

# 人気化粧品 アルビオンの テキストマイニング分析

—@COSMEへの書き込みのテキストマイニング—

小野智樹、榊原未朋、末岡真理絵、  
高橋秀典、那須恵、西山渚、  
樋口亮、藤田彩花、松島由宇

# 目次

---

1. はじめに
2. 分析対象
3. @cosmeとは
4. アルビオン 薬用スキンコンディショナーエッセ  
ンシャルとは
5. 分析方法
6. 分析結果
7. 分析結果のまとめ
8. 考察

# はじめに

## □ 分析目的

- @cosmeに投稿されているクチコミのコメントと評価の関係性をテキストマイニングで明らかにし、消費者が求めるニーズと、メーカーに求められる戦略は何かを検証する



# 分析対象

## 分析対象商品

@cosmeクチコミランキングの化粧水カテゴリにおいて1位  
(2008年10月現在)の「アルビオン 薬用スキンコンディショ  
ナー エッセンシャル」

## 分析対象期間

2006年10月10日～2008年10月9日

(口コミ数4044件)

## 使用した情報

年月日、評価(0～7)、年齢、肌質、口コミ

# @cosmeとは

- URL: <http://www.cosme.net/>
- (株)アイスタイルの運営する化粧品情報専門のコミュニティポータルサイト
- ユーザーが投稿する化粧品に対する評価を集計した「クチコミランキング」が人気
  - はてなキーワード「アットコスメ」より
- 2008年10月現在の総投稿数は630万件以上

# アルビオン

## 薬用スキンコンディショナー エッセンシャルとは

- 化粧品メーカーアルビオンの人気ブランド「エクサー  
ジュ」の薬用化粧水。医薬部外品。敏感肌用。

略称「スキコン」

- はてなキーワード「薬用スキンコンディショナー」より

- 配合成分

グリチルリチン酸ジカリウム※、精製水、エタノール、1, 3-ブチ  
レングリコール、グルタチオン、ハトムギエキス、ハマメリス抽出  
液、マロニエエキス、1-メントール、カラギーナン、セスキオレイ  
ン酸ソルビタン、ポリオキシエチレン硬化ヒマシ油、無水エタノール、  
パラオキシ安息香酸エステル、香料※;有効成分 無印;そ  
の他の成分

# 分析方法

- 分析ツールText Mining Studioを使い単語頻度分析、注目語情報分析を行う
- 単語頻度解析は、純粹に使用頻度の高い言葉と消費者のニーズを表している単語の中で使用頻度の高い言葉を明らかにする
- 注目語情報分析は評価の高い人と低い人の間で使用頻度の差が大きかった単語を抽出し、その単語とどのような単語を結びついているのかを明らかにする

