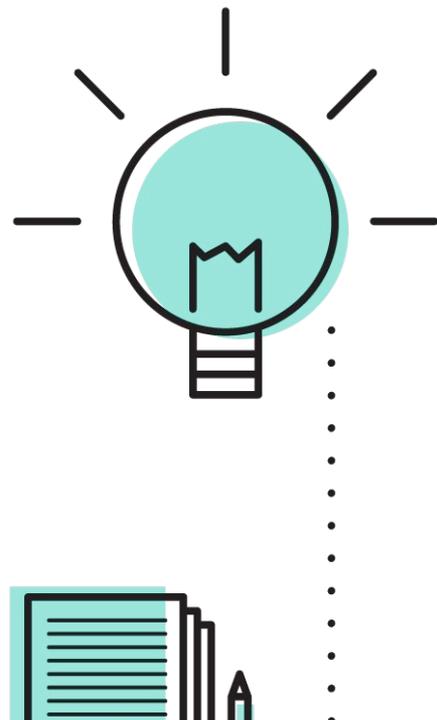


モバイルアプリの使い勝手改善 ユーザービリティ調査に にQiQUMOを活用！



「使い勝手はどうか？」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！



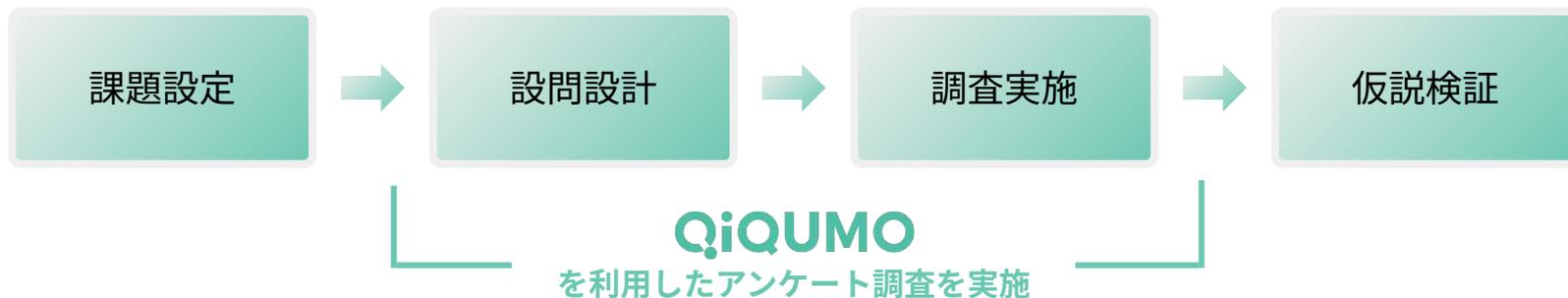
海外のパネルにも配信できる

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：ファストフードチェーンの公式アプリ

OMO戦略強化のためにUX改善を図る

取り組んだ課題

アプリ操作性や機能面の体験から、改善ポイントを抽出するユーザビリティ調査を実施。

A社（自社）：OMO戦略の中核としてアプリを活用しているファストフードチェーン

- 過去のリニューアルから5年が経過、UX向上に向けた改善に着手
- CX推進室が中心となり、アプリの利便性や活用実態の見直しが急務に



調査アプローチ：アプリユーザーに対して、UI操作性などの定量調査を実施

- 利用実態や不満点を可視化し、改善方針の判断材料を収集
- 顧客体験全体の最適化とブランド価値向上を見据えた調査設計を実施

A社ではアプリの利便性向上を通じて、顧客体験全体の最適化とブランド価値の向上を目指しています。

参考_UX調査・ユーザビリティテスト

アプリやWebサイトに関するユーザーの使い勝手を検証する手法にはUX調査やユーザビリティテストがあります。今回のようなアンケート使った定量的な調査はこれらのUX調査の一つの手法として位置づけられます。

UX調査とユーザビリティテストの違い

UX調査とユーザビリティテストの違いは、目的と範囲にあります。UX調査は、ユーザー体験全体を対象とし、感情やニーズを含む「なぜ」を探る広範なアプローチです。一方、ユーザビリティテストはその一部で、製品や画面の「使いやすさ」に特化し、具体的な操作上の課題を明らかにします。

