

郵送調査で高回収率を得るための工夫

松田 映二 (世論調査メソドロジスト／埼玉大学非常勤講師)

1 郵送調査の再評価

郵送調査を実施しようとする、周辺の実務者や研究者からの忠告や、社会調査法の教科書や専門書の記述内容に、戸惑いと不安を感じるようになる。「回収率が低い」「回答の質が悪い」といった情報を多く見聞するからである。林 (2006: 13) は、1995年から2001年に発行された主な社会調査の著書9冊すべてに「回収率が低い」と記述されていることを指摘している。実は戦後から現在に至るまで、郵送調査の回収率の低さを伝える閾値として「30%」が使われ続けている。續 (1954: 34) は「一般的に郵送式の調査では、回答の回収率は、30%程度であるとされており、……」と当時の調査者の常識を書き留めている。最近でも、「ランダムサンプリングを行った郵送法調査の場合、どの調査結果をみてもわかるように、30%を超せば成功だといわねばならないほど回収率は低い」(油布, 2012: 63)との指摘がある。

一方で、一部の実務者や研究者から郵送調査による高回収率の成果が報告され、社会調査法の書籍の郵送調査に関わる記述内容が変わりつつある。松田 (2011) が日本行動計量学会第39回大会のセッション「郵送調査法の実践と研究——新たな知見を求めて」で配布した資料(表1)によれば、杉山編 (2011) は「かなり高い有効率を確保できる」と記述し、「30%」という閾値を用いて「回収率が低い」と指摘していた前著から評価を一転させている。再評価の動きは「郵送調査は回収率が低いと頭から決めつけない方がよい」(小田, 2009)や「個別面接調査に勝るとも劣らない高回収率を上げることができる場合もある」(森岡, 2007)といった記述にもみられるし、大谷ほか

(2005)は、森岡の前著を紹介して再評価の芽吹きを指摘している。

林 (2002) は「確たる実証的な証拠に基づくこともないまま、既成概念にとらわれ、欠点だけをあげつらい、郵送調査法をいつまでもマイナー視、ダーティー視する偏見を正してみる必要がある」と述べている。近年の郵送調査法の実績を受けて、山田 (2008: 77) は「『郵送調査の再評価』といっても、あくまで『一定の条件を整えば、郵送調査でも高回収率を達成できるようになった』と言うべきであるし、その一定の条件とは何かを経験的に明らかにすることが重要な課題になったと考えるべきだろう」と指摘している。林 (2010: 127) は、その文言を引用し、実証的な検証を継続する必要性を訴求している。

2 高回収率の条件

郵送調査で高回収率を得るための一般手順としては、Dillman (1978) が35年ほど前に提唱したTDM (Total Design Method) が有名である。ただし、林 (2006: 36-37) は、2000年までに日本で試みられたTDMによる郵送調査の回収率は50~60%台であり、アメリカで実施された48件の平均回収率74%に比べて一様に低いと指摘している。そこには、(1)日本ではTDMが忠実に再現されなかった、(2)TDMの一部が日本の事情に合わなかった、という2つの可能性が考えられる。松田 (2008a) は、後者の可能性に注目し、調査票の2段編集 (Dillman は1段) で頁数を極端に減らすことや、最初の催促は遅め (Dillman は早め) にするなどTDMとは異なる運用をすることで、70%台後半の回収率を達成している。

Dillman (2000: 151-53) は、高回収率を獲得するため、対象者の性向や社会変化に合わせた

表1 郵送調査の回収率に関する記述 (対象：2001年以降発行された著書のうちタイトルに「社会調査」が含まれるもの)

