

# アンケート調査・分析



# 1. アンケート調査の目的

## アンケート調査とは

共通の質問を用いて書面やWebなど様々な方法で多くの人に回答を求め、対象者の意見や行動などを把握する調査方法

## アンケート調査の目的

アンケート調査は、様々な目的で利用されています。

＜主なアンケート調査の目的＞

### 市場調査

市場動向の理解  
競合分析

### ブランド管理

ブランド認知度の評価

### マーケティング効果の測定

広告やキャンペーンの効果測定

### 製品開発と改善

製品やサービスの改善  
新製品やサービスのアイデア・コンセプト収集

### 価格戦略

価格設定の最適化

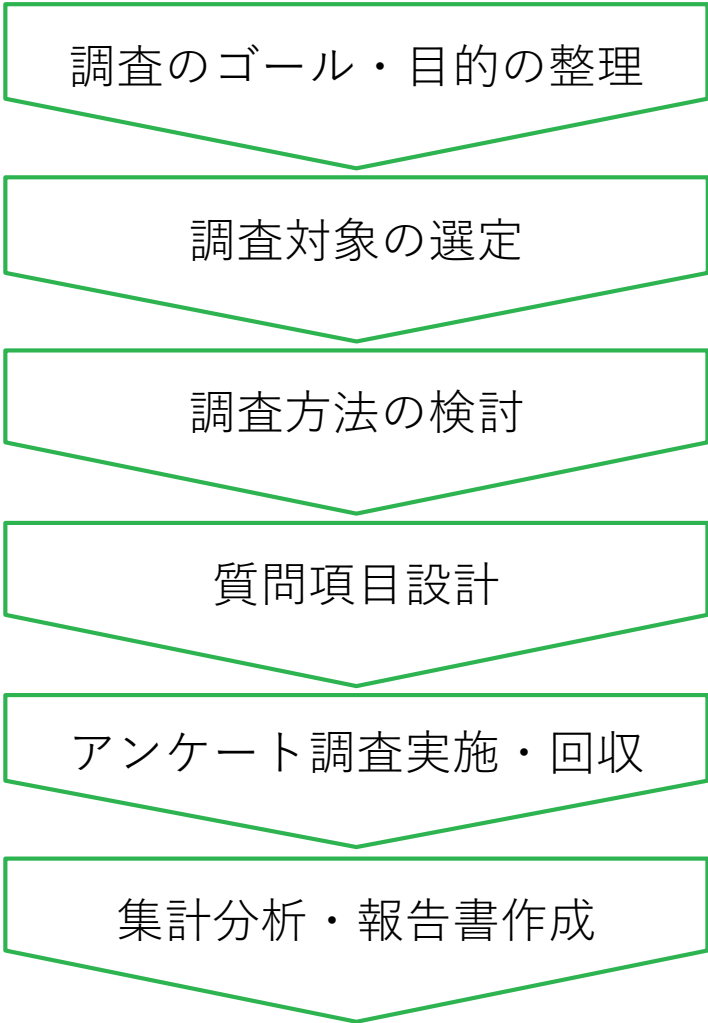
### 顧客関係管理

顧客満足度の測定

「なぜ」「何のために」「何を調べるために」アンケートを実施するのか、といった調査目的をあらかじめ明確にすることが、自社の課題発見と改善・実行につなげるために重要です

