

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

カレイラ松崎順子

要旨

本研究ではロンドンの和食店の TripAdvisor 上の英語のレビュー 6,177 件のデータベースを作成し、テキストマイニングソフトにより海外資本の和食店と日本資本の和食店がどのように評価されているのかを調べた。その結果、ロンドンではかなりアレンジされたヘルシーであるおしゃれな海外発の和食店と日本の安い定食屋のような和食店が共存しており、どちらも日本料理として認識されているが、かなり異なるものを提供しており、また、それらに通う人たちもそれぞれ異なることを求めて食べに来ていることが明らかになった。

1. はじめに

2003年に外国人旅行者の訪日促進を目的とした官民一体の事業であるビジット・ジャパン・キャンペーン（VJC）が開始され、その結果外国人旅行者の数は2008年には約835万人、その後東日本大震災の影響で一時的な減少は見られたが、2013年には約1,036万人に達し、初めて念願であった1,000万人を越し、2016年には2,000万人を突破した。また、2013年12月4日、「和食：日本人の伝統的な食文化」がユネスコ無形文化遺産に登録され、さらに、政府は2015年6月17日に日本文化や食を広く海外に発信するため「クールジャパン戦略」を決定し、食、デザイン、地方・観光、コンテンツの4分野で民間主導の計画を政府が支援することを決めた。特に、食の分野では、海外の主要都市で和食が楽しめる市場を整備し、現地で食材の入手や食事ができる環境をつくり、さらに、和食の正しいブランドイメージを世界に広げていくために東京に「食の大学院」を創設する計画を立てている。このように和食を海外に発信していくため、2020年度の東京オリンピックに向けて様々な試みが始まっている。

一方、日本企業の「吉野家」「丸亀製麺」などの海外店舗が多く見られるアメリカ・アジアと比べて、ヨーロッパではおかしな和食、たとえば、マンゴ寿司やイチゴクリーム寿司など、本来の和食とはかけ離れた和食のイメージが浸透している。これは日本人がほとんどかわっていない現地創業の和食店が多く普及しているためである。特に、「YO! Sushi」「Itsu」「Wagamama」「Wasabi」などイギリスには現地創業の大型和食チェーン店が乱立し

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

ており、それらはヨーロッパの各国に進出し、マンガ寿司などの独特な「和食」を広めている。このようにイギリスを中心としたヨーロッパでは本来の和食とはかけ離れた独特の和食が日本人以外の手でどんどん広がっている。このような現状は日本において「タラコスパゲッティ」など日本独特のイタリア料理が作られたように、現地の食材と融合して独創的な和食が作られる可能性もあるが、度がすぎると和食のイメージダウンにもつながるであろう。よって、本研究ではヨーロッパでの和食店の実態を把握するため、多くの和食店があるイギリスのロンドンにおいて TripAdvisor 上の英語で書かれたレビューの分析を行うことにした。

2. 和食に関する先行研究

近年和食が海外で注目されはじめ、ここ数年海外において急激に広がっていったが、外国人または海外での和食に関する研究は数えるほどしか行われていない。たとえば、和食のインバウンドに関する研究としてはカレイラ（2016）があげられる。カレイラは TripAdvisor 上の日本の主な観光地の和食に対する英語のレビューから、英語を母語とする外国人観光客のニーズ、および日本の主な観光地の自治体や和食店の外国人観光客に対する対応の現状に関する調査を行い、円滑に外国人観光客とコミュニケーションを行うためには、英語でメニューを表記するだけでなく、料理の写真を掲載したメニューを作成し、さらに、接客に特化した英文を配布したり、接客に必要な英語表現を学ぶための研修を行ったりする必要があるということをも提案している。その他、訪日外国人に関する調査は観光庁や総務省が定期的に行っており、平成 27 年 7-9 月期訪日外国人消費動向調査結果（国土交通省観光庁、2015）によると、訪日前に期待していたこと、日本滞在中にしたこと、さらに、次回日本を訪れた時にしたいことのいずれにおいても「日本食を食べること」が最も選択率が高く、訪日外国人にとって最も関心の高いことは「日本食を食べる」ことであると報告している。

一方、海外における和食に関する研究は、農林水産省による報告書や雑誌の記事などが多い。たとえば、農林水産省（2014）は和食・食文化の海外普及についての報告書を発表しており、さらに、日本食レストラン海外普及推進機構（JRO）が和食レストランの海外普及に関する情報をホームページ上で定期的に発信している。また、「ダイヤモンド」「日経ビジネス」などの雑誌が海外の和食レストランや日本国内の和食店のインバウンドに関する記事を掲載しているが、研究者による海外の和食店に関する研究は今まで行われていない。

3. 本研究の目的

TripAdvisor 上のイギリスの和食店の英語のレビューをイギリスなど海外資本の会社がは

じめたと思われる日本料理，または日本人が直接関わっていないと思われる和食店（以下海外資本の和食店）と日本人がオーナーであると思われる和食店，または，日本人が直接関わっていると思われる和食店（以下日本資本の和食店）の2つにわけ，これらがロンドンにおいてそれぞれどのように評価されているのかを明らかにしていくことが本研究の目的である。

4. 本研究の方法

4.1. TripAdvisor 上のイギリスにおける和食店のレビューのデータベースの作成

最初にイギリスの TripAdvisor 上の英語で記述されている和食店のレビューのみを，場所はロンドンに絞って抽出した。なお，TripAdvisor ではレビューアーが和食店を5段階（星の数）で評価しており，すなわち，星の数が少ないほど評価が低く（星の数1が最低値），星の数が多ほど高く評価していることになる（星の数5が最高値）。よって，本研究では各星数が最低でも10件以上のレビューが記載されている和食店のホームページで店や店主の紹介，会社の概要などを確認しながら，海外資本の和食店と日本資本の和食店をそれぞれ20軒（合計40軒）選び，各星数からそれぞれ10件から50件ずつのレビューを収集した。50件以上のレビューが記載されている場合は最新のレビューから50件のレビューを，50件以下の場合は記載されているすべてのレビューを入力し，合計6,177件のデータベースを作成した。

4.2. 分析方法

入力した和食店に対する英語のレビューをテキストマイニングソフト（Text Mining Studio）により，分析する品詞を名詞と形容詞にのみに絞り，単語の出現回数を検討する単語頻度解析を行った。さらに，単語頻度解析のみでは出現頻度が多くなく上位に現れていない重要な単語を見落とす可能性もあるため，データ量のバランスを加味して属性ごとの特徴的な語彙を抽出する特徴語分析も行った。さらに，係り受けの出現回数を検討する係り受け頻度解析と係り受けの特徴表現の抽出も行った。なお，レビューを抽出した和食店の実際の雰囲気や提供されている料理，メニューをインターネット上で検索し，考察ではそれらと合わせて議論していく。

