

分析業務にすぐ活かせる

20分でわかる クロス集計

FREE・
ONLINE

7.12 Wednesday
12:00



ASMARQ



INDEX

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

✓ 分析とは
・・・分けて比較すること

- 差をどう解釈するのか？
- どう分けるのか？

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

集計表の種類

主に**単純集計 (GT集計)** / **クロス集計**に分けられる

- ✓ 単純集計 (GT集計)
 - ・・・全体の結果を確認する際にみます
 - ⇒GT表で先に全体の傾向を把握する

SC1. 「食に対する考え方や行動」についてお伺いします。以下の項目ごとに、あなたご自身のお気持ちをそれぞれお知らせください。(それぞれ1つずつ選択)		
SC1-1. 出来るだけ国産の食品を食べるようにしている	度数	%
あてはまる	242	24.2
ややあてはまる	379	37.9
どちらともいえない	265	26.5
あまりあてはまらない	75	7.5
あてはまらない	38	3.8
あてはまる計	621	62.1
あてはまらない計	113	11.3
集計母数	1000	100.0

- ✓ クロス集計
 - ・・・例えば、男女での違いなど、細かく確認する際にみます

		全 体	あ て は ま る	あ や あ て は ま る	な い 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
全体		1000	24.2	37.9	26.5	7.5	3.8
性別	男性	500	21.9	37.7	30.4	6.9	3.1
	女性	500	26.5	38.1	22.7	8.1	4.6
年代	20代	250	26.2	39.2	23.1	6.9	4.6
	30代	250	22.3	41.5	26.2	7.7	2.3
	40代	250	23.8	35.4	26.9	10.0	3.8
	50代	250	24.6	35.4	30.0	5.4	4.6
利用頻度	ほとんど毎日	450	23.4	37.7	24.9	10.2	3.9
	週に4~5日程度	300	25.5	34.0	25.5	6.4	8.5
	週に2~3日程度	150	41.0	38.5	15.4	2.6	2.6
	週に1日程度	50	21.9	46.9	28.1	-	3.1
	それ未満/使わない	50	23.8	39.1	26.1	7.5	3.5
使用製品「大きさ」	小さいサイズ	250	30.4	21.7	26.1	8.7	13.0
	ふつうサイズ	750	23.8	39.1	26.1	7.5	3.5
	大きめサイズ	25	28.6	21.4	42.9	7.1	-
	ジャンボサイズ	20	29.4	35.3	28.4	3.9	2.9
	その他	-	-	-	-	-	-

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

表側は「原因」、表頭は「結果」として、原因と結果の因果関係(仮説)をみるもの

集計軸を決める際の視点は...

●主語を何にしたいか?

属性別では... / ユーザー別では... / 購入重視度別では... / 頻度別では... など

●どことどこの間で比較したいか?

男女で違いはあるのか?...性別を軸に

	全体	+10ポイント
	全体	+5ポイント
	全体	-5ポイント
	全体	-10ポイント

製品について、それぞれの評価を5段階でお知らせください。

(クロス集計の例)		全 体	辛 み	お い し さ	刺 激	甘 味	苦 味	清 涼 感	舐 め 心 地 が よ い
全 体		1,000	94.7	91.3	86.8	86.5	82.1	65.1	63.4
性別	男性	500	95.7	92.3	88.8	80.5	74.1	58.1	64.4
	女性	500	85.7	90.3	86.8	76.5	76.1	59.1	58.4
年代	20代	250	84.7	87.3	91.8	78.5	74.1	64.1	60.4
	30代	250	89.7	91.3	91.8	86.5	73.1	58.1	75.1
	40代	250	95.7	86.3	83.8	98.0	82.1	65.1	60.4
	50代	250	98.7	83.3	87.8	85.5	81.1	62.1	64.4
利用頻度	ほとんど毎日	450	93.7	94.3	78.8	82.5	84.1	59.1	54.4
	週に4~5日程度	300	90.7	89.3	86.8	98.3	75.1	63.1	58.4
	週に2~3日程度	150	91.7	85.3	83.8	78.5	80.1	63.1	61.4
	週に1日程度	50	97.7	88.3	75.0	81.5	84.1	62.1	66.4
使用製品「大きさ」	それ未満/使わない	50	86.7	90.3	88.8	89.5	80.1	69.1	62.4
	小さいサイズ	250	99.7	88.3	74.2	86.5	79.1	68.1	53.4
	ふつうサイズ	750	99.7	96.3	88.8	88.5	79.1	69.1	68.4
	大きめサイズ	25	84.7	83.3	97.0	91.5	77.1	58.1	67.4
	ジャンボサイズ	20	88.7	85.3	91.8	79.5	85.1	61.1	67.4
その他	10	92.7	86.3	91.8	86.5	73.1	66.1	66.4	

原因
(●●が)

30未満は参考値扱いになる為。
こういった軸はあまり意味がない。

結果
(どうだったか)