ID	著者	発行年月	版	出版社	タイトル	記述
1	杉山明子編	2011年3月30日	初版第1刷	朝倉書店	社会調査の基本	● 従来は郵送調査の有効率が低いといわれていたが、事前の協力依頼や督促を行うことにより、かなり高い有効率が確保できる。(60頁)「郵送法の長所」として記述されている ★ 同名著書(杉山明子, 1984)では、「郵送調査の最大の欠点は、何といても回収率の低いことである。ときには、30%未満の回収率しか上げられないこともある。このため、重要なテーマの調査では、郵送法を使用することは少なく、補助的な情報入手手段として用いられることが多い。とはいえ、調査相手に関心のある事項を調査したときや、調査企画がしっかりしているときには、有効率が80%近くになることもある。(69頁)」と記述されていた (記述なし)
2	加藤千恵子ほか	2010年10月16日	初版第1刷	インデックス出版	失敗しない社会調査法のすべて	● 何よりも郵送調査の難点は回収率が著しく低くなる危険性をもっていることである。(71頁) ● 近年は標準的な方法論も確立しつつあり、今や面接調査を上回る可能性がかなり高くなっているとする指摘すらある。(71頁)
3	轟亮・杉野勇編	2010年4月10日	初版第1刷	法律文化社	入門・社会調査法 2ステップで基礎から学ぶ	● 郵送調査への動機づけが弱い。回収率が低くなる可能性がある。(122頁) ● 回収率を上げるために、期日前後に催促状を送付することも多い。(122頁)
4	篠原清夫ほか編	2010年2月15日	初版第1刷	弘文堂	社会調査の基礎 社会調査士A・B・C・D科目対応	● 一般に回収率が低い。しかも、回答者が調査内容に関心がある層の人びとに偏る傾向がある。(29頁)
5	島崎哲彦編	2010年1月25日	第8版1刷	学文社	社会調査の実際 統計調査の方法とデータの分析	● 調査票を対象者宛に郵送し、対象者自身に回答を書き入れてもらううえで、一定期間内(10日から2週間程度)に返送してもらう(51頁)
6	佐藤健二・山田一成編	2009年9月24日	第1版第1刷	八千代出版	社会調査論	● 一般に、訪問面接調査や留め置き調査に比べて回収率(返送率)が低く、20~30%程度と考えられているが、必ずしもそうとはいえない。逆に50%を超える回収率が得られることもある。調査内容への関心や謝礼によっても回収率は変わってくるので、郵送調査は回収率が低いと頭か決めつけない方がよい。(112-13頁) (記述なし)
7	小田利勝	2009年8月1日	第1版第1刷	ブレアデス出版	社会調査の基礎	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
8	石田路子編	2009年5月20日	第1版第1刷	久美	社会調査の基礎 現代の社会福祉士養成シリーズ	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
9	白谷秀一ほか編	2009年5月15日	新版第1刷	自治体研究社	実践はじめての社会調査 テーマ選びから報告まで 新版	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
10	原純輔・浅川達人	2009年3月20日	第1刷	放送大学教育振興会	社会調査	● 調査票を封筒に入れて郵送する場合は、調査票の返送率(回収率)が一般に2~4割程度と低く、回収率が低いと見なされることが多い。(107頁) ● 回答督促の方法やタイムリミットなど、回収率を向上させるための研究も行われているけれども、必ずしも郵送調査全体の改善にはつながらないようである。(107頁)
11	安藤明之	2009年1月20日	第1版第1刷	日本評論社	初めての社会調査・アンケート調査とデータ解析	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
12	宮本和彦ほか編	2008年12月15日	初版第1刷	弘文堂	社会調査の基礎 社会調査 社会調査セミナー	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
13	新陸人・盛山和夫編	2008年10月15日	初版第1刷	有斐閣	社会調査入門 社会調査入門 社会調査セミナー	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
14	黒田宣代・東巧	2008年6月20日	新版第1刷	大学教育出版	よくわかる社会調査法 基礎から統計分析まで 新版	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
15	玉野和志	2008年4月15日	第1刷	世界思想社	実践社会調査入門 今すぐ調査を始めたい人へ	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
16	安藤明之	2008年4月10日	第2版	三恵社	社会調査入門 社会を読み解く方法	● 郵送調査の最大の欠点は回収率が低いことであるといわれている。しかし、個別面接調査に勝るとも劣らない高い回収率を上げることができるとも述べている。(91頁)
17	森岡清志編	2007年9月25日	第2版第1刷	日本評論社	ガイドブック社会調査 第2版	● (回収率65%超の事例を紹介したうえで) 能率よく回収率を上げるには「回収率が低い」ことのみを理由として郵送調査を採用しないというのでは現実的でない(92頁)

