

消費生活と広告に関するお伺い (T - 011678)

平成14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。
 ご回答の内容によって、(全員の方向に)お伺いするもの、(問10で1の方向に)とお答え頂く方が限定の質問があります。また、「→ 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(印はひとつだけ)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7月8日から7月14日にお受け取りに伺います。その前に調査員がご予約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い致します。

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いたします。

(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				
(全員の方向に) 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 (印はひとつだけ)	5	4	3	2	1
	5 敏感なほう	4 やや敏感なほう	3 中間	2 あまり敏感ではないほう	1 敏感ではないほう
(全員の方向に) 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 (印はひとつだけ)	5	4	3	2	1
	5 強いほう	4 やや強いほう	3 中間	2 あまり強くないほう	1 強くないほう
(全員の方向に) 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 (印は各項目ごとにひとつだけ)	5	4	3	2	1
	5 関心が高い	4 やや関心が高い	3 中間	2 やや関心が低い	1 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

<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(印はひとつだけ)</p>	<p>5 意識してよく見るほう 4 ざっと見るほう 3 中間 2 あまり見ないほう 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(印は各項目ごとにひとつだけ)</p>	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>よく見る</th> <th>ざっと見る</th> <th>中間</th> <th>あまり見ない</th> <th>見ない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>a 新聞の広告は</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>b 雑誌の広告は</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>c テレビの広告は</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>d 折り込みチラシは</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>e 車内広告は</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>f インターネット広告は</td> <td>5</td> <td>4</td> <td>3</td> <td>2</td> <td>1</td> </tr> </tbody> </table>		よく見る	ざっと見る	中間	あまり見ない	見ない	a 新聞の広告は	5	4	3	2	1	b 雑誌の広告は	5	4	3	2	1	c テレビの広告は	5	4	3	2	1	d 折り込みチラシは	5	4	3	2	1	e 車内広告は	5	4	3	2	1	f インターネット広告は	5	4	3	2	1
	よく見る	ざっと見る	中間	あまり見ない	見ない																																						
a 新聞の広告は	5	4	3	2	1																																						
b 雑誌の広告は	5	4	3	2	1																																						
c テレビの広告は	5	4	3	2	1																																						
d 折り込みチラシは	5	4	3	2	1																																						
e 車内広告は	5	4	3	2	1																																						
f インターネット広告は	5	4	3	2	1																																						
<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(印はひとつだけ)</p>	<p>5 積極的に集めるほう 4 どちらかといえば積極的に集めるほう 3 中間 2 どちらかといえば積極的に集めないほう 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(印はひとつだけ)</p>	<p>3 役立っていると思う 2 多少は役立っていると思う 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(印はひとつだけ)</p>	<p>1 どちらかといえば不信感を持っているほう 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(印はひとつだけ)</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10 (問9で1に印をつけた方に)</p> <p>携帯電話やPHSでのe-メールを利用していますか(印はひとつだけ)</p>	<p>1 利用している 2 現在利用していないが、今後利用する予定がある 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11 (問10で1に印をつけた方に)</p> <p>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(印はひとつだけ)</p>	<p>1 利用している 2 現在利用していないが、今後利用する予定がある 3 現在も、これからも利用する予定はない —————▶ 1、2、3のいずれも問13へ</p>																																										
<p>問12 (問9で2に印をつけた方に)</p> <p>携帯電話でのe-メールを今後利用する予定がありますか(印はひとつだけ)</p>	<p>1 今後利用する予定がある 2 利用する予定はない</p>																																										
<p>(全員のの方に)</p> <p>問13 あなたは、ご自宅やご自身でインターネットを利用していますか(印はひとつだけ)</p>	<p>1 利用している —————▶ 問14~16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17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17へお進み下さい</p>																																										

質問文	ご回答欄				
問 14 (問 13 で 1 に 印をつけた方に) あなたはインターネットを利用して商品を購入したことがありますか (印はひとつだけ)	1 ある				2 ない
問 15 (問 13 で 1 に 印をつけた方に) 自宅でのインターネットの利用頻度はどのくらいですか (印はひとつだけ)	1 毎日			3 週 1 回程度	
	2 週 3 回以上			4 月に 2 回程度かそれ以下	
問 16 (問 13 で 1 に 印をつけた方に) インターネットに接続している機器は右のうちのどれでしょうか。(印はいくつでも)	1 パソコン			3 ファクシミリ	
	2 携帯電話・PHS			4 その他	
問 17 (全員の方に) あなたと情報とのつきあい方について、あなたのお気持ちにふさわしい言葉を選んで○印をお付け下さい。 以下の a) ~ i)各項目ひとつずつ選んでください (印は各項目ごとにひとつだけ)	そつである	ややそつである	どちらともいえない	ややそつでない	そつでない
a 必要だと思う情報を自分自身で集めるほうですか	5	4	3	2	1
b 人の話の聞き役や相談相手になるほうですか	5	4	3	2	1
c ささまざまなタイプの人と幅広くつきあうほうですか	5	4	3	2	1
d ものごとを決断したり解決したりするほうですか	5	4	3	2	1
e 話題や考え方を自分なりに工夫して表現するほうですか	5	4	3	2	1
f 考えの違う人の意見を取りまとめるほうですか	5	4	3	2	1
g 話題や情報を人に正確に詳しく伝えるほうですか	5	4	3	2	1
h 話題を集めたりものごとを人にすすめたりするほうですか	5	4	3	2	1
i グループの中でリーダー役を務めるほうですか	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「商品・サービスの選択とリスク・広告情報についてお伺いします」

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方に) 問1 次の1)～21)の意見に対してあなたの気持ちにもっとも近いものを付けて下さい。 回答の方法としては、まず意見に対して「そう思う」か「思わない」かをお考えいただき、次にその程度を決めていかれると回答し易いです(○印はそれぞれひとつ)。</p>	そう 思わ ない	やや そう 思わ ない	ど ちら で も な い	やや そう 思 う	そう 思 う
1) 旅行に危険はつきものだ。	1	2	3	4	5
2) 旅行商品の選択を誤ると金銭的に重大な損害を被る。	1	2	3	4	5
3) 旅行商品の選択を誤ると身体的に重大な損害を被る。	1	2	3	4	5
4) 旅行商品の品質は担当者によってバラツキが大きい。	1	2	3	4	5
5) 旅行商品の品質は旅行会社によってバラツキが大きい。	1	2	3	4	5
6) 医療の治療に危険はつきものだ。	1	2	3	4	5
7) 医療サービスの選択を誤ると金銭的に重大な損害を被る。	1	2	3	4	5
8) 医療サービスの選択を誤ると身体的に重大な損害を被る。	1	2	3	4	5
9) 医療サービスの品質はサービス提供者によってバラツキが大きい。	1	2	3	4	5
10) 医療サービスの品質は医療機関によってバラツキが大きい。	1	2	3	4	5
11) 銀行との取引に危険はつきものだ。	1	2	3	4	5
12) 銀行の選択を誤ると金銭的に重大な損害を被る。	1	2	3	4	5
13) 銀行の選択を誤ると身体的に重大な損害を被る。	1	2	3	4	5
14) 銀行の提供するサービスの品質は担当者によってバラツキが大きい。	1	2	3	4	5
15) 銀行の提供するサービスの品質は銀行によってバラツキが大きい。	1	2	3	4	5
16) 旅行商品の情報源として雑誌広告を重視している。	1	2	3	4	5
17) 旅行商品の情報源として新聞広告を重視している。	1	2	3	4	5
18) 旅行商品の情報源としてインターネットを重視している。	1	2	3	4	5
19) 旅行商品の情報源として口コミを重視している。	1	2	3	4	5
20) 私は、旅行商品の品質を判断する能力を持っている。	1	2	3	4	5
21) 私は、旅行商品に関する知識を十分に持っている。	1	2	3	4	5

