

## …… いんぷお る む (第12回) ……

### アメリカの電話調査(その2)

前回の新情報48(いんぷお る む第11回)では、1970年中ごろまでのアメリカの電話調査普及の歴史を3つの発展段階に分けて述べた。

第1は、電話調査が試験的に始まった1930年代後半から60年代中ごろまでの電話調査揺籃時代で、これを「模索の時期」と呼んだ。最初は視聴率調査などの事実を確認する調査にしか使えないとの不信感が強かったが、60年代中ごろには、個別面接の対象者に電話で補完調査(パネル)を行ない、高い回収率をあげるなど実用面で一応の成果をあげている。

第2は「クーバー以後の時期」。抽出台帳としていた電話帳は、掲載を望まない人がいることや刊行時期の関係で、母集団(電話契約者)を網羅していない事実に着目したクーバーが、1964年にコンピューターによって無作為に作成した数字列を電話番号とみなし、その中の不適格(非稼働回線と事業所電話)を電話をかけて確認、排除する抽出方法を提案した。電話帳抽出に代わる革命的抽出だということで、当時高く評価され、この方式のRDD(ランダム・デジット・ダイアリング)は、現在に至るまで電話調査の代名詞となる程に定着している。クーバーの業績は、サドマンやウエイクスバーグにより発展的に継承され、2段階抽出の技術面で工夫がこらされ、現在に至っている。その点では「クーバー以後の時期」は1964年以降、現在まで続いているのだが、新しいイムパクトである「センサス・ビューローの調査」の出現で時期を区切る。

第3は「センサス・ビューローの調査」。RDD法ほどの脚光は浴びなかったが、当時の調査研究者に非常に役立ったのが、センサス・ビューロー(統計局)の「人口・住宅センサス(5年ごとに実施)」である。1960年から電話の有無が調査項目に加えられ、以降5年ごとにデータが蓄積された。電話調査の結果で母集団推計をする際、従来は手探りでしか推計できなかった当時、この統計資料は貴重なものであったと思われる。センサス・ビューローでは1千分の1や1万分の1の一般利用データ・ベースを公開したが、これを利用して、ペリーやトールは電話世帯、非電話世帯の特性を明らかにした。ペリーの論文は1968年、トールは1977年に発表された。70年センサスの電話普及率(世帯)は88%であり、センサス・データが活用されたのは70年代中ごろまでとみられる。

#### (1) ペーパー調査票時代

70年代中ごろ以降に生じた電話調査の一大変革は、70年代末期から80年初頭にかけて採用され始めた「CATI」システムである。これは、コンピューターと連動した電話調査装置であって、従来の調査票にあたるものが、コンピューター端末機のブラウン管上に表示され、回答をキーボードに入力すると、次の質問が画面に出てくる装置である。対象者からの反応は、フリーアンサーといえども一切、キーボードから入力することとなっている。

この装置は、電話調査にとって産業革命にも匹敵する変革であった。したがって、「CATI」以前の時代を「ペーパー調査票時代」、CATI

以降を「CATIシステム時代」に二分することができる。前者の場合、調査員は必ずしも一定の場所に集合することが要請されなかった。地方に散在していた調査員が自宅で電話をかけたときもあり、臨時に準備された一室で電話をかけるときもあった。電話を一室にまとめ、スーパーバイザーがそれをモニターする場合もあり、そうでない場合もあったようである。いずれにしても、調査員はインタビューの過程で、スピードを遅らしたり早めたり、ブロープを入れたりなどの自由裁量の余地があった。

CATIシステムは、調査員の自由裁量の余地の一切を奪い、なおかつ、一室に集合しての作業を強制することとなった。CATIが導入され始めたのは70年代終わりであり、84年には12システムが稼働している。現在の稼働数は明らかでないが、もっと増えているはずで、今や「CATIシステム時代」であり、システム導入に伴う新しい問題の解決が課題となっている。

CATI以前の「ペーパー調査票時代」を一応70年中ごろ以降から80年初めまでとすると、この時期の特徴は電話調査の質の面が熱心に研究されたことである。それまでは、電話の到達（カバレッジ）に関心があったが、普及が進んだため、質の面に関心が移行した。

質の面への関心を大別すると2つに分けることができる。1つは、回収率を如何にして多くするかの問題であり、他は回答の信頼度の問題である。本稿では、2つの面についてそれぞれ代表的な研究を紹介することとした。

