



調査対象者抽出支援（リクルーティング）

Survey subject selection support



商品
・
サービス戦略

- ある特定の属性の方に調査を行いたいので、参加者を集めてほしい
- 参加者募集、日程調整、会場への案内、謝礼の支払いまで一気通貫で対応してほしい



弊社では多種多様な業界の調査経験のあるリサーチャーが、調査の準備段階から、「本調査～分析～とりまとめ」まで、**ワンストップ**でご対応いたします。

本資料は本調査（インタビュー／実証実験等）の実施にあたり、「**多くの人を短期間で集めたい**」「**特定の属性条件のある人を集めたい**」といったご要望にお応えするため、精度の高い対象者抽出を目的に準備段階におけるリクルーティングの**ご支援**についてのご説明となります。

サーベイリサーチセンターの3つの強み

01

多種多様なテーマへの
柔軟な対応

02

対象者募集から
調査実施まで
一連の流れをサポート

03

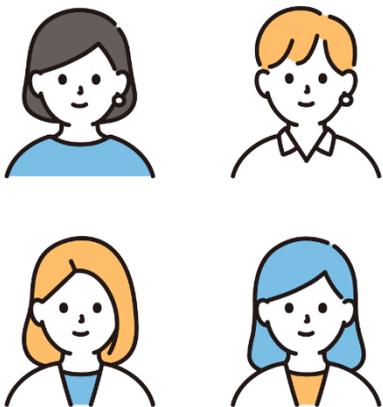
調査対象者辞退、
無断キャンセル時の
リスク対策も実施

01 多種多様なテーマへの柔軟な対応

リクルート後にできること

- ・アンケートから条件に合った対象者を集め、日時調整、ご案内を行います。
- ・実際に会場に向かってもらう、オンライン上で調査に参加してもらうことで、多種多様なテーマ/手法の本調査の実施に繋がります。
- ・本調査時の設問内容作成、会場設営、運営、また調査後のデータ分析や報告書作成など幅広く対応いたします。

