

# 人文学部心理学科 社会・産業系 ゼミのつくりかた

## 演習案内 Seminar Guide



---

広報／メディア／地域づくり 地域の魅力をほりおこし、地元の誇りをわかちあう

---

地域づくり コミュニティ・ケアの方法を知る

---

ブランド／マーケティング 商品・サービス、ブランドづくりを学ぶ

---

表現文化 ファンのこころをとらえるアーティストの作品づくりを学ぶ

---

京都先端科学大学 [旧京都学園大学] 君塚洋一研究室  
KYOTO UNIVERSITY of ADVANCED SCIENCE KIMIZUKA LABORATORY

京都先端科学大学

人文学部心理学科社会・産業系ゼミ（基礎演習／専門演習）では、「社会からこころを考える」、「学科の学びを社会に役立てる」ことをめざし、本や資料・データを読み込む「教室の学び」と、社会調査や地域・企業の課題解決に参加する「現場の学び」の双方にとりくみます。これまでのゼミ生たちの活動から、真摯でアクティブなゼミの空気を感じとってください。

## □ 地域づくり：コミュニティ・ケアの方法を知る

地域の人々のこころのよりどころとなる「居場所づくり」を学ぶ

■ 家庭・学校・職場のすきまをつなぐ居場所づくりを：ワークライフバランスが求められる時代だからこそ、家庭や学校、職場の間にあって、地域の人々のこころのケアにつながり、誰もが温かく見守られるなかで生きられる手助けをする「居場所づくり」が必要だ。人がコミュニティをケアし、コミュニティが人をケアする、そんなしくみづくりを学ぼう。

▶ 亀岡のまちづくりリーダーのとりくみ：亀岡のまちづくりリーダー・松尾清嗣さんのお話を、ご自宅兼コミュニティハウス「和の家」で伺う。松尾さん自身、会社を早期退職して地域に知り合いが少ないことに気づき、「和の家」で多くの催事を開いて地域の方々の居場所をつくりました。それがおじさんたちの集まる今の「たそがれカフェ」の構想に発展したそうです。そんな活動が、地域の方にも松尾さんご自身にも有効なこころのケアになっているのではと思います。

（嘉村奈保子）



自宅兼コミュニティハウス「和の家」にて、松尾清嗣さんより亀岡での居場所づくりの話をお伺い。

## □ ブランド／マーケティング：商品・サービス、ブランドづくりを学ぶ

消費者のこころをとらえる商品・サービスの開発の方法をかいま見る

■ 心理の学びを消費者のこころに寄り添う商品づくりにも活かそう：消費者のこころをとらえる商品やサービスを開発する人たちは、どのような発想でそれにとりくんでいるのだろうか。

お金を払えば好きなモノが手に入る時代に、消費者のこころに寄り添うことをめざし、アイディアを新しい商品やサービスにくみだてるプロの手法に学び、社会に役立つ心理学の応用を考えよう。

▶ 京都の高級そば店主のメニュー開発：桂の高級そば店主・中村隆兵さんをインタビューして、京都に誇りをもちつつ模索を続けるのが京都の料理人なのだなと思った。隆兵さんがたどり着いた「水の料理」というテーマは、古きよき京都らしさを残しつつ、コース料理の蕎麦という新しいメニューにもつながる。

蕎麦茶をつかった焼き菓子など、当初はうまく行かなくても次につながるようアイディアを温め続け、最終的にお客様に喜んでもらえることに実らせる姿勢がすばらしいと思った。（高原季里）



桂の高級そば店主・中村隆兵さんより蕎麦茶を使ったサイダーや焼き菓子の開発の話をお伺い。

## □ 表現文化：ファンと想いをわかちあうアーティストの作品づくりを学ぶ

作品表現の不思議を知り、社会におけるこころの交流を考える

■ 作品を通じて想いをわかちあう。作品づくりから社会とこころが見える：失恋、挫折、ままたらぬ思い。人生の喜怒哀楽を作品表現にこめるアーティストたちは、どんな思いで作品をつくり、何を考えてファンにパフォーマンスを披露しているのだろうか。

作品を通じてファンと想いをわかちあうアーティストのこころやとりくみを知ることは、社会におけるこころの交流のしくみや、自分自身のこころを見つめ直すことにもつながる。

▶ シンガー・ソングライターの表現活動：シンガー・ソングライターのガンジー石原さんは自分の好きな仕事だけを選び、興味をもったらすぐに動き始める勇気と行動力の持ち主だと感じた。

