

# 観光情報論

2021年 第2講 4月19日(月)5時限・6時限

- 観光情報とは
- 観光における情報の重要性
- 観光情報の分類
- オンライン旅行会社
- HTML: List と Link



出典:  
・『現代観光総論』前田  
勇 編著 第三版 学文  
社, 2006 第七章  
・『Civic Pride シビックプラ  
イド 1・2 都市のコミュニ  
ケーションをデザインする  
伊藤香/紫牟田伸子監修  
宣伝会議 2015』

HTMLで理想の海外旅行 (リストとリンク)

Civic Pride課題: ハンブルグ

# 講義日程

nikueawa	日時	5時限	6時限	課題
第1講	4月12日	オリエンテーション・授業の概要	班で自己紹介・HTMLでIntro	アムステルダムの要約とまとめ (Word) 自己紹介のhtml
第2講	4月19日	グループで自己紹介し、理想の海外旅行を話し合う	HTML: ・ Civic PrideをHTMLに	・「ハンブルグの要約とまとめ」をcivicpride197878.htmに ・理想の海外旅行のHTML
第3講	4月26日	Civic Pride:ハンブルグ	HTML:画像、表 グループ作成	ボルドー
GW	5月3日			
第4講	5月10日	Civic Pride:ボルドー	HTML:アップロード	ブリストル
第5講	5月17日	Civic Pride:ブリストル		Tourism Linkage
第6講	6月7日	発表		
第7講	5月31日	フィールドトリップ (Covid-19の状況を見て)		
第8講	6月7日	発表		

# 観光情報とは

- 「観光に関するあらゆる情報」(広義)

「観光者が観光をする際のあらゆる場面において必要となる情報」

## 観光情報論では・・・

- (狭義)
  - 観光客がどのように情報を得ているか？
  - 観光のプロバイダー(自治体・観光事業者)が、旅行客が観光しやすいような仕組みを、どのように、提供できるか？

# 観光における情報の重要性



## 情報の非対称性（経済学の概念）

取引される財・サービスの品質やタイプなどについての情報が、経済主体のどちらか一方に偏っている状態。

（こと**観光**に関しては買い手である**観光者**よりも、売り手である **観光地** (Destination)・ **観光事業者** (Suppliers of tourism products) の方が、観光地や観光対象についての正確かつ多様な情報を有しており、情報の非対称性が存在していると考えられる。）

## なぜ？（情報の非対称性の要因）

- ① 観光者が旅行に出かけることは非日常的なこと。
- ② 移住地と観光地は離れている。

→サンプルで試すことはできない

観光は、時間とお金をたくさん消費する高リスク購買行動。



# 観光情報の分類

## 送り手・媒体・情報の内容



## 観光情報の分類 ①送り手（その1）

- **Supplier: 事業者側（ホテル業・航空会社・アトラクション）が独自に作るパンフレットやチラシ**  
→ **意図したとおりの情報を買い手に情報発信**
- **旅行会社・・・旅行会社がホテルや旅館等を消費者に販売する場合に製作するガイドブックやパンフレット、ウェブサイト。**  
→ **意図したとおりの情報**
- **自治体や観光協会、旅館組合のパンフレットやガイドマップ、ウェブサイト。**  
→ **区域内の旅館を網羅的、平等、公平に紹介 → 各々の旅行会社が定めた型にしたがって並列的に掲載**

## 観光情報の分類 ①送り手（その2）

- マスコミ・・・テレビ番組が放映、出版社がガイドブックや雑誌に掲載

→掲載決定権や編集権はマスコミ側が保有。

➡特定の施設(旅館やホテル)が取り上げられることは保証されておらず、施設や事業者側の意図どおりの情報が発信されるとは限らない。(一方、消費者側は、マスコミによる情報を信頼性の高い情報として受け取ってしまう。)

- 一般の個人(Word of mouth)・・・個人がwebsite、blog等を用いて利用した施設の感想を不特定多数に発信。

→利用者視点での本音の情報がある

➡感情的な意見や不正確な情報の可能性もある

## 観光情報の分類 ② 情報の媒体(メディア)(その1)

### 紙媒体 (本・雑誌・新聞)

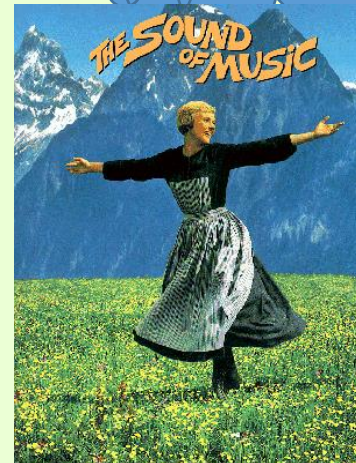
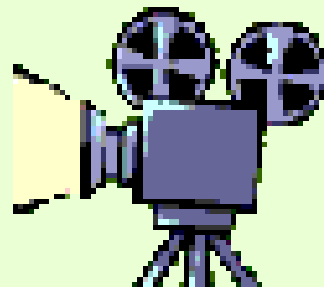


