

# Text Mining Studioで実現する！ VOCの“アイデア分析”

～ グループ機能を使った社内施策での活用事例 ～

～コミュニケーションをデザインする～



どうぞ、よろしくお願いいたします。

情報工房株式会社は  
「2001年夢中への旅」  
を掲げて、  
設立11周年を迎えました。



**社名** 情報工房株式会社 Info-Works Inc. <http://www.jhkb.com/>

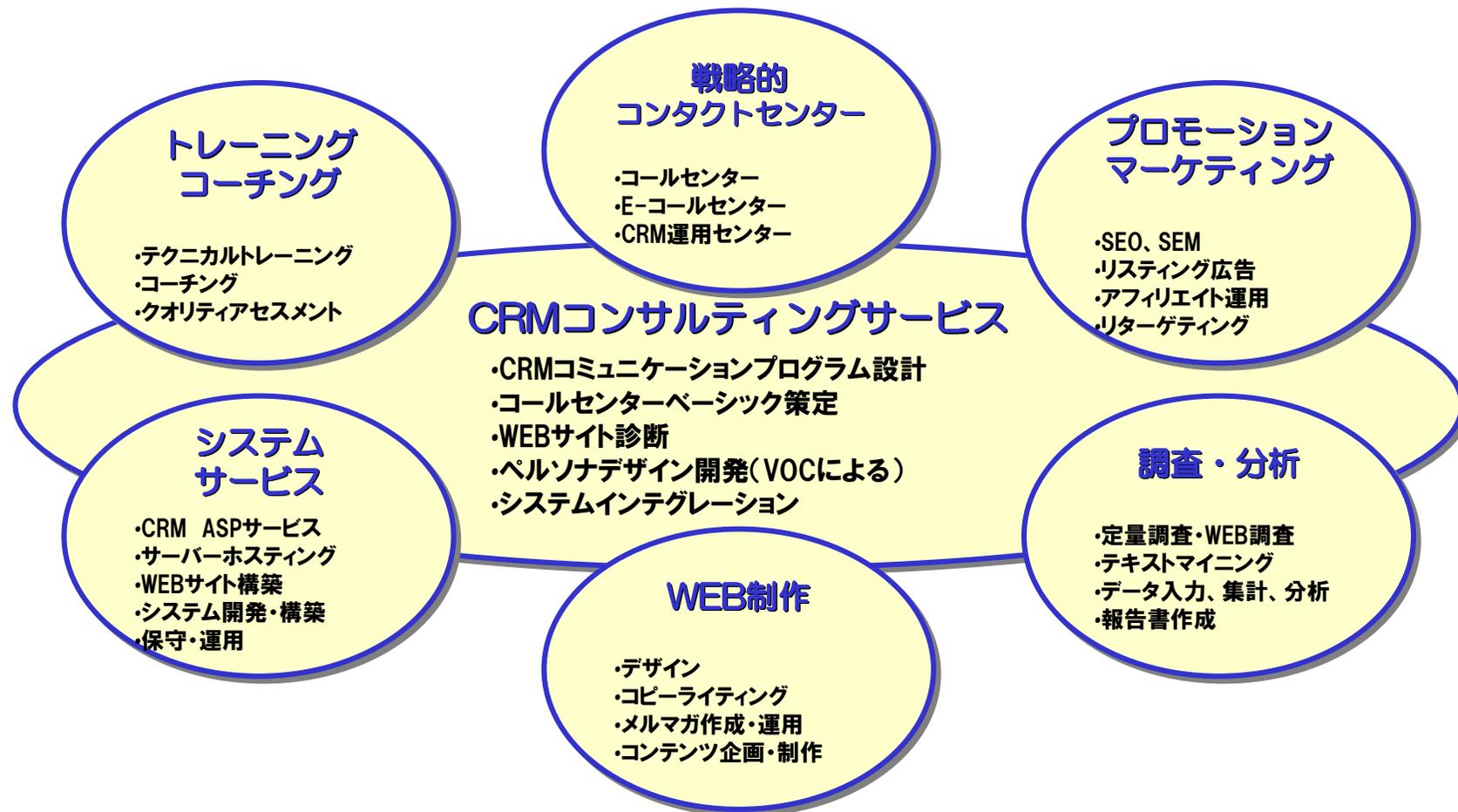
**住所** 〒532-0011 大阪市淀川区西中島 7-4-17 新大阪上野東洋ビル3F

**役員** 代表取締役社長 宮脇 一  
中辻 義則(公認会計士)

**事業内容** (1) インターネットを活用した顧客の開拓・維持の企画・立案・および実施  
(2) 情報処理・提供サービス業  
(3) 出版物の企画・製作・発行・販売に関する業務  
(4) 市場調査の企画・設計・運営  
(5) コールセンターの企画・構築・運営  
(6) 労働者派遣事業  
(7) 上記に伴う、研修サービス  
(8) その他前各号に附帯または関連する一切の業務

