

プロジェクト報告

# 壱岐に於ける地域プロデュース人材養成教育プロジェクトの実践

—地域デザインプロセスを応用した教育プロジェクトの報告—

青山 忠靖

事業構想大学院大学 客員教授

(2019.2.6 受付, 2019.3.14 受理)

## 要 旨

事業構想大学院大学では平成30年度、内閣府知的財産戦略推進事務局より委託を請け、クールジャパン活動を絡めた地域プロデュース人材育成に向けた教育プロジェクトを実施した。具体的には長崎県の離島である壱岐市を対象地域として選び、そこでクールジャパンを構成するコンテンツのひとつである現代アートをテーマとした地域振興の可能性を探るとともに、最もクールジャパン活動に好意的といわれているタイを結ぶ活動展開を行った。本稿では地域のクールジャパン資源（人的資源も含む）を発掘し、それを編集して新たな価値を付与した上で、海外に受け容れられる商品・サービスを具現化する地域プロデューサーの目指すべき人材像と、その育成手法について考察をしていきたい。

キーワード：地域プロデュース人材、エピソードメイク、ZTCA、アクターズネットワーク、カタリスト

### 1. 本教育プロジェクトの概要と目的

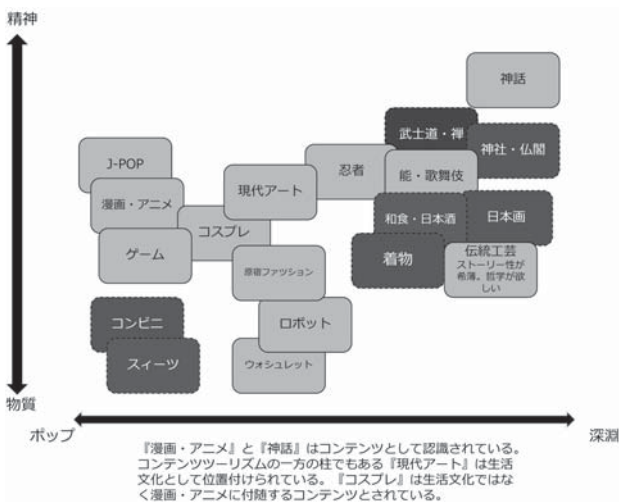


図1 内閣府によってマッピングされたクールジャパンのジャンル

平成30年10月 内閣府 知的財産戦略推進事務局作成資料を筆者が一部改変

### (1) 本教育プロジェクトの概要

図1にもあるように、内閣府知的財産戦略推進事務局ではクールジャパン(外国人がクールと認識する日本の魅力)を具体的に約20のジャンルに分類してポジショニング化している。この中でも特に「神話」と「現代アート」はスピリチュアルかつポップなコンテンツとして海外からも最近では注目を集めつつある。ことに日本の神話の集大成ともいえる古事記では、天界と地上を結ぶ要所として壱岐の島が描かれている<sup>1)</sup>。また日本書紀の記述にも、西暦720年に壱岐の月神(つきがみ)<sup>2)</sup>が月読神社として京都嵐山に分霊されたと遺される。そうした流れを受けて長崎県壱岐市は観光商工課を中心として、平成29年度より有人国境離島法に基づく滞在型観光促進事業の一環として、COZIKIプロジェクトを推進している。このプロジェクトでは、古事記や神話をモチーフとした著名なグラフィックアーティストたち<sup>3)</sup>による作品群を掲載したアート誌『COZIKI』の発刊と、さまざまな関連グッズの販売等の活動がすでに実施されており、マスメディアを通じて全国的にも話題を喚起しつつあるのが現状である。そこで事業構想大学院大学では、このCOZIKIプロジェクトと連携しな

がら、地域の経営資源・文化資源を最大化し、グローバルなリレーションを形成するためのベースとなる事業デザインの構築に取り組むこととなった。ちなみにグローバルなリレーションの具体的な対象先としては、2019年度2月よりローコストキャリアが福岡空港に乗り入れられるタイをターゲットとしている。

