

# お客様向けアンケートの 実施状況調査結果

## 調査概要

---

調査属性: <業種> 飲食・小売・サービス業  
<役職> 社員のみ(アルバイト排除)  
<業態> ToC向けのみ  
<拠点数> 2以上

回収日 : 2022年3月23~24日(スクリーニング17~18日)

回収数:600件

集計対象:434件(アンケートの利用状況「わからない」回答排除)

## 回答結果サマリ

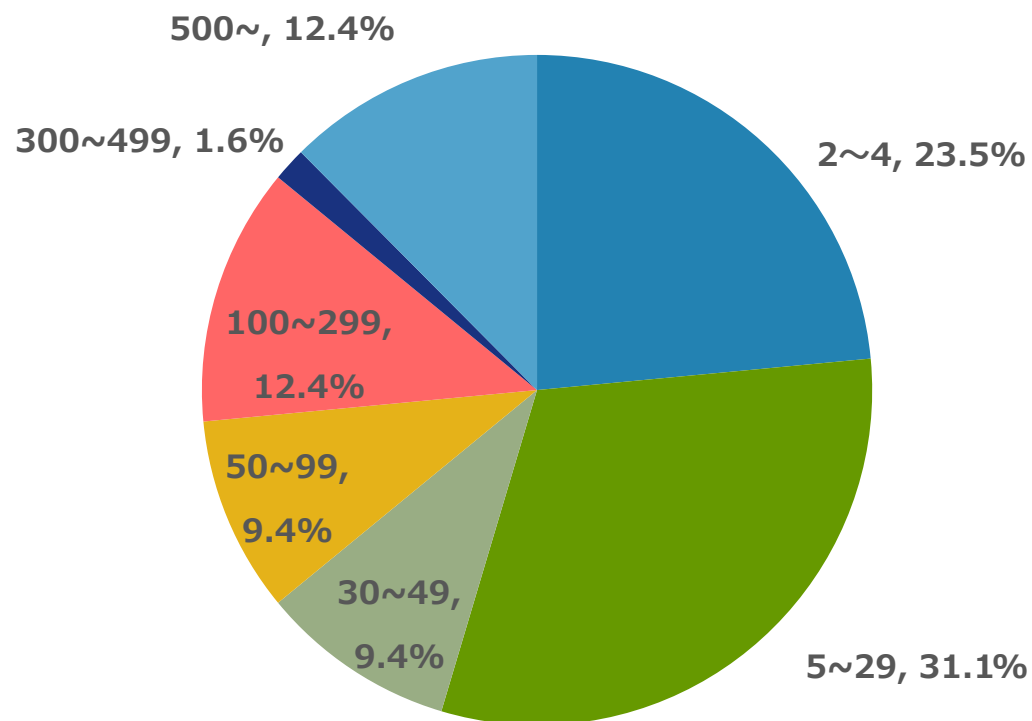
---

- 店舗従業員/店長レイヤーが回答者の8割、現場の課題意識が見えるアンケートとなった
- 「実施している」との回答が半数、  
実施方法は紙+ペンのアナログ手法、次いでQR→Webフォーム
- 回答推進への取り組みは行っているも、**回答数に課題を持っている企業が多い**
- 店舗単位での集計が半数以上で、  
本部が詳細にレポートを作成し展開していると回答したのはわずか13%
- 対応も**店舗単位で行われる**ことが多く、体系だった対策は取りきれていないことがわかる
- 回答数や実施状況の形骸化に課題を感じている声が多い
- 活用できていない原因として、フリー解答で**「現場が結果を参照できない」**が頻出  
逆に活用できていると答えた回答では「翌日に現場で全員に共有し、改善できているから」など、  
**即時性がポイントになっている印象**

# 回答者属性

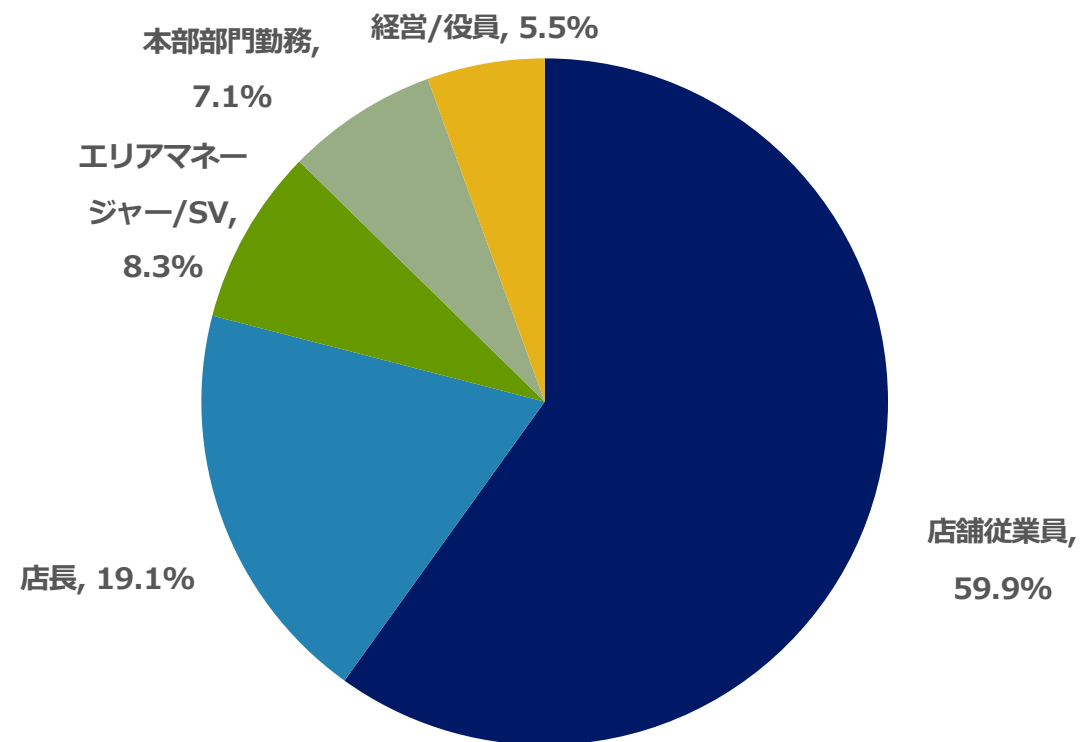
業務・業態の店舗・拠点数をお答え下さい

(N=434)



あなたのお立場に最も近いものをお答えください

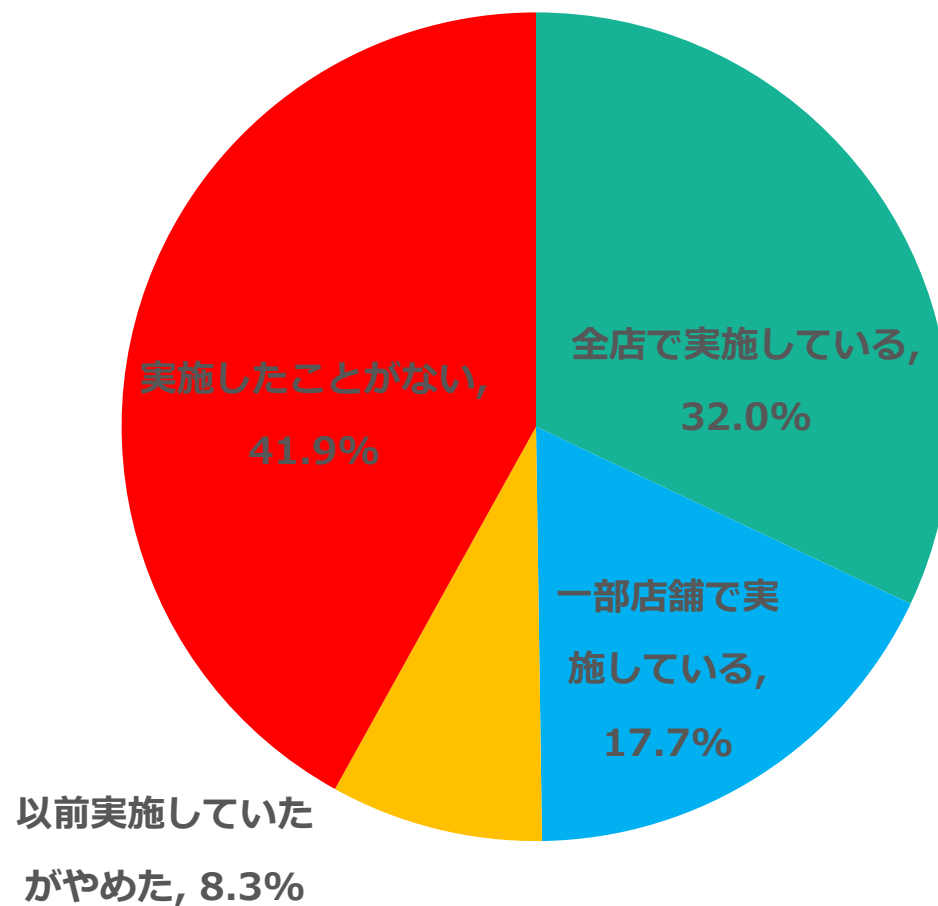
(N=434)