- ◆ 市販のガイドブックや雑誌
- ◆ 観光事業者(航空業・旅行業等)の広告や自治体の広告
- ◆ 観光事業者や自治体・地方観光協会等が製作、運営するフリーペーパーやガイドマップ、観光情報センター
  - ◆ 入手が容易。見やすい。
  - ◆ 旅行前から旅行中まで利用可能。(旅行後も?)

→旅行の具体的な計画よりも、行くことそのものを決定する以前の段階では大きな影響力をもつ。

### 電波媒体(テレビ・ラジオ)

—旅行番組、ドラマや映画,CMの影響





## 観光情報の分類: ②情報の媒体(メディア)(その2)

### • 電子媒体(インターネット)

— “旅行に際して参考にするメディア”において最も大きな影響力をもつ (2000年:7.3% 2005年:26% 日本観光協会)

→ 大規模なサプライヤーや観光地だけでなく  
小規模なサプライヤーも参加可能



### • ディ스플레이媒体(看板や地図)

— 観光対象・宿泊施設の名称や誘導目的のもの。観光対象施設における展示内容を解説する表示板。

⇒ 観光情報の送り手は、適切な媒体(メディア)の選択と組み合わせを図ることが求められる。

▪ Words of Mouth



# 観光情報の分類 ③情報の内容



## • 発地情報・・・

好ましいイメージを形成させ、来訪することを動機づける機能(ガイドブック・プロモーションビデオ・OTA's Websites)

## • 着地情報 (現地情報)・・・

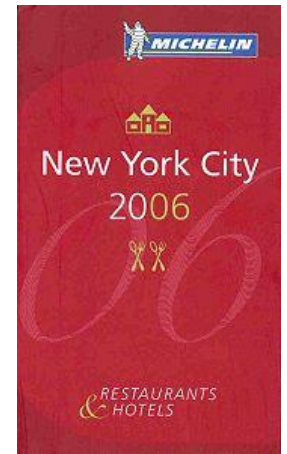
観光者が訪れた土地での移動や活動を容易にする。

利用のし易さや正確性がもとめられる。(例: 地図・標識・観光情報センター)



## • 評価情報・・・

旅行会社やマスコミ、一般消費者がサプライヤーの提供する施設やサービスについての評価や印象等を示す。(ミシュラン・Trip Adviser・個人のブログ・地球の歩き方)



# アムステルダム



By Massimo Catarinella - 投稿者自身による作品, CC 表示 3.0,  
<https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=3796628>

# アムステルダム



By Amsterdam Municipal Department for the Preservation and Restoration of Historic Buildings and Sites (bMA), Attribution, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=526337>



# Civic Pride

- 「シビックプライド」(18c英国で誕生)  
“市民が都市に対してもつ自負と愛着”
- 地域活性化の切り札



- アムステルダムの

## 都市マーケティング 他都市を意識したポジショニング

- 自由と寛容の気風(170ヶ国)・社会政策・多国籍企業・農業
- Pop: 743,079
- Area: 219.39 sq.km

### ◆ビジョンの策定

### ◆アムステルダムパートナーズの設

- Product
- Promotion
- Policy
- Communication

既に認知済み	新たなイメージ
<ul style="list-style-type: none"><li>• Cultural City</li><li>• Canal City</li><li>• Meeting Place</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Creativity</li><li>• Innovation</li><li>• 商業精神</li> <li>• Business city</li><li>• Knowledge city</li><li>• Residential City</li></ul>

- ◆ケッセルズクラマーに依頼し、ビジョンを人々に伝える Brand Carrier(Motto)の必要性

I **am**sterdam (2006)

I Love New York (1977)



# 感想

このアムステルダムの章から、一宜野湾市民として学ぶことがたくさんあった。特に強く刺さったのはP. 26の34行目「…イメージを浸透させるためには、市民の顔を都市に向けてもらわなければならない。」というところである。現状、おそらく宜野湾市だけでなく、県や日本の至る地方自治体の活動は、あまり市民に見向きされていないのだ。アムステルダムは「既存の団体の役割分担の不明瞭さと相互連携の気薄さ」を指摘し、既存組織を再編して、新たに「都市マーケティングとプロモーションの実施に責任をもつ団体」を設立した。一地方自治体がそこまで、そして民間企業のようにエネルギーを注いでいることに感動した。(新里君)



