

Title	「おもてなし」型価値共創の視点（第5報）：「紀の国トレイナート」事例にみるアートによる地域活性化
Author(s)	中村, 孝太郎; 廣本, 直子; 中山, 仁
Citation	年次学術大会講演要旨集, 30: 696-701
Issue Date	2015-10-10
Type	Conference Paper
Text version	publisher
URL	http://hdl.handle.net/10119/13371
Rights	本著作物は研究・技術計画学会の許可のもとに掲載するものです。This material is posted here with permission of the Japan Society for Science Policy and Research Management.
Description	一般講演要旨

「おもてなし」型価値共創の視点(第5報) — 「紀の国トレイナート」事例にみるアートによる地域活性化 —

○ 中村 孝太郎¹⁾, 廣本 直子²⁾, 中山 仁³⁾

¹⁾(株)イー・クラフト/北陸先端科学技術大学院大学 (JAIST)

²⁾一般社団法人 MAP ³⁾NPO 法人紀州熊野応援団

1. はじめに

1.1 研究の背景

「おもてなし」の実践と理論研究ではいまだギャップが大きい。本研究では「おもてなし」を価値共創の視点で捉えることにより、サービス経営やイノベーションの視点による一般化・概念化をめざしている(Nakamura 2008)(中村他 2012)。本稿では第3報の「おもてなし」文化をベースとする伝統旅館加賀屋のサービス事業の国際化事例を対象とした事例研究、そして前第4報のサスティナブル・ツーリズムの海外事例に引き続き、アートを媒介に地域の活性化による持続可能性をめざす事例に焦点をあてる。

本研究では、「おもてなし」という文化的背景をサービス価値共創・プロセスの観点から、より学問的な意味を込めて、「おもてなし」型価値共創(*o-Motenashi Value Co-Creation: MVCC*)と呼ぶ。著者の一人は、おもてなし文化論とSDL等のサービス理論の関連性を構築してきた。

日本の高コンテクストなコミュニケーションの代表である「おもてなし」文化をベースとする伝統旅館加賀屋のサービス事業の国際化事例では、客室係の「ふるまい」だけでなく、宿泊施設や周辺環境等から構成される「しつらい」が国内事業を特徴付けるだけでなく台湾進出時の国際化においても重要なことが認められた。ここでは加賀工芸や日本文化など広義のアートを含む文化的資源の活用が認められた(中村他 2013)。また地域のサスティナブル・ツーリズムの創出をめざすSlovenia事例研究では、宿泊・ツーリズムの従来型の体験価値の提供にとどまらず、自然環境重視型の価値提供、さらに近年では文化重視型の価値も交えた参画や交流を重視する考え方が認められた(中村他 2014)。

そこで本稿では地域の活性化と地域の文化的資源、特にアートとの関係性に着目する。地域活性化におけるアートの役割を、「おもてなし」文化概念を交えたサービス理論等を用いて領域横断的に行う研究アプローチは、従来行われてこなかった。

1.2 研究課題・目的およびアプローチ

社会的サービス事業における地域を支える持続的な価値共創プロセスの進展のために、その文化的背景を支える「おもてなし」型価値共創(MVCC)の視点はどのようなものなのか。本研究は、アートによる地域活性化の役割を対象としてMVCCにおける包括的な視点の構築と拡張を目的とする。

すなわち「おもてなし」を「ふるまい」を支える人的リソースに限らず、「景観・空間」を提供する自然環境リソースや「伝統文化・アート」等の文化的リソースを反映した様々なレベルのコンテクスト依存性をもつ価値提案・提供・交流の様相はMVCCの視点に新たな軸を融合することが期待される(Nakamura 他 2014)。

本稿では「紀の国トレイナート」事例を取り上げる。本事例は、JRきのくに線の9自治体の20以上の駅舎に展開する駅舎アートを巡る列車旅を中心に、アーティスト、JR等の地域内外の企業・生産者、自治体・各団体・教育機関、そして鑑賞者が共に創り上げるアート・プロジェクトである。

現地調査では、責任者による説明と当方のインタビュー、現地の代表施設、追加的な事後質問調査、その他関連公開資料の調査が含まれる。また筆者の一人が行っているギャラリ活動によるアートの役割に関する経験と知見をベースに今後の進展をはかるアクションリサーチも志向している。