**主な取引先** 大阪ガス、NTT西日本、小林製薬、フェリシモ、サンスター、ハウス食品、  
アクアクララ、日本盛、神代、ニッタバイオラボ、シャープ労働組合、JR連合、  
Panasonic等

当社は、CRMの市場において、7つのソリューションで「もっとお客さまに近づきたい企業」と、お客さまとの対話による最上の関係づくりを目指しています。



# 「お客さま満足の創造を実践する」

◆ 「ありがとう」を創り出せる日本一の会社になる ◆

「ひと」と「ひと」・「ひと」と「企業」のつながり。

私たちのミッションは、あらゆるステージにおいて、  
コミュニケーションを持続、発展させることにあります。

## 価値観

クライアントの満足と・・・  
その先のお客さまの満足が・・・  
私たちの満足。

## 行動規範

世の中：「ウソ」と「ズル」は、やめよう  
仕事：おもしろくなきゃ、仕事じゃない  
社内：友を支えよう、共に支えよう

★ CS向上、ES向上を目指した施策

「**ありがとうキャンペーン**」におけるTMSの活用事例

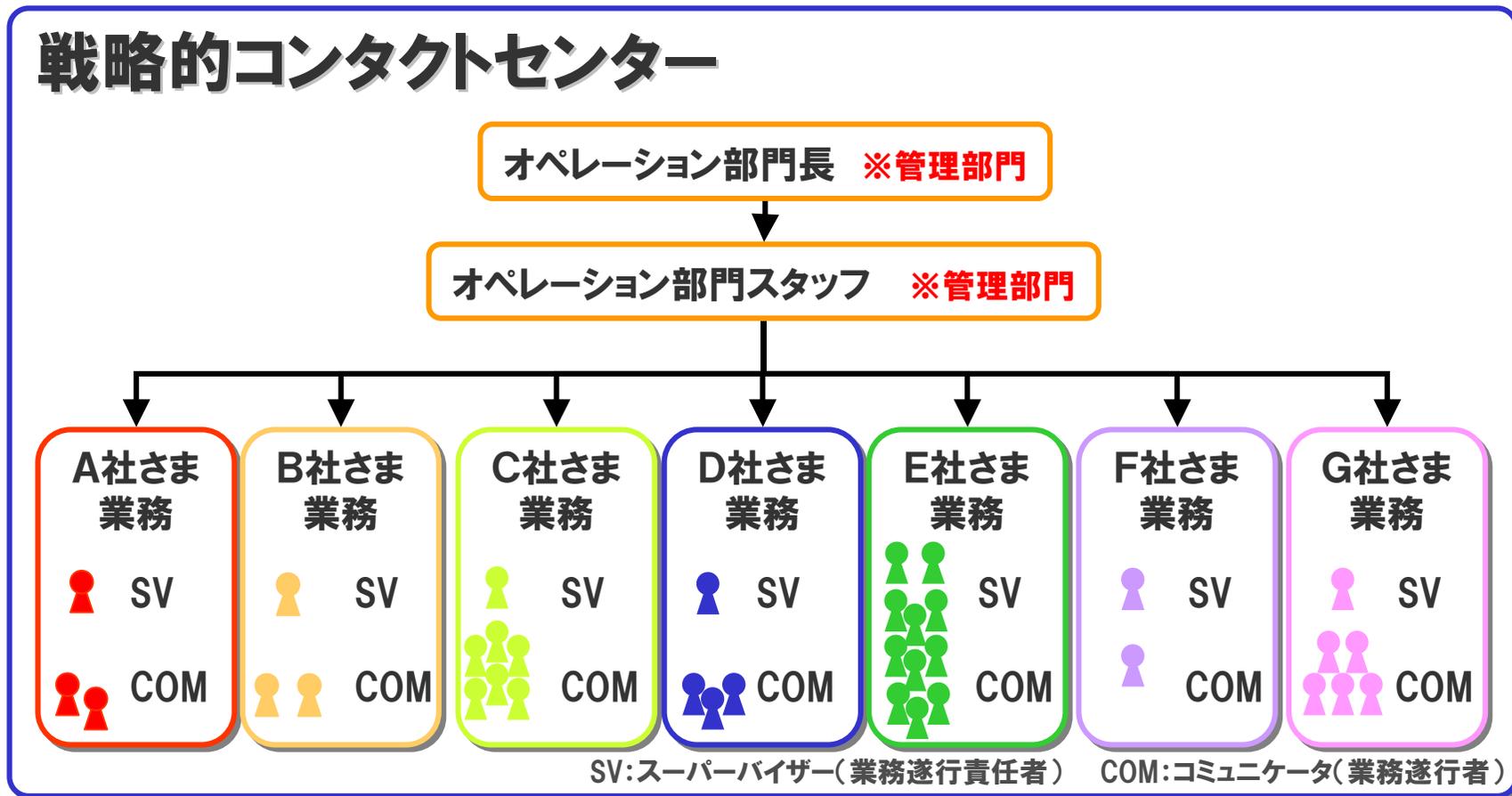
★ コミュニケーターの対話経験によるお客さまの“見える化”が、成功するマーケティングの原動力となる！

「**ペルソナデザイン**」の作成におけるTMSの活用事例

CS向上、ES向上を目指した施策

# 「ありがとうキャンペーン」における TMSの活用事例

当社の戦略的コンタクトセンターは、社内スタッフをクライアントさま単位に配置し、専任で業務を行うことで、質の良いサービスを提供しています。



- ★ ES向上、CS向上を目指した施策はできないか？
- ★ コミュニケータが「にこにこ」できるようにできないだろうか？
- ★ ユニークなキャンペーンはできないだろうか？

