

# 消費生活と広告に関するお伺い

I D				

平成19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へお進み下さい」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お願いいたします。

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お願いいたします。

(実施機関) 株式会社電通リサーチ

電 話：0120-77-2795 担当 飛田

〔月曜から金曜の9時30分～17時30分の時間帯で  
対応させていただいております〕

作業番号：T-0700090

## 下記の言葉の説明を参考に次ページ以降の質問にお答えください。

注① インターネットサイト	ひとまとまりにして公開されている、複数のウェブページの集まりのこと(ホームページ)。また、そのウェブページが置いてあるインターネット上での場所。
注② 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③ 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。
注④ ブログ広告	ブログ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聞いたりする	ざっと見たり聞いたりする	どちらとも言えない	あまり見たり聞いたりしない	見たり聞いたりしない	
(全員の方に) 問1 次ぎにあげた 1~12 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. ダイレクトメールは	5	4	3	2	1	
7. フリーペーパー、無料雑誌は	5	4	3	2	1	
8. 車内広告は	5	4	3	2	1	
9. インターネットサイト広告は 注②	5	4	3	2	1	
10. インターネットのブログ広告は 注④	5	4	3	2	1	
11. 携帯サイトの広告は 注②	5	4	3	2	1	
12. 携帯のブログ広告は 注④	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				
(全員の方に) <b>問2</b> 以下の1～18各の項目は、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)。	良くあてはまる	まあ(ある程度)あてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	全くあてはまらない
1. 必要だと思う情報を自分自身で集める	5	4	3	2	1
2. 人の話の聞き役や相談相手になる	5	4	3	2	1
3. さまざまなタイプの人と幅広くつきあう	5	4	3	2	1
4. ものごとを決断したり解決したりする	5	4	3	2	1
5. 話題や考え方を自分なりに工夫して表現する	5	4	3	2	1
6. 考えの違う人の意見を取りまとめる	5	4	3	2	1
7. 話題や情報を人に正確に詳しく伝える	5	4	3	2	1
8. 話題を集めたりものごとを人にすすめたりする	5	4	3	2	1
9. グループの中でリーダー役を務める	5	4	3	2	1
10. 消費や買い物について、人より詳しい	5	4	3	2	1
11. 消費や買い物について、人にアドバイスを求められる。	5	4	3	2	1
12. 製品をそのまま使うのではなく、工夫したり、新しい使い方を見つけたりする	5	4	3	2	1
13. あなたは“流行”というものについて敏感だ	5	4	3	2	1
14. 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	5	4	3	2	1
15. 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	5	4	3	2	1
16. 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	5	4	3	2	1
17. 広告は商品知識の普及に役立っていると思う	5	4	3	2	1
18. あなたは広告に対して不信感を持っている	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進み下さい。

「お買い物行動とお気持ち」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				
	あてはまる	ややあてはまる	どちらとも言えない	あまりあてはまらない	あてはまらない
(全員の方に) 問1 以下の1～20の項目について、あなたに最もあてはまる ところの数字に一つ○をつけて下さい。(○印はそれぞれ ひとつ)。					
1. 品数がたくさんそろっている店の方がよい買い物ができる と思う。	5	4	3	2	1
2. 買い物でたくさんの商品情報を集めるのは面倒くさい。	5	4	3	2	1
3. たくさんの商品を目の前にすると選ぶのが嫌になる。	5	4	3	2	1
4. 買い物の時間や、商品を選ぶ時間がかかり過ぎて大変だ。	5	4	3	2	1
5. 高額な商品の買い物は疲れる。	5	4	3	2	1
6. 友人へのプレゼントを買うのに苦労することが多い。	5	4	3	2	1
7. 何を選ぶにしても、選択肢は多い方がよい。	5	4	3	2	1
8. 何かの決断をするときは、ありとあらゆる選択肢を考えて みる。	5	4	3	2	1
9. 何をするにしても、自分なりの最高基準を求める。	5	4	3	2	1
10. 一つのもを買うのに、他のたくさんのお店と比べてみるこ とが多い。	5	4	3	2	1
11. 買い物のとき、本当に気に入ったものを見つけるのは大変 だ。	5	4	3	2	1
12. 選ぶのに苦労した商品でも、買った後に後悔することが多 い。	5	4	3	2	1
13. 何かを決めた後はしばしば、もし違う選択をしていたらと 考える。	5	4	3	2	1
14. 買い物をした後、よく考えてから買うべきだったと思うこ とが多い。	5	4	3	2	1
15. 一度決めたことに対してはあれこれ悩まない。	5	4	3	2	1
16. 私は自分の人生に満足している。	5	4	3	2	1
17. 私の生活環境は素晴らしいものである。	5	4	3	2	1
18. 大体において、私の人生は理想に近いものである。	5	4	3	2	1
19. もう一度人生をやり直すとしても、私は変えたいと思うと ころはほとんどない。	5	4	3	2	1
20. これまで私は望んだものは手に入れてきた。	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進みください。

## 広告に対するあなたの「お問い合わせ経験」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。

質問文	ご回答欄
(全員の方に) 問1 これまでご覧になった広告に対して、不愉快な思いや疑問をもたれた経験はありますか(○印はひとつ)。	1 ある → 問2をお答え下さい 2 ない → 問7へお進み下さい
(問1で1に回答された方に) 問2 広告の表現内容で、これまでに最も不愉快に思われた広告についてお尋ねします。その広告を扱った媒体(メディア)は何でしたか。右の中から1つだけ選び○印をつけてください(○印はひとつ)。	1 新聞 2 雑誌 3 テレビ 4 ラジオ 5 折り込みチラシ 6 ダイレクトメール 7 車内広告 8 ポスター 9 屋外広告 10 インターネット 11 その他
(問1で1に回答された方に) 問3 同じく最も不愉快に思われた広告についてお尋ねします。なぜそのような印象をもたれたのですか。あなたのお考えに最も近いものを1つだけ選び○印をつけてください(○印はひとつ)。	1 表現がワイセツ 2 表現が暴力的 3 表現が性差別につながる 4 表現が虐待・いじめにつながる 5 日本の伝統・文化に反する 6 表現が大げさすぎる 7 出演者が気に入らない 8 表現がわかりにくい・紛らわしい 9 その他
(問1で1に回答された方に) 問4 上記の不満をどなたかにお話になりましたか。右の中から当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)。	1 家族や友人など身近な人々 2 ネットへの書き込み 3 新聞などへの投書 4 その広告をみた放送局や新聞社や雑誌社などの媒体(メディア)企業 5 そのCMの広告主(企業) 6 JARO(社団法人 日本広告審査機構) 7 消費生活センターなどの苦情受付機関 8 誰にも話したことはない
問4で4～7の項目に2つ以上○を付けられた方は	→ 問5、問6をお答えください。
問4で4～7の項目に1つ○を付けられた方は	→ 問6へお進みください。
問4で4～7の項目の何れにも○を付けられなかった方は	→ 問7へお進みください。
(問4で4～7の項目に複数回答された方に) 問5 問4の4～7の項目の中で、最初に連絡した所がどこであるかお答えください(○印はひとつ)。 問4で4～7の項目の○がひとつだけの方は、この質問をとばして次ページの問6にお答え下さい。	1 その広告をみた放送局や新聞社や雑誌社などの媒体(メディア)企業 2 そのCMの広告主(企業) 3 JARO(社団法人 日本広告審査機構) 4 消費生活センターなどの苦情受付機関

質問文	ご回答欄
(問4で4～7の項目に回答された方に) 問6 不満を伝えた時の相手の対応(説明)に対して、あなたはどの程度満足されましたか(○印はひとつ)。 問4で4～7の項目に複数に回答されている方は最初に連絡した所(問5で○を付けられた所)についてお答え下さい。	5 非常に満足した 4 まあ満足した 3 どちらともいえない 2 やや不満であった 1 非常に不満であった

### 広告の苦情受付機関についてお伺いします。

質問文	ご回答欄			
(全員の方に) 問7 あなたは、下記のような広告の苦情受付機関をご存知ですか。1～3の各機関について、該当する箇所に、それぞれ1つだけ○印をつけてください(○印はそれぞれひとつ)。	連絡したことがある	活動内容も知っている	名前だけ知っている	知らない
1. J A R O (社団法人 日本広告審査機構)	4	3	2	1
2. 消費生活センター	4	3	2	1
3. B P O (放送倫理・番組向上機構)	4	3	2	1
(全員の方に) 問8 上記の「JARO(社団法人 日本広告審査機構)」というのは、「広告・表示に対する苦情・問い合わせ相談を受け付けている自主規制機関」です。あなたは、今後、広告に対して大きな不満や疑問を抱いた場合、JAROに連絡することはあると思われますか(○印はひとつ)。	1 絶対に連絡することはないと思う 2 たぶん連絡することはないと思う 3 どちらともいえない 4 内容によっては連絡するかもしれない 5 連絡する可能性は非常に高いと思う 6 わからない			

