

第4章 地方創生のためのメディア・コンテンツ活用人材教育プログラム

グラム

1. 目的と背景

「地方創生のためのメディア・コンテンツ活用人材教育プログラム」の目的は、地方創生のためにメディアやコンテンツを効果的に活用することができる経営人材を育成する教育プログラムを開発することである。

香川大学大学院地域マネジメント研究科は平成16年(2004年)に国立大学として4番目の経営系専門職大学院として設立したが、地域活性化に貢献する実践的経営人材の育成をミッションとするユニークな特長を持つビジネススクールとして教育・研究・社会貢献に取り組んできた。地方の情報発信能力の不足が以前から指摘されてきていたが、近年においても地域マネジメント研究科に対し、地域や地元企業からメディア戦略やコンテンツ制作・発信に関する依頼・相談がいくつか持ち込まれている。例をあげると、本研究科が中心となって実施している香川ビジネス&パブリックコンペの2015年度ビジネス部門グランプリ受賞者から、商品コンセプトの消費者への普及のためのメディア戦略の相談があり、また2016年度においては青年会議所四国地区協議会からの依頼でお遍路を自転車で巡る旅の普及を図るイベントである「四国お遍路88サイクリング」の動画を作成し多言語でネット配信するプロジェクトを実施し、大きな反響を得ている。その他、実現していないが複数の組織からその取組みなどの効果的なコンテンツ化による情報発信のための相談が寄せられている。こうした地域のニーズを踏まえ、地方創生のためにメディアやコンテンツを効果的に活用することができる経営人材を重点的に行う必要があると考え、本事業を実施するものである。

地域マネジメント研究科の教授である原はUCLAに2度客員研究員として招聘され米国コンテンツ産業の研究を行っており、その成果を地域活性化に活かすことを意図した授業「クリエイティビティと地域活性化」を3年前から開講している。青年会議所四国地区協議会と連携したプロジェクトの成果に加え、地域マネジメント研究科の修了生が、香川県が開催するさぬき映画祭において映画に関する優秀企画賞を受賞し、完成した映画が同映画祭で上映され、高評価を得るとともに、その経験を活かして地域の魅力を効果的に発信するためのコンテンツ制作会社を起業するなど、地域マネジメント研究科関係者の中で、コンテンツ作成やメディアの活用について一定の経験が蓄積されてきており、そうした実績を基に新たな教育プログラムを開発しようとするものである。地域マネジメント研究科の周辺や、さぬき映画祭などで萌芽的な取組みが行われているとはいえ、産業としては四国や香川県でのメディアやコンテンツ関係の集積は非常に弱いものであり、地域のビジネススクールとして独自の教育プログラムを開発し、人材育成面から支援するとともに、コンテンツやメ

ディアの活用による地域活性化ビジネスの事業化を促進していく必要があると考える。

以上の問題関心の下、東京・ロサンゼルス等から実務家の講師を招聘し、3回の講義を公開の形で試験的に実施し、うち2回は公開講義後にワークショップを開催することとした(図1)。

メディア・コンテンツ活用人材 教育プログラム

- 2018.1.20 日米アニメビジネス
- 海部正樹氏 Wowmax Media!
- 2018.1.27 アニメと地域活性化
- 寺谷 圭生氏 アニメツーリズム協会事務局長
- 若林福成氏 “萌え酒”, 合同会社福成
- 2018.2.4 米国映画・テレビビジネス
- Ko Mori氏 Eleven Arts, Inc.CEO,
- PGAプロデューサー

図1 開催した公開講義

2. 公開講義・ワークショップの実施内容

第1回「米国市場必勝パターン～日本のコンテンツ・商品の米国市場展開事例に見る成功の原理～」

メディア・コンテンツ活用人材教育プログラム第1回として、平成30年1月20日(土) 15:00～16:30に、香川大学大学院地域マネジメント研究科特別講義室において「米国市場必勝パターン～日本のコンテンツ・商品の米国市場展開事例に見る成功の原理～」と題した公開講義を行い、その後16:45～17:45の1時間、地域マネジメント研究の学生に対して地域アニメプロジェクトに関するワークショップを行った。

講師として、ロサンゼルスをベースに活躍されているアニメプロデューサー海部正樹氏をお招きし、日本発のコンテンツや商品が米国市場で成功するためには何がポイントとなるのか、長年の米国での経験をもとにアニメや様々な商品の事例を踏まえて語っていただくことを目的とした。講師の海部正樹(かいふ まさき)氏はWOWMAXカンパニーズ・グループ代表であり、株式会社WOWMAX代表取締役(日本)／WOWMAX NEXT Inc. President & CEO(米国)を務めている。本講座は、アニメで地域活性化、地域資源の米国市場への発信・進出などを考えている方々にふさわしい内容と位置付けられる。

その結果、公開講義には、21名の参加者を得ることができた。講義においては、日本発のものが米国市場で成功するには何がポイントになるのかについて、アニメ以外の食文化などの例に触れながら解きほぐし、アメリカで好評を得ている鉄板焼き店であるベニバナをローカライズの興味深い例として話題提供するなど、多面的な角度から米国市場を分析し、キャズムのフレームワークなどを参照しつつ解説を加え、ご自身の日米共同のアニメプロジェクトの経験などを交えて米国市場攻略のヒントについてお話いただいた。

公開講義の後、本研究科の大学院生を対象としたワークショップを行った。このワークショップは授業の実践型クリエイティブワーク演習を履修している大学院生4名が参加し、授業の中で進めている小豆島を舞台としたアニメを想定した脚本づくりのプロジェクトに関して情報交換し、海部氏と村井氏からアニメ産業の実務家の視点から具体的なアドバイスをいただくことを目的としたものである。

その結果、ワークショップにおいては、大学院生のアニメ脚本プロジェクトについて、日本と米国のアニメの脚本の相違についても触れ、日本ではストーリー重視になりがちであるが、米国ではキャラクターを徹底的に作りこむという論点から、学生プロジェクトにおけるキャラクターづくりに関して具体的で突っ込んだアドバイスをいただいた。逆にチームで脚本づくりを行う手法について海部氏が興味を持ち、学生が役割分担や進め方についての質問を受けるなどして、相互に有益な情報交換の場となった。



写真1 講演中の海部正樹氏



写真2 講演風景

第2回「アニメと地域資源のコラボビジネスが拓く地域活性化のフロンティア！～アニメツーリズムの可能性と「聖地酒」の国際的パワー～」

メディア・コンテンツ活用人材教育プログラム第2回として平成30年1月27日(土)16:00～18:00に香川大学大学院地域マネジメント研究科特別講義室において「アニメと地域資源のコラボビジネスが拓く地域活性化のフロンティア！～アニメツーリズムの可能性と「聖地酒」の国際的パワー～」と題した公開講義を行った。講師として、一般社団法人アニメツーリズム協会事務局長を務められている寺谷圭生氏が「アニメツーリズムの可能性」をテーマに、合同会社福成代表社員・日本酒ツーリズムプロデューサーで日本酒とアニメのコラボビジネスのパイオニアである若林福成氏が「アニメと日本酒のコラボ『聖地酒』の国際的パワー」をテーマに講演を行い、このお二人にコーディネーターとして研究科長の原が加わり、パネルディスカッションを行った。本講義は、アニメとツーリズム、アニメと日本酒などの地域の食文化のコラボによるビジネスのポイントを各地の事例や実績を踏まえて語っていただくことを目的としたもので、アニメで地域活性化、地域資源とアニメのコラボなどを考えている方々にふさわしい内容と位置付けられる。

その結果、公開講義には26名の参加者を得ることができた。寺谷氏には、鷺宮、飛騨、大洗など日本各地におけるアニメツーリズムの事例の報告の後、アニメツーリズム協会によるアニメ聖地八十八ヶ所の取組みやモニターツアー調査の結果を紹介いただき、香川県における事例にも触れていただいた。若林氏には、自身の取り込んできた鷺宮神社での古民家レストランでのアニメと日本酒をコラボした聖地酒の取組みを紹介いただき、現在行っている酒造での酒造りの取組みと世界市場を視野に入れたアニメと日本酒の可能性をお話しいただいた。さらにパネルディスカッションでは、海外の人々がアニメをきっかけに日本や地域のファンになっていく点、アニメツーリズムを地域で推進しようとする際にポイントとなる点などについて、アニメファンと地域との関係や権利関係を含めて深めることができた。



写真3 講演する寺谷氏



写真4 講演する若林氏



写真5 会場内の様子



写真6 パネルディスカッションの様子

第3回「ハリウッド映画プロデューサーKo Mori氏が語る日米映画ビジネスの新潮流と地域の可能性」

メディア・コンテンツ活用人材教育プログラム第3回として2月4日(日)15:00～16:30に香川大学大学院地域マネジメント研究科特別講義室において「ハリウッド映画プロデューサーKo Mori氏が語る日米映画ビジネスの新潮流と地域の可能性」と題した公開講義を行い、その後16:45～17:45に、地域マネジメント研究の学生に対して地域アニメ映画プロジェクトに関するワークショップを行った。公開講座は講師として、ハリウッドで活躍され、PGA(プロデューサーズ・ギルド・オブ・アメリカ)メンバーと認められた唯一の日本人映画プロデューサーであるKo Mori氏をお招きし、日米映画ビジネスの新たな潮流と地域の可能性について、長年の米国での経験をもとに語っていただくことを目的とした。講師のKo Mori氏は映画会社イレブンアーツ社CEO(米国)であり、代表作として「Lords of Chaos」ジョナス・アカーランド監督(最新作、2018年サンダンス映画祭公式招待/ワールドプレミア)、「Downrange」北村龍平監督(トロント国際映画祭、釜山国際映画祭など映画祭多数、2018年全米公開)などがある。本講座は、映画と地域活性化、地域情報の国際発信などを考えている方々にふさわしい内容と位置付けられる。

公開講義には、28名の参加者を得ることができた。公開講義においては、Ko Mori氏の現在の取組み、ハリウッド映画産業で活躍できるようになった経緯と何がポイントになったか、日米映画産業の違い、ハリウッド映画誘致のために日本が何をすべきか等についてお話いただいた。特に映画ロケ誘致に対するタックスインセンティブ(税制優遇)に関しては世界やアジアの国や地域の動向の中で日本が立ち遅れており、日本が積極的に取り組むべきという論点を説明された。

公開講義の後、本研究科の大学院生を対象として実施したワークショップは授業の「実践型クリエイティブワーク演習」を履修している大学院生4名が参加し、授業の中で進めている小豆島を舞台としたアニメを想定した映画の脚本づくりのプロジェクトに関して情報交換し、映画産業の実務家の視点から具体的なアドバイスをいただくことを目的としたものである。

ワークショップにおいては、大学院生のアニメ映画脚本プロジェクトについて、映画プロデューサーの視点からアドバイスをいただき、特に脚本完成後に持ち込みたいアニメ制作会社に関して、具体的に紹介いただけるというお話もいただいた。

Ko Mori氏には、講義・ワークショップの前後の日程で、ハリウッド映画のロケ地の候補として、高松市丸亀町商店街・片原町商店街、ライオン通り商店街(2/2)、JR四国の四国まんなか千年物語、金毘羅歌舞伎金丸座、三豊市父母ヶ浜、紫雲出山(2/3)、大串半島、屋島(2/4)、小豆島のエンジェルロード、中山千枚田、オリーブ公園、マルキン醤油、島宿真里、森國酒造(2/5)をフィールドワークしていただき、その可能性についてヒアリングし検討を行った。



