

# リサーチ・サービスのご紹介

マイボイスコム株式会社

**MyVoice**

## < 経営理念 >

「生活者企業のコミュニケーションメディア」として、クオリティの高い生活者情報と専門性の高いサービスで、企業のマーケティングを支援し、豊かな消費生活に貢献します。

マイボイスコムは伊藤忠系シンクタンクの社内ベンチャーで設立し、1998年の黎明期からインターネット調査に取り組んできました。そして、グループインタビューや会場テスト等の従来型調査や、「キキミ分析」、「高感度分析」、「テキストマイニング(TextVoice)」等の独自のリサーチサービスを提供しています。データの品質と、専門性の高いサービスで、ご満足いただけるリサーチをお約束いたします。

## 会社概要

会社名	マイボイスコム株式会社
所在地	東京都千代田区神田錦町3-17-11 榮葉ビル
設立	1999年7月1日
代表者	代表取締役社長 高井和久
事業内容	インターネット調査、行動付随型調査、従来型調査、アンケートデータベース、テキストマイニング・サービス
資本金	1億7,800万円
株主	高井和久(代表取締役)、岡島秀和(取締役)、(株)インテージ、伊藤忠テクノソリューションズ(株)
URL	<a href="http://www.myvoice.co.jp/">http://www.myvoice.co.jp/</a>

I

### 専門リサーチャーによる一貫対応

調査設計から、回収、集計・分析、レポート作成とプレゼンまでを、リサーチャーが一貫して対応します。また、お客様にはできるだけ同じリサーチャーをアサインするのも当社のサービススタイルです。

II

### データ品質管理の徹底

品質の高いデータをお届けすることはリサーチ会社の使命だと考えています。

そのため、モニター登録時の詳細な確認や、半年に1度の登録情報の見直し、多頻度回答や短時間回収の防止、データクリーニングの徹底等、データ品質管理には最大限の注意を払っています。

III

### アンケートデータベース(1万人×約2,700テーマ)の活用

食品、流通、通信、金融、ライフスタイル等で、1998年から毎月実施してきた自主調査(1万人調査が約2,700テーマ)のデータを、「アンケートデータベース(MyEL)」として提供しています。

IV

### 独自リサーチメニューの開発と提案

「テキストマイニング(TextVoice)」、「キキミ分析(33-Voice)」、「高感度分析(Hi-Voice)」、「写真調査(Photo-Voice)」、「行動付随調査」等の独自のソリューションを開発して、お客様に提案しています。

マイボイスコムが提供する「ネットリサーチ」には、「モニター調査」と、「ビジター調査」の2種類があります。

#### I モニター調査(当社のモニターが対象)

当社のモニターに対して、WEBアンケートを行う調査です。全国のモニターから対象者を抽出し、メールでアンケートを依頼し、Web調査票で回収します。

ネットリサーチは、短時間で大量の回答を回収でき、自由記述も豊富で、音声や動画の活用や、インタラクティブ性も活用できます。

#### 〈調査フロー〉



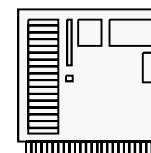
納品までの概算日数 (営業日)

	10~20問	30~50問	60~80問
データ回収	4日	5日	6日
データ回収~単純集計	4日	5日	6日
データ回収~クロス集計	5日	6日	7日
データ回収~レポート作成	10日	13日	16日
調査票設計~レポート作成	14日	17日	20日

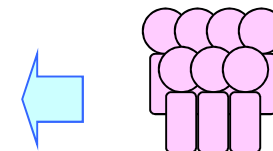
#### II ビジター調査(貴社のお客様や社員が対象)

