目　次

序章　地域デザインモデルのコンテクスト転換 …… *1*
はじめに …… *1*
第１節　コンテクストドリブン＝コンテクストの転換により地域価値発現を指向する地域デザインの構築 …… *3*
第２節　異端と正統の理論のスパイラル循環によるパワー創造を捉えた地域デザイン …… *12*
おわりに …… *14*

第１章　地域デザインモデルのリアルな地域への
フィードバック装置としてのメソドロジー開発 …… *17*
はじめに …… *17*
第１節　次元突破型装置によるコンテクスト指向の解の獲得 …… *18*
第２節　浸透変容装置によるコンテクスト転換指向の解の獲得 …… *22*
第３節　連結培養装置によるコンテクスト転換指向の解の獲得 …… *26*
おわりに …… *33*

第２章　マーケティング論研究の地域デザインへの戦略的活用 …… *36*
はじめに …… *36*
第１節　膨張するマーケティング …… *37*
第２節　マーケティング研究の独自性 …… *42*
第３節　ZTCA デザインモデルへの 4Ps マーケティング論の影響 …… *49*
第４節　事例研究―栃木県日光市 …… *53*
おわりに …… *58*

第３章　外部リソースの投入による主体の変容とトポスの生起 …… *60*
はじめに …… *60*
第１節　客体の地域認識メカニズム …… *61*

第 2 節　外部リソースの投入による主体の変容とトポスの醸成メカニズム …64
第 3 節　外部リソースの投入による浸透変容の事例 ……70
第 4 節　浸透変容装置の効果と限界 ……74
おわりに ……77

第 4 章　先進情報技術の地域デザインへの戦略的活用 ……81
はじめに ……81
第 1 節　情報技術の変化―サイバースペースから DX，メタバースへ ……83
第 2 節　サイバースペースが示したもの―1960 年代の西海岸のカウンターカルチャーの影響…88
第 3 節　DX と Web3 への展開―メタバースがもたらすものとは何なのか…91
第 4 節　情報技術の変化による地域デザインのトランスフォーメーション…94
おわりに …… 101

第 5 章　ZTCA デザインモデルのゾーンの拡張とアニメツーリズム …… 105
はじめに …… 105
第 1 節　地域活性化とコンテンツツーリズム …… 106
第 2 節　ZTCA デザインモデルとアニメ聖地巡礼の親和性 …… 109
第 3 節　アニメによる浸透変容装置によるコンテクスト転換指向の解の獲得 … 111
第 4 節　地域価値を発現するためのアクターの役割 …… 113
おわりに …… 118

第 6 章　学校化された農村を変革するブリコラージュ …… 121
はじめに …… 121
第 1 節　学校化された農村におけるブリコラージュの意義 …… 122
第 2 節　農村におけるブリコラージュの実践事例 …… 127
第 3 節　ローカルネット販売に対する ZTCA デザインモデルによる分析とフィードバック装置としてのメソドロジーの提案 … 133
おわりに …… 136

第 7 章　変容に対する「抵抗」に対処するメソッド …… 140
はじめに …… 140
第 1 節　抵抗の種類 …… 143
第 2 節　文化論におけるメソドロジー …… 145
第 3 節　心情に寄り添う地域デザイン―喪失に対する喪や追悼 …… 147
第 4 節　非本質主義的な文化観と，本質主義的な文化観―神話解体と神話創造 …… 149
第 5 節　経験や悩みの共有―メンターの必要性 …… 153
おわりに …… 155

第 8 章　行政学的視点からみる地域デザインに対するアプローチ方法 …… 158
はじめに …… 158
第 1 節　新しい行政学の視座―シェアリング・ガバナンスの可能性 …… 160
第 2 節　シェアリングシティの理論とシェアリング・ガバナンス …… 168
第 3 節　ネットワークとガバナンスの両立 …… 171
第 4 節　連結培養装置としての ZTCA デザインモデルの可能性 …… 173
おわりに …… 174

第 9 章　地域価値発現に向けた連結培養の推進力としての資源ネットワーキング能力 …… 181
はじめに …… 181
第 1 節　資源とアクターのネットワーク―ZTCA デザインモデルにおけるネットワーク描写 …… 182
第 2 節　地域資源ネットワークに関わる基礎概念―地域資源の捉え方と基本的類型 …… 184
第 3 節　オペラント資源としてのネットワーキング能力 …… 187
第 4 節　地域資源ネットワークの概念化―2 つのネットワークの連動として …… 195
第 5 節　ネットワーキング能力の立ち現れ方―「黒川温泉」の事例を参考とした探索的考察 …… 200
おわりに …… 202

第 10 章　小売業である移動販売の視点から捉えたメソドロジーの進化 …… *205*
はじめに …… *205*
第 1 節　移動販売の歴史 …… *207*
第 2 節　第 1 次移動販売革命 …… *209*
第 3 節　第 2 次移動販売革命 …… *212*
第 4 節　移動販売の視点から捉えた地域デザイン …… *215*
おわりに …… *219*

終章　地域デザインによる地方創生に対するコンテクスト転換の推進 …… *221*
はじめに …… *221*
第 1 節　関係編集による価値発現―主体 & 客体の能力は固定要素とした場合 … *222*
第 2 節　地方創生から地域デザインへのコンテクスト転換と地域政策のコンテクスト転換 … *229*
おわりに …… *234*