



マトリックス数の増減によるデバイス毎の回答差について ～回答デバイスに配慮した調査設計に向けて～

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、今の時代に即したマーケティングリサーチのあり方を検討するべく研究チーム「NEO Research Labo」を立ち上げ、独自で調査を行なっております。今回プロジェクト第2段の調査として、マトリックス設問における回答デバイスの違いが回答の質に与える影響を明らかにするべく、インターネットリサーチを実施いたしました。

【調査背景】

近年のインターネットリサーチにおいて、スマートフォン回答者の割合が増加しています。以前はPCでアンケート調査に回答することが主流でしたが、近年はスマートフォンが年代を問わず普及していることも相まって、調査業界としてもスマートフォン回答を前提とした調査設計が求められています。そこで、PCとスマートフォンで回答したときの回答の違いを明らかにし、よりこれからの時代における有効なインターネットリサーチのあり方を検討するための調査プロジェクトを始動しました。

【調査内容】

インターネットリサーチを行い、以下3点について回答したデバイスによる違いを検証しました。

- 回答設問数の影響
- マトリックス数の増減による影響
- マトリックス数が多い設問は、複数設問に分けて聴取すべきか

【調査概要】

1. 調査の方法 : 株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」のシステムを利用したWEBアンケート方式で実施
 2. 調査の対象 : アイリサーチ登録モニターのうち、全国の20～69歳の男女を対象に実施
 3. 調査対象の条件 : 本調査を回答したデバイスによって以下割付し、調査を実施
※回答者自身または同居家族が「調査業・広告代理業・マーケティング業」に従事している場合、調査対象外とする「職業排他」を実施
 4. 有効回答数 : 3000名
 5. 調査実施日 : 2020年8月21日（金）～2020年8月25日（火）
- ※ 備考 : バイアスを完全に排除するため、マトリックス数ごとの群を作り、各設問は回答させた。各群フレッシュサンプルで実施。

【群ごとの割付について】

群	名称	MAマトリックス	SAマトリックス	意図
A群	Minマトリックス	10×10	10×5	マトリックス数の増減に応じて、PCとスマホの回答差が生まれるかを検証するため
B群	Mediマトリックス	15×15	15×5	
C群	Maxマトリックス	20×20	20×5	
D群	-	20×10を2間に分けて聴取	未聴取	マトリックス数の増加した場合、2間に分けて聴取する方が望ましいのかを検証するため

A群：Minマトリックス評価者（統合）10×10							C群：Maxマトリックス評価者（統合）20×20																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>PC回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PC回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500
PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															
PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>スマホ回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500	<table border="1"> <thead> <tr> <th>スマホ回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500
スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															
スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															

B群：Mediマトリックス評価者（統合）15×15							D群：Maxマトリックス評価者（分割）20×10																																																														
<table border="1"> <thead> <tr> <th>PC回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500	<table border="1"> <thead> <tr> <th>PC回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500
PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															
PC回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															
<table border="1"> <thead> <tr> <th>スマホ回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500	<table border="1"> <thead> <tr> <th>スマホ回答者</th> <th>20代</th> <th>30代</th> <th>40代</th> <th>50代</th> <th>60代</th> <th>合計</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>男性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>女性</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>50</td> <td>250</td> </tr> <tr> <td>合計</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>100</td> <td>500</td> </tr> </tbody> </table>							スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計	男性	50	50	50	50	50	250	女性	50	50	50	50	50	250	合計	100	100	100	100	100	500
スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															
スマホ回答者	20代	30代	40代	50代	60代	合計																																																															
男性	50	50	50	50	50	250																																																															
女性	50	50	50	50	50	250																																																															
合計	100	100	100	100	100	500																																																															

【設問内容と設問を回答する群について】

設問	形式	設問内容	対象者	備考
F1~F3				
SC1	MA	職業排他		
SC2	MAMT	アンケートを回答する際に、使用するデバイス/最も使用するデバイス		
A_Q1	MAMT	果物のキャラクターイメージ（10×10）	A群	女性っぽい、男性っぽい、大人っぽい・・・
B_Q1	MAMT	果物のキャラクターイメージ（15×15）	B群	
C_Q1	MAMT	果物のキャラクターイメージ（20×20）	C群	
D_Q1_1	MAMT	果物のキャラクターイメージ（10×20）	D群	
D_Q1_2	MAMT	果物のキャラクターイメージ（10×20）	D群	実際の調査票での番号はQ2
A_Q2	MAMT	果物の知覚品質イメージ（10×10）	A群	信頼できる、安心できる、定番・・・
B_Q2	MAMT	果物の知覚品質イメージ（15×15）	B群	
C_Q2	MAMT	果物の知覚品質イメージ（20×20）	C群	
A_Q3	MAMT	果物の食シーン（10×10）	A群	家事をしながら、運転中、移動中・・・
B_Q3	MAMT	果物の食シーン（15×15）	B群	
C_Q3	MAMT	果物の食シーン（20×20）	C群	
A_Q4	MAMT	果物の購入理由（10×10）	A群	リフレッシュできる、フレッシュである、小腹を満たせる・・・
B_Q4	MAMT	果物の購入理由（15×15）	B群	
C_Q4	MAMT	果物の購入理由（20×20）	C群	
A_Q5	SAMT	食選択の際に重視すること（10×10）	A群	食品の安全性を気にしている、食費は惜しまない、・・・
B_Q5	SAMT	食選択の際に重視すること（15×15）	B群	
C_Q5	SAMT	食選択の際に重視すること（20×20）	C群	

