

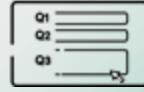
新規事業 検討中！
市場規模の推定（実態把握）
にQiQUMOを活用！



「市場規模はどれくらい？」具体的な課題解決のための QiQUMO の使い方
～CASE STUDYでわかる、Webアンケートの効果・効能～

QiQUMOとは？

QiQUMO（キクモ）は、アンケート画面の作成や、結果の回収をご自身で操作するインターネット調査ツールです。通常の調査に比べて、費用を抑える事ができ、スピーディに対応が可能なため、手軽に調査業務の効果を実感できます。



直感的な操作で簡単にアンケートが作成できる

アンケート作成から分析までワンストップ。
回答データもエクセル形式で出力可能！



目的に応じて様々な人々の声を聞くことができる

リサーチ対象パネル約1,000万人！自社会員や社員など保有リストへの配信も可能！



低価格の料金体系で安心して利用できる

どんなに使っても設問数x回収数x11円=料金
(税込) ※前金なし、アンケートを回収した分だけの課金です。



7つの属性情報を組み合わせて配信指定ができる

約1,000万人のパネルに対して属性情報で絞り込んで配信ができる！



海外のパネルにも配信できる

最大24か国のパネルに配信可能！海外調査をスピーディに実施！

低コストで直感的な操作が可能。スピーディに即日アンケートを実現！

本資料の構成

この資料では、QiQUMOを使ったアンケートリサーチの流れを紹介します。ツールの使い方ではなく、具体的な調査事例（アンケートを実施）を用いて、課題に対する設問設計や仮説検証の方法を知っていただける内容です。セルフ型アンケートツールを用いた調査が、貴社のビジネスでどのように活用できるかをイメージいただければ幸いです。



CASE STUDY：建設会社 新規事業担当者の挑戦

地域密着の強みを活かした新規事業に可能性はあるのか！？

取り組んだ課題

「かき氷」と「焼き芋」の市場規模を知りたい (市場規模の推計)

北関東を地盤に戸建て住宅を手掛ける建設会社のA社では、人口減少や高齢化、業務効率化の遅れなどによる需要の減少を受け、今後も建設業一本での事業継続に厳しさを感じていました。

そこで新規事業として、かき氷と焼き芋の移動販売事業を検討することになりました。

新規事業検討の一歩目として、事業の採算性を予測することが欠かせません。予測するに当たり、それぞれの需要規模を概算してみることになりました。



市場規模を推計する方法とは

今回テーマに挙げられている「かき氷」や「焼き芋」のような小規模な事業者で構成される市場や、これまでにないカテゴリーの商品やサービスの場合、既にまとめられたデータが存在しないケースがほとんどです。

「かき氷」と「焼き芋」について、以下のような方法で市場規模を推計することにしました。

$$\text{市場規模} = \text{需要量} (\text{世帯あたりの1回の購入金額} \times \text{購入回数}) \times \text{世帯数}$$

アンケート調査で集めたサンプルから計算された需要量を「サンプル数 / 全世帯」で割り戻せば、全体の需要量が算出されます。

事例のケースでは、建設会社の拠点がある茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉の5県を移動販売の営業エリア（市場）と想定します。

アンケートの配信地域はこれらの5県とし、各県ごとに求められた需要量を各県の世帯数の構成比でウェイトバックして、営業エリア全体の市場規模を求めます。

市場規模の把握において、一般的な情報源

- ・業界団体がまとめる出荷データや売上データ（自動車やスーパー、マーケットなど）
- ・有価証券報告書のセグメント情報（企業ごとのマーケットシェアを算出できる）
- ・官公庁の統計データ
- ・総務省「家計調査」
- ・財務省「法人企業庁系調査」
- ・経済産業省「工業統計調査」
- ・民間の調査会社やシンクタンクの調査レポート（費用が発生する）