観点 (Aspect)	UX調査 (UX Research)	ユーザビリティテスト (Usability Testing)
主な目的 (Primary Goal)	ユーザー体験全体の理解、ニーズ・文脈の把握	特定インターフェースの使いやすさ評価
範囲 (Scope)	広範、全ユーザージャーニー、戦略レベル	限定的、特定の製品・インターフェース操作
焦点 (Focus)	なぜ？ どんな価値？ 感情、動機	どれくらい簡単？ できるか？ パフォーマンス、効率
主な手法 (Typical Methods)	インタビュー、アンケート、エスノグラフィ、分析、ユーザビリティテスト等	タスク分析、行動観察、思考発話、評価指標（成功率、時間等）
主なアウトプット (Key Outputs)	ペルソナ、ジャーニーマップ、ニーズリスト、戦略的インサイト	問題点リスト、デザイン改善案、ユーザビリティ指標
主な実施時期 (Typical Timing)	ライフサイクル全体、特に初期（発見フェーズ）	デザイン・開発中（プロトタイプ）、リリース後（評価フェーズ）

UX調査にアンケートを用いることのメリット

UX調査にアンケートを用いることで、OMO戦略におけるオンライン・オフラインの顧客体験をつなぎ、一貫性のある体験を実現できます。アンケートでは操作性や情報伝達、キャンペーンの印象など、全体傾向を可視化可能です。

