

【スマートフォンにおける
打消し表示に関する実態調査】

スマートフォンにおける
打消し表示に関するWebアンケート調査

目次

1.	調査設計・本調査の構造・対象者プロフィール	2
2.	本調査における提示素材	6
3.	調査票	22

1. 調査設計・本調査の構造・対象者プロフィール

1-1. 調査設計

- 以下の設計にて、一般消費者を対象としたインターネット調査を実施
 今後の消費者保護政策検討に当たり有益な情報を獲得するため、普段のスマートフォンの利用状況や「打消し表示」に対する意識・行動、本調査のために特別に制作した素材における「打消し表示」を見ての視認性評価や、認識や印象などを聴取した

調査目的	スマートフォンの広告で打消し表示が見落とされる要因としてどのようなものが考えられるか等を分析し、景品表示法上の考え方を整理するに資する定量情報を収集																																																																																																																																		
調査手法	インターネット調査 ※調査パネルに事前登録した中から、下記割付に従い抽出した人を対象に調査を実施																																																																																																																																		
調査対象者	一般消費者・全国・20～69歳																																																																																																																																		
サンプル数	1000ss ※地域別・性別・年代別のスマートフォンユーザー構成比(人口構成比及び地域別、性別・年代別のスマートフォン利用率をもとに算出)に従い、下記のように割付を行ったうえで回収																																																																																																																																		
	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; text-align: center;"> <thead> <tr> <th rowspan="2">地域</th> <th colspan="5">男</th> <th colspan="5">女</th> <th rowspan="2">計</th> </tr> <tr> <th>20～29歳</th> <th>30～39歳</th> <th>40～49歳</th> <th>50～59歳</th> <th>60～69歳</th> <th>20～29歳</th> <th>30～39歳</th> <th>40～49歳</th> <th>50～59歳</th> <th>60～69歳</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>北海道</td> <td>4</td><td>5</td><td>5</td><td>4</td><td>2</td> <td>4</td><td>5</td><td>5</td><td>4</td><td>2</td> <td>40</td> </tr> <tr> <td>東北</td> <td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>5</td><td>3</td> <td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>5</td><td>3</td> <td>58</td> </tr> <tr> <td>関東</td> <td>41</td><td>48</td><td>50</td><td>35</td><td>20</td> <td>40</td><td>49</td><td>51</td><td>36</td><td>18</td> <td>388</td> </tr> <tr> <td>中部</td> <td>19</td><td>22</td><td>23</td><td>16</td><td>9</td> <td>18</td><td>22</td><td>23</td><td>16</td><td>8</td> <td>176</td> </tr> <tr> <td>近畿</td> <td>17</td><td>20</td><td>21</td><td>15</td><td>8</td> <td>17</td><td>21</td><td>22</td><td>15</td><td>7</td> <td>163</td> </tr> <tr> <td>中国・四国</td> <td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>7</td><td>4</td> <td>8</td><td>9</td><td>10</td><td>7</td><td>3</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>九州・沖縄</td> <td>11</td><td>12</td><td>13</td><td>9</td><td>5</td> <td>10</td><td>13</td><td>13</td><td>9</td><td>5</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>計</td> <td>106</td><td>123</td><td>130</td><td>91</td><td>51</td> <td>103</td><td>126</td><td>132</td><td>92</td><td>46</td> <td>1000</td> </tr> <tr> <td></td> <td colspan="5">501</td> <td colspan="5">499</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	地域	男					女					計	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	北海道	4	5	5	4	2	4	5	5	4	2	40	東北	6	7	8	5	3	6	7	8	5	3	58	関東	41	48	50	35	20	40	49	51	36	18	388	中部	19	22	23	16	9	18	22	23	16	8	176	近畿	17	20	21	15	8	17	21	22	15	7	163	中国・四国	8	9	10	7	4	8	9	10	7	3	75	九州・沖縄	11	12	13	9	5	10	13	13	9	5	100	計	106	123	130	91	51	103	126	132	92	46	1000		501					499					
地域	男					女					計																																																																																																																								
	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳																																																																																																																									
北海道	4	5	5	4	2	4	5	5	4	2	40																																																																																																																								
東北	6	7	8	5	3	6	7	8	5	3	58																																																																																																																								
関東	41	48	50	35	20	40	49	51	36	18	388																																																																																																																								
中部	19	22	23	16	9	18	22	23	16	8	176																																																																																																																								
近畿	17	20	21	15	8	17	21	22	15	7	163																																																																																																																								
中国・四国	8	9	10	7	4	8	9	10	7	3	75																																																																																																																								
九州・沖縄	11	12	13	9	5	10	13	13	9	5	100																																																																																																																								
計	106	123	130	91	51	103	126	132	92	46	1000																																																																																																																								
	501					499																																																																																																																													
調査中で提示した素材数	計5素材(詳細P.6～20)																																																																																																																																		
調査実施期間	2018年2月5日(月)～7日(水)																																																																																																																																		
調査実施機関	三菱UFJリサーチ&コンサルティング株式会社																																																																																																																																		

1-2. 本調査の構造

Part1 <事前設問～リテラシー評価等>

- Q1: 1日の媒体別接触時間
- Q2: 普段の広告接触頻度
- Q3: 広告に対する信頼度
- Q4: 商品・サービスカテゴリーに対する興味関心度

Part5 <事後設問～打消し表示の認識>

- Q38: スマートフォンを使った購入・利用のシチュエーション
- Q39: スマートフォンの表示の見方
- Q40: ネイティブ広告等の閲覧経験
 - Q41: 閲覧理由
- Q42: スマートフォンでの購入経験
 - Q43: スマートフォンでの購入・申込みの理由
 - Q44: スマートフォンでの購入・申込みのきっかけ
- Q45: 失敗または失敗回避経験
 - Q46: スマートフォンでの失敗経験の経緯
 - Q47: スマートフォンでの失敗経験の詳細
 - Q48: スマートフォンでの失敗回避の経緯
 - Q49: スマートフォンでの失敗回避の詳細

※提示素材の具体的な内容については、P. 6～20参照

Part2 <素材1回目提示>

- 印象評価
- 誤認有無
- 視認要素

素材①
健康食品

- Q5
- Q6
- Q7

素材②
オンライン英会話

- Q8
- Q9
- Q10

素材③
健康器具

- Q11
- Q12
- Q13

素材④
モバイル通信サービス

- Q14
- Q15
- Q16

素材⑤
ダイエット食品

- Q17
- Q18
- Q19

Part3 <打消し表示解説および素材2回目提示後>

- 誤認有無(再)
- わかりにくさ
- 視認要素
- その他の設問

- Q20
- Q21
- Q23
- Q22: コンバージョンボタンの操作確認

- Q24
- Q25
- Q27
- Q26: アコーディオン形式のタップ確認

- Q29
- Q28: コンバージョンボタンの操作確認

- Q30

- Q31
- Q32: 試験結果表示の印象
- Q33

Part4 <事後設問～打消し表示の認識>

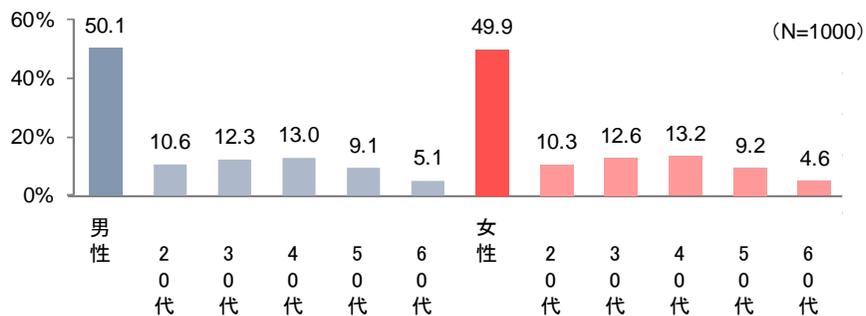
- Q34: 打消し表示に対する一般的な認識
- Q35: 普段の打消し表示注視度
 - Q36: 読む理由
 - Q37: 読まない理由

1-3. 対象者プロフィール(基本属性)

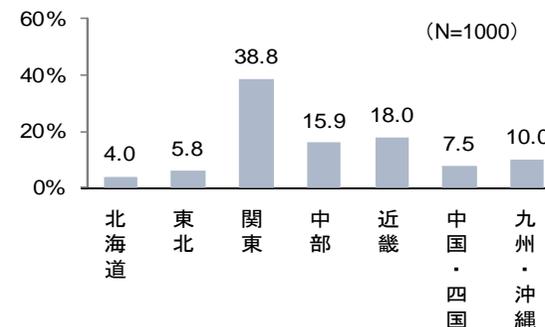
■ 本調査は、スマートフォン利用率を考慮した地域別・年代別の人口構成比に基づく割付に従い抽出した人を対象に調査を実施

対象者プロフィール(基本属性)

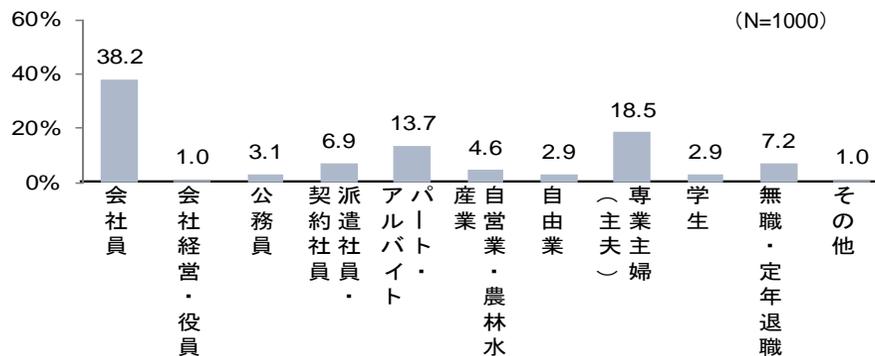
■ 性別・年代



■ 居住地(エリア)



■ 職業



※数値は回収数を100とした%

2. 本調査における提示素材

2-1. <素材①>「健康食品」

■ 提示素材(初回:Q5前、および2回目:Q20前)

ソノライフ研究所

1日2粒で毎日習慣!
生きた乳酸菌で
毎日快適に!



乳酸菌アップ+とは?

15億個以上の生きた乳酸菌を
1粒にぎゅっと凝縮!

腸内環境が改善され、
お通じの改善やアレルギー対策にも!

お通じ改善 × 腸内改善 × アレルギー対策

1日2粒で毎日習慣
定期コースで続けて実感



定期コースがお得!
やめたい時にいつでもやめられます!

※定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された方に限ります。

毎日続けることで
効果が期待できます!

乳酸菌アップ+の
腸に働きかける**3つのポイント**

- ポイント1 **生きた乳酸菌**を
1粒に15億個以上凝縮!
- ポイント2 **善玉菌**のエサになる物質
(食物繊維、オリゴ糖など)を配合!
- ポイント3 **酸に強い菌**だから
生きて大腸まで届きます!

いつでもやめられるから安心!
定期コース



毎月1袋お届け **10%off**
2,520円 (税込)
その後もおトクな2,000円!

