

実験調査の公開と解説

# ビッグファイブ理論

設問形式の違いで

性格評価の結果が変わる？

ONLINE SEMINAR



1. 実験調査とは
2. 調査概要
3. なぜ性格類型(パーソナリティ類型)を検証するのか？
4. 調査結果から見た、設問形式が与える影響
5. 調査結果詳細



**株式会社アスマーク**  
**リサーチャー**  
**戸川 岳信(とがわ たけみち)**

2019年に入社後、実査担当としてネットリサーチやホームユーステスト(HUT)など数多くの調査案件に従事。その後、HUTを中心とするチームの立ち上げに主要メンバーとして参画し、実務に加え、新人のOJTや教育、研修も担当。  
現在はリサーチャーへ転身し、実査担当の経験を活かしながら調査の企画設計から分析、報告書作成までを一貫して担当している。

# 実験調査とは

---

## 「実験調査」とは？

マーケティングリサーチのデータ精度を高めるために、様々な業界やテーマの豊富な調査経験を持つ当社が、**調査設計の小さな違いが回答にどのような影響を与えるのかを検証**する「実験を目的とした調査」です。

## なぜ実験調査を行うのか？

- リサーチャーが持つ**「仮説」**をデータに基づいて検証するため。
- 設問文や選択肢の見せ方など、調査設計の**“見えないバイアス”**を明らかにするため。
- より正確で**信頼性の高いデータ**を提供するため。

# 調査概要

---

# 調査概要

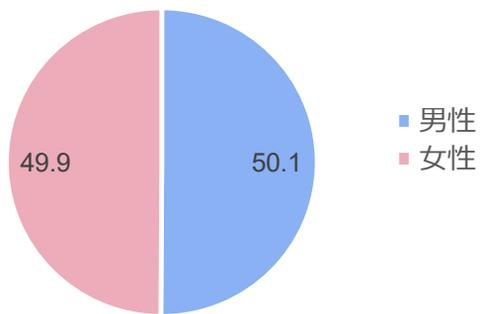
調査目的	リサーチャーが案件を通して感じた疑問点の検証、今後の提案、お客様からの質問への回答として役立つ知見を得ることを目的に自主調査を実施。
調査課題	①排他が後ろにある、最初にある の違い（買わない理由とかそういう設問で） ②印象に残るのは最初に聞かれた・見たこと、最後に聞かれた・見たこと？ ③トラップ設問の有効性比較 ④「全てお選びください」「いくつかもお選びください」で回答結果は変わる？ ⑤いろんなものに興味・関心を持っていると、様々なスコアが高くなる？ 感受性によるもの？ 好奇心？ ⑥現代の人は、リスク回避の傾向が強くなっていて、アンケートでも誤解や誤った選択を避けるために慎重になっている？ だからスコアが減少傾向にある？ ⑦どちらともいえない、わからない、どこにあるか（5点尺度の中間選択肢の位置での結果の違い） ⑧BIGFIVEの再検討 ⑨NPSでタテの選択肢、ヨコの選択肢での結果の違い ⑩回答の中断の有無 ⑪モニター登録が長いと、回答の精度がどう変わるのか？ 登録の長さ＝慣れで傾向が変わる？ 設問文をちゃんと読んでる？ 雰囲気回答してない？ ⑫プロービングの効果検証（FA、MA）
調査手法	Webアンケート
対象者条件	【性別】 男性、女性 【年齢】 20～50代 【地域】 全国 【その他条件】 D STYLE WEB登録会員
回収数	本調査：1,862s
割付	次ページに掲載
調査期間	2025年4月25日（金）～4月30日（水）

【割付表】

		割付	20代	30代	40代	50代	計
A 群	グループ①	男性	56	58	59	59	232
		女性	58	58	58	58	232
	グループ②	男性	58	59	58	59	234
		女性	58	59	59	58	234
B 群	グループ①	男性	58	58	57	58	231
		女性	58	58	58	58	232
	グループ②	男性	61	58	58	58	235
		女性	58	58	58	58	232
		計	465	466	465	466	1,862



