

テキストマイニングを用いた潜在ニーズの把握手法

消費者の潜在ニーズを把握する手法として「テキストマイニング」が注目されています。そこで、手法の概要から実際の活用方法を解説した「分析マニュアル」を作製しました。

「売れる農産物づくり」を目標として、様々なマーケティング手法を駆使した取り組みがみられるようになってきています。

特に、消費者ニーズの把握においては、従来から用いられている選択肢型のアンケート調査から、自由な発言内容や記述文によって、消費者の潜在ニーズ・意識を把握する、「グループインタビュー」や「テキストマイニング」を用いる手法へ移行しつつあります。今後は、研究普及活動においても、消費者ニーズの多様化に対応するために、これらの手法の検討や活用が望まれるところです。

そこで、企画調整スタッフ（農業経営担当）では、「テキストマイニング」を活用した自由記述文の分析を試み、分析手法やその有用性について検討してきました。この度、その成果を取りまとめた冊子を作製しましたので紹介します。冊子の内容は、①分析手法の解説編、②事例編、の2部構成となっており、手法の概要から実際の活用方法までが把握できるように取りまとめています。

今後は、分析事例の更なる蓄積を進めるとともに、パソコン上で容易に分析が可能なシステムづくりを目標とします。

※テキストマイニング:自由記述文から重要単語を抽出し、多変量解析等を用いて分析する手法

