

ひととまちを元気にするシーズ情報誌

地域 マネジメント

Regional
Management

香川大学大学院
地域マネジメント
研究科 2019

vol.08

プロジェクト研究の成果

地域活性化のシーズ

巻頭特集

伝えたい香川ブランドの本性!

～この3食材が世界に知られたら?オリーブ・伊吹いりこ・希少糖～

巻末特集

座談会 MBA修了生が語る、地元での起業パワー!!

～香川ならではのビジネスで地域を元気に～



本誌は、香川大学大学院地域マネジメント研究科(香川大学ビジネススクール)が、毎年度末に修了予定者が提出する「プロジェクト研究及び地マネの修了生・現役生の活動」を四国内外に発信すべく企画されたものです。彼らの成果は実践的かつ、多くの地域活性化の「種」を含んでおり、地域の問題に悩む方々のヒントになるはず。また特集等では、四国に広がる地域資源(ヒト、モノ、マチ、文化など)を発信しています。その出自や現状をお伝えすることで、地域の問題解決の一助になることを期待します。

Contents

01 巻頭特集

伝えたい香川ブランドの本性!

～この3食材が世界に知られたら?オリーブ・伊吹いりこ・希少糖～

阿部 有香 香川大学大学院地域マネジメント研究科15期生



03 プロジェクト研究の成果

地域活性化のシーズ エピソード01～28

- エピソード01 大木 達章 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生
- エピソード02 川淵 丈裕 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生
- エピソード03 小宮 直子 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生
福田 泰弘 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生
- エピソード04 松良 聡子 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生
- エピソード05 三好 秀樹 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生
- エピソード06 山地 頼子 香川大学大学院地域マネジメント研究科14期生



23 巻末特集

MBA修了生が語る、地元での起業パワー!!

～香川ならではのビジネスで地域を元気に～

- 小林 憲由 香川大学大学院地域マネジメント研究科 第4期生
- 二ノ宮 敬治 香川大学大学院地域マネジメント研究科 第12期生
- 西村 美樹 香川大学大学院地域マネジメント研究科 第13期生
- 原 真志 香川大学大学院地域マネジメント研究科 研究科長



特集



希少糖のフィールドワークで(株)ルーヴさんへ(野崎社長と一緒に)

オリーブ 伊吹いりこ 希少糖
3つの地域食材を
フィールドワーク



伊吹島フィールドワークへ(左:伊吹いりこ作業風景 右:出荷の様子)

伝えたい香川ブランドの本性!

～この3食材が世界に知られたら?オリーブ・伊吹いりこ・希少糖～

2018年9月15日「地域マネジメント研究科第15期生が企画・運営したシンポジウムを行いました。香川ブランドの健康3食材を学生が選定した後、3チームに分かれ、実際の現場にフィールドワークへ。取材・調査研究を重ね、その現状や課題について発表。さらに、その地域食材を独自の経営手法や販売手段、観光インバウンドとの連携策で活用PRしている、地元トップリーダーの方々をお招きし、パネルディスカッション。幅広い視点から「食」を通じた地域活性化を学ぶ充実した内容は、会場を埋め尽くした大勢の皆様より、高い評価を頂きました。

Navigator

知っているようで「本当の価値」を十分理解できていなかった、貴重な地元の地域食材。実際の現場へ学生皆で足を運び、生産者の方々から貴重な話をお伺いする事で、今後の可能性を深く学ぶ事ができました。日中の仕事、夜の授業、課題レポートの数々をこなしながら、手を抜かず15期生皆で一体となってやり遂げた、心に残るシンポジウムとなりました。



阿部 有香
香川大学大学院
地域マネジメント研究科15期生
株式会社穴吹ラベル 代表取締役社長



井上 智博 社長 (㈱井上誠耕園)の講演



野崎 幸三 社長 (㈱ルーヴ)のコメントに続き、
平井 利彦 社長 (㈱平井料理システム)からも率直な意見をズバリ!



シンポジウム会場は超満員

リアルな生産現場へフィールドワーク

香川の食と言えば、認知度はやはり讃岐うどん。我々は「まだまだ世界では知られていないが、可能性のある魅力的な香川の健康食材」という新たな視点で、3つの食材を選定。3チームに分かれ、それぞれの食材に関わる「人」や「リアルな現場」での調査・研究を重ねた結果、自分たちの目で見て感じたそれぞれの「気づき」を第一部として発表しました。

伊吹いりこ 希少糖 オリーブ

まずは人口約550人の伊吹島へ。船に揺られて島で網元として漁師を営む岩田氏の元へフィールドワークに行きました。島に降

り立つと途端にイリコの香りが!島が一体となり、まさしく「家族経営」でイリコ漁が行われています。少しでも鮮度を維持するため、陸揚げされたイワシはポンプを使って直接釜の中へ。一気に塩茹でし、ベルトコンベアで乾燥機へ入れるまでの作業時間はなんとわずか10分。「伊吹いりこ」が特別なブランドの理由を生産現場で実感しました。現在の主な課題は、少子高齢化による今後の担い手不足。「家族経営を軸とするスタイルや、職人としての鮮度へのこだわり等、昔ながらの良さ伝統を守り抜くことに価値があると分かりつつも、島の外からの雇用も促進しなければ、現在の規模での生産は難しいとのお話でした。一方で、日本の原風景、なにもない良さに惹かれる外国人旅行者は

数多くいます。「伊吹島そのもの」にある物語を磨き上げて認知度を上げ、さらに「伊吹いりこに新しい付加価値を付けた一般的な商品を販売化」する事で、そのブランド力を浸透、地域食材と地域の人・観光を融合させれば、さらなる可能性や人材確保の糸口が広がるのでは...と感じました。実際に、伊吹いりこを使った高付加価値商品の開発販売を手掛けている、株式会社ルーヴの野崎社長の元へもインタビューを実施。「機能性の期待できるスイーツを作りたい」との想いから誕生した「いりこいり」は、美味しくスイーツを食べてカルシウム摂取も出来る優れたもの。2016年かがわ県産品コンクール優秀賞にも選ばれています。「伊吹産は一般的なものよりも高価だ



15期生代表よりごあいさつ
井本 圭祐

伊吹いりこについて学生発表
渡部 維大

希少糖について学生発表
桂 雅俊

小豆島オリーブについて学生発表
多田 泰之

15期生研究の気づき学生発表
浅野 哲臣

が、それに見合うだけの価値がある。伝統の継承に努めてもらいたい」との実直なご意見を頂き、生産者と加工業者が連携を図りながら、このようなブランド力を浸透させていく継続的な取り組みの必要性を痛感しました。

希少糖に関しては、残念ながら当初我々学生のほとんどが「何が普通の砂糖と異なるのか?」「どんな効果・効能があるのか?」等、明確に答えられなかったのが現状です。そしてそれこそが課題であり、「希少糖=ひとつの甘い物(砂糖)」ではなく、糖を構成する最小単位である「単糖」であり、50種類程度存在する様々な機能を持った成分の集合体である事、その健康効果等、もっと正しく一般の人々にも伝え知ってもらわねば!と強く認識しました。特に「希少糖ハイボール」等の希少糖を使った積極的な付加価値商品の開発販売で知られる、株式会社平井料理システムの平井社長からも「せっかく地元



パネルディスカッションの様子

香川大学が世界レベルの開発に成功した希少糖。さらに官民や民間企業が連携して、大学が研究開発した技術の製品化普及に取り組んでいくべきでは」との熱い応援も頂きました。

オリーブに関しては、他の2食材と比べると認知度も高く、特に「オリーブ=小豆島」という観光と結び付けたイメージは国内で定着しているようです。オリーブは初収穫まで年数を有することから、官による財政的な支援を行い、一大ブランドを目指し、官民挙げ

て6次産業化に取り組むなど“攻めの農業”を体現してきた事実も改めて学びました。小豆島にてオリーブ生産から商品開発、販売まで行っている企業3社へのフィールドワークや生産者からの苦労話をお伺いし、さらに小豆島観光協会の石床事務局からは、近年のインバウンド観光事業と結び付けた新しい地域戦略についても詳しくお聞きし、今後さらに世界に向けての発信「小豆島ブランド」の向上に努めていくべきだと認識を深めました。



シンポジウム開催にあたり、議論を重ね、15期生全員が興味を持つテーマの選定に意見を出し合った板書跡



一般の参加者から質問に対応していただきました

学生発表を受けて…

「井上誠耕園」井上社長の熱い講演

トップリーダーを交えたパネルディスカッション

第二部の基調講演では、小豆島出身の井上誠耕園3代目園主・井上社長にご登壇頂きました。高付加価値なオリーブ製品の商品開発やブランディング化、通信販売による新しい販路開拓を先駆けて進めてこられた経営手法と、その成功の裏にある若かりし頃の悔しい体験や地元小豆島への想い。地方における一次産業の生産者が、地域食材を世界に通用するブランドへと成長させていく、その情熱あふれる熱い講義に参加者全員が引き込まれ、地域活性化を目指す若い学生達にとって忘れられない時間となりました。

さらに第三部では、フィールドワークでもお世話になった平井料理システムの平井社長とルーヴの野崎社長、小豆島観光協会の石床事務局長の3名に井上社長も加わる豪華な顔ぶれによるパネルディスカッションを開催。地域の食材に新しい価値を加え、香川県の地域経済活性化を牽引されているトップリーダーの方々から、率直なご意見を頂きました。第一線の経営者同士によ

る本音トーク、ユーモアあふれる掛け合いに会場は終始笑いに包まれる一方で、「地域食材や地域観光の魅力を高め、これからの香川県の未来を自分達が創っていかねばとの想い」、来場者全員の表情が引き締まる場面もありました。

一体感あふれるシンポジウムを終えて…

オリーブは110年、伊吹イリコは150年と非常に長い歴史を有しており、香川県にとって誇るべき伝統が継承されています。いずれの食材も健康に資する機能性が潜在しており、エビデンスをより明らかにすることで、健康機能性食材としての可能性が期待できるのではないかと。また、この素晴らしい素材の良さを効果的にプロモーションすることで、今後大きく飛躍する可能性も潜在しており、要は“伸びしろ”は計り知れないという事を実感しました。ただ各現場は様々な課題も抱えています。特に6次産業化に関しては、井上社長のような食材の価値のブランディングに積極的に参画する地域のキーマンとなる人材の存在が必要であること。また、少子・高齢化による担い手不足は、これからより一層、大きな課題として浮彫になるのではないかと。ということです。

今回、学生フィールドワークを通じて、我々は大変多くの方々にお会いしました。“それぞれの食材に情熱を持って向き合う生産者”“その食材を用いて商品化に挑む加工業者”“地域の食材と地域観光を結び付け、インバウンドの開拓に挑戦する観光事業者”様々な方々と出会い、世界に通用するだろう食材やコンテンツが県内には多数存在することを再認識すると共に、香川県の大きな可能性と地元への誇りを強く感じました。重要なことは、それぞれの食材が持つ良さを一人でも多くの方が“正しく知ること”であり、我々にできることは、地域をあげて、その良さを“伝える”ことだと今、シンポジウムを終えて感じています。地域の素材を“香川県から県外へ”、または“世界”に発信していくためには、地域を上げて価値を醸成していくことが重要であり、我々、地域マネジメント研究科の学生ひとりひとりに、自分たちができる事から取り組んでいきたいと思えます。ご来場頂いた皆様、ご協力いただいた全ての方々に、心より御礼申し上げます。



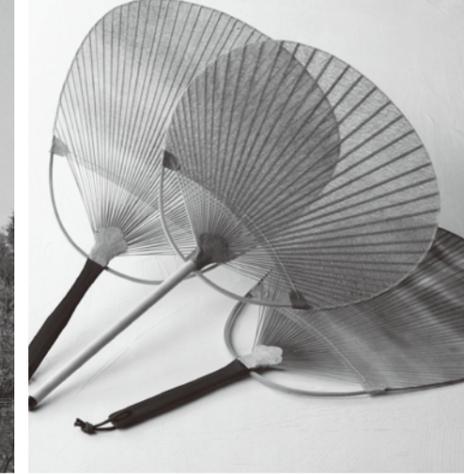
無事にシンポジウムを終え集合写真



シンポジウム終了後の打ち上げの様子



緊張から解放され、はじける15期生



2018

香川大学大学院地域マネジメント研究科 プロジェクト研究の成果

地域活性化のシーズ

地域マネジメント研究科では、毎年度末、修了予定者が修士論文に相当する実践的な「プロジェクト研究」を提出します。2018年度の彼らの成果の概要を紹介します。



ナショナルブランドとして トレンドに捉われずに 地域とお客様に貢献する マーケティング戦略を。

トレンドに沿ったマーケティング戦略を
中心に考えていくということは
地域のためではなく企業のエゴになり兼ねない。
2つの軸から研究を進めた結果を活かし、
貢献できる方法を調査し続けていく。



おおき たつあき
大木 達章
地域マネジメント研究科14期生
松山大学卒業後、四国コカ・コーラボトリン
グ株式会社(現、コカ・コーラボトラーズ
ジャパン株式会社)に入社。営業関連の現
場業務から現場マネジメント、本部の小売
店窓口、営業企画と、一貫して営業畑を歩
み、現在は小売店向けのコンサルテーシ
ョンを行う業務に従事。家族と愛媛とゴルフ
を愛する。

企業として地域との協働を 果たせていないのではないか

—今回のテーマを選択した理由をお聞かせく
ださい。

私はナショナルブランドの企業に勤めている
のですが、実際に地域との協働という点を考え
たときに、地場企業との差があるんじゃないか
なと思いました。中心部にいるのは地方自治
体、その外枠を担っているのが地場産業、ナ
ショナルブランドを扱う企業、さらに、その外側
には大企業がいる、そんな状況下で実際に地
域との協働を進めるというのは難しい状況で
はないかなというところが今回のテーマをしぼ
りこんだ背景になります(図1)。

その中で、地域の産地をわざわざ記載した
商品がだんだん増え出したのも、テーマを決め

た一つの要因です。実際に営業現場で販売し
ていたときに、ちょっと違った視点でその商品
を見てみると、この産地表記をトレンドとして採
用しているのは会社のエゴではないかと。企業
側のエゴとを感じる理由は、そのような製品があ
るにも関わらず、地域側に対しては何の貢献も
果たしていないと感じてしまうところ。本当に地
域との協働ができていくのかという問題意識
がある中で、自分が消費者目線に立ったときの
考えや発想がすべての起因ですね(図2)。

