

# 豪雪の経験を踏まえた除排雪事業に対する住民意識に関する研究

秋田大学 学生会員 ○新井 達彦  
秋田大学大学院 正 会 員 鈴木 雄  
秋田大学大学院 正 会 員 日野 智

## 1. はじめに

積雪寒冷地において、除排雪事業は重要な行政サービスの一つである。秋田市においても過去 3 年間の豪雪により、除排雪事業に関する取り組みがさらに注目されることとなった。よりよい除排雪事業のためには、地域住民の要望に応じていくことが必要であるが、限られた財源の中、行政だけの対応では限界があるといえる。そのため、本研究は住民の協力に着目した。住民の協力を得ることは、迅速な対応を可能とし、地域コミュニティを活性化させる意味でも重要である。

本研究では、秋田市の除排雪事業に対する住民意識を調査し、満足度や費用負担意識などを明らかにした。そこから、住民協力を促進するための方策について検討した。

## 2. 意識調査による除排雪事業に対する意識の把握

### (1) 意識調査の概要と除排雪事業に対する満足度

平成 25 年 12 月 17 日に秋田市内の 4 地域で意識調査を行った。調査は投函配布・郵送回収方式で実施した。600 世帯に 1200 票を配布し、332 票を回収した。

調査では被験者が平成 24 年度の豪雪時における除排雪事業に対する満足度について質問した(図-1)。除排雪事業に対する総合満足度は低く、被験者が不満を抱えている。また、総合満足度を目的変数、個別項目の満足度をアイテムとした数量化理論Ⅱ類による分析を行った(図-2)。歩道の除雪と車道の除雪と出動回数のレンジ値が高く、優先的に改善すべき項目といえる。

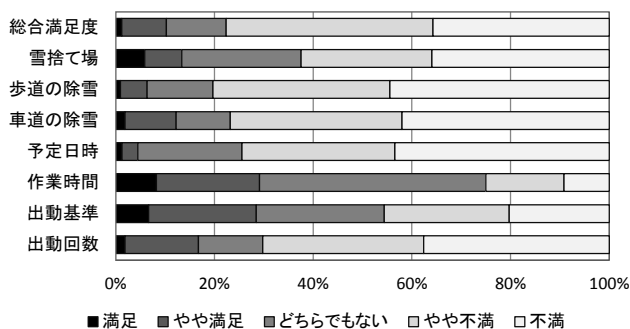


図-1 除排雪事業に対する住民の満足度

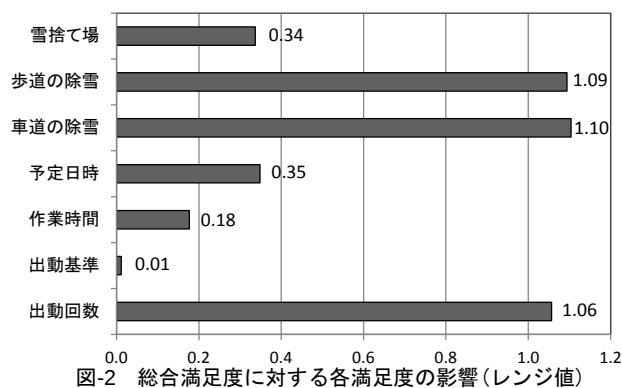


図-2 総合満足度に対する各満足度の影響(レンジ値)

### (2) 生活道路の除雪主体

調査では生活道路の除雪について、誰が主体となるべきかについても質問している(図-3)。また、自宅付近の道路の除排雪を行うかについても質問した(図-4)。

行政主体で行うべきと答えた被験者は 3 割程度と少なく、7 割の被験者が生活道路は住民が携わるべきとしている。また、自宅付近の除排雪については、「道路は除雪車任せ」と回答した被験者は、15%にすぎない。すなわち、生活道路の除雪は行政任せとすべきではないと感じている被験者が多いといえる。

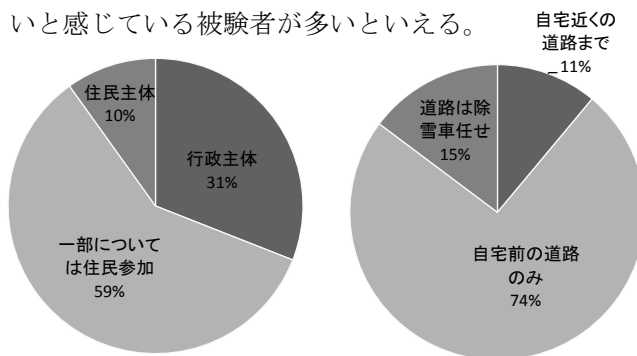


図-3 生活道路の除雪主体

図-4 自宅付近の除排雪

## 3. 秋田市の現状にあわせた適切な除排雪水準の検討

### (1) ロジット型価格感度測定法 KLP の概要

KLP(ロジット型価格感度測定法)はある商品に対して「安いと感じる」、「高いと感じる」、「高すぎて支払えない」、「安すぎて不安になる」という 4 つの価格を消費者に質問する。回答された価格からロジットモデルで回帰した相対累積度数曲線を描き、その交点の価格を評価指標とするものである(図-5)。

キーワード:意識調査分析、KLP、コミュニティ除雪、協働除雪

連絡先:〒010-8502 秋田県秋田市手形学園町 1-1 TEL (018)889-2767 FAX (018)889-2975

本研究では、平成 24 年度の除排雪事業に関する当初予算が一世帯あたり 5,700 円であること、補正予算によって一世帯あたり 26,000 円に増加したことを提示し、除排雪事業費に対する費用負担意識を質問した。

