

# マイクロブログにおける郷土料理・ご当地グルメのおいしさ情報に関する分析

谷村 里穂<sup>†</sup>灘本 明代<sup>††</sup>荒牧 英治<sup>†††</sup>宮部 真衣<sup>†</sup><sup>†</sup>和歌山大学システム工学部<sup>††</sup>甲南大学知能情報学部<sup>†††</sup>奈良先端科学技術大学院大学研究推進機構

## 1 はじめに

近年、食をテーマにした観光開発が行われており [1], その土地の素材や伝統を重視した「郷土料理」とは別に、手頃な価格で地域の人に親しまれている、もしくは地域復興活動を目的とした「ご当地グルメ」[2] も多く開発されている。また、観光時にはその土地のものを食べたいという旅行者が多い<sup>\*1</sup>。そのため今後の観光開発において、郷土料理・ご当地グルメに関する旅行者目線の情報が有用になると考えられる。小杉ら [3] は、Twitter と Yahoo 知恵袋を用いて、ご当地グルメ提供店舗の抽出、及び観光スポットの注目度の算出を行い、取得した情報をもとに、観光経路をユーザに提示するシステムを提案している。本研究では、郷土料理などのおいしさに関する情報提供について検討を行う。

近年、Twitter などのマイクロブログの普及により、個人が様々な情報を発信している。旅行者も気軽に観光時の食事の感想を投稿できるようになり、郷土料理などに関する旅行者目線の情報収集において、マイクロブログを活用できる可能性がある。

また、「もちもち」や「サクサク」等、食品のおいしさを表す表現として、シズルワードがある [4]。シズルワードは飲食に関する口コミなどで用いられることも多く、シズルワードに注目することで、おいしさの情報を得ることができる可能性がある。

そこで本研究では、観光時の食事情報提供支援において、マイクロブログが利用できるかどうかを調査する。マイクロブログの一つである Twitter を対象とし、発信される郷土料理・ご当地グルメに関する情報と、シズルワードとの関係について分析する。

## 2 分析概要

本研究では、郷土料理・ご当地グルメについて述べられている Twitter 上のツイートを分析し、郷土料理な

どのおいしさに関する情報がマイクロブログから得られるかを明らかにする。本章では、分析対象および分析内容を述べる。

### 2.1 分析対象データ

まず、分析対象とする郷土料理名・ご当地グルメ名のリストを作成した。郷土料理・ご当地グルメに関する 4 つの web サイト<sup>\*2\*</sup><sup>\*3</sup><sup>\*4</sup><sup>\*5</sup> から料理名と料理の名産地を抽出し、その中から、一般的に名産地以外の場所でも食べることができる料理と、料理名以外でも使われる名称の料理（「だし」「すこ」「みみ」など）を除いた。得られた郷土料理名 408 件、ご当地グルメ名 302 件のデータのどちらにも含まれる料理が 72 件あり、それらを除いた郷土料理名 336 件、ご当地グルメ名 230 件について分析を行うこととした<sup>\*6</sup>。

次に、これらの料理名を含むツイートを、位置情報付きのツイートデータ<sup>\*7</sup> から抽出し、分析対象とした。なお、同じ内容のツイートは、飲食店などによる広告とみなし削除した。郷土料理・ご当地グルメを含むツイートを本研究では「料理ツイート」と呼ぶ。

次に、料理ツイートからシズルワードを含むツイートを抽出した。抽出に使用したシズルワードは、大橋らの定義する「おいしさを感じる言葉」[4] を参考に選定した 90 語である。使用したシズルワード 90 語を表 1 に示す。シズルワードを含む料理ツイートを本研究では「シズルツイート」と呼ぶ。

### 2.2 分析内容

郷土料理などに関するおいしさ情報が Twitter から得られるかどうかを明らかにするために、郷土料理・ご当地グルメとシズルワードが共起する割合（以下、シズルワード共起率）を調べる。シズルワード共起率は（シズルツイート / 料理ツイート）× 100 で求め、郷土料理・ご当地グルメの全体、および料理毎に調査する。

