

事例解説セミナー

大手メーカーの オンラインインタビュー

活用術10選

i-PORT voice



1. はじめに
2. 大手メーカーのオンラインインタビュー事例
3. i-PORT voice とは
4. i-PORT voice 機能紹介
5. おわりに



増田 賞 Suguru Masuda (営業2G・リーダー)



自動車ディーラーにて3年半営業を経験し、
コロナ禍真っただ中の2020年11月に調査業界未経験でアスマークに入社。
事業会社チームにて日用品・食品・飲料品メーカーの営業を担当する傍らで、
チームのマネジメントや学術調査チームの立ち上げ、
更には自社システムi-PORT chatのサービス発展・促進など新規事業に参画。



はじめに



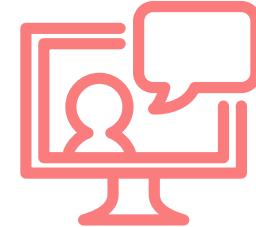
消費者インサイトを効果的に収集するには



従来の調査方法 対面調査やアンケート調査

課題

リアルタイムのフィードバックを得ることが難しい
多様な対象者の幅広い意見を短期間で収集することに限界がある



オンラインインタビュー

消費者の行動や感情をリアルタイムに把握
自宅から参加できるため居住地などの制限がなくリクルートすることができる



大手メーカーの オンラインインタビュー事例



Case1 大手電機機器メーカー



マーケティング課題 と 調査概要	クライアントの課題は、指定のプログラムに対する消費者の理解や提案効果を確認することでした。全国の男女20~69歳を対象に、プログラムへの理解度や推奨される理由を深く探る必要がありました。i-PORT voiceを用いて、オンラインインタビューで地理的制約を超えた広範な消費者層からリアルタイムにフィードバックを収集し、効率的な調査が実現しました。
対象者条件	11ss 全国/男女/20-69歳 指定のプログラムを薦められたことがある方
依頼範囲	リクルート・謝礼・受付
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム・バッклーム機能
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceのバッカルーム機能により、リアルタイムでインタビューを観察しながら柔軟に質問を追加できました。消費者はリラックスした環境で自由に意見を述べることができ、バイアスなく活発な議論が行われました。その結果、消費者の本音を引き出し、具体的な改善点や戦略の示唆を得ることができました。



マーケティング課題 と 調査概要	クライアントは、スマホの買い替えや乗り換えに関する消費者の意識を把握することが課題でした。特定のキャリアを利用する全国の男女20~69歳の層を対象に、スマホの買い替えを検討している消費者の行動や意識を深く理解する必要がありました。調査はi-PORT voiceを用い、全国規模で消費者のインタビューをオンラインで実施しました。これにより、リクルートから分析までスムーズにデータを収集できました。
対象者条件	12ss 全国/男女/20-69歳 特定キャリアのスマホ利用者 3か月以内にスマホの買い替え検討者または格安スマホへの乗り換え検討者
依頼範囲	リクルート、謝礼手配、受付
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バッклーム機能
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceを使うことで、効率的にターゲット層のインサイトを収集できました。バッカルーム機能により、リアルタイムで調査進行の確認や質問の調整ができ、消費者の発言内容を深く理解できました。また、オンラインでプレッシャーを感じることなく自由に発言できる環境を提供し、より活発な意見交換が行われました。



マーケティング課題 と 調査概要	クライアントは、新製品に対する消費者の反応を早期に把握する必要がありました。特に製品に対する初期の印象や購入意欲を確認するために、全国の消費者を対象にして、インタビュー形式での調査が行われました。i-PORT voiceを活用し、オンラインでインタビューを実施することで、短期間で全国規模のデータ収集が可能となり、スムーズにフィードバックが集まりました。
対象者条件	12ss 全国/男女/年齢不問 新発売の商品を2週間に1回以上の頻度で喫食した方
依頼範囲	スクリーナー作成、リクルート、モダレーター・書記手配、テスト品発送、当日運営、発言録・レポート納品
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム機能、全画面機能
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceでは、調査の進行をクライアントがリアルタイムで確認でき、必要に応じて質問を追加することができました。これにより、消費者の率直な意見を引き出し、製品に対する具体的な改善点を発見することができました。オンラインインタビューの環境も、参加者がリラックスして発言できるため、より深い洞察を得ることができました。



