

宿泊施設における男女別 口コミ評価の傾向分析

法政大学 理工学部 創生科学科
呉研究室所属 森下美穂

目次

1章 研究目的と収集するデータに関する特徴

- 1-1 目的と課題
- 1-2 研究の手順
- 1-3 クチコミとは
- 1-4 渋谷区、渋谷駅の特徴
- 1-5 じゃらんnetについて
- 1-6 分析方法について

2章 男女価格別にしたデータ

- 2-1 じゃらんnetクチコミ男女年代別データ
- 2-2 価格別にしたホテルのデータ
- 2-3 価格別ホテルの特徴
- 2-4 男性の目的と年代の関係
- 2-5 女性の目的と年代の関係

3章 分析結果

- 3-1 価格別結果
- 3-2 目的別結果
- 3-3 年代別結果

4章 考察と結論

- 4-1 考察
- 4-2 結論
- 4-3 参考文献

1章 研究目的と収集する データに関する特徴

今回の分析では、東京都渋谷区にある渋谷駅周辺のホテルについて、じゃらんnetのクチコミデータを基に行う。1章では、用いるデータに関する内容について記載する。

1-1 目的と課題

- 目的

幅広い年代の男女が利用するホテルについてのクチコミ評価の傾向を分析し、結果を考察することで、さらに顧客満足度を高めることができるサービスを提供するためにはどのようにしたらいいかという疑問を解決する。

- 課題

じゃらんnetを用い、渋谷駅周辺のホテルについてのクチコミをテキストマイニングで分析する。

1-2 研究の手順

1,じゃらんnetの渋谷駅から半径2.0km以内のホテルの2018年7月から2019年6月の1年間の直近30件のクチコミデータを集める。今回の研究では24軒のホテル、492件のクチコミを分析する。

2,データを男女に分け、そこから、「価格」、「目的」、「年代」別に分ける。
価格、目的、年代がどのように関係しているのか、整理して分析する。

3,単語頻度解析とことばネットワーク分析を行う。

4,それらの結果からさらに顧客満足度を高めるにはどのようにしたらいいか考察を行う。

1-3 クチコミとは

クチコミとは

クチコミ(口コミコミュニケーション)とは、消費者間で、ポジティブ・ネガティブな評価情報が伝達されることを指す。顧客とのコミュニケーションの1つである。現在、インターネットの普及により、クチコミは重要性を増している。

2019年、マーケティング調査会社のUnabashed Researchが消費者903人に対して実施した調査によると、消費者がホテルを選ぶ際、ホテルのブランドよりもゲストが与えた評価を重視する可能性は72%あるという結果が出ている。

つまり



宿泊利用者が投稿したクチコミが重要である。

1-4 渋谷区、渋谷駅の特徴

・渋谷区

人口 22万4412人(2017年9月現在)

最も人口が多い世代は30歳代で4万4624人、次は40歳代で4万1388人。これらの世代に20歳代の2万8339人を加えると総人口の51.1%となる。勤労者世代が多い。

総面積 15.11平方キロメートル

代々木や千駄ヶ谷はオフィス街や繁華街が広がり、原宿や表参道は、日本のファッションの中心地と言われる。また、代官山や恵比寿は商業施設やファッション関連の産業が集積。

・渋谷駅

1日平均乗車人員は370,856人。(2018年)JR山手線や埼京線、東急東横線、田園都市線、京王井の頭線、東京メトロ銀座線や半蔵門線、副都心線が乗り入れる巨大な複合ターミナル駅。東横線と副都心線は地下駅となり、「渋谷ヒカリエ」など渋谷駅周辺は大規模な再開発が進められている。

勤労者世代が多く、流行の先端を走っている町である。

1-5 じゃらんnetについて

- 日本観光振興協会の調査によると、2018年 スマホ、PC共に観光系サイト閲覧**1**位！（図1,2参照）

ランク	サイト名	2018年 閲覧者数(人)
1	じゃらんnet	33,900,000
2	楽天トラベル	32,700,000
3	トリップアドバイザー	28,600,000

ランク	サイト名	2018年 閲覧者数(人)
1	じゃらんnet	36,400,000
2	楽天トラベル	29,900,000
3	トリップアドバイザー	23,300,000

「17年旅行サイト閲覧数-日観振調査」 <http://www.travelvision.jp/news/detail.php?id=80605>より

- 株式会社リクルートライフスタイルが運営
- 2000年11月よりサービス開始
- 会員数は非公開、会費無料
- 宿泊施設数27,229軒(2018年12月現在)
- 7か国語に対応

1-4 分析方法について

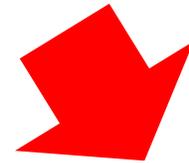
- ・テキストマイニング

大量の文章データ(テキストデータ)から、有益な情報を総称したもの。自然言語分析の手法を使って、文章を単語(名詞、動詞、形容詞等)に分割し、それらの出現頻度や相関係数を分析することで有益な情報を抽出することができる。



- ・単語頻度解析

単語の頻度に関する情報を表示。



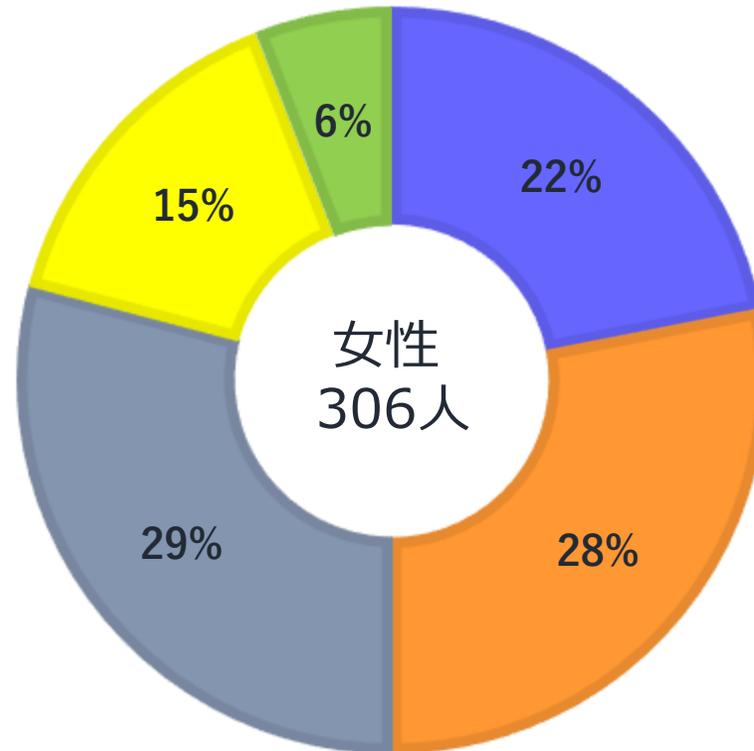
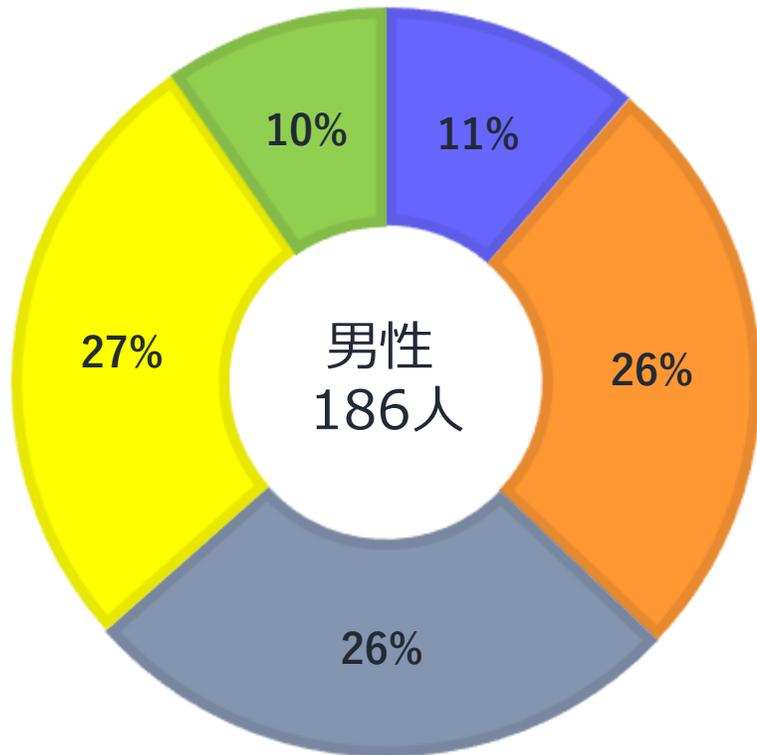
- ・ことばネットワーク

属性とことば、ことば同士の関連性の強さをネットワーク図で図示。関連性の強いもの同士のクラスタが見えてくる。

2章 男女価格別にしたデータ

2章では、渋谷駅から半径2.0km以内のホテルの2018年7月から2019年6月の直近30件のクチコミ表記者のデータについて記してある。

2-1 じゃらんnetクチコミ男女年代別データ



- ・ 30,40,50代で男性は79%で、女性は72%を占めている。
- ・ 男女ともに勤労者世代が多い。

■ 10,20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60,70代

2-2 価格別にしたホテルのデータ

ホテル別にクチコミ全ての価格から中央値を出して、5000円ごとにグループ分けをした。

0-5000円

- ・ドシー恵比寿
- ・カプセルホテル渋谷

5000-10000円

- ・ Bed & Breakfast RENGA
- ・ NADESHIKO HOTEL SHIBUYA
- ・ Turn Table Hostel
- ・ ザ ミレニアルズ 渋谷
- ・ MUSTARD HOTEL SHIBUYA
- ・ オリンピックイン渋谷
- ・ サクラ フルール
- ・ HOTEL EMIT SHIBUYA

10000-15000円

- ・ 渋谷クレストンホテル
- ・ アパホテル<渋谷道玄坂上>
- ・ 渋谷東武ホテル
- ・ 東急ステイ渋谷(新南口)
- ・ 東急ステイ渋谷(道玄坂上)
- ・ 渋谷グランベルホテル
- ・ ドーミーインPREMIUM渋谷神宮前
- ・ JR東日本メッツ 渋谷
- ・ 恵比寿ホリックホテル
- ・ ホテルユニゾ渋谷
- ・ SHIBUYA HOTEL EN

15001-20000円

- ・ 渋谷エクセルホテル東急
- ・ 渋谷ストリームエクセル東急

20000円以上

- ・ セルリアンタワー東急ホテル

2-3 価格別のホテルの特徴

0-5000円

		目的						年代					
		出張	一人旅	恋人	友人	家族	その他	20代	30代	40代	50代	60代	
ドシー恵比寿	男性	5	3	0	0	0	3		1	5	4	1	0
	女性	2	15	0	0	0	2		7	5	6	1	0
カプセルホテル渋谷	男性	3	27	0	0	0	0		4	11	7	3	5
	女性	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0

出張や一人旅での利用のみ。
年代は20～50代。

5000-10000円

		目的						年代					
		出張	一人旅	恋人	友人	家族	その他	20代	30代	40代	50代	60代	
Bed&Breakfast Renga 代官山	男性	3	0	0	0	0	0		0	0	2	0	1
	女性	0	7	0	0	0	0		2	4	1	0	0
NADESHIKO HOTEL SHIBUYA	男性	0	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
	女性	1	8	0	1	0	2		5	3	3	1	0
Turn Table Hostel	男性	4	4	0	0	0	0		1	1	4	2	0
	女性	1	8	0	0	0	0		2	5	2	0	0
ザ・ミレニアルズ渋谷	男性	4	2	0	0	0	0		0	2	3	1	0
	女性	4	6	0	0	0	0		3	5	1	1	0
MUSTARD HOTEL SHIBUYA	男性	0	0	0	0	1	0		0	0	0	0	1
	女性	1	3	0	2	1	1		4	1	2	1	0
オリンピックイン渋谷	男性	6	4	0	0	1	0		2	5	1	2	1
	女性	2	1	0	2	1	0		1	1	2	0	2
サクラ・フルール	男性	3	1	0	0	2	0		0	2	0	4	0
	女性	5	10	2	2	4	1		4	8	9	2	1
HOTEL EMIT SHIBUYA (ホテルエミット渋谷)	男性	5	0	0	0	0	1		1	1	1	3	0
	女性	4	4	2	7	2	5		7	6	4	4	3

出張や一人旅での利用が多い。
幅広い年代が利用。

2-3 価格別のホテルの特徴

10000-15000円

		目的						年代				
		出張	一人旅	恋人	友人	家族	その他	20代	30代	40代	50代	60代
渋谷クレストンホテル	男性	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0
	女性	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0
アパホテル〈渋谷道玄坂上〉	男性	3	6	0	1	1	0	2	3	2	4	0
	女性	2	4	2	1	1	3	3	5	3	1	1
渋谷東武ホテル	男性	5	2	0	0	2	0	0	0	1	8	0
	女性	0	4	1	0	6	3	3	1	4	6	0
東急ステイ渋谷（新南口）	男性	7	4	0	0	0	1	0	3	4	3	1
	女性	6	5	0	0	2	5	1	9	3	5	0
東急ステイ渋谷（道玄坂上）	男性	7	4	0	0	0	0	1	3	5	1	1
	女性	8	7	1	0	0	3	5	7	6	0	1
渋谷グランベルホテル	男性	9	2	0	0	0	0	1	1	3	5	1
	女性	3	6	0	0	0	0	1	5	2	1	0
ドーミーインPREMIUM渋谷神宮前	男性	2	1	2	0	2	0	1	2	3	1	0
	女性	4	1	2	3	8	5	5	4	8	5	1
JR東日本ホテルメッツ 渋谷	男性	5	2	2	0	2	0	4	1	3	2	1
	女性	3	4	0	4	4	4	2	5	7	4	1
恵比寿ホリックホテル	男性	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	0
	女性	2	2	1	1	3	0	3	2	2	1	1
ホテルユニゾ渋谷	男性	7	0	0	0	0	2	1	3	3	2	0
	女性	4	9	0	0	1	4	4	3	8	3	0
SHIBUYA HOTEL EN	男性	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	0
	女性	0	2	1	1	0	1	2	0	2	1	0

出張や一人旅での利用が多い。
30,40代の利用が多い。

2-3 価格別のホテルの特徴

15000-20000円

		目的						年代				
		出張	一人旅	恋人	友人	家族	その他	20代	30代	40代	50代	60代
渋谷ストリームエクセル東急	男性	2	5	1	0	3	0	1	4	3	0	3
	女性	2	6	3	1	4	2	4	2	5	4	3
渋谷エクセルホテル東急	男性	2	0	1	0	3	1	0	0	1	4	2
	女性	1	5	1	0	8	1	0	3	6	3	4

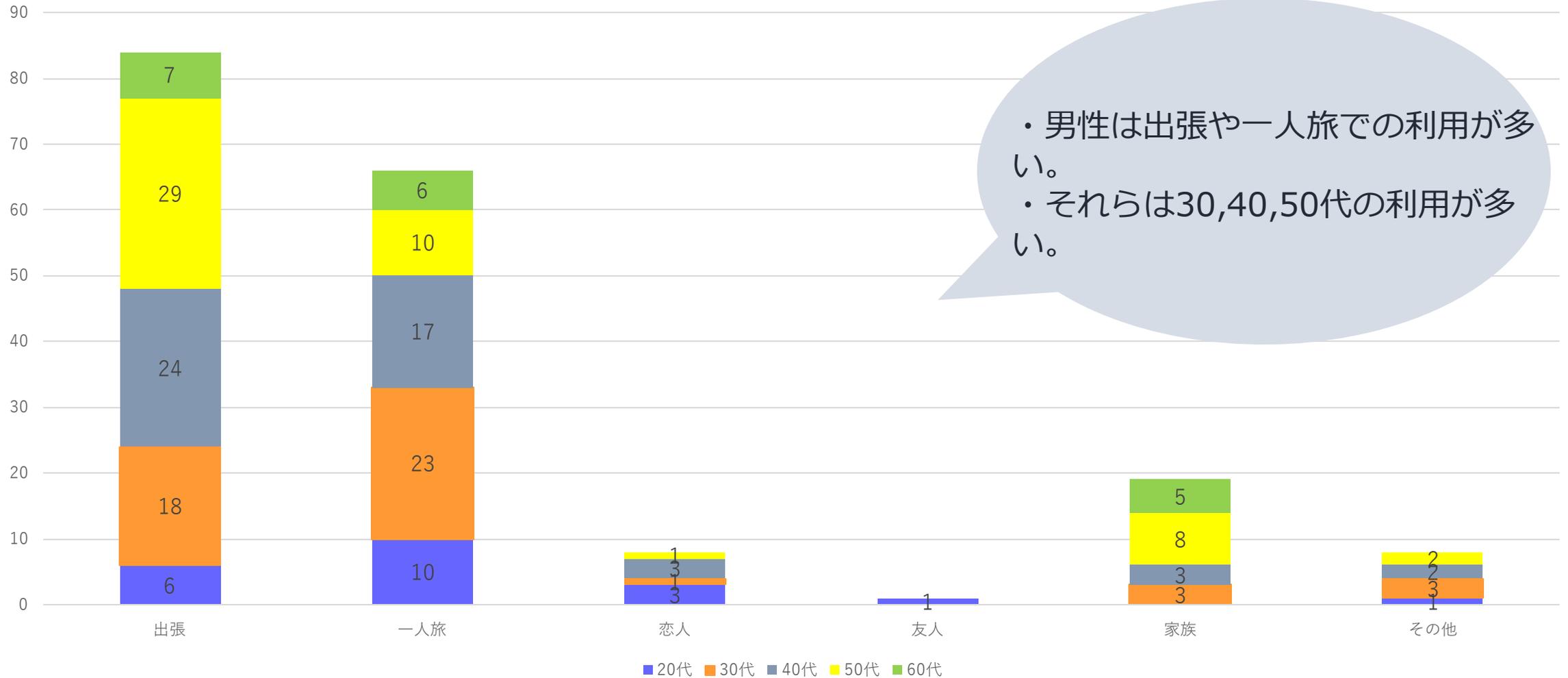
他の価格と比べると、家族や恋人での旅行者が増えた。60代が増えた。

20000円以上

		目的						年代				
		出張	一人旅	恋人	友人	家族	その他	20代	30代	40代	50代	60代
セルリアンタワー東急ホテル	男性	1	1	0	0	2	0	0	0	1	1	2
	女性	0	1	1	0	3	1	1	2	2	1	0

