

# 大和高原観光振興事業 WEBサイト制作 報告書

第1.1版

2021年12月23日  
東京国際工科専門職大学

## 目次

はじめに	3
1. 目的	3
1-1. 実施体制	3
1-1-1. 主要事業体	3
1-1-2. 連携事業体	3
1-2. スケジュール	3
2. 事業背景	5
2-1. 現状の課題	5
2-1-1. ウェブサイトの運営方法	5
2-1-2. 観光資源の埋没	5
2-1-3. 認知度の低さ	5
2-1-4. サイトデザイン	6
3. 実績	6
3-1. 観光資源の抽出	6
3-1-1. ワークショップ、ヒアリング	6
3-1-2. リサーチ	6
3-1-3. 観光資源整理	7
3-2. 地域ブランド設計	7
3-2-1. コンセプト	7
3-2-2. ターゲット	7
3-2-3. キャッチコピー	7
3-3. 観光コンテンツ化	8
3-3-1. 「おすすめコース」の設計	8
3-3-2. カテゴリー別コンテンツ	9
3-3-3. 特集ページの制作	10
4. 制作物	10
4-1. ホームページ制作	10
4-1-1. サイトコンセプト・テーマ	10
4-2-1. デザイン・構成	11
4-2-2. イメージカラー・フォントの設定	12
4-2-3. コンテンツ	12
5. 成果及び工夫点・課題	13
5.1. 成果及び工夫点・課題	13
5.2. 課題・反省点	14
おわりに	15
資料集	15
改版履歴	16

※赤色の項目は学生が記載した箇所です。

## はじめに

大和高原は、豊かな自然に恵まれ、古き良き日本の原風景が広がる美しい土地です。また、記紀・万葉にその地名が記されており、歴史にゆかりある土地でもあります。本事業では、地域に眠る数多くの観光資源を掘り起こし、それらの資源を最大限魅力的に発信することで、人々が訪れたいくなる、旅のきっかけとなるようなウェブサイトの制作を行いました。

## 1. 目的

観光特化型のウェブサイトを作成することで、利用者の来訪意欲を高め、旅に必要な最新情報を利用者へ提供します。さらに、ウェブサイトを通じて大和高原の地域ブランドを確立することで、観光振興を図ります。

### 1-1. 実施体制

大和高原(東吉野)観光振興協議会を中心に、下記事業体とともに本プロジェクトを実行しました。

#### 1-1-1. 主要事業体

大和高原(東吉野)観光振興協議会  
宇陀市商工観光課

#### 1-1-2. 連携事業体

株式会社 百代  
東京国際工科専門職大学 情報工学部  
情報工学科・デジタルエンターテインメント学科 学生4名

### 1-2. スケジュール

今回の実施スケジュールを以下に記載します。

5月～12月 授業期間  
4月 要件の整理、学習  
5月～6月 構造設計  
6月 開発着手  
11月 納入  
12月 運用

わかりやすく票にしたものを次頁に示します。

	5月			6月			7月			8月			9月			10月			11月			12月		
	1週	2週	3週	4-5週	1週	2週	3週	4-5週	1週	2週	3週	4-5週	1週	2週	3週	4-5週	1週	2週	3週	4-5週	1週	2週	3週	4-5週
学習	観光地の情報整理																							
	WordPressの使い方学習																							
構造設計	ページ設計																							
	構成図作成																							
	全体図作成																							
	仕様書作成																							
トップページ実装 (デモサイト)	大和高原とは・お知らせ・イベント・特集・ハッター・フッター																							
	おすすめスポット																							
	カテゴリー																							
各詳細ページ実装 (デモサイト)	大和高原とは・イベント・お知らせ																							
	お問い合わせ・アクセス・各一覧ページ																							
	特集ページ																							
	おすすめコース																							
	サイトの動作検証																							
	サイト全体のグラフィックアツツ																							
	運用マニュアル																							
	報告書																							
本サイト移行	公開開始																							
	進捗の反映																							
	最新投稿の観光地																							

