インターネットを使用するマーケティング･リサーチおよび世論調査の実施に関する ESOMAR ガイドライン（2003 年 9 月版）

ESOMAR Guideline on Conducting Marketing and Opinion Research Using the Internet

（改訂版）

インターネットを使用するマーケティング･リサーチおよび世論調査の実施に関する ESOMAR ガイドライン（2003 年 9 月版）

（改訂版）

目次

1. はじめに 2
2. 基本原則 2
2.1 協力は任意である 2
2.2. ﾘｻｰﾁｬｰの身元は開示されなければならない 3
2.3 調査対象者の匿名性は保護されなければならない 3
2.4 プライバシー取扱方針に関する声明文［Privacy Policy Statements］ 3
2.5 データの安全保護（Data security） 3
2.6 信頼性および妥当性 3
2.7 子供および若年者へのインタビュー 4
2.8 相手の同意なしに一方的に送信される電子メール（迷惑メール） 4
3. 追加ガイダンス 4
3.1 協力は任意である 4
3.1.1 調査目的での「クッキー（cookie）」の設定に同意を求めるための言い回し見本 5
3.2. ﾘｻｰﾁｬｰの身元の開示 6
3.3 調査対象者の匿名性は保護されなければならない 6
3.4 プライバシー取扱方針［Privacy policies］ 6
3.4.1 プライバシー保護に関する声明文の全てに通ずる標準的要素 6
3.4.2 主な3つの特殊形態の調査におけるプライバシー保護に関する声明文に含むべき要素 7
3.4.3 プライバシー保護に関する声明文の例 8
3.5 データの安全保護（Data security） 9
3.6 信頼性および妥当性 10
3.7 子供および若年者へのインタビュー 10
3.8 相手の同意なしに一方的に送信される電子メール（迷惑メール） 11
4. ガイドラインをまとめるために使用した諸情報ソース 11
5. 各国調査関係協会組織の情報へのﾘﾝｸ 12
6. 「インターネット調査」の定義 12

1. はじめに

インターネットの急速な普及は、調査情報の世界規模での収集と配布に関して、劇的な新しい可能性を開くものとなっている。同時にこのことは、このメディアをマーケティングや世論調査のために効果的かつ責任ある形で利用しようとする場合に直面する、いくつかの倫理上、技法上の問題を生起している。

本ウェブサイトは、世界中のリサーチャーに、こうした問題事項に関する時宜を得たガイダンスを提供することを目的として開設された。その内容は、ICC/ESOMAR 国際行動綱領［ICC/ESOMAR International Code of Conduct］をインターネット調査（6．インターネット調査の定義を参照）に適用した場合の解釈に、技術的問題事項およびプライバシー取扱方針に関する実際的ガイダンスを結合したものとなっている。各国協会組織の中には、このガイダンスとは多少異なる国別のガイダンスを提供するところもある。各国協会組織の一覧は、ESOMAR のウェブサイトでご覧いただける。ESOMAR は、本ウェブサイトの印刷物版も提供しているが、オンライン版の方が、関連資料とのリンク、および、最新情報の提供という面において、大きな柔軟性を持つことができる。

2. 基本原則

マーケティング･リサーチおよび世論調査は、意志決定者が、より良く、かつ、より効率的にマーケティングおよび社会についての意思決定を行うことができるように、消費者、企業、社会に関するデータの収集と解釈を行う専門的な活動である。

インターネット上において実行される全ての調査は、主たる「マーケティングおよび社会調査実施に関する ICC/ESOMAR 国際綱領」［“ICC/ESOMAR International Code of Marketing and Social Research Practice”］の諸ルールおよび精神、並びに、データ保護その他の関連法規（国際的なものと国別のものの両方（注1））に従わなければならない。

（注1：ICC/ESOMAR 綱領およびガイドラインは、常に、現存する各国法に従属する。現在のところ、発信国、あるいは、着信国のいずれをインターネット上の調査に対して適用するかについて、国際的な意見の統一はない。）

そのようなマーケティング･リサーチおよび世論調査は、常に、調査対象者および他のインターネットユーザーの権利を尊重しなければならない。調査は、彼ら、および、一般大衆にとって受容可能な方法で、かつ、各国および国際的な自主規制ルールに従い、実行されなければならない。リサーチャーは、インターネット調査の評価を貶めたり、あるいは、その調査結果への信頼を損なう可能性のある一切の行為を避けなければならない。

以下の各節は、「綱領」をインターネット調査に適用するという観点に特に焦点を当てたものである。つまるところ、これらは、インターネットを使用する時にリサーチャーの指針となるべき基本原則である。各節の末尾の番号は、より詳しいガイダンスをまとめた追加情報の項番を示している。

