様式 C-19

科学研究費補助金研究成果報告書

平成２１年　５月　１日現在

研究種目：基盤研究（A）
研究期間：2006 ～ 2008
課題番号：18203029
研究課題名（和文）　地域ブランドの手法による地域社会の活性化

研究課題名（英文）　Vitalization of Local Areas by the Methods of Place-Branding

研究代表者
村山　研一（MURAYAMA KEN'ICHI）
信州大学・人文学部・教授
研究者番号：80115378

研究成果の概要：本研究では、地域価値の創造を通して地域の再活性化と振興を実現するための中心的手法として「地域のブランド化」を位置づけ、この手法の確立を研究目標として設定した。この目標を実現するために、長野県内の諸フィールドにおける調査と、先進地域の事例調査を並行して行った。研究結果によれば、地域の歴史、自然景観、文化景観等の文化資源は、地域のブランド性を高める重要な要素であること、また、これらの資源保存と資源活用を進めることが、地域振興にとって戦略的に重要であることが示唆された。

交付額

（金額単位：円）

	直接経費	間接経費	合　計
2006 年度	9,200,000	2,760,000	11,960,000
2007 年度	7,500,000	2,250,000	9,750,000
2008 年度	5,500,000	1,650,000	7,150,000
年度			
年度			
総　計	22,200,000	6,660,000	28,860,000

研究分野：地域振興
科研費の分科・細目：社会学・社会学
キーワード：地域ブランド, 地域社会学, 文化資源, 地域史学, 農業景観, 地域振興

１．研究開始当初の背景

グローバル化と少子化が日本の社会・経済に大きな衝撃を及ぼしつつあるが、特に重要な結果として指摘できるのが、急速に進行している地方社会の縁辺化である。1960 年代以降、工業導入の手法による地域開発が各地で進められてきたが、1980 年代後半になって、産業構造の変動と工業空洞化が、地方都市の産業基盤（特に工業）を弱体化させた。その結果、周辺に存在する農山村地域、中山間地域の就業維持を困難にし、地域社会の維持それ自体が深刻な問題となってきた。

地域振興は、これまでは工業立地論や地域開発論といった分野（主として経済学領域に属する研究分野）の研究領域であった。しかし、現在の地方が置かれている状況では、従来の開発手法が通用しなくなっている。その理由として以下の様な要因が指摘できる。

(1)国内の工業分散を前提にした開発、経済

振興が有効性を失っていること。

(2)知識経済的要素が強い現在の経済構造においては、高度の知識・技能をもった人材の定住が地域経済の活性化において重要な要因であること。それゆえ、高度な人材の定着を促すためにも、地域の魅力が重要な要素となっている。

(3)観光産業においても、従来型の享楽型観光に代わって、グリーン・ツーリズムやエコ・ツーリズムなどの新しいタイプの観光が出現しており、自然、文化、人的交流といった要素を重視する必要があること。

地域の振興を図るのであれば、開発や導入という従来の手法に頼るのではなく、地域そのものがもっている内在的な資源を発掘して場所そのものの魅力を作り出し、(1)外から人々が訪れる場所へ、(2)住民も永続的に定住したくなる場所へと地域を変えて行く必要がある。このことは、地域の文化や自然といった要因が、地域の振興を図るための重要な要素となりうることを意味している。

従来、地域社会の発展を構想するに当たっては、人文科学は縁遠い専門分野であると考えられる傾向があった。しかし、地域の自然、歴史遺産、地域文化といった要素が、現在の地方社会の活性化を構想するに当たっては、不可欠の要素となる可能性がある。それゆえ、人文科学的視点から、社会的・文化的要素を中軸に据えた総合的な研究アプローチをとること有効性を持つと考えて、本研究を実施することとした。

