

氏名・(本籍)	タカハシ リョウヘイ 高橋 良平 (京都府)
学位の種類	博士(学術)
学位記番号	甲第総24号
学位授与の日付	令和3年3月20日
学位授与の要件	学位規則第4条第1項該当(課程博士)
学位論文題目	DMOによる地域経営と地域イノベーションに関する 実証的研究
論文審査委員	主査 教授 山口 隆久 副査 教授 村松 潤一 教授 森 裕一 教授 黒田 正博 教授 大藪 亮 教授 藤岡 芳郎 (大阪産業大学経営学部)

# 論文内容の要旨

申請者氏名 高橋良平

## DMOによる地域経営と地域イノベーションに関する実証的研究

### 1. 研究背景と目的

現在、急激な少子高齢化により、日本の地方の経済・社会は、その持続可能性の危機に瀕している。この喫緊の事態の解決にあたり地方公共団体による公的政策は、予算・能力の面で十分ではない。それら能力の不足を補うため、企業・住民組織・NPOなどの民間組織と地方公共団体との協働による地域経営が求められている。

具体例では、内閣府の「まち・ひと・しごと創生基本方針2017」において、観光地域づくりを進め、観光を地域経営の主軸におく地域組織である観光地域づくり法人DMO (Destination Management / Marketing Organization) が紹介された。DMOは観光の視点で地域経営と地域マーケティングを引き受ける組織であり、観光産業の地域における担い手として期待されている。

本研究では、地域社会における課題解決主体による地域経営について、実務面での実証を通して、地域経営の人的・社会的資源である、地方公共団体、NPO・企業などの民間組織、社会起業家等、さらに地域経営の顧客である地域住民を包括した、フレームワークの構築をおこなう。それらによって、全貌が明確となっていない地域経営の全体構造を明確にし、地域経営における地域住民によるサービス価値の創造の視点でフレームワークに組み込むことを目的とする。

本研究では、3つの研究課題を設定し、これら研究目的の達成を図ることとする。

課題1：先行研究をもとに地域経営論・ソーシャル・イノベーション論をレビューし、従来のソーシャル・イノベーション論において描ける地域経営論の限界について検討・考察する。

課題2：従来の地域経営論・ソーシャル・イノベーション論の課題を踏まえた、地域イノベーションのフレームワークを導出する。

課題3：実証研究を通して、新たに導出されたフレームワークに基づく地域住民と地域経営主体の関係性と、地域経営の有効性について評価をおこなう。

### 2. 本論文の構成

第1章、第2章では「先行研究をもとに地域経営論・ソーシャル・イノベーション論をレビューし、従来のソーシャル・イノベーション論において描ける地域経営論の限界について検討・考察する。」を取り組む。この課題1で整理検討された内容に対して、第3章で課題2「従来の地域経営論・ソーシャル・イノベーション論の課題を踏まえた、地域経営のフレームワークを導出する。」へと取り組み、フレームワークを導出する。そして、4章から7章に向けて「実証研究を通して、新たに導出されたフレームワークに基づく地域住民と地域経営主体の関係性と、地域経営の有効性について評価をおこなう。」について実施する。

### 3. 研究のフレームワークと実証実験

サービス・マーケティングにおける、サービス・トライアングルは、企業、従業員、顧客の3者による、インターナル、インタラクティブ、エクスターナル・マーケティングの関係で説明される。

ソーシャル・イノベーションの主体に対し、このサービス・トライアングルを当てはめると、顧客にあたるのは地域社会の住民である。それら住民とともに、社会課題の解決に向けて相互作用による価値共創をおこない、イノベーションを実現するのが、米国派で議論される社会起業家である。また、各種のステークホルダーに働きかけ、社会起業家のイノベーションを促進するための環境を用意し、地域住民に課題解決の約束(プロミス)をする役割が、欧州派の社会的企業である。

この欧州派で議論される社会的企業、米国派で議論される社会起業家、地域住民の3者による、ソーシャル・イノベーションにおけるサービス・トライアングルを提示した。この地域イノベーションにおけるサービス・トライアングルは、既存の、米国、欧州それぞれのソーシャル・イノベーション論・地域経営研究を包括している。

このフレームワークの実証として、社会の住民に対するアンケート調査を実施した。それによって地域住民と社会起業家との間に価値共創が生じることを検証し、米国派の社会起業家の信用を生む、欧州派の社会的企業の存在を検証した。

また、筆者が運営に関わる、地域観光のマーケティングとマネジメントをおこなう観光地域づくり法人、麒麟のまち観光局を研究対象とし、この組織をソーシャル・イノベーションにおけるサービス・トライアングルの社会的企業と位置付け、欧州派の社会的企業の要件に当てはまる組織であることを検証し、観光局を取り巻く、地域事業者とのインターナル・マーケティング、地域住民に対するプロミスを醸成するインターナル・ブランディングをおこなう実証実験をおこなった。

