

あなたがプロデュース！ KYOTO和婚の魅力を世界に発信プロジェクト

1 目的・概要

現在、ウェディングツーリズムの拡大や京都府の外国人観光客数が増加傾向にある中、京都での和婚は外国人観光客からあまり注目を浴びていません。

そこで、本プロジェクトでは京都和婚を自然や美しい街並みをもつ京都で行う和の文化や伝統を取り入れた結婚式や写真撮りと定義し、目的を京都和婚の魅力を世界に広め、心に響かせるということに設定しました。私たちは世界に広めるためのPRを行うPR班、心に響かせるために実際に和婚のプロデュースを行うプロデュース班を構成しました。また、世界中の人々に和婚の魅力をSNSで発信し、関心を持った方が確かな情報を得るためのツールとして充実したウェブサイトの作成を最終目標にしました。目標達成のために和婚の魅力を直に伝えるPRイベントやプロデュースの企画、SNSにて情報発信を行い、和婚に興味を持つ外国人と京都和婚をつなぐ活動を行いました。



Annual Schedule

2018年	4月	京都和婚の現状把握とブライダル会社の広報戦略学習
	5月	フォトウェディングの仮プランを模索
	6月	アンケート実施と集計
	7月	和婚PRイベントと和婚プロデュースを企画
	8月	春学期の振り返り
	9月	イベントとプロデュース準備、ウェブサイトとSNSアカウント開設草案作成
	10月	イベントとプロデュース準備
	11月	イベント実施
	12月	プロデュース実施
2019年	1月	秋学期成果報告会



2 成果達成度

私たちのプロジェクトは最終目標にウェブサイトを作成して 300 の PV (PageView) 数を得ることを設定しました。この目標達成のためには外国人とコミュニケーションやコンテンツの作成において英語が欠かせない存在であることに加えて、外国人の視点を持ち、興味を持っていただけるようなツールを作成する必要がありました。そこで和婚 PR イベント、プロデュースを通して直接参加者に和婚の魅力を実感していただき、その様子を SNS で拡散することを計画しました。効果的な情報発信をするために、6 月に外国人が日本文化を調べる際に利用する SNS と和婚認知度の現状を調査するアンケートを同志社大学の留学生 93 名に実施しました。その結果、主に Facebook と Instagram を用いて日本文化を閲覧しているが、和婚の認知度は 3 割であるという結果が出ました。そこで本プロジェクトの Facebook と Instagram のアカウントを作成し、SNS で企画した世界に和婚の魅力を発信していくことにしました。その結果 377 の PV 数を獲得し (2019 年 1 月 5 日時点)、目標を達成することができました。以下ではイベントとプロデュース、SNS とウェブサイトについて詳しく報告させていただきます。

○イベントについて

和婚には儀式や和装の色、紋様に意味が込められています。例えば、代表的な衣装である白無垢には“あなたの色に染まります。”という意味が込められているといわれています。また華やかな色打掛にも職人による鮮やかな色と繊細な刺繍の紋様が織り込まれています。そこで美しい婚礼衣装に焦点を当てたイベントを企画したいと考えました。4 月の TAKAMIBRIDAL の方による広報戦略に関する講義でゲストがウェディングと幸せを結び付けられるような“ストーリー”をつくるということを教えて



いただき、日本にある物語『竹取物語』に登場する「かぐや姫」を引用してお姫様から和装のブランドイメージを確立することを考えました。ゲストとの距離を縮めていくためにイベントの構成はブランドイメージを確立する物語動画、和装した留学生モデルによるファッションショー、そしてゲストが着物に触れる時間の順にしました。また広報は“姫”という漢字を大きく記したイベント宣伝チラシを大学内で配布し、当日には 19 名の外国人の方が参加してくださいました。初めの物語動画では雅楽と英語での物語読み上げをし、ファッションショーではモデルの方の着物に織り込まれた紋様の意味を説明していきました。その後、計 5 着の着物を自由に観察する時間を設けましたが、この時間で参加者がそれぞれに気に入った紋様、色、着物を見つけていました。最後の白無垢と和婚の紋様に関するクイズでは参加者が正解を選ぶことができるほどに婚礼衣装について理解を深めることができました。終了後のフィードバックではイベント前には和婚を約 5 割の方が知らないとのことでしたが、イベントを経て和婚について参加者全員が理解し、興味を持ったという結果を得ることができました。

○プロデュースについて

外国人カップル 1 組に実際に京都和婚をプロデュースするという目標をもってプラン企画をしました。和婚に対してどのようなイメージを抱いているのかを調査するために外国人観光客の多い嵐山、京都御所、同志社大学の 3 か所にて街頭調査を実施して、ターゲットをアメリカ人、開催場所を宇治に決定しました。また Facebook やチラシで体験希望を募ったあと、アメリカ国籍と台湾国籍のカップルに和婚プロデュースを行うために企画を再度見直しました。体験者の 2 人に和婚について理解を深めていただくために独自に英語の説明パンフレットを作成し、当日まで当日ルートの確認や役割分担を入念に行いました。当日は新郎に紋付き袴、新婦には色打掛を着ていただき、寿タクシーを使用して宇治へ向かいました。職人によって作られた本物の婚礼衣装や京都を背景にした文化体験に喜ん

