

『インターネット調査』についてのお伺い

近年インターネット（Web、eメール等）を利用したマーケティング・リサーチは、従来調査手法に比べて、スピーディかつリーズナブルに調査が実施可能という特性をもって、拡大の一途を辿っています。

その一方で、今後信頼性の高い市場調査手法として、よりマーケティング活動に大きく貢献する為には、統計的な実施検証による手法としての特性把握、調査技術の向上、プライバシー保護や信頼性を担保する為の制度や自主規制の確立といった課題を早急にクリアすることが望まれています。

このような状況を受け、(社)日本マーケティング・リサーチ協会では、『調査研究委員会』の中で、インターネット調査が市場のニーズに対応したクオリティの高い統計調査手法として有効に機能するにはどうあるべきかについて、調査・研究をしております。

この度研究の一環として、JMRA会員社および非会員社（非加盟社）に対して、インターネット調査の運用実態等について調査を行うことになりました。調査の趣旨をご理解いただき、何卒ご協力いただけますようお願い申し上げます。

【ご記入にあたってのお願い】

この調査はインターネット調査部門長もしくは実査管理部門長の方*がご回答ください。

(*インターネット調査を実施されていない場合は実査管理部門長もしくは管理部門長の方)

※ご記入は黒の鉛筆またはボールペンでお願い致します。

※回答は、質問ごとにあてはまる番号を○印で囲んでください。また、の中は数字などを具体的に記入ください。

※質問によっては、次に進む質問箇所が異なる場合がありますので、矢印などの表示に従ってご記入ください。

※回答が「その他」の場合は、記入欄にその内容をできるだけ具体的に記入ください。

全てのご記入が終わられましたら、お手数ですがもう一度記入漏れがないかお確かめの上、

3月26日(水)までに FAX : 03-3256-3105 にお送りください。

なお、ご不明な点がございましたら、下記の担当者までお問い合わせください。

平成20年3月

<本調査に関するお問い合わせ先>

社団法人日本マーケティング・リサーチ協会

調査研究委員会

担当：大山

e-mail: ohyama@jmra-net.or.jp

〒101-0044 東京都千代田区鍛冶町1-9-9 石川LKビル2階

TEL : 03-3256-3101

FAX : 03-3256-3105

インターネット調査への取り組みについて伺います。

Q1. 早速ですが、御社は社団法人日本マーケティング・リサーチ協会（JMRA）の会員社ですか。（○はひとつだけ）

1. 正会員・賛助会員
2. 非会員（非加盟社）

Q2. 御社の主な業態にどれに該当しますか。（○はひとつだけ）

1. 従来型調査会社（インターネットリサーチ専門会社を除く）
2. ネットリサーチ専門の調査会社
3. コンサルティング会社・シンクタンク（総合研究所）
4. 広告代理店・広告制作会社
5. コミュニティサイト運営
6. オプトインメール事業
7. ISP（インターネットサービスプロバイダ）
8. その他（ ）

Q3. 御社では「インターネット調査」を実施していますか。（○はひとつだけ）

ここでいう「インターネット調査」とは、Web 画面による調査、メールによる調査、携帯電話のブラウザによる調査、ネットグルインや掲示板・チャットなどを用いた定性調査などを指します。

1. 実施している（他社に発注して実施しているものを含む） **Q4 へ**
2. 実施していない **SQ1 へ**

<インターネット調査を「実施していない」とお答えの方に>

SQ1. 今後インターネット調査に参入する計画はありますか。（○はひとつだけ）

1. 近々（1年以内）には参入する予定
2. 将来的には参入予定あり
3. 参入の予定はない

SQ2. 現在、インターネット調査を事業として導入されていない理由をお知らせ下さい。（具体的に）

F1 へお進みください

ここからは、インターネット調査を「実施している」とお答えの方に伺います。

実施されていない場合はF1へお進み下さい。

Q4. 御社で行われているインターネット調査の手法を以下からお選び下さい。(〇はいくつでも)

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. Web 画面による調査 2. メールによる調査 (Web を使わずメールのやりとりで完結する方法) 3. 携帯電話のブラウザによる調査 4. ネットグルインや掲示板、チャットなどを用いた定性的な手法 5. その他 () |
|---|

Q5. インターネット調査のテーマとして、よく実施するものは何ですか。(〇はいくつでも)

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 製品・サービスに関するニーズやアイデアの収集 2. 製品・サービスの使用実態・利用実態 3. 製品・サービスの評価 4. 顧客(ユーザー)の意識・ニーズの把握 5. 広告効果測定 6. 広告のクリエイティブ評価 7. CF 評価 8. プロモーション・販促効果測定 9. コーポレートブランド評価 10. プロダクトブランド評価 11. 顧客満足度の測定 12. ホームページの評価 13. その他 () |
|--|

インターネット調査の調査パネルについて伺います。

Q6. (a) 御社でインターネット調査を行う場合(データの回収を自社で管理する場合)、調査対象者はどのようにサンプリングしますか。(〇はいくつでも)

