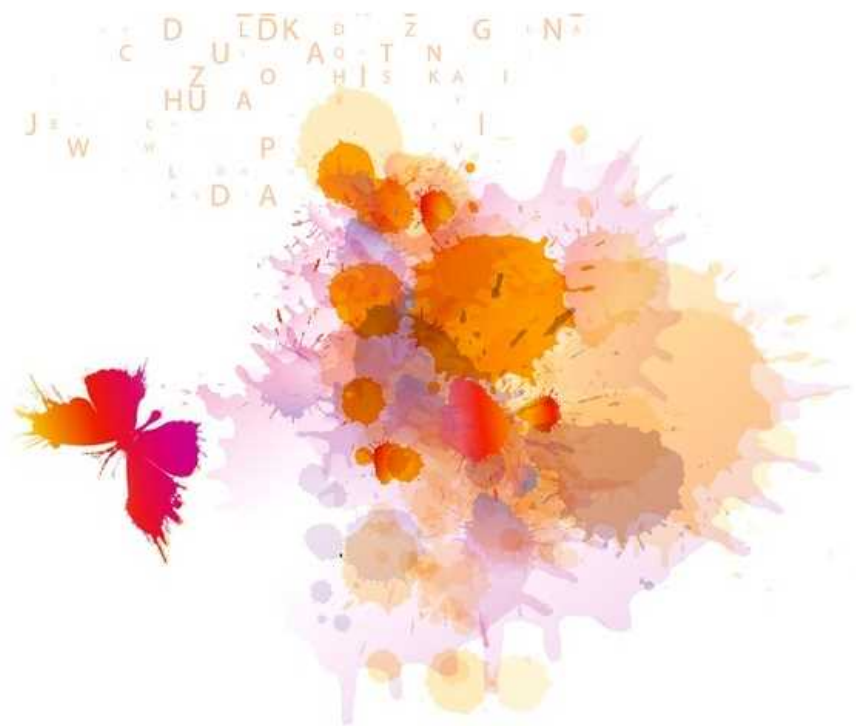


サンプルレポート

最も好きなファストフード店を選んだ理由



◆分析目的

最も好きなファストフード店の理由を把握する。
またその理由がファストフード店ごとに異なるかどうか、その違いについて深堀する。

◆分析対象データ

【調査名】マイボイスコム アンケートデータベースサービス「MyEL」より
ファストフードの利用に関するアンケート調査（第9回）
【調査対象】「MyVoice」のアンケートモニター
【調査時期】2019年09月01日～09月05日

◆分析設問

Q7. 最も好きなファストフード店を選んだ理由を具体的にお聞かせください。
サンプルサイズ：5089件
（「特になし」などのコメントは除外）

◆分析内容

- 1) 全体（ワードクラウド図/ネットワーク図）
： ファストフード店で最も好きな店を選ぶ理由
- 2) 最も好きなファストフード店別（ワードクラウド図/ネットワーク図/サマライズ）
： 最も好きなファストフード店別 最も好きな店を選ぶ理由
- 3) 最も好きなファストフード店が、一番行く店かどうか別（セグメント分析）
： 同じファストフード店が好きな人のなかでよく行く人とそうでない人の違い

- 最も好きなファストフード店を選んだ理由を、ワードクラウド図として図示



見受けられる単語

食べた感触に関する単語

美味しい/ボリューム/食べなれ など

店舗・立地に関する単語

店舗/近く/どこにでも/立ち寄りやすい/入りやすい など

メニューに関する単語

チキン/ハンバーガー/ドーナツ/コーヒー/サンドイッチ など

素材に関する単語

野菜/パン/品質/新鮮 など

利用シーンに関する単語

手軽/利用/ドライブスルー/たまに/長居/子供 など

価格に関する単語

価格/安い/高い

【ワードクラウド図の見方】

文字が大きいほど出現量が多い
色は単語出現量の順位を示す

【多】上位 10%以内 : 赤
10%以上 20%未満 : オレンジ
20%以上 40%未満 : 黄
40%以上 60%未満 : 緑
60%以上 80%未満 : 青
【少】80%以上 100%以下 : グレー

順位	単語	出現件数
1	美味しい	2055
2	好き	674
3	ある	664
4	安い	551
5	味	415
6	手軽	358
7	近く	338
8	価格	295
9	チキン	289
10	多い	279
11	利用	245
12	メニュー	225
13	野菜	218
14	ハンバーガー	210

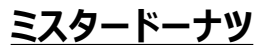
最も好きなファストフード店を選ぶ理由は、「美味しい」が突出。

ファストフード店ごとの違いについて、次ページ以降において分析する。

Q7：

最も好きなファストフード店を選んだ理由を具体的にお聞かせください

- マクドナルド





TEXT VOICE 1-2-2.ワードクラウド図 (出現量)

ベース：各ファストフード店が最も好きな人

- 最も好きなファストフード店がマクドナルド、モスバーガー、ケンタッキー、ミスタードーナツ、サブウェイを比較

マクドナルド

- 「安い」の出現量が「美味しい」をわずかに上回る
- 「近く」「店舗」が上位に存在

順位	単語	出現件数
1	安い	432
2	美味しい	422
3	ある	354
4	手軽	256
5	近く	217
6	価格	198
7	好き	191
8	利用	129
9	多い	129
10	メニュー	116
11	店舗	113
12	慣れ	101
13	味	99
14	クーポン	88
15	食べなれ	87

モスバーガー

- 「美味しい」の出現量が他チェーンと比較して圧倒的に多い

順位	単語	出現件数
1	美味しい	770
2	好き	133
3	味	131
4	ある	120
5	ハンバーガー	103
6	素材	95
7	野菜	91
8	安心	86
9	高い	65
10	良い	64
11	多い	47
12	メニュー	45
13	ない	44
14	価格	41
15	近く	41

ケンタッキー

- 「美味しい」が最頻語
- 「真似できない」「食べたい」「たまに」などが見られる

順位	単語	出現件数
1	美味しい	456
2	チキン	258
3	好き	180
4	味	119
5	ある	65
6	真似できない	58
7	ない	42
8	食べたい	42
9	利用	31
10	自宅	28
11	たまに	27
12	良い	23
13	手軽	22
14	近く	21
15	メニュー	18

ミスタードーナツ

- 「美味しい」と「ドーナツ」がほぼ同数

順位	単語	出現件数
1	美味しい	113
2	ドーナツ	106
3	好き	84
4	ある	57
5	安い	48
6	手軽	43
7	コーヒー	33
8	利用	30
9	種類	26
10	価格	24
11	多い	22
12	おかわり	20
13	メニュー	15
14	近く	15
15	良い	13

サブウェイ

- 「野菜」が「美味しい」を上回る

順位	単語	出現件数
1	野菜	108
2	美味しい	70
3	多い	57
4	健康的	36
5	とれる	22
6	好き	20
7	食べられる	20
8	サンドイッチ	17
9	豊富	17
10	選択	16
11	良い	12
12	ある	11
13	種類	10
14	ない	9
15	パン	9

各店の特徴については青字で記載の通り次ページで、店舗ごとに比較したときの特徴的な単語を分析する

Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



TEXT VOICE 1-2-3.ワードクラウド図 (マップ図)