（回収率の問題——デイルマンの研究）

電話調査の不能率で一番多いのは拒否であるが、ワシントン州立大学農村社会学部助教授のデイルマンは1976年に「電話調査における拒否率の減少」という研究論文を発表している。

デイルマンは、ワシントン州立大学世論調査所が1970年から74年にかけて実施した電話調査の拒否率が0パーセントから20パーセントにまたがる点に注目した。そのうち、比較的均質なサンプル（学生、学生の母、獣医など）では拒否が少ないのに、異質な一般公衆のサンプルでは少なくとも8パーセントあり、多いときは20パーセントもあったのは何故であるかを考えた。

母集団の均質性よりも何か他の要因が拒否率に作用しているのではないかと考えをめぐらしたが、その際に参考となったのがイーストラックとアサエルらの先行実験である。この実験は1966年の「広告調査第6巻」に発表されたものである。調査員を一カ所に集めての電話調査（内容は市場調査）を3カ月実施したのち、調査員を査定して高い拒否率調査員を淘汰した。その3カ月間の拒否は25パーセントから35パーセントのあいだであったが、そのあとの7カ月間は拒否の平均が12パーセントに低下したという。デイルマンによると、これは調査員の挨拶時の演出効果が拒否率に決定的影響を与えたのであろうとしている。

最初の挨拶が大事なものは、電話インタビューでは相手が簡単に話を打切ることができるからである。回答者は、ちょっとした気まぐれで電話を切ってしまう。これは、個別訪問の調査員に向って調査をことわることも、もっと容易である。たったひとつの単語、フレーズ、見知らぬ人の声、特別の音声などすら電話が切られてしまう誘因となると述べている。導入時が大事なことの実証例として、デイルマンはワシントン州立大学世論調査所の研究をあげている。これによると、インタビューが開始されてから打切られてしまった割合は、電話が通じた人の2パーセント弱に過ぎないことを報告している。

デイルマンは言う。個別面接調査での最初の言

葉、郵送調査での最初の挨拶文がするようなことを、電話調査の際にもしなければならない。その言葉は、調査や調査員を正当と認めさせ、調査協力の意義を認識させるのに不可欠である。

従来の郵送調査での挨拶文テクニックで効果ありとされていた点は、調査の匿名性の約束、調査協力者への謝礼申し出、調査の社会的使命を強調し協力を訴える、対象者の名前を書き、個人宛私信の感じを出すこと、対象者の協力がとくに重要であることを強調するなどの諸点である。だが、これらテクニックが電話調査にも有効であるかどうかは分からないのである。

デイルマンは以上の観点から以下3種類の実験を行なった。

A. 個人宛私信のような効果を高める「パーソナライゼーション」と「謝礼」の効果をみるため、挨拶内容を変化させて比較する実験。

B. 前記「パーソナライゼーション」「謝礼」の効果に加えて、調査の社会的使命を強調する効果をみるため、挨拶内容を変化させて比較する実験。

C. 調査の事前予告手紙を郵送した場合の効果をみる実験。

（調査方法）

対象者はワシントン州電話帳から系統的に抽出した（センサスデータによるとワシントン州の電話所有世帯は92パーセント）。

インタビューは、20台の電話を敷設した中央電話調査所で実施。調査員は社会調査法の講義を受けている大学生。

（調査結果）

〔A実験〕

1972年総選挙前の有権者の関心傾向を探る調査である。

（第一表）

		N	完了	拒否
①グループ	「相手の名前を言う」 且つ「謝礼あり」 →	(181)	80%	19%
②	「同 上」 且つ「謝礼なし」 →	(187)	80	17
③	「相手の名前を言わぬ」 且つ「謝礼あり」 →	(185)	77	22
④	「同 上」 且つ「謝礼なし」 →	(185)	75	22
	合計	(738)	78	20

郵送法調査の経験によると、挨拶文中に受取人の名前を記載することによって、本人宛の手紙という印象をもたせるパーソナライゼーションの手法が返送率向上に効果のあることが知られている。この効果を電話でたしかめるため、『もしもし、×××さんですか』と対象者の名前を言う導入と、名前を言わぬ導入との2グループに分けた。