２．研究の目的

本研究で目指したのは、地方都市とその周辺の条件不利地域が固有に持つ地域資源（自然資源、社会関係資源、文化的・歴史的資源、等）の見直しを行い、それらの資源をもとに地域独自の価値を創造し、地域振興の原動力とするための手法の開発であった。近年、「地域ブランド」という言葉が使われるようになってきたが、本研究では地域ブランド概念を広義にとらえ、地域価値の創造を通して地域の再活性化と振興を実現するための中心的手法と位置づけ、この手法の確立を目標として設定した。

そして、２種類の調査を並行して進めていくこととした。

第一には、長野県全域から３～４地域をフィールドとして選び、地域社会（行政及び住民）との協力のもと、以下の三つの研究手法を融合させて調査・研究を行う。

(1)地域史学および古文書学等の研究手法による、地域固有の自然資源および文化資源の発掘と資源価値の評価。さらに、研究成果のデータベース化。

(2)社会調査と行動実験の手法を活用した、地域イメージの分析、地域の社会資源の評価、地域価値創造の担い手についての調査・研究。

(3)マーケティングの研究を基本にした、地域ブランド創造の手法に関する理論的・実践的研究。

第二には、地域のブランド化に成功した全国の先進事例を調査して、どのような要因が地域のブランド化を可能にしたのか、あるいはどのような政策が地域のブランド化にとって有効性を持つのかについて、明らかにすることである。

上記の二つの研究を進めながら、地域のブランド化を進める際に、社会的・文化的要因がどのような機能を果たしているのかを実例に則して明らかにしていくとともに、個別事例を超えて一般化を図り、本研究の目的を遂行することとした。

３．研究の方法

研究アプローチごとに以下の３つの研究グループを設定し、長野県内において地域ブランドの創造につながる諸事例について実態調査を進めた。

(1)文化財発掘・評価グループ・・・地域の文化資源について、地域ブランドの要素としての可能性という観点から発掘・調査を行い、その資源の独自性と価値について人文科学的観点から評価を行った。調査フィールドおよび調査資料として選んだのは木曽御嶽神社の古文書と近代初期の松本の一書店の資料である。これらの史資料の調査分析を通じて、該地域の地域文化についての深い認識を獲得するとともに、現時点での地域振興のための資源としての活用可能性を検討した。

(2)地域社会調査グループ・・・県内の諸地域を対象として、地域の産業資源と産業構造、地域の社会構造・社会組織、社会変動、住民意識等について調査を実施し、地域特性の分析を通して、地域活性化のために利用可能な社会的資源について点検・評価を行った。調査フィールドとして選定したのは飯山市、安曇野市、飯田市、千曲市、青木村などであり、景観形成、農業体験、棚田保全、子どもの社会力形成等の実践事例を取り上げ、それらの試みが地域のブランド化にとって持つ有効性と、その背後でブランド化を支える社会組織についての分析を行った。また、研究の基礎データを作成するために、長野県内市町村の地域ブランド政策への取り組み状況についても、アンケート調査を実施した。

(3)活性化手法検討グループ・・・地域社会

調査グループの調査にも加わりながら、市民を対象とする地域ブランド意識の調査、行政担当者および地域リーダーへの聞き取り調査などを、塩尻市、安曇野市等の地域において実施した。このような調査手法を通じて、地域ブランドの概念的明確化を図るとともに、地域ブランド戦略と地域ブランド政策のあり方について検討を行った。

長野県をフィールドとする調査と並行して国内先進地域の事例調査を行った。第一に、北海道庁、青森県庁等の聞き取り調査によって、都道府県レベルでの地域ブランド政策について、導入の経緯と現況の把握を行った。第二に、これまで地域のブランド化をなしとげた先進地域事例として、北海道美瑛町、小樽市、伊達市、石川県羽咋市等を取り上げ、地域のブランド化を成し遂げるのに、重要な役割をはたした資源の形成過程とその社会的プロセスについて聞き取り調査と収集資料に基づいて分析を行った。

