

ソーシャル分析に基づいた 江別の魅力発信サイトの開発

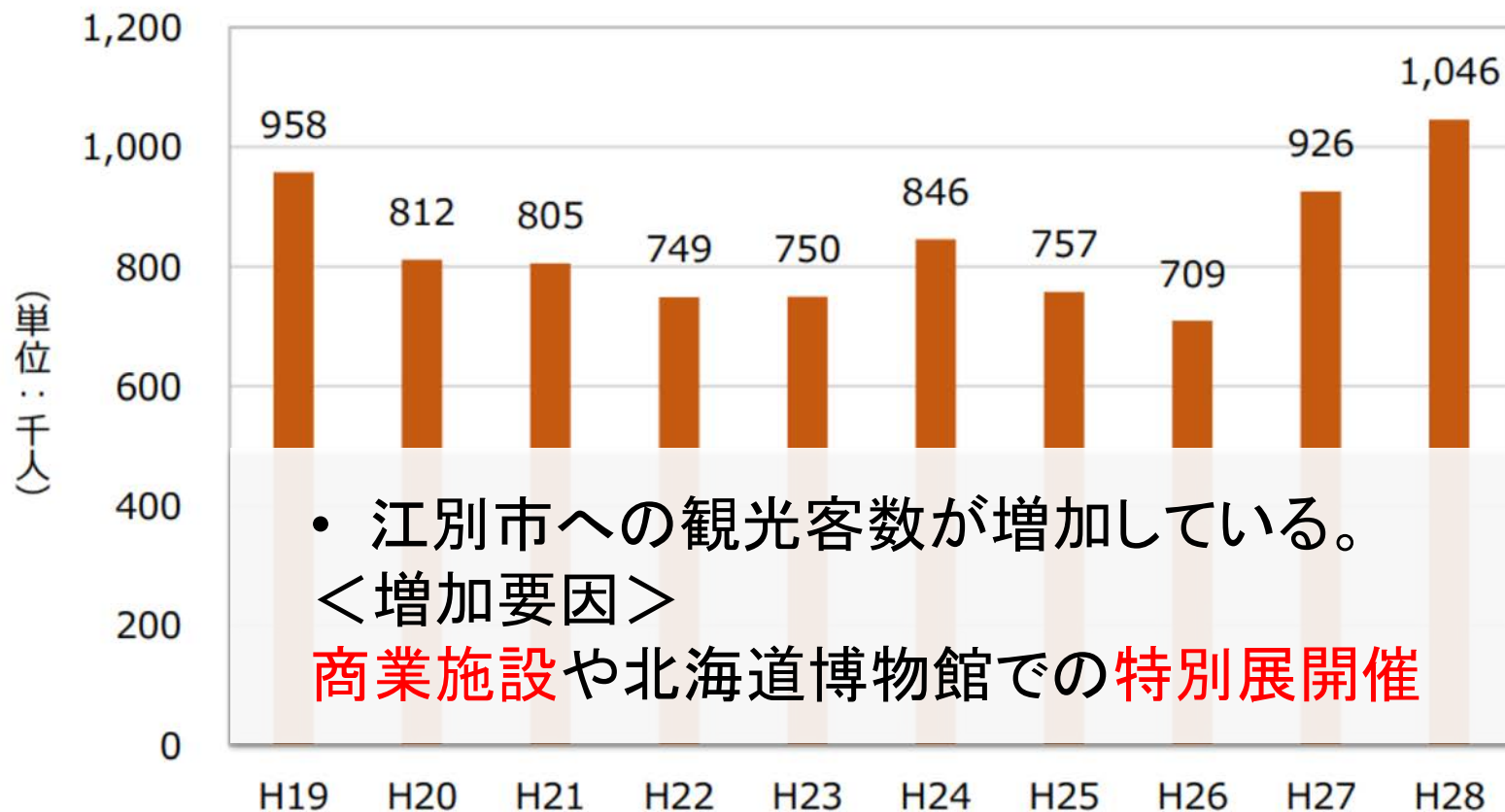
情報メディア学科 齋藤一ゼミナール

1523050 鏡山 大地



背景1

観光入込客数の推移



