

比較実験における調査概観とその特徴

岡村 篤樹 (NTT ナビスペース株式会社営業部)

○ 四辻 充生 (NTT ナビスペース株式会社営業部)

1. はじめに

NTT ナビスペース株式会社が電子調査の領域に踏み込んでから、はや2年が経とうとしている。その中でパソコンやインターネットの普及増加等環境・技術の変化は目覚ましいものがあり、弊社サービスの会員も増加の一途をたどっている。ただ、調査手法としての電子調査は万能なものではなく、その特性を理解して利用する必要があるのはいうまでもない。

今回、幸いにして、統計数理研究所を中心とした複数の調査機関による同時比較調査に参加できる機会を得た。弊社の参加が、調査方法としての電子調査の適用可能性を探る試みの一助となり、電子調査方法の発展に寄与できれば幸いである。

2. MY DIRECTORY、ナビプラスにおける特徴

今回の調査で利用した弊社のアンケートシステムは、「ナビプラス」である。今回の調査で特に重要な意味をもつと思われる特徴は、次の12点指摘できる。(1)アンケートの対象者は、インターネット上の各種情報カスタマイズサービス「MY DIRECTORY」(<http://myd.nttnavi.co.jp/>)の会員であり、アンケートに回答し報酬を得る事に興味のない会員も含まれている可能性がある(2)アンケートの対象者は、パソコンを所有し、必ず何らかの形でインターネットに接続できる環境をもっている(3)準備のため、今回の対象となったのが、1997年9月から1998年9月の「MY DIRECTORY」会員約5万人に限定されている(1999年7月現在13万人に増加している)(4)アンケートの提供は「MY DIRECTORY」の会員ページ上で行い、同時にE-Mailによる会員への調査実施の連絡を行ったので、回答者は定期的に「MY DIRECTORY」にアクセスしアンケートに気づいた場合とE-Mailの連絡を見て協力された場合の2種類が考えられる(5)アンケートの回収数は、上限数を設けず、期間内(1週間)の回答をすべて受け付けた(弊社の料金が回答の回収数によって変わるので、弊社の場合上限数を設定するケースが多い)(6)アンケート回答へのインセンティブは「MY DIRECTORY」独自のポイントを利用した(1000ポイント以上貯めて初めて商品券等と交換でき、インセンティブとして回答者に還元される)(7)ポイントの付与について、費用の変動を抑えるため、従来弊社で実施してきた回答者全員付与でなく、抽選で付与することとした(このアンケートが初めてである。)(8)アンケートの調査票が複数枚にわたった(9)アンケートのボリュームが弊社実施のアンケートに比べ比較的大きい(弊社実施のアンケートは、調査票が1ページ内で記述できるアンケートが多い)(10)回答時に回答者の認証をおこない、2重投稿が不可能(11)回答送信後の修正が不可能。また、ページ毎に送信を行う仕組みであるので、アンケート実施途中での修正も不可能である。

3. 実施における特徴

実施時の特徴として特に明らかなものは、次の3点があげられる。

- (1)回答者、回答対象者にある種の偏りが存在した。(例えば、年齢層は、20～30歳代が全体の約76%。男女比は、8:2。)
- (2)アンケートの参加率(アンケート回答数 / アンケート回答可能会員数)が、通常弊社で実施しているアンケートと比較し、低水準にとどまった。(回答数の上限数を設定でき、その機能を利用される事がほとんどであるので、今調査との方式が異なり単純な比較は難しい。ただし、回答上限数の5倍の人数を対象にアンケートを実施すれば(例えば上限数が200であった場合、1,000人にアンケート実施をすれば)通常上限数の回答が集まることから、参加率は20%程度あると推定でき、今調査は弊社の通常の参加率に比べ、低水準であると考えられる)
- (3)重複回答がみられず、回答時の認証が擬似母集団と回答者の確定に一定の寄与をしている

これら特徴の原因は次のように分析できる。

- (1)については、限られた時期のインターネットを利用している「MY DIRECTORY」の会員という条件の方のみが対象になった点が大きく影響していると考えられる。
- (2)については、インセンティブに付与について弊社が通常行ってきた方式と異なる点(前項7を参照)、アンケートのボリュームが通常弊社が実施しているものと比較し大きかった点、が影響していると考えられる。
- (3)は、弊社システムの独自性を示している。(勿論長所のみでなく、短所もある)

4. 課題とその解決可能性

今調査で改めて明らかになった、弊社アンケートシステムの「ナビプラス」の課題は次の2点であると考ええる。(1)アンケート対象者と回答者の偏りが生む、調査結果への影響をいかに抑えるか (2)弊社独自の特徴(認証による回答)やWeb調査の特徴(自由回答の多さ)をいかに調査法の発展にむすびつけるか

解決は容易でないが、(1)については、(a)インターネット人口の増加を背景に、「MY DIRECTORY」のサービスを向上させ、現在登録の少ない層の「MY DIRECTORY」会員登録をさらに増加させ、会員の偏りを少なくする (b)Web調査特有の偏りを分析し、標本の設計や調査実施方法、結果の解釈においてその偏りの影響を減少させる 等による課題解決の可能性はあると考える。

また、(2)については、弊社営業戦略上の課題として、Web調査の発展に寄与できるよう取り組みたいと考えている。