

2026-10-25　日本マーケティング学会　全国大会

2026年9月刊行　理論編・事例編
11名で執筆（Place Branding 研究部会メンバー）

上田隆穂@環太平洋大学東京キャンパス　20分

<u>上田報告の目的</u>

イノベーション理論を地域活性化に適用。地域資源の新結合から価値創造、行動変容、価値の地域内還元、次の活動への展開に至る過程を統合的に捉える枠組みを提示。

本研究の着眼点

地域活性化の多様な取り組みを共通の枠組みで整理。

新結合と意味のイノベーションを、新たな地域活性化策を構想するための視点として活用。創造された価値が次の地域活動につながる循環を考察。

上田担当部分

序章　地域活性化とイノベーション理論

【理論編】第1章～4章

第1章　地域活性化の範囲

本日、お話しする部分
20分なので、かいつまんでとなります。

第2章　地方における地域活性化イノベーション

参考部分に記載
時間があれば解説

【事例編】第5章～15章

第12章　新しい仕組みで地域所得の向上とブランド力向上
――コスタリカ・コーヒーのリベンス農園――

まず 地域活性化とはなにか？

多くの地域活性化論・事例があり、意外と複雑
➡ きわめて多義的で捉えにくい。

➡ なぜか？

捉え方の視点が1つではないから。

1-3 立場によって変わる地域活性化 ― 学術・行政・住民の三つの視点

1 学術的視点
（経済学・社会学・文化研究などの視点）

- 地域の経済的自立
- コミュニティの結束
- 文化資源の活用
- 持続的発展　などをキーワードに、

理論モデルや実証研究を通じて、
地域活性化のメカニズムを明らかにする。



2 行政的視点
（国・自治体の視点）

- 人口減少・過疎化への対応
- 雇用創出
- 産業振興
- 定住人口・交流人口の増加

を主な目標とし、政策パッケージとして
地域活性化を位置づける。
国の「まち・ひと・しごと創生総合戦略」や
自治体の「地方創生総合戦略」が典型的である。



3 住民的視点
（住民・NPO・企業などの視点）

- 「住んで良し、訪れて良し」の地域をつくる
- 生活の質（QOL）の向上
- 地域への誇り・愛着の醸成

といった価値が前面に出る。
観光客よりも、自分たちの日々の暮らしにとって
何が良いのかが重視される。



同じ施策でも評価が分かれる



しかし、
住民の生活満足度が下がった





しかし、
財政的に持続できない



三つの視点は対立するものではない

学術・行政・住民の三つの視点は、
強調点が異なるが、相互に補完し合う
ものである。

**多様な視点を前提に、
イノベーションの枠組みと接続させながら、
地域活性化を多面的に捉えていく。**

ChatGPTで
対話しつつ、絵
を作成
（以下同様）

ちなみに学術的視点から地域活性化の系譜を見てみてるとどうなってるか？

研究的側面から見た地域活性化の系譜

1 高度成長・開発期
(1960年代～1970年代)

成長の果実を地方にも配分する
開発中心の地域政策



世界の主要理論



- **Rostow (1960)**
  近代化理論
  (経済成長の5段階)



- **Frank (1967)**
  依存理論
  (中心と周辺の構図)

日本の主な動き・政策

- **全国総合開発計画 (1962)**
  などの地域開発
- **過疎地域対策緊急措置法 (1970)**
  (農山村振興を国家課題に)



主な特徴

工業団地や交通インフラの整備など
外からの開発による地域振興

2 内発的発展・協働期
(1980年代～1990年代)

地域内部の資源と主体性を重視
住民・NPO・企業の協働へ



世界の主要理論



- **「もうひとつの発展」(1975)**
  ダグ・ハマーショルド財団
  (内発的発展論の起点)



- **Putnam (1993)**
  ソーシャル・キャピタル論
  (信頼・ネットワークが地域の
  パフォーマンスを高める)

日本の主な動き・政策

- **一村一品運動** (大分県から全国・海外へ)
- **特定非営利活動促進法 (1998)**
  (市民・住民が主体となる組織基盤)



主な特徴

地域固有の資源・人のつながりを活かした
自律的な発展と多主体の協働

3 グローバル競争・創造期
(2000年代～2010年代前半)

