

与那国島の観光パンフレットの訴求内容分析

Content analysis of the travel brochure of Yonaguni Island with respect to its points of interest

浅川 雅美・岡野 雅雄*

Masami ASAKAWA

Masao OKANO

Abstract

This study was conducted in order to examine how the travel brochure of Yonaguni Island promotes the island as a fascinating travel destination.

For this purpose, the entire text of the brochure in its original form was used as text data and “main words” were extracted from it through morphological analysis. Further, the tuples of the main words and the words in concord with it were also extracted.

The result demonstrated that the most frequent descriptions made using the main words and the tuples of the main words concerned the island’s natural resources, followed by descriptions of places where scenes from a TV drama were filmed. However, the brochure included comparatively few descriptions on cultural resources.

Further, the points of interest of Yonaguni Island in the brochure were defined in terms of two main dimensions, i.e., the island’s “peculiarity” and its “adventurous and exciting nature.”

1. はじめに

多くの離島では、若年人口の流出とそれに伴う過疎化・高齢化が進んでいる。筆者が以前現地調査を行った東京都の離島青ヶ島¹でも、高校がないため、内地の東京あるいは八丈島の高校に進学し、女性の多くはそのまま内地で結婚してしまい戻ってこないケースが多かった。他方、男性は、島の港湾整備を中心とする公共事業が盛んであったため、島に戻ってくるケースも多かった。しかし、昨今の全国的な公共事業

の見直し・削減は、公共事業依存度が高い離島経済に著しい打撃を与えている。さらに、平成14年に見直しが行われた離島振興法²は、離島振興計画を国が定めることを止め、地方自治体に任せることに変更している。人口の流出が進み、その解決策の一つであるはずの仕事自体が減っている状況で「自立型経済を構築せよ」というのは、あまりにも厳しい要求であるが、該当する自治体は持続可能な対策を考えなければならない状況にある。そして、多くの離島にとって、対策の一つに観光の活性化がある³。

そこで本研究では、広報・広告の手段である

*浅川雅美（文教大学女子短期大学部准教授¹）、岡野雅雄（文教大学情報学部教授）

¹ 詳細は、拙稿（浅川・馬場・大澤, 1994; 浅川・大澤, 1997; 浅川・大澤, 1998）で述べている。

² 国土交通省都市・地域整備局離島振興課によると、我が国で有人離島は432島あり、このうち離島振興法指定が263島、小笠原諸島振興開発特別措置法対象が4島、奄美群島振興開発特別措置法対象が8島、沖縄振興開発特別措置法対象が40島、合計で315島が特別立法措置による適用を受けている。ちなみに、本研究でとりあげた与那国島は沖縄振興開発特別措置法対象の島である。

³ 三木・山口・宮原（2007）は、観光者の満足が向上すれば、地域への再訪問あるいは他者にその地を勧めるなどの行動に影響を及ぼし、その結果、地域活性化が促進されることを指摘している。

パンフレット⁴では、どのように旅行目的地としての魅力を訴求しているかについて検討した。なお、人口の流出が著しい⁵一島一自治体⁶である与那国島を、地域振興を考えるうえでのモデルケースとして研究対象に取りあげた。

2. 与那国島について

1) 概略

沖縄本島から509km、石垣島から127km、台湾から111kmの位置にある日本最西端の国境の離島である⁷。生活物資を石垣島や、沖縄本島から輸送しており、輸送費がかかるため、物価が高い。面積は28.8平方キロメートル、周囲は27.49kmで沖縄県内では8番目に大きい。中央北部に祖納、西部に久部良、南部に比川の3集落がある。高校がないため、石垣島か沖縄本島の高校に進学する必要がある(日本離島センター, 2004, p.1302-1306)。

産業構造は、与那国町が作成している統計資料によれば、第一次産業従事者が約14.1%、第二次産業従事者が約29.0%、第三次産業従事者が約56.9%である。

1986年にはダイバーによって海底遺跡が発見されて話題となった。また、最近では、テレビドラマ「Dr.コトー診療所」の舞台にもなった島である。

2) 台湾との関係

戦前から台湾との間に交流があり、島の人口は当時常に5000名ほどであった。戦後、与那国島は、台湾との国境線が敷かれた後も、米軍統治下の沖縄と台湾、香港等を結ぶ貿易の拠点となったため、人口は増加し(昭和22年には

