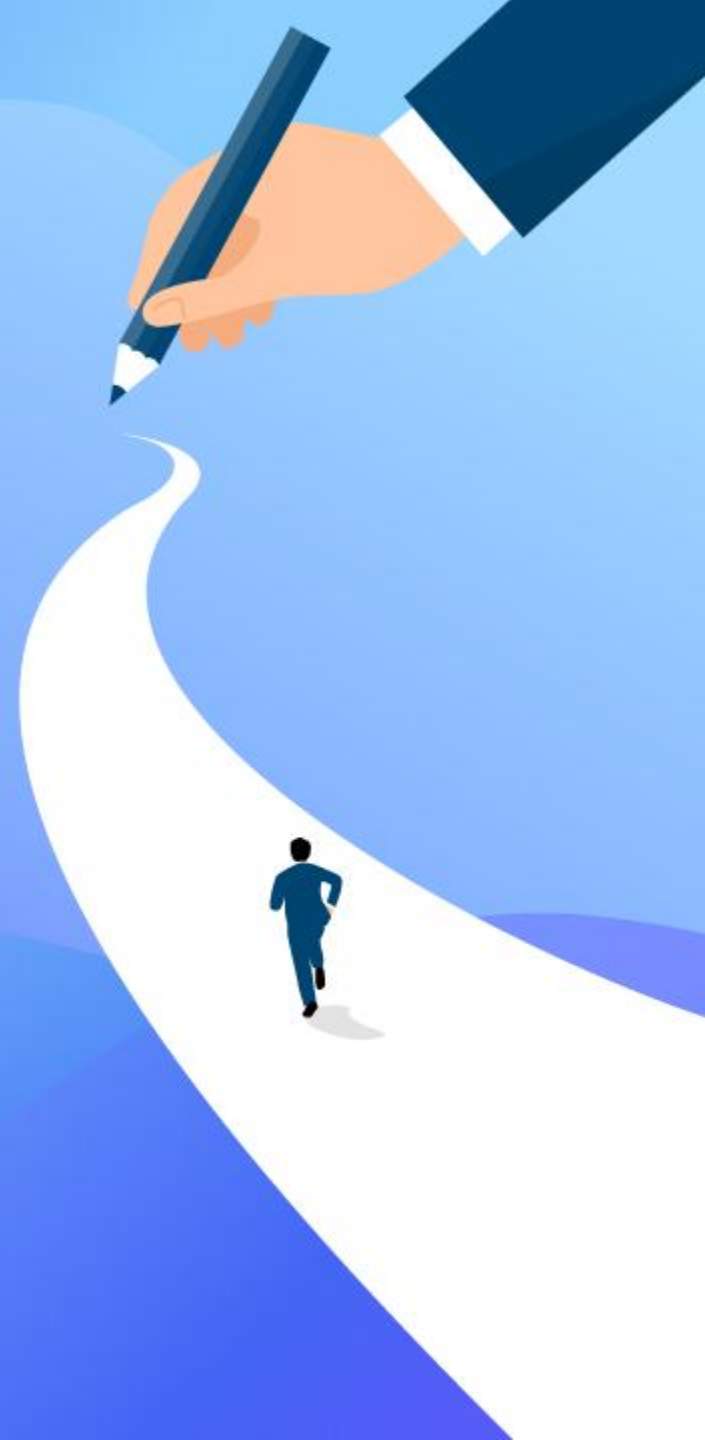


活用できないデータの原因

バイアスの罠

アンケート設計の失敗例と対策のコツ



1. 知らずにやっていないか？代表的な「回答バイアス」と対策
2. 調査概要を回答者に伝えることは「バイアス」になるのか？
3. まとめ



株式会社アスマーク 営業部

佐藤 孝亮（さとう たかあき）

リサーチ事業の営業として、おもちゃ・機器・食品メーカーをはじめ多岐にわたる業界のクライアントを担当。現在はこれら営業活動と並行して、子ども向け調査の専門プロジェクト「子ども調査ラボ」にも参画。調査の品質維持・向上に向けた運用体制づくりや、専門性の高いノウハウの蓄積に注力している。豊富な現場経験を活かした企画・提案を通じて、企業の課題解決を支援している。

