

教育の一環としての産学協同によるWebデザインの事例

近藤 研二

倉敷芸術科学大学芸術学部

(2010年10月1日 受理)

1. はじめに

備前市は、岡山県南東部にあり、備前焼と耐火煉瓦と漁業の町として有名である。備前焼は瀬戸、常滑、丹波、信楽、越前とともに日本を代表する六古窯の一つに数えられており、その最大の魅力は素朴な自然美と偶発的な出来上がりの面白さに真髓がある。特に昭和に入って金重陶陽や弟子達の中から人間国宝を輩出し、芸術性を高めて人気を復興させ、備前焼の人気は不動のものとなった。しかし、近年の経済的な景気の落ち込みもあり、備前地区の観光客も減少し、備前焼の購買意欲も低迷してきている。

昨年末(1909年9月)に本学の教育研究支援センターをとおして、備前地区の地域の活性化を目指しておられる華麗備前会の代表他数名のメンバーの方が本学を訪問され、大学との共同研究の相談を受け、メディア映像学科のWebデザインゼミ学生の教育の一環として対応することとし、華麗備前会及び、会のメンバーのお店のWebサイトの制作に取り組んだ。本稿では、その事例研究として報告する。

2. 備前地区の問題点と華麗備前会の取り組み

備前市は、2005年に旧備前市、旧日生町、旧吉永町が合併し誕生している。華麗備前会が誕生した旧備前地区は、煉瓦づくりの四角い煙突が数多くみられるが、備前焼の産地として知られている。備前焼の歴史は古く、平安時代に始まり古備前の文化を発祥させた。特に昭和に入って金重陶陽らが備前焼の芸術性を高めて人間国宝を多数輩出して備前焼の人気を不動のものとした。

しかし、備前焼は高価なものとしてのイメージがあり、贈答品として日常の生活用具としての使用は少なく、また今後の購買対象者としての若年層は備前焼に対する親しみも少なくなっている。毎年10月の第3土・日曜日に伊部駅周辺では「備前焼まつり」が開催され安く買えることもあり賑わうが、その時期以外は備前地区への観光客も少なく、備前焼の購買意欲も低迷してきている。備前地区は閑谷学校などの観光名所があるが、岡山市や倉敷市に比べて名所も少なく分散して横の連携が希薄である。観光客が備前に来ても食事をする場所が少なく、分かりにくいなど問題を抱えている。

備前地区の地域活性化に向けた取り組みの一つとして、平成21年3月に窯元をはじめ喫茶店、レストランなど8店と備前商工会議所青年部が参加して華麗備前会が発足され、

下記の活動が開始されている。

- ・地元産の野菜や魚介類で作るオリジナルカレーの開発。
全国各地でB級グルメによる町おこしが展開されているが、備前地区でもそれによって観光客に食事をする場所を提供すると同時に、備前焼の器で食べて頂くことにより、日常の食器としての備前焼のよさを再認識してもらう。
- ・それぞれの加盟店で開発されたオリジナルカレーを連携させるためのスタンプラリーを実施。
- ・岡山の観光ガイドブックや岡山県内版まちナビ等への記載。

3. メディア映像学科Webデザインゼミとしての取り組み

平成21年9月16日(木)の華麗備前会のこれまでの取り組みと大学への要望を受け、メディア映像学科 Web デザインゼミでは下記の経緯の中で華麗備前会の Web サイト及び華麗備前会メンバーのお店の「軽食喫茶うど」と「日本料理四季彩」の Web サイトの提案に取り組んだ。

3-1 華麗備前会のWebサイトへの取り組み

●備前地区の現状報告

日時：平成21年9月16日(木)

場所：倉敷芸術科学大学

◎「備前カレー」によるブランディング戦略のための研究会・勉強会への協力について

1回目の打ち合わせの中で、備前地区の問題点とこれまでの華麗備前会の取り組みについて現状報告を受ける。

●華麗備前会への講演及びリサーチ

日時：平成21年12月14日(月)

