

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2023

vol.12

プロジェクト研究の成果

地域活性化のシーズ

巻頭

地域マネジメント研究科について

～地域の問題解決の「ヒント」となる
地域活性化の「種」を届ける～

巻末

特集・学生シンポジウム

かがわの酒と食のマリアージュ

～マリアージュのその先へ～

三善 那津希（香川大学大学院地域マネジメント研究科19期生）



Contents

01 巻頭 地域マネジメント研究科について

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01～33

- エピソード01 河田 祥司 香川大学大学院地域マネジメント研究科18期生
エピソード02 久保 翔平 香川大学大学院地域マネジメント研究科18期生
エピソード03 白石 沙織 香川大学大学院地域マネジメント研究科18期生
エピソード04 富田 和希 香川大学大学院地域マネジメント研究科18期生
エピソード05 久森 陽一 香川大学大学院地域マネジメント研究科18期生
エピソード06 松村 文彦 香川大学大学院地域マネジメント研究科18期生

2022年度プロジェクト研究の概要

23 地域マネジメント研究科の 様々な活動

24 巻末 特集・学生シンポジウム かがわの酒と食の マリアージュ ～マリアージュのその先へ～ 三善 那津希 香川大学大学院地域マネジメント研究科19期生

発行日：2023年8月8日
発行人：原 真志
編集人：佐藤 勝典、大崎 孝徳
発行所：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：087-832-1826

©香川大学大学院 地域マネジメント研究科 2023
(本誌掲載の写真・記事の無断転載および模写を禁じます)

地域の問題 解決の「ヒント」となる 地域活性化 シーズ の「種」を届ける

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)の活動を、四国内外に広く発信すべく企画された「シーズ情報誌」です。毎年度末に修了予定者が提出する「プロジェクト研究」は、実践的な成果であるとともに、地域活性化の「種」が含まれており地域の問題に悩む時のヒントになるはず。さらに四国に広がるヒト・モノ・マチ・文化などの地域資源を発信する地マネの修了生・現役生の活動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ています。



地域マネジメント 研究科の2年間

＼授業でMBAの学びをスタート／

前期：授業受講中心

M1

＼学ぶ仲間もでき受講に慣れる／

後期：授業受講中心

＼研究をスタートするも立ちはだかる様々な壁／

授 業 受 講

前期：プロジェクト演習

＼本格的に調査や分析を進めゼミでの指導も佳境に／

授 業 受 講

後期：プロジェクト研究

主な
行事

入学式
(4月)

学生シンポジウム
合宿

(9月初旬)
(9月下旬)

PJテーマ発表
(4月)

中間審査会
(9月)

論文提出(1月下旬) 公開報告会
最終審査会(2月) 修了式

学生シンポジウム →詳しくはP2

1年生全員で協力しながら地域活性化に関するシンポジウムを開催します。



フィールド調査(合宿ほか)

毎年9月下旬には、合宿形式で香川県内や近県のフィールド調査を実施します。地域のユニークな事例に接したり、住民の皆さんと交流したりする中で、地域の課題発掘や地域活性化の実際とは何かを学びます。合宿に参加したことをきっかけに2年次の研究テーマを着想する学生もいます。

一部の授業では、演習の一環としてフィールド調査を取り入れることがあります。また、地域や経営の現場で活躍されている方々を非常勤講師としてお招きし、様々な分野のフィールドにおける実践知を臨場感を持って学ぶ取り組みも積極的に行っています。

最近数年間の訪問先(合宿)

2022年度：善通寺(香川県)
2020年度：本島、広島(香川県)
2019年度：南阿波地区(徳島県)
2018年度：神山町(徳島県)
2017年度：上勝町(徳島県)



プロジェクト研究 →詳しくはP3

2年次には、修士論文研究に相当する「プロジェクト研究」を行います。本誌でも見開きページで紹介します。



地域マネジメント研究科における 価値ある取り組み

1. 学生シンポジウムの開催

学生の自発的な活動として1年時の9月初旬に開催する「学生シンポジウム」では、地域活性化に関するテーマを設定し、先進事例を実践されているパネリストを学外からお招きして議論を深めます。

入学して初めて学生が一丸となって取り組む活動で、ここで同級生同士の繋がりが一気に進むとともに、「地域のシーズや課題を発掘するとは何か」を学びます。

—— 過去年度のテーマ ——

- 2022年度「かがわの酒と食のマリアージュ
～マリアージュのその先へ～(巻末に特集)」
- 2021年度「見えない、知らない、香川の魅力!
～「うどん県」だけでいいの?香川県～」
- 2020年度「コロナ時代を生き抜くためのチャレンジ
～実践者から学ぶ実行力の高め方～」
- 2019年度「瀬戸内国際芸術祭の光と影～未来に向けて～」
- 2018年度「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?～」



2. プロジェクト研究

2年次には、1年近くをかけて様々な地域活性化のシーズをモチーフに、学生自らがテーマを設定し、複数教員による少人数体制での指導を受けながら調査・分析や実践への検討を深め、解決策や提案を導き出し、論文としてまとめていきます。

研究課題設定

1年次に授業を通して経営や地域に関する理論フレームと実践知を学び、研究の素地を身につけるとともに所属する組織や地域の課題を掘り下げ、試行錯誤を繰り返して研究テーマを設定していきます。

プロジェクト研究には2つのスタイルがあります。



調査・分析型研究

研究課題を設定し、解決につながる仮説を設定しながら調査分析を進め、検証するなど「研究」スタイルとして進めます。

ビジネスプラン型

地域の活性化につながるビジネスプランを市場・顧客調査や商品企画を進めながら提案する「ビジネスプラン策定」スタイルです。



2022 地域活性化のシーズ

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

例年2年次の毎週水曜の夜、複数の教員による少人数体制での指導を受けながら一年近くかけて進捗発表と討議を繰り返し、年明けに向けて論文を完成させていきます。修了生からも「プロ研(プロジェクト研究)の苦勞が忘れられない」など、最も印象に残る取り組みとして記憶に刻まれています。最終審査会で高評価を得たプロジェクト研究は公開報告会を通して学外にも紹介されます。本誌においては、2022年度の成果の概要を紹介します。

「教育×観光」によって 双方の課題解決を可能にする。 魅力的な「スクール・ツーリズム」 開発に向けた実践的な研究。



小学校教員として教育現場でのリアルな教育を大切に
してきた経験を活かし、教育と観光を掛け合わせた
双方の課題を解決するツアーを創出。

実際に学校を用いた複数回の検証により、外国人観光客
との交流が子どもたちや教員にもたらすものを
明確にしつつ、学校現場と外国人観光客にとって
有益な経験を提供できるよう改善する。
本格稼働に向けたテストツアーで得たものとは。



かわた しょうじ
河田 祥司
地域マネジメント研究科18期生
神奈川大学経済学部貿易学科卒業。小学校
教諭として、公立小学校3校、香川大学教育
学部附属高松小学校に勤務。現在は、高松
市総合教育センターに所属。商店街の活性
化など、地域の課題を様々な人と結びつき
ながら取り組む、課題解決型学習（PBL）を
展開。観光立国教育論文部門観光庁長官
賞、観光・まちづくり教育PR映像部門総務大
臣賞、香川ビジネス&パブリックコンペ
2021 パブリック部門グランプリほか。

リアルな教育を目指した 学校と観光を結ぶツアー

—研究の目的と、研究テーマを設定した経緯に
ついてお聞かせください。

研究の目的は、「スクール・ツーリズム」のテス
トツアーを実際に行い、本格実施するための障害
要因や促進要因を洗い出しながら、可能性と課
題を明らかにしていくことです。

現在、私は教育委員会に所属していますが、も
ととは小学校の教員をしており、その時に実践し
ていたのが、地域の課題を地域や企業、行政など
学校外の人たちと結びつきながら解決していく学
習でした。観光やまちづくりと教育活動は相性が
よく、学校内での学びが変わります。また、地域
に対する愛着や誇り、いわゆるシビック・プライド
を醸成することにもつながると考えていました。

そんな私が地域マネジメント研究科に入学し、
観光マネジメントの授業で、「香川県知事になっ

たつもりで観光施策を考えなさい」と言われて発
案したのが「スクール・ツーリズム」でした。県の
総合計画を読みながら、観光の課題は、観光の
施策だけでは解決できないと感じましたし、教育
課題の解決も、常々他の分野との連携が必要だ
と思っていました。

「スクール・ツーリズム」は、地域資源である学
校の中に観光客を招く取組です（図1）。学校は、
日本の伝統・文化の集積地であり、日本人の日常
が存在する特別な場所です。そこに外国人観光
客などが入るとどのようなポジティブな反応が起
こるのか。言語やファッションなど、異文化に触
れることで双方にとってリアルな学びが多く生ま
れると思いますが、安全面の確保など克服しなけ
ればならない課題も想定されましたので、テス
トツアーを実施して整理していこうと考えました。

—研究の分析方法や調査対象などを含め、研究
の進め方について教えてください。

研究は、大きく分けて4つのステップで行って
います（図2）。まずステップ1として、類似する先

行研究を分析し、促進要因、阻害要因を整理し
ました。ステップ2ではプレテストツアーを実施
しました（図3）。2名の台湾人観光客を対象と
し、30分程度の観察、インタビューから明らか
になったことをもとに、ステップ3のテストツ
アーを企画しました（表1）。テストツアーを実施
した学校は子どもの数が少なかったため、ステッ
プ4では、子どもが多い学校に外国人が入った
場合どのような反応を示すのか観察・調査して
補完しました。

研究方法としては、アクションリサーチを採用
しました。計画、実行、評価を繰り返し、実践の場
で起る問題を分析し、導かれた仮説にもとづき
次の実践を意図的に計画実施することにより、
問題への解決・対処をはかり、その解決過程をも
含めて評価していく方法です。

調査対象と方法としては、関わる教員や子ど
も、外国人5名、それをマネジメントする組織側
のスタッフにインタビューしたり、アンケートを
取ったりしました。その後、スタッフが動画撮影し
たものや、私自身が観察したことを、インタ
ビュー内容などと併せて分析しました。

河田氏のプロジェクト研究の概要

外国人を対象としたスクール・ツーリズムの可能性と課題

子どもや教員が成長し 観光資源にもなる取り組み

—研究を通して明らかになったことと、研究の成
果を教えてください。

教育の側面から見ると、先生方のインタビュー
から、子どもの頑張る姿など新たな一面に出会っ
たことや、英語や地域のことなど、学習したことを
生かす場になったこと、伸びやかな子どもの姿か
ら、教育観を見直す機会になったことなど、日常
の学校生活からは生まれにくい効能があることが
分かりました。

子どものインタビューやアンケートからは、日
本や地域の良さへの気付き、異文化への理解、
外国（語）への興味・関心の高まりが見られ、外国

人と触れるポジティブな本物体験が学校教育に
及ぼす効果が多数見られました（図4）。

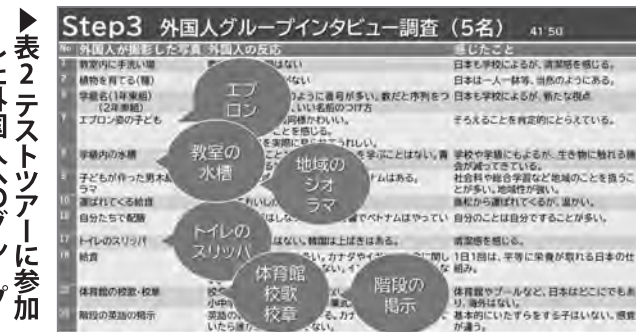
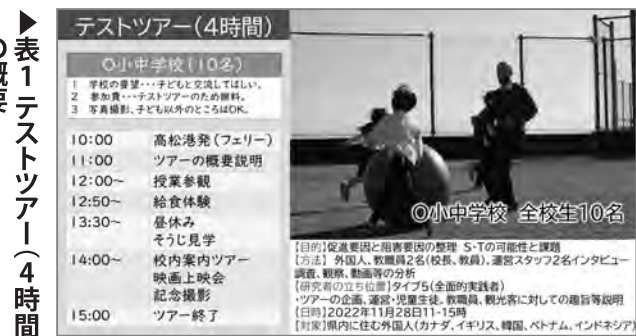
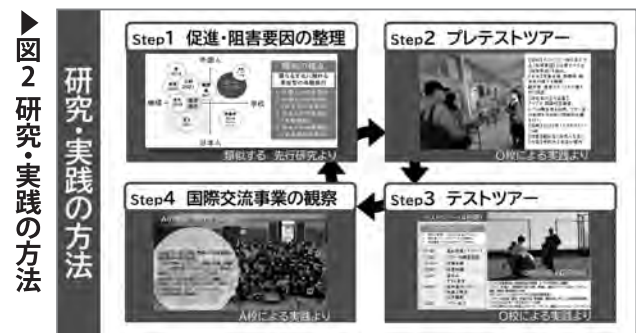
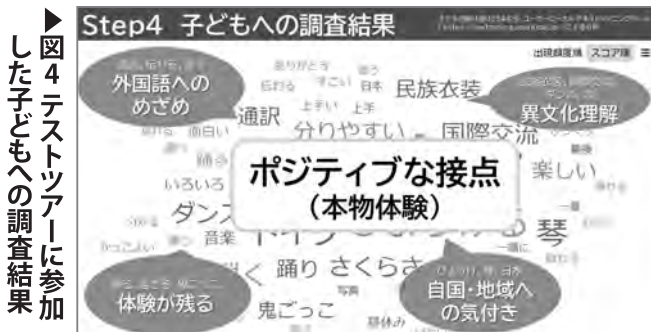
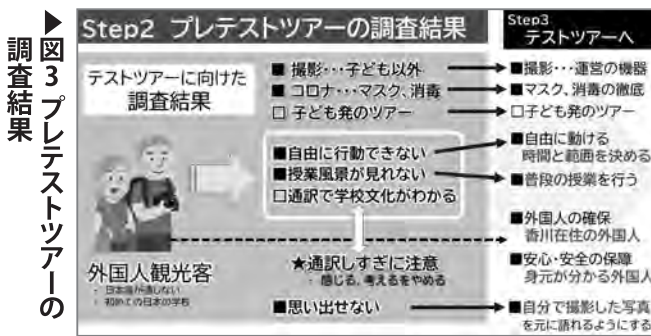
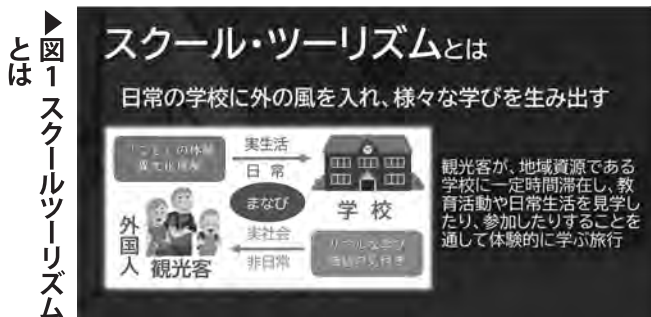
観光の側面から見ると、上質な「コトとトキ」の
体験ができるニューツーリズムとしての可能性を
とても感じています。テストツアー後の外国人に
よるグループインタビューから、改めて自分たち
の当たり前の日常に多くの価値を感じていること
が分かりました（表2）。例えば、給食の配膳や掃
除を自分たちでやることや、植物やメダカを育て
ながら学ぶ体験的な学習、地域の絵地図やジオ
ラマなどから地域の学習を行っていることに驚
き、価値づけていました。各校に体育館やプール
が備えられている平等性や、校章や校歌がある
独自性を豊かさとして捉えていました。