一どのように研究を進めていったのか、具体的
に教えていただけますか？

まずは、スケジューリングです。どういったこ
とを研究としていきたいか、この課題をどう明
らかにしていくかを考えたときに、本調査として
インタビューとアンケート調査を実施するべき
だなと思いました。アンケートだけでは自分が

明らかにしたい点を十分に補完をすることがで
きないというふうに感じていたので、そのデー
タをもとに地方自治体へインタビューをするこ
とが必要だと考えました。この2つを軸に研究
を進めることをまず決めました。

本研究を進める中で、本調査で予定していた
アンケートでは足りない要素がたくさんあること
に気づいたんです。それを調べるにはどうしたら
いいかなというのを、事前に調査して明らかに
することが必要となり、当初の予定より3か月の
遅れが生じました。が、正確な本調査することで
3か月分の遅れは十分に取り返せることができ
ると思っていましたので、本調査できちんと失敗
しないように準備をすることを意識しました。ス
ケジューリングや計画をどんどん見直しなが
ら、最後の論文を書き上げるころまでイメージを
した上で進めていきました。最も消費者の関心
があるのは果実名であり、産地名は4番目に
関心を集めているという結果となった(図3)。

大木氏のプロジェクト研究の概要

ナショナルブランドと地域との連携によるマーケティング戦略の効果 —原産地効果を用いたブランド戦略より垣間見える地域への課題—

研究で得た経験や失敗を 今後活かしていく

—研究にあたって苦労した点はどこでしょうか？

先生方に一番質問したのは、仮説というもの
をどう設定すればいいかです。最初にそれを設
定せずに本調査に入ろうとしたため、本調査の
設計に時間がかかってしまいました。仮説を設
定する方法や、仮説を設定する意義というのを
ちゃんと理解していなかったというのが苦労
した理由です。また、先行研究を参考にするべ
きでしたが、先行研究で明らかになっていない
のは、どういった要素かという視点だけで見て
しまっていました。それを仮説に應用するとい
う視点がなかったので、そこが失敗だったのか
と感じています。仮説を立てるためにはどうい

う要素が必要なのかを考えるのに苦労しまし
た。

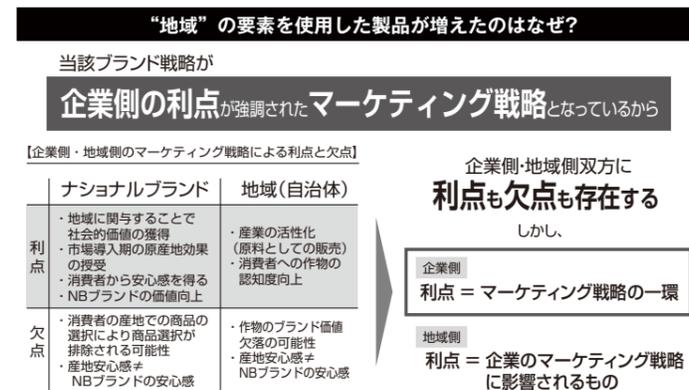
—今回、研究したことを、今後どんな形で活か
していきたいとお考えですか。

今回の研究をそのまま応用するというのは
難しいですが、研究を通して得た知見や仮説
の設定とそれに対する研究の進め方は、仕事
においてお客様の課題を抽出するときに役に
立っています。地マネには、建設的な理論で課
題を展開できる人がたくさんいました。例えば、
会社の中で起こったことを相談したとしても、
いきなり否定から入るのではなく、自分の環境
に当てはめてその見解を述べた上で、こうい
う意見もあるんじゃない？というような話がで
ける仲間がたくさんいるということに気づいた
ので、それが一番よかったかなというふうに

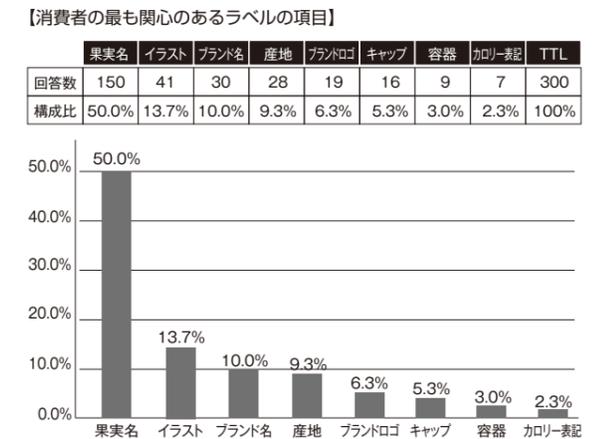
思っています。
基礎的なものをすべて網羅したわけじゃな
いですが、社会の中で活かすことのできる要
素は学ぶことができました。自分が苦手として
いるアカウンティングについても復習する機会
を得たので、それをきちんと継続して自分の知
識にしていきたいですね。自分には分からない
ことがあっても、それが得意な人がいるってこ
とも分かったので、そういう人に相談すること
を繰り返していきたいなと思います。また、マー
ケティングについて学ぶうちに、マーケティング
についての考察が浅いなと気づかされたこと
や、知らない言葉が多かったことで、先生のサ
ポートがなかったら研究自体が成り立っていな
かったと実感したので、もう一回、マーケティ
ングに対する知見を上げたいと思っています。



▲図1 本研究を始めるにあたって



▲図2 問題の所在と背景



▲図3 製品ラベルの消費者の認識



無形資産を伝えられる 金融機関としての独自性から さまざまな分析で、 隠れた企業価値を見出す。

あらゆる課題から無形資産をテーマに
定量分析と定性分析を用いて研究。
深い理解からリスクにチャレンジして
企業価値を見つけるための
サポートへとつなげる。



かわぶち たけひろ
川淵 丈裕
地域マネジメント研究科14期生
香川県出身。下関市立大学経済学部経済学
科卒業。
トモニリース株式会社入社、営業部門で約10
年間勤務し、現在は業務部に所属。

顧客との関係を大切に、
無形資産について考える

—今回のテーマを選択した理由をお聞かせく
ださい。

私は、香川銀行のグループ会社であるトモニ
リースに学卒後入社し、営業を10年ぐらゐ務
め、今は本部の仕事をやっています。仕事をし
ている中で、組織の問題や同僚との関係など、
たくさん課題はあるんですけど、一番大事なの
は顧客との関係。お客様に対してどういふ
に貢献していけるかです。お客様からすれば、
特色がないと高い安いで選ばれてしまう
という問題があります。どういったことを身に付
ければいいのか、それを探ることが特色を出す
ために必要なきっかけになるんじゃないかと考
えたのが最初の出発です。

その中で辿り着いたのが、無形資産です。仕事
柄、決算書をよく見るんですけど、それだ
けじゃこの会社はやっぱり語れないよねと思
うことがあります。載っている数字はよく見るし、
この数字は去年と比べてどうなのか、確認はす
るんですけど、それだけでは言い表すことが
できないものが当然あって。その背景にあるも
のは何かって考えたときに、無形資産という言
葉がピンとききました。

—実際に、どのように研究を進めていったかを
教えてください。

まずは先行研究を見て、具体的にどう進めて
いこうかを考えました。その中の一つ参考になる
ような無形資産に関する論文が一つあって、そ
こから少し展開が広がっていったように思いま
す。少し大きな視点から見た内容だったので、
それをもう少し地域の金融機関や地域の実態

に合わせた内容に落とし込んでいくということ
を基本にして、広げていくことにしました。中小
企業をダイレクトに調査できれば良かったので
すが、非開示のためデータを集めるのが困難
で、一般化されたものを導くために、ひとまず上
場企業のデータでやってみようということに。
先行研究からフレームを見出して、前半は定量
的な方法で進めました(表1)。ただ、中小企業
にどう生かせるのかっていう課題がずっと付き
まどっていたんです。そこで先生にアドバイスを
いただきながら、後半は定性的な方法に切り替
えて、インタビュー分析で深めていきました
(表2)。今振り返ると、インタビューに行って非
常によかったと思います(図1)。

川淵氏のプロジェクト研究の概要

無形資産が企業価値に与える影響について —上場企業を対象とした定量分析と中小企業への適用検討のための定性的調査—

地道な努力こそが、
企業としての独自性に

—研究にあたって苦労した点はどこでしょうか。

とにかく定量のデータを集めることには苦労
しましたね。自習室に籠って、いろんな会社の
決算書の有価証券報告書を開いては閉じて、
開いては閉じるという地道な作業を繰り返しま
した。そうしないとデータが集まってこないし、
分析もできませんからね。たくさん集まると重
回帰の有利性も増えてくるし、いろんな使用法
があると思います、そこは自分で汗をかいて、デ
ータセットを作るという方法を選択しました。前
半のセットデータをとって、ある程度結果が見
えてくるってとこまでが大変でした。本当にこれ
でいけるのかなとか不安になりながらも、問題

なく長いトンネルを抜けられて良かったと思
います。

—今後はどう活かしていこうと考えていますか？

仕事でお客様のところに訪問する際の会話
の引き出しがまた一つ増えたかなと。この2年
間の経験が、話す会話の内容に反映されるこ
とで、お客様との関係がまた違ったものにな
るんじゃないかなと期待しています。今は本部の
仕事をしてるんで、すぐにそれを活かす場面
は少ないですが、その重要性に気付いたわけ
ですから、そこから踏み込んで、後輩や上司に
も広げて、企業としての独自性につながれば、
それが本当に一番いいことなんだろうとは思
います。

数字も取ることイコール成果という世界では
ありますが、実はこういうことをやってるんだと

いうことが最終的にはいいと思います。
リスクにチャレンジしていくというのはもちろ
ん大事ではありますが、闇雲にチャレンジし
ただけではいけないので、今回の研究がその裏
付けとなるものになればいいですね。何でもリ
スクをとるというのではなくて、あるフレーム
の中で深い理解をしていくことができれば、関
わり方も変わると思うんです。見た目の数字だ
け見ると、状況が厳しい企業さんだとしても、
無形資産を把握することで、いや違うよと
いう説明や解釈ができればと思います。そうい
う視点を持つことで、他の企業やライバル会社
が足踏みをしたとしても、きりと光る何かを
持ち合わせていることに着目できるようにな
り、お手伝いできれば、金融機関としての独自
性が表れる。それが一番理想の形かなと思
います。

第1段階(定量分析)

「無形資産」と「企業価値」の関
係を明らかにすることを目的
として、上場企業の財務デー
タを使った定量分析

第2段階(定性分析)

定量調査の結果を踏まえ、中
小企業への適用を意識して、
無形資産投資の実態を把握す
るための定性分析

上場企業のデー
タから、無形資産投資
の有効性を確認した
うえで、中小企業へ
の適用を探る

▲図1 研究方法

▼表1 定量分析からの考察

		係数	標準誤差	t 値	
①tobinsq	rd	1.976	0.336	5.88	***
②tobinsnewq	r d	1.308	0.315	4.15	***
③simple_tobinsq	r d	4.352	0.966	4.50	

- ① 同族企業→代表者による意思決定が優先される
- ② オーナー経営者→リスクある投資(無形資産投資)に消極的である可能性がある

▼表2 定性分析からの考察

事実発見

①	無形資産蓄積のために、人材へ投資(取り組みを工夫)している
②	積極的にリスクを取るという姿勢はみられなかった(人材への投資もリスクを嗜好しているのではない)
③	金融機関と経営者の考えにギャップがある

- ①②は限られた経営資源を最大限有効活用するために選んだ方法である。リスクを嗜好しない姿勢は定量分析の結果とも整合的である
- ③金融機関が提供する情報や取り組みを評価していない



まちづくりで先進的な取り組みを行う フィンランド・エスポー市の事例から、 自治体が地域活性化のために 果たすべき役割を検討する。

地域イノベーションエコシステムを中心としたまちづくりが国際的に評価されているフィンランド・エスポー市。インタビュー調査等をもとにその仕組みを明らかにし、高松市の地域活性化に応用する方法とは。



こみや なおこ
小宮 直子

地域マネジメント研究科14期生
東京都出身。フィンランド・タンペレ大学大学院社会科学部研究科社会政策学専攻修士課程修了。2007年愛媛県へ1年間。コンサルティング会社、医療法人勤務を経て、2020年高松市へ移住。HOXIN株式会社にベンチャー企業の支援に従事している。



ふくだ やすひろ
福田 泰弘

地域マネジメント研究科14期生
香川県出身。早稲田大学法学部法律コース卒業。2007年高松市役所に入庁。税務、被災地派遣、防災、福祉等幅広い業務に従事。現在は健康福祉局福祉事務所に所属。

活性化している先進地域 エスポー市を深掘りする

—今回のテーマを選択した理由をお聞かせください。

K：地域マネジメント論の期末レポートで、地域活性化に取り組む先進事例を調べていたところ、フィンランド・エスポー市にたどり着きました。エスポー市は、まちづくりにおける様々な賞を受賞しており、国際的な評価も高いので、その取り組みについて調べてみたところ、さらに深く研究したいと感じました。

F：私は小宮さんのレポートを読ませていただいたことがきっかけです。創造都市を推進している高松市と比べながら、地域活性化につい

て何かヒントになるものが得られれば、と思いました。その時は研究対象の核となるものを何にするか、漠然としたイメージでしたが、共同研究を行えば、何か興味深い知見が得られそうだという感触はありました。

—エスポー市の街づくりについて、どのように研究を進めていきましたか。

K：まずは、エスポー市という都市の強みについて調べました。インターネットで公開されている情報や文献等を当たってみて、研究対象を何にするか検討していきました。しかし、それらの情報のみでは限界がありますので、プレ調査としてエスポー市の現地調査を行いました。イソン・オメナン・パルベルトリという複合公共施設を研究すること

に決め、2回目の現地調査では、運営に携わる職員と、市の政策立案を行うサービス開発ユニットの職員を中心にインタビューを行いました(表1)。そのデータをもとに内容を吟味しながら、施設開設から運営に至るまでのプロセスごとに並べ替え、分析を行っていきました(図1)。

F：定性的な研究なので、結果から考えるのではなく、原理原則を抽出し、立ち返りながら研究を進めていきました。ひたすら文字起こしを行い、コーディングを行っているときは、有意な結論が導けるか不安はありました。高松市のIKODE瓦町の関係者にインタビューし、管理職の方々に本音で話していただけたことは、様々な課題を明らかにすることが出来、良い研究につながったと思いました(図2)。

