

消費生活と広告に関するお伺い (T - 030060)

平成15年6月

企画：財団法人吉田秀雄記念事業財団

実施：株式会社電通リサーチ

I D			

お忙しいところお伺いし、誠に恐縮に存じます。私は、株式会社電通リサーチの調査員です。ご挨拶状にても申し述べましたとおり、現在、財団法人吉田秀雄記念事業財団の委託を受けまして、消費者の皆様へ「消費生活と広告」に関するアンケートを実施いたしております。ご多忙のこととは存じますが、どうぞアンケートにご協力下さいますようお願い申し上げます。

ご記入上のお願い

質問文をお読み頂き、右の回答欄の該当する番号を 印で囲んで下さい。
 内容によって、(全員の方に)お伺いするもの、(問10で1の方に)とお答え頂く方が限定の質問があります。また、(全員の方に)表示の無い場合は、全員の方がお答えいただく質問とお考え下さい。
 「 → 問11へお進み下さい」とあります。これらに従って進んで下さい。
 印の数は、末尾の(印はひとつ)や(印はいくつでも)という記述に従ってご記入下さい。
ご記入済みのアンケート用紙は 月 日ころにお受け取りに伺います。その前に調査員がご予定をお伺いするお電話や連絡等により確認をさせていただきますのでよろしくお願ひします。

なお、このアンケートについてのお問い合わせは下記の担当までお願い致します。

(実施機関)株式会社電通リサーチ

東京都中央区銀座7-4-17 電話:0120-772-795

担当 藤田・飛田

以下の質問文をお読み頂き、右の回答欄の該当する番号に○印をお願いします。

質問文	ご回答欄				
(全員の方に) 問1 あなたは“流行”というものについて敏感なほうだと思いますか。右の回答欄の中から該当する項目番号を で囲んでお知らせください (印はひとつ)。	5	4	3	2	1
(全員の方に) 問2 あなたは新製品が発売されたとき、すぐ買ってみよう、試してみようとする気持ちが強いほうですか (印はひとつ)。	5	4	3	2	1
(全員の方に) 問3 以下にあげました a ~ i の各項目について、関心の度合いをお知らせください (印はそれぞれひとつ)。	関心が高い	やや関心が高い	中間	やや関心が低い	関心が低い
a 健康に関しては	5	4	3	2	1
b レジャーに関しては	5	4	3	2	1
c 仕事に関しては	5	4	3	2	1
d 政治に関しては	5	4	3	2	1
e 教育に関しては	5	4	3	2	1
f 近所づきあいに関しては	5	4	3	2	1
g 友人や同僚とのつきあいは	5	4	3	2	1
h 環境問題に関しては	5	4	3	2	1
i 高齢化問題に関しては	5	4	3	2	1

質問文	ご回答欄
<p>(全員のの方に)</p> <p>問4 日常生活では、さまざまな広告を目にしますが、あなたは“広告”を意識して、よく見るほうですか(印はひとつ)。</p>	<p>5 意識してよく見るほう</p> <p>4 ざっと見るほう</p> <p>3 中間</p> <p>2 あまり見ないほう</p> <p>1 見ないほう</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問5 では、次ぎに挙げた媒体別については、どの程度ですか(印はそれぞれひとつ)。</p>	<p>よく見る</p> <p>ざっと見る</p> <p>中間</p> <p>あまり見ない</p> <p>見ない</p>
<p>a 新聞の広告は _____ ▶</p> <p>b 雑誌の広告は _____ ▶</p> <p>c テレビの広告は _____ ▶</p> <p>d 折り込みチラシは _____ ▶</p> <p>e 車内広告は _____ ▶</p> <p>f インターネット広告は _____ ▶</p>	<p>5 4 3 2 1</p> <p>5 4 3 2 1</p> <p>5 4 3 2 1</p> <p>5 4 3 2 1</p> <p>5 4 3 2 1</p> <p>5 4 3 2 1</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問6 あなたは、ものを買うとき、その商品に関する情報を積極的に集めるほうですか(印はひとつ)。</p>	<p>5 積極的に集めるほう</p> <p>4 どちらかといえば積極的に集めるほう</p> <p>3 中間</p> <p>2 どちらかといえば積極的に集めないほう</p> <p>1 積極的に集めないほう</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問7 広告は商品知識の普及に役立っていると思いますか(印はひとつ)。</p>	<p>3 役立っていると思う</p> <p>2 多少は役立っていると思う</p> <p>1 役立っていると思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問8 あなたは広告に対して不信感を持っていますか。あるいは、持っていませんか(印はひとつ)。</p>	<p>1 どちらかといえば不信感を持っているほう</p> <p>2 どちらかといえば不信感はないほう</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問9 あなたは携帯電話やPHSを利用していますか(印はひとつ)。</p>	<p>1 利用している ————▶ 問10をお答え下さい</p> <p>2 現在利用していないが、今後利用する予定がある ————▶ 問12へお進み下さい</p> <p>3 現在も、これからも利用する予定はない ————▶ 問13へお進み下さい</p>
<p>(問9で1の方に)</p> <p>問10 携帯電話やPHSでのe-メールを利用していますか(印はひとつ)。</p>	<p>1 利用している</p> <p>2 現在利用していないが、今後利用する予定がある</p> <p>3 現在も、これからも利用する予定はない ————▶ 2, 3の方は問13へお進み下さい</p>
<p>(問10で1の方に)</p> <p>問11 携帯電話やPHSで有料・無料を問わずメールマガジンを利用していますか(印はひとつ)。</p>	<p>1 利用している</p> <p>2 現在利用していないが、今後利用する予定がある</p> <p>3 現在も、これからも利用する予定はない ————▶ 1, 2, 3の方いずれも問13へ</p>
<p>(問9で2の方に)</p> <p>問12 携帯電話でのe-メールを今後利用するご予定がありますか(印はひとつ)。</p>	<p>1 今後利用する予定がある</p> <p>2 利用する予定はない</p>

