EXPLORATORY

EXPLORATORY

アンケートを「集計」から「意思決定の材料」に変える2日間

アンケートデータ分析トレーニング 紹介資料

2026年12月17日（木）・18日（金）

主催：Exploratory, Inc.

アンケートデータ分析におけるよくあるやり取り

アンケートは毎回きちんと実施している。集計表もグラフもある。でも業務やビジネスの改善につながる示唆は得られない。

報告会での一言

「満足度は42%でした。
前年から2ポイント上昇しています」

→「で、何をすればいいの？」

差が出たときの判断

「A層とB層で5ポイント差が
ありました」

→「それ、誤差の範囲じゃないの？」

自由記述の扱い

「自由記述は代表的なものを
いくつか抜粋しました」

→「全体の傾向はどうなの？」

そして、ここまでに何日もかかっている

調査1回あたりの作業時間の内訳（よくある例）

時間の大半は「分析の前」で消えている。**それだけの日数をかけて報告できるのが、全体集計の結果と前年比だけ**——という状態になっていないでしょうか。

なぜ「集計止まり」になるのか

前工程に時間を奪われること、手法を学ぶ機会がないこと、そしてその両方が悪循環になっていることが原因です。

STEP 0
データを整える
列名・値の置換
複数回答の展開

▶

STEP 1
集計する
全体の回答分布を
把握する

▶

STEP 2
比較する
セグメント別に
違いを見る

▶

STEP 3
確かめる
その差が偶然か
統計的に検証

▶

STEP 4
要因を探る
何が結果に
効いているか

▶

STEP 5
示唆を出す
打ち手として
提案する

ここで力尽きる

1. 前工程に時間を奪われる

- 列名が **Q1・Q2** のようなコードのまま
- 回答が **1・2・3 の数値のまま**。対応表を見ながら手作業で置換
- 設問ごとに集計表やチャートを1つずつ手作業で作成

2. 手法を学ぶ機会がない

- 社内に教えられる人がいない
- 検定・因子分析・決定木は「統計の知識が要る」と感じて手が出ない
- 独学で用語は知っていても、実務のどの場面でどれを使うかが分からない

3. 学ぶ時間も取れない

- 前処理と集計に追われ、学習に充てる時間が残らない
- 結果、同じやり方を繰り返すことになり、この悪循環から抜けられない

本トレーニングは、この3つの問題を解決します

前処理・集計を高速化し、STEP 2〜5 に回す時間を作れるようになります。

それぞれの分析手法と、「どの場面でどの手法を使うべきか」を理解できます。

2日間で一気通貫に通すことで、学習を先送りせずに済みます。

トレーニングで学べること

扱うトピックと、それが実務のどんな場面で役立つか。次ページから1つずつご説明します。

トピック	内容	実務で役立つ場面
データ型・データ加工	データ型の変換と、コード化された値の正規化	集計を始める前の準備にかける時間を圧縮する
GT表・クロス集計・ウエイトバック集計	全設問の集計表と属性別集計、母集団構成に合わせた補正	設問ごとの集計表づくりにかける時間を圧縮する
信頼区間・仮説検定	グループ間の差が統計的に意味のある差かの判定	「その差は誤差では？」と聞かれたときに根拠を示す
因子分析	多数の設問の背後にある共通の要因を抽出	多数の設問の背景に回答者者のモチベーションを理解する
クラスタリング	回答パターンの似た人をグループに分類	属性ではなく「考え方」でセグメントを作る
潜在クラス分析	回答の背後にある「見えないタイプ」を確率的に推定	分類の確からしさも含めてターゲットを絞りたい
多変量分析・決定木	結果への影響要因の特定と、分岐条件の可視化	限られた予算やリソースを、どこに投下すべきかを判断する
テキストデータ分析（AI活用）	自由記述の分類・センチメント分析・トレンド把握	数百〜数千件の自由記述を、全体傾向として扱う
レポート作成	分析結果を共有・再利用できる形にまとめる	報告のたびに資料作成へ費やしている時間を圧縮する

データ型・データ加工

分析の前提となるデータ型の変換を理解のうえ、コード化された値の正規化を一瞬で終わらせます。

どんなトピックか

数値・カテゴリ・日付・論理値といった**データ型を正しく設定・変換**します。あわせて、Q1_1 のようなコード化された列名を意味のある名前に変え、1・2・3 で記録された回答値を「満足／どちらでもない／不満」といったラベルに**一括で正規化**します。複数回答の展開、欠損値・不正回答の処理もここで行います。