2.1 協力は任意である

リサーチャーは、インターネット調査対象者のプライバシーに不必要に踏み込むことを避けなければならない。調査対象者の協力は、いつ何時も、任意でなければならない。他のソースから既に入手可能なもの以上の個人情報は、事前の対象者への告知や同意なしに本人から直接、または他から間接的に集めるべきではない。

対象者から必要な同意を得る際、リサーチャーは、当該調査の性格、あるいは、調査結果の用途について、対象者に誤解を与えてはならない。しかしながら、回答へのバイアスを避けるため、インタビューの開始時点において、対象者に調査目的を完全に開示することができない場合があることも確かである。特に、リサーチャーは、対象者に損害や迷惑を与えるような偽りの説明―たとえばインタビューの見込み所要時間や後日再インタビューを受ける可能性について―をしてはならない。また、調査対象者は、彼らが調査に協力した場合に負担する可能性のある一切のコスト（例：インターネット接続に関わる費用など）について、適宜、説明されるべきである。調査対象者は、インタビューの如何なる段階、あるいは、その終了後において、インタビュー記録の一部または全部の破棄または削除を求める権利を有し、リサーチャーは、そのような一切の要求に対して、合理的な範囲で応じなければならない。

→追加情報［3.1］

訳注：「インタビュー」とは、「マーケティング･リサーチ」プロジェクトの目的達成に、全部または一部が使用できるデータまたは情報の入手のために直接･間接を問わず「調査対象者」といかなる方法であれ、接触することをいう。（「マーケティング･リサーチ綱領」より）

2.2. リサーチャーの身元は開示されなければならない

調査対象者に対して、当該プロジェクトを実行するリサーチャーの身元、および、対象者が望んだ場合に容易に再コンタクトすることが可能な連絡先を告知しなければならない。
→追加情報［3.2］

2.3 調査対象者の匿名性は保護されなければならない

対象者の身元の開示に対して、対象者から「十分な説明にもとづく同意」がない限り、調査対象者の匿名性は常に保持されなければならない。仮に個人が識別可能な形でデータが引き渡されることについて対象者が許可を与えた場合であっても、リサーチャーは、当該情報が調査目的にのみ使用されることを確実にしなければならない。個人が識別できる一切の情報は、調査後、ダイレクトマーケティング、リスト作成、信用度評価、資金集め、その他の当該個々人に関わるマーケティング活動など、いかなる調査以外の目的にも使用されてはならない。対象者の許可がなければ、守秘性が厳密に維持されることを保証するべきである。
→追加情報［3.3］

2.4 プライバシー取扱方針に関する声明文［Privacy Policy Statements］

リサーチャーには、そのオンライン･サイト上にプライバシー取扱方針に関する声明文を掲示することが奨励されている。プライバシー取扱方針に関する声明文は、見つけやすく、利用しやすく、包括的なものであるべきである。リサーチャーのこの要求事項の遵守を助けるため、プライバシー取扱方針に関するガイド、および、プライバシー取扱方針の見本を本書の後に掲載している。但し、各国法規の要求事項全てに合致するような方針例を作成することは、不可能である。
→追加情報［3.4］

2.5 データの安全保護（Data security）

リサーチャーは、対象者の機微に触れるデータの安全性を保護するために、十分な予防措置を講ずるべきである。また、リサーチャーは、クライアントその他から提供される一切の機密情報が、不正アクセスから保護されていること（例：ファイアウォールなどによる）を、合理的な範囲で、確実にしなければならない。
→追加情報［3.5］

2.6 信頼性および妥当性

如何なる形においても、インターネット調査の結果の信頼性と妥当性について、調査の使用者、および、公衆に誤解を与えてはならない。このため、リサーチャーが次の各項を実行することは、必須である。すなわち、
(a) 当該調査の目的と一貫性のある、科学的に正しい標本抽出法に従うこと。
(b) 調査で使用した母集団定義、採用した調査アプローチ、達成された回収率および可能であればその計算方法について、明確に説明を公表すること。
(c) 母集団値の推定可能性（代表性）の欠如あるいは調査結果のその他の限界（例えば、無回答その他の要因に起因するもの）に関する一切の適切な留保条件について、公表すること。
等しく重要なことは、電話あるいは郵送など、他のデータ収集法を使用して実施した、インターネット**に関する**調査（例えば普及度の測定、ユーザー特性など）についても、標本抽出あるいはデータの限界について、明確に言及することである。
→追加情報［3.6］