コミュニケーションが苦手な人が嫌いだからこそ「ぼくがいなくていいときに楽しいことがあったら悔しい」とあえてメディアやミュージシャンの仕事を選び、人とかかわることを仕事の一環と考え、自分自身を見つめ直し、克服しようとしたのではないかと思った。（高原季里）



ユニークなシンガー・ソングライター、ガンジー石原さんより曲づくりや音楽雑誌の編集の話をお伺い。

## □ 広報／メディア／地域づくり：地域の魅力をほりおこし、地元の誇りをわかちあう

住む人々のころのよりのところとなるまちの魅力を新鮮なまなざしで発見し、メディアを通じて来街者・住民など内外の多くの人に伝え、地元の誇りをわかちあう

### I. フィールドワーク

自分の足で歩き、  
地域の息づかいを肌で感じる

#### ■ 地域を歩いて体験し、みんなで話し合う：

地域を知るには何よりも自分の足でじっさいに歩いてみるのが大切だ。地元を知る方の案内を仰ぎ、時間をかけてあちこちを訪ね回り、地形や街並み、建物や人々のようすから歴史の痕跡や街の変化、コミュニティのいまを感じとる。ツアーの終わりにみんなで話し合い、印象や感想を付箋などに書いてプロットしておく。

#### ▶ 「京都より京らしい」亀岡の城下町めぐり：

明智光秀が開いた亀岡城下町は、当時の街並みをそのまま残していると聞いて驚いた。町家やお寺など、住まう方の生活圏のなかに古きよき家並みがあちこちに残り、開発の進んでしまった京都よりも京らしいところではないかと思いました。（関怜次）

#### ▶ 清らかな水が京の特産物をつくる：

亀岡城下町の地下水の流れる古世親水公園にはエビや魚が泳ぎ、いまだに野菜を洗うこともできて、街なかにありながら自然が残り、子どもが遊びながら育つことができる場所があちこちに残っていると思いました。

水道水もそのまま飲めるほど水のきれいなところで、それを活かして醤油や京野菜など、京都の特産物をつくることできるのは大きな利点だと思います。（高原季里）



亀岡城下町の観光案内も行う松尾清嗣さんより、明智光秀が築き、二度にわたる破壊から城壁のみ復元された亀山城址の説明を聞く。



清らかな地下水の流れる亀岡城下町の通称「洗い場」。エビや小魚が泳ぎ、野菜を洗うことができる。

### II. 企画立案

発信する媒体を選び、  
とりあげたい内容を企画にまとめる

■ ターゲットに届く企画を立てる：興味を感じたテーマをネットや文献で下調べて企画書にまとめる。媒体（冊子・SNSなど）を誰に見てもらうか、最初の企画案をみんなに説明してディスカッションをくりかえす。

▶ 媒体づくりの方針で悩む：「これから何をするのか。亀岡か京都のことを、映像・冊子・SNSのどれで発信するのか？ ターゲットは誰に絞るのか（修学旅行生・若者・大人）。

そこから悩みまくり、話し合いの結果、今日はとりあえず冊子、ターゲットは観光客ということで、亀岡と京都は、うーん、どっちにも絞れず……もう両方しましょう。2つやるのは大変だけど頑張らしましょう」と当時のノートに書いてありました（笑）。（高原季里）

#### ▶ 亀岡の観光広報誌「京のよしみち」の企画案：

亀岡の四季を味わう行事食  
“日常”宝箱 H 商店街をぶらり  
ぬくもりと共存する保津町  
京の里山で吹きガラス体験  
幻の「京藍」を染めよう



保津町のほづあい研究所での藍染体験。ハンカチを染めて干す。



保津町のガラス工房「カローレ」で吹きガラスを体験する張さん。

### III. 予備調査

場所を訪れ、人に会い、自分で体験して、  
記事のアピールポイントを明確にイメージする

#### ■ 現地で下調べを重ね、企画を具体化する：

じっさいにコンテンツで見せるのはキーパーソンの談話か、催事などのとりくみか、施設の内容か、ユーザーの体験談か、アンケートなどのデータか、まちや物産のビジュアルか、地図のモデルコースかなど、ターゲットの関心をひく「切り口」を明確にするために、自分の足で現地を訪れ、予備取材をして企画にリアリティをもたせる。

▶ 下準備ができるとみんなが動き出せる：自分が「こんなことをやりたい」と考えるだけでなく、それを実現するには何を準備すればよいのかを真剣に考える必要があり、それができてはじめて自分やゼミ全体が動き出せるのだと知った。