よくある課題

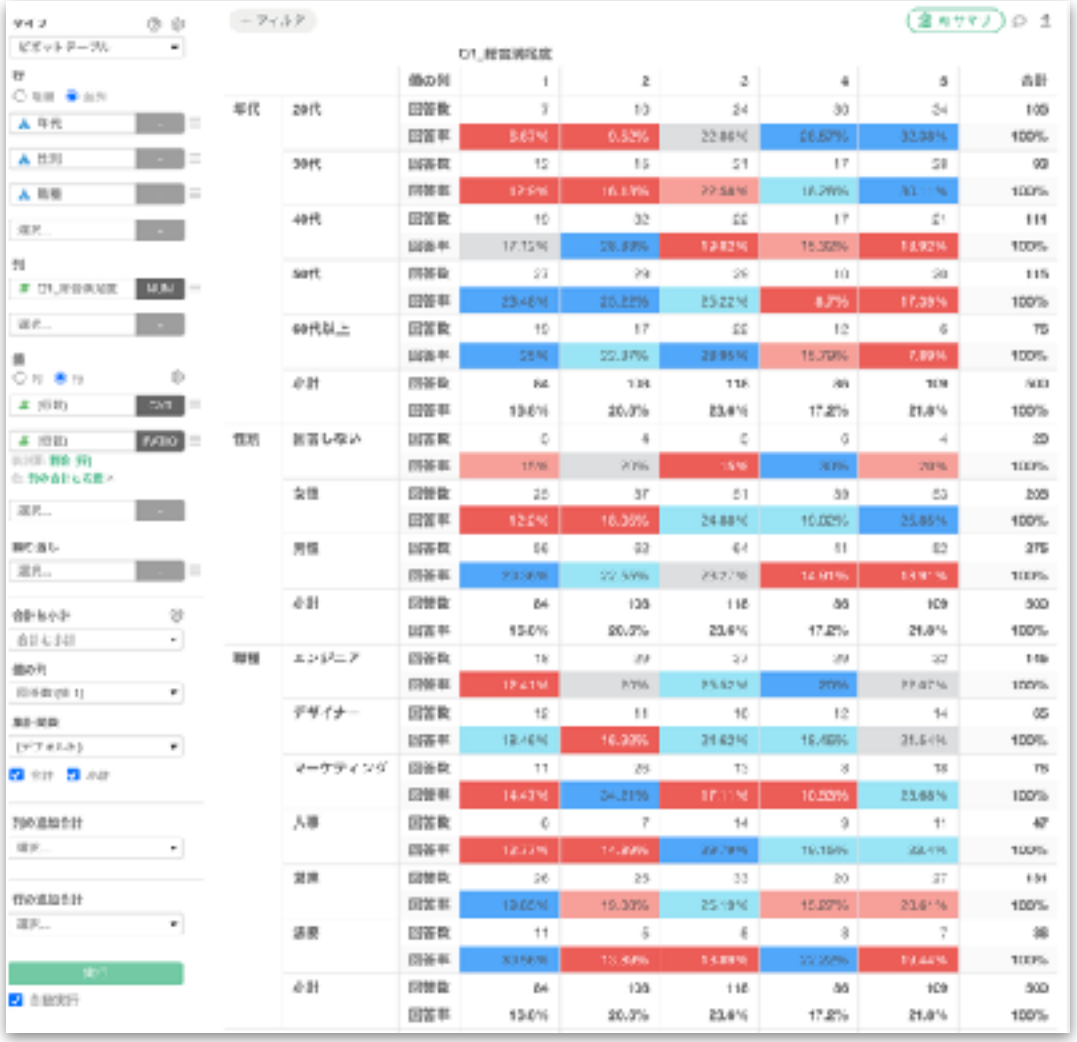
コード値の置換は**設問数×選択肢数の手作業**になり、対応表を見ながら1つずつ直すだけで何時間もかかります。置換ミスに気づかないまま集計すれば、その先の分析結果はすべて誤ります。さらにデータ型が正しくないと、集計や可視化や分析をスムーズに進められません。

できるようになること

数十列のデータ型変換や値の正規化を**まとめて一瞬で終えられます**。加工手順はステップとして残るため、次回の調査はデータを差し替えるだけ。前処理に費やしていた時間を、そのまま分析に回せます。

