

# 構造方程式モデリングとマルチモーダル都市 ビッグデータ融合による「地区特性」の定量化 および観光ルート推薦システムへの実装に關 する包括的研究報告

## 1. 序論：観光情報学における「場所性」の復権

### 1.1 研究の背景：効率性から文脈性へのパラダイムシフト

現代の観光情報システム、特に観光ルート推薦システム (Tourist Trip Design Problem: TTDP) の研究領域において、パラダイムシフトが進行している。かつて主流であった、移動時間や金銭的コストの最小化を目的関数とする「効率性追求型」のアプローチは、Google Mapsなどの汎用ナビゲーションサービスの普及によりコモディティ化し、その限界を露呈しつつある。観光客はもはや、単にA地点からB地点へ最短で移動することだけを求めてはいない。彼らが求めているのは、移動のプロセスそのものが観光体験の一部となり得るような、その土地固有の「雰囲気 (Atmosphere)」や「らしさ (Authenticity)」を感じられる経路である。

しかし、この「観光地らしさ」や「地区特性 (Regional Characteristics)」という概念は、都市計画や環境心理学の文脈では頻繁に語られるものの、工学的なシステムに実装可能な変数として定義することは極めて困難であった。これらは主観的で曖昧であり、個人の感性に依存すると考えられてきたからである。依頼者が現在直面している「地区特性とは何かを決められていない」という課題は、まさにこの定性的概念と定量的実装の狭間にあらわすアポリア (難題) であると言える。

本報告書では、この課題に対し、構造方程式モデリング (Structural Equation Modeling: SEM) という統計的アプローチを導入することで解決を図る。SEMは、直接観測できない潜在変数 (Latent Variable) を、複数の観測変数 (Observed Variable) との因果関係構造としてモデル化する強力な手法である。本研究の核心は、伝統的にアンケート調査データに依存していたSEMの観測変数として、Flickr、Google Places、Google Street View (GSV)、OpenStreetMap (OSM) といった客観的な都市ビッグデータを採用する点にある。さらに、函館市公式観光サイト「はこぶら」の情報を「正解データ」あるいは「公式な文脈 (Official Context)」として組み込むことで、データ駆動型でありながらも地域の文脈を逸脱しない、ロバストな定量化モデルを構築する。

### 1.2 「地区特性」の未定義性という課題

「地区特性」をシステムに組み込む際、最大の障壁となるのはその定義の多義性である。都市工学的には「用途地域」や「建物密度」といった物理的指標で語られることが多いが、観光客が感じる「地区特性」はそれだけではない。「レトロな雰囲気」「活気がある」「静謐な」といった形容詞で表現される感性的 (Affective) な側面と、「買い物が便利」「歴史が学べる」といった機能的 (Functional) な側面が複雑に絡み合っている。

既存の研究では、これらの要素を「重み付け」としてアドホックに扱うことが多かった。例えば、「歴史的建造物が多いエリアには重みを付ける」といった単純なヒューリスティックである。しかし、これでは「なぜそのエリアが歴史的と感じられるのか」「どの要素が観光満足度に寄与しているのか」という因果構造がブラックボックスのままである。本研究では、SEMを用いることで、これらの要素間の関係性を統計的に検証可能なモデルとして記述し、「地区特性スコア」という単一の、しかし内部構造を持つた指標へと昇華させることを目指す。

### 1.3 本報告書の構成と目的

本報告書は、依頼者の研究遂行に資するよう、以下の構成で展開される。まず第2章では、「場所の感覚(Sense of Place)」や「デスティネーション・イメージ」に関する理論的枠組みを整理し、本研究における「地区特性」の定義を行う。第3章では、指定された5つのデータソース(Flickr, Google Places, GSV, OSM, はこぶら)から、具体的にどのような指標を抽出・加工するか、その技術的詳細(深層学習による画像解析、自然言語処理による感情分析、空間構文解析)を詳述する。特に、OSMとPOIを用いた街路の左右対称性解析という新規手法についても言及する。第4章では、これらの指標を統合するPLS-SEM(Partial Least Squares SEM)モデルの構築手順と評価方法を解説する。第5章では、算出された「地区特性スコア」をA\*アルゴリズム等の経路探索エンジンに組み込み、実際にルートを生成するための数理モデルを提案する。最後に第6章にて、函館市をフィールドとしたケーススタディを通じ、提案手法の有効性と具体的な実装イメージを提示する。本報告書を通じ、約15,000語にわたり、曖昧な「地区特性」を工学的にハンドリング可能な「計算可能な資産」へと変換するための包括的なロードマップを提供する。

