



Webアンケート調査



消費者のホンネをクイックに、無駄なく収集できます。

ポイント

point
1

主婦の今のキモチを、クイックに収集できます。

point
2

登録属性（約50項目）から直ぐに対象者を選ぶことも、スクリーニング調査から選定して条件にあったターゲットにアンケートすることも可能。

商品概要

対象者	リビングパートナー本人（女性）/夫/子供/親/OLなど
規模	全国(リビング新聞発行エリア)
成果物	スクリーニング/単純集計/ローデータ ※形態によって料金は変動します
実施料金	300サンプル、20問以下の場合（FAは3問換算） 200,000円
備考	※設問数や設問内容、サンプル数により料金は変動。 ※調査設計費及び報告書作成費は別途。

■ 集計 (GT表) イメージ

	A	B	C	D	E
1					
2	(1) 気持ちがよい。(5点)				
3	No.	回答	n	%	
4	1	全然そう思わない	5	25.0	
5	2	あまりそう思わない	9	45.0	
6	3	どちらともいえない	7	35.0	
7	4	ややそう思う	2	10.0	
8	5	全くそう思う	1	5.0	
9		合計	20	100.0	
10		注			
11	(2) 便利である。(5点)				
12	No.	回答	n	%	
13	1	全然そう思わない	2	10.0	
14	2	あまりそう思わない	4	20.0	
15	3	どちらともいえない	7	35.0	
16	4	ややそう思う	8	40.0	
17	5	全くそう思う	1	5.0	
18		合計	22	100.0	
19		注			
20	(3) 見た目よい。(5点)				
21	No.	回答	n	%	
22	1	全然そう思わない	1	10.0	
23	2	あまりそう思わない	4	20.0	
24	3	どちらともいえない	4	20.0	
25	4	ややそう思う	9	45.0	
26	5	全くそう思う	1	5.0	
27		合計	19	100.0	
28		注			
29	(4) 価格が安い。(5点)				
30	No.	回答	n	%	
31	1	全然そう思わない	4	20.0	
32	2	あまりそう思わない	4	20.0	
33	3	どちらともいえない	5	25.0	
34	4	ややそう思う	4	20.0	
35	5	全くそう思う	3	15.0	
36		合計	20	100.0	
37		注			
38	(5) 洗剤が臭い。(5点)				
39	No.	回答	n	%	
40	1	全然そう思わない	4	20.0	
41	2	あまりそう思わない	4	20.0	
42	3	どちらともいえない	5	25.0	
43	4	ややそう思う	4	20.0	
44	5	全くそう思う	3	15.0	
45		合計	20	100.0	
46		注			
47	(6) イメージが悪い。(5点)				

■ ローデータ CSV Excel イメージ

	AM	AN	AO	AP	AQ	AR	AS
1	20	20	40	41	42	43	44
2	赤十字隊:緑水・黄:外観・デ:動洋音	洗濯機:黒カヒ:防:洗濯機					
3	0	0	0	0	0	0	0
4	0	0	0	0	0	0	0
5	0	0	0	0	0	0	0
6	0	0	0	0	0	0	0
7	0	0	0	0	0	0	0
8	0	4	2	4	0	0	0
9	2	0	1	1	0	0	4
10	4	4	4	1	4	4	4
11	1	4	4	1	1	0	0
12	0	0	0	0	0	0	0
13	0	0	0	0	0	0	0
14	4	4	0	4	4	0	0
15	4	4	5	0	4	4	4
16	2	4	0	0	0	0	0
17	0	0	1	0	0	0	0
18	0	0	0	0	0	0	0
19	0	0	0	0	0	0	0
20	0	0	0	0	0	0	0
21	4	0	0	0	4	4	4
22	0	0	0	0	0	0	4
23	0	0	0	0	0	0	0
24	0	0	0	0	0	0	0
25	0	0	0	0	0	0	0
26	4	0	0	4	4	0	0
27	0	4	0	0	2	0	0
28	0	0	0	0	0	0	0
29	0	0	0	0	0	0	0
30	0	0	0	0	0	0	0
31	0	0	0	0	0	0	0
32	0	0	0	0	0	0	0
33	0	0	0	0	0	0	0
34	0	0	0	0	0	0	0
35	0	0	0	0	0	0	0
36	0	0	0	0	0	0	0
37	0	1	2	0	0	0	0
38	0	0	0	1	0	1	1
39	4	4	4	0	0	0	0

