

アンケート調査票を事前にチェックする

アンケートの調査票を作るポイントは、タイトル、質問文、選択肢、設問順序の4つです。

アンケート用紙ができあがったら、すぐに調査を行うのではなく、この資料に沿ってアンケート質問項目に問題がないかどうかをチェックする必要があります。

以下、チェックすべき事柄をまとめておきましたので、□のチェック欄にチェックしながら確認していきましょう。

1 アンケートのタイトルをチェックする。 □

アンケートのタイトルは、見ただけで何についてのアンケートなのか、判断できるものにします。

ただし、「●●の有効性についてのアンケート」といった先入観が入るようなタイトルにはしないこと。

2 質問文をチェックする。

もっとも注意すべきポイントは下記の6点です。

・ シンプルで分かりやすい日本語を心がける □

回りくどい表現になって、回答者によって質問内容の受け取り方が違ってしまうと、調査自体が意味のないものになってしまいます。回答者の誤解を招かないような明快な言葉遣い、やさしい質問が大切です。回答者によって異なる受け止め方をしている場合があると、その質問に対する回答は利用不能になってしまいます。シンプルな表現を心がけ、また強調したい部分にはアンダーラインを引く、太字にするなど工夫をしましょう。

また、人によって異なる解釈にならないような質問文を作ることも大切です。たとえば、「現在」「ふだん」「最近」などの単語は、人により捉え方が異なるため、時期や期間などを統一して聞かなくてはならない場合は使用を避けます。この場合、「最近1週間以内」など、誰が読んでも同じ解釈となるような言葉を選びます。

・ 1つの質問で聞くことは1つまでにする □

「A や B はしますか。」といった具合に、1つの設問において2つの内容を聞くこと(ダブル・バーレル)を避けるようにします。

たとえば、「●●について、使い勝手や使用料金に満足していますか」という質問に対して、選択肢が「満足した」「満足しない」の2つしかない場合、使い勝手には満足しているが、料金には不満がある回答者はどう答えたらよいのでしょうか？ この場合、使い勝手、使用料金それぞれを問う質問に分けないといけなわけです。

・ 誘導的な聞き方をしない □

誘導的な聞き方とは、例えば、「賛成ですか(はい/いいえ)」と聞くのは誘導的と言えます。この場合、「どう思いますか。→ 賛成/どちらともいえない/反対」という聞き方をします。「～した経験はありますか。」なども、「～した経験」がポジティブな評価であるとの先入観を抱かせ、一種の誘導にあたります。

・ 主語を必ず入れる □

設問文には主語を必ず入れましょう。

たとえば、「どれくらいの頻度で JR を利用していますか」という聞き方では、回答者自身のことなのか、回答者の家族も含むのかはつきりとわかりません。この場合、「あなたはどれくらいの頻度で JR を利用していますか」あるいは、「あなたの家族はどれくらいの頻度で JR を利用していますか」という聞き方をします。

- ・ **結びを統一する** □

たとえば、質問文の結びが「お答えください」となっていたり、「お知らせください」となっていたりすると、何か違いがあるのかと勘ぐってしまい、回答に影響しかねません。回答者に余計な勘ぐりをさせないためにも、質問文の結びは統一しましょう。

- ・ **専門的な略語や差別用語を使用しない** □

たとえ自分たちが知っている言葉でも、馴染みのない人には言葉の意味を調べる手間が生じます。人によっては、その手間を惜しんでいい加減に回答したり、回答してくれなかったりすることもあります。たとえば「あなたの家庭ではRTDを一日に何本消費しますか」という質問文だと回答者も困るのではないのでしょうか。

なお、当然のことですが差別用語も使用しないようにします。

3 選択肢をチェックする。

- ・ **長文の選択肢にしない** □

選択肢はできるだけ短く明確にします。長文になると、読むのが面倒になる、長文の選択肢が目につきやすく、それに回答が集中する、などのリスクが生じます。長くても20文字くらいに収めましょう。

- ・ **回答者を幅広く想定して選択肢をつくる** □

選択肢は自分たちの主観や経験の範囲だけで作成せず、多様な人を想定して幅広く選択肢をつくるのが大切です。

たとえば、「あなたの趣味をお答えください」という質問に対して、選択肢が「音楽、スポーツ、プラモデル、釣り、その他」といった選択肢では女性回答者の多くが「その他」という回答に流れてしまうでしょう。

