

ウェブ調査から何を読み取るか — 基底意識に関する実験調査 —

○林 文* ・ 大隅 昇** ・ 吉野 諒三**
(* 東洋英和女学院大学人間科学部)
(** 統計数理研究所)

第38回 行動計量学会 2010年9月23日 於:埼玉大学

目的

素朴な宗教的感情や伝統的価値観に関して
ウェブ調査を試みる

- ・ウェブ調査委託3社間の比較
- ・郵送調査との比較

実験調査の設計

- 調査票
- 調査対象地域
- 調査時期
- ウェブ調査委託3社の実施条件

• 調査票の設計

質問項目

素朴な宗教的感情に関するこれまで郵送による調査の調査項目に沿った質問項目をもとに質問数をウェブ調査で可能な量に削減
ウェブ調査・郵送調査比較を念頭にインターネット利用
関連質問を追加

調査票のデザイン等の方式

- ・ウェブ調査委託3社の調査票形式、質問文、回答選択肢、配置、頁区切り、頁内スクロール式、無回答があると次頁に進めない制約 統一文字フォント、色などは 各社の方式
- ・郵送調査についても、ウェブ調査にできるだけ統一質問文、回答選択肢、頁区切り

調査票について考慮した点

ウェブ調査を念頭に郵送調査でもできるだけ揃えた

回答選択肢の並び 縦 or 横

原則 縦並び 一部 横

マトリックス方式の縦横配置

多くの質問で「その他」の回答を設け、具体的に

記入できる欄を設けた

質問の最後に、この調査全体への感想などの

記入欄も設けた

質問導入文の改行位置は統一しない

- 調査対象地域と対象者の範囲

首都圏(東京都、神奈川県、埼玉県、千葉県)

ウェブ調査は各社(あるいは提携社)の保有す

る登録者集団(パネル)を使用

年齢は20歳から69歳まで

郵送調査は 層化二段抽出で住民票から抽出

年齢は20歳から79歳まで

- ウェブ調査の対象者の抽出

各社(あるいは提携社)の保有する登録者集団(パネル)を使用

目標回収標本数 各社 500

4地域における性別×年齢層別(10歳きざみ)の目標回収数を、住民基本台帳統計による構成割合で割り当て、各社でその回収数を得るために必要な計画標本数を設定し、調査対象者とする。

- ウェブ調査のその他の設計

常時オープン型(調査期間内は常にオープンしておき回収目標数に達しても閉じない方式)

性別×年齢層別の各層で、回収目標数に達しない場合はその層に再度調査依頼を発信

回答謝礼は各社の通常の基準

納品内容

各社のパネルの情報、計画標本の抽出情報、計画標本全体のトラッキング情報、回収標本についての回答とパラデータ情報。その他、実査手続きの説明、実施状況の報告

- 郵送調査

対象者 1500人(60地点×25人)

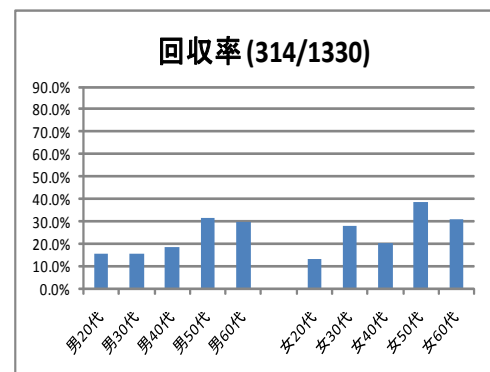
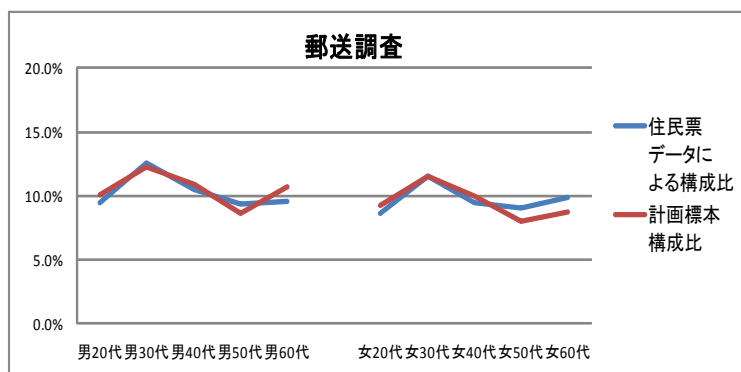
調査期間 3月8日から3月19日

