

募 集 要 項

氏 名：上元 亘	研究室：第 1 研究室棟 801 号室
専攻分野：サービス・マーケティング	
演習テーマ：ガストロノミーとツーリズムのマーケティング	E-mail：wuemoto@cc.kyoto-su.ac.jp

【概要】

本ゼミでは、サステナブルで魅力ある社会や企業経営を目的とし、マーケティングを中心とした経営学に代表する基礎的な理論や知識をベースに、ガストロノミー（地域ならではの食材や料理を、地理や歴史、文化に着目し考察すること）とツーリズム（明確なテーマにもとづいた観光）に関する自治体・企業・ブランドとコラボしたマーケティングを行うにあたり、8期生を募集します。

【本文】

① 活動目的

わが国におけるガストロノミーやツーリズムには国内外の需要がある反面、オーバーツーリズムや後継者不足、地域経済の衰退、認知度や収益性の低さといった課題を抱えている地域や事業者が存在しています。このゼミではそうした社会的・経済的課題を自治体や企業とともに解決し、格差や不平等が無くサステナブルで魅力ある（地域）社会や企業経営の実現を目指します。

② 活動内容

ゼミ生は2年次春学期の演習1開始後、おおよそ5月の大型連休後をメドにチームに分かれ、テーマやコラボ相手を決めて本格的にガストロノミーやツーリズムに関する活動を行います。演習1より4年次通年の演習5・6にかけてゼミ活動において取り組むことを、これまでの特徴的な事例とともに簡単に説明します。

➤ マーケティング・リサーチ

アンケートやインタビューを通じ、ターゲットとなる消費者の選択やニーズの理解、商品に関するデータを収集します。今年度マーケティング入門を受講された方々に協力して頂きました（改めて、ご協力ありがとうございました）が、7期生ではフェリーの乗船経験や交通機関の選択に関するデータ収集を通じ、(株)商船三井さんふらわあの若年層顧客開拓に関する企画に活用しています。

➤ テーマに関連するマーケティングの企画

マーケティングの広汎な活動に関わる取り組みで、大学において学習した知識や理論枠組み、または新たに学ぶマーケティングを活用して自治体や企業とともに企画を立案します。7期生は岡山県真庭市のコミュニティブランド“GREENable”の20代女性向け味噌汁の企画を岡山県真庭市・(株)阪急阪神百貨店および有河野酢味噌製造工場と共に行っており、メンバーは高度な消費者インサイト（消費者自身が認識していない本音や感情）の分析を行っています。

➤ 課外活動・マーケティングの実践

コラボする企業や自治体を訪問するフィールドワークやマーケティングを共創するためのワークショップやプレゼンテーション、東京ビッグサイトやインテックス大阪にて行われる世界規模の展示商談会におけるサービスや製品のPR、祭りやイベントへの出店を行います。7期生が企画する京都西山地域の竹林再生プロジェクト“Bamboo to the Future”は、10月26日に京都市西京区の洛西ニュータウンにおいて行われる「せせらぎシアター」においてコラボしているデリスキョウトと出店し、同社の柿や筍を使った商品を提供する予定です（10月15日現在）。

➤ 研究論文執筆 & 学会発表

4年次の演習5・6では、卒業論文の執筆が必須です。ゼミの一連の活動を通じて得たことを日本マーケティング学会やサービス学会において発表し、マーケティングのエキスパートに近づくことができるとともに多くの研究者や実務家と交流する機会があります。3期生のOG2名は2022年度の4年次に飲食店の現場の課題をもとにした実験を計画し、教員とともに京都大学にて行われたサービス学会第11回国内大会にてポスター発表を行いました。

➤ その他活動

ゼミに入ってから親睦会、2年生の全員が20歳を迎えてすぐに行う飲み会、世代を超えた交流会などをゼミ生の提案に応じて行っています。

③ ゼミの特徴や独自性

自治体・企業・ブランドとコラボした食品・外食・観光・宿泊・地域振興・アウトドア・交通サービスに関するマーケティングに関する取り組みを行います。単に何かを作ったり、企画をしたりして終わりではなく、様々なマーケティングの実務レベルの取り組みを行い、製品の販売・サービスの実現・イベントの開催といった社会実装が前提になっています。そのため、ゼミ生は活動への積極的な関与や実践を通じて社会的なインパクトを与え、授業では経験できない最先端かつ現場のマーケティングを当事者として経験し、学生のうちから実務で活用できるマーケティング思考や知識を身に付けることもできます。フィールドワークや国際的な展示商談会・イベント・小売店頭でのPR、メディアへの出演など、対外的な活動を積極的に実施し自治体・地域社会・企業における様々な人と知り合うことで、今後の人生に有益な人脈作りも期待できます。教員はゼミのテーマに直結するサービス・マーケティングやマーケティングの研究（細々と）行っており、これまでに日本の全都道府県に訪問し、夏休みや春休みの期間はほぼ毎日夕食を作っています。マーケティングに関する研究会や学会活動を通じた実務家との繋がりを増やすことも行っています。

④ 教員の自己紹介

専門教育科目の講義科目としてマーケティング入門およびサービス・マーケティングを担当しています。研究・教育に関する取り組みなど、教員 Web ページに簡単なものを掲載しておりますので、参照してください。



[教員 Web ページ](#)

⑤ 今年度コラボしている自治体・企業・ブランド（50音順・敬称略）

OHARA FARMY、GREENable（岡山県真庭市、河野酒味噌製造工場、阪急阪神百貨店）、グリーンベリーズコーヒー、商船三井さんふらわあ、DELICE キョウト、兵庫県養父市、PLANT BASED TOKYO、和歌山県東牟婁振興局

