

博士号を持つリサーチャーが解説

研究成果を最大化する 学術調査の進め方

妥当性の確保と研究環境の最適化

ONLINE SEMINAR 





株式会社アスマーク リサーチャー

芦川 勝彦 (あしかわ かつひこ)

東京農業大学大学院農学研究科農業経済学専攻 博士 (農業経済学)
専門統計調査士

学位取得後は、広告代理店をメインクライアントとした市場調査会社や、医師パネルを保有するメディア社の勤務を経て、2026年2月より現職。リサーチの設計から分析・報告まで一気通貫で手掛け、定性調査・郵送調査・会場調査・HUT等の幅広い調査手法に精通する。クライアントも一般事業会社から中央省庁、地方公共団体まで幅広く、官民両方のプロジェクト実績を持つ。実務の傍ら、ツール開発や研修などを通じて後進の育成などにも携わる。現在は、調査設計や分析業務を担当。マーケティング・リサーチ協会 公的統計基盤整備委員会 幹事を歴任。

1. はじめに
2. 研究者が直面する「調査の壁」
3. 研究の成功に向けた調査会社の活用（まとめ）
4. 支援体制のご紹介



はじめに



市場調査をとりまくトピックス

- AI×多変量解析
- AIによる調査設計×セルフ型調査ツール
- データの透明性と対象者配慮
- DX化の進展

市場調査業界ではこれらを機会（チャンス）と捉えており、
学術調査領域では特に真価が問われる領域

調査がつなく社会貢献の共創

【大学・研究機関】

- ・専門的な知見と理論に基づく問題提起
- ・中立的な立場での社会的課題の解明
- ・客観的な分析による社会への提言

【一般生活者】

- ・アンケート調査回答による社会貢献

調査画面の作成
データコレクト
手続き・請求業務

回答環境の提供
謝礼付与

【調査会社】

- ・信頼性のあるパネル募集・管理
- ・高度な調査環境構築
- ・高い品質管理体制



研究者が直面する「調査の壁」



研究者が直面する「調査の壁」

1. データの学術的妥当性の壁（品質）
2. 倫理審査の壁（コンプライアンス）
3. 大学・研究機関特有の事務手続きの壁（コスト・制度）
4. 研究デザインの実装の壁（技術）

1. データの学術的妥当性の壁（品質）
2. 倫理審査の壁（コンプライアンス）
3. 大学・研究機関特有の事務手続きの壁（コスト・制度）
4. 研究デザインの実装の壁（技術）

セルフ型ツールと調査会社伴走型リサーチの違い

	セルフ型リサーチ（Googleフォーム等）	調査会社伴走型リサーチ
サンプリング	機縁中心／不特定多数の場合もあり	全国の一般消費者（パネル登録者）
割付	できないケースが多い／手動対応	人口動態割付など細かい／複雑な設定が可能
配信	研究者が対応／システム任せ	細かい設定・抽出が可能
調査票の設計	研究者が対応	論理性チェック・改善提案等の支援
チェック体制	研究者が対応	専門担当者によるWチェックで品質担保
画面ロジック	単純な分岐のみ	ランダム化、複雑な制御
画像・動画	実装が難しい場合あり	加工や実装も含めて対応可、視聴時間縛りの制御、著作権・倫理指針によるチェック
データ品質	不真面目回答の混入リスク	トラップ設問・目視によるチェック
倫理審査対応	研究者が対応	同意画面のご提案、匿名化フローの標準提供
費用対応	クレジットカード決済、公費非対応の場合もあり	公費・科研費対応／見積・納品・請求書の3点セット発行／後払い対応
費用	低（システム利用料のみ）	中～高（実査費用＋運用費）

セルフ型ツールと調査会社伴走型リサーチの使い分け

セルフ型リサーチ（Googleフォーム等）

予備調査・パイロットスタディ

特定のコミュニティ・縁故調査

探索的なインタビューの事前アンケート

予算の極めて限られた個人研究

調査会社伴走型リサーチ

一般化を目的とした本調査

政府統計や政策提言に関わる調査

実験デザイン（RCT）や縦断調査

希少属性・ニッチターゲット調査

査読対策（品質証明）を重視する調査



トラップ設問

トラップ設問の例

Q. 以下の選択肢から、あなたが普段利用する交通手段をすべてお選びください（MA）。ただし、この質問では内容に関わらず『自転車』にだけチェックを入れてください。

- 電車
- バス
- 自動車
- 自転車
- その他（ ）

Q. 以下の各項目について、あなたの満足度を5段階でお答えください（MTSA）。

項目	全く満足していない	あまり満足していない	どちらでもない	やや満足している	非常に満足している
商品の品質	○	○	○	○	○
価格	○	○	○	○	○
この項目では「やや満足している」を選択してください	○	○	○	<input checked="" type="radio"/>	○
デザイン	○	○	○	○	○

