

2011-I021

2011年4月22日

## ネット上でのゴールデンウィーク期間中の活動に関するトレンド調査 ～ 旅行は近場人気、キーワードは「ボランティア」～

NTTコミュニケーションズ(略称:NTT Com)は、ソーシャルメディア分析ツール「BuzzFinder」\*1により、ゴールデンウィーク期間中の活動に関してネット上で語られている状況を調査しました。

### 【調査概要】

調査期間:2011年1月17日～4月16日(3ヶ月間)

調査対象:国内の主要ブログ(1日あたり約200万記事)\*2

調査方法:「ゴールデンウィーク(GW)」について言及されているブログに関して、休暇中の活動に関連したキーワード(「仕事」「遊び」「旅行」「帰省」「ボランティア」との重なり度合いなどを、ソーシャルメディア分析ツール「BuzzFinder」で調査

### 【サマリー】

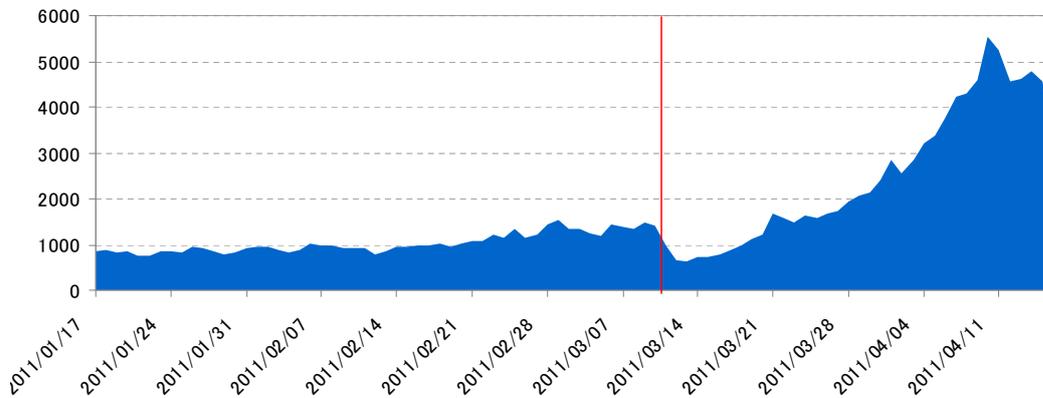
- ・ 「ゴールデンウィーク」期間中の活動に関連したキーワードでは、2011年3月の東日本大震災以降「旅行」が低迷する一方で、「ボランティア」に関連して語っているブログが震災以降増加している。
- ・ 「ゴールデンウィーク」と「旅行」に関連して語られる地名としては、国内では「沖縄」、海外では「ハワイ」「ヨーロッパ」などが震災以降低迷する傾向がある一方、「京都」「韓国」「台湾」は比較的影響が少なく、国内・海外でも近場の地名が頻繁に語られている。
- ・ 「ゴールデンウィーク」と「ボランティア」に関して語っているのは30～40代の男性が多く、まとまった休みが取れる時期に被災地復興に寄与しようとする社会人の意向が反映されていると考えられる。

### 【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

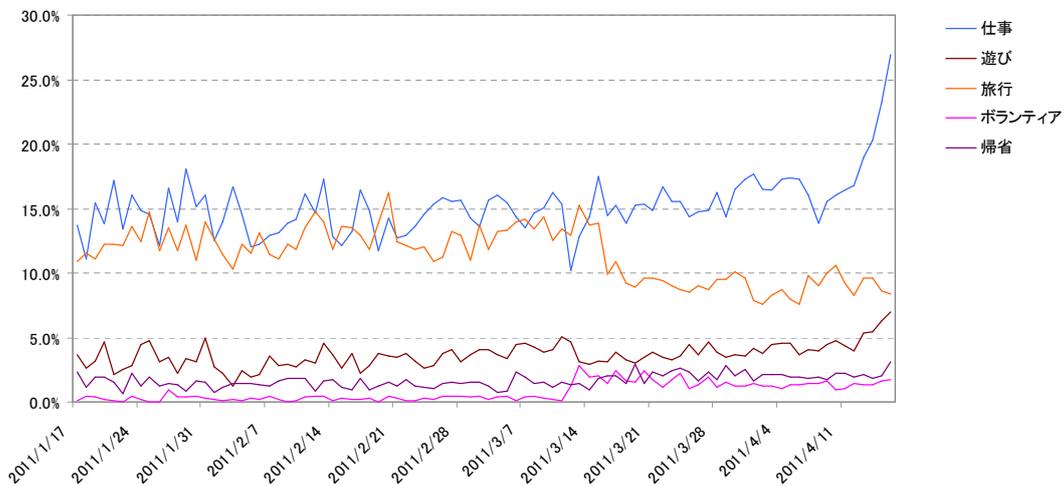
「ゴールデンウィーク(または「GW」)」に関して語っているブログの数は、東日本大震災の後いったん低下するものの、大型連休が近づくに従って上昇している(グラフ1)。

