

学生ベンチャー「高知ナビ」の創業を通じた実践教育 3

1 T-5

—コンテンツ・デザイナー—

松原英樹*2 森澤 満*2 青木祐典*2 奈良裕介*2 石丸智香*2 井上雄介*3
高村禎二*3 畠中兼司*1

*1 高知工科大学工学部 *2 高知工科大学 3 回生 兼 (株) 高知ナビ

*3 (株) コンピュータ・イメージ研究所

1. はじめに

「高知ナビ」は、高知を訪問する観光客のための観光サイトである。はじめての訪問客でも迷わず高知探索が出来るようにコンテンツの内容やデザインについては最善の工夫をほどこしている。「高知ナビ」のデザインについては、人気サイト「ソウルナビ」の基本方針を踏襲し、高知県の特徴にあわせたコンテンツの内容を変更している。

本稿では、「高知ナビ」のコンテンツ・デザインをどのように決め、どのように編集しているのか「高知ナビ」コンテンツ基本コンセプトについて考察する。

2. 市場調査

高知県へ入る観光客は、年間 500 万人を数えている。現状は、四国内の他県からの観光客が一位だが、平成 7 年度から近畿地方からの観光客が増加し始め、現在もその状況が続いている。これは、海・空からの交通機関に加えて瀬戸大橋等の 3 つの橋の影響で本州側から自動車で入る観光客が増加したものと考察できる。

観光客の年齢別特性としては、表 1 のように若者とシルバー層で大きく変化している。

	若者	シルバー
旅行形態	自由時間パッケージ	完全パッケージ
関心項目	ショッピング・食べ物・レジャー	遺跡地・文化体験

(表 1) 年齢別特性

表 2 に観光客の感想を上げる。総じて PR 不足というか、観光客が訪れても道路に迷うなど旅行パンフレット等の整備が急がれている。

<ul style="list-style-type: none"> ・ 他の県よりも遠で孤立している ・ 道路が悪く道がわかりにくい ・ 交通の便やバス停・案内板が少なく標識がわかり難い ・ イベントをもっと県外に知らせて欲しい ・ 自然をもっと残して欲しい ・ 四国以外の県で PR 不足である ・ スーパーやショッピングセンターなどにパンフレットを置いて欲しい。

(表 2) 観光客の感想

といったような事が判明した。

“Practical Education Through Foundation of a Student Venture Company “Kochi Navi Co.Ltd.” — Design of Contents —

Hideki Matsubara*2, Mitsuru Morisawa*2, Yusuke Aoki*2, Yusuke Nara*2, Chika Ishimaru*2, Yusuke Inoue*3, Teiji Takamura*3, Kenji Hatakenaka*1

*1. Kochi University of Technology

*2 Kochi University of Technology && Kochi Navi Co. Ltd.

*3 Computer Image Lab. Co.Ltd

3. 提供するコンテンツのコンセプト

市場分析の結果、訪れる観光客のニーズに答えるために知りたい情報の最新版を日替わりで発信するコンテンツが求められていることがわかった。観光客のニーズとしては、表3のようである。

- | |
|---------------|
| ・ 日替わりの地域情報 |
| ・ 交通情報 |
| ・ 美味しい店 |
| ・ 宿泊施設の予約状況 |
| ・ コンビニ・トイレの場所 |
| ・ ガソリンスタンド… |
| ・ 目的地までの目安時間 |

(表3) 観光客のニーズ

コンテンツ制作上のコンセプトは、

- ① 狙いは、「暮らしの手帳」、消費者側にたったサイト運営。
 - ② 旅行してくる人の立場にたって考えるサイト→原価、手数料等の情報公開が原則。
 - ③ 商品を売るのでなくサービス、つまり信用ブランドを売る姿勢。
 - ④ 全世界のナビでB2C（生産者消費者間取引）を行う。
- である。

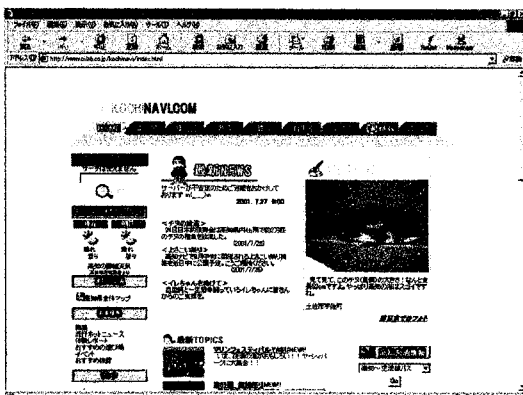
4. 提供するコンテンツの特徴とコンテンツ・デザインの内容

コンテンツの特徴として以下のような点に注目する事にした。

- ① 新しいスポットの紹介、おいしい食べ物、食堂の紹介、海・山・川などの自然の紹介など雑誌では紹介できていない情報を毎日公開していく。
- ② コンテンツは、「メイン」「エリア」「食べる」「遊ぶ」「買う」「泊まる」「ツアー」「得情報」「コミュニティ」の9個に分類する。毎日の最新情報を紹介する「メイン」コーナー、高知県の有名スポットをエリア別に紹介する「エリア」コーナー、海の幸、川

の幸、山の幸等、新鮮なおいしいものが食べられる店を紹介していく「食べる」コーナー、海、山、川といった自然の中でのスポーツや遊びスポットを紹介する「遊ぶ」コーナー、高知でしか味わえないおいしいものや特産品を紹介する「買う」コーナー、高知での宿泊がわかる「泊まる」コーナー、高知県の観光バス等を紹介する「ツアー」コーナー、サービス品などお得な情報を提供する「得情報」など旅行者に必要な情報を掲載する。

- ③ 「コミュニティ」コーナーの「わいわい広場」掲示板では、読者の問い合わせに対して、リアルタイムにきめ細かく答えていく。



(図1) 高知ナビのコンテンツ・デザイン

5. おわりに

6月8日に500ページでスタートしたコンテンツも1日3~5ページの割で増加を続けている。高知県No.1の観光サイト、高知県の百科事典を目指して頑張っていきたい。また、来るべきブロードバンドの時代にあった最新コンテンツを提供するベンチャー会社としての地位を不動のものにしたいと考えている。