

美容室密集地域スタイリストの口コミに着目した継続要因解析

前原侑命、朝日弓未（東京理科大学）

P16

研究背景

美容室が存続していく条件の一つ→利益の獲得
新規顧客と継続顧客の獲得が課題
<現状>

美容室の数は年間3000店舗増加[1]
人口の減少

↓
新規顧客獲得の難化
継続顧客の増加と離反の防止が課題

関連研究・研究目的

<関連研究>スタイリストに対する顧客の評価という視点から議論されていない[2]

↓
継続顧客の獲得に成功しているスタイリストの口コミのテキストマイニングからスタイリストの行動を抽出

分析手法

使用データ：リクルートデータセット[3]

①特徴語抽出分析

美容師の高評価の口コミにおいて出現する語句を取得

②ロジスティック回帰分析

特定の語句が評価に与える影響を分析

③注目語分析（+原文参照）

特定の語句と併用されている語句を抽出

図1 分析手法

分析結果

①特徴語分析（Text Mining Studio）

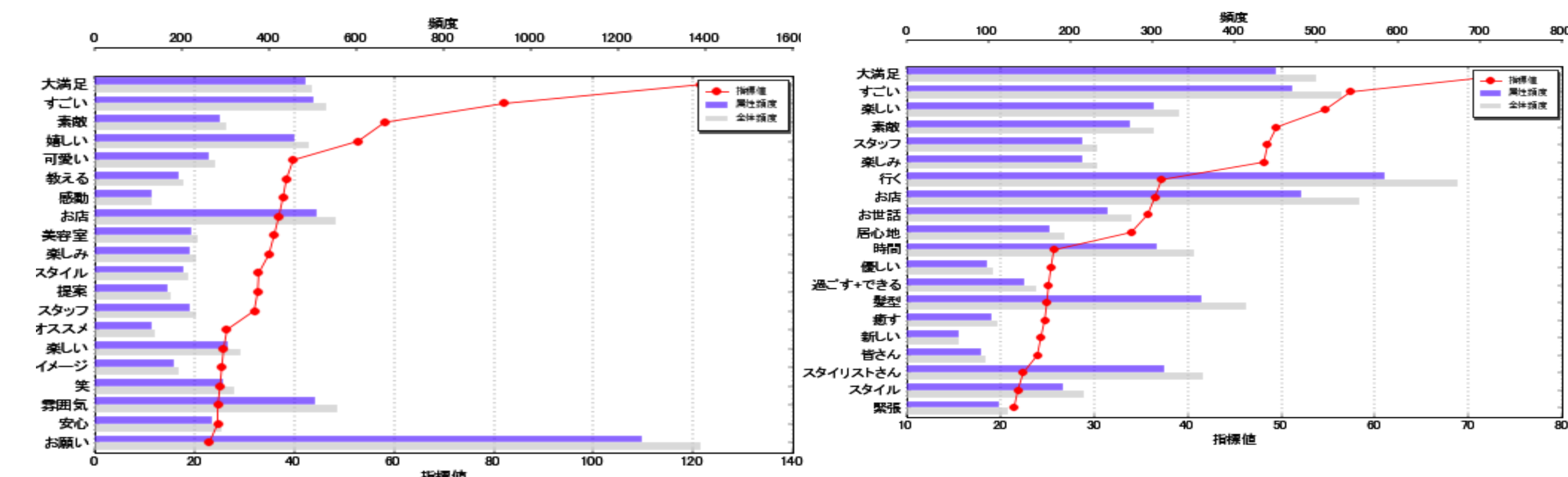


図2 テクニックポイントに5の評価を付けている人の口コミ特徴語分析

図3 サービスポイントに5の評価を付けている人の口コミ特徴語分析

②ロジスティック回帰分析（python）

表1 ロジスティック回帰分析の結果によりオッズ比が有意だった語句一覧

両ポイントで有意	大満足、素敵、楽しみ、スタイル、スタッフ、お店、
テクニックポイント5でのみ出現かつ有意	感動 (9.04)、大満足(4.33)、素敵 (2.90)、オススメ (2.80)、可愛い(2.66)、イメージ (2.33)、美容室 (2.18)、楽しみ (2.12)、スタイル (2.11)、嬉しい (2.01)、楽しい (1.97)、教える (1.90)、提案 (1.85)、スタッフ (1.65)、安心 (1.47)、笑 (1.47)、お店 (1.43)、お願い (1.3)
サービスポイント5でのみ出現かつ有意	皆さん (3.07)、過ごす (2.30)、癒す (2.30)、楽しみ (2.18)、緊張 (2.18)、居心地 (2.08)、スタッフ (2.07)、素敵 (2.05)、大満足 (2.01)、優しい (2.00)、スタイル (1.76)、行く (1.61)、お世話 (1.57)、お店 (1.45)、髪型 (1.39)、

