

海外アンケート調査 が成功する

国内調査との

フローの違い と ポイント



自己紹介



株式会社アスマーク

グローバルリサーチG

小川 桃子(おがわ ももこ)

大学卒業後、学生時代からアルバイトとして勤務していた、大手アパレルブランドへ入社。

お客様に寄り添う接客・売り場作りを心がけ、エリアでの顧客満足度1位獲得に貢献し、
CSエクセレント賞を受賞。

アパレル業界にとどまらず幅広い業界のマーケティングに関心を持ち、2023年にアスマークへ入社。

国内営業として新規開拓に注力した後、2024年10月よりグローバル専任営業として、
グローバル調査の業務を担当。

目次

1. はじめに
2. アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い
3. 海外調査を成功させるためのポイント

PART.01 はじめに



「国内と同じようにアンケートを配信したけど…うまくいかなかった？」



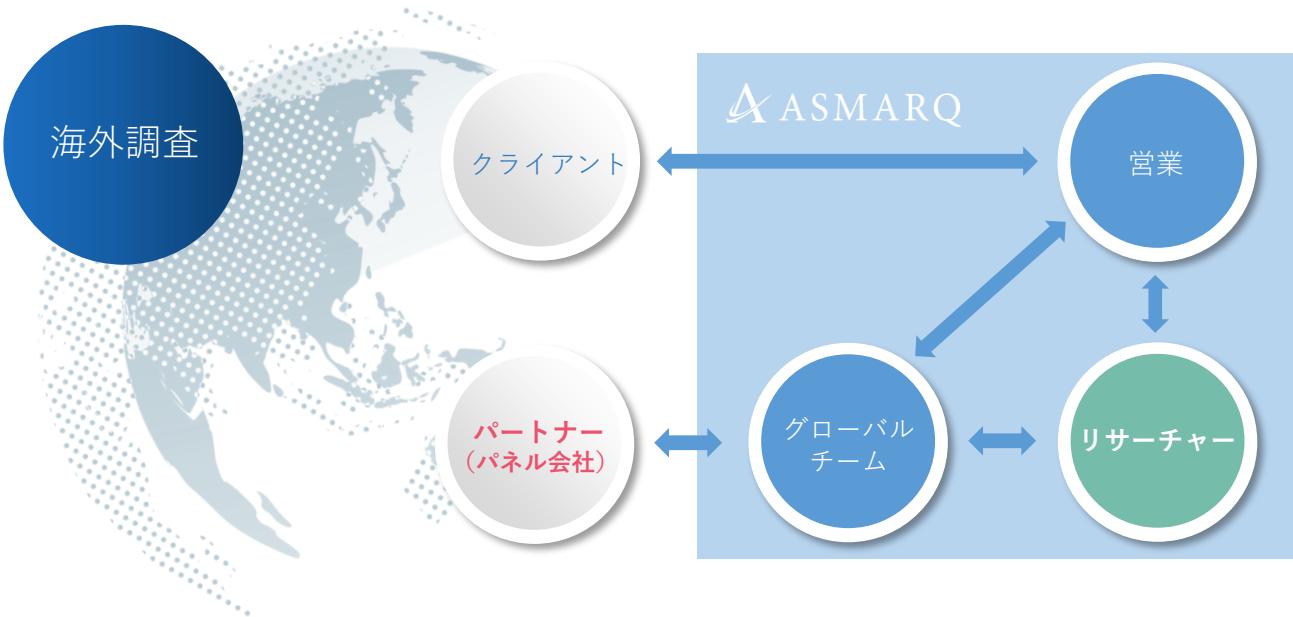
 海外調査では**“進め方そのもの”**に違いがあります！



海外調査は、**国内と同じ感覚** で進めると、思わぬところで **つまずく可能性** がある

PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