5. 結果

5.1. 名詞の分析

図1は全体の名詞の語彙頻度表である。sushiが上位に来ており，日本料理の中で寿司が多く提供されていることがわかる。

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

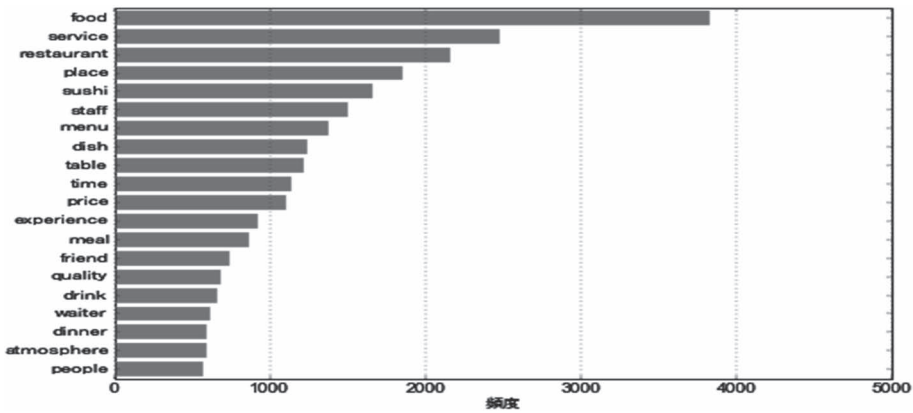


図1 全体の名詞の単語頻度解析結果

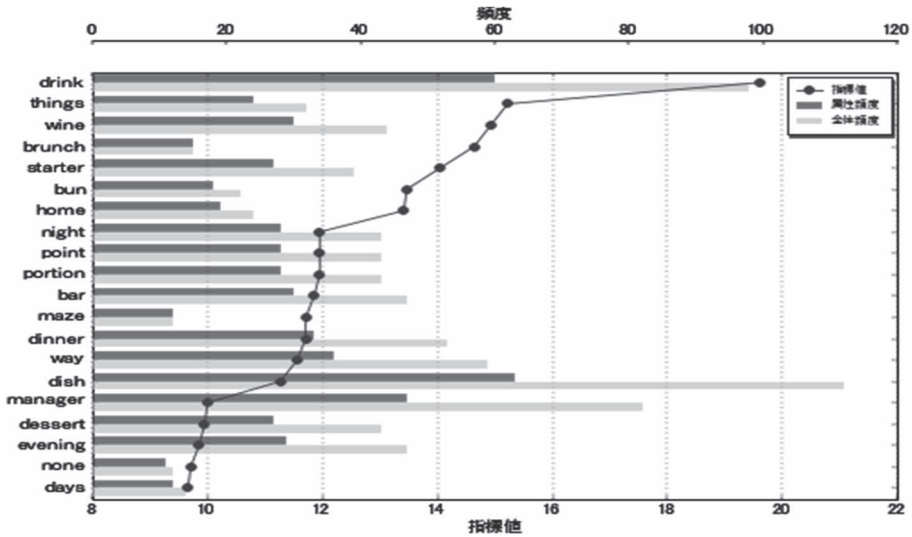


図2 海外資本の和食店の名詞の特徴語

図2は海外資本の和食店の名詞の特徴語である。図2から海外資本の和食店は bun などのパンが特徴語として抽出されており、tempura や sushi など典型的な日本料理の名前は特徴語として抽出されていない。すなわち、これらの特徴語だけをみると、和食店であるということがわからない。さらに、dessert が特徴語として抽出されていることから、デザートに関して多く話題になっていることがわかる。

図3は日本資本の和食店の名詞の特徴語である。日本資本の和食店では、ramen, bento, miso, tempura などの和食の名前が抽出されている。さらに、waitress, lady など店内で働く女性に関する語彙が多いということも特徴としてあげられるであろう。また、queue など

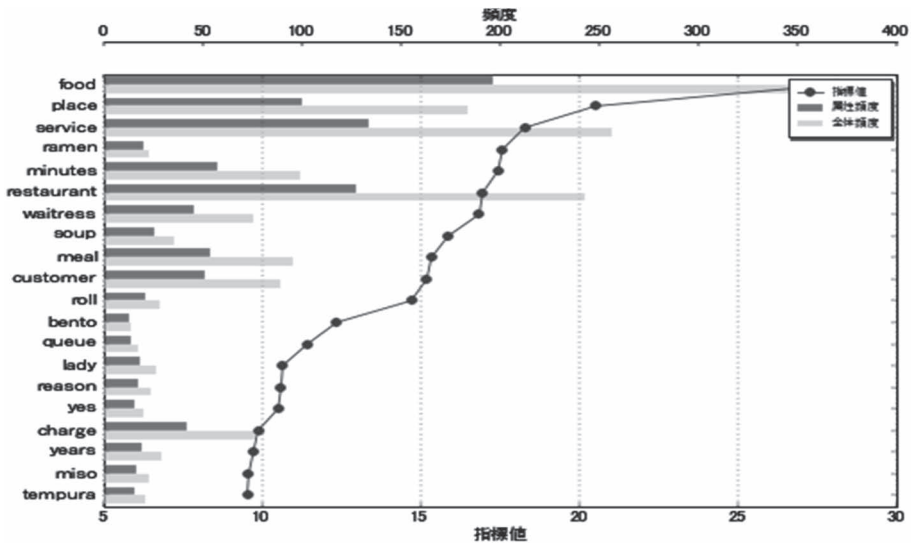


図3 日本資本の和食店の名詞の特徴語

の語彙から並んで待たなければならないことがわかる。

5.2. 形容詞の分析

図4は全体の形容詞の単語頻度表である。delicious, fresh, expensive が抽出されており、これらのことから和食店は、美味しく、新鮮で、値段が高いと評価されていることがわかる。

図5は海外資本の和食店の形容詞の特徴語である。japaneseではなく french が特徴語と

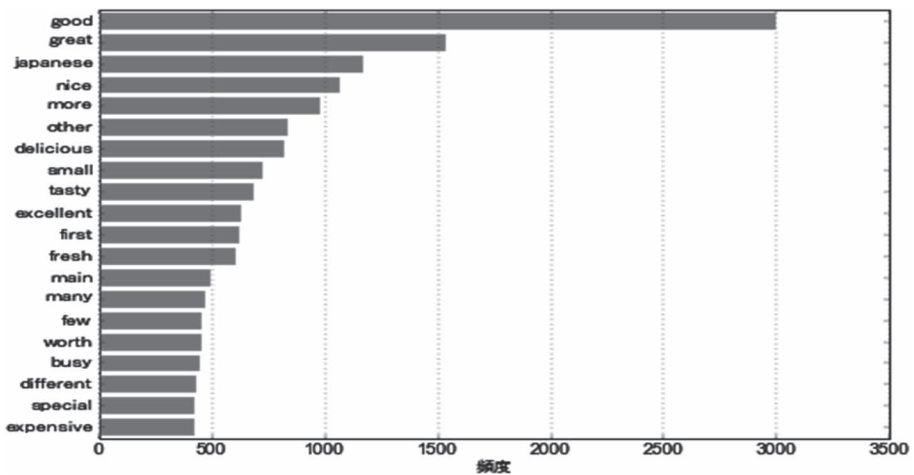


図4 全体の形容詞の単語頻度表

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

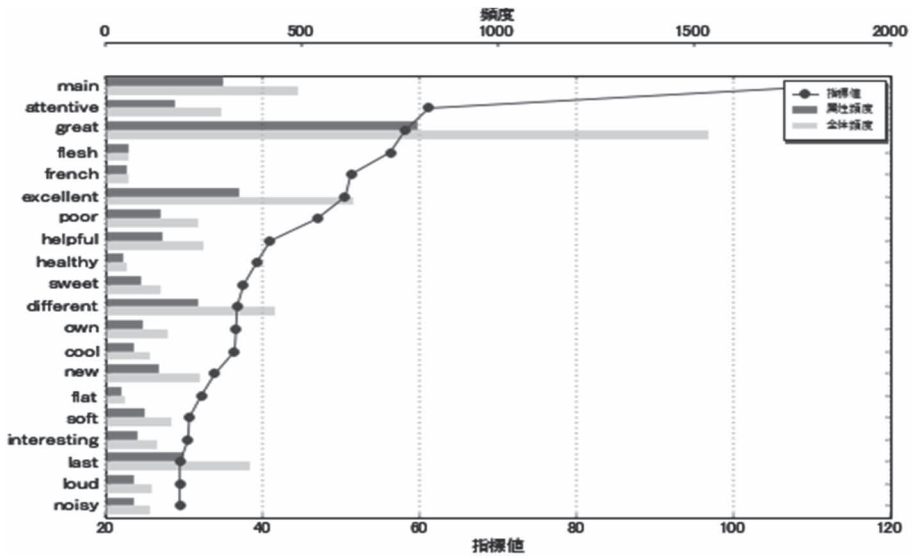


図5 海外資本の和食店の形容詞の特徴語

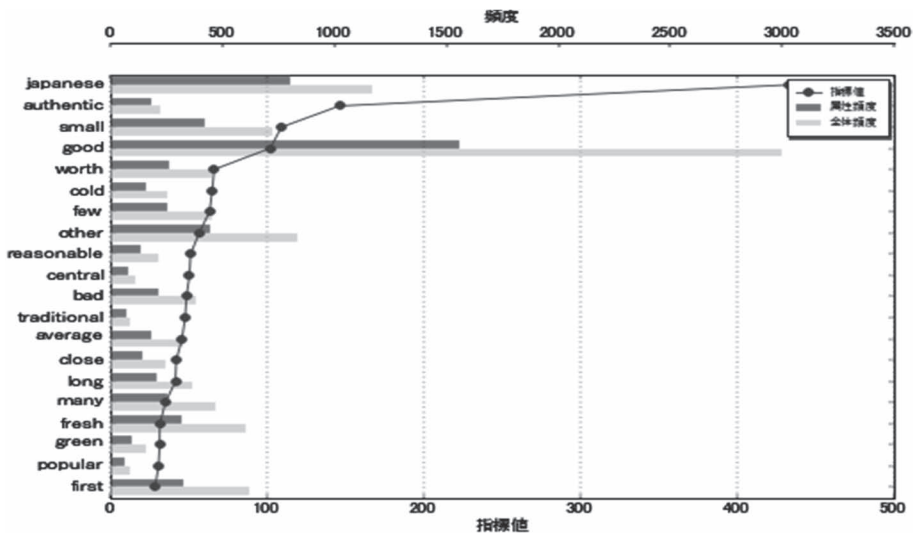


図6 日本資本の和食店の形容詞の特徴語

して抽出されており、日本料理だけでなく、フランス料理も提供されているのであろう。また、loud, noisyなどの語彙が抽出されており、外国資本の和食店が騒がしく、騒音が大きいことがわかる。