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「広告や宣伝の信頼性についてお伺いします」

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方に) 問1 あなたは広告や宣伝の信頼性について 次の1)~20) のような意見に、どの程度「賛成」ある いは「反対」ですか。 記入例のように、まず「賛成」か「反対」かを考え、次にそ の程度をお決めになると回答は付けやすいです (○印はそれぞれひとつ)。</p>	非常に賛成	やや賛成	どちらともいえない	やや反対	非常に反対
(記入例) 新しい商品は全て信頼できない	5	4	3	2	1
1) 良く知られている商品は安心できる	5	4	3	2	1
2) 自由に返品できるなら安心できる	5	4	3	2	1
3) 政府や公共機関が保証しているなら安心できる	5	4	3	2	1
4) 全く宣伝していない商品は <u>不安である</u>	5	4	3	2	1
5) 今の自分の生活に役立つ情報は信頼できる	5	4	3	2	1
6) 友人が使っている商品なら信頼できる	5	4	3	2	1
7) 複数のメディアから伝わった情報は信頼できる	5	4	3	2	1
8) 新聞や雑誌の記事の情報は信頼できる	5	4	3	2	1
9) 情報の内容が豊富な宣伝であれば信頼できる	5	4	3	2	1
10) 説明が具体的でわかりやすい宣伝は信頼できる	5	4	3	2	1
11) 疑問に答えてくれるメディアであれば信頼できる	5	4	3	2	1
12) 使用場面がリアルとわかる宣伝なら信頼できる	5	4	3	2	1
13) 自分の好きなメディア情報なら信頼できる	5	4	3	2	1
14) 好きなタレントが出ている宣伝なら信頼できる	5	4	3	2	1
15) 有名なブランドの宣伝なら信頼できる	5	4	3	2	1
16) 専門誌の商品比較記事は信頼できる	5	4	3	2	1
17) 自分から積極的に探索した情報は信頼できる	5	4	3	2	1
18) 行きつけの店からの情報であれば信頼できる	5	4	3	2	1
19) 売り込みの姿勢が強い情報は <u>信頼できない</u>	5	4	3	2	1
20) 怪しげな媒体の情報は初めから <u>信頼できない</u>	5	4	3	2	1

テーマ：「広告に対する援助要請についてお伺いします」

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に) 問1 あなたは最近、子供に対する寄付やボランティアなどの援助活動を要請する広告(援助広告)を見たことがありますか(印はひとつだけ)。</p>	<p>1 見た 2 見ない・忘れた → 次ぎのテーマにお進み下さい</p>
<p>問2 (問1で1「見た」の方に) その援助広告を見たのはいつ頃ですか。一番最近のものについてお答えください(印はひとつだけ)。</p>	<p>1 1ヶ月以内 2 1~3ヶ月前 3 3ヶ月以上前 4 忘れた</p>
<p>問3 (問1で1「見た」の方に) その援助広告はどこで見ましたか(印はひとつだけ)。</p>	<p>1 テレビ 2 新聞 3 ポスター 4 その他</p>

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「広告に対する接し方や効果と行動についてお伺いします」

質問文	ご回答欄				
<p>(全員の方向に) 問1 あなたは、次ぎの1)～20)のようなこと柄この程度あてはまりますか。「非常にあてはまる」から「全くあてはまらない」の中からお自身のお感じに最も近いものをひとつずつ選んでお知らせください(○印は各々ひとつずつ)。</p>	非常にあてはまる	ややあてはまる	どちらでもない	あまりあてはまらない	全くあてはまらない
1. 広告を見てよく共感する。	1	2	3	4	5
2. 広告を見て感動したことがある。	1	2	3	4	5
3. 広告を見て情景に見とれることがある。	1	2	3	4	5
4. 広告を見て音楽を楽しむことがある。	1	2	3	4	5
5. 広告を見て、登場人物(タレントなど)の言動があたかも友人や知人の言動のように感じられることがある。	1	2	3	4	5
6. 広告を1、2度見た後で、再度同じ広告を見た際に「見ることができて良かった」と思うことがある。	1	2	3	4	5
7. 広告を見て、その広告を「今後見たくない」と思うことがある。	1	2	3	4	5
8. 日常生活の中で、特定の広告をふと思い出すことがある。	1	2	3	4	5
9. いつも見ることを楽しみにしている特定の商品やサービスの広告がある。	1	2	3	4	5
10. ある広告が「好き」ということと、ある広告に「満足する」ことは同じことだと思う。	1	2	3	4	5
11. 自分の利用している商品やサービスの広告は信用できる。	1	2	3	4	5
12. 自分の利用している商品やサービスの広告は比較的よく目にとまる。	1	2	3	4	5
13. 自分の利用している商品やサービスの広告を見るとうれしく感じる。	1	2	3	4	5
14. 自分の利用している商品やサービスの広告を見て、「利用していて良かった」と思うことがある。	1	2	3	4	5
15. 自分の利用している商品やサービスの広告が自分のイメージに合わないと、その商品やサービスを利用しなくなる。	1	2	3	4	5
16. 満足している商品やサービスの広告はよく見る。	1	2	3	4	5
17. 不満だった商品やサービスの広告は見ないようにする。	1	2	3	4	5
18. 不満だった商品やサービスの広告を見るとよけい不満になる。	1	2	3	4	5
19. 自分の利用している商品やサービス以外の広告はあまり見ないようにしている。	1	2	3	4	5
20. 自分の利用している商品やサービスの広告は、自分のような者を対象としていると思う。	1	2	3	4	5

テーマ：「パソコン・インターネットでのお買い物についてお伺いします」

質問文	ご回答欄			
(全員の方に) 問1 あなたはパソコンを使ったインターネットで次のようなサービスをどの程度、利用していますか。 各項目ごとに、あてはまるものひとつをお知らせください(印はそれぞれひとつ)。	1 よく利用する	2 時々利用する	3 利用したことがある	4 利用したことがない
1) チャット	▶ 1	2	3	4
2) メール	▶ 1	2	3	4
3) 情報検索	▶ 1	2	3	4
4) ショッピング	▶ 1	2	3	4
5) オークション	▶ 1	2	3	4
6) バンキング	▶ 1	2	3	4
7) 懸賞への応募	▶ 1	2	3	4
問2 (問1の4)でショッピングを利用したことがある(1, 2, 3に○印)の方に) インターネットを利用したショッピングでの不満があったら教えてください(印はいくつでも)。	1 実際の商品と届いた商品のイメージが異なる	2 支払いなどの手続きが面倒だ	3 欲しい商品を見つけるのがたいへんだ	4 商品の説明や情報がわかりづらい
	5 返品や解約などの仕方がわからない	6 配達の日時等の情報がわからない	7 別に不満はない	8 その他
(全員の方に) 問3 あなたは携帯電話を利用したメールや情報提供サービス(i-modeなど)を利用していますか。	1 利用している。	2 利用していない	問8へお進み下さい	
問4 (問3で1の方に) あなたは携帯電話を端末として利用したサービス(i-modeなど)をどの程度利用していますか。各項目ごとにあてはまるものひとつをお知らせください(印はひとつだけ)。	1 よく利用する	2 時々利用する	3 利用したことがある	4 利用したことがない
1) メール	▶ 1	2	3	4
2) 情報検索	▶ 1	2	3	4
3) ショッピング	▶ 1	2	3	4
4) オークション	▶ 1	2	3	4
5) バンキング	▶ 1	2	3	4
6) 懸賞への応募	▶ 1	2	3	4

<p>問5 (問3で1の方に) あなたは携帯電話を使った情報サービスを利用するにあたって、不満がありましたら、あてはまるものをつけてください(印はいくつでも)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 携帯電話から文字を打ち込むのに手間がかかる 2 情報を検索するのがたいへんだ 3 情報を受け取るのに時間がかかる 4 知らないうちに課金されている 5 簡単に使えるので、つい使いすぎてしまう 6 自分の情報が漏れているかもしれないと不安だ 7 その他
<p>問6 (問3で1の方に) あなたはパソコンや携帯電話を使い、インターネットを通じて、商品の情報やイベントのお知らせ等の<u>定期的なメール</u>を受け取ることがありますか。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 ある 2 ない → 問8へお進みください
<p>問7 (問6で1の方に) あなたはそのようなメールを読みますか (印はひとつだけ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 よく読む 2 たいてい読む 3 読むこともある 4 読まずに削除する
<p>問8 (全員の方に) あなたはパソコンを通じたインターネットをどの程度利用しますか。あてはまるものひとつをお知らせください(印はひとつだけ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 毎日 2 週に3, 4回 3 週に1, 2回 4 月に2, 3回以下 5 パソコンはない

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「環境に関するロゴマークと消費意識についてお伺いします」