調査企画

商品カテゴリ：かき氷、焼き芋

調査企画

- ◆調査対象：男女
- ◆調査地域：茨城県・栃木県・群馬県・埼玉県・千葉県
※5県の合計を1000とし各県の世帯数の構成比でウェイトバック
- ◆対象属性：全年代（10代は15歳以上）
- ◆アンケート回収数：1000
- ◆質問数：6問

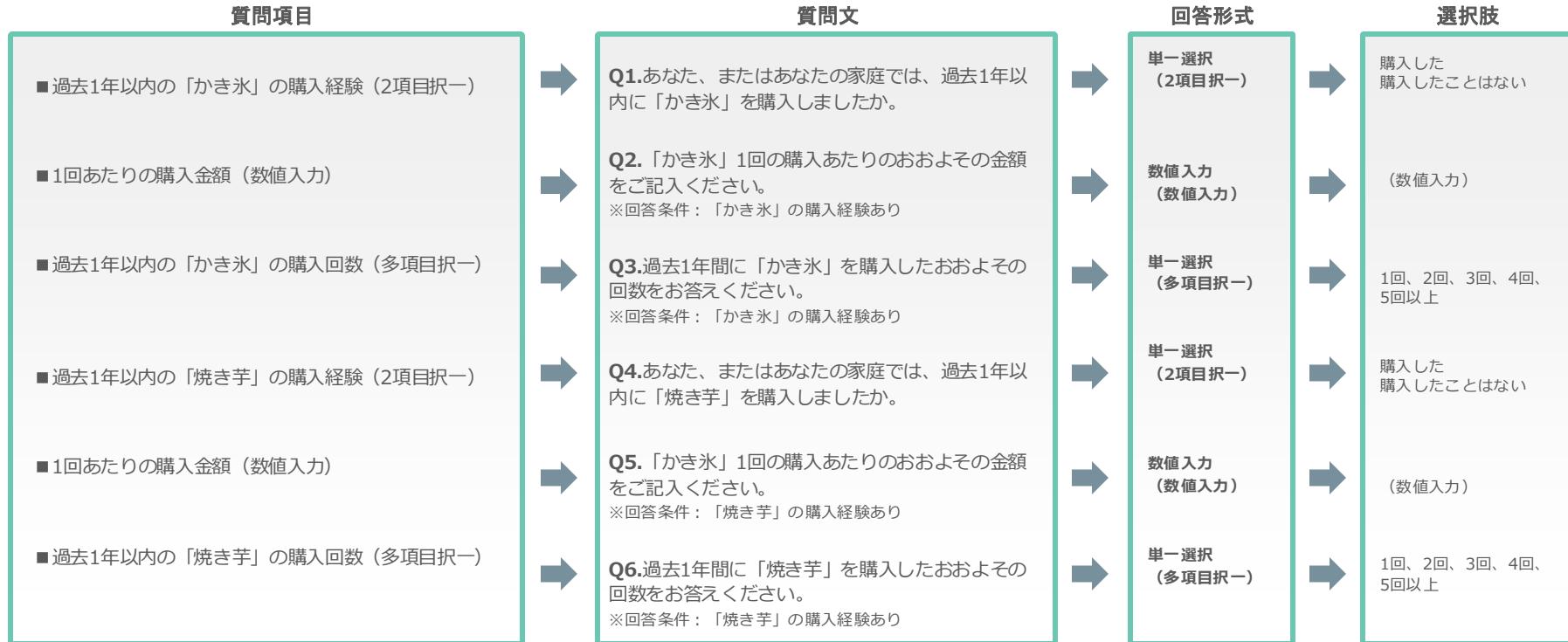
調査目的：かき氷と焼き芋の市場規模の推計

質問項目の構成

- ◆過去1年以内の「かき氷」の購入の有無（2項目択一）
- ◆1回あたりの購入金額（数値入力）
※回答条件：「かき氷」の購入経験あり
- ◆過去1年以内の「かき氷」の購入回数（多項目択一）
※回答条件：「かき氷」の購入経験あり
- ◆過去1年以内の「焼き芋」の購入の有無（2項目択一）
- ◆1回あたりの購入金額（数値入力）
※回答条件：「焼き芋」の購入経験あり
- ◆過去1年以内の「焼き芋」の購入回数
※回答条件：「焼き芋」の購入経験あり

