

中国雲南省元陽におけるフラッシュパッカー向け宿泊施設の評価

Evaluation of flashpacker accommodations in Yuanyang, Yunnan, China

板垣武尊* [立教大学観光学部・兼任講師]

ITAGAKI, Takeru

*和洋女子大学国際学部・助教

Abstract: The purpose of this study is to clarify the evaluation of flashpacker accommodations in Duoyishu, Yuanyang, Yunnan, China. As the research method, we collected Online word-of-mouth in English and Chinese from several online booking sites and analyzed them by text mining approaches. As a result, the following five points were evaluated for both English and Chinese: owners and staffs, service, facilities, location, and tourism resources. However, by analyzing each language, the similarities and differences in the evaluation criteria between Chinese backpackers and foreign flashpackers were revealed. In particular, differences in the evaluation criteria of location and tourist resources were clearly revealed. These differences indicate that Chinese backpackers and foreign flashpackers have different experiences of tourism in Yuanyang and different interests in tourism resources.

Keywords: フラッシュパッカー (flashpacker), 宿泊施設 (accommodation), オンライン口コミ (Online word-of-mouth), テキストマイニング (text mining), 元陽 (Yuanyang)

I はじめに

II 宿泊施設の概要

III 口コミの概要

1. 分析手法

2. 投稿時期と投稿者

IV 英語の口コミ評価

1. 抽出語と出現頻度

2. 共起関係

V 中国語の口コミ評価

1. 抽出語と出現頻度

2. 共起関係

VI おわりに

I—はじめに

長期かつ経済的な旅行を志向するバックパッカー(以下BP)は、目的地に滞在する際には安価で低廉な宿泊施設を利用するとされてきた(たとえば, Loker-Marphy & Pearce, 1995)。ところが、

近年ではBP自体が大きく変わりつつあり、高級志向でインターネットやSNSを好むフラッシュパッカー(以下FP)が出現した(Molz & Paris, 2015). また、新たな動向として中国人BPも存在感を増しており、その特徴には、旅行期間が短いことやSNSで旅行の同行者を募り集団で行動することなどが指摘されている(Luo et al., 2015). このような、時には高級志向でインターネットを好むFPは、宿泊施設の選択基準も従来のBPとは異なることが指摘されている. Hannam & Diekman(2010)は、FPの特徴として、20~30歳代より年上で自由に旅行できる所得があり、立地に応じて様々な形式の宿泊施設を利用することを挙げている. トロント(Hecht & Martin, 2006)やリスボン(Oliveira-Brochado & Gameiro, 2013)において宿泊施設に求める設備やサービスをBPの属性ごとに比較した研究では、若年者は他者との出会いを求め、30代以上やアジア地域および南北アメリカ出身の方が充実した設備やサービスを求めることが指摘されている. また、バンコク中心部において、BPの宿泊施設の選択理由を分析したHiransomboon(2012)によれば、設備、立地、従業員の性格、清潔さ、オンライン予約が可能であること、情報、割引の有無などが挙げられた.

BPの宿泊施設に対する需要が変化していく中で、ゲストハウスやホテルなどの宿泊施設の評価に関する研究も一定の蓄積がみられるようになった. とりわけ近年のオンライン予約サイトの発展に伴い、オンライン上の口コミ(Online word-of-mouth : eWOM)で宿泊者の声容易に把握できるようになった.

たとえば、Musa & Thirumoorthi(2011)は、2006年にアジアのベストバックパッカーズホテルに選出されたクアラルンプールの宿泊施設の評価要因を、オンライン口コミと宿泊者のインタビューから分析した. その結果、設備、立地、従

業員の性格、清潔さが評価されていたことを明らかにしている. また、トルコ有数の観光地であるギョレメ(カッパドキア)におけるホステルのオンライン口コミを分析したSeyitoğlu et al.,(2020)は、上記の評価に加えて、ホステルで提供される食事、雰囲気、本格的かつ記憶に残る体験の有無が宿泊客の滞在経験の質を高めている要因であることを報告している. 一方で、ヨーロッパの主要12都市におけるホステルのオンライン口コミを分析したCro & Martin(2017)によれば、BPは犯罪指数の高い都市では高い宿泊料金を支払い、セキュリティ、清潔さ、立地などのレベルが高いホステルを望んでいることが明らかにされた. このようにBP・FP向けの宿泊施設の評価は一元的でなく、立地している地域の特性や宿泊施設で提供される体験、宿泊客の属性など多様な要素によって構成されている.

本研究の対象地域である中国雲南省元陽の観光資源は、2013年に世界遺産に登録された棚田とそれを耕作するハニ族の文化である. 中国雲南省は1980年代に对外开放されると、外国人BPの主目的地となった(板垣, 2018). 元陽は1992年に外国人に開放されると、1992年から2010年にかけては経済活動の中心地である新街鎮のバスターミナル沿いに外国人BP向けの安価な宿泊施設が集積した. 一方で、2010年以降はマストゥーリストに加えてFPや中国人BPが増加し、有料展望台と観光村が設置されている多依樹にFP向け宿泊施設が集積した(板垣, 2017). 本研究では、オンライン予約サイト上の口コミを分析することで、2013年以降多依樹に増加したFP向け宿泊施設の評価について明らかにする.

