

シニア世代における「太陽光発電」に関する調査

－導入意向者は 16.9% 重要視したい内容は「環境貢献」が 54.1%－

2010年10月26日

株式会社ジー・エフ www.gf-net.co.jp

〒112-0012 東京都文京区大塚 3-20-1

電話:03(5978)2261 FAX:03(5978)2260

株式会社ジー・エフ（本社：東京都文京区、代表取締役社長：岡田博之）は、自社が保有するシニアデータベースを対象に、「太陽光発電」に関するアンケートを実施しました。調査手法はアウトバウンド I V R による電話調査。調査期間 2010年9月14日（火）の18:00～20:00において、583世帯からの有効回答を得ることができました。

◆ 太陽光発電の認知度は？ ・・ 認知度は約7割 70代以上では約5割！

「石油や原子力を使用しない太陽の光を利用した太陽光発電を知っていますか？」と質問したところ、「詳しく知っている」が26.6%、「多少知っている」が42.4%、「あまり知らない」が28.3%、「まったく知らない」が2.7%という結果となり全体の約7割の方が認知していることがわかりました。

◆ 今後、太陽光発電の導入予定は？ ・・ 導入意向者 16.9%

太陽光発電の未導入者に対して「将来的に太陽光発電を導入したいですか？」と質問したところ、「導入したいと思っている」が16.9%、「どちらかといえば導入したい」が38.2%、「どちらかといえば導入したくない」が27.9%、「導入するつもりはない」が16.9%という結果となりました。

◆ 「導入した方」と「今後導入したい方」で重要視する内容は？ ・・ 1位「環境貢献」

今後、太陽光発電を導入したい方に対して「太陽光発電を導入する際、最も重視したいことは何でしょうか？」と質問したところ「環境貢献」が54.1%、次いで、「売電価格や光熱費」が25.3%、「補助金が出る」が7.8%という結果となりました。また、導入者に対して同様の質問をしたところ、「環境貢献」が50.0%、「売電価格や光熱費」が39.1%、「補助金が出る」が2.2%という結果となりました。

◆ 「導入した方」と「今後導入したい方」で導入への不安点の違いあり！

今後、太陽光発電を導入したい方に対して「太陽光発電を導入する際に、最も心配したことは何でしょうか？」と質問したところ、「価格」が33.4%と最も高く、次いで、「太陽光パネルの発電量や性能」が19.9%、「工事会社のアフターフォロー」が17.9%、「太陽光パネルの保証」と「その他」が10.5%、「施工や工事」が7.8%という結果となりました。また、導入者に対して同様の質問をしたところ、「価格」が28.3%と最も高く、次いで「施工や工事」が21.7%、「その他」が19.6%、「太陽光パネルの発電量や性能」が15.2%、「工事会社のアフターフォロー」が8.7%、「太陽光パネルの保証」が6.5%という結果となりました。

※本レポートについて、当社の許可なく無断転載・複写を禁じます。本レポートの転載、および一部引用が必要な場合には、弊社までご連絡ください。

株式会社ジー・エフ シニアリサーチ担当

調査概要

- ◇ 調査対象 : 関東圏内に在住する GF シニアデータベース
- ◇ 有効回答件数 : 583 件
- ◇ 標本抽出法 : GF・RTD (ランダム・テレホンナンバー・ダイアリング) 方式
- ◇ 調査方法 : アウトバウンド IVR による電話調査
- ◇ 調査時期 : 平成 22 年 9 月 14 日 (火) 18 : 00~20 : 00
- ◇ 調査主体 : 株式会社ジー・エフ
- ◇ 質問項目

1	太陽光発電の認知度	P3
2	太陽光発電の普及率	P4
3	導入する予定 【太陽光発電の未導入者】	P6
4	情報入手方法 【太陽光発電の未導入者】	P9
5	重要視したい内容 【太陽光発電の未導入者】	P11
6	導入の不安点 【太陽光発電の未導入者】	P12
7	導入したいメーカー先 【太陽光発電の未導入者】	P15
8	発注したい先 【太陽光発電の未導入者】	P17
9	導入しない理由 【太陽光発電の未導入者】	P19
10	情報入手方法 【太陽光発電の導入者】	P22
11	重要視した内容 【太陽光発電の導入者】	P24
12	導入時の不安点 【太陽光発電の導入者】	P25
13	導入したメーカー先 【太陽光発電の導入者】	P27
14	発注先 【太陽光発電の導入者】	P29
15	導入した感想 【太陽光発電の導入者】	P30

調査結果

表 1 性別

	件数	構成比
男性	242	41.5%
女性	341	58.5%
合計	583	100.0%

表 2 年代

	件数	構成比
40代以下	78	13.4%
50代	141	24.2%
60代	279	47.9%
70代以上	85	14.6%
合計	583	100.0%

表 3 世帯

	件数	構成比
1人住まい	48	8.2%
2人住まい	224	38.4%
3人住まい	152	26.1%
4人住まい	83	14.2%
5人住まい	41	7.0%
6人以上	35	6.0%
合計	583	100.0%

1.1 太陽光発電の認知度 —認知度は約7割—

- ◇ 「石油や原子力を使用しない太陽の光を利用した太陽光発電を知っていますか？」と質問したところ（図1-1）、「詳しく知っている」が26.6%、「多少知っている」が42.4%、「あまり知らない」が28.3%、「まったく知らない」が2.7%という結果となりました。

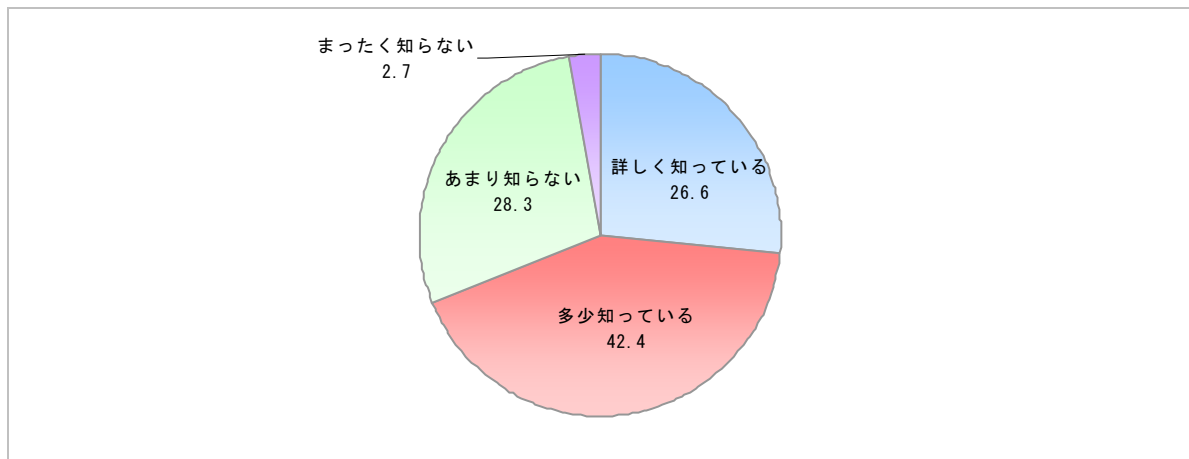


図1-1 太陽光発電の認知度 (n=583)

1.2 性別にみる太陽光発電の認知度 —女性より男性—

- ◇ 性別に太陽光発電の認知度を見ると（図1-2）、「詳しく知っている」の割合は、女性（18.8%）と比べて男性（37.6%）が高い割合を示しました。
- ◇ 全体の認知度から見ても女性よりも男性が高い割合であることが見て取れます。【男性：「詳しく知っている」：37.6%、「多少知っている」：36.0% 計73.6% 女性：「詳しく知っている」：18.8%、「多少知っている」：46.9% 計65.7%】

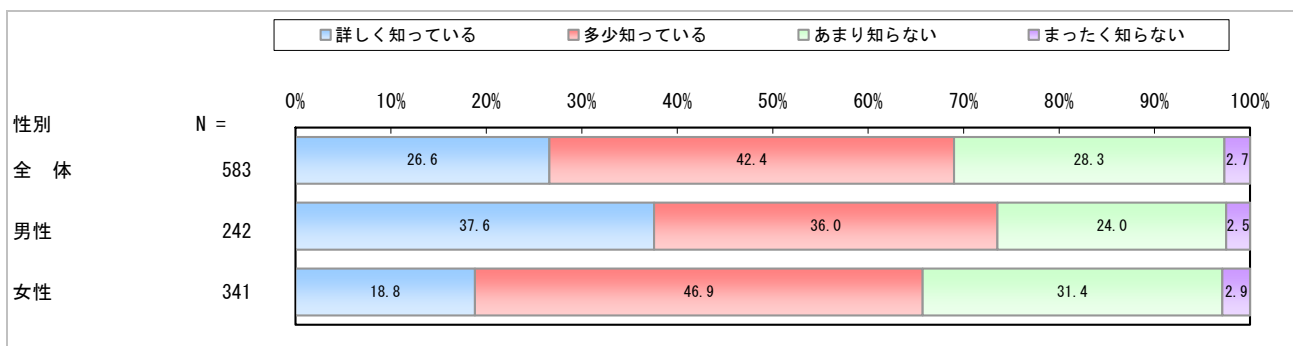


図1-2 性別にみる太陽光発電の認知度 (n=583)

1. 3 年代別にみる太陽光発電の認知度 ー最も高いのは60代ー

- ◇ 年代別に太陽光発電の認知度を見ると（図1-3）、他の年代と比べて60代で認知度が高い傾向であることがわかりました。【「詳しく知っている」:30.5%、「多少知っている」:42.3% 計72.8%】
- ◇ 逆に、70代以上では、認知度の割合が低い傾向であることがわかりました。【「詳しく知っている」:24.7%、「多少知っている」:29.4% 計54.1%】

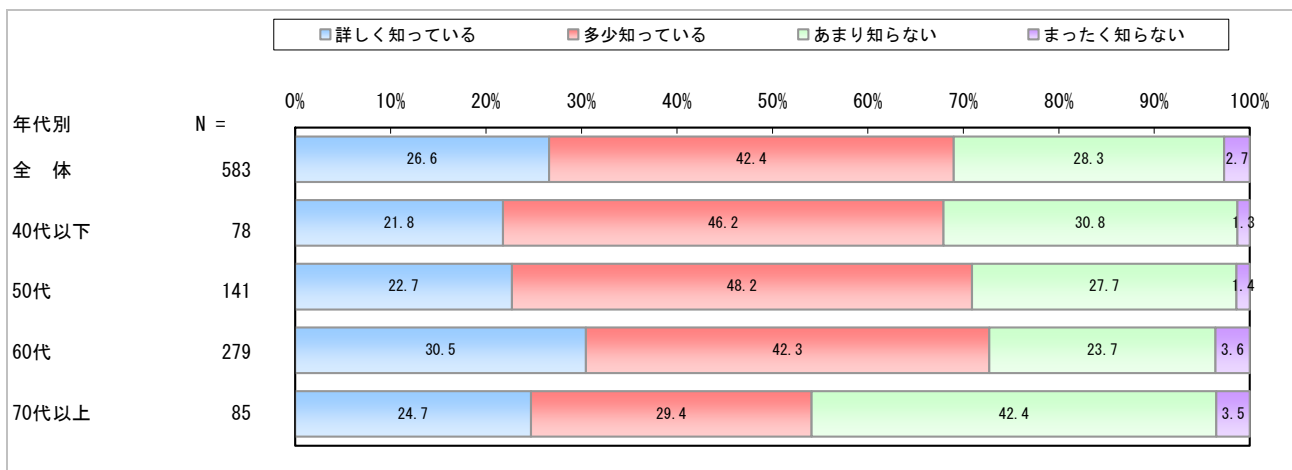


図1-3 年代別にみる太陽光発電の認知度 (n=583)

2. 1 太陽光発電の普及率 ー1割未満ー

- ◇ 「ご家庭では太陽光発電を導入していますか？」と質問したところ（図2-1）、「導入している」が7.9%、「未だ導入していない」が92.1%という結果となりました。

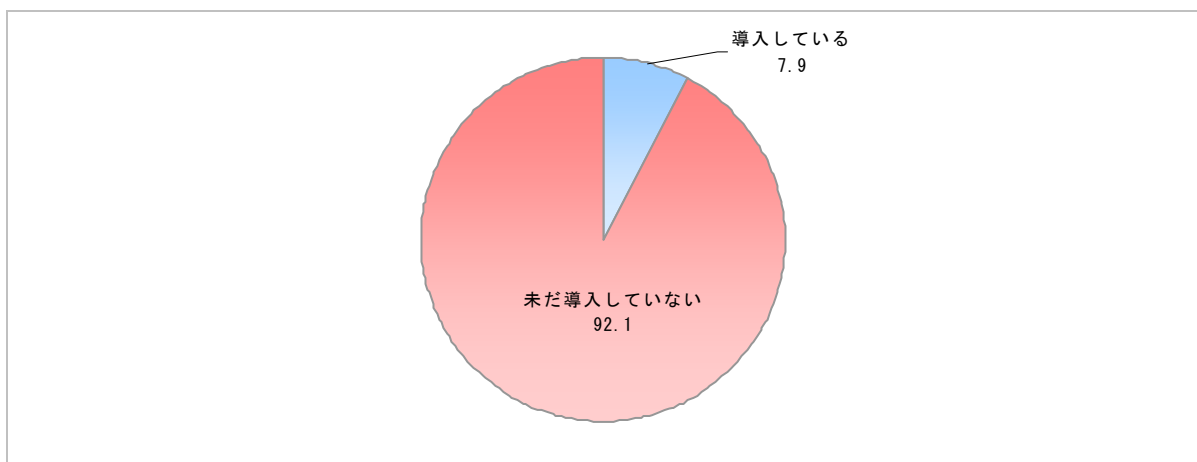


図2-1 太陽光発電の普及率 (n=583)

