

# 口コミデータを用いた美容室顧客満足度要因の分析

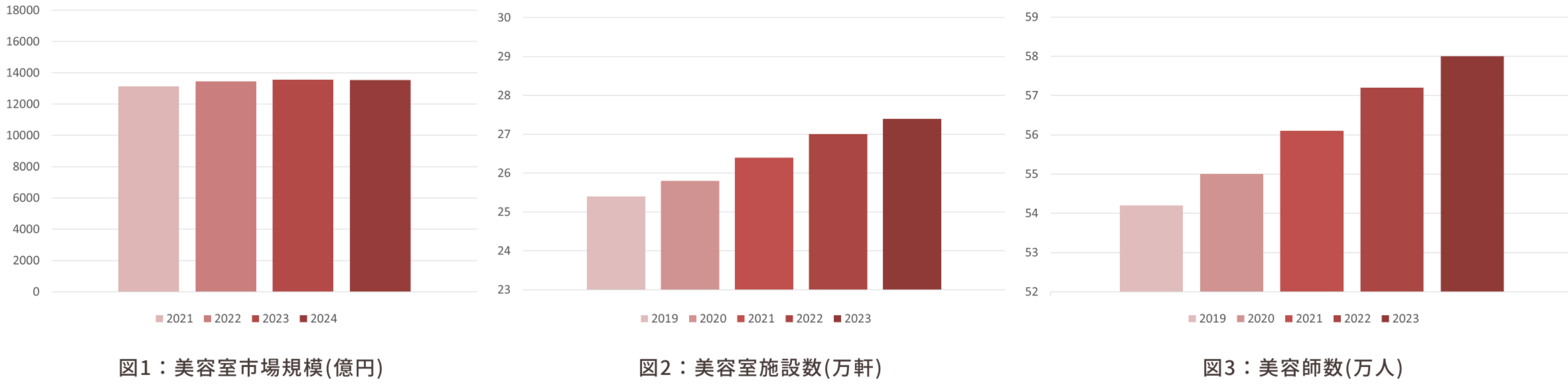
東京理科大学 佐藤佑泉、朝日弓未

## 1. 背景と目的

使用データ：リクルートデータセット  
ホットペッパービューティにおける、研究機関向け公開データ

### 背景①：美容室の競争激化

美容室の市場規模は横ばいで推移しているが、施設数と美容師数は共に増加しているため今後も競争が激化していくことが考えられる。



### 背景②：口コミの重要性

初来店時のサロン選びにおいて、女性の21.0%、男性の17.2%が「ネットの口コミが良い」ことを重要視している。また、現在利用しているサロンの認知経路(きっかけ・情報源)として、女性の31.5%、男性の27.9%が「予約・口コミサイト(ホットペッパービューティなど)」と回答したことから、新規顧客を獲得するためには口コミの重要性が高い。

さらに、リピートのポイントとして女性の18.5%、男性の18.8%が「事前に口コミで確認」と回答し、離脱のポイントとしても女性の24.3%、男性の24.7%が「事前に口コミで確認」と回答している。口コミを強化していくことで継続顧客の獲得にもつながる。

### 目的：顧客満足度につながる要素を分析

口コミデータから、顧客満足度につながる要素として重要な要素を取り上げることで美容室の安定的な経営のための戦略を考察する。

## 2-1. 関連研究

[美容サービス業におけるサービス品質向上の課題]



継続性  
推薦性

Xeroxが行った研究では、48万の顧客を対象に、製品とサービスに対する満足度をLikert 5点尺度を用いて調査した。

とても満足した5点顧客と満足した4点顧客とで顧客ロイヤリティに大きな差が生じる。

5点を付けた顧客は4点を付けた顧客より再購買が6倍も多かった。

満足した顧客はやや満足した顧客より1回利用した美容室に継続的に通うようになる傾向が強く、かつ満足した美容室を周囲の人々に推薦する可能性が高い。

## 2-2. 関連研究

[レビュー投稿者の甘辛度を考慮した美容院評判情報と利用者情報の可視化]

