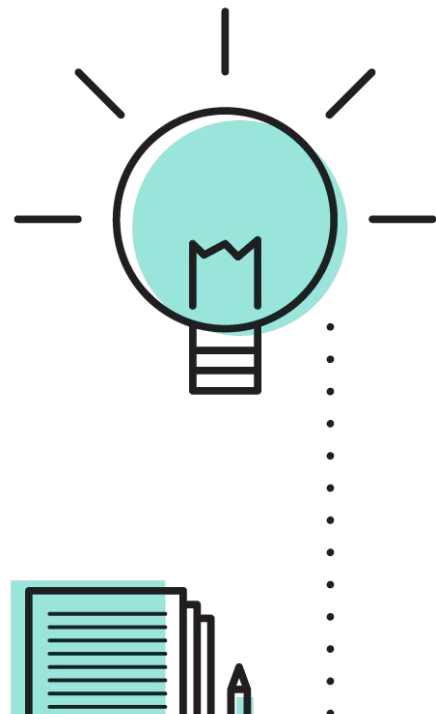
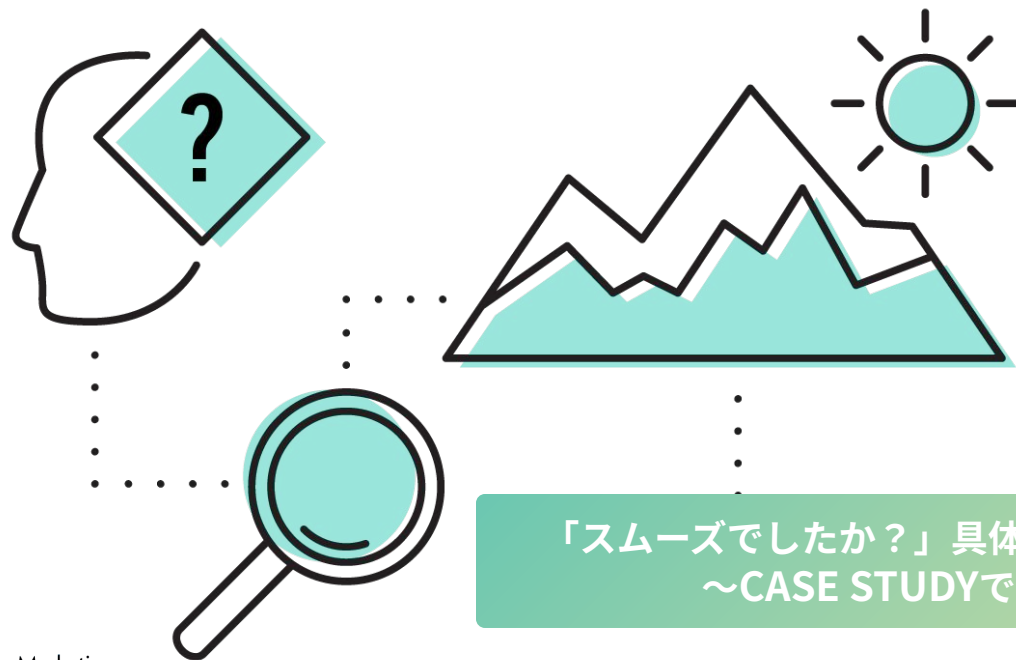


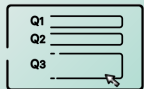
SaaSプロダクトのCX改善 CES測定にQiQUMOを活用！



「スムーズでしたか？」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～

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のため、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！



