

# OKWave総合研究所 Monthly Report 2014.02

## 新生活



### Note

本資料は、OKWave総合研究所が任意に選択したテーマに対する分析結果をまとめたものです。分析対象は、OKWaveのサービスに蓄積されたQ&Aデータです。毎月、季節や流行に合わせたテーマでの発行を予定しています。

本資料は、テーマに対する広く浅い分析結果を紹介するものとなっています。いくつかの異なる分析手法を適用し、それぞれセクションを分けて結果をまとめています。各セクションの内容はそれぞれ独立しており、興味のあるセクションのみでも理解できる構成になっています。

本資料は、より多くの方に共通すると思われる一般的な切り口での分析内容となっています。ご要望に応じたテーマと切り口を元に、より深い分析を行うカスタム分析も承っております。

無償でトライアル分析も承っております。お気軽に下記までご連絡下さい。

**OKWave総合研究所 法人窓口：**  
[okri\\_sample@ml.okwave.co.jp](mailto:okri_sample@ml.okwave.co.jp)

本資料に基づくお客様の行動およびその結果について、当社は一切の責任を負いません。ご利用に当たりましては、お客様ご自身でご判断下さいますようお願い申し上げます。

本資料における著作権およびその他すべての権利は、株式会社オウケイウェイヴに帰属します。本資料の全文または一部を転載・引用等される場合は、下記までご連絡下さい。

**OKWave総合研究所 広報窓口：**  
[okri\\_pr@ml.okwave.co.jp](mailto:okri_pr@ml.okwave.co.jp)

Q & A には発見がいっぱい！

 OKWave総合研究所

質問するならOKWave.jp



会員数**250万人**

月間利用者数**5,000万人以上**

Q&A総数**3,000万件**

カテゴリ数**約1,000カテゴリ**

The screenshot shows the OKWave website interface. At the top, there's a search bar and navigation tabs like 'トップ', '私に聞いて!', 'ライフデザイン', etc. Below that, there are featured sections for 'QAラボ' (QA Lab) and 'こんまりさんの片づけ相談室' (KonMari's Tidying Consultation Room). The main content area displays a list of recent questions with categories, titles, and timestamps. A mobile phone is overlaid on the bottom right, showing the website's responsive design on a smaller screen.



## 質問

質問 No.6680222 お気に入り投稿に追加する (0人が追加しました) 閲覧数180 回答数2

**一人暮らしの家具・家電選び**

これから一人暮らしをするのですが、なにから手をつけていいのかわかりません。

部屋は6畳一間のフローリングです。

なにかアドバイスがありましたらお願いします。

がんばろう日本!  
orihime  
困ってます

## 回答

回答 No.2

とにかく安ければ良い!というのであれば大きな電気店などに行けば一人暮らし向けのセット商品が売られているのでその様な物で補う、という方法もあります。

しかし、その様なセット物は性能など趣向で選べないので安さだけが取り得になります。

基本的には、自分が欲しいと思う物を1つつ揃えて行くのが一番です。TVも絶対必要だと言う人も居れば、あまり見ないし必要ない、という人も居るので、何か必要かは人それぞれです。

引越し初期はコンビニ弁当や外食などでもなんとか耐えられますし冷蔵庫なども将来的には絶対必要ですが、無くてもなんとか耐えられます。なので、とりあえず布団と衣類があればなんとか耐えられますよね?

あとは自分に必要な物を1つつ揃えて行けば自分の域が出来上がります。そういう不便や欲求も一人暮らしの楽しさなのですべてを楽しむつもりで頑張ってください。

投稿日時 - 2011-04-19 23:44:44 通報する

[この回答を支持する](#) (現在0人が支持しています)

**お礼**

実は家電の一人暮らしセットは少し迷ったのですが、どうしてもこれがいいという洗濯機があったのでやめました。セットだとあまり性能よくないのかなあという不安もありましたし。

まとめて買った方が安くなると聞いていたのですがお店を見てまわった日だけで疲れてしまって…

少しずつそろえていけるのもいいですね。

ご返答ありがとうございました。

投稿日時 - 2011-04-20 03:55:37

## お礼





## 分析方法

## 分析結果から得られる事実

## 分析詳細情報

【簡易集計】「新生活」に関する質問データを月毎に集計  
 「新生活」のキーワードを含む質問データについて、月毎の質問データ数を調査  
 <この図からわかること>  
 新生活に関する質問数は3月が最も多い。2月から増加を始め、5月には収束する。



Figure 2 : 月毎の質問データ数

<考察> 4月からの新年度にスタートする新生活についての相談が多いと予想される。

## 分析結果に基づく考察



Note



Note

### 【キーワード分析とは】

キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザーが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問などを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、「新生活」を含む質問データで記載されているキーワードの傾向を分析した。
- ◆ 新生活に関する話題は、「結婚後の新生活に関する疑問」「大学での友人関係の悩み」「家具・家電の購入に関する相談」「引越し先の物件探し」に大別された。

### 【図の見方】

- ・ 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- ・ 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード



## 1. Executive Summary

## 2. 分析データ01：「新生活」

2.1 データ概要（属性傾向、質問数推移）

2.2 詳細分析（キーワード分析、経験分析）

## 3. 分析データ02：「引越し」

3.1 データ概要（属性傾向、質問数推移）

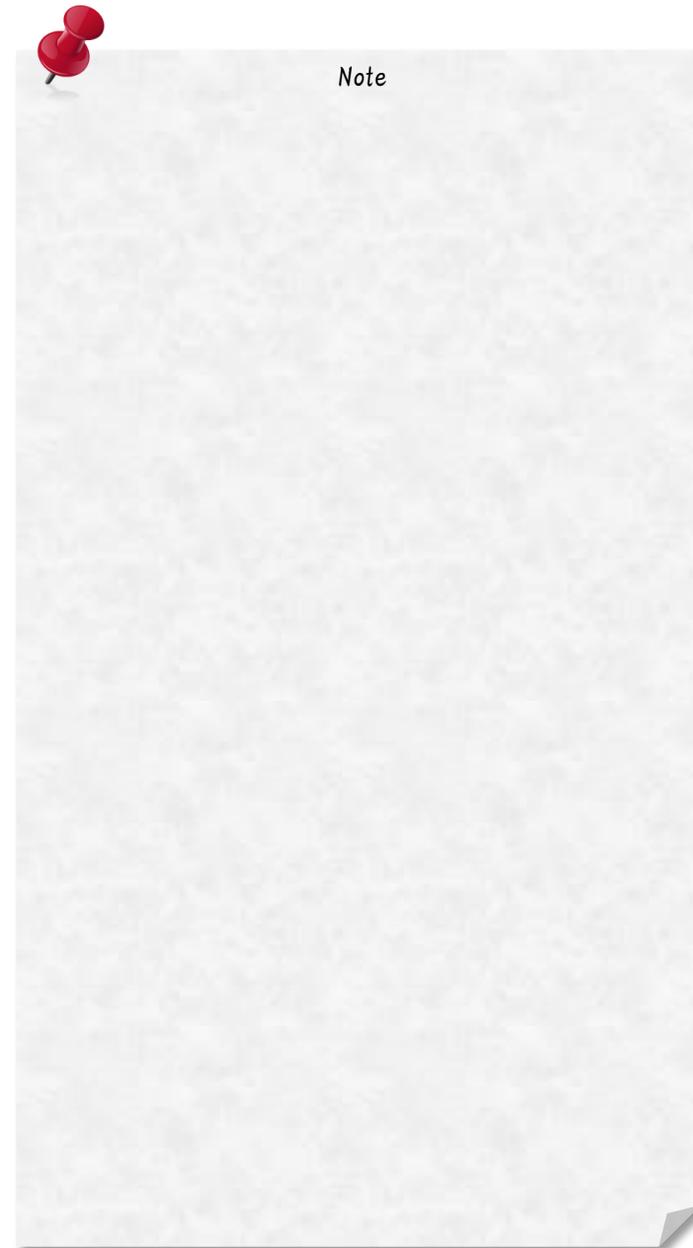
3.2 詳細分析（キーワード分析、評判分析、経験分析）

## 4. 分析データ03：「大学新入生・新社会人」

4.1 大学新入生の「PC購入」に関する相談（キーワード分析、購買層分析）

4.2 新社会人の「職場」に関する悩み（キーワード分析）

## 5. Summary





Note

# 1. Executive Summary

# Executive Summary

## 1. キーワード分析

本レポートでは、新社会人の仕事の悩みについて詳細なキーワード分析を行った。

※ その他、「新生活」「引越し」「大学新入生」の各質問データについても、キーワード分析によって主要話題を抽出した。

- **新社会人は、仕事そのものよりも「上司・先輩との人間関係」に悩んでいた。**

## 2. 経験分析

「結婚後の新生活にかかったお金」と「引越しの挨拶をしたかどうか」について経験談を含む回答データを対象に分析を行った。

- **結婚後の2人暮らしの平均生活費は23万円という結果になった。**
- **50代以上の年代は「女性は挨拶しない方が安全」等の理由で28%が挨拶していない。**

## 3. 評判・競合分析

引越し業者に言及した回答データを対象に、引越し業者に関する評判・競合分析を実施した。

- **引越し業者に関する評価を含む回答データ中で、最も評価された割合が高かった企業は「クロネコヤマト」だった。**

## 4. 購買層分析

大学新入生を対象に、パソコン購入に関する購買層分析を行った。

- **春と夏以降で、注目しているPCの機能に違いが見られた。夏以降は、ゲーム向けの機能への関心が高まる傾向がある。**



Note

【各分析の特徴】

- ◆ **キーワード分析**  
特定の事象に対するユーザーの行動理由が特定できる。
- ◆ **経験分析**  
製品・サービスの使われ方、使用に際して困難を感じるポイント・現状の不満を把握できる。
- ◆ **評判・競合分析**  
自社・他社の製品・サービスの認識・評価の相違を把握できる。
- ◆ **購買層分析**  
製品・サービスの購入に際して、消費者が懸念・比較するポイント・対象を把握できる。

※それぞれの分析結果や総合的に得られた知見から、商品企画、宣伝時期、コスト削減などに対するヒントを得ることができる。

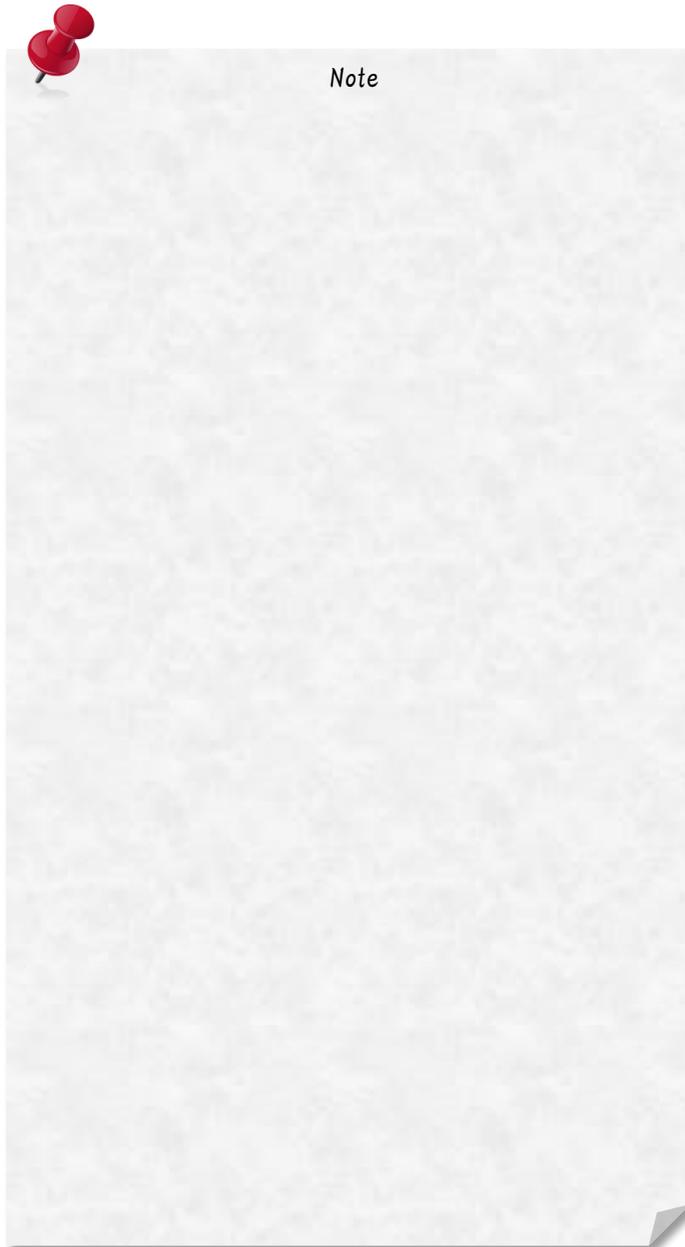
Q & A には発見がいっぱい!

