



HOKKAIDO UNIVERSITY

Title	観光旅行者のホスピタリティ認知計測に関する研究：アニメ聖地巡礼ノートの分析から
Author(s)	岡本, 健
Description	要旨の出典：『日本ホスピタリティ・マネジメント学会第18回全国大会研究発表要旨集』2009, pp.22-23
Relation	日本ホスピタリティ・マネジメント学会 第18回全国大会. 平成21年9月26日. 東京都.
Issue Date	2009-09-26
Doc URL	https://hdl.handle.net/2115/39335
Type	conference presentation
File Information	HospitalityConf2009_abst.pdf, 発表要旨



観光旅行者のホスピタリティ認知計測に関する研究 ～アニメ聖地巡礼ノートの分析から～ A Study on Measurement of Tourists Hospitality Cognition

岡本 健*
OKAMOTO Takeshi

キーワード：観光旅行者、旅行者心理、ホスピタリティ認知、アニメ聖地巡礼ノート、

1. 背景と目的

旅行者が現地でどのような気持ちを抱くのかという問題は、観光行動を考える上で重要なテーマである。

現在日本では、社会の情報化、交通網の整備、などにより、人びとが旅行を行うことが容易になっている。加えて、価値観が多様であることが社会的に許される状況となっている。これらの要因により、旅行者は以前に比べて自由に旅行を行っている状態にある。岡本(2009a)によると、中でも、20代～40代の男性と20代の女性(旅行情報化世代)は旅行の際の情報源としてインターネットを用いる割合が高くなっている。これら世代は、自分の好きな情報を収集し、それらを組み合わせて旅行行動を行い、様々な価値観を地域に持ち込んでいると考えられる。

そうした場合、訪れる旅行者の気持ちや価値観を正確に汲み上げることは、その地域が観光から経済的な利益や、その他様々な利益を得られるか否かを決定する重要な事項になると考えられる。こうした背景から、本稿では、ホスピタリティ認知概念を用い、旅行者が旅行中の経験からどのような気持ちを抱くのかを明らかにすることを目的とする。

2. 方法

2.1 分析の枠組み

岡本(2009b)で提示されている「ホスピタリティ認知概念」を用いる。ホスピタリティ認知とは、「人が他者の作用によって産出された物理的パターンからプラスの気持ちという情報を構築すること」と定義されている。本稿ではこの分析枠組みを用い、観光行動中に現地で旅行者がどのような情報を構築しているのかを明らかにする。

2.2 手続き

岡本(2008, 2009b)で提示されているアニメ聖地巡礼ノートをテキストマイニングによって分析する。テキストマイニングを行うソフトは Tiny Text Miner(松村・三浦 2009)を用いた。

旅行者の気持ちの表現を抽出するために、テキストマイニングを行った。分析したデータは、アニメ聖地巡礼ノートと呼ばれる、旅のノート的一种である(岡本 2008)。2007年12月分と2008年1月分の記述を分析対象とした。この時期、アニメ聖地巡礼ノートは2冊(それぞれノートA、ノートB)同時に置かれており、そのどちらにも記述が見られる。記述の数は表1に示した通りである。

分析に際しては、日付、顔文字、記号、イラスト、サインを、文章中から除き、「良い」と「いい」などの同義語を整理した。また、形態素分析ソフトが認識できないであろう言葉をキーワードとして指定した。

表1 ノートの書きこみ数

	12月	1月	合計
ノートA	35	67	102
ノートB	34	116	150
合計	69	183	252

*書き込みの中には、サインのみのものやイラストのみのものがあったが、それらは除外した。

3. 結果と考察

結果は表2の通りである。結果の出力に際しては、同一の語を5個以上含んでいるもののみを出力するよう指定した。「キーワード」に関しては、驚宮町を舞台として描かれたアニメ「らき☆すた」が72と、最も多く抽出された。「かがみ」「こなた」「つかさ」は、それぞれアニメ「らき☆すた」の登場人物名である。「ストラップ」に関する記述は、驚宮町で販売されている「桐絵馬型ストラップ」についてのものである。「俺の嫁」という語は、「〇〇は俺の嫁」と、〇〇にキャラクター名を付し、自分がそのキャラクターのファンであることを示す表現の一部である。「コミケ」とは、コミックマーケットの略称である。年末に開催されるため、コミケのついでに驚宮に来たという記述が多く見られた。「orz」とは、残念さを表現している。ストラップが手に入らなかったことについて使われていることが多かった。

形容詞には、「良い」「美味しい」「凄い」「美味い」など、プラスの気持ちを表現するものが多く含まれていた。「美味しい」「美味い」に関しては、アニメ聖地巡礼ノートが置かれている「大西茶屋わしのみや」のメニューを指していることがほとんどであった。

表2 5つ以上含まれる語の抽出結果

キーワード									
らき☆すた	かがみ	こなた	ストラップ	つかさ	俺の嫁	コミケ	orz		
72	27	24	20	11	11	10	6		
形容詞									
良い	美味しい	凄い	多い	美味い	遠い				
47	29	17	8	6	6				
動詞									
来る	する	思う	ある	なる	明ける	出来る	見る	食べる	やって来る
161	85	43	34	29	21	21	17	14	13
来れる	行く	訪れる	やる	書く	知る	いる	入る	買う	歩く
12	9	9	9	8	8	8	7	7	6
作る	言う	あきる	願う	感じる	ふる	寄る	帰る	売る	
6	6	6	5	5	5	5	5	5	
複合名詞									
驚宮神社	聖地巡礼	驚宮町	大西茶屋						
13	10	9	6						
名詞									
ここ	町	驚宮	そば	人	初詣	年	ファン	最高	アニメ
25	21	19	17	17	14	14	13	12	12
聖地	私	イベント	神社	店	びっくり	絵馬	帰り	一緒	残念
11	11	10	10	10	10	9	9	8	8
皆さん	雰囲気	参拝	美味	これ	自分	茶屋	何	地元	巡礼
8	8	8	7	7	7	7	7	7	7
お参り	ぜんざい	俺	いつ	皆様	参上	僕	うどん	友達	完売
6	6	6	6	6	6	6	5	5	5
それ	絵	友人	静か	仕事	有名	P. S	最後	次	あと
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
東京	場所								
5	5								

4. 今後の課題

今後これらの単語同士がどのようにつながっているかについてさらに分析を進める必要がある。また、12月と1月で記述に大きな差があるかどうか、あるとすればそれはなぜなのかを、実際に当地で起こった出来事と対応させながら、検討する必要がある。

【参考文献】

- 岡本健(2008) 「アニメ聖地における巡礼者の動向把握方法の検討：聖地巡礼ノート分析の有効性と課題について」 『観光創造研究』 2 pp.1-13
- 岡本健(2009a) 「観光情報革命時代のツーリズム（その4）：旅行情報化世代」 『北海道大学文化資源マネジメント論集』 6 pp.1-16

- 岡本健(2009b) 「ホスピタリティ研究における分析枠組みに関する一考察 ―ホスピタリティ認知概念を用いた研究方法の提案―」 『Hospitality』 16 pp.129-136
- 松村真宏・三浦麻子(2009) 『人文・社会科学のためのテキストマイニング』 誠信書房