

令和元年6月10日現在

機関番号：32619

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2018

課題番号：25730197

研究課題名（和文）外国人観光客の視点を取り入れた地域観光誘致サポートツールの開発とその検証

研究課題名（英文）Development of regional tourism support tool with the perspective of foreign tourists and its verification

研究代表者

村上 嘉代子（平野嘉代子）（Murakami, Kayoko）

芝浦工業大学・工学部・准教授

研究者番号：90424895

交付決定額（研究期間全体）：（直接経費） 2,300,000円

研究成果の概要（和文）：年々多くの外国人旅行者が日本を訪れている。訪日外国人旅行者のニーズを分析することは、日本のインバウンド観光を促進するうえで欠かせない。本研究では、地域の訪日観光をサポートするツールのコンテンツ作成のために、日本旅行に関する口コミを分析し、日本人旅行者から見た魅力、外国人旅行者から見た魅力、そして観光促進者側からのアピールしたい情報、これら3者からの視点を盛り込んだ観光情報を吸い上げるフレームワークを提案した。

研究成果の学術的意義や社会的意義

訪日外国人旅行者数は2018年にはおよそ3120万人と、2013年に1000万人を突破してから5年間で約3倍も増加している。更なるインバウンド観光振興のために、訪日外国人の日本旅行に関するイメージを分析することは、新たな日本の魅力の発見、受け入れ環境の整備、海外へのプロモーション方法の検討につながる。本研究の成果は、日本人と外国人では観光地に対するイメージが違ふことを明らかにし、さらには観光情報ウェブサイトとの情報と比較して、それぞれの視点を組み合わせることで、これから日本を訪れようとする外国人旅行者にとって興味深く意外性のある情報を提供することができる可能性を示すことができた。

研究成果の概要（英文）：The number of foreign tourists visiting Japan has been increasing. It is essential to analyze the needs of foreign tourists in order to promote inbound tourism in Japan. This research was carried out by analyzing word-of-mouth about Japan travel from Japanese tourists and foreign tourists to investigate the differences in destination image of a particular tourist attraction using a text mining approach. Moreover, the information in the official sightseeing websites was analyzed with respect to Japanese and English text data in order to compare the results of Japanese and foreign tourists' destination images of the tourist attraction. The framework that extracts distinctive tourism information from three perspectives: Japanese tourists, foreign tourists, and tourism promoters was proposed for the purpose of developing regional tourism support tool.

研究分野：観光情報

キーワード：訪日観光促進 口コミ分析 テキストマイニング 観光ウェブサイト 地域活性化

## 1. 研究開始当初の背景

日本が観光立国を掲げて 2008 年に観光庁が発足した。インバウンド観光をさらに促進し、年々多くの外国人が日本を訪れている。2008 年当時、訪日外国人旅行者数はおよそ 836 万人であり、2009 年の新型インフルエンザの大流行、2011 年の東日本大震災により減少したものの、2013 年には 1000 万人を突破、2018 年にはおよそ 3120 万人と、1000 万人を突破してから 5 年間で約 3 倍も増加している (図 1)。

これらの訪日外国人の声を聞き、ニーズを分析することは日本のインバウンド観光において、新たな日本の魅力の発見、受け入れ環境の整備、また海外プロモーションを行う観光産業従事者へのフィードバックにつながる。しかしながら研究開始当初の 2013 年において、訪日外国人からの日本旅行への評価、イメージを聞く手段として、主に実施されているのは観光庁におけるアンケート調査のみであるのが現状であった[1]。

一方でウェブ上ではブログや Twitter、Facebook といった Social Networking Service (SNS) が流行しており、これらを交流の場として、多種多様な人々が個人的な日常の出来事、意見や感想などを公開し、口コミとして人々の中に伝播していた。また、世界最大の観光情報学に関する国際学会組織 International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT) での研究動向として、2006~2008 年と 2011 年を比較すると Consumer Generated Media (CGM) や electrical word-of-mouth (eWOM) を対象とする研究が増加していた[2]。