2. 地域活性化とアートの役割

2.1 地域活性化とその方策

現在国内では「地域創生」が叫ばれ、過疎化・高齢化による「消滅可能性」が指摘され危機感を訴える動きが強くなりこれをもとに広域合併後の地域政策の推進が図られようとしている(増田 2014)。しかし同時に一方では、困難な状況にもかかわらず住民自らが「地域づくり」に取り組み、地域の持続可能性を追求する動きや都市の若者のIターン・Uターンなどによる「田園回帰」の動きも無視できない。

「地域づくり」のメニューには、都市との交流により、これを鏡として新たな「地域の誇りづく

り」が含まれ、交流事業によるカネとその循環等を通して「新しい価値」をめざしている(小田切 2014)。

ここには従来の「地域活性化」でめざした経済的価値に限定せず「環境、文化、あるいは地域内の絆(社会関係資本)」も含まれて議論されており、地域社会がもつ価値とつなぐことも考えられている。

2.2 地域活性化におけるアートの役割

1980年代後半から始まり、現在、全国各地で活発化している「アート・プロジェクト」は現代芸術の一形態であり、プロジェクト総体が一つの芸術表現であり、そしてアートと「人」(創作者、鑑賞者、その他関係者等)およびアートと「場」(景観、交流環境等)との結びつきを重視する。そして「場」を通して「人」と「人」の結びつきも深まる。これらを通して、人と地域を内側から活性化するものとしての期待もある(八田 2004)。

またアートは「人」と「自然」および「人」と「文化」の関係を明らかにするという本分野の実践家の指摘(北川 2014)もあるように、アート・プロジェクトは、地域内外の関係者による創造や協同作業を通して、地域の自然資源や文化資源の価値を再認識し、そして地域内の「人」や「場」の活性化につながる。そして交流客の増加は、経済的価値につながってゆく。これは、持続可能な発展(WCED 1987)や創造的活動とビジネスとの結合といえるクリエイティブ産業(Throsby 2002)の視点からも議論され、各地で大きな効果も実証されてきている(北川 2014)。

特に、後藤は、文化と人間の潜在力を引き出す持続可能な発展を結びつけるためには、文化のネットワーク機能に着目する必要性を指摘している(後藤 2010)。モダンアートや文化観光、クリエイティブ産業などが都市だけでなく農村等の地方においても期待されるという。ここには文化的資源やサービスが地域のアイデンティティの確立や地域イメージを高め、コミュニティや地域経済の活性化につながる期待がある。

2.3 キャラリ活動からのベースとなった知見

ここで筆者の一人が関わっているギャラリ活動からの知見を述べる。筆者の郷里は過疎化・高齢化の課題を抱えている典型的な地方都市である。かつてハネムーン国内旅行全盛の頃栄えた、駅前市街地は今やシャッター街化が進み空き家もでてきた。本来は城下町で文化やアートが盛んな町であったことから、有力な地元アーティストのアドバイスを頂き、古い木造建築を改装し貸ギャラリを開設、地域の拠点の一つとなることをめざし、5年間活動を行ってきた。現在までにグループ展(地元美術協会/同窓生)、個展(絵画/陶器)、写真展、都市在住者個展、

観光/公共イベント、紅茶教室、そしてアート・プロジェクトの1拠点などに約20回利用されている。

本活動を通してアートと駅前や地域の活性化との関係性を考察してきた。現在までのギャラリ利用状況やその影響を考察すると以下の点が指摘できる。

- ・開催期間中の鑑賞者の来訪は、駅前地域の再確認や周知につながっている。例)初来訪者の店の認識
- ・作品鑑賞と評価交流によりアーティストを中心とする人間関係の深化や発展につながっている。例)学校時代の先生/教え子、遠来ファン、ボランティア、地域・都市間交流組織の活動
- ・作品の対象となった景観や特定場所の魅力再発見の機会となる。例)都市在住者による地元古道に関する作品は地元鑑賞者にとっても新たな発見
- ・作品に関連する地域の資源の周知や再認識のきっかけとなる。例)陶器の材料、商品素材や加工施設
- ・来訪者の増加は、駅前環境や景観の向上へのきっかけや一部店舗の誘客向上などにも影響している。例)広場の整備、近隣店舗の利用
- ・イベントの周知方法が多様化しつつある。例)案内の直接郵送、地元紙への掲載、SNSの利用

地域活性化促進の観点からは、a)地域関係者の参加・協働、b)外部人材・資源の活用・交流そしてc)地域資源の新たな発見・利用が重要な視点となる(DBJ 2011)。上記の考察は、a)~c)の視点から具体的な可能性を与えてくれる。