４．研究成果

まず、「研究の方法」のところで記述した３グループごとに、主要な成果をまとめてみる。

(1)文化財発掘・評価グループ・・・研究期間中、王滝村の神社文書調査と松本の書店資料調査を実施した。王滝村の御岳神社の文書については、中世から近世にかけての御岳信仰の形成過程について史料を整理し、古文書および経典の所在目録を作成した。３年間の調査で資料整理が取りあえず完了した段階であるが、木曽が美濃から信濃に編入された時期を立証する最初期の文書を発見するなど、これまで史料的に空白であった時期の地域文化像を明らかにする貴重な発見があった。また、松本の近代初期出版文化についての資料調査については、松本高美書店の近代初期資料についての調査を行い、資料の概要調査と発送簿調査をとりあえず完了した。いずれも、これまで十分に認識されてこなかった地域文化の生産・流通のプロセスを明らかにしてくれる基礎資料の発見であり、今後の研究を進展させるための重要な基盤となると同時に、地域のブランド化にとって重要な資源としての潜在的可能性を秘めていることが明確になった。

(2)地域社会調査グループ・・・安曇野市をフィールドとした調査では、安曇野市の地域ブランド形成にとって重要な資源となる景観を主題として、いくつかの調査を実施した。平成 18 年度に、①景観形成と関連する諸制度（区域区分、まちづくり条例、等）とその機能に関する調査、②景観形成を目的とする住民協定地区における規約と活動実態についての聞き取り調査、③屋外広告板を指標とする景観状態についてのフィールド調査と、④市民、観光業者、観光客を対象とした CVM 法による景観意識調査を並行して行った。さらに、平成 19 年度には、⑤田園景観維持活動について農業者の意識調査を行うと共に、⑥郵送法によって市民の景観意識、ブランド意識、生活意識等についての調査を実施した。これらの調査によって、景観形成のための制度的仕組みとその効果、景観形成における住民組織と住民活動の機能、景観価値意識の構造について、いくつかの知見が得られた。これに加えて、飯山市の戸狩温泉地区における小学生を対象とした農業体験についての調査では、送り出し側の武蔵野市での調査も並行して進めることによって、都市と農村の交流活動が成功するための条件を明確化することができた。また、千曲市の姨捨棚田の調査では、研究メンバーが保全計画の策定にも加わることによって、棚田保全活動を側面的に援助するとともに、棚田保全と棚田から生み出される農産加工品の重要性に関して地域のブランド化という視点から提言した。

(3)活性化手法検討グループ・・・主たる研究フィールドとして、安曇野市、塩尻市を選定した。まず、平成 18 年に市民を対象として、国内諸地域を選定してブランドイメージ比較調査を行い、ブランド性を持った諸地域と比較したときの安曇野市および塩尻市のブランドイメージ上の位置を明確にした。平成19年には地域社会調査グループと合同で、安曇野市民を対象として、地域ブランド意識、コミュニティ意識等についての調査を郵送法で行い、分析結果を調査報告書にまとめた。また、塩尻市の地域ブランド化の取り組みについても調査を実施し、これらの調査をもとに、地域ブランド価値評価の方法論について研究をまとめるとともに、地域ブランドに関連する政策的諸選択肢についての検討を行った。

また、ブランド先進地域の調査による主要な研究成果は以下の通りである。

(4)都道府県による地域ブランド政策の調査・・・北海道と青森県の地域ブランド政策について、聞き取り調査をもとに比較を行った。特に重要な分析課題となったのが、青森県の地域ブランド政策が後退した理由であり、市町村レベルでの地域ブランド政策と県レベルでの地域ブランド政策で要求されるものの違いと政策分化の必要性を明確にすることができた。また、大分県の地域ブランド政策についての調査によって、一村一品運動の成果および限界と、転換の必要性について明確にすることができた。

(5)地域ブランド形成の過程についての調査・・・小樽市、美瑛町、伊達市、羽咋市について、これまでの調査結果をまとめた。小

樽市については、運河保存の予期されざる結果としての観光効果と、小樽ガラス（ガラス工芸）の形成過程について分析を行った。美瑛町については、丘陵を活用した農業の形成プロセスを明確にするとともに、それが景観という観光資源の形成にどのようにつながったかを分析した。伊達市については、住むことのブランド化がこれまでどのように進められてきたかを明らかにし、さらに、次のステップがどのように進められているかを報告した。羽咋市については、米のブランド化が、どのような仕掛けで、また、どのような社会組織を基盤として進められたかを明らかにした。

