

令和 5 年 7 月 18 日現在

機関番号：32702

研究種目：基盤研究(C)（一般）

研究期間：2018～2022

課題番号：18K01887

研究課題名（和文）豊島の地域再生化（ストーリー）に関する研究

研究課題名（英文）A study of regional revitalization in Teshima

研究代表者

中見 真也（Shinya, Nakami）

神奈川大学・経営学部・准教授

研究者番号：30794797

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 3,300,000円

研究成果の概要（和文）：本研究における成果は、以下の2点である。1つ目は、研究当初に想定したサービスマーケティングに立脚した地域再生化に関する仮説構造化モデルを豊島での住民、ならびに、観光客への定量（観光客へのアンケート調査）、定性調査（島民へのグループインタビュー、デプスインタビューをGTAを用いて分析）を通じ、一般構造化することが出来た点である。2つ目は、島民への定性調査を通じ、地域は、常に一枚岩な状態ばかりではなく、ある目標（豊島では、ごみ問題解決への一致団結）を掲げた際には、「共同体」になるが、普段は、島内の地域毎に島民の考え方、価値観に違いがある「共異体」であることが判明した点である。

研究成果の学術的意義や社会的意義

本研究の学術的意義や社会的意義については、以下の通りである。学術的意義については、地域創生、地域活性化、地域再生化など似た様な研究概念がよく使われ、弁別化が難しかった点が、本研究成果を通じ、弁別化出来た点である。すなわち、本研究では、「都市部と郊外部」という横軸と、「地域活性化と地域再生化」を縦軸に置き、地域活性化とは、0からプラスへの概念、地域再生化とはマイナスから0への概念と明確に定義した。従って、豊島のようなごみの島と言われ、風評被害を受けた地域は、地域再生化に該当し、ブランド研究におけるリブランディングに該当する。また、社会的意義は、今回の研究が、福島などの地域に援用出来る点である。

研究成果の概要（英文）：The results of this research are the following two points. The first is to conduct a quantitative (questionnaire survey of tourists) and qualitative (questionnaire survey of tourists) and qualitative surveys (to is Teshima landers) of a hypothetical structured model for regional revitalization based on the service marketing assumed at the beginning of the research. group interviews and depth interviews were analyzed using GTA(Granded Theory Approach)). Second, through qualitative surveys of the is Teshima landers, it was found that the region is not always monolithic, but becomes a "community" when a certain goal (in Teshima, unity to solve the waste problem) is set. , It was found that the islanders are usually "co-variants" with different ways of thinking and values depending on the region on the Teshima island.

研究分野：マーケティング戦略論

キーワード：地域再生化 プレイスランディング 価値共創マーケティング コミュニティ 共異体 フィルター構造

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属します。

## 様式 C - 19、F - 19 - 1、Z - 19 (共通)

### 1. 研究開始当初の背景

本研究は、1970年代以降、戦後最大規模の産業廃棄物不法投棄事件の舞台となった瀬戸内海島しょ地域に位置する豊島(香川県小豆郡土庄町)の過疎化を踏まえた上での地域再生化プロセスに関する研究である。2010年から「瀬戸内国際芸術祭」の主要開催地の一つとなった豊島は、3年毎の芸術祭開催時には15万人(2016年)の訪問客が訪れる「現代アートの島」として一躍有名となった。

本研究では、過去の負の経験にペリオドを打った今この時期に、「瀬戸内国際芸術祭」と、豊島独自の「食を中心に置いた地域商業施設」の2つの場に焦点を当て議論する。そしてこの両輪を基盤とし、住民を中心とした様々なアクター間の価値共創による「経済的価値、社会的価値の両立(CSV)」を目指した再生化のプロセスを検討する。

