

ネットリサーチのことなら お気軽にご相談ください！

まずは、**無料**で“出現率調査”をお試ください
“出現率調査”とは……

対象となるターゲットの「出現率」を把握する事を目的とした調査です。
対象者の回収判断や、サンプルサイズ検討、コスト試算などに御利用いただけます。

出現率調査概要

- 対象サンプル数 ～1,500サンプル
- 設問数 ～3問
- 納品形態 集計表（単純集計表・クロス集計表）
- 対応日数 ご依頼(調査票確定)～ご納品まで → 約3日間

ネットリサーチは、こんな時にお使いいただけます

- ↓
- ↓
- ↓
- ↓
- ↓
- ↓
- ↓
- ・短時間で多くの意見を聞いてみたい
- ・他の調査を検討しているが、参加者を募る方法が分からない
- ・こだわりを持ったターゲットに絞って確認したい
- ・商品の持ち運びが難しいため、画像を見てもらい、意見を聞きたい
- ・まずもって、調査票の作り方が分からない
- ・自社のHPにアンケートのURLを掲載して、回答させたい
- ・調査後の集計作業や報告書作成についても対応を検討してもらいたい
- ・スマホを使ったアンケートを行いたい
- ・全国各地を対象とした調査を一斉に行いたい
- ・ネットリサーチについて詳しくわからないので、まずは説明してほしい
- etc……

そんな時は是非、**ご相談下さい！**

ネットリサーチの詳しい内容は、**2,3ページ**をご覧ください

ネットリサーチのお問い合わせはこちら

マーケティングリサーチ その他の内容

<https://www.surece.co.jp/contact/>

<https://www.surece.co.jp/service/marketing/>

1. ネットリサーチの流れ

ポイント

報告書作成までの全工程を
スピーディーに対応出来ます

調査
依頼

仕様決定
回収数
割付決定

調査票
設計

調査画面
作成

配信

回答状況
確認
リマインド

集計
納品

報告書
作成
分析

日数 御打合せ ← 5日 → ← 3日 → ← 3日 → ← 1日 → ← 1日 → ← 5日 →

※日数は営業日のカウントとなります

※上記の日数は目安となります。設問数、サンプル数、回答状況による日数が大きく変わる可能性があります

2. 調査方法紹介

○ネットリサーチを行う場合、調査方法は主に **2種類** が挙げられます。

i. クローズ型調査 **ポイント** モニター調査は20年以上の実績があります

リサーチ会社に登録している調査モニタや、自社の顧客リストに対して行う、非公開型の調査となります

モニター調査

「モニター調査」は、弊社提携パネル約220万人(※1)による調査が可能であり、手法としてはネットリサーチの中で最も多く実施されているものとなります。

提携モニター会社



メール依頼

調査モニター



【モニター調査の特徴】

- ・モニターを対象としたスクリーニングによる本調査実施が可能
- ・ネットリサーチ以外の調査を想定したリクルートが可能
- ・追加配信、リマインド等、調査の組み換えや調整が容易 etc

自社顧客調査

自社の顧客(対象者)に“限定”した調査。一般の方へ情報漏えいの可能性は極めて低いものとなります。

ii. オープン型調査 **ポイント** オープン型調査のご依頼が増加傾向にあります

自社サイトやバナー広告で回答者を広く募集し、回答してもらう方法。誰でも自主的に回答が可能です



“アンケート”ご案内ページ+URL表記により掲載

【オープン型調査の特徴】

- ・自社サイト等により、自社及びHP評価について検証が可能
- ・対象者が限定されないため、実態について認識出来る
- ・活動の取り組みとして、HP内掲載による自社内での把握 etc

3. 配信→回収の流れ

ポイント

『スクリーニング調査』実施有無による違い

○「モニター調査」による、配信からの回収率は、約20%※1となります。(※1パネル会社調べ)

◆回収目標を1,000sとする場合、回収率(20%)を考慮し5,000名のモニタに依頼メールを送付する事になります

●対象者を限定、絞って調査したい場合

例えば「車を持っている人に対して調査を実施したい」と考えた場合、車を持っている人の割合(出現率)を考慮した調査設計が必要となります。この“対象者選定”の調査のことを、『スクリーニング調査』と言います。

スクリーニング調査を実施する場合、スクリーニング調査→対象者抽出→本調査の順となります。

(例)調査イメージ

配信

本調査

回収

①スクリーニング調査 無

5,000 s

回収率20%

1,000 s

②スクリーニング調査 有

17,000 s

スクリーニング

回収率20%

※2 出現率50%

本調査

※3 回収率60%

1,000 s

(上記の場合は「車を持っている人」に限定)

※2 出現率50%はあくまで参考事例です

※3 スクリーニング調査実施後1週間以内に本調査を実施した場合の回収率となります

4.Webインタビュー調査

ポイント

“非接触型”のインタビュー調査として対応出来ます

リサーチ会社に登録している調査モニタ等を対象としたオンラインでのインタビュー調査となります。

[通常のインタビュー調査との違い]

- (1)非対面による安心・安全な調査対応の実施が可能
- (2)対象者の居住地に制限が無いため、全国対応が可能
- (3)自宅からの調査により、よりリアルな意見を聴取出来る



インタビュー調査の流れ



5. SR 株式会社 サーベイリサーチセンター の特徴

ポイント

① ネットリサーチと他の調査手法の組み合わせが可能

調査手法 例

郵送調査
会場調査
交通調査

訪日・在日外国人調査
ミステリーショッパー
グループ・デプスインタビュー(対面式)

海外調査
来店客調査

ホームユーステスト
対象者リクルート

etc

ポイント

② 全国の事業所を活用した調査が可能



6.お客様の声

度々の調査票の内容の変更迅速に、丁寧にご対応いただき、スケジュール変更等にも柔軟にご対応いただいたので、大変満足しております。
(総合コンサル)

アンケート項目へのアドバイス、修正対応などに迅速にいただき、満足度が非常に高いです。今後ともよろしくお願い致します。
(建設コンサル)

丁寧に対応いただき、誠にありがとうございました。不明点を都度確認していただき、必要としていた形で納品いただき、助かりました。
(マーケティング)

追加回収の手続きをすみやかに実施していただき助かりました。また、こまめに連絡いただいた点も有難かったです。
(大学研究院)

いつも迅速かつ丁寧にご対応頂いており大変感謝しております。今後ともどうぞよろしくお願い致します。
(広告代理店)

今後とも当協会の工州を含め、ご協力ご支援をお願い致します。
(観光協会)