名前を言わぬ場合の導入は次の通り。  
「ブルマンにあるワシントン州立大学の△△ですが、大学の社会調査センターの仕事でお電話をさしあげました。

私どもは、11月7日の総選挙に向けて、現在論議されている争点をワシントン州有権者がどのようにお考えかについて調査を行っております。もし、あなたが有権者であるならば、数問ばかり電話でお尋ねします。調査の時間は4～5分かかります。

この実験でテストした第2の要因は、「謝礼」の効果である。この場合の謝礼とは、調査結果の提供や調査についての問合せに答えるといった申し出をすることである。郵送法調査の経験では、このような申し出が、対象者にたいして、見返り

の謝礼と受けとられ、信頼感や協力意向を助長し、協力率の高まることが報告されている。

「謝礼あり」の場合の質問文は次の通り。

「なお、2つのことを申し添えます。第1は、この調査がワシントン州立大学の依頼で行なわれていることです。それで、もしお望みでしたら、この調査結果を一部お送りしますので、ご希望の方は、あとでご住所をお知らせ下さい。第2は、調査について何かご質問があれば何でもお答え致します」

調査結果は第1表のとおり、「相手の名前を言わぬ」2グループの拒否率が少し多くなっている。

〔B実験〕

この実験は、前回の2要因に加えて、「社会的有用性」の要因を加えた。この要因は、調査の有用性や社会的意義を強調するという郵送法調査で成功した新しい手法である。調査は、性役割、男女平等問題に関するワシントン州全域の調査で

(第二表)

		N	完了	拒否
①グループ	「相手の名前を言う」 且つ「謝礼および社会的有用性あり」	(223)	84%	14%
②	「同上」 且つ なし	(221)	84	15
③	「相手の名前を言わぬ」 且つ「謝礼および社会的有用性あり」	(235)	77	23
④	「同上」 且つ なし	(233)	85	13
合計		(912)	82	16

うち、3グループは非常に似ており、拒否率は13パーセントから15パーセントである。拒否が飛び抜けて多いのは③グループ……つまり、「相手の名前を言わぬ」で且つ「謝礼および社会的有用性あり」のグループとなっている。これらの結果の解釈はむづかしいが、デイルマンによると、長過ぎるあいさつは、その内容の如何にかかわらず協力を引き出さないということを示唆するものかも知れないと云っている。インタビューに移るためには、回答者のOKを素早くとることが

ある。この「社会的有用性」は調査結果コピー提供(謝礼)申入れと組合せたペアのセットとなっている。この質問文は次の通り。

「私は△△と申しまして、ブルマンの社会調査センターから長距離電話をかけております。私どもは、両性の権利と責任に関する法律の改正をどのように思っておられるかについて、ワシントン州全体の住民調査を実施しています。私どもは、これらの問題が将来、州の法律で検討されることを期待しております。従って、私どもは立法府議員や関心を持っている人々に結果のコピーを提供致します。もし、あなたもお望みでしたら、あなたにも差し上げます。あなたの電話番号は、州全体から無作為に抽出させていただきました。あなたのご意見をいただくため、電話でほんの少しばかりおたずねせねばなりません、4~5分よりは多くかかりません」

結果は第2表にみられるように、4グループの

肝要であって、回答者は協力の意思を早く決めてしまっ、始まらないのをいらいらしているのかも知れないのである。

以上のAB実験を総合すると、従来、郵送法調査では有効とされていた刺戟(例えば、個人宛私信の効果を狙うパーソナライゼーション、結果のフィードバックなどの謝礼、調査の意義を印象づける社会的有用性)は、必ずしも協力度増進に役立たないことであり、ある場合にはむしろマイナスの効果すらあったということである。

電話調査で以上の要因が成功しないことについて、デイルマンは次のように説明している。即ち、郵送法で前記要因の効果があるのは、比較的に心理的な威圧感を与えないためだとしている。回答者はすぐに返答せねばならぬといった制約がない。ひまをみて、質問票に記入すればよく、その場合、他人の干渉を排除し、自分の意思で回答できる。ところが、電話調査の場合は違う。否応なしに回答者を電話口までひきずり出し、青天の霹靂のインタビューが申込まれ、僅か数秒のあいだで、調査に協力するか、拒否するかを決断が要請される。

〔C実験〕

(第三表)

	N	完了	拒否
①グループ …… 「事前予告なし」	(280)	85%	14%
② " …… 「事前予告あり」 且つ「低水準の見返り」	(278)	92	7
③ " …… 「事前予告あり」 且つ「中水準の見返り」	(287)	93	6
④ " …… 「事前予告あり」 且つ「高水準の見返り」	(274)	89	10
(計)	(1,119)	90	9