テーマ：「有名人」及び「テレビ広告とあなた」についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方向に) 問1 有名人についてお伺いします。 次のa)～f)までの各項目についてあなたのお考えまたはあなたの行動に最も近いものを「非常に当てはまる」から「全く当てはまらない」の間でお知らせください(印は各項目ごとにひとつずつ)。 注：ここでは「有名人」を「名前と顔が広く知られている芸能人、タレント、歌手、俳優、スポーツ選手など」とお考え下さい。</p>	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	全く当てはまらない
a) 有名人に感心がある	5	4	3	2	1
b) 有名人にあこがれる	5	4	3	2	1
c) 有名人を尊敬する	5	4	3	2	1
d) あこがれている有名人のスタイルを真似する	5	4	3	2	1
e) 自分と同じ世代・性別の、好きな有名人が使っている商品(服、アクセサリなど)を買う	5	4	3	2	1
f) 有名人の意見を参考にする	5	4	3	2	1
<p>(全員の方向に) 問2 テレビCM(広告)についてお伺いします。 次のa)～n)までの各項目についてあなたのお考えまたはあなたの行動に最も近いものを「非常に当てはまる」から「全く当てはまらない」の間でお知らせください(印は各項目ごとにひとつずつ)。</p>	非常に当てはまる	やや当てはまる	どちらともいえない	やや当てはまらない	全く当てはまらない
a) テレビCMが多すぎると思う	5	4	3	2	1
b) テレビCMをみるのが好き	5	4	3	2	1
c) 好きなテレビCMが嫌いなCMより多い	5	4	3	2	1
d) テレビCMがテレビ番組よりおもしろいことがある	5	4	3	2	1
e) 友人と話す時に有名人が出ているテレビCMが話題になる	5	4	3	2	1
f) 有名人が出ているテレビCMは知らない人が出ているCMより注目する	5	4	3	2	1
g) 自分が好きな有名人がでてくるCMなら、その商品を買ってみたいくなる	5	4	3	2	1
h) 人気のある有名人が多くCMに出ていると商品名や会社名がわからなくなることがある	5	4	3	2	1
i) 多くの有名人はCMで推薦している商品を実際に彼らの私生活でも使っていると思う	5	4	3	2	1
j) 自分と同じ世代・性別の、好きな有名人がテレビCMで推薦する商品を買うことが多い	5	4	3	2	1
k) 有名人がある商品を推薦すれば、その商品と会社を信頼できると思う	5	4	3	2	1
l) 有名人が商品をCMで推薦する唯一の理由は、出演料であると思う	5	4	3	2	1
m) 有名人が出ているテレビCMの方が、知らない人が出ているCMより好きである	5	4	3	2	1
n) 有名人がある商品のテレビCMに出れば、その商品のイメージがわかりやすくなる	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：「広告と口コミ情報」についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄				
	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない
(全員の方に) 問1 次の1～19の事柄それぞれについて、あなたの経験や行動、お気持ちにもっとも近いものに印をつけてください(印はそれぞれひとつ)。					
1 広告が商品に関心を抱ききっかけとなる	5	4	3	2	1
2 口コミ情報が商品に関心を抱ききっかけとなる	5	4	3	2	1
3 購入前の <u>全般的な</u> 情報収集のために、広告を調べる	5	4	3	2	1
4 購入前の <u>全般的な</u> 情報収集のために、口コミ情報を調べる	5	4	3	2	1
5 <u>特定の</u> 商品の比較・検討のために、広告を調べる	5	4	3	2	1
6 <u>特定の</u> 商品の比較・検討のために、口コミ情報を調べる	5	4	3	2	1
7 広告が購買の決め手になる	5	4	3	2	1
8 口コミ情報が購買の決め手になる	5	4	3	2	1
9 購入した後、購入した商品の広告をよくみる	5	4	3	2	1
10 購入した後、購入した商品の口コミ情報をよくきく	5	4	3	2	1
11 購入した商品の良さや悪さを誰かに伝えたことがある	5	4	3	2	1
12 広告よりも口コミ情報のほうが信頼できる	5	4	3	2	1
13 口コミ情報よりも広告のほうが信頼できる	5	4	3	2	1
14 広告は、口コミ情報の内容を理解するのに役立つ	5	4	3	2	1
15 口コミ情報は、広告内容を理解するのに役立つ	5	4	3	2	1
16 広告されている内容と口コミ情報が同じだと、広告の信頼性が増す	5	4	3	2	1
17 広告されている内容と口コミ情報が同じだと、口コミの信頼性が増す	5	4	3	2	1
18 口コミ情報によって、企業の商品・サービスに対する態度が変わったことがある	5	4	3	2	1
19 広告によって、企業の商品・サービスに対する態度が変わったことがある	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：広告のあいまいな記憶や知識の鮮明化のメカニズムについてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄																				
<p>(全員のの方に) 問1 あなたは普段の生活の中で、広告は覚えた がブランド名や商品内容をはっきり覚えな かったということがありますか(○印はひとつ)</p>	<p>1 よくある 2 時々ある 3 多少はある 4 全くない</p>																				
<p>(全員のの方に) 問2 「ブランド名や商品の内容を覚えなかった 広告」はどのような分野の商品・サービス で多いですか。右の中からいくつでも選ん で○印をつけてください(○印はいくつでも)</p>	<table border="0"> <tr> <td>1 ノンアルコール飲料</td> <td>11 英会話学校など教育サービス</td> </tr> <tr> <td>2 ビールなどアルコール飲料</td> <td>12 化粧品</td> </tr> <tr> <td>3 サラダ油など調味料</td> <td>13 医薬品</td> </tr> <tr> <td>4 菓子</td> <td>14 衣料</td> </tr> <tr> <td>5 食品</td> <td>15 ファッション</td> </tr> <tr> <td>6 洗剤などのトイレタリー商品</td> <td>16 自動車</td> </tr> <tr> <td>7 AV 製品</td> <td>17 住宅・不動産</td> </tr> <tr> <td>8 パソコン/デジカメなど情報機器</td> <td>18 金融関連</td> </tr> <tr> <td>9 家電品</td> <td>19 スーパー、デパート流通</td> </tr> <tr> <td>10 携帯電話</td> <td></td> </tr> </table>	1 ノンアルコール飲料	11 英会話学校など教育サービス	2 ビールなどアルコール飲料	12 化粧品	3 サラダ油など調味料	13 医薬品	4 菓子	14 衣料	5 食品	15 ファッション	6 洗剤などのトイレタリー商品	16 自動車	7 AV 製品	17 住宅・不動産	8 パソコン/デジカメなど情報機器	18 金融関連	9 家電品	19 スーパー、デパート流通	10 携帯電話	
1 ノンアルコール飲料	11 英会話学校など教育サービス																				
2 ビールなどアルコール飲料	12 化粧品																				
3 サラダ油など調味料	13 医薬品																				
4 菓子	14 衣料																				
5 食品	15 ファッション																				
6 洗剤などのトイレタリー商品	16 自動車																				
7 AV 製品	17 住宅・不動産																				
8 パソコン/デジカメなど情報機器	18 金融関連																				
9 家電品	19 スーパー、デパート流通																				
10 携帯電話																					
<p>(全員のの方に) 問3 「ブランド名や商品名を覚えなかった広告」 について、逆にあなたが覚えていたのは 広告のどのような点ですか(○印はひとつ)</p>	<p>1 タレントやタレントの仕草 2 音楽 3 広告のストーリー(物語) 4 商品を使用しているシーン 5 キャッチフレーズ 6 企業名 7 その広告にいつ接したかということ 8 その広告にどのメディア(テレビ、新聞など)で接したかということ</p>																				
<p>(全員のの方に) 問4 普段の生活の中で、「ブランド名や商品名 を覚えなかった広告」を思い出すのは次の どんなときですか(○印はいくつでも)</p>	<p>1 家族・友人・知人と話しているとき 2 店で商品を見て 3 外出して看板やポスターなどをみて 4 その商品を使っている人をみて 5 その商品を自分で使ってみて 6 テレビ番組や記事等で関連した情報を見聞きしたとき 7 その広告に出ていたタレントをみて 8 その広告に使われていた音楽を聞いて</p>																				
<p>(全員のの方に) 問5 「ブランド名や商品名を覚えなかった広告」 を思い出したときに、その広告のブラン ド名や商品内容があらためてはっきりし たことがありますか(○印はひとつ)</p>	<p>1 よくある 2 時々ある 3 多少はある 4 全くない → 問7へお進み下さい</p>																				
<p>(問5で1, 2, 3いずれかの方に) 問6 なぜその広告の記憶がブランド名や商品 内容まで含めてはっきりしたのでしょうか。 あてはまるものを右の中からいくつでも お知らせください(○印はいくつでも)</p>	<p>1 たまたま商品を使っている人をみて、それが広告の雰囲気と似ていたから 2 たまたま商品を使っている人に出会って、広告と同じことを言ったり、やったりしていたから 3 そのブランド(商品)のイメージと広告のイメージが似ていることを思い出したから 4 覚えていたタレントがその商品の広告に出ていることを知ったから 5 覚えていた音楽がその広告に使われていることを知ったから 6 売り場で商品に接したときに広告の表現の一部が表示されていたから 7 家族や友人に内容を教えてもらったから 8 広告以外でその商品の情報に接したから 9 別のメディアで同じ商品の広告に接したから</p>																				