図6は日本資本の和食店の形容詞の特徴語である。japanese, authentic, traditionalが抽出されていることから、日本資本の和食店の料理を本物の日本料理であると認識しており、ま

た, worth, reasonable という語彙から値段と料理に満足していることがわかる。

5.3. 星別の名詞の特徴語の抽出

図7から図11は海外資本の和食店における星別の特徴語である。星の数が増えるほど、すなわち、評価が高くなるほど cocktail や wine などの語彙が特徴語として抽出されており、海外資本の和食店においてはアルコール類が高く評価される要因の一つであると推測できる。

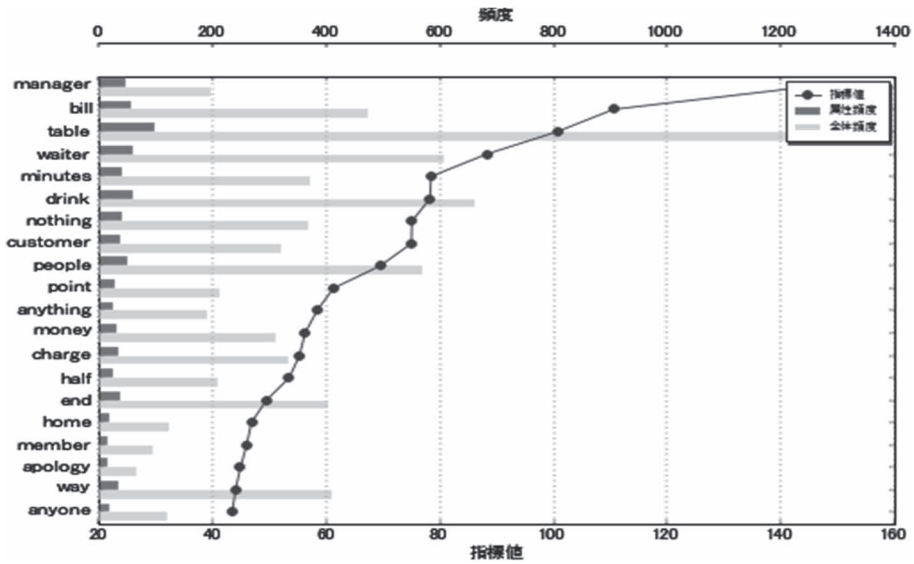


図7 星1つの海外資本の和食店の名詞の特徴語

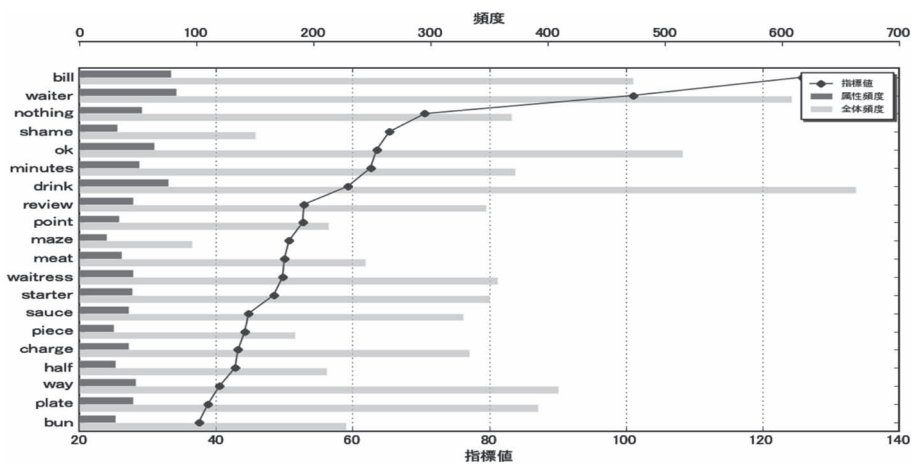


図8 星2つの海外資本の和食店の名詞の特徴語

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

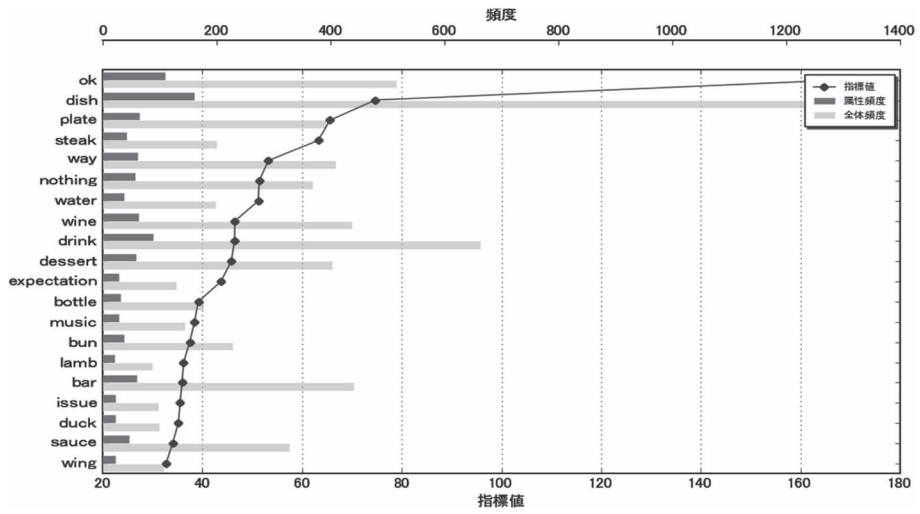


図9 星3つの海外資本の和食店の名詞の特徴語

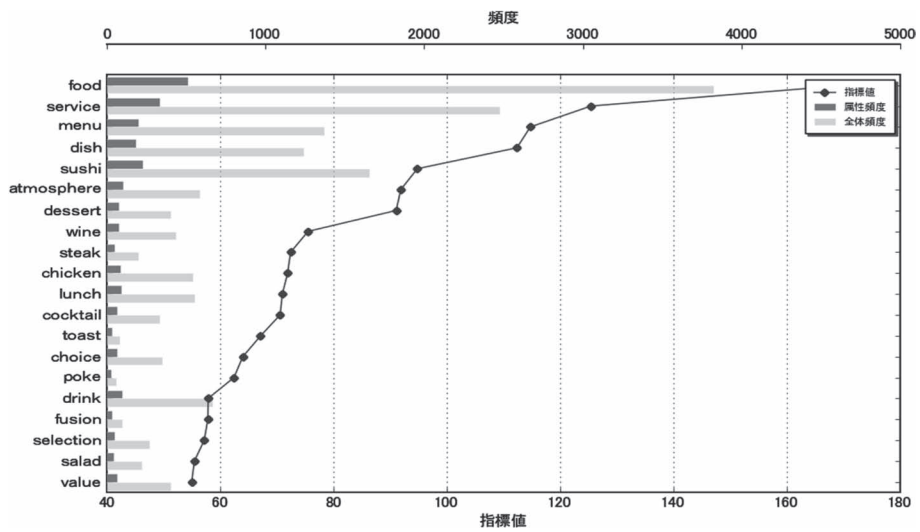


図10 星4つの海外資本の和食店の名詞の特徴語

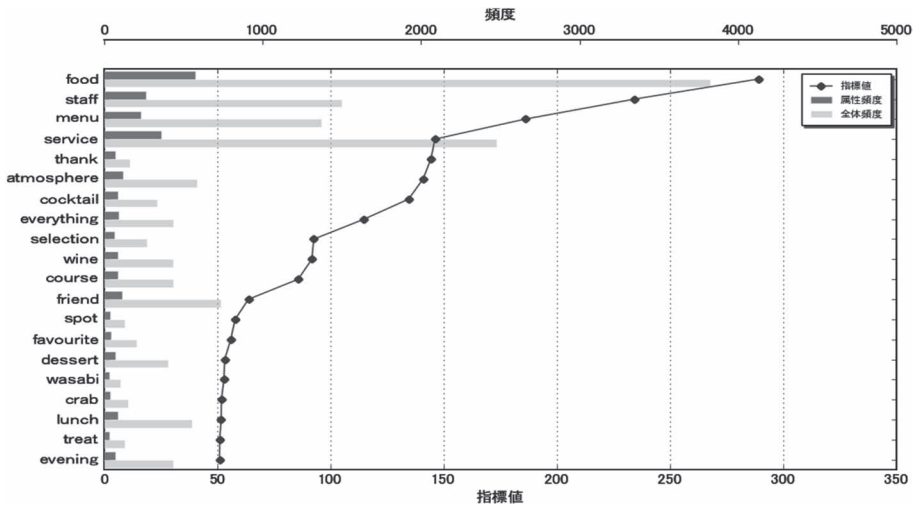


図 11 星 5 つの海外資本の和食店の名詞の特徴語

図 12 から図 16 は日本資本の和食店の名詞の特徴語である。評価が高くなるほど、日本料理の名前が多く抽出されており、評価が低くなるほど waiter, waitress, lady, attitude など店側の態度に問題があったということが予想できる。

