

第 I 部 縦断的調査の方法論をめぐって

第2章 縦断的調査の実査を中心とした問題点

1 縦断的調査の問題点

本章では縦断的調査の問題点について、とりわけ調査実査を中心に整理する。縦断的調査には既に述べたようなメリットがある反面、いくつかのデメリットもある。この節では、縦断的調査の問題点（特に調査方法）と、それぞれの問題点に対して各研究主体がどのような方法で対処してきたのかを、聞きとり調査の結果にもとづいて整理する。

前章で見たように、縦断的調査はいくつかの問題点を抱えている。すなわち、

- (1) 目的のデータセットを収集するまでに長期間要する。
- (2) 同一個人を長期間にわたって追跡することに縦断的調査の意義があるが、調査期間途中に対象者が欠落することは不可避である。データの欠落率が大きくなるほどデータの信頼性が失われる。
- (3) 金銭的コスト・時間的コストがかかる。
- (4) 同一の調査対象を長期間追跡する縦断的調査では、調査（分析）担当者自身も異動等によって変わる可能性がある。
- (5) 縦断的調査が長期間にわたる追跡調査であることを対象者（および近親者）に納得した上で協力してもらう必要がある。しかしながら、調査開始当初に理解が得られたとしても、様々な理由から対象者の脱落につながる可能性がある。
- (6) 縦断的調査の実査やデータ管理に数段多くの時間とエネルギー、マンパワーを要する。
- (7) 設問を新設する場合、過去のデータをどのように収集するのか。たとえば、回想法で過去のデータを確保するか、それとも過去の情報は切り捨てるか。法や制度の変化に対応可能かどうか。
- (8) 欠落票が多くなった場合、それを補完するために回答者を追加するか？

といった点である。

とりわけ問題になるのが（2）の対象者の脱落の問題である。本研究においても、対象者の脱落をできるだけ少なくするにはどうするかという点に関心が注がれた。この点に関連して、永井・久木元・溝口（2002）、村上（2003）が家計経済研究所「消費生活に関するパネル調査」における対象者の脱落の理由を検討している¹。後者によれば、第1に、調査対象の脱落の理由で最も多いのは「詳細不明」で、各年とも半数以上に達すること、それ以外の理由では、「多忙」「転居先不明」「（長期）不在」「結婚」が多いこと、第2に、調査を重ねる

¹ 永井暁子・久木元真吾・溝口由己（2002）『パネル調査・カンファレンス』レポート、『季刊家計経済研究』No.52、70～81ページ、村上あかね（2003）「なぜ脱落したのかー消費生活に関するパネル調査における脱落理由の分析」、家計経済研究所『平成15年版家計・仕事・暮らしと女性の現在 消費生活に関するパネル調査（第10年度）』所収。なお、ここでは取り上げなかったが、坂本和康「誰が脱落するのかー消費生活に関するパネル調査における脱落サンプルの分析」、家計経済研究所『平成15年版家計・仕事・暮らしと女性の現在 消費生活に関するパネル調査（第10年度）』所収では、脱落サンプルによる推計結果への影響を検討している。

にしたがって脱落の理由に変化があるかどうかを検討した結果、調査の初期段階では上記の理由以外に、「家族の反対」も影響していること、第3に、前年の調査で回収できなかった対象者が翌年以降復活するかどうかを検討した結果、「(長期)不在」「入院中」「体調不良・病気」「出産」「就職・転職」「家族の病気・不幸」などといった調査に協力できない理由や事情が一時的な場合には復活する可能性がある。これに対して、調査票の内容・調査自体に不満・負担感・不信感がある場合、「結婚」「離婚・別居」「転居」「家族の反対」などの理由による場合は復活する可能性が低いことが指摘されている。

こうした問題点に先行調査主体ではどのように対処しているのか、調査の概要を含めて聞きとり調査を行った。以下では、その結果を整理する。

2 先行調査主体から見た縦断的調査を実施する上での課題

実際に縦断的調査を実施する場合、それ以外にも実務的な問題点や留意点があると思われる。上記のような縦断的調査の問題点にどのように対応したのかを含め、縦断的調査を実施する上での関連情報を得ることを目的として、これまで調査実施経験をもつ3つの調査主体の調査担当者から聞きとり調査を実施した。以下に聞きとりの結果の要点を整理する。

2.1 A調査に関する聞きとり調査

(1) 調査間隔の設定

調査間隔をどのように設定するかについては、毎年調査するのか、隔年で調査するのか、数年おきに調査するのか、実査に移る前に十分検討する必要がある。調査間隔をどれだけにすることは調査費用に影響するだけでなく、調査間隔が短いと調査実査に追われて詳細な分析ができなくなり、前回の分析結果を次回の調査票に反映できないということになりかねない。

