

消費生活と広告に関するお伺い

I D				

平成20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

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。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致しております。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くださいますようお願い申し上げます。

＊ ＊ ご記入上のお願い ＊ ＊

- ① 質問文をお読み頂き、右の回答欄の該当する番号を○印で囲んでください。
- ② ご回答の内容で、(全員の方に)お伺いするもの、(問9で1に○印をつけた方に)と回答者を限定する質問があります。また、「▶ 問12へお進みください」とあります。これらに従って進んでください。
- ③ ○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ください。
- ④ ご記入済みのアンケート用紙は 月 日にお受け取りに伺いますのでよろしくご願ひいたします。
- 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ご願ひいたします。
(実施機関)株式会社電通リサーチ
- 〔 電 話：0120-77-2795 担当 飛田
土日を含め9時30分～17時30分の時間帯で対応
させていただきます。〕
- 作業番号：2400-07002674

下記の言葉の説明を参考に以降の質問にお答えください。

注①サイト広告	インターネットサイト(ホームページ等)に掲載されている広告
注②ブログ広告	ブログ(個人や数人のグループで運営され、日々更新される日記的なインターネットサイトの総称)上に掲載されている広告

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				
	意識してよく見たり	ざっと見たり	どちらとも言えない	あまり見たり	見たりしない
(全員の方に) 問1 以下にあります1～16の媒体広告をあなたは日頃、どの程度見たり聞いたりしますか(○印はそれぞれひとつ)。					
1. 新聞の広告は	5	4	3	2	1
2. 雑誌の広告は	5	4	3	2	1
3. テレビの広告は	5	4	3	2	1
4. ラジオの広告は	5	4	3	2	1
5. 折り込みチラシは	5	4	3	2	1
6. ダイレクトメール広告は	5	4	3	2	1
7. フリーペーパー、フリーマガジン等無料紙誌は	5	4	3	2	1
8. 交通機関(電車・バス等)の車内広告は	5	4	3	2	1
9. 交通機関(電車・バス等)の駅ホーム・構内・停留所等の広告は	5	4	3	2	1
10. 屋外広告(看板・ネオン・屋外ビジョン等)は	5	4	3	2	1
11. 店頭広告(POP・ポスター・TVモニター等)は	5	4	3	2	1
12. PC(パソコン)のインターネットサイト広告は(注①)	5	4	3	2	1
13. PC(パソコン)のインターネットのブログ広告は(注②)	5	4	3	2	1
14. 携帯電話・PHS等モバイル機器のインターネットサイト広告は(注①)	5	4	3	2	1
15. 携帯電話・PHS等モバイル機器のインターネットのブログ広告は(注②)	5	4	3	2	1
16. 携帯ワンセグ広告は	5	4	3	2	1

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												
	出来るだけ価格の安いものを買う	多少高くても品質の良いものを買う	健康・安全なものを買う	自然・環境に良いものを買う	産地・地域にこだわったものを買う	製造年月日・賞味期限に注意してものを買う	企業イメージや商品ブランド	家族・友人・ブログ等で推奨	話題の広告のものを買う	店頭で気に入ったものを買う	商品ラベルやパッケージの	その他	こだわらない
(全員の方に) 問2 下記の食料品を購入される時、重視される点はそれぞれどれですか(○印はそれぞれいくつでも)。													
1. 野菜・果物類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
2. 肉類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
3. 魚介類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
4. マヨネーズ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
5. ドレッシング	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
6. 乳製品(バター・チーズ等)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
7. ヨーグルト	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
8. 牛乳・乳酸飲料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
9. アイスクリーム・氷菓子	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
10. インスタントカップ麺・袋麺類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
11. 冷凍加工商品	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
12. ミネラルウォーター	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
13. 緑茶・健康茶系	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
14. スポーツ飲料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
15. ビール類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
16. 焼酎	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
17. 日本酒	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
18. ワイン	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
19. チョコレート	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
20. スナック菓子類	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13

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				
	自信がある	どちらかという自信がある	どちらともいえない	どちらかという自信がない	自信がない
(全員の方に) 問3 以下の1～20の各項目は、個人の行動スタイルを表したものです。あなたご自身はそれぞれの程度当てはまりますか、右側の5～1の中から選び○印をお付けください(○印はそれぞれひとつ)。					
1. 葉書や手紙を自筆で書いて出す	5	4	3	2	1
2. 新聞を読みこなす	5	4	3	2	1
3. 文書中心の雑誌(文芸春秋、週刊新潮等)を読みこなす	5	4	3	2	1
4. 写真等、グラビア等が多い雑誌(ファッション雑誌、芸能雑誌等)を読みこなす	5	4	3	2	1
5. 漫画・コミック誌を読みこなす	5	4	3	2	1
6. ラジオを聞きこなす	5	4	3	2	1
7. パソコンでのメールの送受信	5	4	3	2	1
8. 携帯電話でのメールの送受信	5	4	3	2	1
9. パソコンでのインターネット利用	5	4	3	2	1
10. 携帯電話でのインターネット利用	5	4	3	2	1
11. パソコン・携帯電話での音楽のダウンロード	5	4	3	2	1
12. パソコン・携帯電話での画像(静止画・動画)のダウンロード	5	4	3	2	1
13. パソコンでの文書・企画書作成(W o r d、P o w e r P o i n t等)	5	4	3	2	1
14. パソコンでの表計算・グラフ作成等(E x c e l等)	5	4	3	2	1
15. 携帯電話のメールでの絵文字・顔文字等の利用	5	4	3	2	1
16. 携帯電話での写メール送受信	5	4	3	2	1
17. 携帯電話でのゲーム	5	4	3	2	1
18. i P o d/W A L K M A N等の携帯音楽型デジタル音楽プレーヤーの利用	5	4	3	2	1
19. 家庭用据え置き型ゲーム機(W i i、プレイステーション3、X b o x 3 6 0等)の利用	5	4	3	2	1
20. デジタルでカメラ撮影した写真の編集・印刷	5	4	3	2	1

次ページのテーマにお進みください。

「生活情報の情報源」について、あなたのお考えをお伺いします。

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					
問1 あなたは、右に挙げた1～6 の生活情報の情報源について、それぞれどのようにお感じになりますか(○印はそれぞれいくつでも)。 1 「新聞」の広告は ↓ 2 「新聞」の記事は ↓ 3 「雑誌」の広告は ↓ 4 「雑誌」の記事は ↓ 5 「テレビ」の広告は ↓ 6 「テレビ」の番組は ↓	1	2	3	4	5	6
情報をよく見る	1	1	1	1	1	1
信頼できる情報がある	2	2	2	2	2	2
関心のある情報がある	3	3	3	3	3	3
役に立つ情報がある	4	4	4	4	4	4
商品内容がよくわかる	5	5	5	5	5	5
情報の利用がしやすい	6	6	6	6	6	6
楽しい情報がある	7	7	7	7	7	7
凝った情報がある	8	8	8	8	8	8
情報が親切である	9	9	9	9	9	9
情報が美しい	10	10	10	10	10	10
最新の情報がある	11	11	11	11	11	11
正確な情報がある	12	12	12	12	12	12
消費者視点の情報がある	13	13	13	13	13	13
選び抜かれた内容の情報がある	14	14	14	14	14	14
表現が適切である	15	15	15	15	15	15
周囲の人と共有できる情報がある	16	16	16	16	16	16
社会的な意義のある情報がある	17	17	17	17	17	17
知っておくべき情報がある	18	18	18	18	18	18
心が動かされる情報がある	19	19	19	19	19	19
その他	20	20	20	20	20	20
(全員の方に) 問2 あなたは、普段から好感を持っている広告主の広告には特に注目するほうですか(○印はひとつ)。 7 非常に注目するほう 6 注目するほう 5 やや注目するほう 4 どちらともいえない 3 あまり注目はしないほう 2 注目はしないほう 1 全く注目しないほう						