# アンケートの実施状況

【Q2】 Q1でご回答いただいたブランドではお客様向けアンケートを実施していますか？ (N=434)

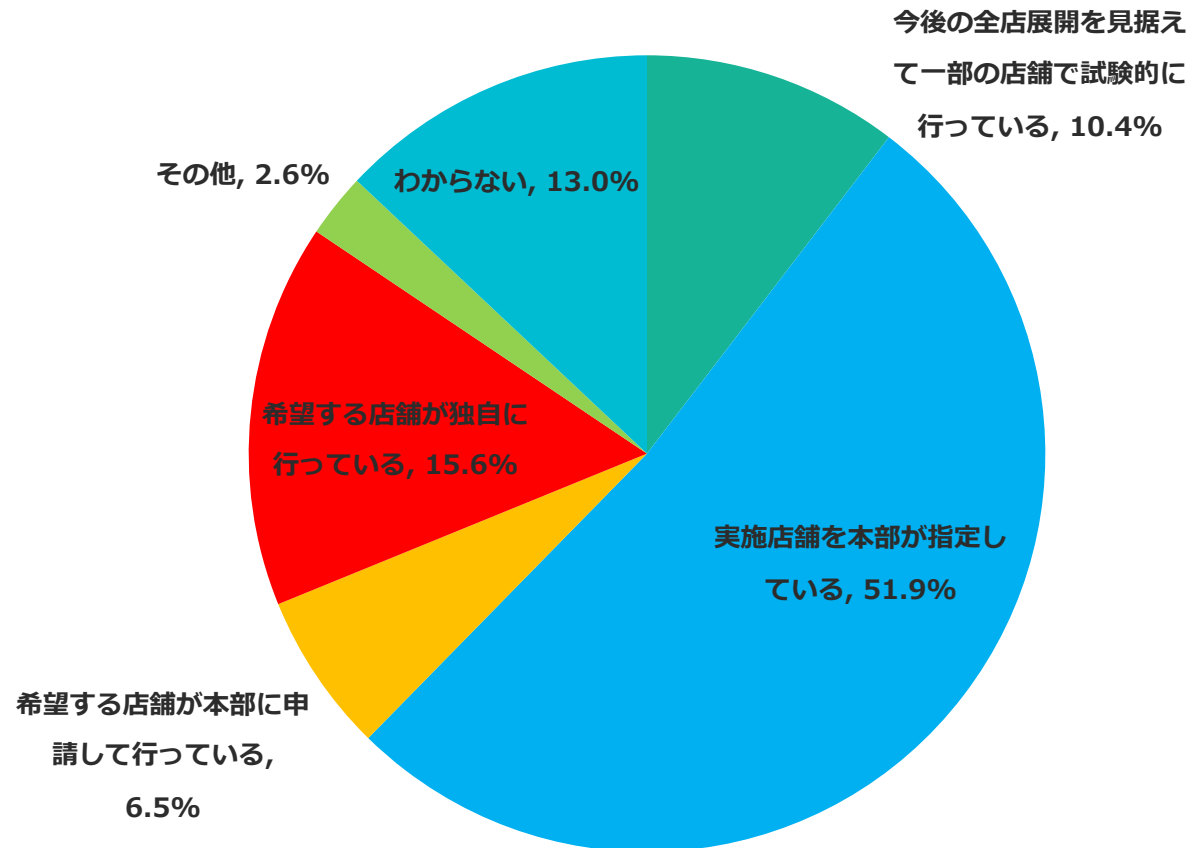
実施・未実施が半分ずつという結果に



# 一部店舗で展開している理由

【Q3】一部店舗で実施していると回答頂いた方にお聞きします。  
一部店舗で実施している理由はなぜですか。(N=77)

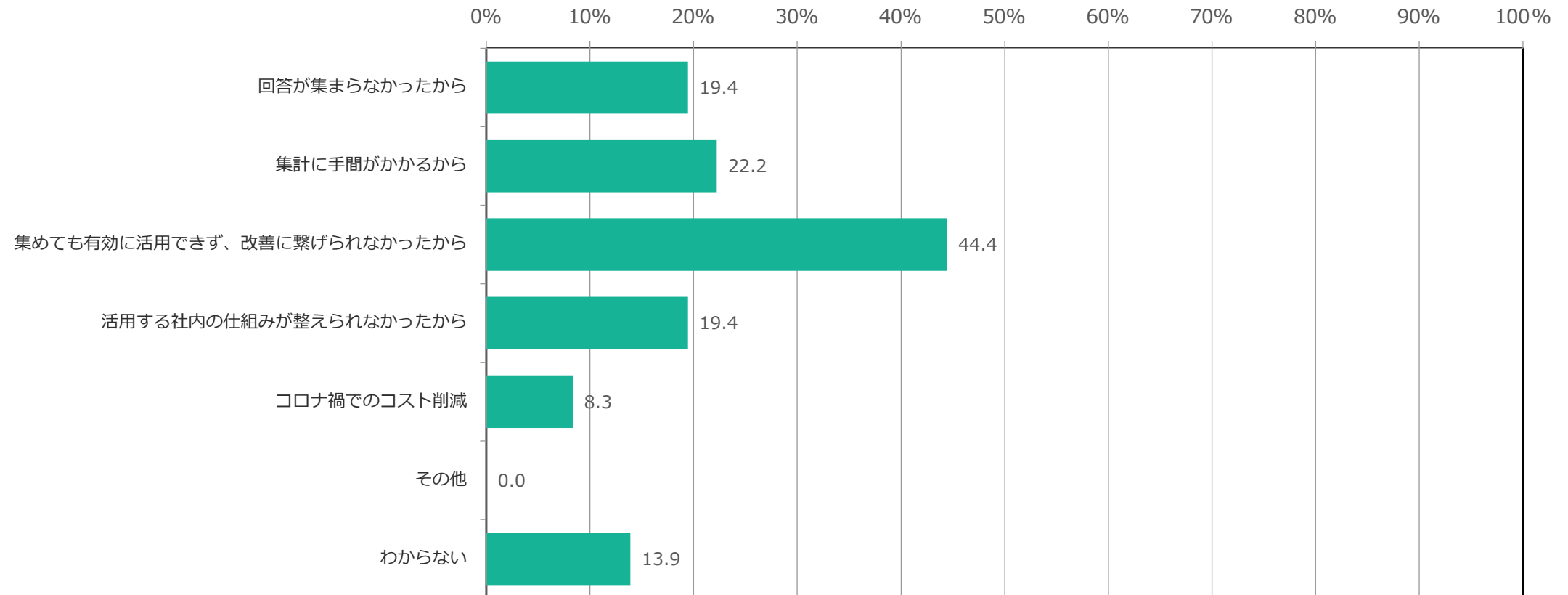
本部が実施店舗を指定して行っている場合が半数、店舗の独自実施も一定数あり



# やめた理由

【Q4】 以前実施していたがやめたと回答頂いた方にお聞きします。  
やめた理由はなんですか？ 当てはまるものを全てお答え下さい(N=36)

