

ONLINE SEMINAR



事例で学ぶ

デザイン開発 調査プログラム

データに基づいた 戦略立案 と 実践プロセス

2025.09.18 木 13:00-13:45



トリニティ株式会社
織田 浩平



株式会社アスマーク
石橋 和真

1. はじめに
2. デザイン調査とは
3. 目的別：調査ステップ
4. 事例紹介
5. デザイン調査を支える、リサーチの品質





トリニティ株式会社

デザインリサーチディビジョン・マネージャー、シニアデザインリサーチャー

織田 浩平（おだ こうへい）

日系サービス業企業の調査部門でリサーチャーを7年間務め、大手広告素材制作会社を経て現職。定量リサーチ、定性リサーチ、デザインリサーチ等をマルチに手掛ける傍ら、デザイン思考の考え方を取り入れた国内・海外のユーザーインサイトリサーチ、エスノグラフィの経験を多数有する。豊富なリサーチ経験を生かし、インサイト調査研修の講師も数多く経験している。



株式会社アスマーク

営業部 マネージャー

石橋 和真（いしばし かずま）

新卒で金融業界に入社し、法人・個人向け営業を経験。その後、2016年にアスマークへ入社。リサーチ営業として様々な業種のクライアントに対し、課題に応じた調査設計・提案を実施。入社4年目よりリーダーとしてチームマネジメントを行いながら、プレイヤーとしても高い成果を継続。2024年12月よりマネージャーに昇格し、営業グループ全体の目標達成と組織強化に取り組んでいる。

はじめに

「デザイン調査」をより深く正確に。

デザインの専門性と、リサーチの品質。
デザイン開発の『なんとなく』をなくし、"正確なエビデンス"に基づく意思決定を実現



質の高いパネルとリサーチ実務スキル

- 大規模かつ特殊条件にも対応可能なパネルネットワークにより質の高いリクルートが可能
- 豊富な実績をもとにしたリサーチ設計とディレクション能力
- 世界各国のモニターにリーチできるグローバルリサーチの対応力



専門的なデザインリサーチコンサルティング

- プロダクトデザインの方法論に基づくデザイン評価フレームワークを保有
- 豊富なデザインコンサルティング及びデザインリサーチの実績
- 世界各地のデザイン有識者ネットワークを保有

【トリニティ株式会社 紹介】

トリニティは、1997年に設立されたデザインコンサルティング・ファームです。
ドムスアカデミー（大学院大学・ミラノ在）との協働に始まった創業当時から、
常に「広いデザイン概念」での活動を行っています。