「学校」は誰もが経験した場所ですので、幼少
期を思い出し、一人一人のナラティブが自然と言
葉になって湧き出ていましたし、国による相違を

面白がる姿が印象的でした。その興奮は、受け入
れる子どもや教員にも伝播し、偶発的な学びを
あちこちで生み出していました。

—この研究の成果を今後、どのように活かしてい
きたいと考えていますか？

本研究における場合は限定された空間と時間、
人との関係の中で見られた現象ですので、十分と
は言えません。対象となる観光客や受け入れる
学校、子どもが変われば、当然違う反応が起こる
と思います。今回の研究で生まれた新たな仮説を
検証するためにも、組織体制を固めつつ、校種や
規模を変えながらテストツアーを繰り返し、本格
実施を目指します。そして、教育と観光の課題解
決に迫るためにも、「スクール・ツーリズム」を、香
川から世界へ発信していきたいと思っています。





顧客の信頼を高めるには どんな能力が必要なのか。 共感と行動という鍵を 今後の指導へと繋げるために。

地方銀行の法人営業担当として働く中で感じていた、顧客にとって必要な存在になるために欠かせない銀行職員の能力について明らかにした研究。先行研究のほとんどない中、自らの顧客や職員を巻き込みながら蓄積してきた調査から見えてきたものをさまざまな角度で分析。これからの地方銀行営業職員に求められる能力を理論的に明かすことで、業界をサポートする。



くぼ しょうへい
久保 翔平
地域マネジメント研究科18期生
関西大学商学部卒業。伊予銀行大洲支店、福岡支店での営業店勤務を経て横浜銀行へ出向。その後、営業戦略部でマーケティングに従事。2019年から伊予銀行高松支店で支店長代理として勤務。

暗黙知であった個人スキルを形式化することの重要性

—研究の目的と、研究テーマを設定した経緯についてお聞かせください。

研究の目的は、中小企業の経営課題や経営資質を引き出せる、地方銀行の営業職員の能力を解き明かすことです。この研究テーマを設定したのは、自分自身がこれまで感じていたことだからです。私は、伊予銀行に勤務して15年ほどになるのですが、そのほとんどを県外、中でも法人営業に特化して仕事をしています。法人営業を実践する中で、担当する銀行職員によって、企業との取引の深化が全然違うなど実感することが多々ありました。特に私が福岡に勤務していた時の経験になりますが、福岡といえば、金融激戦区で福岡銀行や西日本シティ銀行、北九州銀行等錚々たる銀行がある中で、伊予銀行は知名度がない存在です。ですが、それにもかかわらず卓越した成果を出す職

員がいます。そういった人の特徴として、お客様のビジネスをしっかり理解して、顧客のビジネスや考え方をクリエイティブできる人が、お客様と信頼関係を結び易いと感じました。入行当時から「営業は経験だ」という指導を受けていましたが、経験があるからと言って10年目の職員が5年目の職員以上に能力も成果も高いのか、お客様から信頼されるのかという点を決してそうではない(図1)。部下を指導する立場になって、担当する職員によって顧客へ提供するサービスレベルに差があるのではないかと。取引先へ対し最適のサービスを提供できていないのではないかと感じる時があります。そこで、職員の属人的なスキルという暗黙知化されたものを、どうにか形式化できないかというのが、研究テーマを決めた経緯になります(表1)。

—研究の分析方法や調査対象などを含め、研究の進め方について教えてください。

現在、高松支店で勤務しているため、香川県高松市に本社を構える企業に対してまずは定量

的調査を実施しました。自分の顧客だけですとバイアスが発生すると考え、自身以外の営業職員にも協力を依頼しました(図2)。銀行職員の営業に関する事例というのは、先行研究を探してもなかなかヒットしないため、そもそも営業職員の能力とは何か、ということから調べなくてはならなかったのですが、社会人としての基礎的な能力についても織り交ぜて、アンケート項目を作成し、49社の企業様に対して調査分析を行いました(表2)。併せてお客様が営業担当を評価する要因を確認するとともに銀行職員が顧客の評価軸を理解できているかどうか知るための調査も行いました。理由としては、お客様と銀行員の考え方や行動にギャップがあるように感じたからです。その調査を行うために、お客様に質問した同質の内容を、県外で営業する職員55名に対してアンケートし、一元配置分散分析という手法で分析しました(表2)。一元配置分散分析を採用した理由は、各質問項目に対する企業と銀行職員との平均値を比較することで両者の評価や解釈のギャップを調査することを目的としているためです。

久保氏のプロジェクト研究の概要

中小企業の経営資質向上を引き出す地方銀行営業職員のコンピテンシーの考察

顧客の課題に寄り添い 尽くす能力を磨く

—研究を通して明らかになったことと、研究の成果を教えてください。

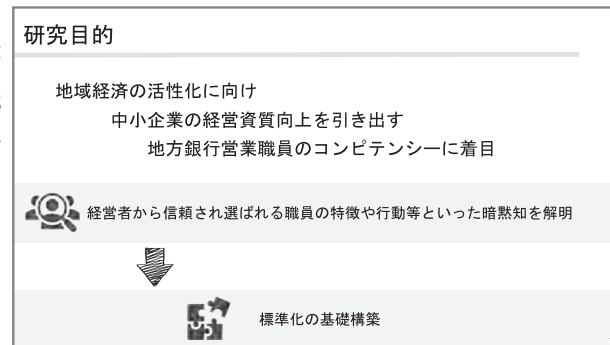
中小企業の経営資質向上させることができる能力について明らかになったことが多くありました。銀行職員が、自ら能動的に企業の置かれている状況や課題をお客様とインタラクティブに話すことで、その課題を同じ目線で共感する。そしてその課題を、まるで自分の家族のこのように受け止める。それを自分だけで解釈して理解するのではなく、上司や組織全体を巻き込んで、目の前のお客様の課題、資質のために尽くすことが大切です。顧客の経営資質を向上

するためには個人のそういった能力とそれを支える構造が必要だということが明らかになったのが大きな成果です(表3・4)。一元配置分散分析から出た結果で面白かったのが、銀行職員と企業、経営者とのギャップを可視化したところ。銀行職員へ対するお客様の評価の方が、銀行職員が自分自身の行動評価を有意に上回っていたのです。もちろん謙虚さも大切ではありますが、銀行職員は、お客様のために課題解決に取り組むことができている、と自身の行動を謙遜することなく、威風堂々と企業の課題解決に務めてもらいたいと感じました。

—この研究の成果を今後、どのように活かしていきたいと考えていますか？

現在の研究は伊予銀行内だけで調査したため、母数もまだ少ないですが、この結果をもとに、まずは試験的に社内の職員に対してワンオーワンで指導していきたいと思っています。それとともに、同じように課題がある他の銀行にも働きかけ、一般に通用する資料として使えるようそれぞれで調査を行うなどして、今後も研究を続けていければと思っています。そうすることで、これまでのように手探りで経験していくように指導するのではなく、指導する側も伝えるべきことを具体的に説明できるようになります。地方銀行を取り巻く環境は厳しさを増していますが、地域の中小企業あってこそ、その存在意義を発揮できるものです。中小企業の価値向上のため、企業課題へ向き合い価値創造を継続していくためにも、この研究が活用していただけるようになればいいですね。

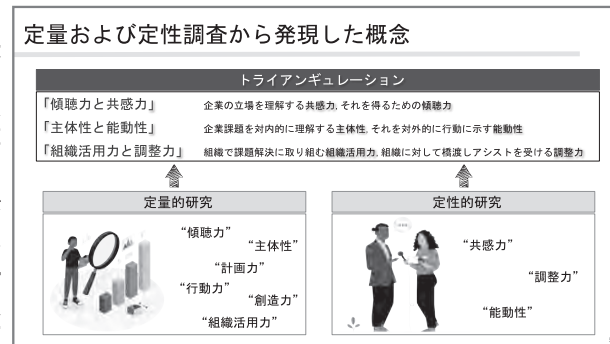
▶表1 研究目的



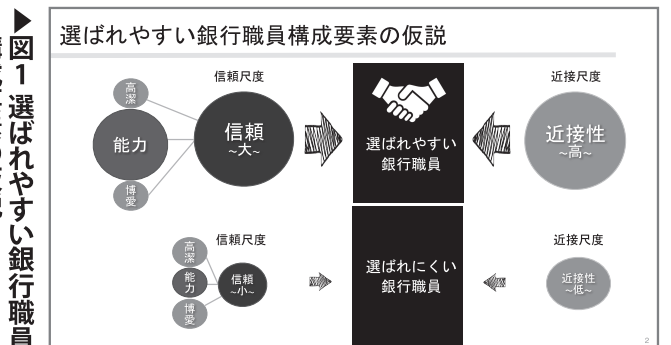
▶図2 研究方法



▶表3 定量および定性調査から発現した概念



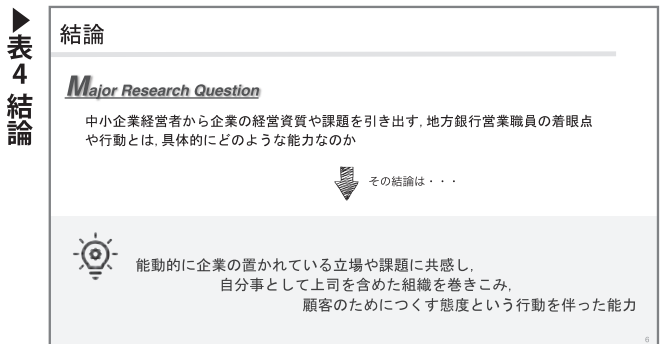
▶図1 選ばれやすい銀行職員の構成要素の仮説



▶表2 アンケートの実施概要

アンケートの実施概要	
分析 方法	因子分析 一元配置分散分析
名 称	地方銀行営業職員のコンピテンシーに関するアンケート
調 査 時 期	2022年11月～12月
調 査 対 象	中小企業 銀行職員
対 象エリア	A 銀行A支店取引先(香川県内) A 銀行営業職員(岡山、徳島、香川、高知)
調 査 方 法	対面、無記名 郵送、無記名
回 収 数	49社 55名

▶表4 結論





多くの人々が納得感を抱くエネルギー構成とは何か。カーボンニュートラルに向けた基礎となる研究。

2050年のカーボンニュートラルという目標に向けて、住民の意向を調査した上で、より多くの人々が納得感を持てる計画を立てていくことが必要とされている現在。香川県民はエネルギーに関して、どのような選好を持つ傾向にあるのかを探るべく、アンケート調査結果を分析。今後、地域の合意形成に効果的な情報発信について考えていくための、一助となる研究。



しらいし さおり
白石 沙織
地域マネジメント研究科18期生
大阪大学人間科学部卒、四国電力株式会社燃料部所属、これまでの4年間で石炭の調達業務や部の計画業務に携わりました。

エネルギーに関する香川県民の選好を知る

—研究の目的と、研究テーマを設定した経緯についてお聞かせください。

研究の目的は、香川県民のカーボンニュートラルロードマップ選好の傾向を知ることです。具体的には、再生可能エネルギー中心のロードマップAと、火力や原子力などを中心としたロードマップB、2つのロードマップを提示して、どんな属性の人々にどちらを選ぶ傾向があるのかを、明らかにしたいと考えました。

私自身が電力会社に勤めていることから、今後も同社で働くにあたり、何か自分の考えの礎になるようなことを研究したいと考えていました。研究テーマを考えている時期にロシアのウクライナ侵攻が始まり、化石燃料価格の高騰によって世界的なレベルでエネルギーに対する考え方が変わっていきました。こうした状況において、香川県の人々が電源構成やカーボンニュ

トラルについて、どのように考えているのかを調べたいと思い、このテーマの設定に至りました。

—研究の分析方法や調査対象などを含め、研究の進め方について教えてください。

個別の発電方法への意見はあっても、どの発電方法を中心としていくかという発電構成全体に対する意見はあまり目にする機会がなかったことから、各発電方法のメリットとデメリット(図3)を知った上でA・Bのどちらを好むのか、尋ねてみたいと思いました。そこで、各ロードマップを物語調の平易な文章で理解してもらい、どちらの街を好ましいと感じるか、選択してもらうことにしました。物語調にした理由は、そうすることで回答者の理解を促進し、質問に向き合ってもらいやすくするためです。他にもイメージ図(図2)を描いて添付する等の工夫を施しました。

調査対象は、香川県に居住する約500名の人々。男女と年代比率は国勢調査をもとに割り当てました。「どんな属性の人々にどちらを選ぶ傾向があるのか」を予想して仮説(図1)を立てた

ので、これを検証するため、質問項目は、性別や年代、職業等といった個人属性に加え、選択に影響を与える因子を想定した項目を設けました。例えば、因子「環境配慮行動」に関する質問項目なら「買い物にエコバッグを持ち歩く」、因子「エネルギー政策についての知識」なら「発電方法について安全性は重要だ」等のように、各因子に対して複数の質問項目を設け、「そう思う」から「そう思わない」までの5段階で選んでもらうようにしました。