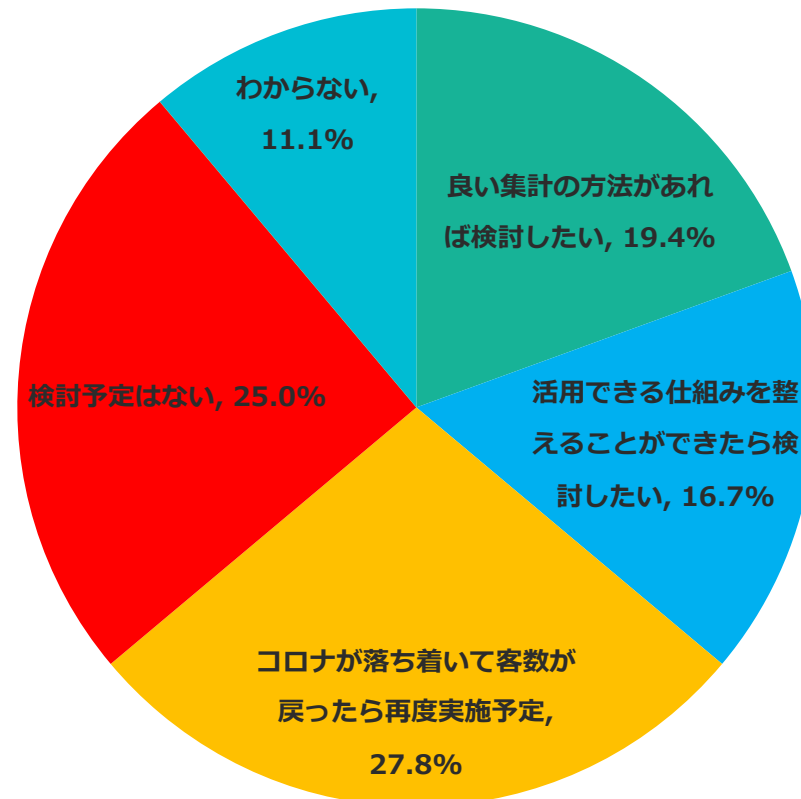
有効に活用できずに実施をやめたという回答が最も多くなった



## 再検討予定

【Q5】 以前実施していたがやめたと回答頂いた方にお聞きします。  
再度実施を検討する予定はありますか？ 最も近いものをお答え下さい(N=36)

活用できる状態が生み出せれば実施したいという回答が60%以上、コロナ後の再開予定も



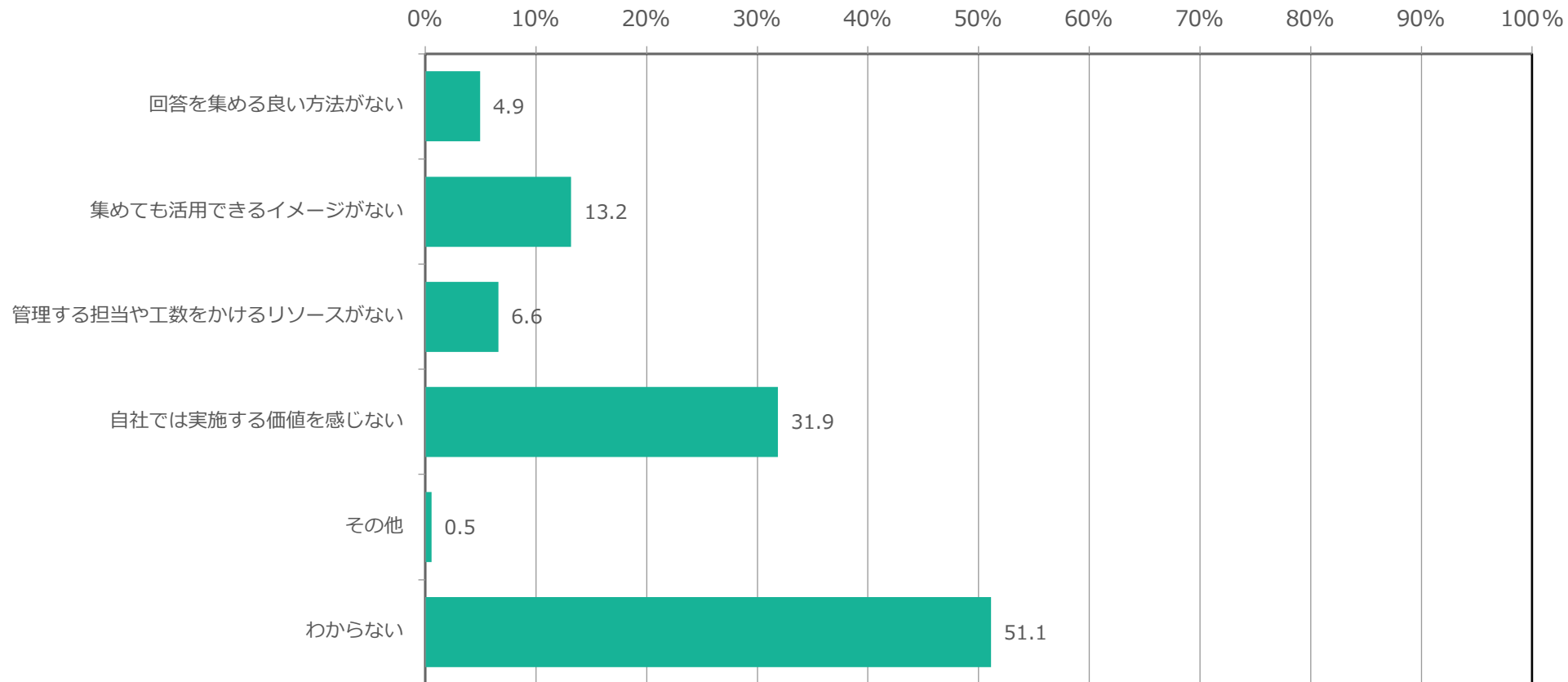


# 実施しない理由

【Q6】 実施したことがないと回答頂いた方にお聞きします。

実施しない理由はなんですか？ 当てはまるものを全てお答え下さい(N=182)

## 実施するイメージや価値・意味合いを感じないという回答

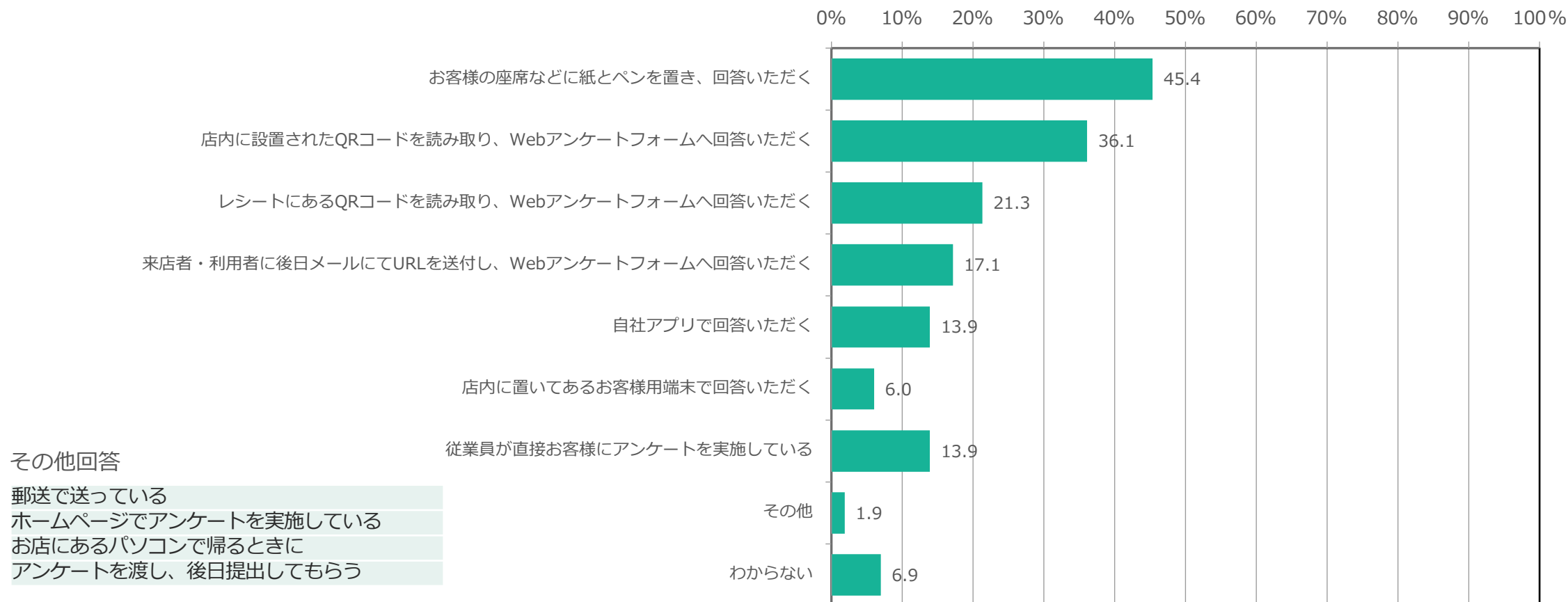


その他回答  
宿泊予約サイトの口コミを参考にしている

# 実施方式

【Q7】全店で実施している、一部店舗で実施していると回答頂いた方にお聞きします。どのように実施していますか。当てはまるものを全てお答えください。(N=216)