写真7 講演する Ko Mori 氏



写真8 会場内の様子



写真9 ワークショップの様子



写真10 ワークショップで談笑する Ko Mori 氏と原研究科長

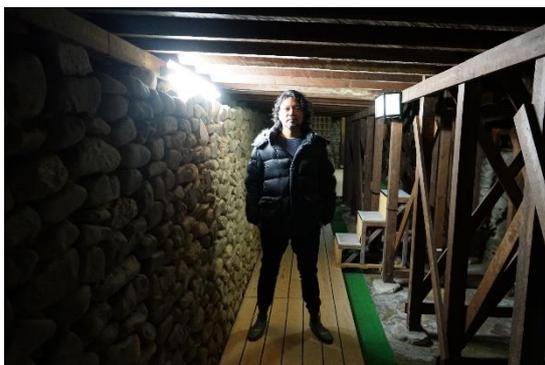
3. ハリウッド映画ロケ誘致のポイント

Ko Mori 氏には、ハリウッド映画のロケ地の候補として、香川県内および近郊において、現地視察をしていただき、こういった場所が有力な候補となりうるかについての検討を行っていただいた。主な訪問場所は、高松市丸亀町商店街・片原町商店街、ライオン通り商店街（2/2）、JR 四国の四国まんなか千年物語、旧金毘羅大芝居「金丸座」、三豊市父母ヶ浜、紫雲出山（2/3）、大串半島、屋島（2/4）、小豆島のエンジェルロード、中山千枚田、オリーブ公園、マルキン醤油、島宿真里、森國酒造（2/5）などである。



視察先例 1 四国まんなか千年ものがたり（JR 四国：多度津～大歩危）

通常、フィルムコミッションが映画ロケ誘致を目指して支援する際に多く見られるロケハン（ロケーションハンティング）やシナハン（シナリオハンティング）の場合は、特定の具体的な映画（ないしテレビドラマなど）のプロジェクトがあり、そのための脚本や企画があつて、それに合う映画ロケの場所ないし脚本のストーリーの舞台とすべき場所の候補地を訪問し、採用の可能性を検討する。今回の Ko Mori 氏のケースは、特定の具体的なプロジェクトを想定せずにハリウッド映画にとってはどのような場所が望まれるかという一般的な条件についての検討、それに加えて、Ko Mori 氏が企画の検討を開始しつつある日本がロケ地に想定されるいくつかの特定プロジェクトに照らし合わせていかなる場所が候補となりうるかに関する検討という2つの視点から、地域が日本映画だけでなくハリウッド映画を対象としてロケ誘致を行い地域活性化につなげるためのポイントについてヒアリングを行った。これらは、今後のメディア・コンテンツ活用人材育成プログラムの具体化にとっても重要な視点を提供するものと考えられる。ただし、特定プロジェクトについては秘密保持上、具体的にできない部分が多いため、以下ではプロジェクト内容が明示的にならない一般論の範囲内で整理を試みる。



視察先例2 旧金毘羅大芝居「金丸座」(琴平市)

現地調査を通して Ko Mori 氏が指摘したポイントについて、ハリウッド映画ロケ誘致の一般論を中心に述べる。第一にタックスインセンティブである。日本において弱い部分であるが、米国、カナダ、ヨーロッパなどでは連邦政府と地方政府の両次元でハリウッド映画誘致をめぐるタックスインセンティブ競争が盛んに行われてきており、近年は韓国・台湾などアジア諸国もこれに参加している。実際に、日本人による原作で舞台が日本であるにも関わらずタックスインセンティブの有無によってロケ地が台湾などに決定した例があるという話である。日本に興味を持ち、日本で映画を撮影したいと考えるハリウッド映画人は多いという。ロケ地の最後の決め手としてタックスインセンティブの有無が大きく影響するとのことである。これは地方レベルというより日本政府が国策として旗を振って取り組むべきではないかと指摘している。

第二は、現地における映画ロケスタッフの確保である。当該地域においてスタッフが確保できない場合、東京などから呼び寄せる必要が生じ、東京からの移動コストがかかる。そうした移動コストをかけても見合うものかどうか問われることになる。

第三は、交通のアクセス性である。ロケハンの場合の移動手段、ロケ地へのスタッフや撮影機材の輸送に必要な移動手段が容易に利用可能であれば、よりのぞましく、離島などの場合に島までの船や島内移動の車などの利用の便が問われることになる。

第四は、当該地域でなければならない理由である。地方の場合、上記のような理由でコストが余計にかかる場合が想定されるが、そのコストに見合うためには、その地域でなければならない特別な理由が必要である。ただし、原作で地域が描かれていても他の地域や国にとられることが大いにあるため、その地域でロケをしないといけない理由は強力なものがないといけないことになる。

第五に、英語によるサポート体制である。フィルムコミッションによる英語サポートに関しては、対応していると言われる地域があるのだが、そうした地域についても評価は厳しいようである。



視察先例3 森國酒造（小豆島）

4. 評価と考察

今回実施した3回の公開講座は、参加者からおおむね高い評価を得ている。第2回と第3回では参加者アンケートを実施した。このイベントはいかがでしたかという問いに対して、第2回では有効回答数20のうち、「とても満足」が7人(35.0%)、「満足」が9人(45.0%)、「どちらでもない」1人(5.0%)で、「不満」と「とても不満」はともに0人(0%)、無回答が3人(15.0%)であった。第3回では有効回答数24のうち、「とても満足」が9人(37.5%)、「満足」が12人(50.0%)、「どちらでもない」は1人(4.2%)で、「不満」は0人(0%)、「とても不満」は1人(4.2%)であった。ともに8割以上の人満足しているという回答を得ている。

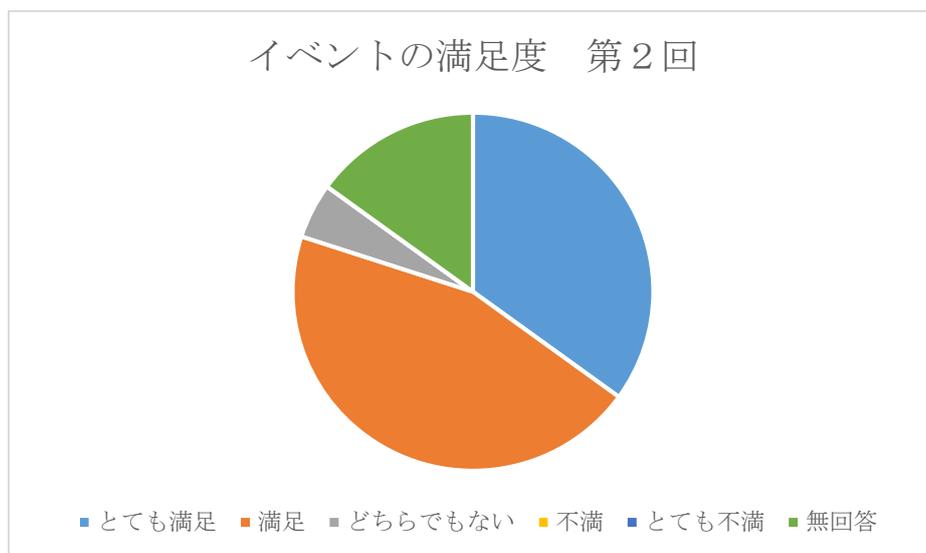


図2 イベントの満足度 第2回

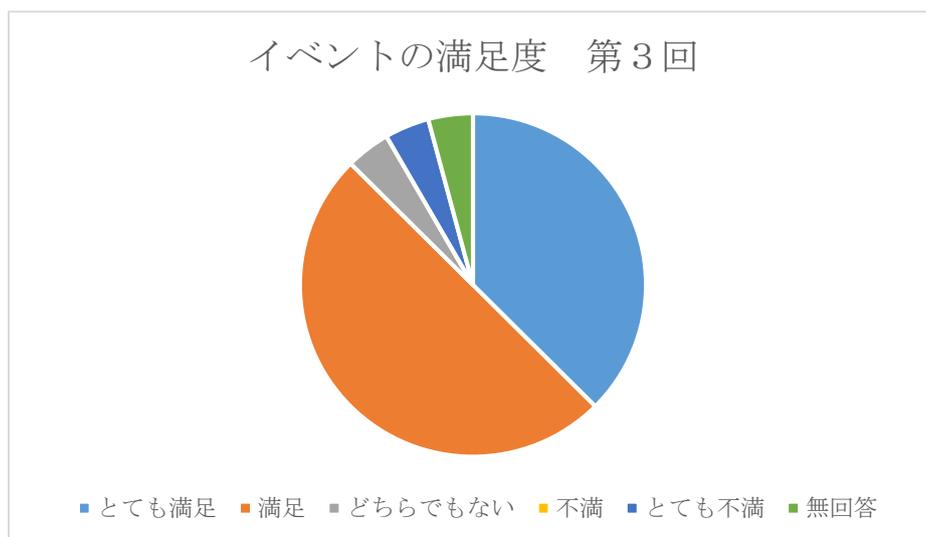


図3 イベントの満足度 第3回

メディア・コンテンツ活用に関するイベントがまた開催されたら参加したいと思いますか？という問いに対しては、第2回では有効回答数20のうち、「参加したい」が11人（55%）、「わからない」が1人（5%）、無回答が8人（40%）、第3回では有効回答数24のうち、「参加したい」が16人（66.7%）、「どちらかというに参加したい」7人（29.2%）、無回答が1人（4.2%）であった。過半数の参加者がまた参加したいという意向を示している。

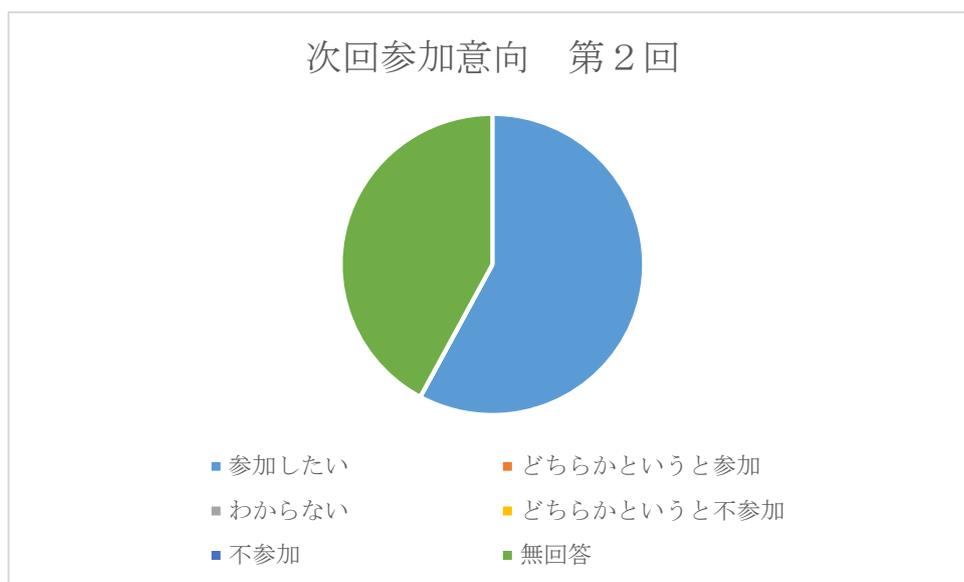


図4 次回参加意向 第2回

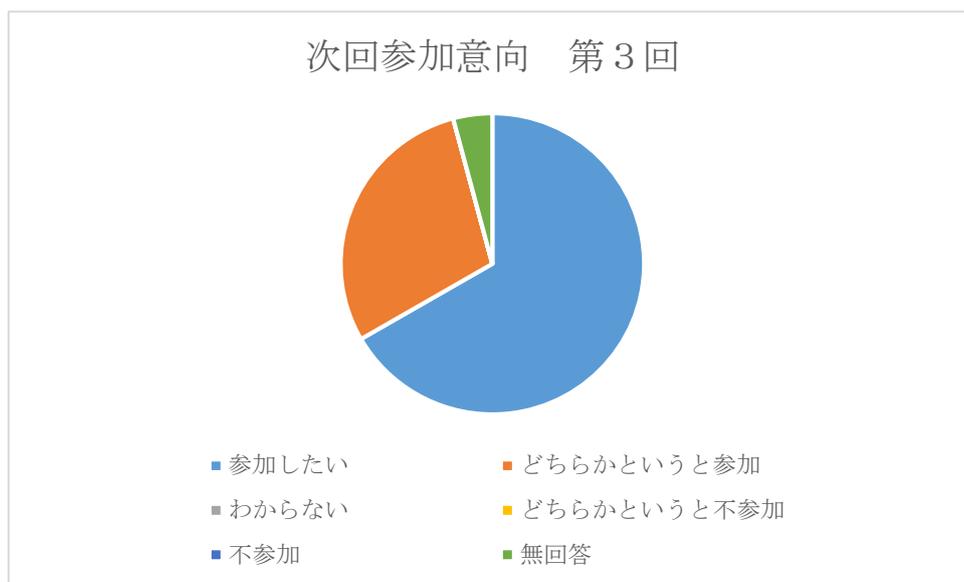


図5 次回参加意向 第3回

今回のプログラムの試験的实施には、研究科教員のロサンゼルスや東京でのこれまでの研究調査を通じた人脈が活かされている。平常の地道な研究調査活動の成果を効果的に授業に反映することが効果的である一例となっている。

