

OKWave総合研究所 Monthly Report 2014.03

ゴールデンウィーク



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

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せ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



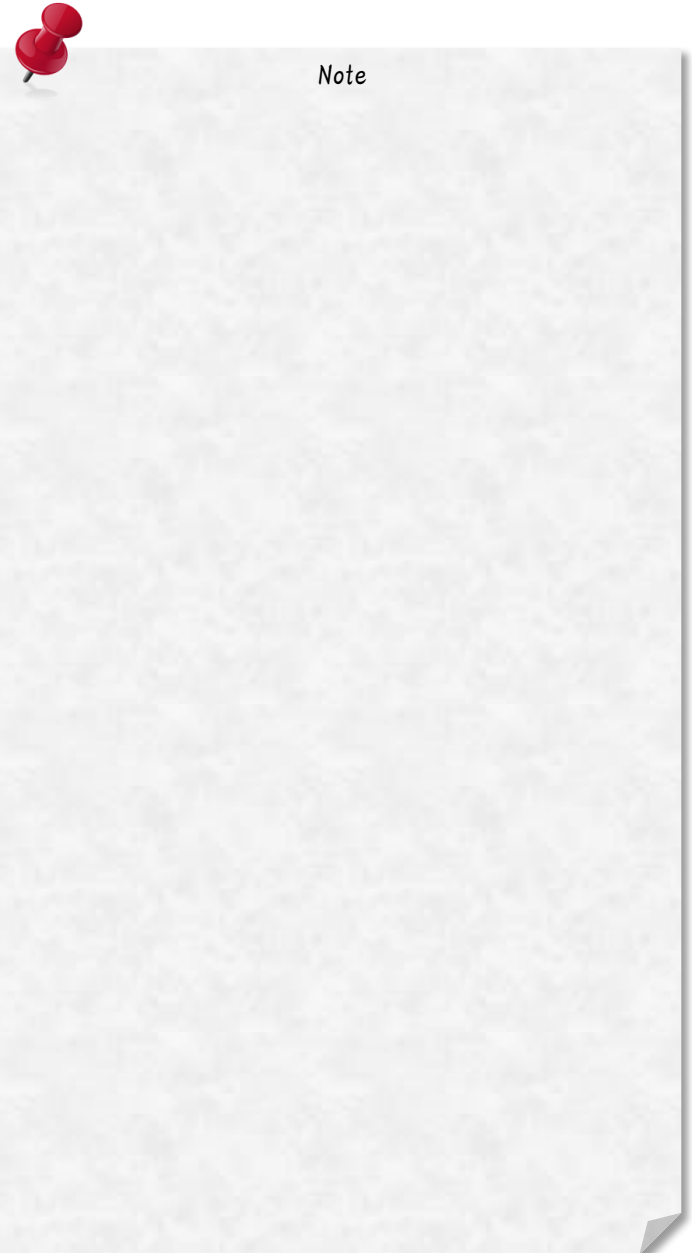
会員数**250万人**

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 navigation bar with categories like 'トップ', '私に聞いて!', 'ライフデザイン', '特集一覧', 'ランキング', and 'QAラボ'. Below this is a search bar and a list of featured Q&A sections, including 'QAラボ' with the theme '投資への関心', '異文化間のコミュニケーション', and 'こんまりさんの片づけ相談室'. A '最新の質問' section lists various questions with their categories and dates, such as 'ベクチンはオートクレープ処理しても壊れないですか?' and 'SmartVisionについて'. A 'bing' search bar is also visible. On the right side, there's a '今日のOK' section with a calendar icon and a '回答の' section with a list of questions and answers.



Note



質問

回答

お礼

解決済みの質問

質問No:3549820 お気に入り投稿に追加する (0人が追加しました) 閲覧数394 回答数1

がんばろう日本!
てんかん

数日前、16歳の息子が後頭部の激痛とともに痙攣を起こしました(意識あり)。CTでは何の以上もなく、その日は髄膜炎かストレスでは？と言われたのですが、3日後にもう一度手足の軽い痙攣がありました。その間も初日ほどではないですがずっと頭痛が続き、2度目の診察でもはっきりとした原因がわからず、もしかしたらてんかんの可能性もあるので、脳波を取ってみたい方がいいと言われました。てんかんは頭痛を伴うものなのでしょうか？

投稿日時 - 2007-11-26 23:29:33

質問者が選んだベストアンサー

回答No:1

がんばろう日本!

- 症候性てんかん
脳に何らかの障害や傷があることによって起こるてんかん
例)生まれたときの仮死状態や低酸素、脳炎、髄膜炎、脳出血、脳梗塞、脳外傷
- 特発性てんかん
様々な検査をしても異常が見つからない原因不明のてんかん

上記のように、てんかんと一口で言っても色々な原因があります。頭痛を伴うてんかんもあると思われます。まずは脳波検査をされた方がいいです。

てんかん協会のURLをご紹介します。簡単にではありますが説明が書かれています。とりあえず医師の注意事項をよく聞き、無理をさせないようこた方がいいでしょう。

参考URL:<http://www.jea-net.jp/index.html>

投稿日時 - 2007-11-27 00:51:36

この回答を支持する (現在1人が支持しています)

お礼

ご回答有難うございました。早急に脳波の検査を受けたいと思います。

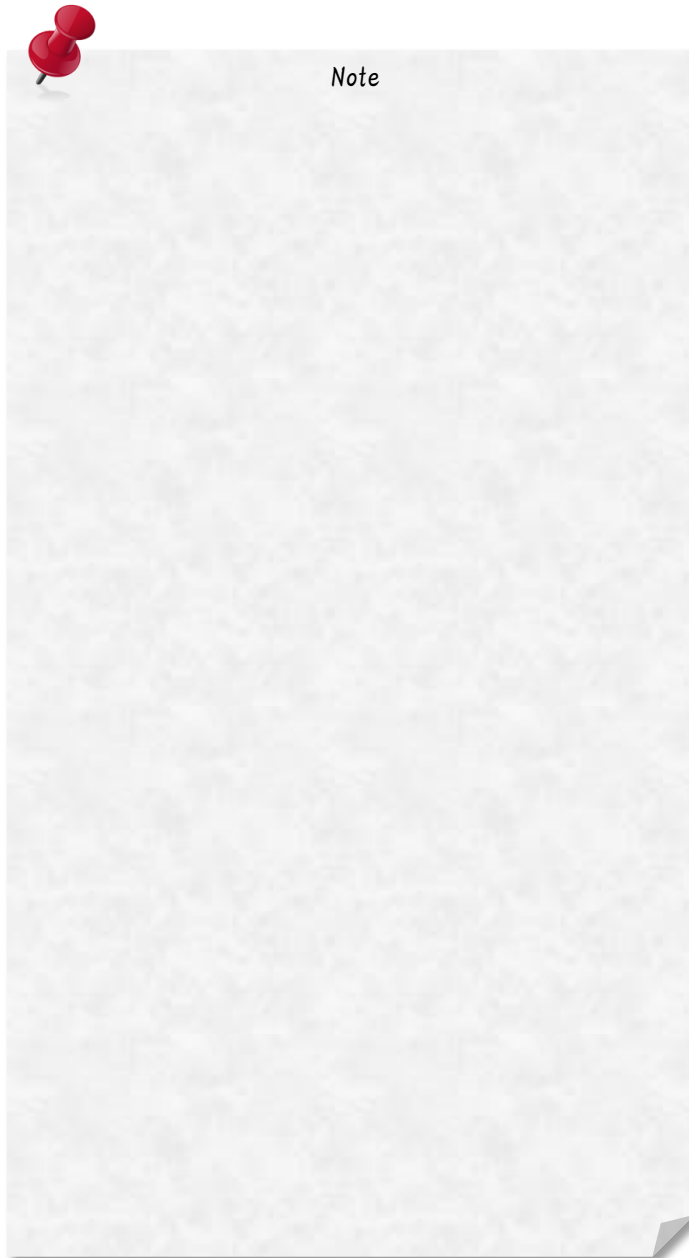
投稿日時 - 2007-11-27 01:08:38



Note



1. Executive Summary
2. データ概要
3. データ
 - 3.1 属性傾向
 - 3.2 時系列推移
 - 3.3 簡易集計
4. 分析
 - 4.1 キーワード分析
 - 4.2 購買層分析
 - 4.3 追跡分析
 - 4.4 マイノリティ分析



レポートの見方

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。

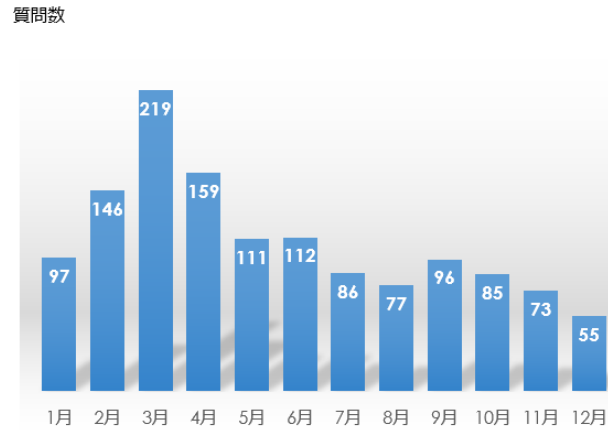


Figure 2 : 月毎の質問データ数

<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。

OKWave総合研究所 Monthly Report 2014.02 MR20140201

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。

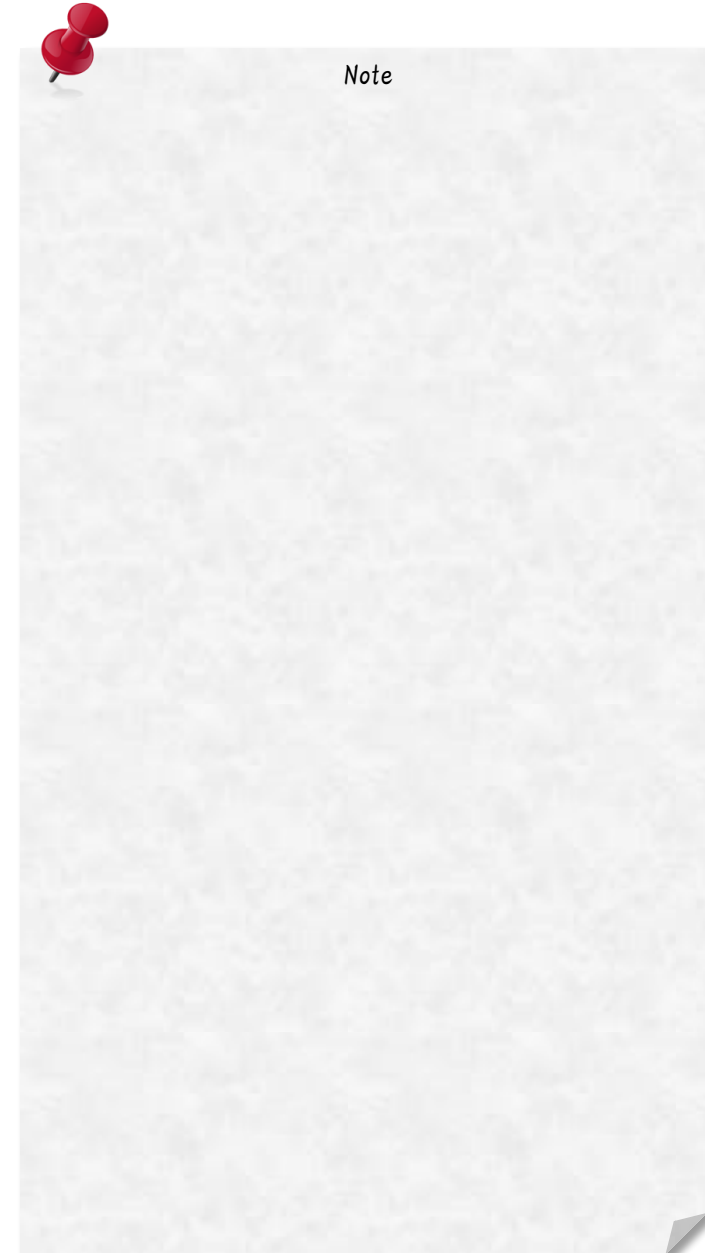
- ◆ ここでは、「新生活」を含む質問データで記載されているキーワードの傾向を分析した。
- ◆ 新生活に関する話題は、「結婚後の新生活に関する疑問」「大学での友人関係の悩み」「家具・家電の購入に関する相談」「引越し先の物件探し」に大別された。

【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

Q & A には発見がいっぱい!
 OKWave総合研究所

分析結果に基づく考察





Note

1. Executive Summary

1. キーワード分析

- ゴールデンウィーク中の一人旅については、男女で旅の目的・行き先に傾向の違いが見られた。**女性は海外**を嗜好する傾向が強く、**男性は癒しを求めて国内の静かな場所**を探していることがわかった。

2. 購買層分析

- 旅行の**お土産は渡す相手を想定**して悩むケースが見られ、特に友達・彼氏・彼女や彼・彼女の実家に持っていくのに適したお土産の情報が求められていることがわかった。
- ゴールデンウィーク中の旅行のための**航空券の検討は12月**から開始する人が出始めることがわかった。

3. 追跡分析

- 個人で立てた旅行プランは、土地勘のなさなどにより移動・滞在時間などのスケジュールに無理があることが多く、**現地の人や経験者の意見によって訂正されること**により良いプランが完成していることがわかった。

4. マイノリティ分析

- ゴールデンウィーク期間中に病院や介護施設が休業してしまうことから、認知症や要介護者を抱える家庭では**外出したくてもできない**人の声が集まっていることがわかった。



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。
- ◆ **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。
- ◆ **追跡分析**
お礼データを分析することで質問者が回答を受けてどのように意識・行動変化したかを把握すると共に、変化を促したキーワードを発見することを目的としている。
- ◆ **マイノリティ分析**
現在は非常に数が少ないものの、将来的に需要が拡大する可能性のある声を抽出することを目的としている。