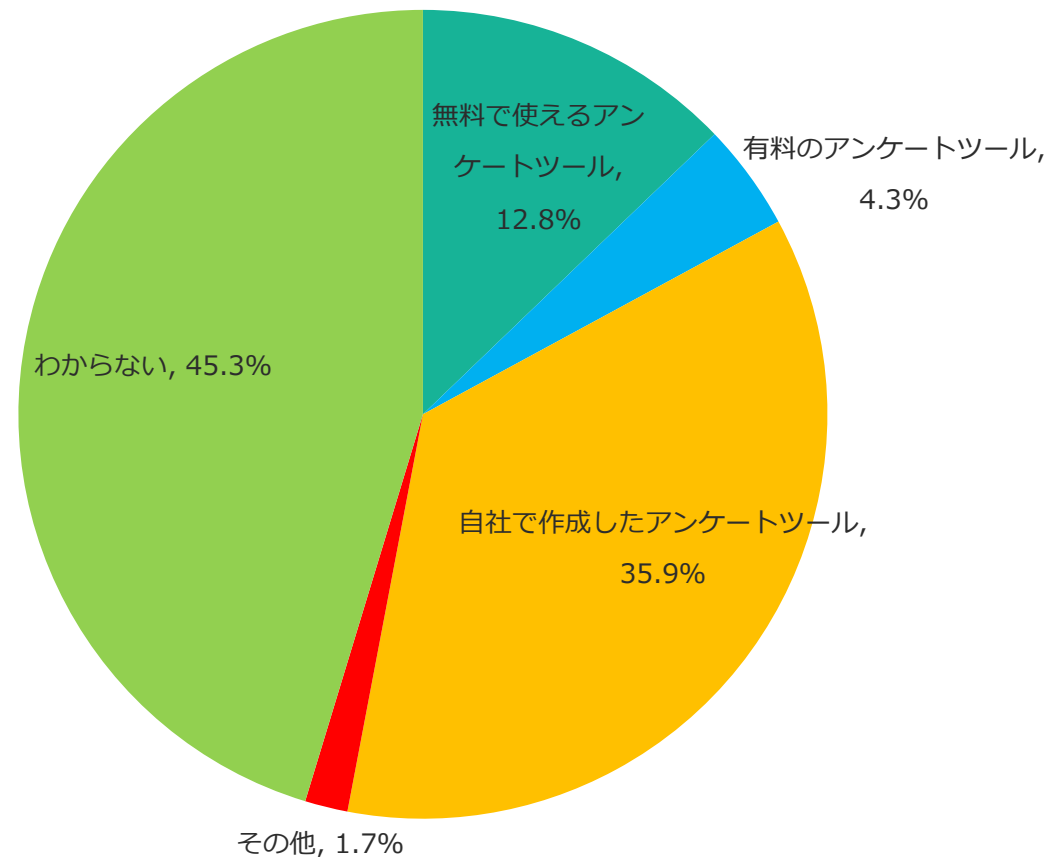
紙とペンでのアナログ手法がTOPに、次いでQRコードを活用してのWebアンケートという結果に



# 利用ツール

【Q8】 Webアンケートで回答いただいているとお答え頂いた方にお聞きします。  
どのようなツールを用いて行っていますか？最も近いものをお答え下さい(N=117)

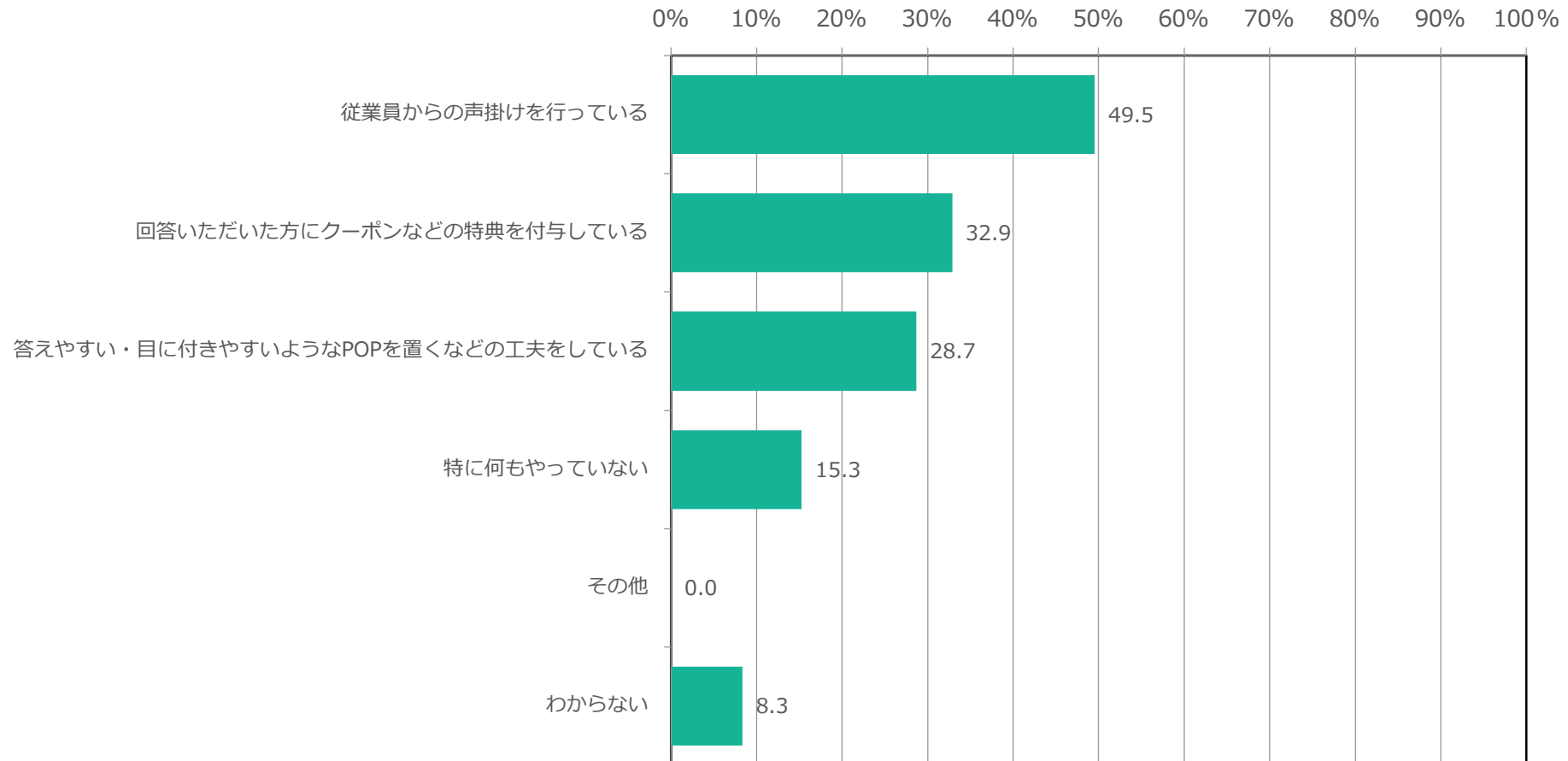
最も多いのは自社ツールとの回答(※店舗従業員が多く、ツールの実態がわからない場合もあり)



# 行っている取り組み

【Q9】全店で実施している、一部店舗で実施しているとお答え頂いた方にお聞きします。回答を促すために行っている取り組みはありますか？当てはまるものを全てお答え下さい(N=216)

