降積雪地域における地域づくりの課題と方向性

— 市民、企業、行政のパートナーシップに対する意識から —

Regional Design in Snowfall Area

— Cognition on the Partnership Among Citizen, Enterprise and Local Authority —

川 本 義 海^{*1}・伊豆原 浩 二^{*2}
Yoshimi Kawamoto Koji Izuhara本 多 義 明^{*3}
Yoshiaki Honda

SYNOPSIS

On regional design in snowfall area, snow countermeasure is a very important aspect. On a process of snow countermeasure planing, citizen, enterprise and local authority as composer of the region are expected to play the leading part. To sustain continuous regional design, these players must keep a good relationship. This paper makes it clear about the partnership on regional design in case of Fukui as snowfall area from a civic cognition.

As a result, to make a good partnership on regional design in snowfall area, following issues are important: (1) a role of each player must be made clear respectively and exactly, (2) make an opportunity for negotiation each other, (3) clarify a independent group and role in relationship not only among three players but between two players (citizen & enterprize, enterprize & local authority, local authority & citizen) is especially important. (4) clear away the snow on the road and the roof of private house are more practical subject than make use of snow on partnership.

Keywords: Snowfall Area, Regional Design, Cognition on the Partnership

1. はじめに

降積雪地域に生活する人々にとって、冬期の降積雪は日常的な関心事である。全国各地で個性を活かした地域づくりが謳われており、自然や歴史を活用した様々な試みがなされ、降積雪地域においては雪の利活用が考えられている。しかしながら「雪害」という言葉もあるように、雪は人々の社会活動を大きく阻害するものとして捉えられていることも事実

であり、過去の38豪雪、56豪雪の経験からも耐雪・克雪の重要性をまず十分認識すべきといえる。

生活道路の除雪や屋根の雪下ろしという日常生活に密着した地域個々の問題は、これまで地域のコミュニティ内で解決されてきたが、行政依存の社会体質への変容、高齢化、生活形態の都市化、活動範囲の広域化によって地域の耐雪・克雪能力は急速に低下している。

* 1 財団法人豊田都市交通研究所 研究企画部研究員・工博

* 2 財団法人豊田都市交通研究所 研究企画部長・工修

* 3 福井大学工学部環境設計工学科 教授・工博

[本稿受理：1998年10月30日，修正原稿受理：1999年1月19日，討論期限：2000年3月31日]

このような社会状況にあって、地域の活動主体である市民をはじめとする企業、行政が一体となって雪問題の解決に取り組んでいくことが強く求められている。この場合、解決すべき問題に対しどの主体が先導的役割を果たし、どのような形で連携協力を図っていくことが望ましいかを十分議論し認識しておくことが重要である。

そこで本研究は、人々の意識面の考察から主体としての市民、企業、行政の連携による降積雪地域における地域づくりの方向性について、パートナーシップといった観点から示唆することを目的とする。まず降積雪地域の課題を示すとともに、地域づくりの主体となる市民、企業、行政の特性をまとめ、地域づくりにおけるパートナーシップの基本的な考え方を示す。次に降積雪地域という地域特性を踏まえた地域づくりに対する意識を通じて市民、企業、行政といった三者の関係を明らかにする。最後にこれら三者の役割について地域づくりにおけるパートナーシップといった視点から示し、その体制づくりに向けた課題と方向性を提示する。

2. 関連研究

降積雪地域の地域づくりに関わる既往の調査研究を概観すると、雪国の都市・地域計画の考え方を都市と農村といった地域特性から見た雪への対応課題を検討したもの¹⁾、耐雪活動における市民と行政の関係を流雪溝の管理運営面から示したもの²⁾、積雪寒冷を活かした市民参加型のまちづくりの取り組みを示したもの³⁾、住宅地における雪処理コミュニティの可能性を示したもの⁴⁾など、市民を中心とした地域づくりへの政策提言が見られるものの、まだ研究事例は少ない。