小宮氏・福田氏のプロジェクト研究の概要

地域イノベーションエコシステム推進主体としての自治体の役割 —フィンランド・エスポー市と高松市の事例から—

文献やインタビューから導き出した 魅力を活用した展開を

—研究にあたって苦労した点はどこでしょうか。

K：現地調査前に質問事項は考えていたのですが、どういったインタビューになるか、全く想定できなかったのが、不安はありました。フィンランドは簡単に行ける場所ではありませんし、7人の方にインタビューしたのですが、インタビューを終えるたびに新しく得た情報をその場で吟味し、次のインタビューに新しい質問を盛り込んでいくことは大変でした。

F：明確な数値が出る定量的な研究とは異なり、結論が導き出せるのか最後まで不安がありました。理論と現実、インタビューの内容を精査しながら、どの様にして原理を導き出していく

か、迷いながら研究を進めていきました。

—研究成果を今後どう生かしていきたいとお考えですか。

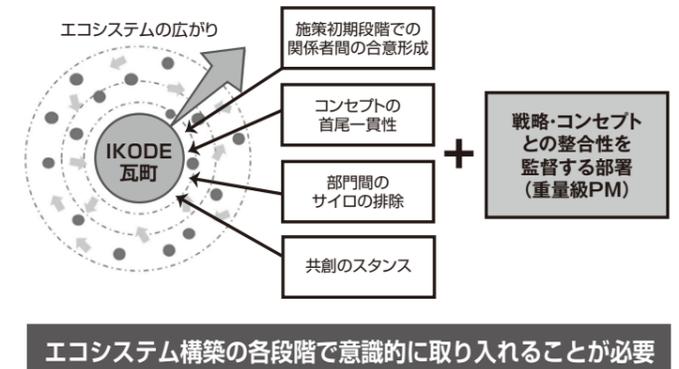
F：基礎自治体における現在の重要な課題、例えば地域共生社会の実現や大規模災害に対する防災体制の構築は、役所の一部署で対応出来るような問題ではありません。私自身防災政策に関するプロジェクトチームを担当していたことが地マネへの入学動機だったのですが、多様な主体が共創して行く環境作りが重要と考えます。本研究では、複合公共施設の準備段階から運営段階において、エスポー市の政策立案担当部門がどのような取り組みを行い、多様な主体が関わるイノベーションエコシステムを構築していったか、行政はどういった立ち位置で関与していけばよいか、ということを中心にしま

した。導き出した結論は、様々な組織レベルで応用可能なものだと思います。これからの業務にも活かしていきたいと思っています。

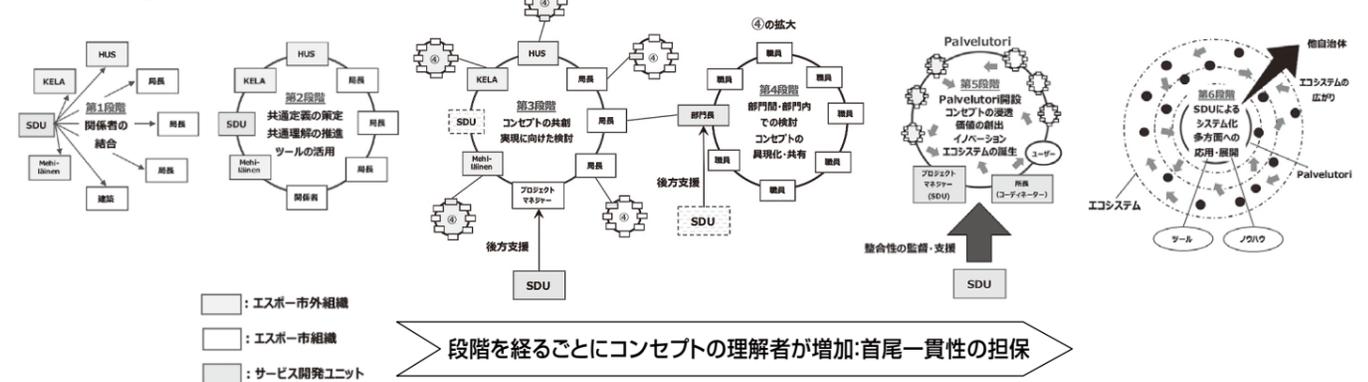
K：私は今の職場が自治体ではないので、直接的に生かすのは難しいかもしれませんが。しかし研究結果より明らかとなった、戦略とサービスの首尾一貫性の監督や組織のサイロ化を防ぐ仕組みや考え方は、多くの組織において応用できるのではないかと考えています。今後は、エスポー市にあるイノベーションガーデンの中で、自治体をはじめとした公共機関がどのような役割を果たしているか調べていければと考えています。また、研究を終えた後にもエスポー市の図書館が国際的な評価を受けたというニュースがありました。野心的な取り組みを次々と行っているエスポー市の取り組みに注目していきたいと思っています。

▼表1 推進主体としてのサービス開発ユニット(SDU)

項目	詳細
位置付け	フィンランド国内でも他に類を見ない自治体サービスの開発に特化した部署 市長室所管の組織内上位部署
設立経緯	2012年、サイロ化された行政組織を変革するため、市長の意向により設立
役割	役所内での コンサルタント的役割 役所外組織との 結局的役割
特徴	利用者 と 共創 を軸とした市の戦略「 エスポーストーリー 」と市のサービスの 融合性 を 監督
工夫	「 Make with Espoo プロダクトファミリー」という ツール を作成し、役所内外のサービス開発関係者へ ツールの活用 を推奨



開設準備～運営プロセスの6段階とSDUの役割



▲図1 エスポー市の複合公共施設の構築プロセス



これまでの問題意識が 研究のヒントに。 問題提起型広報によって 市民の協働意識を向上。

自治体の広報業務に携わる中で生じた疑問を解くカギを先行研究を探る過程で見え、行政が、市民に問題を投げかけ、ともに考える「問題提起型広報」という広報のあり方は、市民との協働につながるものではないか。



まつら あきこ
松良 聡子
地域マネジメント研究科14期生
一橋大学法学部卒業。
坂出市役所に入庁。保健課(現 けんこう課)、秘書広報課、産業課にて勤務。

問題提起する、という 広報のあり方を知る

—今回のテーマを選択した理由をお聞かせください。

私は、香川県坂出市役所で勤務しており、以前に広報業務(主に広報誌の作成)を担当していたのですが、その時に抱いていた問題意識が研究のきっかけになりました。

広報のあり方については、研修等で、市民に対して一方的に情報を「伝える広報」ではなく、広報誌を見た市民が「行動を起こすような広報」を目指しなさいと教わってきました。

あるとき、地元の商店街の衰退をテーマにした特集を企画しようとしたのですが、その頃、商店街のあり方について地域では明確な目標や答えが見出だせておらず、研修で教わったような、広報誌を読んだ市民に「起こしてほしい行動」も具体的にイメージ

できませんでした。こんなとき、広報誌が伝えるべきことは何なのだろうか、広報誌ではすでに方向性が決まっているテーマだけを取り上げるべきなのだろうかと疑問に思いながら、仕事をしていました。

大学院でプロジェクト研究のテーマを探しているとき、自分が、その疑問を解消できていないままであることを思い出したので、そこで、自治体の広報活動についての先行研究を調べると、北海道恵庭市で実施されていた「問題提起型広報」の存在を知りました。一般的な自治体では、広報誌で取り上げることがタブー視されているような地域の問題を正面から取り上げ、親しみやすい本音の文章で記された恵庭市の広報は、これまでに見てきた多くの広報誌とは全く別物に見えました。問題提起型広報によって、市民に地域の問題を投げかけ、一緒に解決していこうとする恵庭市では、実際に市民活動が盛んで、現在では100を超える団体が地域の課題に対して主体的に取り組んでいます。その真髓について、深く調べて

みたいと思い、この研究に取り組みました(図1)。

—問題提起型広報について、先行研究の中で知ったということですね。では、どのように研究を進めていきましたか。

当初は、問題提起型広報の特徴を整理し、それが協働にどんな影響を与えているか、自分の考えをまとめて、説明したいと考えていました。問題提起型広報と協働との関係を自分なりに「見える化」して関連付けることに意味があると思ったからです。

しかし、それをある先生に相談したとき、恵庭市の活発な協働と問題提起型広報との間に本当に関連性があるのか、それを証明しないまま、ただ自分の考え(推測)を述べるだけでは説得力がないのでは、というご指摘をいただきました。

そこで、問題提起型広報が市民の協働意識に与える影響を定量的に分析し証明するため、北海道恵庭市と坂出市で市民を対象

松良氏のプロジェクト研究の概要

市民の協働意識向上の規定要因および自治体が果たす役割に関する考察 —北海道恵庭市の問題提起型広報に関する分析より—

にしたアンケート調査を行うことにしました。北海道には1週間滞在し、恵庭市の職員や市民の方にご協力いただきながら、計500人程のデータを用いて分析することができました。

苦労した研究の要素を 汎用できるスキルとして

—研究にあたって苦労した点はどこでしょうか。

まずは、定量的な分析をするのに不可欠な「数値化」です。協働意識や問題提起型広

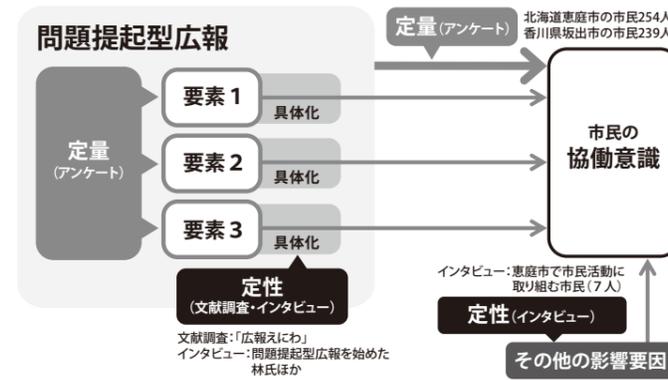
報という漠然としたものをどのようにしたら数値化できるか、アンケート調査ではどんな項目が必要か、先行研究を参考にしながら、自分の考えや主張(仮説)を加味して項目を設計していくのは大変でした。

また、アンケートの分析をしていく過程で、自分の立てた仮説が統計上有意とならないことも多く、そんなときは、毎度闇の中に放り出される感じがしました。先生や同級生に何度も相談しアドバイスをもらいながら、仮説を練り直しました(表1)。

—この2年間で学んだことの中で一番の発見は何でしたか?それを今後、どう活かして

いきたいとお考えですか。

これまででは、施策を検討する際に、経験や感覚のみに頼ってしまうことが多かったのですが、今回の研究で、データに基づく立案、検証、修正の一連の流れを経験できたことは貴重な経験でした。研究で行ったようなことを、本来は仕事においても行うべきと感じました。どんなデータを集めるべきか、どのように集めるべきか、から始まり、検証する際にも、事象による因果関係を把握するにはどのような分析が必要か、など、今後に役立つ視点を数多く得られたと感じています(図2)。



▲図1 研究方法

- 結論 1** 「問題提起型広報」がさまざまなルートによって、間接的に協働意識に影響を及ぼしていることが確認された
問題提起型広報の実施に対する意思決定材料
- 結論 2** 効果的な広報誌の要素を特定し、その具体化手法等を明らかにした
制作実務に対する有益な知見
- 結論 3** 問題提起型広報の限界とその補完的手法の例、また、公的使命感によらない、生活の充足の場としての協働の形を確認した
規範的アプローチによらない協働施策のあり方

▲図2 研究のまとめ

▼表1 分析結果(効果的な広報誌の要素と具体化手法、影響プロセス)

定量的分析		定性的分析(文献調査等)		
媒介変数	媒介変数に効果的な広報誌の要素	一般的な具体化手法	「広報えにわ」での具体化手法	影響プロセス
地域との連帯感 コミュニティ意識 (連帯・積極性)	課題への関心を高める	レイアウトや写真等の視覚的工夫、興味あるテーマを選ぶ	議論の接点(争点情報)を提示 広報えにわ平成6年11月号	問題意識の共有 →地域との連帯感
地域への主体性 コミュニティ意識 (自己決定)	課題への知識を高める	一般的な解決策に関する情報のみ	多様な視点に基づく情報提供 広報えにわ平成9年9月号	価値判断の内製化 →地域への主体性
地域の人とのつながり 社会関係資本	情報秘匿の回避	公開義務情報以外は、積極的に公開せず	課題を積極的にオープンにする 広報えにわ平成11年	記事の中に人間味・共感を生む →地域の人とのつながり
	市の方針がわかる(10%水準)	市の意見は、優等生的な意見のみ	市の見解を、素直・率直に表現 広報えにわ平成14年9月号	



情報システム構築プロジェクトを成功に導くためにどうあるべきか。チームのコミットを強め組織として向上していく方法とは。

情報システム関連のプロジェクトにおいては失敗の回避は永遠のテーマである。業界内の概念を見直すところから仮説を立て直し検証することにより真の「プロジェクト成功」の方法を模索する。



みよし ひでき
三好 秀樹
地域マネジメント研究科14期生
香川県出身。詫間電波高専(現:香川高専)卒業。富士通株式会社に入社後、システムエンジニアとして銀行・鉄道業等の大規模システム構築プロジェクトに従事。2015年より株式会社富士通四国インフォテックに勤務。プロジェクトマネジメント学会会員。

失敗に終わる理由に疑問を抱き、手探りで仮説を立てる

—今回の研究テーマにいたった経緯を教えてくださいませんか？

私はシステムエンジニアとして、顧客企業のシステム構築をずっとやってきました。大規模なプロジェクトに携わることも多く、長年プロジェクトマネージャーの役割を担っていました。現在はジェネラルマネージャーとして110人ほどの組織をマネジメントしつつ、自ら講師としてプロジェクトマネジメントに関する若手の教育もしています。自分がプロジェクトに携わってきた中で実感することでもありますが、毎年のように失敗するプロジェクトというのが出てくる。それをやっぱり何とかしなきゃいけないというのが、我々の業界では永遠のテーマなんです。プロジェクトが失敗する主原因は何なのか、と思索していたときに見つけたのが一つの先行研究でした。

