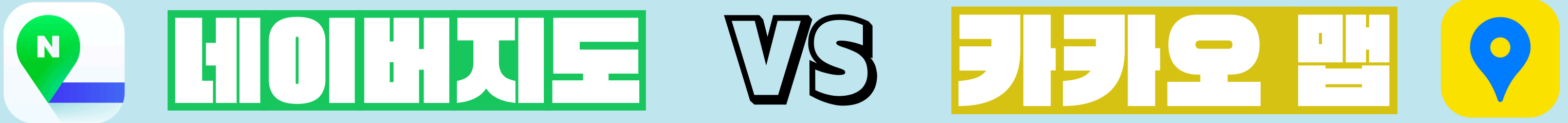


★★★★★  
리뷰 이벤트

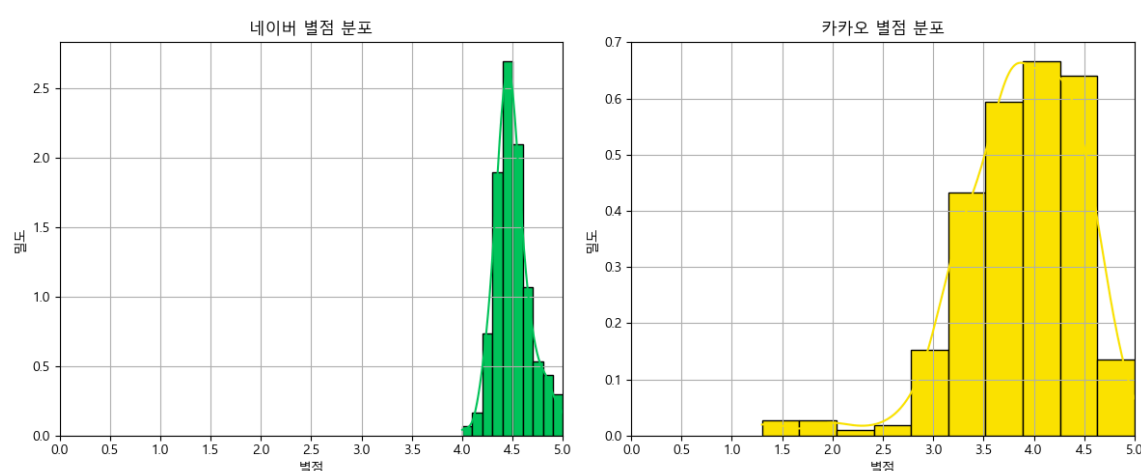
## 주제 선정배경

## 데이터 수집

서울 시내 업체 300곳을 대상으로  
네이버지도, 카카오맵의 별점을 수집하였다.  
이 300곳 중 180곳을 대상으로  
리뷰 텍스트를 수집하였다.

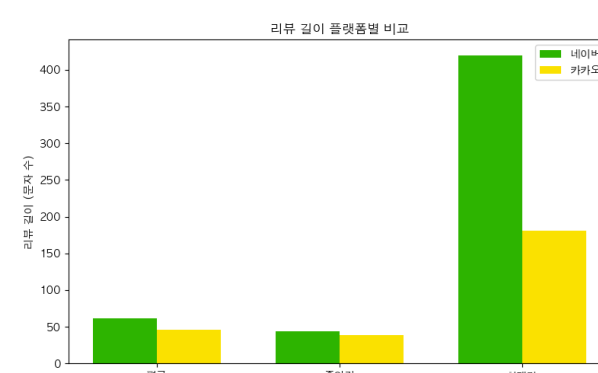


### ★ 별점 분포 비교 ★



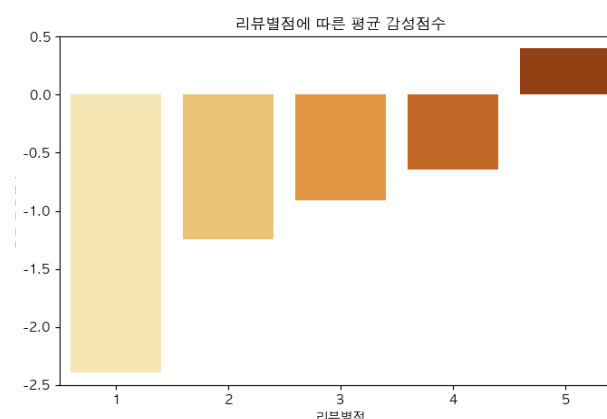
네이버는 전반적으로 후한 평가가 많음  
별점 기준으로는 매장의 질적 차이를 비교하기 어려울 수 있음  
카카오의 별점 분포는 좌우로 넓게 퍼져 있음  
소비자들의 솔직한 의견이 반영되었을 가능성이 높음