12000名を数えた)、村から町へ昇格するほど繁栄した。しかし、その後の貿易取締以降、人口流出が始まり、2005の国勢調査では、人口1796名と最盛期の7分の1まで減少している。そこで与那国島では、台湾との直接交易⁸を切望している。

しかし、現在は法制度上の規制によって、与那国島と台湾とは直接交易が行うことができない。そこで与那国町は、2005年に、台湾との交流を目指し「国際交流特区」を申請した。具体的には、①国境離島型開港、②台湾の花蓮⁹港との直接航行、③台湾人観光客の査証免除を求めた。そのなかで、③は国から認められたものの、①と②を実現するには、外航船の入港数が年間50隻以上、貨物量が年間15万トン以上、港湾施設として5000トン級の船舶が着岸できるパスが2つ以上必要であるという規制があり、与那国町はこれらの諸条件を充たしていなかった。そのため、与那国町は規制の撤廃を求めて特区申請を行なったが、国からは不許可との回答が下った。

しかし、与那国町長をはじめとする島の人々は諦めずに、2007年5月29日には、花蓮に事務所を開設した。日本の自治体が台湾に事務所を置くのは沖縄県に次いで2番目である。この事務所を拠点に、将来的に高速船での直行や物流ルートの開設、台湾企業の投資誘致および台湾人観光客誘致などを目指している。

3) 与那国島の観光の実態

台湾から日本への観光客は、年間130万人を超しており、増加傾向にある。しかし、台湾から与那国島への観光客は非常に少ない。この要因の一つとして、台湾から与那国との間の距離は

⁴ パンフレットが伝える地域のイメージについては、北海道道央を対象とした伊藤(2007)による先行研究がある。

⁵ 2000年国勢調査では人口が1852人であった。そして、2005年国勢調査では1796人に減少している。

⁶ 2004年に行われた住民投票で八重山諸島との合併を拒否し、より近い台湾との交流の復活を視野に入れて、自立の道を選んだ。

⁷ 与那国島の地誌については、池間(1957)に詳しい解説が載っている。

⁸ 北海道の稚内は、サハリンとの定期航路による人々の往来で町が活気づいている。他方、韓国から約50キロの距離に位置する対馬にも定期便が就航し、多くの韓国人ツアー客が訪れている。

⁹ 花蓮市は与那国島の姉妹都市である。

先述のとおり、非常に近いにもかかわらず、台湾から那覇空港に行き、那覇から与那国島に行かなければならない状態にあることが考えられよう。また、1997年から2005年まで、毎年春から秋にマレーシアのスタークルーズ社が台湾と石垣島、宮古島、那覇を結んでいた定期クルーズ船スーパースタージェミニイが2006年以降同航路を運休したことによる影響も考えられる。

与那国島への観光客の全体的な数は、図1に示したようになっており、比較的安定している。2003年、2004年（スペシャルバージョン）、および2006年にフジテレビで「Dr.コトー診療所」が放映されたものの、放映時やその直後に観光客数が著しく伸びている状況はない（2002年の25200人から2003年の28400人、2004年31800人と変化）。他方、2001年NHK連続テレビ小説「ちゅらさん」の舞台になり全国的に脚光を浴びた小浜島は図1に示したように、放映時に観光客数が著しく伸びている（2000年の52900人から2001年の185000人に増加）。また、2005年および2006年（スペシャルバージョン）に日本テレビで放送された「瑠璃の島」の舞台になった鳩間島も、図1に示したように放映後に観光客数が伸びている（2005年の300人から2006年の2400人に増加）。他の条件も考慮しなくてはならないものの、

この要因の一つとして、「ちゅらさん」が小浜島という名前を前面に出していたのに対して、「Dr.コトー診療所」では「志木名島」という原作の島の名前を使用していたため与那国島がロケ地であったことが広く知られていないことが考えられる。与那国島が「Dr.コトー診療所」のロケ地であったことをパンフレットなどで訴求すれば、観光客数はまだ伸び可能性があると考えられる。

