

内閣府の世論調査に関する有識者検討会

提言

平成 26 年6月

(はじめに)

内閣府の世論調査の歴史は昭和 22 年に遡る。60 年を超える間、台帳からの無作為抽出と訪問面接という調査手法の根幹は変わっていない。世論調査の手法がこれほど長く利用できるものとなったのは、戦後世論調査の黎明期に、これを学び、改善し、独自の工夫を凝らし、広めていった学界、研究機関、新聞社、調査会社、行政の諸先輩の尽力の賜物である。

歳月は経過し、経済社会の環境は大きく変わった。プライバシーに関する国民の意識も変化した。インターネット調査、電話調査(RDD)など、新たな調査手法が開発され実用されている。調査不能バイアスの補正など様々な研究も進んだ。

本検討会は、世論調査の歴史を踏まえつつ、時代の変化に対応していくため、調査の質の維持・向上を目指すものである。委員には、世論調査のみならず統計調査や社会調査の専門家、訪問面接に限らない様々な調査手法の専門家、学術、マスコミ、調査会社など多様なバックボーンを持つ者が集まった。全員が調査の実践、研究に最前線で携わる者となった。

平成 25 年7月以降、4回の委員会、2回の小委員会を開催した。また、郵送による比較調査、追跡調査、訪問記録の分析、歴史の研究などを行った。以下は、こうした検討の結果、各委員から内閣府の世論調査に対し提言された事項を取りまとめたものである。

(もくじ)

I. 検討会の概要	3
II. 検討会における委員からの提言	4
1. 調査票の内容に関するもの	4
(1) 調査票全般・フェイスシートについて	
(2) 選択肢について	
2. 調査票作成プロセスに関するもの	6
(1) 有識者からの意見聴取・マスコミ等の調査結果の検討について	
(2) プリテストについて	
(3) 各府省との調整、質問票の全体構造について	
3. 長期継続調査の改善に関するもの	7

4. 標本抽出に関するもの	8
(1) 国勢調査と住民基本台帳の間のカバレッジエラーについて	
(2) 国勢調査区を PSU とすることについて	
(3) 層化基準としての国勢調査区特性について	
5. 実査に関するもの	9
(1) 回収率の改善について	
(2) 訪問記録の活用について	
(3) 訪問記録の記載事項等について	
(4) 訪問記録の分析について	
(5) その他	
6. 郵送調査に関するもの	13
(1) 郵送調査の活用について	
(2) 郵送調査の仕様、調査票作成等の技術面について	
① 事前の依頼はがき関係	
② 調査票関係	
③ 郵送調査における有効回答の範囲	
④ その他	
7. 監査に関するもの	18
8. 無回答者・回答者の属性把握に関するもの	19
9. データ補正に関するもの	20
(1) 姓・年齢による補正について	
(2) 補正のための変数について	
10. 調査結果の活用に関するもの、その他	21

I. 検討会の概要

1. 委員(平成26年5月1日現在 50音順、敬称略)

大谷 信介	関西学院大学社会学部 教授
小野寺 典子	日本放送協会放送文化研究所世論調査部 副部長
西郷 浩	早稲田大学政治経済学術院 教授
鈴木 督久(座長)	株式会社日経リサーチ 取締役兼常務執行役員
土屋 隆裕	情報・システム研究機構統計数理研究所 准教授
長崎 貴裕	株式会社インテージ 執行役員 MCA事業本部長
松田 映二	世論調査メソドロジスト/ 埼玉大学社会調査研究センター 准教授
三輪 哲	東北大学大学院教育学研究科 准教授

2. 会議概要

第1回(平成25年7月25日)

- (1) 世論調査に関する有識者検討会の開催について
- (2) 内閣府の世論調査について
- (3) 意見交換

第2回(平成25年9月17日)

- (1) 世論調査の調査票について
- (2) 内閣府の世論調査の実施手順等について
- (3) テスト調査の実施について

第3回(平成25年11月28日)

- (1) 訪問記録の分析について
- (2) テスト調査の実施について

第4回(平成26年3月18日)

- (1) テスト調査の結果について
- (2) 提言の取りまとめなどについて

第1回小委員会(平成25年9月3日)

- 世論調査の調査票について
大谷委員、松田委員出席

第2回小委員会(平成25年12月11日)