本稿では、筆者のギャラリも1拠点として関与している鉄道を利用したアート・プロジェクトの事例として次章の「紀の国トレイナート」事例を取り上げ事例研究を行う。

3. 紀の国トレイナート事例の概要

3.1 紀州熊野地域の概要

最初に、本事例の背景地域である和歌山県南部を中心とした紀州熊野地域の概要を述べる。本地域は上古の熊野国であり熊野三山地域を擁しこれに関連する豊富な歴史をもつ。4市10町1村からなり人口は約27万人。面積は3000km²超で佐賀県より大きい。伝統的な産業は吉野杉等の林業と梅や柑橘類などの農業そして沿岸地域の漁業である。2004年に熊野古道に関連する地域が世界遺産となった。また観光業は年間宿泊数300万人(県内500万)、リゾート地白浜以外では100~120万人で外国人客は15万人超(県21万)と増加傾向にある。一方地域産業や経済は、林業停滞・製紙業撤退等により縮小傾向であり、子ども・若者人口は50年で半減(25%)し、高齢者率は33%(20年後40%へ)で、地域における多様な担い手は少なくなっている。しかし一部では移住者が増加している地域もある。

3.2 紀の国トレイナート 2014 実施概要

地域活性化めざすアート・プロジェクトである「紀の国トレイナート 2014」事業の概要を表 1 に示す。トレイナート 2014 事業は、JR 南部(田辺近く)～新宮駅間の沿線約 100km 中の駅舎と列車を主な会場として開催された。2015 年も実施準備をしており、2020 年までの例年開催を予定している。

表 1. 紀の国トレイナート事業の概要 (主に 2014 年)

開催主体概要	紀の国トレイナート実行委員会(田辺市商議所内) 地域資源を発見することで、価値あるアート作品を創出する。9つのまちの交流、外部からの誘客により地域に賑わいを作り出すことを趣旨としてJRきのくに線、駅舎とアート列車内、沿線各地で2014 開始し、2020 年までの毎年開催を予定。
協力組織	協力：JR 西日本、後援：和歌山県と田辺市新宮市等 9 自治体、教育委、観光協会、商議所等 特別協賛：地元財団、NPO、ロータリクラブ 協賛：約 50 件の地元企業と個人
経緯	2000 年代後半にアーティスト廣本直子氏が行ってきた年 1 回の地域アート活動が「アート田辺 2013」に発展。東京、パリ、大阪、地元のアーティスト 29 人が旧市立図書館を中心に 7 会場に展開。 2014 年には JR 西日本和歌山支社とのコラボに発展。JR 駅舎での個展から臨時列車の運行に発展、“世界遺産 10 周年” “デスティネーション和歌山” でもある 2014 年には“地域との共生” もテーマに。
開催日時と会場	主な期間：2014 年 10.24-26、イベント：07.26、田辺アートフェス デザイン列車運行：10.07-1月下旬 2015 年も拡大し開催予定：9月上旬～12月上旬 トレイナートアートフェス：10.30-11.01
website	http://trainart.jp/2014/ http://trainart.jp/

3.3 紀の国トレイナート 2014 の結果と成果

参加者は、作品制作や企画運営にあたったアーティストや児童そして JR 社員や地元企業や各種団体そして訪問客・鑑賞者などである。

アーティストは、県外から約 25 名、県内 7 名、国外 1 名の計 32 名が参画し沿線 56 駅中 20 駅(うち 10 駅は無人駅)で駅舎アートを行った。アート件数は 20(期間中)でこれ以外に新設アートは 14(仮設は 6)である。

地元ボランティアは約 50 名が準備やイベント運営に関わり、児童は駅舎での制作や列車デザインに関わった。臨時列車(220 席)による訪問客は 3 日間で約千名であった。JR 区間の往復料金は約 3 千円である。特別列車として図 1 に示す“トレイナート号”と“レインボーくじら号”等のデザイン列車が企画・準備された。後者は、応募デザイン 1150 件の中から 2 件採用された。