アンケート回収後は、まず因子分析を行い、因子の抽出と、他の基本属性との関係性を分析しました。その後、ロードマップ選択に何が影響しているのかを分析して仮説を検証するため、ロジスティック回帰分析と重回帰分析(線形確率モデル)を採用しました。ただ、分析においては想定していたような統計的有意な結果が得られず、どの分析方法を使えば結論にたどり着けるのかと迷いながら、先生方にご相談しつつ進めていきました。

白石氏のプロジェクト研究の概要

香川県民の選好するカーボンニュートラルロードマップについての考察

選好の差異に着目し 施策への理解を深める

—研究を通して明らかになったことと、研究の成果を教えてください。

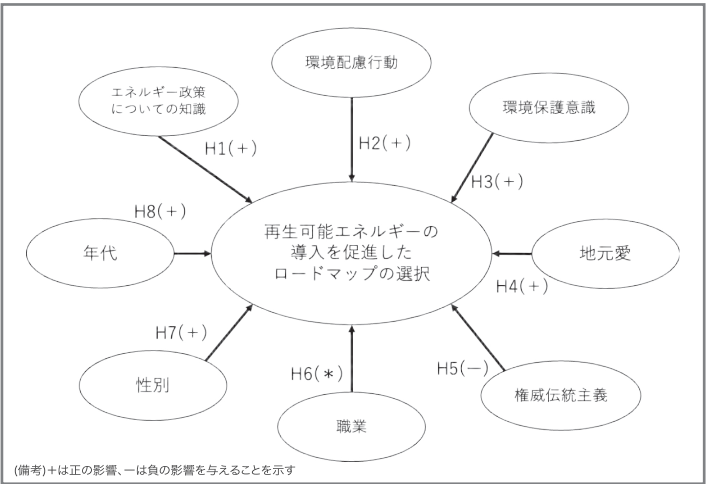
仮説の検証により、当初の期待通り、どんな属性の人々がどちらのロードマップを選びやすいのか、が明らかになりました(図4・5)。このことから、どちらかのロードマップを地域社会に実装した際には、属性による志向性の違いから、「私はもう一つのロードマップの方が良かった」等といった意見が出て、属性間のコンフリクトが発生するリスクが想定されます。こうした問題が出てきた場合には、電気事業者や自治体に説明責任が生じます。その際に、どの属性に

よって選好に差異があるのか、どの属性に注目して説明をすれば良いかが、この研究を通して分かりました。

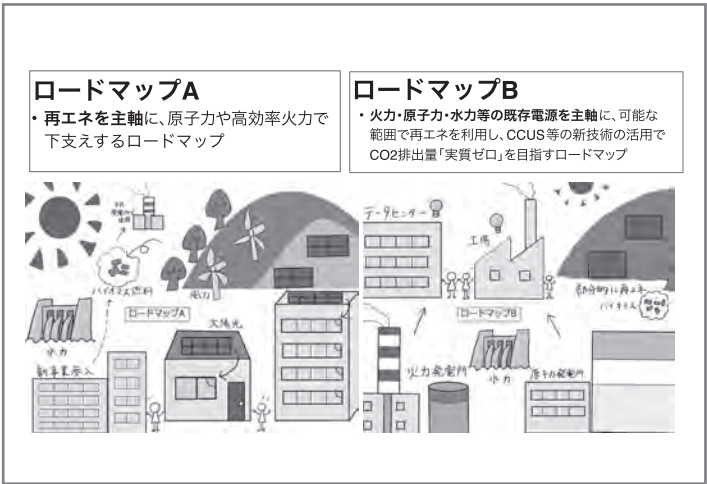
例えば、本来であれば年代の差異による選好の違いに着目すべきところを、性別に着目して説明努力を行ってもあまり意味がない。なぜなら、性別では選好に差異は生じていないからです。採用されなかったロードマップを選んだ人々の属性を把握し、その上でアプローチをかけることで、より幅広い人々が納得感を持ってロードマップを受け入れることができるようになるのではないかと考えています。これが、本研究の成果です。

—この研究の成果を今後、どのように活かしていきたいと考えていますか？

今回の研究で、年代や職業、因子等による選好の差異が分かったので、今後は実際にどの属性の方に向けて、どんな情報を発信すれば良いか、合意形成に効果的な情報発信方法について考えていきたいです。現在、私自身は直接、情報発信を行う部署には所属していませんが、そうした部署に対して、研究の成果を踏まえた具体的な提言ができるようになればいいなと思っています。



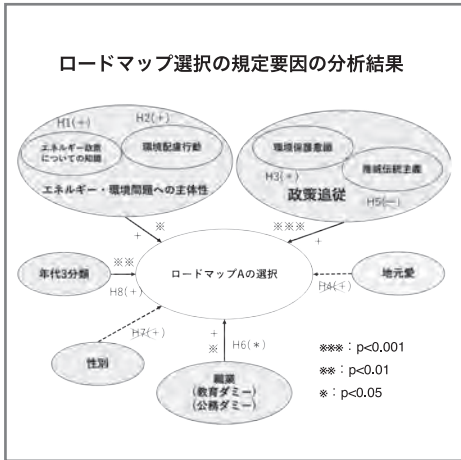
▲図1 仮説(H1~H8)の設定



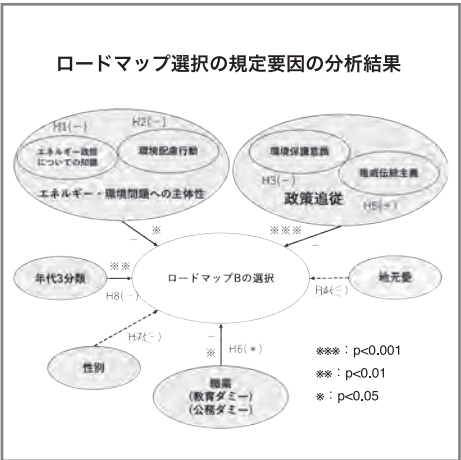
▲図2 ロードマップA・Bそれぞれの街イメージ図

ロードマップの比較			
	ロードマップ A	or	ロードマップ B
中心電源	再生可能エネルギー		火力・原子力・水力
CO ₂	排出しない	≠	排出するが「実質ゼロ」を目指す
足元の経済性	足元の経済性は低い	<	足元の経済性は高い
将来の経済性	コストダウンの可能性があるが、いつになるかは不明	≠	炭素税の課税等でコストアップの可能性はある
地元への愛着	「再エネの街」となることで自分の住む街に誇りが持てる	>	—
地域活性化	再エネ関連の新事業の参入促進により、人口増加		電力を大量に消費する工場やデータセンターの誘致で、人口増加
安定性	季節や天候で変動するため、安定性は低い	<	火力・原子力ともに安定性は高い
エネルギーの自給自足	地域の自然エネルギーを利用	>	他国のエネルギーを利用して、化石燃料の高騰影響を受けやすい
その他	開発により、自然環境への悪影響や騒音等の懸念がある	<	—

▲図3 ロードマップの比較



▲図4 ロードマップ選択の規定要因の分析結果(ロードマップA選択)



▲図5 ロードマップ選択の規定要因の分析結果(ロードマップB選択)

市民の声とのギャップに驚き 行政とのミスマッチを探る。 市民が求めるものを調査し 明らかになった「多様な理想の公園」。



地域に公園はたくさんあるはずなのに、公園が少ないと感じている市民が多いということに気づいたことが、研究のきっかけとなった。さまざまな属性を持つ人が暮らす市において、求めるものが属性によって違うことを見つけ出すという意義。そして市民の声を集めてそれを見つげ出すという意義。そして市民の声を集めてそれを見つげ出すという意義。そして市民の声を集めてそれを見つげ出すという意義。



とみた かずき
富田 和希
地域マネジメント研究科18期生
香川県出身。香川大学法学部法学科卒業。志度町役場（現さぬき市）に入庁後、年金・介護保険、行政改革担当を経て香川県庁の実務研修を経験。その後、例規、選挙管理、教育委員会、都市計画などを担当し、現在は、総務部総務課に所属。

実際に公園を利用する 市民の意見を集めて分析

―研究の目的と、研究テーマを設定した経緯についてお聞かせください。

研究の目的は、さぬき市民、特に志度地区の住民がどういった公園を望んでいるか、という期待を明らかにすることと、次に、それを実際に実現するための施策を考えた場合にどのようなことが考えられるかという提案、その2つになります（図1）。

研究テーマを決めたきっかけは、さぬき市が行ったアンケート調査です。質問項目の一つ「生活の中で気になることありますか」に対し、市全体の回答では「公園が少ない」という回答は4番目だったのですが、志度地区の住民だけは、公園が少ないということがトップになっていました。それがとても気になったということがあります。なぜ気になるかというと、志度地区は、実際にはさぬき市の中で一番公園が多い地区だからです。公

園が多いにもかかわらず、公園が少ないと回答する人が多かったということで、ミスマッチが起こっているのではないかと気になりました。さぬき市の中でも、志度地区は人口を維持していこうとしている居住誘導区域です。その地域で市民と行政サービスのミスマッチが起きている。住民の満足度を向上させることは住み続けることにも繋がるので、人口維持という面でも研究の意義があると考えた（図2）のが研究テーマ設定の経緯になります。

―研究の分析方法や調査対象などを含め、研究の進め方について教えてください。

研究の対象は志度地区住民です。志度地区に住む成人1000名を対象にしてアンケート調査を行いました。その結果とともに、市が公表している行政資料等を分析しながら研究を進めていきました。

まずは公園の場所と数、種類などの現状分析を行いました。さらに予備調査の後、1000人に対する住民アンケートを行いました。そのアンケー

ト結果をもとに、年齢や性別といった属性ごとの利用実態や公園でしたいことの傾向を見ました。コンジョイント分析という手法を用いて、市民の属性ごとにどういふものを望んでいるかも分析しました。今回では、異なる属性と水準を組み合わせた3種の公園整備計画案のユニットをいくつか提示し、それぞれ「どの公園があなたにとって好ましいですか」と順位付けしてもらいました。

200ぐらいの回答が欲しかったので、回答率を2割と予測し、1000人に向けてアンケートを出したんですが、返ってきたのが433通。200通程度での集計と分析をするスケジュールで考えていましたので、倍の集計作業になってしまい嬉しい悲鳴をあげました。

アンケートによって分かった市の公園の現状と市民の考えていることを踏まえて実際に施策を提案するところまでしておきたいと考え、最終的には「統合移転した高等学校グラウンド跡地を活用した公園整備」「既存団地内公園の機能分担によるリニューアル」「まちなかまると歩公園（あるこうえん）」という3つの施策を提案するところまでを研究としました。

富田氏のプロジェクト研究の概要

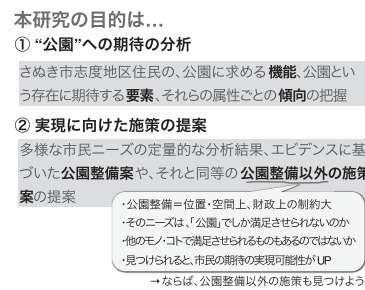
さぬき市民の“公園”への期待の分析と その実現に向けた施策の提案

市民と行政の間にあるズレ 利用者の声を分析した施策を

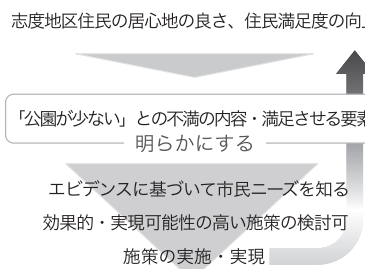
―研究を通して明らかになったことと、研究の成果を教えてください。

今回、分析結果として明らかになったのは公園に対する認知のズレです。志度地区に公園が少ないと思われる理由に、特定の場所に公園が偏在しているということがあった。たくさんあるものの場所が偏っていて、しかも狭い公園が多い。行政としては「これは公園ですよ」と提供しているものの、市民としては「これも公園だったの？」と。認知のズレが生まれていたんです。そこで、まず志度地区住民が公園が少ないという意見を持つ理由が明らかになりました（図3）。

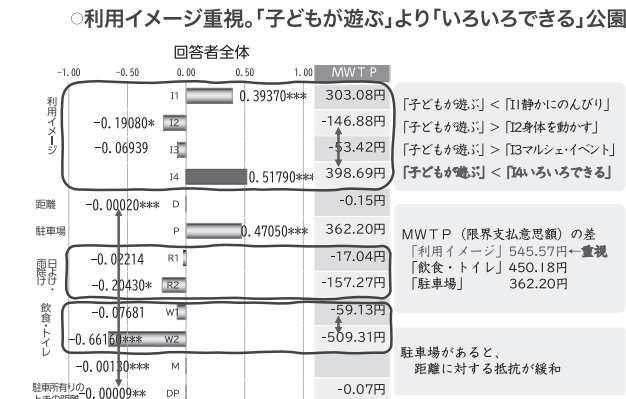
▶図1 研究の目的



▶図2 研究で明らかにすること

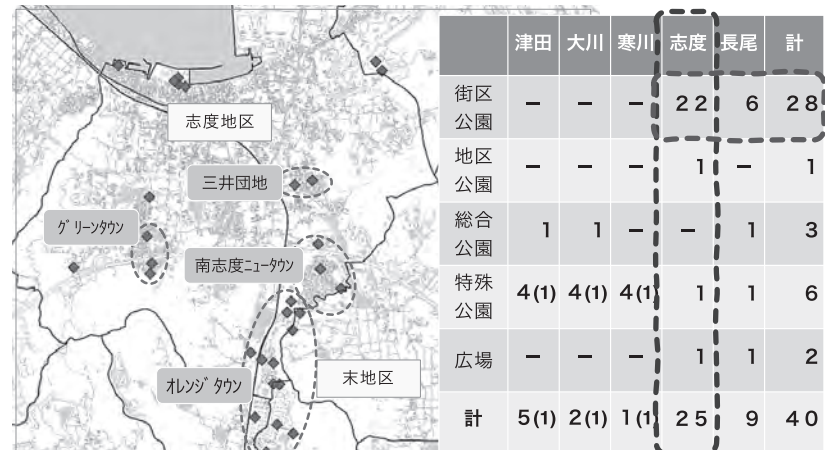


▶表1 分析結果・利用用途の多様性を重視

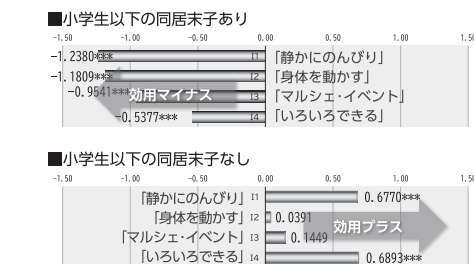


▶図3 分析結果公園の位置関係と面積が与える影響

○公園の偏在と狭さ、認知のズレ



○子育て層VS非子育て層 期待する公園に大きな違い



こんなにも期待が異なる中で、公園はどうあるべきかを考えなければならない



子育て家庭の多くが直面する 仕事と育児の両立における課題。 男性の「育児休業」取得が 夫婦や社会にもたらす影響とは。

子育て家庭にとって避けては通れない仕事と家庭、
育児の両立。男性側の育児取得は夫婦にとって相互理解
を深めるきっかけになるが、これまでは夫婦という単位
での研究が少なかったことも研究する理由に。
育児休業の取得が夫婦間にどのような影響をもたらすのか、
そして、企業や社会にとってもプラスの影響を及ぼすことを
当事者の視点で解き明かす。



