

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 8 日現在

機関番号：17102

研究種目：基盤研究(C) (一般)

研究期間：2013～2015

課題番号：25350015

研究課題名(和文) 地方都市の自律分散協調型社会の形成を促す地域ブランディング・デザイン

研究課題名(英文) Scheme of Regional Branding Design for Building The Autonomously Cooperative Distributed Network Society among Provincial Cities

研究代表者

都甲 康至 (TOGO, YASUSHI)

九州大学・芸術工学研究科(研究院)・教授

研究者番号：90437765

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,800,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は東京圏から離れた地方都市を対象に、それらの都市が抱える若年層の域外流出による地域産業衰退問題の解決を図るために、社会デザインの地域産業政策の観点から地域ブランディング論を基盤にプロジェクトマネジメント論などを組み合わせた全体論的アプローチにより文献調査と事例研究、関係者への聞き取り調査などを通じて、地域資源を活用する化粧品産業や機能性食品産業などの新産業創出とクラスター化及び輸出促進などに係る駆動的要素と地域産品グローバル・バリューチェーン・スキーム図を新たなデザイン実践方法として提案したものである。

研究成果の概要(英文)：This study aims to solve issues of provincial cities on the young generation population outflow and the regional industry decline, and presents the glocal value chain scheme including an exportation promotion of regional products, as a practical regional industry policy design method through a holistic approach based on mainly a regional branding theory and case studies. And it includes the key driven elements needed to develop a new industry that utilizes regional resources such as a cosmetics industry.

研究分野：社会システムデザイン、地域ブランディング、プロジェクトマネジメント

キーワード：社会デザイン 地域ブランディング 地域産業政策 新産業創出 産業クラスター 輸出促進 バリューチェーン 農林水産物

1. 研究開始当初の背景

多くの地方自治体は、人口減少や高齢化問題、財政問題などを抱え、定住人口や交流人口の増大を図る地域活性化が重要な政策課題になっている。そのため先進的な地方自治体は地域ブランディング活動によって地域の認知度やイメージの向上を図り、生活者から選ばれた地域と商品づくりを目指している。これらの活動に対して政府はさまざまな施策を講じて積極的に支援している。

一方、地域ブランディング活動には次のような課題と有効性があることが、筆者らの既往研究で明らかになっている。例えば福岡県福津市を対象に行った食の地域ブランディングに関する研究では、住民の地域に対する愛着の醸成については総じて効果があったものの、地域産業の発展に寄与する可能性があるもの(加工食品、料理等)と必ずしも効果が明確にならないもの(生鮮農水産物)がある。また同市の魅力を学生の感性で再発見し、市民の地域への愛着を醸成することを目的とした「感性と共感のまちづくり」プロジェクトでは、学生らが制作した数10枚におよぶPRポスターの継続的な情報発信活動は、市民の地域への愛着を醸成させることに効果があった。

佐賀県唐津市を対象にした地域の価値を高める都市ブランド戦略に関する研究では、さまざまな関係者の共通目標となる「地域ブランド戦略」の策定が重要であることと、地域ブランディングは地場産品のブランド創生、観光地ブランドの創生、サービスブランドの創生、そして、それらの総体としての都市イメージブランドをまちづくりとして一体的に行う必要があることが分かった。また、地域ブランディングに関する知識やノウハウ、方法論等が点在しており、その中から当該地域に合う最適なものを選択することは、地域ブランディング活動主導する地方自治体や関係者にとって困難な状況がある。

これらの研究成果から従来のような個々の研究の積み重ねでは、自治体が抱える地域の問題を根本的かつ早期に解決するには限界があり革新的な発想転換が必要と考えた。そして、地域活性化の関係者が主体的(自律的)に活動し、関連都市間との連携活動を円滑に進めることができるようになるためのツールとして、地域ブランディング活動全体を構造的に可視化できる概念図の提供と、個別の地域ブランディング・プロジェクトを推進するために参考となるデザイン実践ツールを提供することが重要と考え、他者との関係を多角的に考察し、あるべき姿を創造するデザインの特性とその応用に着目した。