貴社のお客様や、会員・代理店様や従業員様を対象に、WEBアンケートを行う調査です。

当社のアンケートシステムと、リサーチスタッフを活用することで、顧客満足度(CS)調査や、従業員満足度(ES)調査なども効率的に実施できます。



Web Server/DB



御社保有の会員様  
社員・従業員・取引様 等

## 4. マイボイスパネル（約 109万人）

当社のアンケートシステムで配信できる「マイボイスパネル」は約109万人です。

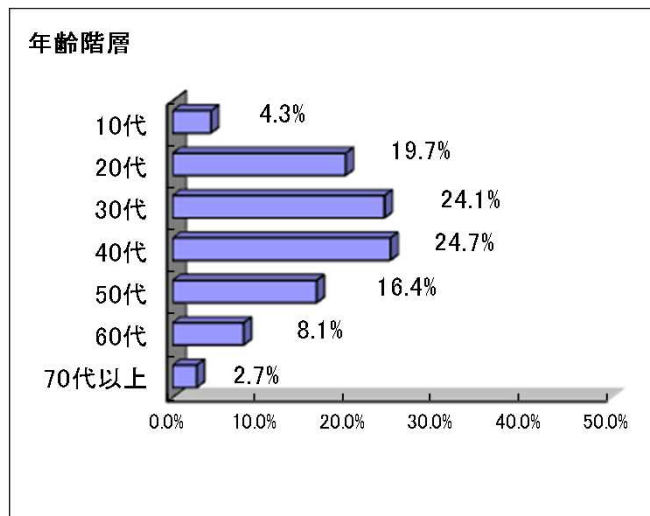
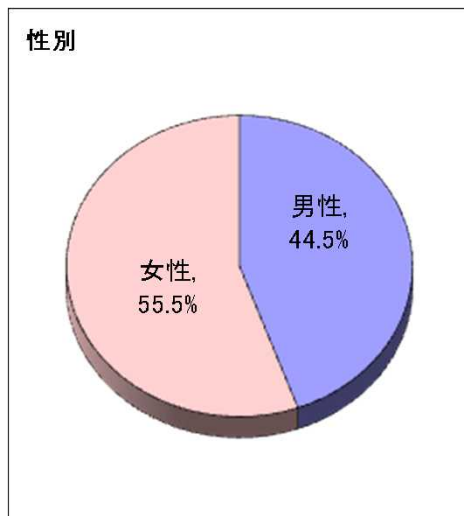
モニター登録時の確認や、半年に1度の登録情報の見直し、多頻度回答や短時間回収の防止など、パネルの品質管理には最大限の注意を払っています。

