

労働政策研究報告書No.17(2005)
『インターネット調査は社会調査に利用できるかー実験調査による検証結果ー』
《関連資料》

ーインターネット調査の本質的課題ー

「モニター回答者」とは何か？

独立行政法人労働政策研究・研修機構

本多則恵

《本稿の性格・目的》

- 本稿は、『インターネット調査は社会調査に利用できるかー実験調査による検証結果ー』（労働政策研究・研修機構 労働政策研究報告書No.17 2005年）の内容をフォローアップするものとして、報告書の内容と、同研究で実施した実験調査を再分析して得られた新たな知見を踏まえて、「モニター回答者」の特性について考察したものである。とくに、調査常習者の回答に関する重回帰分析や居住地域と回答傾向の関係についての分析を、今回新たに付け加えた。
- なお、本稿の主目的は今後の研究課題を提示することであり、分析結果とその解釈は暫定的なものであることに留意されたい。
- 本稿は、筆者個人の責任で発表するものであり、独立行政法人 労働政策研究・研修機構としての見解を示すものではない。

・・・・・・・・・・・・・・・・

本稿の作成に当たっては、日経リサーチ鈴木督久氏、醍醐朝美氏、朝日新聞世論調査室松田映二氏、NHK放送文化研究所小野寺典子氏からいただいたコメントを参考にした。また、全般にわたり労働政策研究・研修機構本川明統括研究員にご指導いただいた。ここに記し感謝を申し上げます。

INDEX

I 問題意識

政策研究においてインターネット調査をどう利用するか。

II 実験調査の方法

同じ質問を従来型調査とネット調査で実施

III インプリケーション

- ① インターネット調査の安定性の発見
- ② モニター回答者の「不安・不満」バイアス
- ③ モニター回答者の「金銭・物質志向」バイアス

- ④ ある心理的特性をもった人たちが調査モニターになりやすい？
- ⑤ モニター調査のバイアスは、professional respondent (調査常習者)の問題には還元できない

IV ポイント

調査モニターには、募集方法、回答方法にかかわらず、「モニターになること」そのものに起因する偏りがある

V 今後の課題

- ① モニター調査の「偏り」は本当に安定しているのか
- ② 訪問面接調査は、偏っていないのか
- ③ 調査会社に何を求めるか
- ④ 「非モニター層」をどうやって把握するか
- ⑤ 今回の実験調査で見落としていること
- ⑥ アメリカ等での先行研究、実態のフォロー

I 問題意識

政策研究でもインターネット調査の利用は不可欠になりつつある

「政策研究」において、調査データに求められる要素は、ケース・バイ・ケースで多様である

代表性があること

迅速にデータが得られること

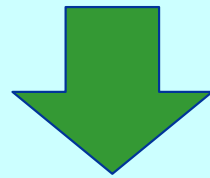
稀少なサンプル

研究の目的や利用方法によって各要素のプライオリティは異なる。



つねに「代表性」が最重要であるとは限らない！

“労働政策研究において、インターネット調査をどのように利用したらよいのか”を知るために、今回の実験調査を実施した。



実験調査結果の「マーケティング・リサーチ」やいわゆる「世論調査」への適用可能性については留保。

II 実験調査の方法

従来型調査と同じ調査票で、モニター型調査（ネット調査・郵送調査）5種類を実施

典型的なネット調査

	従来型調査	実験調査				
	調査X	調査A	調査B	調査C	調査D	調査E
回答者はモニターか？	非モニター	モニター				
回答者の集め方	無作為抽出	公募		非公募	公募＋非公募	
データ収集方法	訪問面接	インターネット画面			書面（郵送）	

