

## 地域イノベーション論のケーススタディ

田坂逸朗

(受付 2017年9月29日)

### 1. はじめに

地域イノベーション論は、文部科学省地(知)の拠点整備事業の採択を受けて、広島修道大学が「イノベーション・ブリッジによるひろしま未来協創プロジェクト」の一環として設置した地域イノベーションコースの科目のひとつである。未活用の地域資源の発掘や新しい価値の創造を通して地域をイノベーションのステージに進展させるつなぎ手人材をイノベーション・ブリッジ人材と呼び、地域が未来を協創的に実現していくことを目指す5年間のプロジェクトにおいて、授業は、その基盤となる地域イノベーションの概念に触れながら、知識の学修のみならず、センスとスキルを磨き、地域社会に対する当事者意識、主体性、自己有用感を持つ学生を育成することを目的とした。

バズセッション、OST、グループディスカッション、ボードミーティング、など、経験学習として、ファシリテーションやホールシステム・アプローチを基幹メソッドとしながら、授業各回において、対話や議論の演習を重ねた<sup>\*1</sup>。シュンペーター、クリステンセン、チェスブロウについて紐解き、グループジーニアスやリーンスタート、マーケティングなどの、その都度学ぶ新しい知識とともに、知り得たら試す、知り得たら試す、を繰り返しながら、観察、着眼、洞察、思考、プランニング、アイデアの評価やアダプト、意思決定の素養を培った<sup>\*2</sup>。

通奏低音として、題材としたのは、「ひろしまをイノベーションしよう」と、地域イノベーションを起こしていく端緒となる具体アイデアを模索することである。そこでは、社会経験のない学生が、社会や地域をどう見ているか、ある種の像が結ばれていると思えるものが積み上がっていった。どんな未来をイメージしているのか、どんな事象に興味関心があるのか、彼らが社会の主軸の担い手となったとき、どんな社会創造を行うのか。けっして彼らを、未熟者、社会の新参者にとらえず、若者としての消費リーダーであり、受益者であり、人格を持つ生活者、あるいは、新しい可能性を持つ行動家として、わたし自身こそが教員として耳を傾けた。

前期に1クラス、後期に2クラス、3年間、2014年に開講して2017年前期までに11クラス分が積み上がった。積み上がった3年間11クラス1,416名がかりの地域イノベーションアイデア251案に関して、整理精査してみたいというのが、この論稿の動機である。あきらかにそこには傾向と潮流が見てとれる。未熟な学生の素人考えであると見なしてもよいが、

しかしほかの見方もある。そこには、集合知としての都市像や社会像や受益者としての希求、マーケットの声、そして未来創造の担い手としての潜在能力と、イノベーション・ブリッジ人材としての可能性が見えているはずであるという整理である。それは、「協創的ヒアリング」であるともいえるものであり、対話や議論を通して磨かれた地域社会の将来像を内包しているはずである。

学生は（若者は）制約がなければどんなアイデアを想起するのか、ひとつの社会実験として、授業は、クリステンセンのいう「実験する力」の実験室であった<sup>\*3</sup>。かつ、チェスブロウのいう「オープン・イノベーション」の足がかりであった<sup>\*4</sup>。教室ははたして、これらの地域イノベーションのスタート地点となりえたのか。これまでのすべてのアイデアを列挙してみることで、もしくは、そこに世代をまたいだ反省も、人としての普遍性も、次の課題も見えてくるだろう。交通問題、都市の成長、中山間の過疎化、さまざまな社会課題、未活用の地域資源、観光の伸び悩み、生活者の必需、エンターテインメントへの渴望、ものづくりの未来、さらには、大学や学習のあり方まで、専門家が見過ごしてしまいそうなものにこそイノベーションの芽があるに違いない。

ロベルト・ベルガンティは「デザイン・ドリブン・イノベーション」の提唱において、デザイン思考（デザイン志向）の次にくるものとして「**意味のイノベーション**」を説いている<sup>\*5</sup>。意味が変われば社会は変わる、意味の変容こそソーシャル・イノベーションの本質であると説いている。授業中の地域イノベーションアイデアの網羅と読み解きを端緒とする考察にあたっては、「意味のイノベーション」ということも加味しながらそれを行う。

「イノベーション・ブリッジによるひろしま未来協創プロジェクト」は、教育、研究、社会貢献の3領域の好循環を謳ってきた。教育も研究も社会貢献に直結するものであることが望ましい。その意味において、場合によっては、この授業成果に関する考察が、広島における地域イノベーションのヒントとなりえるものという形での社会貢献となることを目指して、稿を進めたい。

## 2. ケーススタディとしての授業

前論考『授業「地域イノベーション論」の試み——地域イノベーション教育による社会貢献と教育の融合——』では、授業の取り組みと意味を記述し、その役割や効果について考察した<sup>\*6</sup>。意図した機序、目論んだ成果、達成度合いについて、そのファシリテーション技法に寄せて論述した<sup>\*7</sup>。この論考では、それを逆にたどる。成果物から学生への効果をさかのぼり考察する。学生には何が見えたか、学生は何を受け取ったか。ディスカッション体験からのチーミングスキル、イノベーションセンスの涵養まで、そして、広島（地域）への関心は、成果として醸成できたか。自発性・当事者意識・先駆性・自己有用感、といっ

た達成も、授業が奏功であったのならそれは成果物のどこに「現れ」を見せたか。大学生が「地域イノベーション」のアイデアに取り組んだらどんなものが浮かび上がってくると述べることができるのか。

地域イノベーションをテーマとした授業成果のアイデアの網羅から見えてくるものは、大学生たちの協創による未来像であり、対話と議論が導き出した結論群であり、ひとつの「**共有ビジョン**」であるといえる。ピーター・センゲは「学習する組織」における5つの学習領域のひとつに共有ビジョンを挙げ、それを、上から示され従うビジョンでなく、メンバーの個人ビジョンと結びつき、その構成プロセスに参加することによってコミットメントを生み出す力を持っている、共有化された意味のビジョンである、と論述している<sup>\*8</sup>。「わたしたちは何を創造したいのか」「自分たちはどうありたいのか」、個人のビジョン、チームのビジョン、全体のビジョンへと、プロセスを通して構築していく。センゲは、総論から各論、大分類から小分類へと総花的にビジョンを扱うのではなく、対話や議論から未知の窓を開くため、個人のビジョンの構築から開始せよと説いている。

地域のビジョンのすべてが網羅できるわけではないという意味においては、授業における地域イノベーションの演習は、集った学生によるビジョン構築のケーススタディである。部分的な事例を、推論、仮説、傾向の検証の中で論じ、立案の過程そのものを学修するケーススタディである。あるいはまたそれは、集合知としての意見合成のケーススタディでもあった。そして、自意見と他意見の差異から第三の意見を探る、シュンペーターのいう**新結合**としてのイノベーションの発案の体験でもあった。

わたしは授業の冒頭でいくつかの宣言をしている。そのひとつは、[在野の研究者、地域プロデューサー、ファシリテーターである感覚も持ち合わせながら、目の前のあなたがたを学生とは見なさず、「ひろしまの若者」と見なして、この時間枠の対話を通して「ひろしまの未来」を見いだしていく]、ということである<sup>\*9</sup>。すべては、「〇〇について考察せよ、論ぜよ」ではなく、あらゆるテーマを許すとした上で、自身に集中せよ、自己を開示せよ、そこから浮かび上がってくるテーマをこそ具体として題材にしながら、付加的に地域イノベーションを論ずる、とも規定している。それはマイノリティと見なされるアイデアからはじまるイノベーションであり、そのアイデアにどう人を巻き込んでいくかのインフルエンスの演習である、とも述べている。インフルエンスし(感染による同質化)、エフェクトし(成果の複製的波及)、インパクトする(ソトからの大胆さの提示)演習でもある、と。

「ひろしまをイノベーションしよう」の地域イノベーションアイデアは課題の発見からはじまるが、授業におけるテーマ発見のくんだりでも、「広島における問題や課題は何か?」とは質問していない。「現代社会において求められるイノベーションのテーマは何か?」と

も質問していない。「弱者としての“地域”が希求する解決課題は何か？」とも質問していない。

アニータ・ブラウンは「ワールドカフェ」の文脈で「純粋な質問こそ革新（イノベーション）への未来からの招待状である」として、**<たいせつな問い>**に行き当たり、お互いに問いあうことを奨励している<sup>\*10</sup>。「ワールドカフェ」が内包している哲学は、この授業の通奏低音でもあるので、「ワールドカフェ論」としてではなく、授業の指針として以下を記述しておく。現在議論されてる「アクティブ・ラーニング」の文脈とは異なるかもしれないが、これは、わたし自身のファシリテーション現場における指針でもある。あるいは、その在野のファシリテーターから見てとれるのは、教育におけるグループワーク等の、ある種の癖（賛成派と反対派に別れて戦う、論拠ある意見のみ述べよ、結論は多数決、などなど）であり、それらは地域イノベーションのような、**価値創造的な話しあい**においては、ある程度そのくびきを解き、別段のグランドルールづくりをしておかなければならないと感じるところがあったからである。**対話**（すべての意見を保留して意味の訪れを待つ）や**議論**（枚挙し言葉を分解し再構築する）の風土における留意点として、次を挙げている。

- ・履修生である前に、広島（地域）に関わる若者であると自覚する
- ・小分けしたグループで対話・議論を行う
- ・否定しない。他花受粉として多様性と共感性をたいせつにする
- ・流れの中から見つかったものを歓迎する。意見の正確さ・正しさを競わない  
正しいだけではイノベーションは起こせない
- ・全体への周知は、全員の前での発表という形式は取らない
- ・当事者性・社会構成性・先駆性を自らに涵養する

**<たいせつな問い>**として提示する最初の問いかけは、藤村靖之の論に依って立った<sup>\*11</sup>。センゲのいう個人ビジョンとの合致性からである。いわく「好きなことは何か。興味と関心のあることは何か。もどかしさに心を捉えて放さないことは何か」（その深掘りの反問は、「では、好きでもないものになぜ取り組まされてきたのか、（前世代は）感情移入なく社会創造してしまった帰結として現在どうなっているか」）。

この問いをきっかけに、個人ビジョンを浮かび上がらせながら、しかるのち、「好きなこと」に「社会にいいこと」をかけあわせ、イノベーション（地域イノベーション）への**動機**を得る。イノベーションに関する行動はすべてマイノリティとしてスタートする。キャズム（普及への溝）を超えるまでは、社会一般には理解されない。それをいずれ乗り越えるであろう自身発のテーマからはじめた思考の成果こそ、未来創造への純粋な端緒である<sup>\*12</sup>。

具体アイデアの模索としての、学修ステップを以下に示す<sup>\*13</sup>。

序盤では、会話を通して、自らに集中する。バズセッション、相互インタビューから、好きなこと・興味関心のあること・もどかしさに心を捉えて放さないこと、を自己開示する。

次段では、OST、グループディスカッション、ボードミーティングを通して、そのテーマに社会性と課題認識を付与していく。あらためて社会課題を再発見し、マーケティングやデザイン、サステナビリティの思考を加味していく。

中盤では個人演習を中心に、キャズム理論にいうアーリーアダプターからのアダプトやアイデアを未来基準で評価する演習を行う。

終盤では、リーン・シンキングやシナリオプランニングを体験する思考の演習を行い、投げかけ型のショート・プレゼンテーション、グループアップする「ピッチ」から意見を表明する体験を行い、最終成果物制作として「未来新聞」に取り組む。