⑥ 8期生の活動で出来る可能性のあるマーケティング企画の例

- ・ 大阪と釜山をむすぶ日韓フェリー航路のプロモーションやサービス
- ・ 兵庫県但馬および丹波地域の名産品を用いた食品やカフェメニュー、店舗経営
- ・ 農産物を中心とした京都の食に関する生産者の課題解決
- ・ 植物性原材料を用いた食品やカフェメニューの企画
- ・ アウトドアやトレッキング、登山に関するイベントやツアーリズム
- ・ 京都府丹後地域のツアーリズム
- ・ 和歌山大学と共同での同県湯浅町の観光客に関する調査・データ分析と観光施策提案
- ・ その他、テーマに沿ったかたちで学生が企画するもの

コラボ先の決定や各マーケティング企画の内容は、自治体や企業の意向次第ですが、構成メンバーの資質や能力、モチベーションによっても変わります。

⑦ オープンゼミ

ゼミの取り組みや雰囲気を知ることのできる機会であるため、応募者には参加して頂くことを勧めます。詳細は決定後 SNS (ゼミ公式 X @uemoto_semi ・ 7 期生 Instagram) にてお伝えしますのでフォローしてみてください。

【11月11日(月) 4・5限 11号館11408教室 7期生ゼミ見学会】

普段行っている7期生(2年生)のゼミ活動を見学し(収容人数の関係から、教室は普通の授業と異なります)、ゼミの取り組みに関する理解を深めて頂くことができます。7期生は4チームに分かれて企画を進めており、オープンゼミ参加者は興味のあるチームの取り組みについて議論に参加したり、質問したりできます。

【11月15日(金) 昼休み 11号館11203教室 交流会】

7期生(2年生)から5期生(4年生)の有志メンバーが集まり、いくつかのテーマごとに分かれて現役ゼミ生と参加者がざっくばらんに交流します。授業が重なり月曜4・5限に来られなかった方々のために、普段行っているゼミ活動も見て頂けます(8期生に引き継ぐ可能性のあるもの)。同じ教室にて次の3限に5期生(4年生)ゼミがありますので、引き続き参加することもできます。

⑧ 8期生の選考について

- マーケティング入門を履修した方は単位を修得していることが応募要件になっています。同科目を未履修でゼミに採用された方は、必ず2年次の春学期で履修し単位を修得してください。
- 面接による評価を中心とし、Web申請の内容、マーケティング入門の評価、マネジメント・リテラシーⅢの学修態度(上元担当クラスの受講者のみ考慮)、その他教員が知り得た学生の情報をもとに採用者を決定します。原則としてゼミの定員は20名ですが、応募者多数の場合は採用者が21名以上になる場合があります。
- 応募者の方々は応募期間終了翌日より、教員から送られてくるメールに記載されているURLより面接を予約して頂きます。先着順で面接日時が決定します。正当な理由無く予約日時に面接を受けなかった場合は、応募を放棄したものと判断します。
- 面接は、11/25(月) 昼休み・3限・5限:11302 演習室、11/27(水) 1~5限:12421 教室、および11/28(木) 1~5限:12321 教室の日時に設定し、教員+現役ゼミ生2名と応募者1人の個人面接を10分間対面で行います。ただし、応募者多数の場合は11/26(火) 4・5限:12321 教室でも実施します。上記の日時は、授業以外の予定を入れず、出来るだけスケジュールを空けて頂くことを勧めます。なお、採否判定のため面接内容は録画し、ファイルは合格発表後に廃棄します。

⑨ その他

- 評判や噂に頼るのではなく、ゼミに関する理解を深めて頂いた上で応募して頂きたいため、ゼミ活動報告大会の動画は必ず視聴のうえで、オープンゼミには出来るだけ参加して頂きたいと考えています(授業で参加できない場合はメールやLINEで相談してください)。
- 自治体や企業と実務レベルのマーケティングに取り組み、授業時間外・休業期間にも活動を行うことがあります。ゼミ生には相応の能力や意欲が求められるとともに、比較的活発に活動するゼミであることをご理解ください(大学や教員からの金銭的な補助あり)。その代わりに、このゼミでしか得られないマーケティング知識の獲得や経験をすることができます。
- チーム単位(1チームの上限6名程度)でコラボ先や目標を決めます。必ずしもゼミ生個人の希望が100%叶うとは限らず、自治体・企業・ブランドは、すぐにコラボ可能なものから全く繋がりが無く1から開拓が必要なこともあります。取り組めるマーケティングはテーマに沿ったものに限ります。

⑩ 7期生ゼミ活動風景 & Instagram

今年度活動を開始した7期生(2年生)の活動風景とInstagramアカウントです。活動状況に加え、ゼミ選考に関する情報もアップロードしますのでフォローして頂ければと思います。



@UEMOTOZEMI_7TH



⑪ 各学年のゼミ生紹介



5期生

学業も本気!遊びも本気!これが上元ゼミのモットーです!! 何事にも学生が主体で活動を行うことができ、したいことができる最高の環境が整っていると思います!

授業中も発言しやすい雰囲気があり、学年関係なくBBQなど行事を行ってとても楽しいゼミです♥



6期生



7期生

超実践的なゼミで、全力で学び楽しむ環境があります。ゼミ活動を通じて仲間との思い出を作り、プライベートにも広がる絆が築けます。「全力で楽しみ、全力で学びたい」そんな8期生を待ってます!