II——宿泊施設の概要

本章では、多依樹におけるFP向け宿泊施設について、板垣(2017)をもとに概説する. 多依樹

は朝日撮影に適しており、早朝には多くの観光客がカメラを持って有料展望台を訪れる。とりわけ、農閑期で棚田に水が張る2月に観光客のピークが訪れる。多依樹に最初のFP向け宿泊施設が開業したのは2007年だが、2013年の世界遺産登録や多依樹への新道開通に伴うアクセス向上を契機に急増した。経営者は外部地域出身の漢族が多く占めており、BPとしての旅行経験がある者や他地域においてBP向けの観光産業に従事した経験を持つ者が多く含まれている。一方で、従業員は、地元出身の少数民族が多い。

多依樹における宿泊施設は、マストゥーリスト向けが元坪道路沿いに、FP向けが集落(普高老寨13軒、黄草嶺4軒)に集積している(図1)。普高老寨のFP向け宿泊施設は、集落入口(7軒)と集落内部(6軒)の2ヶ所に、黄草嶺は元坪道路沿いに1軒、集落内部に3軒立地している。これらの立地の違いは、周囲の環境、アクセスのしやすさ、棚田眺望にかかわる。

多依樹の両集落とも住民の大多数がハニ族で、普高老寨はハニ族の観光村として保護されている。また、現在でも住民は棚田の耕作を中心とした第一次産業に従事している。集落内部の家屋は壁の色が黄色に統一され、茅葺屋根が設置されている。集落内の道も石畳に修景されており、伝統的なハニ族の村としての雰囲気が保たれている。集落内は車両が通行できないため、観光客は徒歩で集落内を散策し、普高老寨の棚田眼前に設置された広場から棚田を鑑賞する。

次に、宿泊施設へのアクセスについて述べる。集落入口の宿泊施設は元坪道路の側に立地しているため、アクセスは容易である。それに対し、集落内部に位置する宿泊施設では、元坪道路から集落内を抜けて徒歩で向かう必要がある。黄草嶺では、元坪道路から集落南部に抜ける小道を通る。普高老寨では、複雑に入り組んだ隘路を歩いて探すことになる。しかも、宿泊施設の外観は周囲の

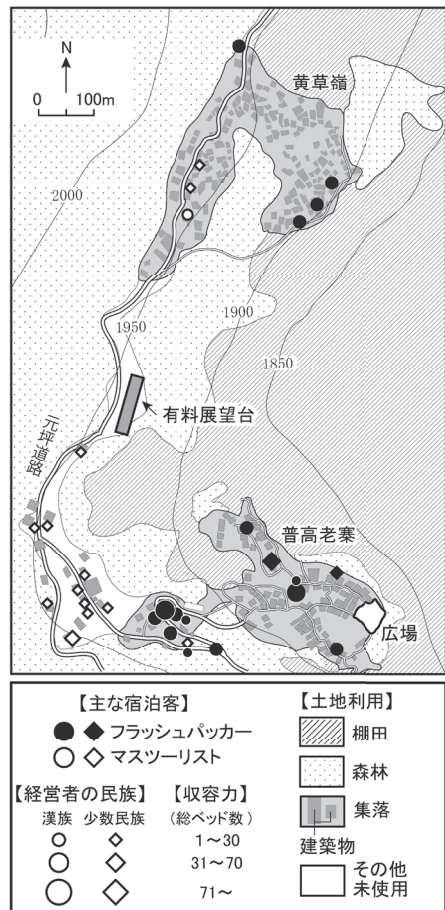


図1 多依樹における土地利用と宿泊施設の分布(2015年)
(等高線間隔は50m。土地利用はGoogle Earth衛星画像判読および歩測により作成。宿泊施設は聞き取り調査により作成。この他、多依樹の有料展望台には旅行会社兼政府経営の宿泊施設が併設されているが、表示していない)

家屋との調和が図られているため、遠くから宿泊施設かどうかを判断するのは難しい。そのため、重いバックパックを背負ったまま宿泊施設を探す者も見受けられる。また、事前に連絡すれば送迎してくれる宿泊施設も存在する。

最後に、宿泊施設からの棚田眺望について述べる。両集落は棚田の眼前に位置しているが、どちらも集落全域から棚田景観が望める訳ではない。集落入口の宿泊施設の客室からだ周囲の森林や他の宿泊施設に遮られ棚田が望めず、屋上に上がって他の宿泊施設やハニ族の家屋越しに眺めら

れる程度である。一方で、集落内部に位置する宿泊施設は棚田眼前に位置しているため、間近で棚田を鑑賞できる。そのため、これらの宿泊施設では、様々な手法で棚田をより良く見せる景観演出がされている。オープンスペースとして屋上展望台やバルコニーが設置され、食事・休憩スペースとして開放されている。また、客室には巨大ガラス窓やバルコニーが設置されているところが多い。したがって、歩いて10分ほどかかる有料展望台まで行かなくても、棚田を客室から鑑賞・撮影することができる。