2. 研究の目的

本研究の主要課題として地方都市の若年層(15歳から29歳)の東京圏への流出問題に着目した。この背景には1990年代半ばから一向に改善の兆しが見えない東京一極集中問題があり、近年では年間約10万人の若年層が地

方都市から東京圏へ流出している。この人口流出問題は地域産業の後継者不足や中小製造業の人材不足を引き起こし結果として産業衰退や財政問題などに大きな影響を与えている。

次に研究対象地域として大消費地の東京圏から遠い地方都市とした。これは同じ地方都市でも比較的東京圏に近い地方都市と九州の地方都市では地域特性や産業特性などが異なるからである。

そして本研究の地域ブランディングの対象分野を社会デザインの地域産業政策分野とし、特に農林水産業を基盤に若年層に魅力ある新産業の創出とその集積化に焦点を当てた。その背景には九州の農林水産業は、全国の出荷額の約2割を占める主要産業で他の地方都市にはない特性を有していることと、単に地域の認知度やイメージを上げるための情報発信や特産品開発、観光事業を主体とする従来の地域ブランディングでは地方都市の根本的な問題を解決できないと考えたからである。

そこで本研究の地域ブランディングを「地域産業政策に係る活動で、首都圏から離れた地方都市が抱える若年層の域外流出問題や雇用問題などの克服を目的に、地方自治体と域内外の関係団体との協働体制により、地域資源を活用した競争優位性と若年層に魅力ある新産業の創出と、そのクラスター化による継続的發展を通じて地域のブランド価値を高め、かつ地域の産業力強化を図る多面的な活動。」と再定義した。

そして本研究の目的を、地域ブランディング活動を主導する地方自治体や関係団体などが社会デザインとしての地域産業政策をデザイン(地域ブランディング・デザイン)する際のガイドラインとして有効な概念図と、新産業創出とそのクラスター化をデザインする上で重要と思われる駆動的要素を導出し、提示することとした。そして特に、農林水産資源の活用と若年層に魅力ある新産業の創出に留意した。

3. 研究の方法

研究開始直後の2013年4月、佐賀県唐津市がフランスのシャルトル市に拠点を置く化粧品産業クラスターの推進機関「Cosmetic Valley(コスメティックバレー)」と協力連携協定を締結し、同年11月11日に「唐津コスメティック構想」が発表され、その推進機関として「ジャパン・コスメティックセンター(以下、JCC)」が設立された。この構想は、地産の農林水産資源を原料とした化粧品産業を新産業として、産学官連携・国際都市間連携などを通じて創出を目指すものである。また化粧品産業は若年層にも魅力的な産業で、アンチエイジングの観点から高齢者にも関係する幅広い生活基盤産業であり、本研究の目的とも合致することから化粧品産業(機能的食品産業含む)に焦点を当てることにした。

なお化粧品については「医薬品、医療機器等の品質、有効性及び安全性の確保等に関す

る法律（略称：医薬品医療機器等法、旧薬事法：平成26年11月25日改正）」の第2条第3項から「人の体を清潔にし、美化し、魅力をまし、容顔を変え、また皮膚もしくは毛髪をすこやかに保つために、体に塗布・散布、その他類似する方法で使用されることが目的とされているもの。以下略」と定義されている。また生活者の使用目的や使用部位等によって、スキンケア化粧品、メイクアップ化粧品、ボディ化粧品、ヘアケア化粧品、ネイル化粧品、香水、オーラルケア製品、サプリメントなどに大別されるが本研究では天然由来の材料で作られる自然派スキンケア化粧品を対象にした。

研究の方法の第1段階は、文献調査と筆者の経験から「地域ブランディング・デザイン基本モデル」と「地域資源発掘プロセス」を仮説として作成し、それを元に唐津ブランド確立推進協議会の委員やJCCの事務局員などに対して聞き取り調査を行い、仮説の有効性と適用条件などについて考察した。