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方向に) 問8の前に必ず答えて下さい。</p> <p>問7 最近見た広告で次のような物語の広告を見た覚えがありますか。「赤い富士山の絵を背景に大きい黒人と小柄な日本人が出てきて、日本人が何か話した後に黒人が腕を上げて叫ぶ。最後にAV機器のようなものが出てくる。」(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく覚えている</p> <p>2 やや覚えている</p> <p>3 あまり覚えていない</p> <p>4 全く覚えていない</p>
<p>問8 (問9の写真を見る前に答えて下さい。)</p> <p>最近見た広告で次のような物語の広告を見た覚えがありますか。「赤い富士山の絵を背景に、ボブサップ(黒人格闘家)と妻夫木聡(俳優)が出てきて、日本人が“これからはDVDでとる”と云うと、ボブが“でっかくとって小さく残す”といい腕を上げて叫ぶ。画面に金色の円盤が飛び、ビデオのような機械に商品が入ってゆく。」(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく覚えている</p> <p>2 やや覚えている</p> <p>3 あまり覚えていない</p> <p>4 全く覚えていない</p>

問9用 テレビCM4カット



<p>(全員の方向に)</p> <p>問9 あなたは、上の広告を、ご存じでしたか。最もあてはまるものをお知らせください(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく覚えている</p> <p>2 やや覚えている</p> <p>3 あまり覚えていない</p> <p>4 全く覚えていない</p>
<p>(全員の方向に)</p> <p>問10 この商品について知っていることに○印をつけてください(○印はいくつでも)</p>	<p>1 DIGA という名前の商品である</p> <p>2 テレビをDVDで録画できる</p> <p>3 録画中でも再生できる</p> <p>4 ビデオテープより小さいので保存に便利である</p> <p>5 パナソニックの商品である</p> <p>6 一つも知らない</p>
<p>(全員の方向に) 問12の前に必ず答えて下さい。</p> <p>問11 最近見た広告で次のような物語の広告を見た覚えがありますか。「アニメーションの広告で、ピンクのウサギが看板の上で踊ったり、道を歩いていると耳を引っ張ったりされる。」(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく覚えている</p> <p>2 やや覚えている</p> <p>3 あまり覚えていない</p> <p>4 全く覚えていない</p>
<p>問12 (問13の写真を見る前に答えて下さい。)</p> <p>最近見た広告で次のような物語の広告を見た覚えがありますか。「アニメの広告で、ピンクのウサギが看板の上で踊る。看板には駅前留学など書いてある。また町を歩いていると耳を引っ張られたウサギ。お問い合わせは身に良くつくノバというせりふが聞かれる。」(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく覚えている</p> <p>2 やや覚えている</p> <p>3 あまり覚えていない</p> <p>4 全く覚えていない</p>

問 13 用テレビCM 4カット



<p>(全員の方向に) 問 13 あなたは、上の広告を、ご存じでしたか。 最もあてはまるものをお知らせください(○印はひとつ)。</p>	<p>1 よく覚えている 2 やや覚えている 3 あまり覚えていない 4 全く覚えていない</p>
<p>(全員の方向に) 問 14 この商品について知っていることに○印をつけてください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 NOVA という名前の語学サービスである 2 駅前留学・お茶の間留学である 3 外国人講師である 4 少人数クラスである 5 一つも知らない</p>
<p>(全員の方向に) 問 16 の前に必ず答えて下さい。 問 15 最近見た広告で次のような物語の広告を見た覚えがありますか。「二人の女性が高原にある別荘のベランダで温野菜のサラダにマヨネーズをつけて食べている。」(○印はひとつ)。</p>	<p>1 よく覚えている 2 やや覚えている 3 あまり覚えていない 4 全く覚えていない</p>
<p>問 16 (問 17 の写真を見る前に答えて下さい。) 最近見た広告で次のような物語の広告を見た覚えがありますか。「高原の別荘風のベランダで檀ふみと阿川佐和子が温野菜のサラダを作る。マヨネーズをかけ、65%以上が油なんだなどと話している。健康エコナのマヨネーズタイプとナレーションがある」(○印はひとつ)。</p>	<p>1 よく覚えている 2 やや覚えている 3 あまり覚えていない 4 全く覚えていない</p>

問 17 用テレビCM 4カット



<p>(全員の方向に) 問 17 あなたは、上の広告を、ご存じでしたか。 最もあてはまるものをお知らせください(○印はひとつ)。</p>	<p>1 よく覚えている 2 やや覚えている 3 あまり覚えていない 4 全く覚えていない</p>																				
<p>(全員の方向に) 問 18 この商品について知っていることに○印をつけてください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 健康エコナマヨネーズタイプという名前の商品である 2 マヨネーズの味はそのまま 3 健康によいエコナを使っている 4 花王の商品である 5 一つも知らない</p>																				
<p>(全員の方向に) 問 19 あなたが普段から関心のある商品・サービスを右の中から選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<table border="0"> <tr> <td>1 ノンアルコール飲料</td> <td>10 携帯電話</td> </tr> <tr> <td>2 ビールなどアルコール飲料</td> <td>11 英会話学校など教育サービス</td> </tr> <tr> <td>3 サラダ油など調味料</td> <td>12 化粧品</td> </tr> <tr> <td>4 菓子</td> <td>13 医薬品</td> </tr> <tr> <td>5 食品</td> <td>14 衣料</td> </tr> <tr> <td>6 洗剤などのトイレタリー商品</td> <td>15 ファッション</td> </tr> <tr> <td>7 AV製品</td> <td>16 自動車</td> </tr> <tr> <td>8 パソコン/デジカメなど情報機器</td> <td>17 住宅・不動産</td> </tr> <tr> <td>9 家電品</td> <td>18 金融関連</td> </tr> <tr> <td></td> <td>19 スーパー、デパート流通</td> </tr> </table>	1 ノンアルコール飲料	10 携帯電話	2 ビールなどアルコール飲料	11 英会話学校など教育サービス	3 サラダ油など調味料	12 化粧品	4 菓子	13 医薬品	5 食品	14 衣料	6 洗剤などのトイレタリー商品	15 ファッション	7 AV製品	16 自動車	8 パソコン/デジカメなど情報機器	17 住宅・不動産	9 家電品	18 金融関連		19 スーパー、デパート流通
1 ノンアルコール飲料	10 携帯電話																				
2 ビールなどアルコール飲料	11 英会話学校など教育サービス																				
3 サラダ油など調味料	12 化粧品																				
4 菓子	13 医薬品																				
5 食品	14 衣料																				
6 洗剤などのトイレタリー商品	15 ファッション																				
7 AV製品	16 自動車																				
8 パソコン/デジカメなど情報機器	17 住宅・不動産																				
9 家電品	18 金融関連																				
	19 スーパー、デパート流通																				