4) 与那国島の観光地としての魅力

八代・小口（2003）が98名の女子学生を対象に行った「どのような観光地に行きたいか」という調査では、①「温泉がある」、②「暖かい」、③「海がある」、④「草原がある」、⑤「遺跡がある」、⑥「森林がある」、⑦「ビーチがある」、⑧「川がある」、⑨「テーマパークがある」の9点を、60%以上の者が「非常に当てはまる」あるいは「当てはまる」と回答していた。与那国島では、このうち「温泉がある」、「川がある」、「テーマパークがある」を除く6点が該当している。八代・小口（2003）の結果は、女子学生を被調査者とした結果ではあるものの、この結果を照らし合わせると、与那国島は観光地としての魅力が備わっていることがわかる。

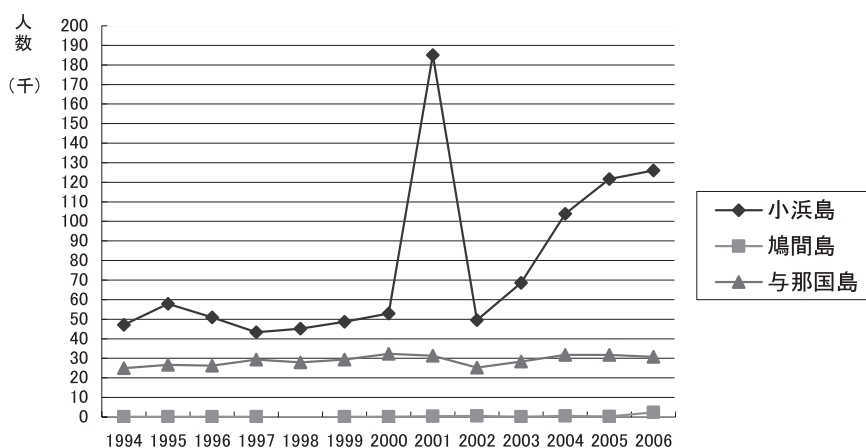


図1 小浜島、鳩間島、与那国島の観光客の推移
 (日本離島センター編『離島統計年報1994』～『離島統計年報2006』により作成)

3. 観光パンフレットの訴求内容分析¹⁰

1) パンフレットの概略

[パンフレット名]

「与那国島—Dr.コトー診療所ロケ地マップ」、
与那国町役場、与那国町観光協会発行

[内容]

折りたたみ式の1枚の紙(A2版)からなり、裏表に印刷してある。折りたたんだ状態での表紙についてみると、言語的メッセージは、「与那国島」が大きな活字で示され、このタイトルに並ぶ形で「Dr.コトー診療所ロケ地マップ」という文字がサブタイトルのように並んでいる。さらに、「凜として佇む日本最西端の島」ということばが、キャッチフレーズのように書かれている。他方、図像的メッセージとしては、「立神島」と浜辺の写真が載せてある。

また、裏表紙は、図像的メッセージとして、夕焼け時の雲、与那国織の糸、伝統芸能、獅子面、波頭などをコラージュ風に構成してある。言語的メッセージとしては、「与那国町役場」の住所・電話番号・ホームページURL、「与那国町観光協会」の住所・電話番号があるのみである。

パンフレットを広げた表面は、与那国島の紹介であり、上部は「エリアガイド」として、「比川」、「久部良」、「祖納」の紹介が、地図と風景写真とともに載せてある。下部は、主に観光資源や特産品が載せてあり、「アヤミハビル¹¹館」、「与那国織」、「与那国の特産」、「与那国の祭り」が、写真入りで解説してある。下部には他に、「Information」という欄があり、ダイビング・フィッシング、工芸館、資料館、地域別の宿泊ガイド、交通ガイド、観光案内、旅行社、与那国島への交通、与那国交通のバス運行時刻表が掲載してある。

裏面は、「日本最西端をゆく。Dr.コトー診療所ロケ地マップ」と題して、与那国島の大きな地図が示され、「海底遺跡」などの与那国島の観光スポットと、「Dr.コトー診療所」のロケ地が、示されている。各スポットには写真入りで短い解説がついている。また、裏面の右下には、与那国島の位置関係を示す地図が載っており、与那国島と東京、鹿児島、沖縄本島、宮古島、石垣島、台湾の各距離が示してある(国内のどの島よりも、台湾に近いことが明確にわかる)。