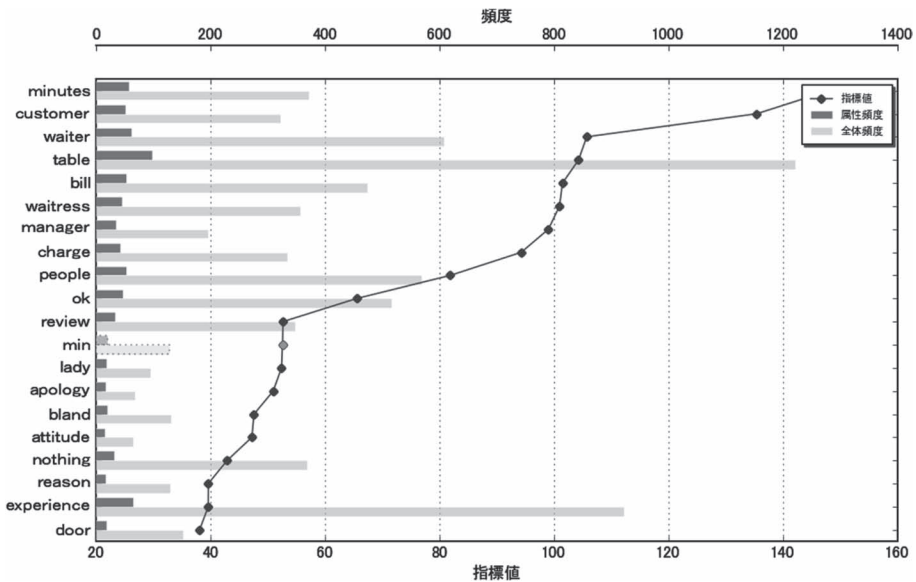


図 12 星 1 つの日本資本の和食店の名詞の特徴語

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

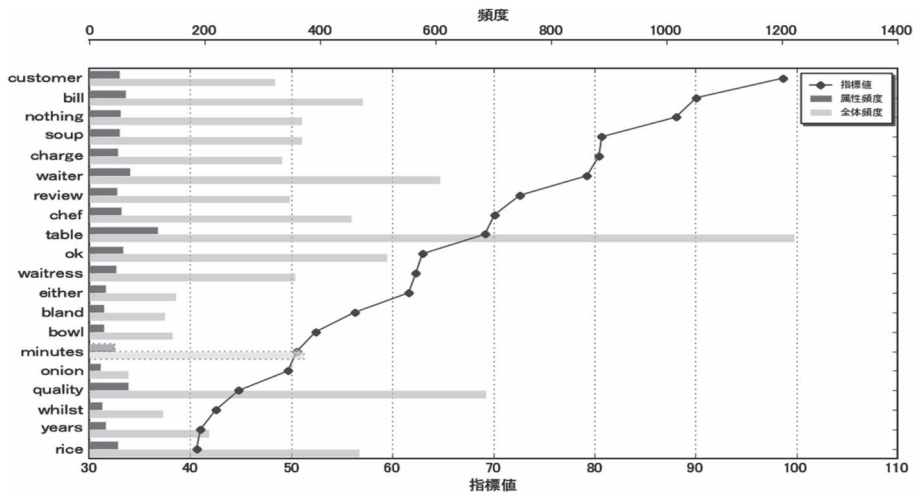


図 13 星 2 つの日本資本の和食店の名詞の特徴語

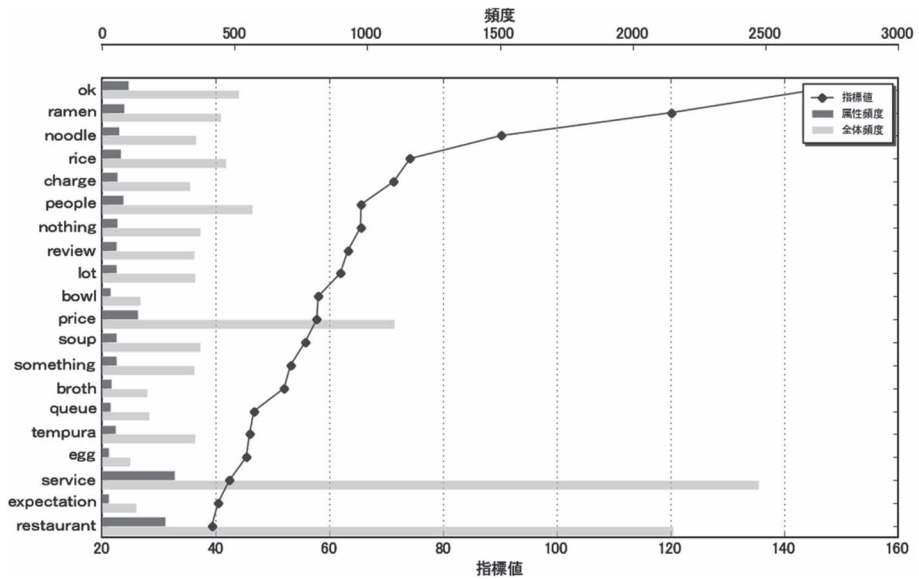


図 14 星 3 つの日本資本の和食店の名詞の特徴語

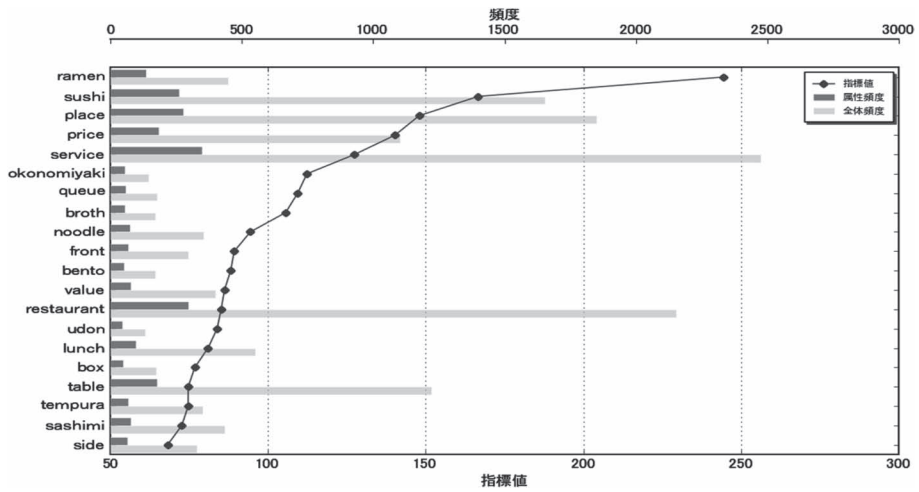


図15 星4つの日本資本の和食店の名詞の特徴語

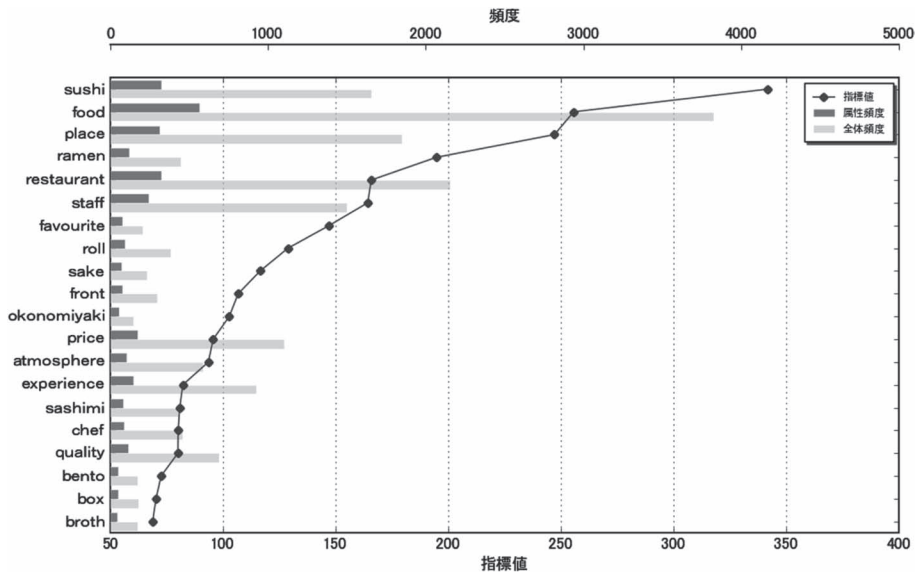


図16 星5つの日本資本の和食店の名詞の特徴語

5.4. 星別の形容詞の特徴語の抽出

図17から図21は海外資本の和食店の形容詞の特徴語である。評価が低いほど rude, tasteless, dirty などの形容詞が抽出されており, 一方, 評価が高くなればなるほど healthy や delicious などの形容詞が抽出されている。