注意点

トラップの内容や質問の構造が難しくなりすぎないように注意すること
→想定以上のサンプルが脱落し、必要数のサンプルがあつまらなくなる恐れ

この設問後に調査対象から除外をする場合は、事前の説明と丁寧な文言による案内が必要
→クレームやその後の調査協力に影響

データクリーニング

データクリーニングの事例

- ・回答所要時間が異常に短いもの
- ・実数答が明らかな異常値であることが判断できる場合
- ・ストレート回答

Q. 以下の各項目について、あなたの現在の生活状況や考え方について伺います。以下の各項目について、あなたのお気持ちにもっとも近いものを1つずつ選んでください。

ヨコに回答→	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	全くあてはまらない
身体の調子が良い	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
精神的に落ち着いている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
夜、ぐっすりと眠れている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
食事がおいしく食べられている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
身体の痛みや苦痛を感じない	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
家事や仕事をする十分な体力がある	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
日々の生活を楽めている	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

・複数回答の設問をすべて選択

Q. あなたが●●の情報について、これまで見聞きしたものを全てお選びください。(複数選択可)

- | | |
|--|---|
| <input checked="" type="checkbox"/> テレビ番組・ニュース | <input checked="" type="checkbox"/> SNSの投稿 (X・Instagram・Facebookなど) |
| <input checked="" type="checkbox"/> テレビCM | <input checked="" type="checkbox"/> SNSの広告 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 新聞・雑誌の記事や広告 | <input checked="" type="checkbox"/> Youtubeなどの動画サイト |
| <input checked="" type="checkbox"/> 検索エンジン (Google・Yahoo!など) で検索して | <input checked="" type="checkbox"/> 店舗の看板やディスプレイを見て |
| <input checked="" type="checkbox"/> ニュースサイト・ポータルサイトの記事 | <input checked="" type="checkbox"/> チラシ・ダイレクトメール (DM) |
| <input checked="" type="checkbox"/> Web広告 (バナー広告・動画広告など) | <input checked="" type="checkbox"/> 家族・友人・知人からの紹介 (クチコミ) |
| <input checked="" type="checkbox"/> 比較サイト・クチコミサイト | <input checked="" type="checkbox"/> その他 |

・自由回答の回答が分析に耐えられないもの

排除候補として自動チェックする「不備リスト」のワード例 (※一部抜粋)

aaa

bbb

ccc

ddd

あ

い

う

え

なし

無し

ナシ

ない

アンケートモニター規約

第6条 モニター会員の禁止事項

- モニター会員は、次に該当する行為又はその恐れのある行為をしてはならないものとします。
 - 公序良俗に反する、又は未成年に対して悪影響があると判断される行為
 - 法令に違反する行為
 - 資金提供その他の方法により反社会的勢力等と何らかの交流又は関与をもつ行為
 - 本事業で知り得た情報を第三者に口外、あるいはネット上の掲示板、ブログ・SNS等への書き込み、公開する行為（守秘義務）
 - 自ら又は第三者を利用することによる以下の行為
 - 当社・他のモニター会員・第三者の著作権、商標権等の知的財産権を侵害する行為
 - 当社・他のモニター会員・第三者を誹謗中傷・名誉棄損・侮辱・脅迫・人格否定する行為
 - 暴力的な要求行為又は暴力を用いる行為
 - 合理的な理由のない当社への謝罪要求や当社関係者への処罰を要求する行為
 - 同じ要望や苦情の繰り返し等により当社業務を妨害する行為
 - 法的な責任を超えた不当な要求行為
 - 社会通念上過剰な手段又は悪質な様態による要求行為
 - 風説を流布し、偽計若しくは威力を用いて当社の信用を毀損する行為
 - 虚偽の登録又はアンケート回答を行うこと
 - 同一の個人による重複登録又は、なりすまし登録をする行為
 - 当社が承認していない営業行為
 - ホームユーステスト等の調査で提供された商品の転売・不正使用や返却等の要求に応じない行為
 - その他、当社が不適当と判断する行為
- モニター会員が、第1項の禁止事項に該当する行為又はその恐れのある行為をし、当社が悪質と判断した場合、カスタマーハラスメントと認定し以降の要望や苦情などについて一切の返答と対応をお断りするとともに、警察・弁護士等に相談の上、適切に対処できるものとします。