2.2 年代別にみる太陽光発電の普及率 —普及率が高い50代—

- ◇ 年代別に普及率を見ると（図2-2）、他の年代と比べて50代が9.2%と最も高いことがわかりました。次いで、70代以上が8.2%、40代以上が7.7%、60代以上が7.2%という結果となりました。

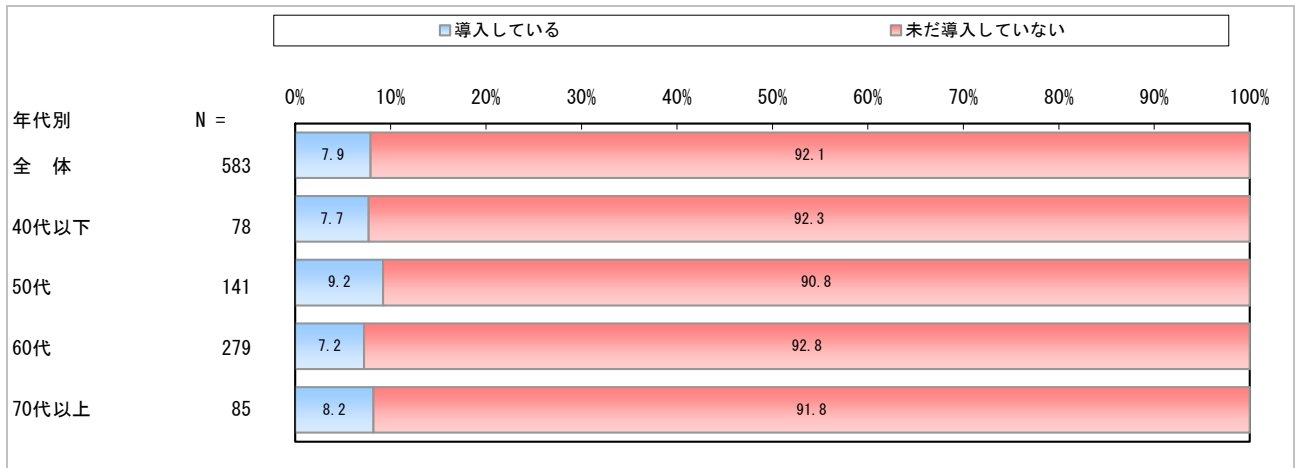


図2-2 年代別にみる太陽光発電の普及率 (n=583)

2.3 世帯人数別にみる太陽光発電の普及率 —普及率が高い5人世帯—

- ◇ 世帯人数別に普及率を見ると（図2-3）、世帯数が多くなると「導入している」の割合が高い傾向であることがわかりました。特に、5人世帯では、17.1%と最も高い割合を示しました。

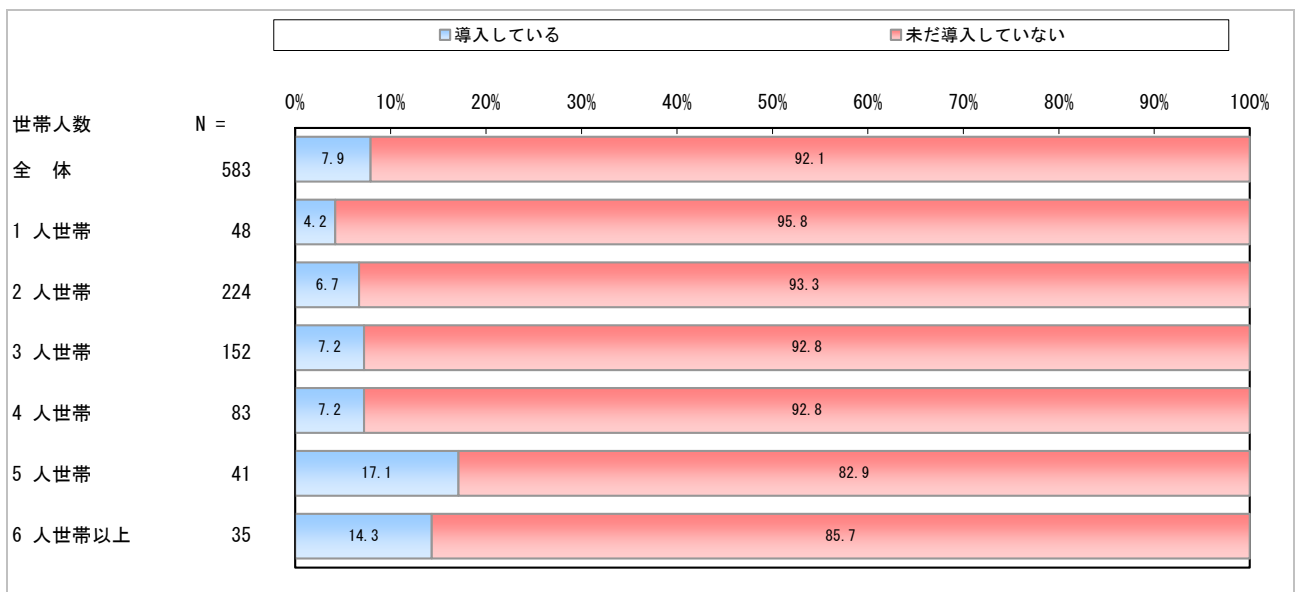


図2-3 世帯人数にみる太陽光発電の普及率 (n=583)

3.1 導入する予定 - 導入意向者 16.9% -

- ◇ 太陽光発電の未導入者に対して「将来的に太陽光発電を導入したいですか？」と質問したところ（図3-1）、「導入したいと思っている」が16.9%、「どちらかといえば導入したい」が38.2%、「どちらかといえば導入したくない」が27.9%、「導入するつもりはない」が16.9%という結果となりました。

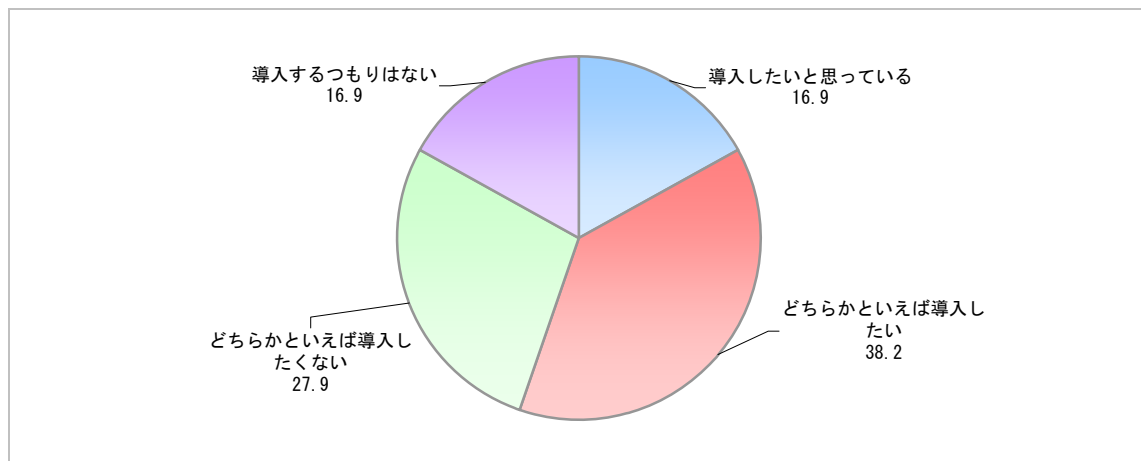


図3-1 導入する予定 (n=537)

3. 2 性・年代別にみる導入する予定－高齢者ほど導入しない？－

- ◇ 性・年代別に導入する予定を見ると（図3－2）、男女共に年齢が高くなるにつれて「導入したい考え」が低い傾向であることが見て取れました。
- ◇ 「導入したいと思っている」の項目で見ると、他の性・年代別と比べて男性 40 代以下が 29.6%と最も高い割合を示しました。
- ◇ 「導入するつもりはない」の項目で見ると、他の性・年代別と比べて、男性 70 代以上が 30.0%と最も高い割合を示しました。

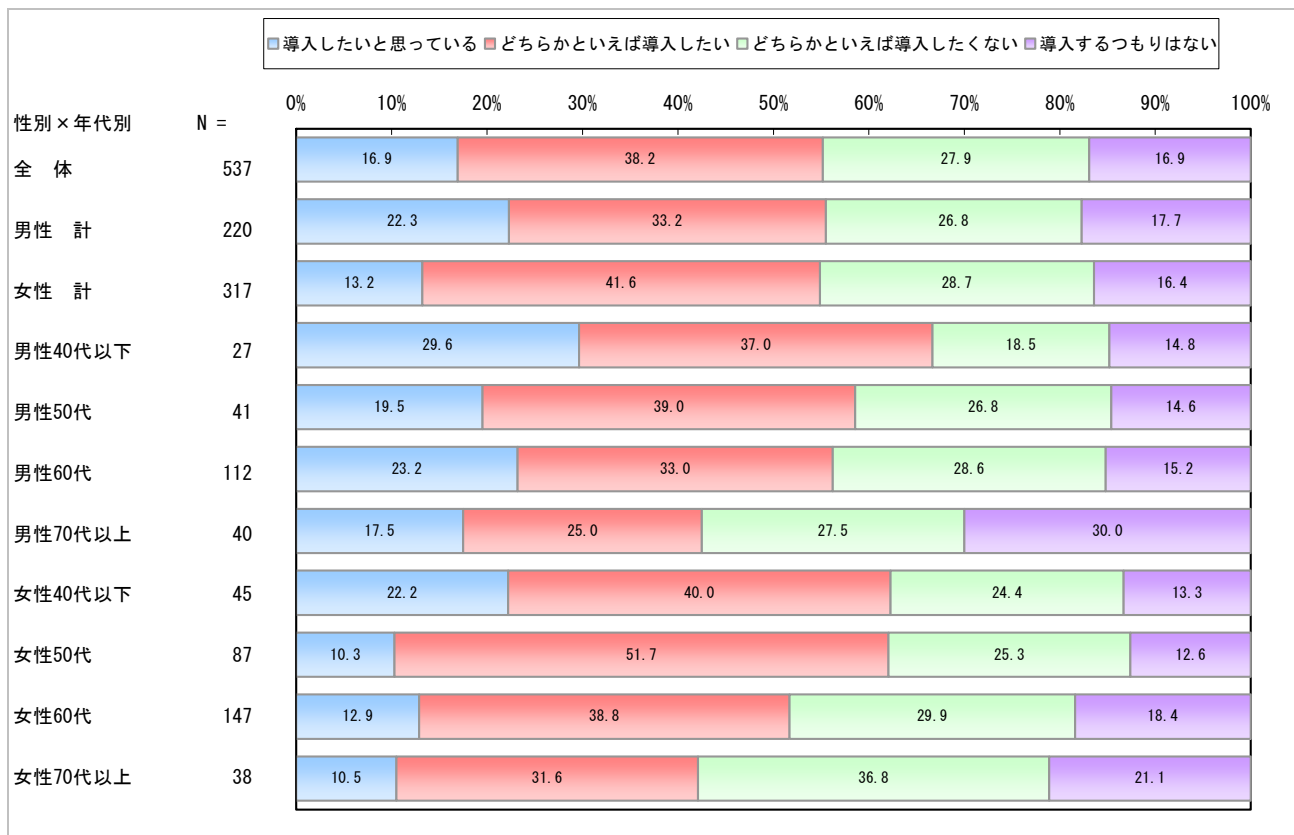


図3－2 性・年代別にみる導入する予定 (n=537)

3.3 世帯人数別にみる導入する予定 -4人世帯で約7割-

- ◇ 世帯人数別に導入する予定を見ると（図3-3）、他の世帯人数別と比べて4人世帯が導入したい考えが高いことが見て取れました。【「導入したいと思っている」：26.0%、「どちらかといえば導入したい」：42.9% 計68.9%】
- ◇ 「導入するつもりはない」の項目で見ると、他の世帯人数別と比べて1人世帯が28.3%と最も高い割合を示しました。

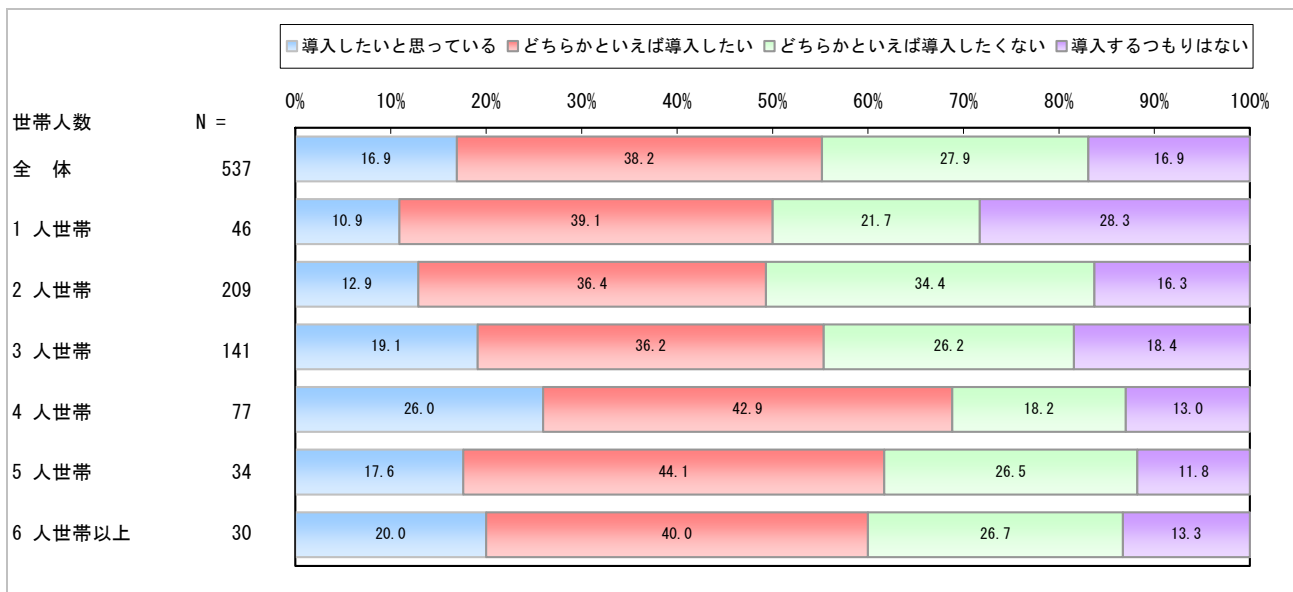


図3-3 世帯人数別にみる導入する予定 (n=537)