## 2. 事業背景

### 2-1. 現状の課題

大和高原観光ウェブサイト刷新に伴い、まず、現状の課題の洗い出しを行いました。新ウェブサイトでは、この工程で浮かび上がってきた課題を解決し、継続的で発展性のある観光振興が図れるようにサイト設計を行っています。

#### 2-1-1. ウェブサイトの運営方法

すでに運営されていた大和高原の観光ウェブサイトは、更新が滞っており、最新情報が反映されていませんでした。観光スポットやイベントなどの詳細を閲覧するには、他ウェブサイトに掲載されているページへ遷移する仕様となっていました。その多くがリンク切れとなっており、リンク先のページが存在していませんでした。現状、利用者はウェブサイトからは、確実な情報が得られない状況となっていました。

また、東吉野村、御杖村、宇陀市、曾爾村、山添村では、それぞれが独自の観光ウェブサイトを運営していますが、相互連携が取れていないことが分かりました。ウェブサイトの情報を常に最新状態に保つことは、必須事項であるといえます。

このことから、大和高原を地域ブランドとして、広域な範囲で観光振興を図るためには、5つの地域が連携し、相互に最新情報を共有し、更新を行うための仕組みが必要であることが分かりました。

この課題を解決するため、新ウェブサイトでは、運営者の負担を減らすと同時に、常に最新情報を掲載できるよう、掲載内容を厳選し、サイト運営の仕組みを構築しました。詳細は、ウェブサイト運用マニュアルを参照ください。

#### 2-1-2. 観光資源の埋没

現行のウェブサイトでは、数多くある観光資源の共有・蓄積・整理ができていませんでした。また、奈良県全域を対象とした観光ウェブサイトは、情報量が多く、大和高原に関する観光スポットは、利用者に見つけて貰いづらい状態であり、サイト内で埋没している傾向にありました。

この課題を解決するため、関係者とのワークショップ・ヒアリングを経て、観光資源の抽出ならびに情報整理を行いました。後述する周遊コース設計等の観光コンテンツは、この観光資源整理をもとに進めました。詳細は、3-1項を参照ください。

#### 2-1-3. 認知度の低さ

観光地として、大和高原が十分認知されているとは言い難い状態です。この課題を解決するため、ウェブサイトの更新頻度を高くし、絶景スポットや珍しい観光コンテンツなど、他地域と差別化することで、認知度向上を図る仕組みを取り入れました。

また、おしゃれな場所を好み、SNSを利用する若年層、Deep Japanを求め、WEBサイトを利用する外国人観光客、上質な時間や癒しを求め、紙媒体や口コミで情報を得る高齢者層など、利用者によって情報を得る媒体や求めていることは異なります。

ターゲットによって、打ち出し方や魅力の伝え方、発信する媒体などに、バリエーションを持たせることで、認知度の向上を図ります。

## 2-1-4. サイトデザイン

従来の大和高原ウェブサイトでは、文章による情報が多く、写真や動画が少ない仕様となっていました。文章による表現は、イメージしづらく、印象に残りづらい傾向があります。また、スマートフォンやパソコンでウェブサイトを開覧する

場合、小さな文字や、長文を読むには相当な集中力が必要となるため、サイト離脱率が高くなると言われています。

新ウェブサイトでは、ドローンを使用した空撮や躍動感の伝わる動画、静止画を多用することで、この課題を解決し、サイト訪問者に大和高原の荘厳さと美しさを印象づける仕様としました。

## 3. 実績

### 3-1. 観光資源の抽出

#### 3-1-1. ワークショップ、ヒアリング

宇陀市商工観光課と百代にて、観光資源を掘り起こすためのワークショップを行いました。あらかじめ用意していた下記の 카테고리、コンテンツ例を参考にヒアリングを行い、地域資源の情報を固有名詞といった具体的なキーワードで収集しました。

