

 *Mission Statement*

最先端のインターネット技術を駆使した、アジア・ナンバー1の「マーケティング・ソリューション・プラットフォーム」を進化・普及させることによって、

**世界のマーケティングの  
変革を実現する。**



## 品質管理基準書

2014年6月改訂版

本品質管理基準書は、『28 QUESTIONS TO HELP RESEARCH BUYERS OF ONLINE SAMPLES』（以下、ESOMAR28）、『CODE OF STANDARDS AND ETHICS FOR SURVEY RESEARCH』（以下、CASROコード）および『インターネット調査に関する品質保証ガイドライン』（以下、JMRAガイドライン）への回答形式で構成されています。

ESOMAR28……………ESOMAR(※1)の定める、インターネット調査のパネル運営をしている各企業へのガイドラインを指します。本文章内では、2012年9月時点のものを使用しています。

CASROコード……………CASRO(※2)の定める調査会社がモニター、顧客に対する責任およびレポート公開に関する責任を示しており、本文書内では、2011年時点のものを使用しています。

JMRAガイドライン……………JMRA(※3)がインターネット調査の品質を確保するため、国際団体や英独などの団体の指針を参考にしながら策定したインターネット調査に関する品質保証ガイドラインのことを指します。本文章内では、2006年11月時点のものを使用しています。

(※1)ESOMARとは……………ESOMAR(European Society for Opinion and Marketing Research、ヨーロッパ世論・市場調査協会)は、ヨーロッパにおける29人の調査の指導的専門家により、1948年9月、アムステルダムに設立された団体で、現在約90を超える国々に約4,000人の会員(個人)を擁しています。

(※2)CASROとは……………CASRO(Council of American Survey Research Organizations、アメリカサーベイリサーチ機関協議会)は、1975年にアメリカに設立された団体で、約300社の会社と市場調査組織が会員として登録しています。

(※3)JMRAとは……………JMRA(社団法人日本マーケティング・リサーチ協会)は、日本のマーケティング・リサーチ専門会社が集まり、マーケティング・リサーチの健全な発展と普及、倫理の確立を目指し、昭和50年に設立されたマーケティング・リサーチ業の団体です。

尚、文章内に出てくるデータはすべて2014年06月30日現在のものを使用しています。

目次

はじめに

用語の定義 ..... P.5  
 GMOリサーチについて ..... P.6  
 GMOリサーチパネルの強み ..... P.7  
 三位一体の品質管理について ..... P.8

I. パネル構築

①パネル構築基準 ..... P.10  
 ②モニター登録基準 ..... P.12  
 ③取得属性基準 ..... P.17

II. モニター管理

④不正回答防止基準 ..... P.20  
 ⑤モニターステータス管理基準 ..... P.22

III. プログラミング

⑥プログラミング管理基準 ..... P.24

IV. 配信、回収

⑦配信管理基準 ..... P.26

V. ポイント付与

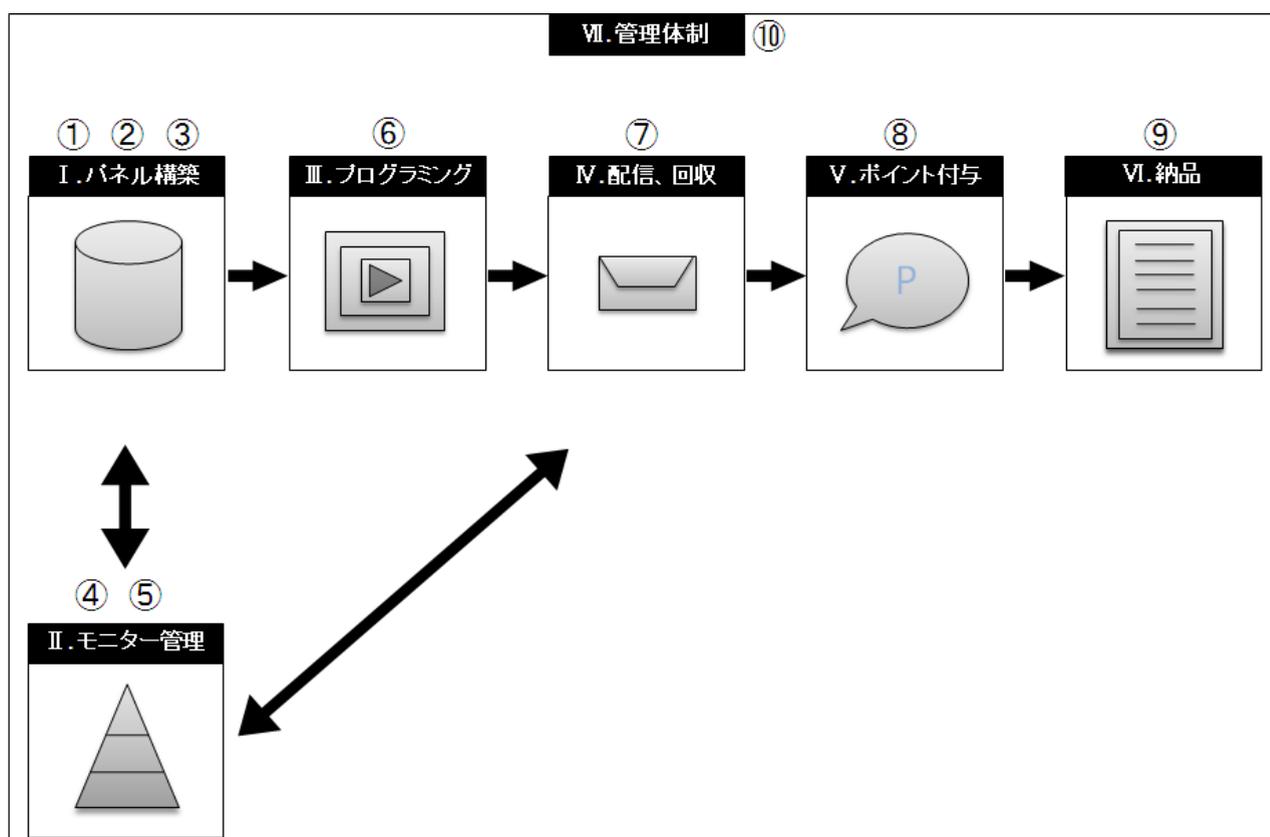
⑧インセンティブ管理基準 ..... P.31

VI. 納品

⑨納品基準 ..... P.34

VII. 管理体制

⑩管理体制に関する基準 ..... P.36



## はじめに

用語の定義	.....	P.5
GMOリサーチについて	.....	P.6
GMOリサーチパネルの強み	.....	P.7
三位一体の品質管理について	.....	P.8

## 用語の定義

単語	定義
モニター	アンケートの依頼可能な個人を指す。
パネル	モニターの集合体を指す。
パネルミックス	複数のパネルを統合して重複の無い仮想パネルを構築する手法を指す。
媒体	提携先パネルの母集団となる会員組織を指す。
提携先パネル	媒体のうち、調査パネルとしてGMOリサーチが利用するパネルを指す。
パネルパートナー	提携先パネルを運用している企業のことを指す。
infoQ	GMOリサーチが提供する自社で保有しているパネルを指す。
GMO Research Cloud Panel	GMOリサーチが提供するシステム連携によるパネルミックスで形成した、国内および海外の一般消費者パネルの総称を指す。このうち国内のパネルをJapan Cloud Panelという。
GMO Research Network Panel	GMOリサーチが提供する国内および海外の一般消費者パネルの総称を指す。
Japan Doctor Cloud Panel	GMOリサーチが提供する医師パネルの総称を指す。

GMOリサーチについて

◆ESOMAR28

1. 市場調査を行うためのオンライン調査モニターを提供するにあたり、どのような経験をお持ちですか。  
What experience does your company have in providing online samples for market research?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

◆当社基準

GMOリサーチは、2002年4月にP2P技術に関する情報収集・研究・普及を目指すことを目的としたGMO総合研究所から始まり、2006年の同業種であるインターネットリサーチ事業を行っていた旧「GMOリサーチ株式会社」を吸収合併し、社名を現在の「GMOリサーチ株式会社」へと変更しました。また、2012年12月には連結子会社であるGMOジャパン・マーケット・インテリジェンス株式会社と合併し、成長を続けています。

現在GMOリサーチは、日本国内外で25カ国約500社の調査会社・コンサルティング会社と取引実績があります。国内の取引企業に関しては、JMRA(日本マーケティングリサーチ協会)に登録している141社の正会員のうち売り上げ上位に位置する企業の多くが、現在自社保有パネルを使用し調査を行っています。年間のプロジェクト本数としては、国内外合わせ約4,000本の依頼を受けています。GMOリサーチでは、従来から提供しているオンラインパネル、座談会や個別インタビューなどのリクルート、HUT、プログラミング、ホスティングといったサービスの他に、消費者の生態反応をモニターする技術や最新のIT技術を活用した調査手法も提供しています。また、最新の調査手法の一つである携帯電話を用いたロケーションベースの顧客満足度調査(アイ・ロイヤルティ/iloyalty)は、2006年に開催されたESOMAR CONGRESS 2006で先進的なマーケティング・リサーチ手法として認められ、「BEST METHODOLOGY」を受賞致しました。

※P2P・・・不特定多数のコンピュータが相互に接続され、直接ファイルなどの情報を送受信するインターネットの利用形態、またそれを可能にするソフトウェアやシステムのこと。

GMOリサーチパネルの強み

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

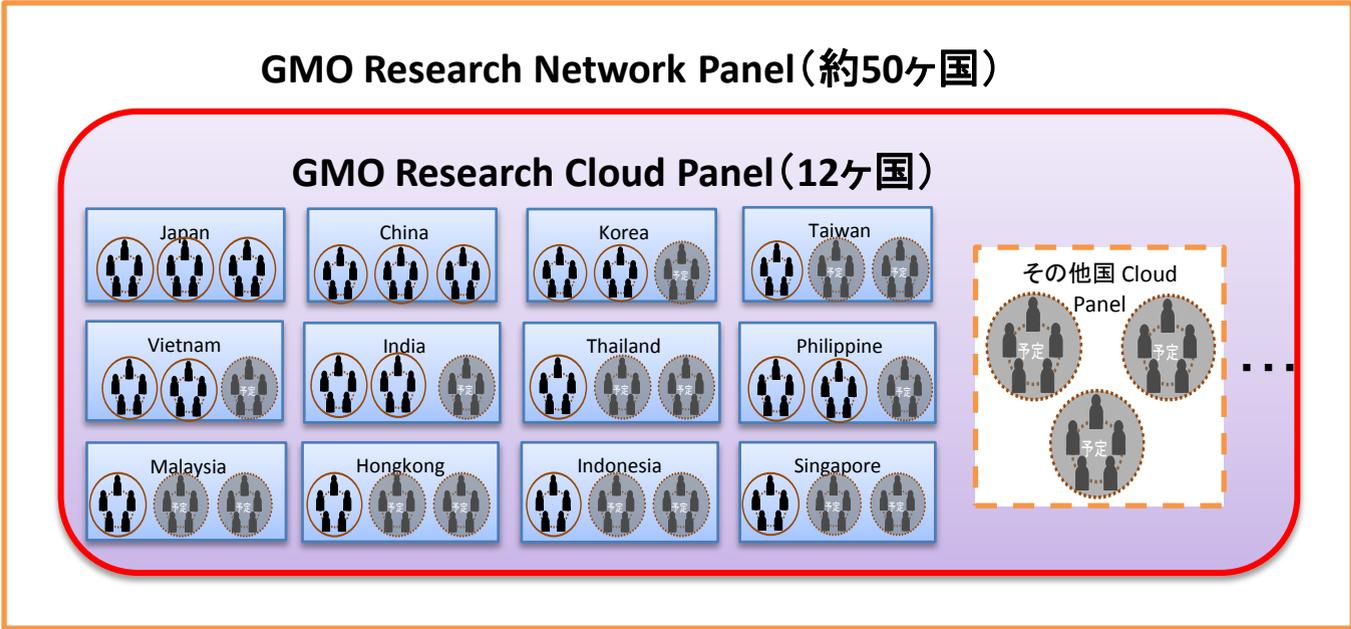
(該当なし)

Japan Cloud Panel, Japan Doctor Cloud Panel

自社保有パネルinfoQは、メディアやアフィリエイトプログラムを通じてモニターを獲得するだけでなく、他の調査会社が保有するパネルの譲り受けを行うことで、偏りの少ないモニターをそろえてきました。また、GMOリサーチ内には自社パネルを管理する専門部門が設けられており、常にパネル品質のチェックが行われています。毎日のパネル品質チェックの他にも、パネルの回答特性を調べるための調査を定期的実施し、その結果をクライアントへ公開しています。その他にも、クライアントが調査の対象者属性を入力し回収可能サンプル数の算出ができ、さらに発注からデータの受け渡しができるクライアント専用サイトを設けており、必要な情報の入手や手続きが簡単に行えるようになっています。日本国内では、infoQの運用で培ったノウハウを活かし、複数の外部パネルと提携しネットワーク (Japan Cloud Panel) 化して利用することで、自社保有パネルinfoQだけでは補完することの難しいセグメント (若年層、シニア層、地方層など) のモニターも、バランスよく揃えることが可能となりました。また、提携先パネルの登録モニターに対しても、infoQモニター同様GMOリサーチ内にある専門部門によって、厳重に回答品質が管理されています。アンケート配信に関しても、各モニターの回答履歴を活用し、独自の精密な回収試算システムを構築しているため、過剰配信を制御することが可能になっています。そうすることで、モニター自体のアンケート慣れを防ぐよう努めています。これらの取り組みは自社保有パネルinfoQだけでなく、提携先パネルに対しても有効活用することで、内外パネルの品質のバラつきを防いでいます。

GMO Research Network Panel

海外の提携先パネルに関しては、海外のパネルパートナーの選定基準に基づき、GMOリサーチ内部に設けられている海外専門部門によって選定されています。また海外調査に関するお問い合わせは、すべて常駐の専任スタッフが対応するため、クライアント、パネルパートナー間のコミュニケーションをスムーズに行うことを可能にしています。



## 三位一体の品質管理について

◆ESOMAR28

27. 自社が特定の品質システムで保証されていますか？もしそうであれば、それはどれになりますか？

Are you certified to any specific quality system? If so, which one(s)?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

Japan Cloud Panel, Japan Doctor Cloud Panel

日本国内では、品質管理を「パネル品質」、「実査工程品質」、「システム品質」の3つに分類しています。これらの品質に関しては、ESOMAR28およびJMRAガイドラインに準拠した「品質管理基準書」を設けており、提携先についても基準をクリアしたパネルパートナーのパネルのみJapan Cloud Panelに登録されることになっています。この品質管理基準書はクライアントにも公開されており、弊社の品質について理解を得たうえでパネルを使用いただいています。

