

RX：Real Space Transformation

—このサイバー時代において、活動の場を実空間へ転換させること
ref)石橋澄子・松場拓海・川合春平・谷口守(2024)：サイバー時代における外出MM設計のためのメンタリティ分析,
—RX：Real Space Transformationへの一考察—,土木計画学研究・講演集,Vol.69.

データの概要

—独自アンケート調査

層別抽出：外出が好き・嫌い/年代/都市類型

RXの実現には外出の負担を取り除き、外出の価値を認識する人を増やすことで

「外出が好きだ、外出がしたい」という感情による外出の増加がカギ

課題意識

現行の「外出MM」は年少者や高齢者など「交通弱者」が主なターゲット

第7回全国PT：若者(20代)の外出量の低下が加速

(2015年:約2.0回/人・日⇒2021年:約1.7回/人・日)

✓ 真に外出に対して負担を感じているのは若者なのでは？

✓ 若者に「外出が好きだ、外出がしたい」と思わせるために必要な「外出MM」施策は？

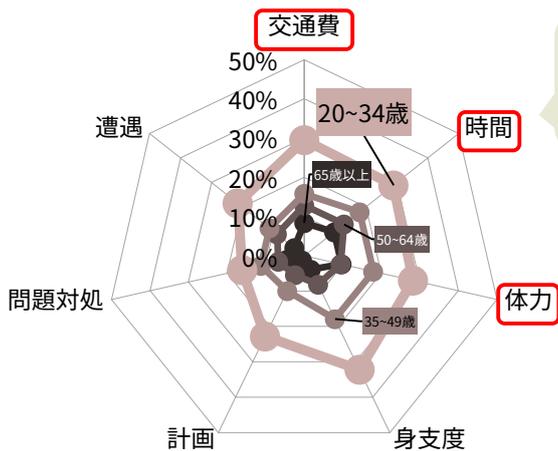
▶ 若者の外出が好き・嫌いという感情と外出の負担・価値認識との関係性は？？

比較分析に用いるサンプル

■ 外出が好き(n=553)

■ 外出が嫌い(n=553)

外出が好きの人



外出が好きな若者も負担を感じてしまう

外出が嫌いな人

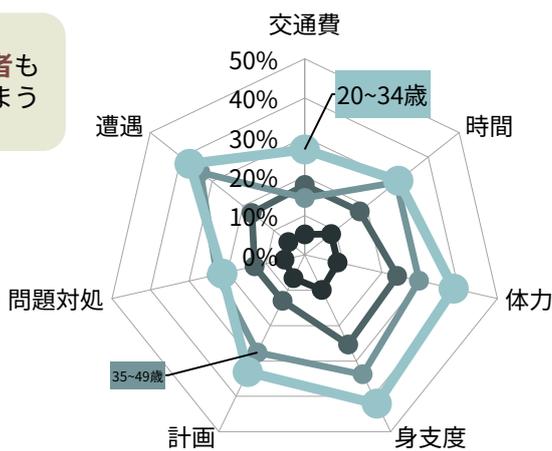
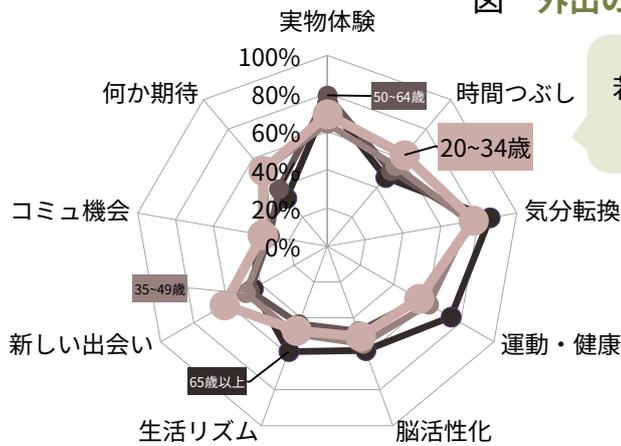


図 外出の負担とを感じる人の割合



若者も外出の価値は認識している

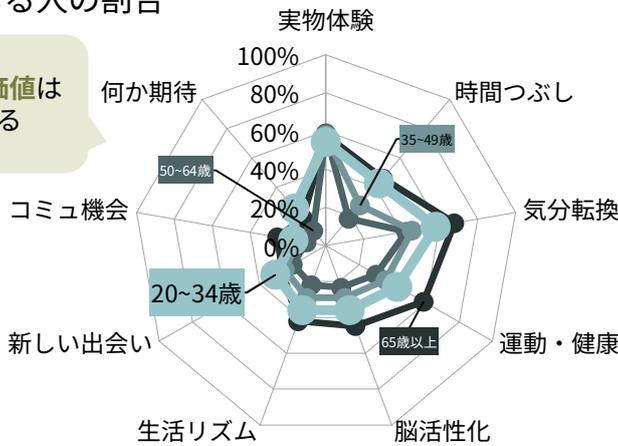


図 外出の価値とを感じる人の割合

RXの実現に向けた若者への「外出MM」の方向性

—若者に「外出したい」と思わせるために

外出量減少&サイバー偏重が進む若者も外出の価値を感じる

他年代と比較して外出の負担を重く感じる傾向

若者の外出に対する負担感を取り除くことがなにより重要!!

- ✓ 若年層を対象とした交通費割引
✓ 居住地と都市機能の近接性が高い都市構造