

地場産業振興論

選 択

開講年次：3 年次後期

科目区分：講 義

単 位：2 単位

講義時間：30 時間

■**科目のねらい**：近年、デザイナーの仕事として観光まちづくり計画への参加や地場産業のブランド化支援といった地域密着型業務が増えてきています。こうした仕事に取り組むにあたっては、地域特有の歴史や環境条件への理解はもちろん、国の政策動向や地域振興に関する理論を理解した上で、地域そのもの（プレイス）をブランディングするセンスが必要とされます。本科目では、国内・海外のプレイスブランディングあるいは地場産業振興の事例を用いて、関連理論を学んでいきます。受講者が将来的にブランディング理論を活用して地域のデザイン業務に携わることを見据え、諸外国の先進的事例を学ぶとともに、北海道および札幌の取り組みをとりあげて、皆さんに実践的プランを考えてもらう予定です。

■**到達目標**：①国内・外のプレイスや地場産業振興の代表的事例に関する知識がある
②ブランド論を使って地域企業・産業の戦略性を評価・分析できる
③デザインを地域課題に結びつけるための発想力を持っている

■**担当教員**：

内田 純一

■**授業計画・内容**：

- 第 1 回 ガイダンス：地場産業とは何か・なぜ地場産業が生まれたか
- 第 2 回 地場産業に必要なデザイン戦略
- 第 3 回 広告の仕事とクリエイティブプランナー
- 第 4 回 SNS時代の地域広報と地域PR
- 第 5 回 伝統産業のブランド化とイノベーション
- 第 6 回 ラグジュアリー・ブランド論
- 第 7 回 シティ・プロモーションと産業創造
- 第 8 回 観光地のブランディング
- 第 9 回 事例篇①（食の地場産業）
- 第10回 事例篇②（先端技術を誇る地域産業集積）
- 第11回 事例篇③（新興国の産業振興）
- 第12回 事例篇④（札幌の主要産業とデザイン業界）
- 第13回 実践篇①（札幌コンテンツ特区の振興に向けて）
- 第14回 実践篇②（北海道フード特区の振興に向けて）
- 第15回 総まとめ：北海道における産業創造の未来

■**教科書**：未定（開講日までに指定する）

その他、必要に応じてハンドアウトを配布する。

■**参考文献**：適宜指示する

■**成績評価基準と方法**：

評価方法	到達目標			評価基準	評価割合 (%)
	到達目標①	到達目標②	到達目標③		
小テスト	◎	○		講義内容の理解度	50
小レポート		○	◎	論述のユニークさ	50
授業態度					
課題・作品					
出席				2/3以上の出席が必要	欠格条件
その他					

◎：より重視する ○：重視する 空欄：評価に加えず

■**関連科目**：現代社会と経済

■**その他（学生へのメッセージ・履修上の留意点）**：講師のバックグラウンドは経営学や広報論ですが、IT・コンテンツ産業や観光産業などの地場産業のブランディングに関する研究にも数多く取り組んできました。地場産業にこそブランディングのセンスを持ったデザイナーが求められていることを本講義を通じて感じとってください。