2) 分析方法

本研究では、与那国島の観光パンフレットにテキスト・マイニングを施し、どのような訴求内容が含まれているのかについて分析した。具体的には、下記のような方法で行った。

(1) データ入力

パンフレットに現れた文字をすべて原文どおりに、テキスト・データとして入力した。ただし、「Information」の部分は、電話番号・交通案内の羅列であるため、除外した。また、「与那国島から各地への距離」についても同様に除外した。

(2) 前処理

テキスト・マイニング処理に対する適正な入力データとするために、以下の前処理を行った。

- ①文字表記のゆれの統一(例「なにか」→「何か」、「ヨナグニウマ」→「与那国馬」)
- ②振り仮名の除去(例「東崎(あがりざき)」→「東崎、海人(うみんちゅ)→「海人」)
- ③方言(話し言葉)の標準語への統一(例「帰らない」→「帰りなさい」)
- ④地図への参照番号・ドラマの番号の除去(例「MAP A-6」、「第1話」→削除)
- ⑤「・」の置換¹²(例「[・]」→「、」)

¹⁰ 佐々木(1983a,b)は、広告表現の分析方法を「訴求内容分析」、すなわち広告表現の刺激的側面を分析対象にする方法と、「受容内容分析」、すなわち広告表現に対する反動的側面を分析対象にする方法の2タイプに分けることができると述べている。本研究では、この考え方をパンフレットにも援用することにした。

¹¹ 与那国島に生息する世界最大の蛾であるヨナグニサンの方言名。

¹² これは単に便宜なもので、「・」を使用すると、ソフトウェアの仕様として、主要語が「・」を含む形で抽出されるためである。

⑤未知語・固有名詞などの処理（上記プログラムで形態素解析を行った結果「未知語」として出力された単語の他、多数の地名・人名・動植物名・与那国方言による単語を形態素解析辞書に登録した。）。

(3) 本処理

前処理を施したテキスト・データに、以下の処理を行った。

①「Text Mining for Clementine 2.2」によって、「主要語」抽出を行った。ここでいう「主要語」とは、仕様書¹³の定義によれば「文節から『て・に・を・は』などの機能語を除いたもので、それ自体が意味を持つ語」である。

②抽出された主要語の頻度分布を求め、さらに主要語と、その主要語の係り先となっている主要語の対（タプル）の頻度分布を算出した。

4. パンフレット内容の分析結果

テキスト・マイニングを行ったところ、主要語末の「品詞」の分布をみる最も多いのは「名詞」で合計約70.0%、ついで「動詞」合計約20.0%であり、3位は「形容詞」合計約2.0%であった。ここでは、「名詞」と「形容詞」について分析することにした。（動詞についても分析したが、一般的な語が多く、観光の魅力との関連性を見いだすことができなかつたので、結果は省略した。）

1) 主要語（名詞）の頻度分布

主要語末尾品詞が「名詞」の場合について、度数4以上の主要語を表1に示した。

Lavery & Van Doren (1990) は、旅行目的地の魅力の形成に関する観光資源には、自然資源から文化資源までの幅があると考えている。この考え方を援用して、表1に示した名詞の主要語を自然資源、文化資源、ドラマ関連、地名、その他に分類した。その結果、表1の左から2番目の列に示したように、自然資源に関する記述（15個）が最も多く、次にはドラマに関する記述

表1 末尾品詞が名詞の主要語の分布
(度数4回以上の語)