- 世論調査の歴史について
小野寺委員、森本栄一氏(株式会社ビデオリサーチ)出席

II. 検討会における委員からの提言

1. 調査票の内容に関するもの

(1) 調査票全般・フェイスシートについて

- 大学で調査論を教えている中で、当然、国の調査なので、もう少し使いたいとは思っているのだが、なかなか使えない。内閣府の世論調査の一番の問題は、調査票と質問文であろうと思う。例えば、世論調査が大学生たちの卒論でどんどん使っていけるようなものであってほしいと思っている。
- 恐らく国民にとってはすごく難しい質問、しかも、言葉も難しいし長いといったことで、ワーディング、質問文、リード文のところで問題があることはすごく感じる。NPO に関する調査にしても、子どもの安全に関する調査にしても、少し難し過ぎて世論調査になじんでいない部分が多々ある。
- 面接調査では、調査員がいるため、その場で人に聞いたりインターネットで調べたりできない。このため、知識を調査するとき、本当に知っているかどうかを調べるのは面接調査が最適。それなのに、資料提示のタイミングについて、調査票の最初に提示するのが本当にいいことか検討の余地がある。
- 面接に協力してくれる人は、割と生活に満足している人が多いのではないかと。そうしたときに満足度を聞く指標が面接調査でいいのかも検討課題としてある。
- フェイスシート項目に関して、もう少し内閣府として統一版みたいなものがあって、もっとしっかりとした変数として分析ができるような形にしたほうがいい。
- 職業分類は、回答結果の集計に用いるものとするならば、もっと簡単にまとめてしまえばよい。もう少しラフな分類でも目的にかなうのではないかと。職業分類を決めたら、具体的な例示を入れると回答が容易になる。
- フェイスシートのソーシャルネットワーキングサービスについて、この言葉だとなかなか伝わらない。ラインはどうするのかなどか思ってしまう。質問の意図と鑑みて構成し直したほうがいい。

(2) 選択肢について

- 複数回答 (MA) が多過ぎる。MA についてできるだけ減らしていったほうがいいと思う。MA では、余り答えたくない人は回答数が 1 個、2 個だが、答えたい人は 10 個、15 個になってしまう。すると、丸をつけやすい人の性格がより反映するような結果に

なってしまう恐れがある。

- MA については、今後の調査では避けるほうがいい。論理的には、一個一個の項目にマル、バツをつける方式と同じだが、調査をすると MA のほうはかなり結果が不安定で、個別項目ごとに3段階とか2段階で聞いたほうが経験的に結果は安定する。今回の比較テストで、面接と郵送で結果が違った理由にも、マルチアンサーの不安定さがあると思う。また、マルチアンサーにするとマルがつく数が少なくなり、一個一個にマル、バツをつけてもらうほうがマルの数は多くなる。
- 選択肢数が多すぎるものがある。例えば、幾つかのブロックに分けて聞いていくとか、そういう方法もあるとは思う。他方、その組合せによって回答率が変わる可能性があるのも、気を付けないといけない。似たような課題について選択肢を10個ぐらいずつまとめて、いくつかに分けて聞くくらいが一番現実的かと思う。回答者に提示する項目リストが2段になっているが、そうしたことも結果に影響する可能性がある。たくさん並べられて回答するのは回答者にとってかなり負担ではないかと思う。
- 選択肢の順番が回答に影響を与えやすいのではないかと思う。つまり、どうしても最初のほうばかり目がいって丸をつけて、飽きて途中から丸をつけなくなるとかといったことが普通にあると思う。タブレットなどで回答させてページの順番をランダムにさせるとかといったことが、将来的には可能かなと思う。
- 選択肢の順番によるバイアスについては、選択肢をランダムにするのは紙の調査では難しいが、全く逆の順番で、2パターン作る。奇数番目はAカード、偶数番目はBカードとするやり方は可能である。
- 形容詞・副詞は、その人の生き様、趣味、経験などによって捉えるレベルが変わってしまう。同じ感じで捉えられない可能性がある。質問文をつくる時には、形容詞・副詞の使い方には注意をすべき。また、カタカナを使い過ぎではないかと思う。
- 選択肢文が長過ぎることはよくない。さらに、もう一つ悪いことは、短い選択肢の中に長い選択肢が幾つか混ざってしまうというところが問題。選択肢の文章は、できるだけ同じような長さになるようにすべき。長い選択肢は目に入りやすいことの影響も考えるべき。

2. 調査票作成プロセスに関するもの

(1) 有識者からの意見聴取・マスコミ等の調査結果の検討について

- 基幹統計では、調査票の質問文に至るまで統計委員会を通過し、チェックが入る。世論調査の質問票の作成・変更にあたっては、本会合のような有識者会議の意見が出たほうが、変える、変えないの結果は別にして、役に立つ可能性がある。新聞社では問題検討委員会が必ず毎月の世論調査のときにはあるとか、手順を制度化しているところもある。
- 質問票作成、調査実施に係る手順や体制を作る際に、社会学者とか社会調査関連のアドバイザーみたいな固まりや、ある種世論調査について継続的に考え続けている人々との連携みたいなものがあるといいと思う。
- 尖閣諸島や竹島など、特にセンシティブなテーマについては、もう少し他社、マスコミがどのような調査をしているかとか、検討する必要があると思う。他の調査との関係は密接に見たほうがいいし、比較も常にしたほうがいい。

(2) プリテストについて

- 問題のある質問文については、調査をやった後で、やはりこうしておけばよかったというのが後から分かるということが経験上多い。よい質問をつくるためには、予備調査というのがどうしても必要になってくると考える。単発の調査であれば、そういう予備調査をして、その上で、本当にこれでよいのかという検討をするということが必要と思う。
- プリテストは、例えば、ここの部屋にいる20人の方だけでもやりなさいと、それは「ただ」でできるというふうなことだと考える。プリテストは、どんな小さくてもいいから必ず手順に入れるとか工夫してもよい。

(3) 各府省との調整、質問票の全体構造について

- 仮説検証型の調査としては不十分であるという結論であり、もう少し分析できるような調査に変えていく必要がある。
- 各省庁が、1カ月間質問票を検討し、最終段階で内閣府と調整するやり方ではなく、もっと前段階に、何らかのマニュアルを作るなり、内閣府の方で、意見をしないと、各省庁の上まで通ったものはなかなか変えにくい。まずは、継続調査でないものから取り組んでみてはどうか。
- 普通に考えると、調査によって明らかにしたい項目等の整理から入って調査票作り

