Invited Article

調査会社の抱える課題

安藤　奈々恵　（社団法人中央調査社　調査部部員）

社会調査の実施を業務とする調査会社は，今，時代の変化や社会情勢による影響を大きく受け，信頼性を保った調査を遂行することがきわめて困難な状況に置かれている。社会調査は，母集団について科学的に推論できるものでなければならないが，そのために必要になるさまざまな課題が山積している。

振り込め詐欺や，配達員を装っての犯罪など，不特定な個人を狙った事件が騒がれるようになった。また，オートロックマンションの増加とともにインターホン保有世帯は増え，今や，カメラが付いている「テレビドアホン」は，2人以上の世帯で，保有率が2割を超えている（〔社〕中央調査社，2008）。このように，人々は，見知らぬ訪問者に対して強い警戒心を示すようになった。さらに，個人情報保護法の成立（2003年5月），同法の全面施行（2005年4月）がなされ，人々のプライバシーへの意識は過剰なまでに高まっている。それに，住民基本台帳法の一部改正（2006年11月）が加わり，制度のうえからも調査を取り巻く社会状況は大きく変化した。

以上に挙げたようなことは，すでに自明のことであるが，これらのことも含め，調査会社を取り巻くさまざまな状況と課題について触れてみたい。

1　回収率の低下

数多くの論文，発表等で，最もテーマに挙げられ，論じられていることに「回収率の低下」がある。これは，調査業界全体に暗い影を落としている。回収率の低下は，どの調査主体，どの調査内容においてもいえる問題であるが，特に，面接調査において，深刻な状況となっている。高い回収率は，データの精度にとって欠かせないものであるが，筆者は調査会社で企画営業の仕事をしていて，クライアントの要望する回収率と現実の回収率のギャップに戸惑うことがよくある。面接調査で，回収率を上げるには，時間をかけて繰り返し欠票者のところを訪問し，完了票を積み上げるしか手立てはないが，後述する拒否の増加と相まって思うようにはいかないのが現状である。

ではここで，内閣府で毎年実施している全国1万サンプル調査（「国民生活に関する世論調査」データ。1998年，2000年は「社会意識に関する調査」データ）の過去30年間の不能率の推移を見てみる。

1978～87年までの約10年間の不能率は20％前後で，完了率は80％前後あった。1988年から90年代末までの約10年間，不能率は徐々に上昇し，約30％となる。2000年以降

の5年間は，約30%を維持しているが，2006年に40%台に跳ね上がり，回収率は60%を下回る。2007年以降の不能率は，40%弱で高止まりとなっている。このように，不能率の漸増傾向は明らかである。

次に，調査不能理由の内訳を見てみる。1985年までは「一時不在」が不能理由の1位である。2位は「拒否」であるが，1978年から右肩上がりに増加し，1985～96年は「一時不在」と並び，1997年以降は「一時不在」を上回りはじめる。2005年から2006年にかけて，「拒否」は急カーブを描いて上昇，現在まで「一時不在」を常に上回り，不能理由の1位になっている。

こうして見てみると，調査不能率の上昇は，2005～06年がきわめて大きいことがわかる。それまでの約25年間の上昇ポイントを一気に1年間で押し上げたような格好だ。これは他の内閣府調査でも同様の傾向（崔田，2008）である。また，「拒否」の割合も，同じく2005年から急上昇している。

この2005年というのは，4月に個人情報保護法の全面施行がなされ，10月に行われた国勢調査では，調査拒否の増加が話題となった年である。

こうした状況を踏まえ，回収率を向上させる方法について，実務家や研究者による検討がなされている。松田（2008）は，郵送法において，発送回数を単に増やすだけでなく，調査票のレイアウトや色を丁寧に整えるなど，送付内容を工夫した結果，78%の回収率を得たことを報告している。2006年度の無作為抽出による郵送法の平均回収率は46.2%である（内閣府大臣官房政府広報室編，2007）。また，海野ら（2009）は，面接法において，調査員の管理や実査におけるマネジメントに対し，委託調査会社と緊密な連携をとり，きわめて丁寧な対応をすることによって，回収率を15ポイント押し上げる可能性を示唆している。