◆調査結果総括

- SA マトリックスは 10×5 、 10×5 、 20×5 で大きな差がなく、マトリックス数の増減によって、PC とスマホのデバイスを考慮した設計を考える必要性は少ない。
- MA マトリックスは、マトリックス 10×10 に近づくほど、PC とスマホの差は少なくなる。そのため、理想は 10×10 が望ましいが、実務への適用を考えると、 $10 \times 10 \sim 15 \times 15$ の範囲が現実的と考える。どうしても 20×20 になる場合は、設問を 2 問に分けることも一つの手となりえるのではなかろうか。

【分析結果】

- 離脱率/回答時間の違い
マトリックス数が増えると、スマホ回答者は PC 回答者に比べ離脱率が高くなり、回答時間が長くなる。
- 回答傾向の違い
 - SA (単一回答) マトリックスの場合
マトリックス数の増加によるスマホ回答者と PC 回答者の違いは、ほぼ見られなかった。
 - MA (複数回答) マトリックスの場合
マトリックス数が 15×15 を超えてくると、スマホ回答者と PC 回答者で、回答傾向の違いが生まれてくる。各群の選択肢はマトリックス数に応じて異なるため厳密に比較できないが、前半の選択肢はスマホ回答者に回答される割合がやや高く、後半では若干 PC 回答者に回答される割合が高い傾向であった。
 - ・ Min マトリックス (10×10) :
スマホ回答者と PC 回答者の回答傾向の違いはほぼ見られなかった。
 - ・ Medi マトリックス (15×15) :
スマホ回答者と PC 回答者で、回答傾向の違いが数か所見られた。
 - ・ MA マトリックスに (20×20) :
Medi マトリックスよりも多く、回答傾向の違いがみられる箇所が見られた。

※スマホ回答者と PC 回答者の回答傾向の違いは、それぞれの設問項目におけるそれぞれの選択肢の回答割合を比較。10 ポイント以上値に差があった時に、違いがあると判断。

- 回答デバイスに配慮した調査設計に向けて
スマホ回答者には配慮して、選択肢が多い 20×20 の場合は 2 問に分けることが考えられる。
 - ・ C 群 (20×20 で 1 問聴取) は、スマホ回答者は PC 回答者に比べ 10 ポイント以上高いセルが存在
 - ・ D 群 (10×20 で 2 問聴取) は、スマホ回答者と PC 回答者の差が 10 ポイント未満に留まった
⇒ 選択肢が多い C 群はスマホ回答者と PC 回答者の結果に違いが生じた。
C 群が回答した設問を単純に分割した設問を回答した D 群では、スマホ回答者と PC 回答者の結果の違いは小さくなった。まだまだ検証は必要となるが、デバイスによる回答結果の違いを小さくするため、選択肢の多いマトリックスは分割した方がよいと考えられる。