各駅舎あるいは会場となったギャラリーは会場ごとに、100～500 人が訪れた。また関連イベントとし

て、食文化、キャンドルアート体験型プロジェクト、さらにジャズ演奏、駅舎カフェや茶室体験、車内販売も実施された。



図 1 デザイン列車のデザインと実物

当日までの準備や当日の実施状況は、NHK、朝日放送、TV 和歌山、フジ TV 等の放送や、新聞全国版各紙や地元紙等にも多数報道された。また当地でロケ中の映画「たまご」も連動企画された。図 2 に各駅舎アートの代表例を示し、図 3 にイベント代表例を示す。



図 2 トレイナートの駅舎アート実施の様子



図 3 トレイナートのイベント実施の様子

現地調査や関係者のインタビューそして報告書を基に、本アート・プロジェクトの担い手に関する成果を表 2 に整理した。

アーティストは若手中心であり、JR 社が関わるイベントに参画することは有効なキャリアとなることから、その基盤を作ることができた。協力した主力企業の JR 西日本社は、複数の管轄エリアにはわたる沿線や無人駅舎運用の実績や誘客効果の

確認ができ、何よりも「世界で初、紀の国線はアート線」として担当者の誇りが高まったという。地元自治体や住民は、関係する部署以外は当初関心が高くはなかったが、駅舎アート等に協力しているプロセスを経て、地元新聞や関西系 TV 等に報道されるにしたがって関心が高まってきた。

すなわち、拠点駅と無人駅舎をつなぐ沿線を対象として本プロジェクトに関して準備や運用する中で、従来の地域や組織間を越えた部門同士の連携が要請されることから、従来なかった「ギャップを越えたつながり」がでてきたといえよう。

表2. 紀の国トレイナート事業の成果と今後(コメント等整理)

区分	成果	今後の方向性・課題
全体	アートによりギャップを越えてつながる(地域間/組織間: JR支社と管内駅間,自治体間,地元企業や個人間)	つながりを一過性でなく持続可能に。事業的アプローチも要す。
アーティスト	JRが認めるプロジェクト参加でキャリア価値を高める場に	若手の参画拡大やさらに一流の作家等の参加でレベル向上へ。
協賛企業(JR,地場)	JR:安全・運行規制を越え運行実績が。誘客効果の確認 地場企業:アート効果認識	JR:“世界で初”、“紀の国線はアート線”のイメージ発信。移動価値に体験価値を付加。
地元自治体	各自治体から20~50万円支援、現場の協力的対応に	アートによる連携を継続,9市町村の垣根を越えた出会いの場を作り新たな繋がりを生み出す。
地元住民・児童	地域駅舎を外の人とコラボ列車デザインや駅舎アートへの参加および協力	アートを軸にした活動を通して,日々の生活を豊かにし,子どもたちの情緒と誇りを育てる。

3.4 紀の国トレイナート2015の方向性

これらの結果と課題認識を受けて、2年目となるトレイナート2015の企画と準備が現在(2015.8月末現在)進められている。3.2と3.3の内容に対しての課題とそれに対応する取り組みを述べ、事業の方向性を推察する。ちなみに同年は和歌山国体も開催される。

「2014で生まれた企画を温めつつ深め、地域の人々、アーティスト、スタッフ、JRがさらに連携し、共に「夢の時間」をきのくに線に創り出すこと」を目標としている。①JRと共同で県外での広報を展開し集客をめざす。②そして地域の人々との新たな心の交流をめざす。③世界で活躍するアーティストが和歌山の人々と共に、最先端の地域アートを世界に発信していく。その上で、その成果が子供達の誇りや居合わせるすべての人に紀伊半島が秘める可能性を再認識してもらえることをめざす、としている。開催期間を前期と後期に分け長くなり、か

つ後援者も増加している。特急を含むすべての列車に連続3日間乗車可能な特別な周遊券も発売予定としている。イベントも大阪駅などで開催し、都市住民にアピールを行う。駅舎アートを担うアーティストも増加予定である。駅舎アートは2増やし計22に、新常設アートは6増やし計20箇所となる。

そして列車内企画や駅周辺の商店街や景観を生かした個別アートイベントもいっそう充実させようとしている。また各地の観光協会では、駅周辺や地元の観光資源をいかして独自に企画した観光イベントや商店街の誘客イベントもこれと連動性を高めることをめざしている。