アムステルダムという都市は知っていたが、「I Amsterdam」というキャンペーンがあることは初めて知った。都市マーケティングを考えるのは初めてで、自分の身近な地域でもブランド戦略などの取り組みがなされているのかが気になった。その点で、アムステルダムの事例のように、モットーをシンプルでキャッチーにすることはとても重要で、より人々にとって親しみやすくなると思った。またアムステルダムの事例から、マーケティングを行政だけでなく、企業や観光局などと協力して計画していくことが大切だと知ることができた。今回の講義で都市マーケティングについて学べたので、身近な地域の取り組みにも注視していきたい。(大城かなえさん)

# 感想





# 感想



# 本日： Teamsで・・・

- 所定のグループに入って、自己紹介をし、「理想の海外旅行」について、話し合う(30分程度)。
- 課題3「理想の海外旅行」をはじめる
- 課題4「Civic Prideのまとめと感想」をcivicpride\_198787.htmをはじめる

## 課題4： グローバルな Online Travel Agency (OTA)

1. [www.united.com](http://www.united.com)
2. [www.delta.com](http://www.delta.com)
3. [www.hotels.com](http://www.hotels.com)
4. [booking.com](http://booking.com)
5. [Agoda.com](http://Agoda.com)
6. [www.expedia.com](http://www.expedia.com)
7. [www.priceline.com](http://www.priceline.com)
8. [www.kayak.com](http://www.kayak.com)
9. その他航空会社のHP

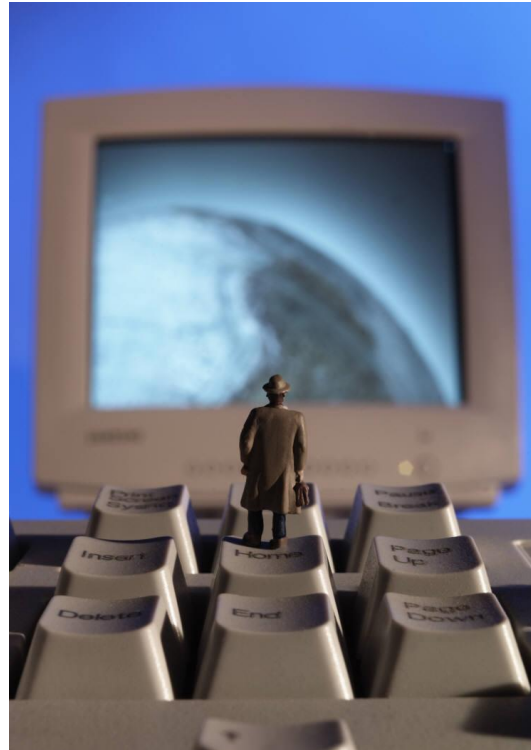
① 9月の8泊10日(9日)で、授業で紹介された旅行予約site(複数選択可)から選び、航空券と、宿泊施設、ツアー等を探し 旅行の日程(ツアー参加等、毎日の活動について箇条書きでHP「理想の海外旅行」をつくる)

ファイル名は、ideal\_trip\_198787(学生番号)

- 目的地は、英語で都市の名前を入力できる
- 3 Letter Code (IATA)を使うと、反応が早い

沖縄: oka 那覇: NAH 羽田: HND 成田: NRT Los Angeles: LAX New York (NYC) Koror (Palau): ROR

# ホームページ



見本ページ:

# HTML(ホームページファイル)作成の基本

```
<!DOCTYPE html>  
<html>  
<head>  
<meta charset="utf-8">  
</head>  
  
<body>  
  
</body>  
  
</html>
```

metaタグは、ホームページに関する技術上の様々な情報を記述する。  
ここでは、日本語のShift\_JIS形式で表記していくことを宣言している。

# 「理想の海外旅行」

を題材にホームページを作ろう！(LINK)

Metaタグは文字化けなどを防ぎます。一字一句、まちがえないように。

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<meta charset="utf-8">
```

```
<title> 理想の海外旅行 2021 </title>
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<p>
```