出展: 江別市観光復興計画 (平成30年)より

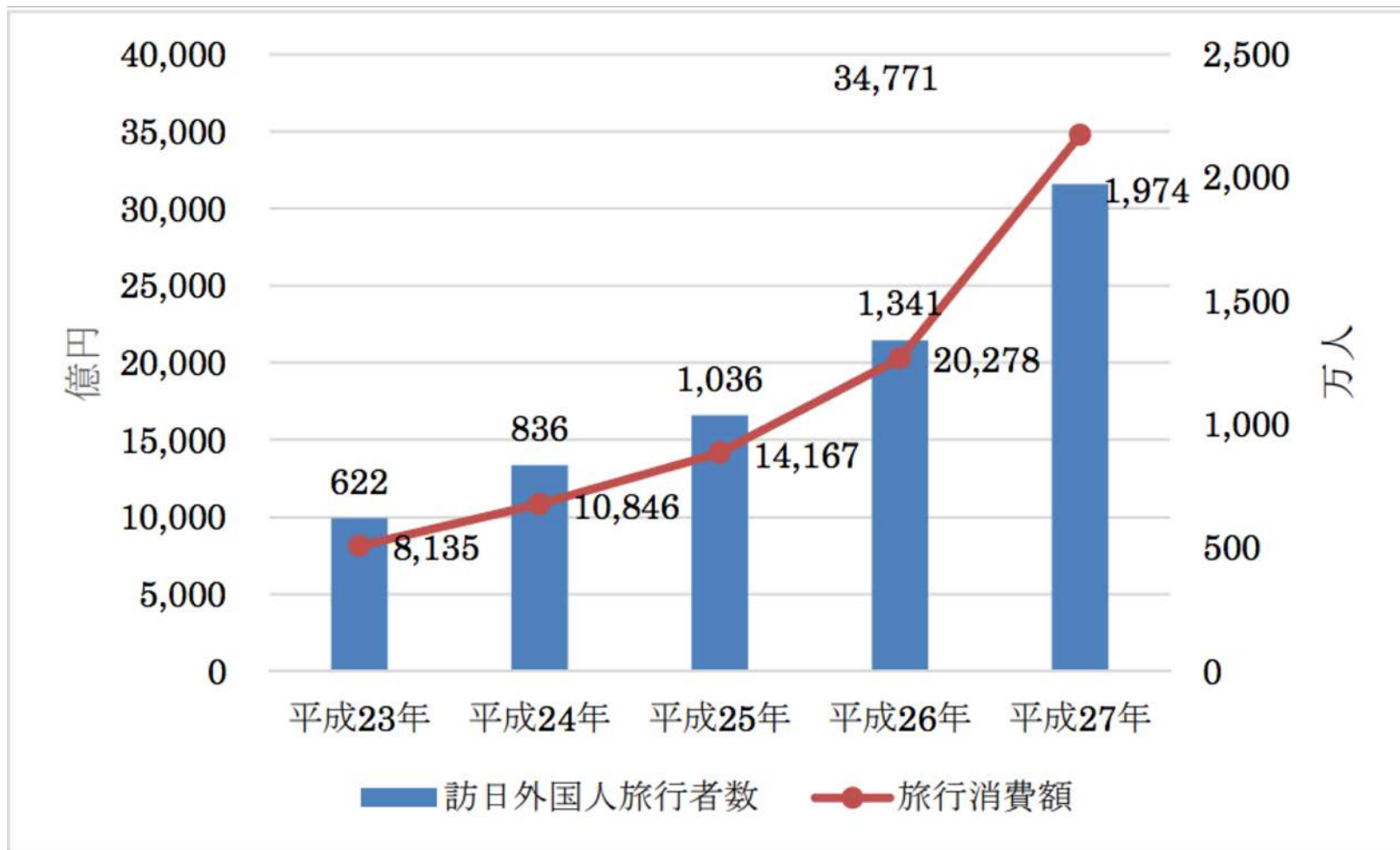
<https://www.city.ebetsu.hokkaido.jp/uploaded/attachment/32727.pdf>