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に) 問3 あなたは“広告” など消費生活に関する情報について、どのような意見をお持ちですか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 広告には、ニュース・記事と比べて、注意を払わない</p> <p>2 商品の情報は、ニュース・記事よりも広告で接するほうが好きだ</p> <p>3 広告は、ニュース・記事よりも情報源として信頼できる</p> <p>4 ある商品を取りあげたニュース・記事は、その商品の広告よりも商品のことを正しく伝えている</p> <p>5 広告は、誰かが何らかの商品を自分に売ろうとしているものだと思う</p>
	<p>6 ある商品を取りあげたニュース・記事は、自分にその商品を売ろうとしているものではないと思う</p> <p>7 ある商品を肯定的にとりあげるニュース・記事は、結局は商品を買うことを勧めている</p> <p>8 ニュース・記事として伝えられる情報の方が、広告の情報よりも商品を購入するのに安心できる</p> <p>9 特定の商品を肯定するニュース・記事は、記憶に残りやすい</p> <p>10 商品の情報は、ニュース・記事よりも広告のほうがわかりやすい</p>
	<p>11 商品の情報を広告ではなく、ニュース・記事として見るときは、頭に入りやすい</p> <p>12 広告はニュース・記事よりも心に残りやすい</p> <p>13 広告は押しつけがましい</p> <p>14 記者の多くは、広告関係者よりも、商品について豊富な知識を持っている</p> <p>15 記事は、それを報告した記者自身がその内容をすべて取材したのだと思う</p>
	<p>16 マスコミは、しばしば特定の商品の推奨する役割を担うと思う</p> <p>17 マスコミは、社会の他の企業や組織に対して第三者的で公正な立場にある</p> <p>18 商品に関するニュース・記事の情報には、肯定的なものも否定的なものもある</p> <p>19 ニュース・記事の商品情報の方が、広告よりも、世の中にとって重要なことを語っている</p> <p>20 ニュース・記事の商品情報の方が、広告よりも、多くの人に受け入れられやすい</p>
	<p>21 広告から、自分にとって有用な情報が入手できることは少ない</p> <p>22 関心のある情報について、その分野の広告に特に注目したり、広告を集めたりすることがある</p> <p>23 関心のある情報について、その分野のニュースに特に注目したり、記事を集めたりすることがある</p> <p>24 ニュース・記事の情報内容は、信頼できる</p> <p>25 広告とニュース・記事との境界があいまいになっていると感じる</p>
	<p>26 広告に注目することが、以前と比べて多くなった</p> <p>27 広告に注目することは、以前と比べて少なくなった</p>

次ページのテーマにお進みください。

「テレビコマーシャルにおける高齢者」について、あなたのお考えをお伺いします。

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
<p>(全員の方に) 問1 「高齢者」とは何歳以上の人をあらわすと思いますか(○印はひとつ)。</p>	<p>1 50歳以上 2 55歳以上 3 60歳以上 4 65歳以上 5 70歳以上 6 75歳以上</p>
<p>(全員の方に) 問2 「高齢者」というと、どのような人物を想像しますか。そのイメージにあてはまるものをお知らせください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 物を大切にする 2 知恵がある 3 考えが古い 4 裕福である 5 だまされやすい 6 孤独である 7 協調性がない 8 思いやりがある 9 我慢強い 10 依頼心が強い 11 この中にあてはまるものはない</p>
<p>(全員の方に) 問3 それでは「団塊の世代」の人たちのイメージはいかがでしょう(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 物を大切にする 2 知恵がある 3 考えが古い 4 裕福である 5 だまされやすい 6 孤独である 7 協調性がない 8 思いやりがある 9 我慢強い 10 依頼心が強い 11 この中にあてはまるものはない</p>
<p>(全員の方に) 問4 「高齢者」向けの商品・サービスというと、どのようなものか思い浮かびますか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 情報通信、パソコン関連用品 2 旅行、宿泊施設 3 健康補助食品 4 頭髪用品(かつら、育毛剤など) 5 家具・家電用品 6 医療・医薬品 7 介護用品 8 金融・保険商品 9 娯楽業(映画、パチンコ、カラオケなど) 10 教育・学習支援(英会話、カルチャーセンターなど) 11 この中にあてはまるものはない</p>

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方に) 問5 あなたは「年をとること」について、どのようなお考えをおもちですか。以下の(a)～(d)についてそれぞれお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。</p>	非常に そう 思う	やや そう 思う	どちら とも いえ ない	あまり そう 思わ ない	全く そう 思わ ない
(a) 自分の人生は年をとるにしたがって悪くなる	5	4	3	2	1
(b) 年をとっても元気でいられる	5	4	3	2	1
(c) 年をとると人間は役に立たなくなる	5	4	3	2	1
(d) 年をとっても若いときと同じように幸福でいられる	5	4	3	2	1
<p>(全員の方に) 問6 テレビコマーシャルでの「高齢者」の扱いについては、どのように思われますか。以下の(a)～(d)についてそれぞれお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。</p>	非常に そう 思う	やや そう 思う	どちら とも いえ ない	あまり そう 思わ ない	全く そう 思わ ない
(a) 高齢者が登場するコマーシャルは数が少なすぎる	5	4	3	2	1
(b) コマーシャルの中の高齢者は、実際以上に幸せそうに見える	5	4	3	2	1
(c) 以前よりも高齢者向けのコマーシャルが増えてきた	5	4	3	2	1
(d) 高齢者が登場するようなコマーシャルはみたくない	5	4	3	2	1

次ページのテーマにお進みください。

「ブランド名称」について、あなたのお考えをお伺いします。

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)		(名称を知っている方に) 名称の 内容 をどの程度ご存じですか					
問1 下記の 名称 をご存知ですか(○印はそれぞれひとつ)。 また、名称をご存じの方は、名称の 内容 をどの程度ご存じですかあてはまることばをひとつ選んでお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。	名称を知らない	名称を知っている	非常によく知っている	知っている	どちらかかといえは知っている	どちらかかといえは知らない	知らない	全く知らない
	1. 除菌イオン	2	1	6	5	4	3	2
2. FeliCa(フェリカ)	2	1	6	5	4	3	2	1
3. テフロン	2	1	6	5	4	3	2	1
4. ハイドロテクト	2	1	6	5	4	3	2	1
5. エコナ	2	1	6	5	4	3	2	1
6. ヘルシーリセッタ	2	1	6	5	4	3	2	1
7. Bluetooth(ブルートゥース)	2	1	6	5	4	3	2	1
8. AQUOS(アクオス)	2	1	6	5	4	3	2	1
9. ゴアテックス	2	1	6	5	4	3	2	1
10. テンピュール	2	1	6	5	4	3	2	1
11. トレハ	2	1	6	5	4	3	2	1
12. LG 2 1	2	1	6	5	4	3	2	1

次ページのテーマにお進みください。

「グローバル・ブランドに対する消費者のブランド連想」について、あなたのお考えをお伺いします。

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 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』の 部品 を最も多く生産していると思う国(○印はひとつ)。	1	日本	2	中国	3	わからない
(全員の方に) 問2 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』の 完成品 を最も多く生産していると思う国(○印はひとつ)。	1	日本	2	中国	3	わからない
(全員の方に) 問3 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』と最も関連性が高いと思う国(○印はひとつ)。	1	日本	2	中国	3	わからない
(全員の方に) 問4 女優の「吉永小百合」に関する質問です。(a)～(c)についてそれぞれお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。	非常に そう 思う	やや そう 思う	どちら とも いえ ない	あまり そう 思わ ない	全く そう 思わ ない	
(a) 「吉永小百合」は着物が似合う女優である。	5	4	3	2	1	
(b) 「吉永小百合」に日本女性の美を感じる。	5	4	3	2	1	
(c) 「吉永小百合」には日本女性の清楚な美しさを感じる。	5	4	3	2	1	
(全員の方に) 問5 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』に関する質問です。(a)～(f)についてそれぞれお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。	非常に そう 思う	やや そう 思う	どちら とも いえ ない	あまり そう 思わ ない	全く そう 思わ ない	
(a) 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』は高解像・高音質である。	5	4	3	2	1	
(b) 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』は割高だが、それだけの価値がある。	5	4	3	2	1	
(c) 私は今、液晶テレビを買うならば、「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』を買いたい。	5	4	3	2	1	
(d) 「吉永小百合」が出演している「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』シリーズは、日本を代表する「吉永小百合」さんのイメージにマッチした、CMであると感じられる。	5	4	3	2	1	
(e) 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』は、日本の工場で生産されている。	5	4	3	2	1	
(f) 「シャープ」の『液晶テレビアクオス(AQUOS)』の根幹部品は、日本の工場で生産されている。	5	4	3	2	1	