テーマ：テレビ番組の「質」と「提供広告主」との関係についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄								
<p>(全員の方向に) 問1 以下の1)～6)にあげてある番組を見た時の、あなたの気持ちにいちばん近いものはどれですか。それぞれの番組ごとにあてはまるものをいくつでも選び、印をつけてください(○印はそれぞれの番組についていくつでも)。</p>	まじめだ	余裕がある	品がいい	見応えがある	時間のムダだ	いばつている	不愉快だ	バカバカしい	見たことがない
1)世界遺産(TBS系列 日曜 23:00～)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
2)世界・ふしぎ発見!(TBS系列土曜 21:00～)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
3)おしゃれカンケイ(日本テレビ系列 日曜 22:00～)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
4)素敵な宇宙船地球号(テレビ朝日系列 日曜 23:00～)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
5)発掘!あるある大事典(フジテレビ系列 日曜 21:00～)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
6)美の巨人たち(テレビ東京系列 土曜 22:00～)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
<p>(全員の方向に) 問2 民間放送のテレビ番組では、企業が一社単独で番組提供をする方法<上記1)～6)の番組がそれに該当します>と何社かが共同で提供する方法とがあります。 a)一社単独提供番組と b)複数社提供番組のそれぞれについて、あなたのお考えに近いものをいくつでも選んで 印をつけてください(○印はa)、b)それぞれの場合についていくつでも)。</p>	良質の番組を見る機会が増える	理解が深まる 提供社(スポンサー)の企業姿勢に	提供社(スポンサー)の名前を覚えやすい	番組が長続きする	番組の作り手が提供社(スポンサー)のいいなりになりやすい	視聴率に左右されやすい	番組の内容が堅苦しくなる	放送局に良いイメージを持つ	とくに何も感じない
a)一社単独提供番組の場合	1	2	3	4	5	6	7	8	9
b)複数社提供番組の場合	1	2	3	4	5	6	7	8	9

質問文	ご回答欄																					
<p>問3 (全員の方向に) 以下にあげる 1)~6)の番組 (再放送も含む) をあなたはご覧 になったことが ありますか。それ ぞれあてはまる 項目を1つ選び、 印をつけてく ださい (○印は 各番組ごとにそれ ぞれひとつ)。 (右のにもお答えく ださい)</p>	1, 2の回答者				【「よく見ていた」「ときどき見ていた」方に】その番組の印象についで、あてはまる項目をいくつでも選んで 印をつけてください。																	
	よく見ていた(見ている)	ときどき見ていた(見ている)	一度くらい見た	一度も見たことがない	楽しい気分になる	親しみがある	話題が豊かになる	知識・情報が得られる	自分にとって役に立つ	教えられるところがある	目新しさ・斬新さを感じる	個性的な	刺激的な	ハラハラ・ドキドキする	見応えがある	感動を覚える	共感を覚える	良心的な	健全な	マナー的な	平凡な	不愉快になる
1) にんげんドキュメント (NHK 金曜 23:00~)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
2) ザ! 鉄腕! DASH!! (日本テレビ系 日曜 19:00~)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
3) HERO (フジテレビ系 月曜 21:00~) 平成 13 年 1~3 月放送	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
4) 報道特集 (TBS系 日曜 17:30~)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
5) 素敵な宇宙船地球号 (テレビ朝日系列 日曜 23:00~)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
6) Matthew's Best Hit TV (テレビ朝日系 水曜 23:15~)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：商品の購入・飲食銘柄決定と購入先・ブランドについてお伺いたします。

質問文	ご回答欄																
<p>(全員の方向に) 問1 右の各々の商品について、あなたはメーカーによって品質に差があると思いますか。それとも、どこのメーカーも大差ないと思いますか。～ <u>それぞれの商品について、「差がある」「大差ない」「分からない」のいずれかをお知らせください</u> (○印はそれぞれひとつ)。</p>	インスタントコーヒー	紅茶ティーバッグ	ミネラルウォーター	牛乳	チーズ	コーラ	マヨネーズ	しょうゆ	スパゲッティ	コーンフレーク	ビスケット	チョコレイト	洗濯用洗剤	シャンプー	歯ブラシ	ビデオテープ	乾電池
a) 差がある	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
b) 大差ない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
c) 分からない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
<p>(全員の方向に) 問2 あなたは、右の各々の商品をどの程度食べたり、使ったりされますか。～ <u>それぞれの商品について1つずつ 印をつけて下さい</u> (○印はそれぞれひとつ)。</p>	インスタントコーヒー	紅茶ティーバッグ	ミネラルウォーター	牛乳	チーズ	コーラ	マヨネーズ	しょうゆ	スパゲッティ	コーンフレーク	ビスケット	チョコレイト	洗濯用洗剤	シャンプー	歯ブラシ	ビデオテープ	乾電池
a) よく使う(食べる)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
b) 時々使う(食べる)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
c) あまり使わない(食べない)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
d) 使わない(食べない)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
<p>(全員の方向に) 問3 あなたは、右の各々の商品を買う時(使う時)は、銘柄をおよそ決めていますか。～ <u>それぞれの商品について1つずつ 印をつけて下さい</u> (○印はそれぞれひとつ)。</p>	インスタントコーヒー	紅茶ティーバッグ	ミネラルウォーター	牛乳	チーズ	コーラ	マヨネーズ	しょうゆ	スパゲッティ	コーンフレーク	ビスケット	チョコレイト	洗濯用洗剤	シャンプー	歯ブラシ	ビデオテープ	乾電池
a) いつもおよそ同じ銘柄である	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
b) 2～3の銘柄の中で選んでいる	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
c) こだわらずその時々で銘柄を決めている	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
d) 分からない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17

質問文	ご回答欄																
<p>(全員の方向に)</p> <p>問4 あなたは、各々の商品について、スーパーマーケットの独自ブランド(例えばファインセレクト、トップバリュ、セービング、買物上手、バリュープラス等のプライベートブランド)を買ったことがありますか。～それぞれの商品について1つづつ印をつけてください(○印はそれぞれひとつ)</p>	インスタントコーヒー	紅茶ティーバッグ	ミネラルウォーター	牛乳	チーズ	コーラ	マヨネーズ	しょうゆ	スパゲッティ	コーンフレーク	ビスケット	チョコレート	洗濯用洗剤	シャンプー	歯ブラシ	ビデオテープ	乾電池
a) よく買う	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
b) 時々買う	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
c) あまり買わない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
d) 買わない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
e) 分からない	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
<p>(全員の方向に)</p> <p>問5 あなたが、普段よく利用するスーパーマーケットは右の1～11のどれですか。よく使われる店をいくつでも選んでください(○印はいくつでも)</p>	1 西友	2 ジャスコ	3 ダイエー	4 イトーヨーカドー	5 東急ストア	6 大丸ピーコック	7 小田急 OX	8 京急ストア	9 東武ストア	10 キーンズ伊勢丹	11 その他のスーパーマーケット	12 スーパーマーケットを使わない					