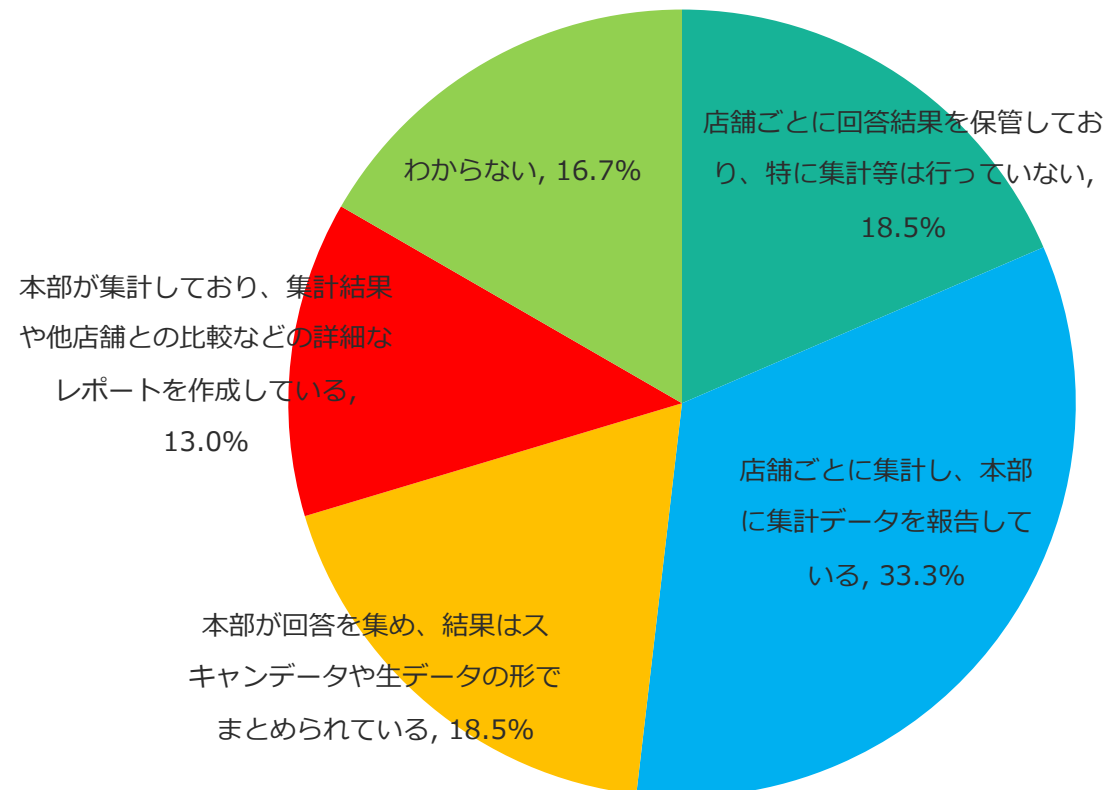
従業員からの声掛けがTOP,次いで特典の利用。「何もしていない」は15%程度になった



# 集計方法

【Q10】全店で実施している、一部店舗で実施しているとお答え頂いた方にお聞きします。  
アンケートを社内でどのように集計していますか？最も近いものをお答え下さい(N=216)

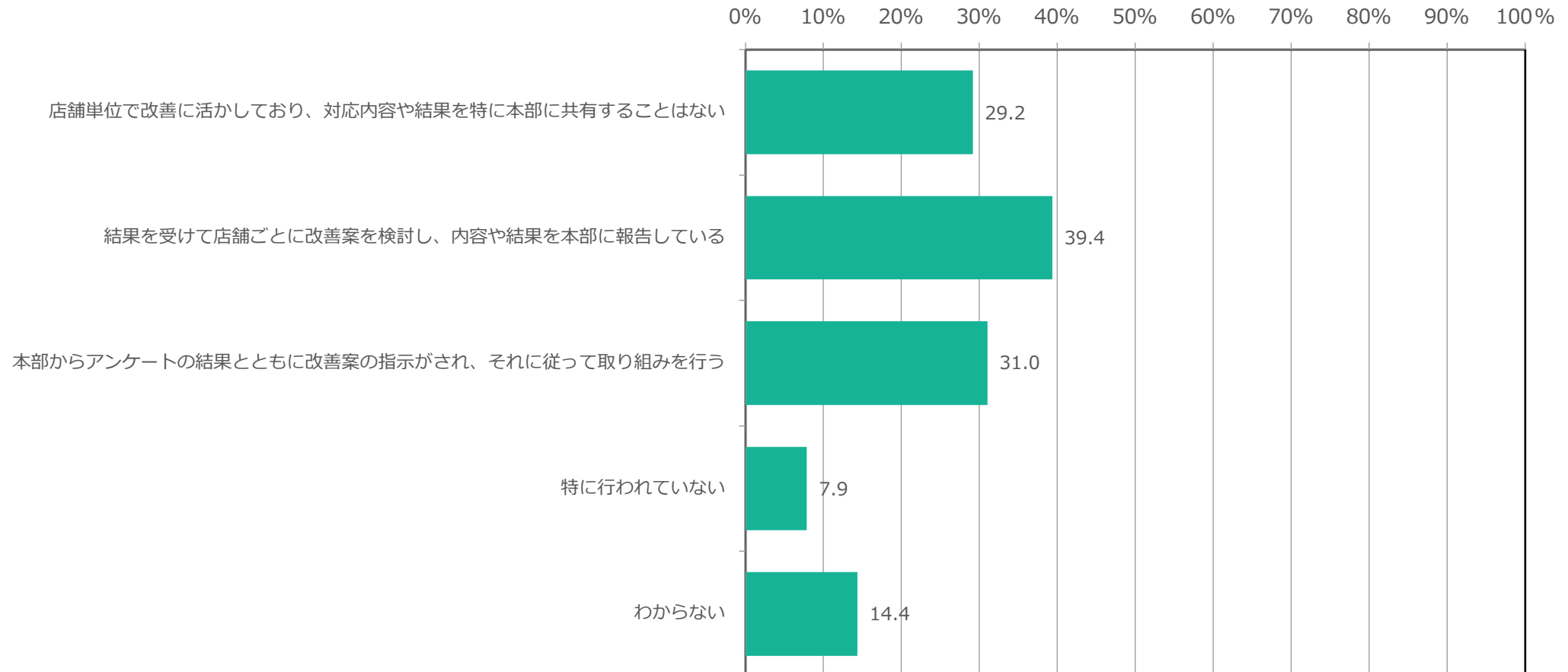
店舗ごとでの集計が最も多い結果に、本部が詳細なレポートを作成しているのは13%程度



# 対応方法

【Q11】全店で実施している、一部店舗で実施しているとお答え頂いた方にお聞きします。  
アンケートの結果に対してどのように対応していますか？当てはまるものを全てお答えください。(N=216)

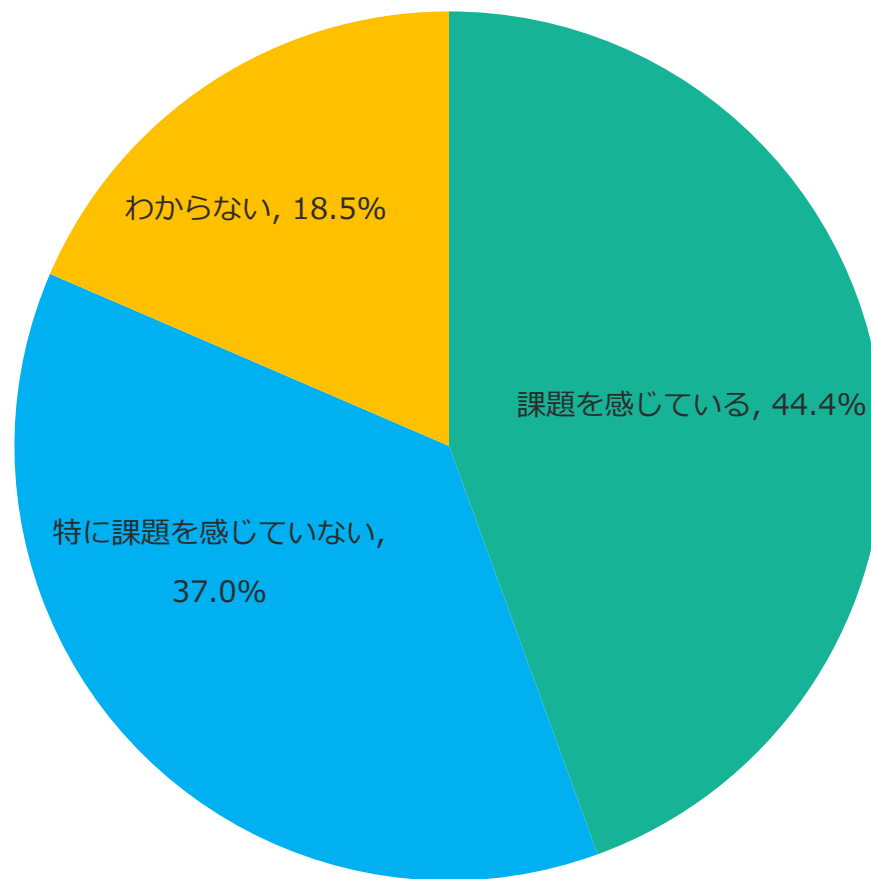
店舗ごとに改善案を検討しているパターンが最も多く、本部への共有がされていない場合も一定数存在する



