

〇〇〇／△△△接点者出現状況の把握（インターネット調査）

目的

「〇〇〇機能」と「△△△機能」をもつ、W機能商品開発において有効性の高い消費者属性を仮説する前段階的情報収集を行う

手法

Webを通して幅広く協力者をネットワークする調査会社の活用
ex. マクロミル（Yahoo系）、NTTコム（NTT系）

実査費（料金表より）N=1000 単位：円（参考）

	10問	15問	20問	25問	30問
マクロミル	36万	50万	57万	62万	67万
NTTコム	30万	50万	50万	60万	60万

割付け

単位：人数

	20代	30代	40代	50代	60代	計
男性	100	100	100	100	100	500
女性	100	100	100	100	100	500

* 未既婚は標準的設定とする

予算

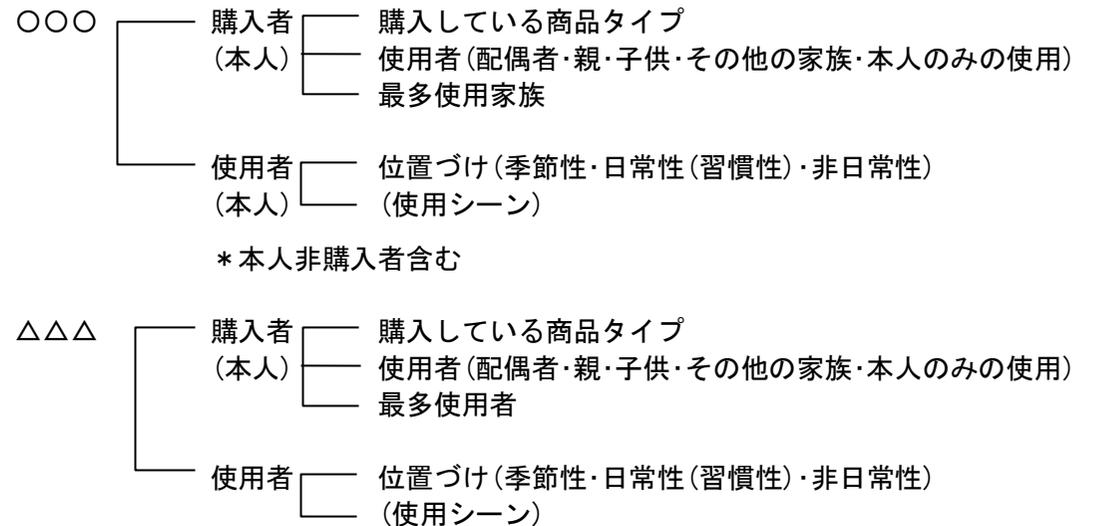
①調査企画	5～10万
②実査費(実費)	30～36万(仮)
③進行管理費(①②の15%)	5～7万
合計	40～53万円(仮)

* ①は調整要素の多少により幅がでます
③は①②により変動します

調査内容

* 10問で設定できるよう設計→リサーチ会社打合せへ

1年以内の購入者・使用者に区切り実状を収集する



進行方法