🛒 定期コースを申し込む

さらにこのページを見つけた方必見!
断然おトクな初回限定価格!

トクトクコース

定期初回特別価格



毎月1袋お届け **40%off**
1,680円 (税込)
その後もおトクな2,000円!

🛒 おトクにはじめる

まとめて届くトクトクコースは
さらにおトク!

2ヶ月毎に 2袋お届け 60%off 2,240円 (税込) <small>その後もおトクな3,600円!</small> 🛒 おトクにはじめる	4ヶ月毎に 4袋お届け 70%off 3,360円 (税込) <small>その後もおトクな6,000円!</small> 🛒 おトクにはじめる
--	--

今回のお届け **2,800円** (税込)
通常価格 **今回のみで申し込む**

ご購入特典

初めて定期コースに入られた方に
マルチビタミン (10袋入り)
プレゼント!

初めて商品を購入された方に
サプリ専用ケース
プレゼント!

※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20日~25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。
 ※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

1日2粒で毎日習慣
定期コースで続けて実感



定期コースがお得!
やめたい時にいつでもやめられます!

※定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された方に限ります。

(※次頁へ続く)

2-1. <素材①>「健康食品」

■ 打消し表示についての解説表示(Q20前に提示)

1日2粒で毎日習慣

定期コースで続けて実感



定期コースがお得!
やめたい時にいつでもやめられます!

※定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された方に限ります。

効果が期待できます!

乳酸菌アップ+の
眼に働きかける2つのポイント

※定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された方に限ります。

ご購入特典

初めて定期コースに入られた方に

※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20日～25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20日～25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。

トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20日～25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20日～25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。

トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

まとめて届くトクトクコースは
さらにおトク!

2ヶ月毎に 2袋お届け	60%off	4ヶ月毎に 4袋お届け	70%off
2,240円 <small>税別</small>		3,360円 <small>税別</small>	
その後もおトクな3,600円 <small>税別</small>		その後もおトクな6,000円 <small>税別</small>	

おトクにはじめる

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

今のお届け
通常価格 2,800円税別 今回のみで申し込む

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。

商品の返品、交換について

【返品期限・条件】
商品の返品、交換はお客様のもとに商品到着後、8日以内にご連絡ください。8日を過ぎてのご返品はお受けできませんので、あらかじめご了承ください。

【返品送料】
お客様都合の場合はお客様のご負担となりますのでご容赦ください。ただし、不良品交換、誤品配送交換は当社負担とさせていただきます。

【不良品】
万一不良品等がございましたら、当店での状況を確認の上、新品へお交換させていただきます。

【返品期限・条件】
商品の返品、交換はお客様のもとに商品到着後、8日以内にご連絡ください。8日を過ぎてのご返品はお受けできませんので、あらかじめご了承ください。

※受付時間: 9:00～17:00(土・日・祝日・振替休日・年末年始は除く)

【返品期限・条件】
商品の返品、交換はお客様のもとに商品到着後、8日以内にご連絡ください。8日を過ぎてのご返品はお受けできませんので、あらかじめご了承ください。

2-2. <素材②>「オンライン英会話」

■ 提示素材(初回:Q8前、および2回目:Q24前) ~一連のスクロールで提示



STAR オンライン英会話 新規登録 | ログイン

気軽に始めてみませんか?
**気軽に始められる
オンライン英会話**

レッスンを始めるのが不安な方へ
**今なら2週間
無料体験ができます!**

2週間の無料体験!

いつでも無制限でレッスン受け放題!

今すぐ予約なしでレッスン!

STAR
STAR オンライン英会話
はここが違います!



24時間365日レッスンができる!
回数無制限で24時間いつでも月額8,800円でレッスンを受けることができます。



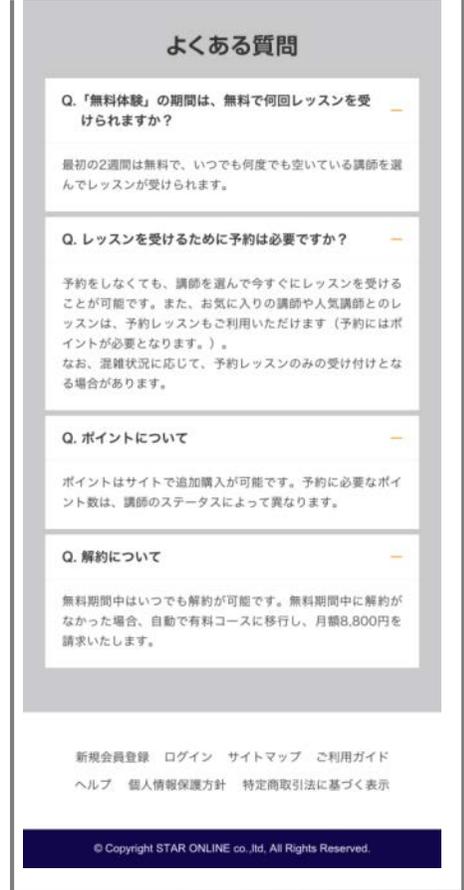
カメラとマイクがあればOK!
パソコンにカメラ・マイクがついているか確認してください。
※ない場合は別途外付けカメラ・マイクをご用意ください。



スマートフォンでもレッスンOK!
パソコン以外にもスマートフォンからレッスンを受けられます。



**今すぐにネイティブスピーカーと
レッスンOK!**
世界各国から優秀な講師を採用しております。



よくある質問

**Q. 「無料体験」の期間は、無料で何回レッスンを受
けられますか?**

最初の2週間は無料で、いつでも何度でも空いている講師を選
んでレッスンが受けられます。

Q. レッスンを受けるために予約は必要ですか?

予約をしなくても、講師を選んで今すぐにレッスンを受ける
ことが可能です。また、お気に入りの講師や人気講師とのレ
ッソンは、予約レッスンもご利用いただけます(予約にはポ
イントが必要となります。)。
なお、混雑状況に応じて、予約レッスンのみの受け付けとな
る場合があります。

Q. ポイントについて

ポイントはサイトで追加購入が可能です。予約に必要なポ
イント数は、講師のステータスによって異なります。

Q. 解約について

無料期間中はいつでも解約が可能です。無料期間中に解約が
なかった場合、自動で有料コースに移行し、月額8,800円を
請求いたします。

新規会員登録 ログイン サイトマップ ご利用ガイド
ヘルプ 個人情報保護方針 特定商取引法に基づく表示

© Copyright STAR ONLINE co., Ltd. All Rights Reserved.

(※右上へ続く)

2-2. <素材②>「オンライン英会話」

■ 打消し表示についての解説表示(Q24前に提示)

よくある質問

Q. 「無料体験」の期間は、無料で何回レッスンを受
けられますか？

最初の2週間は無料で、いつでも何度でも空いている講師を選
んでレッスンが受けられます。

Q. レッスンを受けるために予約は必要ですか？

予約をしなくても、講師を選んで今すぐにレッスンを受ける
ことが可能です。また、お気に入りの講師や人気講師とのレ
ッスは、予約レッスンもご利用いただけます（予約にはポ
イントが必要となります。）。
なお、混雑状況に応じて、予約レッスンのみの受け付けとな
る場合があります。

Q. ポイントについて

ポイントはサイトで追加購入が可能です。予約に必要なポ
イント数は、講師のステータスによって異なります。

Q. 解約について

無料期間中はいつでも解約が可能です。無料期間中に解約が
なかった場合、自動で有料コースに移行し、月額8,800円を
請求いたします。

■ 打消し表示についての解説表示(Q26前に提示)

よくある質問

Q. 「無料体験」の期間は、無料で何回レッスンを受
けられますか？ **回答表示**

最初の2週間は無料で、いつでも何度でも空いている講師を選
んでレッスンが受けられます。

Q. レッスンを受けるために予約は必要ですか？ **回答表示**

予約をしなくても、講師を選んで今すぐにレッスンを受ける
ことが可能です。また、お気に入りの講師や人気講師とのレ
ッスは、予約レッスンもご利用いただけます（予約にはポ
イントが必要となります。）。
なお、混雑状況に応じて、予約レッスンのみの受け付けとな
る場合があります。

Q. ポイントについて **回答表示**

ポイントはサイトで追加購入が可能です。予約に必要なポ
イント数は、講師のステータスによって異なります。

Q. 解約について **回答表示**

無料期間中はいつでも解約が可能です。無料期間中に解約が
なかった場合、自動で有料コースに移行し、月額8,800円を
請求いたします。

2-3. <素材③>「健康器具」

■ 提示素材(初回:Q11前、および2回目:Q29前)



最近こんなお悩みありませんか?

デスクワークばかりで
背中が曲かってきたかも

最近運動不足で

肩こりがひどくて

生活習慣や仕事内容、
日常生活の中に歪みの原因はあります。
本当は適度に運動して解消していきたい!

ただジムに通う時間を作るのは
なかなか難しい...

そんな方にオススメなのが

PAWATORU ROLLER X

— パワトルローラー X —

エクササイズの解説DVD付きで
¥1,980 / 1本

今なら、
エクササイズ解説DVD付
お買い得品をお見逃しなく!

※ 特典DVDの在庫には限りがあります。
※ エクササイズマニュアルに変更となる場合があります

パワトルローラー Xの 3つの特徴

POINT 1

ローラーを使って
簡単に背中ストレッチ!

POINT 2

ゆる〜い運動でOK! テレビを観ながら
本を読みながらから気軽に続けられる!

POINT 3

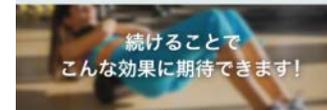
エクササイズ解説DVDがついているから
本格的にエクササイズをしたい人にも!

※ 解説DVDの特典は初回購入者に限りです。

パワトルローラー Xの ご使用方法

床に置いて腰のストレッチ

肩甲骨に当ててバランスをとる



肩こりをほくす



体幹を鍛える

運動嫌いでも
長く簡単に続けられます♪
12ヶ月返品保証

安全の設計、
抜群の耐久性!

PAWATORUローラーは
耐久性に定評がある

**発泡
オレフィン系
樹脂**
を使用!

ストレッチするのに重要なのは、柔らかすぎず、硬すぎずの「適度な硬さ」と「適度な反発力」があることです。
「発泡オレフィン系樹脂」を使用することによって、ローラーの安定感やスムーズな転がりを実現しています。
また、粘性があるので、長く使ってもへたれにくいのが特徴です。

※ 購入後、12ヶ月以内に製品に何らかの異状があった場合、返品が可能です。

エクササイズの解説DVD付きで
¥1,980 / 1本

今なら、
エクササイズ解説DVD付
お買い得品をお見逃しなく!