オペレーション部門発での  
取り組みとして

お客さまからの  
「ありがとう」の声を評価し、  
最も素晴らしい「ありがとう」を  
もらえたコミュニケータを  
部門で表彰しよう！

### 施策名

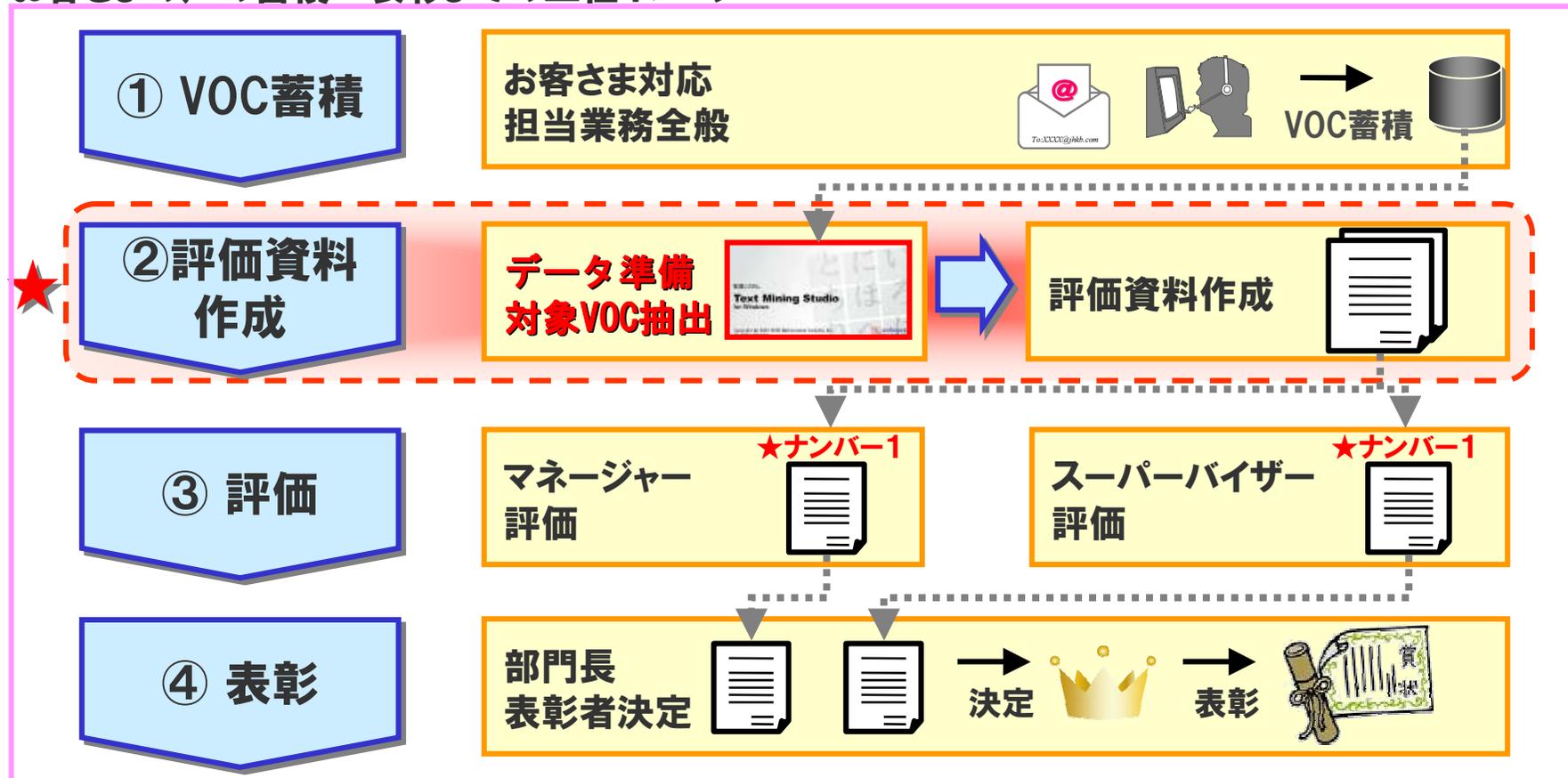
「ありがとう」コンテスト(2011年1月～2012年3月)

### 概要

- ★ 電話対応メモ及びメール本文の中にあるお客さまからの「ありがとう」または感謝の表現を含む声を評価。
- ★ 評価軸は、「ありがとう」の質(お客さまの声の内容)と量(全対応件数に占める「ありがとう」の声件数)の両面で評価。
- ★ コンテスト実施6ヶ月で、最も評価の高い人を表彰する。
- ★ 表彰者は、ミュッシュラン受賞のレストランに招待し、食事をしながら他社における最高のCSを実感・体得する。

蓄積されたお客さまの声から、「ありがとう」または感謝の表現を含む声を抽出し、評価資料を作成する工程で、Text Mining Studioを活用しました。

お客さまの声の蓄積～表彰までの工程イメージ



## Text Mining Studioのグルーピング機能を活用！



**蓄積されたお客さまの声の中から、「ありがとう」  
または感謝の表現を含む声を抽出するために  
使用しました。**

**グルーピングとは……**

**たくさんの文章を、意味的に分類する際に使用する機能で、文章中に現れる単語と係り受けを登録することで、文章をグループ分けすることができる機能。**

ありがとうございますに通じる単語と、それぞれの点数をグループ名として登録し、要素には、単語・係り受けの登録を行います。

グループ

グループ追加    メンバ追加    ▲上へ    ▼下へ    ソート解除

グループ名	頻度	品詞	△								
ありがとうございます	4	グループ									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>要素1</th> <th>要素2</th> <th>要素3</th> <th>頻度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>ありがとう</td> <td></td> <td></td> <td>4</td> </tr> </tbody> </table>				要素1	要素2	要素3	頻度	ありがとう			4
要素1	要素2	要素3	頻度								
ありがとう			4								
感謝4点	0	グループ									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>要素1</th> <th>要素2</th> <th>要素3</th> <th>頻度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>感謝</td> <td></td> <td></td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table>				要素1	要素2	要素3	頻度	感謝			0
要素1	要素2	要素3	頻度								
感謝			0								
おかげさま3点	1	グループ									
<table border="1"> <thead> <tr> <th>要素1</th> <th>要素2</th> <th>要素3</th> <th>頻度</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>おかげさま</td> <td></td> <td></td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>				要素1	要素2	要素3	頻度	おかげさま			1
要素1	要素2	要素3	頻度								
おかげさま			1								