Ⅲ インプリケーション①

インターネット調査の安定性の発見

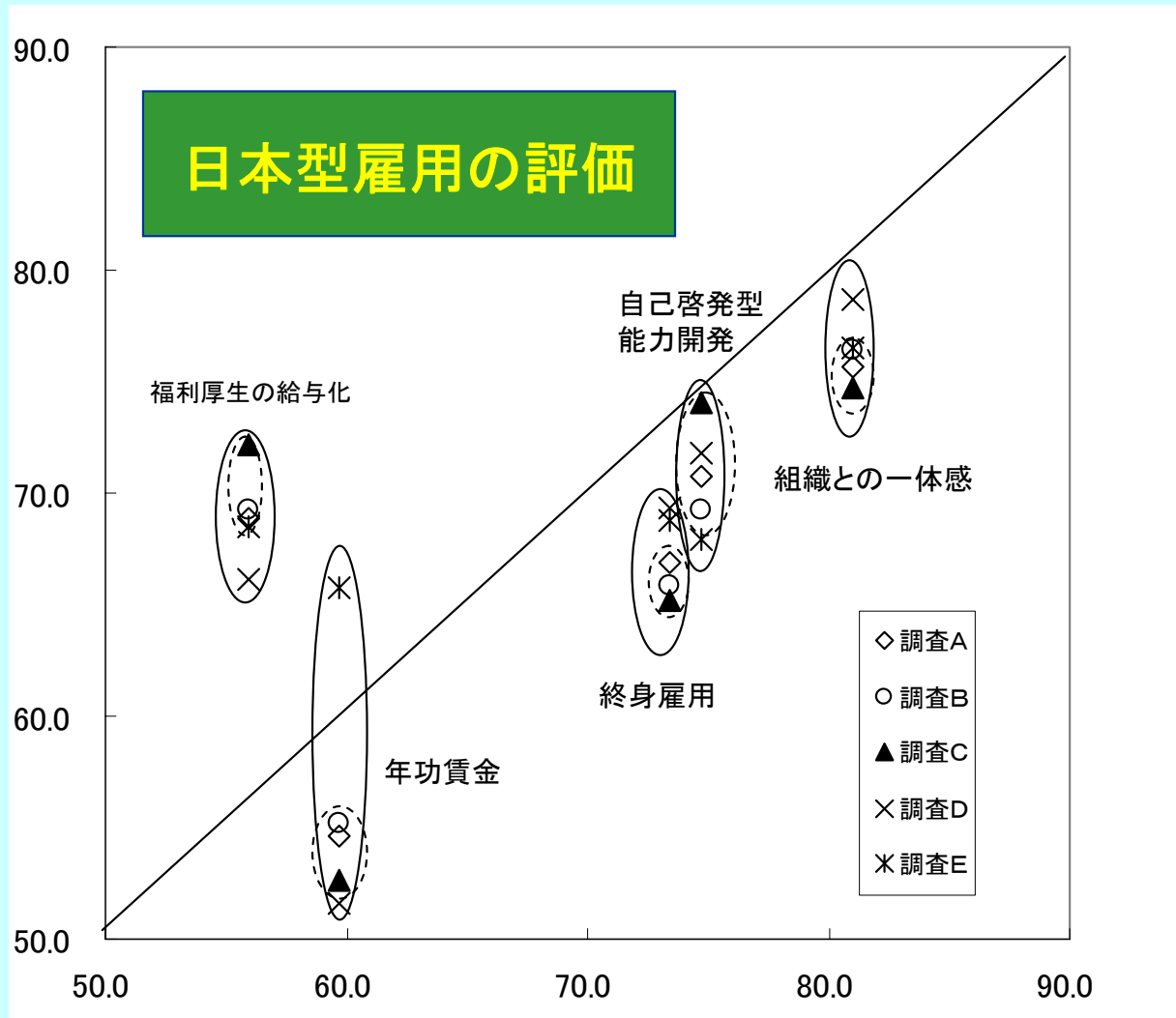
今回の実験調査の最も意外なファインディングス(発見)は、

「インターネット調査の結果に偏りがあること」

ではなく、

「インターネット調査結果の偏りが“安定”していること」

「偏りの安定性」: 複数のインターネット調査の結果が、従来型調査と比較して“同方向に乖離”していること



「良いことだと思う」と「どちらかといえば良いことだと思う」の合計

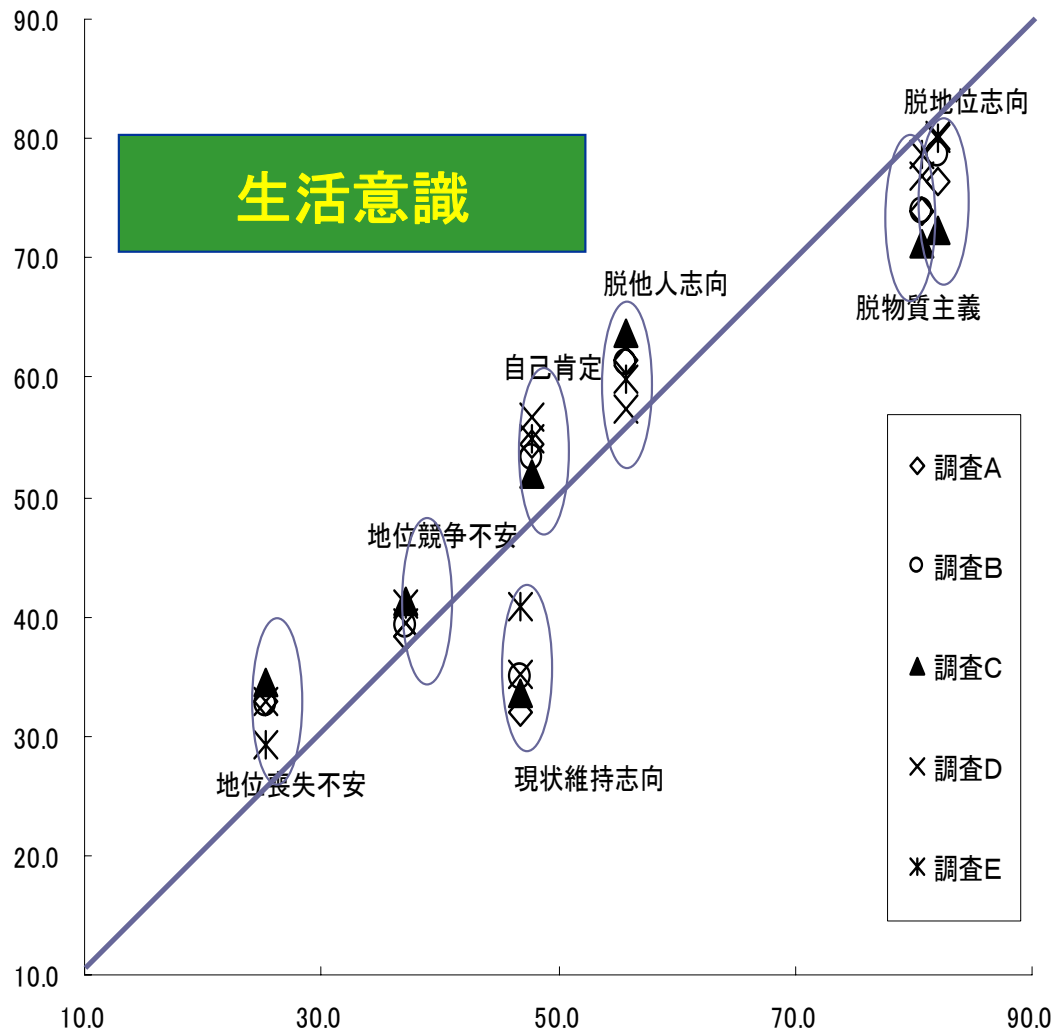
横軸: 調査Xの回答比率 (%)

縦軸: 実験調査の回答比率 (%)

(性・年齢による補正值)

cf. 報告書p131-132、
p221

生活意識



「よくあてはまる」と「ややあてはまる」の合計

横軸：調査Xの回答比率 (%)

縦軸：実験調査の回答比率 (%)

(性・年齢による補正值)