マーケティング課題 と 調査概要	あるメーカーは、特定のシニアのターゲット層に対して、商品の使用感や効果に対する意見を集めることが課題でした。i-PORT voiceを活用することで、全国のユーザーから迅速にフィードバックを収集し、商品改善に役立つインサイトを得ることができました。
対象者条件	9ss 全国/男女/50-64歳/未婚or離死別/子なし 持ち家または賃貸に1人暮らし
依頼範囲	スクリーナー作成、リクルート、モダレーター・書記手配、画像回収、当日運営、 録音・発言録・レポート納品
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム、画面共有での資料提示、録画
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceのチャットルーム機能によりモダレーターへの追加質問が即座にできることで、消費者に聞きたいことが明確になり商品の効果に関するリアルな反応を得ることができました。さらに、バックルーム機能を活用してクライアント側がリアルタイムでインタビューを観察し、調査の進行をスムーズに管理できたため、効率的なデータ収集が実現しました。



マーケティング課題 と 調査概要	大手製紙メーカーは、Z世代を対象に製品やブランドの受容性を把握することが課題でした。Z世代の価値観や消費行動に基づき、製品認知や購買意欲、環境意識を調査し、今後の製品開発やブランド戦略に役立てるためのオンライン調査やインタビューを実施します。
対象者条件	12ss 全国/女性/20-39歳/既婚/子あり（1歳-1.6か月） 直近3ヶ月ターゲット製品のみ仕様
依頼範囲	スクリーナー作成、リクルート、モデレーター・書記手配、画像回収、当日運営、発言録・レポート納品
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム、画面共有での資料提示、録画
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceのオンライン環境により、全国の消費者と効率的にインタビューを実施できました。また、クライアントがリアルタイムで観察しながら質問追加などのアクションが取れたため、調査精度が高まりました。消費者はリラックスした環境で自由に意見を述べることができたため、課題に対する詳細な情報を得ることができました。



マーケティング課題 と 調査概要	家電メーカーは、新型製品に対する消費者の使用体験や満足度を確認する必要がありました。特に、機能の使いやすさやデザインについての意見を収集し、製品改善に役立てることが求められていました。i-PORT voiceを使用して、全国の消費者を対象にインタビューを実施し、リアルタイムで消費者のフィードバックを集めることができました。
対象者条件	4ss x 4Gr 全国/男女/20-49歳 該当のウォーターサーバーもしくはペットボトル/浄水器/水道水を飲用中
依頼範囲	スクリーナー作成、リクルート、モデレーター・書記手配、画像回収、当日運営、発言録・レポート納品
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム、画面共有での資料提示、録画
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceのバックルーム機能により、インタビュー中にクライアントが進行を確認しながら調査を柔軟に進めることができました。消費者はリラックスした環境で製品について自由に意見を述べることができ、特に使いやすさやデザインに関する貴重なフィードバックを得ることができました。これにより、具体的な改善策を早期に導き出すことが可能となりました。



マーケティング課題 と 調査概要	大手家電メーカーは、開発中の衣類乾燥機において、受容性調査を実施し消費者ニーズや使用意向を把握する。必要がありました。特定のターゲット層を対象にして、i-PORT voiceを活用し、全国規模での消費者インタビューを効率的に実施し、ターゲット層からのリアルなフィードバックを収集しました。
対象者条件	2ss x 6Gr 北海道・東京・埼玉・大阪/男女/20-49歳/DEWKS世帯/戸建て/洗濯の主体者
依頼範囲	スクリーナー作成、リクルート、モデレーター・書記手配、画像回収、当日運営、発言録・レポート納品
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム、画面共有での資料提示、録画
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceのチャットルーム機能によりモデレーターへのスムーズな指示出しにより、グループダイナミクスが活性化され消費者同士で意見交換を行い、製品のコンセプトやデザイン、機能に対するリアルな評価を収集しました。さらに、バックルーム機能を利用してクライアントがインタビュー進行を観察しながら、必要に応じて進行フローを調整することができました。これにより、調査が効率的に進められ、消費者の購入意欲に関する重要なインサイトが得られました。