ひさもり よういち
久森 陽一
地域マネジメント研究科18期生
香川県出身。三重大学教育学部情報教育課程卒業。エプソン販売(株)で9年間、中四国でセールスエンジニア、営業を経験し、四電エンジニアリング(株)へ転職。社内システムの構築・運用・管理を経て、現在は総務部門に従事。

仕事と家庭、育児の両立が 夫婦や社会に与える影響

—研究の目的と、研究テーマを設定した経緯についてお聞かせください。

育児休業の取得が義務化された現在でも、仕事と家庭、育児との板挟みになって困っている当事者が多く存在します。そこで、どうすれば男性が育児取得しやすくなるか、また、何が育児取得を阻害しているのかを明らかにすることを研究の目的としました。また、育児取得が取得者にどんな変化をもたらすか、それが個人の成長につながるかどうかを探るという目的もありました。育児に積極的に関わることで個人の成長につながり、会社にとってもプラスになるということを訴求できれば、企業側の理解が一層深まると考えたからです。

この研究テーマを設定した背景には、私自身が小学生の子ども3人の育児に関わる当事者であり、以前から仕事と家庭の両立が課題だったと

いうことがあります。子育ては自分が想像していた以上に大変だと実感することが多々あります。子育てには楽しさを感じるものの、仕事との両立は難しいと痛感することもあり。特に男性は、私と同じように仕事と家庭の両立に悩む人が他にも大勢いるのではないかという思いが、この研究テーマを設定するに至った経緯です。

—研究の分析方法や調査対象などを含め、研究の進め方について教えてください。

まずは育児休業に関する先行研究をいろいろ調べましたが、先行研究では、男性、女性という個人を対象として研究したものが多く、夫婦を対象とした事例がありませんでした。私自身が、育児は夫婦の問題だと考えていることもあって、私の研究では育児を取得した夫婦と、対照的に育児を取得しようとしたけれども断念した夫婦を研究の対象とさせていただきます(図1)。

研究の方法としては、調査対象者にインタビューを行い、その後、修正版グラウンデッド・セオリー・アプローチという手法を使い分析しまし

た。夫婦を対象とした先行事例を見つけられなかったため、どのように分析するかは、かなり試行錯誤しましたが、最終的には、まず一人ひとり进行分析した上で、夫婦としての繋がりを分析するというように、2段階で研究を行っていました。

育児取得を考えることは 企業にとってもプラスに

—研究を通して明らかになったことと、研究の成果を教えてください。

研究で明らかになったことは、男性が育児を取るという意味決定によって生まれた夫婦間の相互作用プロセスと企業に与える影響です。論文では、その結果として明らかになったものをそれぞれ掲げています。

夫婦間の相互作用プロセスは3つあり、まず1つ目としては、出産後に女性が抱える育児に対する危機感や不安を男性側が把握すること、育児取得の後押しになることと、また男性側

久森氏のプロジェクト研究の概要

S社における男性の育児休業取得と夫婦間の相互作用プロセス

が理解を示したことによって、夫婦間で良い影響を与え合うことができるということです(図2)。2つ目は、男性が育児取得することで、上司や同僚と良い関係を築く努力に繋がり、社内のコミュニケーションも活性化する傾向にあるということです。社内のコミュニケーションが円滑になることでまだハードルの高い男性の育児取得に対する理解も深まります(図3)。3つ目は夫婦で育児に向き合うことによって、育休中や復帰後に夫婦の相互理解が深まるということです。さらに「後輩のためにも育休が取りづらい環境ではない」という共通認識が生まれる場合があることも明らかになっています(図4)。企業に与える影響は大きく分けて2つあり、1つは職場のコミュニケーションが向上するという点。もう1点が、育児取得によって社員の改善意識が上がったり視野の広がりを感じたりと、

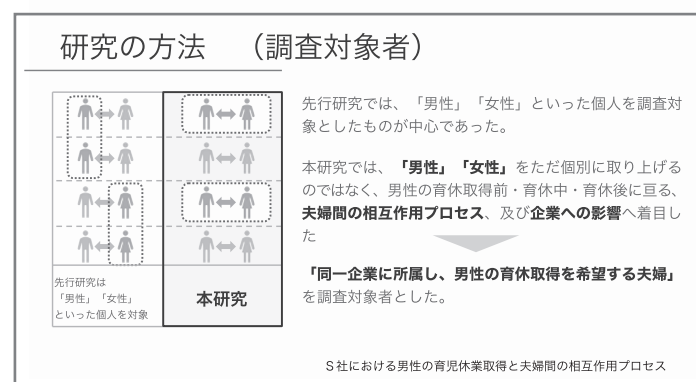
組織コミットメントが向上することです。

育児取得には企業の姿勢だけでなく、上司、男性や女性の家庭環境、パートナーの方の意向や考え方が大きく影響します。周囲の環境や考え方に配慮することで育休を取りやすくなる場合があります。また個人ではなく夫婦というユニットで見ること、より効率的、効果的な育休の支援策が考えられるということに気づいたのが大きな成果です。

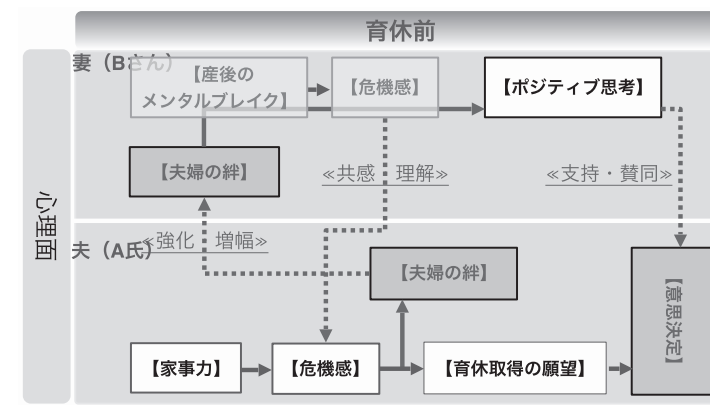
—この研究の成果を今後、どのように活かしていきたいと考えていますか？

育休を取らなかった夫婦へのインタビューで、「育休を取った後で上司との関係が悪化しないか」という不安要素が育児取得のハードルとなっていると感じました。そのことから、育休制度その

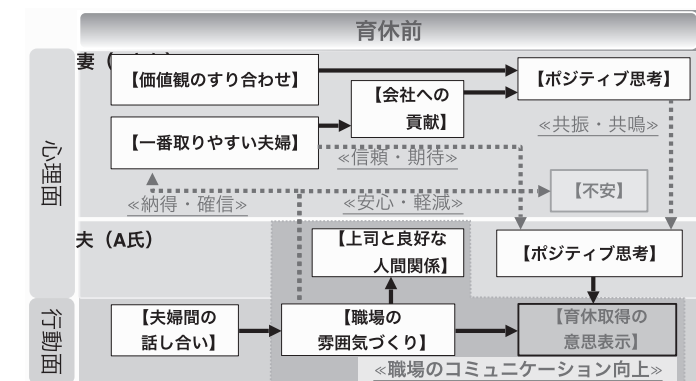
ものではなく、まず育児取得によって今後、仕事の面での不利益がないことを明らかにする必要がありますということがわかりました。ですので、総務部に所属する社員としては、育児取得を支援すると同時に、「どのようなことが評価の対象となり、こういった基準で昇格していくのか」という人事制度の見直しを提案していきたいと考えています。人事制度を見直すことは子育て世代に限らず、従業員の不安解消につながるため、この研究が企業改革に取り組む資料となればいいと思っています。私個人としては、卒業した後も今回のように幅広い知識を論文や外部の意見などを取り入れながら、成長していきたいと考えています。



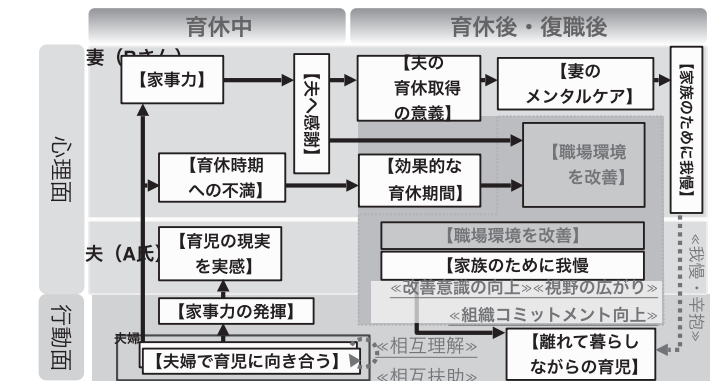
▲図1 研究の方法(調査対象者)



▲図2 研究の結果
夫婦間の相互作用と企業に与える影響 その1
「妻への共感・理解が夫の育児取得を推進」



▲図3 研究の結果
夫婦間の相互作用と企業に与える影響 その2
「夫の行動が妻の心理的負担を軽減」



▲図4 研究の結果
夫婦間の相互作用と企業に与える影響 その3
「育休が夫婦間の相互理解・相互扶助を促進」

ローカル局が関わることで 地域はどう活性化するのか。 イノベーションを生むための 新しい役割と今後を探る。



地方のテレビ局は今後、どのような存在になるべきか。その課題に対する一つの答えとして地域ビジネスとの関わりに着目。企業や地域にとって有益な存在としてのテレビ局の独自性を探るために、さまざまな方法を用いて研究を行った。企業や地域が繋がり、連携していくために必要な「地域にとっての良き隣人」という今後ローカル局の役割を導き出すに至った背景とは。



まつむら ふみひこ
松村 文彦
地域マネジメント研究科18期生
香川県出身。名古屋大学経済学部経営学科卒業。1997年 西日本放送に入社。入社以来、情報番組、スポーツ中継、ドキュメンタリーなど、26年間番組制作畑を歩む。現在は、様々な番組のプロデューサー業務を中心に担当。

地方のテレビ局は今後 どんな役割を担うべきか

—研究の目的と、研究テーマを設定した経緯についてお聞かせください。

地方のテレビ局(以下：ローカル局)に勤務する中で、ローカル局と地域ビジネスとの新しい関係性を描けないかということを考えるようになりました。例えば、テレビ局ならではの新たなコンテンツ開発や、地域とともに成長しながら地域活性化に寄与するような仕組みをつくることで、ローカル局の存在意義や未来に向けた方策を探ることを目的としました。

これは、地域マネジメント研究科に入学しようと思った志の部分とも繋がるのですが、情報化社会において相対的な強みを持ちにくくなってきたテレビという存在に対して、解決策を見出したいという思いからテーマを設定しました。「これからテレビ局ってどうなるの?」「テレビってもうオールメディアだよな」という声がある中で、ローカ

ル局のあり方に対して解決策を見出していきいたい、という思いから、地域のビジネスとの関わりを探索方策をやってみたらどうだろうかという考えに至り、地域ビジネスを対象にした研究に取り組んだ次第です。

—研究の分析方法や調査対象などを含め、研究の進め方について教えてください。

この研究においては、研究の土台として、チェスブロウという方が提唱したオープンイノベーションの概念を活用しました。このオープンイノベーションを促して、地域に求められるローカル局の姿や役割を探索研究となっています。研究を進めるにあたっては、オープンイノベーションを促すために、各企業を集めて意見交換をする場を設けることにしました。ローカル局がサポート役になることで、そういった機会に、その地域におけるイノベーションを促せるのではないかと、それこそがローカル局の役割というか、存在意義にも繋がっていくのではないかとという仮説を立てて、それを検証する形を取りました(図1)。

具体的な調査方法としては、地域の中で新たな事業に取り組んでいる企業や、他の企業と連携した実績を持つ企業に対してアンケートを取ったり、直接インタビューしたりということを行いました。アンケートは74社、インタビューは14社にご協力いただいて、調査によって得たデータを基に、アンケートは定量的な分析を、インタビューはテキストマイニングという方法を用い、合わせてM-GTA分析という定性的な分析も用いました。また、仮説を実証するために、実証実験も行いました。定量的な分析、定性的な分析、テキストマイニング、実証実験と、さまざまな方法を使った理由としては、地域のビジネスと地域のローカル局との関わりに本当に望まれているものを探索するためです。特に実証実験では、香川・岡山のさまざまな企業に集まっていたいて1時間の議論をしたのですが、限られた時間の中で、幅広いアイデアが生まれました。私の研究においては、仮説を検証するための実証実験でしたが、テレビ局が関わることでただ企業同士が集まるのとは違った新たな形が生まれたことが、実証実験によっても浮かび上がってきた。実証実

松村氏のプロジェクト研究の概要

地域ビジネスから見たローカル局に求められる役割に関する研究

験によって進展が得られたと実感できました。

企業同士を繋げていく 地域の有益な存在に

—研究を通して明らかになったことと、研究の成果を教えてください。

イノベーションを起こすには、新たな製品とかサービスを作ることが大切ですが、それらを開発するためには、実は外部との連携が重要であるということが明らかになりました。外部の企業や大学などの研究機関と連携すること、新たな製品やサービスを作り出すことは、非常に関わりが深い。さらに、外部と連携しながらものごとを進めるためには、外部の技術を活用で

