

西日本インカレ（合同研究会）2015 専用企画シート

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

大学・学部・所属ゼミナール名（フリガナ）		
フリガナ）アイチダイガク	フリガナ）ケイエイガクブ	フリガナ）オオタコウジゼミナール
愛知大学	経営学部	太田幸治ゼミナール

※申込書に記入したチーム名から変更する場合は、新旧両方の名称を記入してください。

※企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

チーム名（フリガナ）	代表者名（フリガナ）	チーム人数（代表者含む）
フリガナ）ベアーズ	フリガナ）ミズタニ シン	4 人
Bears	水谷 慎	

研究テーマ（発表タイトル）

なぜ地域住民は地域資源の魅力を見つけにくいのか

※必ずく企画シート作成上の注意を確認してから、ご記入をお願いいたします。

1. 研究概要（目的・狙いなど）

研究目的は、地域住民で地域資源の魅力を見つけにくい理由を明らかにすることである。

研究価値は、地域住民が地域資源の魅力を見つける手助けとなることである。

2. 研究テーマの現状分析（歴史的背景、マーケット環境など）

地域活性化のマーケティングモデルでは地域資源の着眼から地域資源の編集、そして地域ブランド化の3つの段階を踏むとされている（宮副 2014）。私たちの研究は、地域資源の着眼の段階にあたる。

また、地域活性化の研究では、地域外の人が地域資源の魅力を見つけた事例が多数ある。

例えば、島根県海士町では、地域外の人が地域に根付いていたさざえカレーを見つけた。これは地域住民が当たり前と思っている地域資源の魅力を地域外の人が見つけた事例である。（総務省 2008）

しかし一方で、地域住民で地域資源の魅力を見つけたほうが良いという考え方もある。その理由は、地域外の人が地域資源の魅力を見つけ、地域にある問題の解決方法を提示したとしても、実際に地域にある問題を解決するのは地域住民だからである。（石原 2010）

3. 研究テーマの課題

地域住民で地域資源の魅力を見つけたほうが良いという考え方（石原 2010）がされている中で、既存研究の多くでは地域外の人が地域資源の魅力を見つけている。そこで私たちは、地域住民で地域資源の魅力を見つけにくい理由があるのではないかと考えた。

しかし既存研究では、地域住民で地域資源の魅力を見つけにくい理由が明らかになっていないことが研究テーマの課題であ

る。

4. 課題解決策（新たなビジネスモデル・理論など）

地域住民で地域資源の魅力を見つけにくい理由は以下の3点であると考えられる。

- 1つ目は地域に愛着の程度が低いこと。
- 2つ目は地域住民で地域資源の魅力を探すことが楽しめなくなること。
- 3つ目は地域住民間の信頼関係が築けていないこと。

5. 研究・活動内容（アンケート調査、商品開発など）

本研究で重要な言葉の地域住民と地域資源の定義を行う。

- ・地域住民とは、地域の問題を解決するために自ら行動する人。
- ・地域資源とは、地域にあるものすべて。と定義した。

地域住民で地域資源の魅力を見つける際に、どのような要因が関わるのかを明らかにするために文献調査を行なった。主に地域住民で地域資源の魅力を見つけた事例を基に「地域資源の魅力の発見における成功と失敗の流れ」を作成した。（図1）

図1の①から②'にいく要因として、地域への愛着の程度が低い人は地域資源を利用しようとしていない。

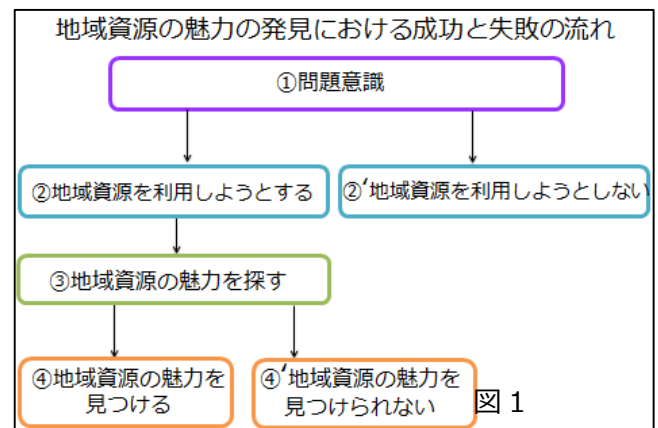
また、図1の③から④'にいく要因として、

- i 地域住民同士の信頼関係を築くことができていない
- ii 地域住民が地域資源をポジティブに捉えられていない

以上の2つと考えた。

その要因を明らかにするために高山の古い町並みや円頓寺商店街にフィールドワークを行なった。高山の古い町並みや円頓寺商店街では、地域住民が地域資源の魅力を楽しみながら探すことが大切であると分かった。