## アンケートに対しての課題

【Q12】 全店で実施している、一部店舗で実施しているとお答え頂いた方にお聞きします。  
現在実施しているアンケートに関しての課題を感じていますか？ (N=216)

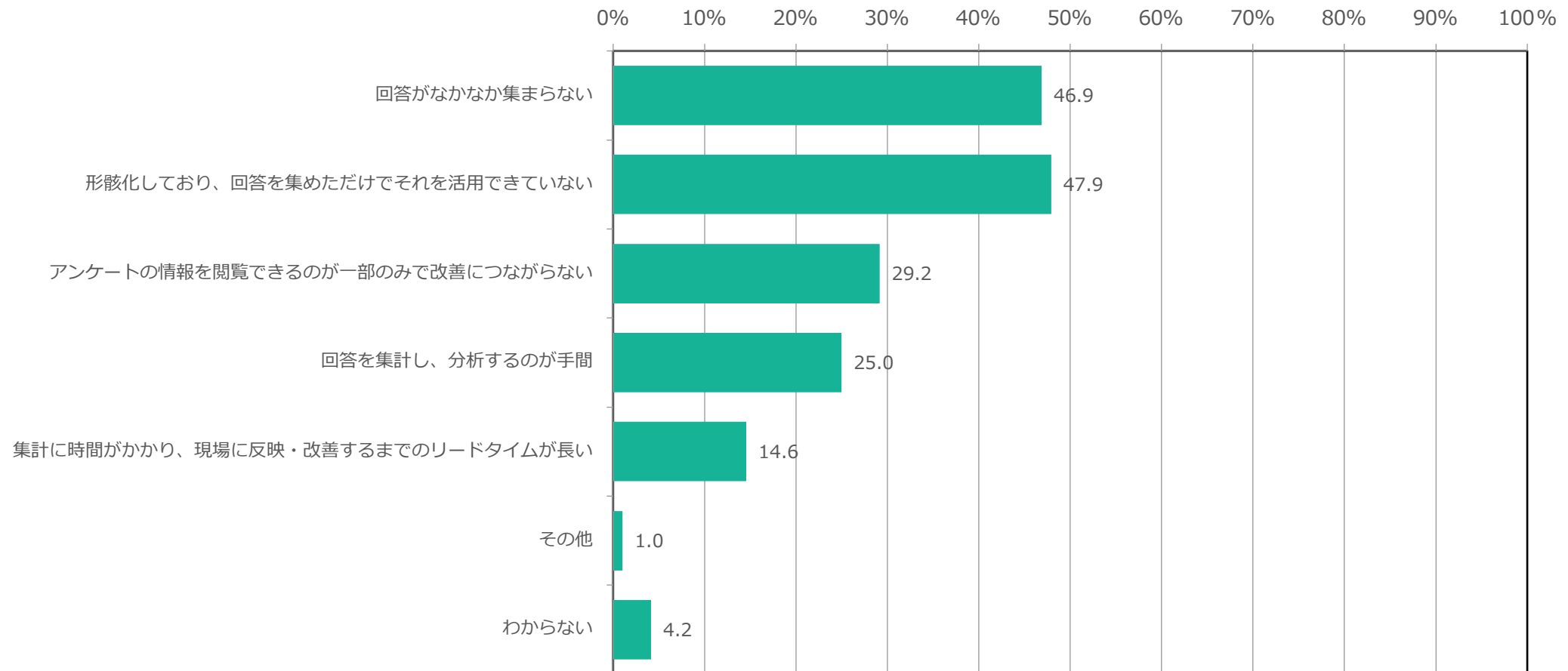
課題を感じているという回答が44%となった



## 具体的な課題

【Q13】課題を感じているとお答えいただいた方にお聞きします。具体的な課題はなんですか？  
当てはまるものを全てお答え下さい(N=96)

回答が集まらないこと、集めても形骸化しており活用につなげてないという課題がTOP2に



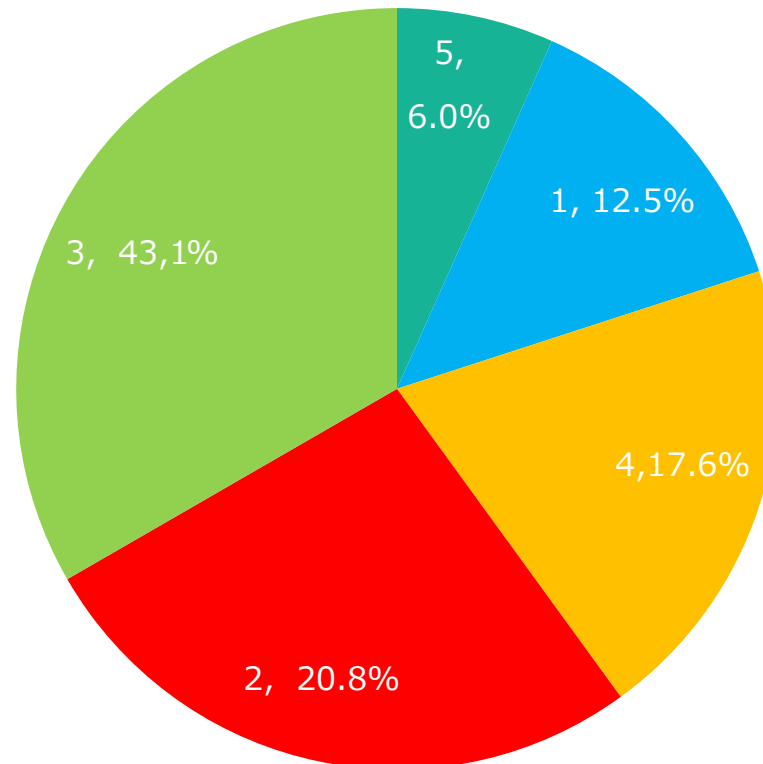


## 活用度

【Q14】全店で実施している、一部店舗で実施しているとお答え頂いた方にお聞きします。  
集計したデータを改善活動に十分に活かしていると思いますか。

5段階評価でお答えください（1:活用できていない～3:普通～5:十分活用できている）(N=216)

平均点2.83、現状に満足していない/特別ポジティブな感情を持っていない層が多いことがわかる



## 活用度の理由

【Q15】 その評価を選んだ理由をお答えください。

活用度	理由
1	あまり、対策や改善してる所がないので
1	アンケートに答えてくれるのは客数の1%に満たない
1	お客様のための改善はされていない。
1	すぐに実行できないものが多い
1	フィードバックされない
1	何も変わらないから
1	課題の改善がわるい
1	回答しない人が多い
1	改善の余地がまだまだありそうだから
1	形骸化している
1	結果を見て対応をしているから
1	指摘事項に対して、恒久的に対策が継続しない
1	集計するだけで何も改善しないから
2	あまり意見が吸い上げられてない。
2	アンケートの回答はスタッフ全員が閲覧はしているものの、改善を積極的に行おうという空気がいまひとつ噴出してない。
2	アンケートの項目が古い
2	アンケート結果をスタッフが見ることができないから
2	アンケート結果を上手く運営に活かせていないため
2	アンケート自体が形骸化している

# 活用度の理由

【Q15】 その評価を選んだ理由をお答えください。

活用度	理由
2	コメント等を教えてもらえないから参考にできない
2	せっかくのアンケートデータを生かしてきれていない
2	もっと頑張れると思うから
2	結果があまり把握されていないから
2	現場が改善されないから
2	現場で消化されているだけなので、やってもやらなくても同じだと思う
2	根拠がない意見がある
2	時間が取れない
2	実際メリットを感じないGoogleマップのレビューで十分
2	出来てないから
2	少ししか活用していないように感じる
2	全員からアンケートを取っていないため
2	同じ指摘を何度もされるから
2	良かった点はそのまま継続で良いが、課題点は解決策を考えて実行しなければいけないのですが、その解決策が明確でない。
3	あまりアンケート結果を見ない
3	あまりアンケート自体を受け止めてない
3	あまりお客さんが使っていないから
3	アンケートの内容が分からない為、生かしているかどうか分からないから。
3	いまいち有効に活用できているのか分からないから
3	データ活用が人それぞれ
3	なかなか集まらない