cf. 報告書p134、p222

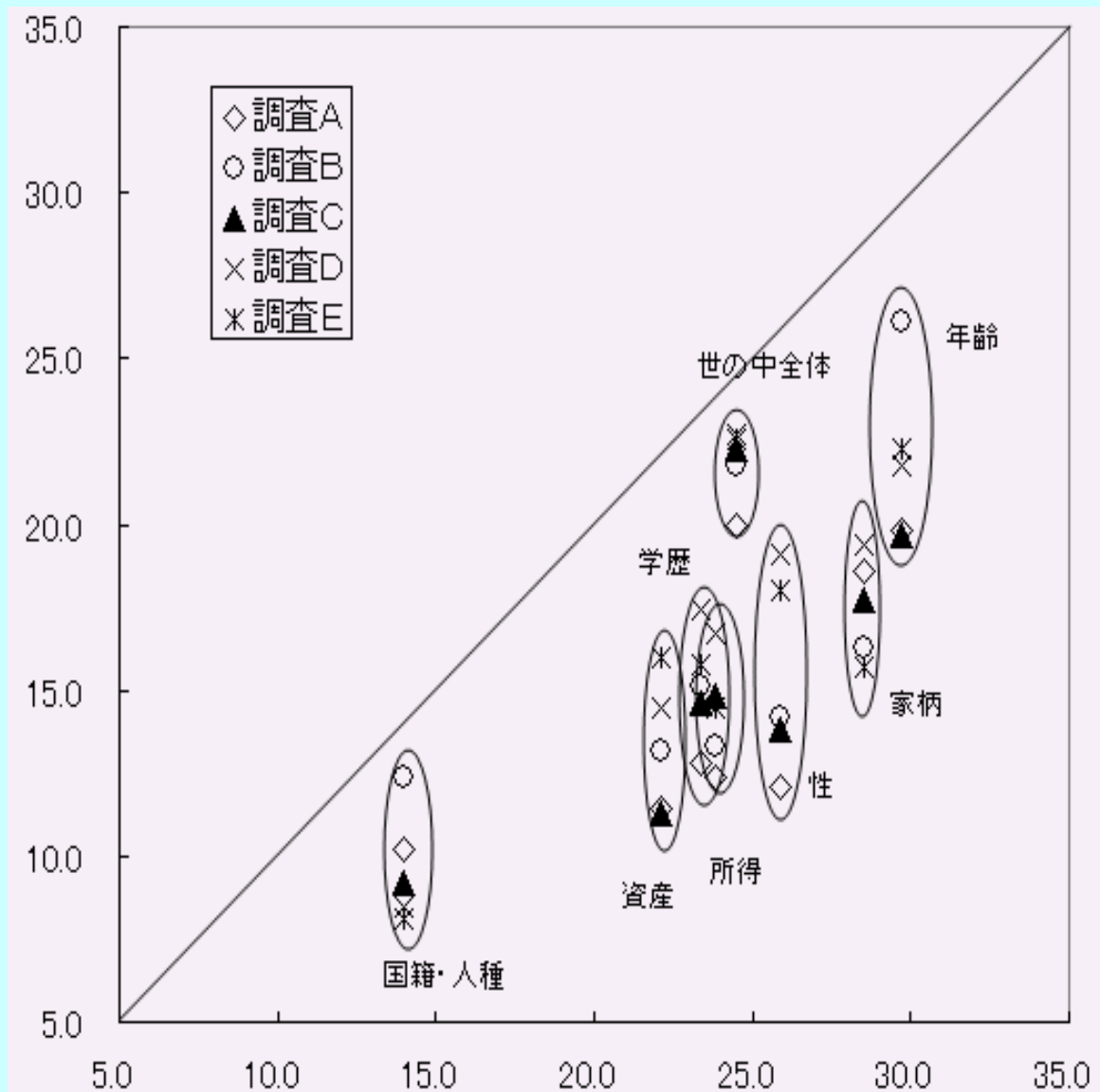
Ⅲ インプリケーション②

モニター回答者の「不安・不満」バイアス

モニター回答者の回答は、従来型調査に比べて、

不公平感、不安、不満が強い

i) 「いまの世の中や処遇は公平か」



問「いまの世の中(性、年齢等の違いによる処遇)は公平か」

「公平である」又は「だいたい公平である」の合計

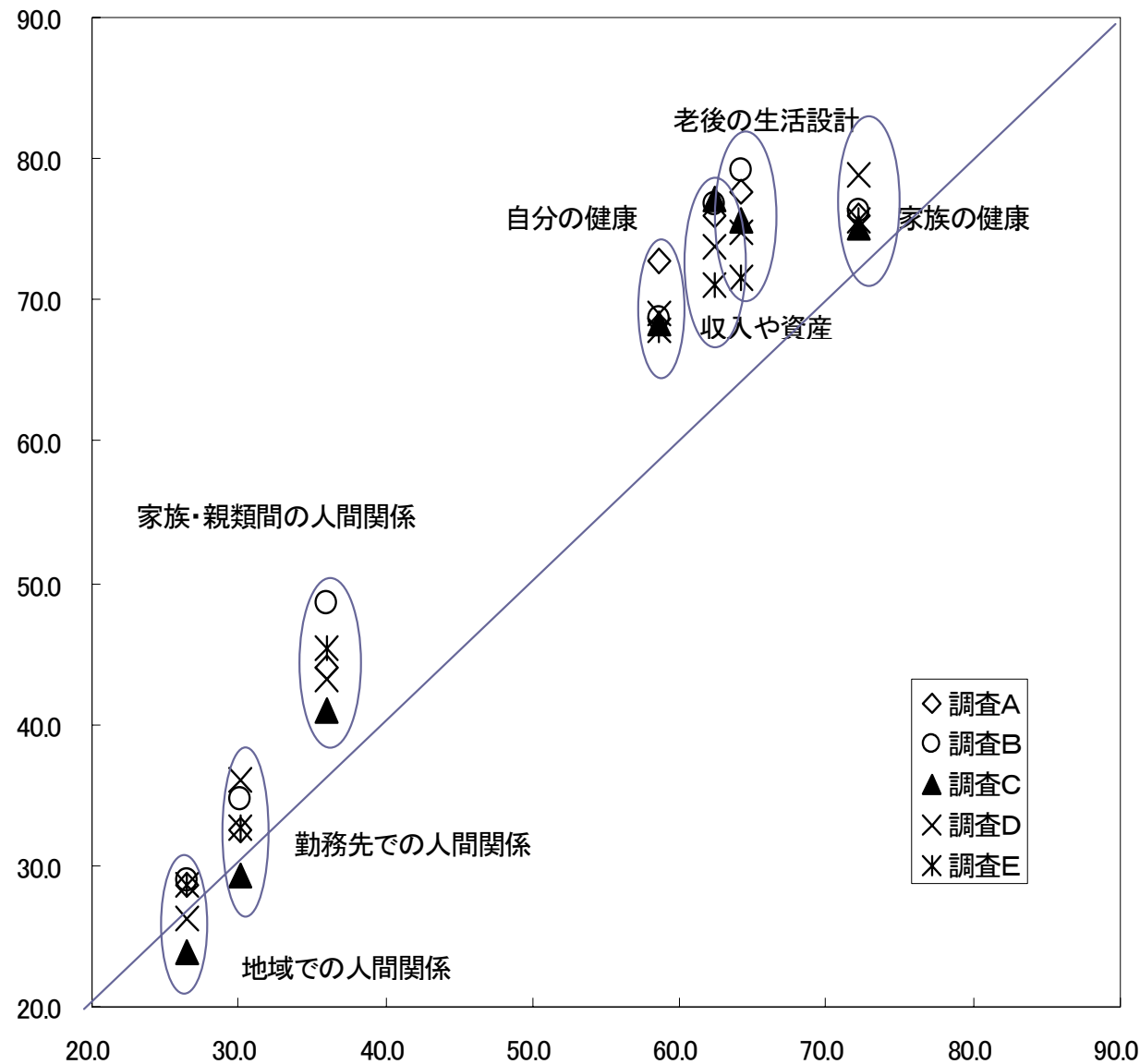
横軸: 調査Xの回答比率(%)

縦軸: 実験調査の回答比率(%)