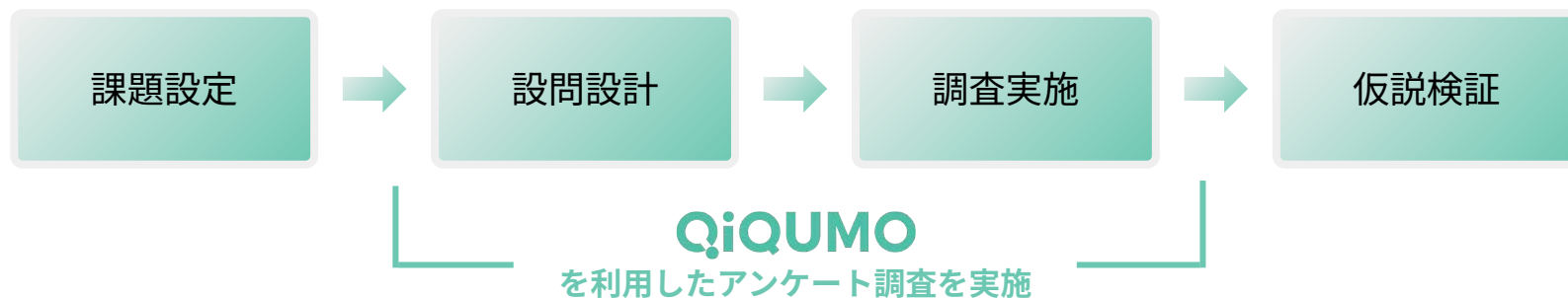
海外のパネルにも配信できる

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 : 企業向けクラウドサービスのCX（顧客体験）改善
オンボーディングプロセスのCES（顧客努力指標）を測定

取り組んだ課題

チャーンレート（※）悪化はなぜ？オンボーディング（※）プロセスを切り分けて、CX（顧客体験）を低下させる要因を特定したい。

A社（自社）：企業向けクラウド型ワークフロー/承認管理SaaSを提供

- CRM、MA、BIとともにシリーズで展開している企業向けSaaSツール群のひとつ
- ツール種別のなかではユーザー数の多い看板商品的位置づけ
- フリーミアムプランを採用



CES測定に至る背景

- UI全面刷新以降、ユーザー数は順調に伸びている
- 一方で、月次のオンボーディング完了率とチャーンレートが悪化していることが判明
- 有料プランアップグレード時点のNPSを測定しているが、NPSスコアに大きな変動は見られず



調査の目的と方向性

- UI変更によって誘発されているオンボーディングプロセスの摩擦要因の切り分け
- 主要機能ごとにユーザーが感じている手間をスコア化して比較
- 自由記述回答から具体的な要因を拾う



※チャーンレート：一定期間内にサービスを解約した顧客の割合を示す指標

※オンボーディング：新規顧客が提供サービスをスムーズに活用するための施策やプロセス

CES（Customer Effort Score：顧客努力指標）測定

CES（顧客努力指標）はCX（顧客体験）を評価するための指標の一つであり、企業向けサービスなどで多く用いられる調査の方法です。

CES（Customer Effort Score）は、CX（顧客体験）を評価するための調査手法の一つで、ユーザーがサービス利用時に感じる「手間」や「労力」を指標化します。

特にクラウドサービスやサブスクリプションなど、設定や操作が複雑なサービスで有効です。アンケートにより、操作のわかりやすさや所要時間を測定します。

CSAT（満足度）やNPS（推奨意向）といった他のCX指標に対し、CESは導入段階に注目した評価手法といえます。

CX指標体系チャート



指標詳細



CSAT: サービス・商品への総合的な満足度を測定



NPS: 他者への推奨意向から顧客ロイヤルティを測定



CES: 目標達成に要した顧客の努力度を測定



SUS: システムやUIの使いやすさを標準化して測定



GCR: 顧客が設定した目標の達成率を測定



FCR: 初回コンタクトでの問題解決率を測定

調査企画 — CES (Customer Effort Score) 測定

企業向けのクラウドサービスの多くは、ユーザー企業の業務に合わせるための設定や既存のアプリケーションとの連携、社内への浸透・教育など、導入から稼働までに、一定の労力や負担が必要とされます。それをユーザーがどう感じているかを指標化するのがCESの目的です。