### 広告に対する信頼度についてお伺いします。

質問文	ご回答欄				
(全員の方に) 問9 次に広告に対して、あなたが日頃どのようにお感じになられているかお尋ねします。1～5の各項目について、該当する箇所にそれぞれ1つだけ○印をつけてください(○印はそれぞれひとつ)。	非常にそう思う	まあそう思う	どちらでもない	あまりそう思わない	全くそう思わない
1. ほとんどの広告は基本的に正しいことを伝えていると思う。	5	4	3	2	1
2. 私は広告を信頼するほうである。	5	4	3	2	1
3. ほとんどの広告は、基本的に善良である。	5	4	3	2	1
4. ほとんどの人は広告を信頼していると思う。	5	4	3	2	1
5. ほとんどの広告は信用できる。	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進みください。

# 「テレビコマーシャル(CM)と“なつかしさ”についてお伺いたします。

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)						
<b>問1</b> つぎの1～3の各項目について、それぞれあなたのお気持ちにどのくらいあてはまりますか。「あてはまる」から「あてはまらない」までの間であなたのお考えに最もあてはまるところに○を1つだけつけてください(○印はそれぞれひとつ)。	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	あてはまらない	あてはまらない
1. 古きよき時代にあこがれる	5	4	3	2	1	
2. 今よりも昔の方が、自分は幸せであった	5	4	3	2	1	
3. 私は時々、人生をやり直せたらと思う	5	4	3	2	1	
(全員のの方に)						
<b>問2</b> あなたは、つぎのようなテレビコマーシャル(CM)を見ることによって、そのコマーシャルに対してどのような気持ちになりますか。つぎの1～5に挙げた項目について右の回答欄からあてはまるもの全てに○をつけてください(○印はそれぞれいくつでも)。	CMが記憶にのこる	過去の思い出を思い出す	安らぎを感じる	感じる	感じる	なつかしく感じる
1. 昔、何度も繰り返し聞いた曲を使っているCM	1	2	3	4	5	
2. 昔の日本の風景(農村、町並みなど)を使っているCM	1	2	3	4	5	
3. 学校場面(教室、クラブ活動、卒業式など)を使っているCM	1	2	3	4	5	
4. セピア色や白黒の写真のようなCM	1	2	3	4	5	
5. 思い出や過去の出来事に似ているCM	1	2	3	4	5	
(全員のの方に)						
<b>問3</b> テレビコマーシャルに関わる1～12に挙げた項目について、あなたの経験にどのくらいあてはまりますか。「あてはまる」から「あてはまらない」までの間であなたのお考えに最もあてはまるところに○を1つだけつけてください(○印はそれぞれひとつ)。	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	あてはまらない	あてはまらない
1. 昔に何度も聞いた曲を使っているCMを視聴してなつかしいと感じる。	5	4	3	2	1	
2. 長い間、聞いていなかった曲を使っているCMを視聴してなつかしいと感じる。	5	4	3	2	1	
3. 思い出や過去の出来事に関わるシーンを使っているCMを視聴してなつかしいと感じる。	5	4	3	2	1	
4. あるCMをみて、理由は分からないが、なつかしさを感じることもある	5	4	3	2	1	
5. なつかしい曲や映像を使ったCMが流れると、そのCMに注目する。	5	4	3	2	1	
6. なつかしさを感じるCMを見て、過去を思い出すことがある	5	4	3	2	1	
7. なつかしさを感じるCMの内容は記憶に残る	5	4	3	2	1	
8. なつかしさを感じるCMの会社や商品は記憶に残る。	5	4	3	2	1	
9. なつかしさを感じるCMに対して親しみを感じる	5	4	3	2	1	
10. なつかしさを感じるCMが好きになる	5	4	3	2	1	
11. なつかしさを感じるCMの会社や商品に対して良いイメージを持つ	5	4	3	2	1	
12. なつかしさを感じるCMを見て、その商品を買いたいと思う	5	4	3	2	1	

次ページの次のテーマにお進みください。

## あなたの普段のお考えや行動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。

質問文	ご回答欄						
	非常に そう思う	そう 思う	やや そう 思う	ど ちら とも 言 え な い	あ ま り そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
(全員の方に) 問1 以下の1～18の質問項目文章を読み、あなたの普段の考えや行動と最も近いもの1つに○をつけてください(○印はそれぞれひとつ)。							
1. 何かを選ぶ時はいつでも、もし違うものを選んだら、違う結果になったのではないかと思ってしまう。	7	6	5	4	3	2	1
2. 友達へのプレゼントを選ぶのによく苦勞する。	7	6	5	4	3	2	1
3. 商品を選んで、それが良かったとしても、他の選択肢を選んだらもっと良い結果が得られていたかもしれない、という気持ちに襲われる。	7	6	5	4	3	2	1
4. テレビを見ている時、その番組を見続けるつもりでも、もっといい番組がないか、よくチャンネルを回してチェックする。	7	6	5	4	3	2	1
5. 一度決心したら振り返ることはない。	7	6	5	4	3	2	1
6. 商品を選ぶ時、2番目に気に入ったもので満足したことはない。	7	6	5	4	3	2	1
7. カーラジオを聞いている時、その番組に満足していても、もっといい番組が流れていないか他のチャンネルをよくチェックする。	7	6	5	4	3	2	1
8. 自分にぴったりの結婚相手が見つかるまで、色々な異性と付き合ってみたい。	7	6	5	4	3	2	1
9. 今の仕事に満足していても、もっといい機会があるのではないかと思うのは当然だ。	7	6	5	4	3	2	1
10. 時々、今の生活とは全く違う生き方をしている自分を想像する。	7	6	5	4	3	2	1
11. 1番の映画、1番の歌手、1番の俳優、1番の小説など、何でもランク付けするのが大好きだ。	7	6	5	4	3	2	1
12. 人生のことを考える時、しばしば、過ぎてしまったチャンスにどれくらいの価値があったか考えてしまう。	7	6	5	4	3	2	1
13. 買い物をしている時、本当に好きな服を選ぶとなると時間がかかる。	7	6	5	4	3	2	1
14. ビデオをレンタルする時はいつも、一番いいものを選びたいと思ってとても苦勞する。	7	6	5	4	3	2	1
15. 例え友達への手紙であっても文章を書くのはとても苦勞する。ぴったりと合う言葉を見つけるために、簡単な文でも何度も下書きをする。	7	6	5	4	3	2	1
16. 自分のすることには何でも、最高の基準値がある。	7	6	5	4	3	2	1
17. 何かを選ぶ時はいつでも、もし違うものを選んだら、どういう結果になるかという情報を集めようとする。	7	6	5	4	3	2	1
18. 選択をする時はいつでも、例え今、目の前にない選択肢であろうとも、全ての可能性を考えてみる。	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。

**「普段の買い物」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						
	非常に そう思う	そう 思う	やや そう 思う	ど ちら とも 言 え な い	あ ま り そ う 思 わ な い	そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
(全員の方に) 問1 以下の1～16の質問項目文章を読み、あなたは、買い物をする時、以下のような気持や行動をとりますか。あなたの、普段の考えや行動と最も近いもの1つに○をつけてください(○印はそれぞれひとつ)。							
1. 1つのものを買うにも、他店と比べてみることが多い	7	6	5	4	3	2	1
2. ある商品を購入した際、より良い商品があった可能性を考えて後悔する事がある	7	6	5	4	3	2	1
3. お気に入りのもの・タレント・歌手などは、とことん追求する	7	6	5	4	3	2	1
4. くよくよ過去の事を悔やむ方だ	7	6	5	4	3	2	1
5. どんな趣味でも、究めてみたくなり、没頭するタイプである	7	6	5	4	3	2	1
6. 何かの決断をする時は、ありとあらゆる選択肢を考えてみる	7	6	5	4	3	2	1
7. 何かを購入した後に、違うものにしていればよかったという事がよくある	7	6	5	4	3	2	1
8. 可能性がある限り、物事を追求する事に苦労は惜しまない	7	6	5	4	3	2	1
9. 過ぎてしまった事に対して、「こうすれば良かった」などと考える事がよくある	7	6	5	4	3	2	1
10. 購入した商品が良かったとしても、「もっと良いものもあっただろうに」と思ってしまうことが多い	7	6	5	4	3	2	1
11. 自分は優柔不断だと思う	7	6	5	4	3	2	1
12. 商品を選ぶ時は、つねに最良のものを選ぶようにしている	7	6	5	4	3	2	1
13. 新しい商品、流行の健康法など、つねに情報収集は欠かさない	7	6	5	4	3	2	1
14. 人生において、「あの時こうしておけば良かった」と強く思うことが多い	7	6	5	4	3	2	1
15. 選ぶのに苦労した商品でも、買った後に後悔する事が多い	7	6	5	4	3	2	1
16. 買い物の時間や、商品を選ぶ時間が他人より長いと思う	7	6	5	4	3	2	1