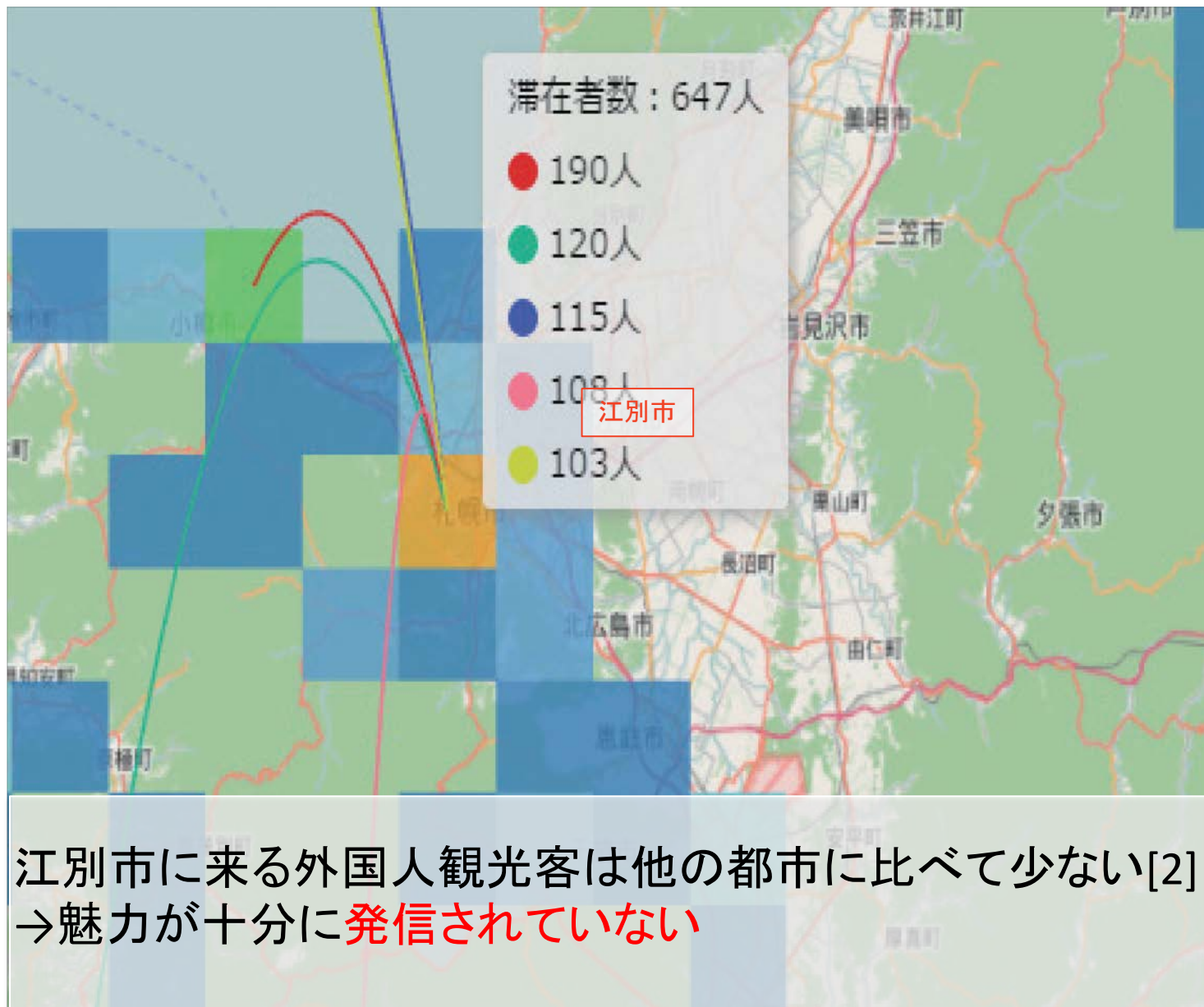
[1]平成28年度上期 石狩管内観光入込客数調査報告書

(<http://www.ishikari.pref.hokkaido.lg.jp/ss/srk/H28irikomi.pdf>) 閲覧日 2018/07/10

背景2

北海道への外国人旅行者数の増加





[2] 平成28年度上期 石狩管内観光入込客数調査報告書

(<http://www.ishikari.pref.hokkaido.lg.jp/ss/srk/H28irikomi.pdf>) 閲覧日 2018/07/13

[2] 北海道札幌市RESASを使った分析例 <http://www.meti.go.jp/press/2016/04/20160421002/20160421002-3.pdf>

ソーシャル分析(SNS分析)とは

ソーシャルメディア（Flickr, Twitter, Instagram等）から利用者の声を収集、分析し、自社商品やサービスの評価を確認したり、マーケティングに役立てる手法の一つ

[3]ソーシャルリスニングとは

(<https://liskul.com/social-listening-19143>) 閲覧日 2018/07/10

先行事例

豊島らの「外国人旅行者のTwitterへの投稿を用いた期待を裏切るスポットの発見」[4]

- 2014年7月～2015年6月の間でデータを収集
- 外国人旅行者のTweetを抽出
- 感情極性値をTwitterに付与

感情極性値とは:

ある単語が良い印象(ポジティブ)か、悪い印象(ネガティブ)かについて数値で表すものである。感情極性値を用いることで、文全体の評価を行うことが可能[5]

[4]豊島美穂, 加藤大受, 遠藤雅樹, 廣田雅春, 荒木徹也, 石川博:外国人旅行者のTwitterへの投稿を用いた期待を裏切るスポットの発見, 第14回観光情報学会 全国大会(2017.7)

