

アンケート調査の手法について



新潟大学法学部副学部長・教授 田村 秀

1 はじめに

現在行っている事業にどのような問題点があるのか、あるいは住民の政策ニーズにはどのようなものがあるかを把握するために、地方自治体は様々なアンケート調査を実施しています。その数は、何万、あるいは何十万という単位に及ぶかもしれません。このほか、研究者やマスコミなども各種の調査を行っていて、アンケート調査が氾濫していると言っても過言ではないでしょう。しかし、その中には、客観性に乏しくむしろ世の中に害悪を及ぼすような調査結果も少なくありません。世の中の役に立つアンケート調査を実施するためには、リサーチ・リテラシー、あるいはデータ・リテラシーを養うことが不可欠です。本稿では、アンケート調査を実施し、その結果を活用するための留意点、ポイントなどについて、紙面の都合上、ごく簡単に紹介することに留めていますが、実際に行う際には、是非とも巻末に掲げた参考文献に目を通していただくことをお勧めします。

2 調査票設計について

アンケート調査の実施にあたっては、まずなぜアンケートを行うのか、その目的を明確にする必要があります。とりあえず調べてみようという漠然としたものでは、大した成果は上げられないでしょう。調査結果をどのように活用するかについて、事前に整理するなど、アンケートの制度設計を綿密に行うことが求められます。問題のある調査票からは、いかにちゃんとした手順を進めても、問題のある結果しか得ることが出来ません。

(1) 調査票の構成

アンケートの調査票は一般的には次のような構成になります。

① 表題

回答に偏りを与えないよう、誘導しないような表題にする必要があります。

② 調査時期、調査主体

③ あいさつ文

簡潔で、調査の目的が分かるように書きます。

④ 記入上の注意（あれば）

⑤ 質問本体

これについては、後述します。

⑥ 調査票の末尾

回答してくれたことに対するお礼の言葉を記すとともに、個人情報の取り扱いには万全を尽くすこと、また、当該調査以外に収集したデータを活用することはない旨を書きます。

(2) サンプル数及びサンプル方法について

アンケートを実施する場合、母集団の数が少ない場合（例えば講演会参加者に対するアンケート）を除けば、地方自治体が住民を対象に実施する際には、住民基本台帳又は選挙人名簿から無作為抽出をすることが望まれます。市町村の場合は単純無作為抽出法と呼ばれる、対象について乱数表を元にランダムに選ぶことでサンプルが得られます。都道府県や国などが実施する場合は、まず対象とする自治体などを選び出す多段無作為抽出法などが用いられます。ランダムと言ってもこれはいい加減にという意味ではなく調査対象をすべて等しい確率のもとで抽出することとなります。よくテレビなどで見る「百人に聞きました」のようなものは、それこそ対象者を適

当に選んでいるもので、ランダムサンプリングとは似て非なるものです。

無作為抽出でサンプルを選ぶ場合、5%程度の誤差を許容する場合は400程度、2%程度の場合は2,500程度となります。誤差の程度を考慮すれば、一般的には数百から千数百のサンプルを集めれば十分です。また、サンプルの回答率も重要となります。幾ら多くのサンプル数を集めたとしてもその回答率が20%程度であれば、アンケートの手法などになんらかの問題があった可能性もあります。例えば、回答者の中であることに賛成の人が70%いたとしたとしても、未回答者の55%が反対なら、全体の賛否は同数となります。なぜ8割ほどの人が回答を拒否したのか、その理由を明らかにする必要があると思います。

(3) 調査方法について

アンケート調査については、社会学の分野では調査員を用いる方法が一般的です。このうち、個別面接調査は、調査員が個々の対象者に直接面接して質問する形式です。対象者本人の確認が出来、質問の意味も正確に伝えられるなど、回答の信頼性が一番高いとされています。一方、留置調査は、同様に個別訪問しますが、調査票を本人に記入してもらい後日回収する方式です。比較的応じる率が高く、プライバシーに関する質問も聞きやすいものの、本人が調べて回答したり、本人が回答したかが確実ではない点などで課題があります。これらの方法は、調査の精度は高いものの、調査員雇用のために費用がかさむことやプライバシー意識の高まりもあって回答率が下がっているなどのデメリットもあります。

これに対して、郵送調査は回答率の低さなどの課題はあり、未回答者に督促をかけるなどの工夫が必要になりますが、費用面などでは他の方法に比べて優れています。このほか、マスコミが内閣支持率などを調べるRDD法と呼ばれる電話調査は、短時間に、かつ、簡便に世論調査をすることが可能ですが、複雑な質問に不向きなことや携帯番号はほとんどの

