

沖縄って水族館しかないと思ってるそこのみんなー？

～ダメウーマン！～

名桜大学 3年 宮田真理子

沖縄のイメージとは？

自然

海

リゾート

文化

「どこに行きたい？」統計によると.....

- 海浜リゾート
- 動物園・水族館
- マリンスポーツ
- リゾートホテル
- 自然や景観

第1位

第1位

第1位

第1位

第2位

固定イメージ

先入観？

＼沖縄のガイドブック／

ワンパター
美ら海水族館

どれがおすすめ
なのか
分かりづらい

更新のための取材
は主要都市のみで
済ませることも...



出所: つむぎぐみwebサイト

マンモス
国際通り

観光地の選定は他の
ガイドブックを
参考にすることも...

首里城 魅

力を見出せない
スポットも...

「イメージのワンパターン化」

「有名な観光地でさえ実は価値のないものである可能性」

「編集者自身さえもガイドブックについて情報の不足やマンネリを明らかにしている」

- 本当に必要なものは**実際に訪れた人の本音**！！
- 王道スポット以外の**魅力的なスポットの発掘**！！



そこで.....

地域住民と観光客を対象とした

＼おすすめスポットの写真コンテスト／

魅力的な写真をInstagram上で募集し、コンテストを行う

➡撮った写真を**そのままガイドブック**に編集！！

目的

- 他にはない、新鮮でわかりやすいガイドブックを作る
- 沖縄のイメージアップ、イメージチェンジ

沖縄の魅力を
知ってもらうことで...