III—口コミの概要

1. 分析手法

本研究では、立地や設備など、宿泊施設の評価を判断する項目となりうるものを評価対象とする。しかし、こうした評価対象の評価軸は様々である。以下、評価対象であるの立地の「良さ」につながる評価軸を例にとって説明する。東京大都市圏における宿泊特化型ホテルでは鉄道駅から近いこと(佐藤, 2012)、ヨーロッパの犯罪指数が高い都市におけるBP向けホステルでは治安の良い地区(Cro & Martin, 2017)、リスボンにおける高級ホテルでは、都心部の喧騒から離れていながらも商業施設に近いこと(Cro & Martin, 2018)が重視されている。このように、立地の良さの評価は地域や顧客層などによって様々である。本研究では、評価対象の評価軸となりうる近接性、治安、利便性などを評価基準と称し、口コミ分析を通じて顕在化させることを試みる。

口コミは多依樹に立地する全てのFP向け宿泊施設計17軒から収集した。また、宿泊施設の評価を宿泊者の属性ごとに把握するために、複数の予約サイトの口コミ投稿を分析対象とした。外国人BP・FPについては、世界的に利用者が多い

Tripadvisor, Agoda, Booking.comの3つの外国資本のウェブサイトから、2009年～2017年8月までに投稿された口コミ計829件を収集した。英語、フランス語、中国語、日本語の順で投稿数が多く、そのうち英語で書かれた計488件(Tripadvisor: 236件, Booking.com: 230件, Agoda: 22件)の口コミを分析した。また、これらの予約サイトには投稿者の属性として年齢と居住地の情報が記載されているため、III-2. で概説した。また、Booking.comとAgodaでは、口コミが高評価(257件)と低評価(122件)に分かれているため、全ての口コミ評価(計615件)¹と合わせて評価ごとに区分して集計した。

中国人BPについては、2014年～2017年8月までに中国の主要予約サイトであるCtrip(携程旅行網)²に投稿された中国語の口コミ1,105件を分析した。なお、今回分析対象とした宿泊施設17軒全てがCtripに登録しているが、今回取り上げたTripadvisor, Agoda, Booking.comのいずれかに登録している宿泊施設は14軒にとどまる。

口コミの分析には、テキストマイニングソフトのKH Coderを使用した。英語口コミはIVで、中国語口コミはVでそれぞれ分析した。IV-1. とV-1.では、言語ごとに口コミの記述を品詞分解して、抽出語と出現頻度を解析する。この作業を通じて、全体的な傾向を把握する。次に、IV-2. とV-2. では、前節で抽出された単語間の結びつきや、設備や立地、経営者・従業員などの宿泊施設の評価対象との関連を検討するために、共起ネットワークを作成した。また、IV-2. の英語口コミの分析では、全ての口コミと高評価・低評価の口コミを比較することで、評価基準の差別化を試みる。最後にVIで、英語と中国語の評価の共通点や相違点についてまとめる。

2. 投稿時期と投稿者

先述したように、多依樹では世界遺産に登録さ

れた2013年以降にFP向け宿泊施設が急増した。そのため、Tripadvisor・Booking.com・Agodaに投稿された口コミ数も比例して、2013年以降に増加している(図2)。口コミ投稿者はヨーロッパ居住者とアジア地域居住者が多く占める。ヨーロッパ居住者のうち、約半数がフランス居住者である。また、アジア地域出身者のうち、約半数は中国在住者である。実際に筆者が元陽に滞在していた時に会った外国人BP・FPの中にも、留学や仕事などで中国に在住している者が一定数いた。投稿者の年齢層は、25歳から34歳が一番多いが、それ以上の年齢の者も一定数いる(図3)。FPの特徴の一つとして年齢層が高いことが指摘されているが(Hannam & Diekman, 2010)、元陽のFP向け宿泊施設でも同様に口コミ投稿者の年齢層が高いことが確認された。

次に、中国の予約サイトであるCtripへの口コミ投稿数について確認する(図4)。投稿は2014年に開始され、2015年の口コミ投稿が一番多い。このように、投稿件数の変化はやや異なる。

IV——英語の口コミ評価

1. 抽出語と出現頻度

本節では、英語口コミを①全ての口コミ(615件)、②高評価(257件)、③低評価(122件)に分類し(表1)、それぞれの抽出語と出現頻度から全体的な傾向を把握する。以下、抽出語を「」で表し、日本語訳の後ろに英語の原語を表記する。なお、口コミ内の経営者の個人名は全て「owner」に変換した。

全ての口コミで一番多く抽出されたのは「経営者 owner」で501件が抽出された。次に出現頻度が高いのは「部屋 room」で337件が抽出された。それ以外の名詞で上位に抽出された単語は、「棚田 terrace」(270件)、「コメ rice」(205件)、「場

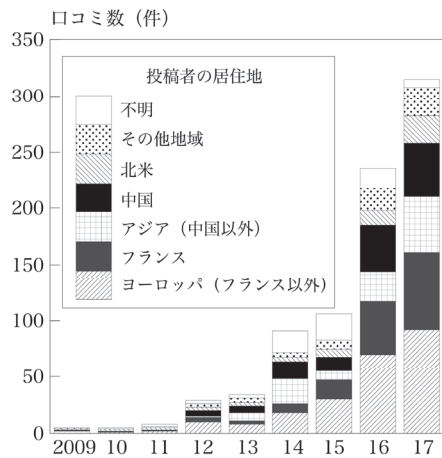


図2 Tripadvisor・Booking.com・Agodaの口コミ数変化(2009-17年)(n=829. 2017年は1-8月まで)