質問文	ご回答欄
<p>(全員のの方に) 問1 あなたは、下の日本環境協会のエコマークを知っていますか(○印はひとつだけ)</p> <p style="text-align: center;">エコマーク</p> 	<p>1 知っている 2 知らない</p>
<p>(全員のの方に) 問2 エコマークの内容として、もっとも当てはまるものに○印を付けてください(○印はひとつだけ)</p>	<p>3 健康に配慮した商品 4 健康全般に特に優れた商品 5 環境のある面に配慮した製品 6 リサイクルに配慮した商品 7 省エネに配慮した商品 8 品質がよくて経済的な商品 9 わからない</p>
<p>(全員のの方に) 問3 あなたは、エコマークをどの程度、信頼していますか。最も当てはまるものに○印を付けてください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 信頼できる 2 ある程度、信頼できる 3 どちらともいえない 4 あまり信頼できない 5 信頼できない 6 わからない</p>
<p>(全員のの方に) 問4 あなたは商品を購入するとき、エコマークを意識して購入していますか。当てはまるもの1つに○印を付けてください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 エコマークがついているかどうか、いつも注意している 2 商品の種類によっては、エコマークを意識して購入している 3 エコマークはあまり意識しない 4 わからない</p>
<p>(全員のの方に) 問5 エコマークの認定制度について、おたずねします。エコマークは、日本環境協会が認定していることを知っていますか(○印はひとつ)</p>	<p>3 知っている 4 知らなかった 5 わからない</p>
<p>(全員のの方に) 問6 エコマークに認定されるには、基準があることを知っていますか(○印はひとつだけ)</p>	<p>6 知っている 7 知らなかった 8 わからない</p>
<p>(全員のの方に) 問7 エコマークは、商品の種類ごとに、認定の基準があることを知っていますか(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 知っている 2 知らなかった 3 わからない</p>
<p>(全員のの方に) 問8 エコマークの認定基準は、厳しいと思いますか(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 基準は厳しい 2 基準は適切である 3 基準は甘すぎる 4 わからない</p>

(全員の方に) 問9 下に示したのは、企業の環境マークです。あなたが見たことがあるものすべてに 印を付けてください(○印はいくつでも)。	1 トヨタ	6 松下電器グループ
	2 キヤノン	7 三洋電機
	3 富士通グループ	8 NEC
	4 東芝グループ	9 リコー
	5 シャープ	10 なし

トヨタ



キヤノン



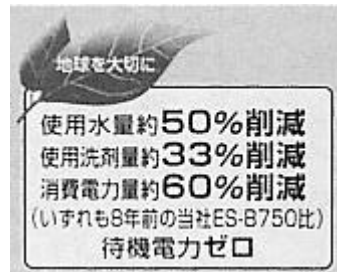
富士通グループ



東芝グループ



シャープ



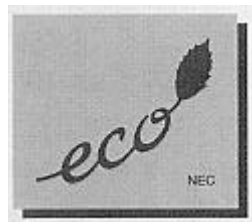
松下電器グループ



三洋電機



NEC



リコー



<p>(全員の方向に) 問 10 企業の環境マークについて、お伺いします。 商品や広告、企業のホームページなどで、マークの意味について、説明を読んだことがありますか。説明を読んだことがあるマークに、すべて 印をつけて下さい(○印はいくつでも)</p>	<p>1 トヨタ 2 キヤノン 3 富士通グループ 4 東芝グループ 5 シャープ</p>	<p>6 松下電器グループ 7 三洋電機 8 NEC 9 リコー 10 なし</p>
<p>(全員の方向に) 問 11 企業の環境マークについて、お伺いします。 あなたは商品を買う時、企業の環境マークを意識して、商品を選びますか。最も近いものをひとつ選んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 企業や商品の種類が何であっても、環境マークを常に意識して選ぶ 2 商品の種類によっては、環境マークを意識して選ぶ 3 企業によっては、環境マークを意識して選ぶ 4 特に意識しない</p>	
<p>(全員の方向に) 問 12 企業の環境マーク全体について、印象をお伺いします。企業の環境マークをどの程度、信頼していますか。あなたの印象に最も近いものを、次の中からひとつ選んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 多くの場合、信頼している 2 多くの場合、ある程度、信頼している 3 どちらともいえない 4 多くの場合、あまり信頼していない 5 多くの場合、信頼していない</p>	
<p>(全員の方向に) 問 13 企業の環境マークについて、お伺いします。 企業のホームページや環境報告書などで、環境マークの基準について、調べたことがありますか(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 常に調べている 2 企業によっては、調べたことがある 3 製品によっては、調べたことがある 4 調べたことはない</p>	
<p>(全員の方向に) 問 14 環境に配慮した商品をわかりやすく表示するために、企業の環境マークや商品の表示には、どのような改善が必要だと思えますか。もっとも重要だと思うものを3つまで選んで、 印を付けてください(○印は3つまで)</p>	<p>1 どのような点で環境に配慮した商品であるのか、詳しく説明してほしい 2 環境マークの意味や基準を、詳しく説明してほしい 3 環境マークの基準を公開してほしい 4 環境マークの基準を厳しくしてほしい 5 エコマークや国際エネルギー・スターマークなど、他のマークとの違いを説明してほしい 6 商品の環境性能について、他の企業の商品と比較できるようにしてほしい 7 商品の環境性能について、裏付けデータを公開してほしい 8 環境に配慮した商品や環境マークを、やさしい言葉で説明してほしい 9 どの企業の環境マークが分かるように、企業名を書いてほしい 10 環境マークを大きく、見やすく表示してほしい 11 特になし</p>	
<p>(全員の方向に) 問 15 環境に配慮した商品について、お伺いします。 環境に配慮した商品を購入する時の気持ちに、もっとも近いものをひとつ選んで 印を付けてください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 品質がよければ、多少、価格が割高でも、環境に配慮した商品を購入する 2 環境に配慮した商品でも、他の市販品と同じ価格でないと、購入しない 3 価格と品質で判断し、環境に配慮しているかどうかは、参考にする程度 4 環境に配慮しているかどうか、特に意識しない 5 わからない</p>	

<p>(全員の方向に)</p> <p>問 16 あなたは、環境に配慮した商品を購入する際、どのような点・項目を重視して、商品を選びますか。重視すべきだと思う点・項目を、右の中から5つ選んで、印を付けてください(○印は5つまで)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 地球温暖化の防止 2 オゾン層の保護 3 ダイオキシンや環境ホルモン物質を出さない 4 大気汚染・水質汚濁の防止 5 使用済み製品の回収・リサイクル体制 6 再利用できる・詰め替え可能 7 古紙や再生プラスチックなど、リサイクルされた材料の使用 8 長く使えるような工夫(長寿命化) 9 省エネルギー・節電 10 廃棄物の削減 11 節水・資源節約 12 生分解性プラスチックなど、土に埋めると自然の要素に分解する性能 13 解体しやすい設計 14 特になし
<p>(全員の方向に)</p> <p>問 17 省エネ大賞について、お伺いします。省エネ大賞は、財団法人・省エネルギーセンターが実施している、省エネ性能に優れた商品に対する表彰制度です。このことを知っていましたか(○印はひとつだけ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 知っていた 2 知らなかった
<p>(全員の方向に)</p> <p>問 18 省エネ大賞には、経済産業大臣賞、資源エネルギー庁長官賞、省エネルギーセンター会長賞などの賞があります。省エネ大賞には、これらの賞があることを知っていましたか(○印はひとつだけ)。</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1 知っていた 2 知らなかった

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「色々な銘柄・ブランドの情報とイメージについてお伺いします」

