

テキストマイニングを用いた住民による都市イメージの分析

磯島昭代・大浦裕二*・山本淳子*

(東北農業研究センター・*中央農業総合研究センター)

Analysis of the Image that the Residents Have for the Region by Using Text Mining

Akiyo ISOJIMA, Yuji OOURA* and Junko YAMAMOTO*

(National Agricultural Research Center for Tohoku Region・*National Agricultural Research Center)

1 はじめに

近年、農産物をはじめとする地域産品の差別化・高付加価値化および地域の活性化を目的として、地域ブランドへの取り組みが進められている。岩手県盛岡市では、特産品のみならず、文化・歴史・人材・景観など盛岡の「暮らし文化」そのものを市民が共有する価値観として位置づけ、盛岡という都市全体のブランド化を目指している¹⁾。このように地域の価値を見だしブランド化を進めるにあたっては、主体となる住民がその地域をどのように捉えているかを明らかにすることが重要である。そこで、盛岡という都市に対して住民が抱くイメージを自由記述語の分析から明らかにする。

2 データと分析方法

本稿は盛岡市より委託された「盛岡りんごに係る市場調査研究業務」により実施した調査に基づく。調査は2008年12月に住民基本台帳から無作為抽出された盛岡市在住の20歳以上の男女1000名を対象に郵送で行い、491部を回収した。宛先不明による返送13部を除いた実質回収率は49.7%である。本稿で用いるデータは、回答者が「『盛岡』と聞いて連想するモノやコト、イメージ」を自由記述で5つまで記入したものである。また、ほぼ同時期に兵庫県伊丹市で実施された「盛岡デー・イン・関西」のイベント会場で来店者に対する聞き取り調査を行い、同様に3つまであげてもらった。伊丹データは盛岡データとは調査方法が異なるが、県外居住者との対比を見るために参考値として用いる。

まず、筆者が考案した簡易版テキストマイニング

の手順に従い、盛岡市および伊丹市において収集したデータを回答者ごとの記述の有無で二値化し、同ような意味をなす語をまとめた上で連想語を抽出する。盛岡市と伊丹市の連想語を比較して地元住民が抱くイメージの特徴を明らかにするとともに、盛岡データについてはコレスポネンシス分析を用いて年齢別(20～30代20%、40～50代40%、60歳以上39%)の特徴を明らかにする。

3 分析結果及び考察

(1) 連想語の特徴

盛岡調査で出現した連想語は、「冷麺、わんこそば、じゃじゃ麺、鉄器、せんべい、リンゴ、麺類」など特産品、「祭り、チャグチャグ馬ッコ」など伝統行事、「山、川、桜、寒い、自然、城、公園」など自然条件や街並み、「石川啄木、宮沢賢治」など人物に関する言葉である(表1)。

このうち、伊丹調査でも比較的多く出現しているのは、「寒い」という北国を想起させる語のほか、「冷麺、わんこそば、鉄器、せんべい、リンゴ」などである。一方、盛岡では多く伊丹では少ない語としては、「山、川、自然、鮭、橋、公園、人情」などがある。また、盛岡より伊丹で出現数の多い語は「どんと晴れ、新幹線、東北、ラーメン」であった。

(2) 年齢別記述傾向

盛岡調査において出現数が10以上となった27の連想語について、年齢別の出現数を用いてコレスポネンシス分析を行った(図1)。20～30代で比較的多く出現する語は、「おいしい、寒い、じゃじゃ麺、冷麺、わんこそば、橋、祭り、せんべい、自然、

桜」である。40～50代では、「小岩井、偉人、米、きれい、宮沢賢治、城、鉄器、方言、山、冷麺、川、麺類、石川啄木、じゃじゃ麺、おいしい、桜」が比較的多い。また、60歳以上では「リンゴ、方言、チャグチャグ馬ッコ、鮭、公園、人情、せんべい、石川啄木、川、橋、山」の記述が多い。

(3) 考察

伊丹調査はイベント会場で実施したこともあり、特産品に関する連想語が多く出された。盛岡調査においても特産品に関する連想語は多いが、年齢によって異なる特産品をあげている。また、20～30代はこのような特産品に加えて「寒い」や「祭り」など、伊丹調査でも出現するような語が多くあげられる。一方、「川、公園」などの身近な街並み、「鮭」の遡上や「チャグチャグ馬ッコ」など地域の話や伝統行事、「人情、方言」など人々に関する連想語は、40～50代および60歳以上と比較的高い年齢層で多く記述されている。このことから、住民の中でも比較的若い層では、既に観光資源として県外居住者にも認知されているようなイメージを多く持っているのに対し、比較的高い年齢層では、県外居住