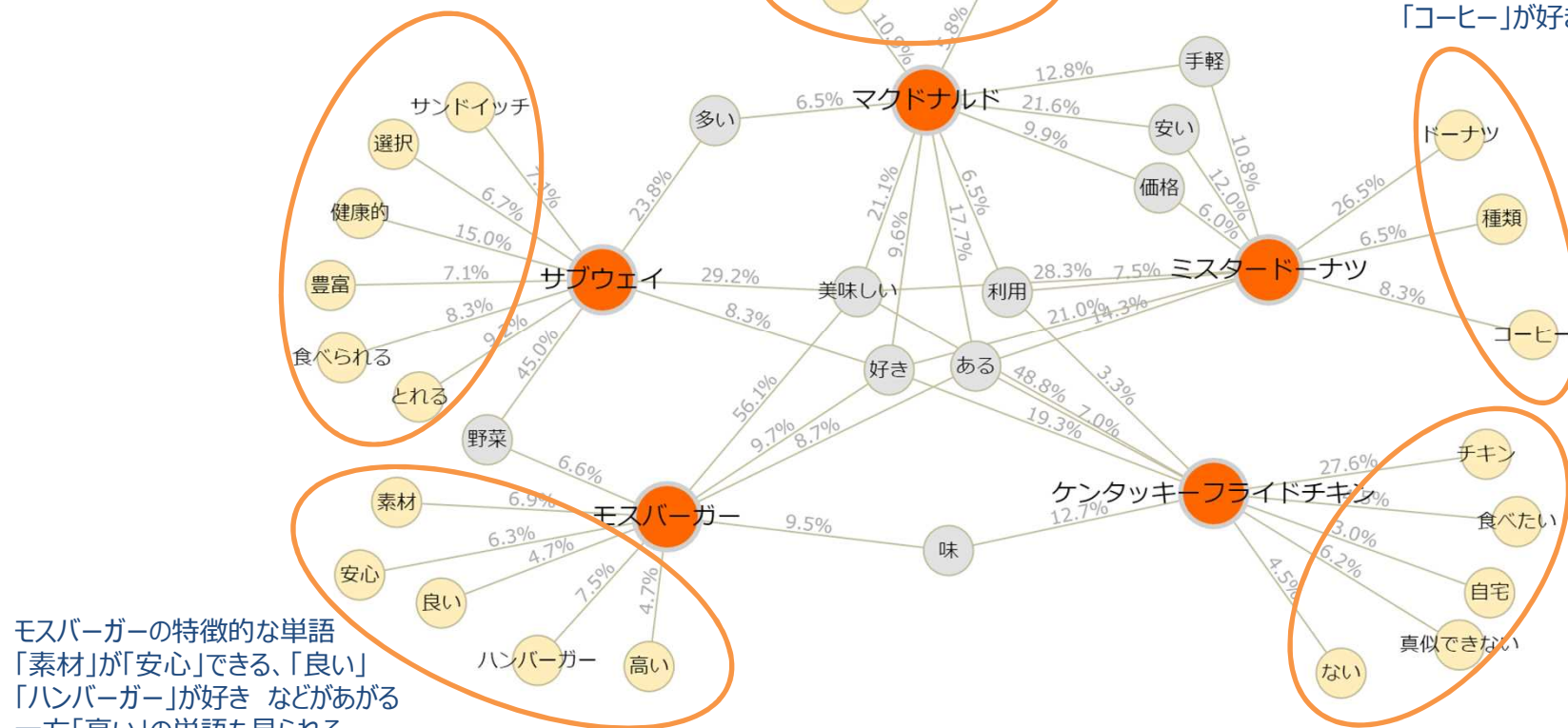
ベース：各ファストフード店が最も好きな人

- 最も好きなファストフード店ごとに、出現頻度の高い上位10個の単語を比較

サブウェイの特徴的な単語
野菜を「とれる」「食べられる」
「健康的」である
野菜や「サンドイッチ」を「選択」できる

マクドナルドの特徴的な単語
「近く」にある
「メニュー」が豊富である

ミスタードーナツの特徴的な単語
「ドーナツ」の「種類」が多い、
「コーヒー」が好き



モスバーガーの特徴的な単語
「素材」が「安心」できる、「良い」
「ハンバーガー」が好き などがあがる
一方「高い」の単語も見られる

ケンタッキーフライドチキンの特徴的な単語
「チキン」が「食べたい」
「自宅」では「真似できない」 などがあがる

【マップ図の見方】

オレンジ：比較の軸となる属性（最も好きなファストフード店）

黄色：その属性のみ、TOP10に出現している単語

グレー：複数の属性でTOP10に出現している単語

数値：自由回答のうち、その単語が出現している比率

Q7：

最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



TEXT VOICE 1-2-4.ワードクラウド図（再掲）

ベース：各ファストフード店が最も好きな人

・「美味しい」は、どのファストフード店においても上位 2 位までに出現
→ 「美味しい」がどのような言葉と結びついているか、次ページ以降ネットワーク分析を行う

マクドナルド

モスバーガー

ケンタッキー

ミスタードーナツ

サブウェイ

順位	単語	出現件数	順位	単語	出現件数	順位	単語	出現件数	順位	単語	出現件数	順位	単語	出現件数
1	安い	432	1	美味しい	770	1	美味しい	456	1	美味しい	113	1	野菜	108
2	美味しい	422	2	好き	133	2	チキン	258	2	ドーナツ	106	2	美味しい	70
3	ある	354	3	味	131	3	好き	180	3	好き	84	3	多い	57
4	手軽	256	4	ある	120	4	味	119	4	ある	57	4	健康的	36
5	近く	217	5	ハンバーガー	103	5	ある	65	5	安い	48	5	とれる	22
6	価格	198	6	素材	95	6	真似できない	58	6	手軽	43	6	好き	20
7	好き	191	7	野菜	91	7	ない	42	7	コーヒー	33	7	食べられる	20
8	利用	129	8	安心	86	8	食べたい	42	8	利用	30	8	サンドイッチ	17
9	多い	129	9	高い	65	9	利用	31	9	種類	26	9	豊富	17
10	メニュー	116	10	良い	64	10	自宅	28	10	価格	24	10	選択	16
11	店舗	113	11	多い	47	11	たまに	27	11	多い	22	11	良い	12
12	慣れ	101	12	メニュー	45	12	良い	23	12	おかわり	20	12	ある	11
13	味	99	13	ない	44	13	手軽	22	13	メニュー	15	13	種類	10
14	クーポン	88	14	価格	41	14	近く	21	14	近く	15	14	ない	9
15	食べなれ	87	15	近く	41	15	メニュー	18	15	良い	13	15	パン	9

※4ページより抜粋

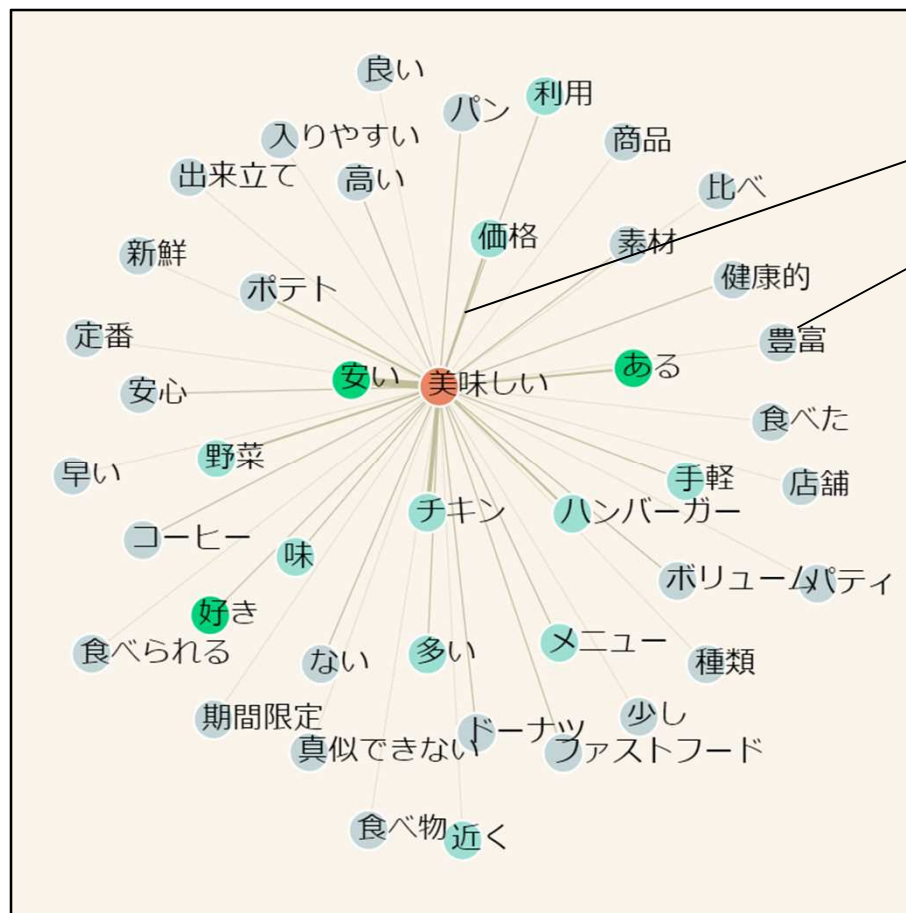
Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