マーケティング課題 と 調査概要	ある調査会社はクライアントとなる家電メーカーにおける自社製品の冷蔵庫について、今後の施策や戦略立案を目的に、消費者の使用実態を正確に理解し具体的なデータを基に課題やニーズを明確にする必要がありました。i-PORT voiceを用いて、全国の消費者から詳細なインサイトを集め、製品開発に役立てる示唆を得ています。
対象者条件	4ss × 4Gr 全国/20-59歳/男女 普段料理をしている 冷蔵庫購入の選択・決定権がある方
依頼範囲	リクルート、受付
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム機能
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceでは、消費者のリアルタイムな意見交換を通じて、ブランドイメージや購買意欲に関する深いインサイトが得られました。バックルーム機能により、クライアントが調査進行を見守りながら、柔軟に質問を追加することで、消費者の率直な意見を引き出すことができました。結果として、新製品のコンセプトやデザインに関する具体的な改善点が浮き彫りになりました。



マーケティング課題 と 調査概要	大手電機機器メーカーは、新商品の市場導入に際し、その受容性を把握する必要があり、i-PORT voiceを用いて消費者のニーズや市場での反応を事前に調査することで、製品のポジショニングや訴求ポイントを明確にし効果的なマーケティング戦略の立案へ役立てました。
対象者条件	20ss 全国/20-59歳/男女 ペットを飼っている方
依頼範囲	WEBアンケート、リクルート、受付
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム機能、資料共有
i-PORT voiceで実現	オンラインの特性を生かし、開発中のLPをモニターに見せながらインサイトの深堀ができました。i-PORT voiceのバックルーム機能を使い、調査の動向についてクライアントが進行を見守りながら質問を調整でき、柔軟で効率的な調査が実現しました。これにより、課題に関する具体的な改善点が見つかり、受容性理解に役立つ貴重な示唆を得ることができました。



マーケティング課題 と 調査概要	クライアントである調査会社は、特定疾患に対する新しい医薬品の市場受容性を把握するための調査を実施する必要がありました。患者や医療関係者のニーズや期待、また市場における反応を事前に明らかにすることで、医薬品の効果的な導入戦略や販売計画の策定をサポートすることが求められています。 来場型調査が難しい背景から、i-PORT voiceでのオンラインインタビューをご希望いただきました。
対象者条件	12ss 全国/20-49歳/女性/既婚 特定疾患の治療中・過去経験あり
依頼範囲	リクルート、プロフィールシート作成、受付、録音データ納品
i-PORT voiceの利用機能	個別チャットルーム、バックルーム機能、マスターURL
i-PORT voiceで実現	i-PORT voiceのバックルーム機能を活用することで、テーマがセンシティブな内容であっても、対象者は見学者の存在を気にせず、自由に活発な発言を行うことができました。その結果、調査においてもバイアスのかからない、より正確で深層的なインサイトを抽出することが可能となり、質の高いアウトプットが得られました。



i-PORT voice とは



リサーチ特化型のオンラインインタビューシステム



- ・定性調査に強い、アスマークの独自開発
パネルも保有する調査会社が開発。調査者が欲しい機能が全てあります
- ・パッケージ評価や試食調査までオールジャンル対応
オンラインだからこそできる調査も。あらゆるマーケ課題にリーチできます
- ・同時通訳機能や言語選択機能を搭載
海外調査のインタビューにおいてもスムーズな実施に定評があります

こんな悩みを解決



Case 1

見学者の姿が調査モニターに見えていないか心配…

見学者に「見られている」感覚（バイアス）をなくして自然体で
インタビューに参加してもらうために、参加者には見学者が見えない設計になっています。

Case 2

バックルーム同士でインタビュー中の気付きを共有したい

インタビューの様子を見ながら、見学者同士でチャットすることができるため、
本社や現場など離れた環境でも、円滑なコミュニケーションが可能です。

こんな悩みを解決



Case 3

参加者が当日に接続できるか心配

モニターのインタビューURLは、事前の接続テストをクリアした方のみ発行！
セルフできる、接続テスト機能も搭載しています。

Case 4

対面時と同じように、モニターの表情や目線も観察したい

バックルームでは、見学者の方がそれぞれご自身の好きな大きさで、
気になるモニターを拡大表示し観察することが可能！
全画面表示にも対応しているので、モニターの視線の変化もしっかりチェックしていきます。



i-PORT voice 機能紹介



i-PORT voice 機能紹介

インタビューを実施する モデレーター

インタビューの命運を握る進行役、モデレーターにとっては、プラットフォームの機能や操作性は最重要。

i-PORT voiceには、調査実務に強いアスマークだから施せた精微で多彩な機能が充実しています。



主な機能

- 複数インタビューが単一URLで見学可能
- モニターの視線や表情を拡大！
全画面機能
- 個別チャットルーム
- インタビュー中に資料や動画を提示！
- 入室をコントロールできる待機室機能
- バックルーム機能
- 資料をクラウド保管 & 関係者共有
- 録画データは「クラウド保存」で確実
- 海外調査機能
★同時通訳機能等

