

【ノート】

## 萩市の地域情報を発信している ホームページのリンクの現状について

金子 寿 一

On The Link of Homepages Sending Local  
Information of Hagi - city

Toshikazu Kaneko

Summary : The purpose of this paper is to explore the link of homepages that are sending the local information of hagi - city for the consideration of the local alliance on the network .

So, we try to show the link of homepages by the matrix that distributing backward link homepages lengthways and forward link homepages sideways. And we try to estimate the effective quantity between homepages.

## 第1章 はじめに

運輸省観光政策審議会は「今後の観光政策の基本的な方向について（答申第39号）」<sup>(1)</sup>において、「地域と観光産業が連携して作成する観光地域振興計画による地域の主体性のある観光地づくり」を推進している。静岡県下田市の「宿泊施設のお客に提供する食事の野菜、魚などの食材は地域で取れたものを使う」<sup>(2)</sup> という取り組みは、答申に示す地域と観光産業との連携の現れである。

また、インターネットに代表されるオープン・コンピュータ・ネットワークの発展は、同業種や異業種企業間のネットワーク上の連携を可能にしている。ネットワーク上のバーチャル・コーポレーションは、「それぞれの企業が保有する情報や知識を相互に提供しあうことによって、そのネットワーク総体でひとまとまりの事業を行う企業形態」<sup>(3)</sup> として注目されている。

このようなことから、近年各地の観光地では、地域社会がネットワーク上で連携し情報の共有を行って観光振興を進めている。例えば、各地の自治体、団体、企業、個人等のホームページでは地域情報の発信が行われており、それらが相互にリンクを張って連携し情報の共有が成立している。観光地である萩市においても多くの自治体、団体、企業、個人等がホームページで地域情報を発信しているが、これらも同様にリンクを張って連携し情報の共有が成立しているのではないかと考えられる。

そこで本報では、地域の特性を反映した地域社会の連携は、地域情報を発信しているホームページのリンクに現れるのではないかという考えで、観光地としての特性を持つ萩市の地域情報を発信している自治体、団体、企業、個人等のホームページのリンクの現状を調査することにした。

## 第2章 萩市観光の経済効果

近年、経済活動において企業間の連携がきわめて重要になってきている。企業は、需要と供給に関連するあらゆる経済活動を考慮に入れ、企業間の関係が自己に有利になるように連携を進めていかなければならないのである。(4) そして、同業種、異業種を問わず企業間の連携の目的として最終的に追求するのは、「ネットワークの経済性」である。(5) ネットワークの経済性とは、複数の主体間のネットワークの結びつきが生む経済性で、資源の共有と連携による相乗効果の追求が核心である。したがって、経済活動の相乗効果の誘発が期待できる企業間には、ネットワークの経済性を追求するという目的で、ネットワーク上の連携が成立しやすいと考えられよう。

一方観光振興は、地域経済活動の相乗効果の誘発が期待でき地域活性化に寄与するとして注目されている。なぜなら、観光産業により提供される財、サービスはそのほとんどが最終消費財であるため、他産業は経済活動の相乗効果の誘発が期待できるからであろう。

本章では、萩市観光の地域経済への相乗効果を産業連関分析を用いて明らかにし、地域社会、特に企業間のネットワーク上の連携の可能性を示してみたい。

萩市観光協会・萩市観光課の推計によると(6)、平成6年度の萩市の観光消費額は111億7,000万円である。そして、この観光消費の内訳は宿泊費が66億5,100円、飲食費が10億9,100万円、交通費が2億300万円、土産品費が29億7,600円、その他が2億4,900万円となっている。(表1)この費目別観光消費額は、それぞれ該当する産業の最終需要の増加額と想定することができる。そこで、本報では「平成2年山口県産業連関表(32部門)」(7)の $[I - (I - \bar{M})A]^{-1}$ 型逆行列係数を用いて、観光消費額111億7,000円の経済効果を推計した。

表1. 萩市の観光消費額の推計

(単位：百万円)