[5]Webニュースデータを用いた感情極性値推定

(<http://syslab.k.hosei.ac.jp/abst/H27-CS.pdf>) 閲覧日 2018/07/10

目的・制作内容

江別の魅力あるスポットの分析と発信

ターゲット: 訪日外国人旅行者(来日してから30日以内)
北海道に興味があり、江別市を知らない旅行者

画像収集

FlickrAPI



オリジナルWebサイト+Motion Board

江別の魅力定義

- 自然・風景
例) 桜、紅葉
- 歴史・文化
例) 郷土資料館、
ガラス工芸館

使用技術

- 画像取得

FlickrAPI

- SNS分析

MotionBoard

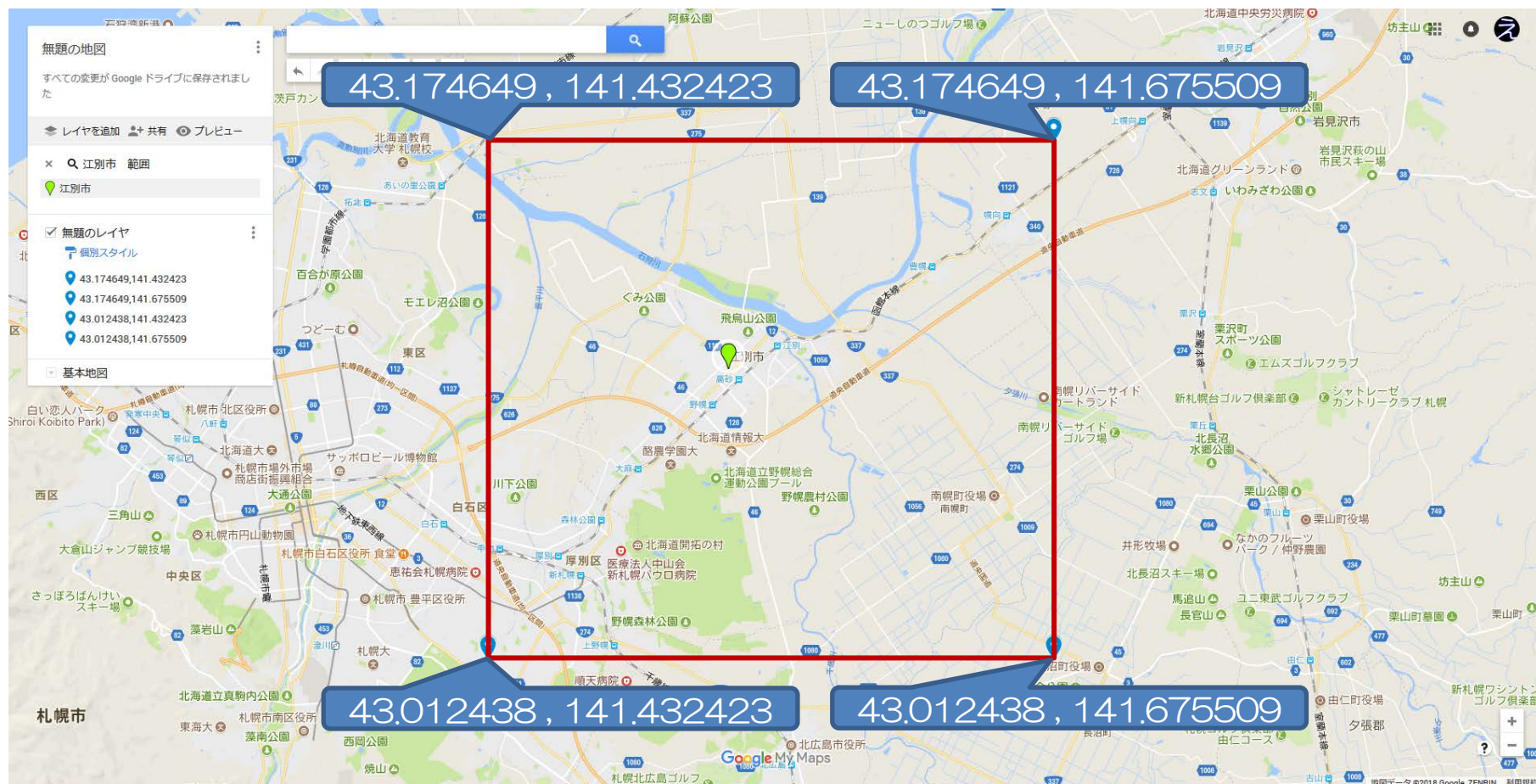
- Webサイト制作

HTML5, CSS3, Javascript

ソーシャル分析活用

- **外国人旅行者が江別市のどこに来ているのか、来ていないのか**
- **英語のつぶやきを取得し、他のエリアと比較**
- **日本人に人気で、外国人に知られていないスポットの発見**

■ MotionBoardにて位置図を得てからの Twitterデータ抽出範囲を設定



■ 【新】 Twitter江別範囲日本人 - 概要

- 期間：2015/01/01/00:00
~ 2018/02/15/22:36
- 件数：153,507 件
- データ量：102.4MB
- 形式：csv / Shift_JIS

MotionBoardとは

様々なデータを価値ある情報に変える, 情報活用ダッシュボード。専門知識を必要とせず, 直感的に使える操作性と, 柔軟性のある表現力, タブレットでいつでもどこでも情報入手できるなど, 現場でのデータ分析・活用を支援する[6]