この基本的な組み立てで、11クラスを積み上げた。



図1 授業「地域イノベーション論」グループディスカッション

### 3. 共有ビジョンとしてのアイデア

集計した具体アイデアは、全11クラスの開講で、1,416名の履修、総数は、251であった。いくつかは、サブアイデアを含んでアイデア群としてコンセプト名になっているものもある。小さなアイデアを組み合わせた大きなコンセプトのものもあれば、1アイデアでイノベーションと呼べる要点をもつものもある。

2014年前期 2 クラス	履修者数119名	40アイデア
2014年後期 2 クラス	履修者数348名	51アイデア
2015年前期 2 クラス	履修者数131名	24アイデア
2015年後期 1 クラス	履修者数115名	29アイデア
2016年前期 1 クラス	履修者数107名	47アイデア
2016年後期 2 クラス	履修者数343名	38アイデア
2017年前期 1 クラス	履修者数253名	23アイデア

具体アイデアとは、最終講「未来新聞」の演習のために、それまでの経過を踏まえてリスト化した項目を指す。そのリストを以下に示す\*<sup>14</sup>。

<p>[2017年前期01クラス]</p>
<p>「泊まるズムスタ(芝生の上で寝袋で)」(カープ×遊園地×観光)／CARP MUSEUM(野球観戦×ミュージアム観覧=宿泊型観光)／広島市からカープ市へ！(愛称を持つ市)／カープ市を全国に(盛り上がりのおすそわけ)／ 並木通りから若者文化を(「インスタ映えする」カラフル・ストリート PROJECT)／女性にやさしい歓楽街(「夕方からほろよい」)／ナイト・コラボ・マーケット(屋台夜市)／ 瀬戸内洋上テーマパークリゾート～多島海に浮かぶクルーズパーク(ウォーターパーク)(宮島・宇品)／アクティブ・テーマパーク(水中アスレチック)／「インスタ映えする」遊園地(フォトスポット型遊園地)／しまなみ海道セグウェイロード／厳島神社プロジェクトマッピング・宮島イルミネーション／広島を広島にPRする／外国人観光客向けのクールジャパンなデザイン案内表示／テクノロジーの未来遊園地／シニアも楽しめる「みんなの遊園地」／ アストラムラインの延伸と高架下に果樹ケープ・自転車道／アストラムライン「楽しむ交通」車両／シニアバス(急がないスローライフ・バス)／「昭和村」, もしくは「健康ランド」／過疎地域で野外フェス／西広島を再び学生街に／臨空地域・マリーナホップの活性化</p>
<p>[2016年後期51クラス]</p>
<p>交通イノベーション「カープ×交通」(カープ新幹線・カープ観戦宿泊ツアー)／All in One Bus～バス会社をひとつに／アストラムライン愛好会(会員登録・フリーペーパー・交通課題研究サークル)／スーパーアストラムライン(ロボット運転による24時間運行)(電車の深夜運行)／交通カード統合定期券(外国人観光客向け優遇交通カード)／婚活トレイン(音楽トレインほか楽しめる車両・小型アストラムライン)／アストラムライン大規模延伸(増駅・直線高速化)／ 広島に遊園地を！(テーマパークを・空き施設のデートスポットリノベーション)／外国人と修学旅行生のためのツアー型遊園地～MIYAJIMA ISLAND／宮島イルミ計画／外国人観光客案内の充実(コリアンタウン)／四季×音楽～広域公園の音楽専用イベント会場化(新スタジアム開園後の広域公園の利活用)／ お好み焼きイノベーション(他県でその県の特産品とコラボ・全国お好み焼き対決イベント・巨大お好み焼きイベント・冷凍食品化(おひとり様セット化)・匂いのないお好み焼き・広島県産素材化・お好み焼きの専門家の育成(広島市役所お好み焼き課))／クリスマスイノベーション／道路の複層化／小中高カープ部／ひとり暮らしロボットやサービスが支援(折りたたみ洗濯機・シャボン玉風呂)／修道イノベーション(ハーモニーロードのエスカレータ化・修道大を国際交流型大学(グローバル校)に・Wi-Fiの拡充)</p>
<p>[2016年後期52クラス]</p>
<p>ひろしま100年遊園地計画「ディセントパーク」／交通×観光「未来トウクトウ」／100年ごはん博覧会／会いに行けるプロ選手「スポーツトークBAR」／スポーツで活性化(観光×カープ, マイナススポーツ)／ 通勤通学のユーザー・イノベーション～バス・電車のつり革専用車両／指紋認証改札・駅構内ATM／過疎地×外国人「留学生シェアハウス」／外国人との交流の場づくり(古民家カフェ, スポーツイベント, 伝統的な旅館, 「Let's Try」, 無料体験)／宮島観光のイノベーション(ツイート割, 宮島口コテージ民泊街, もみじまんじゅうのご当地化)／ 東京のオリンピックにあやかる～広島でもオリンピックを楽しもう(パブリックビューイング, 英会話教室, マイナススポーツ広島オプションツアー)／音楽フェスのイノベーション(アーティストといっしょに移動を楽しむシャトルバス, 田舎でフェス, フェス専用会場の大規模開発)／ くわい(特産品)のマーケティング／目覚ましまくら／ゴミ箱のアミューズメント化 ハーモニーロードに愛着を(シューディちゃんグッズ, ギンナンの商品化)／修道スクールバスの</p>

<p>復活・学食の地産地消化・図書館前お弁当販売・学内で英語をしゃべる機会を増やす・出席確認の廃止・Wi-Fiの拡充／</p> <p>少子高齢化のソーシャル・イノベーション(若者と老人の関わり浅さ、カップル割、老人ホームのテーマパーク化)／過疎地のイノベーション(遊園地など大規模開発、祭りの活性化)／外国人労働者の受け入れ</p>
<p>[2016年前期01クラス]</p>
<p>広島ディズニーランド誘致／広島男と結婚してください“合コン”ツアー(ひろしま婚)／サッカー専用スタジアムのグローバル集客(とそのため募金活動)／アストラムライン沿線大学の大学生によるアストラムライン愛好会(もしくは、アストラムライン学生未来会議)と佐伯区延伸／メイプルアイス(学園祭テストマーケティング)／島まつたけ～島の活性化(広島142の島をつなげる)／学食料理バトル～大学の食のカイゼン(ほか、地産地消メニュー、BBQテラス、朝食、食材の直売所)／若者による農業交流レストラン(農業イノベーション(農業で生きる価値))／高齢者交通に白タク(独自の相乗りシェア配車サービス)／レモンソースのお好み焼きとお好み焼き全国キャラバン／広島みかん(広島伝統みかん)／</p> <p>釣りスポットからの地域活性化(釣りと散策と調理(トレッキング&amp;フィッシング&amp;フーディング))／野菜志向の商店街(ほか、商店街に週替わりの趣味カフェ(釣りカフェ、キャンプカフェ、オカマバー)／商店街テーマデザイナーと、商店街ワーク・イン・レジデンス・プロジェクト)／ケン玉サークルによる地域活性化(ケン玉とオバマ効果～ケン玉を世界へ)／食糧自給養殖プロジェクト(広島サーモンに続け)／</p> <p>過疎地域に大型レジャー施設(複合型アミューズメント施設)を／広島駅活性化に民間企業の力を／広島のアピール力を高める(もしくは、広島県民が広島を知るプロデュース)(伝統行事とゆるキャラ)／宮島観光、世界リピーターとリデザイン(デザイン力でカイゼンする)／音楽とスポーツの祭典(過疎地域での開催)／カーブ KARAOKE STUDIO／地域グルメ対決野球／出身地がテーマのゲームテーマパーク／娯楽施設で経済効果／スポーツ観戦イノベーション／ひろしま旅行／スイーツ・イノベーション／走らない人向けの製品・サービス／海中アパートメント／映画やドラマ(コンテンツビジネスのイノベーション)／機械の発達／</p> <p>音楽で地域活性化／広島をもっと都会に／食のイノベーションで活性化(特産品開発)／県外への広島グルメフェスタ輸出／食べあるき／家庭内コンビニ／“寝ること”を考える／テニス・ムーブメントの起こし方／スポーツを楽しむ／バイトのイノベーション／平和を続ける平和未来学・平和構築過程学／若者の車離れを解消する／街のしくみの新しいデザイン／観光を考える／お金について考える／動物いっぱいのもち</p>
<p>[2015年後期51クラス]</p>
<p>三世代がふれあう日本一欲ばりなテーマパークを中山間地域に／プロジェクトンマッピングの水族館+動植物園(エンターテインメント型学習施設)／広島出身アーティストによる広島の活性化／サークルに入っていないなくても楽しめる新しい学園祭／学食の学生による経営</p> <p>HAPPY WEDDING～税金による結婚支援／過疎地域に“出会いの場”合コンテーマパーク／少子化解消のためのカップル体験テーマパーク／子育てしやすい環境づくりのための各種手当て・保育園認可緩和／相部屋プロジェクト／森の中のカフェ</p>
<p>[2015年前期02クラス]</p>
<p>新しいスポーツがいつも上陸する“HIROSHIMA SUPER ARENA”／商店街にイベント広場(ストリート・スクエア)を(～プロジェクトンマッピング商店街)／本通り若者化プロジェクト～若者が集まる広島をつくる／広島に新ドーム(「楽園都市」～ドーム施設と大型ショッピングモール)／首都的によらない、地方都市からの流行のリーディングを／</p> <p>広島修道大学雨天快適化プロジェクト(構内交通コントロールのリニューアル)／言語変換アイテム／育児・介護職の待遇と意識のカイゼン(のプロジェクト)／地方都市の大都市化／その日そのとき盛り上がる一夜城の中山間テーマパーク／子育てに通う週末住民“ダーチャ(週末小屋)”／“売る”を先に考える最先端科学商品プロデューサーズ／</p>

若い夫婦を経済支援しよう(子づくりクラウドファンド)／赤ちゃんがやってくる(ベビー・ホームステイ)／「子どもが遊べる街角」で、少子化と過疎を同時に解決／  
 大人数教室での授業の新しいあり方を先生に提案しよう！／  
 広電バスに、新しいバス運行案と新交通のシステムを立案しよう！／新体育館や寮増設、特待制度で、学生スポーツから全国化戦略を！

[2015年前期01クラス]

小中学校イノベーション授業(子どもが考える農業体験授業／中学高校向けイノベーション授業を修大オープンキャンパスで)／  
 「HIROSHIMA BASEBALL WONDERLAND!(マツダスタジアムに仮設遊園地とフードコート／スイーツ・プリクラ・メリーゴーランド)」／  
 給食のイノベーション(ロボット給食／生徒の手づくり給食)／坂がウリの広島(アトラクションとしての坂)／広島市外へサーキットする「巡業型スポーツフェス(会いに行けるスポーツ選手)」／  
 空き家のシェアハウス・空き家の旅館／「日本一ニートにやさしいまち・広島(ニートホーム・ニートスクール、ニートの出会い系アプリ)／新交通網(アストラムライン新線・修大バス)による大規模都市開発／「小さな地域の大きな関係づくり」～町と町(外国の町)がつながる相互交換訪問／ふるさと友達再会イベント「タウンホームカミング・ミーティング」／  
 エコカーモデル都市・HIROSHIMA(マツダ・エコ・イニシアティブ)(セグウェイモデル都市)／  
 廃校の小学校訪問・若返りツアー／空き家シェアハウス・空き家B&B(交流のイノベーション)／  
 若者料金(義務ある割引による若者の活動支援)／あいさつTシャツ・コミュニケーションTシャツ／ゆるい集いの場～おばちゃん(日替わり)食堂／給食イノベーション(Q-1グランプリ)／  
 自給自足型県北グリーンシティ／学生シェアステイ／子どもが楽しめる広島～「こどもライフ！」  
 キャンペーン(ビジターズ・インダストリー)／若者限定の広島県内消費喚起キャンペーン～ひいては、若者料金(義務ある割引)／地域経済インターン条件付き企業提供型奨学金(特定プログラム受講者優先採用)

