



## 4-10 アンケート調査

～多くの声をデータとしてまとめる～

**キーワード** ・アンケート ・リサーチクエスチョン ・サンプリング ・バイアス

### ●このテーマで目指すゴール

- ・アンケート調査の流れ、各プロセスでの注意点を理解する。
- ・目的にかなったアンケート調査を実施できるようになる。
- ・アンケート調査の結果を政策提言に使えるようになる。

### 患者さんからの質問

提言に患者さんの声をまとめて使いたいのですが、アンケートのやり方が分かりません。

**[寄稿] 東京大学公共政策大学院 医療政策教育・研究ユニット  
特任研究員 吉田 真季**

アンケート調査のおおむねのプロセスは、1 企画→2 調査票設計→3 実査→4 集計・解析→5 報告となっています。各プロセスで最低限留意すべきポイントをお示しします。

### 1. 企画

ポイント1：リサーチクエスチョン（どんな目的で何を調べるか）の明確化

「なんとなく質問を並べた」アンケートから切れ味がよい結果は得られません。十分に先行調査を調べ（レビュー）、すでに何がどこまで分かっているか把握した上で、新規にデータを収集すべき内容を絞り込みましょう。

ポイント2：母集団と対象者の定義

調査によって情報を得たい対象全体のことを母集団といいます。アンケート調査は①全数調査、②標本調査、③統計的でないアンケートに大別され、①は母集団全員から回答を得る方法です（国勢調査など）。②は母集団の縮図となるようにルールに従って抽出（サンプリング）した人を対象に行うもので、統計処理により一部の結果から全体を推定できます。ただしサンプリングには費用、期間、手間を要します。

患者アドボカシーにおけるアンケートは③が多いのではないのでしょうか。ある疾患について、医療機関の受診者や、患者会会員のうち、同意いただけただ方を対象に行う場合は③に該当します。

### ポイント 3：実査方法の検討

目的、内容、期間、予算等を考慮し、表 1 で示す方法から最適なものを選びます。

## 2. 調査票設計

### ポイント 1：調べたい課題を細分化し整理

- (1) 調査メンバーでのディスカッション、先行調査レビュー、プレ（事前）ヒアリング等の情報収集を行う。
- (2) リサーチクエスチョンに関連するキーワードを抽出し、リスト化する。
- (3) キーワードを分類する。似たもの同士は大分類としてまとめる。
- (4) 整理したキーワードに従い、対応する質問項目を作成する。
- (5) 質問の流れや整合性に注意し、全体の構成を検討する。
- (6) 項目間の関連性（因果関係、相関関係など）をフローで図示する。

### ポイント 2：協力者への配慮

- (1) 調査の趣旨が伝わるようにタイトルを工夫する。
- (2) 調査主体、締切り、回収方法、連絡先などを分かりやすく示す。
- (3) 依頼文の中で、調査の目的や結果をどんな形で公表・利用する予定かを示す。
- (4) 回答は自由意思で行ってよいこと、守秘や個人情報取り扱いへの留意、回答データの取り扱い（統計的に処理し、集計データとして扱うこと）などを確認する。
- (5) 協力者への参考資料として、後日集計結果などを提供する予定があれば明記する。

### ポイント 3：質問の構成・流れを工夫

- (1) 答えやすい質問（事実を問うものなど）から始め、論理的な流れにする。
- (2) 前の質問が次に影響しないよう、順序に配慮する。
- (3) 対象者の収入、学歴など回答に抵抗がありうる質問は、後に配置する。

### ポイント 4：設問の言葉づかいや回答の選択肢を吟味

- (1) 質問文は簡潔に：分かりやすく、できるだけ短く。過剰な敬語は使わない。
- (2) 対象者が理解できる言葉で：専門用語、あいまいな意味や表現などは使わない。
- (3) 誘導的な質問をしない：表現や言葉づかいが回答に影響を与えないように配慮する。  
[例]「あなたはAだと思いますか」のほうが「あなたはAではないと思いますか」よりも賛成する割合が高くなりやすい。
- (4) 数値化できるものは数字で聞く：[例] 利用頻度について「よく利用する」「ときどき利用する」より、「月に 3 回以上」「月に 1～2 回ぐらい」「ほとんど行かない」などのほうが、回答者による解釈のぶれを防げる。
- (5) ひとつの質問で複数のことをきかない：[例]「喫煙は健康によくないのでやめるべき

だ」は「喫煙は健康によくない」「喫煙はやめるべきだ」を同時に問うことになるので不可。

- (6) 意識を問う場合、回答者個人の考えを聞いているのか、世の中の一般論を聞いているのかを明確にする。
- (7) 個人情報にふれる質問は最小限に：生年月日より年代を聞く、年収は範囲で示すなどを配慮する。
- (8) 属性（年齢、職業、学歴等）を尋ねる設問などでは、設問や選択肢を公的統計や大規模な全国調査と揃えておく：考察の際に参考にできる（後述）。

#### ポイント 5：プレ（事前）テストは入念に

- (1) 関係者全体で1つひとつの言葉を精査し、答えにくい箇所を洗い出しつつ改善する。
- (2) 関係者以外（なるべく幅広い属性の人）にテスト回答を依頼し、改善に反映させる  
[チェックポイント例] わかりにくい表現の有無、回答の分岐の分かりやすさ、飛ばししやすい設問の有無、回答に何分要するか、など。