本研究を通じて、特定の地域における地域再生化のプロセスを提示するに止まらず、全国の過疎化、高齢化、風評被害等で苦しむ地域の再生化に応用できる成果を提示する。

本研究の学術的背景としては、以下の通りである。戦後最大規模の産廃不法投棄事件の舞台となった豊島は、1970年代の事件勃発から40余年を経たこの3月、ようやく、多くの産廃が投棄されていた現場の回復作業がすべて完了した。「ゴミの島」というネガティブな風評を背負ってきた豊島の住民は、今ここから未来に向けてどのような島を目指すべきか。挫折を経て、次はどのような希望を見出せばよいのか。多様な価値観を持つ住民一人ひとりには、それぞれの過去への思いを抱きながら過疎化、高齢化が進む現状に対し、この先の未来図が描けないままである。もちろん、このような日本の高度経済成長の歪みを不幸にも引き受けさせられた過去を持つ地域は、豊島だけではない。政府の掛け声の下、地方創生、地方分権の時代、と言われながらも元気がない多くの地域や、様々なネガティブな風評に悩む地域の住民たちが、未来をどのように描き、希望の持てる地域として次世代に渡していけるのか。玄田(2005)は、社会学における希望学という新しい学問を模索する上で、「希望とは、各個人にとっての過去と未来とをつなぐ展望を与える。希望は、個人と個人との関係をも規定する。希望とは、挫折を経験した者の方が持ちやすい。よって、挫折の先に、希望は見えてくる。」と述べている。この希望学の考え方は、本研究を行う上での精神的支柱になりえる。豊島を再生化する上で、上記希望を見出すために何が必要なのか。それは、地域マーケティング、及び、地域ブランディングを行う上で、最終的に、「住民が住み続けたい」を実現することである。過去の日本における地域マーケティング等の先行研究(cf.久保田2004、青木2004、和田2008、古川2011、宮副2014、小林2016、徳山・長尾・若林2017)によれば、「誰のための地域活性化であるのか、主体を明確にすべき」という見解に要約できる。本研究では先行研究を踏襲し、焦点を当てるべき主体として住民を位置づける。そして、その地域活性化の必要条件として、地域の経済的豊かの実現、地域を見る2つの視点が挙げられる。後者は、内部(住民、移住者、行政)、外部(訪問者、企業等)の客観的評価視点である。本研究はこの2つの評価視点を統合し、地域の独自の価値を醸成することを提唱する。加えて和田(2008)によると、地域ブランド構築とは、「人を呼ぶ地域ブランドから、人が住む地域ブランドへの発展プロセス」と議論されており、これは古川(2011)の言葉を借りれば、「地域イノベーション」を意味する。企業が、成長するために、マーケティングとイノベーションが両輪であるように、地域活性化にも、マーケティングとイノベーションの2つの視点が必要なのであり、本研究でも古川(2011)の研究を援用し、両者の重要性を示唆する。

上記学術的背景を踏まえ、本研究では、豊島の再生化プロセスを考える上で、以下5つの学術的問いを設定した。

- 地域再生化におけるアクターの明確化とその役割の実態把握(住民を中心として)
- 地域再生化に対する、「瀬戸内国際芸術祭」と「食を中心に置いた地域商業施設」の場の役割の解明・地域再生化プロセスの発展段階の検討(内部・外部の評価視点からの検討)
- 地域再生化プロセスにおけるアクター間の関係性の検証(価値共創の有無の確認)
- 地域再生化プロセスを実現するマーケティングおよびイノベーションの重要性の検討
- 豊島型地域再生化の他地域での活用の検討