次ページのテーマにお進みください。

「百貨店に関する広告」について、あなたのお考えをお伺いします。

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
<p>(全員の方に)</p> <p>問1 百貨店広告(店内広告を除く)について、普段の生活の中で接触経験の多い広告媒体をお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 新聞・雑誌</p> <p>2 テレビ・ラジオ</p> <p>3 パソコンによるインターネットサイト・ブログ</p> <p>4 車内広告・駅ポスター</p> <p>5 折り込チラシ・通販カタログ・フリーペーパー</p> <p>6 携帯のサイト・ブログ</p> <p>7 屋外大型ビジョン</p> <p>8 その他()</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問2 百貨店の店内広告の中で、一番影響を受けているものをお知らせ下さい(○印はひとつ)。</p>	<p>1 ショーウインド</p> <p>2 商品看板</p> <p>3 ビデオ放映</p> <p>4 食品の実演販売</p> <p>5 美容・健康商品の体験</p> <p>6 その他()</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問3 月平均の百貨店へ訪れる回数をお知らせ下さい(○印はひとつ)。</p>	<p>1 0回</p> <p>2 1回</p> <p>3 2～3回</p> <p>4 4～6回</p> <p>5 7回以上</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問4 百貨店へ訪れる際、誰と同行することが多いですかお知らせ下さい(○印はひとつ)。</p>	<p>1 自分1人</p> <p>2 夫婦2人</p> <p>3 親子</p> <p>4 恋人</p> <p>5 友人・知人</p> <p>6 その他()</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問5 百貨店の魅力を感じるところをお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 季節の変化を感じる</p> <p>2 陳列の独創を感じる</p> <p>3 流行の要素を感じる</p> <p>4 商品の豊富を感じる</p> <p>5 接客の満足を感じる</p> <p>6 催し物に魅力を感じる</p> <p>7 その他()</p> <p>8 どれでもない</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問6 百貨店へ訪れる動機をお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 ブランド品を買う</p> <p>2 日常生活用品を買う</p> <p>3 食品を買う</p> <p>4 バーゲンでの買い物</p> <p>5 外国・地域特産フェアでの買い物</p> <p>6 美術展を見る</p> <p>7 お中元・お歳暮のギフトを送る</p> <p>8 友人と会う</p> <p>9 グルメを楽しむ</p> <p>10 併設する娯楽施設(ゲームセンターや屋上パークなど)を楽しむ</p> <p>11 年末年始の「福袋」を買う</p> <p>12 その他()</p>

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に)</p> <p>問7 百貨店のイメージで浮かぶものをお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 ロゴマーク</p> <p>2 キャッチコピー</p> <p>3 CMソング</p> <p>4 CMタレント</p> <p>5 包装紙</p> <p>6 店舗(建物)そのもの</p> <p>7 その他()</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問8 百貨店のイメージは女性的に感じますか、男性的に感じますかお知らせ下さい(○印はひとつ)。</p>	<p>1 女性的</p> <p>2 男性的</p> <p>3 中性的</p> <p>4 どちらでもない</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問9 百貨店広告から感じる雰囲気についてお知らせ下さい(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 高級的</p> <p>2 上品的</p> <p>3 開放的</p> <p>4 閉鎖的</p> <p>5 庶民的</p> <p>6 ブルジョア的</p> <p>7 どれでもない</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問10 以下の広告表現は、情報の伝わる力が強いと思いますか(○印はひとつ)。</p> 	<p>5 よく伝わった</p> <p>4 やや伝わった</p> <p>3 普通</p> <p>2 あまり伝わらない</p> <p>1 伝わっていない</p>

次ページのテーマにお進みください。

「広告のイメージから受ける印象」について、あなたのお考えをお伺いします。

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
<p>(全員の方に) 問1 とても美しい女性<例えば蛭原友里や鈴木京香など>が出演する女性化粧品のコマーシャル、または、とてもカッコイイ男性<例えば木村拓哉や本木雅弘など>が出演する男性整髪料のコマーシャルを見て、あなたが感じる印象として当てはまるものを選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 自分の容姿や外見よりも魅力的だと思う 2 自分の容姿や外見の方が魅力的だと思う 3 自分の容姿や外見がそれぐらい魅力的だったらいいと思う 4 自分の容姿や外見をちょっとだけ不満に思う 5 自分のスタイルや買い物の参考にする 6 自分のまわりにいる異性の容姿や外見よりも魅力的だと思う 7 自分のまわりにもそんな魅力的な容姿や外見の異性がいたらいいと思う 8 自分のまわりにはそんな魅力的な容姿や外見の異性はいないと少し残念に思う 9 自分の理想とする異性の容姿や外見のタイプとして参考にする 10 どれも当てはまらない</p>
<p>(全員の方に) 問2 南国のプライベートビーチや高級車が並ぶ立派な邸宅、一流のブランド品とお洒落なインテリアに囲まれた生活など、裕福なライフスタイルをイメージした広告を見て、あなたが感じる印象として当てはまるものを選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 自分の生活よりも豊かだと思う 2 自分の生活の方が豊かだと思う 3 自分の生活がそれぐらい豊かだったらいいと思う 4 自分の生活をちょっとだけ不満に思う 5 自分のライフスタイルや買い物の参考にする 6 頑張って働いて手に入るものは手に入れようと思う 7 どんなに働いても手の届かない世界だと思う 8 欲しいものはなんでも手に入っていると思う 9 生活を豊かにしようとはまったく思わない 10 どれも当てはまらない</p>
<p>(全員の方に) 問3 パソコン・テレビ・家電・クルマ・携帯などの新商品が登場するコマーシャルを見て、あなたが感じる印象として当てはまるものを選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 新しいものが欲しくなる 2 新しいものに買い換える 3 自分の持っているものが古くなったと思う 4 自分の持っているものでは物足りなくなる 5 すぐに買い換えられる人は良いと思う 6 自分が買い換えるときの参考にする 7 技術の進歩に期待がふくらむ 8 社会が豊かになっているのを感じる 9 新しいものにまったく興味がない 10 どれも当てはまらない</p>
<p>(全員の方に) 問4 下の「シャネル」や「バーバリー」の広告では、“セレブの美しさや幸せなイメージ”が表現されていますが、あなた自身の幸福観についてはどう思いますか。自分がどの程度あてはまるかを右の7段階のスケール上の数字でお答えください(○印はひとつ)。</p>	<p>7 6 5 4 3 2 1 人間ではない 人間だ まったく幸福な きわめて幸福な</p>