18	平松直実	2006年11月30日	初版第1刷	新曜社	社会調査で何が見えるか 歴史と実例による社会調査入門	●「図表18-3 統計調査法の長所・短所」から郵送法のみ抜粋（回収率×/標本の偏り×/本人確認×/意識調査にも適す×/質問の量×/回答の精度×/結果が短時間で得られる×/費用が少なくて済む◎/広域の調査が容易◎（166頁）
19	新陸人	2005年7月25日	第1刷	川島書店	社会調査の基礎理論 仮説づくりの詳細なガイドライン	●この技法の最大の難点は回収率の確保という問題である（121頁） ●一般的にみて、インフォーマントの無関心、失念、多忙などの理由から、30%の回収ができれば良いとしない（121頁） ●学会とか医師会とか技術者たちの会合などで協力を得て50%というところが高い数値である。そのかわり、神奈川県で行われた高齢者たちのメール・サーベイでは、その回答の分析結果が自分たちの健康管理に関係するという理由から回収率が75%を超えたこともある。このようなインフォーマントの関心の要因が大きき作用するところがあるので、回答者のグループや階層などに偏りが現れやすい（121-22頁）
20	大谷信介ほか編	2005年2月20日	第2版第1刷	ミネルヴァ書房	社会調査へのアプローチ 第2版 論理と方法	●質問文が多少努力が悪くなるという危険性があることに注意が必要である。催促状を出すというより工夫をしないと、20-30%程度の低い回収率に留まってしまうこともある（170頁） ●対象者が一般市民ではなく地域リーダーや町内会長等の場合は比較的高い回収率が得られることがある（172頁） ●都市部と反比例し、地方小都市ほど回収率がよくなる傾向がある（173頁） ●居住類型別により回収率は異なり、集合住宅居住者より一戸建て居住者の方が回収率がよい傾向にある（173頁） ●督促状を出すことにより約10%程度回収率をあげることができるが、督促状の効果は年々低下傾向にある（174頁） ●別の調査は別として、量的調査で「面接調査が一番望ましい方法」という位置づけは再検討していく必要があるといえるだろう。最近では、郵送調査の回収率が必ずしも低くないという理由から郵送調査を再評価する見解も提起されてきている（177頁；森岡清志「ガイドブック社会調査」1998など参照）
21	盛山和夫	2004年9月20日	初版第1刷	有斐閣	社会調査法入門	●回収率が非常に低いという欠点がある。調査票を発送して2、3週間後のキリのいい日指定して「〇月〇日までにご返下下さい」と依頼するのだが、それで返送されてくるのは20%くらいである。そのため、未回収の人にはなんらかの督促の依頼を発送することになる。回答していただいた人には、あつたて謝礼品を送るという明記しておくことも必要だ。場合によっては、電話で連絡した人にも、そうした努力をした上でも、40-50%の回収率がえられればいい方だ。（ただし、TDM=Total Design Methodと称する詳細な工夫によって回収率を上げることができる。）（68頁） ●回収率が低すぎるとせつなく無作為抽出したとしても回収標本に偏りが生じる危険が大きいので、この調査は比較的簡単な質問内容で回答の信頼性と母集団についての推定をあまり厳密に考えなくていいような調査のときにのみ用いるべきだろう（68頁） （記述なし）
22	島崎稔・島崎英代子	2004年5月10日	初版	礼文出版	第5巻 社会科学としての社会調査	●この実施形態では、回収率が低下することを防ぐことができないという根本的な短所、限界がある。回収率の高低は調査対象や調査内容に影響される問題であって、一律にということではできないが、社会調査に関する著書の中で、低い場合には10-25%程度回収されれば成功であると記されている例もあり、高い場合でも30-50%程度回収されれば成功であると記されている（167-68頁） （記述なし）
23	高島秀樹	2004年3月1日	第1版第1刷	明星大学出版部	社会調査 社会学の科学的研究方法	●世論調査の場合ではあるが、回収率または返送率（return rate or response rate）が低いとはいえない（55%前後あり（内閣総理大臣官房広報室、1991-2001）、工夫次第で面接調査に遜色ない返送率を確保することも不可能ではない（158頁；「4.3 郵送調査法」林英夫） ●一般的に郵送調査の欠点としてあげられるのは次のような事項である。①返送率が低く、回収標本が母集団を代表しないことがある…（158頁；「4.3 郵送調査法」林英夫） （記述なし）
24	原純輔・海野道郎	2004年1月15日	第2版第1刷	東京大学出版会	社会調査演習 第2版	●日本での郵送調査は回収率が2-3割と低く、アンケートの偏りが大きいため、重要視されていないが、調査の現実として、経費やマンパワーの削減から郵送調査に頼ることも多い。とくにオンラインアンケートの悪い・都市部では回収率は低い。しかし、督促状を定型化し複数回にわたって送り、質問項目を厳選すれば高回収率にもなる（113頁） （記述なし）
25	林知己夫編	2002年11月25日	初版第1刷	朝倉書店	社会調査ハンドブック	●郵送法の短所の第1は、回収率が低いという点であろう。回収率の低さは、推計の不安定さ・サンプルの片より（ママ）等々をもたらす。質の悪い調査に陥るので、できるだけ回収率を高める努力が必要であろう（51頁） （記述なし）
26	原山勝弘ほか編	2001年4月30日	第1版第1刷	学文社	社会調査論 フィールドワークの方法	●郵送法の短所の第1は、回収率が低いという点であろう。回収率の低さは、推計の不安定さ・サンプルの片より（ママ）等々をもたらす。質の悪い調査に陥るので、できるだけ回収率を高める努力が必要であろう（51頁） （記述なし）
27	岩永雅也ほか編	2001年3月20日	第1刷	放送大学教育振興会	社会調査の基礎	●郵送法の短所の第1は、回収率が低いという点であろう。回収率の低さは、推計の不安定さ・サンプルの片より（ママ）等々をもたらす。質の悪い調査に陥るので、できるだけ回収率を高める努力が必要であろう（51頁） （記述なし）
28	井上文夫	2001年3月1日	第1版1刷	八千代出版	すぐ役に立つ社会調査の方法	●郵送法の短所の第1は、回収率が低いという点であろう。回収率の低さは、推計の不安定さ・サンプルの片より（ママ）等々をもたらす。質の悪い調査に陥るので、できるだけ回収率を高める努力が必要であろう（51頁） （記述なし）