集計の内容は、

「何が知りたいのか?」「何の傾向をみたいのか?」

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

アンケート調査は仮説思考で設計するのが重要

また、仮説検証の視点で集計軸を設定する

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【例えばブランドリフト調査の場合】

■仮説①

広告接触者は非接触者よりも

ブランド認知・好意・購入意向は向上するのではないか？

⇒『広告接触者』と『広告非接触者』を集計軸にして比較する

■仮説②

広告接触者のなかでも、複数回接触した人の方が、

ブランド認知・好意・購入意向は向上するのではないか？

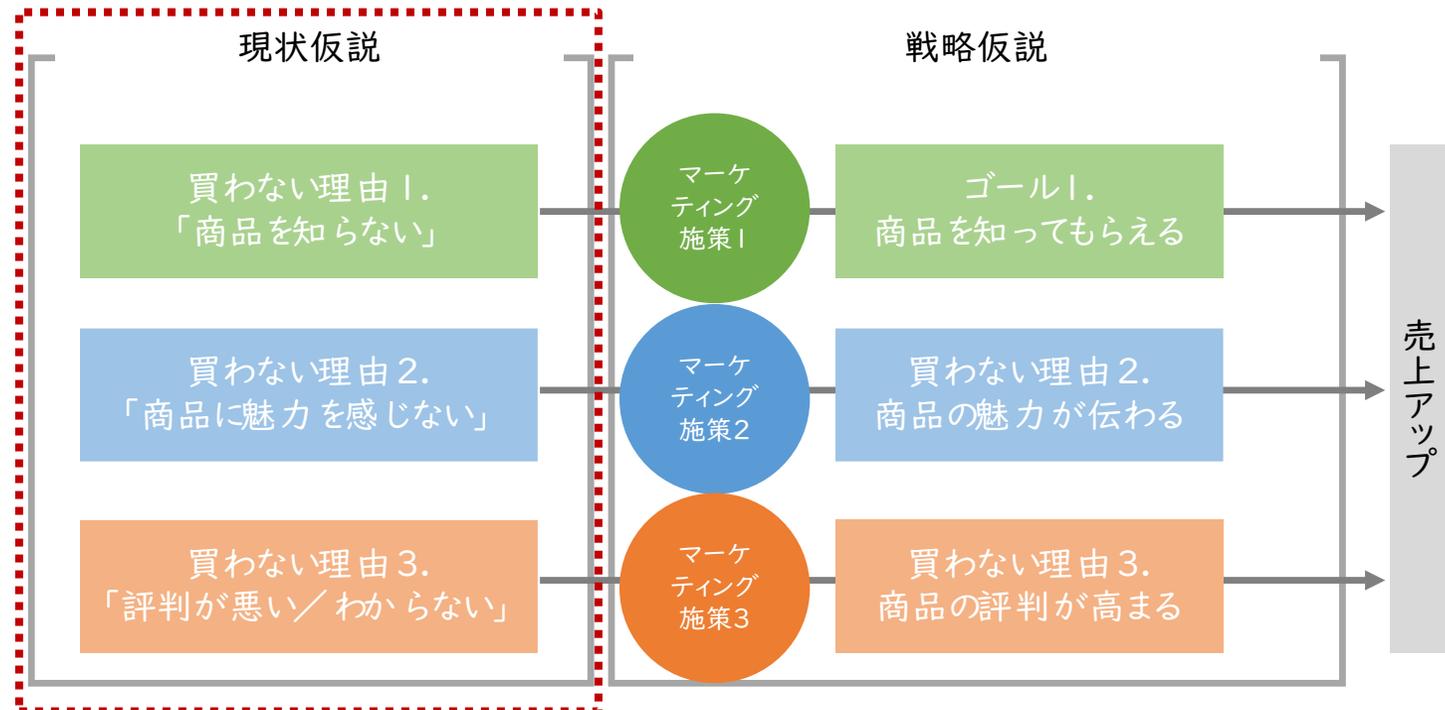
⇒『1回のみ』『2~4回程度』『5回以上』といった
接触回数別を集計軸にして比較する

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【仮説立ての考え方】

- ✓ 現状仮説: 想定される問題点
- ✓ 戦略仮説: 想定される問題点の解決策

状況は、Aな状態なのではないか
(例: 認知率が低いのではないか?)