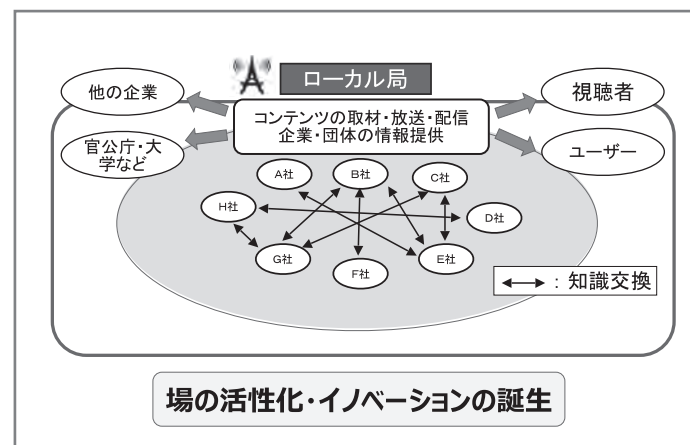
きる機会があることや、知らない人たちが企業と出会う交流の場があることが有効に機能することが研究によってわかりました(図2)。

今後のテレビ局の役割としては、1つには従来の公共的なテレビの役割がやはり大切であるということがわかったのは大きかったです。日々さまざまな分野の方々取材して、テレビで放送して世の中の方に知ってもらうことや、地域の歴史を映像でアーカイブしておくことなど、テレビがこれまでにやってきた役割は、引き続きこれからも重要だということが明らかになった。それに加えて、今回仮説から導き出した交流の場が、地域の企業にとってプラスに働くことも明らかになりました(図3)。一言で言うならば、地域のビジネスにとっての良き隣人になることが、これからのローカル局に求められる役割だと結論づけられたことが一番の成果

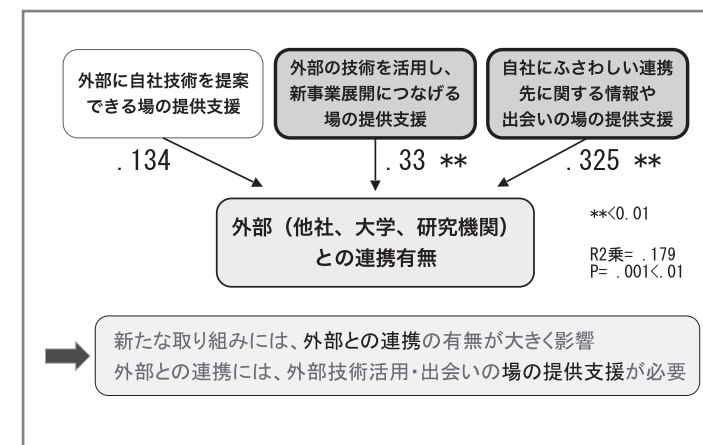
だと思います(図4)。

—この研究の成果を今後、どのように活かしていきたいと考えていますか?

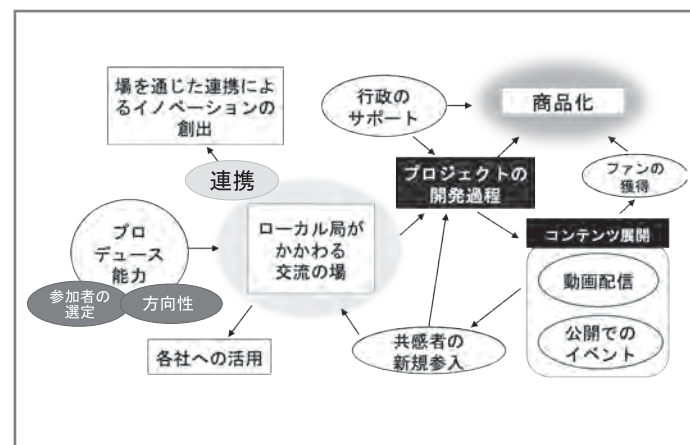
ローカル局が地域の企業のつなぎ役になることで、さらなるイノベーションが生み出せるということがわかってきたので、今後も積極的に交流の場を設けられたらと思っています。また、YouTubeなどでの情報発信や地域のスタートアップ企業の支援というように、ローカル局がこれまでやってきていないことも、地域の企業、地域ビジネスに携わる方々からは求められているということも、今回の研究を通して見えてきました。研究の成果を踏まえて、これまでのテレビの役割を大切にしながら、新たなローカル局の役割をしっかりと担っていきたいと思っています。



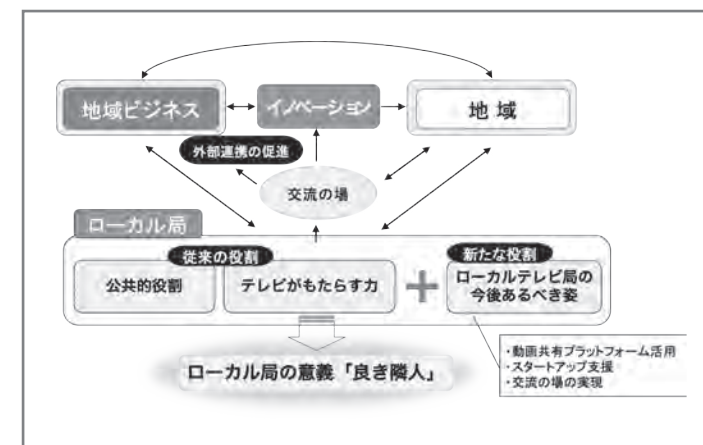
▲図1 仮説：ローカル局がかかわるオープンイノベーションモデル



▲図2 外部との連携の有無に関する重回帰分析



▲図3 テレビがかかわる交流の場・新モデル



▲図4 これから求められるローカル局の役割



2022

2022年度 プロジェクト研究の 概要〈01-33〉

中小企業の経営資質向上を引き出す 地方銀行営業職員のコンピテンシーの考察	
episode 02	久保 翔平
経営者から信頼され選ばれる銀行職員の行動等の態度を含む暗黙知を解明し、形式知とすることで自社標準化の基礎を構築することを研究目的とした。中小企業経営者が抱える課題や企業戦略を理解し、良き相談相手になるために必要な要素を「信頼性」と「近接性」という概念で捉え、中小企業の経営資質向上にどのように影響を及ぼすのか。またそれらを引き出すコンピテンシーを明らかにするため、定量・定性調査を実施し、二次データでは得られないリッチな情報を活用し議論を展開している。	
研究の結果、「傾聴力と共感力」、「主体性と能動性」、「組織活用力と調整力」という概念が発現し、最終的にコンピテンシーを「能動的に企業の置かれている立場や課題に共感し、自分事として銀行上司を含めた組織を巻きこみ、顧客のためにつくす態度」という行動を伴った能力」と結論づけた。	

外国人を対象とした「スクール・ツーリズム」の可能性と課題	
episode 01	河田 祥司
日常の学校を観光資源として活用する「スクール・ツーリズム」(S・T)の実現に向け、外国人対象のテストツアーを計画し、アクションリサーチ(「計画―実行―評価」の反復、螺旋的なサイクル)を用い、3種類の現場調査を実施して、S・T実現の課題と可能性を検討した。	
日本の伝統文化の集積地である学校は、外国人にとって日本の日常生活や文化を感じる魅力的な場所である。学校側にとっても、普段接する機会が少ない外国人と交わることは、日常に揺らぎを起し、様々なポジティブな反応が生まれることが期待できる。	
テストツアーの結果、外国人からは、日本文化への理解や関心の高まりがみられ、ニューツーリズムとしての期待が伺えた。学校関係者からは、「異文化への理解」、「子の意欲の高まり」、「教員の教育観の変容」等の効果が挙げられた。本格導入に際し「安心・安全の保障」「事業組織づくり」の検討が必要であるが、誰もが経験する学校は、個々の物語を引き出す装置になる可能性が示された。	

香川県民の選好するカーボンニュートラルロードマップ についての考察	
episode 03	白石 沙織
本研究では、香川県民のエネルギーに関するロードマップ選好の傾向を明らかにするため、香川県の住民500名を対象としたWebアンケート調査を実施した。二種類のカーボンニュートラルロードマップ(A:再エネ主軸、B:火力・原子力等の既存電源主軸)を対象者に提示し、望ましい方を選択してもらった。	
まず、因子分析を行なったところ、3つの因子(①エネルギー・環境問題への主体性、②地元愛、③政策追従)が抽出された。性別・年代・学歴・職業等の基本属性が、抽出された因子に統計的に有意な影響を与えていた。	
次に、ロードマップ選択に係る分析を行なったところ、①・③の因子や職業・年代等の基本属性がロードマップの選択に有意な影響を与えていた。	
ロードマップを地域社会で実装した際に生じるコンフリクトを解決するには、志向・基本属性の差異による選好の違いを考慮した、丁寧な説明や様々な発信活動が必要であるが、そのための指針と枠組みを本研究で見出すことができた。	

さぬき市民の“公園”への期待の分析と その実現に向けた施策の提案	
episode 04	富田 和希
本研究では、香川県さぬき市を対象に、住民の公園に期待する要素を定量的に調査分析し、その結果に基づいた公園整備及び公園整備以外の施策の提案を試みた。具体的には、住民アンケート調査を行い、公園の利用実態、非利用理由、公園等でしたいこと等を分析した。さらに、公園の利用イメージ、距離、駐車場の有無、雨除け設備等の形式、金銭的負担からなる公園プロファイルに順位を付けさせ、コンジョイント分析を行った。	
その結果、既存公園の偏在や狭さ等から、住民の公園に対する認知のズレが明らかになった。また、同一公園での多様な利用や、駐車場とトイレが住民の効用を平均的に高める一方で、住民属性の違いにより期待する公園像が大きく異なることや、その支払意思額の違いを具体的に明らかにした。そして、分析結果に基づく施策を提案し、その1つでは、既存公園との選択確率を導出し、施策の優位性を確認した。このように、住民選好データに基づく定量的シミュレーションなど、次研究に向けた準備を整えることができた。	

地域ビジネスから見たローカル局に求められる役割に関する研究 ―オープンイノベーション推進要因の抽出―	
episode 06	松村 文彦
これからの時代に求められるローカルテレビ局と、地域ビジネスとのつながりを明らかにするため、「場」の活用による企業間の知識創造や、新事業展開など、オープンイノベーションを推進する要因を抽出し、ローカル局がかかわる推進方法について、多角的な検証を行った。	
ローカル局のこれからの役割は、長年蓄積してきた「テレビが持つ強み」を引き続き駆使していくことである。また、取材力、信用力、構成力を生かしてプロデュースする「交流の場」によって、地域ビジネスのプレーヤーたちが出会い、外部との連携が促進され、新たな商品や技術、サービスの開発、ひいてはオープンイノベーションにつなげられる可能性が見えてきた。	
動画共有プラットフォームの活用、スタートアップ企業のサポートなど、地域から求められる姿へと変化し、地域や地域ビジネスに寄り添い、一緒に地域を良くするための「良き隣人」となることが、ローカル局に求められる役割である。	

香川県の幸福度と活用方法の検討	
episode 08	大西 健一郎
コロナ禍の影響で生活様式に変化を強いられる中で、人々の幸福度が大きく変化したと考えられる。本研究では香川県に住む人々の幸福度に影響を与える分野や要因について分析し、行政における幸福度の活用方法を検討した。内閣府調査の個票データの二次分析の結果から、香川県で「社会のデジタル化」が生活満足度(代表的幸福度指標の一つ)に与える影響に注目し、香川県在住の300人を対象に、生活満足度についてインターネットでアンケート調査を実施した。	
重回帰分析の結果、「社会のデジタル化」の分野の満足度が全体満足度に与える影響は明らかにならなかったが、性別によって影響に違いがあることが分かった。また、家族・友人とオンラインコミュニケーションツールで交流することが、全体満足度の上昇に影響している可能性があることが分かった。行政における活用方法として、社会属性ごとに幸福感を把握することは、政策の方向性の決定や内容を吟味するうえで一助となると考える。	

S社における男性の育児休業取得と夫婦間の 相互作用プロセス	
episode 05	久森 陽一
近年、労働生産人口の減少等によって、男女ともに仕事と育児を両立できる社会の実現が急務である。その対策の一つとして男性の育児取得が推進されているが、取得率は低迷しており課題となっている。	
本研究では、先行研究では取り上げられることがなかった建設業の現場技術者に着目し、かつ「男性」「女性」という個人ではなく「夫婦」という観点で調査を実施した。夫婦視点で調査した結果、育児取得の過程で夫婦間の相互理解促進や信頼関係の強化などが見られた他、企業に対しては職場コミュニケーション向上や組織コミットメント向上等に期待できることが明らかとなり、企業の施策としては、男性と女性双方の意向を踏まえ育児時期や期間を設定することが有用であると提案した。また、育児による夫婦の内的な変化等については、夫婦が相互理解を深め、信頼や共感しながら意思決定を促進する姿をモデル化した。加えて、男性の育児取得が企業に与える影響についてもモデルを示した。	

高度関係人口を創出するコミュニティづくりに関する研究 ―女木島と尾道の地域活動を事例に―	
episode 07	石上 了子
人口減少が進む中、「関係人口」に注目が集まっているが、地域との関わりが持続しない等の問題を抱えている。	
本研究では、地域に深く関与し、積極的に地域活動を行う「高度関係人口」を創出するコミュニティづくりのあり方について、特に初期段階「形成期」に焦点を絞り、高松市の離島である女木島で活動する結成1年目のコミュニティと、多くの高度関係人口を創出し町の活性化につなげている尾道の3つのコミュニティを対象に研究を行った。調査の結果、閉鎖的な環境の中で「つながり」や「体験」を意識した場を提供すると創発の停滞を招き、サードプレイス型コミュニティに陥ることが明らかになった。	
考察の結果、高度関係人口を創出するには、組織の活動理念を掲げた上で、オープンに多様な関係人口を集め、自己実現を支援するような複数の活躍の場を提供することで「やりがい」につなげる課題解決型コミュニティを目指す工夫が必要であるという結論に至った。	