（出所）日本行動計量学会第39回大会（岡山理科大学）特別セッション「郵送調査法の実践と研究——新たな知見を求めて」配布資料、2011年9月12日（作成者・松田典二）。

Tailored Design Method (同様に TDM と呼称) を新たに提唱している。旧 TDM との大きな違いは「少額の金銭的謝礼の先渡し」「切手を貼った返信用封筒の同封」「対象者への接触方法とその回数 (4 回から 5 回に変える)」だと説明している。

Mangione (1995: 訳 91-93 頁) によれば、各回の催促で前回の半分程度の回収が見込めるといふ。つまり、調査票発送 (40%) + 1 回目催促 (20%) + 2 回目催促 (10%) + 3 回目催促 (5%) = 75% と 3 回の催促をすれば合計 75% を回収できることになる。はたして、接触回数を増やすことが最重要戦略なのだろうか。謝礼や切手貼付などの運用の工夫がどの程度効果的なのだろうか。Dillman の TDM と松田 (2008a, 2010a, 2010b) の運用指針を比較しながら問題提起する。

❖ 高回収率を獲得する最重要戦略とは何か？

Dillman (2000) の TDM は、郵送調査の回収率を極大化 (maximizing response) するために対象者に何回も接触することを最重要戦略としている。一方、松田 (2010a) の有効極大化法 (EMM: Effective Maximization Method) は、対象者が最初に封筒を開けて調査票を取り出したときの好印象を極大化することを最重要戦略としている。

表 2 TDM と EMM の比較 (対象者との接触)

接触	Dillman (Tailored Design Method)	松田 (Effective Maximization Method)
1	短い予告状…調査票発送の数日前 (a few days) に送る	予告はがき…調査票発送の 1 週間前に送る
2	調査票…調査の重要性を詳細に説明した添え状と一緒に送る	調査票…添え状は同封しない
3	お礼／催促はがき…調査票を発送してから 1 週間後までに全員に送る	催促はがき…調査票を発送してから 2 週間後に未返送者に送る
4	催促調査票…最初の調査票発送から 2~4 週間後に未返送者に送る	催促調査票…最初の調査票発送から 3 週間後に未返送者に送る
5	最終接触…催促調査票を出した 2~4 週間後に特別郵便 (Federal Express, priority U.S. mail, special delivery) で催促する	お礼状…後渡し謝礼を同封したお礼状を送る

注) Dillman は最終接触として「催促調査票」を出した 1 週間以上後に電話番号判明者に対して電話で催促することも推奨している。

社会的交換理論 (social exchange theory) によれば、人は「報酬」をできるだけ多くし「負担」をできるだけ少なくすることで「利益」を増やすような交換を望む。調査においては、調査に協力することで得られる「報酬」(謝礼、協力への満足感や達成感などの合計) から「負担」(時間や行動の拘束、回答作業や心理的重荷などの合計) を差し引いた「利益」を極大化すればよい。たしかに、回答してくれない人に催促を繰り返すほど全体の回収率は上がっていく。しかし、催促を繰り返すたびに対象者の心の「負担」は積み上がり、最初に受け取った「報酬」との差である「利益」は目減りしていく。その結果、うまく運用すれば調査に協力してくれたかもしれない潜在的な回答者 (potential respondent) は、儲けがない(「利益」がでない) と調査拒否 (refusal) に転向する。

もし運用の工夫で早期に協力が得られれば、複数回の催促を受ける対象者は少数になり、催促を続けることによる心の「負担」は対象者全体でみると急減する。つまり、ただ単に催促を続けるよりも最初に調査票が届いた段階での「報酬」を高めるほうが対象者全体の「利益」を有効に極大化できる。EMM の最重要戦略はこの早期回収の工夫にある。早期に多く回収できれば、経時効果 (調査期間の長さ) の影響を受けにくくなる。

❖ 回収率を極大化するための工夫とは？

1. 調査票の工夫 Dillman (2000: 150) も指摘しているが、対象者に理解してもらえる簡明な質問、対象者の注意をひきつける質問配置、「目で見る」調査票であることに配慮した設計、質問数の削減などの工夫は当然必要である。調査票の文字が見やすいかどうかも重要であり、TDM では文字がはっきり見えることを優先してどちらかといえば白紙に近い色合いを推奨している。一方で、EMM では注意喚起を優先して、第 1 回目はピュアピンク、第 2 回目はクリーム色を使用している。ただし、印刷実験をして文字が浮き上がる色を選んでいる。調査票の色の効果については、林 (2006: 136-38, 234-42) や小島 (2010) が研究している。