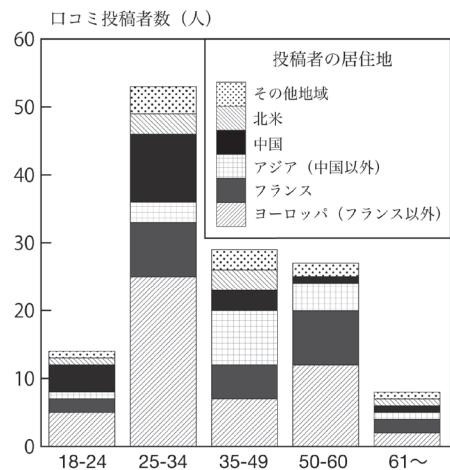


図3 Tripadvisor・Booking.com・Agodaの口コミ投稿者の年齢層(n=149. Tripadvisor・Booking.com・Agodaの総計. 2017年は1~8月まで)

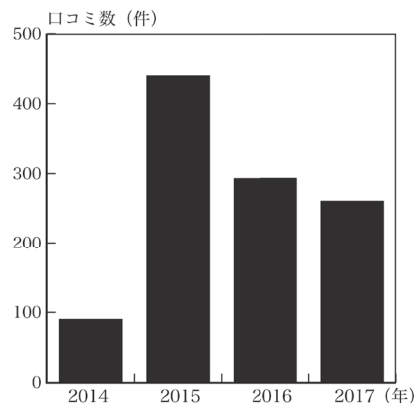


図4 Ctripの口コミ数変化(2014-17年)(n=1,105. Ctripの総計. 2017年は1~8月まで)

表1 英語口コミ上位30抽出語と出現頻度

口コミ全体 n=615		高評価 n=257		低評価 n=122	
抽出語	出現頻度(件)	抽出語	出現頻度(件)	抽出語	出現頻度(件)
owner	501	owner	187	room	33
room	337	terrace	123	bit	18
good	293	good	112	owner	15
terrace	270	great	100	place	15
place	226	village	91	area	13
hostel	225	rice	87	bed	13
village	219	room	87	hotel	13
great	217	location	77	Chinese	12
rice	205	view	75	cold	12
view	188	really	74	hostel	12
stay	178	helpful	71	night	12
food	156	place	71	really	12
area	153	hostel	69	ask	11
really	152	nice	58	hard	11
clean	148	staff	58	good	10
location	148	food	56	time	10
nice	143	help	51	village	10
helpful	138	stay	48	way	10
make	136	host	46	hot	9
day	134	speak	46	water	9
best	111	friendly	43	driver	8
just	107	sunrise	42	guest	8
stay	107	best	39	make	8
speak	106	day	39		
night	103	area	38		
time	103	make	38		
help	100	clean	36		
staff	94	stay	34		
local	91	walk	34		

所 place」(226件), 「宿泊施設 hostel」(225件), 「村 village」(219件), 「展望 view」(188件), 「食事 food」(156件), 「地域 area」(153件), 「立地 location」(148件), 「夜 night」(103件), 「従業員 staff」(94件)などである。形容詞は高評価につながると考えられる「良い good (293件), nice(143件)」、「素晴らしい great」(217件), 「一番 best」(111件)の4語が抽出された。また, 「清潔 clean」(148件), 「助けになる helpful」(138件)なども抽出された。

次に, 高評価の抽出語と出現頻度を見ると, 全

ての口コミと同様に, 経営者や従業員に関する抽出語(「経営者 owner」(187件), 「従業員 staff」(58件), 「ホスト host」(46件))が多い。それ以外でも全ての評価と同様に, 「棚田 terrace」(123件), 「コメ rice」(87件), 「村 village」(91件), 「部屋 room」(87件), 「立地 location」(77件), 「展望 view」(75件), 「宿泊施設 hostel」(69件), 「食事 food」(56件)などが挙げられる。形容詞でも全ての評価と同様に, 「良い good」(112件)「nice」(58件)や「素晴らしい great」(110件)が抽出された。他にも, 「助けになる helpful」(71件)

や「フレンドリー friendly」(43件)なども抽出された。

最後に低評価のロコミを概説する。全てのロコミおよび高評価のロコミでは、経営者に関する記述が最も多かったが、低評価のロコミでは15件にとどまる。一番多く抽出されたのは「部屋 room」の31件である。名詞では、他に「場所 place」(15件)、「地域 area」(12件)、「ベッド bed」(13件)、「中国人/中国語 Chinese」(12件)、「夜 night」(12件)などが上位に抽出された。また、「寒い cold」(12件)、「ハード hard」(11件)なども抽出された。

2. 共起関係

本節では、IV-1. で抽出された単語間の結びつきや、評価対象との関係性を把握するために共起ネットワーク図を作成した。以下、グループ(サブグラフ)のカテゴリーを【】で表す。

まず、全てのロコミをみると(図5)、18の抽出語が5つのグループに分類された。包括する抽出語が指し示す内容から【経営者・従業員】、【設備】、【観光資源】、【サービス】、【その他】と名付けた。これらのグループは、宿泊施設の評価対象となると考えられる。