質問文			ご回答欄														
(全員の方に) 問1 以下に挙げる銘柄(ブランド)A～Dについてそれぞれの銘柄(ブランド)について最も近いものをお知らせ下さい(○印はひとつずつ)。			1 飲用(使用)したことがある	2 商品の特徴や内容をよく知っている	3 どのような商品かある程度思い浮かぶ	4 名前だけは知っている	5 全く知らない										
A	大塚製薬	ポカリスエット →	1	2	3	4	5	<div style="border: 1px dashed black; padding: 5px;"> 全て5の方は次のテーマにお進み下さい </div>									
B	サントリー	DAKARA(ダカラ) →	1	2	3	4	5										
C	麒麟ビバレッジ	生茶(なまちゃ) →	1	2	3	4	5										
D	日本リーバ	mod's hair(モッズヘア) →	1	2	3	4	5										
(問1のA, B, C, Dで1～4の方に) 問2 ご存知のそれぞれの銘柄(ブランド)について、見聞きされた商品や広告や情報についてお知らせ下さい(印はいくつでも)			1 テレビ広告を見た	2 テレビ広告がすぐに思い浮かぶ	3 商品のパッケージデザインがすぐに思い浮かぶ	4 サンプル(試供品)をもらった	5 雑誌広告を見た	6 新聞広告を見た	7 駅構内や電車内のポスター・看板広告を見た	8 その他)							
A	大塚製薬	ポカリスエット →	1	2	3	4	5	6	7	8							
B	サントリー	DAKARA(ダカラ) →	1	2	3	4	5	6	7	8							
C	麒麟ビバレッジ	生茶(なまちゃ) →	1	2	3	4	5	6	7	8							
D	日本リーバ	mod's hair(モッズヘア) →	1	2	3	4	5	6	7	8							
(問2をお答えの方に) 問3 ご存知の各銘柄(ブランド)に対する評価、または印象、イメージについてお伺いします。次の項目1～3群のそれぞれの中から、A, B, C, Dそれぞれの銘柄(ブランド)に近いと感じる言葉の番号すべてに印をつけて下さい(印はいくつでも)			項目1群														
			1 信頼できる	2 親しみもてる	3 好きな	4 品質のよい	5 センスのよい	6 個性のある・ユニークな	7 話題性のある・旬の	8 本格的な・本物感のある	9 人気・定評のある	10 特徴のわかりやすい	11 シャープな	12 アクティブな	13 斬新な・新しさを感じる	14 勢い・活力のある	15 若々しい
A	大塚製薬	ポカリスエット →	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
B	サントリー	DAKARA(ダカラ) →	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
C	麒麟ビバレッジ	生茶(なまちゃ) →	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
D	日本リーバ	mod's hair(モッズヘア) →	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15

		項目2群														
(印はいくつでも)		16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
		創造的・クリエイティブな	上品な・洗練された	女性的な	男性的な	自信のある	明るい	大人の	力強い	知的な	刺激的な	ヘルシーな	さわやかな	天然の・自然な	おいしそうな	すっきりした
A	大塚製薬 ポカリスエット →	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
B	サントリー DAKARA(ダカラ) →	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
C	麒麟ビバレッジ 生茶(なまちゃ) →	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30
D	日本リーバ mod's hair (モッズヘア) →	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30

		項目3群									
(印はいくつでも)		31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
		ユトモア・遊び心のある	楽しい	かわいい	安らぐ	誠実な	家庭的な	日本的な情緒のある	落ち着いた	安っぽい	その他) (
A	大塚製薬 ポカリスエット →	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
B	サントリー DAKARA(ダカラ) →	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
C	麒麟ビバレッジ 生茶(なまちゃ) →	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40
D	日本リーバ mod's hair (モッズヘア) →	31	32	33	34	35	36	37	38	39	40

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「商品購入における繰返しや広告の関心についてお伺いします」

質問文	ご回答欄					
<p>(全員のの方に)</p> <p>問1 あなたは、下記の1)～7)の商品群の中で、「同じ商品(またはブランド)を買う」ことの多いものはありますか(○印は各々ひとつずつ)。</p> <p>お願い: 購入経験なしの商品は、問2, 3も自動的に「なし」に○印を付けて下さい</p>	全く当てはまらない	当てはまらない	どちらかといえば	どちらとも言えない	殆ど当てはまる	購入経験なし
1) 飲料 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
2) 菓子類 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
3) パソコン _____	▶ 1	2	3	4	5	6
4) 自動車 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
5) ファッション _____	▶ 1	2	3	4	5	6
6) 薬品 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
7) 携帯電話 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
<p>(全員のの方に)</p> <p>問2 あなたは、以下の商品群を購入した後、その商品(またはブランド)についての広告が気になりますか(○印は各々ひとつずつ)。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>...例えば、ソニーの「VAIO」を買った後に、ソニーまたは「VAIO」のTV広告、雑誌広告等が気になりますか</p> </div>	全く気にならない	気にならない	どちらとも言えない	気になる	とても気になる	購入経験なし
1) 飲料 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
2) 菓子類 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
3) パソコン _____	▶ 1	2	3	4	5	6
4) 自動車 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
5) ファッション _____	▶ 1	2	3	4	5	6
6) 薬品 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
7) 携帯電話 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
<p>(全員のの方に)</p> <p>問3 あなたは、以下の商品群を購入した後に、あなたが購入した商品(またはブランド)とは別の商品(ブランド)についての広告が気になりますか(○印は各々ひとつずつ)。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin: 5px 0;"> <p>...例えば、サントリー「生茶」を買った後に、他の飲料メーカーのTV広告、雑誌広告等が気になりますか</p> </div>	全く気にならない	気にならない	どちらとも言えない	気になる	とても気になる	購入経験なし
1) 飲料 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
2) 菓子類 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
3) パソコン _____	▶ 1	2	3	4	5	6
4) 自動車 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
5) ファッション _____	▶ 1	2	3	4	5	6
6) 薬品 _____	▶ 1	2	3	4	5	6
7) 携帯電話 _____	▶ 1	2	3	4	5	6

テーマ：「企業活動とその評価についてお伺いします」

質問文	ご回答欄			
(全員の方向に) 問1 電器会社についてお伺いします。ソニー (SONY) という企業についてあなたはどんな商品を最初に思い浮かべますか(○印はひとつだけ)。	1	オーディオなどの音響機器	7	4点
	2	テレビ・ビデオ・ビデオカメラなどの映像機器	8	3点
	3	パソコンなどの情報機器	9	2点
	4	携帯電話などの通信機器	0	1点
	5	音楽		
	6	保険・銀行サービス		
	7	その他		
(全員の方向に) 問2 いま最初に思い浮かべた商品について、あなたはソニー商品の「品質」はどの程度だと思いますか。ほかの企業と比較して、ソニー商品の「品質」は10点満点で何点くらいでしょうか(○印はひとつだけ)。	1	10点	7	4点
	2	9点	8	3点
	3	8点	9	2点
	4	7点	0	1点
	5	6点		
	6	5点		
(全員の方向に) 問3 それでは、パナソニック (Panasonic) について、同じ商品でソニーと比較するとパナソニックの「品質」は一般的に10点満点で何点でしょうか(○印はひとつだけ)。	1	10点	7	4点
	2	9点	8	3点
	3	8点	9	2点
	4	7点	0	1点
	5	6点		
	6	5点		

* (注) もしも問1でソニーが作っている商品を思い浮かべて、それがパナソニックで作っていない商品であった場合、「仮にパナソニックが同じ商品を作った場合」という前提でお答えください。

(全員の方向に) 問4 シャープ (Sharp) について、同じ商品でソニーと比較するとシャープの「品質」は一般的に10点満点で何点でしょうか(○印はひとつだけ)。	1	10点	7	4点
	2	9点	8	3点
	3	8点	9	2点
	4	7点	0	1点
	5	6点		
	6	5点		

* (注) もしも問1でソニーが作っている商品を思い浮かべて、それがシャープで作っていない商品であった場合、「仮にシャープが同じ商品を作った場合」という前提でお答えください。

(全員の方向に) 問5 いまお伺いした「ソニー」「パナソニック」「シャープ」の3つの企業について、それぞれの項目であてはまるものをお知らせ下さい(○印はいくつでも)。	ソニー	パナソニック	シャープ	
1) これまで使ったことがある	1	2	3	
2) 現在、愛用している商品がある	1	2	3	
(全員の方向に) 問6 自動車企業についてお伺いします。ホンダという企業についてあなたはどんな商品を最初に思い浮かべますか(○印はひとつだけ)。	1	自動車		
	2	バイクなどの2輪車		
	3	ロボット		
	4	その他		

(全員の方向に) 問7 いま最初に思い浮かべた商品について、あなたはホンダ商品の「品質」はどの程度だと思いますか。ほかの企業と比較して、ホンダ商品の「品質」は10点満点で何点くらいでしょうか(○印はひとつだけ)。	1 10点 2 9点 3 8点 4 7点 5 6点 6 5点	7 4点 8 3点 9 2点 0 1点	
(全員の方向に) 問8 それでは、トヨタについて、自動車ではホンダと比較すると「トヨタ車の品質」は一般的に10点満点で何点でしょうか(○印はひとつだけ)。	1 10点 2 9点 3 8点 4 7点 5 6点 6 5点	7 4点 8 3点 9 2点 0 1点	
(全員の方向に) 問9 日産について、自動車ではホンダと比較すると「日産車の品質」は一般的に10点満点で何点でしょうか(○印はひとつだけ)。	1 10点 2 9点 3 8点 4 7点 5 6点 6 5点	7 4点 8 3点 9 2点 0 1点	
(全員の方向に) 問10 いまお伺いした「ホンダ」「トヨタ」「日産」の3つの企業について、それぞれの項目であてはまるものをお知らせ下さい(いくつでも)。	ホンダ	トヨタ	日産
1) これまで使ったことがある	1	2	3
2) 現在、愛用している商品がある	1	2	3

