

大隅昇・鳩真紀子・井田潤治・小野裕亮 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7月、A5判、372ページ、8,000円+税

本書は2013年に発行された「The Science of Web Survey」の翻訳書である。社会調査学の視点から急速に普及したウェブ質問紙調査をめぐる議論、テーマをほぼ網羅しており、膨大な研究成果のレビューとなっている。

翻訳版でまず特筆すべきは、本書が単なる原書の翻訳にとどまらず、日本の研究者にとって長くりファレンスとして活用できる「日本語版付録」を収録したことだ。井田潤治氏による補章では政府、自治体や世論調査など日本のウェブ調査の実態が整理されている。学会誌のみならず民間出版物も含めた網羅的な国内文献のほか、原著出版後の海外論文や文献リストが収録され、朝倉書店のサイトでもアップデートされている。また、社会調査全体のなかでウェブ調査の位置づけがわかる「読む」用語集には驚嘆するばかりだ。この分野で最前線の研究を続けられた大隅昇教授をはじめとする翻訳チームに心より敬意を表したい。

## 総調査誤差 (TSE) フレームの有用性

膨大な研究が紹介されているにも関わらず全体像がわかりやすいのは、「総調査誤差」(Total Survey Error) の低減こそが調査の品質向上につながるという著者らの信念でまとめられているからだろう。本書では「非観測誤差」と「観測誤差」に分けて議論が進むが、代表性の問題と測定技術の問題に置き換えてもよい。そのうえで「測定誤差を低減するという長所を有効に活かしつつ、代表性に欠けるというウェブ調査

の短所による影響を低減することに取り組むこと」(p.14)<sup>1</sup>が本書の一貫した立場である。

このフレームは、ウェブ調査を用いる研究者と実務家、あるいは社会調査と心理調査というジャンルを超えたウェブ調査への評価と論争をうまく説明してくれる。ウェブ調査は従来調査にない特性を備え、品質向上と画期的な測定手法を生み出す一方、誰が答えるかというカバレッジの問題は大きな課題として残っている。社会調査にとっては母集団の代表性確保が重要であり、確率抽出やカバレッジなどの非観測誤差が生命線だ。一方、心理学者や医学者にとってはウェブによる質問技術の拡張こそが魅力であり、観測誤差の最小化に価値を見出す。目的や視座の違いによって「ウェブ調査の科学」に求めるものは異なり、それらを整理、包括してくれるのが総調査誤差フレームなのである。

## 非確率標本でも使える分野はある

本書の前半では非観測誤差をテーマに第2章で標本誤差とカバレッジ誤差、第3章で無回答誤差が議論される。海外ではウェブ調査であっても確率標本によるパネルが存在し、カバレッジや無回答率が精度に与える影響についての知見が蓄積されているようだ。少しでも確率標本に近付くための工夫や調査結果の加重補正の適切な使い方なども提示されている。

日本では国民全体を母集団とした確率抽出のウェブ調査はほとんど行われていない。ウェブ調査の多くが非確率標本である民間調査会社の

ボランティアパネルを利用しており、近年は社会学など学術研究でもボランティアパネルを使った研究や論文が増えているのが現実だ。また海外ではAmazon Mechanical Turk (MTurk) などマイクロタスクのクラウドソーシング登録者を対象とした研究や論文も多いが、これもまたボランティアパネルの一種である。

こうした非確率標本が実務でも研究でも使われるのは、安価かつ迅速にできるという実務上のメリットに加えて、調査したい対象条件を定義してその中での相互作用などを測定する目的であれば有用だからだ。調査結果の比率から母集団の人数を推計するなどは論外だが、非確率標本利用の可否については、研究分野との関係から個別の評価が必要だろう。

### ウェブインターフェイスの可能性

本書の後半では、主に紙とデジタルの質問票特性の違いを明らかにし、ウェブ調査が観測誤差を低減させることや表現技術の可能性が論じられる。第4章ではペーシングやボタンなどデザイン効果、第5章では視覚的特性を拡張した測定技術、第6章では双方向性の可能性、そして第7章では伝統的な手法とのモードの違いや併用の可能性がテーマとなっている。

著者らはこれらの知見に基づきウェブ調査実施にあたっての実用的な推奨事項をまとめているのだが、スクローリングの最適化、視認性の高いデザイン、プログレスインジケータの効果など民間調査会社で過去20年の膨大なウェブ調査の経験から帰納的に得られた対策とほとんど同じである。グリッド（マトリクス）形式の質問が回答者の負担を増やし不誠実な回答を増やすことも広く知られ対策が進んでいる。

社会調査でも市場調査でも、協力してくれる回答者にできるだけ快適に正確に記入してもらう努力は不可欠だ。そのための技術やノウハウ

はビジネスの世界ではUI（ユーザーインターフェイス）という言葉で語られる。ウェブならではの表現を工夫してウェブ調査の精度を上げたい研究者、実務家にとってはエビデンスに基づく極めて有用なヒントとなるだろう。

### 新しいウェブ調査科学のために

残念ながら2013年発行の本書でほとんどカバーされていないのがスマホでのウェブ調査やスマホアプリの問題だ。現在、URLで告知しても多くの回答者がスマホ画面で答えている。スマホの調査票UIはPC画面とは著しく異なるため、本書後半の観測誤差に関する知見をそのまま当てはまることができない。

逆にスマホやアプリはほとんどの人が普段使っているもので、PCが中心だった時代に比べるとカバレッジ誤差が低減する。2020年4月に新型コロナウイルスの状況把握のために厚生労働省がスマホアプリLINEで実施した調査は、8300万人に依頼、2日間で約2800万人が回答し、関係者を驚かせた。また毎日新聞はRDD（Random Digit Dialing）のIVR（自動音声応答）からショートメッセージにURLを送りスマホで回答する「確率サンプリング」の世論調査を4月から本格稼働させている。

社会や技術が変われば、非観測誤差と観測誤差の評価も変わる可能性もあるが「総調査誤差」のフレームは変わらず有効だ。ウェブやスマホが日進月歩であることの宿命だが、研究者にはまたとない機会でもある。ウェブ調査を使いこなす実証研究者にとって巨大な一里塚となる本書の成果を活かし、スマホ世代の若い研究者によって著者らの哲学を引き継ぐ新しい「ウェブ調査の科学」が書かれることを願っている。

評者：萩原 雅之・はぎはら まさし  
（トランスコスモスアナリティクス株式会社  
取締役フェロー）