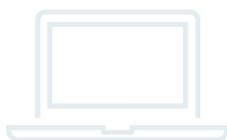


セルフ型アンケートツール  
**QIQUMO**

-大学教授・教員・学生向け-

# QIQUMOご紹介資料



株式会社クロス・マーケティング



# QiQUMOとは？

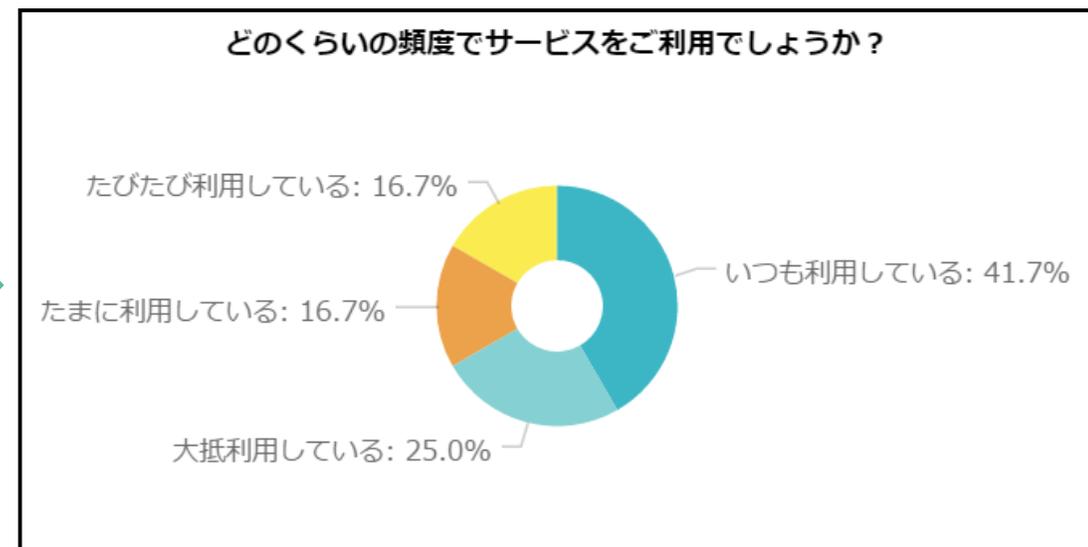
QiQUMO（キクモ）は、アンケート画面の作成や回答の収集を難しい操作なく、誰でも簡単に行えるセルフ型アンケートツールです。

## アンケート作成・配信



ドラッグ&ドロップで直感的にアンケートを作成

## アンケートデータ完成



回答結果はダッシュボード or ボタン1つでCSVファイルをダウンロード

# QiQUMOとは？

下記 3 つの特徴をもつ QiQUMO なら、  
貴社の**意思決定のスピード向上**を実現します。

1

 **簡単**



直感的な操作で  
簡単にアンケート作成

2

 **速い**



アンケートを開始した  
当日中に結果が分かる

3

 **安い**



明快でリーズナブルな  
料金体系

# 学術調査こそQiQUMO

---

## よくあるお悩み

- 論文・研究報告書に使うデータを収集したいが、予算がない
- 研究テーマにマッチした対象者にアプローチできない
- 幅広い年代でサンプルを集めたいが、回答者集めに困っている
- クロス集計・グラフ化に時間がかかる



