

<テーマパーク 値下げに活路> (100416 日経)

「消費不振が直撃した 2009 年度の入場者数は、主要 9 施設（\*東京ディズニーリゾート、ユニバーサル・スタジオ・ジャパン、東京ドームシティ、ナガシマリゾート(三重県桑名市)、横浜・八景島パラダイス、ナムコ・ナンジャタウン(東京・豊島)、志摩スペイン村(三重県志摩市)、ハウステンボス(長崎県佐世保市)、サンリオピューロランド(東京都多摩市)。いずれも年間入場者が 100 万人を超える。）のうち 7 施設が 08 年度実績を下回った」

「各施設は料金の引き下げによって入場者を増やし、飲食や物販といった場内消費による収益の確保につなげることを狙う。…円高で、経営再建中のハウステンボスを 09 年度に韓国や台湾など海外から訪れた観光客は 08 年度の半分に減少」

「余暇産業研究所(川崎市)の井手信雄主席研究員は「値下げだけでは、目先の入場者の確保にしかない。生き残りのためには、新しいアトラクションに投資するなどして鮮度を保つ努力が欠かせない」と話す」

<つぶやいて街おこし> (100420 読売)

「ツイッター：2006 年 5 月に米国で始まったインターネット上の無料投稿・閲覧サイト。日本語版は 08 年 4 月に運営を開始した。英文表記は Twitter。ツイッター上の発言は「つぶやき」と称される」

「約 400 年の歴史がある京都市中京区の錦市場。鮮魚店や漬物店、青果店など約 130 店が並ぶ。昨年 12 月、商店街振興組合などの呼びかけで全店がツイッターのアカウント(登録名)を取得した。現在、約 30 店が旬の食材情報などを「つぶやく」

「創業約 90 年の鶏肉合鴨肉専門店「鳥清」もそのひとつ。…「今日のまかないの『鴨ロースの塩焼き』だ!!」「頭ぶつけたなう」。2 人の漫才のようなやりとりが人気を呼び、わずか 2 か月半で閲覧者数は約 2150 人に急増した」

「現在 18 店が店舗情報などをつぶやいている東京・杉並区の高円寺ルック商店街には、約 3150 人の閲覧者がいる」「同商店街は今月、閲覧者限定のお花見イベントを開いた。商店街の飲食店など 9 店舗が店の味を知ってもらおうと特製弁当を用意。約 20 人の参加者は昼食時に弁当の写真を撮り、「うまー!」とツイッターで中継した。…「ロコミ効果で顧客開拓や集客増につなげたい」

「昨年 2 月頃から知事が相次いで参加。…「首長の発信に論議はあるがプラスの効果の方が大きい。知事のつぶやきを見て県に行ってみたいとの返信も多い」(高知県秘書課)」

「「日本一寒い町」で知られる北海道・陸別町は知名度向上を目的に昨年 7 月にツイッターを始めた。2 月のイベント「しばれフェスティバル」は、ツイッターでの事前 PR が奏功し全国から約 7000 人を集めた。先月からつぶやき始めた金澤紘一町長も「寒さが町の資源です」とアピールする。現在の閲覧者数は約 2300 人と町の人口に迫る勢いだ」「地域ツイッター」

<会話感覚 気軽に発信 情報公開 リスクも> (100420 読売)

「ツイッターはここ 1 年で急速に普及した。ネットレイティングス(東京)の調べでは、国内のツイッターの利用者数は約 752 万人(3 月現在、パソコンのみ)と、1 年前の約 21 倍に急増」

「「Twitter 社会論」の著書がある津田大介さんは「要は目の前に起きていることを話題にするシンプルなサービス」と説明したうえで、ツイッター人気の理由について、①携帯電話から気軽に発信できる。ブログに比べて内容を更新しやすい②字数制限があり、会話のようなやりとりを即時に楽しめる。情報伝達のスピードが極めて速い③情報収集したり、日記代わりにしたり、使い方の自由度が高い—などの点を挙げる」