また、地域づくりにおけるパートナーシップに関する既往研究に関しては、地域づくり計画への市民参加の方法、組織化に向けた課題について調査・分析しているもの^{5)・6)}、NPOをはじめとする市民、行政を越えた様々な幅広い地域づくり活動団体の役割、方向性について論じたもの⁷⁾、市民、企業、行政各々の持つべき基礎条件について論じたもの^{8)~10)}、アメリカを中心として欧米における都市開発の事例

を扱ったもの^{11)~14)}など比較的多く見られる。いずれにおいてもパートナーシップの方法論は展開されているものの、主体となる市民の地域づくりにおける実態としての意識面には触れていない。また地域づくりの大きな基礎条件の一つともなる地域特性として、ここで取り挙げる雪害などの自然条件をその中心に扱ったものはほとんど見られない。

3. 降積雪地域における地域づくりの課題

3.1 福井地域の現状

降積雪地域の地域づくりは、これまで雪をいかに克服するかという雪害対策（克雪・耐雪）が主要課題として進められてきた。しかしながら、地域の個性、独自性が問われる今日、雪を地域固有の資源として捉え、利雪・親雪・遊雪といった積極的活用を図ることにより、雪を媒体とした新たな地域づくりの方法論の確立が望まれている。また一方では、過疎地域における高齢化、都市部における核家族化、第3次産業就業者の増加といった社会環境の変化、さらには除雪の対象となる道路延長の増大、自動車交通需要の増大、都市域の拡大が除排雪需要を増加させる大きな要因となっており、財政的な制約も相俟ってより効率的な対応が急務となっている。

日本でも有数の豪雪地帯に属する福井地域は、毎年一定量の降積雪はあるものの積雪深の年偏差は大きく、平均的な積雪を前提とした対策だけでは不十分となっている。しかし、非日常的な状態である豪雪時を前提とした地域整備は、費用、労力面から見ても過剰かつ非効率である。従って平均的な積雪時と豪雪時における対応のレベルをどの程度に設定するかは地域づくりにおいて重要な政策的視点となっている。

3.2 雪を媒体としたパートナーシップの必要性

雪害対策のみならず、利雪・親雪・遊雪においても市民の役割が期待されるものの、近年来の少雪により雪に対する意識の低下、特に雪に対する備えが不十分となり、積雪に対する対応力の弱体化が懸念されること、また従前より道路除雪などにおいて行政依存の体質が強いことが大きな問題といえる。過

剰な雪対策の設備投資を無くし、積雪状況に応じて臨機応変に対応していくためには、市民意識の高揚に加え、地域を構成する市民、企業、行政のパートナーシップの確立が必要不可欠となる。

実際、地域における市民、企業、行政の果たすべき役割と地域づくりに対する姿勢は、除雪や屋根の雪下ろしといった雪害対策的な事項に関してでさえ、現在の地域づくりの中にあってもその考え方や役割分担が曖昧であり、まして雪の利活用に関してはその傾向が顕著である。またこれまで比較的地域のコミュニティ意識が強かった農山村部にあっても過疎化や高齢化、都市部では空洞化や核家族化により急速に地域のコミュニティ意識が薄れている。そのためこれまでコミュニティが担ってきた機能を果たす新たな形態として、市民を始めとした企業、行政の連携によるパートナーシップが求められる。

3.3 地域づくりにおけるパートナーシップの考え方

公共と民間のパートナーシップという概念⁽¹⁾は、1970年代後半アメリカにおいて提起され、1980年代には有力な政策概念の一つとなっている。近年になってわが国でもようやくパートナーシップの必要性が認識され始めてはいるものの、比較的新しい概念であることからまだ社会に広く認知されるには至っていない。市民、企業、行政の特性は表-1にまとめることができるが、それぞれの特長を活かし相互補完、相乗効果を高めていくことがパートナーシップの確立には欠かせない要件といえる。

市民、企業、行政といった三者がお互いに対等の

表-1 市民、企業、行政の特性

	市 民	企 業	行 政
運営の理念	自己実現	利益追求	社会的 合意形成
行動の原理	共 感 (人的繋がり)	競 争 (市場)	法 令 (手続き)
行動の性質	自発性 互助性	効率性 機動性	公平性 画一性
受 益 者 の 範 囲	部分的	選択的	全体的

