

第2回グローバル人材フォーラム  
 <第1部> グローバル人材育成にかかわる  
 連携5大学による報告・発表

2015年2月27日  
 京都産業大学  
 むすびわざ館

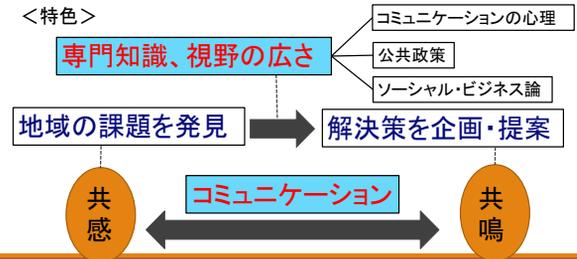
## 「地域公共政策士総合演習」

### 取り組み紹介

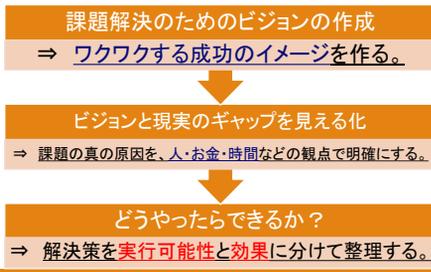
京都文教大学 総合社会学科 総合演習ゼミナール  
 (担当: 山本真一)

総合演習 グローバル人材資格プログラムの総仕上げとなる科目

<特色>



### 課題解決策を企画するステップ



ストーリー設計  
 課題解決策の



うじたん。  
 ~あの日来た宇治を忘れない~

観光マップ制作班  
 秋山智貴 東井恵莉  
 井口愛 掛水幹也 村上佑南

### 課題の背景

- ◆現存の宇治市観光イラストマップの広域さ  
 (観光集中区の細かい情報が少ない)
- ◆現地における情報発信力の不足  
 (観光案内標識がみづらい)



わくわくビジョン

「リユース・マップ」



利用した子供が大人になり家族を持ったとき、  
 再びこの地図を利用してもらうという**「好循環」**ができるような地図

## 観光マップ提案

### ◆コンセプト

「うじたん。～あの日来た宇治を忘れない～」

### ◆ターゲット

ファミリー層

### ◆ポイント

- ①子供が遊び感覚で地図の空白を埋められる
- ②平等院鳳凰堂以外の文化財の紹介
- ③3～4時間でゆっくり観光できるルート行程表作成



## 観光マップ完成予想図



・A3サイズを利用  
⇒ポケットに収納しやすく、持ち運びが簡単なもの

・携帯と連動できるシステム (QRコード等の取り入れ)



—京野菜ブランド・パワーアップ・プロジェクト—

岩崎 真己 相木 英里  
坂口 友佳 福笠 裕

## はじめに

何故、京野菜なのか？

- ・2013年12月“和食”がユネスコ無形文化遺産に登録
- ・増加する外国人観光客

→伝統を守る使命

→京野菜を利用した地域活性化  
=京都観光誘致に貢献



## 京野菜の現状問題

- 種苗の京都府外への流出  
→他府県産京野菜の問題

安価、大量生産が可能



京野菜のブランド力が危ぶまれている...!!  
=差別化の必要性

## 京野菜のブランドイメージ

- 歴史的なイメージ **強**  
+ 上品、高級品、非日常食品etc...
- 美味しさ、栄養価等の食材機能に関するイメージ **弱**

(生活科学論文「ブランドの意味性」に関する意識調査 2005年)

→ 歴史的・高級品のイメージを更に拡張

## 提案

## 京野菜 × 風呂敷

## なぜ？

## 京野菜 × 風呂敷

- 話題性  
目新しい企画には注目が集まる
  - 視覚  
これまでの京野菜は地味  
→ 京都らしい艶やかなデザインの梱包に
- 観光客  
+  
首都圏の中～上流層

## sou・souと京野菜のコラボ

sou・sou?



- 京都を本拠地とする和装製造販売のデザインユニット
- 斬新な和のアイテムを創造している
- コラボが多く幅広い層に人気
- 食と和柄デザインの融合に積極的に取り組んでいる

画像出典:『sou・sou』2014年12月22日