

郵送調査の回収率を高める要因の再検討の重要性
——予告状、私信化、返信用切手貼付に着目して——
The Importance of Re-Examining the Factors to Increase the
Response Rates in Mail Surveys: Focusing on
Prenotification Letter, Personalization, and Stamped
Return Postage

井上 公人
INOUE Kimihito

This paper studies the importance of re-examining the factors to increase the response rates in mail surveys. In 2012 mail surveys account for 66.6% of polls in Japan, however, methodological exploration of it is inadequate. Therefore, we suggest the effectiveness of prenotification letter, personalization, and stamped return postage, compared with incentives, to increase the response rates, in terms of cost, and how demonstrate the validity of these.

キーワード：郵送調査 (Mail Survey)、回収率 (Response Rates)、予告状 (Prenotification Letter)、私信化 (Personalization)、返信用切手 (Return Postage Stamp)

1. はじめに

本稿は、郵送調査の回収率を高める要因を、現在の日本社会の文脈において再検討することの重要性を示し、その実証方法についてささやかな提案をするものである。

全数調査が困難な大母集団に対して量的調査を行う場合、母集団から無作為抽出を行って標本調査を行うことが多い。しかし、調査の回収率が低ければ非標本誤差が発生するため、調査結果の信憑性を担保するためには、回収率を高めることが重要である。全国世論調査の現況（内閣府大臣官房政府広報室 2013）によれば、2012 年度に行われた全 1,272 件の世論調査のうち、78.2%が無作為抽出によるもので、郵送調査は 66.6%と最も利用されていることから、郵送調査の回収率を高める要因の検討には大きな意義がある。郵送調査の回収率を高める方法は、T. W. Mangione の『郵送調査法の実際』（1995=1999）、D. A. Dillman (2000) の TDM (Tailored Design Method)、林英夫 (2006) の『郵送調査法』、松田映二 (2010) の EMM (Effective Maximization Method; 有効極大化法) などの形で体系的に蓄積されてきた。だが林 (2006) も指摘しているように、日本における郵送調査の方法論的研究は欧米と比べて少なく、実査計画の詳細を明示した調査報告書すら少ないのが現状である。

2. 郵送調査を取り巻く現在の状況

本章では、郵送調査の回収率に影響すると考えられる、日本社会の現状について言及する。「調査法は時代とともにある」(松田 2013: 115) ものであり、郵送調査の回収率を高める方法を再検討する上で、調査の前提となる社会状況に対する理解は必要不可欠である。

(1) 世論調査の回収率と郵送調査の再評価

そもそも、調査の回収率はどのくらい得られればよいのだろうか。森岡清志 (2007) は集計・分析に必要な標本の大きさが満たせればよいとしているが、Mangione は 50%以下の回収率は「科学的に許容できない」(Mangione 1995=1999: 84) としている。また、林英夫・村田晴路 (1996) は、65%程度の回収率が得られれば人口統計的指標にかんする限り、母集団と返送数の分布間に大きな偏りはないとしている。さらに小島秀夫・篠原清夫 (2012) は、実験的に分析を行った結果、因子分析では回収率が 40%を超えれば安定した結果が得られるとしつつ、回収率の高さが安定した結果をもたらさない項目もあることを指摘した。

だが従来、森岡 (2007) などにあるように、郵送調査で高い回収率を得るのは困難とされ、個別面接調査や訪問留置調査が推奨されてきた。実際、先述の全国世論調査の現況では、先述の基準を満たす回収率 70%以上⁽¹⁾の郵送調査は全体の 1.3%、回収率 40%以上でも 67.5%しかない。だが郵送調査には、直接会うことが困難な対象者にも協力を依頼できる、経費が安いという他の調査法にはない大きな利点がある (林 2006)。近年では、郵送調査において 60%を超える高い回収率が得られた事例 (僧都儀尚 2011; 松田 2013) もあることから、現在は「一定の条件を整えば、郵送調査でも高い回収率を達成できるようになった」(山田一成 2008: 77) と指摘されている。そのため、この「一定の条件」、つまり郵送調査の回収率を高める要因は何かということ、実証的に解明することが必要なのである。