1 グループインタビュー



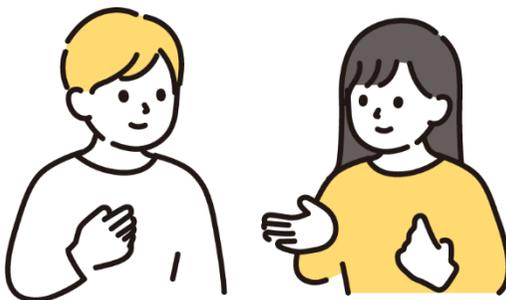
【調査内容】

- ・同じ属性の方**4~5人**に集まってもらい、対象者に自由に意見交換してもらう座談会形式
- ・所定の質問項目に沿って司会者が進行

【メリット】

- ・各グループごとの特徴の把握
- ・**広く意見の収集**が可能

2 デプスインタビュー



【調査内容】

- ・対象者とインタビュアーが**1対1**で直接対話

【メリット】

- ・対象者の本音や深層心理、潜在意識、ニーズなどを直接引き出すことが可能
- ・回答によって質問内容を変化させ、**深い情報収集**が可能

3 会場調査



【調査内容】

- ・製品や対象物を見る、触れる、食べる、飲むなど、実際に**体験**したうえで意見や感想を聴取

【メリット】

- ・対象者の**実際の反応**を見られる
- ・対象者からリアルな評価を得られる

02 対象者募集の一連の流れをサポート

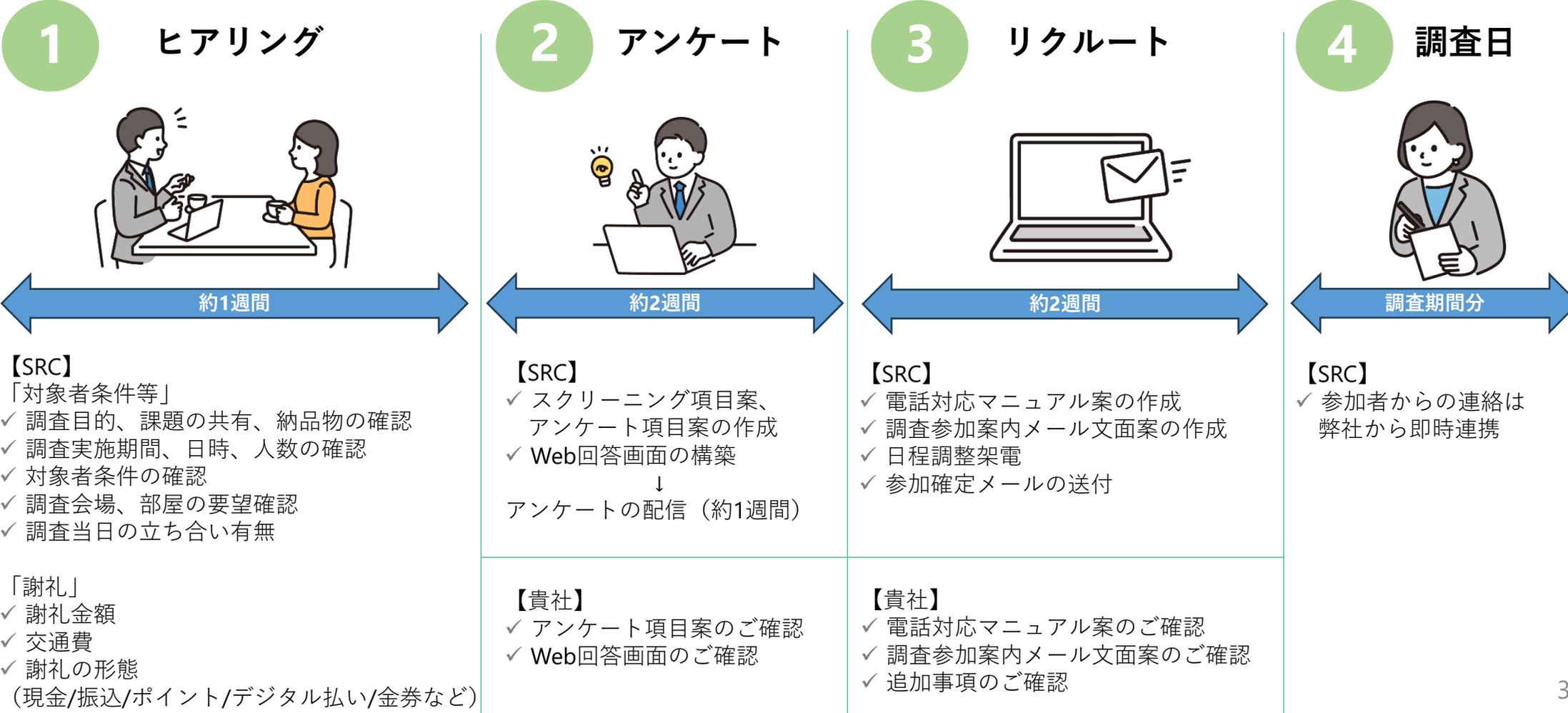
対象者を集めるまで① 提携ネットモニターから対象者を抽出するアンケートの実施

対象者の集め方について

- ・年齢層18歳以上の、約220万人が登録しているパネルを使用いたします。
- ・このパネルの中から調査対象者を抽出するための、アンケートを実施いたします。
- ・対象者条件等をヒアリングさせていただき、最適な対象者を抽出するようなスクリーニング項目の確定や、リクルート専用のWeb回答画面を構築いたします。

調査までの流れ（100名募集の場合）

※期間は、時期や対象者条件によって変動いたします。



02 対象者募集の一連の流れをサポート

対象者を集めるまで② Webアンケート画面構築に際しての工夫

精度の高い回答を得るための工夫について

- ・回答者に心理的、時間的、精神的負担を感じさせると、アンケートを回答途中で離脱してしまう可能性があります。
- ・対象者条件に合致した方を可能な限りたくさん抽出するために、回答者側の視点に立った負担の少ないWeb回答画面を構築いたします。
- ・アンケート実施前にテスト画面を作成いたしますので、クライアント様側で文言や動作をご確認いただき、気になる箇所がございましたら修正いたします。

