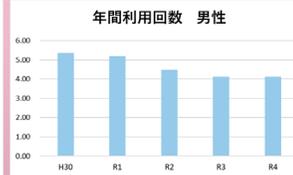


S05 口コミデータの頻度分析によるヘアサロン顧客増加のための提案

佐藤緋奈, 尾崎知伸 (日本大学)

✂️①研究背景・目的

- ◆美容室の店舗増加^[1]
- ◆年間利用回数の減少^[2]
- ◆美容室選びにおける口コミ重視傾向



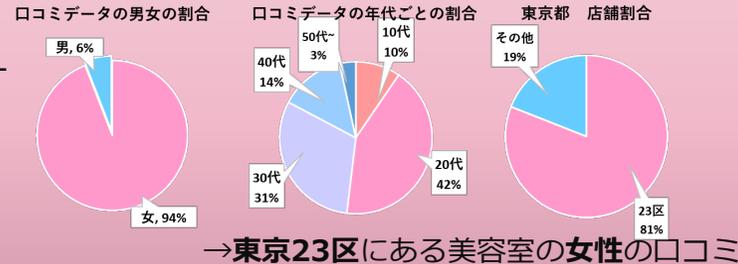
目的：オーバーストア状態の美容室業界に対して、年代・地域ごとの口コミを分析し、各店舗にあった顧客増加のための提案をすること

✂️②データセット

- ◆ホットペッパービューティー
- ◆口コミデータ, 店舗データ

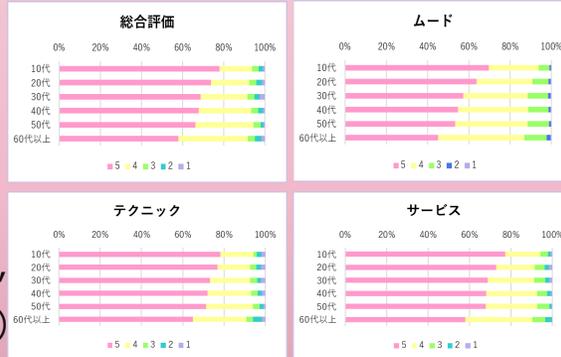


PRODUCED BY RECRUIT [3]



✂️③現状理解

- ◆年代別 (10代, 20代, 30代, 40代, 50代~)
- ◆地域別(都心部…渋谷・新宿・港など, 東部…墨田・葛飾・江戸川など, 西部…世田谷・杉並・中野など)



- ◆単語頻度分析…高評価と低評価の比較
- ◆N-gram…単語がどのような文脈で使われたか

✂️④提案

- ◆若者が多い店舗 →カラー, 前髪カット, 料金

	年代別					地域別		
	10代	20代	30代	40代	50代~	都心部	東部	西部
カラー	+	-				+	-	
カット			+	-	+			-
前髪	-	-						
料金		-	-					
シャンプー				-	+			
マッサージ					+			
雰囲気							+	+
次回							+	



- ◆年配の利用が多い店舗 →カット, シャンプー, マッサージ, スタッフ全員

- ◆都心部→カラー
- ◆東部→リピーター向けのサービス
- ◆西部→スタイリストの技術



- ◆口コミ評価が低い店舗 →店舗全体の雰囲気

✂️⑤今後について

- ◆ヘアスタイル画像と、口コミ内のヘアスタイルの雰囲気を表す語から、ヘアスタイルの提案→CNN, hair segmentation
- ◆口コミの分析結果からメニューの提案
- ◆美容室の外観・内観画像と口コミ内の「雰囲気」の関連性



参考文献: [1]厚生労働省「令和2年衛生行政報告例」
 [2]ホットペッパービューティーアカデミー容センサス2022年上期「美容室・理容室編」
 [3]株式会社リクルート「ホットペッパービューティー」
 謝辞: 本研究では、株式会社リクルートが国立情報学研究所の協力により研究目的で提供している「ホットペッパービューティーデータ」を利用しました。