[2014年後期51クラス]

地域提供型学校朝食プロジェクト／大学生のための学食朝食(PBL／パワー・ブレックファースト型授業)／オフィスの野菜の朝ごはん／小学校ブランド野菜づくり授業／校産校消型給食レストラン(給食ビジネス)／小学校営農／農業推進アイドル「ベジガール」・「ベジボーイ」・「VEGEXILE」・「ミートガール(肉女子)」／リアル野菜育成ゲーム「ベジロード」／田舎体験シェアハウス／地域紹介仲介ビジネス／地域活性化ビジネス(空き家活用野菜販売)／  
 平和ビジネス(平和ソングのカバー、ゆるキャラ、有名服飾ブランドとのコラボレーション、スポーツとの連携(ピースラン))／高速道路の自転車通行(「ハイウェイ・サイクル・フェスティバル」)／  
 リモコンボタン通販(ご近所販売、買物難民対策)／ご当地防災食(リッチでおいしい防災食)／  
 空飛ぶ車(オートジャイロ、ハングライダー、エア・モビリティ)／“土”のブランド化(土やノウハウを売る農業基盤ビジネス)／食べものがつくれる3Dプリンター／ポケモンセンター広島誘致／グリーン経済ビジネスアイデアプロジェクト(リサイクル、食べれる容器)／砂漠の砂や雪の活用／  
 学内リラクゼーション施設(学習効果を高める実験)／大学キャンパスの観光地化／大学昼食休み改革

[2014年後期52クラス]

「ベジタブル・ワールド・リンク～世界は野菜でつなげることができる～」(ベランダ野菜工場ネットワーク)／コンセプト野菜のマーケティング(デザイン野菜、かけあわせハーフ野菜、やさいのコスメ、やさいのアクセサリー、マスコット野菜、キャラ弁用「プチ野菜」)／小学校ブランド野菜(特色ある学校地域連携活動)／大学と社会をプロジェクトで結ぶコーディネーターチーム(S.S.C.T)／



HIROSHIMA COLLAR RUN! / スポーツで、もっと街は盛り上がる (カーブ・サンフレッチェのサブブランド展開, ファームリーグ, 選手のレシピのフードコート, ペットボトル・コレクション, 両得応援グッズ, パブリックビューイングやスポーツバー, 「かつてに実況 stream」, 「パブリックビューイング〜街じゅうどこでもスタジアム」, 「カーブ電車」・「サンフレ電車」, 「ファンチーム」…) / 体育都市ひろしま (「ひろしま県民オリンピック」, 特別体育小学校, 小学生プロリーグ) / スポーツシティ広島 (平和オリンピック) / 「アニメの街・広島」 / デザイントイレ&ご当地トイレの観光まちあるきツアー / デザインコンテスト / トイレのテーマパーク (観光地のトイレ・リノベーション) / 交通カードプラットフォーム〜学生証で買える街 / スマホの電子マネー「Pi」 / 自家製野菜のキャンパス Café (カフェ企業誘致 PBL 授業, スタバ・カーなどの移動販売車の活用) / 「若者と車」 アイディアソン (プラスチックボディ, 地産地消燃料, 空飛ぶ車) / クルマに関する最先端技術・若者だけの世界視察ツアー / 自動運転車の共同開発「SAMURAI CAR PROJECT」 / セグウェイ (パーソナル・モビリティ) 特区 / 災害時緊急公共交通 (エマージェンシー・モビリティ) / アストラムライン・イノベーション U-30 提言チーム / リモコンボタン通販で買物難民対策 / リアルお菓子 (お菓子専用 3D プリンター) / 電気を使わない冷暖房器具 / 目的地特定型「どこでもドア交通 (遠距離用 / 近隣用) / 地域設置型巨大ターラー・システム

[2014年前期01クラス]

異文化料理バイキング (回転寿司方式) / 地産地消お好み焼きフェスティバル / 地産地消多文化料理レピススクール「シェフ・キャラバン」 / 路面電車のイノベーション (路面電車 Cafe「カフェでん」「路面電車 BAR」 / ショッピングモール電車 (お菓子電車) / 路面電車の古本市 (広島の魅力づくり) / 路面電車を広島以外へ運びだそう / 路面電車の駅を販売チャンネルにする (コミュニケーション・チャンネルにする) / 廃校校舎のイノベーション (リノベーション) (廃校の給食レストラン / 廃校のショッピングモール / 廃校宿泊型リアル乙女ゲーム / 廃校を人が集まる場所に (つながりの場所)) / 地域の人とイノベーションを語りあうワークショップ / 逆バイト (地域向け接客スキルゼミ) / ヒュッゲとしての新地域サービス業 (地域芸能人) / CA 版メイド喫茶 (空港跡地活用〜大規模跡地活用モデル) (空の街・海の街構想) / ガラケー復権説 / スマホまちじゅう充電プロジェクト / スマートフォンや ICT による買い物支援 / 電子ノートより新しい電子ノート / 自動運転車の普及 / 新型カツラ (ウィッグファッション) / amazon 旅行 (旅行ネット販売の簡便化)

[2014年前期02クラス]

スタバ・カー in 修道 (地域活性化のために) / 放課後スタバへ行く会 (コミュニケーション障害を克服する出会いの集い) / 「SHUDO CAFÉ (学生プロデュースカフェ) ~カフェが部活・サークルの発表に場に」 / 地域ブランド・フランチャイズカフェ「ステューデント・カフェ〜修大生が開く交流カフェ」 / 「すっぴんカフェ〜広島からすっぴんブームを」 / 裸の祭り (裸は究極のファッション) (ライト裸族) (裸で過ごす街) / お祭りスタンプラリー (T シャツ / ジグソースタンプ) / おじいちゃんスタンプラリー (なんちゃって家族) / 大学生が主催する地域イベント「散歩中 (健康増進ゲーム)」, もしくは「歩活」 (農村と都市で ICT で競いあう) / コンテンツ・キャラクターとタイアップ (大自然の「妖怪ウォッチ」) / 「ひろしまおもてなし電車」 「カーブ電車 (車内パブリックビューイング「まちじゅう市民球場計画」) / 市電カフェ (ご当地電車〜おいしい都市農村交流シリーズ電車 (市電車内物販 (無人販売野菜直売)) / 世界一遅い「女子トーク電車」 「井戸端電車」 (交通の概念を変える)」 (~移動時間も楽しい街) / 改札静脈認証システム / 1粒で腹筋が割れるサプリ / 自分でロボットになって飛んでいく手紙 / アストラムライン沿線 (西広島) の地域活性化 / 空港跡地エンターテインメント・インキュベーション



図2 授業「地域イノベーション論」ボードミーティング

これらの項目を精査し、分野や志向の別に分け、試案として19に分類した<sup>\*15</sup>。これらは、学生が地域イノベーションを想起する各分野各志向であり、網羅的でないにせよ、思考する動機を有する事象の浮かび上がりとして、地域イノベーションのイメージを示すものとなっている。

19の分野は以下である。

[まちと交通]

- 交通のイノベーション～新しい魅力 (11案)
- 交通のイノベーション～テクノロジー (18案)
- 交通のイノベーション～アストラムライン (8案)
- 都市のあり方に関するアイデア (14案)

[魅力の創出]

- スポーツシティ～地域ブランドとしての活用性 (11案)
- スポーツシティ～スポーツの市民力 (15案)
- 音楽を力に。エンターテインメントを力に (10案)
- 農と食をつなぐイノベーション (19案)
- 食の地域資源と魅力 (14案)

[観光と PRs のイノベーション]

- 泊まること (8案)
- 新しいテーマパーク (14案)
- 楽しむ地域構想・新しい観光構想 (19案)
- PRs とデザイン, 交流のしくみ (17案)

[暮らしと社会]

- QoLのイノベーション (19案)
- 過疎地域, 停滞する地域をどうしたいか (23案)
- ソーシャル・デザインを変えるソーシャル・イノベーション (15案)
- ソーシャル・イノベーションとしての結婚・子ども・子育て環境 (13案)
- 新しい学生の役割 (6案)
- 学生が考える新しいキャンパス (12案)

※案数はいくつか輻輳している。

19の分野にまとめるに至った精査分類も示しておく。なお、表は、出現順、年次順によらず、親和性の高いものを順次並べ、見やすさを整えている。

●交通のイノベーション～新しい魅力

「ひろしまおもてなし電車」「カープ電車（車内パブリックビューイング「まちじゅう市民球場計画」）／市電カフェ（ご当地電車～おいしい都市農村交流シリーズ電車（市電車内物販（無人販売野菜直売）／世界一遅い「女子トーク電車」「井戸端電車」（交通の概念を変える）」（～移動時間も楽しい街）（2014-02）

路面電車のイノベーション（路面電車 Cafe 「カフェでん」「路面電車 BAR」）（2014-01）

ショッピングモール電車（お菓子電車）／路面電車の古本市（広島の魅力づくり）／路面電車を広島以外へ運びだそう／路面電車の駅を販売チャンネルにする（コミュニケーション・チャンネルにする）（2014-01）

交通イノベーション「カープ×交通」（カープ新幹線・カープ観戦宿泊ツアー）（2016-51）

交通×観光「未来トウクトウク」（2016-52）

婚活トレイン（音楽トレインほか楽しめる車両・小型アストラムライン）（2016-51）

シニアバス（急がないスローライフ・バス）（2017-01）

●交通のイノベーション～テクノロジー

All in One Bus ～バス会社をひとつに（2016-51）

通勤通学のユーザー・イノベーション～バス・電車のつり革専用車両（2016-52）

広電バスに、新しいバス運行案と新交通のシステムを立案しよう！（2015-02）

交通カード統合定期券（外国人観光客向け優遇交通カード）（2016-51）

交通カードプラットフォーム～学生証で買える街／スマホの電子マネー「Pi」（2014-52）

指紋認証改札・駅構内 ATM／過疎地×外国人「留学生シェアハウス」（2016-52）

改札静脈認証システム（2014-02）

災害時緊急公共交通（エマージェンシー・モビリティ）（2014-52）

セグウェイ（パーソナル・モビリティ）特区（2014-52）

自動運転車の普及（2014-01）

クルマに関する最先端技術・若者だけの世界視察ツアー／自動運転車の共同開発「SAMURAI CAR PROJECT」（2014-52）

「若者と車」アイデアソン（プラスチックボディ、地産地消燃料、空飛ぶ車）（2014-52）

空飛ぶ車（オートジャイロ、ハングライダー、エア・モビリティ）（2014-51）

道路の複層化（2016-51）

目的地特定型「どこでもドア交通（遠距離用／近隣用）」（2014-52）

●交通のイノベーション～アストラムライン

アストラムライン沿線大学の大学生によるアストラムライン愛好会（もしくは、アストラムライン学生未来会議）と佐伯区延伸（2016-01）

アストラムライン愛好会（会員登録・フリーペーパー・交通課題研究サークル）（2016-51）

アストラムライン「楽しむ交通」車両（2017-01）

アストラムライン・イノベーション U-30提言チーム（2014-52）

アストラムライン大規模延伸（増駅・直線高速化）（2016-51）

アストラムラインの延伸と高架下に果樹ケープ・自転車道（2017-01）

新交通網（アストラムライン新線・修大バス）による大規模都市開発（2015-01）

スーパーアストラムライン（ロボット運転による24時間運行）（電車の深夜運行）（2016-51）

●都市のあり方に関するアイデア

エコカーモデル都市・HIROSHIMA (マツダ・エコ・イニシアティブ) (セグウェイモデル都市) (2015-01)  
並木通りから若者文化を(「インスタ映えする」カラフル・ストリート PROJECT) (2017-01)  
本通り若者化プロジェクト～若者が集まる広島をつくる (2015-02)  
「SHUDO CAFÉ (学生プロデュースカフェ)～カフェが部活・サークルの発表に場に」(2014-02)  
地域ブランド・フランチャイズカフェ「ステューデント・カフェ～修大生が開く交流カフェ」(2014-02)  
若者限定の広島県内消費喚起キャンペーン～ひいては、若者料金(義務ある割引) (2015-01)  
ナイト・コラボ・マーケット(屋台夜市) (2017-01)  
女性にやさしい歓楽街(「夕方からほろよい」) (2017-01)  
ひろしま100年遊園地計画「ディーセントパーク」(2016-52)  
首都的によらない、地方都市からの流行のリーディングを (2015-02)  
地方都市の大都市化 (2015-02)  
ゴミ箱のアミューズメント化 (2016-52)  
スマホまちじゅう充電プロジェクト (2014-01)  
地域設置型巨大クーラー・システム (2014-52)

