



# はじめてでも失敗しない アンケートの作り方

[grooveworks.co.jp](http://grooveworks.co.jp)

株式会社グループワークス  
神奈川県川崎市高津区久本3-3-2  
溝ノ口第一生命ビルディング 4F  
Tel 044-271-6043 / fax 044-271-6063

# はじめに

アンケートは誰でも簡単に作れそうですが、質問の意図を正しく理解してもらい、モレ・抜けなく、最後まで答えてもらえる上手なアンケートを作るのは簡単なことではありません。

本資料では回答者にとってムダやムリのない質問を適切な順序で聞き、精度の高い「使える」データを得るための基本的なアンケート作成テクニックを紹介します。

## <主な内容>

### ■ アンケート作成の流れ

- 「誰に」「何を」「何のために」聞くのかを整理する
- 「何を」聞くのかを具体的な質問項目に落とし込む
- それぞれの質問の回答形式を決める
- 全体の構成や質問の順番を決める
- 項目数やレイアウトの最終調整を行う

### ■ 質問文や選択肢づくりにおける主な注意点

# アンケート作成の流れ

アンケートの作り方の一般的な手順は以下の通りです。

- 1 「誰に」「何を」「何のために」聞くのかを整理する
- 2 「何を」聞くのかを具体的な質問項目に落とし込む
- 3 それぞれの質問の回答形式を決める
- 4 全体の構成や質問の順番を決める
- 5 項目数やレイアウトの最終調整を行う

# ① 「誰に」「何を」「何のために」聞くのかを整理する

ポイントを絞った答えやすいアンケートを作るためには、例えば「誰に：お店に来たお客様に」「何を：どの程度満足してくれたかを」「何のために：リピーターを増やすための改善点を見つけるために」といった具合に、聞きたい項目を整理しましょう。

アンケートの目的がはっきりすれば、調査の種類も自ずと決まってきます。

[例]

## <アンケートの目的>

- 顧客満足度を高めてリピーターを増やしたい
- お客様はどの程度満足してくれているか知りたい
- お客様の不満はどこにあるのか知りたい
- お客様が競合にスイッチするリスクはどの程度か知りたい



## <調査の種類>

- **顧客満足度調査(CS調査)**
- ブランドイメージ調査
- U&A(使用実態)調査
- 商品開発調査(コンセプトテストなど)
- ライフスタイル調査
- 広告効果測定
- 従業員満足度調査
- など

## ② 「何を」聞くのかを具体的な質問項目に落とし込む

調査の種類に応じたオーソドックスな質問パターン=「型」があります。  
まずは上手なアンケートを真似ることから始め、その上で必要に応じて自分が聞きたい質問を追加していくとよいでしょう。

### [例] 顧客満足度調査(CS調査)

#### のテンプレート※

① ② ③ ④

	まったく おぼつかない	高くない	普通	高くない	とても 高い
ご利用のサービス、サービス	1	2	3	4	5
サービスの品質	1	2	3	4	5
サービスの価格	1	2	3	4	5
お申し込みの簡便さ	1	2	3	4	5
お問い合わせの対応	1	2	3	4	5
お申し込みのサポート	1	2	3	4	5
お申し込みのサポート	1	2	3	4	5
お申し込みのサポート	1	2	3	4	5

#### <顧客満足度調査(CS調査)の基本構成>

- ① 全体評価質問パート(+評価理由の自由回答)
- ② 個別評価質問パート
- ③ 実態質問パート (購入時の重視度、認知経路、参考情報源など)
- ④ 属性(デモグラフィックス)質問パート(性別、年齢など)

※ 「アンケート テンプレート」等で検索すると、いろいろな種類のアンケートのひな形がWeb上で見つかるでしょう。「型」として真似て学ぶためには、市場調査会社が提供しているテンプレートを使用することをおすすめします。

# ③それぞれの質問の回答形式を決める(1)

アンケートの回答形式は、大きく「選択肢回答」と「自由回答」に分かれます。

## 選択肢回答

あらかじめ示された選択肢の中から当てはまるものを選んでもらう回答形式。  
プリコード、CE(クローズエンド)などとも言います。

## 自由回答

回答者の言葉でコメントや数字(人数、金額など)を答えてもらう質問形式。  
FA(フリーアンサー)、OA(オープンアンサー)、OE(オープンエンド)などとも言います。