また、メディア・コンテンツを活かした地域活性化に対する関心または期待感が高く、一定のニーズがあると考えられる。本研究科の現役 MBA 学生と修了生に加え、地元テレビ局のディレクター、地元 FM ラジオのパーソナリティ、アニメ作品で地域が描かれた地域の自治体の担当職員、地元の観光組織の職員、国の出先機関のコンテンツや観光の担当職員、地元映像制作会社なども参加し、具体的に活用しようと考えている関係者を幅広く受け止める結果となっている。

第1回の海部氏の講演内容は、ハリウッドのアニメ産業とその市場にとどまらず、米国市場など海外メジャー市場に対し、日本発の商品が進出しようとする際に役に立つ知見をお話いただいた。こうした点は、広く一般的に地域活性化や国際化への取組みを進めるための人材育成に役に立つものであり多様な波及効果が見込める内容であったと言える。海部氏自身の経験に基づく米国における豊かな事例紹介とともに、米国アニメ市場をジェフリー・ムーアのキャズムなどの理論的内容とも照らし合わせて市場規模を算出しターゲティングを行うなど、コンテンツ産業における海外マーケティングに関して現場と理論をつなぐ興味深い講義内容となっていた。この講義はアニメという視角を通して日本的な商品を国際的にマーケティングするための戦略ポイントを効果的に理解させる場となると位置付けることができよう。

第2回の寺谷氏と若林氏の講演内容は、アニメが地域資源と効果的に結びつくことで地域活性化を進めることができることを様々な具体的な事例と経験を通して示していただいた。香川県にも今後の応用が期待されるアニメ作品があり、参加した関係自治体などに大いに参考になる刺激を与えていただいた。日本のアニメファンに加え、インバウンド観光客へのアプローチとして、アニメがきっかけとなって地域のファンになり、日本の良さをさらに深く体験し理解するようになるという点は示唆に富んでいる。アニメツーリズム協会からはアニメの聖地に関する取組みを行っているものの、地域とどのように連携を進めるべきかについてはこれからの課題であり協力を望むという意見をいただいた。今後、本研究科が蓄積している地域活性化に関する教育研究の成果をアニメツーリズム協会と連携して活かすことで、日本酒など地域の飲食関係を含む様々な地域資源とアニメのコラボによる地域活性化について掘り下げた教材づくりを行い市場や地域のニーズに応える効果的で実践的な教育プログラムを開発し実施していくことが可能ではないかと考える。

第3回の Ko Mori 氏の講演内容は、プロデュースした作品数とその公開館数や映画祭での受賞歴など認定基準が厳しい米国 PGA(Producer's Guild of America)のメンバーに日本人として初めて認められるようになるまでの貴重な経験のお話とともに、日本においてまだまだ少ないハリウッド映画ロケの誘致を進めるために準備すべき、そして注意すべきポイントを示唆いただいた。タックスインセンティブなど公共部門が制度的に整備すべき点

は、企業経営と地域公共の両方を含む地域マネジメント研究科で考える適切な素材と言える。講義と現地調査を通じて指摘いただいたポイントは、日本において、そして地域において、今後ハリウッド映画を誘致しようとする場合に牽引していくべき人材を育成する際に留意すべき点、整備すべき点の示唆に富んでおり、こうした点に焦点をあてた教育プログラムの開発により、日本における映画ロケ誘致をさらにレベルアップさせて、市場のニーズに対応できる人材育成を行うことができるのではないかと考える。

今回、もう一人の大物アメリカ人映画プロデューサーを **Ko Mori** 氏を通して招聘する準備を進めて来て予定を確保しほぼ決定していたにも関わらず、残念ながら最終段階で旅費支払いの用務日前後の日本滞在に関する条件で折り合わず実現しなかった。ハリウッド映画プロデューサーなどの人物を海外からの招聘する際には、旅費・謝金手続きと支払い条件などのルールの明確化と事前通知の重要性が確認できる。海外からの場合には組織として初めての状況に出くわすことが多く、今回の経験による知見は今後の準備に大いに役立つことができる。ただし、旅費支払いの条件については柔軟な運用規則の設定も必要ではないかという点も指摘できる。

VR（バーチャルリアリティ）に関する講義を予定し、調整を進めていたが時間の関係で今回は実現できなかった。ここでは **VR**（バーチャルリアリティ：仮想現実）、**AR**（オーグメンテッドリアリティ：拡張現実）、**360度映像**などを包括的に意味するものとして **VR** という語を用いている。香川県で映像人材育成を行っている **e-とびあ・かがわの館長**からは、「**e-とびあ・かがわ**では技術系中心の教育を行ってきており、マネジメントやマーケティングの面が弱いので、ぜひ地域マネジメント研究科と連携した取組みをさせていただきたい。特に **VR** 関係は大いに興味がある。」というコメントをいただいている。**VR** 関係の応用は、日本ではゲーム・医療・製造業などで先行して発達しているが、特に実写の領域で地域活性化のために **VR** をいかに活用するかは、現在大きな課題である。今後、**e-とびあ**かがわとの連携などにより、**VR** 関係での地域活性化に貢献する人材育成の教育プログラムにも着手して行きたい。

今回、試験的に実施した3つの公開講義は、どれも内容としては充実したものにできたのではないかと考えられる。地方においては、メディア・コンテンツ産業の人材は限られているため、こうした内容について実務家に実践的な内容を講義いただくには、東京やロサンゼルスなどのメディア・コンテンツ産業集積地から招聘する必要があるため、継続的に実施するためには、招聘費用をいかに用意するかが課題である。産学官の連携などにより、こうした課題を克服して、今回の試験実施の結果をいかして、地方創生のためのメディア・コンテンツ活用人材育成プログラムを本格的にそして継続的に実施していく必要がある。そして、今回の3つの公開講義では、単にメディア・コンテンツ産業の人材育成ではなく、メディア・コンテンツ産業に地域と言う要素を盛り込んだ内容にして、地方においてメディア・コンテンツを活用できる人材育成を行うための教育プログラムの構築を目指した。これは挑戦的な部分であり、こうした内容は東京などの大都市だけでなく、いろ

んな地方大学においてニーズがあり、応用が望まれる教育コンテンツになるのではないかと考える。

第1回と第3回の公開講義の後には、地域マネジメント研究科の授業である「実践型クリエイティブワーク演習」を履修している大学院生を対象としてワークショップを実施した。各回のワークショップとも4名の大学院生が参加し、授業の中で進めている小豆島を舞台としたアニメを想定した映画の脚本づくりのプロジェクトに関してまず説明して、情報交換を行ったが、各回とも講演者との間で熱のこもったやり取りがなされた。講演者の方から、チームでの脚本づくりとは、具体的にどのような形で実施しているのか、各自の間の役割分担はどのようにしているのか、著作権はどのように決めるのかといった質問が逆に学生に対してなされたのは、このプロジェクトに大いに関心を持っていただいた証拠ではないかと考えている。日本ではプロット重視の傾向があるが、ハリウッドではキャラクターの作りこみを徹底的にやると話され、主役のヒロインについて具体的な質問がマシンガンのように繰り返されたが、本授業の学生も負けじと、一定の回答は準備できていたのでその場で返答すると、さらに重ねて質問が飛んでくるといった対話は、真剣勝負の感があり、充実したワークショップになったと考える。脚本が完成した際の、プロジェクトの具体的実現に向けたアドバイスも頂戴し、人の紹介など支援の約束を得ることができた。後期に実施している授業「実践型クリエイティブワーク演習」は、前期に実施している「クリエイティビティと地域活性化」という授業の続編であり、両者は地域の要素を効果的に盛り込んだ映画やアニメの脚本づくりを行い、地域活性化の促進を目指すもので、これらの授業自体が本研究科にユニークな授業であるが、このワークショップによって、こうしたすでに正規のMBA課程で実施している授業についても、さらに改善し、実践的に質を高める方向性を見出すことができたと考える。海部氏、Ko Mori氏の両プロデューサーとは今後も密に連携して、既存教育プログラムの充実と新規教育プログラムの開講をはかっていきたい。



写真 11 講演する海部氏



写真 12 ワークショップで発表する学生

付録：メディア・コンテンツ活用人材教育プログラム第2回（寺谷・若林）参加者アンケート自由回答

質問4 アニメツーリズムのお話について、どんな感想を持ちましたか？

自由にお書きください。

- ・ロケツーリズム協議会にも参加したことがあるが、「映画・ドラマ」も「アニメ」も基本におさえておくべきポイントは同じであると感じた。（男 30代 会社員 高松市 地マネ2年生）
- ・効果的な事例があることについては理解するものの、日本全体でもって盛り上げる活動をするにはノウハウ化が少ないように感じる。聖地 88 も四国 4 県おへんろなどやや強引ではないか。（男 20代 会社員 香川県 地マネ修了生）
- ・日本国内だけでなく、海外のファンも意外に多いことが分かり、想像以上にマーケットが大きい将来性のある事業であると思いました。（男 30代 会社員 丸亀市 地マネ10期生）
- ・アニメ全体のビジネス規模がここまで大きいとは知らなかった。可能性は大きいですね。（男 50代 会社員 多度津町 地マネ1年生）
- ・アニメでの地域活性化に対しての聖地、イベント等が自分の地域にどのように活かせるか考えてみようと思いました。（男 30代 公務員 丸亀市 地マネ1年生）
- ・大きな動きになっているのだなと思いました。（男 30代 会社員 高松市 地マネ10期生）
- ・「質問5」に答えたように、その(ファン)気持ち理解できないところがあって、現実の事と感じられない部分があります。
(女 50代 パート非常勤 丸亀市 地マネ12期生)
- ・なかなか「仕掛け」の難しいビジネスだと感じました。作品のヒットありきですので、初動が地域の人々に遅れてしまいますね。（男 50代 会社員 高松市 地マネ10期生）
- ・トライアルしながらの実証の話（男 30代）
- ・ポップカルチャーアニメをきっかけとした訪日外国人観光客が増加している傾向は聞いておりましたが、地域経済に貢献している様子が想像以上でした。聖地巡礼の舞台のきっかけとなる詳細と、聖地として継続していくための条件を次回詳しく伺いたいです。（男 30代 公務員 高松市）
- ・巡礼地の環境整備の取り組みは？（男 50代 会社員 高松市）
- ・新しい観光地づくりの手法として可能性を感じました。（男 50代 公務員 高松市）
- ・これからアニメツーリズムの可能性は大きいと感じました。
(男 40代 公務員 観音寺市)
- ・海外からいろんな方が来られ通訳さん以上の交流が可能になり、その体験が拡散する流