4.1 情報入手方法 -1位「知人や近所」、2位「テレビや新聞」-

- ◇ 太陽光発電の未導入者で将来導入を検討したい方に対して「最も重視したい情報は何か？」と質問したところ（図4-1）、「既に導入した知人や近所の方からの情報」が29.1%と最も高く、次いで、「テレビや新聞などからの情報」が20.9%、「公共機関からの情報」が16.2%、「その他」が15.9%、「企業からの情報」が9.1%、「展示会での見学」が8.8%という結果となりました。

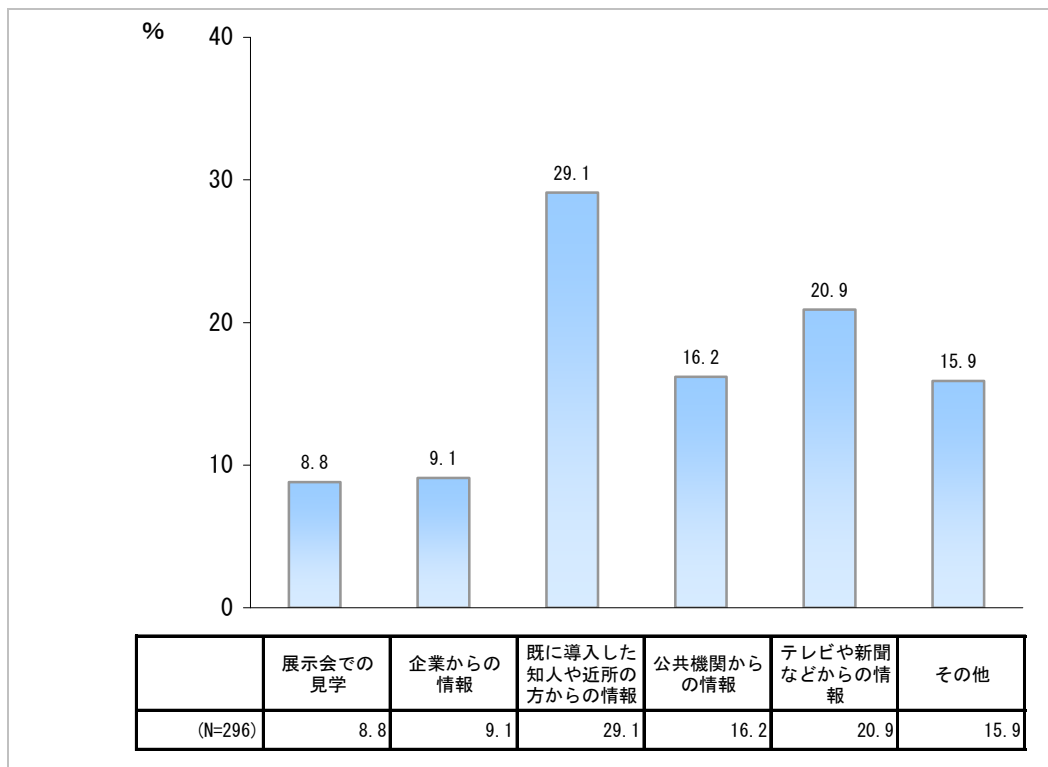


図4-1 情報入手方法 (n=296)

4. 2 性・年代別にみる情報入手方法―「知人や近所」 男性より女性―

- ◇ 性・年代別に情報入手方法を見ると（図4-2）、「既に導入した知人や近所の方からの情報」は、男性（20.5%）と比べて女性（35.1%）が高い割合を示しました。
- ◇ 「公共機関からの情報」の項目で見ると、他の性・年代別と比べて男性70代以上が29.4%と最も高く、次いで、女性70代以上と女性40代以下が25.0%の割合を示しました。

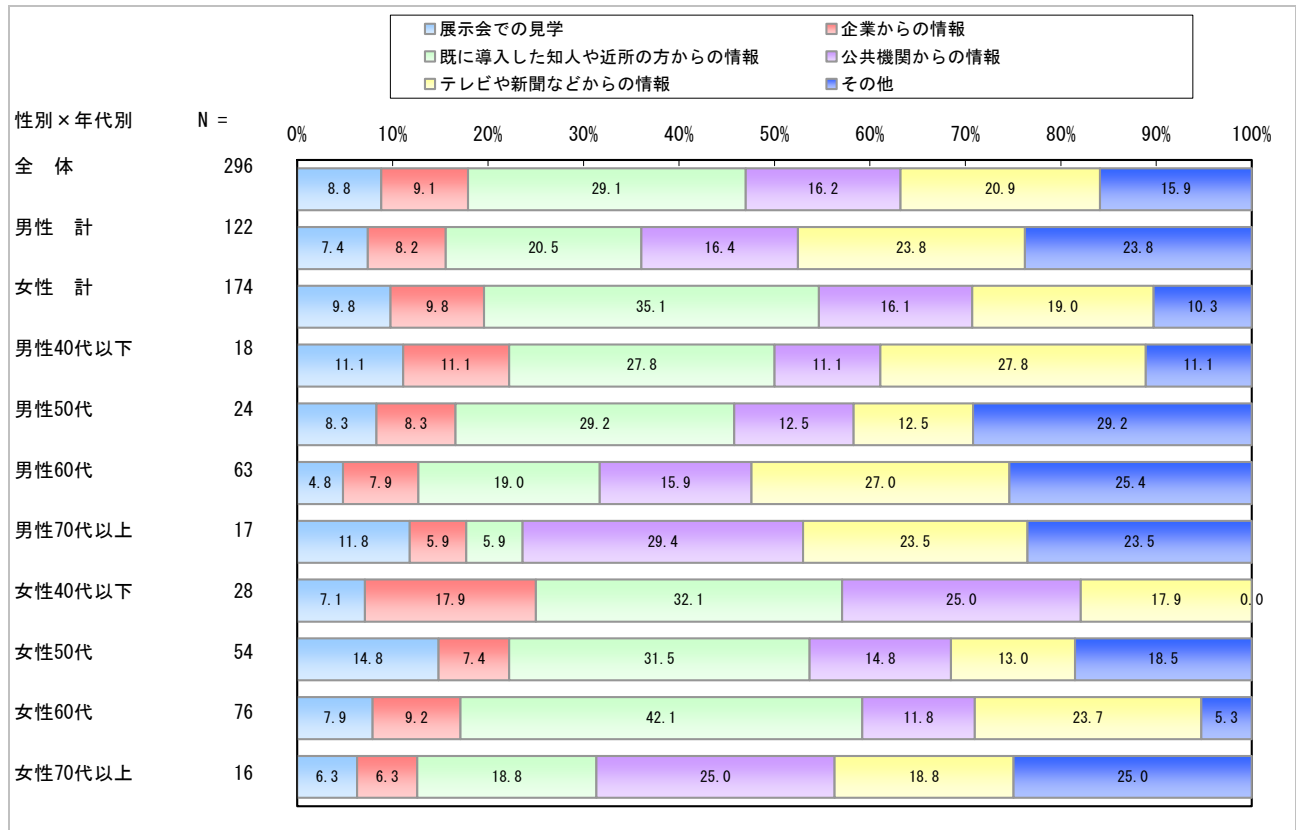


図4-2 性・年代別にみる情報入手方法 (n=296)

5.1 重要視したい内容 —「環境貢献」約54%—

- ◇ 太陽光発電の未導入者で将来導入を検討したい方に対して「太陽光発電を導入する際、最も重視したいことは何でしょうか？」と質問したところ（図11-1）、「環境貢献」が54.1%、「売電価格や光熱費」が25.3%、「補助金が出る」が7.8%、「その他」が12.8%という結果となりました。

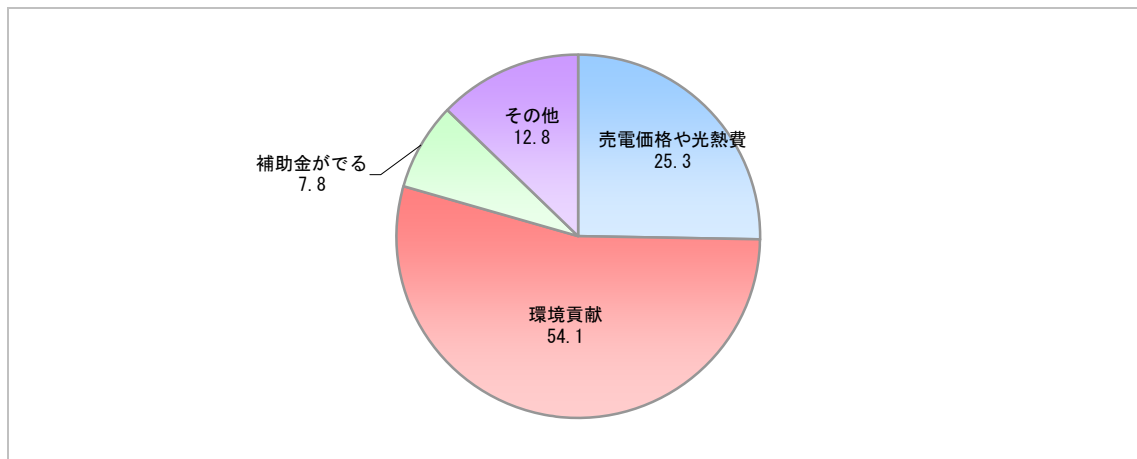


図5-1 重要視したい内容 (n=296)

5.2 性・年代別にみる重要視したい内容 —「環境貢献」男性より女性—

- ◇ 性・年代別に重要視したい内容を見ると（図5-2）、「環境貢献」の割合は、男性（50.8%）と比べて女性（56.3%）が高い割合を示しました。特に、女性60代が61.8%、女性50代が61.1%と高い割合となりました。
- ◇ 「売電価格や光熱費」の項目で見ると、他の性・年代別に比べて男女共に40代以下で高い割合を示しました。

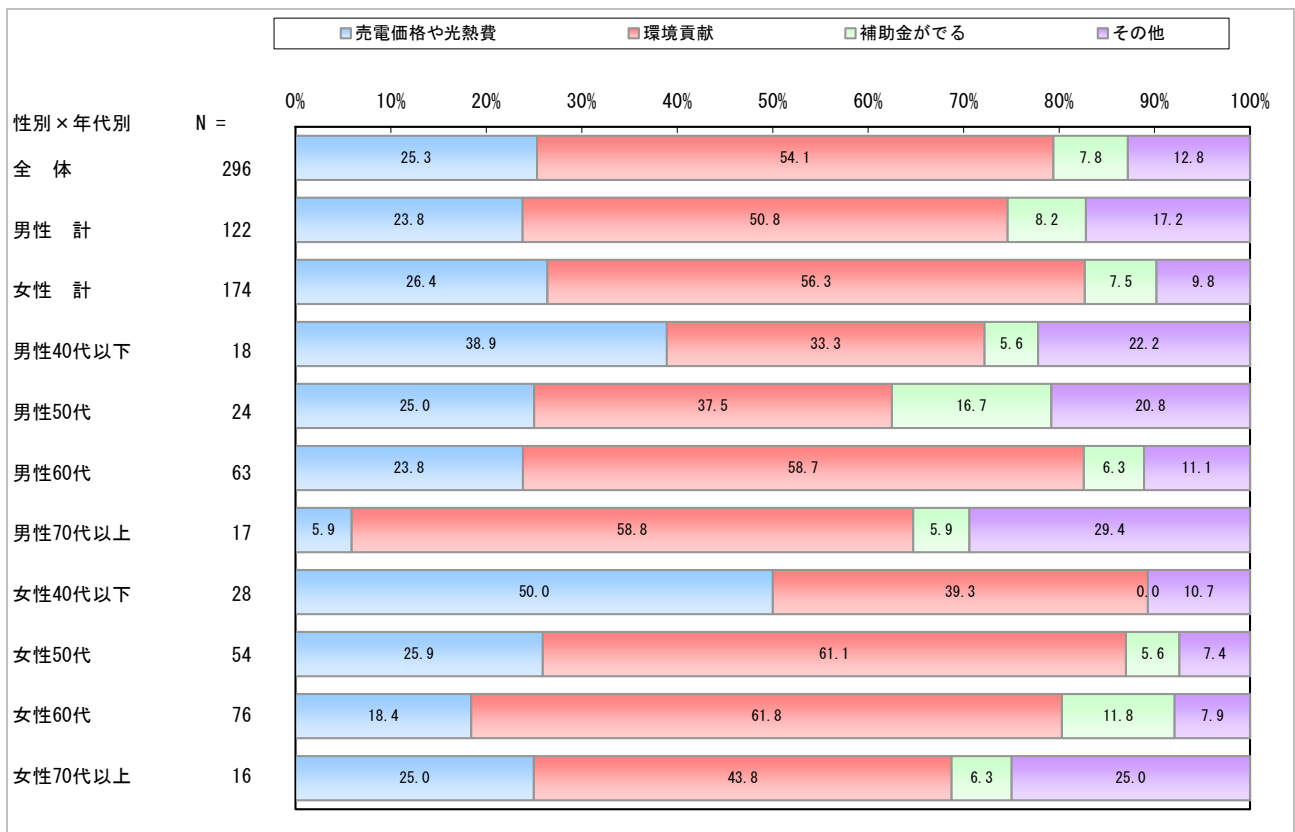


図5-2 性・年代別にみる重要視したい内容 (n=296)

