

# 消費者志向自主宣言 フォローアップ

2022年3月31日  
株式会社 T.M.Community  
代表取締役 福田尚広

弊社は2018年8月17日に消費者志向自主宣言を行いました。  
具体的な取組方針は下記の通りとなります。

## 取組方針

- (1) 経営トップのコミットメント
- (2) 真実性の高いコミュニティ運営
- (3) 消費者による監視を実施し、結果を公開する
- (4) 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換
- (5) 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発

上記を実践するため、これまでに下記の活動をしてきました。

### (1) 経営トップのコミットメント

下記の(2)～(5)の全てを、経営トップである福田尚広が実施いたしました。

### (2) 真実性の高いコミュニティ運営

弊社は日本最大級のダイエット商品の口コミサイト「ダイエットカフェ」を運営しております (<https://www.diet-cafe.jp>)。真実性の高いコミュニティ運営は消費者志向自主宣言を行う前から行なっておりますが、現在も引き続き実施し続けております。

前回のフォローアップから今回のフォローアップの期間内では、「悪質な事業者からの不当

な口コミ削除要求」に対して、これまで以上に良い対応のできる機能を実装いたしました。これにより、コミュニティの真実性をさらに高めることができました。

### **(3) 消費者による監視を実施し、結果を公開する**

この項目に関しては、アンケートを実施しましたが、「消費者による監視」という意味ではあまり効果がありませんでした。

ダイエットカフェのコンプライアンスを担保するためのより良い施策を今後検討いたします。

### **(4) 消費者への情報提供の充実・双方向の情報交換**

前回のフォローアップ以降では、紙メディアでの広報を実施することができました。

■2020年8月26日

女性自身の Web メディアの「GLP-1 ダイエット」日本医師会も注意喚起..."やせ薬"の罠という記事で当サイト管理人のインタビュー記事が掲載されました（紙メディア：女性自身,no2923,光文社,132 ページ）。

<https://jisin.jp/life/health/1888018/>

■2021年4月20日

女性セブンの Web メディアの専門家が推す巣ごもりダイエット食品 次にくるのは「完全食」かという記事で当サイト管理人のインタビュー記事が掲載されました（紙メディア：女性セブン,4月29日号,小学館,44-45 ページ）

[https://www.news-postseven.com/archives/20210420\\_1652218.html?DETAIL](https://www.news-postseven.com/archives/20210420_1652218.html?DETAIL)

■2021年12月20日

女性セブンの Web メディアの自粛生活で冷凍食品が大躍進の 2021 年 "自粛太り"対策食品も流行という記事で当サイト管理人のインタビュー記事が掲載されました（紙メディア：女性セブン,1月1日号,小学館,51 ページ）。

<https://www.moneypost.jp/860057/2/>

### **(5) 消費者・社会の要望を踏まえた改善・開発**

この項目の一環で、まずは「学界へのダイエット口コミデータの提供」を実施しました。

学界へのデータ提供は、「社会の要望を踏まえるために必要な工程」だと考えております。

## ■学界へのダイエット口コミデータの提供

前回のフォローアップにて、学界へのダイエット口コミデータの提供を開始したことを報告しました。この2年間では実際にデータを活用していただくよう尽力いたしました。活用実績は下記のとおりとなります。