 OKWave総合研究所

## 2. 「新生活」



## 2.1 データ概要





OKWave内に蓄積された投稿データの中から、新生活に関連するキーワードを基準として質問を抽出

- **抽出キーワード**

「新生活」

- **抽出期間**

2001年1月~2013年12月（13年分）

- **抽出データ数**

質問：1,316件

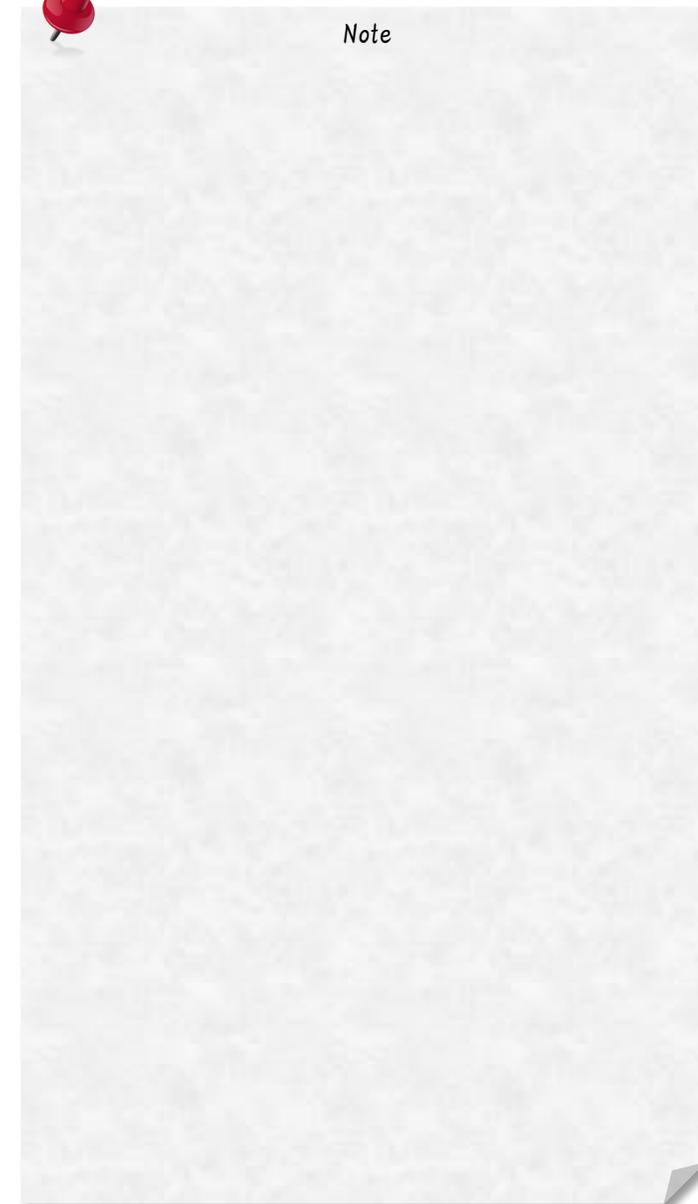
回答：6,167件

※回答数は抽出質問データに対応する回答データ数

## Data 01



Note



【属性傾向】「新生活」に関する質問投稿者の属性傾向

「新生活」のキーワードを含む質問データの投稿者属性傾向を調査

<この図からわかること>

OKWave質問全データの偏りと比較して、女性、20代の質問が多い。

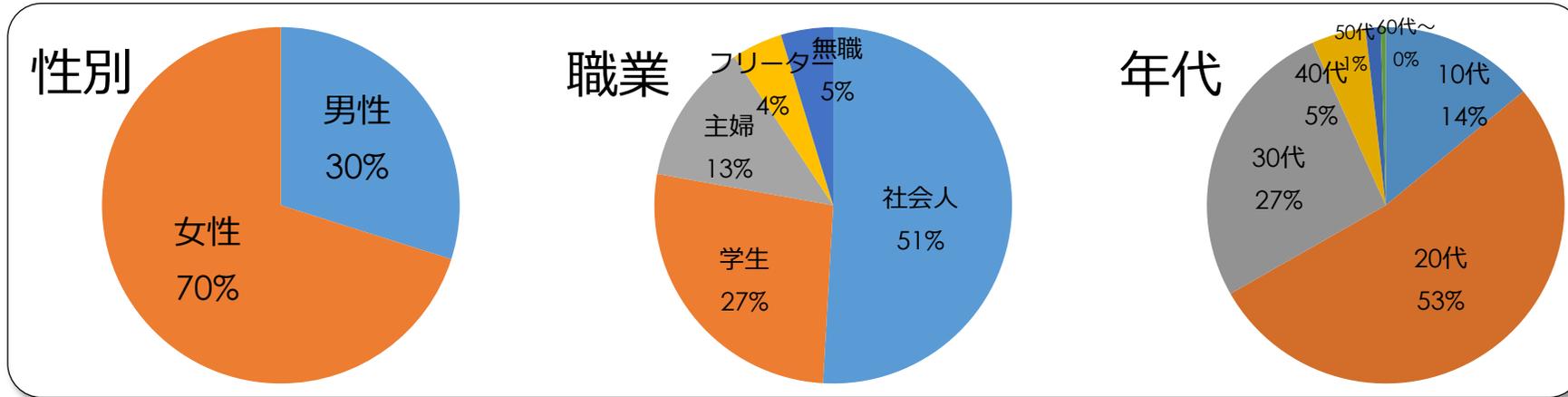
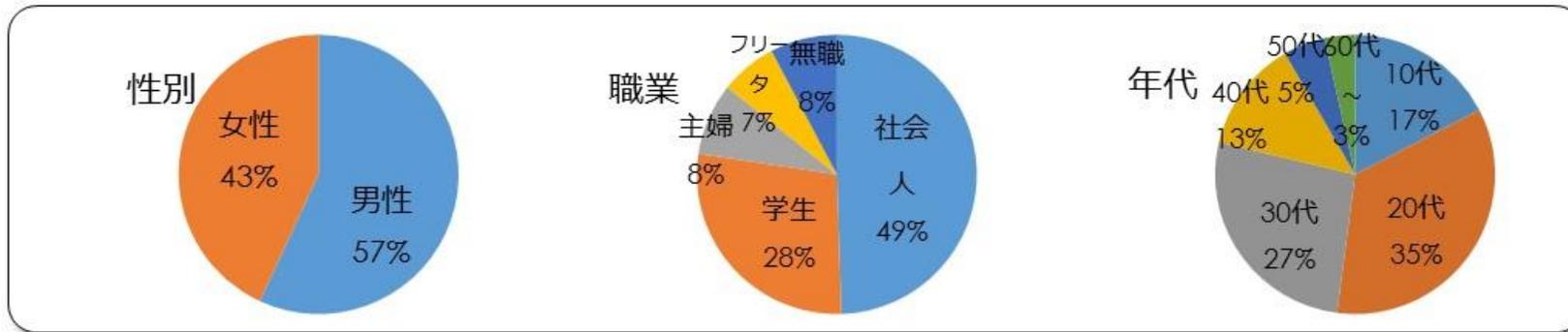
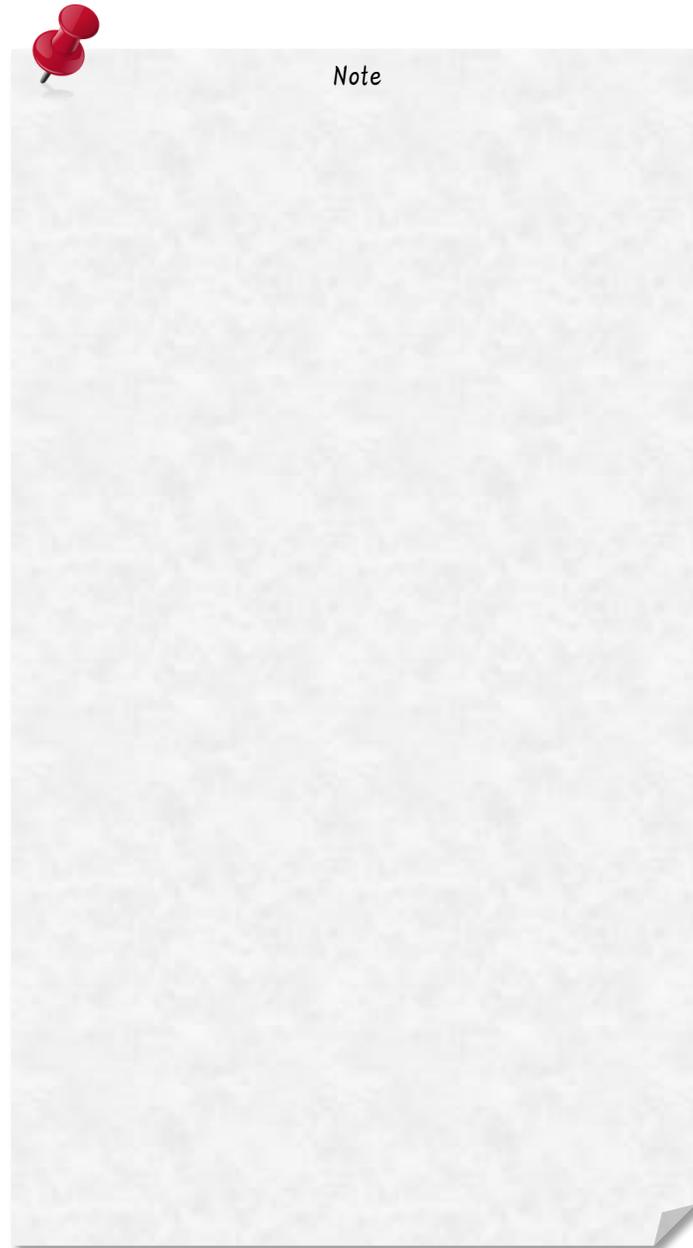


