

インテージ  
インターネット調査 品質管理ポリシー (2011年6月)



株式会社インテージ


# 目次

高品質な調査を実現する3要素	3
モニターの品質管理	4
1. インテージが利用するモニター組織	5
2. インテージ・ネットモニターの概要	6
3. モニター登録における品質管理	7
4. モニター登録後の品質管理	8
5. 調査実施における品質管理	9
6. モニターの個人情報管理	11
実施調査の品質管理	12
1. 一定時間実査方式の採用	13
2. 調査票作成における品質管理	15
3. 調査画面制御における品質管理	19
4. 調査実施における品質管理	25
5. データ検証調査結果によるサポート	26
システムによる品質管理	27
1. リサーチシステムのセキュリティ・安定稼働への取り組み	28
2. 調査票上の情報保護	29
3. 個人情報保護	29

# 高品質な調査を実現する3要素

インターネット調査には「早い」「安い」「手軽」という利点がありますが、「市場の声を正しく聞く」ためには市場調査に関する豊富な知識や経験が欠かせません。インテージでは、当社だけが備えている“3つの優位性”を最大限に活用し、早さや手軽さだけではなく「品質」を重視したインターネット調査を提供しています。





# 1. モニターの品質管理

---

インテージでは、高品質なモニターのみを利用することで、信頼できるインターネット調査を提供しています。

# 1. インテージが利用するモニター組織

インテージでは、「インテージ・ネットモニター」として、「キューモニター」「Yahoo!リサーチ・モニター」の、2つのモニター組織を利用し、調査を実施しています。いずれも「リサーチ専用モニター」で、モニター登録にあたり「守秘義務契約」「本人確認」「重複登録防止対策」を行っております。また、登録時だけでなく、アンケート回答状況による品質管理も行っております。

## ■高品質な調査を支えるモニター 8つの要素

リサーチ専用モニター

守秘義務契約

本人確認

重複登録防止対策

不良回答の除去

重複回答の除去

不良モニター対策

低回収モニター対策

## 2. インテージ・ネットモニター概要

	キューモニター	Yahoo!リサーチ・モニター
募集方法	<p>ポイント交換提携先や様々な業態のサイトへの広告出稿、アフィリエイトサイトの利用などを通じ、インターネットユーザーからの募集を幅広く実施しています。</p> <p>また、インテージで過去実施した調査協力者への告知などもおこない、インターネット以外も含めた様々な媒体を利用することでモニター属性の偏りがないようにしています。</p>	<p>インターネットユーザーの8割以上が利用するYahoo! JAPANのサイト上で調査専用パネルとして募集。「ネット上級者」や「アンケートマニア」に偏らない、幅広い層に調査を依頼できます。</p>
本人確認	登録住所への郵送物送付による本人所在確認を実施	銀行口座確認
謝礼	ポイント制。一定ポイント以上たまると、ネットポイントや現金への交換、対象団体への寄付が可能です。	現金
属性数	約35属性	

## 3. モニター登録における品質管理

### リサーチ専用モニター

リサーチ専用モニターとして管理しております。調査データに悪影響を与える恐れのある販売促進が目的のアンケートやメール配信、広告の表示は一切行っておりません。

### 守秘義務契約

- ・モニター登録時に「守秘義務」について記載のある、「モニター規約」または「登録ガイドライン」に同意いただいています。
- ・アンケート依頼時に、守秘義務のアナウンスや登録ガイドラインの確認を促すアナウンスを行っています。

### 本人確認

登録住所への郵送物による本人所在確認や、モニター登録時の銀行口座登録により、本人確認を行っております。

### 重複登録防止対策

メールアドレスの重複登録チェック、登録属性4項目の完全一致登録チェック※を行うことで、重複登録を防止しています。

※登録属性4項目の完全一致登録チェックはキューモニターのみ。

## 4. モニター登録後の品質管理

### 不良モニター対策

- ・品質調査においてcookie重複を確認し、同一端末(パソコン)から同一人が複数回回答したと判定した場合、不良モニターとしてアンケート配信を停止しています。
- ・品質調査において不良な回答情報を蓄積し、一定基準に達したモニターは、不良モニターとしてアンケート配信を停止しています。  
※不良回答の内容により、一度で不良モニターと判定する場合があります。

