

MARKETING RESEARCH & CONSULTING

**MAXCESS**  
CORPORATION

**マクセス株式会社**

**業務案内**

平成24年 4月改定

マクセス株式会社では、  
消費者Off-line調査  
消費者On-line調査  
店舗調査  
リサーチサポート業務

の4つの事業を柱に、マーケティングリサーチ業務を展開しています。

<<マクセス株式会社の事業領域>>

消費者Off-line調査

- ・会場調査
- ・ホームユーステスト
- ・訪問／郵送調査
- ・グループインタビュー

消費者On-line調査

- ・インターネット調査
- ・ホームユーステスト

店舗調査

- ・覆面調査
- ・出口調査
- ・観察調査
- ・その他

リサーチサポート業務

- ・リクルート業務(座談会、CLT等)
- ・OAコーディング業務
- ・データ入力／集計
- ・英訳

- ・マクセス株式会社では、一般消費財、耐久消費財のさまざまな製品カテゴリーにおいて、豊富なリサーチ実績を持っています。
- ・フィールドワークのみの実施、集計表作成までの実施等、ご要望に応じた実施体制となっています。

## 1. 消費者調査で経験のある商品カテゴリー

分野	製品カテゴリー
■食品・飲料等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・無糖茶 ・スポーツドリンク ・ミネラルウォーター</li> <li>・レギュラーコーヒー ・インスタントコーヒー ・紅茶</li> <li>・ビール ・洋酒 ・ヨーグルト ・チーズ ・調味料 ・ガム</li> <li>・チョコレート ・健康食品 ・ダイエット食品 ・その他</li> </ul>
■日用品、化粧品、嗜好品等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・シャンプー ・コンディショナー ・ヘアトリートメント</li> <li>・ヘアスタイリング剤 ・制汗剤 ・ハミガキ</li> <li>・シェービング剤 ・コンタクトレンズケア用品</li> <li>・ヘアカラー ・白髪染め ・ブリーチ ・マスカラ ・口紅</li> <li>・アイシャドウ ・スキンケア化粧品</li> <li>・洗濯槽クリーナー 入れ歯洗浄剤 ・たばこ</li> <li>・ペットフード</li> <li>・その他</li> </ul>
■医薬品、医療用具等	<ul style="list-style-type: none"> <li>・かぜ薬 ・咳止め薬 ・鼻炎薬 ・鎮痛解熱剤</li> <li>・胃腸薬 ・胃腸ドリンク ・便秘薬 ・水虫用薬</li> <li>・かゆみどめ薬 ・手荒れ用薬 ・虫除け薬</li> <li>・外用消炎鎮痛剤 ・目薬 ・禁煙補助剤 ・栄養ドリンク</li> <li>・睡眠改善薬 ・ビタミン剤 ・殺虫剤</li> <li>・コンタクトレンズ ・コンタクトレンズケア用品 ・その他</li> </ul>
■その他	<ul style="list-style-type: none"> <li>・インターネット・プロバイダー</li> <li>・パソコン</li> <li>・携帯電話</li> <li>・宝飾品／アクセサリ</li> <li>・その他</li> </ul>

## 2. 店舗調査で経験のある業態

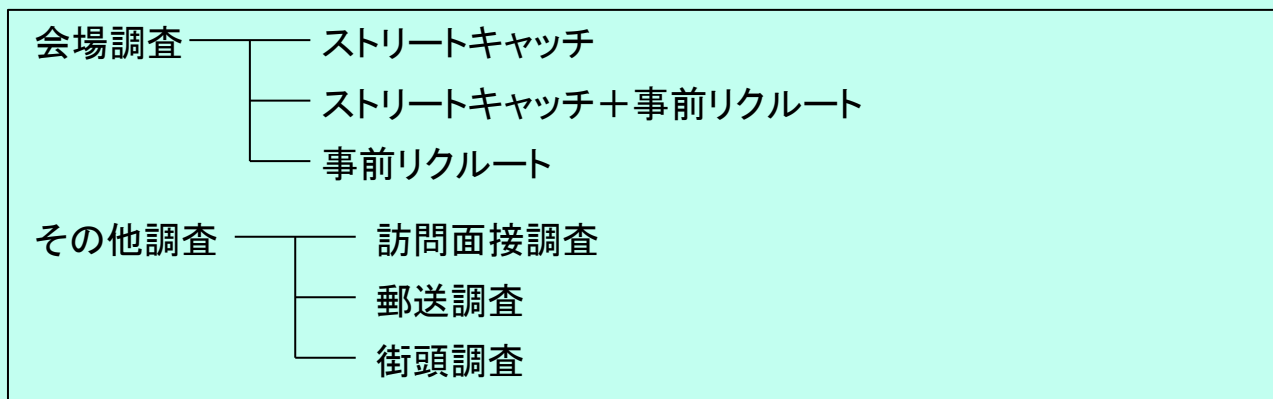
- |           |           |          |        |
|-----------|-----------|----------|--------|
| ・スーパー     | ・コンビニ     | ・ドラッグストア | ・デパート  |
| ・化粧品店     | ・酒販店      | ・金融機関    | ・家電量販店 |
| ・宝飾店      | ・自動車ディーラー |          | ・飲食店   |
| ・ファーストフード | ・ホームセンター  |          | ・その他   |