注)中日新聞 中日サテ-版 世界と日本 大図解シリーズ No.319「期待される NPO 活動」をもとに作成

立場に立ちパートナーシップのもと各々が活動することにより、個々の活動ではこれまであまり期待できなかった様々なことが実現される可能性は高まる。三者のパートナーシップにより、三者各々ならびに全体として期待される効果は表-2に示すことができる。立場が異なる複数の集まりが連携協力する場合、共通の目標達成のためにはそれぞれが持つ効用を高め、欠点を補い合うというパートナーシップの基本原則を見失わないようにすることが重要である。そこで以下では、三者の関わり合いを中心に、降積雪地域といった地域特性を持つ福井地域におけるパートナーシップによる今後の地域づくりの方向性について考察する。

表-2 パートナーシップによる期待効果

市 民	企 業	行 政
地域づくりへの参画 による市民意識の高 揚 資金面に対する援助 の獲得 技術的ノウハウの享 受	地域社会への貢献 企業のイメージアッ プ 新規事業の開拓 地域のニーズに根差 した事業展開	事業推進の円滑化 地域ニーズの掌握に よるサービスの向上 財政支出の削減
三 者 共 通		
・相互の意志の疎通 ・対等な立場(新たな環境)づくり ・地域において果たすべき役割の自覚 ・地域全体の目標の明確化 など		

4. 地域づくりにおけるパートナーシップ

4.1 調査の概要

ここでは、降積雪地域における市民、企業、行政のパートナーシップを考えるために、福井地域における地域づくりの実態ならびに地域づくりのあり方に関する意識調査を行った。調査では、一般的・総論的見解を把握するのではなく、できるだけ地域づくりに有用な意見を収集し今後に有用な示唆を与えるべく、被験者として日頃から福井の地域づくりに関する様々な活動に取り組んでいる福井在住または過去に在住の経験を持つ人を中心とした福井地域環境研究会の全会員を対象とすることとした。被験者の属性⁽²⁾は表-3に示すとおりであり、調査方法は

表－3 被験者の属性

性 別	男性(120人…54%), 女性(102人…46%)
年 齢	20歳代(81人…37%), 30歳代(47人…21%) 40歳代(57人…26%), 50歳代(27人…12%) 60歳以上(8人…4%)
職 業	会社員(82人…38%), 公務員(37人…17%) 学生(49人…22%), その他(51人…23%)

注) 未記入、判別不能のものは除いている。

郵送調査法によった。配布数275票に対し回収数224票、有効回収率は81.5%である³⁾。

4.2 地域づくりに対する関心と参加の実態

地域づくりに対する関心は、「大いにある(37%)」をはじめ、「ある程度ある(34%)」と7割程度の人に関心を持っている。その一方で、実際に地域づくりやまちづくりに参加しているかについては、「積極的に参加(8%)」「ある程度参加(23%)」と合わせて3割程度であり、「あまり参加していない(25%)」「全く参加していない(19%)」からも分かるように、地域づくりに対する関心と参加の実態との乖離が浮き彫りとなった。

さらに、被験者の属性から見た地域づくりに対する関心と参加の実態について年齢層による差異を見た。関心については、図－1に示すように40歳以上では半数が「大いにある」としているものの、20～30歳代では3割程度と差が顕著である。また参加について見ると、図－2に示すように地域づくりに対する関心ほど年齢層による差は見られないものの、「積極的に参加」もしくは「ある程度参加」している人は40歳以上で多いのに対し、20～30歳代では「あまり参加しない」「全く参加しない」という無関心な人が多く見られる。このように、世代間で地域づくりに対する関心度、参加の実態は共に大きな差が見られ、ますます進展する高齢化・少子化時代を迎えた今後の地域づくりにおいて特に注目すべき点である。

4.3 雪に対する関心と降積雪による問題点

雪に対する関心は、「大いにある(30%)」「ある程度ある(43%)」となり、地域づくりへの関心と

図－1 地域づくりに対する関心

図－2 地域づくりに対する参加の実態

同様に7割近くの人に関心を持っている。雪に対するイメージは、良いイメージとして「スキー、スノーボードなどのレジャーが楽しめる」「季節感(冬)を感じることができる」、また悪いイメージとして「交通麻痺」「除雪作業」「豪雪、雪崩、吹雪などの災害」といったものが多く挙げられている。雪への親しみについては、親しみを感じる人は119人(54%)あり、地域づくりにおける雪の活用という積極的な視点に立った場合、雪は必ずしも否定要因になるものではないことが分かる。