企画・設計



PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

企画・設計

日本と違う“前提条件”に注意

- ・ライフスタイル・購買行動の常識が異なる
- ・日本の「当たり前」が通じない

現地パートナーとの連携がカギ

- ・現地視点を反映した設計が重要
- ・想定外のニーズや条件が見えることも

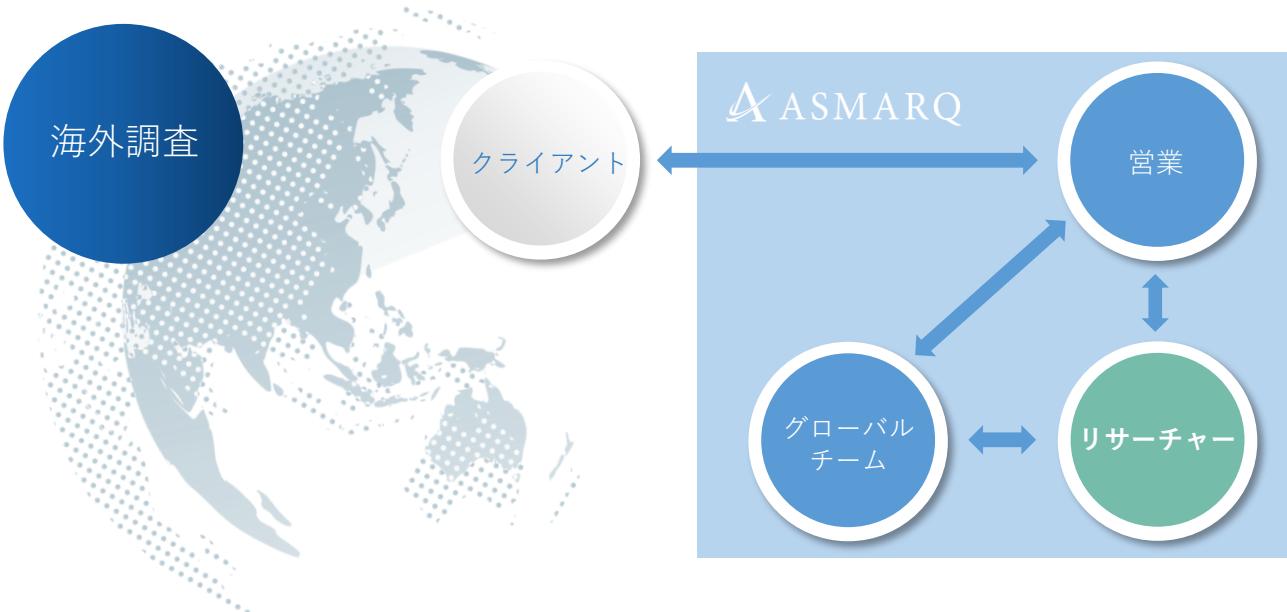
「対象者が本当に集まるか」を確認

- ・国・業種によりリクルート難易度が高い
- ・BtoBやニッチ分野は特に要注意

設計段階で“現地とすり合わせる”ことが、後の工程の安定につながります

PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

調査票作成



PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

調査票作成

翻訳＋確認プロセスに時間がかかる

- ・複数言語での整合性チェックが必要
- ・日本語より1～2日余裕を持った進行設計を

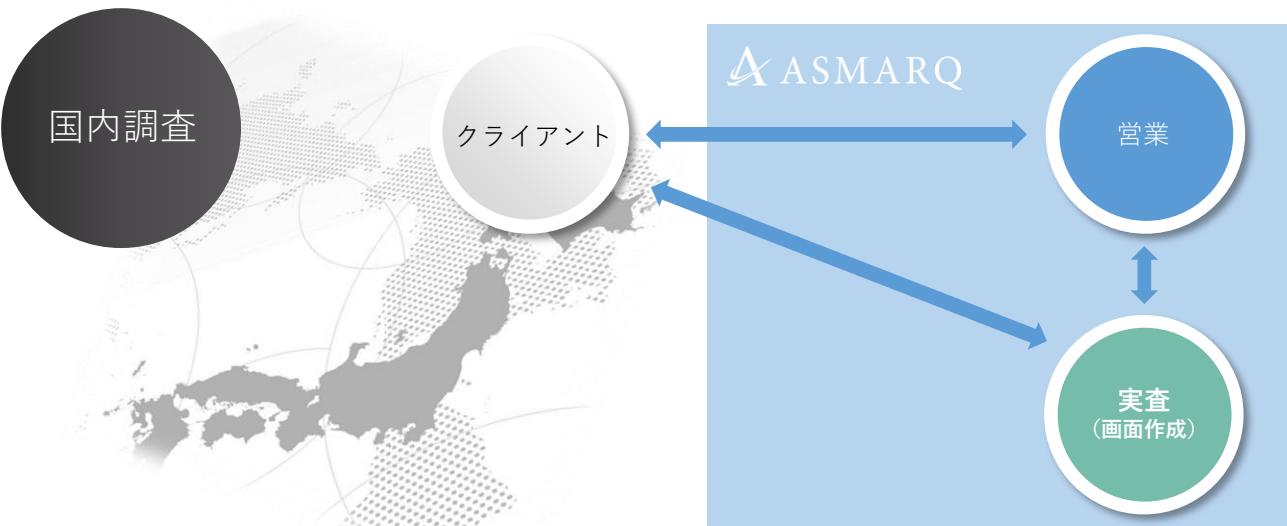
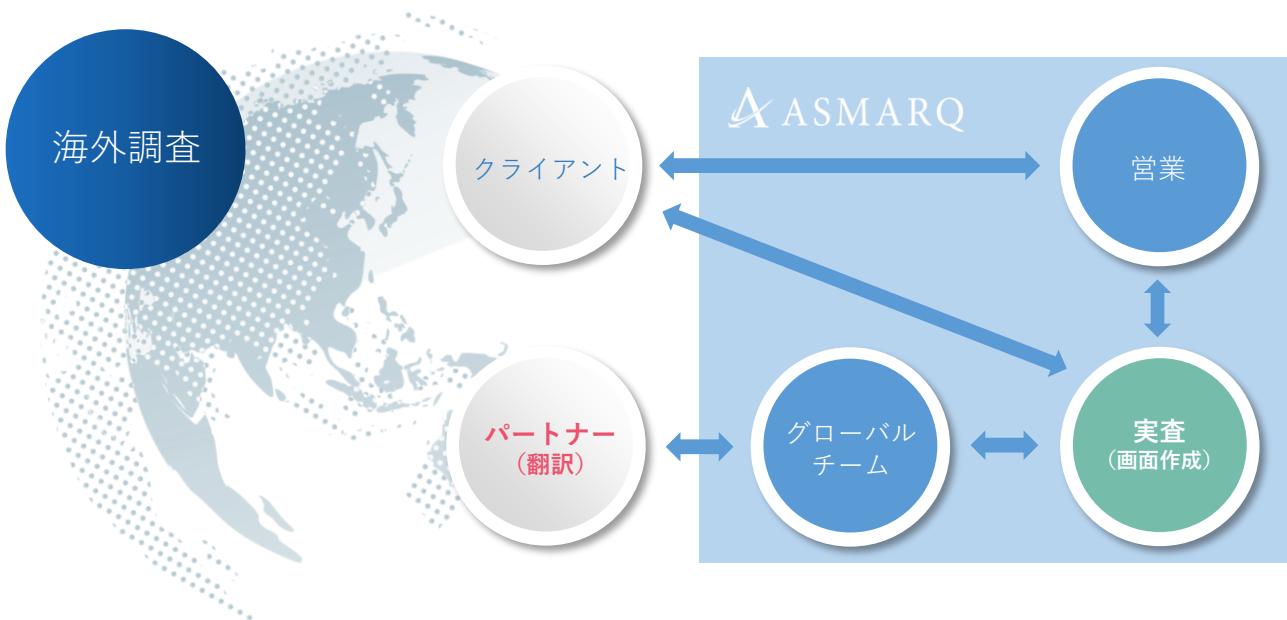
ローカライズは“設問設計の一部”