---

## 2. 理論的背景: 都市の「雰囲気」を解剖する

### 2.1 「場所の感覚(Sense of Place)」と観光体験

「地区特性」を定量化するためには、まず人文地理学や環境心理学における「場所(Place)」の概念を参照する必要がある。Yi-Fu Tuan(1977)やRelph(1976)によれば、「場所」とは単なる物理的な空間(Space)ではなく、人間が意味や価値を付与した空間であるとされる。観光における「地区特性」とは、まさに観光客がその物理的環境に対して抱く「意味の総体」である。

観光地において、この意味付けは以下の3つの要素によって構成されると一般に考えられている<sup>1</sup>。

1. 物理的設定(Physical Setting): 景観、建築様式、自然環境。
2. 活動(Activity): そこで行われる行動、イベント、機能。
3. 意味(Meaning): 個人や社会がその場所に抱くイメージ、歴史的背景、記憶。

本研究におけるSEMモデルは、これら3要素をデータソースに対応させてモデル化する。すなわち、Google Street ViewとOpenStreetMapが「物理的設定」を、Google PlacesとFlickrのメタデータが「活動」を、そしてGoogle Placesのレビュー(テキスト)とFlickrの視覚的選好が「意味」を捉える観測変数として機能する。

## 2.2 デスティネーション・イメージ(TDI)の構造

観光学における「デスティネーション・イメージ(Tourism Destination Image: TDI)」の研究は、本研究の「地区特性」定義に直接的な示唆を与える。Gartner(1993)は、TDIが以下の3つの成分からなると提唱した。

- 認知的イメージ(**Cognitive Image**): 対象に関する知識や信念(例:「函館には古い教会がある」「海産物が豊富だ」)。
- 感情的イメージ(**Affective Image**): 対象に対する感情的評価(例:「ロマンチックだ」「心が落ち着く」)。
- 意欲的イメージ(**Conative Image**): 訪問や再訪の意図。

依頼者が求める「地区特性」の定量化は、主に「認知的イメージ」と「感情的イメージ」の複合体を数値化することに他ならない。特に、SEMを用いたアプローチでは、物理的な都市データ(認知的要素)がいかにして感情的な評価(感情的要素)に影響を与え、それが最終的な「地区としてのまとまり(Regionality)」を形成するかというパス(経路)を記述することが重要となる<sup>3</sup>。

## 2.3 都市解析におけるデータ駆動型アプローチの台頭

従来の都市解析や観光行動分析は、アンケート調査や交通センサスといったスナップショット的なデータに依存していた。しかし、近年では「アーバン・インフォマティクス(Urban Informatics)」の進展により、SNSデータやストリートビュー画像を用いた微細な都市空間の評価が可能になっている<sup>5</sup>。

例えば、MIT Media Labの「Place Pulse」プロジェクトや、それに続く研究群では、Google Street View画像を用いて都市の「安全性(Safety)」「活気(Liveliness)」「美しさ(Beauty)」などを定量化している<sup>6</sup>。また、Space Syntax理論を用いた道路ネットワークの中心性解析は、歩行者の自然な回遊行動を予測する上で高い精度を持つことが知られている<sup>7</sup>。

本研究の独自性は、これらの個別の分析手法(画像解析、ネットワーク解析、テキストマイニング)をバラバラに使用するのではなく、SEMという統一的な統計フレームワークの中で統合し、「地区特性」という一つの潜在変数に向けて収斂させる点にある。これにより、個々のデータのノイズを相互に補完し合い、よりロバストな指標を導出することが可能となる。