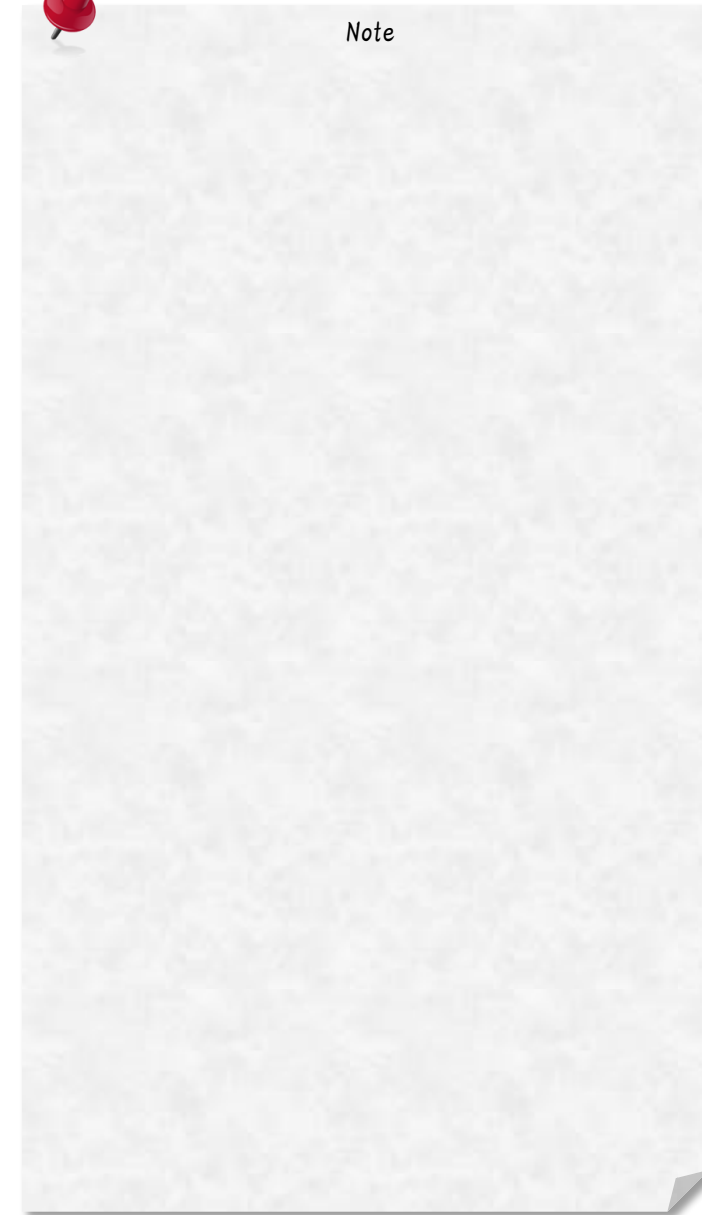
※それぞれの分析結果や総合的に得られた知見から、商品企画、宣伝時期、コスト削減などに対するヒントを得ることができる。



- 抽出基準キーワード
「ゴールデンウィーク」 「G.W」
- 抽出期間
2000/01/01~2013/12/31
- 抽出データ数
質問：8,561件
回答：31,036件
お礼：20,434件



Note

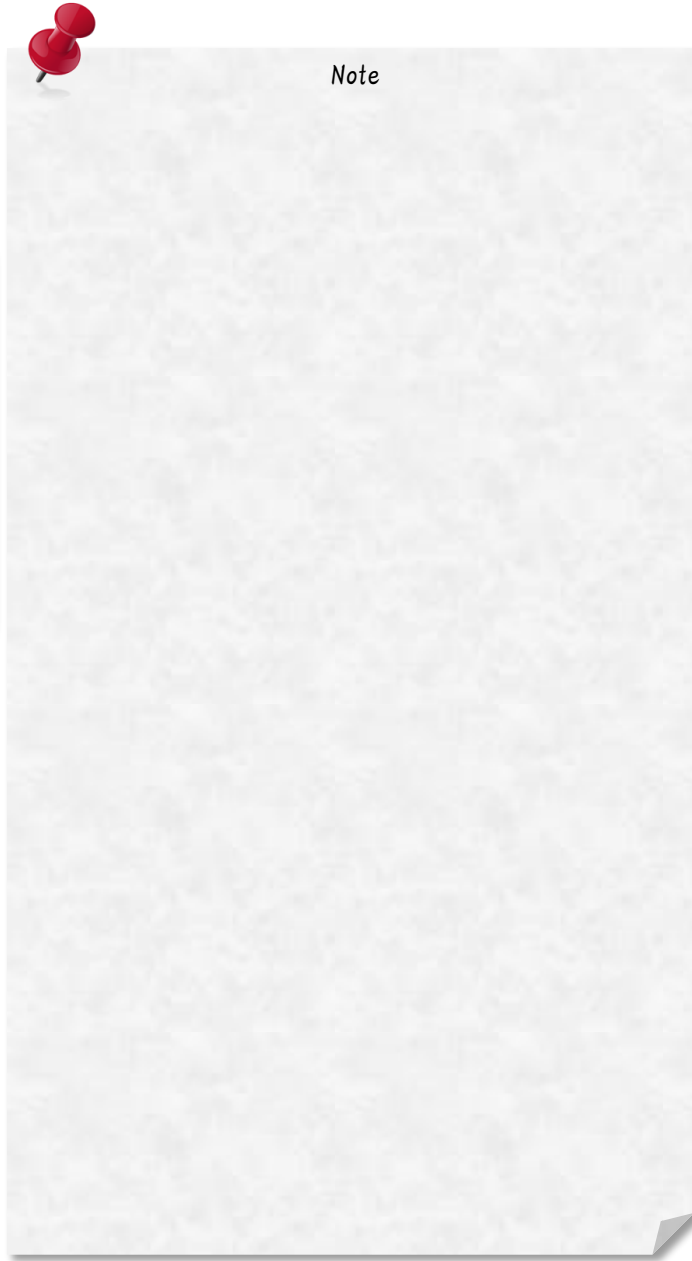


3.1 属性傾向

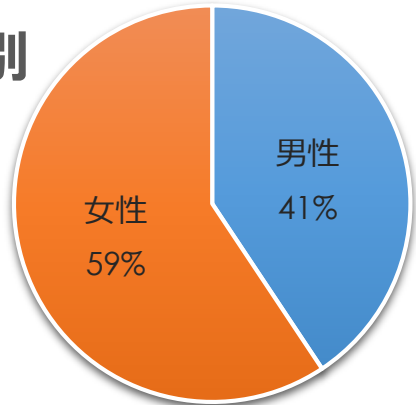


投稿者属性傾向

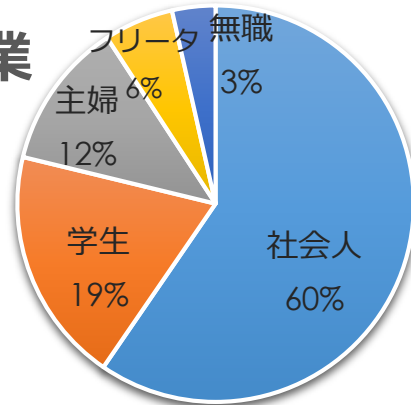
質問投稿者の属性傾向



性別



職業



年代

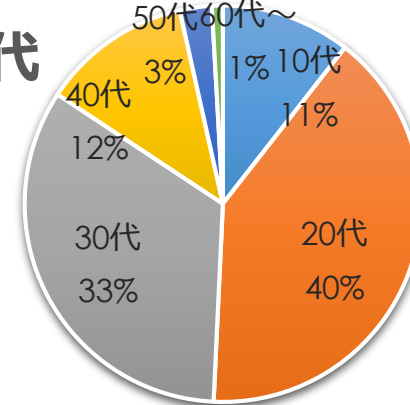
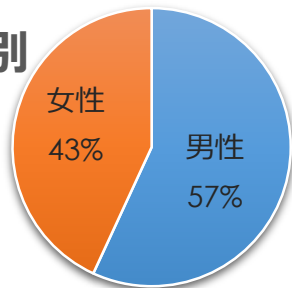
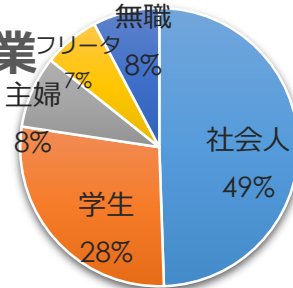


Figure 3.1.1 : 質問データ属性傾向

性別



職業



年代

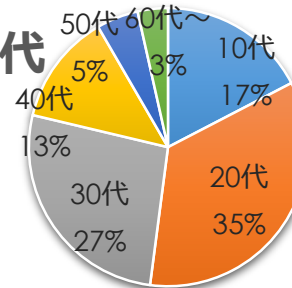
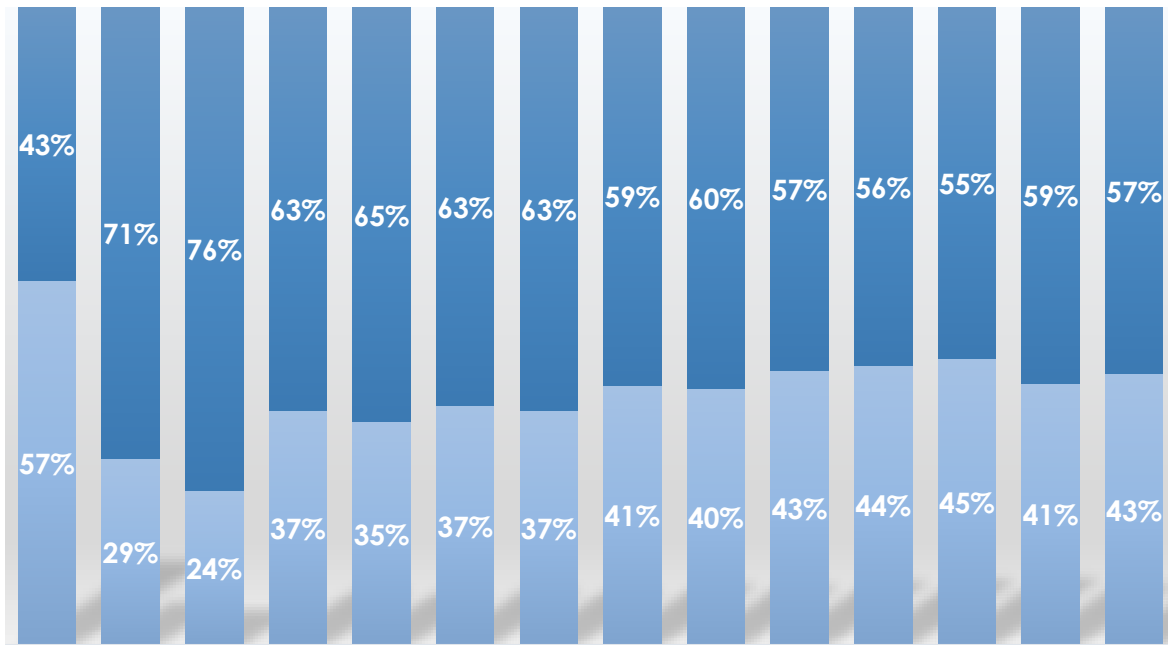


Figure 3.1.2 : OKWave全質問データ属性傾向

男女比率推移

質問投稿者男女比率の年別推移

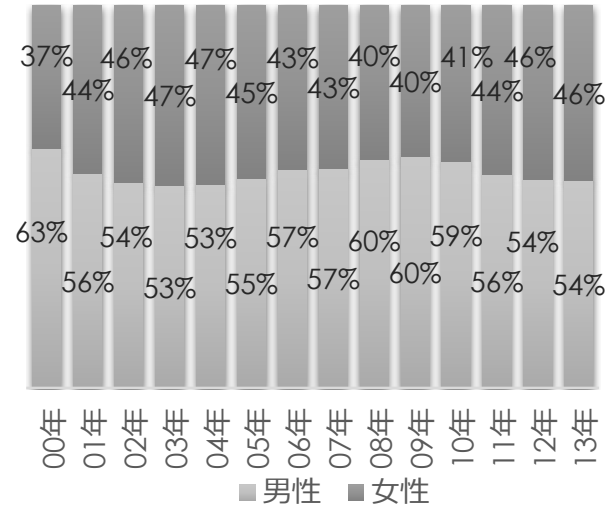
ほぼ一定のまま推移している。



2000年 2001年 2002年 2003年 2004年 2005年 2006年 2007年 2008年 2009年 2010年 2011年 2012年 2013年