調査が近いうちにあることを述べた予告の手紙が、回答者の緊張を和らげ、調査を正当化するのに役立つ場合のあることが従来、個別面接法や郵送法調査でしばしば言われてきた。デイルマンは予告手紙の内容をいろいろ変えた実験を電話調査で行なった。

実験は、地域社会の満足感をテーマにした調査で試みられた。予告手紙は3種類あるが、第1は社会調査センターが或る調査を行なっており、対象者にえられたので近日中に電話調査があることを、簡潔に、且つ親しみをこめて述べたもの(低水準の見返り)。第2は調査について説明を加えたもので、どうやって対象者が選ばれたか、調査に疑問があれば、コレクトコールでたづねることを歓迎すると述べている(中水準の見返り)。第3は以上の内容に加え、調査の社会的意義を強

予想もしなかった電話を受けることは、人々を飛び上らせる。こちらの都合には一切おまかないしの要求を受けると、調査目的への疑惑、調査員についての不信の思いが高まらざるを得ない。だから、電話による誘いは、最初の段階で対象者を緊張させ、その結果、ほとんど機械的ともいえる拒否をまねくこととなる。その際の緊張や不安は、非常に強いようであり、抵抗できないほどの強ささえある。したがって、回答者は電話での質問がよくききとれなかったりする。最初の挨拶の変化には気がつかないのではあるまいかと述べている。

調査、匿名性を約束し、調査結果コピーの提供と質問に答えることを手短かに述べた(高水準の見返り)。

以上のように、調査についての情報は次第に多くなっている。したがって次第に長文となっており、回答をする気にさせる誘因の提供も多くなっている。この3通りの手紙は、対象者の名前をタイプし、署名をして、個人宛私信の感じを強く出した。事前予告をしない①グループには、インタビューの際の導入のあいさつで、調査の社会的意義を強調することも、結果コピーの提供などの見返りなど一切をしなかった。

②~④グループへのインタビューのあいさつは次の通り。

「初めまして!! △△さんですか? 私どもはブルマンの社会調査センターから長距離電話をか

けています。私どもは州全体の調査をしています。それは、今お住まいの地域をどう思うか、地域を良くするのに何ができるかについて、おうかがいしています。あなたの電話番号は州全体から無作為にえらびました。調査をお知らせした手紙を先週送りましたが、受取ったでしょうか。あなたにおたずねする質問は10分くらいかかるだけです。が、よろしいですね?」

実験の結果は第3表に見られるように差異が認められた。事前予告をしなかった①グループの拒否率が14パーセントあったのに対して、事前予告のグループの拒否率は平均8パーセントにとどまっており、明らかに事前予告の効果が認められた。3種類の見返りの効果については、「高水準の見返り」の場合、もっとも拒否が多かった(10パーセント)が、この④グループは2ページにわたる長文の手紙であり、あまりにも長く、あまりにも複雑であったことがマイナスの効果をあたえたようである。

以上の結果は、予告手紙が電話調査の回答を促進することを明確に示唆してはいるものの、手紙の内容や長さについては、どれが最適であるかについては、あまりはっきりしてはいない。どうやら調査情報の提供などについて、くどくやり過ぎたようだ。デイルマンは、「情報を提供する」とこと、「好奇心を喚起する」とことの二者間の均衡ある調和をはかることがベストであるように思うと述べている。

〔調査員の性別の要因〕

デイルマンは以上の3実験に加え、調査員の性別がもたらす要因についても考察した。仮説として、男性調査員は恐らく女性調査員よりも高い拒否率にちがいないと考えた。その根拠は、親しみのない男性の声は、女性の声に比べて、回答者にいくぶん威圧的な響きを与えるだろうということ

である。とりわけ、調査予告をしないう場合、その効果が大きいと予想した。

	N	完了 %	拒否 %
① A実験…男性調査員	( 252)	81	19
② A実験…女性	( 466)	80	20
③ B実験…男性	( 89)	79	20
④ B実験…女性	( 804)	84	16
⑤ C実験…男性	( 274)	93	7
⑥ C実験…女性	( 847)	90	10
合計			
男性	( 615)	86	14
女性	(2,227)	86	15

しかし乍ら、結果をみると(第4表)、この仮説は外れた。男性調査員、女性調査員の拒否率はほとんど差がなかった。

(結 論)

