

株式会社日本リサーチセンター

ネット調査普及の中、伝統的な訪問調査にこだわる

日本リサーチセンター（東京都中央区）は1960年の設立以来、半世紀にわたり国内のリサーチ手法の開発と実用化を通じて、多くの企業の事業戦略を支援してきた。中でも同社の「NOS」（日本リサーチセンター・オムニバス・サーベイ）は、45年以上にわたる伝統ある全国訪問調査で、実施回数は通算530回（2016年12月時）を数える。

調査は毎月1回、「訪問留置調査」という手法で定期的実施され、毎回ランダムに決められた全国200地点の15～79歳男女個人1200人が対象となる。調査員が対象者の家を訪問してアンケートを依頼し、後日、再訪してアンケートを回収する。全体の結果が日本全体の意見や市場実態を反映するように、対象者の性別・年代構成を日本の人口構成と合わせているのも特徴のひとつ。

IT化が進み、インターネットやパネルを使って簡単に調査ができる時代になったが、インターネット調査では、インターネットを使用しない高齢者や、パソコンを使わないスマートフォン世代の若者からの回答が得づらいという問題がある。NOSでは、調査の基本であるサンプリングにこだわり、インターネットやパソコン利用の



調査員が対象者を訪問してアンケートを依頼する

有無に関わらず、一般の人を幅広く調査することが可能で、代表性と信頼性の高い安定したデータを収集することができる。また、複数のクライアントがそれぞれ調査したい質問項目を一つの調査票にまとめて実施するため、1社のみで実施するよりもコストが安くすむことも大きな魅力。

一般的な市場の実態を把握する調査や、①官公庁、大学、研究機関など統計学的な意味で抽出方法が問われる調査②利用と非利用を含めたインターネット全体の動向調査③時系列でみるトラッキング調査—に向いている。

【問い合わせ】

〒103-0023

中央区日本橋本町2-7-1

NOF日本橋本町ビル

☎03・6667・3400