SNS 投稿による訪都外国人の行動特性分析に関する研究

宋 歆月, バージェス・アンドリュー, 伊藤香織
東京理科大学大学院 理工学研究科 建築学専攻
Email: <cecesingalongsong@gmail.com>

(1) 動機: 訪日外国人急増は日本経済や地域活性化など大きなメリットをもたらすため, 政府は「観光立国」を目指していて, 2020年に年間2千万人, 将来は年間3千万人の目標を掲げている. 日本を牽引する首都として東京都では, インバウンドにおける「日本のゲートウェイ」であり, 5年後に年間訪都外国人旅行数1000万人を目指している. 近年訪日リピーターの増加, 越境EC市場の拡大などを背景に, 観光客消費志向の変化や訪日客の行動の多様化が見られる. 今後のインバウンド対策として, 日々変化している訪日客の行動と潜在的なニーズを把握することが重要だと考えられる. 本研究は東京都における訪日外国人観光客の行動実態を明らかにすることを目的とする.

(2) アプローチ: 情報源として Twitter, 微博(Weibo)といった SNS(Social Networking Service)を取り上げ, API の活用により外国人観光客投稿者の個人属性, 位置情報, リアルタイム行動など膨大な情報を効率的に収集した. 得られた投稿文章に対して構文解析を行うことで行為(動詞と目的語)を抽出し,頻度が高い(共通の行為を示す)単語を集めることにより,訪日客が滞在している具体的な場所とその場で生まれた感想と行動を分析した.

(3) 意義: 観光立国の実現に向けて, 観光客の期待に沿うようにまちづくりを進めることは必要不可欠だと考えられる. SNS の投稿から得られた情報は, 言葉による表現や位置情報による旅行者の興味•関心など, 定量化されたものではなく, 人々の感情や思考などの内容が多い.本研究は SNS から収集したデータを分析することによって, 地理空間上に情報空間を展開することが可能となり, これまで把握することが難しかった訪日外国人観光客の動向と嗜好性を明らかにすることが期待できる.

(4) 特徴:

・微博とツイッターの投稿内容を分析対象として, SNS 投稿を獲得できるプログラムの作成で, 中華圏(微博ユーザー)と欧米圏(ツイッターユーザー)旅行者の行動特性の違いについての分析が可能になる.

・収集した SNS 投稿に含まれた経緯度情報を用いてオープンストリートマップにプロットした(図1). ツイッターユーザー(青色)と微博ユーザー(黄色)にとっての人気スポットを可視化することができる.

・数多くの投稿に含まれた頻度の高いキーワードを抽出して(KHcoder), その関連性をつけて,観光中の行動をリアルタイムに観察でき, 中華圏と欧米圏からの観光客の各々観光パターンを分析できる.

(5) 参考文献:

杉本興運(2012)観光者の視覚的体験情報に基づく回遊空間の評価 ーデジタルカメラ, GPS, GIS を活用した分析手法ー.「GIS－理論と応用」, **20**(1), 39-49.

矢部直人・倉田陽平(2013)東京大都市圏における IC 乗車券を用いた訪日外国人の観光行動分析.「GIS-理論と応用」, **21**(1), 35-46.

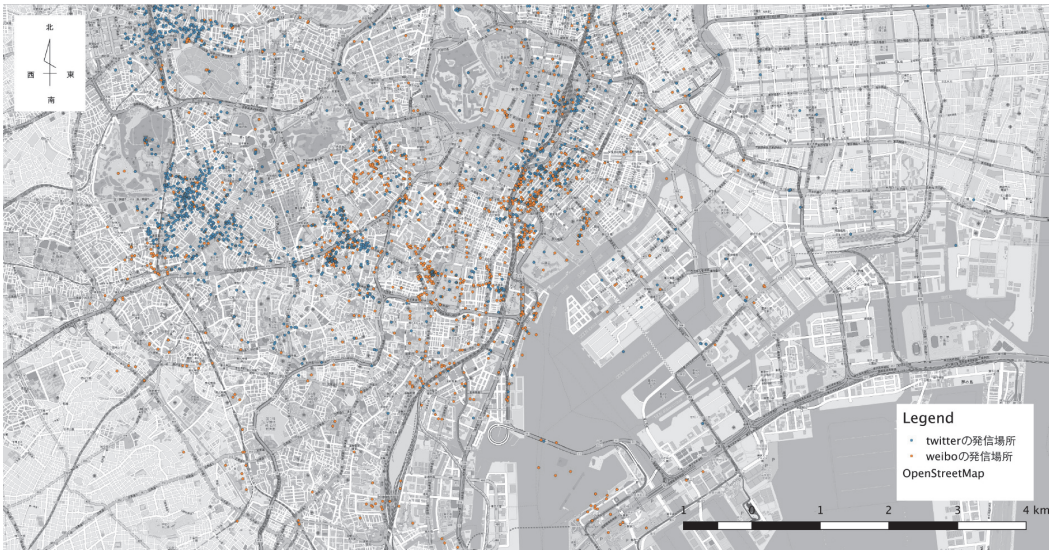

図 1: 東京都におけるツイッター(青色)と微博(黄色)発信場所のプロット例