また，回収率の低下とともに増加している苦情を減らす努力として，事前協力依頼状を圧着はがきにするという方法がある。小野寺（2007）で報告されていることは，従来の官製はがきより情報量の多い圧着はがきを使用し，調査目的・調査方法の説明や個人情報保護に対する取り組みについての説明書きを加え入れたところ，調査不能率には変化が見られなかったが，問い合わせや拒否の電話が激減したということである。今では，官公庁の調査において，圧着はがきの使用が定着しつつある。

回収率を上げることのできる方法を検討したこれらの例は，調査業界にとってきわめて大きな示唆であることは言うまでもないが，それを実践するにも，経費や時間の制約が障害となることもある。

次に，調査を受ける立場の人が社会調査に対してどのような意識をもっているのかを探ってみる。

今年3月，弊社は，世論調査や市場調査に対する意識を尋ねる調査を実施した。調査は，無作為に選んだ全国の20歳以上の男女個人を対象に個別面接聴取法で行った[1]。前回調査は2004年9月に行っている[2]。この2定点での変化を検証する。

まず，「新聞やテレビ，インターネットなどで発表される各種調査の結果に関心を持っていますか」と尋ねたところ，7割近くが「関心がある」（67%）と回答しており，5年前と比較するとその割合は10ポイント以上高くなっている。しかしながら，「世論調査や市場調査などのアンケート調査によって，国民全体の考え方を正しく捉えることができ

るか」また「世論調査や市場調査などのアンケート調査の結果は信用できると思うか」，「世論調査や市場調査などのアンケート調査は世の中の進歩や発展に役立っていると思うか」との質問には，半数近く，もしくはそれ以上が「正しくできる」または「信用できる」「役立っている」と回答しているものの（49%，60%，60%），「正しくできない」または「信用できない」「役立っていない」と否定的な回答をしている割合（37%，28%，24%）が，この5年でそれぞれほぼ10ポイント高くなっている。社会調査の結果への関心は高まっているが，信頼感や有用感は低下してきていることがうかがえる。

次に，調査を断った経験があると回答した人に，断った理由を尋ねた。この5年で全体の傾向に変化はなく，上位3位の項目は「忙しかったので」（54%），「長時間かかりそうだったので」（30%），「後でセールスなどがあると思ったので」（25%）となっている。両年ともに最も割合が高かった「忙しかったので」は，この5年で12ポイント低くなった。一方，この5年でポイントが高くなった項目は「調査の内容に興味がなかったので」（23%）で，6ポイント上昇している。このことは裏を返せば，調査の内容が興味のあるものであれば，協力する人が増えるということになろう。

また，「調査に協力するためには，調査をする側にどのようなことが必要だと思うか」と尋ねた。「目的をはっきりさせる」（73%），「結果を知らせる」（55%），「実施上の責任や連絡先をはっきりする」（46%）が上位に挙げられている。こうして見てみると，人々の社会調査に対する調査結果や調査の内容への関心が高い様子が見て取れる。飽戸（1999）が述べているように「調査はおもしろくて，ためになる，目的に対して十分役立つものでなければならない」ということを対象者は今，求めているのかもしれない。人々の興味のある質問を盛り込み，調査結果を公表することはもちろん，どのようなアクセスで知ることができるかをあらかじめ提示することによって，回収率を上げられる可能性があるのではないだろうか。

現代の情報化社会の中で，人々が求める内容を調査し，その結果という情報を提供することは，対象者に協力を得るための重要な要素であると言えそうだ。

回収率の低下はまだまだ解消されている状況ではないが，向上が期待できる具体的な調査方法が提案されてきている。また，発想を転換し，調査に対する人々の意識を把握し，言わば「社会調査のマーケティング」によって対象者のニーズに応える調査を行うことを検討してもよいのかもしれない。

2 対象者抽出の困難さ

住民基本台帳の閲覧が，原則公開から非公開へと移行したことによる，「対象者抽出の困難さ」は，母集団の代表性を担保したサンプリングを危うくするものとして，「回収率の低下」と同様，社会調査業界全体が悩む事柄である。言うまでもなく，サンプリングは社会調査においてきわめて重要な部分を占めている。

さまざまなサンプリング方法が用いられているが，精度の高いサンプリングを行うためには，母集団のリストがいかに正確であるかが重要となる。住民基本台帳は，個人を対象とした調査を行う場合の最も正確な母集団リストである。