(b) また、その中から最もよく使われる手法は何ですか。(〇はひとつだけ)

		(a) サンプリング方法 (〇はいくつでも)	(b) 最もよく用いる方法 (〇はひとつ)
ズ ク ロ ー 型	自社パネル(モニター)	1	1
	他社パネル*1	2	2
オ ー プ ン 型	メールマガジン	3	3
	バナー広告	4	4
	オプトインメール*2	5	5
	その他()	6	6
自社でデータを回収しない		7	7

*1 他社パネルから依頼メールを発信、URLリンクにて自社サイトへ誘導する方法。

*2 ユーザーが、関心のある情報を得るために自発的に登録したり、企業が消費者の同意を得たうえで送る電子メール。

【以下、Q7～Q18 までは、自社パネル保有企業の方だけお答えください。それ以外の方はQ19 へお進みください。】

Q7. 現在の御社の自社パネル（インターネットパネル）の登録人数をお知らせ下さい。

また、そのなかで幽霊会員（登録のみで全く協力しない人）を除いたアクティブ会員はどのくらいですか。

総パネル数：約 _____ 人 わからない	アクティブ会員数：約 _____ 人 わからない
--------------------------	-----------------------------

Q8. (a) 御社の自社パネルの構築方法をお答え下さい。(○はいくつでも)

(b) その中で最もパネル構築に貢献した方法をお答え下さい。(○はひとつだけ)

	(a) 自社パネル構築方法	(b) 最も貢献した方法
1. 住民基本台帳で抽出後に勧誘	1	1
2. エリアサンプリングで抽出後に勧誘	2	2
3. RDD法で勧誘	3	3
4. 電話帳で抽出後に勧誘	4	4
5. ネット調査以外の自社調査協力者への勧誘	5	5
6. バナー広告での募集告知	6	6
7. オプトインメールでの募集告知	7	7
8. メールマガジンでの募集告知	8	8
9. 新聞・雑誌での広告	9	9
10. 懸賞サイトへの登録（懸賞の実施）	10	10
11. 自社ホームページでの告知	11	11
12. リクルーター（調査員）の紹介	12	12
13. パネル登録会員の会員紹介キャンペーン	13	13
14. その他（ _____ ）	14	14

Q9. パネルに登録してもらう際に、登録してもらう属性（個人情報）を全てお答え下さい。(○はいくつでも)

1. 氏名 2. 住所（居住地） 3. 電話番号 4. FAXの有無/FAX番号 5. 携帯電話番号 6. 携帯電話のメールアドレス 7. 生年月日（年齢） 8. 性別 9. 職業 10. 勤務先業種 11. 未既婚 12. 家族形態・人数 13. 登録者本人以外の家族の個人情報 （氏名、生年月日など）	14. 世帯年収 15. 個人年収 16. 住居形態 17. 情報機器（PC、携帯等）保有状況 18. クルマ保有状況 19. 上記以外の耐久消費財保有状況 20. インターネット接続手段 21. インターネット利用歴 22. インターネット接続場所 23. 使用PCのOS 24. 興味・関心分野 25. 価値観・生活意識 26. その他（ _____ ）
---	---

Q14. 自社パネルを使った、インターネット調査の実査方法について、あてはまるものをお答えください。
(○はひとつだけ)

- | |
|--|
| 1. 回収数を予め設定し、期間を問わず回収数に達した時点で締め切る (先着順)
2. 一定期間、実査期間を設け、回収できるだけ回収する
3. 1.2を場合により、使い分けている
4. その他 () |
|--|

Q15. 自社パネルを使った、インターネット調査の実査期間は平均でどのくらいですか。また、1週間開けておいた時の協力率は平均でどのくらいですか。それぞれについて、具体的にお知らせください。(○はそれぞれひとつだけ)

※「平均協力率」は、事前調査を行わない場合の本調査での協力率

日数： 1. 1日未満 2. 1～2日 3. 2～3日 4. 3～5日 5. 5～7日 6. 7日以上	平均協力率： 1. 10%未満 2. 10～20% 3. 20～30% 4. 30～40% 5. 40～50% 6. 50～60% 7. 60～70% 8. 70～80% 9. 80%以上
--	--

Q16. 調査の時期(時間、曜日)について気をつけていることがあれば、お知らせください。

Q17. パネル調査の協力者に対しては、謝礼(インセンティブ)を提供しますか。(○はひとつだけ)

- | | |
|--------|------|
| 1. する | SQ1へ |
| 2. しない | Q18へ |

【Q17で「1. する」とお答えの方にお伺いします】

SQ1. 謝礼(インセンティブ)の提供方法を本調査と、予備調査(対象者を条件抽出する為のスクリーニング調査)のそれぞれについてお知らせください。(○はそれぞれひとつだけ)

	予備調査	本調査	
1. 原則として回答者全員に提供する	1	1	→ SQ3 へ
2. 抽選方式で一部の回答者に提供する	2	2	
3. 抽選と全員提供の両方のケースがある	3	3	→ SQ2 へ
4. 謝礼は提供しない	4	4	→ Q18 へ
5. 予備調査は実施したことがない	5	—	