※ 特典DVDの在庫には限りがあります。
※ エクササイズマニュアルに変更となる場合があります

(※次頁へ続く)

2-3. <素材③>「健康器具」

(※前頁から続く)

ご注文フォーム

商品名	お申込み本数
パワトルローラー X	1 ▼
お名前 <small>※必須</small>	
姓	名
お名前 (フリガナ) <small>※必須</small>	
セイ	メイ
生年月日 <small>※必須</small>	
西暦 ▼	月 ▼ 日 ▼
住所 <small>※必須</small>	
〒 000-0000	▶ 郵便番号から自動入力
都道府県 ▼	市区町村名 (例: 港区新橋)
番地・ビル名 (例: 1丁目10番地パワトル101号)	
電話番号 <small>※必須</small>	
0900000000	
メールアドレス <small>※必須</small>	
xxxxxx@xxx.com	
確認のためもう一度入力してください	
お支払方法 <small>※必須</small>	
<input type="radio"/> クレジットカード	
<input type="radio"/> 銀行振込	
<input type="checkbox"/> 個人情報の取り扱いに同意する <small>※必須</small>	
<input type="button" value="入力内容の確認"/>	

お支払い方法について

クレジットカード決済

ご注文時に「カード情報入力画面」が表示されますので、お客様の「お名前」「カード情報」など必須事項をご入力、その時点で決済は完了します。

以下のクレジットカードがご利用いただけます。

Visa、MasterCard、American Express

※クレジットカード決済時には手数料はかかりません。

※決済回数は1回のみとなります。

銀行振込

ご請求書は商品と同封されており、発行日から14日以内にお支払いください。

お振込用紙はお客様情報にご入力いただいたご住所と商品のお届け先が異なる場合、お客様情報にご入力いただいたご住所に郵送されます。

商品の配送について

商品のお届けについて

商品をご入金確認後、通常3営業日以内に発送いたします。

配送業者について

配送は、日本郵便になります。事情により、他の配送業者により配送する場合がございます。配送業者のご指定は受け付けておりません。配達日指定、時間指定は承ります。様々な事情・条件により、ご指定の配達日、時間に配送できない場合がございます。

配達時に不在の場合

配達時に不在の場合、配送業者より「不在票」が届けられますので、配送業者にお問い合わせの上、お受け取りください。不在票が届けられてから、配送業者が定める期間にお荷物をお受け取りいただけない場合は、お荷物は返却されますので、ご注意ください。

 0120-000-000

※受付時間: 9:00～17:00 (土・日・祝日・振替休日・年末年始は除く)

Copyright pawatoru co. ltd All Rights Reserved.

2-3. <素材③>「健康器具」

■ コンバージョンボタンについての解説表示(Q28前に提示)

画面下に固定表示されているボタンを押すと

画面下に固定表示

「ご注文フォーム」へジャンプ

ご注文フォーム

お買い得の1,980円!ご注文手続きへ

お買い得の1,980円!ご注文手続きへ

■ 打消し表示についての解説表示(Q29前に提示)

PAWATORU ROLLER X
—パワトルローラーX—

※ 特典DVDの在庫には限りがあります。
※ エクササイズマニュアルに変更となる場合があります

POINT 1
ローラーを使って
運動に合わせたストレッチ!

POINT 2
卓るへい運動でOK! テレビをしながら
卓るをしながらからたから気軽に続けられる!

POINT 3
※ 解説DVDの特典は初回購入者に限りです。

運動嫌いでも
長く簡単に続けられます♪
12ヶ月返品保証

安全の設計、
抜群の耐久性!
PAWATORUローラーは
耐久性に定評がある
発泡
オレフィン系
樹脂
を使用!

※ 購入後、12ヶ月以内に製品に何らかの異常があった場合、返品が可能です。

エクササイズの解説DVD付きで
¥1,980 1本

※ 特典DVDの在庫には限りがあります。
※ エクササイズマニュアルに変更となる場合があります

2-4. <素材④>「モバイル通信サービス」

■ 提示素材(初回:Q14前、および2回目:Q30前) ~一連のスクロールで提示

connect BASE

スマートフォン情定国産なら

connect BASE の
スマホ特割プラン

1,790円税込 →
月額 880円税込

connect BASE の「スマホ特割プラン」は
月額料金が安い!

基本使用料	通話料
月額 880円<small>税込</small> (アーサ通信容量 1GB)	無料<small>税込</small> (15分以内/回数無制限)

料金体系

プラン	通信アーサ容量	月額基本料金	スマホ特割プラン
スマホ特割 1GBプラン	1GB	1,790円	880円
スマホ特割 5GBプラン	5GB	3,980円	1,780円

(税込価格)

家族みんなでお得!

家族4人で「スマホ特割5Gプラン」を
ご利用すれば

年間 14,400円税込 お得!

さらに

家族の数だけお得!

家族G割

最大500円/月割引!

お申込み: 2018年3月まで

家族G割

ご家族で利用される回線を複数ご契約いただく、基本使用料が毎月最大500円割引になります。(割引額は回線数によって異なります)

契約回線数	割引	適用後の基本料金
2回線	200円	680円/月線
3回線	300円	580円/月線
4回線以上	500円	380円/月線

※スマホ特割1Gプランの場合

親戚でも **家族G割!**

同居中の家族

離れている家族

親戚

- ※ スマホ特割プランの適用が対象となります。
- ※ 最大7回線までのご契約が適用範囲となります。
- ※ それぞれの契約者様本人確認書類が必要です。
- ※ おひとり様で複数回線をご契約いただく場合も適用可能です。
- ※ 2018年3月までにご契約される方に限りです。

動作確認端末

コネクトベースのSIMカードは、以下の端末にて動作確認ができております。

機種	種類
PHOLE C1	SIMフリー TELMEDIA KOSOKU BOOSTRUN
PHOLE B5	SIMフリー TELMEDIA KOSOKU BOOSTRUN
PHOLE B4	TELMEDIA KOSOKU BOOSTRUN
CODELEX 8.10	SIMフリー TELMEDIA KOSOKU
CODELEX 7.23	SIMフリー TELMEDIA KOSOKU
CODELEX 6.1	TELMEDIA

※ 一覧に掲載されていない通信端末について、個別の動作確認は承っておりません。
※ その他の通信端末に関してはご連絡をお聞かせください。

お電話でのお申込み・ご相談は

0120-111-111

年中無休 受付時間: 10:00-19:00

※1 「スマホ特割1Gプラン」および「スマホ特割5Gプラン」は、当社指定のスマートフォン機種をご購入いただくか機種変更をいただくことでご利用いただけます。「スマホ特割1Gプラン」および「スマホ特割5Gプラン」適用時におけるご利用開始月から12ヵ月間の料金です。13ヵ月以降は割引の一部が適用されません。

※2 一部、当社が指定する通信は通話料無料の対象外となります。

<その他ご注意事項>

※ 各スマホ特割プラン適用中に月額基本料金が低下した場合も低下後の金額となります。

※ 各スマホ特割プランにおいて、法人名義の方は適用対象外です。

ご利用案内 | プライバシーポリシー | 特定優待に基づく表示

© 2017 connect BASE

2-4. <素材④>「モバイル通信サービス」

■ 打消し表示についての解説表示(Q30前に提示)

家族G割
最大500円/月割引!
 家族G割
 この家族で利用される回線を複数に契約いただくことで、最大500円/月の割引が適用されます。割引額は回線数によって異なります。

回線数	割引額	適用回線数
1回線	200円	480円/月
2回線	300円	580円/月
3回線以上	500円	380円/月

親戚でも家族G割!
 同居中の家族、離れている家族、親戚

家族G割
最大1500円/月割引!

親戚でも家族G割!

動作確認済
 コスモケーシングのケーシングは、以下の端末にて動作確認が完了しております。

機種	対応キャリア
PHOENIX C1	SIMフリー TELMEIA KOSOKU BOCOMTEL
PHOENIX B1	SIMフリー
COCKLE F 21	SIMフリー TELMEIA KOSOKU
COCKLE A 1	TELMEIA

0120-111-111

お電話でのお申込みご相談は
0120-111-111
 受付時間：9:00~19:00

※1 「スマホ特割1Gプラン」および「スマホ特割5Gプラン」は、当社指定のスマートフォン機種をご購入いただくか機種変更をいただくことでご利用いただけます。「スマホ特割1Gプラン」および「スマホ特割5Gプラン」適用時における、ご利用開始月から12ヵ月間の料金です。13ヵ月目以降は割引の一部が適用されません。

※2 一部、当社が指定する通話は通話料無料の対象外となります。

2-5. <素材⑤>「ダイエット食品」

■ 提示素材(初回:Q17前、および2回目:Q31前)

STAR化粧品
ダイエットにお悩みのあなたに

有効成分が体内で糖類を分解!

酵素のはたらきでからだのなかをきれいに保つ。

厳選した国産原材料 100種類以上 酵素素材

酵素ドリンク 酵素巡り

送料 無料 1本 **4,860円** (税込)

※1 in vitro試験にてマルトデキストリンとラクトースの化学反応を調べた結果。
※2 本商品は「GMP」工場で適正な品質管理のもと製造を行っており、製造過程における加糖殺菌処理により成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります。
※3 一部の原材料はアメリカ産です。

酵素巡りの
厳選した素材成分!

36種類の原材料を使用 120酵素数種類配合

ダイコン	ショウガ	インゲン	パセリ	かぼちゃ	ほうれん草
昆布	レモン	キャベツ	ねぎ	ケール	モロヘイヤ
トマト	とうもろこし	ピーマン	茄子	高ピーマン	もやし
大豆	ブロッコリー	たまねぎ	レタス	ごま	きゅうり
バナナ	ブドウ	人参	パイナップル	米	ごぼう
イチゴ	アスパラ	りんご	オレンジ	にんにく	カリフラワー

さらに!

高品質の美容成分を
タップリ配合!



コラーゲンペプチド
肌のハリや弾力をつくり、
血管のしなやかさを保つ働きをします。



乳酸菌
善玉菌の方で
体の中からきれいに!



ヒアルロン酸
肌の保湿をはじめ
体内細胞の活性化機能を持ちます。



ビタミンB・C
代謝力の向上や
コラーゲンの生成を助けます。

有効成分が体内で糖類を分解!

酵素のはたらきで
からだのなかをきれいに保つ。

酵素
のパワーが体内で糖類を分解し消化します

乳酸菌
で、からだのなかをきれいに保ちます。

食物繊維
で、おなかをスッキリきれいにします。

※1 in vitro試験にてマルトデキストリンとラクトースの化学反応を調べた結果。
※2 本商品は「GMP」工場で適正な品質管理のもと製造を行っており、製造過程における加糖殺菌処理により成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります。

だから、

「酵素巡り」は
体質改善や美容ダイエットにも
大きな効果を発揮します!

国内製造による**信頼と安心**を
お届けします。



「酵素巡り」は国内生産工場で製造。
またISO9001の認証を取得し、
徹底した品質と衛生管理を日々実施しています。



品質を守ります!
製品は1本1本、人の目でチェックしています。



お客様へ届けるまで!
出荷直前の製品も厳密に検品を行っています。

送料 無料 1本 **4,860円** (税込)

▶ご購入はこちらから!