亀岡のあずきの里という和菓子店で馬路大納言の農家さんに予備取材したが、アポ取りの電話では緊張して企画をうまく伝えるのが難しかった。「入念な準備が良作をつくる」とわかった。（関怜次）

#### ▶ 保津町のガラス工房で吹きガラス体験：

保津町に移住したご夫婦が営むガラス工房カローレさんに吹きガラスの体験に行く。金属の棒に息を吹き込み、先端のやわらかく熱いガラスに空気を入れて膨らませる作業はなかなか難しかった。竈の火も1,200℃と熱く、近づくと顔がひりひりした。

初めての経験は楽しかったし、15分と短時間で手軽に体験でき、観光客へのアピールになるとわかった。（高原季里）

#### ▶ レトロな商店街を魅力的に見せたい：

まちづくりコーディネーターの松尾清嗣さんから、亀岡H商店街の活性化のとりくみで地元の王地山（まけきらい）稲荷にちなみ、巻き寿司づくり、コーヒー豆の選び方、投資入門など、各店自慢の出し物を集大成する「まけきらいゼミ」を教えてくださいました。

レトロな街並みにインスタ映えするようなユニークな魅力のスポットを発見していきたいと思った。（嘉村奈保子）



人見博子さんの渾身の指導で行事食のさば寿司が完成。初めてとしては関くんは筋がよかった。



#### IV. インタビュー・撮影

できごとに立ち会い、人の語りに耳をすませ、大切な一瞬をビジュアルと言葉に

■ **役割分担を決め、取材を行う**：2人以上でインタビュー、記録、撮影など役割分担を決め、アポイントを入れて約束の日時に訪問する。調査目的にてらしてあらかじめ質問項目を設計し、カメラやICレコーダーの準備をする。相手の話に反応し、出てきた情報をさらに深く掘り起こせるよう、あらかじめ細部まで丹念に勉強しておく。

▶ **亀岡の行事食を体験取材**：正月のおせちやひな祭りの菱餅をはじめ、四季折々に家庭で作る行事食の伝統を守ろうと、市民向け講習会を30年近く続ける「亀岡市行事食研究会」の試食会を取材させていただいた。

メニューは亀岡祭の時期に食べるさばの押し寿司で、私たちが作らせてもらった。さばを押し枠の中にきれいに敷き詰めるのに苦労したけれど、会のみなさんといたく押し寿司は格別の味だった。(関怜次)

▶ **地域のよさを写真1枚に込める**：亀岡祭、H商店街、保津町の藍染工房やガラス工房など、写真で亀岡を表現することがとてもむずかしかったです。体験も場所も、亀岡や保津のよさが伝わる「この1枚」を選ばなければならなかったのです。それがたいへんでした。

でも、撮影のとき、人の表情や光の加減を工夫して、それがうまくいったときの達成感は大きかったです。

(嘉村奈保子)



亀岡市行事食研究会の人見博子さんの指導でさば寿司に挑戦。

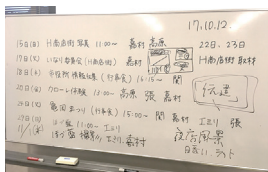
#### V. 記事作成・編集

インタビューや調査をもとに記事の原稿を執筆し、誌面を編集する

■ **誌面の割付にそって記事を書き、写真を配置する**：インタビューの記憶が新鮮うちに発言録を作成し、デザイナーさんのサポートを得ながら、誌面割付で出された文字数で記事の原稿を執筆する。媒体のユーザーはまずビジュアルとタイトルから見るため、写真は多めに撮って効果的なものを厳選し、タイトル・ワークにもこだわりぬく。

▶ **人の温かみやレトロな空間を表現する**：H商店街という面の広がりたくさんのお店をもつ対象を取材して、目で見るができない人間関係の温かみや空間を表現する写真やキーワードを考えるのが大変でした。

誌面の中でレトロな雰囲気を出すために、デザイナーさんのアドバイスで写真を撮り直しに行き、原稿やタイトルを何度も修正してブラッシュアップしていきました。(嘉村奈保子)



10月、ようやく取材本番のアポイントメントと役割分担が決まる。



亀岡城下町H商店街のパン店ポワールに取材に向う。



いつものゼミ教室で、付箋紙を使った春学期のふりかえり。

#### VI. 刊行・公開

完成した媒体を広く告知・配布し、反響を聞いて次のプランにつなげる

■ **協力者・関係機関に現物を配布、SNS・ネットで告知を行う**：完成した媒体は、読者に読んで役立ててもらおうと幅広く告知・配布する。取材に協力してくださった方々を訪問して現物をお渡ししてお礼を伝える。SNSやHPでリリースし、地元行政や観光協会・商店会・商工会議所など関係機関にも配布する。感想や指摘をいただいで活動をふりかえり、次のプランにつなげる。