### 低回収モニター対策

一定回数以上の調査依頼があるが、協力率が一定基準未満のモニターには、アンケート配信停止処置を行っています。

### 登録属性の更新

#### 【キューモニター】

- ・全登録モニターを対象とした年1回(4月)の属性更新キャンペーンを実施しています。
- ・モニター個別に毎年の登録月までに属性見直しを依頼しています。

#### 【Yahoo!リサーチ・モニター】【Y!ライトモニター】

- ・全登録モニターを対象とした年1～2回の属性更新キャンペーンを実施しています。

## 5. 調査実施における品質管理

### 不良回答の除去

- ・モニター登録属性の性別・年齢と回答データの性別が一致しない場合、または年齢が2歳以上違う場合、不良回答または、本人以外の方が回答している可能性があるとして判断し、集計・納品データから削除しています。
- ・アンケート回答内容に不真面目・不適切な回答が見られた場合、不良モニターとしてアンケート配信停止対応を行っております。以下はその一例です。
  - Case1: 回答必須FAに対し「abc」「/」などの適当な単語の羅列や、質問と関連のない意味不明の回答を記述している。
  - Case2: FAに対しアンケートに回答することに対する否定的なコメントを書いている。
  - Case3: FAに対し質問とは関連しない全く意味不明の回答を記述している。
- ・各ページ(調査画面)ごとの回答時間から、統計的に短すぎる時間分布に位置し、過去の蓄積データから不良回答が含まれる時間ライン内と判断された回答サンプルは集計・納品データから削除しています。

### 重複回答の除去

- ・IPアドレスなどの一致を確認し、同一の機器(パソコン)から回答された可能性が高いと判断された場合、集計・納品データから削除しています。

## 5. 調査実施における品質管理

### モニターの利用制限

- ・例えばCM動画視聴を伴う調査を大量のサンプルに実施すると、以降に実施する調査で当該商品の認知率に影響を与える可能性があります。
- ・インテージでは、データ品質を維持するために、以下の調査においては、実施サンプル数に一定の制限を設けています。  
動画・音声の視聴を伴う調査／サイト閲覧を伴う調査／銘柄名をオープンにする製品テスト

## 6. モニターの個人情報管理

個人情報保護に関しては、個人情報の取扱いに関する法令、国が定める指針及びマーケティング・リサーチ業界の国際行動規範である「ICC/ESOMAR国際綱領」及び社団法人日本マーケティング・リサーチ協会の「マーケティング・リサーチ綱領」を遵守いたしております。

個人情報保護の観点から情報提供者への安全性の確保、保管・管理に十分な配慮及び適切な処置を講じるとともに、「個人情報保護方針」を定め、実行することを宣言いたします。

詳しくは、インテージHPの「個人情報保護方針」をご覧ください。

<http://www.intage.co.jp/company/personal>



なお、(株)インテージは、個人情報の取り扱いについて適切な保護措置を講ずる体制を整備している事業者として認定された企業に与えられるプライバシーマークを取得しています。



## 2. 実施調査の品質管理

---

インテージは、マーケティング・リサーチの専門機関として培った豊富な調査実績とデータの検証調査結果から、調査画面作成にとどまらず調査の実施全般に対し、回答精度を高めるためのご提案に努めております。

# 1. 一定期間実査方式の採用

インテージでは、一定の実査期間を確保する「一定期間実査方式」を採用し、調査品質の確保に努めています。設計に達し次第調査を終了する「先着順方式」では、アンケート依頼後素早く回答するモニター（初期回答者）特有の属性に偏ってしまうため、結果として調査結果が歪むと考えられるからです。これを初期回答バイアスといいます。ここでは、実際に起こる初期回答バイアスについてご紹介します。

