

2010年 5月13日

第4講 観光情報論



宮国薫子

- 国や地域のウェブサイト(発地情報)
- Civic Pride(バルセロナ・ハンブルクの事例)

Reference

安村克己著 『観光事業論講義』 くんぷる 博文社 2005 p92



インターネットによる観光地からの情報

メリット

- 観光者への直接的な情報発信が容易。
- 地域における観光関連企業、行政、市民等が情報を共有・発信できる。
- 観光関連企業、行政、市民等が地理的境界あるいは制度的枠組みを超えた広域連携による観光情報提供が可能。
- 引用・・・安村克己著 『観光事業論講義』 くんぷる 博文社
2005 p92

インターネットによる観光宣伝

観光宣伝とは・・・一定の広がりをもつ地域の公的機関が、当該地域に観光客を誘致するための広報活動。

□ 国・地域レベル・・・政府観光局 (NTO:National Tourist Organization)

➤ <http://www.nihon-kankou.or.jp>



社団法人 日本観光協会 (Japan Tourism Association)

- ・・・日本国内の観光振興をはかる
- ・・・733団体(全国の市町村・観光連盟・旅行業等)
- ・・・あらゆる切り口から閲覧・検索可能
(季節を表すもの・地域・イベント等)
- ・・・地域のブログ情報を紹介。
- ・・・インターネットのブロードバンド化を利用して動画配信
- ・・・地図情報が充実。

□ 国内レベル・・・自治体・観光協会・Convention Visitors Bureau (CVB)



沖繩観光情報サイトおきなわ物語

www.ocvb.or.jp

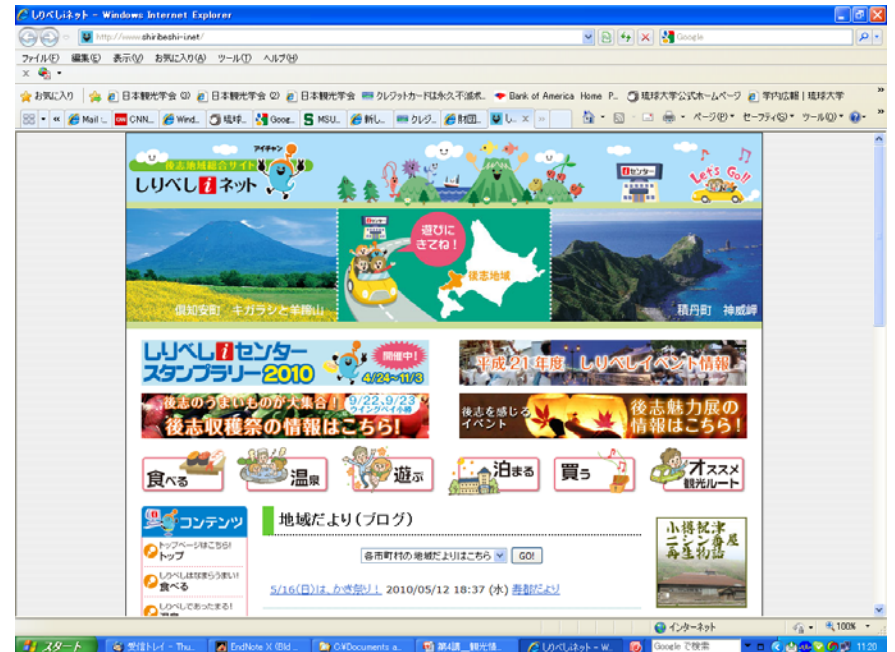
ネットによる観光宣伝(参考サイト)



観光宣伝とは 一定の広がりをもつ地域の公的機関が、当該地域に観光客を誘致するための広報活動。

- 国・地域レベル・・・政府観光局 (NTO: National Tourist Organization)
 - <http://www.jnto.go.jp/> 政府観光局一覧 日本観光振興機構 (Japan national Tourism Organization)
 - <http://www.nihon-kanko.co.jp/kanko-kyoku.htm> 外国の政府観光局一覧
 - <http://www.cnta.jp/isan/> 
 - www.britishtouristauthority.com
 - www.visiteurope.com European Travel Commission
 - www.CanadaTourism.com Canadian Tourism Commission
 - www.tourismaustralia.com Tourism Australia
- 国内レベル・・・自治体・観光協会・Convention Visitors Bureau (CVB)
 - <http://aguni.x.cmssquare.com/> 亜国島電子新聞アグー
 - <http://www.shiribeshi-i.net/> しりべし ネット

地域のウェブサイト



バルセロナのCivic Pride戦略

アムステルダムと同様に記号化しているが、バルセロナの場合、ロゴを中心として様々なキャンペーンを展開しており、またそのロゴ自体のデザイン性に非常に自由な要素を持たせており、デザインすることから市民が参加できる仕組みをつくっているところが相違点といえる。(Shibazaki)

