

報道関係者各位

2016年10月3日

次世代オンラインアンケートツール『クリエイティブサーベイ』
第2弾は、テレビ東京の番組制作でのデータ抽出
大量の選択肢を「テキストではなく画像」で選ばせる手法を紹介

簡単で美しい次世代のアンケート作成ツール『CREATIVE SURVEY』を提供するクリエイティブサーベイ株式会社は、オンラインアンケートツールの新しい活用シーンをニュースレターとして配信してまいります。従来のアンケート調査だけではない『クリエイティブサーベイ』ならではの新たな活用手法を紹介していきます。

第2弾としては、テレビ東京の番組「金曜 7 時のコンサート～名曲！ にっぽんの歌～」の番組制作に必要な音楽に関する調査データを提供した事例を紹介します。同番組は毎回公開形式で収録されており、視聴者だけでなく観客が好む曲目や出演者の傾向を探り、50代～70代までの広い範囲で把握する必要がありました。

今回、その課題をクリエイティブサーベイでは、画像を活用して調査を実施。回答者には、プルダウンやラジオボタンで曲名を選択するのではなく、あらかじめリストで掲載されているヒット曲から、聞きたい曲、好きな曲のクリックし、選択させるという手法を用いました。

〈活用ポイント〉

✓ 1,000 以上ある選択肢をテキストではなく画像化

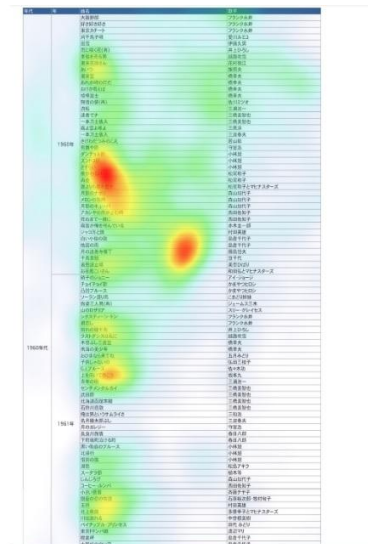
⇒通常のフローでアンケートを取る場合、数多くあるヒット曲から選択させることとなり、回答するのに時間を要するため、回答がぶれていく傾向があります。しかし、「テキストを画像化すること」でスムーズに回答することが可能であり、かつ今回の調査対象者である50代～70代へのアンケートではなおさらこのような工夫が必要と考えました。

✓ 集計に掛かる時間を大幅に削減

⇒選択された結果はヒートマップとして集計されるので、集計に掛かる時間を大幅に削減することを実現。

※以下の「はじめに」ボタンをクリックすると（1980年～1995年）のヒットソングリストを表示します。ご覧になって、あなたが好きなお曲名を実際にクリックして認識してください。（いくつでも）繰り返しることができます。70年代、80年代の曲は検索するのみにあります。検索はスクロールして下の右まで見る必要があります。

〈設問内容〉



〈回答結果〉

今回の調査では、「はじめて買ったレコードの曲名は何ですか?」「幼少期、親と一緒に歌った曲は何ですか?」「歌ってみたい曲は何ですか?」といったフリーアンサーの設問を用意したので、より深く視聴世代の嗜好を捉える結果となりました。

＜制作担当者コメント＞

今までこのような調査を実施する際には、調査会社へ依頼するなどして、集計に掛かる時間も長く、大量のデータが取りづらいケースが多かったのですが、クリエイティブサーベイの画像を使った調査を活用できたので、視認性の高いヒートマップでスタッフとのデータ共有も直感的に行なえるなど、負担も少なく非常に助かりました。（株式会社テレビ東京制作（PROTX）ディレクター）

クリエイティブサーベイではこれからも、アンケートツールの枠を超えた活用手法を探り、提供していきます。

■ 「 Creative Survey 」 について

Creative Survey は、デザインリサーチツールとして様々な調査・学術論文に使用されてきた実績とノウハウを持つツール。一般的なネットリサーチとしての用途はもちろん、広告や制作物のクリエイティブチェック、などの調査だけでなく、デザインカスタマイズと幅広い調査手法によって、企業活動における「顧客の声」「顧客の評価」を集めるカスタマーサーベイツールとして利用されています。

【会社概要】

本社 : 東京都渋谷区渋谷 1-3-15 パリオンビル 6 階
URL : <https://creativesurvey.com>
設立 : 2014 年 7 月
資本金 : 1,000 万円
代表者 : 代表取締役 田口 亮
事業内容 : 「CREATIVE SURVEY」の提供・運用・開発