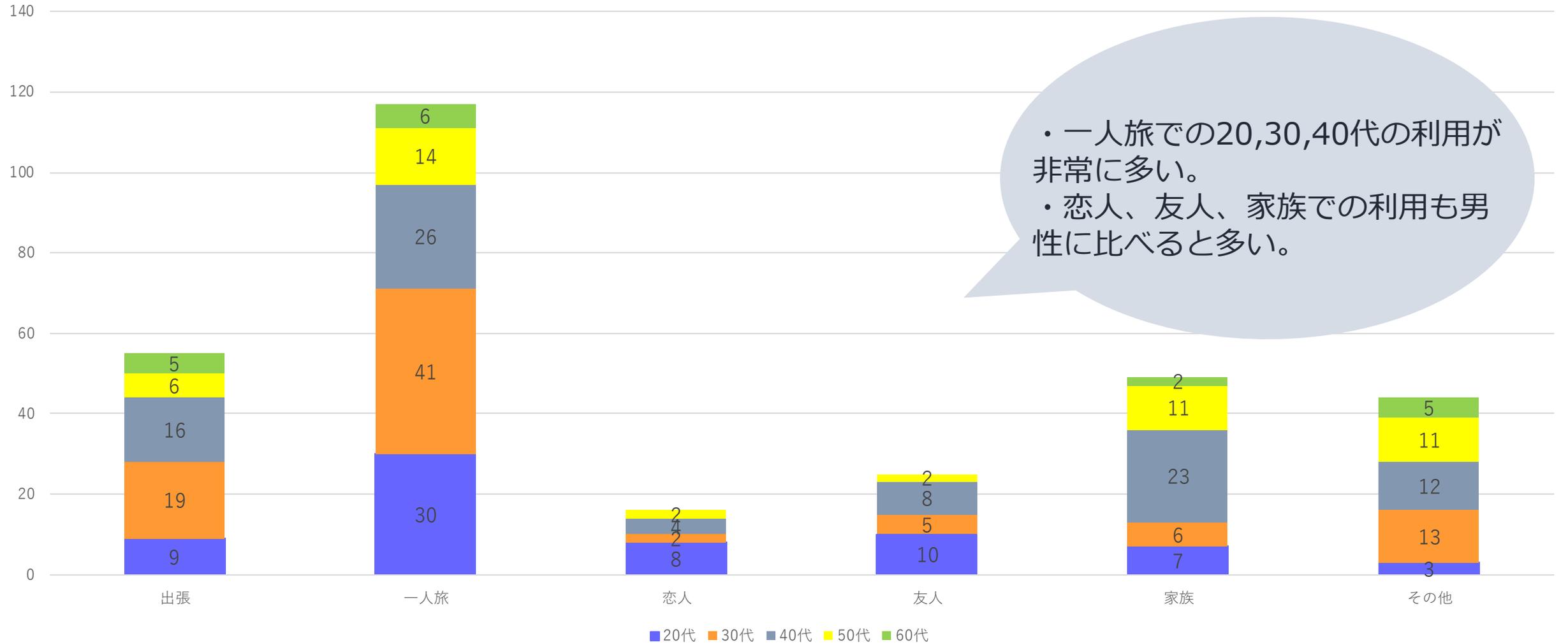
家族での旅行者が増えた。出張も一人旅も非常に少ない。

2-4男性の目的と年代の関係



- ・男性は出張や一人旅での利用が多い。
- ・それらは30,40,50代の利用が多い。

2-5女性の目的と年代の関係



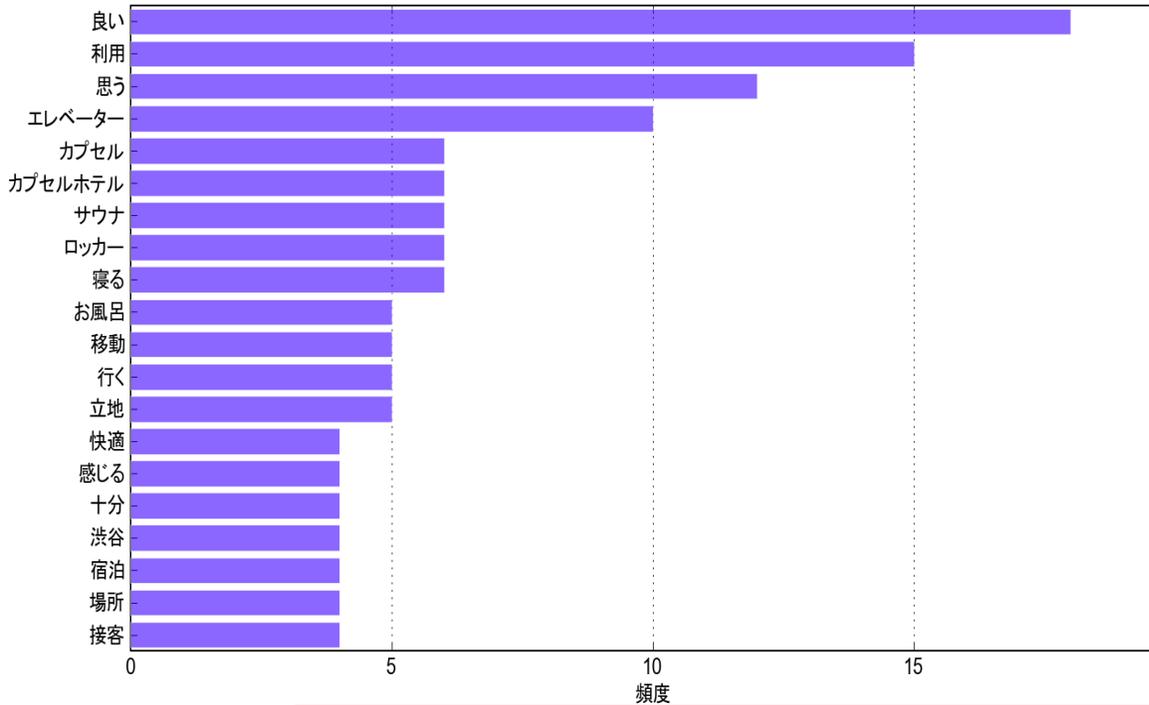
3章 分析結果

3章では、今までのデータにテキストマイニングを用いた結果を記載。

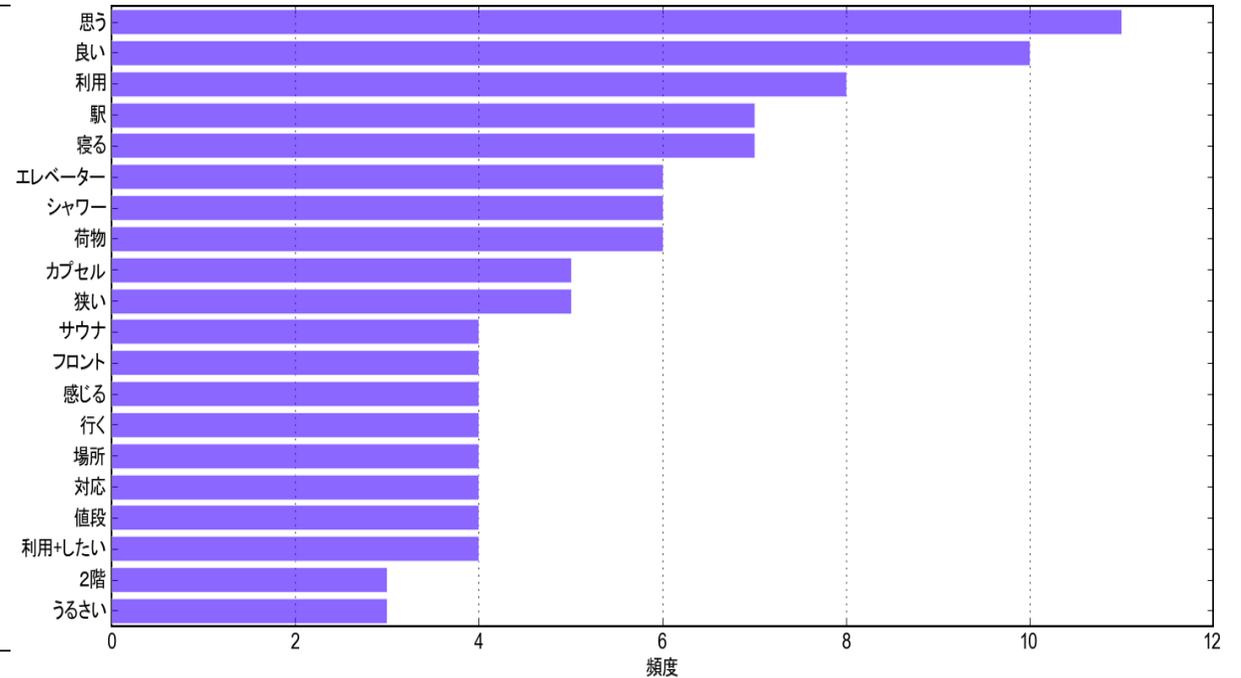
3-1 価格別結果<ホテル価格5000円まで>

・単語頻度解析

男性



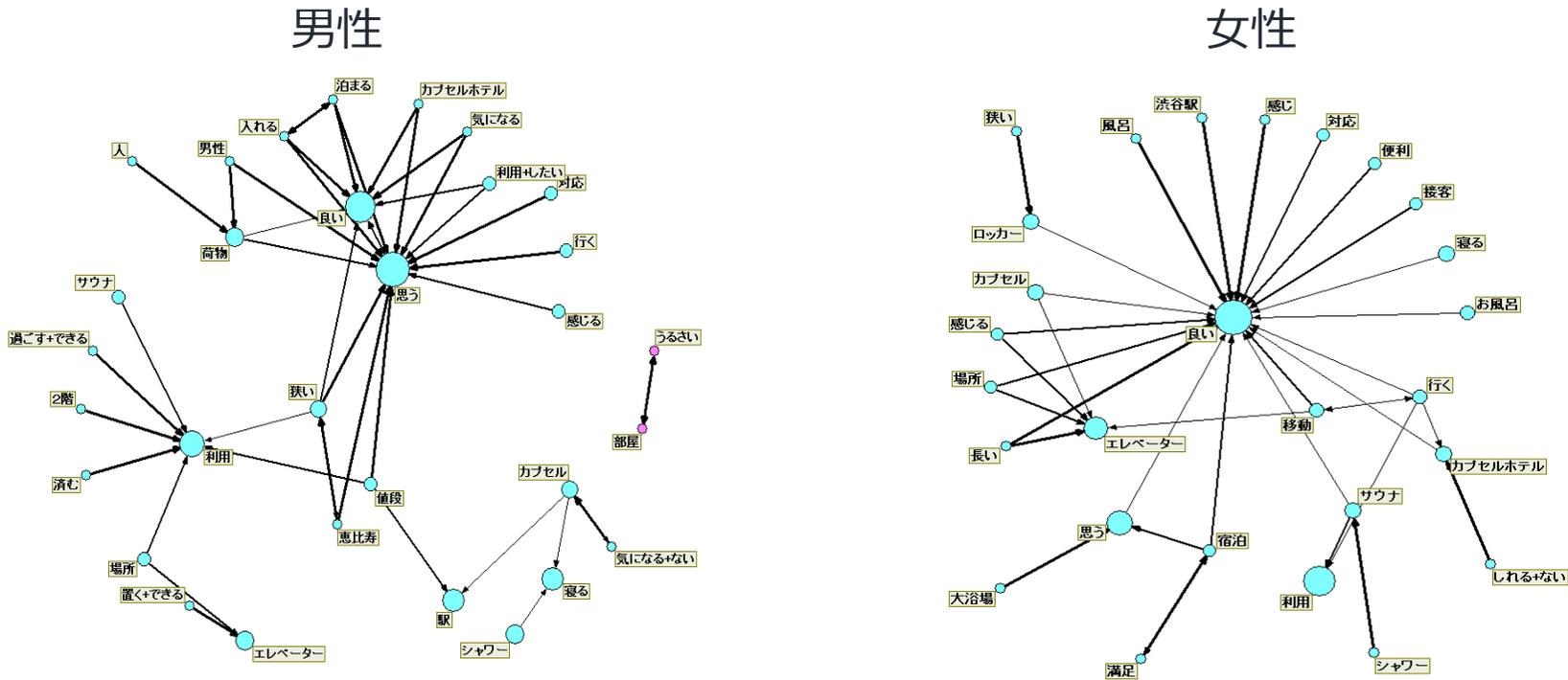
女性



・立地や施設についてなど同じような語句が多い。男女で大きく変わりはない。

3-1 価格別結果<ホテル価格5000円まで>

- ・ ことばネットワーク分析



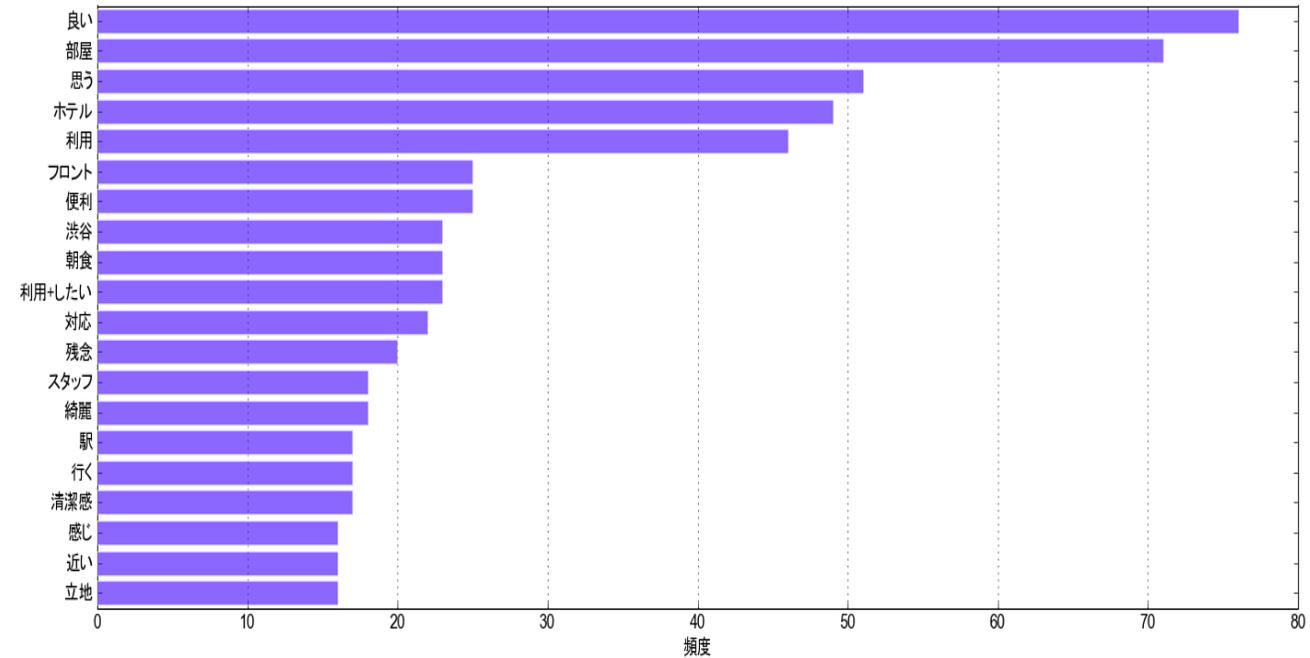
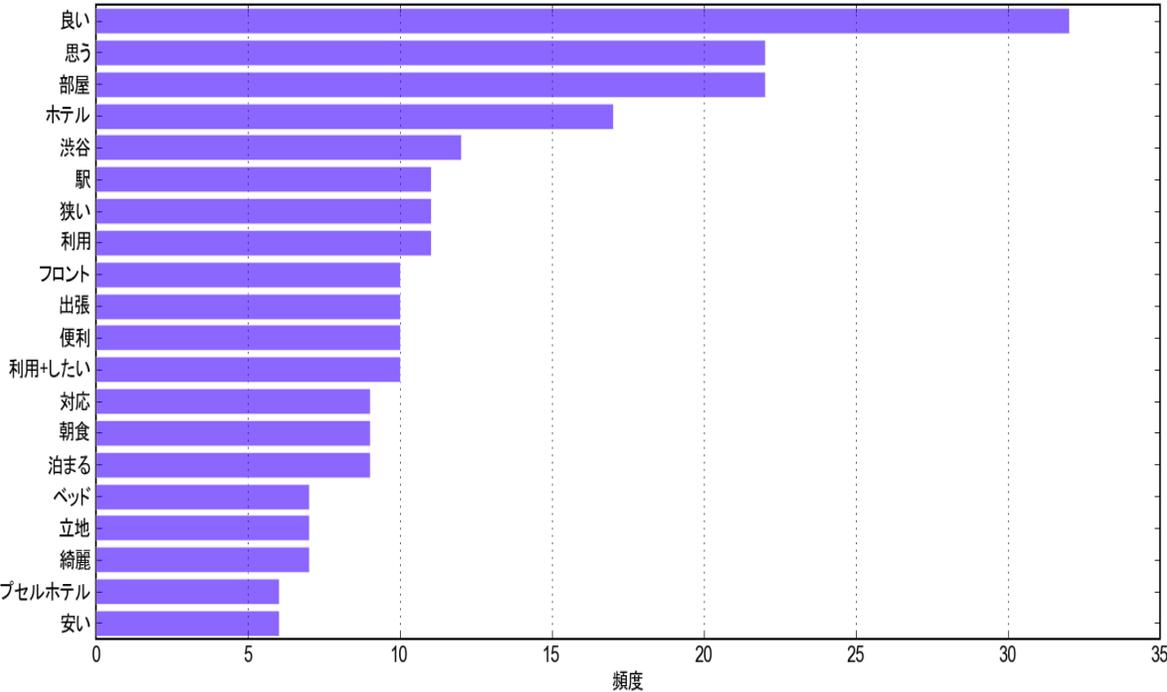
・ 男性は「交通」と「利用」、女性は「渋谷駅」と「良い」という語句のつながりが強いことが分かる。