主要語	分類	度数	名詞全体における比率
島	自然資源	20	1.88%
海	自然資源	17	1.60%
自然	自然資源	13	1.22%
日本最西端	自然資源	10	0.94%
美しさ	自然資源	7	0.66%
サンゴ礁	自然資源	5	0.47%
ビーチ	自然資源	5	0.47%
岬	自然資源	5	0.47%
崖	自然資源	4	0.38%
港	自然資源	4	0.38%
風	自然資源	4	0.38%
夕日	自然資源	4	0.38%
アヤミハビル	動植物(自然資源)	9	0.85%
カジキ	動植物(自然資源)	5	0.47%
蝶	動植物(自然資源)	5	0.47%
与那国・与那国島	地名	25	2.35%
西崎	地名	8	0.75%
久部良	地名	6	0.56%
東崎	地名	6	0.56%
ティンダハナタ	地名	5	0.47%
比川浜	地名	5	0.47%
ナンタ浜	地名	4	0.38%
祖納	地名	4	0.38%
日本	地名	4	0.38%
コトー先生	ドラマ	18	1.69%
シーン	ドラマ	10	0.94%
あきおじ	ドラマ	8	0.75%
ドラマ	ドラマ	7	0.66%
診療所	ドラマ	5	0.47%
ゆかり	ドラマ	4	0.38%
ロケ地	ドラマ	4	0.38%
家	ドラマ	4	0.38%
剛洋	ドラマ	4	0.38%
赤ちゃん	ドラマ	4	0.38%
内さん	ドラマ	4	0.38%
茉莉子	ドラマ	4	0.38%
墓	文化資源	4	0.38%
人々	その他	10	0.94%
集落	その他	8	0.75%
巨大	その他	5	0.47%
時間	その他	4	0.38%
遊歩道	その他	4	0.38%

（12個）が多かつた。他方、文化資源に関する記述（1個）は少なかつた。

与那国島には、海、森林、ビーチをはじめとする美しい自然資源が多く、パンフレットでもこれらを何回も訴求している。

また、ドラマ「Dr.コトー診療所」に関連する情報も多い。これは、パンフレットの裏面の地図には創作上の登場人物の住居や、エピソードの舞台となった場所が示されていることによるものである。「Dr.コトー診療所」のロケ地であったことは、旅行目的地の魅力として、どのように評価されるのであろうか。これを考察するにあたっては、佐々木（2000;2007）による、旅行目的地の魅力の包括的な概観が有用である。

¹³ SPSS 「Text Mining for Clementine 2.2 Japanese User's Guide」(p.9)の定義による。

佐々木 (2000;2007) は、Hudman & Hawkins (1989) による旅行目的地の魅力の形成に関する実体的要因のリスト¹⁴、Echtner & Ritchie (1991,1993) による旅行目的地のイメージの属性、Lavery & Van Doren (1990) による旅行目的地の魅力要素に関する体系、Lew (1987) による「表意的視点」「構成的視点」および「認知的視点」の3視点にもとづいた旅行目的地の魅力要素、などの先行研究を体系的にレビューしている。これらの先行研究では、旅行目的地の魅力の要素として「ロケ地」を挙げていない。しかし、古くは「ローマの休日」でのスペイン広場のような名画の舞台が観光ガイドブックで紹介されていることや、大ヒットした韓国ドラマ「冬のソナタ」のロケ地巡りツアーが盛況であったこと、そして図1に示したように「ちゅらさん」や「瑠璃の島」のロケ地であった離島の観光客数が放映時または以降に増えたことを考えると、ヒットした映画やドラマの「ロケ地」であることは、その土地の魅力を高める要因として無視できないと考えられる。例えば与那国島の場合¹⁵、現実の島に、「Dr.コトー診療所」の舞台である「志木名島」という創作の島が重ね合わされることで、その土地が「物語化」され、意味づけられるからである。Lavery & Van Doren (1990) は、①歴史学的、考古学的、建築的、技術的構造物②宗教、美術・工芸品、料理③美術館、イベント、展覧会・祝祭、スポーツ大会などの「文化資源」を魅力要素と考えているが、ヒットした映画やテレビドラマの「ロケ地」であることも一種の「文化資源」と考えることができよう。

他方、先述したように(ロケ地以外の)文化資源に関する記述の頻度は少なかった。これは、与那国島の文化資源は多様性に富むため、それぞれに関する言及が分散されてしまっている結果と考えられる。ちなみに、海底遺跡、特産品¹⁶、島の人々が大切に伝え育ててきた与那国島に伝わる祭りや芸能¹⁷についても、頻度は少ないもののパンフレットで訴求されている¹⁸。