- ・単語・選択肢の違和感が回収データに影響
- ・現地視点でのレビューを入れる

「きちんと伝わる調査票」づくりが、調査品質を大きく左右します

PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

画面作成

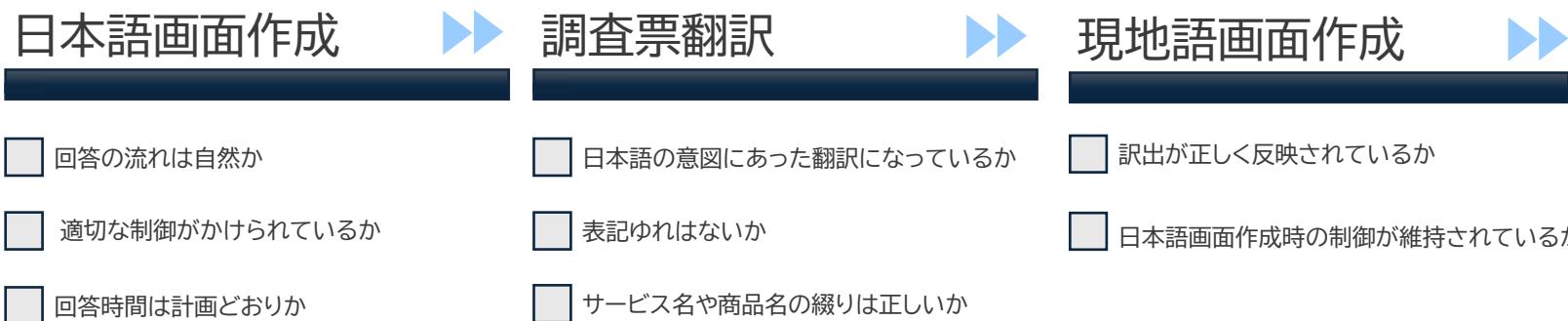
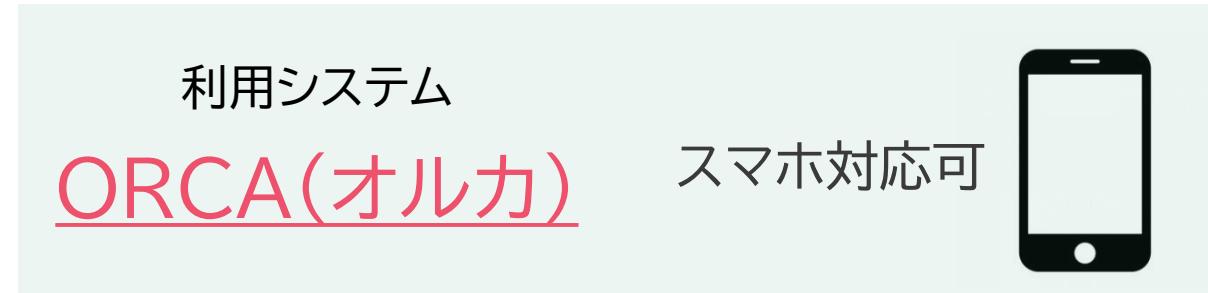


PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

画面作成



2~3営業日

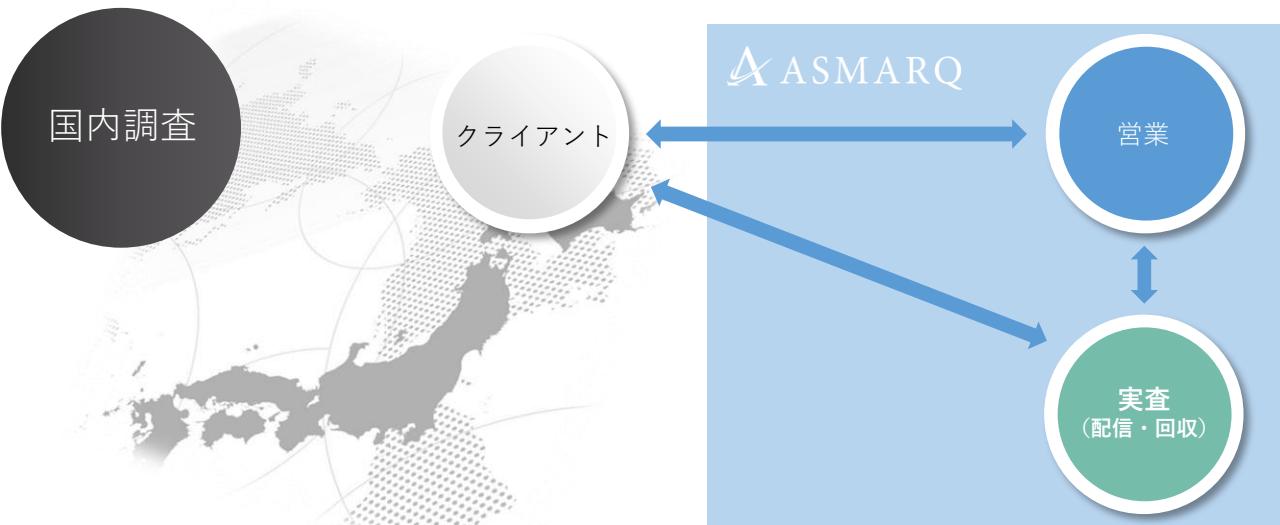
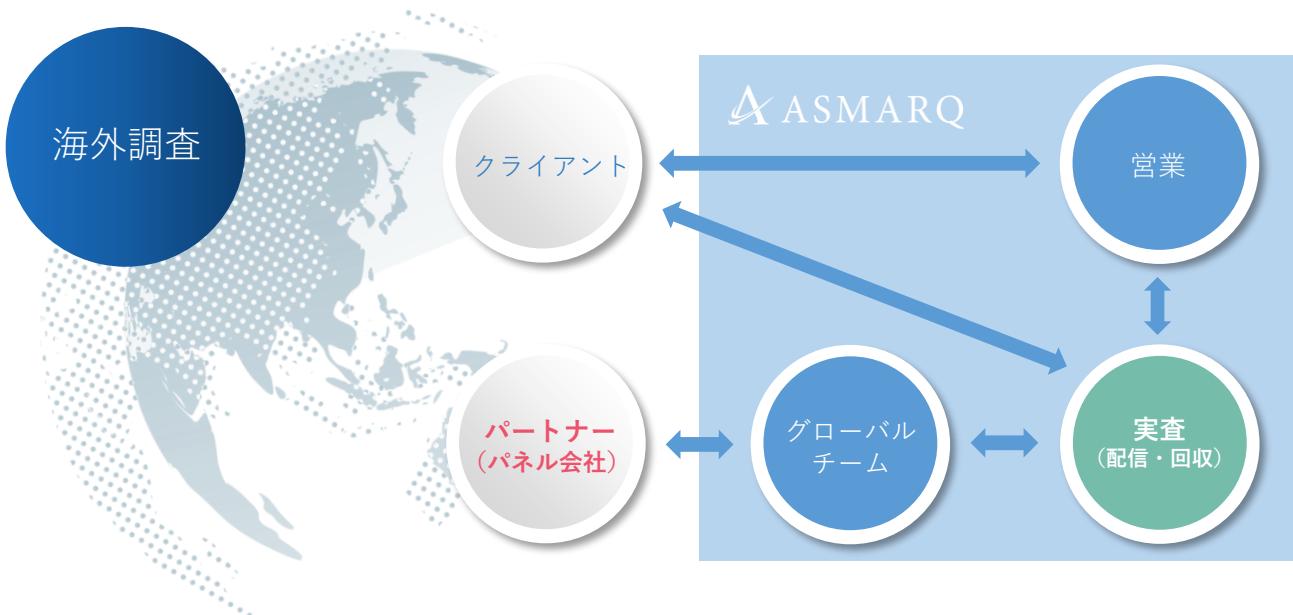


まずはロジック設定含め日本語画面を確定し、その後に各言語に翻訳→画面作成します

お客様が日本語でロジックや文言の確認ができる

PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

配信・回収



PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

配信・回収

国・地域による回収スピードの差

- ・国によって回答率や回収期間が大きく異なる
- ・環境差で、回収スピードにばらつきが出やすい

文化差が回答行動に影響

- ・離脱率や回答傾向に国ごとの違いがある
- ・回収設計に文化的背景の理解が不可欠

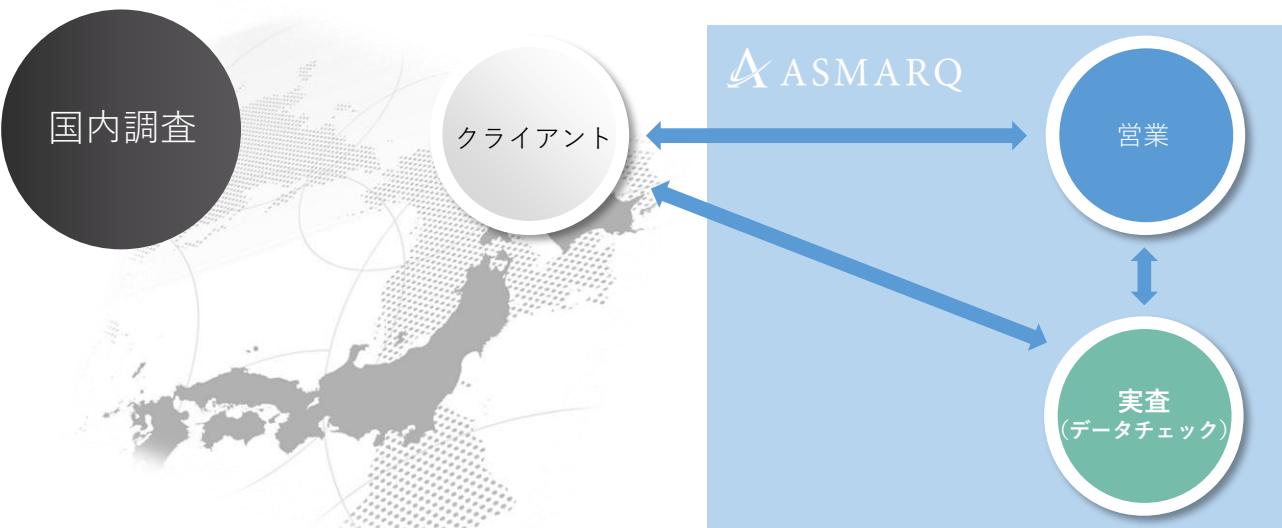
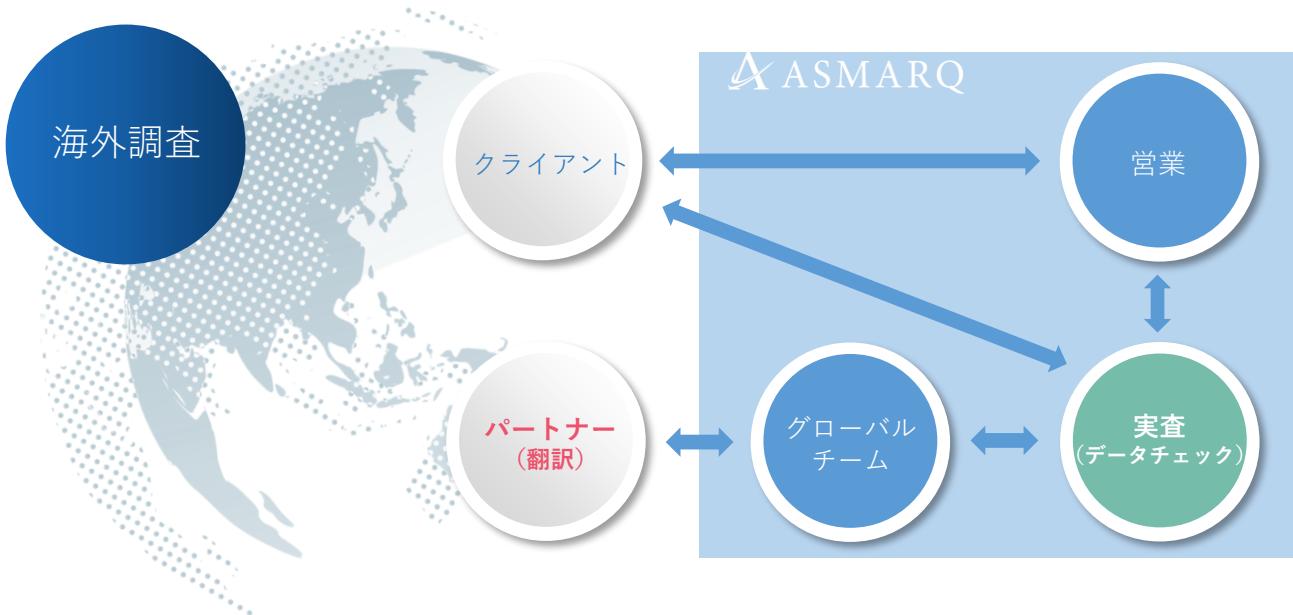
パネル・スクリーニング条件の確認