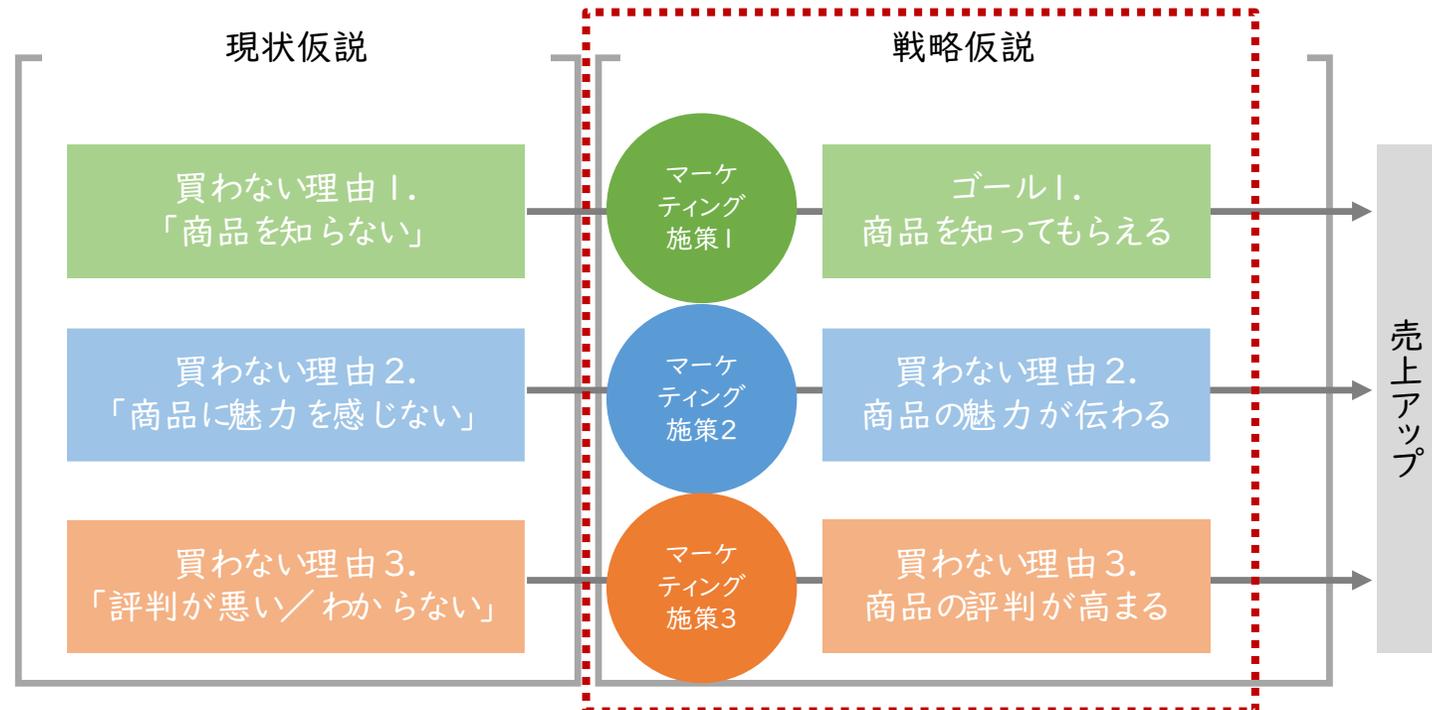


- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【仮説立ての考え方】

- ✓ 現状仮説: 想定される問題点
- ✓ 戦略仮説: 想定される問題点の解決策

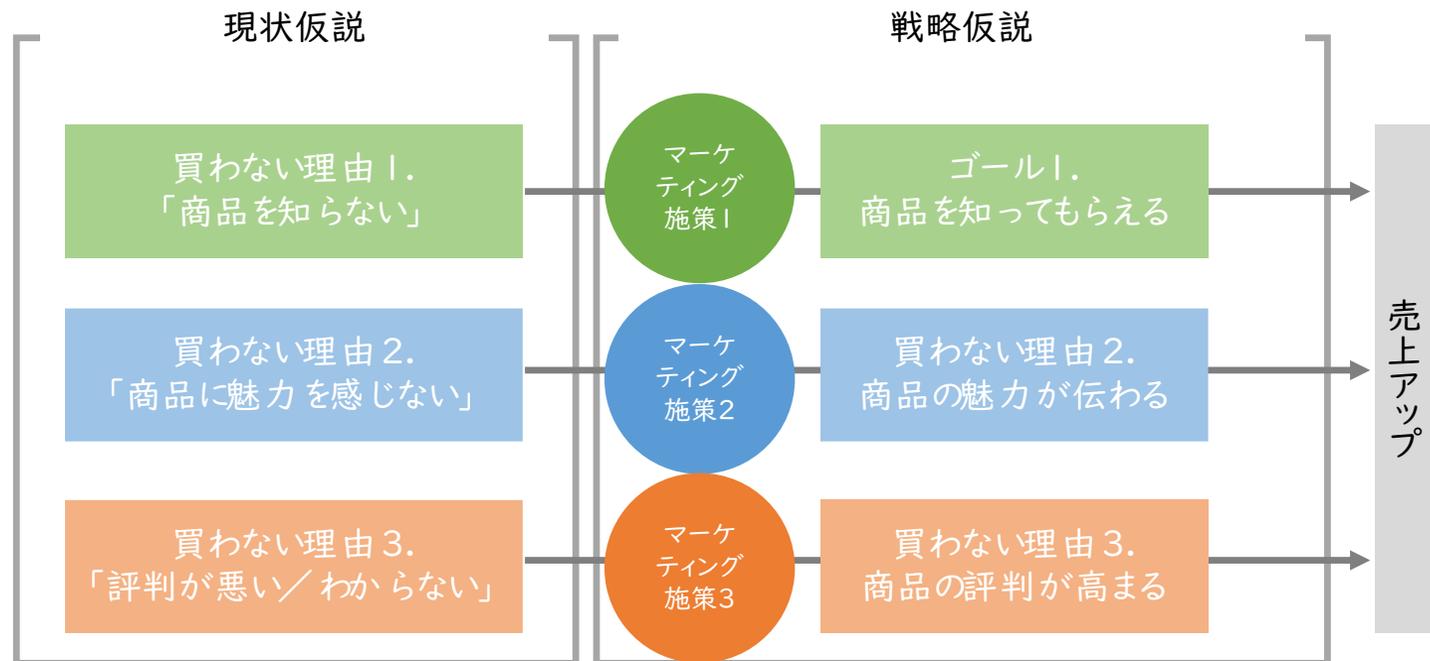
Bをすればうまくいくのではないか
 (例: SNS広告を投下すれば購入率が上がるのではないか?)



- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【仮説立ての考え方】

現状仮説と戦略仮説を組み合わせ、対にして仮説を立てる
 「A な状態だったらB をすればうまくいくのではないか」
 (例: 認知率が低いのであれば、SNS広告を投下すれば認知率が上がり、
 購入率が上がるのではないか?)



- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

期待する結果を得るために注意すべき点は・・・

- ✓ 集計軸のnを意識する
- ✓ MA回答で軸を設定しない
- ✓ 集計軸を多くし過ぎない

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【集計軸のnを意識する】

■ 仮説

自社商品購入者は他社商品購入者よりも、
普段から安全性や産地のこだわりを持っているから
自社商品を選んでいるのではないか？

SC1. あなたが、牛乳を購入するときに、重視している点をすべてお知らせください。(それぞれ複数選択可)

	全 体	おい しさ	価 格	安 全 性	生 産 国 ・ 産 地	内 容 量	賞 味 ・ 消 費 期 限	容 器	パ ッ ケ ー ジ デ ザ イ ン	メ ー カ ー ・ ブ ラ ン ド	栄 養 価	オ ー ガ ニ ッ ク ・ 有 機 食 品	原 材 料	あ て は ま る も の は な い	
全 体	400	41.1	55.9	19.4	14.3	18.4	15.8	8.9	4.8	20.9	4.6	2.6	10.2	4.3	
主・購入商品別	商品A	168	42.9	54.1	25.5	19.4	18.4	22.4	11.2	7.1	25.5	8.2	3.1	13.3	-
	商品B	127	44.4	54.5	18.2	12.1	19.2	16.2	7.1	5.1	13.1	1.0	1.0	6.1	10.1
	商品C	87	34.7	59.2	15.3	10.2	14.3	8.2	8.2	5.1	25.5	2.0	4.1	10.2	4.1
	商品D	18	42.3	55.7	18.6	15.5	21.6	16.5	9.3	2.1	19.6	7.2	2.1	11.3	3.1

n=30未満は参考値のため、商品Dとの比較は基本的に行わない

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【MA回答で軸を設定しない】

■ 仮説

自社商品購入者は他社商品購入者よりも、
普段から安全性や産地のこだわりを持っているから
自社商品を選んでいるのではないか？

SC1. あなたが、牛乳を購入するときに、重視している点をすべてお知らせください。(それぞれ複数選択可)

	全 体	お い し さ	価 格	安 全 性	生 産 国 ・ 産 地	内 容 量	賞 味 ・ 消 費 期 限	容 器	パ ッ ケ ー ジ デ ザ イン	メ ー カ ー ・ ブ ラ ン ド	栄 養 価	オ ー ガ ニ ッ ク ・ 有 機 食 品	原 材 料	あ て は ま る も の は な い	
全 体	400	41.1	55.9	19.4	14.3	18.4	15.8	8.9	4.8	20.9	4.6	2.6	10.2	4.3	
購入商品別	商品A	168	42.9	54.1	25.5	19.4	18.4	22.4	11.2	7.1	25.5	8.2	3.1	13.3	-
	商品B	127	44.4	54.5	18.2	12.1	19.2	16.2	7.1	5.1	13.1	1.0	1.0	6.1	10.1
	商品C	87	34.7	59.2	15.3	10.2	14.3	8.2	8.2	5.1	25.5	2.0	4.1	10.2	4.1
	商品D	18	42.3	55.7	18.6	15.5	21.6	16.5	9.3	2.1	19.6	7.2	2.1	11.3	3.1