その一方、降積雪時に今後問題になると思われることがあるとした人は150人(69%)である。その具体的な内容は「住民の除雪協力に対する意識の希薄化」「散水式消雪装置による地下水位の低下」「雪捨て場の確保」「融雪時に発生する排水処理」「近年の少雪への慣れによる大雪への対応の遅れ」「消雪剤散布による環境への影響」「雪に強い交通手段の確保(鉄道廃線の回避)」などであり、将来的にも除雪問題は避けて通ることはできない根源的な課題といえる。

4.4 地域づくりの主体と対応すべき課題

地域づくりにおける市民、企業、行政の連携を考えた場合、その主体としていずれが望ましいかについては、表－４に示すように「地区の自治会」「まちづくり団体」といった市民、「各種公共団体」の行政が多く挙げられている。

表－４ 市民、企業、行政の連携の主体

項 目	回 答	ポイント	割合
三者の連携の主体として望ましいもの	地区の自治会	393	33.2%
	各種公共団体	303	24.9%
	まちづくり団体	247	20.3%
	地元の商工会	116	9.5%
	第3セクター	81	6.6%
	企業	73	6.0%
	その他	1	0.5%

注) ポイントは重み付け合計による。

(望ましい順：一位＝3点、二位＝2点、三位＝1点)

では、降積雪期において、市民、企業、行政の連携はどの程度重要であると考えているのであろうか。これを項目別に見たところ、「災害時の対応」「歩道の除雪」「生活道路の除雪」「雪の利活用」「屋根の雪下ろし」といった順に重要と考えられていることが分かった。また表－５はこれら各項目において、市民、企業、行政の連携を有効に機能させていくためには、三者のいずれの役割が重要となるかについて見たものである。これを見ると、「屋根の雪下ろし」を除いては行政が重要であるという回答がほとんどであるが、「雪の利活用」については企業の重要性が大きく注目されている。総合的に見れば、行政が主であり次いで市民、最後に企業といった結果となり、市民主導の地域づくりが基本とはいえないものの、雪対策的な面を重視していることもあり、やはり行政が主であるといった行政依存の市民意識がいまだに根強いことが明らかとなった。

また福井地域は、過去に38豪雪、56豪雪といった記録的な豪雪に見舞われており、これらの経験からも豪雪は日常生活に大きな影響を及ぼすことは必至である。そこで地域づくりにおいて特に重要な項目とされている災害時（豪雪など）を考慮した地域づくりに関し、豪雪に対してどの程度の対処が必要か

表－５ 降雪時における市民、企業、行政の重要度

項 目	回 答	ポイント	割合	順 位
災害時の対応	市 民	339	26.4%	2
	企 業	318	24.8%	3
	行 政	625	48.8%	1
歩道の除雪	市 民	420	32.8%	2
	企 業	308	24.1%	3
	行 政	552	43.1%	1
生活道路の除雪	市 民	418	32.8%	2
	企 業	304	23.9%	3
	行 政	551	43.3%	1
雪の利活用	市 民	286	22.4%	3
	企 業	502	38.4%	2
	行 政	491	39.2%	1
屋根の雪下ろし	市 民	621	48.4%	1
	企 業	281	21.9%	3
	行 政	381	29.7%	2
総合的に見て	市 民	408	32.1%	2
	企 業	280	22.1%	3
	行 政	582	45.8%	1

注) ポイントは重み付け合計による。

(望ましい順：一位＝3点、二位＝2点、三位＝1点)

について見た。「生命・財産に関わることの保証はすべき」(161人…74%)が最も多く、次いで「平常時と同程度の活動を保証すべき」(33人…15%)、「一時的に活動が停滞しても仕方ない」(19人…9%)と、緊急性の高いものに対しては十分な対策が必要であるが、特にそれ以上のことは要求していないことが分かる。つまり、危機対策では行政、それ以外は市民が主体として活動することが想定される。