(※次頁へ続く)

2-5. <素材⑤>「ダイエット食品」

(※前頁から続く)

ご注文フォーム

商品注文数量 ※必須
2 ▼

お名前 ※必須
姓 名

お名前 (フリガナ) ※必須
セイ メイ

生年月日 ※必須
西暦 ▼ 月 ▼ 日 ▼

住所 ※必須
〒 郵便番号から自動入力
都道府県 ▼ 市区町村名 (例: 港区新橋)
番地・ビル名 (例: 1丁目10番地ソライワ101号)

電話番号 ※必須

メールアドレス ※必須

確認のためもう一度入力してください

お支払方法 ※必須
 クレジットカード
 代金引換

個人情報の取り扱いに同意する ※必須

入力内容の確認

お支払い方法について

クレジットカード決済
ご注文時に「カード情報入力画面」が表示されますので、お客様の「お名前」「カード情報」など必須事項をご入力、その時点で決済は完了します。
以下のクレジットカードがご利用いただけます。
Visa、MasterCard、American Express
※クレジットカード決済時には手数料はかかりません。
※決済回数には1回のみとなります。

代金引換
商品お届けの際に、配達業者へ商品代金を現金にて直接お渡しいただくお支払い方法です。
代金引換の場合、代引手数料432円を別途いただいております。
※合計金額が30万円（税込）を超える場合は、代金引換はご利用いただけません。
※代金回収の際、クレジットカード・商品券でのお支払いはできません。

商品の配送について

商品のお届けについて
商品のご入金確認後、通常3営業日以内に発送いたします。

配達業者について
配達業者のご指定は受け付けておりません。配達日指定、時間指定は承ります。様々な事情・条件により、ご指定の配達日、時間に配達できない場合がございます。

配達時にご不在の場合
配達時にご不在の場合、配達業者より「不在票」が届けられますので、配達業者にお問い合わせの上、お受け取りください。不在票が届けられずから、配達業者が定める期間にお荷物をお受け取りいただけない場合は、お荷物は返却されますので、ご注意ください。

返品と交換について

商品の返品、交換について
【返品期間・条件】
商品の返品、交換はお客様のもとに商品到着後、8日以内にご連絡ください。8日過ぎてのご返品はお受けできませんので、あらかじめご了承ください。
【返品送料】
お客様都合の場合はお客様のご負担となりますのでご注意ください。ただし、不良品交換、返品配送交換は当社負担とさせていただきます。
【不良品】
万一不良品等がございましたら、当店の在庫状況を確認のうえ、新品、または同等品と交換させていただきます。商品到着後、なるべく速やかにご連絡ください。

 0120-000-000
※受付時間: 9:00~17:00 (土・日・祝日・振替休日・年末年始は除く)
〒000-0000 東京都南区東京1-1-11株式会社STAR化粧品
© 2017 star.cosmetics.co.

2-5. <素材⑤>「ダイエット食品」

- 打消し表示についての解説表示(Q31前に提示)

The image shows a vertical screenshot of a product page for '酵素巡り' (Enzyme Journey). The page features a main banner with the headline '有効成分が体内で糖類を分解!' (Effective ingredients decompose sugars in the body!) and a price tag of 4,860 yen. Below the banner, there are several smaller images and text blocks. Two red dashed boxes on the left side of the page indicate areas where the product name '酵素巡り' has been crossed out. Two red callout boxes on the right point to explanatory text for these crossed-out areas.

有効成分が体内で糖類を分解!
 酵素のはたらきでからだのなかをきれいに保つ。
 厳選した100種類以上の酵素素材
 酵素ドリンク 酵素巡り
 送料 送料 1本 4,860円 (税込)

※1 in vitro試験にて「マルトデキストリン」と「ラクトース」の化学反応を調べた結果。
 ※2 本商品は「GMP」工場で適正な品質管理のもと製造を行っており、製造過程における加熱殺菌処理により成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります。
 ※3 一部の原材料はアメリカ産です。

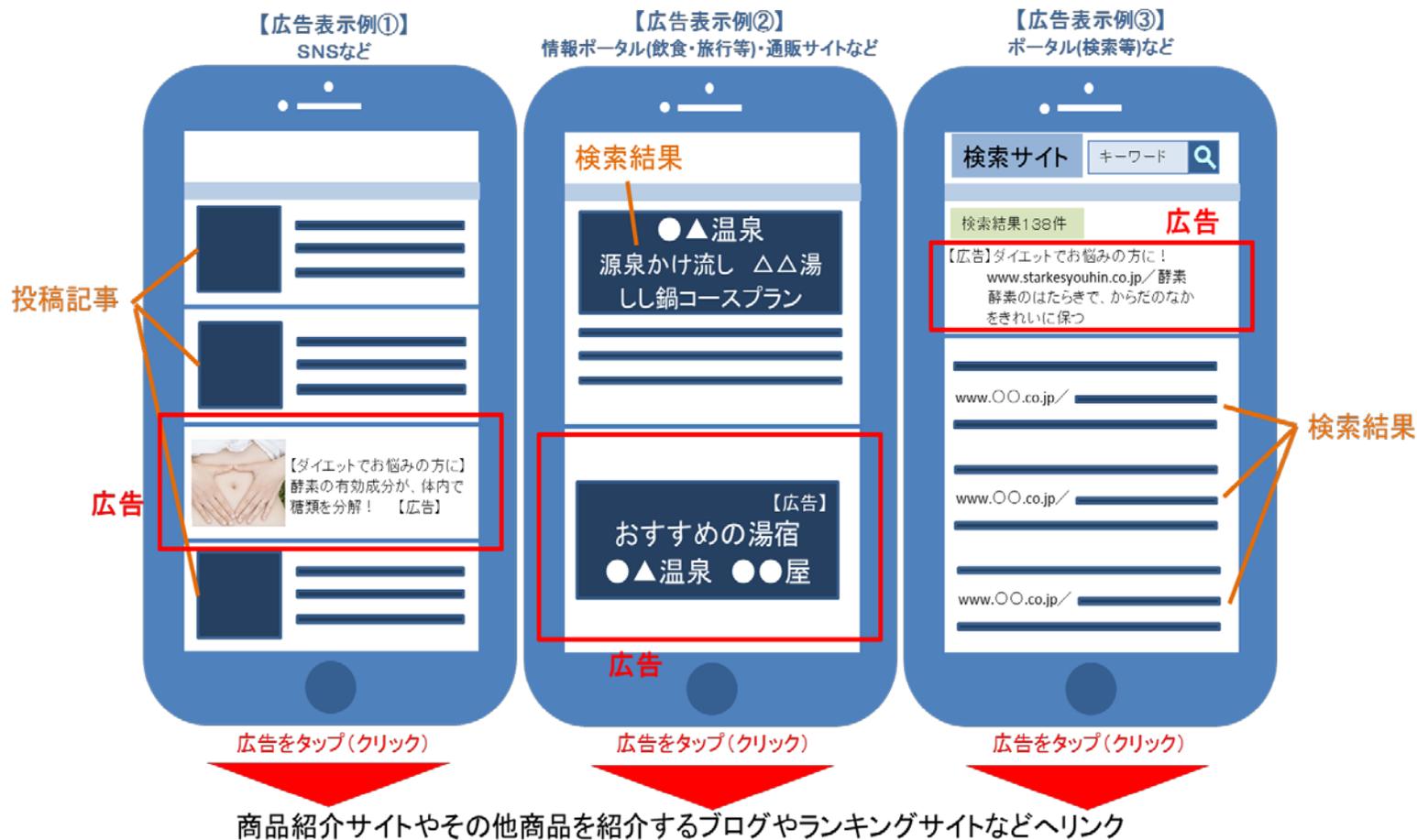
有効成分が体内で糖類を分解!
 酵素のはたらきでからだのなかをきれいに保つ。
 酵素
 乳酸菌
 食物繊維

※1 in vitro試験にて「マルトデキストリン」と「ラクトース」の化学反応を調べた結果。
 ※2 本商品は「GMP」工場で適正な品質管理のもと製造を行っており、製造過程における加熱殺菌処理により成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります。

※1 in vitro試験にて「マルトデキストリン」と「ラクトース」の化学反応を調べた結果。
 ※2 本商品は「GMP」工場で適正な品質管理のもと製造を行っており、製造過程における加熱殺菌処理により成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります。

2-6. ネイティブ広告等の参考例

※検索結果や記事などと同じ文脈で表示され、それらのコンテンツなどと紛れるような形態の広告をネイティブ広告といわれることがある。
■ ネイティブ広告等についての解説表示(Q41前に提示)



3. 調査票

3. 調査票

打消し表示に関するWeb調査

■Part1 <事前設問～リテラシー評価等>

普段のスマートフォンのご利用状況について、お伺いします

■1日の媒体別接触時間

【全員】

各SA Q1 あなたは1日のうちどれくらいスマートフォンでインターネットの閲覧をしていますか。
既にダウンロード済みの映像・音楽等のコンテンツ(インターネット接続がなくても閲覧できるもの)の閲覧は除いてお答えください。
また、業務として閲覧・視聴するものも除外してお答えください。

- 1 30分未満
- 2 30分～1時間未満
- 3 1～2時間未満
- 4 2～3時間未満
- 5 3～4時間未満
- 6 4時間以上
- 7 全く閲覧・視聴しない

改ページ

広告やインターネット上の表示などについて、お伺いします

■媒体別の広告(表示)接触頻度

各SA Q2 あなたは、次のような広告やインターネット上の表示に、どれくらいの頻度で接することがありますか。
それぞれについてお知らせください。

回答方向

	ほぼ毎日	週に4日以上	週に2日以上	週に1日以上	月に1日以上	それ未満	接することはほぼない
(1) 商品やサービスを紹介するテレビCM	1	2	3	4	5	6	7
(2) 商品やサービスを紹介する新聞広告	1	2	3	4	5	6	7
(3) 商品やサービスを紹介するウェブページ(パソコンで見えるもの)	1	2	3	4	5	6	7
(4) 商品やサービスを紹介するウェブページ(スマートフォンで見えるもの)	1	2	3	4	5	6	7

改ページ

■媒体別の広告(表示)信頼度

各SA Q3 あなたは、次のような広告やインターネット上の表示について、それぞれどれくらい「信頼できる」と感じになりますか。

回答方向

	とても信頼できる	まあ信頼できる	どちらともいえない	あまり信頼できない	まったく信頼できない
(1) 商品やサービスを紹介するテレビCM	1	2	3	4	5
(2) 商品やサービスを紹介する新聞広告	1	2	3	4	5
(3) 商品やサービスを紹介するウェブページ(パソコンで見えるもの)	1	2	3	4	5
(4) 商品やサービスを紹介するウェブページ(スマートフォンで見えるもの)	1	2	3	4	5

改ページ

■アンケート提示素材の対象業種興味度

各SA Q4 ところで、あなたは次にあげるような商品やサービスを購入・導入したり、その検討をすることについて、どれくらい興味・関心がありますか。

回答方向

	とても興味・関心がある	まあ興味・関心がある	どちらともいえない	あまり興味・関心がない	まったく興味・関心がない
(1) 健康食品	1	2	3	4	5
(2) 英会話	1	2	3	4	5
※ダミー (3) PC・タブレット端末	1	2	3	4	5
※ダミー (4) 固定通信サービス(インターネット回線)	1	2	3	4	5
(5) モバイル通信サービス(インターネット回線)	1	2	3	4	5
(6) ダイエット食品	1	2	3	4	5
(7) 健康器具・美容器具	1	2	3	4	5
※ダミー (8) 調理家電	1	2	3	4	5

