合いのしやすさ	90	10

(4) 尼崎市への居住希望

- ・6 割が尼崎に居住の可能性あり



II 転出入者アンケート調査

○調査対象・調査時期

平成18年7月～10月の間に尼崎市役所及びサービスセンターの窓口で住民票の異動手続きをした転入者800名、転出者1,200名。

○調査方法 窓口配布、郵送回収

○配信・回答状況

	配布数	回収数	回収率
転入者アンケート	800	136	17.0%
転出者アンケート	1,200	231	19.3%

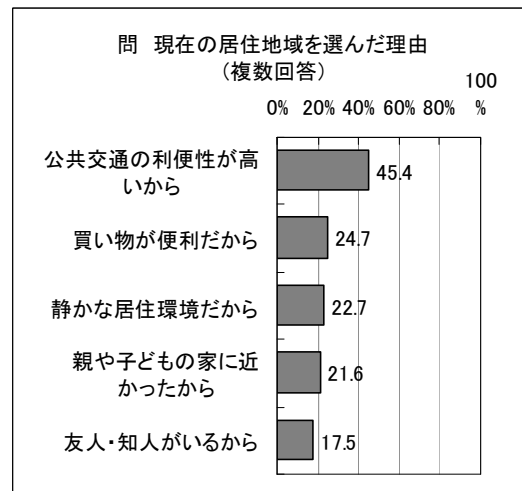
○回答者の属性

- ・男女比は半々、年齢は30代を中心に20～40代で9割
- ・大阪府が半数、兵庫県と合わせると2府県で4分の3
- ・夫婦と子どもによって構成される3～4人のファミリー世帯が中心

○主な回答結果

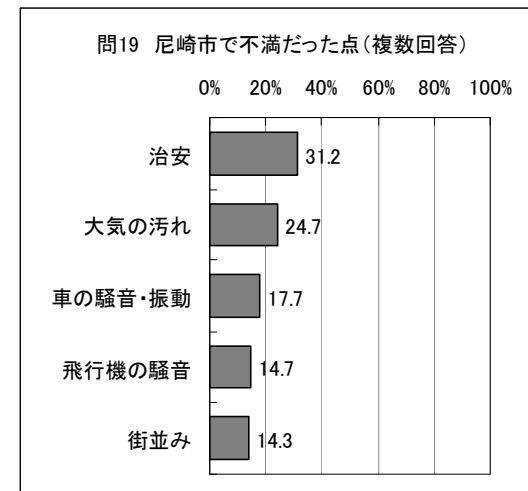
(1) 尼崎市を選んだ理由(転入)

- ・交通や買い物の利便性、静かな居住環境、近居や友人関係が主な理由



(2) 尼崎市で不満だった点(転出)

- ・最も多いのは治安で31%、大気の汚れは25%で2番目に多い



III 転出入者グループインタビュー調査

転入者3名のグループを1回、転出者3名のグループを1回、計2回のグループインタビューを平成18年11月と12月に実施し、参加者との意見交換から本市の課題や魅力を探った。

○転入者グループインタビューの意見から

- ・おじいちゃん、おばあちゃんが親しみを持って子どもに接してくれている点が良い。
- ・昔のイメージと比べると良くなっていると思う。昔と今を比べてみると、尼崎の良いところももっと出てくると思う。
- ・下町の雰囲気のお店と、カルフルやコストコのようなスーパーマーケットと両方共存している点が魅力。
- ・思ったよりも住みやすい。バスも便利。バスの運転手は親切な人が多い。
- ・自転車ですべての買い物に行けて、食べる場所も多い。物価も安い。 など