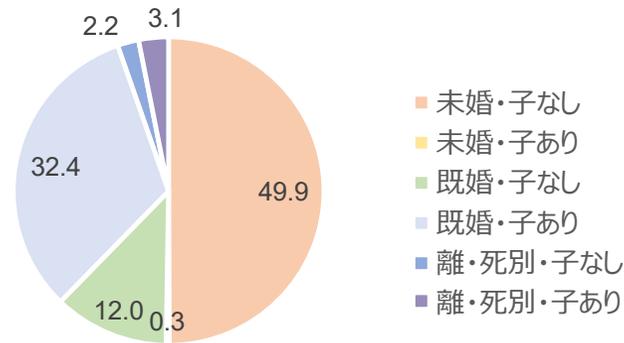
## 性別



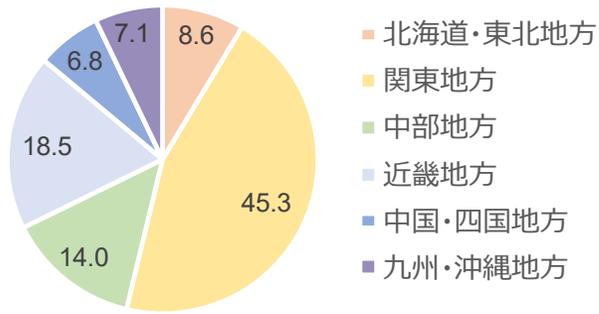
## 年齢



## 婚姻状況



## 居住地



## 職業

会社・団体の経営者・役員	2.0
会社員（契約社員／派遣社員含む）	49.6
公務員	4.5
自営業・自由業	5.2
専業主婦・主夫	10.5
パート・アルバイト	15.5
学生	2.4
無職／リタイア	9.5
その他	0.9

## 世帯年収

0円	1.6
1～100万円未満	3.3
100～200万円未満	4.5
200～400万円未満	15.4
400～600万円未満	20.4
600～800万円未満	14.2
800～1,000万円未満	9.2
1,000～1,500万円未満	11.4
1,500万円以上	2.7
わからない／答えたくない	17.3

**なぜ性格類型(パーソナリティ類型)を検証するのか？**

人間の性格を

「**外向性**」「**誠実性**」「**調和性**」「**開放性**」「**神経症的傾向**」の5つの因子で説明する性格理論

それぞれの因子が高いか低いかで、個人の性格や行動傾向を理解することができます。

## ビッグファイブ理論の5つの因子

### 1. 外向性 (Extraversion)

社交性、積極性、活動性などを表します。

高い人は社交的で、多くの人と関わることを好み、低い人は内向的で、一人で過ごすことを好む傾向があります。

### 2. 誠実性 (Conscientiousness)

計画性、責任感、几帳面さなどを表します。

高い人は目標達成のために努力し、計画的に物事を進める傾向があり、低い人はルーズで、計画性がない傾向があります。

### 3. 調和性 (Agreeableness)

協調性、共感性、親切さなどを表します。

高い人は他人と良好な関係を築きやすく、低い人は自己中心的で、他人との協調を苦手とする傾向があります。

### 4. 開放性 (Openness)

経験への開放性、好奇心、想像力などを表します。

高い人は新しい経験や知識を求める傾向があり、低い人は保守的で、変化を好まない傾向があります。

### 5. 神経症的傾向 (Neuroticism)

感情の安定性、ストレスへの対処能力などを表します。

高い人はストレスを感じやすく、感情の浮き沈みが激しい傾向があり、低い人は感情が安定しており、ストレスに強い傾向があります。

## ■ 背景と問題意識

過去の調査案件において、性格類型（パーソナリティ類型）に関する設問をマトリクス形式で聴取したところ、性・年代別に見た際の結果に大きな違いが見られなかった。設問自体に妥当性がなかったのか、もしくは設問形式による影響があったのかが不明確だった。WEB調査で意識や価値観を問うマトリクス設問はよく利用されているものの、うまくデータにばらつきが出づらいという実感がある。