改ページ

3. 調査票

■Part2 <素材1 回目提示～各素材の誤認有無、視認要素>

■提示前の説明文

【全員】

ここからは、いくつかのウェブページをご覧ください

ここからの設問の回答方法についてのご説明

ここからは、いくつかのウェブページをご覧ください。
 ご覧いただくウェブページは全部で5個あり、
 ある商品やサービスが紹介されています。

これらのウェブページについて、
 あなたが、**紹介されている商品やサービスに対して、
 ある程度興味がある(購入・導入を検討している)状態**を想像していただいたうえで、
そのような状態の時にウェブページを見るのと同じようにご覧ください。

※アンケートだからと、特別な見方をしないでください必要はありません。
 あくまで、興味がある商品・サービスについてのウェブページを
 普段通りに見る感覚でご覧ください、ボタン等进行操作してください。

※なお、ウェブページはすべてダミー(このアンケートのために作成したもの)であり、
 実際に販売されているものとは異なります。

下のボタンを押すと、1つ目のウェブページをご覧ください画面に移動します。

改ページ

■素材① 画面提示

【全員】

「健康食品」に関する以下のウェブページをご覧ください、次のページ以降の設問にお答えください。

**紹介されている商品やサービスに対して、
 ある程度興味がある(購入・導入を検討している)状態**を想像していただいたうえで、
そのような状態の時に広告を見るのと同じようにご覧ください、ボタン等进行操作してください。

ウェブページリンク貼付け

 ※クリック必須

■素材① 印象評価

【全員】

各SA Q5 「健康食品」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、
 広告そのものや紹介されていた商品に対して、あなたはどのように思われましたか。
 次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

	そう 思う	まあ そう 思う	どちら とも いえ ない	あ ま り そ う 思 わ な い	全 く そ う 思 わ な い
(1) 好きな広告である	1	2	3	4	5
(2) どちらかといえば、信頼できる広告である	1	2	3	4	5
(3) 商品・サービスの特徴がわかりやすい	1	2	3	4	5
(4) 購入や契約を検討しても良い	1	2	3	4	5

改ページ

■素材① 誤認の有無の把握

【全員】

各SA Q6 「健康食品」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、あなたはどのように思われましたか。
 次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

A

A に 近 い	い ど ち ら か ら も い え な い	B に 近 い
------------------	---	------------------

B

	A に 近 い	い ど ち ら か ら も い え な い	B に 近 い	
(1) 過去に注文した人も、今回初めて注文した人も、定期コースを解約する条件が変わらない	1	2	3	過去に注文した人と、今回初めて注文した人は、定期コースを解約する条件が異なる
(2) 商品が届く前の期間であっても、いつでも配送を休止できるわけではない	1	2	3	商品が届く前の期間であれば、いつでも配送を休止できる
(3) トクトクコースでまとめて商品が届く場合、4袋分を購入すれば解約ができる	1	2	3	トクトクコースでまとめて商品が届く場合、4袋分を購入するだけでは解約できない

改ページ

3. 調査票

■商材① 視認要素

【全員】

MA Q7 次あげるのは、「健康食品」に関する先ほどのウェブページの中で提示されていた内容(文言など)です。この中で、先ほど見たときに「書かれている(表示されている)ことに気付いた」ものを、すべてお知らせください。

- 1 生きた乳酸菌で毎日快適に！
- 2 乳酸菌アップ+
- 3 商品パッケージの写真
- 4 定期コースがお得！やめたい時にいつでもやめられます！
- 5 ※定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された方に限ります。
- 6 いつでもやめられるから安心！ 定期コース
- 7 定期コース 毎月1袋お届け 2,520円
- 8 断然おトクな初回限定価格！
- 9 トクトクコース 定期初回特別価格 毎月1袋お届け 1,680円
- 10 その後もおトクな2,000円
- 11 「おトクにはじめる」のボタン
- 12 まとめて届くトクトクコースはさらにおトク！
- 13 4ヶ月毎に4袋お届け 3,360円
- 14 今回のみお届け 通常価格 2,800円
- 15 初めて商品を購入された方にサブリ専用ケースプレゼント！
- 16 ※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20～25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。
※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。
- 17 【返品期限・条件】商品の返品、交換はお客様のもとに商品到着後、8日以内にご連絡ください。8日を過ぎてのご返品はお受けできませんので、あらかじめご了承ください。
- 18 ひとつもない

改ページ

3. 調査票

■ 商材② 画面提示

【全員】

「オンライン英会話」に関する以下のウェブページをご覧ください、次のページ以降の設問にお答えください。

紹介されている商品やサービスに対して、
ある程度興味がある(購入・導入を検討している)状態を想像していただいたうえで、
そのような状態の時に広告を見るのと同じようにご覧いただき、ボタン等をお操作してください。



※クリック必須

ウェブページをひと通りご覧いただいたら、その画面を閉じてから以降の質問にお答えください。

改ページ

■ 商材② 印象評価

【全員】

各SA Q8 「オンライン英会話」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、
広告そのものや紹介されていたサービスに対して、あなたはどのように思われましたか。
次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない
(1) 好きな広告である	1	2	3	4	5
(2) どちらかといえば、信頼できる広告である	1	2	3	4	5
(3) 商品・サービスの特徴がわかりやすい	1	2	3	4	5
(4) 購入や契約を検討しても良い	1	2	3	4	5

改ページ

■ 商材② 誤認の有無

【全員】

各SA Q9 「オンライン英会話」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、あなたはどのように思われましたか。
次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

	Aに近い	どちらでもない	Bに近い	
	A		B	
(1) 無料体験の期間も、講師を予約する際は追加費用がかかる	1	2	3	無料体験の期間は、無料で好きな講師を予約してレッスンが受けられる
(2) 無料体験の期間は、常にポイントを購入せずにレッスンが受けられる	1	2	3	無料体験の期間でも、ポイントを購入しないとレッスンが受けられない場合がある
(3) 無料体験の期間が終わった直後に解約の手続きをした場合、費用が請求される	1	2	3	無料体験の期間のうちにレッスンの受講をやめていけば、費用は請求されない

改ページ

■ 商材② 視認要素

【全員】

MA Q10 次におけるのは、「オンライン英会話」に関する先ほどのウェブページの中で提示されていた内容(文言など)です。
この中で、先ほど見たときに「書かれている(表示されている)ことに気付いた」ものを、
すべてお知らせください。

- 1 STARオンライン英会話
- 2 今なら2週間無料体験ができます！
- 3 いつでも無制限でレッスン受け放題！
- 4 今すぐ予約なしでレッスン！
- 5 24時間365日レッスンができる！
- 6 カメラとマイクがあればOK！
- 7 よくある質問
- 8 最初の2週間は無料で、いつでも何度でも空いている講師を選んでレッスンが受けられます。
- 9 Q.レッスンを受けるために予約は必要ですか？
- 10 お気に入りの講師や人気講師とのレッスンは、予約レッスンもご利用いただけます
- 11 予約にはポイントが必要となります。
- 12 なお、混雑状況に応じて、予約レッスンのみの受け付けとなる場合があります。
- 13 Q.ポイントについて
- 14 ポイントはサイトで追加購入が可能です。予約に必要なポイント数は、講師のステータスによって異なります。
- 15 無料期間中に解約がなかった場合、自動で有料コースに移行し、月額8,800円を請求いたします。
- 16 ひとつもない

改ページ

3. 調査票

■商材③ 画面提示

【全員】

「健康器具」に関する以下のウェブページをご覧ください、次のページ以降の設問にお答えください。

紹介されている商品やサービスに対して、**ある程度興味がある(購入・導入を検討している)状態**を想像していただいたうえで、**そのような状態の時に広告を見るのと同じよう**にご覧いただき、ボタン等をお操作してください。

ウェブページリンク貼付け

 ※クリック必須

■商材③ 誤認の有無

【全員】

各SA Q12 「健康器具」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、あなたはどのように思われましたか。次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

A

B

	Aに近い	どちらともいえない	Bに近い	
(1) 今回、商品を再購入した人にも、解説DVDの特典が付く	1	2	3	初めて商品を購入した人だけに、解説DVDの特典が付く
(2) 12ヶ月以内に返品できるのは、製品に異常があった場合に限られる	1	2	3	12ヶ月以内であれば、返品することに制約はない
(3) 購入特典が、エクササイズ解説DVDから変更になることはない	1	2	3	購入特典が、エクササイズマニュアルに変更される場合がある

改ページ

■商材③ 視認要素

【全員】

MA Q13 次にあげるのは、「健康器具」に関する先ほどのウェブページの中で提示されていた内容(文言など)です。この中で、先ほど見たときに「書かれている(表示されている)ことに気付いた」ものを、すべてお知らせください。

- 1 商品の写真
- 2 「お買い得の1980円！ご注文手続きへ」のボタン
- 3 最近こんなお悩みありませんか？
- 4 エクササイズの解説DVD付きで ¥1,980/1本
- 5 今なら、エクササイズ解説DVD付
- 6 ※特典DVDの在庫には限りがあります。
- 7 ※エクササイズマニュアルに変更となる場合があります。
- 8 パワトルローラーXの3つの特徴
- 9 ※解説DVDの特典は初回購入者に限ります。
- 10 続けることでこんな効果に期待できます！
- 11 12ヶ月返品保証
- 12 安心の設計、抜群の耐久性！
- 13 ※購入後、12ヶ月以内に製品に何らかの異常があった場合、返品が可能です。
- 14 ひとつもない

改ページ

3. 調査票

■ 商材④ 画面提示

【全員】

「モバイル通信サービス」に関する以下のウェブページをご覧いただき、次のページ以降の設問にお答えください。

紹介されている商品やサービスに対して、
ある程度興味がある(購入・導入を検討している)状態を想像していただいたうえで、
そのような状態の時に広告を見るのと同じようにご覧いただき、ボタン等をお操作してください。



※クリック必須

ウェブページをひと通りご覧いただいたら、その画面を閉じてから以降の質問にお答えください。

改ページ

■ 商材④ 印象評価

【全員】

各SA Q14 「モバイル通信サービス」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、
広告そのものや紹介されていた商品に対して、あなたはどのように思われましたか。
次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

	そう思う	まあそう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	全くそう思わない
(1) 好きな広告である	1	2	3	4	5
(2) どちらかといえば、信頼できる広告である	1	2	3	4	5
(3) 商品・サービスの特徴がわかりやすい	1	2	3	4	5
(4) 購入や契約を検討しても良い	1	2	3	4	5

改ページ

■ 商材④ 誤認の有無

【全員】

各SA Q15 「モバイル通信サービス」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、あなたはどのように思われましたか。
次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

	Aに近い	どちらでもない ・どちらからともいえない	Bに近い
(1) 「スマホ特割プラン」の月額料金は、利用開始から1年後も変わらない	1	2	3
(2) 「スマホ特割プラン」に申し込んだ場合、1回あたり15分以内であっても、有料となる通話がある	1	2	3