「一方で利用には一定のリスクが伴うという。例えば、「〇〇なう」を多用すると、自分の

居場所や行動が他人に知られる恐れがある。空き巣やストーカーなどの犯罪被害に遭いかねない。実際、米国などでそうした事例が多発した。国内では自治体などになりすまし書き込む問題も起きている」

「許可しない相手には自分のつぶやきを公開しない設定も可能。また、自分のつぶやきを閲覧している相手に、第三者には読めない形でメッセージを送る機能もある。…「ツイッターへのリテラシー(適切に理解する力)を養うことが大切。情報を公開する範囲も自分で決める必要がある」

「今後の活用策として①地震などの災害や犯罪の発生時の緊急連絡②一人暮らしの高齢者の安否確認③修学旅行など学校行事の保護者向け配信…。「地域のつながりを生むツイッターを社会資源ととらえ、行政などはもっと活用すべきだ」

### <行列 LOVERS 増殖 1 時間以上待てる 20 代> (100411 日経)

「モノを手に入れるためだけではない。プラスアルファの楽しみを求めて列をなす人々「行列 LOVERS」が目立ち始めた。…「買い物だとゆっくり話せない。時間はあるので、並んでいる間にあれもこれも、おしゃべりできるのがいい」。…カフェに入るにはお金がかかる。代わりに行列が、無料で茶飲み話をできる場所になる。しかもその先には話題のドーナツ(\*クリスピー・クリーム・ドーナツ)を買えるという特典付きだ。…モノへの執着が薄いと言われる世代が作る行列。日常のできごとを発信するブログやミニブログサービス「ツイッター」など、ロコミの新しいメディアも行列の楽しみにつながる」

「ツイッターには並んだ客が自ら行列の状況や食べる様子を投稿する。「東京駅の半熟カステラ、長蛇の列なう(今並んでいます)」「半熟カステラなう(今食べてます)うまうま」…行列客による実況中継は読んでいてだけでミニドラマの一場面のようだ」

「USJ は 2007 年、レストランで食事をしながらアトラクションの待ち時間を過ごせる有料の「たべ乗り特典」を導入した。650 円を加算すれば、アトラクションに乗る時間まで料理を食べたり、自由に散策したりできる」「単に並ぶだけでなく、同時にほかの楽しみも味わいたいという「ながら待ち」需要を発掘している」

「消費スタイルが“モノ欲”から、“買い物欲”に変わってきた」と博報堂買物研究所の長谷川宏所長は話す。単にモノを欲しがるとモノ欲。買い物欲は店も選び、じっくり品定めして「買い物の過程ごと楽しみたい」欲求だ。インターネットで大量のモノ情報を探り、珍しい商品を効率的に手に入れることが普通になった。人々は買い物に「合理的でない発見」や「物語性」を求め始めている」

「特に 20 代を中心とした若い世代に顕著なのは「買い物に満足するのはモノを手に入れた瞬間よりもブログにアップしたり、写真を撮ったりした時点になりつつある」

「5 時間かけて並んだ」苦労物語の主人公にもなれたというプラスアルファの喜びを求める消費行動が、新たな行列を育てている」

### <ニュースがわからん！ 喫煙場所が一段と限られたって？> (100416 朝日)

神奈川県受動喫煙防止条例：○禁煙が義務の施設→学校、病院、駅など、公共的な施設。  
○禁煙か分煙が義務の施設→飲食店(延べ床面積 100 平方メートル超)、宿泊施設(700 平方メートル超)、ゲームセンター、場外馬券売り場など。○規制が努力義務の施設→飲食店(延べ床面積 100 平方メートル以下)、宿泊施設(700 平方メートル以下)、パチンコ・マージャン店などの風営法の対象施設など

「同じフロアで分煙する場合、まず禁煙席と喫煙席の間に壁やカーテンの「仕切り」を置く。煙を含んだ空気を屋外に出す「排気設備」も必要だ。さらに、煙のない禁煙席から喫煙席へ空調で「空気の流れ」をつくらなきゃいけない。空気の流れも毎秒 0.2 以上と決められているんだ」「一般の職場は集まるのが「特定の人」だから対象外」

「たばこを吸う客が逃げてしまわないか心配する経営者もいるんだ。わざわざ「喫煙 OK」と店頭に表示している店もある」