

# プラスワンリサーチ株式会社

Plus one Research Co.,Ltd.

## 《会社案内》

お問い合わせはこちら  
調査のことなら何でも、  
お気軽に  
お問い合わせ下さい。



TEL 03-4455-3095  
[info@p1-r.com](mailto:info@p1-r.com)

テーマに応じた最適な調査企画、実査、集計、分析で調査課題をクリアに解決！  
 マーケティング・リサーチで現状を的確に把握、未来を切り開く羅針盤となります。  
 クライアントのマーケティング・テーマ、調査課題の解決に向けて、テーマの核心に1歩でも2歩でも近づき貢献することがプラスワンの  
 目指すリサーチサービスです。

## ● 主要業務内容

<p>▶ <b>調査企画・分析・レポート作成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>マーケティング・リサーチは商品やサービスの企画開発、販促戦略方針、今後の活動の方向性の決定に関わる、企業にとって極めて重要なパートを担います。プラスワンはクライアントの一員、パートナーとして、同じ視点、同じ目的意識を持って調査の企画設計に臨みます。</li> </ul>
<p>▶ <b>入力・集計・グラフ作成</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ベリファイ(複数の作業員による二重入力およびデータチェック)を行い入力ミスを防ぎます。</li> <li>簡単なはがきアンケート集計から事業所票と個人票などの複数の表にまたがる複雑な集計、保有台数など数量データの多い集計、複雑なデータチェック、データ加工が必要な集計、検定付き集計など、様々な集計に対応します。</li> </ul>
<p>▶ <b>調査対象者リクルートなどフィールドワーク</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>プラスワンでは複数の大規模インターネットパネルとの連携により、強力かつリーズナブルなリクルート力をご提供します。稼働するパネル数は延べ200万人を超え、複数のリクルートチャンネルを持つことで、調査条件に応じて最適なリクルートができる体制を整えています。</li> <li>インターネットパネルでは手の届かない対象には、調査員の人的ネットワークによる機縁法リクルートの長い経験と実績があります。</li> </ul>
<p>▶ <b>Be to Beインタビューなど定性調査</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>クライアントの実態、ニーズを的確に捉えることが商品企画、販促活動を推進するためのマーケティングの第一歩。</li> <li>企業専門のリサーチャーがターゲット企業の管理者や担当者にアポイントをとって直接聞き取ります。</li> </ul>

## ● 主な調査手法

インターネット調査	登録者100万人以上の大規模パネルとの連携により最適な調査対象者を抽出。複雑で難易度の高い調査票にも対応。
郵送調査	少数の郵送から千・万単位の大規模調査まで、調査票印刷、封入、投函、回収をリーズナブルに実施。
会場調査 (CLT)	広範な調査ネットワークにより常にベストの会場を提供。会場でのPC調査、OMR調査、インタビューなど複合的に実施します。展示会調査を定期的にも実施しています。
展示会調査	マークシート、PCアンケート等により、展示会、出展ブース、セミナー、シンポジウムなどでの反響調査・顧客情報収集をサポートします。
街頭調査	調査員が街頭でインタビュー。店舗調査など
グループインタビュー	1グループ6~8名程度の座談会形式のインタビュー。専門モデレーターが対象者の発言を引き出し深掘りします。全国主要都市で開催できます。
パーソナルインタビュー	1対1の個別インタビュー。会場での調査や訪問面接で、聞き取りします。全国対応可能です。
Be to Beインタビュー	企業・事業所の業務担当者、管理者へのインタビュー。ヒアリング対象企業へアプローチは市場調査機関によるインタビューとして専門調査員が行うことで、自社や他社の製品・サービスについて客観的で公正な評価を得ることが出来ます。
ホームユーステスト (HUT)	対象者に一定期間、商品をお使いいただきアンケートします。ネット調査や訪問を併用して最適なテストをご提案します。
店舗調査・ミステリーショッパー	調査員がお客となって店舗調査を調査します。消費者の目線でしっかりチェックします。

## ● 主な分析手法

調査テーマ	分析手法	分析内容
全般	単純集計・クロス集計	分析の第一歩は集計表を読み取ること。企画段階で分析軸(性別、年齢別などの分析の切り口)を決め、サンプル数を検討。必要に応じてウエイト補正して市場を正確に読み取ります。
選択意識	コンジョイント分析	消費者の商品選択意識を明確にし、市場シミュレーションを可能にする先端の調査手法。プラスワンではACA、CBC、SPSS形式、紙ベースのコンジョイントにも対応。調査設計から分析まで完全サポートします。
	回帰分析(重回帰分析～ロジスティック回帰分析)	商品購入や満足への寄与度、影響力を明らかにする多変量解析です。
価格	PSM分析	商品・サービスに対する消費者の価格感を割り出します。
	CVM(仮想評価法)	支払っても構わない金額(限界支払意思額)を質問して、そのものの価値を金額として評価する。環境など公共財の評価に使われる手法だが、サービスやこれまで市場に存在しないような新の定まっていなものの価格評価にも応用できます。
ユーザー分類	クラスター分析	消費者を志向やライフスタイルで分類。性別、年齢別などの属性情報だけでは見分けられないターゲット層の特性を明らかにします。
	判別分析	対象者がどのグループに属するかを調べる手法。ノンユーザーの中で、ユーザーと同じ特性を持つ潜在需要層を割り出します。
ポジショニング	コレスポネンス分析	クロス集計を元に、商品、サービス、企業、ブランド等の位置づけ、ポジショニングを明らかにします。
	因子分析・主成分分析	多数ある変数相互の関係を分析し、少数の変数に集約する手法。因子分析では例えば消費者の価値観、生活態度に関する質問などから基本的な要因(因子)を抽出。因子を用いて消費者のポジショニングを行います。

## ● 主な調査分野・領域

自動車・タイヤ	スポーツ用品	タバコ
住宅・住宅設備機器	アパレル	医薬・ヘルスケア
家電・AV機器	美容・化粧品	金融・保険
PC・ネットワーク機器・IT	飲食店・小売店	広告・WEBサイト
携帯電話・通信	旅行・ホテル	大学・教育機関
食品・飲料・アルコール・菓子	レジャー施設・フィットネス施設	産業・企業
トイレットリー・ベビー用品・生活雑貨	ペット	官公庁・団体

商号	プラスワンリサーチ株式会社
所在地	〒150-0013 東京都渋谷区恵比寿2丁目28-10 Shu 2534
電話	03-4455-3095
ホームページアドレス	<a href="http://www.p1-r.com">http://www.p1-r.com</a> 
設立年月日	2012年9月3日
資本金	500万円
代表取締役	宍戸泰治
主要取引先	消費財メーカー、シンクタンク、調査会社、広告代理店、大学、官公庁・団体など
取引銀行	みずほ銀行