に入らないと、調査票がいきなり設計されてしまうと、何となく調査票をつくってしまうと、内容がふわっとしたものになりがちではないか。

- 質問票を作る際、初めての調査の場合、もうちょっと違う紙が最初にあって、最終目標があって、どういう構造に置くか、仮説が先に置かれて、仮説を検証するための変数が選ばれ、それで調査票の1つの世界が描かれる。それが質問文に落ちていくという、そういう手順が実施されていくべきではないか。
- 各省局長などに説明しなければいけないことも考えれば、予め質問票全体の構造を固めてから質問票を作成する方がいいのだという説得的なドキュメントがあった方がよい。
- 恐らく各省庁も分析はしたいと思っているが、どういう調査票をつくれればいいのかわからないだけだと思うので、その部分で前もって入り込んでアドバイスするような形で調査票を変えるということが、まずはできるのではないか。
- 調査票をこういうふうにしておけばもっと良かったのではないか、こういう分析ができたはずだと、どういうことを聞きたかったなど、調査票を、事後的にでも、検証し直すことが重要と考える。

3. 長期継続調査の改善に関するもの

- 質問文について、継続調査で変えられないといった大義名分があったことによって、すごく問題が残っている。まず、質問文を見直すということをやはり言うておかないといけない。継続調査についても、どの部分は残してどの部分は変えるかということをも、もう少し真剣に考えたほうがよい。
- 継続調査の重要性は認識しているが、それにしてもどこかで抜本的に改革していく必要があるのではないか。国民生活ということをももう少し網羅的に変数を考え直すことからやはり始める必要があり、もっと総合的にいろいろな知見を入れてやっていく将来構想を持つ必要がある。
- 継続調査の変遷について、いつの時点で何を直して、どういう議論がされたとか、記録があるようであれば見たい。継続調査の歴史的経緯みたいなどころをまとめるべき。

4. 標本抽出に関するもの

(1) 国勢調査と住民基本台帳の間のカバレッジエラーについて

- 住民基本台帳の不備により回収不能となるのであれば、それは堂々と回収率の分母から減らすなり、予備サンプルを考えるなりしてもいい部分があると考ええる。
- 国勢調査と住民基本台帳の計数にはカバレッジエラーが常にある。このカバレッジエラーを、昔から問題にしており、字町丁目の住民数をもとに抽出している。一方、住民基本台帳に不備があるとしても予備サンプルを使うには別の問題もあると思うので用いない。

(2) 国勢調査区を PSU とすることについて

- 国勢調査区は、典型的には住居表示を使って定義されているが、住所の地番の並びで定義されていないケースがあり、それは総務省に行って地図を見ないと分からない。地図を見て国勢調査区の対象となる住所を書き出すのは大変な作業で、これを住民基本台帳から抽出するのは更に煩雑。実際にはできないと考えるが、現実的には小さな誤差なので目をつぶっているのだろう。
- 市場調査の場合、PSU を国勢調査区とか市区町村にしないで、日本中ずっと1億人が住所順に並んでいるとみなして地点を抽出し、その地点をランダムスタートポイントと考え、そこから順番に抽出する。国勢調査区を使うならば、労働力調査のような使い方が正しいと思うし、そうでないなら、SSM や国民性調査のように、町丁目をベースに住民基本台帳だけを使うべき。
- 国勢調査区の範囲は、結局行かないと分からないと思う。現実には国勢調査区を PSU にするのはかなり難しい方法と思う。
- 国勢調査区は平均 50 世帯だが、これはあくまで平均で、レンジはかなり大きい。小さい国勢調査区に当たると、抽出間隔がかなり小さくなり、同じ世帯で複数の人が抽出されるといったことになりかねない。調査地点が小規模の場合、国勢調査区を併合するというのをぜひやったほうがいいと思う。

(3) 層化基準としての国勢調査区特性について

- ある市は、本当は商業が発展しているところであっても、スポット的にたまたま抽出地点に工場があれば、それは製造業と区分されてしまう。また、例えば1人の属性が変わると地域区分が別のものになったり、調査区特性は、そういう不安定さがある。

- 既に地域と都市規模で層化されているので、層化の目的が誤差を小さくすることであれば、層化の基準を再検討し、もう少し大きな層にしてもよいと考える。
- 層化基準については、歴史を調べた方がよい。国勢調査区特性については、50年代にはよく見かけ、国民性調査もある時期これを使っていた。一方、今は、郡だったところが市になったり状況が変化している。国民性調査は80年代に層化の方法をかなり大胆に見直し、それでSSMもそうなっていると思う。事実上層化の効果を出すための工夫をしながら大きく層化する。細かい層化はしないが、その順番にソートして系統抽出することで同じ層化効果をもたらすアイデアがある。誰がやっても同じ手順でできるとても良い手法と考えている。
- 層を多くすると精度が上がるように見えるが、結局、その有意差が見えにくくなるということもある。
- 国勢調査区特性を層別に使うこと自体は、その層化が調査テーマにとって有効なものならばいいと思う。しかし、有効な層化方法は職業特性の他にもあるのだろうと思う。
- 層別は難しく、幾ら情報を集めても、うまくいかは結局やってみないとわからないというところがある。ただ、オートロック式マンションなど、外部から明らかな変数で、かつその人の回答の仕方や意識を、うまく層別できるような変数というのを見つけることは、難しいけれど、全く絶望的ではなさそうだ、もしそれが見つかれば結構うまく調整することも、あるいはできるのではと感じる。
- だんだんと層化が簡素化しているような気がする。国勢調査区特性での層化がどれだけ意味を持っているのか、ちゃんと調べる必要がある。

