

日本と英語圏の旅行案内書からみた東京の観光空間の可視化と解析

Visualization and analysis of the tourist space in Japanese and English guide-books to Tokyo

若林 芳樹 [1]; 鈴木 晃志郎 [2]

Yoshiki Wakabayashi[1]; Koshiro Suzuki[2]

[1] 首都大・都市環境・地理; [2] 首都大・都市環境・地理

[1] Department of Geography, Tokyo Metropolitan University; [2] Geography, Tokyo Metropolitan Univ.

<http://www.ues.tmu.ac.jp/geog/>

1980年代後半の円高をきっかけにして、日本人の海外旅行者は急増したのに対し、訪日外国人旅行者は伸び悩んでいた。こうした日本の国際観光にみられる不均衡を解消するため、政府は2003年から官民一体となって観光立国をめざすビジット・ジャパン・キャンペーンを開始した。その結果、訪日外国人旅行者数は順調に増加し、目標とする年間1千万人に近づきつつある。しかし、外国からの旅行者を増やすためには、受け入れ態勢の整備だけでなく、外国人からみた日本の観光地の魅力や外国人の観光行動の特徴を的確に把握する必要がある。そこで本研究は、日本で最も多くの外国人旅行者が訪れる東京を事例にして、日本と英語圏の旅行案内書に掲載された施設や名所の分布をGISで地図化し、そこに現れた日本人と外国人の観光行動の違いを考察した。

分析に用いたのは、東京について記述した日本と英語圏の旅行案内書3冊ずつである。観光名所の分布傾向を把握するために、各旅行案内書に掲載された東京都内の観光資源や観光施設をすべて抽出し、住所情報をもとにアドレスマッチングによって経緯度情報を取得したところ、日本の案内書では1,588地点、英語圏の案内書では1,200地点が分析対象になった。

旅行案内書で紹介された各名所が、全体の中でどれだけの比率を占めているのかを、日本と英語圏の間で比較すると、宿泊施設の比率で英語圏の方が高いのは、日帰り客も含まれる日本の旅行者とは違って、外国人には宿泊場所が旅行の重要な要素となるためであろう。一方、飲食施設については、菓子や軽食を提供するその他の飲食施設で日本が上回るのに対し、英語圏の案内書は酒場で日本を上回っている。遊覧施設については、美術観賞や観劇など比較的教養色の強い鑑賞型観覧施設の占める割合が英語圏で高いのに対し、日本側は服飾や雑貨品などの商業施設、および遊園地などの娯楽型観覧施設の比率が高い。英語圏の比率が日本のそれを上回るのは、商業施設の中では電器店、飲食施設では日本料理などに限られる。

観光名所の分布傾向を可視化して把握するために、カーネル密度推定法(検索半径1km,出力セルサイズ200m)を用いて、日本と英語圏それぞれについて分布密度を求めた。その結果、英語圏の案内書に登場する名所がJR山手線周辺とその内部に偏在しているのに対し、日本の案内書では山手線から外れた吉祥寺、自由が丘、下北沢といった若者や女性に人気の盛り場にも名所が多いという特徴がみられた。これらの分析から、買物・娯楽施設を指向する日本の案内書と、文化的・教養的要素を重視する英語圏の案内書との違いが明らかになった。

つぎに、日本と英語圏で構成比の差が比較的大きかった、宿泊施設、酒場、その他飲食、鑑賞型観覧施設、商業施設について、日本と英語圏の名所の違いを定量的に把握するために、カーネル密度推定の結果にラスタ演算を適用して差分を求めた。英語圏の案内書に比較的多い宿泊施設は、皇居を取り巻く都心部と山手線の主要駅の周囲に塊状に分布するが、日本側の方がやや分布範囲が広く、山手線の外側にまで広がっている。同じく英語圏の案内書に多い酒場の分布密度をみると、新宿や銀座以外に、六本木・青山・渋谷にかけて帯状に高密度地区が現れる。これは、この周辺に大使館や外資系企業が多く、外国人向けの宿泊施設や飲食店が集中していることと関係している。主に菓子や軽食を提供する「その他飲食施設」も、酒場と類似した分布傾向がみられるが、浅草・上野方面にも高密度地区が広がっているところが特徴的である。これは神社・仏閣などの観覧施設も多い上野や浅草には、伝統的な和菓子を扱う店も多く集まっており、日本文化を味わうのに適した場所として外国人にとっても重要な名所であることを表している。鑑賞型観覧施設は、東京のアーバン・ツーリズムにとって重要な観光資源といえるが、著名な史跡や伝統的建造物が多い下町の上野・浅草から皇居を取り巻く都心部、および博物館や劇場が集まる新宿・渋谷の副都心周辺に多く分布する。また、英語圏の案内書に掲載された商業施設は、銀座、新宿、渋谷、池袋、上野といった都心・副都心の商業集積地のほか、外国人向けの店が多い青山・六本木付近にもやや高い地区がみられる。

以上の結果から、英語圏の案内書の特徴として、文化的観光資源が豊富な上野・浅草から皇居付近にかけてと、外国人向けの盛り場である六本木付近の名所の登場する頻度が高いことが判明した。これは、英語圏の旅行者に特徴的な、日本の伝統・文化に対する関心と、ナイトライフも重視する観光のスタイルを反映している。