こんな経験ありませんか？

よくある悩み

「消費者（アンケート）の結果と、実際の購買行動に大きなギャップがある...」

「意図したようなデータが取れず、次のアクションに繋がらない...」



本日のゴール

データの歪みを生む「バイアス」の正体を理解する。

バイアスを最小化し、インサイトを最大化する設計のコツを習得する。

知らずにやっていないか？
代表的な「回答バイアス」と対策

回答バイアス： 調査対象者が、本心や事実とは異なる回答をしてしまう心理的な偏り

WEB調査においてバイアスを完全にゼロにすることは不可能



バイアスを理解し、それを踏まえた解釈・設計時の工夫

社会的望ましさバイアス

「環境に関心がありますか？」と聞くと、建前で「はい」と答えがち

【対策】

意識ではなく「週に何回マイバッグを使うか」などの行動・事実を具体的に聞く

タイトルに関するバイアス

「お酒に関する調査」と題すると、普段飲まない人も「飲む」前提で回答してしまう

【対策】

調査テーマは、回答への影響を最小限にする表現を慎重に選ぶ

近似点への意向バイアス

過去の出来事を実際よりも最近のこととして認識してしまう

【対策】

具体的で簡潔な質問文、曖昧な表現の回避、プリテストによる認識確認

オーダーバイアス（選択肢の提示順序による偏り）

選択肢の提示順によって回答が偏る「順序バイアス」

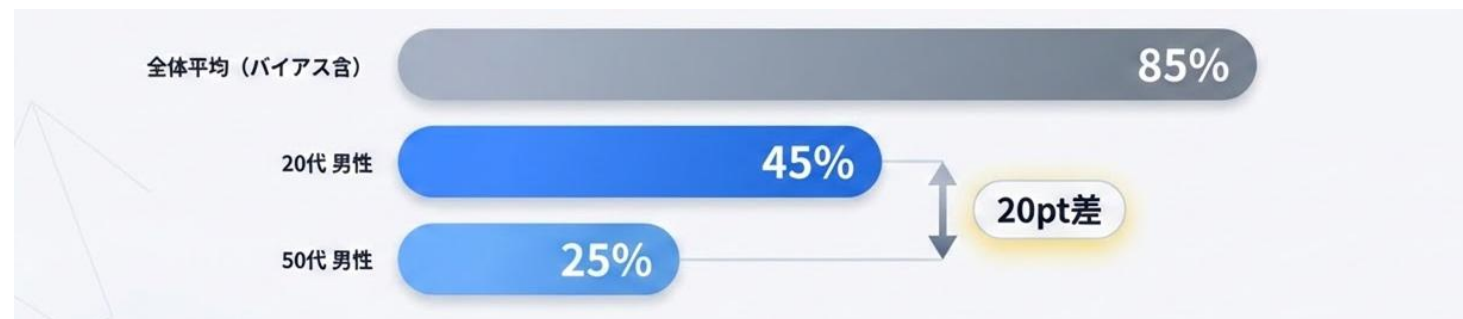
選択肢が不十分なために無理やり選ばせてしまう「選択肢バイアス」

【対策】

選択肢の順番をランダムイズ（無作為化）、網羅的かつ中立的な選択肢を用意

結果の解釈で意識すべきこと

WEB調査で得られた結果を絶対値（％）として正しいものという見方はせず、
スコアの差や傾向に着目すること



調査概要を回答者に伝えることは
「バイアス」になるのか？

メリット：モチベーションアップ

回答者が「自分の意見が役に立つ」と感じることで、回答精度や自由回答のボリュームが向上します。

↑主体性の向上

デメリット：期待バイアス

「新商品のコンセプトを応援したい」といった心理から、否定的な意見を避けてしまう罣が生じます。

⚠回答の歪み

調査タイプ別の最適なアプローチ



消費者向け定量

原則、詳しく伝えない。

「正解はないので率直に」といった安心感の醸成に留めます。



定性調査（インタビュー）

大枠を共有する。

議論の脱線を防ぐため、円滑な進行に必要な範囲で目的を伝えます。



従業員調査

目的を明確に伝える。

「職場環境の改善」など、自分達に還る目的を伝えると回答の質が向上します。

まとめ

バイアスを「味方」にするという発想

→ あえてバイアスをかけて、特定の層を炙り出す「スクリーニング」手法

バイアスをゼロにしようするだけでなく
どのようなバイアスがあり、それが結果にどう影響しているかを把握をする

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

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



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
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

社員数 316名（2025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）

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

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

設 立 2001年12月

資本金 166百万円（2025年11月末時点）

取得認証



売上高（連結）4,416百万円（2025年11月期）

加盟団体

- ・社団法人 日本マーケティングリサーチ協会（JMRA）