# 活用度の理由

【Q15】 その評価を選んだ理由をお答えください。

活用度	理由
3	まだまだ課題がある
3	まだまだ新規顧客開拓にはいかせていない。
3	やり方を見直した方が良いと思うので
3	一部幹部社員のみ結果を把握しているため、従業員全体がどのような方向に向かって行けばいいかわかりにくい点がある。
3	回答サンプルが少ないため
3	改善するにはかなり長期的な計画を練らなければならない
3	結果が報告されない
3	現場に反映されていない
3	効果がわからないから
3	手間がかかるので
3	正確な集計データをしていない。
3	全てに対応は難しいが、出来るものは実現しているから
3	適宜改善するようにしている
3	店舗任せになる
3	年齢層によってアナログ、デジタルのアンケートを用意しているので幅広い世代の意見を取り入れられることと、あくまでも参考なので、お客様の意見が反映されづらい現状もある。
3	評価はまずまずあるが手間が掛かる
3	毎日フィードバックされるのですぐ改善可能
3	毎年課題に取り組むが改善できたかどうかの最終結果が分からないことがある
4	ある程度アンケート結果は店舗オペレーションやサービスの向上に寄与しているが、革新的な改善には至っていないように思われる。
4	アンケートで改善点が見つかった際には翌日には上長の会議の元、従業員へのヒヤリングをして改善するように努めている為十分であると思います。しかしながら完全まだ何かしらやりようがあるのではないかと思います評価をしました。
4	アンケートにより不備を改正しているから
4	アンケート結果を個人に落としこんで、次の接客に活かしている。

## 活用度の理由

【Q15】 その評価を選んだ理由をお答えください。

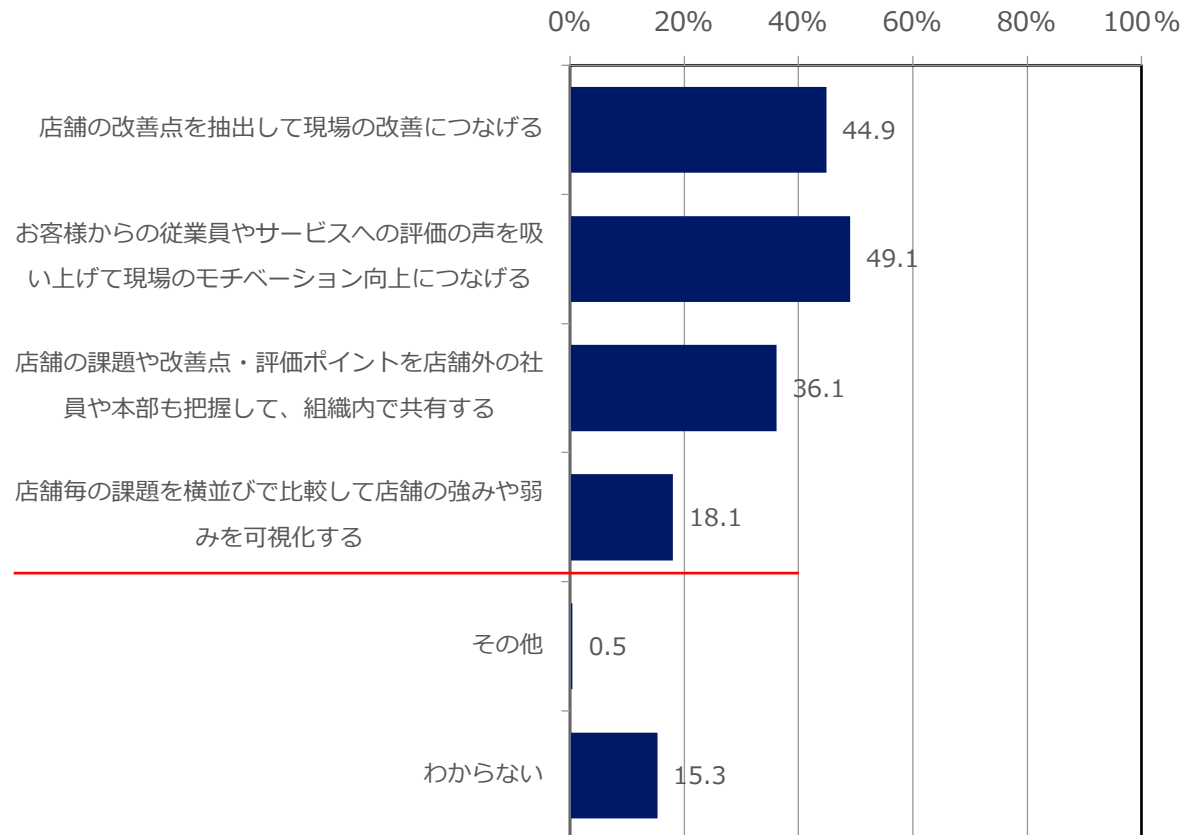
活用度	理由
4	アンケート結果を社員に報告して、改善しようとしているから
4	アンケート内容により、お客さまへの対応を決められるので。
4	お客様の不満や要望をランキングにまとめて上位のものやすぐ実行できるものから改善を実施している。
4	その回答内容によって接客を変えることが出来ているから
4	その都度改善を行っている
4	ミーティングで共有して改善しているから
4	改善のネタになっている
4	後日発表される結果を参考にして業務に活かすスタッフが多いから。
4	従業員内では共有できているから。直接サービス改善につながっていると思う
4	設問の内容が細かく、その結果に沿って、改善に取り組んでいるから。
4	朝礼時、毎日アンケート結果を従業員で共有している。アンケートに対しての意見を話し合う時間があり、そのアンケートを答えた方へのお詫びの連絡を上のものでしたりするから。
4	本部が集計し、修正改善された商品の提供に繋がっている
5	きちんと記入してもらえている
5	実際にその評価をみて改善し、結果に繋がっているから。
5	実際にフィードバックして実践しているから、

# 活用度の理由

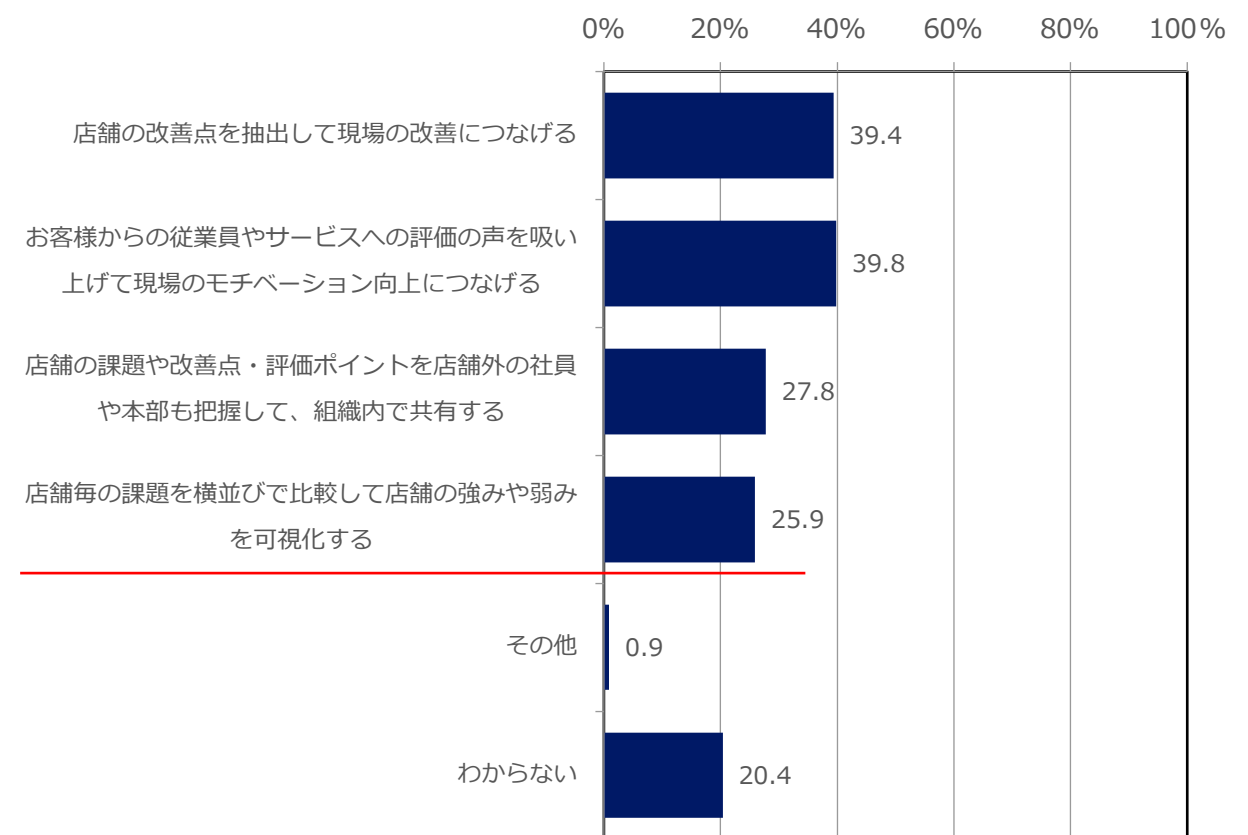
【Q16.7】 全店で実施している、一部店舗で実施していると答え頂いた方にお聞きします。