性格類型の測定で有名なBIGFIVEを10項目で測定している学術論文\*をみると、数値入力形式で測定がなされているようだったため、その設問を用いて、マトリクス形式と数値入力形式で違いがでてくるのか検証を試みることにした。

\*日本語版TIPI-J項目(小塩・阿部・カトローニ, 2012)

## ■ 検証の目的

こうした背景を踏まえ、今回の調査では、

- ・ **マトリクス形式での設問ではなぜ差が出にくいのか**
- ・ **学術的に用いられている数値入力形式で聴取した場合、異なる結果が得られるのか**

を検証することを目的とした。

**必須** Q8.

以下に示した項目があなた自身にどのくらいあてはまるかについて、最も適切なものを1つお選びください。(それぞれ1つずつ選択)

ヨコへ回答→	全く違うと思う	おおよそ違うと思う	少し違うと思う	どちらでもない	少しそう思う	まあまあそう思う	強くそう思う
活発で、外向的だと思う	<input type="radio"/>						
人に気がつかう、やさしい人間だと思う	<input type="radio"/>						
しっかりしていて、自分に厳しいと思う	<input type="radio"/>						
冷静で、気分が安定していると思う	<input type="radio"/>						
新しいことが好きで、変わった考えを持つと思う	<input type="radio"/>						
ひかえめで、おとなしいと思う	<input type="radio"/>						
他人に不満を持ち、もめごとを起こしやすいと思う	<input type="radio"/>						
だらしく、うっかりしていると思う	<input type="radio"/>						
心配性で、うろたえやすいと思う	<input type="radio"/>						
発想力に欠けた、平凡な人間だと思う	<input type="radio"/>						

グループ①

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
全く違うと思う	おおよそ違うと思う	少し違うと思う	どちらでもない	少しそう思う	まあまあそう思う	強くそう思う

グループ②

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
強くそう思う	まあまあそう思う	少しそう思う	どちらでもない	少し違うと思う	おおよそ違うと思う	全く違うと思う

**Q8はマトリクス形式で聴取しA郡のみが回答**

**グループ①は肯定が後・否定が先で表示**

**グループ②は肯定が先・否定が後で表示**

**必須** Q9.

以下に示した項目があなた自身にどのくらいあてはまるかについて、上記の最も適切な番号を1つずつ入力してください。(数値記入)  
 ※半角数字でご記入ください。

ここに回答→	番号入力
活発で、外向的だと思う	<input type="text"/>
人に気がつかう、やさしい人間だと思う	<input type="text"/>
しっかりしていて、自分に厳しいと思う	<input type="text"/>
冷静で、気分が安定していると思う	<input type="text"/>
新しいことが好きで、変わった考えを持つと思う	<input type="text"/>
ひかえめで、おとなしいと思う	<input type="text"/>
他人に不満を持ち、もめごとを起こしやすいと思う	<input type="text"/>
だらしく、うっかりしていると思う	<input type="text"/>
心配性で、うろたえやすいと思う	<input type="text"/>
発想力に欠けた、平凡な人間だと思う	<input type="text"/>

グループ①

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
全く違うと思う	おおよそ違うと思う	少し違うと思う	どちらでもない	少しそう思う	まあまあそう思う	強くそう思う

グループ②

1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
強くそう思う	まあまあそう思う	少しそう思う	どちらでもない	少し違うと思う	おおよそ違うと思う	全く違うと思う