GT表・クロス集計・ウエイトバック集計

全設問の集計表と属性別集計を、高速に作れるようになります。



どんなトピックか

全設問の回答分布を一覧にしたGT表の作成、属性別のクロス集計、そして標本の構成比が母集団とずれている場合にウエイト（重み）をかけて補正する**ウエイトバック集計**を扱います。

よくある課題

GT表は設問の数だけ集計表を作る作業です。表計算ソフトでは設問ごとに関数を組み、1枚ずつ作ることになります。**集計軸を1つ増やすたびに作り直し**になり、確認したい切り口が増えるほど時間が膨らみます。また標本の偏りを補正せずに集計すると、母集団とずれた数字で意思決定してしまいます。

できるようになること

GT表もクロス集計も**数クリックで一括生成でき**、集計軸の切り替えもその場で行えます。ウエイトバック集計により、調査設計上の偏りがあっても「母集団を代表する数字」として報告できます。

信頼区間・仮説検定

グループ間の回答に、統計的に意味のある差があるのかを確かめます。

どんなトピックか

セグメント間の回答の差がが、**意味のある差なのか**を統計的に判定する方法を扱います。

よくある課題

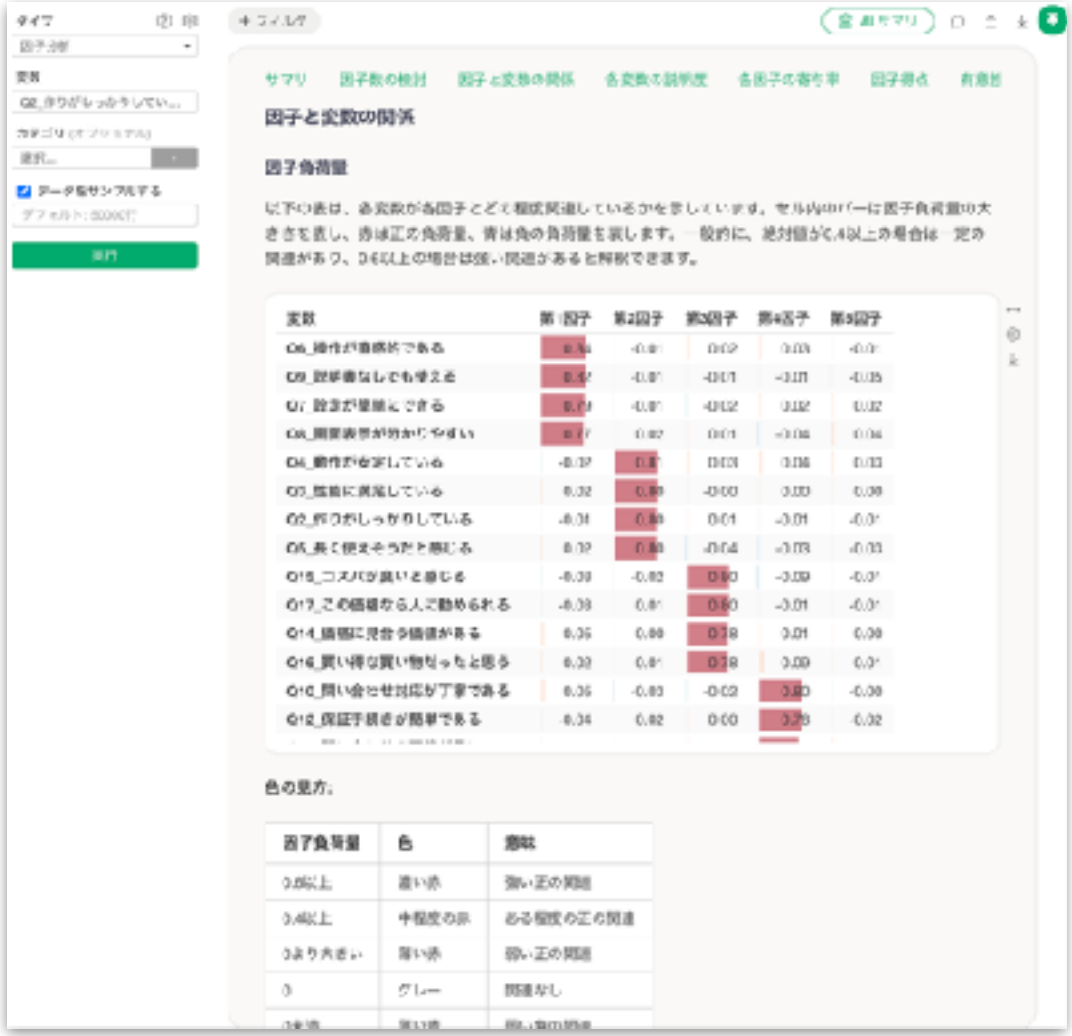
「A層とB層で5ポイント差」が意味のある差なのか、偶然なのか分からないまま施策を打ってしまいます。逆に「それ、誤差では？」と指摘されたときに**反論できず、せっかくの発見が意思決定に使われません。**回答数の少ないセグメントの数字を過信する危険もあります。

