

# 〈まちづくり〉×〈地域ブランド〉という潮流

## 山梨県北杜市の事例への ヒアリングと住民調査からのアプローチ

---

序 章： 調査の概要と基本属性	…145
第 1 章： 過疎・人口減少地域の実態と対策	…150
第 2 章： 町村合併における行政と住民意識の変容	…160
第 3 章： 北杜市における住民参加のまちづくりの実態	…169
第 4 章： 地域メディアの情報発信と地域貢献	…178
第 5 章： 地域資源の認識と活用	…188
第 6 章： 地域ブランドの現状と課題	…197
第 7 章： [提言] 新しい北杜市を目指して	…206
終 章： 調査風景と感想	…208
資 料： 質問紙調査票	…210

---

担当教員 浅岡隆裕

## 報告書発刊に当たっての緒言

浅岡隆裕<sup>1</sup>

社会調査実習 E クラスは山梨県北部にある北杜(ほくと)市を対象に実習を行った。北杜市という名前はまだまだあまり浸透していないように思うが、「八ヶ岳」「清里」といった誰もが知っている日本有数の観光資源を抱えている。当地は、中央自動車道を行くとはっきりと認識できるが、北は八ヶ岳連峰、そして南のアルプス山脈に挟まれ、その裾野に集落が点在するような構造となっている。

調査の柱を〈地域ブランド〉×〈まちづくり〉に据え、そこに関わる〈地域資源〉、〈情報発信・交流〉、そして当地の地域的背景をなす〈町村合併〉と〈過疎化〉の問題を探った。すぐに了解されるようにこれらのキーワードは相互に密接に関わりあっている。

北杜市は古くから人馬の行き交う交通の要所として地域的結節点でもあった。すでに歴史となりつつある八ヶ岳山麓の開拓に当たっては多くの入植者を集め、さらに高原リゾート地として一時的な観光客だけではなく、この地に魅せられた多くの新住民が移り住んだ。こういった他所者を受け入れてきた開放性・寛容性は特筆されよう。広大な一つの行政区域にありながら、異なる地域的特質＝ローカルティが息づいており、当地の織り成す様々な表情を私たちにを見せてくれる。

しかし、それぞれの特色あるローカル性ゆえに、それが一つにまとまるとなると、なかなか困難なことであろう。北杜市が合併してまだわずかしかなかったおらず、《北杜市民》といった自己認識や、市民としての一体感を醸成するにはまだまだ時間がかかることを思わせた。北杜市の白倉政司市長もこの難事業を認め、「何十年という月日が必要である」と話されていたことが印象的であった。

少し今回の調査について触れおきたい。これまでの実習との違いは、当地の広域性ゆえに移動手段として自動車をフル活用したこと、そして訪問面接調査に代わり、全面的に郵送調査を実施したことである。またヒアリング調査は 18 件にも上り、過去最多となった。交渉段階で断られたこともあったが、大半は快く引き受けてくださり、時間を忘れさせるほどの熱弁をふるわれたようである。

当地が東京 23 区ほどの広大なエリアであり、一軒一軒調査対象者宅を訪問することが現実的に出来ないといった事情から、やむを得ず郵送調査という方法を選択した。私が本学に着任して社会調査実習を担当するのは、今回 5 回目になる。過去 4 回のうち前半 2 回は訪問面接調査、後半 2 回は訪問し、調査依頼をして、あとで返送してもらうという留置郵送返送調査といった形を採用していた。プライバシー意識の高まりなど、調査環境の全般的な悪化ということもあり、郵送調査にしたことは一種の“賭け”であった。東京の見知らぬ大学から突然郵便で送られてきた調査票に対して、回答・返送して頂けるのは全調査対象者の 2 割台前半くらいかという悲観的予想をしていたのだが、みごとにそれは裏切られ、回収率 35%という数値を得ることが出来た。これには北杜市住民の他所者でも受け入れてきた風土にも関わっているのではないかと感じた。

本報告書が北杜市への今後の発展に向けて、少しでも貢献できれば幸いである。

\* \* \*

データの分析と原稿の執筆は、受講学生が行い、担当教員とスタッフ<sup>2</sup>がそれぞれチェックして、至らない部分は修正を求め、数回の書き直しの後にここに上梓することとした。かなり粗削りの感はあるものの、ここに披露して、各位の批評を受けたいと思う。

末筆になるが、紙面の都合上ここで名前を列挙させて頂くことはできないが、ヒアリング対象としてご協力頂いた各機関、諸団体の方々に対しては、深く御礼申し上げます。ありがとうございました。

<sup>1</sup> 本学文学部准教授。社会学・メディア研究、asaoka@ris.ac.jp。

<sup>2</sup> RA として、文学部講師の松本憲始先生にも実習の共同担当としてご尽力頂いた。