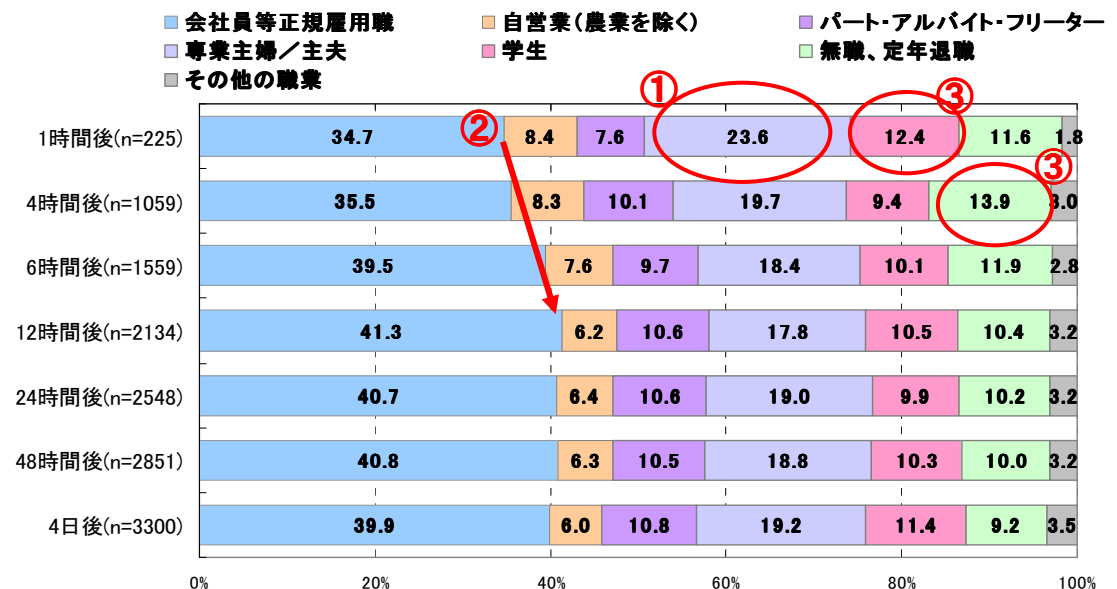
## (1) 依頼メール発送後の回答完了モニターの職業分布

インテージ・ネットモニターにアンケート依頼メールを送った後、回答完了したモニターの職業の分布について、発送後時間帯別に確認しました。

平日の午前10時発送というタイミングから、当初は専業主婦／主夫の割合が多いことが分かります（**グラフ上①**）。

会社員については、開始直後から回答が徐々に増え続け、その後12時間後をピークにして回答者の割合が安定する傾向が確認できます（**グラフ上②**）。これは会社員の中にも、会社ですぐに回答するモニター、昼休みに回答するモニター、帰宅後自宅のパソコンで回答するモニターとに分別されるからと想定されます。

また開始直後～4時間後までは、学生や無職／定年退職の割合も高くなっており（**グラフ上③**）、これらの結果からも分かるように、依頼開始後短時間でアンケートを打ち切る場合に起こる、初期回答バイアスは存在することが確認できます。



2009年5月実施の検証調査(アンケート開始時間: 木曜日午前10時)

# 1. 一定期間実査方式の採用

## (2) 初期回答バイアスが回答結果に及ぼす影響

インターネットモニターを対象に、開始曜日と開始時間を変えて同じアンケートを行い、回答結果に差が生じるかどうかを調べてみました。

コンビニエンスストアの利用頻度の結果を見ると、開始3時間後の回答結果(右上グラフ)において、開始曜日や開始時間によって、利用頻度の回答に差が生じています。このように依頼開始後短時間でアンケートを打ち切る場合に起こる初期回答バイアスは、アンケート開始曜日や開始時間によって回答結果に大きく影響を及ぼします。

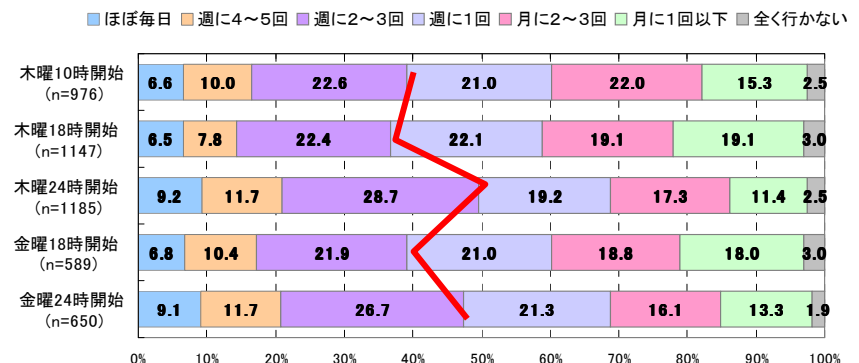
これに対し、開始24時間後の回答結果を比較すると(右下グラフ)、開始曜日や開始時間が異なっても24時間経った回答結果では、回答に差は見られません。このことから、初期回答バイアスを発生させずに再現性(※)のある回答を得るためには、丸一日の生活時間(およそ24時間)を回答期間として確保することが必要であると言えます。