調査目的

オンボーディングプロセスのCESスコアを測定

調査対象

過去6ヶ月以内に初回セットアップを完了したユーザー約1200名の登録アドレスにアンケートを配信※回収サンプルは189

調査項目

- 総合評価
- 初期セットアップ
- 承認フロー
- 外部連携
- ユーザー権限管理
- ヘルプ・サポート
- 継続利用意向
- 具体的な意見

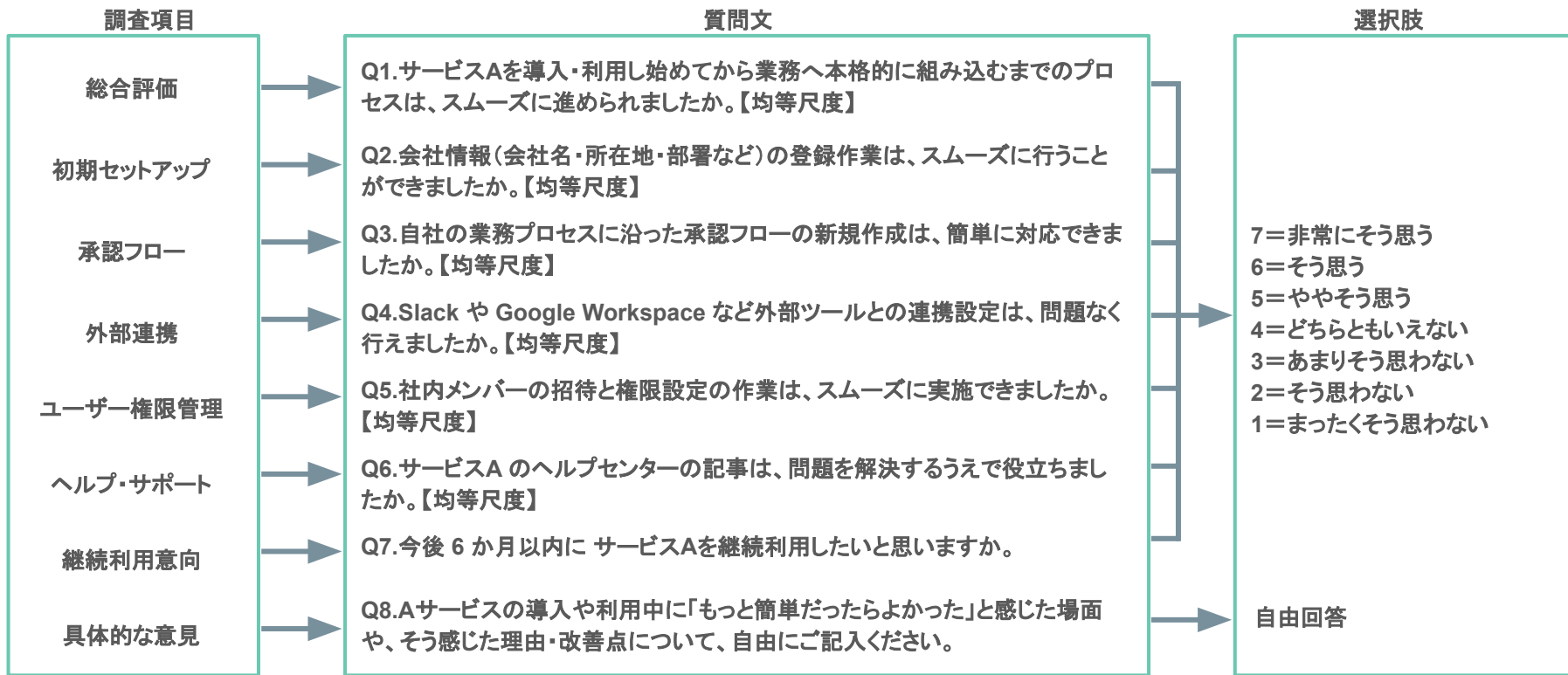
CES測定の設問設計

CESでは、ユーザーが感じる手間や労力の程度を7段階評価で測定します。

当初は負荷の大きさを5段階で評価し、負荷が大きいほどスコアが高い仕組みでしたが、複雑なやり取りではサービスの質に関係なくスコアが高くなる課題がありました。

現在は「簡単だったか」「スムーズだったか」といったポジティブな評価に基づく尺度が一般的です。実務では「〇〇は問題解決を簡単にしてくれたか」の7段階評価に自由回答を組み合わせ活用することも多く、必要に応じて補足設問を追加し課題を深掘りします。

質問文と選択肢の作成



調査票作成のポイント_均等尺度の設定

CESの質問尺度は7段階のリッカート尺度を用います。QiQUMOでは段階数を設定したスケールにチェックを入れる回答形式で表示されるため、直感的で視覚的にわかりやすい形で選択肢を提示することができます。

「設問編集」画面で「設問タイプの選択」で「均等尺度」を選びます。

段階の数を入力します。

各段階の「尺度ラベル」を入力します。入力欄の上の行が回答画面の左から表示される形となります。

設問編集

設問タイプの選択

均等尺度

表示条件を設定する

設問オプション

☒ 回答必須

設問文

サービスAを導入・利用し始めてから業務へ本格的に組み込むまでのプロセスは、スムーズに進められましたか。

段階数 7

尺度ラベル (改行で尺度ラベル追加)

5 ややそう思う
6 そう思う
7 非常にそう思う

☐ 尺度ラベルを縦書きにする

設問文の補足文章

キャンセル 保存

前の設問 Q1. 均等尺度 次の設問

Q1. サービスAを導入・利用し始めてから業務へ本格的に組み込むまでのプロセスは、スムーズに進められましたか。 (必須)