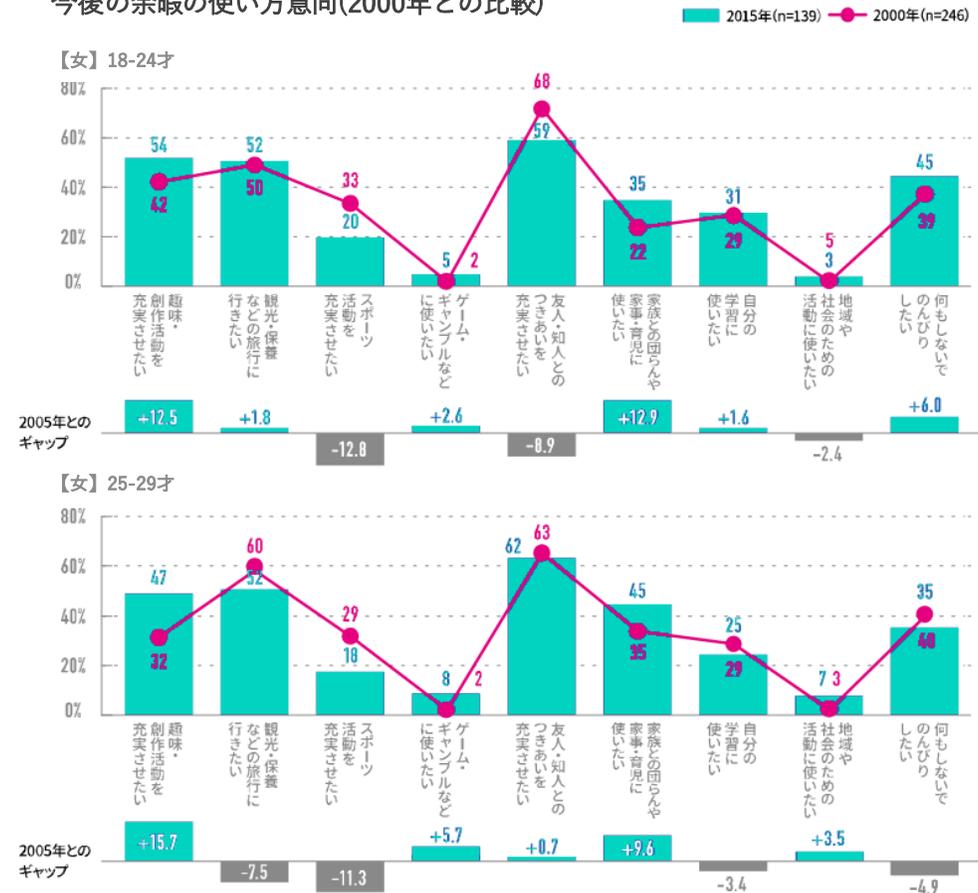
 QiQUMOなら、**簡単・安く・早く**アンケートを実施できるので、研究に必要なデータをすぐに入手することができます。

# アンケート活用イメージ

## 生活者の理解に…

<p>活用シーン</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 生活者の価値観や実態を知りたい</li> <li>✓ 社会潮流の変化を把握したい</li> <li>✓ 年代別の価値観・行動パターンを集めたい</li> </ul>
<p>調査課題</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 世の中の生活者がどのような価値観をもっているのかを明らかにする</li> <li>✓ どのような生活実態(行動傾向)なのかを明らかにする</li> </ul>
<p>活用ポイント</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 生活者の意識を年代別に比較</li> <li>✓ 基本属性から生活者の傾向をとらえる</li> <li>✓ 定点で調査を行い、時系列で比較する</li> </ul>

今後の余暇の使い方向(2000年との比較)