4. 紀の国トレイナートの地域活性化視点からの分析

4.1 3つの視点からの分析

2.3で述べた①地域関係者の参加・協働、②外部人材・資源の活用・交流、③地域資源の新たな発見・利用について3.3や3.4の内容を基に分析した。

①地域関係者の参加・協働

アート・プロジェクトの担い手は、アートの性格上、大変に多様で広範にわたる潜在性を有している。トレイナート(以後TRと略記)事業は、3.3と表2で述べたように初年度は、前年度の田辺地域での実施体制を拡張しながら、地元企業のいっその協賛協力、そして他の沿線の自治体や団体・組織に広がっている。地域の鑑賞者が身近に関心高めやすい県内・地元アーティストと地域外からの誘客増加やプロジェクトのブランド価値を高めるための著名アーティストの参加は両方のバランスが考慮が必要となる。各地域独自のイベントとの一層の連動も重要だが調整の労を要する。

②外部人材・資源の活用・交流

都市部で活動する若手アーティストの参加は地元の鑑賞者にとってもよき触発の機会となっている。また京阪神地域を事業基盤とするJR西日本の統括エリアを越えた企業的取り組みは、地元関係者にとっては新鮮に映る。主宰者チームのアーティスト等の多彩なメンバーの知見を本プロジェクトへの反映することもインパクトが大きい。外部資源には10年間、都市部在住の出身者と地元の交流をはかってきたNPO紀州熊野応援団の広報や経済的支援も含まれる。

③地域資源の新たな発見・利用

木材資源の活用による施設・造形物の設置・制作、自然景観をいかしたイベント、木材資源に関連する製品や独自の食文化の紹介や販売などがあげられる。今後は地元企業や地元業者との連携が想定されている。また観光協会を通じた地域の伝統・文化を反映した観光・ツーリズムイベントへの誘客も考えられている。

4.2 文化的ネットワーク視点での分析

アートの地域活性化への役割として、2.2 で述べた文化的ネットワーク視点がある。アートによる「人」と「人」のつながり、「人」と「場」のつながりは、地域における自然、文化などの資源統合を通じた価値創造・共創の活性化につながる(Vargo 他 2009)。ここでは、TR2014 の SNS 活用から推定する。TR の Facebook での集積データ推移(いいね数、コメント数、シェア数)を図4に示す。

図に示すように「いいね」数と「コメント」数は準備期間および開催期間(点線表示の部分)さらに事後報告の時期において増加しており、定量的にもネットワークが広がっていることがわかる。

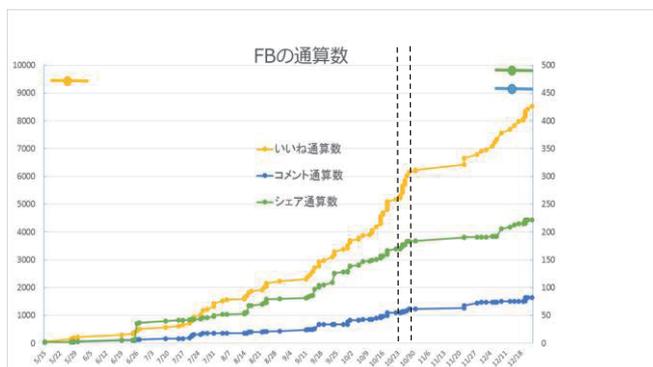


図4 トレイナート FB の集積データの推移
<https://www.facebook.com/kinokunitrainart>

一方、筆者のギャラリーへの TR を含めた来訪者のデータから、各種のアーティストと鑑賞者の背景の基盤となっているコミュニティを図5に類型化し整理した。A~D の円形のサイズは、鑑賞者のおおまかな数に相当する。A と B は、地域内在住のアーティストであり、C と D は地域外からの転入あるいは地域外のアーティストである。

各アーティストは当然ながら、関連する文化的ネットワークをもつといえるが、4つのグループは、そのままでは交わりは薄い。

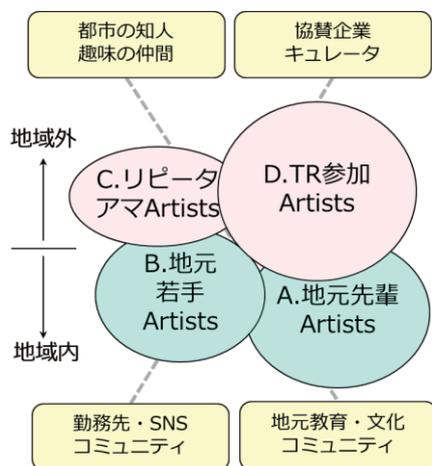


図5 アーティストと地域内外の背景コミュニティの例

5. アートによる地域活性化の価値創造/共創

5.1 トレイナートの特徴と資源統合

アートという切り口により、地域が本来もっているもの(自然や文化資源)に新たな視点を与える。例えば、大自然を画家や写真家が各人の独自の方法で表現することにより、地元の人に気づきを与え、外部の人にも伝える機会になる。歴史をもつが普段発展から取り残された古い駅舎でもアーティストが作品を描くことにより、価値創造のための資源となることがわかる。