●スポーツシティ～地域ブランドとしての活用性

スポーツで、もっと街は盛り上がる(カープ・サンフレッチェのサブブランド展開, ファームリーグ, 選手のレシピのフードコート, ペットボトル・コレクション, 両得応援グッズ, パブリックビューイングやスポーツバー, 「かつてに実況 stream」, 「パブリックビューイング～街じゅうどこでもスタジアム」, 「カープ電車」・「サンフレ電車」, 「ファンチーム」…) (2014-52)  
「泊まるズムスタ(芝生の上で寝袋で)」(カープ×遊園地×観光) (2017-01)  
CARP MUSEUM (野球観戦×ミュージアム観覧=宿泊型観光) (2017-01)  
「HIROSHIMA BASEBALL WONDERLAND! (マツダスタジアムに仮設遊園地とフードコート/スイーツ・プリクラ・メリーゴーランド)」(2015-01)  
広島市外へサーキットする「巡業型スポーツフェス(会いに行けるスポーツ選手)」(2015-01)  
広島市からカープ市へ!(愛称を持つ市)/カープ市を全国に(盛り上がりのおすそわけ) (2017-01)  
交通イノベーション「カープ×交通」(カープ新幹線・カープ観戦宿泊ツアー) (2016-51)  
広島に新ドーム(「楽園都市」～ドーム施設と大型ショッピングモール) (2015-02)  
サッカー専用スタジアムのグローバル集客(とそのための募金活動) (2016-01)

●スポーツシティ～スポーツの市民力

HIROSHIMA COLLAR RUN ! (2014-52)  
スポーツシティ広島(平和オリンピック) (2014-52)  
新しいスポーツがいつも上陸する“HIROSHIMA SUPER ARENA” (2015-02)  
新体育館や寮増設, 特待制度で, 学生スポーツから全国化戦略を! (2015-02)  
体育都市ひろしま(「ひろしま県民オリンピック」, 特別体育小学校, 小学生プロリーグ) (2014-52)  
カープ KARAOKE STUDIO /地域グルメ対決野球/スポーツ観戦イノベーション (2016-01)  
会いに行けるプロ選手「スポーツトーク BAR」(2016-52)  
小中高カープ部 (2016-51)  
スポーツで活性化(観光×カープ, マイナースポーツ) (2016-52)

東京のオリンピックにあやかる～広島でもオリンピックを楽しもう（パブリックビューイング、英会話教室、マイナースポーツ広島オプションツアー）（2016-52）  
テニス・ムーブメントの起こし方／スポーツを楽しむ（2016-01）  
走らない人向けの製品・サービス（2016-01）

●音楽を力に。エンターテインメントを力に

広島出身アーティストによる広島の活性化（2015-51）  
音楽で地域活性化／広島をもっと都会に（2016-01）  
音楽フェスのイノベーション（アーティストといっしょに移動を楽しむシャトルバス、田舎でフェス、フェス専用会場の大規模開発）（2016-52）  
四季×音楽～広域公園の音楽専用イベント会場化（新スタジアム開園後の広域公園の活用）（2016-51）  
音楽とスポーツの祭典（過疎地域での開催）（2016-01）  
過疎地域で野外フェス（2017-01）  
婚活トレイン（音楽トレインほか楽しめる車両・小型アストラムライン）（2016-51）  
映画やドラマ（コンテンツビジネスのイノベーション）（2016-01）  
「アニメの街・広島」（2014-52）

●農と食をつなぐイノベーション

「ベジタブル・ワールド・リンク～世界は野菜でつなげることができる～」（ベランダ野菜工場ネットワーク）（2014-52）  
コンセプト野菜のマーケティング（デザイン野菜、かけあわせハーフ野菜、やさいのコスメ、やさいのアクセサリ、マスコット野菜、キャラ弁用「プチ野菜」）（2014-52）  
農業推進アイドル「ベジガール」・「ベジボーイ」・「VEGEXILE」・「ミートガール（肉女子）」（2014-51）  
リアル野菜育成ゲーム「ベジロード」（2014-51）  
自家製野菜のキャンパス Café（カフェ企業誘致 PBL 授業、スタバ・カーなどの移動販売車の活用）（2014-52）  
若者による農業交流レストラン（農業イノベーション（農業で生きる価値））（2016-01）  
オフィスの野菜の朝ごはん（2014-51）  
小学校ブランド野菜（特色ある学校地域連携活動）（2014-52）  
地域提供型学校朝食プロジェクト（2014-51）  
小学校ブランド野菜づくり授業／校産校消型給食レストラン（給食ビジネス）／小学校営農（2014-51）  
自給自足型県北グリーンシティ（2015-01）  
食糧自給養殖プロジェクト（広島サーモンに続け）（2016-01）  
島まつたけ～島の活性化（広島142の島をつなげる）（2016-01）  
広島みかん（広島伝統みかん）（2016-01）  
くわい（特産品）のマーケティング（2016-52）  
“土”のブランド化（土やノウハウを売る農業基盤ビジネス）／砂漠の砂や雪の活用（2014-51）

●食の地域資源と魅力

レモンソースのお好み焼きとお好み焼き全国キャラバン（2016-01）  
地産地消お好み焼きフェスティバル／地産地消多文化料理レシピスクール「シェフ・キャラバン」（2014-01）  
お好み焼きイノベーション（他県でその県の特産品とコラボ・全国お好み焼き対決イベ

ント・巨大お好み焼きイベント・冷凍食品化（おひとり様セット化）・匂いのないお好み焼き・広島県産素材化・お好み焼きの専門家の育成（広島市役所お好み焼き課）（2016-51）  
メイプルアイス（学園祭テストマーケティング）（2016-01）  
野菜志向の商店街（ほか、商店街に週替わりの趣味カフェ（釣りカフェ、キャンプカフェ、オカマバー）／商店街テーマデザイナーと、商店街ワーク・イン・レジデンス・プロジェクト）（2016-01）  
異文化料理バイキング（回転寿司方式）（2014-01）  
食のイノベーションで活性化（特産品開発）／県外への広島グルメフェスタ輸出（2016-01）  
食べあるき／スイーツ・イノベーション／家庭内コンビニ（2016-01）  
給食のイノベーション（ロボット給食／生徒の手づくり給食）（2015-01）  
給食イノベーション（Q-1グランプリ）（2015-01）

●泊まること

学生シェアステイ（2015-01）  
空き家のシェアハウス・空き家の旅館（2015-01）  
田舎体験シェアハウス（2014-51）  
廃校宿泊型リアル乙女ゲーム／廃校を人が集まる場所に（つながりの場所）（2014-01）  
宮島観光のイノベーション（ツイート割、宮島口コテージ民泊街、もみじまんじゅうのご当地化）（2016-52）  
「泊まるズムスタ（芝生の上で寝袋で）」（カーブ×遊園地×観光）（2017-01）  
CARP MUSEUM（野球観戦×ミュージアム観覧＝宿泊型観光）（2017-01）

●新しいテーマパーク

三世代がふれあう日本一欲ばりなテーマパークを中山間地域に（2015-51）  
瀬戸内洋上テーマパークリゾート～多島海に浮かぶクルーズパーク（ウォーターパーク）（宮島・宇品）（2017-01）  
アクティブ・テーマパーク（水中アスレチック）（2017-01）  
プロジェクションマッピングの水族館＋動植物園（エンターテインメント型学習施設）（2015-51）  
外国人と修学旅行生のためのツアー型遊園地～MIYAJIMA ISLAND（2016-51）  
ひろしま100年遊園地計画「ディーセントパーク」（2016-52）  
出身地がテーマのゲームテーマパーク／娯楽施設で経済効果（2016-01）  
「インスタ映えする」遊園地（フォトスポット型遊園地）（2017-01）  
テクノロジーの未来遊園地／シニアも楽しめる「みんなの遊園地」（2017-01）  
広島に遊園地を！（テーマパークを・空き施設のデートスポットリノベーション）（2016-51）  
ポケモンセンター広島誘致（2014-51）  
広島ディズニーランド誘致（2016-01）

●楽しむ地域構想・新しい観光構想

その日そのとき盛り上がる一夜城の中山間テーマパーク（2015-02）  
坂がウリの広島（アトラクションとしての坂）（2015-01）  
釣りスポットからの地域活性化（釣りと散策と調理（トレッキング&フィッシング&フーディング））（2016-01）  
デザイントイレ&ご当地トイレの観光まちあるきツアー／デザインコンテスト／トイレのテーマパーク（観光地のトイレ・リノベーション）（2014-52）  
CA版メイド喫茶（空港跡地活用～大規模跡地活用モデル）（空の街・海の街構想）（2014-01）  
商店街にイベント広場（ストリート・スクエア）を（～プロジェクションマッピング商店街）（2015-02）

ケン玉サークルによる地域活性化(ケン玉とオバマ効果~ケン玉を世界へ)(2016-01)  
高速道路の自転車通行(「ハイウェイ・サイクル・フェスティバル」)(2014-51)  
しまなみ海道セグウェイロード(2017-01)  
宮島イルミ計画(2016-51)  
厳島神社プロジェクトマッピング・宮島イルミネーション(2017-01)  
外国人と修学旅行生のためのツアー型遊園地~ MIYAJIMA ISLAND(2016-51)  
交通×観光「未来トウクトウ」(2016-52)  
100年ごはん博覧会(2016-52)  
宮島観光のイノベーション(ツイート割, 宮島口コテージ民泊街, もみじまんじゅうのご当地化)(2016-52)  
ひろしま旅行/観光を考える(2016-01)

● PRs とデザイン, 交流のしくみ

広島を広島に PR する(2017-01)  
広島駅活性化に民間企業の手を/広島のアピール力を高める(もしくは, 広島県民が広島を知るプロデュース)(伝統行事とゆるキャラ)(2016-01)  
街のしくみの新しいデザイン/動物いっぱいのもち(2016-01)  
あいさつ T シャツ・コミュニケーション T シャツ(2015-01)  
ヒュッゲとしての新地域サービス業(地域芸能人)(2014-01)  
ゆるい集いの場~おばちゃん(日替わり)食堂(2015-01)  
空き家シェアハウス・空き家 B & B(交流のイノベーション)(2015-01)  
空き家のシェアハウス・空き家の旅館(2015-01)  
学生シェアステイ(2015-01)  
地域のひととイノベーションを語りあうワークショップ(2014-01)  
「小さな地域の大きな関係づくり」~町と町(外国の町)がつながる相互交換訪問(2015-01)  
外国人との交流の場づくり(古民家カフェ, スポーツイベント, 伝統的な旅館, 「Let's Try」, 無料体験)(2016-52)  
外国人観光客向けのクールジャパンなデザイン案内表示(2017-01)  
外国人観光客案内の充実(コリアンタウン)(2016-51)  
宮島観光, 世界リピーターとリデザイン(デザイン力でカイゼンする)(2016-01)