「購入している商品(MA)」ではなく、「最もよく購入している商品(SA)」を集計軸にする

⇒MAだと、商品A(n=168)と商品B(n=127)を両方購入している重複者(n=100)がいるため、
該当商品を購入している人の傾向とは言えない

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

【集計軸を多くし過ぎない】

- ・手当たり次第に詰め込んでも、気付きは得られない
⇒仮説立てが出来ていない

SC1-3. いろいろなブランドのアイスを試してみたい

		全 体	と と も 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	ま っ た く あ て は ま ら な い
全体		400	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
年代別	20代	80	20.0	32.5	23.8	10.0	13.8
	30代	80	6.3	35.0	32.5	21.3	5.0
	40代	80	6.3	32.5	36.3	18.8	6.3
	50代	80	13.8	28.8	30.0	22.5	5.0
	60代以上	80	12.5	42.5	27.5	15.0	2.5
コンセプト の魅力度	とても魅力を感じた	170	18.9	17.6	22.0	22.6	18.9
	やや魅力を感じた	179	19.5	21.6	20.0	19.5	19.5
	どちらともいえない	40	17.5	25.0	10.0	15.0	32.5
	あまり魅力を感じなかった	9	66.7	11.1	22.2	-	-
まったく魅力を感じなかった	2	-	-	50.0	50.0	-	
コンセプト の利用意 向	とても利用してみたいと思った	168	17.4	19.7	19.7	23.6	19.7
	やや利用してみたいと思った	163	18.5	19.7	23.1	19.7	19.1
	どちらともいえない	58	31.6	23.7	10.5	7.9	26.3
	あまり利用してみたいと思わなかった	6	50.0	16.7	-	-	33.3
まったく利用してみたいと思わなかった	5	40.0	20.0	20.0	20.0	-	
コンセプト の購入意 向別	いずれか、とても購入したい	82	27.2	20.7	19.6	14.1	18.5
	いずれか、やや購入したい	163	19.7	21.4	21.4	19.1	18.5
	いずれも、どちらともいえない	94	12.2	16.2	17.6	31.1	23.0
	いずれも、あまり購入したくない	36	19.4	13.9	22.2	16.7	27.8
いずれも、まったく購入したくない	25	20.0	28.0	16.0	20.0	16.0	
使用頻度	ヘビー層(週4日以上)	155	20.9	18.6	23.0	20.6	16.9
	ミドル層(週1日~週3日)	100	20.5	22.6	21.0	18.5	17.4
	ライト層(週1日未満)	145	18.5	26.0	9.0	13.0	33.5
満足度別	とても満足している	170	18.9	17.6	22.0	22.6	18.9
	やや満足している	179	19.5	21.6	20.0	19.5	19.5
	どちらともいえない	40	17.5	25.0	10.0	15.0	32.5
	あまり満足していない	9	66.7	11.1	22.2	-	-
まったく満足していない	2	-	-	50.0	50.0	-	
好意度別	とても好き	120	20.0	32.5	23.8	10.0	13.8
	やや好き	105	6.3	35.0	32.5	21.3	5.0
	どちらともいえない	40	6.3	32.5	36.3	18.8	6.3
	あまり好きではない	83	13.8	28.8	30.0	22.5	5.0
	まったく好きではない	52	12.5	42.5	27.5	15.0	2.5

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

表の集計軸が長いとき、
情報量が多くて傾向が読み解きにくい
ことはありませんか？

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	
1										
2	F4. あなたの婚姻状況をお知らせください。(1つ選択)									
		全 体	未 婚 ・ 子 ども なし	未 婚 ・ 子 ども あり	既 婚 ・ 子 ども なし	既 婚 ・ 子 ども あり	離 ・ 死 別 ・ 子 ども なし	離 ・ 死 別 ・ 子 ども あり		
3										
4	全 体	1200	30.8	0.3	10.6	49.4	2.7	6.2		
5	性 年 代 別	20-30代男性	200	61.5	-	5.5	31.5	1.0	0.5	
6		40-50代男性	200	37.0	1.0	12.5	40.5	5.0	4.0	
7		60-70代男性	200	9.0	1.0	11.0	66.5	4.0	8.5	
8		20-30代女性	200	46.0	-	12.0	39.5	0.5	2.0	
9		40-50代女性	200	17.5	-	16.0	56.5	3.0	7.0	
10		60-70代女性	200	14.0	-	6.5	62.0	2.5	15.0	
11		フ ル 別	グループ①全体	300	30.3	0.3	12.7	49.3	1.3	6.0
12			グループ②全体	300	31.7	0.3	10.7	47.0	2.7	7.7
13			グループ③全体	300	33.3	0.3	9.3	47.0	3.7	6.3
14	グループ④全体		300	28.0	0.3	9.7	54.3	3.0	4.7	
15	グ ル ー プ ①	20-30代男性	50	58.0	-	10.0	30.0	2.0	-	
16		40-50代男性	50	32.0	-	20.0	42.0	4.0	2.0	
17		60-70代男性	50	10.0	2.0	8.0	72.0	-	8.0	
18		20-30代女性	50	46.0	-	16.0	34.0	2.0	2.0	
19		40-50代女性	50	18.0	-	14.0	60.0	-	8.0	
20		60-70代女性	50	18.0	-	8.0	58.0	-	16.0	
21		グ ル ー プ ②	20-30代男性	50	70.0	-	2.0	24.0	2.0	2.0
22			40-50代男性	50	40.0	-	14.0	40.0	4.0	2.0
23			60-70代男性	50	8.0	2.0	8.0	62.0	8.0	12.0
24	20-30代女性		50	48.0	-	14.0	38.0	-	-	
25	40-50代女性		50	16.0	-	14.0	56.0	2.0	12.0	
26	60-70代女性		50	8.0	-	12.0	62.0	-	18.0	
27	グ ル ー プ ③		20-30代男性	50	68.0	-	6.0	26.0	-	-
28			40-50代男性	50	40.0	2.0	10.0	38.0	-	10.0
29			60-70代男性	50	8.0	-	16.0	66.0	6.0	4.0
30		20-30代女性	50	44.0	-	12.0	40.0	-	4.0	
31		40-50代女性	50	24.0	-	12.0	52.0	8.0	4.0	
32		60-70代女性	50	16.0	-	-	60.0	8.0	16.0	
33		グ ル ー プ ④	20-30代男性	50	50.0	-	4.0	46.0	-	-
34			40-50代男性	50	36.0	2.0	6.0	42.0	12.0	2.0
35			60-70代男性	50	10.0	-	12.0	66.0	2.0	10.0
36	20-30代女性		50	46.0	-	6.0	46.0	-	2.0	
37	40-50代女性		50	12.0	-	24.0	58.0	2.0	4.0	
38	60-70代女性		50	14.0	-	6.0	68.0	2.0	10.0	