▶ **メディアづくりで出会いが生まれる**：冊子作りは貴重な体験でした。企画を立てたり、楽しいときもあったけれど、地域の広報媒体として正確な情報を集めることが必要なため、責任を感じました。

でも、取材をはじめ、たくさんの方々と出会えたことはほんとうによかったです。協力していただいたみなさま、ほんとうにありがとうございました。(高原季里)

▶ **自分自身の楽しさが誌面にあふれる**：保津町の工房での人生初の吹きガラス体験はすごく楽しかったです。息を吹き込むと、ガラスが膨れていく様子が面白かったです。世界でただ一つのコップを作る体験は貴重でした!(張晶/中国)

▶ **いろいろな人とのコミュニケーションを学ぶ**：この冊子制作では、いろいろな人たちとコミュニケーションするための多くの知識と方法を学ぶことができて、それがいちばんの収穫です。(エミリ馬家慧/マレーシア)



完成した観光広報誌「京のよしみち 亀岡・保津の彩り」。亀岡市役所、亀岡市観光協会、取材した店舗など各方面に配布、すべて捌けた。

ゼミの学びや遊びは、週1度の授業では終わりません。  
メンバーの気持ちが高まれば合宿に出かけたり、「自主ゼミ」をつくり、  
授業の外で仲間と自主的に動くところが学びや成長につながります。



南丹市美山町かやぶきの里。50戸近くの茅葺き民家が現存する。

## ゼミ合宿

未知の土地に学び、チームワークを深める

■ **よその地域の魅力を知り、非日常のなかで親睦をはかる**：地域づくりやまちの魅力の点で参考とすべき別の土地を探訪し、その地の魅力や課題を学んで、ゼミの調査対象地を新たなまなざしで見つめるとともに、自然とふれあえる場所に宿泊してゼミ・メンバー同士が親睦をはかる。

- 合宿地：京都府南丹市美山町北 かやぶきの里、美山町福居見館
- 目的：ゼミで制作中の「亀岡・保津の観光広報媒体」制作の参考とするため、長年、茅葺き集落の保存のとりくみが行われる南丹市美山町・かやぶきの里を訪れ、茅葺き家屋保存の現状や移住した藍染作家の活動を視察する。
- 訪問先：ちいさな藍のミュージアム（藍染作家・新道弘之さんの工房と世界各地の藍染の展示）／美山民俗資料館（茅葺き民家のでかつての暮らしを再現する生活道具、農具を展示）など
- 活動時期：2017年9月



かやぶきの里の藍染作家・新道弘之さんに、エミリが保津町で染めたワンピースを講評いただく。



かやぶきの里の上流、福居見館の宿前の清流。小さな川魚が釣れて大喜び。



福居見館の大きな貸別荘に宿泊。夜は嘉村さんのトランプ・タワーづくりが止まらず(笑)。

▶ **日常をはなれ、会話も弾む**：美山の合宿では、きれいな自然に囲まれながらのバーベキューや、かやぶきの里の見学で、日常生活とは離れた体験をすることができました。同じゼミ生同士の会話も弾み、仲良くなる絶好の機会ともなって、とても楽しかったです。（関 怜次）

▶ **自然の中でゆるやかな時間を**：美山かやぶきの里は、川が綺麗で自然豊かな場所でした。かやぶきや藍染のことを見学しながら学ぶことができ、のんびりとした時間を過ごすことができました。（高原季里）

▶ **ゼミの団結が強まる**：取材だけでなく探索したり、川で遊んだりして多くの時間を共有したこの合宿で、ゼミ内の団結力がより強まったと思います。学ぶだけではなく笑顔が多かったので、カメラで写真を撮るのもとても楽しかったです。（嘉村奈保子）

## 自主ゼミ

テーマをもって授業をはみだすからこそ、思わぬ奥深さに出会える

■ **授業をはなれ、なじみの仲間と気ままにテーマに迫る**：有志が集まり、週1度のゼミだけでは尽くせない活動を自由に展開する。ゼミのなじみのメンバーたちと、遊びとも学びともつかない(?)地域の探訪、インタビュー、店舗やスポットの訪問、勉強会など、テーマがあるからこそ一緒に楽しめる、気ままな自主活動を。