年次	観光消費額	宿泊費	飲食費	交通費	土産品費	その他
平成元年	12,906	6,783	1,222	300	4,395	204
2年	13,412	6,833	1,492	345	4,524	215
3年	15,606	7,894	1,896	344	5,149	320
4年	14,177	7,184	1,741	312	4,654	286
5年	12,364	6,897	1,277	272	3,647	271
6年	11,170	6,651	1,091	203	2,976	249

資料：萩市観光協会、市観光課



## 推計方法（表2）

### 1. 費目別観光消費額（直接効果）の部門別配分

宿泊費、飲食費、交通費、土産品費、その他の費目別観光消費額をサービス業、運輸業、農林水産業、食料品製造業、繊維製品製造業、パルプ・紙・木製品製造業、窯業・土石製品製造業、その他製造業の各部門に最終需要の増加額として配分する。

### 2. 観光消費額を生産者価格へ変換

各部門の最終需要の増加額として配分した費目別観光消費額は購入者価格であるので、生産者価格に変換する。

観光消費の生産者価格 = 観光消費額 - 商業運輸マージン額

### 3. 第1次生産誘発額の推計

ある産業に1単位の最終需要が生じたとき、自産業を含めた産業全体が直接・間接に生産する生産額の大きさを示した係数を乗じて第1次生産誘発額を推計する。

第1次生産誘発額 = 観光消費の生産者価格 × 逆行列係数

### 4. 第2次生産誘発額の推計

第1次生産誘発が雇用者所得の増加を誘発し家計消費に回ることによる第2次生産誘発額を推計する。

雇用者所得誘発額 = 第1次生産誘発額 × 雇用者所得率

民間消費支出増加額 = 雇用者所得誘発額 × 平均消費性向

第2次生産誘発額 = 民間消費支出増加額 × 生産誘発係数

萩市観光の直接効果である観光消費額111億7,000万円は、萩市の平成6年度の総生産額1,258億4,500円（市町村民所得統計調査）の11.3%に相当し、観光消費が萩市経済において重要な位置を占めているのがわかる。この観光消費がもたらす生産誘発額は、第1次生産誘発

額151億6,100円、さらにこの第1次生産誘発が雇用者所得の増加を誘発し家計消費に回ることによる第2次生産誘発額32億6,700万円、合計で184億2,800万円と推計できる。これは、当初の観光消費額111億7,000万円の1.65倍に相当する相乗効果をもたらすことを意味する。特に、観光消費が直接影響を与える旅館・ホテル業や飲食業などを含むサービス業の生産誘発額は84億8,600万円で、生産誘発総額の46.0%を占めている。これは、萩市の平成6年度のサービス業の総生産額244億6,089円(市町村民所得統計調査)の34.7%に相当する。

このように、萩市観光が観光産業をはじめとする他の地域産業に与える経済活動の相乗効果は非常に大きいものである。したがって、観光振興による経済活動の相乗効果を追求するという目的で、萩市は地域社会、特に企業間のネットワーク上の連携が成立する可能性が高いと考えられる。そして、萩市の地域情報を発信しているホームページ間にも、リンクにより連携が成立し情報の共有が行われる可能性が高いと考えられよう。

### 第3章 インターネットユーザの現状

NetworkWizards社の「Internet Domein Survey」(<http://www.nw.com/zone/WWW/tpo.html/>)の1998年7月の調査によると(8) インターネットに接続する全世界のホスト数は3,673万台で、ホスト1台につきユーザが10人いると想定すると、全世界のインターネットユーザは3億6,730人であると推計している。また、日本のホスト数は135万台で同様に推計すると、日本のインターネットユーザは1,350万人ということになる。(表3)

そこで、インターネットユーザの観光情報への関心を示しておきたい。野村総合研究所と東京大学社会情報研究所が1997年7月に調査し

表3. インターネットに接続するホスト数から推定したインターネット人口

		ホスト数	インターネット人口
1997年 1月	全世界 日本	1,615万台 73万台	1億6,150万人 730万人
1998年 1月	全世界 日本	2,967万台 117万台	2億9,670万人 1,170万人
1998年 7月	全世界 日本	3,673万台 135万台	3億6,730万人 1,350万人

