

レポート作成や質問のクロス集計、設問・選択肢の加工もこれ1つで簡単に!!



操作マニュアル

# Quick-CROSS3<sup>TM</sup> PLUS<sup>+</sup> について

Quick-CROSS3<sup>TM</sup> PLUS<sup>+</sup> は、マクロミルのネットリサーチシステム専用オリジナル集計ソフトです。

お手元のパソコンにインストールして、簡単な操作でクロス集計・レポート出力などを行うことができます。リサーチ終了後、専用データをソフトに取り込みご利用ください。



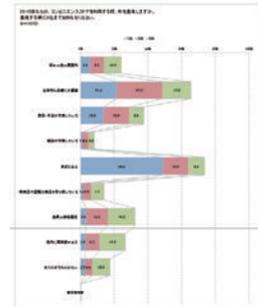
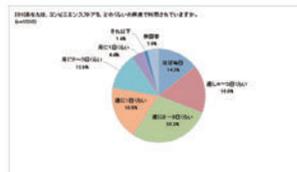
## 主な機能

- クロス集計機能
- 新変数設定
- GT表(単純集計表)作成
- グラフ作成
- レポート作成
- 自由回答(FA)リスト作成
- データ加工
- ローデータ変換・出力
- 多変量解析

## GT表出力

Q10	あなたは、コンビニエンスストアを利用する際、何を重視しますか。重視する順に上位3つをお知らせください。	1	2	3	4	5	6	7	8	9
全件										
1 1位		1000	97	220	149	11	504	12	31	29
2 2位		1000	85	281	195	35	154	52	136	86
3 3位		1000	189	176	92	99	192	79	167	169

Q2	あなたは、コンビニエンスストアも、どのくらいの頻度で利用されていますか。	1	2
全件		147	14.3
1 1回/毎日		171	18.6
2 週に1-2回/くらい		292	28.0
3 週に2-3回/くらい		191	18.5
4 月に1回/くらい		139	12.8
5 月に2-3回/くらい		45	4.4
6 月に1回/くらい		14	1.4
7 年に1回/くらい		49	9.9
8 無回答		1999	199.0



## FAリスト出力

分類アイテム	Q11: あなたは、上記訪問で【Q11の複数回答】にお答えになった理由を具体的に教えてください。	性別	年齢(才)
1741	近くて便利だから	02女性	84
11748	近くて便利だから	02女性	29
24970	交通機関(交通費)を使わずに、で行ける。レンタルショップが無いので、こまごまサービスができればとても便利。が、最新以外も借りれるサービスが欲しいのも	02女性	45
54404	コンビニの方がレンタル専門店より便利だから	01男性	43

## データ出力

ローデータを指定の形式に出力します。256列を超えたデータを分割した出力も可能です。

SAMPLEID	Q1_1	Q1_2	Q1_3	Q1_4	Q1_5	Q1_6	Q1_7
1741	1	0	0	0	0	0	0
4392	0	0	0	0	0	0	0
4460	1	0	0	0	0	0	0
7562	1	1	1	0	1	0	0
11699	1	0	0	1	0	0	0

SAMPLEID	Q1_1	Q1_2	Q1_3	Q1_4	Q1_5
1741	01 セブン-イレブン				
4392					
4460	01 セブン-イレブン				
7562	01 セブン-イレブン	02 ローソン	03 ファミリーマート		05 サークルK
11699	01 セブン-イレブン			04 am/pm	

## クロス集計表出力

クロス集計表出力のスクリーンショット。左側には「1位」「2位」「3位」の順位設定と、「注目の数」の範囲設定（+10以内、+5以内、+3以内、+2以内、+1以内）が示されています。右側には「注目の数」の表示設定（最大、最小、平均、標準偏差、分散、標準偏差の平方根、相対標準偏差、相対標準偏差の平方根、相対標準偏差の平方根の平方根）が設定されています。

順位	1位	2位	3位	4位	5位	6位	7位	8位	9位	10位
注目数	10	5	3	2	1					

中央には「04 あなたが最近よく見るテレビのメーカーを教えてください。」という質問に対する回答のクロス集計表が出力されています。表にはメーカー名（例：日立、パナソニック、三菱電機）と各階級（1位から10位）の注目数、および注目数の平均、標準偏差などの統計値が示されています。

## Excel調査票出力

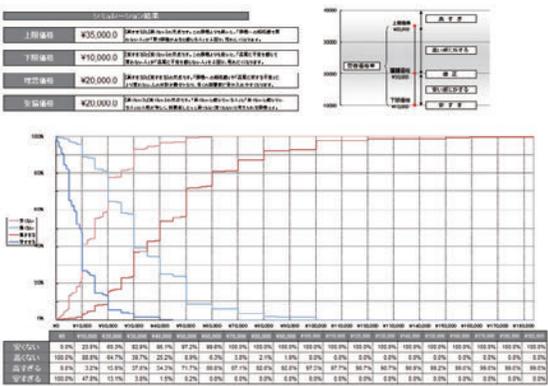
Excel形式での調査票出力のスクリーンショット。質問内容「あなたはどのくらいの頻度でテレビを視聴しますか?」に対する回答リストが出力されています。

質問	回答
あなたはどのくらいの頻度でテレビを視聴しますか?	1 1時間未満/日
	2 1~2時間未満/日
	3 2~3時間未満/日
	4 3~4時間未満/日
	5 4~5時間未満/日
	6 5~6時間未満/日
	7 6~7時間未満/日
	8 7~8時間未満/日
	9 8時間以上/日

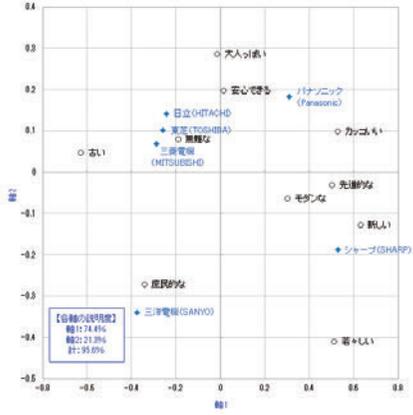
下部には「あなたが新型テレビの購入を考えたきっかけはありますか?」という質問に対する回答リストも出力されています。

## 多変量解析

### PSM分析



### コレスポンデンス分析



その他多変量解析: 因子分析、クラスタ分析、BSA分析、CSポートフォリオ分析

## レポート出力



左記のようなレポートを簡単に出力することができます。

Excel形式とPowerPoint形式の両方を出力します。(自動でコメントがつきます。)

**キーポイント**

PowerPointのデザインテンプレートを  
使用することで、**デザインを変更**することが  
できます!

# INDEX

## ■本書の構成

### ■質問のGT表（単純集計表）やグラフを作成するには

質問のGT表（単純集計表）やグラフを作成するには	02
回答者を好みの条件に絞り込んでGT表を作成するには	03
GT表のグラフパターンを変更するには	04
印刷時のページ設定や表記の変更を行うには	06
GT表のシート構成	07
差の検定を行うには（GT表作成）	08
GT集計の設定を追加するには	10

### ■クロス集計<sup>(※)</sup>やレポート作成を行うには

クロス集計やレポート作成を行うには	12
3重クロス集計を行うには	13
クロス集計表やレポートの出力設定を行うには	14
レポートのデザインを変更するには	15
出力されるレポートについて	16
差の検定を行うには（クロス表・レポート作成）	18

※クロス集計とは回答者の属性と質問項目、また質問項目同士を掛け合わせた集計です。

### ■データ加工<sup>(※)</sup>を行うには

データ加工を行うには	22
選択肢をまとめるには【RECODE】	24
数値回答をカテゴリ化するには【CLASS】	26
複数の設問の選択肢を組み合わせるには【INTEGRATE】	28
マトリクス設問の選択肢を統合するには【MCONVERT】	30
複数回答でチェックが入った数をサンプルごとに算出するには【COUNT】	32
SAやMAを重ねて1つのアイテムとしてまとめるには【ADD】	34
時間の単位などを変更するには【COMPUTE】	35
自由回答をまとめるには【アフターコーディング】	36
データの修正（修正値のつけ加え・除外）を行うには【データ修正】	38
データの修正（修正値の代入）を行うには【データ修正】	39
設問の回答者を限定するには【非該当処理】	40
集計したくないサンプルを削除するには【サンプル削除】	41
複数のサンプルIDを指定してサンプルを削除するには【サンプル削除】	42
矛盾回答者が含まれているかどうかを確認するには【リスト出力】	43

※データ加工とは、選択肢をまとめ上げたり、数値データをカテゴリ化して新アイテムを作成したり、指定した条件に合致したサンプルを削除するなど集計データに加工処理を行う機能です。

## ■ウエイトバック集計を行うには

ウエイトバック集計を行うには	46
----------------	----

## 多変量解析

### ■因子分析を行うには

調査の実施	50
因子分析	52
アウトプットとFAQ	54

### ■クラスタ分析を行うには

クラスタ分析	58
クロス集計	60
アウトプットとFAQ	61

### ■PSM分析を行うには

分析の概要	64
調査の実施	65
PSM分析	66
アウトプットとFAQ	69

### ■BSA分析を行うには

分析の概要	72
調査の実施	73
BSA分析	74
アウトプットとFAQ	75

### ■コレスポンデンス分析を行うには

分析の概要	78
調査の実施	79
コレスポンデンス分析	80
アウトプットとFAQ	82

### ■CSポートフォリオ分析を行うには

分析の概要	86
調査の実施	87
CSポートフォリオ分析	88
アウトプットとFAQ	90

# 本書の構成

## タイトル

各項目は「～するには」などの目的別に構成されているので、やりたいこと・知りたいことを簡単に探せます。

## 本文

流れに沿ってスムーズに理解できるように操作の仕方を解説しています。文中の①などの数字は「作業手順」の番号と連動しています。

## 作業手順

操作の手順を番号順で紹介しています。番号に従ってここだけを読み進んでも、操作の仕方がわかるようになっています。

## キーポイント

この項の内容の補足、関連する知識を紹介しています。

### クロス集計表やレポートの出力設定を行うには

#### 【出力オプション】

① 「メニュー」から「クロス表・レポート作成」を選択  
⇒「出力オプションタブ」を選択します②。

#### 【クロス集計】

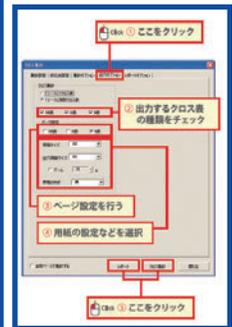
② 出力したいクロス表の種類にチェックします③。

③ 出力するクロス表にページ設定を行いたい場合にチェックします④。

④ 出力する原稿のサイズ・用紙サイズ、向きについて、また必要であれば拡大・縮小の設定を行います。

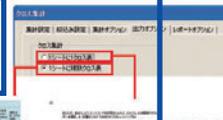
#### 【クロス集計表・レポートの出力】

⑤ 「クロス集計」または「レポート」をクリックすると⑥、出力設定が行われたクロス集計表・レポートが出力されます。



#### 【キーポイント】

⑦ 【表例2アイテム】に複数の項目を投入してクロス集計を実行した場合、出力形式を変更することができます。



# 質問のGT表（単純集計表）や グラフを作成するには

Quick-CROSS3PLUSでは質問形式にあわせて簡単に集計表・  
グラフが作成できます。

質問のGT表（単純集計表）やグラフを作成するには	02
回答者を好みの条件に絞り込んでGT表を作成するには	03
GT表のグラフパターンを変更するには	04
印刷時のページ設定や表記の変更を行うには	06
GT表のシート構成	07
差の検定を行うには（GT表作成）	08
GT集計の設定を追加するには	10

# 質問のGT表(単純集計表)やグラフを作成するには

GT表(単純集計表)は、設問ごとに、回答者がどの選択肢に何人(何%)いるかを集計します。グラフを出力することもできます。

1

① メニューから「GT表作成」を選択

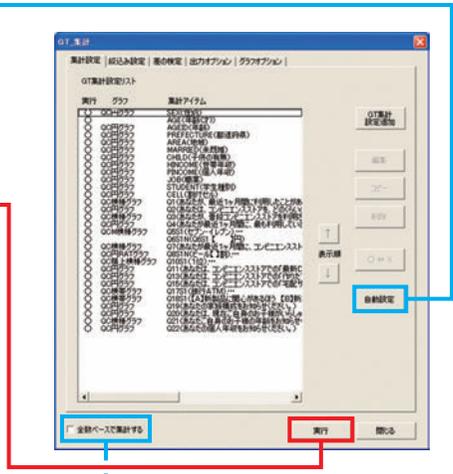


**キーポイント**

「自動設定」をクリックすると、「データ加工」(※P21参照)されたアイテムが自動で反映されます。

2

Click ② ここをクリック

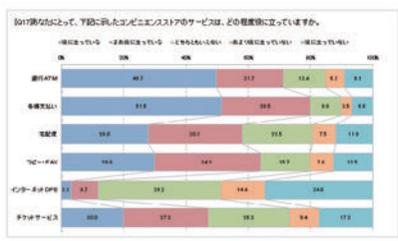


③ 数表とグラフが作成されます

## GT表

設問	回答	1	2	3	4	5
Q17	あなたにとって、下記に示したコンビニエンスストアのサービスは、どの程度利用されていますか。					
1. 銀行ATM	1000	612	229	130	63	64
2. 各種支払い	1000	526	294	162	36	68
3. 宅配便	1000	515	295	93	25	68
4. エコーFAX	1000	387	352	162	88	129
5. インターネットCPE	1000	290	342	162	78	128
6. サブスクサービス	1000	31	97	292	144	348
	1000	208	296	276	97	127

## GTグラフ



**キーポイント**

「全数ベースで集計する」にチェックをすると非該当を無回答として扱い、サンプル全数で集計することができます。

《クロス集計》でも同様の操作で「全数ベースの集計」が行えます。

# 回答者を好みの条件に絞り込んでGT表を作成するには

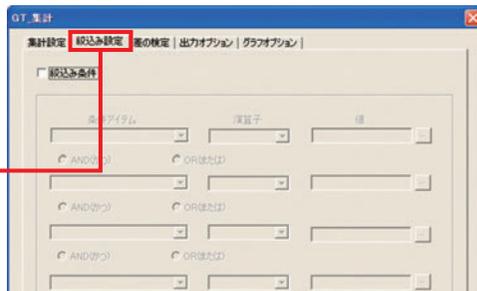
## 【絞り込み条件】

「絞り込み条件」を設定すると条件に合わせた回答者に絞り込むことができます

1

Click ① **ここをクリック**

「メニュー」から「GT表作成」を選択 ⇒ 「絞り込み設定タブ」を選択します①。



## 【絞り込み条件】

「絞り込み条件」にチェックを入れます②。

最大5条件まで、データを好みの条件で分類または絞り込んで、GT表・グラフを出力することができます③。

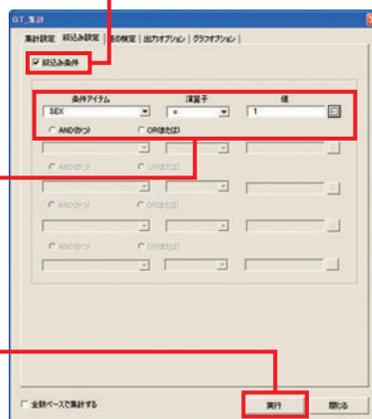
③ **条件アイテム、演算子、値を入力**

2

右の例では性別 (SEX) を男性 (1) に絞ったGT表を出力することができます。

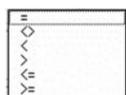
Click ④ **ここをクリック**

② **ここにチェック**



### ※演算子

- = ...等しい
- <> ...等しくない
- < ...左より右が大きい
- > ...左より右が小さい
- <= ...左は右以下
- >= ...左は右以上



### 📊 キーポイント

「AND」と「OR」が混在する場合、  
「AND」を優先的に評価します。

「実行」をクリックすると④、指定した場所にGT表が出力され、男性回答者のみのGT表が作成されます⑤。

3

⑤ **男性回答者のみのGT表が作成されます**

### 📊 キーポイント

《クロス集計》でも同様の操作で  
「絞り込み設定」を行うことができます。

SEX	性別 統一回答	N	%
1	男性	515	50.0
2	女性	515	50.0
	全体	1030	100.0



SEX	性別 統一回答	N	%
1	男性	515	100.0
2	女性	0	0.0
	全体	515	100.0

# GT表のグラフパターンを変更するには

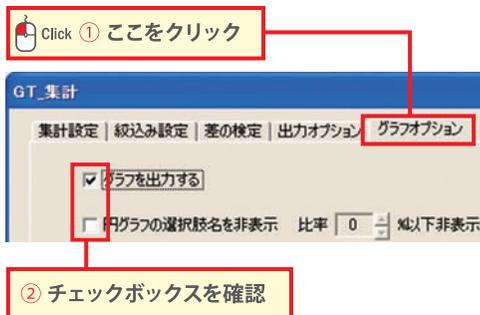
## 【グラフオプション】

グラフ設定を変更することができます。

1

「メニュー」から「GT表作成」を選択  
⇒「グラフオプションタブ」を選択します①。

「グラフの出力有無」、「円グラフの選択肢  
名表示・非表示」を選択できます②。



## 【グラフパターンの設定】

グラフパターンの設定を変更できます。

デザインを変更したいグラフのパレットを  
ダブルクリックすると、色を変更できます③。

2

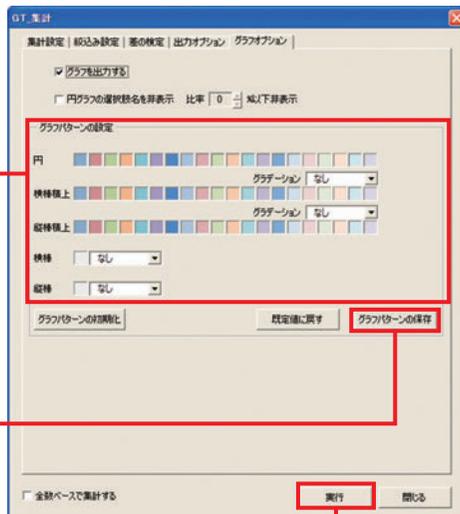
Click ③ 変更したい色をダブルクリック

それぞれのグラフのグラデーションの  
設定もここで行えます。

変更したグラフパターンを既定値にする  
場合は、ここで保存することができます④。

④ 変更したグラフパターンを  
既定値にするならここで保存する

Click ⑤ ここをクリック



「実行」をクリックすると⑤、  
GT表が出力されます⑥。

## ⑥ GT表のインデックス (例)

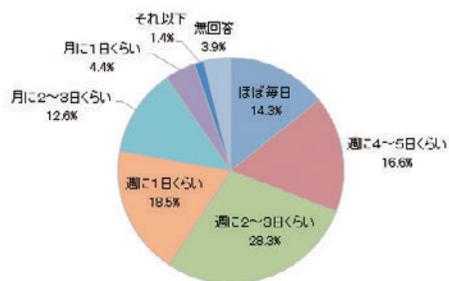
3

### キーポイント

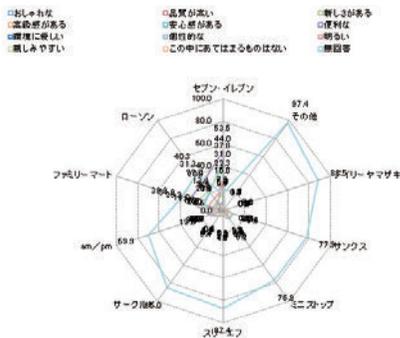
【グラフパターンの設定】で、円グラフ、横棒積  
上グラフ、縦棒積上グラフのそれぞれの色は左  
から優先的に使用される色になっています。

コンビニエンスストアに関するアンケート						
性別	年齢	都道府県	職業	年収	来店頻度	来店理由
01	男性	東京都	学生	100万円未満	毎日	買い物のため
02	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
03	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
04	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
05	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
06	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
07	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
08	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
09	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
10	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
11	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
12	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
13	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
14	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
15	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
16	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
17	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
18	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
19	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
20	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
21	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
22	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
23	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
24	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
25	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
26	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
27	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
28	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
29	男性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため
30	女性	東京都	会社員	100万円未満	毎日	買い物のため

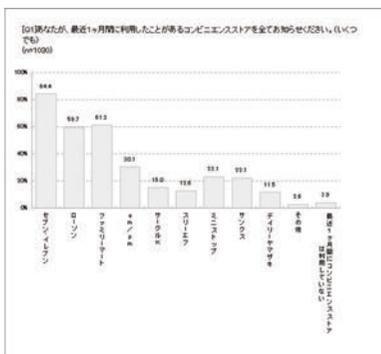
### QC円グラフ



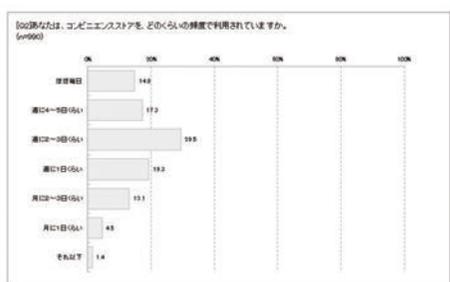
### QCレーダーチャート



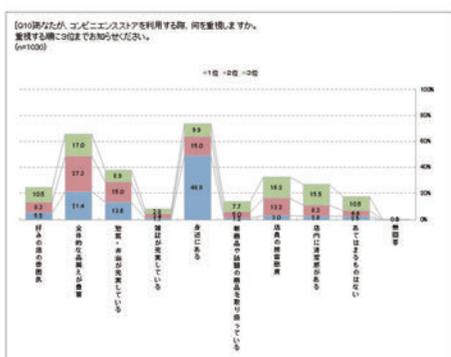
### QC縦棒グラフ



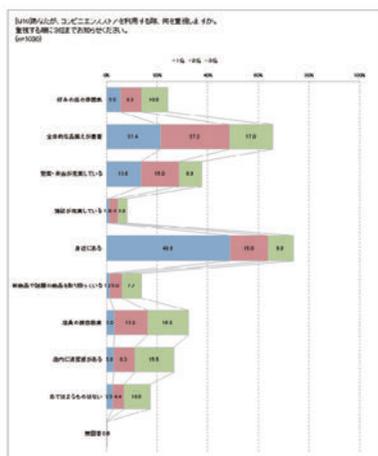
### QC横棒グラフ



### QC縦棒積上グラフ



### QC横棒積上グラフ

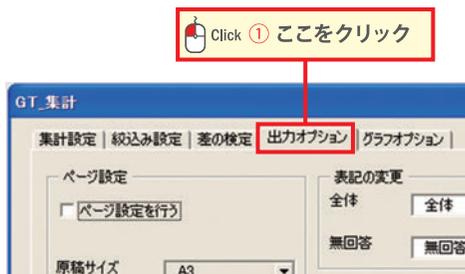


# 印刷時のページ設定や表記の変更を行うには

## 【出力オプション】

「メニュー」から「GT表作成」を選択  
⇒「出力オプションタブ」を選択します①。

1



## 【ページ設定】

印刷用の改ページが入ったシートを出力する「ページ設定」や、印刷時の出力サイズの変更などができます②。

## 【ウエイトバック設定】

ウエイトバック値設定後、ウエイトバック設定にチェックを入れると、ウエイトバック集計を行うことができます③。

2

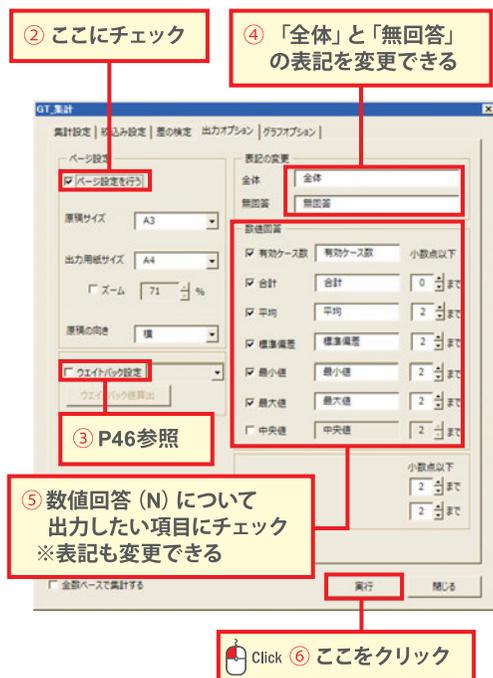
⇒ 「ウエイトバック値算出」は  
P46をご覧ください。

## 【表記の変更】

「全体」と「無回答」の表記を自分の好みに変更できます④。  
(ここでは「全体」を「全社員」に変更します。)

