

## 科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 29 年 7 月 31 日現在

機関番号：16201

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2016

課題番号：25380468

研究課題名(和文) 地域ビジネスの担い手に関する研究

研究課題名(英文) Study on leaders engaged in regional business

研究代表者

板倉 宏昭 (ITAKURA, HIROAKI)

香川大学・地域マネジメント研究科・教授

研究者番号：80335835

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,700,000円

研究成果の概要(和文)：地域ビジネスが力を発揮した事例には、担い手が存在している。担い手は地域内の先導型リーダーだけとは限らず、外部から「発想」を提供する外部力(ヨソモノ)であったり、都市部の「デザイナー」であったり、「作り手」が役割を果たしていることもある。あるいは、外部のファンやボランティア組織の場合もある。地域ビジネスの担い手の行動の特徴を捉えるため、文献と事例の収集を行った。また、地方圏と都市圏の相違を分析するために東京都港区のフィールドスタディをすすめ、約9000通の調査票調査をおこなった。「地域の内部資源の研究」と「地域外からの地域に対する洞察力」の組み合わせを通じて「地域が持つ価値」が表出される。

研究成果の概要(英文)：In the case where the regional business has demonstrated its power, there are people who are involved. The leaders are not limited to leading leaders in the region, they are external forces (yosomono) that provide "ideas" from the outside, urban "designers", "makers" play a role. Or it may be an external fan or volunteer organization. We gathered documents and case examples to capture the characteristics of behaviors of local business leaders. In order to analyze the differences between the local area and the metropolitan area, we conducted a field study of Minato-ku, Tokyo, and conducted a survey of about 9000 questionnaires. "Value of the region" is expressed through a combination of "research on the internal resources of the region" and "insight into the region from outside the region".

研究分野：経営学

 キーワード：地域コミットメント 外部力(ヨソモノ) 内部力(ジモチイ) 内部力と外部力の新結合 サイト・  
 スペシフィック・ストーリーテリング

1. 研究開始当初の背景

(1)地域ビジネスが力を発揮した事例は、担い手が存在していることが多い。

(2)行政の政策の上でも地着ビジネスの担い手をいかにバックアップするかが大きな政策課題となっている。

(3)ただし、担い手は地域内のリーダーだけではなく、外部からのアドバイザーなど外部力(ヨソモノ)であったり、デザイナーであったり、つくりてが役割を果たしている。あるいは、ボランティア組織など非営利的な活動の場合もある。

(4)地域のリーダーや地元の実行部隊と連携しながら、地方に対する都市部の需要動向を把握し、企画・デザインを通じてビジネスモデルを創出し、外部との情報の受発信、あるいはマスコミを利用した物語の宣伝などの活動により販路開拓を行い、地産他消の成果を生んでいるケースが少なくない。

2. 研究の目的

(1)地域ビジネスの担い手の構造を明らかにする。例えば、「どのように担い手は地域の物語をつくるのか」「物語を浸透させるにはどうしたらよいか」「どのように地域外の外部力(ヨソモノ)を取り込んだらいいのか?」「地域の担い手の行動は、どのような特徴があるか?」といった問いに対応する。

(2)政策的に「どのような担い手の行動が地域力を生み出すのか?」「これまでの RIS (Regional Innovation System : 地域イノベーションシステム) は担い手を育ててきたのか?」「担い手を育成するにはどのようなゾーニングでどのような方策をとるべきか?」といった課題に対応する。

3. 研究の方法

1つの企業ではなく、地域内外の人々のコミュニティの発展フェーズ毎に担い手の研究を行った。

地域間の比較を行うため、四国地域と比較対象地域(東京都港区)のコミュニティを対象に、調査票調査(アンケート)による定量的研究と事例研究やインタビュー調査による定性的研究を実施した。

4. 研究成果

(1)都市から地方への「地域性」が高まり、新たなライフスタイルを求める人々が若年層を中心に増えている。「里山資本主義」など地方の地域からの情報発信が注目され、課題先進国を救うモデルは、「里山」にある(藻谷浩介・NHK 広島取材班, 2013)とい

う生き方に関心が高まっている。

「地域性」とは、地域ごとの特徴あるいは地域ごとの特徴を重視する考え方をさす。「地域性」の高まりの背景としては、第1に、2008年のリーマン・ショックで「グローバルな金融資本主義」に対して疑問を持つ反グローバルからの「地域性」を持つ人々が増加したことが挙げられる。第2に、2011年の東日本大震災で地域の絆の役割を見直す「地域性」が強まった。

