

【 論 文 】

SNS 活用による沖縄観光の持続可能性について

-観光客行動歴分析レポートをもとに-

Sustainability of Okinawa Tourism through the Use of SNS

-Based on the Tourist Activity History Analysis Report-

國崎 歩 (KUNISAKI Ayumi) *

角谷 尚久 (KAKUTANI Naohisa) **

【 要 旨 】

本研究では、ソーシャルメディアが沖縄の観光産業に与える影響を探り、Instagramやツイッターのようなプラットフォームが観光客の行動や意思決定をどのように形成しているかを分析する。沖縄県が毎年行っている観光調査のデータを活用し、リアルタイムの交流やコンテンツ共有が観光客の体験やデスティネーションの魅力に与える影響を検証した。その結果、ソーシャルメディアは潜在的な観光客に大きな刺激と情報を与える一方で、デスティネーションの評判と持続可能性を維持するための課題も投げかけていることが明らかになった。この調査結果は、観光客の関心を高め、効果的な評判管理を必要とするソーシャルメディアの二重の役割を強調している。本調査により、ソーシャルメディアのポジティブな影響を強化し、ネガティブな影響を緩和し、沖縄の持続可能な観光開発を支援するための戦略的提言が提供される。本研究は、観光におけるソーシャルメディアの役割についての理解を深めるとともに、デスティネーション・マーケティングとコミュニティ・エンゲージメントのための実践的な戦略を提供するものである。

キーワード：SNS、沖縄観光、地域貢献、持続可能な観光

第1章 はじめに

沖縄県は、豊かな自然環境、独自の文化、歴史的遺産を背景に、国内外から多くの観光客を惹きつける日本を代表する観光地の一つである。この地域の経済にとって観光は重要な役割を果たし、地域社会の持続可能な発展に貢献している。しかし、近年のグローバルな情勢、特にCOVID-19パンデミックは、観光業界に前例のない課題をもたらした。この状況は、観光客の行動パターン、旅行の意思決定プロセス、そして情報収集方法に大きな変化を促したと考えられる。特に、SNSの役割はこの変化において中心的なものとなり、観光客は旅行のインスピレーションを得るため、体験を共有するため、そして旅行先を選定するためにSNSを積極的に利用している。InstagramやX(旧Twitter)などのプラットフォームでは、個々のユーザーが沖縄の魅力的な風景、文化的体験、食事などを投稿し、他の潜在的な観光客に影響を与えている。このようなデジタル時代の動向は、観光産業におけるマーケティング戦略や顧客エンゲージメントの方

* 九州共立大学准教授

** 西南女学院大学准教授

法に再考を促すものである。

本研究の目的は、沖縄を訪れる観光客の行動と SNS 利用の現状を分析し、(ソーシャル?) デジタルメディアが観光業界に与える影響を明らかにすることである。沖縄における観光客の振る舞いを理解し、SNS が観光選択にどのように影響を与えているかを明らかにすることにより、地域の観光促進に役立つ具体的な戦略を提案する。また、パンデミック後の新しい観光のトレンドを特定し、これらの知見をもとに沖縄が直面する課題を克服し、観光産業をさらに発展させるための方法を模索する。

調査方法として、沖縄県の実施した令和4年度 DX 観光客動態調査において、沖縄県内で収集された SNS 上のデータを基に分析を行う。これらのデータを通じて、観光客の実際の行動パターン、興味や関心の傾向、そして SNS を通じて共有される情報が観光地選択に与える影響について分析を行う。観光業界のステークホルダーが直面する現代的な課題への対応策として、SNS の活用は避けて通れない重要な要素となっている。沖縄県のような地域においては、SNS を通じて生まれるポジティブな口コミ効果を最大化し、さらには観光客によるネガティブなフィードバックを収集・分析することで、サービス改善につなげることが可能であると考えられる。

デジタル時代における観光客の行動を理解することは、観光地としての魅力を維持し拡大する上で欠かせない要素である。特にパンデミックによって変化した観光客の価値観や行動様式を踏まえた上で、新たな観光の魅力づくりやマーケティング戦略を構築することが求められている。

今回の沖縄県の事例を通じて、デジタルメディアの利用が観光業界にもたらす機会と課題について考察し、それを基にした戦略的アプローチの提案を行うことで、沖縄だけでなく、世界中の観光地にとっての示唆に富む研究結果を得ることを目指すものとする。

