Japanese Journal of Applied Psychology
2017, Vol. 43, No. 2, 158–184

日本応用心理学会　平成 28 年度　公開シンポジウム

調査法のいま

～理論と技法，実践，そして展望～

日　　時　2016 年 11 月 19 日（土）13:30 ～ 16:00
場　　所　東京未来大学
企　　画　日本応用心理学会企画委員会
共　　催　東京未来大学モチベーション研究所
話題提供者　木村邦博（東北大学文学研究科）
山田一成（東洋大学社会学部）
石阪督規（埼玉大学基盤教育研究センター）
指定討論者　田崎勝也（青山学院大学国際政治経済学部）
浮谷秀一（東京富士大学経営学部）
司　　会　谷口淳一（帝塚山大学心理学部）

■企画趣旨■

社会科学における研究手法として，調査は欠かすことのできないものであり，質問紙法を筆頭に，観察やインタビューなど，さまざまな手法を駆使してさまざまな場面でデータが収集され，そして分析がなされて，科学の発展に寄与しています。心理学系や社会学系の大学・大学院でもカリキュラムの中には必ず調査法に関する教育が含まれています。

それだけ私たちにとって身近なものとして意識されている「調査」ですが，ではその理論や技法について，私たちはどれほど正確な知識を持ち合わせているでしょうか。また，最近はインターネット上でのいわゆる Web 調査なども頻繁に行われるようになっていますが，私たちはそうした新しい調査技法についてどれほど正確な知識を持ち合わせているでしょうか。そして，調査の技法や実践の発展に，心理学はどのように貢献していくことができるのでしょうか。

今回の公開シンポジウムでは，調査の方法論や技法についての「いま」を俯瞰し，今後の展望について探っていきたいと考えています。話題提供をお願いした 3 名の研究者は，調査についての理論や技法について研究されている方，あるいはフィールドでの実践経験豊かな方であり，いずれも今回のテーマに適した話題を提供いただける方々です。

企画委員会としては，これをきっかけに，応用心理学の世界でも調査法に関する議論が大いに盛り上がることを期待し，この公開シンポジウムを企画しました。

（日本応用心理学会企画委員会　委員長　角山　剛）

■はじめに

角山： 日本応用心理学会平成 28 年度公開シンポジウムでございます。このシンポジウムは，東京未来大学モチベーション研究所との共催で開催をさせていただきます。シンポジウムの今回のテーマは，『調査法のいま～理論と技法，実践，そして展望～』ということで，進めさせていただきます。皆さん方のお手元に企画の趣旨をお渡ししてあるかと思います。

いま調査というのは，私どもの研究の中で欠かすことのできないものになってきています。そうした調査について，現在どのような理論，あるいはどのような実践が行われているのか。また，私たちが気づかない，何気なく使っている，そうした調査の中にどういうような，いわば陥穽が潜んでいるのかというようなことも含めて，きょうは議論を進めてい

きたいと思います。

また，近年 Web 調査が非常に盛んになってきておりますけれども，こうした調査を私どもがこれから使っていく中で，どんな点に注意していけばよいのかということも，きょうのシンポジウムの中で，シンポジストの先生からお話があろうかと思います。こうした調査に関する方法論，あるいは技法についての今ということを俯瞰して，今後の展望について探っていきたいと思います。

本日は，こうした内容について詳しく研究をなさっていらっしゃる 3 人のシンポジストの先生，それからまた 2 人の指定討論の先生にお越しいただきまして議論を深めていきたいと思います。

このシンポジウム開催に先立ちまして，日本応用心理学会理事長でいらっしゃいます，藤田主一先生より，一言ごあいさつをいただきます。先生，どうぞよろしくお願いします。

藤田： 皆さま，こんにちは。日本応用心理学会理事長を仰せつかっております，日本体育大学の藤田と申します。本日は一般ご参加の皆さま，学生の皆さま，また本学会会員の皆さま，お足元が少し悪い中，またご多用の折とは存じますが，東京未来大学へお運びくださいまして，誠にありがとうございます。

私どもの日本応用心理学会は，わが国の心理学関係の学術団体の中でも，日本心理学会と並んで古い歴史と伝統を誇っております。現在会員数は約 1,300 名でございます。本学会は心理学の応用を目的に，社会に開かれた，また社会に貢献できる有意義な学会であると自負しております。その一環といたしまして，毎年 1 回この時期に公開シンポジウムを開催しております。その時々にふさわしい，タイムリーなテーマをもって，社会にアピールすることが本学会の社会的な責務であろうと考えている次第でございます。

昨年度は『応用心理学の未来～実社会との連携活動を目ざして～』という，未来志向のテーマで開催いたしました。本年は『調査法のいま～理論と技法，実践，そして展望』という応用心理学らしいテーマの公開シンポジウムになりました。このシンポジウムをご企画くださいました，本学会企画委員会委員長の角山剛先生，ならびに企画委員会委員の諸先生に厚く御礼申し上げます。また，シンポジウムをご共催くださいました，東京未来大学モチベーション研究所の皆さまに，厚く御礼申し上げます。

本日ご登壇の諸先生，ありがとうございます。後ほど司会の谷口淳一先生からご紹介くださるものと存じますが，いずれの諸先生も応用心理学関係の第一線でご活躍いただいていらっしゃいますので，私たちを大いに刺激するお話をお聞かせくださるものと思っております。皆さまと一緒に私も勉強させていただきます。簡単ではございますが，本学会理事長としてのごあいさつとさせていただきます。本日はどうもありがとうございました。

角山： 藤田理事長，ありがとうございました。申し遅れましたが，私，東京未来大学の角山と申します。モチベーション研究所の所長も兼ねております。

本日は配布資料はございません。また撮影，録音はご遠慮下さい。ただ，学会のほうからは，記録ならびに今後の誌上での再録用も含めまして，ビデオ，それから録音をいたしております。また途中で写真撮影なども入りますが，個人情報が漏れないように，皆さん方のお顔が写らないように注意いたしますので，ご協力ください。

ただいま藤田理事長からご紹介いただきましたが，私が今期企画委員会の委員長を務めております。その他に，本学の学長でございます大坊郁夫先生，それから本日司会をしていただきます，帝塚山大学の谷口淳一先生，それから本日は校務でご参加いただけませんが，立正大学の川名好裕先生。この 4 名で昨年度と今年度の企画を担当いたしております。それでは早速，谷口先生にマイクをお渡ししまして，シンポジウムに入りたいと思います。谷口先生よろしくお願いいたします。

谷口： ただいまご紹介いただきました，帝塚山大学の谷口と申します。今回は司会を務めさせていただきます。よろしくお願いいたします。それでは早速ですが，シンポジストの先生がたをご紹介させていただきたいと思います。

（話題提供者，指定討論者の紹介あり）

谷口：それでは早速，木村先生からお願いしたいと思います。

■話題提供 1

予備調査・プリテストの革新
―学際的研究をめざして―
木村邦博（東北大学文学研究科）

■研究スタートの背景

木村：こんにちは。木村でございます，よろしくお願いいたします。次のような流れでお話ししたいと思っております。私がなぜこういう研究に関わるようになったかという話から始まり，調査法に対する新しいアプローチとして認知科学的なアプローチを紹介し，特に予備調査・プリテストに関する研究の動向について述べ，私がこの流れの中で試みている研究についてお話ししたいと思います。また，今後の展開についてもお話しいたします。

まず自己紹介も兼ねまして，私がこのような研究に関心を持つに至った経緯を簡単にお話ししたいと思います。私はこれまで社会階層と教育に関するいくつかの大規模な調査に参加してまいりました。社会調査法の教育の面では，ワーディング実験を取り入れた調査実習をしております。『社会調査演習』という本の中にそういう課題があるのですが，そのアイデア自体は安田三郎先生の教育実践にあったと言われています。さらに安田先生がヒントにしたのは何だったのか遡って調べてみましたら，心理学者のH・キャントリルの仕事があったということが分かりました。

そういうふうに研究や教育をしていく中で，私が衝撃を受けた本があります。1999 年に出版された，M・G・サーケンたちの『*Cognition and Survey Research*』という本です。それまで知らなかった，認知科学あるいは認知心理学の中の知見に基づいて社会調査法を見直そうという研究だったからです。当時そういうことを私は全く知らなかったのですが，この本を読んでみましたら，1980 年代からこのような研究が行われていたと書かれており，またさらにショックを受けました。

その後もいくつかショックを受けることがあったのですが，そのひとつは 2007 年にドイツの GESIS という学術機関を訪問したことです。これは社会調査データ・アーカイブと社会調査方法論研究所，およびそれ以外の下部組織を擁する機関です。社会調査方法論研究所に素晴らしい実験室がありました。その日は実験はやっていなかったため，実験自体を見学することはできず設備だけを見たのですが，社会調査でこんな実験室を使うのかと衝撃を受けました。

もうひとつ付け加えたいのは，幸いにも今年度から心理学者の先生方と科学研究費補助金プロジェクトで質問紙法に関する研究に携わる機会を得たことです。今その研究を進めようとしているところです。

■アプローチの名称

サーケンたちの論文集ですが，これは認知科学的なアプローチに関する本格的な書籍としてはおそらく初めてのものだと思います。その中ではこのアプローチを Cognitive Aspects of Survey Methodology という名前で呼んでいます。これがよく見掛けるプロジェクト名ですが，違う名前が使われていることもあります。たとえば Science of Asking Questions（質問することの科学）という名称で呼んでいるものもあるようです。それから Total Survey Error Approach（総調査誤差アプローチ）という言葉も使われているようです。大隈昇先生が翻訳された R・M・グローブスたちの『調査法ハンドブック』ではこの名称が使われております。調査における誤差をトータルに捉えようという意味だと私は解釈しております。

こういう名前がいくつかあるとわかったのですが，執筆者を眺めてみるとかなり重なっているようです。同じ人たちがどうも文脈とかオーディエンスを眺めつつ，名称を少しずつ変えながら，アピールしているというように私は受け取っております。共通するのは認知科学あるいは認知心理学などの知見を利用して調査法を見直そうという観点になります。その中でも，今回お話ししたいのは予備調査・プリテストに関する研究の動向ということになります。

■予備調査・プリテストの重要性

なぜこれを取り上げるのかですが，私はこの予備調査やプリテストが非常に大事だと思っているから

です。それもふたつくらい重要なポイントがあるかなと思っております。

ひとつは，方法論の厳密さ，信頼性，妥当性ということです。再現性も含めてだと思います。このことについて今，しきりに反省が行われていると思うのですけれども，予備調査・プリテストを行うことでより信頼性が高い，あるいはより妥当性の高い測定やデータ収集を行えないかという機運があると思います。

もうひとつ，調査法の現在ということでは，倫理的な問題にも関心が高まっていると思います。研究に協力してくださる方に負担を掛けるということが場合によってはあるかと思いますけれども，そういう負担がなるべく少ないようにしなくてはいけないのではないか，そういう反省も強くなってきていると思います。予備調査・プリテストを行うことで，調査に協力してくださる回答者の方の負担を軽くできるのではないかという期待があります。

もちろん回答者の方の負担が減れば，より信頼性が高く妥当性の高い測定もできるということも考えられます。しかし，負担を小さくするということ自体が重要な目標ではないかと私は思っています。

予備調査・プリテストに関する認知科学的なアプローチの研究動向ですが，前提として，これまでの予備調査やプリテストというのはいきなり本番に近いことをやっていたのではないか，という議論があるようです。

舞台稽古でいうと，いきなり本番のステージに立って本番同様の舞台稽古をやるということだったと思います。ところがよく考えてみると，その演劇との比喩でいうと，たとえばドライリハーサルとか本読みとか，そういう段階があるはずです。もっとシンプルな段階から順を追って何回もリハーサルを重ねて本番に臨むべきだということになります。そういう喩えから言っても，ちょっといきなりやりすぎだったのではないかということです。

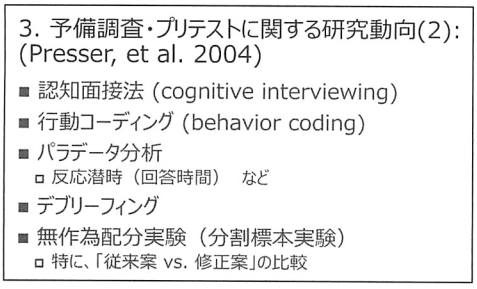

図 1

そこで予備調査・プリテストのやり方として，多様な方法が提案されるようになってきております（図 1 参照）。認知面接法というのは，面接調査で質問者と回答者の間のやりとりを行ったときに，回答者が回答する際にどんなことを考えながら回答しているのか口に出して言ってもらうというようなことをするものです。この手法は think aloud と呼ばれます。これは，たとえばチェスのゲームをする際に人間が何を考えながらやっているか研究していく中で用いられた手法を応用するものです。