また、円頓寺商店街では、普段から積極的にコミュニケーションがとれているため、地域住民同士の信頼があり、話し合いなどで出た地域資源の魅力にお互いが納得しやすいことが分かった。



6. 結果や今後の取り組み

地域住民で地域資源の魅力を見つけにくい理由は以下の3点であると考えられる。

- 1つ目は地域に愛着の程度が低いこと。
- 2つ目は地域住民で地域資源の魅力を探すことが楽しめなくなること。
- 3つ目は地域住民間の信頼関係が築けていないこと。

7. 参考文献

- ・石原武政（2000）『まちづくりの中の小売業』,有斐閣選書。
- ・石原武政（2006）『小売業の外部性とまちづくり』,有斐閣。
- ・石原武政（2013）『タウンマネージャー―「まちの経営」を支える人と仕事』,学芸出版社。
- ・石原武政 西村幸夫（2010）『まちづくりを学ぶ―地域再生の見取り図』,有斐閣ブックス。
- ・香坂玲（2012）『地域再生―逆境から生まれる新たな試み』, 岩波書店。
- ・佐々木一成（2011）『地域ブランドと魅力あるまちづくり』,学芸出版社。
- ・清水勝彦（2011）『戦略と実行―組織コミュニケーションとは何か』,日経BP社。
- ・下平尾勲（2006）『地元学のすすめ』,新評論。
- ・総務省（2008）「地域資源を活用したまちづくり（島根県海士町）」,『地域力の創造・地方の再生・地域力創造優良事例集 平成20年度優良事例集1-3』。

- ・塚原正彦（2007）『ふるさと遺産』，株式会社日本地域社会研究所。
- ・松尾匡 西川芳昭 伊佐淳（2005）『市民参加のまちづくり【戦略編】—参加とリーダーシップ・自立とパートナー—』，創生社。
- ・宮副謙司（2014）『地域活性化マーケティング—地域価値を創る・高める方法論』，同友館。
- ・望月照彦 石森秀三 塚原正彦（2006）『地域文化資本の時代』，日本地域資源学会。
- ・横石知二（2013）『そうだ、葉っぱを売ろう！—過疎の町、どん底からの再生』，ソフトバンク クリエイティブ株式会社。
- ・好井裕明（2006）『「あたりまえ」をうたがう社会学—質的調査のセンス』，光文社。
- ・吉本哲郎（2008）『地元学をはじめよう』，岩波ジュニア新書。
- ・渡邊英彦（2011）『B 級ご当地グルメで 500 億円の町おこし』，朝日新聞出版。
- ・＜「ながさき」を歩こう 長崎さるく＞ <http://www.saruku.info/>（最終アクセス日 2015 年 10 月 30 日）

西日本インカレ事務局への連絡事項

特になし

＜企画シート作成上の注意＞

※本企画シートは、「日本語」で書かれたものとし、1 チーム・1 点提出してください。

※本企画シートの項目に沿って、ご記入をお願いいたします。各項目に文字数制限はありませんが、1～7 以外の項目を追加することは「不可」とさせていただきます。

※本企画シートは、西日本インカレ事務局への連絡事項と企画シート作成上の注意を含め、3 ページ以内に収めてください。事務局から審査員に渡す際は、A4 サイズでプリントし、3 ページ目までを渡します。

※大会参加申込み時点から、「参加メンバー」の変更があった場合、上記「西日本インカレ事務局への連絡事項」に記入してください。なお、本企画シート提出後のチーム名変更は「不可」とさせていただきます。

※企画内容は、未発表の（過去に他誌・HP などに発表されていない）ものに限ります。ただし、学校内での発表作品は未発表扱いとなります。

※商品写真、人物写真、音楽などを掲載・利用する場合、必ず著作権、版権の使用許諾を得てください。日経 BP 社・日経 BP マーケティング社は一切の責任を負いません。

※書籍や新聞等の文献から引用した場合は、出典先（使用した文献のタイトル・著者名・発行所名・発行年月など）を明記してください。統計・図表・文書等を引用した場合も同様に明記してください。また、Web サイト上の資料を利用した場合は、URL とアクセスした日付を明記してください。

※電話番号や住所などの個人情報は記載しないでください。

※その他、注意点については「企画シート・パワーポイントの作成および提出について」をご参照ください。