チャレンジ

## カテゴリへをクリックして、結果を表示させます。

カテゴリデータ作成ツール

分かち書き : オリジナルテキスト  
 カテゴリルール名: カテゴリルール

カテゴリチェック表

カテゴリ順

カテゴリ追加 カテゴリ削除 多い順 少ない順 ルール順 名前順 属性表示

自動ソート 全文 表示切替 文章単位 行単位 全カテゴリについて 含まれる 含まれない 解除

ファイルID	行ID	文章ID	原文	ありがとう5点	感謝4点	おかげさま3点	有り難い5点	好き4点	感動3点	感慨無量3点	感無量3点	感銘3点
1	1	-1	ありがとうございました。ログインできました。パスワードの変更登録も完了しました。お手数をおかけしました。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
1	2	-1	情報工房オンラインショップ オペレーターA様 こんにちは。この度はどうもありがとうございました。さっそくオンラインショップで注文することができました。今回の件、私がアドレス登録に不足があり、以前使用していた携帯番号だったことが原因だったんですね。お手数とご迷惑をおかけしました。丁寧に対応してくださり大変助かりました。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
1	3	-1	いつもお世話になっております。リップクリームは製造中止でしょうか？昔プレゼントでいただいたので使ってなかったのですが、この冬使ってみて本当に唇が潤うのでとても気に入りました。購入しようとしたのですが、検索してもヒットしません。ご連絡いただきたくお願いいたします。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	4	-1	情報工房オンラインショップ 様早速のご対応、有り難うございます。今後とも宜しくお願いします。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	5	-1	会員番号がわからずお問合せしました。気持ちよい対応ありがとうございました。	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>							
1	6	-1	退会します	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	7	-1	ログインできません	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	8	-1	配信停止したいのだがやり方がわからない	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	9	-1	パスワードを忘れてしまいました。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	10	-1	代金引換払いをコンビニ支払いに変更してください。	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
1	11	-1	女性より入電。昨日商品着きました。払い込み用紙はコンビニに持っていったらいいの？	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

←カテゴリルール編集へ  統計情報の表示 (動作が速くなります)

属性の生成 **チェック表 ファイル保存** カテゴリデータ生成

閉じる

### テキストデータの出力

出力したテキスト情報を元に、表計算ソフトを利用して集計し、所定フォーマットに整えます。

オペレータ別

集計年月： 2012年2月

センター名	氏名	電話			メール			全体		
		対応件数	ありがとう件数	ありがとう率	対応件数	ありがとう件数	ありがとう率	対応件数	ありがとう件数	ありがとう率
A	A1さん	152	0	0.0%	—	—	—	152	0	0.0%
	A2さん	144	2	1.4%	3	0	0.0%	147	2	1.4%
	A3さん	121	0	0.0%	14	0	0.0%	135	0	0.0%
	A4さん	172	1	0.6%	—	—	—	172	1	0.6%
	A5さん	153	0	0.0%	1	0	0.0%	154	0	0.0%
	A6さん	129	0	0.0%	—	—	—	129	0	0.0%
	A7さん	169	1	0.6%	—	—	—	169	1	0.6%
	A8さん	143	2	1.4%	—	—	—	143	2	1.4%
	A9さん	92	0	0.0%	—	—	—	92	0	0.0%
	A10さん	1	0	0.0%	—	—	—	1	0	0.0%
	A11さん	2	0	0.0%	—	—	—	2	0	0.0%
	A12さん	21	20	95.2%	2	2	100.0%	23	22	95.7%
	<b>センター合計</b>		<b>1,299</b>	<b>26</b>	<b>2.0%</b>	<b>20</b>	<b>2</b>	<b>10.0%</b>	<b>1,319</b>	<b>28</b>

センター別

センター名	電話			メール			全体		
	対応件数	ありがとう件数	ありがとう率	対応件数	ありがとう件数	ありがとう率	対応件数	ありがとう件数	ありがとう率
A	1,299	26	★ 2.0%	20	2	10.0%	1,319	28	2.1%
B	808	9	1.1%	24	0	0.0%	832	9	1.1%
C	491	0	0.0%	102	11	★ 10.8%	593	11	1.9%
D	—	—	—	389	30	7.7%	389	30	★ 7.7%
E	—	—	—	167	8	4.8%	167	8	4.8%
<b>情報工房全体</b>	<b>2,598</b>	<b>35</b>	<b>1.3%</b>	<b>702</b>	<b>51</b>	<b>7.3%</b>	<b>3,300</b>	<b>86</b>	<b>2.6%</b>

# 質的な評価を行うためのチャレンジとして、「ありがとう度」の点数化を行いました。

## ありがとう度を点数化するための工夫

出力されたテキストデータは、Text Mining Studioで設定したグループ名がそのままタイトルとして表示され、そのグループに含まれてる場合は、1のフラグが付きます。

グループ名	頻度
ありがとう5点	4
要素1	要素2
ありがとう	

ファイルID	行ID	オペレータ	原文	ありがとう:5点	感謝:4点	おかげさま:3点
1	5	オペレーターDさん	会員番号がわからずお問合せしました。気持ちよい対応ありがとう、さすがだなと思いました。おかげさまでうまくいきました。	1	0	1

## 点数化への加工方法

タイトルの点数を参考に、フラグ1のデータを、点数に置き換えます。

ファイルID	行ID	オペレータ	原文	ありがとう:5点	感謝:4点	おかげさま:3点
1	5	オペレーターDさん	会員番号がわからずお問合せしました。気持ちよい対応ありがとう、さすがだなと思いました。おかげさまでうまくいきました。	5	0	3