TEXT VOICE 2-1.ネットワーク図：「美味しい」を起点

ベース：全体

- 好きな理由として最も多く挙げられた「美味しい」を起点にネットワーク図を作成



【ネットワーク図の見方】

○（点同士を結ぶ線）の太さ

→ その単語同士が同一文中に含まれる回数が多いほど太くなる

○（単語を示す点）の色

→ 単語の出現量を色で示す

多い

↑

オレンジ

薄オレンジ

黄色

緑

青

↓

少ない

全体ベースでみると、
「美味しい」は「安い」「チキン」と結びつきが強い。

それでは、
どのように「美味しい」のかがファストフード店ごとに
異なるかどうかについて、
次ページ以降で分析する。

Q7：

最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



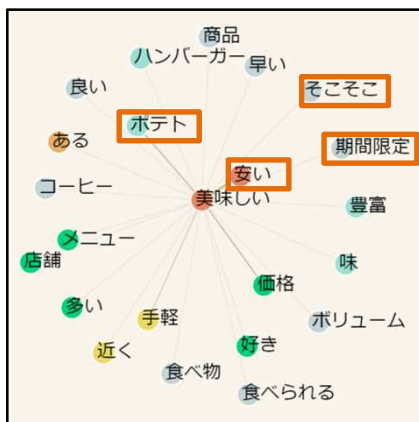
TEXT VOICE 2-2.ネットワーク図：「美味しい」を起点

ベース：各ファストフード店が最も好きな人

- 最も好きなファストフード店別に、好きな理由「美味しい」と紐づく単語をネットワーク図として図示

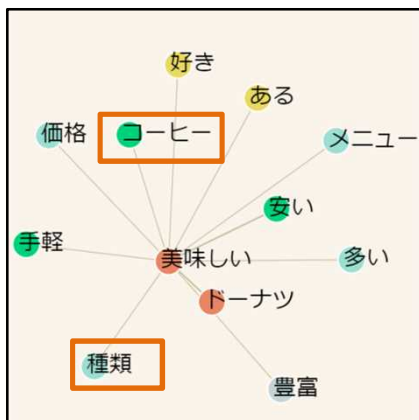
マクドナルド

- 「美味しい」と最も結びつきが強いのは、商品ではなく「安い」
- 「美味しい」と「安い」が同等の出現量
- 「ポテト」「期間限定」などが特徴的



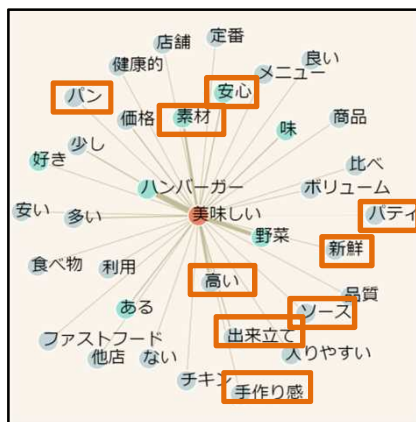
ミスタードーナツ

- 「種類」は他ではみられない
- 「コーヒー」はマクドナルドでも見られるがミスタードーナツの方が出現量が多い



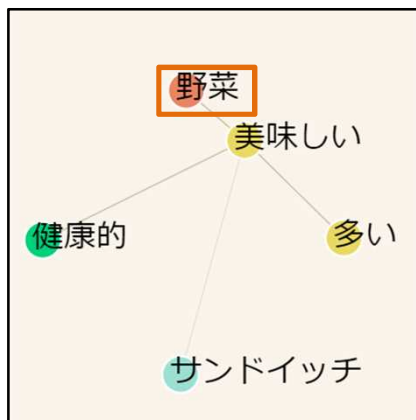
モスバーガー

- 最も「美味しい」に結びつく単語が多い
- 「素材」「安心」「出来立て」などが特徴的
- 材料に関する単語が出現（「パン」「パティ」等）



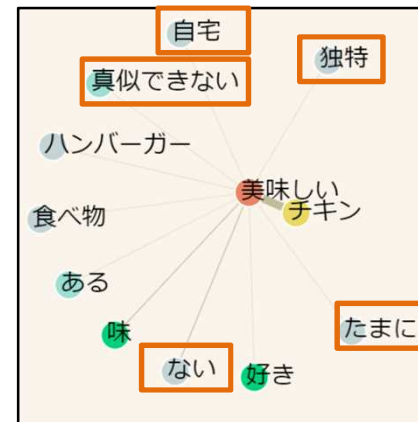
サブウェイ

- 「美味しい」と最も結びつきが強いのは、商品ではなく「野菜」
- 「美味しい」よりも「野菜」「健康的」の出現量が多い
- 「健康的」はモスバーガーでも見られるがサブウェイの方が出現量が多い



ケンタッキー

- 「独特」「真似できない」「自宅」「たまに」「ない」が特徴的



「美味しい」に関わる最も好きな理由の要素は、各ファストフード店ごとに以下の通り。

マクドナルド → 安く美味しい/限定商品
モスバーガー → 素材の質/安心感/できたて
ケンタッキー → 独自性/たまに食べたい
ミスタードーナツ → ドーナツの種類/コーヒー
サブウェイ → 野菜が取れて健康的

Q7：
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください

□：他店では見られない・ほとんど見られない（抜粋）

(C) MyVoice Communications, Inc. All Rights Reserved.



TEXT VOICE 2-3-1.ネットワーク図：「美味しい」を起点（マクドナルド）

ベース：マクドナルドが最も好きな人

- 最も好きなファストフード店マクドナルドの「美味しい」と結びつく単語に関するコメントを抜粋して記載

マクドナルド

- 「美味しい」と最も結びつきが強いのは、商品ではなく「安い」
- 「美味しい」と「安い」が同等の出現量
- 「ポテト」「期間限定」などが特徴的



モスバーガー

ケンタッキー

単語内に類義語として含まれている単語を**太字**にしている
(以下であれば「期間限定」の類義語を太字にしている
「期間限定」「季節品」「季節感」「限定品」など)

「期間限定」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
7099	北陸	女性	29	期間限定 メニューが定期的にあって、味が気になり利用する頻度が高いから。
39287	関東	女性	54	季節品 のデザートが充実しているので。
40860	近畿	女性	59	手頃な値段と、 期間限定 のシェイク。
42916	中部	男性	42	定番も 季節感 もある商品があるから。
41837	関東	男性	71	店舗が近くにあり広告が新聞に入ってくるため、 限定品 がよくわかる、中にはこんなものもおいしいねと思うものもある。