調査票送付は角2封筒使用

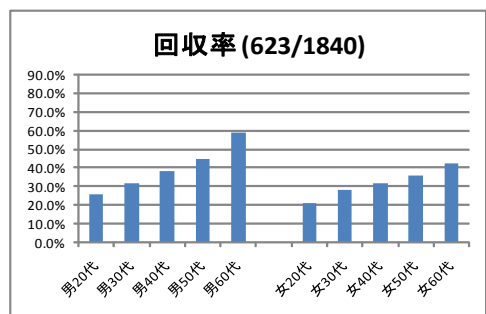
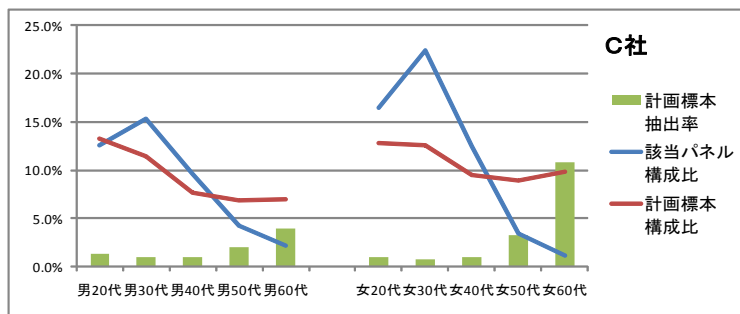
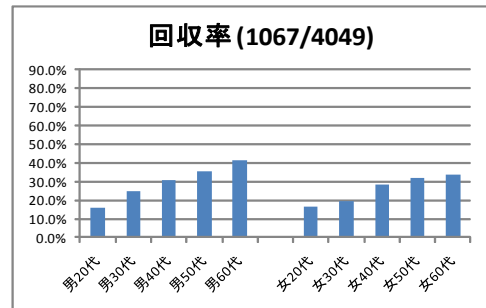
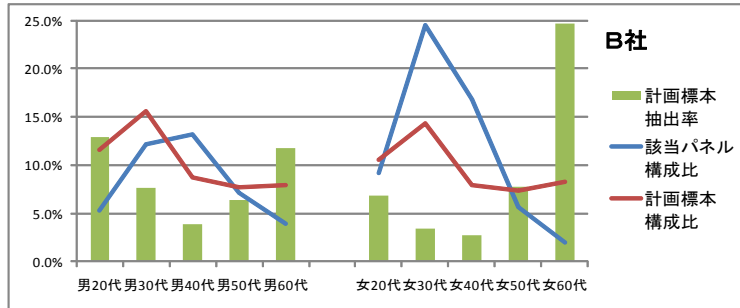
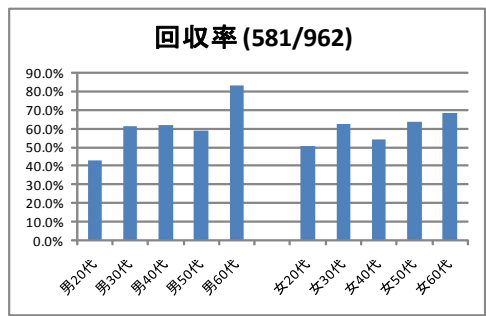
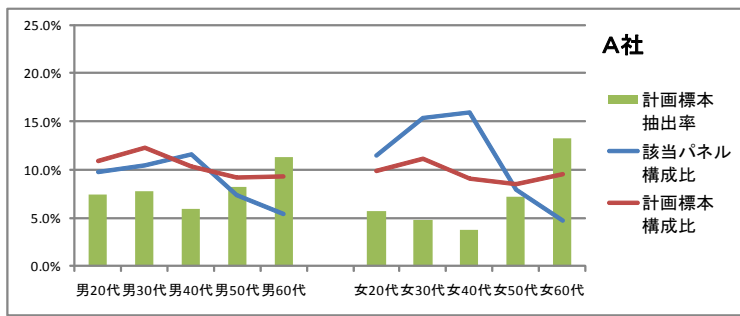
返信は長3封筒、料金受取人払い