れがすばらしいと思いました。寺谷さんの熱い気持ちが伝わりました。(男 50代 自営業 高松市)

・以前から若林さんのお話をよく聞いておりましたので、感心はありましたが、今回さらに理解が深まりました。(女 50代 自営業 宇多津町)

・所謂、宗教の巡礼をタテマエとして江戸期、戦前、昭和期に流行した国内旅行と重複する印象を感じた。アニメを「きっかけ」とする点についてを、より一層追求、特化させることで、成功のケースにつなげられるとも感じた。又、交通インフラや、移動のコストに対する付加価値を見出せられれば、より良いと思う。(男 20代 学生 高松市)

・アニメの聖地の話が出ていましたが、いわゆる「聖地」へ行くことで、作品の世界観、そこでしか味わえない空気を自分も体感したいという思いがアニメファンにはあるのだと思います。地域のもの、人とコラボ出来たら、リピーターを増やしていくためにも「これはここでしか味わえない！手に入らない！」というアピールポイントを武器にメディアを活用して宣伝していく必要性を感じました。(女 20代 学生 高松市)

・アニメオタクと共に育みたい。愛の視点の大事さに気づけました。(男 50代 教員 高松市)

・徳島マチアソビを訪ねた際、少し引いて出かけたのですが、そばやのおばちゃんがコスプレヤーに「おかえり」と。継続する、させるがあつてこそ実感しました。(男 50代 会社員 高松市)

質問5 日本酒とアニメのコラボのお話について、どんな感想を持ちましたか？自由にお書きください。

・もう少しお時間が欲しかった。もう少し具体的にお話を聞きたかった。(男 30代 会社員 高松市 地マネ2年生)

・アニメ舞台としての地域ブランドと地酒ブランドの相乗効果は大変興味深く、地域ブランドの活性化を期待しています。(男 30代 会社員 丸亀市 地マネ10期生)

・自分の感覚の中には、この発想はありません。アニメの持つ力は大きい。(男 50代 会社員 多度津町 地マネ1年生)

・遠くから来る人ほど、SNS等で情報を流すことが多い。接し方、心がける。(男 30代 公務員 丸亀市 地マネ1年生)

・海外への展開を目標にしている点が面白いと思いました。(男 30代 会社員 高松市 地マネ10期生)

・「アニメを好きになって、そして地域が好きになる」という気持ちをオタクではない人に理解できる言葉で表現して欲しい。無理かなあ。(女 50代 パート非常勤 丸亀市 地マネ12期生)

・「伝統」+現代の技術を融合させること、これは、どの産業でも必要で特に「飲食」及び

「アニメ」(副次に転がす?)は特に顕著であられる。(男 50代 会社員 高松市 地マネ 10期生)

・日本酒とアニメの相性の良さはよかった。(男 30代)

・酒造文化を守っていくための手段として、輸出やアニメとのコラボを活用していく姿勢に感銘を受けました。アニメと日本酒がコラボした商品造りの詳細、手続、テクニカル的な部分も次回詳しく伺いたいです。(男 30代 公務員 高松市)

・全く性質の異なる両者をつなげる発想に感心しました。両者のファンは同質ということですが…。(“上から”の表現ですみません。そのような気持ちはありません。)(男 50代 公務員 高松市)

・日本酒とアニメという組合せはお互い類似しているということには納得しました。(男 40代 公務員 観音寺市)

・原先生の地域と結びつける質問がこれかととても大切になってくると気づかされました。(男 50代 自営業 高松市)

・次世代に向けての日本古来の文化を PR するにはアニメとのコラボは奇想天外なアイデアで面白いです。(女 50代 自営業 宇多津町)

・「子供のころに見たアニメ」と云うのは酒が飲める様になった大人に成長しても特別な作品であり続けうる。新しいアニメ作品よりも、古い作品を扱った日本酒であれば違った売れ方をすると思う。(ex.1990年代アニメ等)

(男 20代 学生 高松市)

・日本酒とアニメがここまで数多くコラボしているというのは知りませんでした。今日私がこのプログラムに参加したきっかけが、「日本酒キャラクタープロジェクト“神酒ノ尊”(ミキノミコト)」というアプリゲームです。好きな声優さんが吹き替えで出演されることを知り、日本酒を飲んだことのない私でも興味を持ちました。日本酒をよく知らない、もしくは日本酒が苦手という人にも「こんなものがあるよ」と SNS などで PR できると良いのではと思います。(女 20代 学生 高松市)

・「愛」、「ストーリー」という点で共通する部分が多いと感じました。(男 50代 教員 高松市)

・一見こじつけと思っても、テンポとストーリーで説得力を感じました。コラボが成功する条件なのだと思います。(男 50代 会社員 高松市)

質問 6 パネルディスカッションについて、どんな感想を持ちましたか？

自由にお書きください。

・おもしろかったです。(男 30代 会社員 高松市 地マネ 2年生)

・事業として利益を出さなければいけないが、お金の臭いを出してしまうとファンが逃げってしまう難しさについて、アニメファンへの理解が十分なればできない。ファンだからこそ

できる事業であると感じました。(男 30代 会社員 丸亀市 地マネ 10期生)

・地域の協力をうまく得ることで、アニメのファンが地域のファンに変換される。←なるほど！(男 50代 会社員 多度津町 地マネ 1年生)

・ファンと寄り添うことの大切さ、コミュニケーションの大切さ、何かを行うときはきちんと法律などを調べ、関係者との打合せが大切。(男 30代 公務員 丸亀市 地マネ 1年生)

・「ファンと同じ熱量が必要」というのは真理かと思います。(男 30代 会社員 高松市 地マネ 10期生)

・聞いたかったことを原先生が聞き出してくれ、満足感が高まりました。ツーリズム協会の人の言葉に厚みを感じる事ができました。原先生の「引き出す」力って、エンターテインメントかもしれないと思いました。(女 50代 パート非常勤 丸亀市 地マネ 12期生)

・自宅にはマレーシアから来た子がいます。留学前に日本語検定を1級取り、国立大学を出てとても優秀です。彼女はアニメのファンから日本のファンになりました。経済効果の話も素晴らしいですが、海外人材の確保にも力を入れてほしいです。(男 30代 会社員 三豊市 地マネ 10期生)

・欠席しています(男 50代 会社員 高松市 地マネ 10期生)

・アニメも日本酒も発信方法が大事ですが、“人”と“地域”という2つの要素が整ってこそ、外国人にも響いてゆくものだということが認識できました。

(男 30代 公務員 高松市)

・お二人のお話で実績・結果がよく分かりましたので、パネルディスカッションでは課題や苦勞を掘り下げてくださり、大変ありがたかったです。

(男 50代 公務員 高松市)

・具体的な話があって、とても勉強になりました。(男 40代公務員 観音寺市)

・若林さんのインバウンド→国内型輸出はとても興味深いものでした。

(男 50代 自営業 高松市)

・小スペース少人数なので、座談会形式でも良かったかなと思いました。

(女 50代 自営業 宇多津町)

・アニメを用いたビジネスと地域活性化は、「宮崎勤事件」の清算をしてからでないと難しいと思う。(男 20代 学生 高松市)

・前述したことと重なるかもしれませんが、アニメやマンガのファンは、自らが手に取った(あるいは見た)作品を通して、そこでテーマになっているもの、出てくる場所を初めて知ったり興味を持ったりすることが多いと思います。作品自体は勿論、クリエイター、声優さんなどの影響力の高さも生かしてPRをしていってほしいなと感じました。(女 20代 学生 高松市)

・大会場シンポジウムと違って、対談のような設定が良かったと思います。ちゃんと話がかみ合って理解が進みました。(男 50代 会社員 高松市)

付録：メディア・コンテンツ活用人材教育プログラム第3回（Ko Mori）参加者アンケート自由回答

質問4 日米映画ビジネスと地域の可能性のお話について、どんな感想を持ちましたか？自由にお書きください。

・<感想>非常に楽しかったです。映画業界の良い話が聞けました。

<メモ>(ロケーション)(四国じゃなきゃダメ)ー(ロケ候補としての香川)ー(TAXincentive)(クルー不足)【マーケットイン】

<情報発信>・ロス ・ベガス ・SF ・見学先 →コンパクトにやってる

(男 30代 会社員 宇多津町)

・日本の地域で制作した映画が、世界規模でヒットすることで、観光客が増え、地域活性化に結び付くと感じました。(男 60代 公務員 高松市)

・具体的な話（自分の手掛けた作品を例に）をたとえに語って頂いて大変参考になりました。(男 30代 公務員 高松市 地マネ2年生)

・アメリカから日本の地域を見ると、なかなか視界に入ってくれない。ハードルが高いことが良くわかりました。(50代 会社員 多度津町 地マネ1年生)

・映画を見るだけでは、知ることや聞くことが出来ないハリウッドの深い話を、聞くことが出来てとてもよかったです。(男 公務員 観音寺市)

・実際に映画製作の第一線で活躍されている方のお話はとても刺激的でした。相手との交渉において、優位に進められるような立ち位置にいくという(そのための準備、仕掛けが大事)お話もとても参考になりました。(女 30代 公務員 丸亀市 地マネ1年生)

・自分の知らないアメリカという世界の第一線で活躍されている Ko Mori さんのお話を直接聞くことができ、貴重な体験となった。(男 20代 学生 高松市)

・「TAX インセンティブの可能性」日本にだけ無い制度ということで、かなりもったいないと感じました。インバウンドの取組を地域の特徴を出しながら行っていますが、TAX インセンティブを導入して映画が多く撮影されるようになると日本に来る外国人も増えてくると思いました。PGA に入ることによってステージが上がるという感覚が印象的でした。

(男 30代 公務員 丸亀市 地マネ1年生)

・タックス・インセンティブの仕組みは興味深かった。映画製作もビジネス面は軽視できないので、この仕組みがない日本は、他のアジアショックとの競争に出遅れているように感じた。ロケ地の効果は、観光面でも大きな収益源になると思う。(男 50代 会社員)

・現在のお仕事の中の配給と自社制作のバランスを知りたかった。アニメも扱ってらっしゃるのでアニメの話も聞きたかった。もう少し早くリリースして、もっと宣伝したほうが良いと思う！(女 40代 会社員 高松市 地マネ1年生)

・「Tax incentive」、この発想に対しての日本の自治体の成熟度の程度が問われている。

(男 60代 地マネ 11期生)

・なぜ四国か？四国でないと（香川でないと）撮れないもの。関係者が納得する理由づけの出来るものは何か？改めて考えると非常に難しい。しかし、必要なものが明確であるため、それがみつければ思いの外ストレートにススメられるかも…。(女 40代 会社員)

・タックスインセンティブのお話、外務省との交渉から将来的に日本のフィルムメイキングの門戸が更に開かれること、強く願います。とても刺激的な内容でした。(40代 会社員 三木町)

・タックスインセンティブのお話が興味深かった。(女 40代 公務員 高松市 地マネ 12期生)

・日本映画界とハリウッドの大きな違いがよく見えてきました。プロデュース視点として資金、人、物、タイミングの重要性が感じられた。(男 50代 自営業 高松市)

第5章 地方創生のためのポスト MBA プログラム開発

1. 目的と背景

香川大学大学院地域マネジメント研究科は平成 16 年（2004 年）に国立大学として 4 番目の経営系専門職大学院として設立したが、地域活性化に貢献する実践的経営人材の育成をミッションとするユニークな特長を持つビジネススクールとして教育・研究・社会貢献に取り組んできた。民間企業だけでなく、自治体・国の出先機関などの行政組織や NPO などの多様なバックグラウンドを持つ多くの社会人が学び、修了生は 350 名を超えており、多方面で活躍している。