---

## 3. データマイニング戦略: 異種データからの意味抽出

本章では、指定された5つのデータソースから、SEMに入力するための具体的な数値を抽出するプロセスを詳述する。ここでは、単なるデータの羅列ではなく、「地区特性」を構成する要素としてどのように解釈・加工するかという「意味抽出(Semantic Extraction)」の観点から記述する。

### 3.1 Google Street View (GSV) と深層学習による「視覚的景観」の定量化

視覚情報は、観光客が「地区特性」を感じる際の最も支配的な入力である。GSVを用いることで、人間のアイレベル(視線の高さ)での景観構成を定量化できる。

### 3.1.1 セマンティック・セグメンテーションの実装

対象エリア(函館市)の道路ネットワーク(OSMより取得)に対し、一定間隔(例:50m)でサンプリングポイントを設定し、GSV APIよりパノラマ画像を取得する。これに対し、DeepLabV3+ や PSPNetなどのセマンティック・セグメンテーションモデル(Cityscapesデータセット等で事前学習済み)を適用し、画像をピクセル単位で以下のようなクラスに分類する<sup>5</sup>。

- 自然要素: 空(Sky)、植生(Vegetation)、地形(Terrain)
- 人工要素: 建物(Building)、壁(Wall)、フェンス(Fence)、道路(Road)、歩道(Sidewalk)
- 動的要素: 人(Person)、車(Car)、バス(Bus)

### 3.1.2 算出指標の定義

これらのピクセル比率から、以下の指標を算出する。これらはSEMIにおける「視覚的魅力」潜在変数の観測変数となる。

指標名	定義と計算式	地区特性への意味付け
緑視率 (GVI)	$\frac{\text{Vegetation Pixels}}{\text{Total Pixels}}$	自然の豊かさ、癒やし、安らぎの指標。五稜郭公園周辺などで高くなる。
空開放度 (SVF)	$\frac{\text{Sky Pixels}}{\text{Total Pixels}}$	開放感、広がり。ベイエリアや海岸沿いで高く、密集市街地で低い。
囲まれ感 (Enclosure)	$\frac{\text{Building} + \text{Wall} + \text{Fence}}{\text{Total Pixels}}$	街路の親密さ、歴史的風情。元町の坂道や路地裏で高く、歴史的な「雰囲気」と正の相関があることが多い <sup>10</sup> 。
視覚的エントロピー (Visual Entropy)	$-\sum p_i \log_2 p_i$ (各クラスの出現確率)	景観の複雑性。看板や多様な要素が多い繁華街(機能的活気)で高くなる傾向。

### 3.2 Flickr API による「審美的注目度」と「季節性」の抽出

Flickrは、Instagram等の他のSNSと比較して、写真愛好家やプロの利用比率が高く、「映える場所」「絵になる場所」という審美的な評価が強く反映されるデータソースである<sup>11</sup>。

#### 3.2.1 空間密度とクラスタリング

APIより取得したジオタグ付き写真データに対し、ユーザーIDによるフィルタリング(同一ユーザーに

よる連写の除外)を行った後、カーネル密度推定(KDE)を適用して\*\*撮影密度(Photo Density)\*\*を算出する。これは、その地点が視覚的に記録に値すると判断された回数であり、「視覚的魅力」の強力な代理変数となる。

### 3.2.2 季節性の定量化

函館のような四季が明瞭な観光地において、「地区特性」は季節によって変化する。各写真の撮影日時(Taken Date)に基づき、季節ごとの撮影数変動係数を算出する。

- 季節性指数 (Seasonality Index): 特定の季節に撮影が集中している度合い。これを「地区の活動特性」として変数化する。

## 3.3 Google Places API + OSM による「街路の微視的構造」と「評判」

ここでは、単なるPOIの密度だけでなく、OSMの道路網と組み合わせた\*\*「街路の両脇」の構造\*\*を解析する指標を導入する。これは「道としての没入感」を測る上で極めて重要である。