回答謝礼なし

回収状況



注)回収率は70歳以上を除く
70歳以上の回収率は
男性29%、女性28%



郵送調査とウェブ調査Aの回答の関係

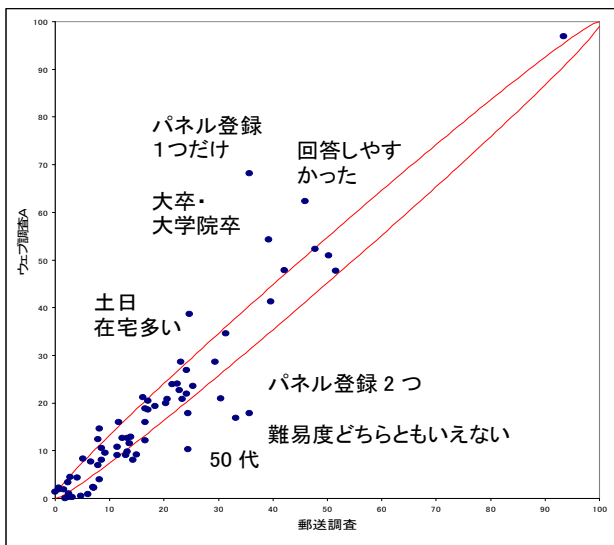


図 1a 郵送調査とウェブ調査 A (属性項目)

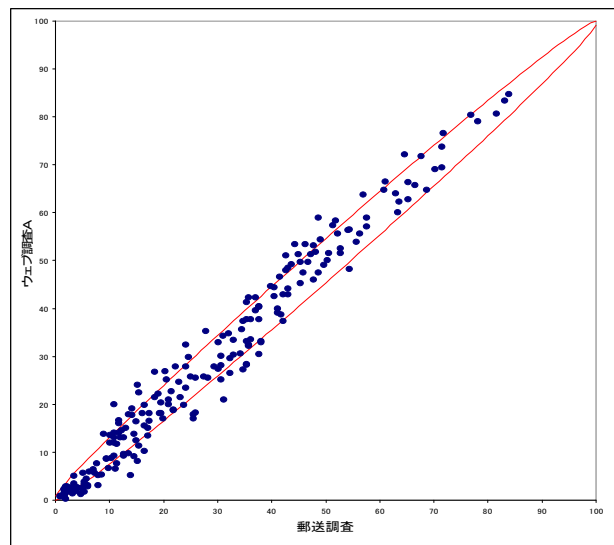


図 1b 郵送調査とウェブ調査 A (主質問項目)

注) 赤い線で囲まれたのは、回収標本が無作為と仮定した母集団に対する95%信頼区間

ウェブ調査間の回答の関係(AとB)

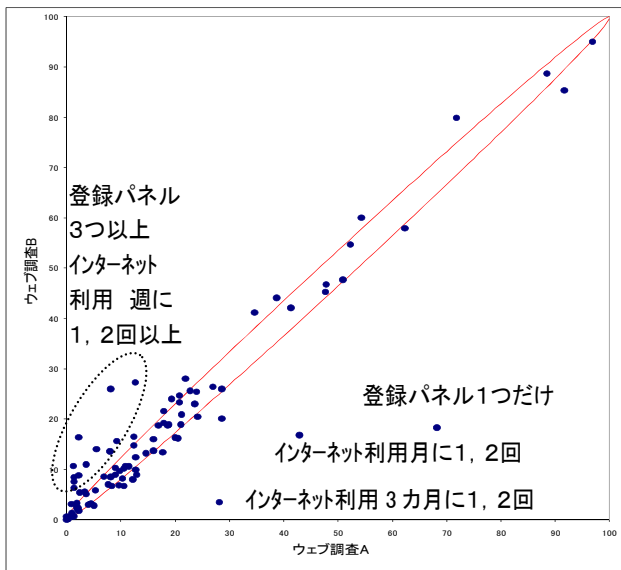


図 2a ウェブ調査 A と B (属性項目)