(性・年齢による補正值)

cf. 報告書p138-139

ii) 「生活に不安を感じているか」



「感じている」と「やや感じている」の合計

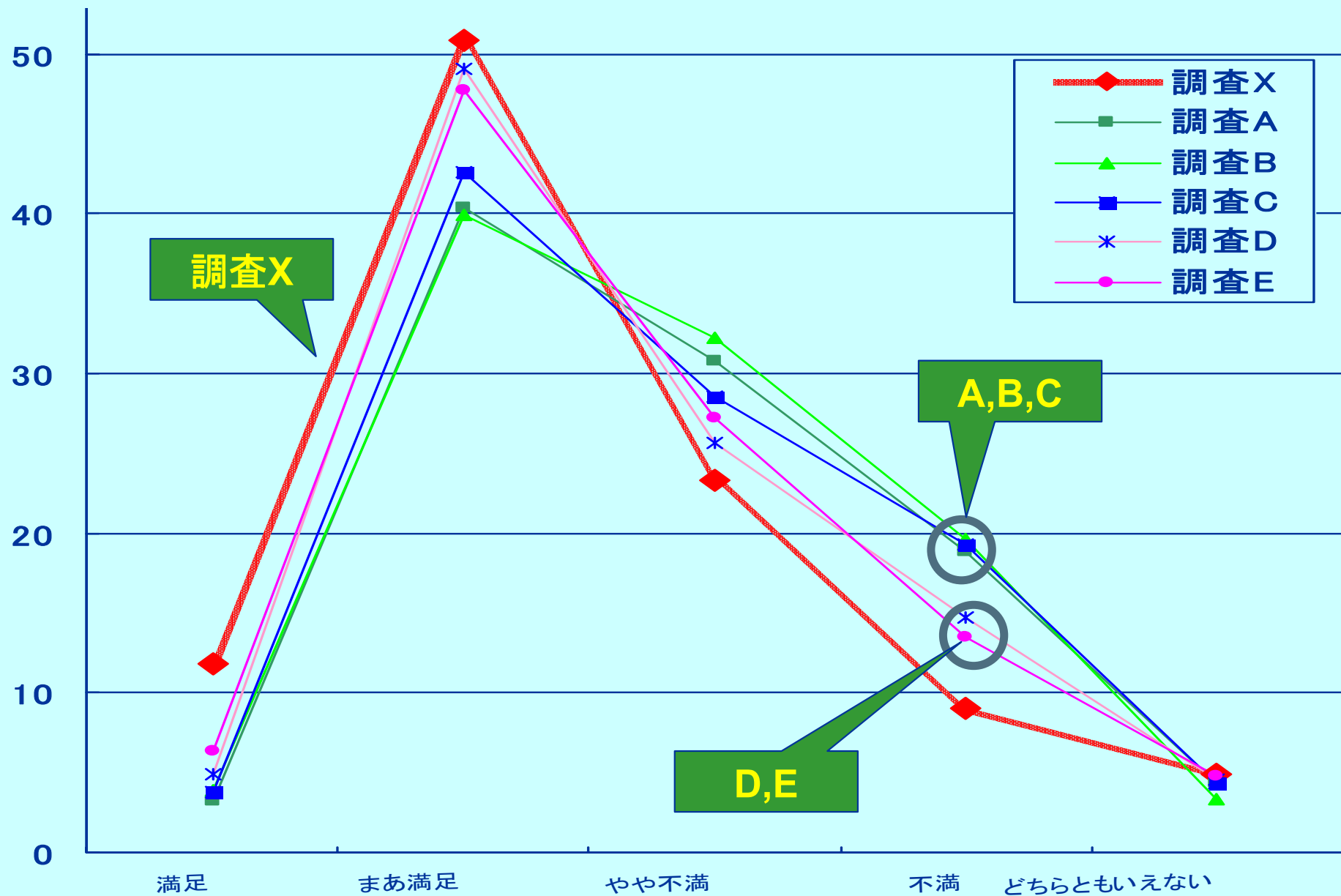
横軸：調査Xの回答比率(%)

縦軸：実験調査の回答比率(%)

(性・年齢による補正值)