デザイン調査とは

【 講師紹介 】

トリニティ株式会社
デザインリサーチディビジョン・マネージャー、
シニアデザインリサーチャー

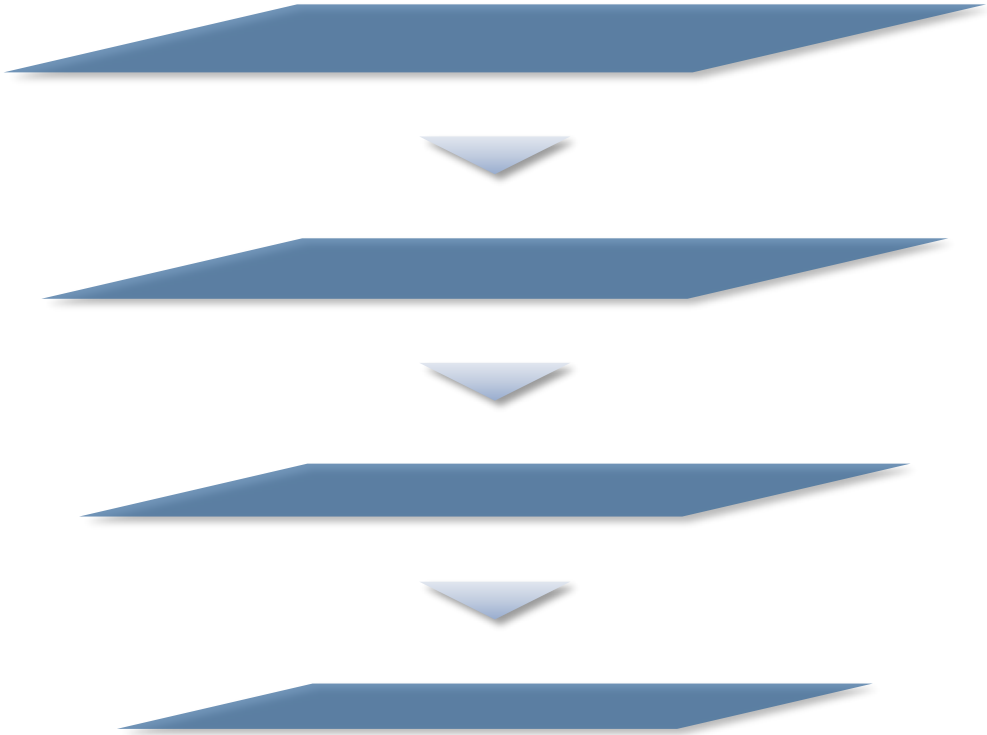
織田 浩平



日系サービス業企業の調査部門でリサーチャーを
7年間務め、大手広告素材制作会社を経て現職。
定量リサーチ、定性リサーチ、デザインリサーチ等をマルチ
に手掛ける傍ら、デザイン思考の考え方を取り入れた国内・
海外のユーザーインサイトリサーチ、エスノグラフィの経験
を多数有する。
豊富なリサーチ経験を生かし、インサイト調査研修の講師も
数多く経験している。

トリニティのリサーチの特徴

コンサルテーション型リサーチ でお客様の開発や提案活動に伴走します。



地図や羅針盤を作る

現在地と目指すべき方向性は？

仮説構築

トレンド分析（フォーキャスト型アプローチ）

将来予測（バックキャスト型アプローチ）

価値を見つける

誰のために、なぜ、どんなものを？

ユーザーインサイト洞察

アイデアを発想する

新しいアイデアを作る

アイデア創出ワークショップ

アイデアを検証する

アイデアを検証、ブラッシュアップ

コンセプト受容性検証

トリニティの実績

25

years

国内大手製造業を中心に25年を超える
調査、コンサルテーションの実績

50

areas

これまで世界50地域以上で
調査プロジェクトを実施

22

Countries

グローバルに跨る専門性の高い
パートナーネットワークを構築

目的別：調査ステップ

こんなお悩みありませんか？

下記のようなお悩みに対してトリニティ×アスマークが提供できるアプローチについて、調査の実例を交えて解説させていただきます。

1. 過去のデザインをふまえて「なんとなく」デザイン案を作成している
2. 海外向けデザインも日本人的感覚のまま作成している
3. 地域ごとに好まれるデザインの違いが具体的に分からない
4. デザイン選定が担当者の主観で決まってしまう
5. 組織としてデザインの知見が蓄積できていない