● QoL のイノベーション

ひろしま100年遊園地計画「ディーセントパーク」(2016-52)  
森の中のカフェ(2015-51)  
クリスマスイノベーション(2016-51)  
新型カツラ(ウィッグファッション)(2014-01)  
「すっぴんカフェ~広島からすっぴんブームを」/裸の祭り(裸は究極のファッション)(ライト裸族)(裸で過ごす街)(2014-02)  
amazon 旅行(旅行ネット販売の簡便化)(2014-01)  
ひとり暮らしロボットやサービスが支援(折りたたみ洗濯機・シャボン玉風呂)(2016-51)  
電気を使わない冷暖房器具(2014-52)  
ガラケー復権説(2014-01)  
言語変換アイテム(2015-02)  
目覚ましまくら(2016-52)  
自分でロボットになって飛んでいく手紙(2014-02)  
1粒で腹筋が割れるサプリ(2014-02)

リアルお菓子（お菓子専用 3D プリンター）（2014-52）

食べものがつくれる 3D プリンター（2014-51）

海中アパートメント（2016-01）

バイトのイノベーション（2016-01）

“寝ること”を考える／お金について考える（2016-01）

●過疎地域、停滞する地域をどうしたいか

ふるさと友達再会イベント「タウンホームカミング・ミーティング」（2015-01）

スタバ・カー in 修道（地域活性化のために）／放課後スタバへ行く会（コミュニケーション障害を克服する出会いの集い）（2014-02）

大学生が主催する地域イベント「散歩中（健康増進ゲーム）」、もしくは「歩活」（農村と都市で ICT で競いあう）（2014-02）

お祭りスタンプラリー（Tシャツ／ジグソースタンプ）／おじいちゃんスタンプラリー（なんちゃって家族）（2014-02）

コンテンツ・キャラクターとタイアップ（大自然の「妖怪ウォッチ」）（2014-02）

地域紹介仲介ビジネス／地域活性化ビジネス（空き家活用野菜販売）（2014-51）

田舎体験シェアハウス（2014-51）

廃校校舎のイノベーション（リノベーション）（廃校の給食レストラン／廃校のショッピングモール／廃校宿泊型リアル乙女ゲーム／廃校を人が集まる場所に（つながりの場所））（2014-01）

廃校の小学校訪問・若返りツアー（2015-01）

過疎地域で野外フェス（2017-01）

過疎地域に大型レジャー施設（複合型アミューズメント施設）を（2016-01）

過疎地のイノベーション（遊園地など大規模開発、祭りの活性化）（2016-52）

「昭和村」、もしくは「健康ランド」（2017-01）

西広島を再び学生街に（2017-01）

アストラムライン沿線（西広島）の地域活性化（2014-02）

空港跡地エンターテインメント・インキュベーション（2014-02）

臨空地域・マリナーホップの活性化（2017-01）

●ソーシャル・デザインを変えるソーシャル・イノベーション

平和を続かせる平和未来学・平和構築過程学（2016-01）

平和ビジネス（平和ソングのカバー、ゆるキャラ、有名服飾ブランドとのコラボレーション、スポーツとの連携（ピースラン））（2014-51）

“売る”を先に考える最先端科学商品プロデューサーズ（2015-02）

若者の車離れを解消する／機械の発達（2016-01）

グリーン経済ビジネスアイデアプロジェクト（リサイクル、食べれる容器）（2014-51）

外国人労働者の受け入れ（2016-52）

「日本一ニートにやさしいまち・広島」（ニートホーム・ニートスクール、ニートの出会い系アプリ）（2015-01）

逆バイト（地域向け接客スキルゼミ）（2014-01）

若者料金（義務ある割引による若者の活動支援）（2015-01）

リモコンボタン通販で買物難民対策（2014-52）

リモコンボタン通販（ご近所販売、買物難民対策）（2014-51）

スマートフォンや ICT による買い物支援（2014-01）

高齢者交通に白タク（独自の相乗りシェア配車サービス）（2016-01）



ご当地防災食（リッチでおいしい防災食）（2014-51）

- ソーシャル・イノベーションとしての結婚・子ども・子育て環境
  - 赤ちゃんがやってくる（ベビー・ホームステイ）（2015-02）
  - 子どもが楽しめる広島～「こどもライフ！」キャンペーン（ビジターズ・インダストリー）（2015-01）
  - 「子どもが遊べる街角」で、少子化と過疎を同時に解決（2015-02）
  - 広島男と結婚してください“合コン”ツアー（ひろしま婚）（2016-01）
  - HAPPY WEDDING～税金による結婚支援（2015-51）
  - 若い夫婦を経済支援しよう（子づくりクラウドファンด์）（2015-02）
  - 子育てに通う週末住民“ダーチャ（週末小屋）”（2015-02）
  - 少子高齢化のソーシャル・イノベーション（若者と老人の関わりの浅さ、カップル割、老人ホームのテーマパーク化）（2016-52）
  - 過疎地域に“出会いの場”合コンテーマパーク／少子化解消のためのカップル体験テーマパーク／相部屋プロジェクト（2015-51）
  - 育児・介護職の待遇と意識のカイゼン（のプロジェクト）（2015-02）
  - 子育てしやすい環境づくりのための各種手当て・保育園認可緩和（2015-51）
- 新しい学生の役割
  - 大学と社会をプロジェクトで結ぶコーディネーターチーム（S.S.C.T）（2014-52）
  - 地域経済インターン条件付き企業提供型奨学金（特定プログラム受講者優先採用）（2015-01）
  - 小中学校イノベーション授業（子どもが考える農業体験授業／中学高校向けイノベーション授業を修大オープンキャンパスで）（2015-01）
  - 自家製野菜のキャンパス Café（カフェ企業誘致 PBL 授業、スタバ・カーなどの移動販売車の活用）（2014-52）
  - 学食の学生による経営（2015-51）
- 学生が考える新しいキャンパス
  - 大人数教室での授業の新しいあり方を先生に提案しよう！（2015-02）
  - 電子ノートより新しい電子ノート（2014-01）
  - サークルに入っていないでも楽しめる新しい学園祭（2015-51）
  - 大学生のための学食朝食（PBL／パワー・ブレックファースト型授業）（2014-51）
  - 学食料理バトル～大学の食のカイゼン（ほか、地産地消メニュー、BBQ テラス、朝食、食材の直売所）（2016-01）
  - 広島修道大学雨天快適化プロジェクト（構内交通コントロールのリニューアル）（2015-02）
  - ハーモニーロードに愛着を（シューディちゃんグッズ、ギンナンの商品化）（2016-52）
  - 修道スクールバスの復活・学食の地産地消化・図書館前お弁当販売・学内で英語をしゃべる機会を増やす・出席確認の廃止・Wi-Fi の拡充（2016-52）
  - 修道イノベーション（ハーモニーロードのエスカレーター化・修道大を国際交流型大学（グローバル校）に・Wi-Fi の拡充）（2016-51）
  - 学内リラクゼーション施設（学習効果を高める実験）／大学キャンパスの観光地化／大学昼食休み改革（2014-51）

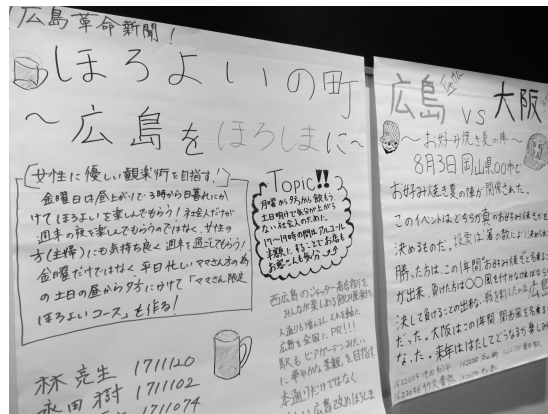


図3 授業「地域イノベーション論」未来新聞

リスト中、地域イノベーションのアイデアとして秀逸なものもあれば、着想点を記しただけのものもある。玉石混淆。しかし、自らの発露のみからプランニングをはじめ、徐々に地域課題（社会課題）に向きあっていった、ゼロからの着想、試行錯誤をくりかえしながら改案していくデザイン思考の成果が、ここにある。

<たいせつな問い>のひもときを皮切りに、改案の進行に即して、「トンネルを両側から掘る」とも表現した（ガイダンスした）。自らの発露としての興味や関心と、あるべき姿としての地域（社会）の求めに対する解法の、その両方が相互に関連して開通するとき、強いモチベーションを持つ、解決のための行動が生まれる。「木も葉も見て、同時に森も見る」とも表現した（ガイダンスした）。大きな視点と、微細な観点において同時に思考できるとき、その解法は、強い存在感を放つ。それは経験学習における自発性・当事者意識・先駆性の獲得でもあり、人見知り・コミュニケーション障害を自称する学生にとっての、新しい自己有用感の獲得の経験でもあった。なにより地域の一挙手一投足に着目する地域志向の獲得であった。

次章にて、それぞれの分野において特筆すべき点を摘出し、興味深い傾向について述べたい。

#### 4. 地域イノベーション論として

ソーシャル・デザインということに照らせば、地域イノベーションが目指す姿とその機序が、この251案のアイデアを通して見えてくる<sup>\*16</sup>。シュンペーターが『経済発展の理論』で新結合として示したイノベーションを、クリステンセンは、大企業こそ『イノベーションのジレンマ』に陥る、と喝破した。チェスブロウはもはやイノベーションは企業1社では難しいと『オープン・イノベーション』を提唱した。「地域イノベーション」は経済産業省からの「オープン・イノベーション」の言い換えであり、米国シリコンバレーに範を取る、地域内イノベーション連鎖の環境づくりのことである<sup>\*17</sup>。才能ある人材を誘引し、

ひとつのイノベーションの成功を域内で連鎖させようとするエコシステムであり、地域単位で、地域内の協力関係を用いてイノベーションを創案、企図していく流れの創出である。

その「地域イノベーション」を科目として学ぶ学生たちが想起し具体アイデアから、逆にたどりいくつかのポイントを抽出する。

■ 「地域イノベーション論」をケーススタディとする地域イノベーションのポイント

- (1) 逆手に取る (変えるのではなく、使いこなす)
- (2) 新しい意味 (意味のイノベーション)
- (3) ソーシャル・デザイン
- (4) プリコラージュ (あるものを組合せで活かす)
- (5) 市民力 (ユーザーの力) と QoL (当事者こそが力を発揮する)
- (6) デザイン・クオリティ
- (7) インフルエンシ (感染性) と インナー PRs (地域内 PRs)
- (8) 初動 (リーンスタート)

悩ましい課題こそが輝きに変わる。課題、問題と思えていたものがひとつの特徴であり、それを**逆手に取る**とき、活用には有用な資源となる。授業で開発したアイデアに例をとるなら、路面電車は遅い、快速化が難しいことを逆手に取り、ボックス席を置くなら「遅いことを活用したトーク車両」が実現する、朝食を抜く学生が多い状況に即して、パワー・ブレックファースト型の授業を用意する、などである。

「**意味のイノベーション**」は、デザイン思考と両輪をなすものとして、ロベルト・ベルガンティらが提唱している「デザインドリブン・イノベーション論」が捉えているイノベーションの変遷である。いわく、イノベーションは、技術主導のイノベーションにはじまり、市場主導のイノベーションとなり、これから意味のイノベーションに着目すべきである、と。授業の例では、街頭のゴミ箱にゴミを捨てるという義務的行為を、ゴミを捨てることによって反応するアミューズメントなゴミ箱を設置することによって楽しい行為に変える、などである。

