

ホットペッパービューティーにおける男性利用者の口コミ高評価及び低評価決定要因分析

藤江 司，朝日 弓未（東京理科大学経営学部）

研究背景・研究目的

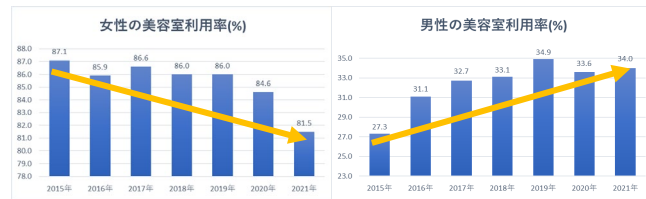


図1 男女の美容室の利用率の推移

近年7年間の男女の美容室の利用率の推移については、女性は減少傾向にあるが男性は増加傾向にある。また、男性は女性よりも美容室に通う頻度が多い。このように利用率の増加によって男性の美容室市場は拡大していくことが予測できる。そこで、私はホットペッパービューティーにおける男性の口コミを分析し、男性が美容室に対して高評価を決める要因と低評価を決める要因を分析し、とるべき戦略を考察する。

使用データ・分析内容

- ◇使用データ：リクルートデータセット
- ◇分析ツール：テキストマイニングスタジオ
 - ・単語頻度解析
 - ・言葉ネットワーク分析
 - ・係り受け頻度解析
 - ・特徴語分析
 - ・評判抽出

結果

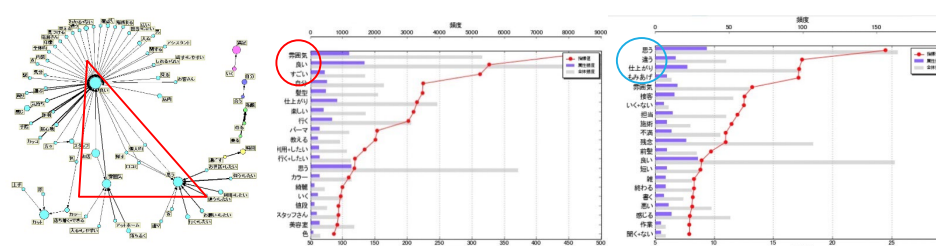


図2 言葉ネットワーク分析

図3 高評価口コミと低評価口コミのそれぞれの特徴語分析

言葉ネットワーク分析をでは、「雰囲気」「良い」「思う」の3つの単語に多数のの矢印が集中し大きな話題クラスタを形成している。
 ➡雰囲気は特に重要視されている。

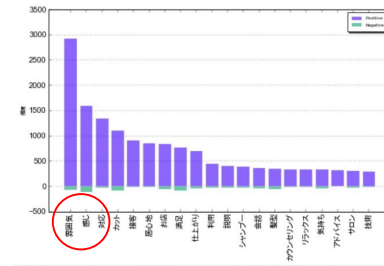


図4 高評価口コミの好評語分析

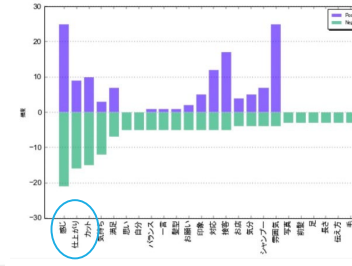


図5 低評価口コミの不評語分析

高評価の口コミと低評価の口コミを区分して、単語頻度解析・係り受け頻度解析・特徴語分析・評判抽出を行った。それぞれの分析において、高評価の口コミでは店舗の雰囲気に関する単語が特徴的で、低評価の口コミでは施術・仕上がりがりなど技術面での単語が特徴的であった。

考察

分析の結果から男性利用者は店舗の雰囲気が良いと美容室に対して好感を持ち、施術や仕上がりが良くない場合に不満になる傾向があるといえる。従って、美容室は店舗の雰囲気と美容師の施術に特に力を入れる必要があると考えられる。