

2010年 4月22日

観光情報論

第2講 観光情報の考え方・発地情報その1

講師：宮国

Video (20 min) ・・・・Rick Steve's Travel Skill
Lecture (30 min)
Hands on practice (40 min)

出典：

『Civic Pride シビックプライド 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 2008』

前田勇 編著 現代観光総論 第三版 学文社, 2006その他



観光における情報の重要性



● 情報の非対称性

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・サプライヤー**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。)

● 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 →時間とお金をたくさん消費する高リスクの購買行動。 (**Separability**)

観光情報の分類



観光情報の分類① 送り手による分類



- サプライヤー(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
- 自治体や観光協会や旅館組合などが作成するパンフレットやガイドマップ、ウェブサイト。
- 旅行会社によるもの・・・旅行会社が旅館を消費者に販売する場合、旅行会社が製作するパンフレットやウェブサイト(フォーマットにしたがって並列的に掲載されることが多い)
- マスコミ・・・旅館についての情報がテレビ番組で紹介されたり、出版社によるガイドブックや雑誌に掲載される
- 一般の個人(Words of mouth)・・・個人がウェブサイトやウェブログなどを用いて利用した旅館の感想を不特定多数に対して発信している。(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)による分類

- 紙媒体
 - ー入手が容易。
 - ー旅行前から旅行中まで利用可能。
 - ーサプライヤーや自治体・旅行会社による広告
 - ーサプライヤーや自治体・地方観光協会等が製作する無料のパンフレットやガイドマップ (Tourist Information Centerなどで配布)
- 電波媒体
 - ードラマや映画,CMの影響 (朝ドラ・・・ちゅらさん/Roman Holiday/Sound of Music)
- 電子媒体
 - ー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
- ディスプレー媒体
 - ー観光対象・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。

観光情報の分類③

情報の内容による分類

- 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・ウェブ)



- 着地情報 (現地情報)・・・

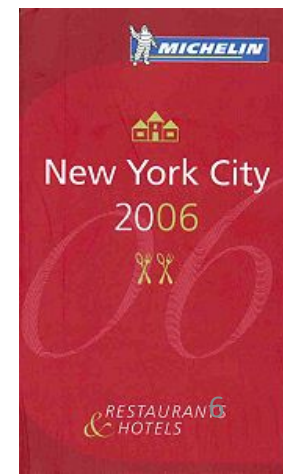
観光者が訪れた土地での移動や活動を容易なものとする。利用のし易さや正確性がもとめられる。

(例: 地図・標識・トラベルインフォメーションセンター)



- 評価情報・・・

旅行会社やマスコミ、さらに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などを示している。(ミシュラン・ブログ・地球の歩き方)



発地情報・・・旅行案内書 Guide Book



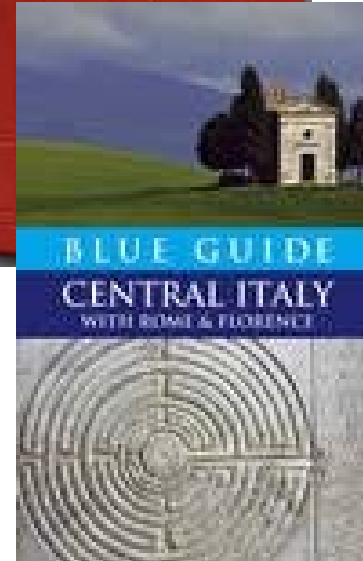
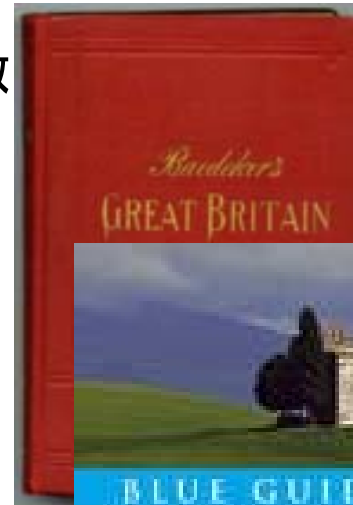
旅行案内書（歴史）

