

インターネット調査に関する 品質保証ガイドライン

社団法人 日本マーケティングリサーチ協会

序 文

近年、インターネットを利用した調査は、数多く行われるようになってきた。しかしながら、インターネットの普及は現在もまだ発展途上であり、従来の調査手法とは異なりデータ収集や調査の実施に際しても十分な注意が必要である。

国際的なマーケティングリサーチの団体である ESOMAR はインターネット調査ガイドライン (ESOMAR Guideline on Conducting Market and Opinion Research Using the Internet, August 2005) を 2005 年に改訂し、イギリスやドイツなどの市場調査の団体でもインターネット調査のガイドラインを制定している。

本ガイドラインは、ESOMAR のガイドラインはもとより各国のガイドラインも参考にしながら、日本の状況を踏まえた JMRA の調査研究委員会の議論を発展させたものである。JMRA 及び加盟会員企業の自発的意思によって採択され、良識ある業務慣行として定着されるべきことを目指している。すなわち、わが国の市場調査業界における自主規制としての、品質管理上の行動規範として位置づけられるものである。また本基準は、市場調査機関とクライアントとの権利及び責任を規定する要素を含んでいる。したがってこれらは、われわれの努力によってクライアントに周知され、遵守されるよう働きかけていくべきものである。

なおインターネットや IT の技術革新は日進月歩であり、インターネット調査もさらに変化していくと予想される。適宜、このガイドラインも改訂を加えていく。

施行日：2006 年 11 月 1 日

1 本ガイドラインで取り扱うインターネット調査(データ収集基準)	1
2 アクセスパネル構築とメンテナンス	1
3 調査設計	2
4 調査実施	3
5 調査結果の報告	4
6 セキュリティ保護	5

用語の定義:

登録希望者 アクセスパネルへの登録を希望している人

アクセスパネル会員 アクセスパネルへの登録を希望しアクセスパネル会員となった人

対象者 アクセスパネル会員でかつ調査の対象として抽出されている人

回答者 調査対象者でかつ回答を入力している人

1 本ガイドラインで取り扱うインターネット調査(データ収集基準)

本ガイドラインでは、対象者が Web 画面を通じて回答を入力する調査を対象とする。以下「インターネット調査」と呼ぶ。 またインターネット調査では、あらかじめ対象者を募集し登録するアクセスパネルを構築して調査を実施することが多いので、アクセスパネルについても言及する。	注) インターネットを媒介とする調査には、他に Web を使用しないメールによる調査、携帯電話のブラウザによる調査、ネットでのグループインタビューや掲示板、チャットなどを用いた定性的な手法などがある。
---	---

2 アクセスパネル構築とメンテナンス

1. アクセスパネルの構築方法 インターネット調査のアクセスパネルは、基本的に以下の2つに大別される。 調査機関が能動的働きかけによってリクルートしたアクセスパネル 受動的にリクルートされたアクセスパネル いずれの場合においても、 ・登録希望者へ調査のためのアクセスパネルであることを明示する。 ・自社アクセスパネルの構築方法(抽出方法と手順)について、クライアントに開示する。 2. アクセスパネルの登録 登録希望者には、アクセスパネルの規約を提示し、参加を同意した場合にのみ、登録を受け付けること。	注) 能動的: 訪問面接で抽出するなど 受動的: ネット上で公募し登録希望者が応募するなど。 注) (1) 自社アクセスパネルの構築方法(抽出方法と手順)、(2) アクセスパネルの基本属性構成、(3) 本人確認の方法(二重登録やなりすまし登録の排除)、(4) アクセスパネルの更新情報(品質維持・向上)、(5) アクセスパネル会員数等の基本的な情報を一般に公開する必要がある。 注) 登録希望者に対しては、インスペクションも兼ね、本人確認メールを送る。 注) 参加の同意は、「参加に同意」のボタンを押してもらうなどの方法がある。
3. アクセスパネル属性と構成 アクセスパネルは、抽出方法と手順とともにその基本属性(性別、年齢、居住地、職業等)が特定できることが必要である。 自社アクセスパネルの基本属性の構成について、調査した時点を明記してクライアントなどに開示する。 4. 本人確認 アクセスパネル会員のなりすましや多重登録を排除するために、本人の身元確認方法を明確にして実施する。 本人確認の方法について、クライアントの求めに応じて開示する。 5. アクセスパネル更新 定期的に自社アクセスパネルの基本属性に関する更新情報を一般に公開する。 6. 調査インターバル 特定のアクセスパネル会員が頻繁に調査に回答したり、調査依頼が特定のアクセスパネル会員に偏ったりすることに	注) 身元確認の方法には、氏名、生年月日、住所、電話番号の重複チェック(名寄せ)/メールアドレスで確認/パスワード、メールアドレス、誕生日等の複数情報によるログイン/銀行口座の登録などがある。