第12条 モニター会員資格の一時停止・抹消

- 当社は、モニター会員の承諾の有無にかかわらず、次の項目のいずれかに該当する場合、アンケートの配信停止又はモニター会員登録を抹消することができるものとします。
 - 第3条で定めた会員資格に該当していない場合
 - 第6条の禁止行為に違反したことが明らかな場合
 - モニター会員がモニター会員ID及びパスワードを不正使用した場合
 - その他、モニター会員が本規約のいずれかに違反した場合
 - 当社からの連絡に対するモニター会員の回答が一定期間以上無い場合
 - その他アンケート配信を停止、又はモニター資格の一時停止もしくは抹消することが妥当であると当社が判断した場合
- 第1項に基づいてモニター会員の登録が抹消された場合、当該モニター会員は本事業に関連して保有していたすべての権利を失い、既に取得した一切のポイントを失効するものとします。
- 第1項に基づいてモニター会員の登録が抹消された場合、当該モニター会員による今後の問い合わせの照会及び再登録を防止する目的で、当該モニター会員の個人情報を一定期間保有するものとします。

品質管理について

● 回答データご納品までの流れと品質管理のポイント

実査前 (準備)	パネル募集	アンケートモニターにて募集・登録
	パネル登録	募集条件（国内在住／電話番号保有／重複登録不可）／規約
	登録パネル管理	登録情報更新／稼働状況確認
実査中 (コントロール)	調査対象抽出	配信間隔／調査回答条件（居住地、性別、年代など）
	調査設計・調査票検討	条件・割付・設問内容・設問構成・制御確認
	スクリーニング調査	調査票確認／対象条件設定／画面制御／回収管理／予備サンプル回収
	本調査回答	調査票確認／画面制御／回収管理／予備サンプル回収
実査後 (チェック)	回答データチェック	システム運用／目視チェック（異常値、不誠実回答）
	回答データ納品	検収確認／納品書／請求書

研究者が直面する「調査の壁」

1. データの学術的妥当性の壁（品質）
- 2. 倫理審査の壁（コンプライアンス）**
3. 大学・研究機関特有の事務手続きの壁（コスト・制度）
4. 研究デザインの実装の壁（技術）

同意設問の設置

自発的な同意を得るための「適切な説明文」や「配慮のある許諾の取り方」について、これまでの調査実績をもとにご提案します。

「◆◆に関する意識調査」への協力をお願い

本アンケートは、本学が~~~~~を目的とし、皆様のご意見を伺うものです。これらの結果は、: : : : :に向けて、.....ための基礎資料となります。ご多忙のところ恐縮ですが、本調査の趣旨をご理解の上、ご協力いただけますようお願い申し上げます。

【本調査における倫理的配慮】

- ・調査の目的：本調査は~~~~~を目的として実施します。
- ・所要時間：回答時間の目安は5～10分です。
- ・参加の任意性：この調査へのご協力は任意です。
回答の途中でも、ご自身の判断でいつでも中断・辞退することができます。
回答しないことによって、学業成績を含め、いかなる不利益も生じません。
- ・匿名性の確保：回答は統計的に処理され、個人が特定されることは一切ありません。
回答データは厳重に管理し、個人情報保護を徹底します。
- ・外部委託の扱い：データの集計・整理を外部業者（株式会社アスマーク）に委託していますが、委託先へ氏名などの個人情報を渡すことは一切ありません。
- ・問い合わせ先：本調査に関するご質問や懸念事項がございましたら、以下の窓口までご連絡ください。
実施元：*****大学*****学部***研究室
連絡先：*****