■ 男性 ■ 女性

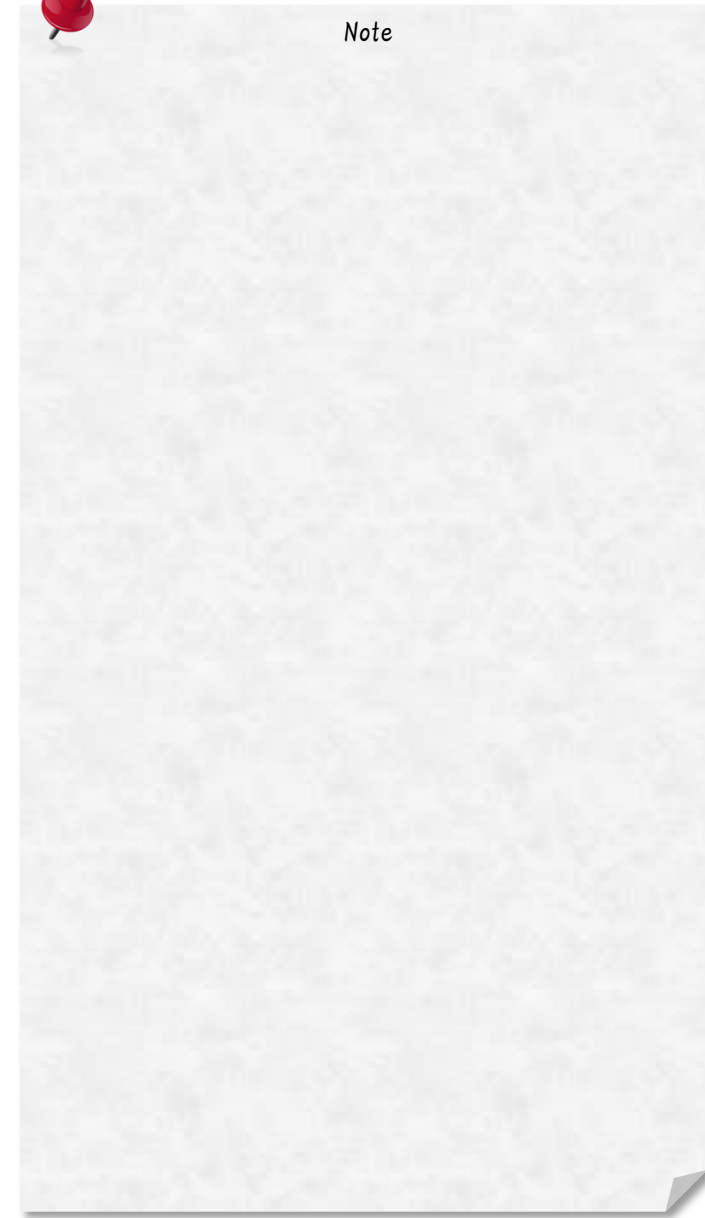
Figure 3.1.3 : 質問投稿者性別比率推移



【参考】 OKWave全質問性別推移



Note



年代比率推移

質問投稿者の年代比率の年別推移

近年では傾向に大きな変化は見られない。

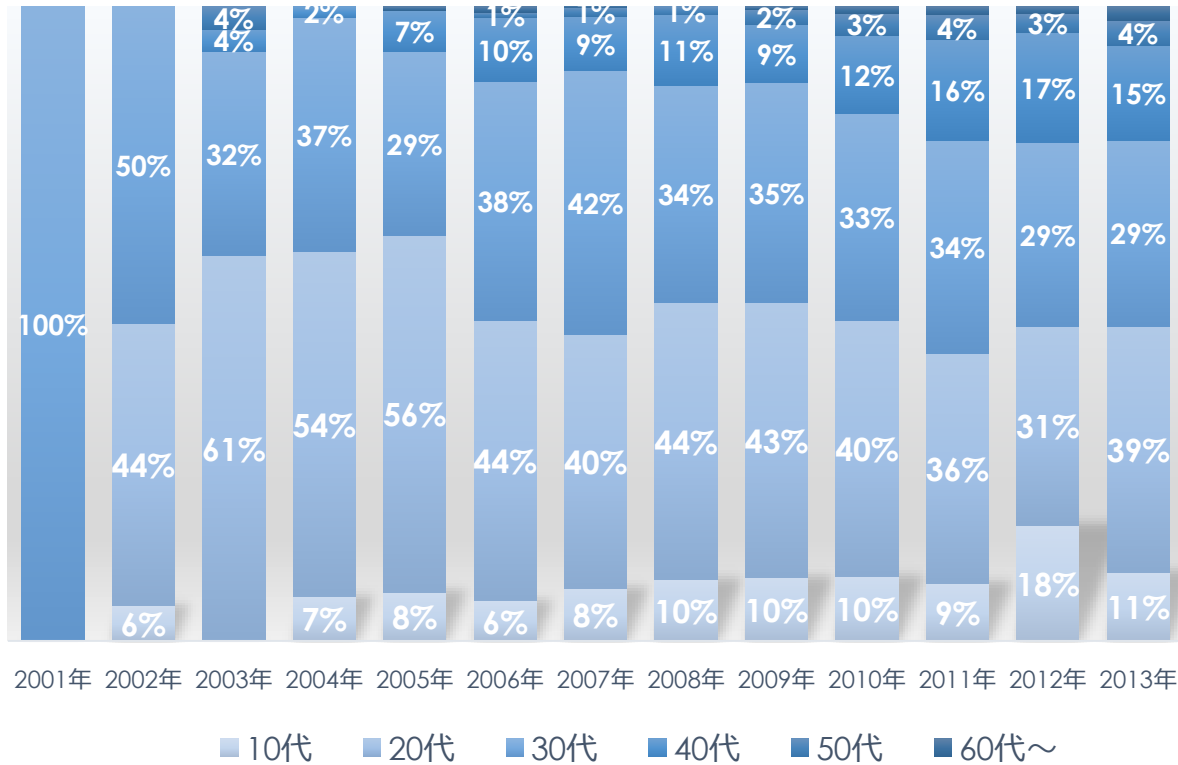
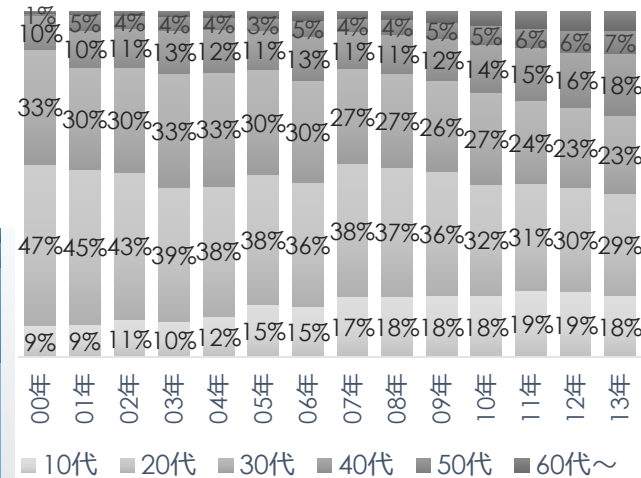


Figure 3.1.4 : 質問投稿者年代比率推移



【参考】 OKWave全質問年代推移



3.2 時系列推移



Note

質問数季節変動

質問数の月別累計

 1月頃から質問が増加し4月にピーク、6月頃収束する。

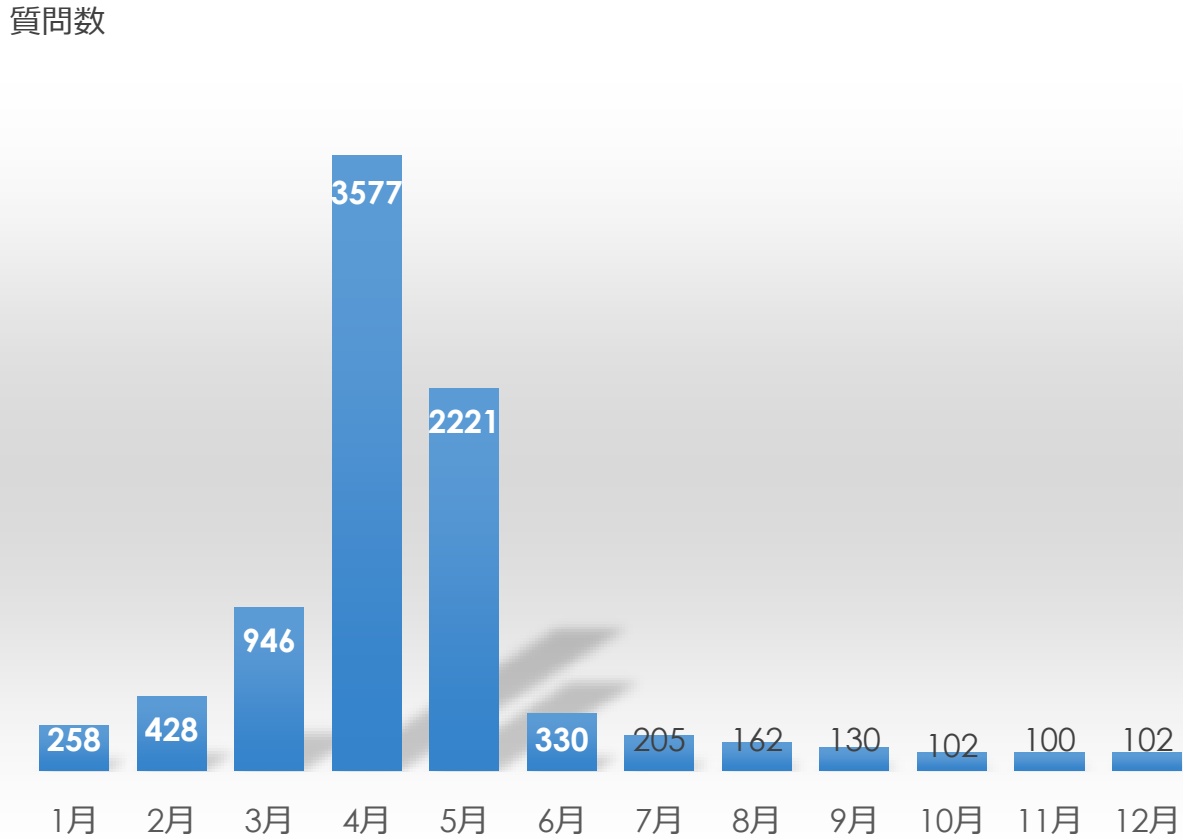
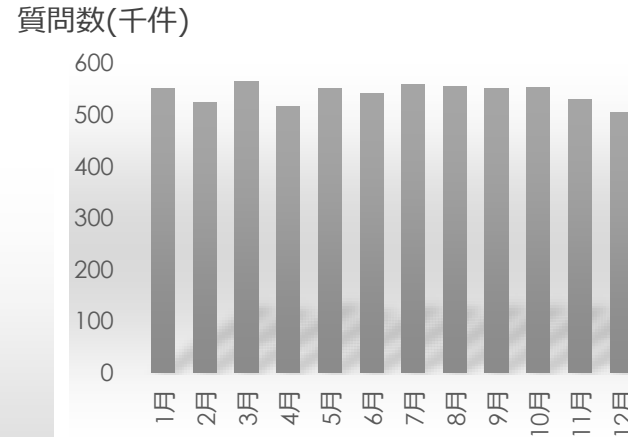