4.5 パートナーシップによる地域づくりの可能性

次に、市民、企業、行政の連携によって、降積雪地域ではどのような地域づくりが可能になるかについて考察した。表－６に示すように「歩道・車道の除雪による耐雪性の向上」「災害時に強い地域づくり」が可能であるといった意見が多くなっている。これは従来からの克雪・耐雪といった雪対策に該当する項目であり、一般的にはマイナスイメージで捉えられているものであるが、地域づくりにおいては核として位置づけることが十分可能であることを示

唆している。また雪の利活用に関する項目「雪祭り等の開催による地域づくり」「冬期スポーツの振興」「雪国独自の伝統文化の振興」が少ないことに加え、これまでに雪を活用した具体的な活動等を見たり聞いたり参加したことのある人は106人と半数程度でしかない。このように、克雪・耐雪に比べ雪の利活用は実際にはまだ人々の間に十分浸透していないことも行政依存の大きな要因と考えられる。

表－6 三者の連携による地域づくりの可能性

項 目	ポ イ ン ト	割 合
歩道・車道の除雪による耐雪性の向上	354	28.0%
災害時に強い地域づくり	278	22.0%
雪祭り等の開催による地域づくり	226	17.9%
冬期スポーツ(スキー・スノーボード等)の振興	202	16.0%
雪国独自の伝統文化の振興	197	15.6%
その他	7	0.5%

注) ポイントは重み付け合計による。

(望ましい順：一位＝3点，二位＝2点，三位＝1点)

4.6 パートナーシップの方向性

これまでの議論を踏まえると、重要とされる日常的な課題として特に歩道・生活道路の除雪，また非日常的な課題として豪雪時への対応を考えた場合，地域におけるパートナーシップのあり方は，例えば表－7のように明示的に示していく必要がある。ここで示した各主体の役割に基づき，市民，企業，行政の連携をうまく進めていくために重要なこととしては，表－8に示すように「三者各々の役割の明確化」「三者の話し合いの場の設置」「市民のまちづくりへの参画」「三者の連携の必要性に関するPR活動」が挙げられている。

このように，パートナーシップの確立にはまずそれぞれの果たすべき役割を明らかにするために，三者の話し合いにより互いに十分理解し合うこと（合意形成）の必要性を認知することで市民のまちづくりへの参画を促すことが第一といえる。

以上の過程を経て，お互いの立場が理解し合えた次の段階として，三者の連携をうまく行っていくためにそれぞれの関わり方，つまり主体の明確化が重要となる。図－3は人々の考える市民，企業，行政のパートナーシップにおける二者の関わり方を示し

表－7 パートナーシップの原則に則った市民・企業・行政の役割

パートナーシップの三原則			
市民・企業・行政の役割	対等な立場での参加	共有の目標の形成と協働	資金、労務、技術の相互提供
	災害時(豪雪対応) 市民: 地域住民の安全確保・確認、 企業: 交通の点検・確保、 行政: 迅速な情報提供	被害の抑制と早期復旧	市民: ボランティアへの参加、 企業: 緊急資材・機器の提供、 行政: 救急隊の派遣、
	日常時(歩道・生活道路の除雪) 市民: 通学路や軒先の除雪、 企業: 除雪・融雪機器の開発、 行政: 堆雪場所の確保	安全な歩行者路の確保 安定的な交通路の確保	市民: 町内会・PTA等による除雪要員の提供、 企業: 除雪機器の貸与、除雪機械オペレーターの派遣、 行政: 除雪補助金の交付

たものである。三者の関係からは，いずれも共に対等であると考えている人が多いものの，二者の関係に着目すると，市民，行政，企業の順に重要とされていることが分かる。以上のことから，市民，企業，行政のパートナーシップを考える場合，まず二者間で主体となるべき方向性を明確にし，それぞれに相応しい役割を担わせることが総合的に見て三者が対等の立場で関わり合っていくための必要条件であるといえる。