【経営者・従業員】グループでは「経営者 owner」が卓越し、「助けになる helpful」、「フレンドリー friendly」、「従業員 staff」が共起された。また、表1の抽出語の上位30語には入らなかったものの、英語力を示す「話す speak」、「英語 English」、「良い nice」が共起された。これらの結果から、【経営者・従業員】の評価基準は、人柄と英語力を含めた能力が重要であることが示唆された。

次に出現頻度が多かった「部屋 room」は、【設備】グループに付置された。「清潔 clean」および「快適 comfortable」と共起され、特に「清潔 clean」が強く結びついた。このことから、設備の

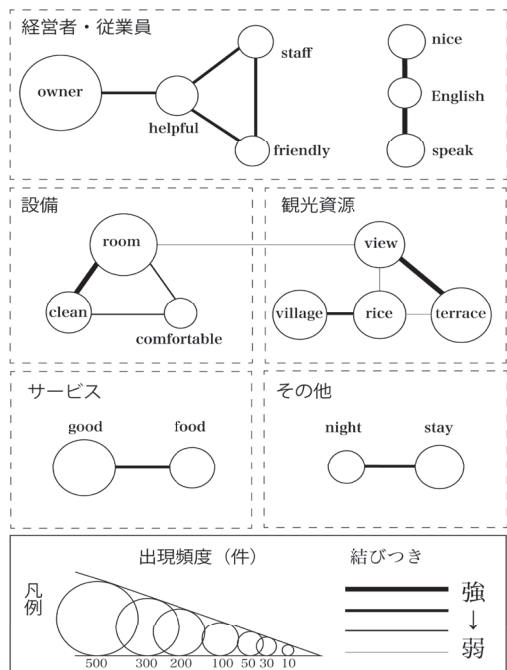


図5 英語の全てのロコミの共起ネットワーク (n=615. Booking.com・Agodaの総計。Jaccard係数0.12以上を抽出)

評価基準では、部屋が清潔であることが重要であることが考えられる。【観光資源】グループは、「展望 view」、「棚田 terrace」、「コメ rice」、「村 village」が共起された。このことから、英語ロコミでは、棚田と少数民族の村が観光資源の評価基準であると言えよう。一方で、「部屋 room」は「展望 view」とも結びついた。「展望 view」と共起したのは、「棚田 terrace」や「コメ rice」で、結びつきが強いのは「棚田 terrace」である。これらの抽出語は観光資源ではあるが、客室からの景観としての評価対象でもあることが想定される。したがって、客室の評価は、設備だけでなく、景観も対象になることが示唆される。

【サービス】グループでは、抽出数が多かった「良い good」と「食事 food」が結びついた。集落内に独立した飲食店は少なく、ほとんどの宿泊施設では食事が提供されている。そのため、食事の質が評価対象につながったと考えられる。また、

【その他】グループでは、「夜 night」と「滞在 stay」が共起された。

次に、高評価ポイントの共起ネットワーク図(図6)を分析する。全体的に先述した全ての口コミと似た傾向を示しているが、以下の2点の相違点を指摘できる。第1に、「立地 location」が「素晴らしい great」と結びつき独立したグループとして共起されたことである。これを【立地】グループと名付ける。そして、「立地 location」は「素晴らしい great」を経由して、【設備】グループの「展望 view」と結びついた。したがって、立地の評価基準はアクセスのしやすさではなく、集落内部の客室からの景観演出が評価されたと考えられる。第2に、全ての口コミで共起された【その他】グループの「夜 night」と「滞在 stay」が無くなったことである。これについては、低評価口コミの分析で後述する。

「経営者 owner」は、全ての口コミ同様に「能力 helpful」、「人柄 friendly」、「従業員 staff」および「ホスト host」と結びつき、英語力に関する語(「良い nice」、「話す speak」、「英語 English」)も同様に共起された。したがって、経営者・従業員の英語力が高評価につながっている。

一方で、低評価口コミの共起ネットワーク図(図7)を見ると、13単語が抽出されたが、【設備】と【その他】の2つのグループに収斂された。表1と同様に、評価対象は全ての口コミや高評価の口コミとは大きく異なる。

両グループに共通する抽出語として、寒さに関連する語が挙げられる。標高1850~1950mに位置する多依樹では、夜間の気温が急激に下がる。いくつかの宿泊施設では太陽熱温水器を採用しており、雨天や曇天が続くと水のシャワーしか出てこないことがある。そのため、夜の寒さ(「夜 night」、「寒い cold」)やシャワーに関する語(「熱い hot」、「水 water」)が共起されたと考えられる。すなわち、防寒対策への不満が、全ての

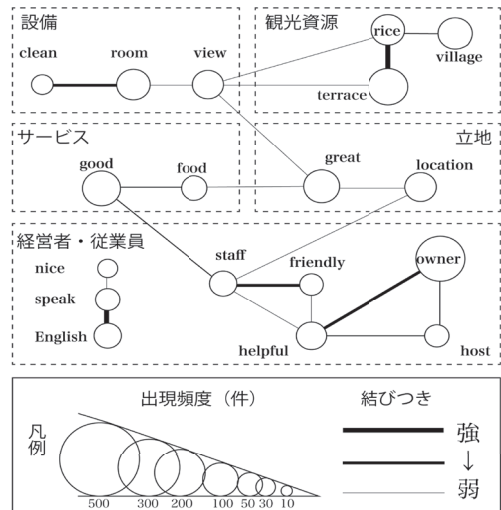


図6 英語の高評価口コミの共起ネットワーク(n=257. Booking.com・Agodaの総計。Jaccard係数0.12以上を抽出)