次に行動コーディングですが，これは面接調査での面接者と回答者のインタラクションを外から観察して，たとえば質問者が言い間違えたことがどれぐらいあったかなどを記録するものです。言い間違えたということは，その質問がわかりにくいからではないかと考えられます。あるいは質問者が指示されたのと違う質問をしてしまったことがどれくらいあったか記録します。これも質問文に何か問題があったのではないかと考えるわけです。もちろん回答者の行動もコーディングします。たとえば質問者の発言を途中で遮って，よくわからないからもう一度繰り返してほしいというような形になったことがどれぐらいあったかなどを記録します。これもまた質問自体に何らかの問題が含まれていることを示唆するものではないかと考え，質問文をチェックすることになります。

パラデータ分析という方法ですが，よく行われているのは質問が提示されてから回答までにかかる時間の分析です。

デブリーフィングというは，面接調査や自記式調査が終わった後での事後的なセッションを指しています。社会心理学の実験などですとデブリーフィングは，この実験の狙いは何かなどを説明する場面になるかと思います。しかし，予備調査の研究の場合には，研究者が説明するだけではなく，回答者の役をしてくださった人はどういうふうに思ったか振り返りながら語ってもらうとか，あるいは回答者からの質問を受け付けるとか，そういうことも指しているようです。

無作為配分実験もあります。標本（サンプル）を

3. 予備調査・プリテストに関する研究動向(3): (Presser, et al. 2004)

- 統計的モデリングにもとづくデータ解析
  - 潜在クラス分析 (LCA)
  - 項目反応理論 (IRT)
  - 構造方程式モデリング (SEM)
  - 多特性多方法デザイン (MTMM design)

図 2

分割して，片方にはこれまでよく使われてきた従来型の質問紙を使って実験を行い，もう一方のグループにはそれに対して改良案になると考えられるような質問紙を使った調査を実施して，両者を比較することになります。その際，回答者を無作為配分でふたつの群に割り当てます。

以上の手法と組み合わせて使われることも多いのが，統計的モデリングに基づくデータ解析です（図2参照）。S・プレッサーたちの本では潜在クラス分析と項目反応理論を用いた研究の紹介が中心ですが，先行研究のレビューをしてみると，構造方程式モデリングを使ったものなどもあるようです。

さらに多特性多方法デザインと呼ばれる，妥当性と信頼性の検討のための手法と，構造方程式モデリングを組み合わせるという研究もあります。このように様々な手法が使われているということです。

■黙従傾向に関する研究

私はもともと大規模調査のデータ分析というところから調査に入ってきているものですから，実験などはこれまであまりやったことがありません。そこでまず，統計的モデリングを使って既存データの分析をしながら，できれば無作為配分実験を行うことにつなげたいと考えているところです。

私が取り組んでいるのは，黙従傾向に関する研究です。この問題に関心を持ったきっかけは次のようなことです。複数回答形式の質問は，これまで私自身が関わった調査でよく使われてきましたが，グローブスの『調査法ハンドブック』などを読むと，「やめたほうがよい」と書かれていて悩んでしまったことがあります。「複数回答形式ではなく，評定尺度を使いなさい」とはっきり書いてあります。

なぜそういうことが言われるのか，論文を読んだり自分自身で考えたりしました。複数回答形式にはメリットはあるように思われるからです。具体的には，スペースが節約できます。たとえばリッカート法の評定尺度項目をたくさん並べるよりも，複数回答でいくつでも選んでくださいという聞き方の方が，スペースを節約できると思います。そのほうが回答者の負担も少なくなるという期待もあります。またそうであるならば，質問紙のスペースの全体がこれくらいと固定されているのでしたら，複数回答形式を用いることで質問の数を増やせるかもしれないという期待もあると思います。

他方で，海外の認知科学的なアプローチによる研究，あるいは次のシンポジストの山田先生のご研究などでは，「複数回答形式は問題があるから使わないほうがよい」と言われているわけです。たとえば山田先生は，複数回答形式では他の形式の質問に比べると，選ぶものが減るのではないかと指摘しています。その背景には，弱い最小限化と呼ばれるプロセスがあるのではないかということも論じられています。

この論文を読んだとき，私もそれはもっともだと思ったのですが，自分でこれまで分析したデータを見直したら，むしろ違った傾向を引き起こしているかもしれないということに気付きました。

■最小限化

私は階層研究との絡みで領域別不公平感に関するデータを取っていたのですが，この回答パターンを見ると，むしろ黙従傾向を引き起こしている可能性はないのかと思ったわけです。複数回答形式で，選ぶ対象が回答者の前に一度に提示されると，どれも当てはまっているように思えてしまうので，たくさん選ぶ人がむしろ増えるかもしれない，と考えるようになっていきました。

これは最小限化というプロセスの研究からいっても重要な問題ではないかと気付いた次第です。最小限化のことを調査法の分野で取り上げたのはJ・A・クロズニックだと思います。回答者が努力の水準やエネルギーのレベルを下げて，質問に答えるために最適とはいえないような形で回答してしまうというのが，最小限化のプロセスかと思います。先行研究を参照したり私なりに考えたりすると，たとえば複数回答形式では選択される項目の数が減るというふうに働く可能性もあれば，たくさん選ぶように

働くという，まるで正反対の行動を促進する可能性もあると思います。リッカート型の評定尺度項目でこの最小限化の研究をしている文献を見てみると，中間選択が増えるという仮説に基づいて実験をしている研究もあれば，両極端の選択肢が選択されやすくなるという研究もあります。これも一見すると正反対の方向の行動のように見えますが，両方とも予測できてしまいます。これがちょっと問題ではないかと思ったわけです。

そうしますと，どうも質問の形式だけでこういう問題をはらんだ回答方略あるいは行動が起きると考えるよりは，質問で取り上げられている具体的なトピックとか，さらにはどういう回答者が回答しているかとかによって回答方略が変わってくるのではないかとも考えられます。形式とトピックと回答者の特性との相互作用効果を視野に入れた研究が必要なのではないか，という気がしてきた次第です。

■データ分析の実例

私自身がこれまで実施してきた「教育と社会に対する高校生の意識調査」の，第6次調査のデータを使って分析します。高校生と保護者を組にしてデータを取っていますが，ここでは父親のデータを用いて，潜在クラス分析を適用します。

領域別不公平感の質問は，「全般的不公平感は別として，以下に示したような不公平が，今の日本社会にあるとお思いですか。あると思われるものを，いくつでも選んで，番号を○で囲んでください」というものです。選択の対象は「性別による不公平」など11項目ありますが，「その他の不公平」を除いた10項目で分析します。「いくつでも選んで」ということで，複数回答形式になります。

黙従傾向を疑った理由です。単純にいくつ選んだか分布を見てみると，3パーセントでごくわずかですが，10項目全部を選んでいる人たちがいます。最小限化で選ぶ数が減るのでしたら，こんな10個も選ぶ人はほとんどゼロになるはずなのに，むしろ9個の人よりも多いので，黙従傾向を疑ったわけです。

潜在クラス分析にかけてみると3クラスモデルのほうが多少適合度はよいのですが，単純な2クラスモデルの方の結果を示します（図3参照）。どの項目に対しても相対的に応答確率が高いクラスと応答確率が低いクラスとにきれいに分かれました。応答確率が高いクラスが13パーセントくらいいるという結果です。どの項目に対しても応答確率が高いクラスに潜在クラス1とラベルを付けておきますが，こちらは黙従傾向を示しているではないかという疑いが持たれます。

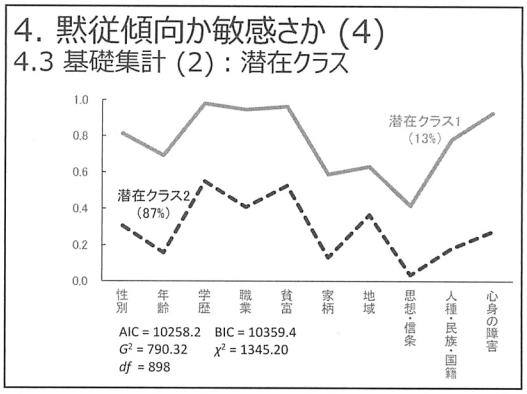

図3

しかしよく考えると，黙従傾向とは限りません。ひょっとしたら不公平に対して相対的に敏感な人たちがこの潜在クラス1だという可能性も考えられます。この仮説が正しいとすると，これは実質的な意味がある回答といえそうです。そこで，実質的な意味がある回答なのか，こういう質問形式によって誘導された回答パターンなのか見極めたいと思いました。

先行研究では質問に回答する際に必要な認知的なスキルの代理変数として，学歴をよく使っています。そこで私も学歴を使って予想を立ててみました。黙従傾向は学歴が相対的に低い層に多いと言われていますので，学歴が高い人ほど応答確率は全体的に低くなって，潜在クラス1に所属する確率は低くなるだろうと考えられます。これに対して，応答確率の高さが不公平に対する敏感度によるものなら，むしろ逆の関連が見られるだろうという予想が立てられます。つまり，認知的スキルが高い人は，社会に関する情報を詳しく精査して判断しているという可能性が高いので，社会に存在する様々な不平等・不公平についての情報を見聞きしており，それが回答に反映されているであろうと考えられます。そうすると，黙従傾向の仮説とは逆に，教育年数が長い層ほど応答確率が高くて，潜在クラス1に属し

4. 黙従傾向か敏感さか (7)
4.6 潜在クラス回帰モデルによる検討

表1　潜在クラスへのロジスティック回帰（父親）

		モデル1		モデル2	
		係数	*P*	係数	*P*
（切片）		−2.22660	0.000	−2.85454	0.018
学歴	（大学・短大）	0.53946	0.027	0.43540	0.116
職業	（経営・管理）			0.16338	0.665
	（事務・販売）			0.06160	0.870
年齢				0.01179	0.621
		AIC=10122.4, BIC=10228.2, χ^2 = 1287.8, *df* = 885, *n*=907		AIC=9628.9, BIC=9747.9, χ^2 = 1328.5, *df* = 837, *n*=862	

クラス数2．従属変数の参照カテゴリーは潜在クラス2．
学歴の参照カテゴリーは高校・中学卒　職業の参照カテゴリーは労務・農林漁業

図4

やすいだろうという予想が導かれるわけです。

ただし，ここで学歴を認知スキルの代理変数として考えておりますが，学歴と潜在クラスとの関連も媒介関係や疑似相関によって引き起こされている可能性があると思います。

たとえば学歴自体の直接的な効果ではなくて，職業を媒介にした効果だという可能性があります。職業で身に付けたスキルや知識に基づいて回答しているという可能性です。

またむしろ，見かけ上の関係だという可能性もあります。年齢が高いほど学歴水準が相対的に低い人が多いと考えられますし，年齢が高いほど黙従傾向を示しやすいということも考えられます。そこで，職業と年齢は統制した方がよいと思われます。

以上のことから，潜在クラス回帰モデルを適用することにしました（図4参照）。学歴だけで潜在クラスへの所属を予測したモデルでは，5パーセント水準で有意になりますが，大学・短大卒の人のほうが，高校・中学卒よりも潜在クラス1に所属しやすい。つまり全体的にどの項目も選ぶという反応を示しやすいと言えそうです。

ところが職業と年齢を統制変数として入れてみると，どの独立変数も有意ではないという結果になってしまいました。これはちょっと謎で，なぜこうなるのか考えているところです。ただし有意ではないものの，学歴によって多少違いはあるのかなという感じではあります。

統制変数を入れてみるときれいな結果にはならないのですが，ふたつの回帰モデルを検討してみると，少なくともこの不公平感の場合は黙従傾向ではないだろうと言えそうです。むしろ実際にそういう不公平を感じている人が高い確率で反応しているのではないかと暫定的には考えております。

■今後の展望

ただし，留保をつけておかねばなりません。トピックに焦点を当てていますが，他のトピックとの比較をしているわけではありません。回答者に関しては認知的スキルの代理変数として学歴を用いてみましたが，既にお示しした全体的な枠組みでいうと，本当にまだごく一部しかやっておりません。特に質問形式・回答形式の間での比較をしておりませんが，これはこれからやらなくてはいけない最大の課題かなと思っています。

この課題を重要と考える理由はふたつあります。ひとつは，先行研究では中間選択肢があると黙従傾向が減るという結果を示しているものがあることです。とすると複数回答形式のようにイエスかノーかという聞き方をする場合と，回答選択肢がもっとたくさんあってしかも中間選択肢がある場合とでは，回答のパターンがひょっとしたら違うかもしれないと思っています。

また，この領域別不公平感に限ってみても，私が関わってきた調査やそれ以外の調査では，実は回答形式が変わってきています。それからどの領域の不公平かを表す項目自体も実は変わってきています。回答形式でいうと強制選択形式あるいは多項選択形式と呼ばれるものを用いた調査もありますし，その中では3件法もあれば4件法もあります。比較をしっかり行うためには，質問形式・回答形式の違いを含めた研究が必要なのではないかと思っている次第です。

そうなると過去の調査のデータを別々に分析して比較するだけではなくて，やはり無作為配分を用いた実験で厳密な比較を行うことが重要ではないかとも思っております。その際，近年ではWeb調査による実験もかなり行われているようなので，私も今，共同研究者の皆さんと一緒にこの方向での研究を考えているところです。