2.7 子供および若年者へのインタビュー

現時点において、インターネット上で子供および若年者を確実に識別することは不可能だと認識されているが、リサーチャーは、特に子供および若年者に関係する全ての関連法規、および、各国行動綱領を遵守しなければならない。講ずるべき予防措置に関する ESOMAR の要求事項は、「子供および若年者に対する調査に関する ESOMAR ガイドライン［ESOMAR Guideline on Interviewing Children and Young People］」に示されている。この ESOMAR ガイドラインによれば、14 歳未満の子供（何歳までを子供とするかの定義は国毎に異なる(注2)）にインタビューをする際には、事前に、責任ある成人の許可を得なければならず、更に、一般的に配慮を要する話題に関する質問をすることは、可能な限り避けるべきであり、また、如何なる場合においても、極度の注意をもって取り扱うべきだとしている。リサーチャーは、例えば、14 歳未満の子供へのインタビューを実行する前に親の許可を確保するための特別な手順を導入することなどにより、前述のガイドラインの要求事項の遵守を確実にするために最善の努力を行わなければならない。必要な場合、リサーチャーは、ESOMAR、あるいは、各国協会組織に相談し、助言を求めるべきである。

（注2：日本では中学生以下がこれに該当する）

→追加情報［3.7］

2.8 相手の同意なしに一方的に送信される電子メール（迷惑メール）

リサーチャーは、調査プロジェクト、または、それに直接起因する一切のフォロー調査に関係して、そうしたメッセージの受信を望まない旨を表明した調査対象者に対して、相手の求めに拠らないオンライン･メッセージを送るべきではない。リサーチャーは、電子メールのタイトルにその目的を明記したり、メッセージ全体をできるだけ簡潔にすることで、そうした電子メールが受信者に生じさせる可能性のある、一切の迷惑もしくは苛立ちを減少させることができる。

→追加情報［3.8］

3. 追加ガイダンス

以下の各節においては、各 ESOMAR 基本原則に関して具体的な追加ガイダンスが示されている。

3.1 協力は任意である

リサーチャーは、秘密裏に実行されたり、誤解を生じさせる、または、相手の求めに拠らずに実行されるようなデータ収集または対象者リクルートの技法を用いてはならない。これには、ウェブサイトからの電子メールアドレスの抽出、対象者の明らかな認知無しに個人情報を収集するエージェントの使用、スパム･メールの発信、対象者を欺くこと、対象者を餌で釣ることなどが含まれる。

ある特定のウェブサイトへの訪問者が、クリックによる調査サイトへの移動、あるいは、ポップアップ･ウィンドウにより調査に参加することを要請される場合、参加を希望しない訪問者に不便（すなわち、タスク中断による）が生じないことを確実にするような注意が払われるべきである。

調査の導入文や調査ページへのリンクが提供されている調査の説明文は、調査対象者に対して、データが調査目的でのみ収集され、かつ、それが、如何なる状況においても、調査対象者に対するダイレクト･マーケティングその他のセールス･アプローチに使用されないことを保証しなければならない。

オンライン記入される調査に関しては、通常の状況で（例えば、接続状態を維持したと仮定して）調査完了までの予想される所要時間を、調査対象者に告げなければならない。対象者が調査票全体における自らの進行状況を把握できるような、何らかの表示ツールの利用が推奨される。

調査対象者は、調査の実施スケジュールの範囲内で、自分にとって都合の良い時に調査票に記入するという選択肢があるかどうかを知らされるべきである。これにとどまらず、対象者が特定の質問に答えなくても済む（ただし、インタビューの残りの部分はそのまま継続できる）ようにしたり、あるいは、任意の時点でインタビューを中断し、後刻それを再開できるような、適切な技術を導入すべきである。

調査対象者に、調査機関の名称と連絡先（住所、電話番号、調査機関のウェブサイトまたは電子メールアドレス）を伝えることにより、彼らが調査を実施する組織について、より詳しく知る機会を与えなければならない。この目的のために、対応する情報を表示するハイパーリンクを埋め込むことが推奨される。

調査の性格に関する説明は、次の各項を含むべきである。すなわち、

- クライアントの名称等の識別情報（顧客データベースから標本抽出を行う場合は常に(注3)。それ以外の場合は、クライアントが同意した場合のみ。）
  （注3：インターネット以外の状況では、《顧客データベースから標本抽出を行う場合》クライアントの身元は、インタビュー中の適切な時点で伝えることができる。しかし、対象者が自分に関するコンタクト情報の出所を知る権利がある一方で、何時でも調査を離脱することが可能であるインターネット調査では、それをコントロールすることは困難である。このような状況における最善の方法は、調査票の冒頭でクライアント名を明かすということになろう。このことが回答にバイアスを与えると思われる場合、調査票のできるだけ早い段階でクライアント名を特定しなければならない。）
- 複数の話題を取り扱う調査に関しては、調査票に含まれるテーマの種類。
- 調査参加者として対象者が選ばれた理由、および、もたらされるべきベネフィット（謝礼など）についての説明。

上記の情報は全て、データ保護、プライバシー取扱方針、クッキー設定同意に関する声明文へのリンクと同様に、調査票の冒頭で与えられなければならない。このことにより、万一、何らかの理由により調査対象者が調査票の記入を完了しなかった場合でも、彼らの権利の保護が確実となる。

