

提言

社会調査をめぐる環境変化と問題解決に向けて



平成29年（2017年）9月19日

日本学術会議

社会学委員会

社会統計調査アーカイヴ分科会

この提言は、日本学術会議社会学委員会社会統計調査アーカイブ分科会の審議結果を取りまとめ公表するものである。

日本学術会議社会学委員会社会統計調査アーカイブ分科会

委員長	佐藤 嘉倫 (連携会員)	東北大学大学院文学研究科副研究科長
副委員長	石井 クンツ 昌子 (連携会員)	お茶の水女子大学基幹研究院人間科学系教授
幹事	青柳 みどり (連携会員)	国立研究開発法人国立環境研究所社会環境システム研究センター主席研究員
幹事	稲葉 昭英 (連携会員)	慶應義塾大学文学部教授
	町村 敬志 (第一部会員)	一橋大学大学院社会学研究科教授
	阿部 彩 (連携会員)	首都大学東京都市教養学部人文・社会系教授
	今田 高俊 (連携会員)	東京工業大学名誉教授・統計数理研究所客員教授
	岩井 紀子 (連携会員)	大阪商業大学総合経営学部教授
	岩永 雅也 (連携会員)	放送大学教養学部教授
	大谷 信介 (連携会員)	関西学院大学社会学部教授
	川端 亮 (連携会員)	大阪大学大学院人間科学研究科教授
	吉川 徹 (連携会員)	大阪大学大学院人間科学研究科教授
	盛山 和夫 (連携会員)	日本学術振興会学術システム研究センター副所長
	谷 富夫 (連携会員)	甲南大学文学部教授
	玉野 和志 (連携会員)	首都大学東京大学院人文科学研究科教授
	原 純輔 (連携会員)	東北大学名誉教授
	真鍋 一史 (連携会員)	青山学院大学地球社会共生学部教授
	三浦 典子 (連携会員)	山口大学名誉教授
	渡邊 秀樹 (連携会員)	帝京大学文学部教授
	松本 康 (特任連携会員)	立教大学社会学部教授

本提言の作成に当たり、以下の職員が事務及び調査を担当した。

事務	井上 示恩	参事官(審議第一担当) (平成 29 年 3 月まで)
	西澤 立志	参事官(審議第一担当) (平成 29 年 4 月から)
	渡邊 浩充	参事官(審議第一担当)付参事官補佐 (平成 28 年 12 月まで)
	齋藤 實寿	参事官(審議第一担当)付参事官補佐 (平成 29 年 1 月から)
	石部 康子	参事官(審議第一担当)付審議専門職

要 旨

1 作成の背景

社会調査をめぐる環境は近年急激に変化し、適切な母集団を設定した無作為抽出標本に基づいた社会調査が困難になっている。このため、信頼できない社会調査が横行し社会調査の環境をさらに悪化させるという悪循環が生じている。このことを背景として、本提言では社会調査及びその環境の問題点を検討し、それに対する解決策を提言する。

2 現状及び問題点

社会調査は我々の社会の現状を的確に把握し、その時間的変化を追跡し、他の社会との比較をするために、さらにはエビデンスに基づいた政策立案をするために不可欠である。社会調査から得られる情報がなければ、民主社会の基盤が損なわれてしまう。しかし現在、社会調査は、社会調査環境の悪化、インターネット調査の普及、世論調査をめぐる問題、統計法の問題、ビッグデータ収集倫理という問題を抱えている。

社会調査環境の悪化は、回収率の低下、社会調査の質の低下、標本抽出環境の悪化からなる。社会の的確な実態を捉えるためには、適切な母集団を設定し、その母集団に対して代表性のある標本から情報を得る必要がある。このためには回収率が高くなければならないが、近年の社会調査ではこの回収率が低下する傾向にある。社会調査の質の低下の要因の一つとして、社会調査や統計学の基礎知識を修得していない人々が調査を行うことがあげられる。このことは社会調査に対する人々の信頼を失わせ、ひいては調査対象者が社会調査に対して協力することをためらうようになる一因となっている。正確な社会調査を行うためには、選挙人名簿や住民基本台帳から無作為に標本を抽出する必要がある。しかし現状では、母集団設定に対する理解の欠如や、これらの抽出台帳の閲覧にあたっての様々な困難が存在する。

このような社会調査環境の悪化を背景として、インターネット調査の普及がある。インターネットを調査に用いること自体に問題があるという訳ではない。しかしインターネット調査の対象者は適切に設定された母集団から無作為に抽出されていないので、調査から得られた情報が母集団の情報から乖離する危険がある。したがってインターネット調査を用いた結果を公表する際には、これらの問題点も明示して、人々に誤解を与えないようにすることが不可欠である。

社会調査の一種に世論調査があるが、この世論調査には2つの問題点がある。第1は、政治的な正しさ (political correctness) に関わる質問や論争的な質問に正直に回答することをためらう人が多いため、正しい回答分布を得ることができない。第2は、マスメディアがこの問題を含めた世論調査の特性 (限界) を踏まえて調査結果を報道しないと、間違ったことを人々に伝える可能性がある。

我が国において政府の統計業務を管轄する役割を担っている統計法を中心とする法制度に関しても問題が2つある。第1は、事実に関する統計調査と意識に関する世論調査を区別しているため、1つの調査で両方のデータを得ることができず、それゆえ人々の属性と意識の関連を分析できないという問題である。第2は、統計法上、原則として調査結果

は目的以外の用途に使用しないとされているため、一般市民が個票データを容易に利用できないという問題である。

近年注目を集めているビッグデータの収集と分析は、従来の社会調査データでは見ることのできなかつた社会現象を解明するという点で優れた研究手法である。しかし個人情報保護という倫理性への配慮が弱いままデータが収集されているという問題がある。

本分科会では、これらの問題点とそれらに対する方策を詳細に検討してきた。その検討に基づいて、次の5つの提言を行う。

3 提言の内容

(1) 社会調査の質の保証

関連学会は、①信用できる社会調査であることを証明する認証制度を検討し、②調査にたずさわる人材育成のために最新の社会調査に関する技法や知識を修得できる研修の機会を設定し、③社会調査の実務に従事する調査員に資格制度を設け、専門性を確立すべきである。

(2) 住民基本台帳・選挙人名簿の閲覧

学術的な社会調査の質を保証するために、自治体は住民基本台帳閲覧及び選挙人名簿についての閲覧制限や課金などの制約を可能な限り低く設定し、学術調査については普遍的に閲覧を許可すべきである。

(3) 公的機関の行う社会調査の質の保証

官公庁及び自治体が社会調査を行う場合は、安易なモニター調査ではなく、住民基本台帳又は選挙人名簿から無作為抽出によって対象者を抽出して実施すべきである。また調査を担当する職員には、社会調査と社会統計の基礎知識を修得させるべきである。さらに、社会調査を調査会社に委託する際には調査の質を重視すべきであり、価格面のみを重視した単純な競争入札のあり方は見直されるべきである。

(4) 国民の社会調査に対する理解と認識の向上

人々の社会調査に対する理解と認識を深めるために、関連学会は生徒が初等・中等教育の段階から社会調査の意義や役割を学ぶことができるように国に働きかけるべきである。同時に、一般市民が社会調査の意義を理解できるように、官民学を問わず調査主体は調査結果等の広報を積極的に行うべきである。

(5) 統計法の見直し

国は、公的統計データの有効な活用のために、統計法における「世論調査」に社会科学に有益な客観的変数を含ませる制度的な仕組みを検討すべきである。また国が管轄する基幹統計及び意識調査などのデータは、研究者だけでなく一般市民によるマイクロデータの利用を可能にするべきである。

目 次

1	はじめに——社会調査の意義と諸問題	1
2	社会調査をめぐる諸問題	4
(1)	回収率の低下	4
(2)	社会調査の質の低下	5
(3)	標本抽出に関する問題	6
(4)	インターネット調査の普及とその問題点	7
(5)	世論調査をめぐる問題	8
(6)	統計法の問題	9
(7)	ビッグデータ収集に伴う調査倫理の問題	10
3	問題に対する解決策	12
(1)	社会調査環境の悪化に対する方策	12
①	回収率の低下に対する方策	12
②	社会調査の質の低下に対する方策	14
③	標本抽出に対する自治体の規制に対する方策	15
(2)	インターネット調査に対する方策	15
(3)	世論調査をめぐる問題に対する方策	15
(4)	統計法の問題に対する方策	16
(5)	ビッグデータ収集に伴う調査倫理に関する方策	17
4	結語	19
5	提言	19
(1)	社会調査の質の保証	19
(2)	住民基本台帳・選挙人名簿の閲覧	19
(3)	公的機関の行う社会調査の質の保証	19
(4)	国民の社会調査に対する理解と認識の向上	20
(5)	統計法の見直し	20
	<参考文献>	21
	<参考資料> 審議経過	22