2. 接触の工夫 表 2 のように EMM の運用が TDM と異なるのは次の理由からである。予告を封書ではなくはがきにするのは、郵便受けから

取り出した家人にも見てもらい調査票到着日を家族にも周知させるため。数日前ではなく1週間前に送るのは、調査票が届くまでの期待感と不安感を醸成させるため。この醸成期間があることで、対象者にはもう調査が始まっているという疑似感覚を与え、調査票到着後の早期返送をねらっている。なお、旧TDMではオプションだった予告状送付は、新TDMで必須（あるいは推奨）に切り替えられている。Fox et al. (1988) は82件の事例をメタアナリシスし、予告状に回収率向上効果があることを確認している。Mangione (1995) は、予告状を出せば回収が1週間早まると指摘している。

調査票の表紙の上側には依頼文を簡潔に記載し、その下に調査テーマを印象づけると同時に対象者の関心を引き込む質問を配置する（調査票の様式や形態は松田〔2008a〕や僧都〔2011b〕を参照）。詳細な添え状（依頼状）は、対象者に対して、「読む」「理解する」「時間を拘束する」という「負担」を与えるため、同封しない。催促はがきには、「ありがとう」と記載しない。Dillmanは対象者全員にこの時点で「ありがとう」と伝えることで、ラポールの確立をねらっているが、松田(2008b)の比較実験では「ありがとう」と記載しない通常の催促文面のほうが返送率は高い。催促は対象者の「負担」になり回答意欲を削ぐので最初は十分な回答期間を与える。Dillmanのように調査票を送ってからすぐ（1週間後まで）に催促しない。催促調査票では、調査票の表紙の上側の依頼文を一部修正し、「答えたくない質問や答えにくい質問は空欄のままでも構いません」など心の「負担」を減らす工夫をする。なお回収率向上のための特別な最終接触はしないが、調査終了後には後渡し謝礼をお礼状と一緒に送る。

3. 切手を貼った返信用封筒 旧TDMでは切手貼付をオプションとしていたが、料金別納をやめ返信用封筒に切手を貼れば回収率は数%上がるとして、新TDMでは必須に切り替えている。その理由として、対象者がその気になれば、切手を別用途に流用できる。返信しなければ、切手貼付の苦労や切手代が無駄になる。さらに催促はがきがくれば、その封筒を使って返信してもらいやすいことなどを挙げている（Dillman, 2000: 152）。切手貼付は、社会的交換理論でいうところの「報

酬」と「負担」の両面性がある。大量の返信用封筒に1つひとつ切手を貼るという行為への評価や金銭的贈与（切手代）にもなるという「報酬」と、回答しなければ金銭（複数回の返信用切手代）を搾取することになるという心の「負担」の意味合いがある。2回目の催促調査票送付の時にも切手貼付済みの返信用封筒を再度同封するため、累積した心の「負担」は返送することで解消される。EMMでも切手貼付は必須条件である。

4. 協力依頼状の工夫 TDMでは、高級便箋に「みなさま」という総称ではなく対象者の個人名を書き、さらに手書きでサインするなどの私信化を推奨しており、ほかの要因との相乗効果も含めて回収率は5~11%上昇すると指摘している（Dillman, 2000: 152）。

EMMでは、私信化を推奨していない。私信化やラポール確立のための詳細な説明よりも、送付する内容物を簡潔化し、真っ先に調査票の質問を見てもらえるよう工夫している。日本の学術調査では責任者の捺印と署名入りの詳細な協力依頼状を同封することが多い。しかし、挨拶状（協力依頼状）への捺印は回収率を9.6%押し下げる（小島ほか, 2000）、一般市民を調査対象とする場合には協力依頼状に捺印がないほうが高い回収率を得られる（林, 2001）との指摘もある。

5. 謝礼の工夫 Dillman (2000: 153) は、「少額の金銭的謝礼の先渡し」の追加が新TDMでの最大の変化であり、調査票と一緒に1~5ドルの謝礼を同封すると回収率は上昇し、とくに若年層で効果があることを指摘している。さらに、謝礼の後渡しに効果がないのは、その謝礼の意味が社会的なものから経済的なものに変質するからだと説明している。

EMMでは、先渡し謝礼は必須である。有効回答者だけに後渡し謝礼を送ることにすれば費用を削減できるという考えは厳禁である。日本では、謝礼の利用は「お金で回答を買う」というイメージがあるためか、これまで謝礼利用に関する学術的研究は少ない。海外では、Dillman et al. (2009: 238-42) も Mangione (1995) も謝礼は後渡しよりは先渡しのほうが効果的だと指摘している。Schewe and Cournoyer (1976) の実験では、先渡し謝礼は1ドルでも回収率が格段に高くなるが、後渡し謝礼なら同じ1ドルでも回収率はわず