### 2. 研究の目的

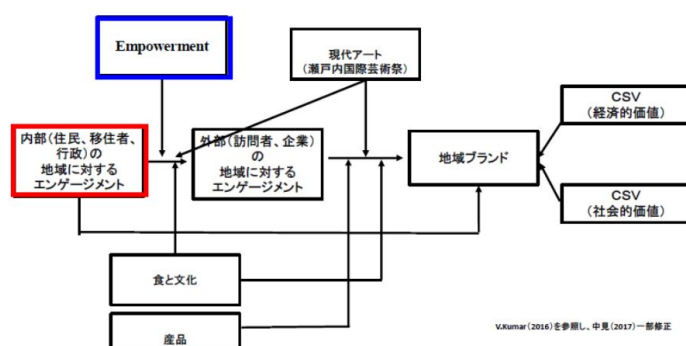
本研究の目的、及び、学術的独自性、創造性は、従来の地域活性化の研究にはなかった視点、すなわち、サービスマーケティング研究の蓄積に立脚した「価値共創」という視点から、地域再生化のプロセス、その構造モデル化、商業者の果たす役割等について、学際横断的に研究することである。

本研究は、連携研究者の原、研究協力者の山本がすでに実施している研究、『地域芸術祭による瀬戸内島しょ部の社会構造と「まなざし」の変化: 科学研究番号: 17K02114』とも連動し、第4回瀬戸内国際芸術祭が行われる予定の2019年の前後3年間(2018-2020年)を捉え、時系列で定量、定性データを取得し、上記学術的問いに対し、最終的に住民、行政等に対し、具体的提言まで行う点にある。それが可能な理由としては、2010年から始まった第1回瀬戸内国際芸術祭以降、原、山本が豊島の住民、行政との人脈構築、信頼関係構築がなされているからである。よって、これまでの地域再生化研究より一歩踏み込んだ形で、具体的な課題解決、提言、他地域への応用へも少なからず寄与する可能性が高い。

### 3. 研究の方法

本研究は、上記研究目的に照らし、以下の方法で取り組む。まず、地域再生化に関する分析フレームワーク構築のために、地域活性化に関するマーケティング、マネジメント分野に関する研究（地域マーケティング研究、地域ブランド研究、地域マネジメント研究等）をベースに、サービスマーケティング研究、価値共創に関連する研究（L.Vargo and F.Lusch (2004)の Service Dominant-Logic、C.Grönroos(2006)の Service-Logic、村松(2015、2016、2017)の価値共創マーケティング）及び、v. Hippel (1994)、小川(1998)の場における情報の粘着性に関する理論研究等を詳細にレビューし、本研究の理論構築を図る。その際、地域再生化の鍵を握る学術的キーワード、「ブランド」、「場（コミュニティ）」、「価値共創」、「顧客視点」、「CSV(Creating Shared Value)」、「情報の粘着性」、「イノベーション」、「希望」、「合意形成」、「CCT(Consumer Culture Theory)」等に着目する。同時に、原、山本が関わる観光学領域の関連研究と並走し、各アクターへのアンケート調査、グループインタビュー等による定性、定量調査も実施する。本研究の構造モデル化、成果測定については、和田(2008)の地域ブランドマネジメントモデル、V.Kumar(2016)の Engagement Orientation モデルを一部援用し、以下3段階で分析を施す。まず、豊島に対する想い(エンゲージメント)の内実を解明するため、和田(2008)の尺度を用い、その構成要素を検討する(因子分析)。その後、構成概念と各アクター間の違いを比較検証する(分散分析)。加えて、想い(Engagement)に対する、場の関係を、定性調査の結果を踏まえ、仮説モデルを検討した上、共分散構造分析を用い実証的に検証する。本研究における仮説モデルはV.Kumar(2016)の研究を参照とする(下記に図表1を参照)。