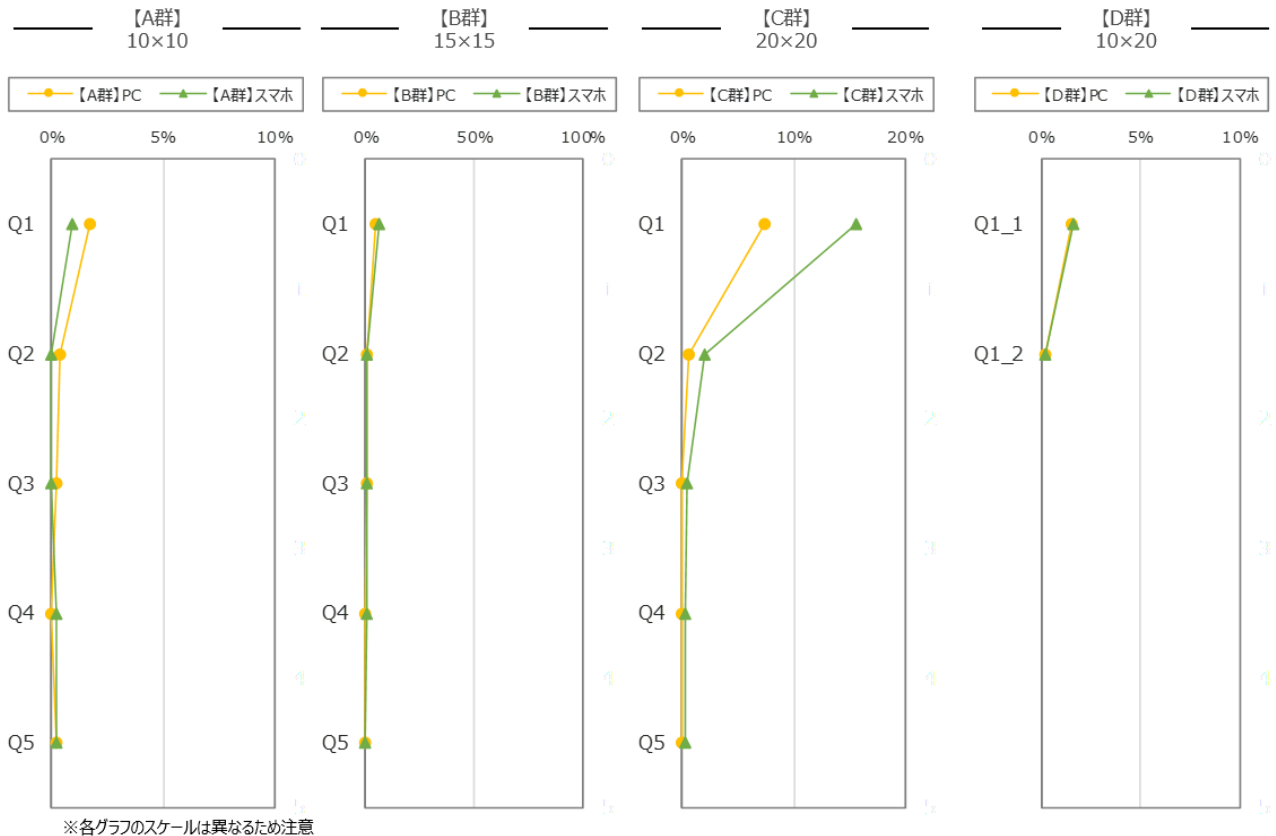
【その他】

- n は回答者数を表している。
- n 数に関しては、GT 表・クロス集計表とで確認ください。
- 回答率(%)は小数点第 2 位を四捨五入し、小数点第 1 位までを表示している。このため、合計数値は必ずしも 100%とはならない場合がある。
- 設問の回答には、単一回答と複数回答がある。複数回答の設問は、回答率(%)の合計が 100%を超える場合がある。
- n が 30 未満の数値は参考値とする。
- 3%未満の数値ラベルは非表示とする。

◆調査結果詳細

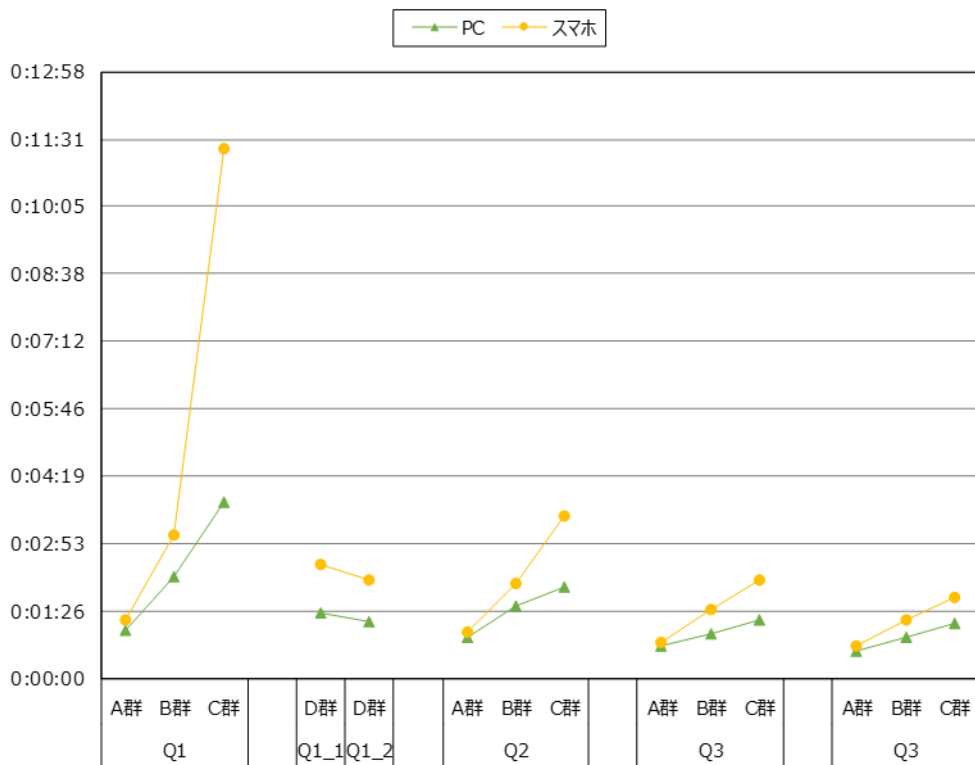
1. 離脱率

離脱率は概ね低く、デバイス間の違いは小さかった。ただし、マトリックス数が最も多い C 群の Q1 は脱率が高い(特にスマホ)。Q2 以降の離脱率は低くなることから、最初の設問を乗り越えれば、途中離脱は少ないことがうかがえる。さらに、C 群から D 群にかけて離脱率が低下することから、20×20 マトリックスを 2 問に分けると、離脱率が下がることも分かった。