(2) 調査票に関する問題点

① 調査対象者間の回答の相違について

家計単位で調査する場合、夫婦間の回答結果の違いが生じることがあるが、その場合、どのように解釈するか、ルールを決めておく必要がある。

② 回想法(回顧法)によるデータについて

縦断的調査に限らず、回想法(回顧法)でたずねたデータの信頼性については常に問題にされるが、縦断的調査と横断的調査の中で、それぞれのメリット・デメリットを検討し、縦断的調査でしか把握できない項目に限定して調査する方がよいのではないか。たとえば、リタイヤメント・ショックについては、経年変化が重要であるから、縦断的調査で情報を把握するのが適している。

③ 職業移動に関するデータについて

職業移動に関するデータは勤務先企業の産業、企業規模だけでは把握できないことがある。実際に分析する場合は、企業名等具体的な情報が必要である。

(3) 対象者を追跡するための工夫

まず、調査がどのように役にたつのかを対象者に説明し、納得してもらうことが重要である。またA研究所の他の部門（医学・保健部門）が実施した縦断的調査では健康診断を受診できる等のメリットがあった。これに対して、社会学的経済学的な関心から調査を実施する場合、そうしたメリットがないので、実施の施策に反映するのかなどをきちんと説明することが重要である。

また、A研究所が実施した調査では、継続調査で対象者を追跡するための工夫として、

- ① 年賀状を送付して対象者とコンタクトを取るとともに、住所変更等を把握する
 - ② ライフイベントがあったときに書籍を送付する
 - ③ 調査結果の中間報告についてリーフレットを作成し、対象者に送付する
- といった形で、対象者と定期的にコンタクトをとるように努めた。

(4) 調査員の問題

A調査では調査実査の一部を他の調査機関に委託している。その場合、委託先（調査員を含む）の信頼性確保が重要であるということである。特に、調査員による訪問面接法で調査を実施する場合、調査員の「質」によって収集されるデータの信頼性に差が生じる可能性もある。縦断的調査を実施する場合、多額の費用がかかるため、委託先の選択基準にコストが安いことが挙げられがちであるが、それよりも調査員の「質」を重視して委託先を選ぶべきである。

(5) 長期間にわたる追跡調査であること特有の問題

縦断的調査は長期間にわたって対象者を追跡する。調査開始時に想定していなかった事象が追跡の期間中に起こる可能瀬がある。たとえば、法改正など制度的な変更があった場合には、どのように対応するか、データをどのように解釈するのか等が課題になる。また、調査対象者が健康を損ねることも珍しくない。その場合、代理回答を認めるかといった個々のケースについて対応を考える必要がある。

(6) その他

長期間にわたり調査を継続していくと、対象者が何らかの問題を抱え、相談されることがある。そうした場合、直接対応できなくても相談機関を紹介するなどの対応をとることによって信頼関係を形成できる。

2. 2 B調査に関する聞きとり調査

(1) 調査実査の概要について

B調査では調査間隔が短く、内部のマンパワーも限られているので、調査に関わる作業はできるだけ外部機関に委託するようにしている。また、調査員を使っているので、多くの費用がかかり、調査の費用は5000万円／年程度ということである²。

(2) 対象者を継続して追跡するための工夫

B調査では、調査を円滑に行うために、調査対象者と継続してコミュニケーションを取るように努めている。調査対象者の追跡については、通常のコミュニケーションとして、

- ① 年賀状の送付、
- ② ニュースレターの送付、
- ③ 依頼状の送付

などを実施している。

また、A調査で指摘された調査の信頼性の確保が重要であると指摘されていた。この点について、B調査では同じ調査員を毎回同じ対象者の担当にするなどの工夫をし、調査員と回答者間の信頼関係の確保・維持に努めている。

(3) 回答拒否について

前回の調査では回答に協力していた対象者が回答拒否や回収不能となることがある。その理由としては、仕事、出産、家事・育児、多忙、家族（配偶者）からの反対といったものが多い。数的には理由不明で拒否している場合が一番多い。

調査対象者の年齢層が若いので、種々の理由により住所変更が頻繁であること、また、調査員が訪問しても不在であるといった理由や、質問数が多いことを理由に回答拒否するケースも若干ある。全体的に見ると調査拒否は少ないとのことである。