(2) 郵送調査を実施する上で考慮すべき現状

1) 調査協力に対する謝礼とその影響

現在、調査協力の誘因として謝礼が用いられることがある。特に、「各種アンケート調査など、民間のマーケティングリサーチでは、当たり前のようにお金を払い」(小野寺典子ら 2010: 52) 謝礼としているほか、換金性の高い金券や、ポイントなどが提供される場合もある。このように、調査と謝礼がセットになった状況は、人々のなかに「アンケートに答えたらお金がもらえるものだという発想、それも対価以上のものをもらって当たり前だと思う」(小野寺ら 2010: 52) 意識が醸成されている可能性がある。そのため、換金性の高い謝礼の提供が難しい調査は、回収率を高める上で不利な状況にあると考えられる。

では、実際に調査対象者は、調査協力の誘因としての謝礼をどう考えているのだろうか。安藤昌代 (2012) によれば、調査対象者が個別面接調査に協力した理由 (複数回答) のうち、「謝礼品が魅力的だから」を選択した人は 4.6%、個別面接調査に協力してもよいと思う基準 (複数回答) のうち、「適度な謝礼が渡されること」を選択した人は 4.3%と、謝礼を協力の誘因として挙げる人の割合は多くはない。しかし、調査員に対する調査では、高回収率でよい面接調査の実施条件 (3 つまで) のうち、「適度な謝礼が渡されること」を 25% もの人が選択しており、回収率を高める上で謝礼が有効に機能することが示されている。

実際に謝礼を用いた郵送法の学術調査には、小林盾らが2006～2012年に行った事例がある（小林ら2013）。7回の調査の平均回収率は64.3%と高く、その理由として小林らは、①対象を地元住民とした、②謝礼（500円の図書カード）の先渡し、③調査票の分量（最大6ページ）、④自由記述を減らす、⑤市政への要望などで回答モチベーションを高めた、⑥継続による信頼感の蓄積を挙げているが、何よりも②が効果的だったと思われる。なぜなら、先行研究で「督促状以外で、報償ほど応答率を向上させる可能性が高い技法はない」（Mangione 1995=1999: 105）、「謝礼の前渡しの長所は即効性にある」（林2006: 164）と指摘されているからだ。小林らの調査結果は、安藤以上に謝礼の有効性を示している。

だが、謝礼の提供にはコストがかかる。小林らの調査の場合、寄託先である立教大学社会調査データアーカイブ（RUDA）の情報に基づいて計算すると、謝礼の費用は2006～2008年の400サンプルでは20万円、2009～2010年の300サンプルでは15万円である（立教大学社会情報教育研究センター2014）。予算が少ない場合や、予算があっても謝礼を予算から支出できないなど、実質的に謝礼の活用が不可能な場合もあるだろう。

2) 学術調査に対する視線の厳しさ

現在、学術調査の調査主体となることの多い大学や研究機関の研究者に対する社会の目は厳しい。学者や研究者に対する信頼度をJGSSの単純集計結果（大阪商業大学JGSS研究センター2014）から確認すると、「ほとんど信頼していない」人の割合はゆるやかではあるが増加しており、「わからない」とする回答の減少は、「とても信頼している」人の割合の増加には結びついていない（表1）。こうした現状は、研究者が行う学術調査に対しても不信感を生じさせているだろう。前項の状況とあわせて考えるなら、謝礼を提供できない学術調査を行う場合は、特に強い向かい風に立ち向かう覚悟をせねばならないだろう。

表1 JGSSにおける学者・研究者に対する信頼度の推移

	2000年	2001年	2002年	2003年	2005年	2006年	2008年	2010年	2012年
とても信頼している	15.1%	14.5%	16.9%	14.9%	9.7%	11.0%	16.9%	16.6%	13.1%
少しは信頼している	49.8%	50.8%	49.1%	48.8%	51.2%	56.3%	54.0%	55.8%	53.5%
ほとんど信頼していない	8.1%	8.8%	6.4%	8.0%	12.6%	8.4%	6.2%	7.2%	12.1%
わからない	27.0%	25.8%	27.6%	28.3%	26.6%	24.2%	22.9%	20.4%	21.2%
N	2875	2739	2921	1943	1976	2091	2028	2475	2289

