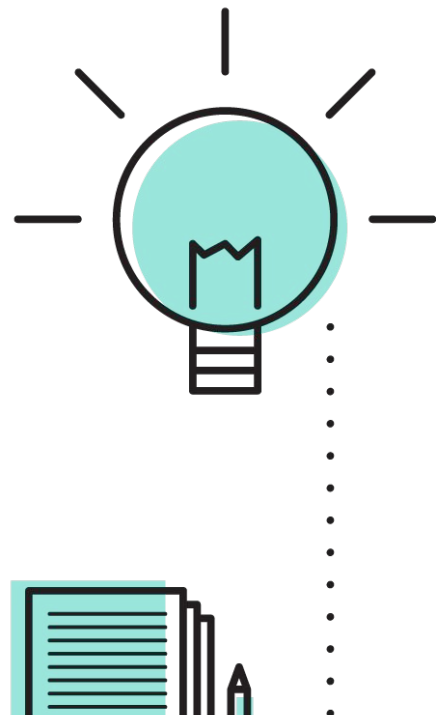
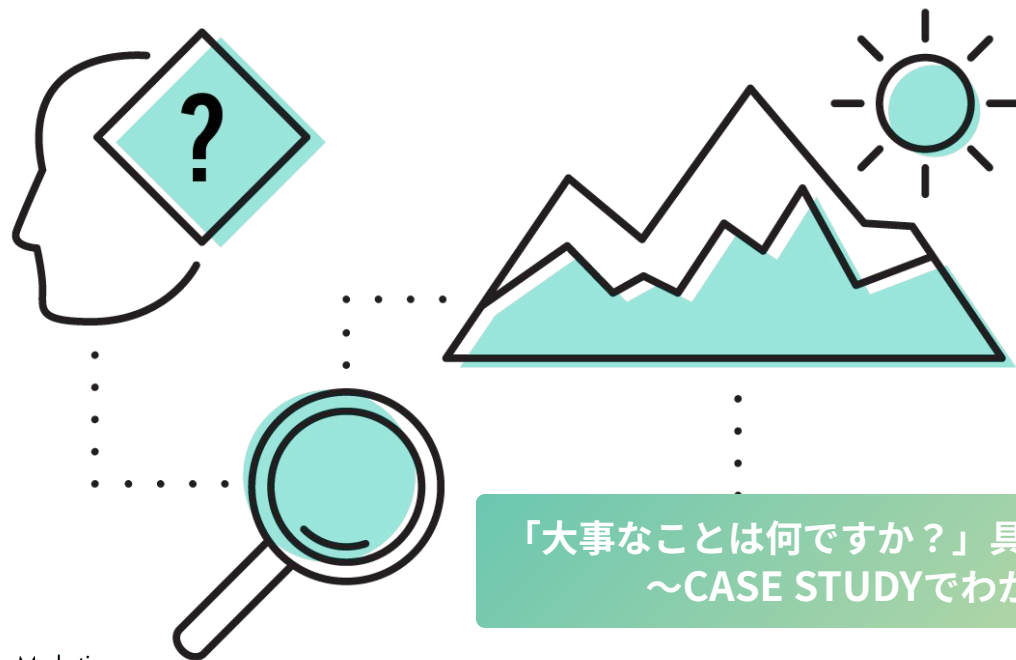


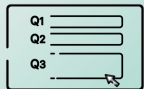
フィットネスクラブの会員獲得 ターゲット層のライフスタイル分析に QiQUMOを活用！



「大事なことは何ですか？」 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・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！



