

# 「食文化」を伝えるための写真展

「生活スタジオ写真部」の取り組みについてのケーススタディ

The photo exhibition project to convey the theme about “Food Culture”

Case study on the program of “Seikatsu studio-Photo club”

西原 麻里 Mari Nishihara

(家政学部家政学専攻)

## 抄 録

本報告は、家政学専攻のコア科目の一つである「生活スタジオ」（3 年次／前期・後期）の 2017 年度開講授業にて実施したプロジェクト「生活スタジオ写真部」をケーススタディとし、家政学専攻で学ぶ学生ならではの地域貢献・地域活性プロジェクトのあり方について考察したものである。

「生活スタジオ写真部」では地元の食文化をテーマに、プロジェクトメンバーが撮影した写真をオフィシャルな写真展という形で展示する活動をおこなった。具体的には、本学の所在地である西三河地方で「地産地消」を掲げて地元の食文化を盛り上げているレストラン等を対象とし、単純な「おいしい料理」ではなく食のシチュエーションそのものを取りまく「おいしい空間」の魅力を伝えるために、【店舗内外の風景・提供する人・グルメ】の写真を一式として展示する写真展を開催した。また、写真のみで情報を伝えて終わりにするのではなく、展示の観覧者が食文化の豊かさを感じ取り、実際にそれぞれの店舗に足を運び地域の食が盛り上がることにつながるよう、展示した各店舗の情報と地図を掲載した「地産地消マップ」も作成した。

合計 3 回の写真展を実施することで、最終的には成功といえる活動をおこなうことができた。学生が活発に活動するためには、失敗を実際に体験し反省やふり返りをおこなうだけでなく、それを克服できるチャンスを組み込んだプログラムを用意することが重要である。

## キーワード

地域社会／地域文化／食文化／写真展／学生プロジェクト

## 目 次

- 1 「生活スタジオ」という授業と「生活スタジオ写真部」
  - 2 写真展の開催
  - 3 活動から明らかになったこと
  - 4 まとめ
- 参考文献

### 1 「生活スタジオ」という授業と「生活スタジオ写真部」

#### 1.1 活動にいたる背景

家政学専攻ではコア科目として、3 年次に PBL 型授業「生活スタジオ」を開講している。この授業では複数の学生と教員とがタッグを組み、家政学専攻

で学んだ知識を活かして岡崎や周辺地域の人びとに貢献することを目的としている。学生たちと教員とで 1 年間をつうじて活動できるプロジェクトを立ち上げ、積極的かつ主体的にプロジェクトを遂行する。

2017 年度の「生活スタジオ」では四つのプロジェクトが成立した。本報告にて取りあげる「生活スタジオ写真部」はその内の一つで、もともと外部から

の依頼や資金提供などがないなかで発足したプロジェクトである。プロジェクトの発案は3人の学生で、それに担当教員として筆者含め2名の教員が参加、またのちに1名の学生が加わった。また、助手2名と他の教員にも随時協力をあおぎ、1年間の活動を進めていった。

「生活スタジオ」という授業では基本的に、イベントの開催や商品開発などの物理的事柄を最終的な成果として求める。そのためこれまで成立したプロジェクトでは、規模は大きい1回限りの成果をあげることを目的とした活動が多かった。しかしその方式では、その1回のみで活動の成果が成功か失敗かを判断せざるを得ず、また何をもって成功とみなすか（プロジェクトの目的が達成したか／学生が成長したか）の判断も難しいものと考えられる。

そこで筆者は、「生活スタジオ写真部」プロジェクトの目標を写真展（後述）を合計3回開催することに設定し、学生たちが得た経験をさらに次の機会に活かせるプログラムを考え実行するという実践的教育研究活動をおこなった。

## 1.2 活動の目的と視点

「生活スタジオ写真部」プロジェクトは、学生たち自身が撮影した写真を展示する写真展を開催することによって、西三河地方の食文化の豊かさを人びとに伝えることを活動の主眼とした。