第2段階は、第1段階から得られた知見と文献調査から、地域製品の生産・製造・流通・販売などの一連のプロセスを概念化した「地域産品生産・流通等基本プロセス図」と「地域産業活性化プログラム・マネジメントスキーム」を仮説として作成し、唐津ブランド確立推進協議会の委員やJCCの事務局員などに対して聞き取り調査を行うとともに、国際学会での発表を通じて、これらの有効性と適用条件などについて考察を行った。

第3段階は、事例研究（フランスのコスメティックバレーと韓国の済州島）を通じて、新産業としての化粧品産業の創出・発展に寄与する駆動的要素の導出と、地域産品の輸出促進課題を導出するために福岡市内の農林水産物・食品の輸出関連団体に対して聞き取り調査を行い、それらの調査から得られた駆動的要素などの有効性と適用条件などについて考察を行った。

4. 研究成果

(1) 化粧品産業の市場動向と産業特性

世界の化粧品・美容市場は米国の調査会社によると、今後5年間にわたり年平均3.7%のペースで拡大し、2020年には約50兆円に達すると予測されている。製品別では市場全体の約6割を占めるスキンケアやサンケア、ヘアケア製品がアジア諸国の需要増に伴い市場の成長を牽引している。一方国内の化粧品会社の総売上高は約2兆円で、ほぼ横ばいの状況が続いている。しかし製品別シェアの約5割を占めるスキンケア化粧品の売り上げは増加を続けており、特に農水産物を原料とする自然派スキンケア化粧品の需要は、国内はもとよりアジア市場で拡大している。

この成長するアジアの化粧品市場に早くから注目していたのが世界最大の化粧品産業クラスターを擁するフランスのコスメティックバレー（会員約500社）で、2000年ごろからアジア地域での自然派化粧品の原料栽培と原

料製造、製品生産と輸出拠点を探していた。その結果、2012年1月に佐賀県唐津市を選択し、翌年4月に唐津市と協力連携協定を締結した。

一方韓国も2002年から国策としてバイオ産業の育成を開始し、その一分野として化粧品産業クラスターをフランスのコスメティックバレーをモデルに国内各地に構築し始めた。その中で済州島の化粧品産業の成長が著しく、例えば2003年の済州島には化粧品販売会社が1社しかなかったが、2015年には約100社の化粧品会社が進出あるいは起業するに至った。そのうち約3割は原料製造や商品生産の工場を有している。

化粧品産業の特徴は約8割が中小企業で構成されている。中小企業（農業従事者含む）には次のようなさまざまな業種があり、これらの企業がそれぞれの機能を分担する水平分業の開発・生産体制を構築している。

- ・農林水産物や薬草などの原料栽培農家
- ・農林水産物や薬草などから油成分や粉末成分を抽出する原料製造会社
- ・化粧品に用いる精製水などの製造会社
- ・化粧品に不可欠な防腐剤や殺菌剤、紫外線吸収剤、酸化防止剤、界面活性剤などの原料製造会社
- ・大手メーカーの処方に基づいて複数の原材を調査して最終製品を製造するOEM会社
- ・最終製品の容器詰めやラベル貼り箱詰めなど、商品としての化粧品を完成させる会社
- ・完成商品を卸売業・小売業へ運ぶ物流会社
- ・化粧品容器やラベルなどのデザイン会社
- ・化粧品の容器などを製造する会社
- ・化粧品の広告や販促ツールなどをデザインする広告会社
- ・広告や販促ツールを製造する印刷会社
- ・化粧品の製造設備を製造・保守する会社
- ・化粧品の成分分析や安全性などを評価する検査会社
- ・農林水産物や薬草などに含まれる化粧品としての有効成分を検査する会社および機関
- ・化粧品販売会社
- ・化粧品産業の専門家を育成する会社
- ・化粧品市場や消費者ニーズなどを調査するマーケティング・リサーチ会社