ここまでできたら、横合計を出せば点数化できます。

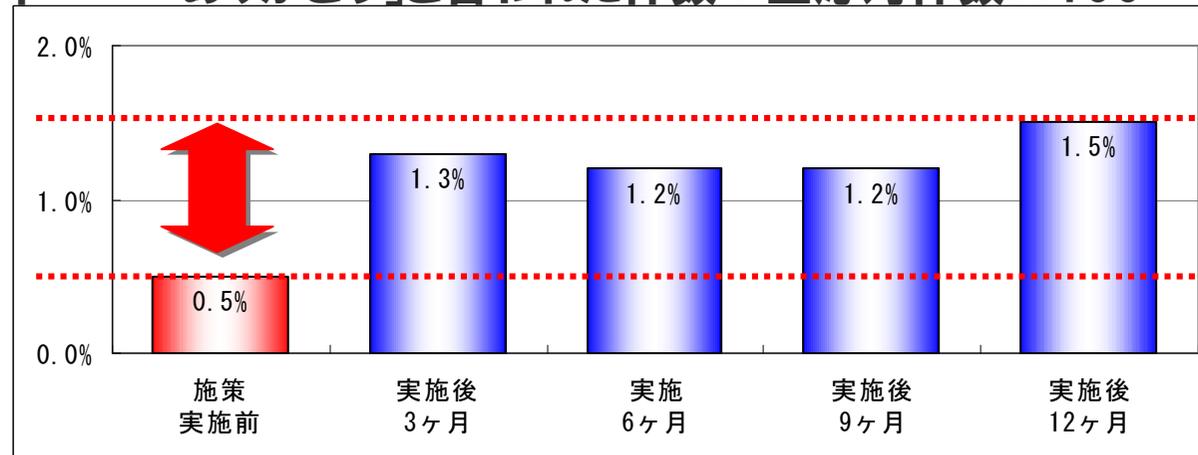
原文は、ありがとうに関する単語を点数ごとに色分けを行い、見やすい資料に整えます。

問合せ日	問合せ対応者	問合せ経路	お客様の声	参考ポイント
2012/2/2	情報工房OP1	メール	<p>〇〇〇 [担当者名]様</p> <p>こんにちは、[お客さま名]です。                      この度はどうも<b>ありがとう</b>ございました。  <b>さっそく</b>オンラインショップで注文することができました。                      今回の件、私が                      アドレス登録に不足があり、以前使用していた携帯番号だったことが原因だったんですね。                      お手数とご迷惑をおかけしました。  <b>丁寧に対応</b>してくださり大変<b>助かり</b>ました。</p>	12
2012/2/27	情報工房OP2	メール	<p>いつも<b>お世話</b>になりまして、<b>ありがとう</b>ございます。                      たぶん2月に入ってからだと思うのですが、                      [商品名] 1本をネットから                      申し込ませて頂いたのですが、手続き完了されてますでしょうか？                      いつも結構早くに送って頂いてるので、確認の為問い合わせ致しました。                      よろしくお願い致します。</p>	6
2012/2/10	情報工房OP3	メール	<p>いつもお世話になっております。                      [商品名] は製造中止でしょうか？昔プレゼントでいただいで使ってなかったのですが、この冬使ってみて本当に唇が潤うので<b>とても気に入</b>りました。購入しようとしたのですが、検索してもヒットしません。                      ご連絡いただきたくお願いいたします。</p>	3

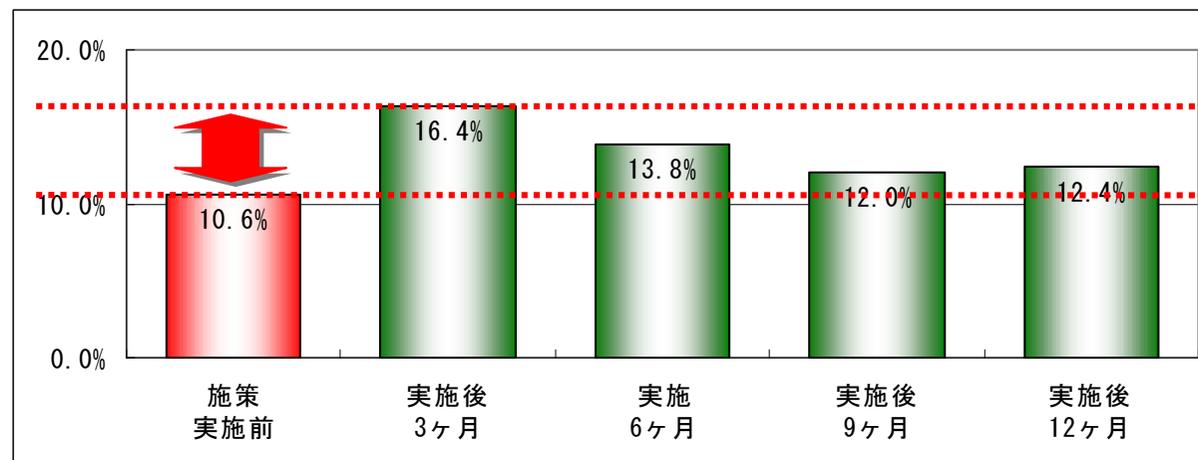
# 「ありがとう」コンテスト実施前と実施後を比較すると、電話・メールともに、ありがとう率が上昇しました。

ありがとう率 = 「ありがとう」と言われた件数 ÷ 全対応件数 × 100

電話オペレーション



メールオペレーション



「ありがとう」または感謝の表現を含むお客さまの声を拾い出すための、キーワードの辞書化と、点数化の調整が課題です。

## ① 「ありがとう」の類義語辞書作りが大切

いろんな表現の「ありがとう」があります。うまく拾い出せるように類義語辞書を作りが重要です。

例) 「ありがとう」「有難う」「アリガトウ」「サンキュウ」「おおきに」

Text Mining Studio

## ② 「点数化」が読み手により感じ方が異なる

「もっと高得点でもいいのでは?」「なぜこんなに点数が高いの?」などと感じ方が異なります。誰にでも納得のいく点数にするためことが、今後の課題となっています。

## ③ 人の目で読むことは必要 → 自動化へのチャレンジ

フラグが付いた「ありがとう」または感謝の表現を含むお客さまの声であっても、文章全体を読むと感謝の声でない場合があります。最終的には、人が読むことが必要ですが、できれば人手を介せずに抽出ができるようにしていくことが課題となっています。

