

社会調査とは

1. 社会調査の目的

社会調査にはさまざまなものがある。定期・定量的に人口などの国力を測ることを目的とした国勢調査などの大規模調査をはじめ、大学生が研究テーマに基づき調査を行う場合など実に幅広い。その中で、社会調査を広くとらえるなら「社会のために、社会をみる調査」といえる。社会のためとは、文字どおり公共の福祉を含む世の中のために行われることを指す。そして、社会をみることは、アンケート調査などによる数量的な把握に加え、実際に観察者がフィールドに入り観察を行う調査まで多様にわたる。

また、政府が法律「統計法」に基づいて行う調査、行政指針などを得るため広く世論の方向を測る世論調査、企業が消費者動向を知るために行われる市場調査(マーケティング・リサーチ)など目的も多様である。それらを総合し、社会調査を定義付けることは難しいことであるが、端的に述べるとしたなら次のような定義付けが挙げられよう。

「実際の社会的場面における人間行動に関するデータを収集し、それを解析することによって、対象とする人間行動について記述し、因果関係について説明すること」

— 島崎哲彦編 (2000) : 『社会調査の実際—統計調査の方法とデータの分析』、
学文社

「(1) 社会または社会事象について、(2) 現地調査 (フィールド・サーベイ)

により、(3) 統計的推論ための資料を得ることを目的とした調査のこと」

— 鮎戸弘著 (1987)：『社会調査ハンドブック』、日本経済新聞社

「経験的データを用いて意味世界としての社会的世界を探索し、新しい知見を提示することである」

— 盛山和夫著 (2004)：『社会調査法入門』、有斐閣

これらの定義を総合し別の角度から言い換えると、社会調査は、「ある事象についてデータを用い（事象を数量化、記述化し）、データから客観的事実を見出し（数量を正しく解析し）、最終的な結果を社会に還元する（解析を社会に役立てる）ということ」であるといえる。つまり、主観という憶測や想像で語られがちな事柄に対し、一定の物差し（定規）をもって客観的に測り、これまで認識していなかった（または認識が歪曲していた）現実を把握し直す。そして、新たな現実をもって、社会がより良い方向に向かうべく貢献することに社会調査の意味とダイナミクスがあるといえる。

なお、社会調査は、たとえ一回当たり一個人の負担が大きくなるとも、総合すると相応の労力を世の中に人たちに強いることになる。調査への協力の多くは、人々の善意に基づくものがほとんどで、調査者はその恩恵をいただくことにより調査を進められるのである。これらの労力と善意に基づく社会調査は、個人的欲求の充足や社会操作、利益操作のために行われるものではなく、広く社会に貢献することを目的として行わなければならない。

2. 社会調査の三段階

2.1 事象を数量化する

事象を数量化するとは何を求めることなのだろう。例えば、子どもから「友だちよりも家でいっぱい勉強しているよ」と言われれば、それを真実と受け止めてよいのだろうか。また、小学生の男の子から「クラスみんな、カードゲームいっぱい持っているよ。ぼくにも買って！ 買って欲ないと仲間

はずれにされちゃう・・・」と言われた親は、子どもは何枚ぐらいカードを持っていると考えるのだろうか。きっと懸命な親なら、子どもの「みんな」という一言を鵜呑みにして、「やっぱり近ごろの小学生は、全員カードゲームなんだ」と断定的に思わないであろう。

時に人間の経験値や勘は素晴らしい力を発揮するが、こと数量や形で表せるものについての感覚値は、案外おおざっぱで不正確ことが多い。ましてや「たくさん」「みんな」「同じぐらい」や「とっても」「かなり」という表現では、個人差があまりに大きすぎ、決して正確なことを周りに伝えることはできない。

2.2 数量を正しく解析する

事象が数値化されればそれで完了かというそうでない。先の小学生の男の子のケースでたとえるなら、例えば、クラスでカード所持枚数を調査し、「1人平均すると300枚のカードを持っていました」という結果が出たとしよう。その結果のみをとりあげて伝えようと、単純に親が「せめて数十枚かは買ってあげないと、子どもがクラスで浮いてしまうかも」と考えるかもしれない。しかし、実は数値をよくみると、

- ・ごく一部の子どもが桁はずれの数のカードを所持し、平均値を押し上げていた
- ・カードにまったく興味を持たない子どものグループがいくつかあることが実態としてわかることがあるかもしれない。

数量は時に正確さを示すが、その理解と解説なく一人歩きすると、思いもよらぬところで誤解や拡大解釈を生む場合がある。調査から得た数量などの結果を誤解なく伝えることも、社会調査を行う者の大切な役目といえる。