香川県へのデータセンター誘致に向けた立地需要分析とアクションリサーチ ―地域特性と再生可能エネルギーの活用を含めて―	
episode 09	大野 貴弘
本研究では、データセンター(DC)の地方分散という社会課題に対し、災害リスクが少ない内陸に位置する香川県綾川町千足地区を候補地として、地域活性化を政策目的としたDC誘致を進めていくため、DC企業が「立地先の選定に重視する要件は何か」、「地域特性を活用することは、立地選定に重視されるか」について、アンケート調査による定量分析やヒアリングによる定性分析を行うとともに、地域活性化に繋がるDC誘致の政策を実現するために、アクションリサーチによる実践研究を進めた。	
その結果、筆者自身が活動の起点となる市民起業家の役割を担いながら、試行錯誤のプロセスにより、エフェクチュエーションを活用したDC誘致活動に取り組むとともに、「地域や関係事業者との意思疎通を図り」、「民間の取組みを後押しする県支援制度の構築」と、「地域特性である再生可能エネルギーを活用した誘致活動」に取り組む必要があることが明らかとなった。	

四国地域金融機関へのA B L普及ビジネスプラン創設	
episode 10	小笠原 大知
ABLとは、金融機関のファイナンス手法で、企業が保有する在庫、売掛金、機械設備、知的財産等、不動産以外の事業資産を担保とする融資手法である。日本では「動産・債権担保融資」と呼ばれている。現状、金融機関の融資担保は不動産担保が中心で、動産や債権担保はあまり活用されていない。動産や債権は企業の根幹となる事業資産であり、ABLが普及・定着すれば中小企業の資金調達多様化に繋がる。金融機関も、企業の実態をより深く把握し、信用リスク管理を強化することができる。 本プロジェクトでは、四国地域の活用状況を調査し、四国地域金融機関に限定したABL普及のビジネスプランを創設、提案した。四国地域金融機関（全18行）に提案した結果、複数の金融機関から研修や動産担保評価を受託。畜産農家の肉牛・乳牛の評価依頼等、ABL活用が農業金融に繋がり、「地域特性を活かすファイナンス手法」である事を実証した。	

特定保健指導の実施率を向上させる方策の検討 ーA市国保加入者（40～50歳代）を対象としてー	
episode 12	川上 智美
健康は、日々の生活習慣によって大きく左右される。特定健康診査後、必要な人には保健師や管理栄養士等が食事や運動などの生活習慣を聞き取り、生活習慣病予防にむけた保健指導を行っている。しかしその保健指導を受けない人が半数以上おり、40～50歳代ではその割合が高くなっている。その現状を調査分析するために、特定保健指導チームの保健師と管理栄養士にインタビューを行った。 40～50歳代は、子育てや仕事で平日も休日も忙しいという状況なため、保健指導を受けやすくなるよう、平日の昼間以外にも柔軟に対応できるようにしたり、子育てや仕事の隙間時間にオンライン面談を利用できること等、気軽さをアピールすることを提案する。またスタッフ間で統一した文言で保健指導を勧めると実施率が上がったという先行研究に基づき、A市に合った保健指導を勧める文言を図で表し、断られる理由別に対応できるようにした。その効果検証は今後行う予定である。	

移住・定住者が増える地域の要因に関する質的研究 島根県大田市大森町を事例に、移住者・地域住民双方の視点に着目して	
episode 14	河野 良太
全国の多くの自治体で人口減少が進む中、人口増を示す地域も存在する。中でも本研究は、世界遺産に登録されている石見銀山の町、島根県大田市大森町をリサーチサイトとした。銀山の最盛期に数万人いたと言われる人口は現在400人程度であるが、ここ10年あまり、若者や子育て世帯を中心に移住者が増加傾向にある。 移住者と地域住民へのインタビューを中心に、移住・定住要因を調査した結果、大森町に特徴的な要因として「町の構造がコンパクトであることにより住民同士の交流が促進される」「よそ者に寛容な風土であることから移住者が定着しやすい」「大規模なイベントが多いため、その準備や話し合いが地域の連帯感を醸成する」といった要素が明らかとなった。 これらから「自分ごととして受け止められる地域課題を設定する」「住民同士の交流を活性化する空間づくりをする」という2点の他地域への適応可能性が示唆された。	

リピーターを誘発するSense of placeの更新メカニズム ー瀬戸内のSA/PAへの応用に向けてー	
episode 11	岡田 青佳
観光地へのリピーターがいかにして発生するかを明らかにするため、瀬戸内のリピーター7名にインタビューを行い、瀬戸内を軸としたライフストーリーの視点から検討した。リピーターの経験によるSense of place(SOP＝プレイスの意義、価値)の変化は、「経験で変化するSOP」「過去の経験の積み重ねで変化したSOP」「経験で新たに追加されたSOP」の3種類に分類された。その中には、地域を嫌いというSOPから、地域活動や取材でカルチャーショックを受ける経験を経て、瀬戸内以上に面白いものはないというSOPに変化する事例があった。日常経験において構築されている認識フレームとSOPが、これまでに経験したことのないリフレーミング経験で変化することで、リピーターを誘発していると考えられる。リピーターの発生において、リフレーミング経験によりSOPが変化し、瀬戸内地域がenactmentされたと言える。	

水族館業界における飼育員に求められる能力と キャリア形成に関する研究	
episode 13	川田 里絵
水族館の飼育員に求められる能力とキャリア形成の道筋を明らかにするために、飼育員歴が15年以上で管理職の飼育員にインタビュー調査を行った。調査結果から、様々な経験から多くの学びを得ていることや飼育員に求められる能力が判明し、人材育成に関する課題を得た。40代以上の昔の飼育員のキャリア形成には節目をデザインしそれ以外をドリフトするというキャリア・デザイン・ドリフト論があてはまり、昔の飼育員の特徴である興味の範囲が広いことや積極性からチャンスを活かし、節目となる経験を掘んでいることが示唆された。 これらのことから、新入社員やそれぞれの階層に対してOff-JTで研修を行うこと、5年目前後で異動を人材育成計画に加えることを提案する。また、個々の飼育員に対して自らキャリアをデザインするという意識をもつことを強調する。今後、若手飼育員へと調査対象を広げ、指導方法や人材育成方法を検討することが課題である。	

分譲マンション住人の人のつながり意識に関する研究 ー高松市内の分譲マンション住人を事例に考察ー	
episode 15	古賀 一好
日常にある人のつながりの希薄化、孤独死を含め、分譲マンション住人を対象に人のつながり、地域社会とのつながりについて、インタビュー、アンケート調査から分析、分譲マンションの在り方を提言、孤独死の減少を目指す。 統計分析から、人のつながり意識向上はソーシャルキャピタルの代名詞であり、地域交流活性化を目指した活動からは、ソーシャルキャピタルが蓄積される解釈を得ることができた。 また、公共機関の一方的な方針が住人の交流を妨げる仮説が浮上、異なるつながりの排他性は、地域社会をつなぐコーディネーターと分譲マンション住人のリーダーの育成を提言。 公共機関と住人のズレを埋め、人のつながりの場を形成、高齢者の地域交流から孤独死は減少、分譲マンションは閉じられた空間から開かれた空間へ新しいコミュニティが生成される。今後、住人がどの階層で地域社会に参加意欲があるかを含め、ソーシャルキャピタルの蓄積状況の分析が必要となる。	

経営の現場における「視点活動」の意義ー獵銃メーカー「ミロク製作所」を事例として	
episode 16	佐藤 隆広
近代科学の発展は恩恵をもたらすと同時に弊害をももたらした。その弊害の一つは、人間を抽象化し、数値化してしまうことではないか。しかし、人間は科学の方法で捉えきれる存在ではない。本研究では、科学の方法では捉えきれない人間という存在に焦点を当てた。より具体的には、人間の「他者との関わり合い方」に焦点を当てた。我々は他者が見ている情景や他者が持っている心情をイメージとして生成したりしている。そうすることで、他者と関わり合っているのである。このような他者の情景理解や心情理解を可能としている行為はなにか。この行為の解明が本研究の目的である。本研究を遂行するにあたり、現場の方々に対して半構造化自由回答法によるインタビューを行い、そこで得られた言説をKJ法によって分析し、考察した。その結果、情景理解と心情理解とを可能としているのは、仮想的に他者の立場に立ってみるという「視点活動」であるという結論を見出した。	

高齢者を対象とした移住地選好傾向の研究	
episode 18	杉山 友基
本研究では、高齢者を対象とした岡山県への移住地選好傾向の研究を行った。岡山県に移住してきた60歳以上を対象に5名の方にインタビュー調査のご協力を頂いた。インタビュー어의選定について、三大都市圏から移住してきた 60歳以上を対象とし、岡山県に移住してきた年を平成23年から令和5年に設定した。 1例として、2012年に岡山県に移住した60代のIさんは仕事の関係で転勤が多く一つの県に留まることが少なく、また、幼少期から父親も転勤が多く故郷と呼べる場所がなかった。その中で、学生時代に見た瀬戸内海の光景に惹かれたという経験から中国地方への移住を決意した。1年から2年ほど移住先を探している中で、岡山県赤磐市の空き家情報バンクに登録しており、赤磐市の空き家情報を見ている中で自然豊かな赤磐市に移住先を決め移住された。赤磐市の政策が移住につながっていることが分かった。	

T 社女性社員が管理的職務に至るまでのプロセス ー「ライフの充実」と「仕事のやりがい」の両立のためー	
episode 20	武田 将史
ジェンダーギャップ解消という日本の社会課題を背景に、筆者が所属するT社は女性の管理職比率を引き上げる目標を掲げている。調査・研究を通じ、次の管理職世代であるミレニアル世代の女性は、今の管理職を尊重しつつも、接待や付度・根回しなどOld Boys Network(内永2007)で成り立つ姿を見て、自分がやりたいと思わず管理職志向が下がる傾向が見られた。解決のためには生産性の高い新しい仕事のやり方が不可欠であり、それを「創発推進組織」の新設により追求していくことを会社に提言する。T社は法改正により展開可能な事業領域が拡大しているため、新組織ではT社のリソースを最大限活用しつつ、既存ビジネスに捉われず生産性の高い事業を探索する。その組織の管理職の条件を女性かつMBAホルダーとし、全く新しい仕事のやり方を体現するポストにする。地マネ曰く、MBAは悩みや不安を課題に変える。事業創造の難易度は高いが、MBAホルダーであれば、難しい状況の中から建設的な課題を見出し、新しい事業と仕事のやり方を実現してくれるはずである。	

ライブコマースを活用した中国市場における 日本ブランドの販売拡大に関する考察	
episode 17	朱 玲
近年、中国市場にライブコマースというネット通販とライブ配信を組み合わせた新しいネット販売方式が台頭しています。本研究では、ライブコマースを活用し、中国でまだ知名度が低い日系化粧品を中国消費者に情報を届け、多様なニーズに応じながら、日本のブランドを中国で販売拡大する可能性を摸索することを目的とし、ライブの「雰囲気」「体験経験」「付加価値」が視聴者の視聴意向にプラスに影響するという仮説を検証した。 まず、ネット利用者を対象に305人の中国人にアンケート調査を実施して、消費者のライブコマースの利用目的、期待を明らかにするとともに、「雰囲気」「体験経験」「付加価値」と視聴者の視聴意向に関する検証を行った。その結果、「和やかな雰囲気」は「賑やかな雰囲気」より高い評価の傾向があり、「体験経験」と「付加価値」はどちらも高い評価となることが明らかになった。これらを踏まえて、日系化粧品の新製品と小衆ブランド品の中国市場向けのライブコマースに関する提言を行った。	

長期サービスにおける顧客満足度とサービス評価の関係 ー船舶用エンジンメーカーM社アフターサービスの場合ー	
episode 19	高城 愛貴
香川県高松市にあるM社は100年以上船舶用エンジンを製造してきたメーカーである。船舶用エンジンの製品寿命は25年であり、信頼性の高い長期サービスを提供している。そのため、サービス品質を向上させ顧客満足度を高めていく必要がある。本研究では、M社の顧客対象アンケートを用い、サービス品質評価を行い、顧客満足度を高めるために最も重要なサービスと、サービス品質は何かを調査した。階層クラスタ分析では、顧客は4つのグループに分類された。顧客満足度とサービス評価間の相関分析では、共感性と信頼性の相関関係が最も高く、顧客満足度と最も相関が高い項目はエンジニアであった。今回の調査結果を生かし、サービス品質の向上を行う。	

ソロダイニング市場における消費者行動 ー食事の雰囲気が個食者の心理に与える影響ー	
episode 21	陳 秋池
2021年において、中国では18歳以上の独身の成人人口は2億4000万人である。消費者の外食の動機も社交的な会話から、一人の時間を楽しむことに変わりつつある。中国では独身世帯の割合が増加しつつあり、その消費需要が拡大するため、ソロダイニングが緊迫な課題となっている。その課題を克服するためには、個食者がどう考えているのか解明する必要がある。本研究では、定量・定性調査を行い、その結果より、電球色是个食者の食事体験に積極的に影響にしていることがわかった。一人席のサイズと食事をする個食者の感情は関係があることを発見した。スタッフの情熱の程度と食事をする人の感情は負の影響を示した。以上より、飲食サービスプロバイダは、照明の色の設定など、一人で食事をする人の孤独感を減らすために、暖かいライトを有効に利用することを提言する。また、一人席の大きさも広さを保ち、スタッフも適切な対応をすることで、個食者に不快感を与えない、最適な食事環境を提供できる。	

高松市における郊外戸建て住宅地のマーケティング戦略

ー女性目線での購入者へのアクセスー

episode 22

津村 江里子

本研究は、新型コロナウイルスの影響、少子高齢化などにより、高松市において不動産購入を進める世代は減少しつつある中、創業5期目の当社が高松市で不動産会社として成長し続けている理由を分析し、その原因解明をし、今後の高松市の市場においてどのような販売戦略を進めることができるのかを考察することを目的とする。

当社関係者に対するインタビュー調査データに対して、AIテキストマイニングbyユーザーローカルを用いた定性的方法を用い、仮説に関連する要素を分析した。さらに、当社の48件の顧客データから統計解析ソフトウェアSPSSにより相関分析を行った。

結果、最大の決定権者である女性を理解しようと努力する会社こそが、勝ち組になりつつあることがわかった。我が国では社会情勢や家族構成の変化に伴い、女性の社会進出が続いており、子育て等の家事における役割は依然として妻の負担が大きい。妻の仕事と育児を両立する必要があるため、女性目線での土地販売に需要がある事が示唆された。