Text Mining Studio



## コンタクトセンターアワード2009

**コンタクトセンター  
アワード2009**  
Center of Excellence



受賞部門	会社名	申請タイトル
最優秀 オペレーション部門賞	アリコジャパン	コールセンターオペレーション改善への取り組み ～628日間の奇蹟～
最優秀 ストラテジー部門賞	株式会社ぐるなび	『絆』可視化への挑戦
最優秀 ピープル部門賞	富士通コミュニケーションサービス株式会社	富士通人事総務サービスセンター One for all, all for one! の実現 ～森人集団がプロ集団に変わった!～
最優秀 テクノロジー部門賞	日本ランズエンド株式会社	手作りイントラネットによるオペレーションの効率化 ～アバンダン・レート1%以下への挑戦～
最優秀 アウトソース/ ヘルプデスク部門賞	株式会社テレマーケティングジャパン	コールセンターにおけるQCサークル活動をベースとした「小さな改善」活動の導入と推進の成功事例
審査員特別賞	株式会社損保ジャパン・ハートフルライン	メンタルヘルスの取り組み ～いきいきと健康で働きやすい職場づくりを目指して～
	損保ジャパンDIY生命保険株式会社	離脱率0%を目指した! アドバイザーが輝く職場の実現 ～1人の100歩より100人の1歩～
審査員特別賞	情報工房株式会社	「お客様の声」活用事例 コンタクトセンター発ペルソナデザイン - “お客様を一番知っている”のは、コンタクトセンターのコミュニケーター。 コミュニケーターの対話経験によるお客様の“見える化”が、成功するマーケティングの原動力となる! -

**審査員特別賞**

## コンタクトセンターアワード2010 アジア・パシフィック大会

BEST PRACTICES CONFERENCE & AWARDS  
**TOP RANKING PERFORMERS**  
IN THE CONTACT CENTER WORLD



**Silver Medal**

企業が提供する製品・サービスについて、顧客視点からニーズをつかみ、最も重要で象徴的な『お客さまモデル』を作ることです。

### ペルソナデザインでお客さまモデルを具現化

- ★ お客さまの隠れたニーズや行動を
- ★ お客さま視点の物語として
- ★ 一枚のシートに凝縮した
- ★ そのセグメントを代表する
- ★ 最も重要なユーザーモデル

【お客さま像】  
20代の働く女性



ペルソナ  
デザイン



【お客さまモデル】  
大阪市内の1LDKに住む25歳で食品会社の総合職。帰宅はいつも21時頃。最近スマホを買って夢中になり、寝不足気味です。

## 実際に活用されたペルソナデザインの代表例



ペルソナ Type 1 (個人 (30代))

「夫がコーヒーを入れてくれる。」

満足している点・不満に感じている点



名前: 新山 千夏さん(30歳)

職業: 専業主婦

家

赤ちゃんがおられるからこそ、感じているものを表現

アクアクララ愛用歴: 6か月

会話の中から得られた、年齢や職業、家族構成

専業主婦の新山千夏さんは、神奈川県賃貸マンションでサラリーマンの夫冬馬さんと3か月の愛娘美羽ちゃんの3人で暮らしています。

千夏さんがアクアクララを利用しようと思ったきっかけは、妊婦向け雑誌や産婦人科で見てミルク作りにとっても便利そうと思ったからです。千夏さんのお母様は母乳が出なかったため、千夏さん自身も出ないのではないかと出産前から心配されていたそうです。

母子手帳の副読本を読んだとき、母乳を出すためにもしっかり水分を取ることが必要と書いていました。妊娠中に喉が渇く事が多かった千夏さんは、これを買っていた

- ★ お客さまの隠れたニーズや行動を
- ★ お客さま視点の物語として
- ★ 一枚のシートに凝縮した
- ★ そのセグメントを代表する
- ★ 最も重要なユーザーモデル

あとから冬馬さんに聞いた話によると、その日お義母様は「急須にそのままお湯を入れて便利」と言って、最近覚えたインターネットで申し込みをされたそうです。「お義母様と共通の話題が増えそうです」と千夏さんは嬉しそうに話してくれました。

アクアクララファンだからこそ、要望ならたくさんあります。現在の料金に不満はありませんが、ずっと同じ料金なのはお得感がないような気がするので、長く利用するほど割引されるようなサービスがほしい。また、自動車教習所のようにパソコンや携帯から配達予約の混雑状況や空き状況を見ることが出来たら便利と言います。

今は美羽ちゃんのミルクを作るのに一番アクアクララを利用されているため、「赤ちゃんを抱っこしながら片手で操作できるよう、コップ置き場があると便利なのに」とミルクを作るたびに思っているようです。

また、「温水ここまで」「冷水ここまで」と印のついた哺乳瓶があれば、冬馬さんにもミルク作りを任せられるとちゃっかり者の千夏さんは**利用するきっかけ**「でもね哺乳瓶ができたから、プロダクト紹介しますね」と約束してくださいました。

千夏さんは今回新しくなった新キャラクターの「チャプリン」をととても気に入ってくださり「ぜひ赤ちゃんグッズに付けてください」と今後を楽しみにしています。

アクアクララ株式会社 営業企画部 後藤主任(談)

「これまではいろんな人にアピールするため様々な媒体に広告を出していたが、どうしても散漫になってしまっていた。」  
「(CONTACTセンターで作ったペルソナデザインをもとに)個人の主観に拠っていた顧客像が統一された。コミュニケーションがずいぶんやりやすくなった。」