競争力と創造性を重視
ネットワークと知識の集積による地域再生



世界の主要理論



- **Porter (1998)**
  クラスター理論
  (産業集積による
  イノベーションと競争力)



- **Landry (2000)**
  創造都市論
  (アート・文化・クリエイティブ産業
  による地域再生)

日本の主な動き・政策

- **道の駅制度の拡大**
- **地域ブランド戦略**
  (農産物などの地域マーケティング)
- **UNESCO創造都市ネットワーク**
  (2014年以降、各地で加盟を目指す動き)



主な特徴

地域の産業・文化・デザインなどの
創造性を活かした競争力の強化

4 持続可能性・デジタル社会期
(2010年代後半～現在)

持続可能性とデジタル化を軸に
総合的な社会デザインへ



世界の主要理論・国際的な動き

- **SDGs (2015)**
  持続可能な開発のための
  2030アジェンダ
  (貧困・教育・ジェンダー・環境など
  幅広い目標の統合)

日本の主な動き・政策

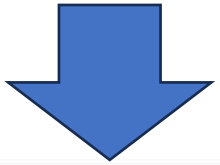
- **デジタル田園都市国家構想**
  (2020年代)
  (デジタル技術で都市と地方
  の格差を縮小し、
  医療・教育・交通・エネルギーなどを統合的に最適化)



主な特徴

環境・福祉・デジタル・産業が交差する
持続可能な地域づくり

実際の地域活性化はどのように分類できるか？



3-1 地域活性化の6つのカテゴリー

地域特性に基づく政策（place-based）の視点で、
多様な事例を6つに整理

① 産業振興・地域経済

ねらい 地域の「稼ぐ力」と雇用を増やす。

主な手段
- 企業支援
- クラスター形成
- 外部投資・寄附の呼び込み（ふるさと納税など）

主なKPI 付加価値額、売上高、雇用者数、税収など

主な事例



モンドラゴン協同組合（スペイン）



セマウル運動（韓国）



タオバオ村（中国）

② 観光・交流振興

ねらい 交流人口・観光消費を増やす。

主な手段
- 宿泊・体験コンテンツの造成
- DMO運営
- 道の駅などの拠点整備

主なKPI 来訪者数、宿泊者数、観光消費額

主な事例



一村一品運動（日本）



アルベルゴ・ディフーゾ（イタリア）



道の駅（日本）

③ 社会的企業・住民主導

ねらい 住民主体で地域課題を解決し、コミュニティを再生する。

主な手段
- NPO・協同労働
- 住民参加型計画
- 商店街再生　など

主なKPI 市民参加率、NPO数、空き店舗率の改善など

主な事例



まちづくり会社（日本）



メインストリート・プログラム（米国）

④ 文化再生・継承

ねらい　文化の力で地域の誇りと魅力を再生し、ブランド化する。

主な手段
- 文化施設への投資
- 歴史的建造物・産業遺構の活用
- 芸術祭や伝統芸能の復活　など

主なKPI　来館者・来場者数、文化関連投資額、地価・賃料など

主な事例


グッゲンハイム美術館
（スペイン・ビルバオ）


ハイライン
（米国）


地域伝統芸能祭の復活
（日本）

⑤ 定住・移住促進・福祉充実

ねらい　人を呼び寄せ、地域に留まってもらい、暮らしの質を高める。

主な手段
- 空き家バンク
- 移住支援金
- 就業マッチング
- 子育て・医療・教育の充実、地域包括ケア　など

主なKPI　転入者数、定住率、QOL指標（医療・教育アクセスなど）

主な事例


地域おこし協力隊
（日本）


空き家バンク
（日本）


地方創生テレワーク
（日本）

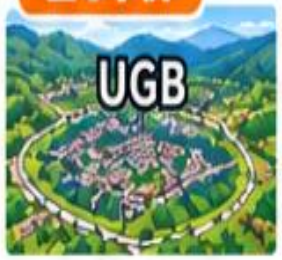
⑥ スマートシティ・都市再生

ねらい　都市構造・交通・エネルギー・デジタル基盤を再編し、効率と快適性を高める。

主な手段
- コンパクトシティ化
- LRT導入
- 成長管理（開発境界線）
- データ連携基盤の整備　など

主なKPI　公共交通分担率、CO_2排出量、中心市街地人口、DX指標など

主な事例



UGB
（米国オレゴン州）


富山市の
コンパクトシティとLRT
（日本）


柏の葉スマートシティ
（日本）

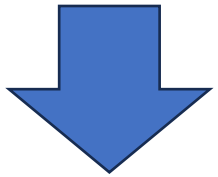
これら6つのカテゴリーは、互いに排他的ではない。
実際の地域プロジェクトは、いくつかのカテゴリーにまたがる性質を持つ。

