

TripAdvisor 上のクチコミに見る 外国人観光客の観光資源評価の着眼点

倉田陽平 首都大学東京大学院都市環境科学研究科観光科学域

キーワード：訪日外国人、クチコミ、観光資源評価

【目的】観光立国を目指す日本にとって、訪日外国人の招致は大きな課題である。このため彼らの訪日前の期待や満足度を調査し、その結果を踏まえて情報発信やサービスの改善を図っていくことが肝要である。観光庁では訪日外国人に対し旅行中の活動と満足度について調査している[1]が、予め列挙された活動項目に対する3段階評価なので、具体的な問題点や改善への指針が見出しにくい。そこで本研究では、旅行情報サイト TripAdvisor (<http://www.tripadvisor.com>) 上の利用者クチコミ評価を利用し、訪日外国人観光客がどのような点から日本の観光資源を評価しているのかを分析した。なお、訪日外国人のクチコミ分析については、既に旅行記ブログをテキストマイニング分析した事例が見られるので[2]、本研究では定性的な内容分析に主眼を置いた。また、研究対象地域を東京都心部に絞った。

【方法】TripAdvisor に登録されている東京 23 区内の観光資源（宿泊・飲食施設を除く）に対するクチコミ 5478 件（2011 年 6 月 7 日現在）から英語のクチコミ 379 件を抽出した。対象となった観光資源は 99 件である。各クチコミは文章と 5 段階評点からなる。評点の分布は図 1 のとおり肯定側に大きく偏っていた。評点 4-5 のもの（301 件）を肯定的クチコミ、評点 1-3 のもの（78 件）を否定的クチコミとし、文章内容の定性的な分析を行った。また、テキスト分析ソフトを用いてクチコミ文章群から主要語句を抽出し、評点との関係について分析した。

【肯定的クチコミの内容分析】文章中で肯定評価されている事項を整理・分類したところ、21 項目が抽出された（表 1）。最頻出項目は「体験性」である。築地市場をはじめ様々な観光資源において日本文化の体験が肯定的に評価されていた。続く 2 位・3 位は「食事」「買物・土産」であった。これらは訪日観光客にとって主要な旅行目的であり[1]、実際の経験後も肯定的に評価されている。4 位は「眺望」であった。東京は東京タワー、都庁、六本木ヒルズ、お台場といった展望名所を有しており、そこからの眺望、とくに遠くに望む富士山や広大な夜景が高く評価されていた。また、頻出度は劣るものの「リラックス感」「自然」「静寂・平和性」「子供と楽しめる」といった項目も多く見られたことから、観光客は東京に都市的な刺激ばかりを求めているのではなく、都会の中での静寂や、家族で安心して過ごせる雰囲気も評価していることがわかった。一方で、「安全性」という項目はあまり登場しなかったが、これは全体的に治安が良いため、とり立てて個々の観光資源の安全性に言及する必要がなかったためではないかと推察される。また「人間観察」という項目が注目される。この評価項目は代々木公園、上野公園、渋谷、原宿、新宿等に対し使われており、日本人の日常生活自体が観光資源として眺められていることが時間される。

【否定的クチコミの内容分析】同様に文章中で否定評価されている事項を整理した（表 2）。再頻出項目は「割高感」であり、特に築地、東京タワー、銀座に対し指摘が多かった。円高の昨今、割高感の問題はさらなる深刻化が懸念されよう。続いて「見劣り」の問題が東京タワーや皇居東

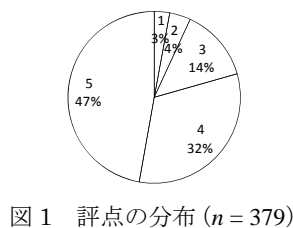
御苑などについて指摘されており、目の肥えた旅行者を満足させる難しさが実感される。「撮影禁止」や「入れ墨禁止」への不満は築地市場や大江戸温泉物語で見られた。これらは外国人に人気の施設だが、ローカルマナーを理解しようとしなない観光客にとっては不満をもたらすようであり、対応の難しさが感じられた。