マクセス株式会社では、会場調査以外に、訪問面接調査、郵送調査、街頭調査等、さまざまな調査手法に対応可能です。

また、調査エリアも首都圏以外、阪神圏等での実施経験も豊富です。



## ■調査手法のご紹介



マクセス株式会社では、調査目的、内容、出現率等に応じて、さまざまな調査手法へ対応することが可能です。

ストリートキャッチ、街頭調査以外においては、ホームユーステストの経験も豊富で、試用製品の回収まで、責任を持って行います。

## ■調査業務受託分類のご案内

分類	内容
A. フィールドワークのみ (原票納品)	検票後の完了票を納品させていただきます。 質問票の印刷、備品、謝礼のご用意等は、ご要望に応じさせていただきます。
B. フィールドワーク + ローデータ納品	エクセル形式、テキスト形式等、ご要望に応じたデータフォーマットでの、チェック済みデータの納品となります。
C. フィールドワーク + クロス集計表納品	指定項目による全質問のクロス集計表の他に、GT集計表、質問間クロス集計にも対応いたします。

## ■調査エリア

- ・マクセス株式会社では、首都圏以外に、阪神圏での実施経験が豊富にあります。
- ・その他の地域につきましては、調査方法、内容、出現率により実施が困難なエリアもございますので、別途、ご相談させていただきます。

## ケーススタディ1：ストリートキャッチによる会場アンケート調査

製薬会社A社では、新成分配合のスイッチOTC総合風邪薬の新製品を開発中である。そこで、OTC総合風邪薬購入者を対象にコンセプト評価、パッケージ評価等を行うことで、市場導入の可能性を探ることを目的に消費者定量調査を実施した。

・調査対象製品	スイッチOTC総合風邪薬
・調査目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・開発中製品のコンセプト評価、パッケージ評価、プライス設定評価等を行い、市場導入前のマーケティング戦略立案のためのデータとする。</li> </ul>
・対象者条件、サンプル数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・過去6カ月以内に薬局・薬店でOTC風邪薬を購入した、20～40代の男女、300名。</li> <li>・マーケットシェアに準じた最多銘柄割付250名＋特別サンプル50名。</li> </ul>
・リクルーティング方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・250名＝ランダムサンプル(マーケットシェアに準じた人数割付)＝ストリートキャッチ</li> <li>・50名＝特別サンプル(特定ブランドの1年以内購入者)＝事前リクルート</li> </ul>
・調査実施エリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・都内(渋谷、新宿、他)</li> </ul>
・スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・準備期間＝2週間</li> <li>・会場日数＝6日間</li> <li>・データ処理日数＝6日間</li> </ul>
・インタビュー方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・Face to Face方式によるCLT。</li> <li>・シェルフによる会場内模擬購買テストあり。</li> </ul>
・調査内容、所要時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・主要銘柄の購入経験・認知状況</li> <li>・風邪薬の使用実態</li> <li>・最多使用銘柄の購入、使用詳細</li> <li>・コンセプト評価</li> <li>・模擬購買</li> <li>・パッケージ評価、他</li> <li>・対象者一人当たり30～40分。</li> </ul>
・備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・指定フォーマットによるデータ納品で実施。</li> </ul>

## ケーススタディ2：事前リクルーティングによる会場アンケート+ホームユーステスト

食品会社B社では、新製品の市場導入を計画している。  
この製品は既存の同一カテゴリ製品とは味、食感が若干異なるもので、同社では新しいニーズを生み出す製品として期待をしている。  
そこで、コンセプトテスト、パッケージテスト、価格評価及びホームユーステストを行うことで、市場導入後の販売予測を立てることとした。