MAUやCVR、来店頻度や客単価などの指標と組み合わせることで、

- 離脱ポイントの把握と優先順位の明確化
- 新機能や施策のROI評価
- パーソナライズ設計への示唆獲得

といった効果が得られます。これらを開発・マーケ・現場が共有することで、部門横断のPDCAが進み、LTV向上にもつながります。

調査企画 _公式アプリのユーザビリティ調査

既に安定的な運用フェーズに入った段階での公式アプリのリニューアル。さらに洗練されたUX（顧客体験）に向けての改善を目的とした調査が今回のユーザビリティ調査です。

調査目的

公式アプリのユーザビリティを定量評価し、UX改善の優先度を明確化するために、UI操作性、情報設計、モバイルオーダー導線、通知頻度、クーポン施策の課題を探る。

調査対象

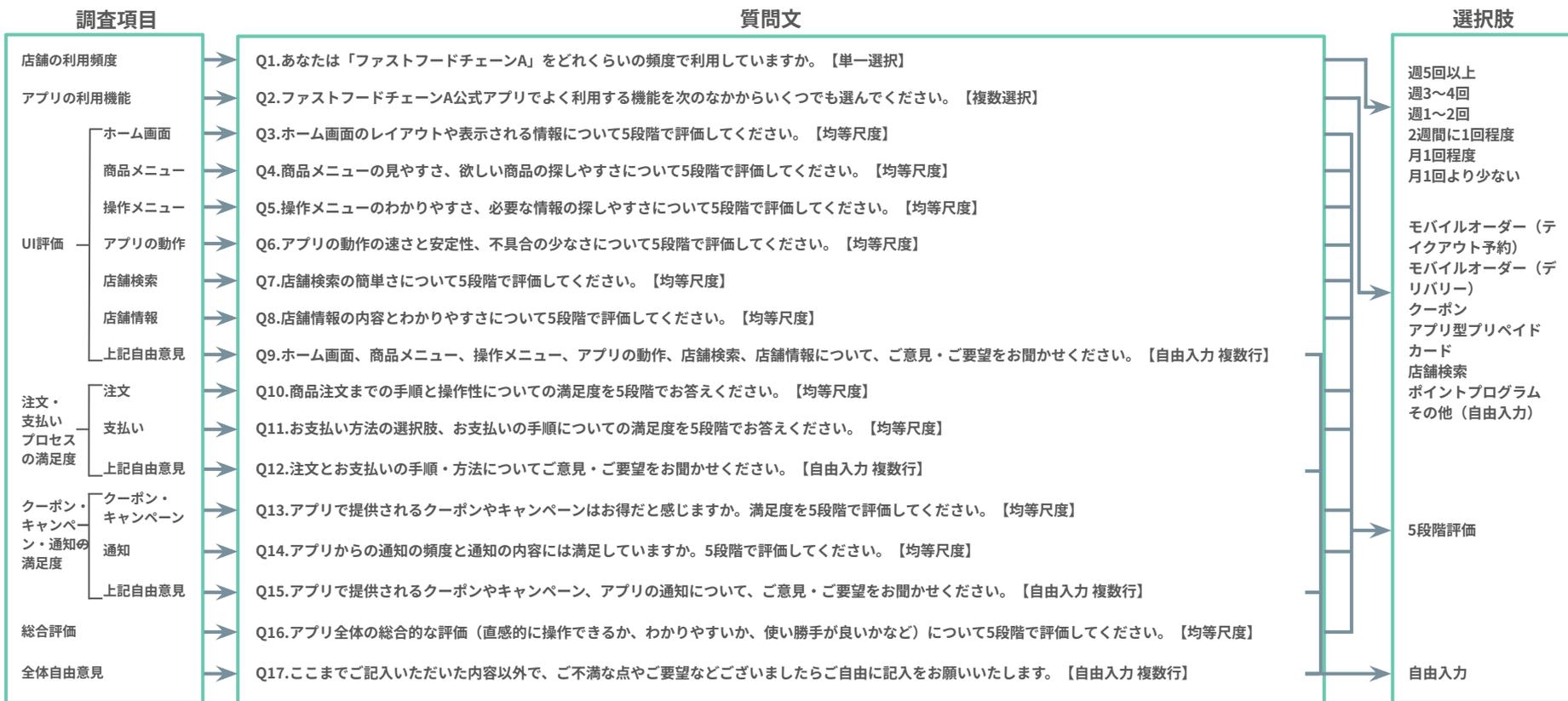
アプリユーザー300名。

アプリ内にアンケート調査票へのリンクを設置。

調査項目

- ・ 店舗の利用頻度
- ・ アプリでよく利用する機能
- ・ UI評価（ホーム画面/商品メニュー/操作メニュー/アプリの動作/店舗検索/店舗情報/自由意見）
- ・ 注文から支払いまでのプロセスの満足度（注文/支払い/自由意見）
- ・ クーポンやキャンペーンなどの満足度
- ・ 通知の頻度と内容の満足度
- ・ クーポンやキャンペーンについての自由意見
- ・ アプリの全体としての評価
- ・ 上記以外に対する自由意見

質問文と選択肢の作成



調査票作成のポイント_リスト配信の設定

本調査の調査対象はAチェーン公式アプリの登録ユーザーです。アンケート調査の募集は、アプリで配信するキャンペーン情報にアンケート調査へのリンクを設置しQiQUMOのアンケート画面に誘導しています。

アンケート作成 | アンケート配信 | ダッシュボード

アンケート設定

回答の上限数設定 回答上限数を設定すると、回答数が上限に達した際にアンケートを自動的に終了させることができます。

上限数を設定する 回答上限数 300

同一端末の複数回答 ブラウザのCookieを利用して、同じ端末（PC・スマホなど）で複数回答することを制限できます。

許可しない 許可する

アンケートURL メールやSNS、会場などでアンケートを告知する場合、こちらのURLまたはQRコードをコピーしてご利用ください。

https://enq.qiqumo.jp/q/QKZ1zr

QRコードは株式会社デンソーウェアの登録商標です。

メール配信 QiQUMOが提供するメールサービスを利用して指定のアドレスにメールを配信します。

件名	配信日時	配信件数
配信履歴が存在しません		



アンケート依頼画面に印刷するQRコードは、上図左のQRコードのマークをクリックすると上手右の拡大画面が表示されます。ここから画像をダウンロードしてアンケート依頼はがきに印刷します。上図左、回答数上限を回収目標である300に設定すると、回答数が300サンプルに達した時点でアンケートが締め切られます。