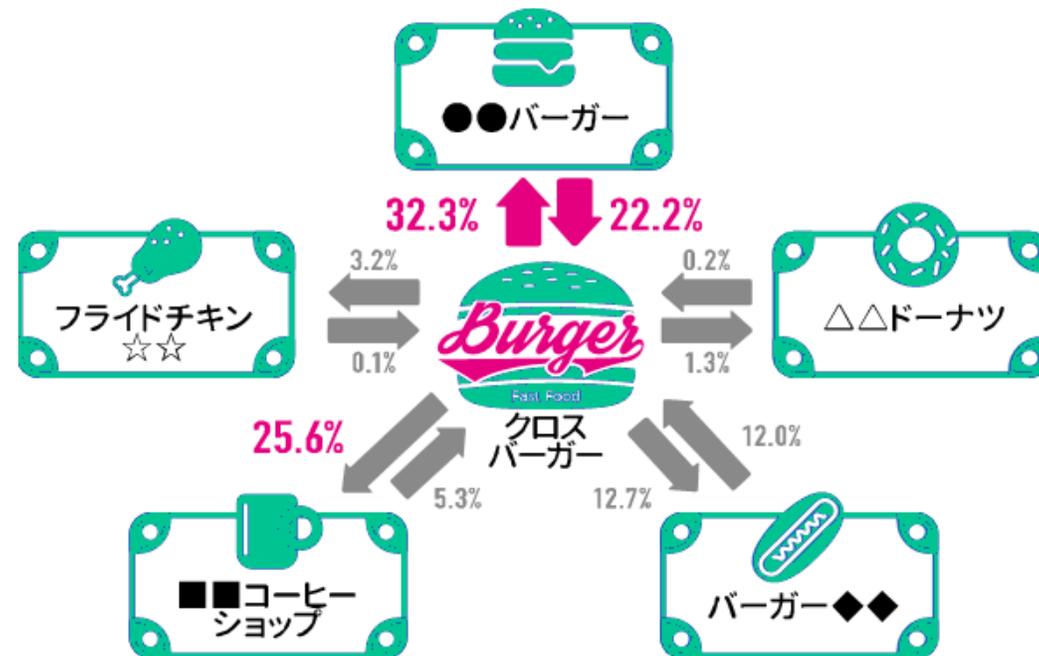
- 18歳から29歳では「スポーツ活動の充実」が低下し、「趣味・創作活動」が上昇。
- 24歳以下は、「友人・知人とのつきあい」が低下し、「家族との団らん」が上昇。
- 「旅行」は、24歳以下では変わりませんが、25-29歳で以前よりもやや低下。

# アンケート活用イメージ

## 仮説立案時に…

<p>活用シーン</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ユーザの利用実態を把握したい</li> <li>✓ 利用シーンごとにどこが競合か知りたい</li> <li>✓ ターゲット顧客像を明らかにしたい</li> </ul>
<p>調査課題</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 顧客の属性・利用目的を把握する</li> <li>✓ 各利用目的における競合を把握する</li> <li>✓ 競合からのスイッチさせるための方策を探る</li> </ul>
<p>活用ポイント</p> 	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 利用シーン毎に「候補になった競合」を明らかにすることで流入促進策に役立つ</li> <li>✓ “売上に大きく貢献している人”の利用目的やプロフィールを分析</li> </ul>

「手早く食事を済ませたい」シーンにおける検討率



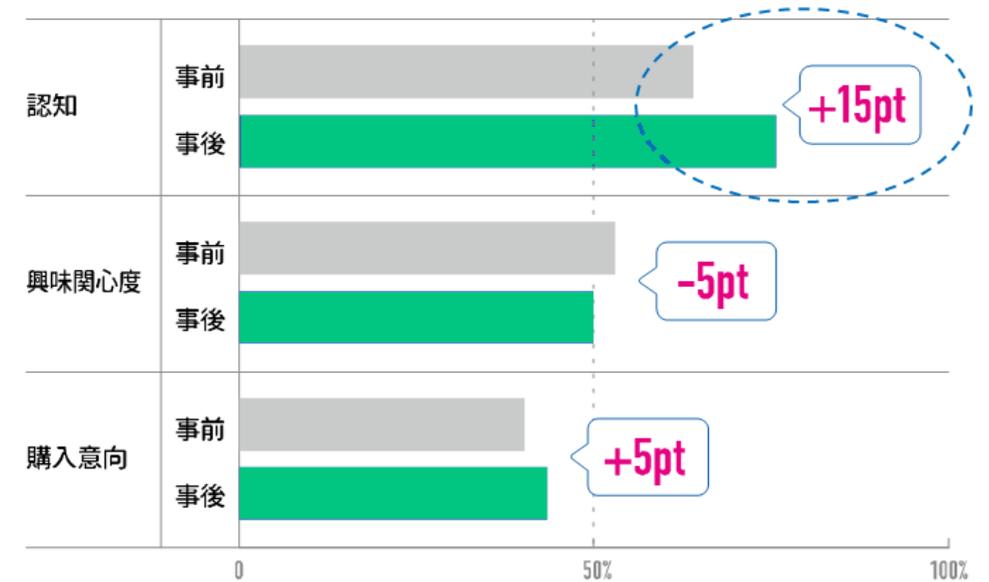
- 矢印→は「手早く食事を済ませたいシーン」で候補になった競合。矢印の近くにある数字は直近利用時に他社を候補にした割合。(クロスバーガーを利用した人のうち、フライドチキン☆☆が候補だった人は3.2%)
- 「手早く食事を済ませたい」シーンでクロスバーガーを利用した人のうち、候補になった割合が高い競合は、「●●バーガー」と「■■コーヒーショップ」。
- 「●●バーガー」利用者も「クロスバーガー」を候補にする割合が高く、相互に競合関係といえる。
- 一方で「■■コーヒーショップ」は「クロスバーガー」が候補になる割合が低く、一方的な競合。流入のハードルが高いため、流出防止策を優先すべき。