質問文	ご回答欄												
<p>(全員のの方に)</p> <p>問5 次のうち、広告の表現方法として許せないものがあれば選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 洗剤による洗濯の仕上がりに新品を見せる、シャンプーの後にもともと髪がキレイなモデルを登場させる</p> <p>2 商品の写真を実際よりも良く見せる(キレイ、おいしそう、色・大きさ・量が少し違う、イメージ写真を使うなど)</p> <p>3 注釈や条件付きの宣伝文句(世界最小、全米 No.1、電気代 20%カット、必ずやせるなど)</p> <p>4 根拠があいまいな宣伝文句(最高品質、本物の味、未知なる経験、環境にやさしいなど)</p> <p>5 小さい文字で大量の「ただし書き」や「説明事項」がある、「危険なので絶対マネしないでください」という行為を見せる</p> <p>6 あってないような定価からの「値引き」を表示、オプション機能を見せて「基本価格」を表示、「数量限定」と表示していながら数量限定ではない</p> <p>7 タレントが自分あまり使っていない商品を薦める、広告に出ているタレントが実際には買ったことがない</p> <p>8 自社の商品が良い部分だけを比較して「〇〇社の商品より優れている」と具体名を挙げていう</p> <p>9 現実ではありえないような理想的な世界を描く(みんな幸せで退屈なことや不快なことは起こらない、完璧で美しいイメージをつくるなど)</p> <p>10 都合の悪いことやマイナスになるようなことは言わない</p> <p>11 特になし</p>												
<p>(全員のの方に)</p> <p>問6 あなたが求める広告とは、どのようなものですか。あなたのお気持ちに最も近いものを選んでください(○印はひとつ)。</p>	<p>1 信頼できる広告(正しい情報)</p> <p>2 ためになる広告(有益な情報)</p> <p>3 面白い広告、心に響く広告</p> <p>4 気にならない広告、気に障らない広告</p> <p>5 時代を映す広告(最先端の情報・流行の歌やタレント)</p> <p>6 美しい広告(理想的な世界やイメージ)</p> <p>7 新しい広告(今までにないような形)</p> <p>8 どれも当てはまらない/わからない</p>												
<p>(全員のの方に)</p> <p>問7 広告が描く世界について、あなたはどのような印象を受けますか(○印はひとつ)。</p>	<p>5 非常に理想的</p> <p>4 やや理想的</p> <p>3 どちらともいえない</p> <p>2 やや現実的</p> <p>1 非常に現実的</p>												
<p>(全員のの方に)</p> <p>問8 次のうち、自分と他の人を比べるものがあれば選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<table border="0"> <tr> <td>1 容姿、外見</td> <td>6 能力、才能</td> </tr> <tr> <td>2 収入、資産</td> <td>7 学歴、経歴</td> </tr> <tr> <td>3 家、生活レベル</td> <td>8 地位、ステータス</td> </tr> <tr> <td>4 持っている物、買う物</td> <td>9 価値観、考え方</td> </tr> <tr> <td>5 性格、キャラクター</td> <td>10 夢、生き方</td> </tr> <tr> <td></td> <td>11 どれもなし</td> </tr> </table>	1 容姿、外見	6 能力、才能	2 収入、資産	7 学歴、経歴	3 家、生活レベル	8 地位、ステータス	4 持っている物、買う物	9 価値観、考え方	5 性格、キャラクター	10 夢、生き方		11 どれもなし
1 容姿、外見	6 能力、才能												
2 収入、資産	7 学歴、経歴												
3 家、生活レベル	8 地位、ステータス												
4 持っている物、買う物	9 価値観、考え方												
5 性格、キャラクター	10 夢、生き方												
	11 どれもなし												
<p>(問8で1~10を選んだ方に)</p> <p>問9 問8で選んだもののうち、あなたがもっとも気になって、自分と他の人をよく比べるものを選んでください(○印はひとつ)。</p>	<table border="0"> <tr> <td>1 容姿、外見</td> <td>6 能力、才能</td> </tr> <tr> <td>2 収入、資産</td> <td>7 学歴、経歴</td> </tr> <tr> <td>3 家、生活レベル</td> <td>8 地位、ステータス</td> </tr> <tr> <td>4 持っている物、買う物</td> <td>9 価値観、考え方</td> </tr> <tr> <td>5 性格、キャラクター</td> <td>10 夢、生き方</td> </tr> </table>	1 容姿、外見	6 能力、才能	2 収入、資産	7 学歴、経歴	3 家、生活レベル	8 地位、ステータス	4 持っている物、買う物	9 価値観、考え方	5 性格、キャラクター	10 夢、生き方		
1 容姿、外見	6 能力、才能												
2 収入、資産	7 学歴、経歴												
3 家、生活レベル	8 地位、ステータス												
4 持っている物、買う物	9 価値観、考え方												
5 性格、キャラクター	10 夢、生き方												
<p>(全員のの方に)</p> <p>問10 理想の自分をイメージするとき、あなたがもっとも影響を受ける人物を選んでください(○印はひとつ)。</p>	<p>1 自分のまわりにいる人(家族・友人・先輩・先生・知人など)</p> <p>2 日常生活で目にする一般人(知り合いじゃない同世代の人など)</p> <p>3 メディア(注)に出ている有名人(タレント・スポーツ選手・文化人など)</p> <p>4 架空の人(映画や小説の登場人物など)</p> <p>5 過去の人(歴史上の人物など)</p> <p>6 不特定多数(誰でも)</p> <p>7 その他</p>												

注：テレビ・雑誌・新聞・ラジオ・インターネットの番組・記事・広告など

次ページのテーマにお進みください。

「メディアと政治意識」について、あなたのお考えをお伺いします。

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 以下にあげた各項目について、あなた自身はそれぞれの程度あてはまると思いますか(○印はそれぞれひとつ)。 20歳以上 の方は(a) (b) (c)をお答えください。 19歳以下 の方は(a) (b) (d)をお答えください。	あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない							
(a) 政治問題に関心があるほうだ	4	3	2	1							
(b) 政治に関するニュースを読んだり見たりするほうだ	4	3	2	1							
[有権者の方 20歳以上の方に] (c) 選挙の際、投票に行く	4	3	2	1							
[有権者でない方 19歳以下の方に] (d) 投票できるようになったら、投票に行く	4	3	2	1							
(全員の方に) 問2 あなたは政治に関する情報を主にどこから得ていますか(○印はいくつでも)。	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
(全員の方に) 問3 仮に今後、選挙で 政党 を選ぶとしたら、どこからの情報を参考にしたいと思いますか(○印はいくつでも)。	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11
(全員の方に) 問4 仮に今後、選挙で 政党 を選ぶとしたら、何を最も重視すると思いますか(○印はひとつ)。	1	2	3	4	5	6					
(全員の方に) 問5 仮に今後、選挙で 候補者 を選ぶとしたら、何を最も重視すると思いますか(○印はひとつ)。	1	2	3	4	5	6					

質問文	ご回答欄
(全員の方に) 問6 支持されている政党は何処でしょうか(○印はひとつ)。	1 自由民主党 2 民主党 3 公明党 4 日本共産党 5 社会民主党 6 国民新党 7 新党日本 8 その他 9 支持する政党はない
(全員の方に) 問7 右にあげるもののうち、あなたが特に重要だと思う問題はどれですか(○印はいくつでも)。	1 財政再建 2 年金・医療などの社会保障 3 子育て・教育 4 格差問題 5 環境問題 6 景気対策 7 外交問題 8 税金問題 9 雇用・失業問題 10 憲法改正問題 11 特になし
(全員の方に) 問8 これまで、右にあげるものを見たことがありますか(○印はいくつでも)。	1 テレビの政党コマーシャル 2 新聞の政党広告 3 テレビの政見放送 4 街頭の政党・政治家のポスター 5 政党・政治家による街頭演説・宣伝カー 6 インターネットの政党ホームページ 7 インターネットの政治家個人ホームページ 8 政党の機関紙 9 各政党の選挙戦を伝えるテレビのニュース 10 各政党の選挙戦を伝える新聞の記事 11 特になし
問8 で 1 に○をつけられた方 → 問9 をお答えください 問8 で 2 に○をつけられた方 → 問10 をお答えください 問8 で 1、2 とも○をつけられた方 → 問9、問10 両方にお答えください 問8 で 1、2 とも○をつけなかった方 → 次のページの次のテーマ へお進みください	
(1. テレビの政党コマーシャルを見たことのある方に) 問9 全体的に見て、 テレビの政党コマーシャル をどのように思われますか(○印はいくつでも)。	1 硬い 2 面白い 3 他政党に批判的 4 信頼できる 5 話題性がある 6 政党の特徴をイメージしやすい 7 公約(マニフェスト)が分かりやすい 8 キャッチフレーズが印象的 9 特になし
(2. 新聞の政党広告を見たことがある方に) 問10 全体的に見て、 新聞の政党広告 をどのように思われますか(○印はいくつでも)。	1 硬い 2 面白い 3 他政党に批判的 4 信頼できる 5 話題性がある 6 政党の特徴をイメージしやすい 7 公約(マニフェスト)が分かりやすい 8 キャッチフレーズが印象的 9 特になし