- ・ **人によって違う解釈にならないような選択肢を作る** □

「現在」「ふだん」「最近」などの単語は、人により捉え方が異なるので、時期や期間などを統一して聞かなくてはならない場合は使用を避けます。この場合、「最近1週間以内」など、誰が読んでも同じ解釈となるように数値化した言葉を選びます。

- ・ **評価の格付けをする選択肢の数は中心化傾向を抑止する** □

評価の格付けをする選択肢(よい→悪い)を作る場合に気をつけないといけないことは中心化傾向を抑止することです。中心化傾向とは、意思を明確に表現したがらず、「普通」「どちらでもない」といった答えを選びたがる傾向のことです。分析とは、「年齢によって、意識や反応がどう違うのか」というように、意識や反応の違いを明確にすることなので、ほとんどの回答者が「普通」「どちらでもない」を選んでしまうと分析ができなくなってしまいます。

したがって、質問文は、「あなたの考えは、どちらかといえば次のうちどれに該当しますか。ひとつだけ選んでください」というように、ひとつは選択できるように誘導したうえで、選択肢は、「普通」「どちらでもない」をなくし、たとえば、「非常に→少しは→あまり→まったく」のように作っていきます。なお、一般に選択肢がたくさんあると、回答区分があいまいになります。格付けの段階は四段階までとしましょう。

・ 選択肢の漏れや重複に注意する □

回答を一つだけにする場合、回答者を困惑させないために選択肢の漏れや内容の重複はないかを確認します。

選択肢の漏れの例 … ① 月に1回 ② 週に1回 ③ それ以下

→ 「週に2回」「月に2回」の人は何を選べばよいか？

選択肢の内容の重複の例 … ① 月に1回 ② 週に4回

→ どちらの選択肢を選べばよいのか？

いずれにせよ、なるべく多くのアンケート対象者にぴったりした回答が選べるように選択肢を作り、「その他」という回答が少なくなるように作ることがポイントです。

・ 選択肢の順序に気をつける □

一般に頻度の選択肢の場合は、高いものから低いものの順に並べます。逆に、金額の選択肢は小さいものから大きいものの順に並べます。

ただし、選択肢を提示する順序による偏り(オーダー・バイアス)が生じる恐れがある場合は、選択肢にローテーションを掛けて提示します。

オーダー・バイアスの例

順序バイアス … リストの最初のほうが選ばれやすい傾向

位置バイアス…数字(量・価格)の場合、中央が多くなる傾向

・ 個人情報に配慮した選択肢にする □

個人情報に関わる質問に対する選択肢は、少し曖昧になるように範囲の幅を持たせます。

たとえば、生年月日ではなく、年齢や学年で聞く、金額に関する選択肢は範囲で示すようにするなどの工夫をします。具体的に聞きすぎると回答離脱を招きます。

4 質問の順序をチェックする。 □

質問の順序を考える上で意識すべきことは、同じカテゴリを近くに配置すること、時系列沿った順番を意識することの2点です。「ダメな質問順序」の例はカテゴリ(XとY)が混在していて、時系列もおかしな例です。

ダメな質問の順序

- Q1 Xを知っていますか？
- Q2 Xを使いたいと思っていますか？
- Q3 Xを知ったきっかけを教えてください。
- Q4 Yを知っていますか？
- Q5 Xを使用したことはありますか？
- Q6 Yのイメージを教えてください。

よい質問の順序

- Q1 Xを知っていますか？
- Q2 Xを知ったきっかけを教えてください。
- Q3 Xを使用したことはありますか？
- Q4 Xを使いたいと思っていますか？
- Q5 Yを知っていますか？
- Q6 Yのイメージを教えてください。

より自然な回答を促す適切なアンケートの質問票を目指すのならば、以下の観点も参考にしてください。

・ 論理的な順序で聞く □

回答者の思考の流れを妨げないように質問は論理的に納得のいく順番で並べます。

たとえば、「過去→現在→将来」とすれば、自然な思考の流れに沿った質問になります。あるいは、あるものの利用状況について聞くとき、「知る→使う→評価する→今後の利用の意向」の順に聞きます。あるいは、あるものの所有について聞くとき、「所有している→所有数→最新購入年」の順に回答離脱を招きます。

また、「現時点の事実(実態)」と「普段の事実(常態)」を聞く設問がある場合は、実態を聞いてから常態を聞くようにします。

・ 答えやすい質問を先に聞く □

回答者にとって、より身近なことから先に聞くようにすると抵抗が少なくなり、答えやすくなります。

たとえば、調べたい事柄について、事実を聞いたあとで、それについての意識を聞くといったぐらいです。

ただし、