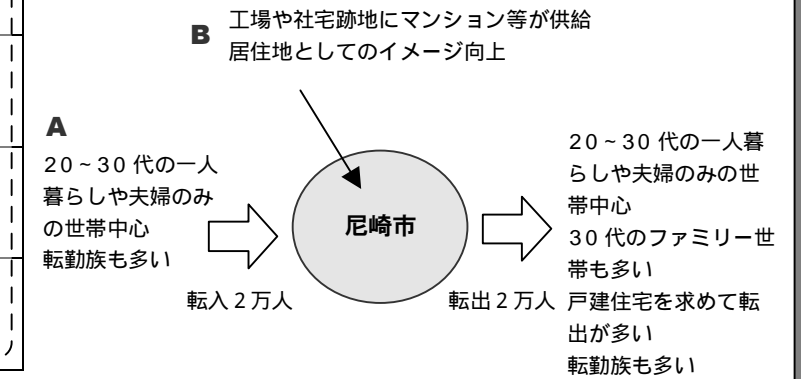
○転出者グループインタビューの意見から

- ・子どもが保育所に通っていた頃までは尼崎にいたが、当時、学童保育に通わせるには条件が良くないため、大阪市に引っ越した。女性の場合、仕事を持ったら職住近接がよい。
- ・社宅での居住年数条件により、出なければならなかった。新たに土地を探したが武庫之荘は地価が高いため、西宮へ。
- ・尼崎に帰ってきたいと思っているが、教育の問題が一番ネック。
- ・住んでいる者にとって、尼崎はそんなに悪い都市ではない。
- ・いろいろな街の良さがある。どれだけ情報発信できるかが重要。 など

IV 平成17年度・18年度の各種調査結果から見た課題整理

別表参照	アンケート結果等による尼崎市に対する意見	
	高い評価	低い評価
評価できる点		
改善すべき点		
人口移動実態 A	C	D
土地利用変遷実態/住宅供給動向 B		

【人口移動や土地利用変遷・住宅供給の実態】



【C&Dの評価から明らかになった都市政策検討課題と新たな施策展開】

都市政策課題	新たな施策展開の方向
課題1 尼崎の現在の良さをあまり知られていない	1. 都市セールス施策の展開
課題2 公立学校の学力水準や進学率に対する評価が低い	2. 学力・教育イメージ向上施策の展開
課題3 「治安」や「市民のマナー」に対する評価が低い	3. 安心地域づくり施策の展開
課題4 住みたい人・住み続けたい人のニーズに合った住宅提供が十分ではない	4. 居住促進住宅施策の展開

V 新たな施策展開の検討

新たな施策展開の方向と具体的施策アイデア

新たな施策展開の方向	具体的施策アイデア
1. 都市セールス施策の展開	①「まち情報誌」発刊の検討 ②尼崎市ホームページを活用した都市PRの検討 ③インターネット・コミュニティ型情報交流を活用したまち情報のPR ④尼崎サポーターズクラブ設置の検討 ⑤都市セールスのための庁内プロジェクトチーム設置の検討
2. 学力・教育イメージ向上施策の展開	①学力向上のための新事業の検討 ②放課後サポート事業の充実 ③特色ある学校の設置・誘致の検討
3. 安心地域づくり施策の展開	①防犯に係る安全・安心システムの検討 ②マナー向上施策の検討 ③地域に密着した学校運営の工夫 ④団塊世代の地域活動支援の検討
4. 居住促進住宅施策の展開	(1)ストック活用促進 ①社宅整備に関する促進制度の検討 ②三世同居・近居促進施策の検討 ③住替え支援制度の検討 (2)新規供給住宅の誘導 ①最低敷地面積拡大の検討 ②子育て支援分譲マンション制度の検討 ③ファミリー世帯持家支援制度のPR強化と対象の明確化