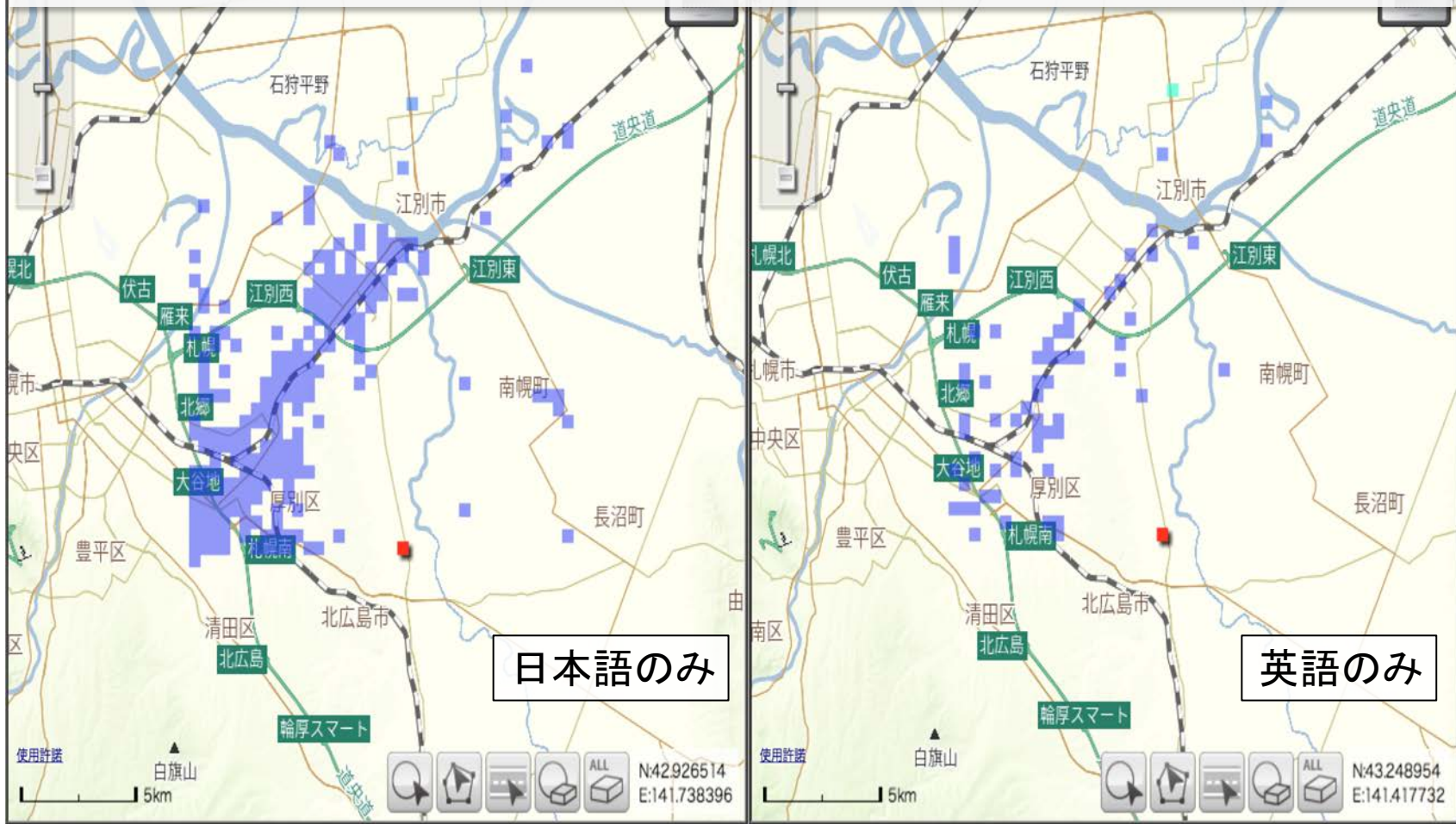
[3]MotionBoardとは,

<https://www.otsuka-shokai.co.jp/products/dwh/bi-tool/motionboard/>

閲覧日 2018/07/10

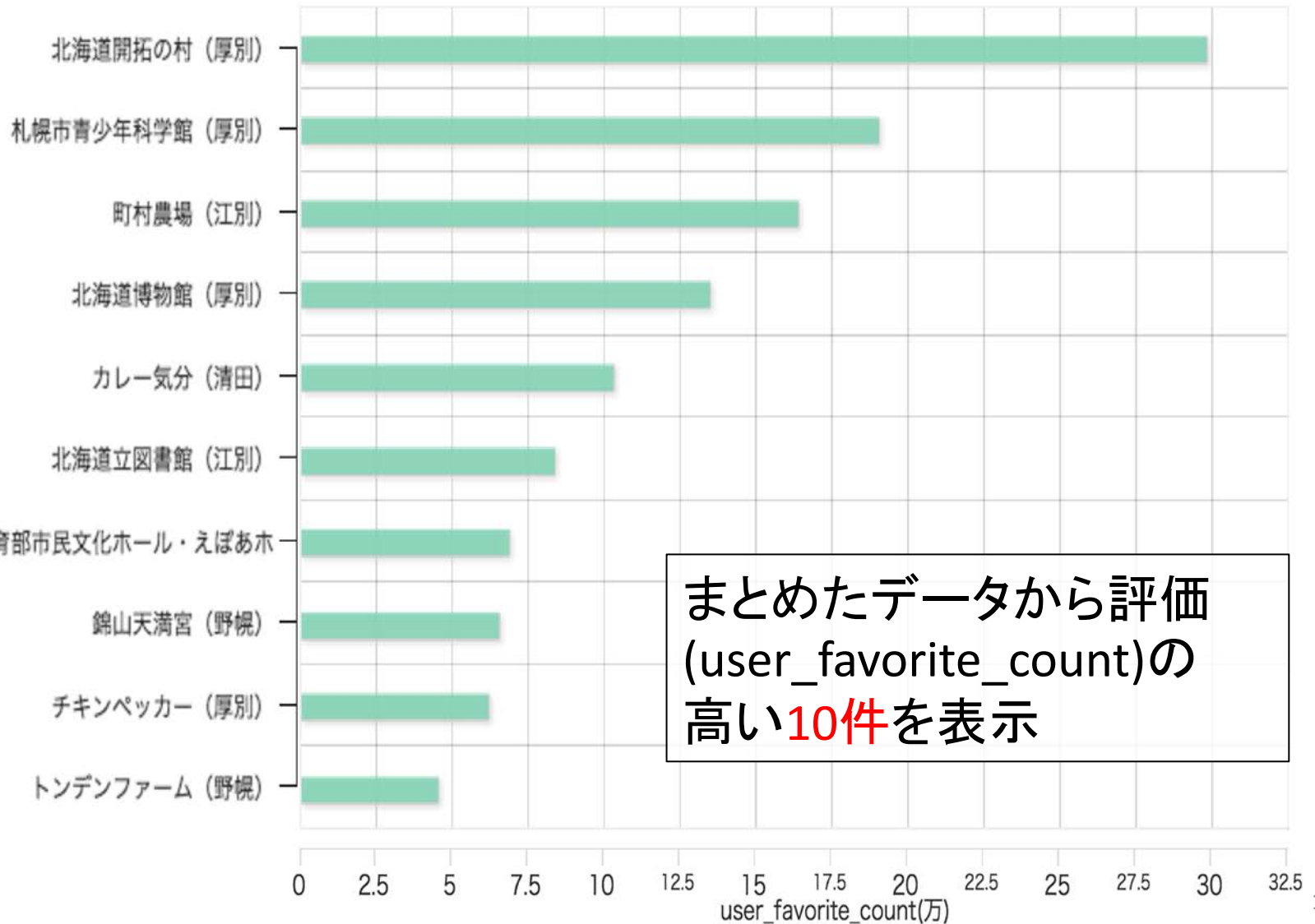
Motion Board ページ1

江別市での日本語と英語のツイートを行った場所の比較
(日本人が訪れていて、外国人が訪れていないスポットを明確化)