バルセロナのコミュニケーション戦略は、“市民の欲する都市のために、市民の言葉でなされる”。この考え方は大変すばらしいと思う。ただこの戦略を用いるために、市民は、“自分たちが欲する都市っていったい何なのか”と問い続ける創造性や想像力を必要とされる。つまりこの戦略をうまくいかすには、市民一人一人の都市に対する思いや考え方を持たないとなりたたない。沖縄でコミュニケーション戦略を行ったと仮定してみたい。バルセロナで成功しているように、沖縄でコミュニケーション戦略はうまくいくのかなと少しクエスチョンマークが浮かんだ。なぜなら、沖縄県民は沖縄県が好きであるという共通認識はあるが、いざ、都市計画や県を改革して行こうとした時に、県民一人一人の欲する沖縄像がいまいち不明確であり、改革の多くがうまくいっていないように感じるからである。気づくとバルセロナのコミュニケーション戦略から、沖縄にバルセロナ戦略を用いるとどうなるのだろうかという感想になってしまいました。(Oyadomari)

バルセロナの感想

- バルセロナのコミュニケーション局は政府やデザイナーとの距離が近いということが強調して書かれていたのが印象的でした。
コミュニケーション局の位置づけがフレキシブルであるからできることなのでしょうが、緊密な関係でプロジェクトを進めるということは時間がかかることであろうと思います。それを成し遂げることができるのは、バルセロナがかなり以前からコミュニケーションを図ってきたことに由来していると思います。しっかりしたコミュニケーションを実行していくためには長い時間がかかるのだと分かりました。
沖縄でもある程度のコミュニケーション戦略は取られているとは思いますが、もし大規模なものを今後行うのであれば、即効性が認められなくても根気強く行って欲しいと思いました。(Shinno)

バルセロナの感想

- 地域にはそれぞれ特徴というものがあるがそれぞれの特徴は、自分たちの手によって創られるものだと思います。それは、バルセロナという都市の特徴は、小さいながらも生き生きとしたいくつもの広場、その広場でそれぞれ自由に生活を楽しんでいる人々、町中を鮮やかに彩っているバナー。これらは、バルセロナに初めからあったものではなく、バルセロナの人々によって創られたものだからです。
- バルセロナといえば、いまや芸術や文化の中心地というイメージさえありますが、その過去は、歴史的圧政や深刻な経済危機によって疲弊しきっていました。そこで、市は、バルセロナを再建するために人々との共通のビジョンをもって自分たちの住んでいる町を変えていったのです。バルセロナに必要なものは、バルセロナに住んでいる人たちが一番よく知っていると思うので、この共通のビジョンを持って町を変えるという方法は最も効果的だなと感じました。
- またバナーやCMを使って人々にどのような未来に向かっているのかわかりやすくすることで、市民に安心を与えるとともに、いろいろな協力を得ることができたのではないかと思います。そして、アムステルダムするときもでてきましたが、ユニークでシンプルなロゴは、バルセロナの人々の町づくりの気分を高める上で重要な役割を担っていたように感じます。このような、過去の人々の努力によって今のバルセロナという世界的都市があるのだと思います。(Taira)

来週の出席確認小テスト



- ①国や地域のホームページ(本日紹介されたもの・自分の知っているサイト)の中で、気に入ったサイトを一つ選んでページのアドレスと名称を書く。
 - ②そのサイトを選んだ理由と、何を主に調べたか述べる。
 - ③このページに欠けているもの。自分が付け加えるとしたら、何があるか。1点以上あげよ。
 - ④ Civic pride の事例「ブラッドフォード」のコミュニケーションの特徴はどのようなものであったかを説明し、その感想とSquint Operah が作成した"Picture a city"の動画を見た感想を書く。(動画はYouTubeで探してください。)
 - ⑤「私のバケーション」をご覧になりたい方はこちらをご覧ください。
 - ⑥「お薦めの国や地域のサイト」のアドレスをご覧になりたい方はココをクリック
 - ⑦私にメールを送りたい方はココをクリック
- * 先生にメールでhtmlドキュメントを添付して送る場合、今回の件名は「観光情報論__第4講__国や地域のウェブサイト」で送ってください。
- 来週までに「できるホームページ」の86ページまでを読んで理解しておく。

演習編「私のお薦め-国や地域のホームページ」 を題材にホームページを作ろう！

```
<html>
<head>
<meta http-equiv="Content-Type"
content="text/html; charset=Shift_JIS">
<title> 私のお勧め－国や地域のホームページ 2010 </title>
</head>

<body>
<h1> お勧め－国や地域のホームページ</h1>

<h2> ①お勧めの国や地域のサイト</h2>
<a href="http://www.nihon-kankou.or.jp">日本観光協会のホーム
ページ </a>
</body>
</html>
```