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)

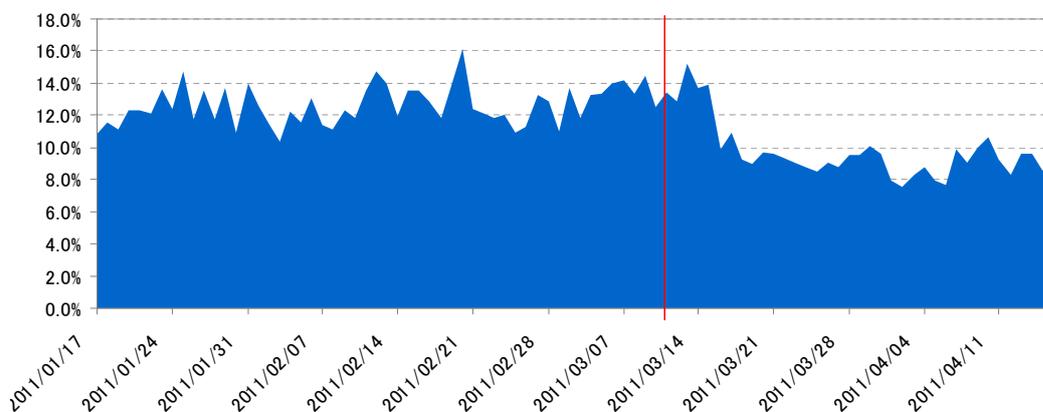
グラフ 2.「ゴールデンウィーク」のブログ記事に占める「仕事」「遊び」「旅行」「帰省」「ボランティア」の登場割合の推移



## 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。

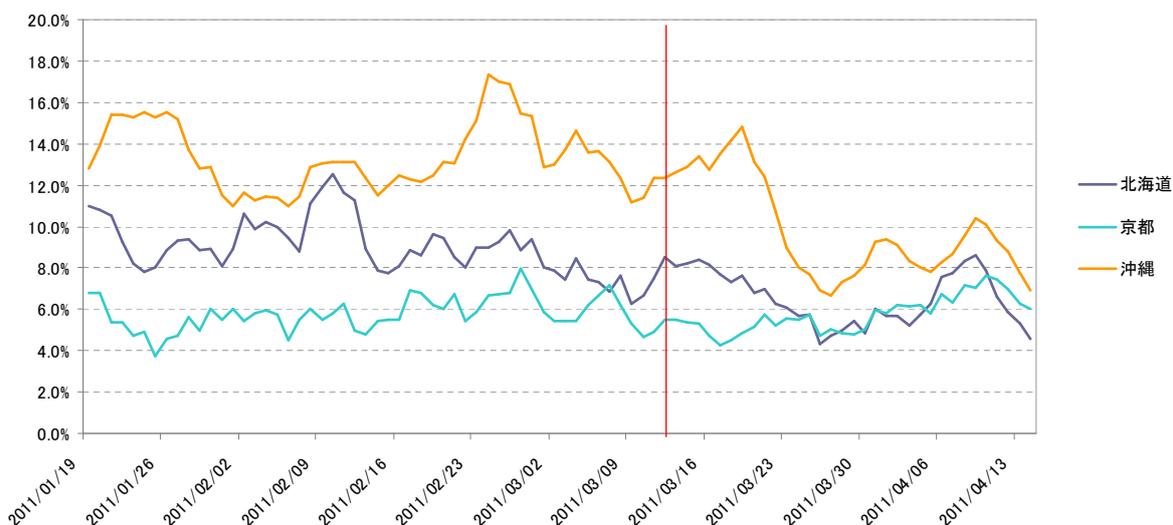
グラフ3.「ゴールデンウィーク」のブログ記事に占める「旅行」の登場割合の推移



「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)