結論として、デイルマンは郵送法で成功した法則にしたがって、挨拶の内容を操作し、拒否割合を減少させようとした試みは、電話調査の事前通知が望ましいという点を除くと有意の差がなかった。対象者の名前を言うパーソナライゼーションの効果は有意差が少なかった。ともあれ、事前通知は望ましいのだから、手紙の最適の長さや内容について、掘り下げた研究が望ましいと述べている。また、この結果を戦術的に応用する場合に大切なことは、例えば拒否率を8パーセントから5パーセントに下げることが、古い電話帳を使用することのバイアス — つまり、新規契約者や電話帳に載せない契約者に到達できないこと — と比較して、どちらが重要であるかを評価する必要がある。電話帳に載せない人が殆んどおらず、また、最新の電話帳がある地域では、従来の電話帳抽出でよいが、反対の場合はRDD法を検討すべきである。この場合は、事前通知が不可能となり、その分の拒否率増加はある。ただし、RDD法のマ

イナス面 — 適格サンプル確定に時間とコストがかかり、貴重なインタビューの時間を消費してしまう点も考え合わせるべきだとしている。

(回答の信頼度の問題 — ミシガン大の研究)

回収率の問題と同様、熱心に研究されたのが電話調査の回答の信頼度の問題である。信頼度に関しては、電話をコミュニケーションの媒体とすることでの問題点が種々論じられているが、研究の視点は2つに整理できる。

第1は、個人面接調査で多用される回答票(カード)が使用できないため、段階尺度で評価を求める質問が多くある場合に、回答に偏りが生じやすいという問題である。第2は、聴覚能力だけが要求されることによって生ずる問題である。

前者については、「新情報43」の「いんふぉるむ(第7回)」でカリフォルニア大学公衆衛生学部が行ったCES-Dテストの研究報告を紹介した。詳細はそれを見て欲しいが、精神衛生に関する20項目の症状の自己診断(4段階尺度)で、回答票を使用したグループ(事前配布)と、使用しないグループを比較した場合、使用しないグループでは症状の程度を両極端で答えたり、或いは無回答になる傾向が少し多いということである。この傾向はジョルダンも1980年の論文に指摘している。

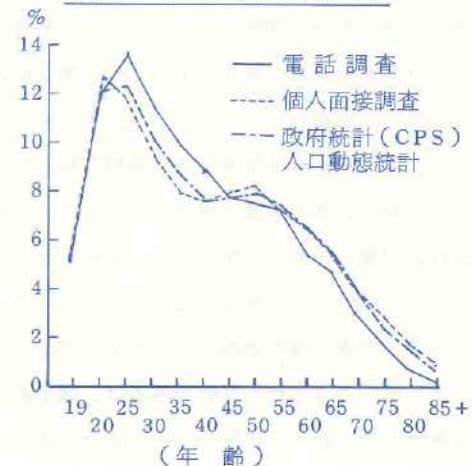
後者については、ミシガン大学ヘルツォグらの1983年発表の研究論文がある。ヘルツォグは同大学の老年学研究所とサーベイ・リサーチ・センターとに籍をおく研究者である。

ヘルツォグらは、1976年から79年までに同大学で実施した全国調査9本(5本が個別面接、4本が電話調査)の回収標本について、その年齢構成、属性による差異などを精査した。調査テーマは総選挙、健康、消費態度、生活問題など多彩

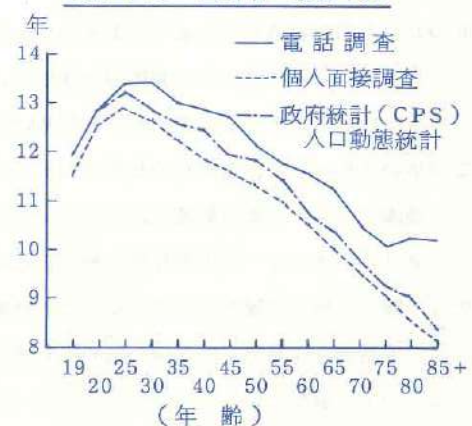
にわたり、回収数は1,000~5,000である。なお、電話調査の抽出はRDD法によっている。