Q9は1～7の数値入力形式で聴取しB郡のみが回答

グループ①は肯定が後・否定が先で表示  
 グループ②は肯定が先・否定が後で表示

Q8はマトリクス形式、Q9は1～7の数値入力形式で聴取。  
 設問形式による回答結果の違いと、表頭表示順の影響を検証する。

**調査結果から見えた、設問形式が与える影響**

	A群（マトリクス形式）	B群（数値入力形式）
全体傾向	「どちらでもない」の選択率が高く、 中立に寄る傾向あり	A群と比べ回答が ポジティブ・ネガティブ両方向に分散しやすい
TOP2/BOTTOM2の差	グループ①がTOP2高、 グループ②がBOTTOM2高 → アンケート画面左側選択肢に偏りあり	グループ間で大きな差なし 選択肢位置の影響は少ない
表頭表示順番の影響	左側の選択肢が選ばれやすい傾向が見られる	並び順の影響は少ない

# 調査結果詳細

---

Q8とQ9の全体ベースを比較したところ、回答結果にバラつきが見られた。特に「どちらでもない」の選択率に着目すると、A群ではこの選択肢を選ぶ傾向が多く見受けられた。これは、マトリクス形式の設問では中立的な選択肢が選ばれやすい傾向があることを示唆している。一方で、数値入力形式では「どちらでもない」の回答に偏らず、ポジティブ・ネガティブの両方向に回答が分散する傾向がみられた。

## 形式の違いが回答傾向に影響を与えている可能性がある。

Q8. 【A群】以下に示した項目があなた自身にどのくらいあてはまるかについて、最も適切なものを1つお選びください。（それぞれ1つずつ選択）  
 Q9. 【B群】以下に示した項目があなた自身にどのくらいあてはまるかについて、上記の最も適切な番号を1つずつ入力してください。（数値記入）

単位 (%)  
 n=本調査回答者全員

A群Q8 (マトリクス形式)

	n	全く違うと思う	おおよそ違うと思う	少し違うと思う	どちらでもない	少しそう思う	まあまあそう思う	強くそう思う
活発で、外向的だと思う	932	14.3	14.9	16.8	23.6	15.2	11.6	3.5
人に気がつかう、やさしい人間だと思う	932	5.2	5.2	9.5	29.5	23.2	19.5	7.9
しっかりしていて、自分に厳しいと思う	932	7.4	9.9	15.3	32.0	19.2	11.5	4.7
冷静で、気分が安定していると思う	932	5.9	8.3	15.1	32.4	19.4	14.7	4.2
新しいことが好きで、変わった考えを持つと思う	932	7.5	10.4	15.7	32.7	17.4	11.7	4.6
ひかえめで、おとなしいと思う	932	6.0	6.4	15.3	31.5	20.8	14.1	5.8
他人に不満を持ち、もめごとを起こしやすいと思う	932	13.2	20.4	18.0	30.0	9.7	5.6	3.1
だらしく、うっかりしていると思う	932	7.1	10.7	16.3	30.9	17.3	11.5	6.2
心配性で、うろたえやすいと思う	932	4.5	8.9	12.6	29.9	19.4	14.8	9.9
発想力に欠けた、平凡な人間だと思う	932	4.5	6.0	13.9	32.5	16.3	15.0	11.7

※スコアの大小を赤と青のグラデーションで表現

B群Q9 (1~7の数値入力形式)

	n	全く違うと思う	おおよそ違うと思う	少し違うと思う	どちらでもない	少しそう思う	まあまあそう思う	強くそう思う
	930	23.8	15.9	14.7	18.5	14.7	8.0	4.4
	930	7.0	8.5	10.2	23.7	23.7	18.6	8.4
	930	12.2	11.0	16.1	26.8	18.2	11.0	4.8
	930	8.9	10.0	13.8	28.4	21.3	12.6	5.1
	930	10.9	12.8	16.9	27.5	17.4	10.0	4.5
	930	5.6	11.5	12.3	27.3	19.8	14.2	9.4
	930	23.4	21.3	16.2	21.8	7.8	4.5	4.8
	930	12.9	15.5	15.6	24.1	16.9	7.8	7.2
	930	8.7	13.2	12.2	25.2	18.8	11.4	10.5
	930	7.7	8.6	13.8	28.1	16.5	12.4	13.0

