

地域ブランディングの実践と人材育成(4)

メタデータ	言語: jpn 出版者: 公開日: 2017-10-03 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: メールアドレス: 所属:
URL	http://hdl.handle.net/2297/27676

《研究ノート》

地域ブランディングの実践と人材育成（４）

大友 信 秀

6. 人材育成

（１）地域をブランディングするために必要な考え方

①矛盾する価値観

地域をブランディングする、すなわち地域の強みを見つけ、それを最も高く評価する相手を見つけようとする作業のためには、地域及びその周辺では評価されていない、もしくは当たり前として十分な評価をされていないものの価値を見つけ出すことが必要となる。このことは、地域ブランディングをする者には地域及びその周辺で通用する価値観とは異なる価値観を持つことが要求されることを意味する。他方で、地域の価値観を十分に理解し、これを外の世界に伝え、また外の世界を地域につなげるためには、地域の特性や地域における考え方を理解していることも必要とされる。このように、地域をブランディングするためには、矛盾する二つの価値観を同時に持ちながら作業する能力が必要とされることになる。

②取り残され忘れられた魅力

地域の価値はこれまで十分に評価されず、若者の多くは都会の魅力に惹かれ地域を離れていった。地域の価値を評価する者も、その価値が都会で通用するとは考えず、地域でその価値を守り続けることに力を注いできた。

地域と外の世界は価値観において隔離され、地域の価値が外の世界で評価される機会は非常に限られていた。

③情報のボーダーレス化

コンピュータ技術、インターネットの発達とこれらをされに身近にする携帯端末の発展・普及により、マイナーな情報がどんな場所からも発信可能となり、それらの情報が広くどこにでも届くようになった。これにより、情報の送り手が意図していない受け取り方をする情報の受け手が顕在化し、自分たちにとって当たり前とっていたものの価値を発見、もしくは再認識する機会が出現することとなった。

④情報の交信、ネットの活用、現実の交流

地域をブランディングするためには地域の外の価値観との交信が有効であり、そのためにネットを活用した情報の発信とフィードバックはその手軽さから効果的な手法であると考えられる。しかしながら、多くの地域は、ひとつの情報もしくは、離れたところにつながる物のみでは十分に活性化されることがなく、総合的な価値の評価と多様な接触方法による価値伝達の拡大も求められる。そのために、実際に地域の人が外に出たり、地域の外の人が地域を訪れるという、人の交流が実際には避けられない最も重要な手法として求められる。

⑤身近であるが未知の世界への接近

金沢大学は石川県の金沢市内にキャンパスを有するが、北には有料道路で能登半島につながり、南には山側環状道路で白山市、加賀市へとつながる。金沢自体が戦災を免れた伝統的な建築物と文化を残す街であるが、能登半島も豊かな海・中山間地を有し、白山市、加賀市等の石川県南部も山間地・田畑を有する古くからの生活文化を残す地域である。

金沢大学の学生は、キャンパスから市内へ自動車でも20分かかる距離が障害となり、大学キャンパスが市内の現金沢城公園内に位置していた時代に比較して、十分に市内に残る文化的価値を享受しているとはいえない。また、能登半島についても、朝市や塗り物で有名な輪島や温泉地として知られている和倉に

若者に訴求する魅力を十分に感じないため、もしくは、それ以外の地域には接点を有していないため、学生は、ほとんどそれぞれの地域を知らないまま卒業していく。

このような状況を変えるため、金沢大学法学部知的財産法ゼミでは、通常、文献研究に限定されている学生のフィールドをキャンパス外に求め、とりわけ能登半島を身近に感じるよう地域との接点を用意した。学生は最初のうちこそ、能登半島を自分たちが普段住む金沢市内とは異なる田舎という地域として捉え、自分たちはお客さんであるという意識を持っているが、何度も訪問し慣れてくると、次第に、能登半島を自分の帰属する場所、もしくは自分にとって日常である場所と捉えるようになってくる¹。

⑥独自の考えと行動力

地域とは異なる価値観を持ちながら地域を理解し、主体的に関わるためには、自らが考える力を身につけ、また、その考えを行動として具現化することが求められる。

（2）金沢大学法学部での挑戦

①法学部知的財産法ゼミでの教育

すでに前回までに、法学部の学生が学外で行ってきた活動に焦点を当ててきたが²、ここでは、法学部の知的財産法ゼミナールで通常行っている運営を例に自ら考え行動する力をどのように育成しようとしているのか、を示す。