## 【数値回答】

数値回答 (N) について出力する項目・表記を選ぶことができます⑤。



「実行」をクリックすると⑥、指定した場所にGT表が出力され、ページ設定や表記、出力する数値回答の項目などが反映されます⑦。

3

## 📌 キーポイント

《クロス集計》を行う場合、【ウエイトバック設定】【表記の変更】【数値回答】の設定は集計オプションタブで設定できます。

## ⑦ 表記の変更と数値回答の出力項目

[TABLE001]		性別	
SEX	第一回答		
1	男性		
2	女性		
	全社員		

[TABLE002]		年齢(才)				
AGE	自由記述	全社員	回答無し	総計算回数	合計値	平均値
1	年齢(才)	515	0	515	18992	36.71

# GT表のシート構成

アウトプットとして出すことができるGT表は、設問ごとの回答数を表した「N表」と、それを%で表した「%表」、Nと%を併記した「N%表」の3タイプで、グラフやそれらを指定したプリントアウトのサイズに適するように改ページ設定したページ設定シートもあわせて出力できます。

## INDEX

リンクが貼ってあり、目的の図表へジャンプすることができます

## N%表

TABLE1[1]	学生層別	N	%
STUDENT	★一学年	8	8.0
	1 小中学生	8	8.0
	2 中学生	8	8.0
	3 高校1-高専生	8	8.0
	4 専門学校生	10	10.0
	5 専門学校	10	10.0
	6 大学生	110	11.0
	7 大学院生	7	0.7
8 不明な学生	8	0.8	
9 不明	791	79.1	
合計	1000	100.0	

TABLE1[2]	表の項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Q10	表の項目	1000	87	220	100	11	604	12	31	29	26	8
	1 1SD	1000	87	220	100	11	604	12	31	29	26	8
	2 2SD	1000	85	201	105	26	154	82	130	88	45	1
	3 3SD	1000	83	222	104	24	104	8	112	82	44	8
合計	1000	100	176	87	26	102	79	107	100	100	8	
不明	1000	81	178	81	28	9	77	102	88	100	8	

## N表

TABLE1[1]	学生層別	N
STUDENT	★一学年	8
	1 小中学生	8
	2 中学生	8
	3 高校1-高専生	8
	4 専門学校生	10
	5 専門学校	10
	6 大学生	110
	7 大学院生	7
8 不明な学生	8	
9 不明	791	
合計	1000	

TABLE1[2]	表の項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Q10	表の項目	1000	87	220	100	11	604	12	31	29	26	8
	1 1SD	1000	85	201	105	26	154	82	130	88	45	1
	2 2SD	1000	83	222	104	24	104	8	112	82	44	8
	3 3SD	1000	81	178	81	28	9	77	102	88	100	8

## N表、%表、N%表 [ページ設定]

## %表

TABLE1[1]	学生層別	N	%
STUDENT	★一学年	8	0.8
	1 小中学生	8	0.8
	2 中学生	8	0.8
	3 高校1-高専生	8	0.8
	4 専門学校生	10	1.0
	5 専門学校	10	1.0
	6 大学生	110	11.0
	7 大学院生	7	0.7
8 不明な学生	8	0.8	
9 不明	791	79.1	
合計	1000	100.0	

TABLE1[2]	表の項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
Q10	表の項目	1000	87	220	100	11	604	12	31	29	26	8
	1 1SD	1000	85	201	105	26	154	82	130	88	45	1
	2 2SD	1000	83	222	104	24	104	8	112	82	44	8
	3 3SD	1000	81	178	81	28	9	77	102	88	100	8

## 差の検定を行うには (GT表作成)

例えば、200人に調査を行い、【ブランドA】が最も好きな人が20%、【ブランドB】が好きな人が35%という結果を得られた時、【ブランドB】は【ブランドA】よりも好意度が高いと言えるかどうか検証したい時に差の検定を行います。

### 差の検定についての注意事項

Quick-CROSS3PLUSでは、容易な手順で検定を行うことができますが、目的に合った検定を行うには、適切な調査設計および調査設計に応じた検定手法の選択が必要です。  
Quick-CROSS3PLUSの検定は、全ての調査設計・全ての調査目的に適合することを保証するものではありません。

### ① 差の検定

統計的に有意な差があるかどうか検定します。

「メニュー」から「GT表作成」を選択  
⇒「差の検定タブ」を選択します①。

### ② 集計アイテムの選択

差の検定を行うアイテムを選択し、> をクリックして「選択肢間の差の検定」か「マトリクス設問 項目間の差の検定」にアイテムを移動させます②。

- ・「選択肢間の差の検定」  
アイテムのそれぞれの選択肢間の比率を総当たりで検定します。
- ・「マトリクス設問 項目間の差の検定」  
マトリクス設問のそれぞれの選択肢間の比率を総当たりで検定します。  
選択肢にウエイト平均を設定してある場合は平均値の差の検定も同時に行います。  
※マトリクス設問とはGT-MTS/GT-MTM/GT-RAT/GT-RNKと表記されている設問です。

有意水準を2つまで選択できます③。  
(有意水準の説明についてはキーポイントをご覧ください。)

「実行」をクリックすると④、差の検定が行われたGT表が出力されます。  
出力されるGT表の説明については次のページに載せてあります。



## 【選択肢間の差の検定】 有意水準 1% 5%を設定した場合

### 選択肢間の比率を検定

選択肢「広告・チラシ・インターネットを見て」の検定結果が  
BCDEであることから、他の選択肢に対して有意差がある。

この例では逆に「以前から付き合いがあったから  
(27.9%)」と「家や会社の近くだったから  
(24.7%)」で3.2%の差があるが、検定結果に  
C(c)が入っていないことから有意な差があるとは  
言えない。

Q5	そのお店で商品を購入したきっかけを いくつかもお選びください。	%	検定結果
1	広告・チラシ・インターネットを見て	a	44.1 BCDE
2	以前から付き合いがあったから	b	27.9 DE
3	家や会社の近くだったから	c	24.7 DE
4	友人・知人などご紹介してもらった	d	11.2
5	その他(具体的に)	e	9.7
	全件(N)		599 -

## 【マトリクス設問 項目間の差の検定】 有意水準 1% 5%を設定した場合

### 項目間の比率の差の検定

コンセプトAの「非常に使ってみたい」  
比率の差の検定結果は C D

### 項目間の平均値の差の検定

コンセプトDの平均値の差の検定結果は  
ABC

3

コンセプトAはコンセプトC・Dと比較して、1%の  
有意水準で「非常に使ってみたい」の比率が高い、  
と解釈できます。

ウェイト平均でみると、コンセプトDのパッケージは  
コンセプトA・B・Cと比較して、1%の有意水準で  
好感度が高い、と解釈できます。

Q1	あなたはこの説明書の化粧品のどの なつて、使ってみたいと思いますか?	全件(N)	1 非常に 使って みたい	2 かなり 使って みたい	3 どちら か	4 どちら も 使って みたい	5 全く 使いた くない	
1	コンセプトA	a	1000	26.8	38.1	22.8	7.5	11.8
2	コンセプトB	b	1000	28.8	34.2	15.7	7.8	13.5
3	コンセプトC	c	1000	8.1	6.7	39.2	14.4	34.8
4	コンセプトD	d	1000	26.8	27.2	29.1	8.1	17.2

Q17	あなたは、この化粧品のパッケージに ついて、どのくらい満足しますか?	全件(N)	1 非常に 満足	2 かなり 満足	3 どちら か	4 どちら も 満足	5 全く 満足	ウェイト 平均	
1	コンセプトA	a	1000	7.8	29.1	36.6	26.7	11.8	2.86
2	コンセプトB	b	1000	9	19.1	33.4	31.7	11.8	2.73
3	コンセプトC	c	1000	5.2	29.7	38.5	21.8	6.8	3.81
4	コンセプトD	d	1000	8.1	34.7	24.7	21.1	11.8	3.18

## 📊 キーポイント

有意水準

【差の検定】  
有意水準

1% : A, B, C, D...

5% : a, b, c, d...

検定は「比較する2つのデータに差がない」という仮定に対して、  
実際のデータの差がある低い確率でしか起こらないことを示して、  
「差がない」という仮定を否定する方法をとります。  
「差が有意である」とは、ある基準となる確率よりも低く「非常に  
まれなことが起こっている」ことを示しています。  
この確率を有意水準といい、通常5%や1%が使われます。有意水  
準5%とは「5%の確率で差があるとは言えない」という意味です。

有意水準を2つ設定した場合は、有意水準が低い方がアルファベットの  
大文字、有意水準が高い方がアルファベットの  
小文字で表示されます。

# GT集計の設定を追加するには

1

## 【GT集計設定追加】

新しいGT集計の設定を追加することができます。

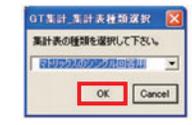
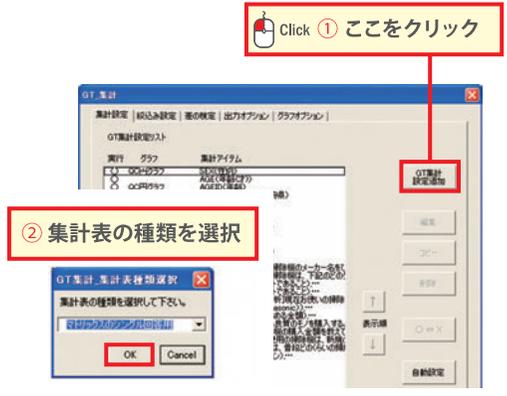
例えば、「データ加工」で作成したマトリクス設問の新アイテムをまとめて、1つのGT集計表として設定できます。

「メニュー」から「GT表作成」を選択 ⇒ 「GT集計設定追加」を選択します①。

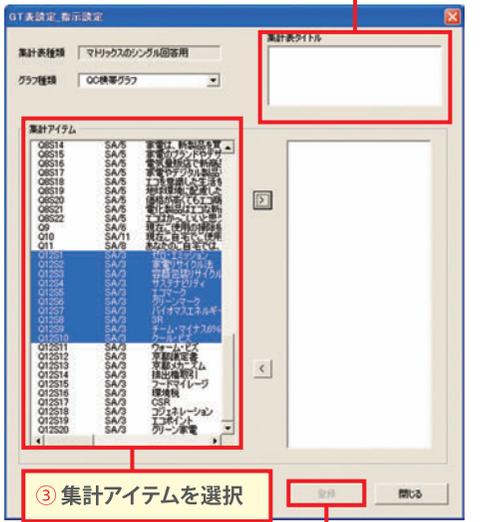
集計表の種類を選択し、「OK」をクリックします②。

### ※選択できる集計表の種類

回答タイプ	GT集計表種類
シングル回答用	GT-SA
マルチ回答用	GT-MA
数値回答用	GT-N
マトリクスのマルチ回答用	GT-MTM
マトリクスのシングル回答用	GT-MTS
複数の数値回答を1つにする表	GT-MTN
割合回答用	GT-RAT
順位回答用	GT-RNK



④ 集計表のタイトルを入力



2

## 【GT表設定\_指示設定】

集計アイテムを選択し、> をクリックします③。

※同じ回答タイプ/選択肢数/選択肢名のものを1つの集計表に設定することができます。

集計表のタイトルを入力します④。

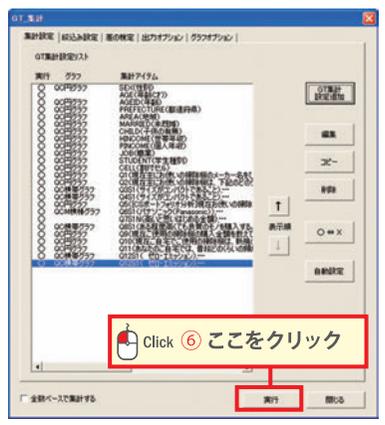
「登録」をクリックすると、新しいアイテムがGT集計設定リスト (GT表作成の最初のページ) の末尾に登録されます⑤。

3

「実行」をクリックすると、新アイテムをGT表で出力できます⑥。

ここでは、Q12S1~Q12S10までの集計アイテムをまとめて、1つのGT集計表を作成しています。

Q12	以下が標準から異なる問題の構成要素がありますか?	1	2	3	
1	ゼロエミッション	824	85	189	590
2	家電リサイクル法	1010	183	225	602
3	家電リサイクル法	824	811	283	560
4	容器包装リサイクル法	1010	312	418	272
5	リサイクル法	824	86	120	617
6	エコマーク	824	431	265	28
7	グリーンマーク	824	281	430	149
8	グリーンマーク	1010	385	525	119
9	バイオマスエネルギー	824	188	280	296
10	バイオマスエネルギー	1010	214	288	507
11	3R	824	185	185	444
12	3R	1010	214	288	507
13	チーム・マイナスイニシアチブ	824	299	313	262
14	チーム・マイナスイニシアチブ	1010	314	288	408
15	クールビズ	824	449	180	26
16	クールビズ	1010	218	182	52



## クロス集計やレポート作成を行うには

クロス集計ではクロス集計表の注目ポイントにマーキングし出力します。

さらにレポート作成機能では、コメントを自動出力できます。Quick-CROSS3PLUSではこれらの操作が簡単に行えます。

クロス集計やレポート作成を行うには	12
3重クロス集計を行うには	13
クロス集計表やレポートの出力設定を行うには	14
レポートのデザインを変更するには	15
出力されるレポートについて	16
差の検定を行うには (クロス表・レポート作成)	18



## 3重クロス集計を行うには

Quick-CROSS3PLUSは、表側に2つの質問項目を組み合わせた(例えば性別と年齢など) 3重クロス集計を実行することができます。

### 【集計方法の選択】

- 「集計方法」から3重クロス集計をチェックします①。

### 【表側1アイテムの設定】

クロス集計表の表側の外側に設定したい質問項目を設定します(ここでは「性別”SEX”」を選択します)②。

⇒ > をクリックします③。

### 【表側2アイテムの設定】

クロス集計表の表側の内側に設定したい質問項目を設定します(ここでは「年齢”AGEID”」を選択します)④。

⇒ > をクリックします⑤。

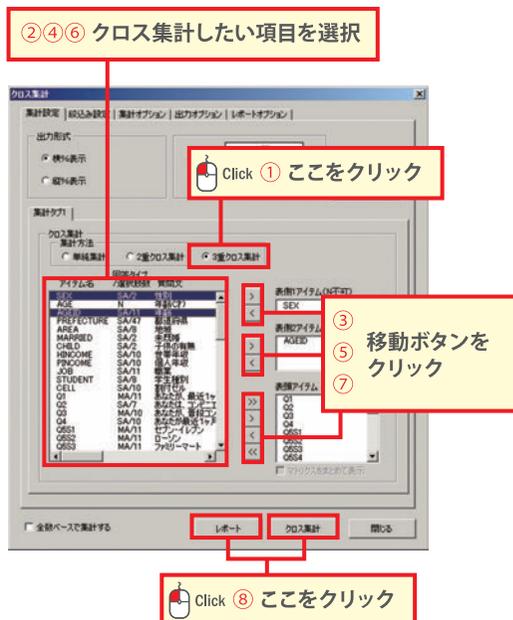
### 【表頭アイテムの設定】

クロス集計表の表頭に設定したい質問項目を設定します(ここでは「Q1からの全質問」を選択します)⑥。

⇒ > をクリックします⑦。

### 【クロス集計表・レポートの出力】

「クロス集計」または「レポート」をクリックすると⑧、3重クロス集計表・レポートが出力されます。



【表頭項目】	性別	年齢	職業	収入	学歴	結婚	子育て													
合計	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000	1000
性別	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
年齢	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
職業	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
収入	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
学歴	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400
結婚	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500	500
子育て	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600	600

### キーポイント

#### クロス集計の同時集計機能

複数の集計タブを利用することで複数のクロス表を同時に集計することができます。集計タブの並替替え、削除、また集計を実行する集計タブを○×で選択することもできます。





## レポートのデザインを変更するには

### 【レポートオプション】

1

「メニュー」から「クロス表・レポート作成」を選択

⇒「レポートオプションタブ」を選択します①。

### 【コメントの表示】

出力したい数表とグラフに、簡単なコメント(全体との差が大きい結果について等)を入れたい時にチェックします②。

### 【PowerPointに出力する】

2

グラフと数表をPowerPointに出力したい時にチェックします②。

### 【テンプレートの設定】

出力するPowerPointのテンプレートを変更できます③。

### 【グラフパターンの設定】

デザインを変更したいグラフのパレットをダブルクリックすると、色を変更できます④。

※横棒積上グラフ、折線グラフのそれぞれの色は左から優先的に使用される色になっています。

グラデーションやグラフ背景、文字、文字背景などの設定もできます。

変更したグラフパターンを既定値にする場合は、ここで保存することができます⑤。

3

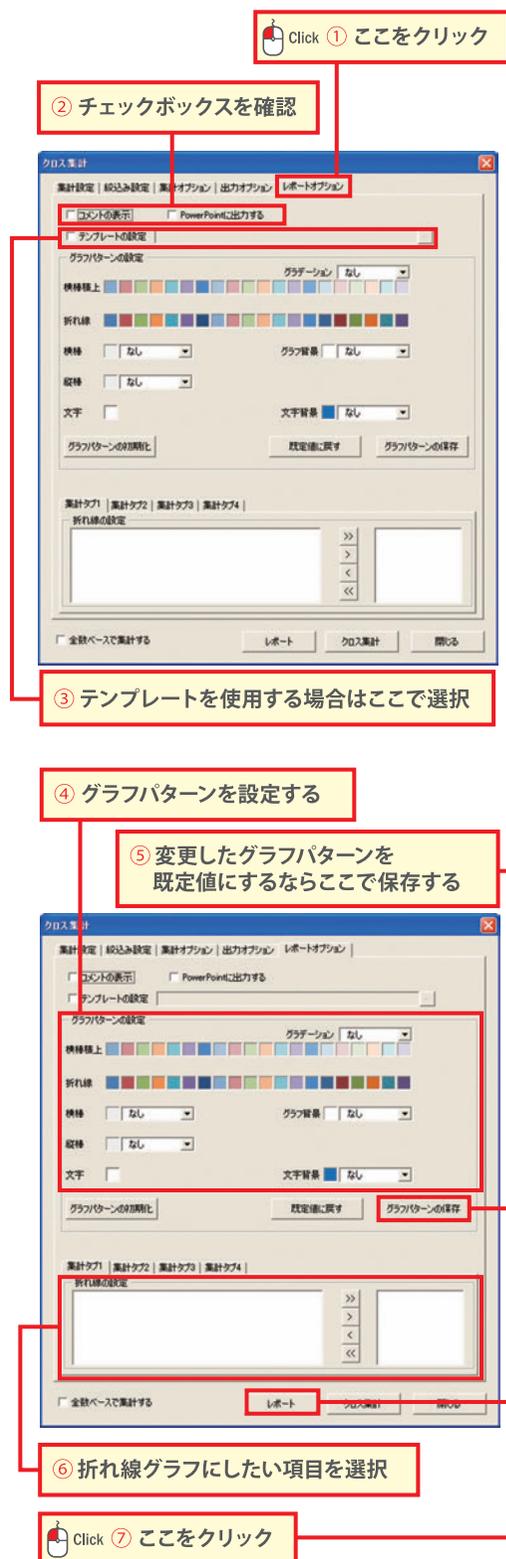
### 【折れ線の設定】

集計表の表側の項目ごとに、「折れ線グラフ」を出力することができます⑥。

### 【クロス集計表・レポートの出力】

「レポート」をクリックすると⑦、デザイン変更したレポートが出力されます。

P16に出力されるレポートの例を載せてあります。



# 出力されるレポートについて

**自動コメント**  
全体に対するコメントと分析軸ごとのコメントを自動出力します。

Q1

あなたが、最近1ヶ月間に利用したことがあるコンビニエンスストアを全てお知らせください。(いくつでも)

**【全体】**  
「セブン-イレブン」が84%と最も高く、次いで「ファミリーマート」(61%)「ローソン」(60%)「am/pm」(30%)の順である。  
**【年齢】**  
「20代」は「ローソン」(69%)、「ファミリーマート」(68%)がやや高く、「am/pm」(43%)が低い。「30代」は「ローソン」(67%)がやや高い。「その他」は「ローソン」(54%)がやや低い。

**折れ線グラフの設定**  
集計表の表側の項目ごとに、折れ線グラフを出力することができます。



**マーキング**  
「比率の差」の色と「全体との差の検定」(P18-19 参照)の記号が付きます。

**ランキング**  
軸ごとの1位~3位の項目の左上に色がつきます。

**キーポイント**  
【集計オプション】の「ランキング」にチェックを入れると、上位3位までの項目にマークが付きます。

## 例: ランキング集計

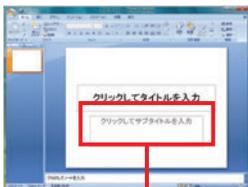


あなたが、最近1ヶ月間に利用したことがあるコンビニエンスストアを全てお知らせください。そのうち1店舗を指定し、月一店舗以上、10店舗以上についてお知らせください。(いくつでも)

項目	全体	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代	90代	その他
セブン-イレブン	84.4	85.3	87.4	82.8	80.1	78.5	75.2	72.1	69.3	66.5
ローソン	58.7	69.3	67.0	54.2	51.8	49.5	47.1	44.8	42.5	40.2
ファミリーマート	61.2	68.4	64.1	59.8	57.4	55.1	52.7	50.4	48.1	45.8
am/pm	30.1	43.2	29.5	25.1	22.7	20.4	18.1	15.8	13.5	11.2
リクルール	15.0	22.3	15.0	12.6	10.3	8.0	5.7	3.4	1.1	-1.2
スリーエフ	12.6	16.5	14.6	11.2	9.0	6.8	4.6	2.4	0.2	-2.0
ミニストップ	23.1	28.6	27.7	21.5	19.3	17.1	14.9	12.7	10.5	8.3
リンクス	22.1	30.6	24.8	23.1	20.9	18.7	16.5	14.3	12.1	9.9
デイリーヤマザキ	11.5	9.7	18.4	7.5	5.3	3.1	0.9	-1.3	-3.5	-5.7
その他	2.6	3.4	3.4	1.2	0.9	0.6	0.3	0.0	-0.3	-0.6
利用していない	3.3	3.3	2.4	1.8	1.5	1.2	0.9	0.6	0.3	0.0
最近1ヶ月間にコンビニエンスストアは	3.3	3.3	4.4	2.5	2.2	1.9	1.6	1.3	1.0	0.7

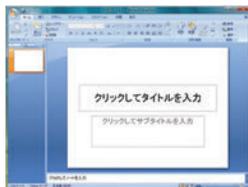
## PowerPointテンプレートの作成方法

- ① PowerPointを「新規」で開きます。

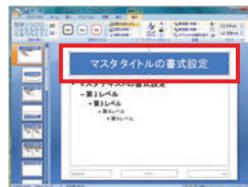


「クリックしてサブタイトルを入力」欄には設定したい文字(たとえば会社名など)を入力してください。必要なければ削除してください。

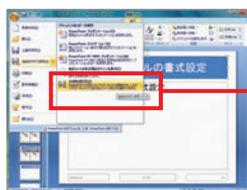
- ② メニューの[表示]→[スライドマスタ]でマスタを開きます。



- ③ 「マスタ タイトルの書式設定」にフォント・カラー・文字位置などをお好みで設定してください。



- ④ メニューの[ファイル]→[名前をつけて保存]を選択し、ファイルの種類でデザインテンプレート(\*.potx もしくは\*.pot)を選んで任意の場所に保存してください。これで完了です。



