

困難な訪問調査環境

仲田海人

一般社団法人 中央調査社 調査部

1954年に設立した中央調査社の第1号調査は面接調査で行われ、60年以上たった現在でも調査員による訪問調査を中心に業務を行っている。だが、面接や留置による訪問調査は、時代の経過とともに一時不在や回答拒否といった理由を中心に回収率が低下している。回収率向上にむけてくふうしている点もあるが、対象者からの反応はきびしい。

いっぽう、近年の郵送調査では高い回収率を実現したという報告もある。訪問調査の実施環境が年々きびしくなるなか、訪問調査を実施する件数が減少傾向にある。これにともない、調査員の維持管理もむずかしくなっている。

1 訪問調査について

訪問調査は、他記式の面接調査と自記式の留置調査が代表としてあげられる(図1)。

まず面接調査は、調査票に記載された質問文を調査員が読みあげ、対象者の口頭による回答を調査員が記入する調査である。

- (1) 調査票を対象者に見せずに調査を行う
 - (2) 質問は調査票に記載された指示どおりに読みあげる
 - (3) 対象者は質問の選択肢が記載された「回答票」から質問への回答を選ぶ
- などの特徴や決まりごとがある。

また、面接調査は多少複雑な質問への対応が可能となるといった特徴もあげられる。かつて

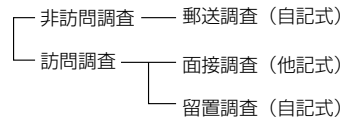


図1 調査方式の分類

は高い回収率を確保できる手法とされていたが、現在は状況が変わっている。

次に、留置調査は対象者宅を訪問して調査を依頼する点では、面接調査と同じである。しかし、調査票を対象者に預けて記入を依頼し、次回訪問時に調査票を回収するという点で方法が異なる。

面接調査とくらべ記入時間の融通が利く、調査員をふくめた他人に見られずに回答できる点などが特徴で、一般的に面接調査より回収率が高い傾向にある。

ただ、一度調査票を預け調査票の内容を見ただうえで拒否となるケースもある。ほかにも留置調査のデメリットとして、だれが記入したかを確実に知ることができないことがあげられる。訪問調査の場合だと、依頼時に対象者へ記入の説明や、該当対象者本人が記入する旨を念押しすることができる。

また、対象者から許可を得ることができれば、回収時に回答内容を確認することで、調査員がいっさい介在しない郵送調査ではできない無記入箇所の再記入依頼や対象者の記入ミスの修正依頼が可能になる。



2 調査協力依頼と対象者からの反応

では、じっさいの調査実施時にはどのような反応があるのか。住民基本台帳から対象者を抽出し、個人を対象にした訪問調査を例に述べる。

訪問する前に事前依頼状を郵送することが多く、事前依頼状を郵送して数日から1週間のちに調査員は対象者宅を訪問し、調査協力の依頼を行う。調査員は郵送物とは別の調査依頼文書を持参し、調査の趣旨や方法を説明する。協力を得ることになれば、面接調査の場合は質問読みあげを開始、留置調査の場合は調査票を配付する。

該当対象者宅が不在でだれにも会えないときは、訪問したことを示すメモを残し、対象者側からのアプローチを得られるようにする。また、メモに連絡先を残すことで対象者側から電話連絡を受けられるようにする。もちろん、該当対象者宅を訪問したさい不在であった場合は、時期をあらためて複数回訪問する。

もし、対象者の家族には会えたが本人に会えない場合は、あらためて訪問する旨を家族に伝え、訪問したことを示すメモを渡すなど、次の訪問で接触するための方策をとる。ときには、手書きのメッセージを添えることでアプローチを得やすくすることもある。

ほかにも、在宅率の高い土日を中心に訪問したり、対象者の年代により訪問する時間帯をつかい分けるなど、対象者に会い直接依頼するための方法で訪問し、調査協力を依頼する。

調査会社側の対応

調査会社では基本的に電話窓口を設置し、対象者本人または家族からの電話を受けて対応する。対象者からの反応はまず、事前依頼状が対象者宅に到着したところから調査員による該当対象者宅への初回訪問までのあいだに電話が多くかかる。よくある電話内容はおもに、「協力辞退