Figure 1 : 質問データ属性傾向



【参考】 OKWave全質問データ属性傾向



## 「新生活」のキーワードを含む質問データについて月毎の累計質問データ数を調査

<この図からわかること>

**新生活に関する質問数は3月が最も多い。1月から増加を始め5月には収束する。**

質問数

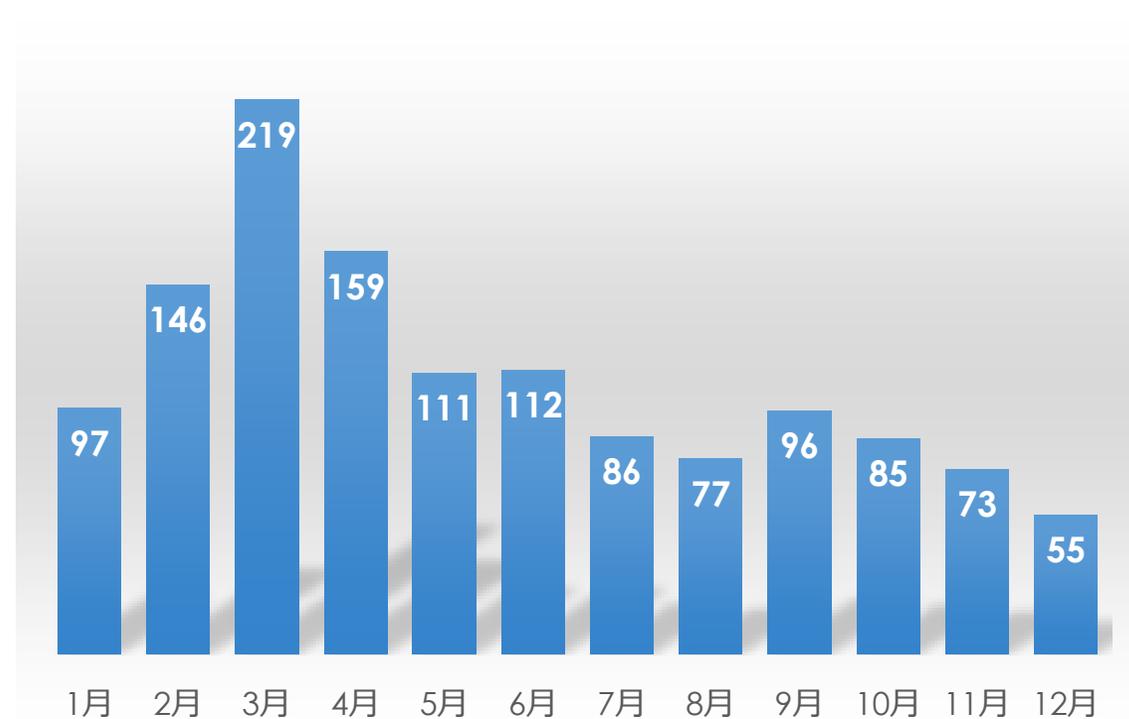
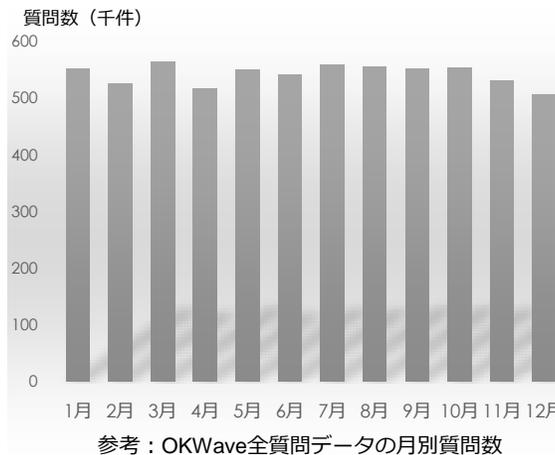
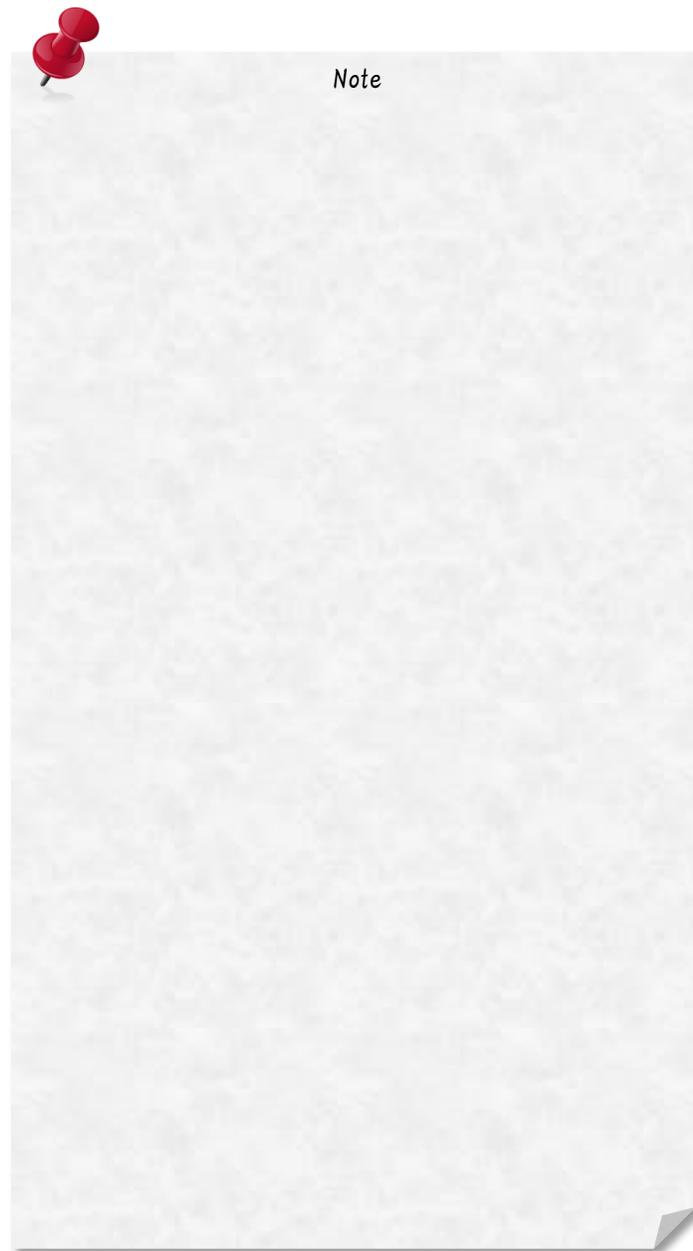


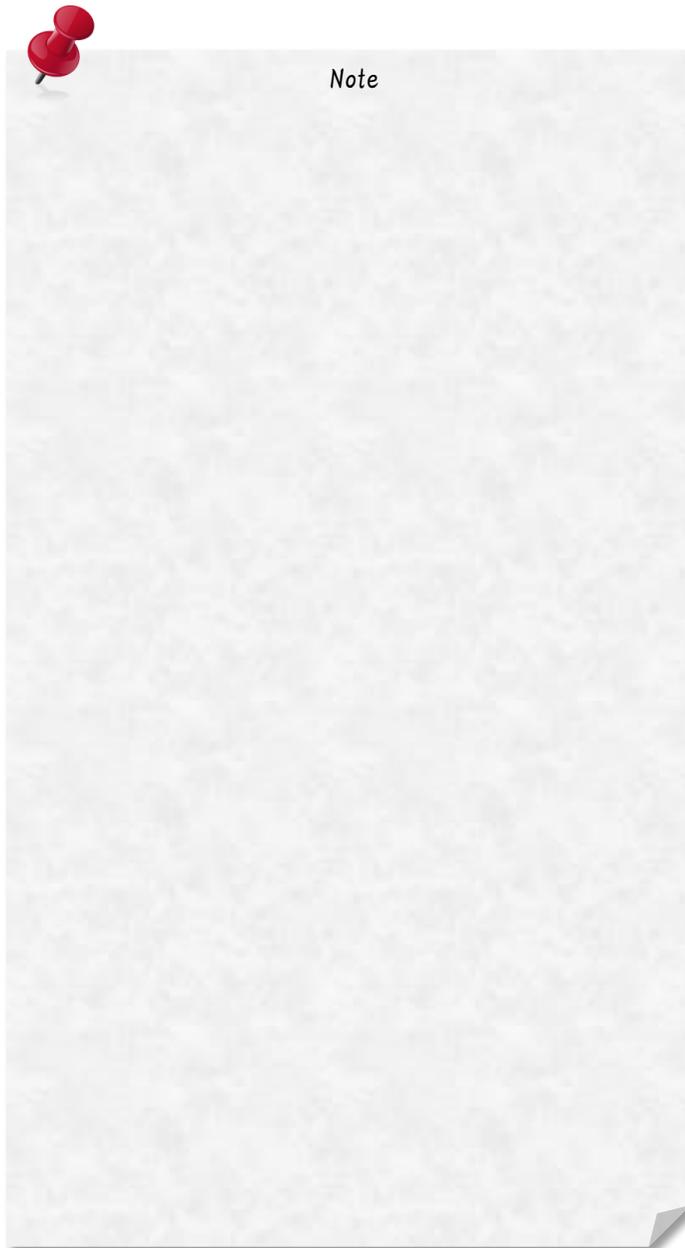
Figure 2 : 月毎の累計質問データ数



**<考察> 新入生や新社会人など、4月からの新年度にスタートする新生活についての相談が多いと予想される。**



## 2.2 詳細分析







## 【経験分析】「結婚後の新生活にかかったお金」の経験分析

抽出した質問データのうち、「結婚後の新生活にかかるお金」についての質問に対する回答データを対象に分析。

### 「結婚後の新生活にかかるお金」についての質問例

Q：結婚して新生活をスタートさせるまでには どのくらい費用がかかるのでしょうか？お互い実家住まいなので、家具・家電をすべて用意しなければなりません。披露宴・新婚旅行もしたいです。私は少し貯金がありますが彼氏の方は全くありません。



### 「結婚後の新生活にかかるお金」に関する質問への回答例

A：うちの場合は、電気ガス水道で約3万円、家賃と駐車場で9万8000円、車の保健自分らの保健で約4万円、毎月の貯金二人で8万円、食費3万円、旦那こずかい3万円、計**30万8000円最低かかってます。**



### 経験分析



結婚式・引越し・家財購入にかかった平均費用：**196万円**



新居の平均家賃：**9万5000円**



結婚後の二人の平均生活費（家賃含む）：**23万円**  
 （14万～19万円：29% 20万～25万：46% 26万円以上：25%）



Note

#### 【経験分析とは】

経験分析は、自らの経験・体験談を具体的に記述している回答データを分析することで、製品・サービスや日常生活での不満・悩みなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、「結婚後の新生活」に関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「結婚後の新生活にかかるお金」について、経験・体験談を分析した。
- ◆ その結果、結婚した夫婦が同居を開始するまでにかかった結婚式・引越し・家財購入の費用は平均196万円、新居の家賃は平均9万5,000円、結婚直後の2人の生活費（家賃を含む）は平均23万円であった。

