



WEB SEMINAR

学術調査における、質問紙・アンケートの設計方法

研究精度が上がるコツとポイントを

学術調査チームが徹底解説



-  lorem ipsum
-  lorem ipsum



INDEX

- 学術研究で行うアンケート調査について
- 学術研究とマーケティングリサーチの違い
- 質問紙調査とwebアンケート調査
- リッカード尺度や○件法の設問のマトリクス設計
- モニターの回答負荷を考慮
- 回答不備データのチェック
- 分析におけるデータの関連性
- まとめ

PROFILE

営業部 マーケティングコミュニケーションG



畠 紀恵 Kie Hata

マーケティング戦略 2013年・新卒入社

武蔵野大学英文科を卒業後、2013年に新卒入社。

モニターリクルート業務・リサーチディレクター職を経て、
2020年よりマーケティング業務へ従事。

年間200件超開催する自社開催セミナーや
共催セミナーの責任者を務め、
並行しPR領域のインハウスデザインを推進。

PROFILE

営業部 マーケティングコミュニケーションG



富田 光樹 Kouki Tomita

営業部 営業1G リーダー

アパレル販売5年、飲食広告の営業を2年、不動産用地仕入れの営業2年と衣食住の業界を渡り歩き、2020年4月にアスマークへ入社。

事業会社チームにてPCメーカーや通信関連、IT系の企業などをメインに担当し現在営業5年目。

学術調査チーム発足時から所属し、様々な大学や研究所の案件担当だけでなく、大学との共同研究やセミナーなど営業以外の企画にも参画。

学術研究で行うアンケート調査について

学術研究で行うアンケート調査について

学術研究

博士論文

修士論文

卒業論文

アンケート調査

意識調査

実態調査

測定試験

学術研究とマーケティングリサーチの違い

学術研究とマーケティングリサーチの違い

マーケ
ティング
リサーチ

目的

企業が商品開発やプロモーション活動を検討する前に生活者の声を把握し、効果的に意思決定に繋げること

学術調査

目的

調査した結果を何らかの研究に利用

そもそもの目的・立ち位置が異なる

質問紙調査とwebアンケート調査

——— 学術調査 ———

——— マーケティングリサーチ ———

質問紙

調査票

どちらも設問票のことを指し、意味は同じ

Web
アンケート

回答データの偏り

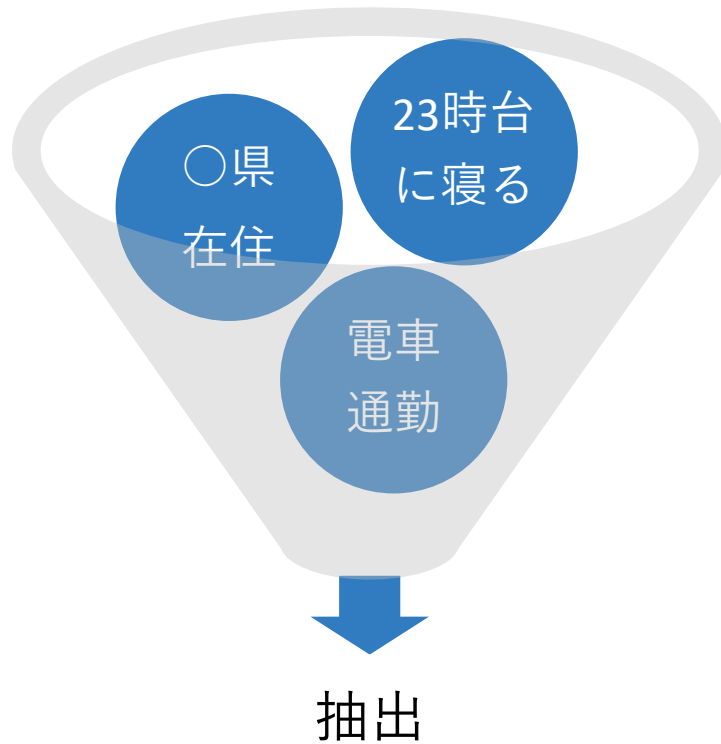
「アンケートモニターからの回答だ」
という偏りが無いとはいえない

紙
アンケート

回答データの偏り

「知人・友人としての回答」という
無意識のバイアスがかかってしまうことも

スクリーニング

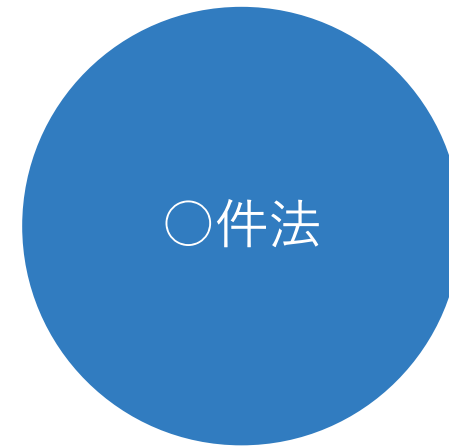


紙アンケートではできない

リッカート尺度や○件法の設問のマトリクス設計

リッカート尺度や○件法の設問は、マトリクスで設計する

尺度を問う設問方法



学術調査の場合、非常に多く用いられる方法

リッカート尺度や○件法の設問は、マトリクスで設計する

設問数が50～100問と
規模が大きくなりがち



設問数と回答者数が実施料金に影響するため、
想定を遥かに上回る見積もりが届くことに

リッカート尺度や○件法の設問は、マトリクスで設計する

マトリクス設問 を用いない場合 ※3問としてカウント

Q1 あなたは、今の生活に
どのぐらい満足していますか。

- 非常に満足している
- やや満足している
- どちらともいえない
- あまり満足していない
- 全く満足していない

Q2 あなたは、今の職場に
どのぐらい満足していますか。

- 非常に満足している
- やや満足している
- どちらともいえない
- あまり満足していない
- 全く満足していない

Q3 あなたは、今の年収に
どのぐらい満足していますか。

- 非常に満足している
- やや満足している
- どちらともいえない
- あまり満足していない
- 全く満足していない

Q1 以下について、あなたが最もあてはまるものをお知らせください。

	非常に満足している	やや満足している	どちらともいえない	あまり満足していない	全く満足していない
生活	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
職場	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
年収	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

マトリクス設問 を用いた場合 ※1問としてカウント

モニターの回答負荷を考慮する

モニターの回答負荷を考慮する

回答者



設問数が多い...

面倒...