質問文・選択肢の具体例

質問文と選択肢の作成：調査企画の段階で考えた調査項目（質問項目）を質問文・回答形式・選択肢に落とし込みます。



アンケート調査票のポイント① 数値入力

ポイント 1 ⇒ 数値入力：単位と上限・下限の設定

数値入力の質問を設定する場合には、「単位」と「最小値・最大値」を設定する必要があります。

The screenshot shows the QIQUMO survey editor's question creation interface. A specific question is selected, and its configuration panel is visible. The configuration includes:

- Question Type Selection:** Set to "Numerical Input".
- Question Options:** "Required" is checked.
- Question Description:** A placeholder text: "ご記入ください。1回に複数個購入した場合は合計したおおよその金額を記入してください。" (Please enter. If multiple items are purchased in one go, please enter the total amount.)
- Question Examples:** A placeholder text: "100円単位のおおよその金額をご記入ください。" (Enter the approximate amount in 100 yen units.)
- Input Fields:** A text input field labeled "入力用" (Input Use) containing the placeholder text.
- Unit Selection:** "円" (Yen) is selected as the unit.
- Range Configuration:** Numerical range settings are shown with "最小値" (Min Value) at 0 and "最大値" (Max Value) at 100000. A slider is used to adjust the maximum value.

A callout box highlights the "Unit" and "Min Value - Max Value" settings with the text: "数値入力を選択する場合には「単位」と「最小値・最大値」を設定します。" (When selecting numerical input, you must set the unit and minimum/maximum values.)

A preview of the question is shown on a mobile device screen, displaying the question text and the input field with the placeholder "100円単位のおおよその金額をご記入ください。 円".

設問と選択肢の作成方法については「[QIQUMOサービス資料概要・QIQUMO操作マニュアル](#)」で詳しく解説しています

アンケート調査票のポイント② 配信設定

ポイント 2

⇒ 配信設定 (具体的な設定方法は、[QiQUMO操作マニュアル](#)をご覧ください)

具体例のケースでは、

- 属性で指定できない回答者の条件はないため、「アンケート配信」タブの「対象モニターの配信方法」は「モニター属性から設定する」を選択。
- 「性別」「年齢」はすべて選択。
- 都道府県は、茨城県、栃木県、群馬県、埼玉県、千葉県を選択。
- 今回の目標設定総数は1,000としました。

今回のアンケートの目的は、移動販売の営業エリアとする範囲の市場規模を推計することです。
建設会社の拠点がある5つの県を指定します。

The screenshot shows a grid of Japanese prefectures under the heading '都道府県' (Prefectures). A yellow callout box highlights the selection of five specific prefectures: Ibaraki, Tochigi, Gunma, Saitama, and Chiba. These five prefectures are located in the Kanto region of Japan. Other prefectures listed include北海道・東北 (Hokkaido and Tohoku), 関東 (Kanto), 甲信越 (Koshinetsu), 北陸 (Hokuriku), 東海 (Tōkai), 近畿 (Kinki), 中国 (Chugoku), 西国 (Nishi no kuni), 九州・沖縄 (Kyushu and Okinawa), and various smaller islands like 鹿児島 (Kagoshima) and 沖縄 (Okinawa).

実施したアンケート調査が課題を解決① データのダウンロード

ローデータのダウンロード

具体例のケースでは、ローデータを使って市場規模の集計を行います。管理画面に表示される作成したアンケート名の「回答データ作成」から「ローデータ（CSV形式）」を選択しローデータのファイルをダウンロードします。今回集計に使うのは、ローデータの枠線で囲んだ「かき氷」と「焼き芋」のそれぞれの「1回当たりの購入金額」と「購入回数」が記載された部分です。