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。

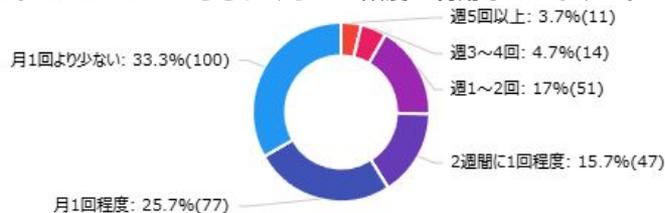
調査結果_店舗の利用頻度とアプリの利用機能

Aチェーンのアプリでは、ユーザー登録に性別と年齢の入力を求めていることから、ユーザーの属性情報を加えて行動を分析することができます。「店舗の利用頻度」と「よく利用するアプリの機能」は、

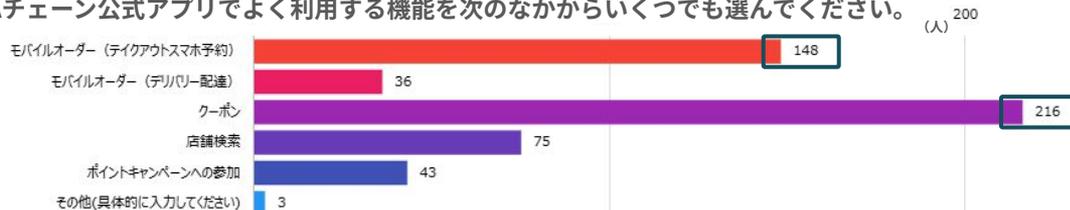
回答者プロフィール

属性	内訳
性別	男性 179 / 女性 121 (59.7% / 40.3%)
年齢	平均 34 歳 (15-68 歳)
年代別	20代 47.3% → 30代 20.3% → 40代 10.3% → 15-19歳 7% → 50代 8.7% → 60代 6.3%
居住地 (上位)	東京都 17.7% / 埼玉県 7.7% / 神奈川県 7.7% / 北海道 5%

Q1.あなたはAチェーンをどれくらいの頻度で利用していますか。



Q2.Aチェーン公式アプリでよく利用する機能を次のなかからいくつか選んでください。



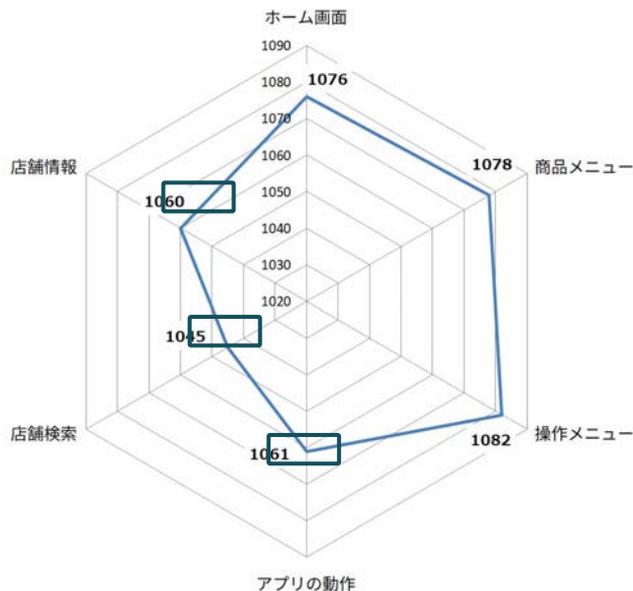
会員登録情報と連携して回答者のプロフィールを分析した結果、20~30代の首都圏在住者が多数を占める傾向が見られました。来店頻度は月1回程度が約半数を占め、アプリ体験の改善によって来店頻度向上の可能性が示唆されます。

利用機能では「クーポン」が72%、「モバイルオーダー (テイクアウト)」が49.3%と、値引きとスムーズな受け取りが主要な利用動機であることが明らかになりました。

調査結果_UI評価

UIの評価について、「ホーム画面」「商品メニュー」「操作メニュー」「アプリの動作」「店舗検索」「店舗情報」の6つの要素に分けて5段階で評価してもらった結果です。5（良い）から1（悪い）までを得点とし、各得点と回答数をかけた数字をスコアとみなしてグラフ化しています。