レビュー情報を用い、ユーザーの特徴と美容院の評価情報を可視化することで美容院の検索を支援するインターフェースを提案する

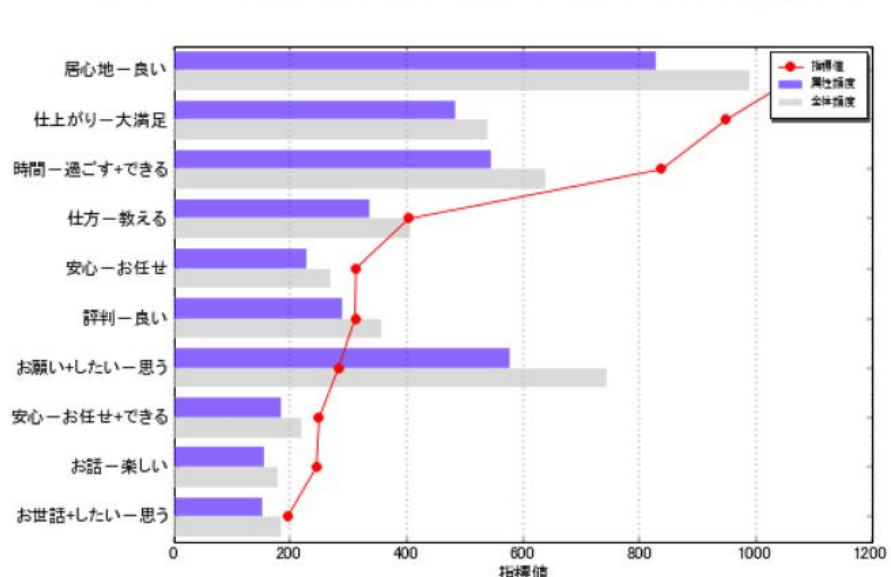
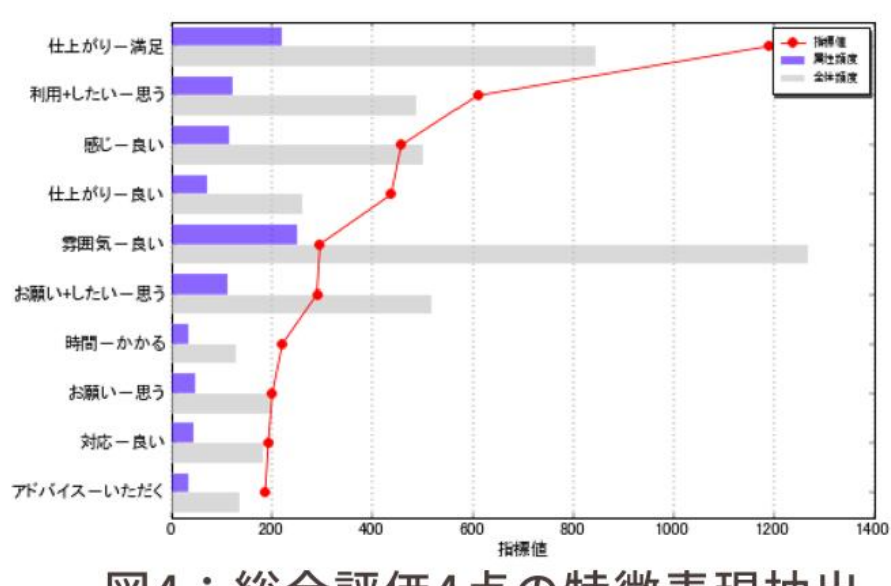
### 甘辛度の定義

普段から高い評価をつける傾向にあるユーザーによる評価と、逆に普段から低い評価をつける傾向にあるユーザーによる評価では、同じ評価であってもその持つ意味は異なる。この考えの下、各ユーザーの普段の評価傾向から、そのユーザーが甘辛度評価なのか辛辛度評価なのかを定量的に評価する。