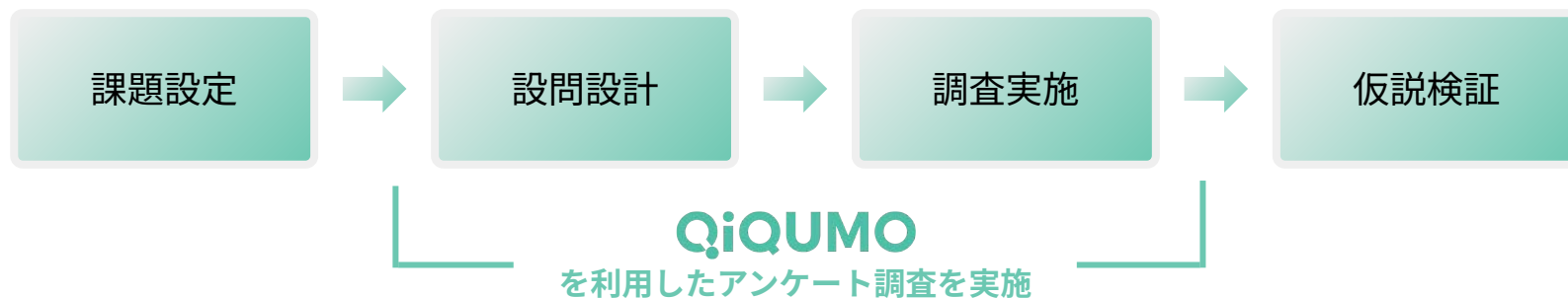
海外のパネルにも配信できる

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：働き盛り世代のライフスタイルを把握したい

会員層の若返りを図るフィットネスクラブのライフスタイル調査

取り組んだ課題

若年層の会員比率を高めるために、価値観と行動を調査。マーケティング戦略と新サービス開発の方向性を明確化。

A社（自社）：総合型フィットネスクラブを運営

- ・これまで中高年層向けのサービスを強化し、高齢者層の支持を獲得
- ・一方で、「若年層が入りにくい」というイメージが定着しつつある
- ・現役世代の利用率が低く、世代バランスに課題を抱える状況



市場の変化と競合環境

- ・コロナ後にフィットネス需要は回復傾向
- ・利便性・低運動負荷を重視した新形態クラブが若年層を中心に支持を拡大
- ・従来型クラブとの差別化が求められる



調査の目的と方向性

- ・若年層（現役世代）の価値観・行動傾向を定量的に把握
- ・市場トレンドを踏まえたマーケティング施策の検討
- ・会員構成の是正とブランドイメージ刷新に向けた戦略立案



参考_ライフスタイル分析

ライフスタイルの位置づけ

マーケティングにおける「ライフスタイル」は、消費者行動を理解するための重要な分析軸のひとつです。商品やサービスのターゲットを決める際、市場を細分化するための手がかりとして用いられます。

分析には「デモグラフィック特性（年齢・性別・居住地など）」、「ソシオグラフィック特性（収入・教育・所属集団）」、さらに「サイコグラフィック特性（内面的な価値観や性格）」の3つの軸があります。ライフスタイルは、このサイコグラフィック特性に含まれる要素のひとつで、価値観やパーソナリティなどと並び、消費者の深層理解に役立つ視点です。

また、ライフスタイルと似た概念として「ライフサイクル」や「ライフコース」があり、これらはそれぞれ異なる角度から生活者を捉える分類方法です。

市場細分化の分析軸

デモグラフィック特性

年齢・性別・居住地など
ライフサイクル（家族形成ステージ・子育て期・空の巣期など）

ソシオグラフィック特性

職業・所属集団・教育水準など
ライフコース（個人の社会的軌跡・キャリア転換・移住歴など）

サイコグラフィック特性

価値観・パーソナリティ・興味など
ライフスタイル（活動・興味・意見などにもとづく生活様式）

調査企画_ライフスタイル

市場細分化（セグメンテーション）のためのライフスタイル分析はターゲットを特定することが目的となりますが、今回の調査ではあらかじめ決まっているターゲットの特性を明らかにすることがゴールとなります。

調査目的

若年層を中心とした現役世代のライフスタイルを多角的に分析し、会員構成の若返りを促進する効果的なマーケティング戦略の立案と、世代のニーズに応える新規サービス開発に活用することを目的とする。