1) ゼミナール説明会

毎年、ゼミナールへの参加希望を募る際に行われるゼミナール説明会では、ゼミナールの活動及び運営方針を示し、ゼミナール参加希望者に期待すること

1 大友信秀・山本佑樹「地域ブランディングの実践と人材育成(2)」金沢法学 52 巻 2 号 117 頁(2010)参照。

2 同上参照。

を示すことにしている。たとえば、法学部に入ったからという理由だけで十分な検討を行うことなくロースクールを希望する者、同様に、親からの薦め等受身の理由による公務員志望者が知的財産法ゼミを希望しないように、自らの将来を自らが見つけ出す気持ちを持っているかどうかを確認し、その気持ちを持つ者が当ゼミナールへの参加を希望するよう促す。

さらに、知的財産法という科目に興味があるという者に対しても、その期待には直接応えないことを伝える。知的財産法自体への興味でゼミナールに参加する者は、総合的な勉強の場に積極的に参加せず、文献研究以外を軽視する傾向が往々にして見受けられるためである。知的財産法を素材として、法学の考え方を学ぶが、ゼミナールにおいて文献研究に加え、フィールドワークをすることで、結果として、社会に出てから必要な各種能力に加え、知的財産法の知識も身につくことになる。しかし、このことは結果に過ぎず、それ自体は目的ではないからである。

2) ゼミナール長の選出

ゼミナールでは、学生のリーダーであるゼミナール長を選出するが、これは教員からの指名ではなく、学生からの自発的な発意によって決定する。ゼミナール長はゼミナールの運営のために教員からの指示を他の学生に伝えたり、ゼミナールの活動を統括することを求められる。その際、自分で仕事を抱え込むタイプの者に対しては仕事を他の者に指示して自分の手から仕事を離す方法を伝え、そのゼミナール長の行動を通してリーダーのあり方を他の学生にも伝えるようにしている。

3) ゼミナールの計画作成

ゼミナールで扱うテーマについては主に上級生のゼミナール参加学生に選定させるようにしている。選定したテーマについては、教員に対して十分に選定理由を説明できれば採用され、選定理由が不明確であれば採用されないことに

なり、ここでは、自分たちの説明能力を問われることになる。

4) ゼミナールでの発表

ゼミナールでの発表は、4名から5名で1チームを構成し、つねにチームで活動することを求められる。このことは、一人で仕事をするということがほぼ皆無である社会に出た後の働き方を想定し、人格の異なる者との共同作業から十分な効果を引き出すことを学ばせることを期待した手法である。

また、ゼミナールでの発表テーマは新学期開講前に決定されており、開講前に十分に発表準備がされ(通常、発表の1ヶ月程度前には発表準備が始まる。)、発表2週間前に発表1週前配布資料を作成し教員によるチェックを受け、1週間前には発表当日用資料の作成・教員によるチェックという段階を踏む。

教員によるチェックはあくまでも、学生により具体的な結果が示された場合にのみ与えられるものであり、学生が提出した資料が具体性を欠くものである場合は何度でもやり直しをすることになる。

さらに、発表資料については、文字のみで構成されたもの、とりわけ、判例や学説の文言を抜き出したものを張り合わせたものを使用することはせず、できるだけ図を用いたり、難しい内容で聞く者が退屈しないように各ページにひとつは絵が入るようにしたりといった工夫をするようにしている。

このことにより、学生は自分の力で考え、その考えを形にすること、また、よりわかりやすい伝達方法を探究することとなり、自分以外の者への情報の伝達能力を鍛えることになる。

5) その他の活動

ゼミナールの学生は、上記の発表以外に石川県内でのフィールドワークもこなし、すでに紹介したように、ゼミナール発学生ベンチャー会社の設立とその経営も行うこととなった。

②法学部公認サークル（地域部ランディング研究会）の活動

法学部では、知的財産法ゼミナールにフィールドワーク活動を経験させ、勉強のフィールドを拡大してきたが、毎週1回4時間にわたるゼミナールの発表及び、そのための事前準備の負担に加え、学生ベンチャー会社の経営も加わり、学生の負担も限界に達していた。このため、フィールドワークや学外での活動をゼミナールの活動から分離し、ゼミナール参加学生の負担を軽減することを意図し、また、ゼミナールから学外活動を切り離すことで、広くゼミナール参加者以外の学生へそのような活動を紹介しようと意図し、法学部公認サークルを設立することとした。

法学部公認サークルとは言いながら、法学部に所属しない学生の参加も可能であり、実際に設立後の募集では、法学部学生を上回る数の他学部所属学生の参加があった。その中には多くの留学生が含まれ、地域での活動への外国人の興味の高さを知ることとなった。