場合対象とされていないことなどの課題があります。要はそれぞれの手法のメリット・デメリットを比較して適切な手法を選択することが望まれます。

(4) 質問本体について

個々の質問を行うに当たっては、様々な点に留意しなければなりません。

① 質問数、配列

まずは、どのような内容の質問をするのか、その項目をリストアップすることとなります。数多くの項目が挙がってきたとしても、それをすべて質問票に盛り込むことは必ずしも得策ではありません。質問数が多くなればなるほど、回答する側は嫌気がさすはずで、数十ページに及ぶような質問票を送りつけられて、それに対して一つ一つ丁寧に回答するような人は限られています。ある程度類似のものはまとめるなど絞り込む必要があります。また、質問の配列もよく検討すべきです。いきなり核心を突くような質問から始めるのではなく、一般的な質問から始める方が望ましく、例えば、住宅に関するアンケートの場合、家族構成や職業などの属性に関することから始めて、現在住んでいる住宅の客観的な情報を問うものを続けるのも一案でしょう。また、前後の質問によって回答が誘導されるような配列は避けなければいけません。質問文が出来たら、改めて全体の質問の流れや順番、整合性などを見て配列を再検討することとなります。

② 質問の言葉づかい

質問の言葉づかいについては、様々な点に気をつけなければいけません。あいまいな言葉を使うと論点が不明確になりますし、いわゆるお役所言葉や専門用語などの難しい言葉を使うと回答者は理解不能となり、回答しなかったり、いい加減な回答となる危険性が生じます。このほか、ステレオタイプを含んだ言葉や2つの論点が含まれているので回答が困難となるダブル・バーレル質問、質問者に同意する方向に回答が誘導されるような

イエス・テンデンスの誘発などは避けなければいけません。具体的には、「大きな政府と小さな政府のどちらを支持するか」という質問文の場合、「大きな政府」が何を指すのか、回答者によってまちまちであると考えられますし、「あなたは団地に住みたいと思いますか」という質問文の場合、団地が公団住宅なのか、公営住宅なのか、民間のものなのかははっきりしません。これらの場合、一定の補足説明が必要となりますが、説明も含めて質問文が長くなりすぎることにも注意しなければいけません。このほか、選択肢についても誘導となってしまうようなものがあるので注意が必要です。

③ その他

選択肢が網羅的にならない場合には、その他（ ）と回答者に書かせる項目をおく必要があります。このほか、調査票の最後に自由記載欄を設けることで、回答者の意見を聞くことも可能となります。

3 調査結果の活用について

自ら実施したアンケート調査はもちろんのこと、他の主体が実施したのも様々な形で活用が可能です。アンケート調査では性別、年代、職業など様々な属性を聞くことが少なくありませんが、これによって、性別、年代別で回答がどのように違うかが明らかとなります。このようなクロス集計による分析は複雑なものではありませんが、様々な示唆を与えてくれます。また、当該調査だけでなく他の調査と比較を行うことで、地域間や時系列でどのような

相違点や変化があるかを明らかにすることも可能です。

調査結果を活用する際は単にデータのみを示すのではなく、グラフや表にして視覚化を図ることも重要です。また、どの項目が他に比べて顕著な傾向を示すのか、特化係数を用いるのも有効です。

なお、昨今、民間の調査機関を中心としてインターネット調査が幅を利かせていますが、これらを無作為抽出で行われている本来の意味での世論調査など同一視することは出来ません。この点については内閣府や社会調査の専門家も明確にしているところです。ウェブの登録者から無作為抽出を行ったとしても、元々の登録者に偏りがあることがほとんどのため、いわゆるモニターによる調査とその実態はあまり変わりありません。もちろん、民間機関がインターネット調査に依存するのは、住民基本台帳法の改正によって営利目的での閲覧が禁じられたことやプライバシー意識の高まりなど、調査関係の悪化によるものですし、企業が行う市場調査のようなもの（例：地域ブランドを首都圏で売りこむために実施するケース）の場合には、インターネット調査の活用も一定程度は可能となります。

4 まとめ

ここで取り上げたことは、アンケート調査を実施するに当たって留意すべき事項のごく僅かに過ぎません。まずは何のために実施するのか、その目的などを明確にして、専門的な知見も得ながら、科学的で客観性の高いアンケート調査を実施することが望まれます。

参考文献

- ◎ 新睦人・盛山和夫編『社会調査ゼミナール』（有斐閣、2008年）
- ◎ 大谷信介編『これでいいのか市民意識調査』（ミネルヴァ書房、2002年）
- ◎ 谷岡一郎『「社会調査」のウソ・リサーチ・リテラシーのすすめ』（文春新書、2000年）
- ◎ 谷岡一郎『データはウソをつく』（ちくまプリマー新書、2007年）
- ◎ 田村秀『政策形成の基礎知識』（第一法規、2004年）
- ◎ 田村秀『データの罠 世論はこうしてつくられる』（集英社新書、2006年）

寄稿者

田村 秀（たむら しげる）

新潟大学法学部副学部長・教授

専門：行政学、地方自治、公共政策、食によるまちづくり

主な著書：『政策形成の基礎知識』（第一法規、2004年）、『データの罠』（集英社新書、2006年）
『自治体格差が国を減ぼす』（集英社新書、2007年） など多数