```
<h1> 理想の海外旅行 2021 (貴方の名前と学生番号)</h1>
```

```
<p>これから、私の理想の海外旅行を紹介します。<br>
```

```
私は、今年の夏に研究で米国ニューメキシコ州のサンタフェへ行くために、この計画を<br>たてました。</p>
```

```
<h2>サンタフェの特徴</h2>
```

```
サンタフェは、砂漠の中にある美しい街です。2001年に「創造都市」として、指定され、イン  
ディアンとメキシコ人、後から入植してきた白人の文化と独自に文化を育んできた街として人  
気のあるところでは
```

```
</body>
```

```
</html>
```

# 課題:「理想の海外旅行」 注意点

ここで「名前をつけて保存」しましょう。

## ➤保存時の注意

1. ①「保存先」で、どこに保存するかをチェック（USB？ どのファイル？）
2. ②「ファイルの種類」では「すべてのファイル」を選んで・・・拡張子はhtm
3. ファイル名は ideal\_trip\_198787(あなたの学生番号).htm
4. **ファイル名は、英数小文字にする(漢字・ひらがな・カタカナは使わない)**
5. ファイル名にはスペースやハイフン、中黒等をいれない  
(スペースやハイフンを入れたい場合はアンダーバーを使う)
6. HTML では、入力する時も、直接入力で！

ファイル(F) 編集(E) 書式(O) 表示(V) ヘルプ(H)

新規(N) Ctrl+N

開く(O)... Ctrl+O

上書き保存(S) Ctrl+S

名前を付けて保存(A)...

ページ設定(U)...

印刷(P)... Ctrl+P

メモ帳の終了(X)

&gt; 0 1 9 &lt;/title&gt;

方の名前と学生番号) &lt;/h1&gt;

旅行を紹介します。&lt;br&gt;

私は、今年の夏に研究で米国ニューメキシコ州のサンタフェへ行くために、この計画を&lt;br&gt;

たてました。&lt;/p&gt;

&lt;h2&gt;サンタフェの特徴&lt;/h2&gt;

サンタフェは、砂漠の中にある美しい街です。2001年に「創造都市」として、指定され、インディアンとメキシコ人、後から入植してきた白人の文化と独自に文化を育んできた

&lt;/body&gt;

&lt;/html&gt;

|



名前を付けて保存

USB DISK (E:)

整理 新しいフォルダー

名前	更新
2016 まちづくり地域興し論	2018
2017 まちづくり地域興し論	2018
2018 ゼミ	2018
2018 Cruise	2018
2018 SATREPS Technical Report_RA	2019