これらの研究成果は、事例研究としてまとめられるとともに、これらの研究成果を土台にして地域ブランド戦略と地域振興についての理論的な考察も行った。その成果は、地域ブランドの概念についての理論的考察、地域ブランドイメージの測定方法、自治体による地域ブランド戦略と地域ブランド政策に関する理論的考察等を扱った諸論文にまとめられた。

本研究は、地域ブランドに関する最初の体系的、総合的研究であり、先進的な意味を持つものであった。研究成果は、主として『地域ブランド研究』やその他の学会誌、紀要に掲載するとともに、２冊の報告書（『地域ブランドの諸相』、『地域ブランドの手法による地域社会の活性化』）にも掲載された。また、2007 年の日本地域政策学会全国研究大会においては、シンポジウム「地域ブランドによる地域振興」が開催され、本研究グループの研究成果を中心に議論が進められた。地域振興というプラクティカルな主題に対して、人文科学的視点を導入したという点で、当該研究領域に大きなインパクトを与えたと自己評価している。

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２５件）

① 菊池聡,「おたく」ステレオタイ プの変遷と秋葉原ブランド, 地域ブランド研究, 第４号, 47-78, 2008, 有査読
② 村山研一, 昭和初期の上高地, 地域ブランド研究, 第４号, 1-24, 2008, 有査読
③ 渡邊勉, 農村景観の特性－安曇野景観の価値と地域ブランド, 地域ブランド研究, 第４号, 145-172, 2008, 有査読
④ 中嶋聞多, 企業と地域のブランド戦略, 地域ブランド研究, 第４号, 25-46, 2008, 有査読
⑤ 内川義行・木村和弘・大井美知男・氣賀澤大輔, アルプス山麓山村・下栗地区における伝統野菜の活用と土地利用, 農業農村工学会誌, Vol. 76-12, 11-14, 2008, 有査読
⑥ 中原洪二郎・秋山秀一, 地域経営技法としての地域ブランド戦略と大学・地域連携の可能性～奈良大学の試みと自治体調査の分析～, 奈良大学総合研究所所報, 第16号, 2008, 16-27, 無査読
⑦ 山本英二, 日本中近世史における由緒論の総括と展望, 歴史学研究, 第847号, 2-10, 2008, 有査読
⑧ 村山研一, 地域ブランド戦略と地域ブランド政策, 地域ブランド研究, 第３号, 1-25, 2007, 有査読
⑨ 林靖人・鷲見真一・北村大治・中嶋聞多, 市民意識構造の分析による政策優先度の決定, 日本地域政策研究, 第5号, 101-106, 2007, 有査読
⑩ 村岡元司・中嶋聞多, 伊達市における食ブランド構築にむけた取り組み, 地域ブランド研究, 第３号, 27-49, 2007, 有査読
⑪ 林靖人・北村大治・高砂進一郎・金田茂裕・中嶋聞多, ブランド価値評価の方法論に対する検討, 地域ブランド研究, 第３号, 69-107, 2007, 有査読
⑫ 金田茂裕, 安曇野地域の特産品および水に関する市民意識, 地域ブランド研究, 第３号, 57-68, 2007, 有査読
⑬ 山本英二, 文書の裏を打つ－長野県木曽郡王滝村御嶽神社・滝家所蔵「代々許状写」の翻刻と紹介, 地域ブランド研究, 第３号, (1)-(5), 2007, 有査読
⑭ 村山研一, 地域の価値はどのようして形成されるか, 地域ブランド研究, 第２号, 29-56, 2006, 有査読
⑮ 渡邊勉, 地域に対する肯定観の規定因：愛着度、住みやすさ、地域イメージに関する分析, 地域ブランド研究, 第２号, 99-130, 2006, 有査読
⑯ 金田茂裕・赤川学, 安曇野の地域イメージに関する比較意識調査, 地域ブランド研究, 第２号, 131-144, 2006, 有査読
⑰ 山本英二, 文日本史研究と温泉, 群馬歴史民俗, 第27号, 23-30, 2006, 有査読

