

SNS による観光モデルの変遷

要旨

氏名：友野雅樹

現在の観光地の広報に SNS は欠かせない存在となっている。これは SNS による拡散機能や情報伝達機能が観光促進に大きな力を持っているからである。

本研究では SNS の登場によって観光のモデルがどのように変化していったのかについて分析し、これまでの第三世代から新たなモデルとして第三世代改と名付けた。その中でケーススタディーとして、長崎県佐世保市のハウステンボスを挙げ、モデルの確認を行った。

結果として、現在の観光では観光資源と地域外関係者の間を取り持つ中間システムの役割が大きくなっており、SNS を用いた中間システムから観光客への直接の広報というものが力を持つようになった。また、同時に観光客から受けるフィードバックの量も多くなるという変化も起きた。

これらから SNS の特性を把握し、活かした広報を行う SNS リテラシーと地域へ集まったフィードバックを基に取り組みの試行錯誤を繰り返す行動力である力が地域の中間システムに求められていることが判明した。ハウステンボスやユニバーサルスタジオジャパンはこれらの力を兼ね備えているために、大幅な観光客増加を成し遂げたと考えられる。