1 まったくそう思わない 2 そう思わない 3 あまりそう思わない 4 どちらともいえない 5 ややそう思う 6 そう思う 7 非常にそう思う

つぎへ

調査票作成のポイント_リスト配信の設定

QiQUMOのアンケート配信方法には「モニター配信」と「オープンアンケート」の2種類があります。「モニター配信」は登録モニターに配信し、一般の回答を広く集める方式です。一方、「オープンアンケート」は顧客や社員など、配信先が特定できる対象者に向けて配信します。本調査では、サービスAの登録ユーザーが対象だったため「オープンアンケート」を採用し、アンケートURLを記載したメールを1,200名に送信。その結果、189件の回答が集まりました。

回収したいサンプル数の上限を設定できます。

同一の端末からの複数回の回答を制限することができます。

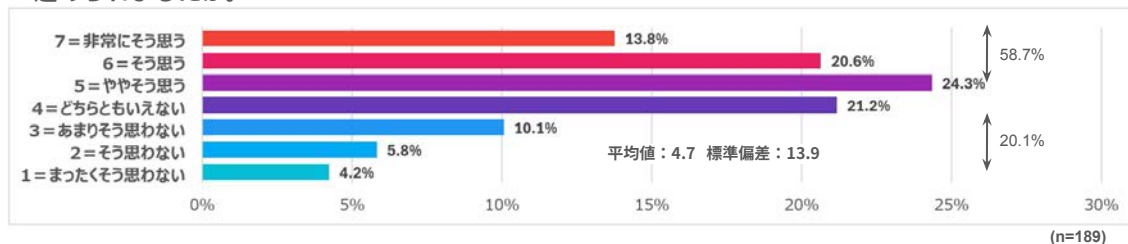
ここに表示されるURL、またはQRコードをメールやSNSなどに貼り付けて、配信先に送ります。

QRコードからスマートフォンなどにアンケートを読み込ませることができるため、会場アンケートなどにも活用できます。

調査結果_Q1.総合評価 / Q2.初期セットアップ

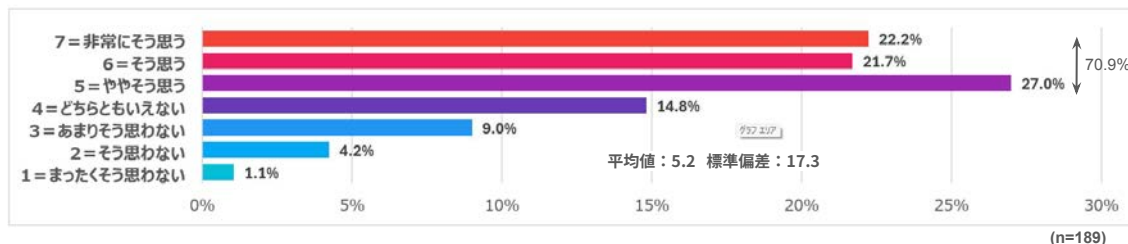
Q1.の「総合評価」は概ね良好な結果が得られています。Q2.の「初期セットアップ」は平均値が最も高く、肯定的評価も7割と、操作をする際のユーザー負荷は低い項目と考えられます。

Q1.サービスAを導入・利用し始めてから業務へ本格的に組み込むまでのプロセスは、スムーズに進められましたか。



平均値は4.7とやや高めで、肯定的評価（58.7%）が否定的評価（20.1%）を上回っています。ただし、「5：やや思う」を中心とした緩やかな分布となっており、評価は一樣ではありません。導入プロセスには好意的な反応が多い一方で、一部では改善の余地が見られる結果となりました。

Q2.会社情報（会社名・所在地・部署など）の登録作業は、スムーズに行うことができましたか。

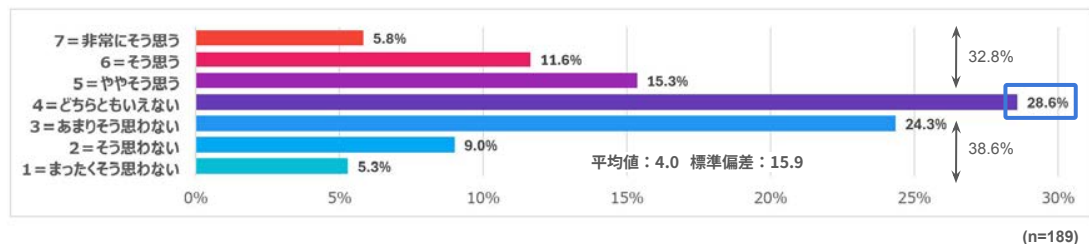


平均値は5.2と高く、肯定的評価は70.9%にのぼります。回答は高評価に大きく偏っており、多くのユーザーが作業を「簡単」と感じています。標準偏差は17.3とやや大きめですが、これは高評価に極端に偏った結果といえ、顧客にとって負担の少ない体験が実現できていると考えられます。