・調査対象製品	加工食品
・調査目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・既存ブランドの新食感製品がユーザーにどの程度、受け入れられるか。</li> <li>・パッケージ、コンセプトの評価も含め、実際に開発途中の試作品を自宅で試食してもらい、評価を得ることとした。</li> </ul>
・対象者条件、サンプル数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・該当カテゴリ製品の3カ月以内購入者250名。全員、ホームユーステストあり。</li> <li>・20～40代の主婦。</li> </ul>
・リクルーティング方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全員、事前リクルーティングによる会場アンケート+ホームユーステスト+事後調査(訪問面接)</li> </ul>
・調査実施エリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏</li> </ul>
・スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・準備期間=2週間</li> <li>・会場日数=5日間</li> <li>・データ処理日数=5日後に納品</li> </ul>
・インタビュー方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・会場調査=Face to Face</li> <li>・事後調査=訪問面接(Face to Face)</li> </ul>
・調査内容、所要時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>&lt;会場調査:40分&gt;</li> <li>・主要銘柄別購入・認知状況の把握 ・コンセプト評価・模擬購買・パッケージ評価、その他</li> <li>&lt;事後調査:15分&gt;</li> <li>・味、食感等評価 ・購入意向、その他</li> </ul>
・備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・今回の調査はHUT製品のパッケージ等、全て事後調査時に回収となったが、事故もなく無事、全品回収し、完了となった。</li> <li>・データは指定フォーマットによるCSV形式でのデータ納品。</li> </ul>

### ケーススタディ3：高齢者を対象とした訪問面接調査

C社の入れ歯洗浄剤既存製品は、競合社の新製品導入により、ここ数年、シェアを落としつつある。そこでC社では、使用感を改善したリニューアル品の市場導入を計画中であるが、新しいコンセプト、価格設定、パッケージデザイン等の受容性を明らかにすることで、

・調査対象製品	入れ歯洗浄剤
・調査目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・保守的でブランドスイッチが困難ともいわれる高齢者向け製品であるが、使用感、パッケージのリニューアルがユーザーにどのように評価されるか。</li> <li>・今回の調査ではこれらの点を明らかにすることを目的とした。</li> </ul>
・対象者条件、サンプル数	<ul style="list-style-type: none"> <li>・40～70代の男女で、部分入れ歯もしくは総入れ歯をしている人で、かつ、現在、入れ歯洗浄剤を使用している人。</li> <li>・サンプル数は、合計 400名。</li> <li>・男女別割付あり。</li> </ul>
・リクルーティング方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・全員、事前リクルーティング。</li> </ul>
・調査実施エリア	<ul style="list-style-type: none"> <li>・首都圏</li> </ul>
・スケジュール	<ul style="list-style-type: none"> <li>・準備期間＝3週間</li> <li>・調査日数＝3週間</li> <li>・データ処理日数＝5日後</li> </ul>
・インタビュー方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>・訪問面接聴取法によるインタビュー調査</li> </ul>
・調査内容、所要時間	<ul style="list-style-type: none"> <li>・対象者一人あたり所要時間は、30～40分</li> <li>・購入使用実態、コンセプト、パッケージ評価、模擬購買、その他</li> <li>・指定項目によるクロス集計表及びCSV形式のローデータ納品</li> </ul>
・備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>・高齢者を対象とした調査はリクルーティングの難易度が非常に高く、一般的な会場アンケートでは実施できないため、訪問面接聴取法にて実施</li> <li>・弊社では長年にわたり高齢者を対象とした調査の実績があり、対応が可能</li> </ul>



- ・一般的なCLT会場内の様子。
- ・模擬購買スペース等はインタビュー席から離れた位置に設置。
- ・弊社では Face to Face方式のインタビュー調査の実施頻度が高い。

- ・一般的な模擬購買用の陳列棚。
- ・写真は90cm×3本×5段の事例ですが、本数、段数は自由に設定可能で、食品、化粧品、日用品等、様々なジャンルの製品の調査に利用可能です。
- ・また、TVCM評価用に、モニター、DVDプレーヤー等もご用意いたします。