cf. 報告書p142, p 223

iii)「現在の生活に対する満足度」



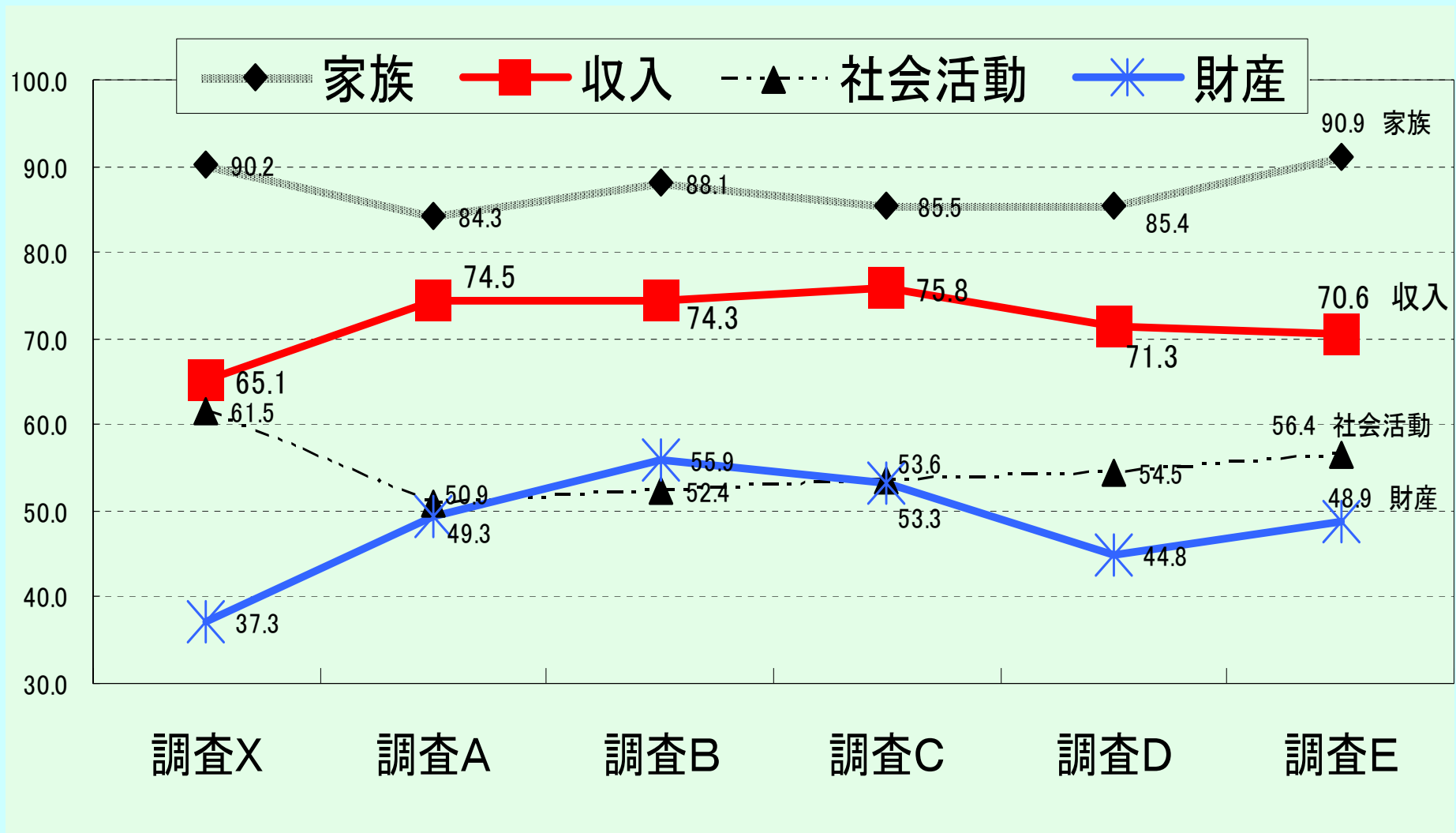
Ⅲ インプリケーション③

モニター回答者の「金銭・物質志向」バイアス

モニター回答者の回答は、従来型調査に比べて、

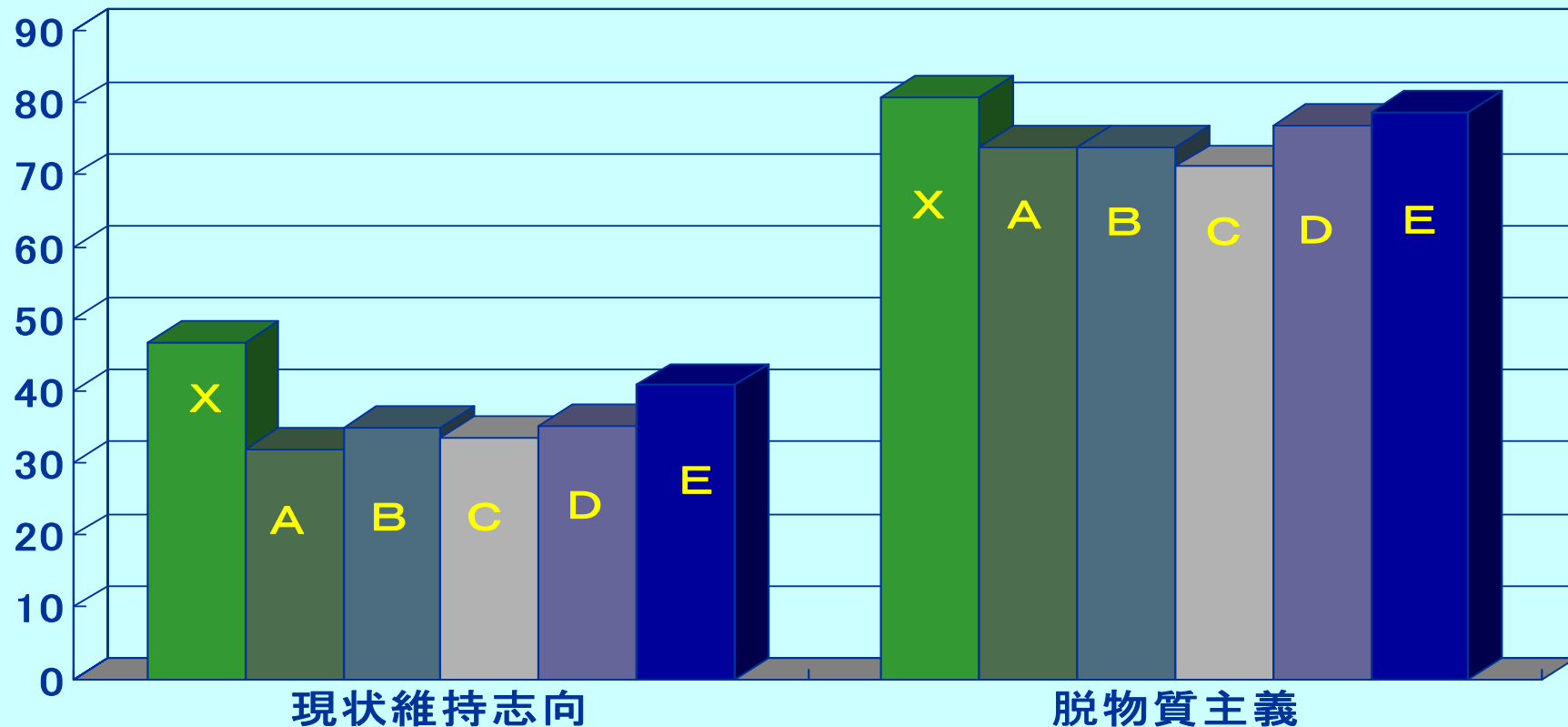
金銭・物質への志向が強い

◆モニター回答者は「収入」「財産」を重視



「重要だ」+「やや重要だ」の比率（性・年齢による補正值） cf.報告書p140

◆モニター回答者は、「現状維持志向」「脱物質主義」 がやや希薄



現状維持志向:「もっと多くを手にするよりも、これまでに獲得したものを維持することの方が重要」

脱物質主義:「物質的な豊かさよりも、心の豊かさやゆとりある生活に重きをおきたい」
(性、年齢による補正值) cf.報告書p134

Ⅲ インプリケーション④

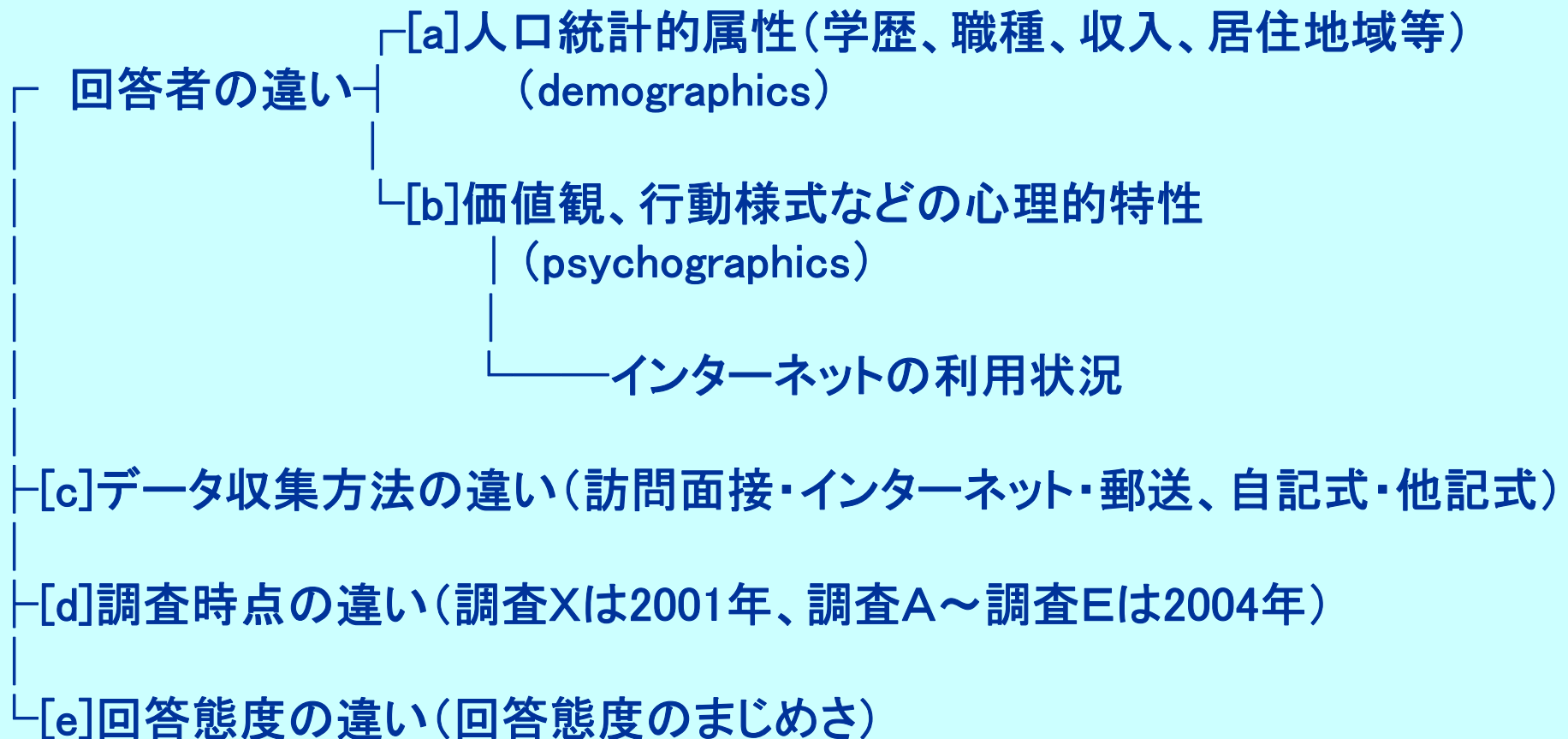
ある心理的特性（不安・不満が強い、金銭・物質志向）をもった人たちが、調査モニターになりやすいのか？