Q3.「ホーム画面」 Q4.「商品メニュー」 Q5.「操作メニュー」
Q6.「アプリの動作」 Q7.「店舗検索」 Q8.「店舗情報」～Q9.（自由回答）



UIの各要素に対する評価は、「ホーム画面」「商品メニュー」「操作メニュー」については、相対的に高いスコアが得られています。一方、「店舗情報」「店舗検索」「アプリの動作」については低いスコアとなっています。

これらの各要素について、以下のような自由回答が挙げられています。

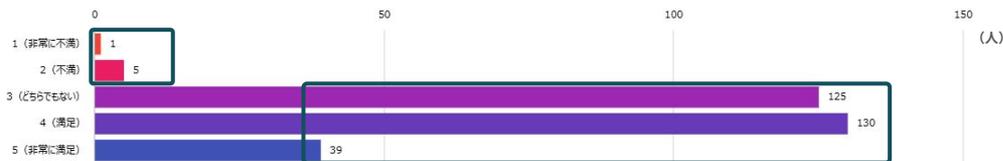
- ・「店舗検索の画面が重い」
- ・「店舗検索で地図が表示されない」
- ・「地図から店舗情報を開くまでが時間がかかる」

画面の重さや地図表示の遅延が技術的な課題として明らかになりました。

調査結果_注文から支払いまでのプロセス

グラフを見てわかる通り、注文から支払いまでのプロセスの満足度については、「不満」「非常に不満」を選択した回答者は少数です。この調査項目に関しては概ね問題ないと評価することができます。

Q10.商品注文までの手順と操作性についての満足度を5段階でお答えください。



Q11.お支払い方法の選択肢、お支払いの手順についての満足度を5段階でお答えください。



「注文までの手順・操作性」「支払い方法の選択肢・手順」については、どちらも「満足」「非常に満足」を合わせて半数を超えており、「どちらでもない」を加えると9割以上が不満を感じていないという結果となりました。

自由回答でも、以下のような肯定的な意見が多く挙げられています。

- ・「スムーズに使える」
- ・「金額がわかりやすい」
- ・「現状で満足」

注文から支払いまでのプロセスに関しては、課題はないと判断できます。

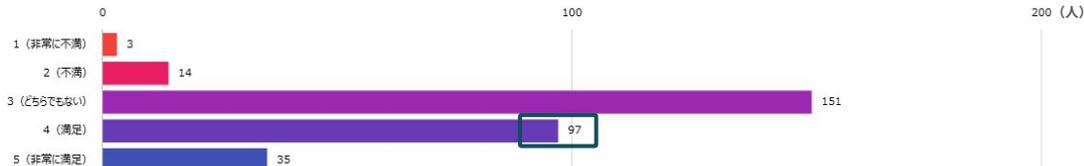
調査結果_クーポンとキャンペーン、通知の頻度と内容

前の項目の「注文から支払いまでのプロセス」と同様に概ね肯定的な評価と受け取れるものの、「不満」「非常に不満」の回答が若干多めである点と、「アプリからの通知の頻度と内容」に関しては「満足」の回答が少なめであることがわかります。

Q13. アプリで提供されるクーポンやキャンペーンはお得だと感じますか。
満足度を5段階で評価してください。



Q14. アプリからの通知の頻度と通知の内容には満足していますか。
5段階で評価してください。



「クーポンとキャンペーン」には不満の声が多く、「通知の頻度と内容」では満足度が低い傾向が見られました。

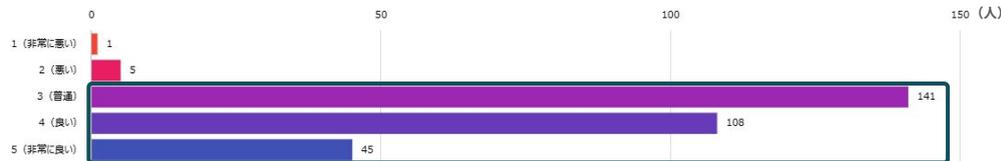
自由回答では、「クーポン番号が小さい」「値引き額が少ない」「お得感がない」「キャンペーンを増やしてほしい」などの意見が挙がっています。