# 分析結果

## □ 単語頻度分析

純粹に使用頻度が高いという観点からみると「使う」「肌」「良い」という単語がそれにあたる

消費者のニーズを表している単語で、かつ使用頻度の高い単語は「潤う」「癒す」「気持ちいい」「合う」「安い」「浸透」「引き締まる」などである

---

今回の分析では単語頻度そのものではなく、評価別の使用頻度に注目し、消費者が求めるニーズを探る



# 評価別単語使用頻度分析結果

評価により使用頻度に差がある言葉

評価の高い人が使用する言葉

「**浮気**」、「**戻る**」、「**落ち着く**」

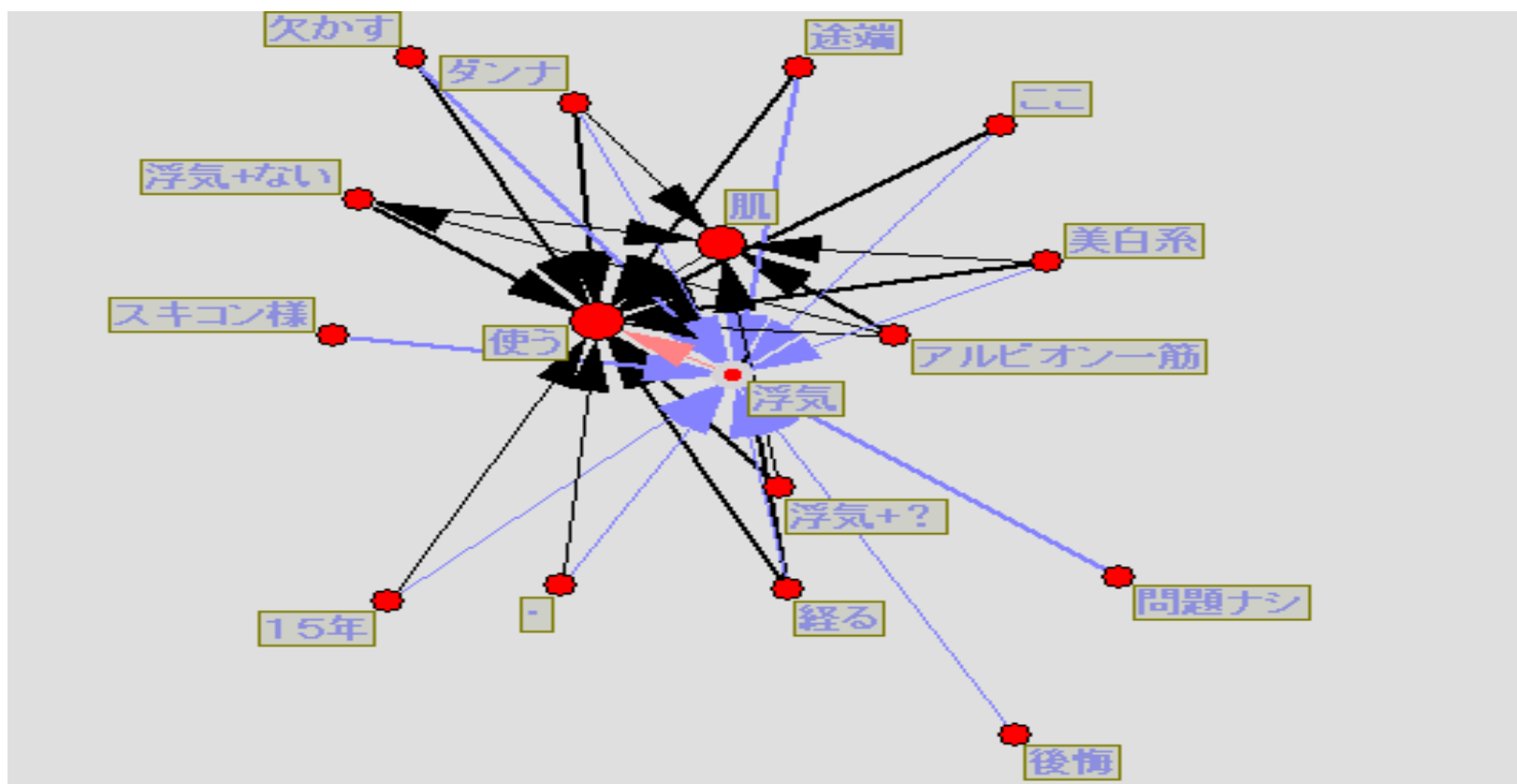
評価の低い人が使用する言葉

「**残念**」、「**評価**」、「**購入**」

---

上記キーワードの注目語情報分析を実施

# 注目語情報分析「浮気」



「浮気」と強く結びつく単語は「途端、問題ナシ、欠かす、スキコン様」  
などであることがわかる

# 注目語情報分析「浮気」

## □ 「浮気」と結びつく単語をサイトに書き込まれた口コミから探してみると、

浮気しても結局戻ってきます

たまーに他社に浮気した時でも、スキコンだけは欠かしません

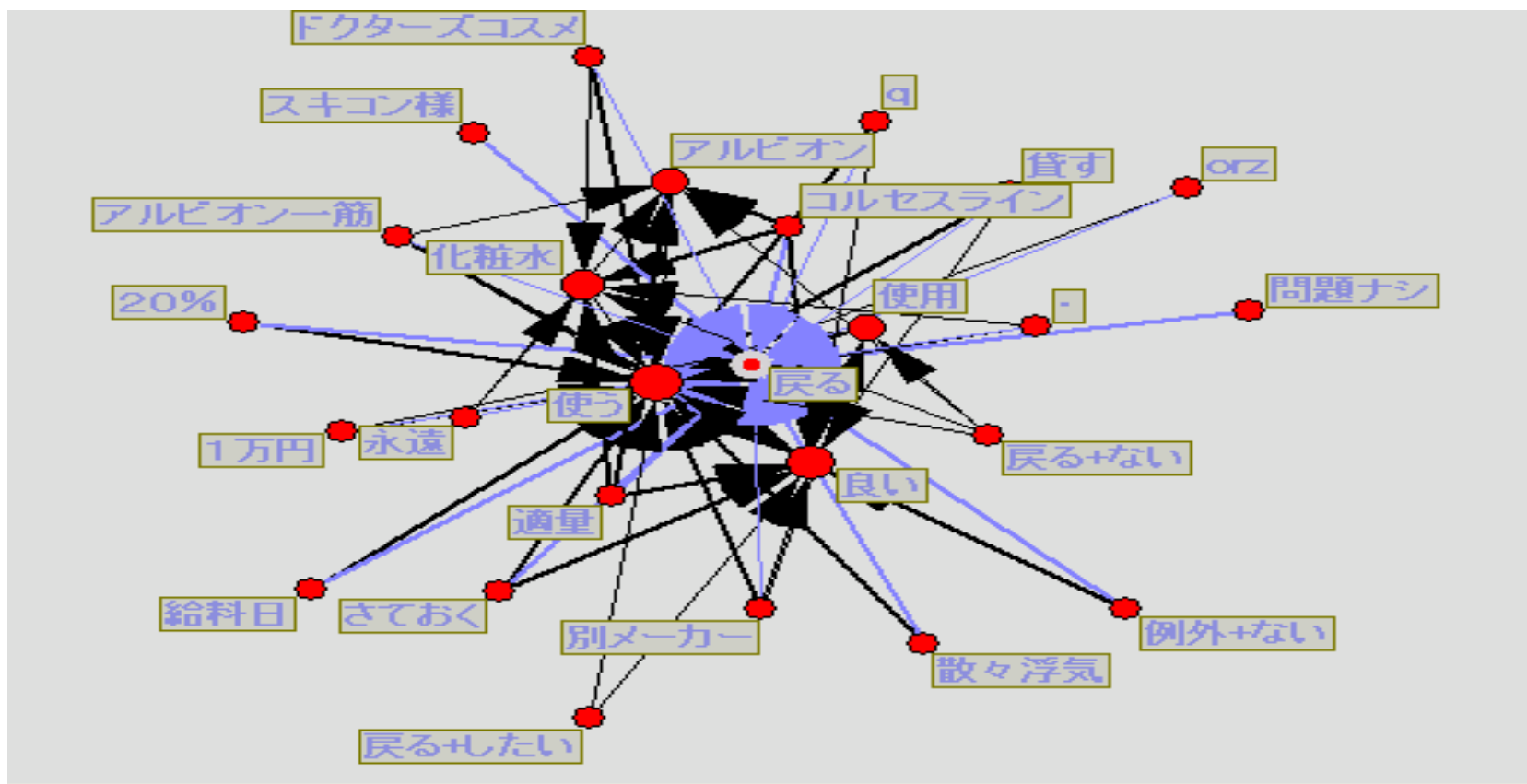
他のものに浮気しましたが、途端にニキビ発生

これからは浮気せず、少しお高いですけどアルビオン一筋でお手入れしていきます

などの書き込みがあった。

つまりユーザーは、ほかの商品と比べた時にこの商品の良さを改めて実感している。

# 注目語情報分析「戻る」



「戻る」と強く結びつく単語は「例外+ない、別メーカー、給料日、コルセスライン」などであることがわかる