講演テーマ：「経験をデザインする」

場所：備前焼ギャラリー山麓窯 ふれあいルーム

◎製品やサービスを考える上で、人間の「感覚」や「喜怒哀楽」、「考える」、「行動する」、「交流」などの経験領域をデザインすることの重要性和、それらの考え方や手



図1. 山麓窯のぼり窯



図2. 山麓窯工房



図3. ギャラリーしょうぞん



図4. 両備ガーデン



図5. カレー&カフェ Shibabe



図6. 軽食喫茶 うど

法を紹介。

備前華麗会のメンバーである山麓窯の見学及び、華麗備前会としての Web サイトへの要望などのヒアリング。

●華麗備前会Webサイト企画案の提示

日時：平成 22 年 1 月 25 日 (月)

場所：備前焼ギャラリー山麓窯 ふれあいルーム

◎特に若い世代に華麗備前会のオリジナルカレーと周辺の備前の観光資源を分かりやすく紹介し、身近な生活用品としての備前焼きを紹介し、備前のよさを伝えて備前

🎯 プロジェクトの背景と目的

背景

備前の町おこしプロジェクトとしてカレーを提供しているお店や、歴史的遺産や豊富な自然など、備前をPRできるものがたくさんありますが、現状ではその魅力が伝わっていないという印象でした。

そこで、手軽にアクセスできたいくさんの情報を発信するツールとしてWEBサイトを利用し、備前の良さをもっと知って魅力を感じてもらい、実際に足を運んでもらえるようなWEBサイトを制作しようと思いました。



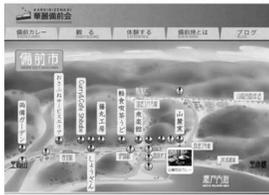
備前市の活性化に繋がる

目的

- 1 WEBサイトを公開し、華麗備前会をより多くの人に知ってもらう
若い世代の人たちに備前に興味を持って貰う
- 2 身近な生活用品としての備前焼を紹介
備前焼に**親しみ**を持って貰う
- 3 ご当地グルメとしての備前カレーをより広く知って貰う

📍 サイト構造

構造



ヘッダーからは各一覧ページ、備前焼の説明ページ、ブログへのリンクが貼られています。

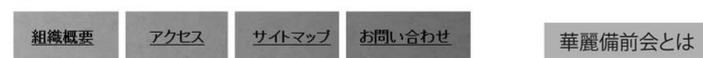
トップページ、各一覧ページにはマップを配置し、すぐに気になるお店、観光地の詳細ページへ行くことが出来るようにしました。

サイトマップ

ヘッダー



フッター



かりやすくアクセスできるようにデザインした。

3-2 「日本料理四季彩」・「軽食喫茶うど」のWebサイトへの取り組み

「日本料理四季彩」・「軽食喫茶うど」は、両店とも華麗備前会加盟店で同じオーナーのお店である。両店ともこれまでWebサイトがなく、華麗備前会サイトの連携を強めるために、Webデザインゼミとして3年生の授業（Web・ゲーム実習Ⅰ）の一環として取り組んだ。

● 「軽食喫茶うど」及び「日本料理四季彩」のWebサイトの提案のためのリサーチ

日時：平成22年5月8日（土）

場所：備前市「軽食喫茶うど」・「日本料理四季彩」

華麗備前会Webサイト、「日本料理四季彩」及び「軽食喫茶うど」Webサイト制作のための取材として、ご主人にお店の特徴・経営方針などについてインタビューを行う。「日本料理四季彩」・「軽食喫茶うど」は、両店ともJR赤穂線伊部駅の構内にあり、伊部駅2Fは、備前焼伝統産業会館として岡山県備前焼陶友会の作品が展示されている。

「日本料理四季彩」は、季節の地元の食材を生かした和食のお店で、中高年層に受けそうなゆっくりくつろぐことのできるお店となっている。特にツアー会社への団体メニューや、宴会席・仕出しメニューの認知度の強化を考えている。