# アンケート活用イメージ

## 効果検証で…

<b>活用シーン</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ プロモーションを実施してどういう効果が出たのか知りたい</li><li>✓ クリエイティブの評価を確認して今後の戦略に活かしたい</li></ul>
<b>調査課題</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ プロモーション前後におけるブランド浸透度の変化を検証する</li><li>✓ プロモーション前後における「イメージ」の変化を検証する</li></ul>
<b>活用ポイント</b> 	<ul style="list-style-type: none"><li>✓ 事前・事後の、ブランド・製品の「浸透度」を測定し、効果を確認</li><li>✓ プロモーションの前後でブランド・製品の訴求したいイメージは伝わったかを確認</li></ul>

「クロスソーダ飲料」のプロモーション前後での浸透変化



- 「クロスソーダ」は、プロモーション投下後、認知率が上昇。より市場への浸透が進んだことが読み取れる。
- 興味関心度はやや低下したものの購入意向は微増。一定の関心層には購入意向が喚起できており、プロモーション効果があったといえる。

# 活用事例

## 東京大学：9本の予備実験調査を当日中に回収

### QiQUMO活用の背景

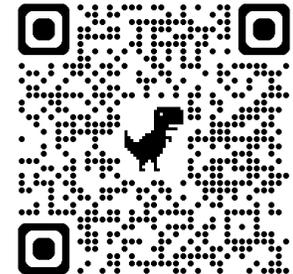
日本の水産業復興に関する研究において、大きな予算を使う本実験を行う前に、まずは安価に予備実験を行いたいと考え、QiQUMOを活用いただくことになった。

調査設計	調査対象者： 20代以上の全国の男女 設問数： 9問 回収サンプル数： 100名（男女50名ずつ）	左記仕様で画像パターン別に9本の調査を実施
設問内容	・ マダイのお刺身パック3つの中からどれを最も買いたいか選ぶ設問×8問 ・ パックに貼付されていたカーボンフットプリントラベルにいつ気が付いたかに関する設問×1問	

### QiQUMOを活用した結果

- ✓ **大きな予算を投じて行う本実験はやり直しがきかないが、QiQUMOで安価に予備実験を行うことで、本調査の焦点を絞ることに成功**
- ✓ **100名への調査を9回に分けて行い、すべて当日中に回収が完了。迅速に調査を実行できた。**