第2章 先行研究

SNS が観光産業に与える影響力と具体的な効果に関する先行研究として以下のものがあげられる。渡辺と桐村(2018)は、観光地に対する関心の時系列分析を通じて、特定の観光地の魅力が時間とともにどのように変化しているかを明らかにし、SNS 上の観光関連の写真投稿が観光地の人気に直接影響を与えていることを示した。福井(2018)は、特に若者を対象にした観光情報の受け取り方と発信の仕方を調査することにより、彼らが観光地を選択する際に重視する情報の種類や信頼性について分析している。高橋他(2016)は、旅行者の行動パターンを写真とチェックインデータを通じて分析し、それに基づいたマーケティング戦略や地域振興策の提言をしている。佐山(2022)は、SNS が台湾人の日本訪問動機にどのような影響を与えているかを分析し、SNS の重要性と情報収集の変化が明らかにした。脇本他(2018)は沖縄県を訪れる中国人観光客の消費者行動と SNS の関係性について掘り下げており、SNS の影響が非常に大きいことを示唆した。綾部(2023)は、観光情報の検索や共有、地域の魅力の発信など、SNS が観光体験に与える影響について論証している。これらの先行研究は、日本における観光客の行動パターンとデジタルメディア利用の実態を調査しており、観光地のマーケティング戦略や情報提供の方法につい

て重要な示唆を提供している。

本研究では、これらの先行研究を踏まえ、SNS が観光地の持続可能な魅力の維持にどのように寄与しているかを明らかにする。

第3章 研究手法

本研究は、沖縄県における観光客の行動と SNS の利用が観光業に及ぼす影響を分析することを主眼に以下の方法で調査を行う。

データ収集および分析のプロセスでは、沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課が実施した観光客行動歴分歴レポートにおいて、ソーシャルリスニングツール「NetBase」を活用して分析した。具体的には X（旧 Twitter）を活用し、沖縄に関連する特定のキーワードやハッシュタグを用いて SNS からの投稿データを広範囲に収集した。この収集されたデータは、観光客がどのように感情を表現し、どのように経験を共有しているか、さらには観光地に対する評価がどのように形成されているかを理解するために不可欠である。このデータを基に、観光地選択に SNS がどのように影響を与えているかを分析するため、テキストマイニングの手法を使用した。テキストマイニング技術を活用することで、大量のデータからパターンを特定し、観光客の行動や消費パターンに関連する洞察を得ることが可能となる。これにより、SNS が観光客の意思決定プロセスにどのように組み込まれているか、また、これらの行動が地域の観光業にどのような影響を及ぼしているかをより深く理解することができる。

研究過程で取り扱う全てのデータについて、個人のプライバシー保護とデータの倫理的使用に配慮する。特に、SNS から収集されるデータについては、公開情報のみを使用し、個人を特定しない形での分析を行うことを原則とし、本研究の目的と方法、データの使用に関する情報を透明にし、関係する全ての利害関係者に対して適切な説明責任を果たす。

第4章 調査結果

第1節 SNSによる観光客の感情と評価

SNS データの定性的分析を通じて、観光客が沖縄の自然景観、ビーチ、食文化、そして地元の人々との交流にどのように反応しているかを深く掘り下げた。多くのポジティブな投稿からは、沖縄の観光地が訪問者に強い感動を与えていることが伺える。特に、沖縄の海を背景にした写真や、地元食材を使った料理の写真は高い人気を集めており、これらの投稿が他のユーザーの興味を引き、訪問のインスピレーションとなっている様子が推測される。一方で、交通の便や宿泊施設の予約に関する不満を投稿するユーザーもあり、これらのフィードバックは観光体験の向上に向けた重要な指摘として扱われるべきである。

観光客は沖縄の自然と文化に深い魅力を感じ、これらを体験することで大きな満足を得ており、沖縄の文化や自然景観への高い関心は、地元産品への消費や SNS でのポジティブな体験の共有を通じて明らかである。これらの体験は、観光客自身によって自発的に SNS 上で共有され、新たな観光客を惹きつける強力な要因となっている。しかし、交通や宿泊施設のアクセシビリティ