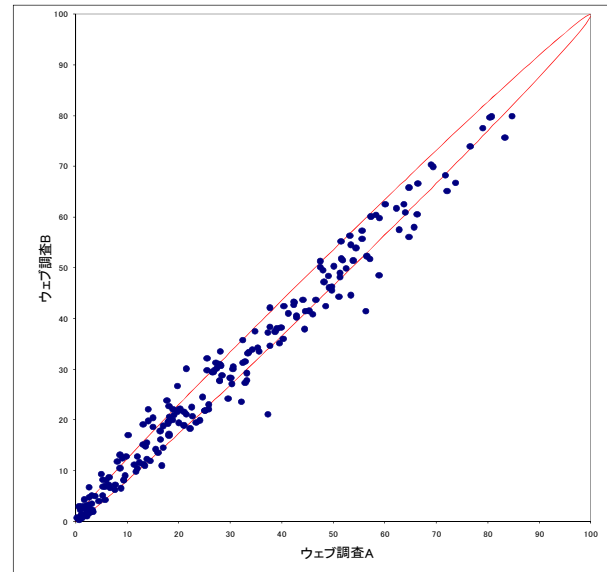


図 2b ウェブ調査 A と B (主質問項目)

ウェブ調査間の回答の関係(AとC)

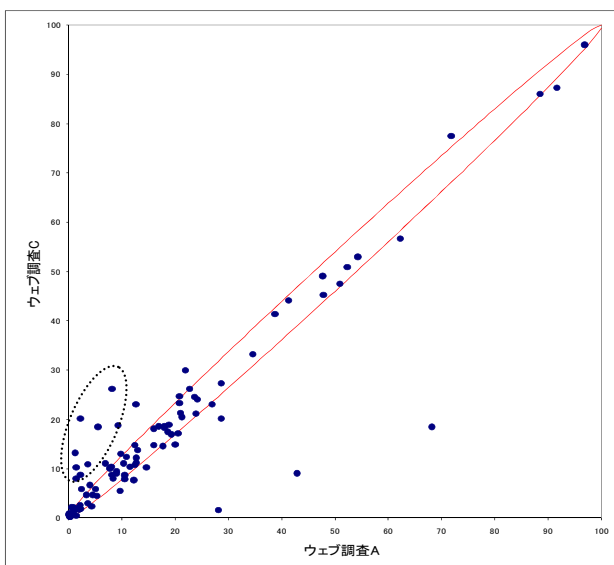


図 3a ウェブ調査 A と C (属性項目)

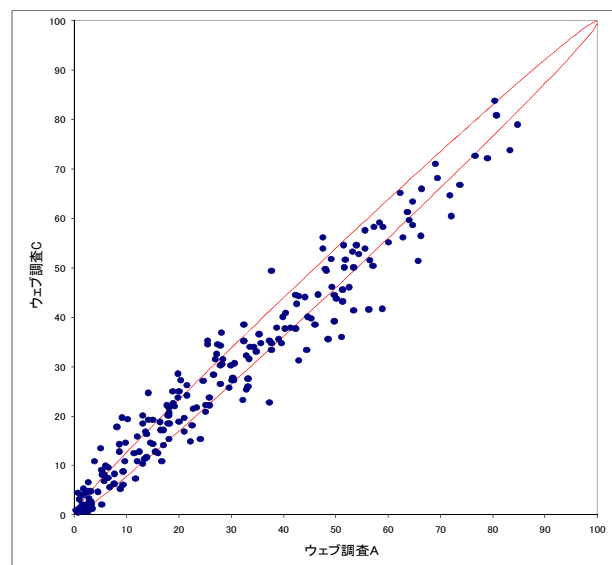


図 3b ウェブ調査 A と C (主質問項目)

