

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？」



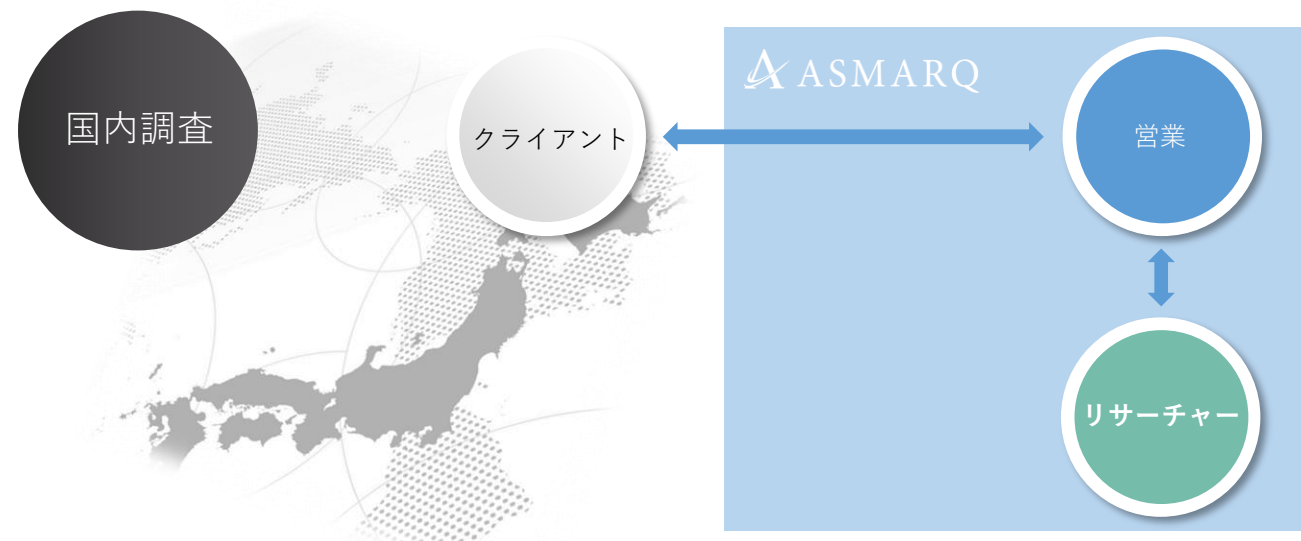
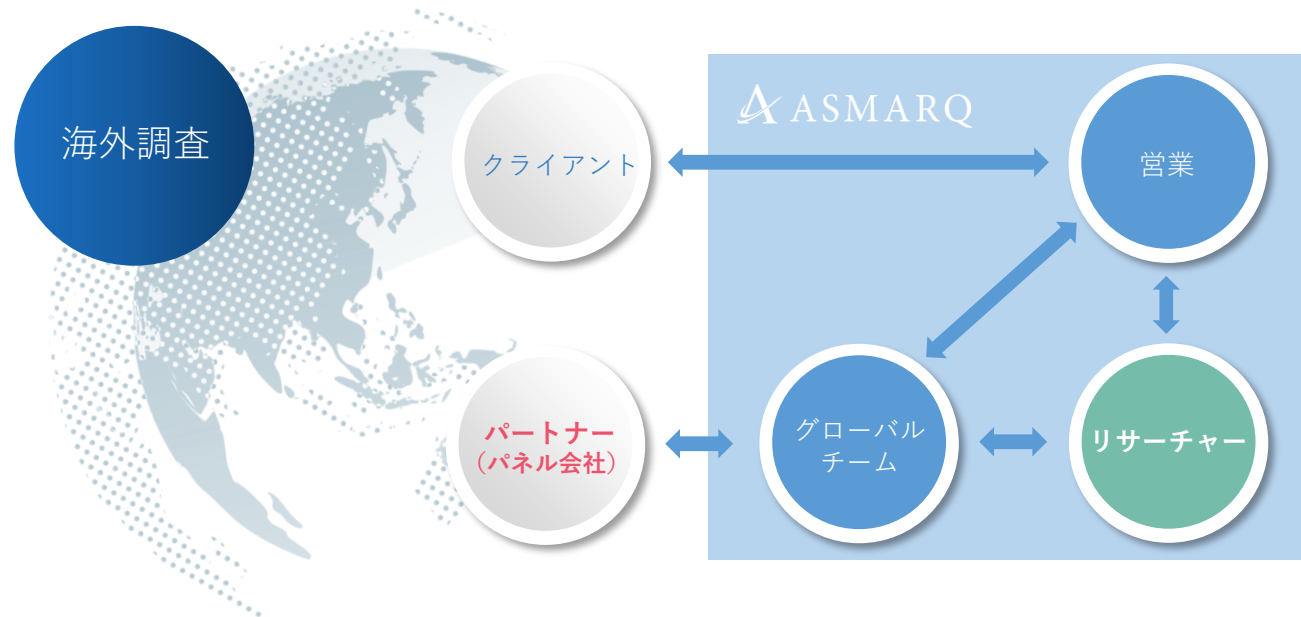
海外調査では“**進め方そのもの**”に違いがあります！