ィに関する課題も浮き彫りになり、これらは観光体験全体の質に影響を与える可能性がある。

表1 沖縄来訪者によるソーシャルメディアへの沖縄観光に関する投稿

ポジティブ投稿(抜粋)	ネガティブ投稿(抜粋)
・修学旅行で食べた沖縄そばが美味しかった	・沖縄のタクシー、クラクションが多い
・お土産はラフターおすすめ	・沖縄のレンタカーがない
・御菓子御殿の店内工場が最高だった	・ゲリラ豪雨。沖縄の天気はきまぐれ
・A&Wのオレンジジュースを飲むと沖縄来た実感がする	・鉄道がないから旅行先として選びにくい
・A&W、あぐー、ステーキ、ブルーシール、沖縄そば、色々食べた	・沖縄はレンタカーないと観光きつい
・非日常感を味わえて開放感がある	・バス難しい。
・人も街も景色も食べ物もすべてが好き	・空港からの移動が面倒

出典) 令和4年度DX観光客動態調査事業分析レポートより筆者作成(集計期間：2022.04～2023.02)。

第2節 SNSの役割と影響

SNSが観光業に与える影響は多方面にわたる。特に、観光客の体験共有が観光プロモーションに極めて有効な手段であることが本研究からも明らかになった。例えば、InstagramやFacebookなどのプラットフォーム上で共有される魅力的な画像やストーリーは、他のユーザーにとって新たな訪問先を発見するきっかけとなり得る。これらのポジティブな投稿は、観光地の魅力を伝え、観光意欲を喚起する重要な要素である。また、YouTubeやTikTokのような動画ベースのプラットフォームでは、よりダイナミックで視覚的に訴える内容が、特に若年層の観光客に影響を与えていることが示唆された。しかし、SNSの利用はポジティブな側面だけではなく、いくつかの課題も同時に提示している。ネガティブなフィードバックや批判的なコメントが公開された場合、それが瞬時に広がることで観光地の評判に悪影響を及ぼす可能性がある。したがって、観光地としては、SNS上での声に敏感であり、迅速に対応することが求められる。このようなフィードバックに対する積極的な対応と管理は、信頼性の維持と将来的な訪問者に対する良い印象を保つためには不可欠な要素である。

SNSの適切な活用には、戦略的かつ創造的なアプローチが必要である。観光地は、単に情報を発信するだけでなく、受け手が参加しやすい形でインタラクティブなコンテンツを提供することが重要なことは勿論、観光客からのインサイトを活用して、サービスを改善し、新たな観光プロダクトを開発することも重要である。

結論として、SNSは観光業にとって非常に強力なツールであると同時に、それを適切に管理し、戦略的に活用することが求められる。デジタル時代における観光業の発展と持続可能性を保つためには、テクノロジーの進化と消費者行動の変化に敏感である必要がある。これにより、観光地は世界中の旅行者に対して、より魅力的でアクセスしやすく、かつ環境に配慮した目的地としての位置付けを維持することができると思われる。

第3節 持続可能な観光開発への挑戦

本研究の調査結果は、沖縄における持続可能な観光開発に向けた複数の課題を浮き彫りにした。人気観光地への訪問者集中は、自然環境への負荷増大や地域コミュニティへの影響をもたらす可能性があり、これらの問題に対処するための対応が求められている。

持続可能な観光開発は、観光地が直面する環境的、社会的、経済的課題に対処しながら、観光からの収益を最大化するという二重の目的を達成することを目指している。いいかえると、単なる観光収益の向上を目指すだけでなく、地域の自然資源と文化の保護、さらには経済的な安定を図るための戦略的な取り組みである。これらの課題への対応は、政策立案者、地域コミュニティ、業界関係者が共同で取り組むことで、より効果的な解決策を見出すことができると思われる。持続可能な観光開発が成功するためには、各ステークホルダーの積極的な協力と持続的な努力が不可欠である。地域社会、政策立案者、業界関係者が連携し、環境、社会、経済の各面でバランスの取れた発展を目指すことが、長期的な観光産業の健全性と地域の福祉の向上に寄与するであろう。

観光業における持続可能な開発は、地域の特性を活かし、その文化や自然を保護しながらも新しい収益源を生み出す方法を模索することである。これは、地域の独自性を保ちつつ、グローバルな観光市場で競争力を保つためにも重要である。具体的なアプローチとしては、環境保護活動の推進、文化イベントの支援、地域産品のマーケティング強化などが挙げられる。以上に鑑みると、持続可能な観光開発は、短期的な収益追求から一歩引いて、長期的な視野での地域の利益を考えることである。このような取り組みを通じて、観光地はその魅力を持続させることができ、地域全体の持続可能な発展に寄与することが可能になるであろう。

