

## 博士論文の要旨及び審査結果の要旨

氏名	山崎 義広
学位	博士(学術)
学位記番号	新大院博(学)第86号
学位授与の日付	平成29年3月23日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当
博士論文名	多主体協働による地域ブランド構築の構図 - 中山間地の動態的把握による研究 -

論文審査委員	主査 准教授 長尾 雅信
	副査 准教授 平松 庸一
	副査 准教授 鷲見 英司

## 博士論文の要旨

本論文は地域ブランド構築の在り方について、協働を軸にした新たなフレームを提示することを目的としている。研究は地域ブランド研究と他分野の地域研究の知見を活かしながら、量的・質的な分析を組み合わせたトライアングレーションによる実証研究により、日本の地域への貢献を目指している。

論文は8つの章で構成され、大別して理論編・分析編とする2つのパートに分けられている。第一部は理論編として、地域ブランド構築に欠かせない諸要素を明確にし、それを醸成するための方法と課題について、既存研究のレビューにもとづき議論がなされている。1章では少子高齢化に伴う人口還流現象や、幅広い年齢層における地方へのU・Iターンの内実を分析している。2章と3章では先行研究において地域内外の主体が有形・無形の地域ブランド資産にアプローチする構図が存在し、地域ブランド構築において多様な主体の果たす役割の重要性が指摘される。ここでは多くの主体の協働の在り方について課題が存在することが示唆され、既存研究が取り扱ってきた協働の多くは都市部の公式的に形成された協働に照射しており、地方の中山間地域でみられる非公式な協働に対する知見が乏しいことが強調される。また様々な地域資産が乏しい地域において、地方自治体や企業など単一の主体による地域ブランドの構築が困難であることをふまえ、非公式な協働による地域ブランド構築という視点により、多様な主体が協働を通じて地域の価値を発見していくプロセスの照射の必要性が訴えられている。こうした問題意識をもとに、本研究は中山間地における十分に組織化されていない地域アクターの活動に焦点を当てる。またストレンジャー（よそ者）の存在が地域の新たな価値発見のトリガーとなる点を踏まえ、ストレンジャーを通じた協働による価値発見のプロセス（協働的価値発見）に踏み込んでいる。

第二部からは中山間地における地域ブランド構築の動態的把握に基づき、定量的・質的な実証分析がなされている。4章では中山間地における地域住民にとっての「場」の評価について定量的な検証がなされた。その結果、地域資産に対する評価の地域差の存在が明らかとなり、地域外との交流の重要性が明らかにされている。それを受けて5章では、地域にとってストレンジャーである地域おこし協力隊に焦点を当て、その地域の主体との協働による地域ブランディングの様相を、ケーススタディによって分析している。その結果、協働による地域資産の価値の発見（協働的価値発見）に至るプロセスが確認されるとともに、規模の小さな地域においてもストレンジャーが協働の促進に効果を発揮しうることが明らかになった。これらの結果を踏まえ、ストレンジャーが地域との相互作用をどう捉え、変容していくかという内的プロセスに対する分析の必要性が指摘された。そこでストレンジャーの内的プロセスを明らかにするために6章では、M-GTA (Modified Grounded Theory Approach, 修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチ) についての方法論的考察がなされた後、7章では小千谷市と妙高市の地域おこし協力隊に対して実施されたインタビューデータを、M-GTAによって分析がなされている。その結果、【地域サポート人材としての試行錯誤】、地域への溶け込みや地域からの拒絶感を知覚しうる【経験の俯瞰化】を経て、【避けられない事態の受容】と【よそ者からの変容】を内包した【地域を鏡とした自己変容】に至るという「地域サポート人材の変容プロセス」が明らかとなった。8章では、本研究を通じて明らかとなった多主体による地域ブランド構築の構図とその課題について論じられている。中山間地における協働的価値発見とは、ストレンジャーによる地域課題に対するリフレーミングと課題の再設定に端を発し、地域の主体との協働によって地域資産の再発見を行うプロセスであり、地域ブランド構築にとって欠かせない要素であることが明らかとなった。