この結果を踏まえ、インターネットでは24時間の一定期間実査方式を採用して品質の確保を推進しています。

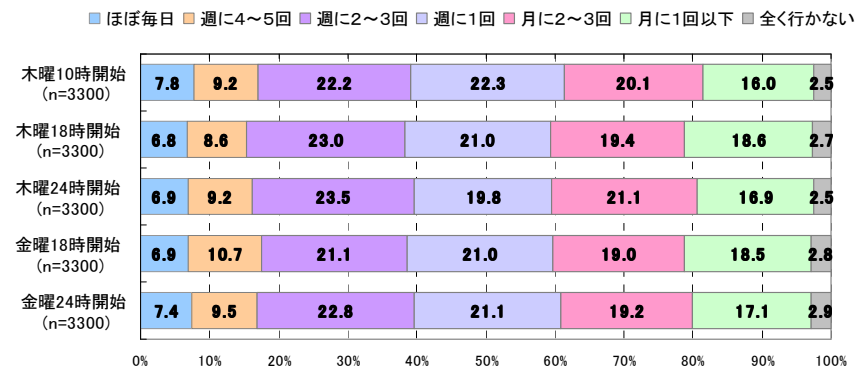
※ 再現性：同時期に同一内容の調査を実施すれば同じ結果が得られること。

### ■コンビニエンスストアの利用頻度 (2009年5月 検証調査より)

《調査開始後 **3時間後** の回答結果》



《調査開始後 **24時間後** の回答結果》



## 2. 調査票作成における品質管理

調査票の構成、質問文・選択肢の表現、回答指示、選択肢の網羅性は、調査結果データに大きな影響を与えます。

インテージでは、従来からの各手法からインターネットリサーチまで、長年に渡り幅広いアドホック調査で培った知見・ノウハウを持ったスタッフが、経験と知識を活かし、お客様の調査票作成をサポートいたします。調査票チェック後、修正が必要な場合は、お客様に修正のご提案をさせていただきます。

ここでは、よくある調査票修正提案内容をご紹介します。

### 適切な回答形式

質問内容が回答形式に合っていないと、正確な回答を得ることができません。回答場面を想定して適切な回答形式を選択することが重要です。

- ✕ Q1 あなたが現在お使いになっている「歯磨き粉」のブランド名をお答えください。(回答はひとつ)
- OPCクリニカ
  - オーラツー
  - クリアクリーン
  - ガム
  - アクアフレッシュ
  - デンターシステム
  - ホワイト&ホワイト
  - ⋮

現在複数使用している場合も考えられるため、複数回答形式にするのが望ましいです。「現在最もよく使用している歯磨き粉ブランド」をたずねる質問文に変更し、単一回答形式で回答してもらうこともできます。

- Q1 あなたが現在お使いになっている「歯磨き粉」のブランド名をお答えください。(回答はいくつでも)
- OPCクリニカ
  - オーラツー
  - クリアクリーン
  - ガム
  - ⋮

- Q1 あなたが現在最もよくお使いになっている「歯磨き粉」のブランド名をお答えください。(回答はひとつ)
- OPCクリニカ
  - オーラツー
  - クリアクリーン
  - ガム
  - ⋮

## 2. 調査票作成における品質管理

### 選択肢の網羅性

選択肢は、その質問の回答対象者が必ず回答できるよう考慮して作成する必要があります。代表的な選択肢の不足は、「その他」や「この中にあてはまるものはない」回答を増加させたり、回答中止者を増やす可能性があります。また、質問内容により「その他」や「有効選択肢のどれにもあてはまらない人のための選択肢」の設置の必要がないか確認する必要があります。

- ✕ Q1 あなたは普段、どこで「牛乳」を買っていますか。
- スーパー
  - ディスカウントストア
  - 自動販売機
  - 食品の宅配
  - 通信販売・インターネット



- Q1 あなたは普段、どこで「牛乳」を買っていますか。
- スーパー
  - コンビニエンスストア
  - ディスカウントストア
  - 自動販売機
  - 食品の宅配
  - 通信販売・インターネット
  - その他( )

### 選択肢の独立性

1質問内にある選択肢に重複する部分があると、正確な回答データは得られません。各選択肢の示す意味に重複がないよう、注意する必要があります。

- ✕ Q1 市販の飲み物の中で、最も好きな飲み物の種類をお聞かせください。
- お茶系飲料
  - コーヒー系飲料
  - 炭酸飲料
  - コーラ
  - .....
  - その他( )



- Q1 市販の飲み物の中で、最も好きな飲み物の種類をお聞かせください。
- お茶系飲料
  - コーヒー系飲料
  - 炭酸飲料(コーラ以外)
  - コーラ
  - .....
  - その他( )