できるようになること

「この差は偶然では説明できません」と根拠を持って報告できるようになり、施策への投資判断を数字で支えられます。逆に「差とは言えない」と分かれば、無駄な打ち手を避けられます。

因子分析

数十問の設問から、回答者のモチベーションを抽出します。



どんなトピックか

多数の設問の回答パターンから、回答者の背後にある**モチベーション（共通の要因）を抽出する方法**を扱います。「価格への意識」「品質へのこだわり」といった、直接は聞いていない潜在的な軸を数個に要約していただきます。

よくある課題

設問が数十問あると、1問ずつ結果を眺めるしかなく**全体像がつかめません**。似た内容の設問が複数あっても、それらが同じことを測っているのか判断できず、報告が設問の羅列になってしまいます。

できるようになること

数十問を**数個の軸に要約でき**、調査結果を構造として説明できるようになります。抽出した因子は、セグメント作成や満足度の要因分析の入力としても使えます。

クラスタリング

属性ではなく、実際の回答内容で回答者をグループに分けます。

どんなトピックか

回答パターンの似ている人どうしを**自動的にグループ（クラスタ）にまとめる**方法を扱います。年代・性別といった属性ではなく、実際にどう答えたかで回答者を分類します。

よくある課題

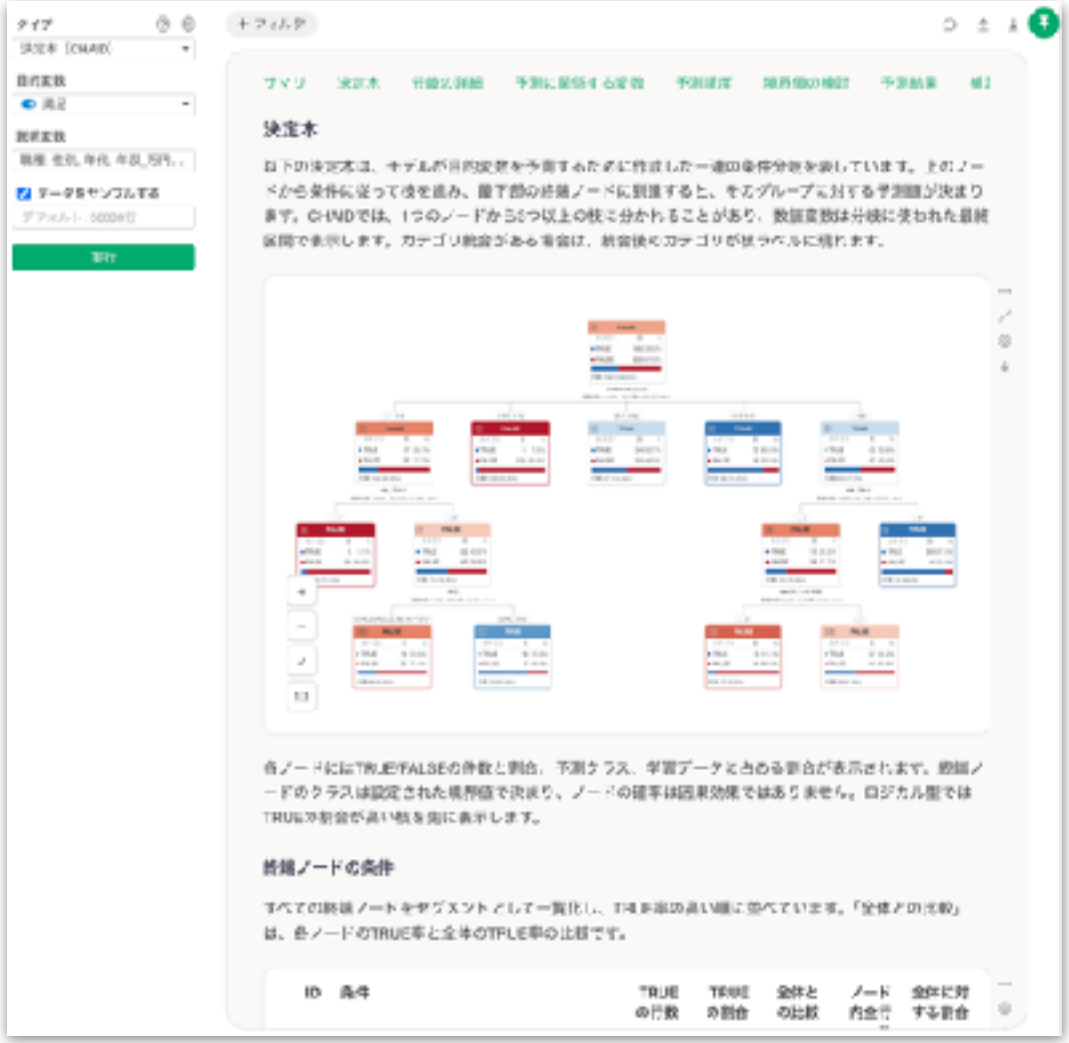
セグメントを「20代女性」のような**属性でしか切れません**。しかし実際に行動を分けているのは価値観や利用実態であることが多く、属性別に集計しても差が出ないまま終わります。

