

WEB調査結果に**違和感**を感じることはありませんか。

- 実態に比べて、**ネット関連**の使用率が高い気がする
- 高齢層**ほど実態とのズレを感じる
- 情報源が**ネット媒体**に偏っている



## WEB調査と訪問調査の 併用のご提案

～手もとにあるWEB調査結果の補正、  
実態を別の切り口から捉える際に～

訪問調査を実施する際は、  
1問から低価格で実施できる  
当社NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)  
をぜひご活用ください。

2023年6月

## 調査手法のメリット・デメリット

WEB調査のデメリットは

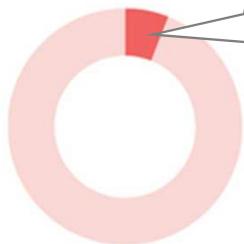
- ネット関連の結果が、**高齢層ほど実態と乖離傾向**
- **対象者層が限定される** (あくまで、アンケートモニター、インターネット利用者の結果)



Point

アンケートモニターに登録に登録し、  
年1回以上WEBアンケートに回答している人は  
**日本全体の5.8%**に留まる

※調査概要：2023年4月NOS（個別訪問留置調査）にて、  
全国の15～79歳男女 1,200人（アンケートパネル不使用で調査実施）



WEBモニターは  
日本全体の  
**5.8%**

Point

	WEB調査	訪問調査
デメリット	対象者層が限定される（モニターなど）	WEB調査よりコストが高い傾向
	インターネット不利用の人の回答が得られない	WEB調査より回収のスピードが遅い
	インターネット関連の回答結果は、 年代が上がるほど実態と乖離することがある	特定条件のサンプルへの絞り込みが難しい
メリット	コストが低い	幅広い方の声を聴取することができる (モニター有無を問わない)
	回収のスピードが早い	インターネット不利用の人の回答が得られる
	特定条件のサンプルに絞り込んだ調査が可能	インターネット関連の回答結果は、実態に近く、 代表性の高いデータが得られる

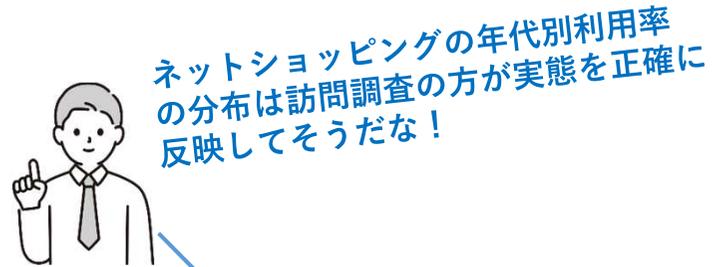
## 調査手法の違いによるアンケート結果の違い

(WEB調査と訪問調査 (NOS) でアンケート結果を比較)

- WEB調査結果では、**一般的な高齢者よりインターネット上での購買行動が積極的。**
- ネットショッピング利用率、電子マネー・キャッシュレス決済は、高齢層ほど、WEB調査が訪問調査 (NOS) を**大幅に上回る。**

### 調査結果①【インターネット上での購買行動に関する項目】

- 「ネットショッピング」「電子マネー・キャッシュレス決済」とも、全体では、WEB調査が訪問調査より**12.0~24.5ポイント**高い。
- 年代が上がるごとに差分が広がり、70代のネットショッピング利用率はWEB調査が訪問調査より**71ポイント**高い。



こんなに多いのかな…?



	手法 (N)	ネットショッピング			電子マネー・キャッシュレス決済		
		訪問調査 (NOS)	WEB調査	差分 (WEB-訪問)	訪問調査 (NOS)	WEB調査	差分 (WEB-訪問)
全体	2,400	54.6	79.1	+24.5	41.8	53.8	+12.0
15~19才	140	48.6	62.1	+13.6	42.1	57.9	+15.7
20~29才	296	72.6	68.2	-4.4	58.1	61.8	+3.7
30~39才	338	73.4	69.8	-3.6	57.7	55.9	-1.8
40~49才	444	69.8	78.8	+9.0	53.6	56.1	+2.5
50~59才	404	62.9	84.4	+21.5	44.6	57.7	+13.1
60~69才	394	39.6	88.8	+49.2	30.7	51.8	+21.1
70~79才	384	15.4	86.5	+71.1	9.9	39.8	+29.9

※サンプル数：訪問調査、WEB調査とも各2,400サンプル／性年代別・5エリア別の割付数は同数

## 調査手法の違いによるアンケート結果の違い

(WEB調査と訪問調査 (NOS) でアンケート結果を比較)