5. 実査に関するもの

(1) 回収率の改善について

- 不能理由は一時不在が多い。若年層では、特に顕著であると思う。そこを何とかしないとだめなのだろうと考える。
- 以前、訪問記録を分析したが、訪問回数よりも、朝の何時から回っているとか、土日に回っているとか、夜何時まで回っているとかが重要。訪問回数を幾ら重ねても、同じような時間帯ばかり回っていれば、ほとんど効果がない。

- 調査の開始が木曜日というのはどうだろうか。1週間働いて、木曜日は一番疲れているところで、そこへいきなり行って拒否ということも少なくないのではないか。
- 夜8時までしか訪問しないということに限界があると思う。もっと夜遅くまで訪問するという課題があると思う。
- 家族拒否が、本人の拒否よりも多い。今いないからあの子はやらないよというような拒否なのか、家族拒否がどの類いの拒否なのかもう少し聞いた方がいいのではないか。
- 単身世帯は恐らく回収率が低いのではないか。世帯人数を分析の観点に置いたらいいのではないか。難しいとは思いますが、単身と単身でない世帯を分けて訪問計画を立てるとか、そういう丁寧なことができればいい。
- 謝礼の引上げは、個別の層については効果があるかもしれないが、一律的に引き上げても効果があるかは疑問である。
- 謝礼を2倍にするとそれなりの効果があると思うが、同じ500円でも、調査対象者全員に先渡しすればもっと効果が上がると考える。面接調査でも先渡しは可能である。
- もともと厳しい調査地点や調査員のスキルの差が生じている調査地点などについては、どういう特殊事情があるのかを実査期間中の早い段階で把握できれば、ほかの調査員に行ってもらうなどの対策をすることができる。ただし調査期間が短い場合はそうはいかないかもしれない。
- 調査員管理のために本部を設けるべき。各々の訪問状況をリアルタイムに把握して、これに応じて本部から訪問の指示を出す、このようなことをしなければ回収率を向上させることはできない。調査会社で体制が整わないのであれば、テレマーケティング会社などと連携するべき。これは当然予算をつけることになる。
- 今の若者は、人と接することが苦手な人が増えている。例えばスマホで写真を撮ればメールにつながるとか、若者を面接でとろうとすれば、向こうから反応してくれるような工夫することが必要。メールアドレスを打つのも手間なので QR コードを印刷しておく。こうしたことのためにも調査本部の設置が必要となる。
- 訪問回数を増やすとコストは増加するが、それでもコストをかけるべきところはあると

思う。特に若年については、会えないことの問題なので、コストのかけ方を若年にシフトして、例えば若年だけは訪問回数を平均よりも多めにする。それは中高年層の回収率を犠牲にしてもとなると、全体の回収率を上げることには寄与しないかもしれないが、世代別回収率の偏りの是正には効果がある。予算制約の中で配分を検討してもよいと思う。

(2) 訪問記録の活用について

- 訪問記録の分析を重ねれば、調査員への最初のインストラクションの際、こういうふうに回ってくれとお願いすることもできると思う。訪問記録をとることについて、例えば 70 代の対象者は昼間行けばいいなど、調査員に訪問方法等を提示できるようなものを作ることを目的としていくべきではないか。
- 訪問記録は本当に重要な情報になると思うが、その作成には、入力費もかかるし調査員の作業も必要となる。訪問記録の有用性とコストに係る認識を共有し、発注者もそれが納品物として、予算も付けるという、そういう合意が同時にできていくことが必要。
- 面接調査の存続のためには訪問記録のデータを本格的に蓄積していくことが重要と思う。例えば、若者、リタイア層、主婦層などに分類して訪問記録を蓄積していけば、属性ごとの回収可能性の高い曜日、時間帯がある程度分かってくる。あわせて、訪問記録をベースにした入札にしていくことも検討が必要と思う。例えば、訪問回数や、都市か地方かなどに応じて報酬を支払うといった形が数字で出てくるようなことも可能と思う。
- コストが上がるので毎回はできないにしても、年に何回とか主要なものとかで訪問記録をつけるとか、その部分の予算をどこかの研究者との予算と一緒に取り組むといった工夫が求められる。
- 訪問記録はコストの問題があるが、ぜひ続けるべき。ただ漫然とやるのではなく、何か調査手法等に工夫をしたときにやるべき。そうすると何をしたときに回収率が上がったかが分かる。だから、何か工夫をしたときに前回とどこが変わるかといったようなことを調べるときにきちんと実施すべき。
- タブレットを使って自然に事実だけ記録するような訪問記録システムにすると、記録の仕方も自然で負担も少なくいいかもしれない。その場合、調査票もタブレットになるかもしれない。