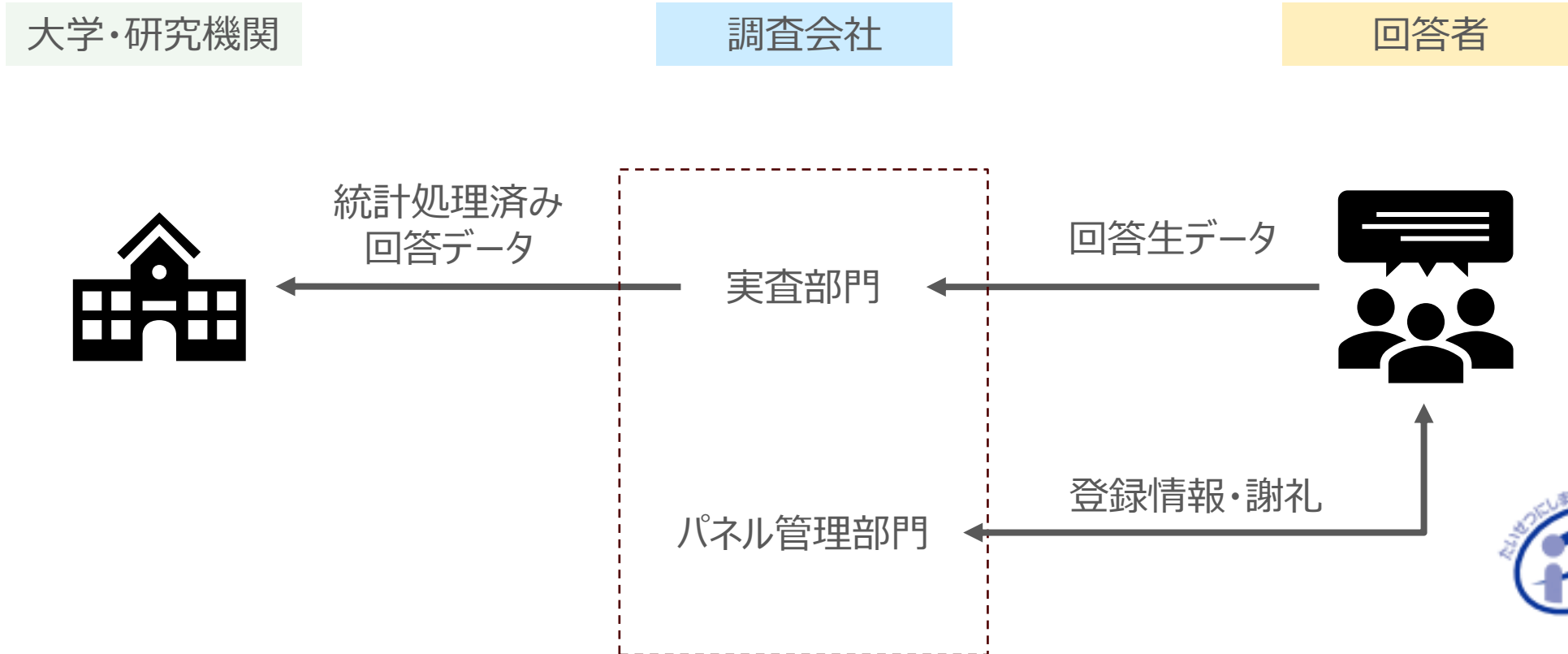
下記「同意する」を選択していただくと、最初の質問に進みます。

- 1. 同意する（上記の内容を理解し、調査への回答に同意します。）
- 2. 同意しない

次へ

個人情報保護

通常のインターネット調査の場合、個人情報を取得することはありません。
取得した回答データは統計的に処理されたもののみをお納めし、個人が特定できる形で利用することはありません。
謝礼はパネル管理部門と回答者の間でやりとりをします。



マーケティング・リサーチ綱領

5つの基本原則

1. 適法・公正・透明性・誠実
法規の遵守はもちろん、客観的で誠実な調査の実施。
2. 調査対象者の保護
人権を尊重し、身体的・精神的な不利益を一切与えない。
3. 個人情報保護
利用目的の明示と同意取得、漏洩防止の徹底。
4. 倫理的行動
業界の評判を維持し、社会的価値を損なわない行動。
5. 調査に対する全体的な責任
すべてのプロセスにおける品質と倫理の保持。

マーケティング・リサーチ綱領
(2025年9月26日改訂)

JIRA 一般社団法人 日本マーケティング・リサーチ協会

研究者が直面する「調査の壁」

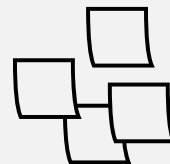
1. データの学術的妥当性の壁（品質）
2. 倫理審査の壁（コンプライアンス）
- 3. 大学・研究機関特有の事務手続きの壁（コスト・制度）**
4. 研究デザインの実装の壁（技術）