6.1 導入の不安点 —1位「価格」、2位「太陽パネルの発電量やパネル」—

- ◇ 太陽光発電の未導入者で将来導入を検討したい方に対して「太陽光発電を導入する際に、最も心配なことは何でしょうか?」と質問したところ (図6-1)、「価格」が33.4%と最も高く、次いで、「太陽光パネルの発電量や性能」が19.9%、「工事会社のアフターフォロー」が17.9%、「太陽光パネルの保証」と「その他」が10.5%、「施工や工事」が7.8%という結果となりました。

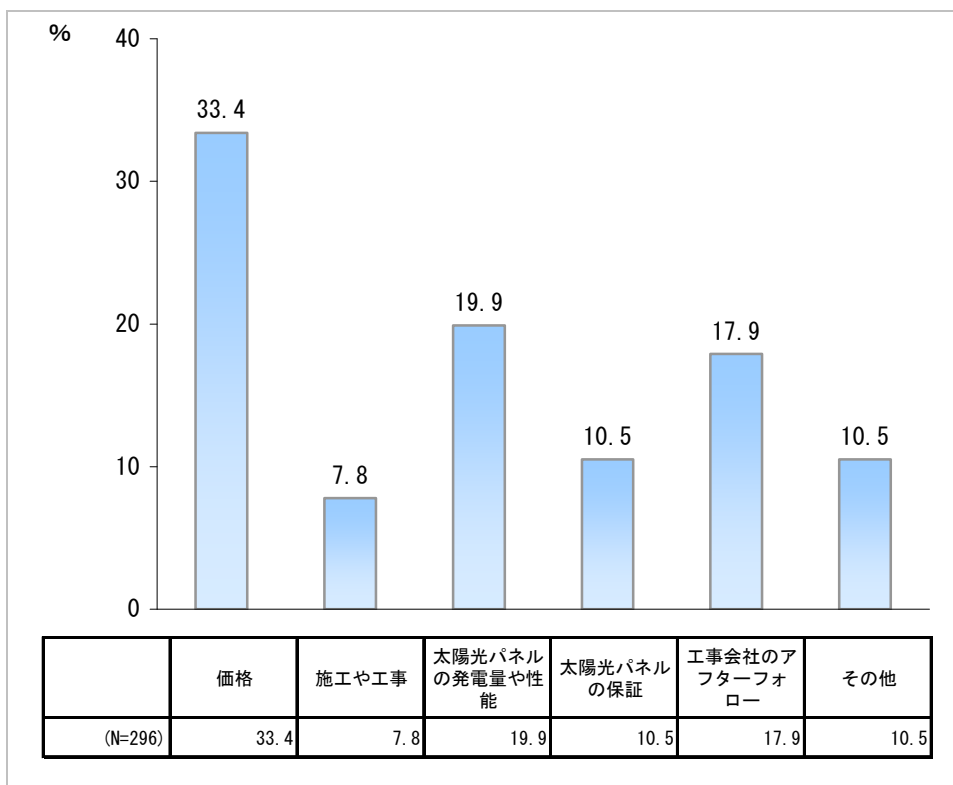


図6-1 導入の不安点 (n=296)

6. 2 性・年代別にみる導入の不安点—高齢者ほど「価格」に不安しない？—

- ◇ 性・年代別に導入の不安点を見ると（図6-2）、「価格」の割合は、男女共に年代が高くなるにつれて減少傾向であることが見て取れました。
- ◇ 「太陽光パネルの発電量や性能」の項目で見ると、女性（14.9%）と比べて男性（27.0%）が高いことがわかりました。

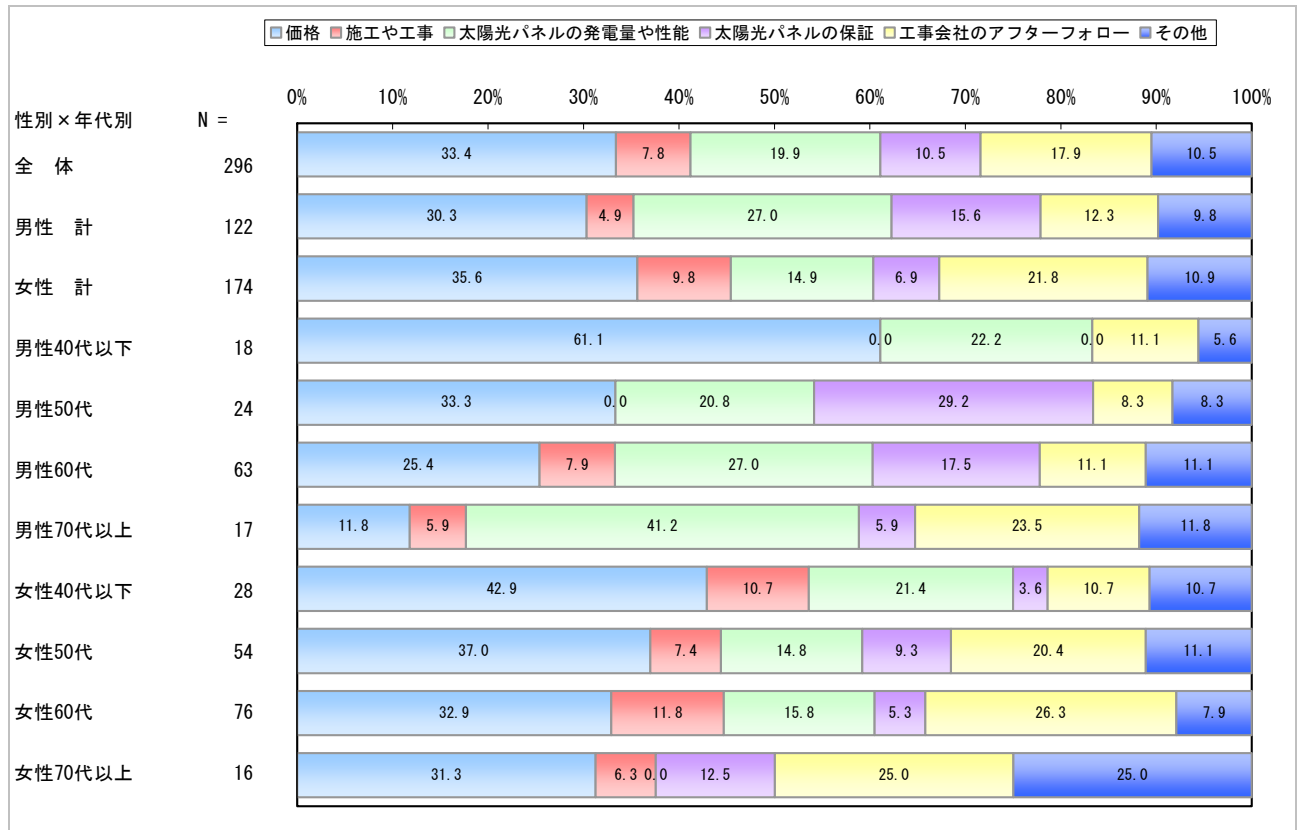


図6-2 性・年代別にみる導入の不安点 (n=296)

7.1 導入したいメーカー先 ー未定者は約4割ー

- ◇ 太陽光発電の未導入者で将来導入を検討したい方に対して「どのメーカーのパネルを採用したいですか?」と質問したところ(図7-1)、「わからない」が36.8%で最も高く、次いで、「シャープ」が21.3%、「その他国内メーカー」が18.6%、「三菱」が7.8%、「京セラ」が7.4%、「サンヨー」が7.1%、「その他海外メーカー」が1.0%という結果となりました。

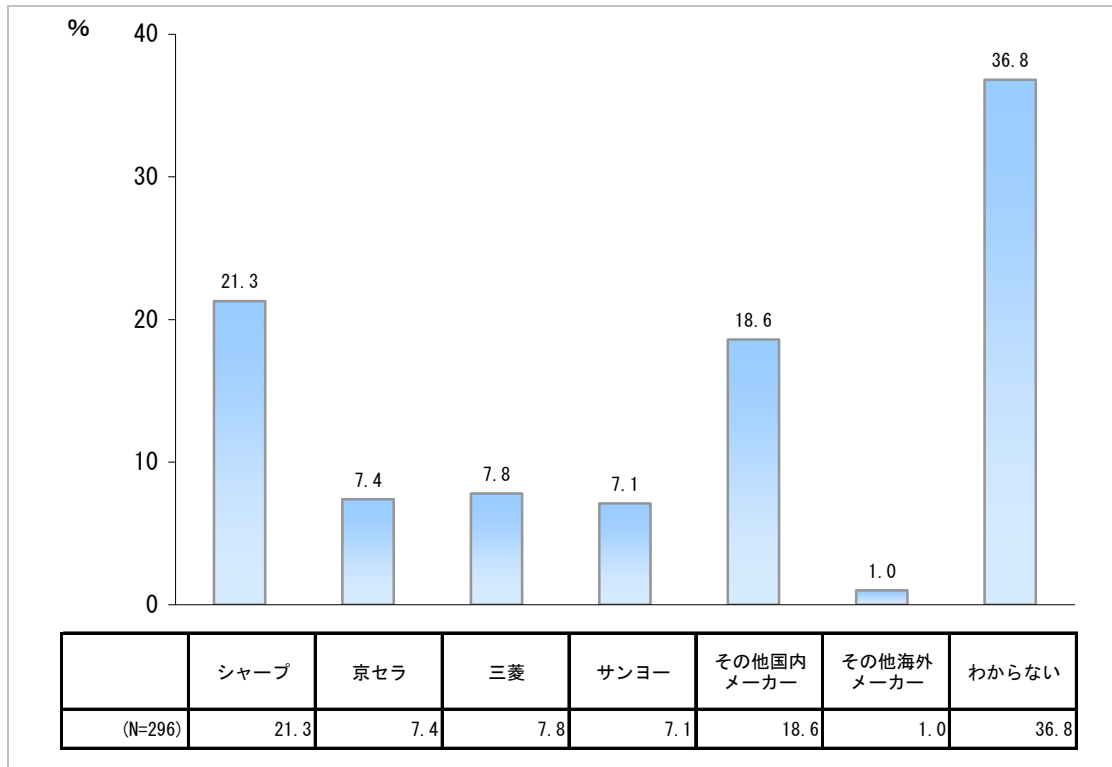


図7-1 導入したいメーカー先 (n=296)

7.2 性・年代別にみる導入したいメーカー先 —未定者は女性が多い—

- ◇ 性・年代別に導入したいメーカー先を見ると（図7-2）、「わからない」の割合は、男性（27.9%）と比べて女性（43.1%）と高い割合を示し、男性のほうが導入したいメーカー先が決まっていることがわかりました。
- ◇ 「シャープ」の項目で見ると、他の性・年代別に比べて男性40代以下が33.3%と最も高いことがわかりました。

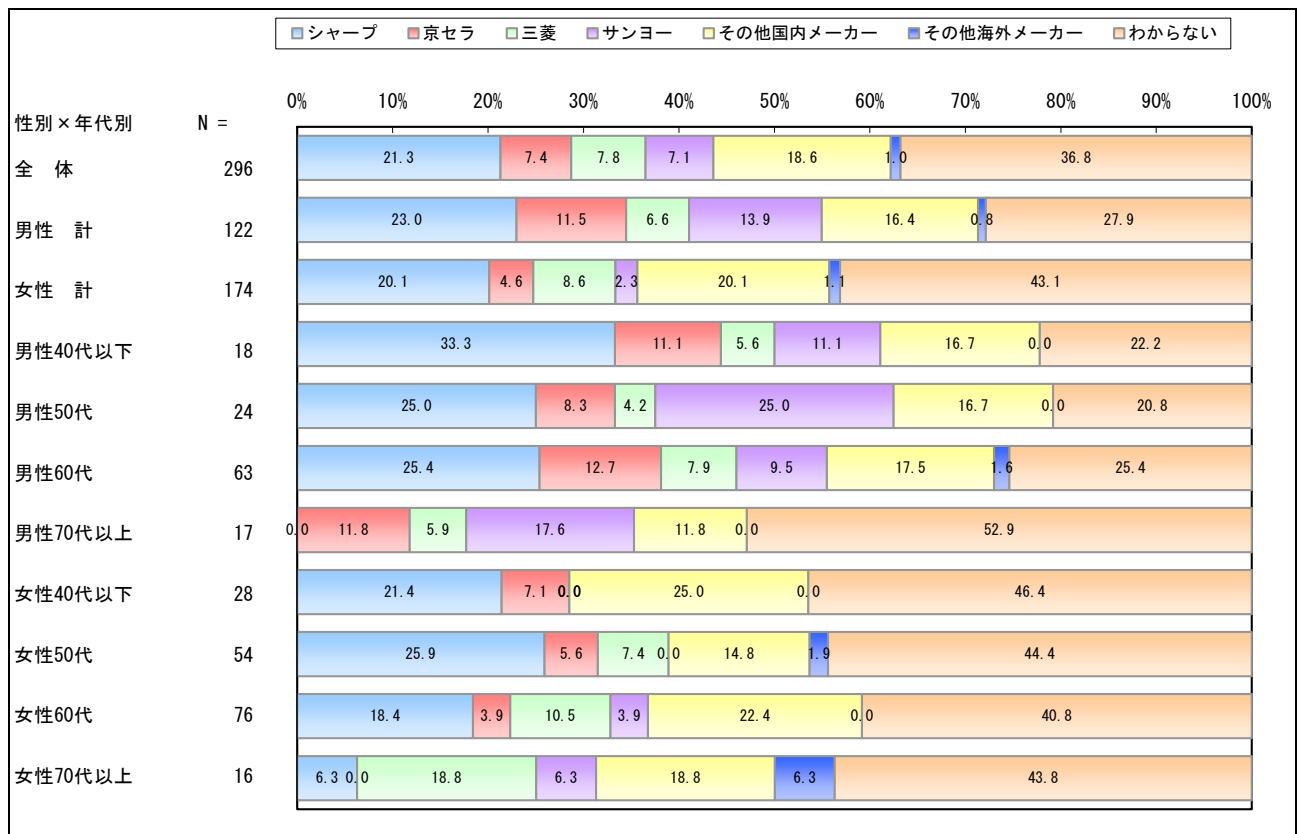


図7-2 導入したいメーカー先 (n=296)