「安い」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
23850	関東	女性	34	安く て定番から季節の商品まで品揃えが豊富だし、店舗のオペレーションもしっかりしていてスムーズだから。
12864	九州	女性	57	一番便利な場所にあり、価格も 手ごろ なものがあり、クーポンもある。
4392	中部	女性	35	価格が お手頃 で、何より子供のハッピーセットがクーポンを使うと100円以上値引きされるのは、とてもお得感がある。
27587	関東	男性	58	速くて 安価 で美味しいメニュー（チキンリスプ・グリドルソーセージ）があるため。
9914	関東	男性	71	昼食に 手ごろ な値段で、量的に満足できる。

手頃な値段でおいしい、種類豊富、
期間限定商品の魅力が
マクドナルドの選択理由として
挙げられている。

Q7：
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



TEXT VOICE 2-3-2.ネットワーク図：「美味しい」を起点 (モスバーガー)

ベース：モスバーガーが最も好きな人

- 最も好きなファストフード店モスバーガーの「美味しい」と結びつく単語に関するコメントを抜粋して記載

マクドナルド

「素材」コメント抜粋

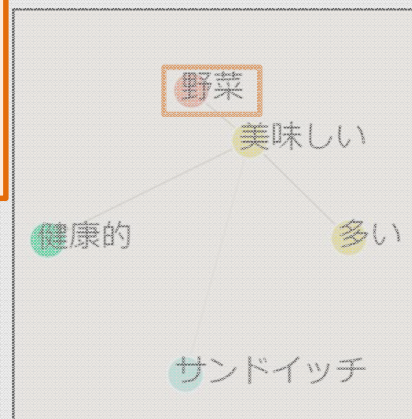
No	地域	性別	年齢	テキスト
33224	関東	女性	49	いつでもできたてで、美味しいし、 食材 が農家と提携していて安全だから。
16545	関東	女性	57	ソースと 素材 にこだわりがあり、おいしくて健康的なメニューが多いから。
6117	中国	女性	50	価格は少し高いが安心して食べられる 食材 を使っていると思う。
31338	関東	女性	58	使ってる 原料 の産地等を表示してくれてる所や、味がとても美味しい。
26597	東北	女性	40	値段は少し高めだがおいしいし、 原材料 の産地などもはっきり知らせてくれるから安心。

モスバーガー

- 最も「美味しい」に結びつく単語が多い
- 「素材」「安心」「出来立て」などが特徴的
- 材料に関する単語が出現（「パン」「パティ」等）



サブウェイ



ケンタッキー

「出来立て」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
34891	関東	女性	67	バーガー類が美味しく、 出来立て を提供している。
26577	四国	男性	54	やや金額は高いが、 出来立て でおいしいと思う。
20245	関東	女性	48	注文してから作り始めるので 出来立て を食べられる。
7026	関東	男性	69	適度な値段で品質が良く発注してから作るので 出来立て を食べられるので他のものと比較して美味しいと思う。

少し高くても、こだわった原材料、産地表示、また注文してからの出来立てを食べられる点がモスバーガーの選択理由として挙げられている。

Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を具体的にお聞かせください

□：他店では見られない・ほとんど見られない（抜粋）

(C) MyVoice Communications, Inc. All Rights Reserved.



TEXT VOICE 2-3-3.ネットワーク図：「美味しい」を起点（ケンタッキー）

ベース：ケンタッキーが最も好きな人

- 最も好きなファストフード店ケンタッキーの「美味しい」と結びつく単語に関するコメントを抜粋して記載

「真似できない」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
32641	九州	男性	62	ケンタッキーでしか 食べれない 製法だから。
30086	関東	女性	33	ケンタのチキンがどこにも ない味 で好き。
40715	近畿	女性	41	自宅調理では 作れない あの独特なスパイスがたまらないから。
22501	九州	女性	50	他のお店には ない味 だから。
4926	九州	女性	62	ケンタッキーフライドチキンは味が独特で、ほかでは 真似できない 美味しさだ。

「たまに」コメント抜粋

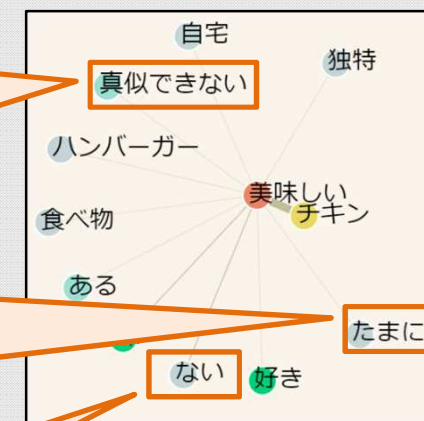
No	地域	性別	年齢	テキスト
34591	関東	男性	73	たまに どうしてもなく食べなくなる。
1996	関東	男性	51	時々 、あの味あの匂いが恋しくなります。
35288	中部	女性	49	他のファストフードは必要に迫られての利用が多いが、ケンタッキーは 時々 食べたくって利用する。
19921	関東	女性	63	揚げたてのサクサクしたフライドチキンが 時々 食べなくなり、この店は本格的でおいしいから。

「ない」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
19078	関東	女性	44	子供のころから特別な日（誕生日等）に食べていて、味が変わって いない ので。
39568	関東	男性	68	酒のつまみが足り ない とき。
4778	近畿	女性	29	飽きが こない うまさ。
4926	九州	女性	62	揚げ物を家であまり しない ので、フライドチキンが食べなくなったとき利用する。

ケンタッキー

- 「独特」「真似できない」「自宅」「たまに」「ない」が特徴的



他店や自宅では真似できない味がケンタッキーを選ぶ理由として挙げられている。

※「たまに」「ない」は否定的な意味を持つように見えるが、実際のコメントを見ると「たまに食べなくなる」「変わらない」「飽きがこない」などプラスの意味を持っている。

Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



TEXT VOICE 2-3-4.ネットワーク図：「美味しい」を起点 (ミスタードーナツ)

ベース：ミスタードーナツが最も好きな人

- 最も好きなファストフード店ミスタードーナツの「美味しい」と結びつく単語に関するコメントを抜粋して記載

「コーヒー」コメント抜粋

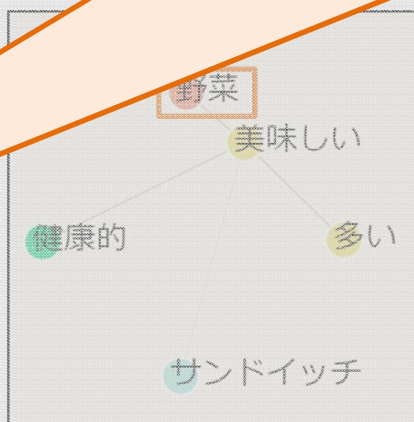
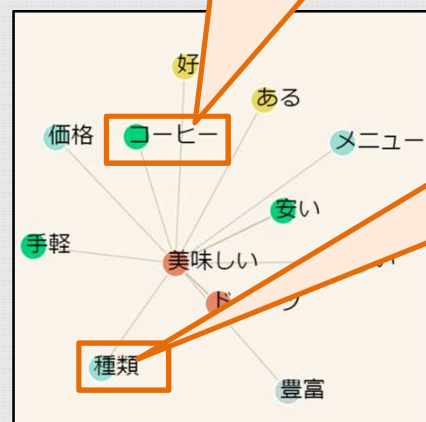
No	地域	性別	年齢	テキスト
23934	近畿	女性	70	コーヒーが美味しく、カフェインレスもあるのが嬉しい。
18310	北海道	女性	41	コーヒーとドーナツがとてもあって美味しい。
35254	関東	女性	63	ミスのカフェオレが 好き お替り自由
27574	中国	女性	30	以前よく利用していたから馴染みがあるし、カフェオレおかわり自由で長く居られるし、可愛くて美味しいドーナツがあり、時には私の好きな麺類の販売もしているから。
27722	関東	女性	71	手頃な大きさと値段のスイーツが有り 食後でもたつぷりのコーヒーと一緒につい食べてしまう。

