
WHITEPAPER / アンケートツール選び方ガイド

目的と課題から選ぶ、 成果につながるアンケートツール。

「回答が集まらない」「集めても活かせない」を越える、
アンケートツールの選び方を実務目線で整理する。

目次

01 アンケートが成果につながらない理由

課題と原因

02 ツール選定の考え方

目的と現状課題から選ぶ

03 アンケートツールの4分類

主要ツールの全体像

04 主要ツール徹底比較

5つの軸で見極める

05 用途別の選び方

目的に合うタイプを選ぶ

06 Interviewzが圧倒的に違う理由

アンケートを診断体験にする

07 導入効果とアンケート活用事例

回答率 約2.8倍

08 認証・運用代行・導入の流れ

安心して任せられる

09 料金の考え方

1アンケート単位・スモールスタート

10 お問い合わせ

無料相談・デモ

アンケートが“成果”につながらない、2つの壁

つまりきは、集める前と集めた後。両方を越えないと成果は出ない。

壁① 回答が集まらない

配信しても回答率が伸びず、途中離脱も多い。一般的なWEBアンケートの回答率は

10～30%にとどまる

壁② 集めても活かせない

集めたデータが集計だけで終わり、分析やCRM連携の手間もかかって、次の打ち手につながらない。

なぜ回答が集まらないのか

人は「手間 > 見返り」だと動かない。回答の負担と、見返りの弱さが原因。

回答の負担（手間・入力の面倒さ）

- ・ 設問が多い／入力が面倒で、答えるのが億劫
- ・ 所要時間が読めず、途中で離脱する

見返り（謝礼）の弱さ

- ・ 答えても得るものがなく、動機が弱い
- ・ 謝礼が後日・手続きが煩雑だと響かない

参考：行動経済学の一般的知見（即時報酬は動機づけに有効）。「その場でもらえる」見返りが、回答率を左右する。

ツール選定は「2つの視点」で決まる

「回答率 × データ活用の両立」と「アンケートの目的」。この2つで最適なツールを選ぶ。

視点① 回答率 × データ活用の両立

「集める力（回答率）」と「活かす力（データ活用）」を、両立できるか。

回答率

×

データ活用

→ 次章の「徹底比較」で見極める

視点② アンケートの目的

目的によって、考慮すべき要素が変わる。次の5点で見る。

誰に配るか（自社／外部）

インセンティブの要否

匿名か／個人特定か

認証・重複防止

費用

→ 「用途別の選び方」で見る

この2つの視点と5つの要素で、自社に最適なアンケートツールを選ぶ。

アンケートツールの「4分類」

主要ツールは、大きく4つのタイプに整理できる。

A

フォーム型

Google Forms／Microsoft Forms
無料・手軽に基本的な収集ができる。

B

高機能サーベイ型

SurveyMonkey／Qualtrics／Typeform
高度な設問・分析とCRM連携に強い。

C

リサーチパネル型

マクロミル／GMOリサーチ&AI
外部の回答者へ大規模な市場調査ができる。

D

診断・ヒアリング体験型

Interviewz

アンケートを“診断体験”にして回答率を高め、ギフト・データ活用まで。

4分類を、5つの軸で比較する

「回答率（集める力）」と「活用（活かす仕組み）」で、得意が分かれる。

	A フォーム型 Google / MS Forms	B 高機能サーベイ型 SurveyMonkey / Qualtrics / Typeform	C リサーチパネル型 マクロミル / GMO	D 診断・体験型 Interviewz
回答負担の低さ（回答率）	△	○	—	◎
分析・CRM/MA・DB連携	△	◎	—	◎
設計の柔軟さ・診断体験	△	○	○	◎
インセンティブの運用代行	—	△	○	◎
自社顧客への到達	○	○	—	◎

◎強い／○対応／△限定／-非対応・非主眼。カテゴリ単位・公開情報ベースの整理（2026年7月時点、各社公式要確認）。パネル型のギフトは外部モニタへのポイント付与を指す。Dは代表としてInterviewzを想定。