2) 主要語(形容詞)の頻度分布

次に、主要語末尾品詞が「形容詞」の場合について、主要語を表2に示した。

佐々木(2000)は、観光旅行の目的地の魅力特性について、先行研究の成果を踏まえて、図2に示した三つの基本的次元が設定できるという仮説を提案した。そして、佐々木(2002)は、この3次元が、外国の魅力の共通特性になっているか否かを実証的に検討した。その結果、「ありふれた—独特の」および「休養・リラックス—冒険・刺激的」の2次元が共通特性になっていることを確認している。この結果を援用して、表2に示した主要語(形容詞)を、「ありふれた—独特の」および「休養・リラックス—冒険・刺激的」の2次元にあてはめることにした。その結果、①「白い」、「新しい」(ここでの「新しい」は、実際の文例をみると沖縄本島にない新しさを意味するために使用されている)、「珍しい」のような「独特」イメージと②「速い」(実際の文例では潮の流れの速さを示すために使用されている)、「すごい」、「荒々しい」、のような「刺激」イメージを訴求していることが認められる。

つまり、与那国島の魅力特性としては、図2

¹⁴ そこには、建造物とその環境、文化的活動、宗教、政治、科学、自然、気候、風景、野外生活、屋外レクリエーション、娯楽、健康と温泉の12要因が、旅行目的地の魅力形成するものとしてあげられている。

¹⁵ パンフレットには表れていないが、与那国島は、ジャン・ユンカーマン監督による映画「老人と海」や、立松和平による小説「太陽の王」、「海のかなたの永遠」などの舞台でもある。

¹⁶ 特産品は、全て島に昔から伝わる豊かな自然の素材を利用して作られたものである。具体的には、与那国島だけでつくられる60度の泡盛、与那国島のさとうきびから作られた純黒糖、与那国島の海岸に自生している長命草の健康茶、与那国の海水からできたミネラルたっぷりの塩、500年もの歴史を持つ与那国織、島の人々が作る島とうがらしなどがある。

¹⁷ 与那国島の祭事の芸能は国の重要無形文化財に指定されている。

¹⁸ 具体的には、島がひとつになるドゥンタ、国際カジキ釣り大会、島に古くから伝わる棒術、巨大な牛が闘う「闘牛大会」、豊年を祈願する綱引き、豊年祭で空に舞う旗頭などが掲載されている。

の「日常性からの変化・離脱の意識」では、「独特である」という面を訴求しており、「目的地で期待する経験の内容」としては、「冒険的・刺激的」という面を訴求していると考えられる。

表2 末尾品詞が形容詞の主要語の分布

主要語	度数	形容詞全体における比率
美しい	9	19.57%
いい・よい	7	15.22%
白い・真っ白い	6	13.04%
速い	3	6.52%
新しい	2	4.35%
すばらしい	2	4.35%
深い	1	2.17%
珍しい	1	2.17%
すごい	1	2.17%
少ない	1	2.17%
早い	1	2.17%
短い	1	2.17%
たえがたい	1	2.17%
たのもし	1	2.17%
古い	1	2.17%
色濃い	1	2.17%
つつましい	1	2.17%
すがすがしい	1	2.17%
涼しい	1	2.17%
温かい	1	2.17%
美味しい	1	2.17%
つらい	1	2.17%
荒々しい	1	2.17%

3) 主要語と係り先主要語のタプル

次に、主要語と、その主要語の文法的な係り先にある主要語の対（タプル）を抽出して、類

度2回以上のものを表3に示した。

形容詞の主要語で最も多かった「美しさ」は、「美しい-海」または「美しい-ビーチ」などのように、海・ビーチ（自然環境）の美しさを訴求するのに用いられていることが分かる。さらに、「海」および「海」に関連する主要語（潮流、波）のタプルをみると、「サンゴ礁-海」、「潮流-速い」、「海-風景」、「くだける-波」のようにさまざまな表情を見せる海のイメージを訴求している。やはり、与那国島の一番の訴求点は自然資源の「海」なのであろう。また「速い」は、「速い潮流」のように、刺激的なイメージを訴求するのに用いられている。

さらに他のタプルをみると、「赤瓦屋根-民家」、「文化-息づく」、「500年-歴史」、「民謡-歌う」、「島-伝わる」のように、長い伝統に培われた「文化資源」を訴求しているものを見とることができる。

そして、「別れ-シーン」、「様々-ドラマ」、「ドラマ-繰り返る」、「ロケ地-なる」という一群のタプルは、「Dr.コトー診療所」のロケ地としての魅力を示したものである。