Figure 3.2.1 : 質問データ数月別累計



参考:OKWave全質問データ数時系列累計

 Note

3.3 簡易集計



地域カテゴリの質問数比較

関東、九州・沖縄、関西地域への質問が多い。

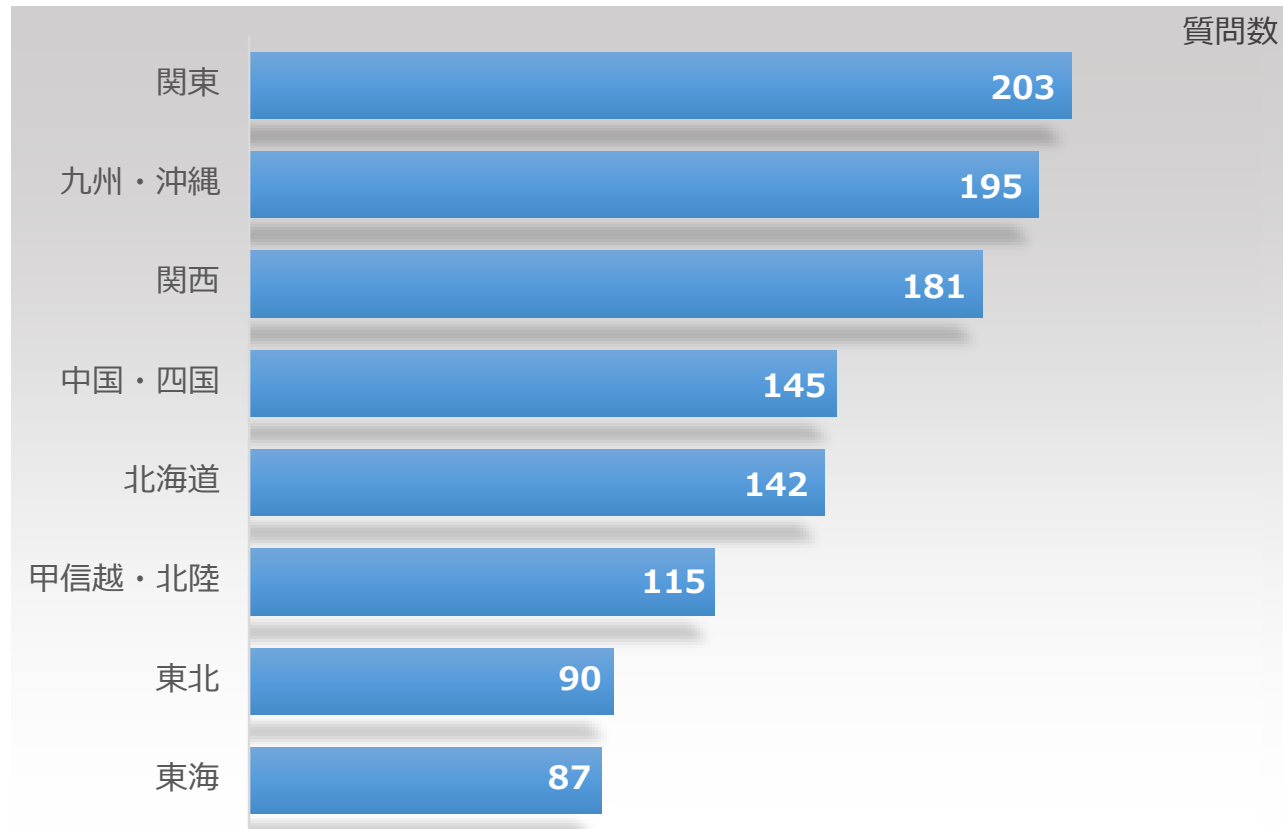


Figure 3.3.1 : カテゴリ別質問数



Note

移動手段・目的ごとの質問数比較

移動手段については車が最も多く、バス、電車などが続いて同程度出現している。目的については観光が多く、デートなども出現している。

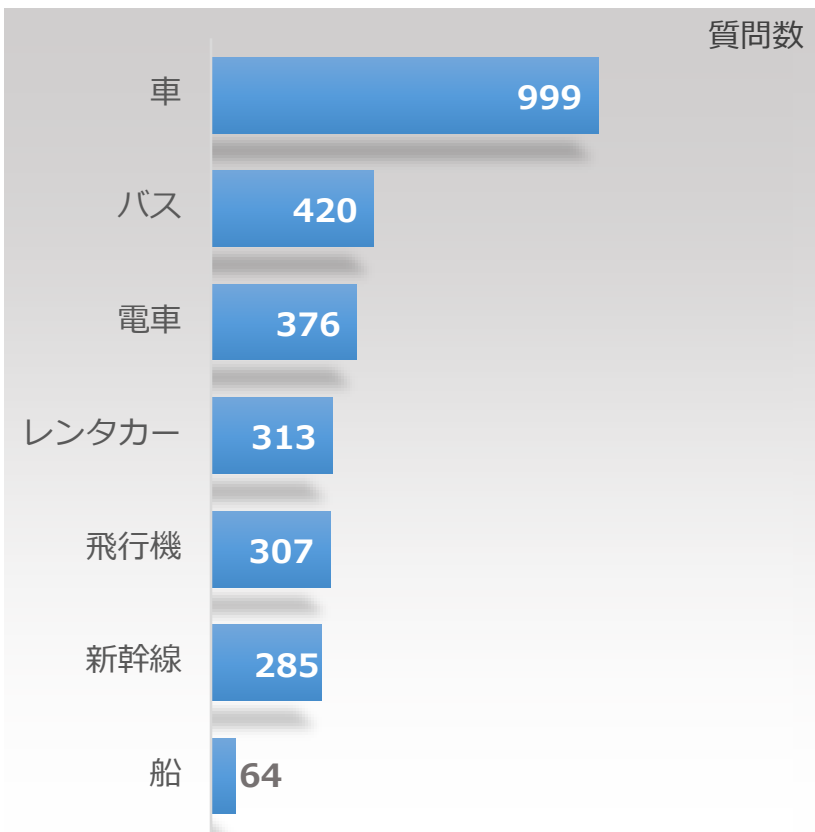


Figure 3.3.2 : 頻出移動手段

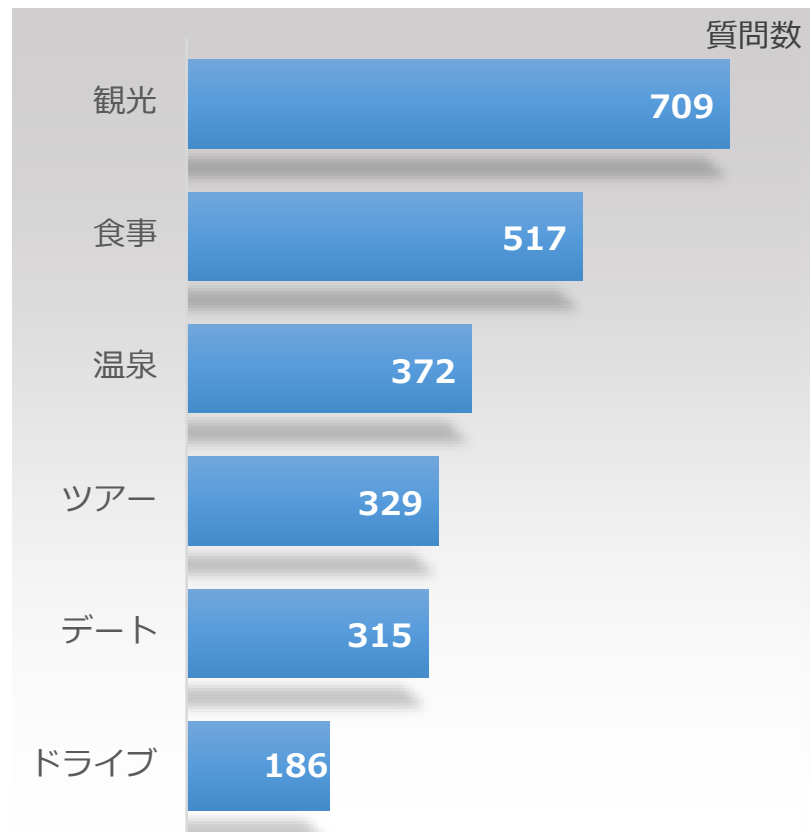


Figure 3.3.3 : 頻出目的



4.1 キーワード分析

～旅行者のインサイト～



Note

- ◆ 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。
- ◆ 本セクションでは「旅行」に注目し、「個人で立てた旅行計画」に関する悩み、ゴールデンウィーク中に初めて挑戦する内容、「一人旅」の男女の傾向の違いについて分析を行った。
- ◆ 「個人で立てた旅行計画」では、移動時間等に自信が持てず、経験者や現地の人意見を聞いてみたいという要望があることがわかった。
- ◆ ゴールデンウィークに初めて挑戦する内容としては海外・国内旅行が同程度であることがわかった。また初デートをゴールデンウィーク中に計画し、遊ぶ場所について悩んでいるカップルがいることがわかった。
- ◆ 一人旅では、男女で大きく傾向が違い女性は目的地がはっきりしており海外嗜好があること、男性は目的地は明確ではなく、癒しを求めて国内に行く傾向があることがわかった。

質問・疑問内容の傾向

質問で使われているワードの関係性を可視化

「旅行」に関する話題が中心。その他には会社のゴールデンウィーク中の休みや、彼氏・彼女とのデートの話題がある。

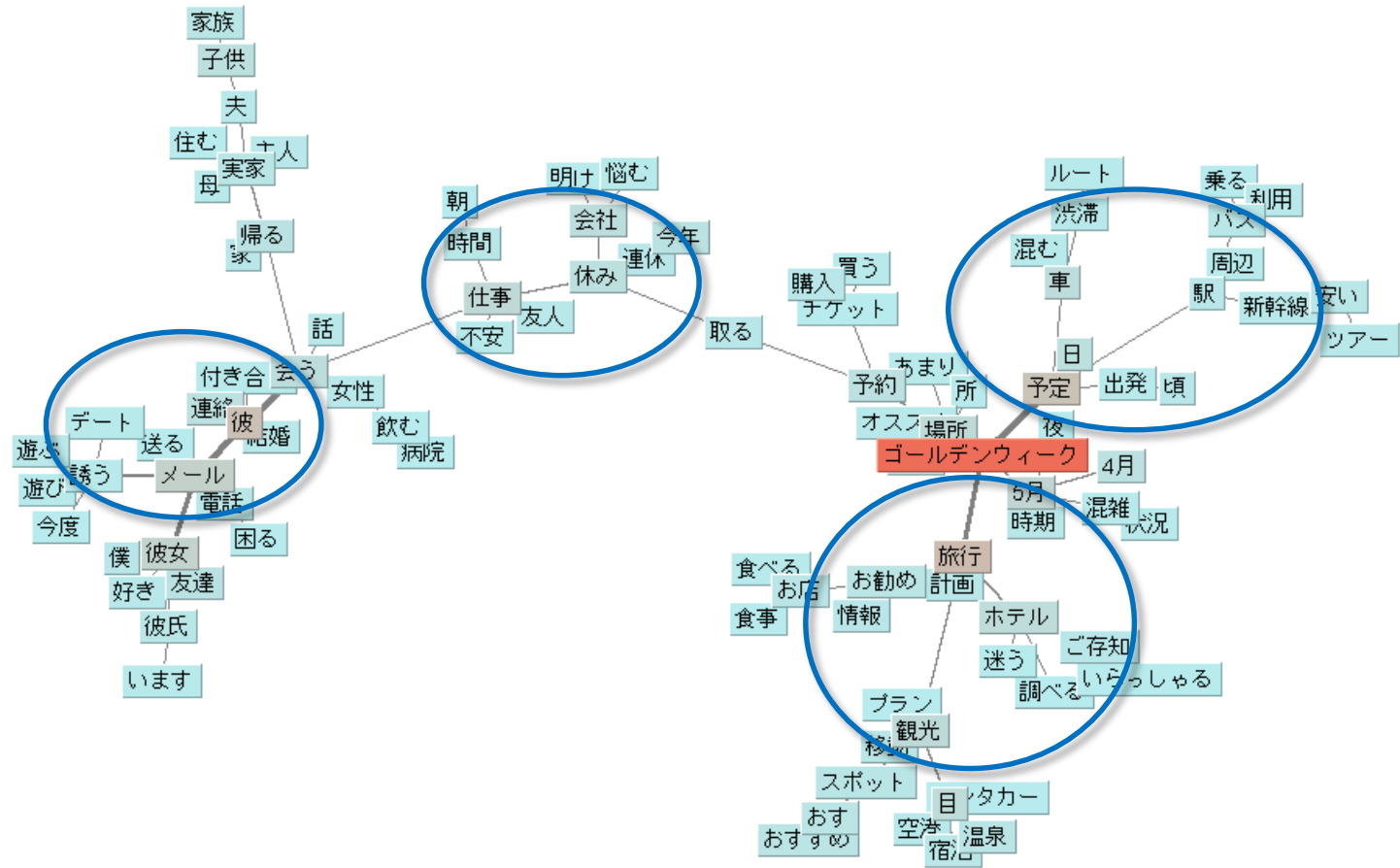


Figure 4.1.1 : 質問データワード関係図

Note

- ◆ 「ゴールデンウィーク」を含む質問の内容はほとんどが旅行に関連した内容。
- ◆ 例外的には、会社や仕事をゴールデンウィーク中も休めないことに対する懸念が少数存在する。

【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離に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

「観光」の記述がある質問で記述されているワードの関係性を可視化

「オススメ」のスポットに関する質問、および“自分で立てた”計画・予定の確からしさを問う質問が出現している。

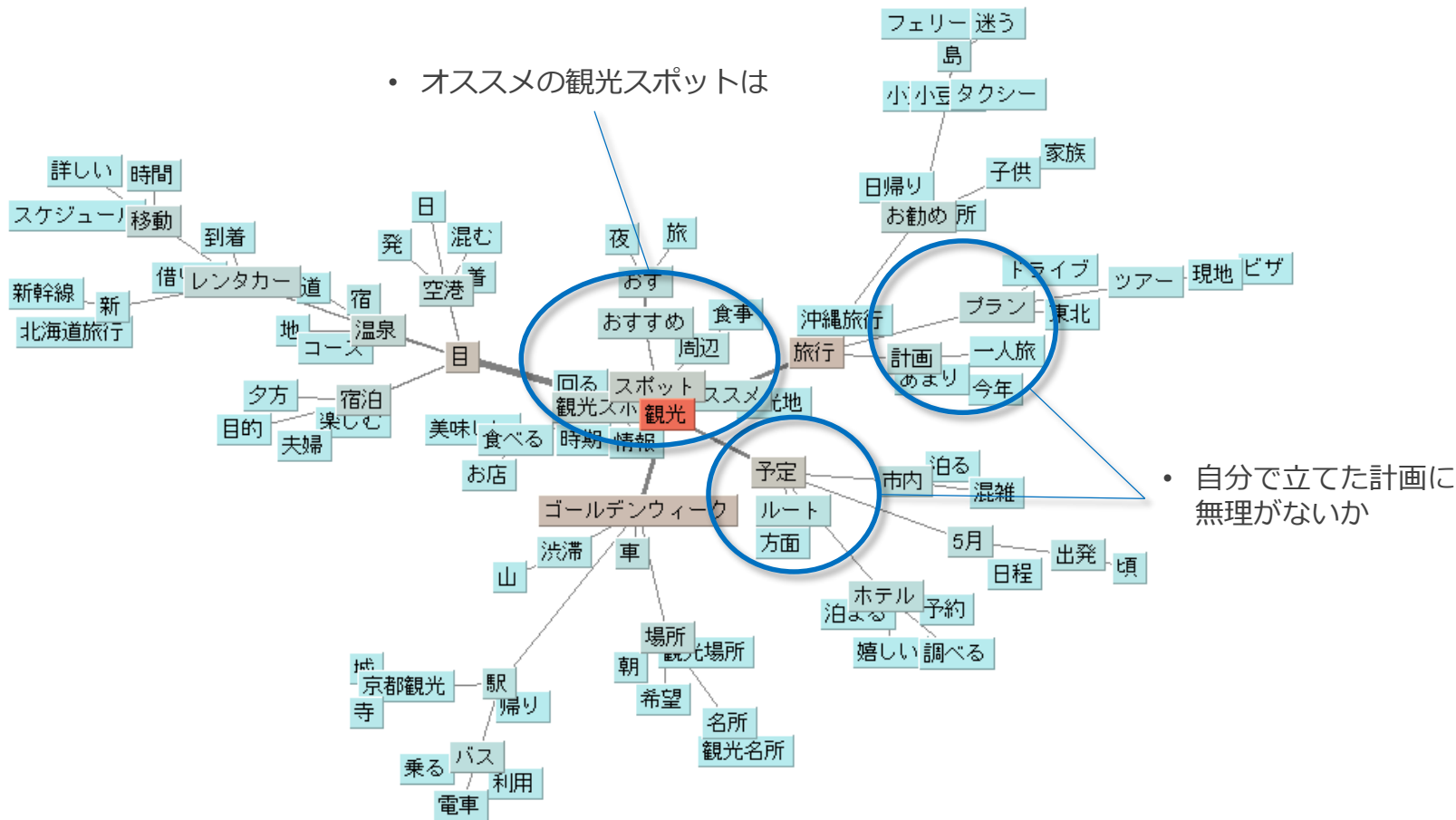


Figure 4.1.2 : 「観光」関連質問データワード関係図

Note

- ◆ 「観光」に関連した質問では訪れる場所が決まっている状態で、どこを観光したらよいか等を聞く内容と、自身で立てた旅行計画に無理・無駄がないかを確認めたいといった内容の2つに大きく分かれる。