表1 抽出した連想語

連想語	出現語例	盛岡	伊丹
冷麺	冷麺	224	82
祭り	祭り・踊り・さんさ	195	10
わんこそば	わんこそば・そば	164	40
山	山・岩手山・姫神山	132	8
川	川・北上川・雫石川・中津川	122	2
じゃじゃ麺	じゃじゃ麺	93	9
桜	桜・石割桜・一本桜	88	7
鉄器	鉄器・南部鉄・鉄瓶・鉄瓶	82	42
寒い	寒い・極寒・雪・冬	76	40
せんべい	せんべい・南部せんべい	69	27
チャグチャグ馬ッコ	馬・チャグチャグ馬ッコ	69	2
自然	自然・緑・森・空気・水・清流	52	2
石川啄木	啄木・石川啄木	43	8
城	城跡・城・城下町	42	6
リンゴ	リンゴ	37	29
鮭	鮭(の遡上)	33	0
公園	公園・岩手公園・盛岡城跡公園	32	0
麺類	麺類・麺・三大麺	29	6
宮沢賢治	賢治・宮沢賢治	19	12
橋	橋・中の橋・開運橋・擬宝珠橋	19	0
小岩井	小岩井・小岩井農場	16	9
人情	人情・人柄	16	0
方言	方言・言葉	15	1
偉人	偉人・新渡戸稲造・原敬	13	1
おいしい	おいしい・うまい	12	5
きれい	きれい・美しい	12	2
米	米	10	8
どんと晴れ	どんと晴れ・NHKテレビドラマ	6	7
新幹線	新幹線・東北新幹線	4	16
東北	東北	2	20
ラーメン	ラーメン(冷麺の間違いか?)	0	16

注1. 「連想語」は「出現語例」を代表する言葉。

者には未だ知られていないような地域に密着したイメージを持っているといえる。

4 ま と め

盛岡市の住民による地域イメージを分析した結果、年齢により連想される語に違いがあることがわかった。また、若年層では県外居住者にも連想されるような観光資源として既に確立した連想語の出現が多く、街並みや伝統行事、人情・方言など地域に根ざした連想語の出現は比較的高齢層で多いことがわかった。冒頭でも述べたように、「盛岡ブランド」は「暮らし文化」そのものを市民が共有する価値観として位置づけることを目指しており、今後は高齢層が想起するような地域や生活に密着したイメージを若年層も共有していくことにより、一体的なブランド化の取り組みが可能になると考える。

引 用 文 献

- 1) 坂田裕一. 2007. ブランド推進で、元気なまち盛岡を一盛岡ブランド宣言とその実践ー. アカデミア 81 : 21-29.

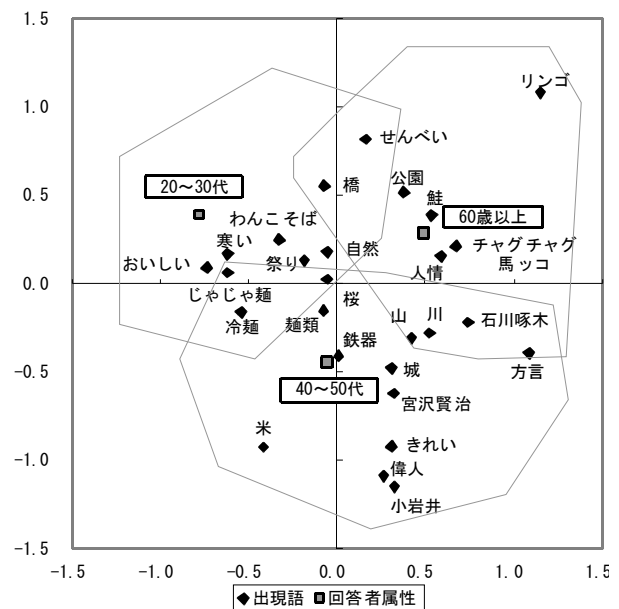


図1 年齢と連想語のコレスpondens分析結果

注1. SPSS 13.0J Categories による分析。特異値 (0.217, 0.146)、イナートシャの寄与率 (0.690, 0.310)。

注2. 各年齢が占める人数の割合に対して、出現割合が高い連想語を線で囲んでいる。