このプロジェクトには以下の三つの視点がある。

1. 地域問題の解決
2. 地域への（学としての）貢献
3. 学生が主体となる活動のあり様についての提案

昨今の流動的な社会状況では、人口増加率の安定・少子高齢化・地域格差の拡大による地方都市の衰退傾向が問題としてよく挙げられる。そのため地域社会学では、その地域に住む人の数（定住人口）だけでなく、その地域のファンとなって地域を訪れる人の数（交流人口）を増やすことが課題とされている。また家政学専攻では、衣食住の各分野とともに、それらを取りまく文化や人びとの生活様式についても学ぶ。

したがって「生活スタジオ」では、家政学専攻ならではの視点や学びの成果を活かしたプロジェクトであることが望ましい。それと同時に、なにかが地域の課題であるかを学生たちが考え動くことのできる

プログラムである必要がある。仮に失敗してもそれを挽回する余地を作っておくことがよいのではないか。あくまでも大学の授業の一環なのが「生活スタジオ」である。資本を元手に利益を上げることが本来の目的ではない。そこで、学びの成果が形になることを活動の目的とした。

## 1.3 プロジェクトのディシプリン

筆者の専門は社会学とメディア研究／ポピュラー文化研究である。近年地域の活性化を目的にさまざまなまちおこしイベントが開催され、ご当地グルメやキャラクターが注目されている。しかしそうしたイベント（とくに行政主導のもの）は、一過性のもので消費されることもある。さらに先述のとおり、各地域にとどまるのではなく、むしろ積極的な交流・移動を促し随時ほかの地域から人びとが訪れることができるほうが、とくに地方では地域の課題解決につながると考えられる。

またメディア研究では、展覧会などの空間も情報を人びとに伝える媒体（メディア）としてとらえる。そこで、文化的要素の情報を視覚によって得るだけでなく、そこに展示されているものに対して身体を使って体験する企画が、近年の展覧会や博物館ではよくおこなわれている。

そこで、地域社会学の議論と自身の専門領域であるメディア研究／ポピュラー文化研究との視点から、この写真展を、食文化の豊かさを身をもって感じられるような仕組みをもったメディア空間にすることを考えた。

## 1.4 「生活スタジオ写真部」と写真展

「生活スタジオ写真部」は、学生4名と担当教員2名で成立したプロジェクトである。そのうちの学生3名は自身のカメラを持っており、ふだんから写真を撮ることが趣味だという者たちである。

ただし知識やテクニックをもっていたわけではなく、写真の撮り方、とくに「食べもの」や「風景」など被写体やシチュエーションに見合った撮影方法については素人同然であった。そのため2017年6月に、本学非常勤講師の酒井健宏先生に依頼し、写真を撮るための基本的なテクニックを指導していただいた。

通常の活動では、各週の授業日以外にその都度ミーティングをおこない、自分たちが開催したい写真展のテーマや意義を話しあった。また人数が少ない

ことや各自の特性を考慮して、リーダーなどの役職を明確には設定せず、各自が随時協力しあう形で活動を進めた。

とはいえ順調に進んだわけではなく、「食文化の写真展」というプロジェクトのテーマに対して本格的かつ熱心に取り組むよう意識が変わったのは、夏期休暇を経た 9 月である。「生活スタジオ写真部」では本プロジェクトと同時並行として「生活スタジオ」の各プロジェクトの活動内容を写真におさめ、Instagram をもちいた発信や学内の掲示ポスターの作成などをおこなっていた。そのため、食文化の写真展への活動の軸がシフトするのは、9 月以降となってしまう。この準備不足部分が反省点であり、それと同時にのちに克服の契機ともなった。

写真展の概要は以下のとおりである。

1. プレ写真展：「名古屋消費生活フェア」でのパネル展示（2017 年 11 月 4 日（土）、於名古屋市オアシス 21）
2. 第 1 回写真展：「たべものさんぽ～岡崎をもっと好きになる」（2017 年 11 月 25 日（日）～12 月 3 日（日）、於岡崎市シビコ）
3. 第 2 回写真展：「たべものさんぽ～あしたの岡崎に行きたくなる」（2018 年 2 月 21 日（水）～26 日（月）、於名古屋市覚王山アパート）