### 3. 「引越し」



## 3.1 データ概要





OKWave内に蓄積された投稿データの中から、引越しに関連するカテゴリを基準として質問を抽出

- **抽出カテゴリ**

「引越し」

- **抽出期間**

2011年1月～2013年12月（3年分）

- **抽出データ数**

質問：2,758件

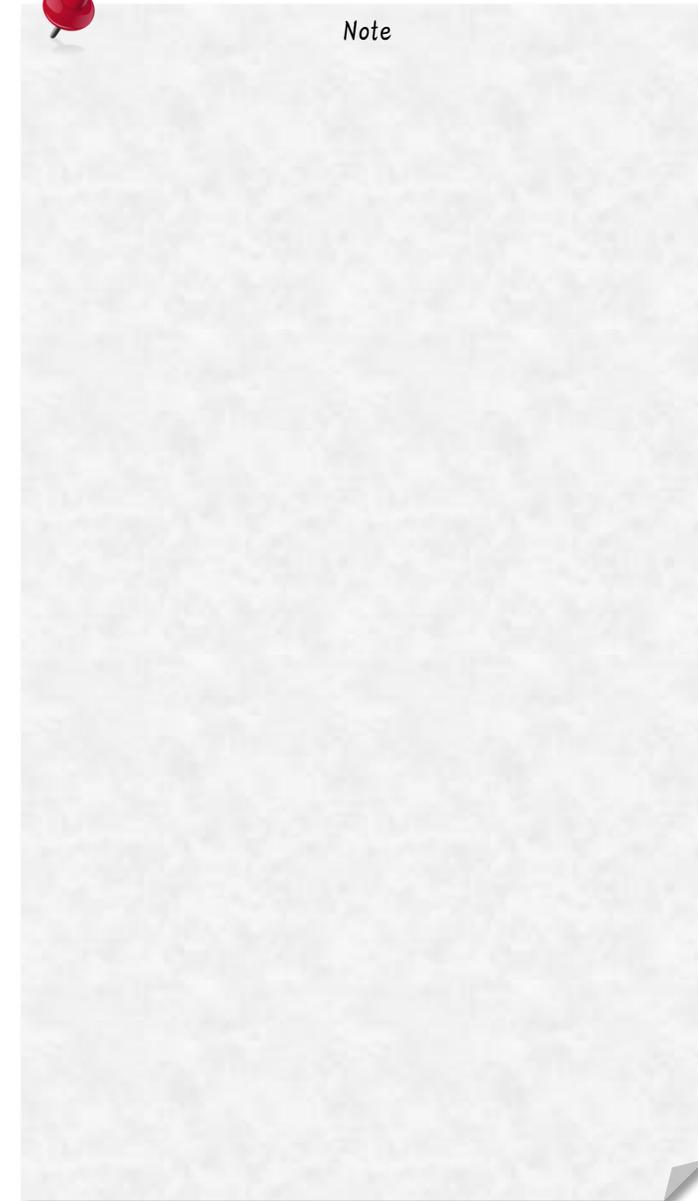
回答：6,914件

※回答数は抽出質問データに対応する回答データ数

## Data 02



Note



【属性傾向】「引越し」カテゴリへの質問投稿者の属性傾向

「引越し」カテゴリの質問データの投稿者属性傾向を調査

<この図からわかること>

OKWave質問全データの偏りと比較して、女性、主婦、20～30代の質問が多い。

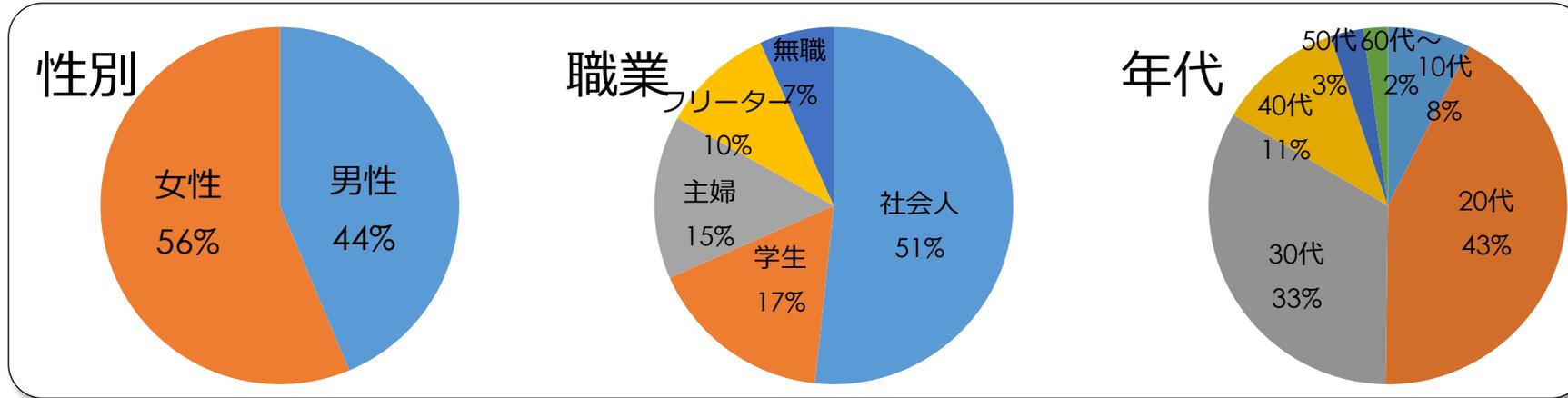
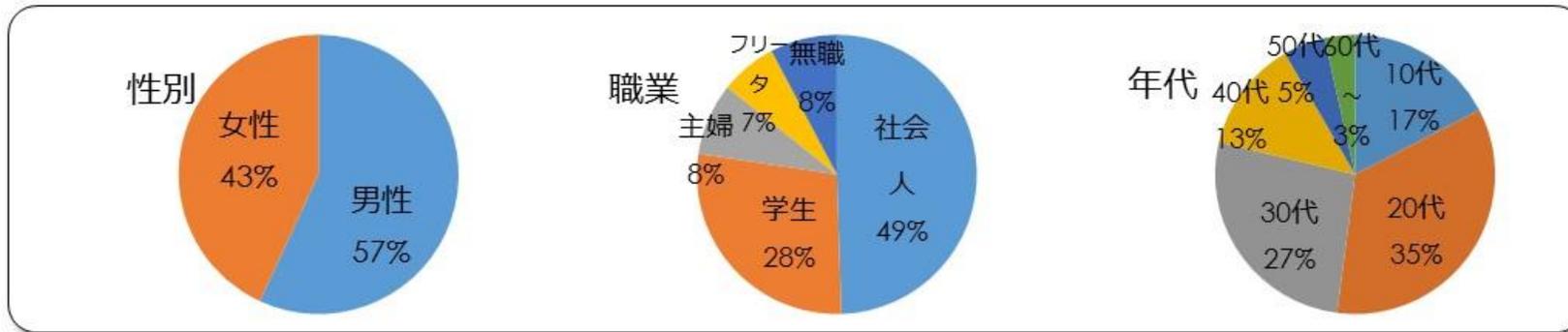


Figure 5 : 質問データ属性傾向



【参考】OKWave全質問データ属性傾向



## 【簡易集計】「引越し」カテゴリにおける月毎の質問データ数

## 「引越し」カテゴリの質問データについて、月毎の質問データ数を調査

&lt;この図からわかること&gt;

質問数は1月から増加し、2月～3月にピークを迎える。

質問数

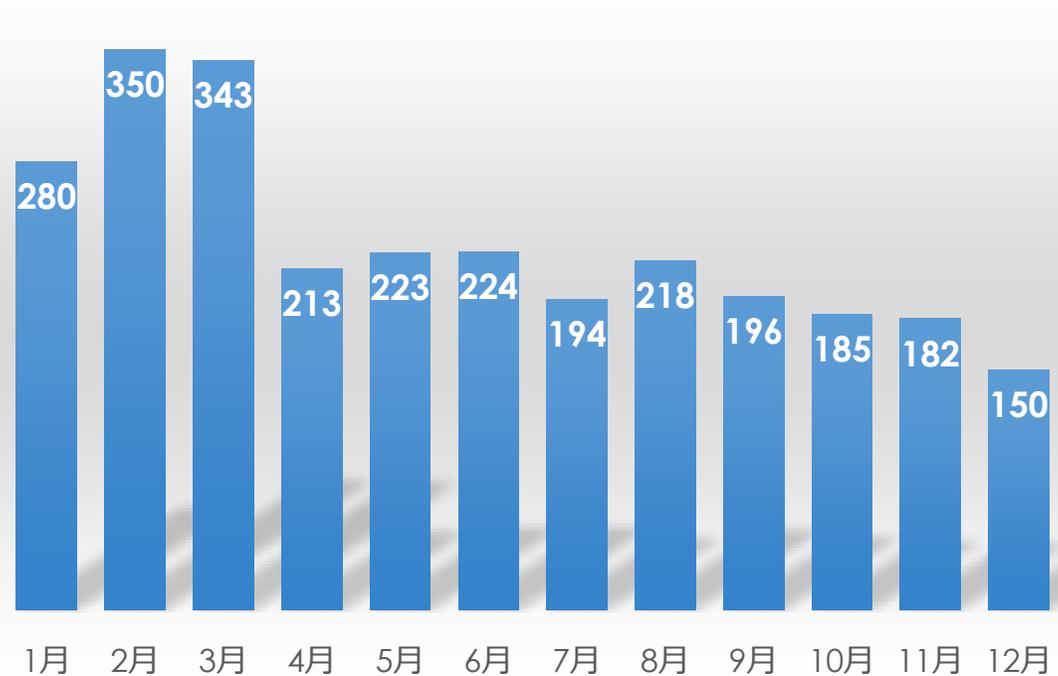
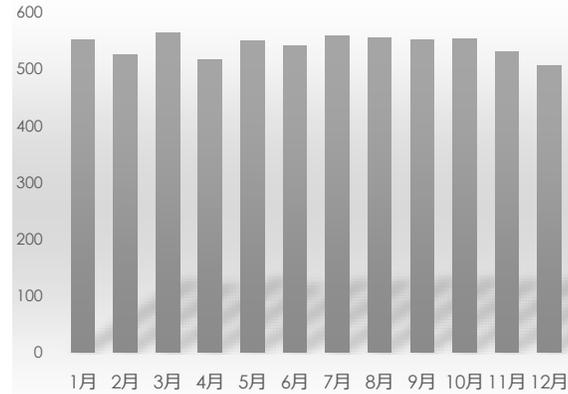


Figure 6 : 月毎の質問データ数

質問数 (千件)



参考：OKWave全質問データの月別質問数

**<考察> 4月からの新生活に向けて、1月くらいから引越し先の物件探しや引越し業者選びなどの行動を開始している人が少なからずいると考えられる。**



Note

## 3.2 詳細分析



# 【キーワード分析】「引越し」カテゴリでの質問内容の分析 「引越し」カテゴリの質問データで記述されている言葉の関係性を可視化

<この図からわかること>

引越しに関して、「引越し業者選びの相談」「引越しの挨拶についての悩み」「引越し先の物件の条件」といった話題が抽出された。

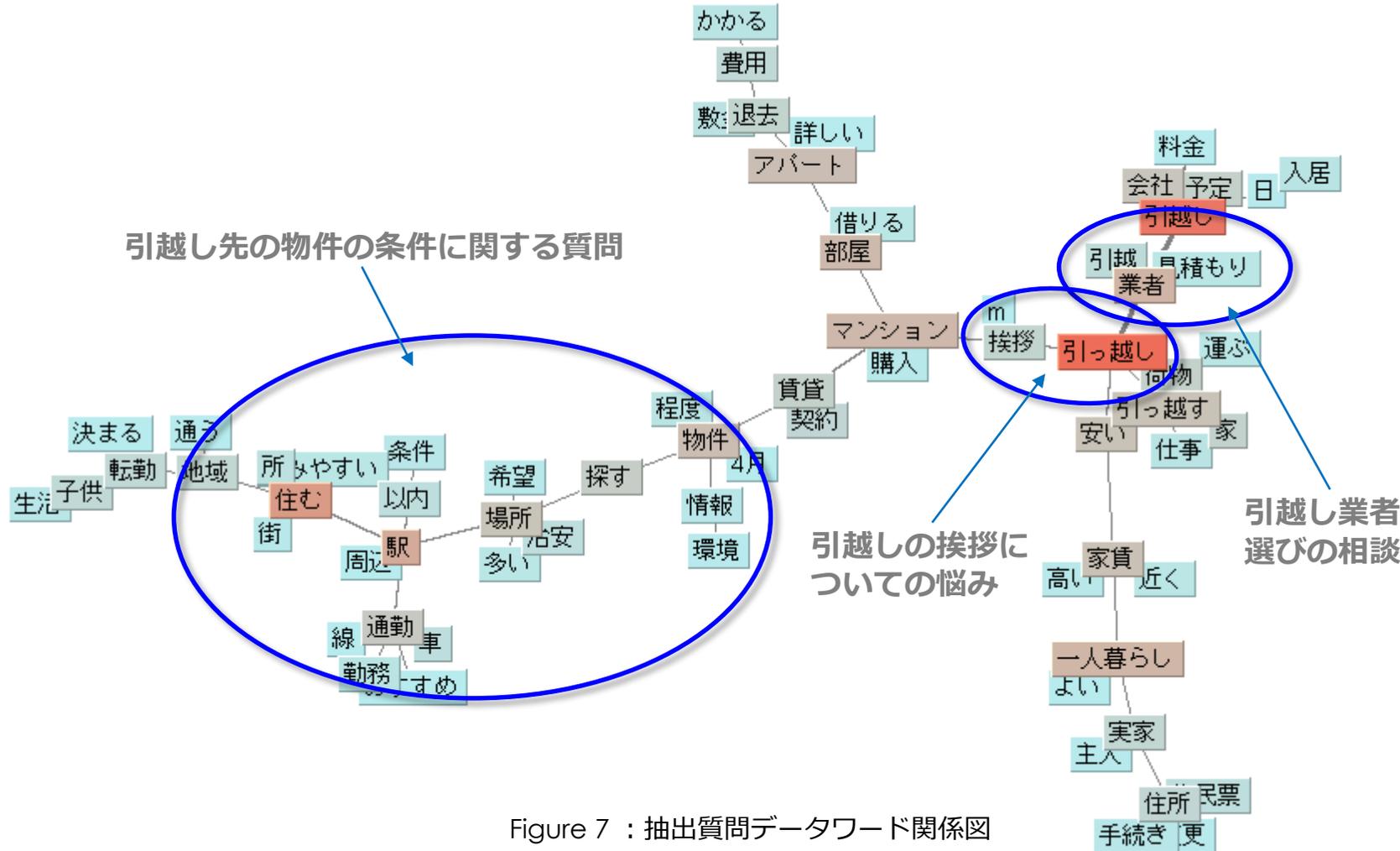


Figure 7 : 抽出質問データワード関係図

Note

【キーワード分析とは】

キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザーが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問点などを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、「引越し」カテゴリから抽出した質問データで記載されているキーワードの傾向を分析した。
- ◆ 引越しに関して、「引越し業者選びの相談」「引越しの挨拶についての悩み」「引越し先の物件の条件」といった話題が抽出された、

【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

Q & A には発見がいっぱい!