標本抽出にリスト（名簿）が使用される場合、当該リスト（名簿）の出所が開示されなければならない。そうしたリストがウェブサイトの登録データベースを基に作成されたものである場合、リサーチャーは、登録が任意に行われたものであり、かつ、そのデータが最新のものであることを確認しなければならない。

調査票記入またはプロジェクトの終了時点で、お礼文を提示したり、あるいは、対象者が電子メールでのコンタクトを拒否する場合を除き、電子メールによるお礼状を送付したりすることが望ましい。この場合、各国の協会組織の連絡先と並んで、調査実施機関に関する詳細な情報を提供するべきである。

反復調査またはフォロー調査が意図されている場合、遅くとも、初回インタビューの終了までに、データ保護に関する声明文を対象者の画面に表示し、同時に、必要となる彼らのアドレス･データの保存について同意を得なければならない。対象者には、この声明文を印刷する機会が与えられるべきである。対象者は、適切な選択肢の提示を通じて、当該調査へのそれ以降の参加を拒否することができ、かつ、それ以降の当該調査関係の電子メールによるコンタクトを拒否することができなければならない。

オンラインパネル･メンバー（モニター）を募集する際、事後の調査のために、彼らのアドレス、および、様々な選別基準［に関するデータ］が調査機関により保存されることについて、彼らに対する明示的な注意喚起が行われなければならない。更に、如何なる時点においてもメンバーは参加を打ち切ることができ、かつ、これらのデータの削除を求めることができる点についても、注意喚起が行われなければならない。

調査対象者に関するデータ収集のために、クッキー（すなわち、対象者が再び同じインタビューを受けないことを確実にするなどの目的で使用される小さなテキストファイル）その他の人目に触れないソフトウェアが使用される時は、必ず、調査対象者に対して、それらが使用されている事実、および、彼らがそれらを停止したり、除去したりする方法を告げなければならない。

3.1.1 調査目的での「クッキー（cookie）」の設定に同意を求めるための言い回し見本

以下は、インターネット調査に関するドイツのガイドラインからの引用で、クッキーに関する許可を求める方法の推奨案の一つとして示す。

弊社のサーバー_____は、あなたのコンピュータに『クッキー』を設定することを希望します。この『クッキー』の名前は、_____です。その唯一の目的は、この調査の実施期間中（_____から_____まで）に、あなたのコンピュータがこのサイト／ページに再度アクセスした場合に、それを弊社のサーバーに知らせ、サーバーが再度あなたに調査票への記入を要請しないようにすることにあります。

この『クッキー』は、この調査の目的にのみ使用され、_____に調査が終了した後、停止されます。本調査実施において、『クッキー』のインストールにご同意いただければ、大いに助かります。

弊社のサーバー_____があなたのコンピュータに_____という名前の『クッキー』をインストールしてもよろしいでしょうか？

「はい」「いいえ」

3.2. リサーチャーの身元の開示

このテーマは、追加ガイダンスを必要としない。プライバシー保護に関する声明文（privacy statements）に関する節に追加情報がある。

3.3 調査対象者の匿名性は保護されなければならない

調査対象者の電子メールアドレスは、それがデータ主体を特定するものである限りにおいて、個人情報であり、従って、他の個人情報と同じやり方で保護される必要があることを銘記しなければならない。

3.4 プライバシー取扱方針［Privacy policies］

インターネット上で調査を実行する ESOMAR 会員は、プライバシー取扱方針を策定し、その方針の詳細を説明する、プライバシー保護に関する声明文（privacy statements）を作成すべきである。この声明文は、すべてのオンライン調査からのリンクにより閲覧可能にすべきである。本文書の目的は、各会員がそのプライバシー取扱方針において考慮すべき事項について、ガイドを提供することにある。取扱方針を構成する要素の中には、あらゆる調査を通じて標準的なものがあり、これは節 3.4.1 で論じられている。プライバシー取扱方針のそれ以外の要素は、使用する標本抽出方法によって変わってくる。これらは節 3.4.2 で論じられている。公表するプライバシーに関する表明文の順序および言い回しは、各会員が決定すべき事項である。プライバシー保護に関する声明文の一例を節 3.4.3 で示す。