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「広告媒体の接触とその効果についてお伺いします」

質問文	ご回答欄	
(全員のの方に) これから、広告についてお伺いします。 問1 あなたが好きな広告は何ですか (印はいくつでも)	1 新聞広告 2 テレビ広告 3 雑誌広告 4 ラジオ広告 5 インターネット広告 6 携帯電話 7 PDA	8 折込広告 9 通販カタログ広告 10 店頭広告 11 屋外広告 12 車内広告 13 車体広告 14 駅構内広告 15 特にない
(全員のの方に) 問2 あなたが日常生活上、必要だと思われるものは何ですか。いくつでもお選び下さい (印はいくつでも)	1 新聞広告 2 テレビ広告 3 雑誌広告 4 ラジオ広告 5 インターネット広告 6 携帯電話 7 PDA	8 折込広告 9 通販カタログ広告 10 店頭広告 11 屋外広告 12 車内広告 13 車体広告 14 駅構内広告 15 特になし
** 全員のの方に「新聞広告の内容や広告機能、役割について、お伺いします。 **		
問3 あなたにとって、「新聞広告」であてはまると思うものをいくつでもお知らせ下さい。A, B, C, Dの全てについて、お答え下さい。 A. 右の広告の効果に関する項目について「新聞広告」にあてはまるものはどれですか(印はいくつでも)	1 キャンペーン応募に利用する 2 購買直前に広告を思い出す 3 企業名、製品・サービス名を覚えやすい 4 企業や、その製品・サービスのイメージが向上する 5 ブランド名を覚えている 6 企業姿勢や考え方が理解できる 7 企業の社会貢献活動に賛同する 8 購入後も気にして見る 9 広告主が身近に感じる 10 企業の顧客志向の姿勢がよく伝わる	
B. 右の広告の機能に関する項目について「新聞広告」にあてはまるものはどれですか(印はいくつでも)	1 目立つ、インパクトがある 2 信頼できる 3 購買には必要な情報である 4 知りたい情報がある 5 趣味や余暇に役立つ 6 詳しくは をご覧下さいという、他の媒体への誘導がうまい 7 価格を気にする 8 性能、機能がよくわかる 9 情報が正確 10 今は必要ないが将来利用したい製品・サービス情報が多い 11 情報内容が詳細である 12 毎日接しないと落ち着かない 13 広告をよく見る・聞く 14 関心が高まる	
C. では、「新聞広告」の2次的効能・効果に関する項目についてはどうですか(印はいくつでも)	1 笑いを誘う 2 広告の内容を話題にする 3 感動する 4 自分が広告の主人公になった気になる 5 教養が身につく 6 クーポン・特典を利用する 7 会員サービスを利用する 8 同情する 9 リラックスして見ている 10 他のことをしながら利用することが多い 11 得した気分になる 12 広告にあるイベントに応募、参加する 13 暇つぶしで眺めている	

D. では、新聞広告の表現関連の項目についてはどうですか(印はいくつでも)。	<ul style="list-style-type: none"> 1 こった広告がある 2 広告が美しい 3 著名人・タレントで広告内容を覚えている 4 背景やシーンを覚えている 5 広告メッセージ・コピーの表現に共感する 6 必要な情報は保存する
---	--

* * 全員の方に「テレビ広告の内容や広告機能、役割について、お伺いします」* *

<p>問4 あなたにとって、「テレビ広告」であてはまると思うものをいくつかもお知らせ下さい。A, B, C, Dの全てについて、お答え下さい。</p> <p>A. 右の広告の効果に関する項目について「テレビ広告」にあてはまるものはどれですか(印はいくつでも)。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 キャンペーン応募に利用する 2 購入直前に広告を思い出す 3 企業名、製品・サービス名を覚えやすい 4 企業や、その製品・サービスのイメージが向上する 5 ブランド名を覚えている 6 企業姿勢や考え方が理解できる 7 企業の社会貢献活動に賛同する 8 購入後も気にして見る 9 広告主が身近に感じる 10 企業の顧客志向の姿勢がよく伝わる
<p>B. 右の広告の機能に関する項目について「テレビ広告」にあてはまるものはどれですか(印はいくつでも)。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 目立つ、インパクトがある 2 信頼できる 3 購買には必要な情報である 4 知りたい情報がある 5 趣味や余暇に役立つ 6 詳しくは をご覧下さいという、他の媒体への誘導がうまい 7 価格を気にする 8 性能、機能がよくわかる 9 情報が正確 10 今は必要ないが将来利用したい製品・サービス情報が多い 11 情報内容が詳細である 12 毎日接しないと落ち着かない 13 広告をよく見る・聞く 14 関心が高まる
<p>C. では、「テレビ広告」の2次的効果・効果に関する項目についてはどうですか(印はいくつでも)。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 笑いを誘う 2 広告の内容を話題にする 3 感動する 4 自分が広告の主人公になった気になる 5 教養が身につく 6 クーポン・特典を利用する 7 会員サービスを利用する 8 同情する 9 リラックスして見ている 10 他のことをしながら利用することが多い 11 得した気分になる 12 広告にあるイベントに応募、参加する 13 暇つぶしで眺めている
<p>D. では、「テレビ広告」の表現関連の項目についてはどうですか(印はいくつでも)。</p>	<ul style="list-style-type: none"> 1 こった広告がある 2 広告が美しい 3 著名人・タレントで広告内容を覚えている 4 背景やシーンを覚えている 5 広告メッセージ・コピーの表現に共感する 6 必要な情報は保存する

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「コマーシャルにおける外国語の印象についてお伺いします」

質問文	ご回答欄				
<p>(全員のの方に) 問1 外国語コマーシャルについてお伺いします。すぐに思い出されるコマーシャルでよく使われる外国語はどのようなものがありますか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 英語 2 フランス語 3 中国語 4 韓国語</p>	<p>5 イタリア語 6 その他 7 よく分からない</p>			
<p>(全員のの方に) 問2 すぐに思いつく外国語コマーシャルはどのようなものがありますか。いくつでも選んで下さい(○印はいくつでも)</p>	<p>1 語学教室 2 清涼飲料 3 海外旅行 4 車 5 保険</p>	<p>6 家電商品 7 住宅商品 8 その他 9 思いつかない → 2ページ先の新しいテーマにお進み下さい</p>			
<p>問3 (問2で1～8のいずれかを回答した方に) それは、どのようなコマーシャルでしょうか。右の1～14の中から商品名を3つ選び、商品1, 2, 3に具体的な番号をご記入下さい(具体的に番号を記入してください) 分からない場合は空白で結構です。</p>	<p>1 ANA航空(SMAP 稲垣吾郎) 2 セゾンカード(中華料理編) 3 伊藤園「金の烏龍茶」(踊るオジサン) 4 SUNTORYY01年温烏龍茶CM「ピャーピャー篇」 5 日立製作所(通訳携帯持つ老女) 6 松下電器(TV等から巻く毛糸) 7 セントラル警備保障(探知機を鳴らす母) 8 ダスキンミスタードーナツ(穴から覗かれた男) 9 ジョージアヨーロピアンブレンド(海外出張に来ている男、ダウントOWN、小野伸二) 10 FEDERAL EXPRESS(会議に実物出す男達) 11 ハワイ観光局(夕日見る壮年夫婦) 12 ミドリ安全分煙システム(「分煙レストラン」篇) 13 マガジンハウス企業PR(日本の白黒写真) 14 ネステイー中国緑茶(鈴木京香)</p> <p>「商品1:()番」 「商品2:()番」 「商品3:()番」</p>				
<p>問4 (問3で回答の商品毎に) そのコマーシャルに出てくる外国語を聞くと、どのような感じを受けますか(○印はひとつずつ)</p>	<p>1 特 に 無 し</p>	<p>2 その 国 に 行 っ た 気 分</p>	<p>3 耳 障 り</p>	<p>4 内 容 が よ く わ か ら な い</p>	<p>5 そ の 他</p>
<p>1) 商品1について</p>	<p>1</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>4</p>	<p>5</p>
<p>2) 商品2について</p>	<p>1</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>4</p>	<p>5</p>
<p>3) 商品3について</p>	<p>1</p>	<p>2</p>	<p>3</p>	<p>4</p>	<p>5</p>