③注目語分析（Text Mining Studio）

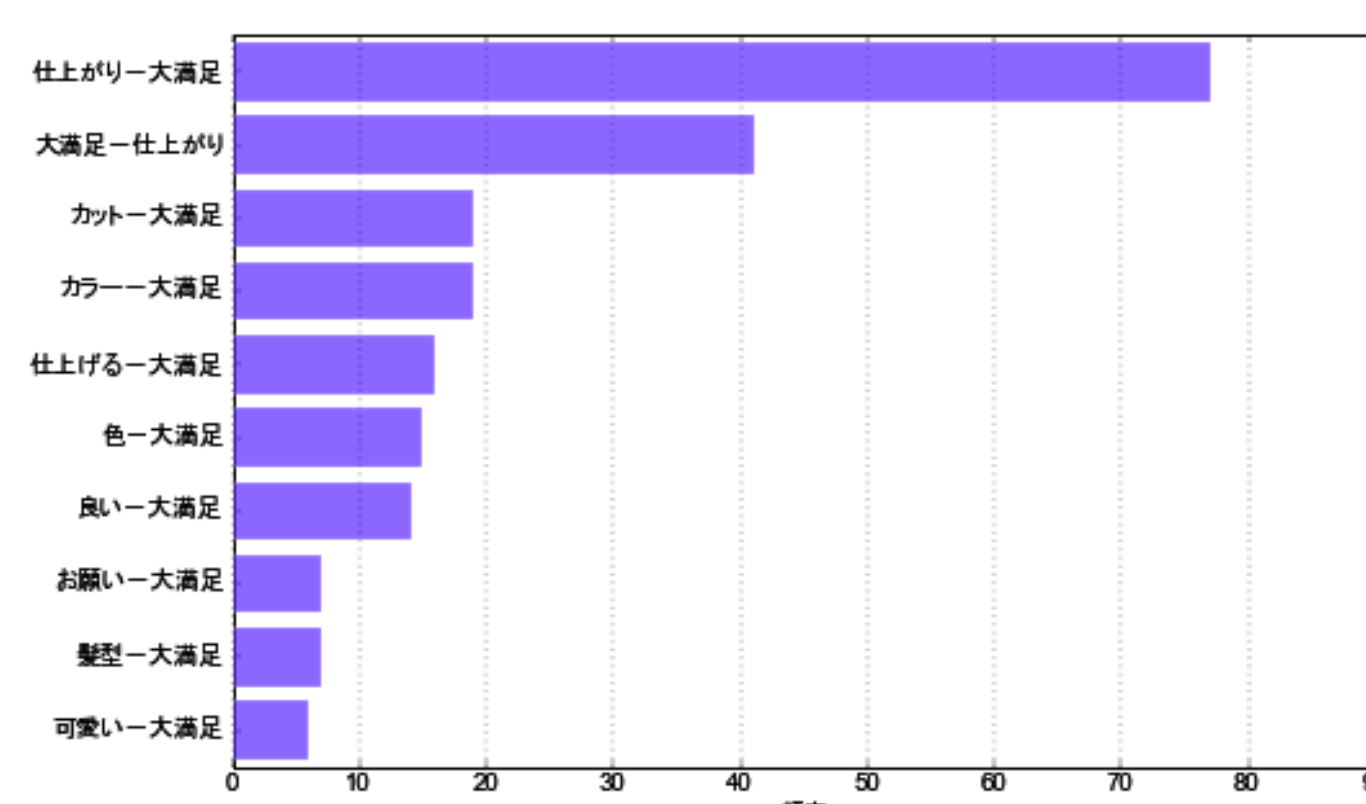


図4 「大満足」に着目した注目語分析



図5 「スタイル」に着目した注目語分析

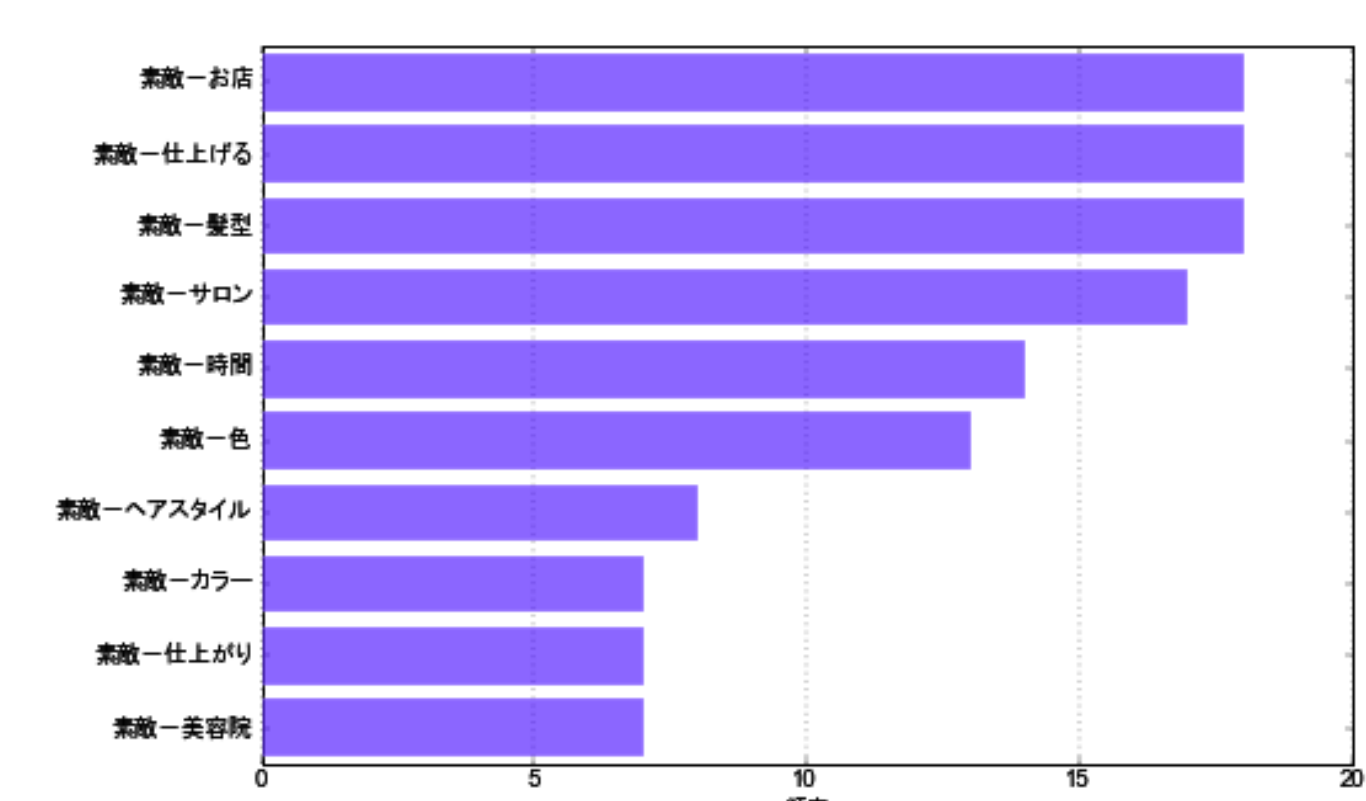


図6 「素敵」に着目した注目語分析

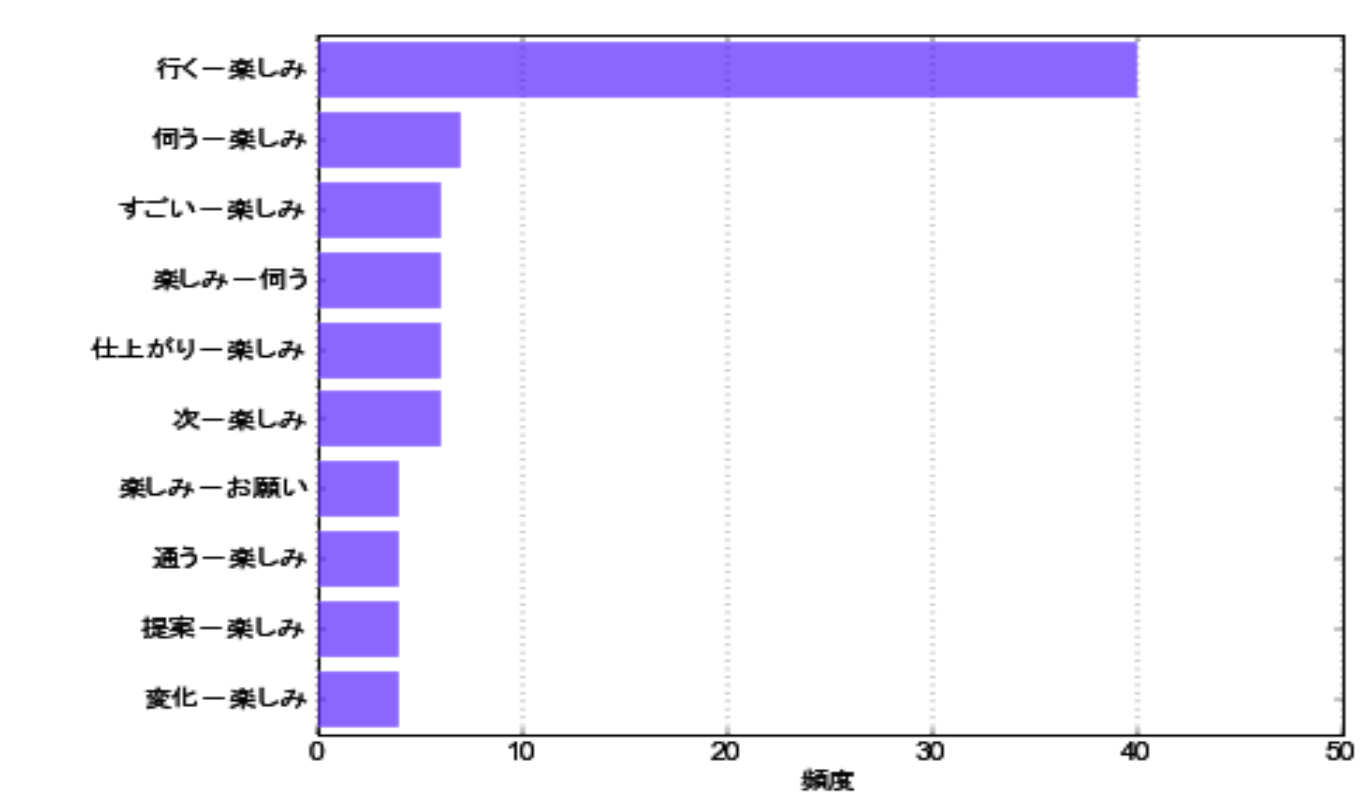