地域マネジメント研究科では、学術論文スタイルだけでなく、ビジネスプラン作成や地域活性化の取組みを試験的に実施しての検討など実践的なスタイルを許容するため、最終的な成果物を修士論文ではなくプロジェクト研究と呼び、複数の担当教員の指導の下 2 年次に取り組んで MBA 課程の総仕上げとしている。修了生からは、在籍時に取り組んだプロジェクト研究のテーマを継続して、具体的な地域活性化の活動を進めようとする者や職場において新たな課題に取り組もうとする者がおり、その際に地域マネジメント研究科とつながりを持って取り組みたい、地域マネジメント研究科の教員のアドバイスを得ながら進めたいという要望が寄せられている。MBA 課程の次にくるものとして博士課程が考えられるが、本研究科の修了生は必ずしも研究者になることを望んでいる訳ではなく、3 年間の研究者養成のための博士課程の枠組みは、前述の本研究科の修了生のニーズに合っているとは言い難い。

以上の問題関心の下、本事業では、地域マネジメント研究科の修了性が MBA 修得後に地域活性化の取組みを継続するための学習の場となるべき教育プログラムを、仮に「ポスト MBA プログラム」と呼び、「ポスト MBA プログラム」に適した修了生の取組みを公募し、5 件ほどのプロジェクトを採用して試験的に運用を行い、その試験運用を通じて「ポスト MBA プログラム」が、いかなる期間において、どのような内容で、どうした組織体制で実施するのが良いか、具体的な制度設計に向けた検討を行うことを目的とする。

本事業の必要性は、修了生からの要望があるという意味での必要性とともに、国をあげての地方創生の政策的な取組みの中で、地方国立大学に期待される役割は大きく、具体的な地方創生の果実、すなわち地方における雇用創出、特に若者が働きたいと思うような魅力的な就業機会をいかに地方に創出するかという成果を出すためには、本研究科のような経営系専門職大学院の修了生の力を活用することが一つの方法として効果的ではないかと考えられ、地域からの期待に応えるためにも、そうした努力をする必要があることが指摘できる。

2. 実施内容

公募要領を定め、平成29年8月21日（月）13:00を提出期限としてポストMBAプログラム推進事業の公募を行った。事業代表者は修了生だが、本研究科の教員が指導教員となり、指導教員が申請者となる形とした。

公募要領において、「地域マネジメント研究科修了生が、プロジェクト研究で取り組んだテーマをさらに本格的に実践すること、あるいは、修了後に取り組んでいる新たな課題への取り組みを支援することで地域活性化の具体的な成果を実現していこうとする「ポストMBAプログラム」の構築に向け、修了生の取り組みをプロジェクトとしてピックアップし、試験的に実施することを通して、どのようなプログラムが必要かを検討する」ことを目的とした。また、選考において以下の点を評価することとした。1) 事業課題が、いかに地域活性化に資するものであるか明示されていること。2) 事業目的が、明確であること。3) 事業方法が、明確・具体的であり、目的と整合的であること。4) 期間内に何をどこまで実現するのかが明確に述べられていること。5) 対象とする市場（競争相手）や地域の中で本事業のいかに優れているかが位置づけられていること。

その結果、6件の応募があり、6件を採択することとしたが、そのうち1件は実施困難となり、取りやめとすることとなったため、最終的には5件の申請案を実施することとなった。

ポストMBAプログラム推進事業

- ・ 教員を通じた公募 2017年8月21日締切
- ・ 5件採択

五色台における互助のまちづくり:子ども、高齢者、観光客の結びつきに着目して

世界のSAKEマーケットを視野に地域性を付加価値とした酒蔵経営に関する研究

香川とアルメニアの国際的ビジネス・文化交流促進による双方向地域活性化プロジェクト

離別・別居家庭の「子の監護」に関する総合的支援事業

地域住民が作る地域活性化のためのPR動画プロジェクト

図1 ポストMBAプログラム推進事業の採択テーマ

実施されたテーマは上記の通りである。以下、それぞれのテーマ別の成果報告を載せる。

1) 10期生 石浜実花

■事業名

五色台における互助のまちづくり：子ども，高齢者，観光客の結びつきに着目して

■目的

地域包括ケアシステムにおいては今後，互助の果たす役割が大きいと考えられる．本事業においては，児童心理治療施設「若竹学園」の子どもたち，観光客，当該地域の高齢者の間の結びつきを効果的に活用し，住民を主体として「互助のまちづくり」を実践していく．これは，地域の課題を地域に住む人（働く人）たちが，自分たちの力で乗り越えていくということである．そのために，障害や互助への理解の深い理学・作業療法士を本事業の対話の場などで活用することとした．

まちづくりは短期間でなせるものではなく，本事業も長期にわたって実施していくことを考えている．五色台（*五色台という地域はないため，対象場所としては下笠居地域とした．）の互助のまちづくりを構築していくにあたって，今年度はまず，住民などの関係者からの情報収集と対話による住民や内部組織の合意形成を行うこととした．

■日時

第1回「五色台未来のための準備会－オープンダイアログ1－」平成30年1月14日（日），
第2回「五色台未来のための準備会－オープンダイアログ2－」平成30年2月4日（日）

■場所

五色台ハーブ園（香川県 高松市中山町 1501-157）

天候の影響により平成30年2月4日（日）については，プライマリケア訪問看護ステーションにて実施（高松市木太町 1862-9）

■詳細（内容）

具体的には，計2回の対話の場を設け，信頼関係を作り，現在の問題点やこれからの目指したい姿を共に考えた．参加者は，住民側協力者である野田氏と野田氏の推薦による五色台の住民及び五色台で勤務する4名，青年療法士まちづくり塾の実践協力者等の7名，事業分担者・事業代表者の3名による合計14名で行った．

話し合われた地域の問題点（課題）は，住民である若竹学園の子どもたちは，社会適応するための治療を積極的に受けることが求められている．しかし，治療を行うための地域社会との接点が不足している．その理由として，保護者の理解が得られない，職員の考え方が閉鎖的であるなどが理由で上手く実施できていないことが明らかとなった．

将来目指したい姿は，若竹学園の子ども達が堂々と地域社会との接点をもちながら過ごせ

るようになることである。子ども達は、効果的に社会との接点をもたせることで社会適応能力の回復を図る必要がある。子どもの成長を目的として、観光客や地域の高齢者との繋がりをもたせることで地域の活性化を図る。配慮事項が多いからこそ、理学・作業療法士による協力を必要としているということが話し合われた。

五色台における互助のまちづくりを実践するため、以下のプロセスで事業を進める。

- (a) 五色台の関係者から、互助のまちづくりを実践する上で必要な基礎的情報を収集する。(本年度)
- (b) 五色台の関係者と対話を行うことで信頼関係を作る。現在の問題点やあるべき姿を考える。(本年度)
- (c) 五色台のあるべき姿の合意形成を行う(次年度)。
- (d) 五色台でボランティアや観光客が観光を楽しめるかについて情報収集・調査を行う(次年度)。
- (e) 合意形成の上での事業計画を作成し実施にとりかかる(次々年度)。

次年度は、若竹学園の職員向けの研修会を実施し、合意形成を行い住民や観光客との接点を作る準備を行う。また、下笠居地域の住民や関係者と意向を確認するため交流を図る。若竹学園の子ども達が堂々と社会との接点をもちながら過ごせるようになることを進めていくことで、①子どもの社会適応訓練の選択肢と機会の増加、②介護予防活動の開発、③国内宿泊旅行市場の拡大、④観光客の増加とそれによる経済効果、⑤療法士のまちづくりへの関心の浸透、⑥住民の健康づくり、⑦住民ボランティアを生かすことで地域活性化、⑧国際交流の場となること、⑨新たな「お互い様」の共生社会の構築、⑩お互い様の共生社会を構築することによる住民や観光者の介護費や医療費の削減、といった効果が期待される。また、これらの効果によって、当該地域への来訪者が増加し、地域活性化にも貢献すると考えられる。

■参加者写真 1/14



■参加者写真 2/4



■業績

毎日新聞記事『stand by you そばにいるよ「世代間交流の準備も」』, 平成 30 年 2 月 7 日掲載.

(記事の全文)

訪問看護ステーション所長・石浜実花さん (33)

「自宅こそリハビリの現場」という思いで、7年前に「プライマリケア訪問看護ステーション」を高松市に開いた。医療機関併設の場合が多く、作業療法士が開設したのは香川県で初だった。

動機は、県内在住の祖母の認知症だ。2008年に作業療法士の資格を取得し、勤務した大阪府のステーションでは作業療法士の派遣依頼にほぼ応じた。だが、祖母の場合は、ほとんど依頼を受けてもらえなかった。

国の資料を見て合点がいった。当時、県内のステーションは数が少なく、05年の訪問回数は最多の和歌山の約3割しかない全国最下位。「格差是正は急務」と痛感した。

現在、看護師ら13人の職員が約60人の高齢者らの自宅療養生活を支える。「できたことを評価すると、利用者は表情が明るくなり、次の目標に向かう。心が動けば体も動く」と力説する。こうした活動が評価され、13年の地元の青年会議所主催の「高松人間力大賞準グランプリ」に輝いた。

視野を広げようと大学院に進み、修了後は「青年療法士まちづくり塾」を設立。児童福祉施設にいる子どもは、高齢者と同様に孤立しがちと知った。両者が一緒にお遍路さんや観光客をもてなせば、世代間交流と観光支援になるはずだ。「社会貢献は生きがい」と準備を進める。

朝日新聞記事『ひと@讃岐「地域づくりに挑む作業療法士 石浜実花さん」』,平成30年3月5日掲載.]

(記事の全文)

「プライマリケア訪問看護ステーション」(高松市)を2011年から運営し、障害者や高齢者が自宅でリハビリできるように看護師らを派遣している。作業療法士が開いた訪問看護ステーションは、県内初だった。自宅や住み慣れた地域こそがリハビリの現場だという思いで、新たに地域づくりに取り組んでいる。

さぬき市出身。大阪の訪問看護ステーションで働いていた09年ごろ、認知症で家に引きこもりがちだった故郷の祖母に県内のステーションを紹介しようとしたが、適当な事業所が見つからなかった。県内の訪問看護の事業所数や高齢者人口あたりの訪問回数で香川は全国でもワーストクラスだと知り、自分で開こうと決意した。

開設後は、作業療法士の存在や仕事が世間に知られていないと感じるようになった。一方で自分たちも、病院や職場で依頼を待つのがほとんど。もっと積極的に地域で役に立つ道を探そうと、13年に香川大大学院の「地域マネジメント研究科」に進学。卒業後に若手の作業療法士らを集めて「青年療法士まちづくり塾」を作った。

地域づくりには児童福祉施設の子どもたち、地域の高齢者と挑戦する。孤立しがちな両者とお遍路や観光客をもてなせば、世代間交流や観光振興にもつながる。「地域全体の活性化が介護予防やリハビリにつながる。地域づくりを通じて、住民の生きがい作りに貢献したい」

2) 12期生 小笠原由子

■事業名

離別・別居家庭の「子の監護」に関する総合的支援事業

■目的

2012年施行の改正民法では、協議離婚で定めるべき「子の監護について必要な事項」の具体例として、1) 子の監護に要する費用の分担（養育費）、2) 親子の面会交流等を条文上に明示した。しかし、現状では協議離婚の多さに起因し、子の監護についての取り決めがなされないまま婚姻関係の解消に至ることが多い。そして、養育費の不払いや面会交流時の子どもの連れ去りが発生し、社会的課題となっている。香川県においても、子の監護に関する係争が増えている。例えば、高松家庭裁判所において、面会交流の申立件数は2007年には39件であったが、2016年には120件へ増加している。

本事業はこのような課題に対応するべく、養育費と面会交流を合わせた「子の監護」に関する総合的支援の実現を目指すものである。事業初期である今年度は、子の監護に関する支援供給体制の強化を目指し、「行政や他団体との協働体制の構築」と「支援者の増加および能力向上」のために、主に以下の2つの活動を行った。