できるようになること

「価格重視層」「品質重視層」といった、**意味のあるセグメントをデータから作れます**。各クラスタの特徴を比較することで、誰に何を訴求するかの根拠になります。

多変量分析・決定木

何を改善すれば最も効くのかを読み解きます。



どんなトピックか

満足度・継続意向などの結果に対し、複数の要因が同時にどれくらい影響しているかを評価します（多変量分析）。回答がどの条件で分かれていくかも、直感的に理解しやすい図として可視化します。

よくある課題

「不満の多い項目」＝「改善すべき項目」と考えてしまいますが、**不満が多くても結果に影響していない項目に投資すると、改善しても成果は動きません。**また、どういう条件が重なったときに評価が下がるのかが分からず、打ち手が全体一律になります。

できるようになること

改善施策の**優先順位を数字で決められます。**回答の分岐条件から**アンケートの回答傾向を読み取れる**ため、「どういう答え方をした人が満足度が高いか」といったことを踏まえて、打ち手を設計できます。

テキストデータ分析（AI活用）

自由記述を「抜粋」ではなく「全件」として扱えるようにします。

どんなトピックか

自由記述をAIで**分類・要約**し、ポジティブ／ネガティブのスコア化や、どのトピックがどれだけ出現しているかの傾向把握を行います。時系列で追えば、不満や要望の変化も捉えられます。

よくある課題

数百〜数千件の自由記述を読み切れず、「代表的な意見」を数件抜粋するだけになります。**抜粋には選ぶ人の主観が入り、全体の傾向を表しません。**せっかく集めた定性データが、報告書の付録で終わってしまいます。

できるようになること

自由記述を定量データと同じ土俵で比較でき、**「不満の38%は初期設定に関するもの」**といった形で、お客様の声を数字で語れるようになります。

レポート作成

報告資料を毎回作り直す作業から解放されます。

どんなトピックか

チャートと文章をノートやダッシュボードとしてまとめ、共有できる形で出力します。**データを更新すれば同じレポートが最新の内容で再生成**されます。AIによる文章生成の補助も利用できます。

よくある課題

分析のたびにグラフを画像で貼り付け、説明文を書き直す作業が発生します。定期調査では**毎回ほぼ同じ資料を一から作り直すことになり**、報告準備が本来の分析時間を圧迫します。