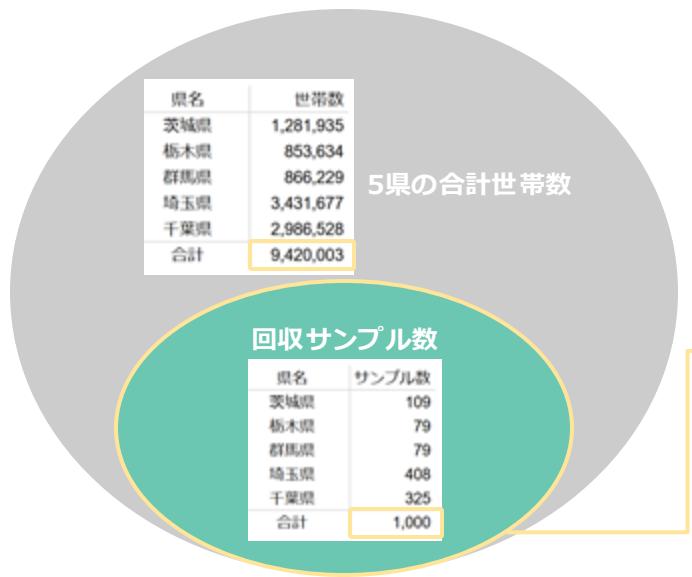
The screenshot shows a user interface for managing data sources. At the top, there are three tabs: 'New Data Creation' (highlighted with a blue circle), 'List Management', and 'Free Data Analysis Tool'. Below these are two sections: 'All Display' and 'ON/OFF'. The main area displays a table with columns for 'Name', 'Type', 'Dashboard', and 'Delete'. A modal dialog box is overlaid on the table, containing fields for 'Name' (input: 'New Data Source'), 'Type' (radio button selected: 'CSV format'), and 'Create New Data Source' (button). A yellow box highlights the 'Create New Data Source' button.

ダウンロードしたローデータ

実施したアンケート調査が課題を解決② 市場規模の考え方

「かき氷」「焼き芋」の市場規模の考え方

このアンケート調査の目的は、移動販売の営業エリアとする茨城、栃木、群馬、埼玉、千葉、5県の「かき氷」と「焼き芋」の市場規模を推計することです。配信設定で5県を指定し、1,000サンプルを集めました。1,000サンプルの購入金額の合計に、5県の合計世帯数と回収サンプル数の比率(9,420,003/1,000)を乗ずると5県の市場規模を求めることができます。



$$5\text{県の市場規模} = \frac{9,420,003}{1,000} \times (\text{合計 } \text{*****} \text{ 円})$$

ローデータ（回答結果が回答者別に記録されたテーブルデータ）

回答者ID	Q1. (購入) ありなし	Q2. 購入金額回	Q3. 購入回数/年	合計金額
1	あり	1000円	3回	3000円
2	なし	-	-	-
3	あり	500円	4回	2000円
4	あり	600円	2回	1200円
5	なし	-	-	-
⋮	⋮	⋮	⋮	⋮
996	あり	2000円	5回以上	12000円
997	あり	800円	1回	800円
998	なし	-	-	-
999	なし	-	-	-
1000	あり	1500円	3	4500円

合計 ***** 円

実施したアンケート調査が課題を解決③ データクリーニング

データクリーニング

アンケート調査では、質問文の意図を理解できない回答や、いい加減に回答したものが一定数発生します。このようなサンプルは不誠実回答や不良回答と呼ばれます。このアンケートでは自由回答の数値を集計するため、不誠実回答が含まれると集計結果が大きく変動することになってしまいます。ローデータから不誠実回答を検出して除外する作業をデータクリーニングやエディティングといいます。Q2とQ5で一回あたりの購入金額を聞いていますが、100円未満の数値を記入したサンプルを不誠実回答とみなして集計から除外します（100,000円などの大きい数値を回答したサンプルはありませんでした）。