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：デジタル家電製品（たとえばテレビ等）の購入についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方向に)</p> <p>問1 あなたがあるデジタル家電製品（たとえばテレビ）の購入を検討していると想定して下さい。あなたはデジタル家電製品の購入を検討する際、右の3つの選択肢のうちどれをもっとも考慮しますか（印はひとつ）</p>	<p>1 製品自体</p> <p>2 雑誌・テレビ広告 → 問3へ</p> <p>3 購入予定の販売店 → 問4へ</p> <p style="text-align: right;">お進み下さい</p>				
<p>(問1で1と回答された方)</p> <p>問2 あなたは製品自体に関する次の5つの要素をそれぞれの程度考慮しますか。1：まったく考慮しない、2：あまり考慮しない、3：どちらでもない、4：やや考慮する、5：非常に考慮する、の5段階で分けた場合、あなたにあてはまる番号に印をつけてください（○印はそれぞれひとつ）</p>	まったく考慮しない	あまり考慮しない	どちらでもない	やや考慮する	非常に考慮する
1) 製品のコンセプト	1	2	3	4	5
2) 製品の名称やロゴ	1	2	3	4	5
3) 製品のデザイン・形状・色	1	2	3	4	5
4) 製品に用いられている技術	1	2	3	4	5
5) 製品を構成する部品や原材料	1	2	3	4	5
<p>(問1で2と回答された方に)</p> <p>問3 あなたは広告の表現に関する次の5つの要素をそれぞれの程度考慮しますか。1：まったく考慮しない、2：あまり考慮しない、3：どちらでもない、4：やや考慮する、5：非常に考慮する、の5段階で分けた場合、あなたにあてはまる番号に印をつけてください（○印はそれぞれひとつ）</p>	まったく考慮しない	あまり考慮しない	どちらでもない	やや考慮する	非常に考慮する
1) 分かりやすさ	1	2	3	4	5
2) 斬新さ	1	2	3	4	5
3) ユニークさ	1	2	3	4	5
4) 洗練さ（都会的・知的など）	1	2	3	4	5
5) 製品の詳しい説明	1	2	3	4	5
<p>(問1で3と回答された方に)</p> <p>問4 あなたは販売店に関する次の5つの要素をそれぞれの程度考慮しますか。1：まったく考慮しない、2：あまり考慮しない、3：どちらでもない、4：やや考慮する、5：非常に考慮する、の5段階で分けた場合、あなたにあてはまる番号に印をつけてください（○印はそれぞれひとつ）</p>	まったく考慮しない	あまり考慮しない	どちらでもない	やや考慮する	非常に考慮する
1) 販売店の規模	1	2	3	4	5
2) 店頭での在庫量	1	2	3	4	5
3) 店頭価格	1	2	3	4	5
4) 販売店へのアクセス（交通の便）	1	2	3	4	5
5) 店員の対応	1	2	3	4	5
<p>(問1で3と回答された方に)</p> <p>問5 あなたはデジタル家電製品を購入する際、右の4つの選択肢のうちどの販売店で購入したいと思いますか。あてはまるものに印をつけてください（○印はひとつ）</p>	<p>1 大型量販店（ヨドバシカメラやコジマ電機など）</p> <p>2 メーカー直営店（松下電器・パナソニックセンターやソニー・AVICなど）</p> <p>3 地域密着店（パナソニック特約店など）</p> <p>4 その他（ ）</p>				

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：携帯電話による広告や情報発信に関してお伺いいたします。

下の写真は (株)NTTドコモのiモードの公式サイト「とくするメニュー」に告知される一般的なキャンペーン情報です。あなたの携帯電話にこのような形式の「キャンペーン情報」が送られてきたら、どう感じますか。「とくするメニュー」という形式にこだわらず、携帯電話に送信されてくる各種のキャンペーン・プレゼント・新商品紹介などの情報に対する一般的な印象・感想について、以下の質問にお答えください。



資料協力：株式会社NTTドコモ

質問文	ご回答欄						
(全員の方に) 問1 まず最初の質問です。あなたの携帯電話に上の写真のようなキャンペーン情報や各種プレゼント・モニター募集、割引クーポンが送られてきたら、あなたならどのように感じますか。以下の質問にお答えください(○印はそれぞれひとつ)。	まったくそう思う	だいたいそう思う	なんとなくそう思う	どちらともいえない	なんとなくそう思わない	あまりそう思わない	まったくそう思わない
1) こうしたキャンペーン情報の内容は信用できる	7	6	5	4	3	2	1
2) こうしたキャンペーン情報の内容は信憑性が高い	7	6	5	4	3	2	1
3) こうしたキャンペーン情報の内容は説得力がある	7	6	5	4	3	2	1
4) こうしたキャンペーン情報で紹介されるような企業は社会的に信用されている	7	6	5	4	3	2	1
5) こうしたキャンペーン情報で紹介されるような企業の商品は信頼できる	7	6	5	4	3	2	1
6) こうしたキャンペーン情報から得た情報はためになる	7	6	5	4	3	2	1
7) こうしたキャンペーン情報から得た情報は生活に役立つ	7	6	5	4	3	2	1
8) こうしたキャンペーン情報からはたくさんの情報が得られる	7	6	5	4	3	2	1
9) こうしたキャンペーン情報の内容は面白い	7	6	5	4	3	2	1
10) こうしたキャンペーン情報の内容は楽しい	7	6	5	4	3	2	1
11) こうしたキャンペーン情報を受け取るとわくわくする	7	6	5	4	3	2	1
12) こうしたキャンペーン情報の内容はいらいらする	7	6	5	4	3	2	1
13) こうしたキャンペーン情報の内容はわかりにくい	7	6	5	4	3	2	1
14) こうしたキャンペーン情報の内容は迷惑だ	7	6	5	4	3	2	1

質問文	ご回答欄
-----	------

(全員の方に)

問2 つぎに上の写真の「とくするメニュー」のように、あなたの携帯電話にいろいろなキャンペーン情報や各種プレゼント・モニター募集、割引クーポンを提供するサービスが入ってくることに、一般的な評価をお伺いします。あなたの場合、以下の1)～4)のような対の項目に何点の評価をつけますか。該当する数値に○印をつけてください(○印はそれぞれひとつ)。

【注：なお、1が最低、7が最高点とし、4が中間(「どちらともいえない」)とお考えください。】

	最低 ←	中間	→ 最高					
1) わるい	1	2	3	4	5	6	7	よい
2) 好ましくない	1	2	3	4	5	6	7	好ましい
3) メリットがない	1	2	3	4	5	6	7	メリットがある
4) ばかっている	1	2	3	4	5	6	7	かしこい

(全員の方に)

問3 では、あなたの携帯電話に上の写真のようなキャンペーン情報や各種プレゼント・モニター募集、割引クーポンが送られてきた場合、あなたならどうしますか。最もお気持ちに近い番号に○印をつけてください(○印はそれぞれひとつ)。

ま っ た く そ う 思 う	だ い た い そ う 思 う	な ん と な く そ う 思 う	ど ち ら と も い え な い	な ん と な く そ う 思 わ な い	あ ま り そ う 思 わ な い	ま っ た く そ う 思 わ な い
--------------------------------------	--------------------------------------	---	---	---	---	--

- | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1) 面白そうなキャンペーン情報を受け取ったらもっと詳細な内容をチェックしてみたい | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 2) 興味のあるプレゼントやモニター募集の情報を受け取ったら実際に応募してみたい | 7 | 6 | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：インターネット広告についてお伺いいたします。

注) ここでのインターネット広告(以下ネット広告と略称)とは: 基本的に Web サイト上や電子メール広告のことをいいます。Web 広告とは、バナー広告やテキスト広告などを指し、電子メール広告は、メール内のスペースに広告を掲載するメールマガジン広告と、事前登録が前提で、希望する情報をメールで配信されるダイレクトメールとの二種類を指します。