- インターネット上での情報入手、金融取引、申請・届出は、高齢層ほど、WEB調査が訪問調査 (NOS) を大幅に上回る。

### 調査結果②【インターネット上での情報入手に関する項目】

- 「ニュースサイトの閲覧」「電子版の新聞」とも、全体では、WEB調査が訪問調査より8.7～16.2ポイント高い。
- 年代が上がるごとに乖離が広がる傾向。ニュースサイトの閲覧は、70代で53ポイント高い。

	手法 (N)	ニュースサイトの閲覧		
		訪問調査 (NOS)	WEB調査	差分 (WEB-訪問)
全体	2,400	57.9	74.1	+16.2
15～19才	140	40.7	54.3	+13.6
20～29才	296	58.4	56.8	-1.7
30～39才	338	70.1	67.5	-2.7
40～49才	444	70.9	76.8	+5.9
50～59才	404	68.1	79.0	+10.9
60～69才	394	55.8	83.5	+27.7
70～79才	384	29.2	82.6	+53.4

	電子版の新聞の閲覧		
	訪問調査 (NOS)	WEB調査	差分 (WEB-訪問)
全体	14.3	22.9	+8.7
15～19才	12.1	20.7	+8.6
20～29才	14.5	19.6	+5.1
30～39才	17.2	16.3	-0.9
40～49才	18.0	19.4	+1.4
50～59才	17.3	22.0	+4.7
60～69才	16.0	29.7	+13.7
70～79才	2.9	30.2	+27.3

### 調査結果③【インターネット上での金融取引、申請・届出に関する項目】

- 「金融取引」「電子政府・電子自治体の利用」とも、全体では、WEB調査が訪問調査より11.8～27.5ポイント高い。
- 年代が上がるごとに乖離が広がる傾向。金融取引は60代以上で45ポイント以上高い。

	手法 (N)	ネット上での金融取引		
		訪問調査 (NOS)	WEB調査	差分 (WEB-訪問)
全体	2,400	19.7	47.1	+27.5
15～19才	140	6.4	23.6	+17.1
20～29才	296	20.6	40.2	+19.6
30～39才	338	32.8	38.2	+5.3
40～49才	444	27.7	49.3	+21.6
50～59才	404	25.5	53.0	+27.5
60～69才	394	11.4	57.1	+45.7
70～79才	384	5.2	50.0	+44.8

	電子政府・電子自治体の利用		
	訪問調査 (NOS)	WEB調査	差分 (WEB-訪問)
全体	15.5	27.3	+11.8
15～19才	5.7	22.1	+16.4
20～29才	18.9	27.7	+8.8
30～39才	23.7	25.7	+2.1
40～49才	20.3	27.0	+6.8
50～59才	17.6	29.5	+11.9
60～69才	12.9	29.7	+16.8
70～79才	3.9	25.8	+21.9

30項目でWEBと訪問調査を比較！  
ご興味のある方はお問合せください。

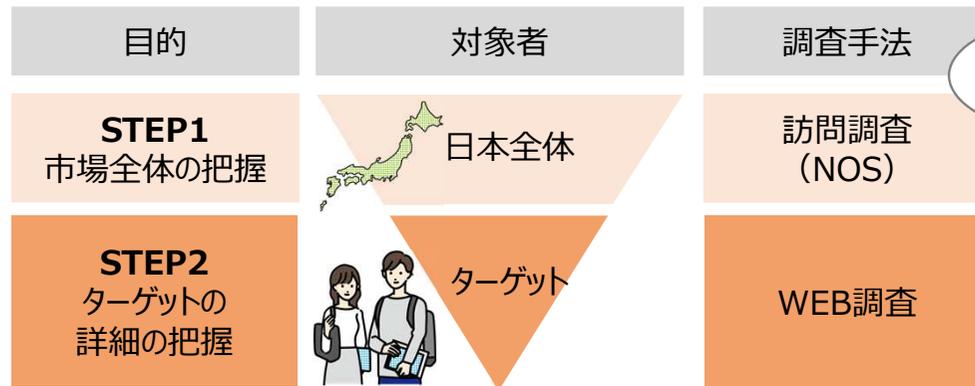
※サンプル数：訪問調査、WEB調査とも各2,400サンプル/性年代別・5エリア別の割付数は同数

# 解決方法 WEB調査と訪問調査の併用方法

併用することで調査精度UPします！  
 訪問調査を実施する際は、1問から低価格で実施できる  
 当社NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)をぜひご活用ください。