かに下がり、2ドル以上なら回収率は上がる。Church (1993) は38件の事例をメタアナリシスし、「金銭的謝礼」か「非金銭的」か、「先渡し」か「後渡し」かの組み合わせのうち、「金銭的・先渡し」が一番効果的であり、「金銭的・後渡し」よりも「非金銭的・先渡し」のほうが効果は大きいと指摘している。

EMMでは、先渡しで「物品」、後渡しで「金券」を奨励している。先渡しは対象者全員に配布するため、大量購入によりコスト削減が可能な「物品」が適当である。社名や大学名入りなどの特注ボールペンなら希少価値があり、安いものでも「報酬」度合いが高まる。大きめの箱に入れて調査票と一緒に送れば、何が同封されているのかと対象者は開封してくれる。いったん開封してもらえれば、丁寧で親切な調査票などの配慮による好印象も「報酬」となり、対象者の「利益」は極大化する。後渡し謝礼は先渡し謝礼よりも高価にする必要があることや有効回答者のみに送付すればよいことから、金券が適当である。

3回目の接触となる催促はがきは封書よりは安いですが、それでも印刷費用も含めて1通あたり50円以上の経費がかかる。4回目の接触となる催促調査票送付は、1通あたりの往信・返信用切手代も含め最低でも250円程度の経費がかかる（「封筒の大きさは質問紙の大きさによって決まる」〔林、2006：42〕ため角2封筒を使用）。もし、2回目の接触となる調査票送付時に謝礼を同封しなければ、対象者の受ける「報酬」は少なくなり、早期の回答は減少する。その分、3回目、4回目の郵送総数が増える。その郵送代を最初から見込んで対象者全員に謝礼を先渡しする費用に充てればよい。

最終経費を試算してみても、謝礼を先渡ししたほうがやや安くなる（松田、2011）。どうしても費用削減が必要なら、先渡し謝礼を優先させ4回目の接触である催促調査票を止めればよい。早期回収の工夫をすれば、コスト対効果についても有効に極大化（Effective Maximization）できる。

3 調査法は時代とともにある

郵送調査の回収率を高めるには何回も催促すればよいというこれまでの「常識をうまく手放す」（佐藤、2011：9）ことで、新たな運用方法が見え

てくる。EMMの考え方は、朝日新聞のみならず北海道新聞（僧都、2011a）、読売新聞（川崎、2011）、中日新聞（大栗、2011）などでも採用され、その妥当性の検証と一般化が試みられようとしている（表3）。郵送調査なのに高回収率なのは「有名な報道機関だから」という指摘もあるが、郵送調査実施当時の面接調査（朝日61%〔2008年12月〕や読売58%〔2011年1月〕）よりもかなり高い回収率を得ている。

「高い謝礼を使っているから」という指摘に対しては、関西大学、埼玉大学の事例などが反証になる。関西大学の事例では、①予告状、②調査票送付（8ページ111問／謝礼：ボールペン同封）の2回の接触で61.3%を回収している（赤枝・松本ほか、2012）。埼玉大学の事例では、①調査票送付（4ページ42問／謝礼：ボールペン同封）、②催促はがき送付の2回の接触で65%の回収率を得ている（埼玉大学社会調査研究センター、2012）。どちらも調査票の体裁はA4サイズ2段編集で質問文は表紙から印刷されている。いずれも低予算で郵送調査を実施するときの戦略として封筒開封時の対象者の好印象を極大化することをねらっている。もし予算に余裕があり、予告状の送付や2回の催促を行っていれば70%以上回収できたであろう。

Dillmanが多くの先行研究や自らの実験結果により「謝礼なし」から「謝礼先渡し」に転じたように、調査法を維持するためには、先行研究や同時代の方法論研究に目を配り、社会の変容に対応できるように改変し続けなければならない。TDMやEMMが、今後もこのままの形で効力を発揮し続けることはないだろう。若き未来の調査者が、調査法研究に関心をもち、新たな時代に沿った工夫を重ねることが期待される。