%表の左に3列追加して A列~C列を加工する

■A列

- ・設問文~次の設問文直前まで
Noを連番で記載

■B列

- ・「設問文」「表頭」「全体」を追加
- ・赤字の大項目を区分ごとに
1行ずつ追加
- ・設問と設問の間に「空白」を
1行ずつ追加

■C列

- ・「設問文」「表頭」「全体」を追加
- ・青字の中項目を1行ずつ追加
- ・設問と設問の間に「空白」を
1行ずつ追加

■最後

- ・上記で赤枠の作業が完了したので、
最後に赤枠の内容を他の設問へ
コピーして、1行目にフィルターをする

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
1																
2	1	設問文	設問文	F4. あなたの婚姻状況をお知らせください。(1つ選択)												
					全 体	未 婚・ 子 ども なし	未 婚・ 子 ども あり	既 婚・ 子 ども なし	既 婚・ 子 ども あり	離 ・ 死 別・ 子 ども なし	離 ・ 死 別・ 子 ども あり					
3	3	全体	全体	全体	1200	30.8	0.3	10.6	49.4	2.7	6.2					
4	4	性年代別	20-30代男性	性年代別	200	61.5	-	5.5	31.5	1.0	0.5					
5	5	性年代別	40-50代男性	性年代別	200	37.0	1.0	12.5	40.5	5.0	4.0					
6	6	性年代別	60-70代男性	性年代別	200	9.0	1.0	11.0	66.5	4.0	8.5					
7	7	性年代別	20-30代女性	性年代別	200	46.0	-	12.0	39.5	0.5	2.0					
8	8	性年代別	40-50代女性	性年代別	200	17.5	-	16.0	56.5	3.0	7.0					
9	9	性年代別	60-70代女性	性年代別	200	14.0	-	6.5	62.0	2.5	15.0					
10																
11																
12																
13																
14	32	グループ	20-30代男性	グループ	50	50.0	-	4.0	46.0	-	-					
15	33	グループ	40-50代男性	グループ	50	36.0	2.0	6.0	42.0	12.0	2.0					
16	34	グループ	60-70代男性	グループ	50	10.0	-	12.0	66.0	2.0	10.0					
17	35	グループ	20-30代女性	グループ	50	46.0	-	6.0	46.0	-	2.0					
18	36	グループ	40-50代女性	グループ	50	12.0	-	24.0	58.0	2.0	4.0					
19	37	グループ	60-70代女性	グループ	50	14.0	-	6.0	68.0	2.0	10.0					
20	38	空白	空白													
21	39	空白	空白													
22	40	空白	空白													
23	41	空白	空白													
24	1	設問文	設問文	F5. あなたの職業をお知らせください。(1つ選択)												
					全 体	役 員 社 会 社・ 団 体 の 経 営 者・	会 社 員 (正 社 員)	員 会 社 員 (契 約 ・ 派 遣 社 員)	公 務 員	自 営 業 ・ 自 由 業	専 業 主 婦 ・ 主 夫	パ ー ト ・ ア ル バ イ ト	学 生	無 職 / リ タ イ ア	そ の 他	
25	3	全体	全体	全体	1200	2.0	33.6	5.7	3.5	6.3	18.8	14.3	1.3	14.0	0.6	
26	4	性年代別	20-30代男性	性年代別	200	1.0	63.0	2.5	4.5	6.5	-	7.5	5.0	9.5	0.5	
27	5	性年代別	40-50代男性	性年代別	200	4.5	62.0	2.5	6.0	11.0	0.5	3.5	-	10.0	-	
28	6	性年代別	60-70代男性	性年代別	200	5.5	16.5	14.0	5.5	10.0	0.5	10.0	-	37.0	1.0	
29	7	性年代別	20-30代女性	性年代別	200	0.5	34.5	6.5	4.0	1.0	25.0	17.5	3.0	7.5	0.5	
30	8	性年代別	40-50代女性	性年代別	200	-	19.5	7.0	1.0	4.5	32.5	32.0	-	3.5	-	
31	9	性年代別	60-70代女性	性年代別	200	0.5	6.0	1.5	-	5.0	54.0	15.0	-	16.5	1.5	