2018 SDGと観光__Kaoruko Miyakuni	2018

ファイル名(N): ideal\_trip\_santafe.htm

ファイルの種類(T):  
 すべてのファイル (\*.\*)  
 テキスト文書 (\*.txt)  
 すべてのファイル (\*.\*)

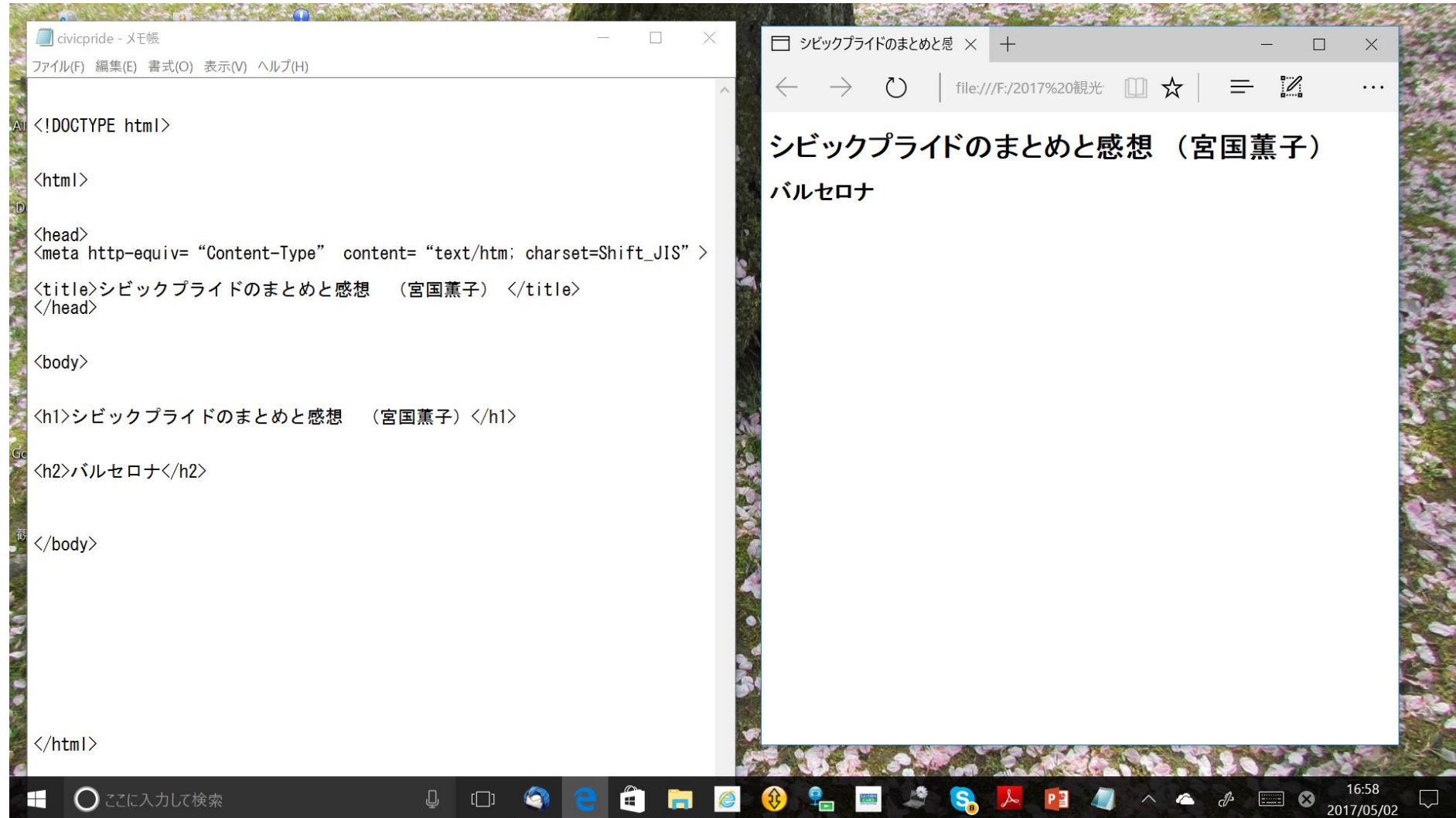
文字コード(E): ANSI

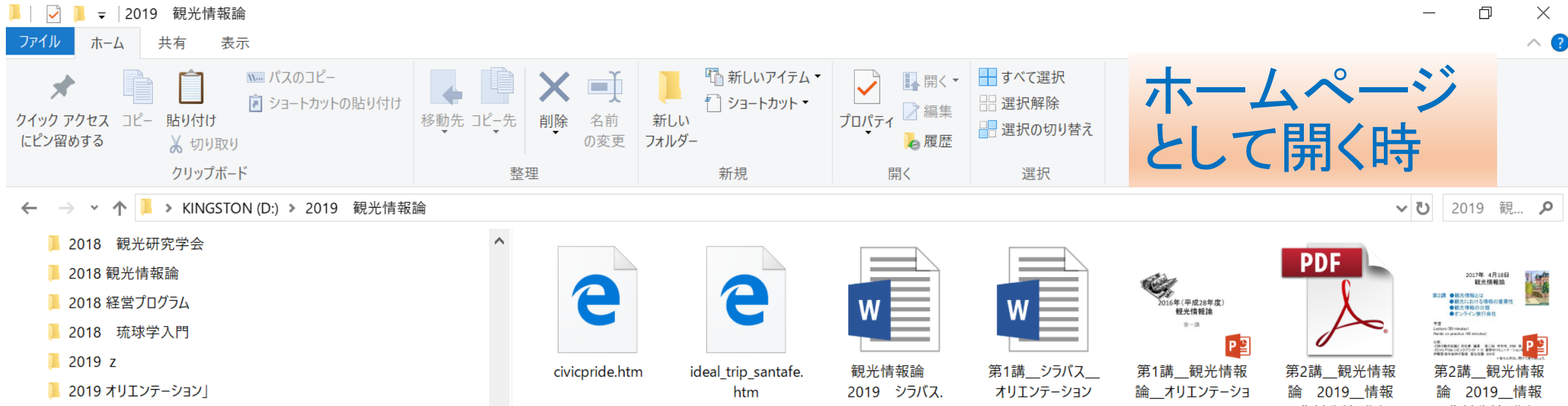
保存(S) キャンセル

(br>

インディアンとメキシコ人、後から入植してきた白人の文化と独自に文化を育んできた

さあ！メモ帳とインターネットエクスプローラーを両方(side by sideで)開いて、  
メモ帳に文書付け加えては、インターネットエクスプローラー上で**更新**していこう！





## ➤ ウィンドウズエクスプローラの使い方

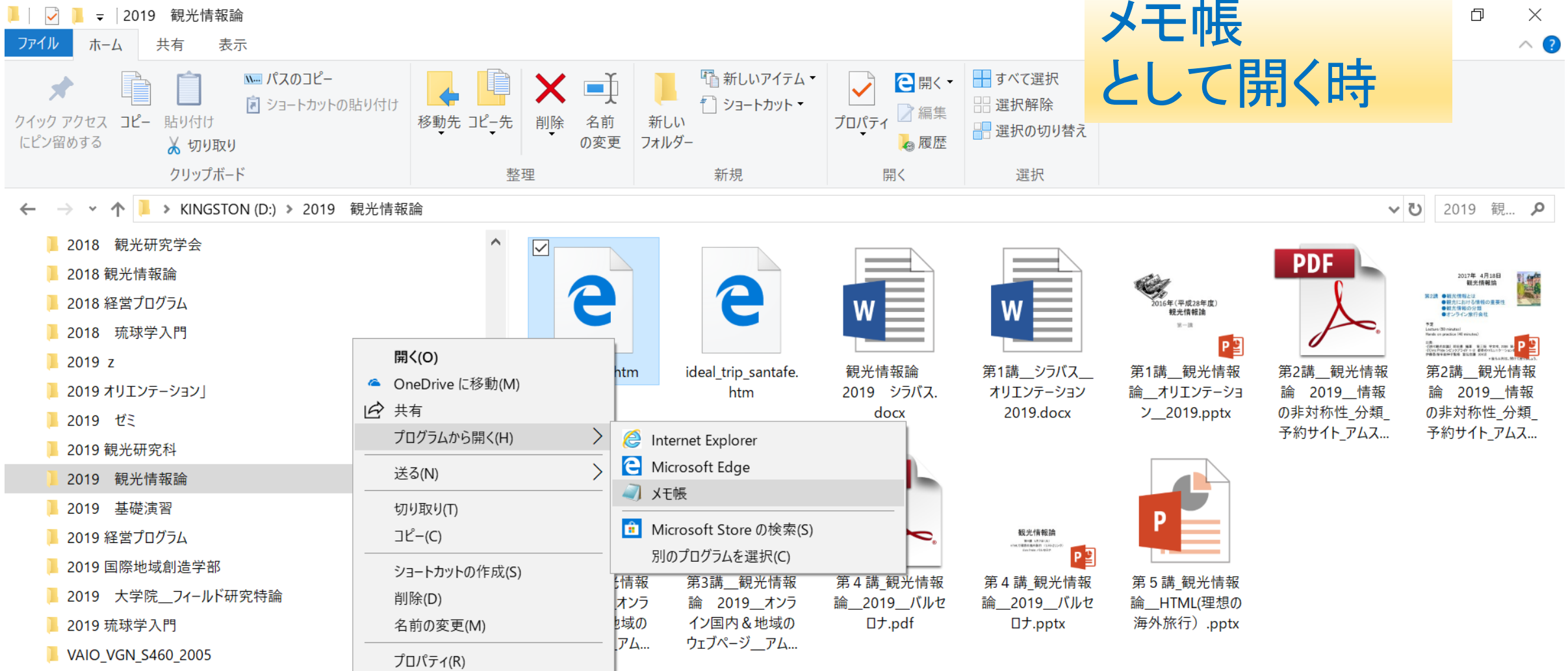
➤ すべてのプログラム → アクセサリ → エクスプローラ

➤ 自分で保存した場所を左枠でクリック → すると、右枠に内容が出てくる。

➤ Eマークが出てきたら、htmファイルができていうことなので、それをダブルクリックすると、ホームページ画面が出てくる。

➤ それを、右クリックして、「プログラムから開く」を押し、「メモ帳」を指定すると、き込めるファイルが出てくる。

# メモ帳 として開く時



➤ Eマークのついているファイルを軽く右クリック

➤ 「プログラムから開く」を押し、「メモ帳」を指定すると、自分が書き込める

➤ ファイルが出てくる。

# ファイルの種類を、Windows Explorer上で見えるようにする

2019 観光情報論

ファイル ホーム 共有 表示

プレビュー ウィンドウ  
ナビゲーション ウィンドウ  
詳細 ウィンドウ

レイアウト  
特大アイコン 大アイコン 中アイコン 小アイコン 一覧 詳細 並べて表示 コンテンツ

現在のビュー  
グループ化 並べ替え 列の追加 すべての列のサイズを自動的に変更する

表示/非表示  
 項目チェック ボックス  
 ファイル名拡張子 選択した項目を 表示しない  
 隠しファイル オプション

2019 観光情報論

2018 経営プログラム  
2018 琉球学入門  
2019 Intro to Global Business  
2019 SDGs と観光  
2019 Simul  
2019 z  
2019 オリエンテーション  
2019 ゼミ  
2019 まちづくり地域興し論  
2019 科研費  