2.3 解析結果を社会に役立てる

社会調査は世の中に還元され、かつ次の社会調査にバトンを渡しながらか、次世代にも役立つ内容であることが求められる。国やメディアなどが行う調査以外にも、民間企業が社会貢献として行う調査、NPO 団体が新しい事実を伝えるために行う調査など、どの社会調査も原則、社会還元を大きな目標としておいている。

話を先の身近な例に戻してみよう。クラスでカードゲーム所持などの状況を調査した結果を還元しないとどうなるだろう。それは一部の人の情報利得に留まるという問題だけでなく、調査に協力してくれた子どもたちの労力無視、しいては調査への不信（別の社会調査にも非協力的になる）などの倫理問題が起こる。もし、非公開にするなら理由を含めあらかじめその旨を伝えておく必要があるだろう。

さらに社会調査では、結果による影響可能性も考えておかななくてはならない。もしカードゲームの調査で、単に平均枚数のみを単にクラス全員に伝えたなら、持っていない子どもたちや親を動揺させるかもしれない。また、それでは実際の正確な把握とは乖離してしまう。平均値や中央値などの基本統計に加え視覚化のためのグラフ、そして適切な解説などを含めフィードバックしていく必要がある。つまり、社会調査においては、単に数値を示すだけでなく、客観的でバランスの取れた結果を還元するとともに、可視化した結果をどう社会に役立てるかを考え活用される必要がある。

3. 社会調査における倫理問題

3.1 倫理問題

広く公的な団体や新聞社などが行う社会調査は、偏りがなく公正なものと考えられがちである。しかし、実際にはどうであろうか。調査者も気づかぬうちに、自らの意図が調査に反映されている場合がある。また、ときには恣意的とも思える誘導的な調査項目が並ぶ調査票がみられるのが、残念ながらわが国の社会調査の実態である。

例えば、「夫の育児についての意識調査」を、とある NPO 団体が「夫の子育て促進！！」「格差の無い日本社会を！！」という旗を高々と掲げながら街頭で行ったとする。その結果は倫理的にどうであろうか。回答者は当然、無作為（ランダム）に抽出された人たちではない。道行く人にバラバラに声をかけたのでランダムである、という人もいるかもしれないが、それは正しくない。あくまでも道すがら調査員から声をかけられ、それに応えてくれた人たちの回答群である。声がけに応答してくれた時点で、NPO の方針にある

程度は賛意のある人たちであろうし、また街頭で質問に答えてくれるだけに、育児問題に対し意識の高い人たちの回答群という可能性が高い。つまり、この調査はあらかじめ一定のバイアスがかかっていることになる。もし、その調査結果をもとに断定的に社会動向を語り、意見を主張するのは客観的なデータに基づいている意見とは言いがたい。実際、この手の調査結果が国会などでも国民の客観的意見として紹介されたりもする。

また、新聞社の調査でも、世論が一定の方向であることを強調するため、誘導的な設問による調査が行われることが一部にみられる。新聞社としては、調査結果に特徴（偏り）がないとトピックスとしてはとりあげにくい、というメディア市場的な事情があるのだろう。「A意見とB意見は同数で、差がありませんでした」では、みるべき特徴がなく読者が関心を示さないのである。さらには、企業などが行う商用調査などでは、自社に有利な結果だけを公表し、不利な結果は表に出さないなどの作為的な操作が行われることもある。

こうした社会調査上の倫理問題は、社会調査の信頼性を失うばかりではなく、誤った結果により個人が意思決定したり、ときにはパニックやデマ的に社会が動いてしまうことさえ起こりえる。このような事態に歯止めをかけるべく、一般社団法人社会調査協会では、調査の専門的能力を示すため「社会調査士」（本章末にある一般社団法人社会調査協会 倫理規程を参照）などの資格が設けられるなど、統計を取り巻く倫理向上は図られてはきている。しかしながら、やはり最終的には調査者のモラル感覚がカギとなるのは言うまでもないであろう。

また、先の「夫の育児についての意識調査」のように、土台となる基礎データが大きく偏りのある方法で収集なされたなら、どんなに立派に統計解析や解釈を行ったとしても、出てくるアウトプットは使えない内容となる。これを「入口で異物を混ぜてしまうと、大量の異物を生じさせる」という社会調査の悪循環と呼んでいる。せつかく良い調査をしても、最初の調査対象者の抽出が正しくないと、世の中に意味を持たないデータを大量に排出するという結果を招きかねないのである。

1846年当時、社会学に統計的手法を導入し「近代統計学の父」といわれるベルギーのJ.A.Lケトレーが、社会調査におけるルールを記しているので紹介しておきたい。ちなみに調査対象者の抽出が正しくない場合は、次の④の指摘であり、全文とも今日的にも十分通用する内容である。