詳しくはこちら：<https://qiqumo.jp/contents/casestudy/company-tokyouuniversity/>



# 簡単4STEPで実施

## STEP 1 「登録する」

QIUMO アカウント登録

法人／個人  
 法人  個人

会社名  
会社名

メールアドレス  
Email

担当者(姓) 担当者(名)  
姓 名

担当者(セイ) 担当者(メイ)  
セイ メイ

- 無料でアカウント登録
- アカウント作成後、即時アンケート作成可能

## STEP 2 「作る」

設問編集 設問表示条件

設問タイプを選択  
単一選択

表示条件を設定する

設問オプション  
 回答必須  プルダウン形式

設問文  
あなたはクロス・マーケティングをご存じですか？

選択肢 (改行で選択肢追加)  
はい  
いいえ

- ドラッグ＆ドロップで設問形式を選択
- 質問と選択肢をテキストを入力するだけで簡単作成

## STEP 3 「集める」

配信条件

性別  
 すべて  男  女

年齢(10歳刻み)  
 すべて  15歳以上  20代  30代  
 40代  50代  60代  70歳

都道府県  
 全国  北海道・東北  北海道  青森県  
 岩手県  茨城県  栃木県  
 群馬県  埼玉県  千葉県  
 甲信越  新潟県  山梨県  
 北陸  富山県  石川県  
 東海  岐阜県  静岡県  
 近畿  京都府  和歌山県

- 1,000万人のモニターへアンケート配信
- 当日～翌日に回収完了

## STEP 4 「探る」



- ダッシュボードからリアルタイムで結果を確認
- 無料集計ツールで手元で楽々集計

# 単純明快な料金体系

設問数×回答人数×**11円**（税込み）

設問数	回答人数			
	100人	500人	1000人	3000人
3問	¥3,300	¥16,500	¥33,000	¥99,000
10問	¥11,000	¥55,000	¥110,000	¥330,000
20問	¥22,000	¥110,000	¥220,000	¥660,000

他社では追加費用、月額会員登録が必要な機能も追加費用は一切発生しません。  
以下の機能は**追加料金なし**でご利用いただけます。



画像・動画提示



回答条件制御



繰り返し設問



豊富な配信属性



回収数の割付



集計ツール



ダッシュボード



性年代・居住地情報付与

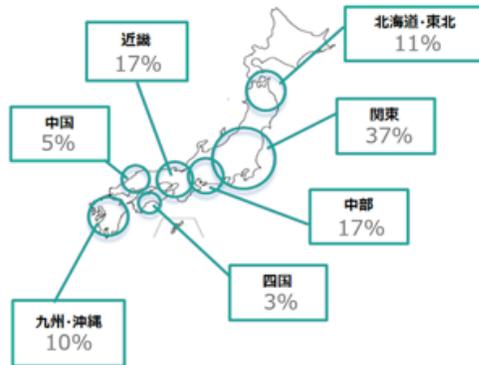


事前抽出調査機能

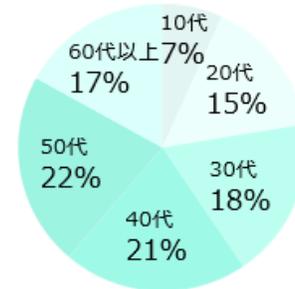
# 優れた回収力

リサーチ対象アクティブパネルは、国内最大規模の**1,000万人**。  
あらかじめ保有しているモニター属性情報で絞り込んで  
意図した属性にアンケートを配信することもできるので、  
**とにかく速く意図した対象者にアンケートを回答してもらうことができます。**