2019 観光研究科  
2019 観光情報論  
2019 基礎演習  
2019 経営プログラム  
2019 大学院\_フィールド研究特論  
2019 島嶼社会経済入門  
2019 琉球学概論  
2019 琉球学入門  
2020 Hawaii Research  
2020 大学院

37 個の項目 | 1 個の項目を選択 236 バイト

名前	種類	サイズ
<input type="checkbox"/> baneer2.gif	GIF ファイル	4 KB
<input type="checkbox"/> banner.gif	GIF ファイル	10 KB
<input type="checkbox"/> bara1.gif	GIF ファイル	57 KB
<input checked="" type="checkbox"/> civicpride.htm	Chrome HTML Docu...	1 KB
<input type="checkbox"/> ideal_trip_santafe.htm	Chrome HTML Docu...	1 KB
<input type="checkbox"/> wine.jpg	JPG ファイル	15 KB
<input type="checkbox"/> 観光情報論 2019 シラバス.docx	Microsoft Word Doc...	15 KB
<input type="checkbox"/> 第14講_グループ討論_hyoka_2019.docx	Microsoft Word Doc...	24 KB
<input type="checkbox"/> 第1講_シラバス_オリエンテーション 2019.docx	Microsoft Word Doc...	1,603 KB
<input type="checkbox"/> 第1講_観光情報論_オリエンテーション_2019.pptx	Microsoft PowerPoin...	266 KB
<input type="checkbox"/> 第2講_観光情報論 2019_情報の非対称性_分類_予約サイト_アムス...	Adobe Acrobat Docu...	1,360 KB
<input type="checkbox"/> 第2講_観光情報論 2019_情報の非対称性_分類_予約サイト_アムス...	Microsoft PowerPoin...	737 KB
<input type="checkbox"/> 第3講_観光情報論 2019_オンライン国内&地域のウェブページ_アム...	Adobe Acrobat Docu...	4,084 KB