【図の見方】

- 位置に関係なくお互いの相対的な距離に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



国内旅行のタイプに関する質問数を集計



個人で計画した旅行に関する質問が最も多く、内容としては移動時間について気にしている。

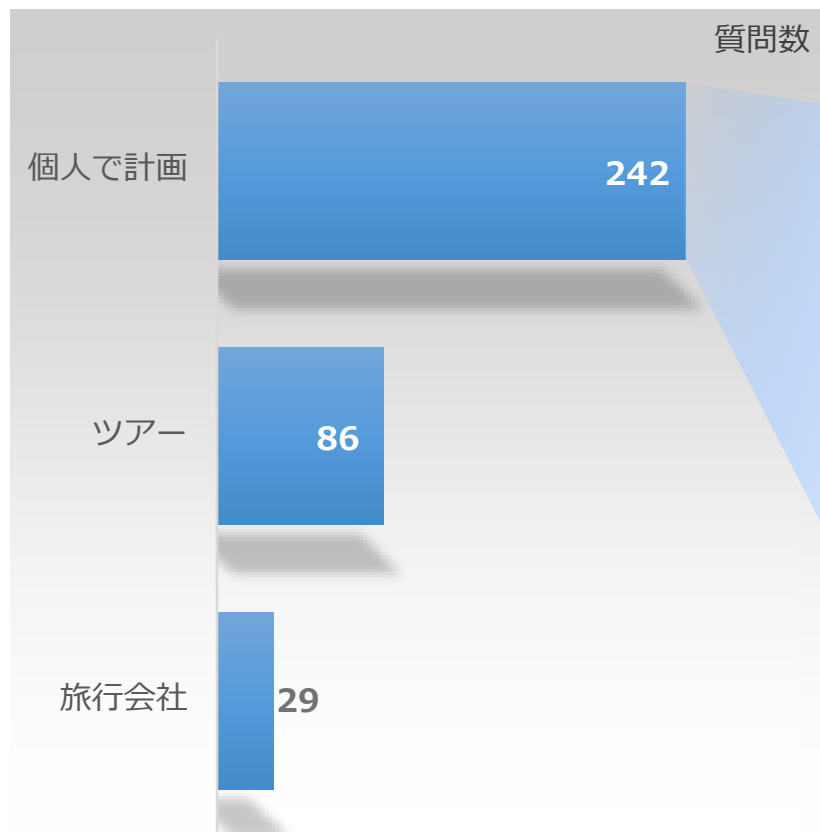





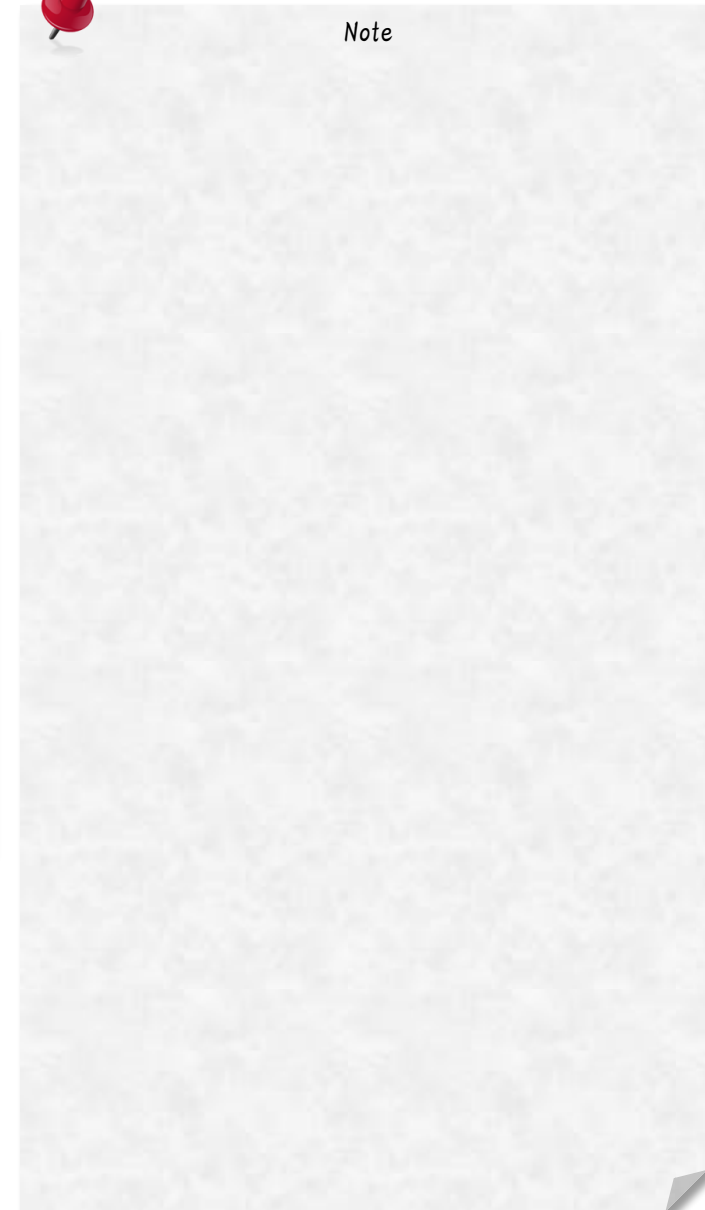
Figure 4.1.3 : 頻出旅行タイプ

個人計画の懸念事項

-  1位：移動時間 68件
-  2位：渋滞 46件
-  3位：予約 39件



Note



自分で立てた旅行計画の妥当性についての質問データサンプル

「旅行計画」に関する質問データ

GWに東北旅行を予定しています。GWに2泊3日で北海道から東北旅行を予定しています。場所は仙台、米沢、会津若松、二本松、庄内などを見て回りたいのです。免許がないので現地ではJRやバスを使って移動します。いろいろ調べてみたところ、**移動時間がかかりかかるので、2泊3日でどのくらい観光できるのか、不安になりました。東北にはいったことがないので、距離感覚とかもぜんぜんわかりません。**新千歳から仙台へ行って帰りは仙台か、福島から飛行機に乗ろうとかがえているのですが、どういった道順で行けば一番効率がいいのでしょうか？

GWに立山黒部アルペンルートに行く予定です。かなり混むとは聞いていますが、GWに立山黒部アルペンルートに行く予定です。扇沢に車を止め朝一番のバスに乗り、室堂で一泊し、2日目に、立山まで行き、少し観光してから、扇沢まで戻ろうと考えています。室堂で昼食を食べることはできますか。次の日、美味しい回転寿司を食べたいのですが。**この予定に無理はありますか。**

NHKホール周辺で安く泊まれる所・観光施設について。ゴールデンウィークあけにNHKホールへコンサートを見に行くことになりました。私は岡山の人間で東京の地理には疎く、急に決まった旅行なので予算もあまりないのですがお休みをまとめていただけそうなので2,3泊して観光して帰ろうと思います。他サイトの口コミや観光雑誌をみて自分なりに調べてはみましたが、**現地の人の意見も聞いてみたく投稿させていただきました。**なので、NHKホール周辺で格安な宿泊施設や参考サイト・面白い観光施設があれば教えていただきたいです。ちなみに女ひとり旅行です。

Table 4.1.1 : 「旅行計画」に関する質問

考察 個人で立てた旅行計画を現地の人や経験者が評価してくれるサービスには**需要がある。**



Note

- ◆ 自分で計画を立てて旅行に出かけようという人は多いものの、計画そのものには自信を持っておらず、経験者または現地の人の意見を聞きたいという要望がある。

ゴールデンウィークの初〇〇に関する分析

ゴールデンウィークに計画される初〇〇の内容集計



初イベントとしては旅行系が最も多く、最大は海外旅行、ついでほぼ同等で北海道・沖縄を含む国内旅行。ゴールデンウィークに初デートを計画する声も見られる。

イベント

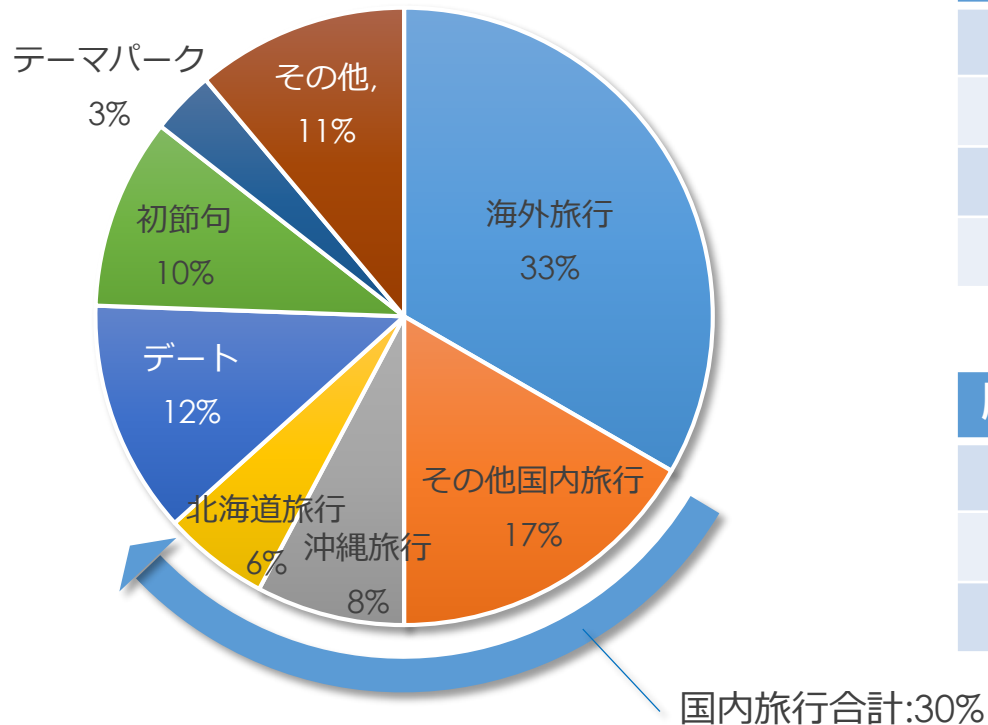


Figure 4.1.4 : ゴールデンウィークの初イベント内容

順位	イベント
1	海外旅行
2	国内旅行
3	デート
4	節句

Table 4.1.2 : 頻出イベント

順位	国内旅行候補地
1	沖縄
2	北海道
3	九州地方

Table 4.1.3 : 頻出国内候補地



Note

- ◆ ゴールデンウィーク中に初めて海外に行く、国内の初めての場所に行くという人はほぼ同程度存在する。
- ◆ 国内の候補地を調べると、沖縄・九州地方といった比較的暖かい地域を嗜好する傾向が見られる。

初めてに対する懸念点

初めての海外・国内旅行、デートについての懸念項目サンプル

初デートでは会話の尽きない場所が、海外は月並みであるものの、国内では移動方法を懸念する声が見られる。

神奈川県で会話のネタが尽きない、初デートスポットを教えてください。GW中デートのプランについて悩んでいましたが中々決まりません。緊張もあり他愛のない会話を続けられる自信がありません。

デート
会話の尽きない場所
誘い方
オススメスポット

Table 4.1.4 : デート懸念点

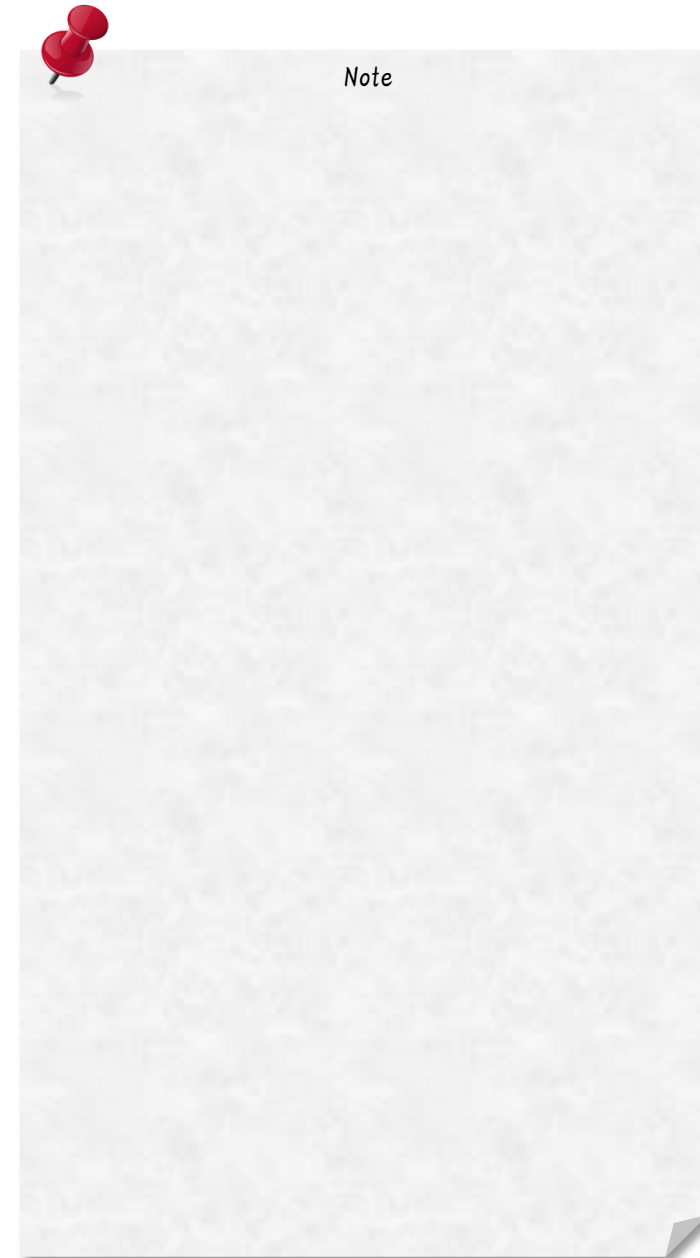
海外
準備すべきもの
語学
ビギナーでも楽しめる場所

Table 4.1.5 : 海外旅行懸念点

国内
ツアー
オススメ
移動方法

Table 4.1.6 : 国内旅行懸念点

4月末～5月初旬の約1週間程度、北海道へ行く予定です。行きたいと考えているのは、美瑛・洞爺湖ぐらいです。**レンタカーを借りずに公共交通機関だけで移動できますか？**(観光は徒歩またはレンタサイクルで)



