

背景と目的

- 近年、ネットショッピングは商品検索や購入の便利さから広く普及
- ネットショッピングでは多くの場合「レビュー」と言われる購入者のコメントや感想、体験談等を掲載しているサイトが多く、コメントやレビューの掲載を網羅的に行うサイトも多く存在し、
- ダイエットに関するインターネット上の口コミサイトの情報は、個人の体験に焦点があたりやすい（大谷（2015）による示唆）
- 「ダイエットカフェ」の口コミは、自由記述以外に製品に対する評価を5段階で行う項目があり、この評価点数を製品およびサービスに対する全般的な評価とみなすと、この評価が異なることは、記述内容の特徴にも違いをもたらすと考えられる
- 本研究では、口コミの評価点数によって自由記述コメントに使用される語句と属性変数の関連性についてKH Coder3(樋口, 2014)を使用し分析を行い、その特徴を把握した

方法

- データ内容:株式会社T.M.Communityが運営する「ダイエットカフェ」(<https://www.diet-cafe.jp/>)がNII-IDRで提供している「口コミデータセット」を用いた。データセットは2008/8/3～2019/10/3までに投稿された8134 個のダイエット商品に対する160118 件で構成されている(提供の詳細:https://www.diet-cafe.jp/dietcafe_data.html)
- データ処理:KH Coder3(3.Bate.02a)を使用した。全データセットから体重・年齢・使用期間が記入されているデータのみを抽出し、評価(☆の数)が5 (2481件)と4(9200件)を高評価口コミ、2(14661件)と1(7451件)を低評価口コミとした。体重変化についてはデータ項目内の使用前体重・使用後体重から前後差を算出し、体重減少群(－)体重増加群(+)体重変化なし群(0)とした。年齢は10歳刻みで年代とし、60 歳以上を集約した。また、KHCoder3上の品詞による語の選択で、固有名詞・組織名人名・地名に該当する語句は全ての分析において非選択とした

結果と考察

表1 高評価口コミの頻出語リスト

抽出語	品詞	出現回数
1 する	動詞B	25181
2 飲む	動詞	12752
3 ない	否定助動詞	11537
4 なる	動詞B	10532
5 思う	動詞B	8674
6 ある	動詞B	7192
7 体重	名詞	5936
8 痩せる	動詞	5673
9 ん	否定助動詞	5305
10 食べる	動詞	4996
11 効果	名詞	4683
12 ない	形容詞B	3709
13 続ける	動詞	3645
14 購入	サ変名詞	3381
15 ダイエット	サ変名詞	3347
16 食事	サ変名詞	3116
17 運動	サ変名詞	3095
18 減る	動詞	3047
19 良い	形容詞	2810
20 前	副詞可能	2568

表2 低評価口コミの頻出語リスト

抽出語	品詞	出現回数
1 する	動詞B	42539
2 ない	否定助動詞	25201
3 飲む	動詞	21081
4 ん	否定助動詞	18465
5 効果	名詞	14772
6 なる	動詞B	14139
7 ある	動詞B	13076
8 ない	形容詞B	12717
9 思う	動詞	11831
10 購入	サ変名詞	10330
11 痩せる	動詞	9192
12 体重	名詞	7729
13 ん	否定助動詞	6209
14 変化	サ変名詞	6067
15 良い	形容詞	4906
16 続ける	動詞	4738
17 運動	サ変名詞	4683
18 全く	副詞	4437
19 感じる	動詞	4024
20 ダイエット	サ変名詞	3944

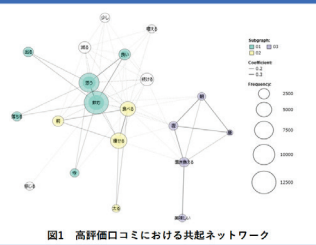


図1 高評価口コミにおける共起ネットワーク

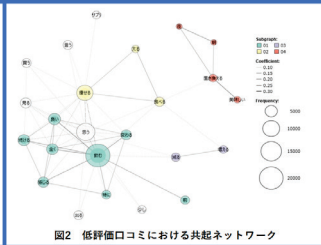


図2 低評価口コミにおける共起ネットワーク

2021/11/22
IDRユーザー
フォーラム

- 評価別の頻出語上位20 語を抽出した結果、抽出語句に大きな違いはなかった
- また、評価別の共起ネットワーク分析も行ったが、使用される語句や共起性に顕著な違いは示されなかった

- 高評価(★4と5)：年代別の特徴が変化しており、年代によってダイエットの捉え方が異なっていた
- 10代未満～20代：「痩せる」「口コミ」「買う」「食欲」といった語句と関連→他者の口コミを参考に食事面のコントロールを行うことでの痩身が効果を及ぼした内容が特徴的>**外見や他者との関わりへの関心**
 - 30代～40代：「リバウンド」「継続」「変化」「キロ」→具体的な体重変化に言及する内容が特徴的>**具体的なダイエット方法**
 - 50代～60代以上：「便秘」「脂肪」「食事」→健康面に意識づけられた内容が特徴的>**健康面への関心**