このような CGM、eWOM (口コミ) を用いた研究の中で、外国人から見た観光イメージの抽出を行っている研究は海外では多く見られたが、国内では先行研究がほとんどない状況であった。

## 2. 研究の目的

本研究では、申請者らがそれまでに行ってきた外国人旅行者の日本旅行に関する口コミ研究成果を更に発展させ、外国人旅行者の視点を取り入れた口コミ観光パンフレットを作成することと、地域の訪日観光促進の一助となる口コミの効果的な活用方法を提案することを目的としていた。しかしながら、補助期間に研究を進めていく中で、訪日外国人旅行者数が年々大きく増加しており、インバウンド観光に関する研究の動向も変化しつつあった。IT や IoT の発展と共に、スマートフォンのアプリが情報活用ツールとして主流となりつつあったため、旅行ガイドとなる口コミ観光パンフレットのニーズを考慮し、観光サポートツールを作成するためのコンテンツの分析に重点を置いた。

口コミをマップ上に示した口コミマップ、旅行のアドバイスを地域ごとに載せている旅行サイトは多くあるが、観光客側からの個々の口コミを載せるにとどまっているものが多い。日本人旅行者の口コミは、その観光資源に対しての時代背景や文化的背景などを日本人の視点で捉えたものであり、また食文化なども流行や味覚の違いにより、日本の観光資源等に対する魅力を日本人ならではの価値観で発信した口コミがある。外国人旅行者の口コミとは異なるものである。また、外国人旅行者は日本人が忘れかけていた日本の良さを別の視点からとらえた口コミ、外国人から見た不便さなどの口コミがある。外国人から見た日本の魅力は日本人旅行者にとって、新たな発見となりうるものかもしれない。また、各地の自治体や観光協会等の旅行関連の公式ウェブサイトの情報は、観光推進する側からのその土地の魅力を伝えるものであり、アピールしていきたい観光資源情報でもある。日本人旅行者から見た魅力、外国人旅行者から見た魅力、そして観光促進者側からのアピールしたい情報、という 3 つの視点を考慮した観光情報はそれぞれの欠点を補い、新たな観光資源の魅力の発見につながる。そのため、本研究では、これら 3 者からの視点を盛り込んだ観光情報を吸い上げるフレームワークを提案した。さらに、観光促進者側のウェブサイトは多言語化されていないものも多く、外国人旅行者にその魅力が伝わっていない場合がある。そのため、観光公式ウェブサイトの多言語化状況についても調査した。

また、日本人旅行者や外国人旅行者の口コミに関しては、口コミサイトからの情報を分析した。SNS やブログの中には商品に対する一般消費者の評価が埋もれており、様々な産業のマー

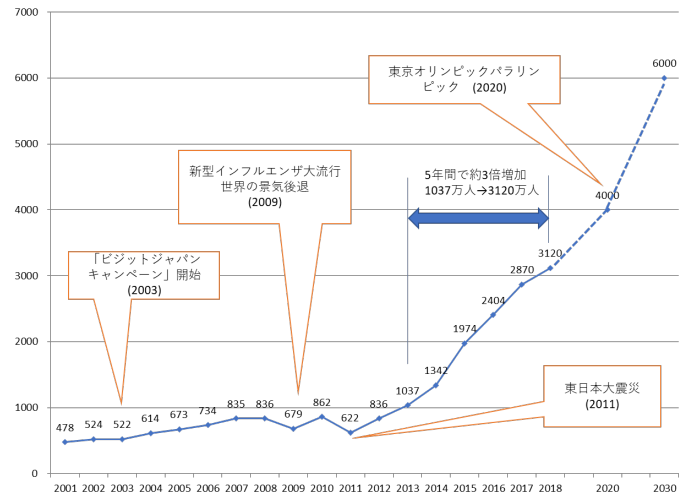


図 1 訪日外国人旅行者数推移 (出典: 日本政府観光局)