「日経情報ストラテジー 2009. 3 取材」より抜粋

## ペルソナデザインの活用

### 販売促進



### 商品開発



### リスクマネジメント



### ブランディング



一般的には調査会社がベースとなり、リサーチャーやコピーライター、マーケッターが情報収集や分析を行いながら、ペルソナデザインを作成していきます。

① 仮説を立てる

一からの事前情報収集



② タイプ分け  
情報収集

定量アンケート・観察を中心とした情報収集

③ ユーザー  
タイプ 分け

リサーチャーによる分析



④ タイプ毎の  
データ収集

インタビューやデプスインタビュー

⑤ ものがたり付け

リサーチャーやコピーライターによるライティング



お客様さま像の具現化



私たちのお客さまは、「誰で」「どんな人で」「一体、何を考えているの  
だろう？」

お客さまのことや、お客さまへ自社製品・サービスを説明する  
方法を一番良く知っているのは

コミュニケーターやスーパーバイザーである。

一人あたり年間1万件以上のお客さまと対話をしている

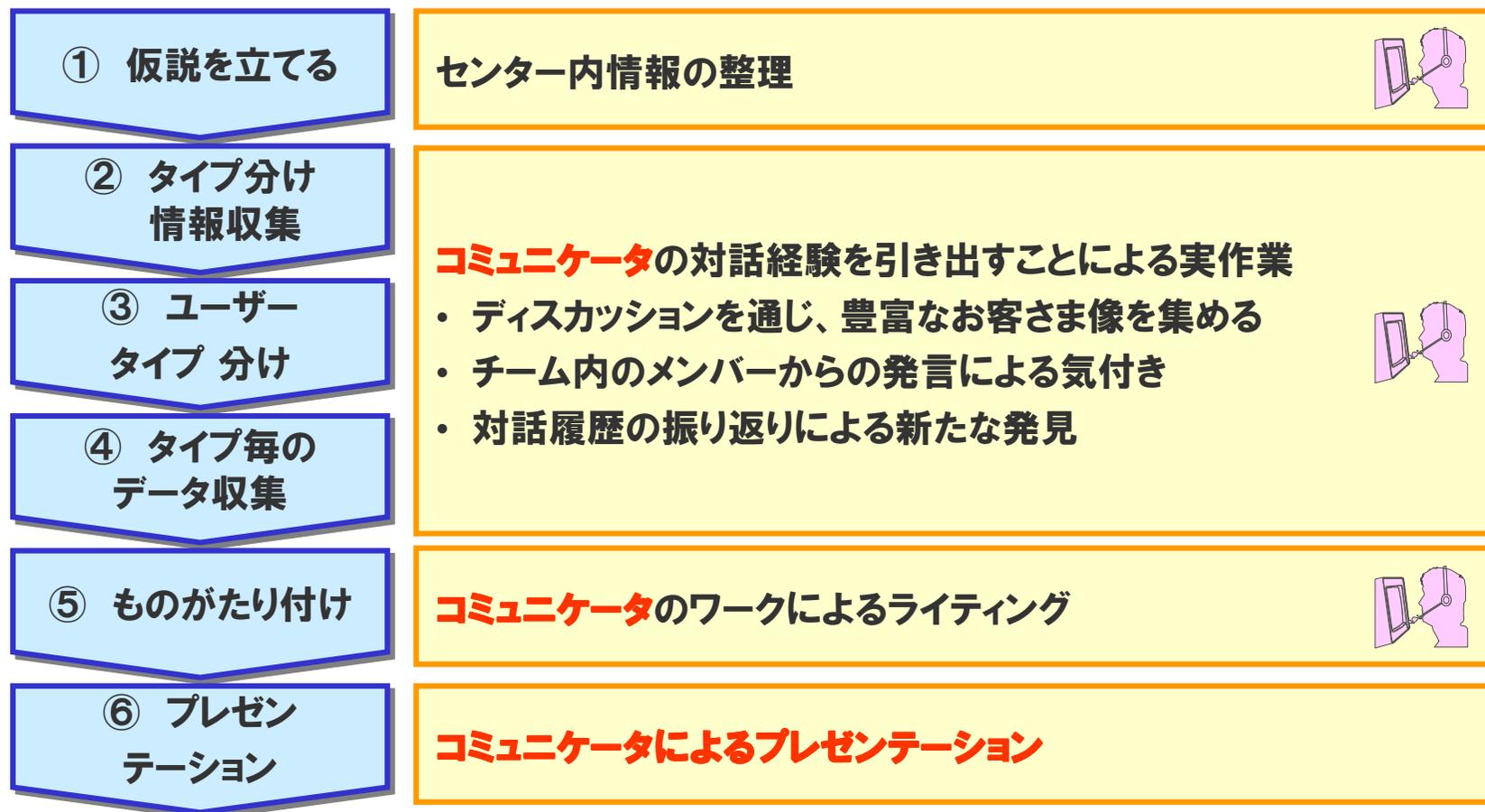
お客さまからの不満・クレーム・お褒めの言葉を肌で感じている

会話の中からお客さまの生活シーンを常に思い描いている

対話で得た豊富なお客さま経験値

お客さまの“見える化”のための有益な情報源

当社では、コンタクトセンターこそがペルソナデザインを作成するに相応しいと考えています。コミュニケーターがペルソナデザインの作成から、制作発表までをすべて行います。