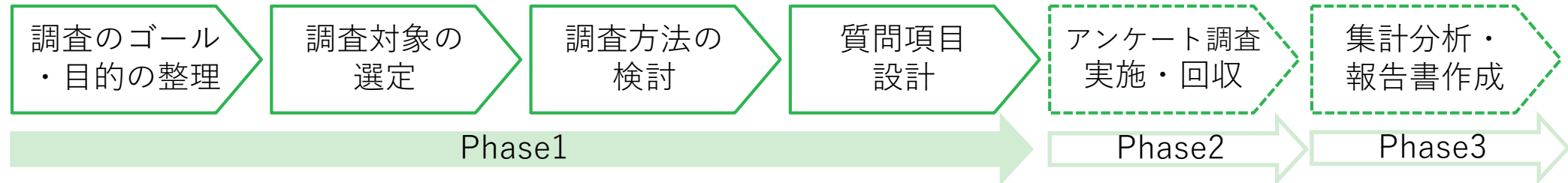
# 2. アンケート調査・分析におけるよくある悩み

## アンケート調査の流れ



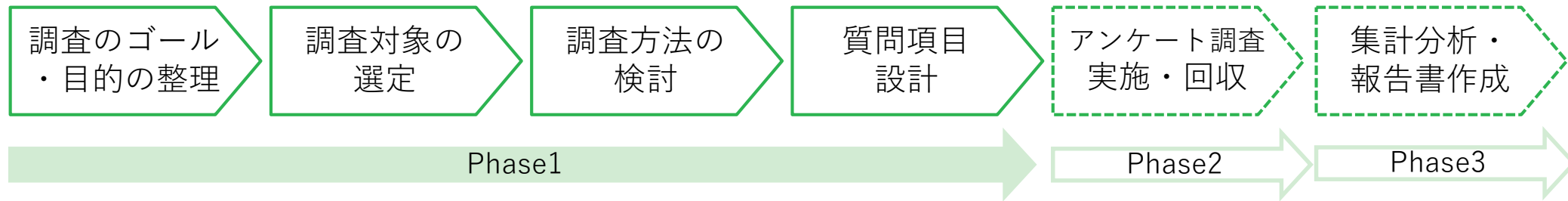
| よくある悩み |                                                                                                                                                                                  |
|--------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 自社でのアンケート調査の経験が少なく、企画・設計の進め方が分からない</li> <li>・ アンケート調査をすることがゴールになっていて目的が曖昧</li> </ul>                                                    |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 適切なサンプルサイズが分からない</li> <li>・ ターゲットの選定が難しい</li> </ul>                                                                                     |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 適切な調査方法が分からない(WEB? 郵送? 来店者?)</li> <li>・ 調査期間や、(外部調査会社を利用する場合)予算の見積もりが適切なのか不安</li> </ul>                                                 |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 確認すべきポイントが多く、想像以上に時間がかかる<br/>(質問の順序、選択肢のバランス、質問の明確さ、適切な質問数、質問文の作成)</li> </ul>                                                           |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 回答率、回収率が低い</li> <li>・ 欠損データや無効票のチェックが煩雑</li> </ul>                                                                                      |
|        | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ どの集計方法、分析手法を利用すべきか分からない</li> <li>・ データを正しく解釈できているか心配</li> <li>・ アンケート結果を分かりやすく論理的に説明できるか不安</li> <li>・ 結論や提言を明確に示したレポートを作成したい</li> </ul> |

# 3. CCイノベーションのアンケート調査・分析



| Phase1             |  | 当社の支援内容                                                          |  |
|--------------------|--|------------------------------------------------------------------|--|
| 1. 企画目的の確認         |  | 必要な情報を整理し、アンケート調査のゴール・目的を明確にします（必要な情報の詳細：次ページ参照）                 |  |
| 2. 調査対象、調査方法の決定    |  | アンケート調査のターゲット（特定の商品・サービスの顧客、●●エリアに住む●歳以上の男女など）、目的に合わせた調査方法を決定します |  |
| 3. 質問順、質問項目の選定、整理  |  | 調査に必要な情報と質問項目を整理し、回答しやすい質問順の案を作成します                              |  |
| 4. 質問・回答形式の決定      |  | 回収後の情報の活かし方を確認した上で、各質問・回答の形式を決定します                               |  |
| 5. 質問文の作成、確認       |  | 対象者、調査内容に合った言葉遣いとなっているかを確認します                                    |  |
| 6. アンケート票のブラッシュアップ |  | 質問・回答と必要情報、質問数を再確認します<br>アンケートのテスト回答を行い、問題点がないか最終確認します           |  |

# 3. CCイノベーションのアンケート調査・分析



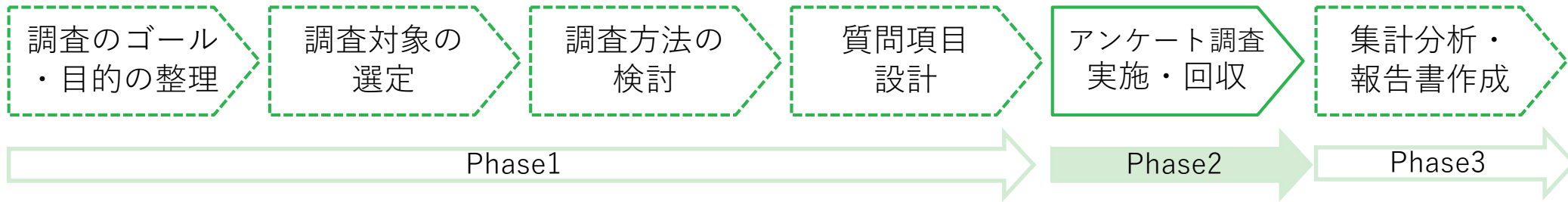
必要な情報整理：ユーザーの知識～態度と制約条件を考慮し、調査のゴール・目的整理から質問設計まで行います

|    |                      |                             |
|----|----------------------|-----------------------------|
| 知識 | ・ 蓄積されていた知識          | ・ 店名<br>・ 商品特徴など            |
| 経験 | ・ 過去の経験              | ・ 利用経験など                    |
| 動機 | ・ 行動の背景となる意識         | ・ 利用動機<br>・ 利用重視点など         |
| 行動 | ・ 利用や購買などの行動やその過程の行動 | ・ 選択状況<br>・ 利用状況<br>・ 利用店など |
| 意識 | ・ 行動後の意識や評価          | ・ イメージ<br>・ 利用評価など          |
| 態度 | ・ 今後の行動に対する意思        | ・ 利用意向<br>・ 推奨意向など          |



|             |                                              |
|-------------|----------------------------------------------|
| 行動を制約する背景要因 | ・ 性/年代<br>・ 家族<br>・ 収入<br>・ 地域<br>・ 必要性などの制約 |
|-------------|----------------------------------------------|