## 【評判・競合分析】「引越し業者」についての評判を分析 「引越し」カテゴリのデータのうち、「業者」についての質問に対する回答のサンプルデータを提示

ここ2年で2回引越しをし、S社とA社にお願いしました。**S社さんは叩かれていることありますが、私がお願いした時は良かったですよ。**仕事も迅速ですし、作業員の方もきちんとされてました。**A社は最悪です。**主人の大切な絵の額を壊されました。

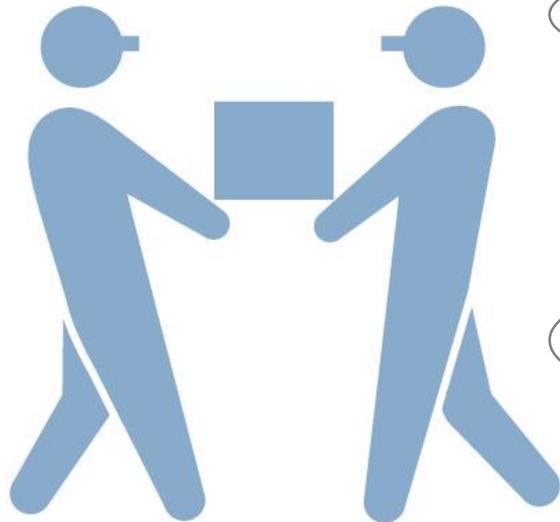
S社：好評  
A社：不評

**S社さんはいいですよ。**ホームページに安くなる日などの見分けも出来てるし...私は引越しの時に3社見積もりしてもらってS社さんにしました。

S社：好評

荷物が軽トラック1台くらいまでなら、**A社いいと思います。**値段は、他の引越し屋より、安いと思います。

A社：好評



### Note

#### 【評判・競合分析とは】

評判・競合分析は、製品やサービスについて言及している回答データを分析することで、それらに対するユーザーの評判や、競合間の相違を明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、引越しに関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「引越し業者選び」を取り上げ、引越し業者への評価を記載した回答データを対象として各社の評判・競合分析を行った。本ページでは分析対象にした回答データの例を提示し、分析結果は次ページに示す。

【評判・競合分析】「引越し業者」についての評判を分析  
 「引越し」カテゴリに投稿された「業者」の記述がある質問に対する回答データを対象に、会社名の出現数、および好評の割合を調査

<この図からわかること>

回答データ内で言及されている頻度は「サカイ引越センター」が最も高く、好評の割合は「クロネコヤマト」が最も大きい。

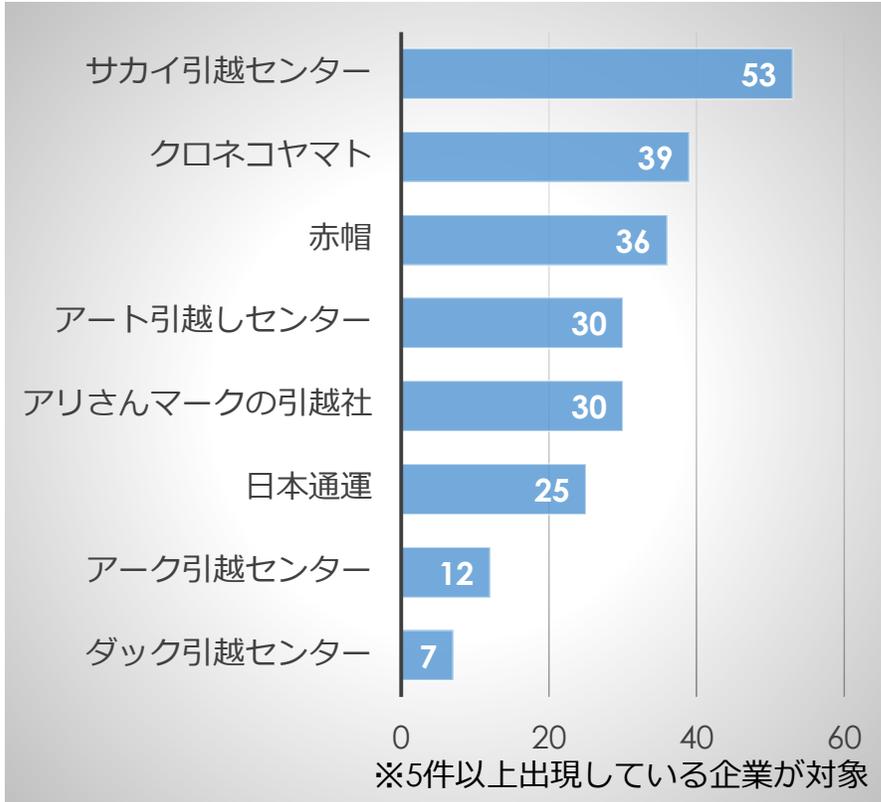


Figure 8-1 : 抽出回答データにおける引越し業者名の出現数

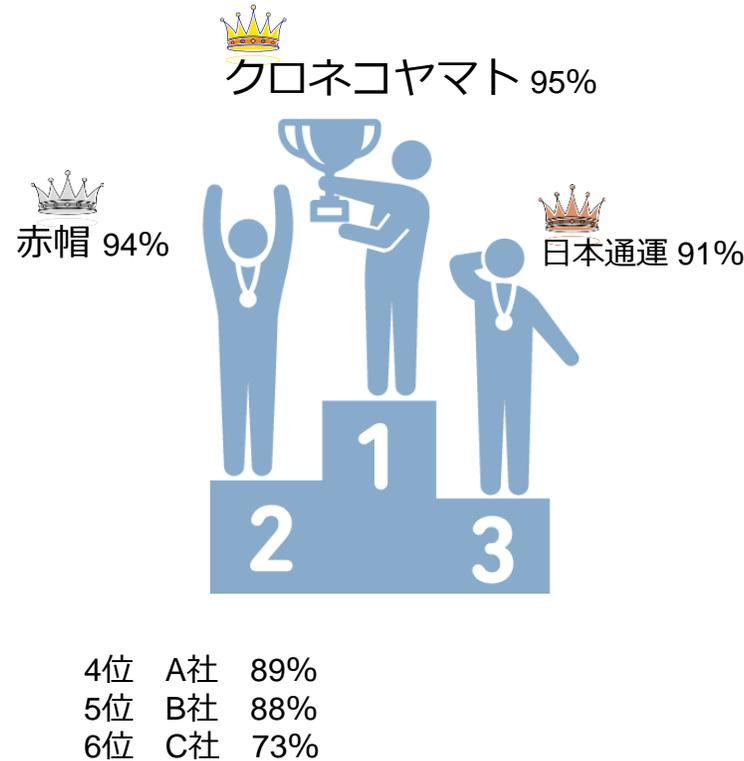


Figure 8-2 : 好評の割合が高い引越し業者ランキング



Note

【評判・競合分析とは】

評判・競合分析は、製品やサービスについて言及している回答データを分析することで、それらに対するユーザーの評判や、競合間の相違を明らかにすることを目的としている。

- ◆ 「引越し」カテゴリに投稿された「業者」の記述がある質問データに対する回答データを対象に、業者名の出現数、および回答データにおける好評/不評の割合を業者ごとに調査した。
- ◆ その結果、回答データ内で言及されている頻度は、「サカイ引越センター」が最も多く、次いで「クロネコヤマト」「赤帽」の順で多かった。
- ◆ また、「クロネコヤマト」、「赤帽」、「日本通運」の順で好評の割合が高かった。

## 【経験分析】「引越しの挨拶」に関する経験談を分析 「引越し」カテゴリのデータのうち、「引越しの挨拶」についての質問に対する回答データを対象に、回答者が実際の引越しの挨拶をしたかどうかに関して経験分析を行った

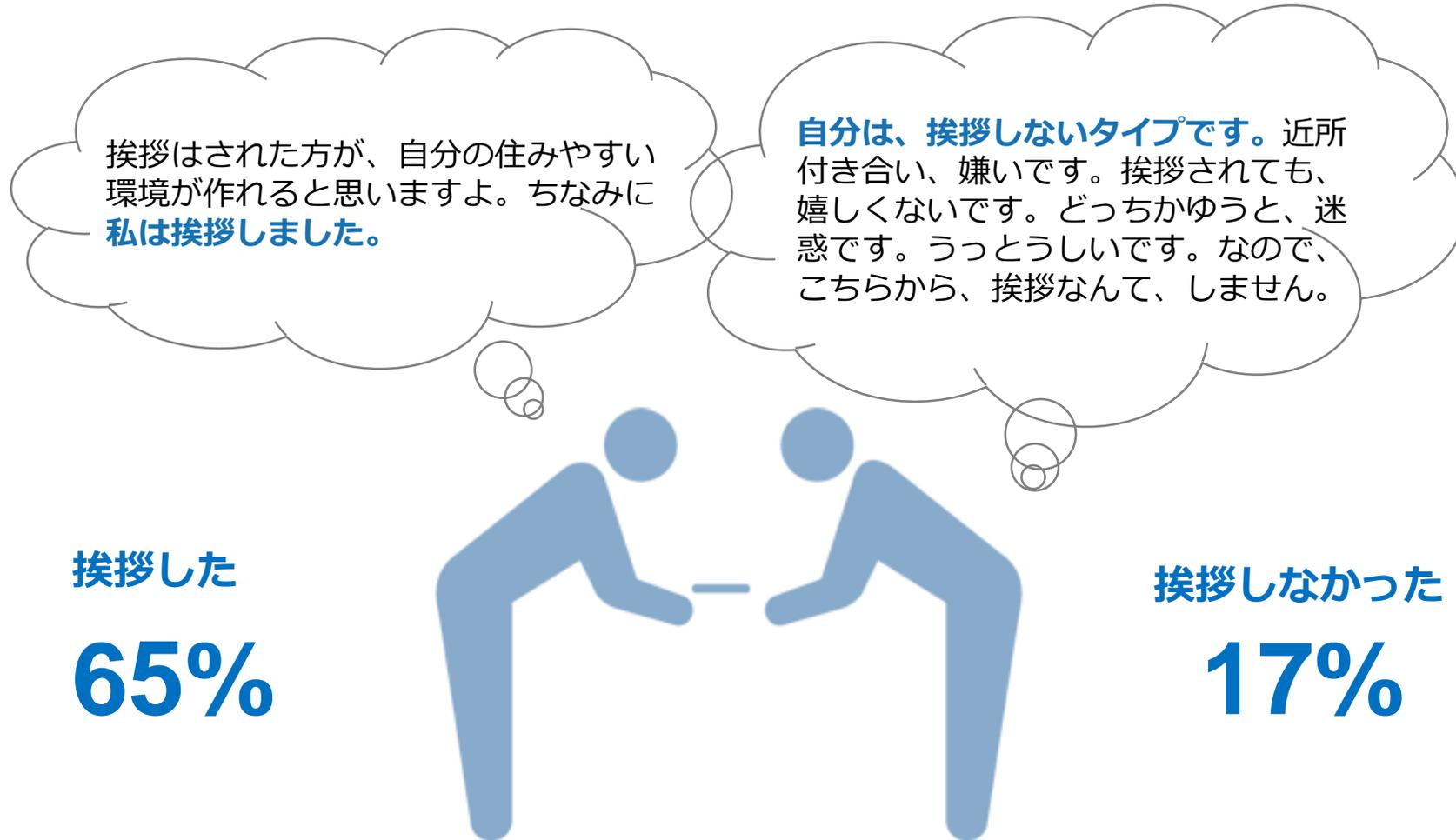


Note

### 【経験分析とは】

経験分析は、自らの経験・体験談を具体的に記述している回答データを分析することで、製品・サービスや日常生活での不満・悩みなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、引越しに関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「引越しの挨拶」を取り上げ、引越しの挨拶に関する経験談を記載した回答データを対象として、引越しをした際に近所に挨拶をしたか否かについて性別・年代ごとに調査した。
- ◆ 全体では、「挨拶をした」ケースが65%、挨拶をしなかったケースが17%であった。



＜考察＞ 引越しの挨拶をしたケースが多数派だがその割合は65%にとどまり、挨拶をしないケースも珍しくない。

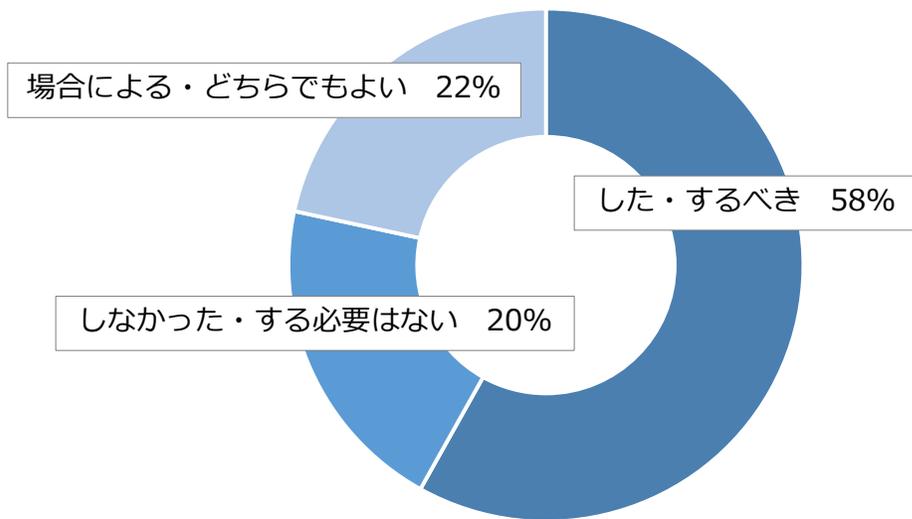
## 【経験分析】「引越しの挨拶」に関する経験談を分析

## 「引越しの挨拶」をしたか・するべきかについて、男女別に経験分析

&lt;この図からわかること&gt;