### 注意点

プレゼンテーションファイル=拡張子(\*.pptx)ファイルで保存したファイルでもQuick-CROSS3PLUSのテンプレート差替えができますが、上記のマスタ設定が必要です。

# 差の検定を行うには(クロス表・レポート作成)

## 差の検定についての注意事項

Quick-CROSS3PLUSでは、容易な手順で検定を行うことができますが、目的に合った検定を行うには、適切な調査設計および調査設計に応じた検定手法の選択が必要です。  
Quick-CROSS3PLUSの検定は、全ての調査設計・全ての調査目的に適合することを保証するものではありません。

## 【差の検定】

統計的に有意な差があるかどうか検定します。

「メニュー」から「クロス表・レポート作成」を選択

⇒「集計オプションタブ」を選択します①。

## 【差の検定の種類の選択】

差の検定にチェックが入っていることを確認し、「全体との差の検定」か「軸の項目間の検定」を選択します②。

(軸の項目間の検定を選択した場合は、有意水準を2つまで選択できます。)

### ・「全体との差の検定」

「全体」の比率と、集計軸の各選択肢との間で有意な差があるかどうかの検定を行います。全体的な傾向を見るのに有効です。

### ・「軸の項目間の検定」

集計軸のそれぞれの項目について、有意な差があるかどうかの検定を行います。ウエイト平均を設定した場合は、平均値の差の検定も行います。

クロス集計軸のグループ間に差があるのかという詳細を分析するのに有効です。

「クロス集計」または「レポート」をクリックすると③、有意差検定が行われたクロス表が出力されます。

出力されるクロス表の説明については次のページに載せてあります。

※クロス集計の軸の項目のデータがMAであったり、ウエイトバック集計が設定された状態での検定等では、ほかの統計ツールと判定結果が一致しないことがあります。

Click ① ここをクリック



② 差の検定の種類を選択



Click ③ ここをクリック

## 【全体との差の検定】

【ランキング】

●1位 ●2位 ●3位

【比率の差】

全体 +10 %以上  
全体 +5 %以上  
全体 -5 %以下  
全体 -10 %以下

【全体との差の検定】

有意水準 高 低  
1% ▲ ▼  
5% △ ▽  
10% ∴ ∴

Q1 あなたが、最近1ヶ月間に利用したことがあるコンビニエンスストアを全てお知らせください。(いくつでも)

	全体	セブンイレブン	ローソン	ファミリーマート	am/pm	サークルK	スリーエフ	ミニストップ	サンクス	デイリーヤマザキ	その他	最近1ヶ月間にコンビニエンスストアは利用していない
性別												
全体	1030	869	615	690	310	155	130	288	228	118	27	40
男性	515	445	335	325	171	86	68	112	122	51	10	25
女性	515	424	282	365	139	70	62	126	106	67	17	15
	100.0	84.4	59.2	67.2	30.1	15.0	12.6	28.1	22.1	11.5	2.6	3.9
		▲	▼	▲	△	△	△	△	△	△	△	△
		▲	▼	▲	△	△	△	△	△	△	△	△
		▲	▼	▲	△	△	△	△	△	△	△	△

### 全体との差の検定の凡例

【全体との差の検定】

有意水準 高 低  
1% ▲ ▼  
5% △ ▽  
10% ∴ ∴

有意水準が1%の検定結果には、▲ (全体より高い場合) ▼ (全体より低い場合)

有意水準が5%の検定結果には、△ (全体より高い場合) ▽ (全体より低い場合)

有意水準が10%の検定結果には、∴ (全体より高い場合) ∴ (全体より低い場合)

## 【軸の項目間の検定】

3

### 比率の差の検定

男性40代の「弁当」の比率の差の検定結果はBef (有意水準1%と5%で検定)

→男性40代の「弁当」の購入頻度は、1%の有意水準で男性30代よりも高く、5%の有意水準で女性30代・女性40代よりも高いという判定結果です。

### 平均値の差の検定

女性30代の平均値の差の検定結果はbCdF (有意水準1%と5%で検定)

→女性30代のコンセプトAの好感度は、1%の有意水準で男性40代と女性40代よりも高く、5%の有意水準で男性30代と女性20代よりも高いという判定結果です。

Q7 あなたが最近1ヶ月間に、コンビニエンスストアで購入(利用)されたものをお知らせください。(いくつでも)

	全体	惣菜	弁当	パン	インスタント食品	お菓子	ドリンク・アルコール類	その他
性別								
男性 20代	a	98	28.6	48.0	62.3	28.6	68.3	84.7
男性 30代	b	99	26.9	42.4	68.1	28.2	48.5	66.9
男性 40代	c	103	22.3	58.3	61.2	18.5	43.7	88.3
女性 20代	d	100	27.0	48.0	63.0	24.0	79.0	82.0
女性 30代	e	102	24.5	46.1	68.0	17.6	49.6	82.4
女性 40代	f	99	19.2	45.5	66.7	11.1	37.7	79.7

Q5 商品のパッケージデザインは商品のパッケージと比較してどの程度「好感度」を感じますか？

	全体	好感度がある	やや好感度がある	どちらでもない	やや好感度がありません	好感度がありません	ウエイト平均	ウエイト平均
		(+300)	(+100)	(0)	(-100)	(-300)	(+100)	(-100)
性別								
男性 20代	a	100	21.6	28.2	31.1	16.8	18.6	100
男性 30代	b	100	17.6	28.1	38.6	11.7	18.7	100
男性 40代	c	100	18.0	14.8	42.7	18.7	18.8	100
女性 20代	d	100	20.4	28.2	24.3	8.7	28.4	100
女性 30代	e	100	22.6	28.1	38.1	12.8	18.8	100
女性 40代	f	100	16.6	19.4	37.9	18.7	15.5	100

### 軸の項目間の検定の凡例

【軸の項目間の検定】

有意水準  
1% : A, B, C, D, ...  
5% : a, b, c, d, ...

有意水準が1%の検定結果には、アルファベットの大字

有意水準が5%の検定結果には、アルファベットの小文字





# データ加工を行うには

5才刻みで集計されたデータを10才刻みに変えてクロス集計にかけたい。  
こんな時でもQuick-CROSS3PLUSなら簡単に編集できます。

データ加工を行うには	22
選択肢をまとめるには【RECODE】	24
数値回答をカテゴリ化するには【CLASS】	26
複数の設問の選択肢を組み合わせるには【INTEGRATE】	28
マトリクス設問の選択肢を統合するには【MCONVERT】	30
複数回答でチェックが入った数をサンプルごとに算出するには【COUNT】	32
SAやMAを重ねて1つのアイテムとしてまとめるには【ADD】	34
時間の単位などを変更するには【COMPUTE】	35
自由回答をまとめるには【アフターコーディング】	36
データの修正（修正値のつけ加え・除外）を行うには【データ修正】	38
データの修正（修正値の代入）を行うには【データ修正】	39
設問の回答者を限定するには【非該当処理】	40
集計したくないサンプルを削除するには【サンプル削除】	41
複数のサンプルIDを指定してサンプルを削除するには【サンプル削除】	42
矛盾回答者が含まれているかどうかを確認するには【リスト出力】	43

## データ加工を行うには

データ加工では、設問内の選択肢をまとめ上げたり、別々の設問を1つのアイテムとしてまとめたり、データの加工を行うことができます。

データ加工（新アイテム作成）を行うことによって、データを様々な視点（分析軸）で見ることが可能になります。

1

① メニューから「データ加工」を選択



### 【加工種別】

目的に合わせて加工種別を選択します②。

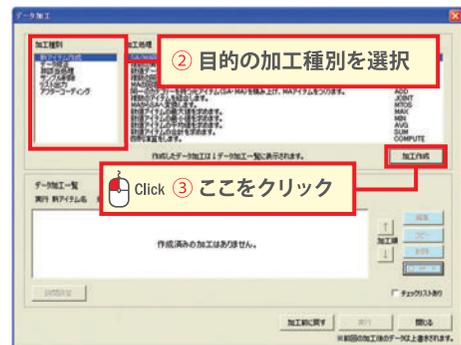
⇒「加工作成」をクリックします③。



### データ加工登録ページ

② 目的の加工種別を選択

Click ③ ここをクリック



## データ加工の種類（加工種別）

2

### 新アイテム作成

処理方法「RECODE」「CLASS」「INTEGRATE」等を使って、新しいアイテムを作成します。

#### 処理方法

RECODE	コードを振りなおす
CLASS	数値データをカテゴリ化する
INTEGRATE	複数の条件アイテムを組み合わせる
MCONVERT	複数の同一カテゴリを組み合わせる
ADD	MAかSAの積み上げをMAへ
JOINT	複数のアイテムを結合する
MTOS	MAからSAへ変換
COUNT	MAの反応数を代入する
MAX	数値の最大値を求める
MIN	数値の最小値を求める
AVG	数値の平均値を求める
SUM	数値の合計を求める
COMPUTE	四則演算をする

### アフターコーディング

FA（自由回答）をカテゴリに分け、まとめます。

### データ修正

条件を設定して、データを修正することが可能です。

### 非該当処理

アイテムごとに、集計ベースを設定します。

### サンプル削除

集計したくないサンプルを削除します。

### リスト出力

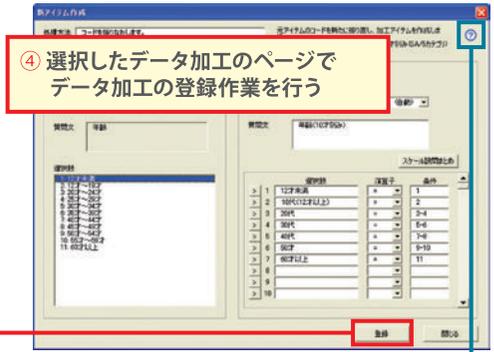
条件に当てはまるサンプルをリストアップします。

## 【データ加工】

<新アイテム作成>や<データ修正>など、選択したデータ加工のページで目的に合ったデータ加工を行います④。

⇒ 各ページの内容については次ページから説明していきます。

各データ加工のページでの作業が終了すると「登録」をクリックします⑤。



⑤ ④が終わったら「登録」をクリック



### キーポイント

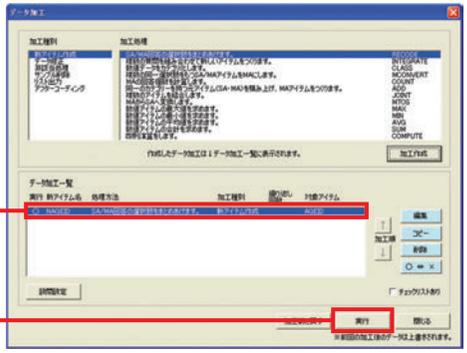
それぞれのデータ加工のページにはヘルプアイコンがあり、ここをクリックすることで右記のようなヘルプを表示することができます。これによって、操作を行いながらヘルプ画面を確認することができます。



3 データ加工のトップページに戻るので、作成したデータ加工が反映されているかを確認し⑥、「実行」をクリックします⑦。

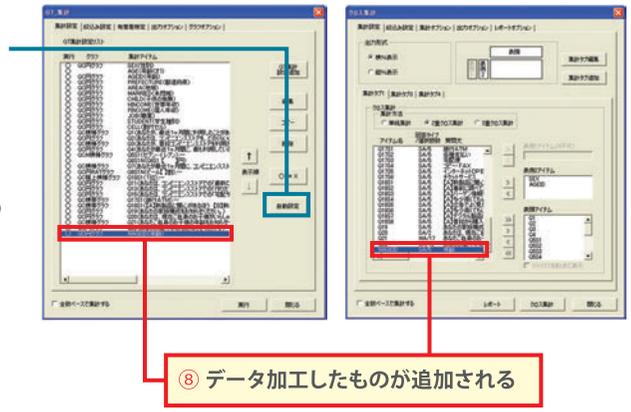
⑥ 内容を確認

Click ⑦ ここをクリック



※GT表作成では「自動設定」をクリックするとデータ加工されたアイテムが追加されます。

「GT表作成」と「クロス集計」のアイテム欄(1番下)にデータ加工したものが追加されます⑧。



⑧ データ加工したものが追加される

## 新アイテム作成

### 選択肢をまとめるには 【RECODE】

元アイテムのコードを新たに振りなおし、加工アイテムを作成します。

#### 使用例 10才刻みの年代別データを作りたい。

年齢が5才刻みで区切られている11カテゴリの元アイテム (AGEID) のカテゴリをまとめあげ、10才刻みの加工アイテムNAGEID (4カテゴリ) を作成します。

元アイテム				加工アイテム			
AGEID	年齢 群-個数	N	%	NAGEID	年齢 群-個数	N	%
1	12才未満	0	0.0	1	20代	206	20.0
2	12才~19才	206	20.0	2	30代	206	20.0
3	20才~24才	76	7.4	3	40代	206	20.0
4	25才~29才	180	17.6	4	50代以上	206	20.0
5	30才~34才	165	16.2				
6	35才~39才	101	9.8				
7	40才~44才	195	19.1				
8	45才~49才	71	6.9				
9	50才~54才	82	8.0				
10	55才~59才	62	6.0				
11	60才以上	62	6.0				
	合計	1030	100.0				

- 「20才~24才」の14人と、
- 「25才~29才」の18人を  
合わせた32人が、「20代」になります。

※無回答には、ここでは「19才以下」のサンプルが含まれます。

### 【新アイテム作成】

「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「新アイテム作成」  
加工処理で「RECODE」を選択し①、

「加工作成」をクリックします②。

#### ① それぞれ選択



Click ② ここをクリック

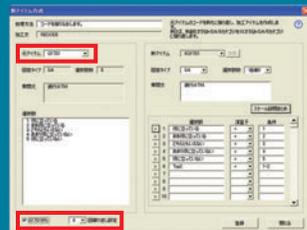
1

### 📞 キーポイント

#### マトリクス設問を加工する時の便利機能

RECODE (選択肢をまとめるデータ加工) の「繰り返し設定」を行うことによって、今までより簡単にデータ加工ができるようになりました。

マトリクス設問の**最初の質問項目**を選択し、チェックボックスにチェックするだけで、加工が選択したマトリクスの設問全てに反映されます。



ここにチェックを入れるだけでマトリクスの質問項目全ての加工ができます (ここではQ17S1~Q17S6)

## 【RECODEの登録】

新アイテム(ここでは「NAGEID」)に対応する、元アイテムのカテゴリを設定し、登録します。

2

作成する元となるアイテム(ここでは「AGEID」)を選択します③。

新アイテムの回答タイプを選択します④。

新アイテムのタイトルとなる「質問文」を入力します⑤。

3

新アイテムの「選択肢」の条件を「元の選択肢」から選択し⑥、  
> ボタンをクリックします⑦。

新アイテムの「選択肢」の名称を入力します⑧。

「登録」をクリックします⑨。

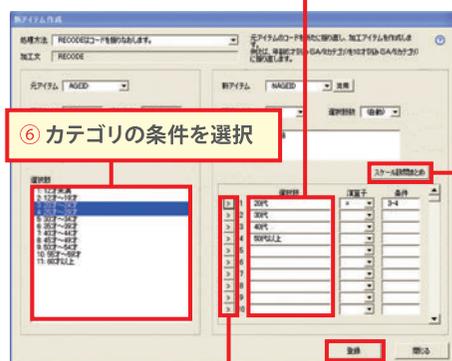


③ 元アイテムを選択

④ 新アイテムの回答タイプを選択

⑤ 新アイテムのタイトルとなる「質問文」を入力

⑧ 新アイテムの選択肢の名称を入力



⑥ カテゴリの条件を選択

Click ⑦ ここをクリック

Click ⑨ ここをクリック



### キーポイント

#### 【RECODEとCLASSの違い】

共に1つの設問から選択肢をまとめる加工文ですが、元アイテムの質問形式によって異なります。

SA・MAなどのカテゴリ形式 ⇒ 「RECODE」

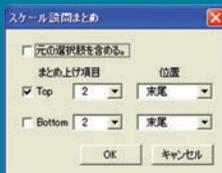
Nの数値回答形式 ⇒ 「CLASS」



### キーポイント

#### スケール設問まとめ

【Top2】【Bottom2】などのスケール設問のまとめ上げが簡単に設定できます。



## 新アイテム作成

### 数値回答をカテゴリ化するには 【CLASS】

数値回答 (N) の元アイテムをまとめ上げ、SAの加工アイテムを作成します。

**使用例** 平均利用金額「Q6S1N」をまとめ上げ、SAアイテム(NQ6S1N)を作成します。

元アイテム

06 あなたが、コンビニエンスストアで1回あたりお買いこななおよその金額をお知らせください。

円(半角単位)

Q6S1N

1000
3000
500
400
500
600
500
600
800
700

ローデータ

⇒

加工アイテム

NQ6S1N	コンビニエンスストア1回あたりの平均利用金額	N	%
1	~500円未満	271	28.9
2	500円~1000円未満	479	45.9
3	1000円~2000円未満	207	20.1
4	2000円~3000円未満	21	2.0
5	3000円~5000円未満	6	0.6
6	5000円以上	1	0.1
	無回答	41	4.0
	全件	1000	100.0

それぞれのカテゴリごとに、該当するサンプル数が入ります。

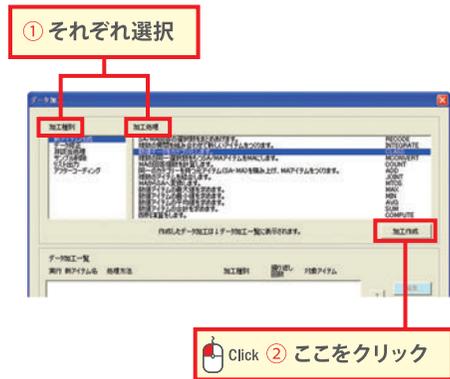
### 【新アイテム作成】

「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「新アイテム作成」  
加工処理で「CLASS」を選択し①、

1

「加工作成」をクリックします②。



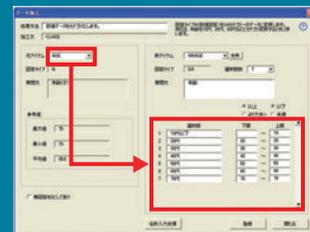
### 🗂️ キーポイント

#### 「CLASS」のショートカット機能

※10才刻みの年齢アイテムを簡単につくるには【CLASS】のショートカット機能が便利です。

処理方法「CLASS」は、年齢アイテムを簡単に作成することができます。

元アイテムで「AGE」を選ぶと、新アイテムとして10才刻みの選択肢の設定が自動的に表示されます。



## 【CLASSの登録】

新アイテム (NQ6S1N) に対応する、  
元アイテムのカテゴリを設定し、登録します。

作成する元となるアイテム

(ここでは「Q6S1N」) を選択します③。

新アイテムのタイトルとなる「質問文」を  
入力します④。

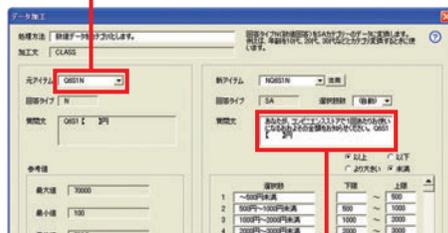
カテゴリ分けする数値を入力し、新アイテムの  
「選択肢」の名称を入力します⑤。

数値入力後、【名称入力支援】を使うと  
簡単に選択肢の名称が入力できます。

※上限が空白の場合は最大値の設定になります。  
下限が空白の場合は最小値の設定になります。

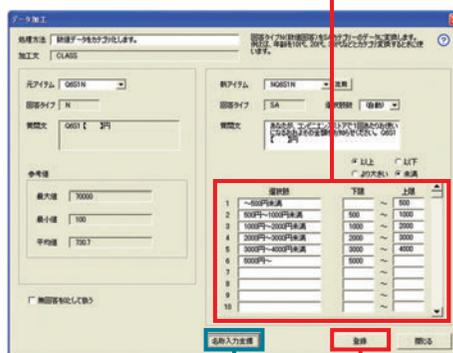
「登録」をクリックします⑥。

③ 元アイテムを選択



④ 新アイテムのタイトル  
となる「質問文」を入力

⑤ カテゴリ分けする数値を入力し、  
新アイテムの「選択肢」の名称を入力



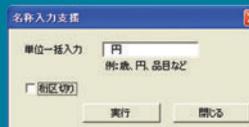
Click ⑥ ここをクリック



### キーポイント

#### 名称入力支援

選択肢の名称の他に、指定の単位  
を一括で選択肢の最後に挿入  
できます。  
数値の桁区切りも設定できます。



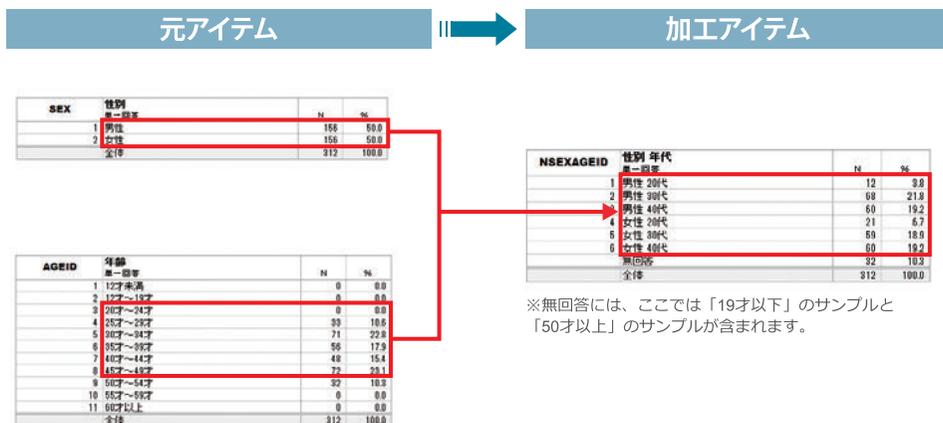
## 新アイテム作成

### 複数の設問の選択肢を組み合わせるには 【INTEGRATE】

2つ以上の元アイテムを組み合わせ、加工アイテムを作成します。

#### 使用例 性・年代別データを作りたい。

性別（SEX）と、年齢が5才刻みで区切られている11カテゴリの年齢元アイテム（AGEID）から、性・年代別の加工アイテム（NSEXAGEID）を作成します。



※無回答には、ここでは「19才以下」のサンプルと「50才以上」のサンプルが含まれます。

## 【新アイテム作成】

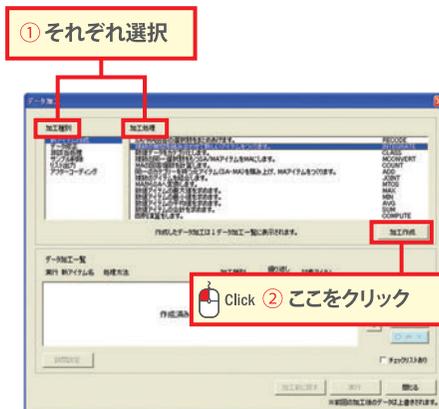
「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「新アイテム作成」