「地域性」に注目するのは、全国企業や多国籍企業といえども、実際のマネジメントに際しては、ローカルなマネジメント要因が作用するからでもある。

(2)地域ビジネスは、内部力(ジモティ)と外部力(ヨソモノ)による地域コミットメントと重層的な担い手によるSSSを浸透させることが有効であることを事例および計量分析で示した。

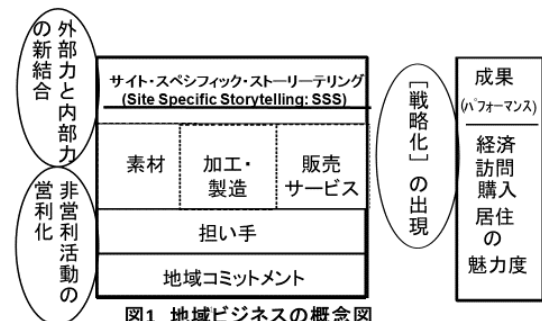


図1 地域ビジネスの概念図

(3)SSSは、地域内の人々が創出するとは限らず、外部力(ヨソモノ)との連携がもたらすことが多い。例えば、30億円以上の年商を誇る人口900人の高知県馬路村で、「村の生き方」というSSSを通じてゆずを売るという戦略は、地域の内部力(ジモティ)のリーダーであるJA馬路村組合長東谷望史氏のほかに、外部力(ヨソモノ)のプランナー松崎了三氏やデザイナー田上泰昭氏によって生まれ、U・Iターン者によって維持されてきた。

(4)非営利活動が営利性をもたらすことが観察された。例えば、瀬戸内国際芸術祭では、こえび隊という全国から集まったボランティア組織が「美しい島々のアート」というSSSを戦略化して、オリーブなど地域産品売上向上など132億円の経済効果を生んだ。

(5)都市部ビジネスにおいても「地域性」がある。「23区の格差」(池田, 2015)など「地

域性」に関心が高まる中で、都市部においてもその地域にあわせたビジネスが存在している。

地域のアイデンティティを認識して、「地域性」を見直し、地域資源としていかそうとする行動は、「都市の中の都市」「東京の中の東京」の港区にも表れている。そこでは、外部力と内部力のコンビネーションがみられる。すなわち、虎ノ門ヒルズのように、日本文化と外国文化のコンビネーションが和のテイストを重視する形で発展するのに加えて、日本国内の地域性、即ち、都市と地方のコンビネーションに関心が高まっている。外国文化に飽き足らない人々が増えて、日本国内の「地域性」に関心が高まっているともいえよう。そうした内部力と外部力のコンビネーションを通じて、港区の地域ビジネスが発展している。

「内部力による地域内部資源の研究」と「外部力からの地域資源に対する洞察力」が組み合わせられることで「地域が持つ価値」が表出される。

(6)「地域性」に対する関心は、地域の優劣をつけようという意味ではない。地域の特徴を捉えて、地域の魅力、地域資源を改めて見つけたいという意識の表れと考えられる。「地域性」は、住民の個性を際立たせてくれる存在と考えている。「地域性」を把握することはその地域の魅力を再発見することにつながる。

仕事への満足度は、所得だけで決まるわけではない。多くの移住者は、所得が高いから移住する訳ではなく、地域での仕事、あるいは、その地域の働き方、その地域の生き方に価値を見出してしているから移住するのである。

さらに、生活への満足度は同じ地域に住めば誰しもが一定はなく、住む人それぞれの価値観で決まる。むしろ、地域それぞれの生き方こそ最先端であるという考えが広まっているといつてよい。

#### 5. 主な発表論文等

(研究代表者、研究分担者及び連携研究者には下線)

[雑誌論文](計10件)

木全晃、板倉宏昭、「環境経営における組織文化の影響メカニズム」組織学会『組織科学』第47巻第2号, pp.59-69 (2013)(査読有)

板倉宏昭、「地域ブランドと地域の価値創造 - 地方圏における成熟化社会の『超』産業戦略 - 」地域デザイン学会『地域デザイン』第2号, pp.153-170

(2013)(査読有)

板倉宏昭、「地域コミットメントと“地域力” 『地域の絆』の再検討」経営行動研究学会『経営行動研究年報』第22号, pp.5-9 (2013)(査読有)

板倉宏昭、「地域資源ベース論」『第5回横幹連合総合シンポジウム』, pp.100-103 (2014)(査読有)