- ・調査員を薬剤師に見立てた模擬購買の事例。
- ・薬局での相談販売を再現した模擬購買のケースです。

・弊社では、ご指定のフォーマット(ASCII、CSV、EXCEL、その他)でのローデータ納品以外に、ご指定の集計項目を軸にしたクロス集計表、質問間クロス集計表等の作成まで、対応可能です。

・なお、集計表納品後の追加集計につきましては、原則、無料で対応させていただきます。



<調査概要>

1. 目的 貴社開発中\*\*\*\*\*の需要探索を行うことと、調査目的とする
2. 地域 首都圏
3. 調査対象者 20～50代の\*\*\*\*で、以下のすべての条件に該当する人  
 ①最近1年間に「\*\*\*\*\*」の症状が重症か中程度であった人  
 \*\*\*\*\*の症状について、  
 重症 = 「ひどい」に該当する症状が1つ以上ある人  
 中程度 = 「ひどい」がなく「ややひどい」に該当する症状が1つ以上ある人  
 ②最近1年間に、\*\*\*\*\*用で市販薬を購入・使用した人
4. サンプル数 200名  
 1)ランダムサンプル=\*\*\*名  
 ・マーケットシェアに準じた最多使用銘柄割付  
 2)特別サンプル=70名  
 ・\*\*\*\*\*の使用経験者
5. 調査内容 開発中の製品のコンセプト評価、購入意向、ネーミング評価、その他
6. 調査方法 1)ランダムサンプル  
 街頭ルクルーティングによる会場アンケート  
 2)特別サンプル(\*\*\*\*\*使用経験者)  
 事前ルクルーティングによる会場アンケート
7. 調査期間
 

月	日	曜日	地点	会場
		火		
		水		
		木		
		金		
		土		
8. 調査実施主体 マクセス株式会社

	合計	Q1.*****					不明	
		1年以内に使用	それ以前に使用	知っているが不使用	知らない			
全体	202 100.0	65 32.2	18 8.9	95 47.0	24 11.9	0		
症状の程度	重症	95 100.0	33 34.7	8 8.4	47 49.5	7 7.4	0	
	中程度	107 100.0	32 29.9	10 9.3	48 44.9	17 15.9	0	
SC8最多使用銘柄	*****	43 100.0	42 97.7	0 0.0	1 2.3	0 0.0	0	
	*****	50 100.0	6 12.0	7 14.0	33 66.0	4 8.0	0	
	*****	40 100.0	6 15.0	6 15.0	26 65.0	2 5.0	0	
	*****	41 100.0	5 12.2	2 4.9	20 48.8	14 34.1	0	
	*****	17 100.0	3 17.6	3 17.6	9 52.9	2 11.8	0	
	その他	11 100.0	3 27.3	0 0.0	6 54.5	2 18.2	0	
	ユーザー区分	*****ユーザー	55 100.0	13 23.6	3 5.5	25 45.5	14 25.5	0
		*****ユーザー	23 100.0	6 26.1	4 17.4	11 47.8	2 8.7	0
非ユーザー		125 100.0	46 36.8	11 8.8	60 48.0	8 6.4	0	
年齢		20代	52 100.0	17 32.7	2 3.8	28 53.8	5 9.6	0
	30代	56 100.0	18 32.1	5 8.9	28 50.0	5 8.9	0	
	40代	61 100.0	25 41.0	7 11.5	22 36.1	7 11.5	0	
	50代	33 100.0	5 15.2	4 12.1	17 51.5	7 21.2	0	
該当状況	該当しない	40 100.0	12 30.0	2 5.0	22 55.0	4 10.0	0	
	軽い	34 100.0	16 47.1	2 5.9	13 38.2	3 8.8	0	
	ややひどい	68 100.0	13 19.1	6 8.8	38 55.9	11 16.2	0	
	ひどい	38 100.0	12 31.6	6 15.8	15 39.5	5 13.2	0	
	かなりひどい	22 100.0	12 54.5	2 9.1	7 31.8	1 4.5	0	