回答しやすさを考えると、選択肢回答を中心として自由回答はどうしても本人の言葉を聞きたい1~2問に絞りましょう。

なお、自由回答の質問文ではコメントしてほしい内容をはっきり示した方がよいです。

### ○よい例

Q ○○○(商品・ブランド名など)について、「ここが気に入っている」  
「さらにここをよくしてほしい」などございましたら、具体的に教えてください。

### ×よくない例

Q 最後に、ご意見やご要望がございましたら、どのようなことでも結構ですので  
ご自由にお書きください。

# ③それぞれの質問の回答形式を決める(2)

選択肢回答の種類もいくつかあります。答えてもらう選択肢の数の違いで「単一回答」と「複数回答」に分けられます。

## 単一回答

当てはまる選択肢を一つだけ選んでもらう回答形式。SA(シングルアンサー)とも言います。

◆ 総合的に考えて、本日のイベントはいかがでしたか？(1つだけ)

1. とてもよい      2. ややよい      3. ふつう      4. あまりよくない      5. まったくよくない

## 複数回答

当てはまる選択肢をいくつでも選べる回答形式。MA(マルチアンサー)とも言います。

◆ 当店をどのようにして知りましたか。(いくつでも)

1. インターネットで調べた      3. 他の人に教えてもらった      5. 前から知っていた  
2. チラシや広告を見て知った      4. たまたま通りかかって気づいた      6. その他(      )

複数回答で選べる選択肢の数を「3つまで」などに制限する質問形式もありますが実際には回答負担が増してしまうことが多くなるため、おすすめしません。

# ③それぞれの質問の回答形式を決める(3)

選択肢回答の種類には、評価方法の違いで以下のようなものもあります。

## ●段階評価法 (リッカート尺度)

意見や態度の程度を聞く場合の代表的な回答形式。

5段階や7段階など奇数の段階評価で、真ん中に「ふつう」「どちらともいえない」などニュートラルの評価を置くのが一般的。「ぜひ利用したい」「やや利用したい」などの評価ラベルは、選択肢間の感覚的な距離がなるべく等しくなるようにします。

ぜひ 利用したい	やや 利用したい	どちらとも いえない	あまり 利用したくない	まったく 利用したくない
5	4	3	2	1

## ●SD法 (Semantic Differential)

ある事柄に対する印象などを「積極的—消極的」といった対立する形容詞の対を用いて、どちらにより近いか評価してもらう回答形式。

	Aに近い	Aにやや近い	どちらでも まじ	Bにやや近い	Bに近い	
A. 積極的	1	2	3	4	5	B. 消極的

他に、選択肢に順位をつけてもらったり、数値を配分してもらったりする回答形式などもありますが、評価質問は段階評価法が一般的です。

# ④全体の構成や質問の順番を決める(1)

アンケートはコミュニケーションです。相手に気持ちよく答えてもらえるような内容・構成にすることを常に念頭におきましょう。

全体の構成や質問の順番について、以下のようなセオリーがあります。

- ✔ 全体的な質問から個別的な質問へ (“GeneralからSpecificへ”)。
- ✔ サクサク答えやすい質問からはじめ、考えさせる質問は後半へ。
- ✔ 重要／優先度の高い質問は、できるだけ回答疲れしない前半に聞く。
- ✔ 前の質問の情報に影響されてはならない認知度などの質問は先に聞く。
- ✔ 性別、年齢などの属性質問は最後に聞く。

特別な質問意図がなければ、上記に従ってアンケートを作成しましょう。

# ④全体の構成や質問の順番を決める(2)

個々の質問では、項目や選択肢の順番が回答に影響を与えてしまう(最初の項目が選ばれやすくなる初頭効果など)順序バイアスにも注意しなければなりません。

特に、同じ回答形式の質問項目を表にまとめて聞くマトリクス質問や、複数回答質問の場合、項目数が多すぎたり、並び方のバランスが悪かったりすると、バイアスがかかるだけでなく、よく考えず適当に答えられてしまう恐れがあります。

## <マトリクス質問の例>

問. ○○○のイメージについて、以下のそれぞれの点でどのように思いますか。(ヨコに1つずつ)