加工処理で「INTEGRATE」を選択し①、

「加工作成」をクリックします②。

1



## 【INTEGRATEの登録】

新アイテム (NSEXAGEID) に対応する、  
元アイテムのカテゴリを設定し、登録します。

「AND」を選択します③。

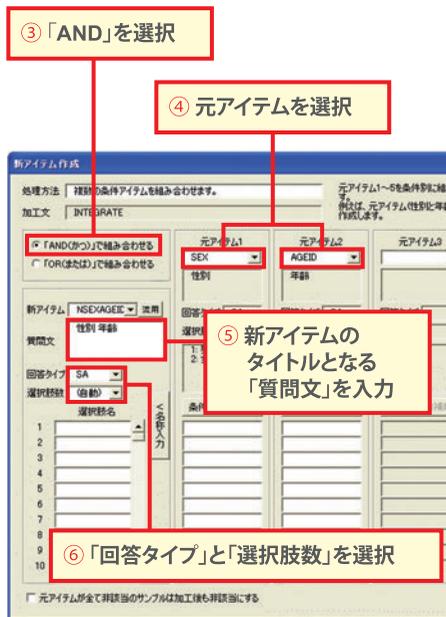
2

作成する元となるアイテム  
(ここでは「性別“SEX”」と  
「年齢“AGEID”」) を選択します④。

新アイテムのタイトルとなる  
「質問文」を入力します⑤。

「回答タイプ」と「選択枝数」を  
選択します⑥。

※選択枝は自動で設定されています。



カテゴリの条件値を入力します⑦。

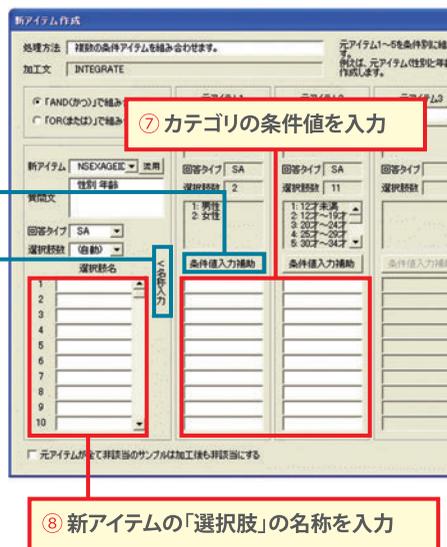
「条件値入力補助」を使うと、  
条件値を知らなくても簡単に入力できます。

新アイテムの「選択枝」の名称を  
入力します⑧。

3

「名称入力」を使うと、  
選択枝名が自動で入力されます。

「登録」をクリックします⑨。



### キーポイント

#### 条件値入力補助

左側の項目を選び、> を使って  
右側の条件値を設定し、  
「登録」をクリックします。



Click ⑨ ここをクリック

## 新アイテム作成

### マトリクス設問の選択肢を統合するには【MCONVERT】

元アイテムの同一カテゴリを組み合わせて、加工アイテムを作成します。

例えば、縦マルチ(表側をカテゴリとした表頭のまとめ上げ)に変換します。

#### 使用例 マトリクス設問の表頭をまとめ上げたい。(縦マルチ)

元アイテム(Q17)の表頭1~2の選択肢をまとめて、MAの加工アイテム(NQ17S1)を作ります。

元アイテム		加工アイテム																																																																																					
<table border="1"> <thead> <tr> <th>Q17</th> <th colspan="5">あなたにとって、下記に示したコンビニエンスストアのサービスは、どの程度役に立ちますか。</th> </tr> <tr> <th>サービス</th> <th>1 役に立っている</th> <th>2 まあ役に立っている</th> <th>3 どちらでもない</th> <th>4 あまり役に立っていない</th> <th>5 役に立っていない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 銀行ATM</td> <td>1030</td> <td>512</td> <td>237</td> <td>138</td> <td>63</td> </tr> <tr> <td>2 各種支払い</td> <td>1030</td> <td>520</td> <td>234</td> <td>102</td> <td>36</td> </tr> <tr> <td>3 宅配便</td> <td>1030</td> <td>269</td> <td>319</td> <td>232</td> <td>77</td> </tr> <tr> <td>4 コピー・FAX</td> <td>1030</td> <td>397</td> <td>362</td> <td>182</td> <td>89</td> </tr> <tr> <td>5 インターネットDPE</td> <td>1030</td> <td>32</td> <td>90</td> <td>434</td> <td>143</td> </tr> <tr> <td>6 チャットサービス</td> <td>1030</td> <td>268</td> <td>349</td> <td>279</td> <td>97</td> </tr> <tr> <td>全件</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </tbody> </table>		Q17	あなたにとって、下記に示したコンビニエンスストアのサービスは、どの程度役に立ちますか。					サービス	1 役に立っている	2 まあ役に立っている	3 どちらでもない	4 あまり役に立っていない	5 役に立っていない	1 銀行ATM	1030	512	237	138	63	2 各種支払い	1030	520	234	102	36	3 宅配便	1030	269	319	232	77	4 コピー・FAX	1030	397	362	182	89	5 インターネットDPE	1030	32	90	434	143	6 チャットサービス	1030	268	349	279	97	全件						<table border="1"> <thead> <tr> <th>NQ17S1</th> <th colspan="2">コンビニエンスストアのサービス役に立つ(1+2)</th> </tr> <tr> <th>サービス</th> <th>N</th> <th>%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 銀行ATM</td> <td>785</td> <td>71.4</td> </tr> <tr> <td>2 各種支払い</td> <td>924</td> <td>89.0</td> </tr> <tr> <td>3 宅配便</td> <td>590</td> <td>57.1</td> </tr> <tr> <td>4 コピー・FAX</td> <td>559</td> <td>54.0</td> </tr> <tr> <td>5 インターネットDPE</td> <td>122</td> <td>11.8</td> </tr> <tr> <td>6 チャットサービス</td> <td>486</td> <td>47.2</td> </tr> <tr> <td>無回答</td> <td>42</td> <td>4.1</td> </tr> <tr> <td>全件</td> <td>1030</td> <td>100.0</td> </tr> </tbody> </table>		NQ17S1	コンビニエンスストアのサービス役に立つ(1+2)		サービス	N	%	1 銀行ATM	785	71.4	2 各種支払い	924	89.0	3 宅配便	590	57.1	4 コピー・FAX	559	54.0	5 インターネットDPE	122	11.8	6 チャットサービス	486	47.2	無回答	42	4.1	全件	1030	100.0
Q17	あなたにとって、下記に示したコンビニエンスストアのサービスは、どの程度役に立ちますか。																																																																																						
サービス	1 役に立っている	2 まあ役に立っている	3 どちらでもない	4 あまり役に立っていない	5 役に立っていない																																																																																		
1 銀行ATM	1030	512	237	138	63																																																																																		
2 各種支払い	1030	520	234	102	36																																																																																		
3 宅配便	1030	269	319	232	77																																																																																		
4 コピー・FAX	1030	397	362	182	89																																																																																		
5 インターネットDPE	1030	32	90	434	143																																																																																		
6 チャットサービス	1030	268	349	279	97																																																																																		
全件																																																																																							
NQ17S1	コンビニエンスストアのサービス役に立つ(1+2)																																																																																						
サービス	N	%																																																																																					
1 銀行ATM	785	71.4																																																																																					
2 各種支払い	924	89.0																																																																																					
3 宅配便	590	57.1																																																																																					
4 コピー・FAX	559	54.0																																																																																					
5 インターネットDPE	122	11.8																																																																																					
6 チャットサービス	486	47.2																																																																																					
無回答	42	4.1																																																																																					
全件	1030	100.0																																																																																					

役に立つ(Top1+Top2)と回答したサービスをまとめ上げ、MAの形式で見ることができます。

※無回答には、ここでは「役に立っている」「まあ役に立っている」を全ての項目で選択しなかったサンプルが含まれます。

### 【新アイテム作成】

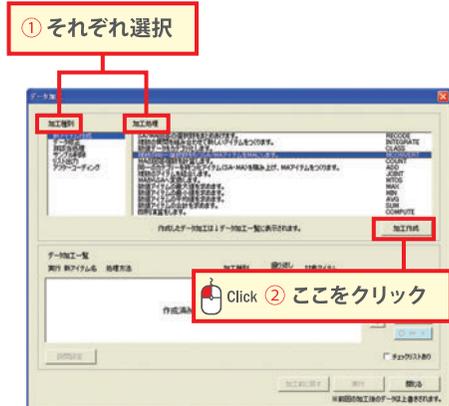
「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「新アイテム作成」

加工処理で「MCONVERT」を選択し①、

「加工作成」をクリックします②。

1



## 【MCONVERTの登録】

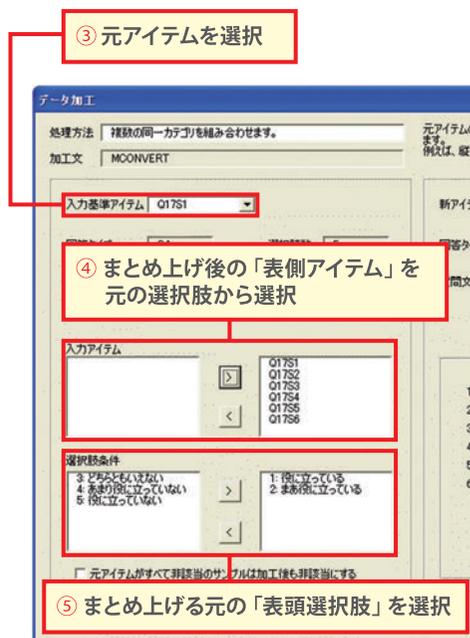
入力基準アイテムと新アイテムを設定し、登録します。

入力基準アイテムとして、元アイテム(ここでは「Q17」)のマトリクスの最初のアイテム(ここでは「Q17S1」)を選びます③。

2

まとめ上げ後に選択肢となる、**表側アイテム**を選び、**>** を使って右のボックスに移します④。

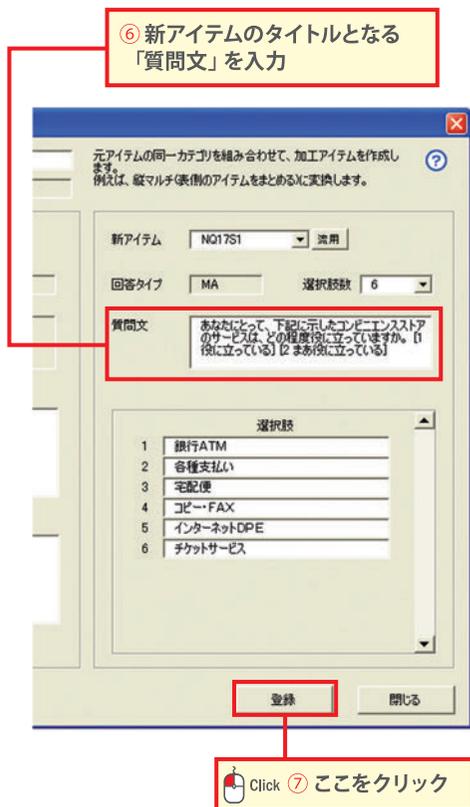
まとめ上げる元アイテムの**表頭選択肢**を選び、**>** を使って右のボックスに移します⑤。



新アイテムのタイトルとなる「質問文」を入力します⑥。

「登録」をクリックします⑦。

3



## 新アイテム作成

### 複数回答でチェックが入った数をサンプルごとに算出するには【COUNT】

MAにチェックが入った数を、サンプルごとに数値回答として算出します。

#### 使用例 1人が1ヶ月間で何店舗のコンビニエンスストアを利用しているのを知りたい。

元アイテムQ1のMAの反応数（何個チェックが入ったか）を数え、任意の5カテゴリの新アイテム「NQ1」（SA）に分類します。

元アイテム				加工アイテム			
Q1	あなたが、最近1ヶ月間に利用したことがあるコンビニエンスストアを全てお知らせください。(1K以下でも) 複数回答	N	%	NQ1	1ヶ月の利用コンビニ店舗数 単一回答	N	%
1	ロソンイレブン	899	84.4	1	1店舗	116	11.3
2	ローソン	615	59.7	2	2店舗	239	23.2
3	ファミリーマート	630	61.2	3	3店舗	268	26.0
4	am/pm	310	30.1	4	4店舗	150	14.6
5	サークルK	155	15.0	5	5~10店舗	217	21.1
6	スリーエフ	130	12.6		無回答	40	3.9
7	ミニストップ	238	23.1		全件	1030	100.0
8	サンクス	228	22.1				
9	セイノーヤマザキ	110	11.5				
10	その他	27	2.6				
11	最近1ヶ月間にコンビニエンスストアを利用していません	40	3.9				
	全件	1030	100.0				

※無回答には、ここでは「最近1ヶ月間にコンビニエンスストアは利用していない」と回答したサンプルが含まれます。

## 【新アイテム作成】

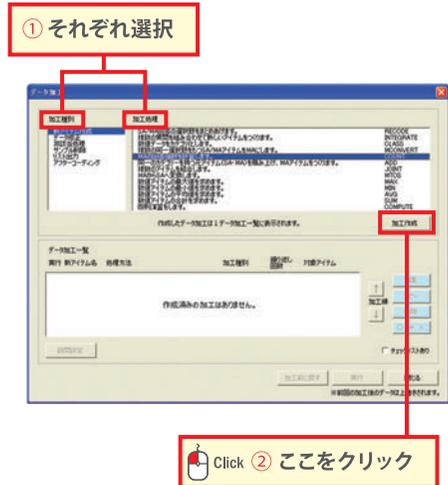
「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「新アイテム作成」

加工処理で「COUNT」を選択①、

「加工作成」をクリックします②。

1



## 【COUNTの登録】

元アイテム(ここでは「Q1」と新アイテム(ここでは「NQ1」)を設定し、登録します。

元アイテム「Q1」を選択します③。

2 加工アイテムの回答タイプを選びます。  
この例では、「SA」を選択します④。

新アイテムのタイトルとなる「質問文」を入力します⑤。

選択肢範囲を入力します⑥。

カテゴリの条件を入力します⑦。  
(最大値はQ1のカテゴリ数である「11」です。)

新アイテムの「選択肢」の名称を入力します⑧。

「名称入力」を使うと、  
選択肢名が自動で入力されます。

「登録」をクリックします⑨。

3

⑤ 新アイテムのタイトルとなる「質問文」を入力

④ 回答タイプを選択

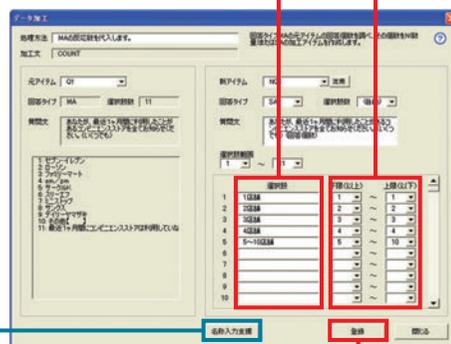


③ 元アイテムを選択

⑥ 「選択肢範囲」を入力

⑦ カテゴリの条件値を入力

⑧ 新アイテムの「選択肢」の  
名称を入力

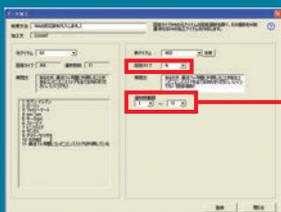


Click ⑨ ここをクリック



### キーポイント

新アイテムの回答タイプ「N」の場合



元アイテムの選択肢の  
どこからどこまでを範囲と  
するか選び、登録します。

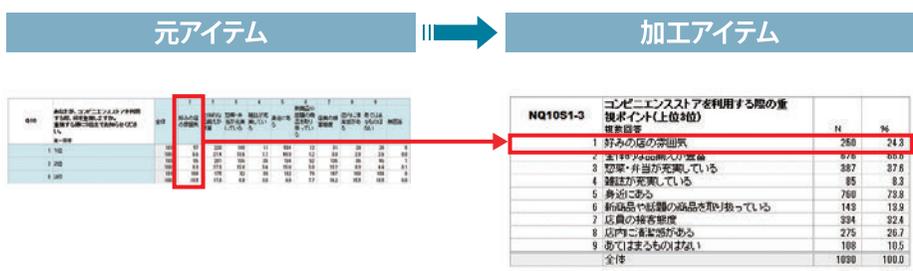
## 新アイテム作成

### SAやMAを重ねて1つのアイテムとしてまとめるには【ADD】

2つ以上のSAアイテムやMAアイテムを重ねるように足し上げて、1つのアイテム (MA) にまとめます。

#### 使用例 1~3位までの選択肢を1つのMAにまとめたい。

元アイテムの1位 (Q10S1)~3位 (Q10S3) までの表側を積み上げて、表頭をカテゴリとした新しいMAの加工アイテム (NQ10S1-3) を作成します。

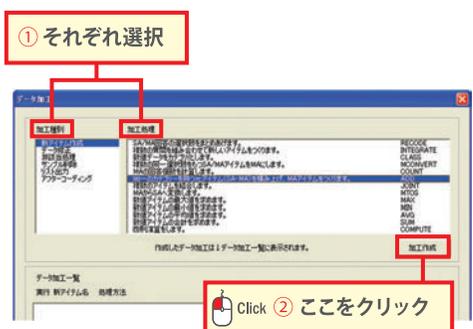


新アイテムの各重視ポイントの実数が1~3位までを足し上げた数値になりました。

### 【新アイテム作成】

「メニュー」から「データ加工」を選択  
⇒加工種別で「新アイテム作成」  
加工処理で「ADD」を選択し①、  
「加工作成」をクリックします②。

1



### 【ADDの登録】

元アイテムを選択、新アイテムの質問文・  
選択肢を設定し、登録します。

元アイテムから積み上げるアイテム  
(ここでは「Q10S1」「Q10S2」  
「Q10S3」) を選択します③。

2

新アイテムの名称を「NQ10S1-3」など、  
任意の分かりやすい名称に変更します④。  
新アイテムのタイトルとなる「質問文」を  
好みの名称に変更します⑤。  
「登録」をクリックします⑥。



## 新アイテム作成

### 時間の単位などを変更するには【COMPUTE】

数値回答やSA回答に対して四則演算を行いデータを加工します。

**使用例** テレビ視聴時間を分単位で知りたい。

**設 問**

Q2 あなたは平日(月曜～金曜)、ご自宅でのくらいテレビを視聴しますか?  
※平日(月曜～金曜)の総合計の視聴時間をお知らせください。

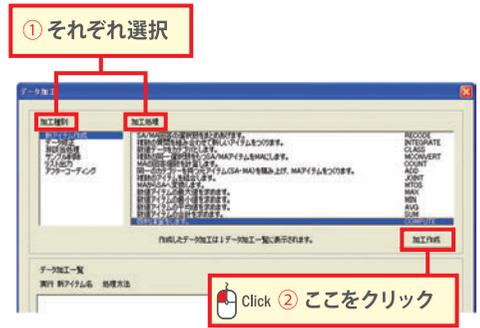
時間  分

回答：8時間12分
⇒
回答：492分

COMPUTEを使い、合計視聴時間を分単位に換算しました。

- ### 【新アイテム作成】

「メニュー」から「データ加工」を選択  
⇒加工種別で「新アイテム作成」  
加工処理で「COMPUTE」を選択し①、  
「加工作成」をクリックします②。



- ### 【COMPUTEの登録】

四則演算する設問や式を設定し、登録します。

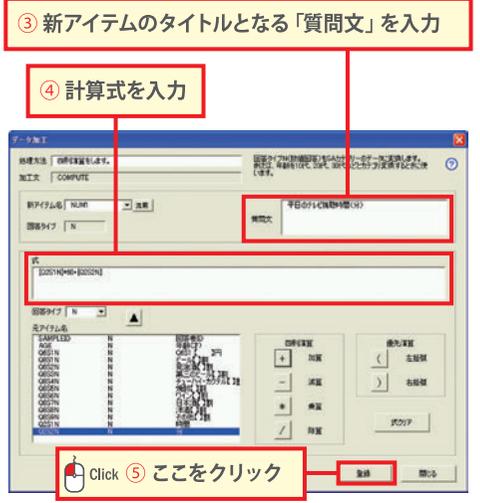
新アイテムのタイトルとなる「質問文」を入力します③。

元アイテム名を選択し、計算式を入力します④。

この質問では総合計時間を分単位に換算するための式は以下のように登録します。

式： [Q2S1N]\*60+[Q2S2N]

「登録」をクリックします⑤。



## アフターコーディング

### 自由回答をまとめるには【アフターコーディング】

自由回答をカテゴリに分けてコード化することで、定量的に捉えることができます。

また、サポート機能も充実しており、《自動取得》《選択肢の統合・入替・削除》《抽出条件の検索》を利用することにより、簡単にカテゴリ分けができます。

#### 使用例 自由回答データをコード化して集計したい。

##### 加工前のFAリストとローデータ

行番	内容	Q9S1FA
1741	サラダ	
1762	揚げ出し	
1808	揚げ出し	
1837	おにぎり	
1847	おにぎり	
1862	ステーキ弁当	
1885	ステーキ弁当	
1929	おにぎり	
1932	おにぎり	
1978	おにぎり	
1984	サンドイッチ	
1989	サンドイッチ	
1976	おにぎり	
17481	おにぎり	
17889	おにぎり	
18084	サンドイッチ	
18825	サンドイッチ	
19789	おにぎり	
19793	サンドイッチ	
20481	サンドイッチ	
19428	サンドイッチ	

##### 加工後のGT集計表とローデータ

行番	内容	N	%	ACQ9S1FA
1	おにぎり	188	0.7	1
2	サラダ	19	1.9	2
3	揚げ出し	19	1.9	4
4	揚げ出し	19	1.9	122
5	ステーキ弁当	8	0.8	76
6	ステーキ弁当	8	0.8	4
7	おにぎり	7	0.7	1
8	サンドイッチ	7	0.7	100
9	おにぎり	6	0.6	9
10	サンドイッチ	6	0.6	10
11	ステーキ弁当	5	0.5	1
12	ステーキ弁当	5	0.5	1
13	ステーキ弁当	4	0.4	1
14	ステーキ弁当	4	0.4	1
15	サンドイッチ	4	0.4	43
16	サンドイッチ	3	0.3	9
17	サンドイッチ	3	0.3	39
18	サンドイッチ	3	0.3	23
19	揚げ出し	1	0.1	

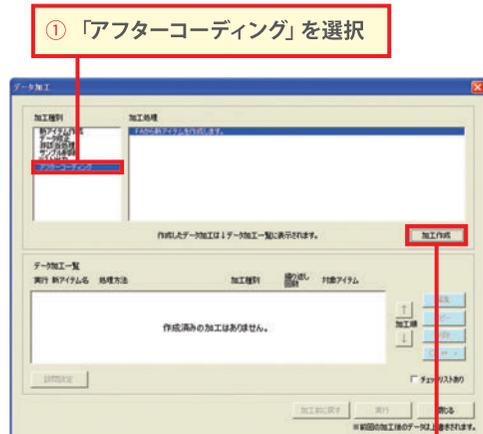
Q9S1FAデータがコード化されてACQ9S1FAが作成されます。  
(例:「おにぎり」⇒「1」、「おにぎり類」⇒「23」)