## (2) 本教育プロジェクトの目的

本プロジェクトの目的は3つある。まず、国産み伝説の地である壱岐固有の雰囲気・テーマ性・物語性を活かした現代アートによる芸術祭の開催という文化事業を核として、古墳・遺跡・町並み等の文化資源を最大化させ、九州に新たな観光事業の拠点を構築する。

2つ目には、上記の観光事業化に関して、壱岐の地理的なポジショニングからも福岡という大都市圏を巻き込んでいく必要性に対する適応を図ることが上げられる。壱岐は行政区分的には長崎県に属するが、利便性と観光路線は圧倒的に福岡市に集中しやすい。従って、壱岐・福岡・タイを結びリレーションを構築し、インバウンドに向けた具体的なプランニングを図ることが目的ともなる。そしてこのような統合的なプロジェクト活動を行うことで、地域振興活動を有機的にformulate（編成）していく地域プロデュース人材の育成を図っていくことが3つ目の目的となっている。

## 2. 地域プロデュース人材教育に求められる能力とは

### (1) エピソードメイクの創造能力

内閣府知的財産戦略推進事務局（以下、戦略推進事務局と表記する）の資料によれば、地域プロデュース人材に必要な能力として、地域の魅力の発見・創出力、プロデュース力、協働力、発信力、海外展開力、実施力（資金集めと組織運営能力）の6つが定義されている<sup>4)</sup>。戦略推進事務局による同資料では、プロデュース力の能力項目に、商品・サービスのストーリー化による付加価値の向上と、地域の魅力をつなぐストーリーの創出という、ストーリー性への言及が目立つ。このストーリーという語には、多分にストーリーテリングの要素<sup>5)</sup>が強く感じられるが、その語義は事実を単なる事実（fact）として伝えるのではなく、より強い理解と印象を相手に与えるための事実の物語化を指している、とも考えられる。ここで重要なのは、事実という概念をどう捉えるかだ。商品・産物であれサービスであれ、その成り立ちには固有の経緯と特有された背景が存在する。さらには係った人たちの想いや動機などが一連のコンテキストとして言語的、あるいは非言語的（視覚的等）な事実として構成されていることにも着目しなければならない。すなわち、事実とは、小さなエピソード（episode）の結合によって成立され、それぞれのエピソードを意図的

に組み合わせることで、大きな物語、すなわちストーリーが完成するということだ。より分かりやすく表現するならば、ストーリー化とは、エピソードメイク（episode make）の積み重ねである。地域プロデュース人材が先ず備えるべき能力とは、あらゆる地域資源を精査しながら関連するエピソードを目的に沿って紡いでいくことがベースにある、といっても過言ではない。

### (2) 地域デザイン思考

地域デザイン思考とは、一般的なデザイン思考とはまったく異なる。あくまでも地域創生や振興施策に特化した思考法であり、海外に於いてもこの種の発想手法は存在しない。

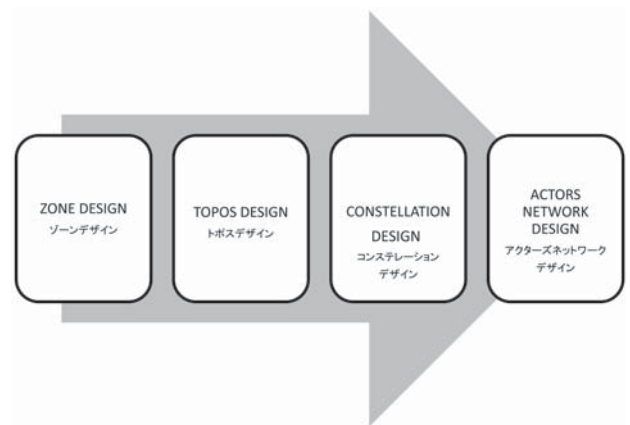


図2 ZTCAデザインモデルを構成する各要素

出所：原田（2016）、18頁、図表1を筆者が一部改変。

ZTCAデザインモデルは、原田（2016）が提唱する地域価値の発現に向けた理論フレームである。原田はZTCAに分類された4つの要素のいずれかが牽引して地域価値の発現を効果的に実現することとなる（原田・古賀 2016）、としている。

