

イベント（講演）名	平成 18 年度第 11 回 IT 交流プラザ 「クリエイターズフォーラム 2006& 第 4 回ホームページコンテスト 2006 表彰式・作品発表会」
主 催	郡山地域ニューメディア・コミュニティ事業推進協議会 (財) 郡山地域テクノポリス推進機構
開催又は実施年月日	平成 18 年 12 月 16 日 (土)
開催又は実施場所	ビッグパレットふくしま (郡山市)
参加人員	約 80 名

5 月より 6 回に渡って、制作・運営両面から「これからの Web」について総括的に考え、開催してきた「クリエイターズセミナー」の集大成として、クリエイターズフォーラムを開催いたしました。また、技術的な成果披露の場であった郡山地域「第 4 回ホームページコンテスト 2006」の表彰式と作品発表会も併せて行いました。

■第 1 部 クリエイターズフォーラム

「Google の活用と Web3.0 へ繋げるサイト構築」

講師：合資会社トムキャット 代表 中沢 智之 氏



〔Google の活用〕

◆便利な使い方が無数にある Google だが、その使い方を熟知している人は少ない。

様々な使い方がある Google について、仕事に役立つ使い方をいくつかピックアップしたい。

・まず「駅から」という検索だが、コンテンツは Google のものではないが、駅の時刻表を表示させることができる。

Google の便利な検索は、協力会社のデータベースにつながるものがほとんど。Google 自身のコンテンツとしては、「Google Map」が有名。

「PPC 広告」(アドワーズやアドセンスなど) も一般化してきている。

◆Google の設けている基準にそって、サイトを構築しないと Google には認識されず、また違反をおかすと URL を Google 上から削除されてしまう。なので、ガイドラインに沿ったわかりやすいサイトを構築する必要がある。

◆クリエイターとして、Google を活用する際には、サイトを立ち上げたら基本的には Google へサイトの登録を申請した方がよい。リンク (被リンク) があれば、いずれ Google のクローラーはそこをたどって新しいサイトも見つけるが、基本的には登録の申請をすべき。ただし登録の申請をしたからといって、すぐにクローラーが巡回するというわけでも、検索結果に反映されるというわけでもない。検索結果に反映するためには、サイトの評価を確認したり、問題がある場合にその内容を診断したりするツールである Google のウェブマスターツールを積極的に利用した方がよい。

利用者側から Google の活用を述べると無数にあるので、クリエイターが利用すべき Google について述べた。

〔WEB3.0 へ繋げるサイト構築〕

◆今後 10 年を生き抜く WEB である為に技術、メディアの進化についていかななくてはいけない。その際、クリエイターに求められるスキルと、個性の時代に合わせたコンテンツ制作について解説したい。

◆WEB を制作する時には、そのお客さんに WEB についてその特徴やメリットをまず知ってもらい、納得してもらい必要がある。そして「誰に喜んでもらうべきか？」ということを考えて制作しなくてはならない。ありがちなのは、お客さんの好みに合わせて、WEB を制作し、表面上は喜んでもらうということ。しかし、お客さんは、後から自分に利益が戻ってくると期待してホームページを発注するのだから、ビジネスとしてお客さんを喜ばせるには、ホームページを作った効果が期待できなければ制作した意味がなくなってしまう。

◆お客さんを満足させるということは、そのお客さんが自分のお客さん (クライアントのクライアント)

との関係がうまくいくということ。その関係がうまくいって初めてホームページをつくって効果があったということになる。そういう関係を増やすことで WEB を作ってよかったと思う人を増やしていくことが、これからの WEB 制作には大切。

◆そのような中でクリエイターに求められるのは、顧客に利益をもたらすビジネスモデルを提案できるスキルである。顧客はその道のプロではあるが、ホームページを使って、その先の顧客にどう販売していくかというビジョンなどはない。その商品を欲しているような人に、上手に結びつけていくスキル（ホームページの内容の構成や、キャッチコピーや、商品からイメージするメリットのテキスト化など）が必要。その際「ハウスリスト」（種々の情報が載った属性の定まったリスト）などを基に、的を絞って PR して、情報をピンポイントでおくるといこともビジネスモデルの提案の一つとしては大変有効。

◆大量消費から個性の時代と変化してきている今は、個人の好みも複雑に分かれている。テレビや新聞といったメスメディアやハガキやチラシなどのアナログな宣伝、そしてホームページなどのネット経由の宣伝など多種のメディアをミックスして使うメディアミックスによる多角的な宣伝が必要。

そのような個性の時代と言われる現代では、顧客の顧客に納得して購買させるだけの理由が必要なので、その道でのプロであるお客さん（クライアント）からは、その商品へのこだわりや、メリットなどを徹底的に聞き出し、そして引き出してコンテンツ制作を進めることが最重要であるとして、講演をしめくられました。

■第2部 郡山地域「第4回ホームページコンテスト2006」表彰式・作品発表会

コーディネーター：ホームページコンテスト審査委員長

日本大学工学部情報工学科 助教授 加瀬澤 正 氏



応募総数 103 点の中から、グランプリをはじめとする各賞 9 作品が選ばれ、その受賞者表彰式と審査委員長の講評（作品発表）が行われました。

昨年度も審査委員長を務めた加瀬氏は、「今年度は、昨年度よりも応募数も多く、またレベルも非常に上がった。そのことは、大変うれしいこと。しかし、上がったレベルが均一となっており、その中でオリジナリティ性のある作品を見つけることがとても難しかった」と審査の感想を述べた上で、グランプリ他、賞を得た作品の講評を行いました。

グランプリを受賞したエヌケー・テック（株）制作の「大七酒造株式会社」ホームページは、コンテンツの量・質ともに優れており、その広い情報をうまくまとめている点が評価されました。また準グランプリの国際アート&デザイン専門学校のホームページは、圧倒的なデザイン力とブログを効果的に使った即時性のある情報が評価されました。（その他評価は専用ホームページをご覧ください。<http://www.web.net6.or.jp/>）

<受賞一覧>

賞 名	応募者	作品タイトル
グランプリ	NK テック（株）	日本酒の正統、大七酒造株式会社
準グランプリ	国際アート&デザイン専門学校	国際アート&デザイン専門学校 2006
商用ビジネス部門 優秀賞	Web Warab	Windship
教育機関部門 奨励賞	郡山市立明健小学校	郡山市立明健小学校ホームページ
教育機関部門 奨励賞	郡山市立郡山第二中学校	郡山二中ホームページ
個人・趣味部門 優秀賞	Taka	A CAZY GARDEN
個人・趣味部門 奨励賞	P-master	こおりやまぐるめまっぷ
創作部門 奨励賞	人見 智博	パパはサンタクロース
創作部門 奨励賞	大堂寺 幸	白昼夢