B列の大項目でフィルターをすることで、「グループ①」のみの傾向が読み解きやすくなります

昇順(S)
降順(Q)
色で並べ替え(I) >
シートビュー(V) >
"列 B" からフィルターをクリア(C)
色フィルター(I) >
テキストフィルター(E) >
検索
 (すべて選択)
 全体
 グループ①
 グループ②
 グループ③
 グループ④
 グループ別
 設問文
 表頭
 ブランク
 性年代別
 (空白セル)
 OK キャンセル

1 設問文		設問文		F4. あなたの婚姻状況をお知らせください。(1つ選択)							
2 表頭		表頭			全	未	未	既	既	離	離
3 全体		全体		全体	体	婚	婚	婚	婚	・	・
14 グループ①		20-30代男性		グループ①		・	・	・	・	死	死
15 グループ①		40-50代男性		グループ①		子	子	子	子	別	別
16 グループ①		60-70代男性		グループ①		ど	ど	ど	ど	・	・
17 グループ①		20-30代女性		グループ①		も	も	も	も	子	子
18 グループ①		40-50代女性		グループ①		な	な	な	な	ど	ど
19 グループ①		60-70代女性		グループ①		し	し	し	し	も	も
38 ブランク		ブランク		グループ①						な	な
39 ブランク		ブランク		グループ①						し	し
40 ブランク		ブランク		グループ①						も	も
41 ブランク		ブランク		グループ①						な	な
1 設問文		設問文		グループ①						し	し
	全体	1200	30.8	0.3	10.6	49.4	2.7	6.2			
グループ①	20-30代男性	50	58.0	-	10.0	30.0	2.0	-			
	40-50代男性	50	32.0	-	20.0	42.0	4.0	2.0			
	60-70代男性	50	10.0	2.0	8.0	72.0	-	8.0			
	20-30代女性	50	46.0	-	16.0	34.0	2.0	2.0			
	40-50代女性	50	18.0	-	14.0	60.0	-	8.0			
	60-70代女性	50	18.0	-	8.0	58.0	-	16.0			

2 表頭		表頭		F5. あなたの職業をお知らせください。(1つ選択)											
3 全体		全体			全	役	会	会	公	自	専	パ	学	無	そ
14 グループ①		20-30代男性		グループ①		員	社	社	務	営	業	ー	生	職	他
15 グループ①		40-50代男性		グループ①		・	・	員	員	業	・	・	・	／	
16 グループ①		60-70代男性		グループ①		団	団	（	（	・	主	ア	リ	リ	
17 グループ①		20-30代女性		グループ①		体	体	正	正	夫	・	ル	タ	タ	
18 グループ①		40-50代女性		グループ①		の	の	社	社	主	・	バ	イ	イ	
19 グループ①		60-70代女性		グループ①		経	経	員	員	婦	・	イ	ア	ア	
38 ブランク		ブランク		グループ①		営	営	（	（	・	主	・	・	・	
39 ブランク		ブランク		グループ①		者	者	派	派	夫	・	・	・	・	
40 ブランク		ブランク		グループ①		者	者	遣	遣	主	・	・	・	・	
41 ブランク		ブランク		グループ①		者	者	社	社	夫	・	・	・	・	
1 設問文		設問文		グループ①		者	者	員	員	主	・	・	・	・	
	全体	1200	2.0	33.6	5.7	3.5	6.3	18.8	14.3	1.3	14.0	0.6			
グループ①	20-30代男性	50	-	64.0	2.0	14.0	6.0	-	4.0	2.0	8.0	-			
	40-50代男性	50	4.0	60.0	2.0	10.0	10.0	2.0	-	-	12.0	-			
	60-70代男性	50	4.0	12.0	22.0	6.0	10.0	-	10.0	-	36.0	-			
	20-30代女性	50	-	40.0	6.0	2.0	-	22.0	18.0	6.0	6.0	-			
	40-50代女性	50	-	18.0	6.0	-	4.0	36.0	30.0	-	6.0	-			
	60-70代女性	50	-	6.0	2.0	-	8.0	54.0	12.0	-	18.0	-			

C列の中項目でフィルターをすることで、グループ間で「20-30代男性」の傾向が読み取れます

Excelのフィルターメニューのスクリーンショット。左側のメニューには「昇順(S)」、「降順(Q)」、「色で並べ替え(I)」、「シートビュー(V)」、「(列 C) からフィルターをクリア(C)」、「色フィルター(L)」、「テキストフィルター(E)」があります。右側の「検索」ボックスには「検索」と入力されています。検索結果のリストには「 全体」、「 20-30代女性」、「 20-30代男性」、「 40-50代女性」、「 40-50代男性」、「 60-70代女性」、「 60-70代男性」、「 グループ①全体」、「 グループ②全体」、「 グループ③全体」、「 グループ④全体」、「 設問文」、「 表頭」、「 ブランク」、「 (空白セル)」があります。下部には「OK」と「キャンセル」のボタンがあります。