〔謝辞〕 本稿執筆にあたり、林英夫先生には構成と表現に対する助言や表3など多くの情報をいただきました。深謝いたします。

文献

赤枝尚樹・松本渉ほか、2012、『平成23年度社会調査実習報告書——高槻市と関西大学による高槻市民郵送調査』関西大学総合情報学部。

Church, Allan H., 1993, "Estimating the Effect of In-

子 告 郵 便	郵便物 郵便料 郵便名 郵便イ 郵便ン	通常はがき 第二種郵便物 (はがき) 50 円 直接印字 なし	通常はがき 第二種郵便物 (はがき) 50 円 直接印字 なし	通常はがき 第二種郵便物 (はがき) 50 円 直接印字 道新キャラクター「ぶんちゃん」と北大 校章	通常はがき 第二種郵便物 (はがき) 50 円 直接印字 中日新聞と静岡大ロゴ
サ イ ザ イ	紙質 印刷面 綴り部分 の質 質問数 質問数 選取数 数	A4 ビュアピンク 厚口 画面印刷 中綴じ8ページ 6ページ 74問 (属性等を含む) 351	A4 ビュアピンク 厚口 画面印刷 中綴じ8ページ 6ページ 最大37問 (属性等を含む) ⁴⁾ 265	A4 ビュアピンク 厚口 画面印刷 中綴じ8ページ 6ページ 74問 (属性等を含む) 240	A4 ピンク 厚口 画面印刷 中綴じ8ページ 7ページ 102問 (属性等を含む) 424
運	自由記述欄 ⁵⁾ 氏名記入欄 記入日欄	昭和の代表的人物名 なし あり なし あり なし なし	日本の政治・経済は何流か、昭和の代表的人物名、好きな昭和の歌曲と歌手名、昭和時代の印象 なし なし なし なし	政党や政治家、官僚など日本の政治全般について なし あり なし あり	静岡空港の対策、および同空港を未利用の理由 なし あり なし あり
用	往封筒 宛名 封筒 イイ ン	角2茶 (ステイック糊付) 直接印字 なし なし	角2茶 (ステイック糊付) 直接印字 読売新聞ロゴ	角2茶 (ステイック糊付) 直接印字 道新キャラクター「ぶんちゃん」と北大 校章	角2茶 (ステイック糊付) 直接印字 中日新聞と静岡大ロゴ 料金別納
仕	郵便料 金額	料金別納印 (朝日新聞ロゴ付) なし	料金別納印 (読売新聞ロゴ付) なし	料金別納 なし	料金別納 なし
様	返封筒 宛名 (返送先) 郵便料 金額	角2茶 (ハイシール付) を半折りで封入 直接印字 120円切手貼付済	角2茶 (ハイシール付) を半折りで封入 直接印字 140円切手貼付済	長3茶 (ハイシール付) 直接印字 料金受取人払	角2茶 (ハイシール付) を半折りで封入 直接印字 120円切手貼付済
	先渡し 後渡し	ボールペン (Parker Jotter. B) / のし付 化粧箱 図書カード (1000円)	4色ボールペン / のし付化粧箱 図書カード (500円)	なし 図書カード (500円)	キャラクターボールペン / 箱入り 図書カード (500円)
	催促回数 郵便料 金額 郵便イ 郵便ン	2回 通常はがき 第二種 (はがき) 50円 直接印字 なし	2回 私製はがき 料金別納 直接印字 なし	1回 通常はがき 第二種 (はがき) 50円 直接印字 道新キャラクター「ぶんちゃん」と北大 校章	2回 通常はがき 第二種 (はがき) 50円 直接印字 中日新聞と静岡大ロゴ
	調査票再送付	先送付調査票の依頼文を催促文に変更、 クリーム色に変更、ほかは変更なし	先送付調査票の依頼文を催促文に変更、 びわ色に変更、ほかは変更なし	なし 先送付調査票の依頼文に変更、 クリーム色に変更、ほかは変更なし	なし 先送付調査票の依頼文を催促文に変更、 クリーム色に変更、ほかは変更なし

(注) 1) 松田映二 (埼玉大学)、大栗正彦 (中日新聞)、曾都義高 (北海道新聞情報研究所)、川崎英輝 (読売新聞東京本社) の提供情報に基づき林英夫 (進研アド) が作成した。なお、朝日新聞社東京本社の事例は、松田映二が同社在籍中に公表された範囲での情報に限られている。「①無効返送数 (内代理回答と明記)」欄で「未公表」と記載されているのは、その理由による。
2) 受け付けられた回答は、郵送による 65.3% (= (1,346 - 40) / 2000 * 100)、インターネットによる 2.0% (= (40 / 2000) * 100) である。
3) 「②有効判定基準」は、各社が採用している基本的原則であり、発表された事例において当該基準に抵触する回答票の有無を示すものではない。
4) 「質問数」における「最大」とは、調査対象者全員に課せられた質問に加え、特定の要件を充足する調査対象者に限定して回答を求める「条件付き分岐質問」を含めた「最大質問数」を意味する。
5) 「自由記述欄」は質問数に含まれるが、調査票の最終ページに設けられた意見記入欄 (たとえば、「何か意見があれば記入してください) を含まない。
(出所) 日本行動計量学会第 39 回大会 (岡山理科大学) 特別セッション「郵送調査法の実践と研究——新たな知見を求めて」配布資料、2011 年 9 月 12 日。