あとにしよう

モニターの回答負荷を考慮する

回答データの精度を高める

念のために

とりあえず

不要な設問がないか見直す

事前準備が必要な場合

例1

動画を観てから答える

例2

読み物を読んでから答える

そもそも回答者が答えることが困難な場合

例1

専門用語が頻出する

例2

人により解釈が異なる

例3

選択肢にあてはまるものがない

モニターの回答負荷を考慮する

例1

専門用語が頻出する

専門用語が頻出する設問の例

Q あなたがお勤めの職場で、チームビルディングとしてコミットしなければならない KPI 項目について、あてはまるものを全てお知らせください。

※回答者全員が同じ認識を持って答えられる言葉を使う必要がある。専門用語を用いる際には注釈が必要。

例2

人により解釈が異なる

人により解釈が異なる設問の例

Q あなたが最近行った場所について、以下のなかからあてはまるものを全てお知らせください。

※「最近」の解釈は人によって異なる。

例3

選択肢にあてはまるものがない

選択肢にあてはまるものがない設問の例

Q あなたの世帯年収についてあてはまるものをお知らせください。

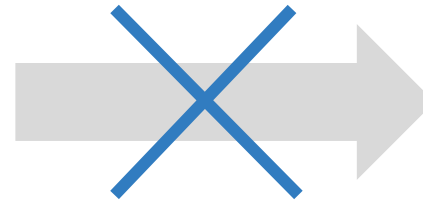
※年収 300 万円未満の方の回答が考慮されていない。

- 300～400万円
- 401～500万円
- 501～600万円
- 601～700万円
- 701～800万円

回答不備データのチェックについて

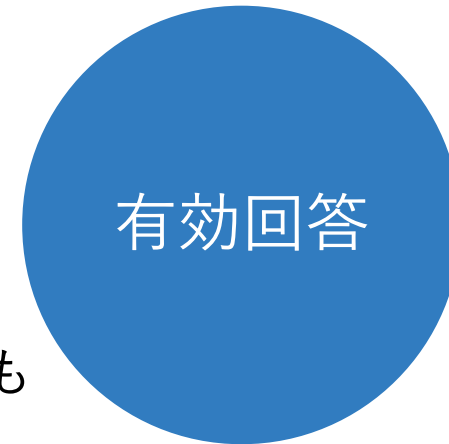
回答不備データのチェックについて

マーケティングリサーチの観点



有効回答にならないことも

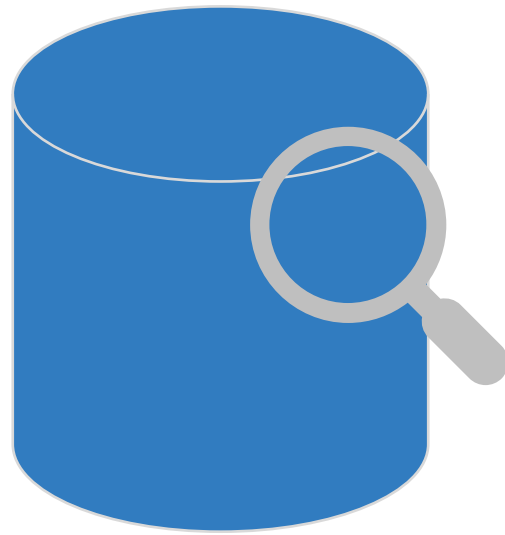
学術調査の観点



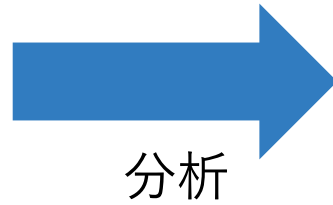
事前に有効回答の線引きをイメージ

分析におけるデータの関連性について

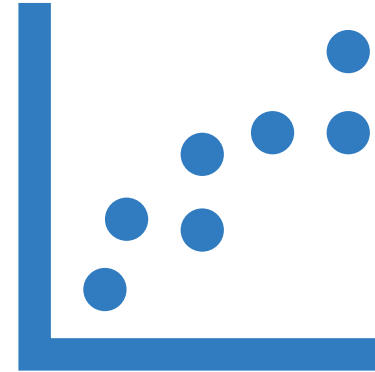
分析におけるデータの関連性について



回答データ



分析



「AとBには関連性がある」
という傾向が見えた

学術調査でもマーケティングリサーチでも
「AとBには関連性がある」と言えない

学術調査の分析を専門に打ち出している
会社・機関ではない限り
ご自身での分析を推奨

まとめ

ASMARO



学術研究とマーケティングリサーチでは
目的も立ち位置も異なる



“マーケティングリサーチ会社”に依頼する
“学術研究としてのアンケート調査”だということを念頭に置き、
認識の齟齬によるミスを生じないように努めることが大切

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

i-PORTチャンネル



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1,700万人超）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2,000件超

ホーム