演習編「私のお薦め- 国や地域のホームページ」

ここで「名前をつけて保存」しましょう。

➤ 保存時の注意

- 「保存先」で、どこに保存するかをチェック（USB?）。
- 「ファイルの種類」では「すべてのファイル」を選んで…
- ファイル名はregional_sites.html

➤ 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、htmlファイルができているということなので、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。
- 今までに作ったホームページが見えますか？

演習編「私のお勧め- 国や地域のホームページ」

<body>

<h1> お勧め—国や地域のホームページ</h1>

<h2> ①お勧めの国や地域のサイト</h2>

日本観光協会のホームページ

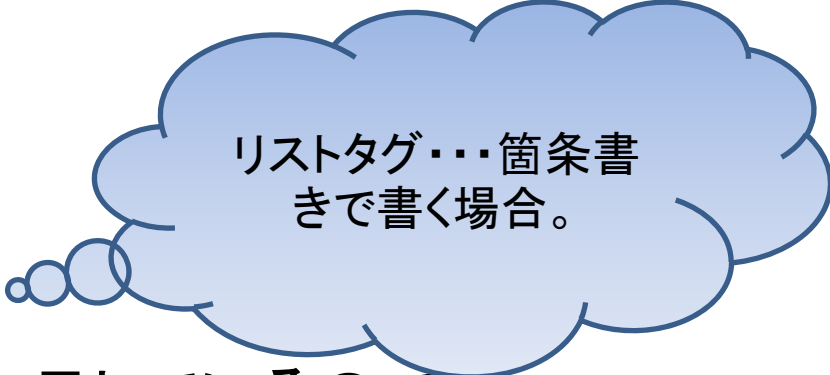
<h2> ②サイトを選んだ理由</h2>

画面がシンプルで見やすい。

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。

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

私の調べていた「桜の開花情報」が詳しく掲載されているから。



リストタグ・・・箇条書きで書く場合。

演習編「私のお薦め- 国や地域のホームページ」

<h2>②サイトを選んだ理由</h2>

画面がシンプルで見やすい。

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。

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

観光情報検索が充実している。

<h2>③このホームページにかけているもの</h2>

同じ内容の外国語でのサイトがない。

地域や県ごとの人口や面積等の情報がまだインプットされていない

演習編「私のお薦め- 国や地域のホームページ」

<h2>③このホームページにかけているもの</h2>

同じ内容の外国語でのサイトがない。

地域や県ごとの人口や面積等の情報がまだインプットされていない

<h2>④ Civic pride の事例 「ブラッドフォード」のコミュニケーションの特徴、その感想とビデオを見た後の感想 </h2>

<p>

ブラッドフォードは.....

.....

.....

.....

</p>

演習編「私のお薦め- 国や地域のホームページ」

<h2>④ Civic pride の事例 「ブラッドフォード」のコミュニケーション
の特徴、その感想とビデオを見た後の感想 </h2>

<p>
ブラッドフォードは.....

.....

.....

.....

</p>

<h2>⑤「私のバケーション」をご覧になりたい方はこちらをご覧ください。</h2>

ココをクリック



もう一つのHTMLファイルにリンクを張る場合。

演習編「私のお勧め- 国や地域のホームページ」

<body>

<h1> お勧め—国や地域のホームページ</h1>

<h2> ①お勧めの国や地域のサイト</h2>

日本観光協会のホームページ

<h2> ②サイトを選んだ理由</h2>

⋮
⋮
⋮
⋮

<h2> ⑤「私のバケーション」をご覧になりたい方は

ココをクリック</h2>

<h2> ⑥「お勧めの国や地域のサイト」のアドレスをご覧になりたい方は

ココをクリックするとページのトップに戻ります。</h2>



同じページ内でリンク
を張る場合。

演習編「私のお薦め- 国や地域のホームページ」

<h2>⑤「私のバケーション」をご覧になりたい方は

ココをクリック</h2>

<h2>⑥「お薦めの国や地域のサイト」をご覧になりたい方は

ココをクリック</h2>

<h2>⑦このページの感想を送りたい方は</h2>

私へのメールをクリック

</body>

</html>

追加課題

- 来週、教科書「できるホームページ」のCDを持ってくる。
- 街の着地情報の写真（下記のいずれか一つ）と自分の写真を撮って、自分のウェブメールアドレスに送っておく。
 - 観光客を視野にいれた道路標識
 - 観光者向けの地図
 - トラベルキオスク（Tourist Information Center）