

調査方法

- ①電話インタビュー調査により、一次的な情報収集を行い、同時に二次的(郵送法)情報収集のための対象者を抽出する。
 ②電話によるスクリーニング後の対象者に郵送法による調査を実施

1st STEP			
調査対象者(案) * 未既婚問わない	A. 20~30代 子無し	80名	240名
	B. 20~30代 子有り	80名	
	C. 40代	80名	

2nd STEP	
対象商品接点者	▶ 50~80名
・通販経験者／他チャネル経験者 ・他対象カテゴリーアイテム通販経験者など	

ヒアリング対象者
抽出条件

▶対象商品経験者モニター

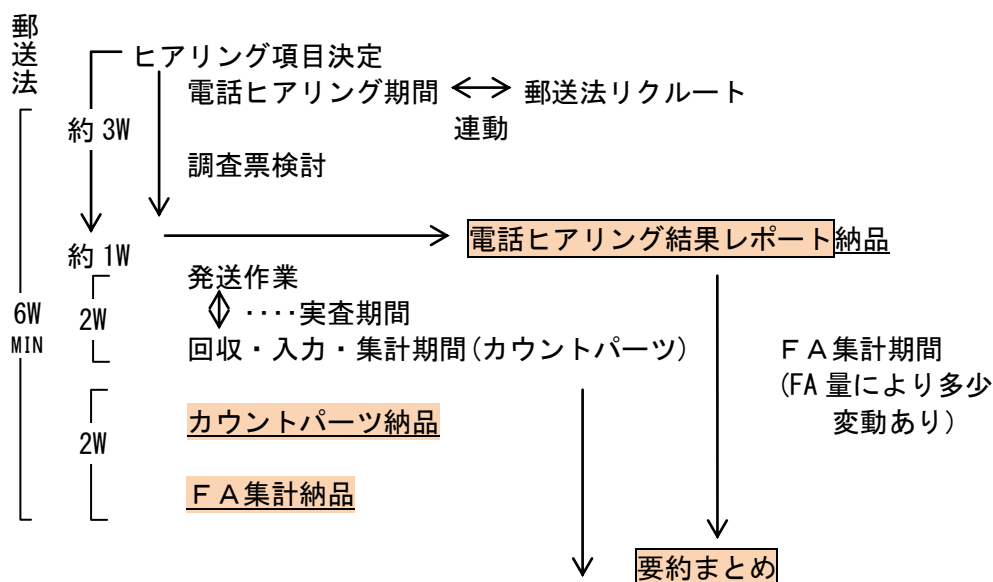
▶置き換えダイエット接点者 過去ユーザー含む経験者
対象関連商品実行者

スケジュールと予算

■スケジュール

スケジュール・予算検討

* N数により
スケジュールの
圧縮が可能です



■予算 * 電話ヒアリング、郵送法とも相応のF A 収集を前提とした
 予算です。予算枠がある時はご指定ください。

①モニター関係費 (240名→50名~80名)	55~65万
電話インタビュー通信・謝礼 発送・回収作業、サプライ・通信・謝礼	
②調査費	120~150万
電話インタビュー内容設計、実施 240名 郵送用調査設計(B 4、3~4枚)、回収管理 集計用フォーマット設計 入力作業、カウント入力、F A 入力 (240名/50~80名) 集計作業、データ処理・加工 F A の分析要素×生ワード集計	
③結果の要約・まとめ(電話ヒアリング/郵送法)	40万
要約レポート、グラフ化、分析	
④進行管理費(①~③の15%)	
①~③各ステップの補助費として活用	32~38万

計

247~293万円