【クチコミを構成する語句カテゴリの抽出と分析】SPSS Text Analytics for Surveys を用いてクチコミ文章中に使われた固有名詞以外の語句を抽出し、整理・統合して得られたものを表 2 に示す。得られた語句カテゴリは概ね、観光資源に対する形容語句 (good-bad, large-small, enjoyable, cheap/free-expensive, new-old, beautiful, interesting, busy-relaxing, famous, real, disappointing 等), 観光資源の種類 (park/garden, food, museum, temple/shrine 等), 観光活動 (shopping, visit, view, photos, stop, stay 等), および観光の主体 (people, child, friends, family) から構成されている。とくに日本/東京観光にとって特徴的になりそうな語句カテゴリとして Tokyo, Japan, Japanese, temple/shrine, fish が抽出された。

次に、各クチコミの評点を被説明変数、文章中で使用された語句カテゴリを説明変数 (0-1 データ) とし、数量化Ⅲ類により分析した。この結果、肯定的評価に結びつく語句カテゴリとして good, like, world, shopping, building, night が、否定的評価に結びつく語句カテゴリとして disappointing, bad, expensive, hotel, problem, Japan が抽出された。

【まとめ】以上のようにクチコミの分析を通して、体験性, リラックス感, 利便性, にぎわい, 割高感, 見劣りといった情緒的な項目を含む、多様な観光資源評価項目が抽出された。また、にぎわいへの評価や混雑への不満, ローカルティへの評価やローカルマナーへの拒絶感といったように、同時に対応することが困難な事項も見受けられた。

「旅行中おこなった活動内容とその満足度はどうだったのか」という素朴な観点から一歩ふみだし、分析を通じて顧客である外国人がどのように日本での観光体験を評価しているのかについて理解を深め、適切に対応していくことは、訪日観光を盛り立てていく上での第一歩となろう。



評価項目	度数
体験性	69
食事	56
買物・土産	51
眺望	51
展示	38
リラックス感	36
外国語ガイド/サイン	33
安価さ	32
自然	30
利便性	28
祭・イベント・風物	26
静寂・平和性	22
歴史性・歴史的雰囲気	20
にぎわい	19
建築美	18
人間観察	17
子供と過ごせる	16
多様性	14
最先端性	12
ホスピタリティ	10
安全性	7

good (275)	would recommend (52)	english (38)	fast (20)
place (160)	people (51)	photos (37)	displays (19)
right (51)	tour (37)	difficult (19)	
tokyo (125)	bad (48)	child (35)	friends (18)
large (107)	shopping (105)	new (47)	busy (33)
walk (74)	beautiful (46)	expensive (33)	arrive (18)
park&garden (73)	would be good (46)	stop (31)	family (17)
food (73)	interesting (45)	old (30)	night (17)
visit (71)	japanese (42)	building (29)	easy (17)
enjoyable (63)	relaxing (42)	open (26)	entrance (15)
cheap/free (61)	city (42)	tourists (25)	real (15)
worth (60)	attractions (41)	stay (24)	world (15)
small (59)	nearby (40)	price (23)	disappointing (15)
japan (59)	experience (40)	problem (23)	closed (15)
view (58)	temple&shrine (40)	famous (22)	fish (15)
museum (55)	transportation (39)	hotel (21)	space (15)
like (52)		available (20)	

不満項目	度数
割高感	12
見劣り	11
混雑	9
日本語必要性	6
期待はずれ	6
撮影禁止	3
没個性	3
タトゥ禁止	2
治安	2

表 2 否定的クチコミにおける否定的評価の対象項目

表 1 肯定的クチコミにおける肯定的評価の対象項目

表 3 東京の観光資源に対するクチコミを構成する主要語句カテゴリとその出現頻度

【参考文献】

[1]観光庁「訪日外国人消費動向調査」<http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/>
 [2]村上嘉代子, 川村秀憲, 鈴木恵二 (2011) 日本旅行に関する英語ブログにおけるキーワード分析, 観光情報学会 第 3 回研究発表会講演論文集, pp. 1-7