例　温泉地でのヘルスツーリズムは、「観光・交流振興」×「定住・移住促進・福祉充実」×「文化再生」の要素を併せ持つことが多い。



次に

イノベーションは地域活性化にどう役に立つのか？



イノベーションの主要な枠組みは？

イノベーション理論の主要な枠組みと関係

① Schumpeter（1911）新結合と創造的破壊



- 経済発展は「新結合（Neue Kombination）」によって起こる
- 技術的発明にとどまらず、経済・社会の構造変化（創造的破壊）を理論化

新結合の5類型

1. 新しい財（製品・サービス）の開発
2. 新しい生産方法の導入
3. 新しい販売先の開拓
4. 新しい仕入れ先の獲得
5. 新しい組織の実現

② Drucker（1985）イノベーションの機会論



- イノベーションは技術に限らない
- モノである必要もない
- 成功したイノベーションの多くはむしろ平凡である

イノベーションの7つの機会

1. 予期せぬことの生起
2. ギャップの存在（現実と理想のずれ）
3. ニーズの存在
4. 産業構造の変化
5. 人口構造の変化
6. 認識の変化（ものの見方・感じ方・考え方）
7. 新しい知識の出現

新結合の考え方（何をどう組み合わせるか）

機会の発見（どこにチャンスがあるか）

イノベーション（新しい価値の創造と社会の変化）

意味の再定義（どのような価値として捉え直すか）

行動変容（どうやって広め、日常を変えるか）

③ Christensen・Verganti など 意味のイノベーション・視点転換



- 既存の知識・技術・資源を異分野で組み合わせる「関連づける力」（Christensen）
- 技術的な新規性だけでなく、意味や利用価値の再定義によって新しい需要を生み出す（Verganti）

例　ろうそく：照明の道具 → 癒し・祈りの象徴
コンテナ船：速度の向上 → 物流の効率性

④ 内田（2022）行動変容モデル



- イノベーションは行動変容を引き起こすことである
- 技術は新しくなくてもよく、模倣でもよい
- 価値創造から態度変容、さらに行動変容へとつながる

行動変容のプロセス

ドライバー（契機） → 新しい価値の創出 → 態度変容（認識の変化） → 行動変容（実際の行動）

例：ウォシュレット
トイレは汚い → 清潔・快適な空間 → ホテル・住宅の選択基準に

相互関係　Druckerの「機会」を、新結合や意味の再定義によって「新しい価値」に変え、内田の行動変容モデルで社会に漫透させる。これらを統合することで、イノベーションをより実践的に理解・活用できる。

イノベーションは地域活性化にどう役に立つのか？



イノベーション理論を導入する3つの意義

1.分析枠組みとしての意義。多様な地域活性化事例を、機会発見、新結合、価値創造、行動変容、地域内還元という共通の過程から比較・分析できるようにする。

2.実践的な発想手法としての意義。新結合と意味のイノベーションを操作概念として位置づけ、地域資源を新たに組み合わせたり、価値を再定義したりすることで、独創的な地域活性化策を構想しやすくする。

3.持続的発展の説明としての意義。地域活性化の成果が地域内に蓄積され、次の活動に再投入される循環をモデル化することで、なぜ一過性で終わる地域と、継続的に進化する地域が生まれるのかを検討する。