できれば，サンプルを分割してそれぞれの分割したサンプルに違う質問形式を割り当てて回答のデータを取るだけではなく，同じ人に複数の形式で質問してデータを取るという「多特性多方法デザイン」を用いた研究につなげられないかと考えています。

さらに，すぐにはできないかもしれませんが，認知面接法や行動コーディングによる研究につなげていければとも思っています。しかし，とても私ひとりだけではできないと思いますので，できればこの場を借りて学際的研究を呼び掛けたいと思っております。それと同時に，予備調査に関する情報をお互いに公開し合って議論をする，という雰囲気をつくることも必要ではないかと思います。

こういう取り組みを通じて予備調査・プリテストを改善することは，科学的水準という面でも，研究倫理という意味でも，調査活動の向上につながるのではないかということを，繰り返し述べて終わりたいと思います。

どうもありがとうございました。

谷口： それでは簡単にご確認のご質問などありましたら，今お願いしたいのですけれども，どうでしょうか。大丈夫でしょうか。それではまた後で，最後にご質問いただく時間ありますので，そのときによろしくお願いいたします。どうも先生ありがとうございました。

木村： どうもありがとうございました。

谷口： ここで私から一つ皆さまにお願いです。来場者の方が結構多くなってきています。まだ来られる方いらっしゃると思いますので，来られている方は詰めてお座りいただくなり，ご配慮のほどよろしくお願いいたしします。

では次の話題提供を山田先生からお願いします。

■話題提供 2

Web 調査の可能性と課題
―調査票設計とパネル管理―
山田一成（東洋大学社会学部）

■ Web 調査の普及

山田： 東洋大学の山田と申します。きょうは Web 調査の可能性と課題について，ご報告させていただきます。

Web 調査ですが，この 15 年で急速に普及，発展してまいりました。市場規模で申しますと，2015 年のマーケティングリサーチの市場規模は 1900 億円超ですが，Web 調査だけで 600 億円を超えております。ざっくりと言って，市場規模の 3 割は Web 調査，という時代になっているわけですね。

また，過去と比較してみても，その違いは明らかで，日本マーケティングリサーチ協会の資料を見ますと，90 年の売上比率の 45 パーセントは訪問調査でした。ところが 2014 年になりますと，Web 調査が 46 パーセントと最も多く，状況が全く変わってしまっています。

このように，Web 調査は商業利用先行で普及いたしました。しかし基礎研究が十分かどうか考えてみますと，必ずしも十分ではありません。そして，であるが故に，今問われるべきは，Web 調査は正しく使われているだろうか，ということだと思われます。そこでこの報告では，Web 調査の特性と問題点について報告してまいります。

なお，この報告はあくまで公募型 Web 調査についてのものとなります。皆さんご存じのように，Web 調査には公募型と非公募型があります。公募型とは，調査会社の登録モニターを対象とするポイント報酬制の Web 調査になります。

これに対し，非公募型というのは，何らかの台帳からランダムサンプリングをして，そのかたがたにメールや郵送で URL をお送りし，回答のみ Web で行っていただく方法です。どちらも Web 調査という名前ではありますが，両者は大きく異なります。そのため，今回はあくまで公募型 Web 調査についてのご報告であるという限定をつけさせていただきますが，その上で，きょうは，大きく 3 つのお話をしてまいりたいと存じます。

最初は最小限化回答。2 番目はちょっと俗っぽい名称で恐縮ですが，一直線回答。そして 3 番目は，登録モニターの属性について，ちょっとした情報をご提供できればと思っております。

なお，私の報告では『Web 調査』という言葉を使わせていただきます。調査会社さんは『ネットリサーチ』という言葉を使われることが多いんですけれども，それは和製英語ですので，英語圏の研究者と話をするときなどには，『Web サーベイ』と言わないとわかってもらえません。そうしたこともありますので，きょうは『Web サーベイ』の訳語であるところの『Web 調査』という言葉を使わせていただきます。

■最小限化回答

さて，最初は最小限化回答についてです。スライドをご覧ください。調査で「インターネットの利用目的」を聞いた結果ですね。19項目ありますが，この一つ一つについて，使っているか，使っていないか，丸いラジオボタンが配置されております。どちらか一つしかクリックできないわけですね。英語では『フォースト・チョイス』，略してFCと呼ばれることもあります。しかし，これを，このように，一覧できるレイアウトにすることも可能です。むしろ，こちらのほうが皆さんにはおなじみかもしれません。MA, マルチプルアンサーです。複数回答質問の代表として，これまで教科書的に教えられてきた形式です。MAでは，選択肢の前にラジオボタンではなくチェックボックスが配置されていて，幾つでもチェックを入れられる形式になっています。

ここで問題なのですが，このFCとMA, 互換可能でしょうか。答えを先に言うとノーです。FCとMAは，測定法としては，別の測定法だと言わなければなりません。

どう違うかというと，まず項目選択率については，個々の項目の選択率はMAにすると下がります。また，当然のことですが，質問単位で見ると，選択項目数もMAにすると下がります。次に，『回答時間』と書いてありますが，正確に言うと『画面提示時間』ですね。回答者の前に調査画面が現れ，次の画面が提示される直前までの時間を自動で計測すると，MAでは画面提示時間が大きく低下するということが分かりました。原因は最小限化回答ではないかと考えているのですが，まずは，どのくらい変わるのか，具体的な数値をご覧にいれます。

■最小限化回答の例

このスライドは後で拡大しますが，スプリット法でAグループとBグループを設けました。ともに500人ぐらいです。Aグループには FC形式，Bグループには MA形式で質問をしました。そして両者の差分を縦に並べてありますが，20, 30という数字が並んでいます。「Wikipediaやgoo辞書などを使っているか」と聞くと，FCでは76.4%ですが，MAですと30ポイント以上下がっています。

こういう結果をご報告すると，一体どんな調査をやったのかと，お叱りに近いようなご質問もあるんですが，そんなにおかしな調査はしていないつもりです。

この調査は2010年の調査で，1都3県について，性・年代10フラグに割り付けたクォータになっていて，通信回線の速度が著しく遅い者は除いてあります。また，「スプリット法は大丈夫だったのか」という質問もあるのですが，群間の等質性もチェックしてあります。

しかし，それでも，他の質問でもまったく同傾向の結果が得られています。今度はノートPC購買重視点を聞いてみた結果です。先ほどと同じ表の形式ですが，差分を取ると先ほどよりも差が大きくなっております。「保守サポートの内容」はFCですと7割に近いのですが，MAにすると2割程度で，なんと50ポイントもの著しい回答率の低下が確認されています。こうなってくると，「MAとは何であったか」という問いに直面するわけです。

行動質問で平均20ポイント落ちる。意識質問だと平均30ポイント落ちる。また，項目選択数についても，FCをMAに変えただけで大きな低下が確認されます。平均値だけだとピンときませんので，スライドではヒストグラムにしました。こちらがFCですが，MAでは分布の山の形がそもそも違うということがわかります。また，意識質問については，山が右から左に大きくスイングした，ということも確認できます。これぐらい激しい測定結果の違いが，FCかMAか，どちらを採用するかで起こってしまうということなんですね。

そして，回答時間です。調査会社さんにお願いして，画面提示時間をミリ秒単位で計測してもらいました。そしてそれを比較すると，FCですと19項目で平均40秒，これがMAだと29秒。このように大きな低下が生じます。ただ，これについては「FCは『いいえ』もクリックする形式だけど，MAは選んだ項目だけクリックする形式だから，時間差はクリック数の差で説明できるんじゃないか」というご質問があるんですが，10秒20秒といった大きな時間差をクリックに要する時間だけで説明できるようには思われません。やはりそれ以外の原因を考えざるを得ないだろうというのが私の解釈です。

■『最小限化』の意味

こうした結果が示唆しているのは，サティスファイシングによる回答ではないでしょうか。サティスファイシングについては『最小限化』という試訳を付けさせていただいておりますが，一般の方にお話しするときには，『もういいや回答』とか『これでいいや回答』とご説明しています。

『もういいや回答』というのは，選択肢を全て検討するのではなく，途中で打ち切って次の質問に進む，という回答行動です。「このぐらいでもういいや」という回答ですね。これに対して，『これでいいや回答』というのは，MAをざっと見渡して，当てはまるものを三つ四つ選んだら，「これで回答は終わった，これでいい」というふうに次に進んでいくんですね。質問するほうは「項目は全て絶対評価で回答されている」という暗黙の仮定を置きがちなのですが，回答者の方が相対比較をしている可能性を否定できるかというと，やはりできないのではないかと思うわけですね。

なお，この『サティスファイシング』，もともとはハーバート・サイモンの造語です。満足させるという『サティスファイ』と，十分であるという『サファイス』を合成した言葉なんですけれども，サイモンはホモエコノミクスを仮定して，「ホモエコノミクスは効用が最大になるよう，マキシマイジングで意思決定する」という学問上の仮定を置くわけですね。

ただし「それは理論の話で，現実の人間は，十分満足できる水準で意思決定を行っていますよ」と。「その原理のことを『サティスファイシング原理』と呼びましょう」と，彼は言っているわけです。

なお，この言葉はこれまで『満足化』と訳されてきましたので，「どうして満足化とされないんですか」と質問されることもあるのですが，回答者が手抜きをしていることを後ろめたく思っているかもしれないのに，「満足している」というニュアンスを持つ言葉を当てるのもためらわれましたので，先行研究などを見ながら『最小限化』と訳させていただいている次第です。しかし大事なのは名称よりも，そのようなサティスファイシングを，サーベイにおける回答者の心理機制として見た場合に，どのようなものとしてわれわれは受け止めるべきだろうかと，そういう問題だと思うんです。

もちろん，それについては既にいろいろな人たちが研究しているわけで，先ほどの質問に戻れば，まずFCは回答形式が回答者に深い情報処理を促すと考えられています。『はい』なのか『いいえ』なのか。この形式が回答行動を変えている，と。また，MAは，最適回答に要する努力を避けるように回答者を促している。つまり，浅い情報処理を起こさせやすい，と考えられています。これがFCとMAの差についての認知心理学的な説明です。

■黙従傾向が生じている？

しかし，これに対して「FCで『はい』と回答しやすい傾向，黙従傾向が生じているからではないか」という反論もあります。みなさんの中にも，先ほど私が「回答率がMAで落ちる」と申し上げたときに，心の中で「いやいや，FCで多くなっている可能性もあるんじゃないの」と思われた方もいらっしゃったかと思うんですね。

しかし，それについては，スミットたちが，スプリット法による検討を行っています。彼女たちは，FCに『はい』『いいえ』条件と，『はい』『いいえ』『その他』条件の2つを設けた場合，『その他』という逃げ道を設けても，FCの回答率は減らないことを確かめています。だから，やっぱり黙従じゃないんじゃないか，と。彼女たちの論文では，やっぱりMAで回答率が低下していると考えるべきである，という主張になっています。

私自身はどう考えているかというと，自分たちで行った調査の結果から，やっぱりスミットたちと同じで，FCで黙従傾向は生じていないのではないか，と考えています。

ただし，ここで「MAが悪い」ということで終わってしまってはいけないんじゃないか。もう少し広い立場で，回答行動について，認知心理学的な視点からの認識を深めていくことが大事なのではないか，と思っています。そして，そういう意味で大事なのが，「最小限化は手抜きである」という理解で終わるのではなく，むしろ，最小限化というのは，場合によっては意図的で積極的な回答ヒューリスティックではないか，という解釈です。

■回答ヒューリスティック

『回答ヒューリスティック』という言葉は研究者の

間ではよく使われると思いますが，回答者の認知的簡便法という意味であって，質問者が見逃している回答者の能動的側面という理解になるかと思います。

で，具体的にどういう回答ヒューリスティックがあるかというと，少なからぬ回答者が既に，MA を 2LA, 回答個数 2 個のリミテッド・アンサーとして，あるいは，3LA と見なして回答しているのではないか。2 や 3 を一般化して n とすれば，nLA と表現することができます。つまり，MA の nLA 化が起こっているのではないか，と。

もちろん，調査においては，MA の質問文に「いくつでも答えてください」と書いてありますが，それでも，回答者が勝手に「二つまで」「三つまで」としてしまっているのではないでしょうか。積極的に，認知的簡便法として。

そして，そのことは，私たちにさらなる反省を促します。これまでサーベイでは，Web 調査に限らず 2LA, 3LA を多用してきたという経緯があったわけですが，そうすると，調査慣れした人ほど，MA を見たとたんに，2LA で回答すればいい，3LA で回答すればいいと，むしろそんなふうに学習してしまっているのではないか。

さて，このように説明してまいりますと，「MA はやっぱり使っちゃいけないんですね」というご質問をいただきますが，そのようなご質問に対しては，やはり「FC を推奨します」と言わざるを得ません。しかも，MA が最小限化によって回答率の低下を導くという現象は極めて頑健で，項目数を 10 項目に減らしても，そうした現象がなくならないことも分かっています。