(3) 訪問記録の記載事項等について

- 事前連絡拒否については、事前連絡がどのような内容だったかという記録をとっておく必要がある。
- 記録のつけられていない5回目以上の訪問で、土日に訪問があったとか、そういうことも考えられる。もう少し詳しい様式の訪問記録というものを考えてみたほうがいい。
- オートロックマンションについては、2階建て以下の共同住宅と3階建て以上というので決定的に違う。住んでいる層も違うし回収率も全く違う。いわゆるマンションといわれるものとアパートみたいなものを区別しないといけない。居住の形状をもう少し詳しく観察してもらうことが必要。なお、このように分類すると、西宮ではオートロックマンションのほうが回収率は高くなった。

(4) 訪問記録の分析について

- 個票のローデータがあればできることだが、最初のコンタクトがいつで、そこでどう結果が出て、その次のコンタクトがいつでというふうな訪問のプロセス自体を分析の中に入れるような形で処理すれば実態が見える。
- 訪問記録票の分析は、1種類ではだめで、2種類行わないといけない。まずは、調査対象ごとに、それがとれたのかとれないのかと、何回訪問したのかという形。もう一つは、訪問回数ごとに、総訪問数を母集団とした不在と、そのとき対応等を分析することが必要。もう少し工夫すれば分析も詳しくできるだろうし、監査的な部分も新しいシステムができるのではないかと。
- ファーストコンタクトの際の印象が、後の回収率に影響を及ぼしている可能性があるのではないかと思う。その観点で分析を深めるべき。
- 調査員の回し方とか、いつファーストコンタクトをとるかとか、調査主体がコントロール可能な要因を主な分析のターゲットにするべき。
- 最終的な結果が有効回収か拒否かだけでなく、会えたかどうかと、会えた条件で拒否されるかどうかと、分けて考えるべき。特に、拒否を変えるのは難しいが、会えない理由の中でも、一時不在についてしっかり分析し、いかに効率よい訪問ができるかという観点で分析するのが有効と考える。
- 不能理由の一時不在が、平均的にはかなり低く、10%程度となっていることから、

調査員が頑張っている様子がわかる。様々なスキルがあるからこそ、少し手を抜けるといったこともあるが、やはりスキルがあるということは、しっかりとした効率のよい回収ができていると思う。ただし、調査員にはスキル差はあるのかなとも思った。

- 訪問記録の結果をみると、調査会社の調査員は、ある意味、調査員として賢過ぎるのではないかと思う。例えば5%しか会えないと思うと、無駄だと思ったら行かないのではないか。ただ、調査実施者からすると、5%は大きい問題で、無駄でも行ってもらいたいと思う。そこを何とかしてもらおうよう考えていかなければいけない。

(5)その他

- 抽出員と調査員が同一の場合、抽出の際、心が誘惑に負けて、調査しやすいような抽出をしてしまうときがあるのではないかと懸念する。
- 質問数が一般のものより少な過ぎる。このような少ない質問数でやるのはもったいないと思う。調査の実施回数を減らしつつ、1回当たりの質問数を増やし、1回、1回の調査を充実させればよいのではないかというイメージが湧く。
- タブレットを用いた調査の可能性の検討など調査のやり方の見直しや、高齢化の進む調査員についても、本当は入れかえが必要なのではないかと思う。
- 有効票を取るのが大変なところは大変だと理解しないと調査会社も気の毒。一律この方法というものでないということを含め、もう少し調査をやる側が理解を示さないといけないと思う。タブレットを使ったものとか、やり方を変えながら努力していく方向など、新しい時代における新しい面接調査の方法みたいなものを少し展望していかないといけないと思う。

6. 郵送調査に関するもの

(1) 郵送調査の活用について

- 若者は夜帰ってこないし、人に会いたくないという人が多くなっているので、郵送調査を活用することで何とかならないかと考えている。若者の回収率が低いのは、家にいないということも大きいですが、お父さん、お母さんが「息子はまだ帰ってきていない」とか、なかなか取り次がない。何時ごろに帰ってくるかと教えてくれば、回収できた可能性がある。そうしたところは、郵送であれば救えると考えている。
- 高齢者についても、面接調査では、息子さんや娘さんが、「もう高齢でそんな難しいのには答えられない」と、玄関先でリーチが切れてしまう。ところが、郵送調査の