3-1 価格別結果<ホテル価格5000~10000円>

・単語頻度解析

男性

女性



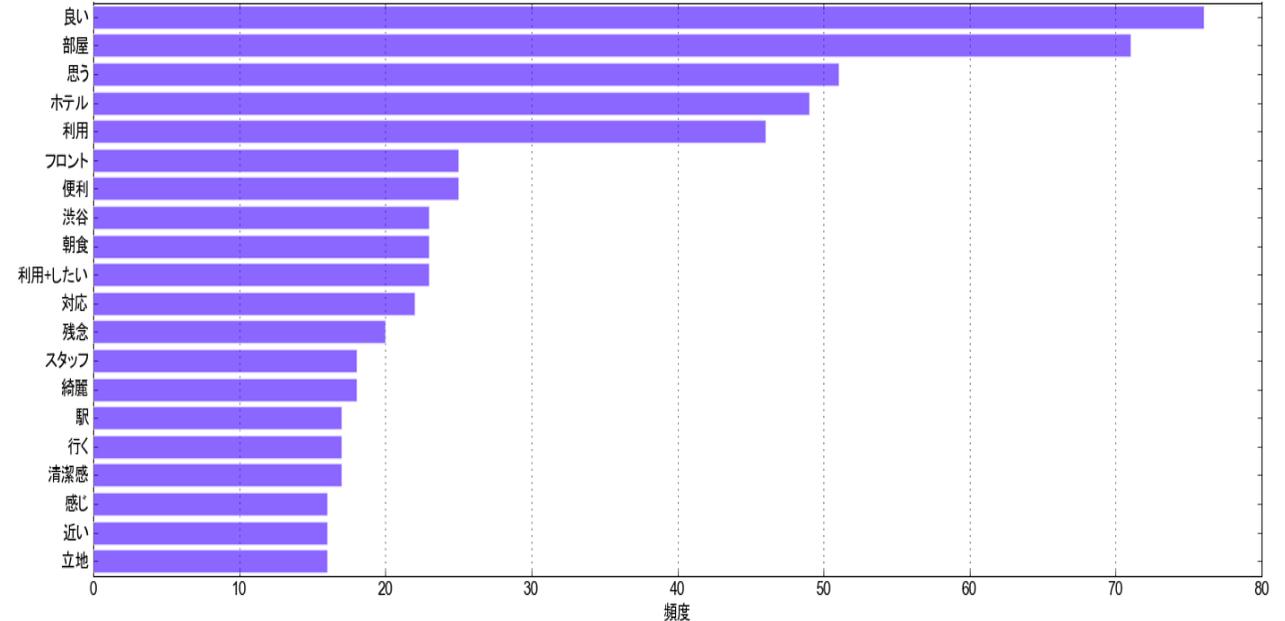
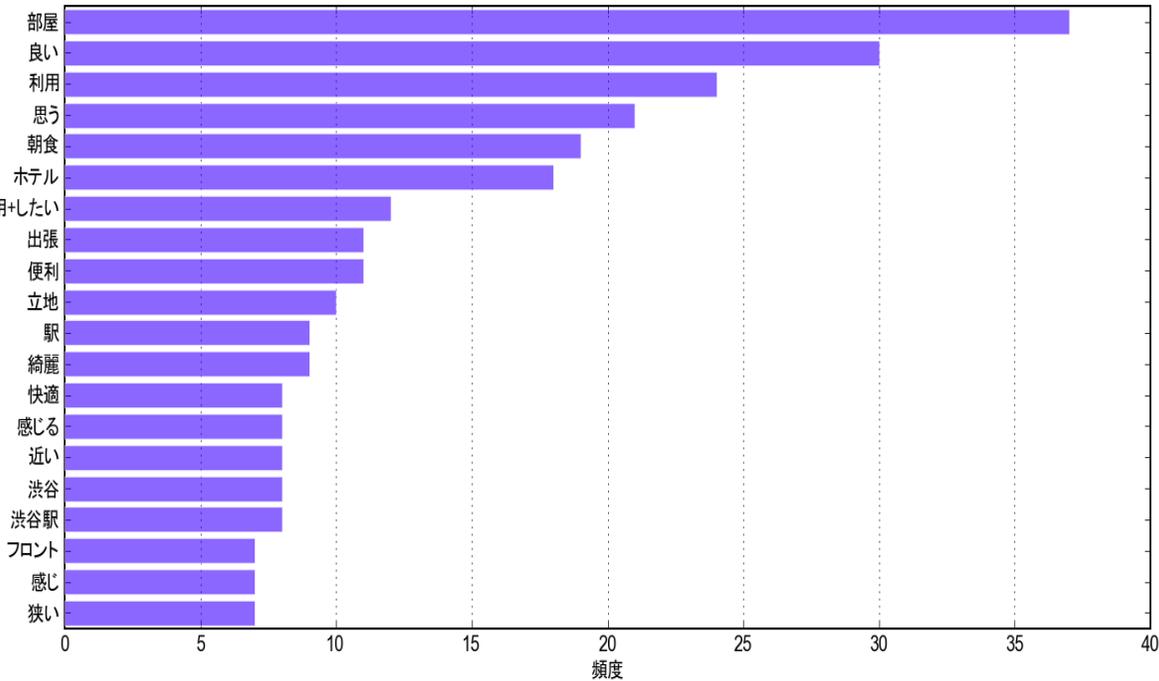
・男性は部屋という語句もあるが多くは利便性、女性は設備に関する語句が多い。

