

西日本インカレ（合同研究会）2016 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）アイチシュクトクダイガク	フリガナ）ビジネスガクブ	フリガナ）オオツカヒデキエミナール
愛知淑徳大学	ビジネス学部	大塚英揮ゼミナール

※大会申込書時に記入したチーム名から変更することはできません。

※パワーポイント内に動画を使用している場合は「有・無」を記入してください。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数 （代表者含む）	パワーポイント内の 動画使用（有・無）
フリガナ）チームオー	フリガナ）フクヤスマキ	5名	無し
Team-O	福安美樹		

研究テーマ（発表タイトル）
地域活性化のためのアプローチ

※必ず<企画シート作成上の注意>を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

私たちは日々の研究活動で多くの自治体がコミュニティバスを走らせていることに気付いた。そもそもコミュニティバスは地域内の交通弱者に対して、交通の不便さを解消するツールとして多くの自治体で活用されている。現在では路線バス等の乗合バス路線廃止が進み、コミュニティバスはそれにより増加した交通弱者の移動手段となっている。2016年10月には道路運送法施行規則等の改正により交通弱者に対するバスのあり方等が示され、さらにその存在価値が高まった。（2009年2月21日週刊東洋経済）しかし、私たちは地域活性化を研究していく中で、このコミュニティバスが単に交通手段としてだけでなく、地域活性化にも活かせるのではないかと考えた。交通弱者解消のためのツールであるため、その地域内の交通の整備されていないような場所にまで路線が設けられている。また地域の住民が多く利用する乗合バスという側面からも交通手段としてだけでなく、コミュニケーションツールとして新たな利用価値は生み出せるのではないかと考えた。こうしたコミュニティバスが移動手段としてだけでなく地域活性化につながられるのではないかとという新たな利用価値の発見が私たちの研究の狙いである。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

近年高齢化も進み、車のない人や徒歩では移動する厳しい人たちが増加する中で、地域の交通インフラを支える手段として「コミュニティバス」が全国約8割の自治体で導入されてきた。

しかしコミュニティバスはもともと「市民の生活の足を確保する」ことを目的として作られたため、現在の運行実態としても予定通りに運行するという交通手段のみの効果にとどまっていることがわかった。

さらに、コミュニティバスに力を入れている日進市役所の方にお聞きしたところ、「市役所としても、市民の税金を使っているものなので交通手段以外の活用方法があれば見つけ出したい。」と答えており、行政としてもコミュニティバスのあり方を広げたいと考えていることがわかった。

3. 研究テーマの課題

全国多くの自治体で市民の生活の足として発達してきたコミュニティバスが、交通手段の機能だけでなく地域活性化につながるような活用方法はないか解き明かすこと。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

予備調査として愛着の形成要因を探ることとした。

地域住民に対し、地域に抱く愛着に関するアンケートを日進市民 100 名に実施した。その結果、愛着の構成要素として利便性、郷土愛、居住環境、地元住民との関わりという 4 点が愛着の形成に影響を及ぼしていることが判明した。この 4 点を地域に対する「計算的コミットメント」、「感情的コミットメント」の 2 つの側面において説明していくこととする。

「計算的コミットメント」においては、利便性や居住環境といった地域住民が住む地域に対して感じる住みやすさの面が反映されている。

また、「感情的コミットメント」においては、地域に対する愛着であることに変わりはないが、「土地そのもの」に対する郷土愛と、「土地に住む人」に対する住民同士のつながりの 2 点に分類することができる。

本研究においては、2 つの側面のコミットメントを用いながら、コミュニティバスが地域の活性化を促進するものとして検証、またその結果を基にした実証を行っていくものとする。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

以上の見解は、私たちが地域活性化を考える上でコミュニティバスの新たな活用方法を考えるにあたって得られた成果である。実際の調査の具体的な内容は、各地域の現状や、地域活性化のために行っていることを知るために実際にヒアリングを行いに行った。また、コミュニティバスの新たな活用方法を考えるために実際、アンケートを行った。