ゾーンデザインとは対象とする地域の一定地域を絞ることである。これは市区町村といった法令で定められた地域ではなく、地域全体の価値を高めると想定された独自のゾーンを意味している。ゾーンデザインは固定された概念に束縛されることなく、ある種の美的判断（もしくは快の判断）に基づいた主観によって導かれることが多い。とはいえ、そこには普遍妥当性<sup>6)</sup>も要求されながら、いわば独自のゾーンが形成されることになる。例えば神奈川県「湘南」や東京都「谷根千<sup>7)</sup>」などがこれに当るだろう。

トポスデザインは、ゾーン内に存在する場所や建築物の編集行為（メッセージ化等）を指す。トポスの意味としては、自然の経験を与える場所、歴史的な建物、墓所や塚などをイメージしてもらえば良い<sup>8)</sup>。最近ではインスタ映える時空間もこれに含まれる。トポスとゾーンは対の関係

にありながら、互いに補完の状態にあるともいえる。

コンステレーションデザイン<sup>9)</sup>とは「何らかの意味あるつながり」の構築を意味している。原田はさらに具体的に、ゾーンに既存する資源から新たな価値を導出するためのコンテキストとしての物語(ストーリー)を創造すること(原田・古賀 2016)、としているがこれは前述のエピソードメイクに他ならない。

アクターズネットワークデザインは、ゾーン内のトポスを有効化し、コンステレーションを駆使しながら、その地域の価値を創造していく活動家(アクター)たちを有機的にformulate(編成)する営みを指す。ここであえて、何故organization(組織化)とはせず、formulate(編成)としたかについては下記の図3を基に説明したい。

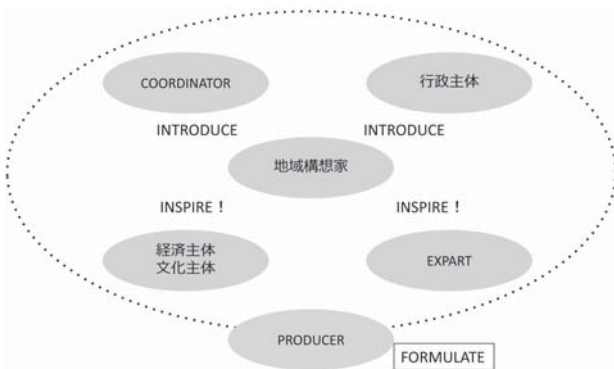


図3 地域プロデュース型人材によるFORMULATEの概念図  
出所：桜庭(2018), 279頁, 図表2を筆者が一部改変。

図3は桜庭(2018)のプロデュース理論の図表を基に筆者が作図したものであるが、一見して分かるように、調整やposition(順位付け)といったバランスを重視しがちな従来の地域に於ける組織化の概念とは異なる。従来型の地域プロデューサーの機能は、いくつかの下部組織を束ねる、あるいは経済主体や文化主体といった異なる主体同士をつなぐ、といった役割が求められていたが、ここではそうした調整機能よりはアクター間のinspire(啓発と刺激)が優先される。いわば作業分担的な縦割型組織の構築ではなく、地域連絡会議のような連携型組織でもない、創発を生み出すためのネットワークのformulate(編成)が訴求されるのである。図表の中心に位置する地域構想家<sup>10)</sup>は、地域活動家(アクター)の求心的な存在であり、プロデューサーを兼ねる場合もある。地域活動家とは経済主体、文化主体、行政主体、または外部からのコーディネーター達によって構成されるが、求心的な存在は概ね彼らの内から現出することになる。

以上、地域デザインに関する概念的な説明をしてきたが、こうした一連の地域デザイン思考は、これからの地域プロデュース人材にとって欠かせない一つのナレッジだと思わ

れる。つまり理論フレームでありながら、デザインの具体的なプロセスでもあるからだ。

### (3) カタリスト(媒介者)としての自覚

イノベーションに介在する人材の媒介機能的役割として、インターメディアリイ(intermediary)や、インターメディエート(intermediate)など、さまざまな呼称が生まれているが、桜庭(2018)はそうした人材をカタリスト(catalyst)と総称している。