3-1 価格別結果<ホテル価格10000~15000円>

・単語頻度解析

男性

女性

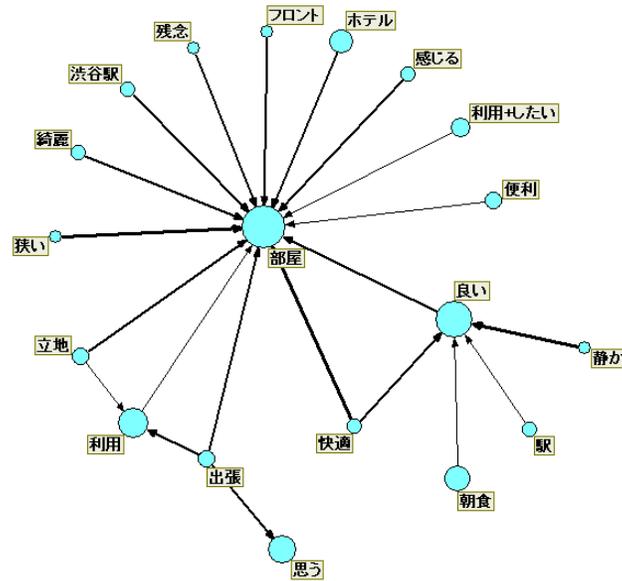


- ・「部屋」の清潔さに関する語句が男女ともに多い。男性は立地に関する語句も多い。

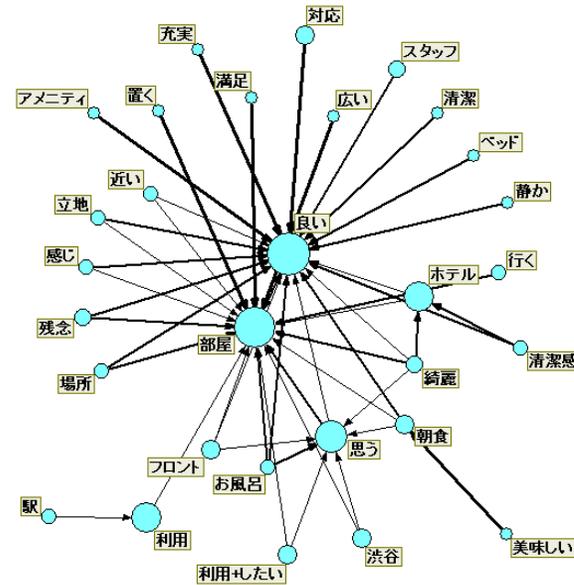
3-1 価格別結果<ホテル価格10000~15000円>

- ・ことばネットワーク分析

男性



女性

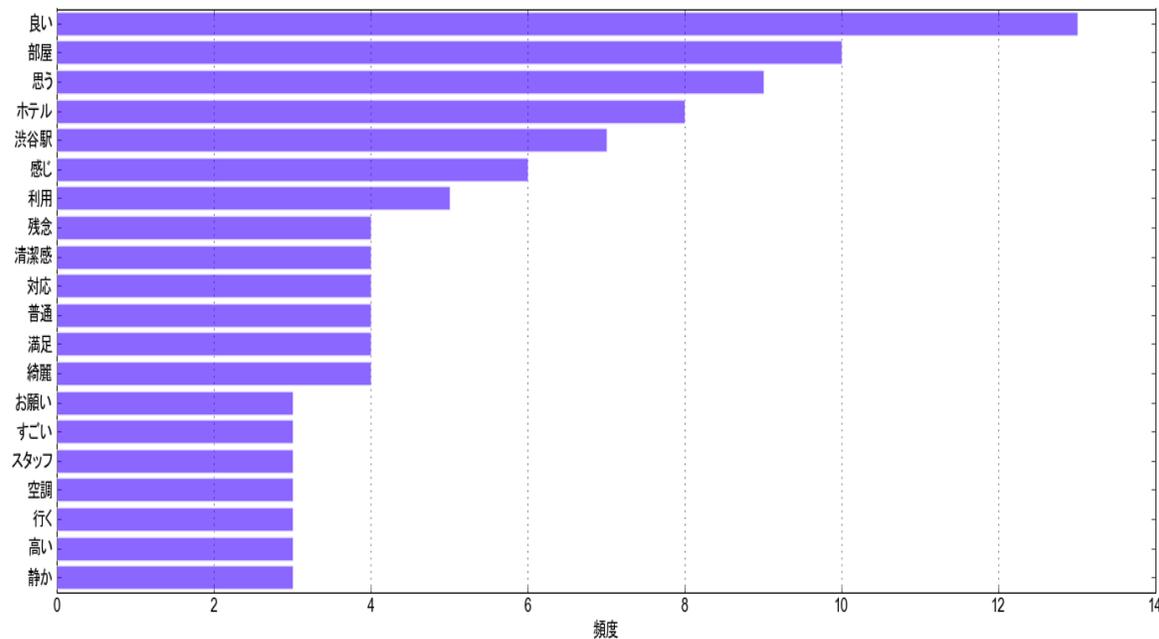


・男性は「部屋」「快適」「綺麗」「素晴らしい」と「良い」という語句の繋がりが大きいことがわかる。女性も「清潔感」、「綺麗」と「良い」のつながりが大きい。

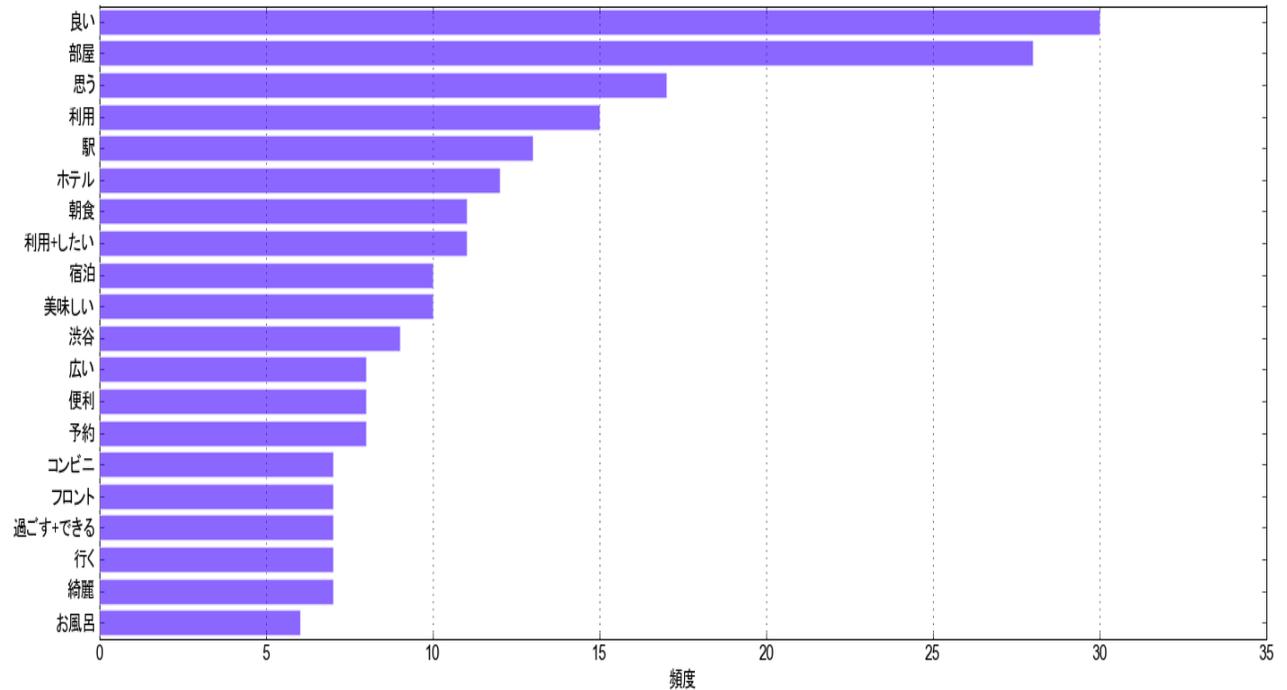
3-1 価格別結果<ホテル価格15000~20000円>

・単語頻度解析

男性



女性

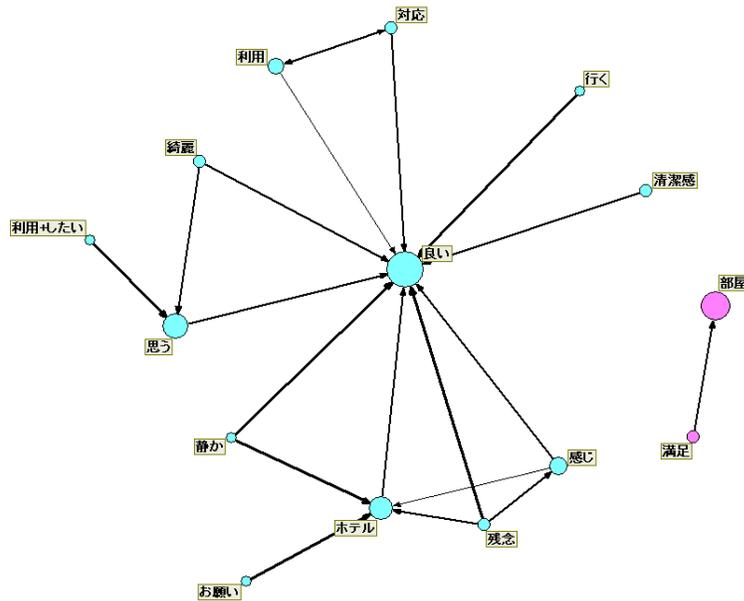


・男女ともに「スタッフ」、「空調」など「部屋」に関する語句が多い。男女では大きく変わりはない。

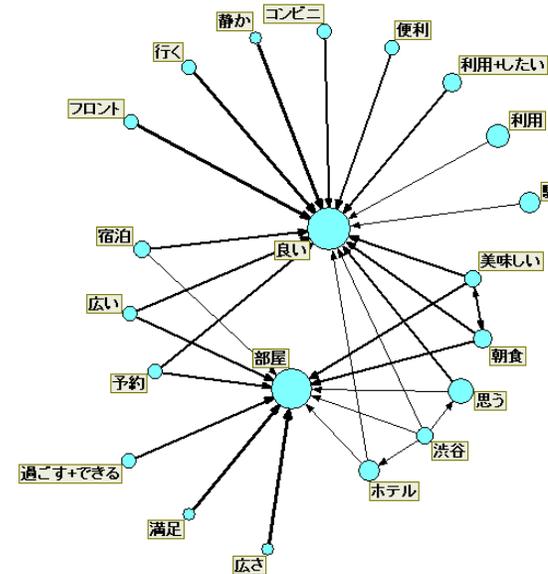
3-1 価格別結果<ホテル価格15000~20000円>

- ・ことばネットワーク分析

男性



女性

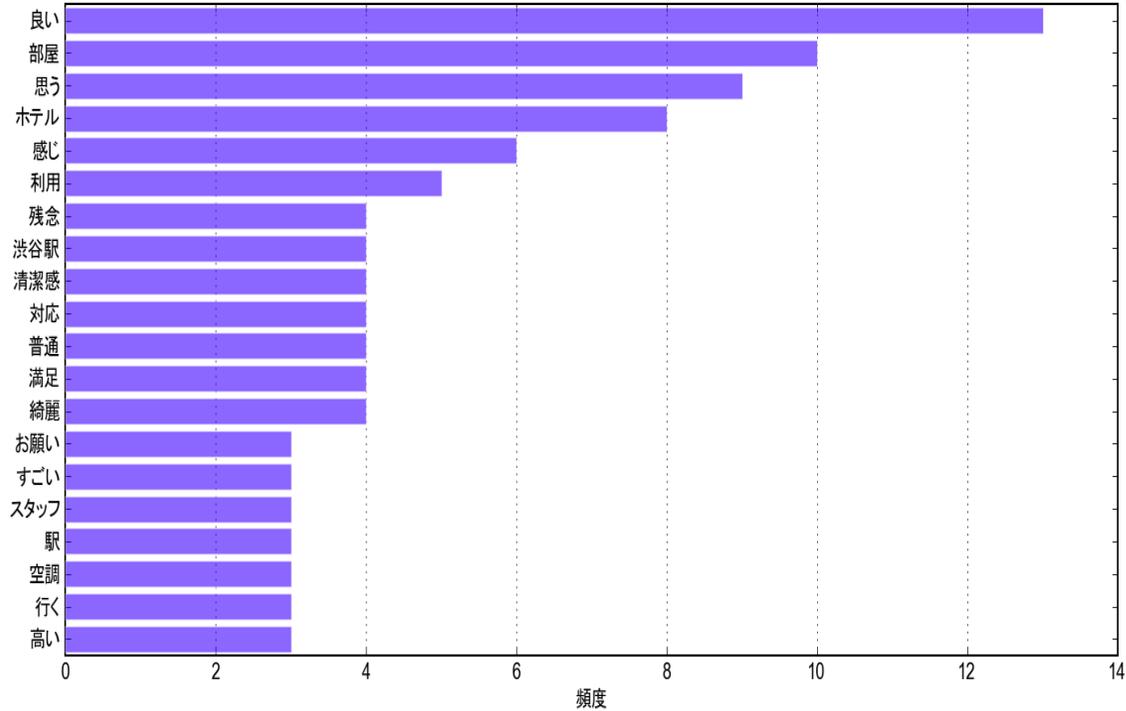


- ・男性は「綺麗」「静か」「清潔感」が「良い」に直接つながっていることが分かる。女性は「朝食」や「予約」の語句が多い。