### 性別

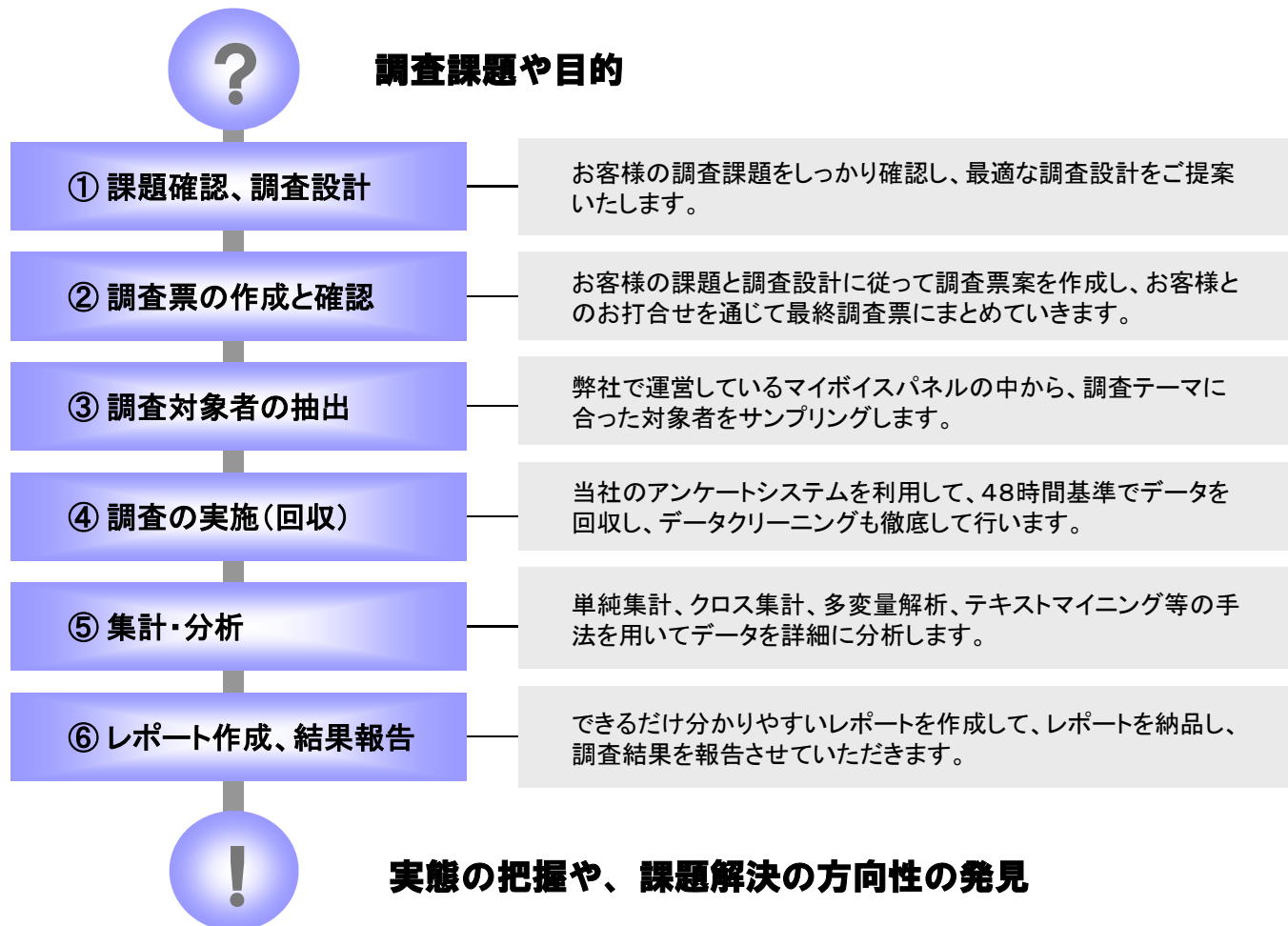
	人数	パーセント	パーセント(未記入を除く)
男性	486,304	44.5%	44.5%
女性	606,302	55.5%	55.5%
合計	1,092,606	100.0%	100.0%

### 年齢階層

	人数	パーセント	パーセント(未記入を除く)
10代	47,425	4.3%	4.3%
20代	214,827	19.7%	19.7%
30代	263,124	24.1%	24.1%
40代	270,380	24.7%	24.7%
50代	178,902	16.4%	16.4%
60代	88,090	8.1%	8.1%
70代以上	29,858	2.7%	2.7%
合計	1,092,606	100.0%	100.0%

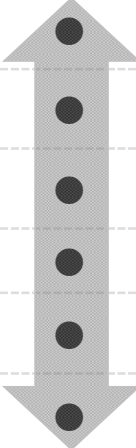
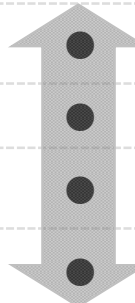
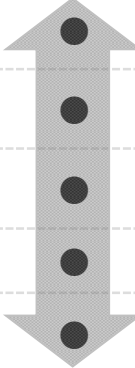
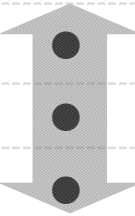
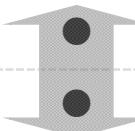


お客様の課題と目的をしっかりお聞かせ頂いてから最適な調査設計を提案いたします。  
また、調査票の確認や分析の方向性などでも、お客様とのコミュニケーションを密にして調査を遂行します。



## 6. インターネット調査のスケジュール

標準日数は、回収～クロス集計で4営業日、調査設計～レポート作成で14営業日です。（※約20問の調査票で、予備調査や貴社での検討時間は含まない日数です。調査内容や調査票の難易度で作業日数が延びることもあります。）

