

生徒発表

地域との交流・共生をめざす実習 東京ドームシティのWebコンテンツ制作

東京都立工芸高等学校グラフィックアート科
2年グラフィックアート実習

発表者 宮永祥江 立石一紀 野沢陽太 三橋美紀
指導教官 吉川忠伸 黒川豊治

本校は、1907年の創立であり、もうすぐ創立100周年を迎えようとしている。

グラフィックアート科は、当初「印刷科」として設置されたが、数度の科名変更を経て1990年に現在の科名になっている。また「グラフィックアート科」は全国でも数少ない設置学科であるが、グラフィックアート産業が都市型産業でもあり、東京・名古屋・大阪・博多・那覇には同様の科が高等学校に設置されている。

グラフィックアート科では、グラフィック関連の広告（公告）宣伝ポスターやパンフレット、チラシ、また書籍・雑誌類、新聞などのマーケティング・企画デザインから制作までの一貫した流れを学習してきた。さらに、電子メディアの発達とIT社会の変化の中で、他メディアを対象とした学習も広げてきた。DTP以外にもWebコンテンツの制作として3Dアニメーション、2Dアニメーションの動画や映像についても学習している。

今回の発表は、昨年度のWebコンテンツ制作の一部である。



TOPページ

ドームシティ」をテーマとして、20人で力を合わせて「東京ドームシティ」全体のWebコンテンツを制作した。

昨年度は、文京区の協力のもとに文京区内の公共施設のパンフレットを作成しWeb上でも発表した。その授業の成果を受け継ぎ、より多様な要素を含む課題に今回は取り組んだ。その成果を発表する。

2. 目的

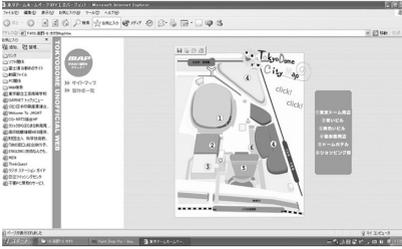
……………「ITコンテンツ制作」

1. はじめに

……………「巨大プロジェクトを
20人の協力で取り組む」

私たちは、グラフィックアート実習で、学校に隣接しているドーム球場・後楽園遊園地・東京ドームホテル・イベント会場・ショッピングモールなどの多数の面を持つ「東京

IT時代といわれているなかで、インターネット環境は、一般家庭でも、ADSL・光ケーブル・ケーブルテレビなどブロードバンドに対応してきている。しかし、コンテンツ制作という面では、アメリカなどと比較して遅れているのが現状である。



MAPページ

そこで、写真・イラスト・キャッチコピー・レイアウト・色彩などのグラフィックアーツ関連の学習を活かし、Webコンテンツのクリエイティブな制作を目的とした。また、マーケティングを行い、明確なコンセプトを踏まえた、Web上における広告の効果を表現することをねらいとした。

3. マーケティング

………高校生の視点からの取材

マーケティングを行う際に、今回は、現場取材を基本とし、各ショップなどのセールスポイント、年間・週間の利用者の変化、利用者の年代・性別・階層の状況、利用時間帯の変化などを、現地スタッフの取材を通じて調査し、また全員で利用状況の調査なども行った。

インターネットや図書館などでも情報やデータを収集することができるが、実際に施設のスタッフや利用する人たちと取材を通しミーティングすることで、施設の実態や現状をより理解することができた。また、類似したイベント会場・ホテル・ショッピングモールなどについて、現存のものとの差別化を図り、より優れた広告性を表現するために、インターネットやあるいは足で歩いて実際に見て比較検討を行うマーケティングを行っ



取材

た。その上で、企画・デザインを行う。

4. プレゼンテーション・コンテンツ制作 ………他との差別化を図るコンテンツ やデザイン

東京ドームシティという巨大な施設のWebコンテンツを制作するために、20人のメンバーのグループ分けを行った。

グループ分けは、①TOPページ及びMAPの作成、②東京ドーム球場、③後樂園遊園地、④東京ドームホテル、⑤ドーム周辺、⑥黄色いビル、⑦青いビルのセクションごととした。

そのグループによる再度のマーケティングとWeb上での広告と紹介の効果の方法について、ミーティングをした。その結果に基づき



プレゼンテーション



制作

各セクションごとのコンセプトを提案した。

そして、各グループから、そのセクションのページの企画・デザインをプレゼンテーションした。全員で、修正を含めた検討を行ってコンセプトの共有をはかり、再度デザインを組み立てた。

最終的なコンテンツの制作段階に入り、現場での撮影、イラストの作成、キャッチコピー・サブコピー・ボディコピー作りなどを行い、一つずつのページを作成した。

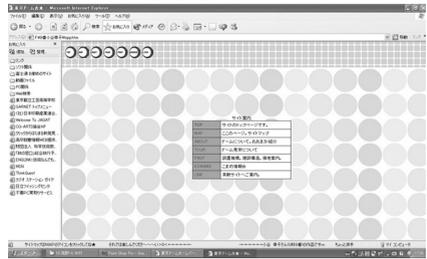
5. 制作作品

制作した作品の一部を紹介する。小さく見づらいがイメージとして理解してほしい。

6. まとめ

以下のような成果をみる事ができる。

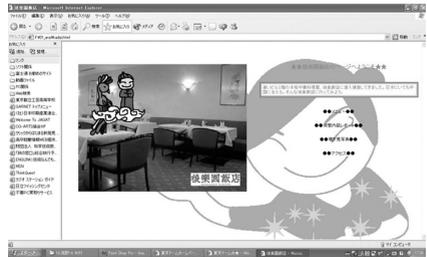
- ① 高校生としては、ハイレベルでクリエイ



ドーム周辺案内



ショップ



後樂園飯店



ベースボールショップ



東京ドームホテル

ティブなITコンテンツが制作できた。

- ② 地域との連携としては、イベント会場・ホテル・ショッピングモールなどで、取材・写真撮影等を通して「交流」が深められた。

現在、Web作品はアップしており、「地域との共生」の成果を見ることができる。

(<http://www.kogei-ky.ed.jp/>
グラフィックアーツ科生徒作品)

工芸高校のホームページ上に作品をアップしたことによって、東京ドームの関係者を含め、幾つかの評価をいただいている。多くの人からの反響をみて、ページを更新しながら、深い「共生」を創りだすことができる」と期待している。

- ③ 東京ドームシティという巨大なWebコンテンツの制作は、20人で行って大変な作業であった。実際の授業時間は、20時間であり、マーケティングから取材・撮影・制作まで含めると20人の協力体制が極めて大



文化祭での発表

切であった。

20人相互の協力により、ひと回りもふた回りも人間的に大きく成長することができた。

また、この発表は、昨年度の東京都工業科研究成果発表大会で優秀賞をいただいた。

- ④ 今年度は、東京ドームシティに新しくオープン（2003年5月）したラクア（「エンターテイメント商業施設」）を、Webに加える予定である。現在、そのコンテンツ制作に取り組んでいる。

全国工業高等学校長協会主催

◇◇◇情報技術検定対策には◇◇◇

情報技術検定問題集3級BASIC

B5判 64p. 定価630円

情報技術検定問題集2・3級BASIC

B5判128p. 定価900円

情報技術検定問題集2・3級C言語

B5判152p. 定価950円

定価はすべて5%税込価格です

- ◆解説→例題→練習問題へ、学習内容を確実に定着する構成
- ◆過去の検定問題も多く取り入れ、無理なく実力アップ
- ◆最新の検定問題2回分を別冊で投げ込みました