A群 - B群の差
5.1
5.8
5.2
4.0
5.2
4.2
8.2
6.8
4.7
4.4

※差分のスコアが ±5pt以上の場合に赤く色付け



数値入力形式で聴取したB郡のグループ①とグループ②のTOP2/BOTTOM2を比較すると、A郡（マトリクス形式）でみられたような顕著な差は確認されなかった。

**数値入力形式では選択肢の並びを変更しても回答結果に大きな影響を及ぼさないと考えられる。**

Q9. 【B群】以下に示した項目があなた自身にどのくらいあてはまるかについて、上記の最も適切な番号を1つずつ入力してください。（数値記入）

単位 (%)  
n=B郡

## B郡Q9（1～7の数値入力形式）

B郡Q9（1～7の数値入力形式）	n	全	お	少	ど	少	ま	強	T	B
		く	お	し	ち	し	あ	く		
グループ①は肯定が後・否定が先で表示		違	お	し	ど	し	ま	強	O	O
		う	お	違	ち	し	あ	く	P	T
		と	よ	う	ら	あ	あ	そ	2	O
		思	そ	と	ち	あ	あ	う		M
		う	違	思	で	そ	そ	思		2
			う	う	も	う	う	う		
活発で、外向的だと思う	463	22.2	16.4	15.8	18.6	15.6	7.6	3.9	38.6	11.5
人に気がつかう、やさしい人間だと思う	463	6.7	8.6	8.6	25.3	22.0	20.3	8.4	15.3	28.7
しっかりしていて、自分に厳しいと思う	463	12.7	11.0	16.8	24.8	18.1	11.0	5.4	23.7	16.4
冷静で、気分が安定していると思う	463	9.5	9.9	13.8	27.9	20.5	13.2	5.2	19.4	18.4
新しいことが好きで、変わった考えを持つと思う	463	10.2	13.0	17.1	26.3	17.1	11.2	5.2	23.2	16.4
ひかえめで、おとなしいと思う	463	6.3	10.8	11.7	27.9	20.7	13.8	8.9	17.1	22.7
他人に不満を持ち、もめごとを起こしやすいと思う	463	23.5	21.0	16.8	22.2	6.5	5.8	4.1	44.5	9.9
だらしなく、うっかりしていると思う	463	13.0	13.6	16.4	24.0	17.5	9.1	6.5	26.6	15.6
心配性で、うろたえやすいと思う	463	9.3	12.7	12.7	22.7	18.8	12.7	11.0	22.0	23.7
発想力に欠けた、平凡な人間だと思う	463	7.8	8.2	13.4	26.3	17.1	14.9	12.3	16.0	27.2

## グループ②は肯定が先・否定が後で表示

活発で、外向的だと思う	467	25.3	15.4	13.7	18.4	13.9	8.4	4.9	40.7	13.3
人に気がつかう、やさしい人間だと思う	467	7.3	8.4	11.8	22.1	25.3	16.9	8.4	15.7	25.3
しっかりしていて、自分に厳しいと思う	467	11.6	10.9	15.4	28.7	18.2	10.9	4.3	22.5	15.2
冷静で、気分が安定していると思う	467	8.4	10.1	13.7	28.9	22.1	12.0	4.9	18.5	16.9
新しいことが好きで、変わった考えを持つと思う	467	11.6	12.6	16.7	28.7	17.8	8.8	3.9	24.2	12.7
ひかえめで、おとなしいと思う	467	4.9	12.2	12.8	26.8	18.8	14.6	9.9	17.1	24.5
他人に不満を持ち、もめごとを起こしやすいと思う	467	23.3	21.6	15.6	21.4	9.2	3.2	5.6	44.9	8.8
だらしなく、うっかりしていると思う	467	12.8	17.3	14.8	24.2	16.3	6.6	7.9	30.1	14.5
心配性で、うろたえやすいと思う	467	8.1	13.7	11.6	27.6	18.8	10.1	10.1	21.8	20.2
発想力に欠けた、平凡な人間だと思う	467	7.7	9.0	14.1	29.8	15.8	9.9	13.7	16.7	23.6