調査対象

会員構成として増加を図りたい、20～40代の男女の働き盛り世代。

調査項目

- ・興味・関心
- ・継続的な活動
- ・重視する価値観
- ・ライフスタイルで重視すること

備考

ライフスタイルの分析にはAIOアプローチを採用し、それぞれの要素について以下のカテゴリーを設定した

A（活動）

スポーツ・運動（ジム通い、ジョギング等）/読書・自己啓発/ゲーム・アニメ鑑賞/旅行・アウトドア/ボランティア活動・コミュニティ参加/音楽・芸術鑑賞/その他（）

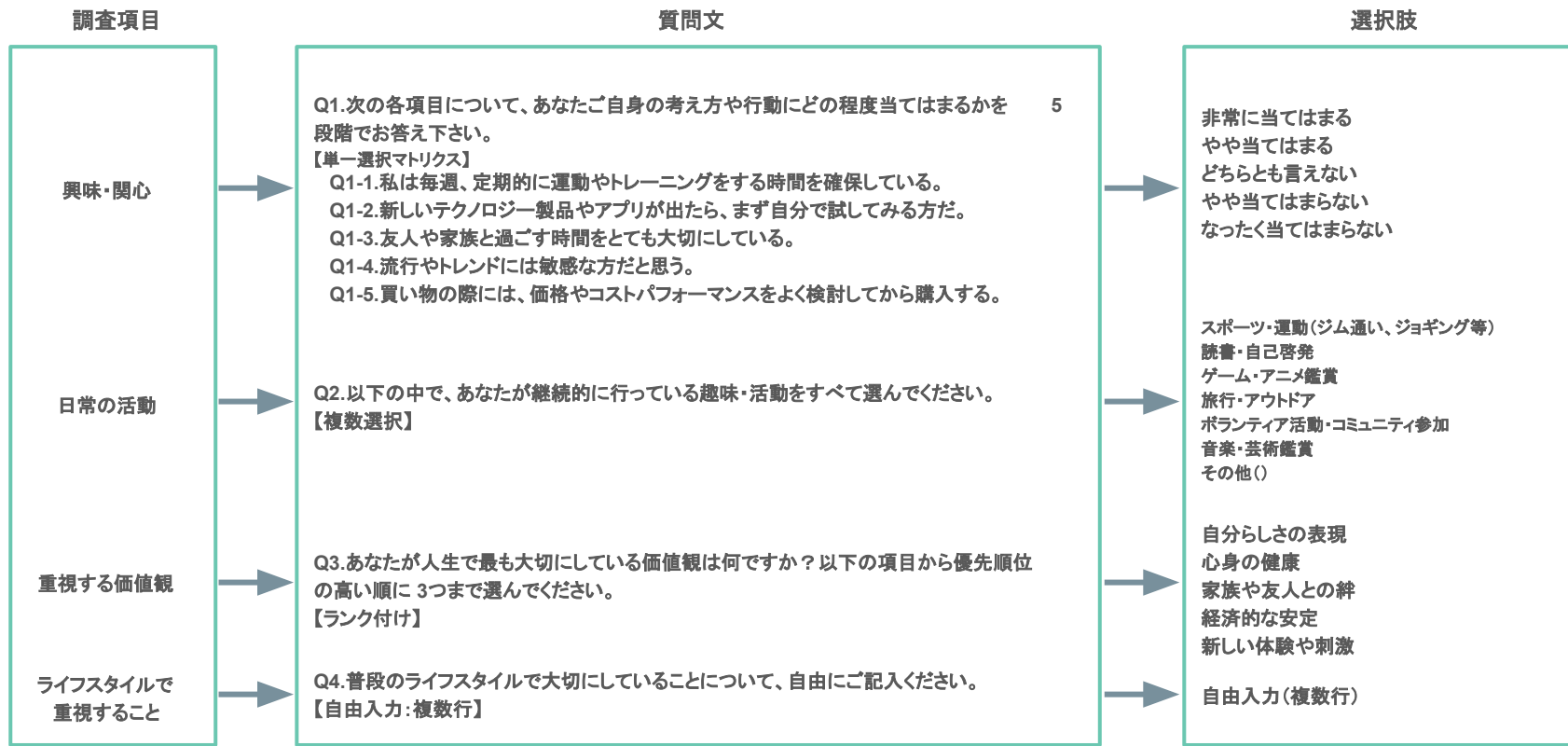
I（興味・関心）

健康・フィットネス志向/テクノロジー志向/コミュニティ/社交志向/流行・自己表現志向/経済観念志向

O（価値観）

自分らしさの表現/心身の健康/家族や友人との絆/経済的な安定/新しい体験や刺激

質問文と選択肢の作成



調査票作成のポイント_ランク付け（設問タイプ）の設定

Q3.で価値観の優先順位を聞きたい質問で、「ランク付け」という設問形式を使っています。「ランク付け」は優先順位や相対的な重要度を把握したい場合に使う設問タイプです。