	合計	説明書の好きな程度 *****					不明	平均	標準偏差		
		好きでない	あまり好きでない	どちらともいえない	やや好き	好き					
全体	202 100.0	2 1.0	20 9.9	76 37.6	80 39.6	24 11.9	0	3.51	0.865		
症状の程度	重症	95 100.0	2 2.1	12 12.6	36 37.9	33 34.7	12 12.6	0	3.43	0.941	
	中程度	107 100.0	0 0.0	8 7.5	40 37.4	47 43.9	12 11.2	0	3.59	0.789	
SC8最多使用銘柄	*****	43 100.0	1 2.3	4 9.3	17 39.5	15 34.9	6 14.0	0	3.49	0.935	
	*****	50 100.0	0 0.0	8 16.0	15 30.0	22 44.0	5 10.0	0	3.48	0.886	
	*****	40 100.0	1 2.5	4 10.0	20 50.0	11 27.5	4 10.0	0	3.33	0.888	
	*****	41 100.0	0 0.0	2 4.9	19 46.3	19 46.3	1 2.4	0	3.46	0.636	
	*****	17 100.0	0 0.0	0 0.0	2 11.8	9 52.9	6 35.3	0	4.24	0.664	
	その他	11 100.0	0 0.0	2 18.2	3 27.3	4 36.4	2 18.2	0	3.55	1.036	
	ユーザー区分	*****ユーザー	55 100.0	0 0.0	4 7.3	25 45.5	23 41.8	3 5.5	0	3.45	0.715
		*****ユーザー	23 100.0	0 0.0	0 0.0	2 8.7	14 60.9	7 30.4	0	4.22	0.600
非ユーザー		125 100.0	2 1.6	16 12.8	49 39.2	44 35.2	14 11.2	0	3.42	0.909	
年齢	20代	52 100.0	0 0.0	6 11.5	21 40.4	17 32.7	8 15.4	0	3.52	0.896	
	30代	56 100.0	0 0.0	7 12.5	22 39.3	22 39.3	5 8.9	0	3.45	0.829	
	40代	61 100.0	2 3.3	5 8.2	20 32.8	30 49.2	4 6.6	0	3.48	0.868	
	50代	33 100.0	0 0.0	2 6.1	13 39.4	11 33.3	7 21.2	0	3.70	0.883	
	ひび割れ該当状況	該当しない	40 100.0	0 0.0	1 2.5	19 47.5	9 22.5	11 27.5	0	3.75	0.899
軽い		34 100.0	0 0.0	2 5.9	13 38.2	14 41.2	5 14.7	0	3.65	0.812	
ややひどい		68 100.0	0 0.0	9 13.2	22 32.4	35 51.5	2 2.9	0	3.44	0.761	
ひどい		38 100.0	1 2.6	6 15.8	14 36.8	13 34.2	4 10.5	0	3.34	0.966	
かなりひどい		22 100.0	1 4.5	2 9.1	8 36.4	9 40.9	2 9.1	0	3.41	0.959	

・外資系の企業様用に、英文でのクロス集計表の作成も対応可能です。  
(一部、別コストとなる場合があります)

・この他に、FA回答コード表、FA回答ローデータ等の英訳もお受けすることができます。

Q. A number of \*\*\*\*\* brands are listed on the left-hand side of this questionnaire.  
For each brand, please indicate whether you

- 1 Have purchased and used it in the past 6 months.
- 2 Have ever purchased and used it, but not in the past 6 months.
- 3 Know the brand, but have never purchased it.
- 4 Don't know the brand.

Please circle the number of the one answer that is applicable for each brand.(Each brand SA)

Brand name	Total	Have purchased and used in the past 6 months	Have ever purchased and used but not in the past 6 months	Know the brand but have never purchased and used	Don't know the brand
	300	57	98	139	6
	100.0	19.0	32.7	46.3	2.0
	300	20	16	193	71
	100.0	6.7	5.3	64.3	23.7
	300	24	64	188	24
	100.0	8.0	21.3	62.7	8.0
	300	20	41	190	49
	100.0	6.7	13.7	63.3	16.3
	300	224	33	41	2
	100.0	74.7	11.0	13.7	0.7

Q. Written on the top of each of the following pages, is a brand name of \*\*\*\*\*.  
We would like you to evaluate each brand on the various attributes that are listed on the left-hand side of the page.  
For each brand, if you agree completely, then circle 5. If you disagree, then circle 1.  
If your feelings are somewhere in between, please choose an appropriate number from 1 - 5 for each attribute.  
Please concentrate your thoughts only the brand that is written on the top of each page which you are answering.  
Among these brands there may be brands which you haven't used yet.  
In that case, please answer according to the image you yourself have of the brand.(SA for each attribute)