以上のとおり、まず本格的な展示に向けた練習を兼ねて、名古屋市のオアシス 21 で開催された「消費生活フェア」にて食べものの写真のみを展示し、マップを配布して観客へアンケートを実施した。そこで写真の修正などをおこない、11 月 25 日より岡崎市のシビコというデパートの 6 階で写真展を開催した。さらにそこで得られた反省をふまえ、翌年 2 月に名古屋市の覚王山アパートという建物にて写真展を開催した。

2 回の写真展では、料理の写真だけでなく作り提供する人（料理人、シェフ、販売員など）と食事できる空間（建物の外観と内装）の写真も同時に展示した。つまり、人や食事空間も「魅力」ととらえて写真として展示した。それにより、味がよいことや栄養価が高いことだけに食の価値を置くのではなく、どのような人びとによって、楽しく食事ができる雰囲気などのように作られているかを伝えるようにした。

さらに、展示した各店舗の情報と地図をまとめたマップ作成し配布した。それにより、写真展の来場

者が実際に店舗を訪れて食事を楽しんでもらうこと、そして同時に協力をいただいた店舗と地域の食にも貢献することを意図した。

## 2 写真展の開催

### 2.1 プレ写真展（2017 年 11 月 4 日）

「名古屋消費生活フェア」で実施したパネル展示では、岡崎の名産品としてよく知られる八丁味噌をテーマに、八丁味噌を使った岡崎市内の飲食店や菓子店（計 10 店舗）のグルメを展示した。高さ約 2 メートル、横幅約 1 メートルのボードを 4 面使い、両端には八丁味噌のメーカーである「まるや」と「カクキュー」の味噌樽の模型をプリントした布、中央よりの 2 面には A4 サイズの写真を交互に展示した。



図 1 名古屋消費生活フェアの展示



図 2 名古屋消費生活フェアでの展示の準備

この展示は「プレ写真展」という位置で、11 月 25 日に開催する第 1 回写真展に向けた展示の練習をする場とし、観客の様子を確認した。また、第 1 回写真展・第 2 回写真展の宣伝も兼ねていたため、事前にフライヤー（展覧会の案内）を準備し、観覧者へ配布した。

約 200 名の来場者（ほとんどが名古屋市民）に向けてアンケートを実施し、「美味しそうに見える写真」や「岡崎まで行って食べたいと思った写真」についてのほか、写真やキャプションの見やすさについて質問した。その結果、写真の構図はもちろんのこと、写真の位置（高さ）や写真同士の配置からも「美味しそう」「行きたくなる」という発想が促されていることがわかった。



図3 観覧者の様子（アンケートの実施）

また、展示物の目録と八丁味噌を使ったグルメを楽しむための案内を兼ねて、学生が作成した「岡崎味噌マップ」（A4 両面印刷）を配布した。このマップには、実際に店を訪れることができるよう、大まかな地図と各店舗の位置や店舗情報を掲載した。



図4 写真展「たべものさんぽ」フライヤー表面

## 2.2 第1回写真展（2017年11月25日～12月3日）

第1回写真展では、「岡崎市キュレーション講座」の方々に協力をあおぎ、ご厚意で「時空散歩」という企画展の会場（岡崎市シビコ6階）の一部を借りて開催することができた。シビコの6階は壁のコンクリートや天井が剥き出しの状態で、自然光がまっ

たく入らず、照明を使っても壁のある箇所しか照らせないという空間である。ただ写真を展示するだけでは照明の当たる箇所以外はひじょうに暗く見えづらいため、展示の仕方にかかなりの工夫が必要であることが、事前の下見のさいにわかった。また、「時空散歩」とは別の展覧会であることを物理的に示すようにと先方から依頼されたため、お互いに可視化しないよう、会場の本来の壁の雰囲気に見合ったグレーの壁を設置した。