2. 回答時間

一人当たりの回答時間は、マトリックス数が増えるにつれて長くなる。
特に、スマホ回答者の回答時間が長くなる傾向がある。



3. 回答設問数の影響/マトリックス数の増減による影響に関して

<目的>

回答設問数やマトリックス数の増加が、回答傾向に影響を与えるか確認する。

※なお、実際は全設問の分析を実施しているが、MA マトリックスの代表として、離脱率・回答時間で差が見られ、回答傾向に大きな違いがありそうな Q1 のみ記載する。

SA マトリックスの検証は Q5 を取り上げる。

<検証方法>

〈PC 回答者の値-スマホ回答者の値〉の差分を算出し、回答傾向の違いを確認する。

差分が大きいほど、PC とスマホの回答傾向に違いがあることを示している。

※スマホ回答者と PC 回答者の回答割合に 10 ポイント以上値に差があった時、違いがあると判断。

<調査結果>

Min マトリックス(10×10)の場合：

MA マトリックス・SA マトリックスともに、スマホと PC 回答者の回答傾向に違いはほぼ見られない。

※他の Q2~Q4 の MA マトリックス設問でも同様の傾向。

【凡例】
■が濃くなるほど、マイナスに差が大きい
■が濃くなるほど、プラスに差が多くなる

Q1「キャラクターイメージ(MAMT)」
n=[A群]スマホ回答者-PC回答者(10×10)

Q5「食選択の際に重視すること(SAMT)」
n=[A群]スマホ回答者-PC回答者(10×5)

	お し や れ な	か わ い い	明 る い	や さ し い	親 し み が あ る	爽 快 感 が あ る	男 性 つ ぼ い	高 級 感 の あ る	あ て は ま る も の は な い
バナナ	0.8	-3.8	-4.6	-5.8	-2.6	2.0	2.6	0.4	2.6
オレンジ	0.8	-	-5.6	-	-4.8	5.4	1.0	0.4	-2.6
いちご	2.4	2.0	-1.2	-2.4	-5.6	-1.2	-0.2	0.6	-1.8
グレープフルーツ	0.4	0.6	-4.8	0.6	-3.4	3.8	2.0	1.4	-3.2
すいか	1.4	0.6	-3.4	0.4	-3.4	-4.0	1.4	1.6	-
マスカット	1.6	-0.2	-4.8	0.4	-2.6	-2.4	-0.2	4.8	0.6
ざくろ	2.0	-1.0	-2.0	-1.0	-1.0	1.4	-1.6	-1.4	3.6
柿	2.2	0.6	-1.4	1.4	-6.0	0.6	-1.4	-1.0	2.6
メロン	2.2	0.8	-3.0	-1.6	-5.8	0.2	1.6	1.4	-1.8
マンゴー	-1.4	1.6	-4.8	-0.8	-2.6	-2.2	0.2	0.4	0.6

	重 視 し て い る	や や 重 視 し て い る	ど ち ら と も 言 え な い	あ ま り 重 視 し て い な い	重 視 し て い な い
食品の安全性を気にしている	1.0	-0.8	-1.2	1.8	-0.8
添加物や化学調味料を気にしている	4.0	-5.0	-0.2	3.2	-2.0
新しい食べ物に興味がある	4.0	0.2	-2.2	-0.4	-1.6
食費は惜しまない	0.2	1.0	2.4	-2.6	-1.0
食事はお腹がいっぱいになればよい	1.0	-	-0.4	-1.0	0.4
市販の弁当をよく利用する	1.2	1.4	-1.2	1.2	-2.6
果物をよく食べる	-3.4	4.6	-3.0	3.8	-2.0
栄養バランスのよい食事をこころがけている	-0.6	-0.4	-0.4	4.0	-2.6
健康情報に興味があり詳しいほうだ	-0.4	4.0	-4.8	5.0	-3.8
健康食品やサプリメントをよく買うほうだ	-0.4	3.2	1.4	1.6	-5.8

Medi マトリックス(15×15)の場合：

SA マトリックスは、スマホと PC 回答者の回答傾向に違いはほぼ見られない。

MA マトリックスでは、スマホ回答者の方が高い箇所が数か所見られた(10 ポイント未満の差だが、Min マトリックスよりも差が出始めている)。

※他の Q2~Q4 の MA マトリックス設問では、スマホ回答者の方が 10 ポイント以上高い箇所が数か所見られた。

【凡例】
■が濃くなるほど、マイナスに差が大きい
■が濃くなるほど、プラスに差が多くなる

Q1「キャラクターイメージ(MAMT)」
n=【B群】スマホ回答者-PC回答者(15×15)