場合、調査票を本人宛で送るので、高齢者本人に調査票が届く。それを自分の部屋へ持って行って開いてくれるということがある。

- 公的統計では、従来面接で実施していた調査をコスト面から郵送に切り替えざるを得なくなっており、その際、回答率が下がることが問題となっている。公的統計の場合、例えば家計調査など回答負担が大きく、調査員が来て答えざるを得なくなる面接のほうが郵送より回答率が高くなるものと思う。一方、世論調査は、面倒というより、時間がないというのが無回答の大きな理由となっている。また、回答内容についても面接と郵送で比較分析する必要があり、郵送の方が回答率が高いから良いと短絡すべきでない。内閣府の消費動向調査は、内容的には意識調査にかなり近いが、最近、郵送に切り替え、回答率は上がっていないと思う。消費動向調査の結果との比較はおもしろいと思う。
- 今回の郵送調査の結果が外に出ていくと、回収率だけを見て郵送がいいという流れになってしまう。今回、実施してみて郵送のデメリットみたいなものも整理すべきではないか。
- 調査の締切については、調査対象者に締切を示した後もしばらく回答が来るので、提示した締切から1週間後ぐらいを本当の締切にするといいのかなと大体思っている。
- 今後、どのような調査であれば協力したいかとの質問に対し、郵送ならば回答してもよいとする者が70%に達する一方、面接は7%に過ぎず、面接に回答したくないとする者が70%になる。郵送法と面接法では、同じ人が異なった反応をしているのではなく、違う人を掘り起こしている可能性がある。もっとも、本当は郵送でも面接でも回答したくないが、お願いをして回答をとっている面もあり、この数字を真として受けとめることも難しい。面接と郵送の結果の相違を、回答モードで変わったのか、それとも違う人を掘り起こしたのか。面接だから郵送でなくてとれている人、あるいは郵送だからとれて面接は落ちる人をどの程度の層で、どういった特性があるのかを見極めるのが重要ではないか。
- 郵送と面接の調査結果を比較すると、面接では建て前的な回答が多くなるなど、先行研究から言われてきた点が出ており、法則的になってきたのかなという気がする。生活満足度などは、他の比較調査でも、「満足していない」が郵送では多くなるなど、そういった傾向も出ている。
- 面接の結果と郵送の結果の変換式がつかれないかなと思うが、いろいろな因子が

あるようで、それはとても無理と思う。属性の違いや、社会的望ましさなどの回答傾向といったものは見られるのであるが。

(2) 郵送調査の仕様、調査票作成等の技術面について

① 事前の依頼はがき関係

- 調査主体が内閣府であることを強調し、最大限に生かしたほうがいい。内閣府からのお願いという形を明確に出したらよい。
- 圧着はがきではなく通常のはがきが良い。圧着はがきを開かない人がいる懸念があることや、調査への興味をかきたてるために事前の情報を少なくしておく。圧着はがきでやる場合は、外側のほうに最低限の情報は入れるべき。
- 中面で一番大事なのは、調査の方法と回答の方法を調査相手にしっかり伝えること。ここを強調するようなレイアウトを考えるべき。回答の方法として、調査は選択肢番号にマルをつけるものですよ、文章を書いていただくものではないですよということをしっかり書き込むべき。
- 厳しく本人でないのだめと書くと、受け取った方は威圧感を感じる。厳格な感じがして回答意欲がなえてしまう。本人が回答すべきことについては、できるだけ柔らかい表現にするのがポイントと思う。
- 代理回答が禁止されていることは、この段階から強調しておいたほうがいいのか。調査票においても同様に、例えば、封筒の宛名の御本人様に下線を引くなどの方法で強調したほうがいい。
- 世論調査の場合は、お年寄りも多く、「Q&A」では分からない方も多いはず。「Q&A」ではなく「疑問にお答えします」とすればよい。
- 一般の人はプライバシーマークなどほとんど知らない。これが表面にばんと出ていることで、何かいかがわしいと思われる可能性もある。はがきの内面のほうでプライバシーマークの説明をしつつ、マークを示したほうがはるかに効果的。
- 依頼はがき、調査票ともに、「謝礼」という表現は控えるべき。人によっては不快に感じる。
- 最後に「ご安心ください」とあるのは、かえって不安になってしまうので、ここはないほうがいい。

②調査票関係

- 依頼はがきを予め送るのであれば、調査票にはごちゃごちゃ書く必要はない。調査の題名、締切日、後日 500 円の謝礼があることをもっと大きく書けばよい。最初の部分には、国のために役に立つ、政策に生かしていくといったことを書いておけばよいと思う。
- 調査に受け身的に答えてもらうのではなく、自分から意見を発信したいというふうに思わせるような言葉を調査票に1つ入れるといい。
- 郵送調査なので、調査票の整理番号等について、冒頭に説明文を短く入れておいたほうがよい。
- 調査票を二段編集としページ数を半分にする。対象者は質問数が多いことではなく、調査票のページ数が多いことに威圧感を受ける。質問票のページ数を減らすという努力をしなくてはいけない。
- 設問番号について、Q1 とか F1 と表現されているが、対象者の方に話を聞くと、Fというところで結構身構えてしまうという意見を聞いたことがある。問1、問2でずっと連番にしていってほしい。
- 分岐付き設問で誘導の矢印をみやすくするため、できるだけ線や囲いをつかわない。質問文はゴシックで太く、選択肢は明朝体にする。また、質問文の行間は狭く、選択肢の行間は広くする。質問文と選択肢が違うという印象を与えるため。
- シングルアンサーとマルチアンサーが交じっているので、それを調査対象の方にしっくりわかるようにしておく必要がある。例えば、必ず質問の後ろに括弧書きで、ゴシック体で「マルは1つ」とか、「マルはいくつでも」と付す。
- どのような考えの人も回答を選べるようにするため、郵送調査の選択肢は、訪問面接の選択肢に「その他」を一つ加えることを原則とする。何回か郵送調査やっているが、郵送のほうが面接よりも「わからない」とか「一概にいけない」といった選択肢の回答比率ははるかに低い。郵送の選択肢に「その他」を加えても、回答が「その他」に流れるといったことはないのではないか。
- 例えば、満足感について、「満足している」から「満足していない」まで4選択肢を示す場合、回答者の視覚的にはイとウの間が真ん中に見える。しかし、郵送調査で

「その他」を加えると、ウが真ん中に見えてくる。「その他」を示すことで「その他」のパーセントが上がるほか、さらにその真ん中が視覚的に変わってくる可能性がある。かつて私が試したのは、この「その他」を小さく書くと視覚的にはイとウが真ん中に見えて、「その他」の回答比率もやや低くなる。