Analysis of Information on "Palatability" of Local dishes and Gourmet Cuisine in a Particular Locality on Microblogs  
Riho TANIMURA<sup>†</sup> Akiyo NADAMOTO<sup>††</sup> Eiji ARAMAK<sup>†††</sup>  
Mai MIYABE<sup>†</sup>

<sup>†</sup>Faculty of Systems Engineering, Wakayama University

<sup>††</sup>Faculty of Intelligence information, Konan University

<sup>†††</sup>Institute for Research Initiatives, Nara Institute of Science and Technology

<sup>\*1</sup>インターワイヤード株式会社 旅行に関するアンケート (2012) :<http://www.dims.ne.jp/timelyresearch/2013/130205/>

<sup>\*2</sup>Wikipedia 日本の郷土料理一覧:<http://ja.wikipedia.org/wiki/日本の郷土料理一覧>

<sup>\*3</sup>日本の郷土料理:[http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/kodomo\\_navi/cuisine/](http://www.maff.go.jp/j/syokuiku/kodomo_navi/cuisine/)

<sup>\*4</sup>るぶ.com:<http://www.rurubu.com/season/special/gourmet/>

<sup>\*5</sup>マイトリップ:<http://travel.rakuten.co.jp/mytrip/gourmet/tabimeshi/>

<sup>\*6</sup>今回は「郷土料理」「ご当地グルメ」として挙げられる料理による違いの有無を確認するため、両方に含まれる料理 72 件を分析対象から除外した。

<sup>\*7</sup>2011 年 7 月 15 日から約 1 年間収集された、24,817,908 件のデータである。

表 1: 抽出に使用したシズルワード 90 語

うまみ	コクがある	香ばしい	風味豊か	クセになる
濃厚	味わい深い	深みのある	まろやか	スパイシー
クリーミー	こんがり	後味がいい	あっさり	後味すっきり
スイート	さっぱり	マイルド	脂の乗った	リッチ
デリシャス	さわやか	後を引く	甘い	すっきり
もちもち	もっちり	とろける	さくさく	ほくほく
しゃきしゃき	コシのある	口溶け	サクッと	ふっくら
ふんわり	カリッと	なめらか	とろとろ	じゅわー
ぷりぷり	ふわっと	ぱりっと	さっくり	ほかほか
しゃきっと	しっとり	舌触り	かりかり	からっと
季節限定	揚げたて	新鮮	炊きたて	出来たて
旬	産地直送	絶品	天然	厳選素材
こだわ	産地限定	完熟	贅沢	無添加
本格的	体にやさしい	本場	プレミアム	食べごろ
熟成	自家製	ヘルシー	自然	無農薬
やみつき	飽きのこない	ピリ辛	芳醇	ジュシー
とろーり	ふわふわ	あつあつ	とろっと	焼きたて
採れたて	秘伝	手作り	昔ながらの味	フレッシュ

表 2: 郷土料理のシズルワード共起率

	料理	シズルワード共起率	共起したシズルワード
シズルワード共起率上位 5 件	信州味噌	11.7 %	絶品・まろやか
	鶏刺し	9.3 %	新鮮
	納豆汁	8.3 %	ヘルシー
	豆腐よう	8.1 %	秘伝・濃厚
	仙台味噌	7.3 %	濃厚・本場
シズルワード共起率下位 5 件	深川めし	0 %	-
	黒はんぺん	0 %	-
	どて焼き	0 %	-
	パパヘラ	1.2 %	あっさり
	ゴーヤーチャンプルー	1.5 %	新鮮

なお、ツイート数が極端に少ないもの（料理ツイート数が 15 件未満）については対象外とした。

### 3 分析結果と考察

料理ツイート数は郷土料理が 10,054 件、ご当地グルメが 13,565 件であり、全体では 23,619 件となった。シズルワード数は郷土料理が 378 件、ご当地グルメが 547 件であり、全体では 925 件であった。