ウェブ調査間の回答の関係(BとC)

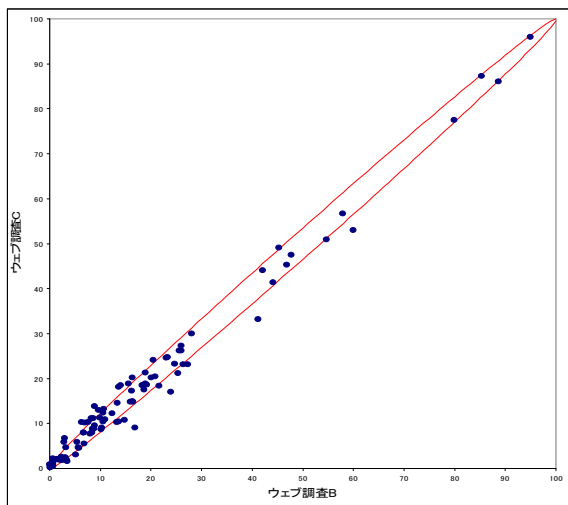


図 4a ウェブ調査 B と C (属性項目)

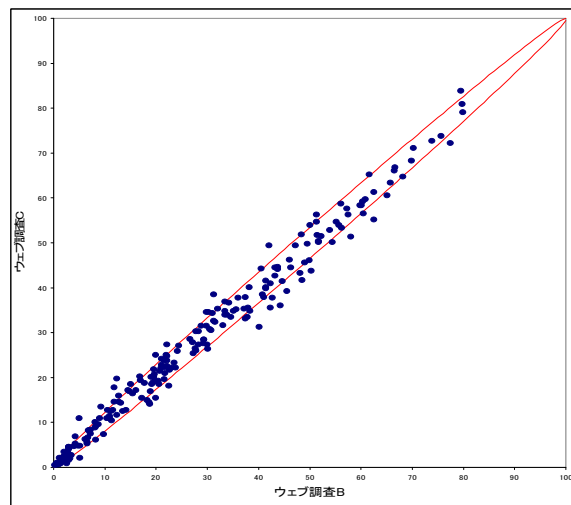


図 4b ウェブ調査 B と C (主質問項目)

補: ウェブ調査における回答所要時間

	A社	B社	C社
5分未満	2.2	9.0	7.7
5分～10分	39.8	53.5	53.0
10分～15分	30.1	23.1	20.8
15分～20分	14.5	7.0	9.9
20分～25分	6.0	2.9	2.7
25分以上	7.4	4.4	5.8
計	100%	100%	100%
平均	13.7分	11.2分	17.0分
標準偏差	10.2	12.8	77.9

属性項目から見た回答者の特徴

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
性別		男性		女性
年齢層			20代	50代
性別×年齢層		男性30代	(男性20代)	女性50代
地域	(埼玉)	(神奈川)	(東京、神奈川)	埼玉
同居家族	4人		1人、2人	
職業	専業主婦	被雇用者	(退職・無職)	自営業主
最終学歴		大学・大学院		小・中・高校
回答の難易度	回答しやすかった			どちらともいえない
アンケート回答場所	自宅	職場		
郵送調査版協力意向	(協力しないだろう、わからない)	協力するだろう		
土日の在宅		在宅していることが多い		ほとんど在宅していない
利用携帯電話	NTTドコモ			(持っていない)
インターネット調査回数(*)	3ヶ月に1~2回、月に1~2回	週に1~2回、週に5~6回	週に3~4回、7回以上	
インターネット利用歴(*)	(8年~10年)	10年以上	(6年未満)	6年未満
登録パネル数(*)	1つだけ	3つ~5つ	3つ以上	2つ
注(*) 回答選択肢をまとめて判断したところがある				