	お し や れ な	か わ い い	明 る い	や さ し い	親 し み が あ る	爽 快 感 が あ る	健 康 的 な	男 性 っ ぽ い	女 性 っ ぽ い	大 人 っ ぽ い	子 供 っ ぽ い	高 級 感 の あ る	手 ご ろ な	あ て は ま る も の は な い
バナナ	1.6	1.2	1.6	4.8	4.6	-0.2	5.8	3.4	0.8	-	3.6	0.6	-4.6	2.4
りんご	0.8	2.0	0.4	4.2	1.8	2.4	-0.8	2.2	3.2	1.0	2.8	-2.0	-3.8	0.4
オレンジ	3.8	2.6	0.8	2.6	2.2	0.6	-1.6	1.8	-1.4	0.8	1.6	0.8	-3.6	1.2
いちご	4.8	2.6	0.8	0.4	-1.8	3.2	-6.0	1.2	5.4	1.0	-1.4	-2.0	-2.4	1.4
キウイフルーツ	3.2	2.6	2.0	1.6	-0.6	-	-0.4	1.2	-	0.8	1.8	0.2	-2.4	-0.2
グレープフルーツ	4.6	-0.2	1.6	1.2	-0.2	2.6	0.4	3.8	-0.2	-0.4	2.0	-1.0	-4.4	0.4
すいか	1.8	-1.2	2.8	3.2	3.6	-0.6	-1.6	2.0	-0.2	1.2	1.0	0.2	-2.2	-0.8
ぶどう	7.2	1.2	0.4	1.8	0.8	-0.8	-	2.0	-2.2	2.0	1.2	-2.4	-2.4	2.4
マスカット	9.2	0.2	2.8	1.2	0.8	2.4	-4.6	1.4	0.4	1.6	0.8	-7.8	2.2	-1.2
ざくろ	3.4	0.8	0.8	1.8	1.2	0.2	-3.0	2.4	0.8	1.0	0.4	1.0	1.4	-1.8
梨	1.2	2.2	0.8	-0.2	2.0	4.2	-3.8	1.0	1.0	-0.4	2.0	2.2	-2.8	1.0
柿	-	2.6	1.2	0.8	2.6	1.8	-5.2	-0.4	0.6	1.0	0.8	-0.4	-0.8	-1.4
メロン	7.4	1.6	4.0	1.2	0.2	0.2	-3.0	1.8	2.0	2.4	1.0	-8.0	-1.2	2.0
さくらんぼ	4.8	5.2	3.2	-0.8	1.0	-0.2	-2.4	1.0	2.8	2.0	-0.8	-8.0	-1.0	1.4
マンゴー	7.8	-1.2	-1.4	-1.0	-2.6	-1.0	-0.8	2.4	0.8	3.8	0.2	-5.6	-1.0	0.2

Q5「食選択の際に重視すること(SAMT)」
n=【B群】スマホ回答者-PC回答者(15×5)

	重 視 し て い る	や や 重 視 し て い る	ど ち ら と も 言 え な い	あ ま り 重 視 し て い な い	重 視 し て い な い
食品の安全性を気にしている	2.0	-0.4	-3.0	0.2	1.2
カラダによいものはできるだけ自然なものから摂取したい	-1.8	-2.6	-0.8	4.8	0.4
添加物や化学調味料を気にしている	1.6	5.8	-7.8	-0.4	0.8
新しい食べ物に興味がある	2.8	-0.6	0.6	-3.4	0.6
食事に手間ひまや時間をかけたくない	-1.0	-	-4.2	3.6	1.6
食費は惜しまない	0.6	-0.2	-	-0.6	0.2
食事はお腹がいっぱいになればよい	2.4	6.0	-6.6	-0.4	-1.4
ファーストフードやスナック菓子をよく食べるほうだ	1.6	0.2	-1.4	-0.6	0.2
市販の弁当をよく利用する	0.4	3.4	-0.4	-3.4	-
果物をよく食べる	1.8	-0.4	-	-2.4	1.0
野菜をよく食べる	-7.0	2.4	0.4	2.4	1.8
栄養バランスのよい食事をこころがけている	-4.0	-0.2	1.0	2.2	1.0
健康情報に興味があり詳しいほうだ	-1.2	2.0	-2.8	1.6	0.4
美容情報に興味があり詳しいほうだ	-1.0	0.6	2.8	0.6	-3.0
健康食品やサプリメントをよく買うほうだ	-2.8	3.6	1.0	-2.0	0.2

PRESS RELEASE

2020.9.18

Max マトリックス(20×20)の場合：

SA マトリックスでは、スマホと PC 回答者の回答傾向に違いはほぼ見られない。

MA マトリックスになると、スマホ回答者が 10 ポイント以上高い箇所が多くなって来る。

Min/Medi マトリックス設問と選択肢が異なるため厳密に比較できないが、スマホ回答者の回答が前の選択肢にやや集中している傾向がある。

※他の Q2~Q4 の MA マトリックス設問でも同様の傾向。

【凡例】
 ■が濃くなるほど、マイナスに差が大きい
 ■が濃くなるほど、プラスに差が多くなる

Q1「キャラクターイメージ(MAMT)」
 n=[C群]スマホ回答者-PC回答者(20×20)