- 旅行案内書とは・・・旅行関連情報を提供する出版物

- 19世紀に出版されたガイドブックの特徴

- 普遍的で一般的な記述
- 地図の正確さ
- 知的水準の高さ
- 多国語による記述
- 星印による評価

- カール＝ベデカー(Baedker) (独)
1828 『ライン川案内』の初版
1846 フランス語版
1861 英語版
- ジョン＝マレー (Murrey) (英)

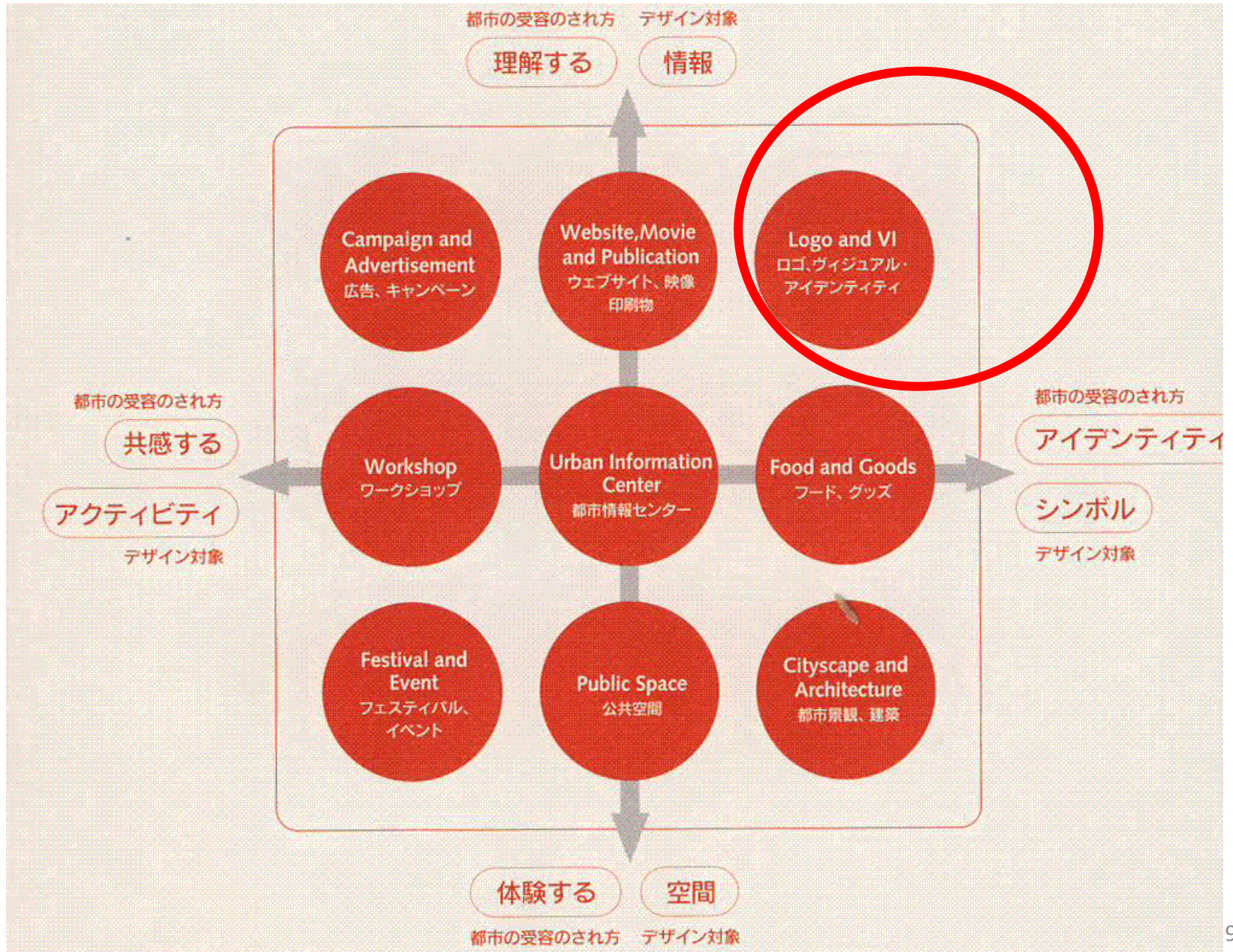


—ミュアヘッド(英) —(Muirhead)(ベデカー著書の訳者) 『ブルーガイド』 *Blue Guides*

—アシェット(仏)(Hachette) 『ギド ブルー』 *Guides Bleus* 鉄道旅行者用

- ミシュラン(仏)(Michelin)『ミシュラン』・・・ホテル・レストラン案内
- ブラッドショー(英)(Bradshaw) 『ブラッドショー月間鉄道旅行案内』1839～1961
- トーマスクック(英)鉄道時刻表

Civic Pride



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”」・・・地域活性の切り札

- アムステルダム

- 自由と寛容の気風
- Pop: 743,079
- Area:219.39 sq.km

既に認知済み

- Cultural City
- Canal City
- Meeting Place

新たなイメージ

- Creativity
- Innovation
- 商業精神



◆アムステルパートナーズの設立 【都市マーケティングとプロモーション）

◆I amsterdam (2006) Brand Carrier(Motto`

- I Love New York (1977)



米国のTravel Agency Sites

1. www.travelocity.com

2. www.expedia.com

本日の出席確認テスト(2点)

演習1. 理想のSummer Vacation (6/3-6/10)

- ① 旅行予約Websiteを一つ選ぶ
()
- ② Webサイトを選んだ理由
()
- ③ 旅行の内容
特定の航空会社や、宿泊施設を選んだ理由(値段、格、等)なぜ、このWebsiteを選んだのか説明する
- ④ Website使用後の感想