属性に準じた項目回答に見られる特徴

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
最近10年間の日本の生活水準	良くなった			悪くなった
最近10年のあなたの生活水準	良くなった		悪くなった	
今後5年のあなたの生活水準	(良くなる)			悪くなる
社会階層意識		上、中の上	中の下、下	
生活満足	満足、やや満足		やや不満、不満	

素朴な宗教的感情など(1)

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
先祖を尊ぶか	尊ぶ方		尊ばない方	尊ぶ
伝統的行動	初詣			
伝統的行動	墓参り			
伝統的行動				仏壇神棚礼拝
伝統的行動	魔除け			
伝統的行動				お守りお札
伝統的行動			行っているものなし	
神仏の存在			ない	ある
死後の世界			ある ない	
あの世			ない	(ある)
神社の前で改まった気持ち	はい		いいえ	
大きな古い木神々しい	はい		いいえ	
山川草木に霊	はい			
針供養	はい		いいえ	
罰があたる	はい		いいえ	
近代建築にも霊		はい		

素朴な宗教的感情など(2)

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
運命で決まっている	そう思わない			どちらともいえない
来世で罰せられる		そう思わない		どちらとも
生まれ変わる	そう思わない	そう思う		どちらとも
霊魂は家族と縁がきれない		そう思わない		どちらとも
死んだら魂も何も残らない		そう思う		どちらとも
虫の知らせ	ないと思う			あると思う
交通事故が起きる		あると思う	ないと思う	
巫女を通じて死者と会話		ないと思う	あると思う	
お墓に行くとうなくなった人に会える		そう思わない		
お墓は守りたい	そう思う		そう思わない	
お墓参りしないと罰があたる	そう思う			
自分のお墓	今の家族と一緒に			先祖代々の
自分のお墓	自分できめておく			墓参り来てほしい
自分のお墓		お墓いらない		自分の宗教の
信仰の有無			なし	あり
宗教的な心			大切にない	大切

不安感、科学文明観など

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
重い病気の不安	少し感じる			とても感じる
街での暴力の不安				感じない
戦争の不安	あまり感じない			
家族は強い絆で結ばれている		まあそう思う	あまりそう思わない	強くそう思う
不治の病の告白			黙っている	隠せないので知らせる
不治の病の告知		知らせた方が		その他
がんなどの治療の確立			全くそのとおり	
心の中の解明		決してそう思わない		そうは思わない
経済・社会問題の解決	そうは思わない	そう思う		

そのほか、日本のイメージは郵送調査のみ特異(優柔不断、協調性がある、自分勝手、頑固)

信頼感など

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
他人の役にたとうとしているか			自分のことだけ	役に立とうと
信頼できるか		信頼できる	用心する	
世界の様々な問題の解決		柔軟に		
国内の様々な問題の解決			外国の制度を	伝統重んじる
社会問題の解決に 国の政治	まあ期待できる		期待できない	
社会問題の解決に 法律	まあ期待できる		あまり期待できない	
社会問題の解決に 国連			あまり期待できない	
社会問題の解決に 家族		まあ期待できる		期待できる
社会問題の解決に 新聞報道			あまり期待できない	
社会問題の解決に お金の力		まあ期待できる		あまり期待できない
意見反映方法	選挙	インターネットで発信	意見反映できない	役所に訴える
支持政党	場合によりあり		支持政党なし、関心なし	

調査についての感想などの自由記述

	記入数	記入率
ウェブ調査A	75	13%
ウェブ調査B	267	25%
ウェブ調査C	196	31%
郵送調査	57	15%

自由記述の内容

調査・宗教に対する猜疑心
 調査に対する否定的な意見 好意的な意見
 調査形式に対する否定的な意見 好意的な意見
 自分の宗教観 社会全体への意見
 調査会社への意見 特になし