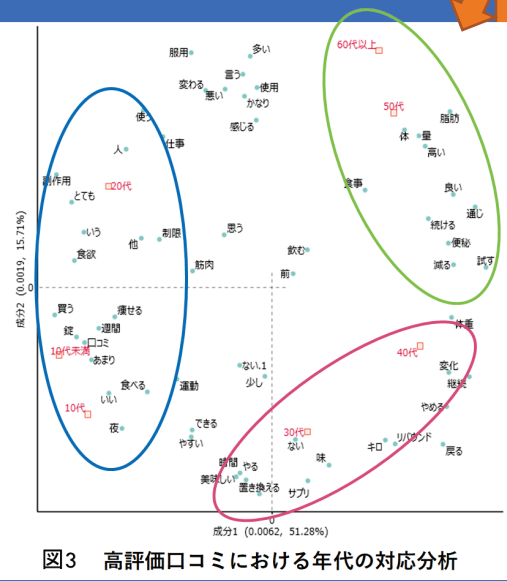


図3 高評価口コミにおける年代の対応分析

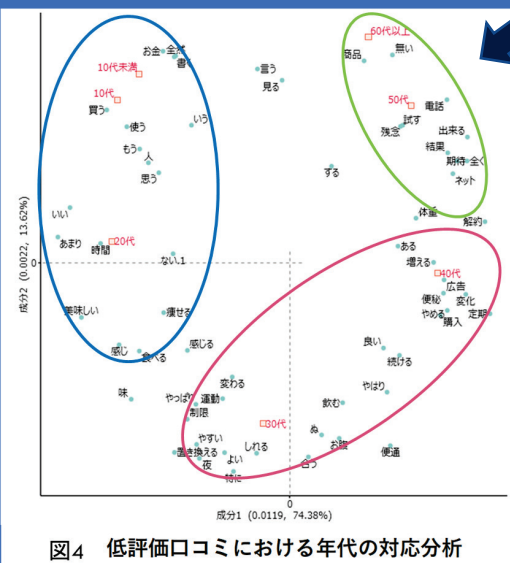
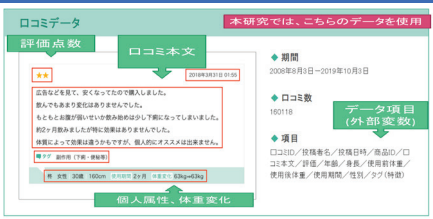


図4 低評価口コミにおける年代の対応分析

- 低評価(★1と2)：「不満」を多くの場合示しているが、その不満の性質が年代によって異なっていた
- 10代未満～20代：「お金」「時間」「全然」→費用対効果に関する記述が特徴的>**「費用対効果」**
 - 30代：「運動」「制限」「置き換える」といった語句との関連性が強い→ダイエットの具体的な方法に関する記述が特徴的>**「実際のダイエット内容」**
 - 40代：「広告」「定期」「購入」といった語句との関連性が強い→ダイエット商品の契約に関する内容が特徴的
 - 50代：「電話」「ネット」→商品の購入に関する対応などの不満に関する内容が特徴的>**「契約や対応」**

- まとめ
- レビュー評価の程度が異なると、記述される内容が回答者の属性によって異なっていることが示唆された
 - このような違いは、口コミを書き込む人たちの心理的な満足感、不満感の表出を理解する上で重要な意味を持つと考えられる



文献 ダイエットカフェ (2019). 学術向けデータデータの無償提供. (https://www.diet-cafe.jp/dietcafe_data.html) 2020/12/09参照

樋口耕一 (2014). 社会調査のための計量テキスト分析【第2版】ナカニシヤ出版

樋口耕一 (2020). KH Coder3(3.bate.02b～2020/11/25). (<https://khcoder.net/>). 2020/11/25参照

大谷鉄平 (2015). ダイエット系「口コミ」に見られる語句の特性-新聞折り込みチラシの場合との差異に注目して-. 学習院大学大学院日本語日本文学(11), pp.58-79

総務省 (2015). 平成27年度版 情報通信白書 インターネットショッピングの利用状況

杉谷陽子 (2012). 情報の伝播と消費者行動 杉本敬雄 (編著) 新・消費者理解のための心理学. 福村出版 pp. 183-201.

注記：本研究は発表者の指導下で鶴飼美希さんが2020年度提出した卒業研究で利用したデータを一部再構成し、日本社会心理学会第62回大会で発表した内容を基に構成したものである