カタリストは単なる情報やナレッジの媒介者ではない。桜庭はカタリストを、情報価値の変容者<sup>11)</sup>としても位置付けている(桜庭 2018)。重要なことは、各自がそれぞれ知り得た情報を各自が咀嚼し、目的にかなった編集を行った上で、別の第三者に伝えていくという価値伝達の変容行為にある。限られた人的資源を最大化しなければならない地域創生事業に於いて、地域活動家たちは互いにアイデアを刺激し、ときにはモラルを鼓舞し合う関係性を築き上げなければならない。それが図3のinspire!につながるのである。そのためにはまず、一人ひとりがカタリストであるという自覚が求められることになるだろう。

### (4) 地域プロデュース人材育成プログラム

このような3つの能力を醸成するために、今回のプロジェクトでは「座学」・「フィールド調査」・「仮説構築」・「検証のためのフィールド調査」・「提案構築」といった5つのプロセスを経ることとした。ただ、地域活性化をストーリーで構築するという試みは使い古された感もあり、メンバーの中には不安を覚える者もいた。また逆に、エピソードの集大成でもあるCOZIKIプロジェクトへの過大な期待も寄せられた。さらに現代アートというクールであるべきコンテンツに対する興味が、対象としたタイではほとんど皆無であるという事前情報もあり、手探り状態からこのプロジェクト活動は開始された。

## 3 具体的なプロジェクト活動について

### (1) 杵岐及びタイに於けるフィールドリサーチの実施

座学については割愛するが、東京でのフィールド調査としては、COZIKIプロジェクトを推進する有限会社キリンジへのヒアリングが行われた。冒頭にもあるようにCOZIKIプロジェクト自体は、有人国境離島法に基づく滞在型観光促進事業の一環として実施されたものであるが、実態としてはその活動が杵岐市への誘客促進と滞在型観光の浸透につながってはいないことが漠然と認識された。表現活動と商業的なプロモーション活動は、並列的に行うことが難しい。行政はメディアとプロモーションを同列に見なす傾向があるが、メディアの制作者に過大なプロモーション効果の期待を寄せることはリスクにつながる。

壱岐への最初のフィールド調査は、2018年の11月に行われた。リサーチは壱岐市の白川市長をはじめとした市役所の方々へのヒアリングから、市井の多層な人々へのヒアリングをデプスインタビューの手法等を交えながら進められた。また、観光資源や各種の産業資源の実態もロケーションとともに調査した。調査結果は、以下の項目に集約された。

- ①古事記あるいは神話との親和性・関連性が、既存の観光資源からは視覚的に見出せない。
- ②上記の理由から神話をテーマとしたアートフェスティバル開催の整合性が難しい。
- ③混在する歴史的な街並や文脈が大きな物語としてまとめきれしていない。
- ④感覚に訴える美的な自然資源が豊富であるが、それらが点在するために埋没している。
- ⑤天然の食材が豊富にあるが、アレンジや加工力が弱い。
- ⑥規模の経済を追求しないことで、独自の付加価値性の高い商品が存在する。
- ⑦行政指導あるいは誘導（他地域からの資源・資本導入）による各種の振興事業の不安定化。その反面で移住者と地域構想家によるフィードバック効果が生まれつつある。

一方でタイのバンコクでも12月にフィールド調査を実施した。これについての調査結果は以下の通りである。また、バンコクと日本を中継しながら、想定される女性ターゲット層とのグループインタビューも行った。

- ⑧タイの20代後半～30代前半の女性層にとって、日本はクールな対象ではない。
- ⑨壱岐や福岡を含めて九州の観光的な知名度は低い。対称的に韓国ソウルへの人気が高い。
- ⑩現代アートへの関心は一般的に低い。読書人口も少なく、歴史的なものへの関心も低い。
- ⑪都市文化が形成されつつあるバンコクでは、現代アートへの関心が高まりつつある。バンコクアートビエンナーレ（BAA）の開催が、ひとつのムーブメントを起している。
- ⑫バンコクに集中する知的及び経済的水準の高い女性層にとって、日本は文化的な興味の対象である。価格的なネックもあるがLCC便の福岡路線開通が変化点ともなり得る。