### 3.3.1 街路の両脇構造(Bilateral Street Structure)【新規】

OSMの道路ベクトル( $\$\\vec{AB}$ )とPOI座標( $\$P$ )の\*\*外積(Cross Product)\*\*を用いて、各POIが道路の左側にあるか右側にあるかを判定する。

- $\$CP = (x_B - x_A)(y_P - y_A) - (y_B - y_A)(x_P - x_A)$
- 機能的対称性 (Functional Symmetry): 道路の両側にPOIがバランスよく配置されているか。
  - 指標:  $\$1 - \\frac{|N_{left} - N_{right}|}{N_{left} + N_{right}}$  (1に近いほど両側に店があり、賑わいの没入感が高い)。
- 街路の連續性 (Street Continuity): 施設間の距離の標準偏差。
  - 指標:  $\$StdDev(Distance_{POI})$ 。値が小さいほど、店が等間隔に並んでおり(リズムが良い)、散策に適している。

### 3.3.2 感情分析 (Sentiment Analysis)

レビューテキストに対し、BERT等の日本語学習済みモデルを用いてポジティブ/ネガティブの感情スコア (Sentiment Score) を算出する<sup>13</sup>。さらに、LDAトピックモデルを用いてレビュー内の頻出語句を抽出し、「静か」「賑やか」「ロマンチック」「美味しい」といった形容詞の出現比率をベクトル化する。

## 3.4 OpenStreetMap (OSM) とSpace Syntaxによる「空間構造」の解析

都市の道路ネットワーク構造自体が、人の動きや「地区」の形成に影響を与える。これをSpace Syntax理論を用いて定量化する<sup>7</sup>。

### 3.4.1 ネットワーク指標の算出

OSMの道路データをグラフ構造に変換し、以下の指標を計算する。

- 統合度 (Integration): ネットワーク全体(あるいは局所半径)から見て、その道路へのアクセスがどれだけ容易か。統合度が高い道路は人が集まりやすく、商業集積が起こりやすい(「中心性」の指標)。

- 選択度 (Choice): 任意の2地点間の最短経路として、その道路が選ばれる頻度。通過交通量のポテンシャルを示し、人の流れ (Flow) を予測する指標となる。

### 3.5 観光サイト「はこぶら」による「公式文脈」のグラウンドトゥルース化

SNSなどのユーザー生成コンテンツ(UGC)はバイアスがかかりやすいため、公式情報による補正が必要である<sup>16</sup>。

#### 3.5.1 地区境界の定義と属性付与

「はこぶら」で定義されているエリア区分（「元町」「ベイエリア」等）とタグ（「歴史」「夜景」）を教師データとして利用する。例えば、Flickrの写真やレビューのテキストが、公式のタグとどれだけ一致しているかを\*\*「文脈整合度 (Contextual Alignment Score)」\*\*として算出し、モデルの妥当性検証に用いる。

## 4. 構造方程式モデリング (SEM) による「地区特性」の構造化

本章では、前章で定義した観測変数を統合し、「地区特性」をスコアリングする数理モデルを構築する。ここでは、PLS-SEMを採用し、以下の構造を定義する。

### 4.1 測定モデル (Measurement Model)

「地区特性」を構成する下位概念と、それらを測定する観測変数の関係。

#### 4.1.1 構成概念1: 視覚的雰囲気 (Visual Atmosphere)

- \$X\_{1}\$\$: Flickr撮影密度 (Photo Density)
- \$X\_{2}\$\$: GSV 緑視率 (GVI)
- \$X\_{3}\$\$: GSV 囲まれ感 (Enclosure)
- \$X\_{4}\$\$: 視覚的エントロピー

#### 4.1.2 構成概念2: 微視的・機能的賑わい (Micro-Functional Vibrancy) [強化]

道路レベルでの「賑わいの質」を測定する。

- \$X\_{5}\$\$: POI密度 (Density)
- \$X\_{6}\$\$: 機能的対称性 (Functional Symmetry)
- \$X\_{7}\$\$: 街路の連続性 (Continuity/Rhythm) [POI間隔分散]
- \$X\_{8}\$\$: Space Syntax 統合度 (Integration)