次ページのテーマにお進みください。

「情報発信」について、あなたのお考えをお伺いします。

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)	い	1	2	4	1	3	5
問1 あなたには、普段連絡を取り合い、おしゃべりをする(直接会ったり、メール交換や電話をしたりする)知り合い(家族や親戚を含む)や友達が何人ぐらいいますか、以下の(a)(b)の程度ごとにそれぞれお答えください(○印はそれぞれひとつ)。	ない	人	人	人	0	0	0
			3	9	2	4	以上
			人	人	9	9	
(a)「頻繁に」「深く」連絡を取り合う知り合い、友達の数	1	2	3	4	5	6	7
(b)「たまに」「軽く」連絡を取り合う知り合い、友達の数	1	2	3	4	5	6	7
問2 あなたは、普段SNS(ソーシャルネットワーキング・サービス)(注)に参加していますか(○印はひとつ)。	1 参加している → 問3 をお答えください 2 参加していない → 問4 へお進みください						
注：SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス) とは、誰でも利用できる一般的なウェブサイトとは異なり、既にそれに加入している人の紹介によって参加することができる会員制ウェブサイトのこと(mixi等)。ブログや掲示板、趣味を共有する者同士のコミュニティなどの機能で、加入者同士の親密な交流をめざす。							
(SNS「ソーシャルネットワーキング・サービス」(注)に参加している方に)	1	1人					
問3 その参加しているSNS(注)における友人(mixiでは「マイミクシィ」)の登録数は何人くらいですか(○印はひとつ)。	2	2人～3人					
	3	4人～9人					
	4	10人～29人					
	5	30人～49人					
	6	50人～99人					
	7	100人～299人					
	8	300人以上					
(全員の方に)	1 その製品・サービスは、ほとんどの人が買っていて、持っていない(利用していない)ことが恥ずかしいと感じたら買う						
問4 新しい製品・サービスを購入(または採用)する際、あなたご自身の購入意向や態度の傾向を6つの選択肢の中からお気持ちとして最も近いものをひとつ選んでください(○印はひとつ)。	2 その製品・サービスは、すでにかかなりの人が買っていて、さらに、これまでの製品・サービスでは不便だと感じたら買う						
※例えば、ハイテク家電製品(パソコン、ソフトウェア、高品質テレビ等)や新着映画、新刊書籍、ゲームソフトなどの製品・サービスを想定してください。	3 その製品・サービスの利便性や魅力が十分にわかり、使用する際にこれといった問題がなければ買う						
	4 その製品・サービスは、周囲では、まだほとんど買っている人がいない上に、限られたメーカーしか発売していない状況だが、役立ちそう、便利そうなので、早めを買う						
	5 その製品・サービスの情報がほとんど無い状況でも、自分から積極的に調べて、率先して買い求める						
	6 新しい製品・サービスを購入(または採用)することはない						

質問文	ご回答欄				
(全員の方に) 問5 製品・サービスを購入したり、試したりした後、あなたの感想や評価意見の発信、伝達状況についてお伺いします。 以下の(a)～(c)のケースについてそれぞれお答えください(○印はそれぞれひとつ)。	積極的 自分の感想や意見を伝える 周囲の人たちに	機会があれば、自分の感想や意見を伝える	どちらとも言えない	あまり自分の感想や意見を伝えようとはしない	そのような自分の意見や感想は一切伝えない
(a) 良い 感想・評価をもったとき	5	4	3	2	1
(b) 悪い 感想・評価をもったとき	5	4	3	2	1
(c) 良い とも 悪い とも 言えない 感想・評価のとき	5	4	3	2	1
(問5の(a)～(c)すべてが1以外の方に) 問6 周囲の人々に自身の感想や評価意見を伝える「手段」や「方法」はどれですか、最もあてはまるものをお知らせください(○印はひとつ)。	1 ブログや自身のホームページ、SNS(注)に書き込む 2 一般のポータルウェブサイトや評価サイト(「価格コム」「旅の窓口」など)に書き込む 3 電子メールで伝える 4 電話で伝える。 5 葉書・手紙で伝える 6 知り合いや友達との直接の会話の中で話す 7 特になし				
(問5の(a)～(c)すべてが1以外の方に) 問7 では、製品・サービスの「発売元の企業」へ伝える方法はどれですか、最もあてはまるものをお知らせください(○印はひとつ)。	1 「 良い 感想・意見」は、「発売元の企業」のホームページやメール、電話等を通じて伝える 2 「 悪い 感想・意見」は、「発売元の企業」のホームページやメール、電話等を通じて伝える 3 周囲の知り合いや友達には伝えるが「発売元」に 伝えることはない				
(全員の方に) 問8 人からの口コミ情報、ブログやSNSの書き込み情報について、あなたが普段感じる「 信頼性 」についてお聞きします。 以下の(a)～(c)のケースについてそれぞれお答えください(○印はそれぞれひとつ)。	そう思う。	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない
(a) ほとんどの情報 は信用(信頼)できる。	5	4	3	2	1
(b) 知り合いや友達の情報 ならば信用(信頼)できる。	5	4	3	2	1
(c) ブログやSNSなどの他人一般の情報や意見でも、 その内容やその人のプロフィールから判断して 信用(信頼)できる。	5	4	3	2	1

次ページのテーマにお進みください。

「商品やサービスへの不満」について、あなたのお考えをお伺いします。

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 あなたは商品やサービスへの不満を感じることがありますか(○印はひとつだけ)。	5 非常にある 4 ある 3 どちらともいえない 2 あまりない 1 まったくない → 問3へお進みください
(問1 で 5～2 に○印をつけた方に) 問2 あなたは、そのような不満を企業や他の人に伝えることはありますか(○印はいくつでも)。	1 家族に話した 2 友人や知人に話した 3 インターネットの掲示板、自分のホームページ、ブログなどに投稿した 4 企業のお客様相談窓口などに電話や郵便を送った 5 企業のお客様相談窓口などにメールした 6 企業からのアンケートなどに記入した 7 お店の人に伝えたり、要望した 8 雑誌や新聞に投稿した 9 他の人や企業に伝えることはない

「消費者」は、企業によって与えられた商品、サービスをそのまま使うのではなく、「既存の商品・サービスに少し手を加えたり」、「企業が思いもしなかった用途を発見したり」、さらには「自ら新しい商品、アイデアを作り出す」など、より能動的に消費に関わっていると考えられます。以下では、このような側面についての質問です。

(全員の方に) 問3 あなたには右記のような経験がありますか(○印はいくつでも)。	1 既存の商品・サービスを修正したり手を加えたりして使う (例 商品の新しい使い方、ファッションの着こなし方などを考える) 2 既存の商品・サービスの本来の使い方とは異なった使い方をする (例 空き瓶を花瓶やペン立てに使うなど) 3 これまでにないような商品・サービス・メッセージを自分でつくる (例 キャンプ用具や料理、家事の用具を自分でつくるなど) 4 実際に使ったりつくったりはしないが、こんな商品やサービスがあったらいいと考える 5 与えられているものを組み合わせてつくる (例 レゴ、クルマのカスタムパーツ、料理、手芸の素材など) 6 これらの経験はない
---	---

次の**問4**では、**問3**で**1～5**のどれかに○印をつけられた方は、そのアイデアについてお答えください。

問3で**6**、**問1**で**5～2**に○印をつけられた方は**問1**でお答えいただいたもののうち「もっとも不満を感じた商品やサービス」について思い出しながらお答えください。

また、不満がまったくなく(**問1**で**1**)、**問3**で**6**に回答した方は**問7へお進みください**。

なお、これらでお答えいただいた新しい使い方や商品、不満のことを「アイデアや意見、不満」と呼びます。

問4 アイデアや意見、不満をおもちの商品・サービスについて、あなた自身や商品・サービスにはどのような特徴があるでしょうか(○印はいくつでも)。	1 その商品をよく使っている 2 その商品について、他の人より高度な使い方をしている 3 その商品について不便を感じる人が多い 4 その商品を一緒に使ったり見せたりアイデアを交換する仲間がいる 5 一緒に使ったり見せたりするインターネットのサイトやコミュニティがある 6 アイデアを考えたり、つくることは比較的容易だ 7 組み立てたり、つくるための素材が入手できる 8 加工したり、修正するための道具が入手できる 9 コンテストやアイデア募集などが企業によって行われることがある 10 消費者からのアイデアを商品化してくれるような企業がある 11 これらの特徴はあてはまらない
--	---