★ 리뷰 길이 확인 ★



평균, 중앙값, 최댓값 모두  
카카오맵보다  
네이버지도에서  
더 높게 나타남

## ★ 감성분석 ★

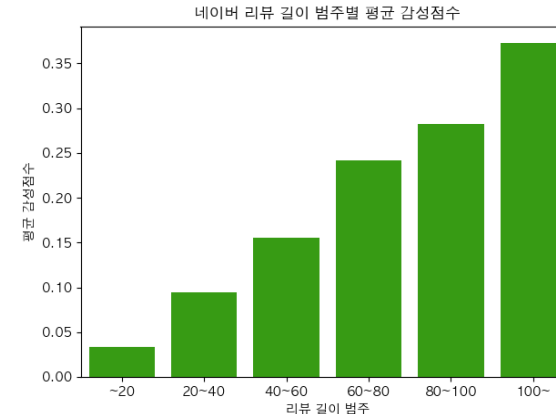
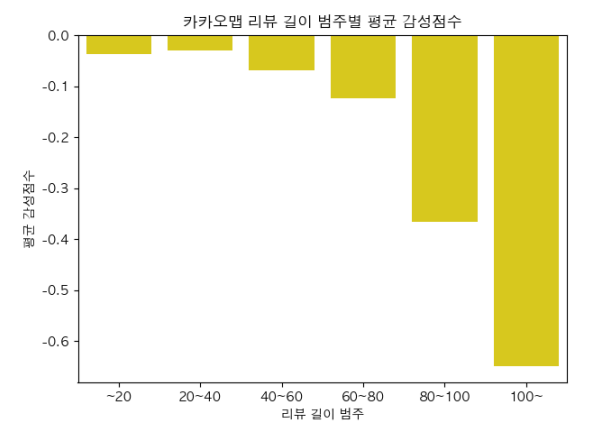


별점이 높을수록 감성점수도 전반적으로 상승하는 경향을 보임  
하지만, 일부 5점 리뷰에서도 부정적 감성이 감지되는 등 별점과 내용 간 불일치가 나타남

## ★ 키워드 확인 ★



네이버는 홍보성 혹은 감성 기반 리뷰가 많고,  
카카오는 소비자의 체험 기반 리뷰가 두드러짐

네이버 리뷰는 길이가 길수록  
평균 감성점수가 높아짐

카카오맵 리뷰는 길이가 길수록  
평균 감성점수가 낮아짐

## 결론

본 연구는 동일한 업체에 대한 네이버 지도와 카카오맵의 리뷰 데이터를 비교 분석함으로써, 플랫폼별 리뷰 특성과 별점 체계의 차이를 정량적으로 규명하고자 하였다. 분석 결과, 플랫폼에 따라 리뷰의 길이, 감성 점수, 별점 분포 등에서 뚜렷한 차이가 나타났으며, 이는 단순한 리뷰 수집을 넘어 리뷰 신뢰도 판단 및 허위 리뷰 탐지 기준 마련에 실질적인 시사점을 제공한다. 특히, 각 플랫폼의 리뷰 필터링 시스템이 사용자 표현 방식에 영향을 미칠 수 있음을 고려할 때, 리뷰 데이터를 분석할 때 플랫폼 고유의 구조적 특성을 반영하는 접근이 필수적임을 확인할 수 있었다.

## 기대효과 및 의의

본 연구는 다양한 O2O 플랫폼(네이버지도, 카카오맵)의 리뷰 데이터를 바탕으로, 감성분석과 정량적 지표 분석을 결합해 리뷰의 진정성과 신뢰도 평가를 시도하였다. 특히 플랫폼별 특성을 반영한 커스터마이징 감성사전 구축과 텍스트 기반 분석 기법을 통해, 단순 평점 중심의 기존 평가 방식에서 벗어나 보다 맥락 중심의 리뷰 해석 가능성을 제시하였다. 이를 통해 소비자들에게는 보다 신뢰할 수 있는 정보 해석 기준을 제공하고, 플랫폼 운영자에게는 허위 리뷰 탐지를 위한 실질적 개선 방안을 제안한다. 또한 리뷰 기반 마케팅 전략 수립 및 사용자 경험 개선 연구에도 활용될 수 있을 것으로 기대된다.