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

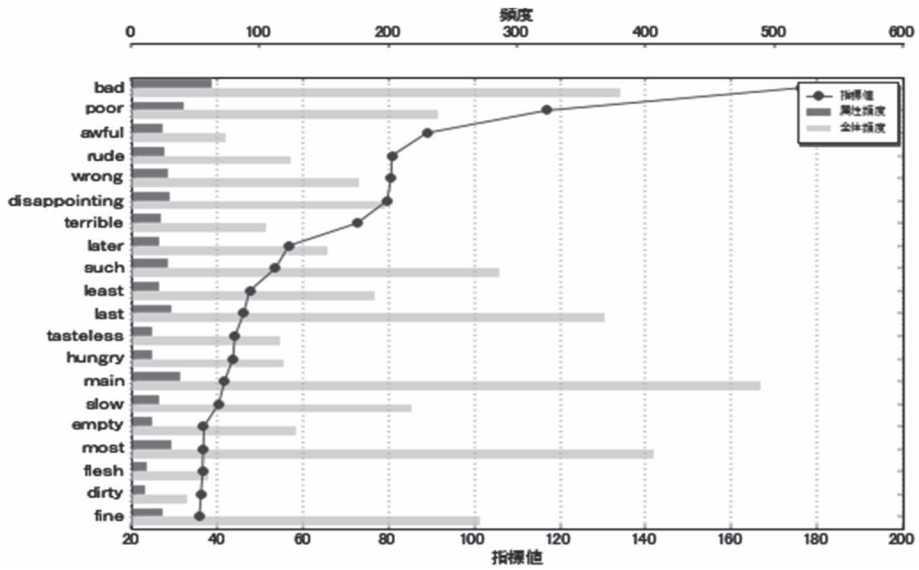


図 17 星 1 つの海外資本の和食店の形容詞の特徴語

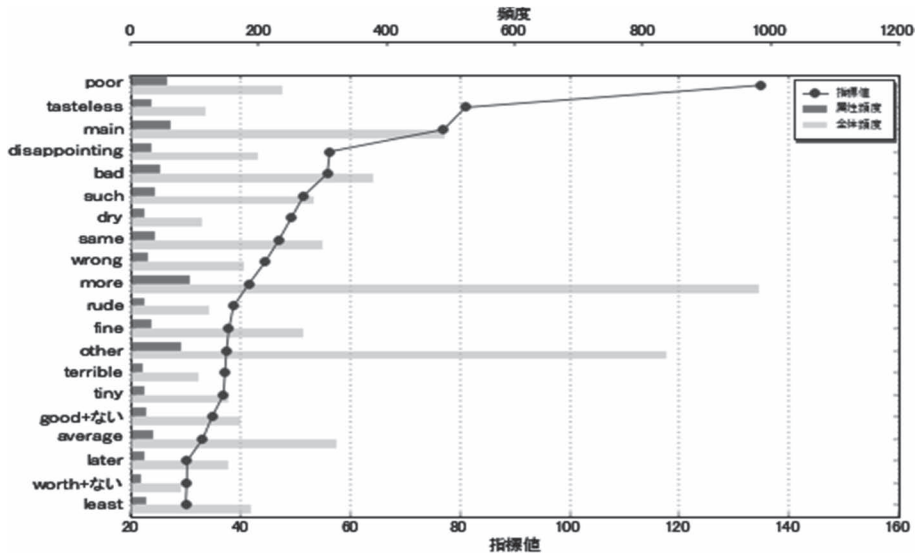


図 18 星 2 つの海外資本の和食店の形容詞の特徴語

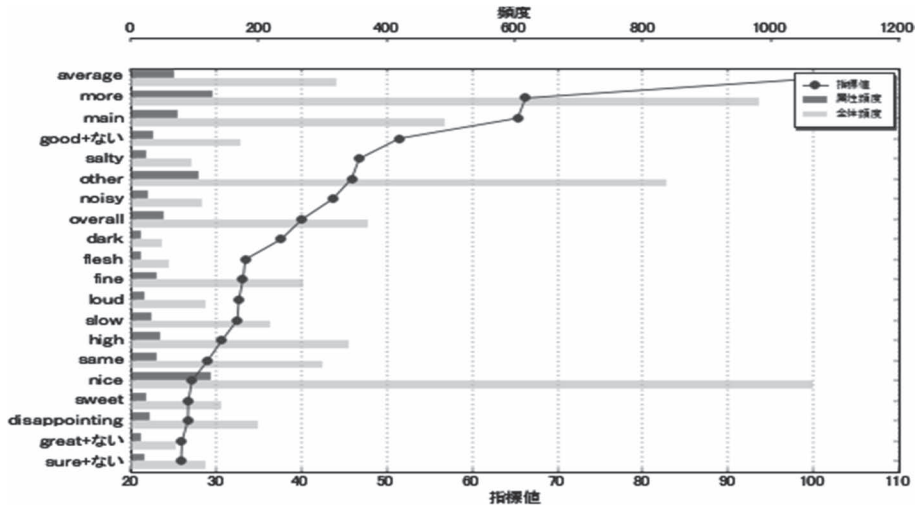


図19 星3つの海外資本の和食店の形容詞の特徴語

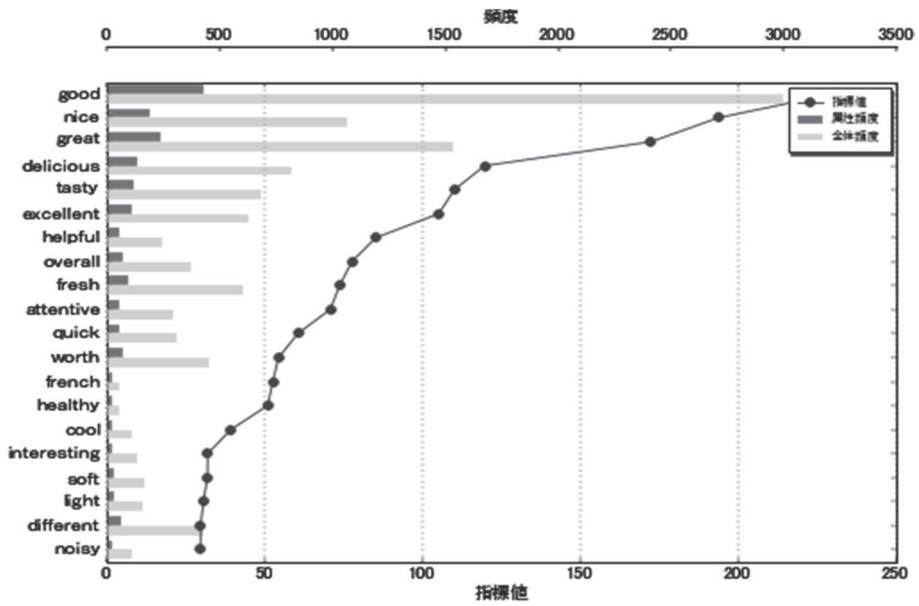


図20 星4つの海外資本の和食店の形容詞の特徴語

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

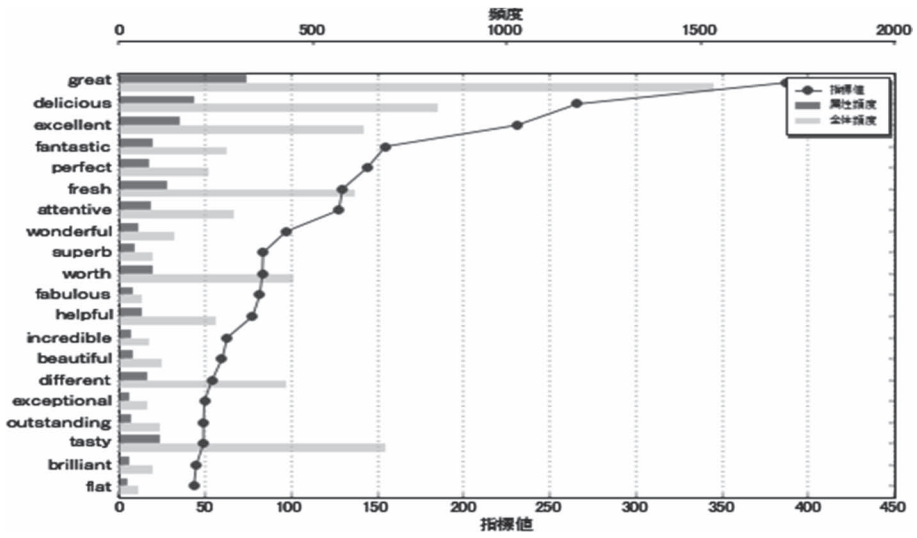


図 21 星 5 つの海外資本の和食店の形容詞の特徴語

図 22 から図 26 は日本資本の和食店の形容詞の特徴語である。評価が高くなるほど、日本料理の名前や食べ物を褒める係り受けが多く、反対に評価が低くなるほど waiter, waitress, lady, attitude などの語彙が多くなっている。