調査結果_Q3.承認フロー / Q4.外部連携

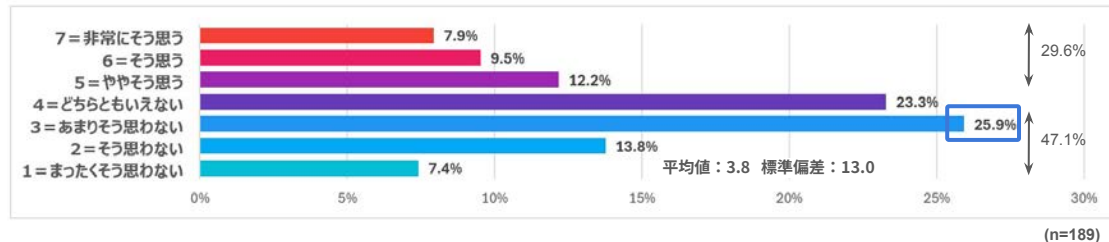
Q3の「承認フロー」は否定的評価が肯定的評価を上回っており、他の項目と比較して懸念される要素が存在していると考えられます。それに続くQ4.「外部連携」は平均値が最も低く、ユーザービリティ検証の優先順位が最も高い項目に位置づけられます。

Q3.自社の業務プロセスに沿った承認フローの新規作成は、簡単に対応できましたか。



平均値は4.0で中立、「4:どちらともいえない」が28.6%と最多でした。肯定派（32.8%）と否定派（38.6%）が拮抗しており、評価が二極化する傾向が見られます。この結果から、承認フロー作成はユーザーのITリテラシーや業務の複雑さによって評価が分かれる難易度の高い機能と考えられます。

Q4.Slack や Google Workspace などの連携設定は、問題なく行えましたか。

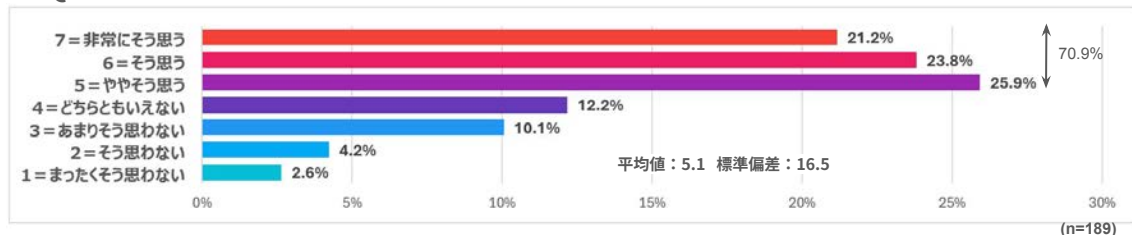


平均値は3.8で、「3:あまりそう思わない」が最多。否定的評価（47.1%）が肯定的評価（29.6%）を大きく上回り、分布は低評価側に偏っています。連携設定は多くのユーザーにとって負担が大きく、サービス上の明確な改善ポイントである可能性が高いと考えられます。

調査結果_Q5.ユーザー権限管理 / Q6.ヘルプ・サポート

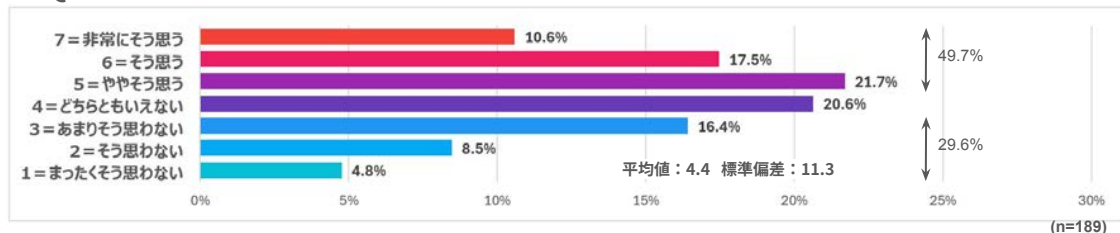
Q5.の「権限管理」は「初期セットアップ」に次いで平均値の高かった項目です。Q6.の「ヘルプ・サポート」は約半数が肯定的評価ですが、否定的な評価も3割となっています。