しかし，2006年11月に，住民基本台帳法

の一部改正があり，閲覧が原則公開から非公開となった。社会調査に関しては，営利目的ではない公益性の高い調査に関してのみ閲覧が許可される仕組みとなり，社会調査に携わる者全体を大きく揺るがすこととなった。

まず，市場調査と言われる，マーケティングなどの営利を目的とした調査は，閲覧が許可されなくなった。弊社は，メーカーなどから市場調査を受託しているが，これらの調査はすべて住民基本台帳閲覧による調査ができなくなった。弊社では，1973年より毎月相乗り方式のオムニバス調査を住民基本台帳抽出により行ってきた。しかしながら，これら市場調査は住民基本台帳からの抽出ができないため，現在，住民基本台帳抽出オムニバス調査と住宅地図抽出オムニバス調査の2種類を用意せざるをえなくなり，経費的にも大きな負担となっている。また，住民基本台帳からの抽出による調査で，時系列データを集め，分析していたクライアントにとっては，抽出台帳が変わることにより，厳密な比較分析がしにくくなるなど，調査の価値が大きく損なわれる事態も起こっている。

さらに，公益性の高い調査であっても質問の内容によって，住民基本台帳の閲覧が認められない場合が発生している。質問項目の中に，「学歴」を尋ねる項目や「年収」を尋ねる項目などが含まれている場合，閲覧を認めないという判断をする自治体がある。当然ながら，個人を特定できないように処理をするうえに，対象者が回答を拒否することも許される状況で行うことは明らかであるのに，閲覧が許可されないのは，自治体による質問内容の検閲にも繋がりかねない問題である。

さらに納得がいかないのは，同一法人による閲覧の回数制限を設けている自治体があることだ。1カ月間に，閲覧ができる回数が決められている自治体が存在する。また，同時に2つ以上の調査のための閲覧を申請できないというような制限を設けている自治体もある。弊社は，複数のクライアントから同時期にいくつもの調査を受託し，実施しているため，必ずこの問題が発生してクライアントと相談することになる。いくつかのケースでは，弊社からの閲覧申請をあきらめ，クライアントが申請をして対応する場合もある。

現在，住民基本台帳を閲覧するためには，調査が公益性のあることを，自治体に対し明示しなくてはならない。これはもちろん，閲覧を申請するすべての自治体に対し行うのである。法改正の骨子には「閲覧手続き等の整備」が掲げられているにもかかわらず，自治体によって，公益性の証明の方法，つまり示さなければならない事項や書類が異なっているため，申請はきわめて煩雑になっている。また，提出しなければならない書類の多さには，本当にこのような書類が必要であるのか，疑問を感じることもある。

弊社が住民基本台帳閲覧の必要のある調査を受けた場合，クライアントにはだいたい，次の書類の準備を依頼している。

① 閲覧依頼文（法人の代表者印の捺印有）
② 使用する調査票および挨拶状
③ 契約関係を証するもの（契約書など）の写し
④ クライアントの登記事項証明書
⑤ クライアントの個人情報保護方針（プライバシー・ポリシー）
⑥ 法人事業案内
⑦ 過去の調査結果（報告書，新聞記事等）

上記に加え，弊社では，以下の書類を用意し，自治体に申請をしている。

① 弊社の登記事項証明書
② 定款

③　会社・事業案内
④　弊社の個人情報保護方針（プライバシー・ポリシー）
⑤　個人情報管理手順書
⑥　プライバシーマーク取得証明書
⑦　閲覧申出書
⑧　閲覧誓約書

上記の「閲覧申出書」と「閲覧誓約書」は，自治体で独自の書式をもっている場合もあれば，必要事項のみが提示されており，書式は自由という場合もある。独自の書式をもっている場合は，職員が1つひとつの自治体専用用紙に記入していくこととなり，膨大な労力を費やす状況となっている。

閲覧の可否について，各自治体が個々の判断をする今の体制には疑問をもたざるをえない。骨子にある「手続き等の整備」も，まだまだ整っているとは言えないが，提出書類や申請書が全国統一されれば，判断基準も自然と統一されてくると思われる。ぜひとも，手続きの整備による判断基準の統一化が進められることを要望したい。このほか，抽出時に支払う高額な閲覧料も改めていただきたい。