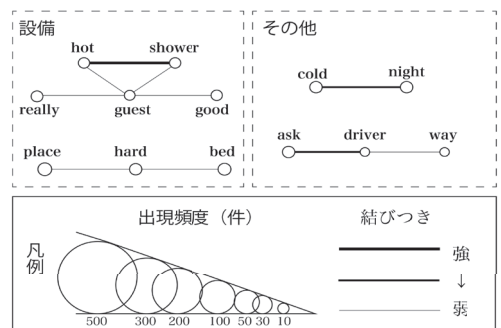


図7 英語の低評価口コミの共起ネットワーク(n=122. Booking.com・Agodaの総計。Jaccard係数0.12以上を抽出)

口コミの【その他】グループに「夜 night」と「滞在 stay」として反映されたと考えられる。

それ以外では、【設備】グループでは、ベッドに対する不満(「ハード hard」、「ベッド bed」、「場所 place」)が共起された。【その他】には、運転手に道を尋ねることに関連する語(「尋ねる ask」、「運転手 driver」、「道 way」)も共起された。これは、宿泊施設へのアクセスの難しさから、運転手に道を尋ねている場面が想定される。このように、快適性を損なった経験とアクセスの難しさが低評価につながっていた。

表2 中国語ロコミの出現頻度上位30単語と出現頻度(n=1,105)

抽出語		出現頻度(件)
中国語原文	日本語訳	
老板	経営者	905
客栈	ゲストハウス	783
好	良い	516
梯田	棚田	418
非常	非常に	376
看	見る	310
人	人	304
可以	可能	284
房间	部屋	277
酒店	ホテル	251
位置	立地	244
不错	悪くない	234
日出	日の出	220
多依树	多依樹	215
热情	親切	215
干净	清潔	211
观景台	展望台	166
景区	景勝地	138
服务	サービス	135
米	来る	122
好吃	美味しい	116
推荐	おすすめ	115
最	最も	115
做	作る	109
元阳	元陽	107
家	家	96
方便	便利	95
景点	観光スポット	95
环境	環境	94
吃	食べる	90

V——中国語のロコミ評価

1. 抽出語と出現頻度

本節では中国語で投稿された1,105件全てのロコミの抽出語と出現頻度(表2)から、全体的な傾向を把握する。英語と同様に抽出語を「」で表すが、中国語の原文は表2に載せたので、本文には日本語訳のみ表記する。なお、英語のロコミと同様に、経営者の個人名を老板(経営者)に統一した。

英語のロコミと同様に、「経営者」(905件)が一番多く抽出された。その他の名詞は、上位から順に、「ゲストハウス」(783件)、「棚田」(418件)、「人」(304件)、「部屋」(277件)、「ホテル」(251件)、「立地」(244件)、「日の出」(220件)、「多依樹」(215件)、「展望台」(166件)、「景勝地」(138件)、「サービス」(135件)、「元陽」(107件)、「観光スポット」(95件)、「環境」(94件)となった。

形容詞としては、「良い」(516件)、「非常に」(376件)、「悪くない」(234件)、「親切」(215件)、「清潔」(211件)、「美味しい」(116件)、「便利」(95件)が抽出された。これらの形容詞や、他にも「おすすめ」が115件も出てきたことをふまえると、高評価のロコミが多く占めていると考えられる。

英語ロコミとの違いは、以下の2点が挙げられる。第1に、「多依樹」や「元陽」などの具体的な地名が出ていることである。第2に、観光資源に関する単語で「村」が登場せずに、「展望台」, 「景勝地」, 「日の出」, 「観光スポット」が抽出されたことである。これらの違いは、外国人BP・FPと中国人BPの棚田への興味・関心の差であると考えられる。

2. 共起関係

中国語でもV-1.で抽出された単語間の結びつきや、評価対象との関係性を把握するために共起

ネットワーク図を作成した(図8)。

その結果、7つのグループ(サブグラフ)が出現し、【経営者】、【設備】、【観光資源】、【宿泊施設】、【立地】、【サービス】、【その他】と名付けた。

出現回数が最も多かった「経営者」は、【経営者】グループに布置され、英語のロコミと同様に「親切」や「良い」などが結びついた。そのため、中国語ロコミでも経営者の評価基準は人柄が該当し、多依樹における宿泊施設ではそれが高評価につな