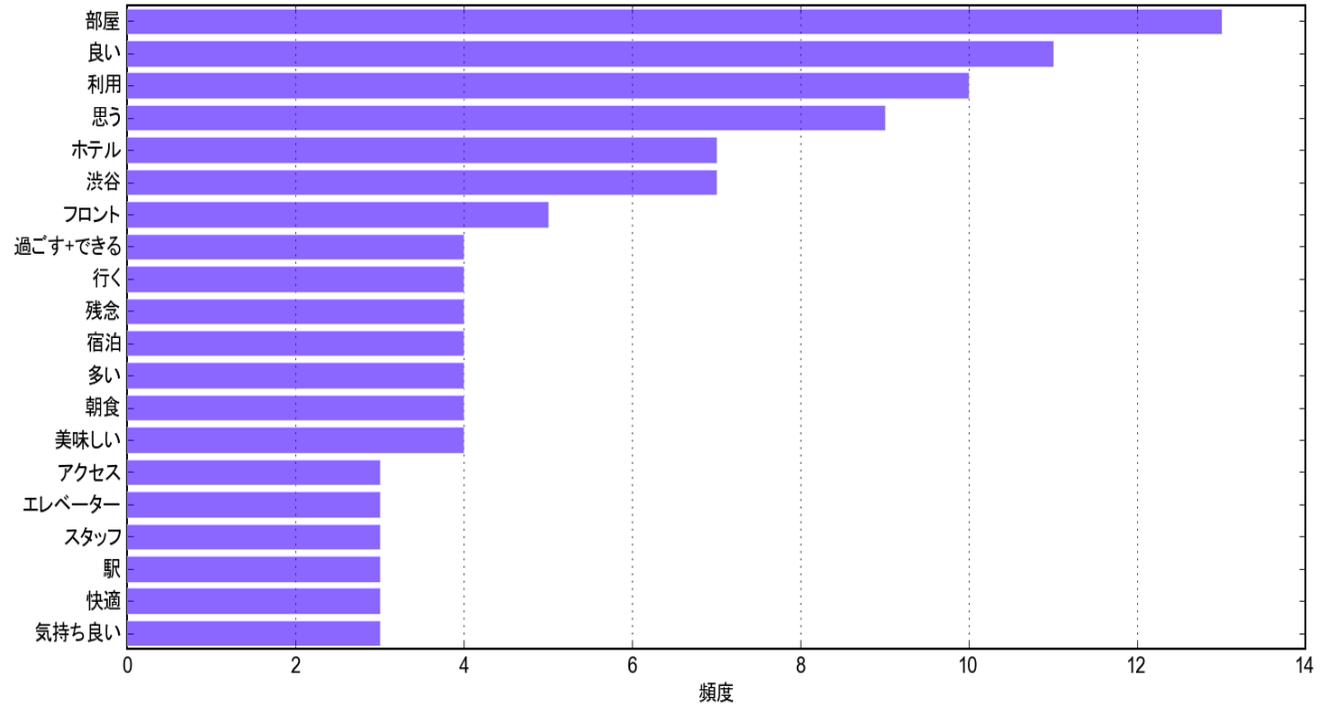
3-1 価格別結果<ホテル価格20000円以上>

・ 単語頻度解析

男性



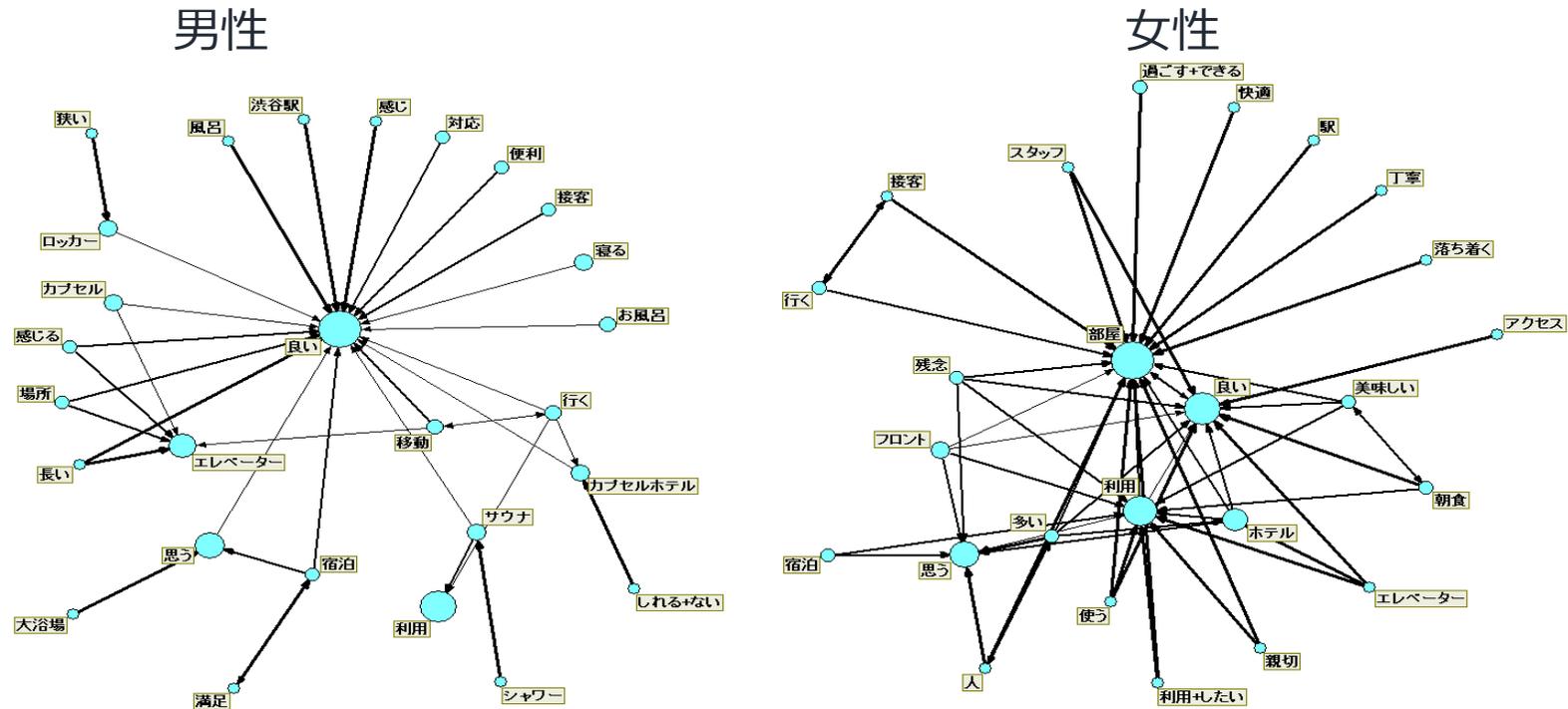
女性



・ 「満足」、「快適」など男性はホテルでの過ごし方、女性は「朝食」、「おいしい」などサービスなどの単語がある。やはり部屋に関する語句は多い。

3-1 価格別結果<ホテル価格20000円以上>

- ・ことばネットワーク分析

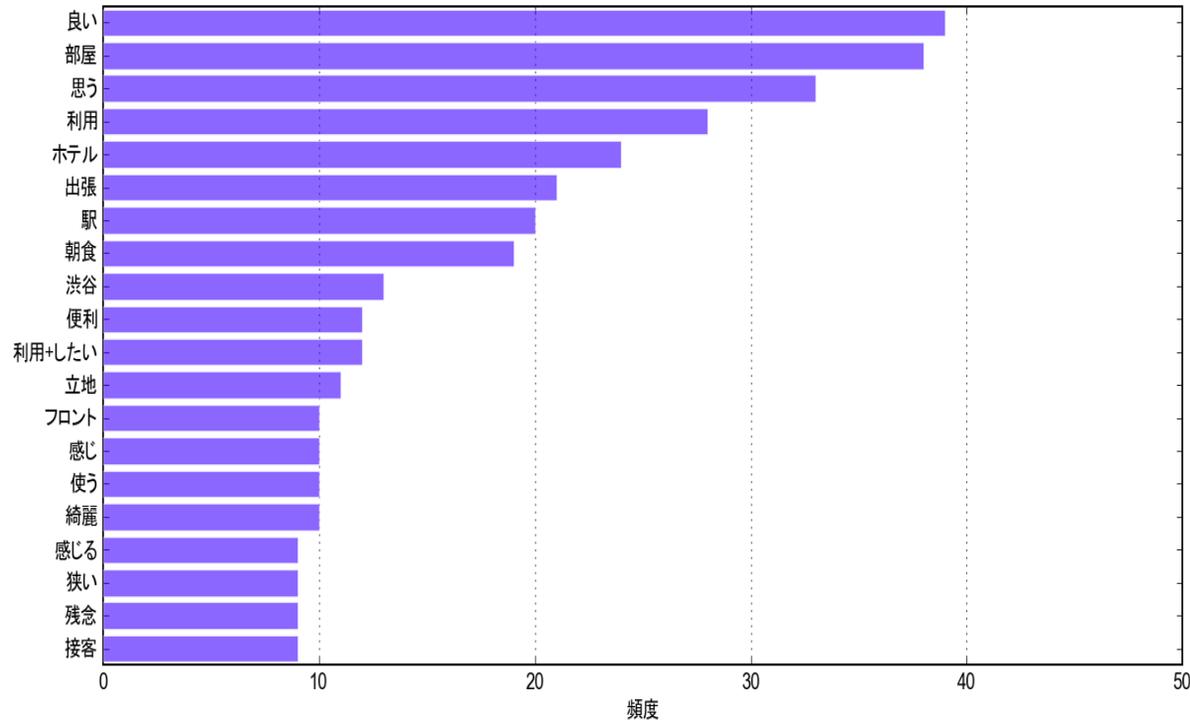


- ・ 男性はホテルの施設についての満足などの意見が多く、女性は部屋だけでなく、接客、人などスタッフの評価も多いことが分かる。

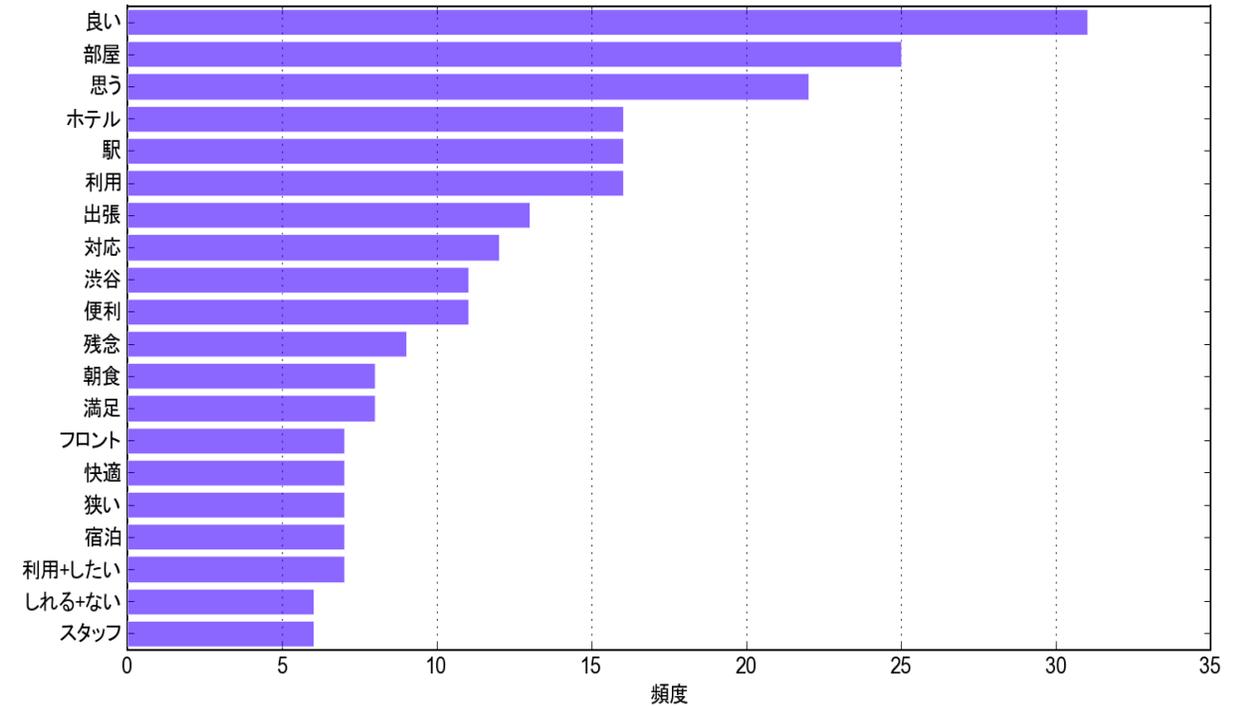
3-2 目的別結果<出張>

・単語頻度解析

男性



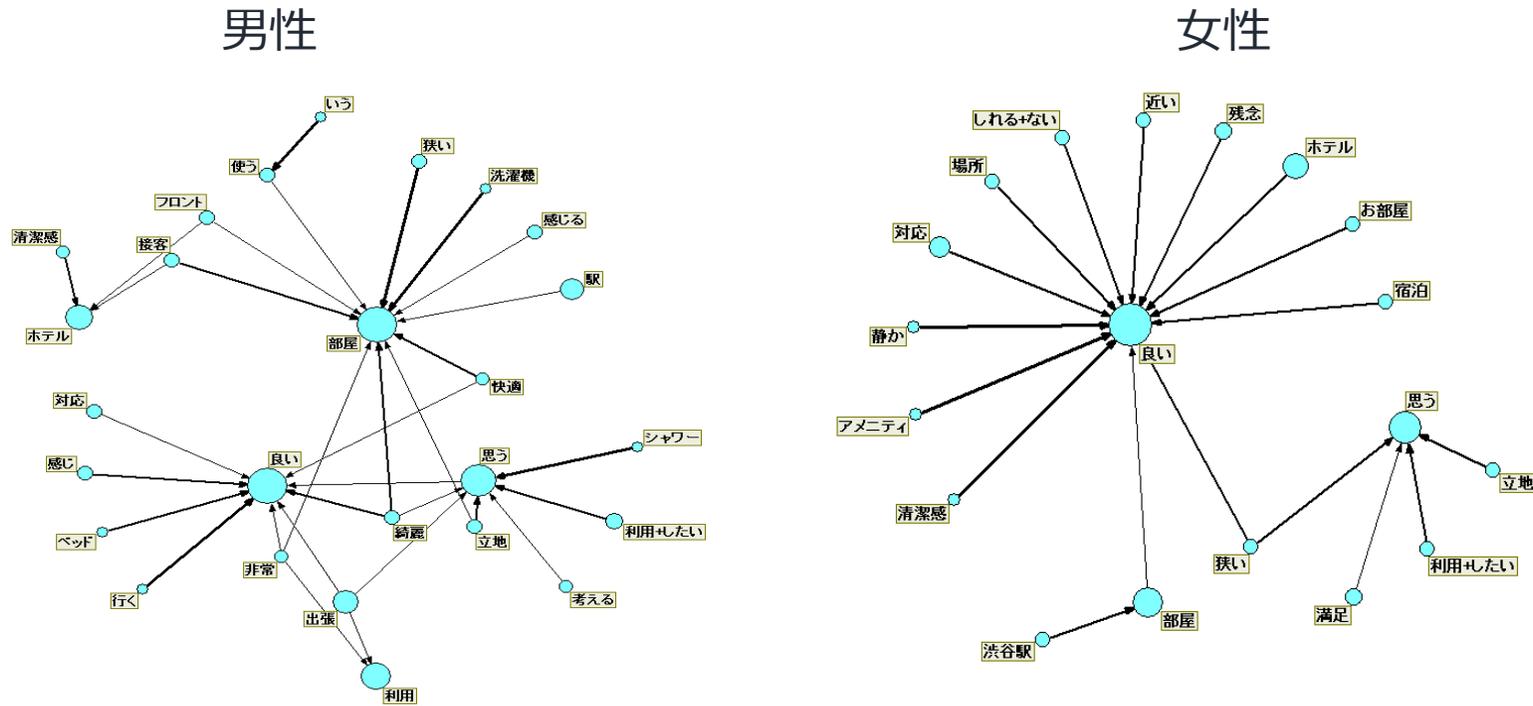
女性



・男女ともに「部屋」や「駅」など立地に関する語句が多い。また、フロント、スタッフなど接客に関する語句も多くあった。

3-2 目的別結果<出張>

- ・ことばネットワーク分析



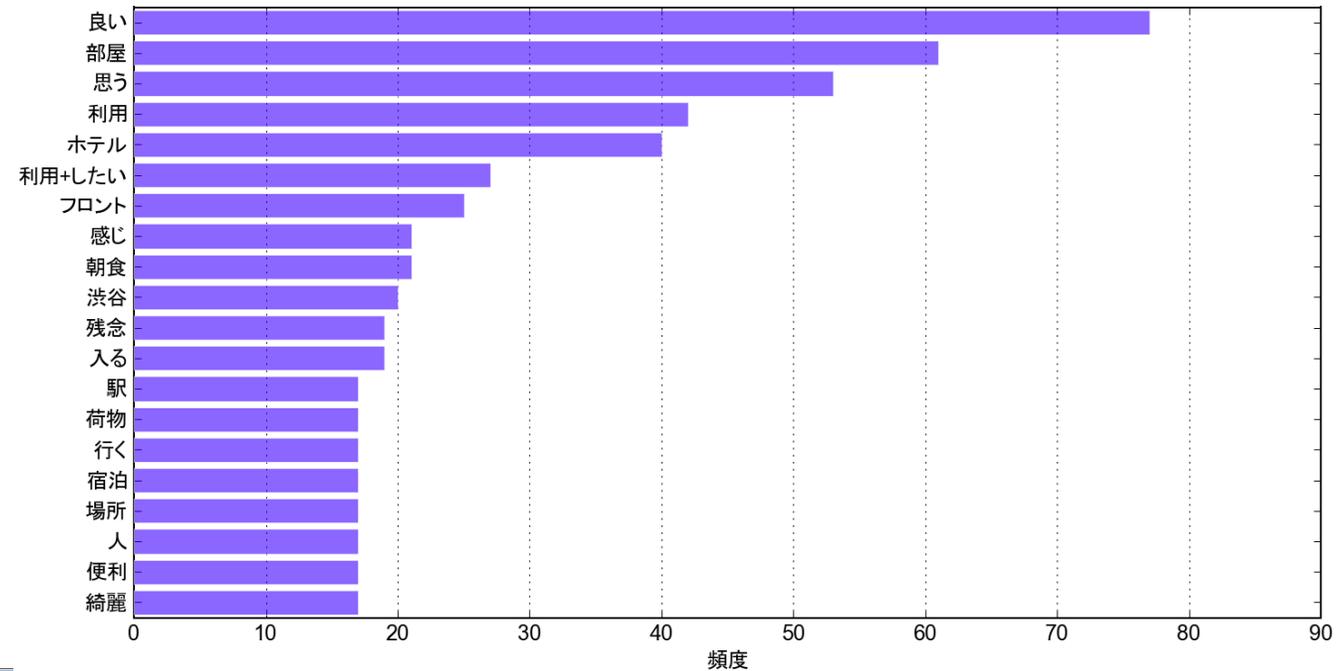
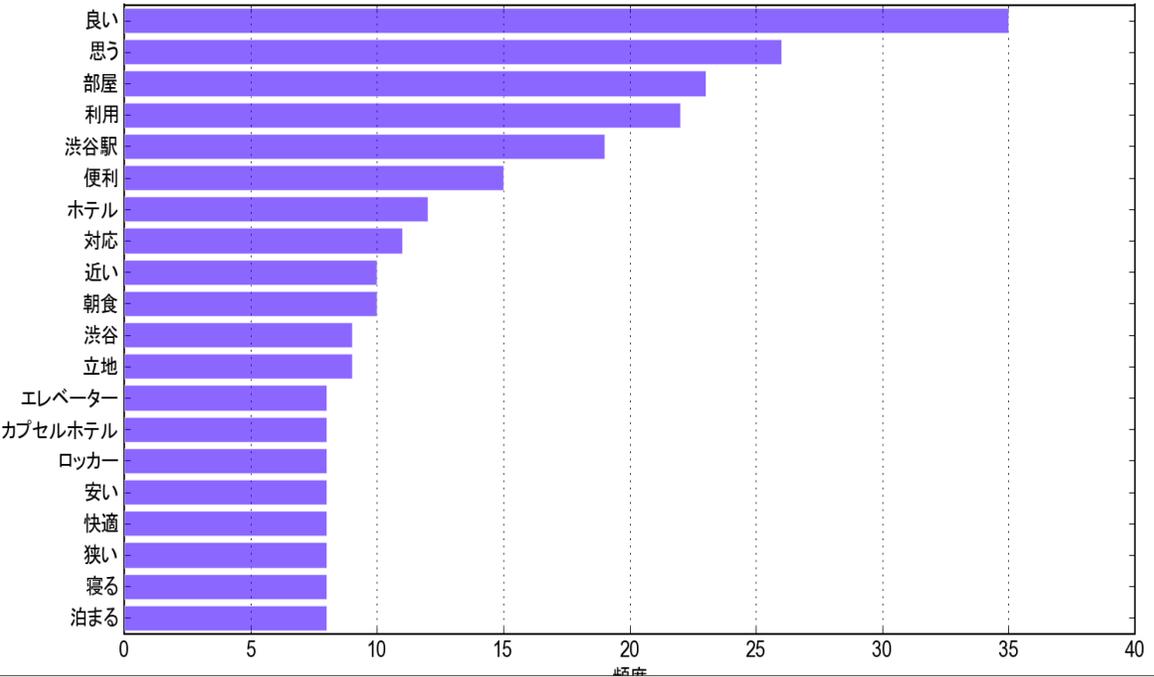
・男女ともに部屋についての感想のクチコミが多いことがわかる。「部屋が狭い」などの部屋の広さに関する語句も多い。

