

公開講演会要旨

調査環境の変化と新しい調査法の抱える問題

統計数理研究所 名誉教授 林 知己夫

(2000 年 11 月 2 日, 統計数理研究所 講堂)

私はかつて調査の「古典主義」と「モダニズム」ということを 35 年位前に言ったことがある。データをしっかりとるということを第一主義とした古典主義を軽視し、データを、普及し始めたコンピュータを縦横に駆使して計算することを中心に捉えたモダニズムの台頭があった時代である。私はこのようなデータ解析法が古典主義によって得られたデータの上に行われることを願っての発言であった。そのころは、まだ古典主義の名残りはあり、モダニズムと言ってもまだデータに対する良心があった。

それ以来、古典主義を荷うごく少数の人々を除き、データをとることを軽くみる傾向が統計学や現場に次第に浸透してきた。

方法の十分な検討を経ないまま、電話調査が行われ、市場調査・選挙調査はおろか、世論調査と銘打ったものにまで使われるようになった。選挙人名簿(あるいは住民基本台帳)からの正規の個人標本抽出 電話番号を調べる「お願い」を出す 電話調査という方法がとられていたが、電話帳に番号を掲載しない人々が増えてきた。また掲載しない人々と掲載している人の質の違いのようなものも見えてきた。そこで RDD (Random Digit Dialing) と言われる方法が採用されてきた。電話の掲載、非掲載に拘らずデータがとれるが、母集団が明確でないこと、拒否の多いこと、回収率が明確でないこと、RDD で回答する人々の回答が他の調査と較べ質を異にすることも解ってきた。

世論とは何か、世論調査とは何かという原点に戻って世論調査・調査法を根本的に考え直す時代になってきた。

インターネットの普及と共にインターネットによる調査も考えられてきた。調査における回答のとり方としては少なくとも日本人にとっては電話より優れていると思われるが——この検討は将来の問題である——サンプルの性格が明確でないことが最大の弱点となっている。

私はインターネット調査にランダムサンプル的な代表性を求めることは木に縁りて魚を求めるに等しい。しかし、その特色を用いた relational marketing とか、医師と患者の双方向 relation の保持、瀬踏みの情報の獲得とかには役立つのではないかと思う。あるいは、未然事故(インシデント)の把握とか改良点の早期把握とかにも有効であろう。要は使い道である。

インターネット調査で全体に対する代表性を求めることは調査の自滅への道である。しかし、我々はインターネット調査の統計的な研究は避けるべきではない。これがいかなる性格を持つか、いかに用いるのが統計的に妥当かを真剣に研究し、そのあるべき姿を「データの科学」の立場から探るのが我々のとるべき道と思う。