設問タイプのメニューからランク付けを選択します。



ランク付けの対象となる選択肢を入力します。

ランク付けには、すべての選択肢に順位をつけてもらう完全順位付けと上位3位までの制限を設ける部分順位付けがあります。

選択肢のうちの何位までをランク付けするかを指定します。



選択肢に設定した項目がプルダウンリストで表示されます。

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_興味関心の構造を5分類で可視化

Q1.は興味・関心の方向性に関する質問項目です。5つのカテゴリーをそれぞれ「健康・フィットネス志向」「テクノロジー志向」「コミュニティ/社交志向」「流行/自己表現志向」「経済観念志向」とし、リッカート尺度で当てはまる程度を聞いています。

Q1.次の各項目について、

あなたご自身の考え方や行動にどの程度当てはまるかを5段階でお答え下さい。



Q1-1.私は毎週、定期的に運動やトレーニングをする時間を確保している。



「健康・フィットネス志向」は、男性では30・40代、女性では20代の回答割合が高い傾向にあります。男性30代は「やや当てはまる」、40代は「非常に当てはまる」が多く、年齢とともに健康意識が高まる傾向がうかがえます。

全体では、「経済観念志向」66.2%、「コミュニティ/社交志向」52.7%が当てはまると答えています。
「健康・フィットネス志向」を当てはまると答えたのは33.0%でした。

Q1-2.新しいテクノロジー製品やアプリが出たら、まず自分で試してみる方だ。



「テクノロジー志向」について男女別年代別で見ると、男性の年代が若いほど、当てはまると答えた割合が多くなっています。

調査結果_性別・年代別に見るライフスタイル傾向の違い

前ページのグラフと同様に、Q1.の回答結果をカテゴリー別に男女別・年代別でクロス集計しています。

Q1-3.友人や家族と過ごす時間をとても大切にしている。



「コミュニティ/社交志向」は女性が全体的当てはまると答えた割合が高く、それと同水準なのが男性40代です。子育て世代の割合が高いことが考えられます。

Q1-4.流行やトレンドには敏感な方だと思う。



「流行・自己表現志向」は男性20代が高く、女性は若い年代ほど高くなっています。

Q1-5.買い物の際には、価格やコストパフォーマンスをよく検討してから購入する。

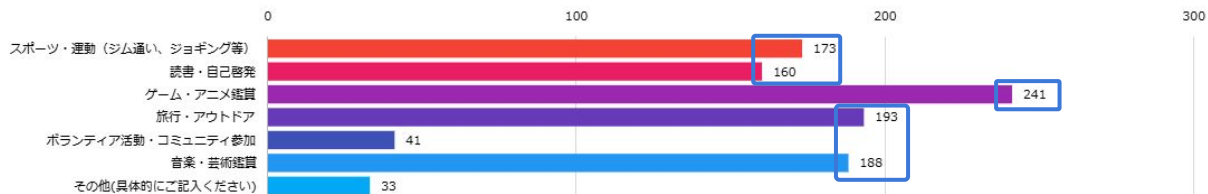


「経済観念志向」は男性が年代が上がるにつれて増加の度合いが著しいのに対し、女性はその傾向が穏やかになっています。

調査結果_継続的に取り組んでいる趣味・行動の実態

Q2.は継続的にを行っている活動に関する複数回答の質問項目です。Q1.と同様に、男女別年代別でクロス集計を行っています。

Q2.以下の中で、あなたが継続的にを行っている趣味・活動をすべて選んでください。



継続的にを行っている活動で最も多かったのは「ゲーム・アニメ鑑賞」で全体の約4割、次いで、「旅行・アウトドア」「音楽・芸術鑑賞」が3割強、「スポーツ・運動」「読書・自己啓発」が3割弱という結果でした。