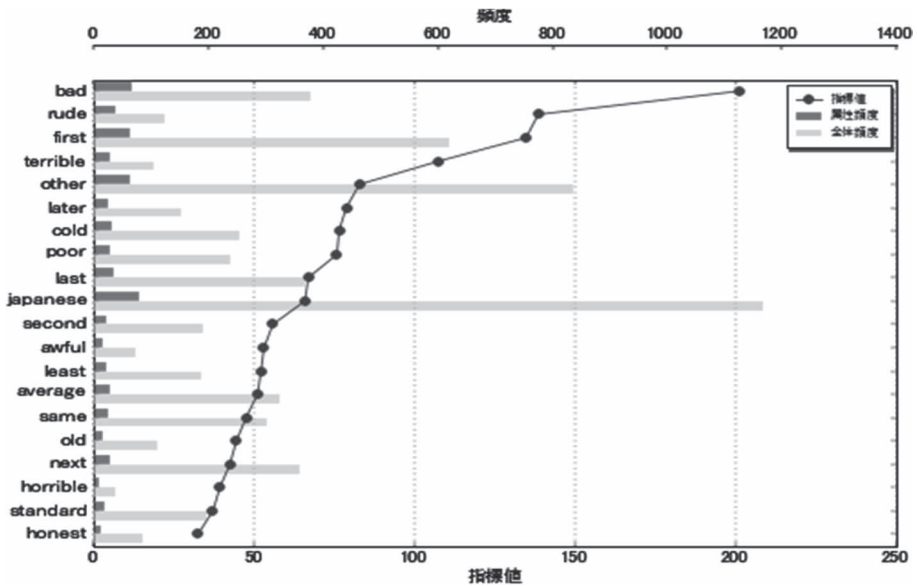


図 22 星 1 つの日本資本の和食店の形容詞の特徴語

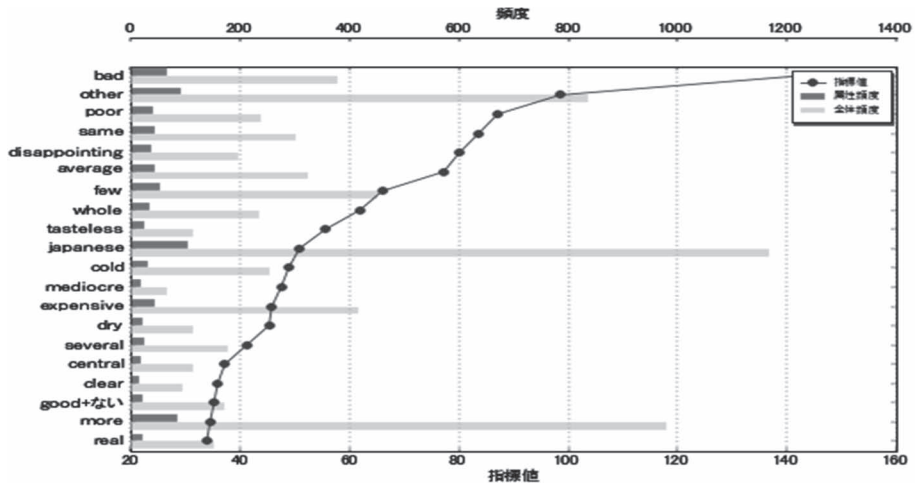


図 23 星 2 つの日本資本の和食店の形容詞の特徴語

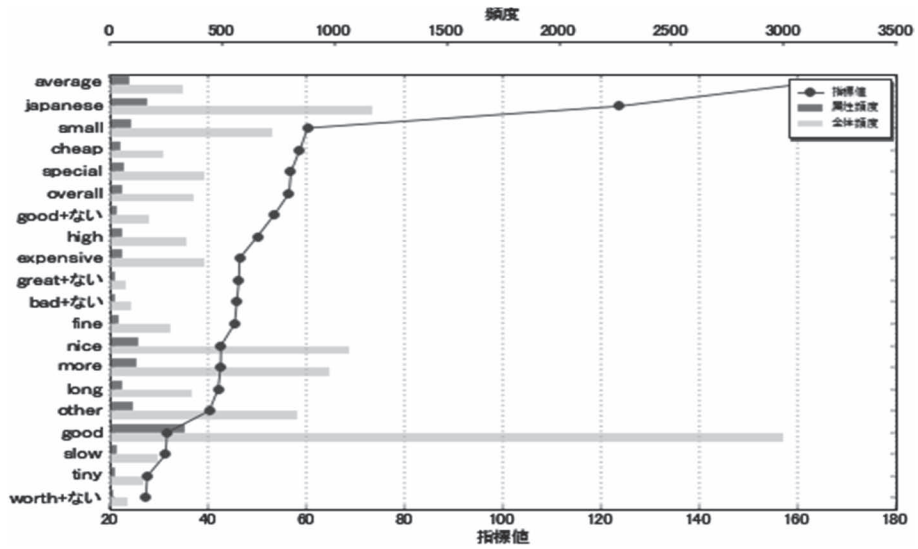


図 24 星 3 つの日本資本の和食店の形容詞の特徴語

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

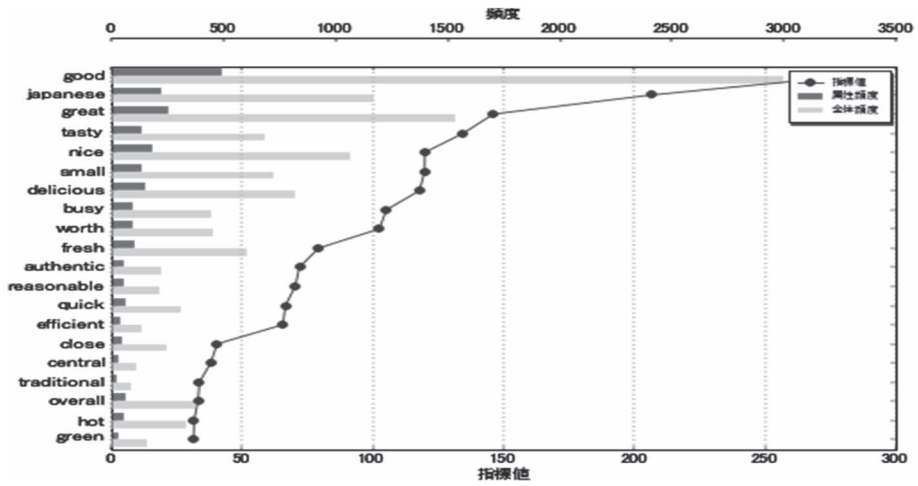


図 25 星 4 つの日本資本の和食店の形容詞の特徴語

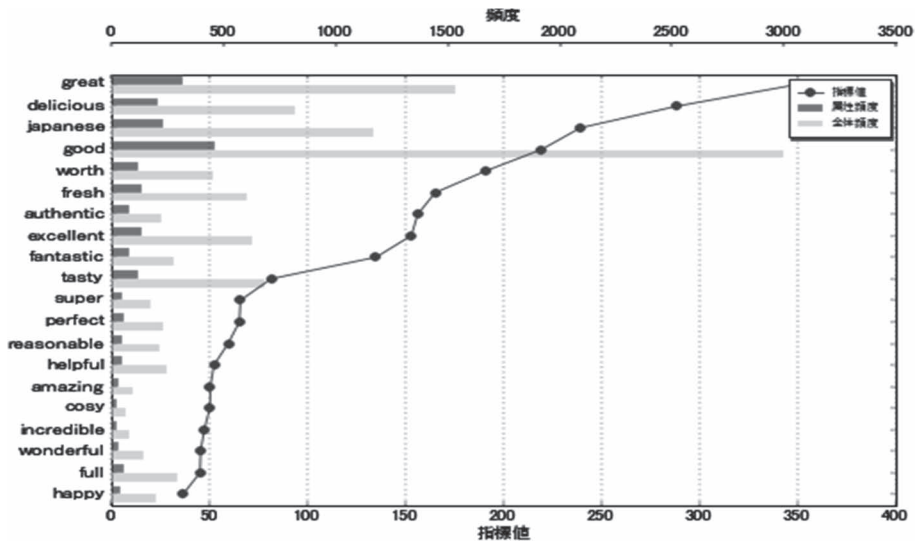


図 26 星 5 つの日本資本の和食店の形容詞の特徴語

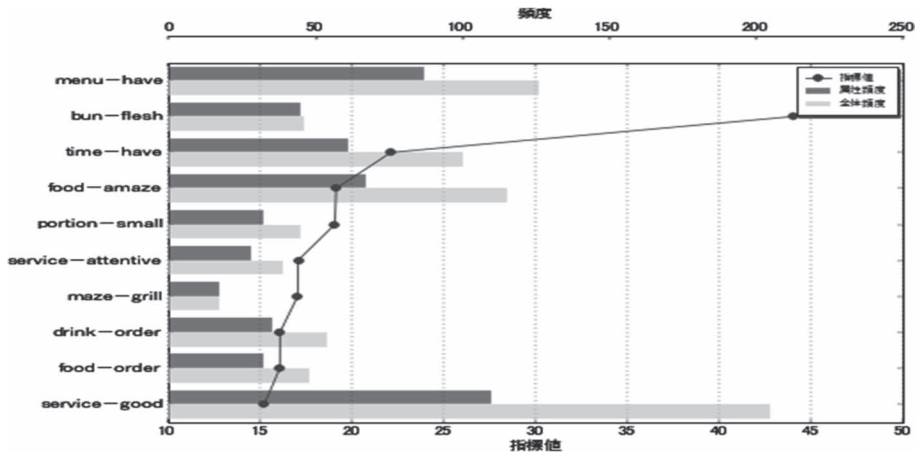


図27 星5つの日本資本の和食店の形容詞の特徴語

5.5. 係り受け頻度解析と係り受けの特徴表現