また，こういう質問も受けます。「Web 調査だから最小限化が起こるんでしょうか」と。なお，この質問は「紙の質問紙でも起こっているんでしょうか」ということの言い換えなんですが，これについては理論的には起こり得ると思っています。ただしデータはありません。さらに，「紙と Web で，公募型 Web のほうが起こりやすいですか」というご質問もいただくんですが，これについては現段階では不明と申し上げるしかありません。これについては，モード間比較の実証研究を早急にやるべきだと思っております。

さて，ここまでを総括しますと，暫定的結論としては「MA よりも FC の使用が強く推奨される」と言わざるを得ませんが，しかし公募型 Web 調査の問題点は MA だけとは限りません。むしろ，皆さんが多用されておられるリッカート尺度を使う場合についても，特殊な問題が起こっていることが発見されました。それが次にお話しする『一直線回答』です。

■一直線回答

『一直線回答』は英語文献の中では『ストレートライニング』と呼ばれます。学術的に訳そうと思うと，『非識別連続同一回答傾向』となって，私これいい訳だと思ったんですが（笑），長いんですね。ちょっとこれ，実用に耐えないんじゃないかということで，『一直線回答』となりました。俗っぽくなってしまって申し訳ありませんが，まあ，お許しください。

さて，スライドの方は，コンビニエンスストアのイメージを測定するために作られた 15 項目の SD 法です。「明るい」「暗い」といったような，左右に形容詞の対を配置してあり，5 件法になっていますが，この質問に，縦に 15 個，同じ箇所にチェックを入れた一直線回答はどれぐらいあるでしょうか。また，そこから一つだけずらした準一直線回答はどれぐらいあるでしょうか。こういうことを研究しようと思ったわけです。

ただ，Web 調査に詳しい方はご存じのように，一直線回答，略して SL がシステム上で認識されると，アラートがポップアップします。「全部回答が同じですが，間違いありませんか」という主旨の注意があるんです。そして，「ないです」と回答操作すると，次の質問に進めます。そういう仕様なんです。なので，私は，SL を「検問突破回答」と言うことにしています。

また，準一直線回答，略して NSL はそれに準じるもので，アラートのポップアップすら時間がもったいないというか，ウザいというか，もう最初からそういうプロセスをスキップするために，一直線の回答パターンから 1 個だけずらして回答するパターンで，ある意味，こちらのほうが悪質であるということにもなるわけです。

しかしこう言うと，「そういう人は少ないんじゃないの」という反論も予想されますので，まずは割合から見てみましょうということで，調査した結果

がこれです。これちょっとすいません，目視できないと思いますので読み上げますが，ここが先ほどご覧にいれたSD法によるコンビニ・イメージの研究で，この赤く囲まれたゾーン，ここでSLとNSLを足すと18.2パーセントです。このように最大で2割の回答者が縦に駆け抜けるような回答をしています。

また，この調査は消費者調査で，買い物に関するいろんなリッカート質問がグリッド状に配置されていたわけですけれども，多くの質問について，多件法のセンターで一直線回答と準一直線回答が5ポイントから10ポイント，必ず認められるということもわかりました。

そして，このことによって思い起こされるのは，紙の質問紙であれば，そういった回答パターンは目視できた，ということです。紙の質問紙の場合には検票というプロセスがありますから，こういった回答は無効票扱いとなり，自分のデータに自信を持って分析できたと思うんですね。それに比べると，Web調査には検票というプロセス自体が設定されていないも同然で，私たちは，そこに気付かないといけなかったのではないか，ということなんです。

この話，後でもう一回戻ってまいりますけれども，その前に，縦一直線の回答が出てくる原因は何か。これもサティスファイシングだと思われるかもしれませんが，そう言う前に，いろんな可能性について考えなければいけません。

まず考えられるのは，そこしか回答できないケースです。コンビニについて言えば，そのコンビニは使っていないので，イメージはないから，左右どっちとも答えられない。あえて付けるならセンターしかない。そういうことも十分あり得るわけです。こういう場合，無回答が許容されるような仕様になっていれば，その分一直線回答は減る可能性があるわけですけれども，調査会社さんは，そういう仕様はあまり好まれないようです。

また2番目に，疲労も原因になります。とてもとても長い調査を強要するような場合には，質問の位置や回答者の回答状況によっては，一直線回答が増える可能性もあると考えられます。

それから最後は，もしも回答者のなかに，ポイントがほしいだけで，調査にははなからまともに答えていないような不正回答者がいたら，それも原因となります。

さて，これらの要因のうち，どれが一番の原因なのかというと，経験的なデータから検証すると，実は「全部である」というのが私の仮説で，『複数要因仮説』と呼ぶことにしますが，これ，非常に厄介な結果なんですね。

というのは，例えば，トラップ質問によって回答者を除去しようとしても，一直線回答が「人」ではなく測定の性格や回答状況によって生まれ得るものであれば，人を除去しても問題はいっこうに解決しない，ということにもなるからです。

そうなると，残る方法は，あり得ないほど短い回答時間の人たちをスクリーニングする，ということくらいでしょうか。

で，回答時間，どのぐらい短いかなんですけれども，先ほど冒頭で紹介したMA19項目については，中央値で大体30秒ぐらいなんですね。長い方は460秒ぐらい。で，最小値は2秒です。中央値で30秒ぐらいかけて回答していただいている人と，2秒で駆け抜けていった方を，同じ1票として集計したいかと言われると，うーん（笑）。やはり，マイナス2SD未満は除外して分析するしかないのではないか，ということを，いろんな研究者の方と一緒に考えているところです。

■登録モニターの特性

ところで，こういうお話をしますと，「そういう回答をする登録モニターって，一体どんな人たちなんですか」とか，「調査会社ごとに登録モニターに差はあるんですか」とか，そういう質問も受けるわけです。そして，そういう問いについてお答えするのが，きょうの最後のパートになります。

これは，ちょっと昔のデータなんですけれども，自分がやった調査の回答者特性を知っておきたいと思いましたので，質問の最後で，過去1カ月間のWeb調査への回答件数を聞いてみました。スクリーニング調査と本調査の合計で聞いたんですが，1カ月の間に30件以上回答している人が，なんと全体の7割であるという結果となりました。1日に六つ以上やってるという人も17パーセントいます。こういう回答者が，何年かに1回面接や郵送に回答する人とは異質であるということを，我々は知っておいたほうがいいと思います。

それと，もう一つの質問ですね。「調査会社はどこがいいんですか」という質問ですが，そういう方は「各調査会社には専属の登録モニターがいるのだから，よいモニターを持っている会社に発注すべきだ」と思っていらっしゃるようです。ですが，実はそのようにはなっておりません。登録モニターになりたい人は，A社ともB社ともC社とも自由に契約できるわけですし，実際そうなっています。

これは2016年の調査ですが，1都3県で，回答者に対して「何社と契約していますか」と聞いてみたんですね。その結果，「1社だけ」というのは全体の3割に過ぎず，「3社以上」と答えた人は半分にも達しています。そして，そういうふうですから，どこに発注されても，結局は，同じようなモニターが回答するだろうと思われるわけです。

さて，時間になってしまいましたが，以上のように，Web調査は大変使い方が難しい調査です。でも，だからこそ私は，Web調査をより確かなものにしたいと考えております。また，そのような意味では，目下，基礎研究が急務となっておりますので，多くの方に基礎研究にご参加いただきたいと申し上げたいですし，その端緒として，きょうのシンポジウムが情報交換の場になればと願っております。ご清聴ありがとうございました。

谷口： それでは，ただいまのご発表に何か簡単なご確認の質問などがあればお伺いいたします。よろしいでしょうか。それでは次に石阪先生，お願いします。

■話題提供3

「ワークショップ型」調査の可能性
―地域課題の解決に向けて―
石阪督規（埼玉大学基盤教育研究センター）

■ローカルコミュニティを取り巻く状況

石阪： みなさんこんにちは。埼玉大学の石阪です。私の専門は社会学です。とくに調査法そのものを専門としているわけではありません。むしろ，学生時代より継続してフィールドに出て，農村社会学や民俗学などの手法を用いて，面接をしたり，調査をしたりという経験をしてまいりましたので，本日はこうした体験をもとに，情報提供ができればと考えています。

現在，個人情報保護やプライバシーの問題もあり，アンケートや面接が以前に比べて，非常に難しくなった，そういう感覚をもっております。たとえば，学生を連れていっても，個人情報がなかなか手に入らない。さらに，なかなか住民の方が調査に協力してくれない。こうしたケースが昔に比べて多くなりました。本日は，どうすればフィールドでの面接調査や聞き取り調査を円滑に進めることができるのかを考えてみたいと思います。

これまでいくつかの地域で，調査の中にワークショップを取り入れて住民の意向や考え方をひき出すということを，試験的に行ってまいりましたので，まずは，その報告をさせていただきます。

私は，ローカルコミュニティ，とくに農山漁村に入っていって住民の意向や要望，考え方を把握し，それを政策や事業に結び付けるようなことをライフワークとしてきました。

人口減少と高齢化が進む地方では，住民の閉塞感が非常に強い傾向にあります。現状を肯定しつつ，将来について考えることを避けているような，ある種の「諦め」みたいなものもその中に含まれています。アクティブに「何かやっていこう」という前向きな発想も少数でしかありません。

さらに，われわれのような「よそ者」による調査への不信感も強いといってよいでしょう。大学という看板を背負っていれば，多少は協力してくれますが，それでも「何してくれるの」「どんなメリットがあるの」「調査に答えてもいいけど，これは一体何のための調査なの」というような質問をされ続けます。学生を連れていっても，ワーッと「落下傘」で降りて，ワーッと調査やって，集落をかき回した状態で，そのまま帰っていってしまう。この「落下傘」部隊，ものすごく評判が悪いんですね。だから「もう二度と来ないでくれ」といわれることもあります。

■アクティブ・インタビュー

そういった中で，今回は三重県の尾鷲市で行った調査の話をします。とくにワークショップ型調査の事例報告をさせていただきたいと思います。

この調査を行う際，参考にしたのがアクティブ・インタビューという手法です。アクティブ・インタ

ビューというのはもともとフィールドワークや地域調査を進めていく過程でうまれた手法，考え方ではありません。むしろケアや福祉の分野で盛んに取り入れられているインタビュー手法です。

これまでの伝統的なインタビューというのは，回答する人，つまり調査に答える人とインタビュアーがいます。このインタビュアーのほうはおおよそ中立的な存在であり続けなければなりません。中立という立場で，対象者から回答を引き出すわけです。

インタビュアーが中立であるからこそ，回答に客観性が出てくる。こういう前提で調査は進んでいきます。しかし，アクティブ・インタビューでは，対話を重視します。どちらがインタビュアーで，どちらが回答者ということではなく，両者でいっしょに調査データを構築していく，つくり上げていくものだという考え方です。ですから，回答者の発言は常に変化します。両者のコミュニケーションを通じて，回答者の答えが変わっていくわけです。多くのコミュニケーションを通じて，対象者とインタビュアーとの間の相互関係ができることが重要なのです。この調査法では，インタビュアーのほうもアクティブなプレーヤーとして働くということになります。こうした調査手法をフィールドワーク，地域調査に援用できないかというのが本日の提案です。

ところで，従来の農村調査に多くみられるケースですが，質問票を学生に持たせ，住民の家に行って，回答を書き記していくというものがあります。質問の内容にもよりますが，行って帰ってくるまでにせいぜい30分ぐらい。学生としては次の対象者へのヒアリングもあるので，なるべく早く終わらせたいという思いがあるわけです。流れ作業のように次々と，ということもあります。私自身も，学生の頃，教員に連れられて，何度もフィールドに入りましたが，時間の制約や技術が未熟だったこともあって，なかなか上手に聞き取れないという思いがありました。

たとえば，「日常の楽しみはどのようなことですか」と聞くと「テレビ見ることですよ」。「気軽に仲間同士集まって話したりできる場所はありますか」と聞いたら，「あるよ」。「では，それはどこですか」・・・といった感じで，必死に書き取っていきます。チームでできればよいのですが，一人でることも多々ありました。

ただ，こうした調査のやり方には，問題があります。まず，回答内容が聞き手によって変転することです。たとえば，愛想のない聞き手が「日常の楽しみはどのようなことですか」と聞いたら，「わからない」「別にそんな楽しみないよ」と答えるところ，話術の巧みな人が聞くと，話が弾んで，「テレビ見ることかな」とか，「みんなで一緒にゲートボールやることかな」と，話がどんどんふくらみ，変わっていくことがあります。聞き手によって，回答内容が変わるということは，調査自体に客観性がないということになります。正直，実態もよくわかりませんよね。

このため，アンケートや聞き取りのデータを量的に集めて分析するという手法だとなかなか実態把握ができない。むしろ，リアリティーをつかみにくいともいえるわけです。さらに，言語化できないようなさまざまな情報を得にくいという問題もあります。

もちろん数値化できるものは数値化しますし，できないものについてはそれをことばや文章としてまとめていくわけです。それだけでも，一般的な傾向はわかるんですね。この村では多くの人たちがこんなことを考えているとか，こういう属性の人たちはこういう悩みを抱えている，ということは最低限わかります。

