

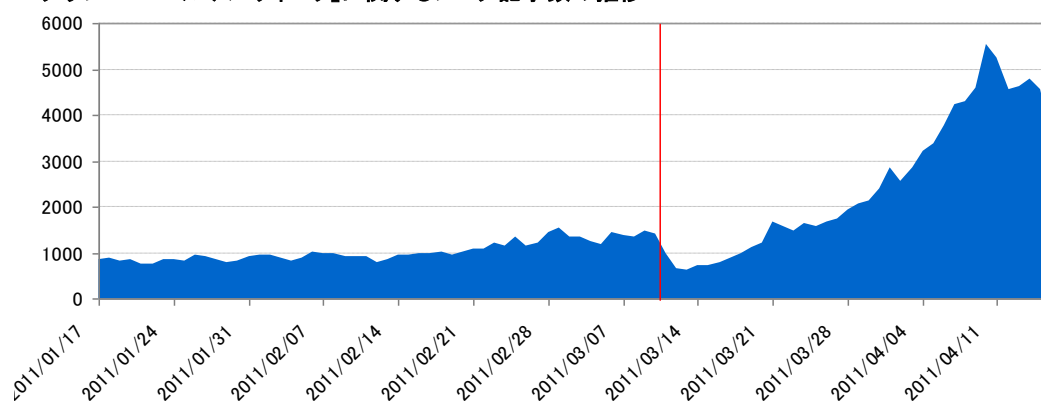
別紙:

【調査結果】

1. 「ゴールデンウィーク」中の活動を示すキーワードの全体トレンド

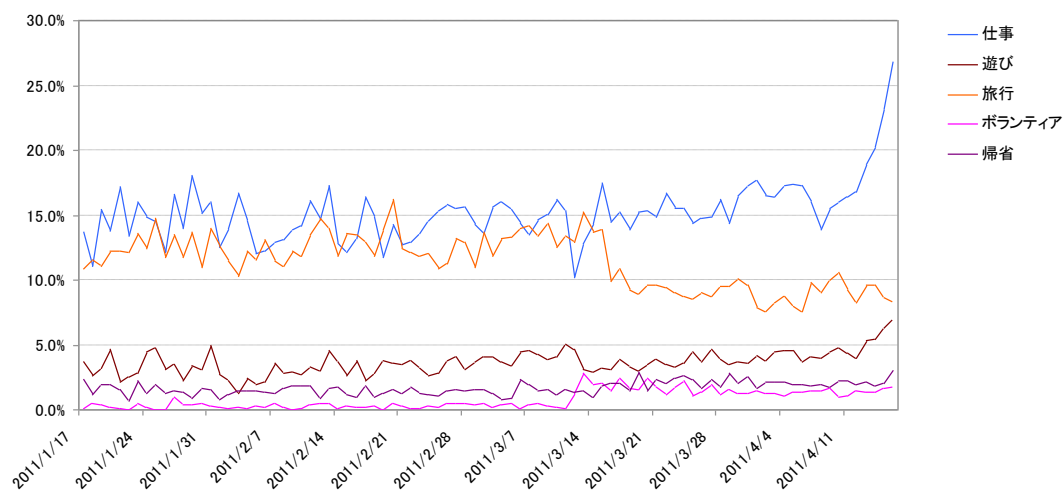
「ゴールデンウィーク(または「GW」)」に関して語っているブログの数は、東日本大震災の後いったん低下するものの、大型連休が近づくに従って上昇している(グラフ1)。

グラフ1.「ゴールデンウィーク」に関するブログ記事数の推移



大型連休期間中の活動を示すキーワードとして「仕事」「遊び」「旅行」「帰省」「ボランティア」をピックアップし、ブログ記事への登場割合を調べると、震災以降「旅行」は低迷、「ボランティア」は増、また「仕事」が4月中旬になって急増となっている。(グラフ2)

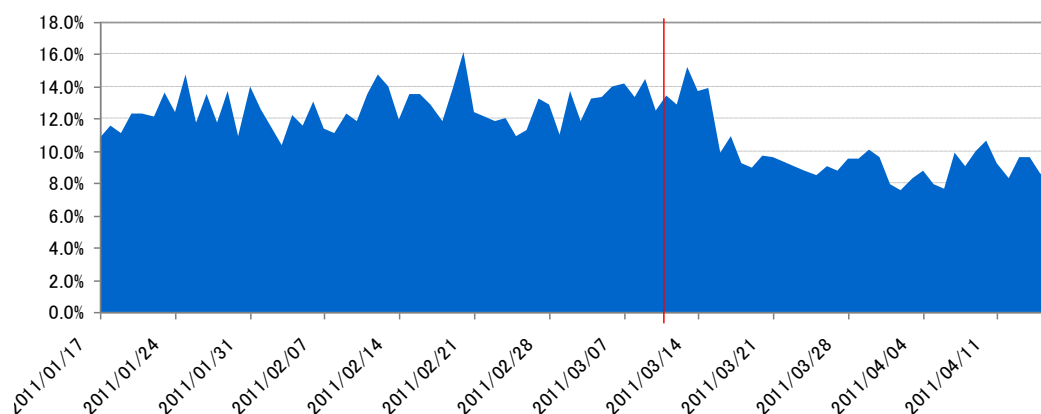
グラフ2.「ゴールデンウィーク」ブログ記事に占める「仕事」「遊び」「旅行」「帰省」「ボランティア」の登場割合推移