図5 シビコ展示会場での設営準備



図6 設営後のシビコ展示会場

今回の写真展では、岡崎市内から西三河地方までの飲食店や菓子店のグルメを展示した。コンセプトは、地元の食材を使っていることをアピールポイントにした美味しいグルメである。八丁味噌だけでなく野菜や肉類などを積極的に使っている店舗（いわゆる「地産地消」を実践している店舗）に出向き、取材交渉をして写真を掲示させていただいた。11月4日の展示写真の反省を踏まえて写真を再度撮りに行ったところもあり、合計で15店舗の写真を展示することができた。

また、料理の写真だけでなく、提供する人や風景も一緒に組み合わせた展示にした。ただ美味しそうな料理を見せるのではなく、空間やシチュエーションがわかるように提供する人と店内の様子・外観の写真を合わせて展示し、家政学専攻の学生ならではの



の「食べることの楽しさ」を伝えられるように工夫した。

壁の設置については、メインである料理の写真をB4で2枚、提供する人・店内の様子と外観をA4で各1枚、それらにキャプションのパネルを加えた合計5枚を一組にした。また、会場内に扉とやや凹んだ空間があったため、5枚一組の写真をワイヤーでつないで天井から吊るすことで、目隠しを兼ねた展示にした。

さらに、会場の入り口をシビコ（現地点）に見立て、シビコを起点に徐々に距離が遠い店を並べて展示するという順番にした。「たべものさんぽ」というタイトルのとおり、「さんぽ」＝展示を観ながら空間を歩いて一周することで、岡崎や西三河の美味しい「たべもの」を知ることができるという意図である。同時に、プレ写真展のときと同様にマップを作成し会場内に設置し、訪れた人が自由に持ち帰ってもらえるようにした。

以上から、展示方法やコンセプトに工夫を凝らした写真展になるようにしたが、反省点がいくつか挙げられる。なかでももっとも大きな点は、写真展の位置づけである。「岡崎市キュレーション講座」の方々による「時空散歩」は現代美術のアーティストの作品を展示する企画展であり、いわば素人である学生たちの「たべものさんぽ」とは趣がまったく異なる内容・展示であった。そのため、「時空散歩」と「たべものさんぽ」は同じフロア内で開催しているものの、完全に別の展示であることを明確に示す必要があった。結果として、「時空散歩」を観に来た人がたまたま「たべものさんぽ」に立ち寄り、ということはあるものの、「たべものさんぽ」のみを目的に来場する人はかなり少なかったと考えられる。

また、意識の面でも技術的な面でも、学生・教員ともに準備不足であった点も大きい。事前に「岡崎市キュレーション講座」の方々とやり取りをしたり、会場を下見したりしていたものの、写真展のコンセプトと会場設備とをマッチさせた形での展示方法を考案することにひじょうに時間がかかってしまった。専攻教員に展示会場の模型を作成していただき、写真のスケールをあわせて印刷して展示内容を考えてみたものの、実際に会場で設営準備をすると、展示した写真から受ける印象が変わるといった思わぬ事態が多々起き、事前に考えていた設置方法から変更を余儀なくされたところもあった。作業内容にたいするメンバー同士での認識のズレもあり、じゅうぶ

んな検討ができないままに迫る期日に間に合わせるような内容となってしまったことは否めない。



図7 展示会場の模型

以上から、自分たちの意図をきちんと伝えられるように展示方法やコンセプトを考え直すこと、またメンバー間での連絡をこまめに取りあい、協力して作業を分担していくことが重要だとわかった。こうした反省をふまえ、約2ヶ月後の名古屋での写真展を準備した。

## 2.3 第2回写真展（2018年2月21日～26日）

第2回写真展では、名古屋市覚王山にある「覚王山アパート」という建物のなかのギャラリー「Sobo」を借りて開催することにした。覚王山アパートは、若手のクリエイターが置物やファッション小物などを作品として売っている、2階建ての木造建築物である。その1階にあるギャラリー「Sobo」はおおよそ4畳半の広さで、木の柱と漆喰の壁で構成され、自然光が入る明るい空間である。