「種類」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
9467	関東	女性	54	ドーナツが大好きで、いろんな種類のものが選べて食べれるので。
4964	関東	女性	69	ドーナツの種類が多く、作り立てで他の食事メニューも充実しているので。
27674	中部	女性	46	ドーナツの種類が豊富である時期限定商品があり美味しいからです。
30053	近畿	女性	53	子供たちを含め、家族みんなが好きな種類がそろっていておいしくて食べなくなるから。
3628	東北	男性	54	種類がたくさんあり、楽しい気分になるから。

ミスタードーナツ

- 「種類」が他ではみられない
- 「コーヒー」はマクドナルドでも見られるがミスタードーナツの方が出現量が多い



ドーナツに合いおかわりができるコーヒーや、種類豊富でドーナツが選べることがミスタードーナツを選ぶ理由として挙げられている。

Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



TEXT VOICE 2-3-5.ネットワーク図：「美味しい」を起点 (サブウェイ)

ベース：サブウェイが最も好きな人

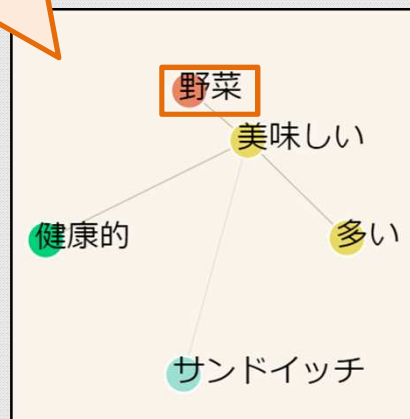
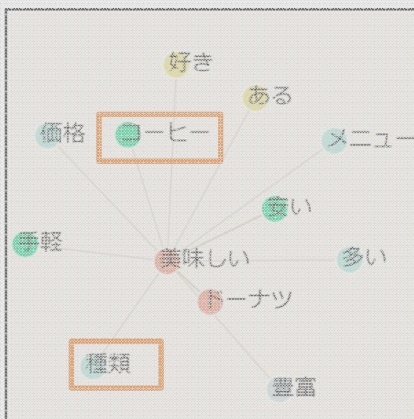
- 最も好きなファストフード店サブウェイの「美味しい」と結びつく単語に関するコメントを抜粋して記載

「野菜」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
1146	関東	女性	68	サブウェイでは、 サラダ を レタス 多めに、とか、嫌いなものをよけてもらえたりもできるので、バンズ も何種類かで選べたので好きなんです、値段が少々お高いので最近はなかなか行けません。
37430	近畿	女性	46	ファーストフードだけ、体のことを考え 野菜 や玄米パンなども選択できるのありがたいから。
38098	関東	女性	49	普段から肉類はほとんど食べないので、 野菜 がメインで美味しく、トッピングの量も加減が出来るので重宝しています。
32176	関東	女性	32	野菜 がたくさん入っていて、ドレッシングなどで自分の好みに作ることができるから。
22984	中部	女性	59	野菜 と一緒に食べられるし、具の選択肢が多くて飽きないから。

サブウェイ

- 「美味しい」と最も結びつきが強いのは、商品ではなく「野菜」
- 「美味しい」よりも「野菜」「健康的」の出現量が多い
- 「健康的」はモスバーガーでも見られるがサブウェイの方が出現量が多い



野菜を食べられること、パンやドレッシング、トッピングを健康面や好みをもとに選ぶことがサブウェイを選ぶ理由として挙げられている。

Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を具体的にお聞かせください



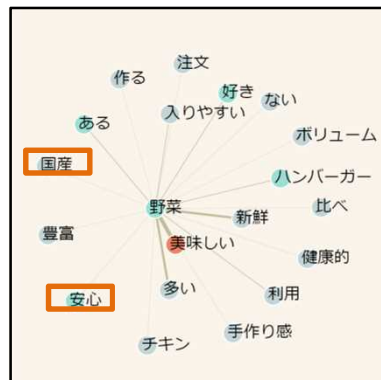
TEXT VOICE 2-4.ネットワーク図：「野菜」を起点

ベース：モスバーガー・サブウェイが最も好きな人

- 最も好きなファストフード店モスバーガーとサブウェイは、いずれも「美味しい」に「野菜」が紐づいている
- 同じ「野菜」が理由でも、なぜそれぞれのファストフード店が最も好きなのかを「野菜」を起点に分析

モスバーガー

- 「国産」「安心」などの単語はモスバーガーにのみ出現

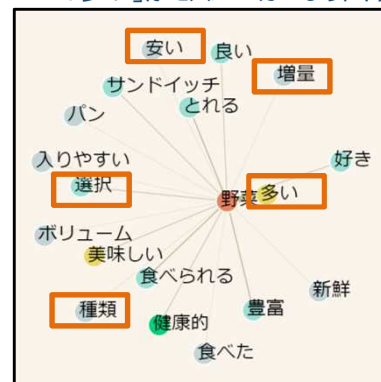


モスバーガー「野菜」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
254	関東	女性	38	お肉や 野菜 の質がいいから。
36955	関東	女性	47	バーガー類の 野菜 が新鮮でたっぷり入っていておいしいから。
28040	中国	女性	58	国産の 野菜 を使っているので安心できる。
38896	関東	男性	42	野菜 が新鮮で産地もわかるので信頼感がある。

サブウェイ

- 「安い」はサブウェイのみ出現
- 「選択」「種類」「増量」はサブウェイ商品の 특징として登場
- 「多い」がモスバーガーより出現量が多い



サブウェイ「野菜」コメント抜粋

No	地域	性別	年齢	テキスト
31109	九州	男性	48	野菜 の増量などが出来、手ごろな上に健康的だから。
38098	関東	女性	49	普段から肉類はほとんど食べないので、 野菜 がメインで美味しく、トッピングの量も加減が出来るので重宝しています。
32176	関東	女性	32	野菜 がたくさん入っていて、ドレッシングなどで自分の好みに作ることができるから。

★モスバーガーの選択理由
： 野菜の「質」を重視
(国産、安心、新鮮)

★サブウェイの選択理由
： 野菜の「量」を重視
(種類の選択、増量)

Q7 :
最も好きなファストフード店を選んだ理由を
具体的にお聞かせください



- 最も好きなファストフード店と一番行くファストフード店の関係について集計を行った。
- 下記5ファストフード店合計では、65.7%の人が最も好きなファストフード店へ一番行くが、どのファストフード店が最も好きかによって傾向が異なる。
→最も好きなファストフード店に一番行くかそうでないかで、好きな理由に違いがあるのではないか

最も好きなファストフード店別 最も好きな店に一番行く人の構成比

	最も好きなファストフード店	最も好きなファストフード店に一番行く	
		度数	構成比
5ファストフード店合計	4607	3025	65.7%
マクドナルド	1867	1731	92.7%
モスバーガー	1263	451	35.7%
ケンタッキー	878	525	59.8%
ミスタードーナツ	370	259	70.0%
サブウェイ	229	59	25.8%