改ページ

■ 商材④ 視認要素

【全員】

MA Q16 次にあげるのは、「モバイル通信サービス」に関する先ほどのウェブページの中で提示されていた内容(文言など)です。この中で、先ほど見たときに「書かれている(表示されている)ことに気付いた」ものを、すべてお知らせください。

- 1 月額880円(税抜)
- 2 ※1
- 3 データ通信容量1GB
- 4 通話料 無料
- 5 ※2
- 6 15分以内/回数無制限
- 7 スマホ特割1Gプラン880円、スマホ特割5Gプラン1,780円
- 8 家族G割 最大500円/月割引!
- 9 最大、7回線分までのご契約が適用範囲となります。
- 10 動作確認端末の写真
- 11 一覧に掲載されていない通信端末について、個別の動作確認は承っておりません。
- 12 「スマホ特割1Gプラン」および「スマホ特割5Gプラン」は、当社指定のスマートフォン機種をご購入いただくか機種変更をいただくことでご利用いただけます。
- 13 「スマホ特割1Gプラン」および「スマホ特割5Gプラン」適用時における、ご利用開始月から12ヶ月間の料金です。13ヶ月目以降は割引の一部が適用されません。
- 14 一部、当社が指定する通話は通話料無料の対象外となります。
- 15 各スマホ特割プランにおいて、法人名義の方は適用対象外です。
- 16 ひとつもない

改ページ

3. 調査票

■ 商材⑤ 画面提示

【全員】
「ダイエット食品」に関する以下のウェブページをご覧ください、次のページ以降の設問にお答えください。

紹介されている商品やサービスに対して、
ある程度興味がある（購入・導入を検討している）状態を想像していただいたうえで、
そのような状態の時に広告を見るのと同じようにご覧いただき、ボタン等をお操作してください。

ウェブページリンク貼付け

 ※クリック必須

■ 商材⑤ 誤認の有無

【全員】
各 SA Q18 「ダイエット食品」に関する先ほどのウェブページをご覧になって、あなたはどのように思われましたか。
次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

A に 近 い	・ど ち ら か ら と も い え な い	B に 近 い
------------------	--	------------------

(1)	商品を摂取すると、体内で糖類が分解されることが、実験で確認されている	1	2	3	商品を摂取すると、体内で糖類が分解されないことが、実験で確認されていない
(2)	この商品の製造過程では、糖類を分解する成分の働きが失われる場合がある。	1	2	3	この商品の製造過程では、糖類を分解する成分の働きが維持されるように品質管理されている

改ページ

■ 商材⑤ 視認要素

【全員】
MA Q19 次あげるものは、「ダイエット食品」に関する先ほどのウェブページの中で提示されていた内容（文言など）です。
この中で、先ほど見たときに「書かれている（表示されている）ことに気付いた」ものを、
すべてお知らせください。

- 1 ダイエットにお悩みのあなたに
- 2 有効成分が体内で糖類を分解！
- 3 ※1
- 4 ※2
- 5 厳選した国産原材料
- 6 送料無料 1本 4,860円
- 7 in vitro試験にて”マルチデキストリン”と”ラクトース”の化学反応を調べた結果。
- 8 本商品は「GMP」工場で適正な品質管理のもと製造を行っており、製造過程における加熱殺菌処理により成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります。
- 9 一部の原材料はアメリカ産です。
- 10 「酵素巡り」は体質改善や美容ダイエットにも大きな効果を発揮します！
- 11 国内製造による信頼と安心をお届けします。
- 12 ひとつもない

改ページ

3. 調査票

Part3 < 打消し表示解説および素材2回目提示後 > □

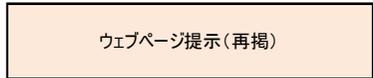
■ 商材① 要因評価 定期購入型：誤認の有無（メッセージ+打消し明示後の意識変容）

【全員】

各SA Q20 先ほどご覧いただいた「健康食品」に関するウェブページをもう一度ご覧いただけます。このウェブページには、下の画像にあるように**いくつかの注意書きや注釈が表示されていました**。



※ポップアップ(拡大表示)必須



これらを改めてご覧になって、どのように思われますか。

		A に 近 い	い ど ち わ か ら な い	B に 近 い	
	A				B
(1)	過去に注文した人も、今回初めて注文した人も、定期コースを解約する条件が変わらない	1	2	3	過去に注文した人と、今回初めて注文した人は、定期コースを解約する条件が異なる
(2)	商品が届く前の期間であっても、いつでも配送を休止できるわけではない	1	2	3	商品が届く前の期間であれば、いつでも配送を休止できる
(3)	トクトクコースでまとめて商品が届く場合、4袋分を購入すれば解約ができる	1	2	3	トクトクコースでまとめて商品が届く場合、4袋分を購入するだけでは解約できない

改ページ

■ 商材① わかりにくいと感じる点(解約条件)

【全員】

MA Q21 先ほど回答いただいた「健康食品」の購入について
ご覧いただいたウェブページに表示されていた**注意書きや注釈の内容を踏まえて**
定期コース、トクトクコースを解約する際の条件は以下の通りです。

- ・定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された場合に限られる
- ・定期コースではなく、トクトクコースを選択した場合、4回以上の購入後でなくては解約できない
- ・トクトクコースのうち「2ヶ月毎2袋お届け」を申し込んだ場合、解約するためには8ヶ月(合計8袋)以上購入しなくてはいけない
- ・トクトクコースのうち「4ヶ月毎4袋お届け」を申し込んだ場合、解約するためには16ヶ月(合計16袋)以上購入しなくてはいけない
- ・解約の申し込みは、毎月の発送準備期間(初回購入日を起点に、20日～25日後までの期間)に電話で行う必要がある

解約に関する注意書きや注釈、料金コースに関して、**あなたがわかりにくさを感じた点について**、あてはまるものをいくつかもお知らせください。

- 1 「4回以上の購入がお約束となります」という表現がわかりにくい
- 2 定期コースとトクトクコースで解約条件が異なるのがわかりにくい
- 3 まとめて届くトクトクコースで、結局、最低何袋購入する必要があるのかがわかりにくい
- 4 「毎月の発送準備期間」がいつなのかわかりにくい
- 5 解約の申し込み方法がわかりにくい
- 6 その他()
- 7 特に、わかりにくい点はない

改ページ

■ 商材① コンバージョンボタンの操作確認

【全員】

各SA Q22 先ほどご覧いただいた「健康食品」に関するウェブページでは、ページ内に表示された「定期コースを申し込む」、「おトクにはじめる」、または「今回のみではじめる」のボタンを押すと、自動でページの下にある「ご注文フォーム」に移動(スクロール)するようになっていました。



※ポップアップ(拡大表示)必須

あなたは、先ほどこのウェブページをご覧になった際、このボタンを押しましたか。

- 1 ページが移動することを知った上で、ボタンを押した
- 2 ページが移動することを知った上で、ボタンを押さなかった
- 3 ページが移動することを知らなかったが、ボタンを押した
- 4 ページが移動することを知らなかったが、ボタンを押さなかった
- 5 その他()

改ページ

3. 調査票

■ 商材① 要因評価（視認性要素）

【全員】

MA Q23 先ほどご覧いただいた「健康食品」に関するウェブページと注意書きや注釈をもう一度ご覧いただけます。

解説表示 提示(再掲)

※ポップアップ(拡大表示)必須

ウェブページ提示(再々掲)

改めてウェブページをご覧になって、この注意書きや注釈の表示の方法について、あなたが読みにくさを感じた点について、あてはまるものをいくつかもお知らせください。

注を 押し 書き す と、 また は、 自 注 動 の 文 字 に 気 づ き に 移 動 す る の ポ タ ン	「定期 コー スを 申し 込む 」の みで は、 「お トク には はじ め	注 意 書 き や 注 釈 の 文 字 が 小 さ い	注 意 書 き や 注 釈 が 気 づ き に く い 場 所 に 配 置 さ れ	注 意 書 き や 注 釈 の 文 字 の 色 が 見 に く い	注 意 書 き や 注 釈 の 文 字 が 背 景 に 溶 け こ ん で い て	周 り の 画 像 や 大 き な 文 字 に 注 意 を 引 か れ て、 注	そ の 他	特 に、 読 み に く さ を 感 じ た 点 は な い
--	--	--	---	---	---	---	-------------	--

(1)	定期コースをいつでも解約できるのは初めて注文された方に限ります。	1	2	3	4	5	6	7()	8
(2)	※途中で配送を休止する場合は、定められた「毎月の配送準備日」(初回購入日を起点に、20～25日後までの期間)にお電話にてご申請下さい。	1	2	3	4	5	6	7()	8
(3)	※トクトクコースは4回分の購入がお約束となります。	1	2	3	4	5	6	7()	8
(4)	【返品期限・条件】商品の返品、交換はお客様のもとに商品到着後、8日以内にご連絡ください。8日を過ぎてのご返品はお受けできませんので、あらかじめご了承ください。	1	2	3	4	5	6	7()	8

改ページ

■ 商材② 要因評価（無料サービス条件）（メッセージ+打消し明示後の意識変容）

【全員】

各SA Q24 先ほどご覧いただいた「オンライン英会話」に関するウェブページをもう一度ご覧いただけます。このウェブページには、下の画像にあるようにいくつかの注意書きや注釈が表示されていました。

解説表示 提示

※ポップアップ(拡大表示)必須

ウェブページ提示(再掲)

これらを改めてご覧になって、どのように思われますか。

	A に 近 い	ど ち ら か ら な い え な い	B に 近 い
(1)	1	2	3
(2)	1	2	3
(3)	1	2	3

改ページ

3. 調査票

■ 商材② わかりにくいと感じる点(無料サービス条件)	
MA	<p>【全員】 Q25 先ほど回答いただいた「オンライン英会話」の申し込みについて ご覧いただいたウェブページに表示されていた注意書きや注釈の内容を踏まえる 無料体験キャンペーンの条件は以下の通りです。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0;"> <ul style="list-style-type: none"> ・無料体験の期間も、予約レッスンにはポイントが必要となる。 ・混雑時は予約をしないとレッスンが受講できない場合がある。 ・ポイントの購入には費用がかかる。 ・無料期間中に解約しないと、自動で有料コースに移行し、月額8,800円を請求される。 </div> <p>無料体験キャンペーンの条件に関して、あなたがわかりにくさを感じた点について、 あてはまるものをいくつかもお知らせください。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 <input type="checkbox"/> ポイントを利用すれば予約レッスンも可能であることがわかりにくい 2 <input type="checkbox"/> ポイントの購入に費用がかかることがわかりにくい 3 <input type="checkbox"/> 「混雑状況に応じて、予約レッスンのみの受け付けとなる場合があります。」という表現がわかりにくい 4 <input type="checkbox"/> 混雑時は予約をしないとレッスンが受けられないことがわかりにくい 5 <input type="checkbox"/> 無料期間中に解約しないと、自動で有料コースに移行することがわかりにくい 6 <input type="checkbox"/> その他() 7 <input type="checkbox"/> 特に、わかりにくい点はない
改ページ	
■ 商材② 読みにくさを感じた点(オーディオン形式のタップ確認)	
SA	<p>【全員】 Q26 先ほどご覧いただいた「オンライン英会話」に関するウェブページには、下の画像にあるように 「よくある質問」として並んだ4つの項目の見出しをタップすると、 それぞれの項目が開いて、詳細な内容が表示されるようになっていました。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0; display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-right: 10px;">オーディオン形式の解説 提示</div> ※ポップアップ(拡大表示)必須 </div> <p>あなたは、最初にこのウェブページをご覧になった際、これらの項目の見出しをタップして詳細な内容を 表示しましたか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 <input type="checkbox"/> 全ての項目の見出しをタップして詳細な内容を表示した 2 <input type="checkbox"/> 一部の項目の見出しをタップして詳細な内容を表示した 3 <input type="checkbox"/> いずれの項目の見出しもタップしなかった
改ページ	

