

…… いんぷおるむ (第7回) ……

この項では、36号から41号の6回にわたってフィールドワークや企画における基本的な問題を紹介してきた。

今号から、海外の調査関係資料の中で特に興味深い記事を翻訳して紹介していくことにする。ここで紹介してゆくものは欧米を中心とした海外の資料ではあるが、今日の、あるいは今後の日本の世論調査・市場調査を検討していくうえで大いに参考になるものと思われる。

<電話調査について>

長年、インタビューの最良の方法は個別面接法だと考えられていました。インタビューに電話を採用するのは技術的に困難であり、調査の質の点からみても無理があるというのが調査界の一般的常識でした。ところが、最近、電話調査を採用するところが出ており、評価はすこし変わってきています。これは、アメリカで1960年代の前半頃からインタビューを個別面接から電話法に切替える所が出現し、現在では調査法のひとつとして市民権を得ているなどの状況に触発されたのではないかと考えられます。アメリカで電話調査が普及するには、多くの人の実験的研究の積み重ねの成果が土台となっているようです。そこで、小論では文献(パブリック・オピニオン・クォーター)に載った研究例を紹介し、電話調査を採用する場合の参考に供したいと思います。

電話調査についての文献は大別して2グループに分類できます。電話法で得た回答の質は、個別面接と比べても全般に差異がないとする電話法の積極肯定研究者、電話法は回答に若干バイアスがあるかも知れないが良いたらうとする消極肯定研究者で、前者にはロジャース(76年)、クレッカ(78年)、ケーゲルス(69年)、コロンボトス(69年)の研究があり、後者にはジョルダン(80年)、ヤッフェ(78年)、グラウス

(79年)の研究があります。まず、積極肯定グループのロジャースの研究を取上げ紹介しましょう。

F・ロジャース(コロンビア大学)の研究

ロジャースは72年のニューヨーク市民(マンハッタン地区とブロンクス地区)に対する「市行政サービスの民間委託計画についての調査」の協力者の中から無作為抽出した対象に、再度74年に追跡調査を試みました。抽出に際しては、電話の通じない人と英語の話せない人を除き、人種と年齢で層化しています。初回の調査は個別面接で実施し73%の回収、第2回は個別面接対象と電話対象の2つのグループに無作為抽出し、74%の回収を得ています。対象には事前に調査協力の依頼状を郵送しています。調査票は35ページの分量であり、フリーアンサー質問とブリコード質問とから成り、フィールドワークに5カ月を要しています。

ロジャースは個別面接法と電話法の2調査方法の優劣比較を「データの質」「実施上の問題」の2面からおこなっています。

* 正副2人のスーパーバイザーが、別々に、全調査員の調査スタイルを評価したが、恐らくそのために、5カ月という極めて長い実査期間がかかったであろう。

「データの質」

従来、電話法で一番懸念されていたことは、複雑な込み入った質問が実際問題として可能だろうかということです。本調査のテーマはニューヨーク市の各種行政サービスについて、その周知度と評価を測定することであり、設問内容に沢山の項目を網羅しています。そのためインタビューの便を考慮し初回の個別面接調査の時には回答票を使用しましたが、第2回は電話対象、個別面接対象ともに回答票を廃止しています。例えば、最も長い項目では、15の行政サービス(下水、保健等)の各々について5段階尺度の評価を要求し、調査員は回答分類を何回も復唱しては対象者の動機づけに当たっております。

さて、第2回調査結果の調査方法による差異をみますと、電話で引き出した答と面接での答とは全般的に有意差がなく、ロジャースによると電話法が個別面接法に変わり得ることを示唆するデータだと報告しています。

次にロジャースは、本人収入、投票行動、教育程度など個人的な情報データが調査方法によって歪みが生ずるかを分析しています。

本人収入については、収入源や収入額の質問に対して調査方法による差異がなかったとしていますが、対象者の実際の発言を引用して、電話法は社会的に好ましくない回答をひき出すのに有効であるかも知れないと指摘しています。その発言は電話調査を受けた対象者が「私は生活保護を受けていますが、もしあなたが家に調査に来られたら、私は本当に当惑してしまう」というもので、生活保護のように社会から望ましくないとされている状態を他人に答える場合、対面調査の調査員よりも電話の相手の方が心理的な抵抗が少ないのかも知れないと推測しています。

投票行動の分析は、72年の大統領選挙と73

年のニューヨーク市長選挙の投票の有無の答と市選管の公式記録とを照合し、回答の正確度が調査方法によって違うかを調べたものです。全体では大統領選の正確度が71%、市長選が74%でしたが、不正確回答の9割は投票していないのに投票したという偽り申告で、社会的に容認されたいという心理がこの結果を生んだと説明しています。正確度は電話法の方が僅かに正確で、この傾向は大統領選・市長選の双方に共通しています。

72年と74年調査とで教育程度の回答に、どのくらい一貫性があるかを調査方法別にみた所、電話法では71%、個別面接法では62%と電話法の方に一致度が少し多いのですが、統計的な有意差はないと報告しています。