また、観光局が担当とする、地域内における事業者やNPOが、社会起業家として、地域住民との価値共創をおこなうことを調査で検証した。さらに、社会起業家と地域住民による価値共創の中で、生じた社会的価値とともに、経済的価値を算出、ソーシャル・イノベーションにおける価値共創の有効性の検証を試みた。

### 4. 結論

課題1については、「先行研究をもとに地域経営論・ソーシャル・イノベーション論をレビューし、従来のソーシャル・イノベーション論において描ける地域経営論の限界について検討・考察する。」と提示した。本課題については、地域経営研究とソーシャル・イノベーション論についての先行研究をおこない、地域経営の実践論的蓄積の不足とソーシャル・イノベーション研究の住民視点による議論の不足を指摘した。また、課題2については「従来の地域経営論・ソーシャル・イノベーション論の課題を踏まえた、地域イノベーションのフレームワークを導出する。」であったが、地域経営において米欧のソーシャル・イノベーション論における社会的企業と社会起業家を機能として組み込み、地域経営の“顧客”である地域住民による価値創造に焦点をあてた地域経営のサービス・マーケティングである、ソーシャル・イノベーションにおけるサービス・トライアングルを提示した。

また、課題3については「実証研究を通して、新たに導出されたフレームワークに基づく地域住民と地域経営主体の関係性と、地域経営の有効性について評価をおこなう。」であったが、本研究では、麒麟のまち観光局における、欧州型ソーシャル・イノベーション論の文脈による社会的企業に注目し、観光局が地域内に抱える、社会起業家といえる地域イノベーターへのヒアリング調査を実施し、その中で、社会の結節となる社会的企業と、その影響下で、より活発に活動が行える社会起業家

と、関与する地域住民との関係とそこで生じる価値共創と地域社会への経済的恩恵を明らかにし、地域経営におけるソーシャル・イノベーションの有効性を評価することができた。

本研究では、これまでの地域経営に不足していた実践論とソーシャル・イノベーション研究において注目が低かった地域住民との共創による価値創造に注目し、地域経営におけるソーシャル・イノベーションについて探求した。その中で構築することができた本研究のフレームワークは、ソーシャル・イノベーションを実現する地域の社会的企業、社会起業家、地域住民との価値共創との関係を浮き彫りにし、その有効性を明らかにできたと考える。

## 5. インプリケーション

本研究の理論的インプリケーションは以下の2点である。第1は、地域イノベーションを、サービス・マーケティングのサービス・トライアングルを援用することにより、地域イノベーションの各主体の役割と関係性をシンプルなフレームワークで提示できたことである。時に議論の対立が発生する、欧州型・米国型のソーシャル・イノベーション論の組織についても、その役割によって両者を枠組みに組み込むことができた。また、この枠組みについては、住民調査による結果と、地域経営を推進する主体での実証研究によっても裏付けることができた。第2は、地域イノベーションにおいて、地域住民と社会起業家との価値共創、地域住民の価値創造が、地域社会において実際の効果として観察ができたことである。地域住民にとっての価値を高める施策が社会全体に良い影響を与えることの一端が明らかになった。

実務的なインプリケーションは次の2点となる。1点目は、実際にソーシャル・イノベーションを実現する、地域の社会的企業での実証となる研究となったことである。また実際に圏域内で生じた、社会起業家の行動を追うことで、実例としての社会的企業の立ち上げと、目標・コンセプト設計を例示できたと考える。2点目は、実際にイノベーションを遂行したい社会起業家にとって、環境を整えてくれる支援者としての社会的企業の重要性が明らかになったことである。以上が、実務上のインプリケーションである。

## 6. 本研究の限界と今後の課題

本研究では、上述したようなインプリケーションがあり、ソーシャル・イノベーションにおける理論研究と実務的活動において、一定の意義を得られたと考える。しかし一方で、本研究において限界点といえる以下の点について述べておきたい。

1点目が、地域住民による価値創造の効果の測定を試みたが、今回算出できたのは社会に生じた価値の一部でしかないことである。それらの評価変数と算出方法については、今後も研究を要すると考えられる。

また、2点目は、本研究が、実際に筆者が運営に関わった事例をもとにしており、それをもとに理論構築をおこなったため、本来の地域経営におけるソーシャル・イノベーションをどこまで本枠組みで議論できるかについては今後の研究となる。地域経営の対象となるソーシャル・イノベーションは規模も関連する社会課題も無限に存在するため、それらを踏まえた、ソーシャル・イノベーションにおける地域住民との価値共創は多くの事例をもってして一般化に至ることができると考えられる。

発表論文：

I. 著書

- (1) 高橋良平 (2018) 「サービス社会における地方創生 -DMO を事例として-」 編著) 村松潤一・山口隆久『サービス社会のマネジメント』同文館出版、pp. 216-229。(分担執筆)