インタビューを見る・聞く 見学者

i-PORT voiceでは、見学者の存在が隠せる**バックルーム機能**を始めとし、インタビュー内容の質に着目した、調査者目線の充実機能が満載。

オフライン調査の再現はもちろん、
オンラインだからこそ価値あるインタビューも実現できます。



主な機能

- 複数インタビューが単一URLで見学可能
- 資料をクラウド保管 & 関係者共有
- モニターの視線や表情を拡大！
全画面機能
- 個別チャットルーム
- バックルーム機能
- 海外調査機能
★同時通訳機能等



調査でよくある事象1.
見学者が誤って「顔出し」



バックルーム機能



i-PORT voiceの「バックルーム機能」なら
見学者が誤って顔や声を出してしまっても防ぎ
対象者にとって「監視されている」という
バイアスもシャットアウトが可能

調査でよくある事象2.

関係者外へ機密情報を誤送付



i-PORT voiceの「個別チャットルーム機能」なら
モダレーター×バックルーム、モダレーター×コーディネーター、など
階層が細分化されているため安心
誤ってもモニターへは「直接 kontakt はとれない」仕組みに



調査でよくある事象 3. 海外との連携が煩雑



海外調査機能
★同時通訳機能等



i-PORT voiceの「海外調査機能」なら
簡単に設定できる同時通訳ルームで双方向に調査が可能
自由に使える「言語選択機能」もあり
モニターやクライアントが海外の方でもスムーズに

個人情報を保有せず、録画データを共有
アーカイブ配信機能



打合せ～実査まで1人1URLで完結
ブリーフィングルーム機能

おわりに



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3,000件超

ホーム
ユーステスト
事業

約300件超

会場調査
事業

約250件超

※21期実績

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ダレーター ネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモダレーター」とつながりがあり
案件ごとに最適なモダレーターのアサインが、スムースに可能です。

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

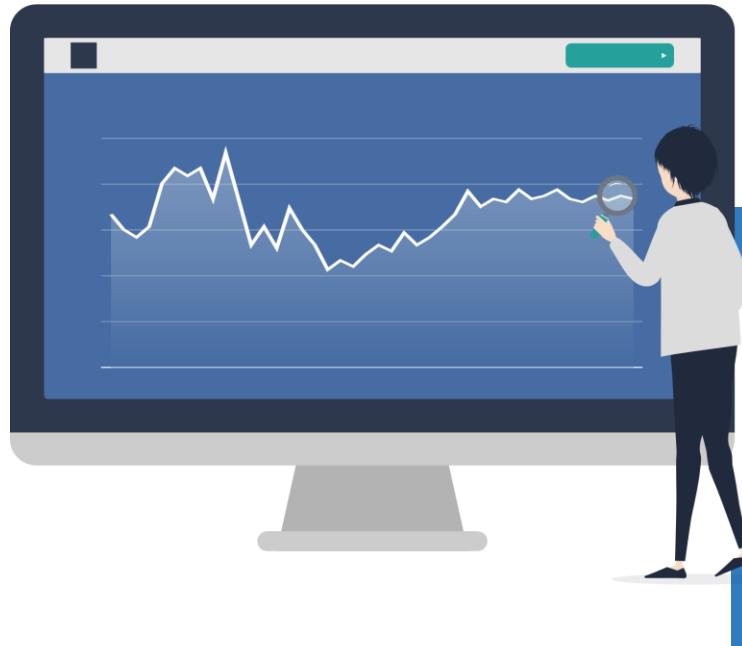
小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、
無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



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ティング・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～分析レポートティ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。



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、デプ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

調査会社開発・チャットインタビューツール



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ます。

5つのポイント

調査会社視点で開発
インタビューア・
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

