

## [概要]

本研究は、石川県金沢市の14箇所の観光スポットを対象に、日本人観光客および英語話者の訪日外国人観光客のロコミデータを用い、テキストマイニングによる比較分析を行った。ロコミにみられる語り方や話題の違いから、観光客による観光対象の捉え方や価値づけの違いを明らかにすることを目的とする。定量的分析の結果、観光スポットごとに両言語のロコミ分布には統計的に有意な偏りがみられ、両者の訪問傾向に差異がある可能性が示された。さらに、ロコミにおける語り方や内容の特徴を分析し、観光対象に向けられる「まなざし」の差異を検討した。日本語ロコミでは、体験に基づく主観的な語りを中心に、観光対象を取り巻く条件に関する話題への言及が多くみられたことから、日本人観光客は観光対象を地域固有の文脈や訪問時の状況と結びつけて捉える傾向が示唆された。一方、外国人観光客は、観光体験を通じて得られた要素を整理しながら、観光対象の特徴や実用的情報を説明的に捉える傾向が確認された。これらの差異は、観光客が有する前提条件や関心の向け方に加え、観光資源の性質や、ロコミの記述特性との相互作用によって生じると考えられる。本研究は、同一の観光対象に対する言語間比較を通じて、観光対象への関心や評価の方向性の違いを示すだけでなく、ロコミに表れる語り方の差異を、観光対象の捉え方や価値づけの違いとして整理・解釈した点に特徴がある。

キーワード：ロコミ，テキストマイニング，観光のまなざし，言語間比較