1 はじめに——社会調査の意義と諸問題

社会調査は我々の社会の現状を把握し、その時間的变化を追跡し、また他の社会との比較をするために、さらにはエビデンスに基づいた政策を立案するために不可欠である。現代日本における家族の実態、正規雇用と非正規雇用の賃金格差をはじめとする様々な待遇の格差、ワーク・ライフ・バランスを実現できている人の割合など、少し考えただけでもエビデンスとなるデータなしには現代日本が抱える諸問題の実態を語ることはできないし、ましてやそれらを解決するための方策も考え出すことはできない。このように、社会調査は民主社会の基盤とも言える貴重な情報を提供している。

しかし現在、社会調査は様々な問題を抱えている。これらの問題を的確に理解し、解決しなければ、社会調査はその期待される役割を果たすことができない。本提言では、社会調査をめぐる諸問題を検討し、その解決策を提示する。

なお本提言で用いる「社会調査」という概念をここで明確にしておく。社会調査とは人々を対象として面接や質問紙など一定の方法で人々に関する客観的及び主観的情報を得ることである¹。典型例は、日本版総合的社会調査 (JGSS) や社会階層と社会移動全国調査 (SSM 調査) のように、無作為に抽出した個人を対象に質問紙によって対象者の年齢、学歴、職業、満足感、幸福感などを尋ねる標本調査である。

社会調査には様々な下位分類がある。本提言に関係するものとして、世論調査、選挙予測、インターネット調査、モニター調査がある。世論調査は主にある主題について人々の意識を尋ねる社会調査である。マスコミが行う世論調査は良く知られているが、政府も様々な世論調査を行っている²。世論調査には特定のトピック (例えば内閣支持・不支持や地球温暖化に対する関心など) について尋ねるものもあれば、トピックが多岐にわたるものもある。選挙予測は世論調査の一種であり、選挙における政党の獲得票数や立候補者の獲得投票数の予測に特化した調査である。

インターネット調査はインターネットを用いて対象者がホームページ上の質問項目に回答を入力する社会調査である。国勢調査においてもインターネットでの回答が併用されているように、インターネット調査は通常社会調査において調査票に回答を記入する自記式調査と併用して使用されることがあるほか、郵送費がかからない、回答とデータの入力が同時に可能になるなどの点で後述のモニター調査などにおいて用いられることも多い。また、モニターではなく不特定多数に回答を求める形式もしばしばとられる。

モニター調査は回答者 (モニター) として登録された人たちに回答を求める調査である。モニター調査の多くは、回答者は回答とひきかえに謝礼を受け取る形をとる。近年では都道府県が実施する調査などでこの方法が頻繁に用いられているほか、商品テストなど特定のアイテム (例えばシャンプー) について同一回答者に繰り返して意見を尋ねる調査などに利用されている。

このように様々な目的を持つ社会調査は社会の実態を把握するために必要な情報を集め

¹ 概念上の混乱を避けるために、基本的にここでいう社会調査は統計法の定める「統計調査」は含めない。

² 政府のやっている世論調査については内閣府大臣官房政府広報室のウェブサイト <http://survey.gov-online.go.jp/> に詳細な情報が掲載されている。(2017年2月3日取得)

て多くの人に知らせることに役立っている。しかし近年では社会調査をめぐる様々な問題が生じていて、適切な社会調査を行うことが困難になっている。本提言ではこれらの問題を検討しそれを解決するための方策を提示する。検討する問題は、社会調査環境の悪化、インターネット調査の普及、世論調査をめぐる問題、統計法の問題、ビッグデータ収集倫理である。本章ではこれらの問題の概略を述べることにする。

社会調査環境の悪化として、回収率の低下、社会調査の質の低下、標本抽出環境の悪化を取り上げる。社会的確な実態を捉えるためには適切に設定された母集団に対する代表性のある標本（調査対象者）から情報を得る必要がある。このためには回収率が高くなければならない。しかし近年の社会調査ではこの回収率が低下している。例えば日本を代表する社会調査の一つである JGSS では、2001 年調査では回収率が 64.9%だったが、2015 年調査になると 52.4%に低下している。回収率が低いこと自体が直ちに問題になるわけではない。回答を得られなかった対象者の特性に偏りがなければ、得られた情報が社会全体の情報から大きく乖離するわけではない。しかし多くの社会調査においては、例えば若年層、男性、都市居住者の回収率は低い。そうすると、分析結果には中高年層、女性、地方居住者の影響が強くなってしまふ。また回収率が低く回収標本数が少ないと、様々な変数を組み合わせた多変量解析の結果が不安定になる。

社会調査の質の低下とは、理論的・倫理的に不適切な社会調査が行われることを指すもので、このことが社会調査環境の悪化に加担するものとなる。社会調査のトレーニングを受けていない人々が調査を行うために、対象者に負担をかけるような調査票を作成したり、不正確な質問文を用いたりしている。このことは社会調査に対する信頼を失わせるものであり、その結果として調査対象者が社会調査に対して協力することをためらうようになる。

標本抽出の環境も悪化している。適切に設定された母集団に対する代表性のある標本を抽出するためには、整備された名簿から無作為に標本を抽出する必要がある。この名簿として選挙人名簿と住民基本台帳が用いられてきた。しかし 2005 年の「個人情報の保護に関する法律」（いわゆる「個人情報保護法」）の施行と 2006 年の住民基本台帳法の改正以来、選挙や政治に関する社会調査でなければ選挙人名簿を閲覧することがほぼ不可能になった。また多くの自治体では住民基本台帳閲覧に対して課金したり、過去には問われることのない「公共性」などの条件を課すようになっている。このことは社会調査に今までなかったコストがかかるようになったことを意味する。

近年では、民間調査会社だけでなく社会科学研究者もインターネット調査を利用している。インターネット調査そのものが問題だというわけではない。インターネット調査の特性を理解しないでそれに頼ることが危険を伴う、ということである。インターネット調査の対象者は母集団から無作為に抽出されておらず、代表性があるとは言い難い。また多くの場合、対象者は自らが調査会社に登録している人たち（モニター）であり、インターネットに容易にアクセスできる層の割合が大きくなる。したがってインターネット調査の結果を公表する際には、人々に誤解を与えないために、この標本の歪みの存在を明示する必要がある。

世論調査をめぐるは大きく 2つの問題があり、両方とも 2016 年のアメリカ大統領選挙

で露呈した。第1の問題は、対象者が自分の意見をそのまま表明するとは限らない、ということである。政治的な正しさ (political correctness) に関わる質問や論争的な質問に正直に回答することにためらう人は多いだろう。アメリカ大統領選挙において、マスメディアの様々な世論調査でトランプ氏支持なのにそれを表明しなかった「隠れトランプ派」の存在がこの問題を浮き彫りにした。

第2の問題は、マスメディアと世論調査の関係である。世論調査の特性(とりわけ限界)を踏まえてその結果を報道しないと、間違っただけを人々に伝えることになる。アメリカ大統領選挙で多くのマスメディアがヒラリー氏優勢と報道したことがその典型例である。

「隠れトランプ派」に見られる回答バイアスや回収標本の歪み、調査法による回答分布の違い(いずれも代表性のある回答者の抽出を行った上であっても、面接調査、郵送調査、電話調査で同じ質問でも回答分布が異なることがよくある)など、世論調査の特性を理解した上でその分析結果を報道しなければならない。

我が国において政府の統計業務を管轄する役割を担っている統計法を中心とする法制度に関しても問題が2つある。第1は、事実に関する統計調査と意識に関する世論調査を区別しているため、人々の属性と意識の関連を分析できないという問題である。第2は、一般市民が個票データを容易に利用できないという問題である。個人情報保護することは最優先されるべきだが、税金を使って実施した調査データを納税者が利用できないということは問題である。

ビッグデータの収集と分析は、学術的に注目を集めているだけでなく、マーケティングにも活用できるため民間企業の注目度も高い。しかし監視カメラによる個人のイメージデータの収集のように、対象者の同意を得ていないか、得ていたとしても対象者がほとんど意識していない場合が多い。従来の社会調査では、社会調査倫理に基づいて対象者に調査目的や個人情報保護について説明して、同意してもらったときのみ調査を行ってきた。しかしビッグデータ収集においてはそのような倫理性への配慮が弱いままデータが集められている。