具体的には

イノベーション理論の地域活性化への適用

4つの理論を統合し、地域資源を「あるもの」から「つくるもの」へと転換し、
新しい地域価値を創造する枠組みとして応用する。

1 機会の発見（Drucker）

地域の課題・潜在需要・認識のギャップを見つける



地域での例
- 人口減少・高齢化
- 観光の停滞
- 未利用資源の存在

2 新結合・意味の再編集
（Schumpeter・Christensen・Verganti）

地域の自然・歴史・文化・産業・人材・技術を
組み合わせ、新しい意味を与える



組み合わせの例
- 歴史 × 食 × 体験
- 自然 × 健康 × ワーケーション
- 伝統文化 × デジタル × 教育

3 新しい地域価値の創造

経済・生活・社会・文化・環境の価値を生み出す



創造される価値の例
- 独自の地域ブランド
- 新しい観光・サービス
- 地域への誇り・愛着

4 認識・態度・行動の変化（内田）

住民・来訪者・企業などの認識や行動が変わる



変化の例
- 来訪・再訪
- 消費・購入
- 移住・協働・参加

5 地域への価値還元・資源の蓄積

生まれた価値を地域内に還元し、次の活動の
資源として蓄積する



蓄積される資源
- 収益（地域投資）
- 人材（担い手育成）
- 知識・ノウハウ
- 信頼・ネットワーク

6 次の活動・さらなる新結合へ

蓄積した資源を活用し、新たなプロジェクトや
組み合わせで地域価値をさらに創造する



次の展開の例
- 新商品・新サービス
- 広域連携・新たな産業
- 持続可能な地域社会の形成

地域活性化 ＝ 価値創造の循環的なイノベーションの過程

地域の魅力を発見して売り出すだけでなく、新しい価値を生み出し続ける地域をつくる。

つまり、イノベーション理論の地域活性化への適用とは、



多様な地域活性化の取り組みを、機会発見から価値創造、行動変容、次の活動への展開まで一貫して捉える統合的枠組みを提示

既存の地域活性化理論との整合性と本研究の違い

― イノベーション理論による統合的枠組みの位置づけ ―

	内発的発展論（1980年代～）	クラスター理論（1990年代～）	地域イノベーションシステム論（2000年代～）	地域ブランド論（2000年代～）	観光主導型地域活性化論（2000年代～）	本研究（イノベーション理論の統合的枠組み）
主な考え方	 地域固有の資源と住民の主体性による発展	 特定産業の企業・機関の集積とネットワークによる競争力強化	 産学官の相互作用による技術・知識の創造と地域のイノベーション	 地域の魅力や独自性をブランドとして構築し、外部に発信	 観光客の誘致により地域経済を活性化	
主な対象	地域住民・地域資源（農業・文化・生活など）	特定産業・企業群	大学・企業・行政などの地域イノベーション主体	地域の魅力・独自性（資源・ストーリー）	観光資源・観光客	地域資源・技術・知識・人材などを新たに組み合わせ、新しい地域価値を創造する
強み・成果	• 住民主体の取り組み • 地域の自律性の向上 • 小さな成功事例の創出	• 産業の競争力強化 • 雇用創出・技術革新 • 地域経済の活性化	• 産学官連携の促進 • 知識・技術の創造 • 地域全体の革新力向上	• 地域イメージの向上 • 観光・消費の拡大 • 地域の誇り・愛着の醸成	• 交流人口の増加 • 観光消費の拡大 • 地域の知名度向上	• 統合的に価値創造のプロセスを説明 • 新しい活性化策の発想手法 • 持続的な進化の仕組み
限界・課題	• 規模の拡大が難しい • 人口減少への対応が不十分 • 継続性が脆弱	• 特定産業への依存 • 産業構造の転換が難しい • 地域全体への波及が限定的	• 主に技術・産業分野に偏り • 住民や生活面の視点が弱い • 地域特性の反映が不十分	• イメージの陳腐化 • 観光依存のリスク • 地域内への還元が不十分	• 季節変動・外部環境の影響 • 地域内の受け皿が不足 • 持続性が課題	• 既存理論を統合するため範囲が広く、実証が必要 • 地域による適用条件の検討が必要
本研究との関係	地域資源の活用や住民主体という視点を継承し、新結合・行動変容の枠組みに組み込む	産業クラスターの考え方を特定分野の新結合の例として位置づける	産学官連携を新結合の主体の一つとして統合モデルに取り込む	地域ブランドは価値創造の一形態として統合モデルで位置づける	観光は重要な手段の一つとして、行動変容・価値創造の中で捉える	これらの理論を統合し、機会発見→新結合→価値創造→行動変容→地域内還元→次の活動へという一連の循環として再構成する