当初は、シビコでの展示方法（写真4枚とキャプション1枚を一組にして壁に貼る方法）を基本的には引き継ぎ、写真のサイズを小さくすることを考えていた。しかし今回は、地元の人びとを対象とした写真展ではなく、名古屋の人びとが訪れることを想定したものとなる。11月4日のプレ写真展にてすでに、名古屋や尾張地方の人びとは岡崎や三河までわざわざ訪れる機会がめったにないという情報を得ることができていた。そのため、この写真展の観客はそもそも岡崎や三河地域についての情報や知識がないのではないか、と予想できた。

そこで、岡崎を中心に広く三河地方の食文化の魅力を知ってもらえるよう、第1回写真展のあとにさらに取材交渉を進めて店舗数を増やした。その結果、合計21店舗の写真を展示することになった。同時に、岡崎市内の名所や大学キャンパス（岡崎学舎）

などの写真もところどころに設置し、街を一つの文化として捉えたうえでの食の魅力をアピールするように工夫した。また、覚王山アパートのアットホームな雰囲気に見合うよう、壁部分では写真を木のクリップで挟み横一列になるよう麻ひもに吊るした、いわゆる「ガーランド」に見立てて写真を掲示した。



図8 覚王山アパート展示会場での設営準備



図9 ガーランド風に吊るした展示



図10 (左)、図11 (右) 設営後の覚王山アパート展示会場

第2回写真展は、近隣の寺で大きな祭事が催されることと時期をあわせて開催時期を設定した。覚王山アパート自体は10代から30代の比較的若い人び

と向けの建物だが、時期を考慮したおかげで幅広い年齢層の人に訪れてもらうことができた。ギャラリーのスペースが狭いため学生が常駐することはできなかったものの、展示の様子に問題がないか確認しに行ったさい、来場者がいればなるべく話しかけ、写真の印象などを伺うようにした。

その結果、第2回写真展では、シビコでの写真展での展示よりも「美味しそう」や「行ってみたい」という感想が挙げられていた。その要因として、展示形式の工夫はもちろんのこと、写真自体の色味が暖色系であることにより、ギャラリーの壁や照明などによって醸し出される雰囲気とマッチしていたことが考えられる。覚王山アパート自体の、モノが所狭しと並べられた空間とも齟齬なく展示できたおかげで、大きな問題はなく展示することができた。

また今回も、新たに作成し直した「地産地消マップ」を設置し、観客に自由に持ち帰ってもらえるようにした。

こうした工夫や変更は、第1回の写真展での反省を大いにふまえてのものである。「食文化の魅力を伝える写真展」というコンセプトのもとでは、それをアピールできる可能性のある会場であることはもちろん、展示方法にも「楽しさ」や「美味しさ」を考慮した工夫が必要である。また、観客の見やすさを考えて写真のサイズや配置を考えなければならない。

第2回写真展では写真をL判にて現像し、それぞれの写真のあいだに少し隙間を設けて展示した。また、吊るす写真はなるべく少なくし、見上げたりわざわざしゃがみこんだりしなくても見やすくなるよう、展示の高さを考慮した。こうした工夫により、およそ100枚以上の写真を展示したが、狭いスペースならではの圧迫感をなるべく抑えた展示空間にすることができた。

このような工夫ができた要因には、学生・教員ともに進捗状況の報告や展示方法・コンセプトについての打ち合わせを随時おこなったこと、また学生たち自身が「写真展の開催」に向けた準備においてなにをすべきかを知り、スケジュールに慣れていったことで、自分で役割を見つけて作業にあたるができるようになったことが挙げられる。準備段階での段取りやコンセプトを伝えるための展示方法についてお互いにアイデアを出しあうことで、授業期間を超えた春休みの開催であったものの、各自が積極的に活動に参加することができた。

### 3 活動から明らかになったこと

#### 3.1 家政学専攻ならではの PBL 型授業

以上、合計 3 回の写真展の開催とそれに向けた学修の取り組みをつうじて、家政学専攻で学ぶ学生だからこそできる地域活性への貢献のあり方が見えてきた。それは以下の 3 点を挙げられる。