(拒否、死亡、転居、病気など)」と「調査依頼に対する疑問」があげられる。

調査依頼に対する疑問について、代表的には「なぜ自分の住所や氏名がわかったのか」「なぜ自分に調査を依頼したのか」という内容がある。現在はそれらの問いあわせを想定し、事前依頼状に調査対象者を選んだ方法などを記載するケースが増えている。また、調査に関する説明が圧着はがきのスペースに入りきらない場合は、封書をつかうこともある。

事前依頼状を発送することで、対象者はあらかじめ調査員が訪問してくることがわかったうえで調査に臨むことができる。何の前触れもなく訪問してインターホンを鳴らして調査依頼をするより、事前依頼状が到着していることを前提に依頼をするほうが時間をかけずにすむ。また、対象者側にとっても事前依頼状をあらかじめ読むことで、後日調査員が訪問したときの理解を早める効果がある。

しかし、なかには「住所や氏名が知られることに納得できない」という苦情や「詐欺ではないか」と対象者からの相談を受けた消費生活センターや警察などからの問いあわせもある。こうしたケースでも対象者への説明と同様の趣旨を説明することになる。多くの場合では納得を得られるが、ある警察官から「こんなご時世にたいへんですね」と言われたことがあり、訪問調査という手法が困難でやりづらく、理解を得ることに苦労すると感じる。

また、役所や警察に相談した結果、「この調査は怪しいから断りなさい」と言われたので調査協力を拒否するという電話を受けることがある。住民基本台帳閲覧は役所の許可を得てできることであるが、市民課や住民課といった住民基本台帳閲覧の管轄部署など、役所の一部しか対象者抽出の経緯を知らない状況があると思われる。住民基本台帳閲覧とは直接関係のない部署だと閲覧の経緯がわからず、たんに関わらないようにと案内したと思われる場合がある。

電話だけでなく、調査員が対象者宅を直接訪問し、調査を依頼するさいにもさまざまな質問を受ける。代表的なものは、電話連絡で受けるさいと同様に、調査の目的と対象となった経緯や理由があげられる。調査開始前の調査説明会などで調査の概要等を聞いたうえで調査に臨むことになるが、調査員がその場で回答することがむずかしい場合もある。そのさいは電話などで調査会社側から回答するなど、対象者が抱く疑問や不安を除くようにしている。しかし、一部対象者からの反応をみると、調査を理解してもらうための説明がまだ不十分であるかもしれないと思うところがある。

調査不能理由

このように、調査を依頼するうえで調査実施の予告および基本的な説明を行うことで、調査の協力を得られるよう体制を整えている。それでも、調査協力に至らない調査不能対象の割合も徐々に増えている。不能理由はおもに一時不在と回答拒否で占められる。

まず、一時不在はさまざまな時間帯に訪問しても在宅日や在宅時間帯が決まっていない、深夜しか在宅していないというケースで、何度も訪問することになり苦勞する。不在対象には、会えるまで何度も訪問することが対策ではある。しかし、住んでいるかどうかもわからないケースや居留守と思われるケースなど、いくら訪問しても何の反応もなく有効な手段にならないケースが多い。むやみに訪問することで不信感を抱かせることもあるので、再度訪問のタイミングは対象者の反応を考慮する必要がある。

次に回答拒否である。対象者に会うことはできても、忙しい、面倒である、個人情報取り扱いが不安など、反応はさまざまである。ふだんから高い回収率を維持できる調査員であっても、ときには自信を失ってしまうほど低い回収率となる場合もあり、さまざまな要因が地点ごとの回収率を左右する。こうした課題を克服で

きる手段はかんたんには見つからず、長く課題のまま残っている。

地点の環境だけでなく、住居形態による回収率のちがいもある。一戸建てより集合住宅のほうが回収率が低い傾向にあり、そのように感じる調査員も多い。とくに集合住宅のなかでもオートロックマンションであると、対象者に面会することさえできず、よりきびしい回収率になると考えられている。

いっぽう、オートロックがかならずしも回収率低下の要因とはいえないのではないかという報告もある(大谷, 2012)。たしかに、オートロックの有無そのものが回収率に影響を与えているのではなく、むしろオートロックマンションに住む環境の住民は調査に対する理解度が高いという説もある。