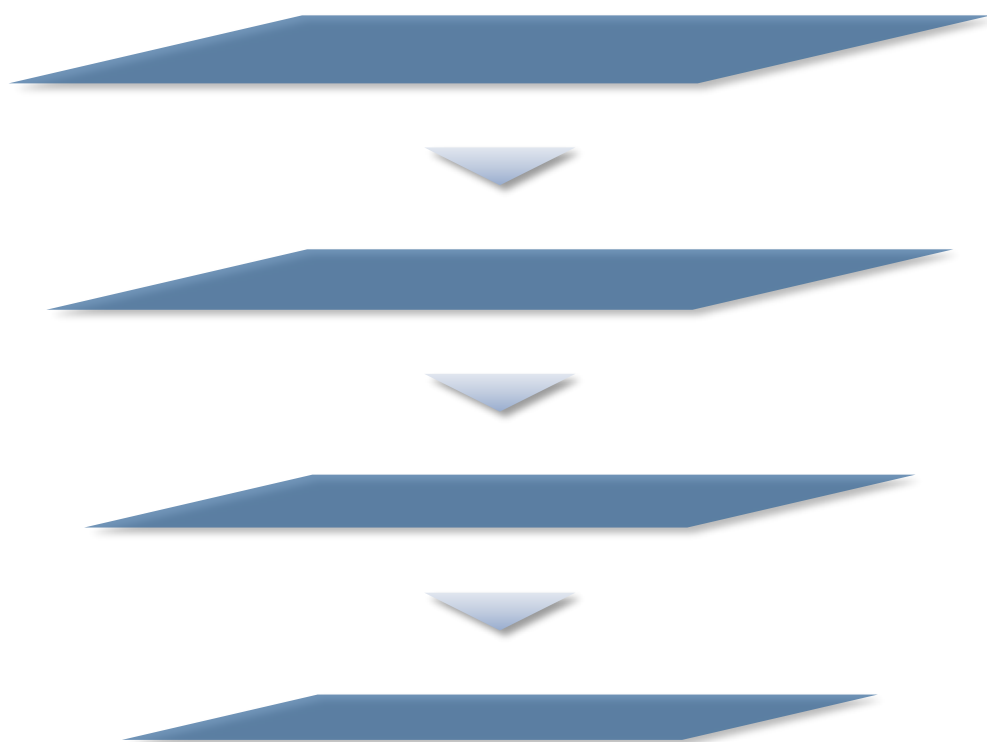
デザイン開発のための調査にはどんな種類があるの？

一口にデザイン開発のための調査といっても、開発のプロセスやデザインの種類によって、多様な調査が行われています。

1. デザイントレンド調査
2. 価値観/ライフスタイル調査
3. デザイン嗜好性把握調査
4. ターゲット理解のためのUX調査（エスノグラフィー、ペルソナ/ジャーニー策定）
5. ユーザビリティテスト
6. デザインクリニック など

開発プロセスに合わせて戦略的に運用する必要がある

これらの調査を開発プロセスに合わせて効果的に組み合わせることで、質の高いデザイン開発に繋がります。



地図や羅針盤を作る

現在地と目指すべき方向性は？

デザイントレンド調査
価値観/ライフスタイル調査

価値を見つける

誰のために、なぜ、どんなものを？

デザイン嗜好性把握調査
ターゲット理解のためのUX調査

アイデアを発想する

新しいアイデアを作る

デザイン案の作成

アイデアを検証する

アイデアを検証、ブラッシュアップ

ユーザビリティテスト
デザインクリニック

こんなお悩みありませんか？

下記のようなお悩みに対してトリニティ×アスマークが提供できるアプローチについて、調査の実例を交えて解説させていただきます。

1. 過去のデザインをふまえて「なんとなく」デザイン案を作成している
2. 海外向けデザインも日本人的感覚のまま作成している
3. 地域ごとに好まれるデザインの違いが具体的に分からない
4. デザイン選定が担当者の主観で決まってしまう
5. 組織としてデザインの知見が蓄積できていない

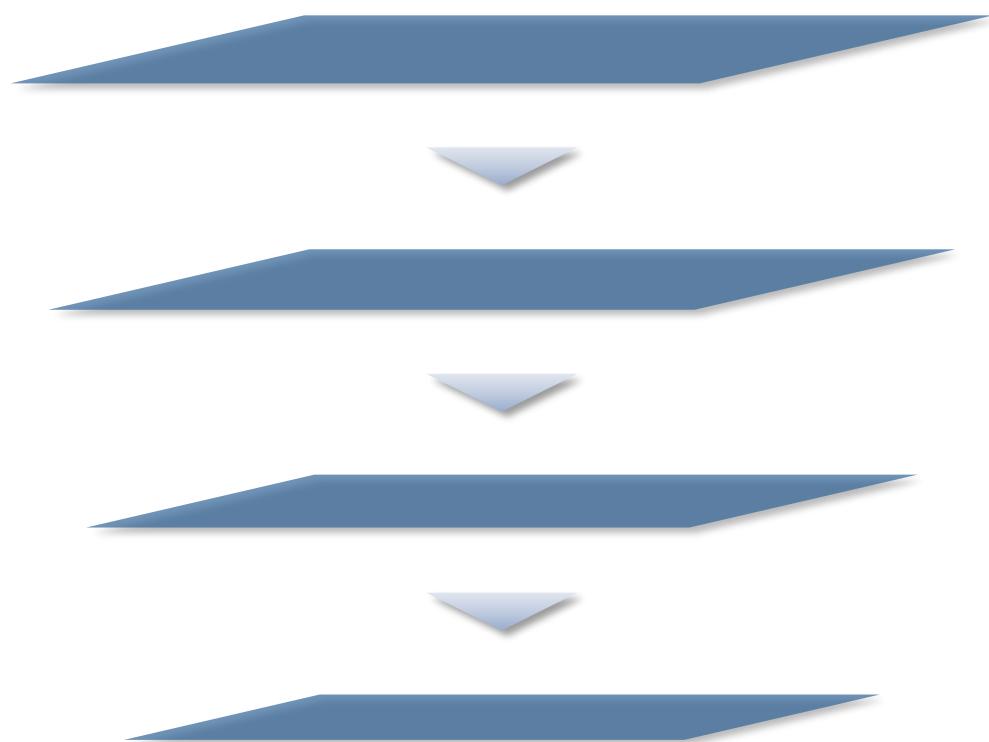
1. 過去のデザインをふまえて「なんとなく」デザイン案を作成している
2. 海外向けデザインも日本人的感觉のまま作成している
3. 地域ごとに好まれるデザインの違いが具体的に分からない