	おしゃやれな	かつこいい	かわいい	元気な	明るい	舌々しい	やさしい	純粋・ピュアな	親しみがある	いやされる	爽快感がある	健康的な	男性っぽい	女性っぽい	大人っぽい	子供っぽい	高級感のある	手ごころな	あてはまるものはない
バナナ	0.8	1.0	-0.8	5.0	2.8	-	3.0	1.0	-1.8	1.2	1.4	5.2	2.0	1.0	-0.2	1.6	-	-1.0	1.4
りんご	-	-0.4	3.0	3.6	4.2	0.2	4.0	1.2	-1.0	-1.0	0.2	-0.2	1.0	1.8	0.6	1.2	-1.2	1.8	1.0
オレンジ	7.2	3.2	1.2	1.4	0.6	-3.2	0.2	3.2	0.4	1.8	-1.0	1.0	0.6	1.4	0.4	-1.2	1.6	1.0	-1.2
みかん	1.4	2.0	7.4	3.0	4.0	0.2	0.8	3.0	-3.2	0.8	2.0	3.4	0.8	2.2	-0.4	0.4	0.8	-5.2	1.4
いちご	3.6	0.8	4.8	2.0	1.6	4.2	4.4	2.2	-3.2	0.6	1.2	-0.2	-0.2	2.2	0.2	-0.2	0.8	-1.4	-1.2
キウイフルーツ	5.6	3.6	2.8	2.6	-1.8	2.0	1.4	0.6	-2.8	3.0	-0.6	-2.4	-0.4	3.0	1.8	2.0	-1.6	-1.2	-1.0
グレープフルーツ	5.4	4.2	-0.8	1.6	1.8	-0.2	0.6	1.0	-5.2	2.2	-0.4	0.8	2.4	0.4	-	0.2	-0.8	-0.6	-2.0
パイナップル	2.8	3.0	1.4	4.6	0.6	-0.8	-0.4	1.0	-2.6	1.8	-0.2	-3.2	0.8	1.8	1.2	-1.2	1.0	-0.6	0.6
すいか	1.8	1.0	1.2	4.4	3.8	1.4	1.6	1.8	-5.0	2.6	-3.0	-2.2	1.6	1.2	1.6	0.4	-	-1.2	-0.6
ぶどう	3.2	2.0	1.0	1.2	-	0.8	2.8	2.2	-4.6	0.6	0.8	-0.2	1.4	0.6	1.2	0.8	1.4	-1.4	0.4
マスカット	7.6	1.8	0.6	1.8	3.8	2.6	0.2	4.6	-1.2	2.8	-0.2	-1.4	-0.4	-	0.8	1.4	-3.8	1.0	-0.2
ライチ	11.4	4.6	1.2	1.6	-	-	0.6	4.6	-0.4	3.6	-0.4	-2.4	2.0	2.4	0.2	1.4	-1.8	1.4	-4.6
ぶくら	5.0	3.2	1.4	2.8	1.4	-0.2	1.6	2.8	1.4	1.6	3.0	-2.2	-0.2	-2.2	0.8	-0.6	1.0	0.6	-5.8
梨	1.6	2.4	0.6	0.4	2.2	0.4	3.8	2.0	-2.8	1.2	-5.0	-3.0	1.4	1.2	1.2	2.2	1.0	-	0.8
柿	1.0	1.6	0.8	2.2	1.2	-	3.8	1.6	-1.2	2.4	0.6	-2.8	-0.2	0.2	-0.6	2.2	-1.2	-0.4	1.4
桃	6.2	0.8	7.2	0.4	1.4	-0.6	2.2	2.4	-2.2	2.6	-1.2	-2.0	0.6	2.6	1.2	0.4	3.4	-0.4	-2.8
メロン	5.8	4.8	0.2	-	1.4	0.2	1.8	-0.4	-1.6	1.6	0.6	-0.4	2.0	2.2	2.4	0.4	-2.0	0.2	0.2
さくらんぼ	8.2	0.4	7.4	1.4	1.0	0.6	-	1.4	-0.4	0.4	-	-1.0	1.2	1.4	-1.2	0.8	-2.4	-1.2	-2.0
マンゴー	7.0	1.4	0.6	3.2	3.2	-	1.2	2.2	-2.0	1.6	-0.6	-1.6	1.4	1.6	2.2	-0.4	-2.6	0.4	-2.6
パパイア	9.2	2.8	0.6	3.0	2.0	3.0	-0.6	0.8	-0.2	0.8	0.2	0.6	1.2	1.2	0.2	0.8	-0.6	0.6	-4.6

Q5「食選択の際に重視すること(SAMT)」
 n=[C群]スマホ回答者-PC回答者(20×5)