質問文	ご回答欄
<p>(全員のの方に)</p> <p>問1 ネット広告をどれぐらいの頻度で見ますか(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく見る</p> <p>2 時々見る</p> <p>3 ほとんど見ない</p> <p>4 まったく見ない</p> <p>5 わからない</p> <p>→ 次のテーマへお進み下さい</p>
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に)</p> <p>問2 ネット広告を見る最も大きな理由はどれですか(○印はひとつ)</p>	<p>1 よく見るサイトにあったから</p> <p>2 広告自体が面白いから</p> <p>3 広告商品に対して興味を持っているから</p> <p>4 知っているブランドだから</p> <p>5 知らないブランドだから</p> <p>6 わからない</p>
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に)</p> <p>問3 特定のサイトで広告を見る習慣がありますか(○印はひとつ)</p>	<p>1 ある</p> <p>2 とくにない → 問5へお進み下さい</p>
<p>(問3で1の方に)</p> <p>問4 普段どのサイトで広告をよく見ますか。あてはまるものをすべてお知らせ下さい(○印はいくつでも)</p>	<p>1 ブラウザ標準ページ(例: MSN JAPAN)</p> <p>2 検索サイトのトップページ(例: Yahoo! JAPAN)</p> <p>3 検索サイトのカテゴリーページ</p> <p>4 興味をもつ分野のサイト(ニュースサイト、専門情報サイト、エンターテインメントサイト、コミュニティサイトなど)</p> <p>5 プロバイダー系のホームページ(サイト)(例: So-net, @nifty)</p> <p>6 わからない</p>
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に)</p> <p>問5 どんな内容のネット広告に最も興味を持っていますか。あてはまるものをすべてお知らせ下さい(○印はいくつでも)</p>	<p>1 公共広告</p> <p>2 商品広告</p> <p>3 懸賞・キャンペーンのお知らせ広告</p> <p>4 ドット企業(インターネット上で事業を行う企業)のサイトのお知らせ広告</p> <p>5 娯楽・サービス情報の広告(例えば、映画情報、コンサート開催情報)</p> <p>6 企業や社会団体のイメージ作り</p> <p>7 その他</p> <p>8 わからない</p>
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に)</p> <p>問6 どんな形式のネット広告を最も受け入れやすいですか。あてはまるものをすべてお知らせ下さい(○印はいくつでも)</p>	<p>1 バナー広告(長方形の画像ファイルで、旗に似た形状の広告)</p> <p>2 電子メール広告(メールマガジンとダイレクトメールと両方を含む)</p> <p>3 テキスト(広告画像ファイルを使わず、短い文章にリンクを添えたもの)</p> <p>4 すきま広告(あるページから移動するとき、次のページが表示されるまでの間に出てくる広告。別の小さなウィンドウが自動的に立ち上がる形の“ポップアップ広告”を含む)</p> <p>5 移動式広告(ページの中で上下か左右に移動する広告)</p> <p>6 わからない</p>
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に)</p> <p>問7 過去一週間以内に見たネット広告の内容に対してどれぐらい覚えていますか(○印はひとつ)</p>	<p>1 はっきり覚えている</p> <p>2 大体覚えている</p> <p>3 ぼんやりとして覚えている(次回見たときに思い出せるぐらい)</p> <p>4 まったく覚えていない</p> <p>5 わからない</p>

<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問8 すでに知っているブランドのネット広告を見たら、そのブランドに対して印象が変わりますか(○印はひとつ)。</p> <p>注) ご回答が「1」以外の方は、問10へ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 その広告に対する好感度(表現などを含む全体ページ)によって印象の変化が異なる 2 広告自体のよしあしと関係なく、そのブランドに対して好感度が増えた 3 広告自体のよしあしと関係なく、印象が変わらない 4 広告自体のよしあしと関係なく、印象が悪くなった 5 わからない
<p>(問8で1の方へ) 問9 ではどのような印象の変化となりますか(○印はひとつ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 広告によりイメージを感じたら、そのブランドに対して好感度が深まる 2 広告をあまり好きではなかったら、そのブランドにマイナス印象が生まれる 3 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問10 すでに知っているブランドのネット広告を見たときに、次のどんな意識や行動を取りますか。あてはまるものをすべてお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 そのブランドがインターネットで広告を出していると認識した 2 そこに掲載される情報をよく読む 3 クリックしてより詳しい情報を調べる 4 無視する 5 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問11 知らなかった商品のネット広告を見る場合、次のどんな意識や行動を取りますか。あてはまるものをすべてお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 広告にあった情報によって商品の属性を十分理解できた 2 広告にあった情報によって商品の属性が大体分かった 3 広告にあった情報が不十分で、クリックしてより詳しい情報を調べる 4 広告にあった情報が不十分だが、クリックするのは面倒だから無視してしまう 5 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問12 電子メール広告の配信について、次のどんな意識や行動を取りますか(○印はひとつ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 受け取りたい 2 たまに受け取ってもいい 3 まったく受け取りたくない 4 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問13 どれぐらいの頻度でネット広告をクリックしますか(○印はひとつ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 よくクリックする 2 時々クリックする 3 ほとんどクリックしない 4 クリックしない 5 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問14 ネット広告をクリックし、関連サイトに飛ぶ主な理由は何ですか。あてはまるものをすべてお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 その商品(企業)についてもっと詳しい情報を知りたいから 2 自分の要望や意見を述べたいから 3 情報の収集程度によって、そのサイトで商品を買う可能性があるから 4 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問15 ウェブ上の広告を見て、買ってみた気持ちになったことがありますか(○印はひとつ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 よくある 2 たまにある 3 まったくない 4 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問16 ネット広告を見ることによって、実際の購買行動を起したことがありますか(○印はひとつ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 よくある 2 たまにある 3 まったくない 4 わからない
<p>(問16で1, 2のいずれかの方に) 問17 ネット広告を見て、実際は、どこで商品を買いたいですか(○印はひとつ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 インターネット 2 販売店 3 商品によって買う場所が違って来る 4 わからない
<p>(問1で1, 2, 3のいずれかの方に) 問18 ネット広告に対する不満な点について教えてください(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 量が多すぎる 2 内容や表現には特色がない 3 信頼性、真実性が疑われる 4 ネット上における様々な情報行動の順調さを妨害する

テーマ：サービスの利用・購入と意識の変化についてお伺いします。

ここでのサービスとは、それ自体が購入・利用の対象となっているもので、例えばホテル、レストラン、医療関係、教育などをお考え下さい。

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方向に) 問1 サービスを利用する際に、どのようなサービス施設(店舗)があり、どのようなサービスが提供されているのか等について、情報を収集するため、インターネットを利用することはありますか(○印はひとつ)。</p>	<p>1 利用することが多い 2 多くはないが、利用している 3 利用しない</p> <p>→ 問2へ → 問3へお進みください</p>
<p>(問1で「1」あるいは「2」の方向に) 問2 どのような理由でインターネットで情報収集をするのですか。右の理由の中からあてはまるものをすべてお知らせください(○印はいくつでも)。</p> <p>注) 回答が終了しましたら、問4へお進みください。</p>	<p>1 広い範囲の情報を収集できるから 2 最新の情報を収集できるから 3 テレビ、新聞、雑誌などの広告よりも信頼できるから 4 家族・友人・知人からの情報よりも信頼できるから 5 利用経験者の情報も得ることができるから 6 情報収集に必要な時間を節約できるから 7 情報収集に必要なコストを節約できるから 8 都合の良い時間と場所で情報収集ができるから 9 サービス間の比較・検討が容易だから 10 家族・友人・知人に情報を持っている人がいないから 11 家族・友人・知人から情報を収集するのが嫌だから 12 その他</p>
<p>(問1で「3」の方向に) 問3 どのような理由でインターネットで情報収集をしないのですか。右の理由の中からあてはまるものをすべてお知らせください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 インターネットの使い方が分からないから 2 インターネットを使える機器がないから 3 テレビ、新聞、雑誌などの広告の方が信頼できるから 4 家族・友人・知人からの情報の方が信頼できるから 5 利用経験者からの情報を得ることができないから 6 情報収集にかなりの時間がかかるから 7 情報収集にかなりのコストがかかるから 8 実際にサービス施設(店舗)を訪れる方が有益な情報を得られるから 9 情報が多すぎて、サービス間の比較・検討が難しいから 10 家族・友人・知人が情報を持っているから 11 利用経験のあるサービス施設(店舗)を利用することが多いから 12 その他</p>
<p>(全員の方向に) 問4 サービスを利用する際に、申込みや予約にインターネットを利用することはありますか。あてはまるものをお知らせください(○印はひとつ)。</p>	<p>1 インターネットでの申込み・予約が可能なサービスについては必ず利用する 2 利用することが多い 3 あまり利用しない・利用はわずかである 4 利用しない</p> <p>→ 問5へ → 問6へ</p>
<p>(問4で「1」「2」「3」いずれかの方向に) 問5 どのような理由でインターネットで申込み・予約をするのですか。右の理由の中からあてはまるものをすべてお知らせください(○印はいくつでも)。</p> <p>注) 回答が終了しましたら、問7へお進みください。</p>	<p>1 申込み・予約に必要な時間を節約できるから 2 申込み・予約に必要なコストを節約できるから 3 都合の良い時間と場所で申込み・予約をできるから 4 従業員と接触や会話をする必要がないから 5 従業員の介在がなく、従業員によるミスを回避できるから 6 自分で確認を行ないながら、正確に行なうことができるから 7 申込み・予約の記録が残るから 8 その他</p>
<p>(問4で「4」の方向に) 問6 どのような理由でインターネットで申込み・予約をしないのですか。右の理由の中からあてはまるものをすべてお知らせください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 インターネットの使い方が分からないから 2 インターネットを使える機器がないから 3 申込み・予約にかなりの時間がかかるから 4 申込み・予約にかなりのコストがかかるから 5 従業員との接触や会話を楽しみたいから 6 従業員を介して行なった方が正確にできるから 7 申込み・予約の記録が残らないから 8 その他</p>