3-2 目的別結果<一人旅>

・単語頻度解析

男性

女性

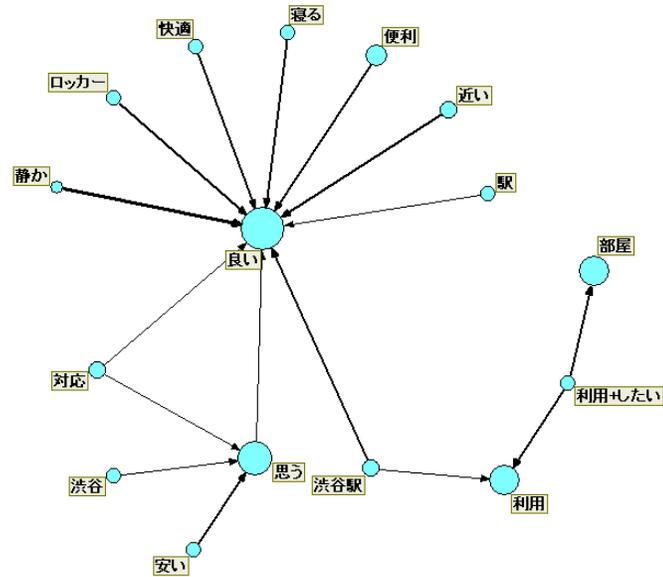


・男性は「駅」や「近い」など「立地」に関する語句が多く、女性は接客や部屋に関する語句が多い。

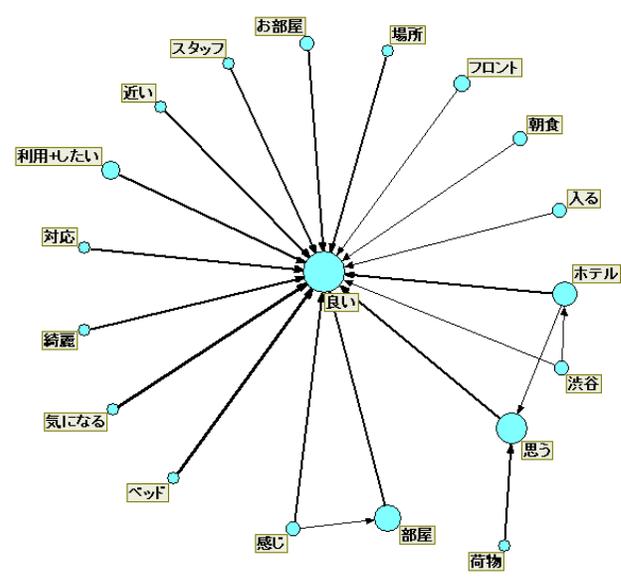
3-2 目的別結果<一人旅>

- ・ことばネットワーク分析

男性



女性

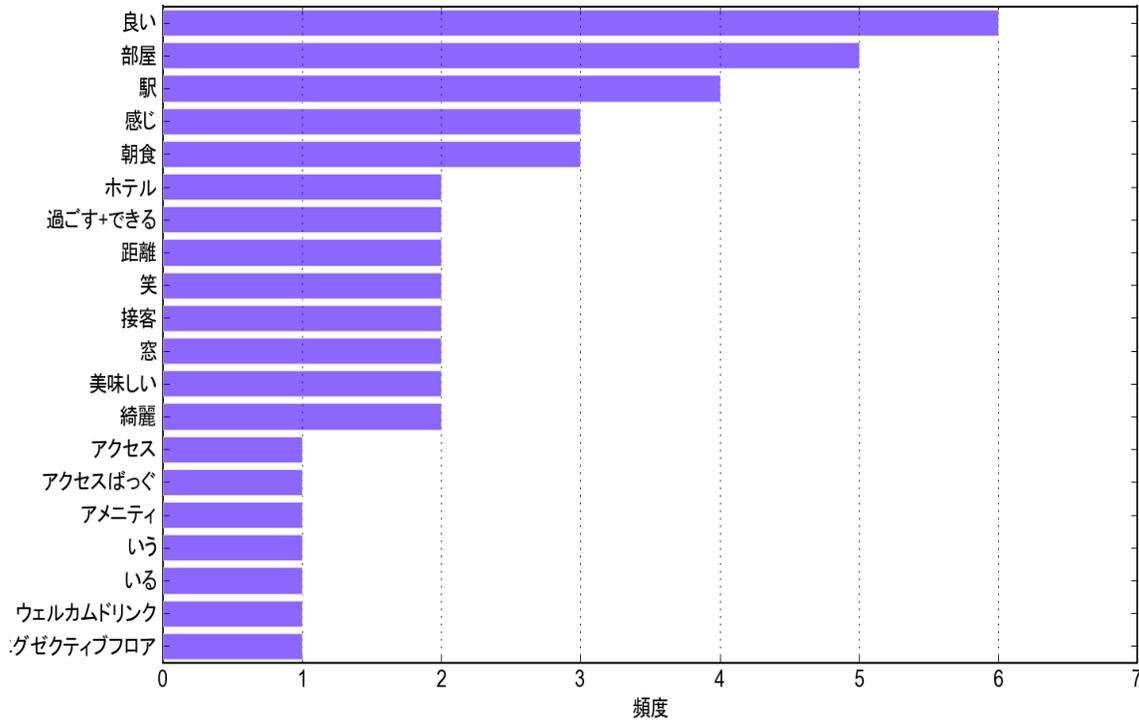


男性は立地と交通に関する語句が多い。女性は洗谷や部屋に関する語句が多い。

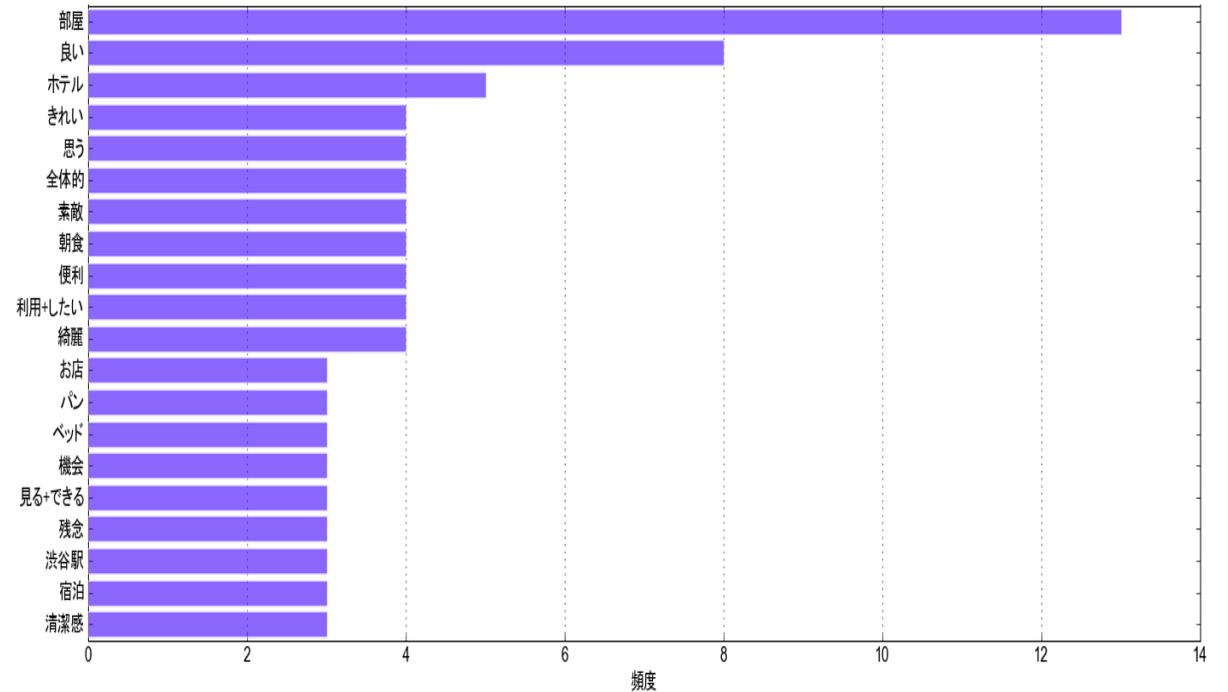
3-2 目的別結果<恋人>

・単語頻度解析

男性



女性

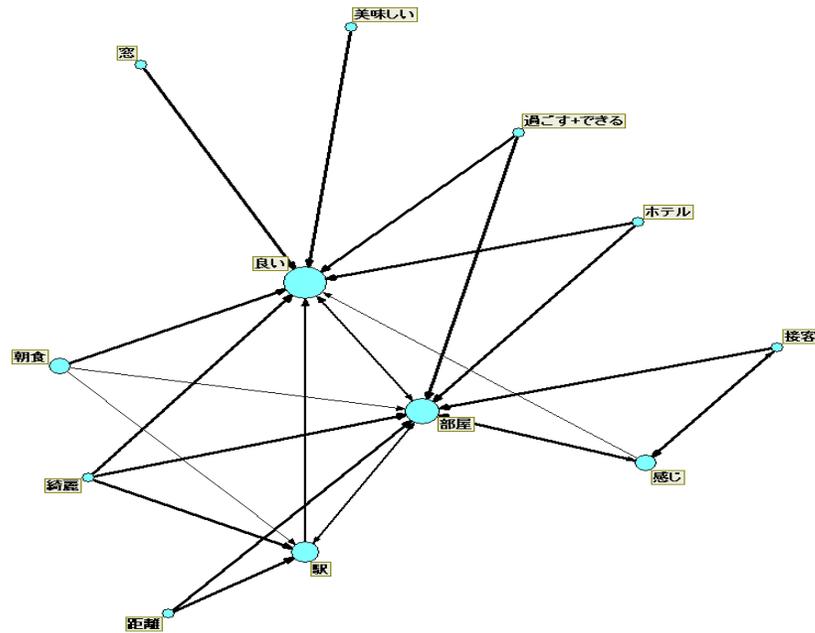


男女とも「ホテル」や「部屋」、サービスに関する語句が多い。

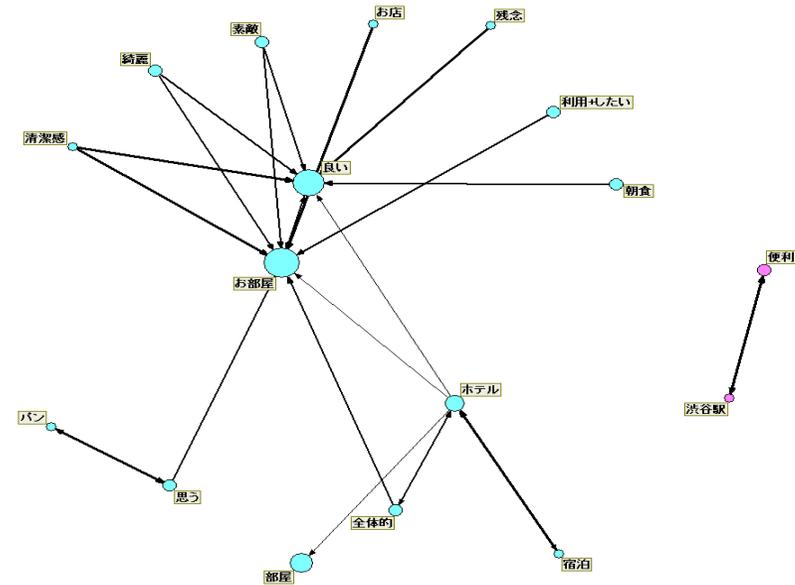
3-2 目的別結果<恋人>

- ・ことばネットワーク分析

男性



女性

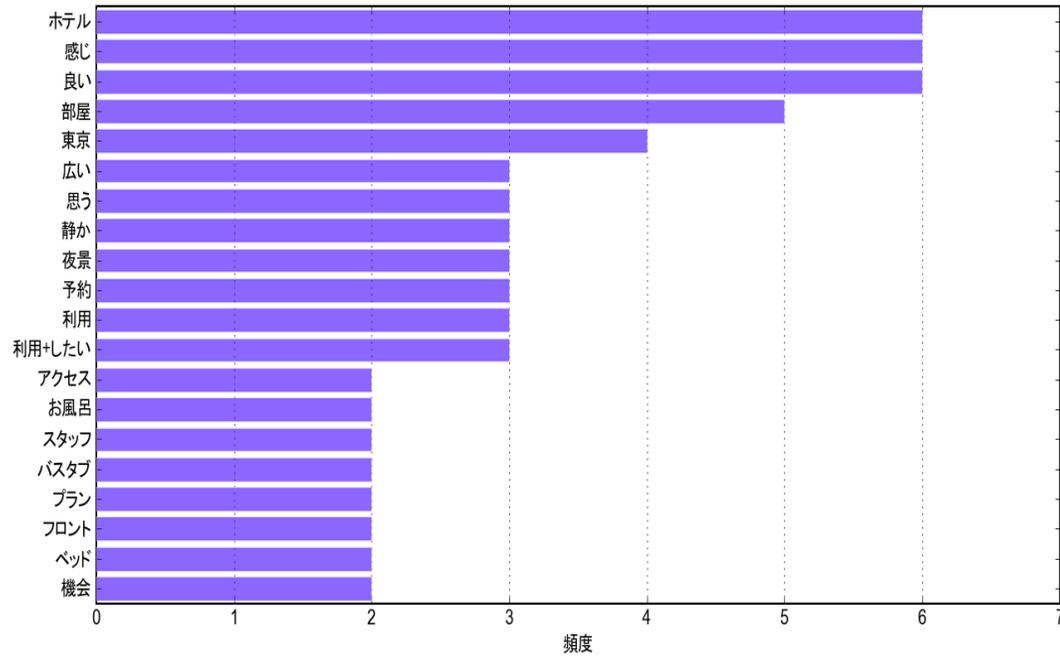


- ・男性は「部屋」や「ホテル」の綺麗さが良いに直接つながっている。女性は「部屋」と「良い」の繋がりが強いことが分かる。

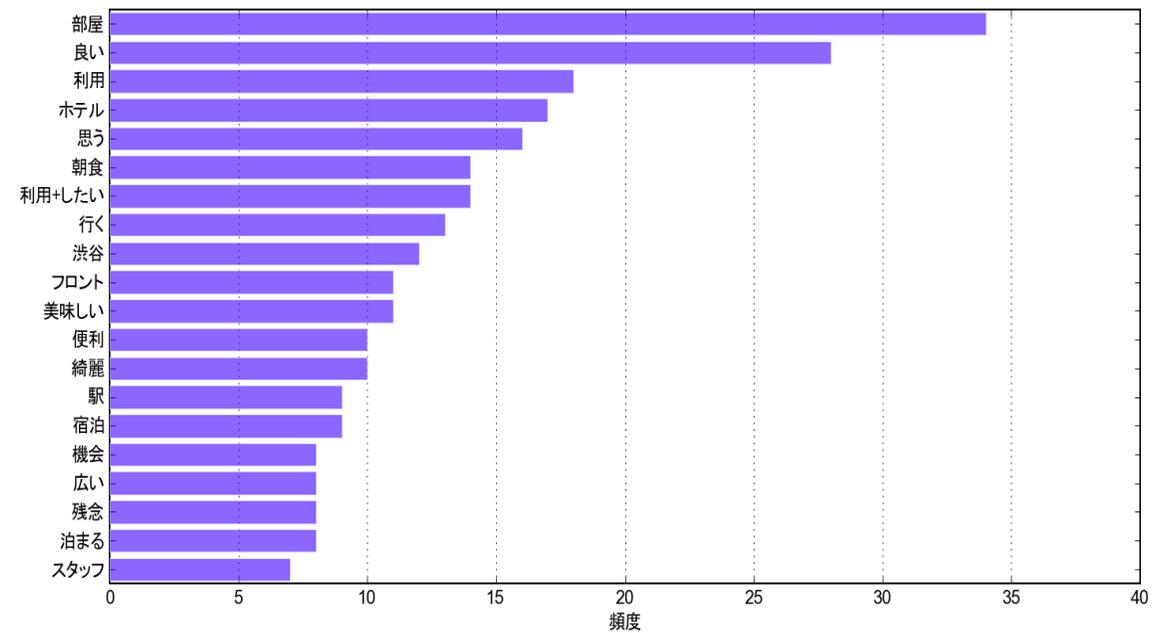