よるバイアスを防ぐため、一ヶ月あたりの依頼回数の上限を設けるなど、インターバルに留意する。また、インターバルについては、クライアントの求めに応じて開示する。 7. 不適格なアクセスパネル会員の除外 アクセスパネルの品質維持のため、調査アクセスパネルとしてふさわしくないアクセスパネル会員の特定や除外する基準を設けて、適宜実施する必要がある。 不適格なアクセスパネル会員の除外に関する自社基準を、クライアントの求めに応じて開示する。 8. アクセスパネル会員数の公開 原則として、調査協力に関する本人の意思の確認を定期的に行い、それをアクセスパネル会員数として一般に公開する。	注) 自社基準として以下のような項目が考えられる。 メールアドレスが存在しない。 一定期間、調査に協力しない。 不正回答が複数回にわたって見受けられる。 注) アクセスパネル会員数の公開にあたっては、公開している基準を明記する。なお、会員の基準には、以下のようなものがある。 指定した期間内に、次のいずれかの行為を行った者を会員とする。 a) 新規に会員登録を行なった。 b) 調査に回答した。 c) 会員継続の意思を示した。
9. 子供()への調査 中学生以下の子供がアクセスパネルに登録する場合、親もしくは保護者の同意を得なければならない。 また、中学生以下の子供に調査を依頼する場合、その都度親または保護者あての告知文をウェブサイト上に掲載するか、直接電子メールを送信し、同意を求めなければならない。 10. アクセスパネルの調査以外での使用目的の禁止 アクセスパネル会員に対して、調査以外の働きかけをしてはならない。 11. アクセスパネル会員の退会について アクセスパネルへの参加は任意である。したがってアクセスパネル会員が退会を申し出た場合は、すみやかに退会の手続きを行い、可能な限り早くアクセスパネルから除外されなければならない。	注) 「子供」とは、日本の場合義務教育以下のものを指す。中学生以下の子供に対する調査は、できる限り避けることが望ましい。アクセスパネル登録への同意を求めるには、インターネットを介するものだけでなく、電話、郵送などの方法がある。 同意を求める告知文には以下の項目を含める。 調査機関の名称、および、連絡先 子供から収集されることになるデータの内容 子供に調査への参加を要請する理由 同意の付与、および、確認に関する手順 についての詳細説明

3 調査設計

1. 調査設計 リサーチャーはアクセスパネルを利用したインターネット調査の限界を認識して調査を設計すること。クライアントに対しても誤解を与えぬように説明しなければならない。 2. 対象者の抽出 当該調査の目的にそった、再現性のある対象者の抽出を行う。	注) 限界とは、現状のアクセスパネルを利用したインターネット調査では、母集団を明確に反映することはできないことを指す。
---	--

3. 調査票の作成 調査票は、一般的なユーザーが使用していると考えられる基本ソフト(OS)やブラウザの種類、バージョンで表示でき、回答を入力できるものでなければならない。	
---	--