また、「蝶-島」、「アヤミハビル-生態」、「成虫-なる」は、与那国島に生息する世界最大の蛾「ヨナグニサン」に関するものである。

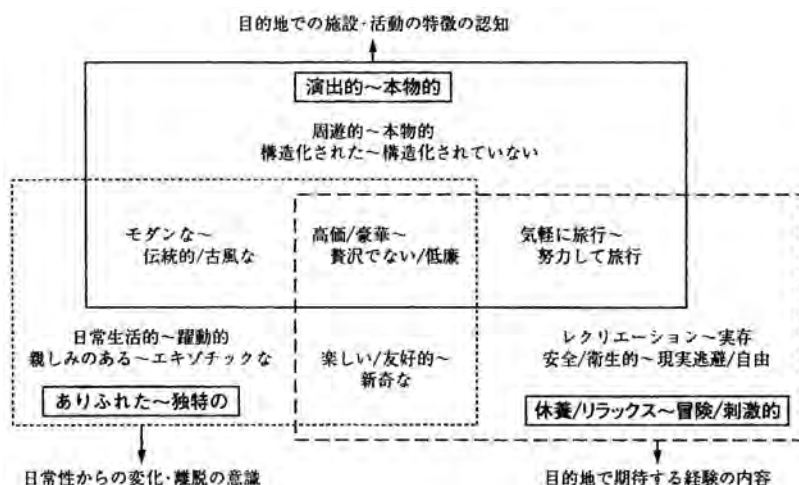


図2 旅行目的地の魅力特性の基本的次元に関する仮説的体系（佐々木，2000，p.123より引用）

表3 主要語と係り先主要語の頻度
(頻度2回以上)

主要語と係り先主要語の組み合わせ	度数	組み合わせ全体における比率
サンゴ礁-海	3	0.25%
島-人々	3	0.25%
豊か-自然	3	0.25%
美しい-海	3	0.25%
潮流-速い	3	0.25%
自然-中	3	0.25%
赤瓦屋根-民家	2	0.17%
テレビドラマ-"Dr. コト-診療所	2	0.17%
祖納-集落	2	0.17%
家々-囲む	2	0.17%
文化-息づく	2	0.17%
時間-流れる	2	0.17%
蝶-島	2	0.17%
海-風景	2	0.17%
近く-ある	2	0.17%
美しい-ビーチ	2	0.17%
500年-歴史	2	0.17%
その-美しさ	2	0.17%
くだける-波	2	0.17%
民謡-歌う	2	0.17%
遊歩道-ある	2	0.17%
与那国-人々	2	0.17%
アヤマハビル-生態	2	0.17%
毎年-7月	2	0.17%
成虫-なる	2	0.17%
島-伝わる	2	0.17%
夕日-中	2	0.17%
別れ-シーン	2	0.17%
亡くなる-やすおじ	2	0.17%
目-くらむ	2	0.17%
様々-ドラマ	2	0.17%
ドラマ-繰り広げる	2	0.17%
ロケ地-なる	2	0.17%

5. 結語

本研究では、旅行目的地の広報・広告の手段である観光パンフレットでは、地域の旅行目的地としての魅力をどのよう訴求しているかについて検討した。なお、研究対象として与那国島を選定した。

与那国島の観光パンフレットに現れた文字をすべて原文どおりにテキスト・データとして入力し、そのデータにテキスト・マイニングを施した。そして、①抽出された主要語の頻度分布、②主要語と係り先主要語のタプル対の頻度分布を算出した。

その結果、主要語末尾品詞が「名詞」の場合、

自然資源に関する記述が最も多く、次いでドラマに関する記述が多かった。先行研究では、旅行目的地の魅力の要素として「ロケ地」を挙げていなかったが、ヒットした映画やドラマの「ロケ地」であることは、その土地の魅力を高める要因として無視できない一種の「文化資源」と考えられる。他方、本来の意味での文化資源に関する記述は少なかった。これは、与那国島文化資源は多様性に富むため、それぞれに関する言及が分散されてしまった結果と考えられる。さらに、主要語末尾品詞が「形容詞」の場合を見ると、与那国島の魅力特性として、「独特」と「冒険的・刺激的」の2次元を訴求していることが認められた。