問5 (問3で回答の商品毎に) すぐに思い出されるコマーシャルで、思い出される国はどこですか。商品1, 2, 3 毎にお選び下さい (○印はそれぞれいくつでも)。	1 アメリカ	2 フランス	3 中国	4 韓国	5 イタリア	6 台湾	7 どこかの外国	8 日本	9 その他	10 わからない
1) 商品1について	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2) 商品2について	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
3) 商品3について	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
問6 (問3で回答の商品毎に) すぐに思い出されるコマーシャルで、思い出される国を、日本語に替えた場合、どう思いますか。 商品1, 2, 3 毎にお選び下さい (○印はそれぞれひとつずつ)。	1 特に違和感がない	2 雰囲気が変わったので不自然	3 よくわからない							
6 - 1) もし、商品1のコマーシャルに使われた外国語を日本語に替えたら、どう思いますか。	1	2	3							
6 - 2) もし、商品2のコマーシャルに使われた外国語を日本語に替えたら、どう思いますか。	1	2	3							
6 - 3) もし、商品3のコマーシャルに使われた外国語を日本語に替えたら、どう思いますか。	1	2	3							

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「インターネットにおける環境情報（エコロジカルな情報）についてお伺いします」

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に) 問1 あなたは環境問題について考えるゆとりがあると思いますか。該当するものを1つで囲んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 思わない 2 どちらかといえば思わない 3 どちらともいえない 4 どちらかといえば思う 5 思う</p>
<p>(全員の方に) 問2 インターネットにおいて、環境関連情報を扱ったサイトを見たことがありますか。該当する方を で囲んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 ある 2 ない(わからない) └─▶ 問5 へお進みください</p>
<p>問3 (問2. で2「ない」と回答した人に) 見たことがない理由はどんな理由ですか。該当するものを1つ で囲んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 環境関連情報に関心がない 2 たまたま調べたことがない 3 日常生活していく上で特に必要な情報ではない 4 環境関連情報が好きではない 5 web における環境関連情報が信用できない 6 web 以外のメディアにおける環境関連情報が満足いかないものだから 7 その他 8 インターネットは利用しない</p>
<p>問4 (問2. で2「ない」と回答した人に) インターネットで環境情報を見るきっかけが訪れるとすれば、それは何かと思いますか。該当するものを で囲んでください(○印はいくつでも)</p> <p> <u>お願い</u>: 問2. で2「ない」と回答した方は、問4をお答えの後、3ページ進んで新しいテーマの「問1」からお答え下さい。</p>	<p>1 テレビで興味深く広告された 2 ラジオで興味深く広告された 3 新聞で興味深く広告された 4 雑誌で興味深く広告された 5 交通広告で興味深く広告された 6 商品ラベルで興味深く広告された 7 商品カタログ・パンフレットで興味深く広告された 8 参加したイベントで興味深く広告された 9 その他インターネットは関心ない 10 インターネット Web は関心ない</p>
<p>(問2. で1「ある」と回答した人に) 問5 訪問する環境関連情報サイトの種類は何ですか。該当するものを1つ で囲んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 企業の環境報告書などを扱った環境関連情報サイト 2 自然保護団体などの環境NGO/NPO 団体、政府/自治体の環境関連情報サイト 3 個人の趣味の環境問題や自然観察などの環境関連情報サイト 4 環境関連情報を総合的に扱った環境関連情報ポータルサイト 5 その他</p>
<p>問6 (問2. で1「ある」と回答した人に) 環境関連情報サイトには、主にどのような目的を持って訪問しますか。該当するものを1つ で囲んでください(○印はひとつだけ)</p>	<p>1 サイトを公開している団体の活動主旨を知る 2 環境関連情報の専門知識を充実させる 3 環境問題に関して何か行動を起こすきっかけ 4 環境関連情報を初心者として勉強の目的で情報を得る 5 その他</p>

<p>問7 (問2.で1「ある」と回答した人に) 環境関連情報サイトに「環境(エコロジカルな)デザインの色使い」にこだわりが必要だと思いますか。該当するものを1つで囲んでください(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 強くこだわらべきだ 2 こだわらべきだ 3 一般的なサイトと同じでよい 4 少しならこだわらべきだ 5 こだわらべきでない 6 どうでもよい</p>
<p>問8 (問2.で1「ある」と回答した人に) 環境関連情報サイトの情報の形は次のうちの形を好みますか。該当するものを1つで囲んでください(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 「文字」が多くを占める 2 「イラストや画像」が多くを占める 3 「文字」と「イラストや画像」が半分ずつ 4 「文字」が7割で「イラストや画像」が3割 5 「イラストや画像」が7割で「文字」が3割 6 その他</p>
<p>問9 (問2.で1「ある」と回答した人に) 環境関連情報サイトの見た目の印象は次のうちのイメージに好印象を受けますか。該当するものを1つで囲んでください(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 専門性が重視されている「かたい」印象 2 嫌みのない色合いの「やわらかい」印象 3 デザインが凝っている「斬新な」印象 4 整然と記事が配置されている「清潔な」印象 5 環境を意識した「ナチュラルな」印象 6 その他</p>
<p>問10 (問2.で1「ある」と回答した人に) 環境関連情報サイトのデザインにおいてもっとも好ましい色は何ですか。該当するものを3つまでで囲んでください(○印は3つまで)。</p>	<p>1 しろ 2 ちゃ 3 みどり 4 きみどり 5 あお 6 みずいろ 7 きいろ 8 オレンジ 9 その他()</p>
<p>問11 (問2.で1「ある」と回答した人に) 環境関連情報サイトの見た目の印象は次のうちのイメージに一番悪印象を受けますか。該当するものを1つで囲んでください(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 文字情報の多さ 2 難しそうな用語の羅列 3 サイトのデザインの胡散臭さ 4 サイトの内容が見えてこない情報量 5 その他</p>
<p>問12 (問2.で1「ある」と回答した人に) 訪問しようとする、もしくは訪問した環境関連情報サイトの名称は次のうち何で覚えていますか。該当するものを3つまでで囲んでください(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 正式団体名 2 団体名の略名、および団体が指定している呼び名 3 ロゴマークのキャラクター 4 団体を宣伝するキャッチフレーズ 5 その他</p>
<p>問13 (問2.で1「ある」と回答した人に) 次も訪問したいと思う環境関連情報サイトの内容はどのようなことが印象深く残っていますか。該当するものをいくつでも印で囲んで下さい(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 情報の信頼性 2 デザインのよさ 3 特徴的なコーナー 4 調べやすさ 5 専門用語辞書機能データベースがある 6 たのしさ 7 わかりやすさ 8 面白さ 9 内容・情報の豊富さ 10 易しさ 11 難しさ 12 内容の斬新さ 13 居心地の良さ 14 その他</p>

<p>問 1 4 (問2 . で1「ある」と回答した人に) 次に訪問したくないと思う環境関連情報 サイトの内容は、どのようなことが印象 深く残っていますか。該当するものを 印 を付けて下さい(○印はいくつでも)</p>	<p>1 情報に信頼性がない 2 デザインがよくない 3 特徴的なコーナーがない 4 調べにくい 5 専門用語辞書機能データベースがない 6 つまらなさ 7 わかりにくさ 8 面白なさ 9 内容・情報の陳腐さ 1 0 易しさ 1 1 難しさ 1 2 内容の古さ 1 3 居心地の悪さ 1 4 その他</p>
---	---