<仮説>

「従来型調査とモニター回答者の回答結果の差には、回答者の『**心理的特性**』の差が影響を与えている。」

④-1

「従来型調査とモニター調査の回答結果の差異」の発生要因として考えられるものは・・・



④-2

どの要因の影響が大きいか？

[a] 人口統計的属性(学歴、職種、収入、居住地域等)
(demographics)

→ 学歴の影響は多少ある (cf.報告書p162-165)

職業の影響はなさそう (cf.報告書p162-165)

居住地域の影響は今回の実験調査では分析できず
不明 (cf.報告書p119) 《付注参照》

[c] データ収集方法の違い

(訪問面接・インターネット・郵送、自記式・他記式)

→ “面接調査よりネット調査のほうがホンネで答えやすい”
という指摘があり、調査結果に影響しているかもしれない。

[d] 調査時点の違い

(調査Xは2001年、調査A～調査Eは2004年)

→2004年版の調査Xと2001年調査Xの結果には大きな差異はなく、調査時期の相違による影響は小さいと考えられる。

[e] 回答態度の違い(回答態度のまじめさ)

→調査結果に与える影響は不明。

ただし、この要因が「不安・不満」など特定方向への偏りをもたらすとは考えにくい。

⇒消去法で考えると、残る要因である価値観、行動様式など「心理的特性」の影響が大きいのではないかと考えられる

④-3

モニターになる動機と調査結果の特徴が符合している。

モニター回答者になる動機

調査結果

副収入や
小遣い稼ぎ

金銭・物質志向が強い

自分の意見を
伝えたい

生活全般への不安・不満、社会に対する不公平感が強い

調査モニターになる人たちに共通する心理的特性
を抽象的に表現すると……

**リスクやチャンスに対する
感度が高い**

Ⅲ インプリケーション⑤

モニター調査のバイアスは、professional respondent（調査常習者）の問題には還元できない

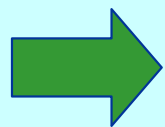
インターネット調査の問題点として、professional respondentの存在の悪影響が指摘されている。

- 一 最近では「アンケートのプロ」と呼ばれているアンケートマニア（小遣い稼ぎを目的としてさまざまなモニター組織に登録し、頻繁にアンケートに回答している人たち）の方もいるようですから、注意が必要です。

平石郁生ほか(2004)『自分でできるネットリサーチ』、ラトルズ社

- 一 公募系には“プロの回答者を含む確度”が高いことが示された。…回答者への謝礼と関連して、このサイト登録が無視できないことも分かってきた。プロ回答者や謝礼目当て回答者の存在が、回答内容に影響を及ぼすことも明らかである。

大隅昇(2005)「インターネット調査の何が問題か(つづき)」『新情報』92号(社)新情報センター



本当に問題なのか？ なぜ問題なのか？

調査常習者の回答内容に、他のモニター回答者と異なった傾向があるのかどうかを検証する

「調査常習者」の定義

“高頻度で調査に参加している回答者”

(“professional”という言葉には“生業として”というニュアンスがあるが、そこは不問に付して“調査参加頻度”のみに焦点をあてるために、本稿では「調査常習者」という呼称を用いる。)

以下、3つの質問項目について、

① ネット調査参加状況

- ・ ネット利用頻度
- ・ ネット調査回答頻度
- ・ 調査会社登録数

② ネット調査への参加動機

が回答に影響を与えているかどうかを分析する。

分析1: 被説明変数「生活満足度」

いずれも有意
でない!

説明変数		調査A		調査B		調査C		調査D		調査E	
		係数	p値	係数	p値	係数	p値	係数	p値	係数	p値
ネット調査 参加状況	ネット利用頻度	-0.041		0.035		0.226		0.029		-0.030	
	ネット調査回答頻度	-0.055		-0.010		0.074		0.048		0.006	
	調査会社登録数	0.012		0.007		-0.007		-0.005		0.028	
ネット調査 参加動機	調査テーマ・目的に関心	-0.156	*	-0.010		-0.048		-0.178	**	-0.036	
	時間に余裕	-0.139	*	-0.119	*	-0.121		-0.095		-0.272	**
	意見・主張を書ける	-0.116		0.015		0.068		0.088		-0.054	
	謝礼・景品がもらえる	0.260	**	0.011		0.205		0.255	***	0.073	
	調査実施主体に関心	-0.162		-0.007		-0.291	*	-0.066		-0.010	
	調査の趣旨・目的が理解できる	0.004		-0.114		0.227	*	-0.116		-0.128	
	答えるのが楽しい	-0.127		-0.105		-0.129		-0.157	*	-0.085	
	調査結果を知りたい	0.207	*	0.296	***	-0.269	*	0.250		0.066	
(定数項)		3.339	***	3.242	***	2.760	***	2.850	***	3.099	***
サンプルサイズ		946		1390		641		1017		606	
F値		2.350*		1.400		1.645*		1.974**		0.780	

(分析1について)