これらの会社は食品産業と親和性が高く、すでに多くの業種が地方都市に立地している。そのため化粧品産業集積構想のような将来ビジョンを地方自治体が提示し、産官学連携や都市間連携などで事業を主導することができれば産業クラスターを形成することが可能と思われる。

(2) 新産業の創出・発展を促す駆動的要素

新産業を創出し発展させるためには、単に地方自治体がプロジェクトを主導するだけでは難しく、企業活動のように成長の契機となる何らかの外的要素と内的要素が存在すると考えた。なお外的要素とは域内の組織による活動だけでは目標を達成することが困難な要

素で域外他者による支援が必要な要素のことで、内的要素とは域内の組織による活動で目標を達成することが可能な要素と定義した。

そして、それらの要素を探るために化粧品産業クラスターの先進事例としてフランスのコスメティックバレー（以下、フランス CV）と韓国の済州島を選定し、事例研究を行った。事例研究に当たっては文献調査と現地視察を行うとともに関係者に対して聞き取り調査を行った。

フランス CV の場合、1970 年代に政府が地方分権化政策を通じて、パリ近郊に立地していた化粧品会社をパリ郊外（シャルトル市など）への移転を促進し、大手企業（ゲラン社、LVMH 社など）とその関連会社が次々と移転した。そして 1994 年にゲラン社を中心とする 20 社がフランスで初めて化粧品関連産業団体（コスメティックバレー）を組織し、その後 2000 年ごろに化粧品の原料から最終商品の生産に至るまでの域内生産システム（SPL: Provincial Production System）を確立した。そして、2005 年に政府の産業クラスターとして認定され、フランス CV の領域が九州ほどの領域まで拡大された。現在の会員企業は約 500 社で 7 万人の雇用を創出し、8 大学と 200 の研究機関に 8,200 人もの研究者を擁し、産官学連携による幾つもの研究開発プロジェクトが進められている。

韓国の済州島の場合、1970 年代後半に韓国の大手化粧品会社のアモーレパシフィックが済州島の無公害の天然資源に注目して、茶の生産を始めたのが最初で、その後 2002 年に韓国政府と済州特別自治州によって、化粧品産業の基盤となるバイオテクノロジー産業の育成を目的に「済州バイオサイエンスパーク（クラスター）」事業が開始された。そして同年に済州島がユネスコの世界生物圏保護区に指定された。2006 年に政府は高度の自治権を済州島に与える地方分権化政策を英断し、韓国で唯一初めての特別自治州が誕生した。これによりビザの自由化などの各種政策を特別自治州が独自で推進することが可能になり、済州島の外国人観光客が急増した。そして 2011 年に政府の大規模な支援によって、生物資源の産業化支援センターと済州バイオ産業センターが、政府の済州テクノパーク（推進機関）の管轄で設立され、多くの化粧品関連企業が化粧品原料の栽培と製造及び消費市場としての多数のインバウンド観光客の獲得を目的に、済州島に進出するようになった。そして済州テクノパークは済州特別自治州や大学などと連携して、進出企業に対してさまざまな研究開発や起業支援活動を行っている。

これらの事例研究の結果、次のような新産業創出と発展に寄与すると思われる駆動的要素を導出することができた。なお調査分析に当たっては、マーケティングの産業ライフサイクルを参考に、新産業創出段階（I）、初期成長段階（II）、成長段階（III）に区分して、各段階における駆動的要素を整理した。

<新産業創出・発展の駆動的要素>

①外的要素

- ・政府による大胆な地方分権化政策（I）
- ・観光客などの大規模な消費市場（I, II）
- ・政府と地方自治体の大規模な支援（II）
- ・生物資源の域外流出を防ぐ保護政策（II）
- ・研究開発&インキュベーション機能（II）