本提言では、以上述べてきた社会調査をめぐる問題点を検討し、それに対する方策を提言する。

2 社会調査をめぐる諸問題

(1) 回収率の低下

日本で実施されている、全国規模の反復横断型の社会調査の回収率は、調査を企画した主体にかかわらず、長期的に低下している（図1）。統計数理研究所による「日本人の国民性調査」は、1953年の83%から2013年には50%に、日本社会学会の研究者によるSSM調査は、1955年の82%から2015年の50%に、60年間に30%ポイント以上低下し、内閣府による「社会意識に関する世論調査」も1969年の83%から2016年の59%に、NHKによる「日本人の意識調査」も1973年の78%から2013年の57%に、20%ポイント以上の低下を示している。2000年前後から研究者によって始められた調査の回収率も同様である。日本家族社会学会による「全国家族調査」は1999年の66%から2008年の55%に、共同研究拠点である大阪商業大学 JGSS 研究センターによる JGSS は2000年の65%から2015年の53%に、10%ポイント以上落ちている。回収率はこのように長期的低下傾向にあるが、特に、個人情報保護法が施行された2005年頃に大きな落ち込みを示した。

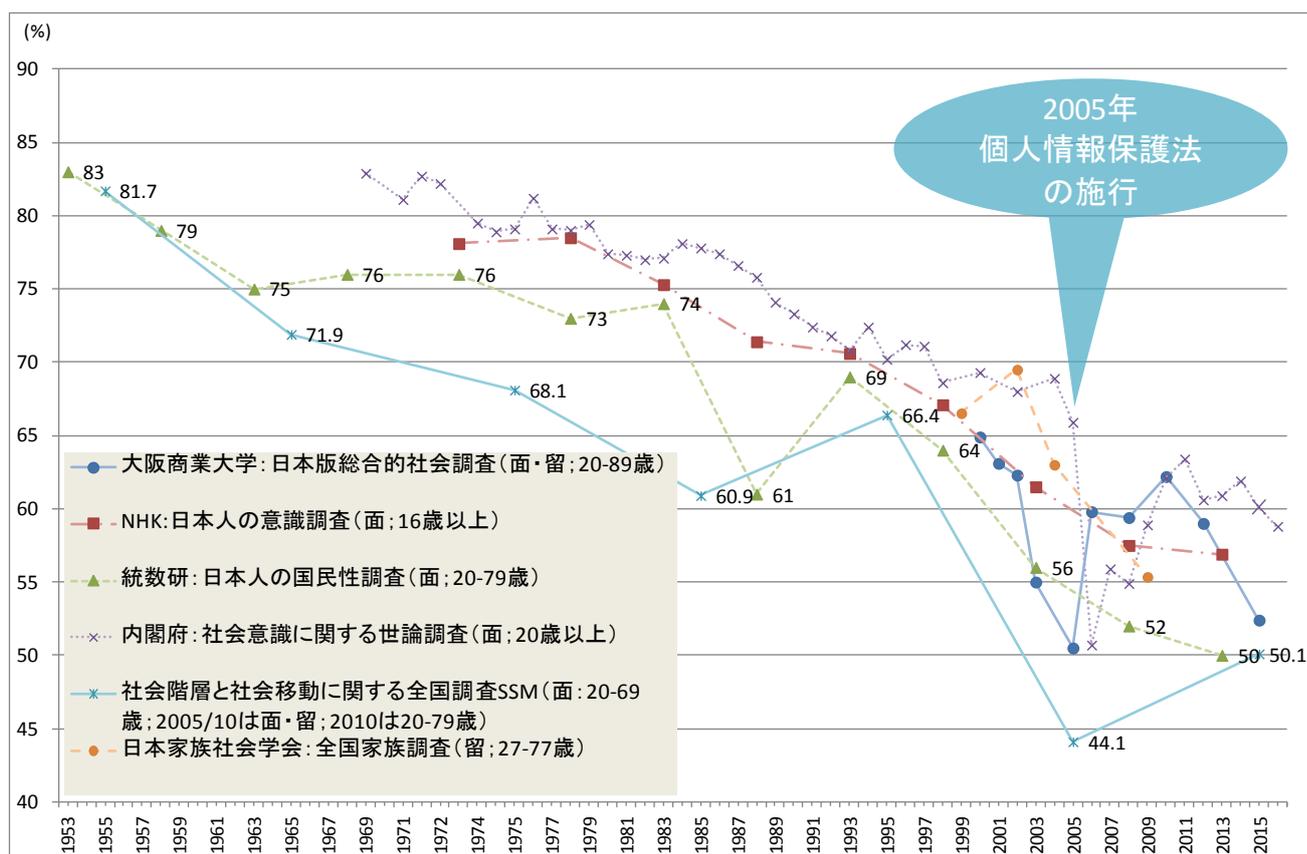


図1 大規模反復横断調査の回収率の推移

(出典) 日本版総合的社会調査研究発表会 2016 資料

回収率の低下の背景には、社会調査に協力することの意義についての意識の変化に加えて、個人情報やプライバシーの漏えいへの懸念の高まりがある。社会調査では代表性

のある回答を得るために、住民基本台帳もしくは選挙人名簿から無作為に調査対象者を抽出し、専門調査会社の調査員が調査対象者に事前に協力依頼状を送付した上で訪問する。社会調査の意義を認識していても、調査会社により自分（調査対象者）の氏名と住所が把握されていることは、①自分が特定されて家族や世帯についての情報が漏れて悪用されるのではないか、②氏名や住所の情報自体が漏れて悪用されるのではないかという不安を調査対象者にもたらす。そして、2000年前後から発生している振り込め詐欺事件の頻発と報道、2005年4月の個人情報保護法施行、情報漏洩事件の頻発³などにより、上記の不安は高まり、社会調査の回収率は一時的に大きく低下した。

図2は、日本版総合的社会調査において、調査が完了しなかった理由の割合を2000年の調査から2015年の調査まで比較している。個人情報保護法が議論された2003年、施行された2005年、情報漏洩事件が頻発した後の2015年に、対象者の3割以上が調査を拒否するという状況になっている。

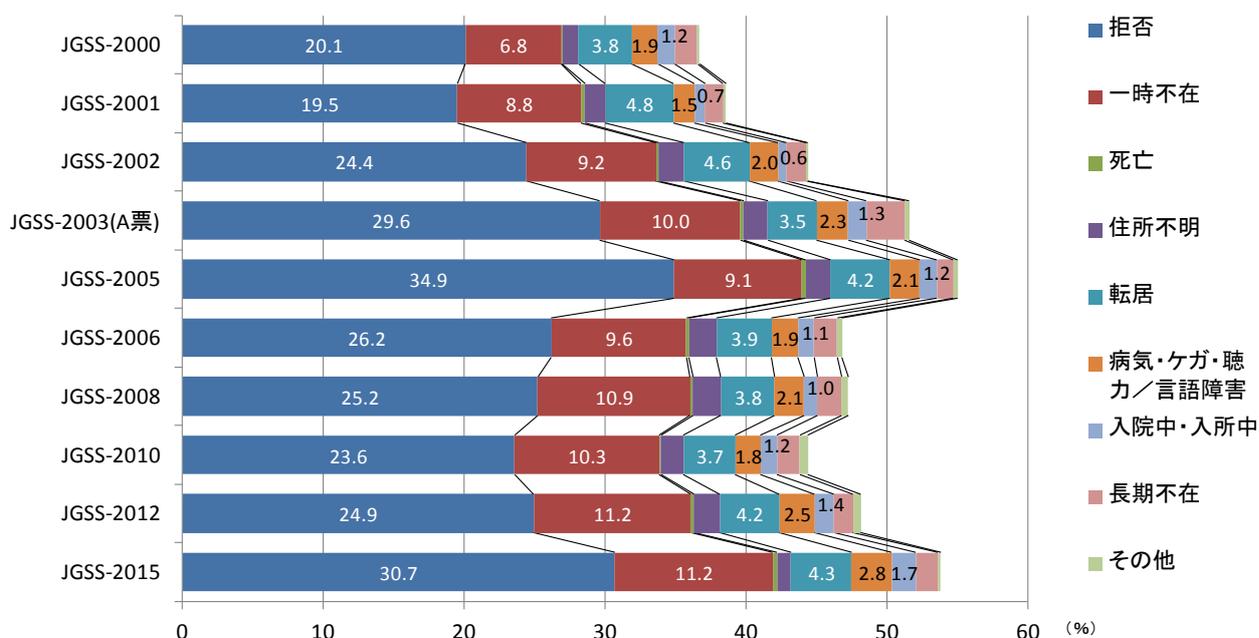


図2 欠票理由の推移（日本版総合的社会調査 2000～2005）

（出典）日本版総合的社会調査研究発表会 2016 資料

(2) 社会調査の質の低下

世論調査・社会調査の回収率の大幅な低下に伴い、無作為抽出に基づく標本調査ではなく、一定の登録されているモニターを対象としたインターネット調査が多く行われるようになった。都道府県のみならず内閣府でさえもいくつかの世論調査にこうした手法を用いているが、こうした有意抽出の標本では母集団について正確な情報を得ることは