**ソーシャル・デザイン**として、コトラーのいうマーケティング3.0では、利用者の世界観をよい方向に変える消費提供をこそマーケティングの主眼であるとしている。授業の例では、若い夫婦の出産資金支援に子づくりクラウドファンディングを創始する、などである。**プリコラージュ**は、ワークショップの思考のあり方で、あるものを組合せで活かす、ということの意味している。ないから足す、つくる、ではなく、今そこにあるものを組合せで活かすことは、資源活用の意味でも地域イノベーションの有意義な観点である。授業の例では、ほ場を持つ大学が、キャンパス内に自家製野菜のキャンパス Café を開業する、などである。市民が主軸となり地域イノベーションを起こすことは、**ユーザーとしての力の**発揮であり、**QoL** の向上に最も奏功なのは当事者からの発起に違いない。授業の例では、アスト

ラムライン沿線大学の大学生によるアストラムライン愛好会の結成による質的向上提案などである。

機能や便益の追求だけでなく**デザイン・クオリティ**も重要な観点である。授業の例では、外国人観光客向けのクールジャパンなデザイン案内表示などである。外国人観光客向けでありながら、大きなデザインの特徴はまちの魅力を増す。

**インフルエンス** (感染性) や**インナー PRs** (地域内 PRs) にも大きな観点が見いだせた。授業の例では、学生自らが広島についてそう詳しくないことに着目し、広島県民が広島を知るプロデュース活動が重要であるとのアイデアを呈したことは注目すべき着想であった。

最後に、**初動**という観点であるが、これはリーンスタートとして、授業の中でもテーマにした。長大で用意周到な計画を立ててからことにかかるのではなく、まずはじめて方向修正をしていく臨機応変さこそ、昨今のスタートアップの特徴をなしている。授業の例では、小中学校イノベーション授業 (中学高校向けイノベーション授業を修大オープンキャンパスで) というアイデアに対して、この案を創案した学生たちはその直後、実際にオープンキャンパスで学生自らが高校生向けの授業を行った。

これら8つのポイントを観点に、19の分野を精査して特筆すべきアイデアを、代表的なアイデアとしてひとつ程度ずつ摘出しておく。

#### ●交通のイノベーション～新しい魅力

この分野で特筆すべきものとして、

シニアバス (急がないスローライフ・バス) (2017-01)

交通×観光「未来トウクトック」(2016-52)

を挙げる。シニアバス (急がないスローライフ・バス) は、動作が緩慢な高齢者に合わせて、乗り降りを急がなくてもよい、スピードを出さないことで乗り心地もよくする新しいダイヤで、交通に「スローライフ」という新しい意味と役割を与えている「意味のイノベーション」である。また、「逆手に取る」「ソーシャル・デザイン」「プリコラージュ」「QoLの向上」の観点も含んでいる。交通×観光「未来トウクトック」は広島の観光スポットから観光スポットへの移動を、ただ移動するだけでなく楽しめるものとするための移動のアトラクションで、特に、広島らしくマツダのオート三輪をデザインテーマとする、新たな観光資源を創造するものである。「意味のイノベーション」「デザイン・クオリティ」「インナー PRs (地域内 PRs)」の観点を含んでいる。

#### ●交通のイノベーション～テクノロジー

この分野で特筆すべきものとして、

All in One Bus ~バス会社をひとつに (2016-51)

を挙げる。広島市街地に路線を持つバス会社が6社あり、同じバス亭名が最大12あることをどう課題解決するか、バス会社の統合について考察したアイデアは、「ソーシャル・デザイン」「QoLの向上」の観点を含んでいる。

●交通のイノベーション～アストラムライン

この分野で特筆すべきものとして、

アストラムライン愛好会(会員登録・フリーペーパー・交通課題研究サークル)(2016-51)を挙げる。学生の通学の足である新交通システム「アストラムライン」への発言力を持つために、学内外に愛好会組織を立ち上げる、など、現状の課題を果敢に解決していく「リーンスタート」について立案できている。また、「ソーシャル・デザイン」「ユーザーとしての力の発揮」「QoLの向上」の観点を含んでいる。

●都市のあり方に関するアイデア

この分野で特筆すべきものとして、

女性にやさしい歓楽街(「夕方からほろよい」)(2017-01)を挙げる。居住地の広範囲化から帰宅時間が早まっており、歓楽街の終業時間が早まっている広島の特徴を逆手にとって、早い時間帯から愉しむまち、あるいは、そのことで、夜間の外出を避ける、女性にやさしいまちととらえるなど、「逆手に取る」アイデアである。かつ、「意味のイノベーション」「ソーシャル・デザイン」「ブリコラージュ」「QoLの向上」の観点を含んでいる。

●スポーツシティ～地域ブランドとしての活用性

この分野で特筆すべきものとして、

広島市からカープ市へ!(愛称を持つ市)／カープ市を全国に(盛り上がりのおすそわけ)(2017-01)

を挙げる。広島市の名称を愛称「カープ市」とし、さらに、カープファンの多い他のまちにもその愛称の使用を広めるというアイデアで、「ブリコラージュ」「ユーザーとしての力の発揮」「デザイン・クオリティ」「インフルエンシ(感染性)」の観点を含んでいる。

●スポーツシティ～スポーツの市民力

この分野で特筆すべきものとして、

小中高カープ部(2016-51)を挙げる。地域資源を地域の児童・生徒と共に楽しむ「インフルエンシ(感染性)」ということを体現したアイデアである。また、「ブリコラージュ」「ユーザーとしての力の発揮」「インナー PRs(地域内 PRs)」の観点を含んでいる。

●音楽を力に

この分野で特筆すべきものとして、

過疎地域で野外フェス(2017-01)を挙げる。スポーツと並んで、音楽の地域資源化活用は、学生たちの大きなテーマであるようだ。過疎地域でこそ野外フェスがたくさん開けるようにするには、「ソーシャル・デザイン」としての可能性がある。また、「逆手に取る」「意味のイノベーション」「デザイン・クオリティ」「インナー PRs(地域内 PRs)」の観点を含んでいる。

●農と食をつなぐイノベーション

この分野で特筆すべきものとして、

「ベジタブル・ワールド・リンク～世界は野菜でつなげることができる～」(ベランダ野菜工場ネットワーク)(2014-52)

を挙げる。庭を持たない都心のマンションユーザーのベランダを野菜工場的な家庭菜園に変え、かつ、その相互供給を国境を越えて世界的に行うという壮大なアイデアは、「ユー

ザーとしての力の発揮」, また, 「意味のイノベーション」「ソーシャル・デザイン」「デザイン・クオリティ」「リーンスタート」の観点を含んでいる。

●食の地域資源と魅力

この分野で特筆すべきものとして,

お好み焼きイノベーション(お好み焼きの専門家の育成(広島市役所お好み焼き課))(2016-51)を挙げる。お好み焼きに, 広島における公共テーマとしての新しい意味と役割を与える「意味のイノベーション」である。また, 「ブリコラージュ」「デザイン・クオリティ」「インナー PRs (地域内 PRs)」の観点を含んでいる。

●泊まること

この分野で特筆すべきものとして,

「泊まるズムスタ(芝生の上で寝袋で)」「カーブ×遊園地×観光」(2017-01)を挙げる。泊まれるカーブ観戦として, 非日常体験できる観光資源化を狙うアイデアであり, 「意味のイノベーション」「ブリコラージュ」「デザイン・クオリティ」の観点を含んでいる。

●新しいテーマパーク

この分野で特筆すべきものとして,

瀬戸内洋上テーマパークリゾート～多島海に浮かぶクルーズパーク(ウォーターパーク)(宮島・宇品)(2017-01)を挙げる。テーマパークのない広島ということも, 学生が多数挙げたテーマであるが, 広大な土地を取得してそれを実現するのではなく, クルーズ船をテーマパーク化し, アトラクションの代わりに景観を楽しむという発想は, 「意味のイノベーション」であり, また, 「デザイン・クオリティ」の観点を含んでいる。

●楽しむ地域構想・新しい観光構想

この分野で特筆すべきものとして,

100年ごはん博覧会(2016-52)を挙げる。伝統料理や家庭料理の伝承を, 各家庭や地域単位に任せるのではなく, 大きなイベントとして取り組むことで「ソーシャル・デザイン」のイノベーションと捉える社会性のアイデアである。また, 「ブリコラージュ」「ユーザーとしての力の発揮」「QoLの向上」「インフルエンシ(感染性)」「インナー PRs (地域内 PRs)」の観点を含んでいる。

●PRs とデザイン, 交流のしくみ

この分野で特筆すべきものとして,

「小さな地域の大きな関係づくり」～町と町(外国の町)がつながる相互交換訪問(2015-01)を挙げる。小さな地域であっても, 外国の同じような小さな町などと相互交換訪問することによって大きな視野を得, お互いの課題を交換し知見を活用する「ブリコラージュ」として, 「ソーシャル・デザイン」「ユーザーとしての力の発揮」「インナー PRs (地域内 PRs)」の観点を含むアイデアである。

●QoLのイノベーション

この分野で特筆すべきものとして,

ひろしま100年遊園地計画「ディーセントパーク」(2016-52)を挙げる。「意味のイノベーション」である。広島市の「世界に誇れる『まち』広島」創生総合戦略の4つの基本目標のうちひとつである「ディーセントワーク」=働きがいのある

人間らしい仕事，ということに着目し，仕事をテーマにゆるやかな終業後を過ごすテーマパーク的飲食街を「遊園地」の呼称のもと展開するアイデアは，「ソーシャル・デザイン」のイノベーションであり，また，「QoLの向上」「デザイン・クオリティ」「インナー PRs（地域内 PRs）」の観点を含んでいる。

●過疎地域，停滞する地域をどうしたいか

この分野で特筆すべきものとして，

ふるさと友達再会イベント「タウンホームカミング・ミーティング」(2015-01)を挙げる。過疎地域の課題は学生たちにとって地域イノベーションの大きなテーマであった。「ユーザーとしての力の発揮」を体現しながら，人口が減少する過疎のふるさとに足繁く帰省する機会を公共的に創出するアイデアはまた，「逆手に取る」「ソーシャル・デザイン」「ブリコラージュ」「インフルエンス（感染性）」の観点を含んでいる。

●ソーシャル・デザインを変えるソーシャル・イノベーション

この分野で特筆すべきものとして，

若者料金（義務ある割引による若者の活動支援）(2015-01)を挙げる。生活上の支出，例えば，大学に通学する交通費などを，地域が貸与型奨学金的に提供し，地元就職するとき返済を免除するという，地域への若者定着のためのしくみに関するアイデアは，「ソーシャル・デザイン」に関するイノベーションであり，「意味のイノベーション」「ブリコラージュ」「ユーザーとしての力の発揮」「QoLの向上」「インナー PRs（地域内 PRs）」「リネンスタート」の観点を含んでいる。

●ソーシャル・イノベーションとしての結婚・子ども・子育て環境

この分野で特筆すべきものとして，

赤ちゃんがやってくる（ベビー・ホームステイ）(2015-02)を挙げる。少子化という現象の課題のひとつは，若年層が乳幼児との接点を失い，自身の未来としての子育てに実感が持てないことではないか，と学生たちは読み解き，独身者と乳幼児の接点を増やすというこのアイデアに至った。ここには，「ソーシャル・デザイン」や「ブリコラージュ」「ユーザーとしての力の発揮」「インフルエンス（感染性）」の観点を含んでいる。