<input type="checkbox"/> 第3講_観光情報論 2019_オンライン国内&地域のウェブページ_アム...	Microsoft PowerPoin...	15,100 KB
<input type="checkbox"/> 第4講_観光情報論_2019_パルセロナ.pdf	Adobe Acrobat Docu...	3,661 KB
<input type="checkbox"/> 第4講_観光情報論_2019_パルセロナ.pptx	Microsoft PowerPoin...	7,408 KB
<input type="checkbox"/> 第5講_観光情報論_HTML(理想の海外旅行).pdf	Adobe Acrobat Docu...	2,332 KB
<input type="checkbox"/> 第5講_観光情報論_HTML(理想の海外旅行).pptx	Microsoft PowerPoin...	2,263 KB
<input type="checkbox"/> 第6講_観光情報論_2019_表作成と画像_道の駅(嘉手納)_Ham...	Adobe Acrobat Docu...	13,781 KB
<input type="checkbox"/> 第6講_観光情報論_2019_表作成と画像_道の駅(嘉手納)_Ham...	Microsoft PowerPoin...	51,543 KB

ファイル名拡張子  
ファイルの末尾に追加された、ファイルの種類や形式を識別するための文字列の表示/非表示を切り替えます。

ここに 入力して検索

1:23  
2020/05/19



ここからは、自由に、貴方の課題を  
学んだHTMLの手法を使って、文書  
を作成していきましょう！

## 2021年 課題3 理想の海外旅行 (提出: 4月25日(日) 11:59 a.m.)

- ① 9月1日(日)から9月16日(月)の間の 8泊10日(9日)を選び、紹介された予約site(複数選択可)から選び、航空券と、宿泊施設、ツアー等を探し 旅行の日程 (ツアー参加等、毎日の活動を箇条書きでWORDでまとめる)
- ② この旅行の主な目的
- ③ 航空券を選んだ理由(値段、時間…)
- ④ 宿泊施設を選んだ理由(値段、立地…)

⑤ 選んだWebsiteについて、なぜ、これ(これら)を選んだのか、また使用後の感想

⑥ あなたの選んだ国の政府観光局のウェブページとJapan National Tourism Organization (JNTO)のウェブページについて比較する。

(1) 何カ国語に対応？

(2) それぞれの利点

(3) それぞれのサイトの欠点

JNTOのウェブページ:

<http://www.jnto.go.jp/>

⑦ 選んだWebsiteにおける使用後の感想