1	2	3	4	5	14	20	26	32	38	39	40	41	42	43	44	45	46	56	62	68	74	80	81	82	83
	1 設問文	設問文																							
	2 表頭	表頭																							
	3 全体	全体																							
	4 性年代別	20-30代男性																							
	14 グループ①	20-30代男性																							
	20 グループ②	20-30代男性																							
	26 グループ③	20-30代男性																							
	32 グループ④	20-30代男性																							
	38 ブランク	ブランク																							
	39 ブランク	ブランク																							
	40 ブランク	ブランク																							
	41 ブランク	ブランク																							
	1 設問文	設問文																							
	2 表頭	表頭																							
	3 全体	全体																							
	4 性年代別	20-30代男性																							
	14 グループ①	20-30代男性																							
	20 グループ②	20-30代男性																							
	26 グループ③	20-30代男性																							
	32 グループ④	20-30代男性																							
	38 ブランク	ブランク																							
	39 ブランク	ブランク																							
	40 ブランク	ブランク																							
	41 ブランク	ブランク																							

	全体	未婚・子どもなし	未婚・子どもあり	既婚・子どもなし	既婚・子どもあり	離・死別・子どもなし	離・死別・子どもあり
全体	1200	30.8	0.9	10.6	49.4	2.7	6.2
代年 20-30代男性	200	61.5	-	5.5	31.5	1.0	0.5
グループ① 20-30代男性	50	58.0	-	10.0	30.0	2.0	-
グループ② 20-30代男性	50	70.0	-	2.0	24.0	2.0	2.0
グループ③ 20-30代男性	50	68.0	-	6.0	26.0	-	-
グループ④ 20-30代男性	50	50.0	-	4.0	46.0	-	-

	全体	役員・会社・団体の経営者	会社員(正社員)	会社員(契約・派遣社員)	公務員	自営業・自由業	専業主婦・主夫	パート・アルバイト	学生	無職/リタイア	その他
全体	1200	2.0	33.6	5.7	3.5	6.3	18.8	14.3	1.3	14.0	0.6
代年 20-30代男性	200	1.0	63.0	2.5	4.5	6.5	-	7.5	5.0	9.5	0.5
グループ① 20-30代男性	50	-	64.0	2.0	14.0	6.0	-	4.0	2.0	8.0	-
グループ② 20-30代男性	50	-	56.0	6.0	-	6.0	-	12.0	6.0	14.0	-
グループ③ 20-30代男性	50	4.0	62.0	-	2.0	10.0	-	2.0	6.0	14.0	-
グループ④ 20-30代男性	50	-	70.0	2.0	2.0	4.0	-	12.0	6.0	2.0	2.0

- ・そもそも分析とは
- ・集計表の種類と見方
- ・集計と仮説思考
- ・集計軸設定の注意点
- ・クロス集計のちょっとした工夫
- ・最後に

集計は分析のスタートです

結果をどう読み解いていくかは、
調査設計の段階で決まっています

何を明らかにしたいのか？
これが明確でないとデータを見誤ります
(意思決定を誤ります)

会社名	株式会社アスマーク															
所在地	<p>【本社】 〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティータワー4F TEL:03-5468-5101</p> <p>【八戸事業所】実査部 〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8F TEL:0178-20-8638</p> <p>【大阪事業所】営業部 〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL:06-6809-3457</p> <p>【福岡事業所】営業部・実査部 〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6F TEL:050-5306-7274</p> <p>【横浜事業所】営業部・実査部 〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 岡内JSビル2F TEL:045-225-9063</p> <p>【長岡事業所】実査部 〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL:0258-86-4381</p>															
創立	1998年12月															
設立	2001年12月															
資本金	50百万円(2022年11月末時点)															
売上高	3,892百万円(2022年11月期)															
役員	<table border="0"> <tr> <td>代表取締役</td> <td>町田 正一</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>水城 良祐</td> </tr> <tr> <td>取締役</td> <td>飯田 恭介</td> </tr> <tr> <td>社外取締役</td> <td>木原 康博</td> </tr> <tr> <td>社外取締役(監査等委員)</td> <td>鈴木 親</td> </tr> <tr> <td>社外取締役(監査等委員)</td> <td>大内 智</td> </tr> <tr> <td>社外取締役(監査等委員)</td> <td>塩月 潤道</td> </tr> </table>		代表取締役	町田 正一	取締役	水城 良祐	取締役	飯田 恭介	社外取締役	木原 康博	社外取締役(監査等委員)	鈴木 親	社外取締役(監査等委員)	大内 智	社外取締役(監査等委員)	塩月 潤道
代表取締役	町田 正一															
取締役	水城 良祐															
取締役	飯田 恭介															
社外取締役	木原 康博															
社外取締役(監査等委員)	鈴木 親															
社外取締役(監査等委員)	大内 智															
社外取締役(監査等委員)	塩月 潤道															
社員数	264名(2022年11月末時点)															

調査のご相談はこちら



事業内容

- ・市場調査
- ・HR Techサービス
- ・RPA導入・運用支援
- ・労働者派遣事業(許可番号:派13-311841)

運営サイト

- ・アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会(JMRA)