### ○NII-IDR ユーザフォーラム 2021

企業と消費者のすれ違い：機能性表示食品 A の口コミ分析

五島光，白肌邦生（北陸先端科学技術大学院大学）

### ○NII-IDR ユーザフォーラム 2021

高齢者のダイエット・サプリメントに対するリテラシーの探索的分析

Yue Xia，白肌邦生（北陸先端科学技術大学院大学）

### ○NII-IDR ユーザフォーラム 2021

ダイエット口コミサイト内でのレビュー評価の程度と記述内容の関連性

西村太志（広島国際大学）

### ○NII-IDR ユーザフォーラム 2021

ダイエット商品のクチコミ評価要因の探索 — 不健康な利用を防ぐためには？

香西希，早見直美（大阪市立大学）

### ○日本マーケティング学会マーケティングレビュー

口コミが行動変容促進型商品の評価に与える影響 — 自己の行動変容への類推に着目して —

木暮 美菜，諸上 茂光（法政大学）

### ○第 54 回日本薬剤師会学術大会

機能性表示食品のエビデンスの検証

水野佑美（名城大学）

### ○第 62 回日本社会心理学会

口コミサイト内でのレビュー評価の程度によって記述される内容に違いはあるのか？ —

「ダイエットカフェ」の口コミデータを用いた検討 —

西村太志（広島国際大学）

○NII-IDR ユーザフォーラム 2020

ダイエット効果の加齢変化

石垣 享，糟谷 浩輔（愛知県立芸術大学），藤井 勝紀（愛知工業大学）

○NII-IDR ユーザフォーラム 2020

ダイエット口コミが閲覧者評価に与える影響

木暮 美菜，諸上 茂光（法政大学）

○NII-IDR ユーザフォーラム 2020

楽天市場及びダイエットカフェのレビューデータに対するテキストマイニング—数量化 I 類の適用可能性について—

王 帥，三道 弘明（関西学院大学）

○American Journal of Sports Science

Examination Regarding Change of Differences in the Diet Effect with Age: Analysis Based on Wavelet Interpolation Model

Fujii Katsunori , Ishigaki Tohru , Kasuya Kohsuke

○第 8 回日本マーケティング学会 2020

口コミ閲覧による自己の行動変容の類推が行動変容促進型商品の評価に与える影響

木暮 美菜，諸上 茂光（法政大学）

## ■消費者の要望を踏まえた機能の実装

次に、消費者の要望として「サブページのリッチ化」「商品内口コミ検索機能」を実施いたしました。

### ○サブページのリッチ化

ダイエットカフェの各商品ページには、サブページとして「痩せたページ」「痩せなかったページ」「飲み方ページ」「副作用ページ」「トラブルページ」などがあります。

しかし、これらのページはこれまで「投稿された口コミの中で、該当する口コミを掲載する」だけでした。

この状態では消費者の方からは直感的に分かりにくくなっておりました。

そこで、サブページに投稿された多数の口コミをグラフとしてまとめる機能を実装しまし

た。

## 例：痩せたページ

### サノレックス（マジンドール）の痩せたの口コミ

サノレックス（マジンドール）を使うと痩せる？確かめるために「痩せた口コミ」と「痩せなかった口コミ」の数を比べてみました。



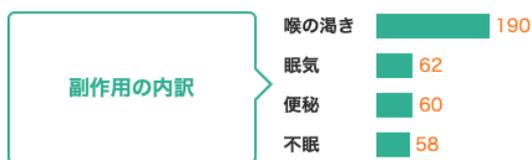
サノレックス（マジンドール）では316件中、274件が痩せた方の口コミとなっており、**痩せる人が多い**という結果となりました。痩せた人の具体的な口コミは下記をご覧ください。

※ダイエットカフェでは「使用期間が1ヶ月以上、且つ、使用後の体重が使用前の体重よりも1kg以上減っている」という口コミを「痩せた口コミ」としています。また、「使用期間が1ヶ月以上、且つ、使用後の体重が使用前の体重よりも1kgすら減ってない」という口コミを「痩せなかった口コミ」としています。

## 例：副作用ページ

### サノレックス（マジンドール）の副作用の口コミ

サノレックス（マジンドール）にはどんな副作用があるのか、副作用に関する418件の口コミを調べてみました。



サノレックス（マジンドール）の副作用に関する口コミを分析したところ、**喉の渇き、眠気、便秘、不眠**の文字を含む口コミが多くなっていました。

グラフ化により、直感的に「痩せたのかどうか」「どんな副作用があるのか」といった情報を認知できるようになりました。

## ○商品内口コミ検索機能

ダイエットカフェの口コミ数は18万口コミを超え、掲載商品数（9千程度）の割には多くなってきております。結果として商品によっては1万口コミを超えるものも出てきており、消費者が見たい口コミをピンポイントで見つらい状態となってしまいました。そこで、個別の商品に投稿された口コミをキーワードで絞り込む機能を実装いたしました。



これにより、消費者はピンポイントで自分が見たい口コミに素早く辿り着くことができるようになりました。