

図 書 紹 介

R. Tourangeau, F. G. Conrad, M. P. Couper 著、大隅昇他訳
『ウェブ調査の科学—調査計画から分析まで』
(朝倉書店、2019年)

谷藤 悦史 (早稲田大学)

マーケティングを中心として、ウェブを利用した調査が広がりを見せている。調査の広がりには、マーケティングのみならず世論調査にも拡大している。調査に関わる手続きの手軽さや費用の安さなどから、今後も拡大が予想される。その利便性や費用の安さは否定しないが、「ウェブ調査」には問題や限界はないのであろうか。そのような問いかけに、本書は「ウェブ調査」の可能性や現在では解決されていない限界を詳細に論じている。その際に、「ウェブ調査」によるデータ収集に関連するさまざまな文献を概観して総合的に論評している。その意味で、「ウェブ調査」の現況を理解する上で、極めて科学的で均衡のとれた著書である。

そればかりか、「ウェブ調査」で調べた報告と、ウェブ以外の方法で集めたデータ、例えば郵送調査や電話調査で調べた報告についてメタ分析をして、比較の中から「ウェブ調査」の特性を丁寧に明らかにする。近年では複数の調査方式を用いる多重調査方式ないし混合方式が増えているが、そうした多重調査方式の課題も検討しているので

ある。「ウェブ調査」の総合的な解説書であると同時に簡単な研究書でもあると言えよう。

調査対象者のカヴァレッジ問題から開始される。ここでは、「ウェブ調査」の種類と確率抽出から始まって標本抽出による偏りの補正などが議論される。次には、「ウェブ調査」における「無回答問題」に移って、「無回答と無回答誤差」の定義、「回答率と参加率」、「参加に影響を与える要因」などが議論される。これらの問題を前提にして、「ウェブ調査の測定と設計」が明らかにされる。そこでは、「一般的な設計」、「測定特性」、「ナビゲーション」、「回答入力形式」などが議論される。多くの項目が取り上げられているので、詳細を記述できないが、ここでは、市場調査、学術調査でよく用いられるグリッド形式の回答を取り上げてみよう。グリッド形式とは、回答選択肢群からなる質問項目を1つのグリッド(マトリクス)にまとめて表示する質問紙表である。一般に、グリッド形式は調査完了までの時間を短縮するが、中断、欠測データ、測定誤

差を増大させるともいわれている。著者たちは、①グリッド形式の質問と他の入力形式の質問を比較した研究、②回答者の回答達成能力の点からいくつかのグリッド設計の効果を検証した研究から、「グリッドを複雑にすることが、調査回答の中断、項目欠測データ、回答者の満足度に関して、…研究に悪影響をもたらす」と結論する。グリッド形式を用いる場合は、①可能な限り単純にすること（グリッド内の質問項目数を減らすこと、質問を分割すること）、②グリッド形式の質問に回答する際に回答者に視覚的なフィードバックを与えることを求めている。

こうして次には、視覚媒体としての「ウェブ調査」について検討される。視覚特性、画像効果、視認性などが検討される。次に章を改めて、「ウェブ調査」の特質の一つである双方向的な機能の問題が検討される。回答の進捗を示す「プログレス・インディケーター」の意味と効果、「自動集計」、「視覚的アナログ尺度」、「双方向的グリッド」などが検討されている。ここまでの章を目に通すと、「ウェブ調査」の特性ばかりでなく、実際に実施するとき何に気をつけなければならないかを理解できるであろう。

最後の2章は、調査の実際よりも、「測定誤差問題」に焦点化して、さまざまな研究事例を提示してメタ分析を行い、「ウェブ調査」の特性を明らかにする。その意味では、「ウェブ調査」の研究書である。最後に、「ウェブ調査では、回答者自らが回答時の

時間調整や時間配分を管理できる。…質問を容易に読み返すことができる。このことから、知識を問う質問に対してより正確な回答を提供する。…自分の態度を評価する質問群に対しては、より信頼できる回答をおこなう」としているが、「誤解を招くおそれのある方法で回答選択肢を配置したり、…そしてコンピュータ技能が劣る人から成る母集団を用いると、ウェブ調査の備える認知上の長所も失われるか、逆効果となる」と結論する。