でいらっしやいました。こうした企画を通して、体験者から京都和婚についての生の声を聞くことができ、世界に発信するための視点を持つことができました。

○ SNS とウェブサイトについて

独自の活動で得たイベントやプロデュースでの写真を Facebook と Instagram アカウント、ウェブサイトにて紹介しました。また Instagram は写真からの視覚的な魅力を伝えることができるため、テーマごとに和婚に関する写真の投稿をしました。そして、ウェブサイトでは投稿を見て和婚に興味を持った外国人がより詳しく知ることができるように和婚の情報を英語の記事にして報告していきました。



3 プロジェクトを通じて



京都和婚には定義がないため、メンバーで何度も定義付けについて話し合いました。知識がなかったので難しいことがたくさんありましたが、知らないからこそ京都や婚礼、外国人について知ろうと能動的に活動することができたと思います。自分たちで必要なデータ収集のために実態調査を行い、自分たちの企画を実行する、そして世界に発信するという経験ができる授業は他にありません。先生にすべて頼ることもできなければ、正解もないこの授業で学生の私たちは自ら考え、行動をすることを学びました。

また、和婚 PR イベントや和婚プロデュースを通して多くの笑顔に出会い、婚礼という幸せの門出を美しい和装と京都の街並みで迎えることの魅力に私たち自身気づかされました。



編集後記

私たちのプロジェクトには個性豊かな学部も異なるメンバーが集まり、活動を進めていく中で意見が衝突することも多々ありました。しかし、その分どのようにすれば私たちの京都和婚を伝えることができるのかについて一所懸命に考えることができました。自分で調査を行うこと、企画を成功させるには多くの協力と準備が必要なこと、これらは普段の授業からは学ぶことができないことです。試行錯誤を重ねたプロジェクトでしたが、自分で動かす授業は新鮮で面白さがありました。個人によって学んだことは様々にあると思いますが、必ず今後役に立つ貴重な経験をさせていただいたと確信しています。最後になりましたが、私たちのプロジェクトに関わってくださった皆様に感謝の意を表します。本当にありがとうございました。

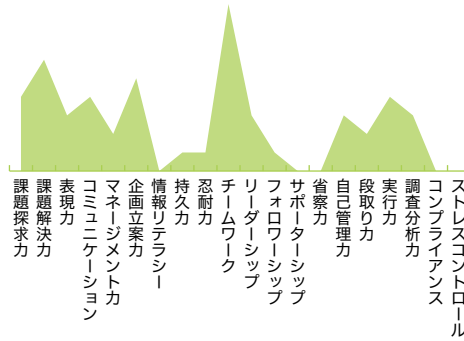
プロジェクトメンバー

濱口 隼弥 (商3) 原田 莉子 (法3) 平野 愛梨 (商3) 福井 彩乃 (商3) 福本 唯 (社3) 大森 日菜子 (社3)
末吉 みなみ (政4) 辻野 宏美 (経3) 上中 穂 (文3) 山本 絵理 (法3) 鎌田 里緒 (経2) 三田 浩紗 (経2)
金 熙奎 (文2) 金城 早重 (文2) 村口 真由夏 (商2) 長坂 観海 (法2) 橋本 有加 (SA)

プロジェクト活動 アンケート集計結果

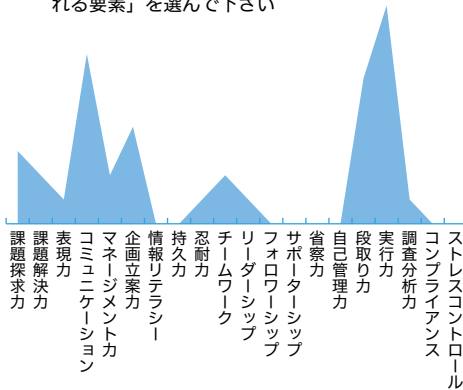
授業開始時

Q1 チームとしてのプロジェクト活動に「必要と思われる要素」を選んで下さい

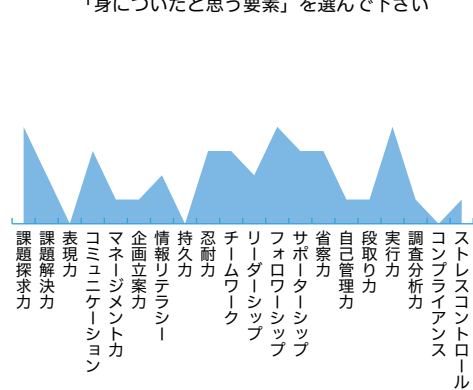


春学期終了時

Q1 チームとしてのプロジェクト活動に「必要と思われる要素」を選んで下さい

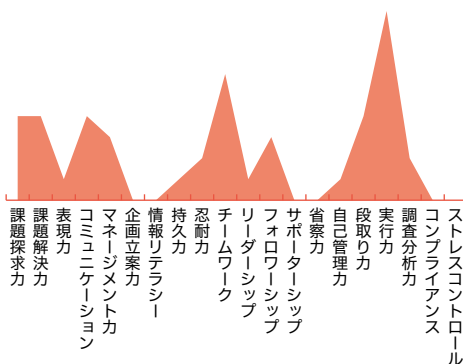


Q2 プロジェクト活動を通して実際にあなたが「身についたと思う要素」を選んで下さい



授業終了時

Q1 チームとしてのプロジェクト活動に「必要と思われる要素」を選んで下さい



Q2 プロジェクト活動を通して実際にあなたが「身についたと思う要素」を選んで下さい