ここでは、検索設定 (P37 ⑤) を「部分一致」にしたので、おにぎりを含む回答がGT集計表の「おにぎり」としてまとめられました。

1

### 【アフターコーディング】

- 「メニュー」から「データ加工」を選択し、
- ⇒「アフターコーディング」を選択し①、
- 「加工作成」をクリックします②。



## 【アフターコーディングの登録】

元アイテムを選択、条件を設定し、登録します。

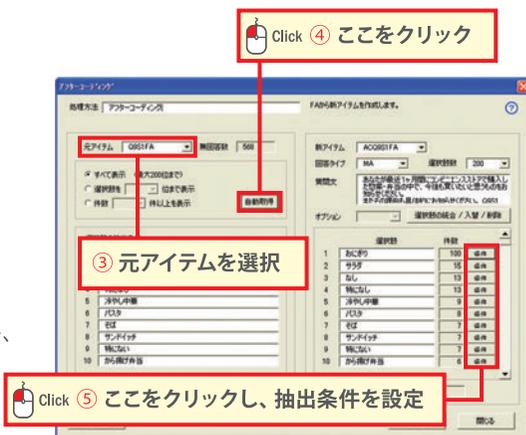
元アイテム(ここでは「Q9S1FA」)を選択します③。

「自動取得」をクリックし、「選択肢名」、「選択肢の抽出条件」を自動で設定します④。

「抽出条件の検索」を用いて、条件を設定し、ワードを検索し登録します⑤。

②で自動設定した「選択肢の抽出条件」の修正やチェックを行います。

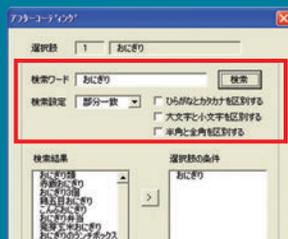
2



### キーポイント

#### 抽出条件の検索

検索ワードを指定し、自動で条件値として登録するFAを抽出することができます。検索設定を変更することにより、「部分一致」「完全一致」の指定ができます。



「選択肢の統合・入替・削除」をクリックすると、選択肢を統合して1つにまとめることができます。

また、選択肢の入替えや削除、優先順位の設定も行えます⑥。

「登録」をクリックします⑦。

3

Click 6 ここをクリックし、優先順位などを設定

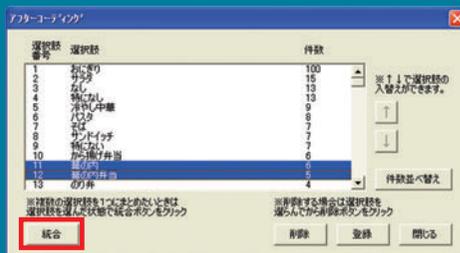


### キーポイント

#### 選択肢の統合・入替・削除

内容が同じ(または似ている)ものを統合して1つにすることができます。

また、選択肢の順番の入替えや削除もここでできます。



## データ修正

### データの修正 (修正値のつけ加え・除外) を行うには【データ修正】

**使用例** Q4の回答を、Q1につけ加えます (修正値のつけ加え)。

1ヶ月間に最も利用したコンビニエンスストア (Q4) は、  
利用したことのあるコンビニエンスストア (Q1) でもある、とみなして修正します。

修正前	修正後
<p>Q1 あなたが、最近1ヶ月間に利用したことのあるコンビニエンスストアを全てお知らせください。(複数可)</p> <p><input type="checkbox"/> セブン-イレブン <input type="checkbox"/> ローソン <input type="checkbox"/> ファミリーマート <input checked="" type="checkbox"/> am/pm <input type="checkbox"/> サークルK <input type="checkbox"/> スリーエフ <input type="checkbox"/> ニューストップ <input type="checkbox"/> サンクス <input type="checkbox"/> テイラーヤマザキ <input type="checkbox"/> その他</p> <p><input type="checkbox"/> 11. 最近1ヶ月間コンビニエンスストアが利用していない</p>	<p>Q1 あなたが、最近1ヶ月間に利用したことのあるコンビニエンスストアを全てお知らせください。(複数可)</p> <p><input type="checkbox"/> セブン-イレブン <input type="checkbox"/> ローソン <input type="checkbox"/> ファミリーマート <input checked="" type="checkbox"/> am/pm <input type="checkbox"/> サークルK <input type="checkbox"/> スリーエフ <input type="checkbox"/> ニューストップ <input type="checkbox"/> サンクス <input type="checkbox"/> テイラーヤマザキ <input type="checkbox"/> その他</p> <p><input type="checkbox"/> 11. 最近1ヶ月間コンビニエンスストアが利用していない</p>
<p>Q4 あなたが最近1ヶ月間に、最も利用しているコンビニエンスストアをお知らせください。</p> <p><input type="radio"/> 1. セブン-イレブン <input type="radio"/> 2. ローソン <input type="radio"/> 3. ファミリーマート <input checked="" type="radio"/> 4. am/pm <input type="radio"/> 5. サークルK <input type="radio"/> 6. スリーエフ <input type="radio"/> 7. ニューストップ <input type="radio"/> 8. サンクス <input type="radio"/> 9. テイラーヤマザキ <input type="radio"/> 10. その他</p>	<p>Q4 あなたが最近1ヶ月間に、最も利用しているコンビニエンスストアをお知らせください。</p> <p><input type="radio"/> 1. セブン-イレブン <input type="radio"/> 2. ローソン <input checked="" type="radio"/> 3. ファミリーマート <input checked="" type="radio"/> 4. am/pm <input type="radio"/> 5. サークルK <input type="radio"/> 6. スリーエフ <input type="radio"/> 7. ニューストップ <input type="radio"/> 8. サンクス <input type="radio"/> 9. テイラーヤマザキ <input type="radio"/> 10. その他</p>

前後の回答が  
矛盾している

### 【データ修正】

「メニュー」から「データ加工」を選択

- ⇒加工種別で「データ修正」を選択し①、「加工作成」をクリックします②。



### 【データ修正の登録】

データ修正の条件を設定し、登録します。

修正したいアイテムを選択します③。

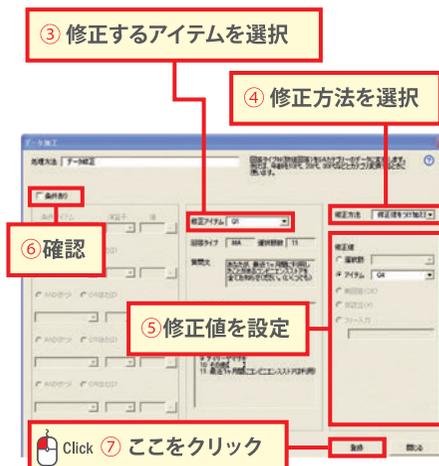
修正方法

「修正値をつけ加える」または  
「修正値を除外する」を選択します④。

修正値を設定します⑤。

「条件あり」にチェックし、条件を設定した場合、条件に該当するサンプルのみ修正アイテムが修正されます⑥。

「登録」をクリックします⑦。



## データ修正

### データの修正(修正値の代入)を行うには【データ修正】

矛盾回答数値を適当と思われるアイテム数値に修正します。

**使用例** 「未婚」で「専業主婦」と回答している数値を、「既婚」に修正します(修正値の代入)。

「未婚」で「専業主婦」と回答している数値を、「既婚」に修正します。

		修正前											修正後												
		専業主婦	公務員	経営者	会社員	会社員(パート・アルバイト)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦	パート・アルバイト	学生	その他	専業主婦	公務員	経営者	会社員	会社員(パート・アルバイト)	会社員(その他)	自営業	自由業	専業主婦	パート・アルバイト	学生	その他
全体	1000	26	13	104	121	82	88	24	171	181	210	84	18	101	210	84	18	101	210	84	18	101	210	84	
未婚	1000	24	12	105	117	83	85	25	170	180	202	82	17	100	202	82	17	100	202	82	17	100	202	82	
既婚	1000	2	1	1	4	1	3	1	1	1	8	2	1	1	8	2	1	1	1	1	1	8	2	1	

未婚者が既婚者に修正されました。

### 【データ修正】

「メニュー」から「データ加工」を選択

① ⇒加工種別で「データ修正」を選択し①、

「加工作成」をクリックします②。

① 「データ修正」を選択



### 【データ修正の登録】

データ修正の条件を設定し、登録します。

「条件あり」にチェックし、「データ修正を行う対象の条件」を設定します③。

② 修正したいアイテムを選択します④。

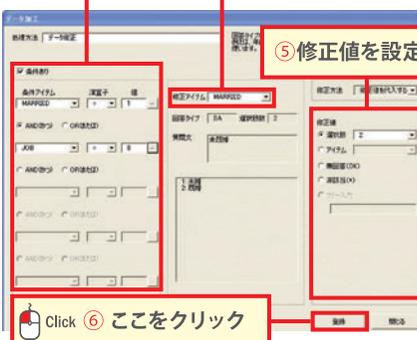
修正値を設定します⑤。

「登録」をクリックします⑥。

③ 「条件あり」にチェックし、条件を設定します

④ 修正するアイテムを選択

⑤ 修正値を設定



## 非該当処理

### 設問の回答者を限定するには【非該当処理】

**使用例** Q7の「最近1ヶ月間にコンビニエンスストアで購入したもの」についての質問の集計ベースをQ4=1と回答した人に限定したい。

全員回答しているQ7の「最近1ヶ月間にコンビニエンスストアで購入したもの」についての質問の集計ベースを「最近1ヶ月間にセブンイレブンを最も利用した回答者」（Q4=1）に限定します。

修正前

Q4	あなたが無最近1ヶ月間に、最も利用しているコンビニエンスストアをお知らせください。	N	%
1	セブンイレブン	433	47.9
2	ローソン	149	16.1
3	ファミリーマート	102	11.4
4	ミニストップ	59	6.6
5	サークルK	17	1.7
6	スターバックス	26	2.8
7	ミニストップ	26	2.8
8	サンクス	32	3.2
9	デパート/ヤマダ電	16	1.6
10	その他	6	0.6
	合計	900	100.0

⇒

修正後

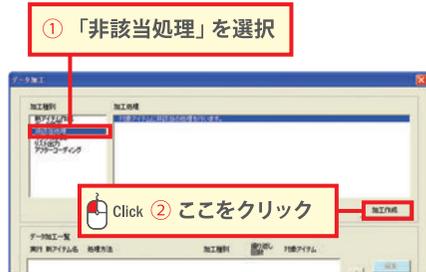
Q7	あなたが最近1ヶ月間に、コンビニエンスストアで購入(利用)されたものを教えてください(複数回答可)	N	%
1	惣菜	127	27.1
2	弁当	201	48.4
3	パン類	305	68.2
4	インスタント食品	87	18.8
5	お菓子	260	57.5
6	パン類	362	77.4
7	アルコール飲料	89	19.0
8	ドリンク	99	19.9
9	パン類	51	10.9
10	惣菜	14	3.0
11	サプリメント	10	2.1
12	惣菜	38	8.1
13	惣菜	176	26.9
14	日用雑貨	40	8.5
15	化粧品	9	1.9
16	文具具	40	8.5
17	ソフト(DVD、ゲームソフトなど)	2	0.4
18	惣菜	206	56.4
19	惣菜	144	38.0
20	惣菜	79	16.7
21	ネットFAX	99	19.0
22	写真プリントサービス	9	1.9
23	チケットサービス(コンサート、航空券など)	14	2.9
24	その他	3	0.6
	合計	448	100.0

Q7の集計ベースが「最近1ヶ月間にセブンイレブンを最も利用した回答者」（Q4=1）に限定されました。

### 【非該当処理】

「メニュー」から「データ加工」を選択

- ① ⇒加工種別で「非該当処理」を選択し①、「加工作成」をクリックします②。



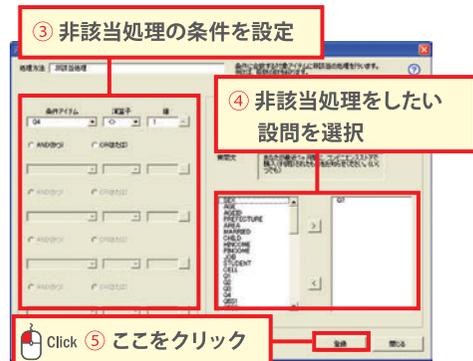
### 【非該当処理の登録】

非該当処理の条件を設定し、登録します。

- ② 非該当にしたい条件アイテム（ここでは「Q4」）を選択し、演算子「<>」、値「1」を設定します③。

非該当処理をしたいアイテム（ここでは「Q7」）を選択します④。

「登録」をクリックします⑤。



## サンプル削除

### 集計したくないサンプルを削除するには【サンプル削除】

**使用例** 「未婚」で、「子供あり」という回答者は調査対象外として、削除したい。

「未婚」(MARRIED=1)かつ、「子供あり」(CHILD=2)というサンプルは削除します。

		子供の有無		
		全体	子供なし	子供あり
未婚	全体	103	49	54
	割合	100.0	47.6	52.4
	人数	42	29	3
既婚	全体	100.0	92.9	7.1
	割合	61	10	51
	人数	100.0	16.4	83.6

		子供の有無		
		全体	子供なし	子供あり
未婚	全体	100	49	51
	割合	100.0	49.0	51.0
	人数	39	39	0
既婚	全体	100.0	100.0	0.0
	割合	61	10	51
	人数	100.0	16.4	83.6

「未婚」(MARRIED=1)かつ、「子供あり」(CHILD=2)というサンプルは3サンプル含まれていましたが、この3サンプルを削除したことにより集計対象者数が100サンプルになりました。

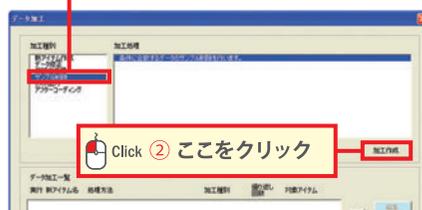
### 【サンプル削除】

「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「サンプル削除」を選択し①、

① 「加工作成」をクリックします②。

① 「サンプル削除」を選択



### 【サンプル削除の登録】

サンプル削除したい条件を設定し、登録します。

サンプル削除の条件である「未婚」、かつ「子供あり」の条件を設定します③。  
(「MARRIED=1」AND「CHILD=2」)

② 「登録」をクリックします④。

③ 「サンプル削除」の条件を設定



## サンプル削除

複数のサンプルIDを指定してサンプルを削除するには【サンプル削除】

**使用例** サンプルID (38件) をまとめて削除したい。

		修正前			修正後		
		子供の人数			子供の人数		
		全体	子供なし	子供あり	全体	子供なし	子供あり
未読済	未読	1030	628	404	992	609	383
未読済	既読	100.0	61.9	39.2	100.0	61.4	38.6
未読済	未読	5.00	5.05	2.2	5.11	4.97	2.2
未読済	既読	100.0	95.8	4.2	100.0	95.8	4.2
未読済	未読	5.00	1.18	3.82	4.73	1.12	3.61
未読済	既読	100.0	29.8	70.4	100.0	29.7	70.3

全体サンプル件数は1030件から  
サンプルIDリストファイルの該当対  
象サンプル分の38件が削除され、  
992件になりました。

### 【サンプル削除】

削除したいサンプルIDリスト  
ファイルを準備します

※削除したいサンプルIDを入力した  
テキストファイル (\*.txt) を作成し  
てください。

1

「メニュー」から  
「データ加工」を選択

⇒加工種別で「サンプル削除」を選択し①、  
「加工作成」をクリックします②。

サンプルID  
リストファイル例



① 「サンプル削除」を選択



### 【サンプル削除の登録】

削除したいサンプルIDリストファイル  
 (\*.txt) を設定し、登録します。

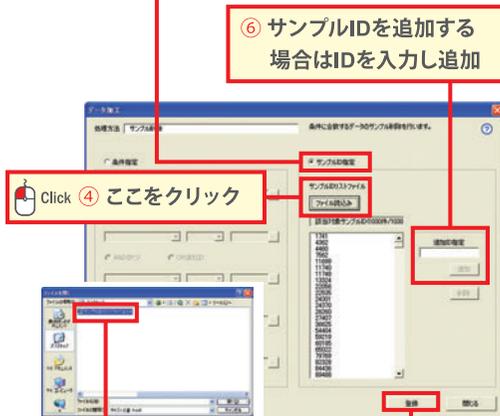
「サンプルID指定」を選択します③。  
「ファイル読み込み」をクリックします④。

2

事前に作成した「サンプルIDリストファイル  
 (\*.txt)」を選択します⑤。

サンプルIDを追加したい場合は、  
「追加ID指定」欄にIDを入力します⑥。  
「登録」をクリックします⑦。

③ 「サンプルID指定」を選択



⑤ 事前に作成した「サンプルID  
リストファイル (\*.txt)」を選択

Click ⑦ ここをクリック

## リスト出力

### 矛盾回答者が含まれているかどうかを確認するには【リスト出力】

**使用例** 「未婚」で、「子供あり」という回答者が含まれているかどうか、確認したい。



加工行	SAMPLEID	アイテム1	値1	アイテム2	値2	件数
3	30919	MARRIED	1	CHILD	2	
4	30920	MARRIED	1	CHILD	2	
5	31476	MARRIED	1	CHILD	2	
6	317419	MARRIED	1	CHILD	2	
7	317295	MARRIED	1	CHILD	2	
8	303295	MARRIED	1	CHILD	2	
9	30909	MARRIED	1	CHILD	2	

条件に該当したサンプルの回答内容が、シート「LIST」に表示されます。

加工行	アイテム名	条件1	条件2	件数	件名
3	MARRIED	=	1	AND	
4	CHILD	=	2	AND	

条件に該当したサンプル数(件数)が、シート「件数」に表示されます。

### 【リスト出力】

「メニュー」から「データ加工」を選択

⇒加工種別で「リスト出力」を選択し①、

「加工作成」をクリックします②。

1

① 「リスト出力」を選択



### 【リスト出力の登録】

リスト出力したい条件を設定し、登録します。

リスト出力の条件を設定します③。

リストに含めたいアイテムを選択します④。

「登録」をクリックします⑤。

2

③ リスト出力の条件を設定



④ リストに含むアイテムを選択

Click ⑤ ここをクリック



## ウェイトバック集計を行うには

Quick-CROSS3PLUSならウェイトバック値も自動で算出。  
ウェイトバック集計が簡単な操作で行えます。

## ウエイトバック集計を行うには

ウエイトバック集計とは、回収された標本を母集団の構成にあわせて集計する方法です。国勢調査など既知の正確なデータの母集団と、それを構成するサンプル数からウエイトバック値を算出し、調査集計結果にそのウエイトバック値を掛けることで、結果を母集団の数値に補正します。

### ウエイトバック値の算出例

**母集団の年齢構成割合を算出**

	20-24歳	25-29歳	30-34歳	合計
(A) 母集団	7,328,897	8,254,158	9,785,323	127,055,025
(B) 母集団比率(%)	8.04%	9.05%	10.73%	100%

**調査結果の年齢構成割合を算出**

	76	130	105	1030
(C) 回収数	76	130	105	1030
(D) 回収率(%)	7.38%	12.62%	10.19%	100%

**年齢のウエイトバック値を算出**

(E) ウエイトバック値	1.08994	0.71764	1.05333	
--------------	---------	---------	---------	--

(E) = (B) / (D)



### 【ウエイトバック値の算出・登録】

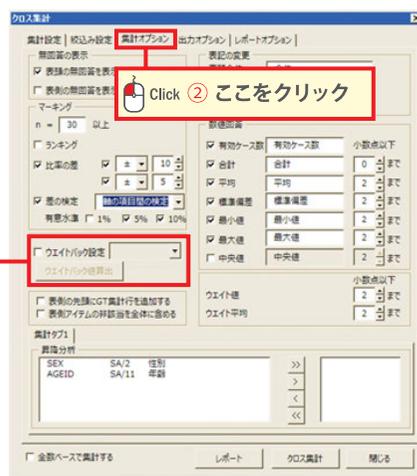
「メニュー」から「GT表作成」または「クロス表・レポート作成」を選択します①。

「出カオプション」タブ (GT表作成) または「集計オプション」タブ (クロス表・レポート作成) を選択します②。

「ウエイトバック設定」にチェックを入れ、「ウエイトバック値算出」をクリックします③。

1

### 【クロス表・レポート作成】の場合



③ 「ウエイトバック設定」にチェック  
「ウエイトバック値算出」をクリック







## 因子分析を行うには

### 【因子分析とは】

観測された複数のデータから、その背後に潜む共通因子を探り出す分析手法です。

直接観測することができない共通因子と観測されたアイテムとの関係性の強さを把握したり、数多くの観測データをいくつかの因子に集約することで、サンプルの特徴を理解しやすくなります。

※因子はあくまでも潜在的な、実際に観測することは不可能なデータのため、機械的に正解が求まるものではなく、分析者が主観的に解釈・判断することが必要とされます。

調査の実施	50
因子分析	52
アウトプットとFAQ	54

## 調査の実施

心理的特性を問う設問項目を用意し、マクロミルで調査を行います。

### 【設問の形式】

設問はSAマトリクス形式で作成します(5段階スケールが通常ですが、増減は可能です)。MA形式だとQuick-CROSS3PLUSで因子分析は行えないので注意してください! また、因子用の設問は回答負荷を考えて最終設問にすることが一般的です。

#### <SAマトリクス形式>

Q8 以下の項目で、あなたご自身にあてはまるものをそれぞれお選びください。  
【必須入力】

	1 あてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あまりあてはまらない	5 全くあてはまらない
1. ある程度高くても良質のモノを購入するようしている	<input type="radio"/>				
2. いつも決まったモノを購入することが多い	<input type="radio"/>				
3. 買い物するときは、常に予算や家計を考慮している	<input type="radio"/>				
4. 買ってから、後悔したり失敗したと感じることがよくある	<input type="radio"/>				
5. 買うときに機能や表示内容などをチェックする	<input type="radio"/>				
6. すぐに使える現金や預貯金がないときに、急ぎの買い物をすることがよくある	<input type="radio"/>				
7. できるだけ長く使えるものを買う	<input type="radio"/>				
8. とにかく価格の安いモノを選ぶようしている	<input type="radio"/>				
9. 話題のモノや新製品は、すぐに試してみることが多い	<input type="radio"/>				

#### <形式>

Q5 以下の項目のうち、ご自身にあてはまるものをいくつかもお選びください。【必須入力】

- 1. ある程度高くても良質のモノを購入するようしている
- 2. いつも決まったモノを購入することが多い
- 3. 買い物するときは、常に予算や家計を考慮している
- 4. 買ってから、後悔したり失敗したと感じることがよくある
- 5. 買うときに機能や表示内容などをチェックする
- 6. すぐに使える現金や預貯金がないときに、急ぎの買い物をすることがよくある
- 7. できるだけ長く使えるものを買う
- 8. とにかく価格の安いモノを選ぶようしている
- 9. 話題のモノや新製品は、すぐに試してみることが多い
- 10. 安全性に配慮して商品を選ぶ
- 11. 価格が品質に見合っているかどうかをよく検討してから買う

1

調査の実施  
【データを作る】

2

因子分析  
【軸を決める】

## 【質問項目】

生活価値観や買物意識、情報感度などの項目を調査の目的によって使い分けます。  
 どういった軸でサンプルをグルーピングしたいかが重要です。

項目数は12~40くらいが一般的です。

⇒項目が多くなると因子数が多くなり、うまくクラスタ分けできない原因になります！

因子分析で得られる因子はある程度想定して項目を作ると、上手くクラスタ分けできます。

⇒1つの因子(例えば「エコ志向」)につき4~5項目用意します。

### 生活価値観の項目例

- 自分の成長を実感できることが大切
- 達成感や充実感を実感できることが大切
- マイペースで無理がないことが大切
- その時その時を楽しく過ごせることが大切
- 健康で元気であることが大切
- 新しいものや刺激に触れられることが大切
- 社会的な地位を得ることが大切
- 資産や貯蓄を増やすことが大切

### 買物意識の項目例

- 情報は人より早く知っていることが多い
- 雑誌で特集された新商品に注目している
- 話題のお店やスポットに必ず足を運ぶ
- 新しい商品・サービスはすぐ試してみる方だ
- 見聞きしたことを話題にすることが多い
- いいと思ったものは人にすすめたい
- 試しに買った商品の感想は人に言いたくなる
- 誘われるより誘うことのほうが多い