「軽食喫茶うど」は、「日本料理四季彩」の姉妹店で、華麗備前会の加盟店として「備

前黒牛のビーフカレー」をメニューとして出している。

オーナーの要望としては、若い層を中心に備前のよさを広く知ってもらい来客数を増やしたいと考えている。



図7. 伊部駅 備前焼伝統産業会館



図8. 伊部駅



図9. 日本料理四季彩 外観



図10. 日本料理四季彩 店内



図11. 軽食喫茶うど 外観



図12. 軽食喫茶うど 店内

●「日本料理四季彩」・「軽食喫茶うど」Webサイトの企画案・デザイン案の提示

日時：平成22年7月20日(火)

場所：備前市「軽食喫茶うど」・「日本料理四季彩」

◎両店とも、ペルソナ・シナリオ法を使って、各々のお店のターゲットユーザー層を絞り込んでWebサイトの企画案・デザイン案をまとめた。

・「日本料理四季彩」 Webサイト企画案・デザイン案

「日本料理四季彩」は、ターゲットユーザにシニア層を想定し、定年退職した夫と妻の二人で日帰りの備前観光という設定でシナリオを策定した。

Webサイトのデザインは、地元の食材をゆっくり安心して食べられ、旅行先での食事を心に残るものにするために、デザインポイントを下記のように設定した。

1. よい食材を手間をかけて調理し提供していることをアピールするために、メニュー紹介ページに使用している地元食材の情報を料理や食材の画像を要所に配置して閲覧者の目を楽しませるとともに食欲をそそる。
2. 年齢の高い客層を前提とし、落ち着いた配色と驚野質感で雰囲気を出し、読みやすいテキストに配慮する。
3. ツアー会社などに利用してもらえるように団体用のメニューの認知度を高め、団体客用に宴席・コース料理情報を紹介

サイトデザイン

◆キープスナリオ

●四季彩のホームページを見つける
①TOPページの【ご案内】を見る
→店の基本情報がわかる
→どんな雰囲気のお店なのかわかる
→店のこだわりがわかる

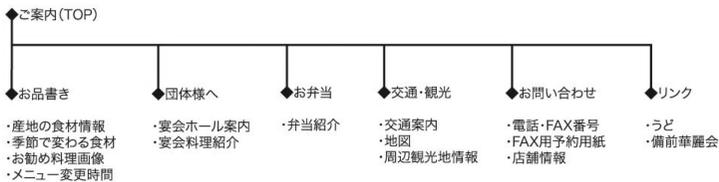
②どんな料理があるのか知りたくて、左側のメニューバー【お品書き】をクリックする。
食材の紹介
お品書き をスクロールして見る。
→地元ならではの食材や、こだわっている食材がわかる
→写真と説明を見て、どんな料理があるのか具体的にわかる

③どこのお店があるのか知りたくて【交通・観光】をクリックする。
交通のご案内 を見て
→一般の近くであってわかりやすい場所にあることがわかる
周辺の観光地 を見て
→興味のある観光地があれば、クリックしてリンク先に飛べる

④空のときに地図を印刷しておこうと思う。
地図をクリックすると拡大画像が表示される。
→印刷ボタンをすと地図が印刷される

⑤ホームページをお気に入り登録してからサイトを閉じる

サイトマップ



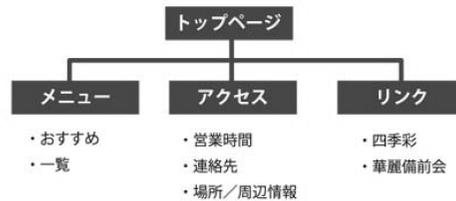
・「軽食喫茶うど」Webサイト企画案・デザイン案

「軽食喫茶うど」は、若い層の来客数を増やしたいというオーナーの要望から、ターゲットユーザーに独身女性を想定して、友人と二人での日帰りの備前観光という設定でシナリオを策定した。