■ 商材② 読みにくさを感じた点(注意書きや注釈の表示)	
MA	<p>【全員】 Q27 前問でお見せしたような表示の方法について、あなたが読みにくさを感じた点について、 以下のうちあてはまるものをいくつかもお知らせください</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 <input type="checkbox"/> 最初の画面に表示されている見出しからは、それぞれの項目にどのような内容が記載されているのかわかりにくい 2 <input type="checkbox"/> 最初の画面に詳細な内容が隠れているので、ページを閲覧する際に見落としてしまう 3 <input type="checkbox"/> 自分で見出しの文言をタップしないと、詳細な内容が表示されない仕組みになっていることがわかりづらい 4 <input type="checkbox"/> このような表示の方法があることを知らなかった 5 <input type="checkbox"/> その他() 6 <input type="checkbox"/> 特に、読みにくさを感じた点はない
改ページ	
■ 商材③ コンバージョンボタンの操作確認	
各SA	<p>【全員】 Q28 先ほどご覧いただいた「健康器具」に関するウェブページでは、 画面の下部に表示された「お買い得の1,980円！ご注文手続きへ」のボタンを押すと、 自動でページの下にある「ご注文フォーム」に移動(スクロール)するようになっていました。</p> <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; margin: 10px 0; display: flex; align-items: center;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; margin-right: 10px;">コンバージョンボタンの解説 提示</div> ※ポップアップ(拡大表示)必須 </div> <p>あなたは、先ほどこのウェブページをご覧になった際、このボタンを押しましたか。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1 <input type="checkbox"/> ページが移動することを知った上で、ボタンを押した 2 <input type="checkbox"/> ページが移動することを知った上で、ボタンを押さなかった 3 <input type="checkbox"/> ページが移動することを知らなかったが、ボタンを押した 4 <input type="checkbox"/> ページが移動することを知らなかったが、ボタンを押さなかった 5 <input type="checkbox"/> その他()
改ページ	

3. 調査票

■商材⑤ 要因評価(商品特性)(メッセージ+打消し明示後の意識変容)

【全員】

各SA Q31 先ほどご覧いただいた「ダイエット食品」に関するウェブページをもう一度ご覧いただけます。このウェブページには、下の画像にあるように**いくつかの注意書きや注釈が表示されていました**。

解説表示 提示

※ポップアップ(拡大表示) 必須

ウェブページ提示(再掲)

これらを改めてご覧になって、どのように思われますか。

		Aに近い	い・どちらでもない	Bに近い		
		A			B	
(1)	商品を摂取すると、体内で糖類が分解されることが実験で確認されている	1	2	3	商品を摂取すると、体内で糖類が分解されることが実験で確認されていない	
(2)	この商品の製造過程では、糖類を分解する成分の働きが失われる場合がある	1	2	3	この商品の製造過程では、糖類を分解する成分の働きが維持されるように品質管理されている	

改ページ

■商材⑤ わかりにくいと感じる点(試験表示の印象)

【全員】

各SA Q32 先ほどご覧いただいた「ダイエット食品」に関するウェブページには、「※1 in vitro試験にて“マルトデキストリン”と“ラクトース”の化学反応を調べた結果。」という言葉が表示されていました。この商品に限らず、商品に含まれている成分の働きについて、試験結果のデータなどを掲載した上で、「〇〇試験を行った結果」といった表示を含む広告があります。

あなたが商品の購入を検討している時、このような表示を見てどのように感じますか。次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

		Aに近い	どちらかというときAに近い	どちらかというときBに近い	Bに近い		
		A			B		
(1)	試験結果などが書かれていると、商品に効果がありそうだと感じる	1	2	3	4	5	試験結果などが書かれているからといって、商品に効果があるとは必ずしも言えないと思う
(2)	試験結果のデータなどの専門的な内容は、参考になる	1	2	3	4	5	試験結果のデータなどの専門的な内容は、難しくよく理解できない

改ページ

3. 調査票

■ 商材⑤ わかりにくいと感じる点(商品特性)

【全員】

MA Q33 先ほど回答いただいた「ダイエット食品」の購入について、ご覧いただいたウェブページに表示されていた**注意書きや注釈の内容を踏まえる**と商品の説明は以下の通りです。

- ・有効成分の働きは、試験管や培養器などの中で調べられたものであり、人の生体内での働きは確認されていない
- ・本商品の製造過程における加熱殺菌処理により、糖類を分解する成分の働きは失われてしまっている場合がある
- ・(本商品を製造する前の)特定成分についての化学反応を調べただけで、製造された商品そのものについて試験を行っていない

商品の説明に関して、**あなたがわかりにくさを感じた点について**、あてはまるものをいくつかもお知らせください。

- 1 「in vitro 試験」という用語の意味がわかりにくい
- 2 「"マルトデキストリン"と"ラクトース"の化学反応を調べた結果」という表現がわかりにくい
- 3 特定成分の化学反応を調べただけで、商品について試験を行っていないことがわかりにくい
- 4 加熱殺菌処理に関する説明がわかりにくい
- 5 「成分の働きが失われてしまう場合も、栄養素やビタミンなどの成分は残ります」という表現がわかりにくい
- 6 その他()
- 7 特に、わかりにくい点はない

改ページ

■ Part4 <事後設問～打消し表示の認識> □

■ 打消し表示に対する一般的な認識

【全員】

スマートフォンで見えるインターネット上の表示について、もう少しお伺いします

MA Q34 いろいろなインターネット上の表示を見ていただきましたが、その中にあったような**注意書きや注釈**について、あなたは普段どのように思われていますか。あてはまるものをいくつかもお知らせください。

- 1 例外事項や条件などの重要なことが書かれている
- 2 注意事項などはわざわざ読まなくても大体わかると思う
- 3 たいてい重要な内容が含まれているとは思わない
- 4 注意書きや注釈を読まなかったことにより、想定外の商品やサービスを購入してしまったことがある
- 5 注意書きや注釈を読んだことで、想定外の商品やサービスを購入せずに済んだことがある
- 6 企業が不都合なことを隠すため、小さい文字を使っていると感じることがある
- 7 企業が不都合なことを隠すため、難しい表現(専門用語など)を使っていると感じることがある
- 8 企業が不都合なことを隠すため、曖昧な表現を使っていると感じることがある
- 9 そもそも注意書きや注釈が必要な商品やサービスは売るべきではない
- 10 その他()
- 11 特に何も思わない

改ページ

■ 打消し表示着目意識レベル

【全員】

各SA Q35 先ほどのインターネット上の表示にあったような**注意書きや注釈**について、あなたは普段どれくらい意識して見えていますか。
※紹介されている商品やサービスに対して、ある程度興味がある(購入・導入を検討している)状態を想像してお答えください。

回答方向

必ず見 よう に し て 読 む	でき る に し て 見 る	あ ま り 読 んで い ない	ま っ た く 読 んで い ない
------------------------------------	----------------------------------	-----------------------------------	--

(1) テレビCM	1	2	3	4
(2) 新聞広告	1	2	3	4
(3) ウェブページ(パソコン)での同一画面内にある表示	1	2	3	4
(4) ウェブページ(パソコン)でのスクロールが必要な場所にある表示	1	2	3	4
(5) ウェブページ(スマートフォン)での同一画面内にある表示	1	2	3	4
(6) ウェブページ(スマートフォン)でのスクロールが必要な場所にある表示	1	2	3	4

改ページ

3. 調査票

■ 打消し表示を読む理由

MA **【前問の各問のいずれか1~2の回答者】**
Q36 注意書きや注釈について、必ず／できるだけ見る(読む)ようにしているものについて、その理由としてあてはまるものをいくつもお知らせください。

1 主要なメッセージだけでは、商品・サービスの内容や効果が十分にわからないから
 2 注意書きや注釈に、特に重要なことが書かれていると思うから
 3 注意書きや注釈に、企業にとって不都合なことが書かれていると思うから
 4 注意書きや注釈を読まないと、商品・サービスの内容や効果を誤解してしまうから
 5 注意書きや注釈を読まないと、細かい購入の条件を知らずに自分が損をするから
 6 注意書きや注釈の内容がわからなくても、目を通すと安心するから
 7 その他()

改ページ

■ 打消し表示を読まない理由

各MA **【前々問の各問=3~4の回答者】**
Q37 次の媒体については、注意書きや注釈をあまり／まったく見て(読んで)いないとのことですが、その理由としてあてはまるものをいくつもお知らせください。

- < 選択肢 >
- 1 主要なメッセージだけ見れば田分と思うから
 - 2 注意事項などはわざわざ読まなくても大体わかると思うから
 - 3 注意書きや注釈にたいして重要な内容が含まれているとは思わないから
 - 4 文字が小さくて読みにくいから
 - 5 表示されている時間が短くて読み切れないから ※新聞広告なし
 - 6 文字が主要なメッセージから離れていて見づきにくいから
 - 7 文字が主要なメッセージと別のタイミングで表示されるから ※新聞広告なし
 - 8 文字を読むのが面倒だから
 - 9 読んでもわからない内容を企業が書いているから
 - 10 その他

	主 要 な ：	注 意 事 項 ：	そ の 他
(1) テレビCM	1	2				10()
(2) 新聞広告	1	2				10()
(3) ウェブページ(パソコン)での同一画面内にある表示	1	2				10()
(4) ウェブページ(パソコン)でのスクロールが必要な場所にある表示	1	2				10()
(5) ウェブページ(スマートフォン)での同一画面内にある表示	1	2				10()
(6) ウェブページ(スマートフォン)でのスクロールが必要な場所にある表示	1	2				10()

改ページ

■ Part5 <スマートフォンの利用状況>

最後に、普段のスマートフォンのご利用状況について、お伺いします。

■ スマートフォンを使った購入・利用のシチュエーション

MA **【全員】**
Q38 あなたは普段、どのようなシチュエーションで、スマートフォン上で商品・サービスのウェブページを見ることが多いですか。あてはまるものをいくつもお知らせください。

1 自宅で、くつろいでいるとき(他のことをしている時を除く)
 2 外出先で、ちょっとした空き時間(休憩時間、待ち合わせ中など)
 3 電車やバス、車などで移動しながら
 4 店頭で買い物しているとき
 5 仕事中
 6 食事中
 7 家事の合間
 8 入浴中やトイレの中で
 9 テレビの視聴中やPCを使っているとき、雑誌などを読んでいるとき
 10 その他()
 11 特になし