第5章 考察

ここまで論じてきたように、沖縄観光における SNS の利用増加とその影響は、観光地管理とマーケティングに新たな機会と課題を提起している。SNS を活用した観光プロモーションは、観光客の体験を拡散し新たな訪問者を引き寄せる強力な手段であるものの、同時に観光地の持続可能性にも配慮する必要がある。このバランスを取ることが、今後の沖縄観光の発展における鍵となる。SNS は単なる情報共有ツールから、顧客エンゲージメント、ブランド形成、そして市場調査ツールへとその役割を拡大している。本節では、このデジタルシフトが地域の観光業に及ぼす複合的な影響について考察する。

観光客の行動に関して、SNS は旅行のインスピレーションの主要な源として機能しており、特に画像やユーザーのストーリーが直接的な影響を与えている。これらのメディアコンテンツは、特定の目的地の自然景観や文化イベントを魅力的に描写し、観光意欲を刺激する重要な役割を担っている。沖縄のような観光地では、SNS がどのように利用され、それが訪問者の決定にどう影響するかを理解することが極めて重要である。さらには、SNS の投稿はリアルタイムで広範囲に共有されるため、観光地の危機管理やマーケティング戦略にも大きな影響を及ぼしており、迅速かつ効果的な対応を求められる。

マーケティング戦略の面では、デジタルデータの詳細な分析を通じて、ターゲット市場に合わせたカスタマイズされた広告戦略の実施が可能になっている。これにより、より効果的なリソース配分と ROI の最大化を実現し、マーケティングの効率を大幅に向上させている。SNS は、ブランドイメージの構築において中心的な役割を果たしており、その管理は企業にとって重要な戦略的課題となっている。特に、ポジティブなフィードバックの活用とネガティブな情報の迅速な対応が、ブランドの評価を左右するため、これらの側面を効果的に管理することの重要性が、益々高まるであろう。また、SNS を通じた持続可能な観光の推進は、観光業の新たな方向性を示している。エコツーリズムや持続可能な観光慣行に関する情報が広まることで、観光客は環境に優しい選択をすることが増え、これが観光業の持続可能性向上に寄与していくと思料される。SNS のプラットフォームが、観光客と地域住民の間で直接的なコミュニケーションを促進し、相互理解と尊重を深める一方で、地域コミュニティとのより良い関係を構築する助けにもなっている。これらことは、SNS が観光業において単なる情報伝達ツールを超え、戦略的な資源として機能していることを示している。SNS を利用したデジタルマーケティングの進化は、観光地がグローバルな市場において競争力を保つために不可欠である。

持続可能性の観点から見ると、SNS は地域の文化や環境保護への意識を世界中に広める手段としても機能している。特に観光地が直面する環境問題や社会的課題に対し、意識を高めるキャンペーンやプロジェクトにおいて、SNS は重要な役割を果たしている。地域社会との連携を促進し、持続可能な観光を支援するための取り組みが、SNS 上で活発に展開されていることは、観光業における新たなパラダイムシフトを示唆している。

結果として、SNS は観光業におけるコミュニケーション、マーケティング、および持続可能な開発の各分野に革新的な変化をもたらし、これらの領域での新しい機会を創出していくであろう。

第6章 おわりに

沖縄観光における SNS の利用は、多大な機会を提供する一方で、観光地の持続可能性や地域コミュニティとの関係構築に関しても重要な課題を提示している。今後は、デジタルマーケティングの効果を最大化しつつ、環境保全や地域社会との調和を図ることが、沖縄が世界に誇る持続可能な観光地として発展していくためには不可欠であろう。このバランスをどのように取りながら、新たな観光客を引き寄せ、沖縄観光をさらに発展させていくかが、今後の課題であることが示唆された。この課題に対応するためには、全てのステークホルダーが協力し、共通の目標に向かって努力する必要がある。沖縄県政府、地域の観光事業者、地域コミュニティ、そして観光客自身が、沖縄の自然と文化の保全に貢献しながら観光業を発展させるために、それぞれの役割を認識し、責任を持って行動することが求められる。

第1節 今後の課題

持続可能な観光開発を推進するためには、観光政策と戦略が重要な役割を果たす。これには、

環境保護、社会文化的責任、経済的公正性を含む多面的なアプローチが必要である。政策立案者は、観光が沖縄の自然環境や社会文化に与える影響を綿密に評価し、それに基づいて実行可能で効果的な策を講じる必要がある。これには、地域の持続可能な観光開発に資するための教育プログラムの促進や、エコツーリズムの推進も含まれる。