【重回帰分析】

○被説明変数

- ・生活満足度:「満足」=1,「まあ満足」=2,「どちらともいえない」=3,「やや不満」=4,「不満」=5 (「わからない」は除外)。

○説明変数

- ・ネット利用頻度:「毎日1回以上」=1,それ以外=0
- ・ネット調査回答頻度:「週に7回以上」=4,「週に5~6回」=3,「週に1~4回」=2,「月に1~2回」=1,「3ヶ月に1~2回以下」=0
- ・調査会社登録数:登録数をそのまま説明変数とした。ただし「20社」を超える回答については分析から除外した。
- ・ネット調査参加動機:回答方式は複数回答(M.A.)。それぞれの項目を「選択」=1,「非選択」=0

分析2:被説明変数「世の中の公平感」

ほとんど
有意でない

説明変数		調査A	調査B	調査C	調査D	調査E
		係数 p値	係数 p値	係数 p値	係数 p値	係数 p値
ネット調査 参加状況	ネット利用頻度	-0.106	0.150 *	0.087	-0.073	-0.019
	ネット調査回答頻度	-0.021	0.019	0.022	0.085 ***	-0.001
	調査会社登録数	0.021 **	0.010	0.005	0.031	-0.005
ネット調査 参加動機	調査テーマ・目的に関心	0.002	-0.024	-0.022	-0.025	0.029
	時間に余裕	-0.054	-0.075 *	-0.139 **	-0.035	0.069
	意見・主張を書ける	0.026	0.019	0.148 **	0.046	-0.107
	謝礼・景品がもらえる	-0.082	0.002	0.039	-0.011	-0.015
	調査実施主体に関心	0.040	-0.008	0.063	-0.147 **	0.076
	調査の趣旨・目的が理解できる	-0.057	-0.020	-0.012	-0.105 *	-0.048
	答えるのが楽しい	0.009	-0.005	0.063	-0.045	0.158 *
	調査結果を知りたい	0.096	0.016	-0.085	-0.047	0.003
(定数項)	3.404 ***	3.054 ***	3.076 ***	3.129 ***	3.145 ***	
サンプルサイズ	936	1377	631	950	599	
F値	1.151	1.193	1.595*	2.110 **	0.772	

世の中の公平感:「公平」=1,「だいたい公平」=2,「あまり公平でない」=3,「公平でない」=4,「わからない」は除外。

分析3:被説明変数「生活充実感」

ほとんど
有意でない！

説明変数		調査A		調査B		調査C		調査D		調査E	
		係数	p値	係数	p値	係数	p値	係数	p値	係数	p値
ネット調査 参加状況	ネット利用頻度	-0.311	**	-0.007		0.310		0.008		-0.028	
	ネット調査回答頻度	-0.099	**	-0.013		0.030		-0.011		-0.029	
	調査会社登録数	0.020		0.007		0.007		0.005		0.001	
ネット調査 参加動機	調査テーマ・目的に関心	-0.096		-0.062		-0.200	**	-0.173	**	-0.041	
	時間に余裕	-0.059		0.080		-0.115		-0.067		0.040	
	意見・主張を書ける	-0.148	**	-0.131	**	0.073		0.006		-0.106	
	謝礼・景品がもらえる	0.139		-0.016		0.165		0.034		-0.038	
	調査実施主体に関心	-0.103		0.003		-0.070		-0.034		-0.061	
	調査の趣旨・目的が理解できる	-0.053		-0.174	**	0.156		-0.096		-0.103	
	答えるのが楽しい	-0.144	*	-0.177	***	-0.019		-0.099		0.142	
	調査結果を知りたい	-0.073		-0.009		-0.170		0.143		0.042	
(定数項)		3.204	***	2.792	***	2.240	***	2.647	***	2.576	***
サンプルサイズ		952		1383		642		1007		599	
F値		3.358	***	2.352	***	1.427		1.212		0.578	

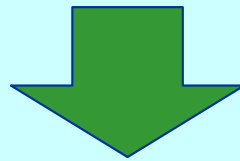
「充実感あり」=1,「ある程度ある」=2,「どちらともいえない」=3,「あまりない」=4,「ない」=5,「わからない」は除外。

分析結果からいえること

「ネット調査回答頻度が高い」

「多くの調査会社にモニター登録している」

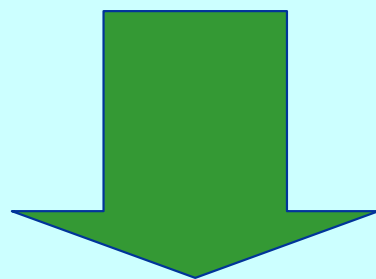
という変数は、回答内容に有意な影響を及ぼしていない



「“調査常習者”の存在が調査結果を偏らせているわけではない」

または

「ほとんどのモニター回答者が“調査常習者”である」



モニター登録した回答者の中から、調査常習者(調査参加頻度の高い者)を排除しても、調査結果には影響を及ぼさないと考えられる。

*ただし、今回分析対象とした不安、不満等に関する意識以外の項目について調査常習者の回答傾向については未知であり、今後の検証が必要である。

IV ポイント

「調査モニター」全般に共通する課題

募集方法、回答方法にかかわらず、「モニターになること」そのものから回答者にある種の偏りが生ずる

V 今後の課題

①モニター調査の「偏り」は本当に安定しているのか

◆”意識“以外の調査項目についての検証

今回の実験調査は“意識調査”。実態・行動に関する調査では、「偏り」はどのように現われるか？

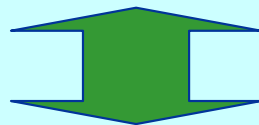
◆他のモニター集団についての検証

他の会社のネット調査モニター集団でも同様の「偏り」がみられるのか？

V 今後の課題

②訪問面接調査は、偏っていないのか

「モニター回答者は不安・不満が強い」



もしかすると、訪問面接調査回答者が
(国民の平均値に比べて)

too happy, too optimistic?

(玄関先で見知らぬ調査員に対応するという調査プロセスによるスクリーニング効果?)

V 今後の課題

③調査会社に何を求めるか

◆保有するモニターについての情報開示

- モニター募集・管理方法
- demographicに関する情報
- psychographicに関する情報

(例えば内閣府世論調査やSSMと同じ質問項目の調査結果)

V 今後の課題

④ 「非モニター層」をどうやって把握するか

- ◆モニター調査結果を補正・推定によって真値（対象母集団_[cf.報告書p61]）に近づけるためには、「非モニター層」に関する情報が必要である。
- ◆モニター調査を活用していくためには、「非モニター層」について、どうやって情報を得るかが課題になる。
→従来型調査との併用

* 例えば、従来型調査の実施の際に、回答者に「調査モニターとしての登録の有無」を尋ね、モニター層と非モニター層の回答傾向の差異の分析を行うといった方法が考えられる。

V 今後の課題

⑤ 今回の実験調査とその分析で見落として
いること

◆ データ収集方式の影響

・ ネット、紙、面接のどれがホンネか？

◆ 回答態度の影響

(まじめ・ふまじめ、虚偽回答、無回答など)