以下の問2～問5の各項目について、自分がどの程度あてはまるかを、右の7段階スケール上の数字でお答えください。

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に)  <b>問2</b> 自分の幸福観については (○印はひとつ)。</p>	<p>7 6 5 4 3 2 1             -----             きわめて幸福な人間だ   まったく幸福な人間ではない</p>
<p>(全員の方に)  <b>問3</b> 周囲に比べて自分は (○印はひとつ)。</p>	<p>7 6 5 4 3 2 1             -----             たいていのより幸せだ   たいていのより幸せではない</p>
<p>(全員の方に)  <b>問4</b> 基本的にきわめて幸福な人がいる。環境がどうあれ生活を楽しみ、どんな状況からも最大限いいところを引き出そうとする。この性格は、どの程度自分にあてはまるかについては (○印はひとつ)。</p>	<p>7 6 5 4 3 2 1             -----             すごくあてはまる   全くあてはまらない</p>
<p>(全員の方に)  <b>問5</b> 基本的にあまり幸福でない人がいる。落ち込んでいるわけではないが、もっと幸せそうでもないのかという印象を与える。この性格は、どの程度自分にあてはまるかについては (○印はひとつ)。</p>	<p>7 6 5 4 3 2 1             -----             すごくあてはまる   全くあてはまらない</p>

次ページの次のテーマにお進みください。

## ファッション製品（洋服や靴等の）「テイラーメイド商品」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。

質問文	ご回答欄						
<p>(全員の方に)</p> <p><b>問1</b> いま東京近郊には、身体を採寸したり要望に合わせてデザインを変更したりした商品を注文して作ってもらうという<b>テイラーメイド(オーダーメイド)</b>の洋服や靴の取扱店がたくさんあります。</p> <p>その一方で、すでに作ってあってお店に陳列されている<b>既製品</b>の洋服や靴もたくさん売られています。</p> <p>そこで、フォーマルドレス、オーダー・スーツや Y シャツ、カスタム T シャツやスニーカーなど<b>何らかのファッション製品</b>の「テイラーメイド商品」を思い浮かべながら以下の1~20の問いにご回答ください。(○印は1つずつ)。</p>	非常に そう思う	そう 思う	やや そう思う	ど ちらとも 言えない	あ まり そう 思わ ない	そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
1. 今思い浮かべていただいた「テイラーメイド商品」は、「既製品」のラインナップにはない形状、大きさ、または色を持った商品になるように注文することができると思う。	7	6	5	4	3	2	1
2. その「テイラーメイド商品」は、「既製品」に比べて、自分のニーズにあった形状、大きさ、または色を持った商品になるように注文することができると思う。	7	6	5	4	3	2	1
3. その「テイラーメイド商品」は、形状、大きさ、または色のような実質的な機能の点では、「既製品」と変わらないと思う。	7	6	5	4	3	2	1
4. その「テイラーメイド商品」を注文することは、「既製品」を購入するより、面白そうだと思う。	7	6	5	4	3	2	1
5. その「テイラーメイド商品」を注文することは、「既製品」を購入するより、買い物の楽しみが感じられると思う。	7	6	5	4	3	2	1
6. その「テイラーメイド商品」を注文することは、「既製品」を購入するより、ワクワクすると思う。	7	6	5	4	3	2	1
7. その「テイラーメイド商品」を身に付けると、「既製品」を身に付けている人のなかで際立つと思う。	7	6	5	4	3	2	1
8. その「テイラーメイド商品」は「既製品」とは異なって見えると思う。	7	6	5	4	3	2	1
9. その「テイラーメイド商品」を身に付けることは、「既製品」を身に付けることに比べて、自分らしさが表現できると思う。	7	6	5	4	3	2	1
10. その「テイラーメイド商品」は「既製品」より高価だと思う。	7	6	5	4	3	2	1
11. その「テイラーメイド商品」の販売価格は、「既製品」の販売価格よりも高いと思う。	7	6	5	4	3	2	1
12. どんな仕上がりになるか不安になるという、「既製品」を買うときには必要のない「テイラーメイド商品」に特有の心理状態は、嫌なことだと思う。	7	6	5	4	3	2	1

質問文	ご回答欄						
	非常に そう思う	そう 思う	やや そう 思う	ど ちら とも 言 え ない	あ ま り そ う 思 わ ない	そ う 思 わ ない	全 く そ う 思 わ ない
13. デザイン上の要望を伝えたり採寸をしたりして「テーラード商品」を注文するという、「既製品」を買うときには必要のない手続きに時間をかけることは、面倒なことだと思う。	7	6	5	4	3	2	1
14. その「テーラード商品」を注文したあと、商品が出来上がるまで待たなくてはならないという、「既製品」を買うときには必要のない時間は、待ちきれない時間だと思う。	7	6	5	4	3	2	1
15. その「テーラード商品」を注文するときに選択できる色や形の選択肢は豊富だと思う。	7	6	5	4	3	2	1
16. その「テーラード商品」を注文するときには、様々な部位の色や形について売り手に注文をつけることができると思う。	7	6	5	4	3	2	1
17. その「テーラード商品」は自分の体型やセンスに合わせて妥協なく作ってもらえると思う。	7	6	5	4	3	2	1
18. 「既製品」より、その「テーラード商品」を買いたいと思う。	7	6	5	4	3	2	1
19. 機会があれば、「既製品」よりもその「テーラード商品」を買うことを検討したいと思う。	7	6	5	4	3	2	1
20. 今後その「テーラード商品」を買う可能性は「既製品」よりも高いと思う。	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。

## 「お米の購入・利用状況」についてお伺いたします。

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 あなたは毎食お米を食べるほうですか。右の選択肢のなかから回答する番号を○で囲んでください。(○印はひとつ)。	5	4	3	2	1				
(全員のの方に) 問2 お米について、1～3の項目はあなたにどの程度当てはまりますか。右の選択肢のなかから当てはまる番号を○で囲んでください。(○印はそれぞれひとつ)。	非常に 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	全 くあて はまら ない				
1. お気に入りの銘柄がある。	5	4	3	2	1				
2. お米を買うとすれば、購入したい特定の銘柄がある。	5	4	3	2	1				
3. 買いに行った店に気に入る銘柄がなければ、他の店に行っても気に入る銘柄を探したいと思う食品である。	5	4	3	2	1				
(全員のの方に) 問3 あなたが普段よく食べるお米の銘柄は何ですか。右の選択肢から、 <b>最もよく食べる</b> お米の銘柄をひとつ選び○で囲んでください。(○印はひとつ)。	1	2	3	4	5	6	7	8	9
(全員のの方に) 問4 右のお米の銘柄のうち、あなたが <b>最もよく知っている</b> 銘柄は何ですか。右の選択肢からひとつを選び○で囲んでください。(○印はひとつ)。	1	2	3	4	5	6	7		
(全員のの方に) ご回答いただくお米の銘柄についてのお願い ① 問3で1～6を選択した方は、そこで選択した銘柄について以下の問5～7にお答えください。 ② 問3で7～9を選択し、問4で1～6を選択した方は回答した銘柄について以下の問5～7にお答えください。 ③ 問3で7～9を選択し、問4で7に回答された方は問8へお進みください。 問5 問3ないし4で、選択したお米の銘柄は、1～5の項目それぞれどの程度当てはまりますか。右の選択肢のなかからあてはまる番号を○で囲んでください。(○印はそれぞれひとつ)。	非常 にあて 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	全 くあて はまら ない				
1. このお米はおいしい	5	4	3	2	1				
2. このお米の値段は高い	5	4	3	2	1				
3. このお米は安全である	5	4	3	2	1				
4. このお米の品種は良い	5	4	3	2	1				
5. このお米の産地は良い	5	4	3	2	1				