項目(カテゴリー)	コンテンツ例
季節(春 / 夏 / 秋 / 冬 / 通年)	花見、紅葉まつり、秋まつり、など
歴史	遺跡、史跡、歴史的建造物、など
文化 / 伝統工芸	手仕事、伝統工芸、伝統産業など
花 / 自然風景 / 日本の原風景	しょうぶ、桜、曾爾高原など
食事	名産品、特産品、名物
体験(見る・知る・遊ぶ)	ハイキング、ブルーベリー摘み、バーベキューなど
神社仏閣(見る・知る・体験する)	神社、寺院、祭事、仏像、坐禅、写経、写仏など
イベント	花火大会などの催事・イベント
温泉	あきの湯 など

#### 3-1-2. リサーチ

前述のワークショップで得た観光資源のキーワードをさらに詳細に調べました。それに加え、地域の歴史や自然環境の調査や、地域にある施設へ直接問い合わせを行うなど、観光資源の魅力を発掘すべく、リサーチを行いました。

また、観光ウェブサイトにとまらず、宿泊施設、ヘアサロン、コンサルティング企業など、業種・ジャンルを越えて数十にわたるウェブサイトを訪問し、魅力的で伝わりやすいウェブサイトの特徴を徹底リサーチしました。

### 3-1-3. 観光資源整理

3-1-1, 3-1-2項で洗い出した観光資源を、地域別で情報整理を行いました。資源の名称(よみがな)、所在地、概要、連絡先、所管、関連コンテンツ等を一覧にまとめています。詳細は、別添資料\*\*を参照ください。

この観光資源整理表では、1つのキーワードに対して、複数のカテゴリーを設定しています。これにより、後述する周遊ルート的设计や、観光コンテンツ企画など、ターゲットの年齢層や企画コンセプトに併せて、さまざまな観点から観光資源を抽出・選定することができます。

## 3-2. 地域ブランド設計

### 3-2-1. コンセプト

「誰にでもわかりやすく、特に興味を持ってもらえるサイト設計」

若者向け制作するとともに観光地を探しやすい構造にすることで、既存の大和高原のサイトを利用しているユーザーにも使いやすい設計をしています。

### 3-2-2. ターゲット

若者をターゲットとしてサイトを作成しています。

今まで大和高原に訪れたことのないような人に訪れてほしいという要件から、自然に触れ合える観光をしたいと思っていそうな層をターゲットとし、その中でも10代後半～20代前半の若者に重きを置いてサイト作りを進めました。

若者に重きを置いた理由は、他の年齢層と比べてアクティビティが優位であり、サイトで情報を知ってもらい実際に大和高原に足を運んでもらうためです。

下表にターゲットの概要を示します。

・10代後半～20代前半
・ナチュラル志向
・アウトドア派
・都会の人
・手軽に自然を味わいたい人

### 3-2-3. キャッチコピー

「四季折々、様々な表情を見せる大和高原」

四季によって変わる大和高原の魅力を楽しんでほしい。1年中大和高原を楽しむことができる。ということをサイト訪問者に伝えることを意図しています。

## 3-3. 観光コンテンツ化

### 3-3-1. 「おすすめコース」の設計

おすすめコースをユーザーに提示することで観光のイメージをつかみやすくしています。おすすめコース内の画像に距離を記載することで観光地の間を想定しやすくしています。

また、観光地にマーカーを打ち、ルート上に線を引いたGoogleMapを表示することでユーザーがコースを把握しやすくしています。

これらの設計方針に基づき以下のコース設定をしました。

「おすすめコース」の設計について、以下に設計方針とコースの内容を示します。

#### ①だんらんコース

ターゲット層:家族

コンセプト:子供から大人まで楽しめる

移動手段:車、徒歩

体験→BBQ→温泉

フォレストパーク神野山(めえめえ牧場、鍋倉溪、展望台)

↓ [移動時間 車で38分]

BBQガーデンUDASUN(あきのの湯)手ぶらで利用できるのが決め手

↓

あきのの湯

#### ②ときめくコース

ターゲット層:10~20代のカップル

コンセプト:大和高原の自然を味わってもらう

移動手段:自転車、車

鳥見山公園

↓ 9km[移動時間 車で15分]