- 名称：「亀岡のよさを伝え隊」
- 目的：専門演習3～4回生数名をメンバーに、前年度制作した観光広報誌でとりあげられなかった亀岡の魅力あるスポットや催事を追加取材する。
- 活動期間：2018年9月～12月



太秦キャンパスでの課外打ち合わせ。3回生・河辺くんの企画をサポート。



「かめおか霧の芸術祭」のシンボル館「KIRI CAFE」。古民家に水色のペイントが鮮やか。



みんなのため撮影に回ってくれた嘉村さん。丹波七福神のひとつ、亀岡盆地を一望する耕雲寺にて。

▶ **ワークショップ「霧の中のクレープ」の取材**：2020年まで開催予定の「かめおか霧の芸術祭」のシンボル館「KIRI CAFE」（亀岡市千歳町毘沙門向畑）で行われたワークショップ「霧の中のクレープ」を取材。30人ほどの参加者が順番に具の入ったクレープを渡され、匂いをかいだりさわったりして食べ、中に何が入っているかを当てる。そして、自分が感じた味を言葉で表現し、クレープにタイトルをつけて発表しあうプログラムでした。

鶏肉や菜の花、キノコ、黒豆、卵など亀岡の食材を使い、霧の深い地域の恵みについて五感を駆使してイメージしてもらった趣向が素敵でした。（高原季里・嘉村奈保子）

4 回生の専門演習では各自が自分自身のテーマを立て、調査や制作を行い、教員や学生とのディスカッションを通じて卒業研究をすすめます。これまでの卒業研究のおもなテーマは以下のとおりです。

### 1. メディア・コミュニケーション／広告広報

「ウォークマン」のオリジナル広告を考える  
 現代社会と宣伝戦略：缶コーヒー市場からみる広告の影響  
 多様な成功事例から考える今後の広告の役割：スキになる。広告  
 ストリート・ファッションの発展におけるオンライン・メディアの影響

### 2. 作品表現と文化・コミュニケーション

HIPHOP：格差社会への文化的抵抗  
 音楽 CD の文化は生き残ることができるのか  
 アーティストのイメージ戦略とファンにおけるその受容  
 : EXILE にみるヤンキー文化のマイルド化  
 韓流ドラマと日本人の韓国観

### 3. 地域づくり／ブランド戦略／プロダクト&サービス

現代アニメを使用した地域の宣伝方法と効果  
 ここにしかない価値を全国へ：地域ブランドという付加価値  
 亀岡の観光物産・PR 媒体におけるデザイン戦略  
 テーマパークの顧客サービスにおける感情労働の価値と歪み



完成した「京のよみみち」を持って記念撮影の一瞬間。



亀岡市・みずのき美術館にて。

## ■ 京都先端科学大学 君塚洋一研究室 あらまし

京都先端科学大学人文学部心理学科 君塚洋一研究室では、メディアやブランド、芸術文化などの分野で、私たちの「心のよりどころ」をつくるイノベーションやコンテンツを学生や市民、アーティストの方々とともに切り拓き、組織や地域の内外の方々のコミュニケーションと交流を活発にする「つながりづくり」を支援しています。

- 専門分野：メディア／コミュニケーション／広告広報／ブランド戦略／芸術社会学／ポピュラー音楽
- 研究室のおもな活動（実績例）

### A. 事業や広報におけるコミュニケーション課題の解決を支援します。

- ▷ 市民・消費者への広報の支援  
 亀岡市ホームページ・リニューアル支援など
- ▷ 企業のコミュニケーション戦略の支援  
 自動車部品メーカーホームページ・リニューアルなど
- ▷ 地域の特産物のブランドづくり  
 京都府福知山市夜久野町・蕎麦ブランド「丹波ノ霧」など



福知山市夜久野町の蕎麦のブランドづくりのパッケージ案。一番左の案に決まる。

### B. 学生や市民のメディアづくり・表現活動を支援します。

- ▷ 広報媒体を通じた地域の魅力の発信  
 京都桂・亀岡・保津の観光広報誌など
- ▷ 大学・地域連携による番組やコンテンツの制作  
 地域連携番組「Do!たんば Radio」など
- ▷ 学生の表現教育の支援  
 芸術系大学における広報教育、全国高等学校総合文化祭放送部門の審査など

### C. 作家・アーティストとともに芸術文化の媒体の編集や作品の制作を行います。

- ▷ 表現文化研究誌「URBAN NATURE」の刊行



「足もとの異文化を旅する」カルチャーマガジン「URBAN NATURE」第2号。