図表1：地域再生化に関する構造化(仮説)モデル

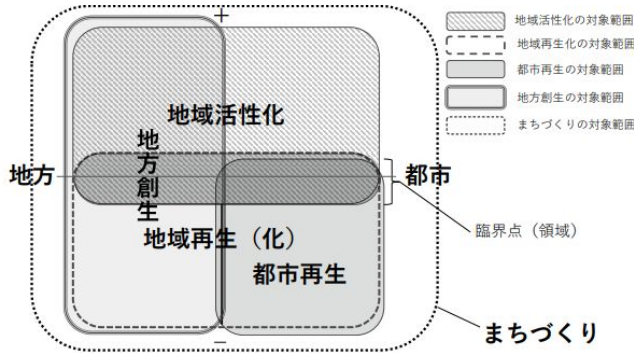


### 4. 研究成果

本研究の学術的成果としては、2020年3月から始まってコロナ禍影響に大きく左右され、2020年度~2021年度にかけては、研究対象地(豊島)への出張もままならない中、リモート機材等を活用しながら、研究を推進し、結果、国内外関連学会での学会発表4回、論文3本の公表実績を挙げることが出来た。具体的には、学会発表に関しては、第1回目は、日本商業学会関西支部9月例会@大阪市立大学文化交流センターホール(2019年9月21日)「豊島の再生化ストーリーに関する一考察」、第2回目は、第56回日本消費者行動研究コンファレンス@神戸学院大学ポートアイランド・キャンパス(2019年10月26日)「豊島の地域再生化(ストーリー)に関する一考察-住民、観光客への調査を踏まえて-」、第3回目は、日本商業学会全国研究大会第70回大会@オンライン開催(2020年5月26日)「豊島の地域再生化(ストーリー)に関する一考察」、第4回目は、Tetsuma Emmaru, Shinya Nakami, Koji Osaki(2020)“What is the Sustainability in Local Branding? -Consideration from structure model of the Regional Re-Birth in Teshima (ART SETOUCHI)-”, Global Marketing Conference @Seoul(Virtual Conference)(2020年11月6日)を研究代表者の神奈川大学 経営学部 准教授(前学習院大学 経済経営研究所 客員所員)中見真也、共同研究者の大阪市立大学 経営学研究科 准教授 圓丸哲麻、専修大学 商学部 准教授 大崎恒次の三名で報告した。また、公表論文については、1本目は、大崎・圓丸・中見(2021)「マーケティングにおける地域再生化視点の可能性：豊島に注目して」、専修大学商学研究科、専修大学商学研究所報第52巻第4号(pp1-52)2本目は、大崎・圓丸・中見(2021)「アートを媒介にした地域再生化視点の有用性 - 「豊島」の再生化に注目して -」、一般社団法人流通問題研究協会、流通問題 VOL.57(2)3本目は、大崎・圓丸(2022)「住民基点の「地域再生(化)」に関する検討：豊島住民へのインタビュー調査結果を踏まえて」、青山学院大学経営学部、青山経営論集第56号第4号となる。

次に、本研究の学術的成果を考察する上で、上記1で置いた以下5つのRQに関しては、概ね研究成果内でカバーしている。特に、RQの、  
、  
、  
からの考察としては、以下の2点が挙げられる。1つ目は、「地域活性化と地域再生化の弁別性の明確化」と「住民基点でのブランド・コミュニティの構図」を示唆出来た点である。「地域活性化と地域再生化の弁別性の明確化」については、下記の図表2を参照頂きたい。

図表2：臨界点（領域）に基づく地域活性化と地域再生（化）の区分及び地域に関わる研究の対象範囲



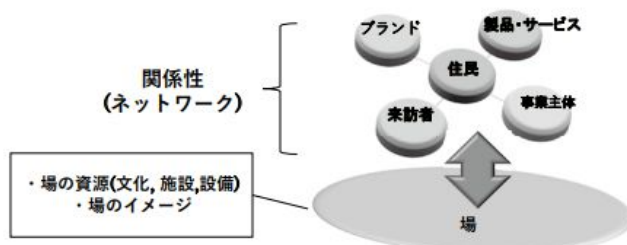
出所：中見真也・圓丸哲麻・大崎恒次（2020）「豊島の「地域再生（化）」（ストーリー）に関する一考察」（第70回日本商業学会全国研究大会発表資料）を修正し、作成。