●新しい学生の役割

この分野で特筆すべきものとして，

大学と社会をプロジェクトで結ぶコーディネーターチーム（S.S.C.T）(2014-52)を挙げる。学生が社会で学ぶ，もしくは，社会が大学の知見を活用する，という固定的な関係性でなく，双方向性の高い共同プロジェクトを，学生が取材とマネジメントスキルで推進していくというここには，「ソーシャル・デザイン」のアイデアは，「ユーザーとしての力の発揮」「デザイン・クオリティ」「インフルエンス（感染性）」「インナー PRs（地域内 PRs）」「リネンスタート」の観点を含んでいる。

●学生が考える新しいキャンパス

この分野で特筆すべきものとして，

ハーモニーロードに愛着を（シューディちゃんグッズ，ギンナンの商品化）(2016-52)を挙げる。通う大学への愛着醸成のため学生自身が PRs プロジェクトを展開するということに，「ユーザーとしての力の発揮」として，新しい意味と役割がある。また，「逆手に取る」「QoLの向上」「デザイン・クオリティ」「インフルエンス（感染性）」「インナー PRs（地域内 PRs）」の観点を含んでいる。

交通の利便性やテクノロジーへの期待の言及、スポーツシティとしてのアイディンティやデザイン、おしゃれさへの傾注、遊ぶこと、楽しむこと、シビックプライド、学生たちは多くの視点から、地域イノベーションに迫った。クラスによって大きな偏りがあるのは、ワークショップとして、その場において、求心力のあるアイデアがバンドワゴン効果を発揮して、大きく仲間を巻き込んでいったからである。「場」が協創的に生んだアイデアともいうことができる。野中郁次郎は、「場」とは、「共有された文脈の基盤となるような、物理的・仮想的・心的な場所を母体とする関係性」と定義している。場は相互発動的であるとともに、関係性が深化してゆく時間の共有であり、多様性や共感性を豊かなものとして捉え直す意味の機会でもあり、ゆえに大胆で力あるイノベーションアイデアにたどり着きもした。素朴な着想が、思考を進めていくうちに地域課題解決のための力あるアイデアへと進展していく場の経験から、なにより未来志向のイノベーション・センスを涵養できたのではないか。

例に取り上げたものは、先駆性のあるものだが、それ以外にも、普遍性の高いもの（音楽で地域活性化／農と食をつなぐイノベーション／交流の場づくり など）や、地域性の高いもの（「ひろしまおもてなし電車」／スポーツシティ／平和ビジネス など、また、先見性のあるもの（自動運転自動車の普及／民泊 など）など、学生たちの地域イノベーションアイデアの読み解きは興味深い。授業の中でたびたび表現した、イノベーションをひと言で表すことは「そうか、その手があったか」が多数生まれた15週間でもあった。

## 5. イノベーションのジレンマを、地域として越える

もはや、「イノベーション」は、経済学用語から一般語へと敷衍された感があり、そのフィールドを経済市場から社会全般へと移行させた感がある。さらには、「地域イノベーション」の語用の出現は、それを加速させたに違いない。地域がイノベーションの連鎖空間になること、地域内に限定することによってソーシャル・イノベーションの初動は起こしやすくなる上に、イノベーションのティッピングポイント（普及の臨界点）を越えやすく、連鎖が起きやすくなるだろう。イノベーションが起きない社会、活かない社会とは何か。戦略戦術としてのイノベーションから、あり方としてのイノベーションへ、というパラダイムシフトが起きるなら、地域こそイノベーションの単位に適している。イノベーションが起きないこと、活かないこと、活かそうとしないことが地域の停滞の真因でもあるといえる。

地域イノベーションとして、授業で学生たちが考えたアイデア群は、学生（若者）のセンスを活かすためのイノベーションアイデアのヒント群でもある。

地域イノベーション論のケーススタディにおける19の分野をさらにまとめるなら、4つの領域を持つといえる。

この4つ、[まちと交通] [魅力の創出] [観光と PRs のイノベーション] [暮らしと社会]



こそ、学生たちの創案による（広島における）地域イノベーションの発露が望まれる領域だ。この領域とシュンペーターのいう5つのイノベーションの分類が組み合わせられて、地域イノベーションは具体を得る。

シュンペーターの5つの分類は、新しい製品（知られざる財貨）、新しい生産方法（もしくは新しい商業的な取り扱い方法）、新しい販路の開拓（市場の開拓）、原料の新しい供給源（あるいは半製品の新しい供給源）、新しい組織の実現（独占の打破）であり、ケーススタディの4つの領域をこれらの分類で読み解く具体の例示を学生たちのアイデア群に見いだすことができる。

また OECD のオスロ・マニュアルが規定するイノベーションは、1. プロダクト・イノベーション（新製品・新サービスの開発）、2. プロセス・イノベーション（新しい製造方法）、3. マーケティング・イノベーション（新しいデザイン、販売、価格）、4. 組織イノベーション（新しい経営管理手法の開発）の4つとしている。ケーススタディの4つの領域をこれらの4つの定義で読み解くこともできる。

ケーススタディの4つの領域に含まれる、交通問題、都市の成長、中山間地域の過疎化、さまざまな社会問題、未活用の地域資源、観光の伸び悩み、生活者の必需、エンターテインメントへの渴望、ものづくりの未来、さらには、大学や学習のあり方まで、これらの地域イノベーションアイデアが実現するためには、地域イノベーションとしてのエコシステムが機能するべく才能誘引とブランディングが重要である。才能は、イノベーター（アントレプレナー、スタートアップ）だけにとどまらない。クリエイター（表現者、アダプター、フォロワー）だけでも足りない。シンカー（地域の未来を考える市民）こそがその機運を醸成し、地域イノベーションの基底をなす<sup>\*18</sup>。学生たちに見えたもの、学生たちが相互に受け取ったもの、地域（広島）への関心、自発性・当事者意識・先駆性・自己有用感、ビジョンを共有的に組み上げた経験、問いを発した経験、それらはすべてシンカーとしての条件である。そして、シンカーが、地域イノベーションの醸成の要なら、以下の指針を持つといい。授業に参加した学生たちがこの指針を備えるとき、地域（広島）に少なからぬシンカー市民を生ましめたといえる。地域イノベーションコースが標榜する地域イノベーション人材とは、シンカー市民にほかならない。

#### 地域イノベーション・シンカーの3つの指針

1. 「わたし」に着目する（自律性）
2. 今ここにあるものを活かす（独自性）
3. 協力する（協調性）

そしてこの3つの指針は、自己決定理論にかなっている。地域イノベーションとは、地

域という単位で自己決定できる機序の獲得によって、地域内の行動が担保されることと言いかえてもいい。企業がかかえる「イノベーションのジレンマ」を「オープン・イノベーション」が乗り越えるなら、そのオープン・イノベーションを標準装備する機序、環境として、地域はイノベーションにふさわしい。イノベーションの空間としての地域の内に起きるイノベーションの連鎖こそシュンペーターのいう新結合あり、新しい価値の創造である。地域企業1社で越えられないイノベーションのジレンマを、地域が、多くのシンカーと呼べる市民によって超えるのだ。

## 6. おわりに

福岡市第9次総合計画の市民意見収集プロジェクトでは、都合109回のワークショップ(ワールドカフェ方式)にのべ約2,600人が参加し、約3,500の市の未来を表現するフレーズから22の総合計画の柱となる市民素案をまとめ、総合計画審議会の素案づくりに寄与することができた。共有ビジョンとしての市民のイノベーションアイデアを市政に反映した計画づくりであった。この福岡市ほか、わたしは、総合計画等への市民参画のファシリテーターとして、多様な参加者の多様な意見を原石として、未来イメージを協創的に組み上げていくということを多数担ってきた。いっぽうここでは、学生の授業内のアイデアを、同じように共有ビジョンとして組み上げてみたが、これはあくまで、授業中の学生アイデアの副次利用的な総括であり、そこから何かしらの傾向を読み取ろうとする意識調査の取りまとめであり、専門性が裏打ちする都市経営提言ではないことはお断りしておく。専門性は、これらの傾向分析の帰結によく加えられていくであろう喝果の恣意であり、この論稿中の列举自体が、いわば原石である。学生たちの感性はみずみずしい上に、生々しい。むき出しの私意であり、素直な希求である。都市(地域)づくりのヒントとしては、読む側の力量に期待するところである。

地域イノベーションコースは、地の拠点整備事業の終了とともにその役割を新設される学部に移行させる予定である。学部は学部として集中的集約的な学問として地域を学問として扱うだろう。コースはその前段として、全学部を横断的に対象とした融合の学びの場を開いたことで、大学と社会を、現実を通して通貫させる思考経験となった。

イノベーション・ブリッジ人材は育ったのか。その検証ができるのは、彼らが社会に巣立ったあとである。

最後に謝辞を述べる。何より広島修道大学の関係者のみなさま、そして1,416名の履修学生諸君、特に、この論稿を創案するに至ったきっかけをくださった、地域イノベーションコース登録者の集い「イノベーション コミュニティ サロン」参加者のみなさんに謝辞を述べる。

注

- \* 1 「地域イノベーション論」について田坂逸朗『授業「地域イノベーション論」の試み——地域イノベーション教育による社会貢献と教育の統合』（ひろみら論集 創刊号, 2015）に述べた。PBL型授業「ひろしま未来協創プロジェクト」について田坂逸朗『PBL型授業を活用した地域課題解決——地域イノベーションという新しい大学の役割——』（ひろみら論集 第2号, 2016）に述べた。
- \* 2 ジョン・デューイは、なすことによって学ぶ、ファクトリー（画一教育）ではないワークショップ（手づくり教育）を、と「経験学習論」を説き実践した。教育に必要なのはティーチャー（教師）であるが、学習に必要なのはファシリテーター（促進者）である、と。これが1902年の「ファシリテーター」の初出で、以後、ファシリテーターに関する研究は、半世紀の間に、クルト・レヴィンらの集団力学やエンカウンターグループの活動及び研究、デービッド・コルプらの組織行動学、経験学習理論の研究、いくつものアート・ワークショップやグループセラピーの活動を経て、ファシリテーターから派生してそれを概念化した「ファシリテーション」の語用が始まってゆく。心理学・教育学が牽引しながら、次第に援用の範囲が都市計画・建築デザイン・まちづくり、さらには、組織論やマネジメントスキルへと広がってきた。田坂逸朗は『ウチとソトをつなぐファシリテーション——ファシリテーション研究方法序説——』（広島修大論集 第57巻 第2号, 2017）にもまとめた。ホールシステム・アプローチについては、香取一昭／大川 恒『ホールシステムアプローチ』（2011）に詳しい。キース・ソーヤーはイノベーションに関する論説の文脈で会話の重要性を述べている（『凡才の集団は孤高の天才に勝る』, 2009）。ヘンリー・チェスブロウは「オープン・イノベーション」の提唱者。イノベーションには共同性と開かれた場が必要と説いた（『オープン・イノベーション——組織を越えたネットワークが成長を加速する』, 2008）。エリック・リースは「リーン・スタートアップ」を提唱している。1）すばやく立ち上げ、2）臨機応変に、3）常に学習し修正するとする「リーン・スタートアップ」はイノベーターたちのひとつの行動指針となっている（エリック・リース『リーン・スタートアップ』, 2012）。クリステンセンも含め、授業内容立案のバックボーンとした。
- \* 3 クレイトン・M・クリステンセンは『C・クリステンセン 経営論』（2013）で「イノベティブな人材の五つの発見力（ディスカバリー・スキル）」を定義している。①関連づける力（associating）②質問力（questioning）③観察力（observing）④実験力（experimenting）⑤人脈力（networking）の5つである。「地域イノベーションコース」の人材涵養、イノベーション・ブリッジ人材のロールモデルとして、地域課題のイノベティブな解決策を発見するためのスキルの養成に、授業においては、教室内で多様な人的交流を行う、質問と観察と仮説化の演習を多く組み入れた。
- \* 4 ここでは、山内祐平・森 玲奈・安斎勇樹の『ワークショップデザイン論』（2013）、および、杉万俊夫『グループ・ダイナミックス入門』（2013）を参照しつつ、ワークショップに、ホールシステム・アプローチ、キース・ソーヤーのグループ・ジニアス、ヘンリー・チェスブロウのオープン・イノベーション、エリック・リースのリーン・シンキングを加味し、独自の「地域イノベーション」に向かうワークショップを体験的に学習した。
- \* 5 ロベルト・ベルガンティ『デザイン・ドリブン・イノベーション』（2016）
- \* 6 田坂逸朗『授業「地域イノベーション論」の試み——地域イノベーション教育による社会貢献と教育の統合』（ひろみら論集 創刊号, 2015）
- \* 7 実務者としてのファシリテーターたちはファシリテーションをどう定義しているか。南アフリカにおいて1991年から民族和解を推進するモン・フルー・シナリオ・プロジェクトに参画したファシリテーターであるアダム・カヘンは、著書『未来を変えるためにほんとうに必要なこと』（2010）中に、「する力」と「させる力」として、力の生成的な面は自己実現の衝動としての「する力」であり、退行的な負の面は他者の自己実現を盗み取る「させる力」である、としている。人は誰かによって解決されたいと願っているのではなく、真の解決は「わたしがやる」によってなされる、と述べ、これが「ファシリテーション」の本質であるとしている。堀 公俊はファシリテーションを、「集団による知的相互作用を促進する働き」としている（『ファシリテーション入門』, 2004）。フラン・リースはファシリテーションを「リーダーシップの一形態」で、「グループのメンバーを鼓舞し、誘導し、参加を促して、創造性や当事者意識、生産性を引き出す」とことと定義している（『ファシリ