(4) 調査票の設計について

① 設問数

B調査で用いられる調査票は内容が多岐にわたり質問数も多い。その結果、調査票が大部になっている。

B調査の場合、調査票の質問項目についてはB研究所に設置された委員会（内部、外部の研究者から構成される）によって設計されている。研究会委員の専門分野が学際的で関心事項も異なるため、質問内容が多岐にわたり、大部になってしまったという。

大部な調査票であり、回答に要する時間は1～1.5時間程度を想定しているとのことである。

² ただし、サンプルの追加があった調査年にはそれ以上になるとのことである。

ある。回答者の年齢層が若い年齢層であることを考えればそれほど時間はかからないが、対象者の感想を聞くとやはり負担感があるということである。

② 職歴データについて

B調査の調査票設計の問題から、転職（異動）の状況を把握することができない。そのため、調査票への記述内容を検討し、職業移動の有無によって分類し、対応している。

(5) データの整備、監理等

上記のように、B調査の場合、B研究所の調査企画・指示に基づいて、調査会社に調査実査、データの整備、管理を委託している。このような調査体制にした理由は、スタート時点には縦断的調査のデータ管理のノウハウの十分な蓄積がなかったこと、毎年行われる調査から上がってくる情報量に比べてデータ管理等に対応するマンパワーが不足する可能性があったこと、データの分析に力を注ぎたかったこと等による。マンパワー等の条件が満たされれば所内でデータ管理等を行う方が理想的ではあるが、他の調査の例を見ても、現実問題として難しい。

今後の管理上の課題としては、原票をどのように管理するかということが挙げられた。この点については、原票を画像で保存、管理することが考えられるということであった。

2. 3 C調査に関する聞きとり調査

(1) 調査対象者について

C調査のサンプル・デザインは、エリアサンプル法を採り、全国を15ブロックに分け4層化150地点、10人/地点になるまでアタックした。しかし、第1回調査と第2回調査とではサンプルがおよそ70%に減少している。とりわけ首都圏での減少が大きい。

このような対象者数の減少理由の主なものは、

- ① 10年間5回続く調査で、対象者の負担が大きいこと、
 - ② 個人情報取扱が難しいこと、また流出事故につながりかねないこと、
 - ③ ②と関連して、調査票にもプライバシー関連の設問が多いこと、
- といった理由による。

(2) 回答拒否の理由

回答者の減少が少なくなかったことから、C調査では回答を拒否した調査対象者からその理由を調べている。第2-1図は調査回答拒否の主な理由（複数回答）を整理したものである。