その研究はプロジェクト計画の精度とベンダーの組織文化という観点で研究されていましたが、私がまず問題意識を抱いたのはもっと狭い範囲のことでした。我々はプロジェクト計画というものを作りますが、一生懸命作っている割には実はユーザー側にはあまり認識されていないというのが失敗の主な原因じゃないかっていうのが漠然とした仮説で、それを研究したいと最初は思っていたんです。そこで、そのつもりでユーザー側にインタビューに行ったのですが、インタビューしてみると相手はもっと広い範囲でものごとを見ている。計画書だけの問題じゃないと気付いたんです。インタビューするまでは、プロジェクト計画というものに対して、ユーザーが認識するレベルが高ければ高いほど、プロジェクトは成功する確率が高くなるんじゃないか？というようなイメージでした。というのも実務面で議論されるのは、そういう論点が多いので。要はプロジェクトの進め方やルールを作って、ユーザーも含めてちゃんとそれを守るといことなんです。インタビューでは、失敗の原因についての議論

から、成功させるために必要なことは何かという議論にまで及び、テーマの範囲が広がって俯瞰した形になったんです。そういう意味では探索的だったなと思います。

ベンダーとユーザーのズレこそが新たな発見に

—探索によって当初のテーマから若干軌道修正されて研究されたわけですが、実際どのように研究を進めていきましたか？

インタビューを開始する時点では、自分としてはプロジェクト計画というものをどの程度ユーザーが認識しているのかを聞きたいと思っていましたが、相手はもっと広い範囲でどうしても喋ってしまう。プロジェクトが失敗する原因はベンダーだけの問題ではないという意識はユーザー側にもあり、プロジェクトを成功させるためにはという観点から、ユーザー側のとるべき行動やベンダーへの期待、さらには社

三好氏のプロジェクト研究の概要

情報システム構築プロジェクトを成功に導く要因の研究

内の人材育成まで議論することになりました。つまり、失敗の原因ではなく、成功させるために重要な要因は何かということに変わったわけです。そこで、その観点からグラウンデッドセオリーアプローチによりインタビューデータを分析し、ユーザー側の認識から導かれるプロジェクトの成功要因についての仮説を設定しました。

では、その仮説が正しいということをどう検証するかということですが、定性的研究手法だけで進める場合はさらにインタビューを重ねてトライアンギュレーションという方法を用いることが一般的だと思いますが、私の場合は、より客観的に検証しようという考えから広くアンケートデータを取得して定量的に分析することしました。調査会社を利用してインターネットでのアンケートを実施し、統計分析手法を用いて検証を行いました。また、分析に用いた各変数間の関係性を構造的に理解するために、構造方程式モデリングという分析手法にもチャレ

ンジしてみました(図1)。

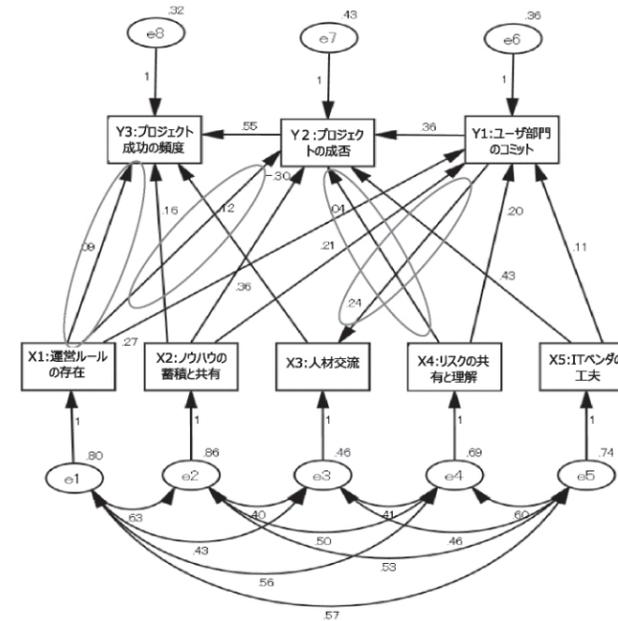
—研究を進める上で、苦労した点を教えてください。

苦労した点は、何を仮説に持ってくればいいのかっていうところなんです。最初は自分の思い込みで、こうじゃないかっていうふうに思っていたことが、研究を進めるうちに、どうもこの仮説ではだめだと気付く。自分では、きっと自分の仮説の考えに沿った意見がユーザー側から得られると思っているわけですが、どうもズレてきて、仮説をもう一度立て直す必要があったわけです。インタビューをしながら少し頭が整理されていったとはいえ、そのあたりが一番苦労しました。真摯に捉えて分析すればするほど自分の思い込みを捨てなければならぬし、ゼミの先生方にも説明できないといけぬ。そのチェーンジってやっぱり大変。ガラガラって統計を回すと出てくるようなものではなく、自分で考えぬ

いて、ピースを拾い集めてこないとい仮説にたどり着けない。コーディングして、バラバラになったものを、パラダイムモデルで紐解き、さらに概念モデルを構築するという事を通じて仮説にたどり着いたわけです。

—今後、ご自身の仕事において、今回の研究をいかに活かしていこうと考えていますか？

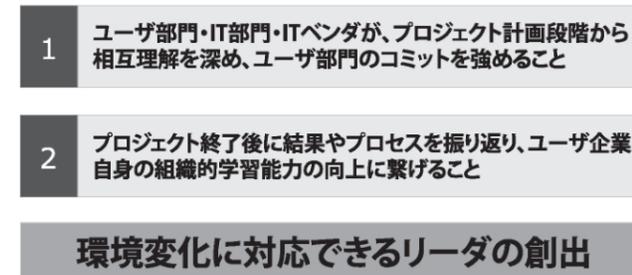
我々のように長年同じことをやってきている人間というのは、知識体系っていうのができあがっているんです。そういう人たちに、今回の研究結果をどのように伝えていこうかと考えると、なかなか難しいなとは思っています。ただ、そのための根拠となる検証結果が得られたと考えていますから、まずは学会誌への論文投稿について検討を進めているところです。これから様々な機会をとらえて研究で得た成果を波及させていくことができたらいいと思っています。



▲図1 構造方程式モデリングによる分析

評価指標値			
GF1	AGFI	CFI	RMSEA
.994	.943	.998	.054

パス係数				
	パス	係数	標準化係数	有意確率
Y1	← X5	.111	.110	.183
Y1	← X4	.199	.190	.024
Y1	← X2	.211	.226	.000
Y1	← X1	.267	.275	.000
Y2	← X5	.429	.383	.000
Y2	← X2	.356	.344	.000
X3	← Y1	.245	.260	.000
Y2	← X4	.043	.037	.654
Y2	← X1	-.295	-.274	.000
Y2	← Y1	.360	.324	.000
Y3	← X2	.165	.161	.008
Y3	← X3	.121	.104	.087
Y3	← X1	.086	.081	.206
Y3	← Y2	.552	.560	.000



▲図2 結論 情報システム構築プロジェクトを成功に導くには



▲図3 情報システム構築プロジェクトを成功に導く提言

動物愛護の観点から それぞれの立場で協働。 一頭でも多く命を救うために 今できることを考える。



香川県が犬の殺処分ワースト1という
事実は実はあまり知られていない。
ボランティアと行政がともに協働して
より動物たちにとって良い地域となるために
私たちは、今後どうすればいいのだろうか。



やまじ よりこ
山地 頼子
地域マネジメント研究科14期生
2019年よりボランティア団体「kagawa
paws-academy」を主宰し、動物保護の啓
蒙啓発活動を行う。医療法人社団 善紀ク
リニック理事。

多くの動物が殺処分される 香川県の現状を変えたい!

—今回のテーマに至った経緯と研究の進め方
をお聞かせいただけますか。

もともと動物が大好きだったので、殺処分に
関する問題を知ってから自分にできることは何
かなかなと考えていました。入学前にも保護
活動などをしていたのですが、卒業研究をする
にあたって、どんな問題に取り組もうかと考え
た時に、やはり動物愛護に関する研究、これを
私がするべきだと決意しました。

いざ研究を始めて一番驚いたのは、香川で
はこの現状を知らないという人がほとんど
だったということです。さぬき愛護センターが
先日開設したことで、新聞に一面で取り上げら
れたり、テレビ番組で保護犬が取り上げられ
たりするようになり、最近注目されるようにな
りましたが、研究を始めた1年前は、芸能人が活
動しているのなどをみんな見聞きはしてらっ
しゃるものの、それほど関心がない状態で…。
そういう状況の中、動物先進国である外国では
保護犬をはじめ、動物にどういった対応をして
いるのか知りたくて、インターネットや本でイギ

スやドイツ、アメリカの状況を調べて日本と比
較するところからスタートしました。次に今の
香川県の現状を知るために、譲渡会に向い
て話を伺うことも。愛護センターは去年まで香
川にはなかったの、一番近くの徳島県の施
設見学をし、行政の方にもお話をお聞きする
などして実態を確認。あとはインタビューをす
ることで対立軸を発見しようと、いろんな角度
で動物に関わっている方々にお話を伺いまし
ました。そこで獣医さんや保健所の嘱託職員
の方、トリマーさん、さまざまな立場の方にお
話をお聞きして対立軸を見つけました。四国
は殺処分の多い地域であることをわかったう
えで、何をしたいか考えました。目的は殺
処分を少なくすること。でも、どうアプロ
ーチすればいいかが分からない状態で、ゼミのた
びに先生にお聞きしながら一つひとつ研究し
ては、インタビューした内容を見ていただい
てアドバイスをいただきました。(表1)。

—研究の中で、特に香川県に対しての政策提
言として中間支援組織の必要性を述べていま
すが、そのモデルはどこからの発想だったの
でしょうか。

どうしても対立する立場になってしまう現状

があり、ボランティアが前向きな話をしたく
ても行政は一方的に進めているという話を耳に
しました。そこで、行政側にいろんな意見は反
映されないのかを確認したところ、そういう考
えはないということで、それではお互い歩み寄
ることができないかなと思ったんですね。誰かが
リーダーシップをとる必要があり、それはボラ
ンティアでは難しいんです。経済界の方など力
のある方がけん引してくれることで両者それ
ぞれの意見を聞いて、ちょっとずつ歩み寄るこ
とで協働が始まったら、ボランティア側から行政
へ困りごとの支援を強く要望するような一方的
な関係が変わるかなって、単純な発想から出
たのが中間支援組織です。

先進的な他都市を参考に 香川ならではの協働を

—研究の中で東広島という先進事例を見つ
けた経緯と、それを分析するにあたってどうい
うふうに取り組まれたかを合わせて教えていた
だけますか?

友人から東広島市で譲渡会があることを教

山地氏のプロジェクト研究の概要

「さぬき動物愛護センター」を中心にしたボランティアと行政の協働について —一頭でもその命を救うために—

えもらって、じゃあ行ってみようと思って行っ
てみたら、香川県とあまりにも違うので、すど
びっくりして、事例として比較させていただこう
と考えました。ボランティアの方にもお話を伺
いましたが、行政も賛同しているの、行政の
方もその場にいらっしやるんです。本当にみん
なが信頼しあって対等な関係で物事が進んで
いるのを実感しました。それは行政の方がボラ
ンティアさんの実情をきちんと知って協力しよ
うという、まさに協働というものが当てはまる
事例です。東広島市と比較することで、まだ香
川県には課題がいろいろ山積していることに
気づいたんです(図1、図2、表2)。

—今振り返ってみて、研究を進める上で苦労し
た点を教えていただけますか?

まずは、どこから手をつければいいのかとい
うことがひとつ。後は、やはり対立がある＝葛藤

があることなので、どちらかに傾いて話を聞く
のではなく、中立の立場で、その上でその方
たちが胸襟を開いて話してくださるような姿勢
を保つことが大変でした。また多方面からもの
ごとを見るように気を付けましたね。インタ
ビューを、データを集めて、そしてそれをどう
分析するかというところで、グランデッドセオ
リーとか、それに基づくパラダイムシフトのモ
デルっていうのを参考にしながら分析するの
も大変でした。

試行錯誤する中で、先生から共同という視
点を持つことをアドバイスされたり、ふとした
ことで東広島という先進事例の存在を知った
りと、偶然が重なってなんとか打破できた気が
します。

—この1年間で研究した成果を、この修了後
どのように生かそうとお考えですか?