3-2 目的別結果<家族>

・ 単語頻度解析

男性



女性

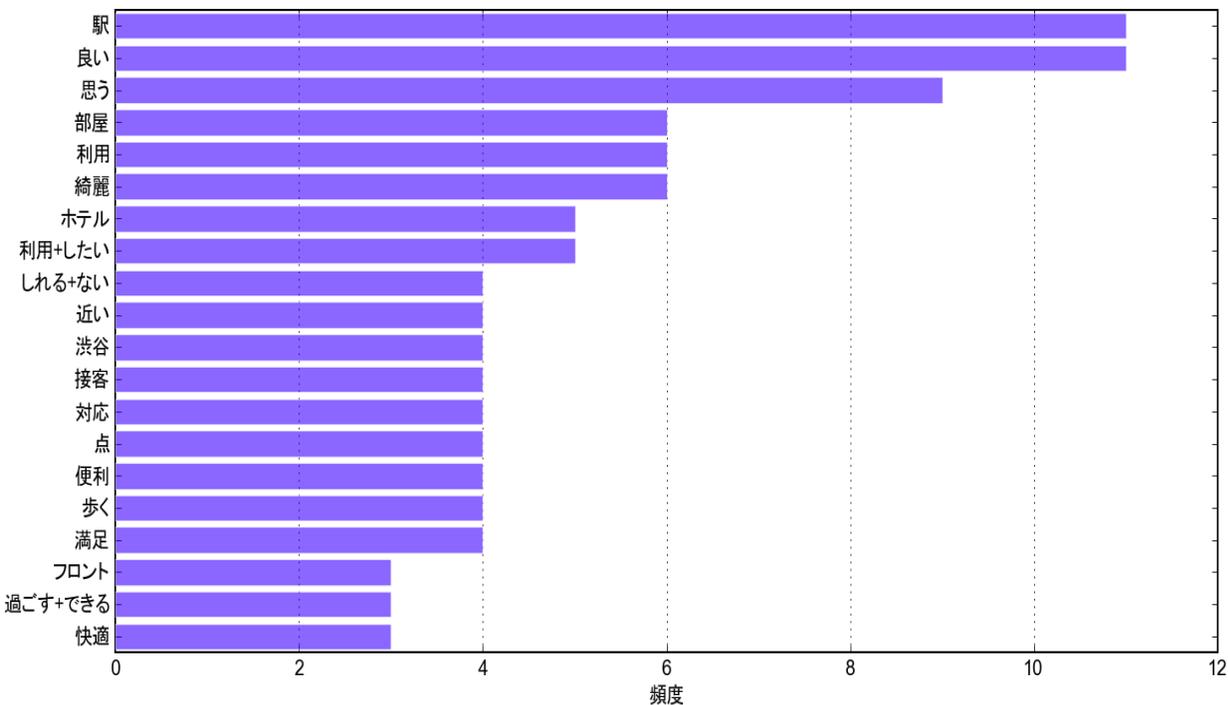


・ 男性はホテルの施設について、女性は「部屋」、「朝食」などホテルの中に関する語句が多い。

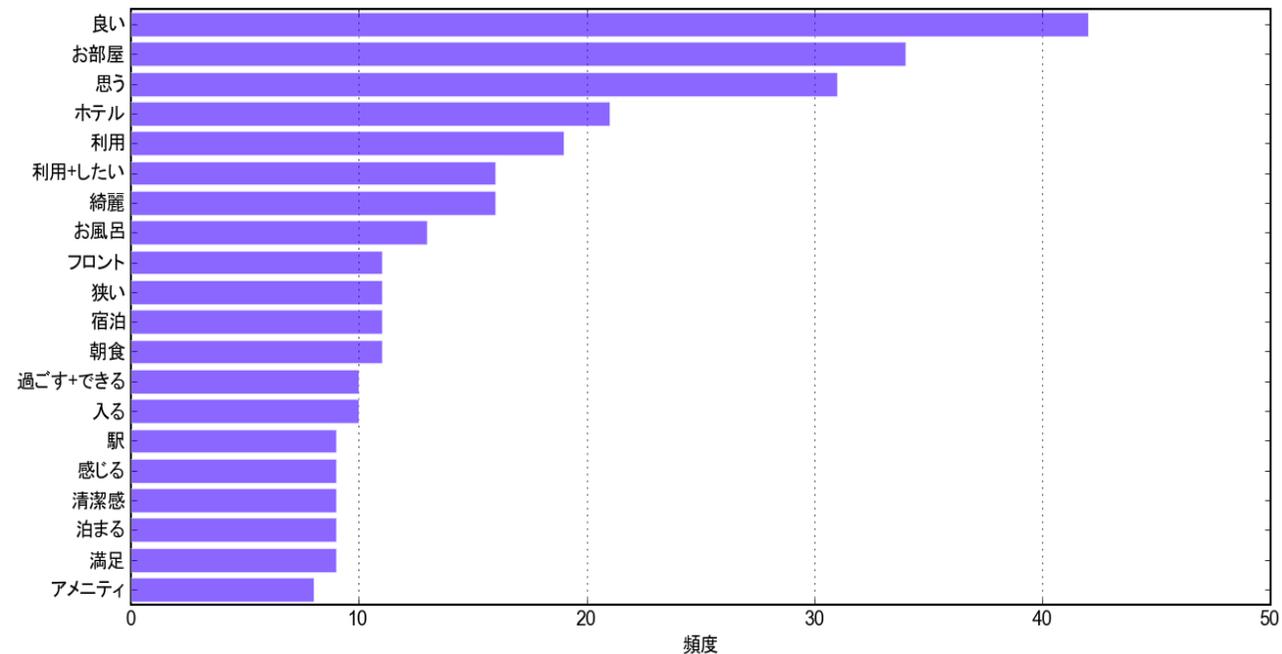
3-3 年代別結果<20代>

・単語頻度解析

男性



女性

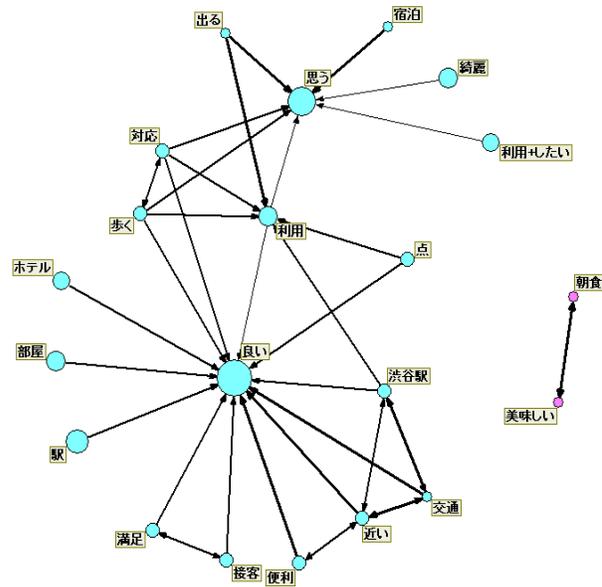


・男性は「駅」や「歩く」など立地に関する語句が多く、女性はホテルや部屋の感想が多い。

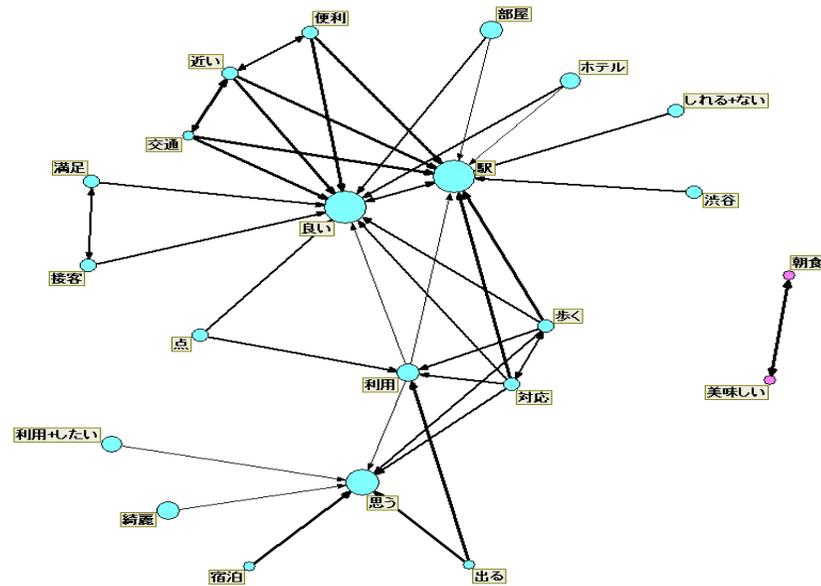
3-3 年代別結果<20代>

- ・ことばネットワーク分析

男性



女性

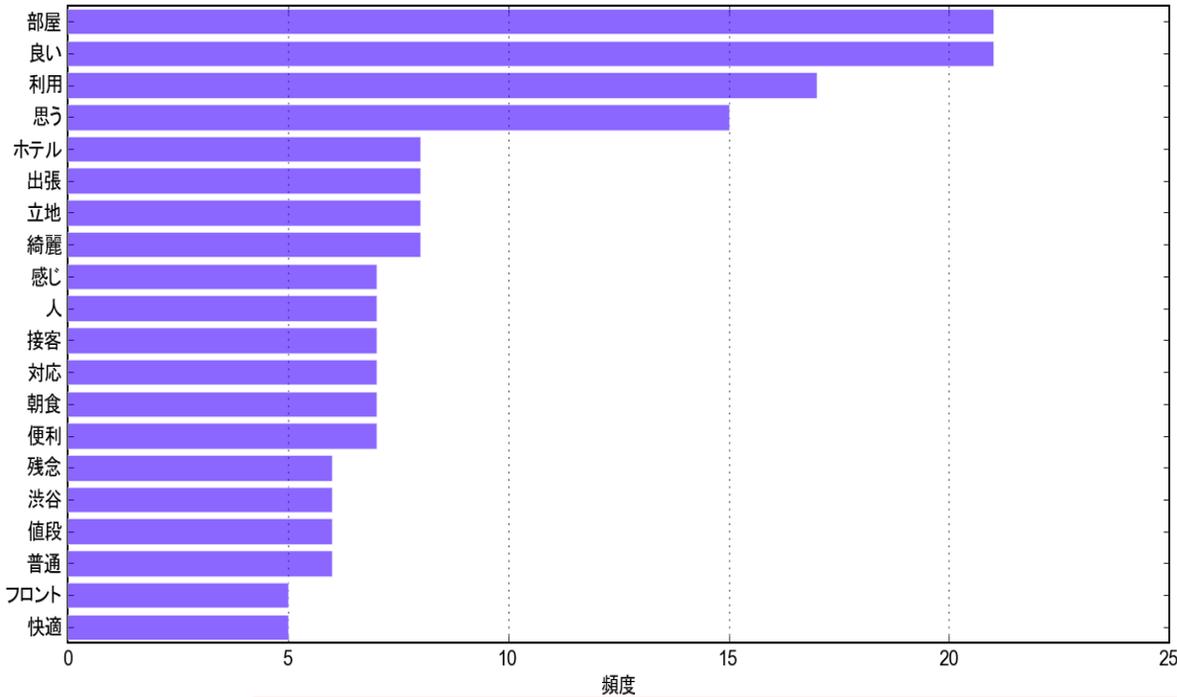


・男性、女性共に「渋谷駅」、「交通」が「便利」とつながり「良い」と強くつながっている。

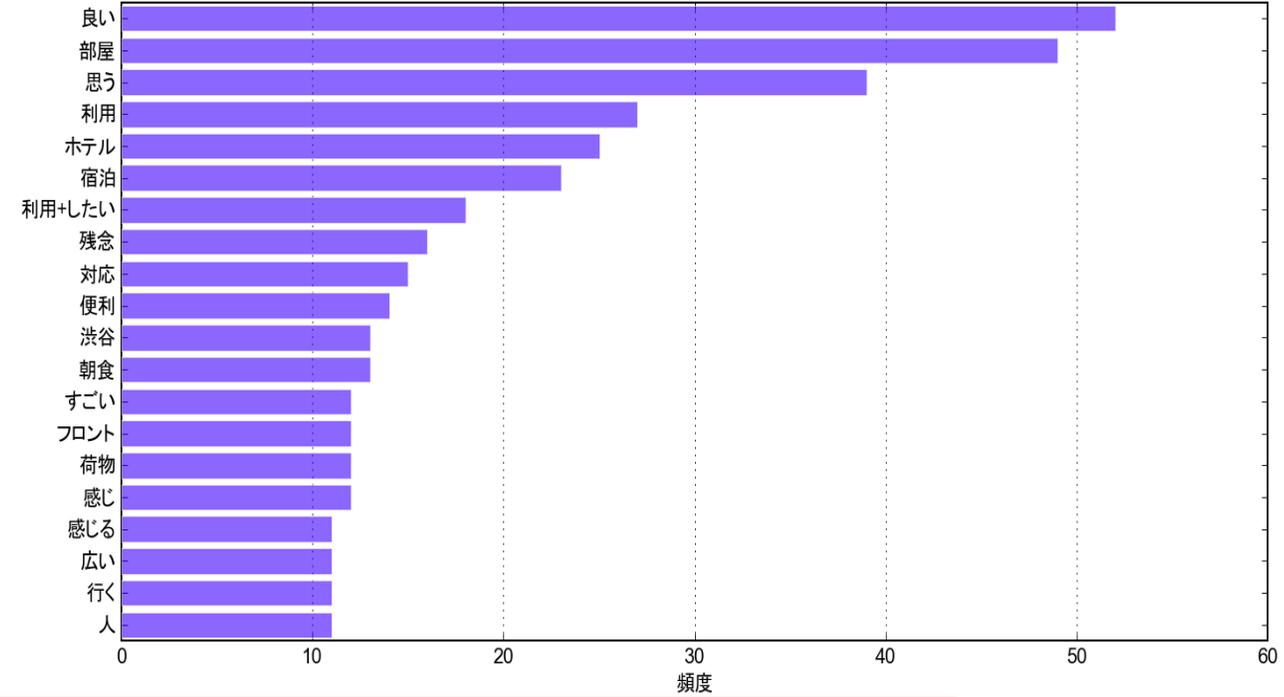
3-3 年代別結果<30代>

・単語頻度解析

男性



女性



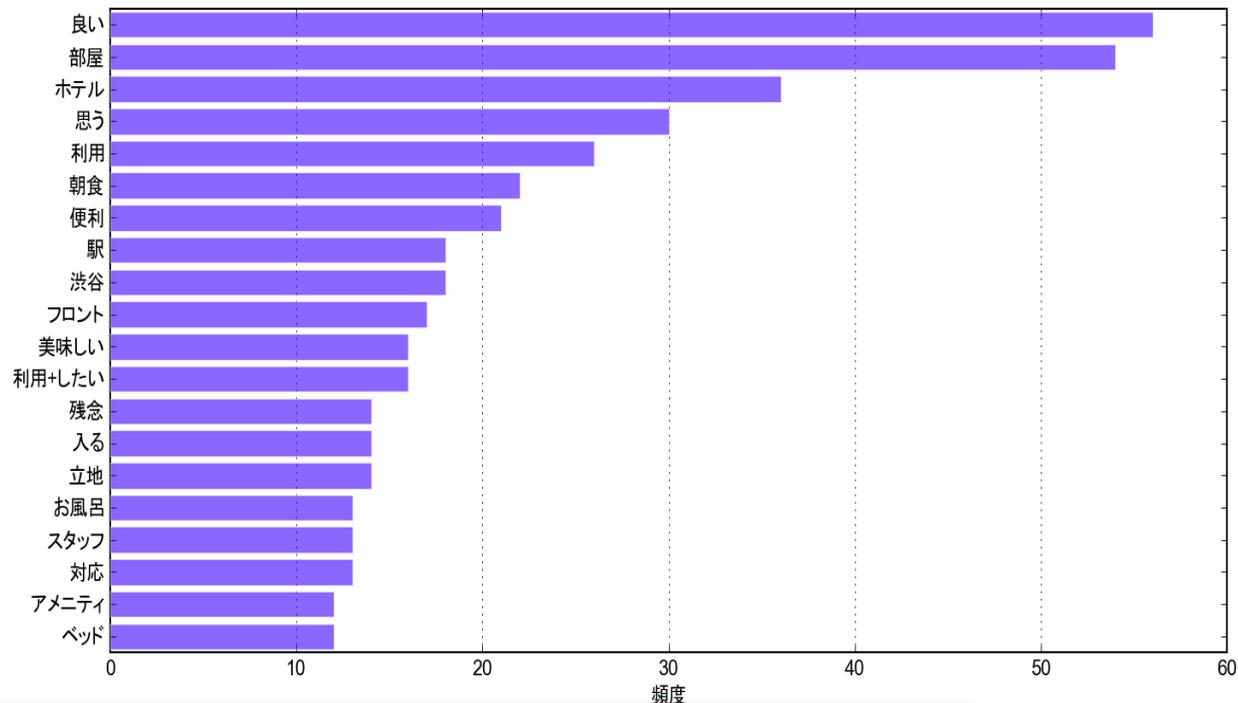
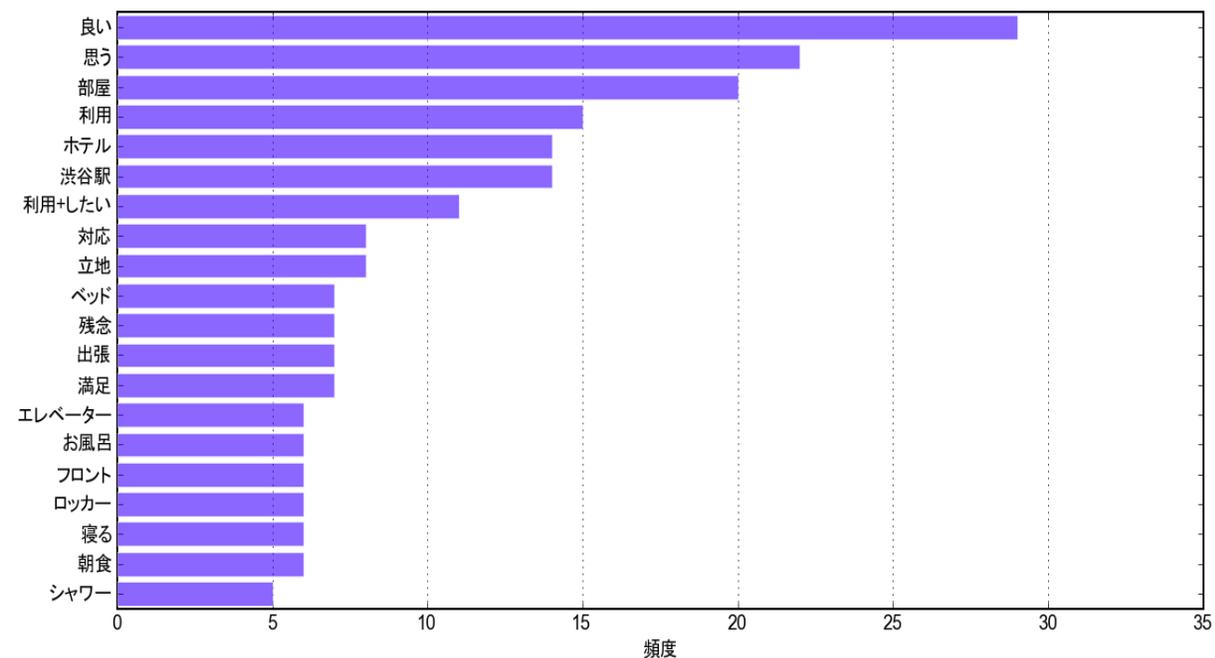
・男性は「出張」が多く、立地に関する語句が多く、女性は「接客」や「対応」などホテルに関する語句が多い。