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「企業と企業活動・評価についてお伺いします」

質問文	ご回答欄																										
<p>(全員の方に) 問1 あなたは、東芝という会社をどの程度ご存知ですか。当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>(全員の方に)東芝は、問3の選択肢にあるような製品を製造している企業です。 問2 あなたは、日常生活の中で(会社生活と家庭生活の両方を含む)東芝の製品を買うチャンスはありますか(「実際に東芝の製品を購入するかどうか」、あるいは「東芝の製品が購買候補として挙がるかどうか」は別です。実体験に基づくものでなくて結構です)。右記の回答例を見てお知らせ下さい (○印はひとつだけ)</p>	<p>1 チャンスはある 2 チャンスはない 問6へお進みください</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-top: 10px;"> <p>回答例 東芝は冷蔵庫を製造しており、私は冷蔵庫そのものを買う機会が必ずあるだろう。よって、答えは「ある」に決定。 1 . ある 2 . ない</p> </div>																										
<p>問3 (問2で1の方に) あなたは、過去に何度も使ったことのある東芝の製品を購入したとします。その製品は右のどれを想定されますか。自由に想定し1つ選んでください (○印はひとつだけ)</p>	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">1 冷蔵庫</td> <td style="width: 50%;">14 電池</td> </tr> <tr> <td>2 洗濯機</td> <td>15 携帯電話</td> </tr> <tr> <td>3 テレビ</td> <td>16 エレベータ</td> </tr> <tr> <td>4 パソコン</td> <td>17 半導体</td> </tr> <tr> <td>5 掃除機</td> <td>18 燃料電池</td> </tr> <tr> <td>6 炊飯器</td> <td>19 サーバ・ワーク・ステーション</td> </tr> <tr> <td>7 アイロン</td> <td>20 発電機</td> </tr> <tr> <td>8 DVD</td> <td>21 複写機</td> </tr> <tr> <td>9 エアコン</td> <td>22 産業用モーター</td> </tr> <tr> <td>10 ビデオデッキ</td> <td>23 X線CT装置</td> </tr> <tr> <td>11 デジカメ</td> <td>24 翻訳ソフト</td> </tr> <tr> <td>12 電子レンジ</td> <td>25 その他</td> </tr> <tr> <td>13 温水洗浄便座</td> <td></td> </tr> </table>	1 冷蔵庫	14 電池	2 洗濯機	15 携帯電話	3 テレビ	16 エレベータ	4 パソコン	17 半導体	5 掃除機	18 燃料電池	6 炊飯器	19 サーバ・ワーク・ステーション	7 アイロン	20 発電機	8 DVD	21 複写機	9 エアコン	22 産業用モーター	10 ビデオデッキ	23 X線CT装置	11 デジカメ	24 翻訳ソフト	12 電子レンジ	25 その他	13 温水洗浄便座	
1 冷蔵庫	14 電池																										
2 洗濯機	15 携帯電話																										
3 テレビ	16 エレベータ																										
4 パソコン	17 半導体																										
5 掃除機	18 燃料電池																										
6 炊飯器	19 サーバ・ワーク・ステーション																										
7 アイロン	20 発電機																										
8 DVD	21 複写機																										
9 エアコン	22 産業用モーター																										
10 ビデオデッキ	23 X線CT装置																										
11 デジカメ	24 翻訳ソフト																										
12 電子レンジ	25 その他																										
13 温水洗浄便座																											
<p>問4 (問2で1の方に) ところが、その製品に不具合があることに気がつきました。あなたは、東芝自体に対して、どのように思われますか。以下の3つの相反する意見対について、どちらに近いですか。各々1つずつ選んで○印をして下さい(○印はひとつずつ)。</p>																											
<p>意見対1</p>	<p>1 製品の不具合の原因は、東芝の技術力にあるにちがいない 2 製品の不具合の原因は、運送中の事故など、東芝の技術力以外の部分に原因があるにちがいない 3 どちらともいえない</p>																										
<p>意見対2</p>	<p>1 もう一度同じ製品を購入したら、また不具合があるにちがいない 2 もう一度同じ製品を購入したら、今度は大丈夫にちがいない 3 どちらともいえない</p>																										
<p>意見対3</p>	<p>1 東芝の他の製品も信用できない 2 問題があったのはこの製品だけで、東芝の他の製品は大丈夫だろう 3 どちらともいえない</p>																										

<p>問5 (問2で1の方に) 仮に、あなたが購入した製品について、使い始めて1ヵ月後、突然、東芝の営業マンから電話があり、「何か不都合な点はございませんか」と尋ねられました。あなたは、東芝自体に対して、どのように思われますか。以下の3つの相反する意見対について、どちらに近いですか。各々1つずつ選んで○印をして下さい(○印はひとつずつ)。</p>	<p>1 同業他社の製品に不具合が発生し、リコール騒ぎになったので、怖くなったから電話してきたにちがいない 2 東芝は顧客ニーズの開拓に積極的な企業だ 3 どちらともいえない</p>
<p>意見対 1</p>	<p>1 今後も定期的に電話があるにちがいない 2 電話があるのは最初のうちだけだ 3 どちらともいえない</p>
<p>意見対 2</p>	<p>1 東芝の他の製品を購入しても、このような電話があるにちがいない 2 このような電話があるのは、売れ筋であるこの製品だけだろう 3 どちらともいえない</p>
<p>意見対 3</p>	<p>1 よい人材が集まる 2 従業員の士気が高まる 3 株の取引が増える 4 格付が上がる 5 銀行から借入しやすくなる 6 その他 7 わからない</p>
<p>問6 (問2で2「ない」と答えた方に) 東芝を知る人が多くなれば、東芝にとってどのようなメリットがあると思いますか。次の中から当てはまるものをいくつでも挙げて下さい(○印はいくつでも)。</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>(全員のの方に) 問7 あなたは、荏原という会社をどの程度ご存知ですか。当てはまる番号をお知らせ下さい(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 チャンスはある 2 チャンスはない 問12へお進みください</p>
<p>(全員のの方に) <u>荏原は、問9の選択肢にあるような製品を製造している企業です。</u> 問8 あなたは、日常生活の中で(会社生活と家庭生活の両方を含む) 荏原の製品を買うチャンスはありますか(「実際に荏原の製品を購入するかどうか」、あるいは「荏原の製品が購買候補として挙がるかどうか」は別です。実体験に基づくものでなくて結構です。右記の回答例を見てお知らせ下さい(○印はひとつだけ)。</p>	<p>回答例 荏原はポンプを製造しているが、私はポンプそのものを買う機会がないだろう。よって、答えは「ない」に決定。 1 . ある . ない</p>
<p>問9 (問8で1の方に) あなたは、過去に何度も使ったことのある荏原の製品を購入したとします。その製品は右のどれを想定されますか。自由に想定し1つ選んでください(○印はひとつだけ)。</p>	<p>1 ポンプ 2 タービン 3 送風機 4 ボイラー 5 冷凍機 6 焼却炉 7 噴霧装置 8 浄水施設 9 発電システム 10 トンネル換気システム 11 その他</p>
<p>問10 (問8で1の方に) ところが、その製品に不具合があることに気がつきました。あなたは、荏原自体に対して、どのように思われますか。以下の3つの相反する意見対について、どちらに近いですか。各々1つずつ選んで○印をして下さい(○印はひとつずつ)。</p>	

意見対 1	<ul style="list-style-type: none"> 1 製品の不具合の原因は、荏原の技術力にあるにちがいない 2 製品の不具合の原因は、運送中の事故など、荏原の技術力以外の部分に原因があるにちがいない 3 どちらともいえない
意見対 2	<ul style="list-style-type: none"> 1 もう一度同じ製品を購入したら、また不具合があるにちがいない 2 もう一度同じ製品を購入したら、今度は大丈夫にちがいない 3 どちらともいえない
意見対 3	<ul style="list-style-type: none"> 1 荏原の他の製品も信用できない 2 問題があったのはこの製品だけで、荏原の他の製品は大丈夫だろう 3 どちらともいえない
<p>問 11 (問 8 で 1 の方に)</p> <p>仮に、あなたが購入した製品について、使い始めて 1 ヶ月後、突然、荏原の営業マンから電話があり、「何か不都合な点はございませんか」と尋ねられました。あなたは、荏原自体に対して、どのように思われますか。以下の 3 つの相反する意見対について、どちらに近いですか。各々 1 つずつ選んで ○印をして下さい(○印はひとつずつ)</p>	
意見対 1	<ul style="list-style-type: none"> 1 同業他社の製品に不具合が発生し、リコール騒ぎになったので、怖くなったから電話してきたにちがいない 2 荏原は顧客ニーズの開拓に積極的な企業だ 3 どちらともいえない
意見対 2	<ul style="list-style-type: none"> 1 今後も定期的に電話があるにちがいない 2 電話があるのは最初のうちだけだ 3 どちらともいえない
意見対 3	<ul style="list-style-type: none"> 1 荏原の他の製品を購入しても、このような電話があるにちがいない 2 このような電話があるのは、売れ筋であるこの製品だけだろう 3 どちらともいえない
<p>(問 8 で 2 「ない」と答えた方に)</p> <p>問 12 荏原を知る人が多くなれば、荏原にとってどのようなメリットがあると思いますか。次の中から当てはまるものをいくつか挙げて下さい(○印はいくつでも)。</p>	
	<ul style="list-style-type: none"> 1 よい人材が集まる 2 従業員の士気が高まる 3 株の取引が増える 4 格付が上がる 5 銀行から借入しやすくなる 6 その他 7 わからない

