

※参考資料：沖縄県文化観光スポーツ部「令和6年度観光統計実態調査」

## 結論 活気×ローカル感が人を呼び込むカギになる！

### 今回のまとめ

日常や文化を感じさせる空間が観光客の心を動かす！

今回分かったことは、お土産選びは「どの商品が良いか」だけでなく「どこで買うか」も大きく影響するという。単に商品を並べるだけでなく、活気やにぎわい、その地域ならではの生活感といった「その場でしか味わえない」雰囲気を作ることが、観光客から選ばれる店舗づくりの鍵となります。



昔から愛されてきたお菓子は今ではすっかり沖縄旅行の定番土産に

「地元感」と「にぎわい」を買いたくなるポイントは、これまでの研究から、旅行者は事前に旅のスケジュールを立てている一方で、お土産を買う店は現地に行ってから決める人が多いことが分かっています。そこで上原先生は、観光客が感じる店の印象と購買行動の関係に着目し、国際通りを訪れた観光客にアンケート調査を実施。その結果に大きく影響していることが見えてきました。

中でもポイントとなったのが「活気があり、沖縄らしい地元感が感じられる店」であること。にぎやかで明るく、沖縄の生活や文化が伝わってくるような店ほど「買いたい物がある」と感じやすく、その気持ち「つい買ってしまっ」「また来たい」といった行動につながっていたのです。

地域の文化や日常を感じられる楽しい雰囲気づくりこそが、お土産を思わず「買いたくなる」店の大きな鍵といえます。



店主との何気ないやりとりも、お土産を買う決め手の一つになりそう。

# 沖縄を知る！特別授業

なぜ観光客は「つい買ってしまっ」のか？  
売れる店の意外な共通点

教えてくれる人



上原 明 先生

名城大学国際学部国際観光産業学科准教授。東京都立大学大学院都市環境科学研究科を修了し、2019年に博士(観光科学)を取得。観光客心理、観光行動を専門とする。

### 好調を続ける沖縄観光 観光客のお金の使い道は？

大型商業施設や街なかのスーパーなど、人が集まる場所を歩いていると観光客の姿を見かけるのは、いまではすっかりおなじみの光景。それもそのはず、令和7年度に沖縄を訪れた観光客数は速報値で1093万5800人と過去最高を記録しました。円安を背景に韓国や台湾を中心とした外国人観光客が増えていることや、国内・国際線の便数が増えてアクセスしやすくなったことが理由です。

県の発表によると令和6年度の観光収入は9821億円にのぼり、観光客1人あたりに換算すると9万8672円。そのうち、「土産・買物費」が「宿泊費」の次に多く、全体の約21.3%を占めています。

そうなるようになってくるのは、「沖縄を訪れる観光客はいつたどこでお土産を買っているのか」ということ。そこで今回は、観光客の心理や行動について研究している名城大学国際学部国際観光産業学科准教授の上原明先生が発表した論文をもとに、観光客から選ばれた店になるためのヒントを紐解いていきたいと思います。



沖縄を訪れる多くの観光客でにぎわう国際通り。そこには、たくさんの土産店が軒を連ねる