回収率の差を生むほかの要因を考えると、都市規模があげられる。都市規模が大きいほど回収率が低いといわれており、政令指定都市のような大規模都市のオートロックマンションと中規模都市のオートロックマンションの反応のちがいをみる必要がある。今後、全住宅に占めるオートロックマンションの比率が下がることはないと考えられ、さまざまなケースから傾向をつかみ、対策を見いだす必要があると考えられる。

調査員が心がけること

訪問調査の歴史は長いですが、依頼するさいにはこれまで以上に調査の内容や目的、抽出経緯などを説明し、対象者が納得できるよう、情報をていねいに提供する必要がある。調査を依頼するさいには対象者本人だけでなく、同居家族からの理解を得るために説明を重ねる必要もある。とくに高齢者や未成年が対象者であった場合は、本人から了解を得られても家族からの強い反対で拒否となる場合もあるため、何度も調査の説明をする場合もある。

また、調査の協力はあくまで対象者の意思で判断するものであって、協力依頼を強制するこ



とはできないことを念頭においた説明でなければいけない。対象者が協力するかどうか迷う場合、粘り強い説得も必要であるが、強制されたと思われぬような慎重さも必要となる。その線引きを見きわめながら対応することが必要となる。こうした見きわめる能力は、経験を積むことで上達する。その能力を身につけ、維持するためにも、長いブランク期間をおくことなく、定期的に訪問調査を実施する機会が求められる。

ただ、いくら経験の長い調査員であっても、着実に高い回収率を維持できるわけではない。調査地点の環境によって対象者からの反応はさまざま、受け答えのよい地域もあれば、いっさい応じてくれない地域もある。対象者宅を直接訪問して依頼しても、インターホン越しに断られるなど、振るわない結果となることもある。それでも、協力を得られた方からは調査員のふるまいや態度によって協力する気持ちになったということばをもらうこともあり、モチベーションの維持につながる。

調査員は経験を積むなかで調査協力を依頼する能力をあげる。対象者からは、郵送物が届いた時点では不安であったが、調査員の説明を聞くことで協力する気になった、調査員がていねいな受け答えをしてくれ、安心して協力できたという声もあり、回収率の維持に貢献できている面がある。しかし、全体的には回収率は減少傾向にあり、調査員の貢献以上に調査依頼に関する不安や無関心の風潮が強いといえる。

今後は、対象者が抱く不安を取り払うこと、調査実施の理解・信頼を得ることに傾注することを対策とし、その手段を模索することになる。

3 住民基本台帳閲覧制度

ここまで、じっさいに対象者に調査を依頼するさいの調査状況を述べてきたが、調査実施前の住民基本台帳閲覧の手続きと作業についても

言及したい。

住民基本台帳の閲覧は、調査ごとに対象となる自治体に閲覧申請を行う。審査の結果、公益性が高いと認められ、閲覧許可を得てはじめて閲覧作業に移ることができる。調査内容により対象となる自治体数は異なるが、数百もの自治体が調査対象に該当し、住民基本台帳の閲覧申請を開始してすべての対象者抽出が完了するまで1~2か月ほどの時間がかかることもめずらしくない。

調査を実施する側の立場で感じる困難は、申請時の煩雑な作業である。申請のために提出する書類は多岐にわたり、自治体によって提出する書類は異なる。提出する書類のひとつである「申出書」は、書式が任意のものと自治体指定の書式のものに大別される。自治体指定の書式はインターネットからフォーマットを入手することもできるが、なかには自治体から郵送された用紙でないといえないものもある。

ほかに、すでに提出した申請書類がたしかなものであることを担保するため、調査企画者の押印書類の提出を求めることもある。また、その要求が前例となって、のちに別の調査で住民基本台帳を閲覧申請するさいに同水準の要求をされることもあり、調査を重ねるごとに負担がかかることになる。

また、住民基本台帳の閲覧では「台帳の並び順」や「台帳の非閲覧期間」「閲覧の回数制限」にも注意する必要がある。台帳の並び順は自治体によって異なり、種類は地番順、五十音順、生年月日順、ランダム順などがある。並び順によっては抽出方法が異なるため、確認が必要となる。台帳の非閲覧期間は一部自治体で設定されており、3月~4月ごろが多い。そのため、調査企画の段階で閲覧できない時期があることを考慮したうえで進める必要がある。閲覧の回数制限を設けている自治体は、1か月間で閲覧できる回数を1社あたりで制限し、スケジュール調整に気を遣うことになる。