品質管理運用においては、月に1度運用状況をチェックし改善につなげていく仕組みを構築しています。

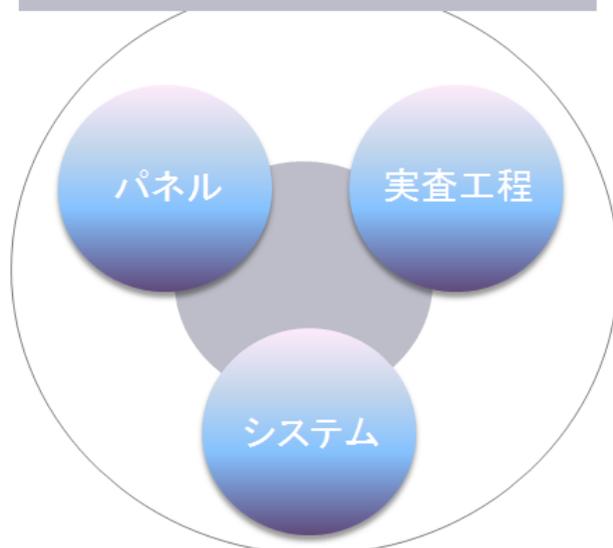
GMO Research Network Panel

海外においては、国内同様「パネル品質」、「実査工程品質」、「システム品質」の3つに分類して管理しています。しかし、パネルに関しては全て自社保有ではないため、ESOMAR 28を事前に確認し、GMOリサーチの設けている基準をクリアしているパネルパートナーとのみ提携しています。「実査工程品質」、「システム品質」に関しても、国内と同じ基準のもとで管理されています。

国内外問わず、すべての業務はマニュアル化されており、それによって品質向上をはかっています。

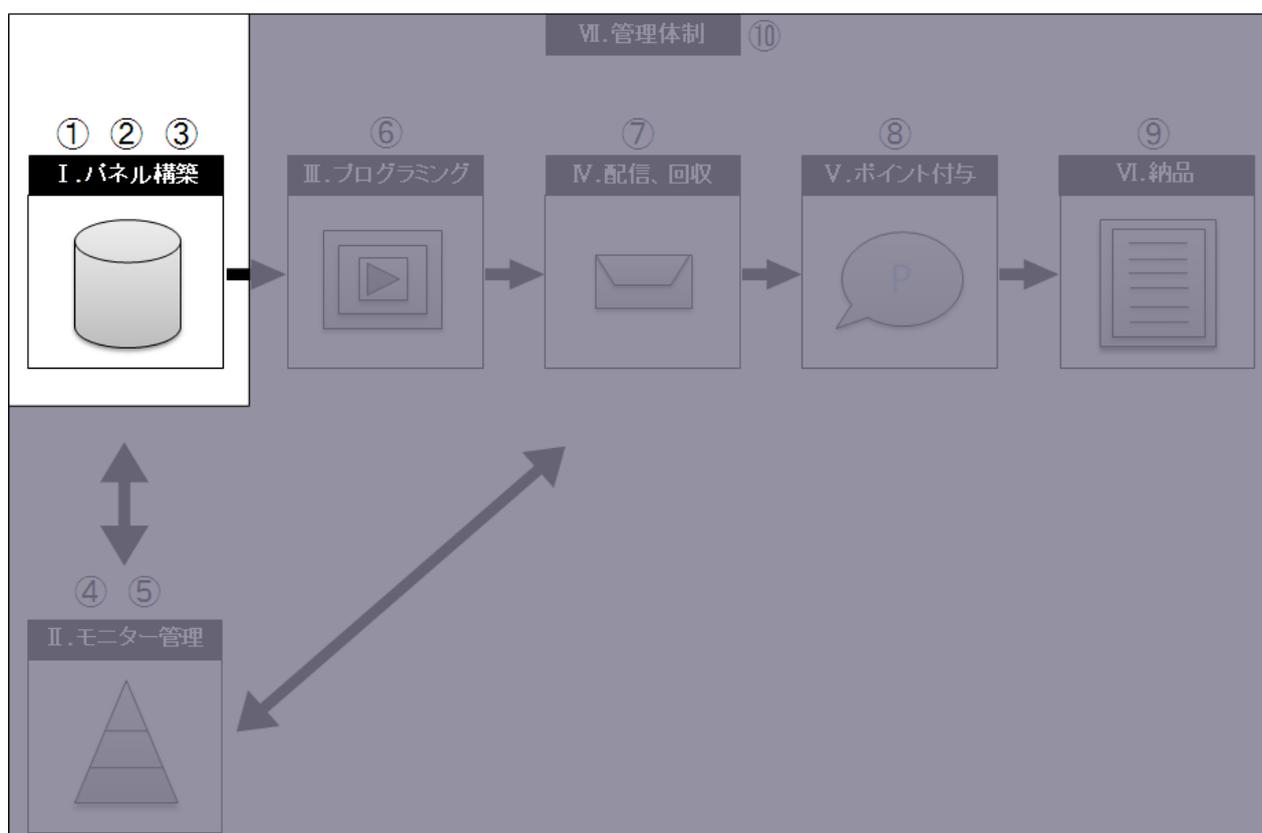
また、国内調査パネルと同様に、月に1度運用状況をチェックし改善につなげていく仕組みを構築しています。

### 三位一体での品質管理体制



## I . パネル構築

①パネル構築基準		P.10
②モニター登録基準		P.12
③取得属性基準		P.17



# 1. パネル構築基準

## 1-1. 偏り排除

### ◆ESOMAR28

2. オンライン調査モニターは、どのような方法で集めていますか。  
 (データベース、積極的に管理されているパネル、ダイレクト・マーケティング・リスト、  
 ソーシャル・ネットワーク、Web上でのインターセプトなど)  
 Please describe and explain the type(s) of online sample sources from which you get respondents.  
 Are these databases? Actively managed research panels? Direct marketing lists? Social networks?  
 Web intercept (also known as river) samples?

### ◆CASROコード

(該当なし)

### ◆JMRAガイドライン

- 2-1. アクセスパネルの構築方法  
 インターネット調査のアクセスパネルは、基本的に以下の2つに大別される。  
 ①調査機関が能動的働きかけによってリクルートしたアクセスパネル  
 ②受動的にリクルートされたアクセスパネル  
 いずれの場合においても、  
 ・登録希望者へ調査のためのアクセスパネルであることを明示する。  
 ・自社アクセスパネルの構築方法(抽出方法と手順)について、クライアントに開示する。

### ◆当社基準

Japan Cloud Panel	
<p>GMOリサーチは、GMOインターネットグループが長年に渡って培ってきた2200万人(ネットレイティング社2008年度調べ)の一般消費者への接触力を生かし、バナーや媒体への広告出稿、また自社Facebookページからの登録を通じて、リサーチに有効な自社保有パネルinfoQを構築することで、お客様の様々な調査ニーズに応えることを可能にしてきました。                  さらに、infoQ(登録者数約50万人)の運営経験を活かし、さまざまな提携先パネルとのネットワーク化を進めてきました。現在では、それらの提携先パネルを含め、全て調査協力のパーミッションを取得した重複のないモニター約300万人以上へアンケート依頼を行うことができます。                  提携先パネルの選定には、インターネット人口構成比にあわせるように不足セグメントに強い媒体を中心にパネル提携を実施し構築しています。(例えば10代の不足を補う為に10代に強い媒体と提携する等)                  パネルミックスの手法を取り入れることにより、媒体特性による偏りを排除したサンプリングが可能となっています。</p>	
GMO Research Network Panel	Japan Doctor Cloud Panel
<p>海外のパネルに関しては、国内で培ってきた提携のノウハウを基に、海外の複数のパネルパートナーと戦略的パートナーシップを結ぶことで、海外の調査にも対応が可能となっています。                  これらの海外パネルパートナーの一部とは商品の共同開発を行い、日本と同じパネル品質の確保に努めています。</p>	<p>一般消費者からはターゲットが難しい医師への調査を可能にするため、医師専門のコミュニティサイトの会員を調査パネルとして構築しています。</p>

1-2. インターネットアクセスが難しい対象者へのアクセス方法

◆ESOMAR28

5. インターネットへアクセスすることが難しいカテゴリーのモニター確保は、どのように行っていますか。

How do you source groups that may be hard to reach on the internet?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

◆当社基準

Japan Cloud Panel, Japan Doctor Cloud Panel

あまりオンライン調査に慣れていない高齢者を対象に調査を実施する場合などは、アンケートシステム(Confirmit)を使ったCATI、CAPIを使用して調査に協力していただくこともあります。さらに現在、今まで培ってきた提携先パネル(Japan Cloud Panel)構築のノウハウを活かし、より専門的な領域のパネル(医師など)の選出とパネル拡大に取り組んでいます。

GMO Research Network Panel

GMO Research Network Panelの基準に則ったうえで、その国の特徴に合わせ、その特徴を補完できるパネルパートナーと提携をしています。たとえば中国では、平均収入の高いパネルと提携することで、中国の富裕層をターゲットとしたニーズの多い調査の実施を可能にしています。例えば、インターネット普及率が低くオンライン調査でのサンプル回収が難しい国や地域での調査については、CATIやCAPIをはじめとした、現地の社会インフラに合わせた調査手法を有効に活用しています。

## 2. モニター登録基準

### 2-1. リサーチ専用モニター

#### ◆ESOMAR28

4. サンプルソースは市場調査専用のもので使用していますか？もしそうでなければ、サンプルソースが使われるほかの目的はなんですか？

Are your sample source(s) used solely for market research? If not, what other purposes are they used for?

#### ◆CASROコード

C(10)調査組織がパネル(調査組織もしくはアウトソースが保有している場合を含む)を利用する際に、もしパネルがアンケート調査と直接的なマーケット活動の両方に併用される場合は、調査組織はサンプルソースを用いたマーケティングキャンペーンが実施されるという事実を顧客に開示する義務がある。それにより顧客は(調査結果に)偏りが出現する可能性を評価できる。

#### ◆JMRAガイドライン

- 2-10. アクセスパネルの調査以外での使用目的の禁止  
アクセスパネル会員に対して、調査以外の働きかけをしてはならない。

#### ◆当社基準

##### Japan Cloud Panel, Japan Doctor Cloud Panel

利用パネルはすべて調査専用モニターです。  
当社では調査パネルを対象に販売促進目的のダイレクトメール配信等を行っておりません。  
※アンケート協力のパーミッションを取得していない会員はモニターとして利用しておりません。

##### GMO Research Network Panel

登録会員のうち調査協力に同意をしている会員のみ調査対象モニターとし調査の依頼を行うよう、提携会社に周知徹底しています。

2-2. 本人確認

◆ESOMAR28

22. 回答者の同一性を確認する手順を持っていますか？不正な回答者を検出するための手順を持っていますか？これらがサンプルソースの登録および(または)調査にエントリーするポイントまたはルータにおいて実行されるとして、これらの手順についてお聞かせください。もしB2Bサンプルを提供しているのであれば、何かそこに手順がありますか？もしあればお聞かせください。

Do you have a confirmation of respondent identity procedure? Do you have procedures to detect fraudulent respondents? Please describe these procedures as they are implemented at sample source registration and/or at the point of entry to a survey or router. If you offer B2B samples what are the procedures there, if any?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

2-4. 本人確認

アクセスパネル会員のなりすましや多重登録を排除するために、本人の身元確認方法を明確にして実施する。  
本人確認の方法について、クライアントの求めに応じて開示する。

注)身元確認の方法には、氏名、生年月日、住所、電話番号の重複チェック(名寄せ) / メールアドレスで確認 / パスワード、メールアドレス、誕生日等の複数情報によるログイン / 銀行口座の登録などがある。

◆当社基準

Japan Cloud Panel	
<p>自社運営パネルのinfoQでは、銀行口座、商品券発送などモニターの報酬の受け渡しタイミングで本人確認を実施しています。また、提携先パネルに関しては、提携先の基準に基づき、身分確認を行っています。 パネルミックスの場合は、登録されているメールアドレスの重複チェックの他に、複数の属性情報と照らし合わせて重複チェックを行うことで、自社保有パネルinfoQと提携先パネルとの間に重複のない状態を常に保っています。</p>	
GMO Research Network Panel	Japan Doctor Cloud Panel
<p>パネルパートナーのパネル管理方針を事前に確認しています。例えば、個人情報に関する規定が厳しくない国に関しては、国の住所データベースと登録情報を照合することで、登録情報が不正でないかどうかのチェックを行っている場合もあります。また、身分証明書を発行している国については、国の規定に反さない限り、身分証明書と登録情報を照合することでチェックしています。</p>	<p>パネル内重複はありません。すべて日本アルトマークとの連携による医師確認を実施しています。さらに全てのモニターの職場へ郵送またはFAXでログインする為のパスワードを送付し、確実な本人確認を行っております。</p>

2-3. パーミッション

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

- C(1)調査組織は以下を遵守する必要がある。
- (a)モニターに彼らがパネルの一部であることを開示すること。
  - (b)モニターに関する情報を収集、保管する前に、モニターから同意を取得すること。
  - (c)モニターがリクルートされたソースを含めたモニターリクルートに関わる適切な履歴の収集および保存。
  - (d)モニターの活動情報を収集、保管すること。

C(7)調査組織は調査目的と顧客要求に適切に応じるサンプルソースを慎重に選定すべきである。全てのサンプルソースは、調査の参加者がアンケート参加意向がある、または、調査のために連絡されるのをほどこく期待している、という要求を満たさなければならない。

◆JMRAガイドライン

2-2. アクセスパネルの登録

登録希望者には、アクセスパネルの規約を提示し、参加を同意した場合にのみ、登録を受け付けること。

4-8. クッキーについて

クッキーを使用する場合は、使用していることとその理由を、アクセスパネル登録時あるいは調査開始前に対象者に明記して伝えること。  
 目的は、回答の妥当性を確認するためか、同じ質問を繰り返すことによる回答者の負担を軽減することに限られ、その旨を明記すること。  
 またブラウザの設定を調整することで、クッキーの受け入れに関して警告を出したり、クッキーを削除できることを明記すること。

◆当社基準

GMO Research Network Panel

自社保有パネルinfoQでは、調査専用の登録である事を伝えています。提携先パネルでも協力の同意を取得した上で会員登録を受け付けている事を確認しています。  
 ※同意を取得していない会員は登録受付をしていません。  
 また、自社保有パネルinfoQでは、調査に興味・関心のある会員を集めています。会員登録をしてもらう際は、個人情報保護体制への同意、クッキーの使用についての同意、年齢制限、市場調査関連に勤務していないことなどGMOリサーチが規定した登録要件を確認していただいたうえで、会員登録をお願いしています。また、配信されるアンケートは全て市場調査を目的としたアンケートであることを明確にし、且つ虚偽回答など禁止行為に対する弊社の罰則などを理解していただいたうえで、市場調査への自主的な参加を促しています。また会員登録される方々には事前に、調査協力へのインセンティブとしてオンラインバンキングや商品券などに交換できる「ポイント」が付与されることを告知しています。  
 提携先パネルにおいても、事前に調査協力の同意取得を行われていることを事前に確認しています。