ユーステスト
事業

約300件超

会場調査
事業

約200件超

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、上質なリ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、デブ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

所在地	<ul style="list-style-type: none">・ 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：実査部 〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8階 TEL：0178-20-8638・ 大阪事業所：営業部 〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL：06-6809-3457・ 福岡事業所：営業部・実査部 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6階 TEL：050-5306-7274・ 横浜事業所：営業部・実査部 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 関内JSビル2階 TEL：045-225-9063・ 長岡事業所：実査部 〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL：0258-86-4381・ 中目黒事業所：実査部 〒153-0043 東京都目黒区東山1-6-2 TPR中目黒ビル3階 TEL：03-6451-2903
創 立	1998年12月
設 立	2001年12月
資本金	139百万円 (2023年12月31日現在)
売上高	4,282百万円 (2023年11月期)

役 員	代表取締役	町田 正一
	取締役	水城 良祐
	取締役	飯田 恭介
	社外取締役	木原 康博
	社外取締役 (監査等委員)	鈴木 親
	社外取締役 (監査等委員)	大内 智
	社外取締役 (監査等委員)	塩月 潤道

社員数 295名 (2023年11月末時点)

事業内容

- ・ 市場調査
- ・ HR Techサービス
- ・ RPA導入・運用支援
- ・ 労働者派遣事業 (許可番号：派13-311841)

運営サイト

- ・ アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・ 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
- ・ 外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

- ・ 東京スタンダード市場 上場
- ・ 社団法人 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)
- ・ 社団法人 日本マーケティング協会 (JMA)
- ・ アジア経営者連合会

調査のご相談はこちら



ASMARK