手軽に集めたい／高度に分析したい

A | 低コストで簡易収集したいなら

フォーム型

Google Forms／Microsoft Forms

- 無料・アカウントだけで手軽に開始できる
- 基本的な設問・集計には十分
- 分岐はセクション単位など限定的

料金目安：無料～（Workspace／M365に同梱）

留意：ネイティブなCRM連携・回答インセンティブ・回答者認証は標準では持たない。

B | 高度な分析・CRM連携をしたいなら

高機能サーベイ型

SurveyMonkey／Qualtrics／Typeform

- 高度な分岐ロジックと分析（AI/統計）
- Salesforce・HubSpot等とネイティブ連携
- 大企業の本格調査・エンゲージメント設計に

料金目安：有料エントリー ¥4,370/月～（SurveyMonkey）／Qualtricsは要見積

留意：多機能なぶんコスト・学習コストは上がる。ギフト付与は主に外部連携。

料金は各社公式の公開情報（2026年7月時点、年払い等の条件あり）。最新は各社公式でご確認ください。

外部を大規模調査／回答率を上げて成果へ

C | 外部の市場を大規模調査したいなら

リサーチパネル型

マクロミル／GMOリサーチ&AI

- 自社にいない層へ大規模に調査できる
- 回答者は各社の外部モニタ（ポイント付与）
- 本格調査はプロジェクト単位の見積

料金目安：プロジェクト見積／セルフ型は ¥50,000/年～ 等

留意：目的は市場調査。自社顧客からの回答率改善・継続活用には不向き。

D | 自社の回答率を上げ、データを活かすなら

診断・ヒアリング体験型

Interviewz

- アンケートを“診断体験”に。分岐＋リッチ設問で回答率を上げる
- デジタルギフト即時付与で「答える動機」を後押し
- CRM/MA・自社DBへ連携し、分析まで一気通貫

料金目安：システム利用料 ¥30,000～/1アンケート

「回答が集まらない・活かせない」の両方に効く。次章で詳しく検証する。

料金は公開情報（2026年7月時点）。デジタルギフトの標準搭載・回答者認証は分類・製品により差がある。

アンケートを「診断体験」にする

回答するとその場で結果・フィードバックが返り、回答者に“得”がある。だから最後まで答える。



診断＝即時フィードバック

回答に対し、その場で診断結果・フィードバックを返す。回答者に恩恵があるから答える。**=他ツールと圧倒的に違う核。**



リッチな設問

画像・動画・自社サイト/コンテンツを設問に組み込み、伝わる・答えやすい設計に。



ギフト＋データ活用

デジタルギフト即時付与で動機を後押しし、CRM/自社DBへ連携・分析まで。

※ 分岐やスコアリングは、診断のアプローチの一つ。

ワンタップで、回答の負担を最小化

「答えるのが面倒」をなくす設計で、回答率を底上げする。

- 1 **ワンタップ中心**で、ストレスフリーに回答できる。
- 2 **10種類以上**の回答形式から、設問に最適なものを選ぶ。
- 3 質問に**画像・動画・自社サイト**などリッチコンテンツを活用。
- 4 回答に応じて**結果・フィードバック**を即時提示（分岐・スコアリングもその一部）。



質問設計はフローとして直感的に編集でき、更新は即時反映。回答者の状況を見ながら高速にPDCAを回せる。

「答える動機」を、その場で渡す

mafin社と連携し、業界最大規模 約1,000種類のギフトから選べる。

- 1 金券型・商品交換型など、ターゲットに合うギフト。
- 2 URLを送るだけ。メールやSNSでいつでも誰でも送れる。
- 3 回答後にその場で即時付与。全員当選・抽選を選べる。



+約1,000種類

※ 掲載のサービス名・ロゴは各提供企業の商標です。

STEP 01

ギフト交換用URLを設定



STEP 02

回答者に引き換えコードを表示



STEP 03

店頭・Webでギフト交換

従来アンケートと、何が変わるのか

実施から発送まですべてWeb完結。回収が増え、コストは下がる。

従来のアンケート

- ・ 謝礼は後日、手続きが煩雑
- ・ 参加意欲が上がりにくい
- ・ 配送・データ入力・在庫管理の手間
- ・ 人件費／配送コストが発生



デジタルギフト+アンケート

- ・ 回答後にその場で即時付与
- ・ 「すぐもらえる」で参加意欲・回答数UP
- ・ メール／SNSで送るだけ、Web完結
- ・ 配送費・人件費を大幅に削減

効果

回答率は、約2.8倍に

ワンタップ回答＋デジタルギフトの即時付与で、集まり方が変わる。

約2.8倍

回答率

通常のWEBアンケート



10～30%

デジタルギフト活用時



約2.8倍

通常のWEBアンケート回答率10～30%に対し、デジタルギフト活用で約2.8倍に増加。

重複応募を防ぎ、公平にギフトを届ける

共通URLを配布し、SMS認証・コード認証で本人確認。全員当選・抽選も選べる。



SMS認証

電話番号あてのSMSでコードを確認・認証。重複応募を防ぎます。

URLにアクセス



SMS認証



回答・ギフト獲得



コード認証

配布したコードで認証。利用企業作成の独自コードも利用できます。

URL+コード配布



コード認証



回答・ギフト獲得

回答を、その場で分析・可視化

ダッシュボードで状況と行動を把握。確認 → 即編集 → 即反映で高速PDCA。



- 1 回答状況・詳細データを**ダッシュボードで把握**。
- 2 質問別の**遷移・選択比率**など、回答者の行動を可視化。
- 3 **データダウンロード**で、自由に集計・分析できる。
- 4 確認後、**その場で設計を即時更新**。高速にPDCA。