■ワークショップを使う

しかし，せっかく調査に入っても，限られた時間と人員では，思うような結果を導き出すことが非常に難しかったわけです。そこで使ってみようと考えたのが，ワークショップという手法です。調査対象者が主体的に参加できる環境をつくり，付箋や模造紙などを用いてデータを集めるという方法です（図5参照）。

というのも，われわれが地域でかかわっている調査活動の多くは，データを示すことに加え，そのデータを，まちづくりや地域再生に向けた事業や実践に結びつけていくことが求められているのであり，そこには，住民の意見集約を図ったり，行政との協働を模索したりといった，ある種の戦略的意図があるからです。地域課題が山積する中，調査をするわれわれにも，それなりの「結果」が求められるようになってきたというわけです。俗っぽい言い方

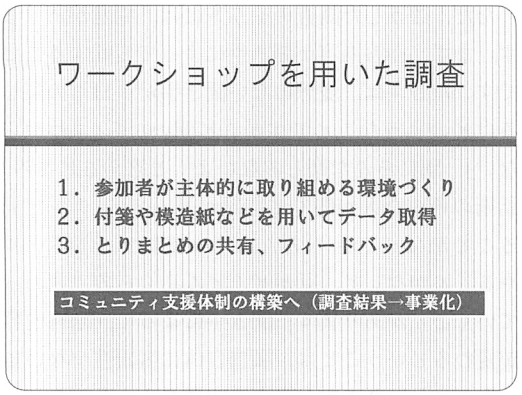

図 5

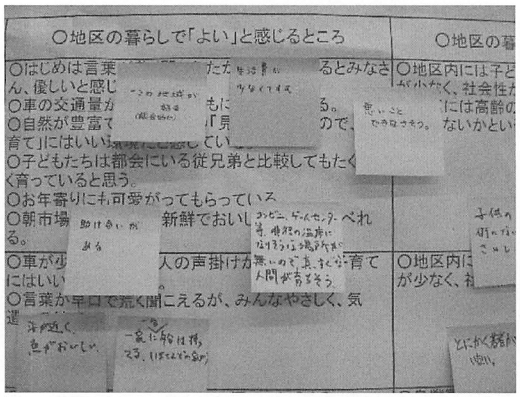

図 6

ですけれども，資金獲得であったりとか，国や自治体による事業化であったりという見通しが立たないとなかなか地域調査をやりづらくなってきたという背景があります。アカデミックな関心のみに依拠して，客観性，中立性を保ちながらフィールドに入るってことがなかなか難しくなってきているともいえます。むしろ，ある種の押し付け善意みたいなものになってしまいますが，この集落，この地域にとって，どんなことが課題となっているのか，住民にとって何が必要で，何が幸せなのかを知るために調査しているということも多々あります。そして，その地域の活性化や再生につながる手法を導き出すというかたちで，協力，支援できないだろうかという，研究者ならぬ友だち・仲間のような思いもそこにはあるわけです。

そうなると，調査結果をどうやって事業に結び付けていくのかという考え方をふまえて調査をしていくということも大事になってきます。

では，実際にどのようなことをしているかというと，集落や住民属性を事前に考慮し，地域のみなさんに集まってもらい，ワークショップをしてもらいます。学生をファシリテーターにしながら，まずはざっくばらんに意見を出してもらいます。KJ 法を使う場合が多いですが，手法の限定はとくに行いません。意見を出すことも大事ですが，学生たちを交えながら，それらをまとめ上げるプロセスが重要なのです。ですから，調査というより，対話・トークといったほうがイメージしやすいかもしれません（図 6 参照）。

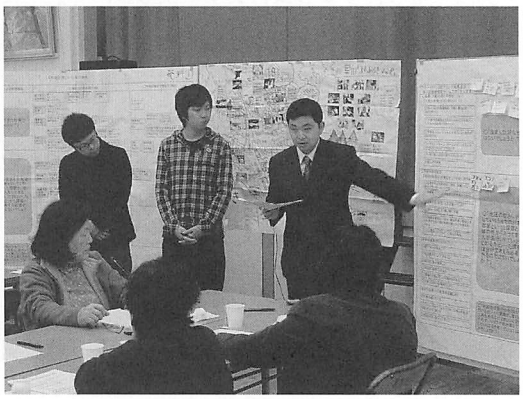

図 7

対話によって出てきた論点をまとめあげ，最終的にはわれわれのほうで，出された意見を整理していきます。今度は，われわれと住民との対話が行われるわけです。すると，一見ばらばらのようにみえた課題が，だいたい 2〜3 に集約されていきます。これも，われわれが勝手に決めているわけではなくて，対話の中から合意が生まれ，課題としてのプライオリティが決まっていきます。重要度ですね。

たとえば，三重県のある漁村では，まず，漁業者の高齢化を懸念する声が相次ぎ，「漁業後継者の確保」が最大の課題ということになりました。次に，車が運転できない者たちが増えることによる「交通弱者対策」です。一日数本のバスや電車の便をどう守っていくかという課題です。そして最後に，「地域行事や祭りの廃止，縮小に対する懸念」です。どれも課題としては深刻なものですが，少なくともこの 3 点については，参加住民全員の課題として共有

されました。あとは，これらを，どのような事業と絡めて，克服していくのかということになります（図7参照）。

■住民の合意を得ることの重要さ

この段階になると，大学関係者だけではなくて，自治体職員，あるいは地域の複数のリーダーのような方にも入ってもらって，「調査研究チーム」をつくる必要が出てきます。調査結果をふまえて，どのように事業化に向かえばよいのか，資金や人員確保のための戦略を練っていくわけです（図8参照）。

「調査をする者が，ここまでする必要があるのか」という考え方もあるのかもしれませんが，調査情報，データを共有し，住民の合意を得ていくプロセスこそが，地域調査では最も大切なのです。役場の職員や地域のリーダーですと，どうしても利害が絡みます。むしろ，他所から来たわれわれのような大学関係者が，第三者的立場から，住民との間に入って合意，共感を得ながら進めていくことが大事なのではないかと思っています。もちろん，調査の客観性や中立性を担保することも大事ですが，だからといって，付かず離れず，是々非々…と住民との間に距離を置くことを重視するのでは意味がありません。一連の調査活動を通じて，住民との間に信頼関係を構築することができるかが，「ワークショップ型」調査の成否にかかわってくると思っています。

ですから，信頼関係をつくるために，われわれは地域に泊まり込みで入っていって，いろいろな体験もさせてもらいます。農業や漁業の手伝いに加え，ゴミ拾いや河川の清掃，子どもたちと遊んだり，一緒にご飯をつくったり…，調査とは直接関係のないこうした活動も，実は互いの信頼関係を育み，住民たちの「リアルな回答」を引き出すことにもつながるのです。

経験として，調査開始当初は，「この人たちは何してくれるかわからない」という感じで，本音はまず語りません。回答も通り一辺倒で，早く帰ってくれという話になるわけですけれど，こうして学生たちを含め，われわれと地域の住民が交流し，ある程度「壁」が低くなってきたところで，ようやくざっくばらんに話ができるようになります。最近では，むしろ，こうした中でなければ，リアリティーをもった回答を得ることは難しいのではないかとさえ思っています。

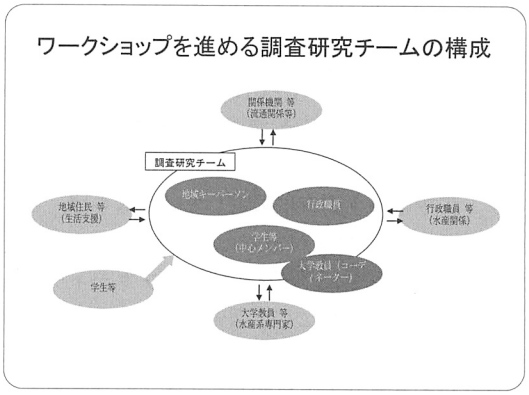

図8

■調査スキームをつくる

先ほど調査チームの話がありましたが，大学関係者，学生に加え，地域のキーパーソンや行政職員にも入っていただき，調査のスケジュールや質問項目などについて検討していきます。

必要があれば外から専門家を入れて，おおよその調査スキームをつくるわけですね。そして，調査に入るわけですが，回答が，調査を重ねるごとに変わっていくことは想定済みですので，最初はあまり大した回答が得られなくても気にしません。実際，1回目，2回目，3回目と調査をする過程において，語る内容は変化していきます。

さらに，客観性とか中立性からの大胆な「距離」というものも，必要なのかもしれません。

たとえば，AさんとBさんがいて，両者からまったく違う回答が出てきたとします。そうなったときに「これは一対一だから，二つの意見があります」で終わってしまったとしたら，地域のために…という気持ちで調査をしている立場としては無責任でしょう。一体，何をしに来たんだということになります。一対一の意見があって，「半々ですね」ではなくて，むしろ，話し合ってみる。こうすることで，たとえば，反対していた人が賛成に流れていく場合だってあるわけです。

ワークを取り入れることによってお互いが理解し合い，そして「一対一」だったものが「二対0」になるということもあり得るということを前提に，われわれは調査を進めていく必要があるのではないか

ということに気づいたわけです。もちろん，それは，恣意的に意見を誘導しているとか，学者や為政者にとって都合のいい形で住民世論を誘導しているとか，言われることも想定内のことです。しかし，ローカルコミュニティ，とくに非常に小さなコミュニティの中で行う調査に限定していうならば，こういった手法に，意味があるのではないかと思います。ローカルコミュニティの中でのアクティブ・インタビューをベースにした調査手法ですね。

アンケート，インタビューを一概に否定しているわけではありません。量的データや面接法で得られた回答事例が，地域で活用できないケース。また，フィールド調査の結果が報告書の中に埋もれてしまっているというケースにおいては，それらを補完する新たな調査データが求められます。それが，まちづくりの場面や事業化に向けて有用なワークショップ型調査にもとづく知見ということになるのではないかと考えています。

■回答は変化していく

われわれが期待していることは，「変化しない回答」ではなくて「変化する回答」なのです。議論や思考のプロセスで回答は変化する。こうしたコミュニケーションの中での変化を前向きにとらえていく必要があるのではないかと思います。対話や議論の結果，民意が形成されていくプロセスこそに，ワークショップ型調査のもう一つの意味があるのではないでしょうか。

そして，昨今，地域課題の解決に向けて，この調査の知見を上手に活用していくことが求められています。

たとえば，震災復興に関していえば，ただデータを取ることをめざすのではなくて，復興に向け，何が必要なのか，どうすれば役立つのか，という点も視野に入れながら調査をしていくことが必要となってきます。おそらく，この10年，20年の間で，こうした傾向は，かなり強くなってきたのではないでしょうか。賛否はともかく，事業化や資金調達，こういったことも考えて調査を進めていくことも大事なことなのです。

実際，地域の課題解決に向けた調査のデータは，住民の意向を反映したものだということで，議会や行政の政策立案の場で活用されることもしばしばです。これまでは，政治的，政策的利用は悪いことだと思われることもありましたが，最近では，政治，政策の場での活用を積極的に望む傾向もみられます。

■主体的に参加できる環境づくりを

また，われわれにとって大きな問題となるのは，非回答者の存在です。アンケートをしても，回収率が低く，データとしての信憑性に欠けるということがあります。面接やインタビューでも，協力してもらえないケースが増えてきました。

たとえば，アンケートで住民の意識調査をすると，都会では，2割回収できればいいほうです。郵送調査でも何度も督促をかけて，ようやく3割，4割程度です。これを母集団として，地域の代表的な意見や民意を「創作」してきたわけです。実際は，それ以外の6割以上の人たちの意見は無視されてしまっているにもかかわらずです。

われわれとしては，その地域に住む全員の回答がほしいのですが，悉皆調査をすることは，時間や人員の面でもなかなか難しいわけです。その点，ワークショップ型調査には，原則，集落住民の大半に参加してもらっています。動けない方とか，高齢の方とか，参加が物理的に困難な方は別とすれば，小さな集落，たとえば100人ぐらいの集落でしたら，全員入っていただくことは，十分可能です。むしろ，自ら，主体的に参加したいと思えるような仕掛けがあれば，住民全員の参加も夢ではありません。

ワークの様子をSNSで発信したり，回覧を通じて全戸で共有したりしながら，地域課題の解決や補助金獲得，事業化に向けて積極的に連携・協働していこうという機運が高まれば，ワークショップも盛り上がります。自分たちの地域も，何とかなるかもしれないという前向きな動きにつながっていくわけです。

■コーディネーターの役割

最後に，コーディネーターの役割について触れておきたいと思います。ワークショップ型調査を行う場合，コーディネーターによって調査が大きく誘導されることが考えられます。このため，コーディネーターの考え方，技術も重要になってくるわけですが，誘導のリスクを避けるのであれば，コーディ

ネーターを複数名置くというのも一案です。

たとえば，三重県での集落調査についていえば，正直，私が一人でコーディネーターやってしまえば簡単なんですけれども，それだと誘導リスクが生じる可能性があります。そこで，調査チームや学生たちと協働で進めていく手法をとりました。