イノベーション理論の地域活性化への適用とその意義

～地域資源を「あるもの」から「つくるもの」へ、そして持続的に進化する地域へ～

① 従来の地域活性化の限界

地域固有の自然・歴史・文化・産業・特産品など既存の地域資源を発見し、魅力を高めて発信することが中心。



自然　歴史・文化　温泉

まちなみ　芸術・芸能　名産品

しかし…



- イメージはすぐに消費される
- 陳腐化が進む
- それだけでは持続的な地域活性化につながらない

② イノベーション理論の導入

新結合（Schumpeter）

異なる資源・技術・知識・人材などを組み合わせて新しい価値を創造

農業（特産品） × 温泉 × 歴史・文化 × デジタル（技術） × 人材（住民・外部）

意味のイノベーション

既存の資源に新たな意味を与え、従来とは異なる利用目的や需要を生み出す

- 地域の食材を「単なる名物」から「地域でしかできない体験価値」へ
- 歴史的建築物を「見るだけの観光」から「滞在・学び・交流の場」へ

③ 新たな地域価値の創造

新結合・意味の再編集により、地域ならではの独自の魅力・地域ブランドを創造



- 経済価値（所得・雇用・売上）
- 社会価値（つながり・協働）
- 文化価値（誇り・独自性）
- 生活価値（利便性・QOL）
- 環境価値（自然・景観・持続可能性）

④ 認識・態度・行動の変化（行動変容）

新しい価値が住民・来訪者・企業などの認識や行動を変える。

住民



- 地域への誇り
- 参与・協働
- 定住意欲

来訪者



- 来訪・再訪
- 消費・体験
- 口コミ・発信

企業・団体



- 投資・連携
- 新規事業
- 人材流入

⑤ 地域への価値還元・資源の蓄積

生まれた経済的・社会的・文化的価値を地域内に還元し、次の活動の資源として蓄積する。

- 収益（地域内投資）
- 人材（担い手の育成）
- 知識・ノウハウ（学習・経験）
- 信頼（ネットワーク）
- 地域の誇り（シビックプライド）

⑥ 次の活動・新たな新結合へ

蓄積した資源を活用し、新しいプロジェクトや組み合わせで、さらなる地域価値を創造する。



新たな地域課題・機会の発見へ（継続的なイノベーションの循環）

本研究の意義

- ☑ 多様な地域活性化の取り組みを一貫した理論で体系化できる
- ☑ 新結合・意味のイノベーションを操作概念として、独創的な地域活性化のアイデアを生み出しやすくする
- ☑ 持続的に進化する地域価値創造の仕組みを明らかにできる