8.1 発注したい先 —「条件の良い会社」が約3割—

- ◇ 太陽光発電の未導入者で将来導入を検討したい方に対して「申し込みたい先はどこですか？」と質問したところ（図8-1）、「条件の良い会社」が26.7%、「わからない」が24.0%、「自宅を施工した会社」が13.9%、「近くの工務店や電気工事店」が12.5%、「その他」が9.1%、「知人の紹介」が7.8%、「過去リフォームや工事に来た会社」が7.1%という結果となりました。

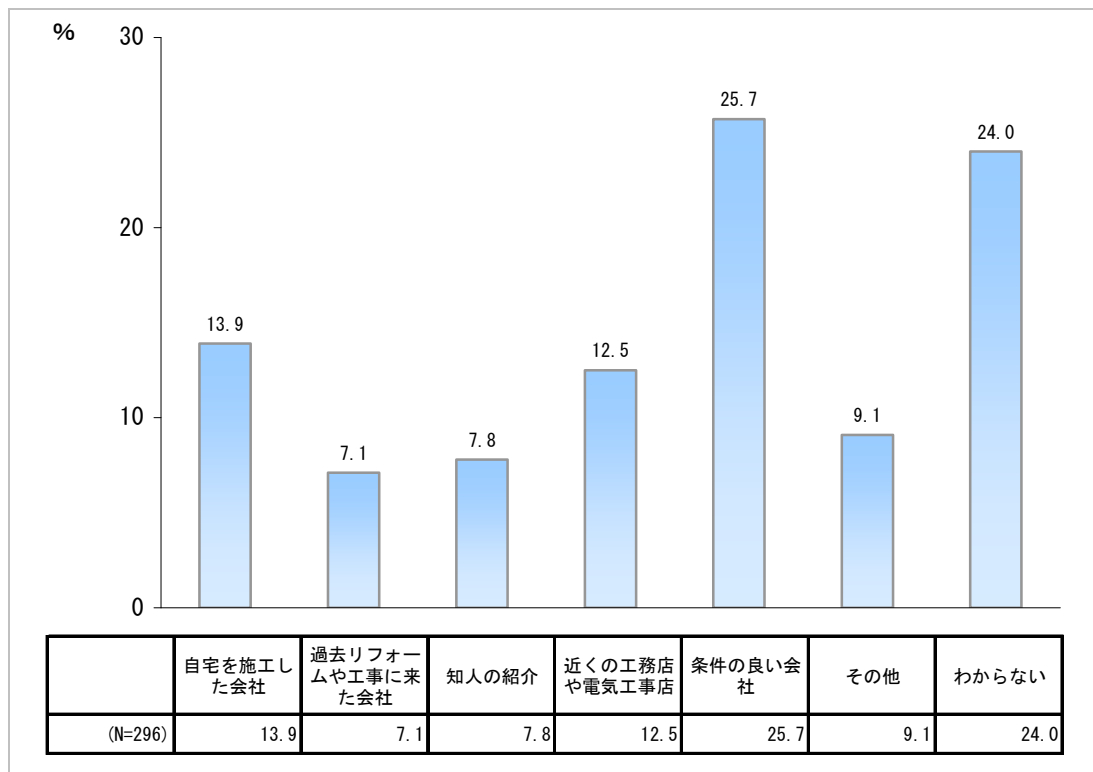


図8-1 発注したい先 (n=296)

8. 2 性・年代別にみる発注したい先—「知人からの紹介業者」は男性より女性—

- ◇ 性・年代別に申し込みしたい先を見ると（図8-2）、「知人の紹介」の割合は、男性（4.1%）と比べて女性（10.3%）が高い割合を示しました。
- ◇ 「わからない」の項目で見ると、他の性・年代別に比べて男女共に70代以上で高い割合を示しました。

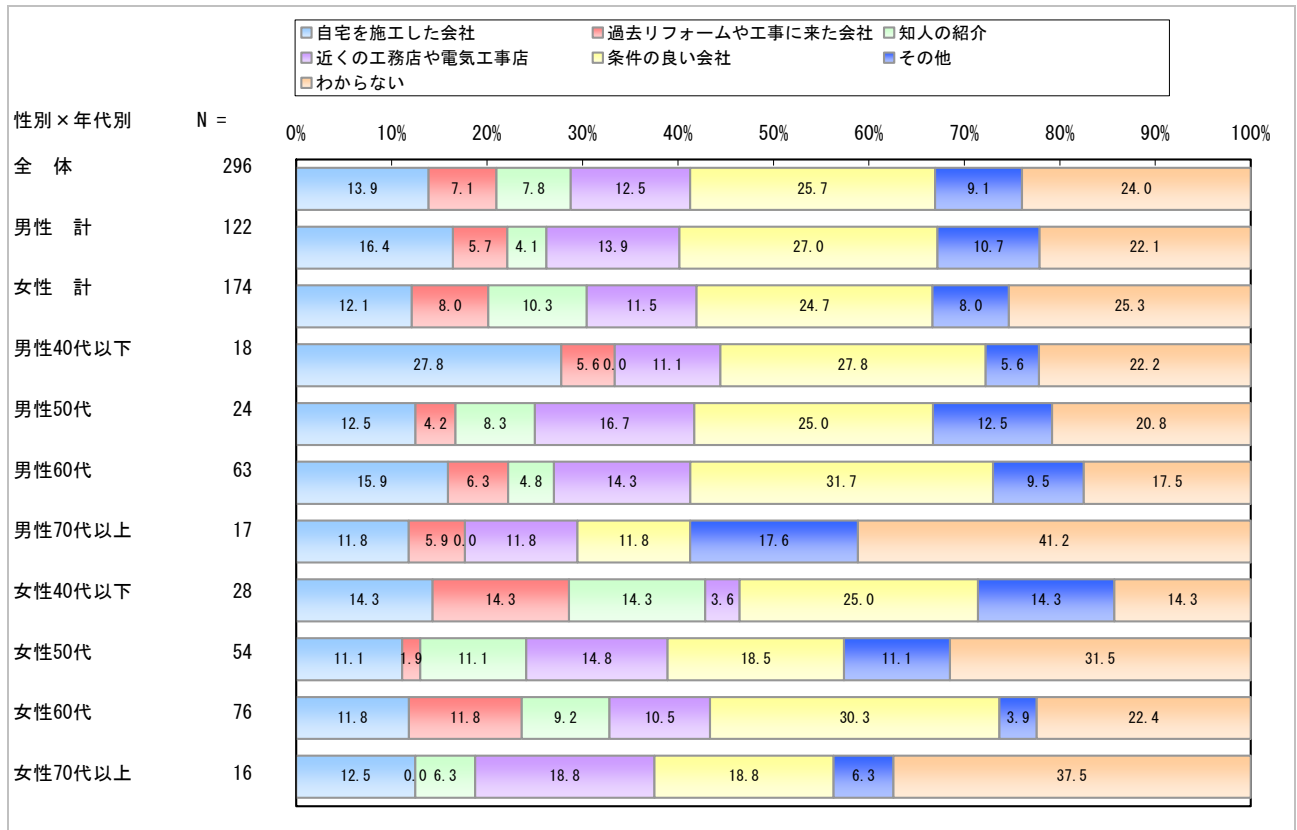


図8-2 性・年代別にみる発注したい先 (n=296)

9.1 導入しない理由 — 「価格が高い」約3割—

- ◇ 太陽光発電の未導入者で将来導入を検討しない方に対して「導入しない理由は何ですか？」と質問したところ（図9-1）、「その他」が37.8%と最も高く、次いで「価格が高い」が28.2%、「性能に疑問」が17.0%、「待っていればいいものがでる」が9.1%、「そもそも関心がない」が7.9%という結果となりました。

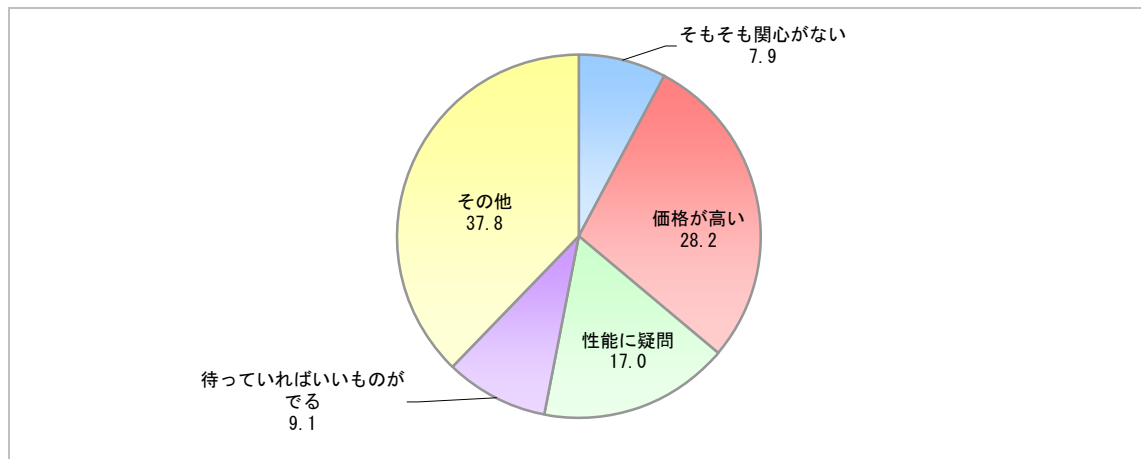


図9-1 導入しない理由 (n=241)

9.2 性・年代別にみる導入しない理由 — 女性は、価格で敬遠？ —

- ◇ 性・年代別に導入しない理由を見ると（図9-2）、「価格が高い」の割合は、男性（18.4%）と比べて女性（35.0%）が高い割合を示しました。特に、女性50代が48.5%、女性40代以下が47.1%と高い割合を示しました。
- ◇ 「そもそも関心がない」の項目で見ると、他の性・年代別に比べて女性60代が2.8%、女性50代が3.0%と低い割合を示しました。

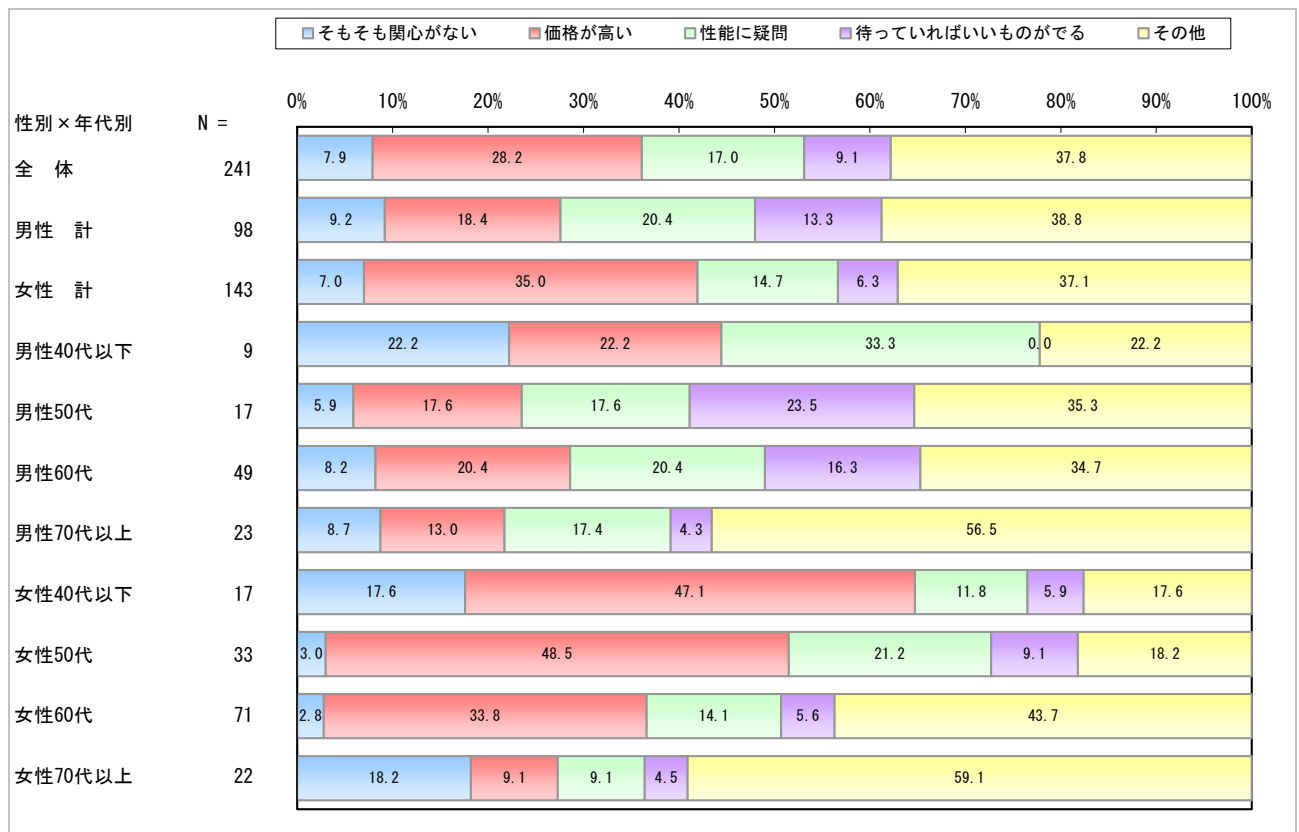


図9-2 性・年代別にみる導入しない理由 (n=241)