3-3 年代別結果<40代>

・単語頻度解析

男性

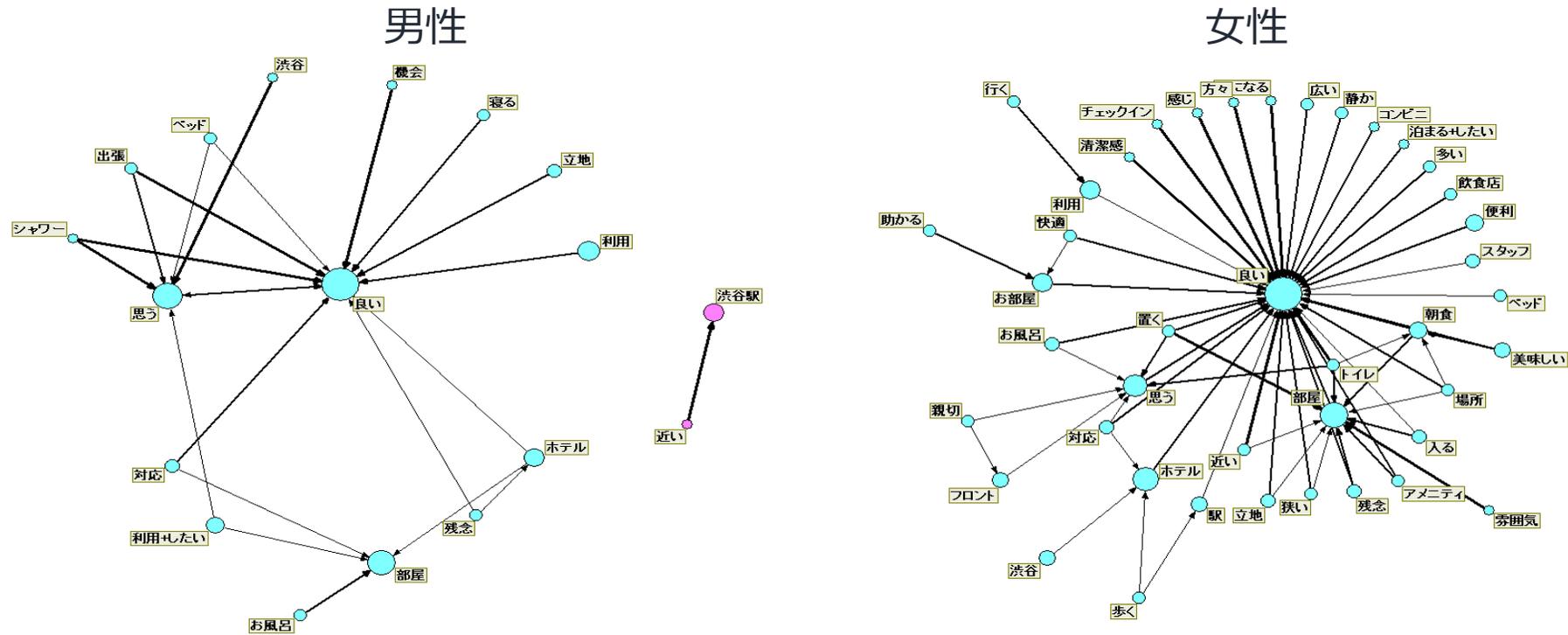
女性



・男性は立地、女性は立地や部屋、お風呂など施設に関する語句が多い。

3-3 年代別結果<40代>

・ことばネットワーク分析

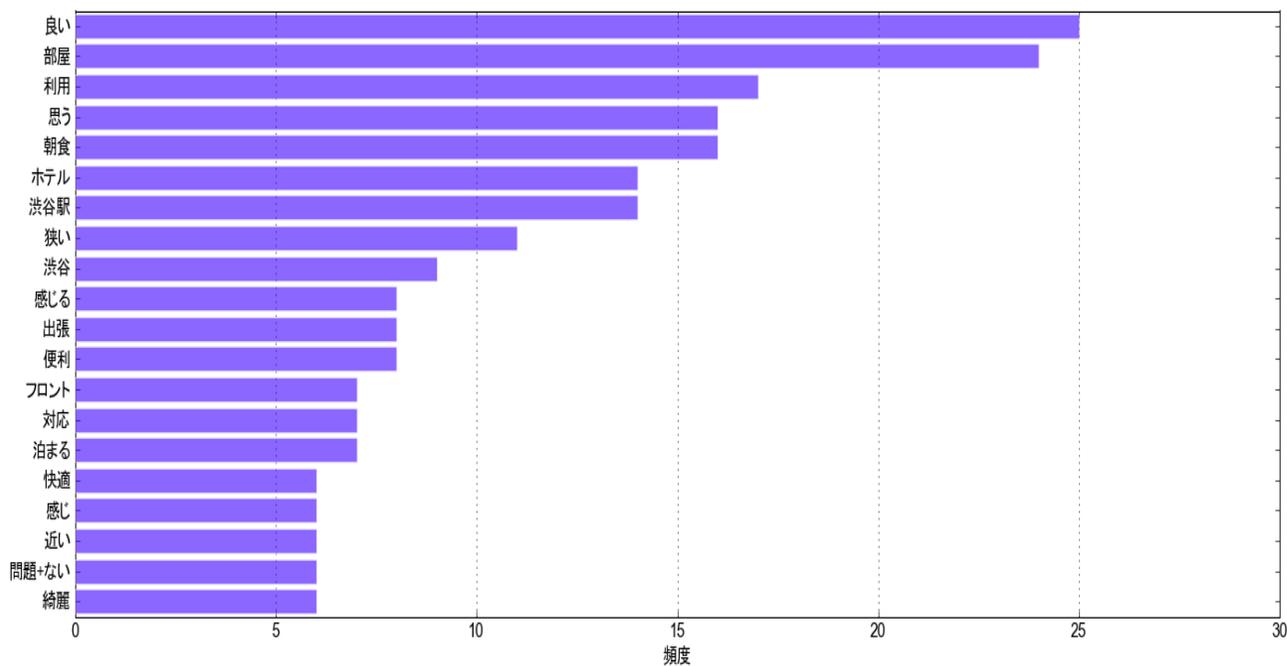


・男性は「ベッド」「シャワー」が直接「良い」と関わっていて部屋の様子などに関する語句が多いことが分かる。女性は、様々な語句が良い評価を受けていることがわかる。

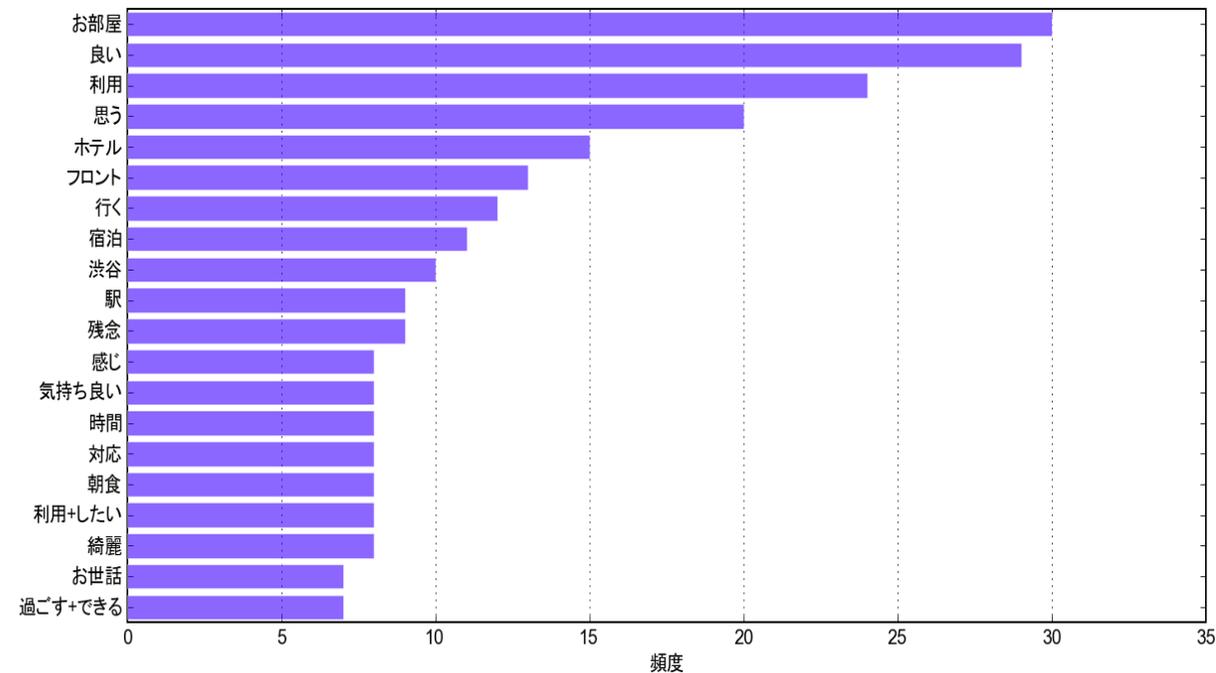
3-3 年代別結果<50代>

・単語頻度解析

男性



女性

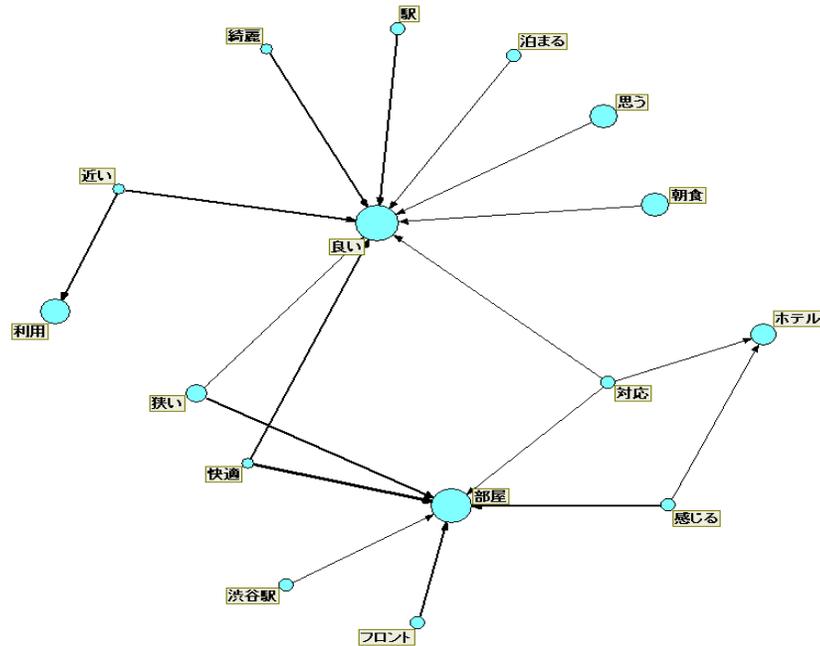


・男性は立地や部屋の過ごし方、女性はホテルについてのクチコミが多い。

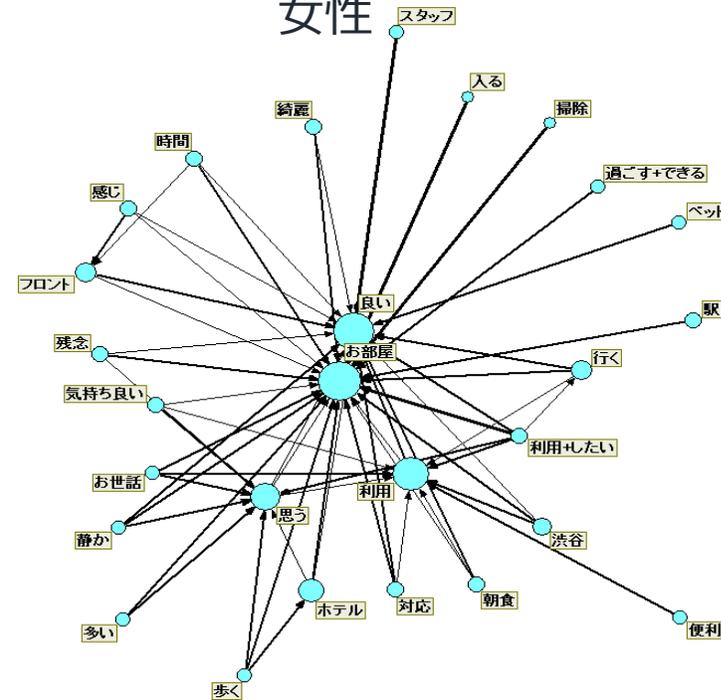
3-3 年代別結果<50代>

- ・ことばネットワーク分析

男性



女性

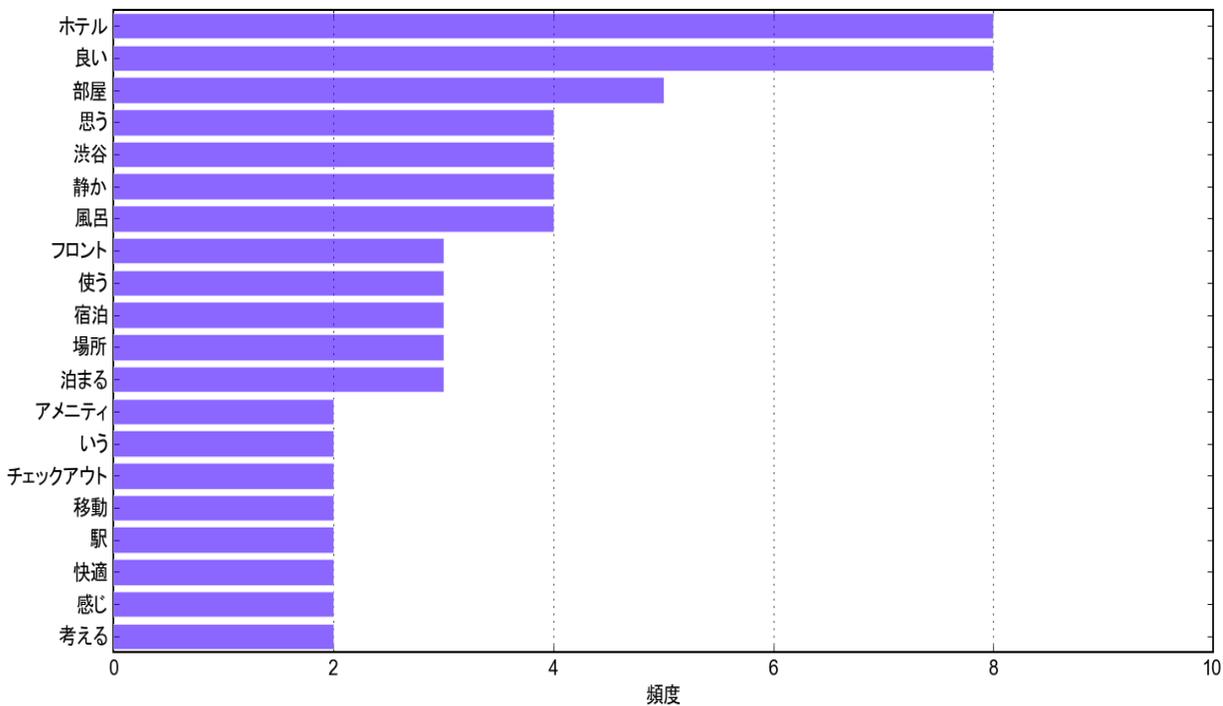


・男性は「部屋」「快適」「綺麗」や「駅」、女性は「フロント」「スタッフ」「ベッド」などが「良い」という評価が多いことが分かる。

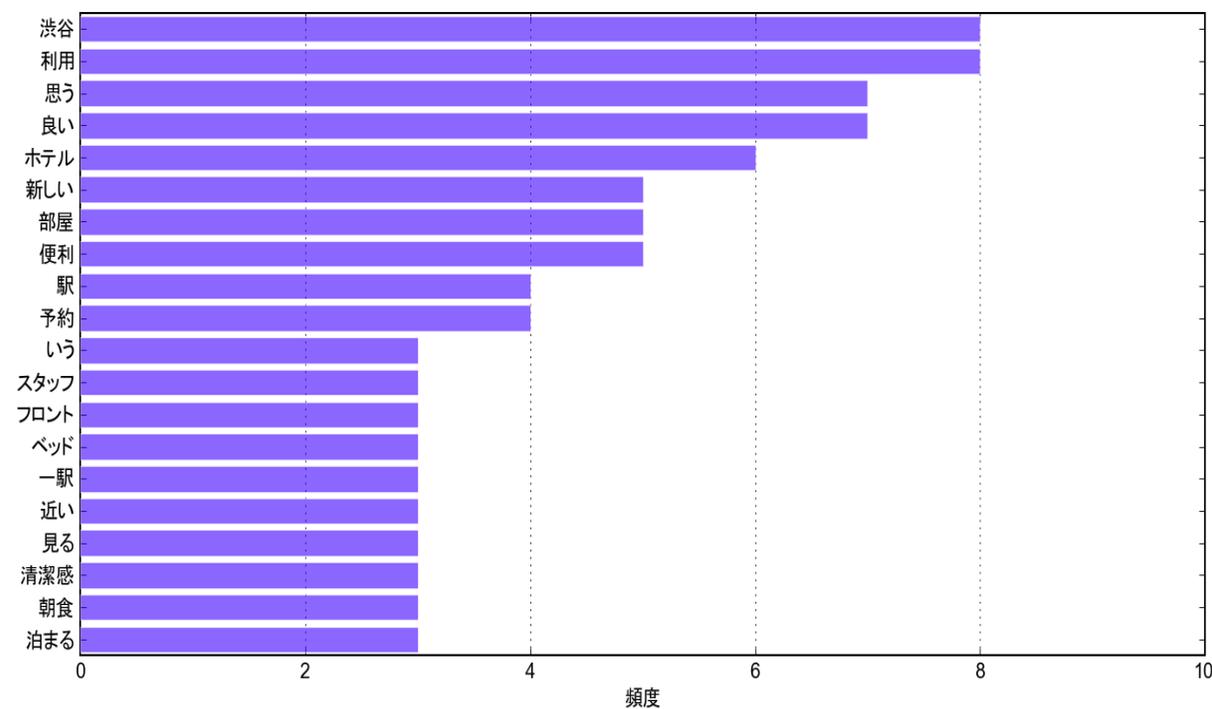
3-3 年代別結果<60代>

・単語頻度解析

男性



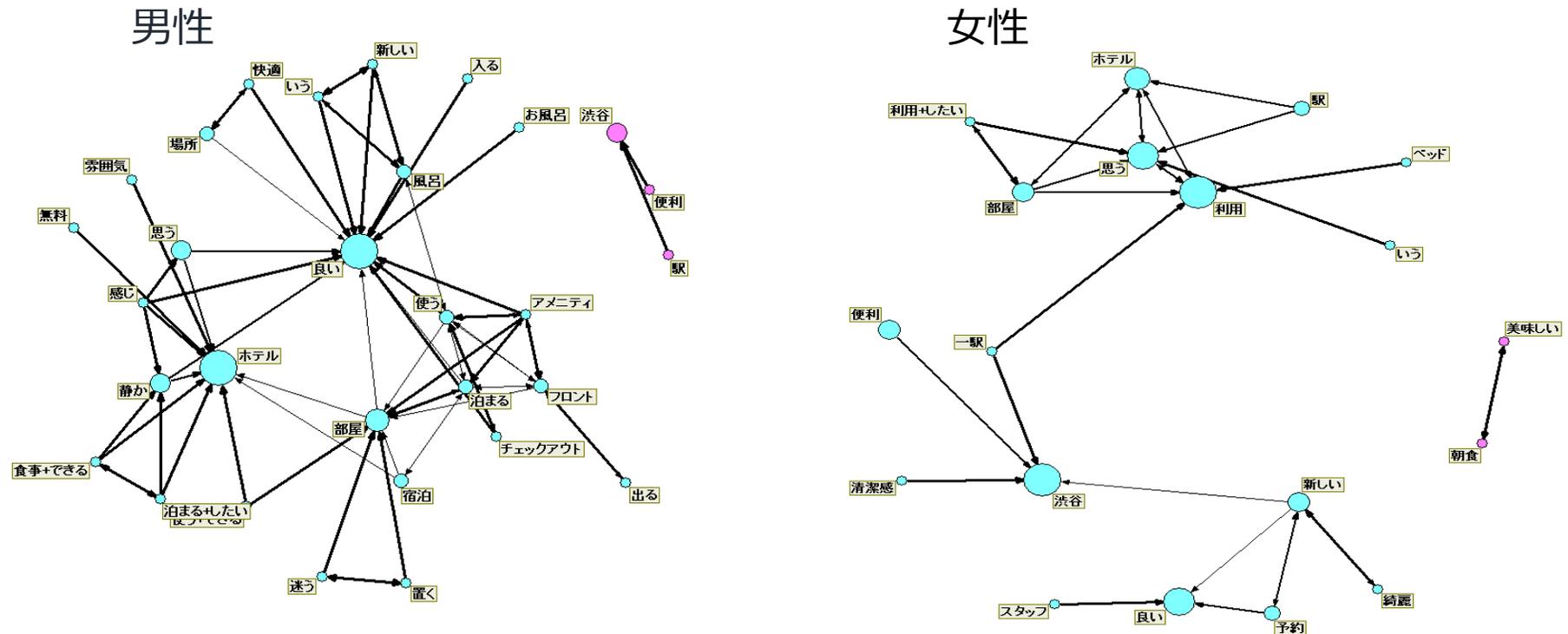
女性



・男性はホテルの快適さ、女性は利用のしやすさについての語句が多い。

3-3 年代別結果<60代>

- ・ ことばネットワーク分析



・ 男性は「快適」「新しい」と「良い」のつながり、女性は「アクセス」が「良い」と繋がりが大きいことが分かる。

3-4 全体の結果比較

部屋の金額

	男性	女性
部屋の金額	頻出回数の多い語句の分野	頻出回数の多い語句の分野
0-5000	立地・施設	立地・施設
5001-10000	立地・利便性	施設の設備
10001-15000	立地・清潔さ	部屋の清潔さ
15001-20000	部屋	部屋
20001-	部屋の快適さ	部屋・サービス

目的

	男性	女性
目的	頻出回数の多い語句の分野	頻出回数の多い語句の分野
出張	立地・利便性・接客	立地・利便性・接客
一人旅	立地	接客・部屋
恋人	部屋・サービス	部屋・サービス
友人	—	施設・サービス
家族	風呂などの設備	部屋・サービス

年代

	男性	女性
年齢	頻出回数の多い語句の分野	頻出回数の多い語句の分野
20代	立地	部屋
30代	立地	接客
40代	立地	部屋・設備・立地
50代	立地・部屋の快適さ	設備
60代	部屋の快適さ	利用のしやすさ

性別、金額、目的、年代に関わらず、部屋の大きさや静かさなど部屋にまつわる語句が最も多かった。

男性は低価格だと利便性、高価格だとホテルの接客や部屋について、女性は価格変わらずホテルの設備について重要視。

出張や一人旅では利便性、家族や友人との旅行では部屋やホテルの設備などに対して重要視することがわかり、これは男女ともに変わらなかった。

男性は年代が低いほど立地に関する語句が多く、高くなるにつれてホテルでの快適さが求められている。女性はどの年代でも、部屋や設備を重要視。

4章 考察と結論

4章では、今までのデータの結果をふまえた考察と結論を記載。

4-1 考察①

- ・ 男女別

価格や年代は男女で大きな差はなかったが、男性は出張、女性は複数人での利用が多いため、男性は立地、女性は部屋や設備などの語句が多いと考えられた。

- ・ 価格別

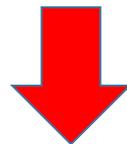
低価格なホテルはアクセスのしやすさ、高価格なほど、部屋やホテルへの期待が高いと考えられた。

- ・ 目的別

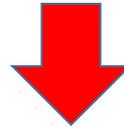
出張や一人旅では部屋より仕事や一人旅のしやすさ、家族や友人、恋人との旅行では部屋やホテルの設備などが最も重要だと考えられた。

- ・ 年代別

年代が低いほど出張や一人旅が多い為、立地に関する語句が多く、高くなるにつれてホテルでの快適さがなど、ホテルを楽しむ人が多いと考えられた。



4-1 考察②



つまり、立地を変えることが一番難しい為、駅から近いなどの立地が良いところはアクセスが良く、なかなか難しいが、出来るだけ低価格で出張や一人旅での利用での需要を満たすホテルがあると良い。また対応の良さが大切である。また、少し離れたところでは、ホテル内のお風呂などの施設やサービスを重要視した家族や友人で泊まる人向けの需要に合ったものが良いのではないかと考えた。

4-2 結論

今回のようにクチコミにテキストマイニングを用いることによって、消費者のニーズを知ることができ、改善点やそのホテルの選ばれる理由が分かった。そして、商品やサービスをどのように改善したらよりよいものを提供できるか、また多くの人に選ばれるかを知ることができた。

今回の分析では、ホテルに最も重要なのは部屋の大きさや静かさなど部屋だということが分かった。また、性別や価格、年代よりも目的別に分けると求められるニーズが目的によって1番変化することが分かった。

4-3 参考文献

- ・「品質項目別にみる宿泊施設クチコミの傾向分析-東京23区内宿泊施設クチコミのテキストマイニング-」
- ・「東京都渋谷区の特徴」 <https://www.sumai-surfin.com/k/area/article/?stateid=13&cityid=13113>
- ・「HOTELIER」 https://www.hotelier.jp/domestic_ota/jalan
- ・「17年旅行サイト閲覧数-日観振調査」
<http://www.travelvision.jp/news/detail.php?id=80605>
- ・Airstair <https://airstair.jp/big-decision-guest-ratings/>
- ・「クチコミとは・意味」 https://mba.globis.ac.jp/about_mba/glossary/detail-11764.html