SQ2. 【SQ1の"本調査"について「3. 両方のケースがある」とお答えの方にお伺いします】

謝礼(インセンティブ)を抽選と全員提供方式に分ける基準は何ですか。(○はいくつでも)

- | | |
|------------------|-----------------|
| 1. 質問量(回答所要時間) | 5. クライアントの意向 |
| 2. 調査の予算 | 6. その他 |
| 3. 調査対象者の確保のしやすさ | () |
| 4. 質問の答え易さ(難易度) | 7. 特に基準らしきものはない |

SQ3. 回答者の謝礼(インセンティブ)として何を提供していますか。主なものをお知らせください。(○はいくつでも)

- | |
|---|
| 1. 自社で構築したポイントを提供(商品券・図書券・物品等に交換可能)
2. 他社のポイントシステムからポイントを提供(商品券・図書券・物品等に交換可能)
3. 電子マネー(Webマネー等)を提供
4. 商品券・図書券・テレカ等の金券や現金を提供(ポイントと交換ではなく最初から)
5. 記念品、ノベルティ、人気のありそうな商品を提供
6. その他 () |
|---|

Q18. 御社では自社パネルを他社に対して販売する、いわゆる「パネル貸し・サンプル貸し」をしていますか。
(○はひとつだけ)

- | |
|----------|
| 1. している |
| 2. していない |

【Q19は、「他社パネル」を利用している企業の方だけお答えください。それ以外の方はQ20へお進みください。】

Q19. 他社のパネルを利用する際に、御社では品質管理のためにパネル提供会社からどのような事柄をチェック・確認していますか。(○はいくつでも)

- | |
|---------------------------|
| 1. パネルの入れ替え頻度 |
| 2. 登録情報の更新頻度 |
| 3. 調査の依頼頻度の調整 |
| 4. 未到達アドレスのクリーニング |
| 5. 一定期間アクセスのないモニターのクリーニング |
| 6. 不正回答者のカット |
| 7. 回答時の本人確認 |
| 8. モニターの募集方法 |
| 9. モニターの基本属性構成比率 |
| 10. アンケートに対する回収率 |
| 11. その他 () |

インターネット調査のシステムについて伺います。

Q20. 御社では自社でインターネット調査システムを持っていますか。(○はひとつだけ)

- | | |
|-----------|------|
| 1. 持っている | Q21へ |
| 2. 持っていない | F1へ |

Q21. インターネット調査のシステムに対して以下のようなセキュリティ対策を行っていますか。(○はいくつでも)

- | | |
|---------------------|------------------|
| 1. ファイアーウォールの設定 | 6. ID・パスワードによる認証 |
| 2. 通信の暗号化 (SSL対応) | 7. その他 () |
| 3. 外部からのアタックに対する監視 | 8. 特に行っていない |
| 4. 専任のセキュリティ対策要員の配置 | 9. わからない |
| 5. ウィルス対策 | |

Q22. インターネット調査のシステムに対して以下のような障害対策を行っていますか。(○はいくつでも)

- | | |
|-------------------|-----------------|
| 1. データの定期的なバックアップ | 5. サーバー負荷テストの実施 |
| 2. サーバーの二重化 | 6. その他 () |
| 3. インターネット回線の二重化 | 7. 特に行っていない |
| 4. 電源の二重化 | 8. わからない |

御社のことについて伺います。

F1. 従業員数

役員・正社員・契約社員 名

派遣社員・パート・アルバイト 名

F2. 売上規模 (2007年度)

約 百万円

【以下、SF1～SF4までは、Q3でインターネット調査を「実施している」と回答した企業のみご回答ください】

<Q3でインターネット調査を「実施している」と回答した企業のみご回答ください>

SF1. 上記F2の売上の内、インターネット調査の売上シェアはどのくらいですか。

%

SF2. 2008年度のインターネット調査の売上伸び率の見込み (概算で結構です)

約 (+ / -) %

SF3. インターネット調査年間実施本数 (スクリーナー調査を除く本調査のみの本数)

- | | |
|-----------------|------------------|
| 1. ~50本 | 6. 3,000~5,000本 |
| 2. 50~100本 | 7. 5,000~7,000本 |
| 3. 100~500本 | 8. 7,000~10,000本 |
| 4. 500~1,000本 | 9. 10,000本以上 |
| 5. 1,000~3,000本 | |

SF4. 過去1年間に実施したインターネット調査のうち、従来手法で実施してきたものを、インターネット調査に切り替えた調査はインターネット調査全体の何割くらいですか。

およそ 割 わからない

F3. 最後に、現在のインターネットリサーチの問題点、今後の課題あるいはインターネットリサーチのあるべき姿、新しいインターネットリサーチの展開等について、具体的にご意見をお書きください。(回答は具体的に)

以上となります。お忙しい中ご協力ありがとうございました。

3月26日(水)までに FAX: 03-3256-3105 にお送りください。