マクドナルド・モスバーガー・ケンタッキーの3チェーンについて、次ページ以降で分析

- 合計よりも、最も好きなファストフード店に一番行く人の構成比が高い
- 合計よりも、最も好きなファストフード店に一番行く人の構成比が低い

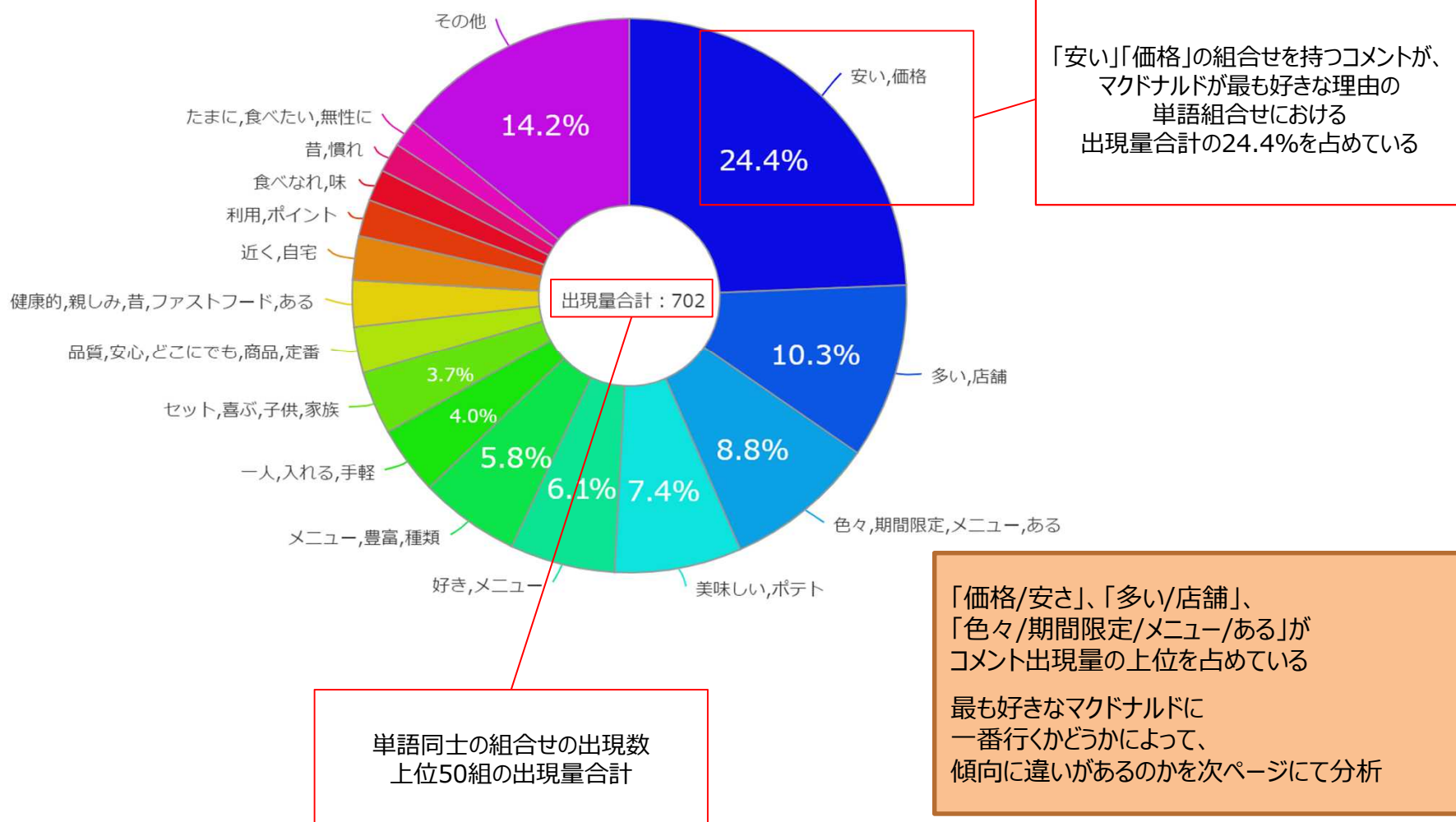
好き →
Q6. あなたが最も好きなファストフード店はどこですか の回答数
一番行く →
Q3. あなたが直近1年以内に最もよく利用したファストフード店はどこですか の回答数



TEXT VOICE 3-2-1.サマライズ：単語の組合せ構成比（マクドナルド）

ベース：マクドナルドが最も好きな人

- マクドナルドが最も好きな人のコメントについて、単語の組合せをグラフ化





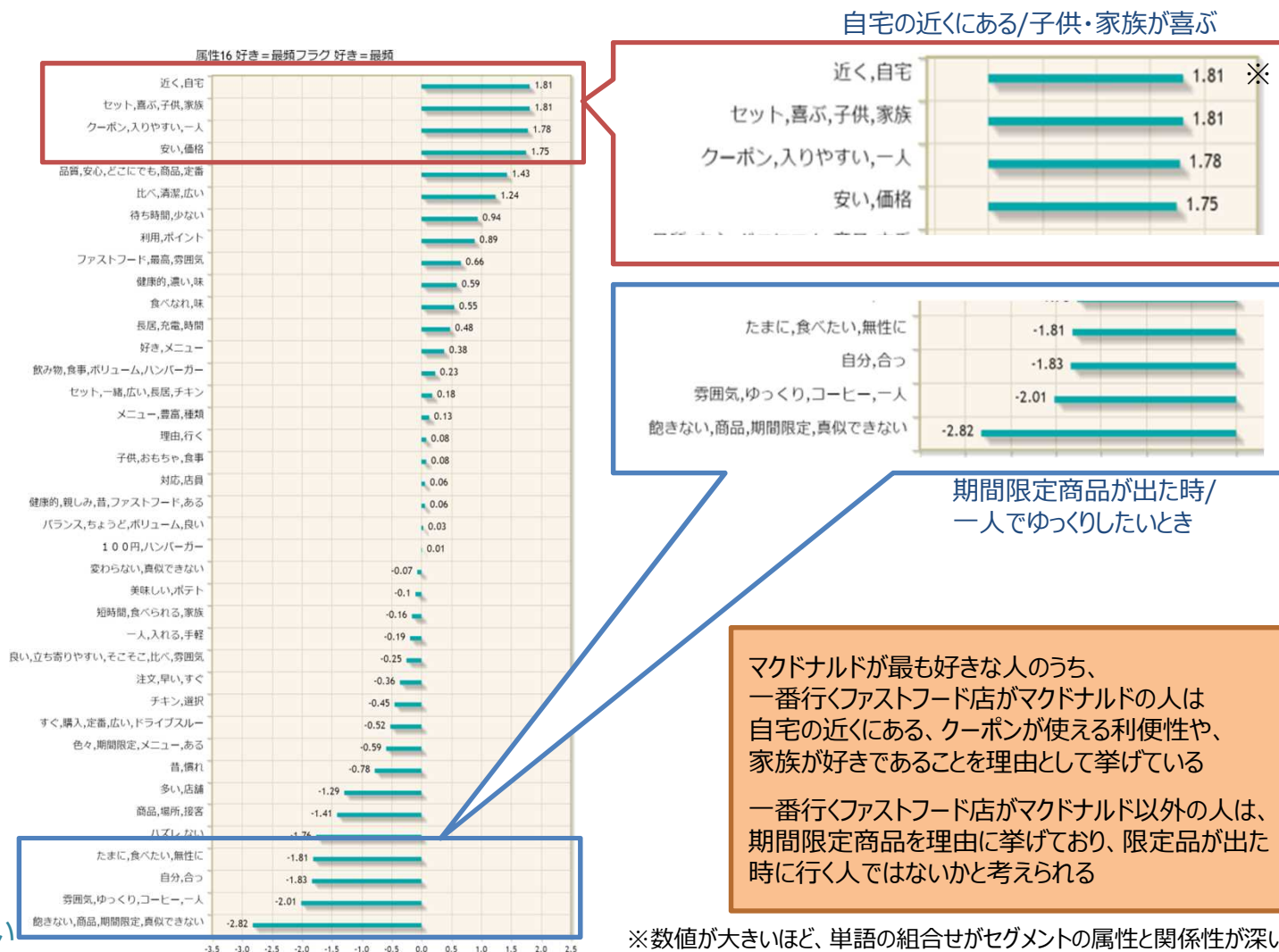
TEXT VOICE 3-2-2.セグメント分析 (マクドナルド)