図7 「楽しみ」に着目した注目語分析

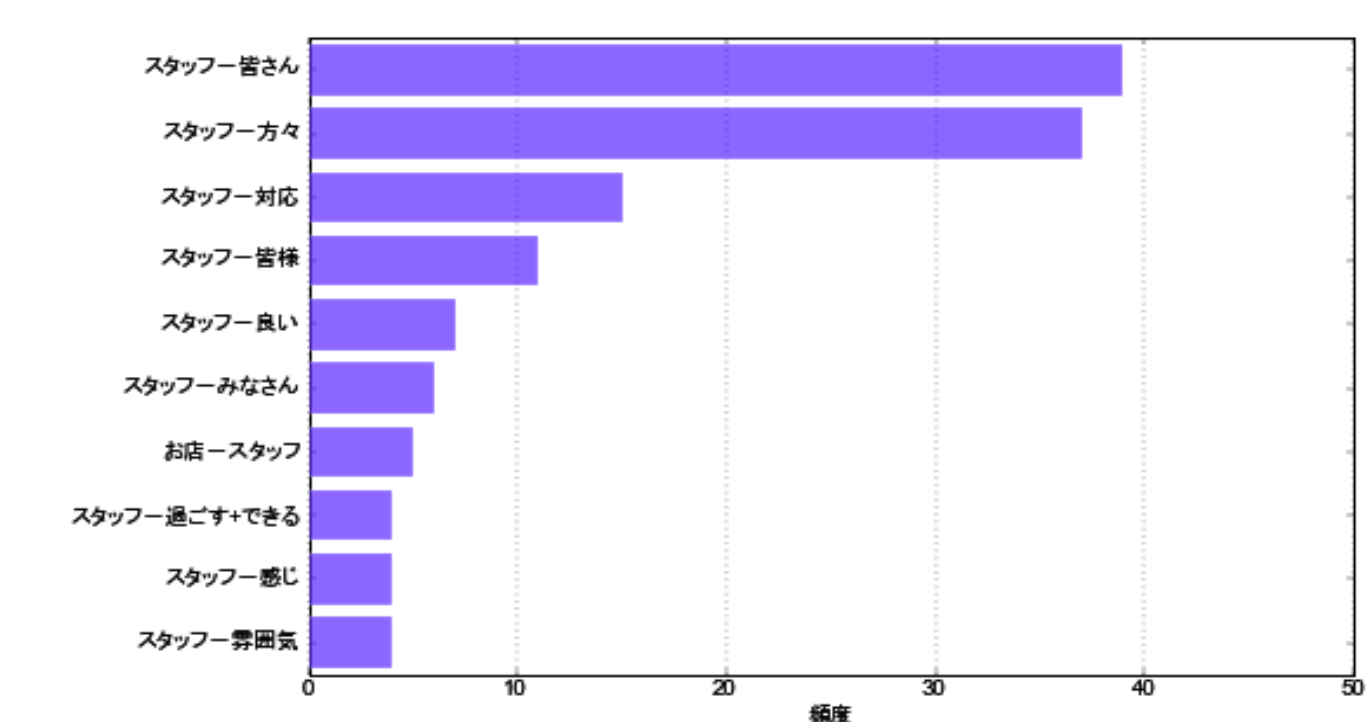


図8 「スタッフ」に着目した注目語分析

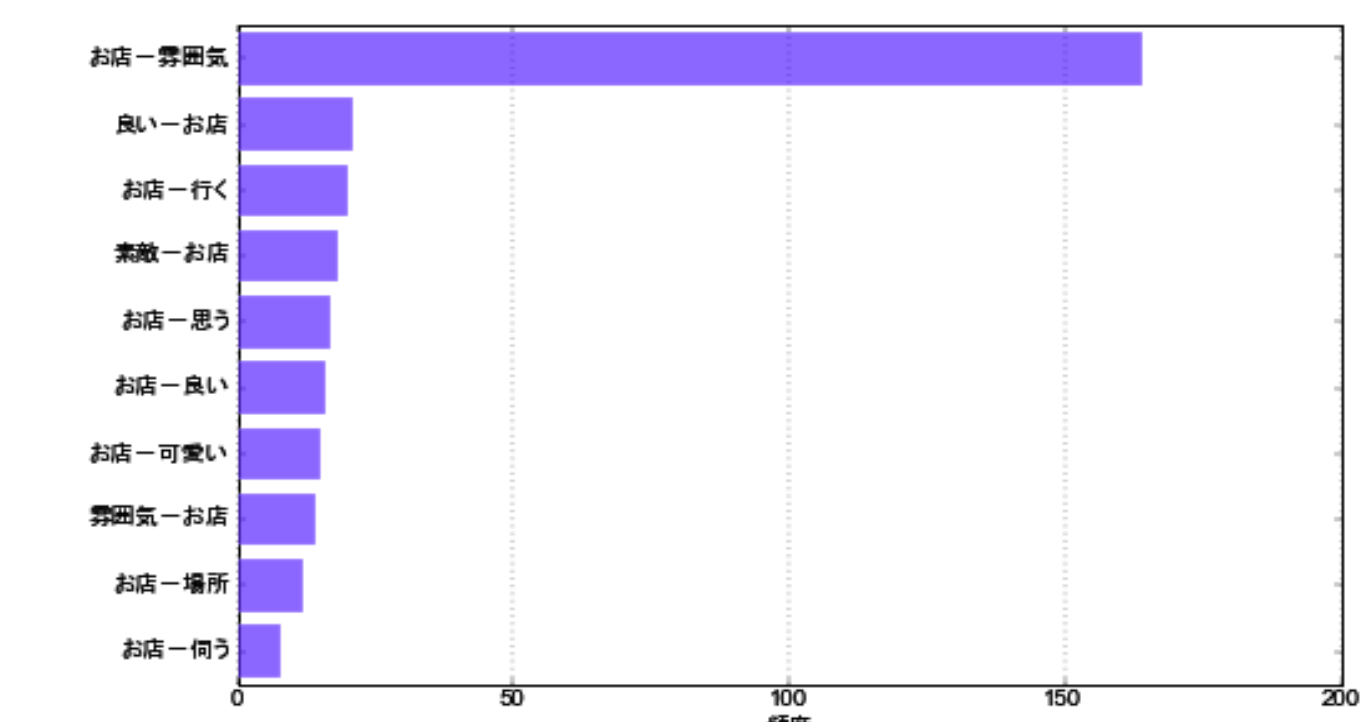


図9 「お店」に着目した注目語分析

考察