ケティングでその重要性が認識され、情報源として無視できない存在となっている。口コミの重要性が高まる中、SNS を用いた訪日外国人の日本の旅行イメージに関する研究は後れを取っている。ブログ、Twitter、Facebook と発信方法の多様化、更に宿泊施設や飲食施設、観光地などの旅行に関するレビューを載せるウェブサイトなど、口コミは様々な形で入手できるため、予め質問を用意してそれに答える形のアンケートからは導き出せないような、SNS の口コミから日本旅行のイメージを抽出することを目的とした。

### 3. 研究の方法

本研究では、日本人旅行者、外国人旅行者、それぞれにとって興味を引く、または意外性のある情報を探るために、世界最大の閲覧数を持つ旅行口コミサイト TripAdvisor (<https://www.tripadvisor.jp/>) に投稿された札幌市内の観光地の日本語と英語のコメントについてその内容を分析した。さらに、それらを札幌市公式観光サイトにおける観光地の情報と比較し、日本語と英語のコメントから抽出された特徴の違いを取り入れた、プロモーション方法の提案を行った。

観光が主力産業の一つであり観光統計が充実している北海道の札幌市を対象観光地とした。北海道は観光庁による訪日外国人消費動向調査の2014年の都道府県別訪問率において第7位である[3]。訪日外国人に人気の札幌市について TripAdvisor におけるランキング 11 までの観光地に投稿されたコメントを扱った。

2013年3月から2016年8月までの間にそれら 11 の観光地に投稿された日本語の口コミは 3625 件、外国語は 2335 件であった。外国語の中でも最も多い英語の口コミ 1415 件を分析対象とした。分析方法としてはテキストデータを分析するソフト KH Coder (<http://kncoder.net/>) を用いてテキストマイニングを行った。

札幌市公式観光サイトでは観光地をテーマ別に紹介しており、口コミ情報の比較分析に関しても同じテーマを用いた。それらのテーマは、ショッピング、自然と公園、歴史・文化、アート、スポーツ、体験、食べる、の 7 テーマである。11 の観光地をテーマ別に分けると、ショッピング、自然と公園、歴史・文化、スポーツ、体験に分けられ、中でもトータルのランキング上の 2 位から 4 位は自然と公園であったため、これら 3 つの公園：藻岩山、モエレ沼公園、大通公園の口コミを、内容語である、名詞、動詞、形容詞別に日本語、英語それぞれにおいて対応分析及び共起分析を行った。また、札幌市公式観光サイトでそれら観光地が紹介されている文を同じく名詞、動詞、形容詞の頻度から、対応分析・共起分析で得られた結果と比較した。

さらに、2014年9月から2016年8月までの間の口コミに関してはデータが丸 2 年分あるため、月ごとの推移を比較して、とりわけ口コミ数の多い大通公園に関して分析を行った。2 年分のデータとしては、5404 件あり、そのうち日本語は 3339 件、外国語は 2065 件、英語の口コミは 1229 件あり、大通公園のものが日本語 679 件、英語 278 件であった。

また、日本の観光ウェブサイトの多言語化については、北海道の自治体や観光協会、コンベンションビューローなど、観光促進者側の公式観光ウェブサイトの多言語化の現状と、外国語で作成された観光資源情報量について分析し、今後の外国語による観光情報サイトのあり方について検討した。

### 4. 研究成果

日本人旅行者の札幌市内の 3 つの公園（藻岩山、モエレ沼公園、大通公園）に関して、日本語の内容語の対応分析及び共起分析を行った。対応分析では、同じテーマの観光地でもどのような魅力の違いがあるのかを確認することができた。日本語と英語のコメントではそれぞれプロットされている語に多少の違いはあるが、3 つの公園に対するイメージは似ていた。例えば、藻岩山はケーブルカーやロープウェイによる夜景の美しさ、モエレ沼公園はバスや自転車などの移動手段について触れられており、大通公園はイルミネーションや雪祭り、ビールといったイベントに関するイメージがあると捉えることができた。しかし、英語のコメントのほうが 3 つの公園の魅力の違いをより明確に分けていた。例えば、日本語に関してはそれぞれの公園におけるイメージが移動手段やアクティビティの違いであり、英語では観光の時間帯によるものと季節的なイベントの違いであった。