2. 国内旅行でも海外旅行でも近場が人気か？

「ゴールデンウィーク」と「旅行」を合わせて語っているブログの割合は、大震災以降低迷したまま回復していない(グラフ3)。大震災以降の不安感や自粛ムードの影響で旅行自体を取りやめる動きや、少なくともソーシャルメディア上で話題にしにくい雰囲気があるものと考えられる。

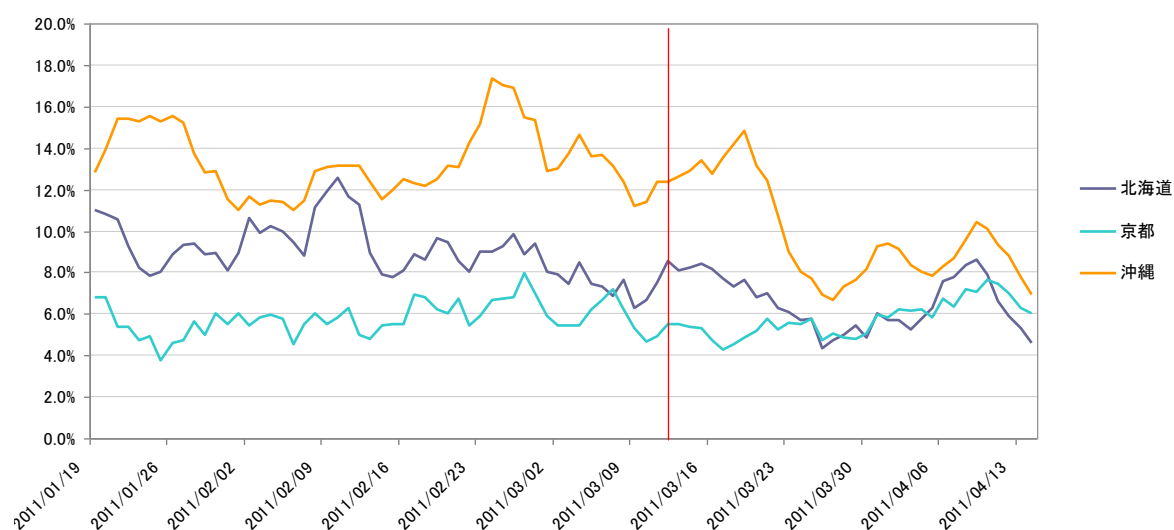
グラフ3.「ゴールデンウィーク」のブログ記事に占める「旅行」の登場割合の推移



「旅行」に関連して、観光地の地名について語っているブログの割合を見ると、震災以前は人気の高かった「沖縄」「北海道」などの言及度合いが震災後低迷している一方、「京都」には目立った下降傾向は見られない。(グラフ4)

ブログ記事上の観光地名が、必ずしも旅行の目的地を示しているわけではないが、「あまり遠くに行かないほうがいいのではないか」もしくは「遠くに行くことを言わない(書かない)方がよいのではないか」という心理が働いている可能性が考えられる。

