

# 京都・伏見で酒ツーリズムのしくみをつくる

## 1 目的・概要

本プロジェクトの実施によって私たちが目標としたのは、日本で有数の酒蔵が集まる地、京都・伏見の街で酒文化をテーマにしたツアーを行うことで、伏見の街や日本酒の魅力を発信し、これらのさらなる発展や活気を促すと同時に伏見における酒ツーリズムの1つのあり方を提示することです。

開講当初はこうした漠然とした目的でスタートした本プロジェクトでしたが、秋学期に実施し、132名から回答を得た「学生とお酒の日常的な関わり及び興味関心の範囲に関する調査」の結果分析よりさらにターゲットを「お酒に興味を持つ全ての大学生」としました。また結果から日本酒に対する「飲酒可能な年齢の人」と「そうでない人」の日本酒に対するイメージの変化に注目し、こうした世代間の日本酒に対する異なるハードルを取り除くべく、私たちはツアーの大目的を「日本酒への入り口としての機会を提供すること」としました。そして広く日本酒の魅力を伏見の土地に関連付けながら取り上げるツアーを実施することで、成人に対しては日本酒へのハードルの高さを下げ、親しみやすさを感じてもらうことを主たる目的に定め、一方未成年に対しては、お酒全般に関する正しい知識（モラル）を提供すると共に、「酔うお酒」から「楽しむお酒」へのかけ橋となることを主たる目的とすることを決めました。

本プロジェクトの概要としては、春学期には主に受講生のインプットの期間として、伏見でのフィールドワークや、月桂冠や黄桜の酒蔵見学、伏見でお店を営んでいる方や現地の観光協会の方等にインタビューを行いました。また秋学期では春学期の学びを活かし、具体的なツアー実施に向けたツアーの目的に向けた調査・決定、受講生のみでのお試しツアー、モニター参加者によるリハーサルツアー等を経た後、本番のツアーを行いました。



### Annual Schedule

- |       |    |   |
|-------|----|---|
| 2022年 | 4月 | 伏見を知るための初めてのフィールドワーク                                      |
|       | 5月 | アルコールリテラシー講座でお酒の楽しさと怖さの両方を学ぶ<br>伏見に関する歴史やお酒の本を購入、情報のインプット |
|       | 6月 | ツーリズム設計に当たり、伏見の企業へのインタビュー                                 |
|       | 7月 | ツーリズム設計に当たり、伏見の企業へのインタビュー<br>(6月、7月中に月桂冠、伏見観光協会、まいづ       |



	れ伏見、AMAZAKEHOUSE、ぶる〜酒、おこぶ北清、まいまい京都へのインタビュー) 敬称略
	成果報告会に向けての資料作成、発表
8月	ツーリズム設計に当たり、若林正博さん(伏見に詳しい研究者でツアーガイドもされている)に同行
9月	6月〜8月中にインタビューに協力してくださった方々の情報をまとめ、秋学期後半のツアー実施に向けて情報の整理
10月	灘に訪問し、伏見以外での酒造りを学ぶ
11月	11月、12月のツアーに向けてのツアー行程を立案 履修生だけの試作ツアー、知人を招いての試作ツアー (上記二つのツアーで課題の抽出を行い、本番ツアーに向けての改善)
12月	お客様を招いての本番ツアーの実施 12/3 と 12/11 の二日間
2023年 1月	成果報告会に向けての資料作成、発表

## 2 成果達成度

「伏見日本酒ツアー」を実施後、参加者8名にツアーに対するアンケート調査を行いました。ツアー全体の総合満足度を5段階で聞いたところ、8名中6名が「非常に満足できた」、残りの2名が「満足できた」との回答が得られました。またその回答理由から、ツアー内容の充実度や、日本酒を様々なかたちで体験できたこと、街歩きで伏見の魅力を発見できたこと、ツアー運営や雰囲気、ガイドの良さなどが評価されていることが分かりました。何度も伏見に足を運び、ツアー行程の内容や順番をこだわったことがツアー満足度につながっていると感じました。さらに、「日本酒」や「伏見」についてのイメージ変化や得られた知識・学びについて聞きました。ツアー参加前は「飲みにくい、古臭い、とっかかりにくい」といったマイナスなイメージを持つ人が多く見られましたが、ツアーに参加し、日本酒の種類の豊富さや多様さを学ぶことで「面白さ、親しみやすさ」を見出していました。また伏見についても、お酒造りが盛んであることや、そのお酒に関連したカフェや飲食店が多くあることを発見していました。また参加者全員が「今後日本酒を飲みたい」「また伏見を訪れたい」と回答していました。街歩きで伏見の土地・水の特徴を知り、「酒粕」「甘酒」といった日本酒の多様さ、それに関連した飲食店の多さを発見したこと、月桂冠で日本酒の原料となる「米」と「水」の大切さを学び、試飲を通じて様々な味や風味の違いを体験したことで「日本酒」「伏見」への関心が高まり、「今後も飲んでみたい、訪れたい」という気持ちの変化につながったのではないかと考えます。さらに、今回のツアーの学びを形に残すため、ツアーを作る人向けの手引きとなるツアーブックを作成しました。ツアー作りプロセスやそれぞれの工程でやるべきことと自分たちの体験談、これからツアーを作る人に伝えたいことなどをまとめまし



た。これをオンラインで閲覧可能にするほか、大学生を含む観光に関わる人対象の資料として製本・配布することで、今後も私たちの体験と学びが伝わっていくように願っています。