³ 2013年5月のYahoo! JAPAN ID情報漏洩事件、2014年7月のベネッセの顧客情報の流出、2015年6月の日本年金機構の大規模な情報流出などがある。

できない。

こうした背景には、後の(3)で詳述するように、2006年の住民基本台帳法改正により、無作為抽出のコストが大きくなっていることがあげられる。しかし根本的な問題は社会調査全般に関する知識を有し、適切な標本設計や社会調査計画を立案できる人材が行政などの場に十分に配置されていないこと、このために調査会社に一切を任せてしまい、社会調査の質について適切な評価と管理・監督を行っていないことにある。社会調査に関わる研究者と担当職員が適切な連携をすれば、この問題を回避することができる。しかしそうでない場合には、問題が生じてしまう。

一方で、これまでの社会調査それ自体にも問題がなかったわけではない。長期にわたって実施されてきた世論調査でさえ、現在の基準でみれば質問項目に適切性を欠くものも多く、社会調査法や統計学の進展にあわせた調査票や調査デザインの改善がすすんでいない。この点は都道府県において行われている県民意識調査・県政世論調査などにおいても同様である。このために、せっかく収集したデータ自体を有効に活かさないことも少なくない。また、世界的に標準となりつつある、コンピュータ支援インタビュー(Computer Assisted Interview、略称CAI)などに対応できている調査会社は日本国内においてほとんどない、など世界的な潮流にも全く追いついていない状況にある。

こうした背景には、社会調査の専門知識を有した職員がこれらの調査の設計、標本抽出、実査、データの取りまとめといった調査過程に関わっていないという問題がある。調査を担当する官公庁や自治体の職員は研修などで、社会調査法や統計学などを学ぶ機会が十分には与えられていない。また頻繁な人事異動により、担当部局に調査経験やノウハウが蓄積させていない。官公庁や自治体の実施する世論調査や社会調査は調査会社への委託という形をとることがほとんどだが、社会調査法や統計学などの基礎知識を修得していない限り、委託にあたって適切な指示・監督を行うことは難しい。こうして質が高いとはいえない社会調査が横行する事態を招いている。

(3) 標本抽出に関する問題

従来、社会調査における標本抽出には、選挙人名簿と住民基本台帳が使われていた。住民基本台帳は世帯員全員の記載があるので、未成年者も含めた標本抽出には適したものであるが、成年人口だけを対象にするには選挙人名簿が便利であった。ところが2006年の住民基本台帳法の改正以降、選挙人名簿の利用は、選挙や政治関係の調査にほぼ完全に限定されることになり、一般的な社会調査では基本的に住民基本台帳しか使えないことになってしまった。選挙人名簿の閲覧を選挙や政治関係の調査のみに限定すること自体、根拠のあることとはいえないので、一般的な社会調査にも選挙人名簿を利用できるようにするべきである。

また、同改正以降、住民基本台帳は公益性のある社会調査については閲覧が認められるはずであったが、公益性の判断は自治体に任されているために自治体の判断によっては利用が認められないこともある。さらに、住民基本台帳の閲覧は有料であるため、社会調査では標本抽出に多大な費用を要することが不可避になってしまった。以上のように

なことが、不特定多数に対するインターネット調査やモニター調査など、適切さを欠いた標本抽出にもとづく調査への安易な依存をもたらす遠因となっている。

このような傾向は社会調査結果の信頼性を著しく傷つけると同時に、広く一般の人々の意見や動向を公平に把握するための唯一の手段といってもよい社会調査の存立そのものをも脅かすものである。公正で正確な社会調査は、民主主義的な意思決定やそれにもとづく的確な政策を実現するために不可欠な基礎資料を提供するものであり、公平な行政にもとづく政府の正当性を確保するためにも必要不可欠な手段である。国家の正当な運営や行政の信頼を維持する意味でも、真剣かつ早急な対処が必要である。

(4) インターネット調査の普及とその問題点

平成 27 年通信利用動向調査（総務省）によれば、10 代から 50 代までの全ての世代のインターネット利用は 9 割を上回り、60 代で 76.6%、70 代でも 53.5%と半数を超えている。社会調査においては、近年、調査対象者のプライバシー保護と調査コストの問題が大きな障壁となっているが、そうした隘路を一気に解決する手段として急速に普及しつつあるのが、インターネット調査である。調査者はインターネット上で調査票の掲載されているホームページの URL を指示し、回答者は自分の都合の良いときにそこにアクセスして回答するという基本形を持ったインターネット調査は、調査対象者の自宅に調査員が来訪することも、調査対象者の個人名が明らかになる危険もなく、回答への謝礼もネット上の処理で個別に提供することができ、非常に低コストで実査を行える、というところに大きな特徴がある。

既に日本においても数十のリサーチ会社がインターネット調査のサービスを提供している。各リサーチ会社は常時数万～数百万人のモニターを抱えており、インターネット調査の依頼を受けると、登録されたモニターの中から調査内容に適合した対象者の属性や特性、標本規模等々の条件に応じて対象者を抽出して調査を実施することになる。多くの場合、回答はウェブサイトに表示された調査票に直接入力するという形で自記式に得られるため、電子情報として直ちに集計され、データセットにまとめられる。

単純集計や相関マトリックスなどの第一次的なアウトプットであれば、調査終了とほとんど同時にそれらを手に入れることが可能である。未入力や転記の誤り、集計に際してのタイプミス等の誤りも原理的にはあり得ないため、その点でも利便性は高い。その結果、受注調査数は年々増加の一途を辿っているという。

インターネット調査について、M. P. Couper はポータルサイトなどで不特定多数に対してオープンに調査協力を呼びかける調査、訪問者が多いサイトで回答登録者を募り属性的にマッチングした者に依頼をする調査、モニター調査などを含む 8 種類に分類している[1]。このように多様なインターネット調査の形態が存在しているが、それぞれの調査についての特性や質などの定説は得られていない。

インターネット調査の主なメリットとしてあげられるのは、調査経費の軽減、地理的距離の解消、迅速性、集計分析処理の容易性、センシティブな質問への回答が得られる確率が高いなどの点である。反対に主なデメリットは、回答者がネット利用者に限定さ

れるために標本が母集団を代表しないこと、回答者との信頼性の確保が難しいこと、などの点である。インターネット調査ではインターネット利用者のみが対象となるので、対象者の学歴、年収、世代、性別、都市規模などの属性や、行動様式、価値観などに偏りが生じることは避けられない。特に比較的年代の高い女性については登録数が少なく高学歴に偏る傾向が他の属性に比べて高い。回答者との信頼性に関しては、従来の面接調査や電話調査などでは、調査者側が対象者についての情報を持ち、対象者を確認することができた。しかし、インターネット上で回答者を募るような調査では、回答者が実際にはどのような人なのかを把握することはほとんど不可能である⁴。

(5) 世論調査をめぐる問題

いわゆる世論調査とされるものは、選挙前の有権者に対する調査や内閣の支持率など、人々の政治や政策への動向調査とされるものと、内閣府等の官公庁や自治体が定期的又は不定期に実施している意識調査とがある。後者の問題点は先に本章の(2)で詳述したので、ここでは前者について述べる。

動向調査としての世論調査についていえば、特に2016年のアメリカ大統領選前の世論調査と選挙の結果が一致しなかったことをもって「世論調査はあてにならない」という評価がマスコミやネットで盛んに喧伝されるようになった。選挙の予測がなぜ外れたのかは検証が必要だが、この結果が世論調査不要論といった極端な主張や、世論調査への不信感に結び付くとすれば危険である。それは、そのまま放置すれば人々のさらなる非協力傾向を生み出し、社会調査環境の悪化を招くからである。

実際のところ、選挙後の分析によれば一般有権者からの得票率は、落選した候補者のほうが多かった。いかなる統計的な予測の確からしさも一定の確率の上に表現されるものであり、常に予測と異なる結果が生じる可能性は存在する。選挙予測はこうした限界があることを含めてなされるべきだろう。