表1 内閣府名の提示に関する参考調査の結果(平成18年)

内閣府・国民意識調査 (調査主体・表示)		生活・社会に関する調査 (調査主体・非表示)	
標本数	2,000	標本数	2,000
有効回収率	1,246 62.3%	有効回収率	965 48.3%
調査不能数	754 37.7%	調査不能数	1,035 51.8%
転居	79 4.0%	転居	67 3.4%
長期不在	48 2.4%	長期不在	55 2.8%
一時不在	260 13.0%	一時不在	260 13.0%
住所不明	32 1.6%	住所不明	32 1.6%
拒否	302 15.1%	拒否	589 29.5%
その他	33 1.7%	その他	32 1.6%

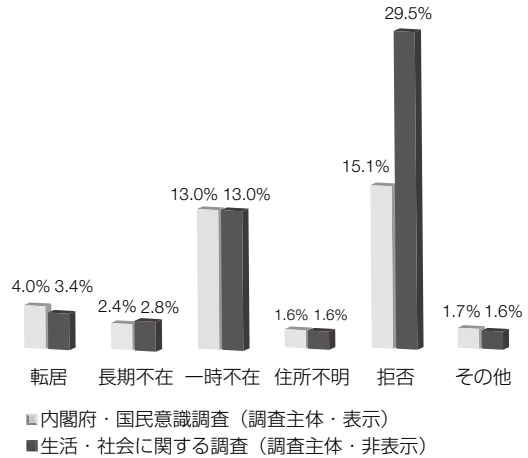


図2 調査主体表示・非表示別の不能内訳

対象者抽出は、各自治体からの協力なくして実現するものではない。ただ、閲覧申請の煩雑化は課題として残る。また、閲覧申請の対応は各自治体の担当者により一変することもある。人事異動直後などで閲覧制度の事情がわからず、必要以上に書類提出を求められることもあり、その折衝に時間を要する。住民基本台帳の閲覧を円滑にするために統一した申請書類や手続きなど、標準的な事務作業の手順の共有化を望む声もある(中村, 2014)。

4 訪問調査での回収率向上のためのくふう

訪問調査で回収率を上昇させるためには、協力依頼に対する疑念の払拭、理解の促進が必要となる。

これまでの回収率向上のくふうとして、たとえば調査企画者の明示があげられる。内閣府大臣官房政府広報室では、平成18年に「内閣府名の提示に関する参考調査」を行い、内閣府が調査主体であることを明示したケースと明示していないケースの回答傾向を比較した。

それ以前は「国の名前を出すことによる回答の偏りへの懸念があった」とし、調査実施主体名(内閣府)を示さずに調査を行っていた(佐藤, 2014)。しかし、この比較調査では、一方は調査対象者に調査実施主体名を示さずに調査(調査タイトルは「生活・社会に関する調査」)を実施

し、もう一方は内閣府が調査実施主体であることを示して調査(調査タイトルは「内閣府・国民意識調査」)を実施した。なお、対象サンプルは各種2,000サンプル、調査方法は訪問面接調査で行われた。

報告によると、調査の結果、「生活・社会に関する調査」の回収率は48.3%、「内閣府・国民意識調査」の回収率は62.3%と、14ポイントの差が出た(表1)。また、都市規模ごとの回収率を比較すると、都市規模が大きくなるほど調査依頼時に内閣府が調査実施主体であることを明示することによる回収率の改善幅が大きくなった。

また、不能内訳をみると、「生活・社会に関する調査」での拒否が29.5%、「内閣府・国民意識調査」での拒否が15.1%となっている(図2)。調査実施主体を明示することで、協力を依頼するさいの説得要素としての効果が表れていると考えられる。

調査会社側でも、調査主体名を示すことは、調査の依頼や説明をするうえで重要な情報であると考えている。そもそも主体を明かすのは対象者に対する礼儀ともいえ、主体名を抜きにすると調査の説明内容に制限が出てしまい、対象者が納得できないケースが発生することにもつながる。回収率を上げる効果だけでなく、対象



写真1 プライバシーマーク
(登録番号は中央調査社のもの)

者に調査について理解してもらうためにも調査主体名は必要といえる。

ほかにも、調査目的の明示と適切な段取りによる個人情報の入手の説明があげられる。住民基本台帳からの抽出の正当性や調査の目的を明示した説明を行うことで、調査対象者が納得できるよう試みる。具体的な例は、先にあげた圧着はがきや封書などである。