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

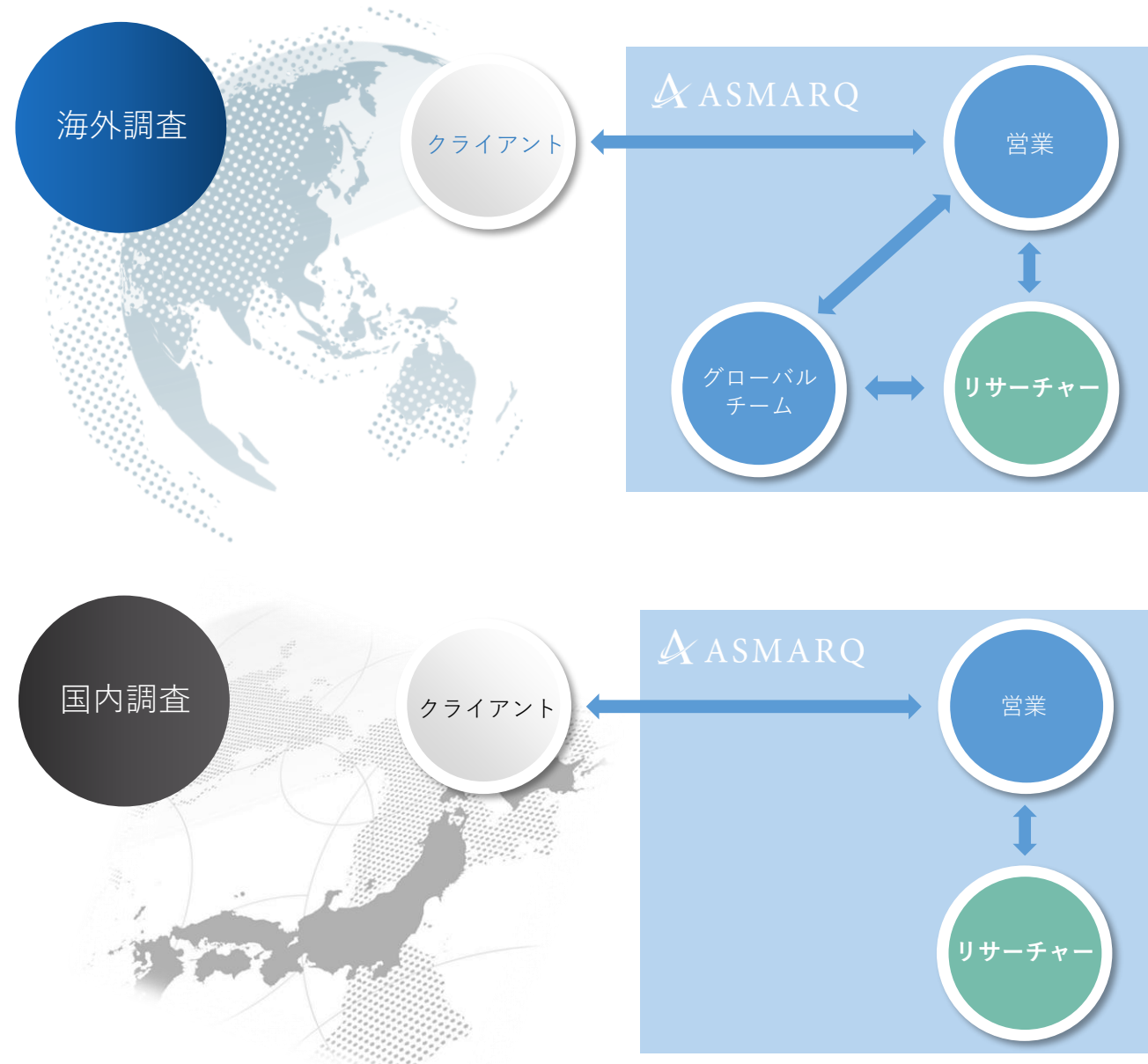
「対象者が本当に集まるか」を確認

- ・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