これを見ると、回答拒否の理由は概ね3つに分類できるように思われる。第1の理由は、「忙しい」「回答するのが面倒」といった理由である。

第2の理由は、(同じような質問内容の調査に)「何度も回答するのが嫌だ」という縦断

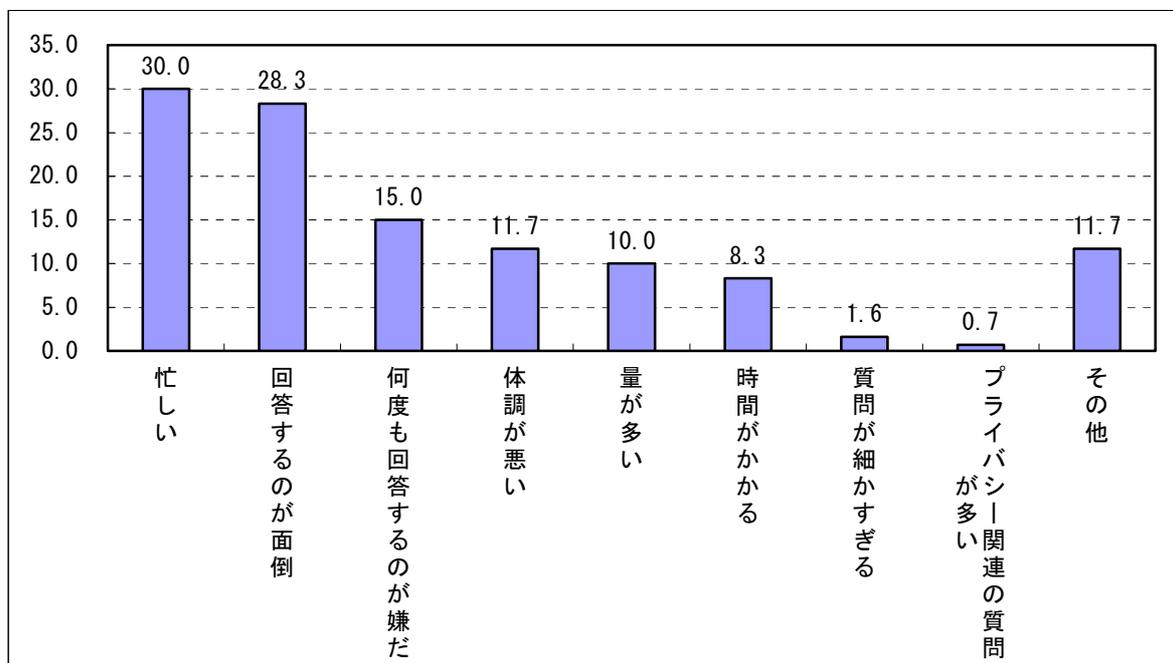
的調査特有の調査方法が対象者に負担となっている場合がある。

さらに、第3の理由としては、「量が多い」、「時間がかかる」、「質問が細かすぎる」、「プライバシー関連の質問が多い」といった調査票の設計や質問の内容に関連した理由に関わるものである。

なお、これ以外の理由として、転居、死亡が挙げられる。このうち、転居については対象者との連絡を取るようになればある程度は防ぐことができるかもしれない。

B 研究所ではこれらの回答拒否理由を考慮して、調査員を通じて対象者に5回続く調査であることを周知して対応の協力を依頼している。

第2-1図 C研究所調査の主な回答拒否理由



資料出所：C研究所資料から回答拒否理由が明確なものを集計し作成。

全体的な対象者の追跡状況については、捕捉できないケースはそれほど多くはないと考えているとのことである。

なお、作業負荷の増加、純粋パネルであることを重視してサンプルの追加は行っていない。

(3) 調査票の設計について

① 調査票の分量

そもそもC調査を実施するようになったのは、シンクタンクとしてオリジナルデータを持ちたかったこと、また政策、制度について意見をいえる基礎データを持ちたかったからであるという。その結果、調査票の設問が網羅的になり、回答者の負荷が大きくなってし

まった。なお、回答時間の目安は、回答に要する時間は概ね1時間程度もしくはそれ以下になるようにしている。

② 調査票の設計

C調査では、1回目の調査票の設計に問題があったので、2回目の調査票では設計を変更し、変化の情報を取るような設問形式にした。その結果、調査間のデータ接続が難しくなった。

調査票設計のポイントとしては、第2回以降の調査を意識して第1回目の調査票を設計することが重要で、隔年にデータをとる項目、4年おきにデータをとる項目・・・を予め決めておく方がよい。

パネルデータとして分析していく際に、「意識」変数や満足度変数の取扱いが難しく、現在も検討中である。

③ 職歴に関する質問

職歴についての情報をどのような形で収集するかが難しい。たとえば、企業間移動と企業内異動が混同されることが多い。そのため、具体的な対応策があるわけではないが、調査票を設計する際に何らかの工夫が必要であると思われる。

(4) 調査実査について

①調査体制および調査費用について

C調査では調査実査の一部を調査会社に委託している。データ管理込の費用は調査回によって異なっているが、1300万円から1800万円となっている。

また、回答者に対する調査協力謝金は、調査開始時点では1500円であったが、その後増額し5000円とした。

②調査間隔

C調査の調査間隔は2年である。しかし、調査実査、データ解析作業、分析といったタスクを考えると、2年間隔の調査でも分析作業を行い、成果をとりまとめるには時間が足りないということである。

3 本章のまとめ

以上、本章では縦断的調査の課題と、これまで縦断的調査を実施してきた調査機関がどのように対応してきたかについて概観した。主な項目を整理すると、次のようになる。

まず、各調査主体が共通して指摘した縦断的調査の問題、とりわけ実査に関しては、データセットの収集に長期間要すること、調査期間途中に対象者が欠落することも不可避であること、金銭的コスト・時間的コストがかかること、調査（分析）担当者も異動等によって変わる可能性があること、が上げられた。

また、縦断的調査では対象者の欠落を最小限にすることが大きな課題となっている。その

ためにこれまで縦断的調査を実施してきた組織で採られてきた方法としては、年賀状、書籍・ニューズレターの送付等、対象者とのコミュニケーションに努めること、さらに、調査員調査を行う場合、調査員が調査期間を通じて同一の対象者を担当する等、様々な方法がある。どのような方法が効果的であるかの評価は調査によって異なり、確実な方法はない。

さらに、縦断的調査によって得られたデータの活用については、調査主体が優先的に分析を行うという点で共通している。しかし、調査主体によっては縦断的調査のデータ管理など関連業務、次の回の調査実査、他の業務などに忙殺され、本格的な分析が出来ないこと事例もあった。そこで、一定の期間を経た後はデータを積極的に公開しているケースもあった。ただし、公開にあたっては一定の資格要件を満たすことが求められている。