「現在行えていること」よりも「できていないがやりたいこと」の方がポイントが大きいのは、「店舗毎の課題を横並びで比較して店舗の強みや弱みを可視化する」

アンケートを使って現在行えていることはなんですか？  
当てはまるものを全てお答え下さい(N=216)



今はできていない/不完全だがアンケートを使って行っていきたいことはなんですか？当てはまるものを全てお答え下さい(N=216)

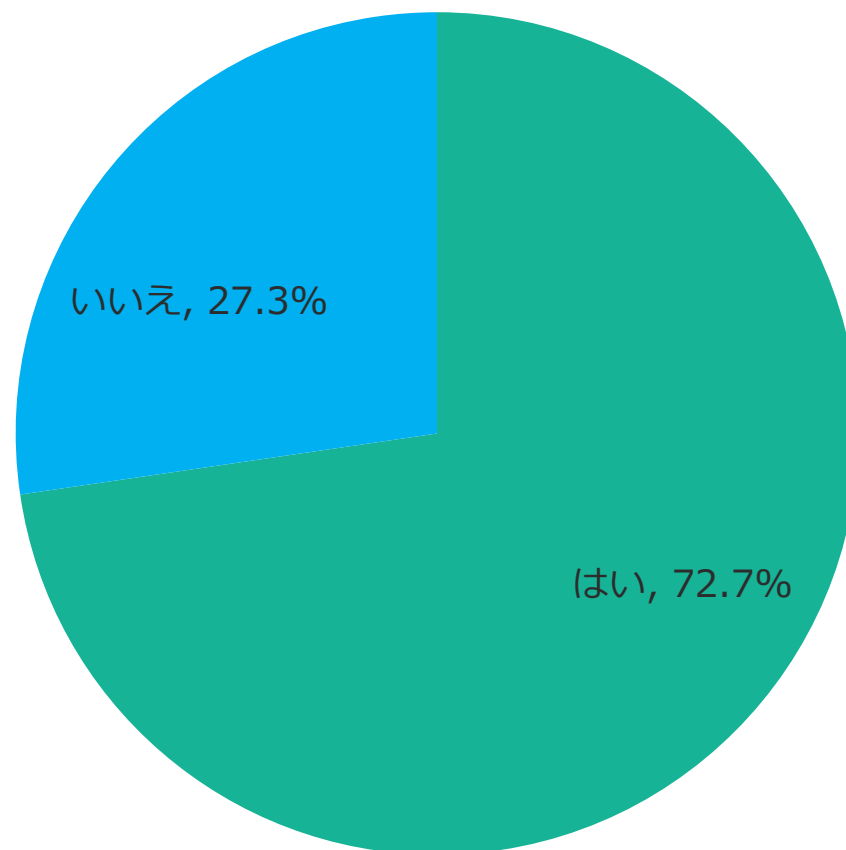


## 利用意向

【Q18】全店で実施している、一部店舗で実施しているとお答え頂いた方にお聞きします。

ここまでお答えいただいた課題の解決・希望を実現できるツールがあれば使ってみたいですか？(N=216)

「使ってみたい」の回答が72.7%に



# ClipLine サーベイなら、お客様向けアンケートの課題を解決

課題に挙がっていた「即時性」や集計工数、現場への展開、店舗・サービス業現場におけるお客様向けアンケートの課題を解決する「顧客の声を素早く展開・反映する仕組み」を簡単に、**カンタン・低価格**で導入できます。

## 顧客の声で、現場が変わる



### 即時通知・即時カイゼン

集まった顧客の声を即時通知できる仕組みをご提供。スピーディな改善や従業員のモチベーションUPを実現します。



### 手軽に導入できる低価格

2万円/10店舗への低価格で導入可能。担当エリア内での導入やスモールスタートも可能です。



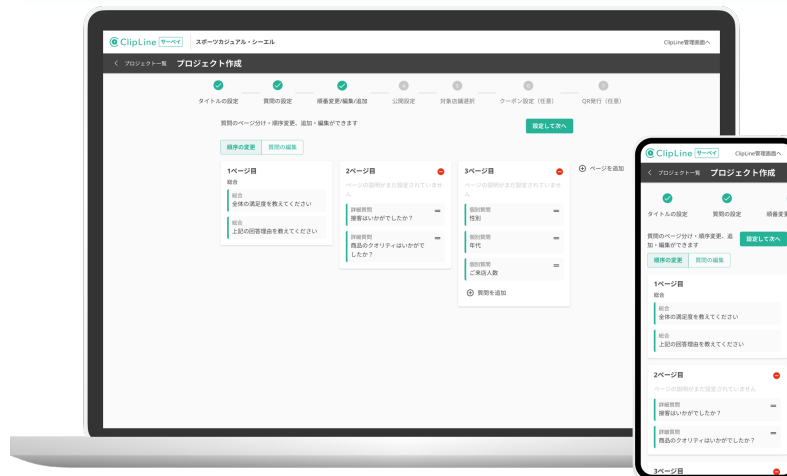
### 組織改善のノウハウ

動画型マネジメントシステム「ClipLine」で培ったサービス業の課題解決のノウハウをご提供しています。

[詳しくはこちら>>>](#)

## ClipLine サーベイのPOINT

- ✓ 即改善を実現する **リアルタイム性**
- ✓ 1エリアから手軽に導入できる **低価格**
- ✓ 集計分析いらずの **自動レポート**
- ✓ 業界経験者による **運用サポート**





# 導入事例 銚子丸様

## お客様の声がより良いサービスの「入口」に 銚子丸がClipLineサーベイで実現した即時改善の仕組みと「ほめる」文化

- ◎ グルメ回転寿司を提供、従業員の技術とサービス・接客品質が重要に
- ◎ お客様の声をサービス改善に繋げるためにClipLineサーベイを導入
- ◎ 即時改善によるサービス品質・お客様満足度の向上や、店舗評価の仕組みを実現

<コメント抜粋>

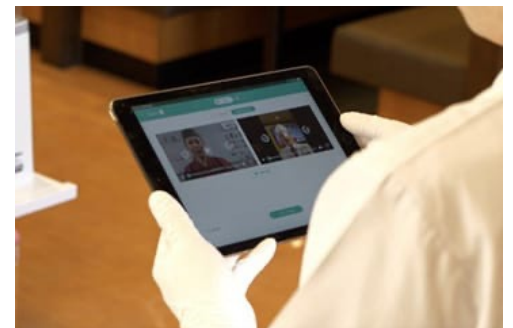
お客様の声に対する**レスポンスが非常に早くなりました**ね。

これによって改善点があればすぐにその場で直せるようになりました。これは画期的なことだと思っています。こうして改善までのタイムラグがどんどん減っていけば、**お客様満足度の低下を防ぐのに非常に有効**ですね。

ClipLineサーベイから瞬時に入ってくるデータやご意見を毎日分析することで、この店はどこが弱いのか、どこがいいのか、どこを伸ばすのか、どこを改善するのか、今までは**感覚で判断していた部分が明確に見えるようになりました**。お客様の声を活かして次から次への新しい改革をしていくために、ClipLineサーベイはとても大きな役割になっていくんじゃないかなと思っていますね。

[詳細記事はこちら>>>](#)

[ClipLine サーベイ詳しい資料はこちら>>>](#)



ClipLine サーベイ,ClipLineに  
ついてのお問い合わせ、お見積もり、  
ご利用に向けてのご質問は、

こちらのページよりお気軽にご連絡下さい。