9.3 世帯人数別にみる導入しない理由—「価格が高い」が気になる3人世帯—

- ◇ 世帯人数別に導入しない理由を見ると（図9-3）、「価格が高い」の割合は、他の世帯人数別と比べて3人世帯が39.7%と最も高い割合を示しました。
- ◇ 「性能に疑問」の項目で見ると、他の世帯人数と比べて5人世帯が38.5%と最も高い割合を示しました。

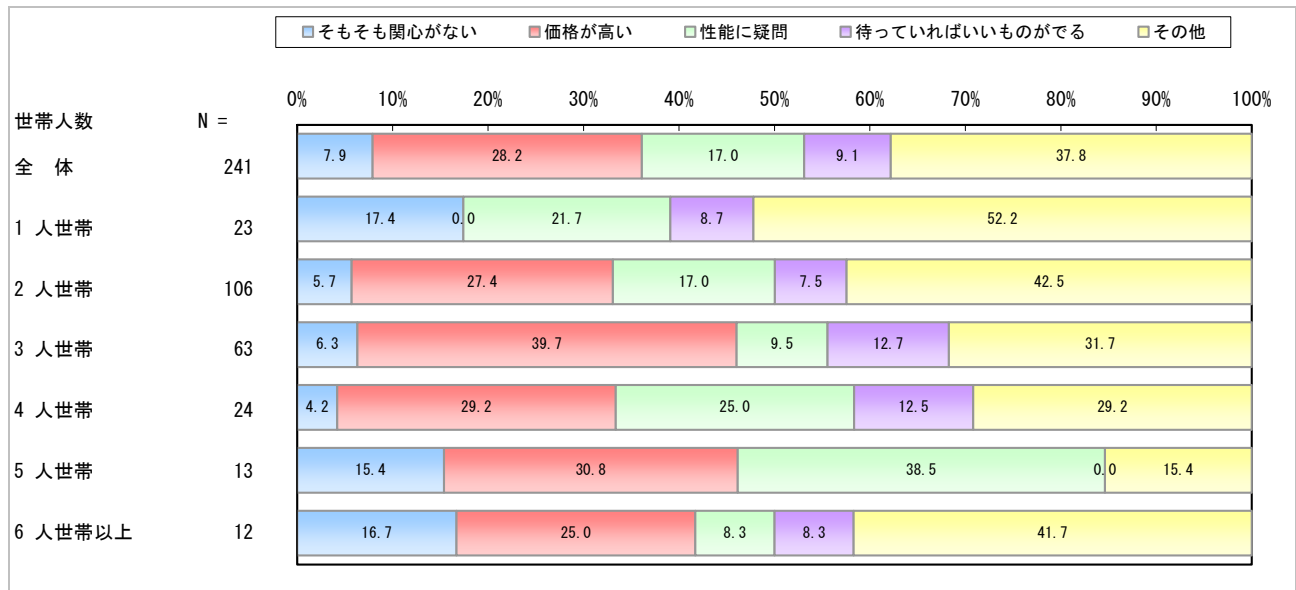


図9-3 性・年代別にみる導入しない理由 (n=241)

10.1 情報入手方法 —「企業からの情報」は約3割—

- ◇ 太陽光発電の導入者に対して「最も重視した情報は何でしょうか？」と質問したところ（図10-1）、「企業からの情報」が28.3%で最も高い割合になりました。次いで、「その他」が21.7%、「テレビや新聞などの情報」が19.6%、「展示会での見学」が10.9%、「導入した知人や近所からの情報」が10.9%、「公共機関からの情報」が8.7%という結果となりました。

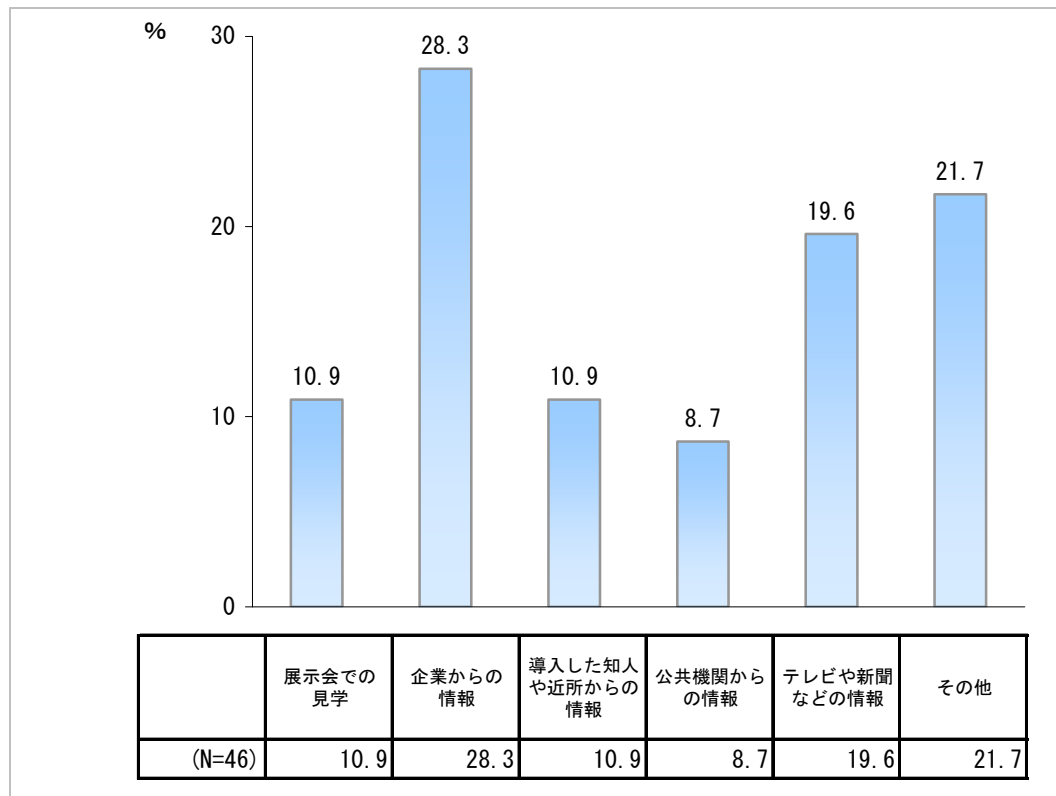


図10-1 情報入手方法 (n=46)

10.2 性別にみる情報入手方法 —「知人や近所から」は男性より女性—

- ◇ 性別に情報入手方法を見ると（図10-2）、「導入した知人や近所からの情報」では、男性（4.5%）と比べて女性（16.7%）が高い割合を示しました。
- ◇ 「公共機関からの情報」の項目で見ると、男性（4.5%）と比べて女性（12.5%）が高い割合を示しました。

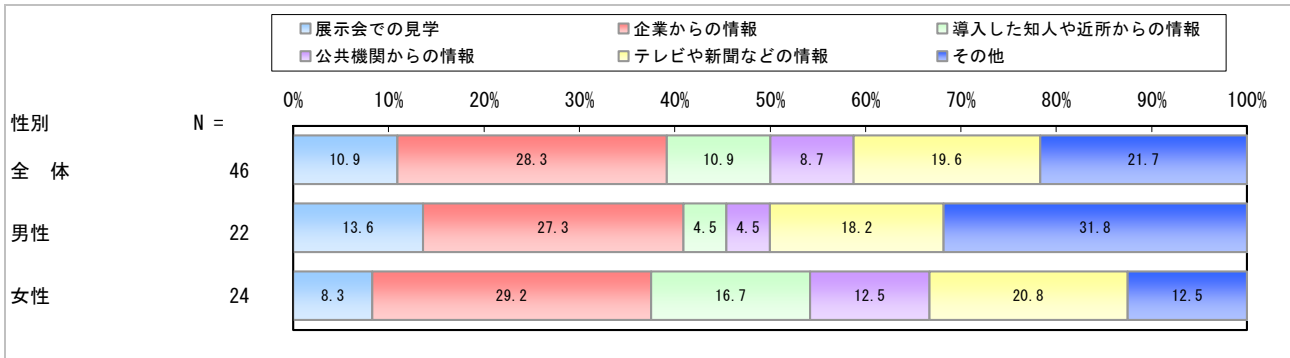


図10-2 性別にみる情報入手方法 (n=46)

10.3 年代別にみる情報入手方法—「企業からの情報」低い傾向の70代以上—

- ◇ 年代別に情報入手方法を見ると（図3-3）、他の年代と比べて70代以上で「企業からの情報」の割合が0%という結果となりました。逆に「導入した知人や近所からの情報」の割合が28.6%と他の年代と比べて最も高い結果となりました。

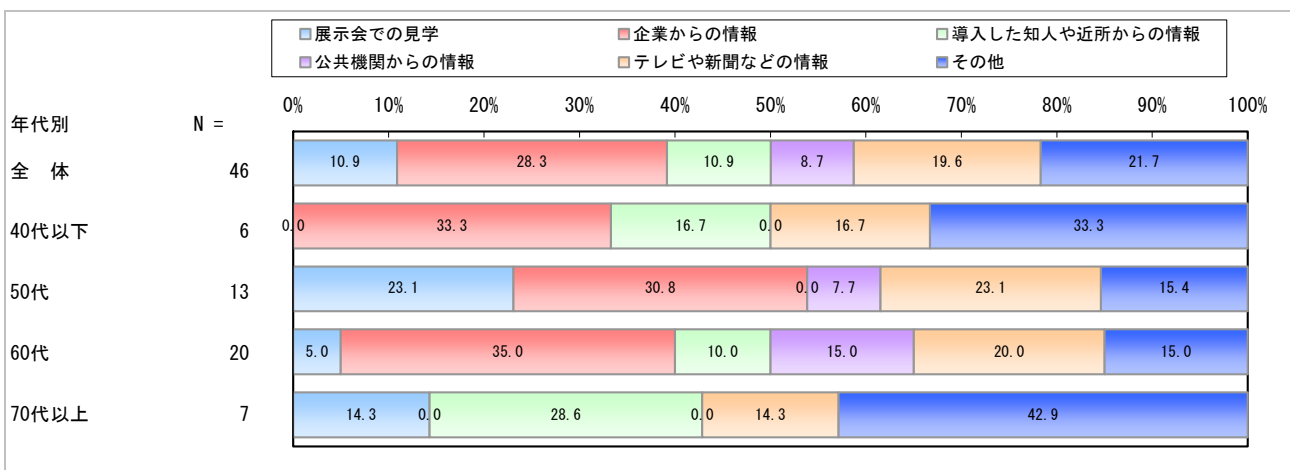


図10-3 年代別にみる情報入手方法 (n=46)

11.1 重要視した内容 —「環境貢献」5割—

- ◇ 太陽光発電の導入者に対して「太陽光発電を導入する際、最も重視したことは何でしょうか？」と質問したところ(図11-1)、「環境貢献」が50.0%、「売電価格や光熱費」が39.1%、「補助金が出る」が2.2%、「その他」が8.7%という結果となりました。

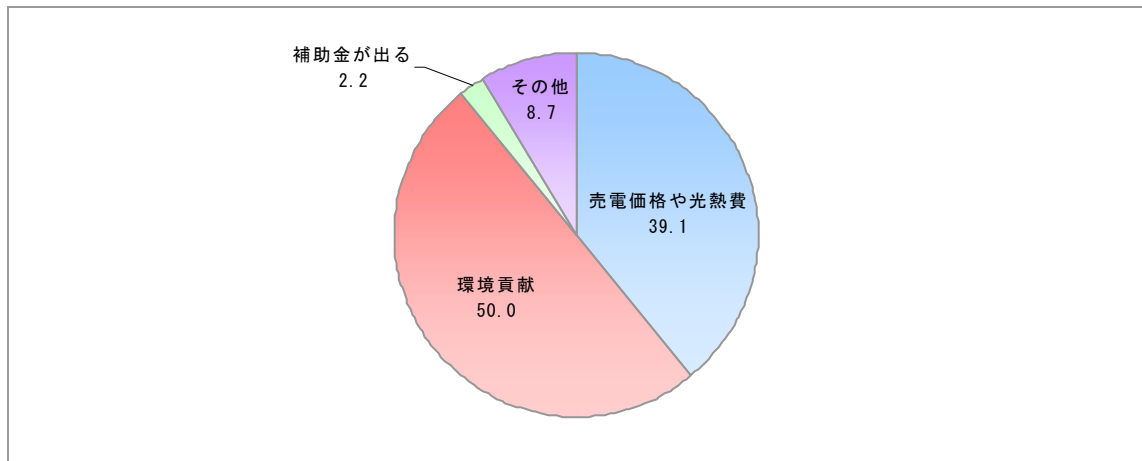


図11-1 重要視した内容 (n=46)

11.2 性別に見る重要視した内容—「環境貢献」男性:約2割 女性:約6割—

- ◇ 性別に重要視した内容を見ると(図11-2)、「環境貢献」の割合は、女性(33.3%)と比べて男性(68.2%)が高い割合を示しました。
- ◇ 「売電価格や光熱費」の割合で見ると、男性(18.2%)と比べて女性(58.3%)が高い割合を示しました。

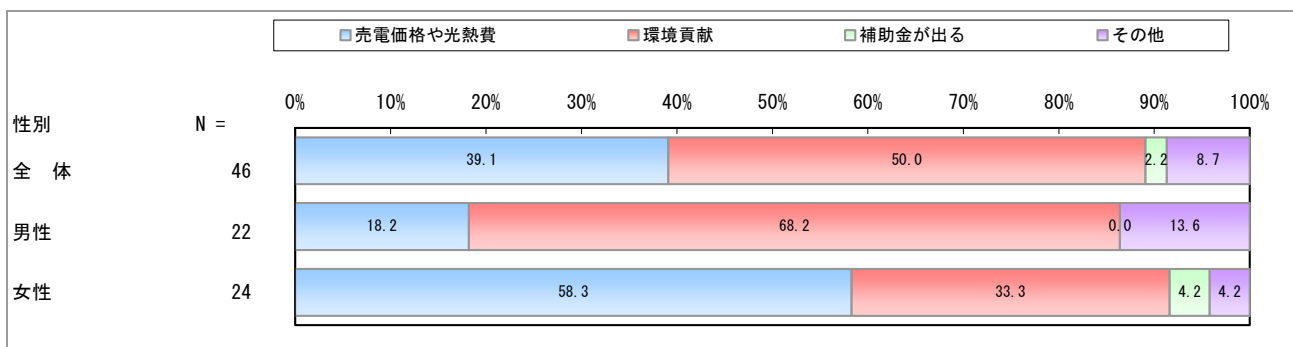


図11-2 性別にみる重要視した内容 (n=46)