2-4. ダブル・オプトイン

◆ESOMAR28
23. すべてのオンラインサンプルソースについて、市場調査のオプトインプロセスについてお聞かせください。 Please describe the 'opt-in for market research' processes for all your online sample sources.
◆CASROコード (該当なし)
◆JMRAガイドライン (該当なし)
◆当社基準
Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel
<p>自社保有パネルinfoQでは、以下の3つのステップでダブル・オプト・インを実施しています。 Step 1:登録画面からメールアドレス、氏名、年齢、居住地域といった属性情報を入力してもらい、登録メールアドレス宛てに確認メールを配信Step 2:メール内に掲載されているURLをクリックしてもらうことで、メールアドレスの有効性を確認Step 3:URLをクリックしてもらうことで本登録が完了Step 3まで終了した本登録者にのみ、アンケートの配信が可能になります。また、会員となった方々が希望すれば、いつでも退会できるようになっています。 提携先パネルに関しても、すべて、ダブル・オプト・インを採用し会員獲得していることを確認しています。</p>
GMO Research Network Panel
<p>提携先パネルが、ダブル・オプト・インを採用していることを提携時の基準の1つとして設けており、海外のパネルパートナーはすべてこの方法を採用しています。</p>

2-5. 多重登録管理

◆ESOMAR28	
6. 特別なプロジェクトにおいて、他のプロバイダからのサンプルを使用して、自社のサンプルを補完する必要がある場合、どのようにしてパートナーの選定を行いますか？それは、サードパーティーのプロバイダを使用する際、事前にクライアントに通知するための自社のポリシーですか？ If, on a particular project, you need to supplement your sample(s) with sample(s) from other providers, how do you select those partners? Is it your policy to notify a client in advance when using a third party provider?	
◆CASROコード (該当なし)	
◆JMRAガイドライン (該当なし)	
◆当社基準	
Japan Cloud Panel	
<p>提携先パネルの選定には、インターネット人口構成比にあわせるように不足セグメントに強い媒体を中心にパネル提携を実施し構築しています。(例えば10代の不足を補う為に10代に強い媒体と提携する等) パネルミックスの手法を取り入れることにより、媒体特性による偏りを排除したサンプリングが可能となっています。パネルミックスにおける多重登録防止としては、日次で全モニターの登録メールアドレスの重複チェックの他に、自主的全数調査(属性調査)回答者から複数の属性情報と照らし合わせる方法を採用しており、常に利用パネルは重複のない状態に保っています。 &lt;重複チェック基準&gt; 1. パネル内のメールアドレスによる重複チェック 2. 定期自主的全数調査(属性調査)回答者から取得した「性別」、「生年月日」、「郵便番号」での重複チェック</p>	
GMO Research Network Panel	Japan Doctor Cloud Panel
ESOMAR 28の回答から各パネルパートナーの会員登録基準を確認しています。	パネル内重複なし。すべて日本アルトマークとの連携による医師確認を実施しています。

2-6. モニターの退会

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

C(4)自分自身の意向に従って、モニターは簡単な方法でパネルから退会できなければならない。退会の手続きは可能な限り迅速に完了できなければならない。また、退会されたモニターは今後のリサーチ活動に利用されてはならない。

◆JMRAガイドライン

2-11. アクセスパネル会員の退会について  
 アクセスパネルへの参加は任意である。したがってアクセスパネル会員が退会を申し出た場合は、すみやかに退会の手続きを行い、可能な限り早くアクセスパネルから除外されなければならない。

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

各媒体で登録、退会は自由に行えるようになっていきます。ただし、パネルミックスのためモニターの退会処理の反映には原則1日、最大8日以内で行います。  
 退会されたモニターに対しては、上記の退会処理反映以降、全てのアンケート配信を中止します。

GMO Research Network Panel

退会処理は提携先パネルによって異なりますが、ESOMAR28の回答から各パネルパートナーのモニターの退会基準をすべて確認をした上で提携をしています。

2-7. 登録可能年齢

◆ESOMAR28

28. 子供や若者とのオンライン調査を実施していますか？もし実施しているなら、ESOMARの提供する標準に準拠しますか？たとえば米国ならCOPPAのような、他のルールや標準は遵守しますか？

Do you conduct online surveys with children and young people? If so, do you adhere to the standards that ESOMAR provides? What other rules or standards, for example COPPA in the United States, do you comply with?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

2-9. 子供(※)への調査  
 中学生以下の子供がアクセスパネルに登録する場合、親もしくは保護者の同意を得なければならない。  
 また、中学生以下の子供に調査を依頼する場合、その都度親または保護者あての告知文をウェブサイト上に掲載するか、直接電子メールを送信し、同意を求めなければならない。

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

15歳以上でかつ義務教育を修了した人のみモニターとして調査に参加することができるようになっていきます。そのため、15歳未満を対象とした調査の場合は、15歳未満の子供を持つモニターに調査依頼を行い、親の同意のもと子供に回答していただいています。15歳未満の子供を抱えるモニターであるかどうかについては、定期的に行われる自主的全数調査(属性調査)の結果によって特定することができるため、このような調査依頼があった場合は、これらのモニターに直接調査依頼を行うことでサンプル回収を可能にしています。  
 以上の基準は、「こどもに対する調査には特別の注意を払わねばならない」「事前に親または信頼できる保護者の同意を得なければならない」とするICC/ESOMARコードに準拠しています。

GMO Research Network Panel

ESOMAR28の回答から各パネルパートナーが各国ごとの法律または市場調査の規定に基づいて運用していることを確認しています。

### 3. 取得属性基準

#### 3-1. 取り扱い可能属性

◆ESOMAR28

12. 回答者のプロフィール情報は何を保有していますか？それはどのようにして取得しますか？これはサンプルソース間でどのように異なりますか？どのようにしてアップデートされ続けますか？もし関連するプロフィールデータを何も持っていない場合、どのようにして低い出現頻度のプロジェクトに対処しますか？

What profiling data is held on respondents? How is it done? How does this differ across sample sources? How is it kept up-to-date? If no relevant profiling data is held, how are low incidence projects dealt with?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

2-3. アクセスパネル属性と構成

アクセスパネルは、抽出方法と手順とともにその基本属性(性別、年齢、居住地、職業等)が特定できることが必要である。

◆当社基準

Japan Cloud Panel	
<p>■会員母数から配信可能 性、年齢、都道府県</p> <p>■回答者から配信可能 自主的全数調査(属性調査)にて詳しい属性を取得。 郵便番号 政令指定都市 未既婚 居住形態 自動車免許 携帯電話会社 その他200項目以上</p> <p>(※モニターの情報更新については、3-2「登録属性の更新」を参照)</p>	
GMO Research Network Panel	Japan Doctor Cloud Panel
<p>日本国内同様年齢、性別、地域に関する基本属性に加えて、各社さまざまな詳細な属性情報を保有していることを確認しています。</p>	<p>■会員母数から配信可能 性、年齢、都道府県 診療科目、専門医資格、勤務形態、医師経験年数</p>

3-2. 登録属性の更新

◆ESOMAR28

12. 回答者のプロフィール情報は何を保有していますか？それはどのようにして取得しますか？これはサンプルソース間でどのように異なりますか？どのようにしてアップデートされ続けますか？もし関連するプロフィールデータを何も持っていない場合、どのようにして低い出現頻度のプロジェクトに対処しますか？

What profiling data is held on respondents? How is it done? How does this differ across sample sources? How is it kept up-to-date? If no relevant profiling data is held, how are low incidence projects dealt with?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

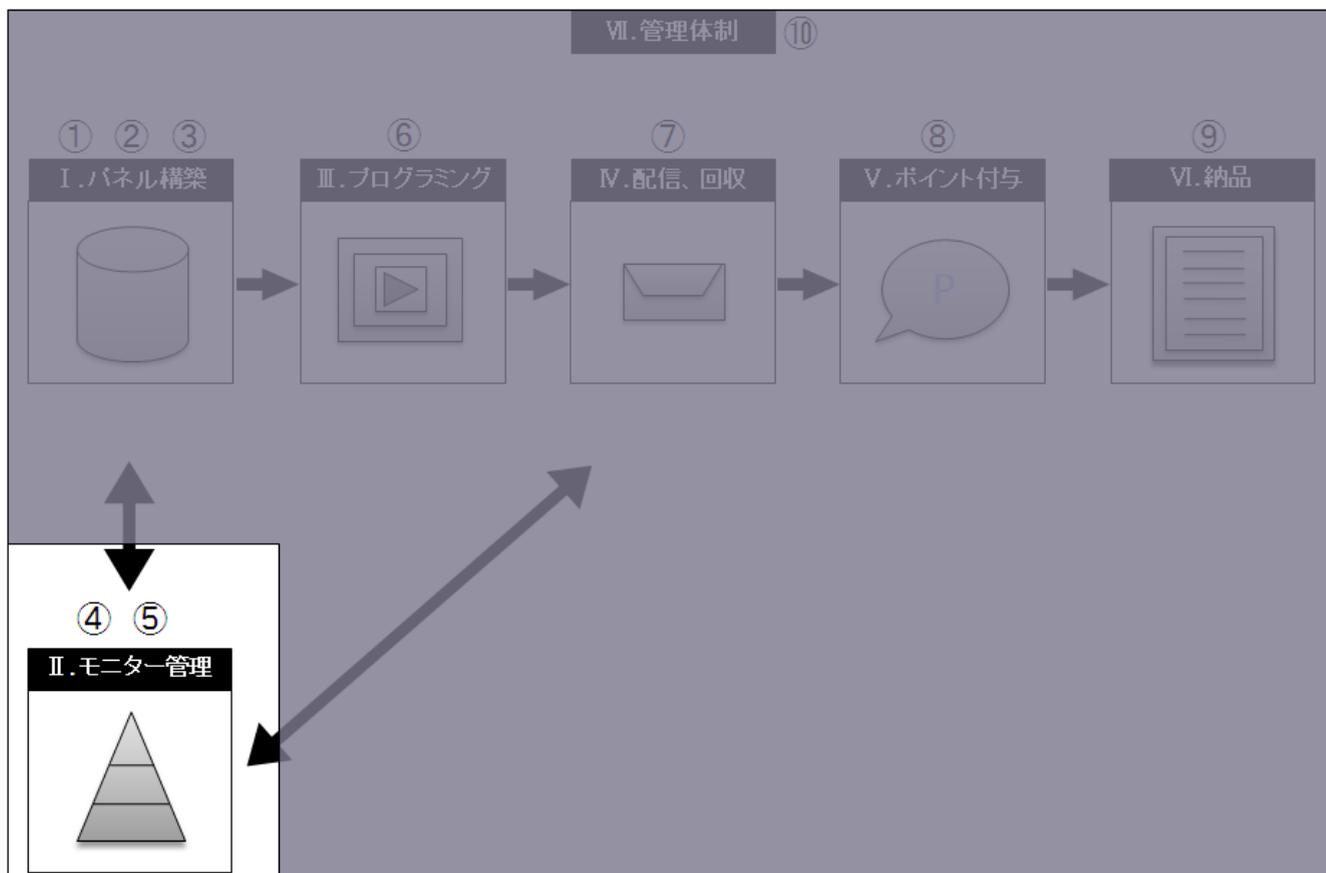
(該当なし)

◆当社基準

Japan Cloud Panel	
<p>1年に1度以上の登録情報の更新の働きかけを実施しています。また、詳細属性に関しては3か月に1度の自主的全数調査(属性調査)にて更新しています。</p> <p>(※保有しているモニター情報については、3-1「取り扱い可能属性」を参照)</p>	
GMO Research Network Panel	Japan Doctor Cloud Panel
<p>ESOMAR28の回答から各提携先パネルの情報更新についてはすべて確認をしています。</p>	<p>1年に1度以上の登録情報の更新の働きかけを実施しています。</p>

## Ⅱ. モニター管理

④不正回答防止基準	.....	P.20
⑤モニターステータス管理基準	.....	P.22



## 4. 不正回答防止基準

### 4-1. オンライン調査での不正回答防止

#### ◆ESOMAR28

22. 回答者の同一性を確認する手順を持っていますか？不正な回答者を検出するための手順を持っていますか？これらがサンプルソースの登録および(または)調査にエントリーするポイントまたはルータにおいて実行されるとして、これらの手順についてお聞かせください。もしB2Bサンプルを提供しているのであれば、何かそこに手順がありますか？もしあればお聞かせください。

Do you have a confirmation of respondent identity procedure? Do you have procedures to detect fraudulent respondents? Please describe these procedures as they are implemented at sample source registration and/or at the point of entry to a survey or router. If you offer B2B samples what are the procedures there, if any?

18. 誰にデータの品質チェックに対する責任がありますか？もしそれがあなたであれば、あなたは調査内における望まれない行動を低減する、または除去するための適切な手順を有していますか？

なお、望まれない行動とは以下のようなものです。(a)でたらめな回答、(b)論理的でない、または一貫性のない回答、(c)「回答しない」項目(たとえば「わからない」)の使いすぎ、(d)スピーディング(早すぎる調査の完了)。これらの手順についてお聞かせください。

Who is responsible for data quality checks? If it is you, do you have in place procedures to reduce or eliminate undesired within survey behaviours, such as (a) random responding, (b) Illogical or inconsistent responding, (c) overuse of item non-response (e.g. "Don't Know") or (d) speeding (too rapid survey completion)? Please describe these procedures.