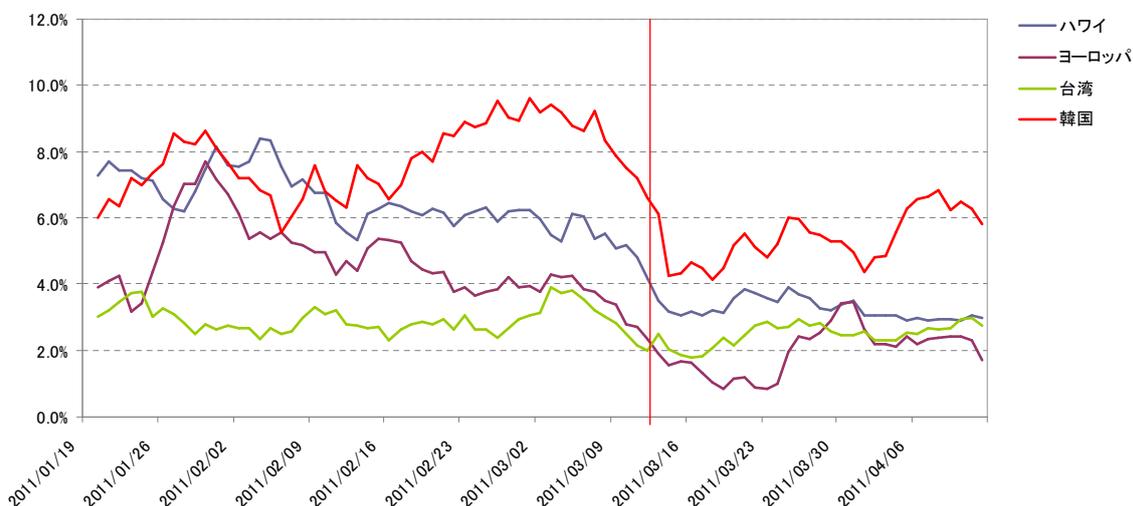


「沖縄」「北海道」は下降気味だが、「京都」は影響が少ない。

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)

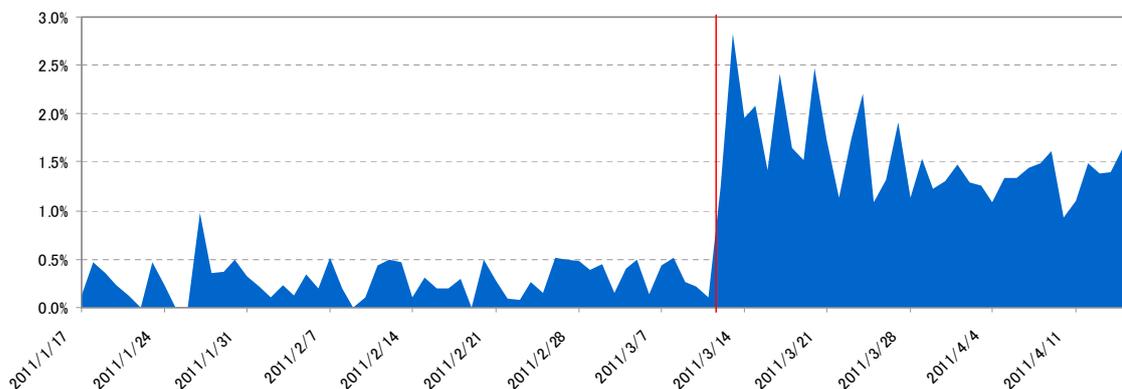


### 3. 「ゴールデンウィークにボランティアを」と考える社会人層

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)