- Point 併用方法①**
- ・訪問調査で「日本全体の市場」を把握。
  - ・WEB調査で「ターゲット」の詳細を深堀。

- Point 併用方法②**
- 手もとにあるWEB調査結果を、訪問調査(NOS)のデータで補正。  
 WEB調査結果を日本全体の市場の数値に近づける。



1問から  
ご利用可能

※NOSの詳細は  
次ページ以降を参照

■ Step1 : WEB調査のネットショッピング利用率が、訪問調査の分布に合うようにウェイト値(補正值)を算出。

手法	(N)	ネットショッピング		ウェイト値算出 (訪問調査結果 ÷ WEB調査結果)
		訪問調査 (NOS)	WEB調査	
全体	2,400	54.6	79.1	—
15~19才	140	48.6	62.1	0.782
20~29才	296	72.6	68.2	1.064
30~39才	338	73.4	69.8	1.051
40~49才	444	69.8	78.8	0.886
50~59才	404	62.9	84.4	0.745
60~69才	394	39.6	88.8	0.446
70~79才	384	15.4	86.5	0.178

■ Step2 : 「ネットショッピング」から算出したウェイト値を使用し、WEB調査の「電子マネー・キャッシュレス決済」の値を補正。

手法	(N)	電子マネー・キャッシュレス決済 (%)		
		WEB調査 補正前	ウェイト値 にて補正	WEB調査 補正後
全体	2,400	53.8	—	46.3
15~19才	140	57.9	0.782	49.8
20~29才	296	61.8	1.064	64.2
30~39才	338	55.9	1.051	58.0
40~49才	444	56.1	0.886	51.6
50~59才	404	57.7	0.745	48.6
60~69才	394	51.8	0.446	34.4
70~79才	384	39.8	0.178	24.5

WEB調査の「電子マネー・キャッシュレス決済」を補正することで実態に近づきます！

※ウェイトバック集計によるデータ補正を実施するためには、WEB調査と訪問調査でキーとなる共通質問が必要になります。  
 ※WEB調査で聴取した購買実態や購買行動を日本全体の市場の数値に補正するためには「ネットショッピング利用率」での補正が有効です。

# NOS(日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ)の仕様

596回  
実施

## 【当調査の特徴】

日本全体の実態把握に最適です！

Point

アンケートパネルを不使用のため  
一般的な日本人の実態や意識を  
把握できます。

Point

性年代構成・エリア構成を  
日本の縮図になるように設計。  
補正することなく、  
日本の全体像を把握できます。

対象地域	全国	
対象者	15～79歳男女個人1,200人（1地点6人×200地点）	
サンプリング	住宅地図データベースから世帯を抽出し、個人を割り当て（期間内に依頼できない場合はエリアサンプリングで補完）	
調査方法	調査員による個別訪問留置調査	
基本軸集計	地域／都市規模／性／年齢／職業／世帯年収／性×年齢	
基本納品物	単純集計表、クロス集計表、ローデータ	
基本料金〔税別〕	1問から5問まで 6問から10問まで 11問以上 自由回答質問	1問につき20万円 1問につき16万円 1問につき13万円 1問につき22万円

- カラー印刷は1ページにつき13万円
- 単価有効期限：2023年12月末日まで
- 基本軸以外でのクロス集計、および多変量解析や報告書作成などのご要望につきましては、別途お問い合わせください。

### NOS 基本軸1

地域	1 北海道・東北 2 関東※ 3 中部・北陸 4 近畿 5 中国・四国・九州
----	--

都市規模	1 21大都市 2 15万以上の都市 3 15万未満の都市 4 郡部
------	---

性	1 男性 2 女性
---	--------------

年齢	1 15～19歳 2 20～29歳 3 30～39歳 4 40～49歳 5 50～59歳 6 60～69歳 7 70～79歳
----	--

### NOS 基本軸2

職業	1 農林漁業 2 自営・商工業 3 自由業 4 管理職 5 事務・技術職 6 労務・技能職 7 パート・アルバイト 8 主婦・主夫専業 9 学生 10 無職
----	---

世帯年収	1 300万円未満 2 ～400万円未満 3 ～500万円未満 4 ～600万円未満 5 ～700万円未満 6 ～800万円未満 7 ～1000万円未満 8 ～1200万円未満 9 1200万円以上
------	---

### NOS 基本軸3〔性×年齢〕

男性	1 小計 2 15～19歳 3 20～29歳 4 30～39歳 5 40～49歳 6 50～59歳 7 60～69歳 8 70～79歳
----	--

女性	9 小計 10 15～19歳 11 20～29歳 12 30～39歳 13 40～49歳 14 50～59歳 15 60～69歳 16 70～79歳
----	---