- テーター型リーダーの時代』, 2002)。中野民夫は、「簡単には答えの出ない問題について問い合う場を作り、対立する集団や個人の間をできるだけ容易にし、切れてしまった関係のみならず、人と社会、人と自然の世界をつなぎ直し、一人ひとりの存在、経験、知恵を引き出し、バラバラではできなかった相乗効果を促し、励まし力づける」としている(要約:田坂逸朗)(『ファシリテーション革命』, 2003)。津村俊充は「関わり方のひとつ」で、「個人やグループの気づき、成長(変化)に関わり、“学習”を援助促進すること」としている(『ファシリテーター・トレーニング』, 2010)。
- \* 8 ピーター・M・センゲ, C・オットー・シャーマー, ジョセフ・ジャウォースキー, ベティ・スー・フラワーズ『出現する未来』(2006)。センゲのいう「学習する組織」は、共有ビジョン、メンタルモデル、自己実現(マスタリー)、チーム学習、そしてシステム思考、という5つの学習領域を持っている、としている。
  - \* 9 ファシリテーターとしての経験は、3つの論文にまとめた。『地域イノベーションを促進する協創的ヒアリング手法の研究——未来創造のためのファシリテーション——』(2014)。『パブリック・プロセスとは何か?——ファシリテーションが変える、市民の未来創造——』(2015)。『プロジェクトメイド・コミュニティ論——コミュニティ再生への、ファシリテーションからのアプローチ——』(2015)。
  - \* 10 アニータ・ブラウン, デビッド・アイザックス『ワールド・カフェ カフェの会話が未来を創る』(2007)。
  - \* 11 藤村靖之『さあ、発明家の出番です!』(2002)。
  - \* 12 「キャズム理論」は、エベレット・M・ロジャーズの社会普及に関する理論。ここでは、マルコム・グラッドウェルのティッピング・ポイント論とのかけあわせを試みている。ティッピング・ポイント論は「ティッピング・ポイント(臨界点=野火が広がる劇的な瞬間)」に関する論説。ここでは「少数派の法則」を援用した(『ティッピング・ポイント——いかにして「小さな変化」が「大きな変化」を生み出すか』(2000)。
  - \* 13 田坂逸朗『授業「地域イノベーション論」の試み——地域イノベーション教育による社会貢献と教育の統合』(ひろみら論集 創刊号, 2015)
  - \* 14 固有名詞や登録商標も学生の表記のまま記載している。
  - \* 15 集約の手法については、『地域イノベーションを促進する協創的ヒアリング手法の研究——未来創造のためのファシリテーション——』(2014)、『パブリック・プロセスとは何か?——ファシリテーションが変える、市民の未来創造——』(2015)に述べた。
  - \* 16 ソーシャル・デザインの語用については、上地広昭, 竹中晃二『行動変容のためのソーシャル・マーケティングの活用』(日健教誌, 2012)、フィリップ・コトラー/ナンシー・R・リー『ソーシャル・マーケティング 貧困に克つ7つの視点と10の戦略的取組み』(2010)によった。
  - \* 17 経産省のホームページによる。
  - \* 18 下村智子『アルバータ州における教育政策の転換への提言——「教育の新たな息吹:アルバータ市民との対話(Inspiring Education: A Dialogue with Albertans)」に着目して——』(2016)では、アルバータ州における市民育成の市民像のひとつとして、「思考し続ける市民(Engaged Thinker)」を挙げている。また、唐木清志『アメリカ社会科の「参加」学習論における「公(public)」概念の意味——「公的市民(public citizen)」論の可能性と危険性——』(1996)では、政治学者B. R.ハーバーの提唱する市民像として、「われわれの問題として考えられる人間(we-thinker)」ということを挙げている。

## 参 考 文 献

- 山内祐平・森 玲奈・安斎勇樹『ワークショップデザイン論』慶應義塾大学出版会, 2013  
 杉万俊夫『グループ・ダイナミクス入門』世界思想社, 2013  
 田坂逸朗『ウチとソトをつなぐファシリテーション——ファシリテーション研究方法序説——』広島修大  
 論集 第57巻第2号, 2017, 広島修道大学  
 アダム・カヘン『未来を変えるためにほんとうに必要なこと』, 英治出版, 2010  
 アダム・カヘン『手ごわい問題は、対話で解決する』, ヒューマンバリュー, 2008  
 フラン・リース『ファシリテーター型リーダーの時代』プレジデント社, 2002

- 堀 公俊『ファシリテーション入門』日本経済新聞社, 2004
- 中野民夫『ワークシヨップ』岩波書店, 2001
- 中野民夫『ファシリテーション革命』岩波書店, 2003
- 津村俊充(編), 石田 裕久(編), 南山大学人文学部心理人間学科(監修)『ファシリテーター・トレーニング』ナカニシヤ出版, 2010
- ちよんせいこ『人やまちが元気になるファシリテーター入門講座』解放出版社, 2007
- 西村佳哲『かかわり方のまなび方』筑摩書房, 2011
- クレイトン・M・クリステンセン『C・クリステンセン 経営論』ダイヤモンド社, 2013
- 田坂逸朗『授業「地域イノベーション論」の試み——地域イノベーション教育による社会貢献と教育の統合』ひろみら論集 創刊号, 2015, 広島修道大学
- 田坂逸朗『PBL型授業を活用した地域課題解決——地域イノベーションという新しい大学の役割——』ひろみら論集 第2号, 2016, 広島修道大学
- 田坂逸朗『地域イノベーションを促進する協創的ヒアリング手法の研究——未来創造のためのファシリテーション——』広島修大論集 第55巻第1号, 2014, 広島修道大学
- 田坂逸朗『パブリック・プロセスとは何か?——ファシリテーションが変える, 市民の未来創造——』広島修大論集 第55巻第2号, 2015, 広島修道大学
- 田坂逸朗『プロジェクトメイド・コミュニティ論——コミュニティ再生への, ファシリテーションからのアプローチ——』広島修大論集 第56巻第1号, 2015, 広島修道大学
- 香取一昭, 大川 恒『ホールシステムアプローチ』日本経済新聞出版社, 2011
- デヴィッド・ボーム『ダイアログ』英治出版, 2007
- C・オッター・シャーマー『U理論』英治出版, 2010
- ジョセフ・ジャウオースキー『シンクロシティ』英治出版, 2007
- ジェームズ・スロウィツキー『「みんなの意見」は案外正しい』角川書店, 2006
- 西垣 通『集合知とは何か』中央公論新社, 2013
- カール・アルブレヒト『なぜ, 賢い人が集まると愚かな組織ができるのか』ダイヤモンド社, 2003
- エイミー・C・エドモンドソン『チームが機能するとはどういうことか』英治出版, 2014
- キース・ソーヤー『凡才の集団は孤高の天才に勝る』ダイヤモンド社, 2009
- エリック・リース『リーン・スタートアップ』日経BP社, 2012
- ヘンリー・チェスブロウ『オープンイノベーション——組織を越えたネットワークが成長を加速する』英治出版, 2008
- 野中郁次郎ほか『知識創造企業』東洋経済新報社, 1996
- マーガレット・J・ウィートリー『「対話」がはじまるとき——互いの信頼を生み出す12の問いかけ』英治出版, 2011
- アニータ・ブラウン, デイビット・アイザックス『ワールド・カフェ カフェの会話が未来を創る』ヒューマンバリュー, 2007
- マルコム・グラッドウェル『ティッピング・ポイント——いかにして「小さな変化」が「大きな変化」を生み出すか』飛鳥新社, 2000
- ピーター・M・センゲ, C・オッター・シャーマー, ジョセフ・ジャウオースキー, ベティ・スー・フラワーズ『出現する未来』講談社, 2006
- フィリップ・コトラー, ナンシー・R・リー『ソーシャル・マーケティング 貧困に克つ7つの視点と10の戦略的取組み』丸善, 2010
- フィリップ・コトラー, エデュアルド・L・ロベルト『ソーシャル・マーケティング——行動変革のための戦略』ダイヤモンド社, 1995
- フィリップ・コトラー『コトラーのマーケティング3.0』朝日新聞出版, 2010
- 上地広昭, 竹中晃二『行動変容のためのソーシャル・マーケティングの活用』日健教誌, 2012
- マッテオ・モッテルリーニ『経済は感情で動く: はじめての行動経済学』紀伊國屋書店, 2008
- 下村智子『アルバータ州における教育政策の転換への提言——「教育の新たな息吹: アルバータ市民との対話 (Inspiring Education: A Dialogue with Albertans)」に着目して——』三重大学教養教育機構研究紀要第1号, 2016
- 唐木清志『アメリカ社会科の「参加」学習論における「公 (public)」概念の意味——「公的市民 (public citizen)」論の可能性と危険性——』静岡大学教育学部研究報告 教科教育学篇, 1996

Summary

Case Study of Local Innovation Theory

Itsuo Tasaka

The ideas of Local Innovation created by students in University is discussed from the viewpoints of case study. “Local Innovation Theory” is one of the academic disciplines for the students of “Local Innovation Course” in Hiroshima Shudo University. The aim of this class is to introduce the idea of Local Innovation and to help students to polish their senses and skills, leading to getting more concerned about local communities, developing more independence and self-usefulness. Through the classes during last 3 years, many “local innovation ideas” have been created by students and accumulated as a result. These ideas can be regarded as the result of “co-created hearing” and “collective intelligence” which can be tips for the future of local communities and societies particularly in Hiroshima. They consist of 19 fields, which provides the viewpoints to organize the points of Local Innovation.

The creation process by the students based on their concern, initiative, and pioneering challenge provides a case study of local society creation by “thinker citizens” who form the foundation to realize Local Innovation by open innovation.