詳細は省くが、壱岐での行政指導による外部知資材投入を核とした滞在型観光の誘致事業及び雇用機会拡充事業は、COZIKIプロジェクトを含めて大きな成功事例に結びついていないという状況が改めて確認された<sup>12)</sup>。ところが

地元レベルでは、地域構想家ともいべき地域住民と移住者などが化学反応を起こし、新たな経済文化活動が胎動しつつある<sup>13)</sup>。また、JAPAN EXPO THAILAND<sup>14)</sup>といった海外でのクールジャパン関連イベントが、盛況といわれながらも大きなトレンドとはなり得ていないという現実が明らかになった。上意下達型の事業は内外ともに行き詰まりを見せている。

## (2) 仮説の構築及び検証のためのフィールドリサーチ

最初のフィールドリサーチを終えたプロジェクトチームは、仮説の構築へとプロセスを進めた。仮説構築にはZTCAのデザインフレームが用いられた。

①の問題に関しては、コンステレーションデザイン、すなわちエピソードメイクで対処することが想定された。④にあるような豊富な自然資源（特異な岩など）が有する視覚的な効果と組み合わせる。それによって点在する自然資源を神話という「何らかの意味あるつながり」によって結び付けることが可能となる。同様に③にはゾーンデザインが応用された。ちなみに、街並は英語ではhistoric streetと呼ばれる。つまり、独自の歴史が視覚的に伝わる街路を表している。実はこうした街路が壱岐の北東部に位置する勝本浦には僅かに存在する。残念ながら行政や観光協会は、この貴重な観光資源価値に対して冷淡でさえあるようだ。旅行者は「インスタ映え」のみを求めるのではない。街並の散策こそが旅の密かな楽しみでもあるからだ。そこに誰も気づいていないのが、壱岐にとっての問題かもしれない。こういった議論がメンバー内では交わされた。しかも勝本浦の沖合には辰の島という、エメラルドブルーの海と白砂のまばゆい無人島が点在している。そこで勝本浦の「まちなみ」と辰の島の「自然」をゾーンデザインすることで、独自のゾーンを創出し壱岐の観光価値を高めることがテーマともなった。こうした経緯で以下の仮説が構築された。

- ⑬勝本浦地区と辰の島を含めた地域を独自のゾーンとして位置付ける。特に勝本浦はアルベルゴ・ディフーズ<sup>15)</sup>型の観光開発を将来的には指向する。
- ⑭芦辺浦地区でゲストハウスを運営する「みなとや」のスタッフを中心としたアクターと行政及び壱岐ビズを運営するスタッフ等をアクターとする人たちをアクターズネットワーク化させていく。有料観光ガイド事業等の新事業を構想し実現させていく。
- ⑮神話をテーマとしたCOZIKIプロジェクトによる現代アートのアートフェスを、勝本浦と芦辺浦の再生古民家を会場として開催させていく。
- ⑯APU（立命館アジア太平洋大学）のOBやOGを対象として、タイと九州を結ぶアーバントライプを構築して、知的水準と経済水準の高いタイ（主にバンコク）の若年