「かき氷」の不誠実回答のサンプル

E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	R	S	T
回答者ID	割付	完了フラグ	音頭	漢字種類	性別	年齢	年代別	居住地	職業	過去1年 以上に「ひら きん」を購入 したことある か。	かきこむ 回の購入 あたるのよ おあよせと その回数 が記入され ました。	過去1年 以内に「ひら きん」を購入 したことある か。	かきこむ 回の購入 あたるのよ おあよせと その回数 が記入され ました。	「ひらすけ」 過去1年 間に「ひら きん」を購 入したこと あるか。	「ひらすけ」 過去1年 間に「ひら きん」を購 入したこと あるか。
216887002	女性-60代	↑JR	PO	女性	60-60代	西海県	漁業主婦	漁業	漁業	70	5回以上	購入した	購入した	299.3回	
216889001	男性-20代	↑JR	SP	男性	27-20代	千葉県	漁業主婦	漁業	漁業	1	5回以上	購入した	購入した	5.2回	
216922001	女性-70代	↑JR	PO	男性	37-70歳以上	千葉県	漁業主婦	漁業	漁業	1	5回以上	購入したこと ない	購入したこと ない	0.0回	
216931197	女性-60代	↑JR	PO	女性	70-70歳以上	千葉県	漁業主婦	漁業	漁業	13	25回	購入した	購入した	13.1回	
216932001	女性-50代	↑JR	SP	女性	56-50代	埼玉県	漁業主婦	漁業	漁業	89	50回以上	購入した	購入した	199.5回以上	
216937009	男性-50代	↑JR	SP	男性	56-50代	千葉県	漁業主婦	漁業	漁業	2	1回	購入したこと ない	購入したこと ない	0.0回	

「焼き芋」の不誠実回答のサンプル

データクリーニングを行い、不誠実回答を除いたサンプル数は987です。これを集計の対象とします。

県名	回収サンプル数	不誠実回答数	データクリーニング後のサンプル数
茨城県	109	1	108
栃木県	79	1	78
群馬県	79	1	78
埼玉県	408	5	403
千葉県	325	5	320
合計	1,000	13	987

実施したアンケート調査が課題を解決④ ウエイトバック

5県の世帯数によるウェイトバック

収集したサンプル数の県別構成比は、世帯数の県別構成比と異なっています。すべてのサンプルから集計された金額（「1回当たりの購入金額×購入回数」の全サンプルの合計）から、5県の世帯数合計と総サンプル数の比率で5県全体の市場規模を求めるとき、サンプル数の構成比が世帯数の構成比より少ない茨城、栃木、群馬は合計金額に反映される割合が小さくなり、反対に埼玉、千葉は金額に反映される割合が大きくなっています。実態に近い金額を推計するためには、サンプルの県別構成比を母集団（世帯数）の県別構成比に合わせて補正する必要があります。この重み付けのことをウェイトバックといいます。

県名	世帯数	世帯数の構成比	サンプル数	サンプル数の構成比	世帯数構成比 / サンプル数構成比
茨城県	1,281,935	13.6%	108	10.9%	1.24
栃木県	853,634	9.1%	78	7.9%	1.15
群馬県	866,229	9.2%	78	7.9%	1.16
埼玉県	3,431,677	36.4%	403	40.8%	0.89
千葉県	2,986,528	31.7%	320	32.4%	0.98
合計	9,420,003	100%	987	100.0%	

県別の世帯数の構成比とサンプル数の構成比から
補正值（ウェイトバック値）を求めます。

県別の補正された金額を合計した値と、5県合計の世帯数と
サンプル数の比率から、5県の市場規模を求めます。

$$\text{かき氷の5県における市場規模} = \frac{9,420,003}{987} \times 545,710\text{円} = 5,208,302,271\text{円}$$

$$\text{焼き芋の5県における市場規模} = \frac{9,420,003}{987} \times 556,052\text{円} = 5,307,003,995\text{円}$$

県名	県別のサンプルの合計金額 かき氷	県別のサンプルの合計金額 焼き芋	世帯数構成比 / サンプル数構成比	補正した県別の合計金額 かき氷	補正した県別の合計金額 焼き芋
茨城県	80,875	66,296	1.24	100,583	82,451
栃木県	41,852	34,258	1.15	47,991	39,283
群馬県	45,150	40,473	1.16	52,537	47,094
埼玉県	193,312	157,493	0.89	172,475	140,517
千葉県	176,020	252,289	0.98	172,125	246,707
合計	537,209	550,809		545,710	556,052