質問文	ご回答欄																				
(全員の方に) <b>問6</b> 問3ないし4で選択したお米の「産地」についてお聞きします。選択したお米の産地について1～4の項目はどの程度あてはまると思いますか。右の選択肢のなかからあてはまる番号を○で囲んでください。(○印はそれぞれひとつ)。	非常にあてはまる	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	全くあてはまらない																
1. この産地は米栽培に伝統がある	5	4	3	2	1																
2. この産地は米栽培の知識と経験が豊富である	5	4	3	2	1																
3. この産地の気候は米栽培に適している	5	4	3	2	1																
4. この産地の土壌・水は米栽培に適している	5	4	3	2	1																
(全員の方に) <b>問7</b> 問3ないし4で選択したお米の「産地」を人に例えるならば、この産地はどのような特徴の持ち主だと思いますか。この産地について1～5の各項目がどの程度あてはまるのか、右の選択肢のなかからあてはまる番号を○で囲んでください。(○印はそれぞれひとつ)。	非常にあてはまる	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	全くあてはまらない																
1. 誠実で親しみやすい	5	4	3	2	1																
2. 元気がよく大胆である	5	4	3	2	1																
3. 熟練しており信頼できる	5	4	3	2	1																
4. 魅力的で洗練されている	5	4	3	2	1																
5. 丈夫で男性的である	5	4	3	2	1																
(全員の方に) <b>問8</b> 食材および食商品の購入において産地名や地域名を重視するものはどれですか。右の選択肢のなかからあてはまる番号を○で囲んでください。(○印はいくつでも)。	1 牛肉	2 豚肉	3 鶏肉	4 魚介	5 味噌	6 醤油	7 野菜	8 漬物	9 果物	10 ラーメン	11 そば	12 うどん	13 おでん	14 お菓子	15 飲料水	16 お茶	17 牛乳	18 日本酒	19 焼酎	20 上記にはない	21 産地名や地域名にはこだわらない

次ページの次のテーマにお進みください。

## 情報の影響力と規範の影響力、価値表現の影響力についてお伺いします。

以下の問文をお読み頂き、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)  <b>情報の影響力についてお伺いします。</b>  <b>問1</b> 以下にあげました1~5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)。</p>	関心が高い	やや関心が高い	どちらともいえない	やや関心が低い	関心が低い
1. あなたは、専門家からのさまざまな製品のブランド情報についての意見に関心がありますか。	5	4	3	2	1
2. あなたは、その製品を職業とする人々からの情報に関心がありますか。	5	4	3	2	1
3. あなたは、ブランドについての信頼できる情報を持つ友達や隣人、親族、職場仲間の (例えばブランドAとブランドBの性能を比較するような) ブランドに関する知識や経験に関心がありますか。	5	4	3	2	1
4. あなたがブランドを選択するときには、独立した検査機関からの保証に関心がありますか。	5	4	3	2	1
5. (例えば、自動車のレーサーが運転する自動車の車種、もしくは技術者が購入するテレビのブランドのような) 専門家の行動に関心がありますか。	5	4	3	2	1
<p>(全員の方に)  <b>規範の影響力についてお伺いします。</b>  <b>問2</b> 以下にあげました1~4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)。</p>	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	ややそう思わない	そう思わない
1. あなたが、特定ブランドを購入するとき、職場の同僚や学校の仲間に気に入られるために、同僚 (仲間) の好みの影響を受けていると思いますか。	5	4	3	2	1
2. あなたが、特定ブランドを購入するとき、あなたに何らかの関わりのある人々の好みの影響を受けていると思いますか。	5	4	3	2	1
3. あなたが、特定ブランドを購入するとき、家族の好みから影響を受けていると思いますか。	5	4	3	2	1
4. 他人にあなたが気に入られたいという願望は、あなたのブランドの選択に影響を与えていると思いますか。	5	4	3	2	1
<p>(全員の方に)  <b>価値表現の影響力についてお伺いします。</b>  <b>問3</b> 以下にあげました1~4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)。</p>	そう思う	ややそう思う	どちらともいえない	ややそう思わない	そう思わない
1. あなたは、特定ブランドの購入・使用が、他人があなたに抱くイメージを高めると思いますか。	5	4	3	2	1
2. あなたは、特定ブランドの購入・使用が、あなたが抱いているような特徴を持っていると思いますか。	5	4	3	2	1
3. あなたは、広告の中で特定ブランドを使用している登場人物 (例えば、タレントやモデル、スポーツ選手など) をみたとき、登場人物のような憧れのタイプの人になりたいと思いますか。	5	4	3	2	1
4. あなたは、特定ブランドを購入する人が、他人からほめられる、もしくは尊敬されると思いますか。	5	4	3	2	1
5. 特定ブランドの購入が、他人があなたをどのようなタイプの人とみなすのか、もしくは (例えばスポーツ選手や成功した経営者やサラリーマン、望ましい母親像などのように) あなたがどのようなタイプの人になりたいのかを促すと思いますか。	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進みください。

## 「クチコミ情報」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				
	あてはまる	ややあてはまる	どちらとも言えない	あまりあてはまらない	あてはまらない
(全員の方に) 問1 以下の1から20の項目について、あなたの経験や行動、お気持ちにもっとも近いものを右の5～1の中から選んで、○をつけて下さい。(○印はそれぞれひとつ)。					
注) ネット上のクチコミ情報とは、クチコミサイトや電子掲示板などに匿名で書き込まれた情報。 対面でのクチコミ情報とは、家族や友人などから対面で直接聞いた、あるいは聞かされた情報。					
1. 対面でのクチコミ情報が商品に関心を抱くきっかけとなる	5	4	3	2	1
2. ネット上でのクチコミ情報が商品に関心を抱くきっかけとなる	5	4	3	2	1
3. 購入前の <b>全般的な</b> 情報収集のために、対面でのクチコミ情報を求める	5	4	3	2	1
4. 購入前の <b>全般的な</b> 情報収集のために、ネット上でのクチコミ情報を調べる	5	4	3	2	1
5. <b>特定の</b> 商品の比較検討のために、対面でのクチコミ情報を求める	5	4	3	2	1
6. <b>特定の</b> 商品の比較検討のために、ネット上でのクチコミ情報を調べる	5	4	3	2	1
7. 対面でのクチコミ情報が購買の決め手となる	5	4	3	2	1
8. ネット上でのクチコミ情報が購買の決め手となる	5	4	3	2	1
9. 購入した商品について、対面でのクチコミ情報を求める	5	4	3	2	1
10. 購入した商品について、ネット上でのクチコミ情報を調べる	5	4	3	2	1
11. 購入した商品の良さや悪さに関する情報を、自発的に、対面で伝えることがある	5	4	3	2	1
12. 購入した商品の良さや悪さに関する情報を、自発的に、ネット上で発信することがある	5	4	3	2	1
13. 求められれば、購入した商品の良さや悪さに関する情報を、対面で伝えることがある	5	4	3	2	1
14. 求められれば、購入した商品の良さや悪さに関する情報を、ネット上で発信することがある	5	4	3	2	1
15. ネット上でのクチコミ情報より対面でのクチコミ情報の方が信頼できる	5	4	3	2	1
16. 広告よりもネット上でのクチコミ情報のほうが信頼できる	5	4	3	2	1
17. 広告よりも対面でのクチコミ情報のほうが信頼できる	5	4	3	2	1
18. 対面でのクチコミ情報によって、企業や商品や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. ネット上でのクチコミ情報によって、企業や商品や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
20. 対面でのクチコミ情報と同じ内容である場合、ネット上でのクチコミ情報の信頼性は高まる	5	4	3	2	1

次ページの次のテーマにお進みください。

## 「商品への興味と購買」についてお伺いいたします。

以下の問文をお読み頂き、右の回答欄の該当する番号に○印をお願いします。

(注) 下記の言葉の説明を参考に質問にお答えください。

注① 個人サイト	個人が管理するウェブページやブログ、日記など(mixi等のSNSでの日記を含む)
注② 評価サイト	購入した商品やサービスの満足の度合いや感想などを投稿できるウェブページのことであり、価格.comや東京レストランガイド(食べログ.com)等のサイトを表します
注③ 掲示板	消費者がタイトルやテーマごとに対象商品・サービスについてのコメントを読み書きできるウェブページのことであり、Yahoo!知恵袋, 教えて!gooのような口コミ掲示板等を指します
注④ 企業サイト	商品・サービスを提供する企業の対象商品・サービスについての公式ウェブページ
注⑤ 企業が運営するブログ・日記	商品・サービスを提供する企業がネット上で発信する対象商品・サービスについてのブログや日記
注⑥ 企業サイト内の掲示板	商品・サービスを提供する企業が運営するホームページ内で、消費者がタイトルやテーマごとに対象商品・サービスについてのコメントを読み書きできるページ
注⑦ オンラインショップ	ネット上で商品やサービスが提供されているウェブページのことであり、Amazon.co.jpのようなサイトを表します。なお、ビックカメラ.comのような家電量販店のホームページも含まれます
注⑧ 店頭で	店頭で商品を直接見る、もしくは商品・サービスについて店員から直接情報を聞く