国内でも移動方法を懸念したりと、現地の土地勘について不安を抱く傾向が強い。



質問データからゴールデンウィークに一人旅で行く場所を集計



ゴールデンウィークの一人旅では京都が最も多く、海外ではヨーロッパが人気。またその他には「温泉」などが候補として挙げられる。

行き先

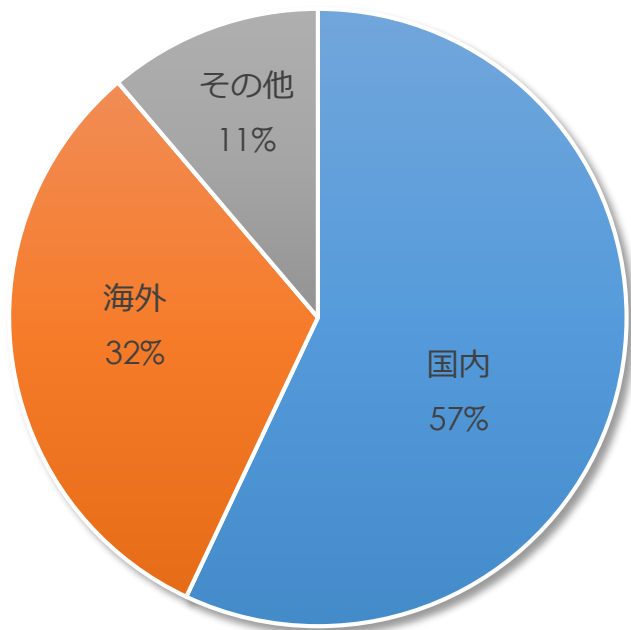


Figure 4.1.5 : 行き先内訳

順位	海外候補地
1	ヨーロッパ
2	アジア
3	海外どこでも
4	アメリカ

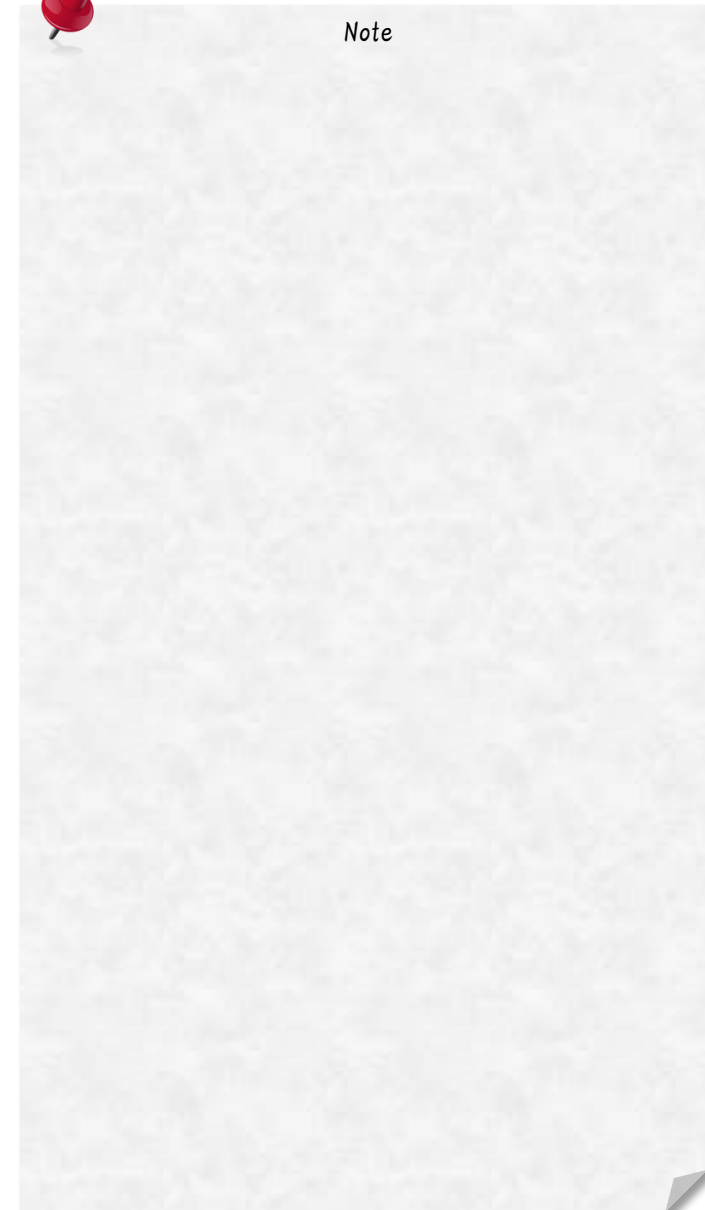
Table 4.1.7 : 頻出海外候補地

順位	国内候補地
1	京都
2	沖縄
3	北海道
4	東北地方

Table 4.1.8 : 頻出国内候補地



Note



男女別に一人旅の目的地を集計



女性は男性の倍以上の43%が海外を嗜好。男性は「どこかオススメの場所」といった”その他”の割合が21%と、行き先すら決めきれていない人が多い。

男性の行き先

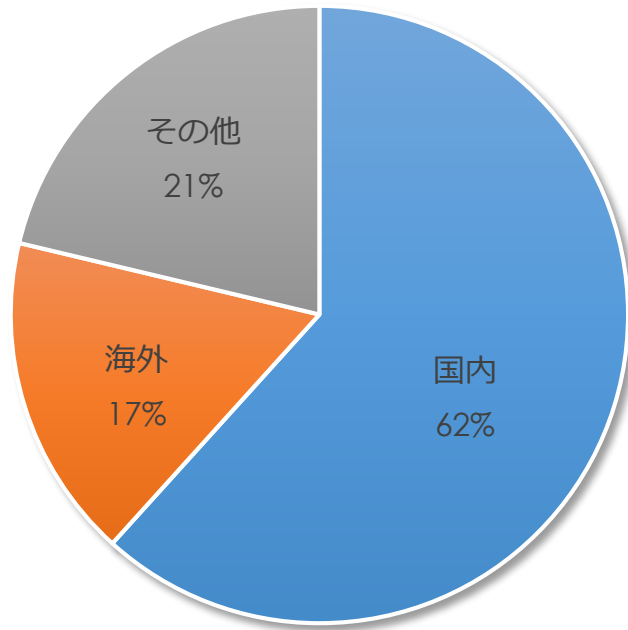


Figure 4.1.6 : 男性の行き先内訳

女性の行き先

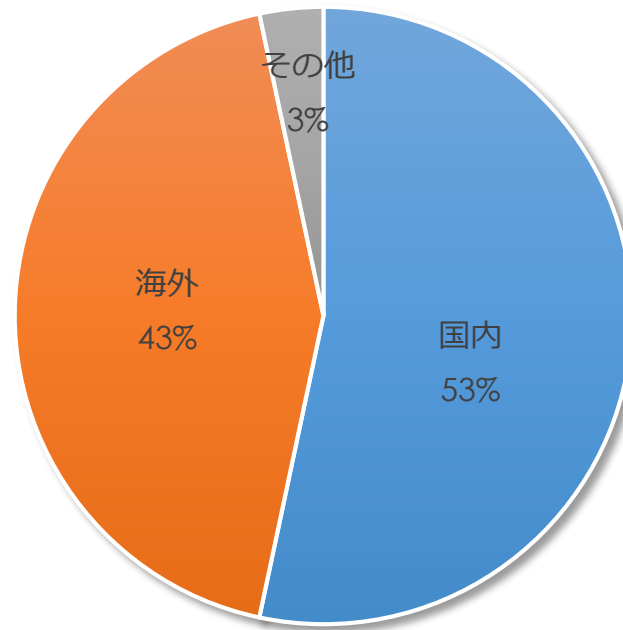
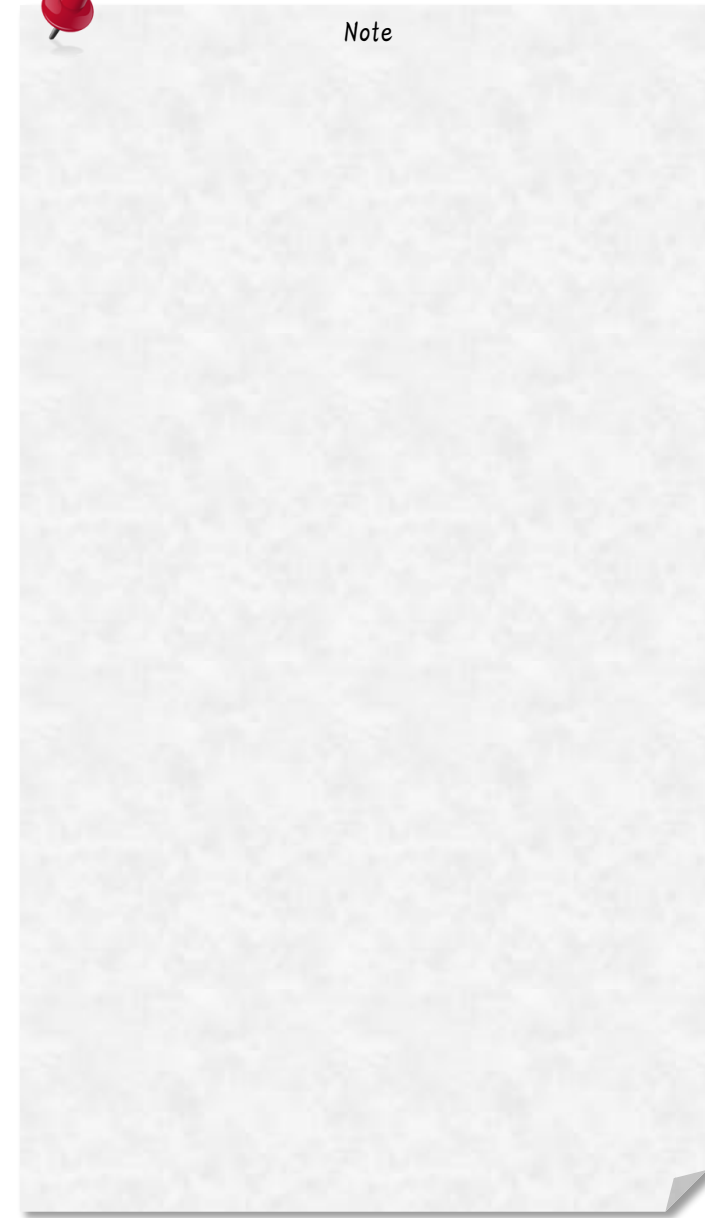


Figure 4.1.7 : 女性の行き先内訳



Note



ゴールデンウィークに一人旅で行く場所：候補地男女別ベスト3

海外は男女共にヨーロッパが人気。国内では京都は男女共通で人気があり、女性は沖縄、男性が北海道・東北地方と寒暖の差が見られる。

男性

順位	海外候補地
1	海外全般
2	ヨーロッパ
3	アジア・中東

Table 4.1.9 : 男性海外候補地

女性

順位	海外候補地
1	イギリス
2	その他ヨーロッパ
3	アジア

Table 4.1.10 : 女性海外候補地

順位	国内候補地
1	東北地方
2	京都
3	北海道

Table 4.1.11 : 男性国内候補地

順位	国内候補地
1	京都
1	沖縄
3	中国・四国地方

Table 4.1.12 : 女性国内候補地



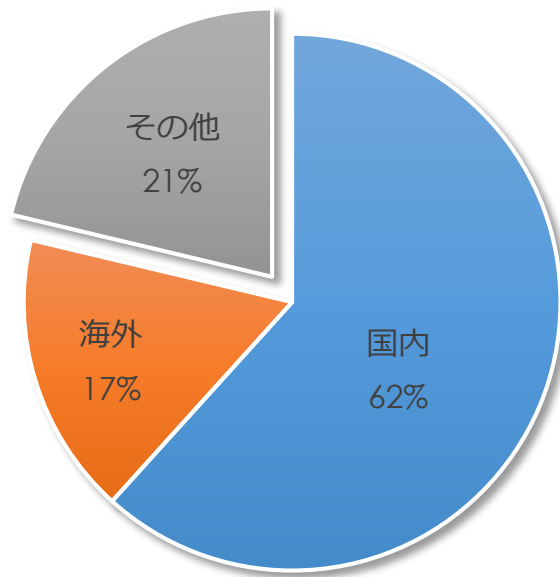
Note

【参考】目的地の検討から見える男性の特徴

男性の”その他”に含まれる内容調査

 **男性は癒し目的で旅行をする傾向がある。**

男性の行き先



【再掲載】 Figure 4.1.6 : 男性の行き先内訳

その他の中身

- どこでも
- 車で行けるところ
- 泊まれるところ
- 珍しい、綺麗なところ
- 一般的な観光地でオススメ
- 自分を見つめなおせる場所

旅の理由

- のんびり海でも眺めたい
- 少々疲れてきた
- 自分を見つめなおしたい
- 綺麗な夕日でも見えれば...