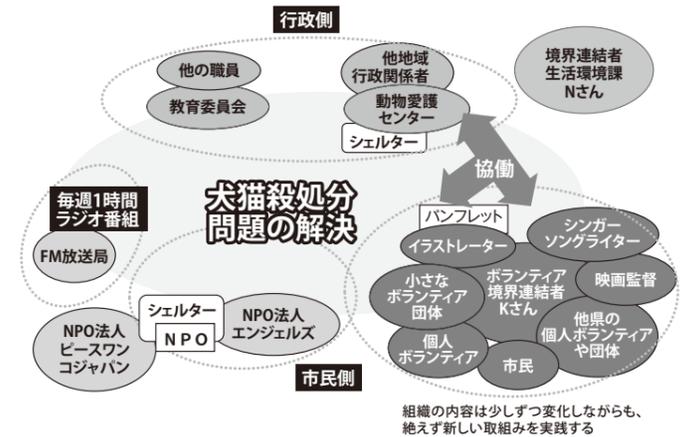
去年12月に啓蒙啓発ボランティアを立ち上
げて、子どもたち向けに「命の教室」などを行
う活動をはじめました。名前は、「kagawa
paws-academy」といいます。肉球のポーズ
です。当初は中間支援組織という立ち位置が
いいのかわかりませんが、自分は経済界や行政
に強いわけでもないの、そういう方々に協力
していただきながら、自身は少人数からでも啓
蒙啓発をしていこうつもりです。行政のこと、ボ
ランティアさんのこと、ネコカフェやドッグラン
の情報、そういうものを集約したサイトをつ
くり、行政にも許可をいただき公開していま
す。また、今回の研究で獣医師の先生の話をお
聞きしましたがそういった専門家の意見も参
考になると思うので、フリーペーパーなどを
製作して啓蒙啓発をしていこうとも思いま
す。まだNPOではないですが、活動組織とし
て殺処分の抑制に向けて具体的に活動しよ
うと考えています(図2)。

▼表1 統計結果「犬の殺処分ワースト順」

【出所】環境省 統計資料平成26～29年度、各県人口統計資料平成30年・地球生物会議(ALIVE)「全国動物行政アンケート」結果報告書 平成22～25年度版	H22年度	H23年度	H24年度	H25年度	H26年度	H27年度	H28年度	H29年度
ワースト1位	香川県 殺処分数(頭) 3,589 引取り数(頭) 4,262 殺処分率(%) 84.2	香川県 殺処分数(頭) 3,334 引取り数(頭) 4,271 殺処分率(%) 78.1	香川県 殺処分数(頭) 3,177 引取り数(頭) 3,893 殺処分率(%) 81.6	香川県 殺処分数(頭) 2,360 引取り数(頭) 2,582 殺処分率(%) 91.4	香川県 殺処分数(頭) 2,031 引取り数(頭) 2,431 殺処分率(%) 83.5	香川県 殺処分数(頭) 2,181 引取り数(頭) 2,678 殺処分率(%) 81.4	香川県 殺処分数(頭) 1,838 引取り数(頭) 2,464 殺処分率(%) 74.6	香川県 殺処分数(頭) 1,687 引取り数(頭) 2,428 殺処分率(%) 69.5
ワースト2位	徳島県 殺処分数(頭) 3,355 引取り数(頭) 3,668 殺処分率(%) 91.5	香川県 殺処分数(頭) 2,591 引取り数(頭) 2,763 殺処分率(%) 93.8	香川県 殺処分数(頭) 2,501 引取り数(頭) 3,190 殺処分率(%) 78.4	香川県 殺処分数(頭) 2,158 引取り数(頭) 3,188 殺処分率(%) 67.7	香川県 殺処分数(頭) 1,728 引取り数(頭) 2,560 殺処分率(%) 67.5	香川県 殺処分数(頭) 1,241 引取り数(頭) 2,172 殺処分率(%) 57.1	香川県 殺処分数(頭) 761 引取り数(頭) 1,139 殺処分率(%) 66.8	徳島県 殺処分数(頭) 608 引取り数(頭) 982 殺処分率(%) 61.9
ワースト3位	徳島県 殺処分数(頭) 2,705 引取り数(頭) 3,457 殺処分率(%) 78.2	香川県 殺処分数(頭) 2,430 引取り数(頭) 2,985 殺処分率(%) 81.4	香川県 殺処分数(頭) 2,236 引取り数(頭) 3,071 殺処分率(%) 72.8	香川県 殺処分数(頭) 1,826 引取り数(頭) 2,921 殺処分率(%) 62.5	香川県 殺処分数(頭) 1,551 引取り数(頭) 2,473 殺処分率(%) 62.7	香川県 殺処分数(頭) 1,073 引取り数(頭) 1,953 殺処分率(%) 54.9	香川県 殺処分数(頭) 603 引取り数(頭) 1,576 殺処分率(%) 38.2	香川県 殺処分数(頭) 603 引取り数(頭) 1,030 殺処分率(%) 58.5
ワースト4位	香川県 殺処分数(頭) 2,406 引取り数(頭) 3,872 殺処分率(%) 62.1	香川県 殺処分数(頭) 2,416 引取り数(頭) 3,789 殺処分率(%) 63.8	香川県 殺処分数(頭) 2,118 引取り数(頭) 2,289 殺処分率(%) 92.5	香川県 殺処分数(頭) 1,700 引取り数(頭) 2,770 殺処分率(%) 61.4	香川県 殺処分数(頭) 1,292 引取り数(頭) 2,289 殺処分率(%) 40.7	香川県 殺処分数(頭) 979 引取り数(頭) 1,479 殺処分率(%) 66.2	香川県 殺処分数(頭) 583 引取り数(頭) 1,668 殺処分率(%) 35.0	香川県 殺処分数(頭) 415 引取り数(頭) 1,089 殺処分率(%) 38.1
ワースト5位	香川県 殺処分数(頭) 2,289 引取り数(頭) 2,447 殺処分率(%) 93.6	香川県 殺処分数(頭) 2,339 引取り数(頭) 3,213 殺処分率(%) 72.7						

現在の人口 香川県 約96万人 徳島県 約145万人
愛媛県 約135万人 高松市 約282万人
※殺処分率=殺処分数÷引取り数

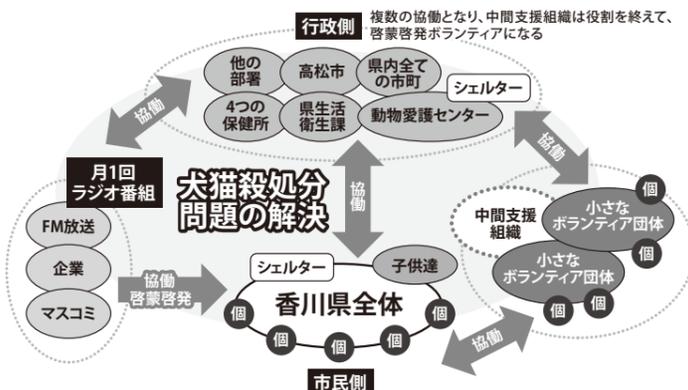
「動物の殺処分問題」は、国際的な芸術都市でもある香川県のイメージを大きく損なう喫緊の課題である



▲図1 東広島モデルの協働発展プロセス

▼表2 香川県の協働「キーファクター(東広島市)の香川モデルへの適用」

協働が上手く行われるための必要条件	香川モデルでの実現や位置づけ
① 良い境界連絡者	中間支援組織の境界連絡者が担う。
② 良い出会いときっかけ	中間支援組織の境界連絡者が結び付ける。
③ 定期的な会合	愛護センター完成までに第1回の会合開催が理想。センター開設後は、ボランティアと行政が互いに意思疎通を図る努力をする。
④ 広報による啓蒙啓発	マスコミや企業に、オール香川の気運を高める啓蒙啓発を担ってもらう。
⑤ 共感者の広がり	今まで情報があまり知られなかった県民に、啓蒙啓発がどんどん行われていくことで、共感者が広がる。 ・ボランティア、行政、マスコミや企業により ・中間支援組織による命の教室、ホームページ、フリーペーパーなど
⑥ 大きなシエルター	大規模なNPOが香川県にない。大きなシエルターを確保するためには、香川県全体をシエルターと捉える必要がある。
⑦ 協働の基本原則	動物愛護センター始動後に各組織で努力していくべきこと。



▲図2 香川県の協働「目指すべき香川モデルの協働発展プロセス」

2018

2018年度 プロジェクト研究の 概要〈01-28〉



ナショナルブランドと地域との連携によるマーケティング戦略の効果 —原産地効果を用いたブランド戦略より垣間見える地域への課題—

episode 01

大木 達章

本研究では、ナショナルブランドを扱う企業が“地域”の要素を使用したブランド戦略を展開する際、産地表記による影響(原産地効果)が消費者の製品購入意向の向上に関与するだけでなく、産地である地域への関心度にも関与するの事を明らかにすることを目的としている。また、企業と地域の双方にとって効果的な“地域”の要素を使用したブランド戦略とは何かを追求する。

本研究における分析の結果、産地の認知度が低い産品には期間限定などの限定条件を付与することで、消費者の製品選択率や購入意向が高まる事が明らかとなり、産地への関心度は産品に産地を記載することで得られ、購入意向が高まるとその効果が向上することが明らかとなった。さらに当該ブランド戦略を展開する上で消費者への「製品選択」「購買動機」「産地の認知」そして「地域との協働」の4つの段階において企業と地域が相互理解の下協働し、適切なアプローチを行う必要があることが明らかとなった。

無形資産が企業価値に与える影響について —上場企業を対象とした定量分析と中小企業への適用検討のための定性的調査—

episode 02

川淵 丈裕

金融機関の目利き力が試される中、従来の「担保主義」「スコアリング重視」からの脱却するため、決算書には表れてない「無形資産」に着目し、金融機関が企業分析の際の新たな指標づくりを目的とした。

上場企業の財務データを用いた定量分析では、無形資産投資が企業価値を高めるという結果が確認できた。しかし、同族企業における無形資産投資は企業価値にマイナスに作用するという新たな事実発見があった。

中小企業への定性的調査では、大企業とは違う形での無形資産投資の形として、中小企業は人材への投資を通じて無形資産の蓄積を図ろうとしていることが確認できた。

しかし、同時にリスクを嗜好していない姿勢も確認でき、金融機関が今後取り組んでいく課題は、企業独自の無形資産の把握を通じて、金融機関自らが自身をもってリスクをとった支援ができる環境づくりをする必要があると考えられる。

地域イノベーションエコシステム推進主体としての自治体の役割 —フィンランド・エスポー市と高松市の事例から—

episode 03

小宮 直子・福田 泰弘

高度化・複合化する今日の社会課題に対し、自治体単独での解決は困難であることから、多様な関係者による「共創」環境、イノベーションエコシステムの構築が有効である。本研究では、自治体がイノベーション推進主体として、どのような役割を果たせるか、フィンランド・エスポー市においてイノベーションプラットフォームとして成果を挙げているIson Omenan Palveltoriと、高松市の複合公共施設IKODE瓦町を比較し、有効な知見を得ることを目的とした。両施設の関係者へのインタビュー調査の結果、エスポー市ではサービス開発ユニットという重量級プロダクトマネージャーに比肩する組織体が、施設の準備段階から運営の過程に至るまで組織横断的に影響を及ぼし、部門間のサイロを排除しながら、コンセプトの敷衍、首尾一貫性の維持、共創環境の構築を行っている。本研究で明らかになったイノベーション推進主体の特性・作用は、高松市においても応用を検討する価値がある。

情報システム構築プロジェクトを成功に導く要因の研究

episode 05

三好 秀樹

企業の経営戦略における情報システムの重要性が高まる中、システムを構築するためのプロジェクトを当初の計画通りに完了することは容易ではない。本研究は、我国の情報システム構築プロジェクトの一般的な形であるユーザ企業によるITベンダへの外部委託を前提とし、ユーザ企業の観点からプロジェクトを成功に導く上で重要な要因を導出することを目的とした。

業界のキーパーソンへのインタビューから仮説を設定し、アンケートデータによる検証分析を行い、ユーザ企業の情報システム利用部門の関わり方の強さと、企業全体の組織的学習能力の高さが情報システム構築プロジェクトにおいて重要となることを明らかにした。その結果を踏まえ、これまで一般的に考えられていたプロジェクトの進め方について考察し、プロジェクト計画フェーズとプロジェクト終了後の振り返りフェーズを新たに定義することを提言している。

中小企業におけるコミュニケーションツール導入と組織への効果

episode 07

岩倉 洋平

中小企業の情報化が進む中、果たしてIT導入のみで企業の生産性は高まるのだろうか。

IT導入時に起こる影響は「時間短縮」や「効率化」のみでなく、組織構成や内部的にも何かしら影響を与えるのではないかと。

本研究では、ITと言われる分野の中でも、特に都市圏と地方圏で格差の大きい「社内情報の活用・共有」を対象とし、意思や情報を柔軟に伝達しやすい「コミュニケーションツール」に絞り、近年ツールを導入した中小企業を対象に、組織の内部的な変化や効果に関するインタビューを実施した。

結果、『(1)情報化に伴う組織コミットメントと組織貢献度』『(2)情報化に伴う意思決定権限の変化』の観点から分析し、事実発見を導き出した。

市民の協働意識向上の規定要因および自治体が果たす役割に関する考察 —北海道恵庭市の問題提起型広報に関する分析より—

episode 04

松良 聡子

本研究は、協働に関する行政の取り組みとして問題提起型広報に着目し、それが市民の協働意識に対して及ぼす影響について、北海道恵庭市及び香川県坂出市の市民アンケート調査によって検証した。

重回帰分析及び共分散構造分析の結果、問題提起型広報から協働意識への直接的な影響は確認されなかったものの、さまざまなルートを通じた間接的な影響が確認された。中でも、協働意識に最も大きな影響を及ぼす「コミュニティ意識(自己決定因子)」(地域への主体性意識)に対して、問題提起型広報が直接的影響を持つことを明らかにしたことは、本研究の大きな貢献である。その他、インタビューや実際の広報誌を用いた文献調査等によって、効果的な広報誌要素の具体化手法、また効果の波及プロセス等を確認した。さらに、恵庭市で市民活動を行う市民に対するインタビューによって協働意識の規定要因全体を把握し、問題提起型広報の役割を俯瞰することでその利点と限界を明らかにした。

「さぬき動物愛護センター」を中心としたボランティアと行政の協働について —一頭でもその命を救う為に—

episode 06

山地 頼子

芸術と自然が融合する場所として世界的に高い評価のある香川県だが、一方で、保健所に保護された犬の殺処分率では8年間連続ワースト1位という負の部分がある。本研究は、この犬猫殺処分問題を解決するために平成31年3月に開館する、「さぬき動物愛護センター」を中心としたボランティアと行政との協働について、先進事例である広島県東広島市をベンチマークとして考察した研究である。

ボランティアと行政との協働が非常に上手く行われている東広島市では、協働の好循環を促進し継続させるキーファクターとして、7つの必要条件と2つのインセンティブが明らかになった。そこで、現在、協働が行われていない香川県に東広島市のキーファクターを適用し、目指すべき香川モデル、つまりボランティアと行政だけではなく、それらの弱みを補う中間支援組織、マスコミや企業、県民全体を含めた5つの主体による複数の協働が、同時並行的あるいは複合的に展開するモデルを提案した。

ジェネリック医薬品の選択要因に関する研究

episode 08

岩室 博史

本研究は、患者のジェネリック選択の意思決定に影響を与える要因を見つけることを目的とする。先行研究では、医師のジェネリックに対する不信感や薬剤師の意識、患者の所得が影響することが示されている。しかし、一般の所得層を対象とした研究や基礎疾患の重症度による検証はなされていない。

医療提供者側に対しインタビュー調査を行った後、患者側に対するアンケート調査を行い、患者の所得、性別、疾患の重症度、医療関係者の説明などにより、ジェネリックに対する態度が異なるか検証した。結果、自身が慢性期疾患と急性期疾患の場合、医師の説明からくる信頼と飲み易さで有意な使用促進効果が見られた。一方、家族や知り合いへの勧奨に対しては自身の使用経験に基づく信頼、先発品と比較した際の効果や価格が有意な影響を及ぼすことが示された。キーファクターが、自身の使用では医師の説明からくる信頼、家族や知り合いへの勧奨では勧奨者の使用経験に基づく信頼と異なる点特徴的である。