- ・パネル仕様は国ごとに異なるため要確認
- ・対象者設計は国情に応じて最適化

配信・回収は「国ごとに異なる現実」を踏まえた、柔軟な設計が重要

PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

データチェック



PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

データチェック

現地チームと連携した判断が大切

- ・判断には現地の視点を取り入れる
- ・精度を高めるには、すり合わせがカギ

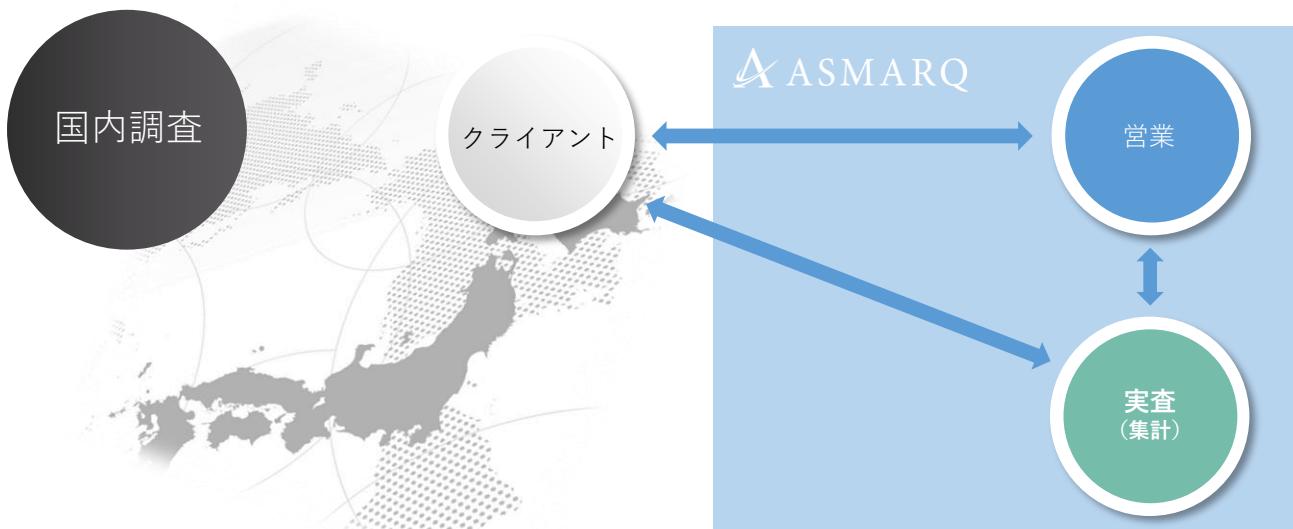
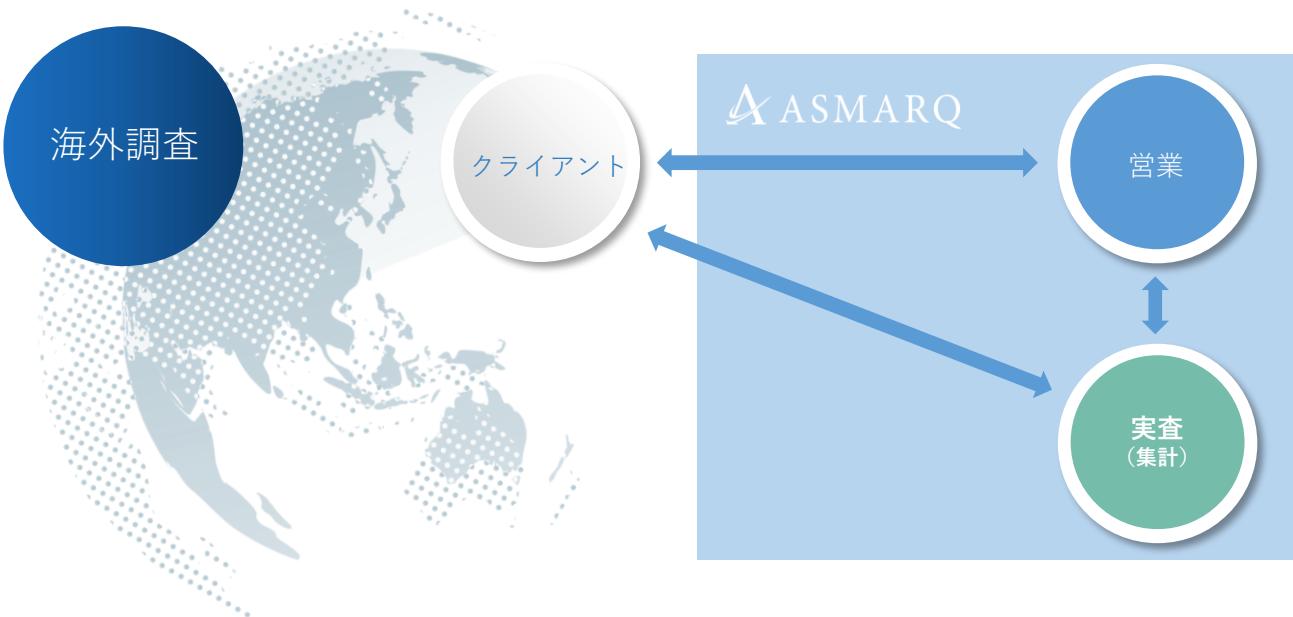
回答傾向は国によって異なる