「実施上の問題」

ロジャースは、「データの質」の分析で、電話法が個別面接法と比べて遜色がなく、調査方法として互換性があると結論し、さらに調査実施の面においても色々の点で電話法は劣っていないと述べています。

まず、回収率では、247人のサンプルのうち死亡や移転を除いた適格サンプルは222人であり、有効サンプル183人の回収率は82%、不能率18%の内訳は一時不在4%、定住していない5%、拒否9%であり、拒否20人の事例をみると調査方法が障害になって拒否になったものはなかったと述べ、面接法のように対象者の家の前に調査員がいることは、調査の重要性を納得させやすいかも知れないけれど、今回の場合、強い拒否者を調査協力者に変えることは面接・電話のどちらも成功していないと言っています。なお、183人の完了者のうちに調査方法を変更した人が12人おります。これは調査対象の申し出があれば調査方法の変更を認めたためで、12人のう

ち11人は電話から個別面接への移行者です。ただし、そのうち8人は電話故障、1人は難聴、1人は妻が病気で、調査方法に起因するのはただの1人だけでした。その人は調査員を見たいという理由です。面接から電話への移行は1人でその理由は、見知らぬ他人が家の中に入ることを忌避したものです。調査方法変更者12人と非変更者171人とは、データの質において有意の差がなかったと分析しています。

調査の所要時間は電話法の平均49分に対して個別面接法は51分と差がなく、調査曜日の結果も調査方法による差がなく、調査時刻の差もありません。ロジャースは電話法の方が、調査実施に柔軟性がある調査時刻は流動的だと予想していたようですが、結果は逆であって、対象者の生活時間に2方法共に影響を受けたことを示しています。調査経費の上で問題となるコンタクト（接触回数）でも、調査方法による有意差はありません。

電話法の対象者には、調査の終りに、2年前に面接調査を受けたことを想起させた上で「あなたは面接法と電話法のどちらが好きか」を聞くという興味ある実験をおこなっています。その結果は半数が好みに言及せず26%が個別面接、24%が電話をあげています。個別面接が良いという理由は「理解しやすい・自分の真意を伝えやすい」であり、電話が良いという理由は「見知らぬ人にドアをあけるのは不本意」に集中しています。

従来の調査の常識からすると、対象者や調査員は電話法の時調査に深く身を入れないのではないかと懸念があります。電話法の場合、調査員は対象者の家に出かけて行くという苦勞がなく、やっと会えたという全身から湧き起る実感がありません。対象者にとっても、調査員は単なる音声に過ぎず、視覚的な刺激がないために調査場面が無味乾燥な機械的なものになっているかも知れま

せん。このような冷たい調査場面は調査への熱中にマイナスの効果があるかも知れません。ロジャースは望ましい調査場面、望ましい調査態度がどのようなものであるかを判別するため、次のような実験をつけ加えております。

第2回調査の調査員全員12人の各人について、正副2人のスーパーバイザーが調査員のインタビューのスタイルが「冷たい(クール)」「暖かい(ウォーム)」のどちらであるかを判定したのですが「冷たい」とはビジネスライクな仕事志向の調査態度を指し、「暖かい」とは親しみのある人間志向の調査態度を指しています。12人中11人は判定者(2人)の意見が一致し、「冷たい」は5人、「暖かい」は6人という結果でした。

11人は電話法と個別面接法の両方を担当しているので、調査方法別に調査スタイルを分けて4グループとし、グループ別に全回答の質の優劣を比較しています。その結果は、調査方法による差はなく、インタビューングスタイルの差だけが顕著であり、「冷たい」のグループが勝っていました。教育程度の一貫性、収入額の回答率、投票行動の正確性、各質問における不明回答率などのいずれについても「冷たい」と判定された調査員の調査票が優れていました。なお、調査員には2日間の訓練を実施し、調査態度はプロらしく仕事志向であるべきだと指導したが、実際の場面になると、調査員の個性が前面に出てしまい、自分が一番やり易い方法で実査がおこなわれたようだと報告しています。

結論としてロジャースは、態度や知識をとらえるための込み入った質問とかプライベートな質問であっても、電話法のデータは個別面接法と充分比肩し得ると言っています。また、電話法で回答票が使えないことについては、回答票は有効な手段ではあるが決して不可欠な手段ではないと楽観

視しています。むしろ調査実施の将来展望の視点からみて、電話法は回収率、長い調査(50分)の実施能力などの点でかなり有望だと評価しています。ただ、対象者の視点からみると、電話か面接かといった調査方法の議論的外れであって、最終的には調査員の調査態度が問題なのであり、「仕事志向」のインタビューなのか、「人間志向」のインタビューなのか回答の質に影響を与えるのではあるまいかと言っております。