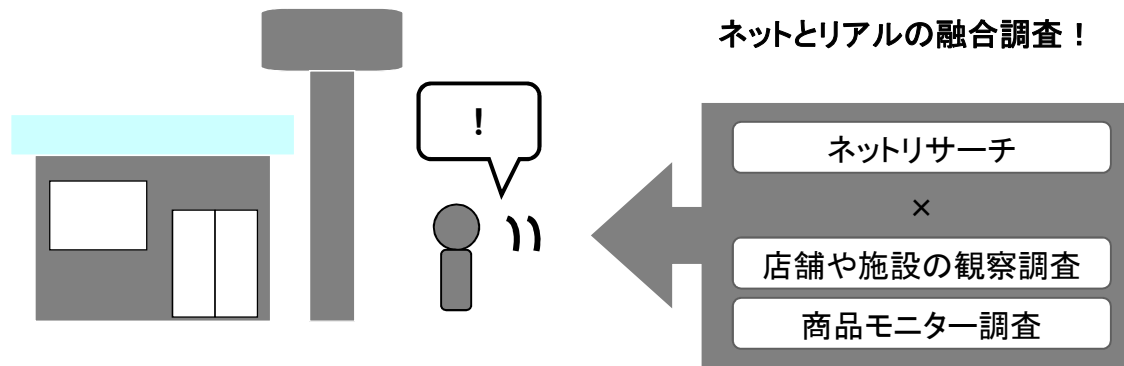
	設計～ レポート	回収～ レポート	設計～ クロス集計	回収～ クロス集計	回収のみ
1.テーマの設定					
2.調査票設計					
3.Web作成					
4.サンプリング・データ回収					
5.集計・分析					
6.レポート作成・ご報告					
目安となる作業日数 (予備調査なし、設問20問のケース)	14営業日	10営業日	8営業日	4営業日	4営業日

- 1)回収のみのご契約でも、いただいた調査票でそのまま回収せず、リサーチャーが必ず内容を確認します。
- 2)業務ごとに担当が変わることはなく、担当リサーチャーが最初から最後まで責任を持って対応します。
- 3)できるだけ同じリサーチャーをアサインして、効率的なサービスに努めます。

# 7-1. 行動付随型調査（ミステリーショッパー型調査）

モニターが店舗や施設を実際に訪問し、店内観察や商品購入等を行い、商品やサービスを利用してからアンケートに回答するミステリーショッパー型の調査です。

普段の生活圏内で商品を購入し、日常生活の中で利用してから回答をするので、とてもリアルな生活者の意見や要望が聞けると好評です。行動付随型リサーチは、「ネット」と「リアル」を融合した調査手法です。



## 他の手法との機能比較

行動付随型調査	<ul style="list-style-type: none"><li>生活者がリアルな訪問、観察、購買、使用後に回答</li><li>全国で、数百人、数千人規模での実施が可能</li></ul>
ミステリーショッパー	<ul style="list-style-type: none"><li>専門の調査員が個別に訪問して評価</li><li>数人～数十人の調査員での評価で、費用も高い</li></ul>
会場テスト	<ul style="list-style-type: none"><li>非日常のテスト会場での評価、大都市のみで実施</li><li>数十人～200人位での回答が多い</li></ul>

## 事例紹介

### 【商品開発】

- ①「サプリメント」モニター調査  
商品評価、品揃え検討、800モニター
- ②「カップスープ」モニター調査  
商品評価、新商品検討、400モニター
- ⑤「コンビニおにぎり」モニター調査  
新商品のアイデア抽出、400モニター
- ⑥「化粧品」モニター調査  
商品評価、品揃え検討、300モニター
- ⑦「専門雑誌」モニター調査  
商品評価、内容見直し、400モニター

### 【施設・サービスの評価】

- ①「ファミリーレストラン」顧客調査  
各店舗のサービス評価、4,000モニター
- ②「ゲームセンター」観察調査  
各センターの実態把握、3,500モニター