それぞれの仕向け地やターゲットにあったデザイン案を作成するためには、ユーザーのデザインに対する嗜好性を予め可視化しておくことが求められる。

そのために、どんなポイントを抑えた調査や情報収集をすればよいの？

デザイン開発プロセスに合わせて戦略的に運用する必要がある



地図や羅針盤を作る

現在地と目指すべき方向性は？

デザイントレンド調査
価値観/ライフスタイル調査

価値を見つける

誰のために、なぜ、どんなものを？

デザイン嗜好性把握調査
ターゲット理解のためのUX調査

アイデアを発想する

新しいアイデアを作る

デザイン案の作成

アイデアを検証する

アイデアを検証、ブラッシュアップ

ユーザビリティテスト
デザインクリニック

目的別：調査ステップ

Case 1.



インテリア、プロダクトのデザイン嗜好性把握調査（世界10都市）

インテリアやプロダクトなどの画像を元に、好まれる画像、画像から受ける印象を聴取。
地域別の画像の選好度合を統計的にプロットすることで、地域毎のデザイン嗜好性の共通点と差異を考察。

Case 2.



住宅設備のデザイン嗜好性把握調査（国内）

上市されているプロダクトの画像を元に、好まれるビジュアル、ビジュアルから受ける印象（イメージワード）を聴取。ビジュアルとイメージワードの関係性から、今後、狙うべきポジション（イメージの方向性）を考察し、デザインコンセプトを策定。

それぞれの仕向け地やターゲットにあったデザイン案を作成するためには、ユーザーのデザインに対する嗜好性を予め可視化しておくことが求められる。そのために、どんなポイントを抑えた調査や情報収集をすればよいの？



- ビジュアルをベースとした言語のバイアスを受けづらい、地域間での共通性を持たせやすい調査項目を設計
- デザイン評価の背景にあるデザインイメージ、デザイン要素、デザイン表現までを探索し読み解く
- ビジュアル × ユーザー評価を構造化することにより、戦略やコンセプト策定のための航海図や羅針盤を作る

