

# ブログ情報を用いた観光行動と満足度の分析に関する一考察\*

## Fundamental Study of Tourism Travel Behavior and Satisfaction Evaluation Analysis using Blog Data\*

神田佑亮\*\*・藤原章正\*\*\*・張峻屹\*\*\*

By Yusuke KANDA\*\*・Akimasa FUJIWARA\*\*\*・Junyi Zhang \*\*\*

### 1. はじめに

我が国において観光は地域経済起爆剤として期待され、国内観光や外国人観光客の受け入れなどを重点的に取り組んでいる地域が非常に多い。持続可能な観光地づくりを進めていくためには、多様化するニーズや旅行形態を的確に分析し、その上で策定した戦略に基づく観光施策の展開が不可欠である。

しかし、多くの観光地が個性を活かした観光資源の創出に苦勞している。その要因の1つとして多様化するニーズに対するマーケティング、即ち行動や意識を記述するデータの不足が挙げられる。観光客の行動や意識、満足度の把握には、主にアンケートが用いられてきた。アンケート調査は分析のために収集したい情報が直接得られるという利点がある反面、任意の一時点での調査であり行動パターンが広域かつ多様で、季節により魅力が変動するといった非正常な行動・現象を的確に把握するには課題が残る。

近年インターネットの発達に加え、手軽に情報発信できるためのツール等が急速に普及し、多くの人々が自分の経験や感想等を Web 上に発信するようになった。観光・余暇活動をその対象として扱ったものも非常に多く見られる。

本研究では、観光・余暇活動を扱った日記型 Web サイト「ブログ」に着目し、交通行動や観光地、観光トリップ全体への満足度についてブログに記述された内容による観光行動・意識分析の適用可能性を分析することを目的とする。

### 2. 観光ブログ情報の特性

ブログ (Blog) とは、日付入りの記事ページを中心としたウェブサイトである。写真や文字を主体に記述される点は従来のホームページ同様であるが、作成が容易であることに加え、読み手とのコミュニケーションも容易で匿名性も確保されやすいことから、インターネットで活動の記録や感想、意見を表現する手段として非常に人

気が高い。

観光・余暇行動を記述したブログも多数存在している。これらのブログのほとんどには、旅行の動機、行程、訪問箇所、食事、休憩箇所、宿泊箇所、同伴者など行動の内容が記述されている。加えて、対象となる観光・余暇行動の感想や印象が表現され、作成者が独自の視点で評価をしている場合が多い。

ブログ情報に含まれる情報や特性について、従来のアンケート調査による方法と比較すると、対象観光地や時期が限定されない点に加え、分析のためのコーディングが不要であり、費用面でも優位である点が挙げられる。また自発的記述であるため、記述者の意図的なバイアスを含む可能性が極めて低いことが考えられる。反面、個人属性がわかりにくいなどといった欠点を有する。

### 3. 観光ブログ情報を用いた観光行動・意識の基礎分析 (1) 分析の概要

観光ブログ情報の観光行動・意識分析の適用可能性を分析するため、2007年に世界遺産登録された「石見銀山遺跡とその文化的景観(島根県大田市)」について記述された観光ブログ情報を用い、分析を行った。石見銀山の観光客数は世界遺産登録をきっかけに各地から幅広く観光客を集め、2007年の観光入込客数は約71万人(前年比78%増)となっている<sup>1)</sup>。

周辺には東方向に出雲大社(出雲市)、松江市街・玉造温泉(松江市)、境港・水木しげるロード(鳥取県境港市)、西方面にはしまね海遊館アクアス(浜田市)などの著名な観光地が存在する。また石見銀山付近には「砂時計」で有名な仁摩サンドミュージアムや三瓶山(大田市)などがある。石見銀山周辺は公共交通のサービス水準が低く、観光のための交通手段は自動車(観光バス含)に依存している。

表-1にデータの収集・分析手順を示す。分析に用いたブログ情報は、大手検索サイトの公開型ブログより、「石見銀山」かつ「旅行」のキーワードで検索しヒットしたブログ(約800件)のうち、旅行について記述されている上位30件を対象とした。次に得られた情報を形態素解析ツール(ChaSen)<sup>2)</sup>を用い文章を単語(品詞)レベルに分解した後、活用の標準化と表現方法の違いの修正を行った。その上で観光地の訪問状況については主に固有名詞(地名)の発生頻度から、満足度については、印象を示すキーワードと共起する要因から分析した。

\*キーワード: 観光・余暇、意識調査分析、交通行動分析

\*\*正員、工修・開発政策修、オリエンタルコンサルタンツ・  
広島大学大学院国際協力研究科博士課程後期、  
(大阪市淀川区宮原4-1-14 住友生命新大阪ビル、  
TEL 06-6350-4373、Mail kanda@oriconsul.co.jp)