学術調査に係る実務と調査会社の使い方



● 事前の無料出現率調査

出現の不透明な条件の場合、事前に調査できます



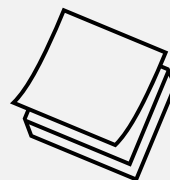
● 相見積もりのご対応

複数社に対するお問い合わせでも
遠慮なくお問い合わせください



● ご予算に応じたご提案

調査設計、受託範囲、質問数・サンプル数の検討



● 倫理審査や手続きへのご協力

必要書類へのご対応
パネル規約のご提示
同意画面の作成。



● 柔軟な会計対応

科研費・校費対応
見積・納品・請求書の3点セット発行。
年度の「期またぎ」や、ご予算や財源に合わせた
分割請求のご相談も承ります。



● スケジュールのご提案

3月末検収に間に合わせるためのスケジュールをご提案

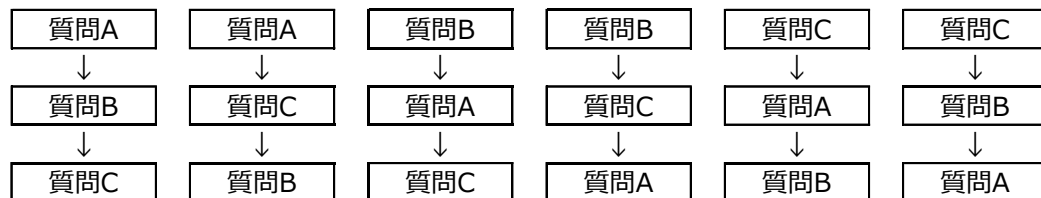
研究者が直面する「調査の壁」

1. データの学術的妥当性の壁（品質）
2. 倫理審査の壁（コンプライアンス）
3. 大学・研究機関特有の事務手続きの壁（コスト・制度）
- 4. 研究デザインの実装の壁（技術）**

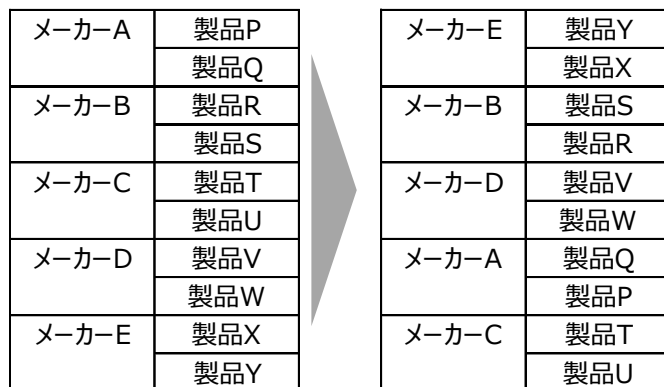
柔軟な画面設計

● 順序効果を排除するランダム表示機能

質問順のランダム化



選択肢／選択肢ブロックのランダム化



● 画面ロジックの設定

Q1. あなたは以下のメーカーを知っていますか

		1.	2.	3.
	→30回答	よく知っている	名前だけ知っている	知らない
【1】	メーカー-A	●	○	○
【2】	メーカー-B	○	○	●
【3】	メーカー-C	○	●	○
【4】	メーカー-D	○	○	●
【5】	メーカー-E	●	○	○