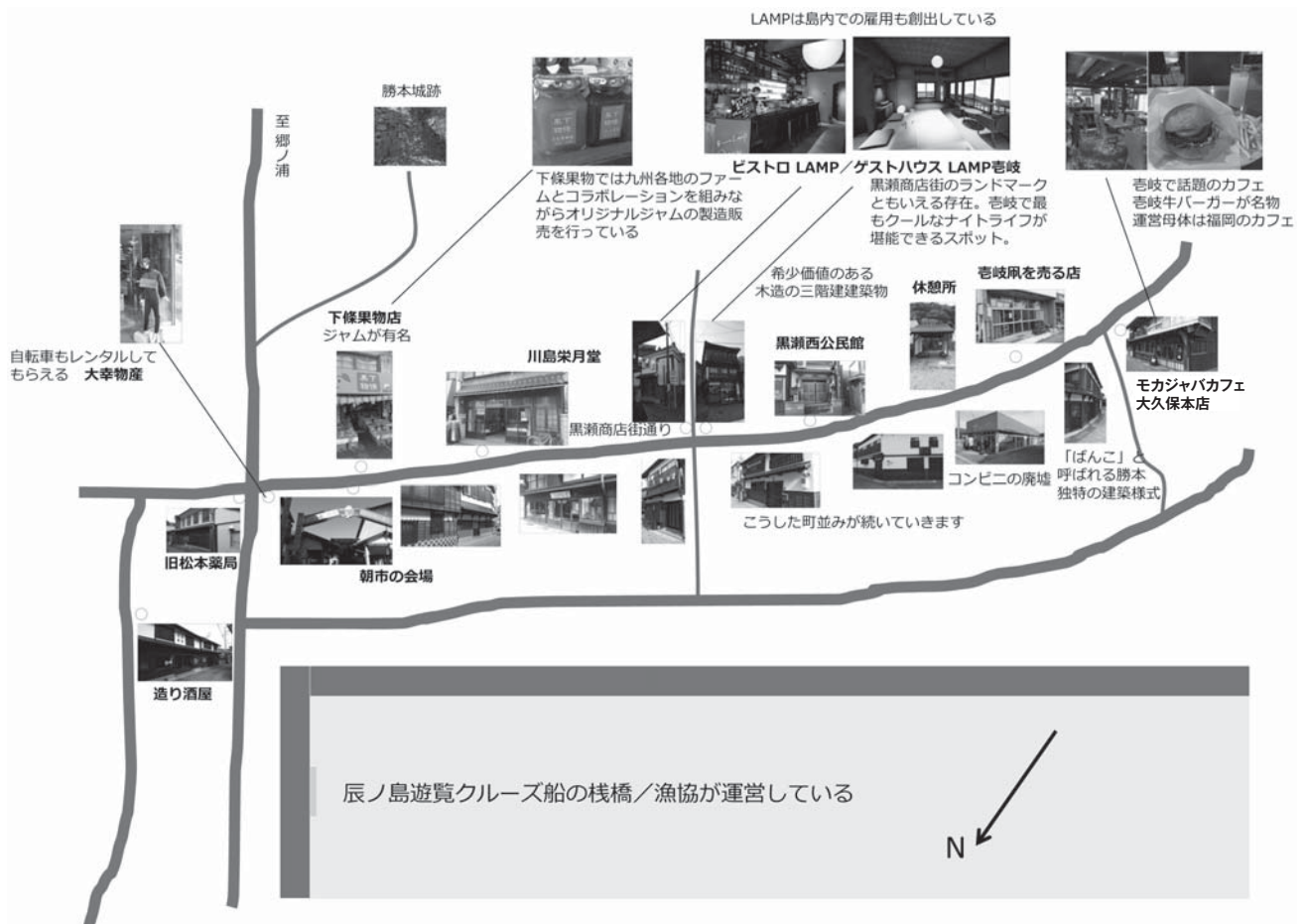


図4 勝本浦の「まちなみ」

アートフェスの会場としてLAMP及びカフェ大久保本店からの協力要請を取り付けた。LAMPの店内と大久保本店の二階スペースが会場として可能。

男女層を取り込んでいく。特に福岡在住の若いタイ人への働きかけを強める。

上記の仮説をもって、プロジェクトメンバーは検証のためのフィールドリサーチを再び壱岐で実施した。結果的に仮説は前向きに具体化しつつある。

まず、勝本浦と芦辺浦といった「まちなみ」でアートフェスを開催するプランについては、勝本浦のカフェ「大久保本店」<sup>16)</sup>とビストロ「LAMP」<sup>17)</sup>といった地域店舗の協力体制が得られた。芦辺浦では「みなとや」グループの協力の基に、会場設営も可能となった。アートフェスの開催については、地域のビジネス支援団体である壱岐ビズ<sup>18)</sup>や、長崎県壱岐振興局管理部地域づくり振興課の応援も得ることができた。壱岐ビズのスタッフと、「みなとや」メンバー等のアクターをネットワーク化させるベースも整いつつある。もちろん、地域のアクターがプロデューサーとしてフォーミュレーションを組むことはやぶさかではないが、今後継続的に本大学院の院生を核とした関係者がプロデューサーの一員か、あるいはエキスパート(海外プロモ-