また選挙の予測については、コンピュータによってランダムに電話番号を発生させ、その電話に出た人を調査対象者とするRDD方式が、その問題点を十分に考慮することなく、用いられている。固定電話を対象にして開発された方式なので、携帯電話やIP電話、ナンバーディスプレイのようなRDD方式の対象とならない電話の普及に対応しきれていない。このため、RDD方式の精度が低下している。

さらに問題なのは、標本抽出方法の変化(無作為抽出からRDD方式へ)やRDD方式の問題点が人々に十分に伝えられないまま、いわば「世論調査のブラックボックス化」が生じていることである。このため、人々は問題を抱える世論調査の結果を鵜呑みして

⁴ もちろんインターネット調査の社会調査への利用、そのための改善策は検討されるべきである。労働政策研究所の報告書[2]では、インターネット調査データの補正方法として「ウェイト付け」や、複数の調査手法の併用(ミックス・モード)、調査結果の解釈の際に誤差の存在を勘案することなどが検討事項として述べられている。

また、インターネットの普及は各国で進展しており、代表性のある調査対象者の抽出によるインターネットを用いたデータの収集なども実施されるようになってきている。そしてモニター調査の回答者の偏りを克服するための様々な方法も試みられるようになってきている。例えば、KnowledgePanel

([http://www.knowledgenetworks.com/knpanel/docs/KnowledgePanel\(R\)-Design-Summary-Description.pdf](http://www.knowledgenetworks.com/knpanel/docs/KnowledgePanel(R)-Design-Summary-Description.pdf))などがあげられる。

しまうことになる。

(6) 統計法の問題

統計法の問題は「世論調査」における客観的変数が不足していることと公的統計データの二次利用を過度に制約していることの2つである。

統計法第2条5項では、国の行政機関が実施する「統計調査」を「個人又は法人その他の団体に対し事実の報告を求めることにより行う調査」と定義し、「統計調査には、意見・意識など、事実該当しない項目を調査する世論調査などは含まれません」と位置づけている⁵。この「事実に関する調査」としての統計調査と「意識に関する調査」としての世論調査という区分は、世論調査において「事実についての質問文」を原則としておくことができない、という大きな制約を生み出している。一方で、現行の「統計調査」の実施は総務大臣に届ける必要があるため、審査に時間を要するという問題もある。いずれの制約も有効な社会調査を実施するに当たっての障壁となっている。特に意識調査において事実についての質問文を置けないことは、重要な情報をデータにとれないことを意味し、データの有効な利用を妨げることにもつながる。もちろん世論調査においても基礎的なフェイスシートは含められており、事実についての質問文を置くことが限定付きで認められている。しかし社会科学的分析に耐えるだけの客観的変数を調査票上に配置することが十分に認められているわけではない。

次に公的統計データ利用に関する制約の問題について述べる。2015年9月に最終改正された統計法は、その目的を第1条で次のように定めている。「……、公的統計の体系的かつ効率的な整備及びその有用性の確保を図り、もって国民経済の健全な発展及び国民生活の向上に寄与することを目的とする」と。

そして、公的統計データの二次的利用について、以下のように定めている。即ち公的データを二次利用できるのは、①公的機関が利用ないし委託・共同して調査研究を行う場合、さらに公募により補助する調査研究を行う者、行政機関等が政策にとって有用であると認める統計の作成等を行う者（第33条）であること、また、②一般の者からの委託に応じ、調査票情報を利用して、統計の作成等を行うことができること（第34条）。そして、③匿名データ（マイクロな個票データ）に関しては、学術研究等の発展に資すると認められる場合、一般からの求めに応じてそれを提供できること（第36条）、である。

従来、公的データの二次的利用については、煩瑣な利用申請と認定手続きがあり、学術研究者並びに一般市民が利用しにくい状況にあった。新しい統計法では、この状態に対する改善の可能性を秘めている点で評価できるが、現実にはどのような体制でおこなわれるかは、制度の運用問題になる。①の場合は改正以前の統計法に準じるものであり、公的データの二次的利用としては、公共性の理念からして極めて制約のあるものと言わざるをえない。また、②は実質的にオーダーメイド集計を表しており、行政府にその作業を委託する方式であり、総務省によりその学術研究に資すると認められることが条

⁵ 総務庁ホームページ http://www.soumu.go.jp/toukei_toukatsu/index/seido/1-1n.htm にこの記述がある。（2017年4月20日取得）

件である。新しい統計法で、公的データの二次利用に関して最も前進がみられるのは、③の匿名データの提供であろう。ただし、例外的なケースを除いて匿名データの提供は「学術研究等の目的に限定」されていて、公的統計データが一般市民に公開されているわけではない。

(7) ビッグデータ収集に伴う調査倫理の問題

従来の社会調査では、調査主体となる研究者・機関から調査対象者に対して、必ず調査への協力の依頼を行い、協力の意志を確認した上で調査が実施されてきた⁶。ところが、昨今では IT 技術及びセンサー技術の進展により膨大なデータが様々な形で記録・保存、そして活用されるようになってきた。例えば日々のインターネット上へのアクセスに関する諸記録、特定のスーパーマーケットなどにおける商品の購買行動、電車の利用状況などがその具体例である。これらのデータは、伝統的な社会調査によるデータとは大きな違いを有している。例えば、標本抽出を経ずに膨大なデータの収集が可能になり、また経時的にデータを蓄積することができるために従来の社会調査では把握が難しかったような事象や事象間の関連の検討も可能になる[3]。さらにセンサー技術の発達もあり、今までデータとして捕捉されていなかった事象もデータ化されるようになってきている⁷。

このように、いわゆるビッグデータといわれるものは、データの規模という側面だけでなく、データの構成、あるいは利用のされ方についても、従来のデータとは大きな違いがある。さらには、ある特定個人の利用に特化した情報（「テイラーメイドの情報」）を届けるような利用もされている（カーナビから燃費が向上するようなルートを提案する、その人にお勧めの商品や動画の情報を提示するなど）。

このときに、社会調査の倫理上、いくつかの大きな問題が生じる。第1に、調査データ上の一人一人の行動や付随するデータ（例えば GPS 信号の記録）の利用及び第三者への提供は、対象者の承諾を予め得ているのか、という問題である。ビッグデータの多くは、顧客情報のような個人情報であるが、対象者の同意を得ずにデータが収集されている場合がある。ビッグデータの収集・利用における問題点の一つは、この調査対象者の調査協力への同意の問題である。この対策としては、個人情報の取り扱いについてのルールを規定し、調査対象者にこれらのルールを周知するなどのことが最低限必要となる。

第2に、ビッグデータはその規模からクラウドストレージなどに保管されている場合が多く、サイバー攻撃などによるデータ消失のリスクや第三者による情報の不正利用の危険性が伴うことを、調査対象者に理解してもらうことは必須である。

第3に、ビッグデータの分析において必要なのはデータ・サイエンティストであるが、彼ら／彼女らには単なるデータ分析だけではなく社会科学的に有意義な知見が求められる場合が多い。よって、データ・サイエンティストとして、倫理的な配慮を理解し、

⁶ 一般社団法人社会調査協会倫理規定第3条「第3条 調査対象者の協力は、自由意志によるものでなければならない。会員は、調査対象者に協力を求める際、この点について誤解を招くようなことがあってはならない」

⁷ たとえばカーナビゲーション・システムへの応用などがある[4]。

公正な知見を見出すことができる人材を確保することは重要である。この調査分析を担うとして期待されているデータ・サイエンティストの育成（日本学術会議情報学委員会 E-サイエンス・データ中心科学分科会提言、2014）と相まって、報道の世界においても、ビッグデータの活用により調査報道の深化が予測されており、ビッグデータ活用結果の公表の問題にも関わる問題となることが予測される。日本学術会議情報学委員会 E-サイエンス・データ中心科学分科会が 2014 年に公表した提言では、加えて「研究倫理」の確立の問題も提起している[3]。個人情報保護の法律での取り扱いルールの制定とその遵守のための土壌をつくることが求められる。

3 問題に対する解決策

(1) 社会調査環境の悪化に対する方策

社会調査環境の悪化は、大きく①回収率の低下、②社会調査の質の低下、そして③標本抽出に対する自治体の規制という3つがある。

① 回収率の低下に対する方策

2章の(1)で述べたように、回収率が低下している第1の理由は「調査拒否」の増大である。その背景としては、対象者の側における調査に応じるインセンティブの問題と、調査を拒否したいと思う意志の要因の両方から考える必要がある。ここで、拒否したい態度を強めてきた背景としては、「プライバシー意識の高まり」があることは否定できないだろう。「特に自分の利益になるわけでもない他人の社会調査に応じるのは、自分の時間をもったいないし面倒だ」というある種の「面倒意識」もある。さらに重要なのが、知らない他人である調査員が家の中に入ってくることで、あるいはもしかしたら調査の名を借りた何かの犯罪的な行為ではないかといった「警戒感」もある。また、インセンティブとも関連するが、「当該調査への関心の低さ」という要因もある。