女性は74%が「引越しの挨拶をした・するべき」としているのに対して、男性で挨拶をした割合は58%にとどまった。

## ・男性



## ・女性

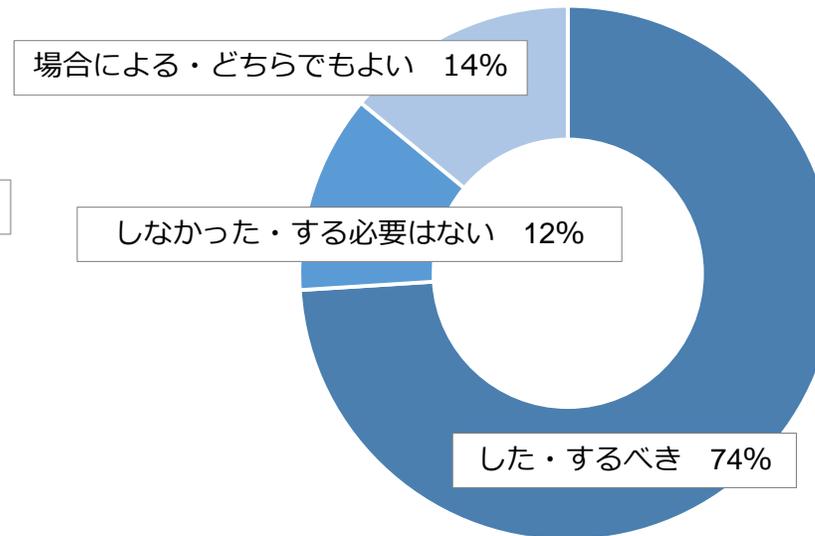


Figure 9 : 引越しの挨拶をしたか否かについての経験分析 (男女別)



Note

## 【経験分析とは】

経験分析は、自らの経験・体験談を具体的に記述している回答データを分析することで、製品・サービスや日常生活での不満・悩みなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、引越しに関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「引越しの挨拶」を取り上げ、引越しの挨拶に関する経験談を記載した回答データを対象として、引越しをした際に近所に挨拶をしたか否かについて性別ごとに調査した。
- ◆ 女性は74%が「引越しの挨拶をした・するべき」としているのに対して、男性で挨拶をした割合は58%にとどまった。

## 【経験分析】「引越しの挨拶」に関する経験談を分析

## 「引越しの挨拶」をしたか・するべきかについて年代別に経験分析

<この図からわかること>

「引越しの挨拶をした・するべき」としている割合が最も高いのは30代で74%、最も低いのは50代以上だった。

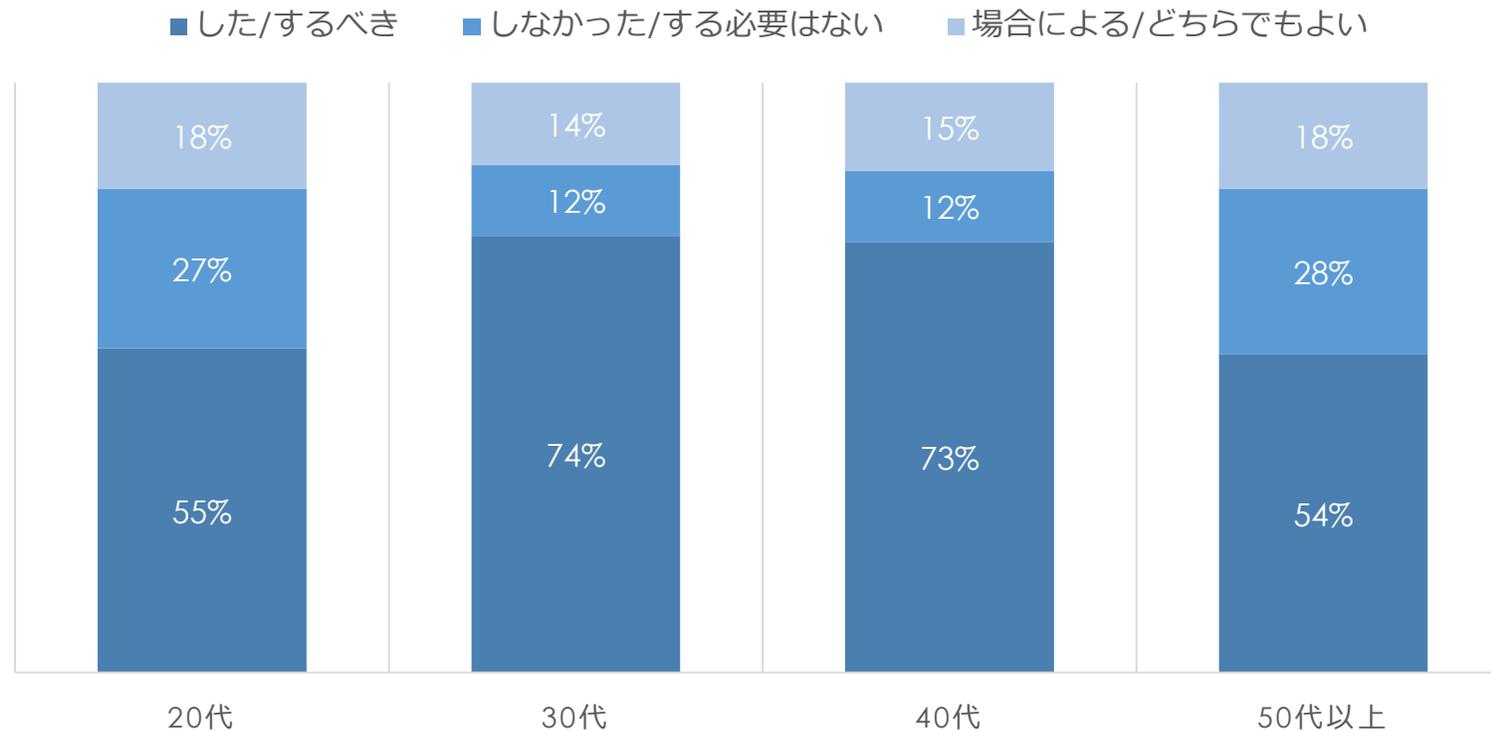


Figure 10 : 引越しの挨拶をしたか否かについての経験分析 (年代別)

<考察> 年代が高くなるほど挨拶をする割合が高くなるというわけではなく、むしろ50代以上の年代では「挨拶をしなかった/する必要はない」とする割合が最も高い傾向にある。



Note

【経験分析とは】

経験分析は、自らの経験・体験談を具体的に記述している回答データを分析することで、製品・サービスや日常生活での不満・悩みなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、引越しに関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「引越しの挨拶」を取り上げ、引越しの挨拶に関する経験談を記載した回答データを対象として、引越しをした際に近所に挨拶をしたか否かについて年代ごとに調査した。
- ◆ 「引越しの挨拶をした・するべき」としている割合が最も高いのは30代で74%、最も低いのは50代以上だった。

# 【経験分析】「引越しの挨拶」に関する経験分析

## 「引越しの挨拶をしなかった/する必要がない」とする理由を、20代と50代以上で調査

・ 20代

### 【最も多い意見】

- ・ **顔を合わせたときに会釈すればよい**

### 【その他の意見】

- ・ 挨拶されたことがない
- ・ 挨拶に行ったら居留守を使われた
- ・ 女性の単身者は挨拶しない方が安全

・ 50代以上

### 【最も多い意見】

- ・ **女性の単身者は挨拶しない方が安全**

### 【その他の意見】

- ・ 単身者用の賃貸では挨拶不要
- ・ 挨拶されたことがない
- ・ 挨拶したらにらまれた



Note

#### 【経験分析とは】

経験分析は、自らの経験・体験談を具体的に記述している回答データを分析することで、製品・サービスや日常生活での不満・悩みなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、引越しに関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「引越しの挨拶」を取り上げ、引越しの挨拶に関する経験談を記載した回答データを対象として、引越しをした際に近所に挨拶をしたか否かについて年代ごとに調査した。
- ◆ 「引越しの挨拶をしなかった/する必要はない」とする理由として、最も多かったのは、50代以上では「女性の単身者はしない方が安全」、20代ではわざわざ挨拶に出向かなくても「顔を合わせたときに会釈すればよい」という意見だった。

# 【経験分析】「引越しの挨拶」に関する経験分析

## 引越しの挨拶でどのような品物を配ったかについての経験談を男女別に分析

### ・ 男性

#### 【多い意見】

- ・ 洗剤
- ・ タオル

#### 【その他の意見】

- ・ お菓子
- ・ 石鹼/ハンドソープ
- ・ クオカード
- ・ お米券/ビール券
- ・ カップラーメン
- ・ 醤油
- ・ 缶ジュース

### ・ 女性

#### 【多い意見】

- ・ タオル
- ・ 洗剤
- ・ お菓子

#### 【その他の意見】

- ・ 石鹼/ハンドソープ
- ・ 地域指定のゴミ袋
- ・ 図書カード
- ・ サランラップ
- ・ ティッシュボックス
- ・ キッチンペーパー
- ・ クオカード
- ・ 文房具



Note

#### 【経験分析とは】

経験分析は、自らの経験・体験談を具体的に記述している回答データを分析することで、製品・サービスや日常生活での不満・悩みなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、引越しに関する質問のキーワード分析で抽出されたトピック「引越しの挨拶」を取り上げ、引越しの挨拶で何を配ったかについての経験談を記載した回答データを対象として、男女別に調査した。
- ◆ 男性では、「洗剤」「タオル」と配った人が多く、女性では、洗剤やタオルのほかに「お菓子」を配った人が多かった。



Note

## 4. 「大学新入生・新社会人」

## 4.1 「大学新入生」の分析



Note

OKWave内に蓄積された投稿データの中から、大学新入生の質問データを生年月日を基準として質問を抽出

## Data 03

- 抽出条件

大学新入生：2013年4月に大学へ入学したと思われる年齢  
 (生年月日が「1994年4月2日～1995年4月1日」の「学生」)

- 除外カテゴリ

「恋愛相談」

- 抽出期間

2013年4月～12月

- 抽出データ数

質問：5,619件

Note

- ◆ ここでは、生年月日を基準に2013年4月に大学へ入学したと思われる年齢の「学生」を対象に分析を行った。そのため、一部、大学へ進学していない学生からの質問データが含まれるが、分析精度には大きな影響は無いものと判断する。
- ◆ 今回、恋愛関係の質問内容は分析対象としないため、「恋愛相談」カテゴリのデータは除外している。

# 【キーワード分析】大学新入生の質問内容を分析 大学新入生の質問データで記述されている言葉の関係性を可視化

＜この図からわかること＞

大学新入生からの質問内容は、大きく、「パソコンの購入」「就職」「友人関係」「アルバイト」「勉強」の話題に分かれる。

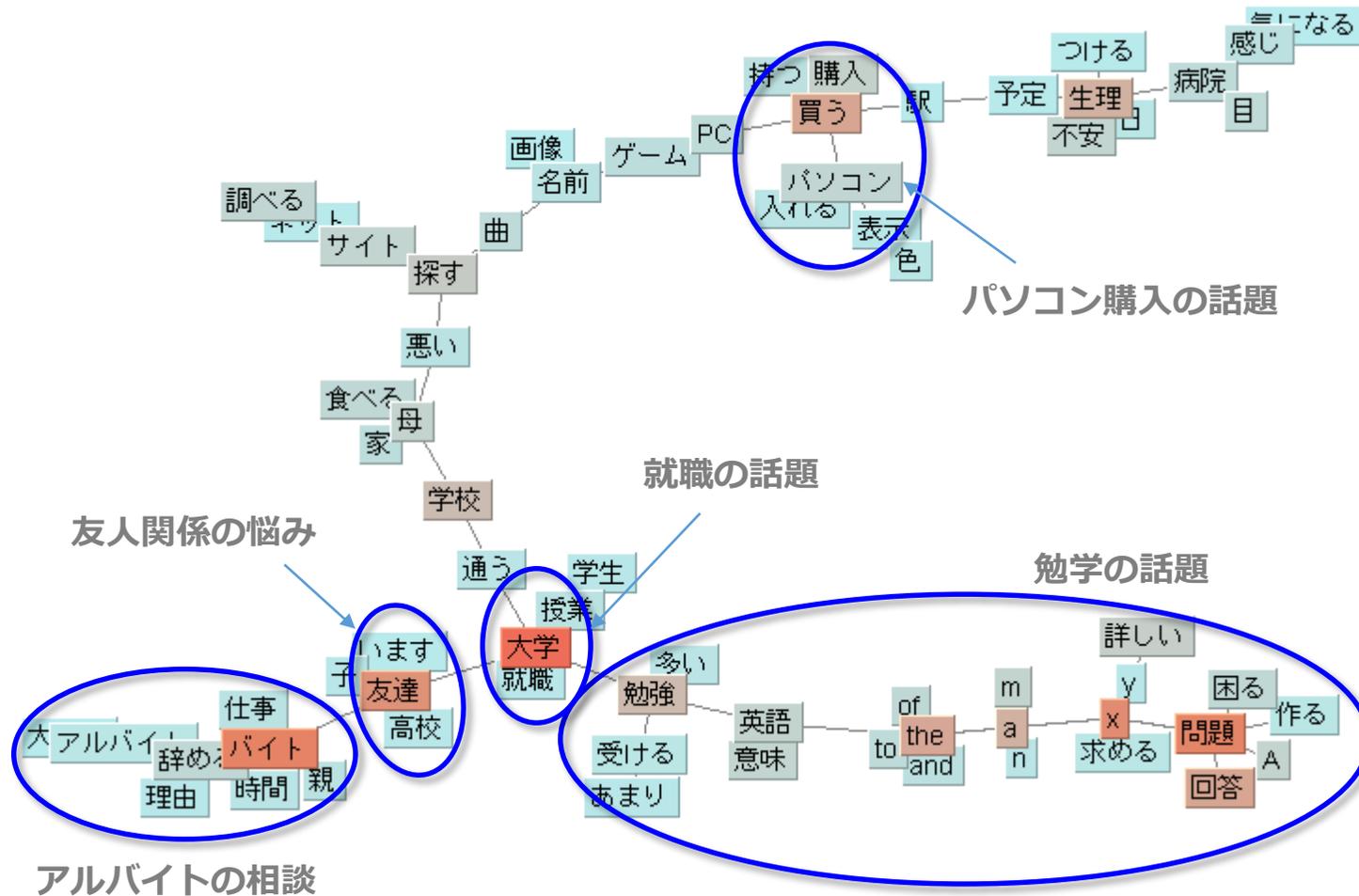


Figure 11 : 抽出質問データワード関係図

**Note**

【キーワード分析とは】

キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザーが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問点などを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、「大学新入生」が投稿した質問データで記載されているキーワードの傾向を分析した。
- ◆ 大学新入生からの質問内容は、大きく、「パソコンの購入」「就職」「友人関係」「アルバイト」「勉強」の話題に分かれる。

