

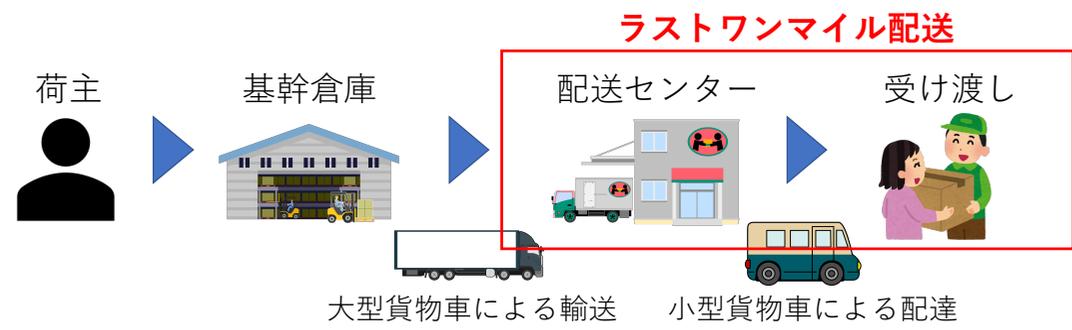
研究背景

ネット通販の拡大に伴い、ラストワンマイル配送の重要性が高まっている

- ・再配達による人手不足
- ・配送品質の低下（破損、遅延など）
- ・顧客満足度（不満）への影響が大きい
- ・巣ごもり需要で利用者が急増



従来の不満調査では回答の候補が用意されている！
ラストワンマイルのサービス向上には新たな
気付き・ニーズの発見が求められる！



目的

顧客像に合わせた配送サービス改善のためのニーズ検出
(地域差、対象商品、デモグラなど)

使用データ



- インサイトテック社より提供される不満データ
⇒自由記述なので想定外のあらたな指摘が得られる可能性！
- ①キーワード「配送」「宅配」を含む全ての投稿文
 - ②上記データにそれぞれ対応するジャンル
 - ③投稿者のデモグラ（年代、性別、職業etc）

方法

顧客属性でセグメントを構築し不満内容に応じて対象を明確にする

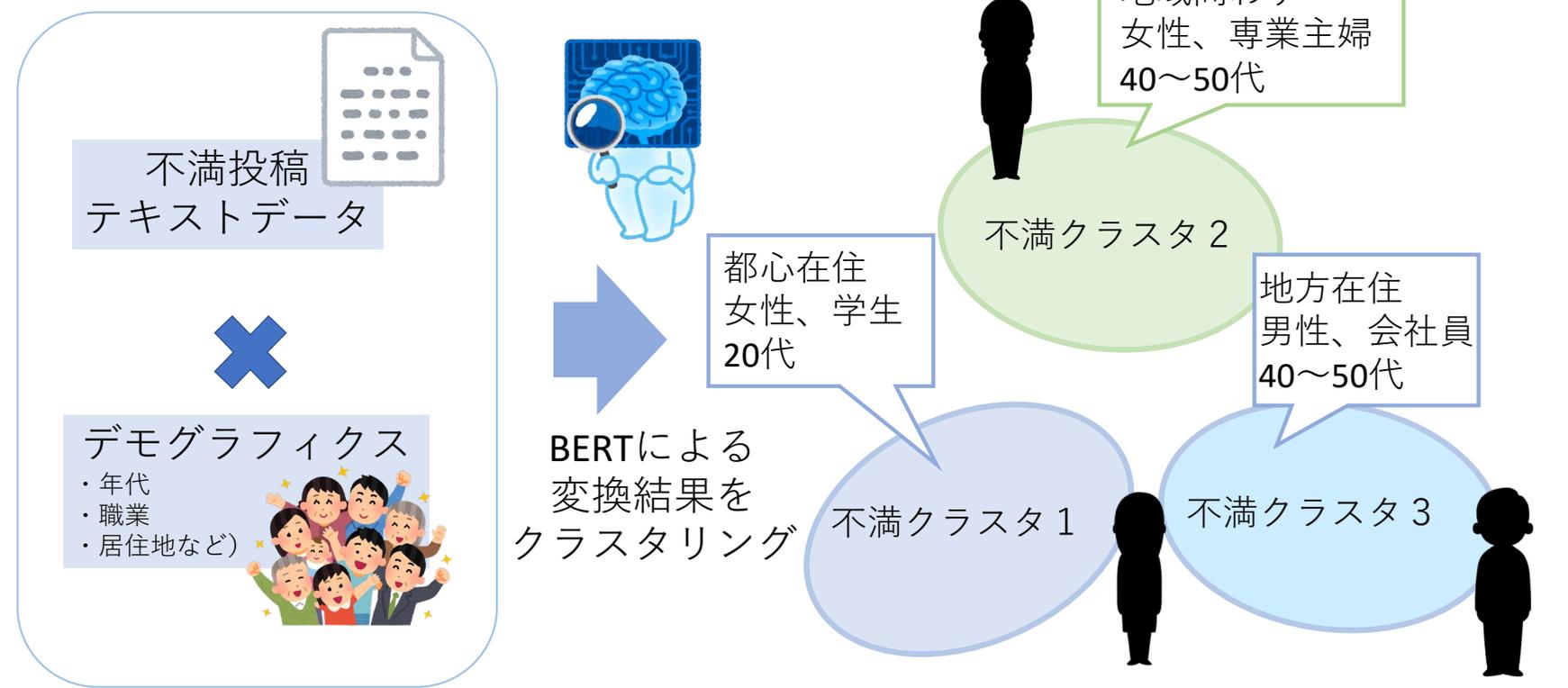
1. 不満投稿（テキストデータ）をBERTにより特徴量抽出
2. 非線形クラスタリング（DBSCANなど）によりレビューのクラスタを抽出
3. クラスタ内のデモグラ（居住地、性別、年代など）やジャンルの比率をしらべる

年代

居住地

性別

想定される結果のイメージ



顧客セグメントにおける不満の特徴を導き出す！
例) 宅配ボックスに不満のセグメント、包装に不満のセグメント、時間に不満のセグメントなど