	Total	Completely disagree		Neither agree nor disagree		Completely agree	Average	Standard Deviation
	183	3	16	36	99	29	3.738	0.888
	100.0	1.6	8.7	19.7	54.1	15.8		
	183	0	5	26	98	54	4.098	0.735
	100.0	0.0	2.7	14.2	53.6	29.5		
	183	2	2	30	91	58	4.098	0.785
	100.0	1.1	1.1	16.4	49.7	31.7		
	183	0	3	25	76	79	4.262	0.754
	100.0	0.0	1.6	13.7	41.5	43.2		
	183	0	5	39	84	55	4.033	0.791
	100.0	0.0	2.7	21.3	45.9	30.1		
	183	2	22	56	66	37	3.623	0.975
	100.0	1.1	12.0	30.6	36.1	20.2		
	183	4	13	53	76	37	3.705	0.944
	100.0	2.2	7.1	29.0	41.5	20.2		

マクセス株式会社では、2010年夏以降、WEBリサーチ企業、株式会社マーシュ様他との業務提携により、従来よりも低コストで高品質なWEB調査の実施が可能となりました。

また、30分以上の調査時間の長い調査、ホームユーステストの同時実施、トラッキング調査等の実績も豊富にあります。



## ■ WEB調査モニターについて

・モニター総数は、(株)マーシュ、弊社合わせて、約60万人(平成23年5月時点)

### <性別>

男性	45.0%
女性	55.0%
計	100.0%

### <未既婚別>

未婚	51.0%
既婚	49.0%
計	100.0%

### <年代別>

10代	2.7%
20代	24.9%
30代	38.0%
40代	21.7%
50代	8.9%
60代以上	3.8%
計	100.0%

### <地域別>

北海道	4.2%
東北	4.5%
関東	47.4%
北陸	3.1%
中部	11.0%
関西	16.7%
中国	4.0%
四国	2.0%
九州・沖縄	7.1%
計	100.0%

### <職業別>

会社員等	42.5%
公務員	2.4%
自営業・自由業	6.9%
専業主婦	18.2%
パート・アルバイト	10.1%
学生	9.8%
無職	4.9%
その他	5.2%
計	100.0%

## ■ 弊社WEBリサーチの特徴

- ・現在、弊社で実施しているWEB調査は、調査時間が30分以上の質問数の多い調査が業務の半数以上を占めており、Off-line調査と同レベルの調査がWEB上で可能です。
- ・モニターの多くは、元々、定性調査のモニターが多く、フリーアンサーでは質の高い回答が得られます。
- ・スキルの高いプログラマーによるプログラミングにより、店頭陳列棚の再現によるショッピングテスト、複雑な質問分岐、静止画、動画の利用、も低コストで実施可能です。
- ・ホームユーステストの併用も可能で、試用製品の回収まで、責任を持って行います。

## ■ その他

- ・データ処理につきましては、無料で、指定項目によるクロス集計までお引き受けいたします。
- ・また、FA回答のアフターコーディングにつきましても、社内にコーディングに慣れたコーダーがおりますので原則、無料でお引き受けいたします。

下記は、ほんの一例です。スキルの高いプログラマーの採用により、下記以外でも難易度の高い画面設計にも対応可能です。

## 1. ショッピングシェルフイメージ事例

棚の商品画像をクリックすると、拡大写真がポップアップ表示され、購入する場合は、購入本数を入力します。購入しない場合は、「購入しない」を選べば、ポップアップ画面は消えます。



- ・スーパーマーケット、ドラッグストア等の商品陳列棚を忠実に再現し、模擬購買テストが実施可能です。
- ・複雑なロジックの質問にも、対応いたします。

## 2. コンセプト評価画面事例



近年、脂肪分の多い食事をする機会が増えるとともに、もたれやムカつき、胃重などの症状が起こりやすくなっています。

キャベジンコーワSは、**荒れて傷んだ胃の粘膜を修復し、正常な状態に整える**キャベジン本来の効きめに加え、新たに配合されたリパーゼAP12が脂肪

もたれやムカつき、胃重などの不快な**胃をスッキリさせてくれます。**

コンセプト評価では、「良いもしくは「好き」だと思う箇所をクリックすると、その箇所が選択され、色が変わります。選択箇所を再度、クリックすると、選択が解除されます。文章だけでなく、写真、ロゴなどにも対応可能で、ターゲットユーザーのコンセプト反応度等の評価が可能です。