通知については、「頻度が多すぎる」との声が複数見られました。大きな不満ではないものの、両項目とも改善の余地があると考えられます。

調査結果_総合評価

全体的な評価も、5段階評価の結果からは良好な結果が得られたと判断できます。自由意見からは、アプリに求められる各要素を肯定的な評価を裏付けるコメントが多く見られる一方で、さらなる使い勝手の向上につながる意見も寄せられています。

Q16. アプリ全体の総合的な評価（直感的に操作できるか、わかりやすいか、使い勝手が良いかなど）について5段階で評価してください。



「普通」以上と評価した回答が98%にのぼり、大多数のユーザーに大きな不満はないと考えられます。

自由回答では、「値引き」や「待たずに取り」ができる点に対するポジティブな声が多く、アプリの主目的が果たされていることが確認されました。

一方で、「店舗情報」「クーポン・キャンペーン」「通知」に関する不満のほか、新たなUX改善の示唆も見られました。

Q17. ここまでご記入いただいた内容以外で、ご不満点やご要望などございましたらご自由に記入をお願いいたします。

ポジティブ	ネガティブ
注文確定から支払いまでスムーズにできているので良い 比較的早く届える。待ち時間が少ない シンプルで使いやすいのでこのままでいい欲しいと思う モバイルオーダーがスムーズにできる商品情報が見やすい 特に問題なくサクサク操作できる クーポンの提供が多いので買いたい気持ちになることが多い	店内設備等が、分かるようにしてほしい 押し間違いを防止するような工夫が欲しいと思いました 自分が知りたいアプリを設定することができて、そのアプリの通知だけわかるようにしてほしい 商品をカートに入れた後で、オススメがでてくる機能は不要だと思います 100円位安くなるクーポンが頻繁に登場すると嬉しいです お店の混雑状況がわかるといいなと思います

調査結果の分析と解釈～結論

分析と解釈

- 回答者のプロフィールは20～30代首都圏在住者が多く、Aチェーンの主要ユーザーからの評価・意見を収集することができた。
- 店舗利用頻度は直近の調査結果と大きな変化はないことから、アプリによるRFC（Recency, Frequency, Monetary）に対する効果は安定してきたと考えられる。
- UI評価では「店舗情報」「店舗検索」「アプリの動作」に関する評価が相対的に低い。
- 注文から支払いまでのプロセスについては概ね良好な評価が得られている。
- クーポン・キャンペーン、通知に関しては調整の必要な改善点が挙げられている。
- 総合的には低評価は少ない結果となったが、さらなるUX向上につながる自由意見もいくつか見られた。

結論

安定的な運用フェーズに入ったなかでのUX評価であったことから、全体的には良好な評価が得られており、大きな問題や改善点は見られなかった。一方で、UIに関しては「店舗情報」「店舗検索」「アプリ動作」の評価が相対的に低く、これらに関連するUXに対して不満を感じるユーザーも一定数存在することが確認された。より幅広いユーザー環境（低スペック端末・低速通信）での動作検証が求められる。この点については、技術的なパフォーマンスを改善した上で詳細なユーザービリティテストを実施する。

クーポン・キャンペーン、通知に対する満足度も概ね良好であるものの、アプリのクーポン設定や通知頻度など運用面での最適化を図っていく必要性が示唆された。

公式アプリのUX改善にQiQUMOで QiQUMOを活用するメリット

【的確】 - コアユーザーからの評価をもとに、改善点を可視化

QiQUMOのアンケート調査を通じて、20～30代の首都圏在住者というAチェーンの主要ユーザー層から、利用実態やUX評価を的確に把握することができました。アプリ導入によるRFC（来店頻度・購入額）の安定化が見られる一方、UIに関しては「店舗情報」「店舗検索」「アプリ動作」への不満が一定数確認されています。安定運用フェーズに入った今だからこそ、微細なUXギャップの発見が重要です。