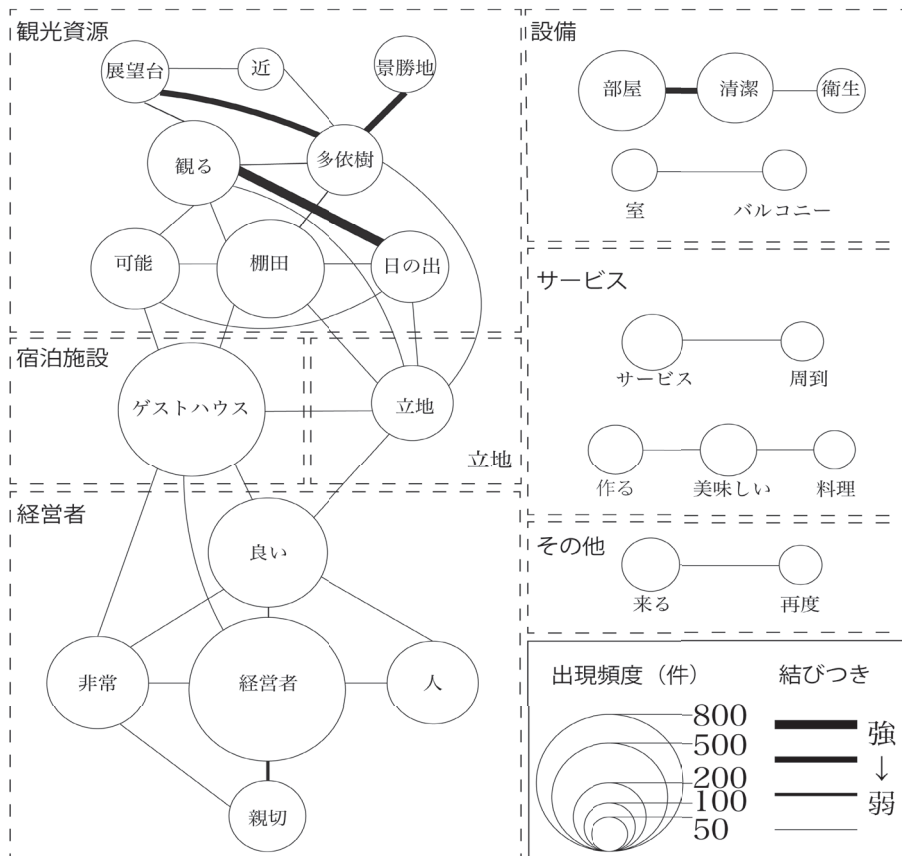


図8 中国語口コミの共起ネットワーク (n=1,105. Jaccard係数0.12以上を抽出)

がったと言えよう。一方で、当然だが、中国語の口コミでは英語能力に関する単語は共起されなかった。また、「従業員」や「スタッフ」なども共起されなかった。

【設備】グループは「部屋」と「清潔」と「衛生」が共起され、とりわけ「部屋」と「清潔」が強く結びついた。このように、英語口コミと同様に、部屋の評価基準は清潔さが重要であると言えよう。また、「室」が「バルコニー」と結びついた。これは、柵田鑑賞に付随する語であると考えられるが、英語口コミとは異なり展望や景観を意味する語とは結びつかなかった。【宿泊施設】グループは「ゲストハウス」のみが布置され、「経営者」、「柵田」、「立地」、「可能」、「非常」、「良い」と結びついた。

【立地】グループの「立地」は、「多依樹」、「柵田」、「日の出」、「観る」、「ゲストハウス」、「良い」が結びついた。このことから、立地の評価基準は、観光資源である柵田や展望台への近接性であると言えよう。その【観光資源】グループでは、合計8語が共起された。その中で、「日の出」と「観る」、「展望台」と「多依樹」と「景勝地」が強く結びついた。このことから、中国語口コミでは、観光経験に関する内容がより重視されていると考えられる。

【サービス】グループでは、英語口コミと同様に、料理に関する抽出語である「作る」、「美味しい」、「料理」が結びついた。また、「サービス」と「周到」が結びついた。【その他】グループでは、「来る」と「再度」が結びついた。これは再訪意思に関する内

容を示していると考えられる。

VI—おわりに

以上の分析を通して、本論文で明らかになった中国雲南省元陽多依樹におけるFP向け宿泊施設の評価についてまとめる(図9)。

評価対象は、英語・中国語ともに、経営者・従業員、サービス、設備、立地、観光資源の5点が挙げられる。ただし、評価基準は英語と中国語で異なる。経営者・従業員の評価基準は、英語・中国語ともに人柄が浮かび上がったが、英語ロコミでは人柄に結びついて英語力が備わっていることが高評価につながっていた。サービスは、英語・中国語ともに食事が評価基準となっており、どちらも高く評価されていた。加えて、中国語ロコミでは、サービスが周到であることも抽出された。設備は、英語・中国語ともに部屋が清潔であることが評価されていた。英語ロコミでは清潔さは快適性にもつながっていたが、一方で防寒対策の不備とベッドの質が快適性を損なった経験として低評価につながっていた。

立地と観光資源では、英語ロコミと中国語ロコミでの評価基準が大きく異なる。英語では客室からの棚田展望が立地の良さとして評価されているが、アクセスの困難が低評価につながっていた。一方で、中国語では客室からの景観ではなく、展望台などの観光スポットへのアクセスの良さが評

価されていた。観光資源では、英語・中国語ともに棚田が抽出されたが、英語では村も抽出された。多依樹の集落はハニ族を中心とした少数民族が居住する村であり、そのような雰囲気も評価につながったと考えられる。一方で、中国語では展望台や日の出などの棚田観光にのみ関連する語が抽出された。このような評価基準の差は、中国人BPと外国人FPの元陽での観光経験の差や観光資源への興味・関心の相違を示していると言えよう。