本研究により明らかになった要因は、当社のみならず、今後、商品やサービスを女性目線で提供するときの一助になることで貢献する。

事業承継時にリーダーシップの違いによる 従業員のモチベーションに与える影響 <中小企業A社並びにB社の事例から>

episode 24

寺田 将輝

本研究では中小企業の課題である事業承継を取り上げた。具体的に事業承継時のリーダーシップ次第では経営を大きく揺るがしてしまう承継者の不安と、承継者のリーダーシップに対する従業員の不安を、事業承継後に業績を伸ばした2社にインタビュー調査を実施し分析をする事で、承継時におけるリーダーシップの違いが従業員に与える影響を明らかにすることを試みた。

研究の結果、明らかになった事は承継者が選択したリーダーシップのタイプの妥当性と共に承継者のコミュニケーション能力が重要であるという事実であった。リーダーシップの発揮に関して、従業員に自社の経営目標を浸透させる為には、将来に対する不安を取り除くべきであった。さらに、承継者は自社を俯瞰的に見つめ、従業員とのコミュニケーションや、従業員同士のコミュニケーションにも配慮する必要があった。承継者の事業承継時における自身のリーダーシップのあり方がもたらすコミュニケーション構造の変化に配慮するべきことが解った。

かわい医療情報ネットワーク(K-MIX R)の透析施設への普及阻害要因に関する研究 ー災害時の透析患者の情報共有を進めるためにー

episode 26

東山 智香子

血液透析は、慢性腎不全になった患者の腎臓機能を代行する治療であり、災害時の治療中断は患者の生命を脅かす。

香川県では、K-MIX Rで電子カルテの医療情報を相互に共有し、質の高い医療サービスを提供する全国初の診療支援システムを構築している。災害時に透析施設間の情報共有に、K-MIX Rの活用が期待できる。しかし、2021年現在、香川県内の47透析施設のうち、K-MIX Rに未加入の施設が12施設存在する。

本研究では透析施設へのインタビュー調査を通じて、GTA分析により一部の透析施設がK-MIX Rに加入しない阻害要因を明らかにした。明らかになった阻害要因は、①事務局の活動不足、②システムそのものの内容、③電子カルテとシステムの未連携、であった。透析施設のニーズ調査を行い、平常時より活用可能なシステム内容を構築し、災害時にも活用できるシステムを運用していくことが、普及促進のために必要であることがわかった。

住宅基礎工事業における経営判断の意思決定基準の考察

episode 23

出口 経尊

住宅業界では、2020年以降の新型コロナ禍等の影響で、原材料費の高騰と価格転嫁の難しさが利益を圧迫する状況にあり、今後はコロナ融資の返済、住宅市場の縮小で資金繰りの悪化が予想される。

本研究では、建設関連事業者S社をケーススタディとし、住宅基礎工事収益の阻害要因の特定と改善策を示すことで『経営判断の意思決定基準の明確化』、『コストマネジメントの手法の体系化』を行った。これらは、住宅基礎工事業界をはじめ、労務主体の工事会社の収益力や待遇改善にも寄与できる。

実態に沿った基準で部門毎、工事物件毎に細分化して収支の配賦を行い、工事物件毎の結果を元に回帰分析や感度分析を用いた結果から、『稼働時間は立米(体積)に強く影響される』、『「限界利益／時間」は意思決定基準になる』、『標準稼働時間と収益目標は両輪で走らせる』の3つを結論とした。

今後はS社での実行やフィードバック、一般化に向けた講座開講や出版を行う。

治療に消極的な糖尿病患者に対するナッジの検討 ー社会的参照点を用いた臨床的な恠性は正ー		
episode 25	永尾 誠	
現在、糖尿病患者は増え続けており、特に香川県においては死亡率・受療率とも全国的に上位となっている。そのような中で、治療目標が達成されていないにもかかわらず、治療が適切に強化されていない状態は「臨床的な恠性」と呼ばれている。一方で、「人々が自発的に、より良い選択ができるよう手助けをする」ことを目的とした「ナッジ」という行動経済学的手法が近年注目を集めている。そこで本研究では、損失回避の性質を利用し、同病他者の治療強化選択を社会的参照点として提示するというナッジを用いて、この臨床的な恠性を是正できないか検証した。結果、有意な正効果は得られなかったが、患者が治療強化を拒む理由は様々であり、行動経済学的なものもあれば、それ以外のものも見られ、臨床的な恠性は複合的な要因で構成されていることが判明した。よって画一的な社会的参照点の提示では効果に乏しく、患者毎の意思決定のボトルネックを見極めることが重要であると考えられた。		

A社における入社3年以内Z世代新入社員の リアリティショックのメカニズムと軽減方法の考察

episode 27

松浦 伶太郎

リアリティショック(以下、RS)とは、入社前の期待と組織参入後の現実とのギャップから発生する心理現象で、早期離職の原因とされている。現在、いわゆるZ世代が社会人になりつつあるが、企業はZ世代の特徴を把握しきれていない。また、8割弱の新入社員がRSを経験している状況にある。本研究では、Z世代新入社員を対象に、彼らが経験したRSについてインタビュー調査を行った。

その結果、人や社会の役に立ちたいという「貢献」の気持ちを持って入社したケースにおいて、「貢献」できていると感じられない業務に配属された際に発生するRSが、Z世代新入社員に特徴的で頻発するRSと推察された。RSを抑制するためには、新入社員は、組織について正しい情報を知り、正確な期待を形成する努力が必要であり、他方、企業も採用段階において、組織の現実について正しい情報を伝え、入社後も職場ぐるみでZ世代新入社員のサポートを行う必要がある。

ナノインフルエンサーの投稿意欲についての研究 ーA社のアンバサダー制度の事例からー		
episode 28	松崎 聖矢	
近年SNSの利用者が増加しており、企業もこれまでの4マス広告に加え、SNSを活用した情報発信、ブランディングが重要となってきた。本研究では経済的インセンティブではなく、内発的な動機によって積極的に情報発信を行う、「ナノインフルエンサー」に焦点を当て研究を行った。 ナノインフルエンサーはフォロワーとの親密な関係性から強い影響力を持っており、投稿意欲を刺激するような施策を行なった結果、商品に対する知識や理解が深まるとブランドへの親しみに繋がることや、情報の非対称性を解消することが商品の推奨意向に繋がること、企業への信頼性と繋がりが投稿意欲にプラスに働いていることなどが明らかとなった。 研究の結果から企業はナノインフルエンサーと積極的にコミュニケーションを図り互恵関係を構築すること、企業や商品に対する信頼性を高めることが重要であるとの結論に至り、地方の企業でもSNS上では十分に戦えることも証明された。		

香川県の博物館における災害対策に関する考察

episode 30

森 美晴

近年、大災害によって博物館の資料や文化財等が被災したのを機に、ガイドラインやネットワークの構築等の対策が進められている一方で、博物館の災害対策には課題が残っている。香川県においても南海トラフ地震の被害が懸念され、災害への備えが求められている。

本研究は、香川県の博物館の災害対策の現状を調査して今後の対策の検討を行うことを研究の目的とし、県内の博物館6館を対象にインタビュー調査を実施した。その後、定性的方法に則って分析を行い、現状と課題を探った。

その結果、災害対策のボトルネックとして「行政上の制約」「安心感」「想定外の難しさ」があることが明らかになった。また、復興段階において、博物館は地域から地域の見直しや日常に戻るための一歩として求められ、各館の使命・役割に基づいた活動への想いがみられた。復興段階で地域の文化の中心として役割を果たすために、これらのボトルネックを解決して対策を進めていく必要があるとの結論に至った。

製造現場における熟練技能人材の長期的育成に関する考察 ー中堅・中小製造業M社の事例ー

episode 32

鷲辺 大輔

近年、中小製造業の強みである技術者の減少が止まらず技術が衰退し、企業の競争力低下を引き起こしている。とりわけ、技能継承や人材育成、能力開発が課題となっており、本研究の調査対象である中小製造業M社も例外ではない。

熟練技能者に関して、生産労働者の技能構造をクラフト型熟練と問題解決型熟練に区分し、職場の技能がどの様に競争力を高めるかを論じている先行研究がある。技能に関するこれらの先行研究を参考にM社における半構造化インタビューを検討した。

分析では定性的方法を用い、技能者の成長過程を探索的に分析する事とし、修正版グラウンデッドセオリーアプローチにて6名の熟練技能者について分析を行った。

結果、熟練技能者の成長過程において、試行錯誤、深く教えない教育、やらざるを得ない環境、失敗の経験、失敗に寛容、治具の製作、などが両者の熟練技能者に類似し、影響していた。これらがM社の現場文化であり、熟練技能者へと成長させる糧となっている事が明らかとなった。

准看護師養成校生の学びのプロセス研究 ー在校養成校生に半構造化面接を行ってー		
episode 29	光家 留美	
加速する少子高齢化、新興感染症の拡大に対応した役割を看護職は求められている。准看護師養成課程は15歳から50歳の異なる教育経験、多様な発達課題を有する看護学生が、学び舎を共にしている。 本研究では、在籍する多様な看護学生を発達段階に分け、個人が自覚し得る態度や行動のつながりに着目して、学びのプロセスを明らかにした。 インタビュー調査の結果、看護学生は各発達段階によって異なる動機を有していた。過密なカリキュラムや集団生活にストレスを感じ、個人が有する複雑な背景に影響を受け、葛藤しながらも仲間に支えられて学んでいることが明らかとなった。多様なクラスメイトは同じ目標に向かう仲間であり集団生活が、学びを成り立たせる重要な要素である。看護学生同士が協働しながら取り組む課題を取り入れ、悩みや楽しみを共有しながら学び続けられるような支援が示唆できた。		

大学でのオンライン授業の充実化が 進学時の居住地選択に及ぼす効果に関する検証実験

episode 31

山下 尚子

多くの自治体で大学進学時点における転出超過は共通した課題である。本研究は、転出超過の主な原因として考えられる「地元に残ったままでは、希望する大学・学部への進学が困難」という受験者の意識に着目、大学のオンライン授業の充実化が、地方在住高校生の居住地選択における地元志向へ及ぼす影響を明らかにする。日本の国公立大学の全ての学部において、オンラインと対面の併用である「ハイフレックス型授業」が可能になったと仮定した上で、高校生が大学進学する4月現在の居住予定地を、Google Formsで作成したWebアンケートにより調査した。居住地選択要因のロジスティック回帰分析では、従来指摘されてきた要因と居住地選択の関連が確認され、さらにオンラインの充実が介入後の居住地選択と関連があった。介入前後の居住地選択の変化は全体のMcNemar検定では有意差を認めなかったが、オンラインの充実による層別のMcNemar検定によって有意な地元残留希望の増加を認めた。

アフターコロナを見据えたオンラインツアーによるアニメ聖地巡礼に関する研究 ー埼玉県と香川県の事例に基づく検討ー

episode 33

WANG YIPENG

コロナ禍において、現実における観光の移動が制限され、オンラインによるツアーの活用が活発となっている。本研究では、まずオンラインでアニメ聖地巡礼を行う可能性を解明するため、鷲宮地区と土庄町の地域の関係者に対してインタビュー調査を行った。その結果リアルな聖地巡礼の成功経験を踏まえると、「地域」、「著作権保有者」、「ファン」の関係づくりが重要であり、キーパーソンもしくはコアグループの存在が必要であることが明らかになった。

さらに、オンライン聖地巡礼に対するファンの参加意識について、49名の中国のファンを対象に仮のオンラインアニメ聖地巡礼を試作し、半構造化インタビュー調査を行った。結果、日本のアニメ聖地に対する認知が高く、現地訪問したいファンは全体の6割を占めている。日本の聖地に現地訪問する意思を持つファンは聖地巡礼の動画を視聴する傾向が見られることなどが明らかになった。以上の結果を踏まえ、ファンの行動プロセスであるDual Aisasモデルを作成した。

プロジェクト研究テーマ一覧(過去3年間)

2019 年度 プロジェクト研究

- ◆香川県の冷凍食品産業の集積効果に関する考察
- ◆公園への愛着醸成並びに市民参加活動の活性化に寄与する管理運営についての考察
- ◆政策研究活動が自治体職員のパフォーマンスに与える影響
―香川県内自治体における事例考察―
- ◆地域における矯正歯科治療の普及・発展を目指した意識調査
- ◆制度融資の現代的存在意義と地域金融機関との関わりについて
―金融機関提案型制度融資の、香川県への応用を通して―
- ◆地域公共交通における交通機関の連携に関する考察
―徳島県小松島市の事例分析―
- ◆地域高齢者とインバウンドを繋げ、生きがいと雇用を創るビジネスモデルの可能性
- ◆高松市における訪日観光客の夜の余暇行動
―滞在満足度向上の情報探索プロセスの考察―
- ◆地域包括ケアシステム構築に向けた、作業療法士のマネジメント意識について
―インタビュー調査及びアンケート調査からみえた現状と課題―
- ◆『総合型地域スポーツクラブ』が地域に与える影響についての考察
- ◆飲食サービス業における女性従業員の職場定着向上を促す要因の考察
- ◆産業構造の変化と地域雇用への影響製造業スキルのミスマッチ
- ◆製造業のヒューマンエラーに関する研究
―高信頼性組織への適用と有効なマネジメントについて―
- ◆地域協働プロセスにおける社会起業家の創出と資源動員の仕組み
―神山町フードハブ・プロジェクトの事例研究―
- ◆出向・転籍が社員のモチベーションに与える影響と効果的なマネジメントに関する研究
―製造業A社のケース―
- ◆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―
- ◆必要とされる病児保育施設の普及に関する分析
- ◆飲食サービス業における日常的なフィードバック手法の研究
―A社の店舗を事例に―