従来のマーケティング、流通研究においては、対象となる視点の弁別が十分に検討されていない。本研究において、横軸は、地域研究の対象領域の違い（地方・都市）の違いを示している。一方、縦軸は、社会的・経済的な基盤に焦点を当てた地域の状態の違いを示している。地域の状態には、産業、技術、人材、交通、医療、保健、教育、自然環境、文化、歴史、地域のコミュニティや地域の絆（社会的関係資本）などが含有される。

上記図表2の概念図を検討する上で、小田切（2011, 2013）の示す集落の限界化プロセスの概念を参照している。図表2では、小田切が主張する「臨界点」の考え方を援用し、便宜的に地域活性化と地域再生（化）の重複する領域を臨界点（領域）という語句で議論している。この臨界点（領域）を境として、集落機能が充足している状態をプラス（+）とし、集落機能が欠乏している状態をマイナス（-）とする。「地域再生（化）」視点の対象範囲とは、公害や震災などにより「復興」という表現が使われるほどに社会的・経済的な基盤がダメージを受け、臨界点（領域）未達のマイナス状態と位置付ける。一方、地域活性化の対象範囲は、過疎化などにより地域の状態が悪化したとしても、「地域再生（化）」のようなマイナス状態といわれるほど悪い状態ではなく、臨界点（領域）以上あるいは超過した状態とする。

もう一つの学術的成果は、「住民基点でのブランド・コミュニティの構図（図表3）」を示せた点である。地域に関わる研究の対象範囲には、地方の活性化と再生化を統合する地方創生の領域と都市の再生化を検討する都市再生の領域、そしてすべてを対象範囲とするまちづくりの領域に区分することができる。もっとも、地域活性化と「地域再生（化）」はそれぞれが重なり合う状況にある。これは臨界点（領域）時点の状態にある場合に地域活性化と地域再生（化）双方の視点での検討が存在しうること、既存研究領域の線引きが曖昧であること、臨界点（領域）の水準が地域によって異なること、地域に関わる多様な主体者が参画することで対象地域のあり方や捉え方が複雑化していることを含有するためである。それだけにまずは地域の住民がどのように地域を捉えているのか、住民基点での地域再生（化）から考察する意義は大きい。このこともあり、大崎・圓丸・中見（2021）では、ブランド・コミュニティの視座から地域研究において住民を中核とする地域再生（化）視点の重要性を示唆している。ブランドコミュニティに関する先行研究からは、「同一化」、「関係性（エンゲージメント）」、「参加」の3要素がブランド・コミュニティ活性化には重要であり、地域再生化を研究する上でも、上記3つの要素を意識しながら、「豊島」という島を場（コミュニティ）と捉え、場において住民、観光客、行政、民間企業、NPO等が相互作用（価値共創）し、豊島のあるべき姿を住民を中心に考えることが重要であることを示唆している。豊島という島は、豊島事件のような時には、住民自体が一致団結し、共同体となり、普段は、3つの地域（家浦、唐櫃、甲生）毎に共異体である。また、地域研究の際、場を平面として見るのではなく、場を上から見ると地区毎にフィルター構造であることが判明した。

