

従業員満足度調査

見積金額を左右するもの 紙の調査かWEB調査か

(有)中野ソフトウェアサービス

2020/02/13

調査方法と特徴

調査方法	特徴
紙の調査票	最も一般的な調査。 配布と回収の手間は人数に比例する。 コストとしては印刷代や入力費用がかかる。 1万人規模の会社だと、調査だけで数百万円になる。
WEBの調査	インターネットでの調査。 標準的なシステムを提供するプロバイダーが多くあり、 手軽な調査に向いている。報告書作成までサポート していることが多い。人数に左右されない。
EXCELの調査	調査票をEXCELで配布し回収する方法。 データを統合するプログラムが必要。メールシステム を使うのでイントラネットが発達している会社向き。

※回答できる時間を考えて設問数を設計すること

選択すべき基準（個人の特定）

調査方法	個人の特定
紙の調査票	無記名にすると同時に回収時に封筒に入れてもらうことで個人を特定させないことが可能。 部門ごとに回収するのであれば、記録として回収数だけ記録。個人を特定しないこと。
WEBの調査	個人を特定しないとしても、ログイン時にIDとパスワードを発行することや通知の為のメールアドレスと紐付けられる。回答者の不安は除去できない。
EXCELの調査	誰が記載したのかの管理は否めない。重複回答の排除や督促などを考えると、個人の特定をすることをアナウンスする必要がある。

※属性を細かくして個人の特定をしやすい状況を作らないこと

選択すべき基準（プラットフォーム）

調査方法	プラットフォーム
紙の調査票	特別なプラットフォームは必要ない。印刷会社、宅配業者、データ入力会社はいくらでもある。
WEBの調査	社員が個々にパソコンを使える環境でなければ難しい。共有パソコンでは、できないことはないが入力時間が限定されやすい。工場に一台しかパソコンがないのにこの方法は現実的でない。
EXCELの調査	メールや共有サーバーなどイントラネットの整備ができていないと難しい。当然、EXCELの操作のリテラシーが必要。 書式をいじれないように設定しなくてはならない。

調査方法の混在について

- 紙媒体の調査とWeb調査を職場の状況に応じて混在させるという考え方があるが勧めない。
- 十分な検証ができていないが、紙媒体での調査結果とWebでの調査結果では、回答の偏在がことなる恐れがある。
- Webでは長文の設問に対しての耐性が弱いせい
か中央化傾向が強いという印象がある。
- できればどちらかにしたほうが良い。

以上