春日神社

↓ 16km[移動時間 車で21分]

投石の滝

#### ③のんびりコース

ターゲット層:お年寄り

コンセプト:ゆっくりと過ごす

移動手段:電車、徒歩

ハイキング

室生寺

↓ [移動時間 車で3分]

室生寺龍穴神社

↓ [移動時間 徒歩1分]

吉祥龍穴

↓

(お昼)

↓ [移動時間 車で33分]

三峰山



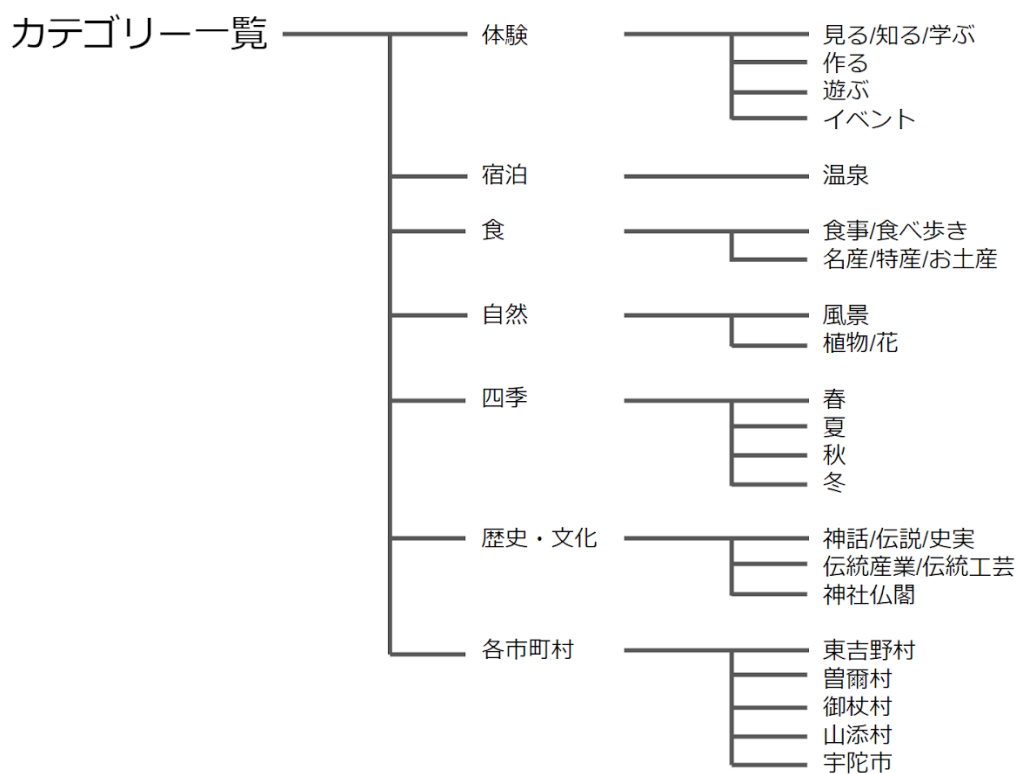
### 3-3-2. カテゴリー別コンテンツ

200以上ある観光地をカテゴリーで分類することでユーザーが探したい観光地を検索しやすい仕組みを取っています。

また、カテゴリー一覧ページを作成することで、どのようなカテゴリーが存在するのか一目で理解できるようになっています。

分けて整理することで検索しやすくしました。

以下が一覧です



### 3-3-3. 特集ページの制作

ユーザーが知りたい観光情報を特集としてまとめることにより、ユーザーが情報を取得しやすいようにしました。体験、歴史、グルメ、宿泊、自然、の5つのテーマで作成しました。テーマに対応する以下のタイトルはこちらです。