- 職業分類について、わざわざ2段階に聞かなくても一緒にしてはどうか。そうしないと分岐が多く、郵送調査では答えきれない。例えば、代表的な職業例を入れて、それを見て選択してもらうようにしてはどうか。
- 調査のボリュームが少なく感じるように、調査票の最終余白ページに余計な情報は載せずに空白とする。予め依頼はがきを送付してお知らせしておけば十分だと思う。
- 句読点は、「,」ではなく、一般の方の使う「,」のほうがよい。そういう細かいところを違和感がないような形にしてほしい。

③ 郵送調査における有効回答の範囲

- 代理記入について、刺激の異なる調査結果は集計に入れたいべきとも思うが、世論調査というものの考え方からいくと、より広い人から意見を聴取するのが筋とも思う。色々な意見はあると思うが、自記できない本人に代わっての代筆回答は集計に入れるべきではないかと思う。代理記入は、この方法でしか調査できない方なので集計に入れていくべきと思う。
- 性年代が不一致の票の扱いについて、例えば抽出のときに写し間違いがあった可能性もある。また、年齢を聞くと必ず若く書くことにしている人もいるかもしれない。性年代不一致で、本人であるかどうかを判断するのは難しいと思っている。
- 代理回答か否かについて監査はできない。サンプリングの代表性よりも回答の代表性を重視する。郵送調査では、代理回答かどうかは明確に判別できないが、その代り回収率はかなり高くなるとはっきり言う。方針としては、自己申告で代理回答と言った方のみを除く。性年代で照合して除くといったことは、かえって人為的なバイアスが入り、止めた方がいい。
- 性年代の不一致について、名簿上は60代なのに20代となっていたりすると、集計の際、すごく気になると思う。30代が40代となっているぐらいならいいのだが。年齢の集計が10歳刻みでというのはどうか。もう少し細かくチェックするべきではないか。2歳ぐらいなら若く記入する人は結構いるだろうが、5歳若く書く人は余りいないと

思う。

- 性年代が一致しない 60 票について精査して、例えば奥さんが回答したであろうとか、子供が回答したものであろうとか、見当を付ける作業をするべき。
- 代理回答についての質問を調査票に入れて、代理回答か否かを確認する。この回答結果を基本的に信じるという形を原則としていいのではないか。

④その他

- 調査票の返送先について、委託先の調査会社とするものと、内閣府とするものを半々として、どれくらい違うかを調べてみてはどうか。
- 名簿を電子化しておけば後から分析に活用できる。名簿の住所情報から一戸建てか共同住宅かある程度予測でき、回収結果と照合するという作業をすべき。共同住宅の場合、住宅名がないため、返送される場合が結構ある。回収不能名簿のところについての分析も結構できると思う。
- 並行して実施する郵送調査で回答のなかった人についても、(ほぼ同じエリアを訪問面接で踏査する)調査員を活用して、オートロックマンションかどうかなど、ある程度情報をとればよいと思う。
- 郵送調査においては、謝礼を渡せば最終的な回収率が上がるということではなく、回収が早くなる効果大きい。欧米では、謝礼の主目的は、若者の回収率を上げること。全体的な回収率を上げる対策よりも、調査の歪みの是正に活用されている。こうした謝礼の効果をもう少し議論してもよい。

7. 監査に関するもの

- 面接調査の場合、生年月日を聞いて、それが原本と一致しているか確認することで監査ができる。これが面接調査の信頼できる一番のポイント。しかし、調査票では年齢は5歳刻みになっており、それでは面接調査の監査面のメリットを生かしていない。
- 最近の不正は調査地点までは行って調査を一応依頼するのだけれども、中身は自分で書くという中抜きが一番多いパターン。そうした問題のチェックもするべき。
- 監査において訪問記録のデータが一番役立つと考える。受発注者がどこかで「な

あなあ」になっているのではないかと思われる。訪問記録をしっかりとってくださいというやり方を検討すべき。正確な訪問記録があれば、回収のコストも把握できるようになる。そしてデータをちゃんと蓄積するという方向も考える必要があると思う。

8. 無回答者・回答者の属性把握に関するもの

- 回収率 50%ということは半分が無回答ということ。無回答だった人たちのことが分析対象になる時代に入ってきたと思う。実験調査で、無回答者について徹底的に数値を調べてみたいとも思う。無回答者も含めもっと外から観察できる情報や、対応の記録をデータ化すべき。調査不能になった背景や証拠とかカテゴリーがよくとられていれば、データ補正しやすい。
- 無回答の人に追跡調査を行い、無回答者の回答を予測・推定し、全体としてどれぐらいになるかという推定をしましょうという話がある。こうした追跡調査が実際上どれぐらいワークするのか非常に興味がある。
- 無回答の人への追跡調査については、もう一回調査があつたら協力しますかと聞いて、「絶対する」から「絶対したくない」まで選択肢を設ける。どんな方法で調査をしても回答するコアな回答者と、ふわふわした回答者を分けてみて、それで未回答者は大体どういう人か推測するということができないかと思う。
- 回答してくれた人に対しても、調査に対し本当はどの程度協力意向があつたのかについて追跡調査してはどうか。拒否の人も本当は、もう一度アタックすればとれた人がいたはずで、その逆も言える。あるいは違うタイミングでアタックしたらとれない人も恐らくいた。回答した人についても協力意向や回答する条件といった情報があれば、もう少しいろいろな推定とか工夫ができると思う。
- 回答されたデータも、3回訪問してとれたデータ、4回訪問してとれたデータと、1回でとれたデータとの差異を調べるべき。3回以上、何度も訪問すると、どのようなデータがとれるのか見える可能性もある。それが余り変わらないのであれば、そんなに深刻でない問題の可能性もある。訪問を繰り返すことで回収率を高めると、調査結果が変わってくるのか、それとも余り変わらないのかが分かる。
- 回答した人に対する再調査は米国の国勢調査でも実施している。これは、回答がどれぐらい正確だったのかを把握する目的で行われているもの。世論調査は意識調査なので、その時によって違うとも言えるが、本当に安定的なものを調べているのかということも気になる。前に答えた人がもう一回調べたときに同じように回答す