自然資源および文化資源が豊富にあり、かつ、「独特」で「冒険的・刺激的」な地域は、観光地としての魅力を十分に備えていることになる。そして、与那国島のパンフレットでは、それらを訴求していることが認められた。観光旅行者が実際にこのパンフレットを見て魅力的な地域として認知するか否か、という受容内容分析¹⁹をすることが今後の課題である。

謝辞

本研究は、湘南総合研究所（平成19年度）による共同研究助成を得て行われました。また、与那国町役場の方々には、書籍、パンフレット、統計資料の入手に際して、温かいご助力をいただきました。ここに記して感謝いたします。

引用文献

- 浅川雅美・岡野雅雄（2005）テレビCMに対する視聴者反応の分析－自由回答文のテキストマイニング.文教大学女子短期大学部紀要, 48, p.1-6
- 浅川雅美・馬場優子・大澤清二（1994）離島における伝統食の変容.日本家政学会誌, 45(11),

¹⁹ 受容内容分析においては、浅川・岡野(2005), 岡野・浅川(2005)が視聴者の広告認知について解析するのに用いたテキスト・マイニングを実施する予定である。

- p.1045-1053.
- 浅川雅美・大澤清二（1997）離島における生活情報受容と食品の購買行動. 日本家政学会誌, 48 (4), p.343-351.
- 浅川雅美・大澤清二（1998）離島における衣服の購買行動の特性. 日本家政学会誌, 49 (6), p.719-725.
- 岡野雅雄・浅川雅美（2005）テレビCMの視聴反応についてのテキスト・マイニング：制約なしと制約付きの自由記述の分析. 生活科学, 27, p. 35-41.
- 池間栄三（1957）与那国の歴史. 琉球新報社.
- 伊藤大介（2007）道央のイメージ道央圏の観光地イメージに関する研究～テキスト・マイニング手法を用いた観光地イメージ分析試論. 北海道民族学, 3, p.10-21.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J.R.B. (1991) The meaning and measurement of destination image. *Journal of Tourism Studies*, 2 (2), p.2-12.
- Echtner, C. M. & Ritchie, J.R.B. (1993) The measurement of destination image: An empirical assessment. *Journal of Travel Research*, 32(1), p.3-13.
- Hudman, L.E. & Hawkins, D.E. (1989) *Tourism in Contemporary Society: An Introductory Text*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Lavery, P. & Van Doren, C. (1990) *Travel and Tourism*. Huntingdon, Cambridgeshire: Elm Publications.
- Lew, A. A. (1987) A framework of tourist attraction research. *Annals of Tourism Research*, 14, 533-575.
- 三木佳光・山口一美・宮原辰夫（2007）観光資源振興による地域活性化. 文教大学国際学部紀要, 18 (1), p.139-158.
- 佐々木土師二（1983a）広告表現分析における生活文化的視点へのアプローチ. 日本広告学会関西部会発表資料. (電通関西支社, 1983. 6. 3)
- 佐々木土師二（1983b）広告表現にみる生活文化への働きかけ：食品・飲料の新聞広告の分析. *広告科学*, 9, p.170-189.
- 佐々木土師二（2000）観光者行動の心理学. 関西大学出版部.
- 佐々木（2002）海外旅行に関する大学生のモチベーションの実証分析. 関西大学社会学部研究紀要, 34 (1) p.219-243.
- 佐々木土師二（2007）観光旅行の心理学. 北大路書房.
- 八代薫・小口孝司（2003）観光地選好に及ぼす個人的原風景と心理学的個人差. *観光研究*, 15 (1), p.27-33.
- 日本離島センター編（1995）離島統計年報1994』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（1996）『離島統計年報1995』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（1997）『離島統計年報1996』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（1998）『離島統計年報1997』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（1999）『離島統計年報1998』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2000）『離島統計年報1999』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2001）『離島統計年報2000』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2002）『離島統計年報2001』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2003）『離島統計年報2002』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2004）『離島統計年報2003』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2005）『離島統計年報2004』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2006）『離島統計年報2005』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編（2007）『離島統計年報2006』. 日本離島センター.
- 日本離島センター編集（2004）日本の島ガイド・SHIMADAS 日本離島センター