



Webアンケートの 活用法

限られた予算と人手で運用する中小企業のWebサイト運用。企業価値を高め、売上アップにつながるWebサイト運用のPDCAの回し方を解説します。

株式会社パワービジョン
山田 竜也

- ㉔ Webを使った採用戦略①(4月号)
- ㉕ Webを使った採用戦略②(5月号)
- ㉖ Webを使った採用戦略③(6月号)
- ㉗ クラウドソーシングを使った外注戦略(7月号)
- ㉘ Webアンケートの活用法(8月号)
- ㉙ 今起きているWeb活用のトレンド(9月号)

無料のGoogleフォームで アンケートを実施する

Webを使ったアンケートシステムの作成は、Webに詳しくない担当者でも無料で制限なく作成することが可能です。

まず、Webのアンケートシステムの候補として筆頭にあがるのが、Googleフォームを利用したWebアンケートの作成です。

Googleフォームからのアンケートの作成は、特にプログラミングの知識などは不要で、用意され

たテンプレートを選んで、選択肢にそってドラッグ&ドロップなどの簡単な作業をするだけでフォームが完成します。あとは、でき上がったフォームのURLを送信するだけでOKです。アンケートの画面はパソコン、タブレット、スマートフォンなど見る人のデバイスによって自動的に最適化されるので閲覧者の環境を問いません。

記入してもらったアンケートも、自動でGoogleのスプレッドシート(Excelのようなもの)に出力され、結果を簡単にグラフに加工することができます。これだけ充実した機能にも関わらず、利用料はかかりません。

まず、社内でテスト的にアンケートを実施してみたいと思った場合には、Googleフォームの導入を検討してみましょう。

このGoogleフォームのアンケートは、メールアドレスを入手している見込み客や、すでに商品やサービスの購入経験のある顧客に対して、メールマガジンなどから回答をお願いするのが基本的な使い方となります。

また、いままで店舗などで直接紙に記入をお願いしていた場合も、タブレットにこのGoogleフ

ォームで作成したアンケートフォームを表示して記入してもらうことで、集計結果を一元化できます。アンケートを紙ではなくタブレットで行なうと、集計の手間がなくなるのも魅力です。

さらに高度なカスタマイズや、データの集計などを考慮する場合は、QuestantやCREATIVE SURVEYなど有料のWebアンケートサービスの利用を検討しましょう(表)。

様々な媒体からアンケートを集めることも可能

社内でSNSを活用している場合は、各種SNSからもアンケートの作成が可能です。

最も利用価値が高いのはLINE@ (LINEのビジネス用ページ)のアンケート機能です。詳細なアンケートを作成することができ、さらにアンケートの回答者に対してLINEのクーポンを配ることまで一気通貫で行なうことができます。LINEの利用者はブッシュ通知を見逃しにくいいため、回答率も非常に高くなります。

TwitterやFacebook、Instagramでもアンケートを作成することが可能です。

かつて、アンケートや市場調査は、電話をかけたり、紙の質問表を送ったり、直接お店などで書いてもらうことが主流でしたが、今は、Webを使ったアンケートや調査が一般的になってきており、これらを活かすことで利用者の生の声を集めることが可能です。



■ アンケートシステムリスト

名 称	料 金	
Googleフォーム	無料	無料で利用制限のないアンケートフォーム作成ツール。予算をかけずにアンケートを実施したい場合におすすめ
Questant	無料機能あり(原則有料)	国内最大級のネットリサーチ会社マクロミルが提供するアンケートフォームシステム。Googleフォームに比べ高度なインターフェイスや、集計結果、Salesforceなど外部の顧客管理ツールとの連携が可能
CREATIVE SURVEY	無料機能あり(原則有料)	Questantと同様、Googleフォームに比べ高度なインターフェイスや、集計結果、Salesforceなど外部の顧客管理ツールとの連携が可能
LINEアンケート	アンケート機能は無料 LINE公式アカウント自体が投稿 配信数により課金される仕組み	LINE公式アカウントの友だち登録者に対して、アンケートを配信できる。アンケートの項目は複数作成することができるうえに、回答者にLINEのクーポンをプレゼントできる。回答率が高い
Facebookアンケート機能	無料	Facebookグループ、Facebookページ、Facebook個人アカウントの投稿としてアンケートを作成することが可能
Twitterアンケート機能	無料	Twitterの投稿としてアンケートを作成することが可能。話題になる内容の場合、広くシェアされる可能性も
Instagramアンケート機能	無料	Instagramの投稿としてアンケートを作成することが可能。Instagramストーリーにしか作成できないため利用シーンは限定的
YouTubeチャンネルアンケート機能	無料	YouTubeの動画の途中にアンケートを挿入することが可能。回答の項目も複数作成可能

これらは、1つの投稿に対して1つの選択式の質問を作成する仕組みになっています。

Twitterは、自社のTwitterアカウントの投稿をアンケートとして投稿することができ、Facebookの場合は、Facebookグループ、Facebookページ、Facebook個人アカウントの投稿それぞれで利用可能です。

Instagramの場合は、ストーリーズのみでの利用となるため、少々使い勝手が悪いです。

YouTubeチャンネルでも、チャンネル登録者に対して同様にアンケートを作成することができます。これらは、質問項目が複数になるような複雑なアンケートには向きません。また、SNSの投稿として流れてしまうため、アンケートの存在に気付かない人も出てくるでしょう。

さらに、アカウント自体に一定のフォロワーがいないと、そもそもアンケートを送っても回答が集まらないため、普段からのSNSの運用が大切になります。

一方でTwitterでのアンケートなどは、たとえば商品開発のアイデアを、複数の選択肢からフォロワーに回答してもらうことで、発売前からファンを巻き込んで盛り上げることも可能です。商品の身や、質問次第では多くの人にリツイートされて話題になる可能性もあり、プロモーションの手段としての効果も期待できます。

回答されやすいアンケートを意識する

アンケートを実施する際には、回答が多く集まる工夫をしましょう。質問が多かったり、長過ぎるアンケートは、回答率が下がってしまいます。本当に必要な質問だけに絞り込むことが重要です。

また、最後まで回答してもらうために、前半に考えなくてもすぐに答えられる質問を多く入れて、回答に時間がかかったり、悩みやすいものを終盤にもっていくというテクニックがあります。

最初から面倒な質問があるとア

ンケートの回答者は投げ出し、まいやすいのですが、途中までアンケートを記入すると「せっかくここまで埋めたので最後まで回答しないとつたいない」という気持ちで離脱率は低くなります。

また、定番の手法として、アンケート回答者に、割引クーポンを配ったり、抽選でAmazonなどの商品券を配るといったインセンティブを与えるのも効果的です。

アンケートの集計結果を匿名にして回答者に開放するのも効果的です。他の回答者がどんな回答をしているのかを知りたくて、アンケートを最後まで記入してくれる確率が上がります。

集めたアンケートはコンテンツとして活かそう

集めたアンケート結果は、商品やサービスの改善に活用するだけでなく、Webサイトに掲載することでお客様の声として利用することもできます。また、アンケート結果のグラフも「このサービスを使っている人の年齢層」「満足度」などグラフとして信用度を高めるために活用できます。入手したアンケートは、コンテンツとしてフル活用しましょう。

やまだ りゅうや 同志社大学哲学科を卒業後、公共系のシステムエンジニアを経て、Webコンサルティング専門会社パワビジョンを立ち上げる。1年で年商120万円のサイトを13億円まで成長させるなど豊富な実績を持つ。著書に『小さな会社のWeb担当者になったら読む本』など。