〔学会発表〕（計３件）

① 山崎佐奈枝・氣賀澤大輔・木村和弘・内川義行, 急傾斜地集落・下栗における農業的土地利用と獣害対策, 第 59 回農業農村工学会関東支部大会講演会, 2008. 10. 21, 長野
② 竹下英臣・木村和弘・内川義行, 姨捨

棚田における堰の実態と土地利用,平成 20 年度農業農村工学会大会講演会秋田大会,2008.8.27,秋田

③ 村山研一,地域ブランドの手法による地域の活性化,日本地域政策学会第６回全国研究（長野）大会・シンポジウム「地域ブランドによる地域振興」,2007.7.28,松本

〔図書〕（計７件）

① 村山研一（編著）,信州大学人文学部・地域ブランド研究グループ,地域ブランドの手法による地域社会の活性化,2009,295 頁
② 村山研一・中嶋聞多・辻竜平・祐成保志（編）,信州大学人文学部社会・情報学講座,自立とひとづくりの村,2009,144 頁
③ 村山研一（編著）信州大学人文学部・地域ブランド研究グループ,地域ブランドの諸相,2008,103 頁
④ 村山研一・渡邊勉・祐成保志（編）,信州大学人文学部社会・情報学講座,田園地域におけるコミュニティ形成,2008,255 頁
⑤ 渡邊勉,財団法人八十二文化財団,長野県の郷土と文化－第３回（2006 年）調査報告－,2008,238 頁
⑥ 村山研一・渡邊勉（編）,信州大学人文学部社会学研究室,安曇野市の景観形成活動と景観の価値,2007,197 頁
⑦ 金田茂裕（編）,信州大学人文学部文化情報論講座,安曇野市民を対象とした地域ブランド意識調査報告書,2007,93 頁

６．研究組織

(1)研究代表者
村山　研一（MURAYAMA KEN'ICHI）
信州大学・人文学部・教授
研究者番号：80115378

(2)研究分担者
中嶋　聞多（NAKAJIMA MONTA）
信州大学・人文学部・教授
研究者番号：80255059

菊池　聡（KIKUCHI SATORU）
信州大学・人文学部・准教授
研究者番号：30262679

祐成　保志（SUKENARI YASUSHI）
信州大学・人文学部・准教授
研究者番号：50382461

山本　英二（YAMAMOTO EIJI）
信州大学・人文学部・准教授
研究者番号：20262678

大串　潤二（OHKUSHI JUNJI）
信州大学・人文学部・准教授
研究者番号：90324219

渡邉　匡一（WATANABE KYOICHI）
信州大学・人文学部・准教授
研究者番号：40306098

鵜飼　照喜（UKAI TERUYOSHI）
信州大学・教育学部・教授
研究者番号：80045161

内川　義行（UCHIKAWA YOSHIYUKI）
信州大学・農学部・助教
研究者番号：20324238

渡邊　勉（WATANABE TSUTOMU）
関西学院大学・社会学部・教授
研究者番号：30261564

赤川　学（AKAGAWA MANABU）
東京大学・人文社会系研究科・准教授
研究者番号：10273062

和田　敦彦（WADA ATSUHIKO）
早稲田大学・教育総合科学学術院・教授
研究者番号：90283225

中原　洪二郎（NAKAHARA KOHJIRO）
奈良大学・社会学部・准教授
研究者番号：50282546

大内　雅利（OHUCHI MASATOSHI）
明治大学・農学部・教授
研究者番号：60147915

(3)連携研究者
金田　茂裕（KINDA SHIGEHIRO）
東洋大学・文学部・講師
研究者番号：30402093