人間がやる調査ですから，ある程度のバイアスは仕方がないと思いますが，そこに客観性とまではいえないですけれども，ある種の公平性を担保できるような体制をつくっておくことが必要なのではないかと思います。ワークショップ型調査の場合，大切なことは，何よりも調査を進行するコーディネーターとワークに参加する住民との信頼関係といってよいでしょう。

冒頭でお話ししたアクティブ・インタビューという手法が，多くの場合，地域調査ではなくケアや福祉の場面で活用されているという点も，注目すべきことだと思います。支援する側，される側，とくに医者やケアマネージャーなどの専門家と患者や支援を受ける人との「上下関係」を「対等な関係」へもっていくプロセスや，患者や介護される人たちが何を望んでいるのかを引き出す手法や技術は，地域調査の場面においても十分参考になるのではないかと思います。

ローカルコミュニティでの調査は，対象者である住民の意見や思いを引き出し，それらを課題解決の手段として，事業化や資金調達に結実させるという目的をもつ場合があります。ワークショップを活用した住民の意見聴取，意見集約は，一見，泥臭く，面倒な手法のようにも思えますが，従来のアンケートや面接によって得られたデータを補完する有用な知見を得る手段でもあります。これからの地域調査の進め方を考えるうえで，参考にしていただければ幸いに思います。ご清聴，どうもありがとうございました。

谷口：それではただいまの話題提供についてのご質問がある方いらっしゃいましたらいかがでしょうか。では同じく後ほど時間をとっていますので，よろしくお願いします。それでは指定討論のほうに移りたいと思います。最初に田崎先生からお願いします。

■指定討論

田崎勝也（青山学院大学国際政治経済学部）

田崎：皆さんこんにちは。青山学院大学の田崎と申します，よろしくお願いします。きょうは指定討論者ということで務めさせていただきます。一応数理的な側面からコメントをということを言われてますので，木村先生と山田先生の発表を受けて，私なりにいろいろと考えたことをお伝えしていきたいと考えています。

簡単に自己紹介からですが，私の専門は文化心理学といわれる領域です。もともとアメリカの大学院でトレーニングを受けまして，向こうでいろいろな研究をしているうちに，日本人とアメリカ人の文化比較，つまり比較文化研究ですが，わたしにとっては自然の流れとして，研究の興味関心の対象として確立していきました。こういった研究では，アメリカで開発された尺度を日本語に訳して質問紙に落としてデータを収集する，そして結果的には平均値などの統計量を日米で比較をするわけですが，やはりアメリカで開発された尺度や質問項目を見ると「これって本当に日本には当てはまるのかな」とか，「ちょっと日本人はこういうふうには考えないな」といった質問項目が少なくないわけです。それでこうした比較文化調査の妥当性への問題意識がきっかけとなり，その後調査全般に潜む信頼性や妥当性の問題へと関心が広がっていきました。

ここ10年ぐらいは，具体的には文化的等価性というものを検討しております。これは質問項目が本当に文化間で同じ機能を有しているのか，という問題です。等価性が保たれていない項目は基本的にはバイアス項目になります。文化間で異なる機能をもつバイアス項目は，専門的には『特異項目機能』とか『DIF』とか呼ばれます。

バイアス項目を統計的に判別するDIF分析を，たとえば日米から収集したデータで試すと，文化間で同じように動いてない項目が結構出てきます。ただ，DIFの原因については50％以上は不明と言われていて，非常に根深い問題です。

DIF項目が生まれる理由としては，さまざまな要因が議論されています。まず真っ先に思いつく原因として，質問項目の翻訳ミスがありますが，この他にもさまざまな要因が指摘されています。そのうちの一つとして，今回，木村先生や山田先生が触れて

いらっしゃるような黙従傾向の問題があります。レスポンススタイルとも呼ばれる反応傾向のことです。これがDIFの原因になると考えられています。そんなわけで，私の反応傾向への関心は，文化的等価性から始まったわけですが，私自身今まさに日本人の反応傾向の研究を行っているところです。今日は木村先生，山田先生にコメントを差し上げる役目ですが，私の研究も紹介しながら，わたしなりの問題意識やコメントを述べてみたいと思っています。

DIFの原因にも成り得る回答バイアスですが，主に次の3つの側面から議論されています。まずは，調査協力者の特性の問題です。パーソナリティー特性などに加え，属性やデモグラフィックスですね。調査協力者の特性や属性の中でも，国籍や民族的背景による違い，つまり文化的要因によるところが大きいのではないかとされています。

もう一つは調査で用いる測定ツールの特性です。例えばスケールフォーマットですね，リッカート尺度を使うのか，MAなのか，それともフォーストチョイスなのかといった問題です。あとはリッカート尺度を用いるなら何件法で聞くのかです。5件法なのか6件法なのか，7法なのか，その件法数によっても特定の回答バイアスが出てくる可能性があると言われています。

その他，質問項目に回答する際の認知的な負担の大きさですね。回答するのがすごく難しい項目なのか，逆にすごくやさしく答えられる項目なのかと言った問題です。データ収集の手段との関連も議論されています。それこそ今回のテーマであるWeb調査なのか，従来の紙と鉛筆に基づくアンケート調査なのか，または電話調査なのかなど，データ収集の手段によっても反応傾向に差が生まれる可能性があります。その他，ワーディング，質問項目の文言も問題になることがあります。また，協力者が質問の内容に関してどの程度詳しいかといった測定対象への精通度との関連も研究されています。さらに，意外に見落としがちなのが『標識』の問題です。英語では“Label”と言われますが，リッカート尺度の各評価基準に「非常に同意する」「同意する」「どちらでもない」…といった文言をつけることがありますよね。こうした標識が付いてる場合と付いてない場合とでは回答行動に違いが見られるのかという問題です。これと言った決まりはないようなので，

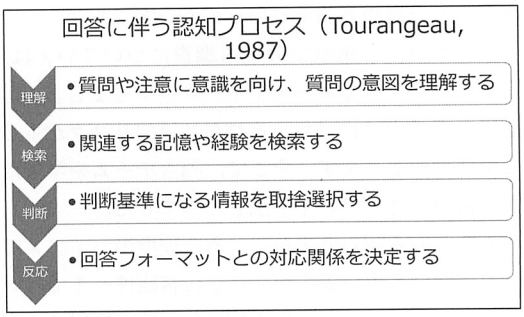

図9

みなさん適当にやられてるのかもしれません。かく言う私も適当にやってますが，たとえば5件法で1と5だけ付ける場合もあれば，1と3と5につける場合もあります。また全部の基準に付けるケースや数字は省略して標識だけを付けることもあったりして，本当にバラバラです。さまざまなタイプや形式がありますが，どのように標識を付けるかで，また付けない場合も含めて，回答行動に違いが生じるということです。

その他，物理的な調査環境，きょうちょっと出ましたが，ヒューリスティックな回答行動も，反応傾向に関与していることがわかっています。

われわれが質問項目に答えるとき，ほとんど何も考えないで，無意識に反射的に答えているように感じますが，実は非常に複雑な認知過程を通じて回答に至ると言われています（図9参照）。まず質問項目を理解すること。次に質問で問われている内容に基づき，自分の過去の経験や記憶などを検索すること。次に検索結果から判断基準となる要素を取捨選択すること。そして最終的に与えられている回答のフォーマットに，例えば5件法だったら3なのかとか，自身の判断を落とし込むこと，になります。

こうした4つの，非常に複雑な，認知ステップをつうじて回答に至るため，何らかの理由でこうしたプロセスがうまく機能しないときには，さまざま回答バイアスが生まれることになります。

ここからは回答バイアスをどう特定するかという，ややテクニカルな話に入っていきますが，今触れたようなさまざまな要因が複雑に絡んで回答バイアスが生まれているので，特定はなかなかやっかいな作業になります。調査協力者の特性，調査環境，または質問項目のワーディングなど，本当にたくさ

んの要因が関与しているからです。

一番大きな問題というか，非常に難しいところとしては，測定内容との交絡に対処しなければならないことです。例えばリッカート法で3と回答した人は，もしかしたら本当は4なのかもしれないけど，レスポンススタイルの影響で3と答えている可能性があります。でもわれわれが知ることができるのは3とか4とか具体的な評価であるわけですが，実際にはそのうちの何パーセントかはもしかしたらレスポンススタイルとか，反応傾向とかから生まれているかもしれない。われわれは調査参加者から回答のうち，どこまで回答バイアスが入っていて，どこまでが本当の答えなのかを見極めないといけないわけです。ここが非常に難しいところで，そこへの工夫がこのタイプの調査には必要だと思われます。

一般的には2つ，詳しくはもう一つありますが，今回の議論には2つのアプローチが使えるかなと思ってちょっと用意してきました。まず一つ目の方法ですが，全く測定の内容の異なる項目をたくさん用意して，リッカート尺度だったら，その中で3の回答が多いのかとか5の回答が多いのかとか，またフォーストチョイスなら，イエスを選ぶ人が多いのかとか，ノーを選ぶ人が多いのかとかを見るというやり方です。この方法では，測定内容が全く異なるたくさんの項目への反応をみることで，測定内容の部分がコントロールされて，レスポンススタイルの純粋な姿が浮かび上がります。

一方でこの方法は，調査内容以外の質問項目をたくさん用意して，参加者に非常に多くの項目に答えてもらうことになるので，個人的な調査でこれを実施するのはなかなか難しい面もあるかと思います。アーカイブのデータへのアクセスが最近はかなりよくなっているので，アーカイブデータを使ってさまざまな質問項目への反応をうまく利用し，測定内容との交絡を避けて反応傾向を検出するというのは一つの手なのかなと思っています。

もう一つのアプローチは，共分散構造分析を援用したものです。木村先生も今回潜在クラス分析を用いられていましたが，項目反応に潜む回答バイアスを因子として抽出するやり方です。最初のアプローチのように，たくさんの質問項目を用意する必要がないので，とてもやりやすいと思います。同時にこれを反応傾向の制御モデルとして使うこともできて，調査で用いる心理尺度や質問項目への回答からバイアスの部分だけを抜き去るということができます。こうすることによって，回答バイアスをそぎ落として残った純粋な測定対象の部分だけを分析に使えばいいことになるので，このアプローチは制御モデルとしても実は結構有用だったりします。

一方で難しさですが，実際の分析では回答バイアスやレスポンススタイルなどを含めて，測定内容以外の要因から生じた項目間の相関を因子として抽出するのですが，その因子自体が一体何を測定しているのかをなかなか特定するのが難しい。本日の今日の木村先生のコメントにも一点この点述べさせてもらいましたけども，先生も潜在クラスの1が，黙従を測っているかもしれないけど，もしかしたら違うものを測っているかもしれないとかなり苦労されていました。ああいった問題が結構発生しやすいです。したがって，そこにちょっと分析上の工夫が必要になると思います。

ここでちょっと整理したいと思いますが，今回話題になっているのはこの黙従，黙従反応というものですね。例えば，5件法のリッカート尺度を使うのであれば，質問内容にかかわらず，4や5にマル付ける回答パターンですね。この反応傾向をもつ人は，盲目的に項目に同意する回答行動をとるので，例えば測定内容の同じ逆転項目にも4や5と回答をします。ところで，レスポンススタイルには実はもっと他にもたくさんのパターンがあります（図10参照）。たとえば，非黙従反応DARSですが，5件法だと1や2にマルを付けるといったARSとは逆のパターンです。極端反応ERSは1や5を頻繁に選択する傾向です。文化的には南アメリカの人やスペイン語を話す人にこのレスポンススタイルがあり，中間の選択肢をあまり必要としない人たちの反

図10

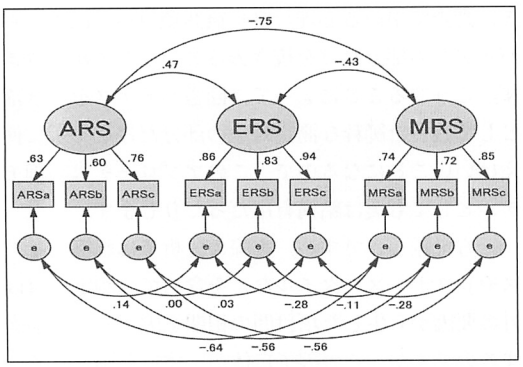

図 11

応傾向です。

またこの中庸反応ですが，これは極端反応と逆のパターンで，5 件法だと 2, 3, 4 を主に選択する回答行動になります。最後にこの中間反応は，1 から 5 の 5 件法だと 3 を好んで回答するような傾向で，日本人を含め東アジア諸国の人々に多いと言われています。ここではよく議論に上がる回答パターンだけを列挙しましたが，実はこのほかにもたくさんの種類のレスポンススタイルがあります。