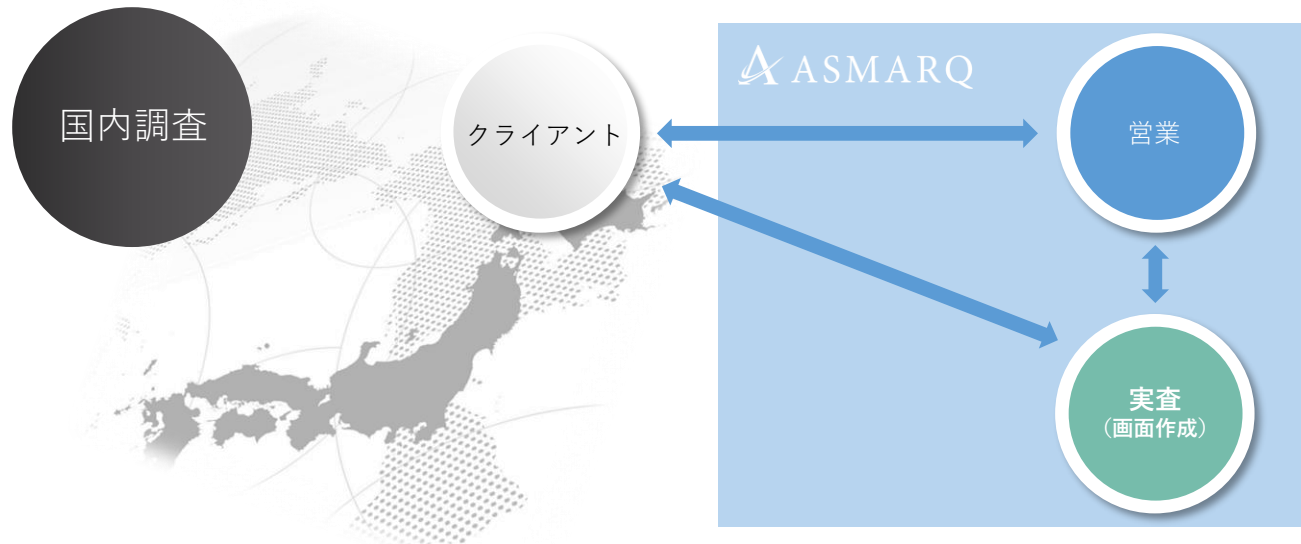
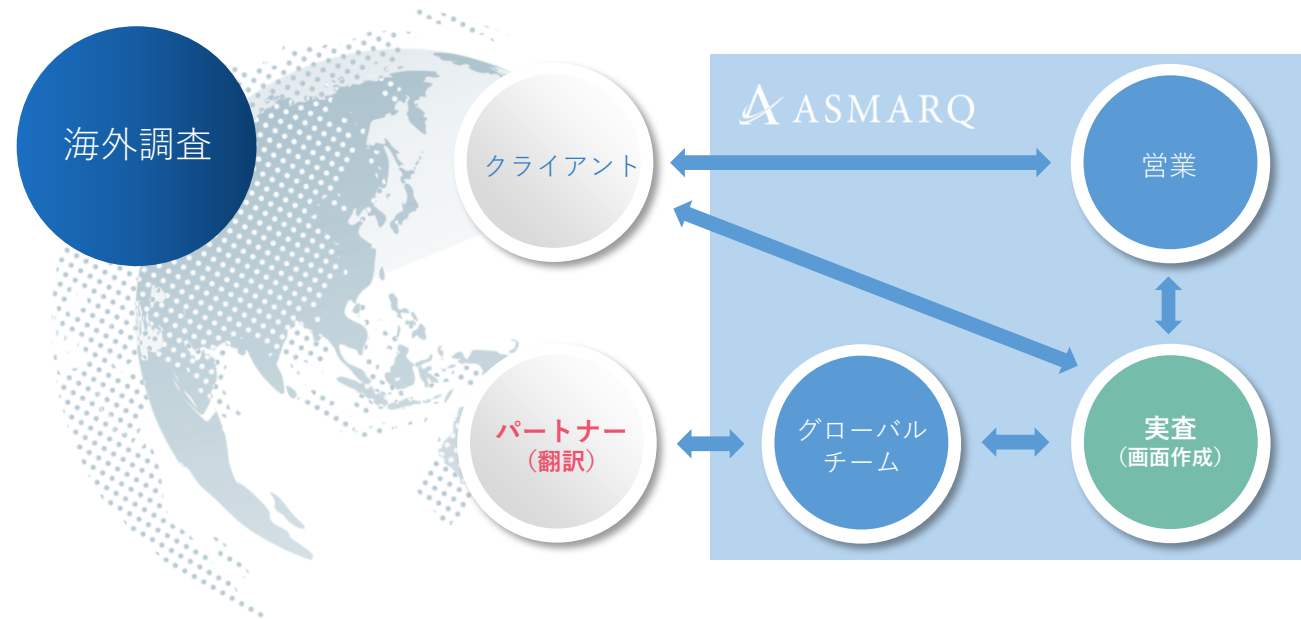
ローカライズは“設問設計の一部”

- ・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



画面作成
ご確認
(1言語)

2～3営業日

利用システム

ORCA(オルカ)

