

東京都内の鉄道駅周辺における外国人と日本人のレビュー視点の比較

伊藤 洋平

日本を訪れる外国人の数は 2014 年に 1000 万人を突破し、政府は 2020 年に外国人観光客数を 4000 万人にするという目標を掲げ、「明日の日本を支える観光ビジョン」を策定した。訪日外国人を増加させる政策として、査証取得の緩和に政府は既に取り組んでおり、2015 年には中国人観光客に対して査証の取得緩和政策を行った。政策として、この他にもインフラ整備や観光資源の魅力を増加させることも重要であるが、外国人の観光行動の実態や特徴を的確に把握することも重要であると考えられる。

外国人の観光行動の把握には、今まで質問紙での調査や観光ガイドブックを用いた分析などが行われてきた。本研究では、位置情報付き SNS である Foursquare のユーザーレビューに近い機能である「Tips」を用いて分析を行う。

調査は Foursquare を用いて行う。Foursquare は世界で 4000 万人以上が利用している位置情報付き SNS である。ユーザーは自分がいる場所にチェックインを行い、他の人に自分のいる場所を共有することができる。この Foursquare の機能の一つに Tips の投稿がある。

Tips とは、自分がチェックインしたお気に入りの場所について他のユーザーと知識を共有するという趣旨で、短文及び画像を投稿することができる機能である。

先行研究より、外国での日本の観光ガイドブックは日本人向けのガイドブックに比べて駅に近い場所が紹介されているという点を踏まえ、調査の対象とするのは「東京都統計年鑑平成 27 年度」に記載されている東京都内の JR 線、私鉄地下鉄、都営地下鉄、路面電車、日暮里・舎人ライナーの各駅、計 609 件から半径 1km 以内にあるベニューとする。Tips を取得後、Tips を形態素ごとに分解し、単語の頻出をカテゴリごとに比較し、また一部の特徴的なベニューにおいて Tips を読み比較する。

結果、「ラーメン店」「駐車場」「病院」「映画館」と言ったカテゴリで日本語の Tips が集中して投稿されており、外国人観光客が訪れにくく、日本人が訪れ評価をすることが多いと思われる場所を特定することができた。また、「東京タワー」「東京都庁」と言ったベニューの Tips からは英語の Tips が展望台からの眺望を主に評価しているのに対し、日本語の Tips では外観や料金に関する評価が多く、Tips を投稿する視点の違いがこの部分では明らかになった。

今後の課題として、Tips の投稿者の特性を鑑みた Tips の評価をすること、Tips をクラスター分けして視点の違いを調査すること、取得するベニュー及び Tips の数をさらに増やすといった点が挙げられる。

(指導教員 池内淳)