ここで私の研究を紹介したいと思います。つい最近『心理学研究』に掲載が決まった論文です。2017 年 1 月に Web に早期公開されるということです *。これはワイターズたちがモデル化したものを私たちが初めて比較文化調査に応用し，日米韓のレスポンススタイルの差異を検証した研究です。このモデルでは相互に無関係な測定内容の異なる項目を無作為にわけ，最低でも 3 つのランダムグループを作成します。ここでは a グループ，b グループ，c グループという 3 つのグループを作成しています。その後，各グループで反応傾向を数量化します。今回は ARS 黙従と ERS 極端，MRS 中間の 3 つの反応傾向を取り上げ，それぞれのグループで，たとえば MRS なら 3 の選択数といった具合に，各反応傾向の定義にそって数量化しました。そして a〜c グループで数量化した 3 つの観測変数を基にレスポンススタイル因子を抽出しました（図 11 参照）。

レスポンススタイルの測定に際して，我々の研究では，先ほど述べた 2 つのアプローチを両方用いる形で，二重にも三重にも測定内容からの影響をコントロールしています。整理するとまず一つには，測定内容の異なる項目への反応を基にしていること。第 2 に，そうした項目をランダムに 3 つのグループに配置していること。そして最後に項目反応に基づきレスポンススタイルを因子として抽出しているということ，です。こうした工夫によって，測定内容との交絡をコントロールすることが可能になっています。

これが調査協力者で，日米韓の 3 カ国から合計 813 名の大学生に調査に参加していただきました。測定内容の異なる項目であることが必要なので，今回はコミュニケーション不安尺度というものと議論志向性尺度というものを使いました。ただ，これらはいずれもコミュニケーション学系の尺度なので，3 つ目の尺度として，移民，外国人，マイノリティーへの見解を尋ねる尺度を用意しました。ここでちょっと注意なのは，私が今回使用した尺度はいずれもバランス尺度でした。バランス尺度というのは反転項目が含まれる尺度のことをいいます。正項目と反転項目とで相殺されるため，特に黙従反応を測るときに非常に有効な手段と言われています。

具体的には，バランス尺度を使うことで，DARS を新たにモデル化する必要がなくなります。ARS と DARS は相反する回答行動と考えることができるので，今回はバランス尺度を使用し DARS は測らずに ARS だけを測ることにしました。

この 3 尺度からの 51 項目をランダムに a から c までのグループに貼り付けると，各グループには 17 項目が配置されました。各バランス尺度には，それぞれ逆転項目が含まれていますので，これらも無作為に配置されたのですが，8 項目，8 項目，10 項目がそれぞれ a〜c グループにわけられていました。逆転項目の数に関しても，ほぼ理論的な配置になったということですね。これら 17 項目を基にレスポンススタイルの定義に従って数量化し，3 観測変数から各レスポンススタイルの因子を測定したわけです。

これが分析結果です。まずモデルのフィットですが，なかなかの適合度が得られました。次に ARS 因子，ERS 因子，MRS 因子に関して，それぞれ因子得点を計算しまして日米韓で比較しました（図

---

* 田崎勝也・申知元 (2017) 日本人の回答バイアス—レスポンス・スタイルの種別間・文化間比較—心理学研究，**88**(1), 32-42.

	ARS	ERS	MRS	Post-Hoc tests
Japan	2.02(.86)	1.14(.89)	1.79(.94)	ARS≈MRS>ERS
US	2.36(.79)	1.50(1.08)	1.44(.88)	ARS>ERS≈MRS
Korea	2.01(.83)	1.08(.95)	1.69(.89)	ARS>MRS>ERS
Post-Hoc tests	US>KOR≈JAN	n.s.	JPN≈KOR>KOR≈US	

図 12

12 参照)。事後検定の結果をみると，ARS はやはりアメリカが一番高くて，韓国と日本には有意差は見られなかった。ERS は 3 カ国とも差がなかったということですね。MRS は日本が高くてアメリカが低いという結果になりました。ここまでは先行研究をほぼ支持する結果だったということになりますが，一方で実は今回，バイアスの強度として，各国内でこの 3 つのスコアの差異を見ています。

私はこの ARS というのに着目しておりまして，ARS は黙従反応のことですけども，今まで日本人は MRS が強くて ERS が低くてということがよく議論されてきましたが，日本人の ARS に関してはこれまであまり研究されてなかった。実際 ARS を測ってみると，ERS よりもずっと高くて，MRS とほぼ同じぐらいバイアスの強度を示しているという結果になりました。つまり日本人の中でも ARS というのは無視できない反応傾向だということです。もちろん国別の比較では，アメリカに比べれば日本の ARS は低いのですが，日本国内で ARS, ERS, MRS という反応傾向を 3 つ取り上げ，バイアスの強度を比較すると，この ARS は決して無視できない反応傾向だということがわかりました。

ちなみにここでは提示してはいませんが，この ARS と属性の関係性も検討しています。学歴との相関を木村先生がちょっとおっしゃっていましたが，日本の場合，大学院に進学する学生が少ないので，学歴については偏差値で操作化したのですが，私が行った調査では偏差値との相関はありませんでした。年齢とはゆるやかな正の相関がありました。過去の先行研究を見ると，ARS は年齢との正の相関が報告されています。

もちろん，外国の調査では，学歴との関係性も示されていますが，大学院進学者の少ない日本ではうまく検証できないというところがあります。ところで私はこの ARS を生む原因として，バイカルチャーというものに着目しています。マーカスとキタヤマによって見出された文化的自己観には相互独立的自己観と相互依存的自己観という 2 つの自己観が定義されていますが，両方の自己観が高い人をバイカルチャーと呼びます。純粋な日本人は相互依存的自己観が高く，相互独立的自己観が低い人，純粋なアメリカ人の場合は相互独立的自己観が高くて相互依存的自己観が低い人と考えられるわけですが，双方の自己観ともに高い人たちがいます。

多文化的な地域や環境に住む人々，たとえば，ハワイの人たちに，両方の自己観が高い，バイカルチャーな人が多くいることがわかっています。要するに西洋と東洋両方文化を良く理解している人たちのことをバイカルチャーと呼ぶわけです。文化的自己観尺度で，中央値を基に高群と低群に分け，双方の自己観で高群に入る人たちをバイカルチャーとしてダミー変数を作りました。そしてこのダミー変数と ARS, MRS, ERS との相関を見たところ，ARS とだけ正の有意な相関がありました。つまり，文化的にリッチなバイカルチャーな人には ARS 傾向があるということがわかりました。年齢との正の相関の他にも，過去の調査を見ると，職歴が長くなると，ARS 傾向が強くなることがわかっているのですが，私が考える仮説としては「引き出し」がたくさんあるかどうかというのがポイントになるのではないかと考えています。どのような質問項目で尋ねられても，「そうだな，そういう見方もあるな」とか「確かに，こういう考え方もあるよね」といったように，さまざまなパースペクティブから物事が見られる人が，結果的に ARS 傾向が高くなるのではないかと考えています。

双方の文化的自己観が高い人，つまりバイカルチャーの人は「西洋の側面から見るとこうだけど，東洋の側面から見ると確かにこうだな」と言った具合に，質問項目が尋ねている内容にさまざまな角度から検討することができるので，なかなか項目に否定することができなくなるわけです。年齢や職歴との相関に関しても同じ推論が可能です。歳をとり，仕事の経験も豊富になると，それに伴って，人生経験や社会経験もが豊かになりますから，物事をさまざまな側面から検討できるようになって，結果的に

はどのように尋ねても，項目に同意するARS傾向が生じるのではないかと考えています。ちなみにバイカルチャーとMRS, ERSとの間には相関はありませんでした。

私の研究の紹介はここまでにして，これから指定討論役に戻りまして，木村先生と山田先生のご発表にそれぞれコメントをしたいと思います。

予備調査とプレテストっていうのは実験法の枠組みでは今までも頻繁に行われてきたという印象がありますが，調査法ではそこまでではないのかなという印象が私にはありました。確かに必要な質問項目を精査したり不適切な項目があれば，事前に修正したり，削除することができるので，予備的に行うプレテストは調査においても重要なプロセスになると思います。全体的なコメントとしては以上のような感じですが，分析法に関しては次のような疑問がありました。木村先生が予備査やプレテストで用いられた分析法はいずれも非常に高度な分析法で，特に潜在クラス分析に関しては現時点で最もアドバンスな統計モデルの一つと言われています。また分析上も高度であるばかりか，実はサンプルも結構必要と言われています。

予備調査というのはあくまでも予備的に行うもので，これまでの感覚からすると，実験や本調査の前に，比較的負担が軽い簡略化した分析法を使って，質問項目を整理したり，修正をしたりするのが予備調査の眼目ではないのかなと思いました。今回木村先生が提示された分析法は，いずれも，むしろ本調査でもなかなか実施するのが難しいのかなという印象のある分析法だったので，予備調査で実際にこれらは現実的なのかと思ったことと，また同じような枠組みで，より簡便な分析法はないのかと言った点に疑問を持ちました。

もう一点の疑問点はですね，先ほどちらっと触れましたけれども，潜在クラス1が何を示しているのかという点です。ここはなかなか難しいところだと思うのですが，黙従傾向を示しているのかしれませんし，何か別の特性を示している可能性も十分にあり得るわけですね。潜在クラス1が反応傾向を示していると結論付けるためには，何か別の分析的枠組みが必要になるのではないかと思いました。

続いて山田先生へのコメントですけれども，まずWeb調査の意義を確認させていただくと，こうしたデータ収集法が確立されたことで，さまざまな属性の持つ協力者のアクセスが可能になったわけですね。これはこれまでの調査では考えられなかったことです。多くの心理学研究では，大学生を想定した「コンビニエントサンプリング」を用いています。アメリカの心理学の教科書を見ると，心理学は『Science of the Sophomore』とか自虐的なコメントが書いてあります。多くの研究で大学2年生からデータを取って分析をして知見を得ているので，心理学は「大学2年生の科学である」と言っているわけです。もちろんこうした批判の背景には，これまで大学生以外の人からデータを得ることが難しかったということがあるわけですが，さまざまな属性を持つ人へアクセスできるといった意味で，Web調査の可能性を感じるわけです。

一方でWeb調査に特有のバイアスがあるのかどうかということについてはもう少し精査する必要があると思いました。今回山田先生が挙げておられた『最小限化』ですが，この訳語は非常に素晴らしいと思いましたが，最小限化回答や一直線回答などはWeb調査以外でも，たとえば，これまでの紙・鉛筆をベースとした質問紙調査でも実際に起こり得る問題だと思います。最近特にこの最小限化回答はWeb調査に関連付けられて，一人歩きしているという印象がありますが，本当に最小限化がWeb調査で頻繁に起こる回答バイアスなのか，他の調査形態と比較をする必要があると思います。さらに，仮に他の調査形態でも起こるのでしたら，Web調査での最小限化の特徴を把握することが重要だと思います。どういった場面で起こるのか，どのぐらい強度の強いものなのかとか，そういった点について，やはり他の調査形態との比較をして検討することが必要ではないかなと思いました。

また山田先生もおっしゃっていましたけど，登録モニターがどのような特性を持つ人たちなのかという点は非常に重要な問題だと思いました。登録モニターがどのような人たちなのかについては，一般的にはよく知られていないので，ややブラックボックス化しているのかなとちょっと怖い感じもしました。先ほどの発表では2秒で回答を完了した回答者がいたという資料がありましたが，こうした回答者は少数なのかもしれませんが，やはりそうした回答がある以上，問題ですし，登録モニターから得た

データは本当に一般化できるのか，注意深く検討する必要はあると思いました。

先生もおっしゃっていたnLA化仮説ですが，これはつまり最小限化を示す協力者は回答に際して必要最小限の認知活動を行うという仮説ですが，わたしもとても核心をついた仮説ではないかと思っていました。先ほど紹介した認知科学からの回答行動の伴う4ステップにも関係しますが，関連情報を全て思い出して実際に項目を精査するのではなくて，大まかでも回答になれば，それ以上は認知活動をストップしてしまうというような傾向がMAにはあるということですね。

もちろんしっかりと正確に，慎重に丁寧に見る回答者もいるかもしれませんけども，「まあこんなもんでいいだろう」とか「8割答えたからもういいんじゃないの」というように途中で止めてしまう人も実際には多いということですよね。また『何個まで挙げてください』といった注意書きに慣れてしまっていることも原因の一つとして考えられるかもしれませんね。

つまりFC形式と比較すると，MA形式は最小限化回答を誘発させるのではないかという仮説を先生はお持ちのようですけども，それなりに説得力があると思いました。ただし最小限化もさまざまな要因，これも先ほどから述べていることですが，調査者の特性とか，調査形態，あるいは質問項目のワーディングとかさまざまな要因が原因となってさまざまな回答バイアスが起こることを考えれば，そうした要因のうちどれが最小限化を引き起こす原因になるのかということについては，しっかり調べていく必要があると思われますし，それを見極めるには分析上の工夫が必要になるのではないかと感じました。以上です，ご清聴ありがとうございました。