ベース：マクドナルドが最も好きな人

- マクドナルドが最も好きな人について、マクドナルドに一番行くかどうかで、前ページの単語の組合せの出現状況をセグメント分析

マクドナルドが最も好きで一番行く人に特徴的

マクドナルドが最も好きだが一番行くわけではない人に特徴的



マクドナルドが最も好きな人のうち、一番行くファストフード店がマクドナルドの人は自宅の近くにある、クーポンが使える利便性や、家族が好きであることを理由として挙げている

一番行くファストフード店がマクドナルド以外の人、期間限定商品を理由に挙げており、限定品が出た時に行く人ではないかと考えられる

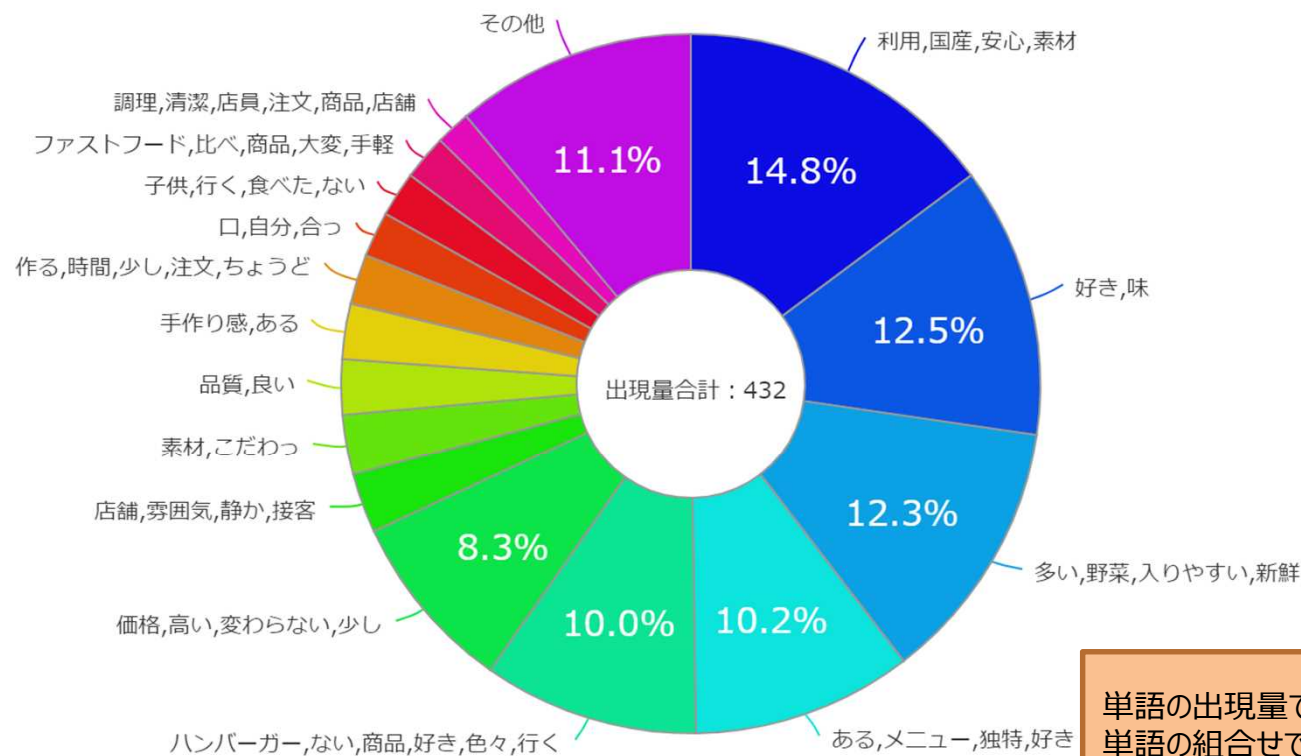
※数値が大きいほど、単語の組合せがセグメントの属性と関係性が深い(今回であれば、最も好きなファストフード店が一番行く店と一致しているか)2.00が関係性があるかどうかの目安となる



TEXT VOICE 3-3-1.サマライズ：単語の組合せ構成比（モスバーガー）

ベース：モスバーガーが最も好きな人

- モスバーガーが最も好きな人のコメントについて、単語の組合せをグラフ化

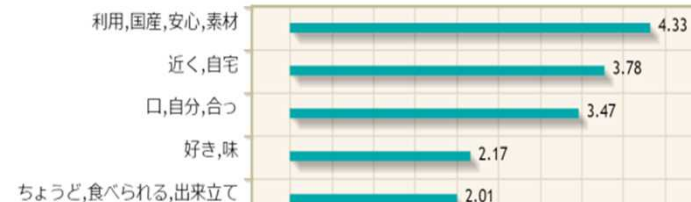
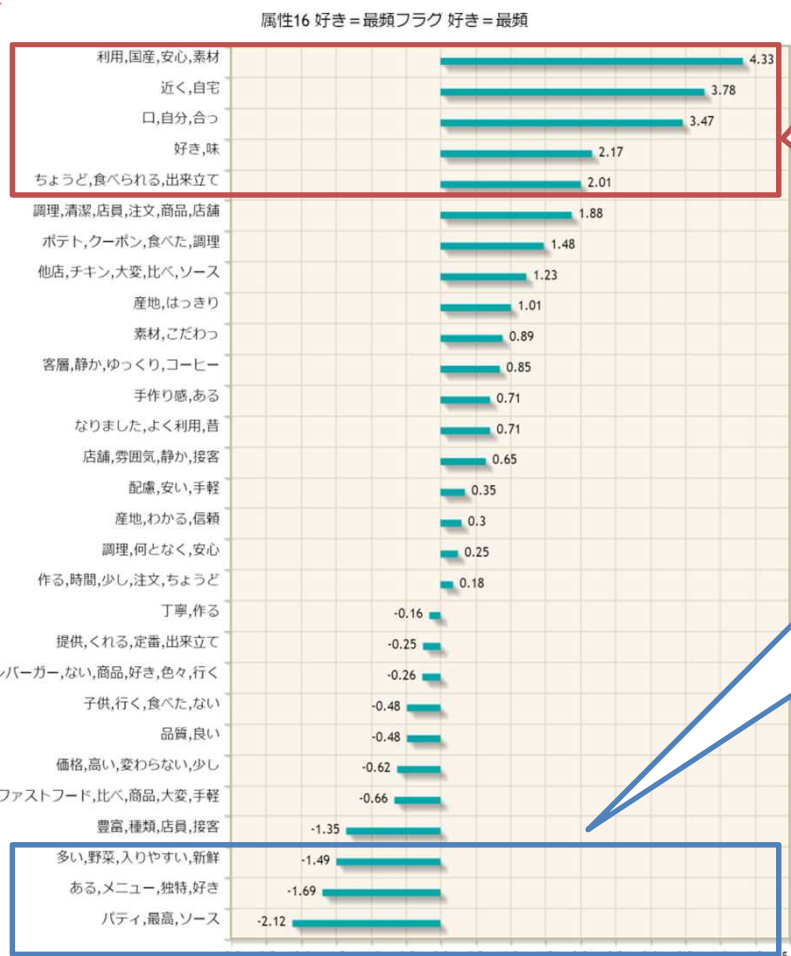


単語の出現量では「美味しい」が最も多かったが、単語の組合せでは「利用/国産/安心/素材」と素材に関するコメントの構成比が高い

最も好きなモスバーガーに一番行くかどうかによって、傾向に違いがあるのかを次ページにて分析

- モスバーガーが最も好きな人について、モスバーガーに一番行くかどうかで、前ページの単語の組合せの出現状況をセグメント分析

モスバーガーが最も好きで一番行く人に特徴的



安心できる素材/家の近く/自分の口に合っている



ソースやパティが好き/
お気に入りのメニューがある

モスバーガーが最も好きな人のうち、一番行くファストフード店がモスバーガーの人は産地、安心感についての組合せが関連性が高い
普段の食事から食事にこだわりを持つ顧客ではないかと考えられる