《統計解析を進めるにおいて》危険な点は次のようなことである》

J.A.L ケトレー

- ①最終的な結果について先入観を持つこと
- ②起こってほしいと考える結果に矛盾する数字を無視すること
- ③すべての原因を十分に数えあげないで、いくつかの原因により起こる結果を1つの原因に帰すること
- ④そもそも比較不可能なデータを比較すること

(引用) G. イーストホープ著、川合隆男他監訳 (1982) : 『社会調査方法史』、慶應義塾大学出版会。《()》は筆者加筆

3.2 さまざまな倫理問題

倫理問題には、犯罪に近いものからモラル的に疑問を投げかけざるを得ないような機微な問題、さらには政治的な問題が関係するなど多様である。ここではその主だった事例の概観を紹介する。

3.2.1 調査者の熱意と期待によるズレ

どのような調査であれ、設計段階で仮説がたてられ、何らかの結果期待が入り込む。この期待が調査への動機付けでもあり、調査者としては企画を進めるうえで欠かせないエネルギー源となる。しかしながらこの期待が、社会調査が現実を見出すために行われるものであるにもかかわらず、調査者により無意識的、ときには意識的に反映される場合がある。この歪みが調査に反映されないよう、調査者は常に客観力をもって虚心坦懐に調査に向き合うことが求められる。言い換えると企画・解析段階のすべてにおいて、誇張、歪曲、恣意が入り込まないように努める必要がある。

3.2.2 アナウンスメント効果による影響

アナウンスメント効果とは、調査結果の発表が何らかの利害や社会動静に影響を与える効果のことである。好例は、調査結果の公表が選挙結果に与える影響である。選挙の場合、せめぎ合う候補者の劣勢が発表されると、「弱者側を応援しようとする人が増え、獲得票が増える」というものや、候補者の飛びぬけた優勢が発表されると「周りと合わせて票を入れる人が増え、さらに獲得票が増す」という、いわゆる勝ち馬に乗る現象が起こるとされている。

それらの効果の真偽は諸説あるのが現状であるが、社会調査の発表時期などを、悪意をもって操作的に行うことは社会調査の倫理違反であるといえる。

3.2.3 誘導的質問の設定（「第4章 調査の企画」参照）

国が自衛隊の海外派遣可否を議論していたとき、自衛隊派遣についての世論調査が行われた。結果、派遣に賛成する者が多いとされたが、そのときの調査紙の質問文に誘導的な意図があったとの指摘が相次ぎ、国会を揺るがす騒ぎとなったことがある。再調査を余儀なくされ、改めて世論調査が行われるという事態が起こった。しかしながら、そこでも再び誘導的質問が指摘され、さらなる混乱に至った。いわゆるワーディング（質問文作成）に恣意が込められていたという問題である。公の機関が行う調査においても、このような問題が起こりえることは知っておきたい。

3.2.4 調査対象者への賄賂（視聴率買収事件）

某テレビ局のプロデューサーが視聴率調査世帯を買収し、視聴率を操作した事件がある。使われた買収工作費は番組制作費から捻出され、約800万円が流用されたとされている。当時、約600世帯のサンプル（標本）で視聴率が測定され、そのうちの約1割に賄賂を渡していたという。この事件でテレビ局社長も責任をとって辞任した。このレベルの問題となると、倫理問題を越えた法的問題の領域に入る。

3.2.5 国家、政治的操作による歪曲

戦時中に公然となされた虚偽の戦果報告も、特殊な問題であるが、ある種の社会調査の倫理問題ともいえる。大日本帝国をはじめ、あらゆる国で戦時中の戦果が歪曲誇張され報道されたことは歴史的な事実でもある。戦争など厳戒下の中では調査の改ざんが恣意的に行われ、それが公然とまかり通る可能性が高いことを、私たち調査を学ぶ者としてはしっかりと認識しておく必要がある。

このほかにも、多種多様な倫理問題がある。倫理には調査者が意図した悪質なものから、調査者の無為や知識不足による誤った報告例が数多くある。社会調査にかかわる者は、ぜひ次の書籍を参照してみしてほしい。

- ・D. ハフ著、高木秀玄訳（1983）：『統計でウソをつく法—数式を使わない統計学入門』、講談社

第1章 社会調査とは

- ・谷岡一郎著 (2000)：『社会調査のウソーリサーチ・リテラシーのすすめ』、文藝新書
- ・田村秀著 (2006)：『データの罫—世論はこうしてつくられる』、集英社
- ・谷岡一郎著 (2007)：『データはウソをつく 科学的な社会調査の方法』、ちくまプリマー新書