図表3：住民基点でのブランド・コミュニティの構図



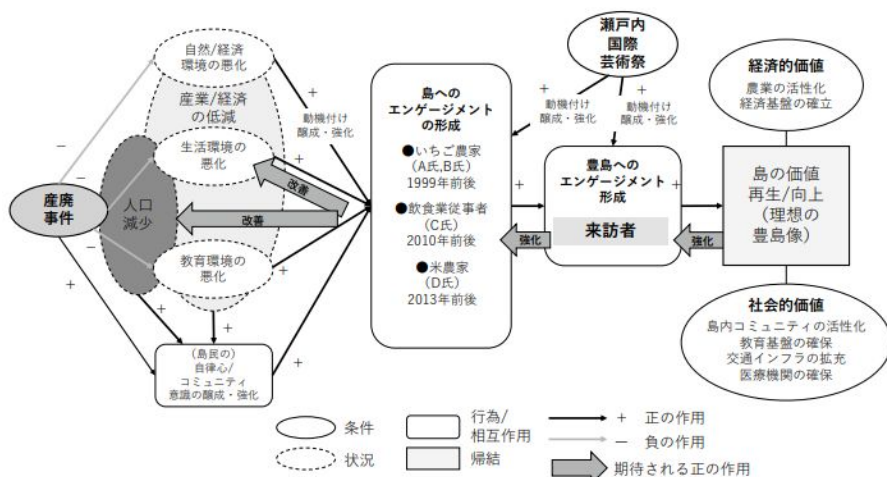
出所：大崎・圓丸・中見（2021），p.47



2 つ目は、未曾有の産業廃棄物問題を体験した香川県小豆郡土庄町豊島の住民を対象として、2018年11月10-11日にデプス・インタビューを実施し、調査目的は、「産廃事件」と「瀬戸内芸術祭」による島民への影響や、彼らが知覚評価する「理想の豊島像」の構成要素を明確にした点である。結果、以下の戈木版 GTA に基づく豊島の地域再生化に関する半構造化モデル(図表4)を導出した。詳細な分析結果は、紙面の関係上、割愛するが、「島の再生化」という「帰結」として「今後期待する豊島の理想的な状態」を位置付け、それに関する質問を調査対象者に求め、現状の豊島の課題をいくつか挙げたのち、島に求める「価値」とは何か、さらにその「価値」が充足された場合どのような波及効果があるかについて調査した。結果、「島の価値再生/向上(理想の豊島像)」という「帰結」を構成する価値は、大きく「経済的価値」と「社会的価値」の「条件(概念)」が求められていることが確認された。「経済的価値」は、さらに「農業の活性化」と「(継続的な)経済基盤の確立」という「条件(ディメンション)」から構成された。一方、「社会的価値」は、「島内コミュニティの活性化」、「教育基盤の確保」、「交通インフラの拡充」、「医療機関の確保」というディメンションから構成された。また、豊島が直面する課題を実現した際に期待される波及効果については、豊島の「経済的価値」と「社会的価値」をある程度充足することで、「来訪者のエンゲージメント」が強化促進され、さらにそれによって島民による「島へのエンゲージメント」が強化促進されることを調査対象者は期待していることが判明した。現在の豊島の課題として確認された、「産廃事件(条件)」によって引き起こされた、「(島の)自然/経済環境の悪化」、「生活環境の悪化」、「教育環境の悪化」が解消され、最終的に「産業/経済の低減」と「人口減少」を打破できるという期待を住民が保有していることが明らかになった。

本調査のまとめとしては、住民が求める「再生(化)」とは、「経済的価値」だけでなく「社会的価値」からなるものであることが確認され、小田切(2011,2013)が示した「土地の空洞化」および「むら(集落)の空洞化」に相当する集落機能の改善を、豊島住民が求めていることが判明した。また、「瀬戸内国際芸術祭」が動機付けとなり醸成・強化される、「来訪者のエンゲージメント」という、関係人口の担い手による影響によっても、「むら(集落)の空洞化」と「誇りの空洞化」が活性化されることも確認された。さらに「来訪者のエンゲージメント」の高まりにより(島民の)「島へのエンゲージメント」が強化された結果、「むら(集落)の空洞化」と「誇りの空洞化」を抑制あるいは改善(再生)するだけでなく、「産廃事件」によってもたらされた「土地の空洞化(産業/経済の衰退、生活環境の悪化、教育環境の悪化)」の改善(再生)、さらに「人の空洞化(人口減少)」をも改善(再生)するという結果がもたらされていることが判明した。「瀬戸内国際芸術祭」の豊島の再生(化)への寄与は、来訪者(関係人口)やステークホルダー(事業者)といった、住民以外のアクターが地域再生(化)において注目する必要があることを示唆する結果であったといえる。今後の研究上の課題としては、豊島だけではなく、近隣の直島も含めた上でのアートと地域再生化、地域活性化との因果関係をより深く研究していく必要があると考えている。