Q5.社内メンバーの招待と権限設定の作業は、スムーズに実施できましたか。



平均値は5.1で、肯定的評価は70.9%。分布も高評価側に大きく偏っており、多くのユーザーがこの操作を直感的に簡単に行えていることがわかります。ユーザーの負担が少なく、良好な体験が提供できている項目といえます。

Q6.サービスAのヘルプセンターの記事は、問題を解決するうえで役立ちましたか。

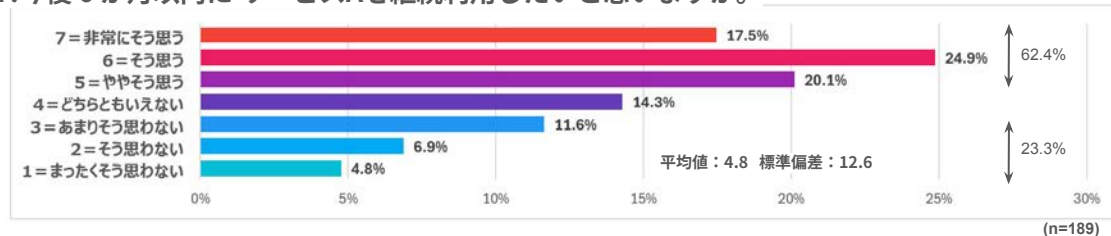


平均値は4.4とやや肯定的で、「5」～「3」の評価が分散し、なだらかな分布を示しています。肯定的評価は49.7%ですが、否定的評価も29.6%存在。ヘルプセンターは一部ユーザーには有用な一方で、全体の問題解決ニーズには十分応えきれていない可能性があります。

調査結果_Q7.利用継続意向 / Q8.自由意見

Q7.の「継続利用意向」は6割が肯定的評価、2割が否定的評価と全体的にはロイヤリティにつながる満足度が得られていると推測できます。Q8.「自由意見」は評価の低かった項目である「承認フロー」と「外部連携」についてのコメントが多く挙げられました。

Q7.今後6か月以内に サービスAを継続利用したいと思いますか。



平均値は4.8で、肯定的評価（62.4%）が否定的評価（23.3%）を大きく上回っています。「6：そう思う」が最多で、高評価側に分布が偏り、継続利用に前向きなユーザーが多いとわかります。全体として満足度とロイヤリティが高い傾向が見られます。

Q8.Aサービスの導入や利用中に「もっと簡単だったらよかった」と感じた場面や、そう感じた理由・改善点について、自由にご記入ください。 ※一部のみ表記

区分	コメント
初期セットアップ	CSVフィールド名とサービスAの項目名が一致せず、マッピング画面でエラー理由が出ず戸惑った
承認フロー	デザインは直感的だが、細かい階層を作るたびにパネルが横に伸びて全体構造を見失う
外部連携	連携ステップがカード式ウィザードになったが、次へ進むと前の入力内容を一覧確認できず不安
ユーザー権限管理	社内ITポリシーでIP制限などがあり設定項目が散在していて見つけにくい
ヘルプ・サポート	権限設定の説明動画が20分超えて要点がつかめない3分以内のチュートリアルが欲しい

自由回答では、低評価だった「承認フロー」と「外部連携」に関する意見が多く見られました。直感的なUIを目指したりリニューアルが、全体の把握や複数項目の操作に影響している可能性がうかがえます。

調査結果の分析と解釈～結論

分析と解釈

- 総合評価は肯定的な評価が否定的な評価を2倍以上上回り、導入プロセスについては概ね好意的な受け止め。
- 初期セットアップは肯定的評価が7割と多くのユーザーが登録作業についてはスムーズという評価。
- 承認フローは肯定的評価32.8%、否定的評価38.6%とやや否定的評価が上回る。リテラシーや業務によって評価が分かれる可能性大。
- 外部連携は平均値が最も低く否定的が肯定的を上回る。オンボーディング作業のボトルネックとなっていることが想定される。
- 権限管理は初期セットアップと並んで肯定的評価の割合が高い。
- ヘルプ・サポートは肯定的評価が約半数を占めるが否定的評価も約3割。一部ユーザーのニーズを満たせていない可能性。
- 継続利用意向は肯定的評価が否定的評価を大きく上回り、多くのユーザーが継続利用に前向き