ーション等)として参画をしていくことが望ましいと思われる。新事業提案としては、有料ガイドビジネスが地域の主要なアクターに提案された。有料ガイド事業は、「まいまい京都」など各地で注目の新ビジネス形態である。壱岐ビズをはじめ、「みなとや」メンバー等も、エンターテイメント要素の強い観光ガイドビジネスのコンセプトに共感をしていたが、移動交通手段の確保とそれに伴う費用の発生等、解決すべき問題も多い。

#### 4 終わりに——残された課題と今後のプロジェクトの展望について

本稿の現執筆段階に於いて、本プロジェクト活動は最終プロセスである提案構築の過程にある。タイでのアーバンライブの構築に向けては、タイ語によるweb情報の配信が2月の初旬にスタートした。タイ国内で「壱岐」を検索した場合には詳細な観光情報が見られる仕組みとなっているが、効果はまだこれからである。時間的に限られていたという制約はあるものの、海外向けのプロモーションが手薄となった感は否めない。

沓岐に在住する様々な地域活動家（アクター）同士を結ぶアクターズネットワークの構築に関しては、距離的な障壁もあって簡単には進まないが、COZIKIプロジェクト、行政、沓岐在住の地域活動家の総体をそれぞれアクターとして仮定した場合、広い意味でのプロデューサー的な役割を、事業構想大学院大学のプロジェクトメンバー各位は果たすことができたと見えよう。これは各自がカタリストの概念を理解し、メンバー内での役割（エキスパートやコーディネーター）を務めてくれたことが大きい。

古代ロマンを訴求する観光事業戦略を主軸とする沓岐であるが、実態としては漁業を稼業とする浦地区と、散村で農業を営む山間部地区という生活様式がまったく異なる2つのコミュニティが凝縮された離島であり、歴史的な文脈はむしろ江戸期以降に偏在している。活かすべき資源は急造された真新しい弥生式住居のレプリカよりも、そうした浦の伝統的な町家が続く小径であり、散村の田園風景にあるようにも感じられる。エピソードメイクはおそらく近現代史に集約されることになるだろう。本稿では触れなかったが、焼酎や地コーラ<sup>19)</sup>、ジャム<sup>20)</sup>といった特産品に関する考察も取り掛かりの途中にあり、こちらのエピソードメイクを含めたコンステレーションデザインも今後の課題である。できれば、「座学」・「フィールド調査」・「仮説構築」・「検証のためのフィールド調査」・「提案構築」といった5つのプロセスを通して、沓岐地場産業の六次産業化等の検討を次年度に実施していきたいとも考えている。グローバルで通用する地場産業の六次産業化は、沓岐の豊富な農産資源を想定した場合、可能なものとも思われるからだ。活動の継続を期待して止まない、というのが偽らざるプロジェクトメンバーの想いでもある。

#### 注

- 1) 古事記の国産み神話において、沓岐島は天比登都柱（アミノヒツバシラ）として高天原と地上を結ぶ要所として記述されている。
- 2) 月神は海の民である古代沓岐の人々にとっての信仰の対象でもあり、古事記ではイザナギの右目から生まれた月の神である月読命（ツキヨミノミコト）を指す。
- 3) 寺田克也、河村康輔、天野喜孝、藤沢とおる等が参画している。とくに寺田克也は沓岐の海岸でライブドローイングのイベントも行っている。
- 4) 内閣府知的財産戦略推進事務局（2018.3.30）『クールジャパン人材育成検討会最終とりまとめ』45-47頁。
- 5) ここでのストーリーテリングの要素とは、予め決められた予定調和的な物語のプロットを意味している。つまりエピソード自体が凡庸なストーリーのなかに取り込まれてしまう可能性を指摘している。
- 6) ステッカー（Stecker 2010）によれば、快の判断のうちには、他者もそれと同様な判断もしくは反応をするべきだという要