スマホ対応可



日本語画面作成



調査票翻訳



現地語画面作成



☐ 回答の流れは自然か

☐ 適切な制御がかけられているか

☐ 回答時間は計画どおりか

☐ 日本語の意図にあった翻訳になっているか

☐ 表記ゆれはないか

☐ サービス名や商品名の綴りは正しいか

☐ 訳出が正しく反映されているか

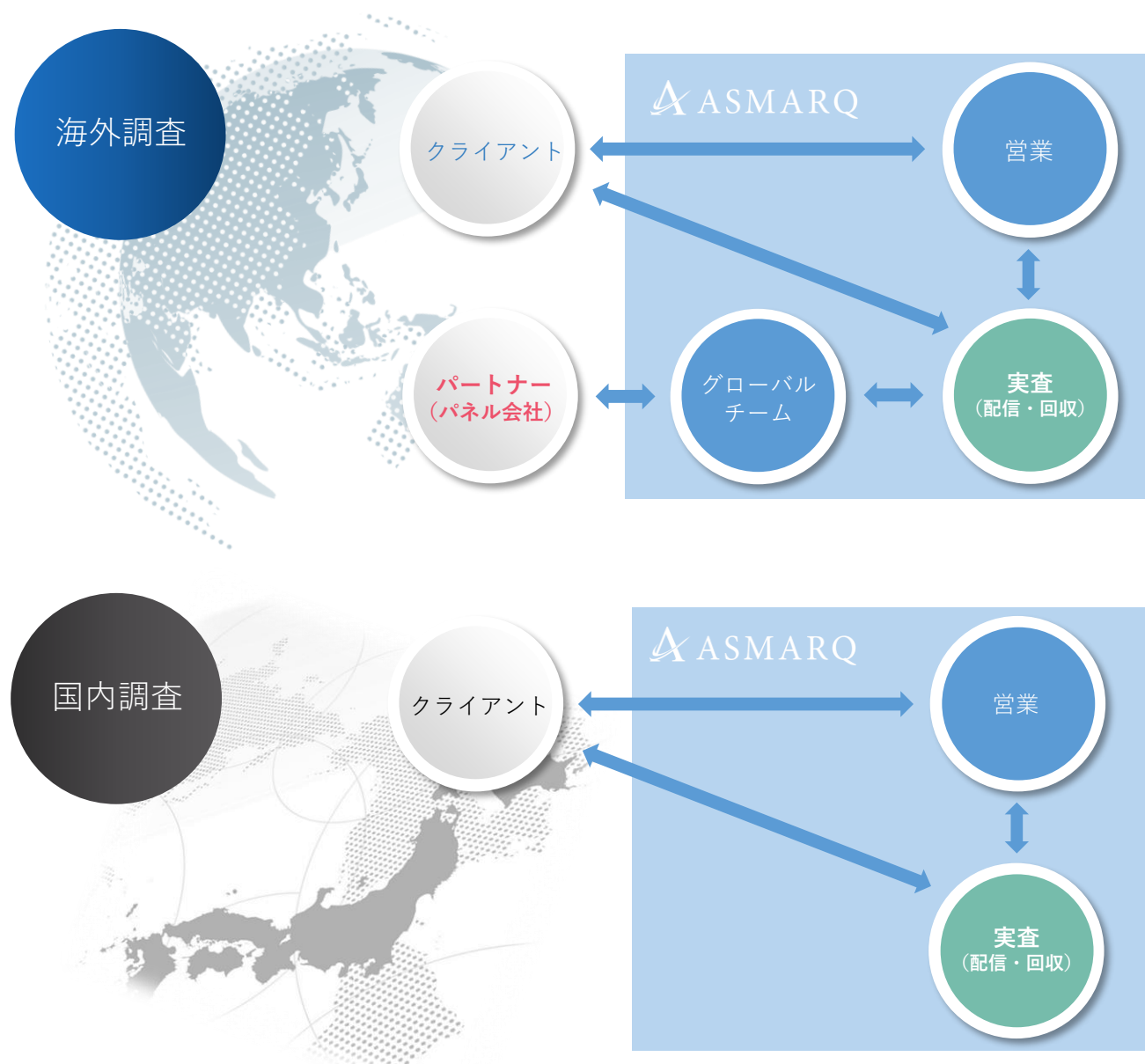