\*\*\*正員、工博、広島大学大学院国際協力研究科  
(東広島市鏡山1-5-1、TEL082-424-6921、  
Mail afujiw@hiroshima-u.ac.jp)

表-1 観光ブログ情報を用いた分析の手順

①観光ブログ情報のサンプリング
大手検索サイトの公開型ブログより、「石見銀山」&「旅行」で検索し抽出。(ヒット数 800 件のうち旅行記録のある上位 30 件を抽出)
②形態素解析(言語処理)
ブログデータを「単語(品詞)」レベルに分解。 併せて、表現方法の違いの修正などのクリーニングを実施
③行動・満足度分析
・観光地の訪問状況(単語の出現回数・順序等の集計) ・満足度とその要因の分析(キーワードに共起する要素の抽出)

(2)観光行動の分析

a)出発地とアクセス交通手段

本分析において抽出したブログ情報を解析し、出発地(居住地)及び島根エリアまでのアクセス交通手段について分析した結果を表-2に示す。全 30 件のうち、出発地が不明なものが 8 件、交通手段が不明なものが 5 件あった。出発地に関する情報はブログの文頭か文末に出現する固有名詞から想起した。交通手段については、自動車については高速道路等の道路の名称やインターチェンジ名などの固有名詞や「運転」・「ドライブ」などの単語より、飛行機については「空港」から想起した。

表-2 ブログ作成者の出発地・アクセス交通手段

	自動車	飛行機	観光バス	高速バス	貸切バス	鉄道	不明	合計
関東		4				1		5
中国	4				1			5
近畿	4		1					5
九州	2			1				3
北陸	2							2
島根	1							1
東北		1						1
不明	3						5	8
合計	16	4	1	1	1	1	5	30

※単位:レコード数、空白はなし。「中国」は島根県を除く。

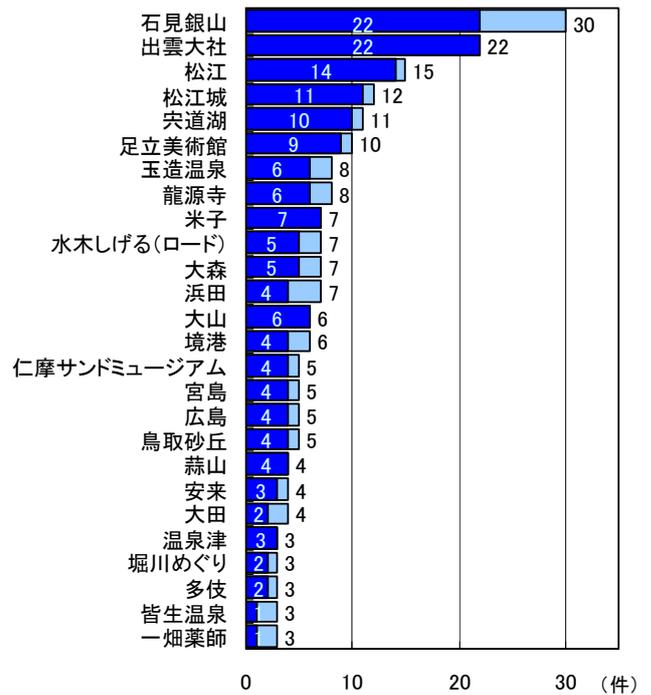
b)訪問観光地(観光地の出現状況)

次に、地名・観光地のブログへの出現状況について分析した。図-1は出現状況を示しており、右側の数字は当該観光地が見られたブログの数を示し、左側(濃青)は当該観光地と「石見銀山」、「出雲大社」の島根県の2大観光地と共起しているブログの数を示している。この結果から考察されることとして、以下の点が挙げられる。

- ①「石見銀山」と高い確率で共起している観光地は「出雲大社」(22 件,73%)、「松江」(15 件,50%)、「足立美術館」(10 件,33%)などであり、これらの観

光地を広域的に周遊していることが伺える。特に各観光地と「石見銀山」の2箇所、各観光地と「石見銀山」と「出雲大社」の3箇所の共起数は大差が無いことから、「石見銀山」と「出雲大社」の観光周遊での結びつきは大きいことがわかる。

- ②「石見銀山」内でのスポットでは、「龍源寺(間歩)」や「大森(の街並み)」、「仁摩サンドミュージアム」、「温泉津(温泉)」の共起数が多く、地域内で上述のスポットに回遊していることが伺える。
  - ③「松江城」、「宍道湖」、「玉造温泉」、「堀川めぐり」、「一畑薬師」など松江市内の観光スポットも複数共起しており、松江市内の回遊状況が伺える。
  - ④全国的な知名度は低いですが、日本海を眺望できる道の駅等を備える「多伎」が共起している。
- また、グラフでは表現されていないが、
- ⑤地名が出現する順序より、ブログの書き手(旅行者)が観光地を訪問した順序が推察できる。
- といった特徴があり、観光客の広域のおよび地域内の狭域の周遊状況をブログ情報により把握することの可能性を示唆している。