		アンケート結果等による尼崎市に対する意見	
		高い評価	低い評価
尼 崎 市 の 現 状 ／ 客 観 指 標	客観的指標等から見える本市の評価ポイント <ul style="list-style-type: none"> 公共交通の利便性が高い（鉄道3路線・市バス等） 買い物の利便性高い 保育所数は近隣に比べて多い㊧ 大気に関する値は近隣と変わらない㊧ 市街化区域面積当たりの公園の面積は近隣と比べて変わらない㊧ 坂道が少なく、徒歩や自転車での移動が容易 	<ul style="list-style-type: none"> 転入・市内間転居者からは尼崎の「公共交通の利便性」に評価が高い。転出者からも評価が高い㊦ 開発事業者が尼崎を住宅建設の対象地を選んだ理由として大きな理由の一つは「公共交通の利便性」㊨ 「空港までのリムジンバスがあり、便利で帰省しやすい」㊫ 転入・市内間転居者からは尼崎の「買い物が便利」な点に評価が高い。転出者からも評価が高い㊦ 北部では「静かな居住環境」、南部では「医療施設の近さ」に高い評価㊦ 市内の生活環境では、転入・転出・市内間転居とも「利便性」や福祉など「生活全般」「行政サービス」に高い評価㊦ 「買い物施設」や「教育施設」の近接性、「公園・緑地の多さ・近接性」も物件販売の“売り”になっている㊨ 住宅購入者からは「静かな居住環境」や「公園」の要素も評価㊨ 販売コンセプトのキーワードは「駅近」「利便性」「住宅の価格・仕様」㊨ 「公共交通や買い物の利便性」「駅前整備の状況」はよく知られている㊪ 「徒歩や自転車での移動が容易な道路環境」は転出者の評価で高い㊦ 「自転車ですべての買い物に行けて、食べに行ける点は良いところ」㊫ 「お年寄りが気さくで、子どもにやさしいまちである」㊫ 「親子サロンや園庭開放など尼崎は子育てしやすい」㊫ 	<ul style="list-style-type: none"> 転出理由として「大気の汚れが心配」な点に評価が低い㊦ 市内の生活環境では、転入・転出・市内間転居とも「自動車公害」の面で強い不満㊦ 自由意見では、転入・転出・市内間転居とも「自転車」「マナー」「美化」など住民の行動に関わる不満が多い㊦ 「無灯火の多さなど自転車マナーが悪い」㊫ 「環境の改善」や「保育所数の多さ」「夜間救急体制の整備」などは認知度が1割以下㊪
	客観的指標等から見える本市の改善すべきポイント <ul style="list-style-type: none"> 「学力・生活実態調査」では、各教科とも全国平均を下回る㊧ 高校・大学の進学率は近隣に比べて低い㊧ 刑法犯や窃盗犯、出火件数が近隣に比べて多い㊧ 尼崎に対する良くないイメージの定着 	<ul style="list-style-type: none"> 市外の人から見た尼崎は「利便性」や「成長性」に高い評価。「物価安」による生活のしやすさや「面白そう」というイメージも高い㊪ 「じゃりんこチエのような下町の楽しさと武庫之荘にあるおしゃれなまちの両方のイメージが備わっている楽しさがある」㊫ 「尼崎は住んでみるとそんなに悪い都市ではない。住んでいる人が誇りを持って、自分のまちの良さを発信することが大事」㊫ 	<ul style="list-style-type: none"> 転出理由として「治安の悪さ」に評価が低い㊦ 転出者からは中学校における「進学率・学力水準の低さ」に不満の意見㊦ 開発事業者からは「教育水準に対する好イメージが持てない点」を魅力不足として指摘㊨ ファミリー世帯では「公立学校の教育水準（進学率）」が住宅を購入する際の重要度として高い㊪ 「尼崎に帰ってきたいと思っているが、教育の問題が一番ネック」㊫ 市内の生活環境では、転入・転出・市内間転居とも「治安や交通」などの安全面や「青少年の育成環境」で強い不満㊦ 自由意見では、転入・転出・市内間転居ともに「治安」に対する不満・不安の声が最も多い㊦ 転入者の今後の期待として一番多いものは「犯罪や交通事故防止など安全性の確保」㊦ 転入では6割が「イメージ」を気にしている㊦ 市外からは尼崎に対して「良いイメージ」2割、「悪いイメージ」5割㊪ 「悪いイメージによって、尼崎への引っ越しに周りの反応が良くない」㊫ 市外の人には「治安」「マナー」「静かさ」のイメージが著しく悪い㊪