次ページの次のテーマにお進み下さい。

テーマ：「情報媒体やインターネットと時間の変化についてお伺いします」

質問文	ご回答欄								
(全員の方向に) 問1 あなたの生活の中の a～f のことから、インターネットを使用されるようになったことでの時間の変化について右の項目でお答え下さい (○印は a～f それぞれひとつずつ)。 お願い：インターネットを「ご利用でない方」「わからない方」は次ページの問7にお進み下さい。	1 増えた	2 減った	3 かわらない						
a テレビの視聴時間	1	1	1						
b ラジオの聴取時間	2	2	2						
c 新聞・雑誌の閲読時間	3	3	3						
d 読書時間	4	4	4						
e 友達との交際時間	5	5	5						
f 勉強ないしは仕事の時間	6	6	6						
インターネットは使わない	7	7	7	→ 問7へお進み下さい					
問2 (問1のaからfに○印の方に) ではインターネットを使って行なっているものは何ですか(○印はいくつでも)。	1 電子メール交換	2 ネットゲーム	3 チャットへの参加	4 ショッピング・チケット予約	5 ネットニュースの閲読	6 各種ホームページ閲読	7 ソフトウェアのダウンロード	8 その他	
2-1 その中で最も多いのはどれですか(ひとつ)。	1	2	3	4	5	6	7	8	
2-2 次に多いのはどれですか(ひとつ)。	1	2	3	4	5	6	7	8	
問3 (問2をお答えの方に) インターネット広告を通じて商品を購入した経験がありますか(○印はひとつだけ)。	1 はい ↓ 問4へ	2 いいえ ↓ 問5へ							
問4 (問3で1の方へ) 商品の購入経験は所属集団(友達・家族)にどのような反応をもたらしたか興味の度合いをお知らせ下さい(○印はひとつだけ)。	1 とても興味がある	2 やや興味がある	3 あまり興味がない	4 全く興味がない					
問5 (問3で2の方へ) 商品を購入しなかった主な理由はなんですか。(○印はひとつだけ)。	1 購入の手続きが面倒である	2 購入情報の公開を恐れて	3 商品に関する情報が足りない	4 商品に関する情報が信用できない	5 価格が高くなる	6 現物を触れない			
問6 (問2をお答えの方に) 次の1～5について、あなたのお答えに合うものをいくつでも選んで下さい(○印はいくつでも)。	1 インターネット上の面白くて興味のある広告を見たりすると所属集団(友達・家族・会社など)の間で話題になる。 2 見てはなかったけれど、インターネット上で話題になっているブランドと企業に対するイメージに変化が生じる。 3 企業イメージの変化は商品購入に肯定的な影響を与えると思う。 4 インターネットで話題になっているブランドや企業は今一番注目されているに違いないと思う。 5 所属集団(友達・家族・会社など)の間で話題になっているインターネット広告を知らなかった場合、仲間外れを感じる。 6 そうは思わない。								

問7 (全員の方に) あなたが次の5つのメディアについてそう思われるものをいくつかもお知らせ下さい(○印はいくつかも)。	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
	情報源として欠かせない	社会に対する影響力がある	知的である	社会の一員としてこのメディアに触れていることが大切	楽しい	手軽に見聞きできる	接する情報が分りやすい	情報が正確である	情報内容が信頼できる	情報が早い	勉強・仕事・生活に役に立つ	コストがあまりかからない	時代を先取りしている気がする	情報量が多い	情報内容が専門的である	読んだ(見た)ことが記憶に残る	親しみやすい	物事の全体像を把握する事ができる
a テレビ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
b ラジオ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
c 新聞	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
d 雑誌	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
e インターネット	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下さい。

テーマ：「情報の信頼性（アミノ酸効果）と行動変化についてお伺いします」

（全員の方に）

問 1 「アミノ酸を十分とると疲れにくいし太りにくい。だからあなたももっととったほうがいい」という情報を聞いたら、信頼しますか。また、もし聞いたら人に言うでしょうか。その程度と理由をお答え下さい
（○印は問Aでそれぞれ1つずつ：問Bでそれぞれいくつでも）。

お願い；問Bの評価で悪い場合は（ ）内をお読みいただきご回答下さい。

問A： 度合いはどの程度ですか？ 9：全く信頼できる（90%）から 1：全く信頼できない（10%）までのうち、おおよその程度をつけてください。なお、栄養に全く興味なしは0につけてください。		興味がない
全く信頼できない（10%）	少し信頼できない（30%）	どちらとも言えない（50%）
少し信頼できる（70%）	全く信頼できる（90%）	
1-1 この情報についてあなたは—信頼する度— ますか？	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0

問B：なんでそうなのか、以下であてはまるものにをつけてください（はいいくつでも）。

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
本当らしい（本当かあやしい）と思うから	自分に必要だ（必要ない）から	自分で試したことがある（ない）から	いろいろなところで耳にする（してない）から	人に話すとうなずかう（こらげそう）だから	仲間うちで話題になっている（いない）から	家族で話題になっている（いない）から	テレビで言っている（ない）から	専門家が言っている（いない）から	その他（ ）
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

1-2 3年前ならどうだ—信頼する度— ったと思いますか？	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0
----------------------------------	---------------------	---

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---

1-3 親しい人や家族に聞いたら、どう思—信頼する度— うでしょうか？	人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0
	人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

1-4 テレビ情報番組で聞いたら、どう思—信頼する度— うでしょうか？	人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0
	人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

1-5 かかりつけの医者で聞いたら、どう—信頼する度— 思うでしょうか？	人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0
	人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0

1	2	3	4	5	6	7	8	9	0
1	2	3	4	5	6	7	8	9	0

人に言う度合の程度は、右をご参照下さい

全く言わない（10%）	たぶん言わない（30%）	どちらとも言えない（50%）	たぶん言う（70%）	絶対言う（90%）	興味がない
-------------	--------------	----------------	------------	-----------	-------

(全員の方向に)		問C:	問D: なんでそうなのか、以下であてはまるものにをつけてください(はいいくつでも)。																
問2 「あなたは疲れやすかったり、太りやすいたちでしょう。だからアミノ酸をもっととったほうがいい」と言われたら、やってみますか。また、言われた内容を人に言うでしょうか? その程度と理由をお答え下さい (○印は、問Cでそれぞれ1つつ:問Dでそれぞれいくつでも)。 <u>お願い; 問Dの評価で悪い場合は、()内をお読みいただきご回答下さい。</u>		度合いはどの程度ですか? 9:絶対やる(言う)(90%)から 1:絶対やらない(10%)までのうち、おおよその程度にをつけてください。なお、栄養に全く興味なしは0につけてください。	1 本当らしい(本当かあやしい)と思うから 2 自分に必要だ(必要ない)から 3 手軽にできる(めんどう)から 4 値段が安そう(お金がかかりそう)だから 5 やったほうがいい(やらないうと怒られそう)だから 6 仲間うちをやっている人がいる(いない)から 7 家族にやっている人がいる(いない)から 8 テレビでやっている人を見た(見ていない)から 9 専門家がすすめている(すすめない)から 10 その他()																
		絶対やらない(全く言わない) (10%) たぶんやらない(言わない) (30%) どちらとも言えない(50%) たぶんやる(言) (70%) 絶対やる(絶対言) (90%)	興味がない																
2-1	あなたはやって <u> </u> 行 う 度 みますか?	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0						
2-2	3年前だったらど <u> </u> 行 う 度 うたでしょうか?	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0						
2-3	親しい人や家族に言われたら、どう するでしょうか?	行 う 度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0					
		人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0					
2-4	テレビ情報番組で放送されたら、ど うするでしょうか?	行 う 度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0					
		人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0					
2-5	かかりつけの医者で言われたら、ど うするでしょうか?	行 う 度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0					
		人に言う度	-9-8-7-6-5-4-3-2-1-	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	0					
<div style="border: 2px dashed black; padding: 5px; display: inline-block;"> 人に言う度合の程度は、右をご参照下さい </div>		全く言わない(10%) たぶん言わない(30%) どちらとも言えない(50%) たぶん言う(70%) 絶対言(90%)	興味がない																

【 最後に、少々立ち入ったことをお伺いいたします】

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 (何かしなごらの時間も含めて)	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 (何かしなごらの時間も含めて)	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 (何かしなごらの時間も含めて)	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(印はひとつだけ)	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		
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。