こうした拒否方向での諸要因に関しては、個別の調査主体や調査機関がとりうる方策は限られている。「警戒感」に関しては、例えば個々の調査において、調査が実施される予定であることを対象者や対象地域の人々に対して、信用されうる媒体を使って事前に丁寧に広報することが有効である。

個々の主体を超えた政策的な対応としては、「社会調査を実施する個人や機関に関する<質保証>のしくみ」を作成することである。これはいわば「業界の製品の品質保証」である。これに関しては、既にマーケティング・リサーチ協会は加盟会員が国際標準規格の一つである ISO 20252 を取得することを通じて、加盟会員の信用の強化を図っている。しかし、この制度は企業に適用されるものであって基本的には大学の研究者レベルには適用できない。

したがって、マーケティング・リサーチとは異なる一般的な社会調査に関して独自に品質保証を高めるしくみあるいは信用保証制度そのものを設けることが望ましい。前者に関しては、調査の企画や設計などの段階において、例えば一般社団法人社会調査協会が認定している「社会調査士、専門社会調査士」のような社会調査に関する専門的な能力あるいは資格を有する専門家ないし有識者を何らかの形で関与させることが考えられる。また後者の信用保証制度に関しても、そうした「専門家ないし有識者」の活用が有効であろう。実際の制度はいろいろと考えられるが、いずれにしても何らかの「品質保証」の制度を創設することが「警戒感」を低減させ、次に述べる「社会調査への信頼」を高める方策として有効である。

次に、インセンティブの問題であるが、これについてはまず、回収率の低下の大きな要因として、人々のあいだでの「社会調査」の「地位」のようなものが、戦後から1970年代くらいまでと比べて、その後次第に低下していったことを認識しなければならない。特に戦後まもなくは、世論調査に代表される社会調査はしばしば「民主主義

的政治にとっての重要な基盤」とみなされ、人々にとってそうした調査に回答者として応じることはある種の「社会的貢献」を果たしているものとの誇りにつながるものであった。

そうした感覚は1970年代のはじめくらいまでは続いていたと思われる。しかし、その後、(a) 社会調査があまりにも増えすぎたこと、(b) 中には、社会調査を騙る勧誘や詐欺が出現してきたこと、(c) 一般的に、大学や学術、あるいは政治の「権威」のようなものが低下し、「大学が行っている調査」だからとって人々の協力へのインセンティブが高いとは限られなくなってきたこと、などの理由によって、社会調査への協力インセンティブは大幅に低下してしまった。

この状況をもとに戻すのは難しいが、次のことは可能だし、検討されるべきだろう。

第1に、日常的に、社会調査が現実の社会のインフラとして大きな役割を果たしていることを、様々な機会に広報することである。政府は、国勢調査の年になると多少国勢調査の意義を知らせる活動を行っているが、一般的に公的な調査だけでもより日常的に行われているのだから、そうした調査の意義を訴える活動はもっと頻繁かつ熱心に行われるべきである。そして、このことは人々の「世論調査の結果は知りたいが、自分が調査対象者になって自分のデータを出すことはしたくない」というフリーライダー的な意識を改善するのに貢献するだろう。

第2は、初等、中等の教育課程の中に、社会調査の意義や社会的な役割を教えるような単元を設けることである。これは、統計や統計学には収まりきらない教育内容であり、小学校では社会の中、中学校では公民の中、高等学校では現代社会（新学習指導要領においては公共）の中などが考えられる。平成29年3月に告示された次期小学校（中学校）学習指導要領では、小学校について、社会科の第5学年「2 内容(4)」(38-39 ページ)において、「聞き取り調査をしたり映像や新聞などの各種資料で調べたりして、まとめる」知識や技能を身に付けるよう指導し、「情報を集め発信するまでの工夫や努力などに着目して、放送、新聞などの産業の様子を捉え、それらの産業が国民生活に果たす役割を考え、表現すること」や「情報の種類、情報の活用の仕方などに着目して、産業における情報活用の現状を捉え、情報を生かして発展する産業が国民生活に果たす役割を考え、表現すること」に関する思考力、判断力、表現力を身に付けるよう指導する、としている。また中学校については、「第2節 社会 第3 指導計画の作成と内容の取扱い」(49 ページ)において、「調査や諸資料から、社会的事象に関する様々な情報を収集し、読み取り、まとめる技能を身に付ける学習活動を重視するとともに、作業的で具体的な経験を伴う学習の充実を図るようにすること」とある。そして現行高等学校学習指導要領（次期は平成30年3月告示）では、「第3節 公民 第1 現代社会 3 内容の取扱い」(32 ページ)において、「的確な資料に基づいて、社会的事象に対する客観的かつ公正なものの見方や考え方を育成するとともに、学び方の習得を図ること。その際に、統計などの資料の見方やその意味、情報の検索や処理の仕方、簡単な社会調査の方法などについて指導するよう留意すること」とある。

これらの学習指導要領の発想を社会調査にも広げて、社会調査によって得られる情報、及び情報を得るための社会調査の重要性を生徒に教えるべきである。また教師の指導の下に生徒が模擬的な社会調査を行い、どのように調査データが作成されるのかを経験することも有益である。さらに高等学校では、経済政策や社会保障政策との関係では国勢調査を中心とする公的統計の意義、政治との関係では世論調査、さらには学術の発展と学術の成果を通しての政策形成の点では学術的調査などを教えることが適当だろう。

② 社会調査の質の低下に対する方策

社会調査の質の低下は、直接的には現場調査員の問題であるが、より本質的には調査機関における職業訓練や職業教育の質の問題である。

低下の原因はいろいろあるが、1つには、上の(a)で指摘した「社会調査の地位の低下」がある。すなわち、この地位の低下は対象者における協力インセンティブの低下だけでなく、調査員のレベルにおける士気の低下にも関係している可能性がある。2つ目には、調査産業が一種の過当競争のもとにあつて、調査の応札において質よりも価格が重視される結果、調査員への行き届いた監督、適切な労務管理、十分な賃金の手当などが軽視される傾向があるということである。メイキングのような不正行為の背景にも、こうした要因がある。

こうした状況を改善するための方策としては、次のようなものがあるだろう。

第1は、上の(a)でインセンティブに関して指摘した「社会調査への信頼」や「社会調査の地位」を高めるための方策がここでも当てはまる。

第2は、社会調査の入札においては、単に価格だけではなく、質を重視することを徹底することである。調査には質が重要であり、それには相応の経費がかかるのだということを、調査を発注することの多い地方自治体などに周知する必要があるだろう。

第3は、調査員の職業的地位の向上である。これには、例えば何らかの資格制度を設けるなどの方策も考えられる。むろん、それに伴って、報酬の増加も考えなければならない。

第4はそれと密接に関係するが、一般的な職業教育、研修制度の充実である。これは、調査機関が単独で行うことも当然あるべきだが、他方で、機関の別を超えて、準公的な形での教育研修の機会を設定することが望ましい。アメリカではミシガン大学の社会調査研究所(Institute for Social Research)や同大学のサマースクールなどでこうした調査員教育が行われている⁸。また官公庁や自治体で社会調査を担当する職員には、総務省統計研究研修所等における研修の機会を十分に与えるべきである。

⁸ ミシガン大学社会調査研究所については<https://www.src.isr.umich.edu/>を参照されたい。(2017年4月20日取得)なお、今日の日本では、社会調査の質の向上という課題に関する取り組みは多くはないが、その中で、関連する学会や研究者の支援のもとに設立された一般社団法人社会調査協会が、大学での社会調査教育や講習会、シンポジウム、専門誌の刊行などを通じて一定の成果をあげている。とりわけ協会が認定する「社会調査士」プログラムは大学教育カリキュラムの中で正しい社会調査の重要性とその実践方法を普及する役割を果たしてきている。

③ 標本抽出に対する自治体の規制に対する方策

現在、住民基本台帳の閲覧に関する判断が（法律やガイドラインの枠内とはいえ）各自治体の裁量に委ねられており、判断や閲覧料金などがばらばらなまになっていることには、次のような問題がある。第1は、公平性の問題である。ここでの問題はプライバシーや公共性といった「市民的価値」をめぐる問題であり、それに関する公的な対応はできるかぎり普遍的でなければならない。しかし、それが各自治体の恣意的な裁量に委ねられているのであり、それは改められなければならない。