質問文	ご回答欄
<p>(問4にお答えの方)</p> <p>問5 あなたは、そのようなアイデアや意見、不満を企業や他の人に伝えたことはありますか(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 家族に話した 2 友人や知人に話した 3 インターネットの掲示板、自分のホームページ、ブログなどに投稿した 4 企業のお客様相談窓口などに電話や郵便を送った 5 企業のお客様相談窓口などにメールした 6 企業からのアンケートなどに記入した 7 お店の人に伝えたり、要望した 8 雑誌や新聞に投稿した 9 コンテストなどの機会に応募したり伝えたりした 10 他の人や企業に伝えたことはない → 問7へお進みください
<p>(問5で1～9に○印をつけられた方に)</p> <p>問6 アイデアや意見、不満を伝えた結果、どうなりましたか(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 他の人から支持されたり、実際に使用された 2 他の人から多くの反対の意見を得た 3 他の人からのコメントによって、よりよいアイデア・意見になった 4 他の人からのコメントによって、自分の意図とは異なるものとなった 5 商品化したり、実際に苦情・要望に対応してくれた 6 入賞、表彰、お礼された 7 特に反応もなかった 8 その他・わからない
<p>消費者から商品や広告のアイデアをインターネット上で募集したり、商品アイデアに投票してもらって商品開発を行なう企業やインターネットのサイトがあります。それらについて、お答えください。</p>	
<p>(全員の方に)</p> <p>問7 このように商品や広告のアイデアを募集/評価しているサイトをみたことがありますか(○印はひとつだけ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 毎日のようにみている 2 週に数回観ている 3 月に数回程度みている 4 年に数回程度みている 5 必要になったときにみている 6 みたことはある 7 まったくみたことがない → 問10へお進みください
<p>(問7で1～6に○印をつけられた方に)</p> <p>問8 このようなサイトについて、あなたがされたことがあることをすべてお選びください(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 自分自身のアイデアを画像や絵などで具体的に表現して投稿した 2 自分自身のアイデアを言葉で表現して投稿した 3 具体的な商品のアイデアではないが、不便やニーズなどの意見を投稿した 4 投稿されたアイデアの良さなどについて投票した 5 投稿されたアイデアにコメントを書き込んだ 6 このようにして開発された商品を予約した 7 このようにして開発された商品を買った 8 このようなサイトや企業について話題にした 9 その他 10 特になし → 問10へお進みください

質問文	ご回答欄
<p>(問8で1～9に○印をつけられた方に)</p> <p>問9 投稿、コメントしたサイトはどのような状況でしたか(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 企業・サイトが信頼できそうだった 2 自分の好きな企業・サイトだった 3 どのようなアイデアを投稿すればよいのか、明確に示されていた 4 商品カテゴリや利用状況などが特定されていた 5 過去の入賞作や商品化された例が紹介されていた 6 実際に商品化してくれそうな企業、サイトだった 7 賞金や賞品が魅力的だった 8 投稿者のランキングなどが表示されていた 9 どのような手順、基準で商品化されるのかが明確に説明されていた 10 これらはあてはまらない
<p>(全員の方に)</p> <p>問10 右記の「商品やサービス、消費」についての項目のうち、あなたにあてはまるものすべてを選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 商品・サービスについて、情報を交換・共有する相手がいる 2 商品・サービスについて、ノウハウを交換・共有する相手がいる 3 いろいろな分野のことに詳しい 4 非常に詳しい分野がある 5 手先は器用な方だ 6 自分のアイデアや意見をうまく相手に伝えることができる 7 自分の工夫やアイデアについて、積極的に人に教えたり意見を求める 8 不便があったら、自分で解決策をみつけて解消する 9 アイディアなどによって経済的な収入を得たい 10 アイディアを考えたり、提案して周りの人から認められたい 11 アイディアや意見を考えること自体が楽しい 12 アイディアや意見を伝えて、他の人からの意見や反応が帰ってくるのが楽しい 13 自分のアイデアや意見が他の人に役に立てば嬉しいと思う 14 自分のアイデアや意見によって他の人が動く嬉しいと思う 15 自分のアイデアや意見によって企業が動く嬉しいと思う 16 自分は非常に有用なアイデアをもっていると思う 17 自分は非常に斬新なアイデアをもっていると思う 18 自分のアイデアを企業に提案したことがある 19 自分の工夫やアイデアが友人知人に広がったことがある 20 これらはあてはまらない
<p>(全員の方に)</p> <p>問11 あなたが物事を考えたり、解決方法を考えたりするときは、どのような方法で考えますか。あてはまるものすべてを選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 いつもいろんなアイデアを考えている 2 問題を解決するときには、他の分野のことを参考にするなど様々な角度から検討する 3 問題を解決するために、様々な解決策をたくさん考えてみる 4 いろいろな解決策を組み合わせで最終的な解決策を考え出す 5 解決策をみつけても、さらによい方法がないかを考える。 6 解決策をみつけたら、それを試して、さらによいものに修正していく 7 自分のアイデアや意見に自信がある 8 自分で考えるよりは他の人のアイデアにコメントする方が得意 9 他の人からのコメントやアイデアを積極的に取り入れる 10 これらはあてはまらない

次ページのテーマにお進みください。

「企業と消費者のコミュニケーション」について、あなたのお考えをお伺いします。

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
<p>お仕事をお持ちの方は お仕事をお持ちになれない方は</p>	<p>→ 問1 からお答えください → 問3 へお進みください</p>
<p>(お仕事をお持ちの方に)</p> <p>問1 自分が勤務する会社等の経営ビジョンや社会的ミッション(使命・任務)を理解し、自社に対する理解を深めたり誇りを醸成したりする上で、有効であると考えする方法を選んでください(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 自社ホームページやイントラネット(企業内ネットワーク)における経営ビジョンの掲載 2 テレビコマーシャル 3 新聞や雑誌など紙媒体での広告 4 テレビ番組やニュースなどでの報道 5 新聞や雑誌など紙媒体での記事 6 くちコミサイトやブログ等での評判 7 社内における社内誌等の紙媒体による情報発信 8 経営陣から発せられる生の声でのメッセージ 9 自分たちが属するセクションや部署内でのミーティングなどでの告知や討議 10 家族・友人・知人たちからの評判 11 ない
<p>(お仕事をお持ちの方に)</p> <p>問2 「見える化」について、右に掲げている事項について、そう思われるものを選んでください(○印はいくつでも)。</p> <p>=「見える化」とは= 現場における目に見えない活動の様子、現状を目に見える形(画像、映像、グラフ、図、表など)にし、わかりやすくしようとする取組のこと。</p> <p>ビジネスにおける問題を常に見えるようにしておくことで、問題が発生してもすぐに解決できる環境を実現すると共に、問題が発生しにくい環境を実現するための取り組みのこと。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 自分が勤務する会社では、何らかの「見える化」作業を行っている 2 共通の目標やゴールを設定し、チームの士気を高める上で、「見える化」は有効である 3 「見える化」により、目指すべき目標が明確になることで、生産性が上がっている 4 「見える化」による成果が上がるためには、それに先立つ問題意識のすり合わせや共通認識の醸成が不可欠である 5 「見える化」ということの趣旨や意味が、自社内では、あまり理解されていない 6 「見える化」により、暗黙のうちに共通理解となっていた不文律が壊されてしまった(壊されるような気がする) 7 「見える化」により、日本企業の競争力は向上するだろう 8 「見える化」は、日本企業の文化になじまない 9 「見える化」を推進すること自体が大変な作業だ 10 「見える化」の最大のメリットは、社員全員が同一の基準にのっとって協働しやすくなることだ 11 特になし
<p>(全員の方に)</p> <p>問3 携帯電話の画面(ディスプレイ)を眺めるのはどのような場面ですか、右の回答欄の各場面において、自分がよく携帯を取り出し、何気なく情報にアクセスしたり、メールを確認するとお考えの場合を選んで、お答えください(○印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 混雑した電車やバスの中 2 電車やバスの中で自分は座って、近くに高齢者が立っている場合 3 街角で友人との待ち合わせをしており、相手がまだ現れない場合 4 ラーメン屋やカフェなどで相席になった場合 5 公共の場で一人で暇つぶしをする場合 6 会社や学校などの休憩時間に、一人手持ち無沙汰な場合 7 銀行や区・市役所などの混雑した窓口で、順番を待っている場合 8 あまり親しくない知人とレストラン等で鉢合わせをした場合 9 特になし/使わない

次ページのテーマにお進みください。

「企業の社会的責任(CSR)と企業評価」についてお伺いします。

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。

注：CSR (企業の社会的責任)とは、企業が、自主的に企業経営における社会へ与える影響に配慮し、あらゆるステークホルダーからの期待を踏まえて適切な意思決定を行い、ステークホルダーに対し活動内容の積極的な情報開示やコミュニケーションを実施し、企業と社会の持続的発展の促進を目指すもの。なお、**ステークホルダー**とは、企業の経営により影響を受ける人、物、組織をさし、顧客や株主は当然として、ビジネスパートナー、地域社会や従業員、さらに環境NGOや将来世代、発展途上国で暮らす人々等も含まれます。