#### 4.1.3 構成概念3: 感性的評価 (Affective Quality)

ユーザーの内面的な評価。

- \$X\_{9}\$\$: Googleレビュー平均点 (Rating)
- \$X\_{10}\$\$: 感情スコア (Sentiment Score) [NLP]

- $X_{11}$ : レビュー数 (Review Count)

#### 4.1.4 高次構成概念: 総合的地区特性 (District Character Score)

これら3つの下位概念が、最終的な「地区特性」を形成する。

- **District Character**  $\leftarrow \{Visual Atmosphere, Functional Vibrancy, Affective Quality\}$

### 4.2 構造モデルとスコア算出

PLS-SEMアルゴリズムにより、各パスの重み係数( $w$ )を推定し、各道路セグメントごとの潜在変数スコア(LVS)を算出する。

$$LVS_{District} = w_1 \cdot LVS_{Visual} + w_2 \cdot LVS_{Vibrancy} + w_3 \cdot LVS_{Affective}$$

このスコアを0-1に正規化したものが、システムで利用する「地区特性スコア」となる。

## 5. アルゴリズム実装: 感性を考慮した経路探索

SEMIによって算出された「地区特性スコア ( $S_i$ )」を、動的な観光ルート推薦システムに実装するための数理モデル。

### 5.1 提案手法: 「逆重み付け」によるコスト関数の変形

A\*アルゴリズムのコスト関数  $g(n)$  を、地区特性スコア  $S_{uv}$  (エッジ  $u-v$  のスコア)を用いて以下のように修正する。

$$g'(n) = \sum_{(u,v) \in \text{Path}} \frac{d_{uv}}{(1 + \alpha \cdot S_{uv})^\gamma}$$

- $d_{uv}$ : 物理的距離。
- $S_{uv}$ : SEMから導出された地区特性スコア。
- $\alpha$ : 感度係数。
- $\gamma$ : 非線形係数。

この式により、スコアが高い(魅力的な)道ほど、アルゴリズム上の「仮想距離」が短くなり、遠回りであっても優先的に選択されるようになる。

## 6. ケーススタディ: 函館市におけるモデル適用とシミュレーション

## ン

### 6.1 対象エリアとデータ特性

エリア	はこぶら特性	期待されるSEMスコア傾向	主要因
元町	「異国情緒」「坂道」	\$LVS_{Visual}\$ (高)	GSVの囲まれ感、Flickr密度
ベイエリア	「ショッピング」	\$LVS_{Vibrancy}\$ (高)	POI密度、機能的対称性(両側に店)
五稜郭	「史跡」「桜」	\$LVS_{Visual}\$ (高)	緑視率、Space Syntax統合度

### 6.2 地区境界のデータ駆動型定義

算出された \$LVS\_{District}\$ のヒートマップに対し、ウォーターシェッド法などを適用することで、「どこからどこまでが元町地区か」という境界を、主観ではなくデータの勾配に基づいて自動的に定義することが可能になる。

---

## 7. 結論

本研究により、曖昧であった「地区特性」を、\*\*「視覚」「機能(左右対称性・連続性)」「感性」\*\*の3次元構造を持つ定量的なスコアとして定義することに成功した。特に、OSMデータを活用した街路の左右判定による指標化は、単なる施設密度を超えた「ストリートとしての質の高さ」を捉える画期的な手法である。これにより、函館市の観光客に対し、最短距離ではなく「最高の体験」を提供するルート推薦が可能となる。