ウェブ調査Aは郵送調査と似た傾向

各調査の回答率の差からみた距離関係

$$d_{ij} = \sum_k |p_{ik} - p_{jk}|$$

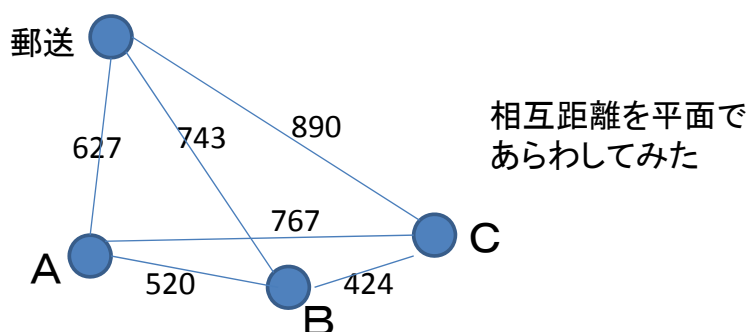
k 選択肢の i 調査と j 調査
 の回答選択率の差を k につい
 て合計
 (属性項目は除く)

	ウェブ調査A	ウェブ調査B	ウェブ調査C	郵送調査
ウェブ調査A				
ウェブ調査B	519.8			
ウェブ調査C	767.2	424.2		
郵送調査	627.1	742.9	889.9	
横浜市4区郵送調査	739.0	718.8	764.7	900.0

郵送調査から3つのウェブ調査の距離をみると 郵送調査

→ ウェブ調査A → ウェブ調査B → ウェブ調査C
の順に距離が離れているとまとめることができる。

ウェブ調査Aが郵送調査に近いのは、登録者勧誘の方法が他2社と異なり(非公募型)、他2社(B、C)のような自己参加型(公募型)でないためと考えられる。



郵送調査についての検討課題

- 回収率が、ほぼ同じ時期の同じ調査主体による郵送調査の回収率と比べてかなり低い。また、前年度の横浜市内4区の郵送調査よりも低い。
考えられる理由として、調査主体の違い、対象地域の特性(調査主体との関係)、調査依頼の封筒から受ける印象の違い、などが考えられる。
- 回答についても、郵送調査と前年度の横浜4区調査との差が大きい。これも、上に関連し、調査地域の違い、調査質問が多少異なること、調査主体が異なること、などの理由が考えられる。

ウェブ調査間比較からの考察

- ウェブ調査3社のうちA社のパネルはインターネットによる応募ではなく、住民台帳による無作為抽出による調査対象者からウェブ調査の登録者になることをお願いしたものであり、B社C社との調査への参加姿勢の違いが予想されるが、回答の特徴にそれを読み取ることができる。
- B社とC社は属性特性も回答の様子も似ている。特徴として抽出すると、意識の違いも見える。それぞれの属性特性と合わせてみると、むしろ回答の様子からパネル特性がみえる。

まとめにかえて 今回のウェブ調査の知見として

この調査内容は、ウェブ調査パネルにとって新鮮だった(自由記述からみて)

一般ウェブ調査パネル2社の類似

無作為標本に基づくパネルと郵送調査(低い回収率)の類似性
属性分布の違いに比して各質問への回答が異ならない
総合的に見ると特徴が見える

委託3社のウェブ調査および郵送調査のどれが正しいのかはわからない。調査要件を統一したいくつかの調査を比較しながら見ていく必要がある。

謝辞:

この実験調査は「基底意識構造の統計科学的研究」(代表:東洋英和女学院大学 林文、2008-10年度科学研究費基盤C一般 課題番号 205304905001)と統計数理研究所「日本人の国民性の統計的研究と国際比較」運営交付金により、アダムスコミュニケーションとマーシュ、博報堂ー東京サーベイ・リサーチ、新情報センター、その他のご協力を得て実施された。また集計分析はシステム・サポートのご協力を得た。御礼申し上げます。

参考文献:

- 林(2007)「社会調査からみる宗教・素朴な宗教的感情と死生観」、死生学年報(東洋英和女学院大学死生学研究所)、第3巻、129-154. LITHON.
- 前田・大隅(2007, 2008)「インターネット調査の抱える課題ー実験調査から見えてきたことー」、よろん(日本世論調査協会報)、第100号、58-70; 第101号、79-94