稀につけた普段の評価傾向と異なる評価が大きく影響してしまうため場合分けを行う

【評価の最頻値の相対頻度】  
75%以上⇒甘辛度=評価の最頻値  
75%未満⇒甘辛度=評価の平均値

## 3-1. 分析結果 - 特徴表現抽出 -



【総合評価4点】

「雰囲気」  
「アドバイスをいただく」  
「利用したいと思う」

【総合評価5点】

「居心地」  
「仕方を教えてもらう」  
「お世話になりたいと思う」

満足した4点顧客ととても満足した5点顧客の口コミを比較すると、それぞれ似たニュアンスの言葉が上位の特徴表現として表れている

【総合評価4点】

「雰囲気」

「アドバイスをいただく」

「利用したいと思う」

【総合評価5点】

「居心地」

「仕方を教えてもらう」

「お世話になりたいと思う」

【考察】

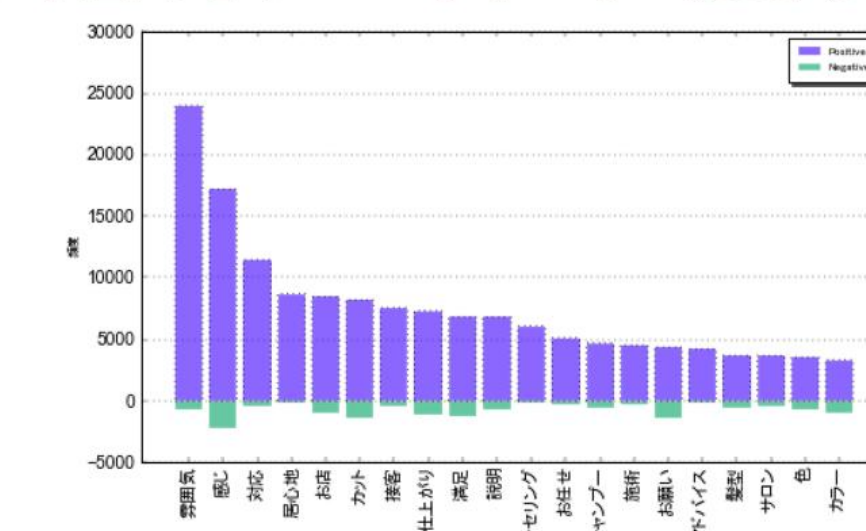
美容室のアウトホームさや美容師のフレンドリーさが居心地の良さにつながる

アドバイスだけでなく具体的な方法ややり方を教えることで満足度が高くなる

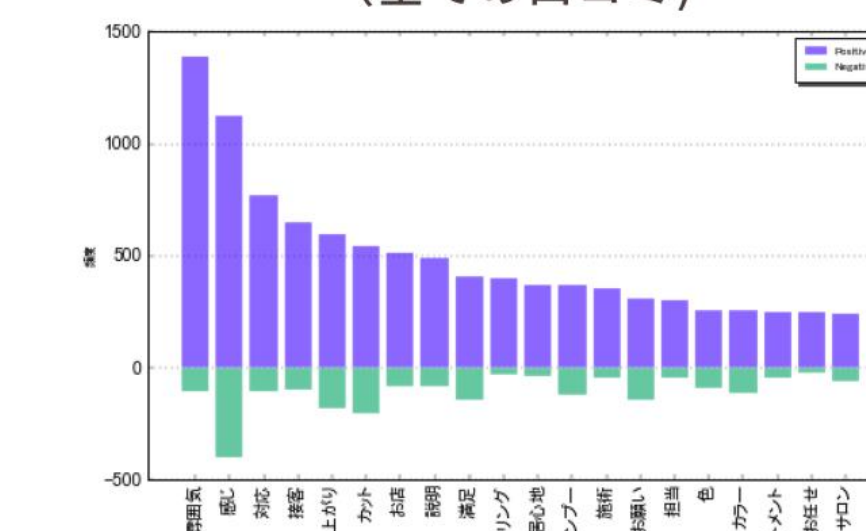
美容室への満足度よりも美容師への満足度の方が評価への影響が大きい

## 3-2. 分析結果 - 甘辛度分析 -

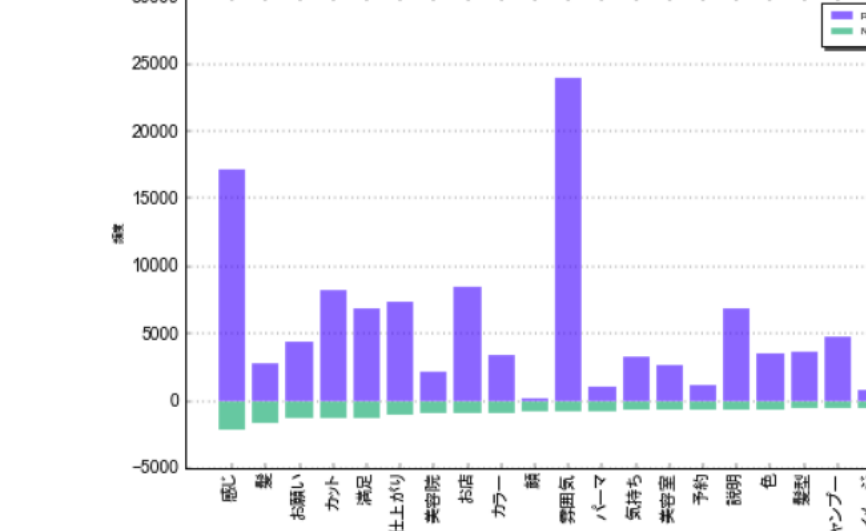
全ての口コミ



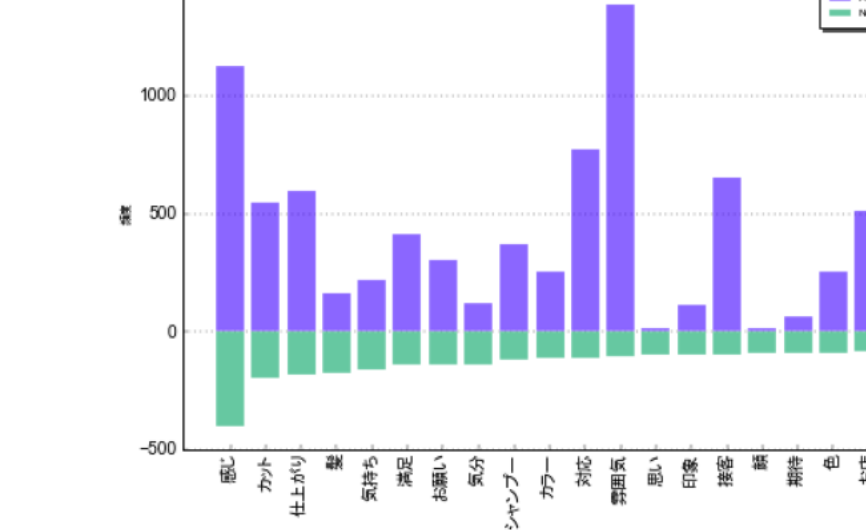
甘辛度から抽出した口コミ



全ての口コミ



甘辛度から抽出した口コミ



【全ての口コミのみに現れる好評語】

アドバイス  
髪型

【甘辛度から抽出した口コミのみに現れる好評語】

担当  
トリートメント

【全ての口コミのみに現れる不評語】

美容院、パーマ  
美容室、予約  
説明、髪型  
イメージ

【甘辛度から抽出した口コミのみに現れる不評語】

気分、対応  
思い、印象  
接客、期待