求が含まれている。つまりその主観は同時に多くの共感が伴うことが要せられる。

- 7) 東京都文京区と台東区にまたがるゾーン。昭和戦前期の下町に於ける山の手としての文脈が快の判断を醸成させている。
- 8) 原田・古賀（2016）は、トポスには人に対してイメージや記憶を強く定着させる特徴があるとしている。
- 9) 原田（2016）は、コンステレーションを社会心理学の専門用語としての、長期記憶という概念で取り上げている。
- 10) 地域構想家の定義とは、地域固有の物事を考え、発想し、組み立て、実践し、そのことが地域社会に役立つことを行う者としている。
- 11) 桜庭（2018）によれば、生産的なコラボレーションの間には、自らの「信頼」を賭して「A者」と「B者」間の情報に付加価値を与えながら人為的に繋ぐカタリスト「C者」の存在があることを指摘している。
- 12) 2017年4月に施行された有人国境離島法の4つの施策の一つである雇用機会拡充事業を活用して、沓岐市では24の事業が採択され78名の雇用が創出されたが、2018年の秋現在、ゲストハウス等の主要事業に於ける雇用は減りつつある。特に外部資本による新事業は苦戦を強いられているのが現状でもある。
- 13) 地元の人たちが主導して起業した事業では、芦辺地区に於けるゲストハウス「みなとや」の盛況など、移住者を巻き込んだ新しいムーブメントが起こりつつある。
- 14) バンコクに於けるAKB48のコンサートは盛況と伝えられつつも、アイドルメインのJ-POPは世界的なブームを呼んでいるK-POPに比べて大きく見劣りがされている。
- 15) Albergo Diffuso。イタリア語でアルベルゴは「宿」を、ディフューズは「分散」を意味する。兵庫県丹波篠山市におけるNIPPONIAグループによる展開のように、小規模な市町村では古民家を改築したアーベインなホテル、土地の原産品を活かしたフレンチやイタリアンの飲食店やカフェなどを分散的に配置（アルベルゴ・ディフューズ）して、地域全体をひとつのプレミアムなエリアとする戦略が効果を上げている。
- 16) 図4を参照。
- 17) 図4を参照。
- 18) 2017年夏に、沓岐市は中小事業の売上アップと創業の支援に特化したコンサルティング機関『沓岐しごとサポートセンター Iki-Biz（イキビズ）』をオープンさせた。現在2名の専任スタッフと1名のボランティアスタッフによって運営がされている。
- 19) 沓岐原産のシナモン等を素材とした炭酸飲料水。地サイダーが各地でブームであるが芦辺の「みなとや」ではあえて地コーラづくりに挑戦した。
- 20) 勝本浦にある下條果物店のオリジナルジャムを指す。ここの「夏みかんジャム」を食した作家の吉本ばなな氏が、「生涯で一番美味しいジャム」と絶賛したことで、密かな人気が広がっている。

#### 参考文献

- 原田保・古賀広志（2016）「地域デザイン研究の定義とその理論フレームの骨子」地域デザイン学会誌『地域デザイン』7, 18-19。
- 桜庭大輔（2018）「イノベーションを導くカタリストとプロデュース理論について」地域デザイン学会誌『地域デザイン』11, 277-279。
- Stecker, R. (2010) *Aesthetics and the Philosophy of Art*, Rowman & Littlefield Publishers, Inc. (森功次訳『分析美学入門』頸草書房, 2013年)

## Human Resources Practices of Training Education Project in Iki

Tadayasu Aoyama

### Abstract

In this graduate school, in response to the a request from the cabinet office, I worked on a human resources education program aimed at regional development utilizing the practices of Iki. The purpose of this study is to contribute to the regional development of Iki with Cool Japan as its subject. It lies in raising the creative ability of the graduate students who participate through them further. Future prospects based on a record-keeping of project activities for up to three months are also discussed in this report. The project's great achievement was made by putting theory into practice.

Keywords: episode make, ZTCA, actors network, catalyst