TA のアート・プロジェクトとしての位置づけは、遠隔・過疎地域の活性化という点で「大地の芸術祭越後妻有」と、海岸の自然が背景という点で「瀬戸内国際芸術祭」と、ローカル線沿線が「場」である点で、「中房総国際芸術祭」と同様な特徴を有している。まだ規模や経済効果は小さく今後の課題であるが、「世界で初、紀の国線はアート線」のビジョン達成をめざしている。

アートによる文化的ネットワークの拡大・深化は、TA 事業などの進展や地元地域の担い手同士の協力や組織間の連携、訪問者や誘客の成果にも関係すると思われる。ICT 活用は、担い手が少ない中で互いの励ましと協力・連携を行う上で、都市部とはちがった大きな意義があり、文化的ネットワーク構築への活用可能性も秘めている。

また各々の背景や関係者を含むエコシステムを充実させることにより、アートによる地域活性化の効果は大きくなる。例えば、互いに知り合い、さらに交流を行うための公共空間の整備や SNS 等による4つのコミュニティの連携などがあげられる。地域内外のオープンイノベーションによる都市-地域間交流や TA 沿線上の連携の視点は大きな可能性を有する。

5.2 アートによる地域活性化における「おもてなし」型価値創造/共創

ツーリズム事業は様々な意味で価値創造的産業であるといわれる(大橋 2010)がアート活用においても同様である。この点を SDL(サービスドミナントロジック)(Vargo 等 2009)を用いて説明記述することができる。

例えば遠隔・過疎地でも魅力的なアート作品があれば、ここにある古くなった施設や来訪者にとって遠隔の自然環境資源も、これへのアクセス手段を含めて来訪者が対価を払うツーリズムの対象となる有効な交換価値(value-in-exchange)となる。

さらに顧客がアート作品やイベントのある自然環境の中で過ごし、さらに地元の素朴だが本物志向あるいは高品質な食や伝統文化など文化的リソース

に触れることを通して、アーティストや地元ボランティアスタッフ等と密に交流を行う場合は、使用価値(value-in-use)を創出しているといえる。これは事業者だけでなく地元住民にもアート・プロジェクトへの参画や主導性の程度によっては、SDL が述べる、使用される資源(operand)から資源統合者(operant)となる可能性も含まれよう(中村他 2014)。そしてアートを含む自然環境中でより快適に過ごしたり、アートに理解度高め、これをきっかけとして地域の文化的資源に関心を深めて楽しむことにより、来訪者にとってのユニークな物語性が創発されれば、これは文脈価値(value-in-context)を創出していると考えられる。

SDL 理論の提唱者は、近年の研究を統合し Service Ecosystem という概念として、サービスの価値共創を取り巻くマクロな環境を、多様な資源の統合者からなる自己充足的(relatively self-contained)な自己調整(self-adjusting)システムとして説明している(Lush 等 2012)(Lush & Vargo 2014)。ここではまた多様な参加者が価値共創できるための仕組み(institutions)の必要性も述べている。この例として言語、記号、規則、伝統、文化が例示されている。また資源統合者がサービス交換を通して仕組みが作られ、これが集積・連動し Service Ecosystem が形成され、さらに次の資源統合や価値共創につながってゆく循環プロセスを述べている。

このように地域の活性化の担い手となる関係者が、より多く参加し、アーティストや企業などの外部人材と交流し、地域の資源を発見・利用するためのアートを媒介とする Service ecosystem や Institutions 充実の視点も重要である。すなわちアートと地域の自然資源や文化的資源との関係性を含めて、考察することは、SDL などのサービス理論をより拡張する可能性と共に、アートを含めた新たな地域活性化のために知識共創(Nonaka 等 2008)による構想手法の構築にも貢献できる可能性を筆者は感じている。