# 因子分析

調査で取得したデータを使用しQuick-CROSS3PLUSで因子分析を行います。

回答の背景にある軸を選定する作業なので、因子数を変えて何度か集約させることで、最適な因子を見つけ出します。

1

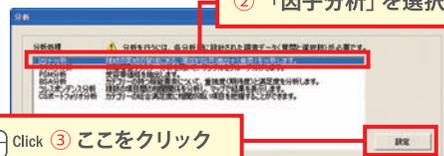
① メニューから「多変量解析」を選択



## 【因子分析の設定】

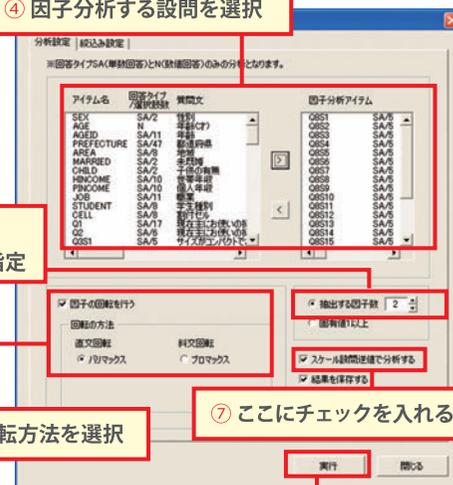
分析の処理で「因子分析」を選択し②、「設定」をクリックします③。

② 「因子分析」を選択



④ 因子分析する設問を選択

アイテム一覧より因子分析用の設問を選択し、> で右の枠に移動させます④。



2

回転の方法を選択します⑤。

因子数を指定します⑥。

[ 任意の因子数を指定する場合 ]  
⇒ 「抽出する因子数」に数値を指定

[ 固有値1以上となる因子を抽出する場合 ]  
⇒ 「固有値1以上」を選択

「スケール設問逆値で分析する」に  
チェックを入れます⑦。

「実行」をクリックします⑧。

因子分析の実行後、「分析結果」と「サンプルごとの因子得点」がExcel形式で出力されます。

## 【因子決定の基準】

一般的には、

「固有値（回転前）1以上」

「累積寄与率が80%以上」

「スクリープロットが落ち込む手前」

のいずれかで判断すると言われていますが、

実際は、

「分析しやすい形（仮説に近い形）になった因子数」になることが多いです。

各因子の特徴は右図の ⑤因子負荷量で推測でき、分析した各項目との相関が表示されているので、相関が高い項目をもとにその軸の因子特徴を読み取れます。

※相関が高いとされる $\pm 0.4$ 以上にはセルが色付けされています。

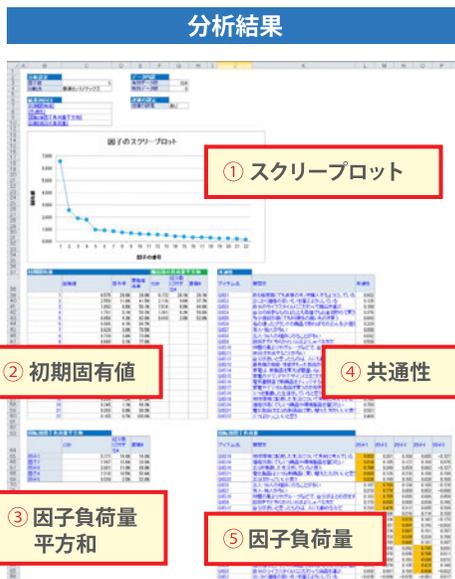
右図のアウトプットは「抽出する因子数」に「5」を指定して分析した結果ですが、⑤因子負荷量の因子5（一番右列）を見ると相関の高い設問が1つもありません。

この因子はどういった因子なのか読み取りにくく、また ①スクリープロットでも1~5因子の手前までは数値が落ち込んでいるのに対し、5因子以降はなだらかになっているのを見ると因子の集約は、4因子が適切ではないかと仮定できます。



因子数を4と指定して再度因子分析を行います。

※3因子などでも試し最適な因子を利用します。



## サンプルごとの因子得点

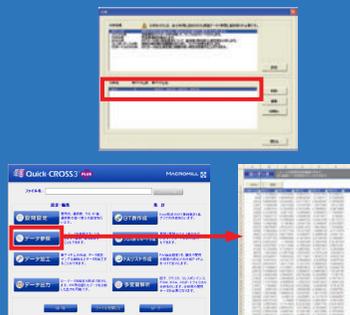
サンプルID	因子1	因子2	因子3	因子4	因子5
1	0.21	0.15	0.12	0.10	0.08
2	0.25	0.18	0.14	0.11	0.09
3	0.28	0.20	0.16	0.13	0.10
4	0.30	0.22	0.18	0.15	0.12
5	0.32	0.24	0.20	0.17	0.14
6	0.34	0.26	0.22	0.19	0.16
7	0.36	0.28	0.24	0.21	0.18
8	0.38	0.30	0.26	0.23	0.20
9	0.40	0.32	0.28	0.25	0.22
10	0.42	0.34	0.30	0.27	0.24
11	0.44	0.36	0.32	0.29	0.26
12	0.46	0.38	0.34	0.31	0.28
13	0.48	0.40	0.36	0.33	0.30
14	0.50	0.42	0.38	0.35	0.32
15	0.52	0.44	0.40	0.37	0.34
16	0.54	0.46	0.42	0.39	0.36
17	0.56	0.48	0.44	0.41	0.38
18	0.58	0.50	0.46	0.43	0.40
19	0.60	0.52	0.48	0.45	0.42
20	0.62	0.54	0.50	0.47	0.44
21	0.64	0.56	0.52	0.49	0.46
22	0.66	0.58	0.54	0.51	0.48
23	0.68	0.60	0.56	0.53	0.50
24	0.70	0.62	0.58	0.55	0.52
25	0.72	0.64	0.60	0.57	0.54
26	0.74	0.66	0.62	0.59	0.56
27	0.76	0.68	0.64	0.61	0.58
28	0.78	0.70	0.66	0.63	0.60
29	0.80	0.72	0.68	0.65	0.62
30	0.82	0.74	0.70	0.67	0.64
31	0.84	0.76	0.72	0.69	0.66

## アウトプットについての補足

※この①②のデータを使用してクラスタ分析を行います。

①分析画面に作成した因子のアイテム名が表示されます。

②サンプルごとの因子得点はデータ参照から見るができます。



# アウトプットとFAQ

Quick-CROSS3PLUSの因子分析では、因子の回転方法として、直交回転(バリマックス)と斜交回転(プロマックス)の2種類をサポートしています。

共に因子の意味を解釈しやすくするための手法ですが、直交回転は因子間の相関がないものと仮定した回転で、斜交回転は因子間の相関があるものと仮定した回転です。

一概にどちらのほうが良いとは言い切れませんので、分析結果をみて、より解釈のしやすいほうを選ぶことをお奨めします。

## 【直交回転(バリマックス)のアウトプット】

The screenshot displays the following components:

- ① スクリープロット**: A line graph showing the eigenvalues of 22 factors. The y-axis is labeled '固有値' (Eigenvalue) and ranges from 0.000 to 7.000. The x-axis is labeled '因子の順位' (Factor rank) and ranges from 1 to 22. The curve starts at approximately 6.5 for factor 1 and drops sharply to near zero by factor 10.
- ② 初期固有値**: A table showing the initial eigenvalues for each factor. The columns include '固有値' (Eigenvalue), '累積率' (Cumulative rate), '累積率(%)' (Cumulative rate (%)), '合計' (Total), '因子数' (Number of factors), and '累積率' (Cumulative rate).
- ③ 共通性**: A table showing communalities for each factor. The columns include '固有値' (Eigenvalue), '累積率' (Cumulative rate), '累積率(%)' (Cumulative rate (%)), '合計' (Total), '因子数' (Number of factors), and '累積率' (Cumulative rate).
- ⑤ 回転後因子負荷量**: A table showing the rotated factor loadings for each factor. The columns include '因子名' (Factor name), '共通性' (Communality), and four columns for '因子1' through '因子4' (Factor 1 to Factor 4).

## 【FAQ】

- Q 因子分析方法は何を使用していますか?**
- A** 主因子法を使用しています。
  
- Q 「スケール設問逆値で分析する」とは何ですか? (P52 ※⑦)**
- A** ローデータに入っている選択肢番号をポジとネガで逆にする機能です。スケール設問で調査を行うと、ローデータに入る数値(=選択肢)が、ポジティブな回答の方が小さくなり、ネガティブな回答の方が大きくなる事が多く、そのまま分析すると、結果が解釈しにくくなるため、こちらの機能を推奨しています。
  
- Q 因子負荷量のセルが黄色く色づけされていますが、そのルールは何ですか?**
- A** 相関が強いとされる±0.4以上のセルに黄色い色付けをしています。

①スクリープロット

各因子の、②初期固有値の大きさをグラフ化したもので、因子数を決定するときの参考とするものです。

②初期固有値

固有値は各因子が持つ固有因子の値で、これが大きいほど因子自体の説明力が大きくなります。回転後は差が小さくなってしまいますので、回転前で判断します。全因子の固有値の構成比を寄与率と呼び、その累積は説明力の累積といえます。

③共通性

因子負荷量の二乗値を設問毎に全因子分足し上げた値であり、この値が大きいほどその項目は因子の影響を強く受けているということになります。

④回転後因子負荷量平方和

因子抽出後の固有値のことです。累積寄与率80%が因子決定の1つの基準といわれていますが、実務レベルでは40%前後となります。

⑤因子負荷量

各設問が各因子から受ける影響力の程度を表す係数で、各設問と因子の間の相関の程度を表します。

⑥因子相関

因子間の相関係数を出力したものです。斜交回転のみ出力されます。

【斜交回転(プロマックス)のアウトプット】

① スクリープロット

② 初期固有値

③ 共通性

④ 回転後因子負荷量平方和

⑤ 回転後因子負荷量 (パターン行列)

⑥ 因子相関



## クラスタ分析を行うには

### 【クラスタ分析とは】

観測されたデータの特徴から、サンプルをいくつかのグループ（クラスタ）に分類する分析手法です。

外的にグループを識別するアイテムがなくても、価値観や嗜好ライフスタイルなど心理的特性からサンプルを共通の特徴を持つグループに分類することができます。

クラスタ分析	58
クロス集計	60
アウトプットとFAQ	61

# クラスタ分析

複数の質問項目の回答結果や、因子分析で出力された因子得点を使用して Quick-CROSS3PLUSでクラスタ分析を行います。

クラスタ数を変えて何パターンか出力し、最適なクラスタを選択します。

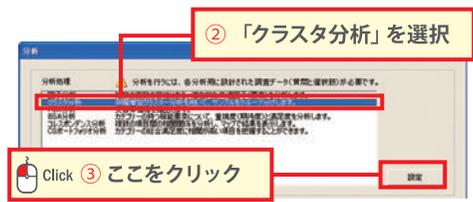
1

① メニューから「多変量解析」を選択



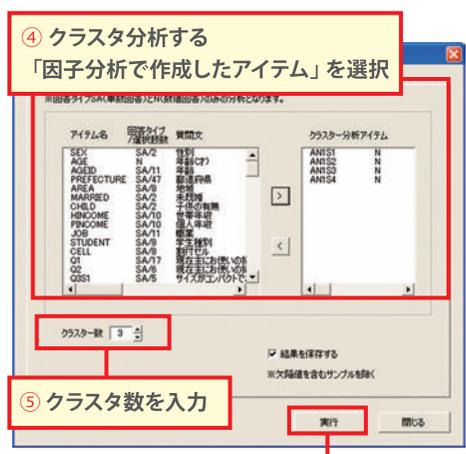
## 【クラスタ分析の設定】

分析の処理で「クラスタ分析」を選択し②、「設定」をクリックします③。



2

アイテム一覧よりクラスタ分析に用いるアイテムを選択し、> で右の枠に移動させます④。



クラスタ数を入力します⑤。  
※クラスタ数は因子数と同じか前後の数あたりに収まることが多いです。

「実行」をクリックします⑥。

クラスタ分析の実行後、「分析結果」と「サンプルごとの所属クラスタ」がExcel形式で出力されます。

## 【クラスタ決定の基準】

「各クラスタの特徴がよく現れている」  
「各クラスタのケース数が極端に偏っていない」  
「仮説に近い(説明できる)」の  
全てを満たすものに決定することが多いです。  
(少なくとも上2つは必須)

クラスタの特徴は②**クラスタ重心**で推測でき、そのクラスタに属するサンプルの因子得点の重心が表示されているので、その値を目安に特徴を読み取れます。

①**クラスタのケース数**は、極端に差があるものは不適切です。

右上図では、因子特性が上から《衝動買い志向》  
《品質重視志向》《自分らしさこだわり商品志向》  
《買物消極志向》の4軸でクラスタ分析を行っています。

クラスタ1は《衝動買い》が高く《品質重視》が低い『買物発散型』、  
クラスタ2は《品質重視》《こだわり》が高く《衝動買い》が低い  
『良いもの検討型』、クラスタ3は《衝動買い》《品質重視》が高く  
《こだわり》《買物消極》が低い『買物積極型』、などと読み取ることが  
できます。

※正解はありませんが、「品質最重視」だが「安ければなんでも良い」など説明  
できないクラスタは不適切と言えます。

※因子の数の前後くらいのクラスタ数になることが多いですが、いくつか出して  
最適なクラスタを使用することが多いです。

**分析結果**

① **各クラスタのケース数**

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								
11								
12								
13								
14								
15								
16								
17								

② **クラスタ重心**

## サンプルごとの所属クラスタ

	A	B	C
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			
16			
17			
18			
19			
20			
21			

## アウトプットについての補足

※この①②のデータを使用してクロス集計を行います。

① 分析画面に作成したクラスタのアイテム名が表示されます。



② サンプルごとのクラスタはデータ参照から  
見ることができます。



# クロス集計

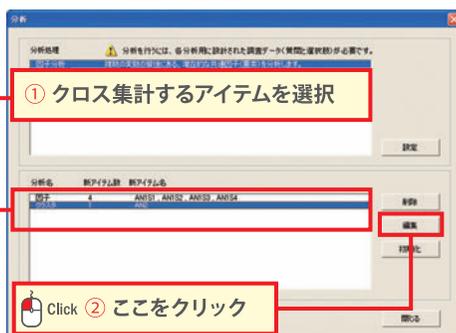
クラスタ分析で作成したクラスタに名前をつけ、Quick-CROSS3PLUSでクロス集計を行います。

## 【クラスタ名称の登録】

「メニュー」から「多変量解析」を選択  
⇒使用するクラスタアイテム名を選択し①、「編集」をクリックします②。

1

「設問設定」画面が表示されるので、  
選択肢にクラスタの名前を入力③し、  
「登録」をクリックします④。



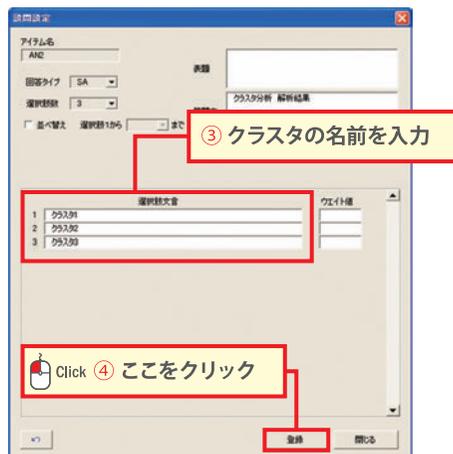
## 【クロス集計の設定】

クラスタ分析後のアイテムを選択します⑤。  
⇒表側2アイテム左隣の > をクリック  
します⑥。

クロス集計したい質問項目のアイテムを  
選択します⑦。

⇒表頭アイテム左隣の > をクリック  
します⑧。

「クロス集計」または「レポート」をクリック  
すると⑨、クロス集計表・レポートが出力  
されます。



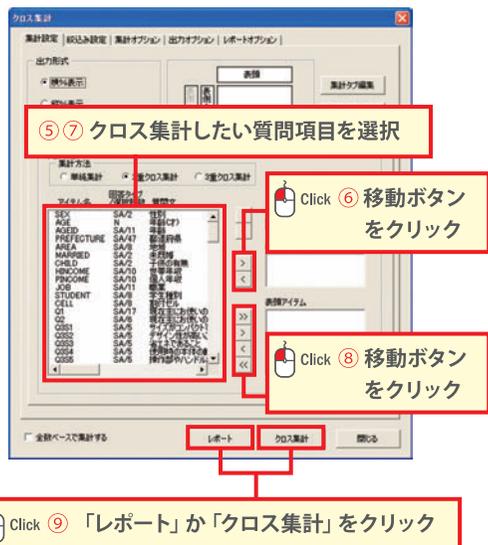
2

### クロス集計表

Q2 あなたが現在住んでいる地域の特色は、下記のどのタイプですか？

	全体	男性	女性	10代	20代	30代	40代	50代	60代	70代
クラス	240	45.0	51.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
性別	450	45.0	53.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
年齢	276	39.0	53.0	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

### レポート

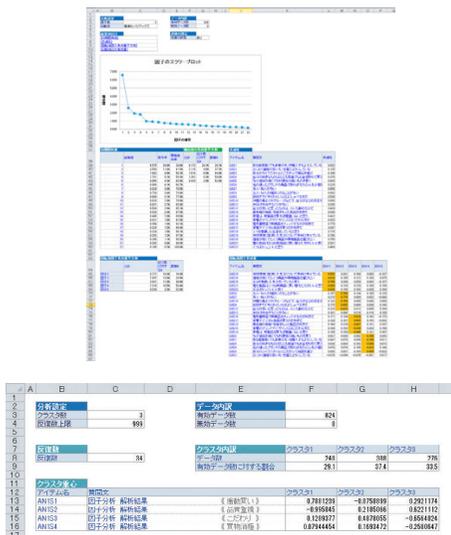


# アウトプットとFAQ

## 因子・クラスタ分析結果

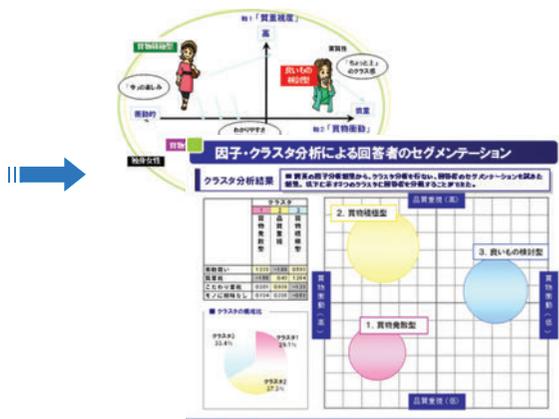
因子分析やクラスタ分析の結果もプロットやグラフで表現するとよりわかりやすいレポートに。

### 【アウトプット】



### 【活用例】

※下図はQuick-CROSS3PLUSから自動出力されるものではありません。  
※軸は第1第2因子で表現



## クロス集計表

クロス表から各クラスの特徴や傾向を読み取り、プロフィールを作成することができます。

### 【アウトプット】

属性	全体	男性	女性
クロス 買物頻型	824	39.8	66.2
性別 広葉葉類	249	45.6	51.0
性別 買物頻型	276	39.2	63.0

属性	全体	200万未満	200~400万未満	400~600万未満	600~800万未満	800~1000万未満	1000万円以上
クロス 買物頻型	824	4.7	17.2	22.3	38.3	11.7	19.0
性別 広葉葉類	249	1.4	22.8	27.5	33.3	8.3	8.3
性別 買物頻型	276	2.2	15.6	17.9	19.5	12.3	14.9

属性	全体	20代男性	30代男性	40代男性	50~60代男性	20代女性	30代女性	40代女性	50~60代女性
クロス 買物頻型	824	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5	12.5
性別 広葉葉類	249	12.3	7.5	11.7	10.4	17.6	10.4	7.4	10.7
性別 買物頻型	276	10.7	12.9	15.3	11.7	11.7	11.7	14.0	12.7

### 【活用例】

※下図はQuick-CROSS3PLUSから自動出力されるものではありません。



## 【アウトプット】

	A	B	C	D	E	F	G	H
1								
2		<b>分析設定</b>			<b>データ内訳</b>			
3		クラス数	3		有効データ数	824		
4		反復数上限	999		無効データ数	0		① 各クラスタのケース数
5								
6		<b>反復数</b>			<b>クラスタ内訳</b>			
7		反復数	34		クラスタ1	クラスタ2	クラスタ3	
8					データ数	240	308	276
9					有効データ数に対する割合	29.1	37.4	33.5
10		<b>クラスタ重心</b>						
11		アイテム名	質問文		クラスタ1	クラスタ2	クラスタ3	
12		ANIS1	因子分析 解析結果	《衝動買い》	0.7881239	-0.875889	0.0001174	
13		ANIS2	因子分析 解析結果	《品質重視》	-0.995845	0.218506		
14		ANIS3	因子分析 解析結果	《こだわり》	0.1289377	0.487805		② クラスタ重心
15		ANIS4	因子分析 解析結果	《買物消費》	0.07944454	0.1693472	-0.2680647	
16								
17								

因子分析を行ったときの因子の解釈例です。  
 ANIS1《衝動買い志向》  
 ANIS2《品質重視志向》  
 ANIS3《自分らしさこだわり商品志向》  
 ANIS4《買物消費志向》

- ①各クラスタのケース数 各クラスタに該当するサンプル数のことです。
- ②クラスタ重心 各クラスタに所属するサンプルの因子得点の重心（平均のようなもの）。相対的に見て値が大きいとその因子の特徴が強いと言えます。

## 【FAQ】

- Q クラスタ分析方法は何かを使用していますか？  
 A k-means法（非階層的的手法）を使用しています。
- Q 1サンプルだけのクラスタが存在するのですが・・・  
 A 異常解答（全部「1」等）のサンプルだと思われます。全体に影響を及ぼすので、該当サンプルを削除してからもう一度因子分析・クラスタ分析を行って下さい。

# PSM分析を行うには

## 【PSM分析とは】

Price Sensitivity Measurementの略で、消費者（調査回答者）の、商品に対する価格感（値頃感）を探るための手法です。

最適な価格を検討するうえで基準となる価格帯を抽出します。

分析の概要	64
調査の実施	65
PSM分析	66
アウトプットとFAQ	69

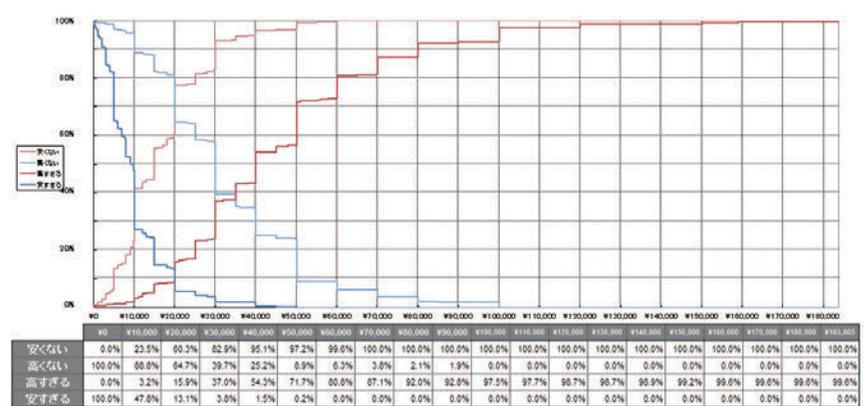
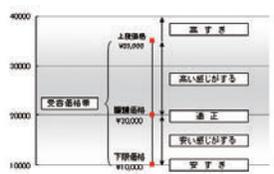
# 分析の概要

## 【PSM分析の概要】

消費者(調査回答者)の、商品に対する価格感(値頃感)を探るための手法です。価格感についての4つの質問から、「上限価格」「下限価格」「妥協価格」「理想価格」を割り出します。

### 【アウトプット】

回収数	824
有効回答数	527
シミュレーション結果	
上限価格	¥35,000.0
下限価格	¥10,000.0
理想価格	¥20,000.0
妥協価格	¥20,000.0



## 【適する商材】

PSM分析は、回答者が記載した金額をもとに分析する手法なので、回答者が価格帯をある程度イメージできる商材である必要があります。主に一般消費財や既存商品に付加価値を付けた新商品などが適しています。