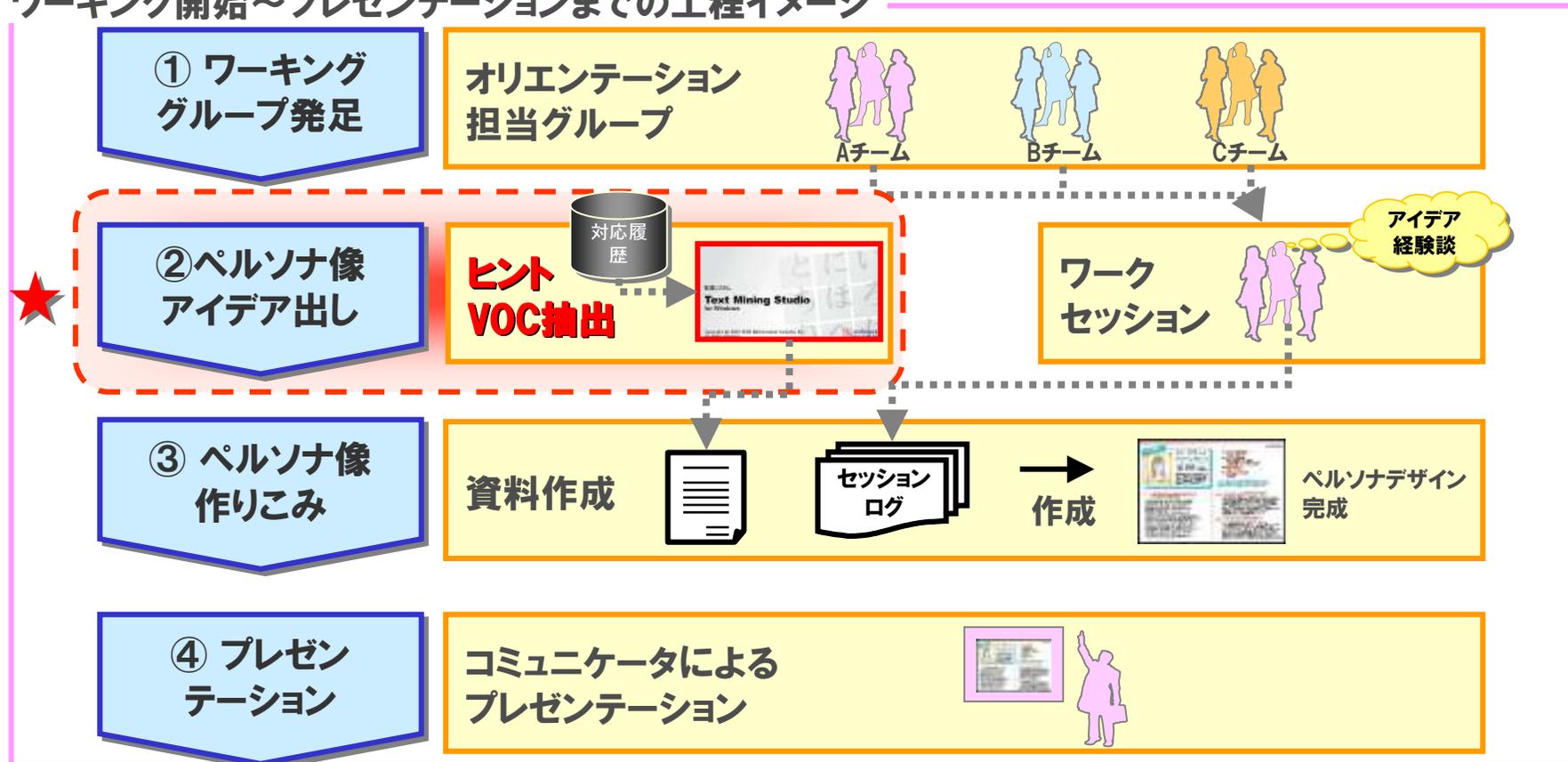


お客さま像の具現化



ペルソナデザイン作成のワークショップの工程で、Text Mining Studioは、コミュニケーターの経験値をより多く、より多彩に引き出すために、ヒントとなるお客さまの声を抽出するために活用をしました。

ワーキング開始～プレゼンテーションまでの工程イメージ



## Text Mining Studioのグルーピング機能を活用！



**蓄積されたお客さまの声の中から、「お客さま像を想起させる」の声を含む対話履歴を抽出するために使用しました。**

**お客さま像を想起させる単語、係り受けの表現をグループ登録。**

例) 商品・サービスを利用するきっかけ  
商品の申し込みの経緯  
感じているベネフィット ………

**グルーピングを実行し、原文にフラグを付ける。**

**チェック表ファイル保存で、「チェックのあるもののみ」をダウンロードする。**

原文を、ペルソナデザインを作成する上でヒントとなるシーン毎に資料を整えます。

### 商品を利用するきっかけ

お客様の声

ネットで検索し、**オールインワン**なので是非とも使ってみたいと思っています。

貴社のクリームはすっと肌に入り、さらっとするので**肌の弱い私**には有難いです。

### 商品の申し込み経緯

お客様の声

先日到着した会報誌の**広告**で、ログインキャンペーンの**広告**を見て登録を致しました。

11月が**誕生日**なのでプレゼントの1000ポイントを使いたいです。

### 感じているベネフィット

お客様の声

**化粧水**、とてもよく、母も気に入っております。

肌の状態が、どのように変わるのか、期待して使ったのですが、今まで使っていた**化粧品の方が**いいような気がします。

Text Mining Studioの得意な部分、コミュニケーターが得意な部分を見極めて、受け持ち範囲を考えて使っていくことがポイントです。

①「商品・サービス」に関する意見、要望・不満は得意

Text Mining Studioの分析が得意とする、単語頻度、係り受け頻度、述語属性などを用い、意見を抽出することが可能。

★商品・サービスに関するワード

- ✓ 使いやすい
- ✓ 便利だ
- ✓ 色がよい

★感想・要望不満に関するワード

- ✓ 安心する
- ✓ 早く欲しい
- ✓ 値段が高い

Text Mining Studioでの  
ペルソナデザイン作成サポート範囲

融合

②「人物像」「生活シーン」の表現は抽出が困難

理由

- ✓ 文字情報として履歴に残していない
- ✓ 頻度が少なく、見落としがち。

★人物像を表すワード

- ✓ 妹が大阪にいる
- ✓ 80歳の母に送りたい
- ✓ 3年前から膝が悪い

★生活を感じるワード

- ✓ 和食が好き
- ✓ 毎朝散歩している
- ✓ 派手な服を着ている

コミュニケーターによる  
対話経験の範囲

よりリアルなペルソナデザイン像の作成が可能！

**ご清聴ありがとうございました。**

**情報工房株式会社**  
Business Process Reengineering部門  
ディレクター 金原 雅之(かねはら まさゆき)  
Kanehara@jhkb.com