観光客の誘致

企画の流れ

コンテスト
告知

みんなの
「いいね！」に
よって評価

人気な写真を
ガイドブックに
まとめる

#ハッシュタグを
つけてInstagram
に投稿してもらう

受賞者の
決定

完成

Point1 観光客と住民を対象

- ガイドブックに載せる写真はよりリアルで身近な写真が望ましい

~~プロアマ~~

- そんな写真を撮れるのは？ → **地域住民、観光者！！**

沖縄をもっともよく
知っている

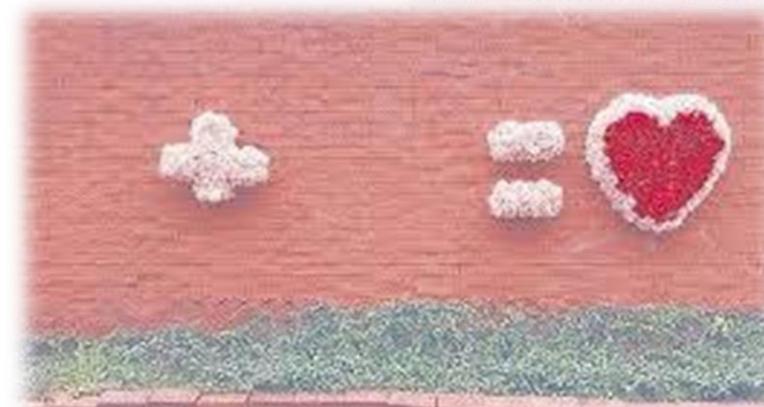
実際に沖縄での
感動を体験している

ミクロな目線＝リアルな情報

Point2 Instagramで募集する

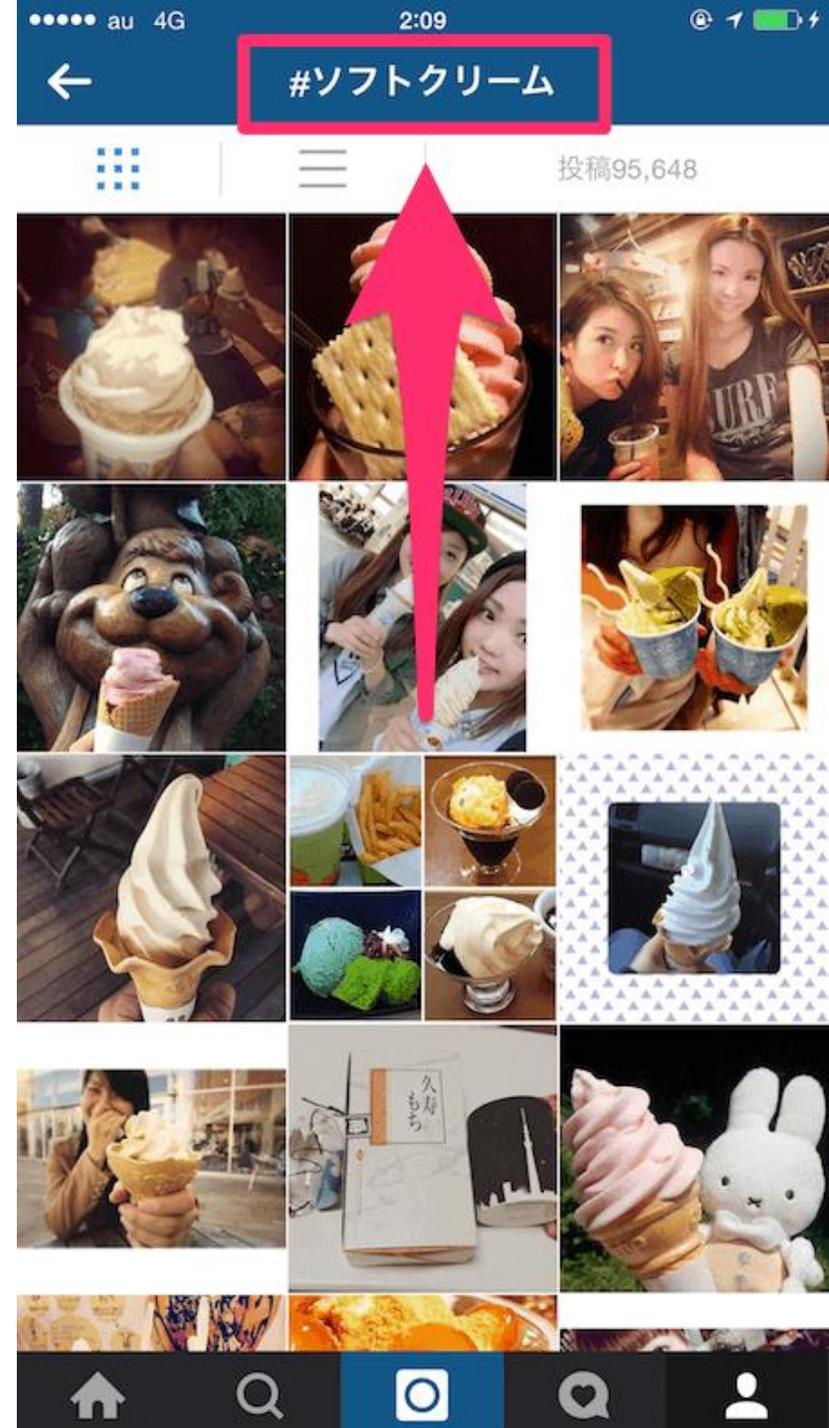
- Instagramは写真に特化したSNSで、
1,600万人のユーザー数を誇る
- Instagram映えするスポットが話題！
- 加工アプリが話題！