精度の高い回答を得るために

POINT 1 質問



- ✓ 対象者に負担をかけない質問量への配慮

POINT 2 回答のしやすさ



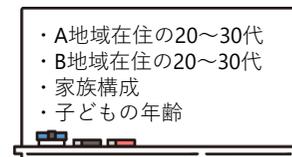
- ✓ わかりやすい質問文と選択肢で回答のしやすさを追求し、回答意欲を持続

POINT 3 見やすさ



- ✓ 見やすさを意識した色やレイアウト（余白や文字の大きさ）でWebアンケート画面を構築

POINT 4 抽出



- ✓ 目的や条件に合致した対象者抽出のための調査設計
- ※持病や既往歴についてもおうかがい出来ます

POINT 5 安心



- ✓ 最寄り駅やバス停から会場までの所要時間等、アクセス方法の記載による安心感の提供
- ※会場未定の場合には、最寄り駅から10分圏内といった説明をすることで、移動に要する時間の目安をご案内いたします

03 調査対象者辞退、無断キャンセル時のリスク対策も実施

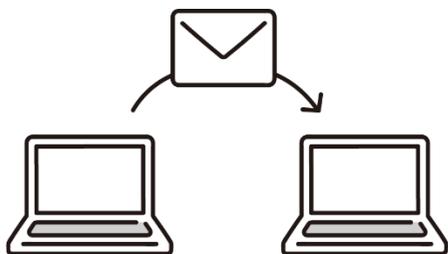
対象者を集めるまで③ 確実に集めるための工夫

リスク対策の実施について

- ・調査実施前日や当日に辞退された場合でも、改めて日程調整を行ったり、別の方をリクルートすることで想定人数を確保いたします。
- ・あらかじめ予備の方をリクルートするなど、1日しか調査を実施しない場合のリスク対策も想定いたします。

参加率を高めるために

POINT 1 コンタクト方法



- ✓ 日中お仕事でお忙しい方
- ✓ お電話に出られない方

↓
メールにてご連絡

POINT 2 前日確認架電



- ✓ 日時忘れの不参加防止
- ✓ 直前でのキャンセル確認

↓ 不参加・キャンセルの場合
該当条件の他対象者に即時連絡
想定人数確保に向け、対象者補充

POINT 3 予備枠の設定

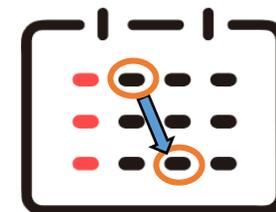


- ✓ 調査対象者辞退のリスク

↓
予備の方も含めたリクルートの実施
当日お越しいただくことも可能

※辞退が発生しなかった場合は
お帰りいただきます

POINT 4 別日に再リクルート



- ✓ 途中中断のリスク

↓
該当条件の他対象者に即時連絡
想定人数確保に向け、対象者補充

04 その他調査のご紹介



インターネットリサーチ（モニター調査）

クローズ型調査（モニター調査、自社顧客調査）やオープン調査（自社サイトやバナー広告からの回答）など、経験豊富なリサーチャーがクライアント様のニーズに合わせて設計・実施いたします。

モニター調査は弊社提携パネル約220万人を対象に実施可能。コアなターゲットでも、まずは無料の”出現率調査”からお試し頂けます。

詳細

https://www.surece.co.jp/wp_surece/wp-content/uploads/2022/04/file20230627.pdf



顧客満足度調査（CS調査）

自社商品や自社サービスが、利用者にどのような評価をされているか現状把握を行い、評価・分析することで、今後の伸ばすべき強みや改善点を明らかにします。

当社の強みである、クライアント様に合わせた調査設計の他に、調査実施中に「アンケート対応窓口」としてきめ細やかな調査対象者へのご対応も可能です。

詳細

https://www.surece.co.jp/wp_surece/wp-content/uploads/2020/05/CustomersatisfactionSurvey-202005.pdf

その他「マーケティングリサーチサービス」



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

お問い合わせはこちら



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