	人口移動実態 <ul style="list-style-type: none"> 過去5年は毎年2万人の転入、2万人の転出㊦ 過去5年は1千人台の転出超過（H18は816人）㊦ 転出入とも「単身世帯」と「二世帯」で7割以上を占める㊦ 転入では「20代の単身世帯」と「30代の夫婦世帯」がやや多い㊦ 転出では「30代のファミリー世帯と夫婦世帯」がやや多い㊦ 転出者の居住歴は短く、4割が「5年未満」㊦ 「大阪市」からの転入、「西宮市」への転出が多い㊦ 郊外の「川西市」や「三田市」への転出割合は減少㊦ 転勤・就職により「首都圏」への転出入が1割程度存在㊦ 転出後「戸建持家」となる層が多く、特にファミリー層で顕著㊦ 転出の2割が尼崎市内で住宅を探すものの、市外に転出。一方で、市内間転居の2割は他市も探したが尼崎市内を選択㊦ 転入・市内間転居の6割は、「尼崎市」か「大阪市」に通勤㊦ 	<ul style="list-style-type: none"> 「住宅事情の良さ」と「周囲の生活環境の良さ」で尼崎に転入㊦ 「親や子どもの家に近い」を理由とする転入層が2割。近居・同居志向は特にファミリー層で高い㊦ 転出のうち、若い世代ほど市内居住の「満足度」高く、尼崎への「回帰意向」が強い。㊦ 販売物件の顧客ターゲットは「一次取得者」「30代」「ファミリー層」が多いが、物件によっては「幅広い年齢層」「高所得者層」を設定㊨ 誘致圏は「市内」を中心に「阪神間」の近隣市が多い㊨ 6割が尼崎市に「居住の可能性あり」。そのうち、「適当な価格と広さの住宅があれば住んでみたい」が3割㊪ 尼崎市を「よく知っている」層（居住経験、来訪頻度、親族の有無）ほど「住みたい」という希望が強い㊪ 	<ul style="list-style-type: none"> 「住宅事情の悪さ」と「周囲の生活環境の悪さ」で尼崎から転出㊦
	土地利用変遷実態／住宅供給動向 <ul style="list-style-type: none"> 平成7年度～平成16年度間に、2千㎡以上の事業所数は60件のうち3分の1は住宅に転換㊨ 社宅は29件が閉鎖・売却㊨ J R塚口駅周辺の工場等の事業所用地が、マンションを中心とした住宅に土地利用転換が進行㊨ 国道2号以南及び元浜緑地周辺における住宅開発の活発化㊨ J R尼崎駅周辺の事業所立地と住宅開発の活発化㊨ 市内で供給される近年の物件の平均価格帯は「2,500万円から3,500万円未満」が最も多く、1戸あたり平均住戸専有面積は「70㎡台」が半数強㊨ 山手幹線及び国道2号等の幹線道路への商業立地の活発化㊨ 	<ul style="list-style-type: none"> 開発事業者が対象地を選んだ理由として大きな理由の一つは「購入人口の大きさ」㊨ 物件によっては、「地域ブランドイメージ（塚口など）」も重視㊨ 住宅購入者からは物件自体の評価が高く、特に「価格」に評価が高い㊨ 尼崎市内のマンション用地の評価が向上。特にJ R尼崎駅周辺は再開発が進み、住環境のイメージが向上㊨ 尼崎市に限らず阪神間の「J R沿線」は、交通利便性が高く割安感があるため人気が高まっている㊨ 開発事業者の尼崎市内での住宅販売意欲は高い㊨ 	<ul style="list-style-type: none"> 開発事業者からは「他市からの転入があまり期待できない」点や「工業都市のイメージが強い」点が魅力不足として指摘㊨ 想定される購入価格から広さを設定するので、尼崎市内の物件は「狭くなってしまふ」面がある㊨ 「社宅での居住年数制限により転居しなければならず、そのときに適当な物件が無かった」㊫