## 2. 調査票作成における品質管理

### 十分な回答指示

回答指示が不足していると、各対象者が独自の解釈で回答するので、質問の意図にあった回答データを得られないことがあります。適切な指示を行うことが重要です。

✕ Q1 あなたの同居家族人数をお聞かせください。

人



○ Q1 あなたの同居家族人数をお聞かせください（あなたご自身を含む）。

人

### 専門用語の変換

一般的ではない専門用語や業界用語があると、その用語を知らない人にはわかりにくい質問となり、正確な回答データを得ることができなくなります。専門用語・業界用語は一般的な用語に変換する、あるいは注釈で補足説明を加える必要があります。

✕  
 CVS  
 HP  
 OTC  
 RTD



○  
 CVS(コンビニエンスストア)  
 HP(ホームページ)  
 OTC(薬局等で処方箋なしで買える一般用医薬品)  
 RTD(栓をあけてそのまま飲める低アルコール飲料)

## 2. 調査票作成における品質管理

### わかりやすい表現

質問文や選択肢におけるあいまいな表現は、同じ質問でも、対象者により異なるニュアンスで伝わる可能性があります。調査票上の表現は、できるだけわかりやすくすることが重要です。

✕ Q1 あなたが最近飲んだ缶コーヒーの銘柄を、すべてお答えください。  
□缶コーヒーA  
□缶コーヒーB  
□缶コーヒーC  
⋮  
⋮



○ Q1 あなたが最近1週間に飲んだ缶コーヒーの銘柄を、すべてお答えください。  
□缶コーヒーA  
□缶コーヒーB  
□缶コーヒーC  
⋮  
⋮

「最近」と聞いて具体的にイメージする期間は、受け手により異なります。具体的な期間を明示することで、どの受け手にも同じ期間をイメージしてもらうことができ、得られる回答データの精度が高まります。

### 1質問1論点

1つの質問に2つ以上の論点を入れると、対象者の混乱をまねいたり、回答データの意味が曖昧で意思決定に適した調査結果が得られない場合があります。1つの質問では、できるだけ1つの論点を扱うよう注意が必要です。

✕ Q1 あなたは〇〇の味や香りがどの程度好きですか。  
好き やや好き どちらともいえない あまり好きではない 好きではない  
○ ○ ○ ○ ○



○ Q1 あなたは〇〇の味がどの程度好きですか。  
好き やや好き どちらともいえない あまり好きではない 好きではない  
○ ○ ○ ○ ○  
Q2 あなたは〇〇の香りがどの程度好きですか。  
好き やや好き どちらともいえない あまり好きではない 好きではない  
○ ○ ○ ○ ○

### 3. 調査画面制御による品質管理

インターネットリサーチでは、調査画面上で適切な画面制御を行うことにより、回答データの精度を高めることができます。インテージでは、多様な画面制御を可能にすることで、精度の高い回答データの提供に努めています。

#### 必須回答機能

対象者が質問に答えていない場合、エラーを表示し、必ず回答してもらう機能です。

Q1 あなたは普段、どこで「牛乳」を買っていますか。  
(回答はいくつでも)

- スーパー
- コンビニエンスストア
- ディスカウントストア
- 個人商店
- 食品の宅配
- その他

【入力エラー】  
Q1 最低1つチェックをつけてください。

Q1 あなたは普段、どこで「牛乳」を買っていますか。  
(回答はいくつでも)

- スーパー
- コンビニエンスストア
- ディスカウントストア
- 個人商店
- 食品の宅配
- その他

#### 選択数上限指定機能

複数回答の質問で選択肢の回答数の指定、回答数上限の指定が可能です。

Q1 今後使いたい電子マネーサービスを、最も使いたいものから3つまでお答えください。  
(回答は3つまで)

- Edy(エディ)
- eLD(エリオ)
- ID(アイディ)
- nanaco(ナナコ)
- Suica(スイカ)
- PASMOCO(スモ)
- QUIDPay(クイックペイ)
- VISATOUCH/スマートプラス
- WAON(ワオン)
- その他
- ひとつもない

【入力エラー】  
Q1 回答は3つまでお選びください。

Q1 今後使いたい電子マネーサービスを、最も使いたいものから3つまでお答えください。  
(回答は3つまで)

