HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	産学官の協働による地域ブランディング : 地域イノベーション研究にもとづく知財戦略と連携戦略
Author(s)	内田, 純一
Citation	北海道大学研究シーズ集, 2, 154-154
Issue Date	2015-03
Doc URL	http://hdl.handle.net/2115/65103
Type	column
Note	『北海道大学研究シーズ集 VOL.4 2017』は、http://www.mcip.hokudai.ac.jp/ebook/seeds4/ をご覧ください。
File Information	seeds2uchida.pdf

Instructions for use

Hokkaido University Collection of Scholarly and Academic Papers : HUSCAP

産学官の協働による地域ブランディング

―地域イノベーション研究にもとづく知財戦略と連携戦略―

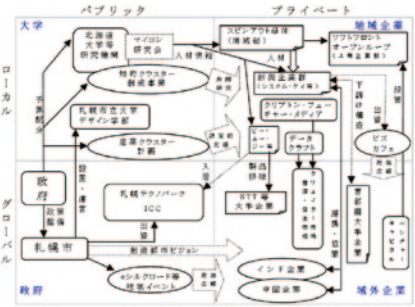
観光学高等研究センター
内田　純一　准教授　Junichi Uchida　　博士（国際広報メディア）

地方創生が国家的課題とされ、地域発イノベーションが求められています。本研究では地方独自の技術や文化を商業的成功に結びつけている地域の知財戦略と連携戦略を分析することで、産学官の協働による地域ブランディングのための戦略プランを提案しています。

■研究の内容

従来の地域ブランド研究は事例記述にとどまり、新しい技術・サービスを組織的・継続的に成立させる方法論を提起してはいません。大学が地域に貢献することが政策課題として注目される現在、個別の地域ブランド創造の方法論と、それらを簇生させる地域イノベーション・システム論とが必要です。本研究では､国際的に研究が進展する Triple Helix と呼ばれる研究群に、地域ブランド研究を位置づけ、マクロ的な地域産業の発展戦略と、ミクロ的な地域企業の成長戦略とを構想する際に有用な戦略プランのモデルを開発しました。具体的には、海外でのフィールドワークや産学官連携プロジェクトへの参画で得た知見をもとに、産業レベルの知財戦略と言える「イノベーティブ地域への戦略プラン」と、連携戦略を整理するための「アクター・ネットワーク概念図」を提出しています。

◆イノベーティブ地域への戦略プラン◆



◆アクター・ネットワーク概念図
（2000 年頃の札幌 IT 産業への適用例）◆

■応用例

- 政策立案時・評価時の分析ツール
- 企業戦略策定時の分析フレーム
- 大学・地域間関係の構築
- シティ・プロモーション素材

■産業界へのアピールポイント

地域の農産物・技術・サービスをブランドにつなげる地域商品ブランド化プロジェクトに参加し、都市や観光地域の魅力を発信するプレイス・ブランディング（地域ブランド化）の手法を実践に適用するプロジェクトにも協力してきました。

研究の内容の詳細については拙著『地域イノベーション戦略―ブランディング・アプローチ』（芙蓉書房出版）をご覧ください。

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院観光創造専攻
研究室ホームページ：http://www.cats.hokudai.ac.jp/~uchida/