マクセス株式会社では、北海道から九州まで、全国規模での店舗調査の経験があります。また、経験豊富な調査員により、ミステリーショッピングにも対応しています。



## ■調査手法のご紹介

- ・クライアント様のニーズに応じて、様々な調査手法で店舗調査を実施いたします。
- ・北海道から九州までの調査員ネットワークを構築しています。

調査手法	弊社の特徴
覆面調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道から九州まで、覆面調査経験のある調査員を確保しています。</li> <li>・業態を問わず、対応いたします。</li> </ul>
来店客調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道から九州まで、全国対応が可能です。</li> <li>・お客様へのインタビュー調査も実施可能です。</li> </ul>
観察調査	<ul style="list-style-type: none"> <li>・北海道から九州まで、全国対応が可能です。</li> <li>・簡単な価格調査から店頭陳列状況、プロモーション実施状況等の把握まで、幅広く、対応いたします。</li> </ul>

## ■最近の調査事例

- ・自動車ディーラー覆面調査(全国)
- ・金融機関覆面調査(中国)
- ・酒販店覆面調査(関東、関西)
- ・大手家電量販店観察調査(関東、関西)
- ・宝飾店来店客出口調査(関西)
- ・スーパーマーケット来店客調査(首都圏)

1. 調査テーマ	・金融機関 覆面調査
2. 調査目的	・同一エリア内での自社店舗と競合店舗の両方において覆面調査を実施し、自社対競合の視点での比較を行う。 ・店舗調査と電話調査を行い、電話対応の状況もチェックする。
3. 調査対象	・特定の県内にある金融機関と、競合店舗 ・80店舗にて実施
4. 調査エリア	・関西地方
5. 調査方法	・1店舗につき、訪問調査と電話調査の併用
6. 調査内容	・店舗清掃状況、窓口対応状況、電話対応状況

1. 調査テーマ	・中古車カーディーラー全国覆面調査
2. 調査目的	・北海道から九州まで、全国300店舗の中古車ディーラー店舗での覆面調査を実施し、店舗管理状況、顧客対応状況等を本社サイドで一括管理する。
3. 調査対象	・大手中古車ディーラー
4. 調査エリア	・全国 300店舗
5. 調査方法	・男女カップルでの覆面調査
6. 調査内容	・店舗管理状況 <ul style="list-style-type: none"> <li>・外観、内装、商談コーナー、トイレ等の清掃状況等</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>・従業員の見だしなみ</li> <li>・商談対応</li> <li>・展示車の状態</li> </ul>

- ・マクセス株式会社では、消費者調査、店舗調査等の一式受託以外に、リサーチ業務のサポート業務も、幅広く行っています。

### 1. 調査対象者リクルーティング業務

- ・グループインタビュー、CLT、ホームユーステスト、WEB調査等における対象者のリクルーティング業務のみの受託を行います。
- ・出現率の低いケースでも対応可能な場合があります。
- ・機縁法によるリクルーティングですので、WEBリクルートに比較して欠席率、当日の条件非合致率が非常に低いのが特徴です。
- ・前日確認まで責任を持って行いますので、高い参加率となります。
- ・座談会規模(6~7名)からCLT規模(数百名)まで、ご要望に応じて対応可能です。
- ・首都圏以外の地域でも対応可能な場合があります。