ご清聴有難うございました。



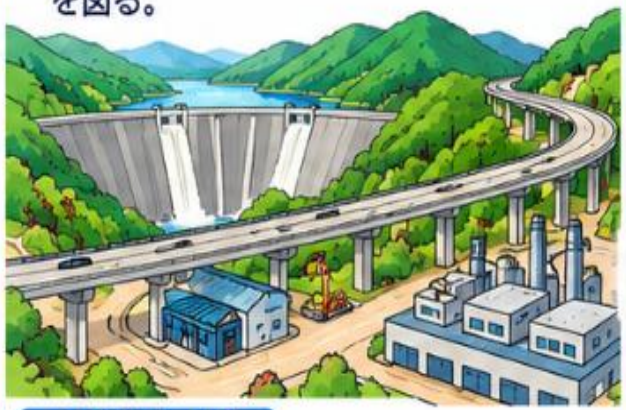
【参考】

過疎地域を含む地方の、時間軸による地域活性化の系譜

① インフラ整備中心型
――ハード一辺倒の時代

1960～70年代

道路やダム、工業団地などの大規模公共事業で地域格差の是正を図る。



主な施策・事例

- 全国総合開発計画
- 道路・ダム・工業団地の整備
- 生活基盤インフラの拡充

成果

- 雇用創出
- 生活基盤の整備
- 地域格差の一定の是正

限界

- 事業終了後の経済縮小
- 地域特性を十分に反映しない施設整備
- 自立的な発展につながりにくい

② ソフトウェア型（内発的発展型）
――地域資源の再発見と小さな成功

1980～90年代

地域の自然・文化・技術を活用し、住民主体による内発的な取り組みが広がる。



主な施策・事例

- 一村一品運動
- グリーン・ツーリズム
- 地域の特産品・伝統文化の活用

成果

- 地域資源の再評価
- 住民主体の小規模な成功
- 地域の誇りや愛着の向上

限界

- 人口減少や産業構造の抜本的転換に至らず
- 成果を面的に広げる仕組みが不十分

③ ネットワーク型
――広域連携とデジタルによる「つながり」の拡張

2000年代～2010年代前半

ICTの普及により、地域間・分野間の連携を前提とした取り組みが増加。単独地域での完結から、多拠点の連携による価値創造へ。



主な施策・事例

- サテライトオフィス・ワーケーション
- 広域観光・地域間連携
- インターネット・SNSによる情報発信

成果

- 地域間の連携強化
- 交流人口の拡大
- 新たなビジネスや働き方の創出

限界

- 地域間格差の拡大（デジタル格差）
- 一時的な交流にとどまり、定住につながりにくい

④ デジタル社会実装型
――ハードとソフトの統合へ

2010年代後半～現在

AIやIoT、データ活用を前提に、地域社会の仕組みそのものを再設計する段階。制度・組織・空間を統合的に変革する試みが進む。



主な施策・事例

- スマートモビリティ、行政DX
- 遠隔医療・見守り
- AI・IoT・データ活用
- デジタル田園都市国家構想 など

成果

- 地域社会の利便性・効率性の向上
- 新たな産業・雇用の創出
- 持続可能な地域社会の形成

限界

- デジタル人材・資金の不足
- 一部地域への偏在
- 技術導入だけでは住民の合意形成が難しい

重要な視点

- これらは単なる発展段階ではなく、地域条件に応じて併存しうる戦略である。
- 過去の成果と限界を踏まえ、ハード・ソフト・人・デジタルを組み合わせた持続的な地域活性化が求められる。

目指す姿

地域資源を「あるもの」から「つくるもの」へ
継続的に進化する地域へ

次に、地方でも特に、過疎の程度という「水平的な軸」に着目し、過疎地域における地域活性化の特徴と限界を概観する。

地域活性化の成否は、事例の優劣ではなく、過疎の段階と戦略との適合性によって左右される。
成長を志向すべき地域と、維持や転換を選択すべき地域を見誤らない、戦略的な意思決定が必要である。

過疎の程度　小（比較的軽い）　→　大（深刻）

Ⅰ 軽度過疎地域
－資源再編集型活性化の可能性と脆弱性－

イメージ



まだ地域の活力が残り、
既存資源を生かしやすい地域

Ⅱ 準中程度過疎地域
－関係人口創出の効果とその限界－



人口は減少しているが、
外部との関係を築きやすい地域

Ⅲ 中程度過疎地域
－維持型地域活性化の意義と制約－



人口減少が進み、
生活基盤の維持が課題となる地域

Ⅳ 深刻過疎地域
－「活性化」概念の転換点－



人口が大きく減少し、
生活維持が中心となる地域

Ⅴ 限界集落レベル
－地域存続を超えた価値の再定義－



人口が極めて少なく、
地域の存続そのものが問われる地域

	Ⅰ 軽度過疎地域 — 資源再編集型活性化の可能性と脆弱性 —	Ⅱ 準中程度過疎地域 — 関係人口創出の効果とその限界 —	Ⅲ 中程度過疎地域 — 維持型地域活性化の意義と制約 —
イメージ	 まだ地域の活力が残り、既存資源を生かしやすい地域	 人口は減少しているが、外部との関係を築きやすい地域	 人口減少が進み、生活基盤の維持が課題となる地域
特徴	観光資源や地場産業のブランド化、空き家活用など、既存資源を新しい文脈で再編集しやすい。	体験型観光や交流事業を通じて、地域外との関係性を構築し、「訪れる場所」から「関わる場所」へ。	NPOや協同組合による生活支援、コミュニティ再構築など、公共機能補完型の取り組みが中心。
主な取組・事例	● 観光資源のブランド化 ● 空き家活用・移住促進 ● 体験価値・物語性の付加（例：食・歴史）	● グリーン・ツーリズム ● 関係人口の創出（交流・体験） ● ワーケーション・二地域居住	● 生活支援（買い物・交通・見守り） ● NPO・協同組合による地域運営 ● 小さな拠点づくり
成果・期待効果	● 観光消費の増加 ● 移住者の増加 ● 地域の知名度向上	● 交流人口の増加 ● 関係人口の拡大 ● 地域への関心・応援の高まり	● 生活インフラの維持 ● 住民の安心・つながりの再生 ● 地域の衰退の緩和
限界・課題	● 外部需要への依存度が高い ● 景気変動に左右されやすい ● 担い手の集中による持続性の脆弱性	● 関係人口の増加が定住や地域経済の安定に直結しない ● 継続的な関係構築が難しい	● 財源や人材の制約が大きい ● 外部支援への依存が避けられない
成立条件	● 一定の人口規模 ● 複数主体が関与する組織的基盤	● 交流を継続的な関係へ転換する地域組織や仕事の創出	● 行政との協働 ● 広域的な運営体制