- ・大和高原を体験しよう
- ・大和高原の歴史
- ・グルメ情報
- ・おすすめ宿泊施設
- ・1度は見たい大和高原の自然

## 4. 制作物

### 4-1. ホームページ制作

#### 4-1-1. サイトコンセプト・テーマ

コンセプト

「自然の魅力を若者へ届ける」

テーマ「都会へ移動した若者を大和高原へ」

地方から離れ、都会に集まる若者に対して都会では感じる事が出来ない自然の魅力を知ってもらい、大和高原に足を運んでもらうことをテーマとして設定しました。

若者に重きを置いた理由は、他の年齢層と比べてアクティビティが優位であり、

サイトで情報を知ってもらい実際に大和高原に足を運んでもらうためです。

サイトを通じて、大和高原の強みである四季折々の自然の魅力を、当ウェブサイトで最大限にPRしています。

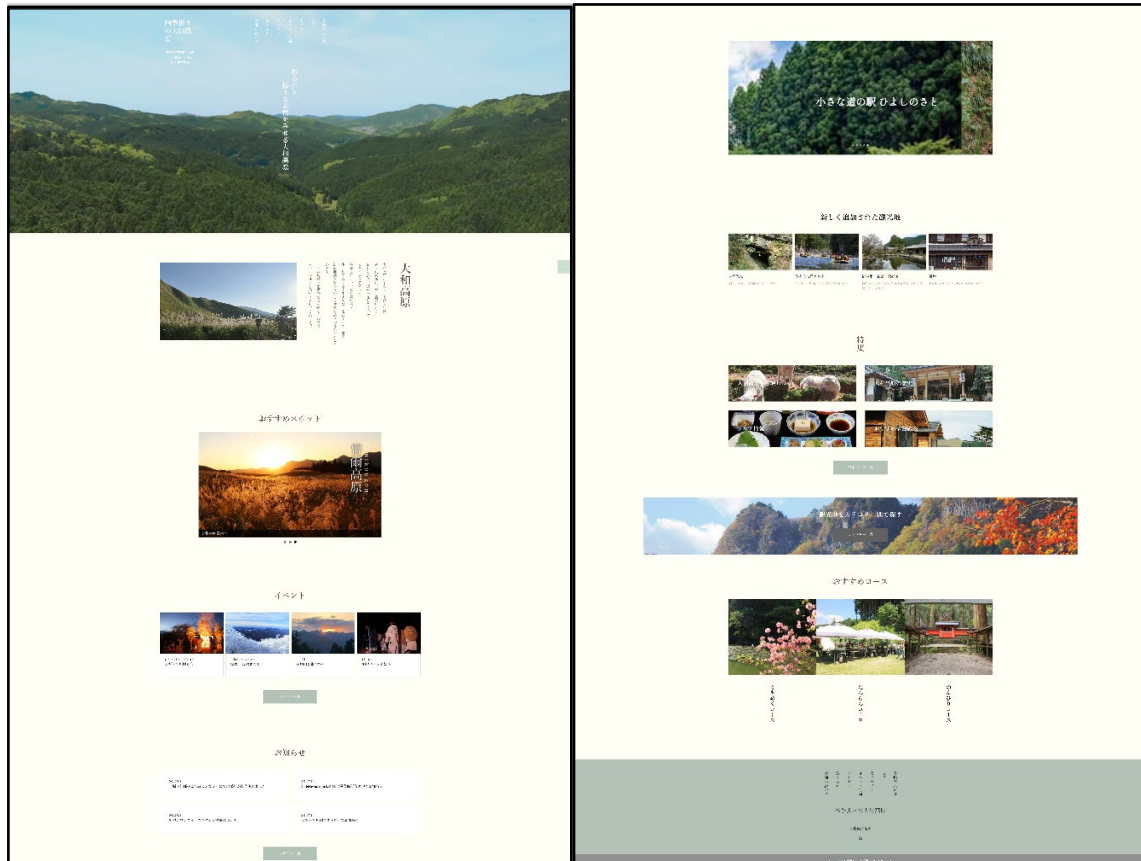
## 4-2-1. デザイン・構成

トップページに表示させる情報量を最小限に抑えることで、サイト訪問者が直感的に大和高原のイメージを頭に描けるように構成しました。

まずは、トップページ冒頭で、動画を表示し、画像を多く使用することによって、大和高原の魅力を伝えています。

その直後に、大和高原がどんな場所であるかを、短く、簡潔かつ心に訴えかける文章で伝えています。それに続き、おすすめスポットを提示し、ユーザーの興味を喚起させます。その後、イベントやお知らせといった最新の情報を提示し、特集やカテゴリー、おすすめコースを提示することで、より具体的に大和高原へ訪れたいという意欲を高めるよう、コンテンツを構成しています。