図28は全体の係り受け頻度解析の結果である。[food-good] [service-good] [food-delicious] [food-great] などサービスや料理を褒める表現が上位に来ている。一方で, [service-slow] とあるようにサービスが遅いと感じている人も多くいることがわかる。

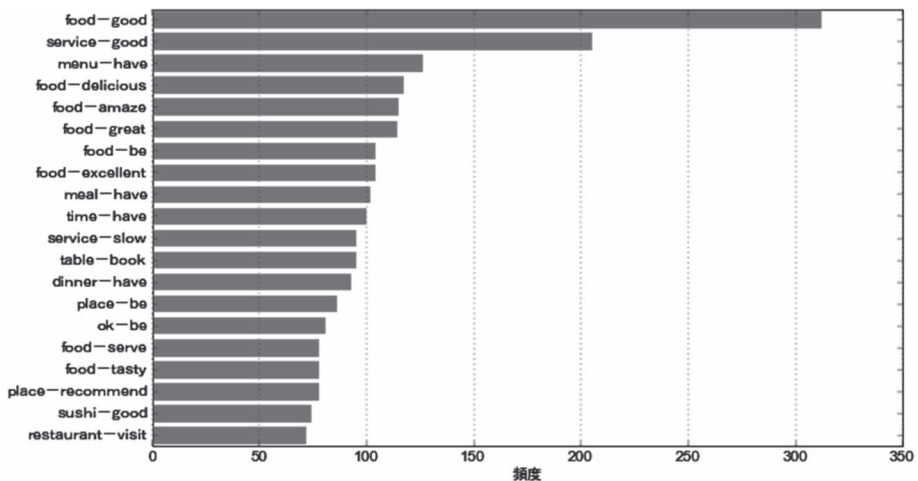


図28 全体の係り受け頻度解析

図29は海外資本の和食店の係り受けの特徴表現である。[bun-fresh] [portion-small] [service-attentive] [service-good]などが上位に抽出されている。これらのことから, 海外資本の和食店では新鮮なパンが提供されており, 全体的に料理の量が少ない, サービスが

ロンドンの和食店の TripAdvisor レビュー分析

良いということが推測できる。

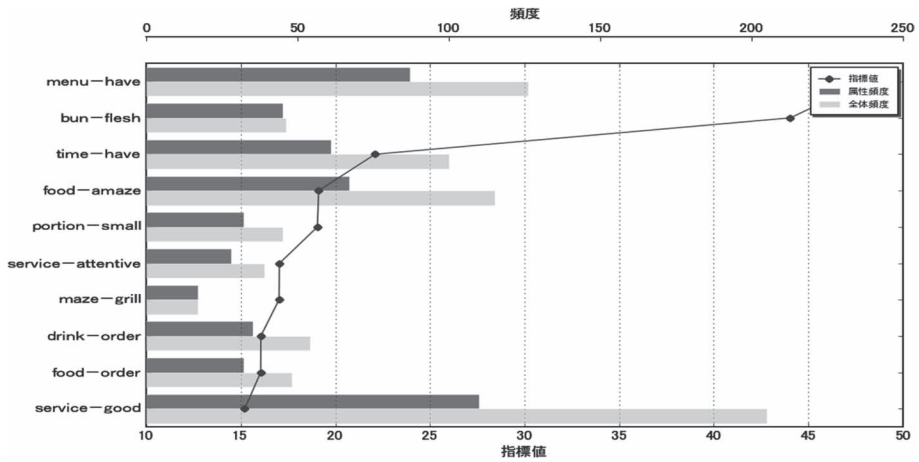


図 29 海外資本の和食店の特徴表現

図 30 は日本資本の和食店の係り受けの特徴表現である。[ramen-good] [food-good] など食べ物を褒める係り受け表現が多く、その他 [outside-wait] が特徴表現として抽出されている。