私費留学生の就職活動と大学の就職支援に関する研究

episode 09

欧仁燦

留学生の日本での就職率が厳しい中、大学の就職支援サービスは留学生の就職促進において極めて重要である。そこで、本研究では、留学生の日本における就職活動に対する大学の就職支援について、地域間比較や就職支援が就職活動に与える効果について検証することを目的とする。そのために、留学生に対して就職活動や大学の就職支援についてアンケート調査を実施し、統計分析により検証を行った。

分析の結果、大学が提供している各種就職支援サービスの実施率は大都市の方が地方より高いものの、統計的に有意な差とは言えなかった。就職活動に対する効果については、大学の就職支援サービスの中でも実践的な支援サービスや説明会が、留学生にとっての満足度が高く、また就職活動を円滑にする効果があることが明らかとなった。分析の結果をふまえて、大学は留学生に特化した実践的な支援サービスや説明会の機会を提供すべきだと提案した。

香川県の製造業における労働力確保の在り方について

—外国人労働者の活用と機械による自動化・省人化を通じた生産性の向上に関する考察—

episode 11

岡田 賢治

生産年齢人口の減少により製造業は労働力不足が深刻な問題になっており、特に地方部や機械オペレーターなどの不規則な労働環境を強いられる職種では労働力の確保が一層困難となっている。そこで、本研究では香川県の製造業における労働力確保の在り方について、外国人労働者の活用と機械による自動化・省人化を通じた生産性の向上に焦点をあてた研究を行った。

香川県の製造業を中心に5社の関係者へ聞き取り調査を行い、企業が労働力不足解消のために外国人労働者の活用と生産性向上の2つの方法により対処する際に、外国人労働者を活用している企業は、雇用目的に応じて雇用形態を使い分けていることや生産性向上に取り組んでいる企業は、現時点ではまだ少なく今後の取り組むべき課題であることなどを明らかにした。さらに、今後も労働力不足を補うために外国人労働者の必要性は変わらないが、長期的な視点では生産性向上に取り組むべきであることを提案した。

古民家の活用と地域のがん支援相談所づくり

—旧秋本醫院で朝カフェを—

episode 13

川崎 知子

全国的にがん患者の数が高齢化に伴い増加しているが、地域でのがん患者や家族に対する精神的サポートが未整備である。本研究は古民家を活用している団体やがん支援相談所を行っている団体を先行事例として、岡山県都窪郡早島町にある古民家である旧秋本醫院を活用して地域にがん支援相談所を開設するための仕組みを考察し、「はやし朝カフェ」と朝市を実際に行うことで検証することである。

研究方法は先行事例である各施設へのヒアリング調査やイベント・カフェ・交流会に参加することで古民家活用方法やがん支援内容や地域交流の調査をし、その結果を古民家ヒアリング調査表やビジネスモデルキャンバスで分析することである。そして、具体的活用内容を「はやし朝カフェ」・朝市と決定し、参加者にアンケート調査をして、地域でのがん相談支援の効果を検証した。それらにより、旧秋本醫院活用活用のビジネスモデルとして朝カフェ・朝市と各種講座を行う案とリノベーション案を作成した。

希少農産物のマーケティング戦略の構築

—鳥取県米子市こぼやし農園栽培「21世紀梨」を事例に—

episode 10

大西 徹・小林 秀大

希少農産物がどうしたら売れ、小規模農園でも適用可能な持続可能性の高いマーケティング戦略を構築するためのヒントを見つけ出すことを研究の目的とした。

農業は国の基本をなす産業と位置付けられており、重要な産業であると言われている。しかし、内情は、農業離れや耕作放棄地の増加など多くの問題を抱えている。筆者の実家もこぼやし農園という農園を営んでいるという現実がある。しかし、小さな農園ながら、独自に「21世紀梨」というブランドを1から立ち上げ、農産物に新しい価値や意味づけを農家自身で考え取り組んでいるユニークな事例である。この21世紀梨を対象に研究を行うことで日本農業及び鳥取県梨産業に少しでも貢献できる知見を得られるのではないかと考え、仮説を設定し、リーンスタートアップという概念を用い、実験を複数回行い、仮説検証し、目的を達成しようと試み、ヒントを見つけ出すことができた。

香川県立中央病院における看護職員の職務継続対策への提言

—少子高齢化社会における3次救急病院の課題—

episode 12

加古 詳平

国全体として医療費抑制が喫緊の課題となっている中、香川県の3次救急病院の1つでは、新卒1年目の看護師離職率が全国平均よりも高いという課題がある。新卒看護師の高い離職率が続けば、病院現場に必要な十分な看護師を確保できず、安定した医療サービスの提供と高い収益の確保が困難になること、また、残った職員の負担が増加し看護師全体の離職傾向を強める要因になり得ることから早急な対策が必要である。

本研究では、香川県立中央病院に勤務する就業後5年以内の看護師や幹部看護師にインタビュー調査を行い、就業意欲を左右する要因を抽出・整理した。併せて、就業後5年以内の看護師を対象にアンケート調査を行い、調査結果では、「年次休暇等を取りやすい環境づくり」「誰でも情報を共有しやすい環境づくり」及び「ほっとできる十分なスペースの空間を作る(休憩室等)」が特に高い評価を得ていた。短期的対策として権威勾配をなくすための研修の開催等を、長期的対策として年次休暇等を取りやすい環境の検討等について提言を行った。

地方市場における一般住宅会社の効果的な広告プロモーション戦略モデルの提唱

—香川県における住宅会社N社の事例より—

episode 14

喜久山 知哉・坂東 祐介

本研究では、香川県内住宅着工棟数7年連続No.1の住宅会社N社を対象に、地方市場における広告プロモーションのあり方について考察した。同社主催の「感謝祭イベント」を調査地として、来場者11,566名を対象に「メディア選定調査」(有効回答数2,884名)と「コンテンツ開発調査」(有効回答数332名)を行い、消費者の購買行動の各ステージに適したメディア及びコンテンツの組み合わせについて検証した。

その結果、今後のプロモーション戦略では、マスメディアやウェブに加え、大型イベントを新たな販促メディアとして活用することで多種多様な顧客層の間での情報循環を促すべきであると結論付け、地方市場の住宅会社のプロモーションの実態に合わせたモデルである「情報循環型プロモーションモデル」を提唱した。

環境浄化微生物の活用による持続可能な地方創生のためのブランディング

—広告的ではなく、狭告的アプローチだからできる地域のブランド価値創造—

episode 15

志澤 愛

日本は国土の約7割弱を森林が占め、豊かな自然環境が地域の資源であるにもかかわらず、自然環境ではなくカネを最優先した地域振興が散見される。このままでは地域の持続可能性はいずれ失われるのではないだろうか。そんな危機感から、本研究では「自然環境を根底から見直すだけで地域のブランド価値を創造できる」という仮説を立て、検証した。

結果、自然環境の「浄化活動」が地域のブランディングに大きく貢献することを明らかにした。具体的には、環境浄化活動に熱心だが地域の価値創造に繋がっていない町、反対に、環境浄化活動は実施していないが偶然維持されてきた自然環境が誘因となり凶らずも地域の価値が創造された町を現地調査した。その中で、前者が活用している「環境浄化微生物」はいずれの地域にも有効に働く可能性があることがわかった。また、その行為は、地域のイノベーターらによって狭く深く伝えられることで活動の持続性を上げ、地域のブランド価値の創造にも繋がることを示唆された。

四国遍路の世界遺産登録推進活動についての考察

—地域文化の保存・継承に関する意識調査と実態調査を踏まえて—

episode 17

武田 健

「四国八十八箇所霊場と遍路道」世界遺産登録推進活動が、四国4県をあげて行われている。この推進活動に無関心や反対意見の把握、地域や文化に及ぼされる影響についての議論等が欠けているのではないかとといった視点から、検討材料の提示と対応策の提案、さらに地域文化の保存・継承に不可欠な住民の理解や協力を得るための考察を行った。

研究の方法は、四国八十八箇所霊場関係者や遍路文化の保存・継承活動を行う有識者、お遍路さん、地域住民など様々な立場の人へ聞き取り調査やアンケート調査を行い、四国遍路が世界遺産登録を目指すことや懸念される影響、推進活動に対する意見の収集・分析を行い、加えて四国遍路の実態調査を行った。

その結果、「四国遍路教育の必要性」、「地域住民が主体的に関わることの必要性」、「多言語対応が可能な宿泊施設の整備」、「四国遍路の文化を継承するための仕組みづくり」の四つの提言とその実践施策の提案に至った。

グループ会社A社における30代事務系社員の「組織を背負う意識」に関する考察

—中期経営計画の有効性を通して—

episode 19

谷本 正宏

A社において30代事務系社員は、他の年代に比べて極端に少ない。また、採用面などの対策も十分とは言えず、数的に層を厚くすることにも限界があるため、現在の社員を活用することでの質的な充実が求められる。本研究では組織コミットメントでは包含できていない中長期的な視点等を持つ「組織を背負う意識」に着目し、その「意識」に影響を持つ要因について定性研究を行った。結果、スキルや職務特性などが影響を及ぼす調整要因となっており、具体的には、事業環境等の外的要因による危機や問題意識の高まりはコントロール不可能であるものの、職務上、全社的な数値を扱う経理職などを経験することで危機・問題意識を高めることが明らかとなり、計数を扱うような業務を早い段階で経験させるなど、全社的な目線を持つ機会を増やす必要がある。

なお、中期経営計画の有効性については、その浸透状況の低さから『組織を背負う意識』への明確な要因は見出せなかったため今後の課題としたい。

非営利組織の資金調達についての一考察

—社会的支援収入の獲得における事例分析—

episode 16

高橋 暢茂

私たちが生活している社会には様々な課題がある。社会課題の中には市場取引で解決し得ないものがあり、行政でも対応が難しいものもある。非営利組織はそのような課題に対し迅速に取り組んでいる。しかし、非営利組織が行う事業の受益者は社会的弱者が多く、収益を確保することが難しい。非営利組織は事業を継続するための資金調達が大きな課題となっている。

本研究は、非営利組織の活動と資金調達がどのように関連しているか、また資金提供者の動機づけと支援先の選定要因は何かを検証するものである。先進的な組織運営を行う非営利組織2団体、資金提供者2団体を選定し、代表者等にインタビューを実施、そのデータを定性的に分析した。結果、非営利組織の課題解決への情熱や経営力、自己変革能力が資金提供者の支援へと繋がる要因である可能性が示された。非営利組織が資金調達力を高め、活動を継続することで社会課題の解決が推進されることが期待される。

観光地経営における必要要件の抽出と地域金融機関の役割

episode 18

武智 雅宏

本研究では、日本版DMOに対する地域金融機関の果たす役割や機能を明確化することを目的としている。地域活性化を図る手段として『観光』が注目を浴び、観光を推進する組織として日本版DMOの設立支援を政府は行っている。そんな中、成長産業と言われる観光に対して私自身、勤務する地域金融機関でどのように取り組んでいくべきか執行錯誤している。

そこで、地域金融機関が観光振興に深く関わっている地域として大分県由布市を取り上げる。由布市の日本版DMOのキーマンとその日本版DMOに出向していた地域金融機関の職員にインタビューを行い、グラウンデッド・セオリー・アプローチで理論化を試みた。2つのインタビューから導き出したパラダイム・モデルを時系列に並べ考察し、地域金融機関の地域観光におけるダイナミックモデルを得た。そこから提言として、「地域に対する目利き力」「理念の共有」「持続可能で継続的な支援体制」の3つを挙げる。

S医療専門学校学生のキャリアに対する意識の調査

episode 20

浪尾 敬一

キャリアアンカーとは、心理学者エドガー・シャインによって提唱された概念であり、自らのキャリアを選択する際に、最も大切な価値観や欲求のことを指す。筆者が勤務するS医療専門学校には7学科があるものの、学科固有のキャリアアンカーの特徴の把握やそれを考慮した教育編成と学生指導を行っていないという課題を抱えている。そこで本研究では、学科や個人属性毎にどのようなキャリアアンカーの傾向があるのかを検証するために全校生徒へのアンケート調査を行なった。

学科毎のキャリアアンカーの指向について分析した結果、起業家的創造性の指向が高い鍼灸マッサージ学科、鍼灸学科、柔道整復学科は起業家的創造性の指向が高く、女性に専門性、全般管理、自立独立、起業家的創造性、挑戦の指向が低いことなどが明らかになった。これらの結果により、属性毎のキャリアアンカーを考慮した内容を教育課程編成などに盛り込むなどすれば、学生の満足度と学生募集に大きな力になるものと考えられる。

福祉用具市場に「専門性」をインストールする企業の役割

episode 21

秦一弘

福祉用具とは車いす等の用具の総称である。福祉用具を利用するには福祉用具専門相談員(以下、相談員と表記)とケアマネジャー(以下CMと表記)が役割を担う。福祉用具市場には、相談員が福祉用具を選定する上で必要となる「専門性」を發揮出来ていないという潜在的課題がある。このことは、利用者福祉用具を選定する際にミスマッチが起こるリスクがある。

本研究の目的は、利用者が適切な福祉用具を使用できるシステムの導入検討である。仮説検証の結果、問題の所在として(1)相談員が利用者ではなくCM重視であり、利用者の身体状況等を十分に把握していないこと(2)CMが抱く「専門性」に対する潜在的ニーズを表面的ニーズに変えるだけの営業スキルが相談員に不足していることが明らかとなった。以上を踏まえて、本研究ではCMの潜在的ニーズを表面的ニーズに変革させる営業手法等の教育システムの確立、全ての利用者へのモニタリング訪問を可能にするシステムの確立等を提言した。

臨床工学技士における上級者向け教育についての提言

episode 22

東村厚彦

近年、医療を取り巻く環境は年々厳しさを増し、経営力強化を目的に、医療機関にも管理会計システムが導入され始め、医療専門職の管理職にもミドル層としての役割を果たすことが求められている。しかし、医療専門職は育成過程において体系的なマネジメント教育をほとんど受けていないという現状がある。本研究は、医療専門職の一つである臨床工学技士(CE)に着目し、CEの上級者向け教育の必要性と教育内容を明らかにするため、香川県内CEを対象にアンケート調査とインタビュー調査を実施した。