(全員の方に) 問1 あなたは日常生活において以下の商品やサービスに興味をもったとき、右の項目で参考にするものすべてに○印をつけてください(○印はいくつでも)。	個人サイト注①	評価サイト注②	掲示板注③	企業サイト注④	企業が運営するブログ・日記注⑤	企業サイト内の掲示板注⑥	オンラインショップ注⑦	友人・知人の評価・感想	テレビ・新聞・雑誌等	店頭で注⑧	参考にしな	・それ以外	この商品・サービスに興味がない
1. 食料品・飲料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
2. 衣類・ファッション	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
3. 家電(パソコン含む)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
4. 車・オートバイ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
5. 飲食店情報	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
6. 旅行・宿泊施設情報	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
(全員の方に) 問2 あなたは次の商品やサービスを購入・利用しようとしたとき、右の項目で参考にするものすべてに○印をつけてください(○印はいくつでも)。	個人サイト注①	評価サイト注②	掲示板注③	企業サイト注④	企業が運営するブログ・日記注⑤	企業サイト内の掲示板注⑥	オンラインショップ注⑦	友人・知人の評価・感想	テレビ・新聞・雑誌等	店頭で注⑧	参考にしな	・それ以外	この商品・サービスに興味がない
1. 食料品・飲料	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
2. 衣類・ファッション	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
3. 家電(パソコン含む)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
4. 車・オートバイ	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
5. 飲食店情報	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12
6. 旅行・宿泊施設情報	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	12



(全員の方に) 問3 あなたが商品やサービスについて感想や意見を書き込みする際、右の項目で利用するもののすべてに○印をつけてください(○印はいくつでも)。	個人サイト 注①	評価サイト 注②	掲示板 注③	企業が運営する ブログ・日記 注④	企業サイト内の 掲示板 注⑤	オンライン ショップ 注⑥	書き込みは しない
1. 食料品・飲料	1	2	3	4	5	6	7
2. 衣類・ファッション	1	2	3	4	5	6	7
3. 家電(パソコン含む)	1	2	3	4	5	6	7
4. 車・オートバイ	1	2	3	4	5	6	7
5. 飲食店情報	1	2	3	4	5	6	7
6. 旅行・宿泊施設情報	1	2	3	4	5	6	7

次ページの次のテーマにお進みください。

## インターネットショッピングに関して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) 下記の言葉の説明を参考に質問にお答えください。

注① サイト閲覧	Webサイト（ホームページ等）を閲覧すること。
注② メール	インターネットを通じて文字メッセージ等を交換するシステム。
注③ ショッピング	インターネットを用いた通信販売。
注④ オークション	インターネットなどの通信サービス上で行われるオークション。出品者はWebサイト上に、商品の名称や写真、最低価格、支払方法などの情報を掲載し、入札者が現れるのを待つ。期限内に最も高値を提示した入札者が商品を落札し、出品者と電子メールなどを使って連絡を取り合い、商品と代金を交換する。
注⑤ 音楽配信	音楽をダウンロード販売するサービス。専門の企業やパソコンメーカー、各レコード会社が提供している。価格は1曲数百円程度でCDを購入するより安い。
注⑥ 電子書籍	これまでのインクを利用した印刷物ではなく、パソコンや携帯電話・携帯情報端末(PDA)などの電子機器のようなディスプレイを利用したメディアで読むことができる出版物。
注⑦ メーリング・リスト	複数の人に同時に電子メールを配信(同報)する仕組み。
注⑧ 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Webサイトの総称。
注⑨ ソーシャル・ネット・ワーキングサービス(SNS)	人と人とのつながりを促進・サポートするコミュニティ型Webサイトで自分のプロフィール等を会員に公開する機能、メールアドレスを知られること無くメッセージを送れる機能、公開範囲を制限できる日記帳、趣味や地域などテーマを決めて掲示板などで交流できるコミュニティ機能などの機能を持っている。
注⑩ アバターサイト(分身キャラクター)	アバターとはチャットなどのコミュニケーションツールで、自分の分身として画面上に登場するキャラクターのことである。
注⑪ オンラインゲーム	インターネット(ネットワーク)を介して同時に同じゲーム進行を共有することができる遊びを指す。
注⑫ ビジュアルなネットショッピング	文章の多いテキストベースとは違い、グラフィックを多く用いたビジュアルベースのホームページ上でのショッピングを指しています。

質問文	ご回答欄
<p>(全員の方に)</p> <p><b>問1</b> あなたがインターネット上で最近使っているサービスを選んでください(ケータイからのアクセスも含みます)(○印はいくつでも)。</p> <p>7～11の項目の何れかに○印を付けられた方は<b>問2</b>をお答えください。7～11の項目の何れにも○印を付けられなかった方は<b>問3</b>へお進みください。</p>	<p>1 サイト閲覧 <b>注①</b></p> <p>2 メール <b>注②</b></p> <p>3 ショッピング <b>注③</b></p> <p>4 オークション <b>注④</b></p> <p>5 音楽配信 <b>注⑤</b></p> <p>6 電子書籍 <b>注⑥</b></p> <p>7 メーリング・リスト <b>注⑦</b></p> <p>8 ブログ(公開している) <b>注⑧</b></p> <p>9 ソーシャル・ネット・ワーキングサービス(SNS) <b>注⑨</b></p> <p>10 アバターサイト(分身キャラクター) <b>注⑩</b></p> <p>11 オンラインゲーム <b>注⑪</b></p> <p>12 その他</p> <p>13 使用していない</p> <p style="text-align: right;">} <b>問2へお進みください</b></p>
<p>(問1で7～11に回答された方にお伺いします)</p> <p><b>問2</b> あなたが、これらのコミュニティ/コミュニケーション・サービスを利用する理由は何ですか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 楽しいから</p> <p>2 既存の友人と連絡を取るため</p> <p>3 新しい友人を探すため</p> <p>4 コミュニケーションの記録が残るから</p> <p>5 現実とは異なる自分を演出できるから</p> <p>6 電話代の節約になるから</p> <p>7 電話よりも便利だから</p> <p>8 簡単だから</p> <p>9 本当は使いたくない</p> <p>10 特に理由はない</p>

質問文	ご回答欄					
	1番	2番	3番	4番	5番	6番
(全員の方に) 問3 下記の写真は、靴のオンラインショッピングのイメージです。あなたが好ましいと感じる順番に並べてください。						

①



②



③



④



⑤



⑥



質問文	ご回答欄
(全員の方に) 問4 あなたは、実際の靴の購入に関して興味がありますか。(○印はいくつでも)。	6 非常に興味がある 5 興味がある 4 どちらかといえば興味がある 3 どちらかといえばそう興味がない 2 興味がない 1 全く興味がない
(全員の方に) 問5 ネットショッピング(インターネット上で の買い物)についてお伺いします。一般的に、 ネットショッピングは効率的だと思います か?(○印はひとつ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない
(全員の方に) 問6 あなたは、ネットショッピングをしますか。 (○印はひとつ)。	1 一度もない 2 年に数回程度(またはそれ以下) 3 月1回程度 4 週1回程度 5 週2、3回程度 6 ほぼ毎日
(全員の方に) 問7 以下、 <b>ビジュアルなネットショッピング注⑩</b> に ついてお伺いします。 一般的に、ビジュアルなネットショッピングは <b>購 買意欲を喚起</b> すると思いませんか。(○印はひと つ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない
(全員の方に) 問8 一般的に、ビジュアルなネットショッピン グは購買に関する <b>スキルや能力を向上</b> させる と思いませんか(○印はひとつ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない
(全員の方に) 問9 一般的に、ビジュアルなネットショッピン グは <b>退屈なもの</b> だと思いませんか(○印はひと つ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない
(全員の方に) 問10 一般的に、ビジュアルなネットショッピン グは <b>エキサイティングなもの</b> だと思いませんか (○印はひとつ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない
(全員の方に) 問11 一般的に、ビジュアルなネットショッピン グは <b>楽しいもの</b> だと思いませんか(○印はひと つ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない
(全員の方に) 問12 一般的に、ビジュアルなネットショッピン グはショッピングの <b>時間短縮に役立つ</b> と思 いますか(○印はひとつ)。	6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない

質問文	ご回答欄
<p>(全員のの方に)</p> <p>問13 一般的に、ビジュアルなネットショッピングであれば<b>迅速に購入できる</b>と思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問14 一般的に、ビジュアルなネットショッピングは<b>購入に便利なもの</b>だと思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問15 一般的に、ビジュアルなネットショッピングは<b>情報の細かい探索を可能にする</b>と思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問16 一般的に、ビジュアルなネットショッピングは、<b>自分に合った商品を探す上で便利</b>だと思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問17 一般的に、ビジュアルなネットショッピングは、<b>購入の手続きをうまくナビゲート</b>できると思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問18 一般的に、ビジュアルなネットショッピングは、<b>実際に手にとって確認する場合と似たような情報を提供</b>すると思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問19 一般的に、ビジュアルなネットショッピングを用いれば、<b>実際に手にとって確認する場合と似たような感覚を得られる</b>と思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>
<p>(全員のの方に)</p> <p>問20 一般的に、ビジュアルなネットショッピングを用いれば、<b>実際に評価するのと同じように的確な商品評価ができる</b>と思いますか (○印はひとつ)。</p>	<p>6 非常にそう思う 5 そう思う 4 どちらかといえばそう思う 3 どちらかといえばそう思わない 2 そう思わない 1 全くそう思わない</p>