資料：NetworkWizards社「Internet Domein Survey」

た「インターネット利用者アンケート」によると<sup>(9)</sup>、利用する情報の種類で「旅行・観光・交通情報」を回答した男性は64.5%、女性は62.2%でいずれも60%以上を占めている。一方米国では、Forrester Reserch社の調査によると<sup>(10)</sup>、旅行業界はホームページで観光情報を提供するだけでなく、ホームページで航空券やホテル等の直接予約できる機能の開発に力を注いでいるとしている。1997年末時点で、米国世帯の27%（130万世帯）が実際にインターネットで航空券を予約しており、2003年には観光旅行の6,550万件の予約がインターネットを通じて行われ、金額にして295億ドルに達すると予測している。このことから、将来的に見てもインターネットユーザーは観光情報に強い関心を示すと考えられる。

次に、インターネットユーザの知りたい情報が発信されているホームページの検索方法を示しておきたい。日経マルチメディアが1998年5月に調査した「第6回インターネット・アクティブ・ユーザ調査」によると<sup>(11)</sup>、「ホームページを主にどうやって見つけまか?」という質問に対して、57.46%が「Yahoo!などの検索エンジンで検索する」と回答している。また、「ホームページを検索するとき、どの検索エンジンを主に利用していますか?」という質問に対して、46.74%が「Yahoo! Japan」と回答している。このように、日本のインターネッ

トユーザは検索エンジン、特にYahoo! Japan を利用してホームページを検索していると考えられる。しかし一方、インターネットユーザの30.1%は、「知りたい情報を探しにくい」といった不満を持っているのも現状である。

以上のことから、ホームページを利用した観光情報の発信をユーザサイドの視点で考えると、いかに検索しやすく情報を発信するかが重要になってこよう。インターネットユーザが検索エンジンからリンクをたどって知りたい情報に到達できるように、地域情報を発信しているホームページが相互の連携を考慮したリンクを設定することが必要だと考えられる。

## 第4章 萩市の地域情報を発信している ホームページの現状調査

### 1. 現状調査の対象ホームページ

本報において、ホームページの現状調査の対象となるのは、萩市の地域情報を発信している自治体、団体、企業、個人等のホームページである。この調査の対象ホームページを確定するため、検索エンジン「Yahoo! Japan」(<http://www.yahoo.co.jp/>)を利用して、萩市の地域情報を発信しているホームページを検索した。1998年11月2日現在、「Yahoo! Japan」の登録データベースに検索キーワード「萩」に一致するホームページは133件、「萩市」に一致するホームページは20件、合計153件あった。そこで、これら全部のホームページにアクセスして調査した結果、萩市に関係のあるホームページは32件であった。(表4)そして、これらから複数のカテゴリーに登録されている10件のホームページを除くと22件となった。本報は、あくまでも現時点での萩市の地域情