【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- 水色 < 灰色 < 赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

# 【購買層分析】大学新入生の「PC購入」に関する質問を分析 大学新入生の質問のうち、「パソコンの購入」に関する質問データで記述されている言葉の関係性を可視化

<この図からわかること>  
**大学新入生のPC購入層は2タイプに分かれる。**

## <Type1> 進学を機に初めてPCを買うと推測される層

ノートパソコンをみたいとおもってますが、家電店にいても、いろいろありすぎてこまっています。用途としては、カメラをよく使うので、写真、動画、などできるもの。あと、ペンタブでイラスト描きます。

## <Type2> ゲームができるスペックのPCをみたい層

今やっているオンラインゲームを快適にプレイしたいので、ゲーム専用PCの購入を考えています。今使っているPCはプレイヤーが100人以上集まって戦うイベントではカクカクすぎてなにもできません。知識がないためわからないのですが、PCのこういった性能が足りないのでしょうか？

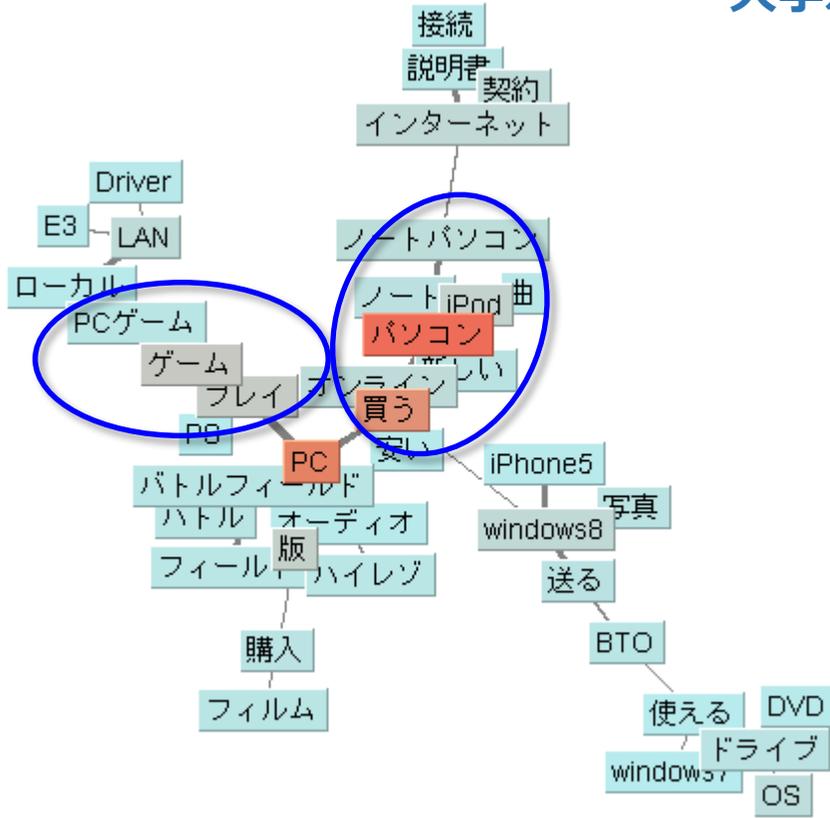


Figure 12 : 抽出質問データワード関係図

**<考察> 大学新入生でPC購入を検討する購買層は、進学を機に初めて自分のPCを買おうとするも機種が多すぎて選べないタイプと、受験が終わったので思う存分PCゲームをするためのPCが欲しいタイプがあると予想する。**



Note

### 【購買層分析】

購買層分析は、製品・サービスの購入を検討している投稿者の質問データを分析することで、購入時の検討・比較ポイントなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、大学新入生のパソコン購入に関する相談内容を分析した。
- ◆ 大学新入生のパソコン購入層は大きく2タイプに分かれており、「大学入学を機に新しくパソコンを購入しようとするも何を基準に機種を選んでよいか分からない人たち」と、「受験が終わりオンラインゲームのためのパソコンを購入しようとする人たち」がいることがわかった。

### 【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

# 【購買層分析】大学新生の「PC購入」に関する質問を分析 大学新生の質問のうち、「パソコンの購入」に関する質問データで記述されている言葉の関係性の季節変化を調査

<この図からわかること>

大学新生は、春は勉学のための機能に注目して購入するPCを選んでいるが、夏以降はPCゲームのための機能に関心が高まっている。

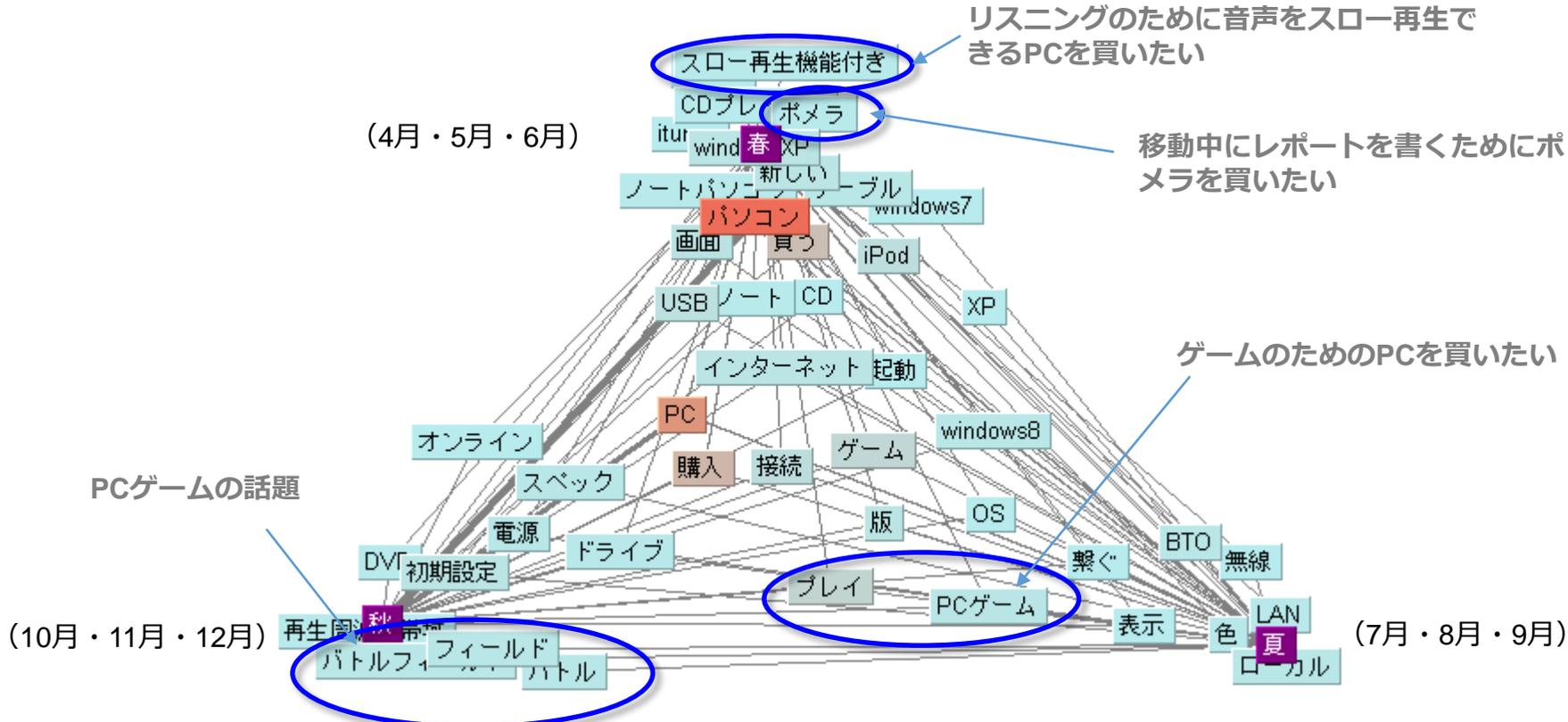


Figure 13 : 抽出質問データワード関係図

<考察> 大学入学したての春と入学から数ヶ月経過した夏では、PC購買層のタイプに変化があると考えられる。



Note

### 【購買層分析】

購買層分析は、製品・サービスの購入を検討している投稿者の質問データを分析することで、購入時の検討・比較ポイントなどを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、大学新生のパソコン購入に関する相談内容について季節傾向を調査した。
- ◆ 入学したばかりの4月～6月はレポート作成やリスニングの勉強で使うパソコンを買おうとしている様子が見られるが、夏・秋になるとゲーム用のパソコンに関する相談が増える傾向があることが分かった。

### 【図の見方】

- 「春」「夏」「秋」それぞれの近くに配置されているほどそのカテゴリ内で記述される頻度が高い言葉
- 距離が近いほど同じ投稿内で記述されている言葉
- 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード



Note

## 4.2 「新社会人」の分析

OKWave内に蓄積された投稿データの中から、新社会人の質問データを生年月日を基準として質問を抽出

## Data 4

- 抽出条件

新社会人：2013年3月に大学卒業した年齢

(生年月日が「1990年4月2日～1991年4月1日」の学生・社会人)

- 除外カテゴリ

「恋愛相談」

- 抽出期間

2013年4月～12月

- 抽出データ数

質問：7,727件

### Note

- ◆ ここでは、生年月日を基準に2013年3月に4年制大学を卒業し翌4月に新社会人になったと思われる年齢の「学生」「社会人」を対象に分析を行った。そのため、一部、新社会人ではない学生・社会人からの質問データが含まれるが、分析精度には大きな影響は無いものと判断する。
- ◆ 今回、恋愛関係の質問内容は分析対象としないため、「恋愛相談」カテゴリのデータは除外している。