	重視している	やや重視している	どちらとも言えない	あまり重視していない	重視していない
食品の安全性を気にしている	1.6	-1.8	-2.8	2.4	0.6
カラダによいものはできるだけ自然なものから摂取したい	-4.2	3.2	-3.6	2.8	1.8
添加物や化学調味料を気にしている	-2.4	8.6	-6.4	-0.4	0.6
野菜、果物や肉、魚は、原産国を気にする	-4.6	2.2	-1.0	4.4	-1.0
新しい食べ物に興味がある	0.4	1.0	1.0	-1.2	-1.2
食事に手間ひまや時間をかけたくない	-2.6	4.0	-3.8	3.4	-1.0
食費は惜しまない	-0.6	4.2	-5.4	4.4	-2.6
食事にお金をかけたくない	-0.2	4.6	-1.6	-	-2.8
食事はお腹がいっぱいになればよい	0.4	2.0	-2.6	3.4	-3.2
ファーストフードやスナック菓子をよく食べるほうだ	-1.4	1.8	2.0	-2.4	-
市販の弁当をよく利用する	-0.4	2.2	2.0	-2.2	-1.6
自分の今の食生活は栄養が偏っていると思う	0.6	2.8	-4.8	1.2	0.2
果物をよく食べる	-1.0	-0.2	-0.4	4.4	-2.8
野菜をよく食べる	-0.8	-5.2	1.0	5.6	-0.6
栄養バランスのよい食事をこころがけている	-1.6	-6.6	2.0	3.4	2.8
ダイエットに興味があり詳しいほうだ	-0.8	1.2	-0.2	0.4	-0.6
健康情報に興味があり詳しいほうだ	2.0	-0.2	-4.8	3.6	-0.6
美容情報に興味があり詳しいほうだ	3.0	2.6	-5.2	3.2	-3.6
健康食品やサプリメントをよく買うほうだ	0.8	1.6	0.4	3.2	-6.0
美容関連の商品をよく買うほうだ	1.2	1.4	0.2	3.2	-6.0

4. マトリックス数が多い設問は、複数設問に分けて聴取すべきか

<目的>

マトリックス数が多い設問は、複数設問に分けて聴取すべきか確認する。

<方法>

C群は20×20で1問、D群はC群が回答する設問を2つに分割し、20×10で2問を回答させる。その回答傾向の違いから、選択肢数の多いマトリックスは1問で聴取すべきか、分割して聴取すべきかを検討する。

なお、C群の分析結果は前頁の上の表である。

<調査結果>

キャラクターイメージを、C群(20×20で1問聴取)とD群(10×20で2問聴取)で比較すると、C群はD群に比べ、スマホ回答者の結果が前半の選択肢で高く、後半の選択肢でやや低い傾向。

【凡例】
■が濃くなるほど、マイナスに差が大きい
■が濃くなるほど、プラスに差が多くなる

Q1_1/Q1_2「キャラクターイメージ(MAMT)」
n=[D群]スマホ回答者-PC回答者(10×20)

	おしやれな	かつこい	かわい	元気な	明るい	若々しい	やさしい	純粹・ピュアな	親しみがあ	いやされる	爽快感がある	健康的な	男性っぽい	女性っぽい	大人っぽい	子供っぽい	高級感のある	手ごろな	あてはまるものはない	この果物は知らない
バナナ	1.2	1.6	1.0	0.8	-1.8	-0.2	-1.0	0.4	2.4	-1.2	-0.2	-5.8	1.2	1.8	-0.8	3.8	0.2	2.2	1.0	0.8
りんご	-1.4	1.0	-0.2	2.4	-1.8	1.2	-1.2	-0.8	1.6	-2.6	1.4	-1.6	-1.4	4.2	1.4	0.8	-0.6	-0.2	0.6	0.6
オレンジ	1.6	1.2	2.6	0.2	-0.8	-2.4	1.8	0.4	2.4	1.0	4.2	-0.8	1.4	-	-0.2	1.4	-0.2	-1.6	-1.6	0.6
みかん	-0.2	0.2	4.2	1.2	0.4	-0.8	1.4	-0.4	0.2	1.4	1.0	-3.2	-0.2	3.2	1.6	1.2	0.6	-1.6	0.4	1.0
いちご	-0.8	1.8	1.2	1.8	2.2	-0.4	-0.4	2.4	3.6	-2.2	0.4	-2.0	0.8	-1.0	1.8	-1.0	0.4	-	0.6	0.8
キウイフルーツ	2.0	3.0	1.2	0.6	-1.8	0.6	0.4	0.2	-1.0	-1.6	-0.6	0.2	0.8	3.4	3.0	1.6	-0.8	0.4	-	0.4
グレープフルーツ	3.0	-0.2	2.2	1.8	-	0.8	1.0	-1.4	-2.4	-0.8	2.4	-	1.8	1.4	0.6	0.8	1.0	0.6	-0.8	0.4
パイナップル	3.4	4.2	2.6	-3.4	-3.0	1.0	1.0	-0.2	1.8	0.8	1.6	-2.4	0.6	2.8	1.8	1.0	0.8	2.0	-0.2	-
すいか	1.0	2.0	1.4	-4.4	-7.4	0.8	0.6	-0.4	6.2	-2.0	2.0	-3.8	0.8	1.0	-0.2	1.8	1.0	1.8	-1.0	0.4
ぶどう	-1.6	0.8	3.0	-0.6	-1.4	0.4	-1.2	-0.6	1.4	-1.6	0.6	-0.6	1.2	0.2	-0.6	1.2	4.4	-0.2	-	-0.6
マスカット	2.6	1.2	1.2	-0.2	0.2	-1.4	-1.2	1.8	0.2	0.8	0.2	0.2	1.2	1.6	1.0	-	2.0	1.0	0.6	-
ライチ	2.8	3.2	2.6	1.4	-	2.2	-	1.4	1.2	-0.6	3.6	-3.2	0.8	-1.4	-1.6	0.6	3.0	0.2	1.0	-1.0
ざくろ	1.0	1.4	0.2	-0.2	-0.2	1.4	0.2	0.6	-0.8	-0.6	1.4	-	1.0	-	-2.0	0.8	0.4	0.4	2.0	-1.4
梨	2.4	2.2	2.4	-3.4	-0.2	0.8	-0.2	3.8	1.0	-2.0	-0.4	1.0	1.6	1.0	1.6	1.0	-0.2	-2.6	0.4	-
柿	1.4	0.8	0.6	-1.4	-2.0	1.2	0.6	1.4	0.2	-2.6	-	-0.6	0.4	1.6	-1.8	-0.2	1.6	-1.0	2.8	0.2
桃	1.4	1.0	3.0	-1.6	0.6	-0.2	-2.4	1.0	-1.2	-3.8	0.2	1.4	-1.2	1.0	2.6	-0.2	2.6	-0.8	0.8	0.4
メロン	1.2	0.8	2.6	-2.2	-0.8	1.0	2.0	0.2	0.4	-2.2	-0.2	0.4	1.8	1.2	-	1.8	1.6	1.2	1.6	1.2
さくらんぼ	-0.6	1.6	0.6	-0.8	-3.0	0.8	-0.6	2.4	-0.8	-0.6	-1.2	2.2	-0.6	-1.0	1.2	-0.4	4.0	-2.0	2.4	1.0
マンゴー	-	2.2	3.6	-0.6	-4.6	-1.6	-0.6	1.2	-0.2	-1.4	0.6	0.8	0.4	1.6	-0.6	0.8	0.4	0.8	2.2	0.2
パパイヤ	1.8	2.6	1.0	-	-4.2	-1.0	-0.2	1.6	-1.6	-1.0	0.8	1.4	2.2	-	0.4	1.0	3.6	0.6	-	-0.2