	Ⅳ 深刻過疎地域 ―「活性化」概念の転換点 ―	Ⅴ 限界集落レベル ― 地域存続を超えた価値の再定義 ―
イメージ	 人口が大きく減少し、生活維持が中心となる地域	 人口が極めて少なく、地域の存続そのものが問われる地域
特徴	集落再編やコンパクト化、遠隔医療・オンライン教育など、生活維持を目的とした施策が前面に出る。	地域を社会全体の資源として再定義し、環境保全やエネルギー事業など、外部的価値の創出を重視。
主な取組・事例	● 集落再編・コンパクト化 ● 遠隔医療・オンライン教育 ● デジタル技術による生活支援	● 再生可能エネルギー事業 ● 森林・環境保全型ツーリズム ● 自然資源の公共的価値化
成果・期待効果	● 生活の質の確保 ● 住民の安心・安全の維持 ● 効率的な行政サービス提供	● 環境保全・国土保全への貢献 ● 域外からの関心・支援の獲得 ● 地域の新たな意義の創出
限界・課題	● 地域の自律性が低下しやすい ● 人材・財源の継続的確保が困難	● 住民主体性の確保が難しい ● コミュニティ維持に限界がある
成立条件	● 住民合意 ● 行政による長期的支援	● 地域存続を目的化しない覚悟 ● 広域的・国家的視点の制度設計

【参考】

地域活性化は誰のためか？

➡直島の事例から考える

2-1 「現代アートの島」直島の光と影

香川県直島町は、**「現代アートの聖地」**として国内外から多くの観光客を集め、雑誌やインターネットでも頻繁に取り上げられる**「成功事例」**とされている。しかし、自治体や住民への聞き取りからは、**外部のイメージとは異なる側面**も見えてくる。



① 町への税収は少ない

アート関連施設を運営する主体は公益財団法人であり、税収として町に落ちるお金は極めて少ない。



② 島外資本が多い

宿泊施設や物販店は増えたものの、その多くは島外資本であり、島民の所得向上には必ずしも直結していない。



島外企業
↓
島民の
所得向上は
限定的

③ 生活環境への影響

観光客の増加に伴い、住民の生活空間が「観光用の舞台」と化し、プライバシーや静けさが損なわれる場面も見られる。





南部の観光エリアが「ブランド向上」に寄与する一方で、
北部の工業エリアが財政面・雇用面では島を支えているという
逆説的な構造がある。

2-2 誰の幸福を最大化するのか

直島の事例から見えてくるのは、**「地域活性化は誰のためのものか」**という問いに正面から向き合う必要性である。観光客、アートファン、企業などにとって価値があることは確かに重要だが、それだけでは地域活性化とは言えない。もっとも重要なのは、そこで暮らす**住民の生活の質や幸福感が向上しているかどうか**である。

それぞれの立場から見た直島の価値

観光客にとって

美しいアート作品や島の景観を楽しめる魅力的な観光地



非日常の体験・感動

アートファンにとって

世界的に評価されるアート作品を鑑賞できる聖地



文化的価値の向上

企業にとって

投資対象として魅力的な地域



ブランド価値・ビジネスチャンス

住民にとって

暮らしやすさ、生活の質、地域への誇り・愛着



安心して暮らせる地域か？

外から見える活性化 と 内側から感じる活性化 のギャップ

外から見える活性化
（メディア・観光客の評価）



- 観光客数の増加
- 雑誌・SNSでの高い評価
- 地域のブランド価値の向上
- 成功事例としての注目

ギャップ

内側から感じる活性化
（住民の実感）

- 生活の不便さの増加
- プライバシーや静けさの喪失
- 所得向上は限定的
- 観光のための「舞台」化への違和感



地域のブランド価値は上がったが、それは本当に「地域活性化」と言えるのか？

現代アートの島、直島の風景



出所：
筆者カメラ