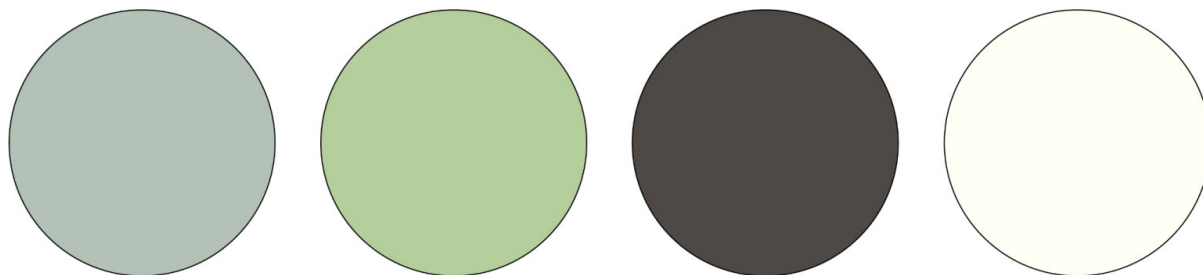
トップページの内容の図を次頁に示します。



## 4-2-2. イメージカラー・フォントの設定

大和高原の自然のイメージを伝えるために淡い緑を多く使用しています。原色の緑では無く、若者からの印象を良い淡い緑を使用しています。トップページの背景色をクリーム色にし、フォントの色も黒ではなくこげ茶を使用し、することでサイト全体を柔らかい雰囲気としています。また、縦書きを混同させることで他サイトとの差別化を行い、フォントは明朝体を使用することで、大和高原を想起させています。

使用したイメージカラーの色見本を以下に記載します。



## 4-2-3. コンテンツ

制作したコンテンツは以下の通りです。

トップページコンテンツ一覧

- ・「大和高原とは」
- ・「おすすめスポット」
- ・「イベント」
- ・「お知らせ」
- ・「最新投稿の観光地」
- ・「特集」
- ・「観光地をカテゴリー別で探す(カテゴリー一覧)」
- ・「おすすめコース」
- ・「アクセス」
- ・「お問い合わせ」

操作性で工夫した点として、ユーザの操作性を意識してヘッダーから各コンテンツへの導線を制作しました。どのページからでも各コンテンツにページ遷移することが出来ます。

## 5. 成果及び工夫点・課題

### 5-1.成果及び工夫点

以下に私たちに関しての成果を示します。

#### コンセプトの明確化と設計

コンセプトに従って設計、デザイン、実装、評価、を行い、HPを制作することが出来ました。また、自分たちでコンテンツを提案、設計し、実装することが出来ました。

#### ユーザ視点でのページ制作

ユーザーの視点から必要な機能や情報、ページの導線を考え、それらを実装出来ました。デフォルトの機能では実現出来ない機能は、自分たちでプログラムを記載することで実現しました。

今回のプロジェクトで工夫したことはプロジェクトの品質管理です。

初めてのプロジェクトでわからないことだらけの私たちにとって、納品物の品質の確保と、納期までに間に合うように作業するためには品質管理を意識して行うことが必要だと考えました。