・ 回答態度の影響は、今回の実験調査に限らず、実はかなり大きいのではないかと感じている。調査のかく乱要因として脅威になるのではないか。

・ 個々の回答について、回答態度を判断できるような指標はないだろうか。

◆回答時点の違いの影響

2004年版の調査Xとの比較が可能

cf. 2004年版調査X「第4回勤労生活に関する調査」結果

<http://www.jil.go.jp/press/documents/20050331.pdf>

<http://www.jil.go.jp/institute/research/2005/006.html>

◆5種の調査相互間の差異の分析

公募モニターと非公募モニター、モニターネット調査とモニター郵送調査の違いについてのきめ細かな分析が必要

◆回答者の居住地域の違いの影響

《付注参照》

V 今後の課題

⑥アメリカ等での先行研究、実態のフォロー

◆調査法に関する研究体制の問題

- ・調査法 (特にdata collection) に関する国内の研究者の層の薄さ
- ・海外の先行研究のフォローや調査法の実態把握の不足

◆実務家による努力に期待したい

～ 例えば、次のような文献の地道な紹介など……

* *Public Opinion Quarterly*の諸論文

* Groves, Couper, Tourangeau et al. 2004

”*Survey Methodology*” (Wiley-Interscience)

付注：居住地域別の回答傾向について

◆調査A～Dの各調査会社の登録モニターは、調査X回答者に比べて関東、近畿に集中しており、今回の実験調査の回答者についても、居住地域が大都市に偏っている可能性がある(データ1参照)。

(なお、調査Dは、首都圏と京阪神圏のみでモニターを依頼しているため、両地域のみモニターが分布している。)

◆今回の実験調査では回答者の地域属性の情報を収集しなかったが、比較対象とした調査Xについては回答者の地域属性を把握しているため、調査Xについて居住地域の回答傾向の分析をいくつかの質問で試みた。

◆居住地域を「大都市」「大都市以外の市」「町村」に3区分し、いくつかの質問について回答結果を回答者居住地域の都市規模別に集計して比較した。

◆その結果をみると、都市規模による回答結果の顕著な差はみられなかった(データ2参照)。

データ1 居住地域の分布

調査Xは調査回答者、調査A～Eは調査回答者を含む登録モニター全体の居住地域の分布を示している。

	調査X	調査A (2004年10 月現在)	調査B (2004年10 月現在)	調査C (2004年10 月現在)	調査D (2003年4月 現在)	調査E (時点不明)
北海道	4.7%	4.3%	3.9%	3.9%	—	4.3%
東北	7.5%	4.9%	5.2%	4.1%	—	7.5%
関東	31.8%	44.2%	45.9%	47.2%	首都圏 74.8%	32.3%
中部	19.6%	13.2%	12.3%	13.4%	—	17.3%
近畿	15.2%	19.5%	18.5%	18.6%	京阪神圏 25.2%	18.9%
中国	6.0%	4.5%	4.6%	4.2%	—	9.1%
四国	3.2%	2.3%	2.2%	2.2%	—	
九州	12.1%	7.1%	6.9%	6.4%	—	10.6%
その他	—	—	—	海外0.1%	—	—

データ2 都市規模別集計結果

質問項目	回答	大都市	中小都市	町村	カイ2乗検定 p値
生活満足度	満足・やや満足	61.2%	63.0%	62.1%	0.7663
	それ以外	38.8%	37.0%	37.9%	
不安(自分の健康)	感じている	57.7%	58.6%	59.8%	0.7883
	感じていない	42.3%	41.4%	40.2%	
不安(家族の健康)	感じている	70.4%	73.2%	73.5%	0.4401
	感じていない	29.6%	26.8%	26.5%	
不安(収入・資産)	感じている	59.0%	61.8%	69.0%	0.0022 ***
	感じていない	41.0%	38.2%	31.0%	
不安(老後生活)	感じている	65.1%	64.7%	68.2%	0.3560
	感じていない	34.9%	35.3%	31.8%	
不安(家族親族の人間関係)	感じている	35.4%	35.2%	40.2%	0.1190
	感じていない	64.6%	64.8%	59.8%	
不安(勤務先の人間関係)	感じている	32.0%	37.6%	39.7%	0.0548
	感じていない	68.0%	62.4%	60.3%	
不安(地域の人間関係)	感じている	20.3%	27.6%	33.7%	0.0000 ***
	感じていない	79.7%	72.4%	66.3%	

(注)各都市規模区分ごとに、2000年国勢調査の性・年齢構成に一致するようウエイト付けした。

質問項目	回答	大都市	中小都市	町村	カイ2乗検定 p値
公平感(世の中全体)	公平	23.9%	27.5%	25.9%	0.289
	公平でない	76.1%	72.5%	74.1%	
公平感 (性の違いによる処遇)	公平	26.1%	28.6%	33.9%	0.020 **
	公平でない	73.9%	71.4%	66.1%	
公平感 (年齢の違いによる処遇)	公平	32.5%	38.2%	37.5%	0.079
	公平でない	67.5%	61.8%	62.5%	
公平感 (学歴の違いによる処遇)	公平	26.5%	23.9%	27.4%	0.229
	公平でない	73.5%	76.1%	72.6%	
公平感 (職業の違いによる処遇)	公平	23.6%	25.2%	25.9%	0.700
	公平でない	76.4%	74.8%	74.1%	
公平感 (所得の違いによる処遇)	公平	21.8%	25.2%	27.3%	0.135
	公平でない	78.2%	74.8%	72.7%	
公平感 (資産の違いによる処遇)	公平	23.1%	23.6%	28.2%	0.109
	公平でない	76.9%	76.4%	71.8%	

(注)各都市規模区分ごとに、2000年国勢調査の性・年齢構成に一致するようウエイト付けした。

<分析に用いた都市規模区分>

都市規模区分	区分基準	回答者数(構成比)
大都市	東京23区・大阪市・横浜市・名古屋市・京都市・北九州市・札幌市・仙台市・川崎市・神戸市・広島市・福岡市	504人 (21.0%)
中小都市	上記以外の市	1,371人 (57.2%)
町村	町、村	522人 (21.8%)

【参考資料】

『インターネット調査は社会調査に利用できるかー実験調査による検証結果ー』
労働政策研究・研修機構 労働政策研究報告書No.17 2005年

『インターネット調査は社会調査に利用できるかー実験調査による検証結果ー』
労働政策研究・研修機構 労働政策研究報告書サマリー

「社会調査へのインターネット調査の導入をめぐる論点」
『労働統計調査月報』No.673(2005年2月)

「インターネット調査法についての一問一答」
(労働政策研究・研修機構HPのコラム)

～以上の資料はすべて労働政策研究・研修機構のHPで全文をご覧いただけます～

※今回の実験調査の個票データ(調査A,B,C,E)を、労働政策研究・研修機構のHPで公開していますので、どうぞご利用ください。
<http://www.jil.go.jp/institute/kohyo/index.htm>