CRM/自社DBへ連携して、活かす

回答を一元管理し、次の施策・顧客対応へ。「集計止まり」＝もう一つの壁を解消する。

- 1 **HubSpot・Salesforce・自社DB**とノーコードで連携。
- 2 **API/Webhook**で、独自システムとも連携できる。
- 3 **LINE連携**なら、LINEユーザーIDも取得できる。
- 4 回答を**次の施策・顧客対応**へつなげる。

主な連携先

HubSpot

Salesforce

自社DB

Google系

LINE

Slack

Webhook

API

データ活用は「回答率」と並ぶ、ツール選定の2大軸の一つ。

アンケート業務は、こう変わる

集めて終わりにせず、データが次の施策へ流れ始める。

従来のアンケート

設計	紙やフォームで一律配信
配信	メール頼みで届きにくい
回収	見返りが薄く回答が伸びない
分析	データが使われず眠る
連携	手作業で転記
改善	直すのに時間がかかる
活用	集計だけで終わり

Interviewz

分岐フローで相手に合わせて出し分け
サイト・LINE・チラシなど多様なチャネル
ギフト即時付与で回答が集まる
ダッシュボードで状況を可視化
HubSpot・Salesforce・自社DBへ自動連携
その場で編集・即反映
アンケートデータを次の施策へ

BtoB・BtoC、さまざまなアンケートで

回答とデジタルギフトを起点に、目的に応じて活用できる。



セミナー・展示会

新規顧客獲得（BtoB）



社内研修・人事

従業員満足度の把握



折込チラシ

属性把握・来店促進（BtoC）



利用客・来場者

満足度調査

アンケート活用事例（匿名）

化粧品メーカー

利用目的：販売員別の顧客満足度調査

販売員を識別できる仕組みで配信し、**回答率と分析効率を向上・運用コストを低減。**

富裕層特化マーケ企業

利用目的：会員向けの満足度・ニーズ調査

質問形式のバリエーションを増やして回答率が向上・運用コストも低減。

企画から発行・運用まで、まるごと代行

雑務は任せて、御社は**インサイトの発見**に集中できる。



アンケート作成代行

ニーズをヒアリングし、設問・選択肢・フローを作成代行します。



アンケートスクリーニング

お客様が作成した内容をレビューし、品質向上を支援します。



調査結果 分析レポート

集計・レポート化から、レポートを通じた詳細分析まで行います。



配信の完全代行

作成代行から分析・レポート作成まで、まとめて代行します。

作成代行 ¥30,000～／スクリーニング ¥30,000～／分析レポート ¥150,000～／配信の完全代行 ¥300,000～。必要な範囲だけ選べます。

導入は、最短2週間から

企画から実施まで、担当が伴走します。

1

企画ヒアリング

企画内容・商品イメージ・スケジュールを伺い、お見積りを提出。

2

お申し込み

ギフトの種類やキャンペーン期間など、企画詳細を確定。

3

プロモーション審査

ギフト提供元による企画内容・露出媒体の確認審査。

4

設定・デザイン確認

設問・フローを設定（作成代行も可）。デザインをチェック。

5

納品・実施

ご入金後、共通URL等をお渡ししキャンペーンを開始。

企画実施まで約2週間～（デジタルギフトや初回発行作業などにより変動します）。

料金の考え方

1アンケート単位で、必要な分だけ。スモールスタートできる。

基本料金

Interviewz システム利用料	¥30,000 ~ / 1アンケート
--------------------	--------------------

デジタルギフト	商品代金 + 発行手数料 10% ~
---------	--------------------

SMS認証	¥20 × 送信数
-------	-----------

回答ユーザー数に応じて変動します（例：100～500名 +¥200～/名）。

運用代行オプション

アンケート作成代行	¥30,000 ~
-----------	-----------

調査結果 分析レポート	¥150,000 ~
-------------	------------

配信の完全代行	¥300,000 ~
---------	------------

必要な範囲だけ選べます。

デジタルギフト連携は当社運営環境での提供。2ヶ月目以降は運用保守費用¥30,000/月。詳細はお問い合わせください。

こんな課題があれば、フィットします

1つでも当てはまれば、インセンティブ連携型が有力な選択肢。

☒ 回答負担を下げて、アンケートの回答率を上げたい

☒ 謝礼（デジタルギフト）を運用ごと任せたい

☒ 回答データを CRM / MA・自社DB で活かしたい

自社のアンケート、 回答率をどれだけ上げられるか試してみませんか？

回答率と、集めたデータの活かし方に課題があれば、一度ご相談ください。御社の目的に合わせて設計します。

無料相談・デモのお問い合わせ info@Interviewz.io