【Q2】×【男女別年代別】

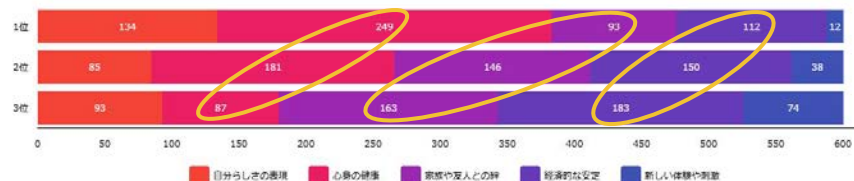
		該当数	男性・20代	男性・30代	男性・40代	女性・20代	女性・30代	女性・40代
全 体		600	100	100	100	100	100	100
Q2	スポーツ・運動（ジム通い、ジョギング等）	173	29	37	41	19	25	22
	読書・自己啓発	160	29	27	20	29	26	29
	ゲーム・アニメ鑑賞	241	53	55	43	37	28	25
	旅行・アウトドア	193	30	23	32	45	31	32
	ボランティア活動・コミュニティ参加	41	9	5	4	9	7	7
	音楽・芸術鑑賞	188	32	31	25	36	30	34
	その他(具体的にご記入ください)	33	2	4	7	2	9	9

男女別年代別でクロス集計してみると「ゲーム・アニメ鑑賞」「スポーツ・運動」は男性でより多く選ばれてるのに対し、「旅行・アウトドア」「音楽・芸術鑑賞」は女性のほうが多くなっています。

調査結果_生活者が重視する価値観とその順位

Q3.は価値観についての質問項目です。「自分らしさの表現」「心身の健康」「家族や友人との絆」「経済的な安定」「新しい体験や刺激」という5つのカテゴリーを設定し、1位から3位までをランク付けで答えてもらうという設問形式としています。

Q3 あなたが人生で最も大切にしている価値観は何ですか？
以下の項目から優先順位の高い順に3つまで選んでください。



「心身の健康」は1位に選ばれた割合が最も高く、順位が下がると割合も減少。一方で「経済的な安定」と「家族や友人との絆」は、2位・3位での選択が多く、全体として「心身の健康」が最優先とされる傾向が見られます。

また、1位の選択肢を男女年代別に見ると、男性・20代は「自分らしさの表現」、女性・30代は「心身の健康」を重視する傾向が確認されました。

【Q3 1位】×【男女別年代別】



【Q3 2位】×【男女別年代別】



【Q3 3位】×【男女別年代別】

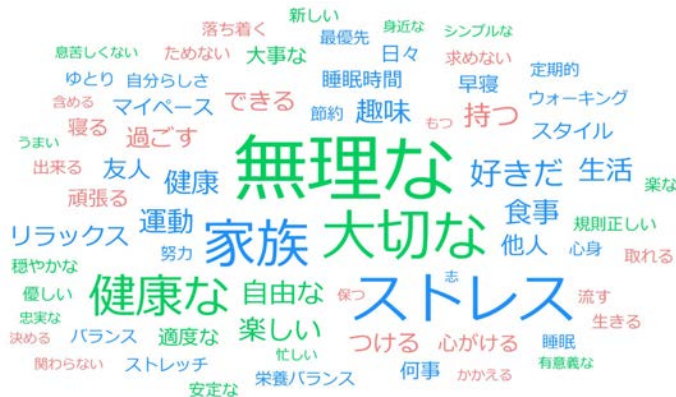


調査結果_ライフスタイルで重視されていること（自由回答）

Q4.はライフスタイルで重視することを自由回答で聞いた質問項目です。「特になし」「なし」などの無効回答を除いた389件について、分析者の主観にもとづいて7つのカテゴリーに分類しました。