3.4.1 プライバシー保護に関する声明文の全てに通ずる標準的要素

- **誰が**調査を行っているかの表明： これに、詳しい情報の参照のため、調査機関のホームページへのハイパーリンクを含めても良い。
- **誰のために行われる調査か**： 各調査には、当該調査の依頼主である企業／組織の身元に関する情報が含まれるべきである。ただし、そうした情報を提供しないことについて十分な理由がある場合は除く。
- 第三者への開示について調査対象者が明示的に要請または許可しない限り、個々の調査対象者の識別情報、および、調査への回答は、如何なる状況においても機密**事項**として取り扱われ、かつ、調査目的にのみ使用されることの保証。
- あなたが**誤解するように導くことはありません：** （例）「あなたの協力を得る際に、調査の目的や調査結果の使い方について、あなたが誤解するように導くことはありません。」
- **任意です：** （例）「あらゆる形態のマーケティング･リサーチおよび世論調査の場合同様、あなたの協力は、いつ何時も、あくまで任意です。事前にあなたに知らせ、かつ、同意を得ることなく、個人情報をあなたから引き出したり、他から得るようなことはありません。」
- **撤回する：** （例）「あなたは、インタビューの如何なる段階、あるいは、その終了後において、インタビュー記録の一部または全部の破棄または削除を求める権利を有します。合理的かつ現実的な範囲で、私どもはそのような要求に応じます。」
- **目に見えない処理：** 目に見えない形で行われている処理の一切についての明確な説明。大部分のウェブ調査票は、調査対象者に知られることなく、調査対象者についての情報を検知することができる。検知可能な情報には、ブラウザーの種類、ユーザー名、コンピュータ ID などが含まれる。どのような情報がインタビュー中に捕捉され使用されるのか（例えば、ブラウザーに合うように最適化されたページを送信する目的のため）、および、そうした情報のいずれかが調査記録または実施管理記録の一部として取り扱われるのかどうかを、明瞭に述べなければならない。

- **クッキー：** クッキーが使用されている、あるいは、使用されていないこと、および、使用されている場合、その理由についての明確な説明。（例）「私どもは、最小限の範囲において、かつ、品質管理つまり回答の妥当性の確認や、同一質問による煩雑さを避ける目的でのみ、クッキーやその他同様の手段を使用します。」クッキーを使用する場合、自分のコンピュータがクッキーを受け入れるかどうかを調査対象者がコントロールできる点についての注意喚起を含めることが望ましいと思われる。（例）「全てのクッキーの受け入れに関して警告が発せられるようにお使いのブラウザーが設定されていることを確認してください。また、ブラウザーの設定を調整することによりクッキーを削除することもできます。」
- **子供：** 子供（年齢については国毎に定義される）に対するインタビューがどのように実行されるかについての明瞭な表明。（例）「子供が関与する調査において、私どもは『子供オンライン・プライバシー保護法（COPPA）』（1998 年）の規定に従い、インタビュー開始前に、親、または、法律上の保護者による検証可能な許可を求めます。」
- 私どもへ**連絡する**方法：（例）「調査対象者が私どもに連絡を取り、特定の調査に関係するどのような問題についても話し合うことができるように、電子メールアドレス、および／または、フリーダイヤルの電話番号をお知らせします。」
- **セキュリティ**保護措置：（例）「私どものウェブサイトには、私どものコントロール下にある情報の消失･紛失、誤用･悪用、改変を防止するためのセキュリティ保護措置が講じられ、機能しております。皆様にご提供いただく情報は、特定の従業員にしかアクセス権限が与えられておりません。彼らがアクセスする権限を持つのは、データ分析および品質管理の目的のためのみです。」
- **迷惑メール**［unsolicited mail］： 受信者の同意なしに一方的に送信される電子メール（迷惑メール）を送付したり、そうした目的のために電子メールアドレスを他者に引き渡したりしないという方針を表明する。
- ICC/ESOMAR **国際綱領**の簡単な説明、および、ESOMAR のサイトへのハイパーリンク、または、各国の関連団体に関する記述。ESOMAR のウェブサイトへのリンクは、ESOMAR 会員を擁する企業のみが、その中に含めることができる。
- **妥当性確認**［validation］： いくつかプライバシー保護措置の妥当性確認（認証）サービスが存在しており（例：TRUST-e）、会員はそれへの参加を考慮すべきである（注4）。
（注4：日本では「プライバシーマーク制度」など）

3.4.2 主な３つの特殊形態の調査におけるプライバシー保護に関する声明文に含むべき要素

3.4.2.1： 調査対象者がマーケット･リサーチ目的の**パネル（モニター）**に任意で参加しているか、あるいは、参加する過程にあるような調査の場合。

- **契約締結プロセス**： 登録プロセスの詳細を説明する。
- **パネル・データベース**： パネルの運営管理、コントロール、標本抽出のために蓄積保存される情報の詳細を説明する。
- **コンタクトの頻度**： 頻度または期間について明示する。
- **パスワード**による本人識別システム： 採用する場合、その機能やそれがもたらす安全性について、詳細を説明する。
- 調査以外の通信物［communications］に関する**参加希望［opt in］および除外希望［opt out］**取扱方針：どのような通信物（これらは対象者の任意選択）が送られるかを述べ、かつ、可能性のある一切の第三者のための通信物（広告等）について説明する。
- **報酬・謝礼**： 一切の報酬･謝礼制度［reward scheme］の内容、および、それが契約の前提条件であるかどうかについて説明する。