NHK放送文化研究所が留置調査終了後に行った調査の実施状況などをたずねた郵送調査が行われており、その結果がまとめられている(関根, 2007)。調査報告によると、留置調査開始前に事前依頼状(はがき)を見たかどうかをたずねたところ、73.1%が「はがきを見た」と回答し、24.1%が「はがきを見ていない」と回答したとなっている。また、「はがきを見た」と回答した人に感想を聞いたところ、「調査の趣旨・目的・方法などがわかった」(65.7%)、「なぜ自分が選ばれたのか疑問に思った」(76.7%)、「むずかしそうだったと思った」(30.0%)、「調査に協力しようと思った」(74.4%)という結果となった¹⁾。

「はがきを見た」割合が高いか低いかを判断することはむずかしいが、調査に興味をもたせるためには有効な手段であるといえる。また、概要をあらかじめ知ってもらえると、調査員が訪問することへの抵抗感を下げる効果があると考えられる。また、事前の依頼文を読んだ時点

で迷っていることもありえるため、調査員からの説明で協力を得るようにする。

さまざまな段階で調査への理解を促すため、事前依頼状はより多くの対象者に読んでもらう必要がある。事前依頼状の内容を読んでもらうために、情報を詰め込みすぎずに明快かつ十分な説明を記載し、依頼文書の内容を読んでもらうこと、そして調査の目的や意図、なぜ調査対象となったかなど、とつぜんやってくる依頼に対して浮上する率直な疑問に対応するように、かつ納得を得て調査に興味をもってもらい、実施意図に賛同してもらうためのくふうなど、さまざまな段階で対象者から引き離さないような手だてを組む必要があると考える。

また、プライバシーマーク(写真1)の保有が対象者からの不信感を取り除く方法として機能することがある。調査を受託するうえで必要な「資格」として扱われていると同時に、対象者に依頼する書類にプライバシーマークの存在や意義などを記載することで、協力を得るための要素として利用することもある。また、こうした情報管理の取り扱いを示す資格の知名度が向上すると、より調査協力への効果が表れると考えられる。訪問する調査員が調査員証を掲示することや、依頼文書等にプライバシーマークを取得している事業所であることを示すなども対象者の不安を除く手段といえる。しかし、そうした手段に対して、なりすましではないかと疑われて応じてもらえないケースもあり、強い効果を生み出すことはむずかしい。

5 他の調査手法におけるくふう

では、訪問調査以外の調査手法でもきびしい状況が続いているだろうか。内閣府大臣官房政府広報室では実験的に郵送調査を行い、調査票のレイアウトや発送方法など回収率向上に関して手法をくふうすることにより効果があったことを報告している。平成26年調査では75.3%

平成27年調査では76.6%という回収率となっている(平成27年調査の回収率は平成26年調査を上回っているが、その要因の1つとしては、有効票として扱う期間を延長したことがあげられる)。

近年、郵送調査の手続きにてくふうを重ねることで回収率をあげることができるという成果が続々と出現している。

たしかに、郵送調査は面接調査以上に対象者にとっての秘密が保持されるという意識をもたせる効果が高いと思われる側面がある。そのため、回収率の向上または維持が可能となると考えられる。今後は、フィールドワーク形式でありつつも、目の前の他人(つまり調査員)に個人情報は聞かれていないという印象を与える手法があれば、期待以上の効果が表れるかもしれない。

しかし、郵送調査は調査員を介さない調査手法のため、いくつか制約があると考えられる。複雑な設問構成、設問数、質問内容により回収率が変動すると考えられる。

また、「実態」に関する調査は留置法や郵送法などに置き換えることができるとされているが、「意識」に関する質問は面接以外の方法に置き換えることはできないとされている。

社会情勢が激しく変わってゆくなかで、同じ手法で観察し続けなければいけないことはたいへんな困難をともなうが、必要に応じ実施してゆくうえでの対策を今後も考え続けなければならない。

6 訪問調査の品質を維持するために

中央調査社では調査品質維持のため、基本的な調査マニュアルとなる「調査員ハンドブック(初版1956年作成)」や調査員が長期間従事するための登録調査員制度(1960年開始)を設けるなどの対策を行っている。