 **観光名所などが無い地域でも、静かにゆっくりできる場所ならば男性を呼び込める可能性が高い。**

Note

目的地国内外での質問・相談内容比較

国内旅行では癒しを求める傾向があるため、混んでいては論外。

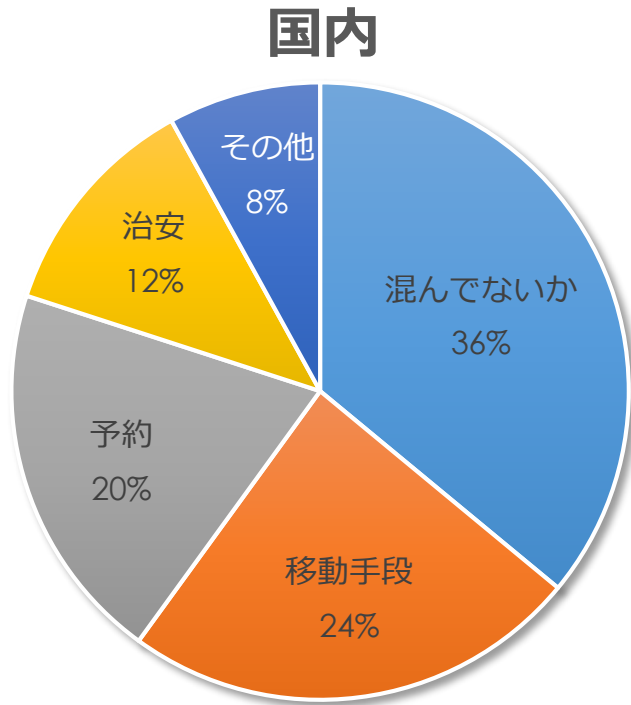


Figure 4.1.8 : 国内相談内容

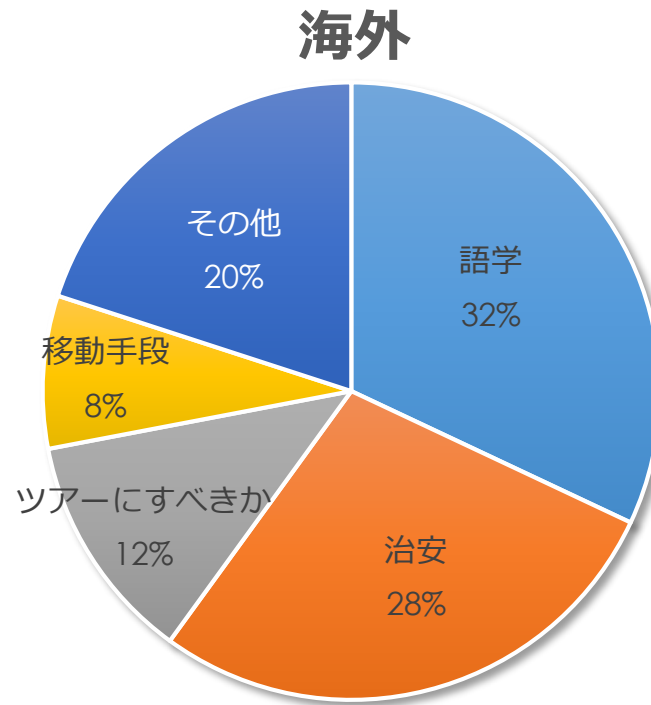


Figure 4.1.9 : 海外相談内容

Note

- ◆ 国内旅行では主に男性が、癒し目的で旅行先を探す傾向があるため、「空いている」「落ち着く」といった情報が有力であると思われる。
- ◆ また国内の落ち着いた場所・人の少ない場所を求めているため、交通機関などでの移動手段についても情報を求められている。

国内を嗜好するのは癒しを求める男性が多いため、静かな場所に関する情報に価値があると思われる。

1. 旅行候補地の現地の人の声が聞けるサービスづくり

土地勘がないことから移動時間・手段などを気にする声が多く、地方のコミュニティなどを活用して情報提供できれば地域活性化につながる可能性が高い。

2. 一人旅では男女で別のPR

男性は癒しを求めて国内を旅行するケースが多い。癒し目的であるため混雑している場所は論外であり、またそのような場所は地方になるため移動手段に関する情報を適切に提供することで、男性を効果的に取り込めると思われる。

3. ゴールデンウィークに初めて旅行・デートをする人への情報提供

ゴールデンウィーク期間中に初めて海外・国内旅行やデートをする人等がおり、特に国内については旅行先での移動手段についての情報を、またデートスポットとして会話の尽きない話題の豊富にある場所などの情報にニーズがあり、これらの情報により効果的に集客ができると思われる。



Note

4.2 購買層分析



Note

- ◆ 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。
- ◆ 本セクションでは、お土産および乗り物のチケットの購買層についての悩みを分析した。
- ◆ お土産については、渡す相手に適しているかを気にする声が多く、どのような相手に適しているかといった情報に価値があることがわかった。また旅行に行く前にネットなどでお土産情報を得たいと考える人が多いこともわかった。
- ◆ 乗り物のチケットについては新幹線は購入可能となる一ヶ月前までは特に考慮されず、航空券については12月頃から懸念され始める傾向が見られた。

ゴールデンウィークの「お土産」購入に関する懸念点

お土産を渡す相手別の質問数集計



お土産を渡す相手は友達・彼・彼女が最も多い。ついで彼・彼女の実家を訪れるにあたってどの様なお土産を選ぶべきか迷っている。

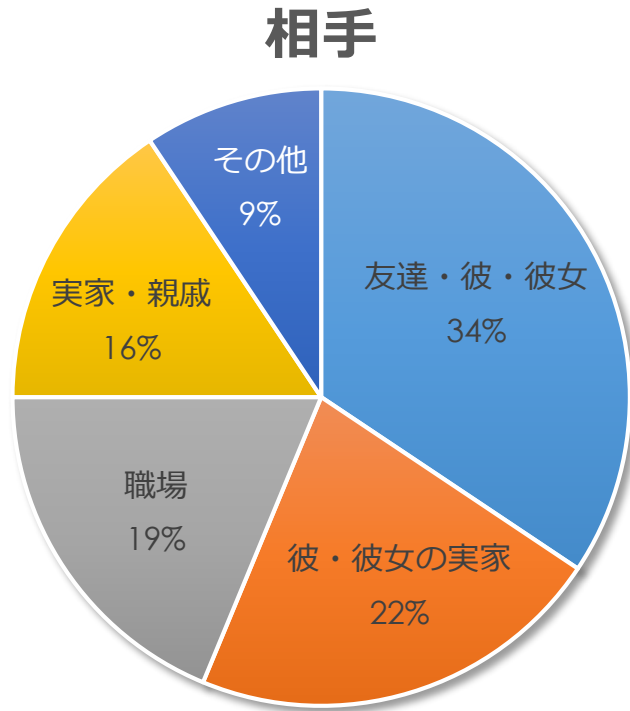


Figure 4.2.1 : お土産送り先内訳

彼女の実家に挨拶に行く際の菓子折り。GW中に結婚を考えている彼女の実家に遊びに行くことになりました。初対面です。今回は正式な娘さんをください！的なものではなく、遊びに行くイメージでしょうか。そこで質問なのですが、**持つて行く菓子折りはどのようなものの方がいいのでしょうか。**



用途別でお土産に悩む声が見られることから、友達・恋人向け、会社向けに最適などの情報を付加することで消費者が買い易くなる可能性が高い。



Note

観光地のおみやげについて

観光地でのお土産に関する質問サンプル

行き先が決まってから観光地を訪れる前までの期間でお土産について懸念している。

京都観光ルート。GWに京都観光へ行きます。金閣寺、二条城、平安神宮、清水寺をまわるバス、電車で
の行き方を教えてください。またお勧めの食事処、ス
イーツ、お土産などありましたら教えてください。



大分・鹿児島・沖縄・福岡の隠れ名産を教えてください。ゴール
デンウィークに行くことになったのですが、おみや
げ物など隠れ名産はありませんか？



石垣島のお土産といえば？GWを使用して石垣島へ旅
行に行く予定なのですが「石垣島のお土産といえばこ
れ！」というものはありますか？できれば小さくて飲
食物以外の物がいいのですが



お土産情報は行き先が決まっている人向けに発信することで、より集客に効果的となる可能性が高い。

Note

- ◆ お土産に関しては行き先が決まった後、実際に現地を訪れるまでの期間で情報収集をする傾向が見られる。この時期に情報提供ができればより売り上げ増加につながる可能性が高い。

乗り物に関する分析

「新幹線」「飛行機」「バス」に関する質問数の月別累計



飛行機の初動が最も早く、12月頃から懸念し始めている様子が見られる。
新幹線・バスについては2月頃から質問が増加し始める。

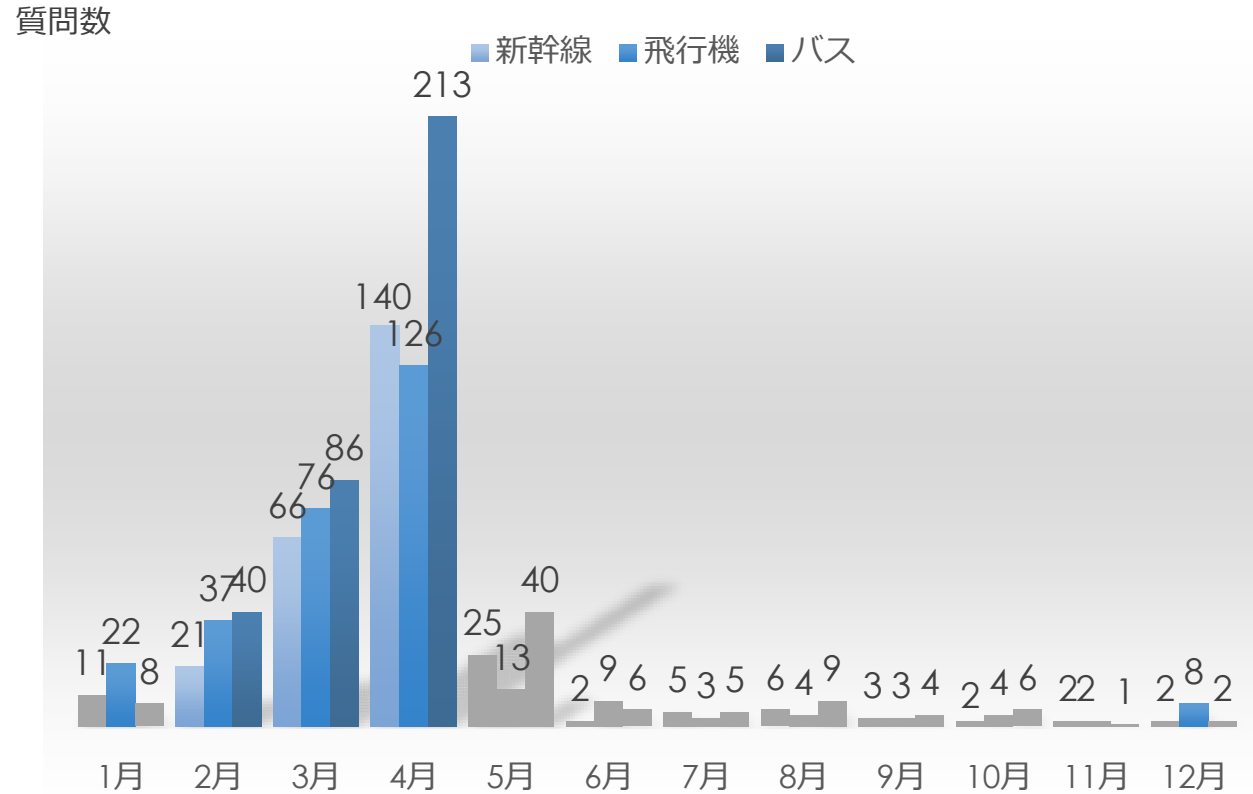


Figure 4.2.2 : 各乗り物関連質問数変動



乗り物のチケットに関する分析

「新幹線」「飛行機」「バス」の「チケット購入」に関する質問数の月別累計



チケットの購入等に関する質問は飛行機が最も早く12月に検討を開始され、新幹線が3月頃に急激に増加する。

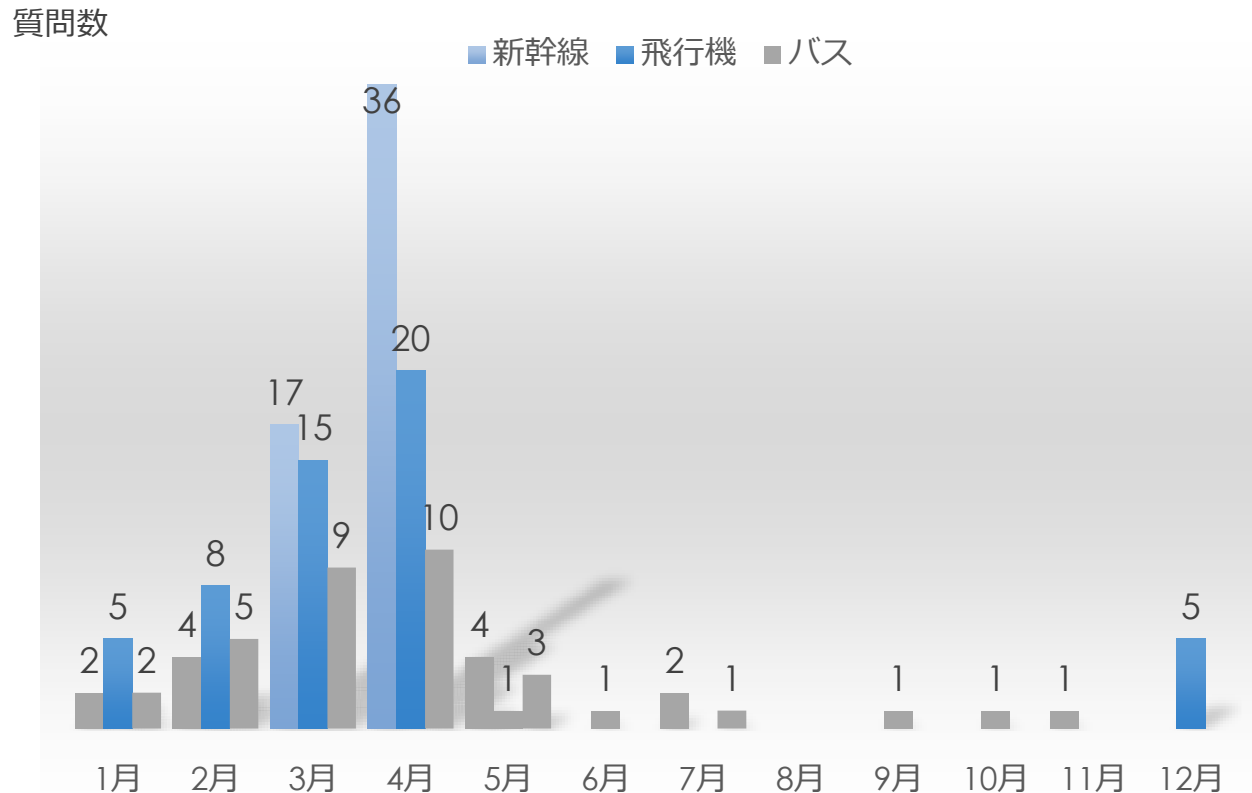
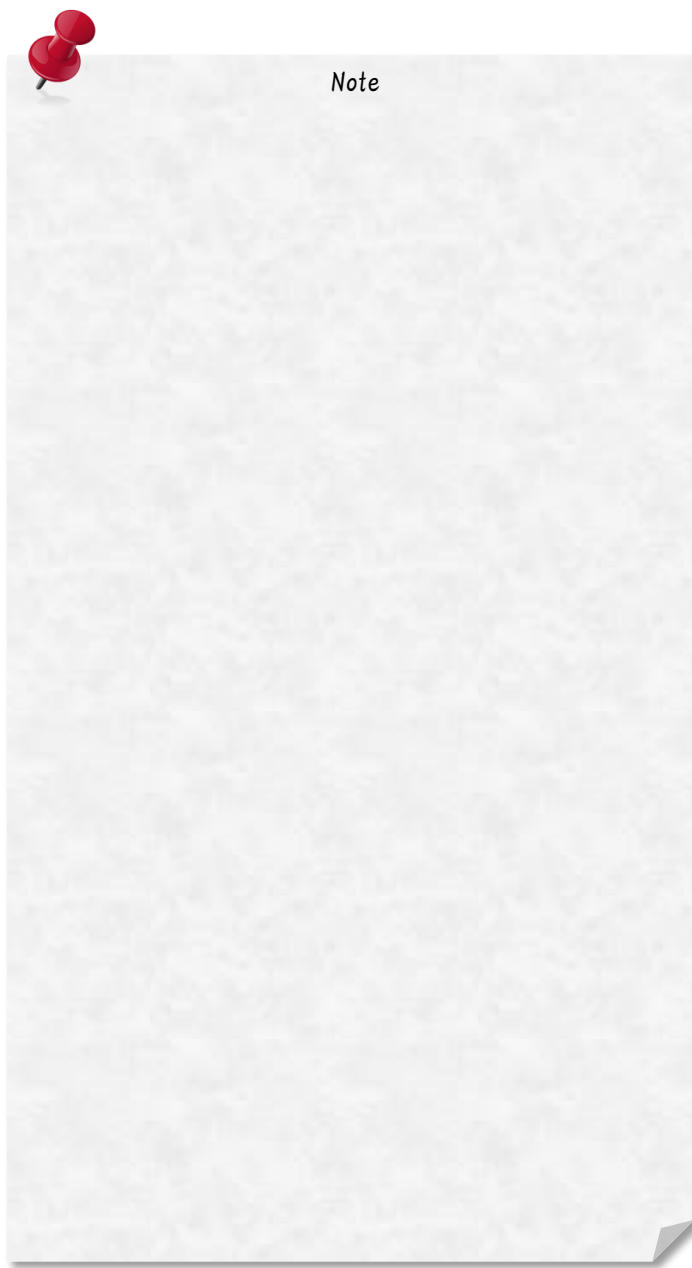