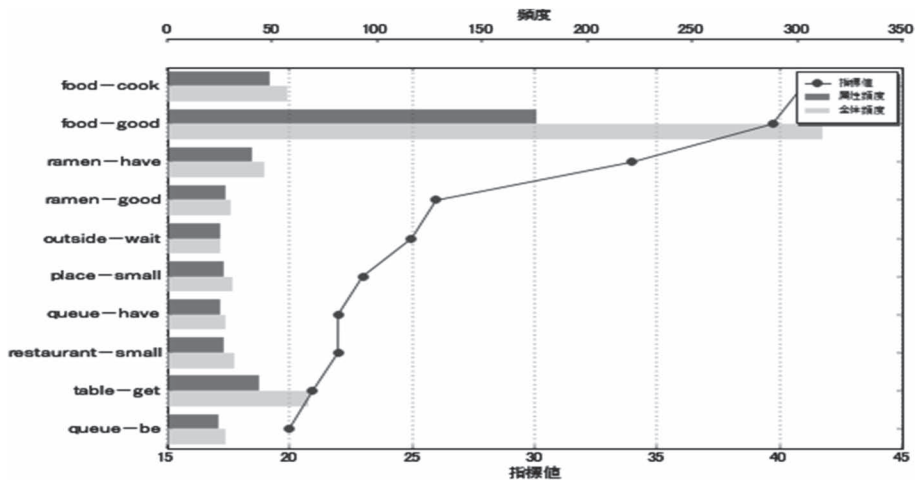


図 30 日本資本の和食店の特徴表現

考 察

本研究ではイギリス人が和食店をどのように評価しているのかを TripAdvisor 上の英語

のレビューのデータベースを作成し、テキストマイニングソフトを使用して分析を行った。ここでは上記の結果と調査対象の和食店の外観・内観、メニューなどをインターネット上で調べ、それらと併せて考察していく。

最初に全体の特徴を考察していく。第一に、名詞の語彙頻度解析結果において sushi が上位に来ていたことから、ロンドンの和食店では寿司が多く提供されていることがわかる。実際に今回の調査対象になった和食店は店の名前に sushi とついている所が多く、これらの sushi 屋のメニューを見てみると寿司はもちろんであるが、寿司以外にもラーメン、天ぷら、餃子など様々なものを提供していた。このような形態の sushi 屋がイギリスをはじめとするヨーロッパの sushi 屋の特徴であるといえるであろう。さらに、形容詞の語彙頻度解析結果からロンドンの和食店は美味しく、新鮮で、値段が高いと評価されていることが明らかになった。

次に、海外資本の和食店の特徴を考察していく。海外資本の和食店では bun や french が特徴語として上位に抽出されているが、日本料理の名前は特徴語には含まれていなかった。これらのことから、外国資本の和食店では、日本料理といいながら、かなり西洋化された料理が提供されていることがわかる。海外資本の和食店のメニューや実際に出されている料理をインターネット上で検索して見てみると、本来の日本料理とはかなり異なる西洋化された盛り付けで出されているものが多かった。さらに、評価が高くなるほど cocktail や wine などの語彙が特徴語として抽出されており、海外資本の和食店においては日本酒ではなく、cocktail や wine などのアルコール類が高く評価されるための重要な一因であることがわかる。実際に今回調査を行った海外資本の和食店の外観や内観は cocktail や wineなどを飲みながら雰囲気を楽しむようなおしゃれな所が多く、たとえば、ある和食店では外観や内装は西洋風のレストランで、ホームページ上にも外の看板にも和食店であることは記載されていない。しかし、メニューを見ると Tsuna tataki, Shushi platter, Yakiniki Beef felei などの日本料理名が多く記載されていた。そして、出された料理の盛り付けはいわゆる西洋風の盛り付けで、伝統的な和食とは異なるものであった。つまり、日本料理は提供しているが、特に、日本料理ということを強調するわけでもなく、ワインなどととも日本料理を自分たちなりにアレンジしているということが海外資本の多くの和食店の特徴であるといえるであろう。

さらに、海外資本の和食店は評価が高くなればなるほど healthy が特徴語として抽出されていることから、海外資本の和食店ではヘルシーということを期待して来る客が多く、すなわち、ヘルシーということが高い評価を得るうえで重要な一因となっていることがわかる。また、[portion-small] [service-attentive] [service-good] が特徴表現として抽出されており、海外資本の和食店を料理の量が少ない、サービスがいいと思っている人が多いことが推測できる。その他料理以外の観点においては、海外資本の和食店では loud, noisy などの語彙が抽出されており、特に、評価が低いほど rude, tasteless, dirty などの形容詞が抽出され

ており、うるさいこと、汚いこと、味がないことが評価を下げる要因となっているといえるであろう。

最後に日本資本の和食店の特徴を考察していく。日本資本の和食店では ramen, bento, miso, tempura, [ramen-good] などの日本料理の名前や japanese, authentic, traditional, さらに, worth, reasonable が特徴語・特徴表現として抽出された。これらのことから日本資本の和食店を利用している多くの人は、日本資本の和食店の料理を本物の日本料理であると認識しており、さらに、料理と値段に満足していることがわかる。また、評価が高くなるほど日本料理の名前や食べ物を褒める係り受けが多くなることから、日本資本の和食店は海外資本の和食店とは異なり、日本料理そのもので高く評価されているといえる。実際に日本資本の和食店の店舗をホームページ上で見てみると、Nobu や Benihana などの大手の高級店以外は小さな庶民的な店が多く、日本にどこにでもあるような小さな定食屋や居酒屋で、メニューを見ても値段もあまり高くなく、親子丼など、出されている料理も特に西洋風にアレンジすることなく、日本でよく出されているそのままを提供しているところが多い。つまり、日本資本の和食店の多くは、雰囲気がいいとかおしゃれとかといったことを重要視しているのではなく、安く美味しいということを大切に、それらがロンドンで受け入れられているといえるであろう。

一方、日本資本の和食店では特徴語として queue, 特徴表現として [outside-wait] が上位に抽出されており、これらのことから外で待たなければならないことが多く、それだけ人気店が多いといえる。しかし、実際の店舗の様子を見てみると、多くが小さい店舗のため、一度に多くの人が中に入れられないため外で待たなければならないのであろう。また, waitress, lady など店内で働く女性に関する語彙が特徴語として抽出されており、特に、評価が低くなるほど waiter, waitress, lady, attitude などの語彙が多くなることから、店側の態度に問題があったことが評価を下げる一因となっていると思われる。

結 論

本研究では TripAdvisor 上の英語のレビューのデータベースを作成し、テキストマイニングソフトにより海外資本の和食店と日本資本の和食店がどのように評価されているのかを調べた。その結果、海外資本の和食店を利用する人はヘルシーな食を求めて海外資本のおしゃれな和食店に行き、ワインなどを飲みながら和食を楽しんでいることがわかった。一方、日本資本の和食店を利用する人の多くは日本資本の和食店の料理を本物の日本料理であると高く評価しており、小さな庶民的な日本人オーナーの和食店がロンドンにおいて行列のできる店となっていた。すなわち、ロンドンではかなりアレンジされたヘルシーであるおしゃれな海外発の和食店と安い日本の定食屋のような和食店が共存しており、どちらも日本料理として認識されているが、かなり異なるものを提供しており、また、それらに通う人たちもそ

れぞれ異なることを求めて食べに来ていることがわかった。

最後に本研究の限界点について述べていく。第一に、本研究では日本人がオーナーであると思われる日本資本の和食店と日本人以外がオーナーであると思われる海外資本の和食店の2つに分けて分析を行ったが、明らかに日本人がオーナーである和食店はいくつかあったが、オーナーが外国人でも日本人シェフが取り仕切っている和食店やオーナーが日本人と他国のハーフであるなど判別が難しい和食店もあった。便宜上、日本資本、海外資本という言葉を使ったが、それらが必ずしも正確に定義されているとはいえない。第二に、本研究はイギリスのロンドンに限って調査を行った。今後はアジア、アメリカなど他の地域での調査を行い、それらの結果を比較することにより海外における和食店の現状をより正確に把握することができるであろう。

謝 辞

本稿は公益財団法人江頭ホスピタリティ事業振興財団の研究助成事業を受けて行い、同財団に提出した研究報告書を一部内容を修正・加筆したものである。

引用文献

- カレイラ松崎順子 (2016). 「英語を母語とする外国人観光客の日本食店に対するニーズとその対応の現状」『日本フードサービス学会年報』(21), 52-62
- 国土交通省観光庁 (2015) 『訪日外国人消費動向—訪日外国人消費動向調査結果及び分析平成 27 年 7-9 月期報告書一』 <http://www.mlit.go.jp/common/001107026.pdf>, (2016 年 6 月 1 日)
- 農林水産省 (2014) 『日本食・食文化の海外普及について』 http://www.maff.go.jp/j/keikaku/syokubunka/kaigai/pdf/shoku_fukyu.pdf (2018 年 1 月 3 日)