Q4. ライフスタイルで大切にしていることについて、自由にご記入ください。

カテゴリ	割合	例数	代表的な回答例
1. ストレス管理	35%	136件	「ストレスを溜めない」「無理をしない」「リラックスする」など
2. 健康維持	25%	97件	「睡眠」「食事・運動」「心身の健康」など
3. 家族・人間関係	15%	58件	「家族との時間」「友人との絆」「思いやり」など
4. 自分らしさ・自由	12%	47件	「自分のペースで生きる」「趣味を優先」「自由に生きる」など
5. ワークライフバランス	8%	31件	「一人の時間を確保」「仕事とプライベートの調整」など
6. 経済的安定	3%	12件	「貯蓄」「コスト重視」「資産運用」など
7. その他	2%	8件	「欲張らない」「完璧を求めない」「人に迷惑をかけない」など



ワーククラウドを見ても分かるとおり、「無理をしない」「ストレスを溜めない」など、身体的・精神的な健康を重視しているという意見が最も多くなっています。それに次いで、睡眠、食事、運動など健康に関連するトピックが多く、「大切」にする対象は、健康、時間、自分、家族、絆、趣味など多岐にわたります。

Q3.の価値観で見られた「心身の健康」を最優先とする傾向に対して、そのために「無理をしない」「ストレスを避ける」などの具体的な対応を取っていることが自由回答の結果から見て取れます。

調査結果の分析と解釈～結論

分析と解釈

- 「興味・関心」は「経済観念志向」66.2%、「コミュニティ/社交志向」52.7%が高い割合。「健康・フィットネス志向」は33.0%であった。
- 男女別年代別でみると、「経済観念志向」は女性が全体的に高いのに対し、男性は年代が上がるにつれて増加している。
「コミュニティ/社交志向」は男性40代と女性全体で高い割合。「健康・フィットネス」が男性30代・40代、女性20代が高い。
- 「継続的な活動」は「ゲーム・アニメ鑑賞」が全体の約4割で選択されている。男女別では男性が「ゲーム・アニメ鑑賞」「スポーツ・運動」が高いのに対し、女性は「旅行・アウトドア」「音楽・芸術鑑賞」が高い。
- 「重視する価値観」は「心身の健康」が最優先に選ばれ、「経済的安定」と「家族や友人との絆」がそれに続く形が全体的な傾向。
- 「ライフスタイルで重視すること」は「無理をしない」「ストレスを溜めない」など、健康を維持するための対策が多く挙げられている。

結論

興味・関心では「経済観念志向」「コミュニティ/社交志向」「健康・フィットネス志向」の順に当てはまると回答した人が多かった一方、重視する価値観では「心身の健康」が最も多く、「経済的な安定」「家族や友人との絆」が続きました。

精神面も含めた健康意識は高いものの、現役世代のライフスタイルとして経済・社交面を意識せざるを得ない実態が見えてきます。

根底には心身の健康を重視する価値観が多く見られたことから、経済的負担を抑えた料金プランや、気軽に参加できるコミュニティ型プログラムの設計を通じて、働き盛りの世代を取り込む戦略を具体化していく必要があります。

ライフスタイル調査に QiQUMOを活用するメリット

【可視化】 - 価値観・関心軸からターゲット層を明確に特定

QiQUMOを使えば、「経済観念志向」「コミュニティ志向」「健康志向」など、興味関心や価値観に基づく分類が可能になります。今回の調査では、性別・年代別の違いから、年代が上がるごとに高まる傾向や、性別による興味の傾向差を把握することができました。個人の嗜好や志向性に着目したターゲティング設計に最適です。

【深掘り】 - 継続行動やライフスタイル意識を多面的に捉える

「ゲーム・アニメ鑑賞」や「旅行・アウトドア」などの行動傾向をはじめ、「心身の健康」「経済的安定」など、生活者が大切にしている価値観や日常意識まで網羅的に収集。QiQUMOでは、こうした複数の視点を自由に設計し、ライフスタイルの実像を多面的に把握することが可能です。戦略立案に必要な仮説の裏付けに活用できます。

【柔軟性】 - 複数設問の組み合わせでターゲット像が明確に

価値観、行動、メディア接触、生活リズムといった設問群を自由に組み合わせることで、単なる性年代では見えてこないターゲット像を明確に描くことができます。QiQUMOなら、設問の設計から回答回収、データの集計までワンストップで対応可能。マーケティング起点の調査設計にも柔軟に対応します。

