

第 37 回土木計画学研究発表会(春大会)：2008.6.6~7(北海道大学)
 企画論文部門，若手研究者論文部門 セッション討議内容の記録

セッション名：まちづくりのための態度・行動変容アプローチ(1)	
日付： 6 月 7 日 (土)曜日，セッション時間： 16:30 ~ 17:30	
オーガナイザー・司会者名(所属)：谷口 綾子 (筑波大学)	
討 議 内 容	セッション全体： 「便利さ」に対抗しうる「コミュニケーション」の重要性を示す指標を検討していく必要がある。
	(328) 鈴木春菜 (東京工業大学大学院)： ・新規店舗の愛着が低いのは、開店から時間がたっていないためでは？ コミュニケーションを積極的に行う大規模店舗が出てきた場合は、どのようになることが予想されるのか？ 今後検討 ・大規模店舗の中には、小さい店がたくさん入っているモールも存在するのでは？ それらの影響は考慮されているのか？ 高松では存在するが、豊橋では存在しない。 ・コミュニケーションが減ることのデメリットを分かりやすく表現する方法を検討いただきたい。今後検討。
	(329) 伊藤 優子 ((社)北海道開発技術センター)： ・アメリカでは企業の CSR としてアダプトプログラムを実施している。各企業が大きな看板を設置し、ビジネス化している。そのことの是非について、意見を聞かせてもらいたい。 現在は、企業のスポンサーという形では行っていない。が、今後検討。(ビジネス化することで、ボランティアがボランティアでなくなってしまうことも危惧される。難しい問題であり、今後考えていく必要がある。)
	(330) 谷口綾子 (筑波大学大学院)： ・この実験は、無垢?な大学生をターゲットとしており、いわば「ここでしかできない」実験のように思われる。今後の展開はどのように考えているのか？ 今後の展開として、市役所との連携や大学からの情報提供も考えているが、課題もある。今後、検討していきたい。 ・今回は少数をターゲットとしたことで結果が出たかもしれないが、大学生全員を対象にしたとしたら、住宅の需要と供給の問題となり、最終的にはこれまでと同じ居住地選択となってしまうのではないかと。その通り。筑波大学の周辺の住宅は供給の方が多いため、この地域では可能であった。このような施策を続けていけば、バス停近くのアパートの値段が上がることも予想される。しかし、鉄道駅のことを考えると、鉄道駅近くは家賃が高いというのは当然であると我々は捉えている。バス停も、将来的には鉄道駅と同じようにアパートの家賃や供給総量にも影響を与えるかもしれない。
	(331) 芝池 綾 (岡山大学大学院)： ・行政担当者や議員さんを対象とするというアイデアは、非常に効率的で、潜在的 B / C が高いと思われる。 ・レクチャー内容はどのようなものだったのか？ コンパクトシティに関する誤解をクイズで解きほぐす等。

第 37 回土木計画学研究発表会(春大会)：2008.6.6~7(北海道大学)
 企画論文部門，若手研究者論文部門 セッション討議内容の記録

セッション名：まちづくりのための態度・行動変容アプローチ(2)	
日付： 6 月 7 日 (土)曜日，セッション時間： 17:45 ~ 18:45	
オーガナイザー・司会者名(所属)：東 徹 (システム科学)	
討 議 内 容	セッション全体： 交通だけでなく、まちづくりに関わる態度・行動変容についての本セッションを今後も継続していきたい。
	(332) 佐藤貴行 (オリエンタルコンサルタンツ)： ・職場 MM を考える企業を含めた協議会の設置を考えているのか？ 今のところ予定はない。プロジェクト実施期間が短かったため、協議会設置は最初から考えていなかった。 ・職員対象のワンショット TFP は考えているのか？ 企業からやって欲しいという声もあったので、部分的に行うことも考えている。 ・何故、企業がエコ宣言をするに至ったのか？それは自発的なのか？ 自発的とは言えないかもしれないが、「そういう時代が来た」という認識だったように思われる。 ・エコ通勤の効果をどうフィードバックする予定なのか？ 今後検討。
	(333) 新谷 陽子 ((社)北海道開発技術センター)： ・バスの利用者数はどのくらいなのか？ 1日1台7名(実験期間中)くらいであった。1台あたり7名乗れば採算は取れると市役所は考えている。 ・1日50本くらい集まっていることになる。これはバス運行のための燃料の何%をカバーできるのか？ 50%くらいをカバーできる。 ・バスには乗らないけど、廃油回収には協力するという人は、どうすればよいのか？ そういう方々にも門戸を開いている。例えば、クルマで廃油を持って来る人もいた。 ・廃油を精製するところはどこにあるのか？ この地域にプラントがある。
	(334) 太田 裕之 (東京工業大学) ・カーシェアリングのメリットとデメリットを客観的に伝える情報提供を行う群があってもよいのでは？ 加入を促進するためのコミュニケーションであるので、デメリットは提示しなかった。カーシェアリングのデメリットはおそらく皆が知っているのではないかと考えられる。 ・カーシェアリングが普及していないのは、規模の経済のためでは？家庭よりはビジネスをターゲットとした例もある。採算が取れるのは1000台、2000台規模。 ・この調査は個人利用をターゲットとしているのか？企業を対象にしないのか？ カーシェアリングの事業者は、平日はビジネス、休日は家族を対象というようにしたいらしい。