4 調査実施

1. 本人確認 本人以外からの回答を避けるため、本人認証の手続きを踏まなければならない。 2. 重複チェック 一人の回答者が複数回答することのないように、対策を講じなければならない。 クッキーを使用する場合は、対象者に同意を求める。 3. データ回収方法 データの回収方法は、原則として調査期間設定型を使用する。ただし、既存のデータにより回収率や出現率が推測できる場合は回収数設定型の使用も可能である。この場合、調査依頼の配信数を適切にコントロールする必要がある。調査期間設定型の調査では、指定した調査期間内の回答をすべて受け付ける。 4. 謝礼 謝礼は抽選ではなく、回答者全員に提供することを原則とする。止むを得ず、抽選にする場合には、当選者の人数及び当選者への連絡方法を明示しておく。 5. 対象者への明示事項 調査開始前に、以下の事項について対象者へ明示しなければならない。 利用目的 調査実施機関名 連絡先 eメールあるいは連絡先電話番号 調査期間 謝礼品の有無とその種類 プライバシー方針 6. 進捗状況の明示 回答時に調査の全体像(ボリューム)がわかりにくい場合、回答者に調査の進捗がわかるように努めなければならない。	注) ID、パスワードによる確認が一般的である。 注) 調査期間が短すぎると、回答者に偏りが生じる可能性が高まることを留意する。 注) 抽選の場合、おおよその当選確率を記述することが望ましい。 注) 回答内容によって、調査ボリュームが大きく変動する場合を除いて、調査ボリュームを把握できる指標(回答所要時間あるいは質問数)をできる限り明示する。
---	--

7. 調査実施における注意事項 不正回答の基準を決め、集計対象から外すべきである。 8. クッキーについて クッキーを使用する場合は、使用していることとその理由を、アクセスパネル登録時あるいは調査開始前に対象者に明記して伝えること。 目的は、回答の妥当性を確認するためか、同じ質問を繰り返すことによる回答者の負担を軽減することに限られ、その旨を明記すること。 またブラウザの設定を調整することで、クッキーの受け入れに関して警告を出したり、クッキーを削除できることを明記すること。 9. 画像や動画の取扱いについて 調査票あるいは調査の提示物として画像や動画などを利用するときは、その著作権に十分留意すること。	注) 不正回答には 登録属性との不一致 不真面目だと思われる回答 回答内容の論理整合性に著しくかけるものなどがある。
---	---

5 調査結果の報告

1. 調査報告の記載事項 調査の報告に際しては、調査実施の品質を評価し、調査結果の解釈についての可能性を判断するために必要な基本情報が記載されるべきである。 調査の目的 調査対象: 対象者の属性とアクセスパネルの保有機関 () 調査地域 対象者抽出方法 () 調査実施期間 調査方式 () 調査依頼発信数 有効回答数 有効回収率 調査実施機関 加重値処理(実施した場合) () 2. 調査結果の管理方法 調査結果は一年間保存する。その際、調査データと回答者の個人情報とが容易に結びつかないような形式にしなければならない。	注) 他社アクセスパネル利用の際は、使用したアクセスパネルの保有機関を明示する。 事前調査を行った場合は、その抽出条件も記述する。 調査方式には「回収数設定型」「期間設定型」などがある。 加重値処理を行った場合にはその出所・目標値・手順についての記載が必要である。
--	---

6 セキュリティ保護

1.不正アクセス防止 対象者から収集されたデータが保管されるサーバは、第三者が保管データにアクセスできないようシステム上の予防措置を講じなければならない。 2.データの安全性の確保 調査機関は対象者がデータを入力する際、データが転送される際においても第三者がアクセスできないことを確実にするための方策を講じなければならない。 3.システムダウンに対する備え 調査機関は停電やサーバの故障など不慮の事態においても、データの安全性が保護されるようにシステム上の措置を講じる必要がある。 4.人的なセキュリティ対策 従業員などから漏洩することがないよう、対策を立案し実行すること。	注)ファイアーウォールの設置、データの暗号化などが一般的な方策である。 注)SSL 通信の利用などが一般的な方策である。 注) ・ウィルス対策 ・サーバの二重化 ・負荷テスト ・データの定期的なバックアップ ・無停電装置の設置 などがこれにあたる。
---	---

参考文献:

- ESOMAR Guideline on Conducting Market and Opinion Research Using the Internet, August 2005
- MRS Internet Research Guidelines, March 2006
- adm Guidelines for Online Surveys, October 2000
- JMRA インターネット調査品質保証ガイドラインについて報告書 2005 年 8 月