TOP2の差 ①-②	BOTTOM2 の差 ①-②
-2.1	-1.8
-0.4	3.4
1.2	1.2
0.9	1.5
-1.0	3.7
0.0	-1.8
-0.4	1.1
-3.5	1.1
0.2	3.5
-0.7	3.6

※スコアの大小を赤と青のグラデーションで表現  
TOP2：「全く違うと思う」+「おおそ違うと思う」  
BOTTOM2：「強くそう思う」+「まあまあそう思う」

- ✓ マトリクス形式は、中立的な選択肢や左側の選択肢が選ばれる傾向があるため、**選択肢の順序設計やランダムイズを検討する必要がある。**  
例えば・・・商品評価においてポジティブ度合いが強い人を判別したい場合は、ポジティブ選択肢を右側に設置する等、選択肢配置の工夫を検討してみるのも一案である。
- ✓ 上記のことから、マトリクス形式では数値入力よりも直感的に回答されやすく、回答に偏りが出て差が出ずらい結果になる傾向が考えられる。  
そのため、BIGFIVEのようなパーソナリティ特性の分類を把握したい設問では、回答者にとって回答負荷が高くなる可能性はあるが、**多用されるマトリクス形式という手法ではなく、数値入力形式の活用も検討していくことが必要**だと感じる。

# i-PORTチャンネル

インタビュー調査が見放題！

アスマークオリジナル開発のオンラインインタビューシステム



無料視聴はこちら



## ネットリサーチ業界で トップクラスの案件実績数

アスマークは全国に約100万人（提携パネル含め約1,800万人超）のインターネットパネルを構築する調査会社です。

インタビュー調査などの定性調査から、ネットリサーチ事業を始めとした定量調査を主とし、その他独自のサービスも提供しています。

モニター  
リクルート  
事業

約3,000件超

ネット  
リサーチ  
事業

約3,000件超

ホーム  
ユーステスト  
事業

約300件超

会場調査  
事業

約250件超

※21期実績

## 品質

### 徹底された 仕組み化

各セクションへ明確な業務権限を付与し、  
業務プロセスを徹底的に体系化。  
高品質な業務を安定提供いたします。

### 集約された ノウハウ

調査実績は4万件超。  
専門知識を持つ社員による事業推進を基盤に  
ナレッジを社内共有する仕組みを整備。  
更に改善と知識の刷新を重ね、恒常的な  
クオリティ向上に努めています。

### 同業界との 連携

アンケートパネルのリクルートを始めとした  
長年にわたる同業他社との連携も。  
また、他社との事業提携も継続的に推進し  
リサーチ業界全体の発展へ寄与しています。

### 外部認証機関 の証明

品質担保の証としたプライバシーマーク取得を  
始めとし、製品認証の国家/国際規格「JIS  
Y20252（ISO20252）：2019」も取得。  
定期的に全社員を対象とした正しい情報の  
取り扱いも啓蒙し、質の担保へ努めています。

## アスマーク・定性調査の強み

### 圧倒的なリクルート力

対象者の発言力や条件合致度などの確認作業を、リクルート案件数No.1のノウハウを生かして行い、質の高い対象者をリクルーティングします。

### 幅広い課題に対応するモデレーターネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモデレーター」とつながりがあり案件ごとに最適なモデレーターのアサインが、スムーズに可能です。

### 自社独自開発システム

定性調査に特化した、インタビュー・チャットシステムを独自開発し展開。調査会社の目線で質を追求した、上質なりサーチ環境をお届けします。

### 納得感を追求。知見を基とした提案力

小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



## アスマーク・定量調査の強み



### アンケート専用自社モニターと提携パネル6社による回収パワー

カードやEC会員の寄せ集めではなく『アンケートやインタビューを目的』として構成される自社モニター。そのため協力率や遅刻・欠席率が他社様と異なり、市場発展に対する高い調査貢献力が強みです。

