

# ネットリサーチにおける 自由記述の再考

- AI時代の新たな可能性 -

ONLINE | ショートセミナー



1. ネットリサーチにおける「自由記述」の理想と現実
2. なぜ自由記述の多用は避けられてきたのか？
3. 生成AIがもたらす新たな可能性
4. 自由記述を「宝の山」にするためには？
5. AI時代にリサーチャーに求められる役割とは



**株式会社アスマーク**

**リサーチャー**

**吉田 圭祐（よしだ けいすけ）**

大学卒業後、新卒でメディア調査サービス会社に入社し、広告統計に関する業務に関わる。業務では、グループ会社実施の全国規模の大型調査の調査票作成や、各種アンケート調査や広告統計の集計、レポート作成などに従事。その後、地元の広告代理店勤務などを経て、2022年にアスマークに入社。現職では、リサーチャーとして幅広い業界の調査企画から設計・分析・レポート作成までの業務を担当。

# ネットリサーチにおける自由記述のジレンマ

理想

「自由記述を多く使いたい！」

- コストを抑えたい
- 生活者のリアルな意見を幅広く集めたい

現実

リサーチャーにとっては  
非常に悩ましいテーマ

なぜ、推奨されていないのか？



# 「自由記述の多用は避けるべき」という これまでの定説

## 自由記述の多用が避けられてきた理由①

定量調査の主目的は  
数値に基づく意思決定

# 定量調査と自由記述の特性

## 定量調査と自由記述の比較

### 定量調査（選択式）

#### 目的

数値で全体傾向を把握

#### 分析方法

集計・統計分析

#### メリット

比較・分布・傾向が明確

#### デメリット

質的情報が得にくい

#### 回答者負担

少なめ

### 自由記述（Free Answer）

#### 目的

回答者の生の声や意図を深掘りする

#### 分析方法

アフターコーディング・テキスト分析

#### メリット

新たな気づき、インサイトが得られる

#### デメリット

集計コストが高く、バラツキが大きい

#### 回答者負担

多め（特に長文の場合）

自由記述の多用が避けられてきた理由②

回答の質と負担

# 自由記述の課題：回答品質と負担

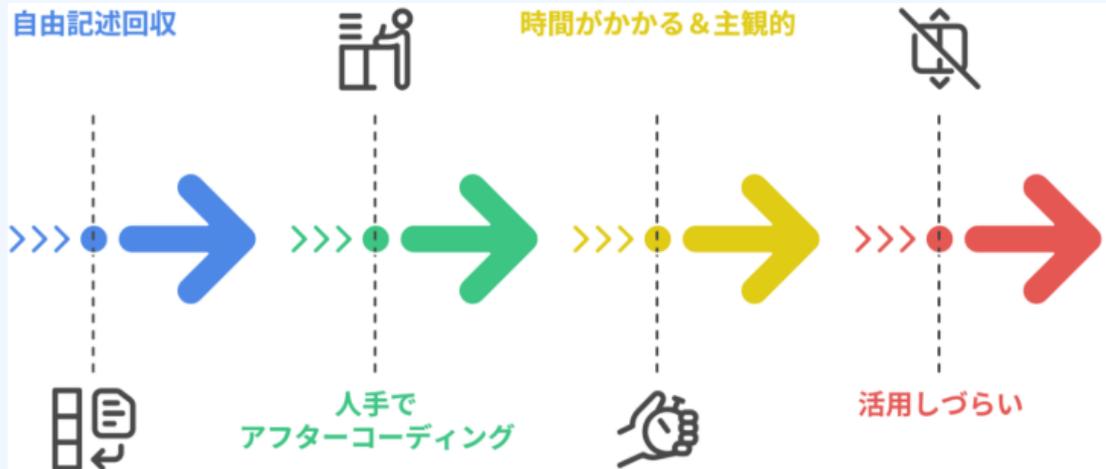


潜意识の言語化という壁

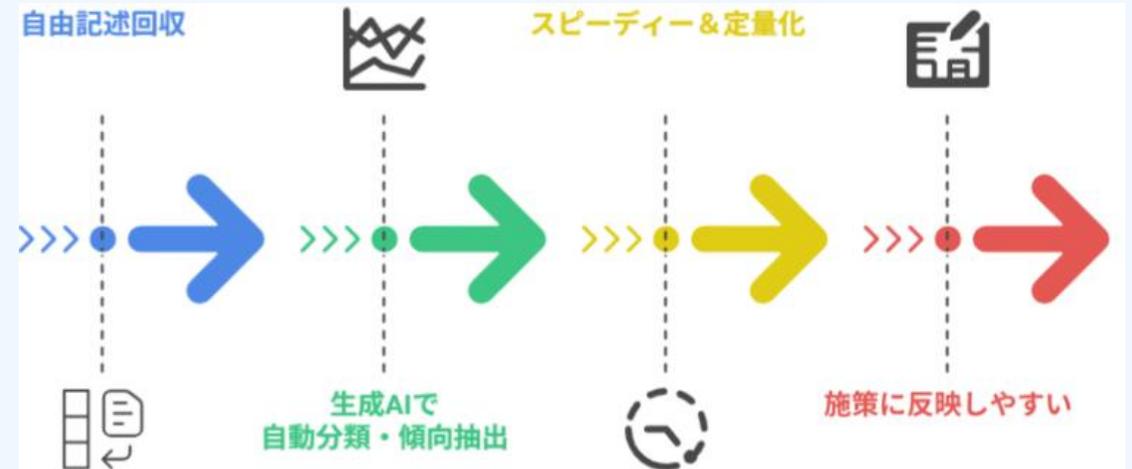
# 生成AIがもたらす新たな可能性

# 生成AIによる自由記述分析の変革

## 従来のリサーチの形



## 現在のリサーチの形



自由記述分析の最大の障壁「アフターコーディング」

AIによる劇的な効率化



インサイト探索を目的とした  
定量調査の新たな可能性

自由記述を「宝の山」にするためには？

## 自由記述を「宝の山」にするための3つの条件



1. 明確な目的を持つこと



2. 回答の質を高める工夫を凝らすこと



3. 「言語化の壁」を意識した設問設計

# 1. 明確な目的を持つこと

- **安易な自由記述の使用は避ける**

選択肢を考えるのが難しいから、といった理由で安易に自由記述を用いることはNG

- **分析の仮説を持つ**

仮説を持つことで、集まった意見は次の施策に繋がる貴重なデータに

## 2. 回答の質を高める工夫

- **モチベーション（参加意欲）の向上**

高ポイント付与によるインセンティブ設計

- **事前告知と同意**

「この調査は記述量が多い」といった事前告知をし、同意の上で参加してもらうなどの工夫

### 3. 「言語化の壁」を意識した設問設計

- **意見の言語化は、回答者の大きな負担**

すべての回答に理由を聴く設計は、本質的ではない回答を誘発する可能性大。

- **本当に深掘りすべき箇所を見極める**

ピンポイントで自由記述を活用することが重要

# リサーチャーの腕が問われる時代へ

# AI時代のリサーチとリサーチャーの役割

- 目的を明確にし、戦略的に自由記述を組み込む
- 集まった膨大なテキストデータからAI技術を駆使してインサイトを抽出



# 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  
PRO

## 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

ASMR



# 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

会社名 株式会社アスマーク

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

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)

代表取締役 町田 正一

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.Recruting」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