第2には、閲覧規制の背後にある住民感情の尊重と、社会調査における無作為抽出の原理の意義という対立する価値とについて、本来であれば日本社会全体としての一定の公共的な討論とそれに基づく指針とがあるべきだということである。総務省はこの問題に関する有識者会議等を設置して、国民と、学術、マスコミ、マーケティング、調査会社等の間での徹底した議論とコミュニケーションに基づいて、公平で道理的な指針をまとめる必要があるだろう。

(2) インターネット調査に対する方策

適正適格な社会調査という観点から見た場合、現行のインターネット調査には従来の調査員による面接や紙媒体による調査との差異があり、まだ多くの問題点があると言わざるをえない。たしかに、モニター調査の形をとるインターネット調査にせよ、無作為抽出標本に対してインターネットでの回答を求めるインターネット調査にせよ、特有のサンプルの歪みがあり、それを容易には排除することはできない。それに関して、内閣府は、2009年の「国民生活に関する世論調査」と同内容のインターネット調査を実験的に行って両者の回答を比較している[5]。それによると多くの設問で結果に有意な差が生じたこととされ、現時点では世論調査がインターネット調査によって置き換えられる可能性はない、と結論づけられている。従来から回答のモード（面接、質問紙、自記、他記式、電話など）によって回答傾向が異なることは知られていたが、インターネットもまたその例に漏れない。

インターネットによる回答それ自体に関しては、今後、情報通信技術の進展が進み、社会的な普及度が増すことで、より適格な調査媒体となる可能性は十分にある。現時点での主に標本の偏りに起因する隘路は、その多くが遠からず解決されることになるのかもしれない。ただ、完全に信頼しうる調査メソッドとなるためには、いまだ解決しなければならない問題が少なくないので、それらに注意しながらインターネット調査を活用していく必要がある。

(3) 世論調査をめぐる問題に対する方策

世論調査をめぐる問題への対策は、①標本抽出、②調査票の設計、③結果の広報の3つにわけて考えられる。①は、現在横行しているモニター調査を見直し、正当な手続きに従った無作為抽出にもとづく標本調査へと戻すべきだろう。なお、調査法はインターネット調査を併用することも推奨されるべきである。

②は、社会調査法の最新の成果を取り込んで調査票の設計を行うことが望ましい。③は統計的な過誤などの知識を背景に、結果について記述・広報することが求められる。これらの実現には、社会調査法に関する適切な知識を有している人材が求められる。そのためには、こうした人材の養成が不可欠であり、官民を問わず社会調査法に関する教育・研修の機会を設定することが求められる。また社会調査の結果を的確かつ簡潔に一般市民に伝えるために、マスメディアにおいてもこのような人材の養成が必要である。

同時に、中学や高校で世論調査の意義、統計学の方法などについての入門的な講義を導入・充実させ、国民が社会調査について協力する素地を形成していくことが望まれるだろう。

(4) 統計法の問題に対する方策

統計法によって「統計調査」と「世論調査」が分けられている問題に対しては、法律を改正するしかない。両者を分けてきたのにはそれなりの理由や歴史的経緯があるのだろう。しかし公的統計データの有効な活用のためには、世論調査に社会科学的分析に有益な客観的変数を含ませる制度的な仕組みを検討すべきである。もちろん調査対象者に回答を強制しないという調査倫理に従うという点に留意する必要もある。

次に公的統計データの二次利用制限に対する方策を検討する。公的統計データは国民の税負担により作成されたものであり、その経緯からすれば、公共利用が大前提の公共財である。公共財の特徴は非排他性 (non-excludability) と非競合性 (non-rivalness) にある。また、公共性の内容として、国民にとって共通の利益があること、利用可能性が全員に開かれていること、市場原理ではなく公的主体により管理運営が行われることがある。つまり、公的統計データについては、誰でも、いつでも、どこからでも利活用できること、いわゆる万人によるユビキタス利用が原則である。

その実現に向けて、従来の DVD データの提供からリモートアクセス型への転換が施行されている[6]。DVD 提供方式では、次のような条件が求められていた。即ち、分析環境のセキュリティ審査、詳細な分析計画の事前提出、必要な変数のみ提供、計画した分析結果の公表、分析後のデータ廃棄がそれである。新たな統計法の下では、この煩瑣な手続きを改善するためにリモートアクセス型オンサイト施設でのデータ利用が計画されている。そこでは、オンサイト施設（大学や研究機関など）にプールされた匿名データにアクセスして遠隔操作により集計・分析をおこない、その結果を利用者が受け取るというものである。これにより、事前の審査の大幅な簡素化及び全変数を用いた自由な分析が可能となる。ただし、オンサイト型の方式には場所や利用時間の制約、利用規定などの不便が生ずる可能性が否定できない。また、利用の共通条件としては、統計法に規定されている公益性の高い学術研究に限定されることである。科研費・大学共同利用機関公募型研究・地方公共団体のための研究ということになり、厳密な意味での公共データとはいえなくなる。「一億総活躍社会」ならずとも、すべての国民にとってユビキタス利用できるデータの公開が望まれる。

そこで以下 2 つを提案する。まず、統計法の趣旨である「公的統計の体系的かつ効率

的な整備及びその有用性の確保を図り、もって国民経済の健全な発展及び国民生活の向上に寄与することを目的とする」ためには、原則として、統計調査（基幹統計）及び世論調査（意識調査）はすべて公開され（営利企業も使用可能）、かつユビキタスに利活用できる（申請書なしでアクセス可能な）ようにすることが求められる。

次に、国民の誰もが公的統計データをユビキタスに利活用システムとして、既に政府統計の総合窓口 e-Stat が存在する。ここに存在する「統計でみる都道府県・市区町村のすがた（社会・人口統計体系）」は、人口・世帯、自然環境、経済基盤、行政基盤、教育、労働、居住、健康・医療、福祉・社会保障など国民生活全般の実態を示す地域別統計データを収集・加工し、これを体系的に編成し整備したもので、利用価値は極めて高いデータベースである。これと同じ方式で、匿名性の確保とデータの改ざんに十分配慮した上で、統計調査、世論調査の個票マイクロデータを Web 上に公開することが求められる。

以上の方式として、世界価値観調査（World Value Survey、略称 WVS）の Web 上公開の試みがある。Web 上に、データとその内容についての文書化、オンライン・アナリシス、よくある質問（Frequently Asked Questions、略称 FAQ）などの情報が含まれており、SPSS、STATA、SAS の統計パッケージで、万人がユビキタスにアクセスして分析できるよう設計されている。日本でも、同様に、大阪大学で SRDQ（質問紙法にもとづく社会調査データベース）により主として社会学分野の調査データ、社会階層と社会移動全国調査（1955 年より 10 年おきに 2005 年まで）のデータ・アーカイブが SPSS プログラムで分析可能なように Web 上に公開されている。こうした試みが語の正しい意味での二次的データの公開といえるであろう。

諸種の制約はあるだろうが、個票ベースに関する公的統計データの二次利用についても、誰もがユビキタスに利活用できる Web 上の仮想サイトでなされるべきである。

(5) ビッグデータ収集に伴う調査倫理に関する方策

ビッグデータ収集に伴う調査倫理については、国際的な組織である ESOMAR (The World Association For Market, Social and Opinion Researchers)⁹の定めた倫理綱領が参考になる。ESOMAR はビッグデータに関しては結論をだしていないが、現時点での倫理綱領には従来の質問とその回答という「アクティブ」なデータ収集に対する「パッシブな（受動的な）」データ収集についての倫理綱領があり、この中には公共の場における CCTV (closed circuit television、監視用ビデオカメラ) の利用、ウェブサイトでのクッキー (cookie) の利用データ収集、購買時のスキャンデータ、携帯電話による移動追跡データ、オンライン予約システム利用データなどが例としてあげられている [7]。

これに関連するものとして、アメリカではオバマ大統領の時代に、戦略的ビッグデータ研究開発計画を策定しており、ビッグデータの収集、データベース化、活用、活用のための教育の広範囲にわたる一連の流れについて方針を策定している

⁹ 設立当初は欧州を中心としていたため、*European Society for Opinion and Market Research* の略語として ESOMAR と命名されたが、現在ではその略語ではないとされている。

(<https://obamawhitehouse.archives.gov/blog/2016/05/23/administration-issues-strategic-plan-big-data-research-and-development>)。日本においても内閣府が類似の報告書をだしているが、こちらは、収集については言及せず、利活用についての提言を述べている