板倉宏昭、「地域デザインのアクター」地域デザイン学会『地域デザイン』第4号, pp.53-63 (2014)(査読有)

板倉宏昭、「『芸術』による地域デザイン 直島と小布施」『企業診断』Vol.62, pp.42-45 (2015)

板倉宏昭、「板倉宏昭、四国地域における環境経営に関する実証研究 - 組織能力を手掛かりにして - 横断型基幹科学技術研究団体連合, 横幹 Vol. 9 No.2、pp.104-109(2015)(査読有)

Akira Kimata and Hiroaki Itakura,

“Mechanism of the Influence of Organizational Culture in Environmental Management”

*Annals of Organizational Science*, Vol.48 No.5, pp.49-62 (2016) (査読有)

板倉宏昭「都市部ビジネスの中の『地域性』 - 東京都港区を対象に - 」経営行動研究学会『経営行動研究年報』第25号, pp.78-82 (2016)(査読有)

Sun Jiasheng, Cai Dandan, Chen Litian, & Hiroaki Itakura

“Boundary-spanning Knowledge Integration of “Internet plus Manufacturing” : Based on the Governance of Multi-Level and Multi-Dimensional Knowledge Network” *Service Science, Management and*

*Engineering*, pp.11-15 (2016) (査読有)

〔学会発表〕(計8件)

板倉宏昭、地域コミュニティの担い手  
研究 香川県高松市栗林地区のケース  
、日本経営システム学会第50回全国  
研究発表大会、東洋大学(2013)

木全晃、板倉宏昭、四国地域における  
環境経営に関する実証研究 組織能力  
を手掛かりにして、第5回横幹連合  
コンファレンス、香川大学(2013)

板倉宏昭、地域資源ベース論、第5回  
横幹連合総合シンポジウム、東京大学  
(2014)

板倉宏昭、地域資源ベースの(超)産業戦  
略 - 神山町を事例として -、プロジェ  
クトマネジメント学会四国支部12月  
度研究会、香川大学(2014)

板倉宏昭、地域ビジネスの基本構造  
東京都港区と四国地域の比較 経営行  
動研究学会第25回全国大会ならびに  
第14回日本・モンゴル国際シンポジウ  
ム、中央学院大学(2015)

Akira Kimata(Kagawa University),  
Yoji Kuga(Macquarie University),

Hiroaki Itakura, Masayasu  
Takahashi(Meiji University),  
Avoidance of disgraceful or wasteful  
actions: Exploring the source of  
environmental technologies, The 6th  
ACSCOS (Australian Caucus of the  
Standing Conference on  
Organization Al Symbolism),  
Sydney, Australia (2015)

木全晃、板倉宏昭、環境と経済の両立  
のための組織インターフェイスを求め  
て 文化、ケイパビリティによるアプ  
ローチ、2016年度組織学会研究発表  
大会、兵庫県立大学(2016)

板倉宏昭、経営学のデザイン志向、地  
域デザイン学会2016年度第5回全国大

会、明治大学(2016)

〔図書〕(計6件)

板倉宏昭他7名『地域ブランドブッ  
クス1 瀬戸内・小豆島 瀬戸内海の霊場  
リゾート - 香川県小豆島郡「土庄町」  
の地域ブランド戦略』芙蓉書房出版  
2013, 141

板倉宏昭他10名『世界遺産の地域価値  
創造戦略』芙蓉書房出版 2014, 338

板倉宏昭他日本経営診断学会編『経営  
診断の体系』2015, 353

板倉宏昭他5名『旅行革新戦略地域デ  
ザインとライフデザインによるコンテ  
クト転換』2015, 405

原田保、板倉宏昭、佐藤茂幸編著『ア  
ートゾーンデザイン地域価値創造戦  
略』同友館 2016, 397

板倉宏昭他『スピリチュアリティによ  
る地域価値発現戦略』学文社 2017, 208

〔産業財産権〕

取得状況(計1件)

名称:「香川大学 R-1 ぶどう」

発明者:板倉宏昭他4名

権利者:板倉宏昭他4名

種類:特許庁商標登録

番号:第5645166号

取得年月日:2014年1月24日

国内外の別:国内

6. 研究組織

(1) 研究代表者

板倉 宏昭 (ITAKURA Hiroaki)

香川大学大学院地域マネジメント研究  
科・教授 研究者番号:60335835

(2) 連携研究者

木全晃 (KIMATA Akira)

新潟大学経済学部・教授 研究者番号:  
10448350