その結果、上級者として不足している能力として「リーダーシップ」や「人材育成」が明らかとなった。その背景として病院内に上級者育成のシステムが未整備であることが考えられる。また、CE組織の多数を占める10~14人規模における上級者の役割を検討し、その役割を果たすための能力として、組織全体が目標を達成するための動機付け等が身に付くような教育内容が必要であると提言を行った。

サービスステーションY社の顧客満足経営に関する一考察

episode 27

山内将嗣

本研究は、サービスステーション(以下、SS)業界が行っていくべき顧客満足経営の詳細を抽出することを目的とした。SSのY社を考察対象に、顧客へのアンケート調査を行い、その分析結果に基づいた改善策や各施策の実行可能性について、同社従業員にインタビュー調査を実施した。

その結果、SSの利用意向は顧客の「接客」「商品」「施設」に対する満足度が影響しており、これらの満足度を高めるためには、従業員の「接客マニュアルの作成」「育成基準の設定」「接客の向上」「環境整備」を見直す必要性が明らかとなった。また、これらを循環させることが業績向上に繋がる可能性を示し、顧客満足経営を実現するための主な必要条件として「顧客満足向上を目的としたルール」「安定的なサービス提供のための育成基準」「商品・サービス提案を可能とする体制」を提示した。今後も変わりゆくSS業界において、顧客ニーズと新たな課題を探索し、その改善に向けて継続的に取り組む必要がある。

電力会社のトラブル・不祥事の際のプレスリリースが企業価値に与える影響について

episode 28

山田晋平

企業経営において、広報部門が果たす役割はますます増している。ただし広報対応、特にプレスリリースについては、プレス担当者や経営者の判断・センスに依るところが大きい。そのため、著者が所属する電力業界のトラブル・不祥事の際のプレス対応で毀損した企業価値がプレスリリースによってどれほど回復したか、という視点で対応を評価したいと考えた。

定量情報・質的情報の両面から回帰分析を行った結果、トラブル・不祥事の発生日からプレスまでの期間は短く、記者会見を開催した方が良いという結果が得られた。また、トラブル・不祥事が市場に与える影響が大きいほど、プレスを出すことによる株価の超過収益率の回復効果があることもわかった。

また、その時に発表するプレスリリースの内容として、効果的な要素はトラブルや不祥事の「終結宣言」や「当座の対処方法」であり、一般的に良く発表される「再発防止策」については超過収益率の回復に有意ではないとの結果を得た。

次世代環境規制への船用ディーゼルエンジンの多様な技術対策に関する検討

episode 23

冬木将博

昨今、地球環境保全の重要性が益々高まっている。海運業では世界経済(国際間の海上荷動き、為替等)と関係が深く、今後の世界経済の発展と地球環境保全を両立するためには一層の環境負荷低減努力が必須であり、海運業界における環境規制も段階的に厳しくなっている。

外航船向け、船舶用低速エンジンを製造するA社を対象に、日本とマレーシア航路にてエンジン原価、燃費等が異なる、モデル α 、 β 、 γ のエンジンをそれぞれ搭載した場合を検討した。A社のヒアリングを踏まえて、モデルケースの船価、燃料単価等の前提条件の精査を行い、環境規制対策方法・運行回数・エンジン原価を変化させた場合のシミュレーションを行った。シミュレーション結果より、顧客、顧客と企業の立場によって便益が異なり、海上荷動き・為替等不確実性がある中、環境規制に対応したエンジンを選択する難しさがあることが分かった。

地域を題材とした子供へのMBA教育は成立するか

episode 24

松下一哉

人口減少や商店街のシャッター街化等の地域の様々な課題を解決するために、子供たちが地元経営者や様々な取り組みをしている人達から、その人の体験や知識を元にしたMBA教育(経営の知識、分析力や問題解決能力、情報発信能力等の習得)を、楽しみながら学ぶことが出来る「キッズMBA」という取り組みを考案した。

「キッズMBA」について、SWOT分析やディスカッションを含むマーケティングに関する講義に加え、フィールドワーク、ワークショップ等を交え、子供が楽しめる内容を盛り込んだイベントを行った。イベント後の子供へのアンケートによると、MBA要素の強い講義に対する評価が高かったことから、「子供でもMBA教育を楽しみながら学ぶことができ、キッズMBAにはニーズがあるということが明らかになった。

アルバイトとインターンシップが大学生の就職活動自己効力感及び職業観形成に与える影響

episode 25

矢倉芳彦

本研究では、大学生・大学院生が企業と関わる代表的な活動のアルバイトとインターンシップに着目し、それらの経験が「自己効力感」と「職業観」の形成にどのように影響しているかを明らかにする目的でアンケート調査を実施した。

分析の結果、アルバイトについては学費や生活費などお金を獲得するために始める動機が強いが、仕事においては自分自身で決定できる部分が多く、その経験から効率的な仕事の仕方を覚えられることが判明した。インターンシップは、仕事内容への興味や将来役立つものが得られるという動機で始められる傾向があり、仕事においては上司や社員からフィードバックがあり、その経験は自分の長所や短所の理解につながっていることが判明した。また、両経験を「自己効力感」と「職業観」の形成につなげるには、経験からどのような態度を獲得出来たかといったことや学生の持つ社会人基礎力が重要な要因であることが判明した。

外国人と小学生の交流イベントについての考察

episode 26

矢野愛弓美

本研究では、小学生が外国人とコミュニケーションを取るイベントはどう行えば英語学習の場として効果的なのか、ゲストハウスでイベントを開催することで宿泊者増加につなげるのが可能か実際にイベントを開催して考察した。今回は小3~6年の小学生と在日外国人を対象に英語を使ってゲームをするイベントを開催した。

その結果、小学生は能動的なイベント、保護者は小学生と保護者が一緒に楽しめるイベントに興味があることが分かった。今回、ゲストハウスは宿泊場所ではなく、イベントを開催する場所としての認識しかなかったため、複数回同じ場所で行うことで少しずつ認知度を上げていき宿泊者増加につながる可能性がある。2歳~中学生の参加希望があり、英語を使ったイベントに幅広い需要があることが確認できた。こういったイベントは訪日外国人の観光の場としても成り立つ可能性があると考えた。今後は訪日外国人対象のイベントもしていきたい。



プロジェクト研究テーマ一覧(過去3年間)

2015年度 プロジェクト研究

- ◆離島における通信販売ビジネスモデルの構築
～香川県丸亀市手島栽培の唐辛子「香川本鷹」の広告コミュニケーション戦略を中心に～
- ◆域学連携の課題と対応策に関する研究～高知大学と香川大学の取組に着目して～
- ◆要介護認定者を中心とした地域ICTサポートシステムの構築
～高松市地域包括ケアシステムの構築に向けて～
- ◆法規制を担当する地方公務員のメンタルヘルス対策
～高ストレス業務(行政指導、苦情処理)を行う職場の改善に向けて～
- ◆八間川にホテルが舞う日プロジェクト
～情緒的アプローチで八間川に対する人々の評価・関心を高める～
- ◆新産業創出に向けた金融機関からの支援策に関する研究
～徳島県の糖尿病対策事業と健康産業創出事業～
- ◆高松市中央商店街協力関係構築による賑わい作り
～常磐町商店街をモデルケースとして～
- ◆お接待文化による差別化～「四国八十八箇所霊場と遍路道」の世界遺産登録に向けて～
- ◆事業構造の変革による企業価値向上について～地方鉄道のグループ会社再編～
- ◆高松市の薬剤師と薬局経営者のための地域ポータルサイトビジネス
- ◆教育に島に未来を託す～小豆島の高校魅力化と地域の役割を問う～
- ◆新規観光客獲得に向けて地域PR方策～動画とライトノベルの作成と活用による分析～
- ◆介護職員の労働環境問題の改善に向けた研究
～新たな取組を通して民間事業所における介護職員の負担軽減を考える～
- ◆地域スポーツの未来像についての提言～スポーツの力で元気なまちづくり～
- ◆地域博物館における地域活性化事業の在り方
～公益財団法人が運営する「香美市立やなせたかし記念館」の事例より～
- ◆民間アーティスト・イン・レジデンスの研究
- ◆香川県における若年無業者の就業支援～「地域若者サポートステーション」を中心に～
- ◆非正規従業員のプロアクティブ行動についての考察
- ◆中国における香川県オリブオイルの輸出戦略
- ◆「ゆめキッズランニングパートナーズ」ビジネスプランの考察
～放課後児童クラブによる、こどもの自尊感情の向上とコミュニティ活性化をめざして～
- ◆ご当地グルメの地域ブランド化プロセス～丸亀・骨付鳥への適用と提案～
- ◆燃え上がり讃岐、俺たちのカマ魂(タマ)～イベントによる観客数増加で香川のにぎわい創出～
- ◆自治体職員の職務上の経験と組織への帰属意識についての研究
- ◆地方都市の公共施設整備においてのPFIの活用
- ◆経営者能力が中小企業の存続・成長に及ぼす影響

2016年度 プロジェクト研究

- ◆中山間地域における高齢者共同住宅の可能性
～条件不利地域の生活を維持する観点から～
- ◆香川県におけるひとり親家庭支援の方向性と体制構築
- ◆高松市に対するシビックプライドの醸成に関する研究
- ◆香川県「福祉でまちづくり」の今後の展開に関する考察
～複合的な福祉ニーズに対する相談支援体制の充実に向けて～
- ◆LED光源を用いた光音響イメージング技術の事業性評価
- ◆「地域住民の作成した動画」と「SNS」を活用した
地域観光情報の有効な発信方法について
- ◆香川県において医師不足・医師偏在が存在する状況下で
地域内調整により地域医療を確保することは可能か
- ◆研究開発者の人材マネジメント～技術コミュニケーションの視点から～
- ◆MBA学生の志向性とアウトプットに関する実証研究
～経営系専門職大学院学生・修士生の意識調査による探索的研究～
- ◆小豆島素麺製造業の海外事業展開の可能性について
- ◆地域包括ケアシステムの受け皿の考察～鍼灸、マッサージ等施術所の活用について～
- ◆中小企業でのメンター制度による人材育成促進の可能性
～若年者に対する指導者のメンタリング行動の観点から～
- ◆専門商社の中国進出の役割と課題～FA業界の専門商社の事例研究～
- ◆ネパールにおける日本人観光客の誘致戦略
～ウェブメディア及びコンテンツ戦略を中心に～
- ◆製造業と普通科高校をつなぐインターンシップの可能性
- ◆外国人留学生の就職活動を活性化させる人材交流の可能性
～香川県をモデルケースとして～
- ◆「森のようちえん」の社会化と香川県における実践について
- ◆将棋を通じた地域住民の交流促進に関する研究
- ◆介護老人保健施設における地域づくりの在り方
～要介護高齢者と小学生のふれあいを通して～
- ◆地方都市における中国人観光客向けのプロモーション戦略
～高松中央商店街およびドラッグストアの事例を中心に～
- ◆連結経営たる企業集団の株主価値創造について
～EVA(経済的付加価値)の視点に基づく実証分析～
- ◆サンゴ保全への参加形態の相違が参加者の行動意向と
ステークホルダーとの関係構築に与える影響について
- ◆事業継承における海外戦略の位置付けについて
～小豆島の小さなそうめん屋をケースとして～
- ◆妊婦健診の課題とICTを活用した遠隔妊婦健診の可能性
- ◆介護付き有料老人ホームに対する効果的な広告プロモーションの提唱
～香川県における介護付き有料老人ホームA社の事例を中心に～
- ◆リノベーションまちづくりの継続要因と丸亀市への提言
- ◆地域住民が主体となった子育て環境づくりについて～高松市の放課後子ども教室に着目して～
- ◆中間組織「神山つなぐ公社」による官民連携:地域活性化へのナラティブ・アプローチを通して
- ◆中小製造業における技能伝承に関する課題と対応策の提案
- ◆着物文化と地域社会の関連性研究～着物が周辺住民の近隣環境評価に及ぼす影響～
- ◆レジャ・エミリア・アプローチが保育者・児童に与える影響
～社会的・教育的アプローチからの検討～
- ◆放置駐輪者の常習性に着目した放置駐輪抑制施策の検討
- ◆地域維持型契約方式の導入に向けて～高松市道路維持事業への活用～
- ◆香川県の製造業における女性活躍推進のあり方について
～「両立支援策の効果」、「男性社員の配慮の影響」に関する考察～

2017年度 プロジェクト研究

- ◆観光客の回遊性向上に向けたレンタサイクルの活用
～中讃モデル地域におけるモニターツアーを中心に～
- ◆地方の中小企業における新卒採用に向けたプロモーション戦略
～SNSを活用したメディア戦略を中心に～
- ◆地方都市における医療国際化の課題についての研究
- ◆社会的協働における協働マネージャーの特性
～NPO四国夢中人による手島(香川県丸亀市)での取り組みから～
- ◆市民マラソン大会における成功要因の解明と
地域資源の活用による魅力度アップに関する研究
- ◆地域限定型社員の人材育成
～「転勤制度」の視点から～
- ◆地域におけるゲストハウスの付加価値向上と地域活性化
- ◆オンライン英会話事業に関する実践研究
～(株)ギフトグズの事例をもとに～
- ◆ウィンターリズムによるさぬき市大串半島活性化について
- ◆若手行政職員の早期離職・休職への対策
～A市・B市のアンケート結果によるメンター制度の導入～
- ◆営業部門の人材マネジメントについて
～ソーティング戦略の効果測定～
- ◆日本のアパレル企業の中国市場への進出戦略
～「Small Brand」ビジネスモデルの可能性～
- ◆シティプロモーションにおける防犯まちづくりの可能性
～吉野川市の「子育て支援に関するシティプロモーション」の事例を中心に～
- ◆地域活動の活性化が地域社会に与える影響
～高松市木太町の秋祭りを事例として～
- ◆産学官連携を促進する仲介機能に関する分析
～徳島大学の事例へのグラウンデッド・セオリー・アプローチ～
- ◆自社ウェブサイトへの任意開示資料掲載が
株主資本コストに及ぼす影響
- ◆水族館を核としたまちづくりに関する研究
～(仮称)四国水族館でのケース～
- ◆マイナンバーカードを利用したコンビニ交付事業の
費用便益分析と効果的な政策の提案
- ◆高松市(弦打地区)における地域住民主体の「参画と協働のまちづくり」
～停滞している地域住民自治組織の内発的自己変革の要素とプロセス～
- ◆女性医師の就業継続要因解明と支援策の提案
- ◆転勤制度の人材育成効果についての考察
- ◆企業におけるシニア世代のモチベーション施策
～個人と組織の視点からその有効性を考える～
- ◆四国地域でロケツーリズムを行い地域活性化へ繋げるための研究
～「ロケを誘致する側」と「ロケを行う側」とのコーディネーション～



MBA修了生が語る、 地元での起業パワー!!