このケースでは補正值を使わずに、県別の世帯数とサンプル数の比率
を計算し、県別の合計金額とかけ合わせても同様な結果が可能。

実施したアンケート調査が課題を解決⑤ 市場規模の検証 (i)

推計した市場規模の検証 (i)

アンケート結果から、5県における「かき氷」の市場規模は約52億円、「焼き芋」は53億円と推計されました。この金額が妥当と考えられるかどうかを検証してみる必要があります。

かき氷の5県における市場規模 = 5,208,302,271円 ⇒ 約52億円 焼き芋の5県における市場規模 = 5,307,003,995円 ⇒ 約53億円

Q1.かき氷 購入の有無



Q4.焼き芋 購入の有無



過去1年以内に「かき氷」「焼き芋」を購入したことがある人は、それぞれ33.1%と36.4%です。Yes or Noの質問であり、1,000人に聞いた結果ということを考えれば十分妥当な結果と考えられます。

Q3.かき氷 購入回数



Q6.焼き芋 購入回数



「かき氷」「焼き芋」とともに、主要な販売期間となるのは3ヶ月程度であり、購入する人でも回数は、年に数回程度がほとんどではないかという想定のもとに設定した選択肢です。回数が増えるにつれて回答数が減少するという点では想定どおりでしたが、5回以上のヘビーユーザーが、それほど低い割合ではない点に着目する必要があります。5回以上購入している人が何回購入しているかはアンケートからわからないので、実際の市場規模は推計された金額よりも大きいと考えられます。特に、「焼き芋」は5回以上購入者が多いことから、実際の市場規模は53億円より大きくなると想定できます。

実施したアンケート調査が課題を解決⑤ 市場規模の検証 (ii)

推計した市場規模の検証(ii)

ローデータから「1回あたりの購入金額」で記入された金額の多かったものをカウントすると、「かき氷」が300円（73）・500円（64）、「焼き芋」が500円（60）・300円（37）でした。また、購入した人の1回あたりの購入金額の平均は「かき氷」が717.5円、「焼き芋」が551.6円でした。

1回あたりの購入金額	
かき氷	焼き芋
300円（73）	500円（60）
500円（64）	300円（37）

1回あたりの平均購入金額	
かき氷	焼き芋
717.5円	551.6円

「かき氷」は、縁日などの屋台（露店）では300～500円の価格のものが多く、移動販売や路面店では500円以上で売られているものが多いという印象があります。300円と500円が多かったのは屋台（露店）で購入する人が多いことが想定されます。

一方で、平均購入額が700円台と高くなっているのは、1回あたり複数購入する人が多い、または、500円よりも高い価格で販売されているものが多いことが考えられます。

「焼き芋」は、移動販売で売られているものは500円以上の購入金額になることが多い印象がありますが、コンビニでは一部高額商品があるものの、200～300円台の価格が主流です。

平均購入金額が551.6円となっているのは、屋台で購入する人が多い、またはコンビニで複数購入することが多いと考えられます。



調査結果の分析と解釈～結論

調査結果の分析と解釈を行い課題に対する結論を出します。

分析と解釈

- 5県における「かき氷」「焼き芋」の市場規模は、それぞれ約52億円と約53億円と推計される
- 年間5回以上購入するヘビーユーザーも一定数存在するため、実際は推計した市場規模よりも大きい可能性が高い
- 「かき氷」の値ごろ感は300～500円と考えられるが、500円以上の販売価格でも購入する層は少なくないと考えられる
- 「焼き芋」の移動販売では500円以上の値付けが可能だが、コンビニで売られる200～300円台の商品も競合となる

結論

新規事業として参入することを想定した場合、対象とする市場としては十分な市場規模と考えられる。一方で、多数の小規模な事業者で構成される市場であり、出店場所が売上に関わる移動販売では、地域の特性と消費者の嗜好をより細やかに把握することが求められる。