- ・回答スピード・回答率・中間値の選好などに文化差
- ・国別傾向を踏まえたチェック基準が必要

表面的には整って見えるデータでも、正しく読み取る視点が海外調査では欠かせません

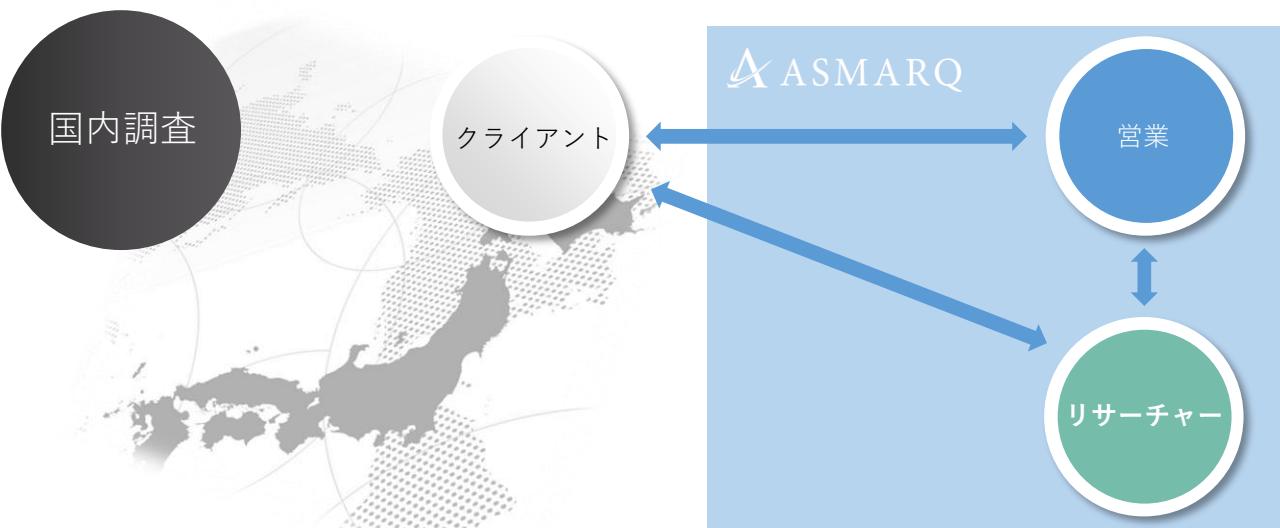
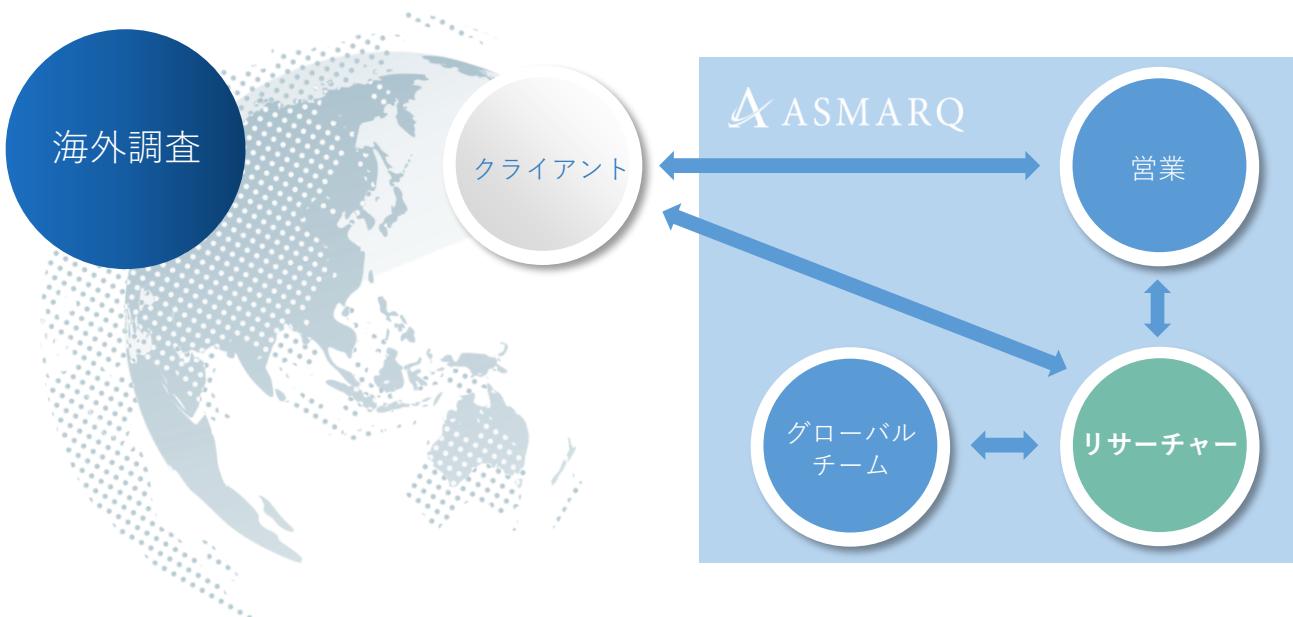
PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