1. 「日常の生活文化」の視点
2. 一過性ではなく「次」へつながる経路づくり
3. 空間の構造や雰囲気、想定される観客などに沿った展示

家政学専攻では、特別な文化のあり様を学ぶというよりも、日常生活や人びとの普段の生活そのものに関することを学ぶ。そこで日常生活への批判的なまなざしを獲得し、そのうえでさらに“豊かな生活のあり様に向かっていくことのできる人物”となることが求められる。それを本プロジェクトに引きつけるならば、珍しい・高級といった非日常的な食事ではなく、日常生活のなかであたりまえにある食材や料理を改めて知ることにより、みずからの食生活や生き方について再帰的に考察することだといえるだろう。

これは写真展に訪れた人びとだけでなく、なによりも本プロジェクトのメンバーにとっての課題であった。単純に有名で美味しい料理だというだけでなく、なぜその料理を美味しいと思えるのか、どんなところがその料理の魅力なのかを把握（言語化）することが、写真展というメディア空間の構築に結びつく。この活動によって改めて地元（あるいは自分の学びの拠点）の食文化を知り、地域の魅力を発見することができた。

また先述のとおり、地域活性化活動は一過性のもので終わっては効果がなく、継続した地道な活動が求められる。無理に大きなイベントを 1 回開催するのではなく、そこで得た経験や反省を次へのチャンスにできる企画であることが望ましい。とりわけ学生であるうちは（採算を度外視してよい、という意味ではないが）「赤字／黒字」を活動目標とする必要はない。学修の成果を発揮することがあくまでも大事である。本プロジェクトでは「写真展の開催」自体が学生にとって完全に初めての試みであり、実現に向けてどのようなスケジュールで活動を進めればよいのか、まったくの手探り状態であった。そのため実際に写真展を開催してみるまでは、自分たちの手による写真が多くの人びとに観られ評価される、

ということへの意識も薄かったものと思われる。

第 1 回写真展では事前準備への余裕があまりなかったことに加え、会場の設備や雰囲気といった予想外の事柄（というよりも、自分たちの勝手な思惑との違い）とのズレに直面し、突貫工事的な対応を余儀なくされた。その結果、写真展それ自体を開催することはできたものの、その空間からどんなメッセージを伝えたいのかについては、不十分なところが多々あった。

この反省があったことで、次の第 2 回写真展では学生たち自身が展示内容を考え工夫し、独自の空間を作り上げることができた。日常的な食の楽しみを伝えるためにはどのような空間づくりだと良いかを考えた結果、覚王山アパートのギャラリーにおける先述した展示の形式が実現した。

家政学専攻では、生活文化に対して多角的なアプローチをする。美味しい食事を取り巻く「空気」がいかんにして作られているのか、それが自分たちの生活を豊かなものになっているかどうかを、空間の構造や価値観などからも考えていく。合計 3 回の開催によって何度も考え動く機会を得たことにより、よりブラッシュアップした写真展の開催につながったといえる。

#### 3.2 「文化」を伝える活動

このプロジェクトは、「写真展」を学修の成果物とみなすとはいえ、写真の美的価値を伝えることが目的ではない。岡崎と三河地方の食文化の魅力を伝えるために、写真／写真展というメディアを用いた。いわば「文化」を伝えるための活動であった。

しかし、「文化」という概念的なものを伝えることに成功したかどうかを測ることはひじょうに難しい。数（指標）として示すことができないからである。もちろん来場者数やアンケート内容を参照することは可能だが、表面的な数字や記述のみで判断することができないのが「文化」である。

そこで本プロジェクトではあえて、「食文化の魅力がたしかに伝わったかどうか」についての詳細な検証はおこなわず、観客が写真を観ること・足を運ぶことの 2 点を目指して魅力を伝える工夫をすることにした。とくに「岡崎味噌マップ」と「地産地消マップ」は、地域のどのあたりに店舗があるのかをひと目で知ることのできるツールであった。写真展の観客が実際に店舗を訪れたかどうかを調べることはほぼ不可能だが、マップによって訪れる機会を作る