- Edy(エディ)
- eLD(エリオ)
- ID(アイディ)
- nanaco(ナナコ)
- Suica(スイカ)
- PASMOCO(スモ)
- QUIDPay(クイックペイ)
- VISATOUCH/スマートプラス
- WAON(ワオン)
- その他
- ひとつもない

### 3. 調査画面制御による品質管理

#### 排他矛盾チェック機能

複数回答質問で、他の選択肢と同時に選択すると回答矛盾となるような選択肢を排他設定することができます。同時選択された場合はエラー表示で回答訂正を促します。

Q1 今使いたい電子マネーサービス、最も使いたいものから3つまでお答えください。  
(回答は3つまで)

- Edy(エディ)
- eJi(エリオ)
- iD(アイディ)
- nanaco(ナナコ)
- Suica(スイカ)
- PASMO(パスモ)
- QUICPay(クイックペイ)
- VISATOUCH/スマート
- WAON(ワオン)
- その他
- ひとつもない

**【入力エラー】**  
Q1 回答に矛盾があります。

Q1 今使いたい電子マネーサービス、最も使いたいものから3つまでお答えください。  
(回答は3つまで)

- Edy(エディ)
- eJi(エリオ)
- iD(アイディ)
- nanaco(ナナコ)
- Suica(スイカ)
- PASMO(パスモ)
- QUICPay(クイックペイ)
- VISATOUCH/スマートプラス
- WAON(ワオン)
- その他
- ひとつもない

#### 選択肢絞込み機能

前の質問で選択されたものだけ、次の質問で選択肢として表示する機能です。

Q1 あなたが最近1か月に利用したコンビニエンスストアをお答えください。  
(回答はいくつでも)

- セブンイレブン
- ローソン
- ファミリーマート
- am/pm
- サークルKサンクス
- デイリーヤマザキ
- ミニストップ
- スリーエフ
- その他
- 最近1か月に利用したコンビニエンスストアはない

Q2 あなたが最近1か月に最もよく利用したコンビニエンスストアをお答えください。  
(回答は1つ)

- セブンイレブン
- ファミリーマート
- サークルKサンクス
- デイリーヤマザキ

### 3. 調査画面制御による品質管理

#### 条件による質問表示制御機能

前の質問の回答内容により、質問表示を制御する機能です。不要な質問を表示しないことで、余分な回答を排除し、モニターの回答負荷も軽減します。

Q1 あなたはふだん「洗濯用洗剤」をどの程度の頻度でお使いになりますか。  
(回答は1つ)

- ほとんど毎日
- 週に4~5回
- 週に2~3回
- 週に1回
- 月に2~3回
- 月に1回くらい
- 月に1回未満
- 使わない

Q2 あなたはふだん「洗濯用洗剤」をお買いになる際に、どの程度決まった銘柄をお買いになりますか。  
(回答は1つ)

- いつも決まった銘柄を買っている
- いつも決まった2~3銘柄から買っている
- まったく決まっていない

Q3 あなたのご職業をお答えください。  
(回答は1つ)

- 会社員
- パート・アルバイト
- 専業主婦
- 学生
- その他

#### 回答内容チェック機能

回答内容に矛盾がある場合、エラー表示で回答の訂正を促します。

Q1 化粧水について各項目にあてはまる金額をご記入ください。  
(回答は平角数字で入力)

A 「これなら少し安いかな」と思う金額  円

B 「これだと少し高いかな」と思う金額  円

C 「これだと安すぎて品質が不安だ」と思う金額  円

D 「これだと高

【入力エラー】  
Q1C 大小関係は(C ≤ A ≤ B)となるはずですが、ご確認ください。

Q1 化粧水について各項目にあてはまる金額をご記入ください。  
(回答は平角数字で入力)

A 「これなら少し安いかな」と思う金額  円

B 「これだと少し高いかな」と思う金額  円

C 「これだと安すぎて品質が不安だ」と思う金額  円

D 「これだと高すぎて買えない」と思う金額  円

# 3. 調査画面制御による品質管理

## 選択肢ランダムイズ

選択肢の上の方ほどチェックされやすいという回答傾向の順序効果を防止するための機能で、選択肢をランダムに表示することができます。選択肢をグループ化し、各グループ内で表示をランダムにすることも可能です。

### 元の調査票

Q1 今後使いたい電子マネーサービスを、最も使いたいものから3つまでお答えください。  
(回答は3つまで)