萩市の地域情報を発信しているホームページのリンクの現状について

報を発信しているホームページのリンクの現状を調査することが目的である。したがって、この22件のホームページを調査の対象としたい。

表4. Yahoo! JAPANに登録されている萩市の地域情報を発信しているホームページ

カテゴリー	ホームページ
エンターテインメント：個人	村田晋一郎-SHIN's HOMES
エンターテインメント：個人：グループ	萩天文同好会
健康と医学：医学：団体	萩市医師会
芸術と人文：視覚芸術、ビジュアルアート：陶芸：美術館、ギャラリー	ギャラリー彩陶庵
芸術と人文：日本の伝統芸術：美術館と画廊、ギャラリー	山口県立萩美術館・浦上記念館
コンピュータとインターネット：ソフトウェア：データベース：Access	ペンション萩
趣味とスポーツ：スポーツ：スキー：団体	山口県萩市スキー連盟
ビジネスと経済：企業：芸術、工芸：視覚美術、ビジュアルアート：ガラス	萩ガラス工房
ビジネスと経済：企業：芸術、工芸：視覚美術、ビジュアルアート：陶磁器	ギャラリー彩陶庵
ビジネスと経済：企業：芸術、工芸：視覚美術、ビジュアルアート：陶磁器	萩陶苑
ビジネスと経済：企業：芸術、工芸：視覚美術、ビジュアルアート：陶磁器	萩焼大屋窯
ビジネスと経済：企業：芸術、工芸：視覚美術、ビジュアルアート：陶磁器	坂高麗左衛門
ビジネスと経済：企業：食品：水産物、水産加工品	田槌商店
ビジネスと経済：企業：製造業：プラスチック：加工：射出成形	山城精機製作所
地域情報：日本の地方：中国：山口：教育：小学校	萩市立椿西小学校
地域情報：日本の地方：中国：山口：市、町、村	維新のふるさと萩
地域情報：日本の地方：中国：山口：市、町、村	萩地区広域市町村圏
地域情報：日本の地方：中国：山口：市、町、村	萩市
地域情報：日本の地方：中国：山口：趣味とスポーツ：スキー	山口県萩市スキー連盟
地域情報：日本の地方：中国：山口：博物館、美術館、資料館	熊谷美術館
地域情報：日本の地方：中国：山口：博物館、美術館、資料館	山口県立萩美術館・浦上記念館
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	JHダイバーズ
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	上里文筆評論事務所
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	山城精機製作所
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	萩陶苑
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	萩ガラス工房
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	田槌商店
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	田槌商店
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業	田槌商店
地域情報：日本の地方：中国：山口：ビジネスと経済：企業：団体	上里文筆評論事務所
地域情報：日本の地方：中国：山口：病院、診療所	萩市医師会
地域情報：日本の地方：中国：山口：旅行、観光、宿泊施設	常茂恵
地域情報：日本の地方：中国：山口：旅行、観光、宿泊施設	ペンション萩
地域情報：日本の地方：中国：山口：旅行、観光、宿泊施設	萩旅館組合
地域情報：日本の地方：中国：山口：旅行、観光、宿泊施設	リンク集と総合情報

## 2. ホームページの情報内容の現状

調査の対象ホームページの内訳は、自治体関係が美術館や学校等の公共施設も含めて6件、団体関係が3件、企業関係が11件、個人・グループが2件であった。

まず、各ホームページが萩市の観光情報を発信しているかどうかを調査してみた。この場合、美術館や萩焼等の紹介で内容的に判断して観光につながると思えるホームページもすべて件数に含めることにした。その結果、22件中14件(63.6%)のホームページが萩市の観光情報を発信していることがわかった。このことから、萩市の地域情報を発信しているホームページは、観光地としての萩市の知名度を活かした情報発信を行っていると考えられよう。

ホームページの情報を見たインターネットユーザの感想、意見は電子メールで情報発信者にフィードバックされる。したがって、各ホームページにメール機能があるかどうかということは、インターネットの双方向性を活用しているかどうかという点で重要である。そこで、各ホームページのメール機能の有無を調査した。その結果、メール発信リンクを設置しているホームページは20件(91.0%)、メールアドレスの表示のみは1件(4.5%)、メールアドレスの表示なしは1件(4.5%)であった。(表5) この結果から、萩市の地域情報を発信しているホームページは、電子メールの双方向性を活用した情報交流を行っていると考えられる。

表5. 萩市の地域情報を発信しているホームページの情報内容の現状

カテゴリー	件数	観光情報の発信	メール機能		
			リンク指定	アドレス指定	なし
自治体	6	5	5	1	
団体	3	1	3		
企業	11	7	10		1
個人・グループ	2	1	2		
合計	22	14	20	1	1

### 3. ホームページのリンクの現状

あるホームページから他のホームページへ次々とたどって行けることがリンクの特長である。したがって、ホームページを作成する場合、どのホームページにリンクを設定するかということは重要な問題である。しかし、ホームページの作成者がリンクを設定する際に、リンク先のホームページのそのまた先の2次的、3次的なリンク先を考慮しているとは考えられない。そこで本報では、あるホームページがどのホームページにリンクしているかといった1次的なリンクに焦点をあてることにしたい。また、地域情報を発信しているホームページのリンクということで、調査の対象ホームページ相互のリンクだけに絞り現状を調査することにしたい。