ことが、われわれにできる地域貢献（展示に協力し  
てくださった各店舗への貢献）だと考えている。

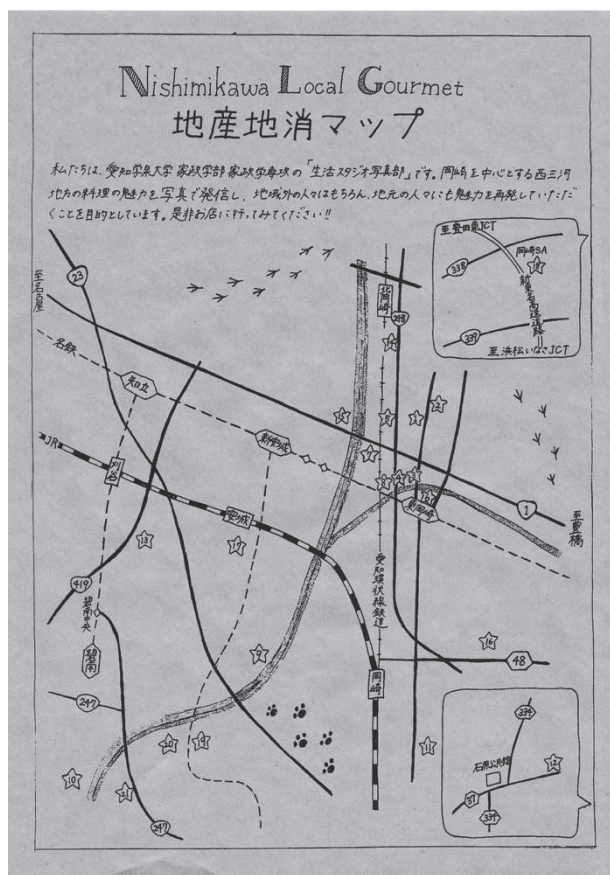


図 12 第2回写真展で配布した「地産地消マップ」の表面

「文化」とは、人びとの生活の営みやコミュニケーションによって徐々に形成されていくものである。長期的な展望が必要であることをそもそも認識しておくことが、こうした PBL 型活動の意義を考えるうえで重要ではないだろうか。

#### 4 まとめ

以上、1 年間の「生活スタジオ写真部」の活動をケーススタディとして、学生主体の活動における問題や意義を抽出した。

プロジェクトが発足し実現するためには、「生活スタジオ」が3年次生を対象とした授業（学修プログラム）である以上、1年間で終了する、あるいは目処がつく内容にしなければならない。もちろん予算にも限りがあるため、あまりに大規模なプロジェクトは実現できない。

一方でこうした制約があるからこそ、その範囲内で実現可能な内容を考案することができる。「生活スタジオ写真部」は、写真撮影や展示するパネルの作

成など、ほとんどを学生たちの手作りでおこなった。実現に向けた複数の過程に実際に携わることによって、自分たちの手によって写真展が出来上がっていくことの実感が得られたものと思われる。さらに失敗を克服できる機会もあったことで、活動に対する責任感が各自に生まれた。その結果、第2回写真展では比較的スケジュールに追われず、トラブルもなく、無事に終了日を迎えることができた。

「生活スタジオ」のプロジェクトが成功するかどうかは学生の取り組み次第だが、教員などがその取り組みをじゅうぶんにおこなえるかどうかのプログラムを構築しておくこともひじょうに重要である。また、プロジェクトのコンセプトが家政学専攻での学修に基づいたものであることも肝要である。「生活スタジオ写真部」の活動で得られたものをふまえ、家政学専攻で学ぶ大学生だからこその地域活性の取り組みを考え、「生活スタジオ」という場で実践し続けていきたい。

#### 参考文献

- 石田佐恵子・村田麻里子・山中千恵『ポピュラー文化ミュージアム』ミネルヴァ書房、2013年
- 遠藤英樹・寺岡伸悟・堀野正人編著『観光メディア論』ナカニシヤ出版、2014年
- 久留米シティプラザ記念誌編集チーム編、槻橋修監修『文化の居場所のつくり方』誠文堂新光社、2017年
- 地域社会学会編『新版 キーワード地域社会学』ハーベスト社、2011年
- 長瀬光市監修・著、縮小都市研究会著『「縮小社会」再構築』公人の友社、2017年

(原稿受理年月日 2018年12月5日)