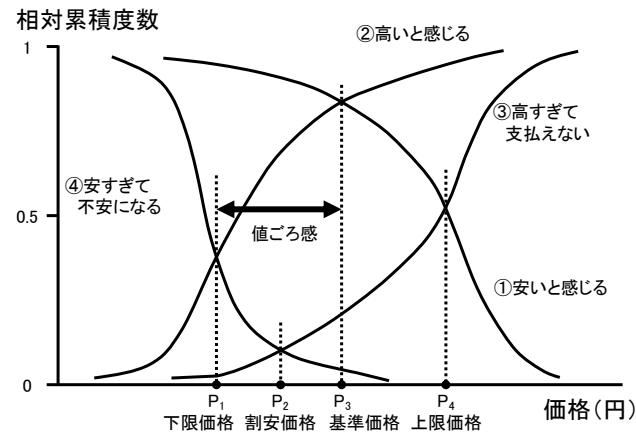


図-5 費用負担額の評価指標

- 1) P<sub>1</sub>(下限価格)：「高いと感じる」と「安すぎて不安になる」の交点の価格が消費者全体に受け入れられる下限の価格と捉えられる。また、品質を重要視している点ともいえる。
- 2) P<sub>4</sub>(上限価格)：「安いと感じる」と「高すぎて支払えない」の交点の価格が消費者全体に受け入れられる上限の価格と捉えられる。また、価格を重要視している点といえる。
- 3) P<sub>3</sub>(基準価格)：「高いと感じる」と「安いと感じる」の交点の価格は、値ごろ感の基準となる。また、品質と価格のバランスが取れた点といえる。
- 4) P<sub>2</sub>(割安価格)：「高すぎて支払えない」と「安すぎて不安になる」の交点の価格は購入抵抗が最も少ない価格であり、品質の割に安いと感じられる分岐点の価格といえる。

## (2) 除排雪事業に対する住民の費用負担意識

平成 17 年度における調査（平常時）と合わせた結果を表-1 に示す。豪雪時と平常時を比較すると、各指標値が大きく上昇しており、多くの費用を負担しても除排雪事業の改善を望んでいる。しかし、平常時では基準価格が当初予算額を下回っているのに対し、豪雪時では補正予算額が基準価格を上回り、上限価格に匹敵するものとなった。すなわち、除排雪事業を改善する上でこれ以上の予算増加は望ましくないと考えられる。

表-1 豪雪時と平常時の KLP の評価指標

|     | 下限価格   | 上限価格    | 基準価格    | 割安価格    |
|-----|--------|---------|---------|---------|
| 豪雪時 | 9,666円 | 26,575円 | 17,259円 | 12,958円 |
| 平常時 | 2,921円 | 8,575円  | 5,574円  | 4,687円  |

## (3) コミュニティ除雪に対する住民の参加意識

秋田市では以前より町内会単位で除雪を行う協働除雪が存在している。しかしながら、必ずしも十分に機能していないと考えられる。調査においても、協働除雪を実施している地域であっても、参加している被験

者はさほど多くない。

本研究では、新潟市で行われている“コミュニティ除雪”に着目した。コミュニティ除雪とは、通学路等の確保の為に、市がボランティアで除雪した町内会などの団体に対し、奨励金を交付する制度のことである。

コミュニティ除雪への参加意識をみると、16%が「参加したい」、47%が「条件によっては参加したい」と回答している。条件については、今後分析していく必要はあるが、住民参加にとって奨励金のようなきっかけとしての援助が効果的と考えられる。また、奨励金の存在が“参加する住民と参加しない住民との間における不公平感を是正する”などにも寄与することが期待される。

総合満足度に対して満足と答えた被験者より不満と答えた被験者の方が、基準価格で約 2,000 円、上限価格で約 5,000 円高い結果となった。また、コミュニティ除雪参加意識と KLP の評価指標の関係をみると基準価格に約 3,000 円、上限価格に約 5,000 円の差が生じた（表-2）。つまり、除排雪事業に不満を抱えており、改善を望む被験者は基準価格と上限価格が高く、コミュニティ除雪のような新たな取り組みを望んでいることが読み取れる。

表-2 コミュニティ除雪への参加意識の KLP の評価指標

|         | 下限価格    | 上限価格    | 基準価格    | 割安価格    |
|---------|---------|---------|---------|---------|
| 参加したい   | 10,093円 | 26,314円 | 17,727円 | 12,480円 |
| 参加したくない | 9,576円  | 21,176円 | 14,946円 | 13,024円 |

## 4. おわりに

本研究における分析の結果、歩道の除雪と車道の除雪と出勤回数の改善が優先すべき項目であることが示された。よりよい除排雪事業のためには生活道路の除排雪に対する住民協力が不可欠である。また、コミュニティ除雪のような援助を受けることができれば、除排雪活動への参加意識が住民に働くことが示された。さらに、KLP の結果から、自宅周辺の除排雪に関わっている被験者あるいはコミュニティ除雪や協働除雪に積極的な被験者は、除排雪事業に一定の関心と理解があると考えられる。

豪雪を経て、除排雪事業がさらに注目されることとなった今、コミュニティ除雪のような住民参加のきっかけとなる取り組みが効果的といえる。さらに、参加してもらうことで除排雪事業への理解と関心も高まり、住民協力の促進につながるとも考えられる。