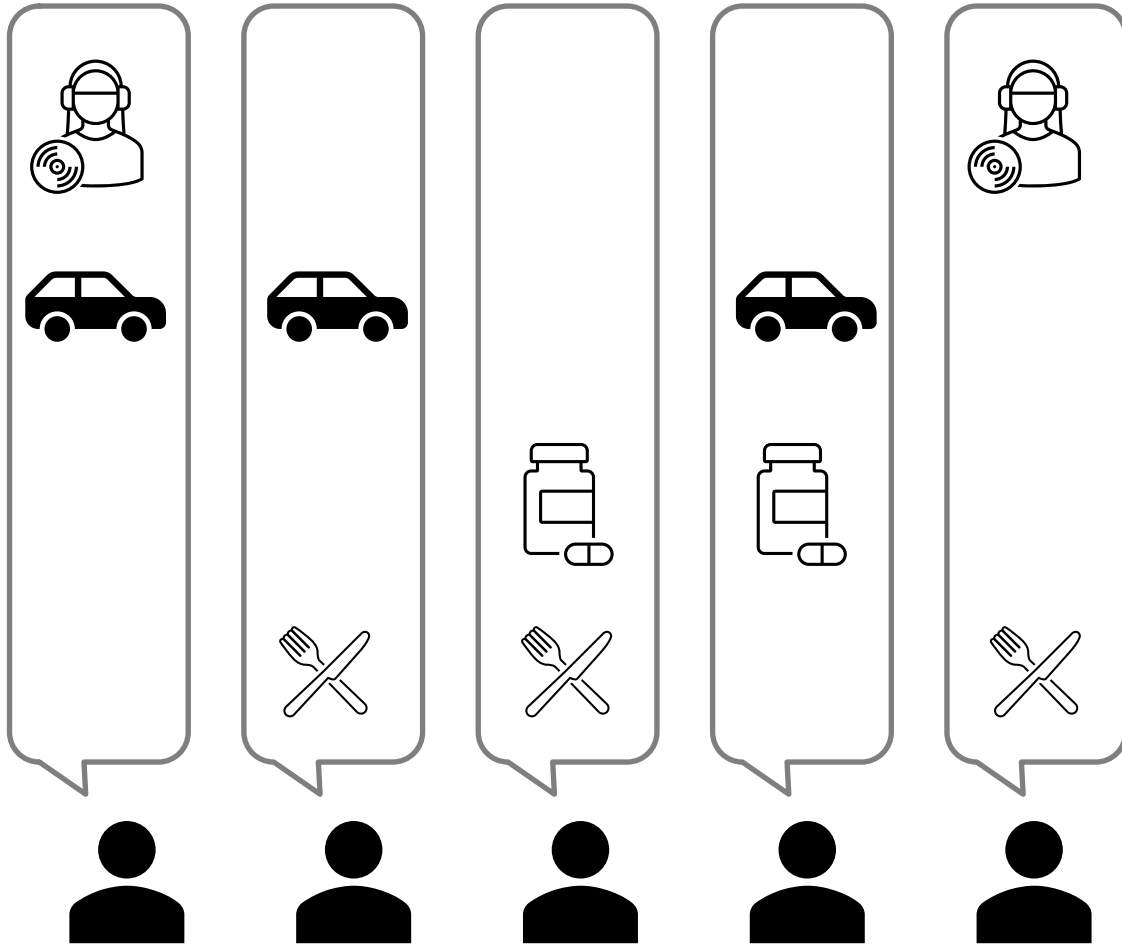
「1.よく知っている」「2.名前だけ知っている」を選択したもののみ、次の質問で表示

Q2. ご存じのメーカーのイメージについてあてはまるものを全てお知らせください。

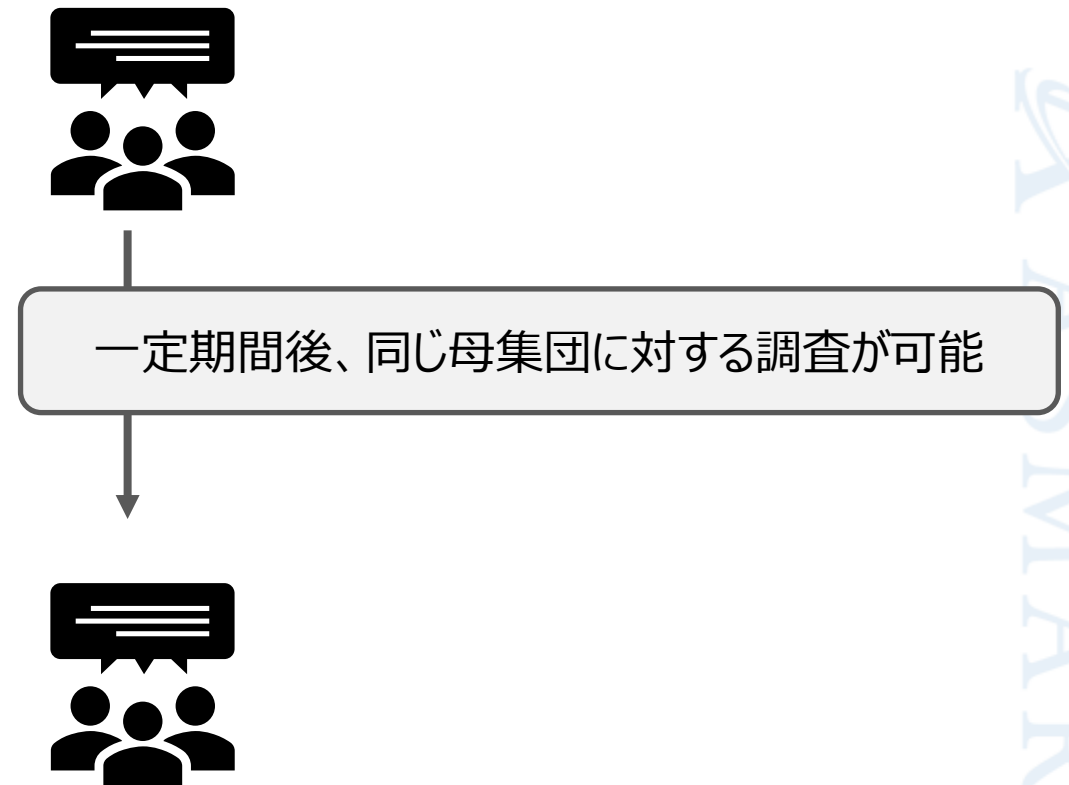
		1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.
	→30回答	伝統的・歴史のある	先進的・革新的	親しみのある	環境にやさしい	ブランド力がある	社会貢献をしている	あてはまるものはない
【1】	メーカー-A	□	□	□	□	□	□	□
【3】	メーカー-C	□	□	□	□	□	□	□
【5】	メーカー-E	□	□	□	□	□	□	□