地域に地盤を持つ建設会社であることから、地域の事情についての知見は蓄積されているものの、「かき氷」「焼き芋」という季節の食べ物に関する商品特性については未知の分野であり、商品開発やエリアマーケティングには試行錯誤が必要。

市場規模の推定（実態把握）にQiQUMOを活用するメリット

新規事業の立ち上げにおいて、市場規模の把握は極めて重要。迅速かつ正確に行うために、セルフアンケートツールQiQUMOが大きな力を発揮します。

【スピーディー】 - 短時間での調査が可能

従来の市場調査では、調査会社への依頼から結果が出るまでに数週間から数ヶ月を要します。QiQUMOを活用すれば、最短1日でアンケートを作成・配信し、集計結果を得ることができます。これにより、市場規模の推定をタイマーに行うことができ、事業計画の迅速な立案が可能になります。

【リアリティ】 - 実際の購買行動に即した分析が可能

QiQUMOでは、具体的な消費者の意識や、例えば「年間5回以上購入するヘビーユーザー」の実態が浮き彫りになり、市場規模の推定に役立ちます。従来の市場データだけでは見逃されがちなニッチな層を捉えることで、より精緻な市場規模の把握が可能です。

【コストパフォーマンス】 - コスト効率の良さ

通常の市場調査に比べ、QiQUMOを活用した調査は低成本で実施できます。特に、調査対象が特定の地域や季節に限定される場合、ピンポイントでデータを収集することで無駄なコストを削減できます。

【ターゲティング】 - ピンポイントなターゲットにリーチ

「北関東5県のかき氷や焼き芋の消費者」を対象とした調査を例にすると、エリアや年齢層、購入頻度など細かく条件を設定したパネルにアンケートを配信できます。ターゲット層に直接意見を求めることで、実際の購買意欲や価格帯の許容範囲をリアルなデータとして取得できます。

【リアルタイム&ビジュアライズ】 - 集計結果の即時共有と視覚化

QiQUMOでは、アンケート結果がリアルタイムで自動集計され、グラフやチャートで視覚化できます。これにより、経営陣や関係部署との情報共有がスムーズに行え、データに基づいた迅速な意思決定が可能になります。

QiQUMOの利用方法

簡単4STEPでアンケートが可能！

無料でアカウント登録をして、すぐにアンケートを作成いただけます。当日15時までの依頼で即日配信、最短でその日に回収が完了することも。回答データはExcel形式で出力することができる、すぐに結果をお手元で確認できます。

**STEP
01**

登録

QiQUMO アカウント登録

法人／個人
 法人 個人

会社名

メールアドレス

担当者(姓)

担当者(名)

担当者(セイ)

担当者(メイ)

- ・メールアドレスと名前を入力して、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
02**

作る

調査結果 調査表示条件

調査タイプの選択

単一選択

▼ 調査条件を設定する

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（複数行で選択肢追加）

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入力するだけで簡単に作成

**STEP
03**

集める

記入条件

性別

すべて 男 女

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

年齢(回答者)

すべて 20歳以上 20歳 30歳 40歳 50歳

性別(回答者)