本研究では美容室の増加と人口減少を背景に、美容室密集地域である渋谷区において継続顧客を持つスタイリストの特徴を抽出した。ロジスティック回帰分析やテキストマイニングの結果、継続顧客を持つ美容師は施術前の一人ひとりに合わせたカウンセリング、自宅でできるスタイリング指導、話しやすさ、顧客のニーズの理解と配慮をすることが顧客に満足感や安心感を与え、顧客は再来店を行うことが分かった。

参考文献

[1]厚生労働省,2014,「平成25年度衛生行政報告例の概況」,https://www.mhlw.go.jp/toukei/saikin/hw/eisei_houkoku/13/,
[2]野中 芽依/生田目 崇/大竹 恒平,2019,「ヘアサロンチェーンにおけるリピート顧客を対象とした離反要因の特定」, https://www.jstage.jst.go.jp/article/jasmin/201910/0/201910_136/article/-char/ja,
[3]株式会社リクルート,2014,ホットペッパービューティーデータ. 国立情報学研究所 情報学研究データリポジトリ.(データセット), https://doi.org/10.32130/idr.4.1,

謝辞

本研究では、国立情報学研究所のIDRデータセット提供サービスにより株式会社リクルート様から提供を受けた「ホットペッパービューティーデータ」を利用しました。厚く御礼申し上げます。