```
<!DOCTYPE html>
```

```
<html>
```

```
<head>
```

```
<meta charset="utf-8">
```

```
<title> 理想の海外旅行 2021</title>
```

```
</head>
```

```
<body>
```

```
<h1> 理想の海外旅行 (貴方の名前と学生番号)</h1>
```

```
<p> .....</p>
```

(以前、提出した課題を、HTMLを使ってここにまとめる

<p>段落タグや、<h2>見出しタグ、<br>改行タグなどを使って読みやすいようにする。

本日習う箇条書き<リストタグ>等を使ってもよい。)

```
<h2> ⑥-1. 目的地の政府観光局</h2>
```

```
私は(例) 日本観光協会のホームページを紹介します。</p>
```

```
<a href="http://www.nihon-kankou.or.jp">日本観光協会のホームページ</a>
```

```
</body>
```

```
</html>
```

# 「理想の海外旅行」

## を題材にホームページを作ろう！ (LINK)

自分の選んだ政府観光局  
のURL addressを入れる。



```
<body>
```

```
<h1> 理想の海外旅行 2021 </h1>
```

```
<p>.....<br>
```

```
.....</p>
```

```
<h2> ⑥－1. 目的地の観光情報サイト</h2>
```

```
<a href=http://www.jnto.go.jp/eng/>日本観光協会のページ</a>
```

```
<h2>⑥－2. 日本観光協会のウェブサイトの良いところ</h2>
```

```
<ul>
```

```
<li>画面がシンプルで見やすい。
```

```
<li>おすすめの旅行コースをテーマごとに示しているので旅行慣れしていない人に親切。
```

```
<li>地図が豊富で徒歩で散策したい人向け。<br>(私自身、徒歩で知らない町を探索するのが好きなので)
```

```
<li>私の調べていた「桜の開花情報」が詳しく掲載されている。
```

```
</ul>
```

リストタグ・・・箇条書きで書く場合。

# 演習編「理想の海外旅行」 を題材にホームページを作ろう！(LIST)

前スライドからの続き

<h2>⑥－3. 日本観光協会のウェブサイトに欠けているもの・  
載せた方がよい情報</h2>

<ul>

<li>同じ内容の外国語でのサイトがない。

<li>その地域の人口や面積等の基本的な情報がない

<li>観光地の情報が・・・

</ul>



さて、今度は、先週  
作成したcivicprideをHTML  
ファイルにする・・・

```
<body>
<p>
<h1>シビックプライドのまとめ(自分の名前と学生番号) </h1>
<h2>アムステルダム</h2>
<h3>要約</h3>
<p>アムステルダムの街は..... <br>
..... </p>
<br>
<h3>感想</h3>
<p>私は.....
..... </p>
<h2>ハンブルグ</h2>
<h3>要約</h3>
<p>ハンブルグの街..... <br>
..... </p>
```

演習編「シビックプライドのまとめ」(LINK)

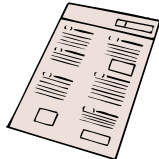
civicpride.htmを開いて、「理想の海外旅行」ファイルideal\_trip.htmへ、リンクをつけよう！

もう一つのHTMLファイルにリンクを張る場合。

「理想の海外旅行」をご覧になりたい方はこちらをご覧ください。

[理想の海外旅行](idealtrip_19878787(学生番号).htm)

「理想の海外旅行」はココ



## 課題 4

1. Civic pride の事例 「ハンブルグ」のプロモーション戦略  
まとめ(400字程度)と感想(300字程度)。
2. civicpride.htmに、「ハンブルグのまとめと感想」を付け加えて、ウェブクラス  
に送る
3. 期限: 4月25日(日) 11:59pm

☆ウェブクラスで送れない場合はメールで提出  
件名: HTMLでCivic Pride 「ハンブルグ」 (学生番号と名前)  
メール先: [kaorukom@eve.u-ryukyu.ac.jp](mailto:kaorukom@eve.u-ryukyu.ac.jp)

# 課題5: ゴールデンウィーク中の課題

onsite\_\_info\_198787.htm

街の写真をデジカメやスマホで撮り、USBに保存。各々の説明を200字程度で、ワードにメモしUSB等に保存しておく。6月2日頃、授業で使用し、課題が出ます。

1. まちの観光情報センター(実際に訪ねて情報収集する)
2. 観光客を視野にいれた標識
3. 観光者向けの地図
4. 観光関連のオブジェ
5. 観光関連のフリーペーパー
6. 観光関連の雑誌

