

カスタマーレビューに基づいた美容院業界における地域特性の可視化

岩崎友秋, 永井一平, 三浦和也, 齊藤史哲 (千葉工業大学)

背景と目的

厚生労働省が発表した平成 29 年度衛生行政報告例によると、ヘアサロンの店舗数は年々増え続け 2019 年には約 25 万件に達している [1]。これはコンビニエンスストアの店舗数の約 4 倍と比べて競争が激しいことがうかがえる。こうした**オーバーストア状態**は、客の奪い合いに起因する利益低下の要因となっている [2]。しかしオーバーストア状態なのにも関わらず店舗が一定の地域に偏っていたり、近年高い技術を求めて都内にわざわざ遠方から訪れる人がいること [3] から美容院業界内で地域格差が生じている。

本研究では**地理的要因**と**カスタマーレビュー**から**顧客満足度**につながる総合評価の関係性に着目する。そしてカスタマーレビューを解析し美容院業界ごとの**地域や店舗のニーズ**を可視化することで**地域特性を明らかにする**。

ホットペッパービューティーデータセット

2012 年 1 月～2014 年 1 月の期間に掲載されたもの

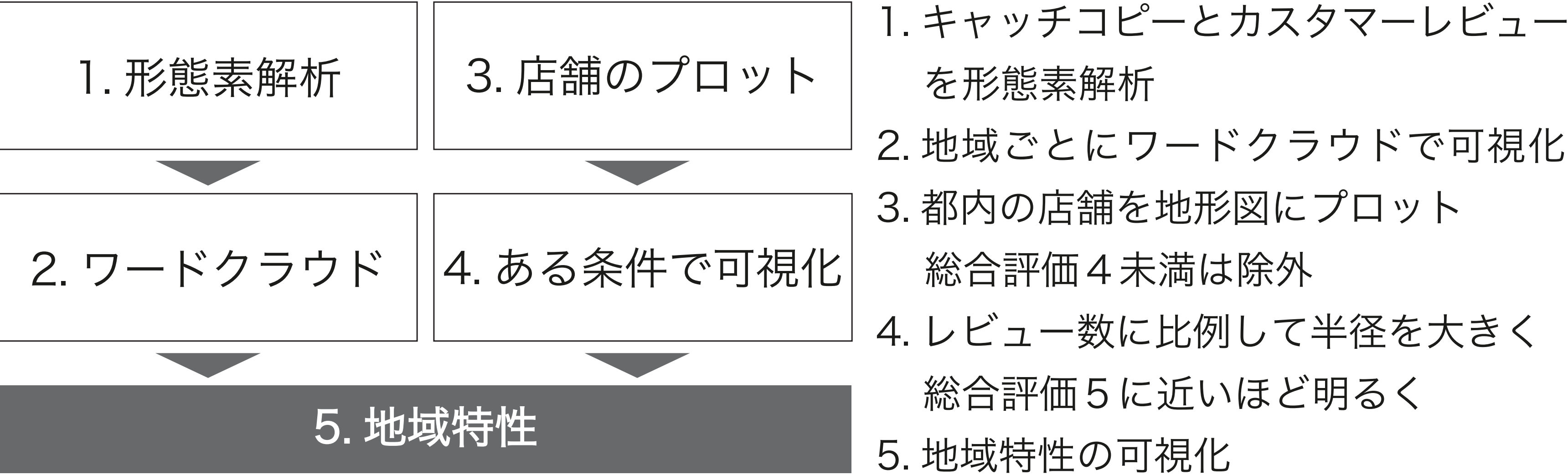
本研究で用いたデータセット

- ・店舗データ：約 10,000 件
 - キャッチコピー
 - 位置情報
- ・クチコミデータ：約 360,000 件
 - 5 段階評価（総合評価・テクニックなど）
 - カスタマーレビュー
 - 世代・性別などのデモグラフィクス