～香川ならではのビジネスで地域を元気に～

座談会参加者プロフィール

司会:原 真志 はら しんじ 香川大学大学院 地域マネジメント研究科 研究科長



地域マネジメント研究科4期生
小林 憲由
こばやし のりゆき



瀬戸内海に面した三豊市でレモンの農業生産法人(株)アグリデザインを立ち上げる。レモンの生産加工、販売を行う六次産業化に取り組んでいる。ロロロッサのレモンは減農薬栽培にこだわった栽培をしており、レモン製品は添加物を一切使用していない。



地域マネジメント研究科12期生
二ノ宮 敬治
にのみや けいじ



在学中に、新しいタイプの医療機器を開発して販売する会社「メロディーインターナショナル」をパートナーと共同起業。医学部の教授の技術を応用したことから香川大学発ベンチャーの認定も受け、アーリーステージから一歩踏み出そうとしている。



地域マネジメント研究科13期生
西村 美樹
にしむら みき



瀬戸内海食ラボを立ち上げ、「香川ビジネス&パブリックコンペ2018」で、香川の伝統料理押し抜き寿司を現代風にアレンジした「さぬきOSHINUKI寿司」でグランプリ受賞。現在は、ワークショップを中心に、インバウンド向け旅行商材としての提案などを行っている。

「起業で地域を元気にする」 そこに行き着いたきっかけとは。

原: 本日は「起業」をテーマに、地域マネジメント研究科(以下:地マネ)の卒業生の中で活躍されている方々にお集まりいただきました。この座談会を通じて、地域マネジメント研究科の現役生や修了生、この雑誌を読んでいただいた方たちに対して、「自分も起業して地域を元気にしよう」という刺激となるようなメッセージになればと思います。

はじめに、起業された経緯について少し教えていただけたらと思います。

小林: 以前は市役所に勤めていました。市役所を早期退職して起業するのは、すごく決断が必要でした。起業したいという夢の部分と、現実的にそれが可能なかどうか、その2つのバランスが決断の上ではすごく大事ななと思いました。起業したいという夢を持ち始めたのは、本MBAに来てから。四国経済事情

や経営者の方々のお話を聞いたことでやってみようという気持ちが膨らんできましたね。マーケティングマネジメントなどの専門の講義を受け、実現の可能性について自分なりに試算した結果、やってみることにしました。

二ノ宮: 私も、もともと家業の印刷会社があったので、その関係でサラリーマンとして働いてました。他の方もそうですが、仕事を終えてからこちらに来て、という2年間でした。社会人だと平日は厳しい部分もあるのですが、土曜日の講義が充実していたので、それに参加させていただいたり、集中して履修したりしてなんとかやっています。その途中で、今までの仕事を続けつつ、パートナーと一緒に新しい事業を起こすことになりました。私の場合は経営に関しては素人で、それを学びたいということから地マネにきたので。一番印象的だったのは、イノベーション・マネジメントや国際経営の講義、香川県出身の各界で活躍された方々による新

産業政策など。香川県出身で、国際標準化機構(ISO)にて日本人として2人目の会長を務めた田中正躬先生や通産省時代から日本産業の骨組み作りに関わってきた中野幸紀先生など、現場の話をいろいろ聞かせていただけて良かったですね。

原: 二ノ宮さんは、最初来られたときに確か、パートナーの方からミッションを帯びてきましたとか言われていました。いろんなことをされていた話を聞かせていただきましたが、なぜ、この分野を選ばれたのですか。

二ノ宮: 最初は、地域のアートや文化をずっと好きでやっていたので、そういったものを盛り上げていくようなものができると考えていました。ボランティアや地域づくりはサスティナブルではなく、やる気のある人が身を粉にして、仕組みとして続いていかないことが多い。その人が力尽きたら終わりとか、盛り上がりが消えたら終わり、となってしまう。それは、ビジ

MBA修了生が語る、地元での起業パワー!!

～香川ならではのビジネスで地域を元気に～

ネス、ベンチャーも全く同じで、それを盛り上げる段階から続ける段階に至り、定着させることのできるメソッドを学びたかったのです。最終的には今のビジネスに集中して、修論も書かせていただきましたが、最初にやりたかったこととも共通したテーマが地マネで得られるなど感じました。

西村: 私は、講義の中でビジネスモデルを次々作っていきってというグループワークなどがすごく新鮮でおもしろかったんです。それまで地域のことを全く考えることがなくて、自分の生活や周りのことしか考えていませんでした。「香川ビジネス&パブリックコンペ2016」に同期5名と考えた、養殖牡蠣につき廃棄されるムール貝を活用するプランがグランプリになったことがきっかけで、これを本気でやりたいと思ったんですけど、実際に養殖するのはすごく難しいと分かってきて保留に。そのときから地域のためにできるビジネスプランを考えることが楽しくなりましたね。先ほど二宮さんとおっしゃったように、そのとき盛り上がりプランを考えて、熱があるときはいいんですけど、継続していくのがすごく難しい、私の場合は、今そこどころで少し悩んでることもあります。



原: 起業に際しての課題と地マネでの授業との関係については、いかがですか。先ほどのお話の中で触れられてる部分もあろうかと思いますが、もう少し深掘りをしていただける点があれば・・・。

小林: 私は、MBAを立ち上げられた

井原先生の最終学生です。私が入学したときに井原先生がおっしゃったのが、「このMBAではいろんな先生の講義があり、専門知識の全てを身に付けることは難しいかもしれませんが、でもさまざまな業種の人や先生方と知り合っていく、その人のつながりが必ず将来役に立ちます」という言葉。実際に起業して感じるのは、やっぱり人とのつながりが、すごく大切だということ。人に助けられて、人の情けで経営してるようなもんだと本当に感じています。ビジネスセオリーとして考えているのは、講義のときに学んだSWOT分析。強み弱みを正確に自分で書き出してみることが役に立っていますね。

三越の日本橋本店の国産レモンは弊社のレモンです。レモンのブランディングをやる中で、いろんなことがありました。ご存知のようにレモンは、広島県が圧倒的なシェアを誇っています。その中に食い込んでいくための、一番のデメリットは規模が小さいということ。圧倒的に小さいのですが、逆にメリットにしたいと考えています。小規模であることを小回りが利くものにしていくことです。

「瀬戸内完熟レモン」という商標で販売しています。完熟というのは、大きい規模のところではできません。傷みや早く、大量に扱うところは難しいからです。小規模であることを逆に、その完熟にこだわってやっています。このように、イメージを正確に分析してちゃんと対策を練って考えていくことが大事だと思っています。

二ノ宮: 起業する際に役に立ったのは、一つは基本的な部分であるマネジメントです。先ほどおっしゃったSWOT分析はもちろん、フレームワークやテンプレートに、自分が今やろうとしていることを落とし込んでいくと、今まで漫然と頭の中でグルグルと回っていたことが、キレイに整理されます。どこが足りないかが明確になり、今まで難しいなと思ったことがチャレンジしやすくなりました。

もう一つは、イノベーションマネジメントについてです。なぜ大手企業が新しいことに取り組みなくなったかを、テ

キストブックとして習うことができました。自分たちがこれからやろうとしていることは、大手はとっくにやっけて、何でもないことで、儲かれないからやらないだけかも知れないという不安がありました。実は我々にしかできないんだということに気づき、自信にもつながりました。さらに役に立ったのは、リスクマネジメントの講義です。経営を長くやっていると何もできなくなってしまう。リスクをどんどん分析して考えると、何もやらないことが、一番リスクがないという考えになりがちです。しかし、どこをリスクとって、どこを手堅くいくかという住み分けを考えられるようになりましたね。勝負師のような起業家は、運と勘と勢いでいきがち。その右腕やバックで、ここは勝負するところ、ここはちゃんとリスクをとろう、とマネジメントする役割があると思うですよ。自分はその役割も担っており、イノベーション的なチャレンジを考えつつも、ここはちょっと慎重にというリスクマネジメントを考えた経営ができていると思っています。

私は文系なので、数字や経済に弱いのですが、マネジメント・アカウンティングの授業で管理会計などを学んだときに数字だけではないことが分かりました。目標達成やモチベーションアップのために管理会計が存在するということが心強かったです。会計は数字だけではなく、その先にあるもの、その背景にあるものに意味がある。マネジメント・アカウンティングで管理会計を学べたのは大きかったですね。



西村: 私は、小林さんがおっしゃったように人間関係です。行政の方や地場の企業の方、いろんな方が同期にいて、普段の生活だと出会うことができない、さまざまな業種の方にお会いすることができました。その方たちの活動やお話を聞くだけで、勉強になることも多々ありました。一回目のビジネスコンペで同期5名でチーム作ったとき、みんなの強みが活かせるように役割分担ができ、グランプリを取ることができました。普段の生活の中において、そんなことができるチャンスはなかなかないと思います。同期だけではなく、先輩や後輩にもいろんな業種の方で、何かつまづいたときに相談すると、「誰々さんの何々をお願いしてみようか」と、さらにその先につながっていきます。これは香川大学大学院地域マネジメント研究科の一番の強みだと思っています。

起業を目指す人たちへ 先輩起業家としてメッセージを

原: 最後に、これからMBAで学ぶ学生さんに伝えたいメッセージとして、アントレプレナーシップとは何かという点についてお願いしたいと思います。

小林: 私が思うのは、人とのつながりに尽きると思います。市役所に勤めて、ある程度の管理職になると、あえて人とのつながりを作らないっていうふうになっていくんです。癒着、便宜を図るということにつながっていると勘繰られてしまいますから。です。ので民間の人と食事やゴルフに行くこともできなくなってしまいます。このMBAに来て、異業種の方と話ができ、世の中にはいろんな人がいてすごいなと実感しました。その人たちとのつながりは、仮に起業しなくても価値のあるもので、自分の将来に役立つというのはすごく感じています。MBAも歴史を積んできているので、前後の先輩後輩の方々もたくさんいるため、いろんな面で助けていただいています。だからそういう意味で人とのつながりっていうのが、私



にとってすごく有意義でした。



二ノ宮: MBAで学ぶ学生に対してっていうことで、最初に入るのを決めてから、いろんな異業種交流会や中小企業の社長さん同士の集まりなどで、近況報告するしたのですが、けっこうやめときなよとの声が多かったです。百害あって一利なし、座学だけで経営はできるものではないと言われました。「そんなとこ出たやつを採用して、まともやった試しがない」と。そんな時間があるんだしたら、他に有効活用しなさいといわれるんですね。しかし、入ってみてそうじゃないと思ったのは、たたき上げの社長さんは、勘も経験もあるし、育ててきた優秀な右腕、左腕がすでにいる。二世さん、三世さんも多いですが、その場合は親や先輩からすでに学んで経営をやられているんです。一方で、新しい仕事生まれないというか、ずっと昔から続いている仕事に終始してしまうという弊害もあると思うんです。

アントレプレナーシップということですが、新規創業で起業するときは、コンパスというか指標が必要だと感じました。座学でも何でも、最初にフレームワークを身に付けないと、前には踏み出せません。家業のある人であれば、その環境に恵まれていて、親から経営の教育を受けてきています。そうじゃない人は起業するにあたって、ベースを学ぶ必要があることを実感しました。ここでは、失敗例や何をやっちゃいけないかを学べるため、成功率が上がってきます。これももちろん二世、三世さんを悪く言ってるわけじゃ

なくて、第二創業をしてる方も全く同じだと思うんですけど。そういう何をやらなきゃいけないか、何をやっちゃいけないかはちゃんと学べて、ちゃんとフレームワークから指標が得られるっていうのは大事です。周りの声に惑わされずに、やるからにはしっかりと学んでプラスにして欲しいと思います。

西村: MBAには、たくさんのヒントがあります。アントレプレナーになりたいという気持ちがなくても、学んでいくことによって触発される部分があります。私は、仲間たちとビジネスプランをグループで作る中で、自分が考えられないような新しい事業構想が生まれるなど、そういうタネを見つけてきたと思います。また先輩方のお話を聞いたり、自分のプロジェクトを進めたりする中で、こういうことをビジネスにできるんだという学びもあります。たくさんヒントが散らばっていて、私も実際、それに突き動かされることがありました。アントレプレナーにならなくても、自分の仕事に生かせる部分も出てきます。1年目は、インプットをする機会が多くて勉強が大変でしたが、それを越えた達成感がすごく、また一つ違う自分になったのではないかと。日常にちょっと何か不満や物足りなさを感じてる方も、MBAを通して成長できると思います。

原: この地マネの内側で起こっていることというのは分かってもらえにくい部分があります。この情報誌を読んでいただく方、この地マネにちょっと関心があるという方に、少しでもそれが伝わるものになればいいと思います。地域マネジメント研究科は、地域、あるいはビジネス、どちらも事業として何かをするということを教育の目的として掲げています。その中で、一人ひとりが幸せな人生を送っていただくための何かをここで掴み、人生を豊かにするためのポイントを見つけて欲しいと思います。



Master of Business Administration

学ぶ、活かす、広げる。
地域を元気にする人材へ

2021年度 香川大学大学院地域マネジメント研究科

入試日程

入学者選抜（一般選抜および社会人選抜）を、以下の日程で行います。

	出願期間	検査日時
夏期	2020年6月17日(水)～7月3日(金)	2020年7月11日(土)
秋期	2020年9月16日(水)～10月2日(金)	2020年10月10日(土)
冬期	2021年1月13日(水)～2月1日(月)	2021年2月6日(土)

ひととちを元気にするシーズ情報誌

Regional Management
地域 マネジメント

国立大学法人 香川大学大学院地域マネジメント研究科

〒760-8523 香川県高松市幸町2-1 TEL:087-832-1813
<http://www.gsm.kagawa-u.ac.jp/>

ISSN 2186-9421