	あてはまる	ややあてはまる	どちらともいえない	あまりあてはまらない	あてはまらない
親しみやすい	<input type="radio"/>				
信頼できる	<input type="radio"/>				
先進的	<input type="radio"/>				
技術力がある	<input type="radio"/>				
安定感がある	<input type="radio"/>				
国際的	<input type="radio"/>				
成長力がある	<input type="radio"/>				
社会貢献に取り組んでいる	<input type="radio"/>				
個性的	<input type="radio"/>				

- ✓ 項目数が多すぎると適当に答えられてしまう
- ✓ 左端の選択肢が選ばれやすい

## <複数回答質問の例>

あなたが、現在特に関心をお持ちのことは何ですか。(いくつでも)

1 子ども	9 趣味・娯楽
2 家族	10 スポーツ・レジャー
3 友人・知人	11 信仰・宗教
4 住宅・土地	12 政治
5 お金・財産	13 ボランティア活動
6 健康	14 地域活動(町内会・自治会、子ども会等)
7 仕事(家事や勉強も含む)	15 その他
8 老後の生活	16 特にない

- ✓ 選択肢の数が多すぎるとすべてに目を通してもらうのが難しい
- ✓ それぞれの列の先頭部分の選択肢が選ばれやすい

# ⑤項目数やレイアウトの最終調整を行う

ひとつおきアンケートができあがったら、以下の点に留意して見直しましょう。



**できるだけ回答時間が5～10分ですむよう質問数、項目数の調整をする。**

アンケートの答えやすさにもよるので、一概に何問以内にすべきとは言えませんが、長くても10分以内に回答できるのが望ましいです。  
紙のアンケート用紙ならA4サイズで多くても8ページ以内におさめましょう。



**質問文や選択肢の表現、言葉づかいが適切かチェックする。**

こちらの質問意図を正しく理解して、モレ・抜けなく最後まで答えてもらうためには、読む人によって解釈が異なることがないよう簡潔・明瞭な質問文、選択肢にしなければなりません。基本的な注意点を次ページにまとめています。



**余計なものは除き、すっきりしたレイアウトにする。**

文字やレイアウトがすっきり見やすければ、とりあえず回答してみようかという気持ちになってくれます。  
余白があるからといってアンケートに直接関係のないイラストなどを入れるのはやめましょう。

# 質問文や選択肢づくりにおける主な注意点

## ☑ 質問文も選択肢も必要最小限の長さにする。

丁寧すぎる表現は不要です。  
各項目の文字数もできるだけ極端なバラつきがないようにしましょう。

## ☑ 選択肢の項目は、お互いにダブらず、モレのない(MECE)ようにする。

意味がダブっているとどちらを選べばよいかわかりません。  
また「その他」「どれもなし」といった選択肢がないと、モレがあるためにどの項目も当てはまらないことがあります。

## ☑ 「最近」「ときどき」などあいまいな表現は数値化する。

たとえば「最近」は「過去1ヶ月以内」、「ときどき」は「週に1回」といった具合に特定します。

## ☑ 1つの質問で2つ(以上)の内容を聞かない。

たとえば『〇〇の製品の機能やデザインについてどのように評価しますか?』という質問では、機能かデザインどちらの評価なのかわかりません(「ダブルバーレル質問」といいます)。

## ☑ 属性質問の選択肢に配慮する。

性別について男女だけでなく「その他」「答えたくない」といった選択肢を加える、など。

# グループワークスについて

アンケート／市場調査ならグループワークスにおまかせください。  
アンケートやデータ分析に関するあらゆる業務に精通したプロのリサーチャーが、  
調査票の作成からデータの集計・分析までワンストップでサポートします。



アンケート作成



データ入力



集計



分析



自由回答



レポート

- この聞き方で大丈夫？
- アンケートがうまく作れない

- 人手も時間も足りない！
- 回答データの入力が面倒

- 性別などのクロス集計がしたい。でも難しい

- もっと高度な分析もできるはず。でもやり方がわからない

- たくさんありすぎて読み切れない。誰かまとめてほしい

- パッと見てわかるようなグラフにしたい。でも時間がない

こちらからお問い合わせください。



044-271-6043



info@grooveworks.co.jp

営業時間 9:30 - 17:30 [ 土日・祝日除く ]

株式会社グループワークス <https://grooveworks.co.jp>

〒213-0011 神奈川県川崎市高津区久本3-3-2 溝ノ口第一生命ビルディング4階

プライバシーマーク登録番号：第10824102(05)号