■活動報告①

シンポジウム「養育費と面会交流 - みんなで未来を育てる -」の開催

□日時

2018年1月21日（日）13:30～15:30

□場所

香川県高松市常磐町1丁目3番地1

市民交流プラザ IKODE 瓦町大会議場（瓦町 FLAG8 階）

□詳細

・内容

本シンポジウムの第1部は、「養育費と面会交流の基礎知識」と題し、弁護士である古屋時洋氏による講演会を行った。第2部は、古屋氏に加え、高松市役所こども家庭課長 坂本博氏、NPO 法人面会交流支援センター香川（以下、面会交流支援センター香川）副理事長 亀井美早子氏をパネリストに、同理事長増田卓美氏をファシリテーターに迎え、パネルディスカッション「支援の現状と今後の展望」を行った。

・成果

主催したシンポジウムには、51名の参加者（講師、スタッフを除く）があった。目的としていた「行政や他団体との協働体制の強化」については、本シンポジウムに対し、高松市、面会交流支援センター香川から後援を受けることができ、高松市ホームページや高松市健康福祉局「たかまつほっとLINE」での告知、子育て支援団体や保育施設へのチラシの配付など、準備段階から協力を得ることができた。また、登壇者・関係者との事前の打ち合わせ、パネルディスカッションを通し、関係機関の相互理解が深まった。なお、高松市こども家庭課からは、本シンポジウムに対し高い評価が得られ、次年度以降の講演会について共催での開催要望があった。本事業の継続実施により、一層の協働体制の構築がなされることが期待できる。

「支援者の増加および能力向上」については、開催に至る過程の聞き取り調査や広報を通し、女性問題に携わる香川県職員（非常勤）および保育関係者2名が面会交流支援に関心を持ち、面会交流支援センター香川に支援員として加入する結果となった。また、シンポジウム実施後のアンケート調査において、弁護士による講演会内容の評価について、行政機関の職員すべてが、「大変参考になった」もしくは「参考になった」と回答しており、支援員が家事紛争に関する法律の専門知識を得ることができたと考えられる。

本シンポジウムの開催は、「一般社会への啓発活動」にも繋がった。参加者属性は、行政機関（香川県、高松市）の職員、民間支援団体（面会交流支援センター香川、高松市男女共同参画センター、香川県母子寡婦福祉連合会など）の会員、教育関係者、一般市民、当事者と多岐に及んだ。アンケートからは、子の監護に関する課題について、関係機関が連携する必要性が共有された他、面会交流支援事業の認知度の向上が確認できた。

・シンポジウムの様子

第1部：特別講演会



第2部：パネルディスカッション



会場の様子



■活動報告②

家事法制シンポジウム「子の福祉のための面会交流」への参加

□日時

2017年12月16日（土）13:00～17:00

□場所

東京都千代田区霞が関 1-1-3
弁護士会館 講堂クレオ

□詳細

・内容

日本弁護士連合会主催の家事法制シンポジウムに参加し、面会交流に関する各地の現状や支援の先行事例、諸外国での取り組みについて学ぶとともに、日本における今後の支援の方向性を確認した。

・成果

離婚紛争における司法（家庭裁判所や弁護士）・行政・民間の役割の明確化、地域住民参加による福祉サービス運営への転換の必要性を理解できた。また、非弁行為や守秘義務、高い葛藤状態にある事案への対処など、民間団体が面会交流支援を行う際の留意点を、事例を参照しながら、具体的に知ることができた。シンポジウムには、弁護士、家庭裁判所調査官の他に、東京・大阪・福岡など各地の支援団体から参加者があり、関係者と情報交換を行った。

以上

3) 6期生 梅木佳子

■事業名 地域住民が作る地域活性化のためのPR動画プロジェクト

① 今までの地域CMや地域の企業CMは、東京の大手広告代理店や制作会社に依頼したものが多く、型にはまったものが多い。他の県でも同様のCMが流れたり、香川県ならではの良さが感じられなかったり、別に香川でなくてもというものが多いと感じる。地元で生活し、地元へ愛着のある私たちが、他からはなかなか見ることができない地域の良さを、地域に根差した動画制作を行うことによって、香川ならではの良さをPR出来る動画が制作できると思われる。

② 今回は、一つの例として、地域マネジメント研究科のPR動画3分程度のものを4本制作した。

③ 私は、地域マネジメント研究科修了後、映画で地域活性化が出来ないかと考え、企画したシナリオが、「さぬき映画祭優秀企画上映作品」に選ばれ、映画を2本監督した。今年初上映した「Lemon&Letter」は、さぬき映画祭以外の他県や海外の映画祭でも評価を受けている。この実績と、映画製作によって培われた人脈とスキルを持って、製作したい。

今回、Lemon&Letterの撮影監督をしてくださった、岩倉具輝氏に、再び東京から来てもらい、撮影を依頼し、Lemon&Letterの時に撮影アシスタント&編集をしてくれた地元の岩本豪氏に、撮影アシスタント&編集を依頼した。

また、その補助として、Lemon&Letterの時にスチールを担当し、そして、地元の専門学校で私が教えていた教え子だった小谷茂久氏に、企画から撮影までアシスタントとして入ってもらい、地元出身の若者の才能の鍛錬の場として、尽力してもらった。

④ 今までは、東京の広告代理店や制作会社で制作された動画が多かったが、これからは地域に根付いた映像が、地域で生活している人たちのビジネスとして回っていくことが大切だと思っている。

地域の人材によって、地域の良さを生かした動画を製作することで、地元の人材を有意義に雇用でき、地元の若者の人材育成につながり、それが香川の若者たちの発展につながる。

そのことにより、今まで香川県に縁もゆかりもなかった人たちが、香川を訪れるようになり、またその良さを発信していくことにより、リピーターや新たな観光客や移住者が増え、地域活性につながると思われる。

■日時 平成30年 1月21日(日)～平成30年 2月20日(火)

■場所 香川大学大学院地域マネジメント研究科・ロロロッサ・114銀行(撮影)
自宅(編集)

(香川大学)高松市幸町2-1
(ロロロッサ)三豊市仁尾町仁尾甲477-1
(114 銀行)高松市亀井町 5 番地1
(自宅)丸亀市中府町 2-8-27-401

■詳細 (内容)

1月21日(日)～23日(月)にかけて、3日間、取材対象者の撮影を行う。

1月21日(日)は、香川大学大学院地域マネジメント研究科構内にて、講義室で1年生の在校生3人による、ディスカッションやプレゼン練習風景の撮影、また、中庭にて、1年生の在校生3人へのインタビュー、そして自習室では1年生と2年生のグループディスカッションの風景を撮影する。

1月22日(月)の午前中は、ロロロッサにて、4期修了生小林さんのインタビューや仕事風景の撮影、午後は香川大学大学院地域マネジメント研究科構内にて、講義室では井原先生のインタビュー、研究科長室では、原先生のインタビューの撮影を行う。

また、夜には、佐藤先生の講義風景を撮影する。

1月23日(火)の午前中は、114銀行の地域創生部と、1年生の在校生、武智さんのインタビューを撮影。

その後、岩本と梅木で、撮影の素材を基に、3分の動画を4種類編集&作成する。

1. PR 動画内容詳細

① 主要な先生2人をクローズアップ(約3分×2本)。

同研究科の現・研究科長である原先生と、初代・研究科長である井原先生に、これからの抱負や入学してもらいたい人材の抱負などを語ってもらう。

背景動画に、1年生が、同期生たちとグループを組み、プロジェクトに取り組んだり研究を発表したりしている様子や、グルーディスカッションをしている様子

を写す。



- ② 同研究科で学んだことを活かし、個人で活躍している修了生をクローズアップ (約3分)。

4期修了生の小林さんをクローズアップし、在籍中の同期だった人たちのプロジェクト演習を見て、今の自分の生き方を見つけた動機や、今後の仕事への抱負を語ってもらう。



語っている小林さんのアップほか、レモン畑や店の様子、商品などの動画を背景動画として使用する。

- ③ 企業から派遣された修了生や在校生が、同研究科で学んだことを、自分の企業内の仕事に絡めて、どう活用しているかをクローズアップ（約3分）。

14期在籍中の武智さんに、同研究科の経験が、彼らが在籍している地方銀行に新設された地方創生部でどう活かされているか語ってもらう。

2人のインタビュー動画と、2人が所属している地域創生部の週に1回行われるミーティングの様子を背景動画として使用。



2. 業務内容

- ① 取材対象のインタビュー（梅木佳子、岩本豪、小谷茂久）
- ② インタビューをもとにシナリオと画コンテを作成（梅木佳子）
- ③ スタッフ3人で内容について打ち合わせ（梅木佳子、岩本豪、小谷茂久）
- ④ 取材対象者にもシナリオと画コンテを送り、詳細を説明（梅木佳子）
- ⑤ 撮影→1月21～23日の2泊3日。撮影カメラマンの岩倉具輝氏に東京から来てもらい、他3人のスタッフで撮影（他スタッフ：梅木佳子、岩本豪、小谷茂久）
- ⑥ 編集→2月20日の締め切りに向け、動画素材を3分×4本の動画に仕上げる（編集作業：梅木佳子、岩本豪）

3. 目的内容

これらの4本の動画を観ることによって、今後、地域マネジメント研究科に興味を持ってもらって、入学希望者の増加、あるいは入学者を派遣する企業や地方自治体が増加することを狙いました。地域マネジメント研究科に来た場合の利点やそのことによって大きく人生がプラスに転じた話などをエピソードとして入れ、できる限り、人を重視して、本質を描くことを目標に動画を作成しました。

4) 7期生 片岡伸忠

■事業名 香川とアルメニアの国際的ビジネス・文化交流促進による双方向地域活性化プロジェクト

■目的

アルメニア版ビジネス&パブリックコンペ 実現に向けての調査及びミーティングを行う。

■場所

アルメニア共和国

いろはセンター(日本文化センター)

<https://goo.gl/maps/FVzcyhAQYfP2> 住所 11a-1 Tumanyan str.,0001 yerevan,Armenia

SMEDNC(アルメニア中小機構)

<https://goo.gl/maps/HkvcCdzU9PL2> 住所 5a Mher Mkrtchan,0010,Yerevan,Armenia

在アルメニア日本大使館

Pavstos Buzand St. 3, "Royal Classic House" Residential and Business Complex,
9th floor

SLAVONIC UNIVERSITY

<https://goo.gl/maps/SybrbwotuRt> 住所 123 H.Emin, Yerevan,0051,Armenia

■詳細

○RUSSIAN-ARMENIAN UNIVERSITY 日本アルメニア・ビジネス&パブリックコンペ JABPC(Japan-Armenia Business & Public plan Competition)開催に向けて

国立大学 RUSSIAN-ARMENIAN UNIVERSITY (通称 SLAVONIC スラボニック大学) のビジネススクール学部長 Zhirayr Aramyan 氏 2016 年度 香川ビジネス&パブリックコンペ事業報告書をアルメニア語に翻訳し、アルメニア訪問前に事前に情報共有。訪問時に香川大学側の開催している趣旨及び特性・運営方法を説明。地域に焦点をあて、ビジネスとパブリックの二つの柱を軸に開催していることに理解をいただきました。コンペを通じて、アルメニアの地域活性化、経済活性化のリーダー発掘、ビジネス推進のためのネットワーキングをはかることに関し、各企業またはアルメニアの機構との連携も提言させていただき、コンペの開催に向けて前向きな姿勢であることを確認いたしました。また、スラボニック大学 Aramyan 学部長より、現在ビジネススクール内に「中小企業サポートセンター」の開設を経済相・経済大臣に対し申請しており、各分野のスタートアップ及びマネージャー養成に繋がる内容を計画しており、国と大学の連携機関になるように働き掛けている。今回の我々の提案をこの申請が通り次第「中小企業サポートセンター」の定款に盛り込み、センター運営の一つとして共同運営して行きたいというお話もいただきました。ただ、現在(2018年2月)のスラボニック大学の状況は、4月に行われるアルメニア共和国首相選挙及びスラボニック大学の学長