結論

SlackやTeamsとの連携は評価が高く、登録作業もスムーズとの声が多いため、初期セットアップの導入負荷は比較的低いといえる。一方で、承認フローや外部連携には否定的な意見が目立ち、業務の複雑さやITリテラシーの差が影響している可能性がある。特に外部連携は評価が最も低く、導入の障壁となっている。サポートや権限管理にも一部使いにくさがあるが、継続利用意向は高く、前向きに使う姿勢が見られる。今後は承認フローや連携機能の操作性向上が求められる。

CES測定に QiQUMOを活用するメリット

【スピーディ】数日で実行・すぐに改善アクションに着手できる

QiQUMOなら、調査設計～配信～回収～分析までを一気通貫で進行できるため、知りたいことを質問して、多数の回答を集めて、結果を分析することが可能。改善施策への着手が迅速に行えます。A社ではUIリニューアル後のチャーン率悪化について、数日で定量＋自由回答を取得。承認フローや外部連携における「使いづらさ」が離脱要因だと早期に把握でき、改善サイクルを即座にスタートできました。

【リーズナブル】内製で高精度の調査、コストを大幅削減

従来はリサーチ会社への依頼で数十万円以上かかる調査も、QiQUMOでは社内メンバーのみで実施可能。柔軟な設計・即日配信により、スピーディかつ低コストで高精度な調査が実現できます。A社ではSlackやGoogle Workspaceとの連携に関する「つまずき」の実態を、自社内で検証。外注せずに仮説を検証でき、調査費も抑えられる結果となりました。

【分かりやすいUI】直感的に設計・実行・修正ができる操作性

QiQUMOはドラッグ＆ドロップ式で直感的に操作できます。回答方式の選択や設問の入れ替えも簡単に実現できるので、調査担当者が専門スキルを持っていなくても、導入・運用が容易です。A社でもオンボーディングの各工程（初期セットアップ・承認フロー・外部連携）ごとに「どこでつまずいたか」を分解して質問項目を設定し、UI変更後のギャップを可視化に成功しました。

【分析もカンタン】スコア＋自由回答が一目でわかる

UXのボトルネックを特定し、開発チームへのフィードバック精度が向上。QiQUMOは、調査結果をスコア＋自由記述で可視化できるため、開発・CS・マーケが共通認識で課題構造を把握可能。A社では、UI刷新後のユーザー行動変化を裏付けるデータとして「継続意向が高いが、一部の機能で摩擦が生じている」ことが判明し、ピンポイントでプロダクト改善につなげる指針となった。

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ので、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



設定編集 設定表示条件

設問タイプの選択
単一選択

表示条件を設定する

設問オプション
☒ 回答必須 ☐ ブルダウン形式

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入力するだけで簡単に作成

STEP 03

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歳以上

都道府県
☒ 全国 ☒ 北海道・東北 ☒ 北海道 ☒ 青森県 ☒ 岩手県 ☒ 宮城県 ☒ 秋田県 ☒ 山形県 ☒ 福島県 ☒ 茨城県 ☒ 栃木県 ☒ 群馬県 ☒ 埼玉県 ☒ 千葉県 ☒ 東京都 ☒ 神奈川県 ☒ 新潟県 ☒ 富山県 ☒ 石川県 ☒ 福井県 ☒ 山梨県 ☒ 長野県 ☒ 岐阜県 ☒ 静岡県 ☒ 愛知県 ☒ 三重県 ☒ 滋賀県 ☒ 京都府 ☒ 大阪府 ☒ 兵庫県 ☒ 奈良県 ☒ 和歌山県 ☒ 徳島県 ☒ 香川県 ☒ 高松市 ☒ 愛媛県 ☒ 高知県 ☒ 福岡県 ☒ 佐賀県 ☒ 大分県 ☒ 熊本県 ☒ 鹿儿岛県 ☒ 沖縄県