☐ 日本語画面作成時の制御が維持されているか

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

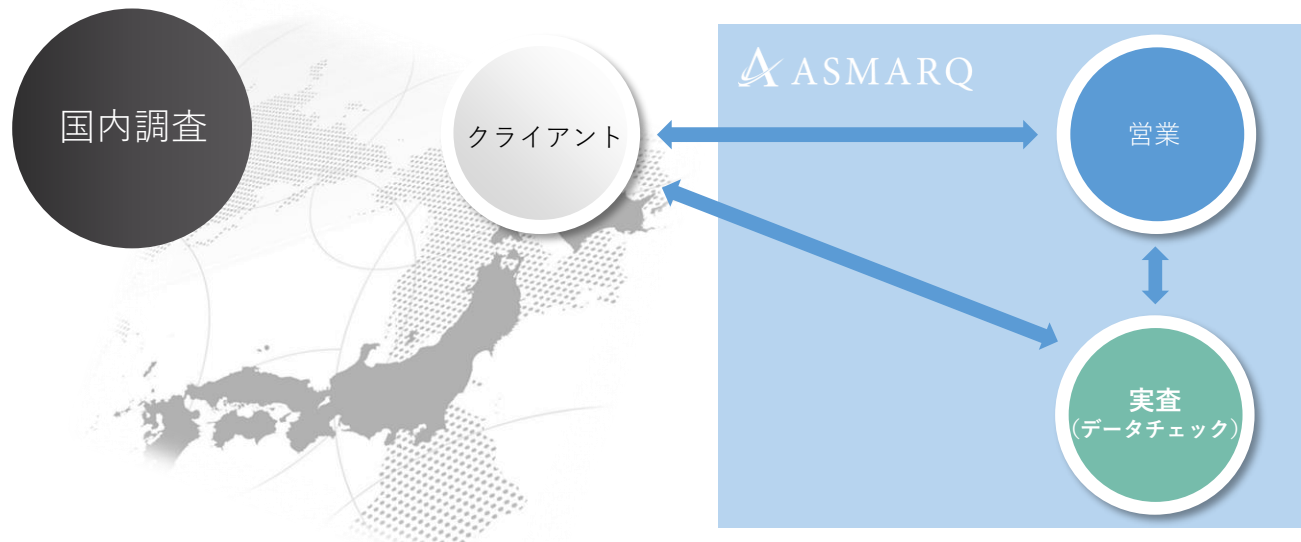
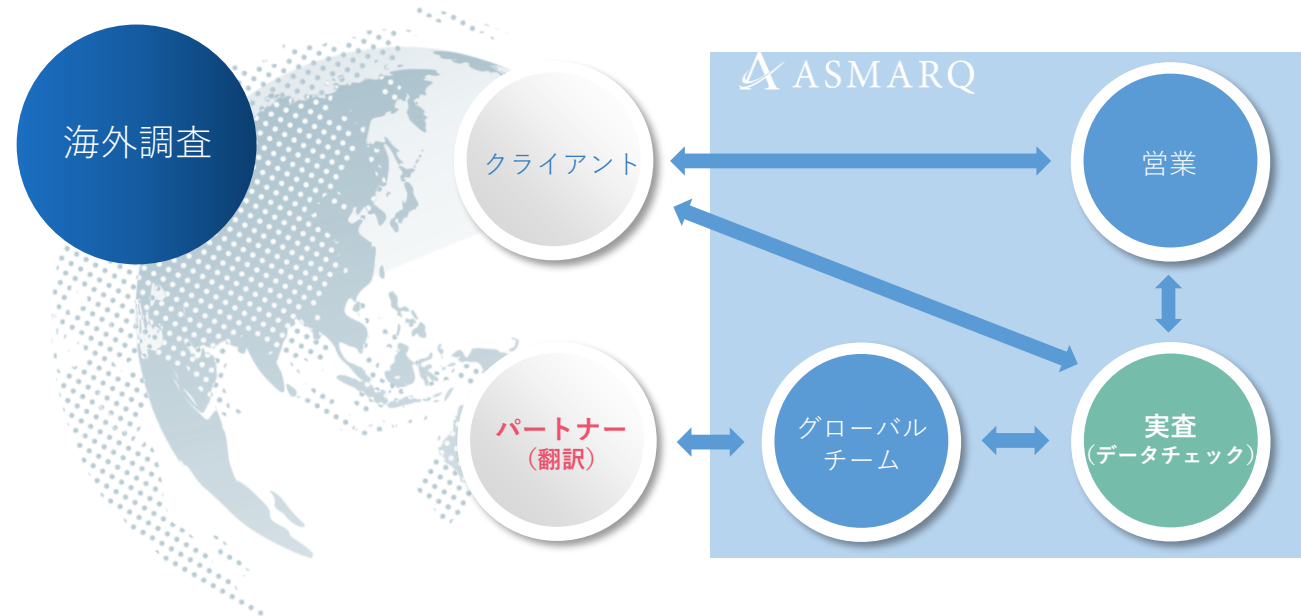
パネル・スクリーニング条件の確認