**適する商材例**

- 機能系のシャンプー
- コンビニで販売する化粧品
- 新概念の使い捨てコンタクトレンズ
- 新機能付きドライヤー
- チョコレート菓子

**適しない商材例**

- 住宅 (高価すぎてイメージしにくい)
- レーザーを使った新しい手術費用 (専門的すぎて価格がイメージしにくい)
- 地震時電気遮断サービス (コンセプトが画期的すぎて価格がイメージしにくい)

## 調査の実施

PSM分析を行うための4つの質問を調査票に追加します。

### 【4つの質問】

調査票にコンセプト案や商品の写真を記載した上で、次の4つの質問をします。

- 「高い」と思う金額
- 「安い」と思う金額
- 「高すぎて買えない」金額
- 「安すぎて品質が不安」になる金額

単一回答（SA）でも分析できますが、分析前にウエイト値を設定する作業が必要となります。（単一回答・数値回答を混ぜて分析することはできません）

### 【調査票例】

単一回答（SA）の場合

**Q9** 上記のコンセプトの掃除機の価格について伺います。  
あなたがこの掃除機を購入するとしたら、いくらぐらいから下記のように感じ始めますか。

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
	3000円	5000円	8000円	10000円	12000円	15000円	18000円	20000円	25000円	30000円	35000円	40000円	50000円	100000円
1. 【高い】と感じ始める	<input type="radio"/>													
2. 【安い】と感じ始める	<input type="radio"/>													
3. 【高すぎて買えない】と感じ始める	<input type="radio"/>													
4. 【安すぎて品質が不安】と感じ始める	<input type="radio"/>													

数値回答（N）の場合

**Q7** 上記のコンセプトの掃除機の価格について伺います。  
【全て必須】

- ・あなたがこの掃除機を購入するとしたら、いくらぐらいから【高い】と感じ始めますか。  
 円(半角数字)
- ・あなたがこの掃除機を購入するとしたら、いくらぐらいから【安い】と感じ始めますか。  
 円(半角数字)
- ・あなたがこの掃除機を購入するとしたら、いくらぐらいから【高すぎて買えない】と感じ始めますか。  
 円(半角数字)
- ・あなたがこの掃除機を購入するとしたら、いくらぐらいから【安すぎて質に問題がある】と感じ始めますか。  
 円(半角数字)

# PSM分析

調査で取得したデータを使用しQuick-CROSS3PLUSでPSM分析を行います。

## 【数値回答(N)で調査した場合】

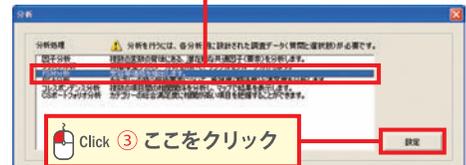
1

① メニューから  
「多変量解析」を選択



② 「PSM分析」を選択

分析の処理で「PSM分析」を選択し②、  
「設定」をクリックします③。



2

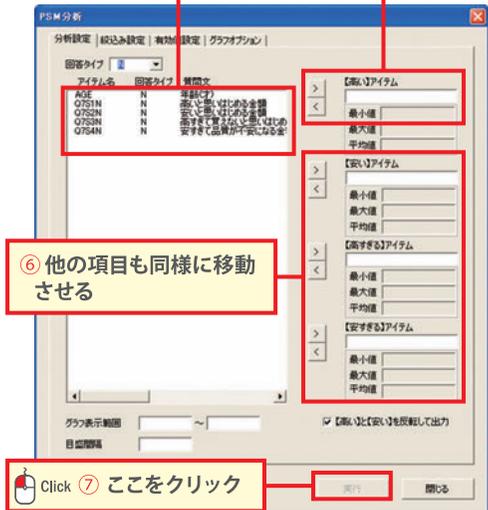
アイテム一覧より「高いと感じる金額」の  
設問を選択し④、> で右上の枠（【高い】  
アイテム）に移動させます⑤。

④ 「高い」と感じる金額の  
設問を選択

⑤ ここに移動

他の項目

- 「安いと感じる金額」
  - 「高すぎて買わない金額」
  - 「安すぎて品質が不安になる金額」
- も順に選択肢、それぞれ右の枠に  
移動させます⑥



⑥ 他の項目も同様に移動  
させる

「実行」をクリックします⑦。

- 1 分析の概要  
【概要説明】 ▶
- 2 調査の実施  
【データを作る】 ▶
- 3 PSM分析  
【分析を行う】

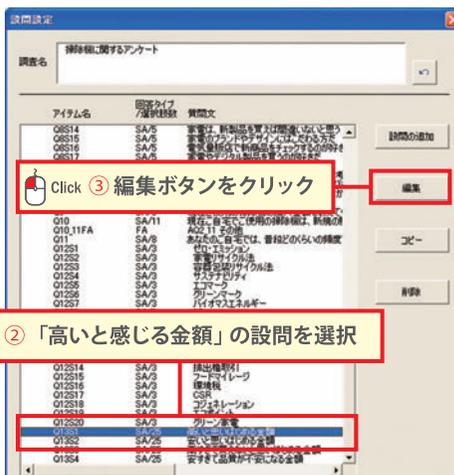
## 【単一回答(SA)で調査した場合】

1

① メニューから  
「設問設定」を選択

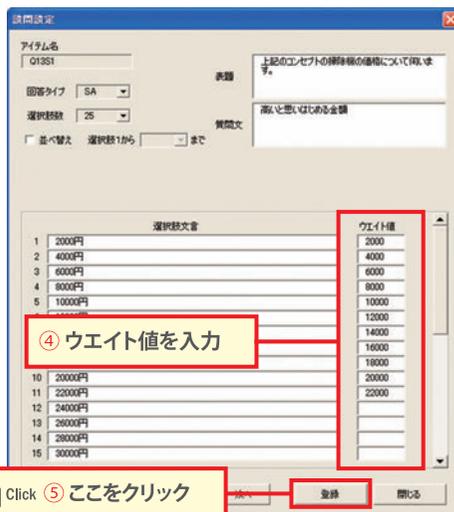


アイテム一覧で「高いと感じる金額」の設問を選択し②、「編集」をクリックします③。



2

ウェイト値に選択肢と同じ金額を入力し④、「登録」をクリックします⑤。



「安い」「高すぎる」「安すぎる」も同様にウェイト値を入力します。(マトリクスで調査した場合は1回の入力で他の項目も入力されています。)

「閉じる」をクリックし、メニュー画面まで戻ります。

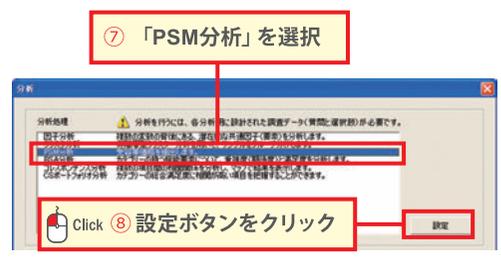
3

⑥ メニューから  
「多変量解析」を選択

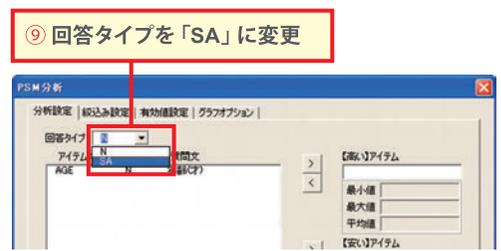


4

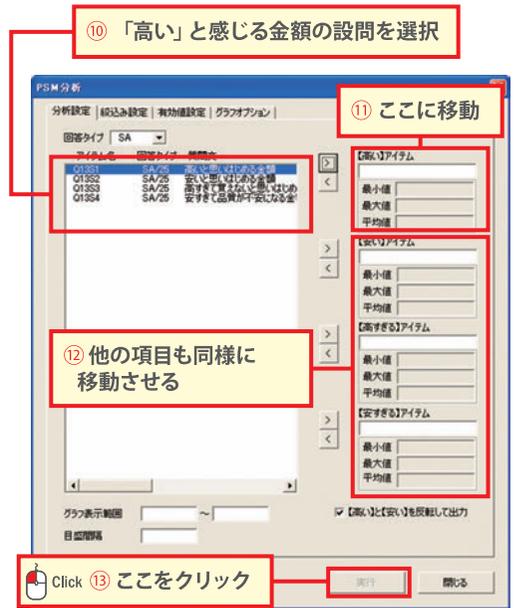
分析の処理で「PSM分析」を選択し⑦、「設定」をクリックします⑧。



回答タイプを「SA」に変更します⑨。



アイテム一覧より「高いと感じる金額」の設問を選択し⑩、「>」で右上の枠（【高い】アイテム）に移動させます⑪。



他の項目

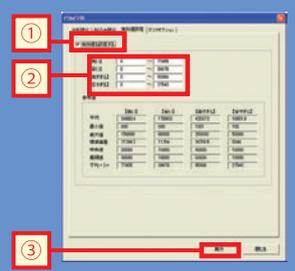
- 「安いと感じる金額」
  - 「高すぎて買わない金額」
  - 「安すぎて品質が不安になる金額」
- も順に選択肢、それぞれ右の枠に移動させます⑫。

「実行」をクリックします⑬。

有効値の設定機能について

回答の中に余りにも高い値・低い値など、分析の対象外としたい値があった場合は、[有効値の設定] タブで分析の対象を指定することができます。「実行」を押す前に設定してください。

- ① 「有効値を設定する」にチェックを入れます。
- ② それぞれの価格帯毎に、有効値を指定します。  
※初期値には、平均+2×標準偏差の値がセットされています。  
※空白可。指定がない価格帯には空白でかまいません。
- ③ 「実行」をクリックします。



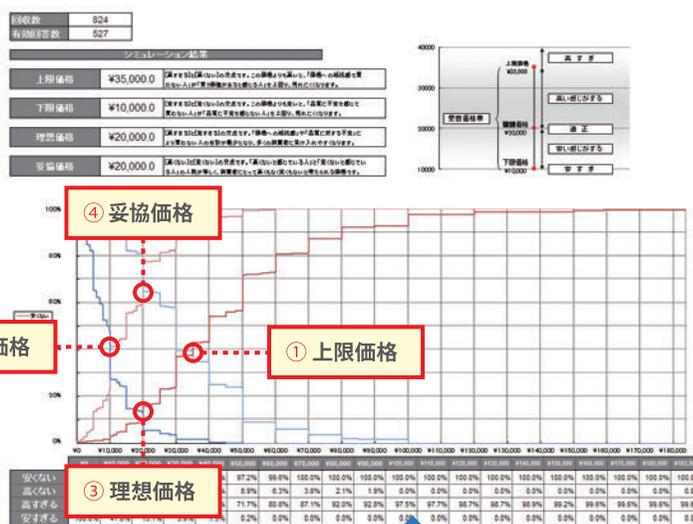
# アウトプットとFAQ

## 【アウトプット】

PSM分析の実行後、「分析結果」と「統計量」がExcel形式で出力されます。

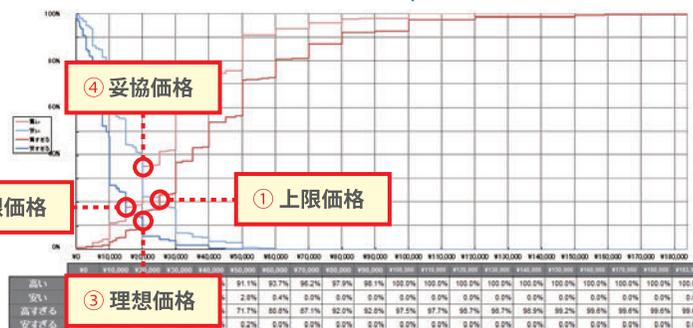
	価格の解釈	「高い」と「安い」を反転したとき	「高い」と「安い」を反転しないとき
①上限価格	この価格を超えると「高すぎて買わない」という価格です。価格自体がプレミアム感を出してくれるので、高級品の価格の参考となります。	「高すぎる」と 「高くない」の交点	「高すぎる」と 「安い」の交点
②下限価格	この価格を下回ると「品質が不安」と不信感を抱く価格です。セール価格の参考になります。	「安すぎる」と 「安くない」の交点	「安すぎる」と 「高い」の交点
③理想価格	価格に対する抵抗感が最も弱く、多くの人に受け入れられやすい価格です。販売量と利益のバランスが取れる価格といえます。	「高すぎる」と 「安すぎる」の交点	「高すぎる」と 「安すぎる」の交点
④妥協価格	「高い」とも「安い」とも感じにくい価格です。「この商品ならこれくらいの価格」と消費者が感じている目安の価格です。	「高くない」と 「安くない」の交点	「高い」と 「安い」の交点

### 【高い】と【安い】を反転したとき



### 【高い】と【安い】を反転しなかったとき

【高い】と【安い】を反転しないでPSM分析を実行すると、受容価格帯の幅が狭く出力されます。



## 統計量

回収数	824サンプル
有効回答数	527サンプル

※「安すぎ」<「安い」<「高い」<「高すぎる」の順になっていないものは、無効回答として処理

	高い	安い	高すぎる	安すぎる
平均	32875.4	17006.4	47835.7	10085.1
標準誤差	826.1	477.7	2166.2	333.4
中央値（メジアン）	30000	15000	40000	9000
最頻値（モード）	30000	10000	50000	10000
標準偏差	18963.5	10967.4	49728.6	7652.8
分散	359613099.6	120284048.2	2472931547.7	58565622.9
尖度	1.8	1.6	256.3	4.3
歪度	1.1	1.2	13.7	1.8
範囲	99996	59998	999995	50000
最小	4	2	5	0
最大	100000	60000	1000000	50000
合計	17325312	8962365	25209426	5314833
標本数	527	527	527	527

### 【FAQ】

**Q** 金額を「安すぎる」<「安い」<「高い」<「高すぎる」の順に回答していないサンプルはどうなりますか？

**A** 上記の順に金額が並んでいないサンプルは分析の対象外となります。

**Q** 想定外の高すぎる回答や低すぎる回答のサンプルがいましたが、どうすればよいですか？

**A** 高すぎる回答や低すぎる回答は結果に影響を及ぼします。Quick-CROSS3PLUSのメニュー画面にてデータ参照をし、ローデータから削除または該当の回答をDeleteすることをお勧めします。

**Q** 理想価格>妥協価格となってしまうことがありますか？

**A** 理想価格の方が妥協価格より大きくなってしまうこともあります。

「もっと高くてもよい」と消費者が考えている、とも読み取れ、こういった商材では、プレミアム商品を出すと売れるとも言われています。

**Q** アウトプットのグラフの交点が左に寄ってしまっていますが、交点を真ん中あたりに移動することはできますか？

**A** PSM分析画面にて、グラフ表示範囲と目盛間隔を調整すれば、整ったグラフが作成可能です。

## ↑ BSA分析を行うには

### 【BSA分析とは】

Benefit Structure Analysisの略で、商品やサービスの期待度と実際の満足度から「強み」と「弱み」を明らかにする手法です。改善点の優先順位の検討や、商品の強み・弱みの理解に役立てられます。

分析の概要	72
調査の実施	73
BSA分析	74
アウトプットとFAQ	75



1

分析の概要  
【概要説明】

2

調査の実施  
【データを作る】

3

BSA分析  
【分析を行う】

## 調査の実施

期待度(または購入時の重視度)と実際の満足度をスケールで質問します。

5スケール以外でも分析できますが、期待度と満足度が同じスケール数である必要があります。

また、期待度と満足度の項目名が一致しないと分析できませんので、ご注意ください。

(項目名は調査後に修正することもできます)

### 【調査票例】

**Q3** あなたは、現在主にお使いの掃除機を選ぶ際に以下の項目についてどの程度重視しましたか。

	1 重視した	2 やや重視した	3 どちらでもない	4 あまり重視していない	5 重視していない
1. サイズがコンパクトであること →	<input type="radio"/>				
2. デザイン性が高いこと/好みのものであること →	<input type="radio"/>				
3. 省エネであること →	<input type="radio"/>				
4. 使用時の本体の動きがよいこと(小回りがきく、等) →	<input type="radio"/>				
5. 操作部やハンドルが使いやすいこと →	<input type="radio"/>				
6. ゴミを強力に吸い込むこと →	<input type="radio"/>				
7. ゴミの吸引力が常に一定である(低下しない)こと →	<input type="radio"/>				
8. フィルターの交換/洗浄が簡単であること →	<input type="radio"/>				
9. ヘッドの形状がよいこと →	<input type="radio"/>				
10. 持ち運びがしやすいこと →	<input type="radio"/>				

**Q4** あなたは、現在主にお使いの掃除機の以下の項目についてどの程度満足していますか。

	1 満足	2 やや満足	3 どちらでもない	4 やや不満	5 不満
1. サイズがコンパクトであること →	<input type="radio"/>				
2. デザイン性が高いこと/好みのものであること →	<input type="radio"/>				
3. 省エネであること →	<input type="radio"/>				
4. 使用時の本体の動きがよいこと(小回りがきく、等) →	<input type="radio"/>				
5. 操作部やハンドルが使いやすいこと →	<input type="radio"/>				
6. ゴミを強力に吸い込むこと →	<input type="radio"/>				
7. ゴミの吸引力が常に一定である(低下しない)こと →	<input type="radio"/>				
8. フィルターの交換/洗浄が簡単であること →	<input type="radio"/>				
9. ヘッドの形状がよいこと →	<input type="radio"/>				
10. 持ち運びがしやすいこと →	<input type="radio"/>				

# BSA分析

調査で取得したデータを使用しQuick-CROSS3PLUSでBSA分析を行います。

1

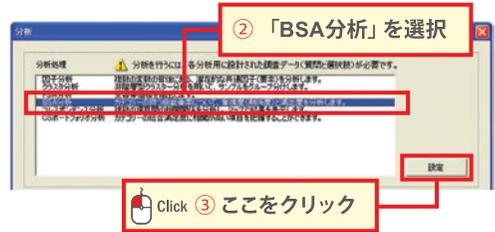
① メニューから「多変量解析」を選択



分析の処理で「BSA分析」を選択し②、「設定」をクリックします③。

② 「BSA分析」を選択

Click ③ ここをクリック



アイテム一覧より「期待値」の設問を選択し④、> で右上の枠（期待値アイテム）に移動させます⑤。

④ 「期待値」の設問を選択

⑤ ここに移動

「満足度」の設問も同様に選択し、右下の枠（満足度アイテム）に移動させます⑥。

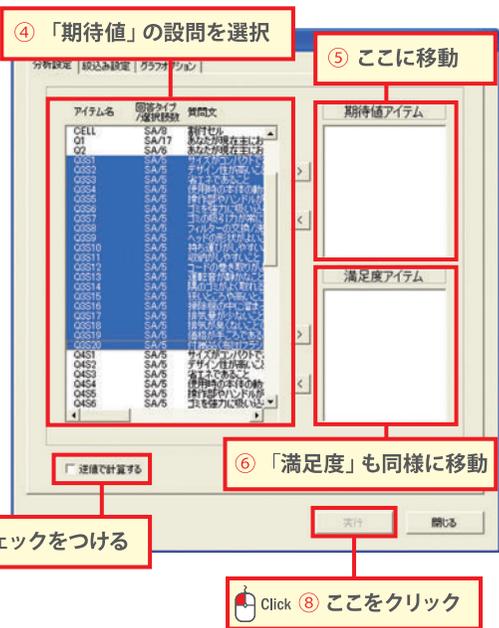
「逆値で計算する」にチェックをつけます⑦。

「実行」をクリックします⑧。

⑦ チェックをつける

⑥ 「満足度」も同様に移動

Click ⑧ ここをクリック



# アウトプットとFAQ

## 【アウトプット】

BSA分析の実行後、「不足度」と「不足者比率」の表とマップがExcel形式で出力されます。

### 縦軸：不足度

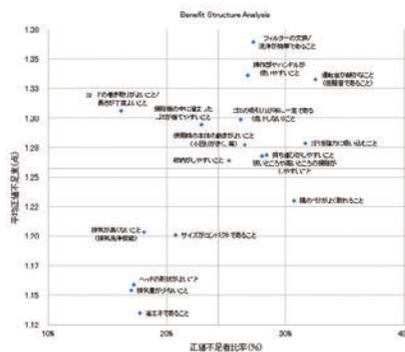
満足度より期待度の方が高かった人の、「期待度－満足度」の平均

### 横軸：不足者比率

満足度より期待度の方が高かった人の比率



## マップ



## 表

項目	正確不足者比率(%)	平均不足度(期待度と満足度の差の平均)
サイズがコンパクトであること	20.75%	1.29
軽であること	17.72%	1.18
使用時の安全な操作がよいこと(分解が容易、重)	28.76%	1.28
操作部やハンドルの使いやすさ	26.02%	1.24
ゴミを簡単に取除くこと	31.47%	1.28
ゴミの処理が容易であること(高圧洗浄機、高圧洗浄機)	29.21%	1.29
フィルター交換の容易さ	27.21%	1.27
ヘッドの調整がよいこと	17.23%	1.15
価格が安いこと	28.40%	1.17
収納しやすいこと	25.24%	1.26
コードの巻き取りがよいこと(巻き取り装置)	18.14%	1.21
運転音が静かであること(低騒音であること)	32.32%	1.24
場所のとりやすさ	30.76%	1.23
折りたたみやすいこと(折りたたみ式)	29.03%	1.27
収納時にコンパクトに収納できること	22.24%	1.20
価格が安いこと	18.88%	1.15
期待値が高くないこと(期待値低)	19.08%	1.26
平均	24.31%	1.26
最小	18.14%	1.13
最大	37.67%	1.32

## 【FAQ】

Q マップを4つに分けている濃い線の基準は何ですか？

A 項目ごとのスコアの平均値です。

Q マップの右上の項目が改善されれば、総合満足度も上がりますか？

A BSA分析は、ある項目に対する期待と満足のギャップに注目した分析手法で、その項目の全体への影響度は考慮しないため、総合満足度を上げる目的には不向きといえます。

Q 「逆値で計算する」とはなんですか？

A ローデータに入っている選択肢番号をポジとネガで逆にして計算を行う機能です。弊社でスケール設問の調査を行うとローデータに入る数値(=選択肢)が、ポジティブな回答の方が小さくなり、そのまま分析すると結果が解釈しにくいので、こちらの機能を推奨しています。

Q 質問項目に不向きな項目はありますか？

A 事前期待と満足度のギャップが特性上少ない項目(パッケージデザイン、価格など)は、『改善項目』として上がってこないため、不向きともいえます。ただし抜いてしまうと平均値が変わりますので、項目として入れておくのには問題ありません。

Q BSA分析はCSポートフォリオ分析と似ているようですが、結果も同じになりますか？

A BSA分析は期待値と満足度から4象限のマップを作製する点でCSポートフォリオと似ていますが、分析(計算)手法が異なるため、同様の結果が出ないこともあります。どちらか一方を利用することをお勧めします。





# コレスポネンス分析を行うには

## 【コレスポネンス分析とは】

複数のカテゴリー間の類似度・関連性を整理し、マッピングする手法です。

カテゴリー間の関連性を視覚的・直感的に把握でき、主にブランドとイメージのポジショニングマップを作成するときに用います。

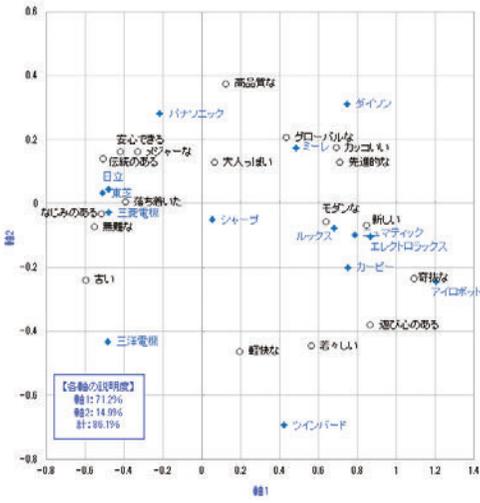
分析の概要	78
調査の実施	79
コレスポネンス分析	80
アウトプットとFAQ	82