#### ポイント 6：倫理面の配慮

研究分野（保健医療系、社会学系、心理学系）により、倫理審査の基準は異なります。厚生労働省「疫学研究に関する指針」では、①個人情報を取り扱わない②人体から採取された試料等を用いない③観察研究（対象とする集団に対して研究者が何の介入もしないで、健康・疾病に関するデータを集めて観察する研究手法：編集者追記）で、人体への負担を負わない④被験者の意思に回答が委ねられ、質問内容が被験者の心理的苦痛をもたらさないと想定される——の4点すべてを満たす場合、倫理審査を経ずに研究を実施できると規定しています。

倫理審査が必要な場合、倫理委員会を有する大学（多くは医学部、薬学部等の保健医療系）や医療機関に申請書を提出し、審査を受けます。これらの機関の関係者に研究協力者に加わっていただくなどの方策をとりましょう。

### 3. 実査

具体的手順は表1で示した各手法により異なるため、それ以外のポイントを示します。

#### ポイント 1：標本数の設定

標本調査では、理論的に必要な標本数（解析対象となる回答数）を計算できますが、ここでは略します。標本調査に限らず、経験的に必要標本数の目安は次のようにいわれています。

- (1) 地域や1施設あたりの標本数が500あれば、いろいろな比較分析や統計的検定ができる。

(2) クロス集計で性×年代などにおける際は、1グループあたり30～50標本以上あるとよい。

#### ポイント2：回収率の向上

- (1) 郵送配布であれば、木、金曜に到着するよう発送し、締め切り前に週末を2回含める。
- (2) 回答締切日の前後に協力のお礼状を兼ねた督促状を発送する。
- (3) 謝礼品を同封する（予算に応じ）。

## 4. 集計・解析

書店等に分かりやすい解説書が数多く存在しますので、参照ください。

## 5. 報告

アンケート結果を政策提言に用いたり、広く社会に発信したりする際には、調査結果が独立した報告書にまとまっていることが望ましいです。一般的な報告書の構成は次のとおりです。

- ① 目的
- ② 調査概要
  - (ア) 調査対象者（標本抽出を行った場合はサンプリング法も）
  - (イ) 実査の方法
  - (ウ) 調査期間
  - (エ) 回収率、有効標本数
- ③ 回答者の基本属性
- ④ 調査結果の報告（メインとなる内容）
- ⑤ 参考資料（調査票、単純集計結果）
- ⑥ 協力者への謝辞、研究費提供を受けた場合はその明示

#### ポイント1：調査の限界について言及

特に、標本調査でない場合は母集団からみて回答者に偏り（バイアス）があることが前提です。限界を認識していることを明示すれば、データの一人歩きを回避し、客観性・信頼性を補強できます。具体的には、回答者の属性分布を公的統計や大規模な全国調査等と比較したり、同じ設問を含む先行研究結果と比較したりすることで、自分たちが調査で得た回答がどんな方向に偏る傾向があるかを想定し考察できます。

#### ポイント2：シンプルで理解しやすい記述

事実（回答から得られたデータ）と考察（調査者の意図が含まれる）は分別して記述します。図表のみを取り出しても情報に過不足がないように、N数（回答者数）や、単数回答か複数回答かを忘れずに提示します。

<表 1>実査方法別の特徴と留意事項

主な方法	統計的な代表性	調査地域	回答許容時間	答えにくい質問の可否	実査期間のめやす	回収率*	
<b>訪問面接調査</b>	調査員が対象者宅を訪問し、本人に質問してその場で回答を得る	サンプリングを行えば可能	限定(コスト面から)	30分以内	×	1週間	60-70%
<b>訪問置き調査</b>	調査員が対象者宅を訪問して協力依頼のうえアンケート票を預け、後日回収	サンプリングを行えば可能	限定(コスト面から)	長くてよい	○	2週間	55-65%
<b>郵送調査</b>	アンケート票の送付と回収(いずれか一方の場合も)を郵送で行う	サンプリングを行えば可能	地域を問わない	30分以内	○	3週間	40-50%
<b>来場者アンケート調査</b>	通行人や来場者などに協力を依頼し、その場で調査を行う	困難	人が集まる場所のみ	10分以内	○	1日でも可	(協力者のみが回答)
<b>電話調査</b>	調査員が対象者に電話で質問し、回答を得る	サンプリングを行えば可能	地域を問わない	10分以内	×	1日でも可	50-60%
<b>インターネットアンケート調査</b>	インターネットなどで回答者を公募し、ウェブサイト上で回答を得る	困難	全世界	10分以内	○	1日でも可	(協力者のみが回答)

\* 回収率の数字は世論調査年報による。なお回収率は謝礼品、調査主体の名称、調査内容により左右される  
出所) 酒井 隆「図解 アンケート調査と統計解析がわかる本」に掲載の表を改変

◇ さらに詳しく知りたい方のために

- ・轟亮、杉野勇編『入門・社会調査法 2ステップで基礎から学ぶ』法律文化社、2010年
- ・酒井隆『図解 アンケート調査と統計解析がわかる本』日本能率協会マネジメントセンター、2012年
- ・厚生労働省「疫学研究に関する倫理指針」  
<http://www.niph.go.jp/wadai/ekigakurinri/rinrishishin.htm> (2013/10/31 アクセス)