このような結論に明らかなように、本書は「ウェブ調査」を過度に肯定したり、否定することなく、現在の研究からもたらされた成果を丁寧に評価して「ウェブ調査」の可能性と限界を提示する。「ウェブ調査」の方法や解説書は枚挙にいとまがないが、本書は、現在の調査技術や調査研究を広くとらえて、「ウェブ調査」の特性や課題について総合的・科学的に議論した水準の高いものと言えるであろう。

また本書は、単なる翻訳書にとどまらない。後半につけられている「日本語版付録」が充実している。例えば、井田潤治「日本におけるインターネットによる世論調査、統計調査の現況」は、単なる報告を超えて今日の日本の「ウェブ調査」の状況を詳細に明らかにしていて、貴重な貢献となっている。付録を構成するその他の「用語集」、「国内文献」、「海外文献」、「関連する学会および機関の一覧」も、世論調査やマーケティングに関わる人々にとって有用であろう。

社会調査、そしてまた市場調査の信頼性が揺らいでいる今日、利便性や安価性から、「ウェブ調査」の有用性を評価することなく、調査の特性を正確にとらえて、適切な場面や時期を選択、そしてまた適切な調査対象者を選定して実施することが望まれよう。調査を実施する際に、ゆっくりと立ち止まって調査そのものの可能性や限界をとらえる一里塚となる著書であろう。調査に携わる人々ばかりでなく、多くの人に眼を通してもらいたい。翻訳は簡明であることも付け加えておきたい。

世論調査のみならずマーケティングの世界でも、「ウェブ調査」が広がりを見せている。それどころか、伝統的に継承されてき

た世論調査を席卷しつつある。それは本当に正しいことなのであろうか。「ウェブ調査」の可能性や特性を否定はしない。しかしそこには、伝統的な世論調査がもたらしてきた成果をすべて踏襲して、さらなる可能性を実現したわけではないであろう。伝統的な世論調査が全てで最も良いと言っているわけではない。そこにも、様々に議論されてきた課題がある。「ウェブ調査」も同様である。そこには、可能性と限界が内在している。克服しなければならない問題があるのである。調査を実施したり研究している多くの人々に求められることは、それぞれの調査の特性と可能性ならびに限界を冷静に評価し判断することであろう。

ISSN 2189-4531(Print)
ISSN 2189-7077(Online)

よ3人

日本世論調査協会報

第125号 2020年3月

目 次

●巻頭言	新聞社の世論調査担当者として思うこと	川崎英輝	1
◎特集 研究大会報告		川本俊三	2
●研究報告	国際比較調査における調査票（質問紙）の 翻訳をめぐる諸問題	真鍋一史	4
	社会調査の動向に関する基礎的分析 —American Sociological Review を用いて— 尾藤央延・齋藤僚介・須永大智・狭間諒多朗・渡辺健太郎		11
	Response rate trends in Japan: Examination of three governmental public opinion surveys	Nicolaos E. Synodinos & Shigeru Yamada	20
●シンポジウム「情勢調査はどこへ行くのか」			
	講演 選挙予測報道の岐路—情勢調査をめぐって—	松本正生	26
	報告 参院選選挙情勢調査への携帯RDDの導入	持木俊介	33
	オートコール（IVR）方式による参院選情勢調査	大隈慎吾 佐藤航	38
	討論 情勢調査の未来を語る 谷藤悦史・米重克洋・川崎英輝・鬼木浩文・宿南香樹	司会 前田直人	46
●学会報告	日本マス・コミュニケーション学会	于海春	69
●調査機関紹介	中央調査社	仲田海人	71
●図書紹介	R. Tourangeau, F. G. Conrad, M. P. Couper 著 『ウェブ調査の科学—調査計画から分析まで』 北田淳子著『原子力発電世論の力学—リスク・ 価値観・効率性のせめぎ合い』	谷藤悦史 吉野諒三	73 76
●新入会員紹介	新入会のご挨拶	陳艶艶	81
●調査資料・文献一覧			83
●インデックス			88
●業務報告			94
●あとがき			96