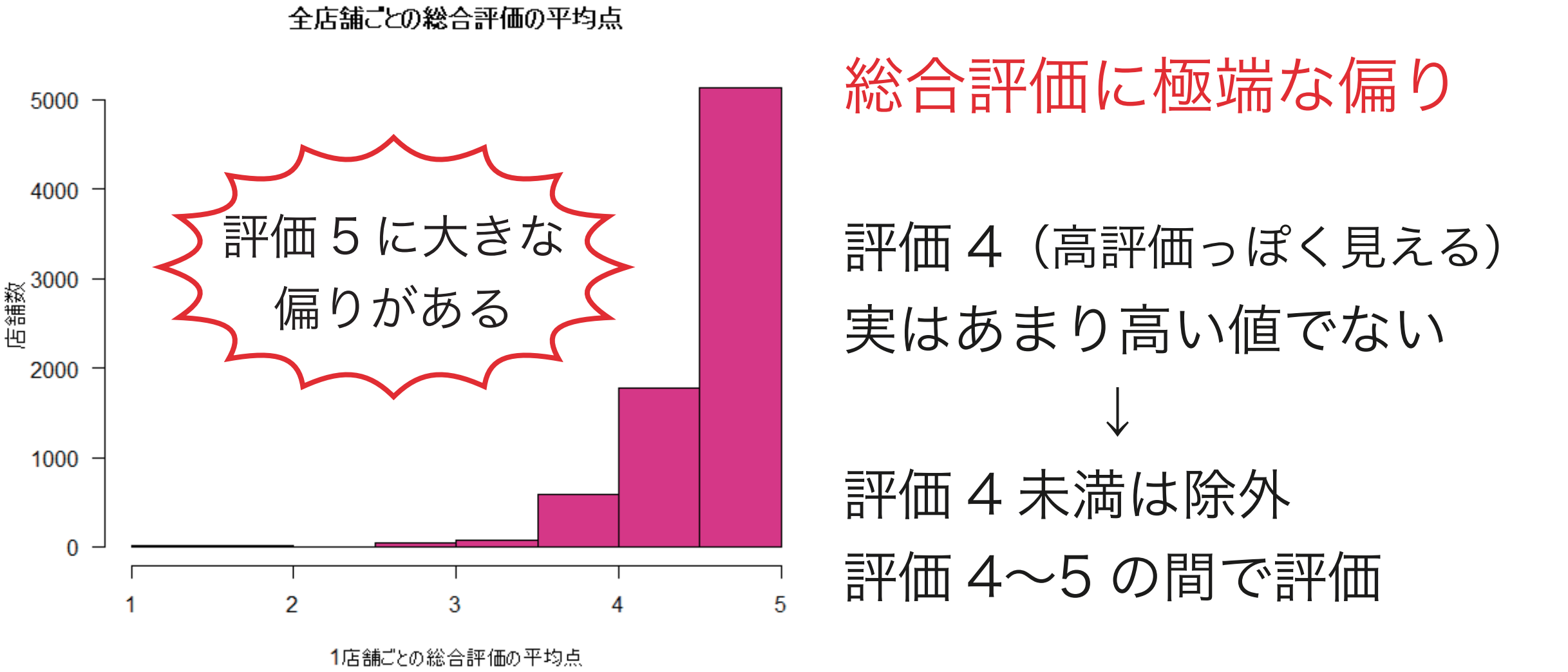


提供データに対する分析の事前調査

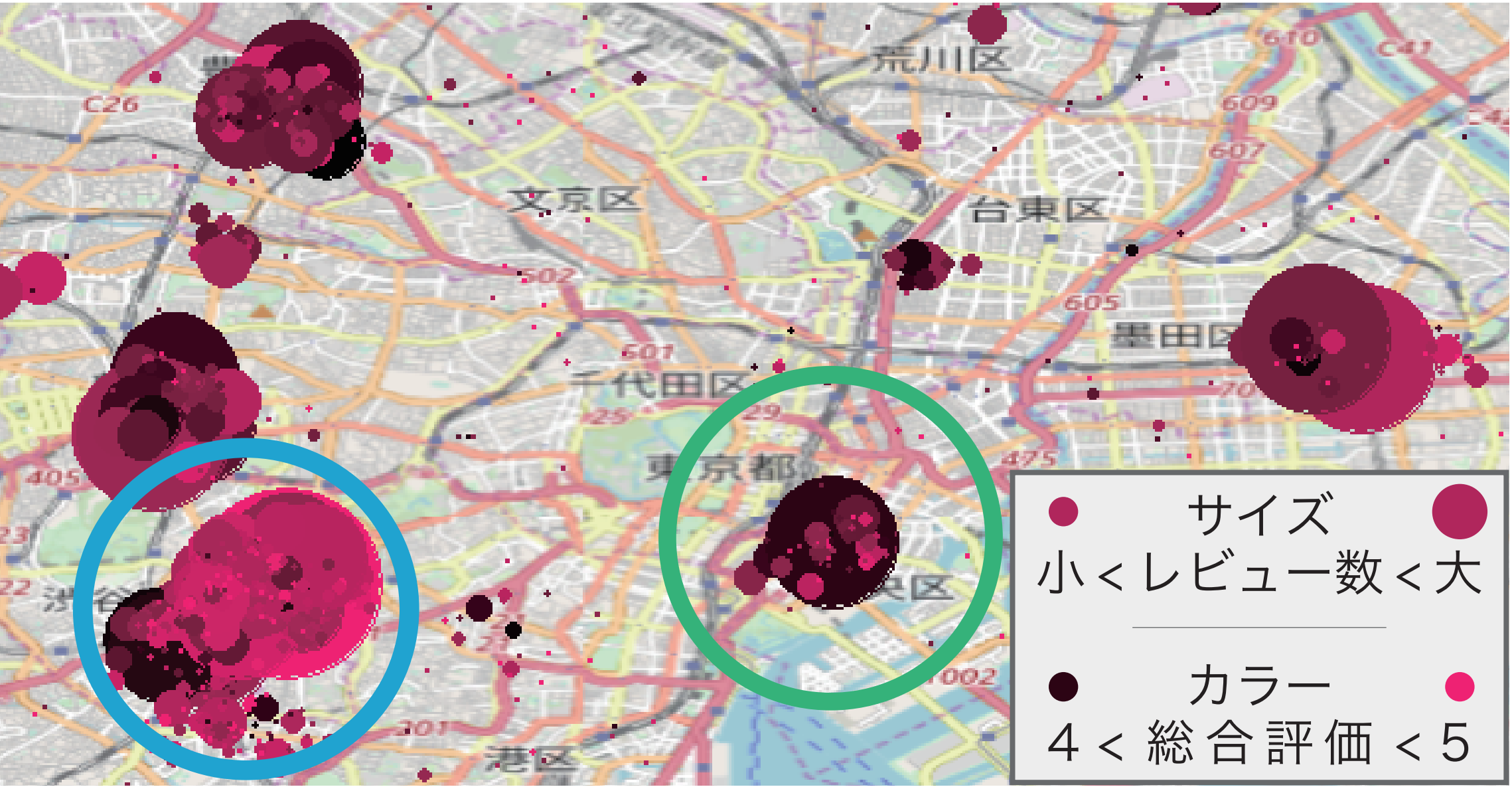
分析方法



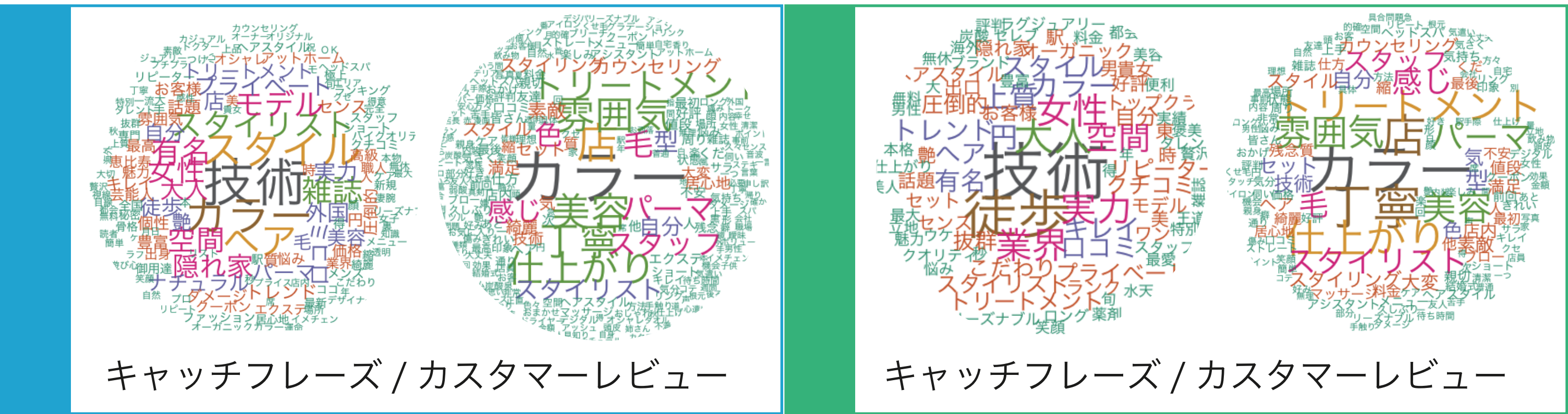
総合評価をプロットして気づいたこと



分析結果



- 渋谷区
- 中央区



平均年齢	25 歳前後	35 歳前後
ターゲット	若者	大人の女性
評価	甘口	辛口
店舗の売り	人気モデルに合わせたカット	徒歩圏内

今後の研究内容

今後の予定（解析手法について）

1. カスタマーレビューから**トピックモデル（LDA：潜在ディリクレ配分法）**を用いて美容院業界の地域特性における潜在的な意味を抽出する。
2. **ディープラーニング（word2vec, doc2vec）**で単語の意味の類似性を抽出し、カテゴリ分析や感情分析を行う。
3. これらの結果に基づいた**共分散構造分析（下図）**により、顧客満足度の背後に隠れた構造を明らかにする。