# 注目語情報分析「戻る」

- 「戻る」と結びつく単語をサイトに書き込まれた口コミから探してみると、

ほかのケアで荒れても、スキコンに戻ると肌がキレイに戻ります

たまに他のに移っても、やっぱり最後わこれに戻る感じでした

きっとこれから先ほかに浮気しても、きっと戻ると思う

また暖かくなってきたら、スキコンに戻る予定です

などの書き込みがあった。

つまりユーザーは、別メーカーの商品だけでなく、同社の別ラインを使用した場合にも、この製品の良さを実感している。



# 注目語情報分析「**落ち着く**」

- 「**落ち着く**」と結びつく単語をサイトに書き込まれた口コミから探してみると、

香りがかぐと**落ち着く**ほど

でも肌が**落ち着く**感じです

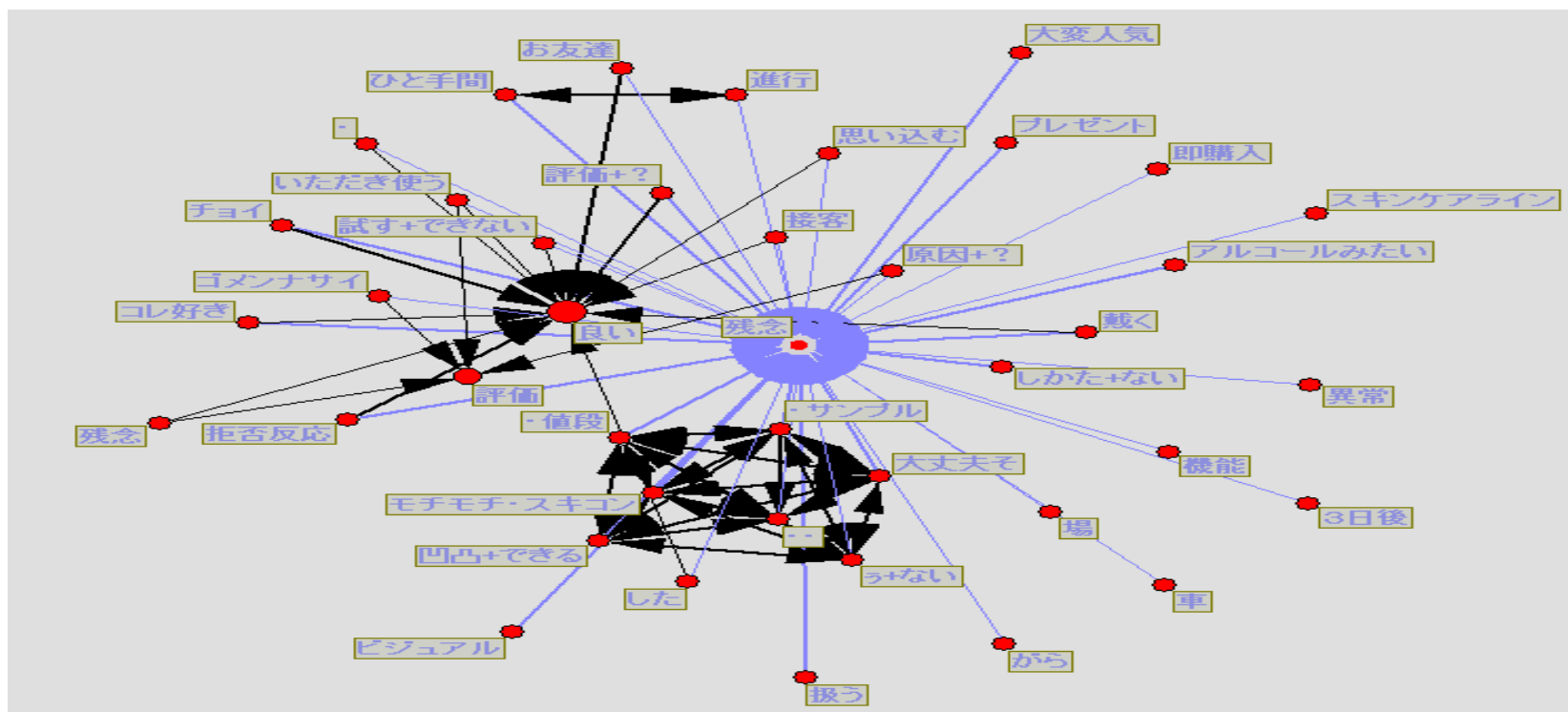
肌は**落ち着く**ように思うし、吹き出物がなくなってきています

これを使っていると、ニキビが**落ち着く**ようです

などの書き込みがあった。

つまりユーザーは、商品の香りと、ニキビや肌の黒ずみに対する効果を期待している。

# 注目語情報分析「残念」



- 残念は「ビジュアル、扱っ、拒否反応、車、アルコールみたい、大人気、これ好き、ひと手間、乾く」という単語と強く結びついているようだ



# 注目語情報分析「残念」

- 「残念」と結びつく単語をサイトに書き込まれた口コミから探してみると、

ビジュアルが全く可愛くないのが残念

この化粧水ともうひと手間かける必要があるのが残念

においに拒否反応、こんなにも合わないのは残念

アルコールみたいなヒリヒリ感があり最後まで使えなくて残念

などの書き込みがあった。

つまりユーザーは、この化粧水の外観(容器、ラベル)と刺激の多い成分が残念であると思っているのではないか。