3　調査員の確保

最近の調査業界の流れでは，調査員調査が主流から追いやられている感じがする。回収率は下がる一方，お金はかかる，不正は起こる……といったところだろうか。そこへ，良質の調査員の確保が難しいとなれば，ますます嫌われてしまいそうだ。

弊社は，官公庁や自治体，大学・研究所，マスコミ，一般企業から，さまざまなテーマの調査の委託を受けている。1960年から，全国に登録調査員を配置し，これら調査員を使った調査を行ってきているが，確かに，現在，良質の調査員を維持することが難しいと実感している。

調査員の問題のうちの1つに，調査員の高齢化がある。弊社の調査員の年代構成を見ると，最も多いのは60代女性，次いで50代女性，70歳以上女性と続き，50代以上の女性調査員が全体の9割を占めている。昨今，リストラなどの影響で，中高年男性の応募が多く，なかなか若返りが進まない。若返りが進まないということは，つまり，若い人が調査員になりたがらないということになる。

調査員の仕事は，とにかく足で回らなければならない。昨今のように，完了率を確保できない調査環境の中では，たった1票でも完了票をとることが重要で，その1票のために，何度も何度も足を運ばなければならない。調査不能の理由は，1節で紹介したように内閣府の調査では拒否が最も多いが，他の委託元による調査でも同様の傾向であり，調査員が，対象者からのお断りの言葉を受ける件数は年々増えている。拒否理由も「多忙」「調査嫌い」「プライバシー」など多岐に及び，そのうえ，非常に感情的な言葉を浴びせられれば必然的に調査という仕事が嫌いになることもあるだろう。

拒否の次には，一時不在が多い。ライフスタイルが多様化し，在宅の状況が変わってきている。繰り返し足を運ぶだけでなく，訪問の曜日や時間を工夫しないと，対象者に会うことが難しくなっている。また，在宅の様子があるのに，インターホンを鳴らしても出てこない「居留守」もあるが，調査員としてはっきりとした対象者の意思がわからない以上，調査期間中繰り返し足を運ぶこととなる。

このように，調査環境の悪化した現在，苦労の割には見返りが少ないのでは，ますます調査員の仕事に魅力を感じない人が増えるの

かもしれない。

調査員の維持・確保が難しくなっているのであれば，社会調査は調査員調査から脱却していくべきだ，という論理になりがちかもしれない。しかし，複雑な調査や質問量の多い調査は，やはり，調査員調査での実施が有効であろう。さらに，調査員を介してしかできない，言い換えれば，調査員調査に付加価値を付ける「新しいジャンル」を開拓する努力が必要ではないかと考える。「新しいジャンル」というのは，学術調査の中の大きな流れで，1つはCASI（Computer-assisted self interviews）調査である。調査票を，従来の紙に印刷されたものを使用するのではなく，あらかじめデータのエラーを訂正するプログラム等が組み込まれたノート型コンピュータに表示させ，回答をコンピュータに直接入力しながら実施する調査である。この方法は，海外の学術調査で多く使用されるようになっており，国内の研究者たちが導入の検討を始めている。特に，縦断研究では，前回調査時の回答と，今回調査での回答との矛盾のデータ訂正に膨大な時間と労力がかかることが課題であったが，それが解消されるということで，ニーズが高まっている。

もう1つは，従来の意識や実態を聞きとる調査に加えて行う，生理学的指標を捉える調査である。特に高齢者を対象とした調査に増えてきており，身長，体重のような身体測定値，握力，歩行速度といった体力測定値，さらには，血圧値測定，唾液採取，毛髪採取，採血によって，医学的・生理学的な指標を得ることが付随して求められてきている。これも海外の学術調査で，主観的な意識や実態と，実際の身体機能とがどう関わっているのかということを検証する調査が行われている。

これらの調査は，年々引き合いが増えてきており，調査員調査にとって新しいニーズではないかと感じている。ただ，今までの調査の方法とはまったく異なるため，新たに調査員に対し，相当の訓練が必要となってくる。高度な技術を習得する意欲のある調査員を育成しなければならず，さらにハードルは上がるが，弊社としては調査員調査への新たなニーズに応えていきたいと思っている。

4　受託額の低下

最後に，「受託額の低下」（入札による過当競争）による問題を述べておきたい。一見，ここまでの論旨から離れた視点のように思われるかもしれないが，われわれ調査会社にとっては，ここまでに述べてきた3つの事柄すべてに関わる，根幹ともいえる問題に位置づけられる。