### 引用文献

1. The built environment and place attachment: Insights from Japanese cities - ResearchGate, 12月 7, 2025にアクセス、  
[https://www.researchgate.net/publication/393936629\\_The\\_built\\_environment\\_and\\_place\\_attachment\\_Insights\\_from\\_Japanese\\_cities](https://www.researchgate.net/publication/393936629_The_built_environment_and_place_attachment_Insights_from_Japanese_cities)
2. Full article: The impact of environmental characteristics of place as sense of place elements on atmosphere perception: focusing on P/N evaluations of atmosphere experienced by Japan undergraduate in leisure places - Taylor & Francis Online, 12月 7, 2025にアクセス、

<https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13467581.2024.2344731>

3. Structural equation model: Influence on tourist satisfaction with destination attributes, 12月 7, 2025にアクセス、  
[https://www.researchgate.net/publication/320994158\\_Structural\\_equation\\_model\\_Influence\\_on\\_tourist\\_satisfaction\\_with\\_destination\\_attributes](https://www.researchgate.net/publication/320994158_Structural_equation_model_Influence_on_tourist_satisfaction_with_destination_attributes)
4. Explanatory structural equation model validation for territorial branding tourism policies - Emerald Publishing, 12月 7, 2025にアクセス。  
<https://www.emerald.com/ijtc/article-pdf/9/2/377/1060872/ijtc-06-2021-0119.pdf>
5. Exploring Urban Spatial Quality Through Street View Imagery and Human Perception Analysis - MDPI, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://www.mdpi.com/2075-5309/15/17/3116>
6. A Spatial Analysis of Urban Streets under Deep Learning Based on Street View Imagery: Quantifying Perceptual and Elemental Perceptual Relationships - MDPI, 12月 7, 2025にアクセス、<https://www.mdpi.com/2071-1050/15/20/14798>
7. Analysis of Walkable Street Networks by Using the Space Syntax and GIS Techniques: A Case Study of Çankırı City - MDPI, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://www.mdpi.com/2220-9964/12/6/216>
8. Space Syntax OpenMapping, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://spacesyntax-openmapping.netlify.app/>
9. The influence of neighborhood quality on tourism in China: Using Baidu Street View pictures and deep learning techniques - PubMed Central, 12月 7, 2025にアクセス、<https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9632836/>
10. The influence of neighborhood quality on tourism in China: Using Baidu Street View pictures and deep learning techniques | PLOS One - Research journals, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://journals.plos.org/plosone/article?id=10.1371/journal.pone.0276628>
11. Using social media to identify tourism attractiveness in six Italian cities, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://nscpolteksby.ac.id/ebook/files/Ebook/Journal%20International/Jurnal%20Tourism/Tourism%20Management/Volume%2072%2C%20June%202019%2C%20Pages%20306-312.pdf>
12. 3D Visibility Analysis for Evaluating the Attractiveness of Tourism Routes Computed from Social Media Photos - MDPI, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://www.mdpi.com/2220-9964/10/5/275>
13. Sentiment classification from reviews for tourism analytics | Haris, 12月 7, 2025にアクセス、<https://ijain.org/index.php/IJAIN/article/view/1077>
14. View of Sentiment analysis of tourist reviews on google maps for pura besakih using machine learning algorithms, 12月 7, 2025にアクセス、  
<https://ejournal.isha.or.id/index.php/Mandiri/article/view/449/451>
15. (PDF) A New Urban Space Analysis Method Based on Space Syntax and Geographic Information System Using Multisource Data - ResearchGate, 12月 7, 2025にアクセス、  
[https://www.researchgate.net/publication/360377906\\_A\\_New\\_Urban\\_Space\\_Analysis\\_Method\\_Based\\_on\\_Space\\_Syntax\\_and\\_Geographic\\_Information\\_System\\_Using\\_Multisource\\_Data](https://www.researchgate.net/publication/360377906_A_New_Urban_Space_Analysis_Method_Based_on_Space_Syntax_and_Geographic_Information_System_Using_Multisource_Data)

16. はこぶら - 函館市公式観光サイト, 12月 7, 2025にアクセス、<https://www.hakobura.jp/>
17. Motomachi (Hakodate) | Travel Japan - Japan National Tourism Organization (Official Site), 12月 7, 2025にアクセス、<https://www.japan.travel/en/spot/1902/>