②内的要素

- ・自治体主導のグローバル戦略の策定（I）
- ・産学官連携による推進機関の設立（I）
- ・産学官連携による研究開発事業の推進（II）
- ・産業集積を牽引する大企業の誘致（II）
- ・域内生産システムの確立（II）
- ・グローバル・バリューチェーンの構築（III）
- ・新産業を体感するシンボル施設（III）

なお化粧品産業を創出する場合、汚染されていない豊富な水資源と農林水産物などの地域資源が必要不可欠であることも再確認できた。また自然化粧品を欧州などに輸出するためには我が国においてオーガニック認証制度と動物実験代替法の早期確立ならびに専門人材の育成が急務であることも明らかになった。加えてフランス CV の場合も韓国の済州島の場合も新産業の創出から成長に至るまで約 10 年の月日を要することもわかった。

(3) 駆動的要素の JCC への適用

事例研究を通じて得られた「新産業創出・発展の駆動的要素」を、佐賀県と唐津市、玄海町などの地方自治体と JCC が、2013 年 11 月から進めている化粧品産業集積構想に適用し、地方都市が化粧品産業を創出し発展させるための課題について考察した。

JCC は現在、約 150 の会員企業と 8 大学ならびに商工会議所など 17 の支援会員で構成されている。また JCC は、2015 年 4 月に一般社団法人化され、現在(1)国際取引の拡大、(2)地域資源の活用、(3)コスメ環境の整備、(4)関連産業の集積など四つのプロジェクトを推進している。さらに JCC はフランス CV に続きイタリアとスペインの化粧品産業団体とも同年に連携協定を締結し、海外企業の受託生産や企業誘致活動を行っている。しかしながら、本格的な活動はまだ数年で産業ライフサイクル上ではまだ新産業創出段階にある。

今後 JCC が次の成長段階に移行するためには、外的要素としては早期に政府の大規模な支援を獲得しインキュベーションセンター機能を確立することと、内的要素としては産業集積を牽引する大企業の誘致が鍵になると思われる。また佐賀県などは外国人観光客の急増が難しいことから、ターゲットをアジア市場とし、そのための輸出促進スキームを既存の農水産物・食品を基盤に構築することと、10 年の長期的視点にわたる戦略の策定が望まれる。

(4) 地域産品の輸出促進に係る課題

地域産品の輸出促進課題を導出するために福岡市内の農林水産物・食品の輸出関連団体に対して聞き取り調査を行った。その結果、

次のような課題を導出することができたが、これらの解決策の研究が今後必要になる。

- ・ 生産者が儲かる仕組みづくり
- ・ 輸出相手国別の法規制に対応した栽培・製造方法の確立
- ・ 農林水産物等の生産から消費までの鮮度保持管理技術の確立
- ・ 輸出相手国の販路と取引先の選定方法
- ・ 輸出相手国の文化・ニーズなどのマーケティング情報の収集方法
- ・ 商品の輸出だけでなく日本の食文化を輸出相手国に伝える情報発信方法
- ・ 地方都市での輸出関連情報の共有方法

(5) 地域産品グローバル・バリューチェーン
本研究の成果として、地域ブランディング活動を主導する地方自治体や関係団体などが地域産業政策をデザインする際のガイドラインとして参考になる「地域産品グローバル・バリューチェーン概念図」を図1に示す。

この図はグローバル理念を基盤に、地方都市で栽培・収穫される農林水産物とそれらを原料として製造される加工食品・機能性食品・自然化粧品などの生産から流通・輸出・販売に至るまでのプロセスと、新産業創出とそのクラスター化をデザインする上で重要な駆動的要素（新産業創出・発展の駆動的要素）を表している。特に東京圏から離れた地方都市の場合、東京近郊の都市と比べて地理的条件が不利なことと国内市場は競争が激しいため、海外市場をターゲットにした地域産業政策デザインを行うべきであることを示唆している。地方創生の方法論の一つとして、社会デザインに係る関係者に資することを期待する。