集計



PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

レポート作成



PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

レポート作成

数字の“受け取り方”が国で違う

- ・「やや不満」=ネガティブ？許容範囲？
- ・回答の温度感は文化に左右される

複数国比較では“基準”がバラバラに

- ・同じ質問でも、感じ方や基準が異なる
- ・数字より「背景・理由」に注目が必要

解釈の“すり合わせ”が重要

- ・現地の文脈を踏まえた補足説明が必要
- ・誤解されない・活用されるレポートを意識

データの「読み解き方」まで伝えることで、レポートの“使いやすさ”が大きく変わります

PART.03 海外調査を成功させるためのポイント

1. 現地に詳しいパートナーを選ぶこと

情報の正確さと対応力がスムーズな進行の土台に

2. 翻訳+文化適応(カルチュラライズ)を丁寧に行うこと

質問の伝わり方が、調査結果の質に直結

3. 余裕を持ったスケジュール設計をすること

翻訳・申請・回収遅延など“予想外”も想定に入れる

「違い」を前提に設計・運用することが、海外調査を成功させるポイントです

自主調査 定性調査

 i-PORTチャンネル

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



無料視聴はこちら



失敗しないマーケット開拓とは？

アスマークの海外調査

アスマークの海外調査は、国内調査と同様に、
モニタリクルート・ネットリサーチ・ホームユーステスト・会場調査を主な手法として実施しております。

海外調査
実績
約1,000件超

〈対応国〉

● 欧州

ドイツ／フランス／スペイン／イギリス／イタリア
 ロシア／ノルウェー／スウェーデン／フィンランド
 オーストリア／ベルギー／スイス／デンマーク
 ギリシャ／アイルランド／オランダ／ポルトガル
 チェコ／ポーランド／ハンガリー／トルコ