【時代性】 - 多様化する生活者像を捉える迅速なリサーチ基盤

ライフスタイルの多様化が進む中、商品やサービスの受容性はコンテキストや価値観に強く左右されます。QiQUMOでは、複雑な設問でも直感的に設計・配信でき、スピーディな調査が可能です。スピードと分析のしやすさを両立し、変化の早い市場に対応する調査基盤として機能します。

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

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 ☒ 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

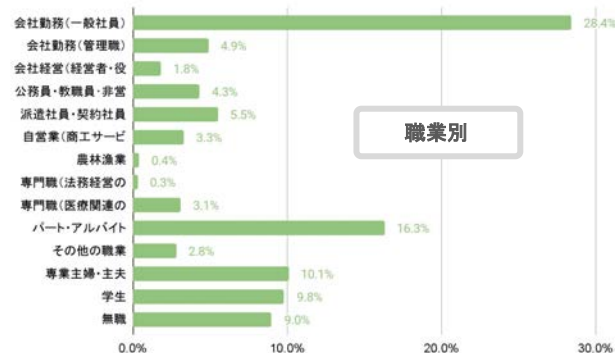
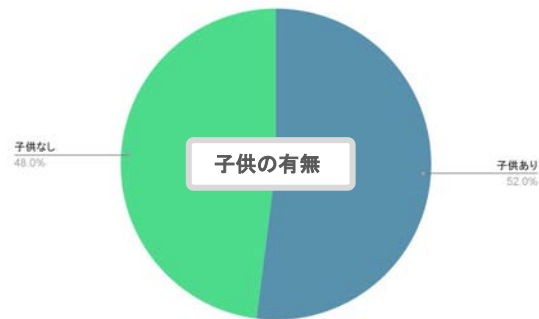
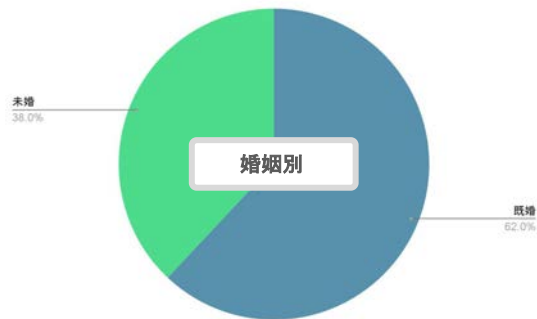
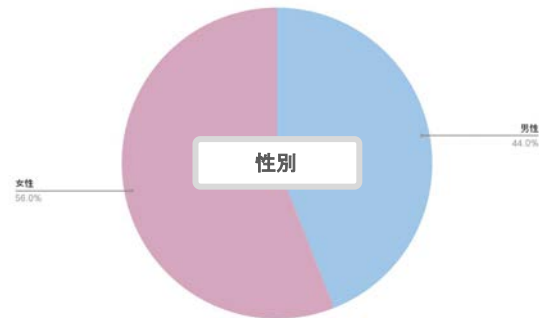
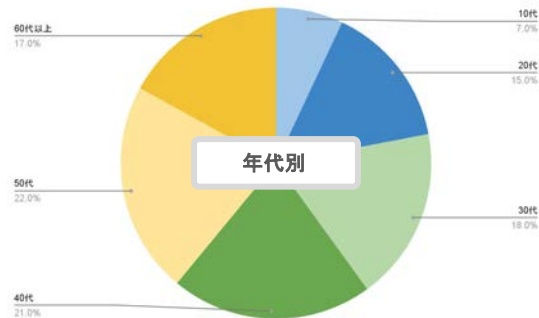
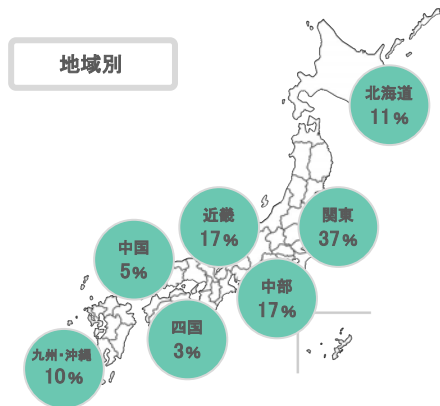
探る



- ・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