Motion Board ページ4

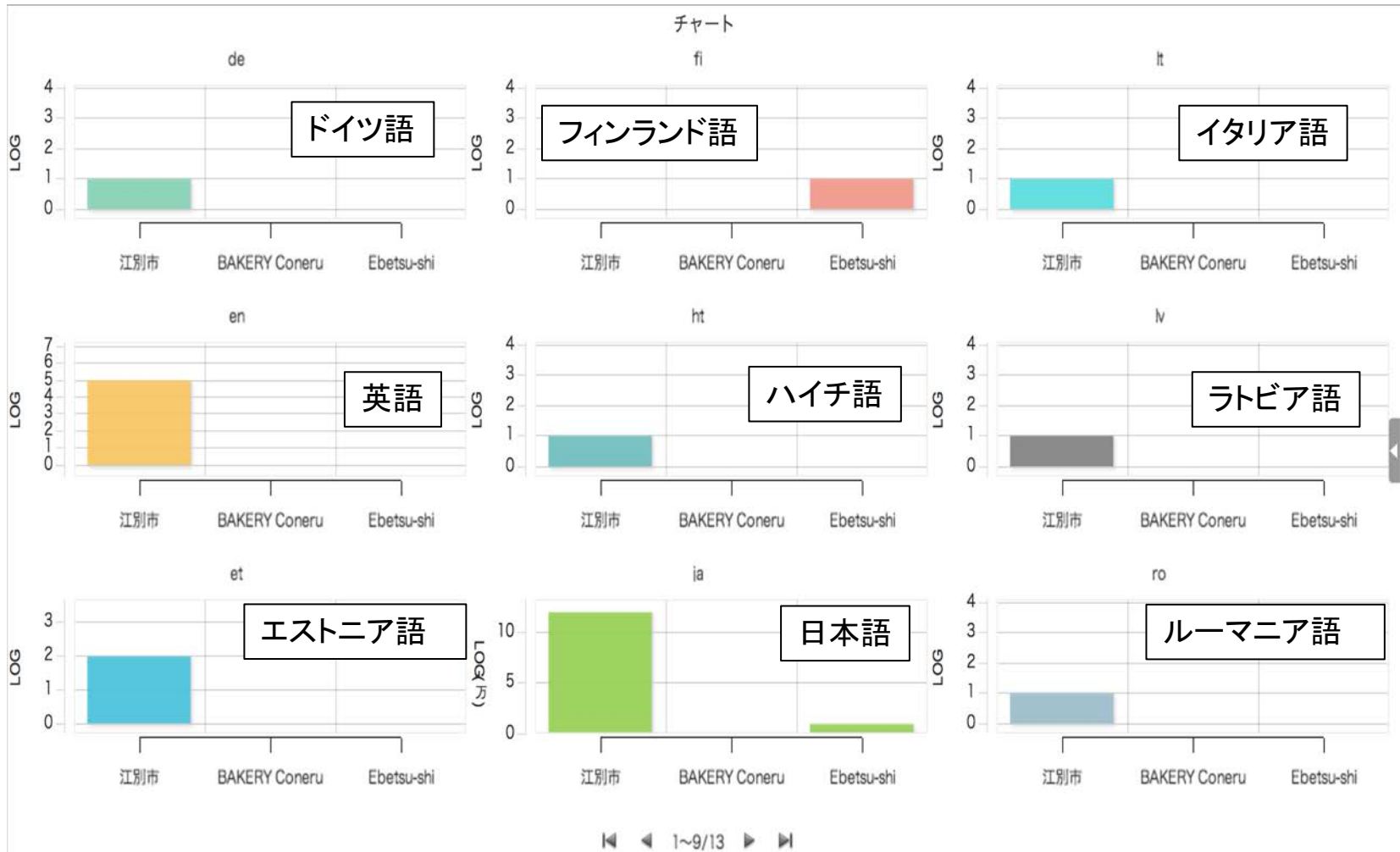
チャート1



まとめたデータから評価
(user_favorite_count)の
高い10件を表示

Motion Board ページ3

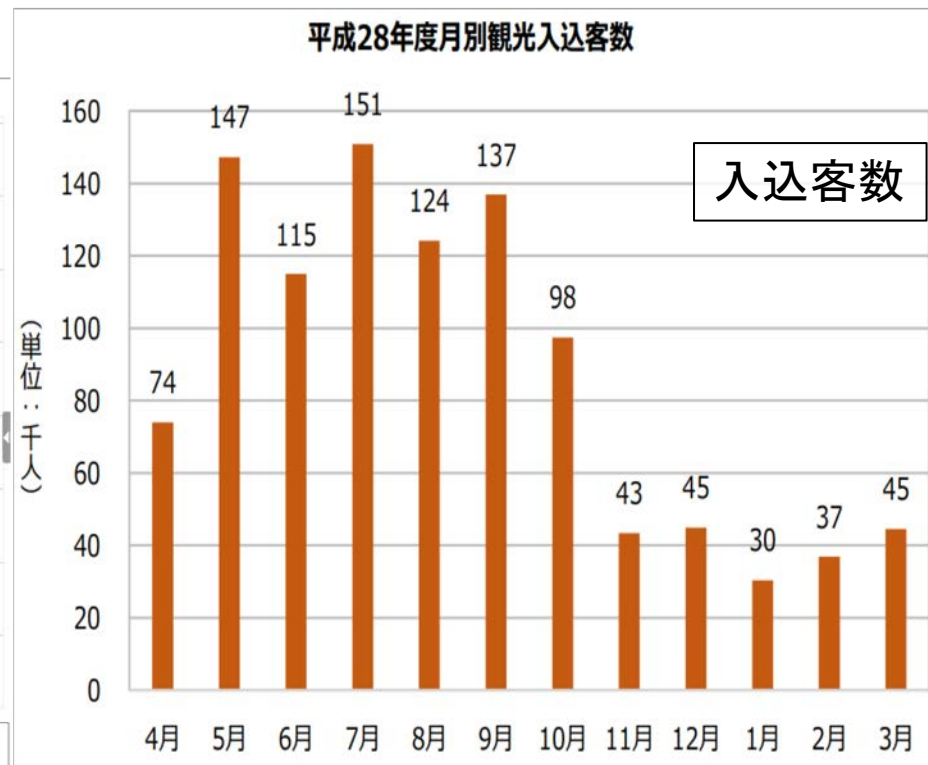
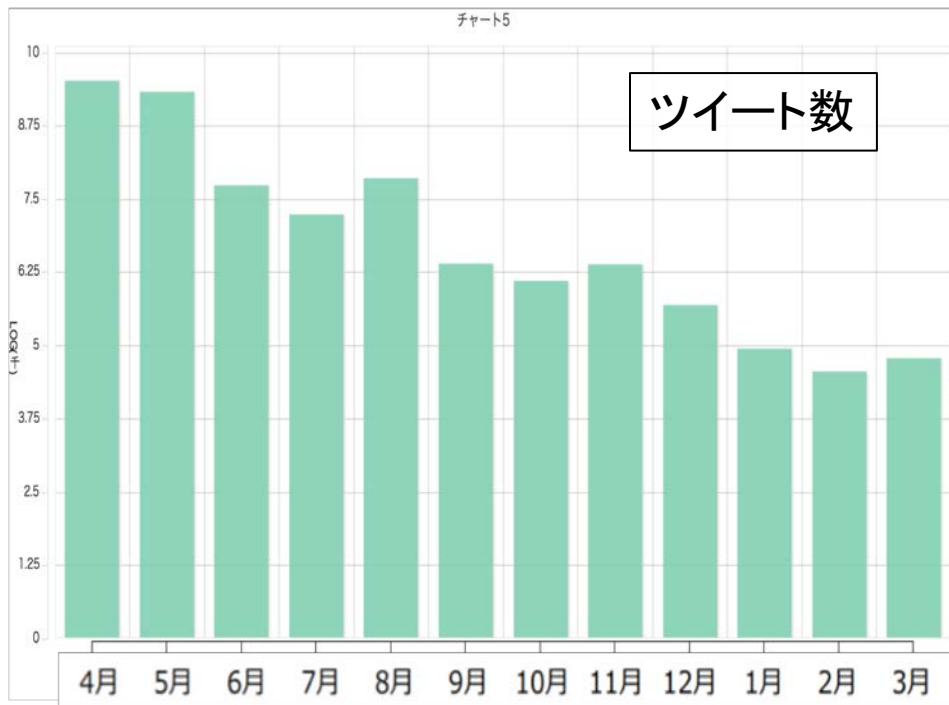