- Edy(エディ)
- eJ(エリオ)
- iD(アイディ)
- nanaco(ナナコ)
- Suica(スイカ)
- PASMO(パスモ)
- QUICPay(クイックペイ)
- VISATOUCH/スマートプラス
- WAO(ワオ)
- その他
- ひとつもない

Q1 今後使いたい電子マネーサービスを、最も使いたいものから3つまでお答えください。  
(回答は3つまで)

**パターンA**

- PASMO(パスモ)
- WAO(ワオ)
- QUICPay(クイックペイ)
- nanaco(ナナコ)
- Suica(スイカ)
- iD(アイディ)
- Edy(エディ)
- VISATOUCH/スマートプラス
- eJ(エリオ)
- その他
- ひとつもない

**パターンB**

- iD(アイディ)
- Suica(スイカ)
- PASMO(パスモ)
- Edy(エディ)
- VISATOUCH/スマートプラス
- nanaco(ナナコ)
- QUICPay(クイックペイ)
- eJ(エリオ)
- WAO(ワオ)
- その他
- ひとつもない

## 質問(ページ)ランダムイズ

質問提示順による順序効果を防止するための機能で、質問(ページ)の提示順をランダムにすることができます。

### パターンA

Q1 あなたは★★★を知っていますか。  
(回答は1つ)

- 知っている
- 知っている(見たことがある)ような気がする
- 知らない

Q2 あなたは★★★をどの程度使いたいと思いますか。  
(回答は1つ)

使いたい やや使いたい どちらでもない あまり使いたくない 使いたくない

○ ○ ○ ○ ○

### パターンB

Q3 あなたは@@@を知っていますか。  
(回答は1つ)

- 知っている
- 知っている(見たことがある)ような気がする
- 知らない

Q4 あなたは@@@をどの程度使いたいと思いますか。  
(回答は1つ)

使いたい やや使いたい どちらでもない あまり使いたくない 使いたくない

○ ○ ○ ○ ○



Q3 あなたは@@@を知っていますか。  
(回答は1つ)

- 知っている
- 知っている(見たことがある)ような気がする
- 知らない

Q4 あなたは@@@をどの程度使いたいと思いますか。  
(回答は1つ)

使いたい やや使いたい どちらでもない あまり使いたくない 使いたくない

○ ○ ○ ○ ○

Q1 あなたは★★★を知っていますか。  
(回答は1つ)

- 知っている
- 知っている(見たことがある)ような気がする
- 知らない

Q2 あなたは★★★をどの程度使いたいと思いますか。  
(回答は1つ)

使いたい やや使いたい どちらでもない あまり使いたくない 使いたくない

○ ○ ○ ○ ○

# 3. 調査画面制御による品質管理

## 回答内容の引用表示機能

前の質問で対象者の回答した選択肢を、次質問の質問文や指示文に引用表示する機能です。質問内容をより具体的にイメージして回答してもらうことができます。



## 調査画面のカスタマイズ機能

質問文で強調したい箇所を赤字にしたり、選択肢が多い質問では、選択肢間に小見出しを入れて区切るといったカスタマイズが可能です。わかりやすく、答えやすい調査票を作成することができます。



### 3. 調査画面制御による品質管理

#### マトリクスハイライト機能

マトリクスにおいて、現在カーソルがどこに置かれているか、見やすくハイライトで表示されます。  
見間違いによる誤答を防ぎます。

Q1 あなたは以下のコンビニエンスストアどのくらいの頻度でご利用になりますか。  
(回答は横の行ごとにつづつ)

	ほとんど毎日	週に4-5回	週に2-3回	週に1回	月に2-3回	月に1回くらい	月に1回未満	利用しない
セブンイレブン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ローソン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ファミリーマート	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
au/pn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
サークルKサンクス	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
デイリーヤマザキ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ミニストップ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
スリーエフ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

Q1 あなたは以下のコンビニエンスストアどのくらいの頻度でご利用になりますか。  
(回答は横の行ごとにつづつ)

	ほとんど毎日	週に4-5回	週に2-3回	週に1回	月に2-3回	月に1回くらい	月に1回未満	利用しない
セブンイレブン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ローソン	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ファミリーマート	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
au/pn	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
サークルKサンクス	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
デイリーヤマザキ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
ミニストップ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
スリーエフ	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

## 4. 調査実施における品質管理

調査実施において、「調査票作成」や「調査画面上のコントロール」が重要なことは言うまでもありませんが、この他にも「モニター抽出」「アンケート依頼メールの配信」「データ集計」といった、数々の重要な工程が存在します。