- centives on Mail Survey Response Rates: A Meta-analysis”, *Public Opinion Quarterly*, 57(1): 62-79.
- Dillman, Don A., 1978, *Mail and Telephone Surveys: The Total Design Method*, New York, NY: John Wiley & Sons.
- , 2000, *Mail and Internet Surveys: The Tailored Design Method*, 2nd ed., New York, NY: John Wiley & Sons.
- , Jolene D. Smyth and Leah Melani Christian, 2009, *Internet, Mail, and Mixed-mode Surveys: The Tailored Design Method*, 3rd ed., New York, NY: John Wiley & Sons.
- Fox, Richard J., Melvin R. Crask and Jonghoon Kim, 1988, “Mail Survey Response Rate: A Meta-analysis of Selected Techniques for Inducing Response,” *Public Opinion Quarterly*, 52(4): 467-91.
- 林英夫, 2001, 「郵送調査における返送率を左右する効果要因——協力依頼状への捺印および返送先ならびに発送・返送郵便の種類が返送率に及ぼす効果」『関西大学社会学部紀要』33(1): 163-81。
- , 2002, 「巻頭言」日本世論調査協会報『よろん』90。
- , 2006, 『郵送調査法』(増補版) 関西大学出版部。
- , 2010, 「郵送調査法の再評価と今後の課題」『行動計量学』37(2): 127-45。
- 川崎英輝, 2011, 「郵送調査法の効用と課題——読売新聞の事例」『日本行動計量学会大会発表論文抄録集』39: 151-52。
- 小島秀夫, 2010, 「郵送調査の回収率向上のための実験的調査研究」『行動計量学』37(2): 147-57。
- ・中村朋子・篠原清夫, 2000, 「郵送調査における回収率規定要因の研究」『茨城大学教育実践研究』19: 229-43。
- Mangione, Thomas W., 1995, *Mail Surveys: Improving the Quality* (Applied Social Research Methods Series Volume 40), Thousand Oaks, CA: Sage. (林英夫監訳・村田晴路訳, 1999, 『郵送調査法の実際——調査における品質管理のノウハウ』同友館。)
- 松田映二, 2008a, 「郵送調査の効用と可能性」『行動計量学』35(1): 17-45。
- , 2008b, 「郵送調査で高回収率を得るために」(35周年記念シンポジウム「社会調査の現状と課題」)『日本行動計量学会大会発表論文抄録集』36: 193-94。
- , 2010a, 「郵送調査の可能性と課題——有効極大化法 (EMM: Effective Maximization Method) の提案」日本選挙学会 (JAES)・アーカイブ。
- , 2010b, 「郵送調査の回答特性——謝礼・調査テーマ・調査主体が調査に及ぼす影響」『行動計量学』37(2): 159-88。
- , 2011, 「郵送調査法——有効極大化法と今後の課題」『日本行動計量学会大会発表論文抄録集』39: 145-46。
- 森岡清志, 2007, 『ガイドブック社会調査』(第2版) 日本評論社。
- 小田利勝, 2009, 『社会調査法の基礎』プレアデス出版。
- 大栗正彦, 2011, 「郵送調査法の効用と課題——中日新聞の事例」『日本行動計量学会大会発表論文抄録集』39: 147-48。
- 大谷信介・木下栄二・後藤範章・小松洋・永野武編, 2005, 『社会調査へのアプローチ 論理と方法』(第2版) ミネルヴァ書房。
- 埼玉大学社会調査研究センター, 2012, 「さいたま市民意識調査」『埼玉新聞』(7月2日, 4日付)。
- 佐藤俊樹, 2011, 『社会学の方法——その歴史と構造』ミネルヴァ書房。
- Schewe, Charles D. and Norman G. Cournoyer, 1976, “Prepaid vs. Promised Monetary Incentives to Questionnaire Response: Further Evidence”, *Public Opinion Quarterly*, 40: 105-07.
- 僧都儀尚, 2011a, 「郵送調査法の効用と課題——北海道新聞の事例」『日本行動計量学会大会発表論文抄録集』39: 149-50。
- , 2011b, 「郵送調査の回収率の決め手とその優位性」『社会と調査』7: 86-95。
- 杉山明子編, 2011, 『社会調査の基本』朝倉書店。
- 續有恒, 1954, 『質問紙調査法』同塾社。
- 山田一成, 2008, 「八王子市における郵送調査の設計と実施」『社会志林 (法政大学社会学部学会)』54(4): 75-89。
- 油布佐和子, 2012, 「教職の変容と展望に関する教育社会学的研究——成果主義の影響と専門職の可能性」『社会と調査』9: 63-69。