改ページ

■ スマートフォンの表示の見方

各SA **【全員】**
Q39 あなたが普段、スマートフォン上である程度興味がある商品・サービスのウェブページをみている状態を想像してお答えください。スマートフォン上で、ウェブページをどのように閲覧しますか。次のそれぞれについて、あてはまるものをお知らせください。

	A に 近 い	い ど ち ら か と い う と A に 近	ど ち ら か と い え な い	い ど ち ら か と い う と B に 近	B に 近 い	
(1) 目に留まった情報だけを拾い読みする	1	2	3	4	5	画面に表示されている情報は全て目を通す
(2) 表示された画面の下に内容が続いていても、下までは読まない	1	2	3	4	5	表示された画面の下に内容が続く場合は、スクロールして下まで読む
(3) 気になる情報を見つけると、すぐに画像や文字のリンクをタップする	1	2	3	4	5	ページの内容を全て読み終わるまでは、画像や文字のリンクをタップすることはない

改ページ

3. 調査票

■ネイティブ広告等の閲覧経験	
MA	<p>【全員】</p> <p>Q40 あなたが最近(過去1年間程度)スマートフォンをお使いの中で、文字や画像、動画で表示された広告をタップ(クリック)したことはありますか。あてはまるものをいくつかでもお知らせください。 ※ただし、誤ってタップ(クリック)した場合を除いてお考えください。</p> <p>1 <input type="checkbox"/> 広告だとわかってタップ(クリック)したことがある</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 広告とは意識せずに、気になったフレーズ(文字)や画像などをタップ(クリック)したら、後から広告であることに気づいたことがある</p> <p>3 <input type="checkbox"/> 広告を見かけたことがあるがタップ(クリック)したことはない</p> <p>4 <input type="checkbox"/> 広告を見たことがない</p> <p>5 <input type="checkbox"/> わからない</p>
改ページ	
■ネイティブ広告等の閲覧の対象(閲覧理由)	
MA	<p>【前問で1又は2の回答者】</p> <p>Q41 あなたが最近(過去1年間程度)タップ(クリック)したことがあるのは、どのような広告ですか。あてはまるものをいくつかでもお知らせください。</p> <p>1 <input type="checkbox"/> 自分が閲覧している検索結果や記事、SNSの投稿などと、見た目が似ている広告※ ※下記の表示例1、2をご参照ください</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 自分が閲覧している検索結果や記事、SNSの投稿などと、テーマや内容が近い広告</p> <p>3 <input type="checkbox"/> 過去に自分が閲覧・検索した商品・サービス等に関連のある広告</p> <p>4 <input type="checkbox"/> 検索サイトで検索した結果とともに表示される文字の広告※ ※下記の表示例3をご参照ください</p> <p>5 <input type="checkbox"/> ポータルサイトなどに表示される画像や映像を用いた広告(バナー広告)</p> <p>6 <input type="checkbox"/> その他の広告(具体的に:)</p>
	<div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;">1 SNSネイティブ広告イメージ 提示</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;">2 情報ポータル・通販 ネイティブ広告 イメージ 提示</div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 30%;">3 検索結果 リスティング 広告 イメージ 提示</div> </div> <p style="color: orange; font-size: small;">※ポップアップ(拡大表示) 必須</p>
改ページ	
■スマートフォンでの購買経験	
SA	<p>【全員】</p> <p>Q42 過去1年間にスマートフォンを使って商品・サービスの購入・申し込みをした経験はありますか。有料アプリの利用やアプリ内の課金サービスの利用を含めて、お知らせください。</p> <p>1 <input type="checkbox"/> ある</p> <p>2 <input type="checkbox"/> ない</p>
改ページ	

■スマートフォンでの購入・申し込みの理由	
MA	<p>【前問で1の回答者】</p> <p>Q43 スマートフォンで商品・サービスの購入・申し込みをする理由として、あてはまるものを全てお知らせください。また最も大きな理由をお知らせください。</p> <p>1 <input type="checkbox"/> 店頭に行ったり、他の媒体(PC、電話等)で購入・申し込みをするより、手間や時間がかからない</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 24時間いつでもどこでも購入・申し込みができる</p> <p>3 <input type="checkbox"/> スマートフォンで購入・申し込みをすると、ポイントや割引があり、得になる</p> <p>4 <input type="checkbox"/> スマートフォンを使っている時に、購入・申し込みをしたい商品・サービスが見つかる</p> <p>5 <input type="checkbox"/> 購入・申し込みをする前に、他の商品・サービスとの比較がしやすい</p> <p>6 <input type="checkbox"/> 口コミやレビューなど、購入・申し込みをする前に参考となる情報を得やすい</p> <p>7 <input type="checkbox"/> 特に理由はないが、スマートフォンで購入・申し込みをしている</p> <p>8 <input type="checkbox"/> その他()</p>
SA	<p>最も大きな理由⇒ <input style="width: 50px; height: 20px;" type="text"/></p>
改ページ	
■スマートフォンでの購入・申し込みのきっかけ	
MA	<p>【全員】</p> <p>Q44 スマートフォンで商品・サービスの購入・申し込みをするきっかけとして、次のような経験はありますか。あてはまるものをいくつかでもお知らせください。</p> <p>1 <input type="checkbox"/> スマートフォン以外の媒体(PC、テレビ、雑誌等)で商品・サービスを知った上で、スマートフォンで購入・申し込みをしようとした</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 店頭で実物を見た上で、スマートフォンで購入・申し込みをしようとした</p> <p>3 <input type="checkbox"/> スマートフォンでキーワード検索などしている際に、偶然商品・サービスを見つけて購入・申し込みをしようとした</p> <p>4 <input type="checkbox"/> スマートフォンで目に留まった広告がきっかけで購入・申し込みをしようとした</p> <p>5 <input type="checkbox"/> 友人や知人のSNSの投稿ややり取りがきっかけで、購入・申し込みをしようとした</p> <p>6 <input type="checkbox"/> その他()</p>
改ページ	
■打消し表示を読まなかったことによる失敗経験	
MA	<p>【全員】</p> <p>Q45 スマートフォン上で表示された注意書きや注釈について、次のような経験はありますか。あてはまるものをいくつかでもお知らせください。</p> <p>1 <input type="checkbox"/> 注意書きや注釈を読まなかったことにより、 想定外の商品やサービスを購入してしまったことがある</p> <p>2 <input type="checkbox"/> 注意書きや注釈を読まなかったことにより、 思っていた数量以上の商品等を購入していたことがある</p> <p>3 <input type="checkbox"/> 注意書きや注釈を読まなかったことにより、 購入・申し込みの条件が思っていたものとは違っていたことがある</p> <p>4 <input type="checkbox"/> 注意書きや注釈を読んだことで、 想定外の商品やサービスを購入せずに済んだことがある</p> <p>5 <input type="checkbox"/> 上記1～4の経験はない</p>
改ページ	

3. 調査票

■スマートフォンでの失敗経験の経緯

MA **Q46** 【前問で1、2、3の回答者】
 前問で回答されたような注意書きや注釈を読まなかったことによる失敗は、次のいずれのきっかけで購入・申し込みしようとした時ですか。
 また、その経験は、どのようなシチュエーションでスマートフォンを操作されていた時でしょうか。
 購入・申し込みのきっかけをいくつもお選びいただいた上で、その際のシチュエーションについても、あてはまるものをいくつもお知らせください。

		購入・申し込みのシチュエーション										
		自宅 で、くつろいで いるとき (他 のこ とを 除く)	外 出 先 で、ちよつと した空 き時 間(休 憩時 間、待 ち合 わせ 中な ど)	電 車 やバ ス、車 など で移 動し なが ら	店 頭 で買 い物 して いる とき	仕 事 中	食 事 中	家 事 の合 間	入 浴 中 やト イレ の中 で	雑 誌 など を読 んで いる とき	テ レ ビ の視 聴中 やP Cを 使っ てい る とき	そ の 他
1	<input type="checkbox"/>	スマートフォン以外の媒体(PC、テレビ、雑誌等)で商品・サービスを知った上で、スマートフォンで購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
2	<input type="checkbox"/>	店頭で実物を見た上で、スマートフォンで購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
3	<input type="checkbox"/>	スマートフォンでキーワード検索などしている際に、偶然商品・サービスを見つけて購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
4	<input type="checkbox"/>	スマートフォンで目に留まった広告がきっかけで購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
5	<input type="checkbox"/>	友人や知人のSNSの投稿ややり取りがきっかけで、購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
6	<input type="checkbox"/>	その他()	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()

改ページ

■スマートフォンでの失敗経験の詳細

MA **Q47** 【前々問で1、2、3の回答者】
 前問でお答えになった、スマートフォンでの商品・サービスの購入・申し込みの失敗経験について、その内容について、経緯・理由を含めて具体的に記述してください。

改ページ

■スマートフォンでの失敗回避の経験

MA **Q48** 【前々問で4の回答者】
 「注意書きや注釈を読んだことにより、想定外の商品やサービスを購入せずに済んだことがある」のは次のいずれの時ですか。
 また、その経験は、どのようなシチュエーションでスマートフォンを操作されていた時でしょうか。
 購入・申し込みをしそうになったきっかけをいくつもお選びいただいた上で、その際のシチュエーションについても、あてはまるものをいくつもお知らせください。

		購入・申し込みのシチュエーション										
		自 宅 で、 くつ ろい でい る 時 を 除 く	外 出 先 で、 ちよ つと した 空 き 時 間 (休 憩 時 間、 待 ち 合 わ せ 中 な ど)	電 車 や バ ス、 車 な ど で 移 動 し な が ら	店 頭 で 買 い 物 し て い る 時 き	仕 事 中	食 事 中	家 事 の 合 間	入 浴 中 や ト イ レ の 中 で	き、 雑 誌 な ど を 読 ん で い る 時 き	テ レ ビ の 視 聴 中 や P C を 使 っ て い る 時 き	そ の 他
1	<input type="checkbox"/>	スマートフォン以外の媒体(PC、テレビ、雑誌等)で商品・サービスを知った上で、スマートフォンで購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
2	<input type="checkbox"/>	店頭で実物を見た上で、スマートフォンで購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
3	<input type="checkbox"/>	スマートフォンでキーワード検索などしている際に、偶然商品・サービスを見つけて購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
4	<input type="checkbox"/>	スマートフォンで目に留まった広告がきっかけで購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
5	<input type="checkbox"/>	友人や知人のSNSの投稿ややり取りがきっかけで、購入・申し込みをしようとした	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()
6	<input type="checkbox"/>	その他()	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10()

購入・申し込みのきっかけ

改ページ

■スマートフォンでの失敗回避の経験の詳細

MA **Q49** 【前々問で4の回答者】
 スマートフォンで、想定外の商品・サービスの購入・申し込みをせずに済んだ経験について、経緯・理由を含めて具体的に記述してください。

改ページ

■クロージング

【全員】
 アンケートは以上となります。
 下の「完了」ボタンを押して終了してください。ご協力ありがとうございました。