スポット(江別市内)からのツイートを言語ごとに分類
→ 国別(言語別)のデータの可視化



Motion Board ページ8と課題

ツイート数を月毎に表示。

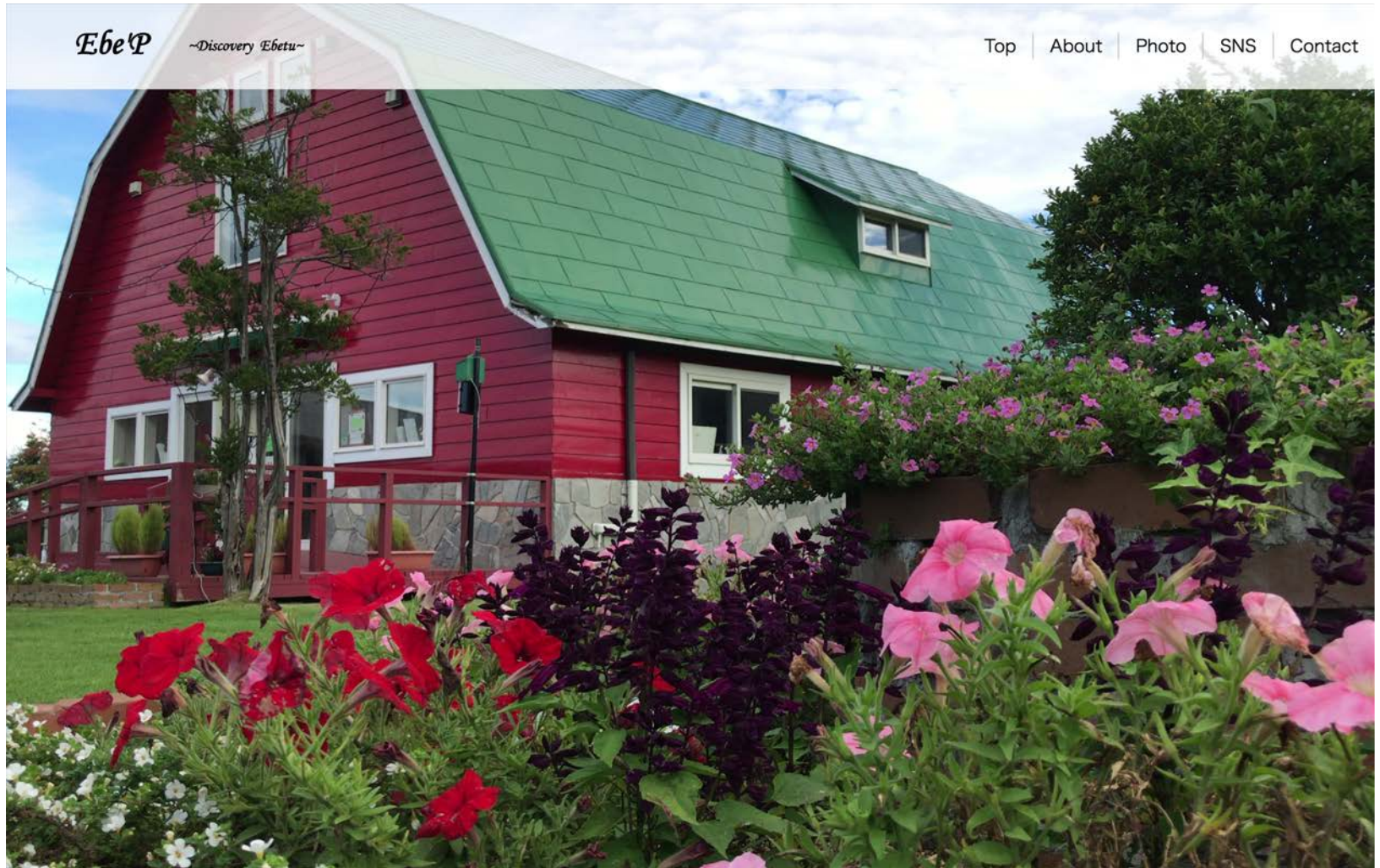
1. ツイート数の月別データと観光入込客数のデータに正の相関 ($r=0.64$)
2. ツイートの少ない時期かつ入込客数が少ない時期のコンテンツを増やす



