

管理サービスの方向性に対して示唆に富む内容となっている。特に、大手RIAは、企業体として多くの営業担当者と顧客を抱えている点、小規模のIFAにはインフラサービスを提供する会社（LPLファイナンシャルなど）が存在している点、それがフランチャイズチェーンを形成している点は興味深い。日本においても、IFAが既存金融機関と併存しうる存在となるためには、単にIFA業務サービスだけでなく、それをサポートする新たな民間部門が生まれることが重要であろう。

駒村論文（「加齢が金融市場に与える影響—Cognitive Agingの時代と金融ジェンロントロジーの可能性—」証券レビュー59巻1号2019年

1月）は、高齢化社会における資産運用に関する論考であり、近年注目集めるキーワードである「金融ジェンロントロジー」について解説している。それによると、この分野は、行動経済学の知見を応用できる範囲が広い。人間の意思決定は、熟慮した合理的判断と情動による判断に大きく分けられるが、加齢による認知能力の低下は、情動判断のバイアスを増幅する。たとえば、高齢者はリスクへの感受性が低下する傾向、資産管理能力が衰える傾向、金融リテラシーの低下、自信過剰バイアスの増加を、既存研究からの代表的事例として挙げている。この分野の学問的な発展の重要性を示唆している。

【Reference Review 64-6号の研究動向・全分野から】

エビデンス（Evidence）と経験（Experience）の融合に基づいた政策形成： 真の地方創生へ向けて

経済学部准教授 栗田 匡相

筆者は、産業研究所の共同研究プロジェクト「エビデンスと実践で紡ぐ関西の地域創生戦略」のプロジェクトリーダーとして様々な地方の課題解決に向けた研究を進めている。取り組んでいる課題は、障がい者や外国人、高齢者と共に生きる共生社会構築の制度設計や、地方中小企業の経営戦略の改善、アクティブ・ラーニングを通じた中学生の学習意欲の向上、インバウンド需要と商品開発を通じたまち作り戦略の制度設計、環境教育を通じた都市のブランディング、など多岐にわたる。これらは単なる研究ではなく、自治体や企業との共同研究というスタイルをとっており、実践活動を通じて収集した生データを用いて、定量的・統計的な分析を行い、それらの成果をまとめて戦略を練るという昨今流行のエビデンスベースの研究・実践プログラムとなっている。これらプロジェクトのおかげで、筆者は多様な産業、地域の人々とお目にかかる機会が格段に増え、象牙の塔に閉じこもっていたは見えなかった景色を沢山見させていただいた。そしてそのふれあいから見えてく

る地方の景色とは当たり前のことだが多様であった。

伊藤（2019）では地域復興の担い手となる主体形成において、これまで地方自治体から「予算をまわしてもらう存在」として画一的に位置づけられることが多かった地方企業の多様な在り方を北海道、新潟、愛媛、和歌山などでのインタビュー調査から紹介している。地方の中小企業といえども、営利的・企業的な側面を重視しつつ社会活動を行っている企業から、労働統合型社会的企業とも呼ばれる社会福祉政策的側面の強い企業まで多様であるが、比較的共通していた点は、過度に行政へ依存することなく、自らの力で商品開発や販路開拓を行っていた点であり、業種を問わずバランス感覚と開発力に長けた企業が地域復興の担い手として活躍している事実が浮かび上がってくる。

こうした企業を巻き込んで、東京一極集中の打開と日本全体の活力を上げたい地方創生の取り組みは2020年度より第2期に入る。4つある主目標

のうちの1つが「地方にしごとをつくり安心して働けるようにする、これを支える人材を育て活かす」だが、この中には「海外から稼ぐ」地方創生、というサブ目標がある。海外観光客の急増に併せた日本版DMO (Destination Marketing/Management Organization) の設立など、オリンピックなどのイベントを控えた日本では、観光を通じたまちづくり、という標語は極めてウケのよいものになっている。十代田 (2018) によれば、観光のスタイルは大きく分ければマス・ツーリズムとオルタナティブ・ツーリズムに大別される。オルタナティブ・ツーリズムはさらにタウン・ツーリズムとグリーン・ツーリズムに分けられるが、地方創生に資するツーリズムとは、多くがオルタナティブ・ツーリズムの方であり、日本版DMOの中にもこうした点に焦点を絞ったものがよく見られる。このように地方の観光資源を活かした地方創生の取り組みが進展し、観光を通じたまちづくりが持続的に行われるためにも十代田 (2018) では地域が持つマーケティング力が観光まちづくりの成否を占う大切な能力であるとしている。ただし、北島 (2018) で指摘されているが、丸暗記の受験勉強に代表されるように、多くの日本人は成功事例を単に調べてまねるだけでマーケティングになっていると考えがちだが (くまモンをまねてゆるキャラを作る等)、その背後にあるエッセンスや意義を理解できていないため、多くの失敗事例が生じている。地方創生のマーケティングを成功させるためには、マーケティング手法のセオリーを用いて、成功事例のエッセンスを理解することが出来るかが重要なポイントになると述べている。

つまりはこうしたマーケティングを行う人材の登用や育成が鍵になるのだが、日本版DMOを例にとると、観光まちづくりを支える行政の立場としては、一藤 (2019) や大社 (2018) が指摘しているように、ジェネラリストを育成するような従来の行政の人事政策を改め、データ解析やマーケティング計画の作成・実施が可能な専門人材の育成をはかるべきなのであろう。しかし、方向性はその通りなのかもしれないが、それがどこまで日本の地方自治体に可能なことなのだろうか。多くの自治体が財政的な課題を抱える中で、これまで