#### ◆CASROコード

(該当なし)

#### ◆JMRAガイドライン

##### 2-7. 不適格なアクセスパネル会員の除外

アクセスパネルの品質維持のため、調査アクセスパネルとしてふさわしくないアクセスパネル会員の特定や除外する基準を設けて、適宜実施する必要がある。不適格なアクセスパネル会員の除外に関する自社基準を、クライアントの求めに応じて開示する。

注) 自社基準として以下のような項目が考えられる。

- ①メールアドレスが存在しない。
- ②一定期間、調査に協力しない。
- ③不正回答が複数回にわたって見受けられる。

##### 4-7. 調査実施における注意事項

不正回答の基準を決め、集計対象から外すべきである。

◆当社基準

GMO Research Network Panel

不正回答者に対しては以下の基準で管理を実施しています。

■不正回答者区分

- ①不正回答者(イエローカード)  
過去180日間に弊社の定める不正回答基準で不正と認められたモニター
- ②不適格者(レッドカード)  
不正回答フラグ(イエローカード)が180日に3つ以上のモニター  
3か月に1度実施するトラップアンケートで、不正回答が見られたモニター

■不正回答基準

- ①回答属性虚偽  
基本3属性において2個以上の不一致が見られるモニター・性別・年齢(生年月日)・都道府県  
同一モニター(ID)による複数回答
- ②回答虚偽(事前⇄本)  
行ったことがある、買ったことがあるなど明らかな事実データで回答のズレが見られるモニター。
- ③不真面目  
・FAにローマ字、記号のみ・FAに無意味な単語・2つ以上のMAで同じところにフラグ・同一アンケート内での論理矛盾(簡単なトラップ)

■管理方法と管理周期

不正回答者に正しい回答方法を教えるための教育アンケートとその直後不適格者を判定するためのトラップアンケートを3か月に1度実施します。

■対策

不適格者(レッドカード)になると永久除外とする。

■管理実施者

データの品質チェックはオペレーションおよびパネル管理の専門部署が、一定の社内基準に沿って実施しています。

■海外パネルについて

不正回答者に関しては、日本と同様に、年に4回イエローカードモニターに教育・トラップアンケートを実施しています。

4-2. オフライン調査での不正回答防止

◆当社基準

GMO Research Network Panel

オフライン調査については、クライアントから情報収集を行い、GMOリサーチで悪質と判断したモニターは不適格モニター(レッドカード)とみなし、永久除外としています。

## 5. モニターステータス管理基準

### 5-1. 有効モニター定義

#### ◆ESOMAR28

(該当なし)

#### ◆CASROコード

(該当なし)

#### ◆JMRAガイドライン

2-8. アクセスパネル会員数の公開  
原則として、調査協力に関する本人の意思の確認を定期的に行い、それをアクセスパネル会員数として一般に公開する。

#### ◆当社基準

##### Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

重複者、不正回答者(レッドフラグ)、退会者、バウンス(メール不通)者以外のモニターを有効モニターとして取り扱っています。  
自社保有パネルinfoQでは、年間入会率が約20%に対し自然減を含む退会率が約17%のため、モニターの大きな増減はほとんどないが、年間のパネル維持率は約105%となっています。その内訳としては、生活環境の変化等を理由に自主退会する会員が6%、不正回答を行うなど弊社の品質管理基準に反した会員への強制退会が1%、登録されているメールに一定期間届かないことによる一時配信無効会員が10%となっています。

##### GMO Research Network Panel

入会率、自然減を含む退会率、パネル維持率を把握しているかどうかを事前に確認したうえで、戦略的パートナーシップを結ぶよう努めています。具体的な海外モニターの減少率は、国によって変動しますが、25~35%となっています。これは、主に1年間モニターサイトへログインしていないモニターをカウントすることで得られている数字です。

### 5-2. アクティブモニター定義

#### ◆ESOMAR28

(該当なし)

#### ◆CASROコード

C(8)調査組織は可能な限り高い調査品質を達成するため、パネルを管理しなければならない。これには、変動しているパネルモニター人数を管理し、非アクティブモニターを削除するなどの手段を含む。

#### ◆JMRAガイドライン

(該当なし)

#### ◆当社基準

##### Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

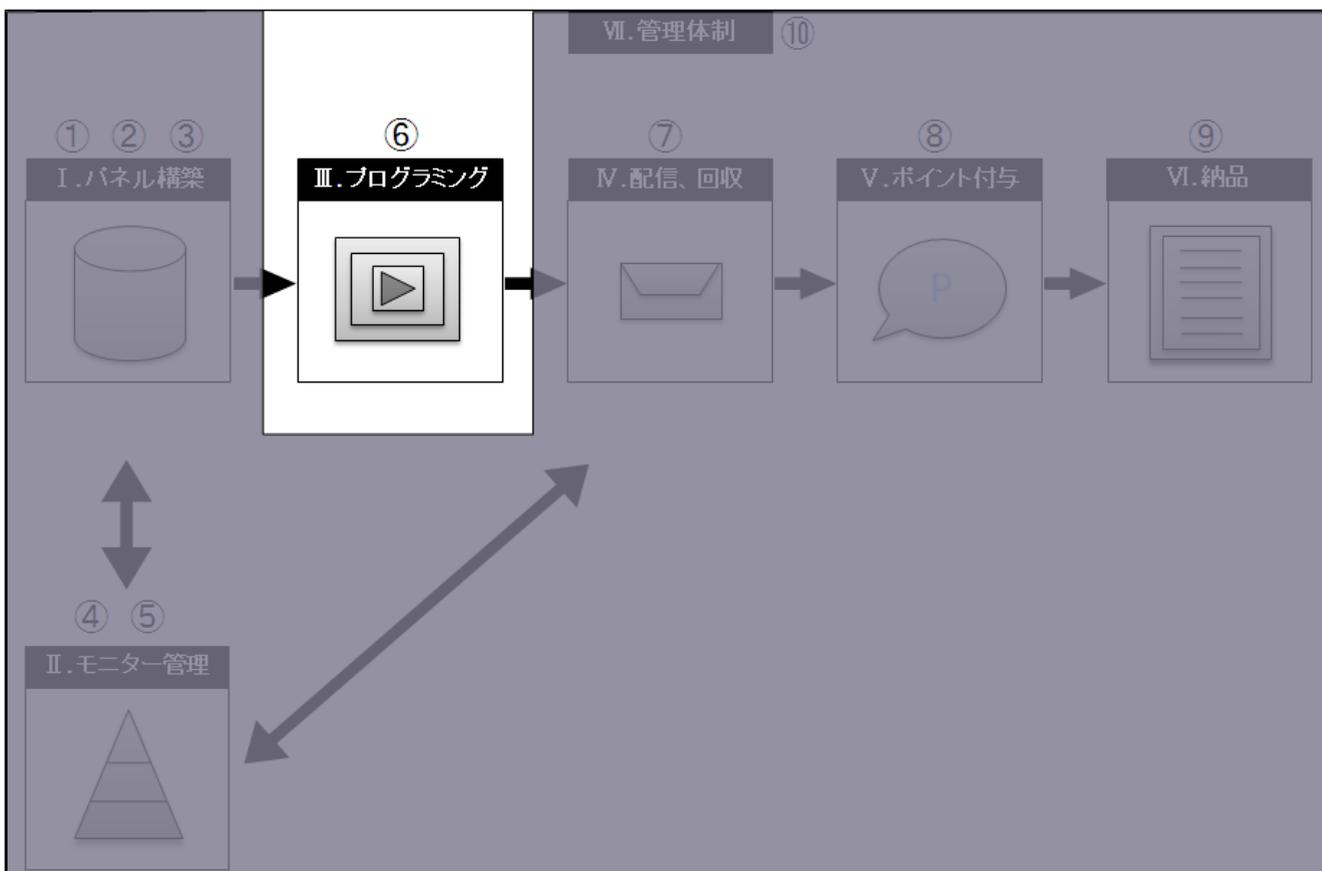
180日以内に1度以上のサービス利用のアクティビティのあるモニターをアクティブと定義し管理しています。  
(※アクティビティとは回答なし、モニターサイトへのログインを指します。)  
通常アクティブでないモニターには配信しません。

##### GMO Research Network Panel

半年から1年の間に1回調査を回答したモニターはアクティブの対象になります。

### Ⅲ. プログラミング

⑥プログラミング管理基準 ..... P.24



## 6. プログラミング管理基準

### 6-1. アンケート画面のプログラミングについて

#### ◆ESOMAR28

26. オンラインリサーチにおいて、商業的にセンシティブなクライアントデータや資料を、調査回答者に対して提示すべきかどうか決めるため、どういった慣例に従いますか？

What practices do you follow to decide whether online research should be used to present commercially sensitive client data or materials to survey respondents?

#### ◆CASROコード

(該当なし)

#### ◆JMRAガイドライン

##### 3-1. 調査設計

リサーチャーはアクセスパネルを利用したインターネット調査の限界を認識して調査を設計すること。クライアントに対しても誤解を与えぬように説明しなければならない。

##### 3-3. 調査票の作成

調査票は、一般的なユーザーが使用していると考えられる基本ソフト(OS)やブラウザの種類、バージョンで表示でき、回答を入力できるものでなければならない。

##### 4-9. 画像や動画の取扱いについて

調査票あるいは調査の提示物として画像や動画などを利用するときは、その著作権に十分留意すること。

#### ◆当社基準

#### GMO Research Network Panel

##### ■調査票の精査

クライアントから頂いた調査票に実現不可能なロジックはないか、モニター問合せ対応業務により蓄積された知見により文言が適切かをチェックシートを用いて確認を行い、調査票を確定させます。また、画像・動画といったクライアントデータや資料を調査回答者に提示する場合は、すべてクライアントの指定に従います。また、提示する際にはマウス操作でデータを取得できないよう、プロテクションを行っています。

##### ■プログラミング

クライアントから頂いた調査票の指示通りに画面作成を行いません。人為的なミスを防ぐため、プログラミング担当が作成・確認を行った後、別の担当が調査票とアンケート画面に相違点がないかを確認するダブルチェック体制を採用しています。この際、プログラミングにおいて注意すべき項目を列記したチェックシートを利用し、精度を高めています。

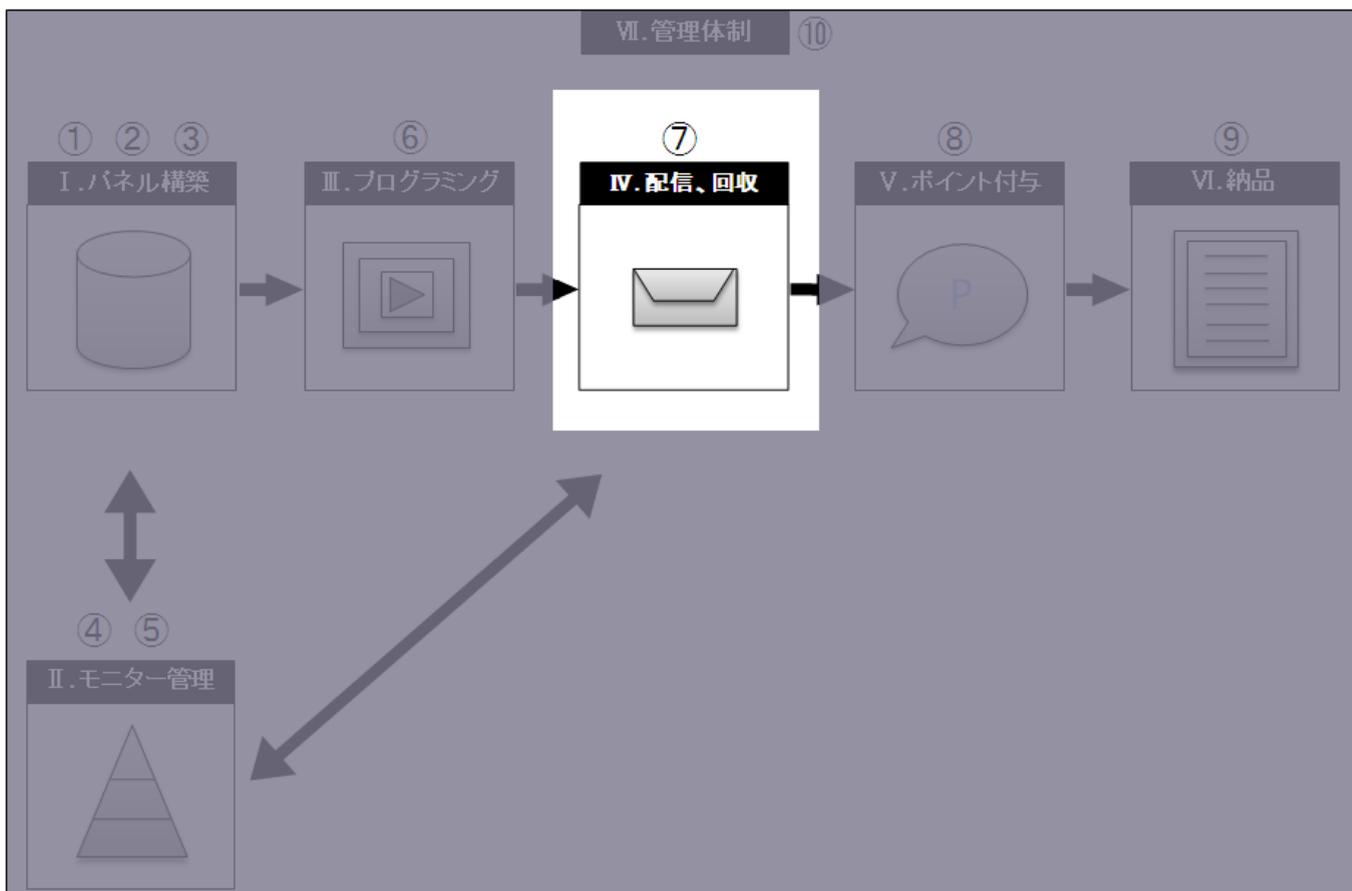
##### ■テスト回答

配信時には必ず、モニターと同様の環境から回答を行い、動作に不備がないかを確認をしています。

## IV. 配信、回収

⑦ 配信管理基準

P.26



## 7. 配信管理基準

### 7-1. 配信数の制御

#### ◆ESOMAR28

19. コンタクトに応じる、応じないに関わらず、特定の期間内で同じ個人にどのくらいの頻度で、調査に参加するためのコンタクトをとることができますか？これはサンプルソース間ではどのように異なりますか？

How often can the same individual be contacted to take part in a survey within a specified period whether they respond to the contact or not? How does this vary across your sample sources?

20. どのくらいの頻度で、同じ個人が特定の期間内で調査に参加することができますか？これはサンプルソース間ではどのように異なりますか？どのようにしてカテゴリ内および（または）期間内で管理しますか？

How often can the same individual take part in a survey within a specified period? How does this vary across your sample sources? How do you manage this within categories and/or time periods?