ホームページにアクセスすれば、そのホームページがどのホームページへリンクしているかといった情報は簡単に知ることができる。また、この情報から逆にそのホームページがどのホームページからリンクされているかは、マトリックス図表を用いれば表すことができると考えられる。そこで本報では、縦にリンク元のホームページを、横にリンク先のホームページを配したマトリックス図表を用いてホームページのリンクを表わすことにした。(表6)

まず、このマトリックス図表からリンクの現状をみてみると、リンク先を設定しているホームページは22件中10件(45.5%)で平均2.23件のリンク先を設定している。このリンクの設定を詳細にみるため、22件のホームページのリンクの組み合わせ(マトリックス図表の縦のリンク元ホームページと横のリンク先ホームページの交点)462パターンがどのようなになっているかをみてみたい。

マトリックス図表をみると、萩市の地域情報を発信しているホームページ相互のリンクパターンは49とおりあるのがわかる。この

表6. 萩市の地域情報を発信しているホームページのリンクのマトリックス図表

		リ　ン　ク　先														観光情報へのリンク先の合計数								
		自　治　体				団　体				企　業				個人										
		ホームページA	ホームページB	ホームページC	ホームページD	ホームページE	ホームページF	ホームページG	ホームページH	ホームページI	ホームページJ	ホームページK	ホームページL	ホームページM	ホームページN		ホームページO	ホームページP	ホームページQ	ホームページR	ホームページS	ホームページT	ホームページU	ホームページV
リンク元	観光情報	○	○	○																				12
	自治体	○	○	○																				4
	団 体	○			○																			3
	企 業	○																						3
	個人	○																						0
	ホームページA	○	○	○																				0
	ホームページB		○																					0
	ホームページC			○																				0
	ホームページD				○																			0
	ホームページE					○																		0
	ホームページF						○																	0
	ホームページG							○																0
	ホームページH								○															0
	ホームページI									○														0
ホームページJ										○													9	
ホームページK											○												7	
ホームページL												○											6	
ホームページM													○										6	
ホームページN														○									5	
ホームページO															○								5	
ホームページP																○							2	
ホームページQ																	○						2	
ホームページR																		○					0	
ホームページS																			○				0	
ホームページT																				○			0	
ホームページU																					○		2	
ホームページV																						○	2	
リンク元の合計数	9	5	5	2	6	2	2	0	2	4	2	2	2	0	0	1	2	1	0	1	0	1	49	
観光情報からのリンク数	8	4	5	2	6	2	2	0	2	3	2	2	2	0	0	1	2	1	0	1	0	1	46	

うち、観光情報を発信しているホームページへのリンクパターンは42とおり(85.7%)である。これを件数でいえば、観光情報を発信しているホームページ14件中12件(85.7%)がリンク先として設定されている。この結果から、インターネットユーザが萩市の地域情報を発信しているホームページにアクセスした場合、続いて萩市の観光情報を発信しているホームページにリンクする可能性が高い設定になっていると考えられる。

#### 4. ホームページのリンク設定の数量化

次に、萩市の地域情報を発信しているホームページのリンクを表したマトリックス図表を、ホームページのリンクによる影響という視点で数量化してみたい。

リンクに関してみれば、リンク元のホームページはリンク先のホームページに影響を与えている。しかし地域情報を発信しているホームページのリンクは、特定のホームページをリンク先に設定し影響を与えるような階層的なリンクではなく、インターネットに代表されるように、どのリンク先も対等に扱う分散的なリンクになっていると考えられよう。したがってリンク先が複数あった場合、あるホームページの影響はすべてのリンク先に平均して分散されていると考えられる。

仮に地域内に $n$ 個のホームページが存在したとする。(表7) ホームページH1がすべてのホームページにリンクを設定している場合、リンク経路は $n-1$ 存在する。ホームページH1の他のホームページへの影響 $E$ を1として、これが各リンク経路に影響係数として平均的に分散されるとすれば