できるようになること

定常調査のレポートが**テンプレートとして再利用でき**、次回はデータを差し替えるだけで済みます。資料作成に取られていた時間を、そのまま考察に充てられます。

2日間のカリキュラム

各日 9:00〜17:00。講義と、実データを使った演習を組み合わせて進めます。

DAY 1 — 9月17日（木）	
09:00-09:30	アンケートデータ分析の基礎
09:30-10:30	クロス集計分析
10:30-11:00	ウエイトバック集計
11:00-11:30	信頼区間
11:30-12:30	仮説検定
12:30-13:30	ランチ休憩
13:30-14:30	データ加工 Part 1
14:30-15:30	データ加工 Part 2
15:30-16:30	クラスタリング
16:30-17:00	Q&A・総括

DAY 2 — 9月18日（金）	
09:00-10:00	潜在クラス分析
10:00-11:00	因子分析
11:00-11:30	相関分析
11:30-12:30	多変量分析
12:30-13:30	ランチ休憩
13:30-14:30	決定木
14:30-15:30	テキストデータ分析
15:30-16:30	レポート作成
16:30-17:00	Q&A・総括

講師

西田 勘一郎

CEO
EXPLORATORY

@KanAugust

略歴

- 米オラクル本社で、16年にわたりデータサイエンスの開発チームを率い、機械学習、ビッグ・データ、ビジネス・インテリジェンス、データベースに関する数多くの製品を世に送り出した。
- 2016年春、**データサイエンスの民主化**のため、Exploratory, Inc を立ち上げる。
- Exploratory, Inc.でCEOを務めるかたわら、データサイエンス・ブートキャンプ・トレーニングなどを通してデータサイエンスの技術と手法の普及と教育に取り組む。
- 2025年、「データに触れながら学ぶ統計学」を執筆、出版。

実績

これまでの受講企業・団体（一部）

Hakuhodo
日本経済新聞
intage
RECRUIT リクルートマネジメントソリューションズ
YOKOHAMA DeNA BAYSTARS
NEC
HITACHI
NS Solutions
TIS TIS INTEC Group
IHI
LOTTE
全農 ZEN-NOH 食と農を未来へつなぐ。
近畿日本ツーリスト
LIXIL
つくってる？みらい digital hollywood
京都大学 KYOTO UNIVERSITY
九州大学 KYUSHU UNIVERSITY
広島大学
明治大学
関西学院大学 KWANSEI GAKUIN UNIVERSITY

受講者の声

実際に受講された方からいただいたコメントです。

「各分析手法の仕組み・考え方から教えていただけたことが非常にわかりやすく良かったです。素晴らしいトレーニングでした！」

矢田 優人 様 ／ ゴウリカマーケティング株式会社

「学生アンケートや授業評価をどう分析に活かせばいいか長年手探りでした。ですがこの講座は各手法の考え方から丁寧に解説してくれるうえ、疑問が出てもその場でスピーディーに解消してもらえるので、安心して受講できます。」

教員 ／ 大学・教育業界

「相関分析・因子分析・クラスタリングに加え、テキストデータの分析まで、実務でそのまま使える形で体系立てて学べます。」

リサーチャー ／ マーケティングリサーチ業界

「クラスタリングで社員をセグメント分けしたり、因子分析で満足度の背景を読み解いたりといった一歩進んだ分析が、Exploratoryならコードなしで自分の手でできるようになります。」

人事・組織開発担当 ／ 事業会社

開催概要・受講料

2026年12月回の詳細です。

開催概要	
日程	2026年12月17日（木）・18日（金）
時間	各日 9:00〜17:00
会場	東京・丸の内
定員	25名（最小催行予定数 10名）
受付締切	2026年12月3日（木）　※定員に達し次第終了
受講資格	前提知識・経験は不要 （統計・プログラミングの知識も不要）
必要な環境	Mac（macOS 11 Big Sur以降）または Windows（Windows 8以降・64bit版）のノートPC
録画	全講義を録画。受講者は後から視聴可能
支払方法	クレジットカード（Visa・Master・Amex） または銀行振込（請求書払い可）

受講料

お一人あたり

159,000円（税別）

税込 174,900円

含まれるもの

- 2日間の研修（全18セッション）・教材費
- 特典：6ヶ月間の Exploratory Business版ライセンス
  （月額$119・6ヶ月で$714相当／約11万円相当）
- 全講義の録画（受講者は後から視聴可能）
- 終了後の個別相談／チャットサポート／無料オンボーディング