とは180度異なるような人事政策を推し進めることは、仮に観光まちづくりという部分的な分野に限ってであるにせよ、その負担や抵抗感はかなりのものになるはずだ。また、行政に限らず、横山 (2018)、大石 (2018)、栗田 (2019) が指摘しているように、日本では企業においても短期の配置転換をベースとしたジェネラリスト型の人材育成が中心となっている。非正規雇用問題、グローバル時代に向けた日本の内向きな思考、駐在員制度の限界、という問題点の提起がそれぞれ異なるものの、横山 (2018)、大石 (2018)、栗田 (2019) はジェネラリスト育成に偏った日本的人材育成の限界を指摘している。

観光まちづくりや地方創生といった施策の実現に向けて、多様な施策のあり方を専門的に検討するためには熱意を持った専門的な人材が必要であることは明らかである。しかしながら、それを育成するような環境や制度は、企業においても自治体においても、そしてもちろんレジャーランドと揶揄された大学においても、日本では十分に整備されていなかった。このように地方創生への足かせとして大きいのは旧来の日本的慣行に基づいた制度・思考だが、これらはその粘性性故に、少々の改変であっても多大な労力や時間を要する。それ故に、この課題を克服することは容易ではない。

では対応策はどのように考えるべきか? 解決の糸口は筆者が現在推し進めているプロジェクトの中にある。先にも述べたように筆者が勧めているプロジェクトの多くは協定のあるなしに関わらずいわゆる産官学連携のスタイルをとっている。大学という場所は本来であれば専門性を高めるための場所であることは疑うべくもない。残念ながらレジャーランド化した大学で専門的な学業を修めようとする学生は現在でも多いとは言えない。しかし近年流行のPBL (Problem Based Learning) やアクティブ・ラーニング関連の受講者は学習意欲が高まることが多くの研究からわかっている。筆者のプロジェクトに参加している学生は、アフリカでの1ヶ月の農村調査、その後1ヶ月半にわたるアジアでのインターンシップ経験を積んだ学生であり、多くの学生が統計学、計量経済学の知識、分析経験を有している。アカデミックスキルとそ

の実践経験、そして学習意欲を持った学生を戦力として、様々な地方の課題解決にあたっており、実際にその成果が見えつつある。

日本的慣行の限界が叫ばれてから久しいが、足下ではスキルと熱意を持った学生達が少数とはいえ大学で育ちつつあるのも事実だ。今後の日本を変えていくのは彼らであり、だからこそ地方創生の取り組みを大学生の鍛錬の場でもありとして、地方自治体や地方企業は積極的に差し出し、協働すべきだと考える。その協働にリスクは確かに存在するが、古い日本の思考では現在の危機が打破できないことだけは確かであろう。だからこそ学生だけではなく、研究者や大学それ自体も象牙の塔から抜け出て（という表現自体を使って通じてしまうこと自体がアウトなのだが）、真に社会のためになる（「ためになる」とは効率性だけを追い求めればよいというわけではないが）高等教育機関とはどのような組織なのかを自問し、変革する必要がある。川口（2019）では、昨今はやりのエビデンスに基づく政策形成（EBPM：Evidence Based Policy Making）の議論について、産官学のそれぞれが、地に足をつけ深く考えたいうで目の前の課題に取り組んでいくことで、ひいてはEBPMが日本の政策策定の在り方に影響を与えるだろうと述べている。EBPMの取り組みが成果を生めば、それは共感を生み、エビデンスを重視する政策策定の輪が広がっていくだろうとする川口の議論に異論は無い。

深く考え、変革し、そして共に行動することは面倒くさく、辛いことのように思えるが、他分野、異業種の方々と関わることで今まで見えなかった景色を見ることが出来る経験や喜びの方が遙かに大きな気がするの、私だけではなく、プロジェクトに参加した多くの学生と共通した意見である。見たことの無い景色がどれほど素敵なものなのかは見たことの無い人間にはわからない。だからこそ見たことのある人間が見たことのない人間を招き入れ、それを共有することが必要だ。不思

議なこと日本の地方自治体や地方企業には制度的なサポートや環境が大して整っていなかったはずなのに素晴らしい景色を見た経験があり、バランス感覚に長け、熱意や開発力のある人材が多数いらっしやる。素晴らしい景色を知らない学生に、是非ともその景色や経験を語っていただきたい。その関わりの一歩が、真の地方創生を作るエビデンス（Evidence）と経験（Experience）の融合に基づいた政策形成（EEBPM：Evidence Experience Based Policy Making）につながっていくはずだ。

<参考文献>

- 伊藤大一（2019）「グローバリゼーションの中での地域復興」『経営経済』第54号、pp.77-104.
- 横山和子（2018）「グローバル時代の労使関係 一多様性尊重の雇用管理に向けて一」『日本労務学会誌』Vol.19 No.2、pp.37-39.
- 大石雅也（2018）「非正規雇用問題の論点 一わが国企業の人事諸制度の「前提」一」『経営論集』第16巻第3号、pp.11-18.
- 栗田匡相（2020）「日系企業のグローバル化に向けた人材育成の課題一在インドネシア駐在員調査からみる内向き体質の弊害一」『経済論究』第73巻第3号（forthcoming）
- 川口大司（2019）「エビデンスに基づく政策形成と経済学」『日本労働研究雑誌』（No.705）、pp.8-12.
- 十代田朗（2018）「新しい観光による地域活性化の課題と方向性」『日本不動産学会誌』第32巻第3号、pp.10-14.
- 北島啓嗣（2018）「地域をマーケティングで考える」『研究年報』和歌山大学経済学会、第22号、pp.73-84.
- 一藤裕（2019）「観光ビッグデータの利活用～データ分析の現状と今後の発展に必要な整備～」『観光とまちづくり』pp.13-15.
- 大社充（2018）「これからの観光政策とDMOの役割、その運営」『日本不動産学会誌』第32巻第3号、pp.47-53.