## 3-3. 分析結果 - クラスターリング分析 -

甘辛度によって抽出された高評価レビューの投稿者が指名したスタイリストの自己PR文を対象にクラスターリングを行った結果、以下の4つのタイプに分類された

01

ホスピタリティ型 (誠実・丁寧)

ムード：4.559  
サービス：4.737  
テクニク：4.778  
女性中心に幅広い年代

02

カウンセラー型 (提案力・相談重視)

ムード：4.526  
サービス：4.947  
テクニク：4.789  
男性比率が高く若年層に強い

03

クリエイター型 (技術推し)

ムード：4.538  
サービス：4.615  
テクニク：4.692  
男性顧客も含む技術こだわり層

04

フレンドリー型 (親しみ・気軽さ)

ムード：4.493  
サービス：4.787  
テクニク：4.813  
若年層と大人の女性に強い

## 4. 考察

総合評価5点の口コミは、店舗や雰囲気に満足しているだけでなく、美容師個人への信頼や愛着が強く現れている。美容師への満足度を高めることで、継続顧客や新規顧客の獲得につながると考えられる。

また、口コミ投稿者の普段の評価傾向を考慮したテキスト分析の結果からも、美容師との関係性が満足度を左右する重要な要素であることがわかった。顧客を離反させるのは「技術の失敗」ではなく「対応の失敗」であり、かつ期待とのズレが低評価に直結するため、情報発信段階で正確な期待値設定が必要である。一方で顧客をファン化させるのは「技術の高さ」より「信頼と安心」であると考えられる。

さらに、普段辛口評価の顧客から高く評価される美容師の特徴として、ホスピタリティ型、カウンセラー型、クリエイター型、フレンドリー型の4タイプに分類できることがわかった。ホスピタリティ型は技術と親しみの両立で幅広い女性顧客の支持を集めることができ、カウンセラー型は男性や若年層に強く、接客評価が突出する特徴がある。クリエイター型は若い層を中心に支持されるが、評価は伸びる余地が残されている。フレンドリー型は大人女性のリピート獲得に向いていると考えられる。