選挙が控えているため、予算及びスケジュールに関しては選挙終了後の 5 月以降に再度審議したいとのことです。今後の展開イメージといたしましては

- ・選挙終了後、「中小企業サポートセンター」の開設認可
- ・経済相とスラボニック大学の予算確定
- ・双方ビジネススクール間の交流協定締結
- ・香川大学大学院地域マネジメント研究科による現地でのシンポジウム開催。
- ・スポンサー及び現地運営組織の構築
- ・交換留学 等をイメージしながらミーティングを重ねる。



国立大学 RUSSIAN-ARMENIAN UNIVERSITY (通称 SLAVONIC スラボニック大学)
ビジネススクール学部長 Zhirayr Aramyan 氏

○SMEDNC(SME Development National Center of Armenia)

アルメニアには 10 県の地域で構成されており各県に SMEDNC 事務所を配置。各地域の中小企業のスタート及びフォローアップを行っている。日本アルメニア・ビジネス&パブリックコンペの概要説明と開催時に参画及び各地域での広報・セミナーまたは予備審査等協力できるかを確認。SMEDNC の持っているノウハウでサポートして行きたいとのこと。また 3 月に日本で行われる FoodEXJapan に JICA のサポートでアルメニアブース出店を計画。日本企業とのマッチングを希望している。



SMEDNC(SME Development National Center of Armenia) 中小機構

○在アルメニア日本国大使館

特命全権大使 田口英治大使と面談し、現在スラボニック大学とコンペを計画していることを報告。コンペパートナーとして民間で Leadership school 代表の Samvel Movsisyan 氏を紹介して頂く。氏はヤングエグゼクティブの育成と促進プログラムを運営しており、アルメニア国内だけではなく、近国ジョージア・イランからも含め毎年250名のメンバーの教育をしている。講師としては各企業のトップ経営者・各省庁大臣を迎えての講義を行い、田口大使も本年講義を行っている。SMEDNC と共にコンペ開催時の運営パートナーとしては望ましい民間企業であることがわかった。

○いろはセンター(日本文化センター)

2002年にオープンして5周年を迎えた日本語教育を中心に日本文化を広めるために活動しているセンター。代表のルザン ホジキャン氏を中心に在アルメニア日本人の南江秀一氏含め5人のスタッフで構成。日本語教室の生徒数は約50名。小学生から大学生の学生メンバー多いが、今後は社会人が増えていく見込み。かつて、ルザン ホジキャン氏は岩手大学・東北大学大学院国際文化研究科(博士課程)に留学経験もあり、現在 JICA アルメニア事務所も運営。



Leadership school 代表 Samvel Movsisyan 氏



いろはセンター(日本文化センター)

5) 10期生 若林福成

■事業名：世界の SAKE マーケットを視野に地域性を付加価値とした酒蔵経営に関する研究

■日時：平成 29 年 10 月 1 日～現在

■場所：秋田県の酒蔵 A

■目的：現在、多くの酒蔵が廃業する厳しい現実に直面している酒蔵業界であるが、一方で酒蔵（日本酒）は地域には欠かせない地場産業である。酒蔵経営においてその継続のポイントは、いかに地域性を付加するかが重要となる。今回の研究では秋田県秋田市の酒蔵 A において実際に酒造りの修行を通して酒造りに対する考え方と、酒蔵経営と地域との関わり方そして向き合い方について検討していく。結果として定性的な「豊かさ」を育み続けていく力が求められると結論付けたが、今後さらに酒蔵経営と地域のかかわり方、ここでいう「豊かさ」についてさらに研究し明らかにしていく必要がある。

■事業の詳細：H29.8 現在秋田県の酒蔵 A の社長から、蔵人での着任を正式的に認められ、H29.10.1 より現在まで酒蔵 A での酒造りを行っている。目的は酒蔵経営修行させていただくことで、その修行の中で江戸時代の日本酒造りの製法生酛造りを習得し、酒蔵 A の哲学や経営姿勢を学ばせていただいている。

酒蔵 A での修業期間中においては、農業そして林業にまで幅を広げ日本酒は自然との調和を念頭に、日本酒造りにおいて本来大事にされるべきポイントを引き続き整理していく。日本で現在注目されている蔵元である、秋田県秋田市の酒蔵 A での酒造り修行においては、江戸時代の木酛造り、地域資源を大事にした酒造りを心掛ける姿勢について特に学ばせていただいている。

日本酒業界は今までマーケットらしいマーケットは存在おせず、面白いところは、空白業界というところで、酒造 A もそうだが、今急速に世代交代が起こっておりこれから日本酒業界は激変の時代を迎えることが予測される。

そんな中、私のような業界にとって新しい力が飛び込んでいくことはとても注目されることになる。

上記で述べた「マーケットらしいマーケットが存在せず」のところが特に重要で現在も年間約 50 蔵もの酒蔵が廃業している現実がある中、これからの酒蔵の在り方としては①酒蔵にさらに経営感覚をもたせる②酒蔵経営においては専門性を持たせることが必要であると考える。

現在、酒蔵 A で修行を始め半年であり、これからさらに修業期間を経て、日本酒とはを

追求し、最終的には私が今までしてきたことをしっかりまとめていく必要もあると考えている。

SAKE×地域のコラボレーション事例として、私が現在働かせていただいている秋田県秋田市酒蔵 A は、近年ドメヌやテロワールといったワイン造りに関して語られていたことが、日本酒造りに関しても語られるようになってきた。ストーリーとしての競争戦略を考える中で、そのドメヌやテロワールといったものが日本酒造りに関して最大の価値となる時代がもうすぐそこまで来ている。

酒蔵 A は酒蔵業界の中でもかなり異端的な存在であり「原点回帰」を掲げながらも革新的な取り組みを日々試行錯誤を重ねながら「同じことを継続することを嫌い」常にチャレンジャーあり続け「欲しい人に欲しいモノを届ける」考え、新しいモノを生み出し続けることに集中する、つまりこのことから酒造 A はイノベーターと位置付けられるであろう。そして日本酒ファンの中でもコアな日本酒ファン（酒蔵 A ファン）を育み続けているのである。

また、失われつつある木桶を維持・木桶文化を次代に伝えるため酒蔵 A は桶氏養成にも取り組んでいる。2018.1.27(土)四国新聞において記事「木桶造りに熱気」が掲載され、「木桶 1 本を酒造りに使う予定という酒蔵 A (秋田市) から参加した B さん(24)は『実際にやってみると、木桶作りはとても難しく、先人の偉大さを実感した。ここで出会った人たちと交流できるのも楽しい』と話していた。」と私の同僚であり先輩の B 氏のコメントも記事掲載された。

酒蔵 A は農業にも着手した。まさにドメヌやテロワールを語る上で、酒造 A は農業をして酒米を自らの手で作り、その酒米を木桶で醸す。農業においては農薬を使わず自然農法を心掛け、木桶の原材料も将来的には秋田県産の杉でタガの竹も徹底して地元産に拘る。原材料の確保、将来を見据えた杉や竹の生産量管理も必要となり、自然と向き合う場面が増えることでのリスクも考えられるが、逆にそのリスクが企業価値・商品価値に変化するフェイズも何れ期待される。また酒造 A は、これら一連の取り組みを実際に現地でその土地を消費者に感じてもらう、日本酒ツーリズムのバイオニアとなることが期待されている。酒造 A の造る日本酒という芸術作品の価値がどのような環境の中で育まれているのかを消費者に体験・体感してもらうことで効果的に伝えていく工夫が必要であり、それら環境を今後どのように整備していくかが課題となるであろう。例えば地域の動物園や水族館などのレジャー施設とコラボレーションし、酒粕を混ぜたエサを生物に食べさせて、そこで出た糞尿を酒造 A 農業の田園にまくことで自然農法の肥やしとして活用する。ストーリーとして地域との関りを演出し、これらを地域循環型酒蔵経営（仮）と位置付ける。

グローバル時代といわれるからこそ地域に焦点をあてて今はストーリーを作りこむことが必要とされ、企業が地域力を高め、地域が企業の価値を高めるこの相互作用が求められるのだ。企業が歩み続けるに大事なファクターとして、現代だからこそ地域とどのように向き合い、もっと踏み込んで言うと企業が地域と共にどのように歩んでいき豊かさを生み出

し育んでいくかがポイントとなる。

豊かさを育む力この「豊かさ」は数では測ることができない、定性的な側面である考え方。定量的に測れるお金を育む力この「お金」は結局のところビジネスで考えてみてもお金なしでは、新しい展開は不可能である。つまり、ビジネスを展開する上でお金をどのように生むか、お金の源泉、お金の流れをつくるかはとても重要な話である。

一方で豊かさということはなかなか数字では測ることはできないが、実はその豊かさこそがビジネスや地域において何かしていく上でとても大事なファクターになるということ。をさらに研究し明らかにしていく必要がある。



香川県小豆島での日本酒を醸す用の木桶作り風景 (2018.1.28)



酒蔵 A と酒蔵 A から見つかった 6 号酵母を使った No.6 シリーズ

3. 評価と考察

以上の各テーマの報告の通り、それぞれの取組みは一定の成果をあげて来ている。MBAを取得後の修了生の活動を支援しようとするポスト MBA プログラム推進の試行的取組みで実施した内容は、介護や一人親世帯への地域的支援のあり方、地域からの映像情報発信、国際交流、地場産業と多様なテーマの広がりを持っており、内容もシンポジウムなどの開催、実際の動画制作、国際ビジネスコンペ開催への準備、グローバルな視点からの地場産業経営の検討など様々である。それぞれが具体的な実践課題を扱っており、今後、地方創生に貢献する成果につながることを期待される。

今回の試行的取組みでの成果と今後の課題を整理する。成果としては、修了生がテーマを設定して教員を通じて公募に申請し採択するという形で、適当な数のプロジェクトを集めることができたため、この形で修了生のニーズを組み上げて機能することが確認できた。教員数と指導時間の限界があるため、より広く呼び掛けて数を増やすことができるのかどうかについて慎重に検討する必要がある。ポスト MBA プログラムに参加する意義や効果については、大学と公式に連携しているということは、地域や他の民間企業、行政機関からの信頼を得ることができ、事業を進める上で大きなプラスになっているという意見が多く聞かれる。言わば大学による「お墨付き効果」ともいえるべきものがあり、これは大学教員が通常想像する以上の意義があるというのが修了生の認識である。そうした効果を活用する視点を大学が意識するとともに、逆にこれまで培われた大学の信頼感を失わないように運営には注意を払う必要がある。

今後の課題としては、自立的・継続的運営にどのようにつなげるかという点がある。自立した運営のための予算確保、ないしは有償化をはかることができるのかが検討課題である。ポスト MBA プログラムに参加する際に参加費を支払うという有償化については、修了生に参加費を支払っても参加したいという意志があるかどうかという点と、大学側の制度としてポスト MBA プログラムをいかに制度化し、修了生が支払う参加費を研究科で使用できるようにできるのかという大学組織の中での制度化の問題がある。

今期修了生からも来年度の実施の情報を求める声があり、ポスト MBA プログラムの構築に向けた試行は修了生や現役生からの支持が広がりつつある。また有償化についてもそうすべきであるといった意見も聞かれ、ある程度の理解が醸成されつつある。ポスト MBA プログラムを大学組織としていかに制度化することができるかについては、大学本部や文部科学省とも意見交換して制度上の課題をつめ、検討を進めていきたい。