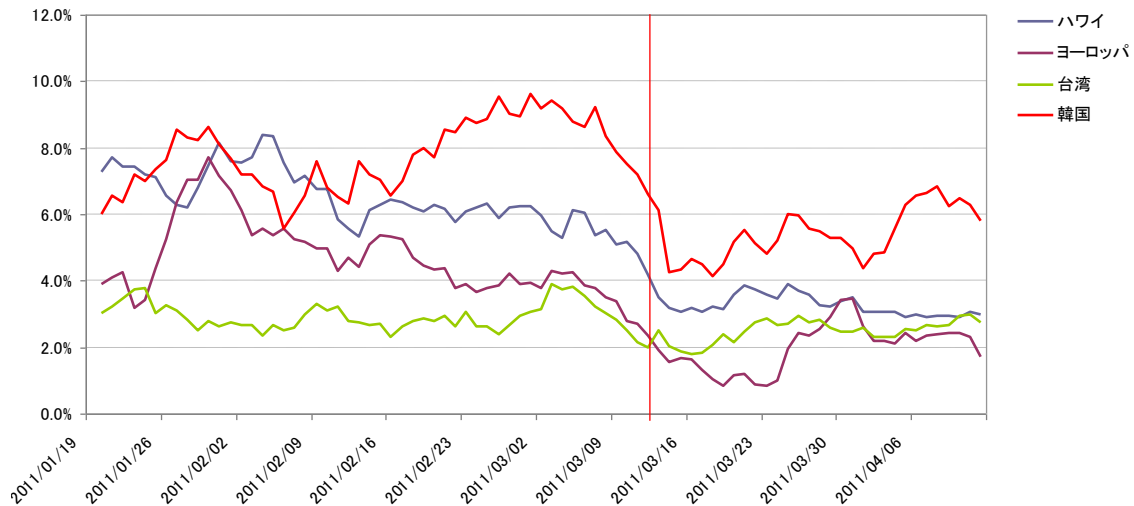
グラフ4.「ゴールデンウィーク」「旅行」のブログ記事に占める国内観光地名の登場割合の推移(7日移動平均線)



「沖縄」「北海道」は下降気味だが、「京都」は影響が少ない。

海外の観光地名で同様に調べると、「ハワイ」「ヨーロッパ」の震災後の低迷が続いている一方、「韓国」は多少回復傾向にあり、「台湾」についてはほぼ震災前の水準に近づいている。
(グラフ 5)

グラフ 5.「ゴールデンウィーク」「旅行」のブログ記事に占める海外観光地名の登場割合の推移(7 日移動平均線)



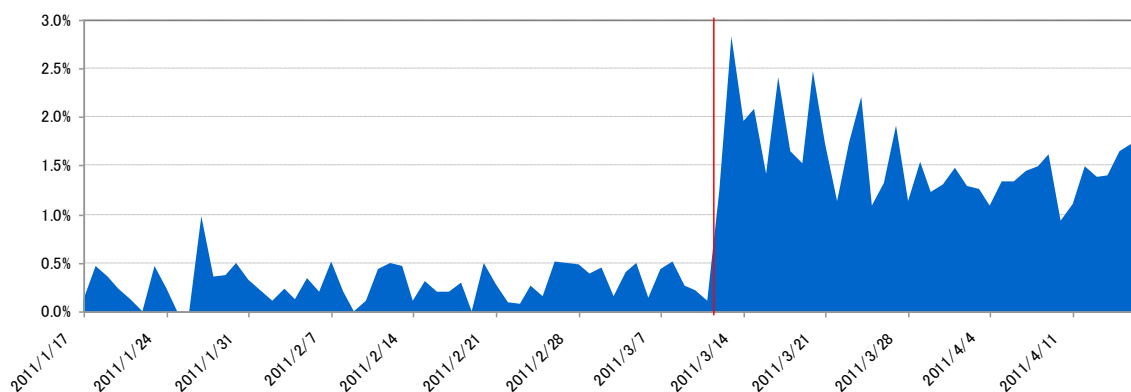
「ハワイ」「ヨーロッパ」は下降気味だが、「台湾」は影響が少ない。「韓国」は回復基調か。

3. 「ゴールデンウィークにボランティアを」と考える社会人層

ゴールデンウィークと「ボランティア」に関して語っているブログ記事の割合は、震災後急激に上昇し、その割合は引き続き水準を保っている。(グラフ 6)

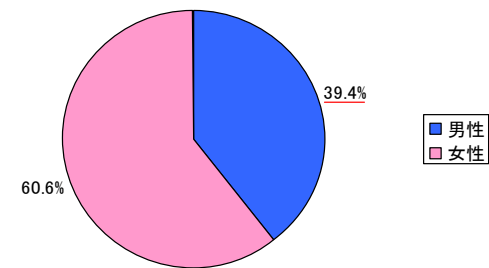
それらのブログを書いている人(ブロガー)のプロフィールをみると、「ゴールデンウィーク」全体に比べ男性比率が高く(約 50%)、かつ 30~40 代の比率が高く(約 48%)になっており、まとまった休みの取れるゴールデンウィーク時期にボランティア活動を行おうとしている(もしくは推奨している)社会人層がこの発言トレンドを作っていると考えられる。(グラフ 7)

グラフ 6.「ゴールデンウィーク」のブログ記事に占める「ボランティア」の登場割合の推移



グラフ7.「ゴールデンウィーク」全体の属性分布と「ボランティア」言及層の属性分布

「ゴールデンウィーク」全体の属性分布



「ボランティア」言及層の属性分布

