

報道関係各位
プレスリリース

2020年3月30日
埼玉大学社会調査研究センター

埼玉大発ベンチャー、社会調査を目的とした新会社が発足

～世論調査からマーケティングまで。大学の研究成果を活用～

埼玉大学発のベンチャー企業として、社会調査を目的とした株式会社「社会調査研究センター」（本社：埼玉県さいたま市桜区下大久保255 埼玉大学内）が4月1日、発足します。

【新会社設立の目的】

株式会社「社会調査研究センター」は、社会調査の幅広い普及を目指します。郵送や電話による従来型の世論調査に加え、自動音声応答通話やSMSなどを積極的に活用し、新たな調査手法も開拓します。

埼玉大学社会調査研究センターが積み重ねてきたノウハウを生かし、世論や選挙情勢、マーケティングなどさまざまな調査の需要に対応します。政府や自治体をはじめ、民間企業意思決定にも欠かせない社会調査の設計から実施まで、コンサルティングにも応じます。

【新会社の概要】

商号 : 株式会社 社会調査研究センター
代表者 : 代表取締役社長 松本正生
所在地 : 〒338-8570 埼玉県さいたま市桜区下大久保255 埼玉大学内
設立 : 2020年4月1日
事業内容 : 世論調査等各種調査の受託、世論調査研究のコンサルティングおよびコーディネーターなど
決算期 : 毎年3月期
資本金 : 300万円
URL : <https://www.ssrc.jp>



本プレスリリースに関するお問い合わせ先
埼玉大学社会調査研究センター
Tel:048-858-3120 / Email:info@ssrc.jp

<発足に当たって>

社会調査や世論調査を典型とする各種のサーベイ・リサーチは、現在、社会の変容による実査環境の悪化に伴い、調査結果に関する精度の低下に直面しています。その一方で、社会のあらゆる局面において、客観性の高いエビデンス・データへの要請が高まっています。わけでも、プロバビリティ・サンプル(確率標本)を前提とする代表性を担保した調査データの確保は不可欠です。

■ 自記式・自記式ミックス調査の効用

現在、政府系の諸機関が実施する世論調査の多くは面接調査方式に依拠していますが、回収率の低下が顕著であり、継続調査結果に関する時系列推移の客観性に疑念が寄せられています。これを、高い回収率の見込める自記式の郵送調査法や、郵送+スマートフォンの自記式ミックス調査に変更することにより、調査結果の質的劣化を回避する必要があると思います。

■ SMS 調査=「ショートメール調査」の可能性

加えて、スマートフォンの急速な普及により、インターネット調査に関しても、PC(パソコン)を対象とする従来のモニター型調査が淘汰されつつあります。これに対して、スマートフォンをベースに、ショートメールの応答で実施する調査方式は、現行のRDD調査と同様に確率標本を対象とすることから、代表性を確保した機動性の高い世論調査として今後の可能性が期待されます。

■ 社会参加型調査=「寄付型調査」のブランディング

さて、報道機関の世論調査では、回収率低下対策もあり、対象者への謝礼を不可欠な付帯条件としています。「謝礼から寄付へ」。われわれは、寄付という制約要素を付加価値に反転させ、謝礼競争とは距離を置きたいとも考えています。調査に回答することが社会貢献につながり、調査対象者に社会への関りを意識してもらおうということを目指したいからです。

■ 調査のコーディネート・調査研究のコンサルティング

株式会社社会調査研究センターでは、調査の設計や質問作成から、実査によるデータ収集、結果の集計・解析まで、一貫した質の高い調査研究をサポートします。

2020年3月

埼玉大学社会調査研究センター長
松本 正生