

農産物・食品の輸出に向けた消費者意識・ニーズ把握へのソーシャルリスニングの適用

輸出対象国の消費者の意識・ニーズを把握するために、これまでアンケート調査やインタビュー調査が主に行われてきたが、本音を引き出しにくい、過去の意識や行動の把握が難しい、調査・結果回収にコストと時間がかかる点が問題となっています。そこで、日本の農産物・食品の輸出拡大に向けた輸出対象国の消費者の意識・ニーズをよりの確かつ効率的に把握する手法として、ソーシャルメディア上の外国語のデータを用いたソーシャルリスニングを提案し、事例分析を行うことでその有用性を示しました。

☆ 技術の概要

- 一般的なソーシャルリスニング手法を採用し、分析事例 A（シンガポールでの日本産焼き芋の評価）と分析事例 B（東日本大震災後の日本産農水産物・食品に対するタイ消費者の意識）をステップ 1～5 の順に行いました（図 1）。
- 分析事例 A では、形容詞で「sweet」「good」「soft」「tasty」の出現頻度が高く、シンガポールでは日本産焼き芋は甘くて柔らかくておいしいなど、高い評価を得ていることが分かりました。一方、「expensive」「price」の一連の語の繋がりが示され、販売価格が高いと感じる消費者がいることが分かりました。
- 分析事例 B では、2011 年と 2018 年では多くのタイ消費者が日本産農水産物・食品を敬遠する傾向があったことが分かりました。その背景には食品の放射性物質汚染と放射性物質による健康被害への懸念、マスコミの報道および情報・知識不足に起因する不安・恐怖があることが分かりました（図 2）。
- 以上から、ソーシャルメディア上の外国語のデータを用いたソーシャルリスニングは、輸出拡大に向けた情報の把握・整理において有用であることが明らかになりました。

ステップ 1： データの収集と選定	① 事前設定：検索キーワード、言語、対象ソーシャルメディア、取得するデータ（テキスト、画像、動画、ユーザーの情報等）、期間等の設定 ② キーワード検索による投稿データの収集（手作業）と分析用データの選定
ステップ 2： データのクリーニングと翻訳	① データのクリーニング：顔文字、絵文字、重複データ、広告等、テキスト中の不要なデータ、分析に無関係なデータの削除 ② 翻訳：分析しやすい言語（日本語・英語）への翻訳と誤字脱字の確認
ステップ 3： 語の取捨選択	① 強制抽出語の設定：重要であるが 1 つの語として抽出されない可能性がある複合語の指定（例えば、sweet potato の指定） ② 分析に使用しない語の設定：冠詞、前置詞、助動詞、仮主語等の指定
ステップ 4： 形態素解析と頻出語の抽出	① 形態素解析により語を抽出：出現頻度の高い形容詞や名詞を抽出し、分析対象データの特徴を確認。また、抽出語から意味不明の語や誤字脱字の再確認を実施。
ステップ 5： テキストマイニング分析	① 抽出語を用いた高度な分析：分析の目的、抽出データの特徴に応じて分析手法を選択（共起ネットワーク分析、対応分析、階層クラスター分析等）

図 1 分析手順

注 1：ステップ 1 と 2 は対象言語を使用可能な者が実施

注 2：ステップ 3～5 は無料テキストマイニングツール KHcoder を使用