図表4：戈木版 GTA を用いた分析結果



出所：大崎・圓丸(2022), p.78

最後に、本研究を5年間に渡り、全面的に支えて頂いた豊島住民の藤崎様、多田様、山根様、および、香川県小豆郡土庄町町役場職員の皆様方、福武財団の皆様方、NPO こえび隊の皆様方、東洋オーリーブ広報担当の佐々木様、その他たくさんの土庄町、豊島の住民、企業、NPOの皆様方に深く謝辞を申し上げます。なお、本稿にあり得べき誤りはすべて研究代表者、共同研究者らの責任に帰するものである。

5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕 計3件（うち査読付論文 0件/うち国際共著 0件/うちオープンアクセス 3件）

1. 著者名 大崎恒次・圓丸哲麻・中見真也	4. 巻 57-2
2. 論文標題 アートを触媒とした地域再生化視点の有用性 - 「豊島」の再生化に注目して	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 流通問題	6. 最初と最後の頁 8-15
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 大崎恒次・圓丸哲麻	4. 巻 56
2. 論文標題 住民基点の「地域再生（化）」に関する検討：豊島住民へのインタビュー調査結果を踏まえて	5. 発行年 2022年
3. 雑誌名 青山経営論集	6. 最初と最後の頁 68-86
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

1. 著者名 大崎恒次、圓丸哲麻、中見真也	4. 巻 52
2. 論文標題 マーケティングにおける地域再生化視点の可能性：豊島に注目して	5. 発行年 2021年
3. 雑誌名 専修大学商学研究所報	6. 最初と最後の頁 1-50
掲載論文のDOI（デジタルオブジェクト識別子） なし	査読の有無 無
オープンアクセス オープンアクセスとしている（また、その予定である）	国際共著 -

〔学会発表〕 計4件（うち招待講演 0件/うち国際学会 1件）

1. 発表者名 中見真也、圓丸哲麻、大崎恒次
2. 発表標題 豊島の地域再生化（ストーリー）に関する一考察
3. 学会等名 日本商業学会
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 Tetsuma Emmaru, Shinya Nakami, Koji Osaki
2. 発表標題 “What is the Sustainability in Local Branding? -Consideration from structure model of the Regional Re-Birth in Teshima (ART SETOUCHI )- ”
3. 学会等名 2020Global Marketing Conference at Seoul (国際学会)
4. 発表年 2020年

1. 発表者名 中見真也・圓丸哲麻・大崎恒次
2. 発表標題 科研費基盤C(商学)「豊島の再生化ストーリーに関する一考察
3. 学会等名 日本商業学会関西西部会
4. 発表年 2019年

1. 発表者名 中見真也・圓丸哲麻・大崎恒次
2. 発表標題 科研費基盤C(商学) 豊島の地域再生化(ストーリー)に関する一考察 ー住民、観光客への調査を踏まえてー
3. 学会等名 日本消費者行動研究学会
4. 発表年 2019年

〔図書〕 計0件

〔産業財産権〕

〔その他〕

-

6. 研究組織

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分担者	圓丸 哲麻  (Emmaru Tetsuma)  (00636996)	大阪市立大学・大学院経営学研究科・准教授    (24402)	

6. 研究組織（つづき）

	氏名 (ローマ字氏名) (研究者番号)	所属研究機関・部局・職 (機関番号)	備考
研究 分 担 者	大崎 恒次  (Osaki Koji)  (70712678)	専修大学・商学部・准教授     (32634)	

7. 科研費を使用して開催した国際研究集会

〔国際研究集会〕 計0件

8. 本研究に関連して実施した国際共同研究の実施状況

共同研究相手国	相手方研究機関