ロジャースの調査は、方法論的な構成がしっかりしており、精緻な分析をしています。惜しいことにサンプル数が少なく、比率に差があっても検定をすると有意の差ではなく、結論として調査方法によるちがいはないのではないかの立場に立っています。正直言って、電話サンプル85、面接サンプル98で結論を引き出そうとするのには無理があるように思われます。また、2年前の調査を回想させて調査方法の是非を対象者に評価して貰うことが果してできるであろうかという問題があります。もっと期間をつめて2回目の調査をやれば、比較の妥当性が増すのではないのでしょうか。次に紹介するカリフォルニア大公衆衛生学部の研究はサンプル数の問題が多少改善されています。この研究は、ロジャースなどの積極肯定の立場ではなく、やや消極的な考えを内に蔵しているのが特徴です。

カリフォルニア大公衆衛生学部の研究

この調査はアメリカ国立公衆衛生院の委託を受けて加大公衆衛生学部のチームがまとめた研究で国立精神衛生研究所の疫学研究センターが開発したCES-Dという「うつ状態」測定の標準化テストが電話法でも可能かどうかを調べることを目的としています。

調査方法はロスアンゼルス郡から無作為に83

2世帯を抽出し、調査協力依頼状を郵送してから戸別訪問し、世帯名簿を作ったのち一定ルール(KISH法)で1世帯から1名を無作為抽出し、その673人の個人サンプルを電話調査サンプル(377人)と個別面接サンプル(296人)とに機械的に2分(個人サンプルは18歳以上成人)しており、実査は1980年に実施されました。

CES-Dテストは「私は孤独だ」「私はしあわせだ」「よく眠れない」「皆が私を嫌っているように見える」といった精神衛生に関係する20項目の症候について自己診断を求めたもので、各項目について、症状の程度を4段階に分け、どれにあてはまるかを質問しています。調査の結果を回収率からみると、電話法82%(308人)、面接法80%(238人)と差はほとんどありません。調査不能の内訳には、電話法で5%(18人)の「利用できる電話なし」がありますが、他には際立った特徴はありません。

結果の分析ではCES-Dスコア(4段階の回答に0~3のスコアをあたえ、20問の合計値を算出したもの)や「うつ(depress)」に分類された者(スコアが16以上)の割合、各問における無回答者の割合などの比較もおこなっています。

回答票については、個別面接対象には採用、電話対象にはサンプル選定の戸別訪問のときに回答票を配付し、後日の電話調査のときに役立つから電話器の近くに保存しておくよう依頼した。実際の調査時まで保存した人は約半数の147人、散失した人は160人でしたが、以上3グループについて結果を比較したところ、有意の差はなかったと言っています。ただし、回答票を使わないグループは症状の程度を両極端で答える傾向が僅かながら看取できると指摘しています。

症状の有無で無回答だった者の割合は、電話サンプルに少し多くなっています。個別サンプルで

の症状の無回答割合は、既往の調査（ラドルフ・77年、ロバート・80年）と一致しているのが出現率は信頼できるのですが、その割合を上回っています。このように、特別な質問に対して相手が沈黙してしまう割合が電話サンプルの方に多いという傾向は、このCES-Dテストに限らず、他の研究者も報告していますが、その例としてジョルダンなどの精緻な研究（80年）があります。なお、上記ジョルダンの研究では電話の場合に極端な回答にかたよる傾向が多いという指摘がありますが、CES-Dテストでは発見されなかったと言っております。

全体としてみれば、CES-Dテストに関しては調査方法による差はなく、電話法によって地域診断をすることが可能なのではないかと報告しています。この調査は研究者が既に指摘しているように、電話サンプルで回答票を使わないグループの場合、症状の程度の回答に不正確な偏りが少しありましたが、ある事象の頻度をいくつかの段階

に分類させるような質問が多数あるような調査では、調査員が回答分類を反復して読み上げる労を厭う危険があり、不正確回答が混合しやすいかも知れません。今回はありませんが、ジョルダンの研究では電話法のと看問によっては極端な回答にかたよる場合が報告されており、慎重な対応が必要のようです。

これで報告は終わりますが、新聞報道（6月24日・日経）によりますとアメリカでの電話マーケティング事業は市場規模約十八兆円、専門会社八万社とあり、電話調査の隆盛ぶりがうかがえます。これらの電話調査がどのような調査方法でやっているのか分かりませんが、ロジャースやカリフォルニア大学の研究のように、サンプル抽出にあたってあらかじめ調査協力依頼状を郵送し、次に戸別訪問してサンプルを確定し、調査の予告をし、電話調査を受けたときの対応を訪問時にお願しておくといった慎重な調査ばかりであるかは疑問のように思われます。

（編集部）

なお、前記研究は下記文献に載っています。

- ① *Interviews By Telephone and In Person : Quality of Responses and Field Performance by Theresa F. Rogers (Public Quarterly : vol 40-1 : 1976 P.51~65)*
- ② *Measuring Depression in the Community : A Comparison of Telephone and Personal Interview*
Carol S. Aneshensel, Ralph R. Frerichs, Virginia A. Clark and Patricia A. Yokopenic (Public Opinion Quarterly : vol 46-1 : 1982 P. 110~121)