回答者の抽出について

- 「フレッシュ」な回答者の抽出：
回答頻度が低い人を優先抽出して配信（＝アンケート慣れの排除）



- 追跡調査：
同じ母集団に対して後日調査の実施が可能です。
初回調査後の行動変動や意識の変化を時系列で把握できます。



※回答負荷や調査間隔によって歩留まりが異なります。

研究の成功に向けた調査会社の活用



研究の成功に向けた調査会社の活用（まとめ）

● 調査会社並走型リサーチのメリット

データの学術的妥当性の確保 （品質管理）

生成AIやボット、不誠実回答などのノイズをシステム×目視で徹底排除

論文投稿や査読対策の裏付けとなる「品質の証明」が可能に

倫理審査・大学・研究機関特有の事務手続きからの解放 （コンプライアンス対応）

IRB審査にそのまま使える説明同意テンプレートやパネル規約の提供

科研費・公費のルールを熟知した、伝票3点セット発行や柔軟な会計対応

複雑な研究デザインの確実な再現 （技術力）

ランダム化（RCT）やカウンターバランスによるバイアスの制御

離脱や督促のシステムを自動化した、確実な追跡調査（パネルデータ）の構築

調査会社の専門知見を「伴走パートナー」として活用し
セルフ型リサーチと賢く使い分けことが
貴重な「研究時間」を生み出し、研究成果を最大化するための最短ルートとなる

学術関連調査での受託実績

▼調査手法

Web調査

会場調査

郵送

HUT

インタビュー調査

▼受託領域

回答環境提供のみ

SPSS納品や検定のみ、集計のみのご依頼も可能。

自由回答の分析も承ります

▼調査内容

意識調査

実態調査

受容性調査

イメージ調査

▼論文掲載実績

「ライフスタイル移住者の移住地からの離脱と関係人口への可能性—沖縄県の事例—」
小原 満春,観光研究,2024年 36 巻 3 号 p. 26-35

「都心部の都市公園を対象とする印象評価尺度の屋上庭園に対する応用可能性」 飯田
颯斗, 久徳 康史, 工藤 若菜, 原田 芳樹,日本感性工学会論文誌,2024年 23 巻 4
号 p. 295-304

「環境保全と健康増進に資する「持続可能で健康な食行動」—項目作成と属性による実
施頻度の検討—」 河崎 唯衣, 佐藤 清香, 吉井 瑛美, 赤松 利恵,栄養学雑誌,2023
年81巻3号p.101-110

「食に対する感謝の気持ちを持つ成人の属性・食習慣の特徴と食物摂取頻度との関連」
河崎 唯衣, 佐藤 清香, 新保 みさ, 赤松 利恵,日本健康教育学会誌,2025年 33 巻
2 号 p. 61-68

「子どものスポーツ活動をめぐる母親たちの社会関係資本—なぜ母親たちは「周縁的役割」
を担い続けるのか—」 宮本 幸子,スポーツ社会学研究,2023年 31 巻 1 号 p. 71-82

「介護職の意識調査に基づいた災害時用医薬品備蓄の課題に関する考察」 中島 範宏,
日本医療経営学会誌,2021年 15 巻 1 号 p. 23-30

「乳幼児を子育て中の夫婦の育児関与に関する研究（1）」永井 知子, 下坂 剛,日本
心理学会大会発表論文集,2019年

「SNS依存および諸問題と利用動機との関係 逃避, 優越感, 共感によるリスクの比較」
大野 志郎,情報教育ジャーナル,2019年 2 巻 1 号 p. 10-17