表－8 三者の連携を進めていく上で重要なこと

項 目	ポ イ ン ト	割 合
三者各々の役割の明確化	334	26.1%
三者の話し合いの場の設置	258	20.2%
市民のまちづくりへの参画	191	14.9%
三者の連携の必要性に関するPR活動	157	12.3%
行政のまちづくりへの支援の強化	155	12.1%
連携方法の法律・条例等による制度化	91	7.1%
企業のまちづくりへの支援の強化	62	4.8%
シンクタンクの参加・協力	26	2.0%
その他	6	0.5%

注) ポイントは重み付け合計による。

(望ましい順：一位＝3点，二位＝2点，三位＝1点)

図－３ 連携における二者の関わり方

4.7 パートナーシップの確立に向けた方策

表－９はこれまでの分析結果から地域づくりににおけるパートナーシップに向けた課題をまとめたものである。特に重要なこととして指摘できるのは、三者の役割の明確化である。お互いが対等の立場ということが役割や責任の所在の不明瞭さに繋がり、地域づくりにおけるそれぞれの位置づけが明確にされないためにパートナーシップの確立が困難となっている実態も窺うことができた。

以上の地域づくりの議論から、実際にパートナーシップを確立していく上では、三者をうまく調整できるNPOを始めとした公的機関の設置^④が現実的な課題ともいえる。それは三者がこれまでに培った能力を拡張させ、それぞれが地域づくりにおいてめざすべき目標に重なり合う部分を見出し、その部分を受け持つ機関として位置付けていくことが必要である。ここでは、市民はボランティア活動など人の提供、企業は資材の提供、行政は制度上の支援を行っていくことが期待されることとなる。

5. おわりに

本研究では、降積雪地域である福井地域を対象に、地域づくりにおける市民、企業、行政のパートナーシップの確立に向け、地域づくりの主体となる市民の意識からその実態と課題について考察した。得られた成果は以下のとおりである。

①地域づくりへの関心と実態の乖離ならびに若年層

表－９ パートナーシップの確立に向けた課題

項 目	内 容
三者各々の役割の明確化	現状では三者のお互いのやるべきことが分かってないため、何を分担し合うかを明確化する。 三者のうちのどこが先導的役割を務めるかを明確化する。 三者の役割を明確化し責任感を醸成する。
三者の話し合いの場の設置	市民と行政とが対話できる場を常設する。 雪関係企業（雪処理等）との話し合いの場を設定する。
市民のまちづくりへの参画	積極的に参画できる市民を育成する。 参加のプログラムを推進する。 意識の高揚を図る。
三者の連携の必要性に関するPR活動	情報公開の場を提供する。 結果を十分に公表、周知する。 連携の必要性を確認する。 連携による活動によってどのような利点があるかについて市民レベル、各企業レベルでの理解を促進する。
行政のまちづくりへの支援の強化	行政側に連携を進めていけるような人材を育成する。
連携方法の法律・条例等による制度化	まちづくり等に参加しやすいような、特別休暇、職務専念免除等の実施を推進する。
企業のまちづくりへの支援の強化	まちづくり等に参加しやすいような、特別休暇、職務専念免除等の実施を推進する。
シンクタンクの参加・協力	「生活者・生産者」としての市民アイデアの抽出、とりまとめ、実施を調整できる組織・団体の結成およびその支援を図る。
その他	経済的な支援を行う。

の関心・参加の低さは将来的にも大きな問題である。

②雪への関心は高く、特に除雪問題は地域における根源的な課題となっている。

③雪の利活用よりもむしろ除雪や屋根の雪下ろしといった克雪・耐雪の範疇に含まれる日常に密着した項目をまず地域づくりの核に据えることが現実的かつ実現可能性も高い。

④降積雪の特性を考慮した場合、災害時と日常時に分けて市民、企業、行政の役割を明確にすること

が重要である。

- ⑤降積雪地域といった地域を取り巻く環境を踏まえた地域づくりにおける独自のパートナーシップ確立のためには、地域においてそれぞれが果たすべき役割の明確化、三者の話し合いの場の設置、市民の地域づくりへの参画が大きな課題であり、各々の活動領域を明らかにすることが重要である。またそれを支援する公的組織も必要である。