3.4.2.2：調査への協力依頼状を送付するために、調査機関が**電子メールアドレス・リスト**を提供されたり、取得したような調査の場合。

- **情報源**： 電子メールアドレスの出所、あるいは、調査自体の中で示される情報にその出所が含まれることについての明確な説明。更に、リストが提供されたものである場合、電子メールによるコンタクトを受けることについてリスト中の個々人が合理的な期待を持つことを、当該リスト提供者が、調査機関に対して保証したことを明記する。
- **スパム・メール発信**： 調査協力について同意していない人々に、そのことを知りながら、電子メールを送付しないこと。ここには対象者の名前が将来の調査に含まれないようにする、あるいは、そのことを当該電子メール･リスト提供者に通知する仕掛けを含めてもよい。
- **パスワードによる本人識別システム**： 採用する場合、その機能やそれがもたらす安全性について、詳細を説明する。
- インタビュープロセスの**中断・再開**： これが可能な場合、その方法、および、それを可能にするために保存される一切の情報について説明する。

3.4.2.3： あるウェブサイトの訪問者 n 名につき 1 名を調査対象者として選び、標本とするような**途中捕捉調査（インターセプト調査）**の場合。

- **途中捕捉（インターセプト）法を説明する**： 無作為抽出であること。
- **パスワードによる本人識別システム**： 採用する場合、その機能やそれがもたらす安全性について、詳細を説明する。
- インタビュープロセスの**中断・再開**： これが可能な場合、その方法、および、それを可能にするために保存される一切の情報について説明する。
- **目に見えない処理**： 途中捕捉を行ったり、あるいは、対象者をそこから調査票に誘導するために使用される、目に見えない処理の一切について、その詳細を説明する。

3.4.3 プライバシー保護に関する声明文の例

（会社名）は、（調査テーマ）に関する市場調査にご参加いただいたことにお礼申し上げます。私どもは、一切の販売や販促活動を行おうとするものではありません。これは科学的方法を用いたマーケティング･リサーチであり、あなたのご協力を得るにあたって、調査の性格や調査結果の使い方について、**あなたを誤解させるように誘導しない**ことをお約束します。

あなたから頂いた回答は、他者への開示についてあなたの同意がない限り、**機密事項**として取り扱われます。万一、私どもが、あなたの個人識別が可能な形でデータを引き渡すことについての許可をあなたに求める場合でも、私どもは、当該情報が、前記の目的にのみ使用されることを確実にします。私どもは、あなたの求めに拠らないメールをあなたに送付したり、そうした目的のためにあなたの電子メールアドレスを他者に引き渡したりすることはありません。将来、あなたに対して電子メールを送付したいと望む場合は、そのことについての明示的な許可をあなたに求めます。

あらゆる形態のマーケティング･リサーチおよび世論調査と同様、あなたの協力は、いつ何時も、あくまで**任意**です。事前にあなたに知らせ、かつ、同意を得ることなく、個人情報をあなたから引き出したり、他から得たりすることはありません。あなたは、インタビューの如何なる段階、あるいは、その終了後において、インタビュー記録の一部または全部の破棄または削除を求める権利を有します。合理的かつ現実的である限り、私どもはそのような要求に応じます。

（適切な標本の詳細に関する情報を、ここに挿入する）

子供に対するインタビューに関して、その親御さんの許可を最初に得ることなく、これを実行しないように最善の努力を行います。しかしながら、実情に照らして、これを常に保証することはできないことをご了承下さい。

私どもは、最小限の範囲で、かつ、品質管理つまり回答の妥当性の確認や、煩雑な繰り返し質問を避ける目的でのみ、**クッキー**やその他同様の手段を使用します。お使いのブラウザーの設定により、あなたのコンピュータにクッキーが組み込まれる際、あなたに通知させることが可能です。また、ブラウザーの設定を調整することにより、クッキーを削除することもできます。

私どもは、あなたがお使いのソフトウェアに最適なインタビューページを送信する目的で、お使いのブラウザーの種類に関する情報を自動的に収集します。これ以外に、あなたのコンピュータから送付されるデータについて、**目に見えない形の処理**は一切行っておりません。

私どものウェブサイトには、私どもが管理する情報の、消失･紛失、誤用･悪用、改変を防止するための**セキュリティ保護措置が**講じられ、機能しております。あなたにご提供いただく情報は、特定の従業員にしかアクセス権限が与えられておりません。彼らがアクセスする権限を持つのは、データ分析および品質管理の目的のためのみです。