本研究で抽出された5点の評価対象は、BP・FP向け宿泊施設の評価について分析した先行研究(Musa & Thirumoorthi, 2011; Hiransomboon, 2012; Seyitoğlu et al., 2020)の指摘とさほど変わらない結果となった。そのため、これらの評価対象は地域を選ばない一般的な傾向を示していると言えよう。しかしながら、ロコミを評価や言語ごとに分析することで、評価対象の評価基準を顕在化させることができた。元陽のFP向け宿泊施設の評価基準では、経営者・従業員の英語力の差だけでなく、立地と観光資源でも中国人BPと外国人FPに相違がみられた。したがって、宿泊施設の評価に関する研究では、評価対象の把握だけでなく、評価基準や言語別のロコミ分析が求められる。このような研究手法は、昨今のオンライン予約サイトの発展に伴い、今後いっそう重要性が増してくると考えられる。

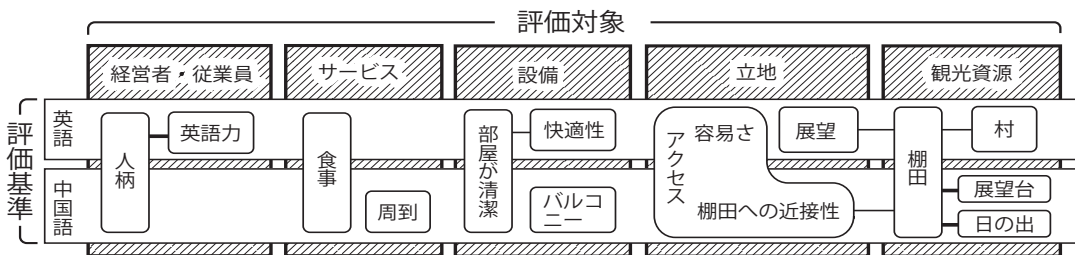


図9 多依樹におけるFP向け宿泊施設の評価

〔付記〕

本研究は日本学術振興会・科学研究費補助金・基盤(B)

「スマート・ツーリズムにみる観光の変容」(課題番号：19H04384)の補助を受けている。

注

- 1 Tripadvisor の口コミ 236件, 高評価口コミ 257件, 低評価口コミ 122件の合計数.
- 2 2019年にTrip.com(携程)へと名前を変更した.
- 3 本稿ではterraceを棚田, riceをコメと訳したが, terraceの単語のみで棚田を意味する口コミもあれば, rice terraceやterrace rice fieldなどで棚田を意味する場合もある.

文献

- ✦Cró, S., and Martins, A. M. (2017). The importance of security for hostel price premiums: European empirical evidence. *Tourism Management*, 60, 159-165.
- ✦Cró, S., and Martins, A. M. (2018). Hotel and hostel location in Lisbon: looking for their determinants. *Tourism Geographies*, 20(3), 504-523.
- ✦Hannam, K. and Diekmann, A. 2010. From Backpacking to Flashpacking: Developments in Backpacker Tourism Research. In Hannam, K. and Diekmann, A. (eds) *Beyond Backpacker Tourism: Mobilities and Experiences*. 1-7. Bristol: Channel View Publications.
- ✦Hecht, J.A., and Martin, D. (2006). Backpacking and hostel-picking an analysis from Canada. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 18(1), 69-77.
- ✦Hiransomboon, K. 2012. Marketing Mix Affecting Accommodation Service Buying Decisions of Backpacker Tourist Traveling at Inner Rattanakosin Island in Bangkok, Thailand. *Procedia Economics and Finance* 12(3): 276-283.
- ✦板垣武尊(2017) : 中国雲南省元陽におけるバックパッカー向け宿泊施設の変容. 立教観光学研究紀要, 19, 3-14.
- ✦板垣武尊(2018) : アジア地域におけるバックパッカーの目的地の変遷. 李明伍・臺純子編著『国際社会観光論』志學社, 161-182.
- ✦Loker-Murphy, L. and Pearce, P. 1995. Young Budget Travelers: Backpackers in Australia. *Annals of Tourism Research* 28: 50-67.
- ✦Luo, X., Huang, S. and Brown, G. 2015. Backpacking in China: A Netnographic Analysis of Donkey Friends' Travel Behaviour. *Journal of China Tourism Research* 11(1): 67-84.
- ✦Molz, J. and Paris, C. 2015. The Social Affordances of Flashpacking: Exploring the Mobility Nexus of Travel and Communication. *Mobilities* 10(2): 173-192.
- ✦Musa, G. and Thirumoorathi, T. 2011. Red Palm: Exploring Service Quality and Servicescape of the Best Backpacker Hostel in Asia. *Current Issues in Tourism* 14(2):103-120.
- ✦Oliveira-Brochado, A. and Gameiro, C. 2013. Toward a Better Understanding of Backpackers' Motivations. *Tékhnē-Review of Applied Management Studies* 11(2): 92-99.
- ✦佐藤大祐(2012) : 東京大都市圏南部におけるホテルの類型と立地特性. 立教大学観光学部紀要, 14, 159-166.
- ✦Seyitoğlu, F., Çakar, K. and Karataş, G. 2020. Hostel Experience of Tourists Visiting Göreme (Cappadocia) Region. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies* 8 (1): 43-57