割引制度

- **グループ割引**：3名以上まとめてのお申し込みで適用
- **学生割引**：50%OFF（いずれも詳細はお問い合わせください）

費用対効果の考え方

社内でご説明いただく際の整理としてお使いください。

外部に委託した場合と比べると

アンケート調査の集計・分析を外部に委託した場合、1案件あたり数十万円規模になることが一般的です。**本研修の費用は、その調査1本分と同等かそれ以下**でありながら、支出の性質が異なります。

委託：その案件の**成果物**が残る

研修：**以降すべての調査に使える分析力**が社内に残る

分析が終わるまでの時間も変わります

- 委託では、依頼・見積・データの受け渡し・初稿・修正依頼と、やり取りのたびに待ち時間が発生する
- 意図が伝わらず、出てきた分析が想定と違えば、やり直しが必要になる
- **内製できれば、この往復がなくなる。**見たいと思ったその日に確かめられる

投資の回収イメージ

- **調査ごとの外注費用の削減**：定常調査を内製化できれば、年間の委託費を継続的に圧縮できます
- **意思決定の速度**：外部とのやり取りや手戻りがなくなり、調査結果が出てから施策を決めるまでの時間が短くなります
- **作業時間の削減**：前処理・集計・レポート作成が再利用できる形になり、調査のたびの手作業が減ります
- **属人化の解消**：分析の型と手順が共有され、担当者交代時の引き継ぎが容易になります
- **ツール込み**：6ヶ月間の Business版ライセンス（$714相当・約11万円相当）が含まれるため、受講直後から実務に適用できます

上申用サマリ ー 稟議・社内申請用

このページの内容は、そのまま社内申請書に転記してお使いいただけます。

項目	内容
件名	アンケートデータ分析トレーニング
目的	アンケート調査の分析を「集計・報告」から「要因分析・施策提案」まで内製化し、調査結果を意思決定に活用できる体制を作る
対象者	アンケート調査の実施・集計・報告を担当する者（マーケティング／リサーチ／事業企画／人事など）
実施概要	2026年12月17日（木）・18日（金）　各日9:00〜17:00／定員25名の少人数制 提供：Exploratory, Inc.（講師：代表取締役CEO 西田勘一郎）　※全講義を録画し、受講者は後から視聴可能
費用	159,000円（税別）／1名　※税込 174,900円　教材費込み 特典として Exploratory Business版ライセンス6ヶ月分（月額$119・6ヶ月で$714相当／約11万円相当）を含む
習得内容	データ加工・データ型／GT表・クロス集計・ウエイトバック集計／信頼区間・仮説検定／因子分析／クラスタリング／潜在クラス分析／多変量分析・決定木（CHAID）／AIによる自由記述分析／レポート作成
期待効果	①調査結果から施策につながる示唆を出せるようになる　②グループ間の差を統計的に検証でき、報告の根拠が明確になる　③自由記述を全件分析できる　④前処理・集計・レポート作成の工数削減　⑤調査分析の外部委託費の削減

よくいただくご質問

社内でのご検討にあたって想定される論点をまとめました。

ご質問	考え方
なぜ今、必要なのですか	調査を実施しても集計止まりであれば、調査そのものにかけているコスト（設計・配信・回収）が意思決定に還元されません。分析の型を持つことで、既存の調査の価値を引き上げられます。
書籍や動画での独学では不十分ですか	独学では、疑問が出たときに確かめる相手がいません。本研修は少人数制で、講義中の疑問をその場で専門家に質問できます。さらに終了後も個別相談ミーティングとチャットサポートが継続するため、実務で詰まった段階でも相談できます。
社内研修とは何が違いますか	アンケートデータに特化した内容であること、統計手法とツール操作と実務適用が一体になっていること、通算50回以上・1,000名以上へのトレーニングの実施実績を持つ講師が直接教えることが特徴です。
費用は妥当ですか	調査分析の外部委託1案件と同等以下の費用です。加えて Exploratory デスクトップのBusiness版ライセンス6ヶ月分（月額$119・6ヶ月で$714相当／約11万円相当）が含まれており、受講後すぐに実務で使い始められます。
受講者に定着しますか	終了後に個別相談ミーティング・チャットサポート・無料オンボーディングを提供しており、実務で使い始める段階を継続的に支援します。録画を見返しながら復習することもできます。

連絡先

メール

support@exploratory.io

ウェブサイト

https://ja.exploratory.io

X (Twitter)

@ExploratoryJP

データ・アカデミー

https://exploratory.io/**data-academy-jp**