

## 視点

## 調査研究と調査環境

No.140 2000年6月

苦労して配布したアンケート調査を回収するときは、ドキドキする。回収率は期待のとおりになってくれるだろうか。設問の意味は正しく伝わっただろうか。うまくいく時もあれば、思いもかけない落とし穴もある。誤植を見落としたため、設問の結果が解釈不能で使い物にならなくなることもある。ヒアリングのアレンジも同様のドキドキの連続である。アポイントメントがとれて、いざ事業所の門前に立つときは、少し緊張する。協力的な雰囲気の中で、当方の調査意図がうまく通じた時は、ほんとうにうれしくなる。さて、こうしてあつめたデータを解析し、新しい事実発見が見えてきた瞬間は、本当に「やったあ！」と思う。この喜びは、まさに調査屋冥利に尽きるものがある。

世界に冠たる統計大国（実証されているわけではないが）日本では、人々が年々に生み出す調査の成果は、それこそ数え切れない。それらは、膨大なる報告書集積となって、あちこちに散らばっている。ところで、その生産元である調査屋のあいだで、「最近の実査がむずかしくなった」というような声を、時折、耳にする。回収率が思うように伸びない。調査協力者をうまくみつけれない。また、たとえ協力する気持ちのある人がいても、その人にアクセスするうまい時間帯が見つからない。などなど、さまざまな問題が指摘される。

統計専門家の間では、久しい以前から「統計環境」という言葉で、この問

題が議論されてきた。統計調査が実施しうるためには、そのための環境が必要である。アンケート票を届けにいても、拒否されてしまう、あるいは、最初は受け取ってくれても、結局記入してもらえない事態が頻繁に発生するようになると、それは調査の精度を狂わせることにもなる。調査区を厳密に定め、その中でランダム・サンプリングによって配布対象を選び、母集団の状態を正確に推計しようという本格的な統計調査の場合、配布不能・調査拒否などによって生じるサンプル・バイアスは、時には無視し得ない推計誤差をもたらす。

そこで、「統計環境」の実態に関する調査がいくつか行われてきた。その嚆矢となったのは、九州大学経済学部統計学研究室による「統計環境実態調査」（1978）である。そのフォローアップとして、国勢調査調査員を対象にした「統計環境実態調査」（1995）も、同研究室によって最近発表された（日本統計研究所『研究所報』No.24、1998年1月）。この他にも、文部省統計数理研究所「統計環境に関する住民意識調査」（1986）、総務庁「統計報告等の記入者負担に関する実態調査」（企業・事業所対象、1994年）などがある。

これらの調査結果をみて、いまさらながら考えさせられるのは、社会調査という行為は、自然科学における実験とは異なって、まさに社会的行為なのであり、それが可能となる条件は、調査を実施する主体と調査に協力してくれる人たちとの社会的諸関係に他ならない、ということである。これは調査屋ならば、当然のこととして知っている当たり前のことではあるけれども、人はしばしば当たり前のことを忘れがちになる。人は調査されるために存在しているのではない。調査に協力するのに必要な手間や時間は、他のことにもふりむけられたはずの希少な資源なのである。つまり、調査に協力するにはコストがかかる。コストをかけてまで協力してくれる人たちをみつけるためには、調査する側にも相当の努力がなされなければならない。まず、調査の意義に賛同してもらおう。調査結果がどのように生

かされるのかも説明する。できたら、調査結果の概要をお送りする（これは個人対象の場合には難しいけれども）。などなど、当然といえば当然ではあるけれども、なされるべきことは多い。

調査をする機会は、実は無尽蔵にあるわけではなく、それ自身希少な資源なのだということに着目すれば、本当にいま調査しなければわからない情報なのか、類似の情報があるのではないか、という点の吟味も重要となろう。いわゆる先行研究のレビューである。忙しく調査を実施していると、しばしばこの作業が抜け落ちがちになるけれども、同じような調査票やヒアリングを何回も引き受けされる立場になって考えてみなければならぬ。海外調査団の派遣でも、かつて時短調査の巡礼がドイツを集中訪問したときに、ドイツ側の受け入れ先から「いいかげんにしてくれ」という苦情を提出されたような轍を踏んではならない。

さらに、調査の実施が社会的行為であり、それを通じて社会的諸関係が形成されるのだという視点からすると、調査の主体と客体を二元的にとらえる認識自体も、問題とされなければならないのではないか。調査は、調査を実施するものと、それに協力してくれる人たちとの共同作業として、はじめて成立する。このような視点からは、例えば次のような表現は非常に気にかかる。「戦後社会の急激な変貌の過程で、民主化の進展、個の自立による自己情報の処分権の自覚、さらには政治不信といった要素が、統計調査に対する被調査者（調査客体）の協力意識を次第に衰微させてきた。」（日本統計研究所『研究所報』No.24、1998年1月、P.1）ほんとうにそうなのだろうか？調査実施者と協力者の間の共同作業の自覚、あるいは調査結果の社会的共有財産としての意義についての合意など、調査協力者をも含む調査関係者の間での合意形成の努力は、はたして十分だったのだろうか。

調査の主体・客体という関係ではなく、同じく調査の意義に共鳴し、その結果を社会の共有財産にしようという合意にもとづく、共同作業としての

調査の構築は、調査屋に課せられた重要なテーマのひとつである。おそらく、そのことをなおざりにすれば、統計や調査は、内部から衰微していくだろう。調査の方法とともに、作法もまた、それ以上に重要なのである

(注)。ヒアリングに行ってお説教をしてくるなどは論外である。アンケート調査にしても、書面の上ではあれ、調査の意義を訴え、協力をあおぐ真摯な姿勢が必要となる。かつて、ある先生から、ヒアリングでは、「仲良くならなければ肝心なことは教えてくれないよ。」と、教えられたことがある。そして、仲良くなるためには、礼儀を尽くすだけではだめで、相手の世界を内在的に理解し、共鳴をえられるだけの実務知識も必要である、と。職業としての調査屋には、人格の陶冶と対象世界への認識の深化が、ともに求められるのである。

(注) 最近出版された小池和男教授の『聞き取りの作法』（東洋経済新報社）は、この点について懇切に教えてくれる稀有の本である。

---

[HP D I O目次に戻る D I Oバックナンバー](#)