註：大阪商業大学JGSS研究センターが提供している単純集計結果をもとに筆者が作成

3) メール便、特定信書便と郵便の差出数の変化

クロネコメール便などのメール便や特定信書便の差出数は、近年大きく増加している一方、郵送調査の基盤となる郵便の差出数は減少している（国土交通省2014；総務省2014）。2013年の郵便差出数は、第一種郵便物（封書）が約86億通、第二種郵便物（はがき）が約66億通であり、これは過去最多の差出数だった2001年と比べ、第一種は約35%、第二種は約14%の減少である（総務省2002；日本郵便2014）。この状況下では、調査票の発送に郵便を用いた場合と、それ以外の方法を用いた場合とでは、受け取った対象者が抱く印象が異なる可能性が考えられる。なぜなら、はがきや切手、消印などは郵便特有のものであり、これらの有無やその絵柄が対象者に与える影響は等閑視できないと考えられる。

3. 郵送調査の回収率を高める方法

(1) 先行研究

前章で述べた状況下では、郵送調査の回収率向上は諦めなくてはならないのだろうか。答えは「否」である。松田（2013）は、高額な謝礼を使わなくても、大学が実施した学術調査で60%以上の高回収率を得た事例を紹介している。林（2014）は、返送に影響を及ぼす可能性のある要因を15項目示しているが、そのうち回収率を高める上で有効だとしているのは、実施主体名、謝礼前渡し、返送用封筒への切手貼付、事前の依頼状送付、督促状送付である。これ以外に有効な方法として、松田のEMMでは、開封後すぐに調査票に関心を向けてもらえることを重視しているほか、Mangioneは依頼状の様式や私信化の重要性を提言している。この依頼状の私信化についてはDillmanのTDMでも推奨されている。

(2) 予告状、私信化、返信用切手貼付への着目とその効果検証の必要性

前節を踏まえ、本節では1)予告状の送付、2)私信化、3)返信用封筒への切手貼付の3つに着目したい。その理由は2点ある。1点目は、これらは小林らが行ったような図書カードの先渡しよりは安価であり、もし有効性が明らかになれば、謝礼を提供できない場合でも、回収率向上が図れるからである。2点目の理由は、先述した郵便差出数の状況を考えると、後述するように、予告状ハガキの送付、宛先の手書き、封筒への切手貼付など、郵送調査特有の手続き自体に、回収率を高める上での積極的な意義が見出せるからである。

1) 予告状

予告状とは、事前の依頼状として、対象者に調査票を送付する旨を調査票送付前に通知するもので、TDMでは封書としているが、EMMでは家人の目に触れる可能性から、ハガキを推奨している。もし時期が合えば、日本郵便が発行するくじ付き暑中・残暑見舞いハガキである「かもめ〜」、とりわけ絵柄入りのものを活用できれば、普通ハガキより目を惹く上に、くじの当選発表まで捨てられない可能性から、予告状の効果も高まるだろう。

2) 私信化

私信化とは、挨拶状で個人名によって呼びかけたり、署名を入れたりすることで、対象者に調査に対する親密さや好印象を与えようとするものである（Mangione 1995=1999）。Mangioneの訳者である林は、宛先や署名、追伸を手書きで付け加えたり、郵便物に切手を貼ったりする方法も用いられる（Mangione 1995=1999）としているが、朴堯星・土屋隆裕（2013）が行った、一筆箋に協力を依頼する文章を手書きする方法では、回収率を高められていない。この研究は、管見の限り日本において私信化の効果検証を行った唯一のもので、宛先の手書きについては未検証であるため、研究の蓄積が必要である。手書きの宛先は、個人情報電子化していない証左として、対象者に肯定的に理解される可能性もあるが、見知らぬ存在からの郵便物ということも相まって、奇異あるいは否定的な印象を与える恐れもある。なお、発送用封筒に貼付する切手について付言すると、記念切手によって回収率を高めた例がある（林2006）ほか、そのデザインの影響を実証した例もある（小林敦子2005）。さらに、一步踏み込んだ私信化を図るなら、「風景印」と呼ばれる、差出郵便局付近の名所旧跡等の図柄が描かれた消印を利用することも、新たに検討すべきである。