次ページの次のテーマにお進みください。

## 広告と消費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。

**問1** あなたは以下の1から19のような場合に、その情報をどのくらい信頼しますか。信頼の度合いを下記のものさし（「非常に信頼する＝7」～「どちらともいえない＝4」～「まったく信頼しない＝1」）で評価し、あなたのお考えにもっともよくあてはまる数字1つに○をつけてください。ただし、あなたがそうした情報を見たり聞いたりしたことがない場合には、「見聞きしたことがない（X）」に○をつけてください。

**(注) 下記の言葉の説明を参考に質問にお答えください。**

注① ネットの掲示板	さまざまな話題について、いろいろな人の意見を並べたウェブサイトのこと。意見を自由に書きこめるし、他人の意見を読むこともできる。
注② 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ウェブサイトの総称。
注③ SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）	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。
注④ 評価サイト	さまざまな商品に対する品定めや評価を目的としたウェブサイトのこと。家電製品やホテル、保険、不動産など、じつに多種多様な「商品」を評価するサイトがある。
注⑤ オンラインショップ	インターネットを用いて商品を販売するウェブサイトのこと。

質問文	ご回答欄							
(全員の方に) <b>問1</b> まず、政治問題に関するいろいろな情報についておたずねします。（○印はそれぞれひとつ）。	非常に信頼する			どちらともいえない			全く信頼しない	見聞きしたことがない
1. テレビのニュース番組で、最近の政治問題にかんするコメントを聞いたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
2. テレビのワイドショーで、最近の政治問題にかんするコメントを聞いたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
3. 新聞記事で、最近の政治問題にかんする意見や主張を読んだとき	7	6	5	4	3	2	1	X
4. 週刊誌の記事で、最近の政治問題にかんする意見や主張を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
5. ふだんよく会う友人や仕事仲間から、最近の政治問題にかんする意見や主張を聞いたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
6. ネットの掲示板注①で、最近の政治問題にかんする意見や主張を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
7. 有名なブログ注②で、最近の政治問題にかんする意見や主張を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
8. 知り合いのブログで、最近の政治問題にかんする意見や主張を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1	X
9. SNS注③で、知り合いが書き込んだ、最近の政治問題にかんする意見や主張を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1	X

質問文	ご回答欄								
(全員の方に) 次ぎに、化粧品（女性用・男性用）や健康食品など「美容・健康商品」に関するいろいろな情報についておたずねします。（○印はそれぞれひとつ）。	非常に信頼する				どちらとも言えない			全く信頼しない	見聞きしたことがない
10. テレビのニュースや生活情報番組で、新しい美容・健康商品の評判や評価を聞いたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
11. 雑誌の記事で、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
12. 店頭で販売員から、新しい美容・健康商品の評判や評価を聞いたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
13. ふだんよく会う友人や仕事仲間から、新しい美容・健康商品の評判や評価を聞いたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
14. ネットの掲示板注①で、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
15. ネットの評価サイト注④で、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
16. ネットのオンラインショップ注⑤で、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
17. 有名なブログ注②で、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
18. 知り合いのブログで、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
19. SNS注③で、知り合いが書き込んだ、新しい美容・健康商品の評判や評価を目にしたとき	7	6	5	4	3	2	1		X
(全員の方に) 問2 あなたは、化粧品（女性用・男性用）や健康食品といった美容・健康商品にどの程度関心がありますか。次の中から1つ選んでください。（○印はひとつ）。	4	非常に興味がある							
	3	ある程度は興味がある							
	2	あまり関心がない							
	1	まったく関心がない							

次ページの次のテーマにお進みください。

## 携帯電話についてお伺いいたします。

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。

下記の言葉の説明を参考に次ページ以降の質問にお答えください。

注① 携帯のマイメニュー	お気に入りのサイトをマイメニューに登録をすることで、次回から簡単にアクセスできる機能。サイトにアクセスするときに便利です
注② メールマガジン	電子メールを利用して発行される雑誌で、発行者が購読者に定期的にメールで情報を届けるシステムです。通常、読者が情報を発信することはありません。発行者が定期的にメールで情報を流し、読みたい人が購読するようなメールの配信の一形態。
注③ バナー広告	ウェブページ上で他のウェブサイトを紹介する役割をもつ画像広告。画像にはリンクが張られ、クリックするとそのバナー広告が紹介するサイトを表示する。
注④ 口コミサイト	各種商品やサービスなどに関する利用者（消費者）側の評価・体験談などの口コミ情報をデータベース化したウェブサイトの総称。
注⑤ 二次元バーコード	3隅の四角い切り出しシンボルが特徴的であるマトリックス型二次元コードの一種。白と黒の格子状のパターンで情報を表す。Webサイトのアドレス等が書かれている場合が多い。
注⑥ オンラインで購入、予約	インターネットを用いた通信販売。チケット、座席予約など
注⑦ お財布携帯	今まで財布に入れていたお金やカードなどの「機能」を1つにまとめ、携帯で持ち歩くことができる機能、Edy（エディ）やモバイルSuicaなどです。
注⑧ ホームバンキング	コンピュータと通信回線を使って、家庭から銀行などの金融機関のサービスを利用すること。
注⑨ オンライン取引	インターネット等の電子ネットワークを通じて、株式や投資信託などの金融取引を行うことができるサービスのこと。
注⑩ (ネット)オークション	インターネットなどの通信サービス上で行われるオークション。出品者はWebサイト上に、商品や支払方法などの情報を掲載し、期限内に最も高値を提示した入札者が商品を落札する。

質問文	ご回答欄	
(全員の方に) 問1 あなたは携帯電話を利用していますか(○印はひとつ)。	1 利用している	→ 問2をお答え下さい
	2 利用していない	→ 27ページの次のテーマにお進みください
(問1で1に○印をつけた方に) 問2 1日の携帯電話の通話時間は、どの程度ですか右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はひとつ)。	1 1分未満	6 30分～1時間未満
	2 1～3分未満	7 1時間～2時間未満
	3 3～5分未満	8 2時間～3時間未満
	4 5～10分未満	9 3時間以上
	5 10～30分未満	
(問1で1に○印をつけた方に) 問3 携帯電話の電話帳(電話番号やメールアドレス)の登録件数は、何件程度ですか右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はひとつ)。	1 登録はしていない	6 71件～100件
	2 1～10件	7 101件～150件
	3 11～30件	8 151件～200件
	4 31～50件	9 201以上
	5 51～70件	
(問1で1に○印をつけた方に) 問4 1日の携帯メール受信回数は、何件程度ですか右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はひとつ)。	1 1回未満	6 16回～20回
	2 1～2回	7 21回～30回
	3 3～5回	8 31回～50回
	4 6～10回	9 51回以上
	5 11～15回	



質問文	ご回答欄	
(問1で1に○印をつけた方に) 問5 1日の携帯メール送信回数は、何回程度ですか右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はひとつ)。	1 1回未満 2 1～2回 3 3～5回 4 6～10回 5 11～15回	6 16回～20回 7 21回～30回 8 31回～50回 9 51回以上
(問1で1に○印をつけた方に) 問6 携帯電話でよくメールする相手の人数は、何人程度ですか右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はひとつ)。	1 1人 2 2～3人 3 4～5人 4 5～10人	5 11人～15人 6 16～20人 7 21～30人 8 31人以上
(問1で1に○印をつけた方に) 問7 携帯電話でよくメールする人たちとの間柄を、右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はいくつでも)。	1 家族 2 親戚 3 親しい友人 4 恋人	5 仕事仲間・会社 6 お得意先・発注先等仕事関係 7 自治会・自治体関係 8 その他
(問1で1に○印をつけた方に) 問8 携帯電話のマイメニュー注①(ブックマーク等)に登録しているサイトの数は、何件程度ですか右の回答欄の中から選んでお知らせください(○印はひとつ)。	1 登録はしていない 2 1～5件 3 6～10件 4 11～20件 5 21～30件	6 31件～50件 7 51件～100件 8 101件～200件 9 201件以上
(問1で1に○印をつけた方に) 問9 携帯電話やPHSで有料・無料を問わずメールマガジン注②を利用していますか(○印はひとつ)。	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	
次の問10から問12までは、携帯電話によって提供される「広告」に関する質問です。ここで言う「携帯電話広告」には、商品の情報・番組情報・商品紹介情報・レストラン情報・クーポン・景品情報などを、携帯メールで受信することやバナー広告(インターネット広告の総称)などが含まれます。		
(問1で1に○印をつけた方に) 問10 あなたは携帯電話を使って、広告を利用したことがありますか(○印はひとつ)。	1 利用している 2 今は利用していないが、いつか利用してみたい 3 今後も利用する予定はない 4 わからない	
(問1で1に○印をつけた方に) 問11 あなたはバナー広告注③をクリックしたことがありますか。クリックしたことがある場合は、どれくらいの頻度で利用していますか(○印はひとつ)。	1 ほぼ毎日 2 週2～3回程度 3 週1回程度 4 月1回程度 5 間違ってクリックしたことはある 6 携帯電話のバナーに気づいたことはない 7 携帯電話のバナーをクリックしたことはない	
(問1で1に○印をつけた方に) 問12 あなたは携帯電話メールで、企業や商品情報など(レストラン・クーポンなども含む)を、受信したことがありますか。受信したことがある場合は、どれくらいの頻度で受信していますか(○印はひとつ)。	1 ほぼ毎日 2 週2～3回程度 3 週1回程度 4 月1回程度 5 携帯メールでそうした情報を受信したことはない	