更にトップクラスのパネル提携数を誇るため、1700万人を対象にリサーチが可能。出現率の低いテーマや回収量の必要なリサーチ現場で、多くの皆様にご活用頂いております。

### 企画設計からレポートニング・報告会までフルサポート

専門統計調査士やマーケティング実務士等、リサーチやマーケティング知見を有した者が複数在籍しており、リサーチ会社のなかでは珍しくリサーチャーが企画設計～分析レポートニングまで一貫して対応。機械的ではなくよりお客様の意図を汲み取った対応を最大限心掛けております。

### 幅広いジャンルへの対応力

分け隔てない業種業態へ対応しており、様々な領域におけるリサーチ経験を保有。業種業界ごとに、専門チームが知見を活かして責任対応いたします。

# i-PORT voice

## リサーチ特化型 | オンラインインタビューシステム

長きにわたり定性調査に強みを持つ、アスマークが独自開発した、調査専用のオンラインシステム。インタビュー会場特有の空間構造をオンライン上で再現しているため、デプスインタビューはもちろん、最大6名までのグループインタビューの実施や、パッケージ評価・試飲試食調査など、幅広い検証が可能です。従来システムでは難しい「同時通訳機能」や「言語選択機能」など多彩な機能も完備。海外調査におけるオンラインインタビューも可能です。

### 5つのポイント

インタビュールーム  
ミラールーム  
バックルーム  
を実現

バックルーム同士の  
コミュニケーション  
が可能

好みの大きさで  
画面拡大が可能  
オンラインでも  
表情を捉えやすく

インカメラ/  
アウトカメラの  
マルチな切り替え  
が可能

モデレーター  
2名体制で  
インタビュー  
できる



# i-PORT chat

## リサーチ特化型 | チャットインタビューシステム

全国100万人超の調査パネルを保有するアスマークだから開発できた

「希望のモニターへ気軽にチャット調査ができる」独自のチャットインタビューツールです。

モニターリクルート・定性調査に圧倒的業界シェアを持つ当社目線を活かし、チャットインタビューに適した対象者の設定～インタビューまでを、一気通貫してスピーディに実施させていただきます。

多くのお客様に、インタビューやホームユーステストの予備調査としても、マルチにご活用頂いています。

### 5つのポイント

調査会社視点で開発  
インタビュアー・  
モニターそれぞれに  
フィットしたUI

スマホやタブレット  
など  
マルチデバイス  
対応が可能

便利な  
「チャット  
テンプレート」で  
質問の入力も楽々

動画や画像の  
添付も簡単

調査目的・概要と  
インタビュー履歴を  
1つのファイルで  
まとめてDL可能

## 会社概要

調査のご相談はこちら

会社名	株式会社アスマーク
所在地	本社 〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4階 TEL：03-5468-5101  八戸事業所 / 大阪事業所 / 福岡事業所 / 横浜事業所 中目黒事業所 / 長岡事業所 / 名古屋事業所
創 立	1998年12月
設 立	2001年12月
資本金	151百万円 (2024年11月末時点)
売上高	4,363百万円 (2024年11月期)

代表取締役	町田 正一
社員数	306名 (2024年11月末時点)
事業内容	<ul style="list-style-type: none"><li>・市場調査</li><li>・HR Techサービス</li><li>・RPA導入・運用支援</li><li>・労働者派遣事業 (許可番号：派13-311841)</li></ul>
運営サイト	<ul style="list-style-type: none"><li>・アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理</li><li>・買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理</li><li>・外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理</li></ul>
取得認証	 
加盟団体	・社団法人 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)