### 2. FAデータ処理業務

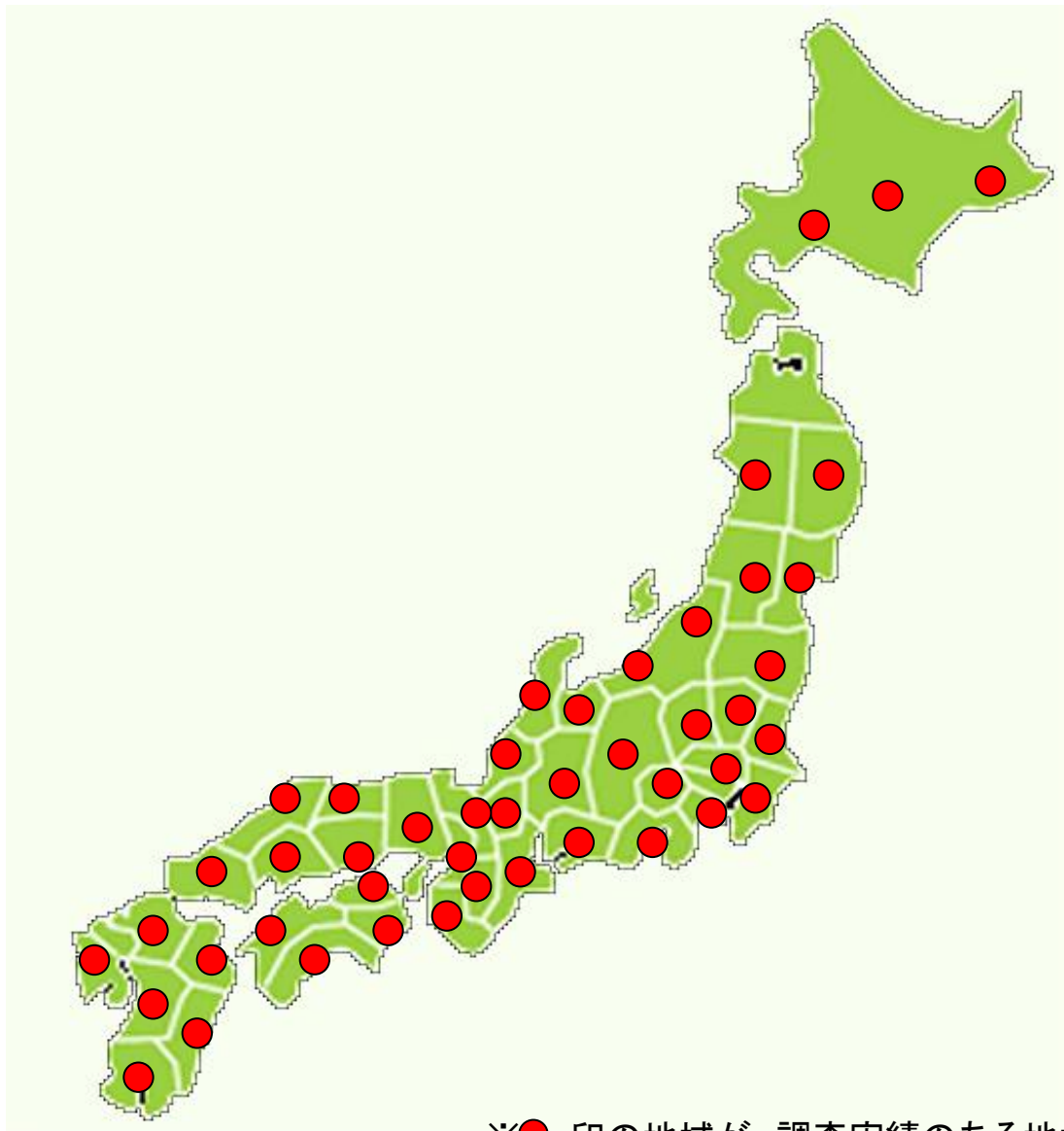
- ・膨大な量のFAデータをアフターコーディング~コード化し、コード表とコーディングデータで納品いたします。
- ・アフターコーディングに熟練したコーダーによる作業です。
- ・コード表、コメントの英訳も実績があります。

### 3. データ入力処理業務

- ・指定形式によるデータ納品から集計表納品まで、幅広く対応いたします。

### <マクセス株式会社の調査網ネットワーク>

- ・弊社では、北海道から九州まで、調査員のネットワークを保有しています。
- ・各地の調査員は消費者調査、店舗調査に精通した者ばかりで、店舗調査、訪問調査等では全国の調査員を起用しての調査が実施可能です。



※●印の地域が、調査実績のある地域です。

## <企業情報>

- ・企業名 : マクセス株式会社 (MAXCESS Corporation)
  - ・代表者 : 代表取締役 井上 誠
  - ・住所 : 〒150-0031  
東京都渋谷区桜丘町21-12 桜丘アーバンライフ A-304
  - ・TEL : 03-6427-8728
  - ・FAX : 03-6427-8759
  - ・URL : <http://www.maxcess-kk.com>
  - ・Eメール : [support@maxcess-kk.com](mailto:support@maxcess-kk.com)
  - ・業務内容 : 消費財分野のマーケティングリサーチ全般
- 
- ・2007年4月: 東京都新宿区にて会社設立。
  - ・2008年12月: プライバシーマーク取得。
  - ・2011年7月: 渋谷(現住所)に移転。