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方向に) 問7 サービス施設(店舗)が、以下の1)~4)のようなサービスの利用に伴う活動を、インターネットで行なうようになることについて、あなたはどのように思われますか。1)~4)それぞれの活動について、あなたのお気持ちに最も近いと思われるものをお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。</p>	すべてインターネットで行なうべきである	インターネットの比重を高めるべきである	併用すべきである インターネットと従来の方法を同程度に	インターネットよりも、従来の方法を重視すべきである	インターネットは利用すべきでない
1) サービスに関する情報の提供	1	2	3	4	5
2) サービスに関する問合せ・質問の受付	1	2	3	4	5
3) 利用の申込み・予約	1	2	3	4	5
4) 請求書(利用したもの)の支払	1	2	3	4	5
<p>(全員の方向に) 問8 多種多様なものがサービスとして提供されていますが、サービスの内容によっては、その提供の仕方が変化しています。以下1)~3)のような変化について、どのように思われますか。あなたのお気持ちに最も近いと思われるものをお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。</p>	利用したくない	あまり利用したくない	どちらとも言えない	やや利用したい	利用したい
1) サービスの内容によっては、顧客がサービス施設(店舗)を訪れなくても、インターネット上でサービスを消費できるものがあります。例えば、小売、銀行、教育などのサービスです。今後このようなインターネット上でのサービス提供が増加することが期待されますが、あなたは実際にサービス施設を訪れる代わりに、これらを利用したいと思われますか。	1	2	3	4	5
2) サービスの提供において、情報通信機器を用いたセルフサービス化が進んでいます。あなたは、このようなセルフサービスの導入について、どのように思われますか。なお、情報通信機器を用いたセルフサービスとは、顧客自身がサービス提供に必要な活動を引受け、それらを情報通信機器を用いて行なうものです。例えば、ATMを利用しての出入金や、機械を用いてのホテルのチェックインなどです。	1	2	3	4	5
3) 情報通信機器を用いないセルフサービスも導入されていますが、あなたはこのようなセルフサービスをどのように思われますか。例えば、バイキング方式による自分での料理の盛付け・配膳や、自分での荷物の運搬などです。	1	2	3	4	5

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：企業の活動とその評価についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方向に) 問1 あなたは、東芝という会社をどの程度ご存知ですか。あてはまる番号をお知らせ下さい (印はひとつだけ)</p>	<p>1 名前だけでなく何をしている会社かも知っている 2 何をしている会社かは知らないが、名前だけは知っている 3 名前を聞いたこともない</p>
<p>(全員の方向に) 問2 仮に、東芝がアフリカの砂漠に5000万本の苗木を植林し、砂漠の緑化に貢献したとします。あなたは東芝自体に対し、どのように思われますか。以下の3つの相反する考え方(意見対)それぞれについて、どちらに近いですか。各々1つつつ選んで○印をしてください(○印はそれぞれひとつ)</p>	
<p>(意見対1)</p>	<p>1 アフリカ各地に建設した工場から発生した公害問題から周辺住民の目を逸らすためにやったに違いない。 2 東芝は社会貢献活動に熱心な企業だ。 3 どちらともいえない。</p>
<p>(意見対2)</p>	<p>1 植林は今回限りだろう。 2 今後も植林し続けるに違いない。 3 どちらともいえない。</p>
<p>(意見対3)</p>	<p>1 今回の事例は特殊で、東芝は他の社会貢献活動(芸術・文化、スポーツ振興など)には熱心ではないだろう。 2 他の社会貢献活動にも熱心に違いない。 3 どちらともいえない。</p>

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方向に)</p> <p>問3 あなたは、荏原という会社をどの程度ご存知ですか。あてはまる番号をお知らせ下さい(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 名前だけでなく何をしている会社かも知っている</p> <p>2 何をしている会社かは知らないが、名前だけは知っている</p> <p>3 名前を聞いたこともない</p>
<p>(全員の方向に)</p> <p>問4 仮に、荏原がアフリカの砂漠に5000万本の苗木を植林し、砂漠の緑化に貢献したとします。あなたは荏原自体に対し、どのように思われますか。以下の3つの相反する考え方(意見対)それぞれについて、どちらに近いですか。各々1つずつ選んで○印をしてください(○印はそれぞれひとつ)。</p>	
<p>(意見対1)</p>	<p>1 アフリカ各地に建設した工場から発生した公害問題から周辺住民の目を逸らすためにやったに違いない。</p> <p>2 荏原は社会貢献活動に熱心な企業だ。</p> <p>3 どちらともいえない。</p>
<p>(意見対2)</p>	<p>1 植林は今回限りだろう。</p> <p>2 今後も植林し続けるに違いない。</p> <p>3 どちらともいえない。</p>
<p>(意見対3)</p>	<p>1 今回の事例は特殊で、荏原は他の社会貢献活動(芸術・文化、スポーツ振興など)には熱心ではないだろう。</p> <p>2 他の社会貢献活動にも熱心に違いない。</p> <p>3 どちらともいえない。</p>

次ページの次のテーマにお進みください。

テーマ：「外貨預金」についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄						
(全員の方向に) 問1 あなたは、外貨預金について、どの程度関心を持っていますか。最もお気持ちに近いものをお知らせください(○印はひとつ)	1 購入したことがある	2 購入したことはないが、非常に関心はある	3 どちらかといえば関心はある	4 どちらともいえない	5 どちらかといえば関心はない	6 まったく関心はない	7 聞いたこともない 次のテーマに進んでください
(問1で7以外の方に) 問2 以下のa)~o)の意見について、あなたのお考えを「非常にそう思う」から「全くそう思わない」の5段階でお知らせください(印はそれぞれひとつ)	まったくそう思わない	あまりそう思わない	どちらともいえない	ややそう思う	非常にそう思う		
a) 外貨預金で、金銭的な損失をしている人は多い	1	2	3	4	5		
b) 銀行は、顧客の立場に立った経済活動をおこなっている	1	2	3	4	5		
c) 銀行が、外貨預金に関する知識を、購入者に分かりやすく提供することは重要だ	1	2	3	4	5		
d) 購入した外貨預金で損失が生じたときには、銀行からの十分なアドバイスが期待できる	1	2	3	4	5		
e) 外貨預金で、金銭的な損失が生じる可能性は高い	1	2	3	4	5		
f) 外貨預金を購入したあと、銀行から十分な情報の提供を期待できる	1	2	3	4	5		
g) 銀行は、社会的に信頼される経済活動をおこなっている	1	2	3	4	5		
h) 外貨預金を購入する場合、購入する商品は、銀行に決めてほしい	1	2	3	4	5		
i) 銀行が、外貨預金に関する知識を、購入者に正しく伝えることは重要だ	1	2	3	4	5		
j) 外貨預金を購入する場合、購入する商品は、自分の判断で決めたい	1	2	3	4	5		
k) 外貨預金を購入するとき、銀行から十分な商品知識の提供が期待できる	1	2	3	4	5		
l) 銀行が、外貨預金に関する知識を、購入者に誤解が生じないように提供することは重要だ	1	2	3	4	5		
m) 外貨預金を購入したら、金銭的な損失をこうむるだろう	1	2	3	4	5		
n) 銀行は、企業利益を最優先した経済活動をおこなっている	1	2	3	4	5		
o) 外貨預金を購入する場合、購入するタイミングは、銀行に決めてほしい	1	2	3	4	5		
(問1で7以外の方に) 問3 外貨預金に関する以下のような広告を見たとき、その商品の購入は、どの程度受け入れやすく感じられますか(印はそれぞれひとつ)	とても受け入れやすい	やや受け入れやすい	どちらともいえない	やや受け入れにくい	とても受け入れにくい		
a) 損失が生じる可能性を明記した広告	5	4	3	2	1		
b) 損失が生じたときの商品購入者の責任を明記した広告	5	4	3	2	1		
(問1で7以外の方に) 問4 外貨預金に関する以下のような広告を出す銀行は、どの程度信頼できると思いますか(印はそれぞれひとつ)	信頼できる	やや信頼できる	どちらともいえない	あまり信頼できない	全く信頼できない		
a) 損失が生じる可能性を明記した広告	5	4	3	2	1		
b) 損失が生じたときの商品購入者の責任を明記した広告	5	4	3	2	1		