12.1 導入時の不安点 —1位「価格」2位「施工や工事」—

- ◇ 太陽光発電の導入者に対して「太陽光発電を導入する際に、最も心配したことは何でしょうか？」と質問したところ（図12-1）、「価格」が28.3%と最も高く、次いで「施工や工事」が21.7%、「その他」が19.6%、「太陽光パネルの発電量や性能」が15.2%、「工事会社のアフターフォロー」が8.7%、「太陽光パネルの保証」が6.5%という結果となりました。

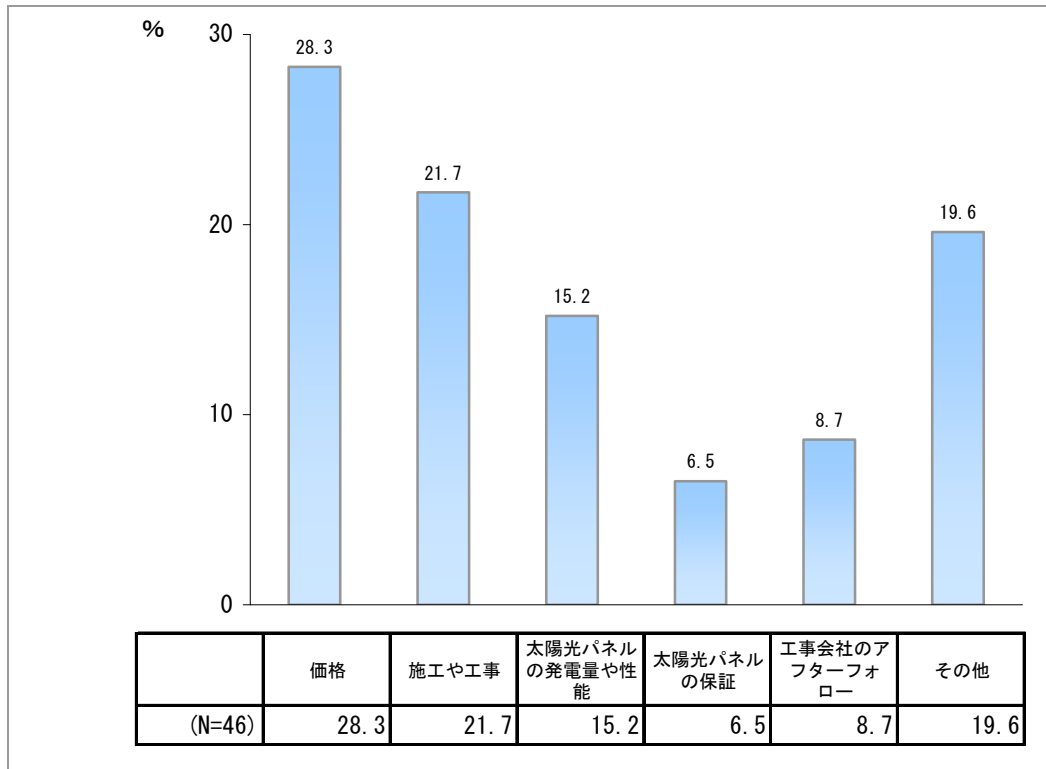


図12-1 導入時の不安点 (n=46)

12.2 性別に見る導入時の不安点—「パネルの保証」男性:約 2 割、女性:約 1 割—

- ◇ 性別に導入時の不安点を見ると（図 1 2 - 2）、「太陽光パネルの発電量や性能」の割合は、女性（12.5%）と比べて男性（22.7%）が高い割合を示しました。
- ◇ 「太陽光パネルの保証」の項目で見ると、男性（0%）と比べて女性（12.5%）が高い割合を示しました。

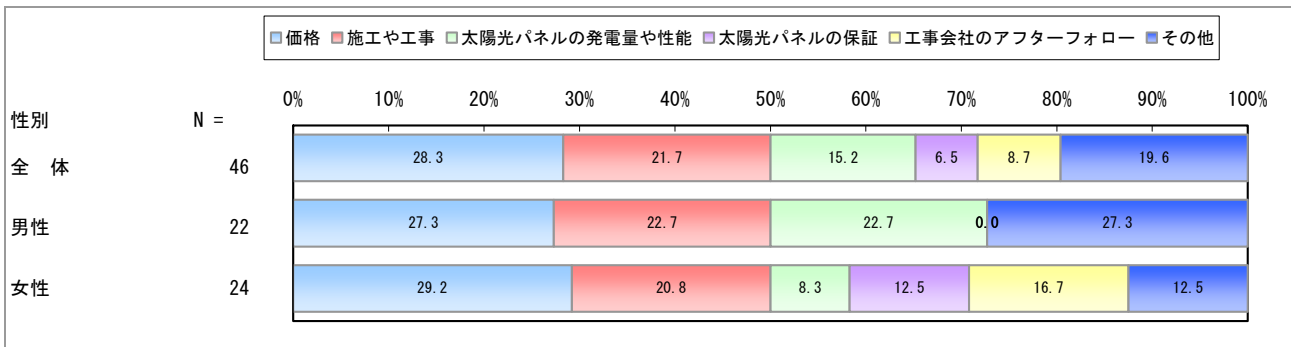


図 1 2 - 2 性別にみる導入時の不安点 (n=46)

12.3 年代別に見る導入時の不安点 —「価格」が気になる 50 代！—

- ◇ 年代別に導入の不安点を見ると（図 1 2 - 3）、他の年代と比べて 50 代で「価格」の割合が 38.5%と最も高い割合を示しました。
- ◇ 「工事会社のアフターフォロー」の項目で見ると、他の年代と比べて 40 代以下が 50.0%と最も高い割合を示しました。

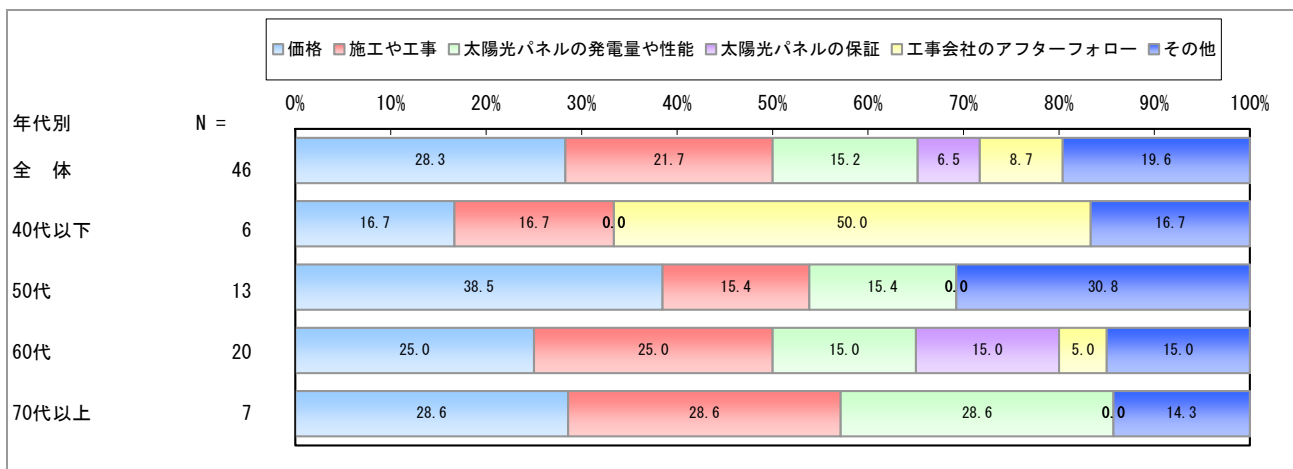


図 1 2 - 3 年代別に見る導入の不安点 (n=46)

13.1 導入したメーカー先 —1番人気メーカーは「シャープ」!—

- ◇ 太陽光発電の導入者に対して「どのメーカーのパネルを採用しましたか?」と質問したところ (図13-1)、「シャープ」が32.6%と最も高く、次いで「その他国内メーカー」が21.7%、「三菱」が17.4%、「サンヨー」が10.9%、「京セラ」が8.7%という結果となりました。

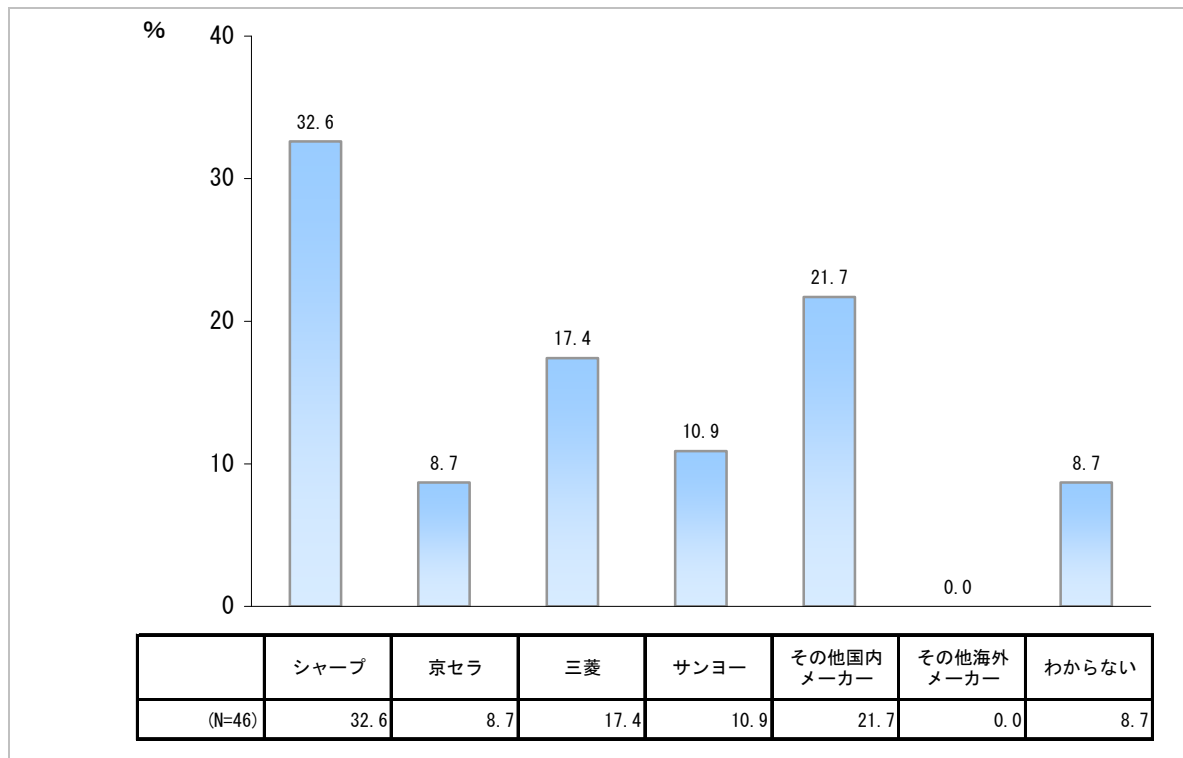


図13-1 導入したメーカー先 (n=46)

13. 2 年代別にみる導入したメーカー先 —「シャープ」は 50 代で人気—

- ◇ 年代別に導入したメーカー先を見ると（図 1 3 - 2）、他の年代と比べて 50 代で「シャープ」が 46.2%と最も高く、50 代を境に「シャープ」は低下傾向であることがわかりました。
- ◇ 「京セラ」は、年代が高くなるにつれて、増加傾向であることがわかりました。

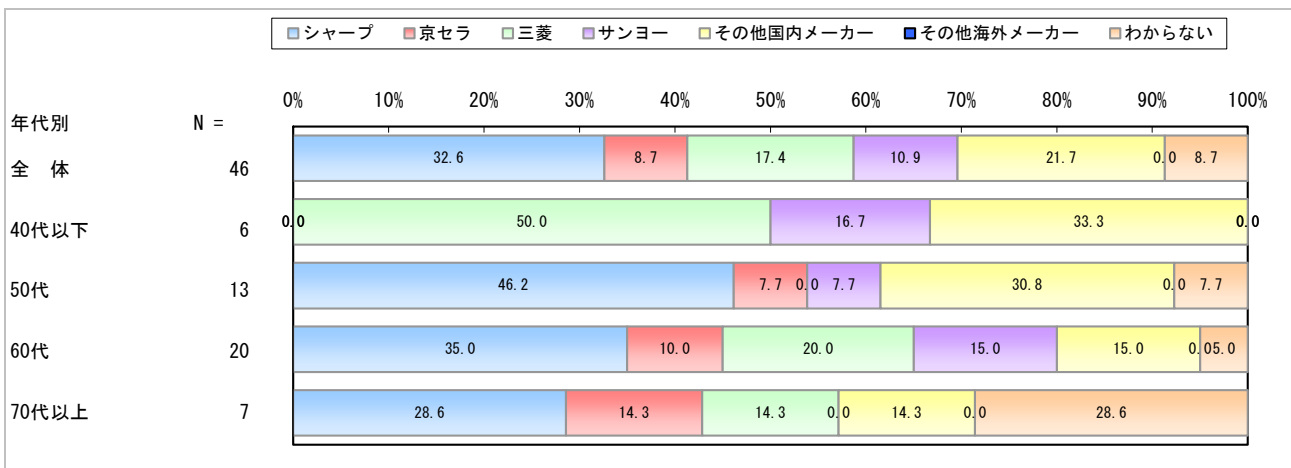


図 1 3 - 2 性・年代別にみる導入したメーカー先 (n=46)

