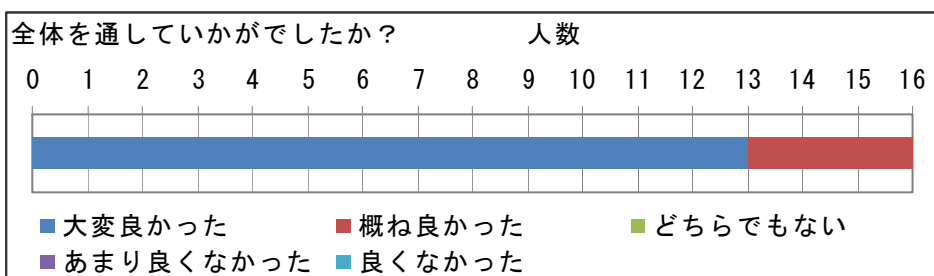


## アンケート設計・分析法研修会 報告

研修会では、マーケティングリサーチ講座として、調査の設計から分析・活用までを、大学に関係した事例を基に講義が行われました。次に、マーケティングリサーチの危険な6つの罠として、調査の注意点が、事例を基に紹介されました。参加した職員らは、リサーチの基本理論を学んだ後、演習として大学関連のアンケート調査事例を基に、調査フローの作成を行いました。続いて、本学のオープンキャンパスを題材に、①調査の目的、②調査の枠組み(調査フロー)、③調査方法、④調査票、⑤アンケート結果の活用方法についてグループ討議をし、発表を行いました。研修は理論も演習も大学関係の事例を基に進められたため、非常に理解しやすい内容でした。

研修を終えて、アンケート調査は、事前の目標設定と、事後の結果の活用方法を考えておくことが肝要と感じました。また、わざわざアンケート調査を行わなくとも、普段取り扱っているデータをまとめることで、課題の要因分析や、その対策を講じることができるものもあり、この研修で学んだことを、今後の業務に活用していきたいと考えます。

参考として、参加者16名を対象としたアンケートの結果を以下に示します。



## ■ アンケートの代表的なコメント

- ・ アンケートの基本となる目的や調査基盤の検討議論の重要性を知ることができた。また、アンケート調査の手法・作成プロセスを学ぶことで、通常携わっている業務へ繋がる点も幾つかあると感じた。
- ・ 調査票の設計手法を学ぶことができた。今後の業務に反映させたい。
- ・ アンケートの良し悪しも含め、調査というものを少し理解できたので、実践していきたい。
- ・ アンケートを作成する過程や回答率を上げるポイントが理解できた。実習を通じて、アンケートの意図を明確にする必要性、誤解が生じないように質問、選択肢を作成する難しさが分かった。