木村： コメントどうもありがとうございました。私に対して二つ質問があったと思いますが，確認しながらお答えしたいと思います。一つは統計的モデリングを使って予備調査の検討をするのは非常に高度なので，予備的調査として適切なのかということでした。確かにおっしゃるとおりだと思います。ただ私は予備的といっても，先ほどリハーサルの喩えを用いたように，いろいろな段階があって，場合によってはかなりインテンシブなこともやらなくてはいけないのかなと考えております。

関連して二つほどお話したいのですけど，一つは予備調査と言いましたが，英語ではpilot studyだということです。Studyなので一つの完結した研究というくらいの重みを持っていると思います。本当はこの報告で「予備調査」という訳語を使うのはやめて「予備研究」にしたかったのですが，そうしてしまうとなじみがないかと思いました。しかし，これからはむしろ「予備研究」と言った方がよいのかもしれないと考えております。

もう一つのポイントは，確かに大きなサンプルサイズが必要になるくらいの高度な手法ですが，Web調査だとそれくらい集めるのはそれほど難しくないかもしれないということです。Web調査をpilot studyとして使うといっても，本調査をたとえば面接調査や郵送調査で実施するなら，モードの違いという問題が出てきます。しかし，一定程度有効なのではないかと思っています。Web調査であれば潜在クラス分析や共分散構造分析による予備的研究ができると思います。

また過去のデータの再分析，特にアーカイブ化されているようなデータの利用も予備的研究として使えます。過去の調査データの再分析をうまく使えば，新しく実施する調査の予備的研究になるという位置付けです。以上が一つ目のコメントへの回答ということになります。

二つ目のコメント，果たして黙従傾向なのかということに関してです。これは私も分析していて非常に悩んでいるところです。黙従傾向であるか否かを識別しようとするなら，回答者の特性だけではなく質問のトピックがいったい何なのかとか，質問形式はどうなっているのかとか，そういう様々な要因の相互作用効果を精査して判断しないといけないかと思います。これが最も重要な課題ですが，それに取り組もうとすると分析の枠組みが複雑になってきます。そのため，やはりある程度のサンプルサイズが必要になるかと思います。

どうもありがとうございました。

谷口： 続いて山田先生，お願いします。

山田： 田崎先生，ありがとうございました。いくつもご質問，ご指摘があるわけですけれども，大きく

いくつかにまとめてお答えいたします。まず最初に，心理学がScience of sophomoreと批判されることに対応させて言うと，Web調査はこのままいくとScience of point gettersになってしまう危険性を持っているわけですね。私はそれを回避したいと思って研究を続けておりますし，その研究に多くの人に参加していただきたいと思っております。

次に，結果の一般化についてですが，既に「Web調査は世論調査には使えない，使わない」という意思決定が，当該領域において行われているだろうと思っております。そのような意味では，心理学，社会学，行動経済学といった分野でも，どのように一般化を確保する努力をしたかということが，ある段階で整理されなければならないと思っております。

それから次に，最小限化の生起条件を特定しなければいけないのではないか，ということですが，私も全く同感で，既にできるところから進めております。質問数を減らしたら大丈夫ではないか，と思っていたんですが，ぜんぜん大丈夫じゃなくて愕然としたんですが（笑）。それと，複数要因仮説ですね。最小限化の生起には，回答形式だけでなく，回答状況やパーソナリティーや属性も関わると思いますが，そういったものの組み合わせの中で，それぞれの研究の際に，どこまでセルフチェックされているかどうかが問われる時代が来るんではないでしょうか。投稿論文についても，そうした点のチェックがスタンダードになったほうがいいのではないかと思っています。

そして，それと関わることなんですが，モードの問題ですね。「紙でも起こるのか，Webだから起こるのか」といったようなことなんですけれども，田崎先生もご存じの上でおっしゃっておられると想像しますが，POQなどの英語圏のジャーナルでは，既にモード比較研究の蓄積がかなりあって，実は私，勉強が追い付いていないんですね。多分そこをご指導いただいたんだろうと思っておりますけれども，これは私だけの課題ではなくて，研究に調査を使おうと思っている人たちに共通の課題だろうと思っています。ご指摘ありがとうございました。

谷口：では浮谷先生。指定討論お願いします。

■指定討論

浮谷秀一（東京富士大学経営学部）

浮谷：こんにちは。私は指定討論として役目を預かりました。ただ3人の先生がたの話についてどれほど詳しいかっていうと，いや詳しくない。なので私としては，皆さんと同じようにフロアにいるという立場から3人の先生方の話を聞いて，そこで思ったこと，それから疑問に思ったことをここで挙げさせていただくことにします。今回用意したスライドは時間との関係もありますが，Web調査についての情報を少し提供できればと思って一応お持ちしました。残り時間のこともありますし，フロアにいる皆さんにもいろいろ疑問がたくさんあると思うので，手短に聞きたいと思います。

まず何もまだ指摘されていない，石阪先生からの話題について取り上げたいと思います。石阪先生のお話を聞いていて，インタビュー調査っていうものの方向性，あるいは今後変えていかなければいけないのではないかという意味でアクティブ・インタビューという言葉が出てきました。これを聞いたときに思ったのは，俗っぽいんですが，テレビでいろんな話を引き出すときに，インタビューという形式よりはアクティブ・インタビューのような，いわゆる対等な形で質問をし，それに答えるということをしている場面っていうのが多いのかなという気がしました。ですからそういう意味でいうと，昔言っていた，質問して回答を引き出すことを懸命にするというよりは，対等に近いようだなということを聞いていて思いました。

それから，地域で調査をするとき，信頼性というサイモンの言葉が出てきましたが，やっぱりその辺り一番大切なのかなと。例えばAさんが聞いたらば，「はい」と答えて，Bさんが聞いたらば，「いいえ」と答えるというのが，質問というよりは質問者の問題だとすれば，それをアクティブ・インタビューで対応することを踏まえてその場面を考える。例えばいろいろ紹介をしていただいたように，中に入ってそこでどういうふうに内容を引き出すことができるか。しかし信頼性とかあるいは事前の仲間づくりとか，中に入り過ぎると見えなくなってしまう部分があるかもしれないけれどもという，注釈付きでそんなことを思いました。

質問ではないのですが，先生のご研究って社会調

査としていろんなことを苦労しながらされているのかなと思いました。ただ，地域の支援のためにという一つのスタンスを持つことが大切だという，そういうような主張，あるいはお考えっていうのは，皆さんがきっと共感を覚えたのではないかと思っています。コメントだけで申し訳ないんですが，以上です。

それから木村先生と山田先生のことについては，田崎先生がご指摘したことが，ある意味では共通しているのかなと思ったんですが，やはり回答バイアスの問題です。いろんな観点でお話をされましたが，結局のところ切り口は回答バイアスをいかに少なくするか，あるいはどこにあるかを見付け出すという話が，共有していたのかなと思いました。

木村先生については，先ほど予備調査ということについてのコメントがありましが，予備調査の重要性みたいなことをかなり強く強調されたのかなというふうに私は聞きました。予備調査をきちっとすれば，本調査では信頼性妥当性は上がるし，回答者への負担が下がるだろうというお話，まさしくそのように思いました。

先ほど問題になっていた黙従傾向の話なんですが，私はもともと性格とかパーソナリティーについていろんなことをやってきましたが，この分野に「バーナム効果」という，皆さんよくご存じの言葉があります。バーナム効果については，昨年亡くなりました大村政男先生との共同研究の中で，日本語表記で『認知的適合感』といういう言葉を使って研究発表させていただいたりしたんですが，内容的には「バーナム効果」のことです。これは性格検査の結果を聞いた人たちがどんな回答でもなるほどと思うという，簡単に言えばそういうことですが，黙従傾向についても，ある意味でいうと質問を読んだときにどういうふうに感じるかという，その辺りの傾向というのが回答バイアスとして潜り込んでいるのかと思います。となると，それを一つずつなくしていくって，どこまでできるのだろうかという，そのような気持ちを持って聞かせていただきました。

あと一つ面白い話を付け加えておくと，以前，日本社会心理学会で変わった研究発表がありました。聞いていると「何だよ，この発表何も成果ないじゃないか」，あるいは「仮説の検証できてないじゃないか」っていう話がずっと説明されたんです。それで最後にその研究者の方が何を言ったかというと，「こういうように失敗した研究結果を発表することって大切なんで」っていうふうに言いました。

というのは，考えてみると，実はその失敗したことを発表しないがために同じ失敗を何回も多くの人がやっているという可能性があるのです。これは駄目だよっていうことが発表されると，少なくともそれは一つの研究成果になって，次の参考になるんじゃないかと。

失敗した研究発表わざわざするかっていう話になったときに，その発表を聞いて面白いって言ったら語弊がありますが，なかなか鋭いことを言われたなあと。それを聞いた方はこういうふうなやり方でこういう結果が出るよ，これ，うまくいかないよ，もっと工夫しなきゃいけないよっていうことをみんなに公表してくれている。これすごく素晴らしいことだなあと思ったんですが，木村先生のコメントにもバーナム効果っていうものがあるのかな，どうでしょうかという，私の立場からの話です。

それから山田先生については，これも回答バイアスの話が中心だったかと思うんですが，Web 調査，昔に比べれば非常に便利になりました。それでこれを利用している人もすごく多くなってきましたというようなこともコメントが含まれておりました。実際にそうだと思います。

あと一つだけ，ちょっとだけ確認をしたかったので，後でコメントいただきたいんですが，時間が短くなるときに FC と MA のところで，例えば 19 項目，それを二つのうちのどれかを 19 項目選ぶというのと，それから MA だと 19 項目から何とか幾つか選ぶよっていう，その差で時間の測定をされたという理解でいいのでしょうか。

山田： そうです。

浮谷： わかりました。そのときにわれわれが答えるほうの立場からすると，1 項目ずつどちらかを選ぶというのと，それから全体を見て，ぱっと見て選ぶというときに，何が関わるかと考えたときに，選択肢の並び方かなあと思ったんです。

だから全部並んでいれば，何らかの形で全部見ていく。だけどたとえば 19 個選ぶとすると，どこから読むかっていうと，左の頭から，となるとその並

び方というので，要するに時間とか，あるいは選ぶ数とかが2LAとか3LAってありますけども，そういうようなところが関わっていないのか。選択肢の配置の問題っていうのは，どこでも問題になりますけども，そんなことが少しあったのかなと思った次第です。

これ以上しゃべると時間なくなっちゃうんで，ちょっとこれだけ皆さんにお見せしたほうが面白いと思うので。公になっているのでここで皆さんにお見せしていいと思っているんですが，A社とB社（編集注：コメントでは実際の会社名）という所がいろんな学会でブースを出して，簡単に言えば宣伝をしています。それを皆さんがどれほど気付いて，というよりは気にしていたかわからないんですが，その中でWeb調査というのが，どういう人を対象にどのぐらいの金額でやってるかというのを，実は企業もしっかり公に出してます。

ですから，何かをしたいなあというときに，利用して損はないかなと思ったので，この二つの会社，私，会社の手先じゃありませんけども，こういうのがありますよというのでちょっと紹介しようと思います。（編集注：スライドにて2社の内容を紹介）

これがA社のものなんですが，お客さまごとに全てオーダーメードでアンケート画面を検討しますと言って，いわゆる調査をするにあたって全てケアしますよっていう宣伝の画面です。それで調査票をこっちが作るということでコーディングして，その後入稿してこれだけのデータをこれだけ短時間で出せるよということです。だから調査票さえしっかり作れば1週間たたずにデータは揃うっていう，そういう宣伝としてこんなことが示されていました。

先ほど話題になった調査をする対象についてはどうなのか。このA社が会員数180万人。それでどういう分布の人が対象になっているかっていうことを公にしています。先ほどの山田先生のお話からすると，後に出てきますけど，B社とかなりの割合でかぶってるんじゃないかっていうのは，当然あるかと思います。これだけの地域とか年齢だとか性別とか，こんなような人たちがいるということです。これは，業種としてこれだけの業種からの人がいますよと。ですから例えばこの業種のデータが欲しいといった場合に，その人たちを対象にデータが取れるという，そんなようなところの宣伝までこういう所はしています。

それからこれがB社なんですが，このモニター・プロフィールといって，モニターがどのぐらいどういう割合でいるか，これかなりしっかりしたデータを出してまして，話を伺ったところ，どこの地域だとかあるいはどのぐらいの年齢層だとか，例えば性別だとか，どういう職業であるとか，そういう人を対象にデータを取りたいというのは十分可能だというようなことまで回答してくれました。

これが料金なんですが，スクリーニングの調査でどのぐらいの金額，それから本調査でどのぐらいの金額等が明確に出されていて，それでオプションとしてどれだけのことをみんなやりますよと，ですから相談してくださいよっていうようなになっています。これ見たかったら来ていただければお見せしますけども，こういうようなデータまで公に出て，宣伝をしてるということ，最後にお伝えをしておきたいと思います。基本的に私の質問には答える必要ありません。以上です。

（この後フロアとの質疑応答に移り，多くの質問やコメントで大変活発な討論が続きましたが，マイクの指向性で声を拾うことができなかった箇所があり，また紙幅の関係もあって，以降は割愛させていただきます。）