アスマークの参画事例

事例① 統計解析・データ品質管理を支援

ギャンブル依存度研究

『Nature Scientific Reports』掲載事例

nature > scientific.reports > articles > article

Article | [Open access](#) | Published: 23 June 2021

The study of differences by region and type of gambling on the degree of gambling addiction in Japan

[Shingo Hayano](#) [Ran Dong](#), [Yoshie Miyata](#) & [Sakutaro Kasuga](#)

[Scientific Reports](#) 11, Article number: 13102 (2021) | [Cite this article](#)

8188 Accesses | 8 Citations | 5 Altmetric | [Metrics](#)

Abstract

We conducted an online national survey using the South Oaks Gambling Screen (SOGS) on 42,880 people in Japan to identify gambling addiction prevalence differences with regard to gambling type and region. This study included 14,780 individuals (valid responses) who engaged in gambling activities in the past year. There was a large difference in mean SOGS score by gambling type: public gambling and casinos score \approx 4.0, whereas lotteries (including numbers, etc.) \approx 1.43. SOGS scores were much higher for those who participated in more than one gambling type than for those who participated in only one type. Regional differences in SOGS scores were also confirmed, with more populous prefectures having lower and less populous having higher SOGS scores. Integrating SOGS scores with existing data concerning hobbies and recreational behaviors across regions indicated that regions characterized by lower SOGS scores were also characterized by greater activity for hobbies and recreational behaviors.

Acknowledgements

This research was supported by a grant from the Tokyo Metropolitan Amusement Industry Cooperative Association. Hywel Evans (Professor, Tsuru University) participated as an English editor. Masayuki Satomura (ASMARQ) participated in the statistical analysis.

事例②

共同研究

四都県で一人暮らしをする独身若手正社員の 離職意向と次年度の離職との関連について

『グローバルビジネスジャーナル (Global Business Journal)』掲載事例

J-STAGE 資料・記事を探す J-STAGEについて ニュース&PR サポート サインイン カート JA

グローバルビジネスジャーナル

Online ISSN : 2434-0111

資料トップ 巻号一覧 この資料について

J-STAGEトップ / グローバルビジネスジャーナル / 11巻 (2025) 2号 / 巻誌

自由論文(直読付き論文)

四都県で一人暮らしをする独身若手正社員の離職意向と次年度の離職との関連について

大橋 亮太郎, 黒田 侃嗣, 竹中 重雄

著者情報

ジャーナル フリー

2025年11巻2号 p. 22-33

DOI <https://doi.org/10.32169/gbj.11.2.22>

詳細

記事の概要

抄録

本研究では、若者の早期離職問題に焦点を当て、若手正社員の離職意向について調査した2023年、2024年の2回の結果をまとめ、2項ロジスティック回帰分析およびリスク比の計算、および求めるリスクリング能力の集計を行った。分析結果は以下の3点である。第1に、ロジスティック回帰分析からは現時点での離職意向の有無の予測に対して、孤独感、上司とのコミュニケーションの良好性、適切な報酬が影響することが示された。第2に、前年度の離職意向の有無は、次年度の実際の離職に対して有意なリスクを示さなかったものの、次年度にも離職意向の有することに對しては2.3倍程度の発生しやすいことが示唆された。第3に、若手正社員の求めるリスクリング能力には、ITスキル、経済・経営に関するスキル、語学能力の他、自己研鑽に資するスキルが求められている可能性が示された。

PDFをダウンロード (818K)

メタデータをダウンロード

- RIS形式 (EndNote, Reference Manager, ProCite, RefWorksとの互換性あり)
- BIB TEX形式 (BibDesk, LaTeXとの互換性あり)
- テキスト

メタデータのダウンロード方法

発行機関連絡先

お気に入り & アラート

- お気に入り追加
- 追加情報アラート
- 被引用アラート
- 認証解除アラート

J-GLOBAL 関連記事 >

閲覧履歴



アスマークの学術調査 支援体制のご紹介



アスマークの学術調査チームについて

マーケティングリサーチ業界でも調査対象者のリクルーティングを得意とする独自ノウハウを基にWEBアンケート、回答者提供、郵送調査、在日外国人調査などと併行し研究・試験の被験者募集のご支援に取り組んでいます。

学術調査チームの活動内容

- 大学・研究機関からの学術調査案件の対応／実施
- 倫理審査のサポート
- 大学・研究機関への情報提供
- 学内セミナーの実施
- 大学との共同施策の実施

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・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。

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

ASMARK

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
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	166百万円 (2025年11月末時点)
売上高 (連結)	4,416百万円 (2025年11月期)

代表取締役	町田 正一
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)
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)