郷土料理とシズルワードの共起率を調査した結果、平均 3.8 %（標準偏差 3.7 %）、最大 11.7 %、最小 0 %であった。ご当地グルメとシズルワードの共起率は、平均 4.1 %（標準偏差 2.2 %）、最大 23.5 %、最小 0 %であった。

また、料理毎にシズルワード共起率を調査した結果、シズルワード共起率の上位・下位 5 件の郷土料理・ご当地グルメをそれぞれ表 2、表 3 に示す。表 2、3 より、シズルワード共起率上位の料理には、下位の料理に比べて、シズルワードが連想しやすい料理（味噌—濃厚、ラーメン—あっさり）が並んだ。シズルワードの内容を確認した結果、「意外と」「見た目より」「思っていたより」という表現のあとにシズルワードが続くものが見られ、見た目と味の差や、以前食べたものと比較する時に、シズルワードが使われていた。

また、シズルワードは 3 つの領域（食感系・味覚系・情報系）に分類されるため、領域ごとの共起率を確認した。その結果、郷土料理は食感系が 10.7 %、味覚系が 27.9 %、情報系が 61.4 % となり、ご当地グルメは食感系が 7.6 %、味覚系が 46.5 %、情報系が 45.9 % となった。郷土料理・ご当地グルメのいずれも情報系シズルワードとの共起率が高く、特に郷土料理はご当地グルメより共起しやすい傾向が見られた。情報系に含まれる「本場」「旬」「新鮮」といった表現は、現地で食べたことが示唆される表現であり、情報系のシズルワードに着目することで、Twitter からその土地ならではの飲食情報を取得できる可能性がある。ただし、一

表 3: ご当地グルメのシズルワード共起率

	料理	シズルワード共起率	共起したシズルワード
シズルワード共起率上位 5 件	フィッシュカツ	23.5 %	本場・ふんわり
	高山ラーメン	20.6 %	さっぱり
	米沢ラーメン	16.0 %	さっぱり・まろやか
	黒石つゆやきそば	13.3 %	旬
	だだ茶豆	13.2 %	秘伝・自家製
シズルワード共起率下位 5 件	牛タン丼	0 %	-
	栗おこわ	0 %	-
	静岡おでん	0.6 %	甘い
	鶏ちゃん	0.7 %	旬
	宇都宮餃子	1.2 %	本場

般的な料理における共起率との比較を今後行う必要がある。

### 4 おわりに

本研究では、シズルワードに着目し、Twitter 上で発信される郷土料理・ご当地グルメに関する情報と、シズルワードとの関係について分析を行った。シズルワード共起率の平均は、郷土料理 3.8 %、ご当地グルメ 4.1 % となり、郷土料理・ご当地グルメのおいしさの表現において、今回用いた 90 語のシズルワードはあまり用いられていないことが分かった。シズルワードの領域別（食感系・味覚系・情報系）で比較すると、郷土料理・ご当地グルメと共起するものは、現地で食べたことが示唆される情報系シズルワードが多い傾向があった。Twitter からその土地ならではの飲食情報を取得する際、情報系のシズルワードを活用できる可能性がある。

今後は一般的な料理との比較を行い、特徴分析を進める必要がある。

### 参考文献

- [1] 上田道明:「食の町おこし」が示唆する地域活性化のヒント, 佛教大学社会学部論集 第 56 号, pp.75-91 (2013).
- [2] 村上喜都: B 級ご当地グルメ市場の特性に関する一考察, 大阪観光大学紀要 第 11 号, pp.85-92 (2011).
- [3] 小杉将史, 内田理: ご当地グルメを提供する店舗を考慮した観光経路推薦, 情報科学技術フォーラム講演論文集, Vol.13, No.2, pp.177-178 (2014).
- [4] 大橋正房. シズル研究会:「おいしい」感覚と言葉 食感の世代, 株式会社 B・M・FT 出版部 (2010).