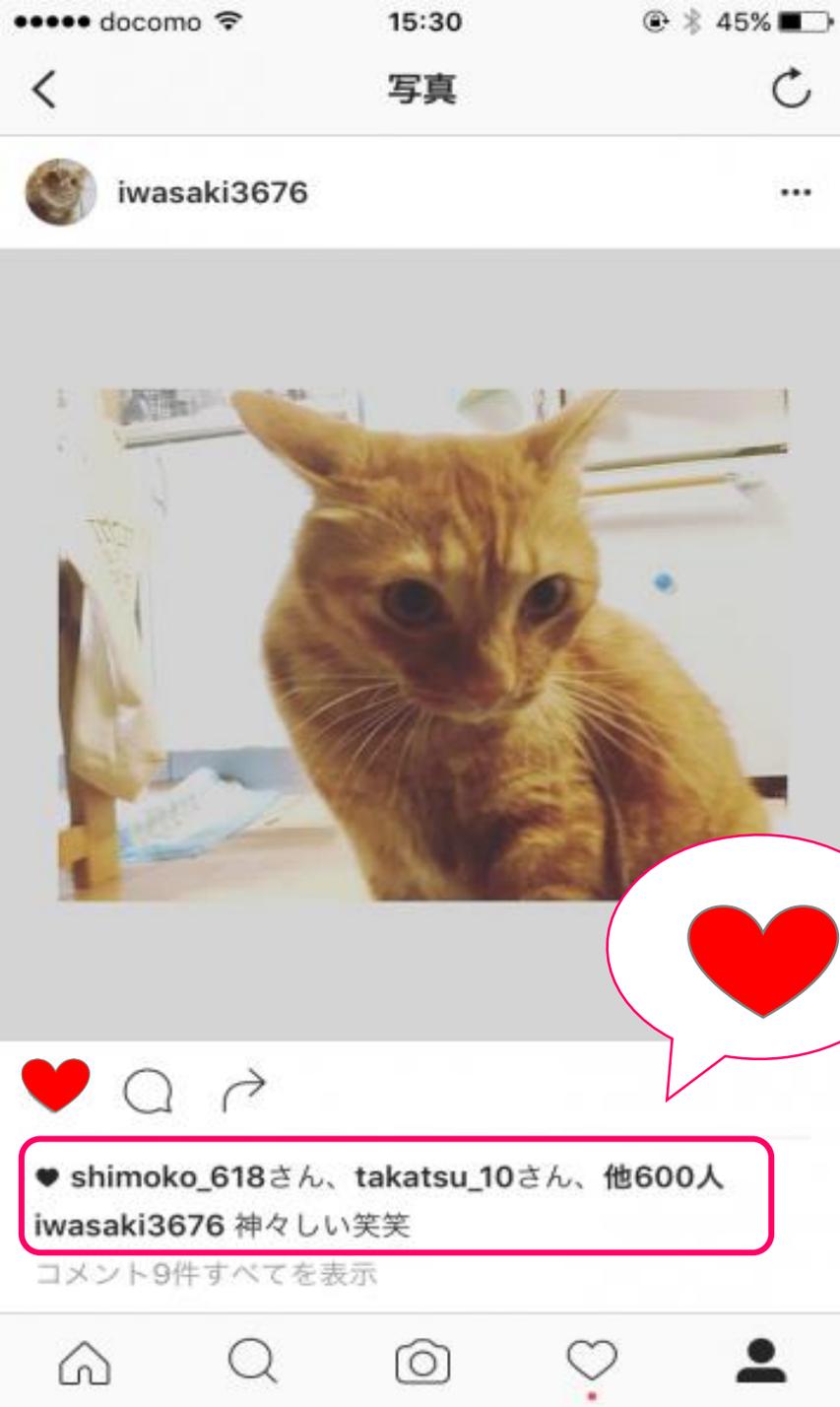
→Instagramに写真をアップする人の増加
写真のアピールには最適な市場



Point3 ハッシュタグ

- 収集しやすい他、
- 多くの人々の目に触れる確率が高くなる
- 写真、企画の認知度UP！
- 参加者UP！！





Point4 「いいね！」

- Instagram はTwitterと同じくアップロードした写真に「いいね！」をつけることができる



- 参加者の「いいね！」の多いものを**評価**に利用できる

これは、 ガイドブックを作るための単なる材料集めではない

- Instagramは1,600万人のユーザー数を誇る人気なSNS
- Instagramで宣伝、投稿を行えば旅行を意識していない人含め、
不特定多数の人の注目を集められる！