一般社団法人社会調査協会 倫理規程

〔策定の趣旨と目的〕

一般社団法人社会調査協会は発足にあたって、会員が依拠すべき倫理規程を定め、これを「社会調査協会倫理規程」として社会的に宣言する。

会員は、質の高い社会調査の普及と発展のために、調査対象者および社会の信頼に応えるために、本規程を十分に認識し、遵守しなければならない。社会調査の実施にあたっては、調査対象者の協力があってはじめて社会調査が成立することを自覚し、調査対象者の立場を尊重しなければならない。また社会調査について教育・指導する際には、本規程にもとづいて、社会調査における倫理的な問題について十分配慮し、調査員や学習者に注意を促さなければならない。

プライバシーや権利の意識の変化などにもなあって、近年、社会調査に対する社会の側の受け止め方には、大きな変化がある。調査者の社会的責任と倫理、対象者の人権の尊重やプライバシーの保護、被りうる不利益への十二分な配慮などの基本的原則を忘れては、対象者の信頼および社会的理解を得ることはできない。会員は、研究の目的や手法、その必要性、起こりうる社会的影響について何よりも自覚的でなければならない。

社会調査の発展と質的向上、創造的な調査・研究の一層の進展のためにも、本規程は社会的に要請され、必要とされている。本規程は、社会調査協会会員に対し、社会調査の企画から実施、成果の発表に至る全プロセスにおいて、社会調査の教育において、倫理的な問題への自覚を強く促すものである。

第1条 社会調査は、常に科学的な手続きにのっとり、客観的に実施されなければならない。会員は、絶えず調査技術や作業の水準の向上に努めなければならない。

第2条 社会調査は、実施する国々の国内法規及び国際的諸法規を遵守して実施されなければならない。会員は、故意、不注意にかかわらず社会調査に対する社会の信頼を損なうようないかなる行為もしてはならない。

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。

第4条 会員は、調査対象者から求められた場合、調査データの提供先と使用目的を知らせなければならない。会員は、当初の調査目的の趣旨に合致した2次分析や社会調査のアーカイブ・データとして利用される場合および教育研究機関で教育的な目的で利用される場合を除いて、調査データが当該社会調査以外の目的には使用されないことを保証しなければならない。

第5条 会員は、調査対象者のプライバシーの保護を最大限尊重し、調査対象者との信頼関係の構築・維持に努めなければならない。社会調査に協力したことによって調査対象者が不利益を被ることがないよう、適切な予防策を講じなければならない。

第6条 会員は、調査対象者をその性別・年齢・出自・人種・エスニシティ・障害の有無などによって差別的に取り扱ってはならない。調査票や報告書などに差別的な表現が含まれないよう注意しなければならない。会員は、調査の過程において、調査対象者および調査員を不快にするような性的な言動や行動がなされないよう十分配慮しなければならない。

第7条 調査対象者が年少者である場合には、会員は特にその人権について配慮しなければならない。調査対象者が満15歳以下である場合には、まず保護者もしくは学校長などの責任ある成人の承諾を得なければならない。

第8条 会員は、記録機材を用いる場合には、原則として調査対象者に調査の前または後に、調査の目的および記録機材を使用することを知らせなければならない。調査対象者から要請があった場合には、当該部分の記録を破棄または削除しなければならない。

第9条 会員は、調査記録を安全に管理しなければならない。とくに調査票原票・標本リスト・記録媒体は厳重に管理しなければならない。

第1章 社会調査とは

付則

- (1) 社会調査協会は、社会調査における倫理的な問題に関する質問・相談、普及・啓発などに応じるため、「社会調査協会倫理委員会」をおく。
- (2) 本規程は2009年5月16日より施行する。
- (3) 本規程の変更は、社会調査協会社員総会の議を経ることを要する。

<http://jasr.or.jp/> 一般社団法人社会調査協会より（2010年7月1日確認）

参考文献

- 島崎哲彦編(2000)：『社会調査の実際—統計調査の方法とデータの分析』、学文社
- 盛山和夫(2004)：『社会調査法入門』、有斐閣
- 鮑戸弘(1987)：『社会調査ハンドブック』、日本経済新聞社
- G. イーストホープ著、川合隆男ほか監訳(1982)：『社会調査方法史』、慶應義塾大学出版会
- D. ハフ、高木秀玄訳(1983)：『統計でウソをつく法—数式を使わない統計学入門』、講談社
- 田村秀(2006)：『データの罨—世論はこうしてつくられる』、集英社
- 谷岡一郎(2000)：『「社会調査」のウソ—リサーチ・リテラシーのすすめ』、文春新書
- 谷岡一郎(2000)：『社会調査のウソ—リサーチ・リテラシーのすすめ』、文藝新書
- 一般社団法人社会調査協会『倫理規程』<http://jasr.or.jp/>（2010年7月1日確認）
- 原純輔・浅川達人(2009)：『社会調査〔改訂版〕放送大学教材』、日本放送出版協会