表7. リンクの影響係数

		リ　ン　ク　先					影響E
		H1	H2	H2	・・・	n	
リ ン ク 元	H1		$E_{12}$	$E_{13}$		$E_{1n}$	1
	H2	$E_{21}$		$E_{23}$		$E_{2n}$	1
	H3	$E_{31}$	$E_{32}$			$E_{3n}$	1
	・						
	・						
n	$E_{n1}$	$E_{n2}$	$E_{n3}$			1	

$$\text{影響 } E = 1 = \sum_{i=1}^n E_{1i} \quad \text{影響係数 } E_{1i} = 1 / (n - 1)$$

ホームページH1がk個のホームページにリンクを設定している場合、リンク経路はk個存在する。ホームページH1の他のホームページへの影響Eを1として、これが各リンク経路に影響係数として平均的に分散されるとすれば

$$\text{影響 } E = 1 = \sum_{i=1}^n E_{1i}$$

リンクが設定されているホームページへの影響係数  $E_{1i} = 1/k$   
 リンクが設定されていないホームページへの影響係数  $E_{1i} = 0/k$   
 とすることができる。そこで、この影響係数を用いて表6を数量的に表すことにした。(表8)

表8. 萩市の地域情報を発信しているホームページの影響係数表

		リンク先														合計									
		自治体				団体				企業				業			個人								
		ホームページA	ホームページB	ホームページC	ホームページD	ホームページE	ホームページF	ホームページG	ホームページH	ホームページI	ホームページJ	ホームページK	ホームページL	ホームページM	ホームページN	ホームページO	ホームページP	ホームページQ	ホームページR	ホームページS	ホームページT	ホームページU	ホームページV		
自治体	ホームページA	0.083	0.083																					1	
	ホームページB		0.25																						1
	ホームページC			0.333																					1
	ホームページD				0.333																				1
	ホームページE					0.333																			1
	ホームページF						0.333																		1
団体	ホームページG						0.333																	1	
	ホームページH							0.333																1	
	ホームページI								0.333															1	
企業	ホームページJ									0.111														1	
	ホームページK										0.167	0.167	0.167											1	
	ホームページL											0.2	0.2	0.2										1	
	ホームページM												0.5	0.5										1	
	ホームページN														0.111									1	
	ホームページO															0.167	0.167							1	
業	ホームページP																							1	
	ホームページQ																							1	
	ホームページR																							1	
	ホームページS																							1	
	ホームページT																							1	
	ホームページU																					0.5	0.5	1	
個人	ホームページU																							1	
	ホームページV																							1	

萩市の地域情報を発信しているホームページのリンクの現状について

この影響係数を基に、自治体、団体、企業、個人の各カテゴリー別のリンクの現状をみてみることにしたい。各カテゴリー別のリンクの現状を比較するために、各カテゴリー別に影響係数を集計し影響度として表した結果が表9である。

表9. リンクのカテゴリー別影響度

	自治体	団体	企業	個人	合計	構成比
自治体	2.08 52.1%	0.17 4.2%	1.67 41.7%	0.08 2.1%	4.00 100.0%	40.0%
団体	0.67 66.7%	0.00 0.0%	0.33 33.3%	0.00 0.0%	1.00 100.0%	10.0%
企業	3.13 78.3%	0.31 7.8%	0.56 13.9%	0.00 0.0%	1.00 100.0%	40.0%
個人	1.00 100.0%	0.00 0.0%	0.00 0.0%	0.00 0.0%	4.00 100.0%	10.0%

まず自治体をみると、他の地域情報を発信しているホームページへの影響度が最も高く4.00（40.0％）である。そのうち他の自治体への影響度は2.08（自治体の影響度の52.1％）で、企業への影響度は1.67（自治体の影響度の41.7％）となっている。このことは、自治体のホームページは他の自治体のホームページ、企業のホームページにリンクで多数連結していることを意味している。したがって、自治体のホームページ相互間、自治体のホームページと企業のホームページ間には、リンクによる連携が成立し情報の共有が行われていると考えられる。また、自治体は団体への影響度は0.17、個人への影響度は0.08と少ないながらも全てのカテゴリーに影響を与えている。したがって自治体は、地域情報を発信しているホームページのリンクによる連携のノード（連結点）としての役割を果たしていると考えられよう。