参考：デザインを評価するフロー

デザインの
好ましさ

ビジュアルを提示し、絶対評価 → 相対評価の順番でデザインの好意度を聴取。
質問例) 以下の「●●●」を比べて、デザインが好ましいと思うものはどれですか？

デザインから感じる
イメージ

デザインから感じるイメージをイメージワードで聴取。
質問例) 「●●●」のイメージに当てはまるものをお選びください。

そのイメージを感じる
デザイン要素

そのイメージをどの部位やデザイン要素から感じるかを聴取。
質問例) 「●●●」のイメージについて、どこからそのように感じたかをお選びください。

好ましさを感ずる理由

自由回答で評価理由を聴取。
質問例) 「●●●」のデザインについて、好ましいと思う点を具体的にお聞かせください。

こんなお悩みありませんか？

下記のようなお悩みに対してトリニティ×アスマークが提供できるアプローチについて、調査の実例を交えて解説させていただきます。

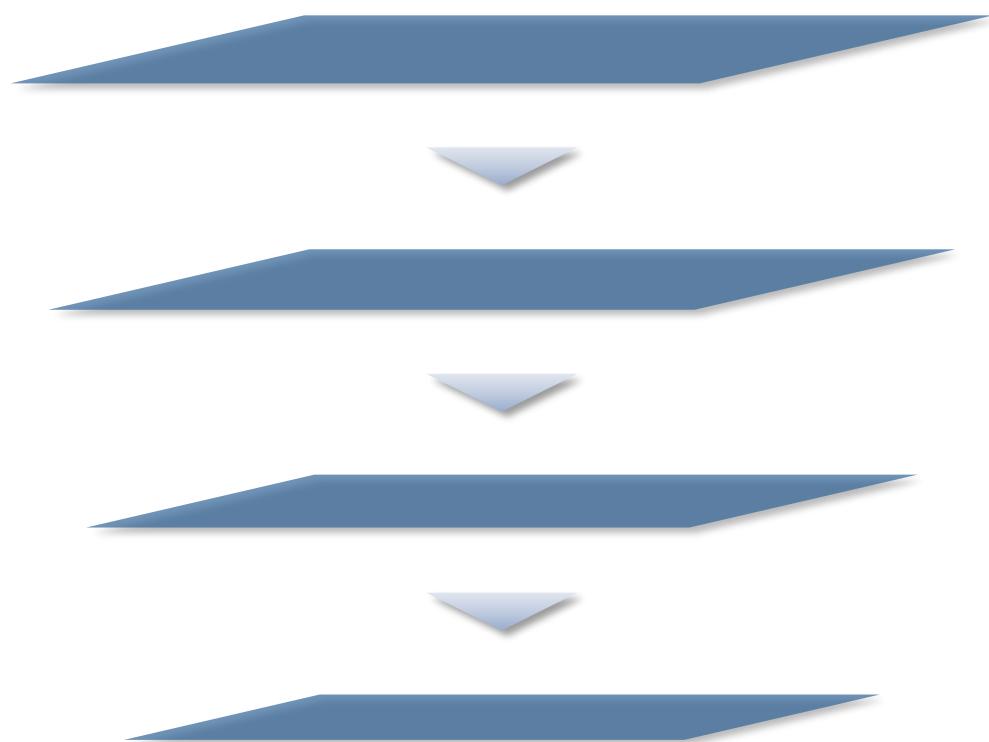
1. 過去のデザインをふまえて「なんとなく」デザイン案を作成している
2. 海外向けデザインも日本人的感覚のまま作成している
3. 地域ごとに好まれるデザインの違いが具体的に分からない
4. デザイン選定が担当者の主観で決まってしまう
5. 組織としてデザインの知見が蓄積できていない

- 4. デザイン選定が担当者の主観で決まってしまう
- 5. 組織としてデザインの知見が蓄積できていない



組織としての意思決定やクライアントへのデザイン提案に際して、
説得力のあるエビデンスの収集、精度の高いデザイン案の
ブラッシュアップを行うためには、
どんなポイントを抑えたユーザー調査を実施すればよいの？

デザイン開発プロセスに合わせて戦略的に運用する必要がある



地図や羅針盤を作る

現在地と目指すべき方向性は？

デザイントレンド調査
価値観/ライフスタイル調査

価値を見つける

誰のために、なぜ、どんなものを？

デザイン嗜好性把握調査
ターゲット理解のためのUX調査

アイデアを発想する

新しいアイデアを作る

デザイン案の作成

アイデアを検証する

アイデアを検証、ブラッシュアップ

ユーザビリティテスト
デザインクリニック

Case 3.