実施調査記録

- ・名古屋市港区 港まちづくり協議会ヒアリング
- ・愛知県庁ヒアリング 2016 年 5 月 17 日
- ・設楽町役場ヒアリング 2016 年 6 月 7 日
- ・東栄町役場ヒアリング 2016 年 6 月 7 日
- ・新城市役所ヒアリング 2016 年 6 月 28 日 新城市役所 企画部
- ・豊根村役場ヒアリング 2016 年 6 月 28 日
- ・くすりんばす意見交換会 10 月 12 日
- ・日進市役所「魅力いっぱい！くすり旅」事業打ち合わせ 2016 年 9 月 29 日、2016 年 10 月 27 日
- ・日進市市民アンケート 2016 年 11 月 2 日、2016 年 11 月 8 日

6. 結果や今後の取り組み

本研究において、地域住民たちの愛着には、利便性といった計算的コミットメントと、郷土愛といった感情的コミットメントが存在し、その両面を満たすことが地域へのより強い愛着を引き出すことが判明した。また、コミュニティバスを利用した地域の名所の認知は地域活性化の面で郷土愛の向上に貢献できる可能性を示している。

この調査結果をもとに、私たちは実際に日進市の 7 地域でバスマップを作成し、地域の魅力の見える化を行った。

今後の取り組みとしては、作成したバスマップをバスの沿線の建物に設置、ポスティング、にしんわいわいフェスティバルでのブース展示を通して見える化による効果をさらに検証していくこととする。

7. 参考文献

- ・愛知県 HP (<http://www.pref.aichi.jp/soshiki/chiiki/0000026103.html>) 2016 年 4 月 18 日閲覧
- ・平成 28 年 新城市 人口ビジョン

- ・総務省 情報通信白書「少子高齢化・人口減少社会」
 - ・平成 28 年 3 月 愛知県東栄町 人口ビジョン
 - ・平成 28 年 2 月 愛知県新城市 人口ビジョン
 - ・萩原剛、藤井聡「交通行動が地域愛着に与える影響に関する分析」
 - ・有斐閣 久保田進彦「リレーションシップマーケティング」
 - ・新城市人口ビジョン及び総合戦略の策定について 平成 27 年 6 月 22 日
 - ・新城市 若者議会 HP
 - ・新城市 若者議会 平成 27 年 11 月 2 日議事録
 - ・日進市公式 HP 2016 年 9 月 23 日閲覧
 - ・平成 26 年度 日進市市民意識調査報告書
 - ・足立(2010)「シャッター通り再生計画 明日からはじめる活性化の極意」
 - ・若林直子、赤坂剛、小島隆矢、平手小太郎：住民の防災意識の構造に関する研究—その 3：地域コミュニティとのかかわりを表す項目を含む因果モデル—、日本建築学会大学学術講演概集、2000、pp.807-808
 - ・総務省「過疎地域自立促進特別措置法」(<http://law.e-gov.go.jp/htmldata/H12/H12HO015.html>)
 - ・藤井聡：社会的ジレンマの処方箋：都市・交通・環境問題のための心理学、ナカニシヤ出版、2003.
 - ・コンパクト・シティ文化とマイカー、交通工学、37(増刊号)、pp.23-28、2002
- Hidalgo,C,Hernandez:,B:Placeattachment:Conceptualandempiricalquestions,JournalofEnvironmentalPsychology,21,pp.273-281,2001.
- McAmenHidalgoandBernardoHernandez:placeattachment:ConceptualandEmpiricalquestions,Journal of Environmentalpsychology,21,pp.273-271,2001.
- ・日経グローバル 2012.2.6
 - ・週刊東洋経済 2009.2.21

西日本インカレ事務局への連絡事項

<企画シート作成上の注意>

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1~7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限りません。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。