()
- ⑤ 「ワード」ソフトでタイプして、それをメールに添付して送る。

演習2. Civic Pride Amsterdam

- アムステルダムの都市プロモーション戦略についてまとめる。
- それについての感想



本日の出席確認テスト

書類の添付方法

1. 演習3. 「琉球大学のウェブメール」を使って、2つのワード・ドキュメント(「理想のサマーバケーション」・「アムステルダムのコミュニケーション戦略」を添付し、先生に送る。
 2. インターネット(e)をダブルクリックする。
 3. URLアドレスにwww.cc.u-ryukyu.ac.jp とタイプする。
 4. Webmail Service をクリックして、パスワードを入れる。
 5. 今までに使ったことのない人は、左欄の受信トレイをクリックしてどのようなメールが来ているか読んで確認する。
 6. 次に、左欄の メール作成のボタンを、クリックする。
 7. 宛先に 先生のメールアドレス kaorukom@eve.u-ryukyu.ac.jpを入れる。
 8. Cc:に、隣の人アドレスを入れる。
 9. Bcc:に、自分のアドレスを入れる。
 10. 件名に「観光情報論 第2講 アムステルダム__自分の名前」とタイプする。
(件名を正しく入れないと採点されません)
1. 要件を右のように書く。
 2. 右のスクロールバーをおろして、ファイル添付の右にある参照をおすとアップロードするファイルの選択というポップアップ・ウィンドウが出てくる。
 3. Removable Diskに先ほどのドキュメントを保存した人は、ファイルの場所でマイコンピュータを選び(ワンクリック)し、Removable Diskを選び、開くをクリックする。
 4. ドキュメントを添付したのち、メール送信する。

宮国先生へ

第2講の課題を提出します。採点、よろしく願います。

あなたの名前

注意とお知らせ

注意

- 本日、USBに保存できなかった人は、Webmailで途中の原稿を自分に送っておく。(そうすると後から、追記することができるので)

お知らせ

- 来週からUSBフラッシュ・メモリーを持ってきてください。
- 4月29日 Golden Week 休講
- 5月6日の出席確認テスト
Case Study(バルセロナのコミュニケーション戦略)
(p.118)について呼んでくること。