# 分析の概要

## 【コレスポネンデンス分析の概要】

コレスポネンデンス分析は、イメージなどのカテゴリー間の類似度・関連性を把握する手法です。マトリクスG T表やクロス集計表から抽出された要因成分を縦軸と横軸にしてマッピングされるので、視覚的・直観的にカテゴリー間の関連性を把握することができます。主にブランドとイメージのポジショニングマップを作成するときに用います。

### 【アウトプット】



関連の強いカテゴリーは近くに、弱いカテゴリーは遠くにプロットされるので、集計表では読み取りにくい関連性を見ることができます。

## 【活用シーン】

主にブランドのポジショニング調査に使用されます。評価したいターゲットと評価項目があれば分析可能です。

適する商材例

- 飲食チェーンのポジショニング把握
- 自動車ブランドの競合把握
- 栄養食品の嗜好調査

## 調査の実施

コレスポネンデンス分析を実施するためには、2通りのアプローチがあります。

- ① 調査の段階でマトリクス形式で質問し、GT表を分析する方法
- ② 2つの質問を掛け合わせ作成した、クロス集計表を分析する方法

いずれも、マトリクス形式の集計表となるデータを用いて分析します。

### 【調査票例】

#### ①マトリクス形式で質問しGT表を分析する場合

10 以下の解釋欄を製造・販売している家電メーカーについて、あなたはどのようなイメージを持っていますか。  
【必須入力】

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
	清潔感	高級感	信頼感	安心感	親しみやすさ	新鮮感	面白さ	個性	個性的	洗練	洗練度									
1. パナソニック(Panasonic)/ナショナル(National)	<input type="checkbox"/>																			
2. シャープ(SHARP)	<input type="checkbox"/>																			
3. 東芝(TOSHIBA)	<input type="checkbox"/>																			
4. 三洋電機(SANYO)	<input type="checkbox"/>																			
5. 三菱電機(MITSUBISHI)	<input type="checkbox"/>																			
6. 日立(HITACHI)	<input type="checkbox"/>																			
7. ツンバート(TOSHIBO)	<input type="checkbox"/>																			
8. ダイニフ(Dyson)	<input type="checkbox"/>																			
9. アイロビ分(Irobot)	<input type="checkbox"/>																			
10. エルピオ(Electrolux)	<input type="checkbox"/>																			

ブランドごとのイメージマップを作成する場合はこちらの手法が一般的です。

表側に対象集団の項目（ブランドや企業）、表頭に個別要因の項目（イメージ）を配置します。

表側の項目は5～20項目が一般的です。  
表頭の項目は10～25項目が一般的です。

表側の項目は分析の際に対象外にすることも可能です。

#### ②クロス集計表で分析する場合

分析軸用（割付条件を利用）

割付条件	マクロミルのモニタ会員		
	No.	セル名称	希望サンプル / 有効サンプル
分析軸用	セル4	20代男性	100 / 100
	セル5	30代男性	100 / 100
	セル6	40代男性	100 / 100
	セル7	50-60代男性	100 / 100
	セル8	20代女性	100 / 100
	セル9	30代女性	100 / 100
	セル10	40代女性	100 / 100
	セル11	50-60代女性	100 / 100

対象集団の質問（属性やブランド）と個別要因（イメージ・評価等）を質問します。

通常の質問や、マクロミルの基本属性でも分析できますので、分析用に別途質問をしなくても分析可能です。

個別軸用

11 あなたが解釋欄を添削の際に、重視したのどのような点ですか。

<input type="checkbox"/> 1. サイズがコンパクト	<input type="checkbox"/> 12. コードの長さ・巻き取りのよさ
<input type="checkbox"/> 2. デザインが	<input type="checkbox"/> 13. 運転音が静か
<input type="checkbox"/> 3. 省エネ	<input type="checkbox"/> 14. 積のほが取れる
<input type="checkbox"/> 4. 本体の動き（小回り）	<input type="checkbox"/> 15. 洗った後、ここの掃除のしやすさ
<input type="checkbox"/> 5. 操作性やインフォの使いやすさ	<input type="checkbox"/> 16. 洗った後が乾くやすい
<input type="checkbox"/> 6. 価格	<input type="checkbox"/> 17. 排気量が少ないこと
<input type="checkbox"/> 7. 吸力が高くない	<input type="checkbox"/> 18. 排気量が高い
<input type="checkbox"/> 8. フィルターの交換/洗浄が簡単	<input type="checkbox"/> 19. 価格が安いこと
<input type="checkbox"/> 9. ヘッドの形状	<input type="checkbox"/> 20. 付属品（専用ブラシ等）が充実している
<input type="checkbox"/> 10. 持ち運びのしやすさ	<input type="checkbox"/> 21. その他
<input type="checkbox"/> 11. 収納のしやすさ	

単一回答・複数回答は問いません。

# コレスポネンス分析

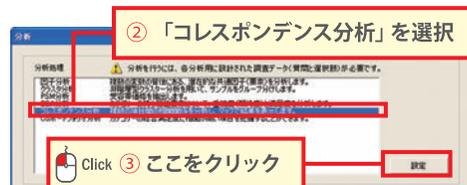
調査で取得したデータを使用しQuick-CROSS3PLUSでコレスポネンス分析を行います。

①

① メニューから「多変量解析」を選択



分析の処理で「コレスポネンス分析」を選択し②、「設定」をクリックします③。



②

## 【マトリクス形式で調査したデータを使用する場合】

「GTマトリクス」を選択します④。  
アイテム一覧より、分析項目を選択し、  
> で右の枠に移動させます⑤。



表頭の選択枝の最後に、「あてはまるものはない」のような不要な項目がある場合は、プルダウンでひとつ前の選択枝を選択し、分析範囲を指定します⑥。



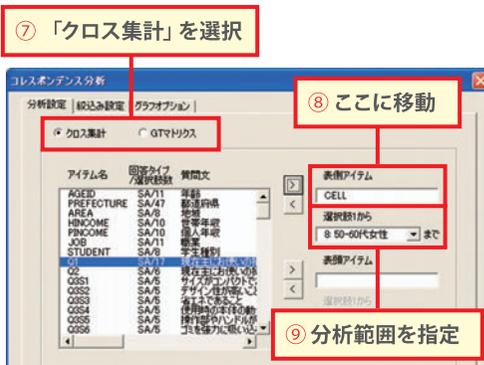
- 1 分析の概要 【概要説明】 ▶ 2 調査の実施 【データを作る】 ▶ 3 コレスポデンス分析 【分析を行う】

## 【クロス集計表となるデータで分析する場合】

3

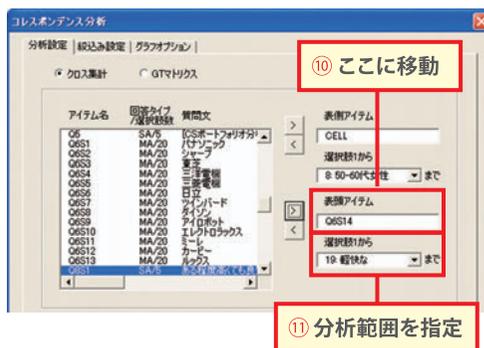
「クロス集計」を選択します⑦。  
アイテム一覧より、表側項目を選択し、  
> で右上の枠に移動させます⑧。

表側選択肢の最後に、不要な項目がある場合は、プルダウンでひとつ前の選択肢を選択し、分析範囲を指定します⑨。



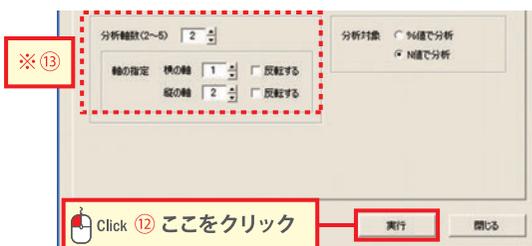
表頭項目も同様に、アイテム一覧より選択し、  
> で右下の枠に移動させます⑩。

表側選択肢の最後に、不要な項目がある場合は、プルダウンでひとつ前の選択肢を選択し、分析範囲を指定します⑪。



4

「実行」をクリックします⑫。



- ※⑬ 分析軸(因子)数と、縦・横に利用する軸を指定できます。  
分析軸数が少ない方が、マップの説明度は高くなります。  
通常、マップの軸として3~5軸目を利用する場合にのみ、その最大軸数を分析軸数として設定します。

# アウトプットとFAQ

## 【アウトプット】

関連の強い項目は近くに、弱い項目は遠くにプロットされますので、率直に「距離の近い項目は似ている」と解釈します。

イメージマップの場合、

- ①そのブランドのイメージ
- ②同じイメージで捉えられている他ブランドを把握することができます。

軸の交点近くにマッピングされる場合は、他のカテゴリと比較して突出した特徴がない、と読みます。

軸の特徴をつけるとより解釈がしやすくなります。

※マップは縦横の目盛幅が異なると、距離の感覚を見誤りやすいので、同じになるよう調整してから使用してください。

マップと共にアウトプットされるカテゴリースコアは、分析したマトリクス of 行と列の関連性を、コレスポネンズ分析によって数値化した標準得点です。

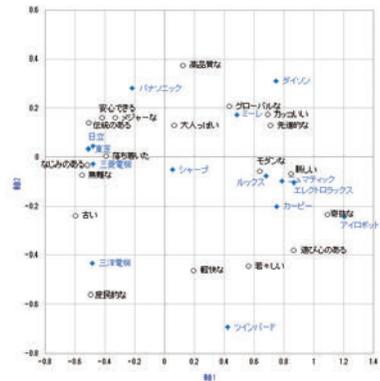
『アイロボット』は「奇抜な」というイメージを持たれている。

『シャープ』は、提示したイメージ項目の中では突出した特徴がない。

『日立』『東芝』『三菱電機』は、「落ち着いた」「なじみのある」「無難な」というイメージを持たれているメーカーという意味で似ている。

※右記のマップ上の軸名称(緑色枠内)は、各ブランドやイメージ項目のポジショニングから、縦横の軸の意味を読み取り、便宜上、付与したものです。

## マップ



## 表

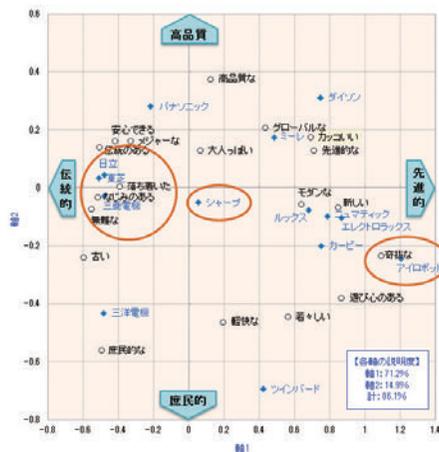
【コレスポネンズ分析結果】

軸の種類	固有値	特異値	寄与率
横の軸 軸1	0.301891819	0.549284826	0.712339009
縦の軸 軸2	0.099320992	0.291239299	0.149937419

カテゴリースコア		項目			
項目	軸1	軸2	項目	軸1	軸2
高品質	0.598734802	0.176117540	パナソニック	-0.214242329	0.209148335
先進的	-0.59373784	-0.073014586	シャープ	0.056493910	-0.049994282
安心できる	0.568787819	-0.443394405	日立	-0.510209358	0.032238955
大人っぽい	0.063615992	0.109420739	三菱電機	-0.492610829	-0.431918174
高級的な	-0.89747745	-0.868722885	東芝	-0.479844962	-0.0207192
モダンな	0.637013873	-0.08645393	日立	-0.470572142	0.043708439
先進的な	0.799097099	0.129993149	ソニー	0.428044651	-0.894354709
安心できる	-0.21262099	0.163979166	シャープ	0.746699916	0.311462049
古い	-0.59989582	-0.23799689	アイロボット	1.208959718	-0.243791241
新しい	0.844581822	-0.08629984	エレック	0.89984341	-0.104627982
高級的な	0.124181019	0.376344840	日立	0.485209099	0.174241827
なじみのある	0.063699493	-0.37873812	カービー	0.782493818	-0.209243377
落ち着いた	-0.394181772	0.008424188	ルックス	0.680430203	-0.07748385
グローバルな	0.430481842	0.207414421	ニューマテック	0.789921976	-0.097317783
伝統的	-0.93779929	0.146693760			
ジャンパー	-0.3322007	0.162349999			
奇抜な	1.099121971	-0.23220998			
なじみのある	-0.51911681	-0.03199520			
無難な	0.199389842	-0.48198443			

## 読み取り例



## 【FAQ】

### Q 説明度とはなんですか？

A 各軸の寄与率のことです。コレスポンデンス分析によってカテゴリーの関連性を数値化する際に、その軸にどれだけ要素を抽出できたかを示す数値で、結果このマップの信頼度を示します。軸1と2の合計で最低50%以上、70%以上が望ましいとされています。

### Q 分析軸数を増やすと、何か変わりますか？

A 分析軸数とは、コレスポンデンス分析によって数値化する際に情報を集約する軸の数のことです。軸数を増やすと全体としての説明力は上がりますが、各軸に集約される説明力は下がるため、軸数は少ない方が説明力の高いマップが作成できます。

### Q 「反転する」とはなんですか？

A マッピングする際に、軸の方向を反転させる機能です。2軸のポジ・ネガが統一せず読みづらい時に使用します。

### Q 「%値で分析」と「N値で分析」の違いはなんですか？

A 表側の各項目のベースが同数の場合は、違いはありません。ベースが異なる場合は%値を使用するとベースの違いは考慮されませんが、N値だと考慮されます。





# CSポートフォリオ分析を行うには

## 【CSポートフォリオ分析とは】

特定の商品やサービスにおける「項目ごとの満足度」と「全体への満足度への影響度」を測り、4象限にプロットすることで、改善項目や強みを理解する手法です。

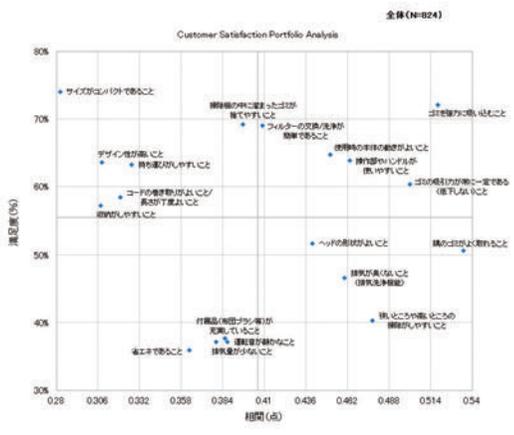
分析の概要	86
調査の実施	87
CSポートフォリオ分析	88
アウトプットとFAQ	90

# 分析の概要

## 【CSポートフォリオ分析の概要】

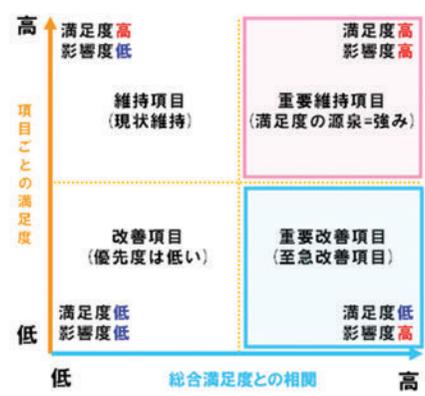
特定の商品やサービスにおける満足度から、改善項目や強みを把握する手法です。「項目ごとの満足度」と「全体への満足度への影響度」を測り、4象限にプロットすることにより、改善項目や強みを視覚的に読み取ることができます。

### 【アウトプット】



右上(ピンク)にプロット  
影響度も満足度も高い、「強み」といえる項目

右下(水色)にプロット  
項目満足度が低く、影響度の高い、「改善項目」である項目



## 【活用シーン】

商品・サービスの顧客満足度調査や、社員満足度に利用できます。また時系列でどの象限に移動したかを追えるので、経年比較など定点で行う調査にも向いています。

## 調査の実施

項目ごとの満足度と総合満足度をスケールで質問します。

項目を考える際、総合満足度を構成する要素が網羅されるようにしてください。また、項目は全て並列の関係にしてください。小分類・大分類などが混じると解釈がしにくくなります。

なお、5スケール以外でも分析できますが、項目満足度と総合満足度が同じスケール数である必要があります。2問に分けて聴取することも、1問にまとめて聴取することもできます。

### 【調査票例】

#### 【2問に分けて聴取する場合】

Q4 あなたは、現在主にお使いの掃除機の以下の項目についての程度満足していますか。

	1 満足	2 やや満足	3 どちらともいえない	4 やや不満	5 不満
1. サイズがコンパクトであること	<input type="radio"/>				
2. デザインが高級感と静寂の色であること	<input type="radio"/>				
3. 省エネであること	<input type="radio"/>				
4. 使用時の本体の動きがよいこと(掃除がきれい)	<input type="radio"/>				
5. 操作部やパネルが使いやすいこと	<input type="radio"/>				
6. ほこり集めが早いこと	<input type="radio"/>				
7. ほこりの吸けが常に一定である(低下しない)こと	<input type="radio"/>				
8. フィルターの交換/洗浄が簡単であること	<input type="radio"/>				
9. ヘッドの形状がよいこと	<input type="radio"/>				
10. 持ち運びがしやすいこと	<input type="radio"/>				

Q5 あなたは、現在お使いの掃除機に総合的な程度満足していますか。【必須入力】

1 満足	2 やや満足	3 どちらともいえない	4 やや不満	5 不満
<input type="radio"/>				

#### 【1問で聴取する場合】

Q4 あなたは、現在主にお使いの掃除機の以下の項目についての程度満足していますか。【必須入力】

	1 満足	2 やや満足	3 どちらともいえない	4 やや不満	5 不満
1. サイズがコンパクトであること	<input type="radio"/>				
2. デザインが高級感と静寂の色であること	<input type="radio"/>				
3. 省エネであること	<input type="radio"/>				
4. 使用時の本体の動きがよいこと(掃除がきれい)	<input type="radio"/>				
5. 操作部やパネルが使いやすいこと	<input type="radio"/>				
6. ほこり集めが早いこと	<input type="radio"/>				
7. ほこりの吸けが常に一定である(低下しない)こと	<input type="radio"/>				
8. フィルターの交換/洗浄が簡単であること	<input type="radio"/>				
9. ヘッドの形状がよいこと	<input type="radio"/>				
10. 持ち運びがしやすいこと	<input type="radio"/>				
<b>【総合満足度】</b>					
11. 総合的な満足度	<input type="radio"/>				

# CSポートフォリオ分析

調査で取得したデータを使用しQuick-CROSS3PLUSでCSポートフォリオ分析を行います。

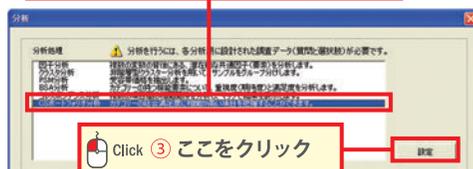
1

① メニューから「多変量解析」を選択



分析の処理で「CSポートフォリオ分析」を選択し②、「設定」をクリックします③。

② 「CSポートフォリオ分析」を選択



2

アイテム一覧より「総合満足度」の設問を選択し④、> で右上の枠(横軸:総合評価アイテム)に移動させます⑤。

⑤ ここに移動



④ 「総合満足度」の設問を選択

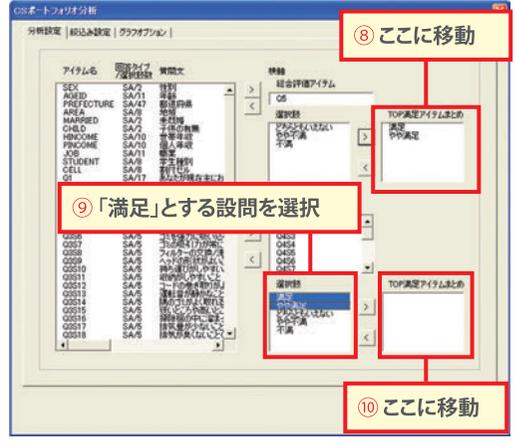
3

「項目ごとの満足度」の設問も同様に選択し⑥、右下の枠（縦軸：個別評価アイテム）に移動させます⑦。



4

横軸（総合満足度）の選択肢のうち、分析に使用する「満足」を示す選択肢を選択し、右の枠（TOP満足アイテムまとめ）に移動させます⑧。

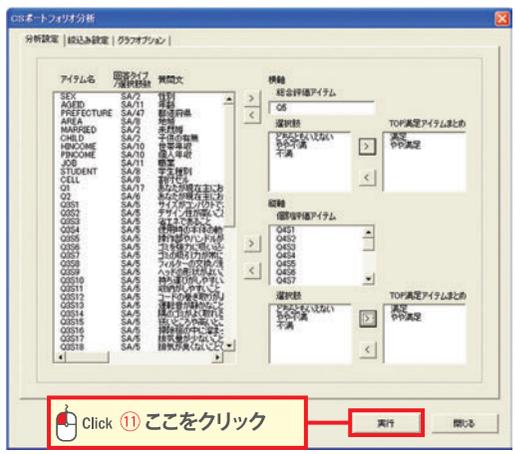


同様に、縦軸(項目ごとの満足度)でも、「満足」を示す選択肢を選択し⑨、右の枠に移動させます⑩。

※分析に使用する「満足」はTOP1かTOP2が一般的です。

5

「実行」をクリックします⑪。



# アウトプットとFAQ

## [アウトプット]

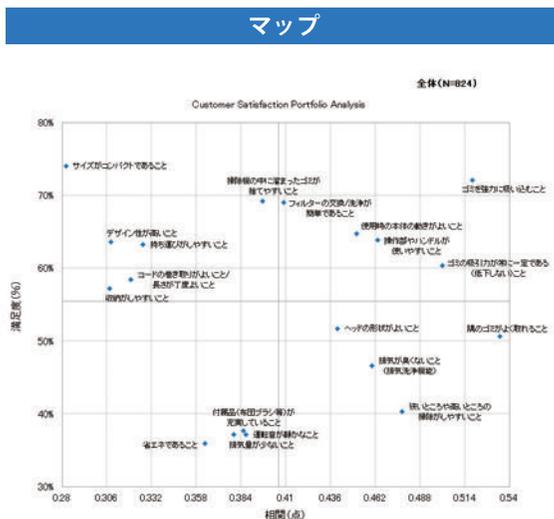
CSポートフォリオ分析の実行後、「項目満足度」と「総合満足度への影響度」のマップがExcel形式で出力されます。影響度が高く項目満足度の低い、右下の象限に入る項目が至急改善項目と解釈することができます。

**縦軸：項目ごとの満足度**

→ 指定した選択肢の比率

**横軸：総合満足度への影響度**

→ 総合満足度との相関



## [FAQ]

**Q マップを4つに分けている濃い線の基準は何ですか？**

**A** 項目ごとのスコアの平均値です。

**Q 選択肢から「満足」を選択しますが、TOP1とTOP2どちらがよいのですか？**

**A** スコアによって、使い分けます。項目間でTOP2の割合がほとんど同じような場合は、TOP2で分析すると差が出にくくなってしまいますので、TOP1が適しています。

**Q ベースの違う項目があるとうなりますか？**

**A** 総合満足度の項目のベースに合わせて、各項目の満足度比率、相関が算出されます。ベースの少ない項目は、満足度、相関ともに低く算出されてしまいますので、できるだけ全サンプルに回答させましょう。

**Q 経年比較する際、新たな分析項目を追加しても大丈夫ですか？**

**A** 横軸にしている影響度は相対比較による結果ですので、項目が増減すれば、各項目への値が変化します。経年比較する際は項目を変えないようにしましょう。

**Q CSポートフォリオ分析はBSA分析と似ているようですが、結果も同じになりますか？**

**A** BSA分析は、期待値と満足度から4象限のマップを作製する点でCSポートフォリオと似ていますが分析(計算)手法が異なるため、同様の結果が出ないこともあります。どちらか一方を利用することをお勧めします。