【柔軟】 - デジタル接点からスムーズにリサーチ導線を構築

アプリ内リンクから自然にアンケートに誘導できるQiQUMOの仕組みは、ユーザーの回答モチベーションを維持したままスムーズな調査実施を可能にします。今回はアプリユーザー300名を対象に、リアルタイムの声をセルフ型で収集。スピード感とコストのバランスを保ちながら、現場の改善に直結するデータを獲得できる点が大きな強みです。

【精緻】 - UI・UXを構成する複数項目を多角的に検証

画面操作に関する定量設問に加え、注文から支払いまでのプロセスや、クーポン・通知施策の満足度についても詳細に評価を収集。とくに通知やクーポンの運用に関しては、運用最適化の余地があることが明らかになりました。自由記述による声からも、日常的な接触体験の中で気づかれたUX課題が見えてきます。複数の接点を通じたリアルな評価に基づき、優先順位をつけた改善につなげることが可能です。

【拡張性】 - 体験全体を捉えるユーザー視点の調査設計

UXの課題は画面上の動きだけでなく、通知のタイミング、情報の伝わり方、オフラインとの連携など、多様な要素にまたがります。QiQUMOでは、選択肢形式と自由回答を組み合わせた調査設計が可能で、ユーザー接点の全体像から課題を洗い出すことができます。OMO時代のアプリ改善に必要な“顧客接点の質向上”を、調査結果から実行に移すための起点としてご活用いただけます。

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
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

- ・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 質問表示条件

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

配信地域
 全国 北海道・東北 北海道 青森県
 岩手県 秋田県 宮城県 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 愛知県
 近畿 滋賀県 京都府 大阪府

- ・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

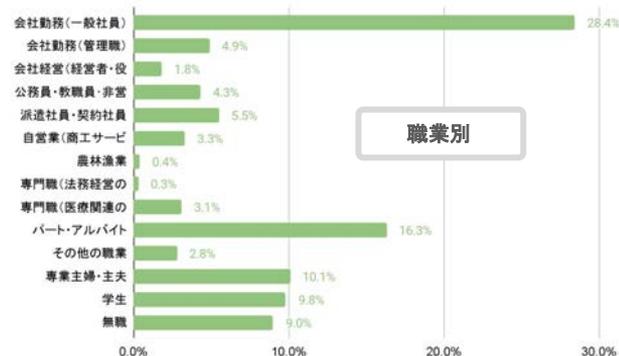
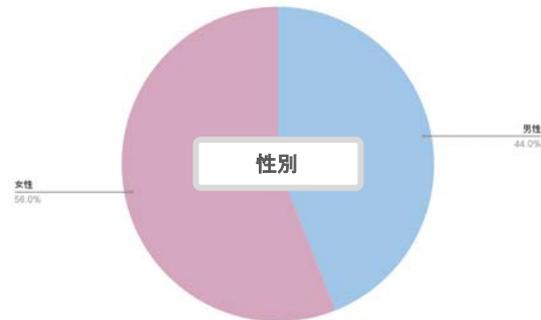
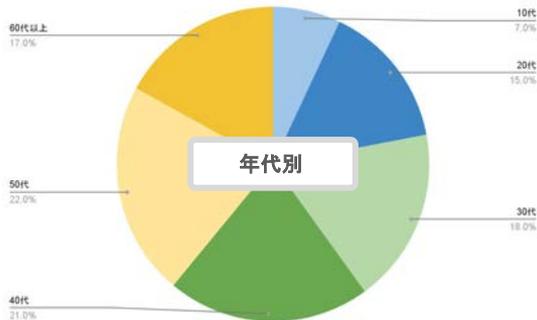
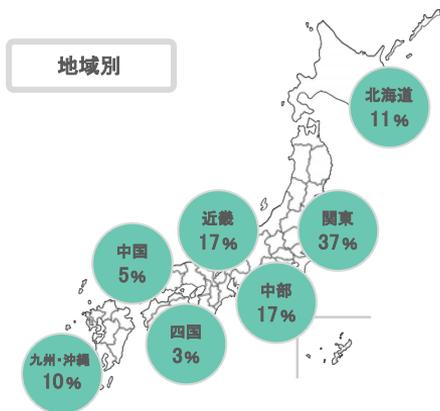
探る



- ・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