II. 学術論文 (査読あり)

- (1) 高橋良平 (2019) 「東アジア・東南アジア国際分業に関する分析 -アジア圏における付加価値貿易の中国の影響-」『アジア市場経済学会年報』第 20・21 合併号, pp. 129-137。
- (2) 高橋良平 (2017) 「ICT を活用した企業・消費者間の顧客関係性構築について -小売業・地域銀行の比較から-」『消費経済研究』第 6 号, pp. 157-169。

III. 学術論文 (査読なし)

- (1) 高橋良平・山口隆久 (2015) 「ICT を活用した顧客関係性構築」岡山理科大学地域分析研究会『社会情報研究』第 14 号, pp. 1-18。

III. 国内学会における発表

- (1) 高橋良平 (2020) 「訪日顧客向け日本国内地域観光施策の転換 -地方による訪日アジア観光客の体験価値マーケティング施策について-」第 24 回アジア市場経済学会全国研究大会 (於 同志社大学・Web 開催)。
- (2) 高橋良平 (2019) 「地域観光開発を通じた地域内リレーションシップ構造の形成」2019 年度日本消費経済学会中国・四国部会 (於 岡山理科大学)。
- (3) 高橋良平 (2019) 「アジア訪日観光客の地域観光における観光価値の研究」第 23 回 アジア市場経済学会全国研究大会 (於 専修大学神田校舎)。
- (4) 高橋良平 (2018) 「地域金融機関における地方創生施策の経済的効果についての考察」第 43 回日本消費経済学会全国大会 (於 日本大学商学部)。
- (5) 高橋良平 (2017) 「アジア諸国におけるフィンテックによる金融サービス変革の比較検証」2017 年度アジア市場経済学会全国研究大会 (於 和光大学)。
- (6) 高橋良平 (2017) 「フィンテックによる金融機関の顧客サービスの変革」2017 年度日本消費経済学会中国・四国部会 (於 岡山理科大学)。
- (7) 高橋良平 (2016) 「企業・消費者間の関係性構築に関する実証分析」第 41 回日本消費経済学会中四国部会 (於 岡山理科大学)。
- (8) 高橋良平 (2016) 「東アジア・東南アジアの付加価値輸出に関する考察」第 20 回アジア市場経済学会全国研究大会 (於 東亜大学)。

## 審査結果の要旨

本論文では、地域社会における NPO などの課題解決主体による地域経営について、実務面での実証を通して、地域経営の人的・社会的資源である、地方公共団体、NPO・企業などの民間組織、社会起業家等、さらに地域経営の顧客である地域住民を包括した、フレームワークの構築をおこなっている。

その中で、先行研究をもとに地域経営論・ソーシャル・イノベーション論をレビューし、従来のソーシャル・イノベーション論において対立的に議論される欧州派の社会的企業、米国派の社会起業家についての問題点と地域経営論の限界を指摘している。また、顧客と従業員との相互作用の中で価値を創造するサービス・マーケティングのフレームワークであるサービス・トライアングルを援用し、地域住民と社会起業家による相互作用から地域住民が価値を創造するソーシャル・イノベーションにおけるサービス・トライアングルのフレームワークを提示した。

また、このフレームワークの実証として、社会の住民に対するアンケート調査を実施している。それによってフレームワークで描かれるように地域住民と社会起業家との間に価値共創が生じることを検証し、米国派の社会起業家が地域住民にとって信用できる存在であることを担保する欧州派の社会的企業の存在を検証した。

また、論文筆者が運営に関わる地域連携DMOである麒麟のまち観光局をソーシャル・イノベーションのサービス・トライアングルにおける、社会的企業と位置付け、各極との関係性について分析をおこなっている。社会起業家である地域事業者に対するインターナル・マーケティング、地域住民にプロミスを醸成するインターナル・ブランディングが実施されていることを明らかにし、地域内における事業者やNPOが、社会起業家として、地域住民との価値共創をおこなっていることを実証研究の中で検証している。さらに、社会起業家と地域住民による価値共創の中で生じた社会的価値の一部として、経済的価値を算出、ソーシャル・イノベーションにおける価値共創の有効性の検証を試みている。

本論文は、地域イノベーションを、サービス・マーケティングのサービス・トライアングルを援用し、地域イノベーションの各主体の役割と関係性をフレームワークとして提示できた点、地域イノベーションにおいて、地域住民と社会起業家との価値創造が、地域社会において実際の効果として観察ができ、さらに地域イノベーション施策が社会全体に有効な影響を与えることの一端が明らかにできた点において、学術的な価値を持つと認められる。

また、これらの一連の研究を行う際に必要とされる高度な専門知識を習得していること、研究遂行の際の調査や分析における問題点を解決する能力を有していること、一連の研究成果について学会発表を行っていること等、学位授与の基準を満たしていることを確認した。また、これらの点を整理し、順序だてて学位論文を執筆し、公聴会において発表を行い、質問に対する受け答えを行った。

以上により、本審議委員会は、本論文の提出者 高橋 良平が博士(学術)の学位を授与するのにふさわしいと認める。