次の質問は、携帯電話で宣伝・広告など広報全般にわたる情報にアクセスしたことがある方にお聞きします。  
 アクセスしたことがない方は、次の問14へお進みください。

質問文	ご回答欄				
<b>問13</b> あなたは、携帯電話の広告（ここで言う「広告・広報・宣伝」とは、情報サイトのバナー広告や、携帯メールにて商品の情報（番組情報・商品紹介情報・レストラン情報・クーポン情報など）も含まれます。）に接していて、以下のことを感じましたか。 1～14の事柄について、「1非常にそう思う」から「5全くそう思わない」までの中で、以下のあなたのお考えに最も近いと思われるものに、それぞれ○印をつけてください（○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 言 え な い	あ ま り そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
1. 携帯電話では必要な時間に情報が入手できる	5	4	3	2	1
2. 携帯電話ではどこでも必要な情報が入手できる	5	4	3	2	1
3. 携帯電話では自分の状況に見合った情報が入手できる	5	4	3	2	1
4. 携帯電話の情報は最新である	5	4	3	2	1
5. 携帯電話の情報は良質である	5	4	3	2	1
6. 携帯電話では十分な情報が入手できる	5	4	3	2	1
7. 携帯電話で情報を入手することは早い	5	4	3	2	1
8. 携帯電話で情報を入手することは楽しい	5	4	3	2	1
9. 携帯電話の広告は情報として価値がある	5	4	3	2	1
10. 携帯電話の広告は情報として実用的だ	5	4	3	2	1
11. 携帯電話の広告は情報として重要だ	5	4	3	2	1
12. 携帯電話の広告は良い広告媒体だ	5	4	3	2	1
13. 携帯電話の広告は好きだ	5	4	3	2	1
14. 携帯電話の広告は面倒くさい	5	4	3	2	1

質問文	ご回答欄
(問1で1に○印をつけた方に) <b>問14</b> あなたは携帯電話で次のようなことを行うことがありますか。行ったことのあるものすべてを選んで下さい（○印はいくつでも）。	1 携帯メールで、家族や友人と商品・サービスに関するメッセージを送ったり受け取る 2 携帯メールで商品の写真を撮って家族や友達に送る 3 携帯電話で、家族や友人から商品・サービスに関する話をする 4 携帯電話からロコミサイト注③や電子掲示板等で、商品・サービスに関する書き込みを見る 5 携帯電話からロコミサイト注③や電子掲示板等で、商品・サービスに関する発言をする 6 商品・サービスの情報を携帯電話で検索する 7 商品やサービスに付いている二次元バーコード注⑤を携帯電話で読み取り、情報を得る 8 商品・サービスを携帯電話から買ったり予約したりする注⑥ 9 商品・サービスをお財布携帯注⑦ (Edy、モバイル Suica 等) を使って購入する 10 商品・サービスについての広告（ウェブサイトの広告バナー広告・電子メール広告）を携帯電話で見る 11 携帯電話でホームバンキング注⑧や株のオンライン取引をする注⑧ 12 携帯電話でオンラインのオークション注⑩を見る 13 携帯電話でオンラインのオークションで入札する 14 携帯電話でオンラインのオークションに出品する 15 電話としてのみ利用 16 それ以外（ ）

次ページの次のテーマにお進み下さい。

## 「携帯電話」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。

**\*\*携帯電話をお持ちでない方は、次ページの次のテーマにお進み下さい。**

質問文	ご回答欄				
	よくあてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	全くあてはまらない	
(全員の方に) 問1 携帯電話について教えてください。(○印はそれぞれひとつ)。					
1. 携帯電話でインターネットにアクセスして情報を検索する方だ。	4	3	2	1	
2. 気に入った情報があるとそのサイトをブックマークや画面メモをする方だ。	4	3	2	1	
3. 携帯電話から得られた情報を他の人に教える方だ。	4	3	2	1	
4. 携帯電話で写真を撮る方だ。	4	3	2	1	
5. 撮った写真を友人などにメールで送るほうだ。	4	3	2	1	
6. 電話の発信者を見て出たり出なかったりする方だ。	4	3	2	1	
7. 携帯電話がないと生きてはいけない方だ。	4	3	2	1	
8. 自分の好きなタレントや歌、キャラクターなどを待ち受け画面や着うたにしたり携帯ストラップにつけたりする方だ。	4	3	2	1	
9. 一日中携帯電話が鳴らなかったり、メールが来なかったりすると耐えられない方だ。	4	3	2	1	
10. 暇な時があると携帯電話をいじっている方だ。	4	3	2	1	
11. 携帯電話でテレビを見ることがある。	4	3	2	1	
12. 携帯電話で見た広告のサイトにアクセスする方だ。	4	3	2	1	
13. 携帯電話でお店のクーポンをダウンロードする方だ。	4	3	2	1	
14. メールでお店からクーポンやその日のお得な情報が送られてくると便利だと思う。	4	3	2	1	
15. テレビ番組の情報の正しさをインターネットや携帯電話で確認する方だ。	4	3	2	1	
16. 携帯電話からメールなどを通してテレビ番組に参加したいと思う。	4	3	2	1	
17. テレビ番組やCMの中で紹介されるホームページにアクセスする方だ。	4	3	2	1	
18. テレビ局へメールなどで番組に関する問い合わせをしたり、意見を伝える方だ。	4	3	2	1	
19. 日常生活や社会の動きについて感じたことをインターネットを通して世間一般に広く伝えたいと思う。	4	3	2	1	
20. 携帯電話はファッションの一部だと思う。	4	3	2	1	
21. 携帯電話がなくなると社会とのつながりが途絶えてしまうように感じる。	4	3	2	1	

## ソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）についてお伺いします。

\* \* SNSとは、人と人をつながりを促進する・サポートするコミュニティー型会員制のサービスないし、サービスを提供するWEBサイトを言います \* \*

質問文	ご回答欄						
問2 SNSをご存知ですか（○印はひとつ）	1 SNSを知っており、現在使っている	→ 問3へお進みください					
(問2で1に回答された方に)	2 SNSは知っているが、今は使っていない・使ったことがない	} 問12へお進みください					
問3 SNSを使っていますか（○印はひとつ）。	3 SNSを知らない、解らない						
(問2で1に回答された方に)	1 Mixiを使っている						
問3 SNSを使っていますか（○印はひとつ）。	2 Myspaceを使っている						
(問2で1に回答された方に)	3 両方とも使っている						
問4 どのくらい使っていますか（○印はひとつ）。	1 半年以内						
(問2で1に回答された方に)	2 一年以内						
問5 どのくらいアクセスしますか（○印はひとつ）。	3 2年以内						
(問2で1に回答された方に)	4 それ以上						
問5 どのくらいアクセスしますか（○印はひとつ）。	1 一週間に1回						
(問2で1に回答された方に)	2 3日に1回						
問6 どこからアクセスしますか（○印はひとつ）。	3 2日に1回						
(問2で1に回答された方に)	4 一日1回						
問7 マイミク（友人）に何人登録していますか（○印はひとつ）。	5 一日1回以上						
(問2で1に回答された方に)	6 判らない						
問8 コミュニティ（グループ）はいくつ入っていますか（○印はひとつ）。	1 パソコンから						
(問2で1に回答された方に)	2 ケータイから						
問9 日記（ブログ）を書いていますか（○印はひとつ）。	3 パソコンとケータイの両方から						
(問2で1に回答された方に)	1 登録はしていない	6	31件～50件				
問10 自分の本名やプロフィールを書くことを恐いと思いませんか（○印はひとつ）。	2 1～5件	7	51件～100件				
(問2で1に回答された方に)	3 6～10件	8	101件～200件				
問11 SNSから得られる情報を信用していますか（○印はひとつ）。	4 11～20件	9	201以上				
(問2で1に回答された方に)	5 21～30件						
問12 あなたにとって次のメディアはどのくらい重要ですかそれぞれ5点満点で点数をつけてください。	1 登録はしていない	6	31件～50件				
(問2で1に回答された方に)	2 1～5件	7	51件～100件				
問1 日記（ブログ）を書いていますか（○印はひとつ）。	3 6～10件	8	101件～200件				
(問2で1に回答された方に)	4 11～20件	9	201以上				
問2 自分にとって次のメディアはどのくらい重要ですかそれぞれ5点満点で点数をつけてください。	5 21～30件						
(問2で1に回答された方に)	1 よく書く						
問3 コミュニティ（グループ）はいくつ入っていますか（○印はひとつ）。	2 たまに書く						
(問2で1に回答された方に)	3 あまり書かない						
問4 日記（ブログ）を書いていますか（○印はひとつ）。	4 書かない						
(問2で1に回答された方に)	5 わからない						
問5 自分の本名やプロフィールを書くことを恐いと思いませんか（○印はひとつ）。	1 恐いと思う						
(問2で1に回答された方に)	2 少し思う						
問6 SNSから得られる情報を信用していますか（○印はひとつ）。	3 あまり思わない						
(問2で1に回答された方に)	4 全く思わない						
問7 SNSから得られる情報を信用していますか（○印はひとつ）。	5 わからない						
(問2で1に回答された方に)	1 信用している						
問8 あなたにとって次のメディアはどのくらい重要ですかそれぞれ5点満点で点数をつけてください。	2 少し信用している						
(問2で1に回答された方に)	3 あまり信用していない						
問9 SNSから得られる情報を信用していますか（○印はひとつ）。	4 全く信用していない						
(問2で1に回答された方に)	5 わからない						
問12 あなたにとって次のメディアはどのくらい重要ですかそれぞれ5点満点で点数をつけてください。	テレビ	5	4	3	2	1	0
	ラジオ	5	4	3	2	1	0
	新聞	5	4	3	2	1	0
	雑誌	5	4	3	2	1	0
	インターネット	5	4	3	2	1	0
	携帯電話	5	4	3	2	1	0