※「マスカット」以降を2問目で聴取

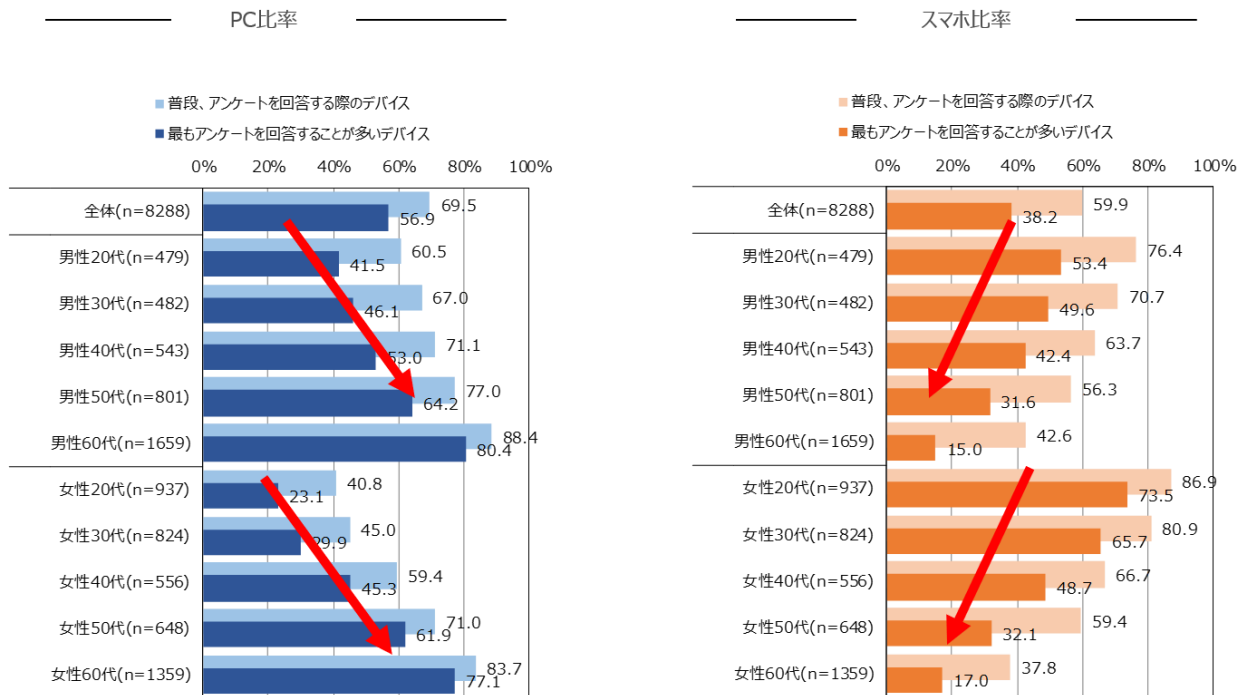
5. (参考)アンケート回答におけるデバイス比率

<目的>

PC とスマートフォンでの回答比率を確認する。

<コメント>

「普段、アンケートを回答する際のデバイス」は、全体でPCが69.5%、スマホが59.9%でややPCでの回答割合が高い。男女ともに、年代が高いほどPCで、年代が若いほどスマホで回答していることがわかる。



■この調査で使った調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。
<例>「総合マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>