Figure 4.2.3 : チケット関連質問数月別累計

考察 12月のタイミングで航空券の情報を流すと他社に先んじられる可能性が高い。また新幹線については購入可能になる1ヶ月前ぎりぎりのタイミングで懸念し始める傾向があり、事前情報としての価値は低いと思われる。





Note

1. お土産は送る相手についての情報を付加

お土産の中身について、送る相手を想定して悩む声が見られており、特に"友人向け"、"彼・彼女の実家に挨拶の際には"等の情報があると消費者が買い易くなり売り上げ増加につながる可能性が高い。

2. 新幹線のチケット情報はゴールデンウィーク一ヶ月前から配信

新幹線の乗車券を気にし始めるのは購入可能となるゴールデンウィーク一ヶ月前からであり、それより以前から乗車券についての優位性などをアピールしても効果が薄いと思われる。

3. ゴールデンウィーク向けの航空券の情報は12月から配信

消費者が航空券を気にし始めるのは新幹線・バスよりも早い12月であり、この頃から航空券に関する情報・キーワードを配信することで消費者に効果的に情報が伝わるとと思われる。

4.3 追跡分析



Note

- ◆ 追跡分析は、お礼データを分析することで質問者が回答を受けてどのように意識・行動変化したかを把握すると共に、変化を促したキーワードを発見することを目的としている。
- ◆ 本セクションでは、自分で立てた旅行プランについて質問したユーザが、回答を受けてどのように行動変化したかを分析した。
- ◆ 回答に対してついたお礼内容の半分は、計画の不備・さらに良いプランの存在に気付いて計画を立てなおすものであることがわかった。

個人で立てたプランに関するQAやり取りでの行動変化

個人で立てたプランについての回答を受けての行動変化をお礼データから調査

半数以上の回答で、自分で立てたプランを変更することを決意している。

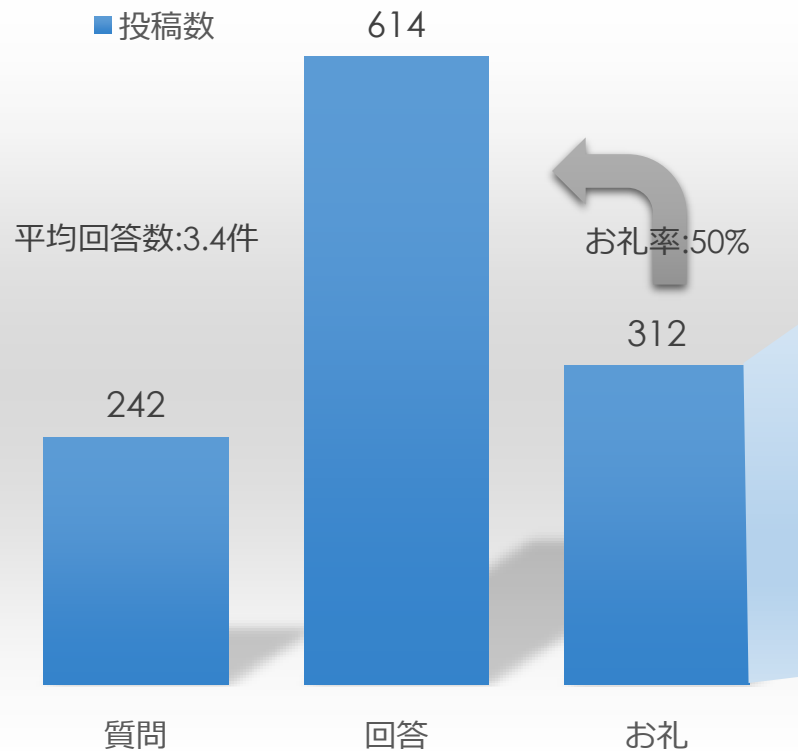


Figure 4.3.1 : 個人で立てたプランに関する投稿数

お礼内容内訳

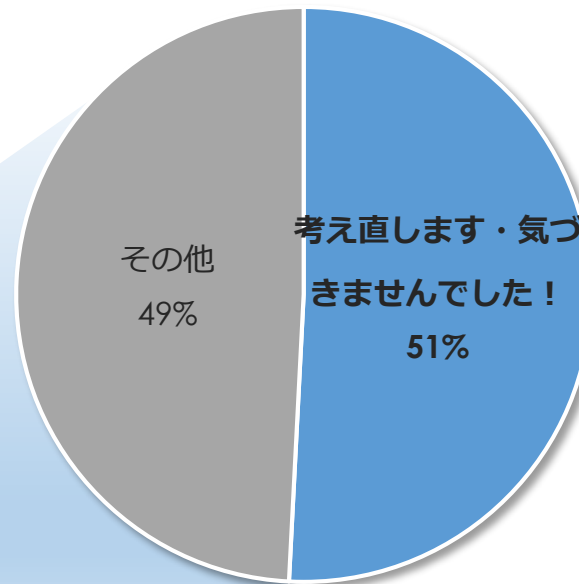


Figure 4.3.2 : お礼内容内訳



Note

計画変更を決めた人のお礼内容

実際のお礼データから得られる知見

自分で立てたプランの実現性の認識、さらに良い案の発見に至っている。

ご回答、ありがとうございました。このスケジュールが無理なのがよくわかりました。私は東京在住で、北海道の地理や交通事情の自分の無知さにホントお恥ずかしい限りです。アドバイス頂いたようにスケジュールを見直します。



日中に行くのは無理なので残念ですがやはり高速は遠回りなんですね。スピードが出せる分所要時間はあまりかわらないかな？とも思ったのですが。ありがとうございました。



三大大橋を通過する案、とても参考になりました。香川→山口→愛媛のルートは思いもよらなかったのですがこのルートなら途中途中観光し7, 8時間くらいの運転で無理なく行けそうな気がします。松山の宿も、GWはもう空きがほとんどないようで困っていたので、ありがとうございました。



Note

- ◆ 旅行先に検討している地域に住む人からの情報提供には大きな価値があり、地域コミュニティを活用した旅行プランのアドバイスなどで大きな集客を見込める可能性が高い。



個人で計画を立てる旅行者にもプランに対する不安があり、そこには不安解消への要望がある。



1. 個人で立てたプランに評価を与える・アドバイスするサービスの提供

個人で立てたプランは土地勘のなさ等から移動時間・滞在時間などに無理があり現地の人や経験者に聞くと見直した方が多い場合が多い。

2. 観光地の自治体・コミュニティとの連携

土地勘のない旅行者が地図等から作ったプランではかえって時間が掛かってしまったりするケースがある。現地の人達の知見をそれらのプランに反映することにより観光客の満足度を高められれば、リピーターになってもらえる可能性が高い。



Note



4.4 マイノリティ分析



Note

- ◆ マイノリティ分析は、現在は非常に数が少ないものの、将来的に需要が拡大する可能性のある声を抽出することを目的としている。
- ◆ 本セクションでは、少数意見の中から「要介護者・認知症患者」を抱える家族に関するものを抽出した。

「介護・認知症」に関する困惑

「介護・認知症」に関する質問データ

子供を連れて遊びに行くのはおかしいですか？ゴールデンウィークに家族で大型ショッピングモールに遊びに行きました。お昼前に私の電話に実家の母から電話がかかってきました。電話に出ると「ごはんを食べさせに来てくれ」という内容でした。「今は遊びに出かけているからすぐに戻れない」と告げて電話を切りました。**その後再度着信があり、「子供を言い訳にして介護を拒否して子供がかわいそうだとは思はないのか？」**と言われました。**子供を連れて休日ごとに遊びに行くのはおかしいことですか？**

おばあちゃんが夢遊病のように歩き回ります。普段はこれといったことはなく普通で、認知症もないような状態なのですが、たまに夜中に起き出したと思うと、ふらふら歩いたりして倒れて怪我をしたりします。糖尿病でもあるため低血糖を疑って色々ネットでしらべてみたのですが、該当するものが見つからずどうやらそうでもないようです。以前は数ヶ月に1回くらいだったのが一昨日から回数が多くなってきました。暗くなってきた頃にそういう状態になったときもあります。**症状がでている時に病院連れて行こうとしても「行きたくない」と嫌がるし、今はGW中で病院も休みのため観てもらうこともできません。**両親は今家を空けていて、私も夜勤で働いているためつねに観ていることができません。状態の悪いおばあちゃんを一人で置いて夜勤に行くのは心配ですが今の職場は手がたりず、おいそれと休んだり代わりを頼めない状態です。先が見えず非常に不安です。これからどうすればいいのでしょうか？

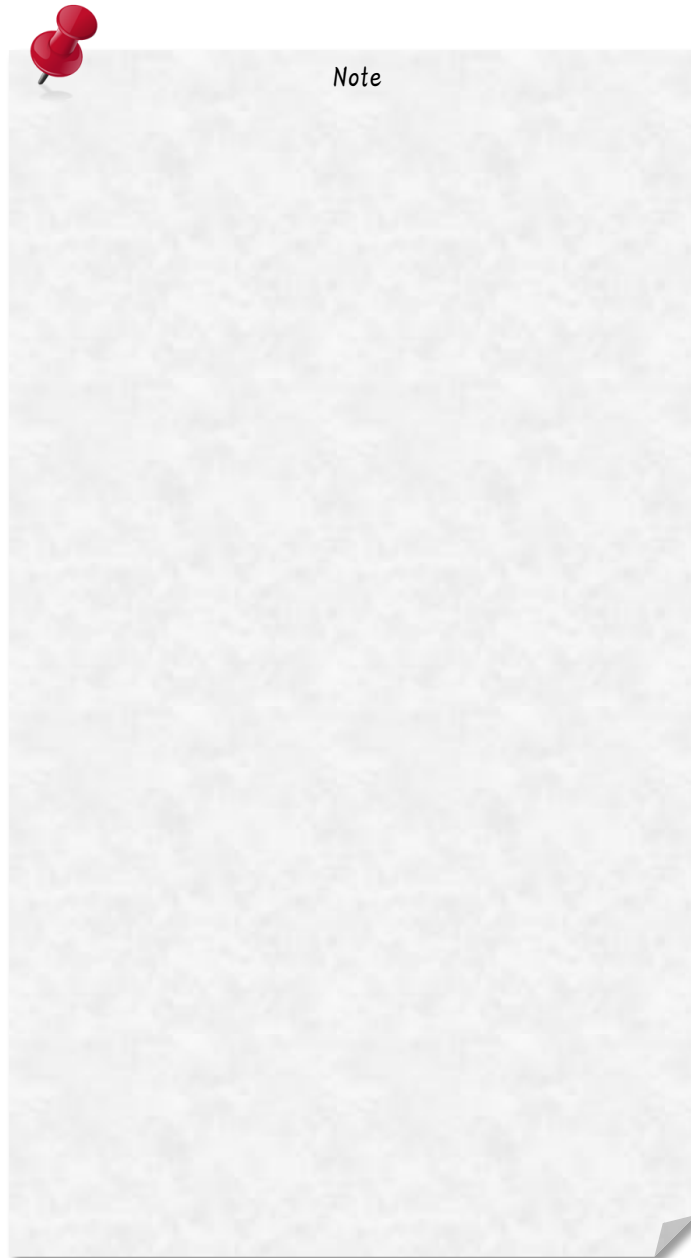
Table 4.4.1 : 「介護・認知症」に関する質問

考察 現在の質問数は少ないものの、今後要介護者に対するゴールデンウィーク等長期休暇中の不平・不満などから様々な要求・要望が発生し新たな需要となる可能性が高い。



1. ゴールデンウィーク期間中の介護サービス

高齢化社会においてゴールデンウィーク等長期休暇中に旅行にいけない等の不平・不満を抱える人は今後さらに増加していくと思われる。



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3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

okri_pr@ml.okwave.co.jp

okri_sample@ml.okwave.co.jp