すべて 未満 未満 未満

どくくらいの頻度でサービスをご利用でしょうか？



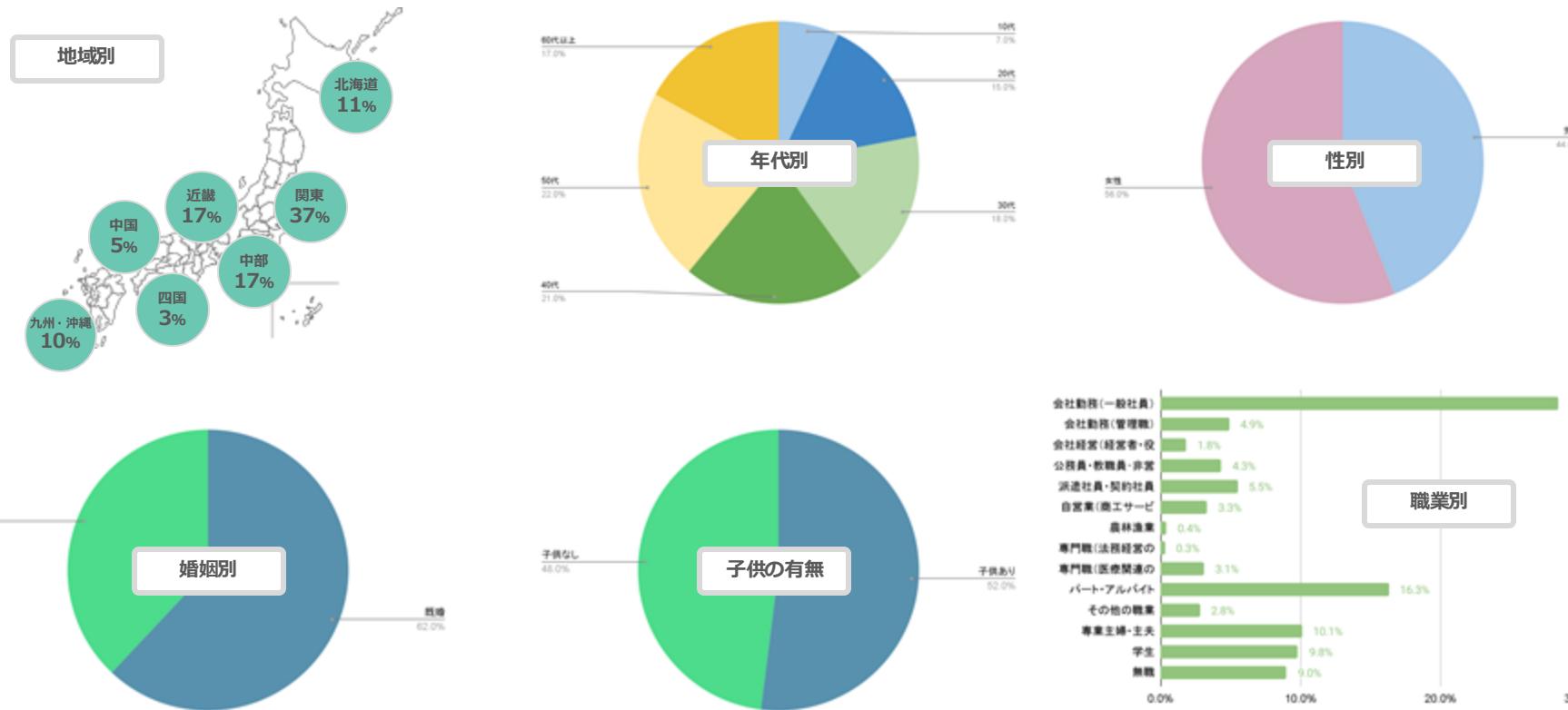
CrossFinder

回答登録

<

QiQUMOの優れた回収力

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」。年間約10,000件以上のリサーチ実績のあるクロス・マーケティングが、普段使用しているパネルへのアンケートが可能です。



単純で明快なQiQUMOの料金体型

本調査

設問数 × 回答人数 × 11円 (税込) 最低利用料金 : 2,200円以上				
設問数	100人	500人	1,000人	3,000人
3問	3,300円	16,500円	33,000円	99,000円
10問	11,000円	55,000円	110,000円	330,000円
20問	22,000円	110,000円	220,000円	660,000円

画像・動画の差し込みなど、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。
以下の機能が追加料金なしでご利用いただけます。

※お支払方法は、クレジットカード決済もしくは請求書払いからお選びください。

事前抽出調査

サンプル数 × 5.5円 (税込)

例) 1,000人 × 5.5円 = 5,500円
※事前抽出調査は、1,000サンプル以上から





<https://qiqumo.jp/>

無料アカウント登録

お問い合わせ : QiQUMO事務局 info@qiqumo.jp