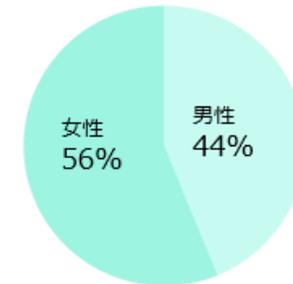
地域別



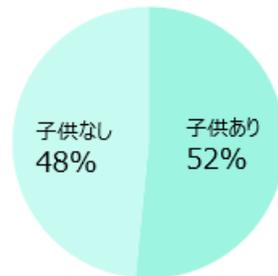
年齢別



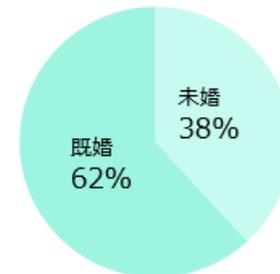
性別



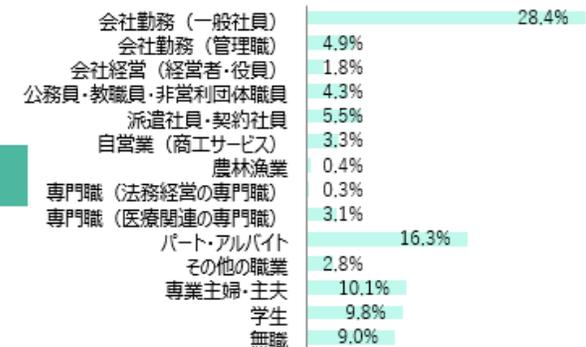
子供の有無



婚姻状況



職業



# 便利機能ご紹介

## グループ管理機能

グループ管理機能を活用することで、アンケートを複数名で編集したり、結果をメンバー全員で共有することができます。請求先も一本化されるので、煩雑な請求処理も心配ありません。

グループの新規作成

グループ名

【グループ名入力時のご注意】  
※40文字以内で入力してください。  
※絵文字（△、♥、?など）、機種依存文字（▼、?など）は使用できません。  
※「j」「j」は使用できません。

## 調査票テンプレート

クロス・マーケティングのノウハウが詰まったアンケートの雛形をご用意しています。ボタンひとつで「ブランドイメージ調査」や「広告効果測定調査」をすぐに作成することができます。

下記からテンプレートを選択してください

- ・お客様向けアンケート
  - > 食品に関する満足度アンケート
  - > Webサービスに関する満足度アンケート
  - > 飲食店に関する満足度アンケート
  - > ブランドイメージに関するアンケート
- ・スタッフ向けアンケート
- ・イベント参加者向けアンケート
- ・地域・社会・教育

食品に関する満足度アンケート

▶ プレビュー

Q1.あなたは、〇〇〇〇を何から見聞きして知りましたか。

Q2.今回、〇〇〇〇をどこで購入しましたか。

Q3.〇〇〇〇を購入した理由をすべてお知らせください。

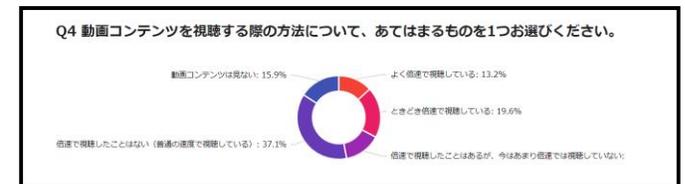
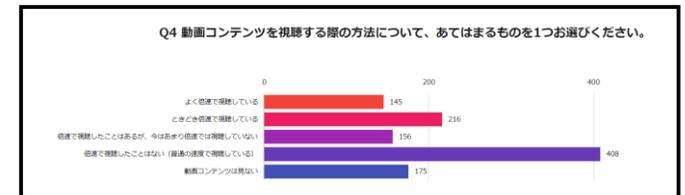
Q4.〇〇〇〇に対して、総合的にどのくらい満足していますか。

Q5.〇〇〇〇に対して前問のように回答した理由をお書きください。

Q6.〇〇〇〇に対してご意見・ご要望がございましたら、ご自由にお書きください

## ダッシュボード

アンケートの回答結果をリアルタイムで確認いただけます。各設問単位で集計されたデータだけでなく、フィルタ機能でクロス集計を行うことも可能です。グラフ化されているので資料への反映も楽々。



# まずは無料アカウント登録

キクモ アンケート  で検索

QiQUMO公式サイトから簡単登録！



<https://qiqumo.jp/>

使い方がわからないときは事務局がメールやお電話でサポートします。

※営業日の10～17時で対応。時間外は翌営業日に対応させていただきます。

QiQUMOに関するお問い合わせ先

QiQUMO事務局 [info@qiqumo.jp](mailto:info@qiqumo.jp)