3) 返信用封筒への切手貼付

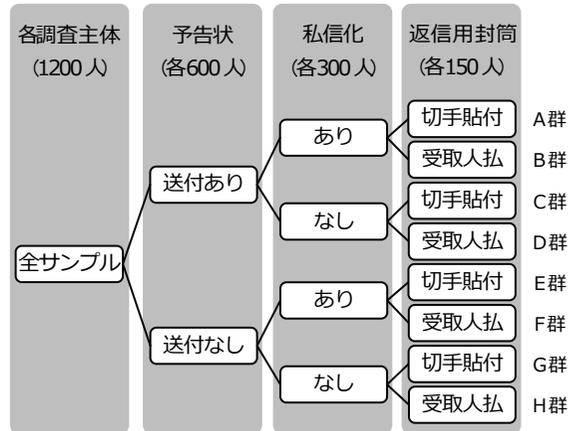
対象者に調査票を返送してもらう際の返信用封筒として、料金受取人払の指定を受けた専用封筒を用いることも可能だが、返信用封筒に予め郵便切手を貼付しておくことで回収率が高まるといふ。その理由は、Dillman (2000) などによって社会的交換理論によって説明されており、その効果については、与謝野有紀 (1996)、林 (2006) などが分析している。

4. 郵送調査の回収率を高める要因の実証方法

前章で示した3つの方法の効果を実証するには、林 (2006) による一連の調査や小島 (2010) などを行ったように、実験群と統制群を設定した対照実験の要素をもつ調査の実施が必要不可欠となる。だが、「郵送調査の方法論的研究のために独立した実験的調査を実施する必然性はなく、その気にさえなれば、本来の研究の機会に付帯して実験的調査を実施し、副産物としてデータを獲得することはそれほど困難なことではない」(林 2010: 135) という。

こうした観点から筆者は、社会調査士資格取得のための「社会調査の実習を中心とする科目」(G科目)において実施した、「消費税増税後の暮らしと意識にかんする調査」(調査主体：立教大学社会学部・東洋大学社会学部、研究代表：三田知実、調査期間：2014年7月末～8月、計画標本：各調査主体1200)に、対照実験の要素をもたせた⁽²⁾。具体的には図1のように、各調査主体において、予告状送付の有無、私信化の有無、返信用封筒への切手貼付の有無を組み合わせた8群を設定して発送を行った。なお、私信化については、作業の煩雑化と、群ごとのサンプル数の減少を防ぐため、立教大学ではA・B・E・F群の調査票発送封筒と、A・B群の予告状の宛名の手書き、東洋大学ではA・B・E・F群の挨拶状に「ご回答お待ちしております。」という一文の手書きを行った。作業の際は、筆跡の影響を排除するため、同一人物が同一筆記具を用いた。このように発送した調査票は、どの群のものが判別できるため、各群の回収率を集計すれば、どの方法が回収率向上に効果的か明らかにできる。この結果については、稿を改めて報告したい。

図1 実験調査における群設定の模式図



謝辞

今回の実験調査にあたり、全面的な賛同と協力を賜った三田知実氏 (立教大学社会学部助教)、予備を含め約900通の宛名と、約650通の挨拶状への一筆を、根気強く、かつたいへん美しい字で手書きしてくださった高梨優花氏 (立教大学社会学部学生)、実験調査の意義を理解し、煩雑な発送作業に協力してくださった、立教大学「社会調査演習」および東洋大学「社会調査及び実習16」履修生諸氏に心より深く御礼申し上げます。

註

- (1) 全国世論調査の現況では、回収率は10%刻みで集計されている。
- (2) 調査実施にあたっては、2014年度立教大学学術推進特別重点資金の助成も受けている。