6. まとめ

本稿のまとめを下記に示す。

- ① 本研究では、JR きのくに線南部沿線 100km 区間を対象として 2014 年から実施されているアート・プロジェクトの 1 つ、紀の国トレイナート (TR) 事業の事例研究を行った。
- ② 本 TR 事例における結果と成果を関係者や担い手および 2015 以降への方向性・課題について分析し、文化的ネットワーク構築の視点から地域活性化への役割を考察した。
- ③ TR 事例の地域活性化への特徴を他の事例と比較考察し、SDL 理論の資源統合や価値共創の理論を

交えて、理論的含意と今後の実践的意義を論じた。

- ④ TR 事例は、今後も JR 西日本や地元関係者がの協力の下、毎年開催予定であり、筆者の一人が関わるギャラリの活動も通して、アクションリサーチ的なアプローチを行う予定である。

今後の研究展望として本事例の分析をさらに価値創造や知識共創プロセス(Nakamura 2013)についても知見を深めることがあげられる。そして国外の類似事例(中村他 2014)とも共通に論じられる「おもてなし」型価値共創の視点拡張につなげてゆきたい。

参考文献

- [1] DBJ(2010),「現代アートと地域活性化」報告書(佐野真紀子氏担当),日本政策投資銀行大分事務所。
- [2] Lusch, R.F., Nambisan, S.(2012),“Service Innovation: A Service-Dominant(S-D) Logic Perspective, Arizona Innovation Research.
- [3] Lusch, R., Vargo, S. L. (2014), “Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities”, Cambridge University Press.
- [4] Nakamura, K., Tschirky, H., and Ikawa, Y. (2008), “Dynamic Service Framework Approach to Sustainable Service Value Shift Applied to Traditional Japanese Tea Ceremony, [PICMET], Cape Town, South Africa, pp.2433-2444.
- [5] Nakamura, K. (2013), “Chapter 4. Modeling of service value creation based on multidisciplinary framework” in Michitaka Kosaka, Progressive Trends in Knowledge and System-Based Science for Service Innovation, IGI Global.
- [6] Nakamura, K., Masuda, H.(2014), “Semi-Globalization of Service Value Co-creation in Context-Dependent Business: “O-motenashi” Culture-style Service in the Traditional Japanese Inns of Kaga-ya, [PICMET], Kanazawa, Japan.
- [7] Nonaka, I., Toyama, R. and Hirata, T. (2008), Managing Flow: A Process Theory of the Knowledge-Based Firm, Palgrave Macmillan.
- [8] Throsby, D. (2001), Economic and Culture, Cambridge University press, 中谷武雄・後藤和子監訳『文化経済学入門—創造性の探究から都市再生まで』日本経済新聞社, 2002.
- [9] Vargo, S. L., Akaka, M. A. (2009), “Service-dominant Logic as a Foundation for Service Science: Clarifications”, Service Science Journal 1(1) pp.32-41.
- [10] WCED 環境と開発に関する世界委員会(1987), (大来佐武郎監修) 『地球の未来を守るために』, 福武書店.
- [11] 大橋昭一(2010), 『観光の思想と理論』文眞堂.
- [12] 小田切徳美(2014), 『農山村は消滅しない』岩波新書
- [13] 北川フラム(2014), 『美術は地域をひらく—大地の芸術祭 10 の思想』, 現代企画室.
- [14] 後藤和子(2010), 農村地域の持続可能な発掘とクリエイティブ産業, 『農村計画学会誌』 Vol.29, No.1.
- [15] 中村孝太郎, 五嶋正風(2012), サービス価値創造における「もてなし」型価値共創の視点(第 2 報)—ものづくり企業の持続可能性指向サービス経営事例から, 研究技術計画学会年次大会予稿集 CDR0M(2C04)10.28 (2012).
- [16] 中村孝太郎, 松本加奈子, 増田央(2013), 「「おもてなし」型価値共創の視点(第 3 報)—国内外の宿泊サービスにおける文化依存・拡大志向の事例より」, 研究技術計画学会年次大会 11.04.
- [17] 中村孝太郎, Tina Hedi Zakonjsek (2014), 「おもてなし」型価値共創の視点(第 4 報)—スロベニアにおける宿泊・ツーリズムのイノベティブ事例より, 研究技術計画学会年次大会 10.19, 立命館大学草津キャンパス
- [18] 八田典子(2004), 「アート・プロジェクト」が提起する芸術表現の今日的意義—近年の日本各地における事例に注目して, 『総合政策論叢』第 7 号.
- [19] 増田寛也編著(2014), 『地方消滅』, 中央公論社.