

東京都における美容室レビューを用いた不満分析

八木沼さくら 朝日弓未 (東京理科大学)

背景・目的

- ・美容院の施設数は年々増加しているが、1店舗当たりの平均人口は減少^[1]
→競争激化
 - ・美容院を選ぶときに男女共に口コミを利用する割合が高い^[2]
 - ・顧客の不満を解決できれば顧客の信頼度向上が見込める^[3]
 - ・美容院は顧客がお店に来店しサービスを受けることで成り立つものであるため、地域ごとに客層や顧客ニーズに差異がある^[4]
⇒美容院の地域別における不満点に特化した研究は見当たらない
- 目的:**美容院の評判向上や顧客満足度の向上を促すため、東京都の美容院における口コミの不満点を地域別で分析

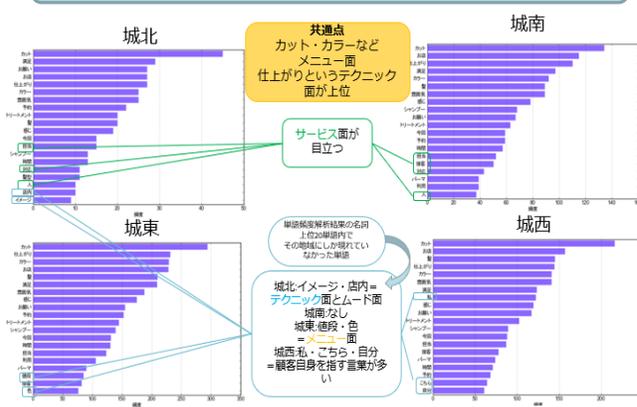
[1]厚生労働省衛生行政報告例結果概要:生活衛生関係
 [2]HOTPEPPER Beauty Academyの美容センス2022年上期資料編の<美容サロン>利用実態]
 [3]コトラー&ケラーのマーケティング・マネジメント基本編p.258
 [4]トピックグラフの中心性に基づいた顧客ニーズの地域差の可視化-都心の美容院業界におけるクチコミ解析を例に- 岩崎・永井・三浦・斎藤 (2022)

手法

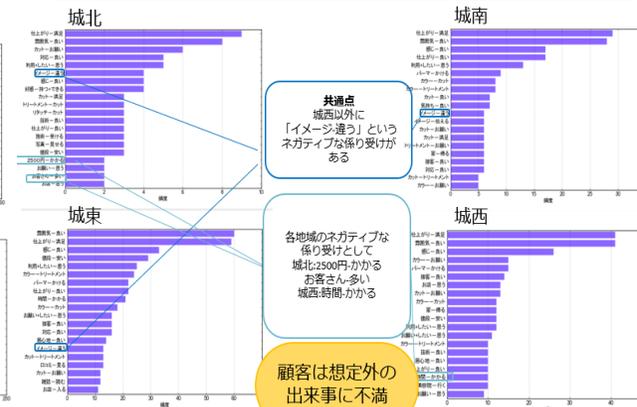
使用データ:ホットペッパービューティー (期間:2012年-2014年) の店舗データ・口コミデータ

- ・口コミデータの5段階評価:ムード・サービス・テクニック・メニュー・総合ポイントの合計評価平均値が4未満のデータを適用
- ・東京都の城北・城南・城西・城東の4つのエリアを対象としText Mining Studioを用いて分析

単語頻度解析 - 名詞のみ指定



係り受け頻度解析



単語頻度解析

名詞のみを指定し4地域で出現回数の多い単語を表示
→共通点:4地域共にメニュー面・テクニック面が上位に表示された

係り受け頻度解析

単語頻度の単語が何を指しているのかを表示
→城西以外に「イメージ-違う」が表示されており顧客は想定外の出来事に不満

特徴分析 - 特徴語抽出

属性ごとに特徴を見つけ出し表示
口コミデータ内の5段階評価の5つの平均値毎に分析
(平均値が1.6未満は該当しない地域が存在したため評価1.6~評価3.8まで各評価毎に地域比較)

評判分析 - 評判抽出

良い言葉・悪い言葉で語られる言葉を表示
4つの地域を5つの合計評価平均値ごとに分析

特徴語抽出

- ・どの評価・地域でも仕上りのイメージや接客対応についてマイナスな意見が見られた。
- ・低評価の地域は高評価の地域に比べお店側の予約ミスや髪の色むら・カラー剤の洗い残しなど基本的なサービスの不備に対して顧客は不満を持ちやすい。
- ・評価が上がるほど不満点に関して細かい部分での改善を求める声が多く感じた。

例: シャンプーの際天井の電球が眩しい・シャンプー台のにおいが気になる
→お店側は基本的なミスを防ぎ、細かい点で気遣いを心掛けることでサービスの付加価値を高められると考えられる。

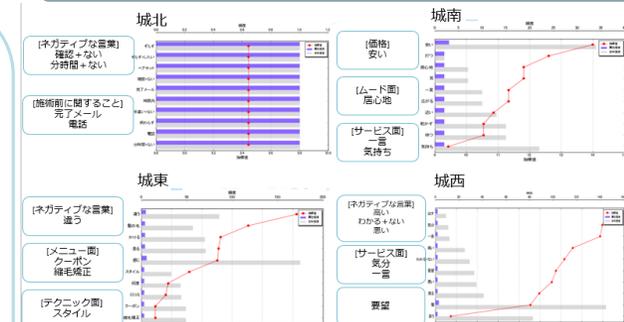
評判分析 不評語上位5つ

城北:気持ち・美容院・仕上がり・カット・感じ
→テクニック面
城南:感じ・気分・雰囲気・髪・お店
→ムード面
城東:感じ・気持ち・髪・仕上がり・シャンプー
→テクニック面
城西:髪・感じ・雰囲気・仕上がり・お願い
→要望

今後の課題

都心・副都心エリアを入れた比較や不満点から具体的な改善案を提案する

特徴分析 - 特徴語抽出



評判分析 - 評判抽出 - 不評語ランキング