- ・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

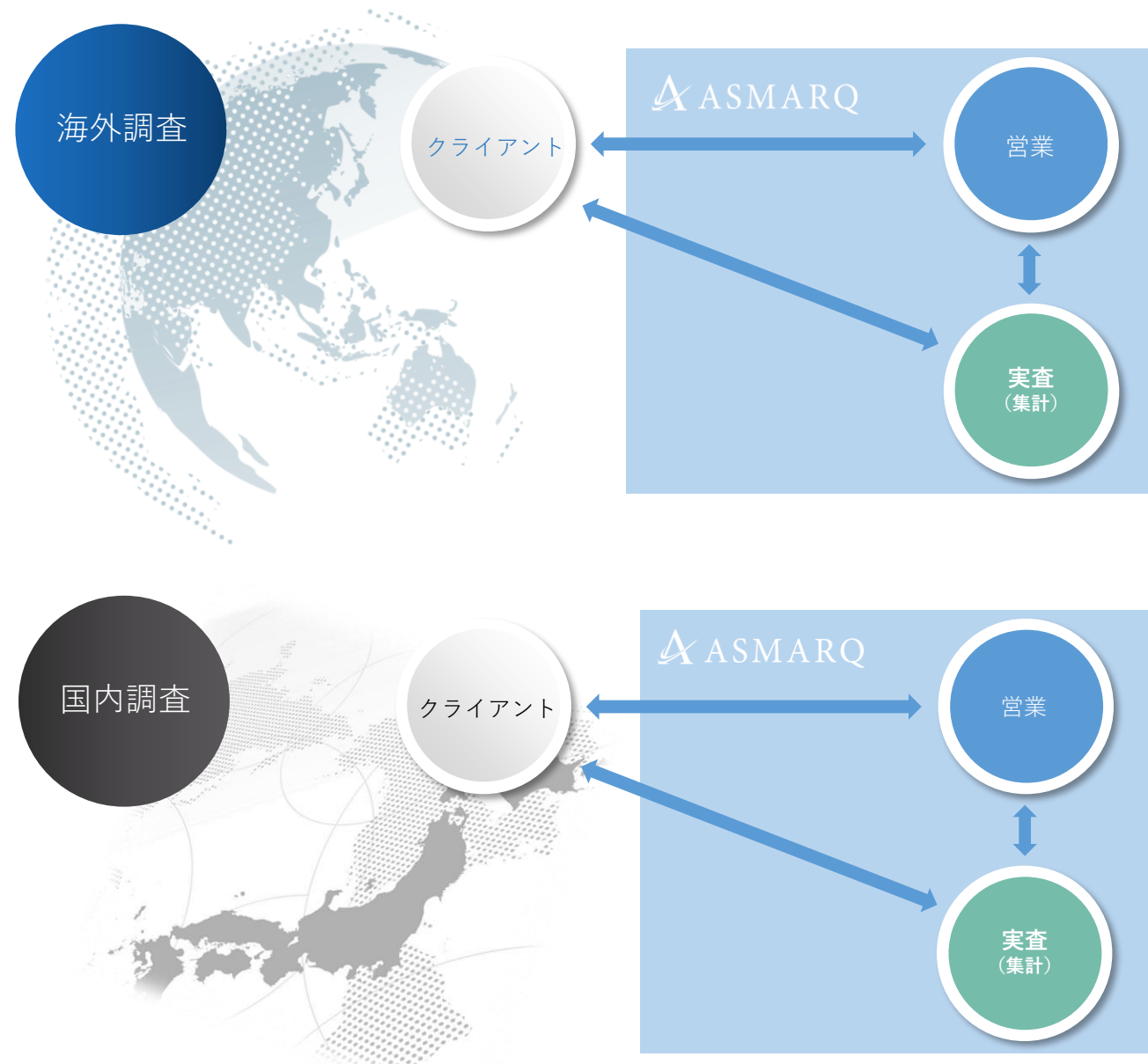
回答傾向は国によって異なる

- ・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

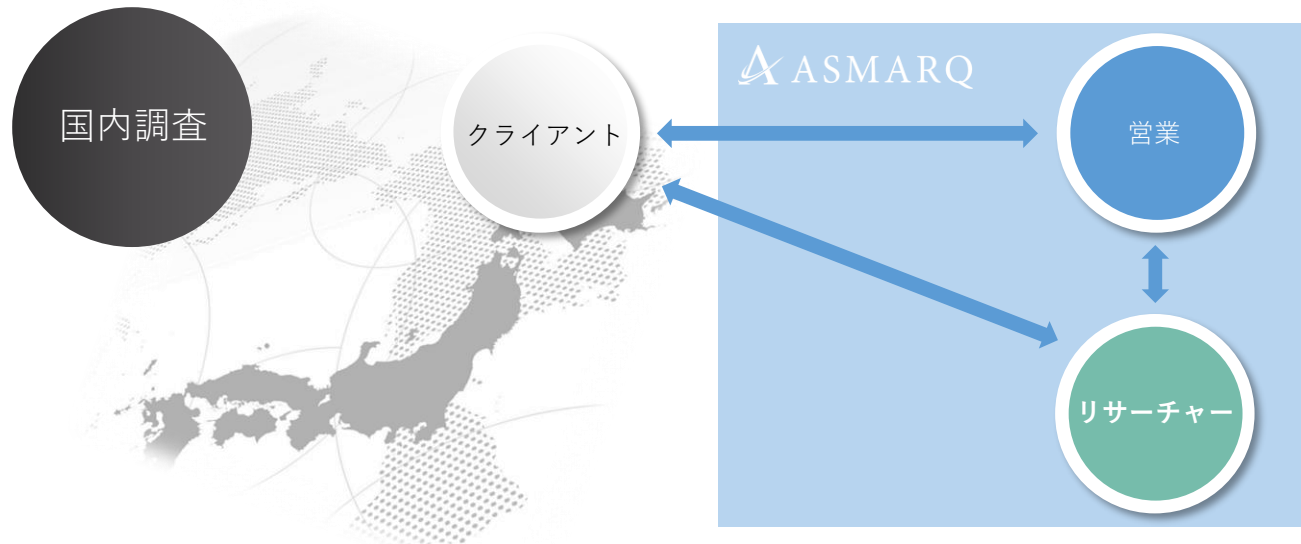
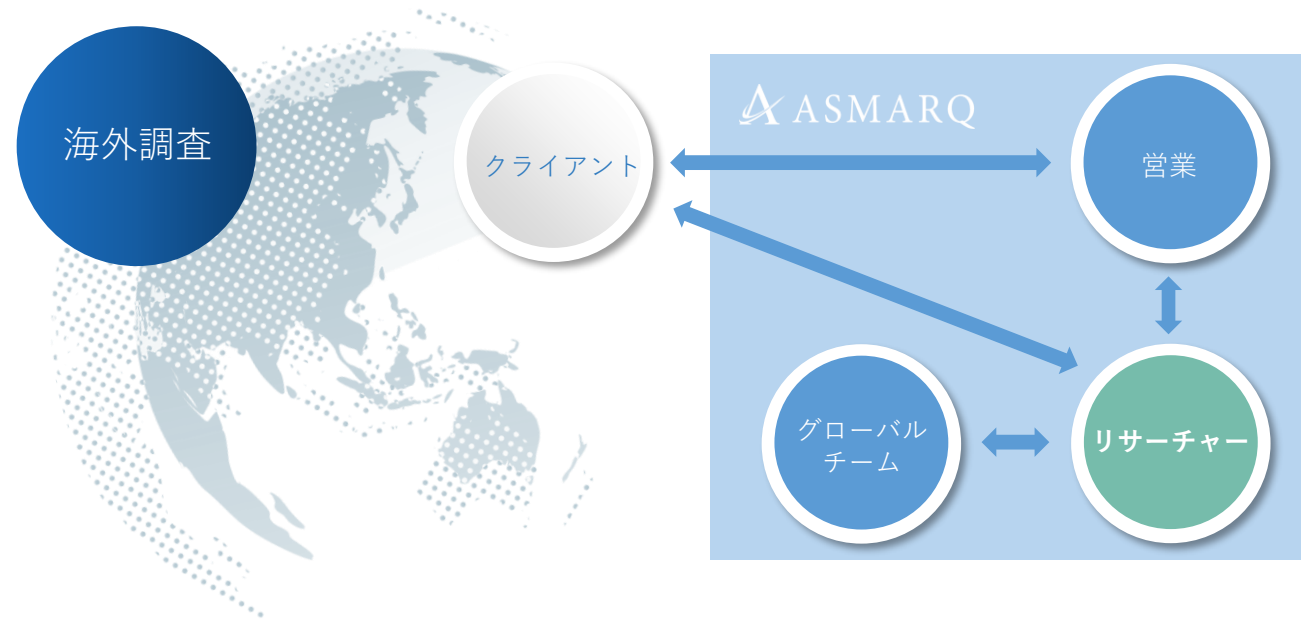
PART.02 アンケート調査フロー別 国内と海外調査の違い

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



ASMARQ

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、
モニターリクルート・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