これらの工程では、調査のご依頼から集計結果のご納品までの各工程をミスなく行うために、独自の「業務工程チェックシート」を利用しています。また特に重要な工程に関しては「第三者によるダブルチェック」を行い、お客様に安心して調査をお任せいただけるよう、常に努力しております。

### 業務工程チェックシート

調査の実施にあたっては、これまでの経験から培ったノウハウを集結して作成した「業務工程チェックシート」を利用し、実施調査全体の品質管理を行っております。また、このチェックシートを絶えずブラッシュアップし、スタッフが共有することで、常に一定レベル以上の質の高い調査が行える体制作りにも努めています。

### 第三者によるダブルチェック

特に重要な工程では、第三者によるダブルチェックを実施しています。人間は、自分自身の思い込みや勘違いに気がつきにくい場合があり、それが思わぬミスにつながる可能性があります。チェック工程においては、インターネットリサーチ経験の豊富な第三者が、先入観のない目でチェックを行うことにより、思い込みや勘違いによるミスを未然に防いでいます。



## 5. データ検証調査結果によるサポート

インテージでは、インターネット調査の特性や、従来の調査手法との比較など、各種検証調査を実施しており、品質の向上に努めています。以下は、実施した検証調査の一部です。  
インターネット調査について疑問がございましたら、できる限りお答えいたしますので、お気軽に営業担当までお問い合わせください。

- ・同一項目を調査する場合の適切なインターバル検証
- ・インターネット調査と訪問面接調査、郵送調査の回答傾向の比較検証
- ・大ボリューム調査に関する検証
- ・インターネット調査モニターの行動特性の確認検証
- ・キューモニターとYahoo!リサーチ・モニターの属性比較検証
- ・24時間実査の妥当性検証



## 3. システムによる品質管理

---

調査実施のインフラであるシステムの信頼性は、インターネット調査の品質を語る上で重要な要素です。インテージではISMSを柱に、信頼性の高いリサーチシステムの構築に努めています。

# 1. リサーチシステムのセキュリティ・安定稼働への取り組み

インテージは、システムのセキュリティ対策ばかりではなく、情報を扱う基本的な方針・計画の見直しを含めた国際的に整合性のとれた情報セキュリティマネジメントが実施されていることを、第三者により認定された企業(組織)として、**ISMS (ISO/IEC27001)**の認定を受けています。

インテージでは、このISMSを柱に、個人情報だけでなくお客様から提供されたすべての情報を適切に取り扱うよう、常に努力し、業務手順の見直しや、以下のようなシステムの整備を行っております。

## リサーチシステム

調査には独自のリサーチシステムを利用し、調査票作成、回答受信、調査依頼メール配信、データ集計の各処理ごとにサーバーを設け、さらに多重化を行うことで、高い信頼性と安定性を確保しています。

またリサーチシステムの24時間監視を行い、障害発生時にも迅速な対応が行える体制をとっております。

## セキュリティの確保

サーバは入退室管理をされているデータセンターの施錠されたラックに設置し、関係者以外のアクセスはできないように制限しています。また、ファイアウォールの設置により、外部からのリサーチシステムおよび社内ネットワーク環境への不正アクセスを遮断し、データの改ざん・破壊・覗き見を防止しています。

重要な情報(個人情報等)を含むシステムは、隔離した区画に配置し、利用者のアクセスはセキュアルーム内での利用に制限しています。

## 2. 調査票上の情報保護

インテージでは、調査によって知りえた情報を第三者に漏洩しない義務(守秘義務)を負うことに同意いただいたモニター組織に対してアンケートを実施しています。

また、調査のためお客様からご提供いただいた発売前商品のパッケージ画像、CM画像／動画については、PCへの保存や他サイトへの掲載のリスク対策として、以下のような対策を採っています。

- ・右クリックによるサブメニュー表示の禁止
- ・フラッシュ形式動画のストリーミング配信(有料オプション)

## 3. 個人情報保護

お客様との個人情報の受け渡しは、個人情報保護の観点から、必ず以下のいずれかの方法をとることで個人情報の漏洩防止に努めています。

- ・お客様と担当者との直接の手渡し
- ・セキュリティ便<sup>※</sup>による受け渡し
- ・1回の受け渡しのみ有効な利用回数制限付URLによる受け渡し

※機密情報が含まれる荷物を万全なセキュリティー体制で受け渡しすることが可能な輸送サービスのこと。



知からチカラを。チカラに知を。