

SECRET

**ファッション様々キーワード
気分分析
20161115**

上位分析

第1軸 × 第2軸

検索キーワード結果をボリュームで3等分。上位キーワード、中位キーワード、下位キーワードに分けてグラフ化。

「流行る」「流行らない」のラインと「買う」「買わない」のラインとが接点もなく90度の角度になっている。これは「流行る」のとはというのと「買う」のとの心理がまったく違うことをあらわしている。「流行る」と思っている作り手側売り手側との遊離とも考えられるかもしれない。

「買う」方には多数のキーワードが集中している。多数のさまざまなニーズがあることがわかる。ネット時代になって検索すればさまざまな情報を見つけられる今こういうようになることも想定範囲だろう。

この上位での問題は、特に「流行らない」の位置が「買う」に非常に近いことだ。さらに「流行る」の位置がどのグラフよりも「買う」から遠くに位置をしておくこと。「流行る」「流行らない」が作り手側販売側のマインドをあらわしているのであればいかにピントはずれなのかということになる。