## 3 プロジェクトを通じて

通年のプロジェクトを通して、より良いツアー作りを行うために学生が主体的に動き、課題発見と解決に向けて尽力することが大切であることを学びました。実際に、私たちは授業内活動において主体的に行動をおこし、伏見の街や酒文化に対する理解を深めてきました。春学期には、積極的に伏見に足を運びフィールドワークを実施しました。フィールドワークを行う中で、伏見の観光の現状を知るためには「外からの視点」ではなく、「内の視点」を知る必要があると考え、伏見の観光協会や地元の企業にお話を伺いに行きました。実際



にお話を伺う中で、日本酒文化の若者集客率の低さが課題であることが明らかになりました。この課題点をふまえ、ツアーのターゲットを大学生と定め、秋学期は大学生の集客を増やすための施策を考案することに尽力しました。そのために行ったこととしては、大学生を対象としたアンケート調査の実施や、実際に参加者を呼び込んだ試作ツアーの実施でした。アンケート調査の結果、多くの大学生は日本酒に興味をもっているものの飲酒する機会があまりなく、消極的であることが明らかとなりました。その現状を踏まえ、日本酒だけでなく酒粕料理や甘酒など、多角的なアプローチにより酒文化を楽しんでもらえるようなツアー内容を考案しました。試作ツアーでは、参加者を呼び込み、ツアー実施を円滑に進めることができるか確認を行いました。その結果、団体では伏見の飲食店を回ることが難しいという課題点を見つけ、本番では混雑緩和の為に工夫をおこない、より良いツアー作りにつなげることができました。このように、ツアーを作るうえで何が必要であるか常に考え、それに基づいて学生が主体的に行動を起こしたことにより、随時課題を明確化し、解決していくことで参加者に日本酒文化の魅力を知ってもらうことのできるツアーを制作することができました。



### 編集後記

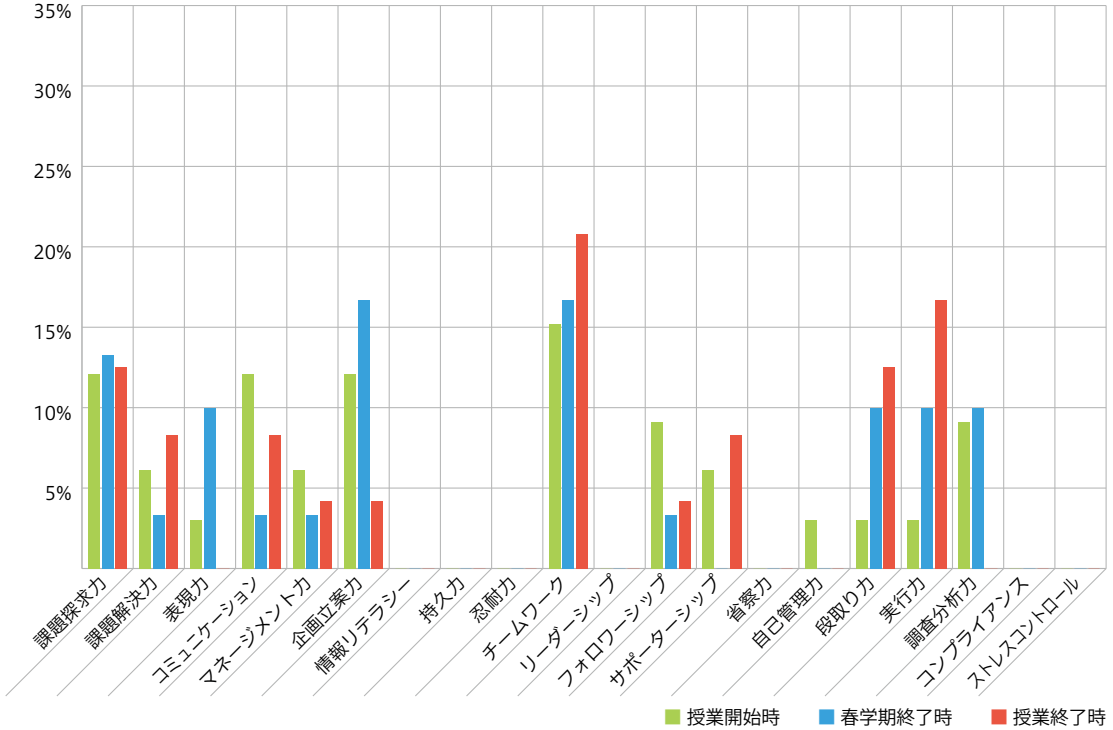
この1年間、1つのツアーを実施するにあたり、振り返ればフィールドワークやインタビュー、アンケートなどあらゆるプロセスを踏んできました。「伏見の人々の理解あるツアーにしたい」「自分たちが日本酒に対する意識が変わったように、他の学生にもツアーを通して意識を変えるきっかけをつくりたい」などのメンバーの様々な思いから、1つ1つの行動を実践してまいりました。忙しい大学生活の中、チームのメンバーは役割分担など連携と協力を工夫して取り組み、充実したプロジェクト科目となりました。最後になりましたが、本プロジェクトに協力して下さった全ての関係者の皆様へ心より御礼申し上げます。

### プロジェクトメンバー

千葉 妃夏(文4) 御幡 侑子(文3) 磯部 遥文(社会2) 菅野 和輝(商3) 寺田 夕夏(商3) 西田 優希(商2)  
本間 亜衣里(政策2) 岸 拓実(文化情報3) 福田 千紘(グローバル地域文化2)

## プロジェクト活動 アンケート集計結果

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」を選んでください。



Q2. プロジェクト活動を通じて実際にあなたが「身についたと思う要素」を選んでください。