私たちは品質管理を行う際に、「スケジュール管理」、「ファイル管理」、「情報共有」、「問題・課題管理」、の4つに重きをおいて品質管理を行いました。

「スケジュール管理」では、作業工程の統一化とWBSを活用した進捗共有を行いました。

作業の統一化として、スライドの右側に記載されている、6つの項目を定め、毎週定例の会議までの1週間の作業の進め方をグループで統一しました。

また、円滑に進捗共有や作業の見積もりを行うために、WBSを使用しチーム内での進捗共有を行いました。

「ファイル管理」では更新する際に日付と改定履歴を明記したり、Google Driveを活用し変更履歴を残すなどの工夫をすることで、いつ、だれが、どのようにドキュメントを編集したのかわかるようにしました。

実際に履歴に関する管理はうまくいき、ドキュメントの更新に関しては混乱を防ぐことが出来ました。

「情報共有」ではメンバー内で、設計、製作をする際に、実習外の時間に会議を行い。こまめに進捗を確認し合いました。

教員を含めたチーム全体での情報共有は、水曜日の会議の前に、多くの時間を使用して行いました。

「問題・課題管理」では、残作業やタスクリストを書き出し、進捗報告と共に報告を行いチーム全体で問題点と課題を把握していきました。また、残作業ごとの期限を明記し、いつまでにタスクを完了させなければいけないかをチーム内で共有し、監視しあうことで納期までに成果物を収めていきました。

## 5-2.課題・反省点

以下、プロジェクトに関する課題・反省点を示します。

### (1)確認不足

百代様への提案・報告方法と要望事項のすり合わせがうまく行かず手戻りが多くなってしまいました。また、検証や確認が足りなかったり、遅かったりすることが多く、直前での変更が多くなってしまいました。トップページからの確認の網羅性が漏れてしまい、最終実装でのページの不具合がありました。次からは各インターフェイスを網羅した確認を行います。

### (2)若者向けのコンテンツのとらえ方

若者向けにサイトを制作していましたが、若者向けに特化したコンテンツを作成することが出来ませんでした。大和高原に関するinstagramの投稿が自動的にトップページなどに表示される機能や、インスタ映えスポットなどの紹介をコンテンツとして実装することで、さらに若者向けのHPにすることが出来たと考えました。

### (3)4つの品質管理の反省点

「スケジュール管理」の反省点として、作業時間の見積もりが正しく行うことができず、本来予定していたスケジュールから大幅ずれてしまうことがありました。

また、WBS上では進捗を確認していたのですが、実際の進捗はどのような状態なのか、どこまでできているのか、などの詳細な確認を怠ってしまい肝心の中身の進捗が上手く共有されていないことがありました。

WBSはとても便利であるものと実感したと共に、WBSに頼りすぎるのも良くないことが身をもって体感しました。

「ファイル管理」の反省点として、ファイル自体の管理が甘く、整理が出来ていないものがいくつかありました。そのため、必要なファイルを探し出す際に時間がかかってしまうことや、どの書類に何を書いたのかという書類の把握もうまくできていない部分がありました。

いつ、誰が、どのようなことを話したのか、を明記し、把握、そして整理することが大切だということを理解することが出来ました。

「情報共有」の反省点として、チーム内で情報共有する際に、時間が合わず、水曜日の会議の直前に情報共有をすることになってしまうことが何度かありました。また、デジタルスタンプラリーと大和高原の2つに分かれて作業してしまうことが多く、2つのプロジェクト同士の情報共有が行われていないことが多々ありました。

教員を含めたチーム全体での情報共有では、教員に対しての情報共有の仕方が悪く、必要以上の時間を費やしてしまうことが多々ありました。

情報共有の難しさと重要性を改めて実感しました。

「問題点・課題管理」の反省点として、残作業から漏れてしまっていたタスクがあったことと、残作業を書き出していたのにも関わらず、自分達の作業量の把握にしか活かせず、報告などと結び付けられていなかったことがあります。

資料を書くだけにせず、活用することが大事なことだと実感しました。

おわりに

資料集

## 改 版 履 歴

- 6/30 1.0版 トップページに関する内容を追加
- 12/23 1.1版 3.実績の文言修正  
コンテンツに関する内容の追加  
成果・課題修正  
全体のレイアウト修正