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に)</p> <p>問1 あなたが高く評価している有名企業があると想定して、その企業の説明としてどれが該当しますか。次の中から5つ選択してください(○印は5つ)。</p>	<p>1 その企業は好感が持てる</p> <p>2 その企業は社会貢献活動を支持している</p> <p>3 その企業は収益力がある</p> <p>4 その企業は革新的な製品やサービスを販売している</p> <p>5 その企業は強力なリーダーシップを発揮している</p> <p>6 その企業は競争力がある</p> <p>7 その企業は環境への責任を持っている</p> <p>8 その企業は高品質な製品やサービスを販売している</p> <p>9 その企業は投資リスクが低い</p> <p>10 その企業は尊敬できる</p> <p>11 その企業は市場を把握している</p> <p>12 その企業は信頼できる製品やサービスを販売している</p> <p>13 その企業は地域社会への責任を持っている</p> <p>14 その企業は将来性がある</p> <p>15 その企業は将来に対するビジョンがある</p> <p>16 その企業は価格に見合った価値ある製品やサービスを販売している</p> <p>17 その企業は従業員への公平な処遇を行う</p> <p>18 その企業は魅力的な職場である</p> <p>19 その企業は信頼できる</p> <p>20 その企業は質や能力の高い従業員がいる</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問2 仮に企業不祥事が起こった場合のその企業の謝罪と対応策について、どのような情報源から知った場合、その企業の評価は高まると思いますか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 新聞広告</p> <p>2 雑誌広告</p> <p>3 テレビコマーシャル</p> <p>4 ラジオコマーシャル</p> <p>5 新聞記事の中での記載</p> <p>6 雑誌記事の中での記載</p> <p>7 テレビ番組の内容として</p> <p>8 ラジオ番組の内容として</p> <p>9 その企業のインターネットホームページ</p> <p>10 インターネット掲示板での書き込み情報</p> <p>11 インターネットブログの情報</p> <p>12 企業の社会的責任(CSR)(注)報告書(レポート)</p> <p>13 企業の配布する小冊子</p> <p>14 新聞の折込チラシ</p> <p>15 その企業に勤める知人の話</p> <p>16 (その企業とは全く関係ない)知人からの話</p> <p>17 その他</p>
<p>(全員の方に)</p> <p>問3 企業の社会貢献活動に関する取り組みをどのような情報源から知った場合、その企業の評価は高まると思いますか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 新聞広告</p> <p>2 雑誌広告</p> <p>3 テレビコマーシャル</p> <p>4 ラジオコマーシャル</p> <p>5 新聞記事の中での記載</p> <p>6 雑誌記事の中での記載</p> <p>7 テレビ番組の内容として</p> <p>8 ラジオ番組の内容として</p> <p>9 その企業のインターネットホームページ</p> <p>10 インターネット掲示板での書き込み情報</p> <p>11 インターネットブログの情報</p> <p>12 企業の社会的責任(CSR)(注)報告書(レポート)</p> <p>13 企業の配布する小冊子</p> <p>14 新聞の折込チラシ</p> <p>15 その企業に勤める知人の話</p> <p>16 (その企業とは全く関係ない)知人からの話</p> <p>17 その他</p>

質問文	ご回答欄		
(全員の方に) 問4 企業の <u>環境問題への取り組み</u> をどのような情報源から知った場合、その企業の評価は高まると思いますか(○印はいくつでも)。	1 新聞広告 2 雑誌広告 3 テレビコマーシャル 4 ラジオコマーシャル 5 新聞記事の中での記載 6 雑誌記事の中での記載 7 テレビ番組の内容として 8 ラジオ番組の内容として 9 その企業のインターネットホームページ 10 インターネット掲示板での書き込み情報	11 インターネットブログの情報 12 企業の社会的責任(CSR)(注)報告書(レポート) 13 企業の配布する小冊子 14 新聞の折込チラシ 15 その企業に勤める知人の話 16 (その企業とは全く関係ない)知人からの話 17 その他	
(全員の方に) 問5 企業の社会的責任(CSR)(注)に関する全般的な取り組みについて伝える右の情報源のうち、 <u>信頼できるもの</u> はどれですか、右の中から選びください(○印はいくつでも)。		問5 <u>信頼できる情報源</u> はどれですか(○印はいくつでも) ↓	問6 <u>信頼できない情報源</u> はどれですか(○印はいくつでも) ↓
問6 企業の社会的責任(CSR)(注)に関する全般的な取り組みについて伝える右の情報源のうち、 <u>信頼できないもの</u> はどれですか、右の中から選びください(○印はいくつでも)。	新聞広告 雑誌広告 テレビコマーシャル ラジオコマーシャル 新聞記事の中での記載 雑誌記事の中での記載 テレビ番組の内容として ラジオ番組の内容として その企業のインターネットホームページ インターネット掲示板での書き込み情報 インターネットブログの情報 企業の社会的責任(CSR)報告書(レポート) 企業の配布する小冊子 新聞の折込チラシ その企業に勤める知人の話 (その企業とは全く関係ない)知人からの話 その他 信頼できるものはない/信頼できないものはない	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18
(全員の方に) 問7 企業の社会的責任(CSR)(注)に関する全般の取り組みを知る場合、どのような人から説明された方が、その企業の評価は高まりますか(○印はいくつでも)。	1 その企業の社長 2 その企業のCSR(企業の社会的責任)(注)担当役員 3 その企業の従業員 4 企業キャラクターのタレント 5 著名文化人(評論家など) 6 企業の社会的責任(CSR)(注)関連の研究者(大学教授など) 7 知人・友人 8 その他 9 人による影響はない		

次ページのテーマにお進みください。

「CSRとミュージアム・マーケティング」について、あなたのお考えをお伺いします。

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
(全員のの方に) 問1 美術館に興味がありますか(○印はひとつ)。	5 大変興味がある 2 あまり思わない 3 どちらともいえない 4 やや興味がある 1 興味がない
(全員のの方に) 問2 美術館にはどのような頻度で訪れますか(○印はひとつ)。	1 1ヶ月に1回以上 4 2～3年に1回程度 3 年に1回程度 2 半年に1回程度 5 まったく行かない
(全員のの方に) 問3 美術館に対して支援をする企業に好感を持ちますか(○印はひとつ)。	5 強く好感を持つ 2 あまり好感を持たない 3 どちらともいえない 4 やや好感を持つ 1 まったく好感を持たない
(全員のの方に) 問4 美術館に対して支援をする企業は、社会的に貢献している/社会的責任を果たしていると思いますか(○印はひとつ)。	5 強く思う 2 あまり思わない 3 どちらともいえない 4 やや思う 1 まったく思わない
(全員のの方に) 問5 美術館に対して支援をする企業の商品・サービスを積極的に購入しようと思えますか(○印はひとつ)。	5 強く思う 2 あまり思わない 3 どちらともいえない 4 やや思う 1 まったく思わない
(全員のの方に) 問6 企業が美術館に対して支援をする場合、どのような方法を期待しますか(○印はいくつでも)。	1 継続的な経済的支援 2 短期的な経済的支援 3 美術館職員に対する人材育成のための支援(研修の受け入れなど) 4 企業から美術館への人材派遣による支援 5 企業の本業における特性・強みを活かしたノウハウ提供による支援 6 企業経営のノウハウを活かした美術館の運営面での支援 7 企業から美術館への支援は必要ない 8 特になし
注：[ステークホルダー] とは、企業の経営により影響を受ける人、物、組織をさし、顧客や株主は当然として、ビジネスパートナー、地域社会や従業員、さらに環境NGOや将来世代、発展途上国で暮らす人々等も含まれます。	
(全員のの方に) 問7 企業が美術館への支援を行っている場合、当該企業はその内容をステークホルダー(注)に対して積極的に伝えていくべきだと思いますか(○印はひとつ)。	5 強く思う 2 あまり思わない 3 どちらともいえない 4 やや思う 1 まったく思わない
(全員のの方に) 問8 美術館がステークホルダー(注)の満足度をあげるために、積極的に企業から支援を受けたり、企業との連携を模索したりすることをどのように思いますか(○印はひとつ)。	5 強く好感を持つ 2 あまり好感を持たない 3 どちらともいえない 4 やや好感を持つ 1 不快感を持つ
(全員のの方に) 問9 美術館が企業から支援を受けたり、企業と連携したりする場合、どのような活動に力を入れることを期待しますか(○印はいくつでも)。	1 収蔵品の保管・展示技術の向上, 収蔵品の質・量の拡充 2 研究活動 3 子供に対する教育 4 生涯学習活動拠点としての活動 5 地域社会・コミュニティの活性化 6 観光産業の振興 7 新しい文化の創造, 情報発信 8 来館者の満足度を上げる工夫 9 特になし
(全員のの方に) 問10 美術館は企業からの支援や企業との連携の内容を積極的に情報開示していくべきだと思いますか(○印はひとつ)。	5 強く思う 2 あまり思わない 3 どちらともいえない 4 やや思う 1 まったく思わない