第6章 全体の考察

1. 日本型 MBA と地域

MBA はアメリカを中心に発達してきた歴史があるが、本場アメリカやヨーロッパにおいても MBA 教育の批判的検討が行われ（ミンツバーグ、2006）、大企業の CEO になるのに MBA 教育は果たして必要なのか疑問が提示される実証研究も出てきている中（Zandi, G. *et al.*, 2015）、日本において MBA 教育はどうあるべきかが問われている。日本といった特有の社会文化政治経済を有する歴史的地理的な環境条件のもとでの MBA 教育のあり方が探求される必要があり、そうした環境にあった日本型 MBA 教育が、日本から発信されなくてはならない。国立大学法人一橋大学大学院国際企業戦略研究科（2017）は、文部科学省先導的経営人材養成機能強化促進委託事業の調査結果報告書において、日本 MBA プログラムは、その地理的立地を強みとして生かし、日本式 MBA を確立することも可能であると指摘し、例として日本のマネジメント方式と業務の効率性（オペレーティングエクセレンス）に特化することやナレッジマネジメントのような日本から生まれた世界的な経営理論を教えること、株主よりもステークホルダーを重視する姿勢、環境面での持続可能性、長期的展望などの広い視野の価値観に重点を置くことなどを挙げている。一般出版物としては、神戸大学専門職大学院(MBA)編（2015）も、神戸大学が実践する「日本型 MBA」を世に問う試みと位置づけられる。Stoten（2017）が、英国におけるビジネススクール教育の改革と発達を 1992 年以前と以降に分けて分析し、1992 年以前の大学では、より広範囲な選択肢を提供し様々な個人や専門への対応を可能にするカリキュラムを提供していたのに対し、1992 年以降の大学ではより特定の分野に特化し制約されたカリキュラムを提供するようになっていて、共通ではない異なる進化をとげているという結果を得ている点は興味深い。

MBA をありがたく輸入し、本家には敵わないなどと嘆いている時ではない。人間社会がつくり出した仕組みは、何らかの条件の下で形成されるのであり、条件が違えば、それに合わせたファインチューニングが必要なのは言うまでもない。それを忘れた安易な一般論、前提なきグローバルスタンダードという見方は、人間が活動する具体的な現場を忘れた抽象論が過ぎて、非常に危険な考え方になる恐れがある（佐伯、1999）。実践の場においては、常に理論の隠れた前提を問い、現場の知識の中範囲での一般化をはかり、現場と理論の往復作業を丹念に繰り返す姿勢が望まれていると言えるだろう。これは言葉では簡単に言えるが、教育実践の中で、学生がそうしたことができる能力をいかなる教育プログラムの中で身につけることができるかに答えるのは容易ではない。金井・楠見（2012）が言う実践知がバランスのとれた形でしかるべき場の中で効果的に醸成されていく必要がある。

このように日本型 MBA のあり方が問われる中、香川大学大学院地域マネジメント研究科は、日本型 MBA の一つの有効なタイプとして地域に焦点をあてた MBA という方向性があると考えている。2004 年創設当初から地域に焦点をあてたビジネススクールというユニー

クな特長を持つ経営系専門職大学院として出発した地域マネジメント研究科は、日本政府が地方創生と言い出す10年前から、そうした課題の解決のための経営人材育成に取り組んできたパイオニアであると位置づけられる。15年目を迎える歴史の中で、研究科内においては教員や学生の間で経験が蓄積され、ある程度共有されていたと考えられる。しかし、これまで本研究科はその独自の経験を外部にわかりやすく整理して提示することが十分にできていなかったと言える。本事業は本研究科が社会のニーズに合った形で提供していくべき新たな教育プログラムの開発を目的としつつ、その取組みを通して、地域マネジメント研究科がこれまで実践してきた地域にこだわった教育研究というものの本質を、外部にきちんと発信していくために、改めて整理し問い直すという意義を持っていたと思われる。香川大学大学院地域マネジメント研究科は、日本型MBAの一つの有効なタイプとしての地域に焦点をあてたMBAとは何かを、しっかり提示していく必要がある。Stoten (2017) はMBA市場は1992年以降の大学が依然としてローカル市場にコミットしているのに対し、国際市場に焦点をあてることでエリート的に差別化されていると述べているが、日本においてはそして香川大学では状況は異なると考えられ、むしろ地域に焦点をあてていることがビジネススクールとして初めから差別化できているという評価につながっており、その前提で改めてローカルとグローバルをどのようにバランスさせた付加価値の高い経営系専門職の教育を行うのかを探求しているのである。

2. 4つの教育プログラムの共通ポイントと残された課題

1) 複数の柱の間で共通する論点

地域に焦点をあてた日本型MBAのあり方を考える上で、4つの柱で取組んだ今回の事業からは、どのような示唆が得られたのだろうか。各々の柱については、これまでの章で具体的にとりまとめられているので、ここでは4つの柱を横断的に整理し、4つの柱をクロスするポイントを抽出して議論を進めることにする。

第一が、修了生の支援である。これは、もともとポストMBAプログラムが担っていたことであるが、ケースメソッド教育においても、修了生を対象にワークショップを開催したところ、修了生の考えていること活動したいことを教員が理解し、また修了生間で期を超えた交流が行われ、修了生の活動を支援するための場としても機能するという気づきがあった。

第二が、海外市場攻略の戦略選択である。これは、もともと国際ビジネス研修に関わる論点であったが、メディア・コンテンツ活用人材育成プログラムにおいても、米国から招聘したアニメプロデューサーや映画プロデューサーから米国市場攻略に関わる情報がもたらされた。米国市場での徹底したローカライズを図って飲食産業で成功した事例や、日本アニメが米国市場進出の際に強いられるローカライズといった話題があった一方、日本らしいコンテンツが武器になるという特性も語られた。国際ビジネス研修においては、イタリア進出して成功している日本のファッション産業の中小企業は現地市場に合わせて作るのではな

く、日本で売っているものをそのまま持って来ており、むしろ自分の目で見ても指で触っても納得しないと買わないと言われるイタリア人には、日本らしさをそのまま出すべきであるという。グローバルな視野から地域や中小企業の戦略を問う場合に、徹底したローカライズか、日本らしさにこだわった差別化か、そして狙うのはマス市場かニッチ市場かといった要素をいかに戦略的に判断するのかを学生に考えさせる上で活用できるいい題材が得られたと言える。

第三に、上記と関連して、中小企業・ファミリービジネスのあり方を考えさせるポイントがあげられる。国際ビジネス研究で訪問したファッション関係の企業に加え、社会的企業、ワイナリー、メディア・コンテンツ活用人材育成プログラムの中の地域資源の一つとしての日本酒と関連飲食、コンテンツのファンから地域のファンや日本のファンへなっていくというプロセスなどは、中小企業・ファミリービジネスがいかに付加価値をつけ競争優位を維持し、顧客を獲得するかを考えるヒントを提供してくれるものである。

第四に、本研究科のキーワードとなっている地域マネジメントとは何かを考える視点の提示があげられる。ケースメソッドにおいては、ケース作りの中で、地域マネジメント的ケースとは何かを参加者の間で具体的に議論し整理を試みた。国際ビジネス研修においては、単に海外を知るということではなく、日本の地域活性化のあり方を考えることを海外の地域での体験を通して考え、地域を国際的現場から考えるための場の提供を行ったことになり、国際的な視点というメガネを通して地域を見ることで、追及すべき地域マネジメントが見えてくるという図式になっている。特にイタリアは地域の中小企業が付加価値の高い興味深い取組みを行っているため、地域マネジメントを考える上で大いに刺激となる教育的素材であることが確認できた。ポストMBAプログラムでは、地域介護福祉や一人親世帯支援といったテーマで地域の取組みのあり方とその課題が具体的に提示された。これらの例は、今回のそれぞれの取組みが、これまで地域マネジメント研究科が行ってきた教育研究の中で蓄積されている地域マネジメントなるものを可視化する作業になっていることを示している。

2) 教育プログラムの本格実施・継続実施の課題

今回、開発を試み、試験的に実施した教育プログラムを、本格的に正規のプログラムとして継続実施していくためには、そのための資金を確保する必要性があり、最大の課題と言える。プログラムによっては有償化などの解決方法がなくはないが、組織的制度的にどのような対応できるかという課題が残されている。資金確保の解決の工夫として産学官連携で取組むという方向性が考えられる。また今回取り組んだ教育プログラムのコンテンツ化を図り、販売などによる資金確保によって次の取組みに着手するという循環が構築できると良いが、そのためのマーケット開発などさらなる課題も残されている。

3) 専門職大学院の特殊性の克服

専門職大学院は、研究者養成ではなく実務家養成であり、多くが昼間に職を持つ社会人をターゲットにし、授業開講も平日の夜と土曜日の昼間といった数々の他の部局と異なる条

件から、大学外では高く評価されていても、いわば外弁慶的であり、大学内では特殊な存在となっている。学生確保も地道な努力の積み重ねで、まだまだ情報発信力が弱い。ビジネススクールが率先して行っている地域貢献の取組みを全学的なものに発展させ、大学本部の理解を促進し協力を取り付けていかななくてはならない。MBAが日本社会で評価されるための努力とともに、学内においてMBAが行っていることの適切な評価を得る努力が求められている。

3. 今後に向けて

香川大学大学院地域マネジメント研究科の教育研究に関する取組み、そして今回の文部科学省委託事業の取組みは、日本政府が進める地方創生やリカレント教育など、重要政策項目に合致した取組み、産業や社会のニーズに合った取組みを行っていると考え。今後とも、様々な連携を通じて、理解者を増やし、地域マネジメント研究科の努力を継続し、さらに発展させてより地域に貢献し、日本に貢献し、世界に貢献することができるように精進して行きたい。

文献

- 金井壽宏・楠見孝編（2012）：『実践知 エキスパートの知性』有斐閣。
- 神戸大学専門職大学院(MBA)編（2015）：『人生を変える MBA：「神戸方式」で学ぶ最先端の経営学』有斐閣。
- 国立大学法人一橋大学大学院国際企業戦略研究科（2017）：『文部科学省先導的経営人材養成機能強化促進委託事業 10年、20年先のビジネス社会で必要とされる人材像を踏まえた経営系専門職大学院の在り方及び海外の主要な認証評価機関に関する調査研究：ビジネススクールの未来 調査結果報告書』国立大学法人一橋大学大学院国際企業戦略研究科。
- 佐伯啓思（1999）：『ケインズの予言：幻想のグローバル資本主義(下)』PHP 研究所。
- ミンツバーグ, H. 著・池村千秋訳（2006）：『MBA が会社を滅ぼす マネジャーの正しい育て方』日経 BP 社。
- Stoten, D. (2017): Differentiated evolution not a common revolution: Analysing MBA education in Britain using New Institutionalism as a conceptual framework. *Journal of International Education in Business*. ISSN 2046-469X (In Press)
- Zandi, G., Lok, S. Y. P., Aslam, A., & Singh, D. (2015): Is a MBA Degree Necessary to Be a CEO of Large Corporation: The Case of Fortune Magazine Global Top 100 Corporations?. *International Business Research*, 8(12), 96-103.

執筆担当者

第1章 原 真志

第2章 反田 和成・佐藤 勝典

第3章 吉澤 康代

第4章 原 真志

第5章 原 真志

第6章 原 真志

平成 29 年度 文部科学省

高度専門職業人養成機能強化促進委託事業

「地方創生推進のための経営系専門職大学院機能強化事業
～メディア・コンテンツ活用、国際化、ポスト MBA プログラム、
ケースメソッドを軸に～」成果報告書

発行日 2018 年 3 月 30 日

編著者 原 真志（国立大学法人香川大学大学院地域マネジメント研究科・研究科長／教授）

発行 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:087-832-1900 FAX:087-832-1988

E-mail: gsm-office@gsm.kagawa-u.ac.jp