- この時点（募集段階）で沖縄の魅力を
より多くの人に発信している

先行事例①

滋賀を好きになっ
てもらいたい！

「美は個々フォトコンテスト」

- 滋賀県のサロン情報サイトBIWACOCO事務局の開催するコンテスト
- 滋賀県にまつわる写真を募集！
- 応募はInstagramからハッシュタグをつけて写真を投稿するだけ！

成功要因.....『ピクポータル』

“日本最大級のフォトコンテスト情報サイト”
自社ではできないより広い宣伝ができる！

先行事例②

単なるボランティア活動ではない

「被災地でのボランティアツーリズム」

- 旅行会社が企画⇒参加者は現地でボランティア活動
- 実際に被災地を見る！地域住民とも交流！被災地の現状を伝える！
継続した支援のネットワークを構築！など...
- 企業だけでなく、地域と参加者とともに新しい社会的価値を生み出す

成功要因.....『CSV』

Creating Shared Value (= 共通価値の創造) の略
...地域や観光客、企業等が共に一つの価値を
作り出すという理論

導入ポイント！

- **コンテスト宣伝をピクポータルのサイトに
依頼**

自力でできない範囲を補い、より広く宣伝できる

- **「CSV」の理論**

人と人、地域と観光のつながりが強い沖縄にはぴったり
CSVは新しい理論だからこれからの発展に期待できる

→→→成功事例を足場に！可能性大！

問題点

- 写真がメインの企画
➡それがどこなのか分からない！



♥ 500 いいね！

#沖縄フォトコンテスト
2017

#MAGENTA n blue
#smoothie

#恩納村 #国頭村

#<https://retrip.jp/articles/68379/>



QRコード



<https://support.apple.com/ja-jp/iphone>

将来性・継続性

この企画は観光を考えていない人の目にも触れる

偶然にもそれを目にする人の沖縄に対する**イメージアップ**、**イメージチェンジ**

写真からインスピレーションを受け訪れてみたいと**動機づけ**される人の出現

北部を訪れる観光客が少ないが、

魅力を知ることによって北部の**観光客の誘致**も期待

参考文献

- 藤野公孝・高橋 一夫(2014)『CSV観光ビジネス: 地域とともに価値をつくる』学芸出版社
- 『旅行者動向2013』(2013年11月)公益財団法人 日本交通公社 発行
- 『観光の実態と志向(第34回)』(2016年3月)公益財団法人 日本観光振興協会 発行
- 「BIWACOCO × Instagram キャンペーン」『BIWACOCO』〈<http://biwacoco.com/feature/75>〉[2017年6月7日閲覧]
- 「元旅行ガイドブック編集者が暴露する 業界人は誰も言わない10の真実」『CREA WEB』〈<http://crea.bunshun.jp/articles/-/10746>〉[2017年6月7日閲覧]
- 「instagramのハッシュタグって何？」『syncer』〈<https://syncer.jp/instagram-what-is-the-hashtag>〉
- 「【Instagram】おしゃれ加工アプリを伝授♡これであなたもインスタ上級者！」『Japan Girls Style』〈<https://www.jgs-media.com/item/11238/>〉
- 「”100いいね!”GET！ インスタ映えするキッチングッズ3選」『ANGIE』〈<https://angie-life.jp/lifework/161376.html>〉
- 「インスタ映え確実なおしゃれな壁」『NAVERまとめ』〈<https://matome.naver.jp/odai/2149386575068287801>〉
- 「【完全保存版】インスタグラムでいいねとフォロワーを増やす3つの秘訣」『colorful』〈<https://colorful-instagram.com/follower-three-method>〉
- 『村タクシー』〈<http://murataxi1737.travel.coocan.jp/>〉
- 「国内旅行ガイドブック」『つむぎぐみ』〈<http://odekake-guidebook.com/p14289/>〉
- 「沖縄着物生地」『KanaHana』〈<http://www.kanahana.com/?pid=41269983>〉
- 「美ら海水族館」『live door Blog』〈<http://blog.livedoor.jp/tosakatsuo/archives/25874313.html>〉