テーマ：「日常生活とさまざまな不安」についてお伺いいたします。

質問文	ご回答欄			
<p>(全員の方向に) 問1 次の1)～20)の項目について、あなたは日常生活の中で、どの程度不安を感じますか。それぞれの項目について、4段階の中から一つずつ選んで○印をつけてください。 (注：お考えいただくに当たっては、社会一般についてのお考えではなくて、あなたご自身とご家族・親族など身内に影響が及ぶもの(場合)としてお答え下さい。) (○印はそれぞれひとつ)</p>	常に不安を感じる	ときどき不安を感じる	あまり不安を感じることはない	全く不安を感じることはない
1) 詐欺やマルチ商法の被害	1	2	3	4
2) ウィルスに感染したり、伝染性の病気にかかること	1	2	3	4
3) 空き巣や窃盗などの犯罪にあうこと	1	2	3	4
4) 交通事故の加害・被害	1	2	3	4
5) 日常生活において接触する化学物質の健康への影響	1	2	3	4
6) 地震、台風など自然災害の被災	1	2	3	4
7) 外国からの攻撃により戦争に巻き込まれること	1	2	3	4
8) 火事による被害	1	2	3	4
9) 携帯電話や家電製品から発する電磁波の影響	1	2	3	4
10) あなた自身や高齢家族の老後の生活	1	2	3	4
11) テロや無差別殺人事件による被害	1	2	3	4
12) 近隣地域での大気汚染、騒音などの公害	1	2	3	4
13) 病院での医療ミスや院内感染の被害	1	2	3	4
14) 失業や倒産により家庭生活が行き詰まること	1	2	3	4
15) 年金や社会保障が将来的に十分に支給されない恐れ	1	2	3	4
16) 自分や親戚のこども(孫)の教育やしつけの仕方	1	2	3	4
17) 個人情報やデータが流出し、勝手に利用されること	1	2	3	4
18) 賃金カットなど収入減による家庭生活への影響	1	2	3	4
19) 生活習慣から生じる成人病などの病気	1	2	3	4
20) 原子力施設の事故による放射能汚染の被害	1	2	3	4

〔最後に、少々立ち入ったこととお伺いいたします。〕

統計の区分をつくるためにのみ使用いたしますので、あなた個人のお名前が外に出るなどして、ご迷惑をおかけすることはありません。可能な範囲で結構ですので、ご記入くださいますようお願いいたします。

質問文	ご回答欄			
性別	1 男性	2 女性		
お歳	1 15～19歳	2 20～29歳	3 30～39歳	
	4 40～49歳	5 50～59歳	6 60～65歳	
既・未婚	1 既婚	2 未婚		
あなたのご職業	1 会社役員	2 会社員（管理職）	3 会社員（事務系）	
	4 会社員（労務系）	5 商工サービス自営業	6 自由業	
	7 パート・アルバイト	8 専業主婦	9 学生	
	10 無職	11 その他		
あなたの 平日1日平均の外出時間	1 3時間以内	2 3～5時間	3 5～8時間	4 8～10時間
	5 10～12時間	6 12～15時間	7 15時間以上	
あなたの平日の平均睡眠時間	1 5時間未満	2 5～6時間	3 6～7時間	4 7～8時間
	5 8～9時間	6 9時間以上		
あなたの平日の起床時刻（午前）	1 6時前	2 6～7時頃	3 7～8時頃	4 8～9時頃
	5 9～10時頃	6 10～12時頃	7 12時以降	
あなたの平日の就寝時刻	1 22時以前	2 22～23時頃	3 23～24時頃	
	4 24～午前1時頃	5 午前1時以降		
あなたの平日1日平均のテレビを 見ている時間をお知らせ下さい （何かしながらの時間も含めて）	1 殆ど見ない	2 1時間未満	3 1～2時間未満	
	4 2～3時間未満	5 3～4時間未満	6 4～5時間未満	
	7 5～6時間未満	8 6時間以上		
あなたの平日1日平均のラジオを 聴いている時間をお知らせ下さい （何かしながらの時間も含めて）	1 殆ど聴かない	2 1時間未満	3 1～2時間未満	
	4 2～3時間未満	5 3～4時間未満	6 4～5時間未満	
	7 5～6時間未満	8 6時間以上		
あなたの平日1日平均の新聞を読 む時間をお知らせ下さい （何かしながらの時間も含めて）	1 殆ど読まない	2 1時間未満	3 1～2時間未満	
	4 2～3時間未満	5 3～4時間未満	6 4～5時間未満	
	7 5～6時間未満	8 6時間以上		
あなたが、よく読む新聞は何です か（印はいくつでも）	1 朝日新聞	2 毎日新聞	3 読売新聞	
	4 日本経済新聞	5 サンケイ新聞	6 東京新聞	
	7 スポーツ新聞	8 その他		
あなたが、よく読む雑誌は（立ち 読みなどを含めて）何種類位です か（印はひとつ）	1 1種類	2 2種類	3 3～4種類	
	4 5～6種類	5 7～8種類	6 9～10種類	
	7 11種類以上	8 よく読む雑誌はない		
あなたお一人の月間支出をお知 らせ下さい（小遣いの額）	1 1万円未満	2 1～2万円未満	3 2～3万円未満	
	4 3～5万円未満	5 5～7万円未満	6 7～10万円未満	
	7 10～15万円未満	8 15万円以上	9 未定	
世帯の月間支出をお知らせ下さい （同居されている世帯をお考え下 さい）	1 20万円未満	2 20～30万円未満	3 30～40万円未満	
	4 40～50万円未満	5 50～60万円未満	6 60～70万円未満	
	7 70万円以上			
ご家族の構成をお知らせ下さい。	1 単身世帯	2 夫婦のみの世帯	3 夫婦と子供世帯	
	4 3世代世帯	5 その他		
同居しているご家族の人数をお知 らせ下さい（あなたを含めての 人数）	1 1人	2 2人	3 3人	4 4人
	5 5人	6 6人	7 7人以上	

長い間、ご協力ありがとうございました。調査員がお伺いしますのでお渡し下さい。宜しくお願いします。