注)対象としたブログ情報は全て石見銀山を対象とした観光を記述したものであるため、「石見銀山」は全てのブログ(30 件)に出現する。

図-1 地名・観光地の出現状況(ブログの数)

(3)観光の満足度に関する分析

a)分析の観点と方法

ブログには訪問観光地に関する情報に加え、満足状況についても記述されている。その範囲は観光スポットのみならず、食事、宿泊、もてなしなど、旅行を構成する個別の要素を対象に印象が記述されている。

本分析ではこれらの印象を示す単語とその対象や要

因について、関係を分析した。具体的な手順として、表-3に示すような印象に関するキーワードをブログの文章より抽出し、そのキーワードの係り受けの関係や、周辺（概ね30語程度）の名詞や形容詞の内容から対象や要因を抽出した。

表-3 印象を示すキーワード

好印象	満足・ベスト・最高・見事・いい(よい)・きれい 楽しい・すごい・素晴らしい・おいしい(うまい)
悪印象	悪い、残念、嫌、懲りる
その他	【予定変更に関するキーワード】 変更、断念、諦め

b) キーワードの評価対象

表-3で設定したキーワードについて、ブログの文章から評価の対象となる活動の有効抽出状況と、活動分類について表-4に示す。

好印象を示すキーワードで最も多かったのは「いい(よい)」であり、次いで「おいしい(うまい)」、「最高」、「素晴らしい」といったキーワードが多い。観光の活動の分類も「見る」や「食べる」が突出しており、「知る」、「泊まる」、「癒す」が続く。しかし「いい(よい)」と「すごい」については、評価の対象物が観光に関係がなかったりするケース(無効)が多く含まれている。

悪印象を示すキーワードを見ると、「残念」、「悪い」が多いが、出現頻度は好印象のキーワードと比較して少ない。また、対象となる活動の分類が「見る」と「移動」に集中している。

表-4 印象を示すキーワードの活動分類別発現回数

	活動分類						天気	無効	合計
	見る	食べる	知る	泊まる	癒す	移動する			
<b>好印象</b>									
いい	8	1	7	3	7	2	6	16	55
おいしい		18							18
すごい	4	1	3					10	18
きれい	10			3					13
最高	6	2		2	1				11
素晴らしい	7			1		1			10
楽しい			1	1			1	1	8
満足	2	3			1				7
見事	1								1
ベスト		1							1
<b>合計</b>	<b>38</b>	<b>25</b>	<b>12</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>27</b>	<b>141</b>
<b>悪印象</b>									
残念	9						1	2	13
悪い	1	1				4		5	11
嫌						1			1
<b>合計</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>1</b>		<b>141</b>

※空白は該当無し

表-5 好印象・悪印象の要因(活動分類別)

見る	好印象	・宍道湖・嫁が島の夕日(9件) ・出雲大社の本殿・結婚式・大しめ縄(8件) ・キララ多伎・宿舎からの日本海の眺望(4件) ・足立美術館の日本庭園(4件) ・旧大社駅の建屋(2件) ・松江城からの眺め(2件) ・三瓶山周辺の景色(2件)
	悪印象	・石見銀山で時間不足・わかりにくい(3件) ・宍道湖で夕日が見られなかった。(2件) ・出雲大社本殿公開の待ち時間(2件) ・混雑でアクアスの白イルカが見られず(2件)
食べる	好印象	・出雲そば(5件) ・海の幸(5件) ・宿での夕食(3件) ・石見銀山のパン(2件) ・キララ多伎のいちじくソフト(2件) ・宿での朝食(2件)
	悪印象	・食あたりによる体調不良(1件)
知る	好印象	・石見銀山の詳細(8件) ・出雲大社の詳細(2件)
泊まる	好印象	・玉造温泉の宿のお風呂(2件) ・玉造温泉の女将さん(2件) ・キララ多伎のコテージの雰囲気(3件) ・出雲のホテルの立地(1件)
癒す	好印象	・境港の温泉(2件) ・温泉津温泉(2件) ・三瓶周辺の温泉(1件)
移動する	好印象	・三瓶山周辺のドライブ(1件) ・温泉津の街並み散策(1件) ・ガイドの話(1件)
	悪印象	・石見銀山の徒歩の距離(3件) ・道に迷う(2件)
天気	好印象	・晴天(6件)
	悪印象	・雨(1件)