(http://www.kantei.go.jp/jp/singi/titeki2/tyousakai/kensho_hyoka_kikaku/2017/johozai/houkokusho.pdf)。

本提言では、社会調査の立場からビッグデータに関しては、そのデータの収集段階における倫理上の問題について注目する。ESOMAR のビッグデータ収集に関する倫理綱領においては、倫理上の基本原則として以下のものがあげられている。①個人情報保護、②インフォームド・コンセント、③データの適切な取り扱い、④第三者への公開利用、⑤公共の場の定義、⑥出版もしくは放送、の6つである。①については各国で法制化が進展しているので、その遵守、②については、あくまで調査への協力は自発的行為であり、協力のとりやめはいつでも自由意志で可能であることを原則とした上で、例えば公共の場における CCTV などの利用は「告知」を行うことを提唱している。③は、研究目的で収集されたデータはそれ以外の用途には用いないことを例としてあげている。④は、②と③を前提とした上で、さらに個人を特定できない形にした上での第三者への提供について述べている。ただし、単独では個人が特定できないとしても、他のデータと組み合わせ分析した場合には特定できてしまう可能性があり、その場合、「研究者は保守的な」アプローチをとる必要があると述べている。⑤「公共の場」での取り扱いが②、③などで提案されているが、公共の場の定義が地域によって異なることから、その定義を定めるべきとしている。⑥は出版もしくは放映された意見や書き込みの取り扱いであり、出版されたり放映されたり、また誰もがアクセスできるオンラインの場での書き込みは、公共の場としての取り扱いになるべき、と述べている。

社会調査は、ビッグデータであるかどうかを問わず、データ収集の対象者からの自発的な承諾があってはじめて成立する社会的な行為であることを、社会調査に従事する者は自覚する必要がある。また、この原則は、社会調査を学問の一部としている社会科学の諸分野だけでなく、人を研究調査の対象とする広い学問分野（例えば、計画学など工学の一部、医学・疫学など）でも共有されるべきであり、その認識を広める努力をする必要がある¹⁰。

¹⁰ なお、関連して、改正個人情報保護法が2017年5月30日に施行となった。ビッグデータの活用等新たな社会の動きと個人情報の保護の両立がその主な目的である。個人情報保護委員会の新設により監督権限の一元化をはかり、ビッグデータの利用に関しては、特定の個人を識別することができないように個人情報を加工した情報である「匿名加工情報」の取り扱いについて定めることとなり、この作成については「個人情報保護委員会規則」においてさだめることとなった。

4 結語

以上、社会調査をめぐる諸問題とその解決策を論じた。その内容は次のように要約できる。

人々のプライバシー意識の高まりと個人情報を利用した犯罪の増加を背景に、人々の社会調査に対する拒否傾向が高まり、従来行いえた社会調査が困難になってきているが、そうした困難に対処するべくとられるようになったモニター調査などの方法には多くの問題が存在する。母集団の情報を正しく把握できる社会調査の実現には適切な標本抽出と調査設計が必要であり、同時に、人々の社会調査への協力を生み出すような工夫が必要である。こうした環境の醸成には社会調査をただしく管理・運営できる知識をもった人材の養成が不可欠であり、そのための研修・教育の機会が不可欠である。さらに、社会調査を調査会社などに委託する場合には質を担保することを重視し、単純な競争入札を見直す必要がある。

さらに、世論調査などのデータを後の世代に残していくという観点からすれば、調査項目に関する制約を課している現行の統計法上の統計調査と世論調査の区分は見直されるべきである。そのうえで、官庁統計の二次利用が可能な環境を促進していくべきである。

以上の考察に基づき、次のように提言する。

5 提言

(1) 社会調査の質の保証

人々の社会調査への不信感を払拭するために、関連学会が中心となって次の3点を推進すべきである。①信用できる社会調査であることを証明する認証制度を検討する。②官民を問わず、適切な社会調査を管理・運営できる人材を養成することが不可欠であるので、最新の社会調査に関する技法や知識を修得できる研修などの機会を設定する。③社会調査の実務に従事する調査員に資格制度を設け、専門性を確立する。

(2) 住民基本台帳・選挙人名簿の閲覧

上記(1)と関連するが、学術的な社会調査の質を保証するために、自治体は住民基本台帳閲覧及び選挙人名簿についての閲覧制限や課金などの制約を撤廃し、学術調査については普遍的に閲覧を許可すべきである。

(3) 公的機関の行う社会調査の質の保証

官公庁及び自治体の行う社会調査は、その内容に大きな責任と伴うものであり、母集団の情報を正しく推定できるものでなければならない。したがって、官公庁及び自治体が社会調査を行う場合は、安易なモニター調査ではなく、住民基本台帳又は選挙人名簿から無作為抽出によって対象者を抽出して実施すべきである。また調査を担当する職員には、研修によって社会調査と社会統計の基礎知識を修得させるべきである。さらに、社会調査を調査会社に委託する際には調査の質を重視すべきであり、価格面のみを重視した単純な競争入札のあり方は見直されるべきである。

(4) 国民の社会調査に対する理解と認識の向上

人々の社会調査に対する理解と認識を深めるために、関連学会は生徒が初等・中等教育の段階から社会調査の意義や役割を学ぶことができるように国に働きかけるべきである。同時に、一般市民が社会調査の意義を理解できるように、官民学を問わず調査主体は調査結果等の広報を積極的に行うべきである。

(5) 統計法の見直し

国は、公的統計データの有効な活用のために、統計法における「世論調査」に社会科学的分析に有益な客観的変数を含ませる制度的な仕組みを検討すべきである。また国が管轄する基幹統計及び意識調査などのデータは、研究者だけでなく一般市民によるマイクロデータの利用を可能にするべきである。そのためには申請なしにアクセス可能なリモートアクセスの範囲を拡げると同時に、秘匿処置を行った上で個票データの利用が可能になるような環境づくりを進めるべきである。

<参考文献>

- [1] Couper, M. P. 2000. “Web Surveys: A Review of Issues and Approaches.” *Public Opinion Quarterly* 64: 464-494.
- [2] 労働政策研究・研修機構. 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」『労働政策研究報告書 No. 17』.
- [3] 日本学術会議情報学委員会 E-サイエンス・データ中心科学分科会. 2014. 提言「ビッグデータ時代に対応する人材の育成」.
- [4] 総務省. 2012. 『平成 24 年版 情報通信白書』ぎょうせい.
- [5] 内閣府大臣官房広報室. 2010. 『世論調査におけるインターネット調査の活用可能性ー国民生活に関する意識について』
(<http://survey.gov-online.go.jp/sonota/h21-internet/index.html> 2017 年 4 月 20 日取得)
- [6] 椿広計. 2017. 「公的統計マイクロデータの研究利用への取り組みと可能性」 人間・社会データ構造化シンポジウム (2 月 7 日) 講演資料
(<https://drive.google.com/file/d/0B3o6srRrAmT6WXRtamdPeV83ejg/view> 2017 年 2 月 16 日取得)。
- [7] ESOMAR. 2009. *Passive Data Collection, Observation and Recording*
(https://www.esomar.org/uploads/public/knowledge-and-standards/codes-and-guidelines/ESOMAR_Codes-and-Guidelines_Passive_Data_Collection-Observation-and-Recording.pdf 2017 年 4 月 20 日取得)

<参考資料>審議経過

平成 27 年

- 2 月 19 日 社会統計調査アーカイヴ分科会（第 1 回）
役員の選出、今後の進め方について
- 4 月 23 日 社会統計調査アーカイヴ分科会（第 2 回）
今期分科会の目標と方針について
- 10 月 18 日 社会統計調査アーカイヴ分科会（第 3 回）
抽出地点の公表問題、マスタープラン、公開データ利用について
- 12 月 12 日 社会統計調査アーカイヴ分科会分科会（第 4 回）
抽出地点の公表問題、公開データ利用について

平成 28 年

- 7 月 23 日 社会統計調査アーカイヴ分科会（第 5 回）
本分科会で審議すべき事項の優先順位決定
- 11 月 23 日 社会統計調査アーカイヴ分科会（第 6 回）
提言案の検討、今後の分科会活動について

平成 29 年

- 5 月 20 日 社会統計調査アーカイヴ分科会（第 7 回）
提言内容の再確認、シンポジウム打ち合わせ
- 7 月 14 日 日本学術会議幹事会（第 248 回）
提言「社会調査をめぐる環境変化と問題解決に向けて」について承認