



今回は以下のポイントについてご紹介します。

- 研究目的をどのように言語化・分解すべきか
  - アウトカムの型（連続・二値・順序・時間・階層）から、なぜ手法が決まるのか
  - 「差・関係・構造・時間・階層」という観点で、研究の大半が整理できる理由
  - ロジスティック回帰、混合モデル、マルチレベルモデル、SEM（AMOS）などを「使い分ける判断軸」
- ※本セミナーは操作トレーニングではありません。  
※SPSSの画面操作は最小限とし、研究目的と分析手法の「考え方」に重点を置いて解説します。

## ■プログラム

1. なぜ分析手法選びで迷うのか  
統計が難しいのではなく、研究目的が未分解なケース
2. 研究目的を整理する4つの視点  
アウトカムの型／差・関係・構造／時間・階層
3. 研究目的と分析手法の対応関係  
相関・回帰・混合モデル・SEMはどう使い分けるか
4. 判断フローで考える手法選択  
ロジスティック回帰、混合モデル、SEM（AMOS）の選択基準
5. 分野別の具体例  
医療・看護・社会科学の代表的な研究設計
6. まとめ

## ■このような方にオススメ

- ✓ データ収集でお困りの方
- ✓ データの収集から分析までワンストップで相談をしたい方
- ✓ 学位論文・学会発表・論文投稿を控えている研究者・大学院生
- ✓ 医療・看護・社会科学分野で量的研究を行っている方
- ✓ SPSSを使っているが、分析設計に自信が持てない方
- ✓ 統計を「手法」ではなく「研究設計の判断軸」として理解したい方

## ■開催概要

名称：【量的研究の進め方】研究目的から逆算する統計手法の選び方  
—「問い・データ・分析」のつながり—

日時：2026年3月16日（月）11:00～12:00

参加方法：Zoomによるオンラインセミナー・事前申込制 ※前日に視聴URLをお送り致します。

参加費：無料

詳細・お申込みはこちら：<https://www.cross-m.co.jp/seminar/20260316>

※競合企業などご参加をお断りする場合がございます。

今後も当社は、さまざまな手法を取り入れながら、お客様のマーケティングパートナーとして、ニーズに適したマーケティングリサーチ、マーケティングソリューションを提供していきます。

**【会社概要】**

会社名： 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>

所在地： 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F

設立： 2003年4月1日

代表： 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹

事業内容： マーケティング・リサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

**■本リリースに関するお問い合わせ先**

株式会社クロス・マーケティング セミナー事務局

seminar@cm-group.co.jp