しかし、調査員を介する訪問形式の調査は年々減少傾向にある。かつては国の機関だけで

なく、地方自治体の調査でも訪問調査が行われていた。しかし、現在の地方自治体では郵送調査への切り替えが増加している。調査手法の切り替えはコスト削減が理由としてあげられるが、訪問調査の環境悪化がきっかけとなった可能性もある。

人びとのプライバシー意識の高まりや個人情報に関する警戒心は、個人情報保護法が状況を一変させたものというわけではなく、調査環境の変化による困難は最近のことではなく、古くから困難な調査環境であるという指摘がある(中瀬, 2005)。現状は時期によってそれぞれ課題があり、現在は個人情報保護の意識の高まりとその対策が追いついていない状態であるといえる。

訪問調査の減少は、調査員個々が調査実施を経験する機会の減少を意味し、質の維持、または新規調査員の補充機会および教育機会の減少が懸念とされている。

また、それにともなって、新規調査員の定着化が困難になることも考えられる。調査経験年数の長い信頼できる調査員が多くとも、時間の経過とともに人員の維持ができるか心配に思うことがある。

また、調査環境がわるいまま入札制度による価格競争で調査実施の金額が減少し続け、ますます実施環境がきびしく、悪循環へと陥る懸念もある。調査を受託する予算は低下しても、調査企画側の要求が減ることはないだろう。限られた予算で調査を実施するにも限度があり、場合によっては訪問回数や回収数に制限が発生するおそれもある。

調査環境の困難さは現在も続いており、10年前やそれ以前に報告された状況とくらべても大きな変わりはなく、同様の悩みを抱え続けている。また、近年は個人情報に絡む事件・事故は数百万人、数千万人という単位となることもあり、ひとたび不正な取り扱いによる事件が発生すれば、とたんに一般の人びとから個人情報



の取り扱いに関する懸念を招き、取り扱う行為そのものがふさわしくないのではと思われてしまう。

訪問調査を続けてゆくうえで、今後は対象者への調査に対する理解を得るためのくふうをより進めるべきではないかと考える。なぜ私が協力しなければならないのか、なぜ協力をほかの人が代わることができないのか、なぜ数千人への調査でよいのかといった対象者からの疑問に答えることはできても、対象者に例外なく納得してもらえているかと考えると、不十分な点が残っているのではないかと考える。あくまで調査を依頼する側の理屈での説明となっていないか、調査を受けたことがない人でも理解できる

ような説明になっているか、いま一度考える余地がある。

また、対象者からのクレームのなかには、調査を依頼する行為そのものに焦点があてられることがある。より多くの人に、調査を依頼することに対する理解を深めてもらうことによって、依頼する側、協力する側がともに有益であると思えるよう、公益性のある情報を共有できる環境になることを強く望む。

注

1) 「世論調査に関する調査」は、留置調査終了後に協力者のうち一部を除く2,570人と非協力者のうち一部を除く782人を対象に実施した。協力者からは1,972人、非協力者からは191人の回答を得た。

文献

- 一般社団法人中央調査社, 2014, 『中央調査社60年の歩み』中央調査社。
- 内閣府大臣官房政府広報室, 『内閣府名の提示に関する参考調査』 <http://survey.gov-online.go.jp/sonota/h18-teiji/index.html>。
- , 『社会意識に関する意識調査(郵送調査)』 <http://survey.gov-online.go.jp/sonota/h25-mail/index.html>。
- 中瀬剛丸, 2005, 「面接調査の現状と課題——調査実施の立場から」『放送研究と調査』2005年12月号:66-73。
- 中村美奈子, 2014, 「調査対象者抽出における課題——地方自治時代の作業円滑化に向けて」『政策と

調査』第7号:40-48。

- NHK放送文化研究所世論調査部調査方式比較プロジェクト, 2010, 「世論調査における調査方式の比較研究」『NHK放送文化研究所年報2010』:105-175。
- 大谷信介編著, 2012, 『マンションの社会学』ミネルヴァ書房。
- 佐藤 寧, 2013, 「内閣府政府広報室の世論調査」中央調査報671。
- 杉山明子編著, 2011, 『社会調査の基本』朝倉書店。
- 関根智江, 2007, 「世論調査の有効率を向上させるために——『世論調査に関する調査』から」『放送研究と調査』2007年11月号:90-101。