本研究によってその重要性が確認された協働的価値発見とは、地域ブランド構築において起点を成すものである。その上で地域の内外の多様な主体が協働という行為を通じて地域の課題解決をはかりながら、そのコミュニケーションの基盤であるプラットフォームを形成していくという構造が明らかにされている。他方、非公式な協働では必ずしも段階的・計画的に実行がなされるものではなく、現場のイニシアチブで進む取り組みが自己組織的に結合していく要素が強いと想定される。そうした観点からも協働的価値発見は重要な起点である。その上で経時的に拡大する非公式な協働において、プラットフォームデザインをどのように行うかという新たな課題が生起される。そうしたプラットフォーム基盤の形成の課題を乗り越えてなされていくのが、多主体協働による地域ブランド構築であるということが明らかにされた。

#### 審査結果の要旨

本論文は多様化する地域課題に対し、マーケティング研究における地域ブランド論に立脚し、理論的、実務的貢献を目指したものである。理論的貢献は以下の点である。

第一に既存研究においてなされた従来の企業・製品ブランド論の地域への援用の限界を明確にした上で、地域にかかわる主体の不確定性の課題に対し、他研究分野の知見を積極的に援用することで、協働を軸とした新たな地平を開いた点にある。

第二に従来から地域課題に対しストレンジャー（よそ者）の存在が解決のトリガーとなる

ことが示唆されてきたが、実証的な分析が十分になされてこなかった。本論文ではストレンジャーの実像と地域側の主体との相互作用について、非公式な協働の拡大という観点から実証的な分析を試み、その構造を明らかにした点に意義がある。

第三は従来の地域研究においてはケーススタディが中心であったのに対し、統計解析、ケーススタディ、M-GTAといった量的・質的な分析手法を混合したトライアングレーションが試みられた点にある。統計解析においては大都市中心の地域ブランド資産評価を進めてきた既存研究に対し、同モデルを中山間地向けに改定し住民による評価の導出を行った。ケーススタディによる質的分析では、地域おこし協力隊の活動を事例として、中山間地において非公式に展開される協働について、既存のブランド研究以外からの理論的援用を企図し、協働理論に基づいた分析が行われ、発展段階に基づいた協働の有効性が明らかにされている。M-GTAによる質的分析では、ヒューマンケア領域で発展してきたM-GTAについてマーケティング研究への適用妥当性を議論した上で、ストレンジャーたる地域サポート人材に対し、インタビューを行った上でM-GTAを用い、地域課題に取り組むストレンジャーの内的プロセスを明らかにしている。これら分析手法の混合により、先行研究における主体の誘引と地域の内生性の喚起という理論的課題に対し、ストレンジャーをトリガーとしての役割に留めず、地域の他の主体との相互作用によって、主体と地域が変容していくという知見を導出することに成功している。

実務面においても、これらの知見は必ずしも地域資源が潤沢とはいえず、また強力なリーダーシップの発揮やマネジメントが困難とされる中山間地における地域振興に対し、重要な示唆をあたえるものである。明らかにされたストレンジャーの内的プロセスは、それを受け入れる地域にとり、彼らが効果的に活躍できるための土壌づくり、政策立案に有用な示唆を与えうる。

一方で本研究には幾つかの課題が存在する。本研究は中山間地における地域ブランド構築の新たな枠組みの提示を企図しながらも、地域ブランド構築の起点となる協働的価値発見に主な焦点が当てられている。そのため協働的価値発見に続くブランディングのステップに関する議論がやや不足している。次に、プラットフォームと協働的価値発見の関係性について、実証的な検証に基づいた精緻な議論が尽くされているとは言い難い。また事例で示されたストレンジャーと他主体との協働的価値発見のプロセスと、M-GTAによって分析されたストレンジャーの内的プロセスの理論的関連性について、さらなる分析と議論が求められる。しかしながらこれらの点は本研究の発展的な課題とも関連しているものであり、本論文の意義と価値を下げたものではない。本論文は十分な理論的、実証的研究がなされており、中山間地の振興策の効果を高めうる政策的示唆に富んでいる。

以上のことから、本審査委員会は本論文が博士（学術）の学位を授与するに値するものと判断した。