#### ◆CASROコード

C(6) 調査組織は、メール勧誘またはその他のインターネットを通じた招待を対象となる調査対象者へ送るとき、招待数を制限するステップを踏む必要がある。それは、与えられた対象者リスト（またはパネル）によって、繰り返しリクルートや調査参加することを原因としたモニターの迷惑や回答の偏りを避けるためである。

#### ◆JMRAガイドライン

##### 2-6. 調査インターバル

特定のアクセスパネル会員が頻繁に調査に回答したり、調査依頼が特定のアクセスパネル会員に偏ったりすることによるバイアスを防ぐため、一ヶ月あたりの依頼回数の上限を設けるなど、インターバルに留意する。また、インターバルについては、クライアントの求めに応じて開示する

#### ◆当社基準

##### Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

平均的なアンケート依頼頻度は、月間で約4～5回となっております。調査目的や調査対象者属性などによって、多少配信されるアンケートの量に偏りが生じることもありますが、なるべくすべてのモニターに定期的に調査へ参加してもらえよう、3ヵ月に一度必ず全数配信による自主調査を実施し、調査への参加機会を提供しています。パネルパートナーにも、自社保有のパネルに対する自主調査の実施依頼を行っており、infoQモニターだけでなく、提携先パネルのモニターにも平等に調査回答の機会を与えるようにしています。またトラッキング調査などでクライアントから前回同じ調査に参加したモニターを避けてアンケート配信を行いたいという依頼があった場合、モニターの回答履歴をもとに配信制御を行っています。

##### GMO Research Network Panel

各国の状況に応じ、パネルパートナーが設定する基準を事前にチェックし、その基準に基づいて配信コントロールを行っていることを確認した上で提供しています。

7-2. 協力率、脱落率の把握

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

調査時間の長短により脱落率は変動しますが、調査を開始したモニターの脱落率は1%~10%程度です。自社保有パネルinfoQでは、配信数に対する調査協力率は、通常30%~40%となっています。提携先パネルに関しては、パネルによって多少の違いはありますが、20~40%の協力率になっています。ただし、属性調査で取得した詳細属性を使用する場合、60%~80%と非常に高い調査協力率を保っています。GMOリサーチでは、特定の基本条件に該当するサンプルの回収見込み数を算出することができるシステムを導入しており、クライアントへ具体的な回収数をお伝えすることが可能になっています。

GMO Research Network Panel

協力率や回答率を社内で把握していることを事前に確認しているため、クライアントからの要望があれば提供することが可能です。

◆ESOMAR28

3. 複数のサンプルソースからサンプルを提供した場合、妥当性を保証するため、どのようにして異なったサンプルソースをブレンドしていますか？信頼性を提供するため、時間が経過した後このブレンドをどのようにして再現できますか？ソースをまたいだ回答者の重複可能性に対して、どのように対処しますか？

If you provide samples from more than one source: How are the different sample sources blended together to ensure validity? How can this be replicated over time to provide reliability? How do you deal with the possibility of duplication of respondents across sources?

7. 対象となる母集団の代表的サンプルを達成するためには、どんなステップを踏みますか？

What steps do you take to achieve a representative sample of the target population?

◆CASROコード

C(7)調査組織は調査目的と顧客要求に適切に応じるサンプルソースを慎重に選定すべきである。全てのサンプルソースは、調査の参加者がアンケート参加意向がある、または、調査のために連絡されるのをほどよく期待している、という要求を満たさなければならない。

◆JMRAガイドライン

3-2. 対象者の抽出

当該調査の目的にそった、再現性のある対象者の抽出を行う。

2-6. 調査インターバル

特定のアクセスパネル会員が頻繁に調査に回答したり、調査依頼が特定のアクセスパネル会員に偏ったりすることによるバイアスを防ぐため、一カ月あたりの依頼回数の上限設定を設けるなど、インターバルに留意する。またインターバルについては、クライアントの求めに応じて開示する。

4-3. データの回収方法

データの回収方法は、原則として調査期間設定型をしようする。ただし、既存のデータにより回収数や出現率が推測できる場合は、回収数設定型の使用も可能である。この場合、調査依頼の配信数を適切にコントロールする必要がある。調査期間設定型の調査では、指定した調査期間内の回答をすべて受け付ける。

(※調査期間が短すぎると、回答者に偏りが生じる可能性が高まることを留意する。)

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

基本属性(性別、年齢、居住地など)から対象者の絞り込みが可能。また、基本属性以外に、詳細な属性情報をもとにピンポイントでアンケート依頼を行うことも可能になっています。※保有している特別パネルに関する情報については「3-1. 取り扱い可能属性」を参照。またアンケートを配信する際は、独自のランダム化機能を備えたシステムで対象者をランダム抽出して配信しているため、特定のモニターにアンケート依頼が偏らないようになっています。また、トラッキング調査などを実施する際は、モニターごとに保有する過去の調査参加履歴をもとに、同調査への参加経験の有無を確認し、参加経験のあるモニターへは配信を行わないなど配慮しています。GMOリサーチでは、クライアントの希望日や希望時間帯にアンケート配信ができるよう、タイマー配信の機能を備えています。また、依頼メールの配信時間に幅を持たせることで特定の時間に配信が集中することを避け、偏りが起こらないようコントロールしています。複数の提携先パネルの併用については、定期的な検証を実施して、再現性が損なわれないようバイアスを監視しています。

GMO Research Network Panel

それぞれの国のライフスタイルに最も適した配信基準に基づいて、配信依頼をしています。一方で、追跡調査やタイマー配信については、日本国内のみならず海外の調査でもクライアントのリクエストに応じて、グローバルレベルで対応することが可能です。

7-4. アンケート回答履歴の管理

◆ESOMAR28

15. 自身のリソースを用いて、実現可能性を正確に見積もるために、プロジェクトについて何の情報が必要ですか？  
What information about a project do you need in order to give an accurate estimate of feasibility using your own resources?

21. 各モニターの回答履歴や登録情報などをデータとして保有していますか。また、それらのモニター情報を提供することはできますか。  
Do you maintain individual level data such as recent participation history, date of entry, source, etc., on your survey respondents? Are you able to supply your client with a project analysis of such individual level data?

◆CASROコード

C(9)調査組織はアンケート履歴と調査目的で独占的に使用されるメールアドレスを維持する必要がある。

◆JMRAガイドライン

4-3. データ回収方法  
データの回収方法は、原則として調査期間設定型を使用する。ただし、既存のデータにより回収率や出現率が推測できる場合は回収数設定型の使用も可能である。この場合、調査依頼の配信数を適切にコントロールする必要がある。  
調査期間設定型の調査では、指定した調査期間内の回答をすべて受け付ける。

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel
<p>全てのモニターの過去180日以内の調査データや登録情報などをデータベースに管理しています。また、180日以上前のデータについてもバックアップを取っている為、1年以上前にもさかのぼってデータ取得可能です。登録情報については、個人が特定できない範囲の情報(性別、年齢、居住地)に関しては提供することが可能です。また、回答履歴についても回答データを保存しているため、クライアントからの要望によって提供することができます。また現在GMOリサーチでは、さまざまな回答履歴データを基に算出された数値を用い、精度の高い回収可否判断システムをクライアントへ提供しています。 回収可否判断システムが正確な数値を出すためには、回収予定数、回収までの時間、対象者の基本属性(性・年代・地域)、詳細属性(製品・サービスの利用状況他)といった、プロジェクトにおけるサンプル情報が必要です。</p>
GMO Research Network Panel
<p>モニターの回答履歴に基づきトラッキング調査のできるパネル、且つ回答履歴の提出に応じてくれるパネルのみを提供しています。</p>

7-5. アンケート依頼メールアドレス

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

C(9)調査組織はアンケート履歴と調査目的で独占的に使用されるメールアドレスを維持する必要がある。

◆JMRAガイドライン

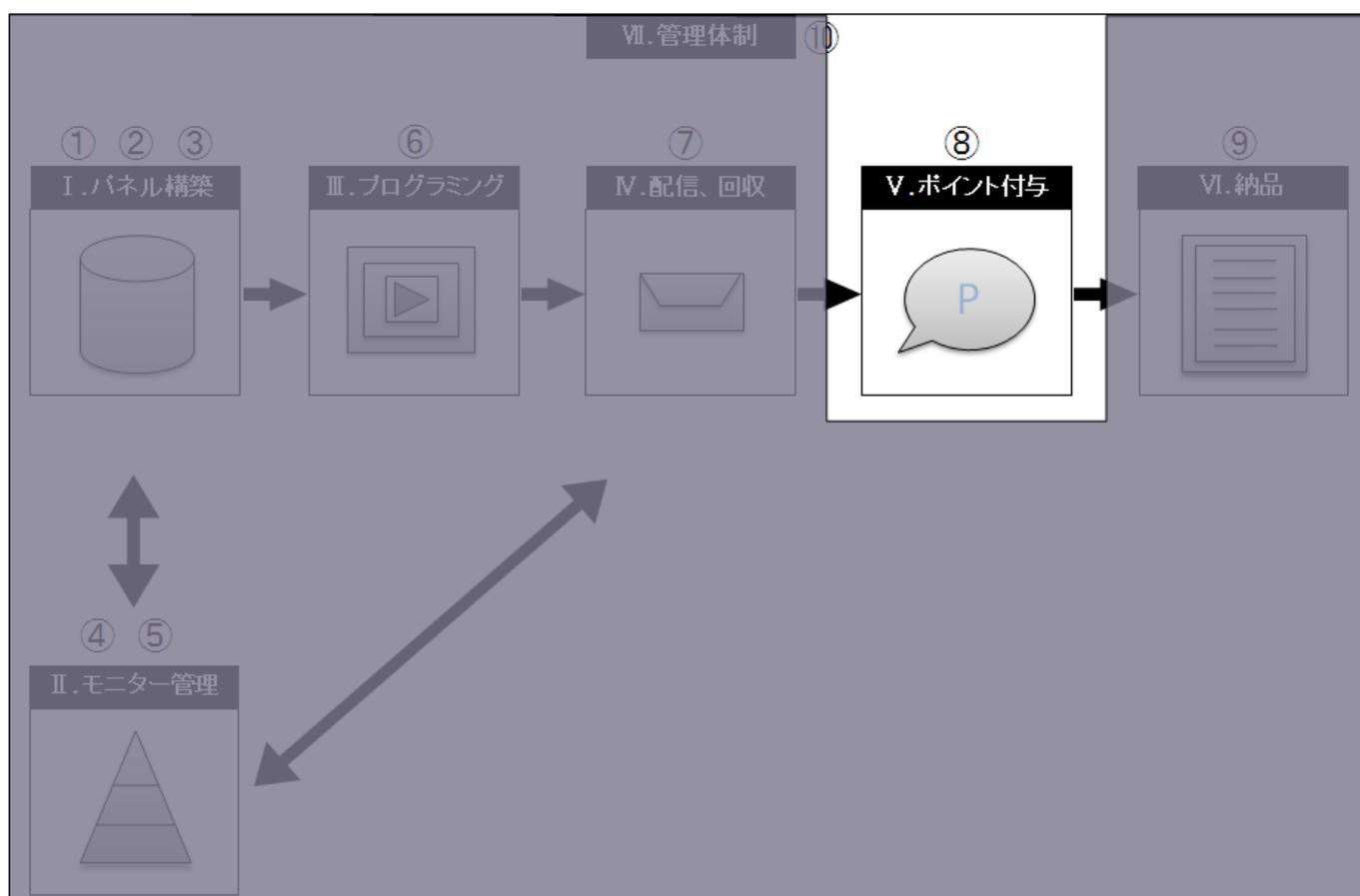
(該当なし)

◆当社基準

GMO Research Network Panel
<p>自社パネル、提携パネルの大部分は、招待メールを配信するため、独占的にメールアドレスを維持しています。</p>

## V. ポイント付与

⑧インセンティブ管理基準 ..... P.31



## 8. インセンティブ管理基準

### 8-1. ポイント付与ルール

◆ESOMAR28

14. 回答者が調査に参加することによって提示される謝礼についてお聞かせください。これはどのように(どのような条件によって)異なりますか？サンプルソースですか？インタビューの長さにはですか？回答者の特性ですか？

Please describe the incentives that respondents are offered for taking part in your surveys. How does this differ by sample source, by interview length, by respondent characteristics?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

4-4. 謝礼

謝礼は抽選ではなく、回答者全員に提供することを原則とする。止むを得ず、抽選にする場合には、当選者の人数及び当選者への連絡方法を明示しておく。

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

アンケート回答に対して付与されるインセンティブとしてポイントシステムを採用しています。また、ポイントはモニターのアンケートへの関与時間と調査内容に応じて変動するように設定されています。ポイントのレートはGMOリサーチが規定する値に則って付与されます。ポイントの種類はinfoQ、各提携先パネルによって異なりますが、調査に参加することで貯められたポイントは、現金や商品券、その他のサービスのポイントへ換金することが可能となっています。換金先は各提携先パネルによって異なります。

(※ポイント付与形態については、8-2「ポイント付与形態」を参照)

GMO Research Network Panel

提携先パネルのポイント付与ルールに則って謝礼の付与を行っています。

### 8-2. ポイント付与形態

◆ESOMAR28

14. 回答者が調査に参加することによって提示される謝礼についてお聞かせください。これはどのように(どのような条件によって)異なりますか？サンプルソースですか？インタビューの長さにはですか？回答者の特性ですか？

Please describe the incentives that respondents are offered for taking part in your surveys. How does this differ by sample source, by interview length, by respondent characteristics?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

ポイントは原則、アンケートの回答者全員にポイント付与を実施しています。自主的全数調査のみ抽選であることを明示のうえ実施しています。

(※ポイント付与形態については、8-2「ポイント付与形態」を参照)

GMO Research Network Panel

調査終了後にポイント付与または抽選対象になります。

8-3.調査ボリュームの明記

◆ESOMAR28

13. 自社の調査招待プロセスについてお聞かせください。人々がこの調査に参加するために提示される条件はなんですか？プロセス内で与えられる、プロジェクト自身についての情報はなんですか？特別な調査(またはルータ)への直接的な招待は別として、調査に対する招待のほかの目的が何であるかは、回答者に明かされますか？参加するためのすべての招待がEメールの形態をとらないことに留意してください。

Please describe your survey invitation process. What is the proposition that people are offered to take part in individual surveys? What information about the project itself is given in the process? Apart from direct invitations to specific surveys (or to a router), what other means of invitation to surveys are respondents exposed to? You should note that not all invitations to participate take the form of emails.