また、共起分析により日本語と英語それぞれで共起される語を分析したところ、日本語と英語では違いが見られた（図 2、図 3）。例を挙げると、藻岩山は日本語でも英語でも「寒い」という語が共起していたが、日本語

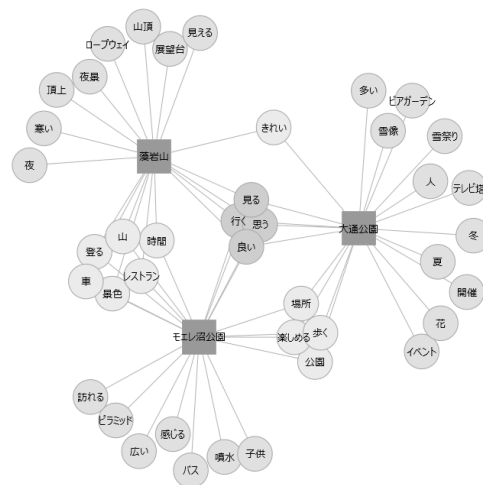


図 2 札幌市内 3 つの公園に関する日本語コメントの共起分析結果

ではさらに「きれい」という語の共起が見られた。モエレ沼公園では「噴水」「子供」という語が共起される中、英語では「recommend」「hour」という語の共起があり、大通公園では、日本語は「夏」「冬」「花」などの四季に関する語が見られたが、英語では主に冬のイベントである、「snow festival」「snow」「winter」が共起されていた。日本人と外国人では興味を持っている部分が違うということを表す結果と言える。

さらに、大通公園に関しては月別の名詞に関する対応分析、共起分析を行い、抽出された特徴的な語を使っているレビュー自体を読むことで、日本人旅行者からのおすすめ情報や、外国人旅行者の観光地に対する不満に関する情報を得ることもできた。

これらの語が札幌市の公式観光サイトにおいても使われているのかを比較したところ、対応分析で得られたイメージや共起した語もあるが、更に観光プロモーションをする側がお勧めしたい情報が載せられていた。

外国人旅行者、国内の日本人旅行者に向けたホームページの情報として、それぞれが持っているイメージの情報と、意外性のある情報、そして観光プロモーションをする側がお勧めしたい情報のバランスを考慮して閲覧する側に提供することが重要である。このことにより、更なるプロモーションにつながるのではないかと考える。

また、それらの情報を効果的に発信する点においては、ウェブサイトの多言語化も重要である。本研究は北海道の各自治体における公式観光サイトの多言語化状況の調査を行った。北海道内の179市町村中、観光入込数の多いトップ20の市町村での観光情報サイトの多言語化の現状を分析したところ、2013年11月12日時点で46サイト確認できた。46サイト中、日本語のみのものは17サイト(37%)、外国語対応は29サイト(63%)であった。外国語対応しているサイト中、英語は29サイト(100%)、韓国語は18サイト(62%)、簡体字と繁体字を含む中国語は25サイト(86%)、その他ロシア語やタイ語はそれぞれ3サイト(10%)であった。訪日外国人や海外への発信状況としては、入込数の多い国籍の言語に対応できていた。市町村別にみると20市町村中3市町村を除いては外国語版を保有していた(85%)。外国人の宿泊者数が多い市町村の方がより多言語サイトに対応しているということも分かった。しかしながら問題点として、同じ市町村の観光情報を、市町村のホームページ、そして観光協会やコンベンション協会など連携なく別々に展開してたことが明らかになった。観光情報が観光客へわかりやすく提示されるためには、お互いのリンクを貼るなど市町村と観光協会や広域観光連盟などが連携して仕組みを作っていく必要がある。