今後の課題として、自治会や各種地域づくりグループをはじめ、降積雪地域独自の技術を有する企業の地域貢献を含めて分析を進めていく必要がある。

最後に、本研究を進めるにあたり、分析等で吉沢一男氏（小諸市役所）、さらに前川政人氏（福井県生活学習館）をはじめとする福井地域環境研究会の方々から貴重なご意見をいただくとともに多大な協力を得た。ここに記して感謝いたします。

補注

- (1) パートナーシップの概念はおよそ次の三点に要約することができる。①市民（個々の市民。またはNPOのような市民団体等）、企業、行政（様々なレベルの政府）が対等な立場で参加すること。②目標を共有し、相互の話し合い・交渉を通じてその実現のために協働することを合意すること。③その合意に基づいて、それぞれの主体が資金、労務、技術等の資源を提供し合うこと。
- (2) 男女比、年齢層、職業ともにバランスがとれており、市民・企業・行政の役割を考える上での調査母集団として妥当であると判断した。
- (3) 郵送調査法による場合、一般的に回収率は30%程度であるが、本調査対象とした母集団は地域づくりに関し積極的に関わり協力的であることから回収率が高くなったと思われる。
- (4) 例えば、地域づくりやまちづくり活動を自主的に行っている既往の地域活動グループ等にNPOとして法人格を与えることが先ず考えられる。

参考文献

- 1) 沼野夏生（1998）,「雪国の都市・地域計画の考え方」,日本雪工学会誌, Vol.14 No.3, pp.255-260.
- 2) 鈴木 哲・大熊 孝・小野沢透・桐生三男（1986）,「耐雪活動における住民と行政の対応関係の変遷—主に流雪溝について—」,日本土木史研究発表会論文集, Vol.6, pp.37-41.
- 3) 旭北方圏センター（1997）,「積雪寒冷を活性化のバネとした名寄市のまちづくりの取り組み」,地方シンクタンクフォーラム資料地域の魅力ある居住環境づくり, pp.253-273.
- 4) 大垣直明（1997）,「北海道における除雪コミュニティの形成に関する研究」,文部省科学研究費一般研究(C)研究成果報告書.
- 5) 中村昌広（1986）,「東京都区部における行政発意による改善型まちづくりの計画形成過程—計画案の変遷と住民参加—」,第21回日本都市計画学会学術研究論文集, 22, pp.313-318.
- 6) 三橋伸夫・金俊豪（1997）,「自治体とコミュニティにおけるまちづくりパートナーシップ—福井県上中町・大鳥羽における事例—」,第32回日本都市計画学会学術研究論文集, 33, pp.235-240.
- 7) 金川幸司（1997）,「地域社会におけるNPOの役割について」,計画行政, 20(1), pp.80-88.
- 8) 総合研究開発機構（1996）,「市民公益活動の促進に関する法と制度のあり方」, pp.128-136. NIRA 研究報告書.
- 9) 総合研究開発機構（1994）,「市民公益活動基盤整備に関する調査研究」, NIRA 研究報告書.
- 10) 村山武彦・村井隆士・原科幸彦（1996）,「地域づくりのための住民と行政との相互学習システムの効果分析—地区リーダーの意識変化に着目して—」,計画行政, 19(4), pp.60-70.
- 11) 今枝忠彦（1986）,「シビックトラストをめぐる市民主体のまちづくり活動の実態と展望—日本, イギリスおよびアメリカの事例を通じて—」,第21回日本都市計画学会学術研究論文集, 22, pp.319-324.
- 12) 秋本福雄（1994）,「アメリカにおける公共と民間のパートナーシップによる都市開発の形態に関する考察—1980年代初頭のCDBGの活用事例—」,第29回日本都市計画学会学術研究論文集, 29, pp.619-624.
- 13) 秋本福雄（1997）,「パートナーシップによるまちづくり行政・企業・市民／アメリカの経験」,学芸出版社.
- 14) 秋本福雄（1996）,「公共と民間のパートナーシップによる都市開発の計画スタイルに関する考察—カリフォルニア州サンディエゴ市のホートン・プラザ再開発の事例—」,第31回日本都市計画学会学術研究論文集, 32, pp.715-720.