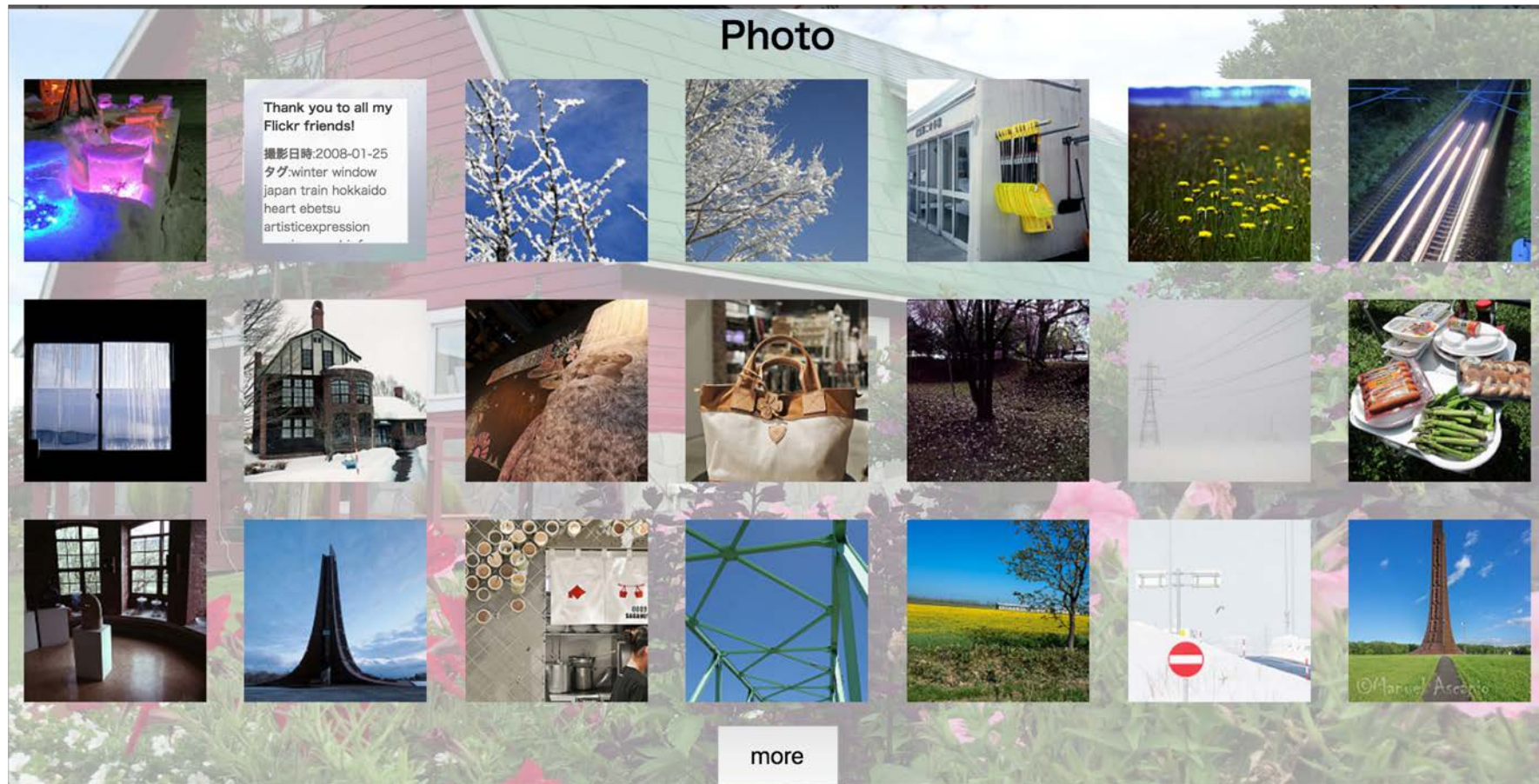
制作物

ソーシャル分析から得られたデータを基に
江別市の**魅力を発見する**Webサイトの開発

TOP画面



画像表示



デモ

それではデモを行います

まとめ・今後の課題

まとめ

SNS分析

- 外国人旅行者(英語でのツイート)が少ない
- 評価の高い観光地
- 1月から3月にかけての観光客数が少ない

今後の課題

- サイトデザインの見直し
- 主要観光地との比較
- 在日と訪日外国人旅行者の違いを見分ける方法の確立