

【論文提出者】 社会文化科学研究科 公共社会政策学専攻 公共社会形成論講座
共生社会論分野
畑中 寛

【論文題目】 地域再生戦略としての地域ブランド

【授与する学位の種類】 博士（公共政策学）

【論文審査の結果の要旨】

畑中寛氏の論文「地域再生戦略としての地域ブランド」は、これまでの全国一律の地域発展策ではなく、地域がそれぞれの固有の資源を生かして地域発展策を自律的に考え、実行することで、地方分権時代にふさわしい地域発展策を提示することができるのではないかとする観点から、近年の「地域ブランド」を取り上げ、検証したものである。畑中氏は「地域ブランド」を地域再生戦略の鍵として位置づける必要性を説くとともに、自らが関わる実践例も含めて、今後の地域発展策を展望する。氏の議論の特徴は、これまでの「地域ブランド」をめぐる議論と実践は、特定の商品に焦点が当たったものであるのに対して、「地域ブランド」とはむしろ「地域」に焦点を当てたものでなければならぬと説く点にある。特定商品の開発販売といったマーケティング的視点ではなく、地域づくりの視点から「地域ブランド」を論じる必要性を説くのが氏の議論の特長である。

氏の論文は、全体で5章からなっており、これまでの政府による地域再生策の検討から地域が独自に進めているブランド化策まで取り上げ、さらに海外との比較も交えて、今後の地域発展策に必要な条件を提示するものとなっている。

氏は、第一章「地域政策の変遷と地域ブランド」では、「地域ブランド」が地域再生の政策の一つとして登場した背景を全国総合開発計画の中に探る。氏は、「全国総合開発計画(全総)」を概観し、さらに近年では、地域主導という視点から、各地域が持つ「地域資源」を有効に活用していくという「地域ブランド」が言及されていることを氏は強調する。また地域発展に関しては内発的発展論など地域の固有性に着目した議論などがあり、これも地域ブランドとの質的関連性を持つことが指摘される。

第二章「地域におけるブランド化の状況」では、氏は、地域ブランドとは、特定の商品ブランドと、その地域イメージを構成する「地域そのもののブランド(Regional Brand)」とがあり、地域の魅力と地域の商品とが互いに好影響をもたらしながら、よいイメージを形成している場合を「地域ブランド」と呼ぶことができると定義している。

第三章「地域におけるブランド化の分析と検証」では、主に、氏自身が実践的にかかわっている熊本県玉名市で取り組まれている「玉名ブランド」を事例に、実際のブランド化事業の検証を行っている。それらの結果から、地域ブランドの諸問題を考察・整理している。

第四章「地域づくりの戦略と理念」ではイタリアの「スローシティ(チッタ・スロー)」の制度を検討し、包括的なブランドによって地域の活性化を図っていることを明らかにしている。氏は、理念によるブランド化の可能性を日本においても考えるべきであるということを実証する。

第五章ではこれまでの議論を総括し、地域に根ざしたブランド化の必要性とその条件を論じている。

このように、氏の論文はまだ始まったばかりの「地域ブランド政策」に関して、これまでの地域活性化策との比較や海外との比較も交えて、その意義と条件を明らかにしていることは高く評価され、また自らの実践も含めて今後の地域活性化に大きく貢献するものと考え、合格と判断する。

【最終試験の結果の要旨】

1月20日に畑中寛氏の論文に関して質疑応答という形で最終試験を行った。

特に氏の論文の基本的な構造を規定している「地域ブランド」という概念に関して、「地域」と「ブランド」の結び付きという観点から質問がなされた。地域発展にブランドがどのように寄与するか、地域の独自性を表現するブランドと普遍的な価値を表現するブランドの違いは何かといった論点に関して、氏に回答してもらった。

氏の回答は、地域論、ブランド論の観点からいずれも満足のいくものであり、今後の地域発展へ貢献しうる可能性を感じさせるものであった。

よって本委員会は最終試験を合格と判断した。

【審査委員会】

主査	伊藤	洋典
委員	徳野	貞雄
委員	岩岡	中正
委員	高橋	隆雄
委員	渡部	薫
委員	山中	進