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

4-6. 進捗状況の明示

回答時に調査の全体像(ボリューム)がわかりにくい場合、回答者に調査の進捗がわかるように努めなければならない。

注)回答内容によって、調査ボリュームが大きく変動する場合を除いて、調査ボリュームを把握できる指標(回答所要時間あるいは質問数)をできる限り明示する。

◆当社基準

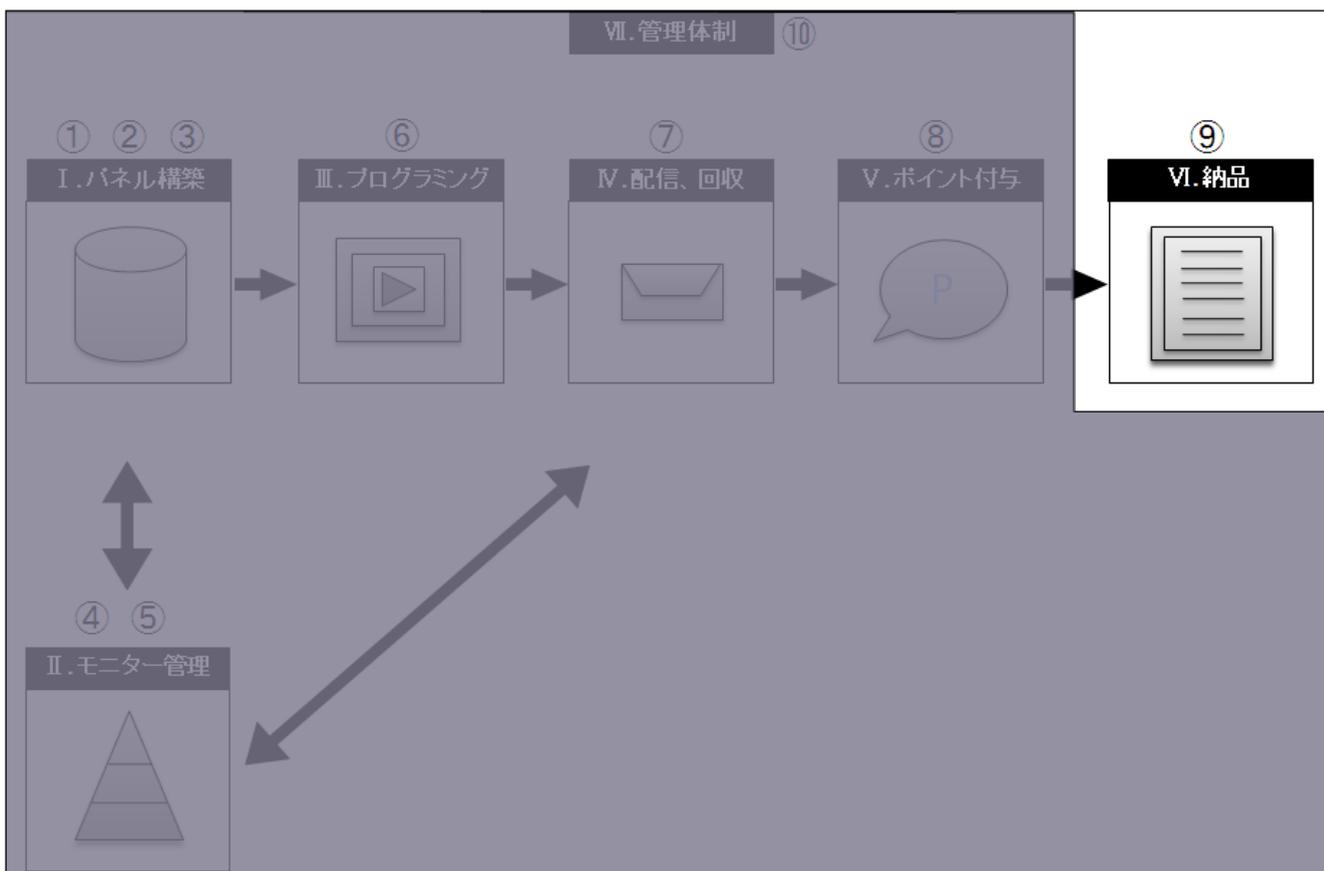
GMO Research Network Panel

調査依頼を送る際は、必ず「アンケート名」、「設問数」、「締め切り」、「付与ポイント数」について明記しています。また、ポイントが対象者全員ではなく抽選によって付与される調査の場合は、抽選内容(当選者人数、抽選予定日、抽選者告知方法など)を明記したうえで、調査依頼を配信し、モニターが参加するかどうか選択できるよう配慮しています。

## VI. 納品

⑨納品基準

P.34



## 9. 納品基準

### 9-1. 納品に関する基準

◆ESOMAR28

17. プロジェクトが終了した後、クライアントに結果を尋ねるため、どういった情報を提供しますか？

What information do you provide to debrief your client after the project has finished?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

◆当社基準

Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel

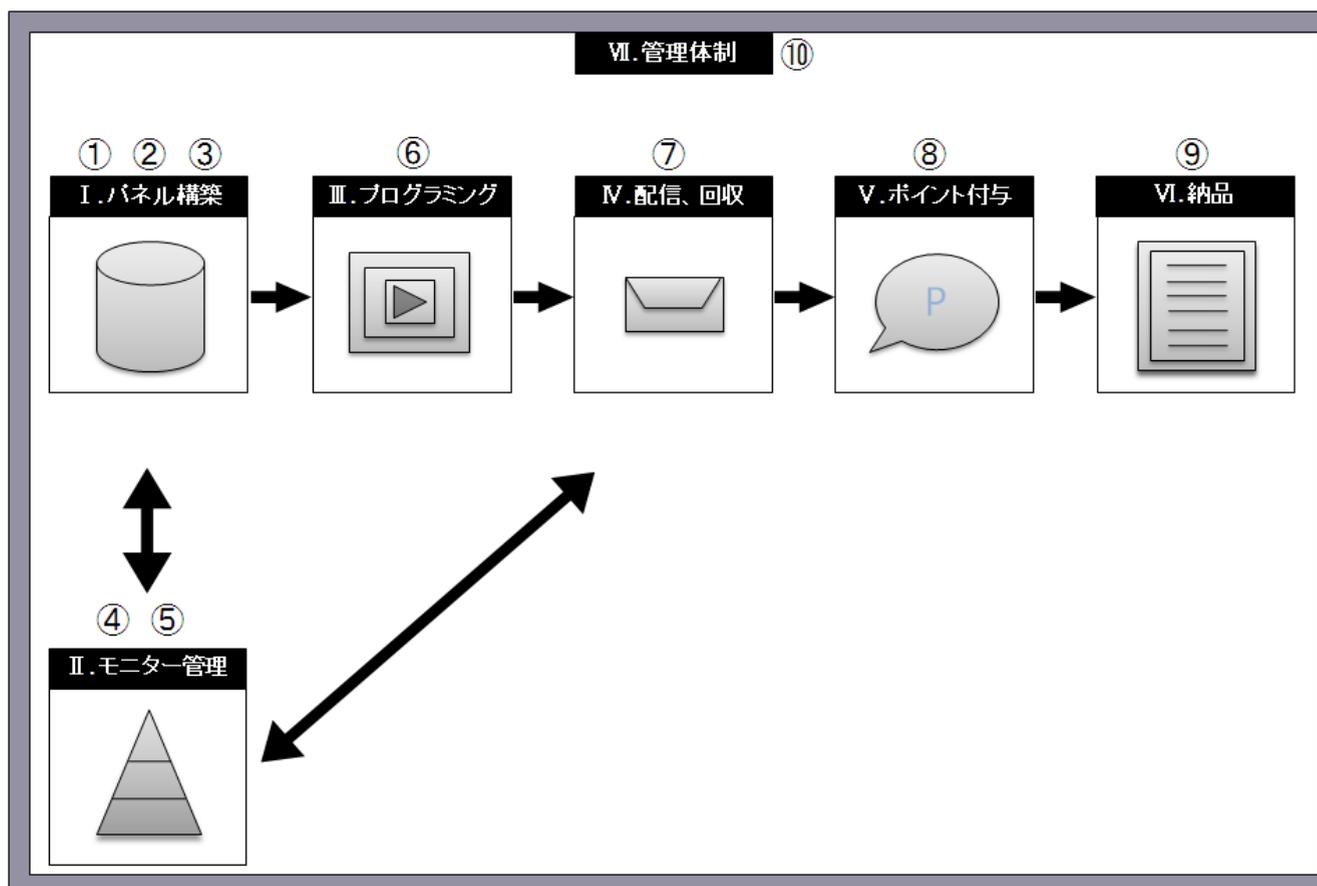
様々なアンケートシステムに簡単に接続できることを特徴の1つとしているため、取り扱うアンケートシステムはクライアント保有のものを含め多岐に渡りますが、使用するシステムによっては、回答時間や登録属性などを含めたローデータを提供することが可能になっています。クライアントのアンケートシステムで調査を実施する際は、GMOリサーチ側で調査データを確認する事が難しいため、依頼されたサンプル数よりあらかじめ20%程度多く回収するようにしております。プロジェクトの進捗状況について、調査開始時点、終了時点などの情報が自動的に送られるようシステム化されており、随時メールにてクライアントへ情報共有が行われています。また、実際の配信数、回答数ともにクライアントへ提供されるため、通常明確になりにくい実際の協力率もクライアントに把握してもらうことができます。大規模プロジェクトについては、調査終了時にクライアントと共にプロジェクトのレビュー会を実施しており、問題点の共有、分析を行い、次のプロジェクトに活かせるよう取り組んでいます。クライアントとは、プロジェクトの有無に関わらず定期的に定例ミーティングを行っており、お互いの情報や考えを共有しています。

GMO Research Network Panel

クライアントとメールや電話のやり取りするだけでなく、場合によっては現地まで訪問し、常に調査の進捗状況を共有を行っています。また日本国内同様、回答時間や配信数などを把握しているパネルパートナーとのみ提携を行っているため、要望があればそれらの情報を提供することが可能です。プロジェクトによっては、パネルパートナーの管理体制などの情報も含め、調査終了時にクライアントへ結果報告書などを作成することもあります。

**Ⅶ. 管理体制**

⑩管理体制に関する基準 ..... P.36



## 10. 管理体制に関する基準

### 10-1. 個人情報に対する取り組み

#### ◆ESOMAR28

24. プライバシーポリシーへのリンクを提供してください。どのようにして回答者へプライバシーポリシーを提供していますか？  
Please provide a link to your Privacy Policy. How is your Privacy Policy provided to your respondents?

#### ◆CASROコード

- C(5)モニターから収集したデータまたはモニターに關係するデータの利用に関するプライバシーポリシーを公開する必要がある。  
プライバシーポリシーを見つけやすく、またわかりやすくし、定期的にモニターに知らせる必要がある。  
プライバシーポリシーに関するどのような変更でも、可能な限り早くモニターに知らせる必要がある。

#### ◆JMRAガイドライン

- 4-5. 対象者への明示事項  
調査開始前に、以下の事項について対象者へ明示しなければならない。
- ①利用目的
  - ②調査実施機関名
  - ③連絡先 eメールあるいは連絡先電話番号
  - ④調査期間
  - ⑤謝礼品の有無とその種類
  - ⑥プライバシー方針

#### ◆当社基準

##### GMO Research Network Panel

弊社はプライバシーマークの保有企業です。  
モニターが安心して登録・回答を行える個人情報管理体制の環境を整備し、以下の方法にて管理・運営を徹底しております。

- ①個人情報保護マネジメントシステムのプログラムに則り個人情報管理体制を明確に確立し、社内で扱う個人情報の管理方法を整備しています。
- ②定期的に従業員に対する教育を行いスタッフが常に意識を高く持って個人情報を管理できる環境を整えています。

弊社のプライバシーポリシーは以下になります。  
<http://infoq.jp/p/docs/privacy.html>  
また、弊社のモニターはサイトのトップページよりいつでもプライバシーポリシーを参照することができます。

10-2. 情報の公開

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

- C(2)顧客の依頼によって、調査組織は以下の内容を開示する必要がある。  
 (a)パネル構成情報(パネルサイズ、カバーされる人口、アクティブモニターの定義を含む)  
 (b)モニターリクルートの実施情報  
 (c)モニター活動情報  
 (d)パネルの報酬制度  
 (e)パネル検証手法  
 (f)パネル品質の実態  
 (g)パネル状況の集計とサンプル情報の調査(回収率情報、他のリサーチにも参加したモニターに関する種別と時間帯ごとの活動、顧客や公衆への説明責任も含む)  
 (h)招待メール、スクリーニング文言、招待メールと催促の期間、および実査の期間に関する調査

C(10)調査組織がパネル(調査組織もしくはアウトソースが保有している場合を含む)を利用する際に、もしパネルがアンケート調査と直接的なマーケット活動の両方に併用される場合は、調査組織はサンプルソースを用いたマーケティングキャンペーンが実施されるという事実を顧客に開示する義務がある。それにより顧客は(調査結果に)偏りが出現する可能性を評価できる。

◆JMRAガイドライン

- 2-3. アクセスパネル属性と構成  
 自社アクセスパネルの基本属性の構成について、調査した時点を明記してクライアントなどに開示する。
- 2-5. アクセスパネル更新  
 定期的に自社アクセスパネルの基本属性に関する更新情報を一般に公開する。
- 2-8. アクセスパネル会員数の公開  
 原則として、調査協力に関する本人の意思の確認を定期的に行い、それをアクセスパネル会員数として一般に公開する。

◆当社基準

●パネルブック	
Japan Cloud Panel、Japan Doctor Cloud Panel	3か月に1度、アンケート依頼可能な会員母数の内訳をパネルブックとして公開しています。
GMO Research Network Panel	年に1度、パネルブックを作成し公開をしています。 また半年に1度、品質検証調査の結果を開示しています。

●スペシャルパネル(全数調査結果)	
Japan Cloud Panel	Japan Doctor Cloud Panel
3か月に1度、自主的全数調査での回答者数を公開しています。	—
GMO Research Network Panel	
—	

10-3. 品質管理・研究に対する取り組み

◆ESOMAR28

3. 複数のサンプルソースからサンプルを提供した場合、妥当性を保証するため、どのようにして異なったサンプルソースをブレンドしていますか？信頼性を提供するため、時間が経過した後このブレンドをどのようにして再現できますか？ソースをまたいだ回答者の重複可能性に対して、どのように対処しますか？  
If you provide samples from more than one source: How are the different sample sources blended together to ensure validity? How can this be replicated over time to provide reliability? How do you deal with the possibility of duplication of respondents across sources?
7. 対象となる母集団の代表的サンプルを達成するためには、どんなステップを踏みますか？  
What steps do you take to achieve a representative sample of the target population?
24. 不正モニターを見つけ出すために、データ品質分析や検証技術を使用していますか。またそれは、いつ、どのような技術に使われるかお聞かせ下さい。  
Do you use data quality analysis and validation techniques to identify inattentive and fraudulent respondents? If yes, what techniques are used and at what point in the process are they applied?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

- 5-1. 調査報告の記載事項  
調査の報告に際しては、調査実施の品質を評価し、調査結果の解釈についての可能性を判断するために必要な基本情報が記載されるべきである。
- ①調査の目的
  - ②調査対象: 対象者の属性とアクセスパネルの保有機関(※)
  - ③調査地域
  - ④対象者抽出方法(※)
  - ⑤調査実施期間
  - ⑥調査方式(※)
  - ⑦調査依頼発信数
  - ⑧有効回答数
  - ⑨有効回収率
  - ⑩調査実施機関
  - ⑪加重値処理(実施した場合)(※)

◆当社基準

Japan Cloud Panel	Japan Doctor Cloud Panel
<p>定期的に品質検証調査を実施し、オンライン調査の特性について日々研究しています。そして、その結果をクライアントへ公開し、調査設計などに有効に活用していただいています。</p> <p>また、プロジェクト毎にクライアントの協力を得て不正回答者のIDをフィードバックしていただいています。このようにクライアントと連携してパネル管理を行うことで、GMOリサーチ内では把握できない部分の回答品質に関しても、徹底的に管理を行っています。</p> <p>過去の実施テーマ例 第1回: パネル間の回答差異 第2回: ポイント多寡による回答差異 第3回: 調査開始時間の影響 第4回: 調査開始時間の影響追加分析 第5回: マトリクス設問による負荷 第6回: 段階評価の差異による影響</p>	—
GMO Research Network Panel	
<p>定期的に品質検証調査を実施し、オンライン調査における国ごとの特性について日々研究しています。その結果をクライアントに公開し、調査設計などに有効に活用していただいています。</p> <p>過去の実施テーマ例 第1回: 中国3媒体における回答特性の違い 第2回: アジア6カ国における回答特性の違い</p>	

10-4. 改善の取組

◆ESOMAR28

16. 回答者の満足度を測定しますか？それらの情報はクライアントが利用可能な状態にされていますか？

Do you measure respondent satisfaction? Is this information made available to clients?