参考文献

- 安藤昌代, 2012, 「面接調査における回収率向上のための一考察——対象者アンケート、調査員アンケートの結果から」『社会と調査』9: 76-89.
- Dillman, D. A., 2000, *Mail and Telephone Surveys: The Tailored Design Methods*, 2nd ed, New York: John Wiley & Sons.
- 林英夫, 2014, 「郵送調査法」社会調査協会『社会調査事典』丸善, 96-9.
- 林英夫, 2010, 「郵送調査法の再評価と今後の課題」『行動計量学』37(2): 127-45.
- 林英夫, 2006, 『郵送調査法 増補版』, 関西大学出版部.
- 林英夫・村田晴路, 1996, 「郵送調査における応答誤差——応答の正確度および安定度ならびに返信時期による応答の差異」『関西大学社会学部紀要』28(1):171-89.
- 小林敦子, 2005, 「キティちゃんがパトカーを追い抜いた?!——郵送調査の回収率と返信用切手の種類の関係」『Think-ing』彩の国さいたま人づくり広域連合自治人材開発センター政策研究部, 6: 66-9.
- 小林盾・武藤正義・渡邊大輔・香川めい, 2013, 「回収率70%への挑戦」『第86回日本社会学会大会報告要旨集』303.
- 小島秀夫, 2010, 「郵送調査の回収率向上のための実験的調査研究」『行動計量学』日本行動計量学会, 37(2): 147-57.
- 小島秀夫・篠原清夫, 2012, 「回収率の差が調査結果に与える影響について」『茨城大学教育学部紀要——人文・社会科学・芸術』61: 55-63.
- 国土交通省, 2014, 「平成25年度宅配便等取扱実績関係資料」(2014年12月4日取得, <http://www.mlit.go.jp/common/001047891.pdf>).
- Mangione, T. W., 1995, *Mail Surveys: Improving the Quality (Applied Social Research Methods Series Volume 40)*, Thousand Oak: Sage Publications, Inc. (=1999, 林英夫監訳・村田晴路訳『郵送調査法の実践——調査における品質管理のノウハウ』同友館.)
- 松田映二, 2013, 「郵送調査で高回収率を得るための工夫」『社会と調査』10: 110-8.
- 松田映二, 2010, 「郵送調査の可能性と課題——有効極大化法 (EMM Effective Maximization Method) の提案」『2010年度日本選挙学会研究会 方法論部会 (世論調査における方法論的現状と課題) 報告論文』, (2014年4月20日取得, <https://www.jaesnet.org/archives/report-archives/>).
- 森岡清志編, 2007, 『ガイドブック社会調査』第2版, 日本評論社.
- 内閣府大臣官房政府広報室, 2013, 「全国世論調査の現況 平成25年版」(2014年9月28日取得, <http://www8.cao.go.jp/survey/genkyou/h25/h24-genkyou/csv/h202.csv>).
- 日本郵便, 2014, 「平成25年度引受郵便物等物数」(2014年10月31日取得, http://www.post.japanpost.jp/notification/pressrelease/2014/00_honsha/0514_01_01_01.pdf).
- 小野寺典子・片山朗・佐藤嘉倫・前田忠彦・松田映二・吉川徹・篠木幹子・大谷信介, 2010, 「座談会 回収率を考える」『社会と調査』5: 26-65.
- 大阪商業大学 JGSS 研究センター, 2014, 「大阪商業大学 JGSS 研究センター」(2014年9月28日取得, <http://jgss.daishodai.ac.jp/surveys/table/TR3ACDAZ.html>).

- 朴堯星・土屋隆裕, 2013, 「郵送調査法における回収率向上策の検討——多摩地域住民調査の事例を中心として」『日本行動計量学会大会発表論文抄録集』 41: 240-3.
- 立教大学社会情報教育研究センター, 2014, 「立教大学社会調査データアーカイブ (RUDA)」(2014年9月28日取得, <https://ruda.rikkyo.ac.jp/dspace/simple-search?query=%E5%B0%8F%E6%9E%97&submit=%E6%A4%9C%E7%B4%A2>).
- 総務省, 2014, 『情報通信白書 平成26年版』日経印刷.
- 総務省, 2002, 『情報通信白書 平成14年版』ぎょうせい.
- 僧都儀尚, 2011, 「郵送調査の回収率の決め手とその優位性」『社会と調査』7: 86-95.
- 山田一成, 2008, 「八王子市における郵送調査の設計と実施」『社会志林』54(4): 75-89.
- 与謝野有紀, 1996, 「郵送調査回収率の計量分析」『奈良大学紀要』24: 191-205.