次に企業をみてみたい。企業の影響度は自治体と同じく4.00

(40.0%) であるが、そのうち3.13(企業の影響度の78.3%)が自治体への影響度である。このことは、企業のホームページは自治体のホームページに多数連結していることを意味している。このことから、萩市の地域情報を発信している自治体のホームページと企業のホームページ間には、リンクによる連携が成立し情報の共有が行われていると考えられる。しかし、企業のホームページ相互になると影響度は0.56(企業の影響度の13.9%)と少ない。企業のホームページ相互間には、リンクによる連携があまり成立していないのが現状である。

そして、団体と個人をみると影響度は1.00(10.0%)と少ない。このことは、団体、個人のホームページは共に、他のホームページにあまり連結していないことを意味している。したがって、団体、個人のホームページと他のホームページ間には、リンクによる連携があまり成立していないと考えられる。

## 第5章 おわりに

萩市は、観光振興による経済活動の相乗効果の追求という目的で、地域社会、特に企業間のネットワーク上の連携が成立する可能性が高いと考えられた。しかし、萩市の地域情報を発信しているホームページの現状調査の結果、自治体のホームページ相互間、あるいは自治体のホームページと企業のホームページ間には、リンクによる連携が成立し情報の共有が行われているが、企業のホームページ相互間には、リンクによる連携があまり成立していないことがわかった。しかし、企業がネットワークの経済性を理解し他の企業との連携を進めて相乗効果を追求するようになれば、萩市の地域情報を発信している企業のホームページ相互間にも、リンクによる連携が現れ情報の共有が行われて

くのではないだろうか。実際、観光地である大分県湯布院町では、92軒の宿泊施設が連携しホームページで情報を提供するとともに、電子メールで宿泊予約も受け付けている。(http://www.coara.or.jp/~yufuyado/) 今後、このような試みが観光地である萩市においても実施されるであろうと考えられる。したがって自治体は、今まで以上に地域情報を発信しているホームページのリンクによる連携の核として、ネットワークのノード(連結点)としての役割を果たすことが期待されるであろう。

最後に今後の課題として、萩市の地域社会のネットワーク上の連携の方向性をもっと明確にするためにも、情報先進県である大分県や静岡県等の観光地の地域情報を発信しているホームページのリンクと比較してみることも必要であると考ええる。

## 参考資料

- (1) 今後の観光政策の基本的な方向について(答申第39号)(1995)運輸省観光政策審議会  
http://www.motnet.go.jp/koho/KANSHIN1.htm
- (2) はじめよう地域産業連関分析(1996)土居英二、浅利一郎、中野親徳 日本評論社 p178
- (3) 情報経済論(1997)福田豊、須藤修、早見均 有斐閣 p234
- (4) ネットワールド(1991)ブレッサン、アルベール著 東洋経済新報社
- (5) オープンネットワーク時代の戦略同盟(1998)山田文道 経営情報学会誌 Vol.6 No.1 p37
- (6) 統計萩(1998)萩市総務部企画課統計係
- (7) 平成2年山口県産業連関表(1990)山口県

- (8) Internet DomeinSurvey1998年7月 NetworkWizards社  
<http://www.nw.com/>
- (9) インターネット利用者アンケート1997年7月  
野村総合研究所・東京大学社会情報研究所橋本研究室  
<http://www.nri.co.jp/nri/news/980112.html>
- (10) Leisure Travel's BookingBoom1998年9月  
Forrester Research社  
<http://www.forrester.com/>
- (11) 第6回インターネット・アクティブ・ユーザ調査1998年5月  
日経マルチメディア  
<http://ad.nikkeibp.co.jp/NMM/9807/nmmq6.html>