以上のことから、訪日外国人旅行者への観光情報を提供する際のサポートツールを作成する際には、日本人旅行者の視点、外国人旅行者の視点、更には観光促進者側からのおすすめ情報といった3つの視点を組み込むことで、訪日外国人のみならず日本人旅行者へも興味深い情報を提供できることとなる。また、それらの情報は、各自治体だけではなく、それぞれが広域観光も意識して連携し、国と広域地域の所轄自治体、各地方自治体、また各地方自治体の横の連携といった点も考慮し、効果的に情報を発信していく必要がある。

#### <引用文献>

- [1] 村上嘉代子、川村秀憲、外国人から見た日本旅行 - 英語ブログからの観光イメージ分析 -、人工知能学会誌 特集号 Vol. 26、No. 3、2011、286-293
- [2] 伊藤直哉、観光情報の国際動向-IFITT の活動を中心に-、人工知能学会誌、No.3、Vol. 26、2011、226-233
- [3] 観光庁、訪日外国人の消費動向平成 26 年 年次報告、2014、  
<http://www.mlit.go.jp/common/001084273.pdf>

#### 5 . 主な発表論文等

[雑誌論文](計3件)

Kayoko H. Murakami, A comparison of destination images from three different perspectives, Journal of Global Tourism Research, 査読有、Vol. 3、No. 2、2018、pp. 107-114

Kayoko H. Murakami, Promoting inbound tourism in Japan, Journal of Global Tourism Research, 査読無、Vol. 2、No. 1、2017、pp. 5-10

村上嘉代子、北海道の観光情報サイトの多言語化の現状と観光資源情報、観光情報学会第8回研究発表会 講演論文集、査読無、2013、25-28

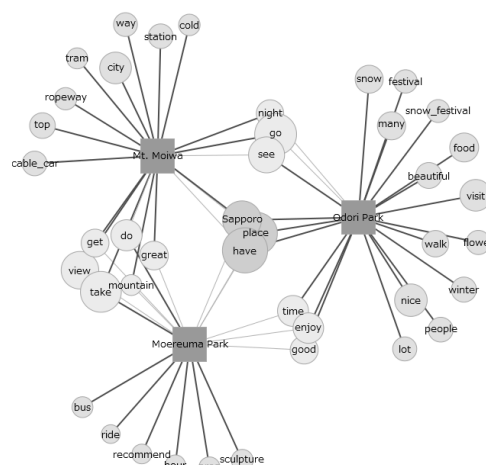


図 3 札幌市内 3 つの公園に関する英語コメントの共起分析結果

〔学会発表〕(計2件)

村上嘉代子、訪日外国人旅行者と日本人旅行者による観光地イメージの比較に関する研究、  
第15回観光情報学会全国大会、2018

村上嘉代子、観光ブログからの外国人旅行者の日本に対する口コミ分析、第4回工学におけるサービスイノベーション研究会(SIT-E-SIT) (招待講演) 2014

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
出願年：  
国内外の別：

取得状況(計0件)

名称：  
発明者：  
権利者：  
種類：  
番号：  
取得年：  
国内外の別：

〔その他〕

ホームページ等

## 6. 研究組織

### (1) 研究分担者

研究分担者氏名：

ローマ字氏名：

所属研究機関名：

部局名：

職名：

研究者番号(8桁)：

### (2) 研究協力者

研究協力者氏名：鈴木恵二

ローマ字氏名：Keiji Suzuki

研究協力者氏名：川村秀憲

ローマ字氏名：Hidenori Kawamura

研究協力者氏名：大藪多可志

ローマ字氏名：Takashi Oyabu

科研費による研究は、研究者の自覚と責任において実施するものです。そのため、研究の実施や研究成果の公表等については、国の要請等に基づくものではなく、その研究成果に関する見解や責任は、研究者個人に帰属されます。