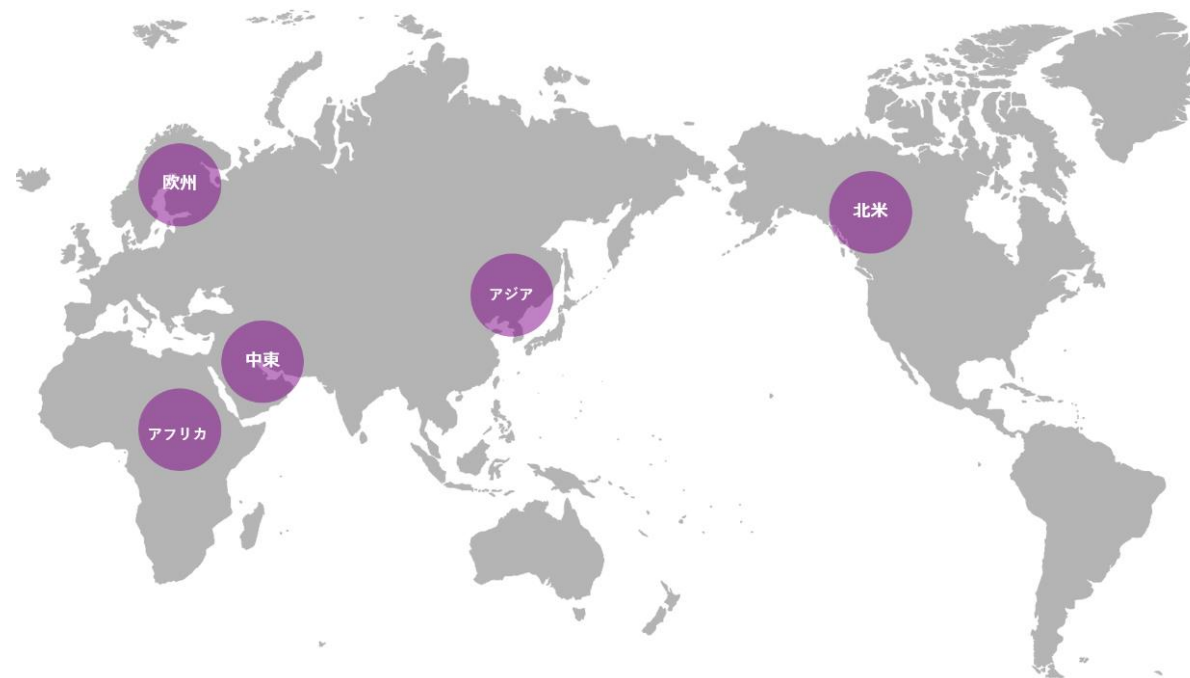
●アジア

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

*英語ので実施にて対応可



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

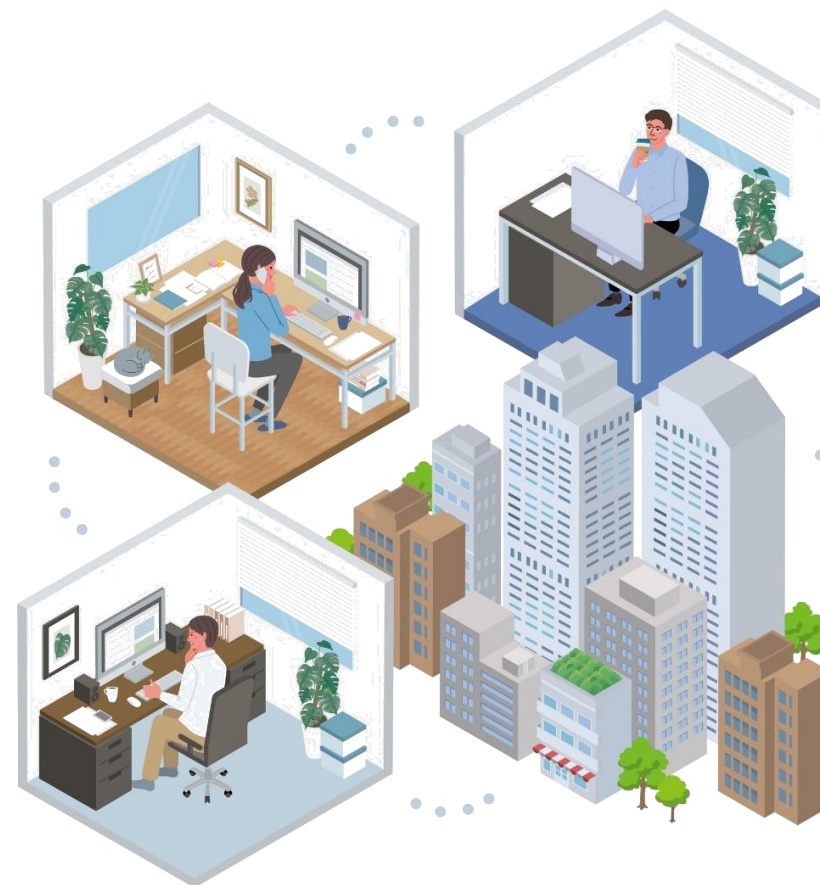
専門知識を持つリサーチャーが在籍し、企画設計からレポートまで一貫対応。
機械的ではなく、よりお客様の意図を汲んだ柔軟なサポートを提供いたします。

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しています。

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 ・ 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

- ・ 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

- ・ 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