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

(該当なし)

◆当社基準

●回答意欲の維持・向上

GMO Research Network Panel

定期的にCS調査を実施しています。その結果をもとにサービスの改善を推進しています。

●モニターサポート

GMO Research Network Panel

モニターからの問い合わせサポートに専任担当を設置し対応をしています。また、定期的に問い合わせの内容を検証しサービスに反映しています。

## 10-5. セキュリティ

## ◆ESOMAR28

25. データ保護およびデータセキュリティを保証するための処置についてお聞かせください。  
Please describe the measures you take to ensure data protection and data security.

## ◆CASROコード

C(3)モニターから収集したデータの管理が特に重要である。  
(a)適切な情報保護法と規約に従って、パネルは管理されなければならない。  
(c)モニターの依頼により、全ての個人情報(モニターが提供した個人情報、調査を実施した顧客によって収集された情報、または個人情報保護方針で指定されたアクセス可能な方法により取得された情報)をモニターに知らせる必要がある。モニターから正しくない、または古くなったため利用できないと指摘されたデータを可能な限り迅速に修正、または削除する必要がある。  
C(11)顧客に代わって収集したデータは守秘され、漏らされたり他の顧客に代わって提供されてはならない(顧客に対する責務でもある)。

## ◆JMRAガイドライン

- 4-1. 本人確認  
本人以外からの回答を避けるため、本人認証の手続きを踏まなければならない。
- 4-2. 重複チェック  
一人の回答者が複数回答することのないように、対策を講じなければならない。  
クッキーを使用する場合は、対象者に同意を求める。
- 6-1. 不正アクセス防止  
対象者から収集されたデータが保管されるサーバは、第三者が保管データにアクセスできないよう、システム上の予防措置を講じなければならない  
(※ファイヤーウォールの設置、データの暗号化などが一般的な方策である)
- 6-4. 人的なセキュリティ対策  
従業員などから漏えいする事がないよう、対策を立案し実行すること。
- 5-2. 調査結果の管理方法  
調査結果は一年間保存する。その際、調査データと回答者の個人情報が容易に結びつかないような形式にしなければならない。

## ◆ 当社基準

共通 (Japan Cloud Panel、GMO Research Network Panel、Japan Doctor Cloud Panel)

## ■ データセンターでの管理

地震などの自然災害や関係者以外の接触から保護するために、個人情報を含むサーバーを別の建物内にあるデータセンター内で管理しています。データセンターは、厳重にセキュリティ管理がされており、関係者であっても簡単には入場できないようになっています。

## ■ SSLの採用

グローバルサインより認証を受け、現在最も信頼性の高い暗号通信技術であるSSL (Secure Socket Layer)を採用しています。  
また、モニターが送信する情報は、インターネットへ送信する前にSSLによって暗号化し、第三者による傍受や、情報の「盗聴」、「なりすまし」、「改ざん」を防止する仕組みになっており、万全のセキュリティを確保された状態でデータベースサーバーとやりとりを行っています。

## ■ ファイヤーウォールの設置

ファイヤーウォール設置により、データの保護や不正な侵入を阻止するなどの徹底したセキュリティ対策を施しています。

## ■ アクセスの制御

個人情報を含むモニター情報へのアクセス権を、パネル管理専門部門に所属するスタッフにのみ与えられており、それ以外のスタッフはモニター情報にアクセスできないよう制御が掛けられています。また、それぞれのスタッフが1台ずつPCを保有し、席を立つときはモニターにロックを掛けることが義務づけられています。GMOリサーチのオフィス内に入る際には認証カードが必要であるため、二重、三重の保護方法で外部からデータを守っています。さらに、調査から得られた回答情報は統計データとしてのみ提供され、個人情報との結び付けが行われないよう配慮されています。

## ■ 独自の納品システム

納品データには個人情報・機密情報が含まれる事が有る為、情報保護の観点から独自システムを導入し、アクセスの制御、接続元IPアドレスの制限を実施しています。  
また、調査によっては、モニターの個人情報をアンケート上で取得することがあります。このようにアンケート上で取得した個人情報は、専用のセキュリティで保護されたネットワークフォルダ、またはパスワードの掛ったCD-ROMに保存し、クライアントへ直接手渡されます。また、アンケート上で取得されたデータは、90日以内にクライアント側で必ず削除してもらうよう、徹底した指導を行っております。

## ■ 個人情報保護方針

全ての個人情報は個人情報保護方針にしたがって管理しております。

10-6.システム信頼性、安定性、堅牢性

◆ESOMAR28

(該当なし)

◆CASROコード

(該当なし)

◆JMRAガイドライン

6-2. データの安全性の確保

調査機関は対象者がデータを入力する際、データが転送される際においても第三者がアクセスできないことを確実にするための方策を講じなければならない。

※SSL通信の利用などが一般的な方策である

6-3. システムダウンに対する備え

調査機関は停電やサーバー故障など、不慮の事態においても、データの安全性が保護されるように、システム上の措置を講じる必要がある。

※)

- ・ウィルス対策
  - ・サーバーの二重化
  - ・負荷テスト
  - ・データの定期的なバックアップ
  - ・無停電装置の設置
- などがこれにあたる。

◆当社基準

●システム信頼性、安定性

GMO Research Network Panel

24時間体制で監視を行い、サーバー、アプリケーション双方に対して常時、システムの異常(不正アクセス、サーバー負荷など)を感知するようにしている。これによりシステム障害時の早期対応が可能な体制になっています。

●堅牢性

GMO Research Network Panel

■二重化

万一機器した場合でもサービスを稼働できるように、ファイヤーウォール、アプリケーションサーバー、及び、データベースサーバーを複数台用意し、二重化を行っています。

■災害対策

データ損失を防ぐため、定期的にバックアップを取得し、遠隔地に保管しています。これにより災害でデータセンターごと障害があった場合でも、サービスの復旧が可能となっています。

(制定) : 2005/12/16  
(改訂) : 2007/8/30  
(改訂) : 2010/10/1  
(改訂) : 2012/1/31  
(改訂) : 2012/12/28  
(改訂) : 2014/6/30

**Appendix**

28 QUESTIONS TO HELP RESEARCH  
BUYERS OF ONLINE SAMPLES の逆引き

GMO research answers to ESOMAR'S 28 questions

**1** 市場調査を行うためのオンライン調査モニターを提供するにあたり、どのような経験をお持ちですか。 ……P.6  
 What experience does your company have in providing online samples for market research?

**2** オンライン調査モニターは、どのような方法で集めていますか。 ……P.10  
 (データベース、積極的に管理されているパネル、ダイレクト・マーケティング・リスト、ソーシャル・ネットワーク、Web上でのインターセプトなど)  
 Please describe and explain the type(s) of online sample sources from which you get respondents. Are these databases? Actively managed research panels? Direct marketing lists? Social networks? Web intercept (also known as river) samples?

**3** 複数のサンプルソースからサンプルを提供した場合、妥当性を保証するため、どのようにして異なるサンプルソースをブレンドしていますか？信頼性を提供するため、時間が経過した後このブレンドをどのようにして再現できますか？ソースをまたいだ回答者の重複可能性に対して、どのように対処しますか？ ……P.28  
 ……P.38  
 If you provide samples from more than one source: How are the different sample sources blended together to ensure validity? How can this be replicated over time to provide reliability? How do you deal with the possibility of duplication of respondents across sources?

**4** サンプルソースは市場調査専用のもので使用していますか？もしそうでなければ、サンプルソースが使われるほかの目的はなんですか？ ……P.12  
 Are your sample source(s) used solely for market research? If not, what other purposes are they used for?

**5** インターネットへアクセスすることが難しいカテゴリーのモニター確保は、どのように行っていますか。 ……P.11  
 How do you source groups that may be hard to reach on the internet?

**6** 特別なプロジェクトにおいて、他のプロバイダからのサンプルを使用して、自社のサンプルを保管する必要がある場合、どのようにしてパートナーの選定を行いますか？それは、サードパーティーのプロバイダを使用する際、事前にクライアントに通知するための自社のポリシーですか？ ……P.15  
 If, on a particular project, you need to supplement your sample(s) with sample(s) from other providers, how do you select those partners? Is it your policy to notify a client in advance when using a third party provider?

**7** 対象となる母集団の代表的サンプルを達成するためには、どんなステップを踏みますか？ ……P.28  
 ……P.38  
 What steps do you take to achieve a representative sample of the target population?

**8** サーベイルータを採用していますか？ 未回答  
 Do you employ a survey router?

9

ルータを使用する場合、ルータ内の割り当てプロセスをお聞かせください。どのようにして、どの調査が回答者のために検討されるかもしれないと決めていますか？何を優先理由として回答者は調査に割り当てられるのですか？

未回答

If you use a router: Please describe the allocation process within your router. How do you decide which surveys might be considered for a respondent? On what priority basis are respondents allocated to surveys?

10

ルータを使用する場合、ルータを採用することから生じるバイアスを防止する、または軽減するためにどういった処置をとりますか？そういったバイアスをどのようにして測定し、報告しますか？

未回答

If you use a router: What measures do you take to guard against, or mitigate, any bias arising from employing a router? How do you measure and report any bias?

11

ルータを使用する場合、自社の誰がルータのパラメータをセットしますか？専門チームですか？個々のプロジェクトマネージャですか？

未回答

If you use a router: Who in your company sets the parameters of the router? Is it a dedicated team or individual project managers?

12

回答者のプロフィール情報は何を保有していますか？それはどのようにして取得しますか？これはサンプルソース間でどのように異なりますか？どのようにしてアップデートされ続けますか？もし関連するプロフィールデータを何も持っていない場合、どのようにして低い出現頻度のプロジェクトに対処しますか？

……P.17

……P.18

What profiling data is held on respondents? How is it done? How does this differ across sample sources? How is it kept up-to-date? If no relevant profiling data is held, how are low incidence projects dealt with?

13

自社の調査招待プロセスについてお聞かせください。人々がこの調査に参加するために提示される条件はなんですか？プロセス内で与えられる、プロジェクト自身についての情報はなんですか？特別な調査(またはルータ)への直接的な招待は別として、調査に対する招待のほかの目的は何であるかは、回答者に明かされますか？参加するためのすべての招待がEメールの形態をとらないことに留意してください。

……P.32

Please describe your survey invitation process. What is the proposition that people are offered to take part in individual surveys? What information about the project itself is given in the process? Apart from direct invitations to specific surveys (or to a router), what other means of invitation to surveys are respondents exposed to? You should note that not all invitations to participate take the form of emails.

14

回答者が調査に参加することによって提示される謝礼についてお聞かせください。これはどのように(どのような条件によって)異なりますか？サンプルソースですか？インタビューの長さによりますか？回答者の特性によりますか？

……P.31

Please describe the incentives that respondents are offered for taking part in your surveys. How does this differ by sample source, by interview length, by respondent characteristics?

15

自身のリソースを用いて、実現可能性を正確に見積もるために、プロジェクトについて何の情報が必要ですか？

……P.29

What information about a project do you need in order to give an accurate estimate of feasibility using your own resources?

16

回答者の満足度を測定しますか？それらの情報はクライアントが利用可能な状態にされていますか？

……P.39

Do you measure respondent satisfaction? Is this information made available to clients?

17

プロジェクトが終了した後、クライアントに結果を尋ねるため、どういった情報を提供しますか？ ……P.34  
 What information do you provide to debrief your client after the project has finished?

18

誰にデータの品質チェックに対する責任がありますか？もしそれがあなたであれば、あなたは調査内における望まれない行動を低減する、または除去するための適切な手順を有していますか？なお、望まれない行動とは以下のようなものです。(a)でたらめな回答、(b)論理的でない、または一貫性のない回答、(c)「回答しない」項目(たとえば「わからない」)の使いすぎ、(d)スピーディング(早すぎる調査の完了)。これらの手順についてお聞かせください。 ……P.20  
 Who is responsible for data quality checks? If it is you, do you have in place procedures to reduce or eliminate undesired within survey behaviours, such as (a) random responding, (b) Illogical or inconsistent responding, (c) overuse of item non-response (e.g. “Don’t Know”) or (d) speeding (too rapid survey completion)? Please describe these procedures.

19

コンタクトに応じる、応じないに関わらず、特定の期間内で同じ個人にどのくらいの頻度で、調査に参加するためのコンタクトをとることができますか？これはサンプルソース間ではどのように異なりますか？ ……P.26  
 How often can the same individual be contacted to take part in a survey within a specified period whether they respond to the contact or not? How does this vary across your sample sources?

20

どのくらいの頻度で、同じ個人が特定の期間内で調査に参加することができますか？これはサンプルソース間ではどのように異なりますか？どのようにしてカテゴリ内および(または)期間内で管理しますか？ ……P.26  
 How often can the same individual take part in a survey within a specified period? How does this vary across your sample sources? How do you manage this within categories and/or time periods?

21

各モニターの回答履歴や登録情報などをデータとして保有していますか。また、それらのモニター情報を提供することはできますか。 ……P.29  
 Do you maintain individual level data such as recent participation history, date of entry, source, etc., on your survey respondents? Are you able to supply your client with a project analysis of such individual level data?