次ページのテーマにお進みください。

「信頼を向上させるCSRコミュニケーション」について、あなたのお考えをお伺いします。
 企業の経営トップ(経営層)と従業員のCSR(注①)に関するコミュニケーションについて、お伺いします。
企業で働いたことのない方は、次ページのテーマにお進みください。

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。

注①：CSR(企業の社会的責任)とは、企業が、自主的に企業経営における社会へ与える影響に配慮し、あらゆるステークホルダーからの期待を踏まえて適切な意思決定を行い、ステークホルダーに対し活動内容の積極的な情報開示やコミュニケーションを実施し、企業と社会の持続的発展の促進を目指すもの。

注②：ステークホルダーとは、企業の経営により影響を受ける人、物、組織をさし、顧客や株主は当然として、ビジネスパートナー、地域社会や従業員、さらに環境NGOや将来世代、発展途上国で暮らす人々等も含まれます。

質問文	ご回答欄				
	お お い に 影 響 す る	や や 影 響 す る	あ ま り 影 響 し な い	ほ と ん ど 影 響 し な い	わ か ら な い
(企業で働いたことのある方に)					
問1 あなたの勤務先において以下の項目は、あなたが感じるトップ(経営層)に対する「信頼」にどの程度影響しますか。下記の1～9の項目についてそれぞれお知らせください(○印はそれぞれひとつ)。					
1. トップの人格や倫理観	5	4	3	2	1
2. トップの経営能力	5	4	3	2	1
3. CSR(注①)に関する考え方	5	4	3	2	1
4. 従業員に対するメッセージの発信	5	4	3	2	1
5. 従業員の意見を尊重・反映させる姿勢	5	4	3	2	1
6. CSR(注①)活動について従業員が参画・関与できる「場」の設定・提供	5	4	3	2	1
7. CSR(注①)活動の方針や内容を決定したプロセスについての説明	5	4	3	2	1
8. 経営層の従業員に対するCSR(注①)活動への期待・CSR(注①)活動に関する明確な説明	5	4	3	2	1
9. CSR(注①)活動の評価結果や社外ステークホルダー(注②)からの評価のフィードバック	5	4	3	2	1
(企業で働いたことのある方に)					
問2 CSR(注①)に関する次のコミュニケーションプロセス(ステップ)のうち、あなたにとって最もトップ(経営層)の信頼に影響するのはどの段階ですか(○印はひとつ)。	1	2	3	4	
	CSR活動について従業員が参画・関与できる「場」の設定・提供	CSR活動の方針や内容を決定したプロセスについての説明	経営層の従業員に対するCSR活動への期待・CSR活動に関する明確な説明	CSR活動の評価結果や社外ステークホルダーからの評価のフィードバック	
(企業で働いたことのある方に)					
問3 あなたは、あなたが勤務する組織のトップ(経営層)を、CSR(注①)に関するコミュニケーションの観点から評価する場合、総合的にどの程度信頼していますか。(○印はひとつ)。	5	4	3	2	1
	かなり信頼している	やや信頼している	あまり信頼していない	ほとんど信頼していない	わからない

次ページのテーマにお進みください。

「テレビ番組」について、あなたのお考えをお伺いします。

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 次の2つの番組を、あなたはどの程度見たことがありますか。それぞれあてはまる数字を○で囲んでお知らせください(○印はひとつ)。	毎 回 見 る	し ば し ば 見 る	た ま に 見 る	見 た こ と が な い	こ の 番 組 を 知 ら な い
1.「クイズ!ヘキサゴンII」(フジテレビ水曜 19:00~19:57)	5	4	3	2	1
2.「ぐるぐるナインティナイン」(日本テレビ金曜 19:00~20:00)	5	4	3	2	1
問2 2つの番組について、以下にあげる(a)~(d)のことばが、それぞれあなた自身はどれくらいあてはまると思いますか(○印はそれぞれひとつ)。	当 て は ま る	や や 当 て は ま る	ど ち ら と も い え な い	あ ま り 当 て は ま ら な い	当 て は ま ら な い
(問1で「クイズ!ヘキサゴンII」の5~2に○印をつけられた「クイズ!ヘキサゴンII」をご存じの方に)					
(1)「クイズ!ヘキサゴンII」について					
(a) おもしろい	5	4	3	2	1
(b) 役に立つ	5	4	3	2	1
(c) 反社会的だ	5	4	3	2	1
(d) 質がよい	5	4	3	2	1
(問1で「ぐるぐるナインティナイン」の5~2に○印をつけられた「ぐるぐるナインティナイン」をご存じの方に)					
(2)「ぐるぐるナインティナイン」について					
(a) おもしろい	5	4	3	2	1
(b) 役に立つ	5	4	3	2	1
(c) 反社会的だ	5	4	3	2	1
(d) 質がよい	5	4	3	2	1
(全員の方に) 問3 あなたは平日、どれくらいテレビを視聴していますか(○印はひとつ)。	1	2	3	4	5
	テレビは見ない	1時間未満	1時間以上2時間未満	2時間以上3時間未満	3時間以上4時間未満
					4時間以上
(全員の方に) 問4 あなたが自宅で見ることができるテレビ環境はどのようなものですか(○印はいくつでも)。	1	2	3	4	5
	地上波アナログ	地上波デジタル	BS	CS(スカパー)	有料ケーブルテレビ
					ワンセグ
					その他
					自宅で見ることができるテレビ環境はない

次ページのテーマにお進みください。

【最後に、少々立ち入ったこととお伺いいたします】

統計分析のためにのみ使用いたします。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。なお、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。また、分析が終了次第、焼却いたします。

質問文	ご回答欄							
① 性別	1 男性		2 女性					
② 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			
③ 既・未婚	1 既婚		2 未婚					
④ 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(弁護士など)			
	7 パート・アルバイト		8 専業主婦		9 学生			
	10 無職		11 その他					
⑤ あなたは1～15の行動に平均何時間位使っていますか、平日の一日平均をだいたい結構ですでお知らせください(何かしながらの時間も含めて)。	殆ど見ない／聞いていない／	1 時間未満	1 ～ 2 時間未満	2 ～ 3 時間未満	3 ～ 4 時間未満	4 ～ 5 時間未満	5 ～ 6 時間未満	6 時間以上
1. テレビを見ている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
2. ラジオを聴いている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
3. 新聞を読んでいる時間	1	2	3	4	5	6	7	8
4. 雑誌を読んでいる時間	1	2	3	4	5	6	7	8
5. パソコン利用をしている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
6. その内インターネットを利用している時間	1	2	3	4	5	6	7	8
7. 携帯電話を利用している時間	1	2	3	4	5	6	7	8
8. その内通話をしている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
9. その内インターネットを利用している時間	1	2	3	4	5	6	7	8
10. その内メールをしている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
11. その内ゲームをしている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
12. その内音楽を聴いている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
13. その内動画を見ている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
14. その内ワンセグを見ている時間	1	2	3	4	5	6	7	8
15. 家庭用ゲーム機(Wii、プレイステーション、Xbox 等)の利用時間	1	2	3	4	5	6	7	8
⑥ あなたが、よく読む新聞は何か(○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 夕刊紙(夕刊フジ・東京スポーツ等)					
	9 その他		10 なし					
	⑦ 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 15～20万円未満		9 20万円以上				
⑧ 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 10万円未満		2 10～20万円未満		3 20～30万円未満			
	4 30～40万円未満		5 40～50万円未満		6 50～60万円未満			
	7 60～70万円未満		8 70～100万円未満		9 100万円以上			
⑨ 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					
⑩ 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。