本調査に関係するどのような問題でも、私どもにお話しいただく必要がある時は、**連絡先**（電子メールアドレス）宛にご連絡ください。私どもに関する更に詳しい情報は（ホームページ URL）で、ご覧いただけます。私どもは、Market Research Society(MRS)（注5）の会員であり、マーケット･リサーチに関する同協会の行動綱領に従っております。また、私どもは、ICC/ESOMAR 国際行動綱領（注6）を遵守いたします。
（注5：日本では「社団法人 日本マーケティング･リサーチ協会」）
（注6：日本では「マーケティング･リサーチ綱領」）

3.5 データの安全保護（Data security）

リサーチャーは、ウェブサイト、または、サーバー上で、収集、または、蓄積保存される個人データを保護するために最新の技術を使用しなければならない。とりわけ、機密を要する重要な情報は、信頼性の高い暗号技術により保護されるべきである。

収集されたデータがプロバイダーの運用するサーバー上で一時的に蓄積保存される場合、調査機関は、当該プロバイダーに対し、必要な技術的予防措置を講じ、第三者がサーバー上のデータ、あるいは、転送中のデータにアクセスできないことを確実にする義務を負わせなければならない。収集されたデータの当該サーバー上での一時保存は、できるだけ早く終わらせなければならない。
データをインターネット経由で他国に送付するに先立ち、リサーチャーは、そうしたデータ転送が許されることを管轄当局に確認しなければならない。データ保護に必要な安全措置を、受取人が提供しなければならない場合がある。
複数の電子メールを一括して送付する場合、調査対象者のアドレスが露出しないことを確実にするため、リサーチャーは、十分な安全措置を講じ、それが機能する状態にしておかなければならない。
クライアントは、インターネット調査において機密情報の詳細を掲載することに係る潜在的なリスクについて、十分に知らされていなければならない。

3.6 信頼性および妥当性

あらゆるデータ収集技法と同じく、オンライン調査の場合も、標本は、調査目的と整合性を持つ、科学的に認められた方法に基いて、選ばれ、かつ、抽出されなければならない。

オンライン調査においては、全ての市場調査や社会調査と同様、母集団がどのように定義されるか、および、標本がどのように選ばれ、抽出されたかを、クライアント向けの文書としてまとめることが必要である。調査対象者の選出が無作為手順により実行された場合、回収率、および、その計算方法が述べられなければならない。割当抽出法が使用された場合、（割当の）根拠となった資料（通例、二次的統計資料）、および、それらの資料から導かれた割当属性の分布が述べられなければならず、同時に、割当属性ごとの回収状況が、目標と実際の比較の形で記録されなければならない。

もし母集団の定義、調査対象者の選出手順、回収率（無作為抽出法を用いた場合）、属性別割当数の目標と実際（割当抽出法を用いた場合）のいずれかについて説明が不十分で、それが、調査結果が代表性を持たない、あるいは、限定された代表性しか持たないことを意味する場合、そのことが明示的に指摘されなければならない。また、使用された加重法（ウェイト付けの方法）、および、サンプル構成を母集団構成に比例させる方法は、記録されなければならない。

3.7 子供および若年者へのインタビュー

子供はインターネットの利用に慣れ親しんでいるかもしれないが、研究の結果、彼らが素朴で人を信じやすく、自分自身、あるいは、自分の家庭に関する情報を、そうすることにより生ずる結果を認識することなく、喜んで明かしてしまうことが判っている。保護者団体、消費者団体、立法関係者は、インターネット上で子供が食い物にされる可能性について、特に懸念を持っており、ガイドラインでは、そうしたことがあるが故に、成人対象の調査を上回る重い義務をリサーチャーに負わせている。リサーチャーは、「同意の原則」が満たされていることを確実にしなければならず、従って、学校環境以外でインターネット調査が実施される場合、検証可能、かつ、明示的な同意を確実とする特別な措置が講じられなければならない。

同意は、親、法律上の保護者その他の責任ある成人から得なければならない。

子供に調査への参加を依頼することについて、その同意を求める親または保護者宛の告知文が、ウェブサイト上に掲載されるか、あるいは、親宛に電子メール送信されなければならない。同意を求める告知文には、次の各項が含まれなければならない。すなわち、

- 親に向けた告知文であることの冒頭説明。
- クライアントの身元（顧客データベースから標本抽出を行う場合は常に。それ以外の場合は、クライアントが同意した場合のみ）。
- 調査機関の名称、および、連絡先詳細。
- 当該子供から収集されることになるデータの内容。
- 当該データがどのように使用されるかの説明。
- 当該子供に調査への参加を要請する理由、および、もたらされるべきベネフィットの説明。
- 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。
- 同意の確認のために、親の連絡先電子メールアドレス、または、住所、または、電話番号を教えてもらうことの要請。
- 親または保護者からの同意の旨を伝える返信電子メールは、子供から収集された個人的情報が正当な調査目的にのみ使用され、かつ、それ以外の目的で個人的データが一切、引き渡されない場合であって、当該同意が実際に親から発せられたものであることを確実とするための追加措置（例えば、電子メール、書状、あるいは、電話によるフォローなど）を実施する場合に限り、受容可能である。この目的が情報提供の要請の中で明瞭に示されている限り、同意を得るために親の連絡先を教えてくれるように、子供に要請することができる。