● アフリカ

アルジェリア／アンゴラ／コンゴ／ガーナ／ケニア
 モザンビーク／ナイジェリア／ルワンダ／セネガル
 南アフリカ／タンザニア／ウガンダ

● 中東

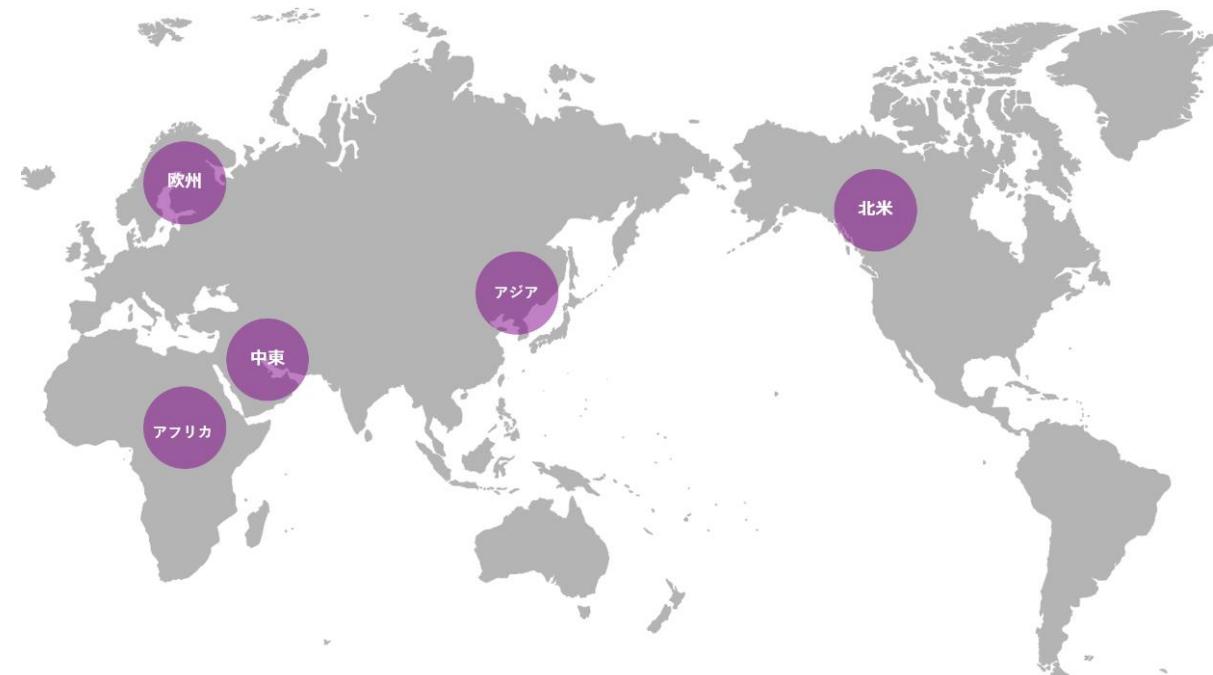
サウジアラビア*／アラブ首長国連邦

● アジア

中国／香港／韓国／台湾／インド／シンガポール／タイ
 ベトナム／マレーシア／インドネシア／フィリピン
 オーストラリア／ニュージーランド

● 北米

アメリカ／カナダ



*英語での実施にて対応可

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 グローバル・定量調査の強み

56か国以上 各実施国でのカスタマイズが可能

自社パネルを持たず、提携パネル7社を活用することで柔軟なカスタマイズが可能。
低出現率の案件や多国展開もアスマーク一社で対応いたします。

リサーチャーによるバックアップ体制でフルサポート

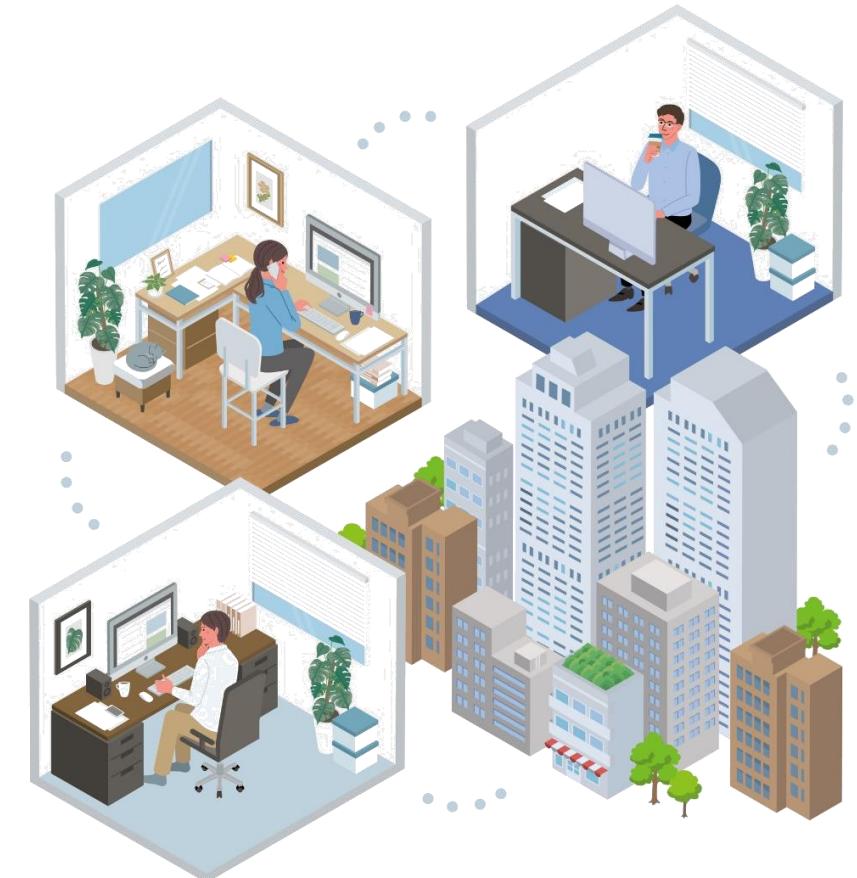
専門知識を持つリサーチャーが在籍し、企画設計からレポーティングまで一貫対応。
機械的ではなく、よりお客様の意図を汲んだ柔軟なサポートを提供いたします。

現地文化に即した最適設定を、グローバル定量専門スタッフが提案

グローバルリサーチの経験を活かし、各地域の特性や文化に適した運用管理を実施。
事前シミュレーションを共有し、運用面でのリスクを回避する提案をいたします。

ISOでリクルートの品質とプロセスを管理

ISO規格に基づき、標準化されたプロセスで品質と工程を管理。
専任担当者がパネル利用をコントロールし、定期的な品質チェックを実施しております。
アンケート作成から集計まで一貫管理。



アスマーク グローバル・定性調査の強み



40か国以上 各実施国のパートナー企業と連携

各国のパートナー企業と連携し、リクルート業務とインタビュー運用を対応。
提携前にパネル保有状況やリクルートフローを確認し、質の確保に努めています。
可能な限り現地で自社パネル保有のパートナーと連携ています。

バイリンガル・現地モデレーターがフルサポート

英語圏は国内バイリンガルモデレーター、その他の地域は現地モデレーターが対応。
オフラインの場合は国内からの出張対応、現地手配など調査の目的やアウトプットにより
最適なモデレーターをアサイン。

現地文化に即した最適設定を、グローバル定性専門スタッフが提案

グローバルリサーチの経験を活かし、各地域の特性や文化に適した運用管理を実施。
事前シミュレーションを共有し、運用面でのリスクを回避する提案をいたします。
またバイリンガル・トリリンガルスタッフが現地スタッフと密接に指示・確認を行います

アスマークの定性運用ノウハウを現地に指導

現地に任せるだけではなく、リクルート・運用準備・当日の運用などを
オンラインMTGで具体的な指示を実施。
アスマークの20年以上のノウハウを活かし、定性専属スタッフが調査をトータルサポート。

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名古屋事業所：実査部 〒450-0002 愛知県名古屋市中村区名駅4-6-23 第三堀内ビル9F TEL: 052-589-7269
創立	1998年12月
設立	2001年12月
資本金	151百万円 (2024年11月末時点)
売上高	4,363百万円 (2024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	306名 (2024年11月末時点)

事業内容	<ul style="list-style-type: none">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	<ul style="list-style-type: none">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
-------	--



・社団法人 日本マーケティングリサーチ協会 (JMRA)

調査のご相談はこちら