Webサイトのデザインは、若い層へ備前の良さやうどのオリジナル性をアピールできるように、デザインポイントを下記のように設定した。

1. 備前焼をイメージした落ち着いた色合いで、暖かみのあるデザインとし、店内のインテリアを、Flashを使って効果的にアピールする。
2. Twitterを使うことにより、常にオーナーからの情報発信が可能なサイトとする。
3. 備前カレーや自家製のブレンドコーヒーなどのオリジナルメニューをアピール。
4. 旅行先でいつでもどこでもサイトを見ることができるよう、携帯サイトを作り連動させる。

サイトマップ (PC)



ページデザイン

トップページ

- Flashで動きをつけ視覚的に動きさせない
- 店内の様子を写真も載せトップページでの存在感を伝える
- Twitterを使い最新の情報が表示される

メニューページ

- メニューとは別に「おすすめ」コーナーを作る視覚をのせる事により自立させる

アクセスページ

- Flashで動く所にはカレー、コーヒー等おすすめのメニューを載せておく
- 周りの周辺情報なども載せ観光マップとして利用してもらう

リンクページ

- 携帯サイトのリンクを強くなる事により他の検索でも見られるようにする

4. おわりに

今回、メディア映像学科の Web デザインゼミ学生の教育の一環として取り組んだ華麗備前会及び、会のメンバーのお店の Web サイトは、平成 22 年 9 月 22 日（水）に華麗備前会の代表の方と「日本料理四季彩」と「軽食喫茶うど」のオーナーの方に本学に来て頂き、最終プレゼンを実施し、10 月 1 日付けで一般公開を行った。

今回 Web デザインゼミ学生に、ゼミのプロジェクトや授業の一環として取り組ませた Web サイトは、架空のものではなく実際に問題をかかえている団体や企業のクライアントからの発注を受けたものであり、実際の業務に近い形で Web サイトの企画開発のプロセスを経験させることができた。当初のヒアリングや中間発表、最終プレゼン時において、クライアントの要望や問題点の指摘などを受けて何回も修正する経験の中で、教育効果として大きな成果をあげることができたと思われる。

Web デザインゼミでは、実践的な取り組みとして、今回のプロジェクト以外にも入試広報の職員と連携しながら本学の携帯サイトにおいて、自主的に企画・制作・運営を実施し、月 2 回のペースで企画会議の中でアクセス解析を使って分析し、問題点の発見と解決の経験を積み重ねている。今後も、できるだけ現場に近い形での実践的な教育を目指して行きたい。



図 13. 最終プレゼンテーション 1



図 14. 最終プレゼンテーション 2

「華麗備前会」 URL: <http://bizen-curry.mods.jp/>

「日本料理四季彩」 URL: <http://shikisai.ciao.jp/>

「軽食喫茶うど」 URL: <http://udo.ciao.jp/>

An Example of Web Design Under the Collaboration Between Industry and Academy As Part of Education

Kenji KONDO

Collage of the Arts,

Kurashiki University of Science and the Arts,

2640 Nishinoura, Tsurajima-cho, Kurashiki-shi, Okayama 712-8505, Japan

(Received October 1, 2010)

Bizen City is located in the south-east corner of Okayama Prefecture and is famous for its refractory bricks and fisheries. Bizen Pottery, together with Seto, Tokoname, Tamba, Shigaraki and Echizen, is one of six traditional kilns representing the potteries of Japan. In the Showa period in particular, Toyo Kaneshige and some of his apprentices were designated as national living treasures. They strived to enhance the artistic quality of Bizen Potteries, and consequently, the popularity of Bizen Potteries returned to the spotlight and it became consistently popular. However, due to the recent trend of economic uncertainty and recession, the number of visitors to the Bizen Area has dropped and the sales at Bizen Potteries are in slump.

Last year, in September 1909, some members of Karei Bizen Kai, including a representative of the group, visited our university, as they had earlier contacted our Education and Research Support Center. This group is working under the concept of the regional revitalization of the Bizen Area. They were interested in conducting collaborative research with universities, therefore, as part of the education for students in the Web Design Seminar of Department of Media and Visual Arts, we decided to create the web sites of Karei Bizen Kai and group members' shops. This article reports a case study of this situation.