るか、どこかで調べる機会があるといい。

9. データ補正に関するもの

(1) 姓・年齢による補正について

- 若年層については、単に回収率が低いだけでなく、回収できている若者とできない若者とで性格の違う層となっていることが非常に大きな問題である。一部の層の若者の意見だけが反映されるということだと、やはり問題と思う。
- 無回答者のデータはないのだから、どうやったって使いようがない。何かするとすれば回収したデータを加工する以外にない。そのときに、性・年齢だけで補正すればよいということは成り立たない。回収できる男性 20 代は男性 20 代からすれば、むしろ特異なほうなので、それを全体に膨らましてはいけないのは明らか。
- 回収できている若者とできない若者とで性格の違うということであれば、そのことは、ウエートをかけて解決しない問題として、ウエートをかけても何の解決にもならないというところが大きい。
- 性・年齢を人口構成比で補正したところで、全体の数字は1ポイント、せいぜい2ポイントしか変わらないので、気持ちとしては合わせましたよという安らぎは与えられるのだけれども、結果が変わらない。むしろ、非回収の集団と、回収した集団の意見の相違が著しく大きく影響することの方が怖い。

(2) 補正のための変数について

- 「拒否」と「不在」では、その回答に与える影響が大分違う。「不在」が回答そのものに影響をしないという、条件付き独立が成立すると、調整が可能と思う。一方、内閣府の調査で見たものだが、「時間のゆとりを感じている」という人は 20 代が一番多い。年齢が上がるとともにゆとりがなくなる。もし、20 歳代は暇な人ほど世論調査に回答するという仕組みが働いているとすると、「不在」か否かが回答に影響を与えていることになる。
- 例えば、時間に関する質問項目だと、不在か否かはかなり大きな影響を与えるように思うが、そうではない質問事項では、余り影響がないものもあるから、不在ではない人の回答を膨らませるような調整ができるということもあり得るかもしれない。
- 男性 20 代の中にとりやすい層ととりにくい層があるので、それで色分けをして、ウエートをつけることが考えられる。とりやすい層については完全にとれていて、とりにく

い層がとれていないと考える。

- 調査への協力度など、回答率に関係がありそうなものを求めると、同じ20代男性の中でも、協力的な人と非協力的な人の色分けできる。それも回答率によって白黒に分けるのではなくて、グラデーションのような形で調整ができる。例えば、1週間のうちに何日あなたはいましたかと聞いて、つかまえられる率を推定するやり方がある。どれぐらいその調査に協力してくれるのかが把握できる。また、最近の例では、家計消費状況調査の総額欄を書いているか否かで層別してみると、書く人たちの属性・性質と、書かない人の性質というのが比較的安定的であるとの研究論文があった。
- 回答した若者の中にも、回答してくれなかった人に近い属性を持つ集団がいるのであれば、それをうまく発見できれば、そういう調整スコアはあり得るかもしれないということと思う。
- 選挙予測をやっていると、20代の回収率は低いが、選挙予測としてはよく当たる。投票へ行く人の分布と世論調査に回答する人の分布が似ているということがベースにある。そうすると、選挙に行ったというような20代はちょっと違った20代と、識別できるかもしれない。これは、今、ジャストアイデアであるが、回収率と回答内容をつなぐ識別変数が見つけられると、うまくいくかもしれない。
- 補正式について、例えば、政治意識ならこのパターンとか、生活意識ならこのパターンとか、複数のパターンがあるはず。1個の補正パターンで完璧というようなものは、恐らくどれだけこれから研究しても、天才が出てきても恐らく無理だと思う。

10. 調査結果の活用に関するもの、その他

- 世論調査が学術的におもしろいというだけでは、物足りないと感じる。調査結果が政策に活用され、そのことをちゃんと見せる工夫をする。こうした取組が引いては回収率の向上につながる。
- 統計調査について、総務省の統計局の「e-Stat」など、大学側から見ると、すごく使い勝手のいいものになっている一方で、内閣府のいわゆる世論調査はそういうふうになっていない。内閣府の世論調査も、「e-Stat」的な変化を遂げていくべき。
- 調査の質の向上については、お金をかければ解決する問題もある。予算がないのであれば科研費と一緒に何かしたり、社会調査協会の資金力で何か計画するとか、

そういった全社会的な活動に結びつけていくことも真面目に考えてもいいのではないかと。