次のことを行うために、親の事前同意は必要ではない。すなわち、

・子供からのデータ収集について通知したり、同意を要請するという目的のみで、子供または親の電子メールアドレスを収集すること。
・スクリーニングおよび対象から除外する目的で、子供の年齢に関する情報を収集すること。このスクリーニングの結果、子供がインタビューの対象者要件を満たすとの判定に到った場合、続けてインタビューに進むためには、保護者の同意を求めなければならない。

検証可能で、かつ、明示的な事前同意なしに、相手の求めに拠らない電子メールの宛先に子供を指定してはならない。

他の人々（例えば、両親など）に関する個人的情報を子供から収集してはならない。

データ保護、プライバシー取扱方針、同意その他に関する全ての告知文は、子供が理解できるものでなければならない。

ウェブサイト上の子供向け調査票は、他の一切の個人情報の要請に先立ち、子供がその年齢を明らかにすることを要求するものでなければならない。回答された年齢が、成人と子供を分ける境界としてその国で広く認められている年齢を下回る場合、当該子供は、適切な同意が得られるまで、それ以上の個人情報の提供要請から除外されるべきである。

子供に、回答には同意が必要であることを知らせる告知文が、個人的情報［の提供］を要請する時点で表示されなければならない。この告知文は、明瞭、かつ、目を引くべきであり、同時に、調査のテーマや目的の説明、および、調査実施機関の詳細が、その連絡先情報と共に含まれていなければならない。また、必要ならば、同意に関する確認検証が行われる事実についても、それらは言及しなければならない。

3.8 相手の同意なしに一方的に送信される電子メール（迷惑メール）

リサーチャーは、調査のために電子メールによりコンタクトを受ける全ての個人が、調査目的の電子メールを受け取ることについて合理的な期待を持つことを確認すべきである。以下の条件を全て満たしている場合は、そのような合意があると想定して構わない。すなわち、

・コンタクトされる諸個人と、調査機関、またはクライアント、あるいは調査契約を結んだリスト保有者との間に、確たる既存の関係が存在する（対象者からそのように認識されている）。
・調査のために彼らに対してコンタクトがある可能性について、既存の関係に基づき、諸個人が合理的な期待を持っている。
・各調査依頼毎に、それ以降の電子メールによるコンタクト対象から除外されるという選択肢が諸個人に提供されている。
・それ以前に、適切かつ時宜を得た手続を踏んで、リストからの除外をリスト保有者に申し出た全ての諸個人が、対象リストから取り除かれている。

4. ガイドラインをまとめるために使用した諸情報ソース

・COPPA ― 子供オンライン・プライバシー保護法
・DMA ― 子供向け商業的オンライン・コミュニケーションに関する業務実施綱領
・（ドイツ語）オンライン調査に関するガイドライン ― ADM、ASI、BVM、DGOF
・IMRO（インタラクティブ・マーケティング・リサーチ協会） ― エクスプロー・フォーラム・ペーパー
・子供および若年者の調査に関する MRS ガイドライン

5. 各国調査関係協会組織の情報へのリンク

各国調査関係協会組織の全体的な一覧は、ESOMAR のウェブサイトに掲載されている。

多くの国別協会組織は、インターネット調査に関する独自の追加的ガイドラインを定めており、当該国における法的要求事項を反映する国別要求事項の詳細をまとめている。

6. 「インターネット調査」の定義

「インターネット調査」とは、調査対象者が、単一の機会、または、パネルの一部として、次のいずれかを行うような調査と定義される。すなわち、

- 調査機関、あるいは、プロバイダーに帰属するサーバー上にある調査票に、インターネット経由でオンライン記入する。
- 調査票をインターネット上のサーバーからダウンロードし、それを電子メールで返送する。
- 調査票を電子メールに組み込まれたものとして受け取り、それを同様の方法で返送する。
- オンライン定性インタビュー、または、オンラインでのディスカッションに参加する。
- ユーザーのパソコンにインストールされた特別なソフトウェアなどの手段により、ウェブの使用状況を追跡する測定システムに参加する。

これらのガイドラインは、WAP（携帯端末向けブラウザ技術、iモードを含む）、および、第 3 世代携帯電話技術を通じて実施される調査にも、同じく適用される。しかしながら、それらの方法でデータを収集する際には、調査対象者が調査回答を進めるのが便利、かつ、安全であることを確実にするように特別な配慮が払われなければならない。

執筆者　ジョン・オブライエン

2003 年 9 月