14.1 発注先—「知人の紹介」から約2割—

- ◇ 太陽光発電の導入者に対して「申し込んだ先はどこですか?」と質問したところ(図14-1)、「その他」が39.1%と最も高く、次いで「知人の紹介」が21.7%、「自宅を施工した会社」が17.4%、「過去リフォームや工事に来た会社」が8.7%という結果となりました。

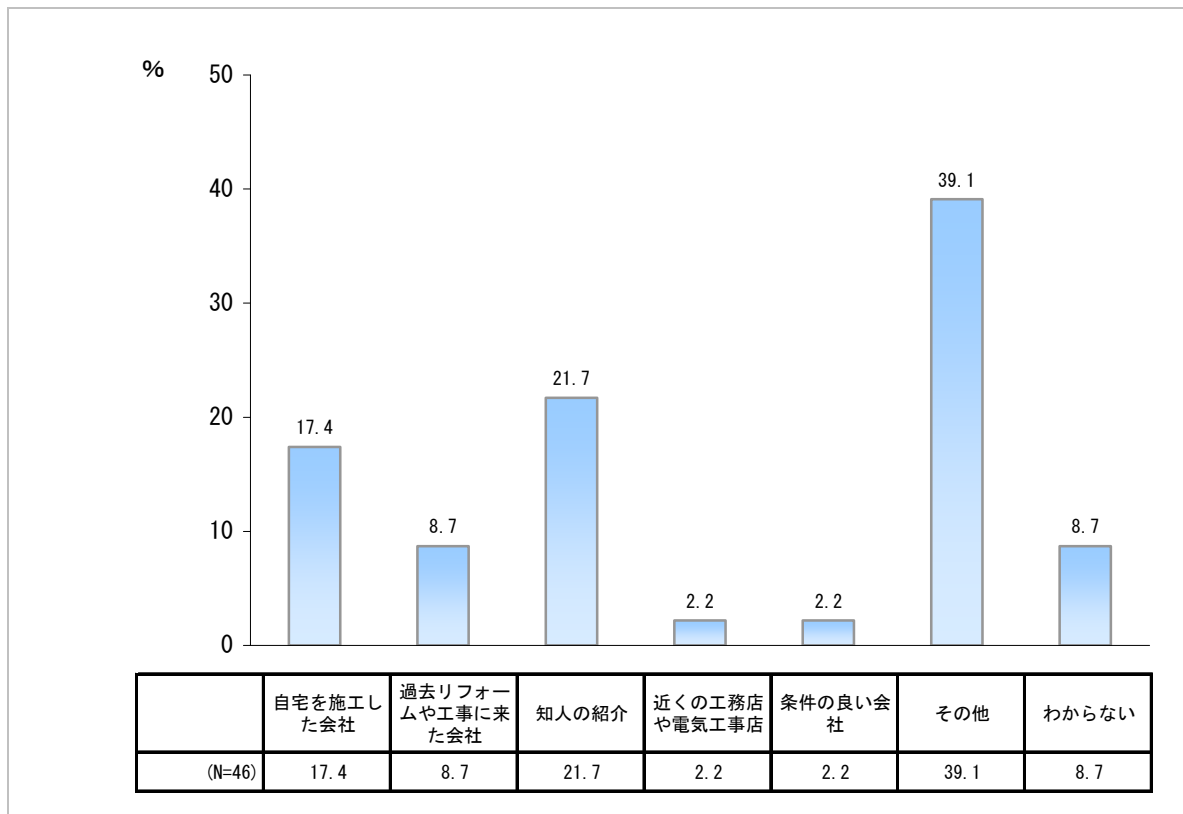


図14-1 発注先 (n=46)

14. 2 年代別にみる発注先—60代以上で「知人の紹介」が高い—

- ◇ 年代別に申し込み先を見ると(図14-2)、他の年代と比べて60代で「知人の紹介」が32.0%と最も高い結果となりました。
- ◇ 「自宅を施工した会社」の項目で見ると、他の年代と比べて50代が30.8%と最も高く、70代では、0.0%であることがわかりました。

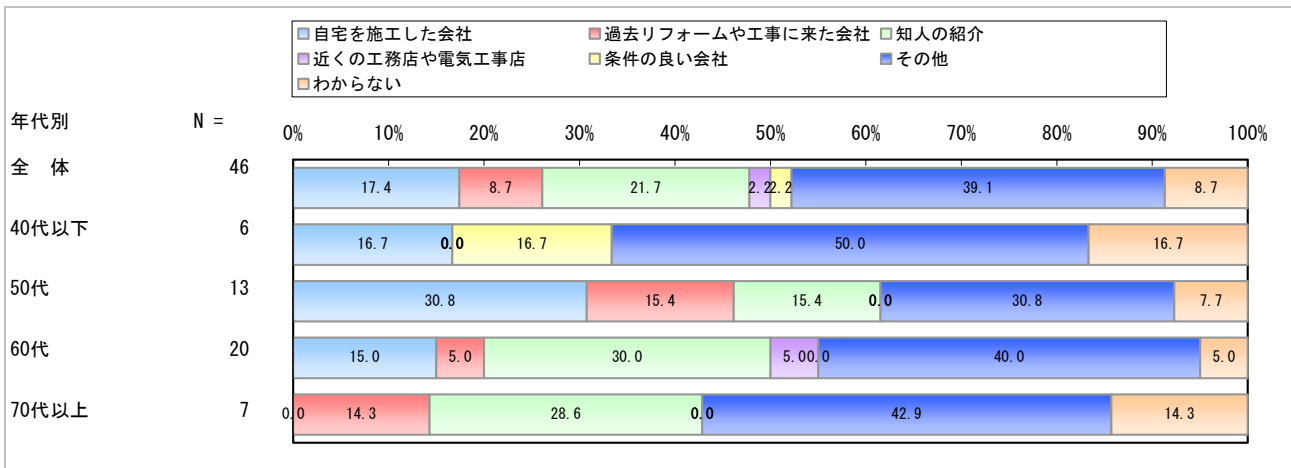


図14-2 年代別に見る発注先 (n=46)

15. 1 導入した感想 —「満足している」は 約8割—

- ◇ 太陽光発電の導入者に対して「導入した感想は？」と質問したところ(図15-1)、「非常に満足している」が23.9%、「ある程度満足している」が54.3%、「多少不満がある」が8.7%、「大いに不満がある」が4.3%という結果となりました。全体の約8割が満足していることがわかりました。

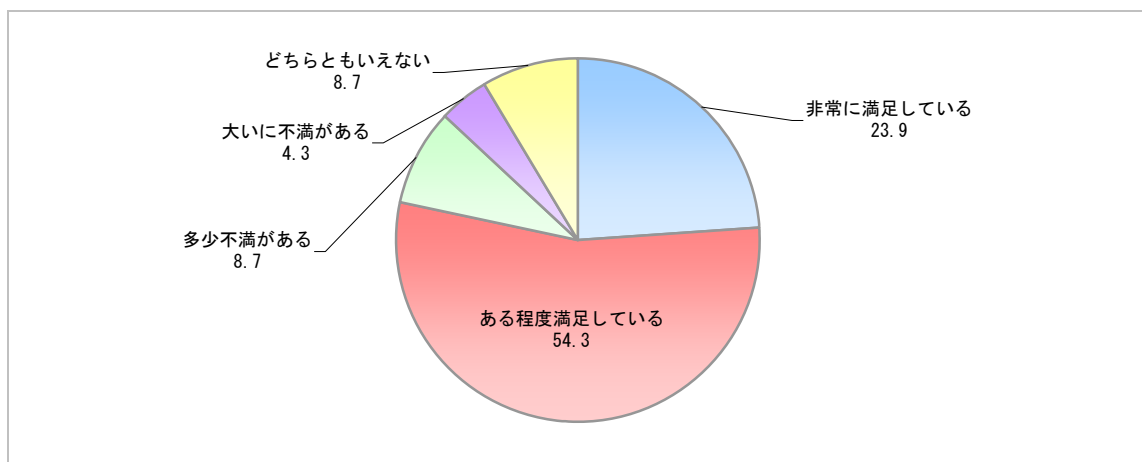


図15-1 導入した感想 (n=46)

15.2 性別にみる導入した感想 —「満足度」は男性より女性—

- ◇ 性別に導入した感想を見ると（図15-2）、「非常に満足している」は、男性（18.2%）と比べて女性（29.2%）が高い割合を示しました。
- ◇ 「ある程度満足している」の項目で見ると、女性（50.0%）と比べて男性（59.1%）が高い割合を示しました。

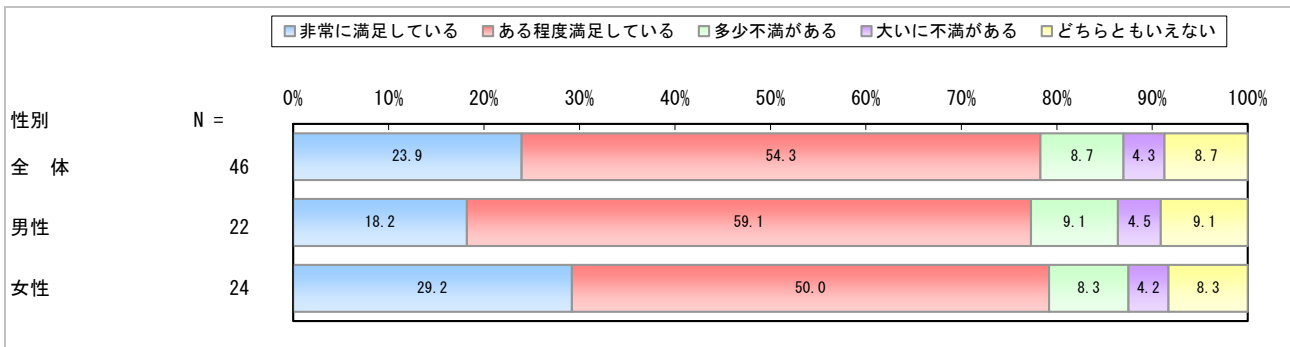


図15-2 性別に見る導入した感想 (n=46)

15.3 年代別にみる導入した感想 —満足度が高い60代—

- ◇ 年代別に導入した感想を見ると（図15-3）,他の年代に比べて60代で「非常に満足している」の割合が30.0%と最も高いことわかりました。
- ◇ 「大いに不満がある」の項目で見ると、他の年代に比べて70代以上が14.3%と最も高い結果となりました。

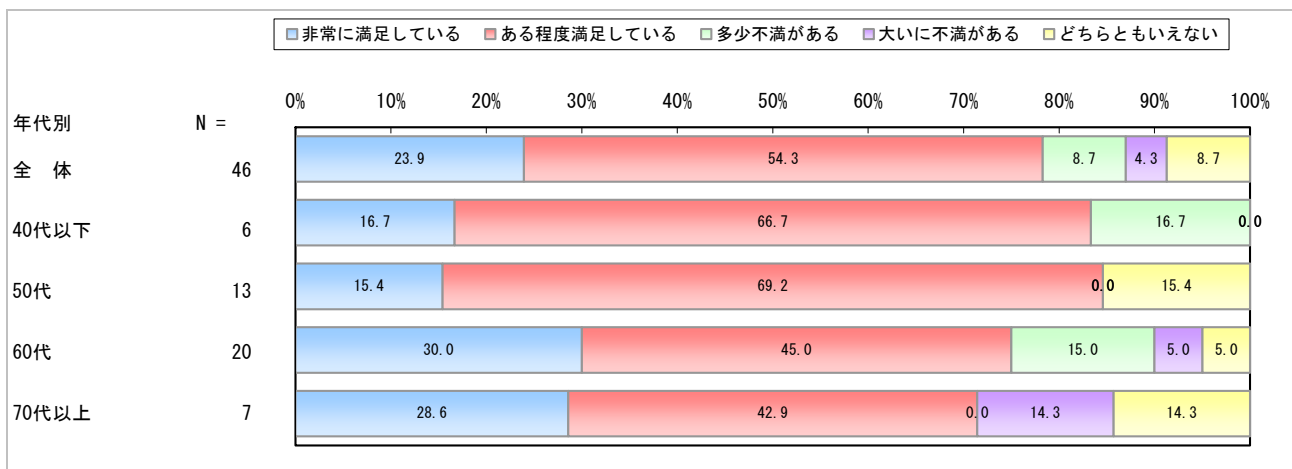


図15-3 年代別にみる導入した感想 (n=46)

会社概要

株式会社ジー・エフは、独自開発した「自動テレマーケティングシステム」(アウトバウンド IVR) を活用し、インターネットやモバイルだけではカバーしきれない『シニア』を対象としたマーケティング手法・情報を提供しております。

商号 株式会社ジー・エフ
資本金 10 百万円
設立 2010 年 2 月
代表者 代表取締役社長 岡田 博之
本社 〒112-0012 東京都文京区大塚三丁目 20 番 1 号 吉田ビル 4F
U R L <http://www.gf-net.co.jp> (コーポレートサイト)
<http://www.senior-promo.com> (シニアマーケティング支援サイト)

事業内容

- ・シニアデータベースを活用したリサーチサービス
- ・各種世論調査、市場調査、マーケティングリサーチ
- ・情報通信システムを活用したマーケティング代行

株主 国際航業株式会社

- ・本社 東京都千代田区六番町 2 番地
- ・資本金 29,750 百万円
- ・設立 1974 年 9 月
- ・U R L <http://www.kkc.co.jp>

【本調査に関するお問い合わせ先】

株式会社ジー・エフ シニアリサーチ担当
〒112-0012 東京都文京区大塚 3-20-1 吉田ビル
TEL:03-5978-2261 FAX:03-5978-2260
E-mail:webmaster@gf-net.co.jp

調査データ引用の際は、「株式会社ジー・エフの調査結果によると…」等の明記をお願い致します