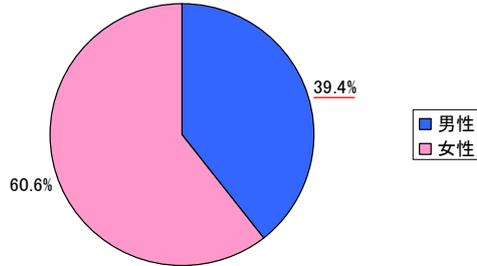
それらのブログを書いている人(ブロガー)のプロフィールをみると、「ゴールデンウィーク」全体に比べ男性比率が高く(約 50%)、かつ 30~40 代の比率が高く(約 48%)になっており、またまった休みの取れるゴールデンウィーク時期にボランティア活動を行おうとしている(もしくは推奨している)社会人層がこの発言トレンドを作っていると考えられる。(グラフ 7)

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

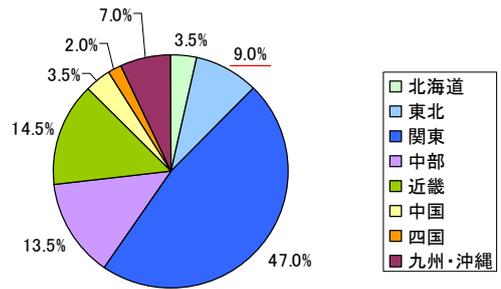
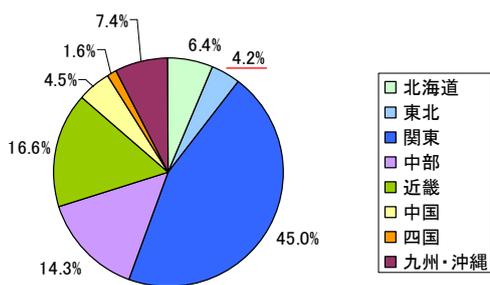
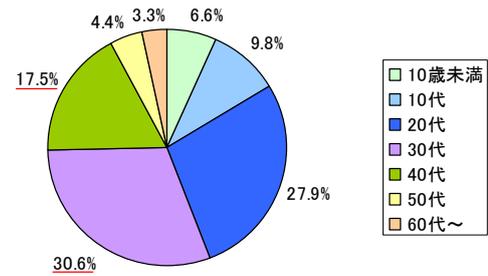
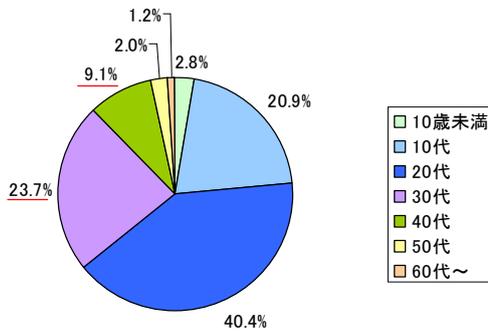
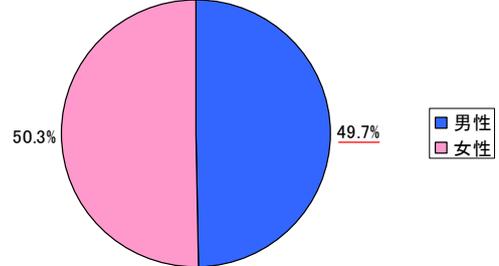


## グラフ7.「ゴールデンウィーク」全体の属性分布と「ボランティア」言及層の属性分布

「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



## 【今後の予定について】

NTT Com では、今後も定期的にソーシャルメディア上の発言から、世の中のトレンドを分析・発見するトレンドリサーチを実施する予定です。

## 【調査担当】

NTTコミュニケーションズ 経営企画部 マーケティングソリューション室  
シニアコンサルタント 森 祐二

---

### \*1: BuzzFinder

NTT Com が開発中の、ブログや Twitter を対象としたソーシャルメディア分析ツール。指定したキーワードに関して、ブログや Twitter で「どんな属性の人が」「どのように」語っているかを分析可能。

企業名やブランドに対するソーシャルメディアでの評判の動向を知りたい経営者や広報担当者、プロモーションの成果をネットのクチコミから把握したいマーケターなどによる活用を目指し、現在開発を進めています。

(※「BuzzFinder」は仮称)

### \*2: BuzzFinder の収集記事数

ブログに関しては 1 日あたり約 200 万記事を収集し、分析対象としています。

---