- ・クロス・マーケティングの1,000万人のアクティブモニターへアンケート配信が可能
- ・配信当日～翌日には回収が完了

STEP 04

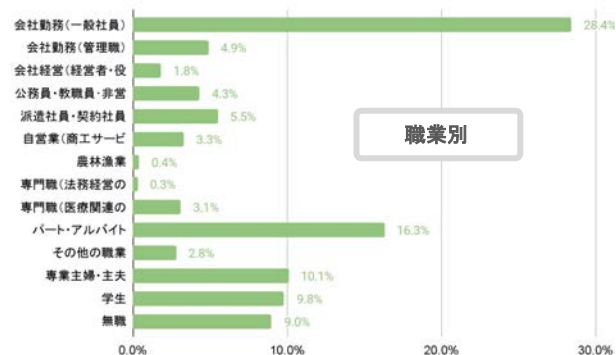
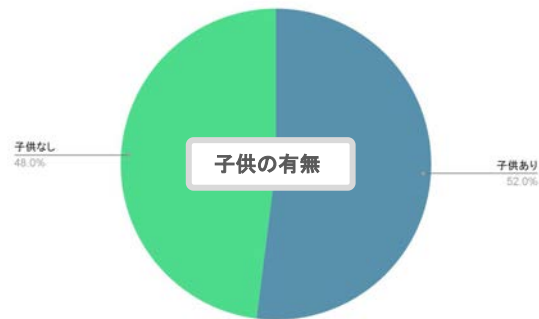
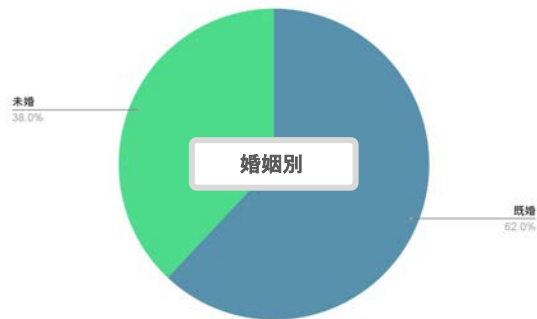
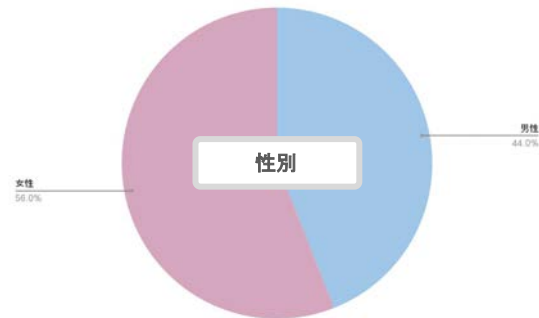
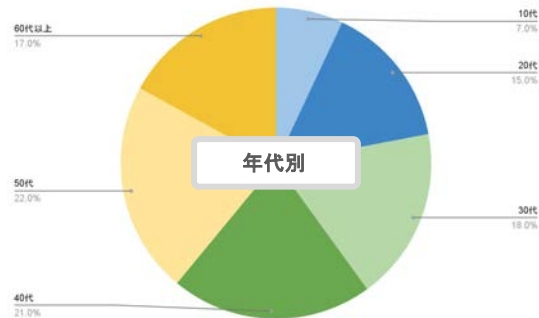
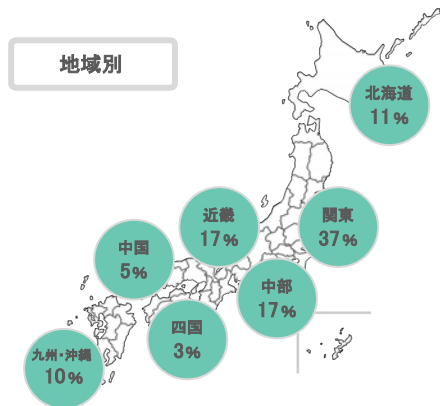
探る



- ・リアルタイムでダッシュボードから回答内容を確認
- ・無料集計ツールで意図した分析も可能

QiQUMOの優れた回収力

リサーチ対象アクティブパネルは、国大最大規模の「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の料金体系

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



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

オープンアンケート無料キャンペーン

オープンアンケートとは？

回答ページのURLを自由に告知し、お客様向けアンケートや従業員向けアンケートなど幅広い用途にご利用いただけるサービスです。メールやSNSを通じてお客様の会員にアンケートを行ったり、Webサイト来訪者にアンケートを実施することができます。

QiQUMOではシステムからメールでアンケートを配信したり、QRコードを発行することが可能です。

こんなシーンで活用いただけます



従業員満足度調査



顧客満足度調査



会員向け
アンケート



Webページ来訪者
向けアンケート



イベント店舗等の
来客者向け
アンケート

ご利用方法・詳しくはこちらから



<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