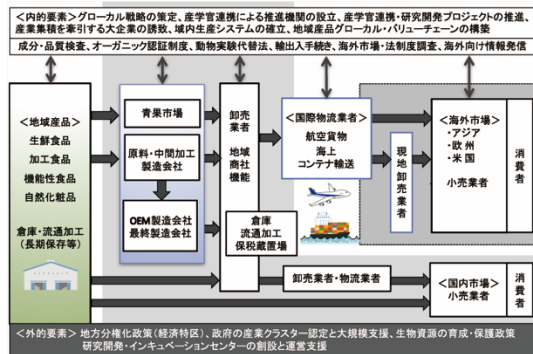


図1 地域産品グローバル・バリューチェーン概念図

5. 主な発表論文等

(研究代表者は下線)

[雑誌論文] (計1件)

- ① Hyesook Kwon, Yasushi Togo, Jinkeun Ahn. A Study on the Public Support Program for the 6th Industrialization through the case of Korea and Japan, *Journal of Korea Institute of Spatial Design*, Vol10 No.4(34), pp. 20-28, 2015.10.

[学会発表] (計10件)

- ① 都甲康至, 徳永百恵. 地域住民の特産物推奨情報形成モデルとその応用に関する

研究, *日本デザイン学会第60回研究発表大会概要集*, pp. 58-59, 2013.6.22.

- ② 都甲康至. Institutional Design of Local Product Branding: Consideration on Role and Functions of Local Product Brand Council via Case Study, *Cosilience and Innovation in Design Proceedings and Program vol.2, 5th International Congress of International Association of Societies of Design Research (5th IASDR 2013 TOKYO)*, pp. 4163-4171, 2013.08.

- ③ Yasushi Togo, Yu-Chao Tai, Hyesook Kwon. Role of City Brand Strategy as City Revitalization Program Management, *ProMAC Symposium 2013, Proceedings of the 7th International Conference on Project Management*, pp. 374-380, 2013.11.

- ④ 都甲康至, 戴于超, 権恵淑, 地域ブランド認証制度の役割と課題, *第5回横幹連合コンファレンス論文集*, pp. 52-57, 2013.12.

- ⑤ 都甲康至, 田村良一, 権恵淑, 松尾晃成, 地域産業活性化に資する社会システムデザイン・スキームに関する考察, *A Basic Study on Social System Design Scheme for Contributing to Sustainable Regional-industry Activation*, *日本デザイン学会第5支部平成26年度研究発表大会概要集, PDF*, pp.19-20, 2014.10.

- ⑥ Yasushi Togo, Ryoichi Tamura, Hyesook Kwon, Akinari Matsuo. Proposal on Scheme of Regional-Industry Activation for City Program Management, *Proceeding of ProMAC2014: 8th International Conference on Project Management*, 2014.12.

- ⑦ Yasushi Togo, 地域資源の本格的見直しとグローバル視点による地方都市の再生デザイン戦略, *2015 THE PROCEEDINGS OF KISD*, pp. 10-41, Korea Institute of Spatial Design, 2015.10.

- ⑧ 都甲康至, 弥永拓也. 地方都市の新産業創出を促す地域資源発掘PMプロセスに関する研究, *プロジェクトマネジメント学会2016年度春季研究発表大会概要集*, pp. 90-94, PDF, 2016.03.

- ⑨ 都甲康至, 栗原隆. 地域産品の輸出促進を図る社会システムデザインに関する基礎研究, *日本デザイン学会第63回研究発表大会概要集*, 2013.7.2.

- ⑩ Yasushi Togo, Hyesook Kwon, Akinari Matsuo. A study on Glocal Strategy of Cosmetics Industry Cluster for Utilizing Regional Resources in Local City, *5th International Service Innovation Design Conference (ISIDC 2016)*, 2016.11.

6. 研究組織

(1) 研究代表者

都甲康至 (TOGO YASUSHI)

九州大学・大学院芸術工学研究院・教授
研究者番号: 90437765