次ページの次のテーマにお進みください。

## 環境問題についてお伺いします。

以下の問文をお読み頂き、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><b>問1</b> 環境問題に関する情報源について、お伺いします。</p> <p>① あなたは、日常、環境問題についての情報を、右にあげた情報源から得ることがありますか。該当するものをすべて選び、お答えください(○印はいくつでも)。</p> <p>② あなたは、環境問題について知りたいとき、右の情報源の中で、重要だと思う手段は何ですか。あなたのお考えにあてはまるものすべてを選び、お答えください(○印はいくつでも)。</p> <p>③ では②で選んだ中で最も重要だと考える問題は何でしょうか、ひとつだけお答えください(○印はひとつ)。</p>	<p>① 日常の情報源 (○印はいくつでも)</p>	<p>② 重要と思う手段 (○印はいくつでも)</p>	<p>③ 最も重要と思う手段 (○印はひとつ)</p>	
	<p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19</p>	<p>1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19</p>	<p>テレビニュース ニュース以外のテレビ番組 ラジオ 新聞 雑誌 環境問題をテーマとするテレビ広告 環境問題をテーマとするラジオ広告 環境問題をテーマとする新聞広告 環境問題をテーマとする雑誌広告 環境問題をテーマとするポスター広告 本・書籍 行政・自治体の広報紙 企業の環境報告書 行政・自治体のホームページ 企業の環境対策に関するホームページ そのほかのホームページ 家族や友人のはなし 専門家の話 情報を得ることはない</p>
<p><b>問2</b> 右の表は現在、日本の社会が取り組むべき、さまざまな問題について例示したものです。このうち、あなたが特に重要だと考える問題はなんでしょうか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 北朝鮮・中国・韓国との外交関係 2 憲法改正 3 教育問題 4 少子化 5 景気対策 6 雇用・失業対策 7 年金制度改革 8 格差問題 9 団塊の世代の大量退職</p>	<p>10 福祉・介護サービス 11 犯罪対策 12 個人情報の漏洩 13 環境問題 14 災害対策 15 資源・エネルギー問題 16 食品安全の問題 17 企業買収の問題 18 列車・飛行機の安全対策 19 特になし</p>		
<p><b>問3</b> 右にあげる環境問題のうち、あなたが重要だと思うのは何ですか(○印はいくつでも)。</p>	<p>1 地球温暖化 2 CO2削減 3 オゾン層破壊 4 森林伐採 5 砂漠化 6 人口爆発 7 野生動植物の減少 8 大気汚染 9 水質汚染</p>	<p>10 ゴミ問題 11 騒音 12 悪臭 13 花粉症などアレルギー問題 14 ダイオキシン・環境ホルモン 15 異常気象 16 有害物質汚染 17 省エネ 18 原発事故や核実験による放射能汚染 19 特になし</p>		

次ページの次のテーマにお進み下さい。

「日常生活において、複数の媒体にどのように接している」かについてお伺います。

以下にあげる各媒体（情報伝達の媒介手段となるもので、メディアとも言う）に接しているとき、他の媒体にも同時に接することがありますか。同時に接することがあれば、その状況をご回答ください。

質問文	ご回答欄						
<p>(全員の方に)</p> <p><b>問1</b> 右の9つの媒体のなかで、ある媒体に接する際に、他の媒体にも同時に接触した経験はありますか。</p> <p>同時に接触した経験がある場合は「1 経験がある」を、他の媒体と同時ではなく、媒体単独で接することが非常に多い場合は「2 経験がない」をお答えください。</p> <p>※「他の媒体にも同時に接触する」とは、「○ (メディア) を見ながら△△ (メディア) をする」などの状況を意味しています。</p>	<p>1 テレビ</p> <p>2 新聞</p> <p>3 雑誌</p> <p>4 ラジオ</p> <p>5 パソコンのインターネット</p> <p>6 パソコンのメール</p> <p>7 携帯電話の通話</p> <p>8 携帯電話のメール</p> <p>9 携帯電話のインターネット</p>						
	<p>1 経験がある</p> <p>2 経験がない → <b>最後のページにお進みください</b></p>						
<p>(問1で1を回答された方に)</p> <p><b>問2</b> 複数の媒体とどのように接触しているかについて伺います。具体的に、どの媒体とどの媒体に同時に接触したのか、組み合わせの内容を教えてください。その際、メインの目的で接していた媒体と、サブの目的で接していた媒体に分けてお答えください。</p> <p>※各組み合わせ内容は、メインの目的の媒体は1つを、サブの目的の媒体は最大4つまでを、選択肢から選んで番号をご記入ください。</p>	<p>1 テレビ</p> <p>2 新聞</p> <p>3 雑誌</p> <p>4 ラジオ</p> <p>5 パソコンのインターネット</p>	<p>6 パソコンのメール</p> <p>7 携帯電話の通話</p> <p>8 携帯電話のメール</p> <p>9 携帯電話のインターネット</p> <p>10 その他の媒体</p>					
			メイン目的の媒体	サブ目的の媒体	サブ目的の媒体	サブ目的の媒体	サブ目的の媒体
	1 組み合わせパターン1						
	2 組み合わせパターン2						
	3 組み合わせパターン3						
	4 組み合わせパターン4						
	5 組み合わせパターン5						
<p>(問1で1を回答された方に)</p> <p><b>問3</b> 問2で選んだ組み合わせのなかで、接触経験の多いパターンを教えてください。最も多く接触するパターン、二番目に多く接触するパターン、三番目に多く接触するパターンの順に、問2の組み合わせパターンの番号でお答えください。</p>	<p>1 最も多い組み合わせパターン ( )</p> <p>2 二番目に多い組み合わせパターン ( )</p> <p>3 三番目に多い組み合わせパターン ( )</p>						
<p>(問1で1を回答された方に)</p> <p><b>問4</b> 問3で選んだ、最も多い組み合わせパターンは、部屋で誰と一緒にいるときに行うことが多いですか。選択肢から選んでお答えください。</p>	<p>1 自分一人</p> <p>2 家族</p> <p>3 恋人</p> <p>4 友人</p> <p>5 その他</p>						

最後のページへお進みください。

最後に裏のページにもお答えください

**【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1～13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。（何かしなごらの時間も含めて）。	殆ど見 どしな してい 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をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
2. ラジオを聴いている時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
3. 新聞を読んでいる時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
4. 雑誌を読んでいる時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
5. <b>パソコン利用</b> をしている時間をお知らせ下さい。	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をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
7. <b>携帯電話を利用</b> している時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
8. その内通話をしている時間をお知らせ下さい。	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をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
10. その内メールをしている時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
11. その内ゲームをしている時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
12. その内音楽を聴いている時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
13. その内ワンセグを見ている時間をお知らせ下さい。	1	2	3	4	5	6	7	8	
⑤ 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						
⑥ 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						
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。