22

回答者の同一性を確認する手順を持っていますか？不正な回答者を検出するための手順を持っていますか？これらがサンプルソースの登録および(または)調査にエントリーするポイントまたはルータにおいて実行されるとして、これらの手順についてお聞かせください。もしB2Bサンプルを提供しているのであれば、何かそこに手順がありますか？もしあればお聞かせください。 ……P.13  
 Do you have a confirmation of respondent identity procedure? Do you have procedures to detect fraudulent respondents? Please describe these procedures as they are implemented at sample source registration and/or at the point of entry to a survey or router. If you offer B2B samples what are the procedures there, if any? ……P.20

23

すべてのオンラインサンプルソースについて、市場調査のオプトインプロセスについてお聞かせください。 ……P.15  
 Please describe the ‘opt-in for market research’ processes for all your online sample sources.

24

プライバシーポリシーへのリンクを提供してください。どのようにして回答者へプライバシーポリシーを提供していますか？ ……P.36  
 Please provide a link to your Privacy Policy. How is your Privacy Policy provided to your respondents? ……P.38

25

データ保護およびデータセキュリティを確保するための処置についてお聞かせください。  
Please describe the measures you take to ensure data protection and data security.

.....P.40

26

オンラインリサーチにおいて、商業的にセンシティブなクライアントデータや資料を、調査回答者に対して提示すべきかどうか決めるため、どういった慣例に従いますか？  
What practices do you follow to decide whether online research should be used to present commercially sensitive client data or materials to survey respondents?

.....P.24

27

自社が特定の品質システムで保証されていますか？もしそうであれば、それはどれになりますか？  
Are you certified to any specific quality system? If so, which one(s)?

.....P.8

28

子供や若者とのオンライン調査を実施していますか？もし実施しているなら、ESOMARの提供する標準に準拠しますか？たとえば米国ならCOPPAのような、他のルールや標準は遵守しますか？  
Do you conduct online surveys with children and young people? If so, do you adhere to the standards that ESOMAR provides? What other rules or standards, for example COPPA in the United States, do you comply with?

.....P.16

※ 弊社はサーベイレータを導入していないため、8.~11.には回答していません。

**Appendix**

CODE OF STANDARDS AND  
ETHICS FOR SURVEY RESEARCH の逆引き

CASROコード・パネル/サンプルソースについての考えへの回答

(1)	<p>調査組織は以下を遵守する必要がある。</p> <p>(a)モニターに彼らがパネルの一部であることを開示すること。</p> <p>(b)モニターに関する情報を収集、保管する前に、モニターから同意を取得すること。</p> <p>(c)モニターがリクルートされたソースを含めたモニターリクルートに関わる適切な履歴の収集および保存。</p>	……P.14
(2)	<p>顧客の依頼によって、調査組織は以下の内容を開示する必要がある。</p> <p>(a)パネル構成情報(パネルサイズ、カバーされる人口、アクティブモニターの定義を含む)</p> <p>(b)モニターリクルートの実施情報</p> <p>(c)モニター活動情報</p> <p>(d)パネルの報酬制度</p> <p>(e)パネル検証手法</p> <p>(f)パネル品質の実態</p> <p>(g)パネル状況の集計とサンプル情報の調査(回収率情報、他のリサーチにも参加したモニターに関する種別と時間帯ごとの活動、顧客や公衆への説明責任も含む)</p> <p>(h)招待メール、スクリーニング文言、招待メールと催促の期間、および実査の期間に関する調査モニターから収集したデータの管理が特に重要である。</p>	……P.37
(3)	<p>(a)適切な情報保護法と規約に従って、パネルは管理されなければならない。</p> <p>(b)個人的なまたはデリケートな情報は個人データ分類付録で指定されたことに従って管理する必要がある。</p> <p>(c)モニターの依頼により、全ての個人情報(モニターが提供した個人情報、調査を実施した顧客によって収集された情報、または個人情報保護方針で指定されたアクセス可能な方法により取得された情報)が調</p>	……P.40
(4)	<p>自分自身の意向に従って、モニターは簡単な方法でパネルから退会できなければならない。退会の手続きは可能な限り迅速に完了できなければならない。また、退会されたモニターは今後のリサーチ活動に利用されてはならない。</p>	……P.16
(5)	<p>モニターから収集したデータまたはモニターに関係するデータの利用に関するプライバシーポリシーを公開する必要がある。</p> <p>プライバシーポリシーを見つけやすく、またわかりやすくし、定期的にモニターに知らせる必要がある。</p> <p>プライバシーポリシーに関するどのような変更でも、可能な限り早くモニターに知らせる必要がある。</p>	……P.36
(6)	<p>調査組織は、メール勧誘またはその他のインターネットを通じた招待を対象となる調査対象者へ送るとき、招待数を制限するステップを踏む必要がある。それは、与えられた対象者リスト(またはパネル)によって、繰り返しリクルートや調査参加することを原因としたモニターの迷惑や回答の偏りを避けるためである。</p>	……P.26
(7)	<p>調査組織は調査目的と顧客要求に適切に応じるサンプルソースを慎重に選定すべきである。全てのサンプルソースは、調査の参加者がアンケート参加意向がある、または、調査のために連絡されるのをほどこく期待している、という要求を満たさなければならない。</p>	……P.14 ……P.28
(8)	<p>調査組織は可能な限り高い調査品質を達成するため、パネルを管理しなければならない。これには、変動しているパネルモニター人数を管理し、非アクティブモニターを削除するなどの手段を含む。</p>	……P.22
(9)	<p>調査組織はアンケート履歴と調査目的で独占に使用されるメールアドレスを維持する必要がある。</p>	……P.29 ……P.37
(10)	<p>調査組織がパネル(調査組織もしくはアウトソースが保有している場合を含む)を利用する際に、もしパネルがアンケート調査と直接的なマーケット活動の両方に併用される場合は、調査組織はサンプルソースを用いたマーケティングキャンペーンが実施されるという事実を顧客に開示する義務がある。それにより顧客は(調査結果に)偏りが出現する可能性を評価できる。</p>	……P.12
(11)	<p>顧客に代わって収集したデータは守秘され、漏らされたり他の顧客に代わって提供されてはならない(顧客に対する責務でもある)。</p>	……P.40

**Appendix**

インターネット調査に関する品質保証ガイドライン の逆引き

## インターネット調査に関する品質保証ガイドラインへの回答

<b>2 - 1</b>	<b>アクセスパネルの構築方法</b> インターネット調査のアクセスパネルは、基本的に以下の2つに大別される。 ①調査機関が能動的働きかけによってリクルートしたアクセスパネル ②受動的にリクルートされたアクセスパネル いずれの場合においても、 ・登録希望者へ調査のためのアクセスパネルであることを明示する。 ・自社アクセスパネルの構築方法(抽出方法と手順)について、クライアントに開示する。	……P.10
<b>2 - 2</b>	<b>アクセスパネルの登録</b> 登録希望者には、アクセスパネルの規約を提示し、参加を同意した場合にのみ、登録を受付けること。	……P.14
<b>2 - 3</b>	<b>アクセスパネル属性と構成</b> アクセスパネルは、抽出方法と手順とともにその基本属性(性別、年齢、居住地、職業等)が特定できることが必要である。	……P.17 ……P.37
<b>2 - 4</b>	<b>本人確認</b> アクセスパネル会員のなりすましや多重登録を排除するために、本人の身元確認方法を明確にして実施する。 本人確認の方法について、クライアントの求めに応じて開示する。  注)身元確認の方法には、氏名、生年月日、住所、電話番号の重複チェック(名寄せ)／メールアドレスで確認／パスワード、メールアドレス、誕生日等の複数情報によるログイン／銀行口座の登録などがある。	……P.13
<b>2 - 5</b>	<b>アクセスパネル更新</b> 定期的に自社アクセスパネルの基本属性に関する更新情報を一般に公開する。	……P.37
<b>2 - 6</b>	<b>調査インターバル</b> 特定のアクセスパネル会員が頻繁に調査に回答したり、調査依頼が特定のアクセスパネル会員に偏ったりすることによるバイアスを防ぐため、一ヶ月あたりの依頼回数の上限を設けるなど、インターバルに留意する。また、インターバルについては、クライアントの求めに応じて開示する	……P.26 ……P.32
<b>2 - 7</b>	<b>不適格なアクセスパネル会員の除外</b> アクセスパネルの品質維持のため、調査アクセスパネルとしてふさわしくないアクセスパネル会員の特定や除外する基準を設けて、適宜実施する必要がある。 不適格なアクセスパネル会員の除外に関する自社基準を、クライアントの求めに応じて開示する。 注)自社基準として以下のような項目が考えられる。 ①メールアドレスが存在しない。 ②一定期間、調査に協力しない。 ③不正回答が複数回にわたって見受けられる。	……P.20
<b>2 - 8</b>	<b>アクセスパネル会員数の公開</b> 原則として、調査協力に関する本人の意思の確認を定期的に行い、それをアクセスパネル会員数として一般に公開する。	……P.22 ……P.37
<b>2 - 9</b>	<b>子供(※)への調査</b> 中学生以下の子供がアクセスパネルに登録する場合、親もしくは保護者の同意を得なければならない。 また、中学生以下の子供に調査を依頼する場合、その都度親または保護者あての告知文をウェブサイト上に掲載するか、直接電子メールを送信し、同意を求めなければならない。	……P.16

2 - 1 0	<b>アクセスパネルの調査以外での使用目的の禁止</b> アクセスパネル会員に対して、調査以外の働きかけをしてはならない。	……P.12
2 - 1 1	<b>アクセスパネル会員の退会について</b> アクセスパネルへの参加は任意である。したがってアクセスパネル会員が退会を申し出た場合は、すみやかに退会の手続きを行い、可能な限り早くアクセスパネルから除外されなければならない。	……P.16
3 - 1	<b>調査設計</b> リサーチャーはアクセスパネルを利用したインターネット調査の限界を認識して調査を設計すること。クライアントに対しても誤解を与えぬように説明しなければならない。	……P.24
3 - 2	<b>対象者の抽出</b> 当該調査の目的にそった、再現性のある対象者の抽出を行う。	……P.28
3 - 3	<b>調査票の作成</b> 調査票は、一般的なユーザーが使用していると考えられる基本ソフト(OS)やブラウザの種類、バージョンで表示でき、回答を入力できるものでなければならない。	……P.24
4 - 1	<b>本人確認</b> 本人以外からの回答を避けるため、本人認証の手続きを踏まなければならない。	……P.40
4 - 2	<b>重複チェック</b> 一人の回答者が複数回答することのないように、対策を講じなければならない。 クッキーを使用する場合は、対象者に同意を求める。	……P.40
4 - 3	<b>データの回収方法</b> データの回収方法は、原則として調査期間設定型をしようする。ただし、既存のデータにより回収数や出現率が推測できる場合は、回収数設定型の使用も可能である。この場合、調査依頼の配信数を適切にコントロールする必要がある。 調査期間設定型の調査では、指定した調査期間内の回答をすべて受け付ける。 ※調査期間が短すぎると、回答者に偏りが生じる可能性が高まることを留意する。	……P.28 ……P.29
4 - 4	<b>謝礼</b> 謝礼は抽選ではなく、回答者全員に提供することを原則とする。止むを得ず、抽選にする場合には、当選者の人数及び当選者への連絡方法を明示しておく。	……P.31

<b>4 - 5</b>	<p><b>対象者への明示事項</b> .....P.36</p> <p>調査開始前に、以下の事項について対象者へ明示しなければならない。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①利用目的</li> <li>②調査実施機関名</li> <li>③連絡先 eメールあるいは連絡先電話番号</li> <li>④調査期間</li> <li>⑤謝礼品の有無とその種類</li> <li>⑥プライバシー方針</li> </ul>
<b>4 - 6</b>	<p><b>進捗状況の明示</b> .....P.32</p> <p>回答時に調査の全体像「ボリュームがわかりにくいいため、回答者に調査の進捗がわかるように努めなければならない。」</p> <p>注)回答内容によって、調査ボリュームが大きく変動する場合を除いて、調査ボリュームを把握できる指標（回答所要時間あるいは質問数）をできる限り明示する。</p>
<b>4 - 7</b>	<p><b>調査実施における注意事項</b> .....P.20</p> <p>不正回答の基準を決め、集計対象から外すべきである。</p>
<b>4 - 8</b>	<p><b>クッキーについて</b> .....P.14</p> <p>クッキーを使用する場合は、使用していることとその理由を、アクセスパネル登録時あるいは調査開始前に対象者に明記して伝えること。</p> <p>目的は、回答の妥当性を確認するためか、同じ質問を繰り返すことによる回答者の負担を軽減することに限られ、その旨を明記すること。</p> <p>またブラウザの設定を調整することで、クッキーの受け入れに関して警告を出したり、クッキーを削除できることを明記すること。</p>
<b>4 - 9</b>	<p><b>画像や動画の取扱いについて</b> .....P.24</p> <p>調査票あるいは調査の提示物として画像や動画などを利用するときは、その著作権に十分留意すること。</p>
<b>5 - 1</b>	<p><b>調査報告の記載事項</b> .....P.38</p> <p>調査の報告に際しては、調査実施の品質を評価し、調査結果の解釈についての可能性を判断するために必要な基本情報が記載されるべきである。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>①調査の目的</li> <li>②調査対象:対象者の属性とアクセスパネルの保有機関(※)</li> <li>③調査地域</li> <li>④対象者抽出方法(※)</li> <li>⑤調査実施期間</li> <li>⑥調査方式(※)</li> <li>⑦調査依頼発信数</li> <li>⑧有効回答数</li> <li>⑨有効回収率</li> <li>⑩調査実施機関</li> <li>⑪加重値処理(実施した場合)(※)</li> </ul>
<b>5 - 2</b>	<p><b>調査結果の管理方法</b> .....P.40</p> <p>調査結果は一年間保存する。その際、調査データと回答者の個人情報とが容易に結びつかないような形式にしなければならない。</p>
<b>6 - 1</b>	<p><b>不正アクセス防止</b> .....P.40</p> <p>対象者から収集されたデータが保管されるサーバは、第三者が保管データにアクセスできないよう、システム上の予防措置を講じなければならない</p> <p>※)ファイヤーウォールの設置、データの暗号化などが一般的な方策である</p>

<b>6 - 2</b>	<b>データの安全性の確保</b> 調査機関は対象者がデータを入力する際、データが転送される際においても第三者がアクセスできないことを確実にするための方策を講じなければならない。  ※SSL通信の利用などが一般的な方策である	……P.40 ……P.42
<b>6 - 3</b>	<b>システムダウンに対する備え</b> 調査機関は停電やサーバー故障など、不慮の事態においても、データの安全性が保護されるように、システム上の措置を講じる必要がある。  ※) ・ウィルス対策 ・サーバーの二重化 ・負荷テスト ・データの定期的なバックアップ ・無停電装置の設置 などがこれにあたる。	……P.42
<b>6 - 4</b>	<b>人的なセキュリティ対策</b> 従業員などから漏えいする事がないよう、対策を立案し実行すること。	……P.40