表-5に好印象や悪印象を与えた具体の要因を示す。好印象の数が最も多かった「見る」について見ると、一番多いのは「宍道湖・嫁が島」の夕日であり、次に「出雲大社」、「キララ多伎の眺望」と続く。悪印象も含め特徴的な点を挙げると、最も取り上げられている「石見銀山」に関係する好印象要因がほとんど見られず、逆に時間不足など悪印象で挙がってきている。また同じく有名観光地であるアクアス(浜田市)も、好印象要因では見られないが、悪印象では挙がってきている。一方で「キララ多伎の眺望」、「旧大社駅」、「三瓶山周辺の景色」など、発現頻度の低い観光地が多く好印象を与えており、かつ悪印象には挙がってきていない。

「食べる」について見ると、認知度の高い「出雲そば」や「海の幸」が上位に挙がっているほか、「宿の夕食」、「朝食」も挙がっており、地域の伝統的な食材を振る舞うことが好印象に繋がりがやすいことを示している。一方特徴的なのは「石見銀山のパン」や「キララ多伎のいちじくソフト」といった軽食類が高評価に挙げられている。地域の雰囲気や特産品を活かして

軽食を商品化することが観光客に対しても効果的であり、地域振興面でも寄与する可能性があることを示唆していると言える。

「知る」については、「石見銀山」や「出雲大社」が歴史をテーマにした観光スポットであることもあり、経緯やまつわる情報などを入手して観光することが結果として満足につながることを示している。

#### c) 予定変更の状況

表-6に予定変更を示すキーワードの発現回数を示す。「諦め」、「断念」、「変更」をブログの文章より抽出し関連する観光活動を分析したところ、「見る」が8件、「食べる」が1件、「移動する」が1件の10件であった。

最も多くを占めた「見る」の変更要因は、一番多かったのが「出雲大社本殿特別公開」（4件）であり、待ち時間の長さによるものであった。次に多いのが「アクアスへの訪問」（3件）であり、同じく混雑のほか、時間的に間に合わないことが要因として挙げられていた。

「食べる」についてはアレルギーのため食べるものをそばから変更したものであり、移動については大山のドライブルートを当日地図を見て急遽変更したものであった。

表-6 予定変更を示すキーワードの活動分類別発現回数

	活動 分類						天気	無効	合計
	見る	食べる	知る	泊まる	癒す	移動する			
<b>予定変更</b>									
諦め	4								4
断念	3								3
変更	1	1				1			3
<b>合計</b>	<b>8</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>

※空白は該当無し

#### d) 全体評価との関係

今回分析の対象としたブログ30件のうち、旅行全体について「満足な様子」で締めくくられているものが13件、「不満な様子」が1件、残る16件については確認ができなかった。

「不満な様子」のブログでは、石見銀山の徒歩での観光のしにくさや「出雲大社本殿公開の待ち時間の長さ」を悪印象として記述していた。

また「悪印象」を挙げていたブログの書き手のほとんどが「満足な様子」を示していなかった。1人「満足な様子」を示した人があったが、この人は当初「アクアス」を訪問予定であったが混雑で十分な観光ができず、目的地を「石見銀山」に変更し、大森の街の雰囲気満足して帰って行った人であった。居住地は中国地方と近く、無計画での旅行であった。

#### 4. まとめと今後の展望

分析結果を全体的に考察すると、著名な観光スポットに対しては期待が大きいものの、その期待の高さ故に評価も厳しくなりがちであり、満足度の低下にもつながりやすい。一方で絶対的な知名度が高くない観光スポットでは、何らかの魅力を有していれば高く評価されやすい傾向にあることが伺える。このことは、今後の地域振興の観点では、「食べる」での軽食が好印象を与えているように、周辺の著名な観光スポットを補完し、地域の資源を活用することにより地域が発展していく可能性を秘めていると言える。

観光振興戦略を検討していく上で、観光行動分析や観光資源の評価が必要となるが、とりわけ非定常かつ非完全情報化での行動となる観光行動では評価の尺度も異なるなど複雑である。本研究で行った定性的なブログ情報を言語処理により指標化し、評価する手法を適用することで、場所や時期を問わないデータの入手と分析が可能となる。今後は旅行形態や動機などの分析を行うとともに手法の簡素化を図り、言語処理による評価手法の確立と行動メカニズムを明確化した上で、情報提供による観光振興策の検討へと発展させ、今後の地域振興に資する持続可能な観光戦略立案へと結びつけたい。

#### 参考文献

- 1) 島根県観光振興課：「平成19年島根県観光動態調査結果」  
<http://www.kankou.pref.shimane.jp/report/h19/index.html>
- 2) 奈良先端科学技術大学院大学情報科学研究科松本研究室  
<http://chasen-legacy.sourceforge.jp>
- 3) 神田，藤原，張：「ブログ情報を用いた観光行動・意識分析の適用可能性に関する基礎的研究」，土木計画学研究講演集，Vol. 38，2008