一番行くファストフード店がモスバーガー以外の人はパティやソース、好きなメニューがあるというコメントの組合せの関連性が高い

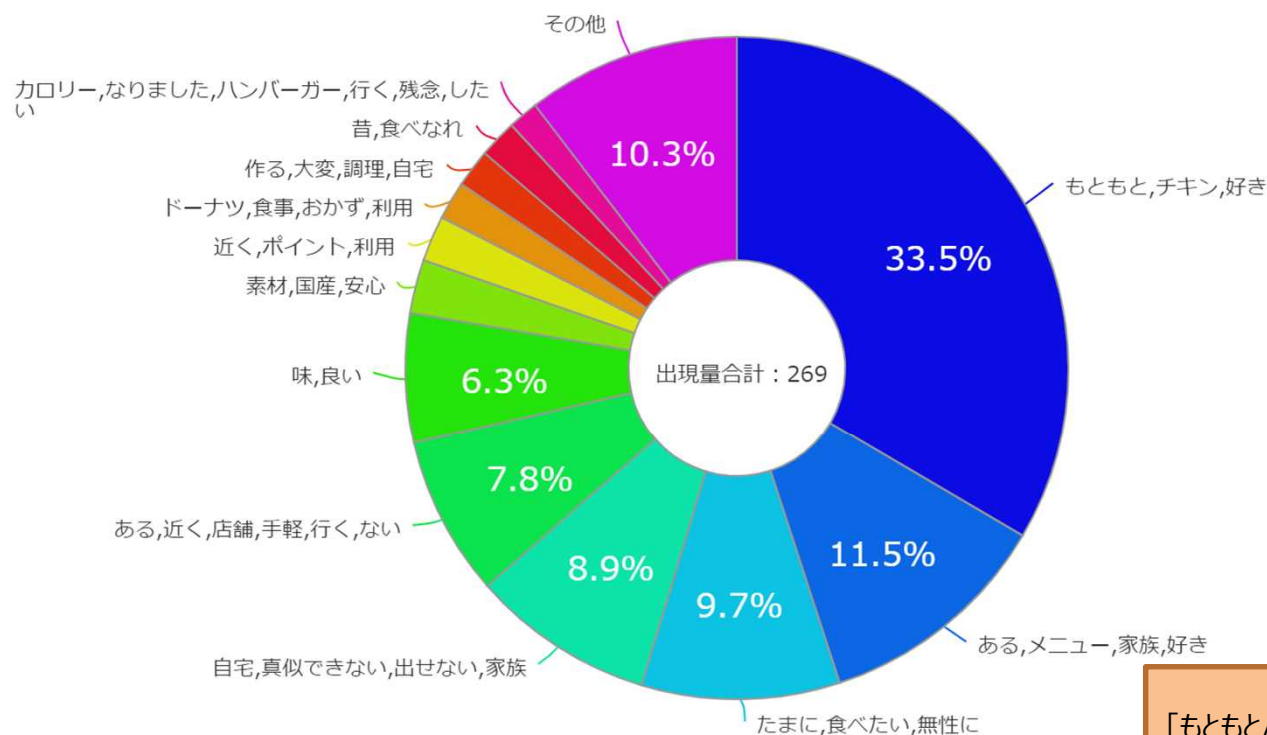
モスバーガーが最も好きだが一番行くわけではない人に特徴的



TEXT VOICE 3-4-1.サマライズ：単語の組合せ構成比（ケンタッキー）

ベース：ケンタッキーが最も好きな人

- ケンタッキーが最も好きな人のコメントについて、単語の組合せをグラフ化



「もともと/チキン/好き」のようなチキンが好きという組合せや、ネットワーク図にて発見した、たまにチキンを食べたい顧客の「たまに/食べたい/無性に」組合せの構成比が高い。

最も好きな店に一番行くかどうかによって、傾向に違いがあるのかを次ページにて分析

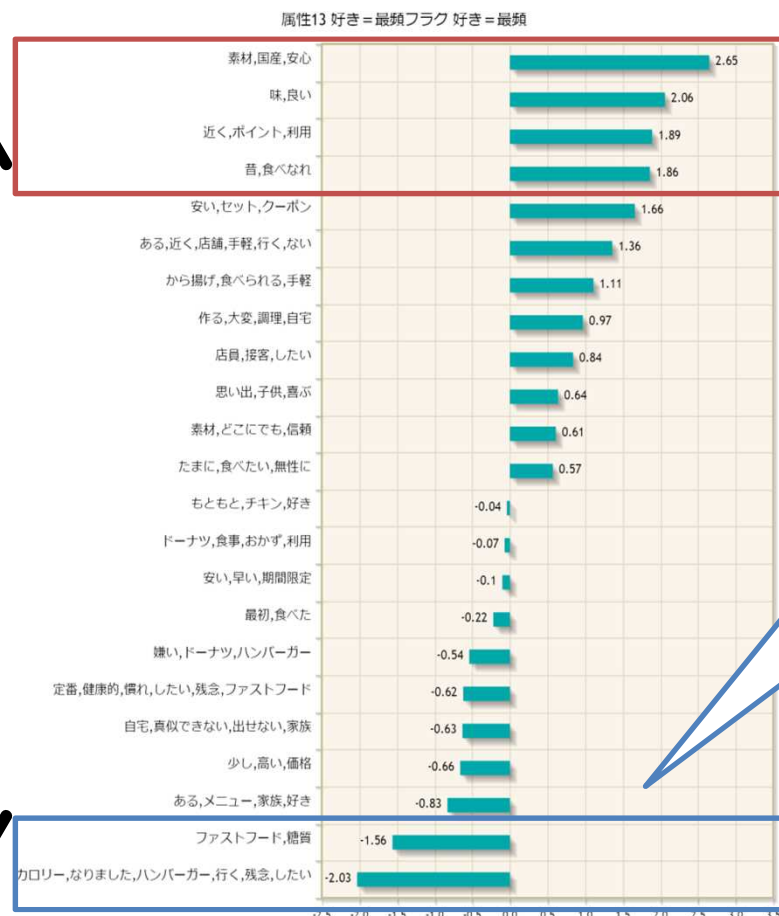


TEXT VOICE 3-4-2.セグメント分析 (ケンタッキー)

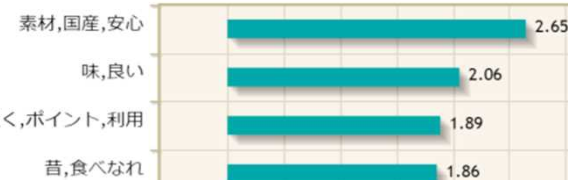
ベース：ケンタッキーが最も好きな人

- ケンタッキーが最も好きな人について、
ケンタッキーに一番行くかどうかで、前ページの単語の組合せの出現状況をセグメント分析

ケンタッキーが
最も好きで
一番行く
人に特徴的



国産の材料を使っていること/味のよさ



ファストフード,糖質

-1.56

ハンバーガー,行く,残念,したい
カロリー,なりました

-2.03

カロリーが気になる/
糖質を抑えたい

ケンタッキーが
最も好きだが
一番行くわけではない
人に特徴的

ケンタッキーが最も好きな人のうち、
一番行くファストフード店がケンタッキーの人は、
国産素材に対する安心感のコメントの関連性が高く、
素材へのこだわりを持っていると考えられる。

一番行くファストフード店がケンタッキー以外の人、
ファストフードの糖質が気になるという
コメントの関連性が高い。



TEXT VOICE 3-4-3.セグメント分析 (ケンタッキー)

ベース：ケンタッキーが最も好きな人

- ケンタッキーが最も好きだが一番行くのはケンタッキー以外の人に特徴がみられるコメントを抜粋