電話調査、個別面接調査、政府調査(人口動態統計)の年齢分布を比較したところ(第1図)、電話調査(実線)は個別面接やセンサスと比べて若年層(45歳未満)に多く、高年層(とくに55歳以上)に少ない傾向があった。第2の特徴は、第2図に見られるように、電話調査の協力者(実線)は全年齢段階において、教育程度の高いことが明瞭にあらわれていることだ。この傾向は、高年層(55歳以上)においてとくに顕著となっている。

(第1図) 回答者の年齢分布



(第2図) 回答者の教育年数



電話調査での高年層の低代表性は、サンプリング手続きに由来しているのではなく、実査過程での高齢対象者の低協力性に由来している。高年層は電話調査に対し、若者よりも脱落し易いようだ。高齢者のうち、電話に慣れていない人、教育程度の低い者にその傾向が多い。

高年層脱落の理由は、第1に高年層はインタビューの過程で、個人面接法よりもずっと強いストレスを受け、負担になっている。高年層の衰えつつある感覚能力の条件にあって、聴覚のみのコミュニケーションに頼るインタビューは非常にストレスがある。第2に、個別面接だったら聴覚能力が多少衰えても、調査員の動作などで不足能力の補いが見つかるから、判断が可能であるが、電話調査は100パーセント聴覚に依存する。第3に、個人面接では調査員のフィードバック(相づちなど)があって、対象者は気楽な気分で打ち解けた会話ができるが、電話調査ではフィードバックが制限され、対象者の緊張が解けない。緊張状態が続くのは高年層にとって堪えがたいのである。第4に回答者の健康状態も原因しているようだ。自分をあまり健康とは思わぬ高齢回答者は、個別面接では答えても、電話では答えたがらない。第5に、電話インタビューはある程度、知的教養とか電話使用の経験が要求される。高年層のうち、教育程度の低いものが脱落してしまう。第6に、電話インタビューはしばしば、個人面接のとき以上に早いスピードでインタビューされることが多いが、この早いスピードは、高年層の知覚にとって不都合な要因となっている。最後に、ヘルツォグらは、高年層はインタビューの所要時間の長いことに不快な体験、不快な印象をもっている。この経験は、次回の電話調査に協力する気持を弱めてしまうのではないかと論じている。

ヘルツォグは以上の解析にもかかわらず、今後

の見通しについては悲観していない。たとえ、高年層の低い代表性、教育程度の高い人への偏りであっても、構造的(システムティック)な偏りとなって結果に強く反映されることはないだろうと楽観視している。

## (2) CATIシステム時代

インタビュー結果を調査票に記録する時代(ペーパー調査票時代)は、70年代終りごろから登場したCATIシステム(コンピューター連動集中電話装置)によって新時代を迎える。この装置が調査員にとって、どのような影響をあたえるかが新しい研究課題となっている。

### (CATIの調査員の問題 — グラブの研究)

ミンガン大学サーベイ・リサーチ・センターのグラブはCATIを使うグループと使わないグループとに分け、各33人の調査員を使用した比較実験を1979年に行った(論文は84年に発表)。調査は統計局の行う国民健康調査(全国4,400世帯)。質問の構成は複雑であり、まず中核(コア)のメイン質問で家族全員の健康状態を押え、その状況によって、質問すべきサブ質問が変る。

調査結果を回収率、所要時間、操作の問題点、調査員の評価の4点について述べる。

- ① CATI装置導入による調査員の仕事の基本的な変化は、コンピューターのキーボードから回答を入力することだが、キーボード操作という余分な仕事が増えたため予想される有害な影響は、回収率減少である。ところが、その影響はなかった。CATI装置を扱ったことのない調査員を使ったのだが、たしかに最初の1カ月は74パーセント対83パーセントと非CATIグループの回収率が良かったが、慣熟した2カ月目から同率となって両者の差が消滅している。
- ② 調査所要時間は、CATIが平均52分、非

CATIが46分と差がある。CATIでは回答の入力が完了して始めてつぎの質問に移る。

入力が完了しない限り、つぎの質問への準備もできないし、後続質問が画面に出てこない。一方、非CATIでは回答を調査票に記入しながら、同時に次の質問の検討が可能である。このように、双方に要請されている時間の配分が基本的に違っていることがこの差を生んだようだ。

- ③ 操作上の問題は、CATIは質問から質問へのスキップが瞬時に行われ、非CATIのようにページをくる必要のない点が便利であり、記号を入力すれば良いので、ミスも少ないなどが長所である。一方、短所としては回答者が前言を訂正するときとか、入力ミスにあとで気付いて訂正する場合、調査票では訂正が容易だが、機械の訂正は面倒だとしている。また、インタビューのスピードは、非CATIでは調査員の自由で緩急の調節ができるのに対し、CATIシステムはコントロールできぬ点が問題だとしている。