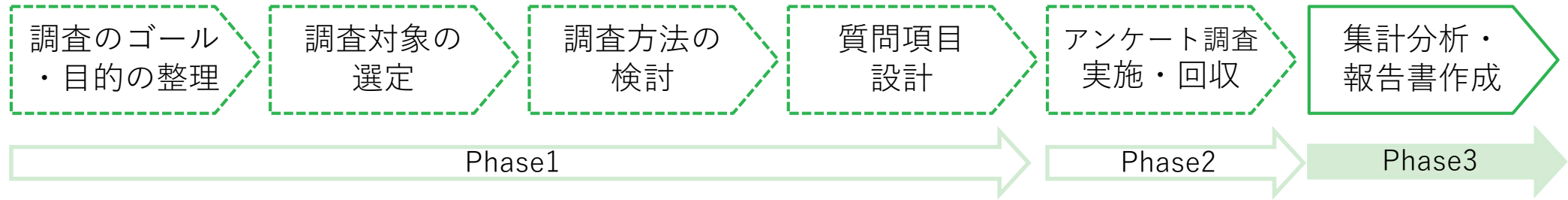
### 3. CCイノベーションのアンケート調査・分析



| Phase2       | 当社の支援内容                                                                                                                                                                           |
|--------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1. アンケート調査実施 | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 回答数確保や回答率向上につながる回答特典の有無、(特典ありの場合)特典内容を決定します</li> <li>・ Phase1で設計したアンケート票を用い、調査を実施します<br/>(調査方法によって、アンケート調査スタッフとして対面での調査も行います)</li> </ul> |
| 2. アンケート回収   | <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 回答内容を確認し、全て同じ回答、無回答が多い、(WEBの場合)回答送信が早い、所要時間が短い、といった不誠実なデータは削除します</li> </ul>                                                              |

※外部の調査会社を利用する場合  
アンケート調査実施・回収共に外部調査会社の実施します。

### 3. CCイノベーションのアンケート調査・分析



報告書イメージ



集計分析レポートはパワーポイントで作成し、PDFファイルで納品します  
 分析の際に作成したデータやグラフなどにつきましても、エクセルファイルで納品します

# CCIのソリューション

## コンサルティングメニュー

### 経営戦略

- 経営理念、ビジョン策定
- 経営計画の策定
- 個別施策の立案

### デジタルマーケティング

- Web広告導入、運用支援
- SEO改善支援
- メールマーケティング支援

### 業務効率化

- BPR企画・立案
- クラウド会計を活用した事務効率化
- 各種業務のマニュアル化

### コストマネジメント

- 原価管理体制の構築
- 物件費削減に関する助言
- アウトソーシングの受託

### 人事制度・人材育成

- 人事評価制度の策定
- 賃金制度の設計
- 階層別・専門別研修の実施

### 海外展開

- 海外販路の開拓
- 海外拠点の設立に関する支援
- 貿易手続に関する助言

### 人材紹介

- 最適な人材マッチング
- 独自のネットワーク
- 人材定着サポート

### ICT

- システム導入・更改のサポート
- 独自アプリによる生産性向上
- 社内コミュニケーションの活性化

### M & A・事業承継

- 企業の売却・買収のコーディネート
- 企業価値算定に関する助言
- 経営の承継に向けた社内体制整備



- CCIではお客さまの課題を明確にとらえ、お客さまに最適なソリューションを提供します。
- 北國フィナンシャルHD各社、各業務提携機関がお客さまの成長戦略をご支援します。



当社のコンサルティングにつ  
いての詳細はこちら

## お問合せ



専門コンサルタントが  
ご相談を承ります。  
お気軽にご連絡ください！

## LinkedIn



## Facebook



コンサルティング事例やセミナー情報を発信中  
ぜひフォローよろしくお願いいたします！

Quality Company, Good Company. とともに、未来へ。

北國FHDグループ



# ご確認事項

- 本資料は、情報の提供のみを目的として作成されたものであり、CCイノベーションとのお取引を勧誘するものではありません。
- 本資料に記載されている意見などはCCイノベーションが信頼に足り、且つ正確であると判断した情報に基づき作成されたものではありませんが、その正確性、確実性を保証するものではありません。なお、本資料は、作成日において入手可能な情報等に基づいて作成したものであり、金融情勢・社会情勢等の変化により、内容が不正確なものになる可能性もあります。
- 本資料のご利用は、お客さま御自身の判断でなされるよう、また、必要な場合には顧問弁護士、税理士などの各種専門家にご相談いただきますようお願いいたします。
- 本資料の著作権はCCイノベーションに帰属し、本資料の一部または全部を、電子的または機械的な手段を問わず、無断での複製または転送等することを禁じます。