2020 年度 プロジェクト研究

- ◆企業スポーツの価値の可視化および地域における企業スポーツの活用の提案について
- ◆高松城復元における市民の価値評価―高松城のCVM評価に関する研究―
- ◆中堅・中小製造業における若手技術者のモチベーション変化のプロセスに関する調査分析―製造業M社の事例より―
- ◆自治体の認知症施策による早期発見・早期介入方法に関する考察
―兵庫県神戸市の事例分析より―
- ◆日本版Z世代の可能性を伸ばす英語「お笑い」教育プログラムの開発と効果検証
- ◆地域小規模食品加工業の競争優位モデルに関する実証研究
―地域アイコン商品を活用した「一時的競争優位」戦略―
- ◆茶の湯文化の継続を目指した茶事体験事業の可能性について
- ◆晴れの国岡山農業協同組合における信用事業と経済事業の現状の現状と今後の方向性について
―岡山東ブロックでのヒアリングを踏まえて―
- ◆大学進学望ましい進路指導に関する考察
- ◆香川県における医工連携の現状調査とスタートアップに向けた検討
―臨床工学技士の視点からの考察―
- ◆困難を抱える子どもたちへのドッグセラピー事業
―社会実装のための予備的な取り組みとその考察―
- ◆これからのローカル局に求められる役割と可能性
- ◆非営利組織の経営持続性の考察
―クリエイティブNPOの地域における役割とプロジェクト・エコロジー―
- ◆大学生に対する都市部と地方の居住感比較に関するアクションリサーチ
―地方への回帰を促進させる―考察―
- ◆行政における定年後の再雇用労働者のマネジメント
―行政機関Aを対象とした定性的研究―
- ◆マイナースポーツの観戦意向及び参加意向の向上についての考察
―日本初のホースボール代表チームの取組を通じて―
- ◆若手技能者の就業意識と効果的技能継承の視点による一考察
―香川の地元ものづくり企業の事例より―
- ◆香川県三豊地域におけるソーシャルメディアを通じた地域ブランドの形成と現状
- ◆女性の「活躍の場」への参加を促進する方策に関する考察
―坂出市防災女性チームの事例より―
- ◆地域包括ケアシステムの介護分野に於ける情報の非対称性に関する考察
- ◆高松市のカーシェアリング事業について
―グラウンデッド・セオリー・アプローチによる官民連携への阻害要因の考察―
- ◆瀬戸内市におけるコミュニティバス事業の現状および公平性と利便に関する考察
- ◆地域の製造系人材派遣会社を活用した人材確保の戦略提案
―事業部制を採用している製造業O社の事例―
- ◆高度外国人材の就業状況と課題―日本企業への定着化を目指して―
- ◆音楽を用いた「香川県の風景」の創造と地域活性化
―鹿庭弘百氏の「街角に音楽を」香川」を事例に―
- ◆コロナ禍における地域の子供と外国人の異文化交流の場の創設に関する考察
―Go To台湾(桃園)!!スペースオンライン旅行―
- ◆発達障害者の自立のためのライフスキル獲得に関する考察

2021 年度 プロジェクト研究

- ◆在宅療養者から家族介護者への引き継ぎに関する質的研究
- ◆後期高齢者の健康状態予測ツールの開発
- ◆ハノイ高所得者層の消費者行動分析とマーケティング戦略
―日本食料店の再利用行動に関する研究―
- ◆OEM企業における自社ブランド新商品開発の取り組みがもたらす効果について
- ◆デジタルクリエイティブクラスが高松市に集積するプロセスと要因の分析
- ◆高松におけるデータサイエンティスト育成のアプローチ
―地域デザイン論に基づくデータサイエンスの地域への分散化の一步として―
- ◆担い手参画を目的とした地域活動のあり方の考察
―高松市の地域コミュニティを事例に―
- ◆大学職員のキャリアにおける成長の支援方法について
―企画力と学習共同体に着目して―
- ◆M社における「新しい健康習慣を創る」ビジネスプラン提案
―糖尿病をターゲットにした間食サブスクリプションサービス―
- ◆地元自治会による「JR四国の無人駅を使った地域活性化
- ◆香川県高松市における新たな再エネ導入適地の考察
―ため池を活用した水上型太陽光発電施設の事例より―
- ◆コンジョイント分析に基づく歯科健診ニーズの検証
―就業者の歯科口腔保健普及と健康経営への期待―
- ◆介護事業所における職務満足度向上への提言
―A福祉会の事例研究―
- ◆クリエイティブなコスプレイヤーによる徳島創生
―地域とコスプレイヤーの相互理解に向けて―
- ◆広告代理店S社におけるエフェクチュエーションに基づく新規事業の創出
- ◆戦争の追体験を通じた日本の安全保障を担う人材の育成
―四国における教材の発掘と指導案作り―
- ◆都道府県の子どもの貧困対策に関する考察
―子どもの貧困対策の強化に向けた政策効果の分析―
- ◆観光低開発地域における持続可能な観光についての考察
―讃岐広島での持続可能性指標及びSNSの活用を事例に―
- ◆建設業における社会保険への未加入問題についての考察
―担い手の育成・確保に向けて―
- ◆“ニューリテール”がもたらす中国食品メーカーの変革
―来伊份(レイフン)と三只松鼠(サンジソンズウ)の比較事例研究―
- ◆屋島の活性化における課題とその解決に向けた提言
―観光ボランティアガイドに着目して―
- ◆香川県島嶼部における観光地経営のあり方
―6つの観光地域づくり法人の検討を通して―
- ◆丸亀市周辺における高齢者のための任意後見契約等を活用した高齢者サポートサービスの提案
- ◆「不測の事態」における高信頼性組織の組織文化モデル作成
―職務満足度から見たS病院への提言―
- ◆日本を訪問する外国人の意識調査
―コロナ後のインバウンド需要拡大に向けた方策の考察―
- ◆「気になる子ども」を支える保育者のための早期支援の方策検討
- ◆企業グループにおける「出向」による人事交流がもたらす効果
- ◆廃校を活用した副業で営む地域の賑わいの場づくり
―さぬき市旧K小学校を事例に―
- ◆病院運営方針の理解度と自己の評価及び理想との関係性から考察する効果的人材育成について
―高知大学医療技術職の事例―
- ◆「よそ者」が気づく地域資源の価値
―タツタの森利用客インタビューからの考察―
- ◆地方がん拠点病院においてコロナ禍で外来化学療法を受ける患者の思いと受診行動への影響要因

特集

地域マネジメント研究科の様々な活動

地域マネジメント研究科では講義やプロジェクト研究と並行して、地域のビジネススクールとして学外に向けても

様々な活動を行っています。代表的な活動の一部とトピックスを紹介します。

また、受験を検討される方への説明会も実施(複数回)していますので、ポスターやHP等で確認ください。

●香川ビジネス & パブリックコンペ

主 催 地域事業構想サポートプロジェクト実行委員会

共 催 香川大学大学院 地域マネジメント研究科

香川を盛り上げる独創的なアイデアやビジネスを募り事業化を支援するコンペです。書類審査を通過した各部門5組に対して地域マネジメント研究科の教員が提案のブラッシュアップ指導を行います。

10回目となる2022年度は「あなたが香川で実現したい、香川を“もっと”元気にするアイデア」というテーマで、「ビジネス」「地域公共」の2部門合計で45件の応募がありました。最終審査会において、審査員特別賞(賞金10万円)に輝いたのは研究科1年のエルデネー・バトドルジさんでした。留学生の大学院受験をサポートする『日本de修士塾』の提案が高く評価されました。



●公開講座

一部の授業は一般公開しており、学外の方も受講できるものがあります。また、公開講座として、長寿化した人生における「学び方」や、組織で働く人たちのモチベーション維持・向上を目指した制度のあり方などを学外からも参加者を募って一緒に学んだり、議論したりする取り組みも行われています。受講案内については、HP等で紹介しています。

●学外への発信

HPで教員紹介、入学案内・日程や公開講座などの関連情報を発信しています。また、FM放送(例年12月から2月にかけて)でも様々な活動を紹介しています。



かがわの酒と食のマリアージュ ～マリアージュのその先へ～



香川県の特産品やお酒をポスターに

Navigator



三善 那津希

香川大学大学院 地域マネジメント研究科19期生

私は、3年前に香川県に転勤してきました。香川県に来て驚いたのは、食の豊かさ。食材となる野菜、果物、肉、魚はどれも質が高く美味しいほか、骨付き鶏やしょうゆ豆など食文化も豊かで、それらの食に合うお酒もありました。ただ、残念ながら、県外では香川県はうどんのイメージが強く、豊かな食を十分に知られていないのではないかと。そんな思いが、香川県の酒と食の魅力を再発見し、発信していく今回のシンポジウムへとつながっていきました。

2022年9月3日、香川大学大学院地域マネジメント研究科19期生34名が企画運営を行い、シンポジウムを開催した。当日の来場者数は75名、オンライン参加者数は59名、計134名の方に参加いただいた。今回のシンポジウムのテーマは「かがわの酒と食のマリアージュ」。その土地その土地の風土、景色を感じながら味わう地元の酒と食材が一番おいしい、そんな讃岐の日常の当たり前を可視化し、まだその日常を知らない人に伝えていきたいという思いで、今回のテーマを設定した。

【第三部 パネルディスカッション】

伝統、観光、文化…様々な 視点から地域活性化を考える

第三部では、全国各地でその土地の「酒」と「食」を組み合わせ、地域活性化を実現してきた、松尾氏、酒井氏、西村氏、石床氏の4名を迎え、酒と食のマリアージュの可能性について深堀をいただいた。



サントリーコーポレートビジネス(株) 東日本支社営業部長 松尾英理子氏(左)
西野金隆(株)製造課長 酒井史朗氏(右)

企業で営業部長を務め、様々なお酒のマーケティング活動に従事してこられた松尾氏からは、瀬戸内の自然の豊かさを活かすことでマリアージュの可能性を更に広げることが出来ると述べられた。酒蔵の醸造責任者である酒井氏からは、「オリーブ酵母の酒」の開発等、視野を広げて挑戦して

いること、酒や食に精通している西村氏からは、香川県産品を用いた「瀬戸内海食」の紹介や酒と食に合う香川漆器などの魅力が語られた。さらに、長年観光業に携わってこられた石床氏からは、酒と食は地域ブランドを高め、地元愛を深めるためにも非常に重要であると語られた。

伝統、食、酒、観光等、様々な視点から議論が繰り広げられ、香川県民は、受容性は高いがアウトプットが不得意なのではないか、という指摘もなされた。食も含めた香川県特有の文化について、積極的に発信していくことや、それらを県民に小さいときから知ってもらうための教育が今後課題になるのではないかと投げかけで、パネルディスカッションは幕を閉じた。



香川大学大学院特命講師 西村美樹氏(左)
せとうち観光専門職短期大学准教授 石床渉氏(右)

最後に、本シンポジウムにおける19期生の関わりについて述べたい。今回のシンポジウムでは、テーマ決定の際から、19期生全員でアイディア出しを行い、話し合いを経てテーマを1つに絞った。また、シンポジウムの企画・運営に当たっては、19期生それぞれが総括・会計班、シンポジウム企画班、会場設営班、物販班、広報・記念品班に分かれ、各班が実行委員や院生協議会委員を中心に自発的に準備を進めていった。準備をしていく段階では、一人一人が自分の能力を生かして、広報用のデザインやホームページの作成、映像配信の調整を行ったり、それぞれが持つ事務処理能力、調整能力、企画力などを発揮して準備に取り組んでいくことができた。このような過程を経て、お互いの優れた能力に気づき、それを認め合うことができたことは大きな収穫であった。また、運営に当たって、学生みんながシンポジウムに関わっていけるように、役割を細かく調整していったことも大きい。結果的に、みんなで作り上げたシンポジウムという思いを19期生みんなが持つことができ、仲間同士の絆が深まったのではないかと思う。学生生活の残り1年強、そして卒業してからも続いていくであろうつながりを持つことができたのは、我々にとって貴重な財産になったと思う。

【第一部 基調講演】

小豆島酒造の販売戦略に学ぶ 地酒の可能性

第一部では、高松市栗林町の池田酒造に生まれ、現在は小豆島に場所を移し改名した小豆島酒造株式会社の蔵責任者である池田氏に、「香川のお酒の歴史から、小豆島酒造の販売戦略・今後の課題について」と題し、19期生の野々目と対談方式でお話しいただいた。

小豆島酒造では、実際に観光地小豆島に行ってみてみたいと思わせることに軸を置き、小さな酒蔵でありながら、女性社員が中心となって様々な新しいことに挑戦している。その1つに、小豆島酒造のボトルのラベルがある。日本酒のラベルは力強い筆文

字が主流であったが、小豆島酒造では、やわらかなデザインのラベルに先駆的に取り組んできた。小豆島酒造のラベルは、瀬戸内国際芸術祭で活躍されているデザイナーによって描かれ、酒名「ふわふわ」「はちはち」などのコンセプトに沿い、かつ、瀬戸内らしさを感じさせる可愛いデザインが特徴的となっている。他にも、小豆島中山地区の棚田で育てた酒米と、小豆島のオリーブを使って創り出した新たな酵母を使い、小豆島にしかない希少性が高い地酒を開発したり、お酒を多くの人に知ってもらいたいという思いから、海外進出も行っている。

対談では最後に、地酒を将来に継承していくためにも、また、認知度を高めるためにも、今後はブランド戦略が重要になると語られた。

【第二部 学生によるプレゼンテーション】 地元の酒と食の 魅力と課題を可視化する

第二部では、19期生の三善が、香川県産の「酒」と「食」について、それらを取り巻く環境とともに、現状分析を行い、課題提起を行った。「香川県は長い日照時間や清流があることから、まろやかで芳醇な良いお酒が出来る条件があるにも関わらず、酒の製造量、消費量共に非常に少ない。香川県には名物のうどん以外にも希少糖やいりこなど、様々な特産品があり、お酒と食のマリアージュをアピールすることで、よりよい観光産業の発展を期待できるのではないか。」と語った。



小豆島酒造(株)蔵責任者 池田亜紀氏



学生プレゼン 三善那津希



香川県シンガーソングライター mimika氏



特別ライブ風景



打ち合わせ風景



物販班の集合写真



リハーサル時の写真

Master of Business Administration

学ぶ、活かす、広げる。
地域を元気にする人材へ

2024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	2023年6月7日（水）～6月23日（金）	2023年7月8日（土）
秋 期	2023年9月13日（水）～9月29日（金）	2023年10月14日（土）
冬 期	2024年1月4日（木）～1月22日（月）	2024年2月3日（土）

※2025年度の入試日程は研究科HP等で確認ください。

ひととまちを元気にするシーズ情報誌

地域 Regional Management
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:087-832-1826
<http://www.gsm.kagawa-u.ac.jp/>

ISSN 2186-9421