地域コミュニティとの連携は、持続可能な観光開発において不可欠である。地域住民の積極的な参加とサポートなしには、観光の持続可能性は保たれない。地元住民が観光開発のプロセスに参加し、その恩恵を受けられるような仕組みを構築することが、共生のために重要である。また、地元住民の声を聞き、そのニーズと期待を観光開発に反映させることが、地域と観光業の健全な関係を築く鍵となる。

第2節 まとめ

沖縄観光の未来を考える上で、持続可能性は単なる選択肢ではなく、必要不可欠な基盤となる。環境への配慮、文化の尊重、経済の公正性は、地域に根ざした豊かな観光体験を提供する上での基礎である。これらを実現するためには、教育、意識向上、そして観光客自身が地域の一員として振る舞うことの重要性を認識し、それに基づいた行動を取ることが求められるであろう。また、デジタル技術と SNS の積極的な活用は、持続可能な観光の促進に役立つ重要なツールである。これらを通じて、沖縄の自然、文化、そして地域コミュニティの魅力を伝えると同時に、観光客に対して責任ある行動を促す情報も提供できることは論を持たない。しかし、SNS の効果的な利用は、負の側面への注意と適切な対応を伴う必要があることも忘れてはならないであろう。観光客からのフィードバックに対する迅速かつ適切な対応は、観光地としての信頼性を維持し、ポジティブなイメージを保つ上で欠かせない。

最終的に、沖縄での持続可能な観光開発を実現するためには、全ての関係者が協力し合い、相互にサポートする包括的なアプローチが必要であろう。地域コミュニティ、観光業者、政府機関、そして観光客自身が一丸となって取り組むことで、沖縄はその美しい自然と豊かな文化を次世代にも引き継ぐことができることとなる。沖縄観光の持続可能な発展は、単に観光収入を増やすことだけではなく、地域の自然や文化を保全し、地域社会と調和することによって、より深い価値を生み出すことにある。

【参考文献】

- 脇本忍他. (2018). 沖縄におけるインバウンド市場調査. 聖泉論叢, 26, 1-12.
- 綾部誠. (2023). 別府市を訪問する観光者のインターネットと SNS 利用に関する一考察. 大分県立芸術文化短期大学研究紀要, 61, 87-96.
- 福井一喜他. (2018). 東京大都市圏における若者の観光・レジャー情報の受発信と SNS. 日本地理学会春季学術大会要旨, 2, 2.
- 渡辺隼矢, 桐村, 喬. (2015). 写真付き SNS 投稿データからみた観光地への関心の時系列変化. 日本地理学会発表要旨集, 93, 310.

- 高橋静音他. (2016). 写真・チェックインデータを用いた旅行者分析手法の評価. *情報処理学会第78回全国大会要旨*, 4, 984-495.
- 佐山公一. (2022). コロナ禍におかれた台湾人観光客の訪日動機に SNS が与える影響. *日本観光学会誌*, 63, 47-56.
- 綾部誠. (2021). 観光地における新型コロナウイルス関連経済対策の満足度調査. *実践政策学*, 7(1), 13-20.
- 岸陸斗他. (2020). 神戸観光における観光情報の収集方法と観光地選択行動. *地理学報告*, 122, 57-63.
- 角谷尚久. (2019). 日本の国際観光発展のための基礎的研究. *名桜大学環太平洋地域文化研究*, 1, 19-25.
- 沖縄県文化観光スポーツ部観光政策課. (2023). 観光客行動歴分析レポート. 令和4年度 DX 観光客動態調査事業委託業務. 2023年12月26日閲覧, https://www.pref.okinawa.jp/_res/projects/default_project/_page_/001/011/822/03report.pdf

【 Abstract 】

This study explores the impact of social media on Okinawa's tourism industry, analyzing how platforms like Instagram and Twitter shape tourist behavior and decision-making. Utilizing data from Okinawa Prefecture's annual tourism survey, it examines the effects of real-time interactions and content sharing on tourist experiences and destination appeal. The findings reveal that while social media significantly inspires and informs potential visitors, it also poses challenges for maintaining destination reputation and sustainability. The research highlights social media's dual role in boosting tourist engagement and requiring effective reputation management. Strategic recommendations are provided to enhance the positive impacts of social media and mitigate negative ones, supporting sustainable tourism development in Okinawa. This study adds to the understanding of digital media's role in tourism, offering practical strategies for destination marketing and community engagement.