まず，官公庁等，公的機関が実施する世論調査は，ほとんどすべて入札もしくは企画競争となっている。また，精度を最も重要視するはずの学術調査も同様の傾向で，研究者が科学研究費等の個人で取得したファンドによって実施する調査であっても，所属する大学や研究所によって入札が行われるようになってきている。ただ，近年，単に金額が安ければ良いということからくる弊害を感じたためか，金額に技術評価を加えた総合評価方式が増えつつある。しかし，総合評価方式を謳いながら，ほぼ例外なく，予定額（予算支出上限額）が明示されていない。やはり，予定額を明示し，その金額内で技術力の優劣を判断するのがスジではないかと考える。金額の明示がないため，技術を満たしていても，予定額をオーバーすれば失格となるのである。そうなると，事実上，従来の金額だけによる入札と変わらないものになってしまう。

調査の発注側に対して，調査の意義が何で，調査会社に求めていることは何なのか，本質の部分がおざなりになっているのではないかと感じてしまうことが多々ある。

入札は，毎月のように行われているが，同じ設計の調査であっても，入札のたびに価格が徐々に下がっている。今の国の調査などを見ていると，どこまで下がっていくのだろうか予測がつかないほどだ。

利益が見込めない調査は受けがたいが，調査の発注の多くが入札になっている以上，入札に参加せざるをえないのが実情である。

このような過当競争ともいえる状況の中で，調査環境はますます悪化してきている。回収率を向上させるには，事前協力依頼状の体裁，調査票の見栄え，対象者へのアプローチ回数・方法の改善が有効であることがわかってきた。また，調査の意義や目的の理解だけで協力してくれる対象者は少なくなり，調査協力に対する十分な対価を求める対象者が増えつつあることも実感している。また，調査員調査の回収率アップの手立てとも重なるが，調査員に支払う手当を上げることができれば，調査員のなり手不足や非定着も幾分か解消できるはずだ。これらにはすべてお金がかかる。

各機関は，価格の適正化や節約のために入札を行っているのだろうが，これは，日本における社会調査の精度を脅かす根底ともなる問題を孕んでいる。本来の精度の高い調査を目指すのであれば，発注先決定の方法を検討した方がよいのではないだろうか。

5 最後に

調査環境の厳しい状況は，徐々に深刻となり，ここ数年は特に困難な状況となっている。その中で，調査業界は，調査手法の検討を行い，さまざまな工夫を見出しつつある。今回，調査会社から見た問題点を述べる機会を与えてもらったが，何か新しい視点を示すことができていたら嬉しいと思う。

また，来年は，国勢調査の年である。新聞紙上等で広く調査の意義や調査協力への大切さが報道されることであろう。それに便乗するわけではないが，社会調査に携わる者１人ひとりがそれぞれの立場から調査への理解を深める努力を行っていけたらと思っている。

注

・1　全国，満 20 歳以上の男女個人，4000 人，層化三段無作為抽出法（電子住宅地図による），面接聴取法，2009 年 3 月実施，有効回収数：1316。

・2　全国，満 20 歳以上の男女個人，2000 人，層化二段無作為抽出法（住民基本台帳による），面接聴取法，2004 年 9 月実施，有効回収数：1423。なお，調査結果は山地（2004）に掲載されている。

文献

飽戸弘，1999，「社会調査のおもしろさ難しさ」『広報』9 月号：4-5。

松田映二，2008，「郵送調査の効用と可能性――『不信の時代』を乗り越えるために」『JMRA 調査研究セミナー資料』。

内閣府大臣官房政府広報室編，2007，『全国世論調査の現況〈平成 19 年版〉』。

小野寺典子，2007，「世論調査における調査協力依頼上の改善――調査不能対策の一環として」『放送研究と調査』57(2)：68-71。

（社）中央調査社，2008，『2008 年世帯インデックスリポート』。

崔田知久，2008，「面接調査の現状と課題」『行動計量学』35(1)：5-16。

海野道郎・篠木幹子・工藤匠，2009，「社会調査における実査体制と回収率――Gomi 調査の経験から」『社会と調査』2：43-56。

山地彩香，2004，「回収率の低下，協力拒否の増加と対象者の意識」『中央調査報』564：5032-35。