- ④ インタビュー疲労の評価では、両者の差はほとんどないが、インタビューの緊張では、CATIグループの方が少し緊張度が多くなっており、3カ月間の機械使用の慣れにもかかわらず、機械使用を快適だとは思っていない。

結論として、CATI(Computer Assisted Telephone Interviewing)システムは、フリーアンサー質問の答を正確に記録できないという問題があり、これは如何なるCATIをもってしてもエラー減少は期待できず、調査員訓練による外はないとの欠点はあるものの、将来は装置のコストがもっと安くなり、ソフトウェアの進歩が見込まれるので、CATIはもっと普及するだろうと予測している。

## (声の訓練……新たな課題)

前述のデイルマンの実験結果のように、電話調査での挨拶内容はどのように変わっても、対象者の協力感情に刺戟を与えないようである。これは、ミュージカル「マイ・フェア・レディ」のせりふにあるように『答える人は、あなたの話す内容には気をつけていないのよ。あなたが正確に話すかどうか気にしているのよ』である。

このせりふを引用して、調査員の声の役割の重要性を指摘したのが、ミンガン大学サーベイ・リサーチ・センターの研究者である。論文は1986年に発表されたが、コンピューターが調査員役割の1部を受け持つCATIシステム時代においては、調査員のもっとも重要な役割が発声器官にあるのではないかとこの仮説の下に研究を開始している。

この仮説の根拠には、ミンガン大学サーベイ・リサーチ・センターの調査員の拒否率が調査員により6パーセントから42パーセントにまたがっており、しかも調査員によって可成り一定している(月例電話調査)ことに由っている。このことは、回答者にとって好ましい声の特徴、好ましくない声の特徴があるかも知れないと想像させるのである。

そこで、拒否率の少ない調査員3人と多い調査員3人とをえらび、電話調査の最初の挨拶を録音し、それを大学の学生(18人)と田舎の教会にくる白人男女40人とにきかせ評価してもらった。実験は2日間つづき、第1日は調査員の声の特質の判定、2日目は人格的な特性の判定を求めた。(調査員は女性)

2つの実験を通じて一致したことは、拒否率の低い調査員は、比較的高いピッチ(音調)の声にランクされ、またピッチの変化の幅が大きく、声の大きい方にランクされている。話し方のスピー

ドは早く、発音も明瞭とランクされた。また、人格的な特性の判定では、対象者へのアプローチが積極的であり、有能な人との評価を受けた。

一方、拒否率の多い調査員の録音をきいた評定者は、この調査員の声のピッチは低い方であり、ピッチの変化は乏しく一本調子であり、声は小さくぼそぼそして、発音が明瞭でないとの判定を受けた。

以上の結果は、電話調査員についての情報の唯一の源である声の合図こそが、対象者にあたえる好悪の印象、協力・非協力の感情に大事な役割を果たすことを示すものといえる。声の特徴を調査員選抜の基準とすべきか、それとも声の訓練を調査員訓練に加えるべきかという新たな問題が CATI システム時代の研究課題となった。

(編集部)

(参考文献)

- Don A. Dillman, Jean Gorton Gallegos and James H. Frey  
"Reducing refusal rates for telephone interviews"  
1976 *Public Opinion Quarterly* vol. 40-1
- Carol S. Aneshensel, Ralph R. Frericks, Virginia A. Clark and Patricia A. Yokopenic  
"Measurement depression in the community: A comparison of telephone and personal interview"  
1982 *Public Opinion Quarterly* vol. 46-1
- A. Regula Herzog, Willard L. Rodgers, and Richard A. Kulka  
"Interviewing older adults: A comparison of telephone and face-to-face modalities"  
1983 *Public Opinion Quarterly* vol. 47-3
- Robert M. Groves and Nancy A. Mathiowetz  
"Computer assisted telephone interviewing: effects on interviewers and respondents"  
1984 *Public Opinion Quarterly* vol. 48-1B
- Lois Oksenberg, Lerita Coleman and Charles F. Cannell  
"Interviewers' voices and refusal rates in telephone surveys"  
1986 *Public Opinion Quarterly* vol. 50-1