# 【キーワード分析】新社会人の質問内容を分析 新社会人の質問データで記述されている言葉の関係性を可視化

<この図からわかること>

新社会人は、「会社・仕事の悩み」や「PC・車の購入についての疑問」を抱えていることが分かる。

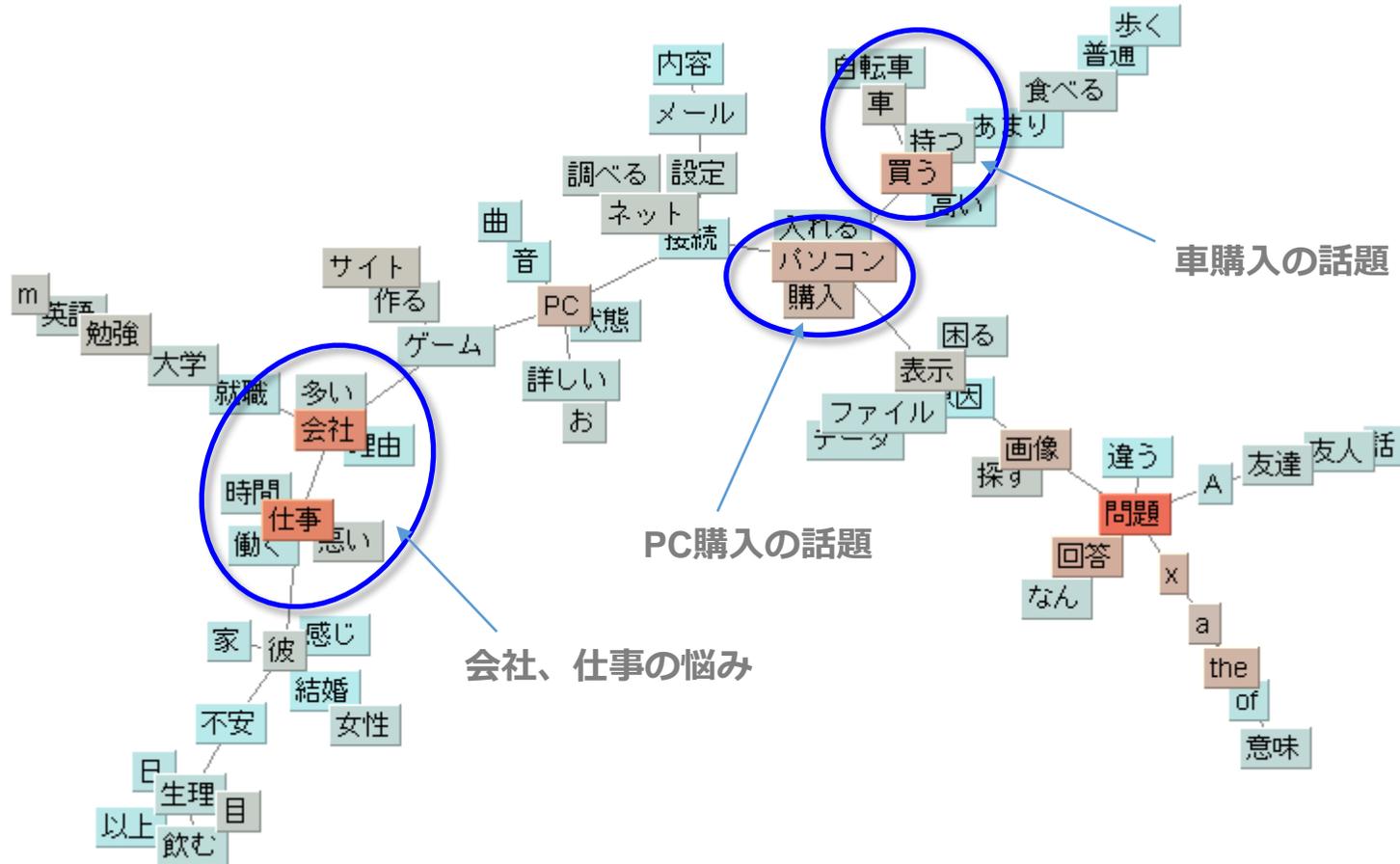


Figure 14 : 抽出質問データワード関係図



Note

【キーワード分析とは】

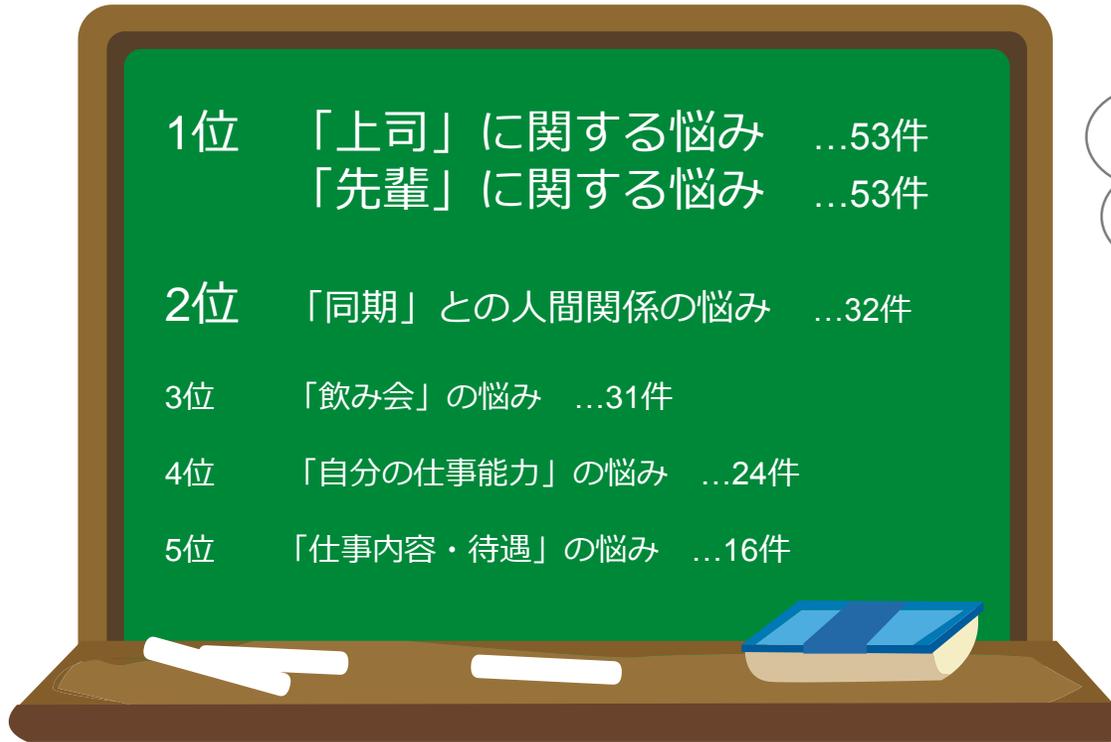
キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザーが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問点などを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、「新社会人」が投稿した質問データで記載されているキーワードの傾向を分析した。
- ◆ 新社会人は、「会社・仕事の悩み」や、「PC・車の購入についての疑問」を抱えていることが分かる。

【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離が近いほど同じ投稿内で記述されているワード
- 水色<灰色<赤色の濃淡順に記述されている頻度が高いワード

# 【キーワード分析】新社会人の質問内容进行分析 新社会人の「仕事・職場」に関する悩み（質問データ数247件）について、 キーワードの出現頻度をもとに悩みの種類をランキング



## 質問データの例

先輩や上司の方々と上手くコミュニケーションを取る秘訣や注意点などありましたら教えてください。目上の方だと、とても緊張してしまい、上手く受け答えができません。

新入社員です。仕事が遅くて、締め切りが守れないほどです。学生の頃は課題の締め切りを守っていたのに。どうしてこんなにも仕事ができないのか自分でも分かりません。



## Note

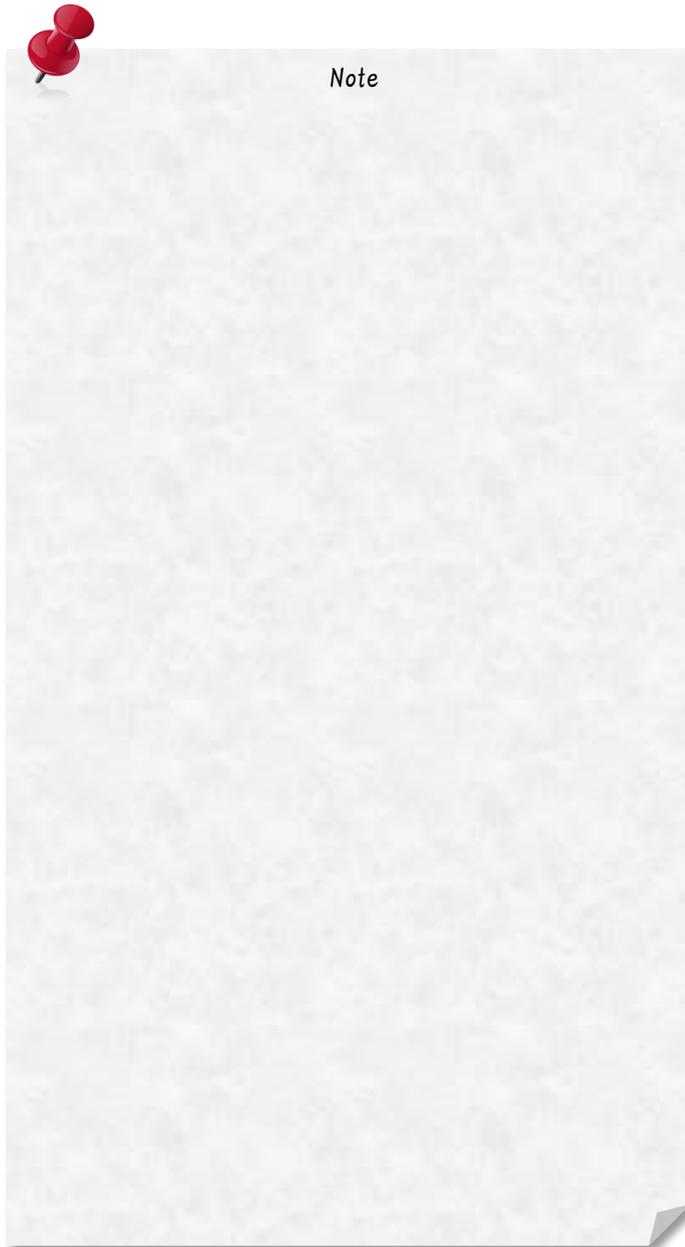
### 【キーワード分析とは】

キーワード分析は、ある特定のキーワードについて、関連するワードや話題を調査することで、ユーザーが製品やサービスに対して持つ悩み・要望・疑問点などを明らかにすることを目的としている。

- ◆ ここでは、新社会人が「仕事・職場」カテゴリに投稿した質問データで記載されているキーワードの出現頻度をもとに、悩みの種類を順位付けした。
- ◆ 新社会人は、「上司」「先輩」「同期」など、仕事や会社そのものよりも会社の人間関係に悩む傾向がある。自身の仕事能力に自信がないという悩みもランクインしている。

**<考察> 新社会人は、「上司」「先輩」「同期」など、仕事や会社そのものよりも会社の人間関係に悩む傾向がある。自身の仕事能力に自信がないという悩みもランクインしている。**

# 5. Summary



# Summary

## 1. キーワード分析

本レポートでは、新社会人の仕事の悩みについて詳細なキーワード分析を行った。

- 社会に出たばかりの新社会人は、仕事・職場に関して、仕事内容や待遇よりも、**上司・先輩・同期との人間関係**や、**自分の能力に自信がない**といった悩みを抱える傾向にあることがわかった。

## 2. 経験分析

「結婚後の新生活にかかったお金」と「引越しの挨拶をしたかどうか」について経験談を含む回答データを対象に分析を行った。

- 結婚後に2人暮らしを始めるまでにかかった**平均費用は196万円**、新居の**平均家賃は9.5万円**、2人暮らしの**平均生活費は23万円**という結果になった。
- 引越しの際に挨拶をしたかどうかについて、全体では65%が挨拶した/挨拶すべき、17%が挨拶しなかった/する必要はないと考えているが、50代以上の年代では「**女性は挨拶しない方が安全**」などの理由で28%が挨拶しなかった/する必要はないとしている。

## 3. 評判・競合分析

引越し業者に言及した回答データを対象に、引越し業者に関する評判・競合分析を実施した。

- 引越し業者に関する評価を含む回答データ中で、最も頻出していた企業名は「**サカイ引越センター**」だった。また、最も評価された割合が高かった企業は「**クロネコヤマト**」だった。

## 4. 購買層分析

大学新生を対象に、パソコン購入に関する購買層分析を行った。

- PC購入を検討する大学新生には、**何を基準にPCを選んだらよいか分からないタイプ**、**ゲームができるスペックのPCを探しているタイプ**がいる。後者のタイプは、入学から数ヶ月経過した夏以降に多くなる傾向が見られた。



Note

【各分析の特徴】

- ◆ **キーワード分析**  
特定の事象に対するユーザの行動理由が特定できる。
- ◆ **経験分析**  
製品・サービスの使われ方、使用に際して困難を感じるポイント・現状の不満を把握できる。
- ◆ **評判・競合分析**  
自社・他社の製品・サービスの認識・評価の相違を把握できる。
- ◆ **購買層分析**  
製品・サービスの購入に際して、消費者が懸念・比較するポイント・対象を把握できる。

※それぞれの分析結果や総合的に得られた知見から、商品企画、宣伝時期、コスト削減などに対するヒントを得ることができる。

Q & A には発見がいっぱい!

 OKWave総合研究所

Q & A には発見がいっぱい!

 OKWave総合研究所

<http://www.okwave.co.jp/ri/>

発行日 2014年2月25日

【公式Facebookページ】

<http://www.facebook.com/okwave.ri>

【お問い合わせ】

このレポートに関するお問い合わせ先

取材に関するお問い合わせ先

無償トライアルレポートに関するお問い合わせ先

[okri\\_report@ml.okwave.co.jp](mailto:okri_report@ml.okwave.co.jp)

[okri\\_pr@ml.okwave.co.jp](mailto:okri_pr@ml.okwave.co.jp)

[okri\\_sample@ml.okwave.co.jp](mailto:okri_sample@ml.okwave.co.jp)