### 納品物

単純集計表、クロス集計表：  
Excelファイル

ローデータ：  
Excelファイル等

- データの保管期間はNRC-QMS規定(ISO9001準拠)により、原則として以下の通りとさせていただきます。
  - ・ 調査票原票：1年
  - ・ 調査関係文書：5年
  - ・ データファイル：10年
- 調査手法として「NOS」または、調査実施機関として弊社名を公表する場合は、事前のご連絡をお願いします。

# 特別価格キャンペーン

8月NOSで特別価格キャンペーンを実施いたします。

キャンペーン概要				
対象期間	2023年8月（実施回）			
実施日程	2023年			
	企画回	8月		
	質問紙締切	7月20日(木)		
	調査実施	7月30日(日)～8月13日(日)		
	データご納品	8月29日(火)		
ご利用対象	下記のいずれかに該当する企業・研究機関・団体にご所属の方 ①NOSを初めてご利用いただく方 ②過去3年以内（2020年2月以降）にNOSのご利用がない方 ③大学・研究機関等で学術研究活動に従事されている方			
ご利用価格	<b>A4・1ページ35万円</b> ※ページ単位でご利用いただけます。 1ページに何問掲載いただいても同額です。 ただし、弊社指定の統一ページフォーマットの範囲でご調整いただく形となります。 ※フォーマットは事前にご提供可能です。			
	1ページ	2ページ	3ページ	4ページ以降
	35万円	70万円	105万円	105万円+掲載1問につき16万円
	※共通フェイスシートの基本属性（性別、年代、居住地域、職業、世帯年収）データも併せてご納品します。			
	<b>通常1問20万円のため、2問以上でお得に！</b>			
	【ご参考】			
	通常価格	5問の場合	10問の場合	15問の場合
		100万円	180万円	245万円
		通常は設問数単位での価格設定です。		

**キャンペーンお申込み締切：  
7月13日(木)まで**

**お得なこの機会に  
ぜひご利用ください。**

## 【お問い合わせ】

日本リサーチセンター株式会社

HP：<https://www.nrc.co.jp>

マーケティング事業開発部（担当：永野）

電話：070-3116-9062

Mail：[nrc\\_mbd@nrc.co.jp](mailto:nrc_mbd@nrc.co.jp)

## 会社概要

名称	株式会社 日本リサーチセンター
設立	1960年12月24日
資本金	1億円
代表取締役社長	杉原 領治
従業員数	130名 その他 スタッフ約50名(2022年4月現在)
調査員数	約1,100名(全国47都道府県で調査可能)
取得認証	適用規格 JIS Q 9001(ISO9001)「品質マネジメントシステム」 適用規格 ISO20252 「市場・世論・社会調査一用語及びサービス要求事項」 プライバシーマーク付与認定企業 女性活躍推進優良認定企業



主な加盟団体	Worldwide Independent Network Of Market Research (WIN) Gallup International Association (GIA) 一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会 (JMRA) 公益社団法人 日本マーケティング協会 (JMA) 公益財団法人 日本世論調査協会
--------	---

所在地	【本社】 〒130-0022 東京都墨田区江東橋4-26-5 東京トラフィック錦糸町ビル  【名古屋支社・事務所】 〒460-0003 名古屋市中区錦2-2-24 ISM名古屋丸の内ビル  【大阪事務所】 〒541-0045 大阪市中央区道修町1-5-18 朝日生命道修町ビル
-----	--

## 弊社の特徴

### 1960年設立。 業界をリードしてきた 伝統ある総合調査会社

- ・日本を代表する企業19社が株主
- ・創業以来積み重ねた調査ノウハウが大きな資産
- ・独立性、中立性を重視した調査活動
- ・世界標準の品質管理 & プロセス保証 (ISO9001及びISO20252認証取得)

### WIN、ギャラップ・ インターナショナル・ アソシエーションに加盟

- ・1968年より日本で唯一の代表メンバーとしてWIN、GIAネットワークに加盟
- ・WIN、GIAメンバーとして70カ国以上の調査機関とのネットワークを有効活用

### 全国訪問調査から ネット調査まで 幅広い調査手法・ 質の高い分析力

- ・お客様の調査目的に対応できる充実した調査インフラを提供
- ・お客様のニーズに合わせて最適な分析方法を提案

### 民間企業から 官公庁、大学研究機関まで 幅広い多くの実績

- ・業種(製造、流通、サービスなど)や業界(食品・金融など)に偏らない実績
- ・マーケティングリサーチから各種世論調査、大学の研究支援まで、社会的・専門的な調査も実績多数

### 調査業務の他、 広報誌、社内報、社史・年史などの 制作業務も展開

- ・最適なコミュニケーション方法や具体的なツールに関する提案
- ・取材、原稿執筆、撮影、デザイン、イラスト作成、印刷、デジタルコンテンツなどの制作