# 注目語情報分析「評価」

- 「評価」と結びつく単語をサイトに書き込まれた口コミから探してみると、

ここで評価高いコレを購入

こんなに高評価で口コミ件数が多いのに

本当に評価も評判も高いですよ。でも効果感じませんでした

高評価だったので気になり使ってみたもののニキビができてしまったんです

などの書き込みがあった。

つまりユーザーは、期待した「評価」が裏切られ、この商品に対し、低い評価を下している。



# 注目語情報分析「購入」

## □ 「購入」と結びつく単語をサイトに書き込まれた口コミから探してみると、

口コミ高評価を見て現品購入

値段も高かったので、現品購入はないです

姉に勧められて購入しました

サンプルとかをもらって試したり、ここでの評価を見ながら、とりあえず現品購入してみました

などの書き込みがあった。

つまりユーザーは、サンプルを使用した不満を持ち、購入に至らなかった人と、購入し使用した結果不満を持った人が、低評価を下している。

# 分析結果のまとめ

□ 高評価:「**浮気**」、「**戻る**」、「**落ち着く**」  
商品の効果を実感

□ 低評価:「**残念**」、「**評価**」、「**購入**」  
商品の効果を実感できず

---

商品の特徴をユーザーに正しく伝えることが重要

# 今後の化粧品業界の課題

- 口コミサイトでの情報を、商品を選ぶ際に参考にしている消費者は多いと思われる。低評価の書き込みが評判を落としてしまう可能性がある
- 今回の分析より、商品の特徴とユーザーの肌質がマッチしたがどうか評価の分かれ目であることが判明
- 商品特性をわかりやすくユーザーに伝え、商品とユーザーのミスマッチを事前に防ぐことが重要