デザイン案選定、
ブラッシュアップのため
のデプスインタビュー

自動車内装のデザインクリニック（タイ）

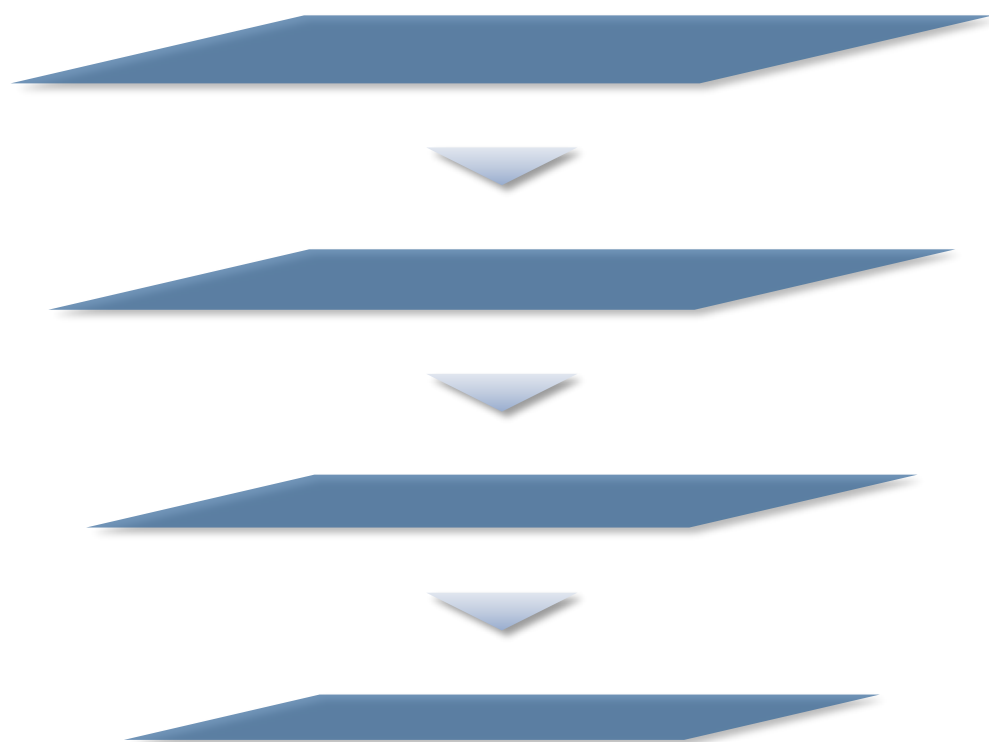
デザイン案の好意度や購入意向、ビジュアルから受ける印象（イメージワード）、好ましいデザイン要素や評価理由を聴取。求められるデザインのあり方を深掘りし、デザイン案のブラッシュアップや、顧客起点のデザイン提案のエビデンスとして活用。

組織としての意思決定やクライアントへのデザイン提案に際して、
説得力のあるエビデンスの収集、精度の高いデザイン案のブラッシュアップを
行うためには、どんなポイントを抑えたユーザー調査を実施すればよいの？



- より深いユーザーの意識を探れる定性調査を実施する、
もしくは定量調査と定性調査を併用する
- デザイン案の人気投票で終わらせずに、
デザイン評価の背景や文脈を読み解いて言語化を行う
- エキスパートの知見を活用することもブラッシュアップの
質を上げることに有効

参考：量と質を効果的に組み合わせて戦略的に運用する



地図や羅針盤を作る

現在地と目指すべき方向性は？

デザイントレンド調査
価値観/ライフスタイル調査

定量調査

新しい価値を見つける

誰のために、なぜ、何を？

デザイン嗜好性把握調査
ターゲット理解のためのUX調査

アイデアを発想する

新しいアイデアを作る

デザイン案の作成

アイデアを検証する

アイデアを検証する

ユーザビリティテスト
デザインクリニック

定性調査

デザイン調査を支える、リサーチの品質



ネットリサーチ

- 業界屈指の大規模パネル（自社100万人＋提携1,800万人）
- 疾患・決裁者など「スペシャルパネル」でニッチ層にもリーチ
- UI強化・架電確認・不正排除で質の高い回答を確保



リクルート

- 業界トップクラスの架電実績とノウハウ
- 調査知見を持つスタッフによる丁寧な確認作業
- 専門チームが実査運営を一貫対応



グローバル調査

- バイリンガル/トリリンガルスタッフによる専門チーム
- 国内外パートナーと連携し、マルチカントリー調査も対応
- パネル会社を最適に組み合わせ、効率的に調査実施

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



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1,800万人超）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

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、上質なり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・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
バックルーフ
を実現

バックルーフ同士の
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





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

調査のご相談はこちら

会社名	株式会社アスマーク	代表取締役	町田 正一
所在地	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 / 大阪事業所 / 福岡事業所 / 横浜事業所 中目黒事業所 / 長岡事業所 / 名古屋事業所	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）
創 立	1998年12月	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.Recruting」の運営・管理
設 立	2001年12月	取得認証	 
資本金	151百万円 （2024年11月末時点）	加盟団体	・社団法人 日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）
売上高	4,363百万円 （2024年11月期）		

